

2013  
keep dreaming  
together 요약본



CONTENTS

| 요약본                   | 통합본                                    |
|-----------------------|----------------------------------------|
| 2      보고서 개요         | 24      kt's Sustainability Management |
| 3      Introduction   | 32      Dreaming with Shareholder      |
| 의장 메시지                |                                        |
| CEO 메시지               | 49      Dreaming with Society          |
| 5      한눈에 보는 kt      |                                        |
| 7      Future Outlook | 60      Dreaming with Customer         |
| 통신업계의 과거와 미래          |                                        |
| kt의 과거와 미래            | 69      Dreaming with Supplier         |
| 9      kt의 지속가능성      | 83      Dreaming with Employee         |
| 10     중요성 분석         |                                        |
| With                  | 98      Dreaming with Environment      |
| 11     Shareholder    | 114     Appendix                       |
| 13     Society        |                                        |
| 15     Customer       |                                        |
| 17     Supplier       |                                        |
| 19     Employee       |                                        |
| 21     Environment    |                                        |

# keep dreaming together

2013년 통합보고서는 지속가능한 사회를 만들어 가고자 하는 kt의 노력과 성과를 담은 여덟 번째 보고서입니다. 본 보고서는 kt의 주요 경영 현황과 중장기 전략, 경제적 수익성, 사회적 책임성, 환경적 건전성을 통합적으로 보고하여 kt의 지속가능경영 활동을 알리고, 이해관계자와 소통하고자 합니다. kt는 앞으로도 이해관계자와 함께 새로운 가치를 창조하고 지속가능경영 활동을 더욱 활발하게 펼쳐 나가겠습니다.

## 보고서의 구성

본 보고서는 kt의 지속가능성을 이해관계자별 성과로 보고하고 있습니다. 주주, 지역사회, 고객, 협력사, 임직원, 환경으로 구분하되, 올레경영 2기의 내용을 담아 kt가 공유가치를 창출하기 위해 노력한 활동을 통합 보고 방식으로 구성하였습니다. 보고서의 작성은 CSV단 주관 아래 유관 부서 실무자들이 참여하여 이루어졌습니다.

## 보고서 기준과 검증

본 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative)의 G3.1 가이드라인을 기준으로 작성하였으며, 2010년 11월 공표된 ISO 26000 관련 정보를 제공하였습니다. 본 보고서의 전체 내용에 대한 제3자 검증을 실시하였으며, 해당내용은 보고서 전체본을 통해 확인하실 수 있습니다.

## 보고 기간과 범위

본 보고서는 2012년 1월 1일부터 2012년 12월 31일까지 국내 사업조직의 활동 사항과 성과에 대해 보고하고 있습니다. 일부 사항에 대해서는 2013년의 내용도 포함하고 있습니다. kt는 매년 통합보고서를 발간할 예정입니다.

# 이사회 의장 메시지



## 좋은 기업에서 위대한 기업이 되는 기로에 서 있는 kt

kt 이사회 의장 **김응한**

kt는 이제껏 많은 도전과 성취를 통해 이 자리까지 왔습니다. 올레 경영을 시작한지 4년, 올레 경영 2기도 벌써 1년이 지났습니다. 2009년 이후 스마트 컨버전스 혁명을 이끌어온 kt는 작년에는 유선 수익의 감소와 LTE에 대한 과감한 투자, 마케팅 확대에 따른 일시적 비용 상승으로 영업 이익은 다소 감소하였습니다.

하지만 BC카드, kt스카이라이프, kt렌탈 등 비통신 분야 그룹사의 지속적인 성장이 두드러진 한 해였습니다. 전년 대비 매출도 10% 이상 늘어 23.8조 원에 달했습니다. 또한 LTE가입자도 최단 시간에 400만 명을 달성하였고, 그룹 미디어 가입자가 600만 명을 넘었습니다. All-IP 가입자가 20%나 증가하여 2,611만 명에 달합니다.

지금 kt는 은연 중에 몸에 배었던 과거의 습관과 고정관념들을 새롭게 바꾸고 있습니다. 기존의 유무선 통신사업자로서의 사업 전략이 아니라 글로벌 미디어 그룹으로서 가상재화를 유통하는 기업으로 변해가고 있습니다. 가상재화(Virtual goods)는 E-book, 음원파일, VOD, App 등 네트워크 위에서 생산/유통/소비되는 모든 디지털 재화를 말합니다. 국경도 관세도 무역장벽도 없는 거대한 글로벌 시장에서 이 가상재화는 젊은이들에게 도전적, 창의적 일자리를 제공하며 국가적으로는 지식창조사회의 가장 강력한 성장 동력이 될 것입니다.

기업의 사회적 책임에 있어서도, kt의 본원적 활동이 사회적 문제를 해결하는데 기여해야 한다는 믿음으로 공유가치창출(CSV)에 노력하고 있습니다. 협력사들에게는 3주 3행 선언을 통해 동반성장의 새로운 모델을 만들어가고 있으며, 대한민국의 '일자리' 창출을 위해 노력하여 지난 10년 간 고용계수가 4위를 기록하였습니다.

동시에 국내 최초로 육아휴직 기간을 2년으로 도입하고, 스마트워킹을 장려하는 등 일하는 방식을 혁신함으로써, 업무 생산성을 높이면서 일과 삶의 조화를 추구하는 '가족친화경영'을 꾸준히 실천하고 있습니다. 그 결과 잘 아시는 것처럼, DJSI(다우존스 지속가능경영 평가지수)에서 2년 연속으로 유무선통신 전 세계 1위에 선정되었습니다.

이렇게 변화를 추구하고 사회와 고객을 위해 노력한 모습을 담아 2013년 통합보고서를 발간하였습니다. 뛰어난 성과뿐 아니라 다소 부족하고 미진한 모습도 가감 없이 담았습니다. 하지만 분명한 것은 kt가 변화하고 있다는 것입니다. 좋은 기업에서 위대한 기업이 되는 기로에 서 있는 kt가 이해관계자 여러분들께 감히 부탁 드립니다.

kt가 위대한 기업의 습관을 체득할 수 있도록 지켜봐 주시고 격려와 질책을 보내 주십시오. 감사합니다.



# CEO 메시지

## 함께 꿈꾸고 도전할만한 가치가 있는 회사 kt

kt 대표이사 회장 이석채



기원전 3세기는 우연히도 지구의 동쪽과 서쪽에서 대규모로 토목사업이 시작된 시대입니다. 동쪽에서는 진시황의 만리장성이 서쪽에서는 로마의 가도가 건설되었습니다. 수성과 확장이라는 선택의 차이는 결국 양 대국의 국운을 결정지었습니다.

kt에게도 동일한 선택의 기로가 있었습니다. 지난 4년 간 음성통신, 메시지 서비스, 인터넷 월정액이라는 기존 사업의 매출액은 절반으로 줄었습니다. 대신 비씨카드, 스카이라이프, kt렌탈 등 비통신분야에서 지속적으로 성장하고 기존의 네트워크 역량에 기반한 신규 비즈니스 모델을 발굴하였습니다. 이제 kt는 네트워크 매니지먼트를 통해 새로운 가치를 창출하는 회사로 나아가고 있습니다.

하지만 kt는 여전히 도전하는 자리에 서 있습니다. 잘 아시는 바와 같이 한국은 기존의 네트워크가 세계에서 가장 빠르게 브로드밴드로 이동하고 있는 국가입니다. 실제로 지난 2년 동안 문자메시지가 1/3 수준으로 줄어들고 모바일 음성 사용량도 감소하기 시작했습니다. 하지만 데이터 중심의 LTE는 세계에서 가장 빠른 속도로 확산되고 있습니다.

결국 통신회사라는 한계를 뛰어넘어 탄탄하게 구축된 네트워크 인프라 위에서 가상재화(Virtual goods)를 생산하고 거래하는 글로벌 시장을 구축하고 가치를 창출하는 Value Creator만 살아남게 될 것입니다. 가상재화 시장의

무한한 가능성에 도전하지 않고 기존의 사업 영역만 지키려는 통신사들은 필연적으로 글로벌 시장에서 도태될 수밖에 없습니다. 이미 kt는 미디어 유통 그룹으로 전환하고 있습니다. kt는 IPTV 서비스를 유선뿐만 아니라 모바일에서도 제공하여 대용량 콘텐츠 소비 시대를 앞당겼습니다. 또한 600만 이상의 고객을 확보하면서 가구 보급률이 35%를 넘었고, 매출 증가율도 연평균 33%에 달합니다.

동시에 kt는 어려운 가운데도 소프트웨어와 콘텐츠 산업 발전을 위해 앞장서 왔습니다. 이 산업들의 동반성장이 없으면 우리 자신의 성장이 없다는 확신 때문입니다. 직원들의 편의와 업무효율 향상을 위해 실시한 스마트워킹은 kt의 소중한 자산이자 앞으로 여성의 잠재력을 활용하는 데 큰 힘이 되리라 생각합니다. 뿐만 아니라 스마트 디바이스를 활용하는 e-러닝 서비스를 제공하여 사회적 가치 창출과 함께, 계층간 교육격차 해소에도 기여하고 있습니다. 2년 연속으로 DJSI 통신 분야 1위로 선정된 것은 kt가 국가와 사회 속에서 맡은 바 책임을 다할 뿐 아니라, 지속가능경영의 선도 기업임을 전 세계에 각인시키고 있습니다.

이해관계자 여러분의 뜨거운 성원과 관심 속에, kt는 1년 간의 도전적 여정을 기록한 통합보고서를 내놓습니다. 로마라는 도시가 제국이 된 것처럼, 체구는 작지만 세계가 주목하는 글로벌 리더로 우뚝 일어난 kt와 함께 도전하고 꿈꾸어 주시길 부탁드립니다.

# 한눈에 보는 kt

kt VISION Global ICT Convergence Leader

올레 경영 1기

변화와 혁신을 통한 성장 잠재력 확보

## kt의 변화와 혁신

### ■ 주요 실적

\* 2012년 말 기준

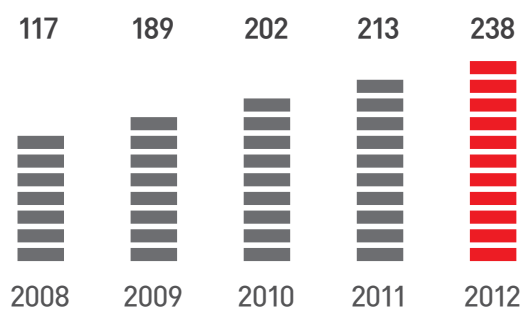
kt 그룹  
미디어  
가입자

25%  
604만

모바일

31%  
1,650만

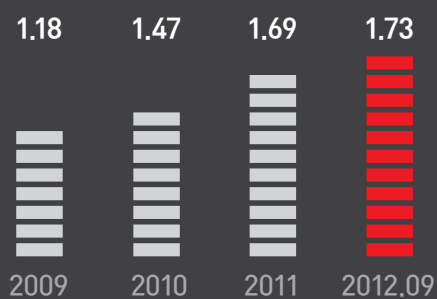
### ■ 매출액 | 단위 : 천억원 |



매출액  
23조 7,903억 원

임직원 수  
32,186명

### ■ 무선데이터 매출 증가 | 단위 : 조원 |



### ■ 스마트폰 가입자

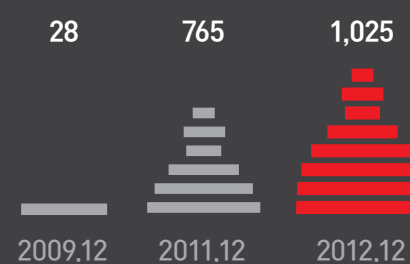
| 단위 : 만 명 |

#### LTE 가입자

- 세계 최단 기간 (5개월) 100만 가입자 돌파

- 2012 LTE AWARDS 전 세계 최우수 LTE사업자 선정

#### 36.6배 확대



# 한눈에 보는 kt

올레 경영 2기

Global Virtual Goods Distribution Group

글로벌 미디어 유통 그룹, kt

## 전략 방향

- |                                                                                      |                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>01 All IP (유무선통신·N/W)</b><br/>유무선 통신 시장 확고한 1위 유지<br/>글로벌 Top수준의 강력한 N/W확보</p> | <p><b>02 Global·In-organic</b><br/>핵심역량 기반의 글로벌 시장 진출<br/>In-Organic성장 및 글로벌 파트너십</p> |
| <p><b>03 Virtual Goods</b><br/>IPTV기반의 Virtual Goods유통사업 육성<br/>IT스마트 솔루션 경쟁력 강화</p> | <p><b>04 전문기업 육성</b><br/>그룹 성장사업의 전문기업화<br/>진출 영역 1-2위 육성</p>                         |

## ■ 환경 사회적 가치 창출

\* Scope3 : Scope2 의 온실가스 간접 배출원을 제외한 그 밖의 간접 배출원 | 단위 : tCO<sub>2</sub>e |



**일자리 창출**  
2009년 이후 4년간  
총 13,362 명 신규 채용



**강력한 윤리경영 추진**  
사내 Clean Zone 지정  
Clean 365 센터



**스마트워킹**  
연 2만 명 참여  
만족도 81.5%



**IT 서포터즈**  
전국 23개 팀, 200명의 정규 직원  
교육 수혜자 : 324,038명



**지속가능성 평가**  
2년 연속  
DJSI 지속가능경영 평가 지수  
유무선 통신 전세계 1위



**올레 그린폰 서비스**  
그린폰 판매량 2%  
임대폰 제공량 16%  
자원순환법 대응량 82%

## kt scope 3 온실가스 관리

37,390

공급망  
배출량

43,897

기타 Scope3  
배출량 관리

404,134

사용 단계  
배출량 관리

1,002,617

kt서비스의  
사회적 감축효과

# Future Outlook

## ITC Today

### 주요 모바일 메신저 서비스 현황

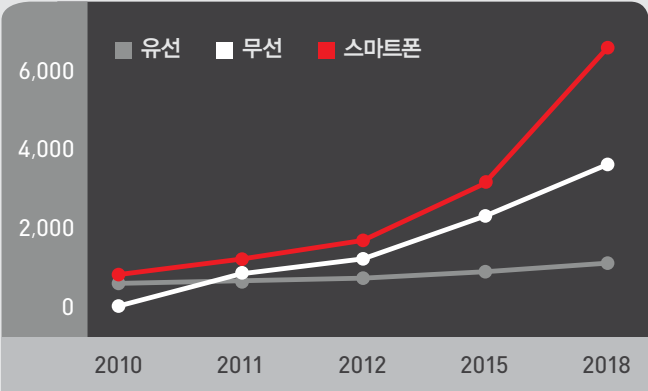
\* 2013.1월 기준

|         | TALK     | LINE   |         |           |             |
|---------|----------|--------|---------|-----------|-------------|
| 구분      | 카카오톡     | 라인     | 위챗      | 바이버       | 왓츠앱         |
| 이용자수(명) | 0.8억     | 1억     | 3억      | 1.6억      | 1억 이상       |
| 개발사     | 카카오      | NHN    | 텐센트(중국) | 바이버(이스라엘) | 왓츠앱(미국)     |
| 출시월     | 2010.3   | 2011.6 | 2011.1  | 2010.11   | 2009.5      |
| 특징      | mVoIP 제공 | PC 연동  | PC 연동   | mVoIP 제공  | 유료앱(\$0.99) |

## ITC Future

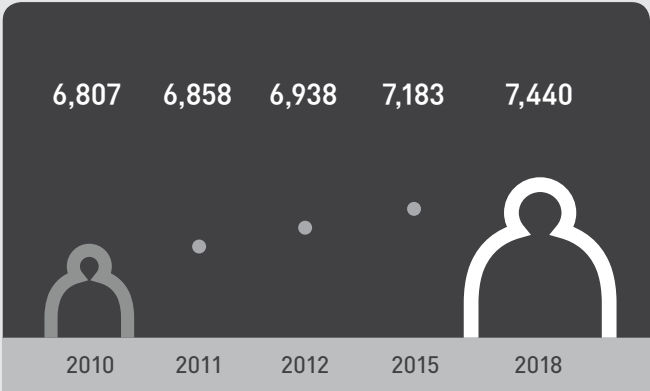
### 전세계 광대역 연결

\*정보 출처: ITU, Ericsson 추정: kt 경제경영연구소  
| 단위 : 백만 |



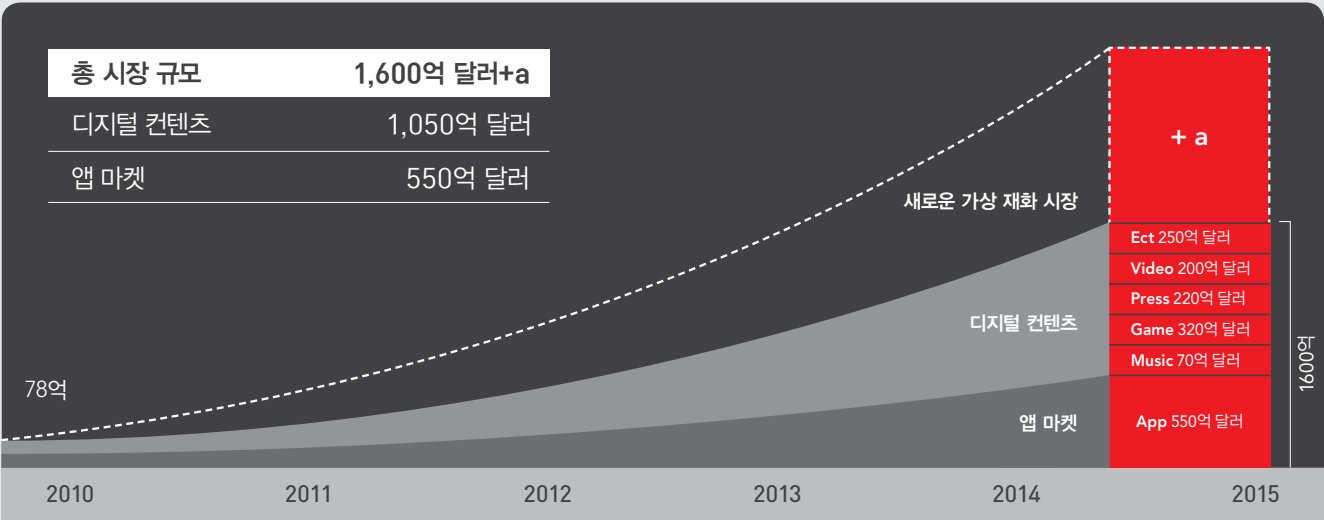
### 전세계 인구

\*정보 출처: IMF World Economic Outlook Database(2012)  
| 단위 : 백만 |



### 2015년 글로벌 가상 재화 시장 규모

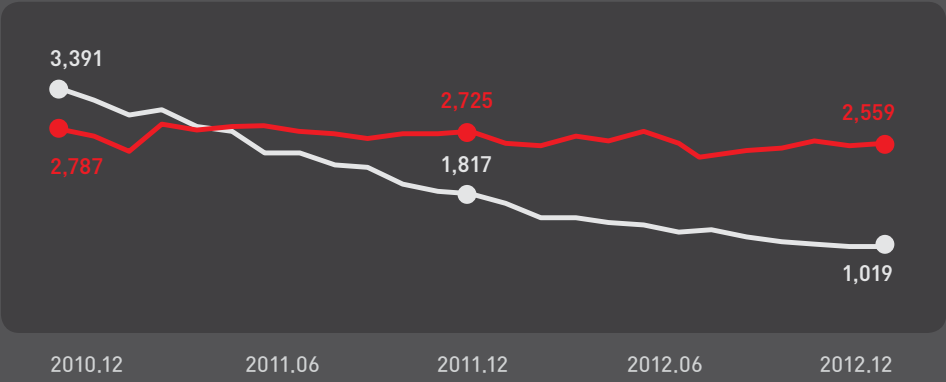
\* Ect: comics, animation, character...  
\* 정보 출처: PWC, IT&M, NPD, Gartner, Forrest Research 재구성



# Future Outlook

kt 무선 음성 및 SMS 월이용량 추이

| 단위 : SMS(백만건), 음성(백만분) |



kt Today



### World Best LTE

kt는 세계 최초로 3G와 LTE를 하나로 묶는 네트워크를 구현하였습니다. 경쟁사 대비 구축 속도가 1/3에 불과하고 다운로드 속도도 79% 우세한 가상화 CCC 기술을 토대로 LTE WARP 어드밴스드 (advanced)로 진화해 나갈 것입니다.



### 컨버전스 사업

kt는 연세의료원과 합작법인인 '후헬스케어'를 설립하여 병원 IT 정보화 사업에 진출했으며, kt telecop 과의 협력을 통한 Cloud IP CCTV로 차세대 영상보안 시장을 선도하고 있습니다. 또한, 금융 분야에서는 BC카드를 통해 Mobile Payment 영역을 주도하고 있습니다.



### Virtual Goods Ecosystem

\* Virtual goods : 디지털 형태로 네트워크 위에서 유통되는 재화

kt는 All-IP를 기반으로 올레마켓을 Virtual goods\*종합 유통 플랫폼으로 집중 육성하고 있습니다. 또한 올레내비, Genie, 올레 앱프리 등 전략앱을 기반으로 Virtual goods 유통BM을 혁신하고, Genie K-POP, OASIS 등 Virtual goods의 글로벌 유통 성과 강화를 위해 노력하고 있습니다.



### Smart Home & Home media

2013년 1월 출시된 스마트홈 폰 HD는 집전화로도 HD급의 음성·영상 통화가 가능하고 kt에서 개발한 서비스 App들이 기본 탑재되어 있음은 물론, 홈 지킴이 등 보안 솔루션까지 제공하며 스마트홈 서비스 의 고객 사용성과 가치를 확장해 나가고 있습니다.



### Total Cloud Service 제공

2010년 클라우드 서비스를 런칭한 이후 국내 유일의 Multi Data Center와 풍부한 사내 Cloud 전환 노하우를 바탕으로 클라우드 시장을 선도하고 있습니다. Server, DB, Storage, CDN 등 기본적인 상품은 물론 빅데이터 분석용 Map Reduce, VPC, Cloud NAS, Cloud HPC 및 SSD서버 등 대용량 데이터 처리를 위한 고성능 서비스를 비롯하여 다양한 부가서비스 출시를 통해 상품 다양화 및 고도화를 완료했습니다.

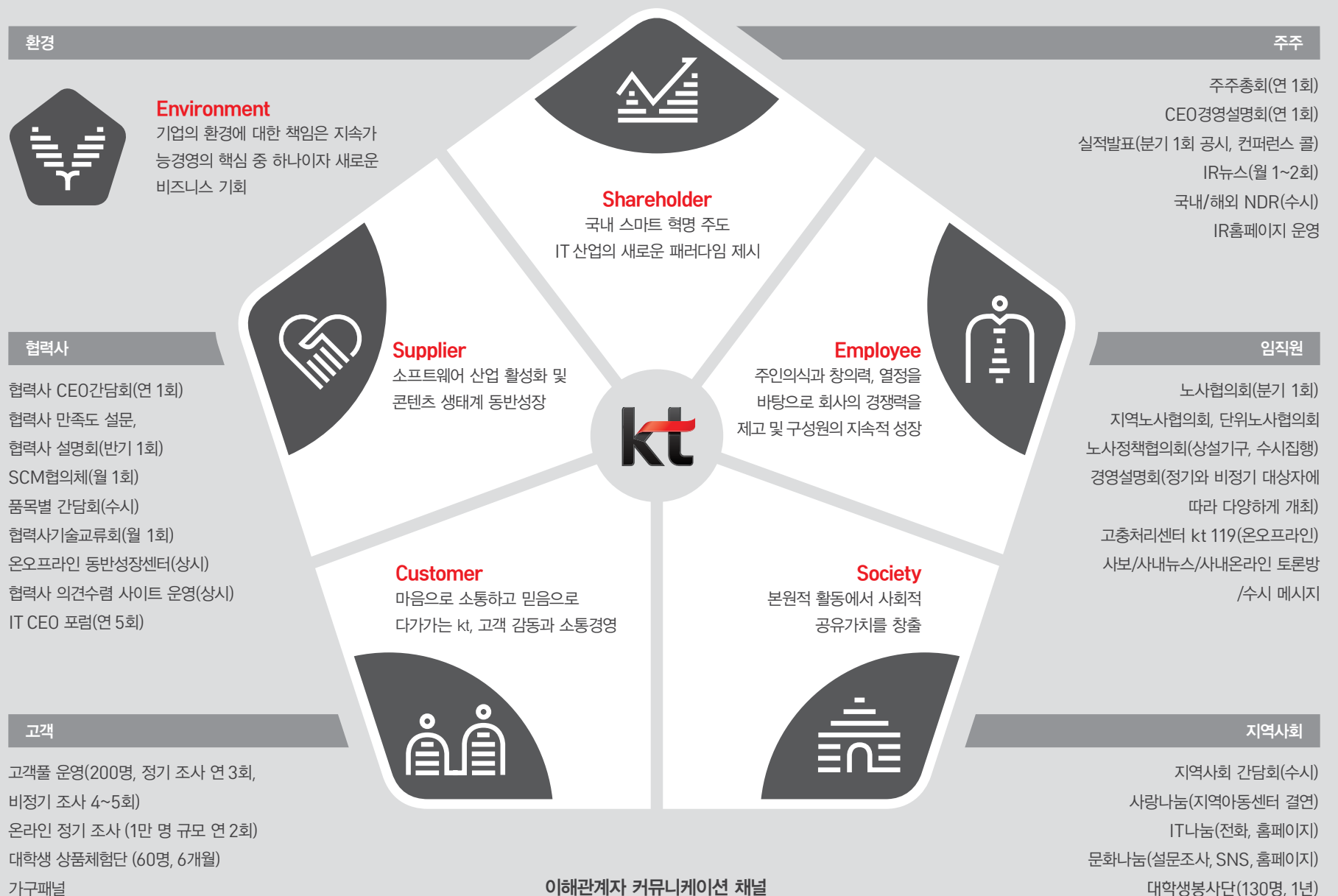
kt Future

# kt의 지속가능성

기업의 사회적 책임 활동은 기업과 사회의 관계를 올바르게 설정하고, 기업이 지닌 역량을 사회와 함께 나눔으로써 같이 성장하고 더 크게 발전해 나가려는 노력입니다. kt는 정보격차를 해소하고 지역사회의 삶의 질 향상을 도모하여 사회적으로 존경 받는 기업이 되겠다는 경영방침 아래 지속가능경영을 실행하고 있습니다. 저소득층 아동과 장애인, 다문화 가정들이 정보사회, 스마트사회에서 소외되지 않도록 하여 사회 갈등을 완화하는 데에 초점을 맞추고자 합니다. 환경은 인류의 미래를 좌우하는 가장 중요한 이슈이며, 기업의 환경에 대한 책임은 지속가능경영의 핵심적인 활동일 뿐 아니라 새로운 사업 기회이기도 합니다. 특히 kt는 그린 IT 중심의 환경경영이 사회적 책임을 다하는 주요한 방안임을 인식하고 있으며 새로운 비즈니스 기회를 제공하여 미래 성장을 주도할 것으로 확신하고 있습니다. kt는 한류의 유통을 담당하는 IT기업으로 변모하여 새로운 성장 동력을 찾음과 동시에, 그간 구축한 네트워크와 IT기술을 심분 활용하여 가치를 창출하는 사회공헌 활동을 추진하고자 합니다. 나아가 새천년개발목표(MDGs)와 2015년부터 시행할 차기 목표로 거론되고 있는 지속가능발전목표(SDGs)를 실현하기 위한 활동들을 계획하고, 유엔글로벌콤팩트의 10대 원칙을 준수하여 글로벌 CSR 선도기업으로서의 역할에도 충실하고자 합니다.

## 이해관계자 소통

kt는 회사와 경제적인 거래 관계를 맺고 있는 고객과 주주, 혁신과 성장의 주체인 임직원과 협력사, 사업을 영위하는 기반인 지역사회를 주요 이해관계자 그룹으로 분류하고 정기적으로 협의체 방식 또는 설문조사 방식을 활용하여 의견을 수렴하고 있습니다. CEO와 협력사의 간담회, 노사협의회, 지역사회간담회 등 각 이해관계자 분들과 정기적으로 소통하는 자리를 마련하고 있습니다.



# 중요성 분석

kt는 '중요성 분석'을 통해 이해관계자의 관심사항과 경영 활동에 미치는 영향을 고려하여 주요 이슈를 파악하고 지속적으로 관리하고 있습니다. 중요성 분석은 미디어, 국내외 동종 업계 벤치마킹, 국제규범 및 표준을 통해 이해관계자 여러분의 관심사를 반영하고, 각종 사내 문서 및 KPI 등 다양한 내부 자료를 통해 kt에 미치는 영향력을 고려하였습니다. 이를 종합적으로 분석하여 결과를 도출하였고, 이를 토대로 본 보고서를 작성하였습니다.



**미디어 분석** kt는 이해관계자의 관심사항 및 사회적 기대 수준을 파악하기 위해 2011년 한 해 동안 국내 언론사에 보도된 기사를 분석하였습니다. 주요 일간지 보도와 부정적 이슈에 대해서는 가중치를 부여하였습니다.

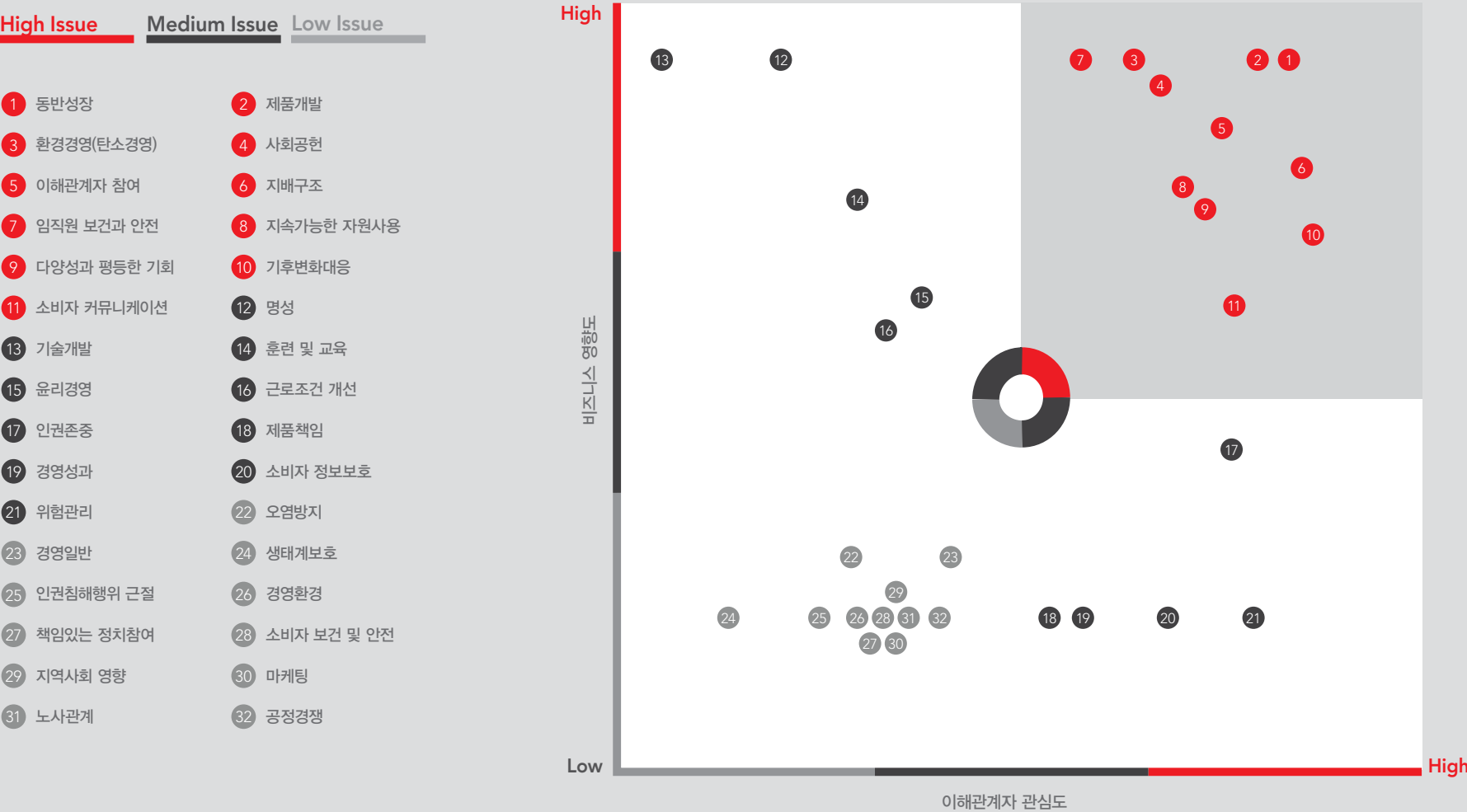
**동종업계 벤치마킹** 유선통신 사업자 및 모바일 사업자 중 kt와 경쟁하고 있는 글로벌 기업들의 CSR 활동을 분석하고 동종업계의 이슈를 파악하였습니다.

**국제규범 및 표준** ISO 26000, GRI G4, UNGC 원칙, DJSI 설문지를 고려하여 kt의 기준으로 삼았습니다. 특히 GRI의 경우 2013년 5월에 발표될 G4에 선제적으로 대응하기 위해 초안의 이슈들이 속한 이슈를 미리 파악하여 중요성 분석에 반영하였습니다.

**kt의 비즈니스에 미치는 영향** 지속가능경영위원회 운영계획과 지속가능경영실무위원회 자료 등 사내 보고 자료 및 KPI, 기타 사내 자료를 분석하고, 통합보고를 위한 사항 등을 반영하여 kt의 비즈니스에 미치는 영향을 파악하였습니다.

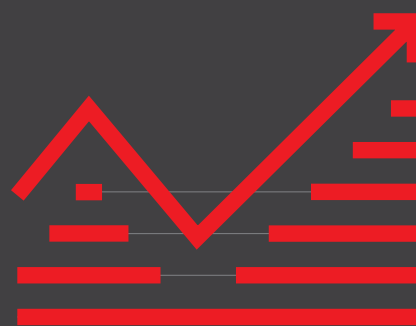
## 중요성 분석 결과

동반성장, 제품개발 등이 주요 이슈로 도출되었고, 전년에 비해 지배구조 이슈의 중요성이 증가한 것으로 나타났습니다.





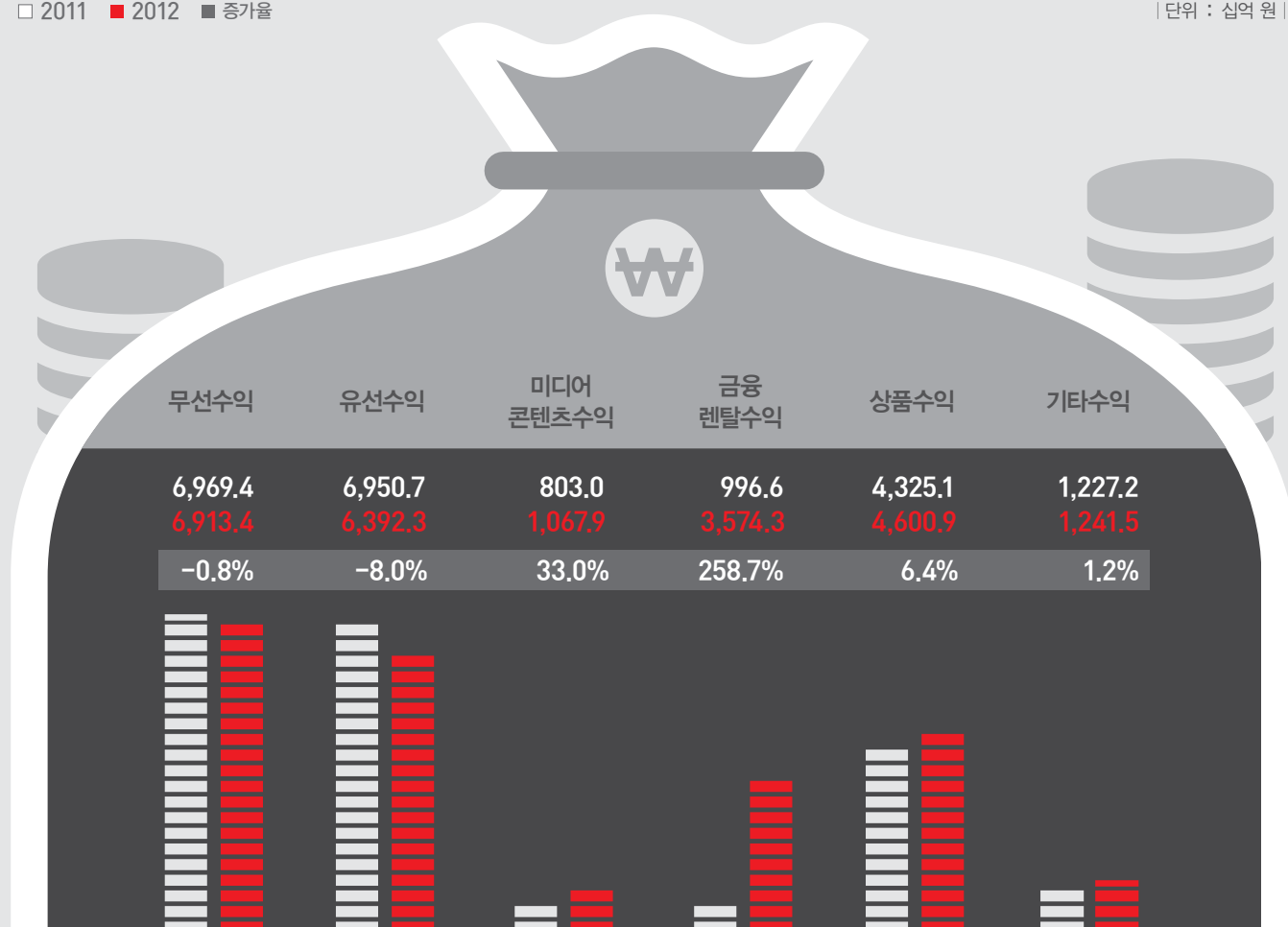
# Shareholder



## 영업수익

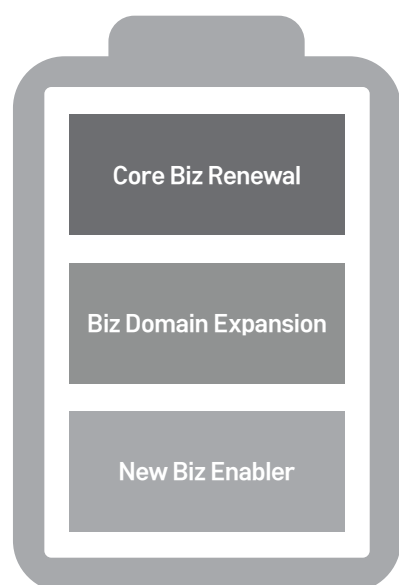
□ 2011 ■ 2012 ▀ 증가율

| 단위 : 십억 원 |



## R&D Project 성과

kt는 Super WiFi 백홀 솔루션, FTTH기반의 Dish-less OTS, Mobile IPTV, WiFi단말 to WiBro 연결 Egg 단말, IPTV 양방향 솔루션인 ClearSkin 등 다수의 국내 또는 세계 최초 기술개발에 성공하였으며, IPTV, 인터넷전화, FMC(Fixed-Mobile Convergence) 등 다수의 신규 서비스 상용화를 통해 그룹 매출 증대에 기여하고 있습니다.



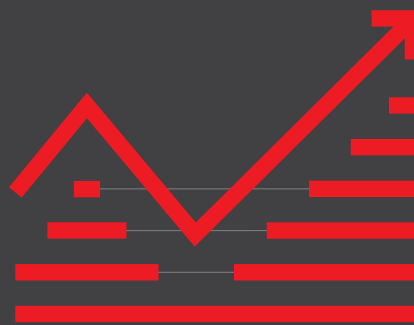
유무선 NW 사업 경쟁력 확보 : LTE 기술 先상용화, Smart NW 기술  
 olleh 방송 경쟁력 향상 : Dishless OTS, Mini STB  
 kt만의 차별적인 감성 기반 UI/UX 제공 : Life Navigator

Smart Energy 사업의 성장 동력화 : 핵심 솔루션 상용화, 글로벌 진출  
 ICT 컨버전스를 통한 신성장 사업 발굴 : 그룹 R&D, Open R&D

새로운 형태의 M2M 사업 Enabler : DIY M2M  
 Service Innovation Enabler : Web-enabler IPTV, 이기종 영상회의  
 NFC 기반 사업 Enabler : Network-controlled NFC

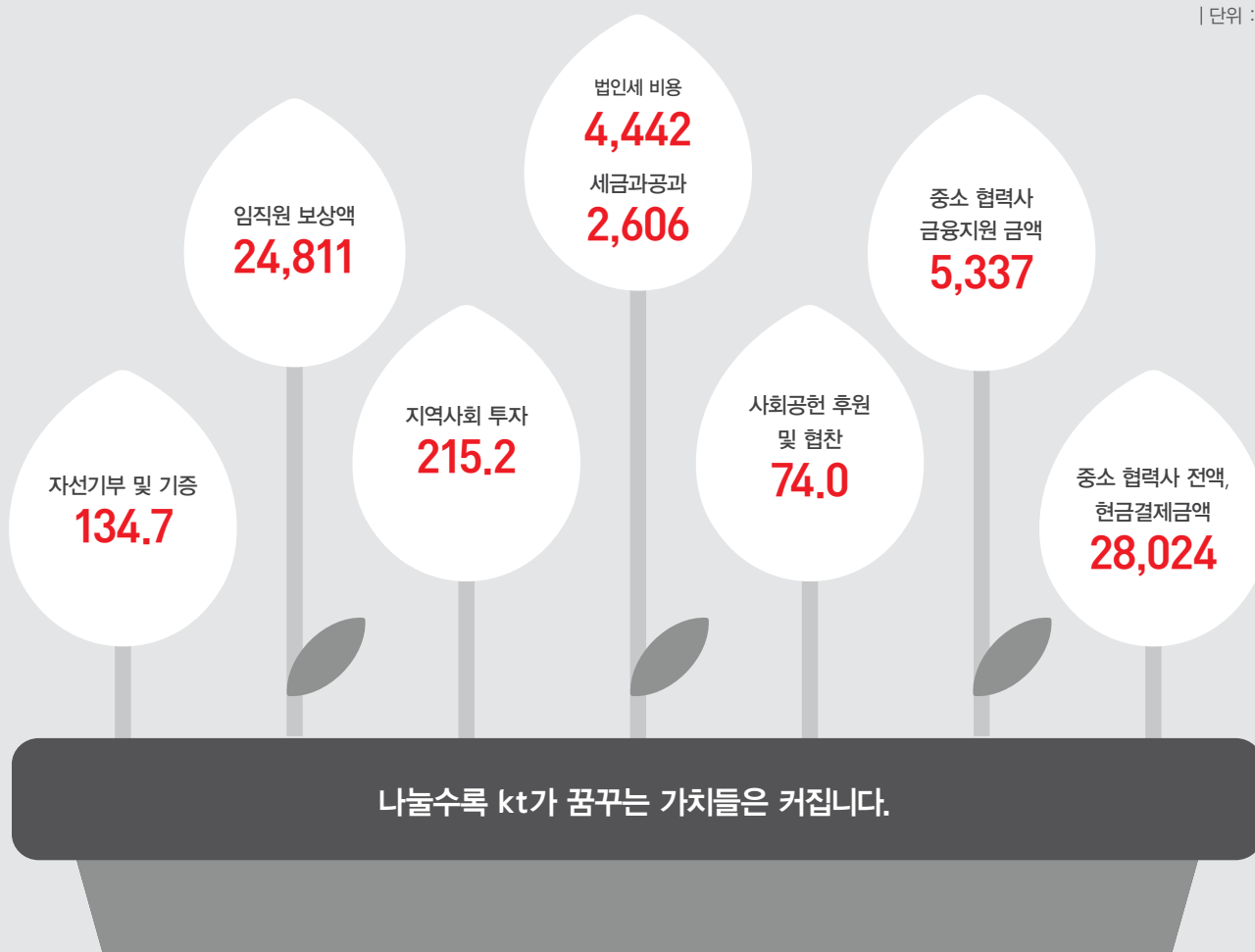


# Shareholder



## 이해관계자별 가치분배

[단위 : 억 원]



## Open Collaboration

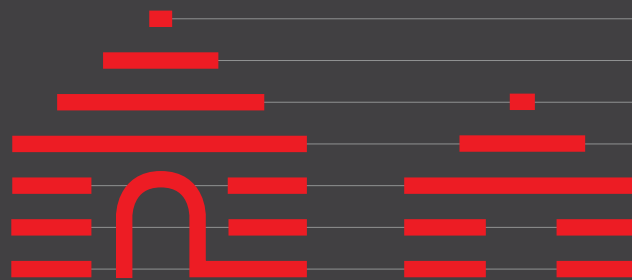
우수 산학연과의 협력을 통해 kt가 보유하고 있지 않은 기술 역량을 확보하고자 2006년부터 'Kt Lab@Place'을 추진하고 있으며, 2012년부터는 중기관점의 사업화를 목적으로 'kt Lab@Place 2.0'으로 체제를 개편하여 대상기관, 연구분야 및 Collaboration 방법론 측면에서 단계적 확대를 추진, 공동연구 결과물의 사업화 연계 강화를 위해 노력하고 있습니다.



### kt Lab@Place 2.0 방향성

국내 Top-class 대학에 kt의 젊은 R&D 인력을 파견하여 Nano, Bio, 에너지/환경 등 다양한 Convergence 분야의 미래 먹거리를 발굴/연구하는 'Convergence Lab@university' 프로그램을 운영하고 있습니다.

# Society



## CSV단 신설

### \*공유가치창출(CSV) :

사회공헌(CSR)의 확장 개념으로, 사회의 요구 수렴과 문제 해결을 통해 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 창출한다는 원칙

kt는 2012년 12월, 기업 최초로 199명의 직원으로 구성되어 있는 CSV단을 신설하고 공유 가치 창출을 선도해 나가고 있습니다. 은퇴자 지식 나눔으로 사회공헌을 일자리 창출과 연계해 나가고 있을 뿐만 아니라, 2013년에는 글로벌 CSV로 확대 추진하여 kt가 현재 연계하고 있는 국가들을 중심으로 더 큰 범위의 공유 가치 창출을 실현하고자 합니다.

DJSI 글로벌수퍼섹터 리더 2년 연속 선정

CSV



## 글로벌 CSV

2012년에는 인도네시아에 글로벌 소리찾기를 추진하며 인도네시아 청각장애 아동 2명에게 인공와우 수술을 지원하고, 소셜벤처인 딜라이트와 협력하여 디지털 보청기를 지원(50명)하였습니다. 2013년에는 kt가 현재 연계하고 있는 국가들을 중심으로 더 큰 범위의 공유가치 창출을 실현하고자 하며, 인도네시아에 IT 교육 복합공간을 마련할 예정입니다.



## Dream Together

Dream Together는 기업간 네트워크를 통한 3세대 사회공헌 활동으로 kt, KBS, 하나투어, 비룡소 등 현재 24개의 국내 주요 기업과 기관들이 참여하고 있습니다. 국내 최초로 지역아동센터 전용 캠프장인 양평 새싹꿈터를 2012년 5월 개소하였으며(1,200명의 아동 이용), 장성에 새싹꿈터 2호를 준비하고 있습니다.



**올레대학생봉사단** | 2013년부터는 대학생봉사단 2.0을 추진하여 별도 CSV팀을 선발하여 사회적 기업 및 사회혁신 관련 교육 및 창업 지원 프로그램을 기획, 진행하여 차별화된 활동을 진행하고 있습니다.

### ■ 2012년 올레대학생봉사단 활동 실적

| 단위 : 시간 |

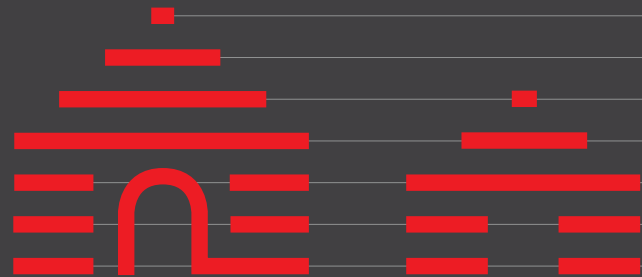


### \*올레대학생봉사단 해외파견 :

2012. 1 베트남 하노이

2013. 1 인도네시아 족자카르타

# Society



## kt 사회공헌 3.0



### 소리찾기 사업

kt는 2003년부터 소통에 어려움을 겪는 저소득층 청각장애 아동들에게 소리를 되찾아주는 'kt 소리찾기 사업'을 이어오고 있습니다. 2012년 말까지 총 136명의 아동들에게 인공와우 수술과 재활치료를 지원하였고, 수술이 힘든 248명에게 디지털보청기를 지급하는 등 총 413명에게 지원을 하였습니다. 또한 'kt-세브란스 청각재활센터'를 구축하고 그 안에 'kt 꿈품교실'을 열어 언어치료와 음악치료, 자신감 교실, 예술 놀이 치료 등의 교육도 제공하고 있습니다.



### 올레스퀘어

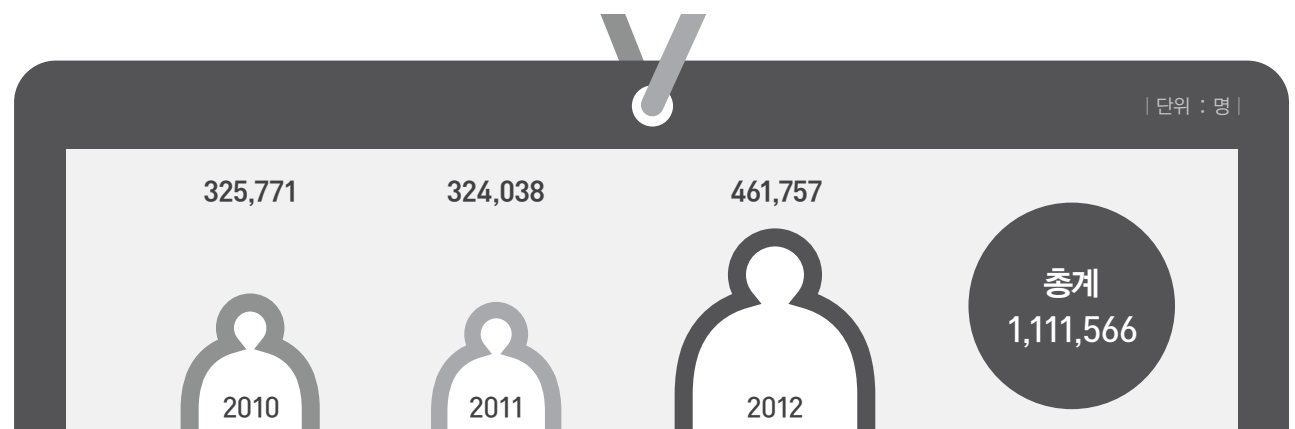
IT 체험 복합문화공간  
600회 공연(10만 명 관람), 300만 방문

### kt체임버홀

클래식 전문공연장(클래식의 대중화에 기여)  
35,000명 이상 관람, 연간 24회



### IT 서포터즈 | IT 지식나눔을 수행하는 kt의 전담 직원 봉사단



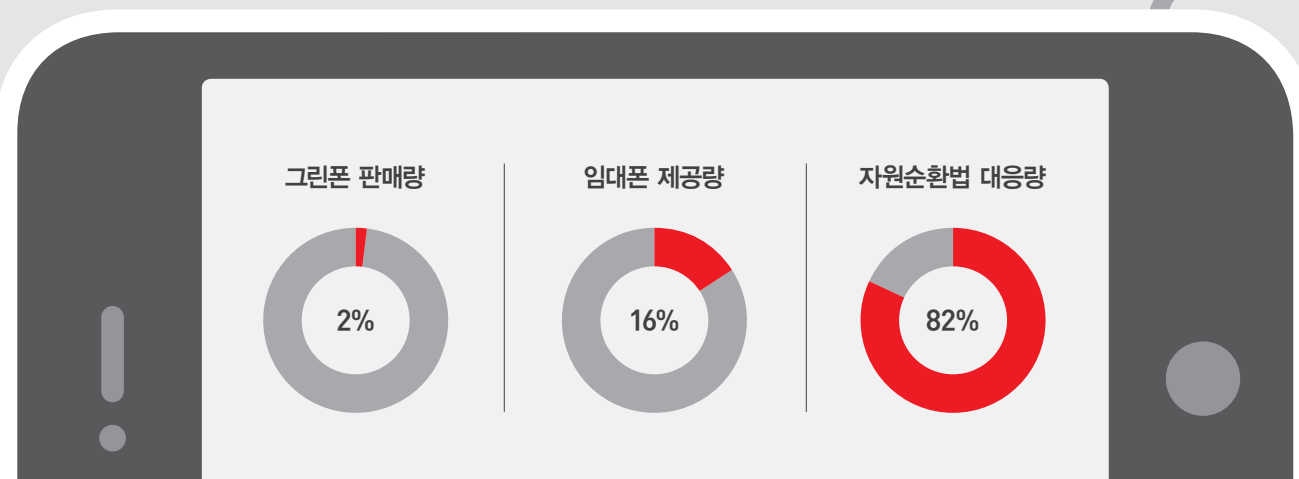
# Customer



## 올레그린폰

kt는 중고폰도 스마트하게 이용하기 위해 매입된 '장롱폰'도 재생산을 거쳐 다시 고객들에게 저렴한 가격으로 되파는 중고폰 유통의 선순환 구조를 만들었습니다. 또한, 이용자들간 중고기기를 안심하고 거래할 수 있는 안정적인 거래 유통망 확보, 중고폰으로 가입할 수 있는 저가 요금제 런칭, 중고폰 외관세척과 기능점검을 제공하는 '올레 그린폰클리닉' 서비스, 지자체 등 업계 최대의 행사지원 및 임대채널, 단말운영을 통하여 고객 편익개선을 이끌어 왔습니다. 이처럼 '올레 그린폰' 서비스가 중고폰 활성화와 환경보호 공로를 인정받아 친환경 '로하스(LOHAS) 인증'을 받았습니다.

### ■ 올레그린폰 판매량, 제공량, 자원순환법 대응량



## 긴급복구훈련

국가기반의 시설 백업시스템 구축 등 복구대응 체계와 프로세스를 수립하여 내/외부 보안사고 및 물리적 피해 발생 최소화 노력했으며, 불가항력적인 재해와 재난 등으로 서비스가 중단되는 경우에 대비하여 매년 자체훈련과 정부간 합동 훈련을 시행했습니다. 이러한 활동은 지난 2012년 여름철 기간 수도권 집중호우, 태풍 볼라벤 정전 등의 국가적인 통신재난 발생 즉시 위기대응 체계에 따라 방송통신위원회 등 정부기관간 유기적 협업으로 지역적 통신 고립 해소 및 비상 발전으로 뛰어난 위기 대처 능력을 발휘하였습니다. 위와 같은 활동으로 행정안전부 주관 "2012년 국가기반체계 재난관리 평가"에서 kt는 차별화된 보호활동과 상황발생시 우수한 대응 역량 강화 노력을 높게 인정받아 국가기반시설 관리기관 중 최우수 기관으로 선정되었습니다.



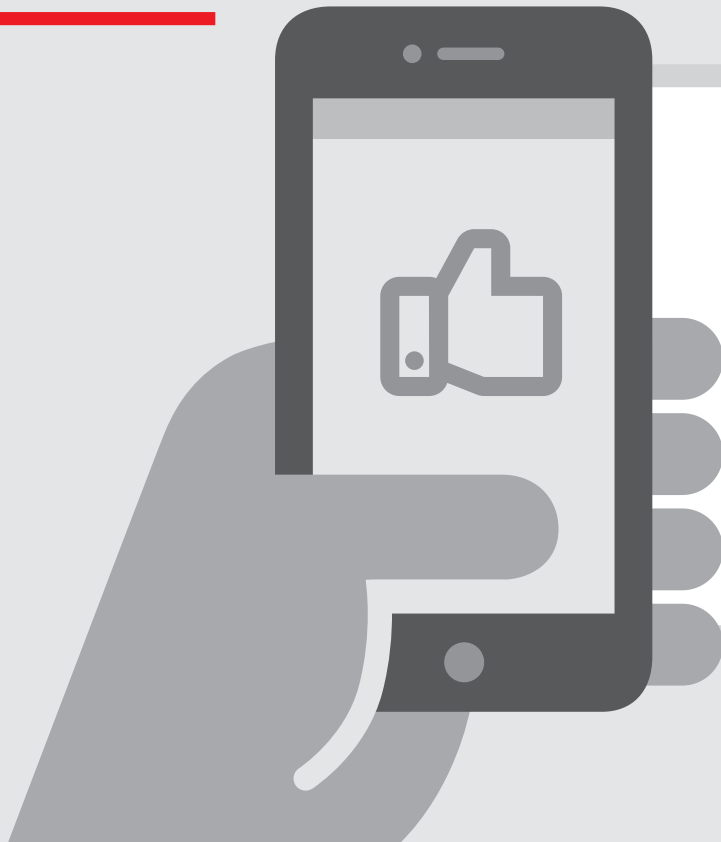
## 편의성 향상

기존 스팸 문자 차단을 위해 스팸 문구 및 URL을 실시간으로 시스템에 등록/관리를 추진하여 고객불만을 감소시켰습니다. 또한, 올레스팸차단 어플을 통해 휴대폰 주소록(연락처)에 저장된 전화번호에서 보낸 문자는 차단되지 않는 주소록동기화 기능, 고객이 허용 등록한 문구가 포함된 문자는 차단되지 않고 받을 수 있는 허용문구 등록 기능을 업데이트 하였습니다. 스팸 확률이 있는 문자에 대하여 지능적으로 판단하여 차단해 주는 스마트차단 기능은 고객의 편의에 따라 차단레벨을 설정할 수 있도록 함으로써 스팸을 지속 차단하고 고객의 편의성을 향상시켰습니다.

# Customer



## SNS 운영



초기 정보전달형 콘텐츠에서 참여형, 공감형 콘텐츠를 지속 발굴하여 2012년 소셜 사진작가 캠페인 '나는 사진작가다', 한국통신연대기 캠페인 '대한민국 통신 연대기', 참여형 다이어리 제작 캠페인 '2013년 소셜 디지털 다이어리' 등 소셜미디어의 PR 및 Marketing 활용 선두 분야를 꾸준히 이어가고 있습니다. 또한, CS분야에서는 SNS CS 채널을 페이스북까지 확대하여 일 평균 1천여건의 고객 문의를 처리하였으며, 이를 '올레24時' 캠페인을 통해 고객의 공감을 이끌어내었습니다.

## IT 보안 / 고객정보보호



2012년도에는 최고의 보안 전문가를 대거 확충하여 디지털 포렌식(Digital Forensic) 분석이 가능한 전담 조직을 신설하여 사고예방, 상시 분석 기술지원 등을 하고 있습니다. 또한 그룹사 정보보호 컨설팅 지원 및 시스템 보안진단 활동을 통해 그룹사에 대해서도 개인정보 유출 예방, 침해사고 대응을 통한 고객의 정보보호에 최선을 다하고 있습니다.

2013년도에는 ISP(Internet Service Provider) 및 보안관제 분야 등에 대하여 국가가 공인하는 정보보호관리체계인 ISMS(Information Security Management System) 인증을 취득하고 있습니다.

### ■ 고객정보보호 실효성 제고

| 성별              | 2010년 | 2011년 | 2012년 |
|-----------------|-------|-------|-------|
| 정보보호 교육 임직원 수료율 | 91%   | 91%   | 93%   |



## 다양한 채널 구축

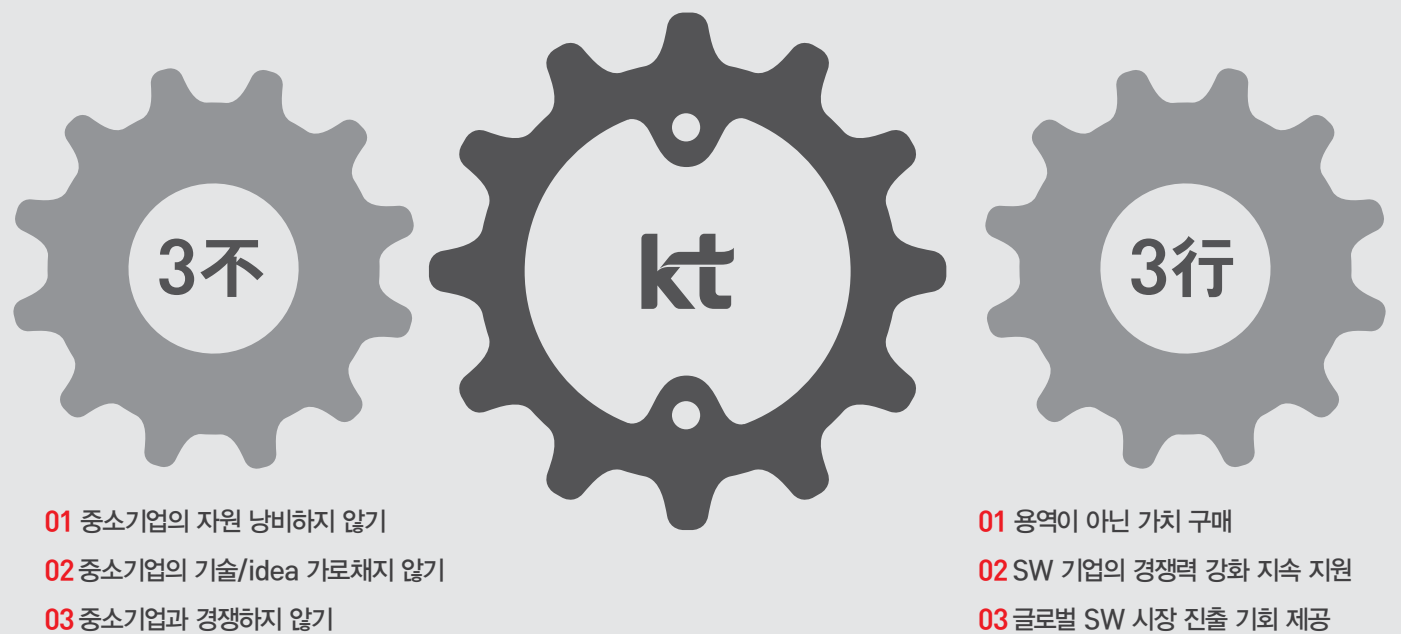
음성통화에 어려움을 겪는 청각, 언어 장애인들이 통신서비스에서 소외되지 않도록 무선상품 분야에 이어 유선상품 분야에서도 통신업계 최초로 '화상 수화상담센터(070-8880-8088)'를 2012년 10월 오픈하였습니다. 또한, ARS 이용에 어려움을 겪는 65세 이상 시니어 고객을 위해 상담사 직접 연결서비스를 제공하여 전담 상담사를 통해 kt의 통신 서비스와 관련된 모든 궁금증들을 해결할 수 있도록 하였습니다.

# Supplier



## 3불·3행

kt는 이미 kt의 공사와 물자를 담당하는 중소기업을 위한 3불 정책과 소프트웨어 개발 중소기업 및 벤처기업을 위한 SW 3행 정책을 발표하여 이를 지키고 있습니다. 이제 kt는 자립형 상품화 체계 구축, 다양한 SW Market 연계, 사회전체의 지원 협력을 목표로 'SW 가치혁신 생태계 구축'을 위해 노력하고 있습니다. 가치구매의 대상과 영역을 확대하고 SW 개발체계의 변화를 유도할 뿐 아니라 개발된 SW의 상품성 강화 및 다양한 시장채널 활성화를 통해 중소기업의 판로개척을 지원하고자 합니다.



### 협력사 만족도

kt는 2005년부터 공정거래, 협력도, 동반성장제제분야에 대해 협력사들을 대상으로 다면평가를 연 2회 실시하여 상대적으로 부진한 분야에 대해서는 지속적으로 개선노력을 기울인 결과 2012년 상반기에는 86.9점, 하반기 89.0점으로 나타나 전년에 비해 협력사 만족도가 4점 이상 상승하였습니다.



### 찾아가는 동반성장 간담회 개최

kt는 2012년부터 구매담당임원이 직접 협력사를 찾아가 생산품질관리 및 자재관리 현장을 둘러보고 협력사들이 느끼는 애로·건의 사항 등 동반성장이슈를 해결하는 활동을 하고 있습니다. 2012년에는 55개사를 방문하여 광케이블 및 케이블 드럼규격을 변경하여 협력사들의 재고관리비용 절감과 3.2억 원의 매출증대 등 26건의 애로·건의사항을 해결하였습니다. 2013년에는 140개사 이상을 방문할 예정이며 협력사 포털에 kt구매전략실장과 직접 소통할 수 있는 CPO제언채널을 구축하여 협력사와의 커뮤니케이션을 더욱 활성화 할 계획입니다.

# Supplier



## 지속가능 공급망 관리체계 구축

kt는 지속성장을 위한 강건한 기업생태계 구축을 위하여 Portugal Telecom, Telefonica, BT 등 유럽 선진 Telco의 모범사례 벤치마킹 및 글로벌 스탠다드를 반영하여 2012년에 국내 통신기업 최초로 협력사의 지속가능경영 가이드라인을 수립하고 평가체계를 구축하였습니다. 이를 통해 kt와 거래중인 협력사가 경영을 영위해 나감에 있어서, 사회적 책임과 역할을 다하며 공급망 상에서 발생 할 수 있는 리스크를 사전에 예방하고, 상호 지속가능한 기업으로 동반성장해 나갈 수 있는 기반을 마련 하였습니다. 2013년부터 kt와 거래중인 협력사들이 지속가능경영 가이드라인(평가체계, 모범사례, 최소 실천 요구사항)을 준수하도록 하고, 환경, 사회, 제품, 경영분야의 지속가능 역량평가와 지속적인 교육/컨설팅 지원을 통해 지속가능 공급망 관리체계를 내재화 해 나갈 것입니다.

### 지속가능 공급망 관리체계

| SCM                                                                             |                           |                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|----------------------------------|
| 구분                                                                              | 물자 협력사                    | 정보통신공사 협력사                       |
| <div> <div> <div></div> </div> <div> <div></div> </div> </div> 협력사수             | 170개사                     | 276개사                            |
| <div> <div> <div></div> </div> <div> <div></div> </div> </div> 협력사 지속가능<br>평가지표 | ESG+Product(제품)<br>48개 지표 | ESG+Construction(공사안전)<br>36개 지표 |
| <div> <div> <div></div> </div> <div> <div></div> </div> </div> 비고               | 등급제 평가반영 (5점)             | 재선정 평가반영 (1점)                    |

\* ESG :  
Environment(환경)  
Social(근로, 인권, 사회공헌)  
Governance(윤리, 리스크관리)



### 외부 아이디어 제안 및 보상

스마트폰 아이디어의 사업화를 위해 스마트 앱 분야에 40억 원 규모의 펀드를 조성하고, 영상, 음악 및 뉴미디어 등 Virtual goods 에 600억 원을 투자해 중소기업 기술 개발을 적극 지원할 계획입니다.



### 해외시장 동반진출 등 협력사 매출확대 지원

kt는 우수한 국내 협력사와의 공동 사업개발로 해외시장 공동진출 기회를 확대하고 있습니다. 2009년에는 12개사와 15건 264억 원, 2010년에는 23개사와 13건 790억 원, 2011년 4개사와 4건 13.7억 원, 2012년 9개사와 9건 168억 원 규모의 공동 프로젝트를 추진하였습니다.

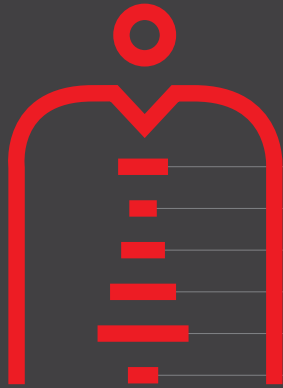


### 경영지원 및 생산성 개선 지원

2012년부터 산업통상자원부(구 지식경제부)와 공동 출연을 통해 10개 협력사를 대상으로 생산성혁신 파트너십 지원사업을 추진하여 경영 및 생산성 개선활동을 지원하였고, 경영닥터제를 도입하여 대기업 경영인 출신의 컨설턴트가 정기적인 방문을 통해 협력사 경영진의 애로사항 해결 및 경영혁신 활동을 지원하였습니다.



# Employee



## 임직원 현황

\* 2012년 12월 말 기준이며, 상무보, 전문경력직이 포함된 숫자입니다.

| 성별  | 정규직    | 계약직 | 기타  | 합계     | 평균근속년수 |
|-----|--------|-----|-----|--------|--------|
| 남자  | 26,579 | 417 | 165 | 27,161 | 19.4   |
| 여자  | 4,757  | 263 | 5   | 5,025  | 17.5   |
| 총합계 | 31,336 | 680 | 170 | 32,186 | 19.1   |

| 단위 : 명 |

| 단위 : 년 |

## 열린 포상제 운영

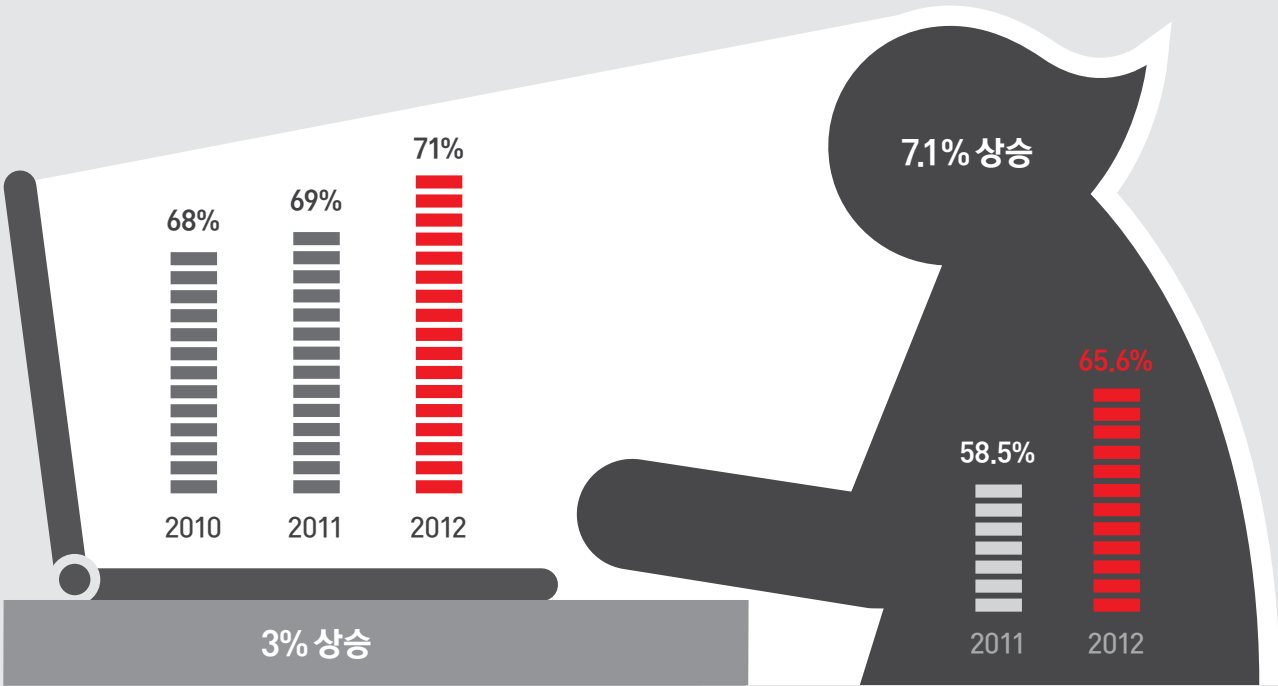
kt는 성과에 따른 공정한 보상 및 부서 이기주의(silo effect) 해소를 통한 장기성장 역량 확보를 위해 열린 포상제를 도입하여, 동료 를 직접 추천하고 투표할 수 있는 전사원 공개 포상사이트를 2012년부터 운영하고 있습니다. 뿐만 아니라 남 모르게 선행을 쌓으며 이웃과 더불어 살아가는 사회공헌 우수 직원들을 기리고 격려하기 위해 "아름다운 kt인"이라는 포상제도를 마련하였습니다.

## 직원 몰입도

2010년부터 측정하기 시작한 직원 몰입도는 부족한 영역을 지속적으로 개선하고 있습니다. 부서별로 분석 보고서를 공유하고 자체 개 선을 위한 양방향 소통도 멈추지 않고 있습니다. 그 결과 매년 몰입도가 상승하고 있으며, 특히, 여성 직원의 몰입도는 스마트워킹, 육아 휴직제도, 직장보육시설 운영 등 여성 배려 정책들의 적극적 실행으로 더 높은 상승률을 보이고 있습니다.

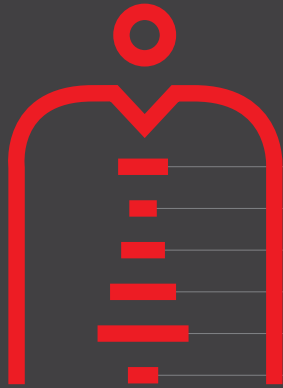
■ kt 직원 몰입 수준 결과

■ kt 여성 직원 몰입 수준 결과





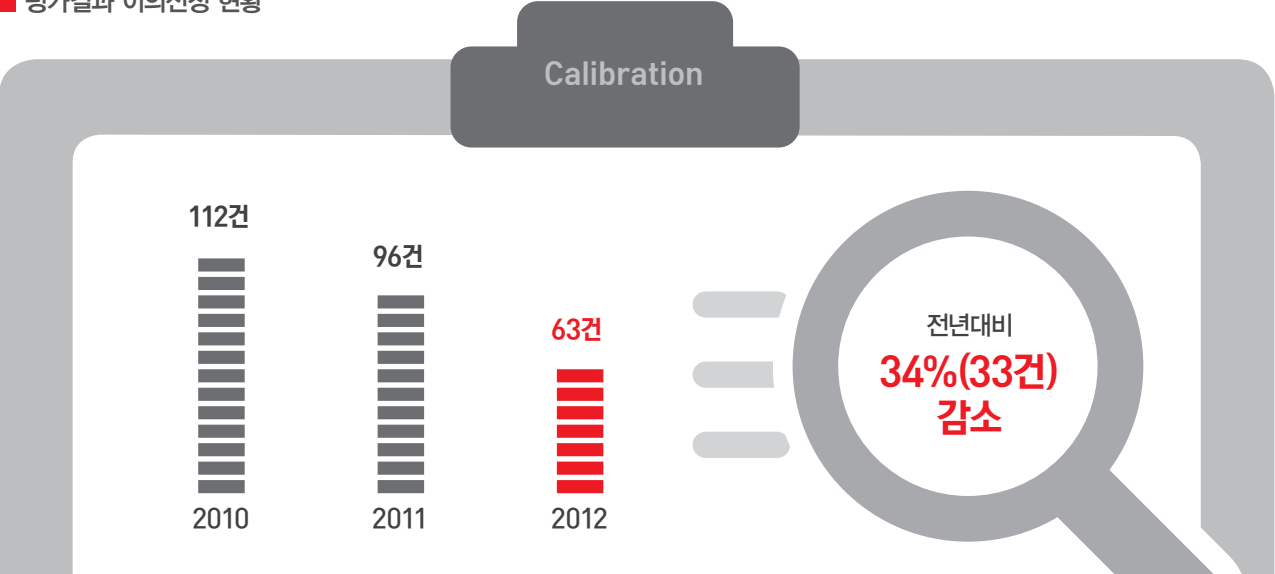
# Employee



## 평가의 공정성

2012년에는 평가자간 협의 평가제도인 Calibration제도를 신규 도입하였습니다. Calibration제도란 평가자간 Open Discussion을 통해 독단적 평가오류를 방지 및 평가 공정성 제고를 목적으로 하는 제도입니다. 이러한 Calibration제도 도입의 결과로 직원의 평가의 수용성이 제고되었고, 그 결과 평가 이의신청 건수가 전년대비 34%(33건) 감소하였습니다.

■ 평가결과 이의신청 현황

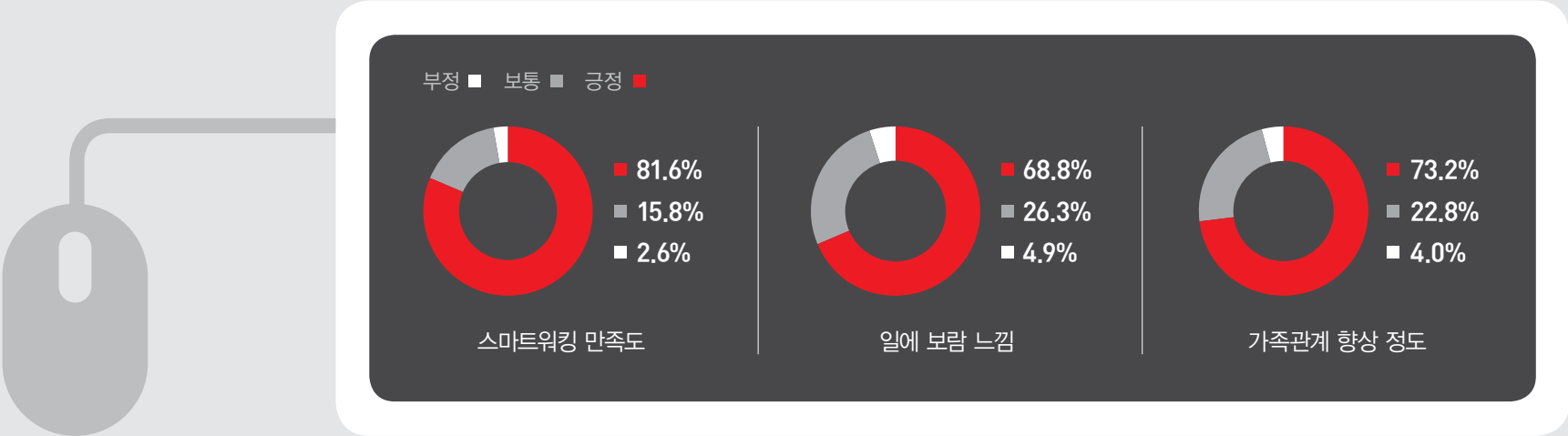


## 스마트워킹

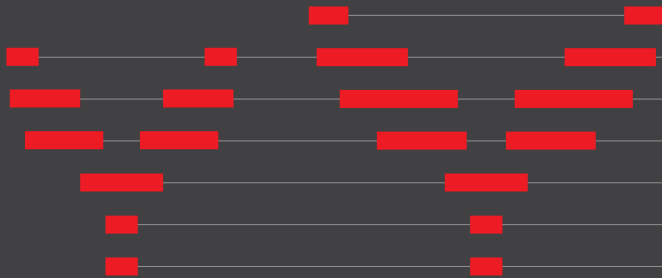
**\* 스마트워킹 :**  
스마트워킹이란 IT시스템을 기반으로 자택, 스마트워킹센터 등 본인의 근무장소를 자유롭게 선택하여 근무하는 kt의 혁신적인 근무제도입니다.

'일하는 방식의 혁신과 일과 삶의 조화'를 위해 2011년 4월부터 전 직원을 대상으로 추진한 스마트워킹은 도입 2년이 지난 지금 kt 기업문화의 중요한 축으로 자리잡고 있습니다. 자택이나 집 근처 사무실(스마트워킹센터) 등 본인이 원하는 장소에서 일할 수 있는 '원격근무제'를 시행하고 있고, 출퇴근 시간과 근무시간을 조정할 수 있는 '선택근무시간제'도 운영하고 있습니다. 특히, 13세 이하의 자녀가 있는 직원에게는 주 3일 재택근무를 장려하는 'Smart Family' 프로그램을 운영하여 직원들의 큰 호응을 얻고 있습니다. 또한, 불필요한 출퇴근을 없애고 실시간 고객과의 접촉을 위해 현장으로 출근하고 현장에서 퇴근하는 '직출직퇴제'와 함께 영업/개통/AS 직원이 이동하면서도 업무를 처리할 수 있는 '이동근무제(mobile office)'도 라인업 하는 등 다양한 근무형태를 제공하고 있습니다. 제도 운영과 더불어 불필요 업무 제거를 위한 'Work Diet', 업무 추진의 'Basic Rule' 및 '프로세스 정립' 등 일하는 방식의 혁신과 병행하여 스마트워킹의 완성도를 높여가고 있습니다.

■ 스마트워킹 만족도 조사 결과



# Environment

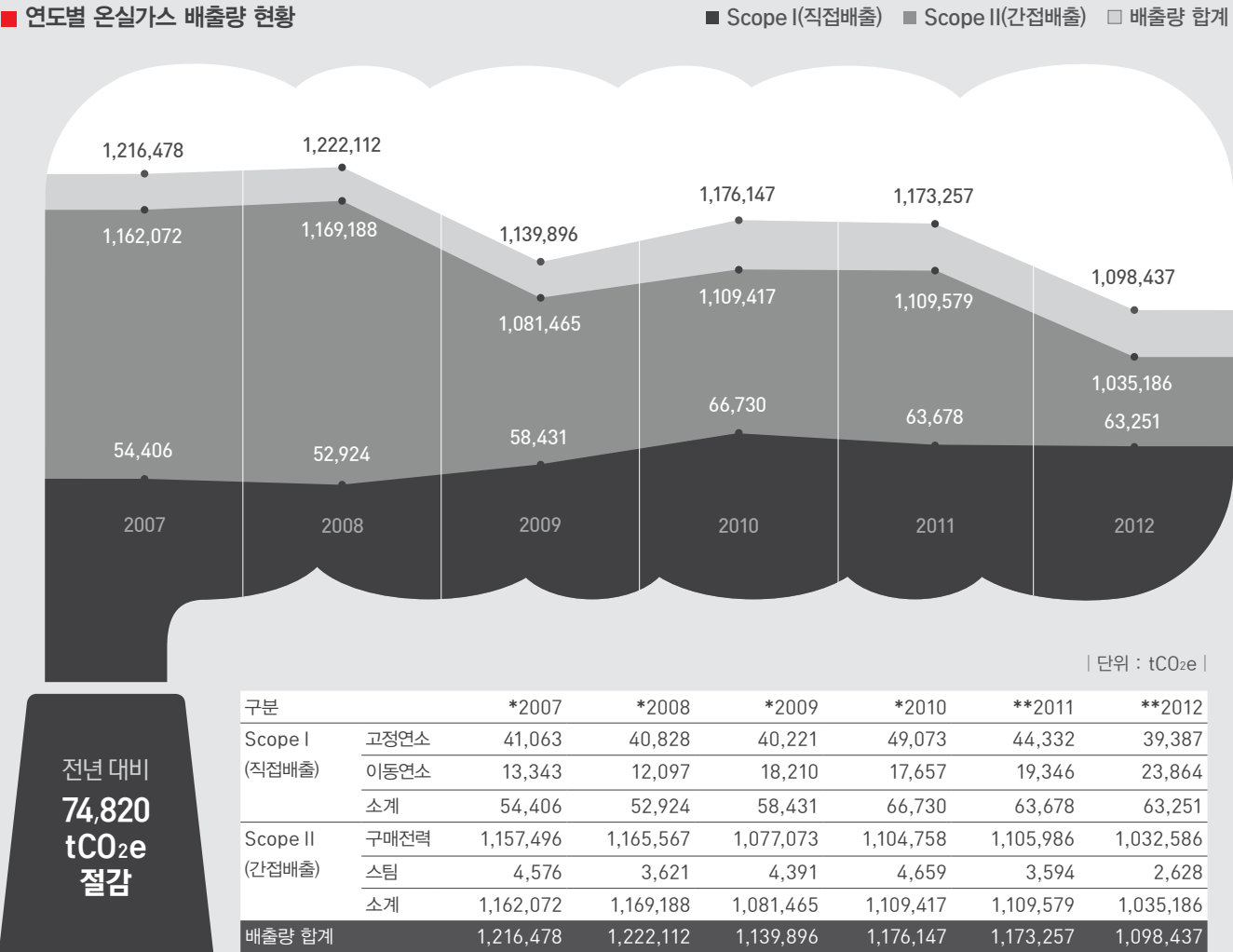


## Smart Green 빌딩 서비스

kt는 에너지 사용 현황을 실시간으로 분석하여 사용량을 예측(Predict)하고 지침(Indicate), 추종(Tracking)하도록 하는 시스템을 구축하여 스마트하게 에너지를 관리하여 운영 비용을 절감하는 BEMS(빌딩에너지 최적화 솔루션)을 고객들께 제공하고 있습니다. kt는 스마트그리드와의 연동으로 건물 설비의 효율을 높여 고객에게 새로운 부가가치를 제공하고 있으며, 방송통신업계 최초로 전력절감 유도 기술인 '녹색기술 인증'을 획득하였습니다. 2012년에는 서초 부띠크모나코와 구로 이마트, BC카드 퓨처센터에 시스템 구축을 완료하였습니다. 2013년에는 에너지 진단 컨설팅에서 구축 및 유지보수까지 진행하는 ESCO사업과 energyFM 솔루션 내 재화를 추진할 예정입니다.

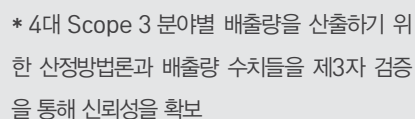
## 온실가스 배출 저감

kt는 사업장 단위로 정확하게 에너지를 관리하고 낭비 요소들을 줄여나가기 위해 전사적인 QA/QC(Quality Assurance/Quality Control) 가이드라인을 수립했습니다. kt는 지속적으로 증가하고 있는 유무선 트래픽을 효과적으로 대응하기 위해 CCC(Cloud Computing Center), Simple 네트워크 Re-Design, All-IP 네트워크 등의 첨단 기술들을 도입하여 전년 대비 74,820 tCO<sub>2</sub>e를 절감하는데 성공했습니다.





## kt Scope 3 온실가스 관리



# 2013 keep dreaming together 통합본



## kt's Sustainability Management

kt at a Glance | kt가치체계 | 중기 전략 방향 | 투명한 지배구조 | 지속가능경영 | 윤리경영 | 리스크 관리



홈페이지



요약본



# kt's Sustainability Management

## kt's Sustainability Management

kt at a Glance | kt가치체계 | 중기 전략 방향 | 투명한 지배구조 | 지속가능경영 | 윤리경영 | 리스크 관리

홈페이지  
요약본

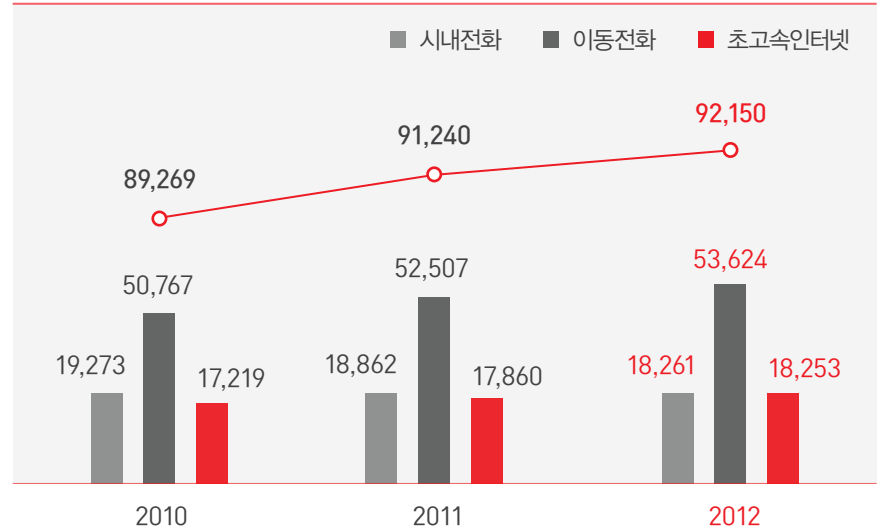
# kt at a Glance

1981년 한국전기통신공사로 시작한 kt는 2009년 이동통신 자회사인 KTF와 합병하고, 국내 최초로 스마트폰을 도입함으로써 스마트 시대를 선도하고 있습니다. 나아가 통신, IT, 미디어, 콘텐츠를 융합한 다양한 컨버전스 서비스를 제공하여 사람과 사람, 사람과 사물이 서로 소통하고 연결되는 Smart Life를 제시하고 '글로벌 ICT\* 컨버전스 리더'로 앞장서고 있습니다. 특히, 올레 경영 2기를 맞이하여 kt는 스마트 네트워크와 클라우드 인프라를 기반으로 언제 어디서나 자유롭게 Virtual Goods를 생산-유통-소비할 수 있는 '글로벌 Virtual Goods 유통 그룹'으로 변화하고 있습니다. 이와 함께 사회 환경적 책임을 다하는 기업이 되고자 노력하고 있습니다.

\*ICT : Information, Communication, Transaction

## 2010~2012 이용자수

(단위 : 천 명)



회사명 kt

설립연도 1981년 12월 10일

대표이사 이석채

본사소재지 경기도 성남시 분당구 정자동 206

## Communication

kt sat - 방송통신  
kt m&s - 통신기기 판매 및 임대업  
kt linkus - 통신업  
kt powertel - 전기통신  
kt서브마린 - 전문직별 공사업  
ktis - 콜센터 운영 및 구축  
ktcs - 콜센터 운영 및 구축

## Media/Contents

kt skylife - 위성방송, 미디어 산업  
kt media hub - 서비스 : 뉴미디어, 콘텐츠  
kt music - 온라인음악서비스, 디지털콘텐츠 개발, 제작, 유통  
kt mhows - 기타 전문, 과학 및 기술 서비스업  
kt innoedu - 교육 서비스업  
nasmedia - 온라인 광고 대행  
한국HD방송 - 영상, 오디오 기록물 제작 및 배급업

## IT Service

kt networks - 전기통신, 별정 및 부가통신  
kt telecop - 시설경비 및 기계 경비업  
kth - 전기통신, 정보서비스(인터넷)  
kt ds - 정보통신서비스 구축 및 유지보수

## Convergence

비씨카드 - 금융업  
kt rental - 종합 렌탈업  
kt capital - 금융업  
kt estate - 부동산업  
kt commerce - 전자상거래 외  
H&C네트워크 - 사업지원 서비스업  
이니텍 - 출판업  
브이피 - 금융 및 보험 관련 서비스업  
스마트로 - 금융 및 보험 관련 서비스업

## kt's Sustainability Management

kt at a Glance | kt가치체계 | 중기 전략 방향 | 투명한 지배구조 | 지속가능경영 | 윤리경영 | 리스크 관리

홈페이지  
요약본

# kt 가치체계

kt는 기존 틀에서 벗어난 발상의 전환을 통해 합병 시너지를 고객가치 향상으로 유도하고자 '올레(olleh)'경영을 선포하였습니다. 미래 관점의 혁신적 사고를 통해 고객 및 이해관계자와 상생하고자 하는 'olleh 경영'은 글로벌 ICT 컨버전스 리더로 도약하기 위한 kt의 경영방향입니다. 그리고 그 연장선 상에서 '글로벌 Virtual Goods 유통 그룹'으로 도약하고자 합니다.

### kt 가치체계 피라미드



1) Always Connected : 기존 기업이념인 '정보·통신·인간의 융화'를 현대적 의미로 해석  
2) ACTION : All for Customer, Collaboration, Trust, Innovation, Ownership, Now

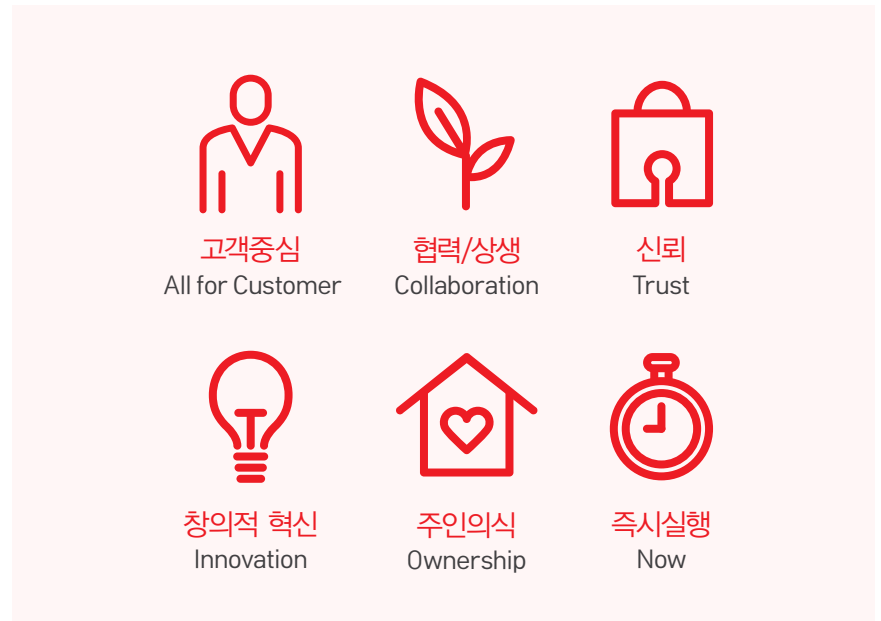
### 경영이념 및 경영방향

olleh 경영이란 발상의 전환과 끊임없는 소통을 통해 지속적인 혁신을 꾀하여 새로운 가치를 창조함으로써 고객에게 최고의 기쁨을 드리 기 위한 통합 kt의 신(新) 경영방향입니다. 기존의 발상을 뒤집어 미래의 서비스를 앞당겨 제공함으로써 고객이 "olleh"라고 환호하게 하자는 다짐이기도 합니다. 이를 통해 kt는 고객을 위해 생각을 뒤집어 보는 회사(역발상경영), 고객의 꿈을 실현하는 회사(미래경영), 고객의 마음을 읽는 회사(소통경영), 고객이 환호하는 회사(고객감동경영)가 되겠습니다.

### 핵심가치

kt는 실행 중심으로 회사를 변화시켜 나가는 것이 중요하다는 인식 하에 고객중심, 협력/상생, 신뢰, 창의적 혁신, 주인의식, 그리고 즉시실행을 의미하는 6가지 행동양식인 'A.C.T.I.O.N.'='New kt Way'를 바탕으로 모든 경영 활동을 전개하고 있습니다.

### A.C.T.I.O.N. = New kt Way



| 프로세스          | 조직체계                 | 지원                     |
|---------------|----------------------|------------------------|
| 빠르고 실행력 있게 변화 | 목표지향적인 책임경영<br>체제 확립 | 철저한 전문성과 높은<br>생산성을 보유 |



## 중기 전략 방향

“Virtual Goods의 새로운 세상을 열어,  
국가 창조경제를 선도하는 글로벌 ICT 컨버전스 리더로 도약”



kt는 전통적인 통신 사업자의 틀을 벗어나 Virtual Goods 시장을 선도하는 ICT 기업으로 변화하기 위한 준비를 마쳤습니다. 기업 체질 개선, 투명한 기업 문화 정착, 비통신 컨버전스 사업 확장, 그리고 젊은 인재 양성에 힘을 쏟아 왔으며, 이러한 혁신과 노력은 대외적으로도 높이 평가되어 미래의 성공 가능성을 보이는 주목 받는 기업으로 인정받고 있습니다.

이제 kt는 강력한 유무선 브로드밴드와 클라우드 등의 ICT 역량을 기반으로 다양한 콘텐츠, 앱, 솔루션 등이 글로벌 시장을 대상으로 자유롭게 유통되는 Virtual Goods의 새로운 세상을 열어가고자 합니다. 이를 위해, kt는 지난 2012년 올레경영 2기의 출범과 함께 '글로벌 Virtual Goods 유통 그룹으로의 도약'을 대내외에 선포하였습니다. 우선, 혁신적인 네트워크 엔지니어링 역량을 바탕으로 유무선 네트워크의 컨버전스화를 실현하여 모든 디바이스가 'seamless\*'하게 연결되는 All-IP 시대를 선도해 나갈 것입니다. 그리고 미디어, 콘텐츠, IT 서비스 등 다양한 컨버전스 영역에서 Virtual Goods를 발굴/육성하여 글로벌로 유통시키는데 역량을 집중할 것입니다. 특히, 이미 진출한 금융, 보안, 렌탈 영역과 더불어, 새롭게 부각되는 광고, 교육, 헬스케어,

에너지 영역 등에서 새로운 ICT 컨버전스 사업 육성을 위한 투자를 확대해 갈 것입니다. 그리고, 글로벌 사업자와의 전략적 파트너십을 통해 국내에서 성공한 사업 모델과 핵심 역량의 해외 진출을 적극 추진하여 글로벌 사업자로 변화해 나갈 것입니다.

\*seamless : 끊어짐이 없이 매끄럽게 이어짐

이러한 kt의 경영방향은 비단 kt의 성장에만 국한되지 않고, 국가 경제의 새로운 성장동력을 창출하여 제2의 대한민국 ICT 르네상스를 이끌어 나가기 위한 노력입니다. 이를 위해, Virtual Goods와 ICT 컨버전스 산업 생태계 구축과 동반성장을 위한 콘텐츠 New Deal 5대 약속, 동반성장 3불 정책, 소프트웨어 3행 정책, 오픈 에코노베이션 확대 등을 강력하게 추진하고 있습니다. 이러한 노력과 투자는 관련산업의 활성화와 사업기회 확대, 양질의 일자리 창출로 이어져 창조적 젊은 인재들에게 새로운 성장의 무대를 제공하게 될 것입니다. 이와 더불어, 그룹 ICT 역량을 활용한 소외계층 대상의 e-러닝, e-헬스케어 확산과 사회적 기회 격차 해소에도 더욱 노력을 기울여 사회적 책임과 역할을 확대해 나갈 것입니다.



## kt's Sustainability Management

kt at a Glance | kt가치체계 | 중기 전략 방향 | 투명한 지배구조 | 지속가능경영 | 윤리경영 | 리스크 관리



## 투명한 지배구조

kt는 2002년 민영화 이후 전문 경영인 체제와 독립적인 이사회를 중심으로 국제표준(Global Standard)에 부합하는 기업지배구조 모범규준 권고안을 대부분 채택하고 있습니다. 최고경영자와 이사회 의장의 역할을 분리하여 경영에 대한 객관적이고 독립적인 지배체계를 구축하고 있으며, 'kt 기업지배구조헌장'을 제정·선포하고 지배구조위원회를 신설하는 등 지배구조 개선에 노력하고 있습니다. 그 결과 한국기업지배구조원(CGS) 주관, 기업지배구조 평가에서 대상(2010년)에 선정된 바 있으며, 2012년에는 ESG(Environment Social Governance) 평가에서 지배구조 부문에 대해 최상위 등급인 A+등급을 받았습니다.

### 이사회 구성 및 운영

kt 이사회는 사내이사 3명, 사외이사 8명 총 11명의 이사로 구성(2013. 3. 31. 기준)되어 있습니다. 3년 임기의 사외이사는 임기가 만료되는 사외이사를 제외한 사외이사 전원, 사내이사 1인으로 구성된 사외이사후보추천위원회가 전문성과 경영 리더십을 가진 분들을 선임하고 있습니다. 이사회 의장은 사외이사 중에서 선임되며, 임기는 1년입니다. 이사회 내에는 5개의 상설 위원회(지배구조위원회, 감사위원회, 평가및보상위원회, 경영위원회, 내부거래위원회)와 2개의 임시 위원회(CEO추천위원회와 사외이사후보추천위원회)가 있습니다. 이사회는 필요한 경우 별도의 위원회를 추가 설치할 수 있습니다. kt 이사회는 이사회회의 효율적인 운영과 이사의 책임성 제고를 위해 이사에 대한 이사회 활동 및 개인 평가를 매년 실시하여 그 결과를 사업보고서에 자율적으로 공시합니다. 이사회는 의결권 있는 재적이사 과반수의 출석과 출석이사 과반수의 찬성으로 결의하고 있고, 상법 또는 정관에서 따로 정한 경우에는 그 기준에 따르고 있습니다.

### 전문경영인 책임경영과 성과 보상 체계

전문경영인의 책임경영 체제를 확립하기 위해 이사회는 CEO와 경영계약을 체결하며, CEO의 보수는 평가및보상위원회에서 결정한 정량평가와 정성평가를 종합한 결과에 따라 결정됩니다. CEO를 제외한 사내이사과 경영임원에 대한 보수는 이사회와 평가및보상위원회에서 결정합니다.

### 이사회 활동 현황

| 구분               | 2010 | 2011 | 2012 |
|------------------|------|------|------|
| 이사회 개최 횟수        | 10   | 12   | 11   |
| 이사회 평균 참석률       | 93%  | 98%  | 97%  |
| 이사회 평가 결과(5점 만점) | 4.3  | 4.6  | 4.5  |

※ 2012년 이사회는 '2012년도 지속가능경영 추진 계획(안)', '그룹 중기전략 및 2013년도 그룹 경영계획(안)' 등 총 68건을 심의·의결

### 이사(사외이사 포함)의 보수 한도 및 현황 (2013. 3. 31. 기준) (단위 : 억 원)

| 구분                    | 2012년 주총승인 한도 | 지급총액 | 1인당 평균지급액 |
|-----------------------|---------------|------|-----------|
| 사내이사(3명)              | 65            | 41.1 | 13.3      |
| 감사위원회 위원인 사외이사(4명)    |               | 2.7  | 0.7       |
| 감사위원회 위원이 아닌사외이사 (4명) |               | 2.7  | 0.7       |

※ 사외이사 인원수는 2012. 4. 20. 중도 사임한 정해방 이사 포함

※ 사내이사 지급총액 중 장기성과급은 예상치 반영

※ 이사회 관련 자세한 사항은 당사 홈페이지 참조 [www.kt.com](http://www.kt.com) (투자정보→이사회)

### 이사회내 위원회 현황 (2013. 3. 31. 기준)

| 구분          | 구성                 | 설치 목적 및 권한 사항                                           |
|-------------|--------------------|---------------------------------------------------------|
| 지배구조위원회     | 사외이사 4인<br>사내이사 1인 | 지배구조 개선에 관한 사항                                          |
| 감사위원회       | 사외이사 4인            | 회계감사 및 업무감사 등에 관한 사항                                    |
| 평가및보상위원회    | 사외이사 4인            | 회장의 경영계약 및 평가 등에 관한 사항                                  |
| 경영위원회       | 사내이사 3인            | 이사회가 경영일반에 관하여 위임한 사항                                   |
| 내부거래위원회     | 사외이사 4인            | '독점규제 및 공정거래에 관한 법률' 및 '상법'에서 이사회 승인 사항으로 정한 특수관계인 간 거래 |
| CEO추천위원회    | 사외이사 전원<br>사내이사 1인 | CEO후보에 대한 조사·심사·주주총회추천 등에 관한 사항                         |
| 사외이사후보추천위원회 | 사외이사 전원<br>사내이사 1인 | 사외이사후보에 대한 조사·심사·주주총회추천 등에 관한 사항                        |

# 지속가능경영

## 지속가능경영 추진방향

kt가 꾸준히 추진해 온 지속가능경영의 결과, 2011년에 이어 2012년에도 유무선 통신분야의 DJSI 글로벌 수퍼섹터리더로 선정되었습니다. 그리고 올레 경영 2기의 출범과 함께 kt의 지속가능경영 또한 새로운 전기를 맞이하고 있습니다. kt는 한류의 유통을 담당하는 IT기업으로 변모하여 새로운 성장 동력을 찾음과 동시에, 그간 구축한 네트워크와 IT기술을 십분 활용한 사회공헌 활동을 추진하고자 합니다. 저소득층 아동과 장애인, 다문화 가정들이 정보사회, 스마트사회에서 소외되지 않도록 하여 사회 갈등을 완화하는데 초점을 맞추고자 합니다. 나아가 새천년개발목표(MDGs)를 실현하기 위한 활동들을 계획하고, 유엔 글로벌콤팩트의 10대 원칙을 준수하여 글로벌 CSR 선도기업으로서의 역할에도 충실하고자 합니다.

## 지속가능경영위원회

kt는 '세계적 선진기업으로 지속발전'을 지속가능경영의 목표를 정하고 고객 및 이해관계자들과의 효과적인 커뮤니케이션을 추구하고 있습니다. 또한 중요 이슈를 경영활동에 반영하기 위하여 윤리경영, 고객경영, 환경경영, 상생경영 및 사회공헌의 5대 우선과제를 설정하고, 이를 효율적으로 수행하기 위한 조직으로 커뮤니케이션실장을 위원장으로 하고 담당 임원을 위원으로 하는 지속가능경영위원회를 운영하고 있습니다. 2011년부터는 이사회에 지속가능경영 실적과 계획을 정기적으로 보고하도록 관련규정에 명문화하였습니다. 2012년 5월 열린 이사회에서 2012년 지속가능경영계획(안)을 의결하였으며, 이사회 내 지배구조위원회에서 추진실적 보고를 접수하며 지속가능경영위원회의 운영체계와의 공식적인 체계를 연결하여 최고경영진이 지속가능경영을 관리하고 있습니다.

## DJSI(다우존스 지속가능성 지수) 글로벌수퍼섹터 리더 선정

kt는 2009년 DJSI\* 아시아 태평양과 DJSI 코리아에 포함된 데 이어 2010년 9월에 다우존스 지속가능성지수(Dow Jones Sustainability Index) World 318개 기업 중 하나로 선정되었습니다. 이어 2012년에는 3년 연속 유선통신분야 DJSI월드 편입 유지에 성공하였을 뿐만 아니라, 2011년에 이어 2012년에도 세계의 여러 우수한 기업들을 제치고 유무선통신 전세계 1위에 해당하는 글로벌수퍼섹터리더에 선정되었습니다.

\*DJSI는 세계 최대의 금융정보 제공기관인 다우존스와 스위스 지속가능경영 평가기관인 SAM사가 공동으로 세계 2,500여 기업들의 지속가능경영 수준을 평가하고 우수 기업을 선정합니다. DJSI에 편입된 기업들의 주식은 '사회책임투자(Socially Responsible Investment)'기금에 우선투자 대상으로 추천됨으로써 안정적이며 장기적인 투자자들을 확보할 수 있습니다.

|                   |                                                           |                 |                                              |         |
|-------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------|----------------------------------------------|---------|
| 이사회               |                                                           | 지배구조위원회         |                                              |         |
| CEO               |                                                           | 올레경영회의          |                                              |         |
| 커뮤니케이션실           |                                                           |                 |                                              |         |
| 지속가능경영위원회         |                                                           | 위원장 : 커뮤니케이션실장  |                                              |         |
| 지속가능경영실무위원회       |                                                           | 5대 과제           |                                              |         |
| 윤리경영              | 고객경영                                                      | 환경경영            | 상생경영                                         | 사회공헌    |
| 그룹윤리경영부문<br>가치경영실 | T&C부문<br>Customer부문<br>G&E부문<br>P&I부문<br>경제경영연구소<br>종합기술원 | 종합기술원<br>네트워크부문 | 인재경영실<br>경영지원실<br>시너지경영실<br>구매전략실<br>커뮤니케이션실 | 커뮤니케이션실 |

| 5대 과제 | 주요 역할                                                         | 실행조직                                            | 이해관계자    |
|-------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------|
| 윤리경영  | 윤리경영 활동, 기업지배구조 개선, 리스크 관리                                    | 그룹윤리경영부문, 가치경영실                                 | 주주       |
| 고객경영  | 서비스 개발, 제품책임, 정보보호 활동, 고객 관리, 혁신경영(상품, 사회혁신), 브랜드 관리          | T&C부문, Customer부문, G&E부문, P&I부문, 경제경영연구소, 종합기술원 | 고객       |
| 환경경영  | 환경정책 및 관리시스템, 기후변화 대응전략, 환경혁신 및 효율성, 에너지 절감                   | 종합기술원, 네트워크부문                                   | 환경(미래세대) |
| 상생경영  | 공정한 인사(HR개발, 인재 확보 및 유지), 고용 및 노사(노동관행지표, 직장 내 건강 및 안전), 공정거래 | 인재경영실, 경영지원실, 시너지경영실, 구매전략실, 커뮤니케이션실            | 임직원/협력사  |
| 사회공헌  | 사회공헌 활동, 공익사업(정보격차 해소), 사회협력(지역투자 및 협력)                       | 커뮤니케이션실                                         | 지역사회(정부) |

## kt's Sustainability Management

kt at a Glance | kt가치체계 | 중기 전략 방향 | 투명한 지배구조 | 지속가능경영 | 윤리경영 | 리스크 관리

홈페이지 | 요약본

## 윤리경영

kt는 윤리경영 인프라를 확충하여 윤리경영이 굳건히 뿌리내릴 수 있도록 노력해 오고 있습니다. 먼저 임직원들이 업무를 수행할 때 윤리경영에 근거하여 업무를 수행할 수 있도록 개별직무윤리를 제정하였습니다. 개별직무윤리는 임직원이 업무를 올바르게, 철저하게, 잘 수행할 수 있도록 하기 위한 행동준칙입니다. 또한 2011년에 이어 2012년에도 kt 임직원과 협력사 임직원을 대상으로 윤리경영실천대상(금상 2명, 은상 3명, 동상 5명, 장려상 10명)을 시상하였습니다. 이외에도 Clean kt 캠페인, Help-line 등의 윤리경영 인프라를 꾸준히 운영하여 kt의 윤리경영이 더욱 발전할 수 있도록 노력하고 있습니다.

## 윤리경영 추진사항

감사위원장 Hot-line 운영

명절 Clean kt 캠페인 시행

윤리경영 실천서약 시행

윤리실천 모니터링을 위한 상시 및 특별 활동

스스로 참여하는 Clean-365 센터 운영

기관장(임원 등)의 직원 대상 윤리경영 교육 직접 시행(윤리직강)

커뮤니케이션 채널(사이버 신문고) 강화

윤리경영 Help-line 운영

## 윤리경영 위반 사항 조치

| 구분    | 2010 | 2011 | 2012 |
|-------|------|------|------|
| 해임 건수 | 7    | 1    | 0    |
| 징계 건수 | 121  | 184  | 255  |

※ 2012년 징계건수가 증가한 이유는 회사의 경쟁력 강화를 위해 과거의 비효율적이고 잘못된 업무방식 찾아내어 개선하고, 업무에 대한 책임을 강화하고 업무과실에 대한 책임을 묻는 직무 감사를 강화한 결과이며, 비리로 인한 징계는 감소하였음

## 윤리경영실천대상

kt 그룹윤리경영부문에서는 윤리실천 우수사례 공유를 통해 윤리의식을 제고하고, kt 그룹윤리경영실천의 모범으로 삼기 위해 2012년 윤리경영실천대상을 시행하였습니다. 이번 윤리경영실천대상에서는 직원, 부사장, 협력사 및 협력사 담당자로부터 추천을 받는 등 추천방법을 다

양화 하였고, kt 임직원뿐만 아니라 협력사 임직원들도 시상하였습니다. 총 171건이 접수되었고 금상 2명(kt 및 협력사 임직원 각 1명)과 은상 3명 등 총 20명이 수상의 영예를 안았습니다. 앞으로도 kt 그룹 윤리경영부문에서는 매년 윤리경영실천대상을 시행하여 윤리경영을 꾸준히 실천하고 있는 kt와 협력사의 임직원들을 포상할 계획입니다.

## 개별직무윤리 제정

개별직무윤리는 업무 수행 과정에서 발생하기 쉬운 태만행위, 무관심, 안일한 태도 등을 바로잡고 업무를 올바르게 철저하게 수행하기 위한 행동준칙을 뜻합니다. 개별직무윤리는 과거에 발생했던 문제사례를 토대로 작성되었으며, 이에 대한 구체적인 해결책과 점검지표를 제시하여 유사 사례의 재발을 방지하기 위해 제정되었습니다. 앞으로 kt는 개별직무윤리를 내재화하여 업무 수행 능력을 글로벌 수준으로 높여 나가겠습니다.

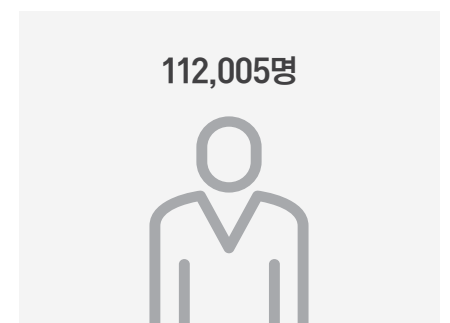


[ 2012년 윤리경영실천대상 시상식 ]

## 2012 월별 윤리경영 직강 주제

| 시기  | 주제          |
|-----|-------------|
| 03월 | kt 개별직무윤리   |
| 04월 | 타사 직무윤리 소개  |
| 06월 | 개별직무윤리의 필요성 |
| 09월 | 전사공통 개별직무윤리 |
| 12월 | 해당업무 개별직무윤리 |

## 2012 누적 윤리경영 직강 이수 직원



직원 1명당 약 3.4번의 윤리경영 직강을 이수

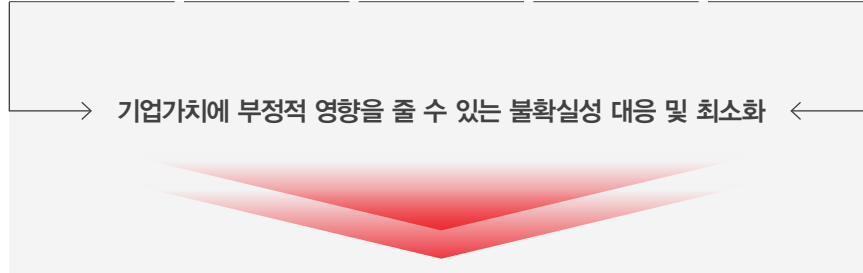
## kt's Sustainability Management

kt at a Glance | kt가치체계 | 중기 전략 방향 | 투명한 지배구조 | 지속가능경영 | 윤리경영 | **리스크 관리**
 홈페이지  
 요약본

# 리스크 관리

통신시장 포화로 인한 경쟁심화, 신성장 동력 발굴을 위한 사업영역 다변화 등 경영환경의 급속한 변화에 따라 경영 리스크의 발생가능성은 증가하고 있습니다. kt는 재무적 리스크는 물론 전략, 운영, 규제 등 모든 리스크 상황에 대응하여 고객과 기업가치 제고를 위한 전사적 위기 관리 체계를 구축하여 운영하고 있습니다.

## 리스크 관리 범주 및 대응원칙

| 리스크 관리 범주                                                                           |                  |                |                |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------|----------------|------------|
| Compliance Risk                                                                     | Operational Risk | Strategic Risk | Financial Risk | Event Risk |
|  |                  |                |                |            |
| → 기업가치에 부정적 영향을 줄 수 있는 불확실성 대응 및 최소화 ←                                              |                  |                |                |            |
| 리스크 대응원칙 RISK                                                                       |                  |                |                |            |
| Rapid & Resolute 신속하고 단호한 조치                                                        |                  |                |                |            |
| Integrity & Initiative 정직하게 공개하고 능동적 대응                                             |                  |                |                |            |
| Specific & Supportive 명확한 대응방향 설정 및 지원                                              |                  |                |                |            |
| Knowledge Accumulative 노하우 축적을 통한 사전예방                                              |                  |                |                |            |

## ERM체계 구축

kt는 2004년부터 전사 관점의 통합적 리스크 관리활동의 중요성을 인식하고 전사 차원의 ERM(Enterprise Risk Management) 전담조직을 운영하고 있습니다. 2010년 이후에는 그룹윤리경영부문에 ERM전담조직으로 RM센터를 신설하여, 전사 콘트롤 타워 역할과 함께 리스크 경영계획 수립, 핵심리스크 관리, 서비스 출시관련 리스크 사전검토, 리스크 관리 문화 확산 등의 사전적 리스크 예방활동을 추진하고 있습니다. 또한, 각 사업부문 및 현장에도 리스크 관리 전담조직을 구성하여 리스크 경영활동의 실행력 강화를 위한 유기적 공조체계를 구축하였습니다.

## 리스크 사전 예방 프로세스

**핵심 리스크 중점 관리** | kt는 경영방향, 연도별 경영목표 등과 연관된 핵심사업에 대한 리스크 요인을 도출하고 관리 전략을 수립함으로써 리스크 사전 예방 활동을 강화하고 있습니다. 전사 핵심 리스크 후보군을 선정(Risk Pooling) 하고, 후보군에 대한 평가를 통해 전사 핵심리스크를 선정합니다. 선정된 리스크에 대해서는 인과관계 분석, 진단 및 개선활동을 추진하고 적절한 대응방향을 도출하여, 리스크 현실화로 인한 기업가치 훼손을 예방합니다.

**서비스 출시 관련 리스크 사전 예방** | kt는 2010년 이후 불완전한 서비스로 인한 고객과 회사의 피해가 발생하지 않도록 '서비스 출시관련 리스크 사전검토' 제도를 운영하고 있습니다. 고객/정보보호/법률/공정경쟁의 관점에서 심도있는 리스크 검토가 이루어지며, 이를 통해 고객에게 무결점 서비스라는 차별화된 가치를 제공하고 있습니다. 2010년 417건, 2011년 602건, 2012년 362건의 서비스에 대한 리스크 검토를 수행하였으며, 지속적인 제도 운영을 통해 경쟁력 있는 서비스 제공은 물론 임직원의 리스크 인식 제고에도 기여하고 있습니다.

**리스크 관리 문화 확산** | kt는 리스크 자체진단 제도를 통해 임직원 스스로 리스크를 발굴하고 대응할 수 있는 환경을 조성하고 있습니다. 사업 수행부서(Risk Owner)가 리스크 요인을 직접 발굴하고 평가함으로써 우선순위에 따른 리스크 대응과 사전예방이 가능한 체계를 마련하였습니다.

이와 더불어, 임직원의 리스크 대응역량 향상을 위한 전문 교육을 실시합니다. 본사, 사업부서 대상의 리스크 전문교육을 운영 중이며, 현장 리스크 관리업무 담당자를 대상으로 온·오프라인교육을 병행하여 임직원의 리스크 관리 마인드 향상에 힘쓰고 있습니다.

## 리스크 사전예방 프로세스

|                |                  |
|----------------|------------------|
| 01 리스크 Pooling | 경영목표 기반의 후보군 도출  |
| 02 리스크 평가      | 후보군에 대한 중요도 평가   |
| 03 리스크 진단      | 인과관계 분석 및 문제점 진단 |
| 04 대응방향 도출     | 개선과제 수행          |



## Dreaming with Shareholder

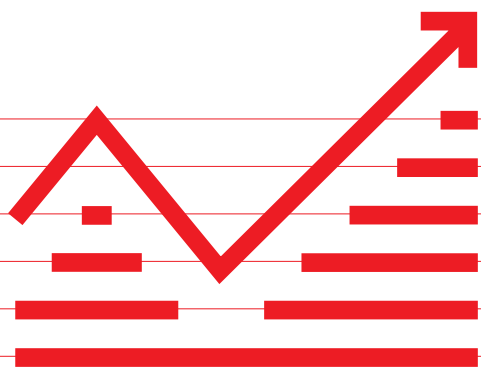
신성장동력 | R&amp;D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적



홈페이지



요약본



# Dreaming with Shareholder

## Vision & Strategy

kt는 글로벌 ICT 컨버전스 리더로서 지난 2012년 올레경영 2기의 출범과 함께 '글로벌 Virtual Goods 유통 그룹으로의 도약'을 대내외에 선포하였습니다. 우선, 혁신적인 네트워크 엔지니어링 역량을 바탕으로 유무선 네트워크의 컨버전스화를 실현하여 모든 디바이스가 'seamless'하게 연결되는 All-IP 시대를 선도해 나갈 것입니다. 그리고 미디어, 콘텐츠, IT 서비스 등 다양한 컨버전스 영역에서 Virtual Goods를 발굴/육성하여 글로벌로 유통시키는 데 역량을 집중할 것입니다.

## Main Team

가치경영실, 커뮤니케이션실, 그룹Corporate Center, 종합기술원

## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&amp;D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적

 홈페이지  
 요약본

# 신성장동력

## 계열사 확대

kt는 2012년 12월 3일부로 향후 국내외 미디어 콘텐츠 시장을 리딩할 kt media hub를 신설그룹의 일원으로 편입하였습니다. 400만이 넘는 올레tv가입자를 기반으로 미디어와 콘텐츠 분야에서 차별적인 서비스를 제공할 수 있는 기반을 마련하였습니다. 향후 kt와 kt media hub는 미디어 콘텐츠 분야에서 그룹 역량을 결합하여 고객에게는 차별화된 혜택과 새로운 경험가치를 제공하고, Virtual Goods 유통을 통해 국내를 넘어 글로벌까지 미디어콘텐츠 영역을 넓히는데 일조할 것 입니다.

media hub와 마찬가지로 kt 내 사업부문 형태로 존재하던 위성사업을 분할, 2012년 12월 4일에 kt sat가 출범하였습니다. kt의 위성주요 자산을 토대로 국내 중심의 사업서비스에서 벗어나 동남아, 아프리카, 중동 등 성장성이 높은 지역으로 영역을 확대해 글로벌 위성전문기업으로 발돋움할 계획입니다. 특히 전세계 위성서비스 시장이 지난 5년간 연평균 7% 이상 성장하고 있어 전문회사로의 성장이 기대됩니다.

또한, kt는 2012년 12월 kt estate에 약 2조 가량의 현물출자를 함으로써 kt그룹의 부동산사업을 신규 성장사업으로 육성할 수 있는 기반을 마련하였습니다. kt가 소유한 부동산 자산의 공간을 재배치하고, 비효율적인 공간을 발굴하여 임대 공간을 추가로 확보하여 자산 가치향상을 통한 수익 증대를 추구하고 있습니다. 아울러 체계적인 관리로 부동산 가치를 향상시킴으로써 안정적인 성장 기반을 마련할 뿐만 아니라 kt의 자산을 관리한 경험을 바탕으로 외부 자산관리 영역으로 사업을 확대하여 선진 종합 부동산 회사로 성장하는데 역량을 집중하고 있습니다.

## 새로운 서비스 출시

**스마트홈 서비스** | '가정을 편히 쉬고, 즐겁게 배우고, 부담 없이 일하는 공간으로' kt가 지향하는 스마트홈의 모습입니다. 기존 포화된 유선시장에서 돌파구를 찾고자 새롭게 개척한 유선시장인 스마트홈은 2011년 키봇1·키봇2·스마트홈 패드 출시로 그 시작을 알렸다면, 2012년은 이들을 고도화 하며 고객들에게 더욱 가치있는 서비스를 제공하는 기반을 다졌습니다. 키봇2는 정부산하기관인 로봇기반교육지원단의 R-러닝 인증\*을 획득하며 스마트 교육용 로봇으로 시장과 고객에게 그 가치를 인정받았고, 스마트홈 패드와 함께 전년 대비 2012년 스마트홈 유지 가입자를 약 6배 확대하며 상승 곡선을 그리고 있습니다.

또한 2013년 1월에는 HD급의 음성·영상 통화 서비스 제공은 물론 자

가방법 서비스인 '홈 지킴이'가 탑재된 집전화 '스마트홈 폰 HD\*'를 출시함으로써 그간 어려웠던 집전화(PSTN/VoIP) 사업의 새로운 돌파구를 마련하고 있습니다. 2013년에는 고객 가치를 높이기 위한 차별화 서비스를 탑재한 스마트홈 폰 HD 2 출시 및 키봇3 개발에 힘쓰며 스마트홈 시장을 지속 선도하고, 이를 기반으로 스마트홈의 글로벌 진출 확대에도 힘쓰겠습니다.

\*키봇2 R-러닝 인증 : 교과부 산하 로봇기반교육지원단에서 주관하는 R-러닝은 로봇의 기술적 완성도 및 내장된 콘텐츠의 유아교육적합성, 안정성, 신뢰성 등을 엄격한 심의를 통해 인증하는 제도입니다. 키봇2는 2012년 10월 이 R-러닝 인증을 획득하였습니다.

\*스마트홈 폰 HD : 'HD로 지키고, HD로 즐긴다!'는 컨셉으로 출시한 스마트홈 폰 HD는 집전화로도 HD급의 음성·영상 통화가 가능하고 kt에서 개발한 서비스 App들이 기본 탑재되어 있음은 물론, 홈 지킴이 등 보안 솔루션도 제공합니다.



[R-러닝 인증서]

**후헬스케어(H∞H Healthcare)** | 의료기술과 ICT가 함께 만들어내는 새로운 가치를 통해 삶의 질을 높이기 위해 kt는 연세의료원과 의료-ICT(정보통신기술) 융합 사업 전문 합작회사 '후헬스케어(H∞H Healthcare)'를 공동 설립했습니다. 후헬스케어는 건강(Health)을 통해 인간에게 무한한(∞) 가치를 제공한다는 의미를 담고 있으며, 의료산업과 ICT의 융합을 통해 새로운 가치를 창출하는 'Global Total Healthcare Company'입니다. ICT를 활용하여 체질에 따른 맞춤형 건강관리 서비스로 질병을 사전 예방하고, 만성질환 환자가 언제 어디서나 케어를 받을 수 있게 하는 등 요람에서 무덤까지 토탈 헬스케어 서비스를 제공합니다. 특히 차세대 병원정보시스템은 전자진료기록부, 의료 영상저장전송 등 기존 솔루션 기능은 물론 클라우드, 빅 데이터 분석·

## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&amp;D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적

 홈페이지  
 요약본

## 신성장동력

처리 등 신기술을 접목해 업그레이드된 의료 서비스를 제공합니다. 이를 통해 모든 국민들이 질 높은 의료서비스를 보다 저렴하게 이용할 수 있는 동시에 건강보험 재정 부담을 완화하는 데에도 크게 기여할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다. 장기적으로는, 한국의 선진화된 의료 시스템 수출을 통해 국가 신성장동력 확보에도 기여할 것입니다.

**올레 SaaS 마켓** | 지난 10년간 우리나라의 기업 IT서비스 시장은 시스템통합(SI) 사업자를 중심으로 움직였으며, 정부를 비롯한 공공기관과 많은 대기업들이 시스템 통합 발주를 통해 IT서비스 구축을 진행해 왔습니다. 중소 규모의 소프트웨어 전문 기업들은 SI사업자의 협력사가 되거나, SI사업자의 손이 닿지 않는 상대적으로 작은 규모의 시장을 공략하였습니다. 그러나, 2012년 11월부터 본격적으로 시행된 소프트웨어산업 진흥법 개정에 따라 중소기업의 직접적인 시장 참여가 확대되어 독립적인 사업 경쟁력을 확보할 시점이 되었습니다.

‘올레 SaaS 마켓’은 국내 최초로 클라우드 서비스 인증을 받은 ‘유클라우드(ucloud)’를 기반으로 서비스형 소프트웨어(SaaS : Software as a Service)를 유통할 수 있는 기업용 소프트웨어 오픈마켓입니다. 모바일 어플리케이션(App.)을 유통하는 ‘올레마켓’에 이어 2012년 12월 기업 IT서비스 시장을 공략하기 위해 출시하였습니다. 마이크로소프트와 신디케이션 계약을 맺은 ‘olleh Office 365’를 비롯하여 기술력을 갖춘 국내기업들의 다양한 제품이 카테고리별로 등록되어 있습니다. 2012년말 현재 그룹웨어, CRM(고객관계관리), ERP(전사적자원관리) 등 기업용 핵심 서비스 분야에서 10종의 서비스가 등록되어 있으며, 더 많은 서비스들이 등록을 준비하고 있습니다.

‘올레 SaaS 마켓’의 특징은 협력사의 기술을 이용하여 매출을 확보하던 대기업의 기존 비즈니스 형태와 달리, 중소기업이 직접 고객에게 판매할 수 있는 장터와 인증/과금/청구/정산 등 온라인 거래를 위한 제반 기능만을 제공한다는 점입니다. 판매사센터를 통해 중소기업이 직접 상품을 등록하고 고객에게 판매하며, 판매된 매출을 정산 받을 수 있습니다. 또한, 클라우드 기반의 인프라와 플랫폼을 통해 경제성과 서비스 유연성을 지원함으로써 마켓 이용 수수료를 최소한으로 낮추고 편의성을 제공하는 상생의 생태계를 마련하고 있습니다.

 올레 SaaS 마켓
 올레 SaaS 마켓 판매사센터

## 설비투자

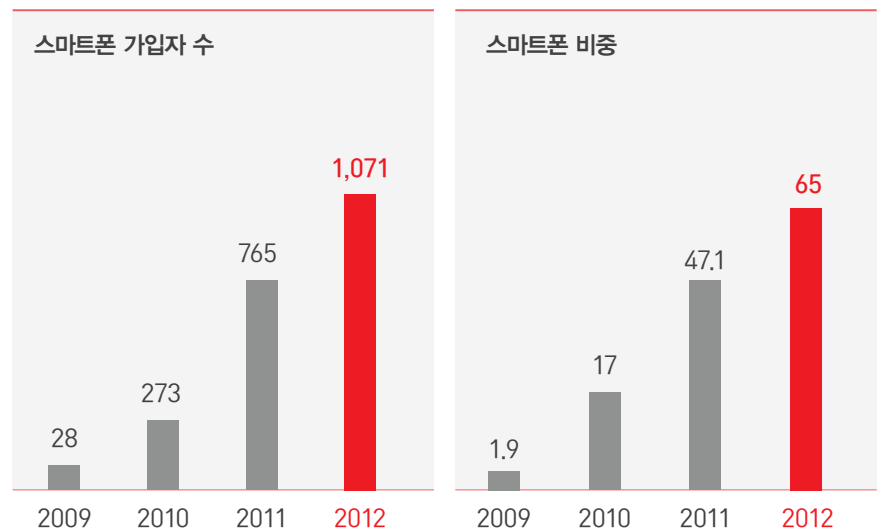
(단위 : 억 원)

| 구분    | 2010   | 2011   | 2012   |
|-------|--------|--------|--------|
| 인터넷   | 8,388  | 4,486  | 3,612  |
| 유선전화  | 1,425  | 1,046  | 1,187  |
| 이동전화  | 8,164  | 15,519 | 20,884 |
| 데이터   | 4,051  | 3,401  | 1,672  |
| 통신인프라 | 5,012  | 4,358  | 4,759  |
| 자원시설  | 3,532  | 4,375  | 4,992  |
| 합계    | 30,572 | 33,185 | 37,106 |

## 이동통신사별 총 가입자 중 스마트폰 가입자 비중

(단위 : 만 명)

(단위 : %)



## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&amp;D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적



홈페이지



요약본

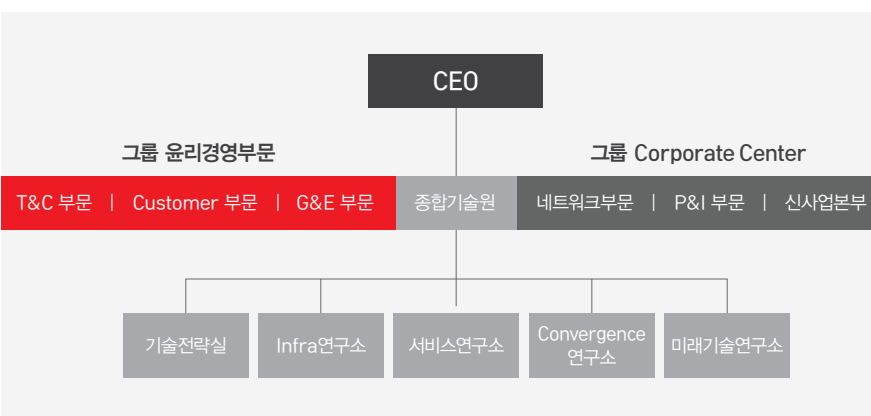
## R&amp;D 성과 및 전략

kt R&D 센터는 “kt 그룹 중기 성장전략을 견인하는 미래 핵심 기술/서비스 개발 및 역량확보”를 목표로 기술과 산업의 융합을 통해 새로운 가치와 세상을 만들어 가기 위해 끊임없는 노력을 다하고 있습니다. 기존사업 영역에서의 차별화 역량 확보와 함께, 통신산업에서 벗어나 기존의 인프라 혁신을 통해 새로운 고객가치를 이끌어내고, 미디어, 콘텐츠 등 Virtual Goods를 중심으로 새로운 성장 동력을 확보하고자 노력하고 있습니다. 컨버전스 추세에 맞추어, ICT기술을 기반으로 타 산업과 접목하여 한발 앞선 시각으로 가까운 미래를 이끌어 갈 기술 및 서비스들을 연구하고 있으며, 이를 위해 국내외 주요 학계, 산업계, 그리고 다른 기업들과의 Open Collaboration을 통해 성과극대화를 모색하고 있습니다. 또한 kt R&D의 효율성과 효율성을 선진국 R&D 수준으로 높이기 위해 기술경영의 혁신에도 지속적으로 노력하고 있습니다.

### kt 그룹 중기 성장전략을 견인하는 미래 핵심 기술/서비스 개발 및 역량 확보

| R&D Project                                    | R&D Management                           |
|------------------------------------------------|------------------------------------------|
| Core Biz Renewal<br>기존사업 영역에서의 차별화 역량 확보       | R&D 인력 Renovation<br>내부R&D 전문 역량 강화      |
| New Biz Enabler<br>IT서비스 영역에서의 신규 BM 발굴        | Innovation Wheel<br>자율적/Dynamic R&D 활성화  |
| Biz Domain Expansion<br>ICT기반으로 타 산업과 융합 BM 발굴 | R&D Infra 강화<br>R&D결과/기술정보 공유 및 협업 환경 강화 |

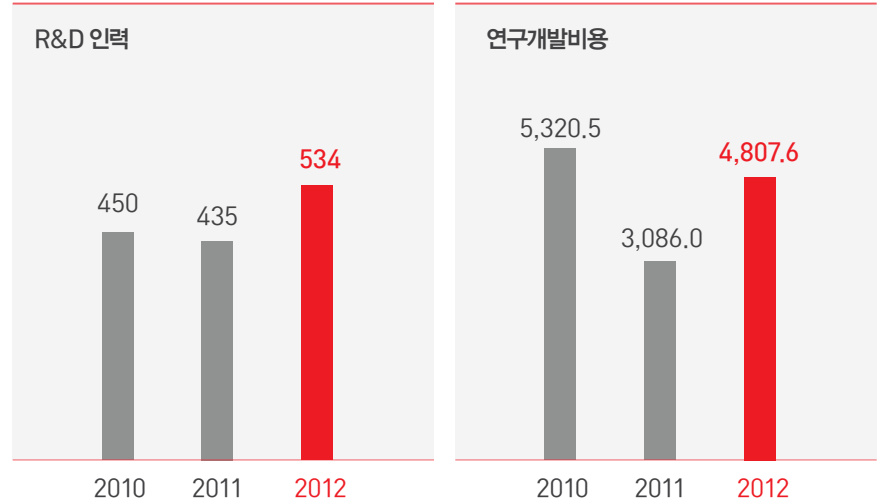
## kt R&amp;D Organization



## R&amp;D 투자

(단위 : 명)

(단위 : 억 원)



## R&amp;D Project 성과

kt는 Super WiFi 백홀 솔루션, FTTH기반의 Dish-less OTS, Mobile IPTV, WiFi단말 to WiBro 연결 Egg 단말, IPTV 양방향 솔루션인 ClearSkin 등 다수의 국내 또는 세계 최초 기술개발에 성공하였으며, IPTV, 인터넷전화, FMC(Fixed-Mobile Convergence) 등 다수의 신규 서비스 상용화를 통해 그룹 매출 증대에 기여하고 있습니다.

## Core Biz Renewal

유무선 NW 사업 경쟁력 확보 – LTE 기술 先상용화, Smart NW 기술  
olleh 방송 경쟁력 향상 – Dishless OTS, Mini STB  
kt만의 차별적인 감성 기반 UI/UX 제공 – Life Navigator

## New Biz Enabler

새로운 형태의 M2M사업 Enabler – DIY M2M  
Service Innovation Enabler – Web-enabled IPTV, 이기종 영상회의  
NFC 기반 사업 Enabler – Network-controlled NFC

## Biz Domain Expansion

Smart Energy 사업의 성장 동력화 – 핵심 솔루션 상용화, 글로벌 진출  
ICT 컨버전스를 통한 신성장 사업 발굴 – 그룹 R&D, Open R&D

또한, 연구개발 성과의 지적재산권화를 통한 안정적 사업기반 마련을 위해 핵심 기술분야를 중심으로 국내·외 특허 출원에도 활발히 활동하고 있습니다. 2012년에는 LTE CCC, LTE 펌토셀, M2M, 모바일 금융결제 등 kt 사업에 적용되거나 최근 트렌드를 반영한 기술분야에 대해 적극적인 특허발굴을 진행하였으며, 전략적으로 발굴된 우수특허에 대해 해외출원을 집중한 결과 2011년 대비 해외출원이 66% 증가하는 성과를 거두었습니다.



## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적

홈페이지  
요약본

# R&D 성과 및 전략

## 국내외 특허출원

| 구분         | 2012 | 누적(~2012.12.31) |
|------------|------|-----------------|
| 국내 특허등록 건수 | 305건 | 5,399건          |
| 해외 특허등록 건수 | 93건  | 749건            |

## R&D Management 성과

**R&D Management Innovation** | kt는 지속적인 기술경영 혁신을 통해 글로벌 TOP 수준의 R&D 센터로 도약하기 위해 끊임없이 노력하고 있습니다.

R&D 프로젝트의 기획부터 선정/점검/평가/사후관리까지 철저한 관리를 통해 그룹/전사 사업전략과의 정렬성을 확보하고 있습니다. 계량화된 Project 평가체계를 도입하여 이를 개인의 인사평가와 연계시킴으로써 동기부여를 강화하고, 연구원들의 자체개발 역량 확보를 위한 체계적인 육성 Program을 마련하여 R&D 역량을 강화하는 한편 비용 혁신을 주도하고 있습니다.

**Open Collaboration** | kt는 World-Class R&D Institute로 거듭나기 위해 Global R&D Network 구축의 장을 마련하고자 'Distinguished Seminar'를 진행하고 있습니다. 2012년 총 25회에 걸쳐 IT분야의 "글로벌 석학"들과의 정기적인 세미나/자문 기회를 가짐으로써, R&D센터 연구원 및 그룹사 임직원에게 R&D 역량을 업그레이드할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.

우수 산학연과의 협력을 통해 kt가 보유하고 있지 않은 기술 역량을 확보하고자 2006년부터 'kt Lab@Place'을 추진하고 있으며, 2012년부터는 중기관점의 사업화를 목적으로 'kt Lab@Place 2.0'으로 체제를 개편하여 대상기관, 연구분야 및 Collaboration 방법론 측면에서 단계적 확대를 추진, 공동연구 결과물의 사업화 연계 강화를 위해 노력하고 있습니다.

## kt Lab@Place 2.0 방향성



또한, 국내 Top-class 대학에 kt의 젊은 R&D 인력을 파견하여 Nano, Bio, 에너지/환경 등 다양한 Convergence 분야의 미래 먹거리를 발굴/연구하는 'Convergence Lab@university' 프로그램을 운영하고 있습니다.



[Convergence Lab@POSTECH]

**Global R&D** | kt는 NTT Corporation의 R&D센터와 2010년부터 양사의 CTO가 주관하는 kt-NTT R&D Group Executive Meeting을 통해 IPTV, 스마트네트워크, 그린 ICT 등 다양한 분야의 신기술을 교류하고 있으며, Working Group을 운영하여 성과를 내재화하기 위해 노력하고 있습니다.

또한, 세계적인 연구기관인 MIT Media Lab과 협약을 맺고, MIT Media Lab의 뛰어난 기술과 연구 성과물을 활용한 신사업 발굴을 추진하고 있습니다.



[kt-NTT R&D Group Executive Meeting]

## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&amp;D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적

 홈페이지  
 요약본

## R&amp;D 성과 및 전략

**R&D Publication** | kt R&D센터는 Global 수준의 기술정보를 확보하고 시장변화에 따른 기술 변화를 예측하여 선제적 R&D가 가능하도록 방향성을 확립하는 'Technology Signpost' 역할 수행을 위해 사내 기술정보 포털인 'Tech Insight'를 운영하고 있습니다. 2012년에는 향후 kt가 중점적으로 고민해야 할 전략기술 분야를 선정하고 이에 대한 심층분석을 통해 미래 kt 사업방향을 제시하는데 주력하였으며, 최신 기술 트렌드를 전사에 활발하게 공유하기 위해 웹포털, 스마트폰 앱 등 다양한 매체를 활용하여 전사 ICT 기술 분야 이해증진에 기여하고 있습니다.



[ Tech Insight (Web Site) ]

또한, 자체 R&D 성과물을 소개하여 사업화의 기회를 마련하고, 의견수렴을 통해 R&D 성과물의 완성도를 제고하기 위해, 2010년부터 연간 2차례에 걸쳐 R&D Road Show를 개최하고 있으며, 2012년도도 총 77개의 R&D 결과물을 전시하였습니다.



[ 2012 R&amp;D Road Show ]

**Group R&D** | kt R&D센터는 그룹 차원의 R&D 경영을 통해 ICT 및 Convergence 사업분야에서 그룹사 간의 시너지 창출에 기여하고자, 그룹 R&D Steering Committee를 구성/운영하여 그룹 R&D Project을 추진하고 있습니다. 나아가 kt의 기술정보 포털을 그룹사 대상으로 확대 공개하여 최신기술, Hot Issue, 동향 등 kt의 보유 기술정보를 개방하여 그룹사 R&D 역량 향상을 도모하고 있습니다.

## 2012년 주요 연구개발 실적



| 분야                                    | 연구개발 실적                             |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| 3W<br>(WCDMA,<br>WiBro, WiFi)<br>/LTE | 인빌딩 CCC 솔루션 개발 완료                   |
|                                       | 안드로이드 joyn(RCS) 상용화                 |
|                                       | 글로벌 주파수 모니터링 시스템 개발                 |
|                                       | WiFi LTE 병합전송 솔루션 개발                |
|                                       | AP 커버리지 동적 제어 기술 개발                 |
| SolP/FMC                              | 스마트홈-VoLTE간 All-IP 영상통화 서비스 개발      |
|                                       | 스마트홈폰(5.8" UMC) 상용화                 |
| 미디어                                   | IPTV 웹앱 가상화 서비스 개발                  |
|                                       | olleh tv 개인맞춤형 추천서비스 개발             |
|                                       | olleh tv 스마트검색 고도화 개발 및 상용적용        |
|                                       | olleh tv 포스터 인식 솔루션 개발완료            |
|                                       | olleh tv 영문발음검색 기능 상용화              |
|                                       | olleh tv 채널-VOD 연계추천 상용화            |
|                                       | olleh tv가이드 고도화 개발완료 및 상용화          |
|                                       | olleh.com 시맨틱검색 기능 상용화              |
| 플랫폼/인프라                               | Mobile Premium CDN Pilot 솔루션 개발     |
|                                       | LTE-WiFi 이동성 지원을 위한 인증 플랫폼 개발 완료    |
|                                       | 유무선 통합 LBS 구축을 위한 CILOC 시스템개발 및 상용화 |
|                                       | K-MEG 통합운용센터 구축 및 운용                |
| 컨버전스 서비스                              | 위성/TRS 결합한 해상 선박용 실시간 위치 측위 솔루션 개발  |
|                                       | 고혈압 당뇨병 자가관리 서비스 시범사업 진행(2차년도)      |
|                                       | 분당서울대병원 공동연구 건강관리 서비스 시범사업 진행       |
|                                       | 키봇2 다국어(영어, 중국어, 일어) 지원 리모콘 개발      |
|                                       | 웰니스 솔루션 개발                          |
| 네트워크 운영관리 솔루션                         | olleh tv 시니어 서비스 개발                 |
|                                       | 유무선 네트워크 운용관리시스템 통합 구축              |

## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&amp;D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적



홈페이지



요약본

## 브랜드 가치

kt는 2011년 유·무선 통합 브랜드 “olleh”를 출범한 이후, 그룹/기업 브랜드로서 kt와 대표 서비스 브랜드로서 olleh를 근간으로 본격적인 브랜드 경영 체제를 구축하고 있습니다. 체계적이고 전략적인 브랜드 관리는 내부적으로는 다양한 상품과 서비스간의 시너지를 창출하고, 브랜드 차원의 통합적 마케팅 커뮤니케이션의 효율성을 높여 보다 고객 중심의 서비스를 제공하기 위한 변화와 혁신을 주도하였습니다. 이러한 변화와 혁신으로 2005년 이후 국내·외 유수의 브랜드 가치 평가 기관을 통해 국내 최고 수준의 브랜드로서 인정받았으며, 2012년에도 괄목할만한 성장을 이루었습니다.

kt의 브랜드 경영은 지속적인 “변화와 혁신” 속에서 보다 고객중심적인 상품과 서비스를 제공하는 것을 근간으로 하고 있습니다. 이러한 노력은 2012년 말 한층 업그레이드된 고품질의 All-IP 서비스가 본격적으로 제공되면서 보다 혁신적인 상품과 서비스를 통해 고객의 삶의 질 향상에 기여하는 브랜드로 자리매김할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

## 2012. 9

“Brand Finance Korea(세계 3대 브랜드 가치 평가기관)”평가 결과  
총 \$36억 브랜드 가치 평가  
“가장 주목할만한 브랜드 상 (Most Notable Brand of the year, 2012)” 수상

## 2012.11

지식경제부 주관, “산업정책연구원”의 브랜드 가치 평가 결과  
총 14조 브랜드 가치 평가, 국내 5위

## 2013. 2

“Interbrand Korea(세계 3대 브랜드 가치 평가기관)” 평가 결과  
총 2조 브랜드 가치 평가, 국내 12위

## 2013. 3

“Brand Finance Global (세계 3대 브랜드 가치 평가기관)” 평가 결과  
총 \$49억 브랜드 가치평가 (2012년 대비 \$13억 브랜드 가치 상승)  
“Top 50 Telecoms Operator Brand” 부문  
국내 통신사 중 브랜드 가치 평가 1위

## olleh의 진화과정

## Stage 1

2009~2010

통합 법인으로서 혁신적 이미지 구축 단계

kt와 KTF가 통합 출범 시점에서의 경영 슬로건으로 kt 브랜드에 새로운 활력을 제공하고, 소비자에게 보다 친근한 이미지를 제공

## Stage 2

2010~2011

유무선 컨버전스 브랜드 이미지 구축 단계

유선상품 브랜드 QOOK과 무선상품 브랜드 SHOW가 결합된 QOOK&SHOW 브랜드로 컨버전스 상품 및 서비스 브랜드로서 이미지 구축

QOOK &amp; SHOW

## Stage 3

2011. 1 유무선 통합브랜드

“olleh” 출범 및 인지도 강화 단계

kt의 모든 유선, 무선, 유무선 컨버전스 상품/서비스를 포괄하는 kt의 대표 서비스 브랜드 olleh를 출범하고 고객인지도 강화

olleh G

## Stage 4

2011~2012

olleh 브랜드 선호도 강화 단계

고객만족과 ‘실체’기반의 IMC 강화로 ‘olleh’브랜드 선호도를 강화하면서 그룹사와의 시너지를 높이는 그룹 차원의 브랜드 경영 체제를 강화



## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&amp;D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적

홈페이지  
요약본

## 브랜드 가치

## 그룹 브랜드 관리체계

2011년부터 본격적인 그룹 경영을 선포하고 추진 체계를 구축하고 있는 kt는 그룹 차원에서 브랜드 및 대내·외 커뮤니케이션 등의 제반 활동의 유기적 협업 및 협의체인 그룹브랜드위원회를 운영하고 있습니다.



이러한 그룹브랜드위원회는 kt 및 그룹사 브랜드의 정책 및 디자인, 광고 활동의 일관성 및 실행력 제고를 위한 그룹브랜드의 방향성과 전략을 논의하며, 그룹 내부의 커뮤니케이션, 대외커뮤니케이션, 사회공헌 활동 등 그룹이미지에 영향을 주는 다양한 활동을 기획/실행/평가하고 있습니다. 또한, 그룹브랜드의 오·도용에 대한 대응, 그룹 브랜드 강화를 위한 다양한 협업 프로모션, 공동마케팅 활동 등 다양한 활동을 진행하고 있습니다. 2012년에는 그룹사의 통합적인 이미지 강화를 위한 각 그룹사의 CI/BI의 변경과 표현물 교체, 대대적인 그룹브랜드 도용 신고 캠페인, 그룹사간의 상품과 서비스를 활용한 Co-프로모션 활동 등을 추진했습니다.

## 전략적 브랜드 관리 및 운영

**브랜드 성과 지표의 체계적 관리** | kt는 브랜드 경영 체제하에서 브랜드 가치를 높이고 경쟁력을 강화하기 위해서 체계적이고 과학적인 성과 관리 모델을 수립하여 브랜드 활동 성과에 관한 지표를 지속적으로 관리하고 있습니다.

**체계적 브랜드 교육 운영** | kt는 전사 모든 임·직원을 대상으로 브랜드에 대한 이해를 높이고, 브랜드의 중요성을 알리는 교육을 지속적으로 시행, 관리하고 있습니다. 2012년에 사내 주요 계층별로 총 10여차례 브랜드 교육을 실시하여 브랜드의 대한 이해를 고취시켰으며, 임원 및 팀장 등의 직책자를 대상으로 하는 브랜드 교육을 시행함으로써 브랜드 경영의 중요성을 전사적으로 공유하고 있습니다.

## 혁신적인 브랜드 커뮤니케이션

**LTE WARP 캠페인** | 2012년 1월 LTE 시장에서의 차별화 요소인 '빠른 속도'를 커뮤니케이션하기 위해 LTE WARP로 브랜딩하여 커뮤니케이션을 시작하였습니다. 2012년 '빠름 빠름 빠름' BGM의 선풍적인 인기와 함께 단순 TVCM 뿐만 아니라, Shout WARP, WARP 게임, LTE WARP 런닝맨 이벤트 등 통합적인 마케팅 커뮤니케이션 활동을 통해 브랜드 인지도와 호감도에서 괄목할만한 성장을 거두었습니다.



**olleh tv 캠페인** | 2012년 4월 olleh tv의 경쟁력을 확고히 인식시키기 위해 '편파야구중계 서비스' 소재의 캠페인 시작하였으며, TVCM 뿐만



아니라 '나도 편파중계 해설가' 이벤트, '불거리 빵빵' 스낵 배포 오프라인 이벤트를 병행하는 통합적인 마케팅 커뮤니케이션을 실행하여 olleh tv 가입자수가 400만 명을 돌파하는 성과를 이루었습니다.\*

\*홈페이지(<http://www.kt.com>) 내 IR 자료실  
→ IR data(2013년 1월 factsheets)기준



## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&amp;D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적

 홈페이지  
 요약본

## 브랜드 가치



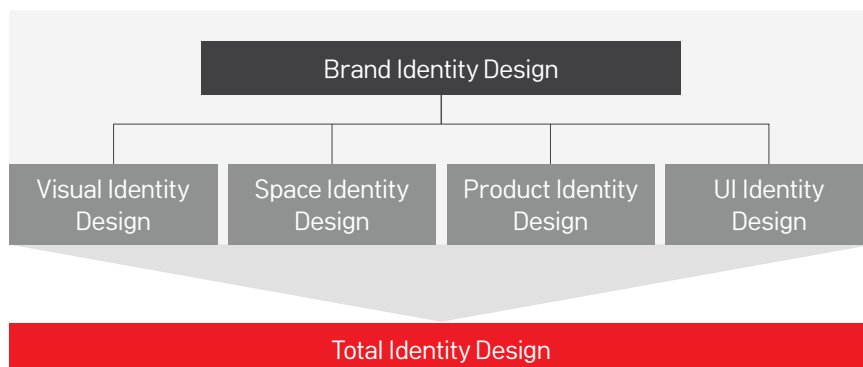
[ 2012년 12월 olleh tv Skylife의 차별점인 '불거리가 뽕뽕'한 olleh tv로 소구한 TVCM 집행 ]

**All-IP 캠페인** | 2013년 1월 IP를 기반으로 업그레이드된 통신 서비스 All-IP 캠페인을 시작하였습니다. 보다 친근하고 친밀한 브랜드 이미지 형성을 위해 소비자가 매력을 느낄 수 있는 콘텐츠를 지향하며 기획된 All-IP 캠페인은, TVCM과 All-IP송 음원 배포, 온라인 이벤트를 통합적으로 시행하고 있습니다.



## 통합적인 브랜드 디자인

**Total Identity Design** | kt는 브랜드 가치를 높이는 주요 전략의 하나로 Total Identity를 구축하고 지속적으로 강화해 나가고 있습니다. 브랜드마크에서 기업서체, 공간, 제품, UI에 이르기까지 기업의 모든 표현 영역에서 혁신적이고 일관된 브랜드 이미지를 전달하고 있습니다.



**Brand Identity Design** | Brand Identity는 Total Identity 구축의 근간입니다. 브랜드마크 한쪽 끝의 '휘날림'은 브랜드 에센스인 Boundless Innovation을 시각화한 'Wave of Innovation(끊임없는 혁신의 움직임)'을 표현하고 있으며 기업브랜드(kt), 서비스 브랜드(olleh, LTE warp 등), 전 그룹사의 브랜드마크 등에 일관되게 적용되어 kt만의 아이덴티티를 나타내고 있습니다.

kt olleh G LTE WARP All-IP

**Visual Identity Design** | kt의 아이덴티티를 효과적으로 표현하기 위해 통신신호를 그래픽화한 '올레시그널'과 기업서체인 '올레체'를 디자인하고 다양한 브랜드 표현물에 적용하여 아이덴티티를 강화해 나가고 있습니다.



[ 올레시그널 ]



[ 기업서체-올레체 ]



## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적

홈페이지  
요약본

# 브랜드 가치

**Space Identity Design** | 올레스퀘어, 올레아비뉴, 올레캠퍼스 등의 공간에 kt만의 아이덴티티를 구축하며 공간의 영역에서도 지속적으로 브랜드 이미지를 강화하기 위한 노력을 기울이고 있습니다.



[ 올레스퀘어 ]



[ 올레캠퍼스 ]



[ 올레아비뉴 ]



[ 스마트워킹센터 ]

**Product Identity Design** | kt는 유무선 서비스 기반의 총 56종, 350여개 자사제품에 일관된 Look & Feel의 Product Identity를 구축하였습니다. 2012년에 Product Identity가 적용된 인터넷모뎀의 출시를 시작으로 향후 출시되는 모든 디바이스에 Product Identity를 확대 적용할 계획입니다.



[ Product Identity 디자인 ]

**UI Identity Design** | kt의 모든 모바일 App 아이콘에 브랜드 컬러인 '레드'와 '올레시그널'을 적용하여 온라인 서비스 상에서도 고객들이 일관된 경험을 할 수 있도록 UI Identity를 강화하고 있습니다.



[ 모바일 App 아이콘 ]

## 브랜드 효율성 평가

**Total Identity Design 성과** | kt의 Total Identity 구축은 세계적인 디자인 어워드에서 높은 평가를 받았습니다. 특히 2012년에는 Product Identity가 글로벌 통신기업 최초, 국내서비스 기업 최초로 '레드닷 어워드'의 'Best of the Best'의 영예를 안으며 최근 3년 동안 각종 글로벌 어워드 10개 부문을 석권하여, 글로벌 브랜드로서의 위상을 높였습니다.

### '레드닷 어워드' 3년 연속 수상 (2010~2012)

|      |                  |            |                              |
|------|------------------|------------|------------------------------|
| 2012 | Product Identity | 홍보용 브로슈어   | 커뮤니케이션 디자인 부문                |
|      | Product Identity | 가정용단말기 3종  | 디자인 컨셉 부문                    |
|      | Product Identity | 가정용단말기 패키지 | 디자인 컨셉 부문 "Best of the Best" |

### 'iF 디자인 어워드' 3년 연속 수상 (2010~2012)

|      |                  |           |               |
|------|------------------|-----------|---------------|
| 2012 | Product Identity | 컨셉        | 커뮤니케이션 디자인 부문 |
|      | Product Identity | 가정용단말기 3종 | 프로덕트 디자인 부문   |

### '굿디자인(일본)' 수상 (2012)

|      |                  |          |           |
|------|------------------|----------|-----------|
| 2012 | Product Identity | 셋톱박스 리모컨 | 생활 디자인 부문 |
|------|------------------|----------|-----------|

## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&amp;D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적

 홈페이지  
 요약본

# 혁신경영

## 창의 경영

kt는 임직원이 스스로 문제와 새로운 기회를 발굴하여 실행하는 기업 문화 창출을 목표로 2010년부터 경영혁신 프로그램인 창의경영을 도입하여 추진해오고 있습니다. 창의경영은 Customer Centric Idea Factory(고객 중심의 아이디어 발굴 및 사업화)라는 비전을 갖고 있으며, 직원들의 아이디어가 자유롭게 제안되고 발전되어 실험을 통해 사내벤처 등을 통해 사업화될 수 있도록 지원하고 있습니다. 이를 위해, 혁신프로세스인 Idea Pipeline을 구축하여 직원들이 자신의 아이디어를 발전시켜 실험을 통해 사업화 할 수 있도록 사내 공모전을 운영하여 'Small Idea'를 'Big Idea'로 키우는 기회를 제공하고 있습니다. 전 직원을 대상으로 '창의경영스쿨'이라는 교육프로그램을 운영하고, 사업부서의 문제를 함께 해결하는 창의경영프로젝트 수행을 통해 혁신리더를 양성하여 임직원의 일하는 방식을 개선해 나가고 있습니다. 또한, 창의 경영 수행 경험을 자산화하여 kt 고유의 창의경영방법론 tool kit을 개발하고 전사에 배포하여 실무에 활용할 수 있도록 하고 있으며, kt 창의 문화 구축을 위해 장애물이 되는 관행 철폐를 위한 반창의 캠페인을 실시하고 있습니다.

## PEG(Project Expert Group)

사내 전문컨설팅조직인 PEG는 2012년 한해 동안 컨설팅 역량 강화 노력 및 Project-typed Working 실천을 통해 총 75개의 In-house 컨설팅 프로젝트를 수행하였습니다. 특히 전사 경영 방향에 연계하여 Bio-informatics 분야 BM을 구체화하고, 그룹경영체제 본격화에 따른 미디어분야 그룹시너지 제고 및 지속적 원가 절감을 위한 혁신 프로젝트를 수행하였습니다. 아울러, 글로벌 표준 프로젝트방법론인 PRINCE2\*를 PEG뿐 아니라 프로젝트 방식으로 업무를 수행하는 전사 부서로의 확산을 추진하였으며 기초자격인 Foundation 130명, 전문자격인 Practitioner 40명 획득 등 프로젝트 수행 역량 강화에도 노력하였습니다. 또한 한국프로젝트경영학회에 참여하여 PEG의 체계적인 프로젝트 수행 방식과 노하우를 공유함으로써 컨설팅 프로젝트 분야 산학연 협력을 적극 지원하였습니다. 2013년에는 핵심 이슈 해결 및 프로젝트 결과물의 실행력 강화에 집중함으로써 전사 성과 향상에 기여하고, 프로젝트를 통해 도출된 각종 성과물을 Knowledge Bank를 통해 자산화하고 공유 확대함으로써 전사적으로 프로젝트형으로

일하는 방식 및 문화를 정착시켜나갈 계획입니다.

\*PRINCE2(ProJect IN a Controlled Environment version2) : 영국 OGC(Office of Government Commerce)에서 개발한 프로젝트관리방법론

## BIT-ERP시스템에 기반한 경영관리

kt는 2012년 7월 시스템 가동을 통해 경영인프라혁신의 기반을 마련한 이후, 안정화 기간을 거친 후 초기 목표한 경영정보 혁신과 운영효율화를 위해 지속적인 혁신 중에 있습니다.

경영정보 전반에 대한 관리체계 혁신을 통해, 데이터 경영 기반을 마련하였습니다. 이 틀을 기반으로, 32개 BM사업부별로 상세 손익관리와 23개 기능단위별 비용효율성 관리를 위한 사내거래 체계를 새롭게 도입 추진 중입니다. 또한, 이런 시스템 데이터 기반의 분석을 통한 BM사업별 비용구조의 개선과 운영생산성 향상을 통해 실질적인 비용을 줄이고, 경쟁력을 갖춘 경영관리체계를 정착하고자 합니다.

## 경영관리체계 혁신 및 BIT 시스템 도입에 따른 주요변화 모습

| 구분             | 주요 변화                | 2013년 말                     | 비고                                            |
|----------------|----------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------|
| 경영정보 혁신        | 직접비 비율 확대            | 56.2% → 88%                 | 세부 단위 상세 손익 분석으로 비용분석, 사업합리화지원                |
|                | BM 수익성 분석 수준 확대      | 67개 → 210개                  |                                               |
|                | 표준활동(Activities)수 확대 | 189개 → 7,003개               |                                               |
| SCM운영 효율화      | 사내거래 상세화             | 4개 부문간 → 32개 BM0*, 23 PM0*간 | 2013년 하반기 도입                                  |
|                | ERP 표준구매프로세스 준수를 확대  | 19% → 76%                   |                                               |
|                | 재고회전일수(단말) 축소        | 33일 → 29일                   |                                               |
| Simple, Speedy | S&OP프로세스 준수율         | 미적용 → 100%                  | S&OP(Sales & Operation Planning) 단말 수급계획 프로세스 |
|                | ERP 영역 시스템 수 축소      | 10개 → 1개                    |                                               |
|                | BIDW 정보계 시스템 통합      | 5개 → 1개                     |                                               |
|                | 계정과목 축소              | 1,600개 이하                   |                                               |
|                | BIDW 정보계 지표수 축소      | 10,000개 → 1,600 개           |                                               |
|                | BIDW 정보 제공 대상 시스템 축소 | 63개 → 32개                   | 중복제거 및 보안강화                                   |

\*BM0(Business Model Owner): 상품군별 사업부

\*PM0(Program Management Owner) : 기능지원부서 (네트워크, Call center, IT 등)



## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&amp;D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적

 홈페이지  
 요약본

## 혁신경영

### 비용구조혁신

kt는 2009년 합병 이후 지속적인 비용구조 혁신 활동을 통해 매년 수 천 억 원의 비용효율화 성과를 창출해 왔습니다. 특히 2012년에는 신 성장 분야 투입재원 확보를 위해, 전사적인 비상경영을 선포하고 총 175개의 개선과제 수행을 통해 4,886억 원의 비용절감 및 수익누수 방지 성과를 창출 했습니다.

|                                  |          |         |
|----------------------------------|----------|---------|
| 모집비용 효율화를 통한 마케팅비용 절감            | 1,610억 원 | 23개 과제  |
| MVN0 등 모집비용 없는 가입자 유치 확대         | 586억 원   |         |
| 무선고객 리텐션 강화를 통한 신규 확보비 절감        | 242억 원   |         |
| 유선상품 저비용 사내채널 판매 CAPA 확대         | 57억 원 등  |         |
| 서비스구입비용 등 원가절감                   | 401억 원   | 15개 과제  |
| 기업 솔루션 서비스별 원가검증을 통한 상품원가 절감     | 195억 원   |         |
| 국제회선 임차방식 개선으로 서비스구입비 절감         | 36억 원    |         |
| 공급선 다변화 및 대량 발주를 통한 USIM 납품가격 인하 | 38억 원 등  |         |
| 업무방식 개선을 통한 사업경비 절감              | 2,102억 원 | 107개 과제 |
| 직영률 확대를 통한 유선상품 개통/AS생산성 향상      | 235억 원   |         |
| 유선분야 콜센터 인입호 감소                  | 111억 원   |         |
| 유무선 채납관리 직영화 등 외부 업무위탁 수수료 절감    | 120억 원 등 |         |
| 매출증대 및 수익누수 방지                   | 773억 원   | 30개 과제  |
| 계약방식 변경으로 TV홈쇼핑 채널송출 수수료 매출 확대   | 88억 원    |         |
| 요금조정 프로세스 개선을 통한 수익누수 최소화        | 228억 원   |         |
| 인터넷 재약정 할인과 결합할인 중복적용 배제         | 66억 원 등  |         |

### 상품혁신

과거 kt는 통신사업자 관점에서 기술과 BM(Business Model) 중심 적 상품개발로 시장과 고객욕구 변화를 수용하는 고객지향적 상품출시 가 미흡하였고, 일관된 상품관리 체계가 부족하고, 회선 중심의 상품관 리로 상품 수 증가 및 고객과의 커뮤니케이션에 어려움이 있었습니다. 이런 문제점을 해결하기 위해 2011년부터 전사상품체계 혁신을 추진 하여 시장 지향적인 상품을 출시하고, 체계적인 상품관리 체계를 정립 하고 있습니다. 특히, 2012년에는 상품 최적화 추진, 상품체계 혁신방 안 수립, 고객 관점의 전사 PLM(Product Life Management) 프로 세스 구축을 주요 목표로 하여 전년대비 54%의 상품 최적화(상품수: 828개→381개)와 39% 상품 VOC 감소(756만 건/174억 비용절감)라 는 성과를 달성하였습니다. 이를 통해 고객 여러분께 통신이용 환경에 알맞은 최적의 상품을 제공하여 상품이용 만족도가 개선되었습니다. 아울러 All-IP 기반인 Data 중심의 혁신상품을 개발하고 『틀』을 마련 하여 Data 중심의 상품선택이 용이해졌고, 기기 간 사용량 공유 등의 편리한 통신 이용환경이 가능해졌습니다. 그리고 BIT 체계 안에 구조 화된 상품설계와 표준화된 설계요소를 구축하여 상품 개발이 시장에 출시될 수 있는 환경을 만들어 가고 있습니다.

또한 2011년 무결점 상품 출시 프로세스를 도입하자 CEO 제언에 따라 기획/개발 단계에서부터 상품출시 후 모니터링 단계까지 고객/현 장/전문 상품검증단이 직접 상품을 체험하고 평가하는 프로세스를 도 입하였습니다. 2012년에는 심층고객조사 툴인 FGD(Focus Group Discussion)를 확대 시행하여 (2011년 23회→2012년 36회) 상품개 발/출시 여부 결정 및 출시 후 상품개선까지 고객과 현장 중심의 PLM 프로세스를 혁신했습니다. 앞으로도 그간의 성과를 바탕으로 '전사홈 네트워크 단말출시 검증' 신설 및 상품 검증에 '창의경영 방법론'의 접 목 등을 통해 지속적인 상품혁신을 추진할 예정입니다.

## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&amp;D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적

홈페이지  
요약본

## 스마트워킹

## Smart Working

‘일하는 방식의 혁신과 일과 삶의 조화’를 위해 2011년 4월부터 전 직원을 대상으로 추진한 스마트워킹은 도입 2년이 지난 지금 kt기업문화의 중요한 축으로 자리잡고 있습니다. 자택이나 집 근처 사무실(스마트워킹센터) 등 본인이 원하는 장소에서 일할 수 있는 ‘원격근무제’를 시행하고 있고, 출퇴근 시간과 근무시간을 조정할 수 있는 ‘선택근무시간제’도 운영하고 있습니다. 특히, 13세 이하의 자녀가 있는 직원에게는 주 3일 재택근무를 장려하는 ‘Smart Family’ 프로그램을 운영하여 직원들에게 큰 호응을 얻고 있습니다. 또한, 불필요한 출퇴근을 없애고 실시간 고객과의 접촉을 위해 현장으로 출근하고 현장에서 퇴근하는 ‘직출직퇴제’와 함께 영업/개통/AS 직원이 이동하면서도 업무를 처리할 수 있는 ‘이동근무제(mobile office)’도 라인업 하는 등 다양한 근무형태를 제공하고 있습니다.

kt는 2002년 이후 최적의 업무 환경을 제공하기 위해 e-office를 전사적으로 구축하였습니다. 메신저를 통한 e-Office의 구축 및 전자 사업 승인 시스템, 업무 환경의 디지털화라고도 불리는 e-cabinet 시스템 구축은 인적·물적 자원낭비 요인을 제거하며 결과적으로 환경 영향을 줄이는데 일조하였습니다. 또한 지식과 정보의 공유를 가능케 하여 업무 생산성을 제고하고 업무 스킬과 프로세스를 향상시키며 사무실 환경을 개선하는 데 기여했습니다. e-office 실행에 대한 리뷰와 업무환경에 대한 문의에 대한 대응 등을 통해 내부적으로 취득한 지식을 신 사업으로 연계하였습니다.

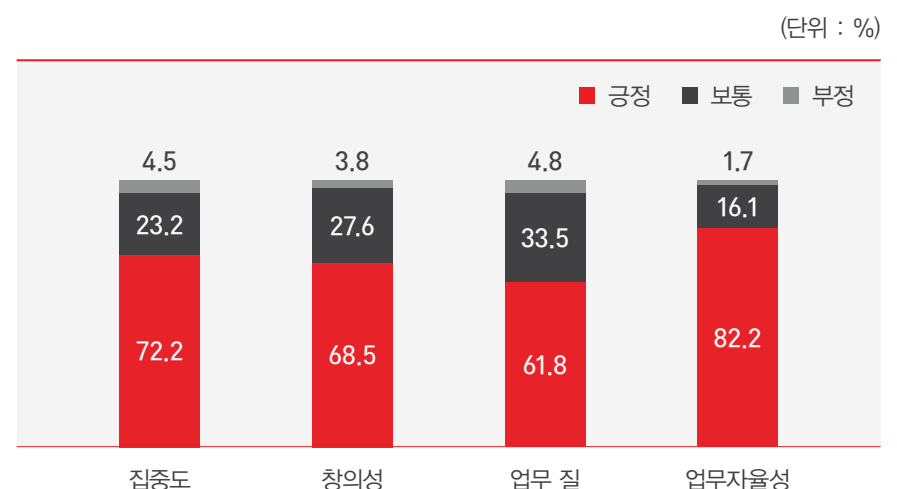
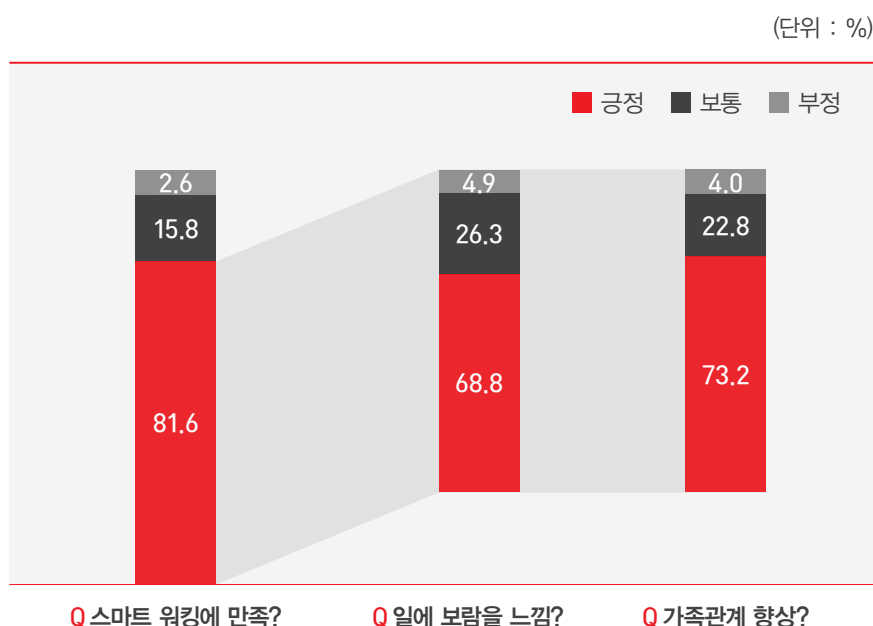
제도 운영과 더불어 불필요한 업무를 줄이기 위한 ‘Work Diet’, 업무 추진의 ‘Basic Rule’ 및 ‘프로세스 정립’ 등 일하는 방식의 혁신을 병행하여 스마트워킹의 완성도를 높여가고 있습니다. 이러한 제도는 회사와 가정/개인이 양립할 수 있는 기회를 제공하고 있으며, 직원들은 회사에 높은 로열티로 화답하고 있습니다.

근무방식의 유연한 선택권을 제공한 스마트워킹은 직원들에게 자율적 업무 추진의 계기를 제공하고 창의적 활동을 촉진하였습니다. 또한, 스마트워킹 기간 동안 높은 업무 집중도로 업무의 질까지 높이는 결과를 보이는 등 일하는 방식의 긍정적인 변화를 유도하고 있습니다.

kt 신입사원을 대상으로 조사한 결과에 따르면 스마트워킹은 약 240만원의 가치로 인식되고 있고, 신입사원의 54%는 “재택근무 제도가 회사 선택에 영향을 미쳤다”고 응답하였습니다. 이는 스마트워킹이 우수 인재 채용의 중요한 요소로 작용했음을 보여주는 결과입니다.\*

\* 조사대상 : kt 원격근무 대상자(자택, 스마트워킹센터 근무 가능 직원) 4,796명  
※ 모바일오피스 근무자 14천명 제외  
표본 직원수 : 1,722명(스마트워킹 경험자 / 비경험자)  
조사기간/방법 : 2012년 4월 / 방문조사  
조사기관 : 송실대 산학협력단(책임 : 이상호교수)

향후 스마트워킹이 kt 기업문화 혁신을 리드하고, 일과 삶의 조화를 지원하는 문화로 자리매김할 수 있도록 VDI 보급 확대, 스마트워킹센터 환경개선/확대 등 인프라를 확충하며 컨퍼런스 개최, 벤치마킹 지원 등을 통해 한국의 스마트워킹을 선도해 나갈 계획입니다.



## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&amp;D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적

 홈페이지  
 요약본

## 글로벌 비즈니스

## 글로벌 지속가능경영 추진

kt는 지속가능경영을 글로벌 영역으로 확대하기 위해 2010년 6월 해외투자법인이 소재한 국가의 언어로 된 윤리강령과 윤리경영, 사회공헌, 개인 정보 보호, 국제노동기준 준수 등을 주된 내용으로 하는 지속가능경영 가이드라인을 제정, 배포하였습니다. 또한 olleh 경영 1기 동안 윤리경영, 일하는 방식의 개선을 통해 Global Best Practice 수준으로 기업체질을 혁신하였으며 중소기업들과의 동반성장 및 일자리 창출 등 기업의 사회적 책임을 선도하고 있습니다. 해외투자법인에 이러한 경영성과 등에 대한 지속적인 정기적인 교육을 실시하고, 이를 통해 글로벌 지속가능경영 역량을 더욱 강화하고 있습니다.

## 한중일 '스마트벨트 구축'

kt는 중국과 일본의 대표 통신사업자인 차이나모바일 및 NTT도코모와의 협력을 통해 한·중·일 3국을 아우르는 동북아 스마트 생태계를 조성하고 있습니다. 동북아 6억 5천만 명의 가입자가 사용할 수 있는 슈퍼 앱스토어인 'OASIS', 각국의 GSM\*/WCDMA\*\*망, WiFi망을 국경에 관계없이 고객이 사용하는 한·중·일 자유로밍 제공, 4세대 이동통신(4G)인 LTE(Long Term Evolution)에 대한 공동 연구 등 활발한 3국 협력이 진행되고 있습니다. 이러한 협력을 통해 고객은 보다 큰 실질적 혜택을 누릴 수 있고, 통신업계는 미래 이동통신 기술을 선도하여 글로벌 시장에서의 경쟁력을 제고할 수 있게 하는 기반이 마련될 것입니다.

\*GSM : Global System for Mobile Communications

\*\*WCDMA : Wideband Code Division Multiple Access

## 글로벌 경쟁력

kt는 유무선 통신 사업의 성공 경험과 이를 통해 축적한 역량을 바탕으로 사업 범위를 글로벌로 확장해 나가고 있습니다. 우선 Global Alliance(Cisco, SoftBank 등), Global Partnership(Vodafone, CONEXUS 등), Global Go-To-Market의 전략적 사업 실행 방향을 가지고, kt의 경험과 역량을 지분투자 그리고 IT와 콘텐츠 사업을 결합하여 신시장 중심으로 글로벌시장에 진출하고 있습니다. 또한 각국 정부기관 및 글로벌 기업에 통신 인프라 구축, 공공 인프라 서비스, U-City 등 글로벌 ICT 서비스를 하고 있고, 이 밖에도 세계 최고 수준

의 고품질 인터넷, 국제전화, 로밍 서비스, olleh 1호 위성을 통한 성공적인 위성 서비스를 제공하고 있습니다.

## 글로벌 ICT 사업

kt는 PSTN\*, 초고속인터넷망, Wibro망\*\*, BCN\*\*\*, IPTV, WCDMA망, LTE망\*\*\*\* 등 다양한 정보통신 기술의 인프라를 구축하여 성공적으로 운영 중입니다. 이러한 국내에서의 성공 경험을 ICT 인프라 개선이 필요한 Emerging Market을 중심으로 전수하고 있으며, 각국 정부기관 및 글로벌기업 대상 통신 Infra 구축, 공공 인프라 서비스, U-City, Managed Service 등 글로벌 ICT 서비스를 제공하고 있습니다. 또한, 경제적인 비용으로 고품질의 인터넷, 국제전화 서비스를 제공하기 위해 세계 주요 국가를 연결하는 글로벌 네트워크를 구축하였고, 이를 기반으로 전 세계에 end-to-end 데이터 회선 및 IP서비스, Traffic Wholesale 등 글로벌 서비스를 제공하고 있습니다.

\*PSTN : Public Switch Telephone Network

\*\*Wibro : Wireless Broadband Internet

\*\*\*BCN : Broadband Convergence Network

\*\*\*\*LTE : Long Term Evolution

## 글로벌 ICT 사업 매출 현황

(단위 : 억 원)

| 구분         | 2010  | 2011  | 2012  |
|------------|-------|-------|-------|
| 글로벌 IT     | 936   | 705   | 208   |
| 글로벌데이터     | 644   | 658   | 618   |
| 트래픽홀세일     | 2,055 | 2,130 | 2,203 |
| 국제전화       | 1,487 | 1,702 | 1,275 |
| *Inorganic | 915   | 1,044 | 1,127 |
| 계          | 6,037 | 6,239 | 5,431 |

\*Inorganic : 신규 투자로 kt가 지분을 확보하는 해외 고객 또는 Joint Venture의 매출로, 투자 회사의 전체 매출 중 kt 지분을 만큼의 매출을 kt 글로벌 매출로 산정

## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적

홈페이지

요약본

# 이해관계자별 가치 분배

## 주주환원

kt는 집중투표제와 서면투표제 도입을 통해 소수 주주들의 권익을 보호하고 있으며, 3년간(2012~2014 회계년도) 매년 최소 주당 2천 원 배당을 실시하여 주주에게 환원하는 것을 원칙으로 하고 있습니다. 2012년 회계연도 성과에 대해서는 2013년 3월 정기주주총회 결의로 4,874억 원의 배당금을 지급하였습니다.

※ 전사원(2007년 입사 이전 직원)을 대상으로 연금저축을 매월 5만원씩 지급하고 있습니다.

## IR 활동

| 유형     | 주요내용       | 비고  |
|--------|------------|-----|
| 기업설명회  | 실적 및 경영 현황 | 수시  |
| 실적발표회  | 분기별 실적 발표  | 분기별 |
| 보고서 발간 | 사업보고서      | 분기별 |
|        | 감사보고서      | 분기별 |
|        | 영업보고서      | 연간  |
|        | 지속가능경영보고서  | 연간  |

## 배당에 관한 사항

| 구분                  | 2010      | 2011      | 2012    |
|---------------------|-----------|-----------|---------|
| 주당액면가액(원)           | 5,000     | 5,000     | 5,000   |
| 당기순이익(백만 원)         | 1,248,846 | 1,289,055 | 719,351 |
| 배당금총액(백만 원)         | 586,150   | 486,602   | 487,445 |
| 배당성향(배당금액/당기순이익)(%) | 46.9      | 37.7      | 67.8    |
| 배당수익율(주당배당금/주가)(%)  | 5.0       | 5.3       | 5.2     |

※ 상기 배당관련 정보는 별도 기준으로 작성되었습니다.

## 임직원 보상

(단위 : 백만 원)

| 구분    | 2010   | 2011   | 2012   |
|-------|--------|--------|--------|
| 급여    | 18,405 | 18,695 | 19,603 |
| 퇴직급여  | 2,076  | 1,984  | 1,825  |
| 복리후생비 | 3,038  | 3,122  | 3,383  |
| 계     | 23,519 | 23,801 | 24,811 |

## 세금

(단위 : 억 원)

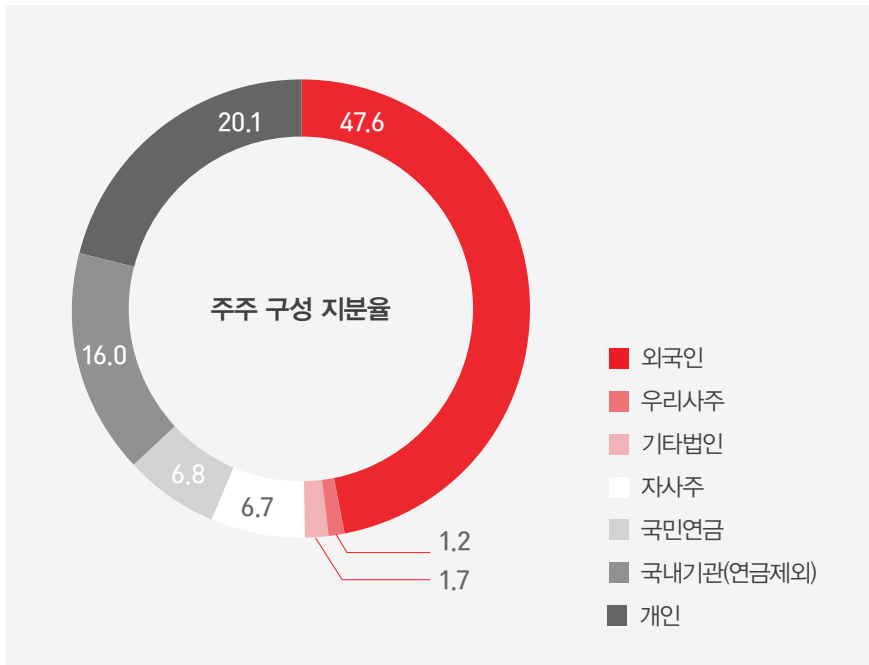
| 구분    | 2010  | 2011  | 2012  |
|-------|-------|-------|-------|
| 법인세비용 | 3,913 | 3,692 | 4,442 |
| 세금과공과 | -     | 2,084 | 2,606 |
| 합계    | 3,913 | 5,776 | 7,048 |

## 주주 구성

(단위 : 주, %)

| 구분         | 주식수         | 지분율     |
|------------|-------------|---------|
| 자사주        | 17,389,417  | 6.7%    |
| 외국인        | 124,170,306 | 47.6%   |
| 국민연금       | 17,786,652  | 6.8%    |
| 우리사주       | 3,124,611   | 1.2%    |
| 국내기관(연금제외) | 41,722,482  | 16.0%   |
| 기타법인       | 4,469,013   | 1.7%    |
| 개인         | 52,449,327  | 20.1%   |
| 총발행주식수     | 261,111,808 | 100.00% |

(단위 : %)



## Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적



홈페이지



요약본

# 경영실적

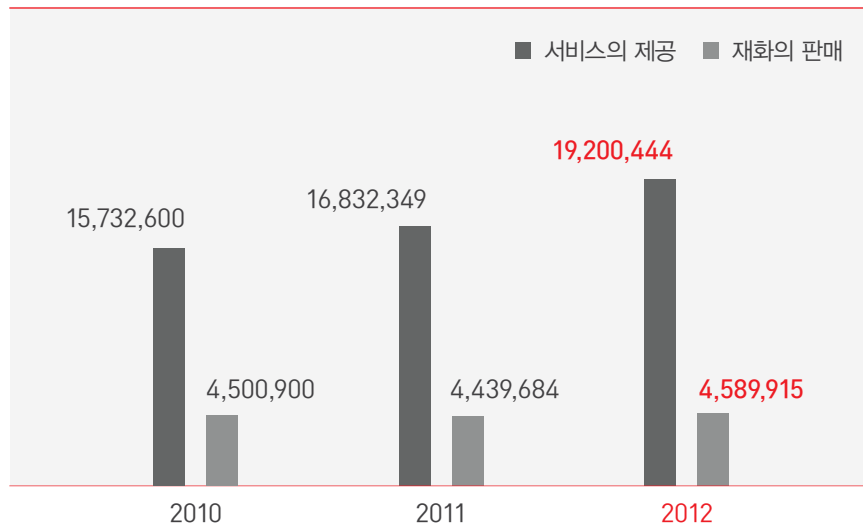
## 사업별 매출

(단위 : 백만 원)

| 구분      | 2010       | 2011       | 2012       |
|---------|------------|------------|------------|
| 서비스의 제공 | 15,732,600 | 16,832,349 | 19,200,444 |
| 재화의 판매  | 4,500,900  | 4,439,684  | 4,589,915  |
| 합계      | 20,233,500 | 21,272,033 | 23,790,359 |

※ K-IFRS 연결 기준 (\*) 진행기준으로 수익을 인식하는 부동산건설약정이 포함되어 있습니다.

(단위 : 백만 원)



## 영업수익

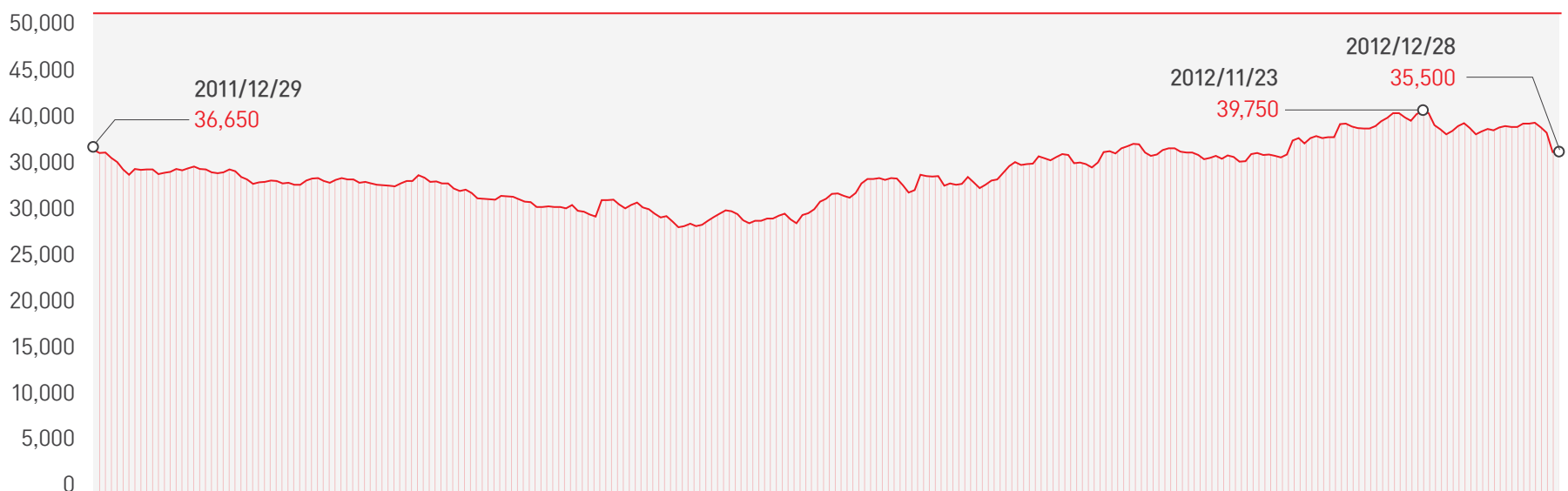
(단위 : 십억 원)

| 구분        | 2010     | 2011     | 2012     |
|-----------|----------|----------|----------|
| 무선수익      | 11,084.5 | 6,969.4  | 6,913.4  |
| 유선수익      | 4,388.6  | 6,950.7  | 6,392.3  |
| 미디어/콘텐츠수익 |          | 803.0    | 1,067.9  |
| 금융/렌탈수익   |          | 996.6    | 3,574.3  |
| 기타수익      | 313.4    | 1,227.2  | 1,241.5  |
| 상품수익      |          | 4,325.1  | 4,600.9  |
| 영업수익      | 20,233.5 | 21,272.0 | 23,790.3 |

## 신용등급

| 구분      | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------|------|------|------|
| S&P     | A    | A    | A    |
| Moody's | A3   | A3   | A3   |
| Fitch's | A    | A    | A    |

## 주가그래프



# Dreaming with Shareholder

신성장동력 | R&D 성과 및 전략 | 브랜드 가치 | 혁신경영 | 스마트워킹 | 글로벌 비즈니스 | 이해관계자별 가치 분배 | 경영실적

홈페이지

요약본

## 경영실적

### 연결재무상태표

(단위 : 백만 원)

| 구 분       | 제 30 기<br>(2011년 12월 말) | 제 31 기<br>(2012년 12월 말) | 증감율     |
|-----------|-------------------------|-------------------------|---------|
| 유동자산      | 9,790,659               | 10,482,845              | 7.1%    |
| 비유동자산     | 22,294,750              | 23,996,654              | 7.6%    |
| 자산총계      | 32,085,409              | 34,479,499              | 7.5%    |
| 유동부채      | 8,745,125               | 11,247,314              | 28.6%   |
| 비유동부채     | 10,802,475              | 10,067,673              | -6.8%   |
| 부채총계      | 19,547,600              | 21,314,987              | 9.0%    |
| 자본금       | 1,564,499               | 1,564,499               | 0.0%    |
| 주식발행초과금   | 1,440,258               | 1,440,258               | 0.0%    |
| 이익잉여금     | 10,219,633              | 10,646,383              | 4.2%    |
| 기타포괄손익누계액 | (22,865)                | 1,325                   | -105.8% |
| 기타자본구성요소  | (1,497,289)             | (1,343,286)             | -10.3%  |
| 비지배지분     | 833,573                 | 855,333                 | 2.6%    |
| 자본총계      | 12,537,809              | 13,164,512              | 5.0%    |
| 부채와 자본총계  | 32,085,409              | 34,479,499              | 7.5%    |

※ 상기 제30기, 제29기 재무제표는 한국채택국제회계기준 작성기준에 따라 작성되었음

### 주요 재무비율

| 구분           | 분류       | 2011   | 2012   |
|--------------|----------|--------|--------|
| 안정성 지표       | 유동비율     | 112.0% | 93.2%  |
|              | 부채비율     | 137.3% | 162.0% |
| 수익성 지표       | 매출액영업이익률 | 8.2%   | 5.1%   |
|              | 매출액순이익률  | 6.8%   | 4.7%   |
|              | 총자산이익률   | 4.5%   | 3.2%   |
|              | 자기자본이익률  | 11.6%  | 8.4%   |
| 성장성 및 활동성 지표 | 매출액증가율   | 8.1%   | 11.8%  |
|              | 영업이익증가율  | -1.7%  | -30.6% |
|              | 당기순이익증가율 | 10.4%  | -23.5% |
|              | 총자산증가율   | 19.1%  | 7.5%   |

### 연결손익계산서

(단위 : 백만 원)

| 구 분                  | 제 30 기     | 제 31 기     | 증감율     |
|----------------------|------------|------------|---------|
| 영업수익                 | 21,272,033 | 23,790,359 | 11.8%   |
| 영업비용                 | 19,523,624 | 22,576,479 | 15.6%   |
| 영업이익                 | 1,748,409  | 1,213,880  | -30.6%  |
| 관계기업및조인트벤처<br>순손익 지분 | -3,038     | 21,015     | -791.7% |
| 법인세비용차감전순이익          | 1,603,371  | 1,422,502  | -11.3%  |
| 법인세비용                | 315,946    | 279,518    | -11.5%  |
| 계속영업당기순이익            | 1,287,425  | 1,142,984  | -11.2%  |
| 중단영업이익(손실)           | 164,594    | -31,534    | -119.2% |
| 당기순이익                | 1,452,019  | 1,111,450  | -23.5%  |



## Dreaming with Society

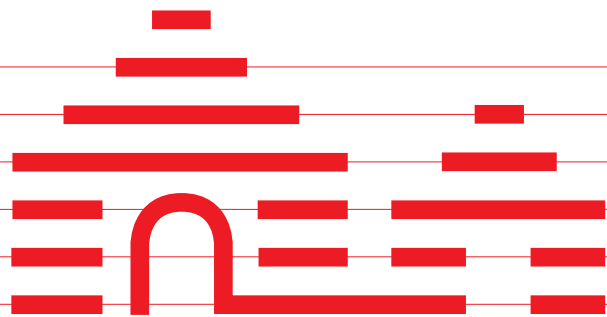
사회공헌 활동 전략 | 사랑나눔 | IT나눔 | 문화나눔 | 보편적 서비스



홈페이지



요약본



# Dreaming with Society

## Vision & Strategy

kt에게 기업의 사회적 책임은 기업과 사회의 관계를 올바르게 설정하고, 기업이 지닌 역량을 사회와 함께 나눔으로써 같이 성장하고 발전해 나가려는 노력을 의미합니다. kt는 2012년 12월, 기업 최초로 199명의 직원으로 구성되어 있는 CSV단을 신설하고 공유 가치 창출을 선도해 나가고 있습니다. 은퇴자 지식 나눔으로 사회공헌을 일 자리 창출과 연계해 나가고 있을 뿐만 아니라, 2013년에는 글로벌 CSV로 확대 추진하여 kt가 현재 연계하고 있는 국가들을 중심으로 더 큰 범위의 공유 가치 창출을 실현하고자 합니다.

## Main Team

지속가능경영위원회 | 커뮤니케이션실, 그룹윤리경영부문, 가치경영실, 경제경영연구소, 네트워크부문, 인재경영실, 경영지원실, 구매전략실, 대외협력실 및 사업부서  
사회공헌 | 커뮤니케이션실

## Dreaming with Society

사회공헌 활동 전략 | 사랑나눔 | IT나눔 | 문화나눔 | 보편적 서비스

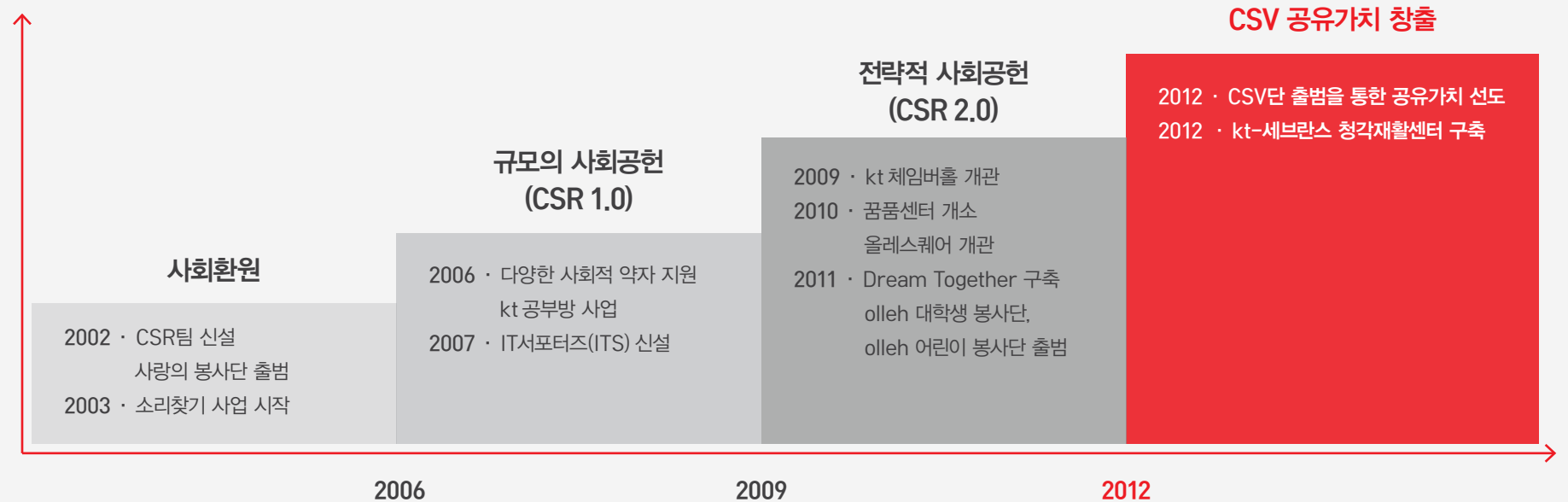
홈페이지  
요약본

# 사회공헌 활동 전략

기업의 사회적 책임 활동은 기업과 사회의 관계를 올바르게 설정하고, 기업이 지닌 역량을 사회와 함께 나눔으로써 같이 성장하고 더 크게 발전해 나가려는 노력입니다. kt는 오랫동안 공기업으로 성장해 온 기업역사로 인해, 사회정의와 통신서비스의 보편적 접근권 개선에 기여하고 있으며 사회적 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다. kt는 사회공헌활동 전략을 재검토하고, 4가지 요소인 kt의 핵심역량, 비전 및 전략(기업전략과 사회공헌활동의 전략적 재정비), kt의 기술과 직원의 핵심강점, 개인과 사회전반의 요구분석에 기반하여 전사적 사회공헌활동 전략을 수립하였습니다. kt는 통신업체로서 첨단 통신기술 및 임직원의 지식, 역량과 헌신에 가장 큰 장점을 보유하고 있고, 인터넷이나 무선

기술과 같은 최신 통신기술의 접근이 제한된 소외계층이 존재하기 때문에 이러한 그룹이 kt의 사회공헌활동의 주요 대상이 됩니다. 이러한 영역별 사회공헌 활동을 한 차원 높이기 위해 2011년 PEG(사내 컨설팅 TFT)을 통해 그룹사회공헌 과제를 수행하는 팀을 5개월간 운영하여 kt를 포함한 kt 그룹사의 사회공헌 활동 체계를 재정립하였습니다. kt는 2009년 이후 전략적 사회공헌으로 3대 영역별 사회공헌활동에 소기의 성과를 이루었습니다. kt의 사회공헌은 이제 기업의 목표와 사회적 가치를 동시에 추구하는 CSV(Creating Shared Value)로 변화하고 있으며, 이를 위해 기업최초로 CSV단을 신설하고 kt CSR 3.0을 추진하고 있습니다.

Effect



| 나눔 kt                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 사랑나눔                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | IT나눔                                                                                                                                                                                     | 문화나눔                                                                                                                                                         | 전략적 사회공헌 사업                                                                                                                                                                           |
| 나눔으로 모두가 따뜻한 사랑                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 나눔으로 모두가 누리는 IT                                                                                                                                                                          | 나눔으로 모두가 즐거운 문화                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>· 소외 아동 집중 지원</li> <li>· 사랑의 봉사단(700여 팀, 31,061명)</li> <li>· kt 꿈품센터(21개소)</li> <li>· olleh 대학생 봉사단(145명)</li> <li>· 아동사랑 네트워크-Dream Together (새싹꿈터 등)</li> <li>· kt 소리찾기 사업(10년째)</li> <li>· kt 노사 Youth 장학사업</li> <li>· 글로벌 CSV</li> <li>· kt-세브란스 협력 사업</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· IT격차해소 집중 지원</li> <li>· IT서포터즈(23팀, 200명)</li> <li>· 스마트아카데미</li> <li>· IT소외계층 대상 IT교육</li> <li>· 소외계층 IPTV 지원</li> <li>· SW 전문인력 육성</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· kt 대표 메세나 사업</li> <li>· olleh square</li> <li>· kt 체임버홀</li> <li>· kt 스포츠단</li> <li>· 소외아동대상 종합예술교육 아이드림</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 지역아동센터 거점 구축 (꿈품센터 전국 21개 개소)</li> <li>· 아동사랑 네트워크 구축 (24 회원사, 양평 새싹꿈터 개소)</li> <li>· 글로벌 CSV : 현지 사회공헌 기반 구축 (e-learning center)</li> </ul> |

## Dreaming with Society

사회공헌 활동 전략 | 사랑나눔 | IT나눔 | 문화나눔 | 보편적 서비스

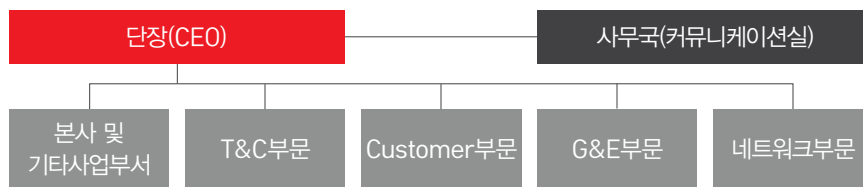
 홈페이지  
 요약본

# 사회공헌 활동 전략

## 사회공헌 활동 조직

**사랑의 봉사단** | 임직원들의 봉사활동을 전사 차원에서 조직적이고 체계적으로 운영하기 위해 2001년부터 임직원 자원봉사 조직인 사랑의 봉사단을 운영하고 있습니다. 700여 개 팀, 임직원 31,336명으로 구성된 사랑의 봉사단은 지역아동센터 지원사업, 지역사회 소외이웃 돕기, 재난재해 복구 지원, 1사1촌을 통한 농어촌 일손돕기, 복지관 등에 대한 시설 점검, kt 시설을 활용한 체험 교육 등 다양한 봉사활동을 전개하고 있습니다.

## 사랑의 봉사단 구성체계



## 봉사활동 참여현황

| 구분       | 2009   | 2010    | 2011    | 2012    |
|----------|--------|---------|---------|---------|
| 자원봉사(시간) | 89,621 | 114,657 | 140,777 | 145,779 |
| 참여인원(명)  | 15,273 | 30,383  | 35,637  | 36,600  |

## IT서포터즈

2007년 출범한 IT서포터즈는 IT 지식 기부를 통해 누구나 IT를 자유롭게 활용할 수 있도록 돕는 kt의 직원 봉사단으로, IT서포터즈의 재능기부형 프로보노 공헌 활동은 기업 사회공헌 활동의 패러다임을 바꾼 대표적인 사례로 평가되고 있습니다.



[ IT서포터즈 6기 Lecturing competition ]

## 사회공헌 자원

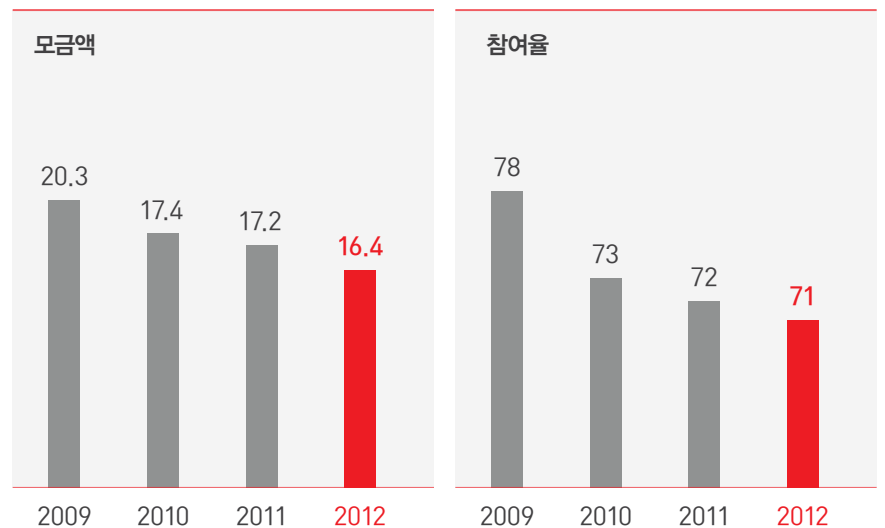
kt의 사랑나눔기금은 2003년부터 임직원과 회사가 함께 사회적 책임 활동에 앞장서기 위해 조성한 기금으로 임직원 모금액과 매칭그랜트로 구성되어 있습니다. 임직원이 모금한 금액에 대해 회사가 동일한 액수를 기금에 출연하여 다양한 사회적 활동의 재원으로 활용하고 있습니다. 2012년에는 임직원의 71%가 자발적인 참여를 하여 16.4억 원의 기금을 조성하였으며 이 모금액은 전국적으로 조직된 각 봉사팀의 자원 봉사활동에 쓰여지고 있습니다. 회사에서 출연한 매칭그랜트는 kt의 중장기적인 사회공헌활동인 청각장애아 지원과 지역아동센터 지원 등에 사용되고 있습니다.

사랑 나눔기금은 노사공동으로 구성된 사랑나눔기금중앙운영위원회에서 운영규약을 정하고 있으며, 투명한 관리를 위해 사용내역과 증빙을 사랑의 봉사단 사이트에 등록하도록 하고 있습니다.

## 임직원 모금 현황

(단위 : 억 원)

(단위 : %)



## 평가 및 보상체계

kt는 임직원의 봉사활동을 평가하고 보상하기 위해 봉사활동 후 반드시 사랑의 봉사단 웹사이트(volunteer.kt.co.kr)에 그 결과를 등록하도록 하고 있습니다.

2012년에는 사랑의 봉사단과 전국 지역아동센터 활동에 대한 양적, 질적 평가를 통하여 사회공헌 우수 부서 5개 봉사팀에 CEO표창과 포상비를 수여하였습니다. 2013년부터는 사회공헌 분야를 kt대상으로 격상하여 시상할 계획입니다.

## Dreaming with Society

사회공헌 활동 전략 | 사랑나눔 | IT나눔 | 문화나눔 | 보편적 서비스

 홈페이지  
 요약본

# 사랑나눔

## 아동 사랑 나눔

**지역아동센터 지원** | 소외 아동들이 미래의 주역으로 성장할 수 있도록 지역아동센터를 대상으로 하는 다양한 지원활동을 펼치고 있습니다. 2011년 800여 개 지역아동센터를 대상으로 나무 심기, 도서 지원, 교육 환경 개선 등의 활동을 전개하였으며 2012년에는 전국의 1,000여 개 지역아동센터로 그 대상을 확대하였으며, 2013년에는 전국 1,200 개 센터에서 소외 아동 8만여 명을 지원할 계획입니다.

**kt 꿈품센터** | kt는 사회적 책임을 중시하는 기업이라는 가치를 최우선으로 두고, IT를 통해 소외 계층의 기회 격차를 해소하고 삶의 질을 향상하는데 노력하고 있습니다. 특별히 kt는 지역아동센터의 도움을 받고 있는 10만 명 이상의 아동에 주목하고 있습니다. kt가 가지고 있는 자원과 역량을 활용하여 kt는 2010년부터 주요 권역 별 지역아동센터와 연계하여 'kt 꿈품센터'를 운영함으로써 지역아동센터 지원 안전망 구축에 앞장서고 있습니다. 전국의 지사 건물 내 유휴 공간을 활용해 조성된 kt 꿈품센터는 IPTV, 빔 프로젝트, 스마트패드, 전자책 등 다양한 IT기기들을 갖추고, 각 디바이스에 맞는 콘텐츠의 영어교육, 음악 및 종합예술교육 등 학업성취도를 높일 수 있는 다양한 교육을 실시하고 있습니다.

2013년 초 현재 본사가 위치한 경기도 성남을 비롯하여 주요 권역에 총 21개 센터가 개소되어 운영되고 있습니다. 아울러 kt는 지역아동센터 아동들이 kt 꿈품센터를 원활히 이용할 수 있도록 kt 꿈품버스를 운행하는 등 교통 편의도 제공하고 있습니다.

또한 2012년에는 시범사업으로 문화체육관광부의 후원으로 한국문화예술교육진흥원과의 MOU를 통해, 전국 꿈품센터를 이용하는 지역아동센터 아이들을 대상으로 전문적인 문화예술 교육 '아이드림'을 진행하며 문화예술 관련 미래의 꿈나무들이 그 꿈을 펼칠 수 있도록 지원하였습니다. 문화교육의 기회가 없는 소외계층의 아동들을 지원하기 위해 미술, 무용, 음악, 영화, 연극 분야의 전문 예술강사 38명으로부터 215명의 아동이 75시간의 교육을 받으며 자신감과 재능을 발견하도록 지원했습니다.

※ kt는 2011년부터 글로벌스탠다드로 인정받는 사회공헌비용 측정 비용 방법(LBG모델방식)을 채택하고 있으며, 이중 국내 여건에 맞추어 일부 항목을 조정하여 사회공헌 비용으로 공시함  
 ※ 2010년도와 2009년도는 2011년도 기준에 맞춰 항목을 재분류하여 조정하였음  
 ※ 2011년도 기부 및 후원 금액에는 법적의무가 소멸된 미환급금의 사회공헌 기부가 포함되었음

## 꿈품센터 개소 현황

|      |                                              |
|------|----------------------------------------------|
| 2010 | 중랑구, 성남, 대전, 원주, 왜관, 목포, 제주도                 |
| 2011 | 남양주, 부산, 광주, 부천, 천안, 강릉, 양천구, 군산, 안동, 청주, 대구 |
| 2012 | 춘천, 전주, 울산                                   |



## kt의 사회공헌활동 지출 내역

(단위 : 억 원)

| 구분        |              | 2010  | 2011  | 2012  |
|-----------|--------------|-------|-------|-------|
| 자선기부 및 기증 | 장학사업         | 8.0   | 11.1  | 11.7  |
|           | 기부 및 후원      | 91.0  | 200.3 | 123   |
|           | 소계           | 99.0  | 211.4 | 134.7 |
| 지역사회투자    | 지역사회 IT나눔    | 130.4 | 126.6 | 121.7 |
|           | 사랑나눔기금       | 17.4  | 17.2  | 17.2  |
|           | 아동 및 소외계층 지원 | 6.5   | 21.4  | 24.3  |
|           | 문화예술 및 스포츠   | 52.0  | 51.7  | 52    |
|           | 소계           | 206.3 | 216.9 | 215.2 |
|           | 사랑공헌 후원 및 협찬 | 65.0  | 82.7  | 74.0  |
| 총합        |              | 370.3 | 511.0 | 421.9 |



## Dreaming with Society

사회공헌 활동 전략 | 사랑나눔 | IT나눔 | 문화나눔 | 보편적 서비스

 홈페이지  
 요약본

## 사랑나눔

**아동사랑 네트워크 'Dream Together'** | kt는 지역아동센터 아동들의 꿈을 통합적으로 지원하기 위한 기업간 사회네트워크인 '아동사랑 네트워크 Dream Together'에 참여하고 있습니다. Dream Together는 기업간 재능나눔형태의 3세대 사회공헌활동으로 kt, KBS, 하나투어, 비룡소 등 현재 24개의 국내 주요 기업과 기관들이 참여하고 있습니다. 가장 대표적인 사업은 새싹꿈터로 아동의 꿈을 전문적으로 이뤄주기 위한 국내최초 지역아동센터 전용 캠프장을 2012년 5월에 개소 하였으며, 2012년 한해 약 1,200명의 아동들이 이용을 하였습니다. 또한 2012년에는 지역아동센터 100명의 꿈을 크리스마스에 맞춰 이뤄주기 위한 '크리스마스 100일의 기적'캠페인을 범국민적으로 진행하여, 약 10,000명의 국민이 함께 아동 100명의 꿈을 이뤄주기도 하였습니다. 향후 Dream Together는 다양한 대국민 캠페인과 더불어 전라남도 장성에 새싹꿈터 2호를 개소하여 아동의 꿈을 지원하기 위한 안전망 구축 사업을 확대해 나가고자 합니다.

 Dream Together
 Dream Together 페이스북

**olleh 대학생 봉사단, olleh 어린이 봉사단** | kt는 미래세대에게 체계적인 '나눔의 기회' 제공과 사회공헌활동 저변 확대를 위해, 고객참여형 사회공헌활동을 시작하였습니다. 2011년 5월, 전국 대학생 100명으로 구성된 'olleh 대학생봉사단'이 활동을 시작하였고, 9월에는 수도권 지역아동센터 아동 100명으로 구성된 국내 최초 'olleh 어린이봉사단'이 출범하여 2011년에는 총 472시간의 정기적인 테마 봉사활동을 진행 하였습니다.

olleh 대학생봉사단은 주 1회 지역아동센터를 방문하여 재능나눔 활동을 하는 '정기봉사'와 생태체험학습활동, 문화공연 관람 등 아동들을 위한 다양한 체험 프로그램을 운영하는 'CSR활동'을 연중 주기적으로 진행하였으며, 2012년 1월에는 베트남 하노이에서, 2013년 1월에는 인도네시아 족자카르타에서 소외계층 아동들을 위한 재능나눔과 문화교류 활동 등 글로벌 CSR활동을 펼치기도 했습니다. 2013년의 인도네시아 파견활동은 현지 대학생 네트워크를 구축한 교육 사회적기업 '마하멘토'와 함께하며 업과 연계한 CSV활동으로 ICT인프라를 지원하고 인터넷 환경이 열악한 곳에 양질의 콘텐츠가 접근 가능하도록 AP-BOX를 제작하여 지원하는 현지밀착형 CSV모델을 제시했습니다. 특히 2013년부터는 대학생봉사단 2.0을 추진하며 별도로 CSV팀을 선

발하여 사회적 기업 및 사회혁신 관련 교육 및 창업 지원 프로그램을 기획, 진행하여 청년 정신 함양에 힘쓰고 있으며, 봉사단 스스로 자체 활동 기획, 스터디 및 다양한 사회공헌 전문 활동을 1년간 진행하는 등 차별화된 활동을 수행하고 있습니다.

2012년 한해에만 6,200명이 넘는 아동들에게 11,462시간의 봉사활동을 진행했고, 2012년도에는 135명의 2기, 2013년에는 132명의 3기 olleh 대학생봉사단이 활동하고 있습니다.

### 2012년 올레대학생 봉사단 활동 실적

(단위 : 시간)

| 지역아동센터 봉사활동 | kt CSR 봉사활동 | 합계      |
|-------------|-------------|---------|
| 7735.0      | 3812.0      | 11462.0 |

 올레대학생봉사단


**소리찾기 사업** | kt는 통신업의 특성을 살려, 2003년부터 소통에 어려움을 겪는 저소득층 청각장애 아동들에게 소리를 되찾아주는 'kt 소리찾기 사업'을 이어오고 있습니다. 2012년 말까지 총 136명의 아동들에게 인공와우 수술과 재활치료를 지원하였고, 수술이 힘든 248명에게 디지털보청기를 지급하는 등 총 413명에게 지원을 하였습니다. 2010년부터 kt는 보다 체계적이고 전문적인 지원을 위해 연세의료원과 '청각장애 아동 소리찾기 MOU'를 맺고, '뇌간이식 수술'을 국내 최초로 지원하기 시작했습니다.

kt와 연세의료원은 단순 수술비 지원에 그치지 않고, 적극적인 재활치료와 사회화 교육을 통해 청각장애 아동들이 건강한 사회 구성원으로 성장할 수 있도록, 2012년에는 신촌 세브란스병원 안이병원 내에 'kt-세브란스 청각재활센터'를 구축하였습니다. 그 안의 본격적인 청각장애 아동의 재활치료와 언어치료 전문공간인 'kt꿈품교실'을 개소하였고 소그룹 언어치료, 음악치료, 자신감 교실, 예술 놀이 치료 등 세부 프로그램으로 사회성 향상에도 도움을 주고 있습니다.

## Dreaming with Society

사회공헌 활동 전략 | 사랑나눔 | IT나눔 | 문화나눔 | 보편적 서비스

 홈페이지  
 요약본

# 사랑나눔

## 소외계층 사랑나눔

**kt IT-Master장학금** | kt는 국내 IT산업에 발전할 수 있는 인재 양성 지원을 통하여 국가경쟁력을 강화하고자 1988년부터 전국 141개 대학(전문대포함) IT계열전공 성적우수 대학생을 대상으로 장학금을 전달하고 있습니다.

### 장학금 지급규모

| 구분     | 2010 | 2011 | 2012 | 누적(1988~) |
|--------|------|------|------|-----------|
| 인원(명)  | 263  | 286  | 288  | 6,236     |
| 장학금(억) | 8.2  | 8.2  | 7.9  | 164       |

**취약계층 대상 무상 이러닝 제공** | kt는 취약계층 중·고생을 선발하여 인터넷 강의 서비스를 졸업할 때까지 무상으로 제공하고 있습니다. 2010년 347명, 2011년 390명, 2012년 430명이 무료로 인터넷 강의를 수강하고 있으며 각 시·도 교육청과 연계하여 노동조합이 선발합니다.

**노사YOUTH 장학사업** | kt의 노사는 공동으로 장학기금을 출연하여 취약계층 학생들을 지원하고 있습니다. 노사가 함께 꾸리는 심사위원회가 각 시·도 교육청과 연계하여 성적이 우수한 고교생들을 선발하며, 2010년에는 210명, 2011년에는 217명에게 장학금을 수여하였습니다. 2012년에는 227명에게 3.16억원의 장학금을 지급하였습니다. 선발된 학생들은 졸업할 때까지 수업료를 지원받게 됩니다.

**청소년 IT캠프 지원** | kt 노사는 여름방학 기간을 활용하여 취약계층 청소년들을 대상으로 IT 캠프를 개최하고 있습니다. 노사 YOUTH 장학생과 소년소녀 가장 (2010년 110명, 2011년 110명)을 대전 kt 인재개발원에 초청하여 kt의 IT시설을 견학하고 각종 체험 학습 및 레크리에이션을 통해 서로 친해지고 IT 기술들을 체험하는 시간을 가지고 있습니다. 또한, 여름캠프 참가로 학생들이 아르바이트 등 생계 활동에 지장이 없도록, 참가자 전원에게 참가비를 지급하고 교통편도 제공합니다.

## 글로벌 사랑나눔

 글로벌 CSV 영상

kt는 DJSI 세계 유무선 통신사업의 글로벌 수퍼섹터리더라는 지위에 맞게 사회적 책임 활동을 해외에도 넓혀 활동하고 있습니다.

2012년에는 인도네시아에 글로벌 소리찾기를 추진하며 인도네시아 청각장애 아동 인공와우 수술 지원(2명)과 디지털 보청기 지원(50명)으로 개발도상국의 난청 극복을 지원했습니다. 청년 소셜 벤처로 대표되는 딜라이트와의 협력을 통해 소셜 벤처의 사회공헌 확대 및 지원을 활성화하며 보청기를 기부하였고, 세브란스병원과의 협업을 통해 현지에서 난청 아동 대상 귀 상태 검진 및 재활교육을 진행하며 진정한 협업형 사회공헌을 진행하였습니다. kt의 글로벌 나눔은 현지밀착형으로 진행해 현지인들의 적극 참여로 이루어진다는 점이 차별화됩니다. 글로벌 소리찾기 사업에서는 현지 거주 한인들이 기획 단계에서부터 함께하여 한국의 나눔활동을 알리는데 선도적인 역할을 하여 한인사회가 현지 사회공헌에 뿌리내리도록 하는 발판을 닦았습니다. 보청기 지원 사업 이외에도 습바코 나눔행사를 열었는데 '습바코'란 인도네시아 현지의 10가지 필수적인 기초 생활용품들을 말하며 현지 난민들의 실질적 필요를 파악하여 약 350여명의 현지 난민들을 지원하였습니다.

2013년에는 글로벌 CSV로 나아가 kt가 현재 연계하고 있는 국가들을 중심으로 더 큰 범위의 공유 가치 창출을 실현하고자 합니다. 2013년 상반기에는 인도네시아에 kt 이러닝센터를 구축하고 현지 사회적 기업 마하멘토와의 협업하에 IT-교육복합공간을 마련하여 현지 업과 연계한 IT, 교육 한류 확대의 거점으로 활용할 예정입니다. kt의 Green Class 등의 솔루션을 연계해 CSV 모델을 실현하고 정규 교육 수강생 한명에 따라 두명의 빈곤층 학생에게 무료 교육을 지원하는 'One for Two' CSV 프로그램도 진행 예정입니다. 그외에도 세브란스와의 글로벌 의료나눔 등을 비롯해 다양한 글로벌 활동을 확대해 나갈 계획입니다.





## Dreaming with Society

사회공헌 활동 전략 | 사랑나눔 | IT나눔 | 문화나눔 | 보편적 서비스

 홈페이지  
 요약본

## IT나눔

## 고졸 SW 전문인력 육성

kt는 정부의 소프트웨어 생태계 활성화 정책에 동참하고, 고졸 인재 양성에 힘쓰기 위해 '미림 마이스터 고등학교'와 산학협력을 체결하였습니다. kt는 주 1회 최신 소프트웨어 기술 중심의 교육과정과 IT 실습환경을 제공, 소프트웨어 전문 인력 양성에 보탬이 되고 있습니다. 또한 학생들이 취업 이후 겪을 수 있는 문제점을 공유하고 해소할 수 있도록 상담, 멘토링, 간담회 등 소통의 장을 마련하는 데에도 힘쓰고 있습니다. 2012년의 교육 과정을 통해 2013년 33명의 학생이 kt에 입사하였습니다.



## 첨단IT지식나눔

첨단 IT기기의 등장으로 발생하는 새로운 형태의 정보격차 해소를 위해 kt는 '스마트 아카데미'와 '스마트 나눔'을 통해 "따뜻한 스마트 세상"을 만드는 데 앞장서고 있습니다. 이러한 활동의 일환으로, 4대 소외계층을 대상으로 신(新) IT 디바이스 체험/활용 교육을 실시하여, 정보접근 기회를 제공하고, 외부 기관 및 단체 등에서 스마트 기기 활용법 교육 요청 시 맞춤형 강의를 진행하고 있습니다. 또한 수도권 및 부산, 대전, 대구, 광주, 울산, 전주 등에서 '스마트 아카데미'공개 강의를 진행하고, 지역아동센터 아동을 대상으로 Smart Divide 해소를 위한 '스마트 나눔'활동을 전개하고 있습니다.

## IT지식교육활동(스마트 아카데미)

| 구분     |         | 2010   | 2011    | 2012    |
|--------|---------|--------|---------|---------|
| 공개강의   | 강의횟수(회) | 288    | 407     | 431     |
|        | 참석인원(명) | 1,682  | 1,535   | 1,471   |
| 찾아가는교육 | 강의횟수(회) | 630    | 6,612   | 11,162  |
|        | 참석인원(명) | 14,099 | 103,030 | 295,398 |
| 총계     | 강의횟수(회) | 918    | 7,019   | 11,593  |
|        | 참석인원(명) | 15,781 | 104,565 | 296,869 |

## 이해관계자 대상 IT서포터즈 체험활동

2010년 이해관계자 대상 IT서포터즈 체험활동으로 인턴사원(상반기 362명, 하반기 113명, 외국인 유학생 인턴 20명 참여) IT서포터즈 활동이 진행되었습니다. 또한 해마다 전국에서 대학생봉사단을 선발하여 운영하고 있으며 2012년에는 200명의 IT서포터즈 대학생봉사단이 7월 9일부터 2주간 IT농활 등 다양한 활동을 수행하였습니다.

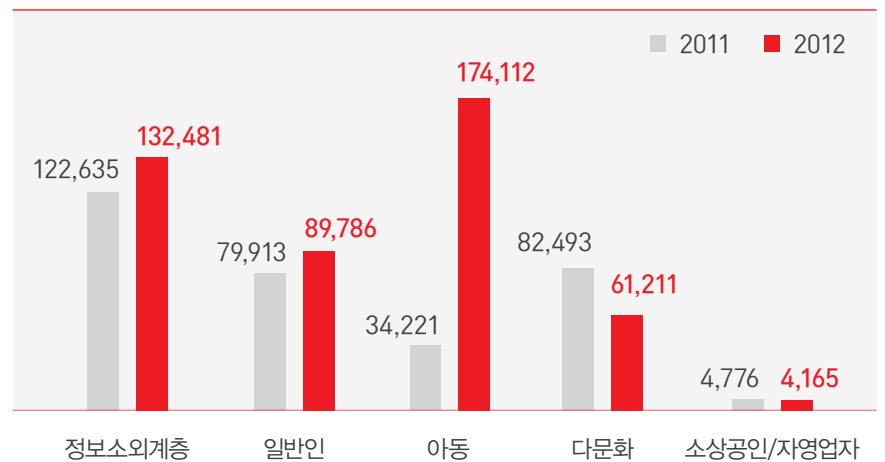


## IT서포터즈 활동성과

(단위 : 명)

| 구분        | 2010    | 2011    | 2012    | 총계        |
|-----------|---------|---------|---------|-----------|
| 정보소외계층    | 120,778 | 122,635 | 132,481 | 375,894   |
| 일반인       | 86,793  | 79,913  | 89,786  | 256,492   |
| 아동        | 20,166  | 34,221  | 174,114 | 228,501   |
| 다문화       | 80,393  | 82,493  | 61,211  | 224,097   |
| 소상공인/자영업자 | 17,641  | 4,776   | 4,165   | 26,582    |
| 계         | 325,771 | 324,038 | 461,757 | 1,111,566 |

(단위 : 명)



## 2012년 교육횟수

| 정보소외계층 | 일반인   | 아동    | 다문화   | 소상공인/자영업자 | 계      |
|--------|-------|-------|-------|-----------|--------|
| 12,049 | 6,898 | 2,982 | 7,417 | 387       | 29,733 |

## Dreaming with Society

사회공헌 활동 전략 | 사랑나눔 | IT나눔 | 문화나눔 | 보편적 서비스



홈페이지



요약본

# IT나눔

## IT서포터즈 공헌 활동 외부평가



IT 서포터즈

|                          |                                                    |
|--------------------------|----------------------------------------------------|
| 2007.11.21               | 2007년 한국자원봉사 대상 수상(한국사회복지협의회)                      |
| 2007.12.17               | 2007 세상을 밝게 만든 100인 선정(환경재단)                       |
| 2008.8.12                | 대학생 사회공헌 프로그램 중<br>가장 기억에 남는 프로그램으로 선정(연합뉴스)       |
| 2008.10.17,<br>2009.11.9 | 스리랑카 교육청 방문,<br>스리랑카어 가상키보드 활용법 및 동영상 제작 교육        |
| 2009.6.3                 | 제22회 정보문화의 날 "국무총리상"수상                             |
| 2009.7.12~               | DDos 사태에 정부와 공동 대응 : 좀비 PC clean 활동 전개 등           |
| 2009.11.25               | 일본 총무성에서 IT서포터즈 벤치마킹을 위한 견학                        |
| 2009.11.4~13             | 러시아 연해주 고려인문화센터에서 첫 해외 IT교육 실시                     |
| 2010.1.5                 | 30대 그룹 CSR활동 중 인지도 1위 선정(이코노미스트)                   |
| 2010.11.24               | 제2회 대한민국휴먼대상에서 "우수상"수상<br>(보건복지부, KBS)             |
| 2011.7.21                | 제18회 전국자원봉사대축제 "최우수상-기업나눔상"수상<br>(한국자원봉사협의회, 중앙일보) |
| 2011.11.22               | 제 3회 대한민국 휴먼대상 "국무총리상"수상                           |
| 2012.8.23                | 제19회 전국자원봉사대축제 특별/일반부문 우수상 수상<br>(한국자원봉사협의회, 중앙일보) |

## '드림티쳐'와 '시소'

kt는 고령화 시대 은퇴자들이 제 2의 삶을 찾을 수 있도록 향후 3년간 총 10만 명의 은퇴자에게 IT활용교육을 실시하고 1만 명에게 재능 나눔의 기회를 제공하고자 합니다. 또한 1천명의 은퇴자를 전문강사 '드림티쳐'로 양성해 3년간 1천 개의 '사회공헌 일자리\*'를 만들고자 합니다. 그리고 이를 지원하기 위해 은퇴자 재능나눔 프로그램 '시소'를 운영하고 있습니다. '시소'는 은퇴자가 재능나눔과 구직활동을 위해 기본적으로 필요한 OA 능력 등 IT교육을 제공함과 동시에, 이들의 재능을 필요로 하는 곳들을 찾아 연결시켜 주는 가교 역할을 담당합니다. kt는 올해 은퇴자 2만명에게 IT교육, 2천명에게 재능 나눔의 기회를 제공하며, IT역기능예방강사 100명을 포함하여 총 200명의 전문강사를 양성하는 것을 시작으로 3년간 1천명의 은퇴자를 전문강사로 양성해 '사회공헌 일자리'를 제공할 계획입니다. 또 장기적으로 은퇴자 중심의 사회적 협동조합 설립도 지원하고자 합니다.

\*'사회공헌 일자리'란 금전적 보상은 적지만 자기만족과 성취감에 의미를 두는 봉사적 성격의 일자리로, 탄력적 참여시간과 활동비 지원을 통해 유휴노동력의 노동시장 참여를 유도하고 지속적으로 활동하도록 지원





## Dreaming with Society

사회공헌 활동 전략 | 사랑나눔 | IT나눔 | 문화나눔 | 보편적 서비스

 홈페이지  
 요약본

## 문화나눔

음악 관련 문화나눔 사업은 통신사로서 kt가 가진 정체성과 관련이 깊습니다. 전파로 음성을 전달하는 사업자로서 '소리'를 세상에 널리 퍼뜨리는 데 기여한다는 목표로 시행되고 있습니다. 그 일환으로 올레스퀘어, 체임버홀의 공연 입장료 수익은 모두 난청아동을 지원하는 'kt 소리 찾기'사업에 사용됩니다.

**올레스퀘어** | 올레스퀘어(olleh square)는 광화문사옥 1층에 위치한 3,300㎡(1,000평) 규모의 IT체험 복합문화공간입니다. 2010년 5월 개관한 올레스퀘어는 kt의 최신 IT기기와 서비스를 제한 없이 무료로 체험해 볼 수 있으며, 카페 운영, 올레스퀘어 톡 콘서트 등을 통해 시민들에게 문화, 휴식을 제공함으로써 명실상부한 대한민국 대표 복합문화 공간으로 자리매김하였습니다. 특히 목~토요일에는 1,000원의 나눔 공연을 진행하고 있으며, 현재까지 약 600여 회의 공연을 진행하여, 약 10만명의 고객들이 저렴하고 친숙하게 문화활동을 체험하였습니다. 아울러 본 티켓수익금은 청각장애아동의 보청기 지원 사업에 쓰이고 있습니다. 또한 올레스퀘어는 아이폰 및 아이패드 론칭 등의 다양한 IT행사 진행과, 지식나눔활동을 진행하면서 견학코스로도 인기를 얻어, 현재까지 300만명이 넘는 고객이 방문하였습니다.

 올레스퀘어  올레스퀘어 페이스북

**kt 체임버홀** | kt는 고객과 소통을 위한 문화나눔 프로젝트의 일환으로 2009년 5월 서울 목동 정보전산센터 사옥을 리모델링하여 420석 규모의 객석과 600여대의 주차공간을 보유한 클래식 전문공연장인 'kt체임버홀'을 운영하고 있습니다. kt체임버홀의 기획공연인 'kt와 함께하는 토요일 오후의 실내악'공연은 연간 24회 열려 개관 이래 2013년 현재까지 3만 5천여 명 이상의 고객이 관람하였고, 300여 명 이상의 전문 연주자들이 참여하여 음악회를 선보이고 있습니다. 이를 통해 지역 주민의 문화적 정서를 높이는 데 기여하고 있으며, 공연내용은 olleh TV 클래식/콘서트-체임버홀 콘서트 메뉴의 방송 콘텐츠로 활용되고 있습니다. 또한 매주 첫째주 토요일에는 학생들을 위한 '클래식 체험 프로그램'을 실시하여 클래식 관련 교육, 오픈 리허설 체험 및 이색 악기 체험, 연주자들과의 시간 등을 가질 수 있도록 하여 클래식에 대한 일반인들의 이해도를 넓히는데 기여하고 있습니다. 그 외에도 어린

이날 특집 콘서트, 여성 특집 콘서트 등 다양한 이벤트로 클래식의 흥미를 더해주는 활동들을 이어가고 있습니다.

 kt 체임버홀  kt 체임버홀 페이스북  kt 체임버홀 소개영상


[ 올레스퀘어 ]



[ kt 체임버홀 ]

## 스포츠단

**프로농구단** | 2012-2013시즌 프로농구단은 "사랑의 좌석나눔기" 행사, 다문화가정 생활체육지원 프로그램 등을 통해 소외계층 아동, 청소년들에게 프로농구 관람의 기회를 상시 제공하고 스포츠를 통하여 몸과 마음이 건강하게 성장할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한 샌프란시스코 대학의 스포츠매니지먼트 전공 대학원생들의 프로스포츠현장 학습 지원과 성장기 청소년들에게 스포츠 분야 진로탐색 스쿨의 일환으로 현장학습을 통하여 스포츠분야의 직업을 갖기 위해 필요한 사항들과 자신의 적성에 맞는 진로에 대한 상담을 지원함으로써 스포츠 인재 육성에도 기여하고 있습니다.



## Dreaming with Society

사회공헌 활동 전략 | 사랑나눔 | IT나눔 | 문화나눔 | 보편적 서비스

홈페이지  
요약본

## 문화나눔

**프로야구단** | 2013년 1월 kt는 국내 최고 인기 스포츠인 프로야구 10구단 유치경쟁에 참여하였고 프로야구계를 넘어 스포츠계를 뜨겁게 달구고 화제를 뿌리며 한국야구위원회(KBO)의 10번째 구단으로 가입승인을 받아 내는데 성공하였습니다.

kt는 2014년 2군 진입, 2015년 1군 진입을 목표로 그룹의 역량을 집중하여 창단준비 중에 있으며, 향후 경기도 및 수원시와 연계하여 kt야구단을 매개체로 유소년, 사회인 야구 활성화 등 남녀노소 야구팬을 대상으로 한 다양한 지원을 통해 지역사회와 스포츠 발전에 기여해 나갈 것입니다.



[ kt 이석채 회장과 염태영 수원시장, 그리고 kt 및 경기도 관계자가 10구단 유치심사 서류인 '프로야구 10구단 창단을 염원하는 kt-수원의 러브레터'를 전달하고 있다. ]



[ kt스포츠단 각 종목의 주요선수가 프로야구 10구단 유치를 위한 팬 사인회를 시행하고 있다. ]



[ kt스포츠단 선수들과 수원시민들이 kt-수원의 10구단 유치를 염원하는 풍선을 날리고 있다. ]

**프로게임단** | kt는 10~20대 청소년의 건전한 게임 및 여가문화 선도를 위해 1999년 국내 최초 프로게임단을 창단하였습니다. 2011년 대한민국 소통경영대상에서 팬과의 소통에 대한 공로를 인정받아 특별상을 수상하였고, 2012년 11월, 용인에 위치한 선한사마리아원에서 소외된 어린이들과 청소년들을 위해 김장나누기 봉사활동과 사인회를 하며 따뜻한 세상 만들기에 앞장서고 있습니다. 2013년 2월에는 KBS의 '사랑의 가족' 프로그램을 통해 프로게이머가 꿈이지만 장애를 가지고 있어 꿈을 포기하려 하는 13살 어린이를 위해 경기장과 숙소로 초대해 일일 프로게이머 체험을 시켜주는 등 10~20대 청소년들이 꿈을 꿀 수 있도록 돕고 있습니다.

**아마추어 스포츠** | kt는 아마추어 스포츠 발전의 근간이 되는 미래 유망주를 발굴, 육성하며 비인기 스포츠의 저변을 확대하기 위해 1984년과 1985년부터 각각 여자 하키선수단과 사격선수단을 운영하고 있습니다. kt의 지원 속에 각종 국내, 국제대회에 출전하여 kt와 대한민국의 이름을 널리 알리며 우리나라를 대표하는 아마추어 선수단으로 자리매김 하였습니다.

이러한 노력의 결실로 kt사격선수단은 2012 런던올림픽 사격 2관왕에 빛나는 세계 최고 명사수 진종오 선수를 배출함으로써 명실공히 대한민국 최고의 사격선수단임을 입증하였고 여자 하키선수들도 한국대표팀의 주축으로 자리잡아 런던올림픽을 비롯한 각종 국제대회에서 선전을 펼쳤습니다

또한 kt는 olleh배 바둑오픈챔피언십과 함께 어린이 바둑대회를 개최하여 어린이 바둑 팬과의 소통을 통한 바둑 꿈나무 육성에도 기여하였습니다.





## Dreaming with Society

사회공헌 활동 전략 | 사랑나눔 | IT나눔 | 문화나눔 | 보편적 서비스

 홈페이지  
 요약본

# 보편적 서비스

## 보편적 의무 제공

보편적 의무란 모든 이용자가 언제 어디서나 적절한 요금으로 제공받을 수 있는 기본적인 전기통신역무로 이용자의 사회적 계층 및 거주 지역에 상관없이 대부분의 국민이 지불 가능한 수준의 요금으로 원활하게 이용할 수 있도록 제공하는 통신서비스를 말합니다.

현재 유선전화 서비스와 긴급통신용 전화 서비스, 장애인 및 저소득층 등에 대한 요금감면 서비스가 보편적 의무에 해당됩니다. 특히, 2012년부터는 인터넷전화의 대중화 추세에 맞추어 취약계층 대상으로 인터넷 전화 요금감면을 시행하고 있습니다.

kt는 보편적 의무로 지정된 서비스에 대해 모든 국민이 이용할 수 있도록 저렴한 요금수준\*을 유지하고 있으며 지리적 위치, 소득 또는 장애 등을 이유로 요금, 서비스 품질 등 이용조건을 차별하지 않고 동등하게 적용하고 있습니다. 즉, 국내의 대부분의 통신사업자가 서비스 커버리지 등을 이유로 서비스 가입지역을 제한하고 있는 것과는 달리 kt는 농어촌, 도서지역과 같은 고비용 지역의 거주자에게도 도시지역 가입자와 동일한 수준의 서비스를 제공하고 있습니다.

\*한국의 유선전화 요금은 소량/중량 이용시 OECD 국가들 중 2번째로 매우 낮은 수준임 (OECD Communications Outlook 2009)

## 2012년도 보편적 의무 제공 현황

| 구분          | 서비스 정의                                                            | 제공 현황                                                                                                                                                                     |
|-------------|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 유선전화 서비스    | <b>시내전화 서비스</b><br>가입용 전화를 사용하는 통신을 매개하는 전화서비스                    | 2012년말 기준 16,019천 가입자 대상 서비스 제공<br><b>노후교반기 대개체</b> : 1,370천 회선<br><b>신도시개발 등 수요에 의한 시설 공급</b> : 143천 회선                                                                  |
|             | <b>도서통신 서비스</b><br>육지와 도서 간 또는 도서와 도서 간에 무선으로 통신을 매개하는 전화 서비스     | 전국 422개 도서에서 65천 가입자를 대상으로 시내전화, 초고속인터넷 등 서비스 제공 중<br>※ 국내에는 총 3,170개 도서가 있으며 이중 유인 도서는 491개                                                                              |
|             | <b>시내공중전화 서비스</b><br>공중용 전화를 사용하는 통신을 매개하는 전화 서비스                 | 전국에 80천대의 무인공중전화 운영<br>정기적인 소독/위생관리, 장애인 편의부스 제공                                                                                                                          |
| 긴급통신용 전화서비스 | <b>긴급통신용 특수번호 전화서비스</b><br>기간 통신역무 중 미래창조과학부가 정하여 고시하는 특수번호 전화서비스 | <b>대상 번호</b> : 국가안보신고/상당(111), 범죄신고(112), 간첩신고(113), 사이버테러신고/상당(118), 화재/조난신고(119), 해양사고 및 범죄신고(122), 밀수신고(125), 마약사범신고(127)<br>이동전화 영상통화로도 119 신고접수가 가능하도록 기능 구현(서울지역 한) |
|             | <b>선박무선전화 서비스</b><br>육지와 선박 간 또는 선박과 선박 간에 통신을 매개하는 전화 서비스        | 4천 척의 등록된 선박을 대상으로 전신, 전화 및 전보서비스 제공<br>SOLAS* 협약에 의한 GMDSS* 조난신호 접수시 해양경찰청 등 관계기관에 실시간 자동 통보                                                                             |
| 요금감면 서비스    | 사회적 보호를 필요로 하는 장애인·저소득층 등에 대한 통신 서비스 이용요금 감면                      | <b>요금감면 대상 서비스</b> : 시내/시외전화, 번호안내(114), 이동전화, 초고속인터넷 서비스<br>기본료, 통화료 등을 일정액 감면<br>2012년 서비스별로 총 4,955천 가입자 대상 2,280억원의 요금 감면 혜택 제공                                       |

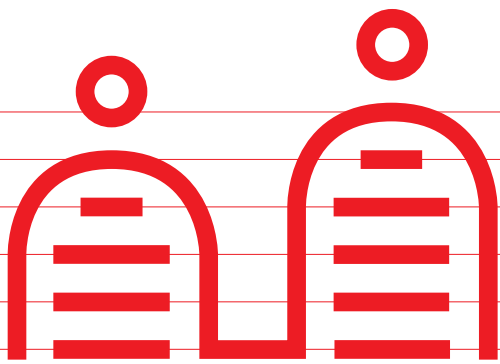
\*국제해사기구(International Maritime Organizations)에서 제정한 해상인명안전국제협약(International Convention for the Safety of Life At Sea)

\*Global Maritime Distress and Safety System : 세계 해상조난 안전 제도



## Dreaming with Customer

CS경영체계 | 혁신적인 서비스 | 지속적인 서비스 개선 | 안정적인 서비스 | IT 보안 강화 및 고객 보호고객 | 커뮤니케이션

[홈페이지](#)[요약본](#)

# Dreaming with Customer

### Vision & Strategy

kt는 올레 경영 2기를 맞아 “마음으로 소통하고 믿음으로 다가가는” 세계 초일류 CS 기업이라는 비전을 가지고 차별화된 고객가치경영을 추진하고 있습니다. kt는 2012년 CS비전, CS 象, 고객만족실천헌장, Rule & Guideline을 정립하여 CS경영체계를 구축하였습니다. CS비전은 kt의 CS분야에 대한 장기적인 목표와 미래상으로 kt의 CS가 나아가야 할 방향을, CS 象은 kt에서 제공하는 서비스에 대해 대내외적으로 고객에게 심어주고자 하는 서비스 가치와 의미를, CS실천헌장은 kt의 핵심가치인 All for Customer를 중심으로 전 직원이 고객들에게 실천을 약속하고 준수하고자 하는 의지표명을 하였습니다.

### Main Team

T&C부문, Customer부문, G&E부문, P&I부문, 네트워크부문

## Dreaming with Customer

CS경영체계 | 혁신적인 서비스 | 지속적인 서비스 개선 | 안정적인 서비스 | IT 보안 강화 및 고객 보호고객 | 고객 커뮤니케이션



## CS 경영 체계

## CS경영체계 확산 정립



kt는 2012년 CS비전, CS 象, 고객만족실천헌장, Rule & Guideline을 정립하여 CS경영체계를 구축하였습니다.

CS비전은 kt의 CS분야에 대한 장기적인 목표와 미래상으로 kt의 CS가 나아가야 할 방향을, CS 象은 kt에서 제공하는 서비스에 대해 대내외적으로 고객에게 심어주고자하는 서비스 가치와 의미를, CS실천헌장은 kt의 핵심가치인 All for Customer를 중심으로 전 직원이 고객들에게 실천을 약속하고 준수하고자 하는 의지표명을 하였습니다.

CS 象을 구현하기 위해 전 직원이 준수해야 할 실행 규칙(CS Rule)과 그 규칙에 대해 누가, 무엇을, 어떻게 해야하는지에 대한 실행의 기준점(CS Guideline)을 정립하였습니다.

CS비전, CS 象, 고객만족실천헌장, Rule & Guideline을 고객접점/사업부서/본사 등 조직별 역할에 따라 단계별 추진을 목적으로 전사 CS 혁신리더 양성 교육, 현장설명회 등을 통해 현장 전파하였습니다.

또한, 그룹사인 kt 텔레캅의 경영체계, 접점품질 등을 진단하고 그에 따른 Action Item 도출하여 그룹사에 CS경영체계를 전파하였습니다. 향후 BC카드, kt렌탈 등 그룹사 CS경영현황 및 수준을 분석하고 그룹 CS 필수 Guideline 제정 등 과제를 발굴하여 이행하는 것을 목표로 하고 있습니다.

## CS Rule &amp; Guide Line

## Rule 1

고객과의 **약속**은 반드시 지키며, 고객은 **항상 옳다**.

## Guide Line

- 고객과의 접촉시 담당업무와 관계없이 본인의 신분을 밝히고, 고객의 소리를 경청하며, 고객의 요구사항은 **본인 책임하에 끝까지 완료**한다.
- 자신 외의 모든 사람은 고객임을 명심하고, 어떠한 경우라도 거짓말 하지 않으며 고객과는 **절대 논쟁하지 않는다**.
- **무조건 고객 입장에서 생각**하고 판단하라. 만약 고객이 "No"라고 하면, 다시 한번 고객입장에서 생각하라.

## Rule 2

모든 업무는 "**고객과 현장**"을 **최우선**으로 한다.

## Guide Line

- 모든 담당업무 책임자는 매일 주요 VOC를 확인하고, 발생되는 문제점에 대해서는 **즉시 조치**해야 한다.
- 상품은 **반드시 고객니즈를 반영하여 기획**하고, 상품 기획심사/출시검증위원회의 승인을 거쳐 출시하며, 1개를 출시하면 1개를 퇴출한다.(One-in, One-out)
- 현장의 요구사항에 대하여 **본사/사업부서는 24시간 이내에 답변**하고, 제도개선이 필요한 경우에는 7일 이내에 조치한다.

## Rule 3

고객접촉 시에는 고객니즈를 "**한번에, 완벽하게**" 해결한다.

## Guide Line

- 영업사원은 상품에 대한 **전문지식을 완벽하게 갖추고**, 자신 있게 고객을 만난다.
- 대리점/플라자는 고객상담 시 업무를 **친절·신속·정확**하게 처리한다.
- 고객센터는 고객상담 시 고객의 요구를 **한번에 완벽하게 처리**한다.
- 현장 출동은 **최초 약속시간에 반드시 방문**하고, 작업완료 후에는 처리한 내용을 설명하며 고객이 직접 확인하도록 한다.

## Dreaming with Customer

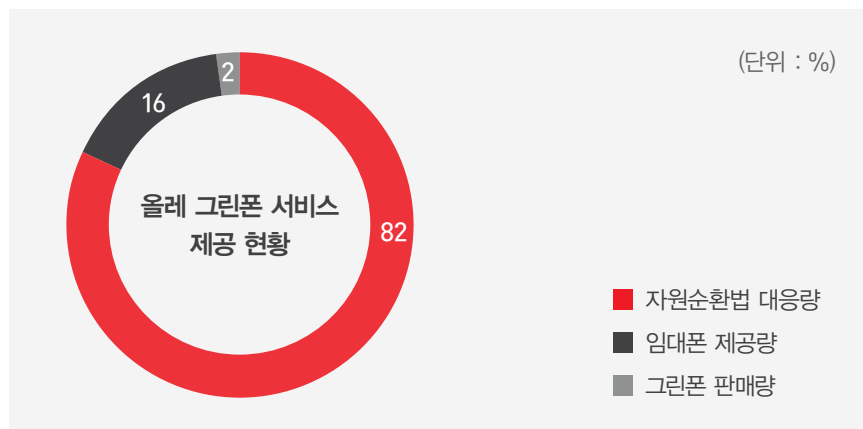
CS경영체계 | 혁신적인 서비스 | 지속적인 서비스 개선 | 안정적인 서비스 | IT 보안 강화 및 고객 보호고객 | 고객 커뮤니케이션

 홈페이지  
 요약본

## 혁신적인 서비스

### 올레그린폰 서비스

아이폰 출시 이후 국내 스마트폰 사용자는 꾸준히 증가하기 시작해 전체 가입자 수의 70%를 넘어섰습니다. 스마트폰은 다양한 서비스를 이용할 수 있다는 점 덕분에 이용자 수가 늘어나고 있고 특히 LTE서비스의 활성화 등으로 제조사마다 고기능 단말기 출시가 잇따르고 있습니다. 이런 추세와 함께 집안에서 잠자는 중고폰(장롱폰)도 많아지고 있습니다. kt는 중고폰도 스마트하게 이용하기 위해 이렇게 매입된 '장롱폰'도 재생산을 거쳐 다시 고객들에게 저렴한 가격으로 되파는 중고폰 유통의 선순환 구조를 만들었습니다. 또한, 이용자들 간 중고기기를 안심하고 거래할 수 있는 안정적인 거래 유통망을 확보하고, 중고폰으로 가입할 수 있는 저가 요금제를 출시하였습니다. 중고폰 외관세척과 기능점검을 제공하는 '올레 그린폰클리닉' 서비스를 제공하여 고객 편의개선을 이끌어 왔습니다. 이처럼 '올레 그린폰' 서비스가 중고폰 활성화와 환경보호 공로를 인정받아 친환경 '로하스(LOHAS)'인증을 받았습니다.



더불어 kt는 고가인 스마트폰의 파손 및 분실에 대비할 수 있도록 올레폰 안심플랜 제도를 운영 중입니다. 올레폰 안심플랜 제도는 고객 리텐션 강화 프로그램의 일환으로 분실 단말기 교체비용 및 수리비용을 한도 내 지원해주는 프로그램으로 2012년도 단말기를 구매하신 분의 48%가 단말보험 상품에 가입하여 450만명의 가입자를 확보하였습니다.

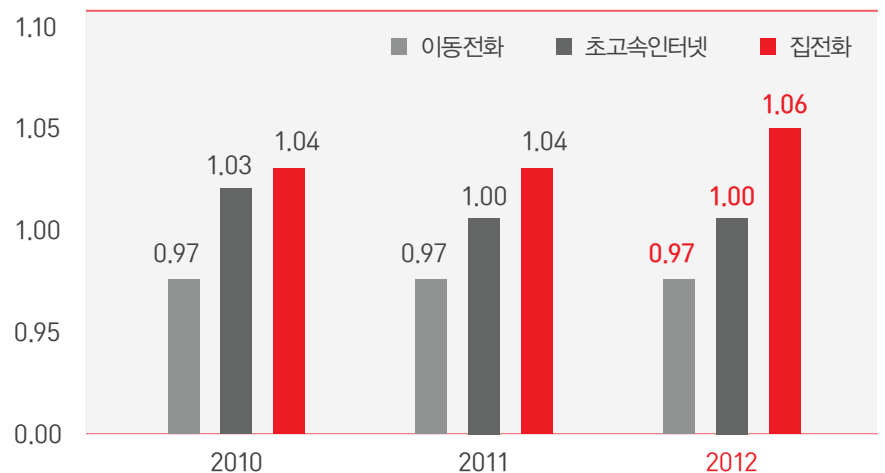


[ kt-한국표준협회 로하스 인증 수여식 ]

### 고객만족도 1위 달성

kt는 한국생산성본부(KPC)가 주관하는 국가고객만족지수(NCSI)조사에서 초고속인터넷/IPTV/국제전화 1위, 인터넷전화 2년 연속 1위, 시내전화 7년연속 1위, 시외전화 13년연속 1위에 선정 되었습니다. olleh 경영 지향점 중 최우선을 '고객감동 경영'으로 선언하고 고객이 신뢰하고 사랑하는 기업으로 탈바꿈하기 위해 고객만족을 최우선 과제로 삼아 고객 중심의 프로세스로 혁신한 결과입니다.

### CVA 점수 추이



※ CVA = 자사고객만족도 점수/제 1 경쟁사 점수

※ CVA점수 범위에 따른 분류

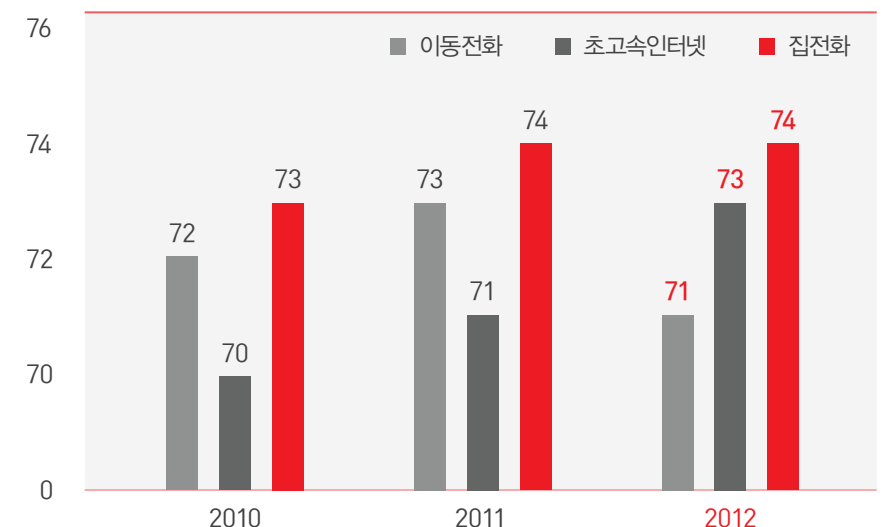
1.1 이상: 최고 수준의 경쟁력

1.03 이상~1.1 미만: 우수한 경쟁력

0.97 이상~1.03미만: 보통 수준의 경쟁력

0.97 미만: 저조한 경쟁력

### NCSI 고객만족도



## Dreaming with Customer

CS경영체계 | 혁신적인 서비스 | 지속적인 서비스 개선 | 안정적인 서비스 | IT 보안 강화 및 고객 보호고객 | 고객 커뮤니케이션

 홈페이지  
 요약본

## 지속적인 서비스 개선

### 결합상품을 통한 고객 요금부담 완화

kt는 유무선을 아우르는 종합통신사업자로서의 장점을 활용하여 고객에게 kt가 제공하는 다양한 통신서비스를 최소한의 요금으로 이용할 수 있는 결합상품을 제공하여 왔습니다. 특히 2012년 12월에는 LTE시대와 All-IP 시대에 특화된 결합상품 “LTE몽치면올레”를 출시했습니다. LTE몽치면올레는 olleh인터넷과 olleh LTE 모바일을 사용하시는 고객들의 부담을 덜어드리기 위해, 높은 월정액을 쓰시는 고객들에게 더 많은 요금할인을 제공하는 결합상품입니다. 또한 증가하는 IPTV 시청자를 위해 olleh TV에도 추가로 요금할인을 제공합니다. “LTE몽치면올레”는 LTE 스마트폰과 초고속인터넷 및 IPTV를 이용하는 모든 고객들에게 할인혜택을 제공함으로써, 가계통신비 절감에 기여하고 있습니다.

### WiFi Zone 품질개선을 통한 프리미엄 무선인터넷 제공과 통신비경감

2012년 olleh WiFi Zone은 2.4/5GHz의 듀얼밴드를 제공하는 프리미엄 AP를 확대하여, 장비품질개선을 이루었으며, 채널본딩 및 WIAA(혼선제어)기술등을 적용하여, WiFi 사용환경의 품질개선을 이뤘습니다.

이는, WBA에서 “최고 와이파이 혁신상”, MWC에서 “최고의 기술상”을 수상하며, olleh WiFi 기술 및 품질을 입증하였습니다. 또한, 지하철과 버스, 한강유람선 등 이동 중에도 WiFi를 무료로 이용할 수 있는 퍼블릭 에그도 계속 확대하여, 서울/수도권등 전국 1100여개의 버스 노선에서 olleh WiFi 이용이 가능합니다. 전국적으로는 20만개(2012년 말, AP기준)의 WiFi Zone에서 편하고,저렴하게 무선인터넷을 이용할 수 있게 하였습니다. 2013년에는 Gigabit 속도의 WiFi Zone을 구축하여, 기존 WiFi 대비 4배 이상 빠르고, 쾌적한 속도로 무선인터넷을 이용할 수 있는 환경을 제공할 예정입니다.

### 유무선 통합 고객혜택 강화

2012년 1월 유무선 통합 고객등급을 도입하여 기존 무선(모바일, Wibro)고객 중심의 혜택을 유선(인터넷, 인터넷전화, IPTV, 스마트폰, 집전화) 가입 고객까지 대폭 확대 개편하였으며, 고객등급을 세분화하여 맞춤 서비스를 제공하고 있습니다. 또한 온라인/오프라인 구분 없이 언제 어디서나 다양한 분야의 고객 니즈를 충족시킬 수 있도록 전국 22,000여 개의 제휴가맹점을 구축하였고, 문화/공연, 워터파크, 쿠폰, 무료체험 서비스 도입을 통해 특별한 경험과 혜택을 제공하고 있습니다.

### 온라인 사이트를 통한 CS 활동 강화

kt는 2011년 1월 유무선 상품 통합 사이트인 www.olleh.com을 오픈하여 고객에게 유무선 상품 통합 안내, kt 서비스 요금, 이용약관 등 각종 정보 제공 및 서비스 신규가입, 해지, 요금조회 상품변경 등 다양한 고객센터 활동을 지원하고 있습니다. 스마트폰 등 모바일 이용고객이 계속 증가함에 따라 2011년 8월부터는 m.olleh.com과 홈/모바일/미니 고객센터 App등 모바일을 이용한 고객센터 업무를 확대하였습니다. 2012년에는 www.olleh.com, m.olleh.com의 지속적인 서비스 및 UI/UX개선을 통해 고객이 편리하게 자신의 정보나 신규 상품을 조회하는 기능을 추가하였습니다. 또한, 온라인을 통한 상품주문, 배송 조회 기능 제공 등 다양한 Self service를 이용할 수 있도록 지원하였으며, 홈/모바일 고객센터 App을 통합하여 모바일에서도 유/무선 상품을 동시에 조회할 수 있도록 하였습니다.

## Dreaming with Customer

CS경영체계 | 혁신적인 서비스 | 지속적인 서비스 개선 | 안정적인 서비스 | IT 보안 강화 및 고객 보호고객 | 고객 커뮤니케이션

 홈페이지  
 요약본

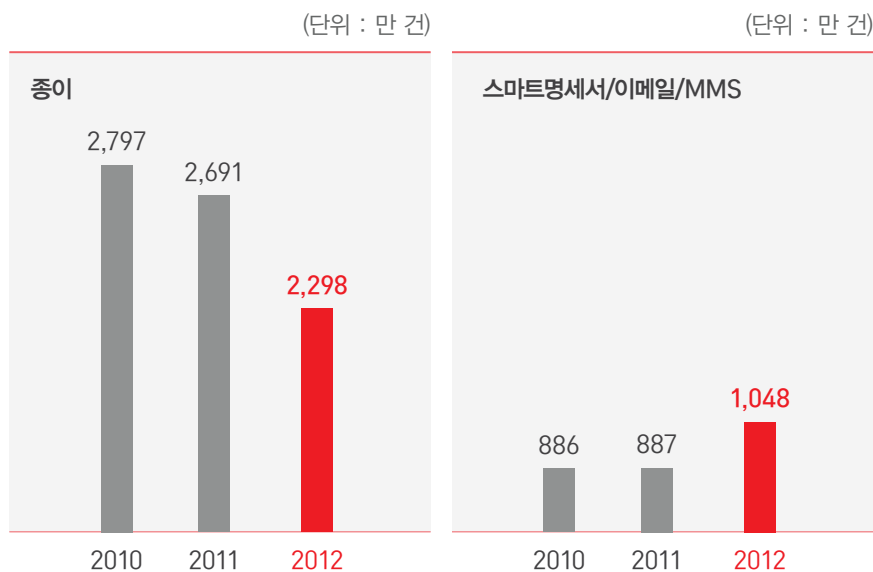
## 지속적인 서비스 개선

## 원빌링 및 전자청구서 확대

kt는 우편청구서 발송에 따른 비용 절감과 범 국가적 저탄소 녹색성장에 기여하기 위해 전자청구서(이메일/모바일)를 확대해 왔습니다. 기존 전자청구서뿐 아니라 다양한 스마트 환경(스마트폰, TV)에서 고객들이 언제 어디서든지 요금을 확인 할 수 있도록 스마트명세서 APP, 올레 TV 명세서를 개발하여 제공하고 있습니다. 특히 스마트 명세서 APP은 휴대폰, 4G Wibro, 집전화, 인터넷, TV, 인터넷 전화 등 다양한 kt 유선, 무선 서비스의 명세서를 하나의 앱으로 확인 할 수 있는 신개념 원빌링(One billing) 명세서 제공서비스 입니다. 일반명세서와 달리 인증을 통하여 받아볼 수 있기 때문에 개인정보 유출에 걱정이 없을 뿐만 아니라 휴대폰 용량만큼 저장기간 제한 없이 장기 보관이 가능하게 하여 고객의 편의성을 극대화 하였습니다. 프로모션과 함께 kt가 가지고 있는 모든 스마트 기기를 활용하여 청약부터 청구까지 확대해 나갈 예정입니다.

| 구분                 | 단위 | 2010  | 2011  | 2012  |
|--------------------|----|-------|-------|-------|
| 종이                 | 만건 | 2,797 | 2,691 | 2,298 |
|                    | 비율 | 76%   | 75%   | 69%   |
| 스마트명세서/<br>이메일/MMS | 만건 | 886   | 887   | 1,048 |
|                    | 비율 | 24%   | 25%   | 31%   |
| 소계                 | 만건 | 3,683 | 3,578 | 3,346 |

\*2012년 5월 스마트명세서 APP, TV 런칭



## 감성 서비스

kt 서비스 직원들은 고객의 주택을 방문할 때 바닥을 더럽히지 않기 위해 덧신을 신으며, 공구나 장비를 쓸 때는 작업용 패드를 깔아 작업 부산물들을 모아서 되돌아갈 때 가지고 갑니다.

또한 고객의 컴퓨터와 모니터를 닦아주고, 지저분한 선들을 깨끗하게 정리해 주는 등 하나 더 서비스(Plus One Service)를 시행하여 고객 만족을 위해 발로 뛰고 있습니다. kt는 일부 VIP 고객에게만 제공하던 VIP 고객 케어 서비스(Best 서비스직원에 의한 2시간 이내 A/S 등)를 사회 소외계층에게도 확대하여 시행하고 있으며, 2012년부터 시각 장애인에게 점자명함을 제공하는 등 뛰어난 서비스를 시행하고 있습니다.

## 미환급금 환불활동

고객의 미환급금 해소를 위해, 대국민 고객홍보활동 강화 및 통신3사가 연계한 환불 제도 신설 추진 등 미환급금 감소를 위해 지속적인 노력을 다하고 있습니다.

2012년 8개 일간지 및 지하철, 라디오, TV 채널을 통하여 고객이 미환급금을 쉽게 찾아갈 수 있도록 대국민 홍보를 실시하고, 안전행정부 지원으로 주소(개인) 및 사업자정보를 확보하여 꾸준히 우편발송을 시행 하였습니다. 또한 통신3사가 연계하여 유무선 번호이동 시 미환급금의 요금 상계제도를 신설하고 미환급자 이동통신번호 공유 안내 시스템 구축 등 고객의 편리성을 강화하고 다각적이고 적극적으로 환불활동을 전개하였습니다. 아울러 장기 미환급금은 기부를 통해 사회에 환원하고 있습니다.

|                    |                                                                                                                                                                                      |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 타사와 연계한<br>환급활동 전개 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 각사 번호이동 미환급금 요금 상계</li> <li>· 행정안전부 주소활용 환급안내문 발송 서비스</li> <li>· 사업자정보 활용한 법인 환급안내문 발송서비스</li> <li>· 타사 및 자사 이동통신 가입자 SMS 발송 서비스</li> </ul> |
| 환급 경로 다양화          | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 한국통신사업자연합회(KTOA) 홈페이지</li> <li>· 올레닷컴(www.olleh.com)</li> </ul>                                                                             |
| 미환급금 신속한 처리        | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유무선 고객계좌활용한 자동환불처리</li> <li>· 동일명의 신규가입 시 미환급금 자동환불처리</li> <li>· 계좌미등록고객 전화안내 계좌환불처리</li> </ul>                                             |
| 기부를 통한 사회환원        | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 미환급금 발생 5년 경과된 법인폐업과 개인 실명인증불일치 대상의 미환급금을 소외계층의 IT 인프라구축</li> </ul>                                                                         |



## Dreaming with Customer

CS경영체계 | 혁신적인 서비스 | 지속적인 서비스 개선 | **안정적인 서비스** | IT 보안 강화 및 고객 보호고객 | 고객 커뮤니케이션
 홈페이지  
 요약본

## 안정적인 서비스

### 이중 네트워크 감시 체계 구축

국내 최대의 백본 네트워크와 액세스망을 보유한 kt는 안정적인 통신 서비스 제공과 장애 예방을 위해 다양하고 체계적인 방법으로 24시간 감시체계 구축 및 운영하고 있습니다.

먼저 전국 통신망 서비스 상태를 분야별로 한눈에 파악할 수 있는 네트워크관제센터를 과천에 설치하여 유/무선 통합 감시 체계를 가동하고 있으며, 대구, 부산, 광주 등 주요 지방 6개소에 집중운용센터를 설치하여 지역 관할 시설에 대해서 집중감시체계를 구축하여 운영하고 있습니다. 상황이 발생되면 체계적인 위기 대응 프로세스에 맞춰 전국 네트워크관제센터 중심으로 안정적이고 중단 없는 서비스 제공을 위한 24시간 관제업무를 수행하고 있습니다.

또한 디도스 공격을 비롯해 특정집단의 사이버 테러 위협이 높아지는 상황에 대비하여 사이버 대응센터를 운영하여 끊임없는 서비스 제공을 위해서 최선을 다하고 있습니다.

이 밖에도 장애가 발생할 잠재요인이 있는 교환, 전송, 인터넷, 전원시설 등의 각종 네트워크 핵심 인프라 시설에 대해서도 취약점 사전 진단 및 예방활동을 연중 시행하여 국민 생활 편익과 직결되는 통신망의 안정성을 강화하고 있습니다.

### 네트워크 감시 및 관제 체계

| 네트워크관제센터    | 집중운용센터      | 네트워크서비스센터   |
|-------------|-------------|-------------|
| 전국장 감시 및 제어 | 지역망 감시 및 제어 | 통신망 시설 유지보수 |
| <b>1개소</b>  | <b>6개소</b>  | <b>38개소</b> |



[ 3월 16일 경기도 과천시에 위치한 네트워크관제센터에서 전국 주요 지역 집중운용센터 및 서해 최전방 백령도 근무 직원간 화상 통화 모습 ]

### 긴급 복구 훈련

국가기반의 시설 백업시스템 구축 등 복구대응 체계와 프로세스를 수립하여 내/외부 보안사고 및 물리적 피해 발생 최소화해 노력하고 있으며, 태풍 등의 자연적 재해와 재난 등으로 서비스가 중단되는 경우에 대비하여 매년 자체훈련과 정부간 합동훈련을 시행하고 있습니다. 이러한 활동은 지난 2012년 여름철 기간 수도권 집중호우, 태풍 불라벤 등의 국가적인 통신재난 상황에서 사전 훈련된 대응 체계에 따라 방송통신위원회 등의 정부기관과 유기적으로 협업하여, 비상 전원공급을 비롯하여 복구 물자 및 인력 투입으로 통신 고립을 해소하였습니다.

위와 같은 활동은 행정안전부 주관 재난 및 안전관리 기본법 제 29조에 의한 “2012년 국가기반체계 재난관리 평가”에서 kt는 체계적이고 차별화된 예방활동과 위기 대응역량 강화 노력을 높게 인정받아 국가기반시설 관리 대상기관 중 최우수 기관으로 선정되기도 하였습니다.

#### 훈련내용

국가기반시설 취약성 분석 및  
유형별 긴급복구 시나리오 마련

사회적 이슈가 큰 리스크 시설 선정 및  
집중 예방관리

실전형 긴급복구 및 멤버링 교육을 통한  
위기상황 대응역량 향상

태풍 등의 피해시 종합상황실 중심  
Control Tower 및 유관기관 협업



[ 최우수기관 선정기관으로 대통령표창 수여(12월 28일 정부중앙청사) ]

## Dreaming with Customer

CS경영체계 | 혁신적인 서비스 | 지속적인 서비스 개선 | 안정적인 서비스 | IT 보안 강화 및 고객 보호고객 | 고객 커뮤니케이션

 홈페이지  
 요약본

## IT 보안 강화 및 고객 보호

kt는 고객의 소중한 개인정보를 해킹과 금전적 거래로부터 안전하게 보호하기 위해 고객정보보호 인프라확충과 고객 정보보호 실행력 강화, 정기적인 안전진단 점검 등을 통해 최상의 개인정보보호 체계를 구축, 운영하고 있습니다.

### 고객정보보호 인프라 확충

kt는 고객의 주요 정보를 보다 안전하게 관리하고 해킹을 통해 불법적으로 활용되는 것을 방지하기 위해 개인정보 암호화, S/W 고도화, 취약점진단 이력관리 시스템 구축, 통합 접근제어 시스템 구축, VPN 인증체계 강화, DRM(Digital Right Management), DLP(Data Loss Prevention) 솔루션을 통한 개인정보 유출방지, 주기적인 취약점 점검개선, 정부 등 유관기관과 공동으로 침해사고 대응 모의훈련 실시 등 기술적, 관리적 보호조치를 통해 안전망을 구축하고 있습니다. 2012년도에는 해킹 조기탐지를 위한 모니터링 체계를 개선하여 소량의 정보 조회도 실시간으로 감시하고 유형별 분석을 통해 신종 해킹도 감지할 수 있는 체계를 마련하였습니다. 또한 고객정보의 조회 및 활용 이력을 본인이 직접 확인할 수 있도록 시스템을 구축하였습니다.

### 고객정보보호 실효성 제고

kt는 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률과 개인정보보호법 등 관련 법규에 의거하여 개인정보 보호 정책을 시행하고 있으며 개인정보와 관련된 고객 문의에 응대하기 위해 별도의 이메일 상담(privacy@kt.com)을 하고 있습니다. 정보유출의 대부분이 해킹과 관리 부실에서 발생한다는 점을 고려하여 서비스 출시 전 보안성 검토 절차를 필수적으로 준수하도록 하고 있습니다. 또한, 임직원의 정보 보호 인식 수준을 높이기 위하여 모든 임직원은 매년 개인정보 보호에 관한 서약을 하고 있으며, 대리점 및 협력사에 대한 개인정보보호 점검 등 관리활동을 정기적으로 실시하고 있습니다. 또한, 고객 정보보호 마인드 확산을 위해 지사 및 협력사를 직접 방문하여 현장 교육을 실시하고 있으며, 임직원별 맞춤형 교육과 정보보호 온라인 교육을 통해 2012년도에는 전 임직원의 93%가 교육을 수료하였습니다. 정기적으로도 이메일 및 사옥 내 전자게시판 등을 활용하여 고객정보보호 인식을 제고해 나가고 있습니다. 특히 2012년도에는 최고의 보안 전문가를 대거 확충하여 디지털 포렌식(Digital Forensic) 분석이 가능한 전담

조직을 신설하여 사고예방, 상시 분석 기술지원 등을 하고 있습니다. 또한 그룹사 정보보호 컨설팅 지원 및 시스템 보안진단 활동을 통해 그룹사에 대해서도 개인정보 유출 예방, 침해사고 대응을 통한 고객의 정보 보호에 최선을 다하고 있습니다.

### 정보보호 안전진단

kt는 매년 법령에 의거하여 '정보보호 안전 진단'을 실시하고, 외부 전문기관으로부터 주요 정보 통신시설 및 서비스에 대한 안전 상황을 인증 받고 있습니다. 2013년도에는 ISP(Internet Service Provider) 및 보안관제 분야에 대하여 국가가 공인하는 정보보호관리체계인 ISMS(Information Security Management System) 인증 취득을 준비하고 있으며 내부적으로도 전사 정보보호 수준진단 활동을 통해 정보보호에 최선을 다하고 있습니다. 또한 협력업체 대상으로 개인정보 보호의 내실화를 목표로 한 고객정보 안전인증 제도를 운영하고 있으며, 자회사도 동일한 수준의 고객 정보보호 정책을 시행하고 있습니다.

### 전자파 기준 준수

kt는 판매하는 모든 휴대폰의 전자파 흡수율을 측정하고, 정부기준의 전자파 흡수율(SAR: Specific Absorption Rate) 노출 한계치인 1.6W/Kg 이하 휴대폰에 대해서만 등록 후 판매하도록 하고 있습니다. 무선기지국 설치에 대해서는 고객민원이 발생하지 않도록 친환경적인 방법으로 기지국을 설치하고 있으며, 무선기지국에서 발생하는 전자파의 인체영향을 사전에 차단하기 위해 신호세기가 강한 기지국에 대해서는 의무적으로 전자파강도를 측정하고 최소한의 출력으로 유지하도록 하고 있습니다. 아울러 별도의 기금을 출연하여 전자파가 인체에 미치는 영향에 대한 연구를 정부와 공동으로 진행(2011~2012)하는 등 소비자 보호를 위한 노력을 기울이고 있을뿐만 아니라 전자파가 주변 생태계에 미치는 영향도 면밀히 고려하고 있습니다.

## Dreaming with Customer

CS경영체계 | 혁신적인 서비스 | 지속적인 서비스 개선 | 안정적인 서비스 | IT 보안 강화 및 고객 보호고객 | 고객 커뮤니케이션

 홈페이지  
 요약본

# IT 보안 강화 및 고객 보호

## e-클린 활동

‘올레’인터넷을 통해 제공되는 크린아이, 타임코디, 퍼스널케어, 놀e터 서비스는 유아 및 청소년 보호를 위한 서비스입니다. 음란, 자살, 폭력, 도박, 피싱사이트 등의 유해사이트 차단은 물론 P2P 프로그램 등을 통해 유통되는 음란물 등을 차단하는 ‘크린아이’와 부모의 스마트폰 어플에서 가정 내 PC의 인터넷 사용 시간을 원격제어 및 모니터링하여 자녀의 인터넷 중독을 사전예방하는 ‘타임코디’는 2002년 서비스 출시 후 2013년 2월 까지 23만여 고객에게 제공되어 활용되고 있습니다.

2010년 출시된 ‘퍼스널케어’는 전문가 원격점검을 통해 사전에 PC를 최적화하고, 인터넷을 통해 유포되는 바이러스, 악성코드 등에 감염된 PC를 복구하는 통합보안서비스 입니다. 뿐만 아니라 2010년 11월에는 완벽한 유해 사이트 차단, 악성코드 배포 사이트 차단, 인터넷과 게임이용시간 설정, 추천 콘텐츠 제공 등을 통해 어린이 및 청소년에게 청정 인터넷 이용 환경을 제공하는 어린이/청소년 전용 인터넷 서비스인 ‘놀e터’를 출시하였습니다.

이 외에도 방송통신심의위원회(KOCSC)와 함께 해외유해사이트를 인터넷망에서 차단하여 유해성 사이트에 간접적 접근을 원천 봉쇄하는 시스템을 개발하여 운용중이며, 온라인 콘텐츠에 대한 등급 평가, 모니터링, 연령 확인 제도 또한 지속적으로 시행하고 있습니다.

## 포털사이트 클린화

kt의 자회사 kth는 게시되는 내용을 지속적으로 모니터링하고, 유저 스스로 차단할 수 있는 자정기능을 통해 유해게시글을 차단하고 있습니다. 이러한 결과로 지난 2012년 한 해 동안 kth에서 제공하는 서비스에 등록된 전체 게시글은 6,800만 건으로 전년대비 2.5배 증가하였음에도, 유해게시글의 비중은 0.7% 수준으로 전년대비 3% 이상 감소하였습니다. 또한, kth는 성인용 콘텐츠를 포함하는 웹사이트는 개인 ID 번호를 통한 연령 인증을 의무화하고 있으며, UCC 등 인터랙티브 서비스의 경우 인공지능 프로그램 및 IP차단 시스템 도입을 통해 모니터링하고 있습니다. 이러한 유해 게시물 사전 방지대책과 함께 위반 사항을 적발하면 해당 서비스를 중단하는 조치를 시행하여 유해 게시물 감소와 인터넷 클린화 활동을 강화하고 있습니다. 그 외에도 kt는 음란물이나, 불법 유통 콘텐츠 근절을 위한 신고 센터 및 핫라인을 운영하고 있으며, 여러 외부 기관과 관련 정보를 공유하고 있습니다.

## e-클린 서비스 현황

| 구분           | 서비스 내용                                               |
|--------------|------------------------------------------------------|
| 크린아이         | 음란, 폭력, 도박 등 유해사이트와 유해 동영상 접속차단하여 클린환경 구현            |
| 타임코디         | 인터넷사용시간을 시간, 요일별 제어하여 인터넷 중독 예방                      |
| 퍼스널케어        | 인터넷 바이러스, 악성코드에서 PC보호를 위해 원격점검 및 PC복구                |
| 놀e터          | 유해사이트 차단, 인터넷/게임 이용시간 설정, 추천 콘텐츠 제공하는 어린이/청소년 전용 서비스 |
| 키보드 입력정보 암호화 | 키보드에 정보 입력 시 키 값을 암호화하여 해킹을 예방                       |



## Dreaming with Customer

CS경영체계 | 혁신적인 서비스 | 지속적인 서비스 개선 | 안정적인 서비스 | IT 보안 강화 및 고객 보호고객 | 고객 커뮤니케이션

 홈페이지  
 요약본

## 고객 커뮤니케이션

### SNS 운영

국내 최초로 업계에서 소셜미디어팀을 구성한 kt는 현재 페이스북, 트위터, 구글플러스, 유튜브, 핀터레스트, 블로그 등 다양한 SNS를 활용하여 PR, Marketing, CS 분야에서 진정성 있는 고객 소통을 지속하고 있습니다.

초기 정보전달형 콘텐츠에서 참여형, 공감형 콘텐츠를 지속 발굴하여 2012년 소셜 사진작가 캠페인 '나는 사진작가다', 한국통신연대기 캠페인 '대한민국 통신 연대기', 참여형 다이어리 제작 캠페인 '2013년 소셜 디지털 다이어리' 등 소셜미디어의 PR 및 Marketing 활용에 있어 선도적 역할을 계속하고 있습니다. 또한, CS분야에서는 SNS CS 채널을 페이스북까지 확대하여 일 평균 1천여 건의 고객 문의를 처리하고 있으며, 이를 '올레24시' 캠페인으로도 연계하여 고객의 공감을 이끌어 내었습니다.

이처럼 kt의 소셜미디어는 실시간 확산 플랫폼으로써 높은 커뮤니케이션 효율성 및 관계성을 바탕으로 광고, 브랜드, 프로모션을 하나로 연결하는 소셜미디어 커뮤니케이션을 통해 지속적으로 고객과의 관계를 강화해 나가겠습니다.

 '나는 사진작가다' 영상
  '대한민국통신연대기' 영상
  '올레24시' 영상

### 다양한 채널 구축

음성통화에 어려움을 겪는 청각, 언어 장애인들이 통신서비스에서 소외되지 않도록 무선상품 분야에 이어 유선상품 분야에서도 통신업계 최초로 '화상 수화상담센터(070-8880-8088)'를 2012년 10월 오픈하였습니다. 또한, ARS 이용에 어려움을 겪는 65세 이상 시니어 고객을 위해 상담사가 직접 kt의 통신 서비스와 관련된 모든 궁금증들을 해결할 수 있도록 하였습니다.

또한 한국어가 서투른 다문화 가정의 고객들을 위한 다문화 가정 상담지원, 'Together 콜센터(080-008-0100)'를 오픈하여 유/무선 통신 서비스의 불편사항 처리뿐만 아니라 생활 상담까지도 진행하고 있으며, 필요 시 전국 236개 지사의 전담직원이 고객을 직접 찾아가는 맞춤형 서비스를 지원하고 있습니다.



[ 다문화가정 상담서비스 ]



[ 수화상담 ]

### 상담대기시간 단축

상담사를 통하지 않고도 유선상품의 고장 접수 및 One-Stop 처리가 가능하도록 시스템을 개선하여 일 평균 5천명의 고객이 쉽고 편리하게 고장 자동접수 서비스를 이용하고 있습니다. 또한, 플라자 사전 예약 시스템을 도입하여 예약우선 창구를 마련하고 고객 대기시간을 단축하였습니다.

### 선제적 스팸차단 및 편의성 향상

기존 스팸 문자 차단을 위해 스팸 문구 및 URL을 실시간으로 시스템에 등록하고 관리하여 고객불만을 감소시켰습니다. 또한, 올레스팸차단 어플을 통해 휴대폰 주소록(연락처)에 저장된 전화번호에서 보낸 문자는 차단되지 않는 주소록 동기화 기능, 고객이 허용 등록한 문구가 포함된 문자는 차단되지 않고 받을 수 있는 허용문구 등록 기능을 추가하였습니다. 스팸 확률이 있는 문자에 대하여 지능적으로 판단하여 차단해 주는 스마트차단 기능은 고객의 편의에 따라 차단레벨을 설정할 수 있도록 함으로써 고객의 편의성을 향상 시켰습니다.

## Dreaming with Supplier

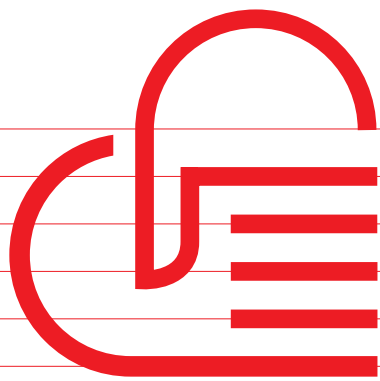
kt 동반성장 정책 | kt 공급망 CSR 확산 | 외부제안 사업화 | 구매 및 시장개척 지원  
경영/품질 컨설팅 지원 | 스타트업기업 지원 | 금융 및 기타 지원 | 공정거래 | 협력사 커뮤니케이션



홈페이지



요약본



# Dreaming with Supplier

## Vision & Strategy

kt의 경영방향은 비단 kt의 성장에만 국한되지 않고, 국가 경제의 새로운 성장동력을 창출하여 제2의 대한민국 ICT 르네상스를 이끌어 나가기 위한 노력입니다. Virtual Goods와 ICT 컨버전스 산업 생태계 구축과 동반성장을 위해 콘텐츠 New Deal 5대 약속, 동반성장 3불 정책, 소프트웨어 3행 정책, 오픈 에코노베이션 확대 등을 강력하게 추진하고 있습니다. 이러한 노력과 투자는 관련산업의 활성화와 사업기회 확대, 양질의 일자리 창출로 이어지고 있습니다.

## Main Team

대외협력실, 구매전략실



## Dreaming with Supplier

kt 동반성장 정책 | kt 공급망 CSR 확산 | 외부제안 사업화 | 구매 및 시장개척 지원

경영/품질 컨설팅 지원 | 스타트업기업 지원 | 금융 및 기타 지원 | 공정거래 | 협력사 커뮤니케이션



홈페이지 요약본

## kt 동반성장 정책

kt는 2006년 4월부터 시작한 성과공유제를 비롯해 협력사 대상 기술 개발자금지원, 구매비용 절감을 위한 물품공동구매제도, 협력사 직원 무상교육지원 등의 협력사와 상생경영을 추진하였으며, 2009년 6월부터 최저가 입찰 폐해 방지, 유지보수비 지급 확대, 경쟁력 있는 중소기업 자립기반 강화, 현금 결제 및 금융 지원 확대와 더불어, 오픈 에코 정책을 통해 소프트웨어 및 콘텐츠개발자들을 지원하는 등 상생협력을 강화해 왔습니다. 나아가 2010년 7월 12일 중소기업과 적극적 동반성장을 위한 새로운 패러다임인 “3불 정책”을 선언하였고, 2011년 9월 29일에는 소프트웨어 산업 생태계 활성화를 위한 “3행 정책”을 발표하였으며, 2012년 9월 17일에는 콘텐츠 산업 생태계 활성화를 위한 5가지 약속을 발표하였습니다. kt는 3불/3행/5가지 약속을 기반으로 ▲협력사와의 공정한 거래 구축 ▲협력사의 경쟁력 강화 ▲협력사의 시장개척 지원 ▲미래지향적 동반성장을 통하여 새로운 가치를 창출하여 지속 성장과 번영을 추구하는 동반성장을 추진하고 있습니다.

### 3불 정책

“kt가 모든 것을 혼자 다하는 시대는 끝났고, 중소기업과의 개방, 협력, 참여의 관계 없이는 성장이 불가능하다.”

3불 정책은 중소기업과 적극적 동반성장을 위한 새로운 패러다임으로, ‘서로 사는 관계(相生)’를 뛰어넘어 ‘함께 성장(同伴成長)하는 관계’로 발전하겠다는 의지이며, 중소기업과의 진정한 동반성장을 실현하기 위해서는 중소기업이 대기업과의 협력관계에서 갖는 태생적 불안 요소를 해소 하고자 하는 “중소기업의 자원이 kt로 인해 낭비되지 않게 하겠습니다”, “기술개발 Idea를 가로채지 않겠습니다”, “중소기업과 경쟁환경을 조성하지 않겠습니다”로 구성되어 있습니다. 다른 의미로 보면 3불 정책은 중소기업과 공정한 거래, 중소기업의 경쟁력강화, 중소기업과 공동으로 시장개척으로 요약할 수 있습니다.

**01. 중소기업의 자원 낭비하지 않기** | 과거에 협력사가 kt의 구매 수요를 예측할 수 없어 생산/재고 관리에 어려움을 겪거나, 제품 개발을 완료했음에도 상용화가 되지 않아 자원 낭비를 초래했던 일이 발생하지 않도록 하겠다는 것이다. 이를 위해 kt는 수요 예보제를 신설하고 개발

협력 제도를 개선해 개발 협력 기회를 확대할 계획입니다. 또한 적극적인 개념으로 중소기업의 자원을 보호/육성할 계획입니다. 수요 예보제는 시장 및 기술 트렌드와 단기/중기 사업 전망에 따른 구매 수요를 미리 공개하는 제도이며, 물량 수요 예보와 함께 단기/중기 사업 전망도 함께 제공하게 될 것입니다. 2010년 통신업계 최초로 시행한 “수요예보제”는 2012년에 방통위 주관으로 통신3사로 확대하였으며, kt는 분기단위로 변동 수요예보제를 시행하고 있습니다.

**02. 중소기업의 기술/idea 가로채지 않기** | 협력사의 개발 아이디어 제안 사항이 불명확한 사유로 채택되지 않거나 검토 기간이 길어졌을 때 경쟁 기업 등에 아이디어를 뺏길까 우려하는 일이 더 이상 생기지 않도록 하겠다는 의미입니다. kt는 상호 협력 관계의 투명성 확보를 위해 비밀유지계약(NDA, Non-Disclosure Agreement)을 맺어 제안 사항이 타 업체에 유출되는 것을 방지하고 있습니다. 또한 아이디어 제안 사이트(ktidea.kt.com)를 개편해 접수 창구를 일원화하고 사전 등록을 의무화하는 한편 제안 사항 검토 및 채택을 2개월 이내 완료하도록 프로세스를 개선하였습니다. 또한 ‘아이디어 보상 구매 제도’를 신설해 중소기업이 kt 사업에 기여할 수 있는 기술이나 사업모델 등 아이디어 제공시 이를 적절히 보상하도록 하고 있습니다. 제품 개발 필요 없이 상용화가 가능한 경우는 제안 협력사에 최대 50%까지 구매물량을 우선 배정하고, 별도의 제품 개발이 필요한 경우는 개발 성공시 일정 기간동안 구매를 보장하게 됩니다.

**03. 중소기업과 경쟁하지 않기** | 대기업이 중소기업의 가치사슬(Value Chain) 전후방에 진출해 자금력을 바탕으로 시장을 잠식한다는 우려를 불식시키겠다는 실천의지입니다. 과거 한정된 사업영역 안에서 대기업 중소기업간에 제로섬(Zero Sum) 경쟁을 하는 것이 아니라 오픈 에코시스템(Open Ecosystem)을 기반으로 중소기업과 상호영역을 키워가는 포지티브섬(Positive Sum)을 창출하겠다는 것입니다. 중소기업에게 kt 자산을 제공하고 개방형 플랫폼 기반 협력을 확대해 중소기업 고유 영역을 보존하고 새로운 시장 기회를 제공할 계획이며, 중소기업은 성과 공유를 통한 안정적인 사업 추진 기반과 판로를 확보하고 고유 영역에 대한 경쟁력을 강화할 수 있을 것으로 예상됩니다.

## Dreaming with Supplier

kt 동반성장 정책 | kt 공급망 CSR 확산 | 외부제안 사업화 | 구매 및 시장개척 지원

경영/품질 컨설팅 지원 | 스타트업기업 지원 | 금융 및 기타 지원 | 공정거래 | 협력사 커뮤니케이션



홈페이지



요약본

# kt 동반성장 정책

## 3행 정책

“기업의 구매관행, 생각, 투자방향의 변화 없이는 SW 산업은 구호만 있지 실제로 되기 어렵다. 정부 정책도 중요하지만 기업이 어떤 제도로 구매하고 투자하느냐가 훨씬 중요하다.”

3행 정책은 국내 소프트웨어 산업을 살리기 위하여 선언하였습니다. 3불 선언이 중소기업과의 상생에 초점을 맞춘 것 이라면 3행 선언은 소프트웨어 산업 생태계 조성을 위해 그 동안의 인건비, 용역방식의 SW 발주 관행을 없애고 SW를 미래가치기준으로 판단하겠다는 것입니다. “‘용역’이 아닌 ‘가치’구매”, “SW 기업 경쟁력 강화 지속 지원”, “글로벌 SW 시장 진출 기회 제공”으로 구성되어 있습니다. 이를 위해 가치 평가를 위한 전담 조직을 신설하고 중소기업에 대한 개발 환경 및 인프라를 지원하며 해외시장진출까지 연계하는 등 다양한 성공스토리를 만들어 가고 있습니다.

**01. 용역이 아닌 가치 구매** | 지난해 kt는 ‘SW제값주기’를 ‘가치구매’라 이름하고 민간 최초로 SW 구매혁신을 위한 프로세스와 시스템을 수립하여 운영하였습니다. 먼저 각 분야의 전문인력이 참여한 전담 부서를 신설하고 SW적정가치 산정 및 평가 수행방안을 수립하였으며 SW개발용역 특성을 반영한 SW가치구매프로세스(Software Value Purchase)를 제도화하였습니다. 그리고 사내 BIT사업에 도입되는 통합관제 솔루션에 이러한 ‘제값주기’ 방식을 적용하여 그 해 총 3건 72.5억의 계약을 완료하였습니다. 또 개발사가 직접 가치구매 대상 여부를 판단할 수 있는 ToolKit을 제작, 공개하여 쉽게 자가진단 할 수 있도록 하였습니다. 이러한 ‘SW제값주기’ 지원을 통해 새로운 경쟁력 있는 소프트웨어를 시장에 출시하는 개발사, 글로벌 Vendor와 해외진출을 협력하는 기업들이 나타나게 되었습니다.

2013년 kt는 자립형 상품화 체계 구축, 다양한 SW Market 연계, 사회전체의 지원과 협력을 목표로 가치구매의 대상과 영역을 확대하고 SW 개발체계의 변화와 외부시장채널로의 연계를 통해 중소/1인 기업의 판로개척을 강화토록 할 예정입니다.

※ SW 가치구매 후에는 지분참여, IPR관련 및 글로벌화 지원

**02. SW 기업의 경쟁력 강화 지속 지원** | 2010년 6월 서비스를 시작한 에코노베이션 센터와 클라우드 인큐베이션 센터설립 등을 통하여 벤처 및 개발자 등의 중소기업 경쟁력 강화를 지원하고 있습니다. 에코노베이션 스마트스쿨에서는 온라인 교육과 전국 7개 지역 오프라인 교육을 통해 개발 전문가를 육성하고 있으며, 3개 에코노베이션 센터(우면, 서초, 선릉)에서는 개발 및 테스트 환경과 회의실 등을 제공하고 있습니다. 에코노베이션 아키텍트 프로그램은 개발/벤처 육성 지원으로 사무공간지원, 개발/테스트 인프라 제공, 개발 및 경영컨설팅, 마케팅 등을 지원하고 있습니다. Cloud Incubation Center에서는 필수적인 IT 자원을 확장성과 고가용성을 갖춘 cloud 기반으로 제공하여 SW의 시장 진출을 지원하고 있습니다. 특히 중소 SW기업의 성장에 실질적인 도움이 되도록 인프라 지원과 더불어 마케팅 및 홍보 지원을 하고 있습니다. 또한 ucloud personal과 biz 서비스를 클라우드API를 통해 개방하여 SW 개발을 지원하고 있으며, cloud 개발 인프라, 클라우드 API와 전사 플랫폼의 연계 강화를 통해 고품질 SW개발이 가능하도록 지원할 예정입니다.

**03. 글로벌 SW 시장 진출 기회 제공** | 중소기업들이 자체 개발한 앱들을 글로벌에 유통시키기 위해서는 번역, 테스트 마케팅 등의 애로사항이 많이 있습니다. kt는 국내 우수 앱들의 해외진출을 돕고자 OASIS(One Asia Super Inter Store)를 출범하여 글로벌 진출을 지원하고 있습니다. OASIS는 2011년 1월 18일 kt, NTT도코모, 차이나모바일 3개사가 SCFA(Strategic Cooperation Framework Agreement : 전략적 협력을 위한 협정서) 체결을 통해 만들기로 합의한 ‘한중일 앱마켓교류 프로젝트’로서, 한중일 1위 통신사업자의 정책적인 강력한 지원을 받고 있습니다. 또한 전세계의 많은 개발자들은 자신이 개발한 앱을 판매하기 위해서는, 스토어 및 단말 OS 별로 여러 번의 개발이 필요한데, 이를 해소하여 개발자들에게 동일한 하나의 개발 환경을 제공하기 위해 kt 포함 전세계 이통사의 참여로 WAC(Wholesale Applications Community)를 출범하였습니다. WAC 출범 이후, kt의 주도로 국내 이통3사가 함께 협력하여 ‘K앱스’를 설립하여 벤처/개발자들의 글로벌 진출을 지원하고 있습니다.

## kt 동반성장 정책

### 콘텐츠 생태계 활성화를 위한 New Deal(5가지 약속)

“콘텐츠 생태계 활성화를 위한 약속을 통해 젊은이들이 도전할 수 있는 무대 와 창의적 일자리를 만들어 그들이 꿈을 네트워크에 실어 글로벌로 보내고 국가적으로도 이를 통한 새로운 사업 기회와 성장동력 발굴이 가능해 질 것이다.”

### kt는 약속합니다!



kt는 콘텐츠 생태계 활성화를 위해 약속합니다.

#### 약속 하나, 콘텐츠 제작 지원을 위한 1천 억 펀드를 조성하겠습니다.

kt는 콘텐츠 산업 동반성장 및 선순환 구조 확립을 위해 영상콘텐츠를 비롯, 애니메이션, 게임, 뮤직 등 다양한 분야의 콘텐츠 제작을 지원하는 1천억 원 규모의 펀드를 구성할 계획입니다.

#### 약속 둘, 콘텐츠 제작을 위한 효율적인 제작 인프라를 지원하겠습니다.

올레미디어스튜디오는 일반 제작센터에 비하여 70~80% 수준으로 방송장비, 스튜디오, 종합편집실, 개인편집실, 녹음실 등을 임대해서 이용할 수 있습니다.

#### 약속 셋, 투명하고 리스크 없이 도전할 수 있는 거래 조건의 혁신을 이루겠습니다.

kt는 IPTV 내에 신인 등용문 전용 채널을 마련하여 참신한 아이디어로 제작된 콘텐츠를 고객들에게 선보일 수 있는 기회를 제공하고 프리미엄존을 신설하여 시청률이 높은 중소채널사업자에게 배정할 계획입니다.

#### 약속 넷, 콘텐츠 제작자 커뮤니티 운영과 글로벌 진출 지원을 약속합니다.

kt는 콘텐츠 제작자들을 위한 웹사이트를 운영하여 관련 분야 전문가 컨설팅과 인적교류 활성화가 가능하도록 추진할 계획이며, 경쟁력 있는 콘텐츠의 경우 kt가 운영중인 유스트림, 숨피 사이트를 통해 글로벌 진출을 지원할 계획입니다.

#### 약속 다섯, Rule의 혁신 New Deal 정립을 이루겠습니다.

kt는 PP(채널사업자)와 CP(콘텐츠 사업자)들의 창작활동에 도움이 될 수 있도록 현재의 거래조건 관행을 개선할 계획입니다.

2~3년전만해도 콘텐츠 미디어 분야는 상당히 미약했습니다. 머지않은 장래에 kt 미디어 그룹의 총 고객수가 6백만 이상으로 증가할 것으로 예상됨에 따라 kt의 역할과 책임이 크다고 판단됩니다. 반면에 콘텐츠 미디어 업계는 어려움이 많이 있습니다. kt는 이미 공사/물자 중소기업을 위한 3불 정책과, SW 개발 중소/벤처 기업을 위한 SW 3행 정책을 발표한바 있습니다. 콘텐츠 생태계 활성화를 위한 5가지 약속은 이렇게 어려움을 겪고 있는 콘텐츠 미디어 provider를 위한 정책입니다. 콘텐츠 생태계 발전을 위해 kt가 보유한 역량을 지원해 개인이나 중소기업이 아이디어만으로도 세계로 진출할 수 있는 기회를 제공하고 kt도 함께 발전하겠다는 콘텐츠 생태계와의 동반성장 전략 입니다. kt는 2012년 3월 강력한 유무선 네트워크와 위성을 기반으로 성장가능성 높은 Virtual Goods(가상재화)의 유통을 미래 전략으로 삼고 이를 통해 글로벌 미디어 유통그룹으로 도약하겠다고 발표하였으며, 유스트림, 지니 등 콘텐츠 플랫폼을 론칭하면서 실시간으로 세계와 연결하는 기반을 마련했으며 이제 성장성이 높은 TV 중심의 콘텐츠로 그 영역을 확대한 것이다. kt는 재능있는 콘텐츠 창작자들이 자유롭게 성장하고 끼있는 젊은이가 아이디어만으로도 콘텐츠제작과 해외 수출까지도 가능하도록 5가지 방향으로 동반성장 전략을 추진할 계획이다.

**01. 콘텐츠 제작 지원을 위한 1천억 펀드 조성** | kt는 콘텐츠 산업 동반성장 및 선순환 구조 확립을 위해 영상콘텐츠를 비롯, 애니메이션, 게임, 뮤직 등 다양한 분야의 콘텐츠 제작을 지원하는 1천억 원 규모의 펀드를 구성할 계획입니다. 펀드는 올해 내에 조성을 시작하여 3년간 운영할 계획이며 관련한 구체적 사항은 조만간 kt와 외부전문가, 펀드참여자 등으로 구성된 투자심의위원회를 구성하여 결정할 계획이다. 특히 kt 외에도 방송사업자, TV제조사, 콘텐츠 사업자 뿐 아니라 한류에 관심있는 국내외 사업자에게도 투자에 참여할 수 있도록 확대할 계획입니다. 특히 이 펀드에는 올레TV, 위성방송 등 그룹내 미디어관련 매출 중 2% 수준인 약 200억원 정도를 투자할 계획이며, 가입자와 매출의 증가와 외부 투자처 참여 등으로 투자금액이 늘어나게 될 것입니다.

## Dreaming with Supplier

kt 동반성장 정책 | kt 공급망 CSR 확산 | 외부제안 사업화 | 구매 및 시장개척 지원

경영/품질 컨설팅 지원 | 스타트업기업 지원 | 금융 및 기타 지원 | 공정거래 | 협력사 커뮤니케이션



홈페이지



요약본

## kt 동반성장 정책

**02. 콘텐츠 제작을 위한 효율적인 제작 인프라 지원** | kt는 2011년 3월 중소 콘텐츠 제작업체와 끼있는 제작자를 위하여 올레미디어스튜디오를 설립했으며, 일반 제작센터에 비하여 70~80% 수준으로 방송 장비, 스튜디오, 종합편집실, 개인편집실, 녹음실 등을 임대해서 이용할 수 있습니다. 올레미디어스튜디오는 종합 임대시설로 HD급 외에도 3D 영상제작도 가능합니다. 특히 스마트폰 영화 아카데미 등 교육프로그램을 운영하면서 끼있는 젊은이들이 교육에서부터 콘텐츠 제작 일체를 지원받을 수 있습니다.

**03. 투명하고 리스크 없이 도전할 수 있는 거래 조건의 혁신** | kt는 IPTV 내에 신인 등용문 전용 채널을 마련하여 참신한 아이디어로 제작된 콘텐츠를 고객들에게 선보일 수 있는 기회를 제공하고 프리미엄 존을 신설하여 시청률이 높은 중소채널사업자에게 배정할 계획입니다. 오픈IPTV 정책은 정규채널사업자가 아니지만 경쟁력있는 프로그램을 가진 사업자에게 채널운영이나 콘텐츠 노출기회를 주는 것으로 기존에 터전만 마련되었다면 이를 고도화, 시청자 노출비중을 높여 실질 수익 향상을 가져올 수 있도록 추진한다는 계획입니다.

**04. 콘텐츠 제작자 커뮤니티 운영과 글로벌 진출 지원** | kt는 콘텐츠 제작자들을 위한 웹사이트를 운영하여 관련 분야 전문가 컨설팅과 인적교류 활성화가 가능하도록 추진할 계획이며, 경쟁력 있는 콘텐츠의 경우 kt가 운영중인 유스트림, 솜피 사이트를 통해 글로벌 진출을 지원할 계획입니다. kt는 이미 2010년 5월 앱 개발자를 위해 에코노베이션 전용 웹사이트 운영을 하면서 회원수가 약 3만 명에 달하고 전문가 컨설팅, 원활한 인적교류 성과를 거두고 있어 이를 콘텐츠 분야로도 적용할 계획입니다. 2012년 3월 서비스를 시작한 유스트림은 글로벌로 연결된 실시간 동영상 플랫폼으로 최근에 전세계 유스트림 콘텐츠 중 한국의 콘텐츠가 10%를 넘어서는 등 한류 열풍의 확산 통로가 되고 있으며, 엔씨즈가 운영하고 있는 북미 최대 한류 커뮤니티 사이트인 '솜피(Soompi)'에도 경쟁력있는 콘텐츠가 소개될 수 있도록 지원할 예정입니다. 특히 kt가 한·중·일 앱마켓 교류 프로젝트인 OASIS를 통해 국내의 우수한 앱 콘텐츠를 소개하고 있었는데 앱형태로 이용이 가능한 콘텐츠의 경우 이를 통해서도 글로벌 진출이 가능하도록 지원할 계획입니다.

**5. Rule의 혁신 New Deal 정립** | kt는 PP(채널사업자)와 CP(콘텐츠사업자)들의 창작활동에 도움이 될 수 있도록 현재의 거래조건 관행을 개선할 계획입니다. 우선 PP와 CP업체를 통해 폭넓은 의견수렴을 거친 후 학계를 비롯한 전문가 집단이 참여한 채널선정위원회를 설립하고, 이 위원회에서 수렴된 의견들을 검토하여 채널사업자가 명확하고 공정하게 kt와 거래하고 서로 윈윈(Win-Win)할 수 있는 방안을 마련할 계획입니다. 현재 kt는 채널사업자에게 시청률 등을 토대로 한 채널 사용료를 지급하고 있으며 채널사업자는 kt에 회선망 임대료를 지급하고 있으나 이를 일률적으로 적용하는 것이 아니라 각 채널사업자의 특성에 맞도록 거래조건을 개선할 계획입니다.



## Dreaming with Supplier

kt 동반성장 정책 | kt 공급망 CSR 확산 | 외부제안 사업화 | 구매 및 시장개척 지원  
경영/품질 컨설팅 지원 | 스타트업기업 지원 | 금융 및 기타 지원 | 공정거래 | 협력사 커뮤니케이션

홈페이지  
요약본

## kt 공급망 CSR 확산

kt와 거래중인 협력사가 경영을 영위해 나감에 있어서 사회적 책임과 역할을 다하며 공급망에서 발생 할 수 있는 리스크를 사전 예방함으로써 상호 지속가능한 기업으로 동반성장하기 위하여 kt의 지속가능경영 방침을 이해하고 함께 동참 할 수 있도록 노력하고 있습니다.

### 지속가능 공급망관리 체계 구축

kt는 거래중인 모든 협력사들이 함께 지속가능한 성장을 이뤄 나가기 위한 '협력사 지속가능경영 가이드라인'을 도입 하였습니다. 이는 유엔 글로벌 컴팩트 10대 원칙, 세계인권선언 및 국제노동기구 협약을 근거로 kt와 협력사가 상호 지속가능한 성장을 이루기 위해 준수 해야할 인권, 노동, 환경, 안전, 보건, 윤리 등에 대한 기본적인 글로벌 요구사항들을 포함하고 있습니다. 또한 협력사회사들의 적극적인 실천 및 관심을 이끌어 내기 위하여 공정거래 및 동반성장 협약을 통해 "kt 협력사 사회적 책임 행동규범"준수서약(2012년 : 445개사)을 맺고 협력사 지속가능경영평가제도를 운영 하고 있습니다.

kt는 협력사들이 가이드라인을 준수 할 수 있도록 내부 전문가(47명)를 양성하여 협력사들의 지속가능 역량평가와 방문 컨설팅 지원 활동을 추진중입니다.

| 구분            | 협력사수 | 협력사 지속가능 평가지표                      | 비고     |
|---------------|------|------------------------------------|--------|
| 물자 협력사        | 170  | ESG + Product(제품)<br>: 48개 지표      | 등급제 평가 |
| 정보통신공사<br>협력사 | 276  | ESG + Construction(사공)<br>: 32개 지표 | 재선정 평가 |

※ ESG : Environment(환경), Social(근로, 인권, 사회공헌), Governance(윤리, 리스크관리)

### 공급망 지속가능경영 리스크분석

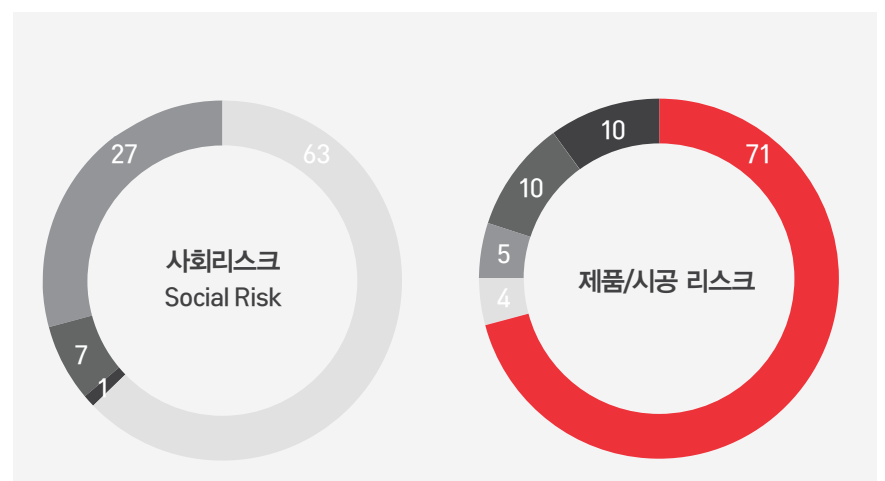
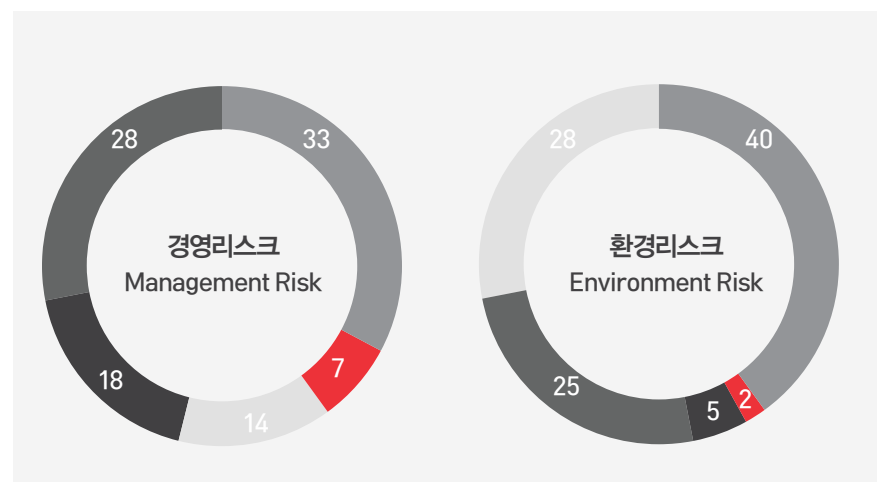
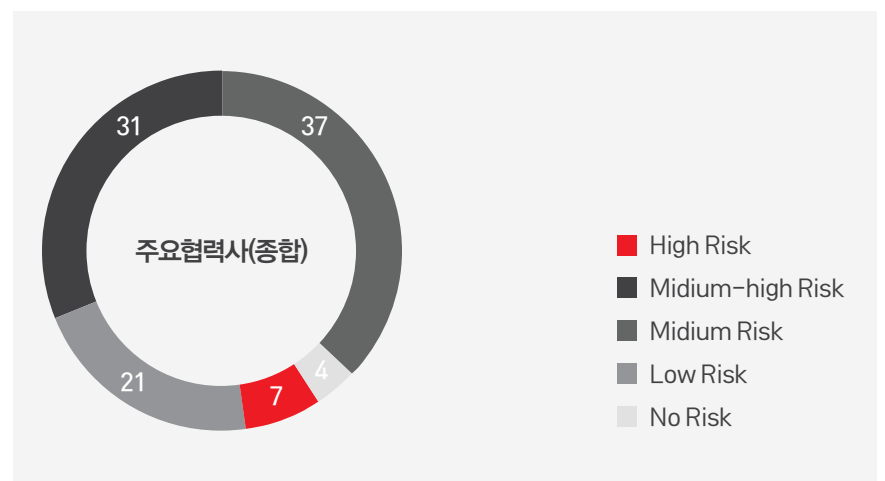
kt는 주요 협력사를 대상으로 공급망 지속가능경영 리스크를 분석하고 있습니다.

장비 등 물자공급 및 정보통신공사 협력사 451개사에 대해 지속가능 경영의 주요 영역인 경영관리, 환경, 사회, 제품/사공분야에 대해 리스크 조사를 실시 하여 5개 리스크군으로 분류 관리하고 있으며, 각 영역별로 고위험군에 해당하는 협력사에 대해서는 지속가능경영수준 향상을 위한 개선지도 활동을 추진합니다. 글로벌 수준의 공급망관리를

위해 온실가스 배출관리 등 글로벌 스탠다드 수준의 평가 잣대를 적용하여 중 위험군 이상의 협력사가 일부 존재 하지만 kt는 지속적인 공급망 리스크 파악 및 관리를 통해 발생 가능한 리스크를 사전에 예방하고, 개선해 나가는 노력을 다할 것입니다.

### 공급망 리스크 분석표

(단위 : %)





## Dreaming with Supplier

kt 동반성장 정책 | kt 공급망 CSR 확산 | 외부제안 사업화 | 구매 및 시장개척 지원

경영/품질 컨설팅 지원 | 스타트업기업 지원 | 금융 및 기타 지원 | 공정거래 | 협력사 커뮤니케이션



홈페이지 요약본

## 외부제안 사업화

### 외부 아이디어 사업화 지원(공통)

kt는 외부 아이디어 제안 사이트(ktidea.olleh.com)를 통해 외부 사업협력 및 아이디어 제안을 일원화하여 관리하고 있습니다. 아이디어 사업화에 필요할 경우 kt와 아이디어 제안사는 테스트를 위한 시범 적용을 추진하게 됩니다. 시범 적용을 통해 달성해야 하는 KPI(key performance indicator)에 대해 사전 합의하고, kt가 50%, 제안사가 50%의 시범 적용 예산을 부담하게 됩니다. 시범 적용 결과가 KPI를 달성하면 kt는 제안사가 부담한 50%도 보전하여 우수한 아이디어가 사장되는 것을 최소화 하도록 노력하고 있습니다. 또한 중소기업이 kt 사업에 기여할 수 있는 기술이나 사업모델 등을 최초 아이디어로 제공할 경우 “아이디어 보상 구매제도”를 통해 이를 적절히 보상하도록 하고 있습니다. 이 제도는 시장경쟁품목도 배타적공급권(수익계약)이 가능하도록 하고 있습니다. 또한 기존에 있는 장비에 대한 개선/신규 아이디어인 경우에는 공급희망제안을 통해 공급권을 부여 받을 수 있고 성과공유제를 통해 PS(Profit Sharing)을 할 수도 있습니다. 2012년 외부제안 342건을 검토하여 이 중 MTI사의 ‘One Cable 적용한 LTE용 RF MIMO 서비스 중계기’를 비롯한 9건을 사업화하여 진행하고 있습니다. kt는 스마트폰 아이디어의 사업화를 위해 스마트 앱 분야에 40억원 규모의 펀드를 조성하고, 영상, 음악 및 뉴미디어 등 Virtual Goods에 600억원을 투자해 중소기업 기술 개발을 적극 지원할 계획입니다. 또한 콘텐츠 분야 동반성장을 위한 400억원의 대출펀드를 조성하여 우수 콘텐츠 중소기업의 안정적인 운영을 돕고 있습니다.

**외부 아이디어 시범적용 지원** | 외부에서 제안한 아이디어의 사업화 가능성을 높이기 위해 제안사항의 사업성 검증을 지원하고 있습니다. 시범적용을 통해 사업성과 개선효과가 분명한 외부 아이디어 제안에 한해 전사 사업화를 지원합니다. 예산의 절반을 선지원하고, 결과가 주요 성과지표를 달성하면 나머지 50%를 추가로 지원합니다. 2012년에는 엔에스텍사의 DU일체형 온도개선 시스템\* 을 시범적용 사업으로 진행하였습니다. \* CCC집중국 내부 냉방 개선장치

### 구매조건부 신제품 개발

kt는 중소 협력사가 대기업에 필요한 제품을 개발할 때 중소기업청이 개발비를 지원하고 대기업은 일정기간 구매를 보장하는 프로그램을 운

영하고 있습니다. 국산화/신기술 을 적용한 신제품 개발과 관련하여 중기청(55% 이내)과 kt(20%이상), 개발사(25%이상)가 각각 투자하여 개발 성공 시에 3년간 구매를 유지합니다. 2012년에도 ‘2조 동선 기반의 Giga 인터넷 접속 기술 개발’을 비롯한 3개 과제에 0.55억원을 지원했습니다. 2013년에는 중소기업청과 공동으로 7개 과제에 대해 1.5억원을 지원할 예정입니다.

### 성과공유제 및 협력이익배분제

kt는 2006년부터 협력사와 공동으로 장비·서비스 개발을 통한 원가 절감과 품질개선 등의 성과를 창출하고 kt와 협력사가 이익을 공유하는 성과공유제를 도입하였습니다. 프로젝트 성공을 위해 협력사에게 교육과 컨설팅을 지원하고 있으며 장비개발을 위한 환경과 시험장치, 측정장비를 무상제공하고 있습니다.

최근 5년간 12건의 장비개발에 성공한 협력사에게 구매물량우대 등을 통해 128억원의 성과를 보상하는 등 성과공유제는 kt 동반성장활동의 핵심 Agenda로 추진되고 있습니다.

2012년부터는 기존 물자중심에서 공사, SW개발분야 등으로 적용분야를 확대하고 기존장비 개량개선뿐 아니라 신장비/국산화개발, 공법개선, 에너지절감 등 과제유형을 다양화하였습니다. 성과보상제도 또한 파격적으로 개선하여 신장비개발의 경우 최대 2년 수익계약을 통한 배타적 공급권한을 부여하고, 스펙 최적화를 통한 원감절감성과에 대해서는 1년간 절감성과 100%를 아이디어 제안 및 개발노력에 대한 보상으로 협력사에 지급하고 있습니다. 2012년에는 ‘고출력 확장장치 개발’을 비롯한 13개 신규과제에 대해 17.8억원을 지원하였습니다.

2013년부터는 근원적 개선이 필요한 분야에 대한 테마형 성과공유제 과제를 발굴하는 등 협력사와의 공동 개선노력을 더욱 확대 해 나가고 있습니다. 또 2012년에는 ‘올레 자녀폰 안심서비스’등 2개 사업은 협력사와 사업모델을 공동 개발하고 그 수익을 공유하는 협력이익배분제로 진행하였습니다.



[ 성과공유제 과제추진 중인 엠티아이 방문 ]

## Dreaming with Supplier

kt 동반성장 정책 | kt 공급망 CSR 확산 | 외부제안 사업화 | 구매 및 시장개척 지원

경영/품질 컨설팅 지원 | 스타트업기업 지원 | 금융 및 기타 지원 | 공정거래 | 협력사 커뮤니케이션

홈페이지  
요약본

## 구매 및 시장개척 지원

## 수요예보제

kt는 중소기업이 kt의 구매 수요를 적시에 파악하고 납품 및 재고 관리에 어려움 겪거나, 제품 개발을 완료했음에도 상용화가 되지 않아 자원 낭비를 초래하는 일이 발생하지 않도록 '수요예보제'를 실시하고 있으며, 중소기업과의 개발 협력 제도를 지속적으로 개선하고 있습니다. 수요예보제는 시장 및 기술 트렌드와 단기 및 중기 사업 전망에 따른 구매 수요를 미리 공개하는 제도로, 2010년 78개 협력사를 대상으로 50개 품목에 대해 수요예보를 시작하였으며, 수요예보 신뢰성 향상을 위해 2012년에는 216개 협력사를 대상으로 289개 품목에 대해 분기 단위로 수요예보를 시행하였습니다. 또한 수요변동 과다품목은 2012년 하반기에 약 70개 협력사를 대상으로 면담을 시행하여 수요변동 사유를 설명하는 등 중소기업과의 커뮤니케이션에 노력하였으며, 정보통신 공사 협력사 대상으로 반기별로 공사물량 예보를 확대 시행 하였습니다. 수요예보제의 실효성 제고를 위하여 2013년엔 품목 특성을 반영하여 품목별 수요예보 주기를 차별화 하는 등 협력사에 꼭 필요한 구매정보를 적기에 제공하는 방안으로 시행 예정입니다. 이를 통해 협력사의 불확실성이 감소되고, 생산·재고 관리가 탄력적으로 이뤄지는 등 개발 단계에서의 자원낭비 문제가 해소될 것으로 기대됩니다.

|      |                                                                                                 |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2011 | 미래 사업방향 제시에 초점을 두고 정보공개 범위 확대<br>예보품목 : 277개 품목 (※ 기술요구서 전 품목)<br>대상협력사 : 208개                  |
| 2012 | 수요예보 신뢰도 제고 및 협력사 생산계획에 기여<br>예보품목 : 289개 품목 (※ 기술요구서 전 품목)<br>대상협력사 : 216개                     |
| 2013 | 수요예보 실효성 제고를 위한 협력사 맞춤형 정보 적기 제공<br>예보품목 : 226개 품목 (※ 최근 2년간 구매실적이 없거나 IP품목 제외)<br>대상협력사 : 201개 |

## 수요예보 내용

| 구분         | 내용                                             |
|------------|------------------------------------------------|
| 중기 사업추진 방향 | 4대 사업영역(통신, ICT, 컨버전스, 글로벌)별 전략방향 및 중점 추진사항    |
| 구매물량 전망    | Mobile 등 10개 구매 분야별 물량 변화 추이 전망                |
| 투자방향 변화    | 구매 분야별 투자방향의 변화<br>신규도입 예상품목                   |
| 품목별 수요예보   | 분기별 수요내역 및 연도 총액 변동내역<br>품목별 구매금액 변화, 물량 변동 원인 |

※ 공개방법 : <http://partner.kt.com>에 게시 및 개별 e-mail 발송

## 협력사 해외 전시회 지원

2013년에는 중소협력사의 글로벌 마케팅활동을 위해 우수 협력사 10개사와 함께 세계최대 이동통신 전시회인 MWC(Mobile World Congress, 스페인)에 공동으로 참가하였습니다. kt가 임차비와 장치비를 지원하고, kt 전용관 내 혹은 kt 전용관 옆에 협력사 부스를 마련하고, kt 전용관의 전시 컨셉과 협력사 전시품목을 연계시켰습니다.



[ 2013년 MWC 전시회 ]

## 해외시장 공동진출

kt는 기술력이 우수한 협력사와 공동으로 해외사업 모델 개발과 해외 시장 동반 진출 기회를 확대하고 있습니다. H/W, 플랫폼, 콘텐츠 등 협력사와 함께 해외로 진출하여 공동 프로젝트를 추진하였습니다. 2012년에는 르완다의 Wibro 사업과 알제리U-City 구축, 키봇2의 사우디 모빌리 수출을 함께 했습니다.

| 연도   | 2009   | 2010   | 2011    | 2012   |
|------|--------|--------|---------|--------|
| 협력사수 | 12     | 23     | 4       | 9      |
| 건수   | 15     | 13     | 4       | 9      |
| 규모   | 264억 원 | 790억 원 | 13.7억 원 | 168억 원 |

## Dreaming with Supplier

kt 동반성장 정책 | kt 공급망 CSR 확산 | 외부제안 사업화 | 구매 및 시장개척 지원

경영/품질 컨설팅 지원 | 스타트업기업 지원 | 금융 및 기타 지원 | 공정거래 | 협력사 커뮤니케이션



홈페이지



요약본

# 경영/품질 컨설팅 지원

## 협력사 벤더코칭

kt와 1차 협력사의 품질관리 전문가가 함께 2차 협력사에 대한 품질개선헌동 코칭을 통해 품질시스템을 구축할 수 있도록 지원하는 벤더코칭을 2008년부터 시작하여 2010년 6개, 2011년 15개사, 2012년에는 23개사로 확대 하였고, 이를 통해 자재구매관리, 시험/검사분야 등에서 평균 75%이상 개선되어 참여 협력사들로부터 실질적인 도움을 주는 프로그램으로 많은 호응을 받고 있습니다.



[ 2012년 벤더코칭 협약체결식 ]



[ 2012년 벤더코칭 성과발표회 ]

## 운영절차



## 생산성 혁신 파트너십

kt는 품질 개선이 필요한 협력사에 맞춤형 컨설팅으로 장비 공급 품질을 향상하는 품질 컨설팅을 지속적으로 수행하고 있습니다. 더불어 2012년부터 한국생산성본부와 공동출연(4억)을 통해 10개 협력사를 대상으로 생산성혁신 파트너십 지원사업을 추진하여 경영 및 생산성 개선활동을 6개월에서 1년간 지원하여 협력사의 자생력을 강화하였습니다. 산업통상자원부와 공동으로 컨설팅사를 선정해 협력사의 경영 및 생산품질 개선을 위한 컨설팅을 수행하였습니다. 그 결과 '생산방법 개선'등 12개 제조혁신 과제(5.9억 원 성과)를 수행하였습니다.

## 컨설팅 분야 및 내용

| 구분         | 지원 내용                                                  |
|------------|--------------------------------------------------------|
| 입체적현상진단    | 경영시스템, 제조현장, 생산분야 등 정밀진단 시행                            |
| 경영지원       | 기업 맞춤형 현장 경영관리 프로세스 혁신 지원                              |
| 제조 현장 개선   | 한국형 "제조혁신방법"을 활용한 개선활동 추진<br>문제 해결 능력의 내재화를 위한 현장실습 교육 |
| 생산기술 지원    | 제조, 공정상의 애로 해소를 위한 생산기술 지원<br>중장기 필요 생산 기술 확보 전략 수립    |
| 교육지원       | 생산성 혁신, 마인드 함양 등 교육                                    |
| 애로 해소 프로그램 | 참여 기업들의 공통된 문제로 생산성 향상에 장애가<br>반복될 경우 별도 프로그램 마련 및 운영  |

## 경영닥터제

경영닥터제를 도입하여 대기업 경영인 출신의 컨설턴트가 정기적인 방문을 통해 협력사 경영진의 애로사항 해결 및 경영혁신 활동을 지원 하였습니다 이를 위해 kt와 거래 중인 1, 2차 협력사 중 희망기업 5곳 (MTI, 유경테크놀러지, 다산네트웍스, 와이브로텍, 우리넷)을 대상으로 전경련 경영자문단과 함께 경영전략, 마케팅, 정보화, 신사업 발굴 등에 대한 맞춤형 멘토링을 실시하였습니다.

## 특허 기술이전

kt는 연구개발로 취득한 권리 또는 기술을 협력사에게 이전하여 협력사와 동반성장을 도모하고 있습니다. kt가 보유중인 핵심 특허와 연구개발 결과물에 대한 사용권을 중소기업에게 무상으로 양도하거나 우대 조건으로 제공하고 있습니다. 2012년에는 스마트 연석 기술을 비롯한 핵심기술 24건에 대해 21개사에 기술이전을 하였고 kt 나랏글, 광감 색기 등 23건에 대해 11개사에 특허를 무상으로 양도하였습니다. 해당 기술을 활용하여 협력사는 138억 원 규모의 신규장비를 개발 및 납품 하였습니다.

## Dreaming with Supplier

kt 동반성장 정책 | kt 공급망 CSR 확산 | 외부제안 사업화 | 구매 및 시장개척 지원

경영/품질 컨설팅 지원 | 스타트업기업 지원 | 금융 및 기타 지원 | 공정거래 | 협력사 커뮤니케이션



홈페이지



요약본

## 경영/품질 컨설팅 지원

### 협력사 환경 인증 취득 지원

2차 협력사에 품질, 환경 컨설팅 및 인증을 위한 소요비용의 50%를 지원하고 있으며 관련 실무자 교육을 지원하고 있습니다. 2010년 16개사, 2011년 175개사, 2012년 29개사를 대상으로 환경(ISO14001) 국제 인증취득 을 위한 컨설팅 및 인증취득에 소요된 비용의 50%를 지원하였습니다. kt는 이를 통해 협력사의 품질관리 프로세스를 표준화하고 환경 마인드를 확산시켰으며, 인력 전문화를 통한 업무 생산성 향상도 이루었습니다. 한편, 물자 및 정보통신공사협력사에 대해서는 2014년 환경인증(ISO14001) 의무화를 통해 kt 공급망의 친환경 생태계를 구축을 가속화할 계획입니다.

### 협력사 ISO 14001 취득 지원 현황

|                    |                                                    |
|--------------------|----------------------------------------------------|
| 환경인증 취득현황          | 89.7%<br>(물자 70% : 124/170, 정보통신공사 100% = 276/276) |
| 2012년 지원 협력사       | 29개사<br>(물자 24개사, 정보통신공사 5개사)                      |
| 인증 미취득 협력사 대비 지원비율 | 57%(29개사/51개사)                                     |
| 협력업체 지원활동 프로그램     | 환경경영시스템(ISO 14001) 인증지원                            |

### 최근 3년간 지원 실적

| 구분      | 2010              | 2011             | 2012             |
|---------|-------------------|------------------|------------------|
| 지원 협력사수 | (주)에프알텍 등<br>16개사 | (주)경일 등<br>175개사 | (주)디비엔 등<br>29개사 |
| 지원금액    | 5,425만 원          | 11,400만 원        | 5,874만 원         |

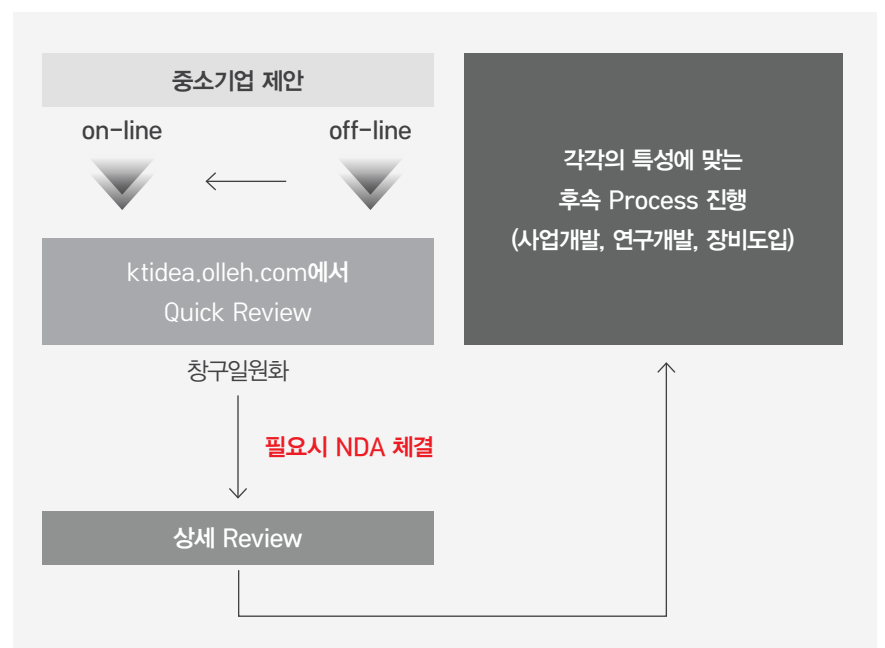
### 시험설비 무상 지원

또한 협력사의 비용 경감 및 품질 확보를 위해 kt 통신 인프라와 유사한 시험환경과 평가장비를 1, 2차 협력사에게 무상으로 지원하고 있습니다. 종합모델실(Test-Bed), 측정기, 종합모델실, 에코노베이션센터의 인프라 등의 시설도 무상으로 제공하고 있습니다(2012년 : 측정기/Test-Bed 25회, 단말/서버 17,225회 등).

### 비밀유지협약(NDA) 제도

협력사의 아이디어를 보호하기 위해 2012년 72건의 비밀유지협약(NDA)을 체결하였습니다.

### 비밀유지 협약 운영 절차



### 기술자료 임치 지원

kt는 협력사와의 동반성장을 위해 기술 임치를 장려하고 관련 비용을 지원하고 있습니다. 생산·제조 방법, 시설·제품 설계도 등 관련한 기술이나 기밀문서 및 중요계획, 관리정보 등 경영 상의 정보 임치를 희망하는 기업에게 최초 임치 비용을 지원하고 있습니다. 2012년에는 '모바일 커뮤니케이션 게이트웨이'를 비롯한 10건의 기술을 임치시키고 300만 원의 비용을 지원하였습니다.

### 특허 자율 도전제(정보통신공사분야)

정보통신공사 원가절감 및 품질개선을 위해 시행 중인 제도로, 탁월한 품질개선 효과가 인정되는 경우 협력사 평가시 가점을 부여합니다. 해당 공사분야(OSP, 전송·전원, 무선) 시공과 관련된 발명 또는 신기술로 공사 품질향상, 원가절감 창출이 가능한 특허권을 대상으로 시행하고 있으며 2012년 '무정전 바이패스 장치'를 비롯한 3건의 우수 아이디어에 대해 특허 출원비용을 지원하였습니다.



## Dreaming with Supplier

kt 동반성장 정책 | kt 공급망 CSR 확산 | 외부제안 사업화 | 구매 및 시장개척 지원  
경영/품질 컨설팅 지원 | **스타트업기업 지원** | 금융 및 기타 지원 | 공정거래 | 협력사 커뮤니케이션

 홈페이지  
 요약본

## 스타트업 기업 지원

### 벤처오디션

스타트업 기업을 지원하기 위해 마련한 '올레벤처어워드'는 1차 심사를 통과한 BM[b1]에 대해 과거 수상팀 CEO 초청 간담회, 유관사업 임원과의 미팅, 인큐베이션 캠프 등의 지원으로 완성도를 향상시켜 사업화 및 해외진출 등의 지원을 하고 있습니다. 중기청과 공동으로 추진하는 '에코노베이션 Fair'(모바일앱 공모전)는 지금까지 총 4회 개최하였으며, 4회는 '2012 Go To 글로벌 앱 경진대회'라는 슬로건으로 진행되었으며, 179개 App이 참가하여 29개의 앱이 최종 수상작으로 선정되었습니다. 2012년에 대상을 수상한 'Aart'는 국내 신진 작가들의 그림을 활용해 스마트폰 배경화면, 폰 케이스, 액자, 티셔츠 등으로 주문 제작할 수 있는 앱을 제작했습니다. 공동 대상수상 팀인 디바인인터랙티브의 '퍼펙트 50/50'은 누구나 쉽게 즐길 수 있는 도형 절반 나누기 캐주얼 게임으로 출시 한달 만에 다운로드 5만 건을 기록한 바 있습니다. 본상을 수상한 29개의 팀에겐 대상(2팀) 상금 2,000만 원을 비롯해 실리콘밸리 탐방 기회 부여(10팀) 및 해외 진출을 위한 제작 앱 번역 등 총 5,000만 원의 상금과 약 2억 원상당의 수상특전이 제공됩니다. 또 본상을 수상한 팀 전원에게 글로벌 앱지원센터의 운영 프로그램에 참여할 수 있는 혜택이 제공됩니다.

### 에코노베이션 스마트 스쿨

글로벌 경쟁력이 있는 앱 개발자를 양성하고 모바일 앱 생태계를 활성화하기 위한 교육 프로그램인 스마트 스쿨은 개발자들의 역량배양을 위한 실습 중심 교육과 실전 업무역량 배양을 위한 장기교육으로 구성되어 있습니다. 우수팀(프로젝트)은 에코노베이션 파트너십 대상프로그램에 추천되며, 교육 수료생이 올레마켓에 등록할 때에는 우선 검수 및 마케팅 지원이 제공되며 한중일 App마켓(OASIS) 진출할 수 있는 기회도 제공됩니다. 2012년에는 앱개발 전문가과정(8~10주)과 k-apps 개발 및 cloud 모바일 연동 등 30여 개 심화과정과 8개 과정 88개의 콘텐츠로 구성된 온라인 강화를 통해 5천명의 졸업생을 배출하였습니다.

### 에코노베이션 아키텍트

체계적인 사업화와 글로벌시장 진출, 창업 컨설팅 과 투자유치 및 협력사업 기회 등 중소 스타트업 기업의 성공적 정착을 위한 역량강화 프로그램인 에코노베이션 아키텍트는 연간 최대 40팀까지 지원합니다. 데모데이, 프로젝트 발표기회를 드릴 뿐 아니라 kt나 엔젤투자자, 벤처캐피탈 등에 추천되는 기회를 얻을 수 있습니다. 2012년까지 3기에 걸쳐 124개 팀을 육성했으며, 이들 중 47팀이 창업하고 11개 팀이 벤처인증을 받았습니다.

### 수상 내역

GSMA Smarter App Challenge 최우수 앱(에이팩토리의 '플로우 잇')

KOTRA 글로벌 스타트업 경진대회 은/동상(이지웍스, 시코날)

스마트콘텐츠어워드 5종 수상(전체수상작 12종 중 42% 차지)

히트앱(100만 다운로드 또는 5일 이상 마켓랭킹 Top 10) 34종

### 에코노베이션 센터

개발자 육성 및 관련 생태계 활성화를 위하여 우먼, 선릉, 서초 등 3개 센터에서 1인 창조기업, 모바일 벤처 및 개발자들에게 무선인터넷 서비스를 개발 및 테스트 할 수 있는 인프라를 제공하고 있습니다. 공간, 노트북, 스마트폰 등 개발장비, 3W 네트워크 뿐 아니라 개발역량 향상을 위한 전문교육과 동영상 자료, 전문자료 및 시장자료 등을 제공함으로써 개발부터 앱의 유통까지 전 과정을 지원하고 있어 작년 한 해에만 약 3만 명의 개발자가 이용했습니다.

### 클라우드인큐베이션 센터

kt의 클라우드인큐베이션 센터는 앱을 개발하는데 필요한 IT자원을 클라우드 기반으로 제공하며, 개발된 앱의 시장개척을 지원하는 새로운 프로그램입니다. 스타트업 기업에게는 가상서버와 CDN을 비롯한 저장공간 뿐 아니라 오프라인 회의공간도 제공하며(최대 6개월) 발표기회 및 olleh ucloud 파트너 앱을 통한 홍보, 언론사 홍보 등의 기회를 제공합니다. 브라이트웍스 등 132개사를 지원했으며 방통위의 'K-스타트업 2012'에서 브레인가든 등 5개사가 수상하는 영예를 안았으며, '클래스팅 서비스'는 이미 전세계 13개국 3만 5천 학급, 40만 명이 이용하고 있습니다.



## Dreaming with Supplier

kt 동반성장 정책 | kt 공급망 CSR 확산 | 외부제안 사업화 | 구매 및 시장개척 지원  
경영/품질 컨설팅 지원 | 스타트업기업 지원 | 금융 및 기타 지원 | 공정거래 | 협력사 커뮤니케이션

홈페이지  
요약본

## 금융 및 기타 지원

### 현금결제

환율, 원자재값 상승 등 경영환경의 악화로 어려워진 중소기업들의 현금 유동성 확보와 원활한 운전자금 조달에 기여하고 경영안정을 도모하기 위해 다양한 금융 지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 기존의 거래 관행이었던 어음결제를 탈피, 2006년부터 금액 제한 없이 중소기업에게 100% 현금결제 정책(2010년 54,263건 29,665억 원, 2011년 70,248건 18,023억 원, 2012년 48,637건 28,024억 원)을 유지하고 있습니다.

※ kt는 2006년부터 중소 협력사대상으로 납품대금을 전액 현금으로 지급

| 구분    | 중소기업                  | 중견기업/대기업                      |
|-------|-----------------------|-------------------------------|
| 지급방법  | 전액 현금                 | 2억원 미만 : 현금<br>2억원 이상 : 전자채권  |
| 대가지급일 | 매월 3회<br>(4, 14, 24일) | 현금 : 중소기업과 동일<br>전자채권 : 매월 3회 |

### 네트워크론

또한 kt캐피탈을 통해 3,000억원 규모의 신용대출기금을 조성, 운용(2010년 528개사 29,665억 원, 2011년 235개사 2,233억 원, 2012년 198개사 5,337억 원 금융지원)하여 제품 납품에 필요한 생산 및 운전 자금을 납품 이전에 확보할 수 있도록 지원하고 있으며, 상생대출 제도를 운영 중인 금융기관들과 협약을 맺어 kt 납품실적이 있는 협력사에게는 시중보다 저렴한 우대금리로 자금을 빌릴 수 있도록 금융대출 지원 제도를 운영하고 있습니다.

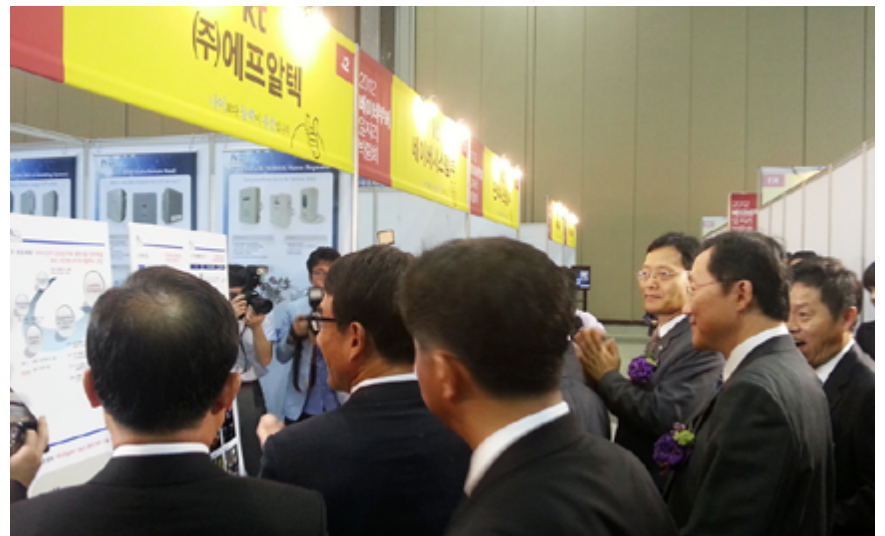
또 kt와 위탁대리점 계약을 체결한 전속 대리점 중, 지원조건을 충족하는 대리점의 신규 출점 시 보증금과 권리금의 일부를 지원하고 단기 또는 중기 유동성도 지원하고 있습니다.

| 구분   | 단기자금              | 중기자금              | 전략자금            | 계         |
|------|-------------------|-------------------|-----------------|-----------|
| 지원내역 | 353개사<br>309.1억 원 | 220개사<br>419.7억 원 | 525개사<br>529억 원 | 1257.8억 원 |

또한 2013년에는 콘텐츠 제작에 필요한 자금을 저리로 대출하는 제도를 마련하여 콘텐츠를 제작하는 중소협력사와 SPC(프로젝트)를 지원할 예정입니다. ※ SPC : Special Purpose Company

### 인력채용 박람회 지원(공통)

협력사의 우수인재 채용을 지원하기 위해 협력사 포털(<http://partner.kt.com>)에 공개모집 후 선정된 협력사를 대상으로 전경련과 함께 인력채용 박람회를 개최하였습니다. 14개 협력사가 참여하였고, 102명이 지원하였습니다. 또 중소협력사와 글로벌 대기업간의 OEM계약을 알선하여 국내 중소협력사의 매출확대(2012년 802억원)에 크게 기여하고 있습니다.



[ 2012년 인력채용 박람회 ]

### 중소 협력사 훈련 컨소시엄

협력사 인력양성 교육 프로그램을 제공하여 품질개선과 인력개발에 한계가 있는 1, 2차 협력사 임직원의 역량을 강화하고 있습니다. IT, 품질관리, 기술 트렌드 등 30개 분야의 집합교육 과정과 리더십, 기술과정, 마케팅, 교양과정 등 120개 과정의 온라인 교육과정을 개설하여 최근 3년간 33,518명(2010년 73개과정 12,688명, 2011년 97과정 10,729명, 2012년 100과정 10,101명)의 협력사 임직원이 과정을 이수하였습니다. 집합교육 과정은 kt인재개발원과 각 지역 현장 훈련센터 등에서 운영되고 있으며, 강의실, 교재, 숙박 및 식사 등을 무상으로 제공하여 협력사로부터 좋은 평가를 받고 있습니다.

## Dreaming with Supplier

kt 동반성장 정책 | kt 공급망 CSR 확산 | 외부제안 사업화 | 구매 및 시장개척 지원  
경영/품질 컨설팅 지원 | 스타트업기업 지원 | 금융 및 기타 지원 | **공정거래** | 협력사 커뮤니케이션

 홈페이지  
 요약본

## 공정거래

### 공정경쟁 자율준수

kt는 자율적 법규 준수와 불공정행위에 대한 사전 예방을 통해 사회와 기업의 경제적 손실을 미연에 방지하기 위하여 공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program)을 운영하고 있습니다. 공정거래위원회에서 주관하는 2009년 CP등급 평가에서 “AA등급”을 획득하여 kt의 공정경쟁 추진 의지를 대외적으로 인정받은 바 있으며, 2년간 과징금 감경, 직권조사 면제 등의 인센티브를 확보하였습니다. 아울러 2012년에 kt는 455개 중소 협력사와 상생협력 및 공정거래에 관한 동반성장 협약식을 체결하여 투명한 하도급 거래를 보장하기 위한 법규 및 원칙의 준수를 대외에 천명하였습니다.

### 공정거래 사전심의센터 운영

kt는 공정거래 자율준수 프로그램의 일환으로 2005년부터 공정거래 전문 변호사를 채용하여 사전심의센터를 개설하고, 모든 사업 추진에 따른 불공정요소를 사전에 진단하여 법 위반을 철저히 예방하고 있습니다. 또한, 현장(지역고객본부)에는 기관별 공정경쟁 담당자를 지정하여 기관 내 불공정행위를 자체적으로 예방하고 있습니다.

### 공정경쟁교육 및 환경 조성

전 임직원을 대상으로 정규 온라인 교육과정(공정경쟁기초)을 운영하고 있으며, 매년 정기적으로 3~4회에 걸쳐 전국 기관별 담당자 대상 공정경쟁 실무교육을 실시하고 있습니다. 또한 규제기관 전문가 초청 강의를 개최하여 관련된 최근 법규와 제도 동향을 공유하며, 주요 공정거래 이슈에 대해서는 특강을 실시하고, 주요 부서(구매, 유통망)는 방문교육을 시행하고 있습니다. 아울러 공정거래를 준수하는 기업 문화를 정착시키고, 기관장의 지속적인 관심과 공정거래 의지를 유지하기 위하여 공정경쟁 우수 활동부서에 대한 포상제도를 운영하고 있습니다.

### 사전심의 대상

모든 사업계획(안), 마케팅계획 및 홍보물  
사업자간 마케팅 협정, 협약서  
계열사간 내부거래(자금, 자산, 인력 등) 관련사항  
협력사/사외유통망 계약서, 하도급 계약서

### 연도별 사전심의 건수

(단위 : 건)

| 구분 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|----|------|------|------|------|
| 건수 | 418  | 651  | 820  | 527  |

### 연도별 교육 이수 현황

(단위 : 명)

| 구분    | 2009  | 2010  | 2011 | 2012 |
|-------|-------|-------|------|------|
| 집합교육  | 57    | 41    | 41   | 39   |
| 온라인교육 | 1,260 | 1,387 | 362  | 681  |

### 불공정거래 시정조치 현황

(단위 : 건)

|          | 유형    | 2009 | 2010 | 2011 | 2012    |
|----------|-------|------|------|------|---------|
| 부당한 공동행위 | 시정 건수 | -    | -    | 1    | -       |
|          | 과징금   | -    | -    | 8억 원 | -       |
| 일반 불공정행위 | 시정 건수 | 1    | -    | -    | 1       |
|          | 과징금   | -    | -    | -    | 53.6억 원 |
| 부당 내부거래  | 시정 건수 | -    | -    | -    | -       |
|          | 과징금   | -    | -    | -    | -       |
| 기타*      | 시정 건수 | -    | -    | -    | -       |
|          | 과징금   | -    | -    | -    | -       |
| 합계       | 시정 건수 | 1    | -    | 1    | 1       |
|          | 과징금   | -    | -    | 8억 원 | 53.6억 원 |

\* 약관규제법, 표시광고법, 방문판매법, 전자상거래 소비자보호법 위반

## Dreaming with Supplier

kt 동반성장 정책 | kt 공급망 CSR 확산 | 외부제안 사업화 | 구매 및 시장개척 지원

경영/품질 컨설팅 지원 | 스타트업기업 지원 | 금융 및 기타 지원 | 공정거래 | 협력사 커뮤니케이션



홈페이지 요약본

## 협력사 커뮤니케이션

### 정보공유협의체 운영

kt는 분야별 협력사와의 정기적인 정보공유협의체 운영을 통해 동반성장 실천방향 및 공동협력 방안에 대한 의견수렴과 개선활동을 진행하고 있습니다. 2010년 10월부터는 상품 프로모션, 시장환경 변화에 따른 긴급수요 발생 시 협력사를 지원하기 위해 긴급수요 발생 시기, 협력사 보유재고 현황 등을 논의하고 있고 2011년부터는 임대단말, 선기자재, 무선자재에 대해 SCM협의체를 월, 분기단위로 운영하고 있으며 2013년에는 초고속, 전원, 중계기 등으로 대상품목을 확대하여 협력사 재고 및 생산 최적화를 유도하는 등 동반성장 노력을 가속화 해 나갈 것입니다

### 협력사 만족도

kt는 2005년부터 공정거래, 협력도, 동반성장제제분야에 대해 협력사들을 대상으로 다면평가를 연 2회 실시하여 상대적으로 부진한 분야에 대해서는 지속적으로 개선노력을 기울인 결과 2012년 상반기에는 86.9점, 하반기 89.0점으로 나타나 전년에 비해 협력사 만족도가 4점 이상 상승하였습니다.

### 찾아가는 동반성장 간담회 개최

kt는 2012년부터 구매담당임원이 직접 협력사를 찾아가 생상품질관리 및 자재관리 현장을 둘러보고 협력사들이 느끼는 애로·건의사항 등 동반성장이슈를 해결하는 활동을 하고 있습니다. 2012년에는 55개사를 방문하여 광케이블 및 케이블 드럼규격을 변경하여 협력사들의 재고관리비용 절감과 3.2억 원의 매출증대 등 26건의 애로·건의사항을 해결하였습니다. 2013년에는 140개사 이상을 방문할 예정이며 협력사 포털에 kt구매전략실장과 직접 소통할 수 있는 CPO제언채널을 구축하여 협력사와의 커뮤니케이션을 더욱 활성화 할 계획입니다.



[ 찾아가는 동반성장 간담회 ]

### "IT CEO 포럼" 운영

IT CEO 포럼은 모든 기업에 개방되고 있는 Open 포럼으로서 IT 중소기업 CEO, 대기업, 협회, 학계, 연구소 관련 인사 등 ICT 분야 핵심리더들이 주체가 되어 동반성장 ICT 산업 활성화를 목적으로 운영되고 있습니다. 2009년 9월부터 시작하여 총 19회의 조찬세미나와 70여회의 소규모 미팅을 진행해오면서, 2010년도에는 '스마트 혁명'과 '오픈 생태계'화두 제시, 2011년은 '대·중소기업 동반성장'과 '대한민국 S/W산업 활성화'제언, 2012년에는 '창조경제', 'Virtual goods(가상재화)'와 같은 미래 성장 동력에 대한 아젠다를 끊임없이 선도해 오고 있습니다.

포럼은 매월 두 차례 이상 온라인 뉴스레터를 통해 ICT 업계 최신 연구보고서를 공유하고, 연간 20여권의 이슈트렌드 보고서를 제공하고 있습니다. 또한, 다양한 동반성장 협력 사업(MVNO, 앱스토어 등)을 확대하여 국내 최대의 ICT 오픈 생태계를 구축하였습니다. 특히, 2011년부터는 사업협력 간담회를 신설하여 사업 주체별 소규모 토론의 장을 마련하였으며, kt사업담당 임원과 협력사 임직원간의 직접적인 커뮤니케이션이 가능한 채널로 성장하였습니다. 현재는 벤처기업협회, 여성벤처협회, 한국소프트웨어산업협회, 한국인터넷기업협회 등 다양한 ICT 관련 협단체와 공동운영을 통해, 대한민국 ICT 업계 가장 큰 오픈 커뮤니케이션 플랫폼으로 자리매김하고 있습니다. 그 밖에도 포럼전용 사이트(www.itceo.org)와 트위터(@itceoforum), 페이스북(www.facebook.com/itceoforum)을 통해 다양한 정보를 실시간으로 제공하고 있으며 사회 각계각층의 오피니언 리더들과 자유로운 소통을 위해 노력하고 있습니다.



IT CEO 포럼



IT CEO 포럼 트위터



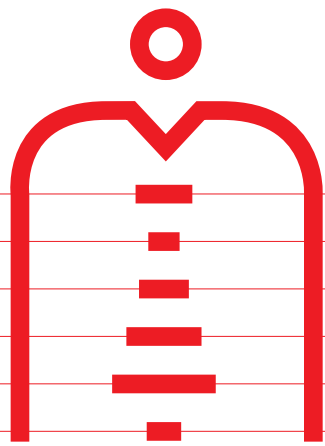
IT CEO 포럼 페이스북



## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | 인재관리 | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | 인권존중 경영 | 창조적 新노사문화 | 고충처리와 소통

 홈페이지  
 요약본



# Dreaming with Employee

## Vision & Strategy

kt는 올레경영 2기를 맞아 2012년에는 글로벌 ICT리더로의 도약을 위해, 미래 성장사업분야 인력양성에 대한 경영진의 강력한 의지를 반영하여 관련 직무교육을 체계화하고 관련사업에 필요한 인력을 육성하기 위해 노력하였습니다. 또한 '일자리 창출'이라는 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 매년 채용 규모를 확대해 왔으며, ICT 활성화를 통해 다양한 사업분야/계층으로 채용영역을 확대하고 있습니다. 2013년에는 이러한 체계를 기반으로 양성되는 인력을 체계적으로 관리하여 필요한 시기에 적재적소에 활용할 수 있도록 인력 Pool 관리시스템을 구축할 예정입니다.

## Main Team

인재경영실, 경영지원실, 커뮤니케이션실



## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | 인재관리 | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | 인권존중 경영 | 창조적 新노사문화 | 고충처리와 소통

홈페이지  
요약본

## Great Work Place

## 임직원 현황

2012년 12월 말 현재 전체 직원 수는 31,336명이며 평균 재직기간은 19.1년입니다. 장애인 고용 비율은 2.54%로 법정 장애인 의무고용 비율인 2.5%를 초과하고 있으며, 여성 인력은 4,757명으로 전체 인력의 15.18%를 차지하고 있으며, 관리자는 192명입니다. kt는 직무 특성과 역량의 보유 필요성에 따라 정규직과 비정규직으로 나누어 인력을 채용하고 있습니다. 2012년 12월 말 현재 비정규직 구성원의 비율은 1.03%로 비정규직 구성원에 대해서는 비정규직 보호법에 의거, 공정하게 처우하고 있습니다.

## 임직원 현황

(2010~2012, 단위 : 명)

| 2010 |        |     |     |        |
|------|--------|-----|-----|--------|
| 구분   | 정규직    | 계약직 | 기타  | 합계     |
| 남자   | 27,079 | 260 | 0   | 27,339 |
| 여자   | 4,664  | 311 | 0   | 4,975  |
| 합계   | 31,743 | 571 | 0   | 32,314 |
| 2011 |        |     |     |        |
| 구분   | 정규직    | 계약직 | 기타  | 합계     |
| 남자   | 26,401 | 455 | 170 | 27,026 |
| 여자   | 4,660  | 289 | 6   | 4,955  |
| 합계   | 31,061 | 744 | 176 | 31,981 |
| 2012 |        |     |     |        |
| 구분   | 정규직    | 계약직 | 기타  | 합계     |
| 남자   | 26,579 | 417 | 165 | 27,161 |
| 여자   | 4,757  | 263 | 5   | 5,025  |
| 합계   | 31,336 | 680 | 170 | 32,186 |

## 평균 근속 연수

(단위 : 년)

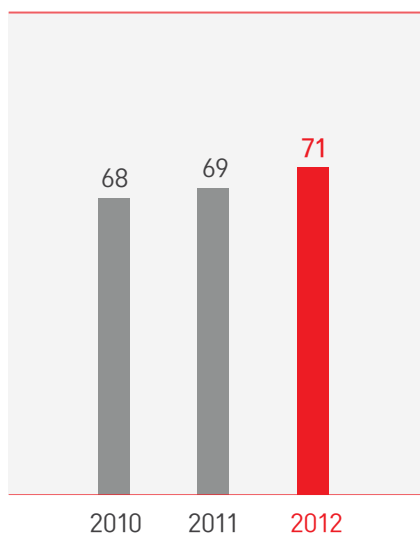
| 구분 | 2010 | 2011 | 2012 |
|----|------|------|------|
| 남자 |      | 19.3 | 19.4 |
| 여자 |      | 16.8 | 17.5 |
| 총  | 18.7 | 18.9 | 19.1 |

## 직원 몰입도

2010년부터 측정하기 시작한 직원 몰입도는, 단순히 측정만 하는 것이 아니라 부족한 영역에 대한 개선 노력을 함께 하고 있습니다. 또한 부서별로 분석 보고서를 공유하고 자체 개선을 위한 양방향 소통도 멈추지 않고 있습니다. 그 결과 직원 몰입도는 이미 높은 수준임에도 불구하고 매년 조금씩 상승하고 있습니다. 특히, 여성 직원의 몰입도는 스마트워킹, 육아휴직제도, 직장보육시설 운영 등 여성 배려 정책들의 적극적 실행으로 큰 폭으로 상승하고 있습니다.

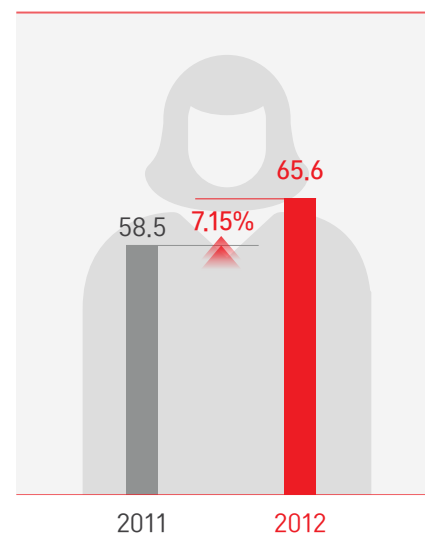
## kt 직원 몰입 수준

(단위 : %)



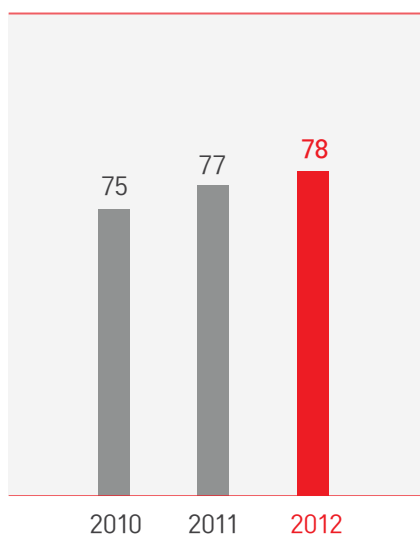
## kt 여성 직원 몰입 수준

(단위 : %)



## 임직원 만족도

(단위 : %)





## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | 인재관리 | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | 인권존중 경영 | 창조적 新노사문화 | 고충처리와 소통

홈페이지  
요약본

# Great Work Place

## Great Work Place

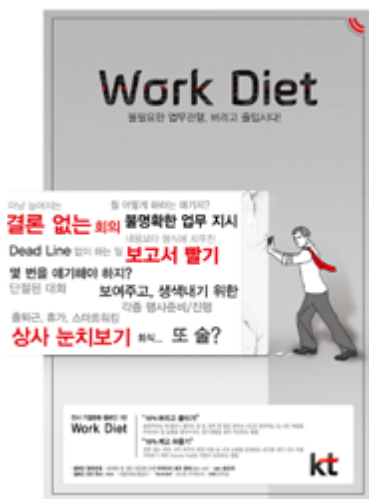
kt는 GWP(Great Work Place) 구현을 통해 구성원이 주인의식과 창의력, 열정을 바탕으로 자발적으로 일에 몰입함으로써 회사의 경쟁력을 제고함은 물론, 구성원이 지속적으로 성장할 수 있도록 노력하고 있습니다. 과거 kt의 기업문화 혁신 활동이 주로 제도나 업무 프로세스 개선에 초점을 맞췄던 데에 비하여, 이제 구성원 만족이라는 근원적 처방을 통해 고객을 만족시키고, 고객 만족을 통해 시장 경쟁력을 지속적으로 확보하는 선순환 구조를 조성하고자 합니다.

## kt GWP 모델

|           |                                         |
|-----------|-----------------------------------------|
| 커뮤니케이션 원칙 | Mouth/Ear/Heart-opened communication    |
| 6대 Driver | 도전과 성장, 성공기회, 창의/몰입, 배려/신뢰, 자부심, 사회적 환경 |
| 3대 지향점    | 인재가 크고, 인재가 즐겁게 일하고, 인재가 모이는 일터         |
| GWP 슬로건   | Great Work Place “함께 걷고 함께 꿈꾸는 따뜻한 일터”  |

## 주요 GWP 활동

### Work Diet 캠페인



- 3S 즉, Simple, Speed, System 관점에서 불필요한 관행, 잡무를 제거하여 직원들의 업무 수행에 대한 마인드 전환을 유도하는 캠페인
- 전자결재 간소화, 야간/휴일 긴급출동 효율화 등 20개 과제 실행, 부서별 자체 개선 과제 다수 실행

### GWP 리더웨이

- GWP 구현을 위해 무엇보다 중요한 관리자의 16개 행동지침을 마련 하고 전사 직책자 대상으로 전파
- kt의 실제 사례들이 포함된 책자 “Lead or Leave”를 제작하여 배포

### 가족과 함께하는 올레 꿈 캠프

- 자녀가 있는 직원들을 대상으로 여름방학 기간 중 사내 연수원 시설을 활용하여, 직원과 자녀가 함께 하는 가족 친화 행사 추진
- 자녀의 적성과 꿈 찾기, 창의와 협력 의미 배우기 등으로 프로그램을 구성하고 kt 사내 강사 활용
- 2012년 8월, 3개 기수 총 500여 명 규모 운영

## GWP Leader Way

### 01. 직원들의 성장을 돕기(리더십 역량 : 코칭)

- 업무수행에 대한 목표와 기대수준을 명확하게 설정해 준다.
- 업무 수행과 성과에 대해 정기적인 피드백을 준다.
- 직원들에게 권한을 적절히 위임한다.
- 직원들의 교육 개발 활동에 관심을 갖고 지원해 준다.

### 02. 술선수범 하는 공정한 리더 되기(리더십 역량 : 공정성, 효과적 의사결정)

- 제 때 의사결정을 한다.
- 직원들에게 칭찬/격려 등 적절한 인정을 제공한다.
- 말과 행동이 일치한다.
- 개인의 차이를 인정하는 개방적인 문화를 만든다.

### 03. 즐겁고 창의적인 조직 만들기(리더십 역량 : 창의성, 팀워크형성)

- 즐거운 조직 분위기를 만들려고 노력한다.
- 직원들이 일과 개인생활의 균형을 이루도록 배려해준다.
- 업무 및 현안에 대한 새로운 시각, 아이디어를 장려한다.
- 직원들이 계획한 대로 휴가를 적절히 사용하도록 한다.

### 04. 열린 커뮤니케이션(리더십 역량 : 의사소통)

- 서로의 의견이나 감정을 존중하는 분위기를 조성한다.
- 직원들이 건설적인 비판이나 제안을 자유롭게 할 수 있도록 한다.
- 의사소통에 있어 개방적이고 솔직하다.
- 회사의 주요한 이슈나 업무 관련 정보를 직원들에게 잘 알려준다.

## 수상 내역

2012 대한민국 일하기 좋은 기업 “글로벌 GPTW 대상(1위)”, GWP Korea 주관  
2012 한국의 좋은 기업문화 우수 기업, 디지털조선일보 주관  
2012 즐거운 직장, 행복한 기업 최우수기업, 장관표창(문화체육관광부)  
2012 가족친화경영 우수기업 “대기업부문 종합우수 기업”선정, 서울시/한국능률협회 주관  
2013 한국 최고의 직장, AON Hewitt 주관

## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | 인재관리 | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | 인권존중 경영 | 창조적 新노사문화 | 고충처리와 소통

홈페이지  
요약본

## 인사제도의 공정성

| 구분           | 내용                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 채용의 공정성      | <ul style="list-style-type: none"> <li>영어/학과/학점 등의 자격제한 폐지로 스펙중심의 채용관행 탈피</li> <li>과학적 선발/검증 툴 운영으로 공정한 채용 프로세스 진행</li> <li>특이인재(특이자격 보유, 공모전 수상 등)를 위한 달인채용 확대</li> </ul>                                                                                               |
| 배치의 공정성      | <ul style="list-style-type: none"> <li>시장 경쟁원리에 따른 Talent Market제도 운영 : 인력 수요/공급 현황 전 임직원 공개를 통한 배치 공정성 확보</li> </ul>                                                                                                                                                    |
| 평가 및 보상의 공정성 | <ul style="list-style-type: none"> <li>평가 기준, 절차, 결과의 투명한 공개</li> <li>평가이의신청 심의위원회 운영 및 사후Monitoring제도 운영</li> <li>평가자간 협의 의무화(Calibration제도) 도입을 통한 부서장 단독평가 방지 및 평가의 공정성 제고</li> <li>성과 및 협업우수자 대상 동료 추천 포상제도인 '열린 포상제' 운영 및 대외 활동 우수자 포상을 위한 '아름다운 kt인' 도입</li> </ul> |
| 직책 승진의 공정성   | <ul style="list-style-type: none"> <li>성과우수 직책자 대상 '발탁승진 제도' 및 '상향 Talent Market제도' 도입</li> <li>인사위원회를 통해 직책 승진 후보자인 'Senior Manager' 선발 및 직책수행 능력 검증</li> <li>2010년부터 직급 승진제도 폐지 및 'Manager'로 호칭 단일화</li> <li>직원의 장기성장 동기부여를 위한 '직원성장 마일리지 제도' 운영</li> </ul>            |

### 승진의 공정성

kt는 연공서열 방식의 승진문화를 타파하고 종업원의 공평한 기회와 도전 보장, 정당한 보상 실천을 위해 2011년부터 '발탁승진 제도'를 운영 중에 있습니다. 인사위원회의 심의를 통해 혁신적 성과 창출이 인정된 직책자는 기준 요건 충족 여부에 관계 없이 상무보로 발탁승진도 가능합니다. 발탁승진제도는 젊은 인재들의 도전을 통한 역동적 기업 문화 확산에 기여하고 있습니다. 또한 발탁승진자의 약점이 될 수 있는 경험과 검증 부족을 보완하기 위해 '승진예정자제도'를 병행 운영하고 있습니다.

이는 발탁승진 대상자에게 승진자에 준하는 직책을 부여하여 사전 경험을 하고 검증을 병행하여 준비된 리더로 육성하고자 합니다. 또한 승진과 별도로 '상향식 Talent Market 제도'를 운영하고 있어 주요 보직에 대한 수요 발생 시 사내 인력배치 시스템인 Talent Market에 공개하고 경쟁을 통해 선발함으로써 성별·학력 차별 없이 상위직책에 대한 공정한 도전 기회를 제공하고 있습니다.

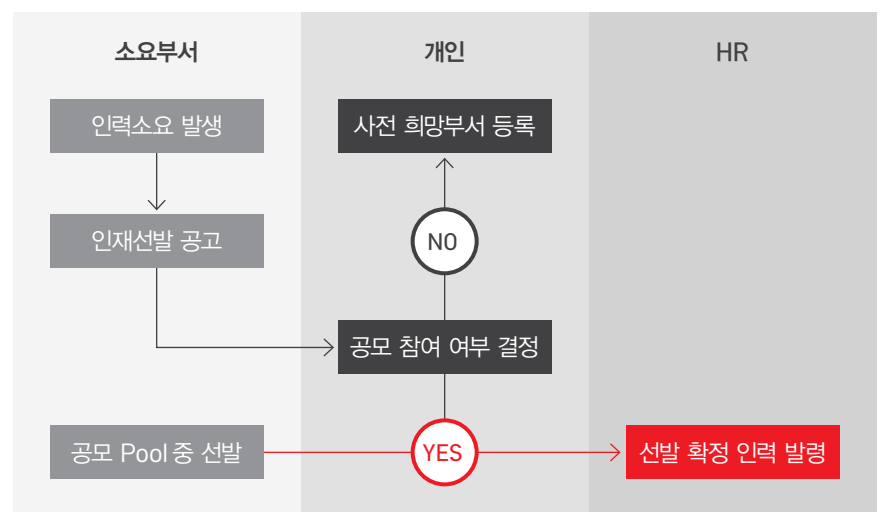
### 성과에 따른 공정한 보상

kt는 개인별 성과에 따라 연봉을 차등지급하고 있습니다. 평가등급은 A, B, C+, C, D, F로 구분되며 평균급여를 받는 C+~C등급 직원을 50% 수준으로 유지하고 있습니다. 또한 장기성과 개선을 위해 연봉 인상률 산정 시 3개년의 평가등급을 반영하고 있습니다. 모든 임직원은 매년 초에 성과관리를 위한 연간 목표계획을 평가자와의 면담을 통해 설정하고, 상시 Feedback 및 연 2회 평가를 받습니다. 평가기준 및 절차는 전 임직원에게 투명하게 공개되며, 평가자 교육 의무 시행, 평가 이의신청 및 사후 Monitoring제도 등을 운영하여 공정성을 강화하고 있습니다.

### 시장 메커니즘에 기반한 배치

kt는 인력 수요/공급의 투명성을 확보하고 인적자원의 신속한 적재적소 배치를 목적으로 2009년부터 TM(Talent Market)제도를 운영하고 있습니다. TM이란 직원이 수시로 희망하는 부서에 지원하고 소요 부서는 지원자 중 적합자를 최종 선발하는 IT기반의 열린 인력 시스템입니다. 인력 모집부서 현황, 지원조건 등 사내 채용관련 정보들이 IT시스템을 통해 전체 임직원에게 공개되기 때문에 직원들은 본인이 희망하는 부서에 공정하고 투명하게 배치받게 됩니다. 2012년에는 기존의 TM제도를 보다 개선하여 개인별 직무역량에 맞게 컨설팅 후 배치하는 맞춤형TM, 상무보급 직책을 공개 모집하는 상향TM, 그룹 내 인력교류 활성화를 위한 그룹TM을 도입하여 운영하고 있습니다.

### Talent Market 제도 프로세스



## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | 인재관리 | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | 인권존중 경영 | 창조적 新노사문화 | 고충처리와 소통

 홈페이지  
 요약본

# 인사제도의 공정성

## 신규 도입된 TM 제도 안내

| 구분    | 내용                                                                                                                                         |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 맞춤형TM | 본인 또는 부서에서 직무변화가 필요하다고 판단되는 직원이 있으면 맞춤형TM을 신청하고 신청한 직원은 '직무적합도 검사'를 통해 컨설팅을 받고 최적의 직무로 배치를 진행하는 제도                                         |
| 상향TM  | 상무보급(담당) 직책 결위시 직책의 Job Requirement를 반영하여 최적의 인재를 선발하기 위해 사내/외 공개경쟁을 실시하기 위해 도입된 제도. 특히 부장/팀장급에게도 동등한 기회를 제공함으로써 직원들에게 직책승진의 동기부여를 제공하고 있음 |
| 그룹TM  | kt그룹내 핵심 사업에 대한 시너지향상을 위해 핵심역량 보유직원의 그룹간 인력교류를 활성화 하는 제도. 그룹간의 인력교류의 개선을 통해 업무 몰입도 및 우수 인력의 CDP(Career Development Program)에 기반한 경력관리를 제고함 |

## 평가의 공정성

kt는 매년 개인 인사평가를 시행하고 있으며, 평가결과는 연봉 인상률, 직책승진, 포상 등 인사의 기초자료로 활용되고 있습니다. 평가자는 공정한 평가목표 설정을 위해 피평가자와 면담을 의무적으로 시행해야 하며, 목표설정 이후에는 BIT 시스템에 등록된 업무목표/실적을 기반으로 매주 상시 Feedback 및 연 2회 정기 평가를 해야 합니다. 평가기준 및 절차는 시스템을 통해 전 임직원에게 투명하게 공개됩니다. 이 외에도 전사 직책자 대상 평가자 교육 시행, 평가 이의신청 및 사후 Monitoring 제도를 운영하여 평가의 공정성을 강화하고 있습니다. 특히, 2012년에는 평가자간 협의 평가제도인 Calibration제도를 새로 도입하였습니다. Calibration제도는 평가자 간 협의를 통해 독단적 평가 오류를 방지하고, 평가 공정성 제고하고자 도입된 제도입니다. 그 결과 직원 평가의 수용성이 제고되었고, 평가에 대한 이의신청 건수가 전년 대비 34%(33건) 감소하였습니다.

## 평가결과 이의신청 현황

(단위 : 건)

| 구분      | 2010 | 2011 | 2012 |
|---------|------|------|------|
| 이의신청 건수 | 112  | 96   | 63   |

## 열린 포상제 운영

kt는 성과에 따른 공정한 보상 및 부서 이기주의(silo effect) 해소를 통한 장기성장 역량 확보를 위해 열린 포상제를 도입하였습니다. 기존에는 부서장의 추천에 의해 후보자를 선발하던 방식을 개선하여 동료 직원을 직접 추천하고 투표할 수 있는 전사원 공개 포상사이트를 2012년부터 운영하고 있습니다. 아울러 CEO표창 및 kt대상 수상자의 공적 사항을 전사 포상 사이트에 공개함으로써, 포상에 대한 투명성을 제고하고 임직원들의 관심과 참여를 높였습니다. 사회공헌 우수 직원들을 기리고 격려하기 위해 “아름다운 kt인”이라는 포상제도를 만들었으며, 사내 우수 성과자 뿐만 아니라 대외 활동 우수자에 대한 추천 및 포상 또한 마련하여 기업의 사회적 책임(CSR)을 다하는 kt 직원을 격려하고 있습니다.

## 마일리지 제도를 통한 장기성과 동기부여

kt는 단기성과 중심의 직급승진 제도를 폐지하고 장기성과 동기부여를 위해 2010년부터 직원성장 마일리지 제도를 시행하고 있습니다. 직원들은 개인별 성과에 따라 매년 차등된 마일리지를 부여받게 되며, 입사 이후부터 지속적으로 누적된 마일리지가 일정 수준 충족 시 직책으로서의 승진 기회가 부여됩니다. 마일리지는 개인 성과를 최우선으로 고려하되 혁신성, 창의성, 협업도, 리더십 등을 추가로 반영함으로써 역량에 기반한 공정한 성과문화 정착을 추진하고 있습니다.

## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | 인재관리 | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | 인권존중 경영 | 창조적 新노사문화 | 고충처리와 소통

홈페이지  
요약본

## 일자리 창출

### 우수인재 확보

kt는 '일자리 창출'이라는 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 매년 채용규모를 확대해 왔으며, ICT 활성화를 통해 다양한 사업분야/계층으로 채용영역을 확대하고 있습니다. 특히 영어/학과/학점 등의 자격제한 폐지, 특이자격 보유자/공모전 수상자 등 달인채용 확대, 고졸 출신의 IT 우수인재 채용(2009년 이후 매년 300명 이상 채용) 등 학력/스펙 중심의 채용관행을 과감히 탈피, 능력중심의 열린 채용문화를 선도하고 있습니다.

뿐만 아니라, 잠재 취업대상인 대학생들에게 실무경험 기회를 제공하고 이를 통해 실채용으로 연계하는 다양한 인턴십을 시행하여 폭넓은 호응을 받고 있으며, 특히 산학연계를 통한 학점대체 과정인 R&D 인턴십(연 40명), 국내 유학중인 해외 우수인재 과정인 외국인 인턴십(연 10명), 글로벌 역량을 보유한 우수인재 과정인 글로벌 인턴십(연 30명) 등을 통해 우수인재 先확보라는 회사 가치와 실무경험&취업기회 보장이라는 지원자간 win-win형 인턴십의 모범사례로 자리매김하고 있습니다.

이 외에도 글로벌/신성장 분야를 리딩할 우수인재 확보를 위해, 신입사원 중 핵심인재는 채용 후 해외 선진기업 파견을 통해 글로벌 스탠다드를 체험하고 역량을 배가시킬 수 있는 육성트랙을 운영중이며, olleh sponsorship이라는 채용연계형 장학금 제도를 통해 우수인재가 학업에만 전념할 수 있도록 지원하고 있습니다.

또한 특성화고(미림마이스터고)와의 산학연계를 통해 연 30명의 S/W 개발인력 채용, IT/R&D분야의 장애인 채용 확대(기업 의무고용률 준수) 등 사회적 약자 배려를 통해 기업의 사회적 책임에도 최선을 다하고 있습니다.

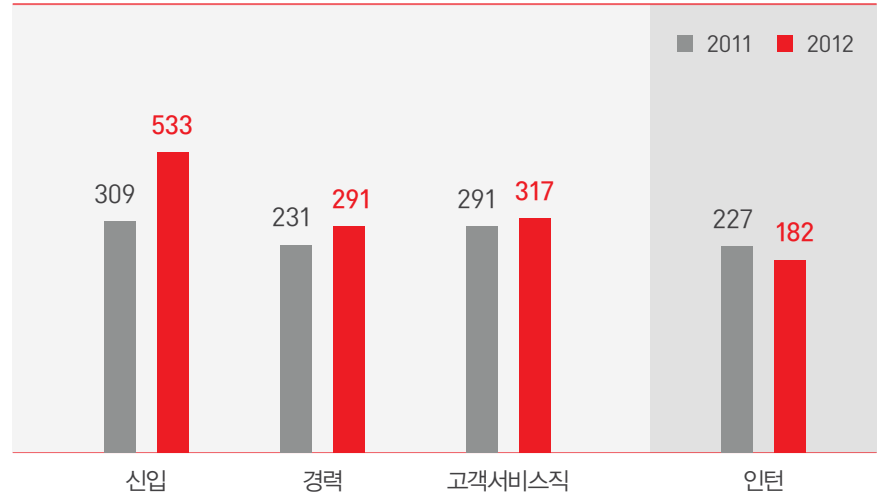
### 사회 환경

청년 일자리 창출에 대한 기업책임 강화  
고졸채용 등 능력 중심의 채용 인식 확산  
IT인력 부족, 핵심인재 유치 전쟁

### 채용 전략

사회적 책임 강화 및 장기 성장동력 확보를 위한 채용규모 확대  
열린 채용을 통한 전문인재 및 직무 특화형 채용 강화  
글로벌/ICT분야를 리딩할 우수인재 확보

### 분야별 채용인력 현황



### 장애인 직원 채용 증대

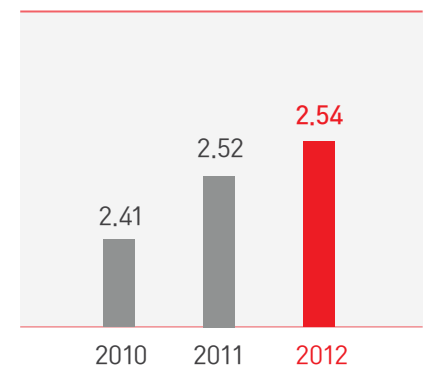
kt는 815명의 장애인 직원이 근무하고 있으며, 전체 근로자 중 2.54%로 국내 법으로 규정하고 있는 의무고용률(2012년 = 2.5%)을 지속적으로 상회하고 있습니다. 2012년도 30대 대기업의 장애인 고용률 평균이 1.84%, 공무원의 장애인 고용률이 평균 2.53%인 것과 비교하면 kt의 노력을 알 수 있습니다.

이는 국제노동기구인 ILO협약의 '장애인직업재활 및 고용에 관한 협약'을 준수할 뿐만 아니라, 일을 통한 복지를 실현하고자 지원하는 것입니다. 장애인에게 근로의 동등한 기회를 제공하기 위하여 채용비율을 지속적으로 확대하고 있습니다.

채용뿐 아니라, 직무, 승진 등 인사제도 전반에 걸쳐 장애인에 대한 차별 및 제한을 없애고 동등한 기회를 제공하고 있습니다. 그 결과 팀장을 포함한 임원 비율은 장애인 직원 중 8.3% 정도를 차지하고 있습니다. 글로벌 ICT Leader로 사회적 책임을 다하기 위해 kt는 차별과 제한이 없는 동등한 기회를 제공함으로 다양성을 이해하고 배려하는 문화를 창출하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

### 장애인 고용률

(단위 : %)





## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | **인재관리** | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | 인권존중 경영 | 창조적 新노사문화 | 고충처리와 소통

 홈페이지  
 요약본

## 인재관리

### 신입사원 C.A.R.E.

kt는 새로 입사한 신입사원들을 위해 경력에 대한 비전 설정 및 달성을 위한 경력개발/역량개발 지원(Career Care), 개인-조직간의 하나된 성과 목표 달성 지원(Alignment Care), 상사/선배/동료간의 조화로운 관계형성 지원(Relationship Care) 그리고 창의적/열정적 삶을 통한 동기부여(Energy Care)를 제공하고 있습니다.

이와 같은 C.A.R.E. 활동을 위해 입사 시점부터 5개월 간 입문교육, Job Rotation, 혁신과제 및 IT 과제 실시하고, 배치 후 조직 일체감/유대감 향상을 돕고자 우수선배, 핵심 관리자와의 1:1 멘토링 제도, OJT 등을 시행하고 있으며, 배치 후 6개월 시점에는 직무만족도 평가를 통하여 직무전환이 필요한 직원은 전략적 배치를 통하여 적성에 맞는 업무를 추진할 수 있도록 기회를 부여하고 있습니다. 또한 2~4년차 신입사원은 연차별 Membership Training, 워크샵, 간담회, 경력개발 코칭 등을 제공하고 있습니다.

### 직원의 경력개발을 위한 국내 최초 1:1 커리어 코칭

kt는 2009년 9월부터 조직목표와 부합하는 인재육성을 목적으로 조직 성과를 극대화하고, 개인의 자아실현 기회를 확대하기 위해 사내 커리어 코칭 서비스를 시행하고 있습니다. 커리어 코칭 서비스란 직원의 경력개발을 위한 1:1 서비스로, kt 직원이면 누구나 신청이 가능합니다. kt는 심리학을 전공한 사내 커리어 코치를 통해 2009년 9월부터 2012년 12월까지 총 3,169명을 대상으로 커리어 코칭을 실시하였습니다.

### 외국인 직원을 위한 체계적인 관리(Caring)

kt는 외국국적의 직원들의 조기 정착과 조직몰입도 증대를 돕기 위해 외국인 직원에 대한 지원기준을 별도로 마련하고 체계적으로 관리하고 있습니다. kt의 외국인 Caring제도는 크게 'Relocation' 및 'Help Line' 서비스로 나뉩니다. Relocation서비스는 입국부터 귀국까지 정착에 필요한 사항을 지원하는 제도로 비자/외국인 등록증 등 필수 행정사항부터 문화/언어/생활에 필요한 사항을 모두 지원합니다. Help Line은 일상 생활 중 발생하는 생활/주거 환경과 관련된 전반적인 불편함이나 긴급상황 등을 24시간 지원하는 서비스입니다.

kt는 글로벌 ICT 컨버전스 리더로의 도약을 위해 글로벌 가상재화 및 글로벌 사업을 추진하는 과정에서 필수적으로 필요한 외국인 인력에

대한 지원을 강화함으로써 이들이 긍지와 자부심을 갖고 일할 수 있도록 도와 지속적 성장의 발판을 마련하고 있습니다.

### 우수인재 Caring

kt는 우수인재에 대한 Caring을 강화함으로써 글로벌 ICT 컨버전스 리더로의 도약의 핵심발판을 마련하고 있습니다. 가상재화 및 글로벌 사업 등의 중점 사업 선도인력과, R&D분야 핵심인력, 전문자격증 보유 인력 등에 대해 성과, 역량과 연계해 최우수준을 개선하고 직무전문분야에 우선 배치함으로써 이들에 대한 동기부여를 강화하고 Retention에 기여하고 있습니다. 이는 외부 채용시장에서의 kt 브랜드 제고에 기여, 우수 인력을 지속적인 유입시킴으로써 중점사업분야의 지속적 성장에 기여하고 있습니다.

### 연도별 커리어 코칭 내역

(단위 : 명)

| 구분         | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 합계   |
|------------|------|------|------|------|------|
| 경력개발특강     | 83   | 414  | 876  | 655  | 2028 |
| 경력탐색 독서토론  | -    | 11   | 29   | 97   | 137  |
| 경력설계 워크숍   | -    | 37   | 40   | 54   | 131  |
| 경력관리 1:1코칭 | 78   | 196  | 273  | 326  | 873  |
| 합계         | 161  | 658  | 1218 | 1132 | 3169 |



## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | 인재관리 | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | 인권존중 경영 | 창조적 新노사문화 | 고충처리와 소통

홈페이지  
요약본

# 인재개발

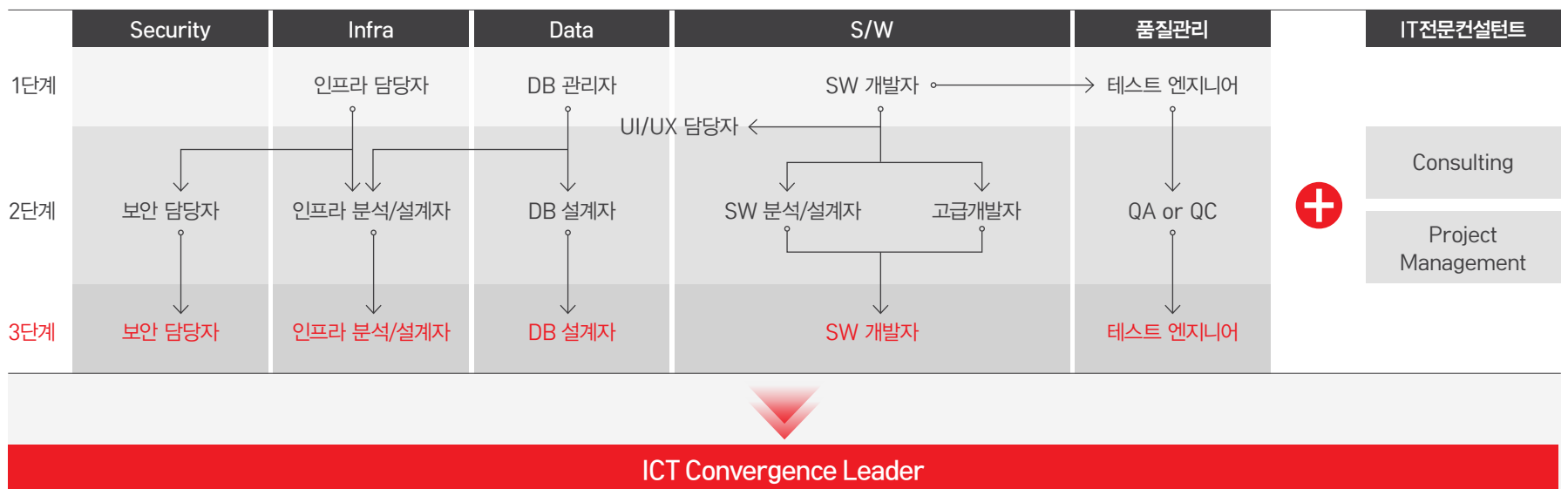
## 인당 교육시간

| 구분           | 2010   |        | 2011   |        | 2012   |         |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
|              | 과정 (개) | 인원 (명) | 과정 (개) | 인원 (명) | 과정 (개) | 인원 (명)  |
| 집합교육         | 502    | 35,286 | 623    | 45,489 | 804    | 59,023  |
| 이러닝          | 161    | 86,010 | 165    | 71,224 | 121    | 100,159 |
| 독서교육         | 47     | 5,946  | 49     | 2,873  | 50     | 2,112   |
| 인당 교육시간(H)   | 88     |        | 94     |        | 91     |         |
| 인당 교육비용(천 원) | 683    |        | 690    |        | 713    |         |

## 미래 성장사업 분야 인적역량강화

글로벌 교육은 기초(공통)/심화/전문교육의 3단계 육성체계를 수립하여 기초단계에서는 Business Communication에 필요한 기초 skill 교육을 수행했습니다. 또 보다 편안한 분위기에서 다양한 문화를 체험할 수 있도록 점심시간을 이용한 Brown-Bag Lunch Class를 운영하였습니다. 심화단계에서는 해외 파견자들을 대상으로 글로벌 리더십과 정 교육을 실시함과 동시에 글로벌 관련직무 수행자를 대상으로 Global Managed Service를 비롯한 직무특화 교육을 실시하였습니다. 또한 액션러닝방식을 통해 글로벌 신사업 개발을 직접 수행하게 하고, 미국 유수의 ICT기업을 직접 방문하도록 하여 ICT 사업의 트렌드를 이해하는 계기로 삼았습니다.

## ICT 전문가 육성 체계



## 교육과정



한편 ICT교육은 IT관련 직무를 기반으로 육성로드맵을 수립하여 SW, DATA, Infra, IT전략기획, PM등 5개 분야에 대해 수준별 교육을 시행함으로써, 스스로 교육계획을 수립하고 교육을 받을 수 있도록 하였습니다. 또한 사내 관련직무에 종사하는 직원들을 대상으로 모바일보안전문, 해킹방어전문 등 정보보호 전문교육을 제공하여 보안전문역량을 향상시켰습니다. 마지막으로 글로벌 수준의 핵심 IT Leader를 육성하기 위해 외부 전문 컨설팅기관과 협력하여 IT전문컨설턴트를 육성하였습니다.

## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | 인재관리 | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | 인권존중 경영 | 창조적 新노사문화 | 고충처리와 소통

홈페이지  
요약본

# 인재개발

2013년에는 이러한 체계를 기반으로 양성되는 인력을 체계적으로 관리하여 필요한 시기에 적재적소에 활용할 수 있도록 인력 Pool 관리시스템을 구축할 예정입니다. 또한 글로벌 ICT역량교육은 국내외 전문기관의 이러닝콘텐츠를 적극 활용함으로써 필요한 역량의 양적증대를 꾀함과 동시에, 실제 회사에서 진행중인 프로젝트를 기반으로 한 Action Learning방식을 강화함으로써 교육의 질적수준을 제고하겠습니다.

아울러 전사 공통으로 요구되는 Project Management, Consulting, Architecture, Application Engineering, Quality Assurance 등의 교육을 신설하여 필요한 수준의 역량확보를 추진함과 동시에 비통신/신성장 영역으로의 인적역량을 마련하기 위해 적극 노력할 예정입니다.

## 리더십 역량육성

kt는 신입입문교육에서는 회사의 핵심가치와 경영철학을 이해시키고 창의적 인재양성 교육을, 매니저급에서는 공통역량교육으로 실무능력을 향상시키는 동시에 셀프리더십을 통한 창의적 성과창출을 꾀하고 있습니다. 팀장급에서는 주인의식을 가지고 조직 내 강한 신뢰를 바탕

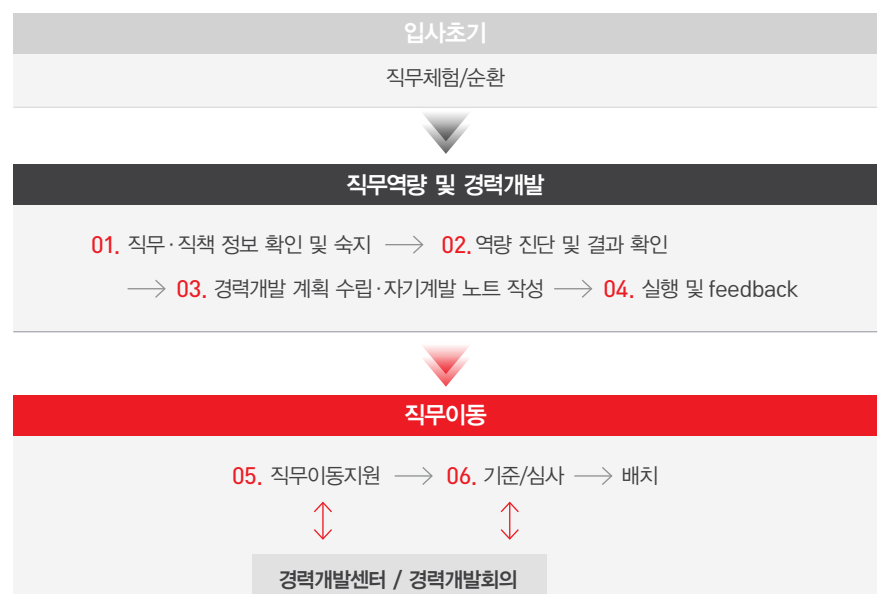
으로 변화를 주도하며 부서간 협업을 통한 시너지 창출에 기여하는 리더십 교육을 시행하고 있습니다. 현장 직책자교육은 현장에서 발생하는 다양한 현안해결을 위한 Best Practice를 실제 적용한 결과를 중심으로 교육하고 있습니다. 아울러 상무보/임원단계에서는 리더십역량 진단을 통해 맞춤형 리더십교육을 실시하고 있습니다.

## 직무기준 경력개발 강화

2012년도는 체계적인 육성을 위해 직무역할별 역량모델링 및 진단툴, 직무별 육성플랜을 새롭게 마련하고, 직원의 직무전문성 제고와 자기개발을 지원하기 위한 경력개발프로그램을 구축하였습니다.

이러한 경력개발프로그램(CDP)은 kt 임직원에게 경력개발과 시장가치 제고를 위한 육성 및 배치 기회를 제공합니다. 부서 이동을 직무나 직종 내로 한정하기 위한 TM 등 제도적인 제약을 단계적으로 부여하고자 합니다. 장기적으로는 금전적인 보상체계 개선 등 각종 인센티브를 통해 직원들이 스스로 동일 직무 또는 직종을 지속적으로 수행하도록 유도하는 기반을 마련하고자 합니다.

|                     | 필요 역량                                                                    | 육성 목표                                                               | 육성 내용                                                                                                                     |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 임원/상무보              | 전략적 사고, 조직역량강화<br>변화주도, 인재육성<br>효과적 의사결정<br>미래예측 및 대응<br>사업통찰력, 우호적 관계형성 | 최신 경영 트렌드 습득<br>임원·상무보가 갖춰야 할<br>리더십역량 향상<br>변화를 주도하는<br>Insight 확보 | 바람직한 임원·상무보<br>역할 및 태도, 조직관리<br>PT스킬, 소통, 변화혁신<br>경영성공·실패사례(임)<br>윤리의식, 협상·설득교육(상)                                        |
| 본사지 팀장              | 전략적 사고, 조직역량강화<br>목표달성관리<br>업무추진력                                        | 회사전략방향과<br>연계된 리더<br>외부환경 변화를 주도하는<br>혁신적 리더양성                      | 조직/성과관리, 팀원 동기부여<br>효과적 의사전달<br>변화주도를 위한 자기혁신전략<br>(소관업무별 직무전문교육)                                                         |
| 현장 지사장<br>현장 팀장     | 목표달성관리, 조직역량강화<br>협상 및 조정, 업무추진력<br>지역마케팅 분석                             | 장사꾼 마인드강화<br>소통에 능하고 실행력이<br>뛰어난 현장리더육성                             | 조직변화관리<br>커뮤니케이션/설득기술<br>세일즈/영업/재무제표<br>지사 재무흐름 이해 코칭리더십 등<br>(소관업무별 직무전문교육)                                              |
| Manager<br>(3년~7년차) | 전략적 기획력<br>문제분석 및 해결<br>시스템적 사고, 손익감각<br>효과적 의사소통<br>성취지향, 글로벌마인드        | 셀프 리더십을 통한<br>창의적 성과창출 선도                                           | 기획력/보고서작성, 마케팅사례분석<br>Project Management<br>Business Tool 분석,<br>의사결정 프로세스<br>엑셀통계분석, P.T,<br>시간관리/협상스킬<br>(소관업무별 직무전문교육) |
| 신입사원<br>(입사 직후)     | 원활한 의사소통<br>자기주도성, 자기개발<br>팔로우업<br>글로벌마인드                                | 회사의 핵심가치와<br>경영철학 이해<br>창의적이고 역동적인<br>인재육성                          | 회사 전략/사업/제도에이해<br>핵심가치 이해, 일체감/소속감<br>올바른 Attitude 형성<br>문서작성, PT스킬<br>(소관업무별 직무전문교육)                                     |



※ 추가되는 프로세스(activity) : 3~6

## 자기개발노트와 경력개발계획 비교

|    | 자기개발계획(노트)      | 경력 개발 계획              |
|----|-----------------|-----------------------|
| 목표 | 현 수행 직무의 전문성 제고 | Career goal, 향후 목표 직무 |
| 주기 | 1년              | 2~3년                  |
| 대상 | 전 직원            | 경력이 짧은 직원부터, 단계적 확대   |

## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | 인재관리 | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | 인권존중 경영 | 창조적 新노사문화 | 고충처리와 소통

홈페이지  
요약본

## 안전 및 보건

kt는 안전과 건강이 보장되는 안전기업문화정착을 위하여 사업장별 연간 안전보건활동 계획을 수립하고 체계적인 재해예방 활동을 전개하고 있으며, 100인 이상 사업장은 노·사 동수로 구성되는 산업안전보건위원회를 설치·운영하고 있습니다. 또한, 2013년부터 고용노동부에서 주관하는 안전보건 공생협력 프로그램 사업(추진)에 전국 100인 이상 15개 사업장에서 협력사 안전보건활동 지원을 체계적으로 시행하여, 그룹 사내 공생협력으로 재해예방에 앞장서고 있습니다. 아울러, 2012년 고용노동부 특감 시 제기된 산업안전보건(형사처벌) 관련한 혐의가 29개 사업장에서 전체 불기소처분되어 kt의 안전보건 수준을 재확인하였습니다.



[ 지역소방서와 연계하여 심폐소생술 시범으로 응급환자 발생시 응급처치 방법 습득 ]



[ 현장 안전사진 공모전 시행 : 우수작품 인센티브 지급 등 안전사고 예방·홍보 ]

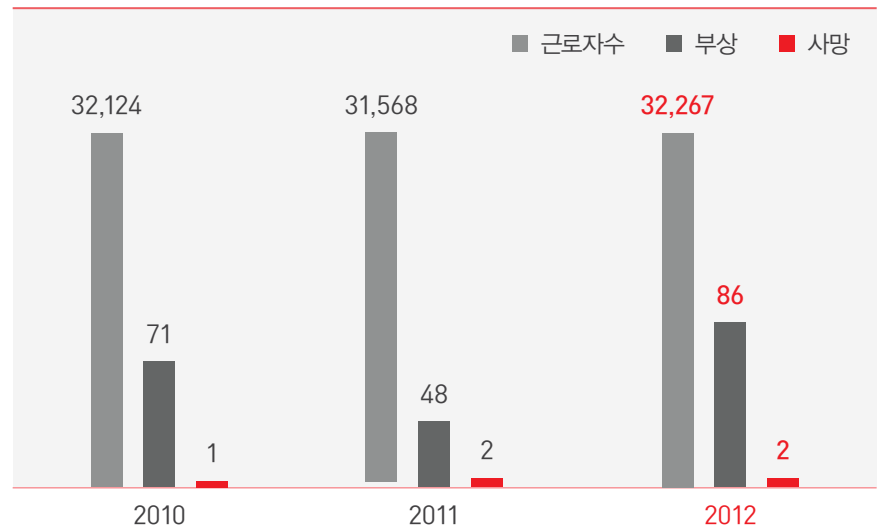


### 안전기업문화 정착

kt는 안전기업문화 정착을 위하여 다양한 활동을 전개하고 있습니다. e-정기안전보건교육을 통해 안전수칙, 건강증진·교양습득을 시행하고 있으며, 현장부서 재해예측·예방 방안으로 Safety메시지(사내 매신저 프로그램 활용) 발송(폭우·폭설·도로결빙 등), 현장부서 무재해 4단계 일일 안전활동 추진, 매월 4일 안전점검의날 계절별 안전테마(심폐소생술, 건강검진, 식중독예방, 교통사고예방 등) 행사 등을 진행하고 있습니다. 매년 정기적으로(2/4분기) kt 산업안전보건대회를 개최하여 무재해 및 우수사업장을 포상하여 사기진작에도 노력하고 있습니다. 또한 건강증진 헬스케어 프로그램 체결(MOU)로 임직원이 신청하여 전국 어느 장소에서 스포츠센터(할인적용)를 이용할 수 있습니다.

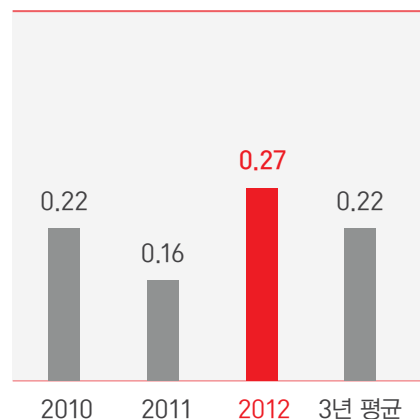
### 산업재해 발생현황

(단위 : 명, 계약직포함)



### 재해율

(단위 : %)



※ 동종업체(통신업) 재해율 : 0.59%  
우리나라 전체 재해율 : 0.69%  
(출처 : 산업안전보건공단)

## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | 인재관리 | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | 인권존중 경영 | 창조적 新노사문화 | 고충처리와 소통

 홈페이지  
 요약본

## 안전 및 보건

### 노사합동 재해예방

노사합동으로 특별안전교육(중대재해예방대책, 산재보상·절차 등)을 현장팀장 등 명예감독관 대상으로 시행하며, 매년 2/4분기에는 kt 노사합동 산업안전보건대회를 전문강의(안전Leader 역할, 건강증진방안 등)를 듣고 결의문을 선포하고 있습니다. 또한 사업장에서는 반기 1회 이상 노사가 합동으로 업무상 재해자 가족을 위문·격려하고 있으며, 산재자 임금보전 차원에서 휴업급여 차액 보상, 의료비 지원 등 사원장 조기 복귀를 적극적으로 돕고 있습니다. 아울러, 2013년부터 노사가 합의하여 중증 산재자에 대한 보상금 지급·확대로 재해자 및 재해자 가족을 배려하고 있습니다.

### 사원의 건강과 웰빙 촉진

매년 1회 이상 전사원(배우자 포함) 종합건강검진을 시행하여 조기 질병 예방·관리 활동에 노력하고, 검진결과를 토대로 유소견 통계·분석을 통해 건강증진 방안을 제시하고 있으며, 검진결과 암검진을 비롯하여 질병을 발견했을 경우 임직원의 치유를 위하여 가입된 단체보험으로 치료비용을 지급하고 있습니다. 한편 차별화된 웰빙 휴직제도를 도입하여 일과 삶의 균형 유지 및 심리적 건강상태를 최적화하고, 복지수혜관리시스템(보육시설/인재육성/의료비/학자금/생활안전자금 지원 등)을 운영하고 있습니다. 2013년부터는 전문기관과 연계하여 정기적으로 전사원 대상으로 스트레스 지수를 측정하고, 그 결과를 토대로 맞춤형 스트레스 관리 등 Mental 건강 증진방안을 체계적으로 시행할 계획입니다.

### 안전하고 쾌적한 근무환경 조성

사옥 내 근무환경 개선 일환으로 신축이나 리모델링시 문화공간, Book카페, 명상의방, 체력단련실 등을 조성하고 있으며, 현장 작업장 환경 개선을 위하여 매년 1회 이상 유해요인(밀폐공간 맨홀) 측정을 전문기관과 연계하여 시행하고 있습니다. 또한 재택근무(Smart Working)를 확대 시행하여 출산 전/후 여사원, 맞벌이 부부 등 저출산·육아보육 지원을 권장하고 있으며, 화상회의 도입으로 정부에서 주관하는 저탄소 배출, 유류절감 정책에도 동참하고 있습니다. 또한, 사고로 이어질 뻔한 아차사고 공모전 개최(인센티브 지급 등) 및 아차사고 사례집 e-Book 제작 및 현장의 안전사진 공모전을 시행하고 우수작품을 포상하여 안전한 사업장 구현을 위해 노력하고 있습니다. 또한 보건관리 위탁대행기관(병원, 보건협회 등)과 연계하여 금연클리닉 행사, 뇌심혈관계질환 예방교육·지도 등 각종 성인병 예방 및 쾌적한 근무환경 조성에 앞장서고 있습니다. 2013년부터는 보건관리 위탁대행 기관과 연계하여 직원의 건강증진·지도(체지방검사, 고혈압, 당뇨, 비만관리 등)에 앞장서는 사업장은 건강증진 우수활동 인센티브를 매년 정기적으로 지급할 계획입니다.

### 그룹사 공생협력 안전보건활동 지원

그룹사를 대상으로 산업안전보건활동을 지원하여 kt 그룹의 안전기업 문화 정착을 위하여 노력하고 있습니다. 첫째 안전교육 프로그램을 활용한 그룹사 안전담당자 직무역량 향상, 둘째 산재예방·홍보를 위한 kt의 안전활동 인프라 활용, 셋째 연속성 있고 체계적인 재해예방 콘텐츠 제공을 통하여 그룹사내 안전보건 활동을 지원하고 있습니다. 아울러, 매년 시행하는 kt 산업안전보건대회 개최시(안전Leader 세미나) 그룹사 담당자를 초청하여 워크숍을 정기적으로 시행하고 있습니다.



## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | 인재관리 | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | 인권존중 경영 | 창조적 新노사문화 | 고충처리와 소통

 홈페이지  
 요약본

## 복리후생

### Outplacement Program

kt에서는 빠르게 변화하는 환경에 스스로 적응할 수 있는 역량을 키워주기 위하여 'kt 라이프플랜'을 운영하고 있습니다. 재직 직원들에게는 스스로 미래에 대해 생각해 보고 준비할 수 있도록 하는 '변화 관리 프로그램'을 운영하고 있습니다. 이 프로그램은 인생목표 수립에서 변화관리, 경력개발 등 자신의 능력을 개발하고 미래를 준비할 수 있도록 시간과 기회를 제공하는데 목적이 있으며, 현재까지 약 7,300명이 참여하였습니다. 퇴직자에게는 근무 경력 및 자신의 역량을 활용한 성공적인 진로 전환을 지원하고자 매년 워크샵, 창업/재취업 교육, 컨설팅 등 전문교육프로그램을 운영하여 2009년도부터 644명에 대하여 창업 및 재취업을 알선하였습니다. 또한 퇴직자의 니즈 분석을 통해 자격증 취득, 체험창업, 창업 로드 쇼, 취업박람회, 구직 알선 등 다양한 맞춤형 프로그램을 제공하고 있습니다. 특히 2011년부터는 베이비부머 세대의 퇴직이 발생됨에 따라 중소기업청이 주최하는 시니어 창업지원 사업에 참여하여 약 527여명의 시니어 퇴직자에게 일자리를 찾을 수 있도록 지원하였으며, 우수한 성과를 인정받아 우수기관으로 선정되었습니다.

kt는 퇴직자의 성공적인 전직지원을 위해 라이프플랜 콜센터 도입 및 홈페이지를 개선하는 등 내부 프로그램을 체계적으로 개선하고 있을 뿐만 아니라, 그룹사, 협력사는 물론 외부 전직지원 전문 기관인 노사 발전재단, 한국무역협회, 전경련 등과도 지속적인 협력하고 있습니다.

### 변화관리프로그램 : 재직자 대상

| 과정명     | 자기탐구<br>(가치향상) | 자기혁명<br>(직업개발) | New Business Planning<br>(창업실행력향상) | Career Making<br>(경력개발/관리) |
|---------|----------------|----------------|------------------------------------|----------------------------|
| 개발      | 05.10~         | 05.10~         | 09.07~                             | 12.04~                     |
| 운영형태    | e-Learning     | 집합교육           | 집합교육                               | 집합교육                       |
| 기간      | 1개월            | 3일             | 3일                                 | 3일                         |
| 실적(수료자) | 22,677명        | 5,190명         | 1,846명                             | 286명                       |

### 리프레시 휴직제도

kt는 장기근속 고성과자에게 자기계발 및 재충전 기회를 제공하는 리프레시 휴직제도를 운영하고 있습니다. 이는 2009년도 단체교섭 시 노사합의를 통해 신설된 제도로 2010년 운영기본 방향을 정립한 후 본격적으로 운영되기 시작하였습니다. 선발 규모는 전사 200~250명 수준으로 매년 2월, 8월에 대상 직원을 선발하고 있습니다.

### 창업지원 휴직제도

kt는 실패가 두려워 창업에 도전하지 못하는 사원에게 재직 중 창업에 도전하여 자신의 능력을 개발하고 평생직업을 위한 경력전환의 체험 기회를 가지는 창업지원 휴직제도를 운영하고 있습니다. 2009년 국내 최초로 노사합의를 통해 신설하여 2010년부터 매년 반기 별로 희망자를 대상으로 심사를 통해 최대 3년 6개월까지 휴직을 부여하는데 2012년까지 75명이 선정되어 창업에 도전하고 있습니다.

### 전문교육프로그램 : 퇴직자 대상

| 과정명      | Startup Business                | 시니어 창업스쿨                       | 경력설계전략                | 창.취업 알선     |
|----------|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------|-------------|
| 분야 시기    | 창업/분기별                          | 실전창업/연중                        | 재취업/분기별               | -           |
| 기간 장소    | 5일(연수원, 부부동반)                   | 10일(연수원, 부부동반)                 | 4일(연수원, 부부동반)         | 수시          |
| 실적 (09~) | 18회/607명                        | 527명                           | 300명                  | 644명        |
| 내용       | 창업 이해/업종선정 마케팅, 사업계획서 성공선배와의 대화 | 업종별 창업전략 전문가 컨설팅, 코칭 현장견학 및 실습 | 경력 분석, 경력 설계 구직 활동 전략 | 구직알선 창업 컨설팅 |



## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | 인재관리 | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | **인권존중 경영** | 창조적 新노사문화 | 고충처리와 소통

 홈페이지  
 요약본

## 인권존중 경영

### 성희롱 예방 교육

(단위 : 명)

| 2009   | 2010   | 2011   | 2012   |
|--------|--------|--------|--------|
| 35,855 | 30,762 | 31,150 | 31,829 |

kt는 직원의 노동조합 및 기타 대표기구 결성을 보장하고 있으며, 단체협약에 의해 입사와 동시에 조합원으로 자동 가입되는 유니온숍(Union Shop) 제도를 채택하고 있습니다. 2012년 말 기준으로 kt 전 직원의 77.7%가 노동조합에 가입되어 있습니다.

kt는 지연, 학연, 성별, 종교, 신체장애 등 어떤 조건으로도 임직원이 차별적 대우를 받지 않도록 하고있습니다. 2010년 고객 서비스직 채용 기준을 고졸 이상으로 하여 능력 있는 인재들이 꿈을 펼칠 수 있는 기회를 제공한 바 있습니다. 또한, 양성평등 원칙을 준수하는 한편, 일과 가정의 양립, 기회 균등과 같은 정책도 적극 추진하고 있으며, 미성년자와 모성에 대한 보호를 제도적으로 보장하고 있습니다. 그 일환으로 임신 중인 여성 근로자의 시간 외 근로 금지와 경미한 근로로의 전환, 산전·산후 휴가 90일 부여, 월 1일 무급 생리휴가 등과 같은 인권 규정을 충실히 이행하고 있습니다. 2012년부터는 국가인권위원회와 유엔글로벌 콤팩트한국네트워크, 대한상회가 공동으로 주최하는 “기업과 인권 세미나”에도 참여하여 인권 존중 경영 확산을 위해 노력하고 있습니다.

또한, 아동노동, 강제노동을 금지하고 있으며 성희롱 예방을 위해서 온라인 및 소양교육 실시, 성희롱 예방지침 제정 등의 제도적 지원을 하고 있습니다. kt는 채용과 성과보상, 승진에 있어서 남녀 간의 어떠한 차이도 두지 않습니다. kt는 여성 인력이 마음껏 능력을 펼칠 수 있는 여건 조성을 위해 일과 가정의 양립을 위한 제도, 차등 없는 채용/승진/보수 제도, 여성 리더십 육성 제도 등 3가지 운용 방향을 설정하고 있습니다. 이에 따라 출산 축하금과 유아교육보조비를 지급하며 직장 보육시설을 운영하고 육아휴직 기간 중에도 e-Learning 과정을 이수해 휴직 종료 후에도 자연스럽게 업무에 복귀할 수 있도록 지원하고 있으며, 여성 중간관리자층의 육성을 위해 여성 리더십 형성 프로그램을 운영하고 있습니다. 2012년 여성 관리자는 192명으로 여성 인력 가운데 4.1%를 차지하고 있습니다.

### 관리자 이상 여직원 수

(단위 : 명)

| 2010 | 2011 | 2012 |
|------|------|------|
| 109  | 143  | 192  |

### 2010년 이후 kt육아/불임휴직사용자현황

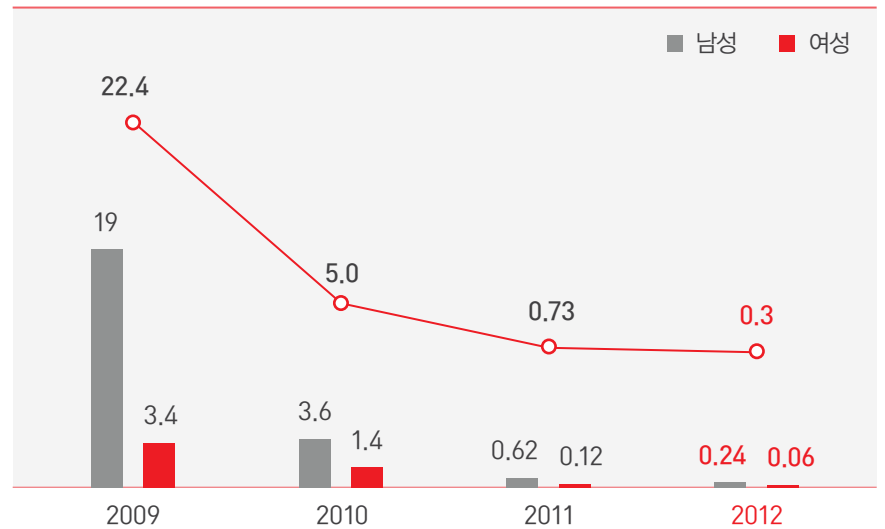
(2013. 05. 07. 기준)

| 구분  | 남성  |         | 여성   |         | 계    |         |
|-----|-----|---------|------|---------|------|---------|
|     | 휴직자 | 평균 휴직기간 | 휴직자  | 평균 휴직기간 | 휴직자  | 평균 휴직기간 |
| 재직자 | 51명 | 1.2년    | 322명 | 1.3년    | 373명 | 1.3년    |
| 퇴직자 | 7명  | 0.9년    | 21명  | 1.5년    | 28명  | 1.4년    |
| 계   | 58명 | 1.1년    | 343명 | 1.3년    | 401명 | 1.3년    |

※ 난임 여성들의 보호를 위해 육아휴직과 불임휴직을 별개로 구분하여 발령내지는 않아 일부 무급불임휴직자가 포함

### 이직률

(단위 : %)



## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | 인재관리 | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | 인권존중 경영 | 창조적 新노사문화 | 고충처리와 소통

홈페이지  
요약본

## 창조적 新노사문화

kt는 기업의 지속적인 가치 창출과 노사 평화, 행복한 회사를 실현하고 사회적 책임을 실천하기 위해 조합의 HOST 운동과 '창조적 新 노사 문화'공동 선언 (2010년 3월)을 하였습니다. 그리고 다양한 노사 상생 프로그램(H20)을 발굴 추진하고, 기업간 연대를 통해 노사 공동 사회적 책임 실천(U·CSR) 확대, 일자리 창출등 상생의 新노사문화 확산을 위해 노력하고, 이를 사회 전반의 건강과 복지 기여를 위해 확산하고자 기업간노사협의체 (UCC, Union Corporate Committee)를 추진하고 있습니다. 2013년에는 UCC 기금 모금활동을 전개하고 회원사 임직원이 연간 8시간 이상 봉사제를 도입하여 UCC 활동을 강화할 예정입니다. 그리고 지역회원사 영입을 추진하여 지역별 특성에 맞는 UCC 활동을 마련함으로 UCC를 전국으로 확대하고자 합니다. 기존의 녹색지킴이 활동 등 기존 7개 UCC사업은 확대하는 한편 장애인 점자도서 개발 지원, 재활용품 판매점 운영 지원, 독거노인/소외계층 주거환경 개선사업 등 신규로 6개 사업을 추가로 시행할 예정입니다. 마지막으로 UNGC와의 공동사업 추진, 글로벌 단체와의 교류 및 네트워크 구축으로 UCC의 글로벌 확산을 추진할 계획입니다.

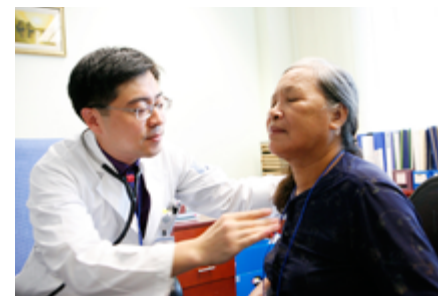
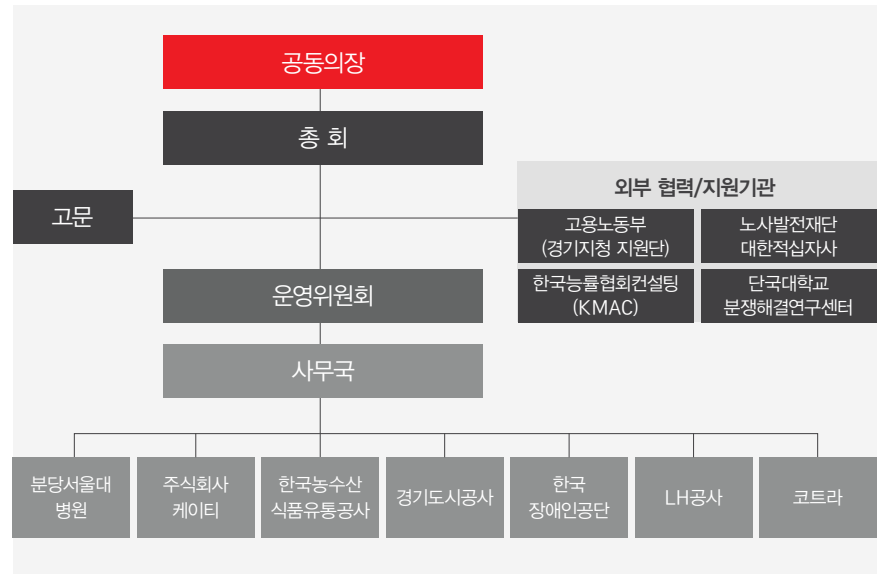
|                              |            |
|------------------------------|------------|
| UCC 노사공동 장학사업                | 2012.4.19  |
| UCC 고용노동부 사회적책임 선도사업장으로 선정   | 2012.5.10  |
| UCC UNMDGs 캠페인 추진(녹색지킴이)     | 2012.6.29  |
| UCC 대한적십자사와의 사회공헌포괄협약 체결     | 2012.7.25  |
| UCC 노사발전재단과 선진노사문화 구현 MOU 체결 | 2012. 7.25 |
| UCC 베트남다문화가정 화상상봉, 의료봉사 활동   | 2012.9.2   |
| kt노사, UN IDP 공로패 수상          | 2012.12.12 |
| UCC 회원사 확대(7개사)              | 2012.12.27 |



[ 고용노동부의 '노사의 사회적책임 실천 선도 사업장'으로 선정되었으며, 환경 보호 활동의 일환으로 전국 단위의 '녹색지킴이'활동을 시행하였습니다. ]



### UCC 추진체



[ 결혼이주 여성과 다문화 가정 대상의 글로벌 봉사활동을 추진, 회원사의 특성을 살려 화상 상봉(kt), 의료봉사(분당서울대학교병원), 농촌 다문화가정 친정방문(aT) 등을 공동으로 실시 하였습니다. ]



[ UCC는 기업 별 특성을 활용하여 장학, 의료, 농촌, 장애인 등 다양한 영역에서의 사회 공헌 활동을 수행하였습니다. ]

## Dreaming with Employee

Great Work Place | 인사제도의 공정성 | 일자리 창출 | 인재관리 | 인재개발  
안전 및 보건 | 복리후생 | 인권존중 경영 | 창조적 新노사문화 | **고충처리와 소통**

홈페이지  
요약본

## 고충처리와 소통

kt의 고충처리시스템은 제도, 업무, 근무환경, 인간관계, 개인신상, 복리후생 등 근로자 고충 요인의 사전적 예방과 고충의 신속한 해소에 초점을 맞춰 운영됩니다. 전화, e-메일, 웹사이트 등 다양한 형태로 접수된 고충들을 kt 현장기관 354개소에 설치된 고충상담실과 노사대표로 구성된 고충처리위원회를 통해 해결하고 있습니다.

kt는 이에 만족하지 않고, 스마트 시대에 발 맞춰 직원의 고충접수 및 상담을 보다 용이하게 하기 위하여 2011년 1월부터 전담직원이 온라인(스마트폰에서도 가능)으로 고충을 접수할 수 있는 kt119센터를 운영하고 있습니다. 편리성 및 신속한 고충해결 지원으로 kt119의 연간 이용건수는 2011년 1,095건에서 2012년 2,276건으로 비약적으로 증가하였습니다. 뿐만 아니라 고충처리에 따른 직원들 만족도도 4.54점에서 4.62점(5점 만점)으로 지속적으로 개선되고 있습니다.

### kt119 온라인 고충처리센터 최근 3년간 운영실적

| 구분   | 2010    | 2011   | 2012   | 기타             |
|------|---------|--------|--------|----------------|
| 이용건수 | 시스템 미운영 | 1,095건 | 2,276건 | 오프라인 고충처리 별도운영 |
| 만족도  | 시스템 미운영 | 4.54   | 4.62   | 오프라인 고충처리 별도운영 |

### kt119 고충처리 프로세스



**현장경영설명회** | 현장경영설명회는 반기 1회 소속 본부 및 현장 직원을 대상으로 본사/사업부서 주요 임원이 해당지역을 방문하여 시행됩니다. 기본적으로 kt의 주요한 사업 변동은 실시간으로 웹을 통해 전 사업에게 알리고 있으나, 경영방향을 현장에서 직접 설명함으로써 경영에 대한 이해를 높이고 현장의 애로사항 등을 청취함으로써 진정한 쌍방향 소통을 실현하고 있습니다. 또한 퀴즈 형식을 활용하여 회사의 경영이슈를 재미있고 효과적으로 전달하는 이벤트와 재능있는 현장직원의 장기자랑을 통해 참여도를 높이는 이벤트도 병행하여 운영하고 있습니다.

**올레미팅** | 올레미팅은 주요 경영 메시지를 전달하고 회사의 성과 등 여러 가지 경영상황을 공유하는 것을 목적으로 월 1회 부서별로 시행됩니다. 전사 공통사항과 부서별 고유사항을 다루는 올레미팅은 오프라인 소통의 중요한 수단이며, 올레미팅 활성화를 위해 매월 1회 우수 부서를 선정하여 포상하고 있습니다. 또한 2012년부터 그룹사까지 확대한 kt패밀리미팅을 시행하고 있으며, 이를 통해 그룹사간의 소통이 활발히 이루어지고 있습니다.

**경영진과 양방향 커뮤니케이션** | kt는 직원들의 여론 및 애로사항을 경영진이 직접 청취하고, 필요 시 직원들에게 CEO의 경영철학과 회사 비전을 정확하게 전파할 수 있는 양방향 커뮤니케이션 채널의 확보와 운영에 힘쓰고 있습니다. 특히, 사내인트라넷에 익명성 게시판인 '열린토론방'을 운영하여 주요 정책에 대한 여론을 수렴하고, 직원들이 궁금해 하는 루머나 불만사항을 해소하는데 노력하고 있습니다. 또한 언론에 보도되는 kt관련 기사를 사내방송 온라인사이트(KBN&Talk), 이메일, SMS 등을 통해 직원들과 실시간으로 공유하고, 부정적 언론보도에 대해서는 직원들에게 사실관계를 정확하게 설명하고 있습니다. 직원들의 의견을 경청하고 주요 의사결정에 반영될 수 있도록 정기적으로 CEO를 포함한 경영진과 다양한 계층별 직원 그룹과의 간담회를 진행하였고, 2013년 1월초에는 CEO가 신년사와 함께 경영방향을 직원들에게 직접 프리젠테이션하고 질의 사항에 대해 답변하는 'kt그룹 신년식'을 실시간 사내방송으로 진행하였습니다. 또한 4월에는 임원들이 전국에 지역본부를 중심으로 현장에서 근무하는 임직원들에게 직접 경영방향을 설명하는 등 경영진과 직원 간의 상호 이해 증진 및 커뮤니케이션 활성화를 위해 노력하고 있습니다.

## Dreaming with Environment

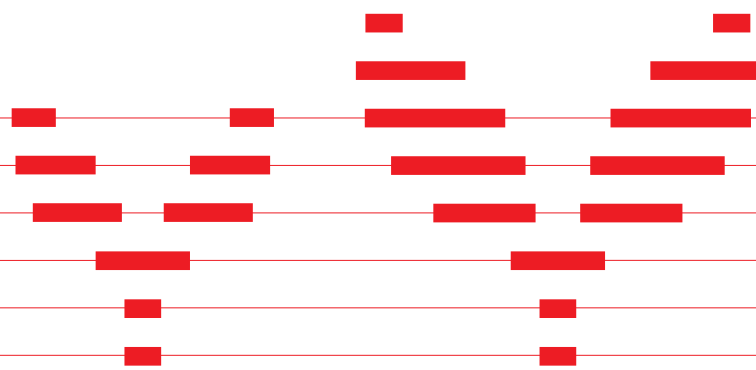
환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증



홈페이지



요약본



# Dreaming with Environment

## Vision & Strategy

kt는 그린IT 중심의 환경경영이 기업이 사회적 책임을 다하는 주요 방안으로 인식하고 있으며 새로운 비즈니스 기회를 제공하여 미래 성장을 주도할 것으로 확신하고 있습니다. 녹색기술 사업의 신성장 동력을 실현하기 위해 Green kt, Green KOREA라는 환경 비전을 가지고 그린 경영을 추진하고 있습니다. 환경 관련 요구사항들을 더욱 효과적으로 이행하기 위해 기존 온실가스 인벤토리 시스템을 고도화시켰습니다. 뿐만 아니라 kt의 활동범위와 간접적으로 관련되는 Scope 3 탄소배출량을 산출 및 관리하기 시작하였습니다.

## Main Team

에너지경영위원회



## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증

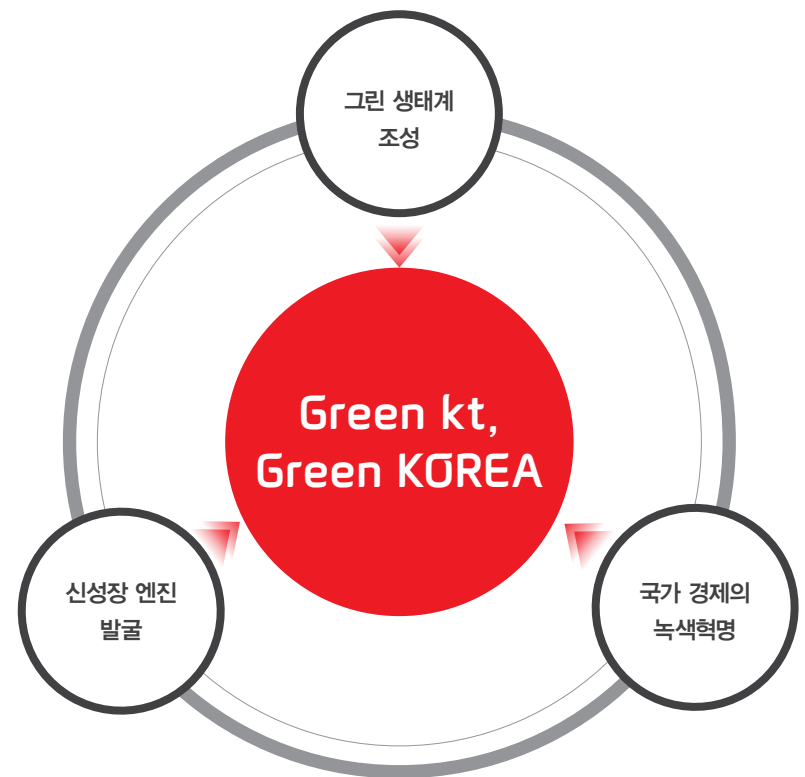
 홈페이지  
 요약본

# 환경경영

## 녹색 선진국 건설을 주도하는 Green Convergence Leader

기후변화는 인류의 미래를 좌우하는 글로벌 이슈로 부상하고 있으며, 환경보존을 위한 기업의 책임은 지속가능경영의 핵심적인 활동이자 새로운 비즈니스 기회 요인입니다. 특히 kt는 그린IT 기반의 환경경영이 자체적인 에너지 감축을 넘어 새로운 비즈니스 기회를 제공하는 미래 성장 엔진으로 성장할 것으로 기대하고 있습니다. 이와 관련해서 kt는 지속적인 녹색성장을 실현시키기 위해 『Green kt, Green KOREA』를 자체 비전으로 정립하고, 지난 5년간 관련 활동을 추진해 왔습니다. kt의 지속가능한 녹색성장을 위해 3개의 sub-vision을 토대로 녹색 경영을 추진하고 있습니다. 먼저 kt의 업무환경 생태계 전반을 녹색화 (Green of kt)하고, kt의 녹색 서비스를 통해 국가 경제 전반의 녹색화 (Green by kt)를 이루겠습니다. 그리고 녹색 컨버전스를 통해 kt 비즈니스의 새로운 패러다임 (Green Paradigm by kt)을 구축하여 신성장 동력으로 삼겠습니다.

실제 이러한 kt의 비전을 실현하기 위해 전방위적으로 노력하고 있으며, 특히 2011년에는 scope3 단계의 탄소배출량을 산출하고 관리하기 시작하고, kt의 그린IT 기술을 실제 서비스에 접목한 그린 클래스 도입 및 Smart Green 빌딩 서비스 등 비전을 실현하여 성장동력으로 삼고, kt의 환경 영향을 줄이려고 실제적으로 노력하는 단계로 진입하였습니다. 또한 실제적으로 에너지 절감 효과는 그대로 비용 절감으로 이어지고 태양광 발전은 상업운전을 개시하여 온실가스 배출량 절감 뿐 아니라 수익을 내고 있습니다.



|             |                                                                                                               |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 그린 생태계 조성   | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 친환경 제품 구매</li> <li>· 협력사 그린 역량 강화</li> <li>· 그린IT 서포터즈 활동</li> </ul> |
| 신성장 엔진 발굴   | <ul style="list-style-type: none"> <li>· IT와 융합 사업의 발굴로 신성장 동력화</li> <li>· 홈, 오피스 빌딩, 인프라, 에너지</li> </ul>     |
| 국가 경제의 녹색혁명 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 통신인프라 및 kt 근무환경의 그린화</li> <li>· 그린 서비스로 소비자 그린라이프 환경조성</li> </ul>    |

### Green kt

최고 수준의 그린 선도를 통한 비용 절감 및 관련 경험/기술 축적

녹색 성장 동력 발굴을 통한 재도약

1등 그린 이미지 구축을 통한 그룹 경쟁력 강화

### Green KOREA

Green kt 역량을 활용한 국가 녹색 성장 주도

녹색 혁명을 통한 국민 생활의 질 향상

녹색 국가 이미지 제고로 국가 경쟁력 향상



## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증

 홈페이지  
 요약본

# 환경경영

## 녹색경영 시스템

### 녹색 선진국 건설을 주도하는 Green Convergence Leader

kt는 자체적인 에너지 감축을 기반으로 환경경영의 체계적인 추진을 위해 에너지경영위원회를 신설하여 운영 중에 있습니다.

### 에너지경영위원회 4대관점

- 첨단 IT를 기반으로 하는 녹색성장 Agenda 추진
- 그린IT 과제발굴 및 ownership에 기반한 실행력 강화
- 관련 부서간 다양한 커뮤니케이션 채널 구축
- 환경규제에 필요한 신속하고 선제적인 대응

연중 정기적으로 개최되는 에너지경영회의는 에너지절감 전략이행 회의체로 단기, 중기, 장기 목표를 가지고 World Best 진입을 위해 중장기 이행방안을 마련하고 있습니다. 또한 kt의 전반적인 그린IT 프로젝트들의 진도를 확인하고 미래 지향적인 전략을 구성하는 회의체 역할을 하고 있습니다. 이를 통해 경영진은 각 부문의 책임실명제를 도입하고 Top-Down방식의 도전적 에너지 절감 방안을 도출하여 실행함으로써 Green kt, Green KOREA 비전에 한발 더 다가서는 계기를 마련하고 있습니다.

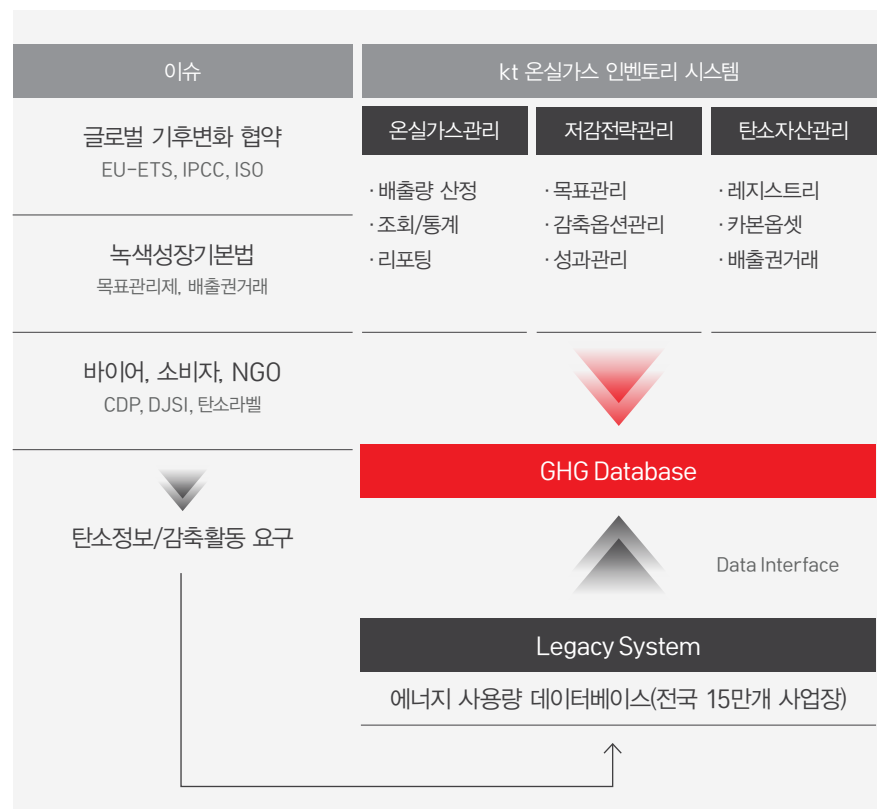
### kt 에너지경영위원회 조직도

| 유선 분과                                                                                                       | 무선 분과                                                                                                   | ICC 분과                                                                                                         | 솔루션 분과                                                                                                           | 건물/냉난방 분과                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 유선엑세스망 품질담당                                                                                                 | 무선엑세스망 품질담당                                                                                             | Data사업담당                                                                                                       | 스마트그린 기술담당                                                                                                       | 운용혁신담당                                                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>전기/차량유 절감</li> <li>유선시설 저전력화</li> <li>유선 서비스/장비별 전력소비량 측정</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>전기 절감</li> <li>무선시설 저전력화</li> <li>무선 서비스/장비별 전력소비량 측정</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>IDC 전기 절감</li> <li>IDC 전력효율 향상</li> <li>IDC 서비스/장비별 전력소비량 측정</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>kt-BEMS 개발</li> <li>kt-BEMS 적용</li> <li>에너지IT 솔루션 개발 및 R&amp;D</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>냉난방유 절감</li> <li>빌딩 고효율화</li> <li>빌딩에너지 통합 관제 강화/확대</li> </ul> |
|                          |                                                                                                         |                                                                                                                |                                                                                                                  |                                                                                                       |
| 네트워크부문 이행지원 및 성과관리                                                                                          |                                                                                                         |                                                                                                                |                                                                                                                  |                                                                                                       |

## kt 온실가스 인벤토리 Ver. 2.0

kt는 지속적으로 증가하는 환경 관련 요구사항들을 더욱 효과적으로 이행하기 위해 기존 온실가스 인벤토리 시스템을 2.0버전으로 고도화시켰습니다. 시스템을 가장 기초적인 관점에서 재분석하여 이해관계자와 환경규제를 동시에 만족시킬 수 있는 인벤토리 시스템을 개발하고 2012년부터 고도화 작업에 착수했습니다. 이러한 노력으로 kt 환경경영의 미래를 책임질 kt 온실가스 인벤토리 2.0버전이 탄생하게 되었습니다.

### kt 온실가스 인벤토리 시스템 2.0 구성



### kt 온실가스 인벤토리 시스템 2.0 특징

전사적 에너지 및 탄소배출량을 One Step으로 실시간 관리

다양한 시나리오에 따른 미래 온실가스 배출량 예측

제성 분석을 통해 중장기 탄소경영전략 수립 지원

신뢰성 있는 온실가스 정보를 보장하기 위한 전사적 데이터 품질관리(QA/QC)

※ 온실가스 인벤토리란? : 기업의 경영 활동으로 발생하는 직·간접 온실가스 배출량을 전산적으로 수집 및 산출하는 시스템

## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증

 홈페이지  
 요약본

## 기후변화 대응

## 온실가스 배출량 감축 목표

kt는 2009년 구KTF와의 합병을 계기로 통합kt의 장기 탄소배출량 저감 Roadmap을 수립하였습니다. 해당 계획을 통해 kt는 2020년까지 2007년 대비 탄소배출량 20%(절대치)를 절감하기 위한 목표를 수립했으며 이를 달성하기 위한 노력을 지속하고 있습니다. 또한 에너지 경영위원회를 주축으로 조직별 연간 녹색과제를 발굴하여 절감 목표를 수립하고 평가하는 체계를 운영하고 있습니다. 이러한 노력을 기반으로 kt는 기업 생태계를 글로벌 Green ICT 기업으로 탈바꿈하고 나가고 있습니다.

## 온실가스 배출 저감 (Scope I, II 배출량)

kt는 매년 다양한 에너지원을 소비하고 있습니다. 통신 장비를 운영하기 위한 전기 에너지가 주류를 이루긴 하지만 작업차량과 비상발 전기의 유류 소비부터 건물 난방용 도시가스나 열 에너지까지 다양한 형태로 에너지를 사용하고 있습니다. 따라서 사업장 단위로 정확하게 에너지를 관리하고 낭비 요소들을 줄여나가기 위해 전사적인 QA/QC(Quality Assurance/Quality Control) 가이드라인을 수립했습니다. 또한 2007년부터 현재까지의 사내 온실가스 배출량을 시스템적으로 관리하고 매년 정부에서 인정하는 제3자 검증 기관을 통해 검증을 받고 있습니다.

특히, kt는 지속적으로 증가하고 있는 유무선 데이터 트래픽을 효과적으로 대응하기 위해 CCC(Cloud Computing Center), Simple 네트워크 Re-Design, All-IP 네트워크 등의 첨단 기술들을 도입하여 전년 대비 74,820tCO<sub>2</sub>e를 절감하는데 성공했습니다. 이러한 노력은 DJSI 슈퍼섹터리더(통신분야 세계 1위), CDP(Carbon Disclosure Project) 통신산업리더, Green Rankings 소프트웨어/통신/미디어 업종 1위로 이어지는 등, kt 환경경영이 세계적으로 인정받는 계기를 마련하고 있습니다.



## Scope I, II 배출량

(단위 : tCO<sub>2</sub>e, 톤CO<sub>2</sub>)

| 구분                 |      | *2007     | *2008     | *2009     | *2010     | **2011    | **2012    |
|--------------------|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Scope I<br>(직접배출)  | 고정연소 | 41,063    | 40,828    | 40,221    | 49,073    | 44,332    | 39,387    |
|                    | 이동연소 | 13,343    | 12,097    | 18,210    | 17,657    | 19,346    | 23,864    |
|                    | 소계   | 54,406    | 52,924    | 58,431    | 66,730    | 63,678    | 63,251    |
| Scope II<br>(간접배출) | 구매전력 | 1,157,496 | 1,165,567 | 1,077,073 | 1,104,758 | 1,105,986 | 1,032,558 |
|                    | 스팀   | 4,576     | 3,621     | 4,391     | 4,659     | 3,594     | 2,628     |
|                    | 소계   | 1,162,072 | 1,169,188 | 1,081,465 | 1,109,417 | 1,109,579 | 1,035,186 |
| 배출량 합계             |      | 1,216,478 | 1,222,112 | 1,139,896 | 1,176,147 | 1,173,257 | 1,098,437 |

\* 2007~2010년 배출량 검증기관 : BSI(The British Standards Institution, 영국표준협회)

\*\* 2011~2012년 배출량 검증기관 : KQA(Korea Quality Assurance, 한국품질보증원)

## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증

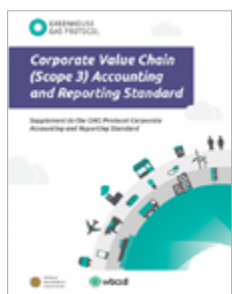
 홈페이지  
 요약본

## 기후변화 대응

## Green KOREA 추진체계 강화(Scope 3 배출량)

kt는 2012년부터 국가 전반의 그린화를 추구하는 “Green KOREA” 비전의 이행강화를 위해 kt의 활동범위와 간접적으로 관련되는 Scope 3 탄소배출량을 산출 및 관리하기 시작하였습니다. kt의 Green Convergence Leader의 위상과 글로벌 선진 기업들의 사례를 감안하여 사회적인 탄소배출저감 활동을 강화하고자 Scope 3 온실가스의 4대 분야를 **01. 공급망 단계(SCM : Supply Chain Management)**, **02. 제품 및 서비스 사용단계**, **03. 기타 Scope 3(용수, 폐기물, 임직원 출장, 출퇴근)**로 정의하고 체계적인 감축 활동을 추진하기 시작했습니다. 또한 2012년 Scope 3 분야별 배출량을 총 485,320tCO<sub>2</sub>e로 산출하고 산정방법론과 배출량 결과값을 제3자 검증 을 통해 신뢰성을 대폭 제고시켰습니다.

**01. 공급망 배출량 단계(SCM; Supply Chain Management)** | kt는 통신서비스를 제공하는데 필요한 제품 및 설비의 생산단계 배출량을 ‘공급망 단계 배출량’으로 정의하였습니다. 사회적 탄소배출량 감축에 있어서 아주 큰 효과를 얻을 수 있는 방법이 바로 공급망의 녹색화입니다. 배출량 산정 대상은 1차 협력사 111개였으며 kt가 구매한 제품의 생산단계에서 소비되었던 에너지 사용량을 수집하였습니다. kt는 국제적 표준을 기반으로 공급사슬 배출량을 정확히 산출해내기 위해 WRI에서 제시하는 『Corporate Value Chain(Scope3) Accounting and Reporting Standard』를 활용하고 있습니다.



| 제품 유형     | 2012년 배출량(tCO <sub>2</sub> e) |
|-----------|-------------------------------|
| 네트워크 장비   | 30,925                        |
| 무선 기기(단말) | 3,935                         |
| 유선 기기(단말) | 2,430                         |
| 합계        | 37,390                        |

**02. 사용 단계 배출량 관리** | 서비스 사용 중 소모되는 전력에 의한 배출량을 ‘사용 단계 배출량’으로 정의하고 일반소비자가 사용하는 인터넷이나 올래TV 등 kt 서비스의 제공을 위해 가정 내 설치되는 모뎀, 셋탑박스 등의 에너지 사용량을 기준으로 배출량을 산출했습니다. 총 3개 서비스 유형에 대한 단말 설계 값과 서비스 이용자 수에 기반한 산정방법론을 개발하여 배출량을 산정하였습니다. kt는 향후 제품에 대한 에너지 효율화를 통해 사용 단계 배출량을 지속적으로 관리할 예정입니다.

| 제품 유형                        | 2012년 배출량(tCO <sub>2</sub> e) |
|------------------------------|-------------------------------|
| 홈 단말<br>(인터넷폰, 기보, 스마트홈패드 등) | 44,873                        |
| 모바일 단말                       | 89,117                        |
| 인터넷 단말                       | 270,143                       |
| 합계                           | 404,134                       |

**03. 기타 Scope 3 배출량 관리 (용수, 폐기물, 임직원 출장, 출퇴근)** | kt 사내 용수, 폐기물, 임직원 출장 및 출퇴근에 따른 배출량을 의미합니다. 기타 Scope 3 배출량 산정방법은 한국환경산업기술원의 ‘탄소성적표지 인증 기준’에 기반하여 유형별 배출계수를 개발하였습니다.

| 구분      | 배출량(tCO <sub>2</sub> e) |        |
|---------|-------------------------|--------|
| 용수 사용   | 996                     |        |
| 폐기물 처리  | 생활폐기물                   | 294    |
|         | 재활용폐기물                  | 11,703 |
|         | 건축폐기물                   | 186    |
| 임직원 출장  | 시내출장                    | 319    |
|         | 시외출장                    | 880    |
|         | 해외출장                    | 2,931  |
| 임직원 출퇴근 | 버스(시내,시외)               | 801    |
|         | 지하철                     | 68     |
|         | 자가용                     | 25,048 |
|         | 철도                      | 72     |
|         | 복합                      | 599    |
| 합계      |                         | 43,897 |

## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증

 홈페이지  
 요약본

## 기후변화 대응

kt는 여기서 끝나지 않고 자사 서비스가 지니고 있는 **04. 사회적 탄소 배출량 저감 효과**를 측정하여 검증받는데 성공하였습니다. 화상회의, 스마트워킹, e-Book 등 총 30개의 녹색 서비스를 선정하여 2012년 사회적 감축량을 1,002,617 tCO<sub>2</sub>e로 산정했으며 검증기관의 검증과정을 통해 데이터의 신뢰도를 향상시켰습니다.

### 04. kt 서비스의 사회적 감축효과 단계

kt 서비스가 고객 생활의 녹색화를 유도하여 탄소배출량 감축 효과를 유발하는 부분은 사회적 감축 배출량으로 정의하였습니다. 예를 들어 화상회의 서비스의 사용은 고객의 출장을 줄여주어 탄소배출량의 감축효과를 지니고 있다고 이해할 수 있습니다. Scope 1, 2, 3 배출량 중에서 kt가 유일하게 수치를 증가시켜야 하는 “긍정”배출량입니다. 현재 kt가 제공하고 있는 다양한 서비스 중 국제전기통신연합(ITU, International Telecommunication Union)가 제시한 6대 온실가스 저감유형(물자소비, 에너지 소비, 사람의 이동, 물자이동/저장 감소, 업무 효율 증가, 폐기물 감소)으로 구분하여 서비스별 사회적 탄소배출 감축 효과를 서비스 유형별로 아래와 같이 산정하였습니다.

| 온실가스 저감 서비스 유형 | 2012년 배출량(tCO <sub>2</sub> e) |
|----------------|-------------------------------|
| 무선통신           | 1,167                         |
| IT 솔루션         | 85,687                        |
| 미디어 & 콘텐츠      | 911,838                       |
| New Growth     | 3,925                         |
| 합계             | 1,002,617                     |

### 로하스 인증을 획득한 Olleh 그린폰 서비스



우리나라에서 1년에 생산되는 휴대폰은 약 1,600만 대로 추정이 되지만 폐휴대폰에는 납, 카드뮴, 비소 등 중금속이 다량 포함되어 있어 환경파괴의 주범으로 인식되고 있습니다. kt는 이러한 환경부담물을 해결하기 전국 유헤매장에서 중고폰을 직접 구입 및 판매 할 수 있는 ‘올레 그린폰 서비스’를 출시, 중고폰 활성화를 주도하고 있습니다. 또한, 해당 서비스는 환경보호의 공로를 인정받아, 친환경 ‘로하스(LOHAS)\* 인증’을 획득하는데 성공했습니다.

이와 더불어, kt는 사회적인 그린문화 확산과 휴대폰 재사용률을 향상시키고자 중고폰 관련 많은 서비스들을 선보였습니다. 단말 자금제 제도에 맞추어 유심(USIM)을 단독 개통해 중고폰 이용 고객도 요금할인을 받을 수 있는 ‘올레 심플(SIMple)’요금제와 중고폰 외관세척과 기능점검을 제공하는 ‘올레 그린폰 클리닉’서비스도 선보여 중고폰의 재사용률을 높이고 있습니다. 앞으로 올레그린폰 임대, 판매 서비스에 로하스 인증마크를 부착하고 올레그린폰 취급 인증 매장 전체에 로하스(LOHAS) 인증마크를 부착하여 친환경 친사회적인 이미지를 제고할 계획입니다.



\*로하스(LOHAS, Lifestyle of Health and Sustainability) 인증이란? : 친환경, 사회정의, 지속 가능한 소비에 높은 가치를 두는 라이프스타일을 지향하는 로하스(LOHAS) 정의에 따라 노력하고 성과를 보인 기업 및 단체의 제품, 서비스 등에 대하여 한국표준협회(KSA)가 인증하는 제도



## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증

 홈페이지  
 요약본

## 기후변화 대응

## 신재생에너지

**태양광 발전** | kt는 2011년 국내 통신업계 최초로 강릉수신소 부지(5,965평)를 이용해 태양광발전소를 구축하는 등, 지난 3년간 신재생 에너지 설비 투자를 꾸준히 추진해 왔습니다. 2012년부터는 태양광 발전시설을 활용하여 상업운전을 개시, 생산된 전력을 RPS(신재생에너지 공급의무화)제도에 따라 동부발전에 판매하여 연간 약 2억 원의 수익과 22톤의 온실 가스 배출량을 절감하고 있습니다. 발생하는 수익금의 일부는 꿈품센터 등 지역사회 운영에 사용되고 있습니다.



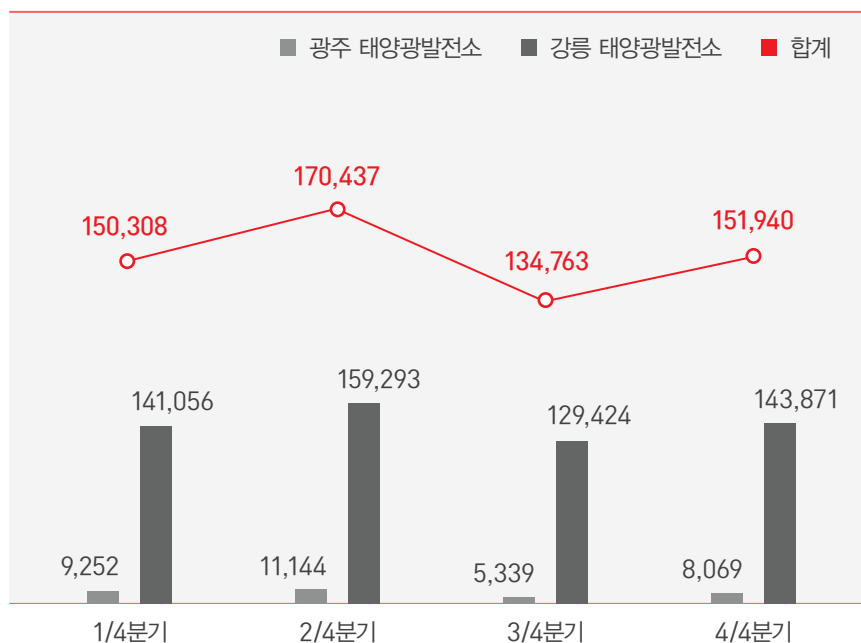
[ kt 강릉수신소 태양광 발전소 현장 ]

**지열에너지 활용** | kt는 총 3개 사옥에서 지열에너지를 활용한 냉난방 및 온수 공급시스템을 구축하여 운영 중입니다. 특히 서울 방학사옥은 통신구에서 발생하는 지하수를 지열 히트펌프를 통해 에너지원으로 활용함으로써 비용절감 효과를 극대화했습니다. 열효율이 4배 가량 높은 지열시스템을 3개월간 시범운전을 실시한 결과 연간 3,000만 원의 냉난방비용을 절감하는데 성공했습니다.

**향후계획** | kt는 강릉수신소 태양광 발전 시스템과 방학사옥 지열에너지 시스템을 전사적으로 확대할 예정입니다. 이는 전 세계적, 국가적 과제인 탄소배출을 절감하는데 kt가 기여할 수 있는 부분이기 때문입니다. 이와 동시에 확대 적용할 신재생 인프라에는 kt가 가진 IT기술을 융합하여 신성장엔진을 발굴하는 기회로 삼고 국가 경제의 녹색 혁명도 선도하여 Green kt, Green KOREA를 실현하고자 합니다.

## 2012년 kt 태양광발전소 분기별 발전량 현황

(단위 : kWh)





## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증

홈페이지  
요약본

## 에너지 효율화

## 온실가스·에너지 목표관리제

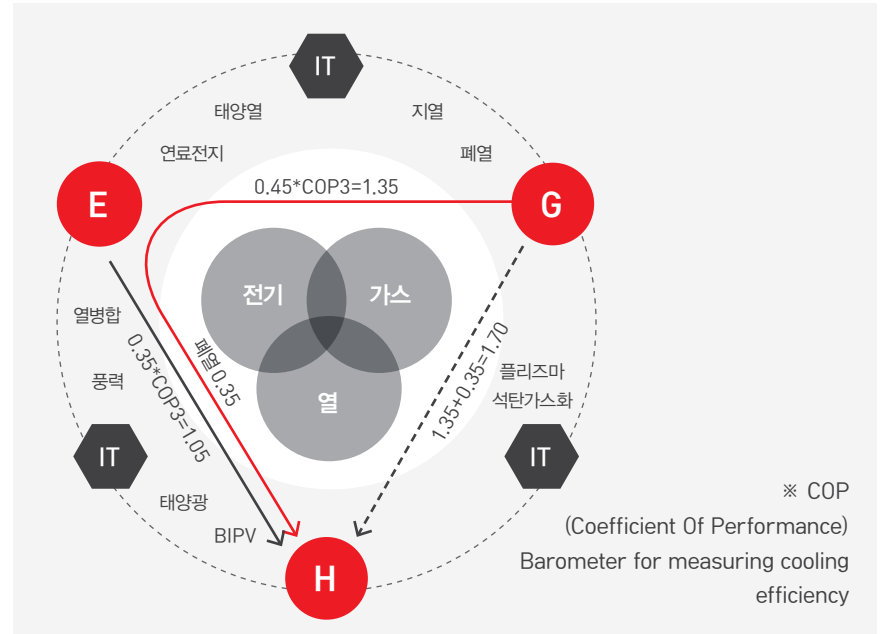
kt는 2011년부터 3년 연속 온실가스 에너지 목표관리제 관리업체로 지정되어 지식경제부(관장기관)에 탄소배출량을 보고하고 감축 목표를 이행할 법적 책임이 있습니다. 이런 요구사항들을 성실하게 이행하기 위해 kt의 자체적인 시스템적으로 에너지를 실시간 관리하고 있으며 온실가스 명세서를 정부가 인정하는 제3자 검증 기관으로부터 인증 받고 있습니다. 또한 온실가스 배출량 절감을 위해 에너지경영위원회를 정기적으로 개최하는 동시에 에너지 사용을 절감하기 위한 세부 활동들을 강화하고 있습니다. 마지막으로 kt는 목표관리제와 관련된 정책 개발에 기여하기 위해 국토해양부에서 주관했던 건축물 분야 목표관리제 시범사업에 해화지사와 분당ICC를 참여시킨 바 있습니다.

## K-MEG(Korea Micro Energy Grid)

K-MEG(한국형 마이크로에너지 그리드)는 지식경제부 5대 미래선도 기술 중 에너지 분야 과제입니다. 스마트그리드, 분산전원, 최종에너지(열, 전기, 가스, 공기, 물 등) 사용기술을 ICT와 융합하여 세계 최초로 상용화하기 위한 프로젝트입니다. kt는 에너지 통합운영 서비스 분야를 담당하고 있으며 전기, 가스, 열 등의 에너지 생산과 소비를 원격지에서 관리하는 에너지통합센터를 운영하고 있습니다. kt는 선진 ICT 기술을 융합하여 통합 메니지먼트 플랫폼을 구축하였으며 다음과 같은 비전을 추구하고 있습니다.

- 종합적인 에너지 효율성 대폭 증대
- 분산전원의 실현(연료전지, 태양광 발전, 소규모 발전 등)
- Demand Response(수요반응), BEMS(건물 에너지 관리시스템)를 기반 에너지 시장 연동

이미 국내 7개 사이트와 해외 3개 사이트를 대상으로 서비스를 제공하고 있으며, 에너지 통합 운영 서비스를 해외로 수출하여 Global Green ICT Convergence Leader로 성장하고 있습니다.



## Simple &amp; Green 유무선 네트워크 구축

kt는 네트워크 운용을 위해 필수적으로 수반되는 전력소비를 최소화하기 위해 All-IP로의 구조전환을 통한 Simple Network 구현을 위해 노력하고 있으며, LTE 등 신규 인프라의 증가에 대비해 중장기적인 전기에너지 다이어트 Master Plan을 수립하고 이행조직을 구성하는 등 획기적인 에너지 절감을 추진 중에 있습니다.

주요 내역으로는 통신설비 자체의 전력사용량 감축을 위해 전력소비가 많은 기존시설을 IP방식으로 전환하고, 전국에 산재된 전화국을 광역화 구조로 전환하고 있으며, 신규시설에 대해서는 고효율 장비를 도입하기 위해 사내/외 부서와 공조하여 통신장비 에너지효율 등급제를 마련하고 있습니다. 아울러 주변시설(냉방, OA, 건물)의 전력사용량 감축을 위해 냉방 최소화를 위한 배출장치 개발/적용 및 외기도입을 통한 냉방전력 최소화 등 新 기술을 발굴하고 있습니다. 아울러, 전국 191개 전화국의 예비전원(발전기, 축전기)설비를 활용, 정부의 전력수급 안정화를 위한 전력수요관리제도에 1,497회 참여하여 지난 9.15와 같은 대규모 정전사태 방지에도 기여하고 있습니다.



## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증

홈페이지  
요약본

## 에너지 효율화

## 자체 개발 PC 전원관리솔루션 운영

PC에서의 전력 낭비 문제를 해결하기 위하여 사내 도입용 PC전원관리 솔루션을 자체적으로 개발하였습니다. 1년 간의 시범 운영 후 2011년에 본격적으로 도입된 kt Smartpower 2.0은 사용자가 PC를 사용하지 않을 경우 PC가 자동으로 대기모드로 전환되거나 꺼지는 전력 절감 솔루션입니다. PC가 꺼지기 전에는 모든 문서가 자동 저장되기 때문에 사용자의 불편을 최소화하는 동시에 PC 대기전력을 감소시켜 연 8억 원에 달하는 전력을 절약하고, 탄소배출량 4천tCO<sub>2</sub>를 매년 절감하고 있습니다.

## kt 전기차 카셰어링 솔루션

kt는 스마트그리드 관련 기술의 실증 및 비즈니스 모델 개발을 위해 지식경제부 주관의 제주실증단지 사업에 참여하여 제주도 구좌읍 일대 약 6천 호를 대상으로 Smart Place 사업을 추진하고 있습니다. 이는 빌딩에너지관제시스템(BEMS), 홈에너지관제시스템(HEMS)을 통합적으로 제공하고 수요관리, 에너지 저장장치 등을 활용한 한국형 스마트그리드 실증을 목표로 하고 있습니다. 또한 Smart Transportation 분야에도 참여하여 전기자동차 카셰어링(Car-Sharing) 사업을 위한 시스템을 개발하고 실증에 나섰습니다. 고객이 원할 때 언제나 친환경 전기자동차를 대여하고 편리하게 사용할 수 있는 kt-전기차 카셰어링 솔루션(kt-EV carSharing)은 이미 현지에 도입되었습니다.

## kt-EV carSharing 서비스 구성요소

카셰어링 시스템 | 스마트폰 및 웹 기반서비스 인터페이스 제공  
차량검색, 예약/반납 및 결제 및 반납



EV 클라이언트 및 통신인터페이스 | EV와 관제시스템간 실시간 무선 이동통신, EV 진단장치와 단말기간 WiFi/Bluetooth 통신



## 친환경 경제운전(Eco-Driving) 확산

친환경 운전문화 확산을 위해 kt, 한국타이어, 현대하이카다이렉트와 BC카드가 '에코드라이빙 확산 협력MOU'를 체결하고 친환경 자가운전 고객을 위한 '에코드라이빙 패키지'를 출시했습니다.

그 동안 '에코드라이빙' 활성화를 위해 각 보험사에서는 OBD(운행기록진단장치, On Board Diagnostics)나 블랙박스를 장착한 고객에게 주행거리에 따른 여러 보험혜택을 제공했으나, 고객의 OBD 단말 구입 부담 때문에 크게 확산되지 않았습니다. 이를 해결하기 위해, kt를 포함한 4개사는 OBD의 단말 구입 부담을 줄이고, 자동차 보험료 할인, 타이어 할인 등의 추가혜택을 제공하는 등 다방면으로 협력하고 있습니다. 특히 kt는 WARP, 와이브로 등 신규, 기변 고객에게 OBD를 무료 제공하고, 블랙박스, 하이패스 단말 패키지는 기존보다 최대 40% 할인된 가격으로 '에코드라이빙 패키지'를 제공하고 있습니다. 이는 국내 통신사와 보험사, 타이어제조사와 카드사가 손을 잡고 친환경 경제운전 문화 확산에 앞장선 최초 사례입니다.



## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | **자원 재활용** | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증
 홈페이지  
 요약본

## 자원 재활용

### 용수 사용량 관리

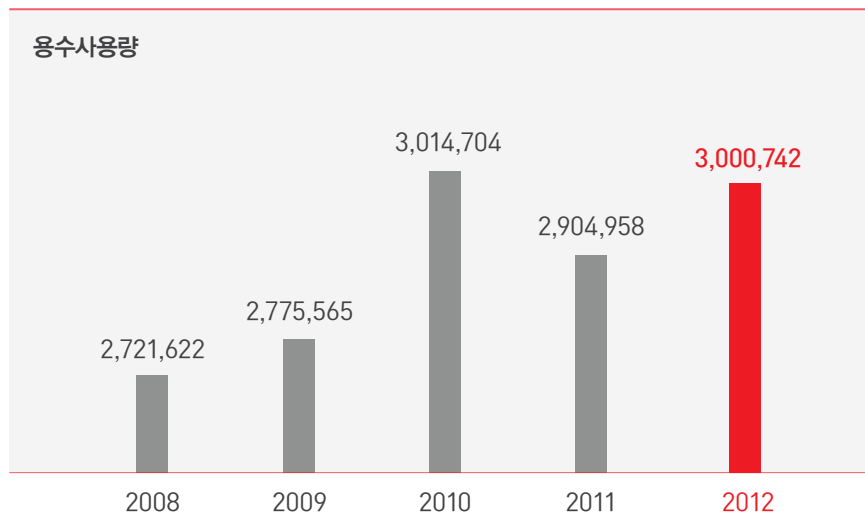
kt는 용수 사용량 절감을 위하여 4개 빌딩(군포, 수서, 동안산, 연구개발센터) 전층 화장실에 절수장치(자동물내림 비데, 포말식 수전)를 설치하여 수도물 3,902톤을 절감하였고, 2012년도 지하통신구 침출수의 정수시스템을 통해 남청주, 북광주, 혜화빌딩 등에서 81,576톤을 절감하였습니다. 또한 하절기 “쿨비즈룩” 착용 운동을 전개하고, “전사 에너지 새는곳을 찾아라” 캠페인을 시행하였습니다. kt건물의 2012년 상, 하수도 사용량은 전년대비 3.3% 상승 하였으나, 이는 kt빌딩 내 입주인원이 2011년 대비 6,769명 증가하였기 때문입니다.

### 폐기물(일반, 재활용, 건축 폐기물)

kt는 2012년도에 폐기물 관리체계를 재확립하여 보유 데이터의 불확도를 획기적으로 낮추었습니다. 폐기물 유형별로 환경에 미치는 부담을 이다를 것으로 판단하여 일반폐기물, 재활용 폐기물, 그리고 건축 폐기물로 관리 유형을 세분화시켰습니다. 또한 7개의 소분류로 폐기물을 추가 세분화시킴으로써 데이터의 정확성을 한 단계 끌어 올렸습니다. kt는 추가적으로 전사 차원의 폐기물 관리 시스템을 구축하여 폐기물의 체계적인 관리는 물론, 폐기물의 발생량을 감축시키기 위해 노력하고 있습니다. 이러한 노력으로 kt는 2008년부터 2012년까지 약 45%의 폐기물을 감축하는데 성공했으며 폐기물의 재활용률 역시 지속적으로 상승하고 있는 추세입니다. 특히 전년 대비 10%를 감축하기 위한 내부 목표를 2012년에 약 2배 초과 달성하였습니다.

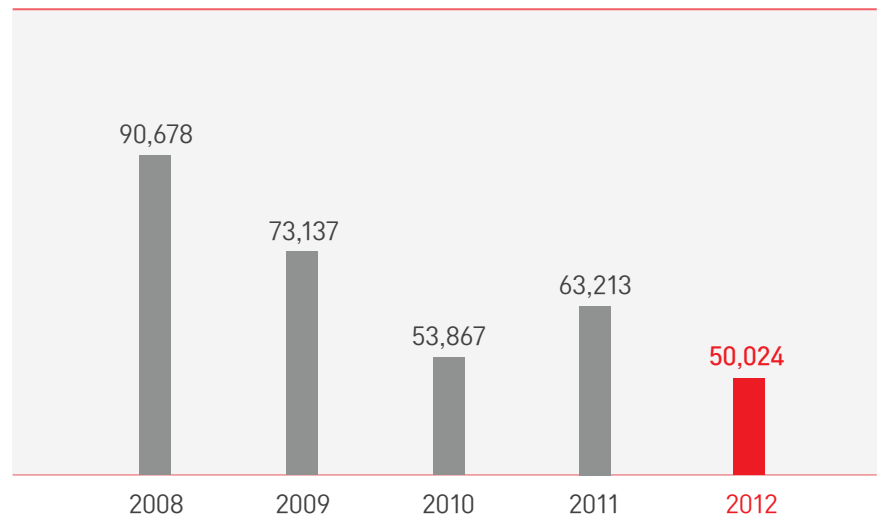
남청주사옥 통신구 유출수 재활용 정수시스템

(단위 : 톤)



연도별 폐기물 배출량 현황

(단위 : 톤)



[ 정수 시스템으로 재활용된 용수 : 81,576톤 ]

2012년 폐기물 배출량

(단위 : 톤)

| 구분     | 품목   | 배출량    |
|--------|------|--------|
| 일반폐기물  | 일반   | 821    |
|        | 재활용  | 367    |
| 재활용폐기물 | 케이블류 | 32,900 |
|        | 장치류  | 4,678  |
|        | 발전기류 | 2,495  |
|        | 기타   | 1,553  |
| 건축폐기물  | 건축자재 | 7,210  |
| 합계     |      | 50,024 |



## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증

 홈페이지  
 요약본

## 친환경 제품/서비스

### 친환경 그린PC

Green PC는 다수의 PC본체를 블레이드 형태로 구성해서 60개의 개별 PC를 하나의 랙에 집적화한 시스템입니다. 종래의 개별 PC와 달리 효율적인 전력 관리가 가능하여 30~40% 에너지 절감 효과를 기대할 수 있습니다. 또한 개별 PC로부터 발생하는 미세 먼지와 기타 오염물질을 제거하여 탁월한 사용 환경을 제공할 수 있습니다. 이 밖에도 유지보수가 수월하며 여러 개의 PC 집합체에서 발생하는 열에너지를 이용한 냉난방 에너지 절감이 가능합니다. 이에 따라 여름철 실내 온도를 1도 낮게 유지할 수 있어 여름철 냉방 비용이 약 5% 감소하고, CO<sub>2</sub> 발생이 500톤 줄어 들 것으로 기대됩니다. 2011년에는 장비구축, 임대, 유지보수가 가능한 Managed서비스로 개편했으며 2012년에는 서비스의 친환경성이 입증되어 정부 녹색사업인증을 획득하였습니다.

### olleh biz 전화회의 MeetMe

kt는 시간과 장소에 구애받지 않고 일반전화 또는 휴대전화를 이용하여 국내외 본지점(전 세계 50여 개국)간 저렴한 비용으로 전화회의를 할 수 있는 MeetMe 서비스를 제공하고 있습니다. 글로벌 전용망을 이용하여 국제통화에 접속하지 않으면서도 안정적인 통화 품질을 확보할 수 있어, 저렴한 비용으로 친환경적인 전화회의를 이용 할 수 있습니다.

### 그린 클래스



2012년부터 국내 여러 대학교에 그린클래스 솔루션 구축 계약을 진행하고 있습니다. 그린 클래스는 모바일 러닝 콘텐츠를 쉽고 빠르게 생성하고, 원격으로 교수와 학생이 강의에 참여할 수 있도록 구현되어 있어 패드나 모바일 기기를 통하여 강의 교안이 공유되어 종이사용을 줄이는 솔루션입니다. 또한, 생성된 모바일 러닝 콘텐츠

는 기존의 용량의 1/400에 해당하는 작은 용량이기 때문에 네트워크 장비의 에너지 효율화에도 기여할 수 있습니다. 기존의 모바일 러닝 콘텐츠가 850MB 정도의 크기로 생성되는 것에 비해 해당 솔루션을 사용 하면 콘텐츠를 1/400 크기로 압축할 수 있어 콘텐츠를 재생하는데 소요되는 고객의 통신비를 절감시키는데 기여하고 있습니다.

게다가 원격으로 강의에 참여할 수 있는 해당 솔루션은 교수와 학생 모두 언제 어디서나 강의를 진행하고 참여할 수 있기 때문에 고객의 이동을 최소화 시켜 탄소 배출을 최소화하는 것에 기여하고 있으며 사회적인 탄소배출량 절감을 실천해 나가고 있습니다.

## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증

홈페이지  
요약본

# 친환경 제품/서비스

## Smart Green 빌딩 서비스

에너지 사용 현황을 실시간으로 분석하여 사용량을 예측(Predict)하고 지침(Indicate), 추종(Tracking)하도록 하는 시스템으로 스마트하게 에너지를 관리하여 운영 비용을 절감하는 솔루션을 말합니다. 스마트그리드와의 연동을 통해 건물 설비의 효율을 높여 고객에게 새로운 부가가치를 제공하며, 방송통신업계 최초로 전력절감 유도 기술인 '녹색기술 인증'을 획득한 kt의 자부심과 기술력을 바탕으로 한 소비자 체감형 에너지 경영 솔루션입니다.

### 서비스 모델



## 사업실적(2012년)



### 서초 부띠크모나코

2012.05월 SG-BEMS 시스템 구축완료  
연면적 17,000평/27F 오피스텔  
공조기, 시설(팬코일, 보일러, 냉온수기, 팬, 저수조),  
조명, 소방, 엘리베이터 통합운영관리



### 구로 이마트

2012.10월 SG-BEMS 시스템 구축완료  
연면적 11,780평/상업시설  
에너지 절감율 : 12.7%절감  
설비 운전관리 최적화, 이용방안 제시



### BC카드 퓨처센터

2012.12월 SG-BEMS 시스템 구축완료  
(에너지관리공단 정책지원)  
연면적 3,800평/상업시설  
에너지절감목표 : 10%절감

## 서비스 제공범위

|           |                                                                      |                |
|-----------|----------------------------------------------------------------------|----------------|
| 서비스<br>영역 | 진단/컨설팅                                                               | 에너지 관제         |
|           |                                                                      | 시설물/설비 관제      |
|           | 그룹(群) 관리,<br>센터/순회/현장/업무운영 체계                                        | 솔루션 적용         |
|           |                                                                      | 디바이스 연동        |
| 솔루션<br>영역 | 시설물 통합관제                                                             |                |
|           | 빌딩 에너지 관제                                                            |                |
|           | 통합 빌딩 관리                                                             | 시설관리/자산관리/공간관리 |
| 설비<br>영역  | 전기 설비, 공조 설비, 냉방 설비, 조명 설비, 방재 설비, CCTV,<br>보안 설비, 출입 통제, 주차 설비, E/V |                |

2013년에도 사옥 32개를 대상으로 군관리 하던 빌딩통합관제시스템 (IBOS)를 BEMS, FMS를 통합한 빌딩군관리시스템(energy FM)을 대외 사업용으로 내재화 개발하여 추가로 5개 사옥에 시범 적용중에 있으며, 이 사례를 바탕으로 국내 뿐만 아니라 해외 대상으로 컨설팅을 제안하고 있습니다. 또한 에너지 진단을 통한 ESCO 사업을 추진하여 진단에서부터 구축, 유지보수까지 제공하고자 에너지관리공단에 사업 등록을 추진 중에 있습니다. 국내 활동을 확대하여 해외로도 영역을 확장할 예정입니다.



## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증



## 친환경 제품/서비스

## 홈 에너지 최적화 서비스, HEMS(Home Energy Management System)

기존 전력망에 부가 서비스를 제공하여 고객가치를 향상시키는 Green Home 및 Smart Home 솔루션(HEMS)은 kt Energy Service Platform을 중심으로 에너지관리, 수요자원관리(DR), 마이크로그리드, 스마트그리드 등 관련 솔루션과의 패키징을 통해 다양한 사업 추진에 활용되고 있습니다. 또한 제주도 스마트그린 실증단지 프로젝트를 통해 600가구를 대상으로 파일럿 테스트를 마친 서비스이며 스마트폰, IPTV, 인터넷전화, PC(4 Screen)를 통해 모니터링 Interface를 제공하고 있습니다.

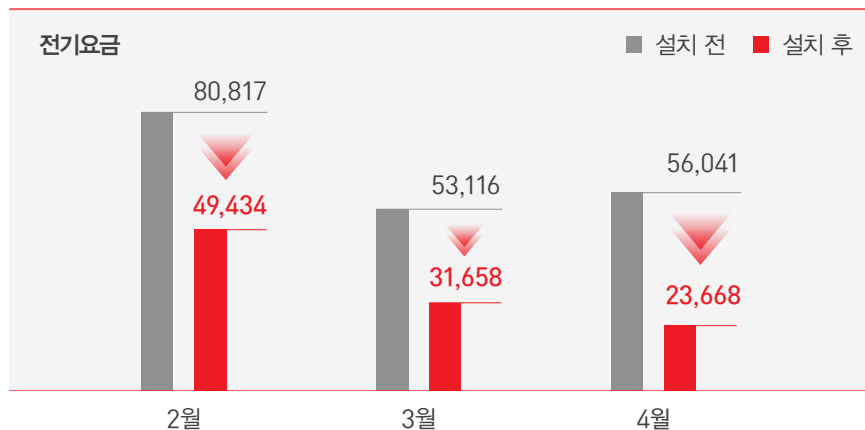
## kt HEMS 주요기능



## 신재생에너지 관리서비스, REMS

Green Home과 에너지 비용절감을 위한 신재생에너지, 에너지 저장 제어장치로 가정 전력운영에 최적화된 관리시스템인 kt-REMS(Renewable Energy Management System)는 쾌적한 주거환경을 기본으로 에너지 절약과 가정에서 생산되는 신재생에너지의 사용과 저장을 관리하여 에너지 비용의 절감을 실현합니다. 가정 내 설치된 에너지관리시스템(micro-EMS)은 신재생에너지와 ESS를 제어하며, 운용센터 내 통합관제시스템은 에너지관리시스템에 대한 통합 모니터링과 서비스를 제공하는 역할을 합니다.

## kt-REMS의 도입효과(대구 ESS 실증단지 사례)



## 그린비즈니스 상품

|                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------|
| Mobile Commerce (M-커머스)                                                           |
| Green Mobile Banking (M뱅킹)                                                        |
| Internet Computing Service (ICS)                                                  |
| U-Cloud Home                                                                      |
| Vehicle Tracking Service (이동체 관제 서비스, 브랜드 택시)                                     |
| Ubiquitous Green City (U-시티)                                                      |
| Traffic/transportation IT (교통/운송 IT)                                              |
| MOS Service: Monitoring, Maintenance and Management Operating System (시설물 관제 솔루션) |
| U-Health (원격진료서비스)                                                                |
| Video Conferencing (Megameet 및 UCS 포함, 화상회의)                                      |
| Facility and Environment Monitoring Solution (시설물 환경감시 솔루션 - I cam)               |
| Green IDC (수도권 기반 IDC의 Colocation)                                                |
| 그린PC                                                                              |
| 화선/IT 인프라에 대한 통합관제/유지보수를 종합적으로 제공하는 Total IT Outsourcing 서비스                      |
| Power Care Service(전력케어 서비스)                                                      |
| Video Communications on 3G wireless networks (3G 영상통화 및 부가서비스)                    |
| kt Moving(국 주소변경 서비스)                                                             |
| kt Smart Grid                                                                     |
| 기업 FMC (Fixed Mobile Convergence)                                                 |
| SSL-VPN (재택근무 활용가능 VPN 상품)                                                        |
| 강릉 태양광 발전 판매(Power Sales from Solar Generation)                                   |
| 도시 통합운영 플랫폼 서비스(Ubi-cahn)                                                         |
| kt-EV carSharing 서비스                                                              |
| 수요반응 관리서비스(DRMS)                                                                  |
| 신재생에너지 관리서비스(REMS)                                                                |
| 원격통합 에너지관리서비스(TOC)                                                                |
| 홈 에너지 최적화 서비스(HEMS)                                                               |
| 빌딩에너지 최적화 솔루션(BEMS)                                                               |

## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증

 홈페이지  
 요약본

# 정책 참여 및 인증

## 정부 녹색성장 정책 참여

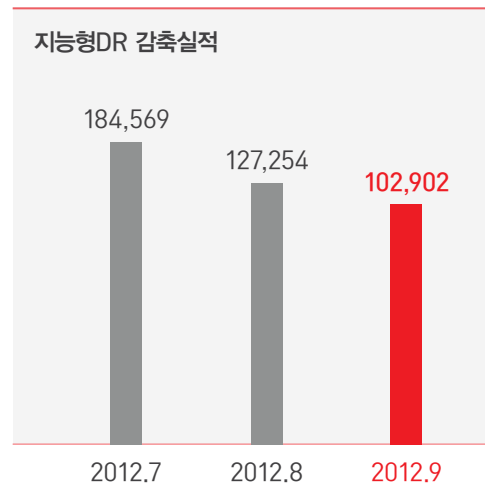
| 주관부처  | 국책과제명                                          |
|-------|------------------------------------------------|
| 지식경제부 | K-MEG 에너지통합운영관리시스템 개발 및 구축                     |
| 지식경제부 | 전기자동차 충전인프라 및 운영센터 구축을 통한 국내 해외형 신규 비즈니스 모델 실증 |
| 지식경제부 | 10kWh급 리튬이온전지 에너지저장시스템 실증                      |
| 국토해양부 | 탄소저감 도시전략, 녹색지수 및 비즈니스모델 개발                    |
| 지식경제부 | 전기자동차 충전인프라 및 운영센터 구축을 통한 국내 해외형 신규 비즈니스모델 실증  |
| 지식경제부 | 소비자 참여형 스마트그린 플레임스 구축                          |

## 지능형 수요자원시장 사업 참여에 따른 국가 전력수급 위기 경감

kt는 ICT역량과 스마트그리드 기술개발 경험, 자체 보유건물의 전력 부하자원을 활용하여 한국전력거래소의 지능형 수요자원시장에 참여 중입니다. 한국전력거래소의 요청으로 특정 부하자원을 감축하여 정전사태 발생에 따른 경제적 손실 발생 위험을 줄이고 있습니다. 이를 통해 발전소 건설로 인한 투자부담 및 에너지 사용 절감에 따른 환경 보호 등 국가의 전력수급 안정화 및 전력수급 안정화 및 경제적 손실 경감에 기여하고 있습니다. 국가 전력예비량이 4,500MW 이하로 하락할 경우, 대표적 에너지 다소비업종인 유통업계 1위 사업자와 연계하여 전국 220여 개 건물에서 총 34MW의 부하감축을 실행하고 있으며, 신속한 이행 및 신뢰성 확보, 현장 인력의 업무부담 경감을 위해 kt가 보유한 ICT역량을 활용하여 실시간으로 감축현황을 모니터링하고 있으며, 자동 제어 및 감축실행을 위한 시스템을 개발하여 적용하고 있습니다.

## kt 국책사업 참여 상세 현황

(단위 : kWh)



## 녹색구매

kt는 친환경 구매를 위해 일반 소모성물품을 대상으로 녹색구매 자발적 협약을 이행하고 있으며 주요 장비는 전기통신설비에 대한 기술요구서에 환경조건을 고려하도록 하고 있습니다. 또한, 협력사가 납품하는 제품에 대해 개발단계에서부터 친환경 표면처리 및 재활용/재사용 용이성, 포장 폐기물 최소화 등이 고려될 수 있도록 친환경 디자인 가이드라인도 제시하고 있습니다. 자발적 구매 활성화를 위해 소모성 자재를 대상으로 친환경상품 식별표시를 하였으며 한국환경산업기술원의 녹색 상품정보를 제공받아 월 2회 업데이트하고, 월별실적을 분석하며 이행 여부를 확인하고 있습니다.

2012년에는 녹색구매 가이드라인 제정을 통해 '녹색구매 자발적 협약'을 이행하는데 있어 필요한 책임과 권한, 녹색제품 의무구매 범위, 절차 등을 규정하였으며 녹색제품의 가격 및 품질이 일반물품과 동일한 수준인 경우에는 녹색제품을 우선 구매(복사용지, 다이어리, 달력, 서식지 등) 하도록 하였습니다.

또한 녹색구매 홈페이지를 구축하여 kt의 녹색구매 현황, 추진방향, 녹색제품 구매절차, 녹색제품 확인 및 검색방법 등을 소개하는 등 임직원의 친환경 물품 구매도 지원하고 있습니다.

## 녹색구매 실적

| 녹색구매 실적<br>(백만 원/개) |           | 2010<br>금액(품목수) | 2011<br>금액(품목수) | 2012<br>금액(품목수) |
|---------------------|-----------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 친환경<br>상품           | 환경마크 인증   | 4,308(645)      | 5,094.9(439)    | 4,787.9(689)    |
|                     | GR마크 인증   |                 | 2.2(1)          | 468.4(7)        |
|                     | 에너지절약마크   | 568(106)        | 0.1 (1)         | 4.1(3)          |
| 기타<br>친환경<br>상품     | 유해물질 저감   |                 |                 | 180.3(3)        |
|                     | 폐기물 저감    |                 | 0.9(1)          | 4.4(2)          |
|                     | 해외 환경마크인증 |                 |                 |                 |
| 기타                  |           |                 | 14.4(30)        | 33.2(120)       |
| 합계                  |           | 4,876(751)      | 5,112.5 (472)   | 5,478(823)      |

## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증

 홈페이지  
 요약본

## 정책 참여 및 인증

### 환경 관련 국제표준에 대한 대응

kt는 2007년 국내 통신업계 최초로 건설과 부동산 사업분야에서 환경경영 국제표준인 ISO 14001 인증을 획득하고, 환경경영시스템을 실천하여 환경성과의 투명성과 신뢰를 확보했습니다. 사업 전 분야에 ISO 14001 인증을 목표로 지속적인 환경개선을 위한 방법과 체제 등의 표준화를 갖추고자 노력하고 있으며, 환경교육과 내부 감사, 전사 환경캠페인 등 적극적인 환경경영을 추진하고 있습니다.

### 통신업계 최초 녹색기술 및 사업 인증



kt는 그린IT의 개발과 확산을 위해 친환경 통신분야의 연구개발을 지속적으로 수행해왔습니다. 그 결과 kt는 통신업계 최초로 정부에서 수여하는 녹색기술 및 사업 인증을 총 8건 확보하였습니다. 특히 2012년에는 임직원의 출퇴근 이동을 ICT 기술로 최소화하는 스마트워킹 사업과 PC의 전력소모를 최소화하는 그린PC 사업을 대상으로 녹색인증을 추가로 획득하여 글로벌 수준의 그린ICT 기술력을 다시 한번 인정받았습니다.

### 녹색기술인증서

| 유효기관                    | 인증서 제목                                                           |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------|
| 2010.10.14 ~ 2014.10.13 | RF/CT 기반 실시간 설비별 에너지사용량 원격측정 기술<br>스마트그리드 기반 빌딩에너지관리솔루션(SG-BEMS) |
| 2010.10.14 ~ 2014.10.13 | Zigbee/PLC를 이용한 전력절감 홈 네트워크 기술                                   |

### 녹색사업인증서

| 유효기관                    | 인증서 제목                                                                                         |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2010.10.28 ~ 2014.10.2  | 국사광역화를 통한 그린 통신 인프라 구축 사업<br>3G, IPTV, Wibro 기술을 활용한 화상회의 보급사업<br>방송통신 네트워크 기반 친환경 주소변경 서비스 사업 |
| 2012.10.11 ~ 2014.10.10 | ICT 인프라를 활용한 스마트워킹 사업                                                                          |
| 2012.11.22 ~ 2014.11.21 | 에너지절감·친환경 그린 PC(보급형) 시스템 구축 사업                                                                 |

### 2018 평창올림픽 정보화전략계획 수립

kt는 2018년 평창동계올림픽을 최신 IT기술을 활용한 차별화된 스마트 올림픽으로 구현하기 위해 평창동계올림픽 ISP(정보화전략계획) 사업에 참여하였습니다. 정부와 kt는 최고의 올림픽 개최를 통해 보다 많은 감동과 즐거움을 공유할 수 있는 New Horizons를 지향하고 환경을 포함한 경제, 문화, 첨단 4대 추진목표로 신규과제 이행방안을 수립 하였습니다. 환경분야에서는 kt가 보유한 그린ICT 역량을 적용하여 올림픽 개최로 인한 환경훼손을 최소화하고, 온실가스 배출량을 줄일 수 있는 방안을 강구하였습니다. 또한 태양광발전을 이용한 친환경에너지의 생산부터 건축물 인프라, 에너지관리, 자원소비 효율화, 온실가스 관리, 친환경 수송을 실현하기 위해 kt의 모든 노하우를 적용시켰습니다. kt는 올림픽 준비기간 동안 그린ICT기술을 활용하여 역대 가장 친환경적인 올림픽이 개최될 수 있도록 노력하겠습니다.



## Dreaming with Environment

환경경영 | 기후변화 대응 | 에너지 효율화 | 자원 재활용 | 친환경 제품/서비스 | 정책 참여 및 인증

 홈페이지  
 요약본

## 정책 참여 및 인증

### kt-경기도 친환경농업-ICT 융합을 위한 협력

kt는 친환경농업-ICT 융합 사업 협력을 위한 업무협약을 체결하여 생산/가공/물류/판매 등 유통과정 전반에 ICT기술을 접목시켜 친환경 농산물의 품질과 안정성, 신뢰도 등을 높이는 사업을 추진하고 있습니다. 첫 단계로 친환경 농산물 통합 유통정보시스템을 공동으로 구축하고 있습니다. 이를 통해 RFID(무선주파수인식), USN(유비쿼터스 센서 네트워크), GPS(위성위치확인시스템) 등의 기술을 활용해 친환경 농산물 저장고 및 배송차량 냉장·냉동고의 온도/습도를 자동으로 조절하거나 실시간으로 모니터링 할 수 있게 됩니다. 또한 농산물의 주문/구매/계약/입하/출하 현황과 배송차량 운행 이력 등의 체계적인 관리도 가능합니다. kt는 추가적으로 전용 애플리케이션을 개발해 스마트 기기에서 농산물 주문 내역, 도착 예정시간 등을 실시간으로 확인할 수 있도록 할 계획입니다. 이번 프로젝트는 kt는 친환경 농산물이 전달되는 유통과정 전반에 걸쳐 ICT 혁신이 일어날 수 있도록 경기도와 지속적인 협력을 이어나갈 예정입니다.

### kt 데이터센터, 그린 IDC 인증 최고 등급 획득

한국IT서비스산업협회에서 주관하여 국내 최초로 진행된 그린데이터센터 인증에서 kt는 최고 수준의 등급을 획득했습니다. 그린데이터센터 인증 제도는 범국가적 이슈인 에너지 절감의 일환으로 전력소요가 큰 데이터센터의 전력운영 환경을 효율화하기 위해 한국IT서비스산업협회(ITSA)가 주도하는 인증제도입니다. 국내 데이터센터 1위 사업자인 kt는 목동센터가 A+, 분당센터가 A++(전국 1위)을 획득하여 전력 효율성 면에서도 국내 최고 수준임을 확인하였습니다. kt의 IDC 인프라는 3년간 전력사용량의 17.3%를 개선시켰으며 작년 8월에는 고온 환경에서 운용 가능한 HTA 테스트센터를 구축하여 데이터센터의 경쟁력을 지속적으로 강화하고 있습니다. 특히 kt는 클라우드 컴퓨팅을 통해 IT 인프라의 에너지 효율성을 최적화하고 있으며 2015년까지 데이터센터의 에너지 효율을 글로벌 수준까지 끌어올려 세계 최고의 데이터센터 서비스 기업으로 도약하고자 합니다.



Appendix

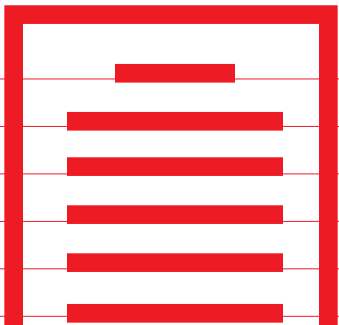
kt 그룹사 | 지속가능성 주요 지표 | 제3자 검증보고서 | GRI Index | ISO26000 보고현황 및 협회가입현황 | 수상 실적



홈페이지



요약본



# Appendix

## Appendix

kt 그룹사 | 지속가능성 주요 지표 | 제3자 검증보고서 | GRI Index | ISO26000 보고현황 및 협회가입현황 | 수상 실적

 홈페이지  
 요약본

## kt 그룹사

## kt powertel

## 매출액

|      |          |
|------|----------|
| 2010 | 1,275억 원 |
| 2011 | 1,268억 원 |
| 2012 | 1,249억 원 |

**회사소개** kt 파워텔은 디지털 주파수공용통신(TRS : Trunked Radio System)사업자로서, 2000년 이동전화 및 무선데이터 서비스까지 영역을 넓혀 종합통신서비스 사업자로 입지를 넓혀 왔습니다. kt파워텔은 2012년 7월 세계최초로 TRS 전국무선 통화와 안드로이드 기반의 스마트폰을 하나의 단말기에서 사용할 수 있는 모바일 컨버전스 서비스를 갖춘 TRS스마트폰 더블비(Double V) 출시했습니다. 향후 지휘, 관제, 동보 기능이 필요한 기업형 이동통신 분야에서 시장을 창출해 나가고자 합니다.

**kt powertel 사회공헌 활동** kt 파워텔은 사내 봉사동아리인 '파워엔젤'을 중심으로 지역사회에 공헌하고 소외계층, 특별히 소외아동을 대상으로 다양한 사회공헌활동을 전개해 오고 있습니다. 특히 2011년부터 결연을 맺고 있는 목동 지역아동센터 및 서울특별시 꿈나무마을 소외아동시설 아이들과 탁구치기, 어린이날 놀이행사, 도자기 만들기, 스케이트타기, 양궁(활쏘기)체험, 대학로 공연관람 등 다양한 문화체험 활동을 함께 해왔습니다. 또 소외아동을 위한 디딤씨앗통장 후원, 소아암환우를 위한 헌혈증과 성금전달 및 지역아동센터에 필요물품을 지원하였습니다. 또한 임직원과 가족이 함께 안양천 살리기 활동으로 '외래종 위해식물제거'를 전개해왔으며, 노원구 일대 소외계층에 '사랑의 연탄'을 전달하고 있습니다.

## kt 렌탈

## 매출액

|      |          |
|------|----------|
| 2010 | 6,297억 원 |
| 2011 | 6,615억 원 |
| 2012 | 7,162억 원 |

**회사소개** kt 렌탈은 1986년 설립된 자동차 렌탈 및 정보통신기기 렌탈에 있어서 업계 최고의 공신력을 갖추고 있는 종합 렌탈 기업으로 국내 1위 렌터카 브랜드인 'kt금호렌터카'를 보유하고 있습니다. 차량 및 장비 공급부터 유지보수에 걸쳐 토탈 렌탈 서비스를 제공하며 그 동안의 렌탈 노하우를 바탕으로 건설장비, 측정비, 사무용기기, 가전용품 렌탈까지 그 영역을 확장하였고, '종합 렌탈 회사'로 업계 1위를 선도하고 있습니다.

**환경·사회 성과** kt 렌탈은 사회공헌활동의 일환으로 11년 째 "극단버섯"과 공동으로 문화·예술 활동 무료 연극공연을 통한 문화나눔 운동을 실천하고 있습니다. 2012년에는 문화나눔과 생명존중인식 확산 캠페인을 병행하여 대학로에서 무료공연을 펼쳐 장애인 및 학생단체, 일반관객 등 약 3,500여 명이 관람하였습니다. kt 렌탈은 수원시와 MOU를 체결하고 2012년 2월 21일부터 수원시에서 카셰어링 시범 운영을 시작하였고, 안산시, 서울시 등 지자체 단체와의 MOU체결을 통해 카셰어링 사업을 더욱 확대해 나갈 계획입니다. 2012년 6월부터 친환경 전기차를 제주지점에 배치하여 제주를 방문한 관광객을 대상으로 전기차 단기렌탈 시범사업도 운영 중 입니다. 서울시와도 MOU를 체결하고 '전기차 카셰어링 사업'에 동참하고 있습니다.

## 나스미디어

## 매출액

|      |        |
|------|--------|
| 2010 | 189억 원 |
| 2011 | 217억 원 |
| 2012 | 235억 원 |

**회사소개** 디지털 미디어 플래닝 전문가 그룹 나스미디어는 2000년 인터넷 광고 미디어렙사로 출발했으며, 진보적 솔루션, 다양한 네트워크, 광고주와 매체가 만족하는 매체 전략을 통해 No.1 디지털 미디어렙으로 자리매김했습니다. 지난 12년 동안 쌓아온 인터넷 미디어 플래닝 역량을 다양한 미디어(디지털 방송, 디지털 옥외, 모바일 등)로 확대해 보다 혁신적인 통합 디지털 매체 전략을 제공함으로써 고객사의 광고 효과를 극대화하고 있습니다.

**사회공헌활동** 나스미디어는 2011년 메이커워시 합창단 서포터즈 활동을 시작으로 한국심장재단과 석촌지역아동센터의 정기적인 후원 활동을 통해 나눔 문화를 확산하고 있습니다. 임직원을 대상으로 커피와 음료를 판매하는 사내 카페 '마당'의 판매 수익 100%를 사회공헌 활동기금으로 적립하여 사회공헌활동에 사용하고 있습니다. 또한 한국심장재단과의 결연을 통해 경제적으로 어려운 환자들에게 매달 수술비를 지원하여 2012년 12명의 환자가 수술로 건강을 되찾았습니다. 이와 함께 격월로 석촌지역아동센터도 후원하고 있습니다.

## Appendix

kt 그룹사 | 지속가능성 주요 지표 | 제3자 검증보고서 | GRI Index | ISO26000 보고현황 및 협회가입현황 | 수상 실적

 홈페이지  
 요약본

## kt 그룹사

## kt cs

## 매출액

|      |          |
|------|----------|
| 2010 | 3,539억 원 |
| 2011 | 3,808억 원 |
| 2012 | 3,841억 원 |

**회사소개** kt cs는 국내 컨택비즈니스 업계 선두기업으로, olleh고객서비스(kt 유무선센터), 114번호안내사업, 컨택사업, 세일즈 컨설팅사업 등을 영위하고 있으며 대외 50여 개 고객센터를 운영하고 있습니다. 대전 본사를 중심으로 7개 지역사업단, 10,000여 명의 임직원이 종사하고 있습니다. kt cs는 지속적인 매출 성장을 이루고 있으며, 컨택사업과 유통사업의 성장이 두드러졌습니다. 특히 유통사업은 영업망 확대 노력으로 전년대비 약 20%가 성장한 726억 원의 매출을 거양하며, kt cs의 핵심 수익원으로 자리잡고 있습니다. 올해에는 CS토탈솔루션, 세일즈컨설팅, 스마트114앱 등 신사업 안정화로 지속성장의 새로운 발판을 마련할 계획입니다.

**kt cs 사회공헌 활동** kt cs는 지난 2005년부터 '하트너 봉사단'을 조직하여 대전, 서울 본사를 비롯한 전국 7개 지역사업단에서 다양한 봉사활동을 추진하고 있습니다. 2012년부터는 kt그룹 CSR 방향에 맞추어 문화나눔, 생활나눔, 사랑나눔, 재능나눔의 '4색 나눔' 봉사 프로그램을 추진하고 있습니다. kt cs와 결연을 맺은 24개 지역아동센터를 위해 다양한 문화체험활동, 도서 및 교구 지원, 후원금 기부 등을 추진하고 있습니다

## BC카드

## 매출액

|      |           |
|------|-----------|
| 2010 | 30,772억 원 |
| 2011 | 31,373억 원 |
| 2012 | 31,099억 원 |

**회사소개** 비씨카드는 1982년 설립되어 2011년 kt와 융합으로 kt의 ICT역량을 기반으로 카드결제 프로세싱을 효율화하고 낭비적 요소를 줄여 금융산업 발전에 기여하고, 글로벌 모바일 지불 결제 시장을 선도하고 있습니다. 대형점포와 비교하여 노후된 시설과 현금결제의 부담을 갖고 있는 전통시장 내 가맹점들의 단말기 및 거래 프로세스를 개선하여 여기서 절감된 비용을 상인들의 수수료 감소 혜택으로 돌아가도록 하여 공유가치를 창출하고 있습니다.

**환경·사회 성과** 비씨카드는 꼭 필요한 회원과 가맹점에게만 선택적으로 영수증을 출력함으로써 절감되는 비용을 사회에 환원하고자 영수증 미출력 제도(Paperless)를 시행하고 있습니다. 또한 출시 1년 반 만에 450만 장이 발급된 '그린카드'는 정부, 지자체, 유통사, 발급 금융기관 등 여러 참여 주체의 전략적 협력으로 시행 1년 간 온실가스 46만 톤 감축 및 300억 원의 경제적 효과를 창출하였습니다. 이는 유엔 지속가능발전 정상회의(Rio+20)에서 녹색성장 실천아이템 성공사례로 소개되기도 하였습니다. 또한 교육시스템 개선과 공교육 지원을 위한 스쿨카드를 발급하고 있으며, 사회공헌사업으로 스쿨카드를 활용한 장학사업인 '사랑,해 스쿨천사'를 시행하고 있습니다.

## kt 텔레캅

## 매출액

|      |          |
|------|----------|
| 2010 | 2,167억 원 |
| 2011 | 2,612억 원 |
| 2012 | 2,962억 원 |

**회사소개 및 경제성과** kt 텔레캅은 1998년 사업개시 후 첨단 IT인프라와 기술력을 바탕으로 26만 고객의 안전을 살피는 대한민국 시큐리티 대표 기업으로 성장하였습니다. 업계 최초로 스마트폰 영상보안서비스와 클라우드 영상보안서비스를 출시하였으며, 지능형 영상상품과 이동체보안서비스 등 차세대 신기술을 결합한 새로운 보안 솔루션으로 끊임없이 거듭나고 있습니다.

**사회공헌 활동** 임직원들의 자발적 참여로 전국 8개 영업단 33개 지사에 사랑의 봉사단을 운영하고 있습니다. 2010년부터 전국 8개 지역아동센터와 자매결연을 맺어 저소득층 가정의 아동에게 문화체험, 스포츠활동 등을 지원하고 있습니다. 2012년에는 보건복지부의 '사랑있는 전화' 프로젝트에 참여하여 150여 명의 나눔천사들이 주 1~2회 독거노인들에게 정서적 지원 활동을 하고 있습니다. 아울러 독거노인 응급안전 돌보미서비스 사업을 추진하여, 위급상황 시 응급버튼을 누르면 출동요원이 출동하는 보안서비스를 제공하고 있습니다. 이외에도 안성시 인처동 마을과 1사1촌 자매결연을 맺어 농번기 농촌 일손돕기와 농산물 직거래 장터를 개설 등의 농촌지원활동을 펼치고 있습니다.

## Appendix

kt 그룹사 | 지속가능성 주요 지표 | 제3자 검증보고서 | GRI Index | ISO26000 보고현황 및 협회가입현황 | 수상 실적

 홈페이지  
 요약본

## kt 그룹사

## kth

## 매출액

2010 1,501억 원  
 2011 1,307억 원  
 2012 3,269억 원

**회사소개** 스마트 모바일, 콘텐츠 유통플랫폼, 그룹 시너지 사업, 게임사업을 수행하고 있는 kth는 사업 기반 확보를 위한 플랫폼 사업을 비롯하여, 유무선 인터넷과 디지털 콘텐츠 사업을 수행하는 종합 서비스 사업자입니다. 특히 스마트 모바일 선도기업이 되기 위해 지역과 사진 기반의 소셜네트워크 등 모바일 사업을 강화하고, kt 그룹의 네트워크 사업자에게 필요한 각종 콘텐츠 및 관련 솔루션에 대한 일원화된 수급, 유통 창구의 역할을 수행하고 있습니다.

**환경·사회 성과** kth는 IT기술 생태계를 위한 오픈소스 공개도 활발히 진행하고 있습니다. 2013년 2월 모바일 하이브리드앱 개발 프레임워크인 앱스프레스소(appspresso)의 SDK를 오픈소스로 공개하여 누구나 원하는대로 소스코드를 가져다가 개발, 재배포할 수 있도록 했습니다. kth가 운영하는 모바일 서비스(아임인, 푸딩 등)에서는 게시되는 내용을 지속적으로 모니터링하고, 유저 스스로 차단할 수 있는 자정기능을 통해 유해게시글을 차단하고 있습니다. 또한 kth는 성인용 콘텐츠를 포함하는 웹 사이트는 개인 ID 번호를 통한 연령 인증을 의무화하고 있습니다. 2012년에는 지역아동센터에 직원들이 받은 명절 선물을 기부하고, 사내 옥션을 통해 모금된 기금을 지역사회에 기부함으로써 구성원들이 참여하는 사회공헌 활동도 진행하고 있습니다.

## kt 뮤직

## 매출액

2010 401억 원  
 2011 312억 원  
 2012 302억 원

**회사소개** kt 뮤직은 2007년 kt계열사로 편입되어 첨단 IT기술을 기반으로 음악 사업 영역을 확장하고 컨버전스 사업 역량을 키워 왔습니다. 2012년에는 음원유통회사인 KMP홀딩스 지분을 100% 인수했습니다. kt 뮤직은 감성 기반의 유무선 음악포털 올레뮤직(www.ollehmusic.com)에서 음악 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 한편 kt 컨버전스음악서비스로 지니, kt 스마트홈패드 전용 어플리케이션 '라이프자키', 올레닷컴 음악서비스 등으로 kt고객을 만나고 있습니다. 또한 kt 뮤직은 대한항공, 아디다스, GS25 등의 8천여 개 매장에 실시간 배경음악서비스를 제공하고 있습니다.

**환경·사회 성과** 2012년 kt 뮤직은 인디음악의 발전을 위해 인디어워드 콘서트를 격월로 열었습니다. kt 뮤직이 2012년 마련한 인디어워드는 아직까지 산업기반이 약한 인디가수들이 독립적이고 지속적인 성장 동력을 갖게 하는 밑거름이 되었으며 인디음악의 홍보 및 인디를 즐기는 계층확대에 기여하였습니다. 한편 kt 뮤직은 스컬&하하, 부활, 제이컨, 녹색지대 조원민 등의 스타 쇼케이스를 kt올레스퀘어에서 열면서 지역아동센터 어린이, 봉사자들을 초청하여 kt문화체험의 기회를 마련했습니다.

## kt m&amp;s

## 매출액

2010 6,160억 원  
 2011 9,174억 원  
 2012 10,093억 원

**회사소개** kt m&s는 다양한 유통망에서 정보통신 관련 유무선 통신 서비스를 판매/제공하는 통신 종합 전문 유통 회사로 2007년에 설립되어 kt그룹 직영 유통망으로서의 본연의 역할을 수행하고 고객 유지의 역할을 담당하고 있습니다.

**CSR 사업추진 현황** 2009년 이후 회사차원에서 양지햇살아동센터를 지속 후원하고 있으며, 2010년 이후 매년 직원들이 게시판을 통하여 자발적으로 연탄 나누기, 독거노인 도시락 배달, 관악산 지킴이(환경정화활동) 등의 다양한 봉사활동을 계획하고 참여하고 있습니다. 작년 연말에는 사내봉사단체인 'M&S(Meet&Share) 나누리'에서 어린이재단과 연계하여 장애 아동 생활시설인 '한사랑마을' 산타 행사를 후원하였습니다. 이로 인해서 그룹의 전략적 CSR 방향(아동단체후원)과의 정렬화를 이루고 사회공헌에 대한 사내 인식을 제고하였습니다. 지금까지 사회 봉사 활동의 모든 후원금은 임직원들의 자발적 참여 하에 급여우수리 제도를 활용하여 그 재원을 충당하고 있습니다.



## Appendix

kt 그룹사 | 지속가능성 주요 지표 | 제3자 검증보고서 | GRI Index | ISO26000 보고현황 및 협회가입현황 | 수상 실적

 홈페이지  
 요약본

## kt 그룹사

## kt ds

## 매출액

|      |          |
|------|----------|
| 2010 | 3,555억 원 |
| 2011 | 4,980억 원 |
| 2012 | 5,708억 원 |

**회사소개** kt ds는 kt그룹사에 대한 IT서비스를 제공하면서 쌓아온 IT시스템 구축 및 운영 경험과 시스템 구축기술을 보유한 ICT 전문 기업입니다. kt ds는 2012년부터 커뮤니케이션 활성화와 기업문화 개선 등을 목표로 “워크아웃 타운미팅(Workout Town Meeting)” 워크숍을 정기적으로 개최하고 있습니다. 그 동안 ‘임직원의 근무환경 개선’, ‘회의문화 개선’, ‘고객 서비스 장애율 감소’ 등의 주제로 개최된 워크숍은 전사적인 소통 활성화 뿐만 아니라 고객의 불만까지 해소하는 프로세스로 자리를 잡았습니다. 실제 kt ds는 2012년 5월 ‘장애감소’를 주제로 한 ‘워크아웃 타운미팅’을 개최한 이후, 2011년 대비 IT시스템 장애를 58%나 감소시키는 성과를 달성하였습니다.

**환경·사회 성과** kt ds는 2012년 제2기 IT나눔봉사단을 결성하고 지역아동센터를 찾아가 IT지식을 기부하는 자원봉사를 실시하고 있습니다. 또 결연을 맺은 지역아동센터의 IT환경 개선을 위해 임직원들이 자발적으로 조성한 ‘사랑나눔기금’으로 구입한 최신사양의 컴퓨터와 스마트 홈패드 등을 제공하고 있습니다. 매년 봄가을 농번기에 1사1촌 자매마을(강화군 불은면 덕성리)을 찾아 농촌 일손돕기 활동을 펼치고 있는 kt ds는 자매마을에서 수확한 농산물을 다시 지역아동센터 등에 기부하고 있습니다.

## kt 스카이라이프

## 매출액

|      |          |
|------|----------|
| 2010 | 4,209억 원 |
| 2011 | 4,598억 원 |
| 2012 | 5,513억 원 |

**회사소개** kt 스카이라이프는 국내 유일의 디지털위성방송사업자로, 압축/다중화 기술을 상용화하여 국내에 다채널고화질 방송시대를 열었고, 세계 최초 24시간 3D전문채널을 론칭했을 뿐 아니라, 실시간 위성방송과 13만여 편의 VOD를 결합한 올레 TV스카이라이프를 출시하여 시장의 뜨거운 반응을 얻고 있습니다. 2012년에는 음영지역 해소를 위한 신기술인 접시없는 위성방송 DCS를 출시했고, 국내 최초의 T커머스 전용채널인 ‘스카이IT쇼핑’을 출범했으며, R&D캠퍼스 설립 및 UHD TV 전송 실험 실시 등 미래성장동력이 될 신기술 개발에 박차를 가하고 있습니다.

**환경·사회 성과** kt 스카이라이프는 지난해 5월 KBS에서 출연한 디지털시청100%재단과 “디지털방송 수신환경 개선을 위한 공동사업 협약”을 체결하여, 전국 공동주택에서 디지털방송 시청이 가능하도록 공시청 설비 구축에 나섰습니다. 이를 통해 지난 한 해 동안 전국 총 130만세대가 디지털 전환의 혜택을 보게 되었습니다. 또한 2009년부터 KBS, 지방자치단체 및 방통위 등과 공동으로 저소득층과 난시청 지역 거주 주민을 대상으로 절대 난시청해소 사업을 진행해 총 45,963세대의 난시청환경을 개선했습니다. 또한, 사내 봉사동호회인 무지개봉사단을 중심으로 지역 아동센터에 연탄 배달, 겨울나기 도배·장판 지원, 가족여행, 공연 관람 지원, 3DTV 지원 등 순수 기부행사를 지속하는 한편, 어린이들의 사이버 윤리의식 고취를 위한 도서를 발간하기도 했습니다.

## kt is

## 매출액

|      |          |
|------|----------|
| 2010 | 3,491억 원 |
| 2011 | 3,734억 원 |
| 2012 | 3,884억 원 |

**회사소개** 2009년 출범한 케이티스는 고객만족 서비스를 최대 가치로 지향하는 마케팅 전문기업입니다. 케이티스는 kt 고객센터와 114 전화번호 안내서비스를 기반으로 고객컨택 사업과 유통사업 확장을 통해 차별화된 고객서비스 분야의 리더로 성장하고 있습니다. 특히 2012년에는 7,200명에 달하는 여성인력 채용을 통한 여성 일자리를 창출하였습니다. 2013년에는 신사업 분야인 환급창구 운영 사업을 시작으로 지속적인 도약을 준비하고 있습니다.

**환경·사회 성과** 케이티스는 지역사회 공헌을 통한 나눔의 행복이 곧 회사의 성장이라는 일념으로 2010년 케이티스 행복나눔미 봉사단을 출범하였습니다. 2012년 한 해 동안 220건의 봉사활동을 진행하였으며 지역아동센터 결연을 통해 학습지도, 기부금 전달, 18개의 결연단체 아동들과의 교류 등의 봉사활동을 추진하고 있습니다. 그 외에도 1사1촌 등 다양한 활동을 인정받아 산업통상자원부가 주최한 제36회 국가생산성대회에서 녹색생산성 부문 지식경제부장관 표창을 수상하였습니다. 2013년도에는 서울시와 ‘모바일 에코 캠페인’을 추진하여 사용하지 않는 휴대폰 수거를 통해 저소득층, 장애인 등에게 휴대폰을 지원하고 환경보호에도 앞장서고자 합니다.

## Appendix

kt 그룹사 | 지속가능성 주요 지표 | 제3자 검증보고서 | GRI Index | ISO26000 보고현황 및 협회가입현황 | 수상 실적

 홈페이지  
 요약본

## kt 그룹사

## kt 서브마린

## 매출액

2011 1,114억 원

2012 689억 원

**회사소개** (주)케이티서브마린은 KT(구. 한국통신)와 한진해운이 공동출자하여 한국해저통신(주)으로 1995년 설립되어, 국내에서 유일하게 해저통신 및 전력 케이블 건설과 유지보수분야에 진출한 회사입니다. 기존의 통신/전력케이블 공사뿐 아니라 해저파이프라인, 각종 특수 해저케이블시공 및 향후 해상 풍력 등 다양한 분야에 진출하여 Total Marine Soultion Provider가 되고자 합니다.

**환경·사회 성과** kt 서브마린은 2004년부터 사내 사랑의 봉사단을 중심으로 지역 독거노인 및 소년소녀가장, 지역아동센터와 결연을 맺고 사회공헌 활동을 지속해오고 있습니다. 임직원이 참여하는 봉사활동기금을 전달하는 외에도 지난 9월에 송정지역아동센터와 결연을 맺어 후원금을 전달하고 연말에는 아동의류를 기부하기도 했습니다. 이 외에 독거노인 및 소년소녀가장에게 난방연료 및 생활용품을 전달하고 있습니다.

## kt 커머스

## 매출액

2010 1,625억 원

2011 3,342억 원

2012 3,181억 원

**회사소개** kt 커머스구매 역량을 통해 고객에게 감동을, 기업에게 비즈니스 경쟁력을 제공하는 B2B 전문기업입니다. 20여 만개 품목의 지속적인 전략소싱 운영 노하우를 바탕으로 최적의 맞춤형 통합구매대행 서비스를 제공하고 있습니다.

**kt 커머스 동반성장** kt 커머스는 2012년 27개의 우수 협력사를 대상으로 장기적인 성장 기반을 마련하고자 품질 안정화를 위한 기술 컨설팅과 물품검사를 제공했고, 2012년 부진 협력사로 평가된 13개사 대상으로는 경영 및 품질관리의 전반적인 진단과 개선 컨설팅을 지원했습니다. kt 커머스는 현재 전체 거래의 95% 이상을 현금으로 결제하고 있으며, 원자재 가격 연동제로 협력사를 보호하고 있습니다. 이와 함께 kt 캐피탈 네트워크론을 활용하여 대출지원 서비스를 활용하여 2012년 21개사에 금융 서비스를 지원했습니다.

## kt Linkus

## 매출액

2010 761억 원

2011 781억 원

2012 816억 원

**회사소개** kt linkus는 국민들에게 보편적 의무인 공중전화를 언제 어디서나 편리하게 사용할 수 있도록 서비스를 제공하는 회사로서 1988년도에 설립되어 다양한 노하우와 기술력으로 영상전화기, 교통카드 전화기 등을 제공해왔습니다. 통신, 의료, 금융 서비스를 컨버전스한 Multi\_공중전화부스를 설치하여 국민의 편의성을 증진시키고 있으며 광고부스, 라바짜 캡슐 커피머신, 물류사업 등으로 사업영역을 확대하고 있습니다.

**환경·사회 성과** kt linkus는 유희자원 사용의 일환으로 2012년 국토해양부, 행정안전부와 공동으로 인천에서 부산을 연결하는 아라뱃길~한강~새재길~낙동강 간 633km를 종주하는 라이더(rider)를 인정하는 '4대강 국토종주 자전거길 인증제'에 참여하여 권역별 포인트에 폐공중전화부스를 제공하였습니다. 또한 유동인구가 많은 왕십리 광장에 재활용이 가능한 공중전화부스를 기증하여 무인문고 "책뜨락"을 운용할 수 있게 하기도 하였습니다.

## kt sat

## 매출액

2011 1,272억 원

2012 1,264억 원

**회사소개** kt sat은 kt의 위성사업부문을 분할하여 2012년 12월 1일 신설된 회사로서 1995년 무궁화위성 1호를 시작으로, 2호, 3호, 5호, 2010년 무궁화위성 6호에 이르기까지의 총 5개 위성을 성공적으로 발사하였습니다. 국내유일의 자체위성 보유 회사로서 국내 위성사업 시장을 주도적으로 이끌어 왔습니다.

**kt sat 사회공헌 활동** kt sat은 임기적으로 성남지역 소외계층 자녀 돌보기와 새날 아동센터(광진구 위치) 아이들과의 놀이공원 동행, 새날센터 어르신들 무료 식사 대접 등의 행사를 진행하였습니다. 또한 금산지역의 저소득/다문화 가정 자녀들과 함께 체험학습을 진행하고, 용인지역 아동센터를 방문하여 시설 청소, 환경 정리 등의 봉사 활동을 수행하였습니다. 임직원들이 '사랑나눔기금' 모금 행사에 동참하고 있습니다.

## Appendix

kt 그룹사 | 지속가능성 주요 지표 | 제3자 검증보고서 | GRI Index | ISO26000 보고현황 및 협회가입현황 | 수상 실적



홈페이지

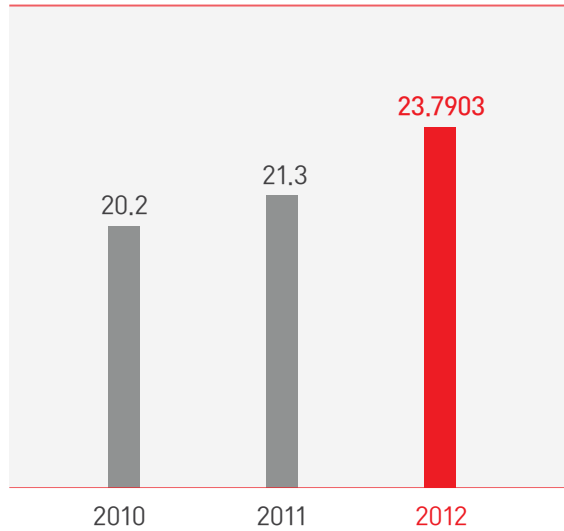


요약본

# 지속가능성 주요 지표

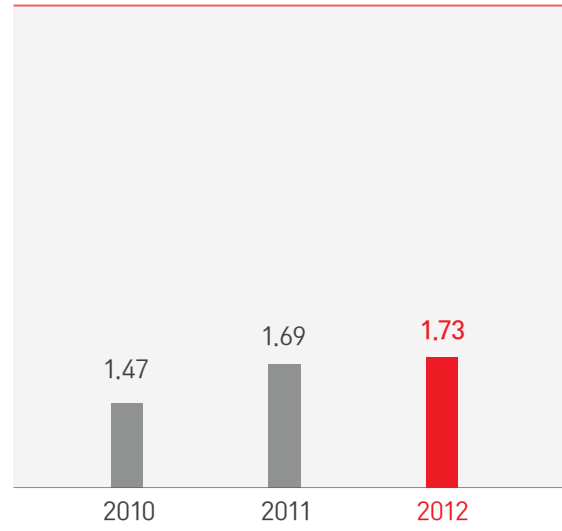
## 전체매출

(단위 : 조 원)



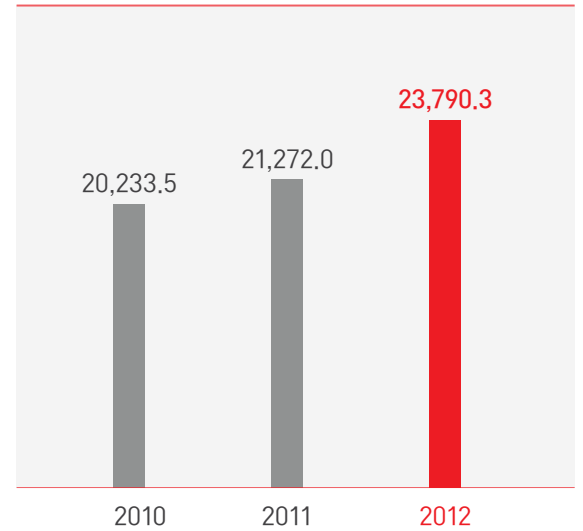
## 무선데이터 매출

(단위 : 조 원)



## 영업수익

(단위 : 십억 원)



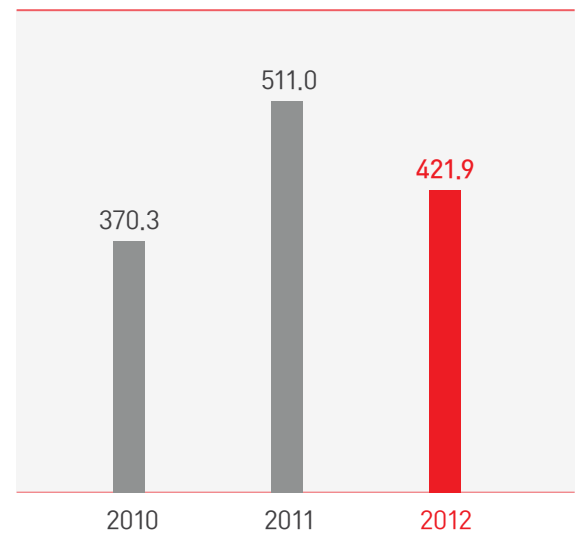
## kt의 사회공헌활동 지출 내역

(단위 : 억 원)

| 구분           |              | 2010  | 2011  | 2012  |
|--------------|--------------|-------|-------|-------|
| 자선기부 및 기증    | 장학사업         | 8.0   | 11.1  | 11.7  |
|              | 기부 및 후원      | 91.0  | 200.3 | 123   |
|              | 소계           | 99.0  | 211.4 | 134.7 |
| 지역사회투자       | 지역사회 IT나눔    | 130.4 | 126.6 | 121.7 |
|              | 사랑나눔기금       | 17.4  | 17.2  | 17.2  |
|              | 아동 및 소외계층 지원 | 6.5   | 21.4  | 24.3  |
|              | 문화예술 및 스포츠   | 52.0  | 51.7  | 52    |
|              | 소계           | 206.3 | 216.9 | 215.2 |
| 사랑공헌 후원 및 협찬 |              | 65.0  | 82.7  | 74.0  |
| 총합           |              | 370.3 | 511.0 | 421.9 |

## kt의 사회공헌활동 지출 총합

(단위 : 억 원)

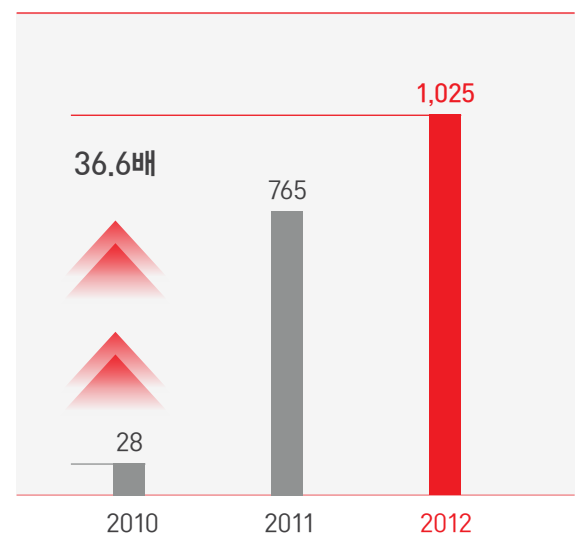


## 주주환원

| 구분           | 2010      | 2011      | 2012    |
|--------------|-----------|-----------|---------|
| 주당액면가액 (원)   | 5,000     | 5,000     | 5,000   |
| 당기순이익 (백만 원) | 1,248,846 | 1,289,055 | 719,351 |
| 배당금총액 (백만 원) | 586,150   | 486,602   | 487,445 |

## 스마트폰 가입자

(단위 : 천 명)



## Appendix

kt 그룹사 | 지속가능성 주요 지표 | 제3자 검증보고서 | GRI Index | ISO26000 보고현황 및 협회가입현황 | 수상 실적



홈페이지



요약본

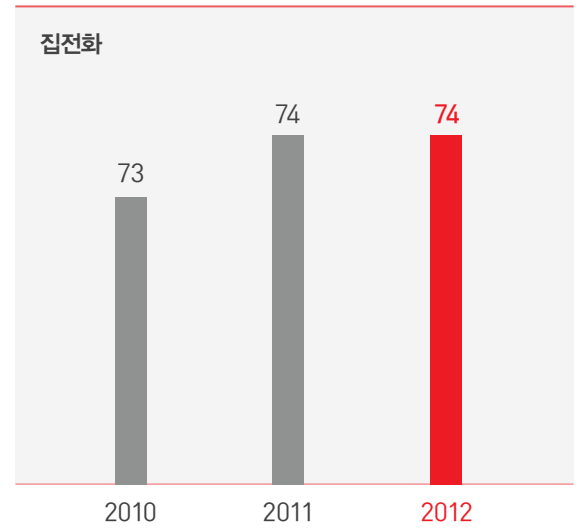
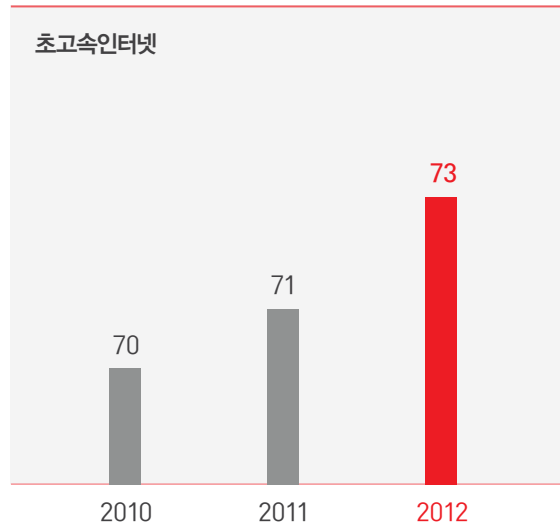
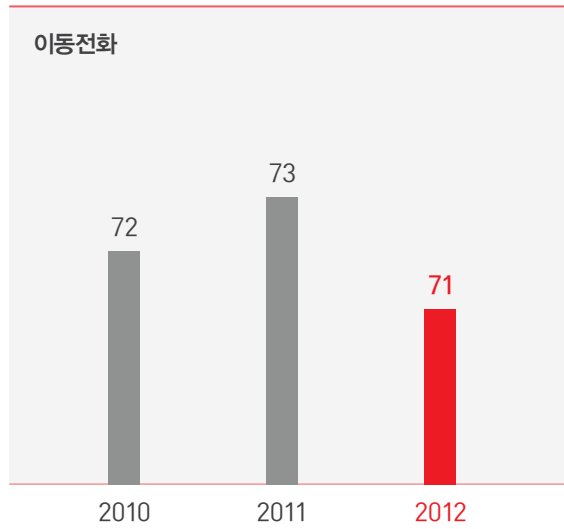
# 지속가능성 주요 지표

## NCSI 고객만족도

(단위 : %)

(단위 : %)

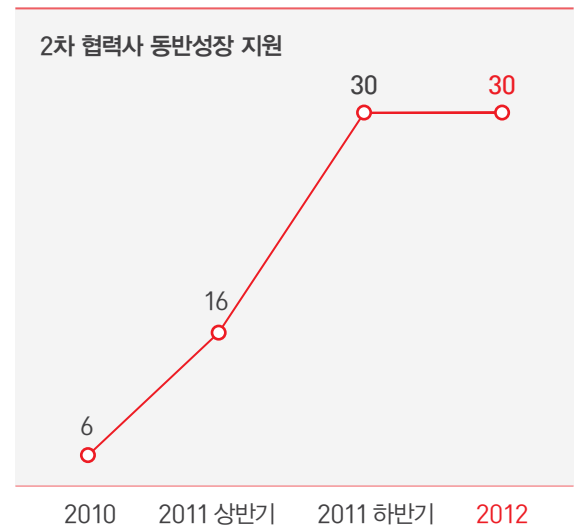
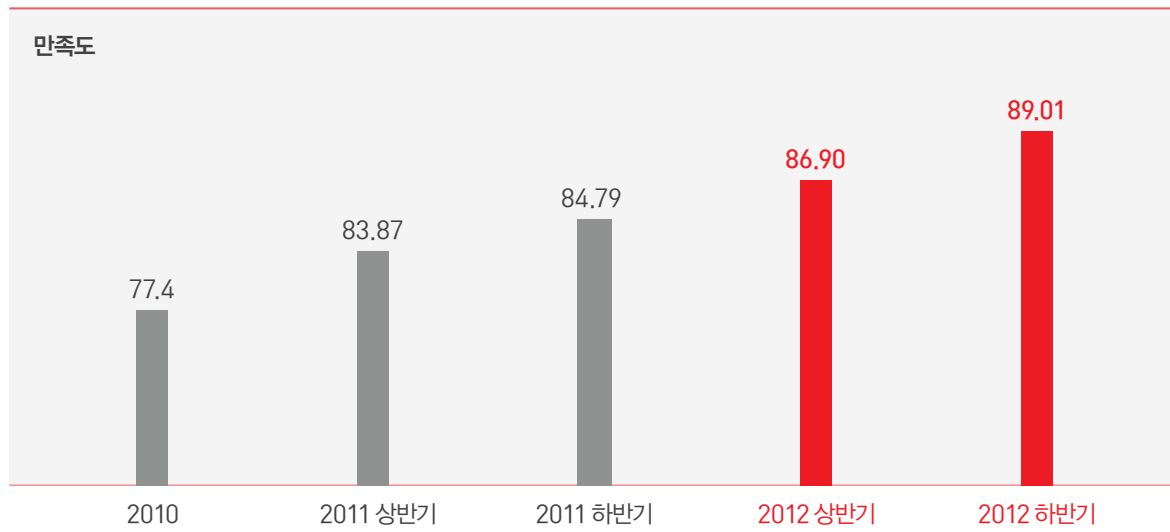
(단위 : %)



## 협력사

(단위 : 점)

(단위 : 개)



## 임직원 만족도

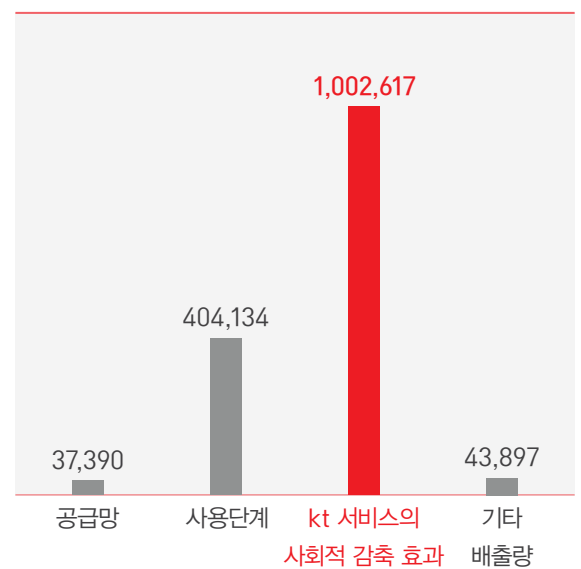
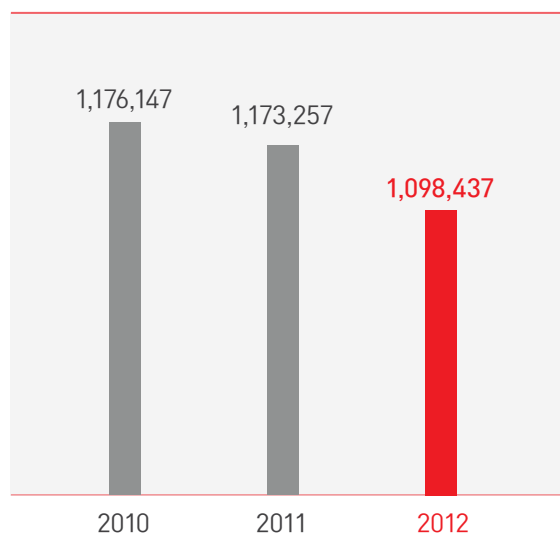
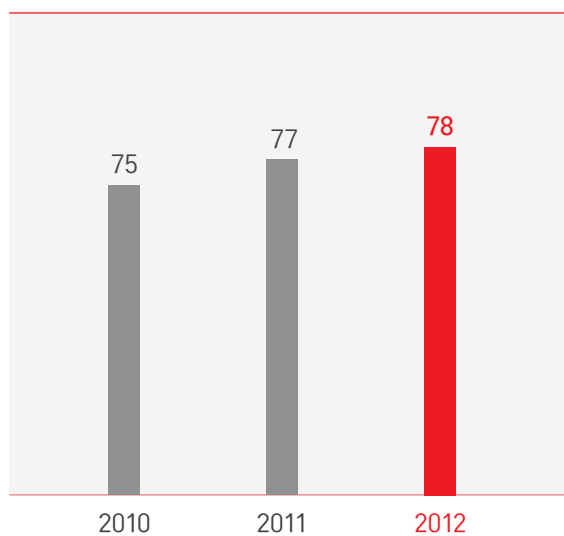
(단위 : %)

## 온실가스 배출량

(단위 : tCO<sub>2</sub>e, 톤CO<sub>2</sub>)

## Scope3 배출량

(단위 : tCO<sub>2</sub>e, 톤CO<sub>2</sub>)





## Appendix

kt 그룹사 | 지속가능성 주요 지표 | 제3자 검증보고서 | GRI Index | ISO26000 보고현황 및 협회가입현황 | 수상 실적



홈페이지 요약본

## 제3자 검증보고서

### kt 이해관계자 귀중

한국생산성본부(이하 '검증인')는 kt로부터 '2013 kt 지속가능경영보고서(이하 '보고서')'에 대한 제3자 검증을 요청 받아 다음과 같이 검증의견을 제출합니다.

### 책임과 독립성

본 보고서에 기술된 정보와 의견에 대한 책임은 전적으로 kt에 있습니다. 본 검증인은 보고서에 대한 검증의견에 대해 책임지며, 독립된 검증기관으로서 본 보고서의 작성에 일절 참여하지 않았으며 독립성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않습니다.

### 검증 기준

본 검증은 AA1000AS(2008) 검증표준을 기준으로 Type1 검증유형과 Moderate 검증수준에 맞추어 수행하였습니다. AA1000APS(2008) 검증원칙에 따라 포괄성, 중요성, 대응성의 원칙에 대한 적합성 여부를 확인하였으며, 보고 내용이 GRI G3.1 Guideline 기준을 준수하였는지 확인하였습니다.

### 제한 사항

본 검증은 상기의 검증기준에 따라 2012년도 성과에 대하여 검증을 실시하였으며, 재무 성과, 홈페이지 연동 정보 등 일부 데이터의 신뢰성에 대한 확인은 검증에 포함하지 않습니다. 또한 현장검증은 서울 본사에 대해 제한적으로 실시하였으며, 향후 추가적인 검증절차가 수행될 경우 그 결과가 달라질 수 있음을 밝힙니다.

### 검증 방법

본 검증은 다음과 같은 방법을 통해 보고서에 대한 검증을 진행하였습니다.

1. GRI G3.1 Guideline의 각 지표(Indicator)에 대한 보고율과 기술 방식을 점검함으로써 GRI Application level A+ 요구사항에 대한 충족 여부를 확인하였습니다.
2. GRI G3.1 Guideline을 기준으로 보고 내용 및 품질에 대한 원칙의 준수 여부를 확인하였습니다.
3. 미디어리서치 및 벤치마킹분석을 통해 본 보고서에서 다루어진 주

요 이슈의 선정 및 기술 내용의 적절성을 점검하였습니다.

4. 보고서 내에 기술된 내용의 적합성과 표현상의 오류를 다른 출처와의 비교 분석 등을 통해 점검하였습니다.
5. 분당사옥, 광화문사옥, 서초사옥 등 주요 사업장에 대한 현장검증을 통해 주요 데이터 및 정보에 대한 근거를 확인하고 내부 프로세스 및 시스템을 확인하였습니다.
6. 지속가능경영을 담당하는 주요 경영진을 대상으로 인터뷰를 실시하여, 전사차원의 추진 의지와 방향을 확인하였습니다.

### 검증 결과

검증인은 본 보고서가 kt의 지속가능경영 활동 및 성과를 성실하고 공정하게 반영하고 있음을 확인하였습니다. 또한 본 검증을 통해 kt에서 자체적으로 선언한 GRI Application level A+ 수준에 대한 요건을 충족하는 것으로 확인하였습니다. 그리고, AA1000(2008)의 포괄성, 중대성, 대응성 원칙에 따른 검증 결과는 다음과 같습니다.

#### 01. 포괄성(Inclusivity) : 이해관계자의 참여

포괄성 원칙이란, 조직이 지속가능성에 대해 책임 있고 전략적인 대응 방식을 개발하고 달성하는 과정에서 이해관계자를 참여시켜야 한다는 원칙입니다. 본 검증을 통해 kt는 포괄성 원칙을 준수하고 개선시키기 위해 다양한 노력을 2012년에 진행했음을 확인할 수 있었습니다. kt는 이해관계자를 상호간의 영향력, 근접성 등에 따라 고객, 임직원, 협력회사, 지역사회, 주주·투자자 등 5개 그룹의 주요 이해관계자를 중심으로 각 그룹의 기대사항 및 다양한 커뮤니케이션 채널을 명확히 구분하고 있습니다. 향후에는 이해관계자 참여체계에 대한 프로세스를 정교하게 운영하며, 참여결과에 대한 대응활동과 피드백이 함께 명확하게 공개될 수 있는 관리방법의 개선을 권고 드립니다.

#### 02. 중요성(Materiality) : 주요 이슈의 선정 및 보고

중대성 원칙이란 조직과 조직을 둘러싼 주요 이해관계자에게 관련성이 있고 중요한 이슈를 결정해야 한다는 원칙입니다. 본 검증인은 kt가 합리적인 중대성 분석 프로세스를 통해 조직과 조직의 주요 이해관계자들에게 유의하며 중대한 이슈를 선정했음을 확인하였습니다. 특히, kt는 글로벌 이니셔티브, 미디어 분석, 동종업계 벤치마킹, kt 비즈니스 검토 등

## Appendix

kt 그룹사 | 지속가능성 주요 지표 | 제3자 검증보고서 | GRI Index | ISO26000 보고현황 및 협회가입현황 | 수상 실적



## 제3자 검증보고서

다면 분석을 통하여 kt의 지속가능성 측면에서 중요한 이슈를 균형적으로 도출하려는 노력을 강화하고 있습니다. 2013년 보고서에는 총 11개의 주요이슈를 선정하여 해당이슈에 대한 활동과 성과를 보다 자세히 공개하려 하였으며, 전년대비 지배구조 이슈가 주요이슈로 선정되었습니다. 향후에는 과거 주요이슈의 검토를 통하여 이슈의 변화를 지속적으로 확인, 대응하여 외부의 환경변화, 이해관계자들의 기대변화에 따른 지속가능경영 활동의 개선이 이루어질 수 있길 권고 드립니다.

### 03. 대응성(Responsiveness) : 이슈에 대한 조직의 대응

대응성 원칙이란, 조직은 이해관계자의 성과에 영향을 미칠 수 있는 이슈에 대응해야 한다는 원칙입니다. 본 검증인은 kt가 이해관계자의 성과에 영향을 미치는 주요 기대사항을 파악하고, 그에 대응하기 위한 활동을 실시했으며, 그 내용들이 보고서에 적절하게 기술되었음을 확인했습니다. kt는 지속가능경영 주요이슈에 대한 대응활동을 주주, 지역 사회, 고객, 협력회사, 임직원 등 이해관계자 그룹 측면으로 구분하여 공개하였으며, 또한 환경 측면을 추가하여 kt의 환경적 책임에 대한 활동과 성과를 담았습니다. 특히, 각 영역의 활동 별 다양한 성과지표를 공개함으로써 다년간 지속가능경영 활동에 대한 변화를 관리하고 개선하려는 노력은 높이 평가될 수 있습니다. 다만 다양한 활동이 담겨짐에 따라 주요이슈에 대한 직접대응 현황을 명확하게 확인하기 어려우며, 지속가능경영 5대 전략방향 별 진행경과에 대한 설명이 부족하여 영속적이며, 체계적인 활동의 확인이 어렵습니다. 향후에는 지속가능경영위원회를 중심으로 매년 정례화된 프로세스를 통하여 지속가능경영 계

획수립, 활동과 성과관리, 정보공개가 일원화될 수 있는 체계의 전략적 모색이 필요합니다.

### 권고 사항

본 검증인은 kt의 지속가능성 제고를 위한 다양한 노력과 성과를 높이 평가하며, 향후 보고서 발간 및 지속가능경영 수준 향상을 위해 다음의 내용을 제언하는 바입니다.

1. 글로벌 지속가능경영 활동에 대한 리더십 강화에 대하여 장기적인 고려를 권장합니다. 이는 전반적인 수준의 확대와 함께 특정영역에 대한 가치창출의 고도화를 의미합니다. 각 이해관계자 별 특화된 대표 활동을 추진하여 차별화된 가치를 제공한다면 활동의 성과는 더욱 시너지가 날 것으로 판단됩니다.
2. 협력회사에 대한 동반성장활동과 함께 공급망 CSR측면의 견고한 활동추진을 권고 드립니다. kt는 협력회사에게 동반성장을 위한 지원도 있지만, 협력회사의 올바른 경영을 위한 감시적 책임도 있다고 판단됩니다. 지속적인 협력회사 지원, 모니터링, 교육 등을 통하여 IT생태계의 지속가능성이 향상될 수 있도록 활동의 방향을 가져간다면 더 많은 성과가 창출될 것으로 사료됩니다.

2013년 6월  
한국생산성본부  
회장 진 홍

진 홍

Appendix

kt 그룹사 | 지속가능성 주요 지표 | 제3자 검증보고서 | GRI Index | ISO26000 보고현황 및 협회가입현황 | 수상 실적

 홈페이지

 요약본

# GRI Index

| 지표번호            | 충족 | 보고 페이지                | 관련 BEST     |
|-----------------|----|-----------------------|-------------|
| 1. 전략 및 분석      |    |                       |             |
| 1.1             | ●  | 3~4                   | A_1         |
| 1.2             | ●  | 3~4                   | A_2         |
| 2. 조직 프로필       |    |                       |             |
| 2.1             | ●  | 25                    | A_3         |
| 2.2             | ●  | 38~41, 62~65, 115~119 | A_4         |
| 2.3             | ●  | 25                    | A_5         |
| 2.4             | ●  | 25                    | A_6         |
| 2.5             | ●  | 25                    | A_7         |
| 2.6             | ●  | 25                    | A_8         |
| 2.7             | ●  | 25, 115~119           | A_9         |
| 2.8             | ●  | 25                    | A_10        |
| 2.9             | ●  | 25, 33~34             | B_8         |
| 2.10            | ●  | 126                   | EC8, C08    |
| 3. 보고 매개 변수     |    |                       |             |
| 3.1             | ●  | 1                     | B_3         |
| 3.2             | ●  | 1                     | B_8         |
| 3.3             | ●  | 1                     | B_6         |
| 3.4             | ●  | 127                   | B_9         |
| 3.5             | ●  | 1                     | B_4         |
| 3.6             | ●  | 1                     | B_1         |
| 3.7             | ●  | 1                     | B_2         |
| 3.8             | ●  | 1                     | A_6         |
| 3.9             | ●  | 1                     | -           |
| 3.10            | ◇  | 해당없음                  | -           |
| 3.11            | ◇  | 해당없음                  | B_5         |
| 3.12            | ●  | 120~121               | B_10        |
| 3.13            | ●  | 122~123               | B_7         |
| 4. 지배구조, 책임, 참여 |    |                       |             |
| 4.1             | ●  | 28                    | GR1         |
| 4.2             | ●  | 28                    | GR(1, 3)    |
| 4.3             | ●  | 28                    | GR2         |
| 4.4             | ●  | 28                    | GR12        |
| 4.5             | ●  | 28                    | GR(7, 8, 9) |
| 4.6             | ●  | 28                    | GR(13, 14)  |
| 4.7             | ●  | 28                    | GR4         |
| 4.8             | ●  | 26                    | GR10        |
| 4.9             | ●  | 28                    | GR5         |
| 4.10            | ●  | 28                    | GR6         |
| 4.11            | ●  | 31                    | GR11        |
| 4.12            | ●  | 29, 126               | GR10        |
| 4.13            | ●  | 126                   | A_11        |
| 4.14            | ●  | 9                     | C(1, 2)     |
| 4.15            | ●  | 9                     | C_1         |
| 4.16            | ●  | 9                     | C_2         |

| 지표번호                  | 충족 | 보고 페이지       | 관련 BEST    |
|-----------------------|----|--------------|------------|
| 4.17                  | ●  | 9~10         | C_3        |
| 5. 경영방식 및 성과지표        |    |              |            |
| 경제                    |    |              |            |
| DMA                   |    |              |            |
| D(1~3), EC_DMA        |    |              |            |
| EC1                   | ●  | 11~12, 46~48 | EC1        |
| EC2                   | ●  | 101~104      | EC2        |
| EC3                   | ●  | 46           | EC3        |
| EC4                   | ◐  | 111~113      | EC5        |
| EC5                   | ○  | -            | EM4        |
| EC6                   | ◇  | 해당없음         | EC4        |
| EC7                   | ◇  | 해당없음         | EC4        |
| EC8                   | ●  | 51           | EC6        |
| EC9                   | ●  | 50~59        | EC7        |
| 환경                    |    |              |            |
| DMA                   |    |              |            |
| D(1~3), EV(DMA, 2, 3) |    |              |            |
| EN1                   | ◇  | 해당없음         | EV10       |
| EN2                   | ◇  | 해당없음         | EV11       |
| EN3                   | ●  | 101~103      | EV7        |
| EN4                   | ●  | 101~103      | EV8        |
| EN5                   | ●  | 105~106      | EV5, EC9   |
| EN6                   | ●  | 103          | EV5        |
| EN7                   | ●  | 105~106      | EV(5, 25)  |
| EN8                   | ●  | 해당없음         | EV9        |
| EN9                   | ●  | 해당 수원 없음     | -          |
| EN10                  | ●  | 107          | EV18       |
| EN11                  | ●  | 해당 지역 없음     | EV22       |
| EN12                  | ◐  | 66           | EV(22, 26) |
| EN13                  | ◇  | 해당없음         | EV27       |
| EN14                  | ◇  | 해당없음         | EV(6, 26)  |
| EN15                  | ◇  | 해당없음         | EV28       |
| EN16                  | ●  | 101~104      | EV12       |
| EN17                  | ●  | 101~104      | EV13       |
| EN18                  | ●  | 101~104      | EV4        |
| EN19                  | ●  | 배출량 없음*1)    | EV14       |
| EN20                  | ●  | 배출량 없음       | EV15       |
| EN21                  | ●  | 배출량 없음       | EV17       |
| EN22                  | ●  | 107          | EV16       |
| EN23                  | ●  | 유출량 없음*2)    | EV21       |
| EN24                  | ◇  | 해당없음*3)      | EV29       |
| EN25                  | ●  | 배출량 없음*3)    | EV19       |
| EN26                  | ●  | 108~110      | EV23       |
| EN27                  | ●  | 107          | EV24       |
| EN28                  | ◇  | 위반사항없음       | EV31       |
| EN29                  | ●  | 101~103      | EV30       |
| EN30                  | ○  | -            | EV1        |
| 노동 여건 및 관행            |    |              |            |
| DMA                   |    |              |            |
| D(1~3), EM_DMA2       |    |              |            |
| LA1                   | ●  | 84           | EM1        |
| LA2                   | ●  | 84, 95       | EM5        |

| 지표번호            | 충족 | 보고 페이지       | 관련 BEST             |
|-----------------|----|--------------|---------------------|
| LA3             | ●  | 94           | EM(18, 20, 21, 32)  |
| LA4             | ●  | 97           | EM(10, 11, 12)      |
| LA5             | ●  | 97           | EM13                |
| LA6             | ●  | 92~93        | EM14                |
| LA7             | ●  | 92~93        | EM(17, 19)          |
| LA8             | ●  | 92~93        | EM(16, 18)          |
| LA9             | ●  | 92~93        | EN(15, 16)          |
| LA10            | ◐  | 89, 90       | EM27                |
| LA11            | ●  | 90, 91       | EM(26, 28)          |
| LA12            | ●  | 90           | EM9                 |
| LA13            | ●  | 84           | EM(2, 33, 34), C010 |
| LA14            | ●  | 95           | EM(3, 17)           |
| LA15            | ●  | 95           | EM34                |
| 인권              |    |              |                     |
| DMA             |    |              |                     |
| D(1~3), EM_DMA1 |    |              |                     |
| HR1             | ◐  | 74           | PN(1, 2)            |
| HR2             | ◐  | 74           | PN(3, 4, 5)         |
| HR3             | ●  | 30           | EM(25, 26, 28, 30)  |
| HR4             | ●  | 해당 건수 없음     | EM(7, 22)           |
| HR5             | ●  | 위반건수 없음      | EM(8, 23, 24)       |
| HR6             | ●  | 위반 사업장 없음*4) | EM9                 |
| HR7             | ●  | 위반 사업장 없음*5) | EM10                |
| HR8             | ○  | -            | EM31                |
| HR9             | ◇  | 해당없음*6)      | C02                 |
| HR10            | ●  | 74           | -                   |
| HR11            | ●  | 97           | -                   |
| 사회              |    |              |                     |
| DMA             |    |              |                     |
| D(1~3), CO_DMA  |    |              |                     |
| S01             | ●  | 50~59        | C_2, C0(1, 2)       |
| S02             | ●  | 해당 사업장 없음    | C05                 |
| S03             | ●  | 30           | C05                 |
| S04             | ●  | 30           | C05                 |
| S05             | ●  | 111~113      | C06                 |
| S06             | ◇  | 해당없음         | C07                 |
| S07             | ●  | 81           | CS(2, 3)            |
| S08             | ●  | 81           | C09                 |
| S09             | ◐  | 해당없음         | -                   |
| S010            | ◐  | 74           | -                   |
| 제품책임            |    |              |                     |
| DMA             |    |              |                     |
| D(1~3), CS_DMA  |    |              |                     |
| PR1             | ●  | 31, 74       | CS4                 |
| PR2             | ◐  | 65~67        | CS(2, 10, 11)       |
| PR3             | ●  | 60~68        | CS(5~8)             |
| PR4             | ●  | 규제 위반 건수 없음  | CS(11, 12)          |
| PR5             | ●  | 62           | CS(1, 9, 10)        |
| PR6             | ●  | 68           | CS(12, 13)          |
| PR7             | ●  | 위반 사항 없음     | CS(13, 14)          |
| PR8             | ◐  | 66~67        | CS15                |
| PR9             | ●  | 81           | CS(7, 12, 15)       |

\*1) 공정 상 오존층 파괴물질이 유출되지 않음 \*2) 사업공정상 중대한 유해물질 유출되지 않음 \*3) 경영활동의 환경영향과 크게 관련 없음 \*4) 아동노동 발생 위험 사업분야 없음  
\*5) 강제노동 발생 위험 사업분야 없음 \*6) 국외 사업으로 인한 원주민 침해 없음

## Appendix

kt 그룹사 | 지속가능성 주요 지표 | 제3자 검증보고서 | GRI Index | ISO26000 보고현황 및 협회가입현황 | 수상 실적

 홈페이지  
 요약본

# ISO26000 보고현황 및 협회가입현황

kt는 2010년 11월 지속가능경영의 글로벌 표준인 ISO 26000이 발표됨에 따라 2012년 지속가능경영보고서에 해당 기준을 적용하였습니다. kt는 ISO 26000에서 요구하는 조직 거버넌스, 인권, 노동관행, 환경, 공정운영관행, 소비자이슈 및 지역공동체 참여와 발전 이슈에 대해 앞으로도 지속적으로 관심을 가지고 개선해 나가겠습니다.

## 협회가입현황

**국내** | 21비즈니스포럼(한국경제정책연구원), 경제단체협의회, 네트워크시큐리티포럼, 녹색투자한국포럼, 대한산업안전협회, 대한전자공학회, 세계미래포럼, 스마트홈 산업협회, 전국경제인연합회, 정보통신설비학회, 정보통신정책학회, 통일IT포럼, 한국경제교육협회, 한국경제학회, 한국공정경제연합회, 한국광고주협회, 한국디지털미디어산업협회, 한국방송학회, 한국산업조직학회, 한국상장회사협의회, 한국소비자학회, 한국소프트웨어산업협회, 한국스마트그리드협회, 한국언론학회, 한국유비쿼터스도시협회, 한국유헤스협회, 한국자연재해저감산업협회, 한국전파진흥협회, 한국정보보호학회, 한국정보산업연합회, 한국정보통신기술협회(TTA), 한국정보통신산업협회(KAIT), 한국지능로봇산업협회, 한국지능통신기업협회, 한국클라우드서비스협회, 한국통신사업자연합회(KTOA), 한국통신학회, 한국CF0협회, 한국IT리더스포럼, CONCERT(사단법인 침해사고대응팀 협의회), u-KOREA 포럼

**해외** | WFA(Wireless Fidelity Alliance), FMCA(Fixed-Mobile Convergence Alliance), OMA(Open Mobile Alliance), WiMAX Forum, VoiceXML Forum, DSL Forum, WBA(Wireless Broadband Alliance), TMF(Telecommunication Management Forum), APT(Asia Pacific Telecommunity), ITU(International Telecommunication Union)

| 핵심주제            | 이슈                           | 보고 페이지  |
|-----------------|------------------------------|---------|
| 6.2 조직 지배구조     | 6.2.3 의사결정과정 및 구조            | 28      |
| 6.3 인권          | 6.3.3 실사(Due diligence)      | 74      |
|                 | 6.3.4 인권 위험상황                | 95      |
|                 | 6.3.5 공모 회피                  | 74, 81  |
|                 | 6.3.6 고충처리                   | 97      |
|                 | 6.3.7 차별 및 취약집단 보호           | 95      |
|                 | 6.3.8 시민권과 정치적 권리            | 95      |
|                 | 6.3.9 경제, 사회, 문화적 권리         | 52~59   |
|                 | 6.3.10 직장에서의 기본 원칙과 권리       | 95      |
| 6.4 노동관행        | 6.4.3 고용 및 고용관계              | 84      |
|                 | 6.4.4 근로조건 및 사회적 보호          | 97      |
|                 | 6.4.5 사회적 대화                 | 97      |
|                 | 6.4.6 직장에서의 보건 및 안전          | 92~93   |
|                 | 6.4.7 직장에서의 인적개발과 훈련         | 88~91   |
| 6.5 환경          | 6.5.3 오염방지                   | 108~110 |
|                 | 6.5.4 지속가능한 자원 이용            | 105~107 |
|                 | 6.5.5 기후변화 완화 및 적응           | 101~104 |
|                 | 6.5.6 자연보호, 생물다양성 및 자연서식지 복원 | 96      |
| 6.6 공정운영관행      | 6.6.3 반부패                    | 74      |
|                 | 6.6.4 책임있는 정치 참여             | -       |
|                 | 6.6.5 공정 경쟁                  | 31, 81  |
|                 | 6.6.6 가치사슬 내 사회적 책임 촉진       | 74      |
|                 | 6.6.7 재산권 존중                 | 70~71   |
| 6.7 소비자 이슈      | 6.7.3 공정한 마케팅, 정보와 계약관행      | 64, 70  |
|                 | 6.7.4 소비자의 보건 및 안전 보장        | 66      |
|                 | 6.7.5 지속가능한 소비               | 108~110 |
|                 | 6.7.6 소비자 서비스, 지원 및 분쟁 해결    | 67~68   |
|                 | 6.7.7 소비자 정보 및 프라이버시 보호      | 66      |
|                 | 6.7.8 필수서비스에 대한 접근           | 59      |
|                 | 6.7.9 교육과 인식                 | 62      |
| 6.8 지역사회 참여와 발전 | 6.8.3 지역사회 참여                | 51~54   |
|                 | 6.8.4 교육 및 문화                | 52~59   |
|                 | 6.8.5 고용 창출 및 능력 개발          | 71~73   |
|                 | 6.8.6 기술개발 및 접근              | 55      |
|                 | 6.8.7 부와 소득 창출               | 10~11   |
|                 | 6.8.8 보건                     | 54      |
|                 | 6.8.9 사회적 투자                 | 52      |



Appendix

kt 그룹사 | 지속가능성 주요 지표 | 제3자 검증보고서 | GRI Index | ISO26000 보고현황 및 협회가입현황 | 수상 실적



수상 실적

| 일자    | 내용                                                                                               | 주최                                                 |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| 01-15 | Best Bond Issuer                                                                                 | the bell (모닝투데이 자금전문지)                             |
| 02-01 | 존경받는 기업 All Star 편입                                                                              | 한국능률협회컨설팅                                          |
| 02-10 | iF 디자인 어워드 본상(winner) 수상                                                                         | iF international Forum                             |
| 02-14 | Green Ranking 소프트웨어 및 통신 업종군 1위상(국내 4위) 수상                                                       | 뉴스위크/중앙일보/서스틴베스트                                   |
| 02-26 | Best Mobile Broadband Technology(kt for kt's Premium WiFi Solution)                              | GSMA                                               |
| 03-30 | NCSI고객만족도 조사 1위<br>(초고속인터넷, 집전화, 인터넷전화, IP-TV, 국제전화 5개 상품)                                       | 한국생산성본부                                            |
| 05-24 | 최우수 LTE 네트워크 사업자상 수상                                                                             | 인포마 텔레콤앰미디어 (LTE AWARD 2012)                       |
| 06-19 | KSQI 우수콜센터 선정                                                                                    | 한국능률협회컨설팅                                          |
| 06-28 | ‘대학생이 뽑은 2012 일하고 싶은 기업’ 선정(6위)                                                                  | 인크루트                                               |
| 08-20 | ‘한국에서 가장 일하기 좋은 기업’ 선정(서비스업 10위)                                                                 | 한국능률협회컨설팅                                          |
| 08-31 | 대통령 기관표창(대구육상대회 개최 관련)                                                                           | 대구시청                                               |
| 09-07 | 가장 주목할만한 올해의 브랜드 상                                                                               | 브랜드 파이낸스                                           |
| 09-13 | DJSI 통신분야, 글로벌슈퍼섹터리더 선정                                                                          | 다우존스(미국), 투자평가사 SAM(스위스)                           |
| 09-19 | GGGF(Global Green Growth Forum) 통신부문 대상 수상                                                       | 아주경제신문                                             |
| 09-25 | 포브스 사회공헌 대상                                                                                      | 포브스 코리아/대한상공회의소                                    |
| 09-27 | 사회책임경영 우수기업 선정                                                                                   | jtbc                                               |
| 09-27 | KCSI고객만족도 조사 1위(초고속인터넷, 집전화, 인터넷전화, IP-TV, 국제전화 5개 상품)                                           | 한국능률협회컨설팅                                          |
| 10-15 | 제9회 국제비즈니스 대상 은상 수상                                                                              | International Business Awards                      |
| 10-19 | red dot 디자인어워드, Best of the best 수상                                                              | red dot award                                      |
| 10-25 | ‘매경 K-Trust : 고객이 가장 신뢰하는 기업 1위’ 선정<br>(초고속인터넷, IPTV, 국제전화, 시내/외 전화 분야)                          | 매일경제신문                                             |
| 10-25 | 한국의 좋은 기업문화 컨퍼런스 우수기업                                                                            | 디지털조선일보                                            |
| 10-25 | ‘2012 대한민국 일하기 좋은 100대 기업’ 최고상(글로벌 GPTW(Great Place to Work) 대상)                                 | GWP코리아                                             |
| 10-30 | 지속가능경영보고서상 대상                                                                                    | 한국능률협회인증원                                          |
| 10-31 | CDP(Carbon Disclosure Project) 통신산업리더상 수상                                                        | 영국CDP본부, 한국CDP위원회                                  |
| 11-07 | ‘WiFi Industry Award 2012’ Best Wi-Fi Service Innovation Award for operator<br>(최고 와이파이 서비스 혁신상) | WBA(Wireless Broadband Alliance, 세계 초고속 무선사업자 협의체) |
| 11-28 | 기업혁신대상 대상(대통령상) 수상                                                                               | 대한상공회의소, 중앙일보                                      |
| 12-28 | 국가 기반체계 재난관리 최우수기관(대통령상) 수상                                                                      | 행정안전부                                              |

**kt Integrated report 2013**  
**keep dreaming together**

**보고서 관련 연락**

본 보고서는 kt 홈페이지([www.kt.com](http://www.kt.com))에서 열람할 수 있습니다.  
그 밖의 문의사항은 아래 담당 부서로 연락 주시기 바랍니다.

**[www.kt.com](http://www.kt.com)**

서울특별시 종로구 세종로 100 kt 커뮤니케이션실

tel 02) 730-0246

fax 02) 730-0208

**발행인** 이석채

**발행처** kt

**기획** CSV단