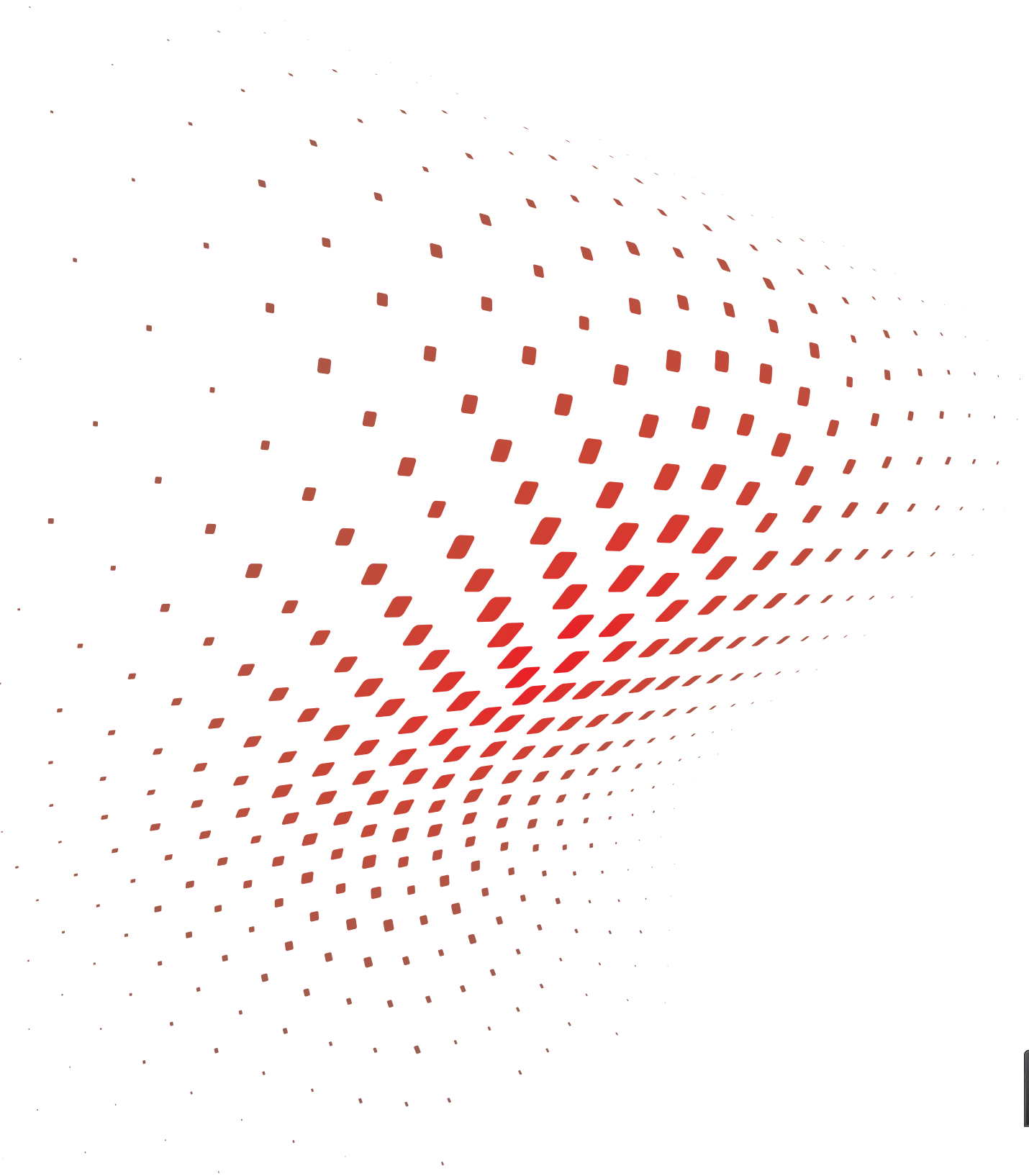
kt Integrated Report 2014



ABOUT THIS REPORT

본 보고서는 kt가 발간하는 아홉 번째 지속 가능성 보고서이자 지속 가능성 보고와 재무 보고를 결합하여 보고하는 두 번째 통합 보고서(Integrated Report) 입니다.

보고 기간 및 경계

• 보고 기간

보고서는 2013년 1월부터 2013년 12월까지의 성과와 활동, 데이터를 바탕으로 작성되었습니다. 주요한 경영활동 사항에 대해서는 2014년 4월까지의 활동도 포함하였으며, 정량적인 성과의 경우 추세를 파악할 수 있도록 3년 동안의 자료를 제시하였습니다.

• 보고 경계

본사, 전국 지사를 포함한 488개 사업장을 주요 보고 대상으로 하여 kt의 운영 권한 내 모든 범위를 기준으로 보고하고 있습니다. 또한 GRI G4에 따라 중요 이슈별 사업 권한을 21페이지에 각각 구분하여 제시하였습니다.

보고 기준 및 검증

• 보고 기준

보고서는 지속 가능경영 성과를 보다 투명하게 이해관계자와 소통하고 발전시키기 위하여 지속 가능성 보고서 국제 가이드라인인 GRI(Global Reporting Initiative) G4 가이드라인의 포괄적 부합 기준(Comprehensive)을 준수하였습니다.

• 보고서 검증

보고서 작성 프로세스 및 데이터와 내용의 신뢰성, 공정성을 확보하기 위해 독립적인 외부 전문 기관으로부터 검증받았습니다.

보고서 특징

kt의 이번 통합 지속 가능성 보고서는 기존 이해관계자 분류에 따른 구성과 달리 kt의 비즈니스가 미치는 경제, 환경, 사회적 영향력(impact)과 비즈니스 활동이 창출하는 사회적 공유 가치를 중심으로 구성하였습니다. 주요 영역별로 이해관계자가 관심을 갖는 이슈와 핵심성과지표(KPI)를 제시하였으며, 지속 가능성 중요도와 관심도가 높은 이슈는 'Special issue'로 심층적으로 보고하였습니다. 또한 이해관계자의 다양한 의견과 기대를 반영하기 위하여 주요 이해관계자 그룹 대표를 대상으로 인터뷰를 실시하여 내용을 수록하는 등 이해관계자의 참여와 소통을 강화하고자 하였습니다.

보고서 문의처

보고서에 대한 추가적인 정보가 필요하거나 궁금한 사항이 있을 경우 다음의 연락처로 문의해 주시기 바랍니다.

• 서울특별시 종로구 세종로 100 kt 홍보실 CSV센터
• Tel : 02)732-5055

CONTENTS

04 이사회 의장 메시지
05 CEO 메시지

I. Overview of kt's Sustainability

06 kt 기업 개요
11 거버넌스
14 윤리경영
16 리스크 매니지먼트
17 이해관계자 참여
20 중요성 평가
22 Special Issues

II. Company Value Creation

29 혁신과 성장 동력 확보
34 브랜드 가치 창출
38 글로벌 시장 개척

III. Creating Social Value

43 동반성장
48 전략적 사회공헌

IV. Customer Engagement

61 CS 경영
62 서비스 가치 창출
71 IT 보안 강화

V. Human Resource

75 인재경영
80 Great Work Place

VI. Environmental Impact

89 환경경영 전략
91 기후변화 대응

Appendix

103 지속가능성 주요 지표
106 제3자 검증의견서
108 GRI Content Index

커버 스토리

국민기업 kt는 끊임없이 도전하고
정보와 지식을 나누며 소통을 강화합니다.
표지의 유연성 있는 작은 점들은
통신을 기반으로 한 kt의 창조가치가
온 세상에 퍼져나가는 형상을
디자인화한 것입니다.

이사회 의장 메시지

눈부신 정보혁명의 중심에서 kt는 기술과 변화를 선도하며 대한민국 정보통신의 역사를 이끌어 왔습니다. 정보통신은 사람들의 생활 방식과 문화를 변화시켰고 경제와 일하는 방식을 바꾸고 있으며 이제 교육, 문화, 의료, 금융, 물류 등을 넘어 도시, 정부를 변화시키고 있습니다.

kt의 혁신적 기술은 이제 사회문제를 개선하고 해결하는 데 기여하고 있습니다. 기후변화에서부터 계층 간 격차 완화, 일하는 방식의 혁신에 이르기까지 사회의 다양한 분야에서 중요한 역할을 하고 있습니다.

그린 IT를 향한 kt의 노력은 미래 친환경 에너지 도시를 한 발 앞당기고 있습니다. 그린홈, 그린 비즈니스 서비스는 물론 에너지 생산과 사용을 효율적으로 하여 제로 에너지 건물, 에너지 자급자족 도시를 구현하는 스마트 그리드(전력과 ICT를 결합한 지능형 전력망 시스템) 구축은 kt의 선진 ICT 기술을 융합한 에너지 통합 운영 플랫폼으로 실현될 것입니다.

다문화 가정, 소외 계층, 은퇴자들을 위한 kt의 광범위한 디지털 교육은 계층 간, 문화 간, 세대 간 정보 격차 완화는 물론 일자리 창출, 공동체 복원, 사회통합 등에 기여하고 있습니다. 아울러 kt의 중소기업 콘텐츠 제작·인프라 지원은 콘텐츠 생태계를 활성화하여 유망한 중소기업의 활로를 개척하고 성장·발전을 촉진하고 있습니다.

기술을 통한 나눔, 탄소 배출 저감, 동반성장, 생산성 향상은 kt가 지향하는 사회 혁신이자 kt의 경제적 성장을 약속하는 지속가능경영입니다. kt는 혁신적 솔루션으로 사회적 공유가치를 창출하면서도 동시에 윤리적이고 투명하며 공정한 행동으로 건전한 기업 시민으로서의 사명을 완수해야 합니다.

경제적 성과만이 기업의 성장을 담보하는 시대는 이미 저물어 가고 있습니다. 멀리 나아갈수록 근본을 잊지 않는 마음을 되새겨 법과 기준을 엄격히 준수하고, 공정하고 투명한 거래 관행을 정착시키는 한편 고객 개인정보 보호, 협력사의 사회적 책임 촉진 및 보호에 노력을 기울여 이해관계자가 kt에 거는 기대와 신뢰를 소중히 지켜 나가야 합니다.

국가의 네트워크를 책임지는 국민 기업으로서 임직원이 자부심과 책임감을 느낄 수 있도록 구성원의 인권과 다양성이 존중받는 건강하고 안전한 일터가 되도록 노력해야 합니다.

앞으로도 kt는 사회적 공유가치 창출과 사회적 책임이라는 두 축을 균형 있게 발전시켜 나가고, 여러 이해관계자들의 의견을 경영에 반영함으로써 존경과 신뢰, 사랑을 받는 기업이 되기를 바랍니다. 저를 포함한 이사회 구성원 전원도 kt가 지속 가능 발전에 기여하고 성장할 수 있도록 적극 지원하겠습니다.

kt 이사회 의장 **송 도 균**

CEO 메시지

1896년 시작된 대한민국 통신의 시작, kt는 대한민국의 통신역사와 함께 한 국민기업입니다. 언제나 최초이자 최고였던 kt가 걸어온 길에는 자부심이 있습니다. 살아 온 이야기가 있고, 삶과 역사가 녹아 있습니다. kt의 역사는 우리나라 통신과 같은 길을 걸어왔습니다.

또한, kt는 대한민국 정보통신 산업을 선도해 왔습니다.

초고속 인터넷 보급을 통해 "IT 강국 Korea"에 앞장 섰고, 스마트폰 도입을 통해 "스마트 시대"를 열었으며, 세계 최초로 광대역 LTE-A를 제공하여 이동통신의 새로운 패러다임을 주도하였습니다. 국내 최초로 IPTV 가입자 500만을 돌파하는 저력과, 이동통신 올림픽이라 불리는 'Mobile World Congress 2014' 에서 3년 연속 글로벌 모바일 분야 상을 수상하고, 세계적 권위를 자랑하는 DJSI(Dow Jones Sustainability Index: 다우존스 지속가능경영지수)에서 3년 연속 통신업계 세계 1위에 선정되기도 했습니다.

이제 고객과 국민이 보내주신 신뢰와 성원을 바탕으로 '1등 kt' 에 도전하고자 합니다. 기술, 상품, 서비스, 마케팅, 연구개발까지 고객을 중심으로 재정비하여, 고객을 위한 가치 창출이 곧 kt의 성장이라는 믿음으로 최고의 품질과 차별화된 서비스를 통해 고객가치 1등 기업으로 우뚝 서겠습니다. 도전, 융합, 소통을 핵심가치로 삼고, 부서간 벽을 허물고 긴밀한 협업으로 '하나된 kt'를 만들겠습니다.

주주에게는 현재보다 미래가 기대되는 주주가치 1등 기업, 국가와 사회에는 ICT 기반 융합 서비스를 통해 글로벌 시장을 창출하고, 중소기업과 함께 창조경제를 견인하는 국민기업의 길을 걸어가겠습니다.

통신은 국가 경쟁력과 직결되는 산업입니다. kt는 국가 망을 가지고 있으며, 최고 품질의 네트워크와 플랫폼을 보유하고 있어 하늘과 땅, 바다의 모든 사업과도 융합할 수 있습니다. 이러한 kt의 네트워크·플랫폼과 인프라를 토대로 타 산업과의 융합을 선도해 최첨단 융합 서비스의 가능성을 실현시켜 나가겠습니다.

대한민국 커뮤니케이션 중심에 서 있던 kt, kt가 걸어온 역사, kt가 이룩한 최고의 순간을 기억하며, 그 동안 쌓아온 경험과 정신으로 앞으로도 '1등 kt'의 자부심을 지켜나가겠습니다.

존경하는 고객, 주주 여러분,

늘 따뜻한 시선으로 지켜봐 주시고, 격려해 주시기 바랍니다.

kt 임직원은 여러분의 성원에 최선을 다해 감동으로 보답하겠습니다.

감사합니다.

황 창 규

CEO 황 창 규

kt 기업 개요

기업 현황 및 주요 연혁

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 스마트 라이프를 제시하고 '글로벌 ICT* 컨버전스 리더'로 앞장서고 있습니다. 앞으로 kt는 언제 어디서나 어떠한 단말기로도 연결되는 유비쿼터스 환경을 구현하여 고객이 더욱 풍요롭고 편리해질 수 있도록 고객 편의 솔루션을 제공하는 한편 기업의 효율성과 경쟁력을 높이는 데 필요한 비즈 솔루션 제공을 위해 노력할 것입니다. * ICT : Information, Communication, Transaction

2011~2013 kt 서비스 가입자 수 (단위: 천명)

구분	무선 통신*	유선전화		초고속 인터넷	IPTV	합계
		PSTN**	VoIP			
2011	16,563	15,929	3,230	7,823	3,076	46,622
2012	16,502	15,318	3,348	8,037	4,030	47,234
2013	16,454	14,513	3,505	8,067	4,968	47,507

*무선통신 : CDMA+WCDMA+LTE
**PSTN : 일반전화(사업용비포함), 구내통신, ISDN, DID를 합산한 수치임

회사명 kt
설립 연도 1981년 12월 10일
대표이사 황창규
본사 소재지 경기도 성남시 분당구 불정로 90

계열사 현황

지배회사인 주식회사 kt는 유선전화, 무선전화, 초고속 인터넷 등의 통신 서비스를 제공하고 있습니다. 또한 통신 외 영역, 통신 방송 융합, 유무선 컨버전스 등의 산업 트렌드에 발맞춰 혁신적인 서비스를 출시하여 시장에서 리더십을 구축하고 있습니다.
kt의 종속회사에 포함된 회사들이 영위하는 사업으로는 전기통신업, 신용카드업, 위성방송 서비스, 리스 및 기업 대출, 해저케이블 건설, 공중전화 시설 등이 있습니다. 주요 종속회사로 있는 곳은 다음과 같습니다.

(2013년 말 기준, 단위: 억 원)

계열회사	주요 사업	매출액	자본 총액	임직원 수
BCcard	신용카드업	30,733	7,562	818
kt rental	렌탈사업	8,484	2,737	1,064
kt skylife	위성방송 서비스	6,003	4,003	307
kt ens	전기통신, 별정 및 부가통신	5,726	775	404
kt telecop	시설경비 및 기계경비업	2,380	538	2,384
kt capital	금융업	2,202	3,872	135
kt estate	부동산 개발 공급 및 임대관리업	2,498	13,219	422
kt media hub	IPTV, 모바일 TV 사업	3,047	1,028	253
kt sat	위성중계기임대서비스, 비디오/데이터전송 서비스	1,460	4,573	130
kt powertel	무전통신서비스, 사물지능통신	1,127	1,231	208
kt submarine	해저통신/전력케이블 건설 및 유지보수사업	826	883	73
kth	데이터홈쇼핑, 컨텐츠 유통 및 SI/SM사업	1,303	1,788	356
kt music	유무선 인터넷 기반 음악서비스 및 음원유통	508	347	163
kt mhows	온라인 마케팅 및 광고	480	115	71
nasmedia	광고업	248	562	199
kt cs	콜센터 운영 및 구축	3,962	1,229	10,167
kt is	콜센터 운영 및 구축	3,877	1,316	9,648
kt m&s	kt 유무선 상품 및 서비스	8,840	579	2,251
kt ds	전산시스템 통합, 소프트웨어 설계 및 개발	5,734	648	1,286
kt linkus	공중전화 시설 유지 관리 및 서비스업	1,026	76	712
kt commerce	통합구매대행 서비스, 보험중개서비스	4,513	179	127
kt sports	스포츠단(프로야구, 프로농구 등) 운영	217	89	48
kt innoedu	기업교육사업	216	42	131

경영이념 및 가치체계

비전체계

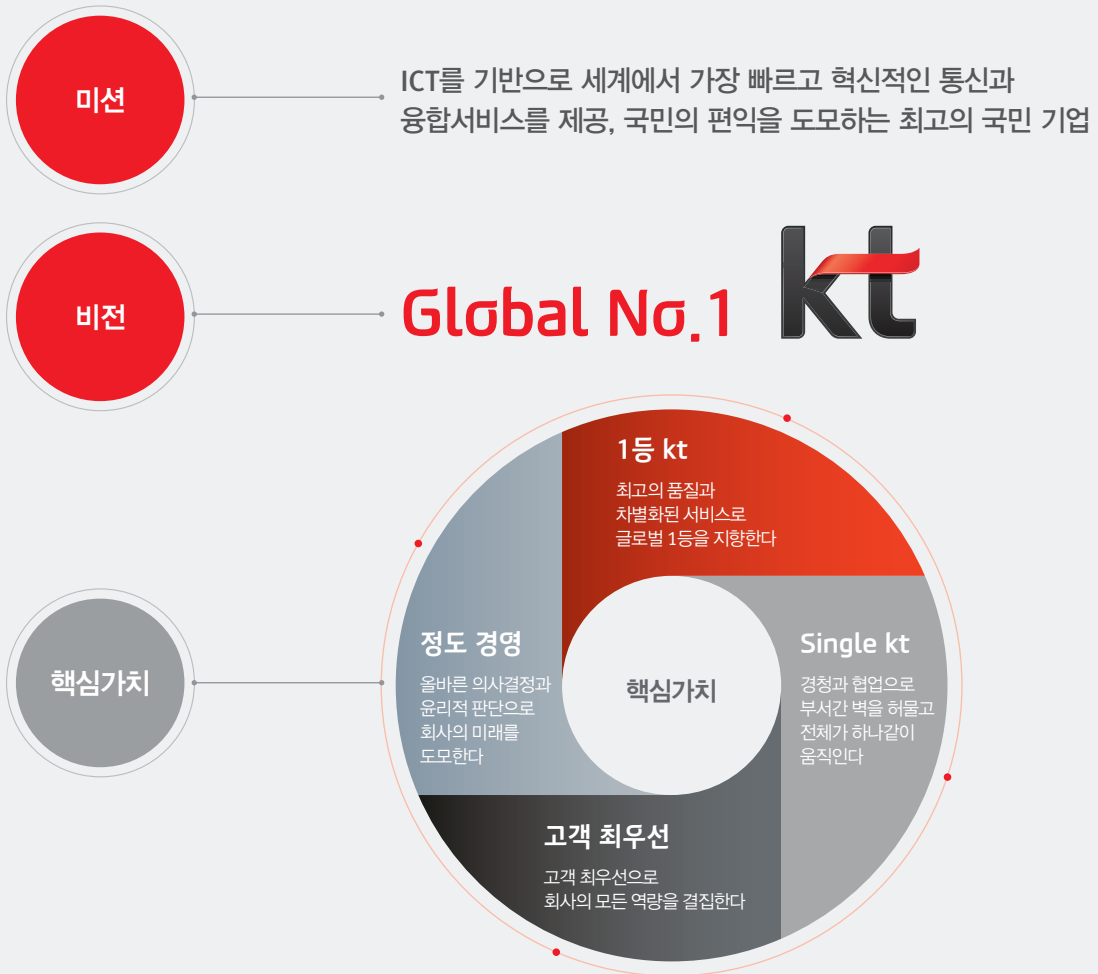
미션과 비전

kt의 존재이유인 미션은 'ICT를 기반으로 세계에서 가장 빠르고 혁신적인 통신과 융합서비스를 제공, 국민의 편익을 도모하는 최고의 국민기업' 입니다. 더불어 향후 10년 내에 달성을 목표로 'Global No.1 kt'라는 비전을 설정하였습니다.

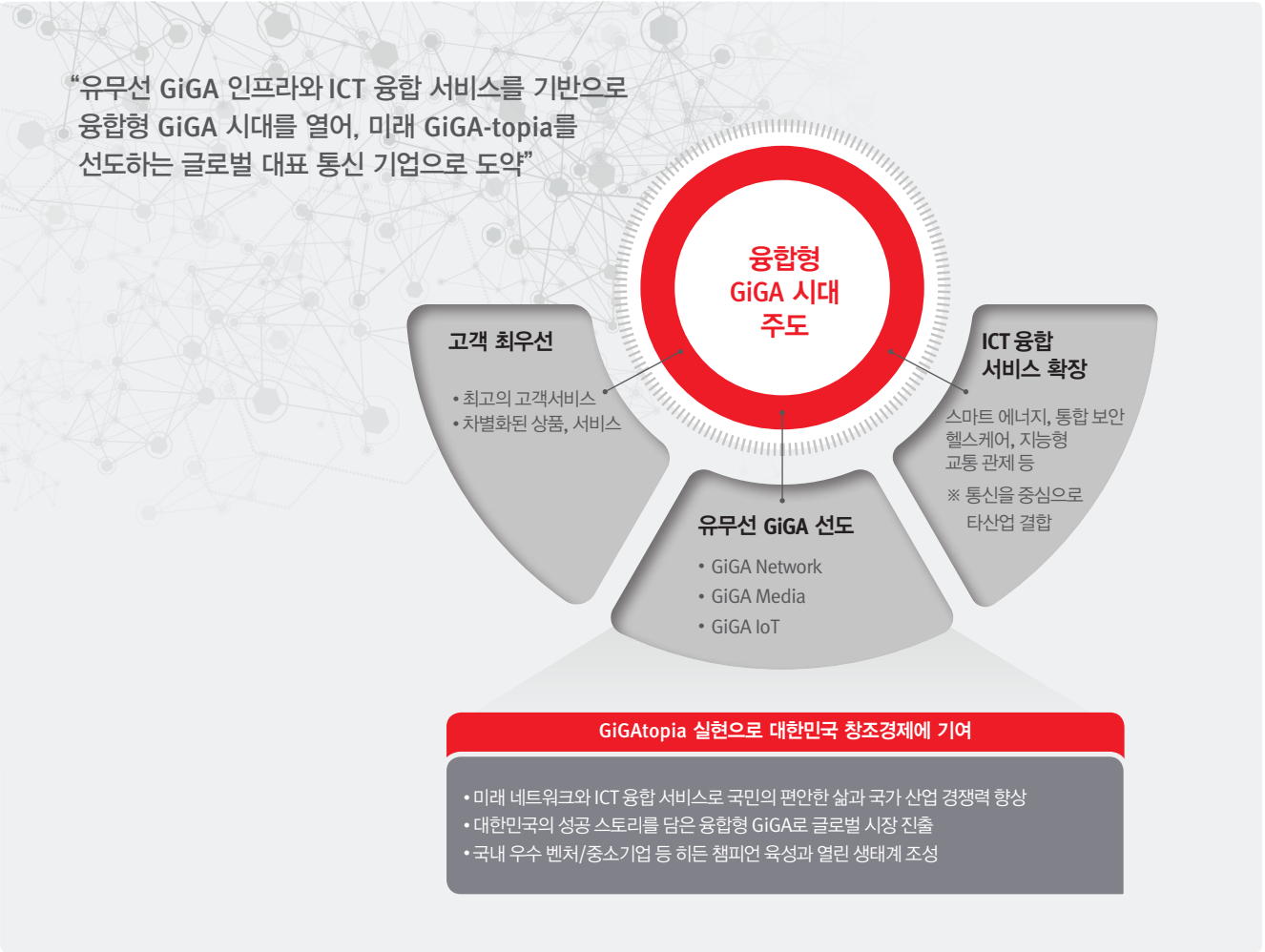
핵심 가치

kt의 임직원들은 '글로벌 1등 kt'의 비전 달성을 위해 '1등 kt, Single kt, 고객 최우선, 정도경영'을 사고와 행동의 기준으로 삼고 있습니다. 최고의 품질과 차별화된 서비스로 글로벌 1등을 지향하며, 경청과 협업을 통해 부서간 벽을 허물고 전체가 하나되어 움직입니다. 또한 모든 업무에서 고객 최우선으로 역량을 결집하며, 올바른 의사결정과 윤리적 판단을 통해 회사의 발전적 미래를 도모할 것입니다. 이러한 핵심가치는 임직원들의 실행력 강화를 위해 인재상 및 인사제도에도 반영되어 있습니다.

비전체계



경영전략



kt는 지난 100여 년 동안 국민과 가장 가까운 곳에서 대한민국 통신산업의 역사를 이끌어 왔습니다. 국민의 삶을 바꾼 국내 최초 이동통신 서비스 제공부터(1984년), 이동 중에도 초고속 인터넷이 가능한 와이브로 서비스(2006년), 스마트 라이프의 일상화를 가져온 손안의 작은 혁명 아이폰 도입까지(2009년), 그 중심에는 언제나 kt가 있었습니다.

이제 kt는 통신 패러다임을 선도해온 강력한 네트워크와 플랫폼 기반 위에서 융합형 GiGA 시대를 주도해 나갈 것입니다. 우선, 쉽고 편리한 맞춤형 서비스, 365일 개통, 불편요소 원스탑 해결 등 항상 고객의 입장에서 생각하고 고객과 사회의 기대를 넘어서는 서비스를 가장 먼저 제공하겠습니다. 그리고, kt의 핵심 기술을 기반으로 유무선 네트워크를 GiGA화하고 Media/IoT 플랫폼을 차별화하는데 역량을 집중하겠습니다. 이와 더불어, 유무선 GiGA와 클라우드, 빅데이터 등의 핵심 인프라를 기반으로 스마트 에너지, 통합 보안, 차세대 미디어, 헬스케어, 지능형 교통 관제 등의 다양한 산업 분야에서 미래 ICT 융합 서비스를 적극적으로 발굴, 육성하겠습니다.

이러한 kt의 경영전략은 '모든 국민이 편리를 넘어 편안한 삶을 누리는 GiGAtopia'의 실현과 국가 ICT 산업 경쟁력 강화를 통한 대한민국 창조경제를 이끌어 가는 노력을 포함하고 있습니다. 특히 국내의 우수 장비·단말·콘텐츠·솔루션 사업자와 협력하여 대한민국의 융합형 GiGA의 성공 스토리를 글로벌 시장으로 확산시키는데 앞장 설 것입니다. 또한, kt가 보유한 특허·기술의 공유, 금융지원, 경영·품질 컨설팅, 에코노베이션 센터 등의 활동을 확대하여 국내의 우수 벤처·중소기업 등 글로벌 경쟁력을 갖춘 히든 챔피언 육성에 기여하겠습니다. ICT를 통한 사회공헌활동으로 소외 계층의 정보격차 해소, 은퇴자 일자리 창출, 청각장애아동 지원 등 지역사회의 삶의 질 향상에도 노력해 나가겠습니다.

kt는 지난 100년간 대한민국 통신산업을 이끌어온 경험과 저력을 바탕으로, 앞으로 다가올 100년의 ICT 산업 패러다임을 이끌어 가는 글로벌 1등 통신 기업으로 도약하겠습니다.

비즈니스 포트폴리오

kt의 비즈니스 포트폴리오는 이동전화, 초고속 인터넷, IPTV, 전용 회선, 유선전화, 기업 솔루션 등 다양한 서비스 영역을 포괄적으로 포함하고 있습니다. 콘텐츠, 플랫폼, 네트워크, 터미널로 구성된 통신 산업의 밸류체인(가치사슬)은 유무선 전송 인프라를 바탕으로 콘텐츠를 전송하는 매체를 기반으로 하고 있으나 통신산업의 발전과 더불어 컨버전스화 동향을 바탕으로 다중 영역에서의 확장과 이동이 빈번히 이루어지고 있습니다.
국내 통신산업도 마찬가지로 기존의 유선전화, 초고속인터넷, 이동통신 시장에서의 급격한 기술 발전과 고객 요구 변화에 따라 유무선 통합, 통신과 타 산업의 컨버전스 영역으로 그 가치가 이동하고 있습니다. 통신기술의 발전으로 타 산업군에서 기존의 통신 서비스를 대체하여 제공하는 사례가 늘어나고 있는 반면 통신 서비스가 VoIP(Voice over IP), VPN(Virtual Private Network), IPTV 등으로 더욱 다양해지고, 특히 4세대 이동통신인 광대역 LTE-A(Long Term Evolution-Advanced)로 진화하는 등 기회와 위험이 공존하고 있습니다.

개인/홈 고객 대표 서비스

kt는 유선전화는 물론 무선과 인터넷 사업까지 음성과 데이터, 유선과 무선, 통신과 방송이 융합하는 시대에 최고의 서비스 품질과 기술력을 확보하여 고객 만족 서비스를 제공하고 있습니다. 특히 olleh tv 상품은 500만 가입자를 세계 최단 기간 내에 확보해 콘텐츠 유통 확대와 미디어 산업의 활성화를 견인하고 있습니다. 또한 국내 최대 규모의 결합 가입자 비중을 기반으로 가족 친화적 결합 서비스를 제공하여 가계 통신비 부담 완화를 적극적으로 추진하고 있습니다.

olleh 서비스 (http://www.kt.com/biz/biz_01.jsp)

구분	내용	플래그십 서비스
모바일	광대역 LTE-A 망을 기반으로 최신 스마트폰과 패드를 이용하여 음성 · 영상 · 문자 · 데이터에 이르기까지 우리 생활에 가장 밀접한 커뮤니케이션 서비스 제공	LTE 완전무한 LTE WARP
TV	국내 최다 TV 채널을 선명한 고화질로 원하는 시간에 즐기고 최대 15만여 편의 드라마, 영화, 교육, 다큐 등을 골라 볼 수 있으며 콘서트, 스포츠 경기, 게임, 노래방, 쇼핑, 교육까지 스마트한 olleh tv로 이용 가능	olleh tv skylife olleh tv live olleh tv smart olleh tv mobile
인터넷	안정된 품질의 초고속 인터넷으로 안전하고 신속하게 전국 어디에서나 최대 100메가 속도로 인터넷을 이용하는 서비스	인터넷 올라잇 인터넷 스페셜
4G WiBro / WiFi	국내 어디에서나, 해외에서까지 편리하고 빠르게 초고속 무선통신을 이용할 수 있는 서비스로서 최상의 보안 환경을 기반으로 프리미엄 무선 인터넷 공간을 제공	4G WiBro WiFi 멀티/싱글
집전화	대한민국에서 가장 많은 이용자들이 사용하는 전화 서비스로 최고의 품질과 저렴한 통화 요금 제공	집전화 인터넷전화
국제전화	국내 최다 직통 회선 82개국, 서비스 제공 지역 246개국을 최상의 통화 품질로 제공	국제전화 001
결합 상품	인터넷, 집전화, 인터넷전화, TV, 모바일 등 다양한 기기의 융합 서비스를 실현하며 언제 어디서나 편리하게 파일을 관리할 수 있는 ucloud까지 제공하는 kt만의 차별화된 융합 서비스	LTE 뭉치면 올레 인터넷 뭉치면 올레
ucloud	고객의 데이터를 실시간으로 보관(자동 동기화)해 주고, 다양한 단말에서 자유롭게 접근하여 이용할 수 있는 'Personal Cloud Storage' 서비스	ucloud ucloud office
스마트홈	교육, 영상통화, 지능형 로봇, 멀티미디어, 생활 편의 정보까지 모든 서비스를 원격으로 묶어 시간과 장소에 구애 받지 않고 이용할 수 있는 스마트한 토털 홈 서비스	키봇2 스마트홈 패드 스마트홈 HD mini

기업고객 대표 서비스 (http://www.kt.com/biz/biz_02.jsp)

kt는 발상의 전환과 끊임없는 소통을 통한 지속적인 혁신으로, 고객에게 스마트하고 입체화된 최고의 비즈니스 서비스를 제공합니다. kt의 비즈니스 서비스를 통해 고객이 더욱 민첩하고 효율적인 사업 환경을 경험할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.

데이터 전용 회선	
두 지점을 직접 연결하여 독점 사용 – 보안성/안정성 제공	olleh biz 전용 회선
보안, 트래픽 분석, QOS 등의 서비스를 저렴하게 이용	olleh biz komet premium
기업 전용 MPLS 네트워크를 활용	olleh biz VPN premium
기업 커뮤니케이션	
전화, 웹, 화상장비를 이용한 원격 회의 서비스	olleh biz 전화, 회의 서비스
저렴한 통화료 및 각종 부가서비스 제공 인터넷전화	olleh biz 인터넷전화
고객의 전화 요금을 기업이 대신 부담하는 서비스	무료 전화 080
쉽고 빠르고 안정적으로 대량의 메시지 발송	olleh biz 메시징
모바일	
모바일을 이용한 업무 처리 – 모바일 비즈니스 환경 제공	Enterprise Mobility
사내–무료 구내전화 / 사외 – 모바일 그룹 솔루션 제공	olleh biz FMC
유무선 통합 환경, 구내 무제한 무료 통화	olleh biz freezone
대표 인터넷 허브 IDC	
kt IDC 인터넷 백본 네트워크에 직접 접속/속도 증가, 시간, 비용 절감	olleh biz 코로케이션
IT 시스템을 저렴한 비용에 임대/안정적 서버 운영, 관리 서비스	olleh biz 서버호스팅
기업 SaaS	
다양한 기업용 IT 상품을 구매 · 판매할 수 있는 오픈마켓 플레이스	Oaasys(오아시스)
복잡한 구축 없이 저렴한 비용으로 이용 가능한 협업 기능 서비스 (전자우편, 전자결재, 메신저, 게시판 등)	olleh bizmeka 그룹웨어
초기 구축 없이 매월 효율적 비용으로 이용 가능한 콜센터 서비스	olleh bizmeka 콜센터
공간 솔루션	
네트워크를 통한 맞춤형 영상· 방송 서비스	olleh biz digital signage
사회기반시설 설비를 kt 네트워크를 통해 관리하는 서비스	olleh biz MOS
네트워크를 이용한 실시간 CCTV 영상 모니터링 서비스	olleh biz i-cam

글로벌 사업 (http://www.kt.com/biz/global_01.jsp)

국내 사업에서의 성공 경험을 바탕으로 글로벌 사업 영역을 본격적으로 확장하여 글로벌화된 고객가치를 창출하고 있습니다. 글로벌 리딩 기업들과의 협력 확대 및 우수 중소기업과의 동반진출을 통해 글로벌 무대에서의 경쟁력을 강화하고 있으며 각 대륙에 위치한 해외법인, 사무소 등 해외 거점을 기반으로 글로벌 시장 진출을 확장하고 있습니다.
각국 정부기관 및 글로벌 기업을 대상으로 통신 인프라 구축, 공공 인프라 서비스, 스마트 솔루션, Managed Service 등 글로벌 ICT 서비스를 제공하고 있으며 경제적인 비용으로 고품질의 인터넷 · 국제전화 서비스를 제공하기 위하여 전용 데이터 회선 및 IP 서비스, 트래픽 홀세일 등의 글로벌 서비스를 강화하고 있습니다.

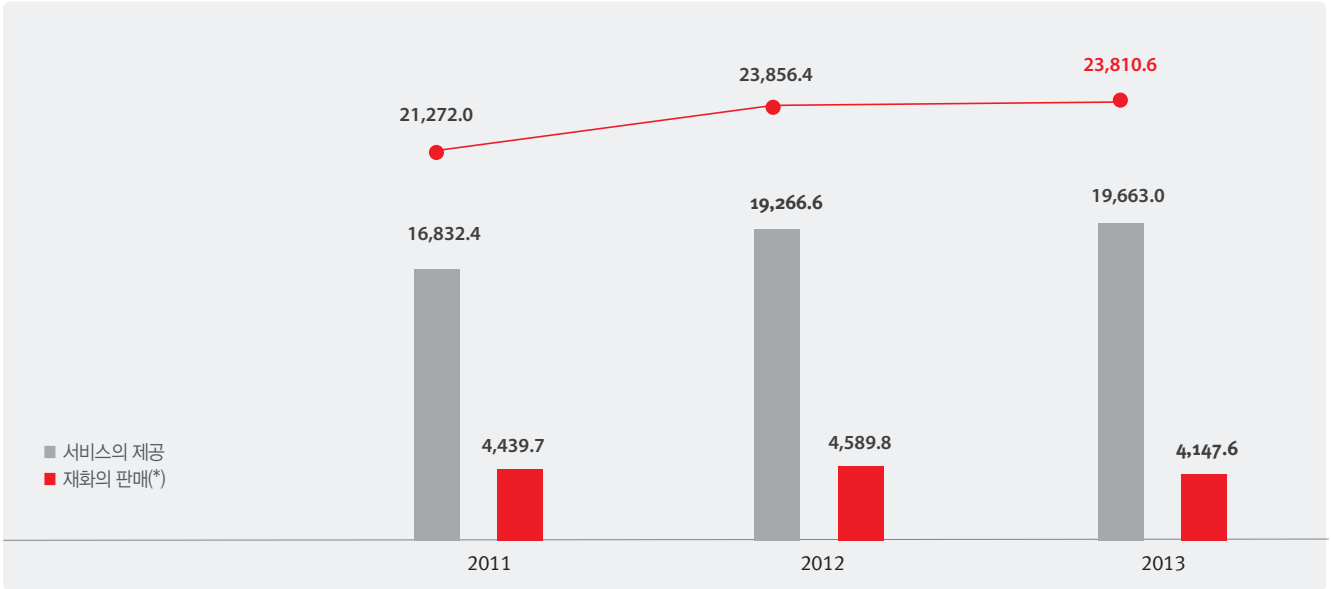
경제성과

경영실적

매출액

K-IFRS 연결 기준에 따른 매출액 내역은 다음과 같습니다.

(단위: 십억 원)



※ K-IFRS 연결 기준(*) 진행 기준으로 수익을 인식하는 부동산건설 약정 포함

사업별 매출액

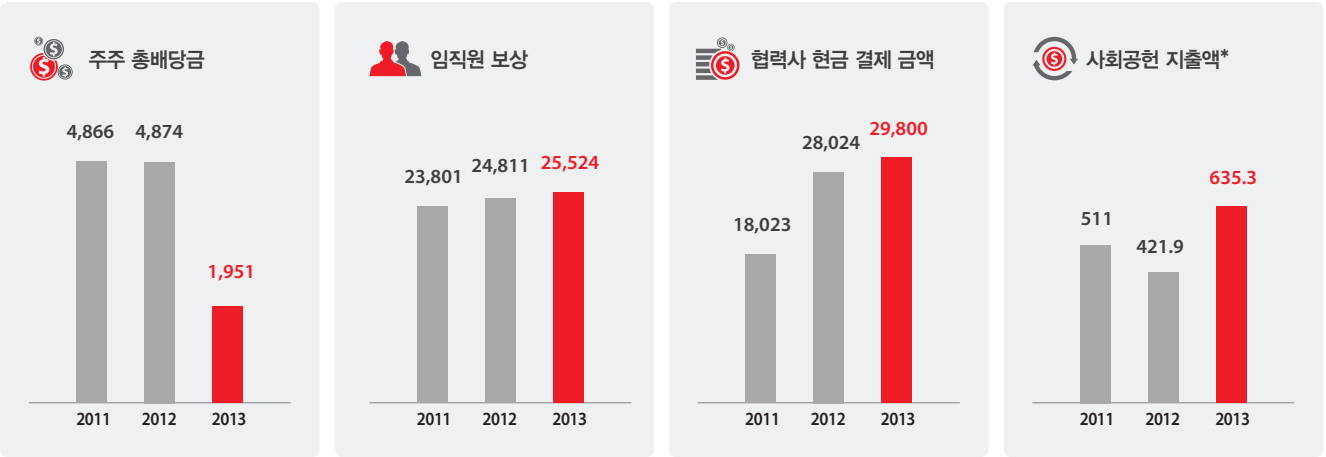
(단위: 십억 원)

구분	무선매출	유선매출	미디어콘텐츠 매출	금융렌털 매출	상품 매출	기타 매출
2011	6,969.4	6,950.7	803.0	996.6	4,325.1	1,227.2
2012	6,913.4	6,392.3	1,067.9	3,574.3	4,600.9	1,307.6
2013	6,976.5	5,965.5	1,354.5	3,859.9	3,966.5	1,687.7

*kt 서브마린 연결 편입으로 인해 2012년 기타 매출이 조정됨
** IR 자료 기준

이해관계자별 가치 분배

(단위: 억 원)



* 지역사회 투자, 자선 기부 및 기증, 후원 및 협찬 총액

거버넌스

투명한 지배구조

투명한 지배구조

kt는 2002년 민영화 이후 전문 경영인 체제와 독립적인 이사회를 중심으로 국제표준(Global Standard)에 부합하는 기업 지배구조 모범 규준 권고안을 대부분 채택함으로써 글로벌기업에 부합하는 기업 지배구조 시스템을 구축하고 있습니다. 최고경영자와 이사회 의장의 역할을 분리하여 경영에 대해 객관적이고 독립적인 지배 체계를 구축하고 있으며, 'kt 기업지배구조헌장' 제정·선포 및 지배구조위원회 신설을 통해 이사회의 규모, 구성 및 역할 검토하는 등 지배구조 개선을 위해 노력하고 있습니다. 그 결과 한국기업지배구조원(CGS) 주관, 기업 지배구조 평가에서 대상(2010년)에 선정된 바 있으며 2013년 ESG(Environment Social Governance) 평가 시 지배구조 분야는 2012년에 이어 최우수 등급인 A+를 유지하고 있습니다.

이사회 구성 및 운영

kt 이사회는 효율적인 견제와 감시 및 전문적 조언을 통해 투명한 의사결정체계가 이뤄질 수 있도록 사외이사 8명 사내이사 3명, 총 11명의 이사로 구성(2014. 3. 31. 기준)되어 있습니다. 이사회의 직무, 경험, 독립성 및 지식의 적절한 균형을 보장하기 위해 이사회 내 위원회인 지배구조위원회에 이사회 규모, 구성 및 역할 등을 검토하도록 위임하여 이사회 운영의 효율성을 증진하고자 노력하고 있습니다.

대표이사 회장은 CEO추천위원회가 추천한 자를 주주총회 결의로 선임하며 황창규 회장은 2014. 1. 27. 주주총회에서 선임되었습니다. 회장을 제외한 사내이사는 매년 경영임원 중 회장이 이사회의 동의를 얻어 주주총회에 추천하는데 한훈 경영기획부문장과 임헌문 Customer부문장이 주주총회(2014. 3. 21.)에서 선임되었습니다. 사외이사를 주주총회에 추천하기 위해서는 임기가 만료되는 사외이사를 제외한 사외이사 전원과 사내이사 1인으로 구성된 사외이사후보추천위원회를 구성하고 있습니다. 사외이사후보추천위원회는 주주총회에 kt 발전을 위해 전문적 조언을 할 수 있는 다양한 분야의 최고 전문가를 추천하였으며 주주총회(2014. 3. 21.)는 김종구 전 법무장관 등 5명의 사외이사를 선임했습니다. 사외이사후보추천위원회는 사외이사 후보 추천 시 이사회의 다양성(BOD Diversity)과 직무적 상보성(the complementarity of skills)을 확보하기 위해 노력하고 있습니다.

이사회 의장은 이사회의 독립성 제고를 위해 사외이사 중에서 이사회 결의로 선임되며 임기는 1년입니다. 2014년 3월 현재 kt 이사회 의장은 송도균 사외이사가 맡고 있습니다.

이사회 내에는 의사 결정의 전문성과 신속성을 제고하기 위해 5개의 상설 위원회(지배구조위원회, 감사위원회, 평가및보상위원회, 경영위원회, 내부거래위원회)와 2개의 임시 위원회(CEO추천위원회와 사외이사후보추천위원회)를 두고 있습니다. 이 중 3개 위원회(감사위원회, 평가및보상위원회, 내부거래위원회)는 독립성 제고를 위해 사외이사만으로 구성되어 있습니다. 이사회는 필요한 경우 별도의 위원회를 추가 설치할 수 있습니다.

※ 세부 내용은 kt홈페이지(www.kt.com.)의 투자 정보 페이지를 참조하시기 바랍니다.

kt 이사회는 이사회의 직무, 경험, 독립성 및 지식의 적절한 균형을 제고하기 위해 이사의 자격, 의무와 책임, 역할 등을 기업지배구조헌장에 정하고 있습니다. 또한 이사회는 효율적인 이사회 운영과 이사의 책임성 제고를 위해 매년 개별 이사의 이사회 활동 및 개인 평가를 하고 그 결과를 사업보고서에 자율적으로 공시하고 있습니다. 이사회 결의는 의결권 있는 재적 이사 과반수의 출석과 출석 이사 과반수의 찬성으로 의결하고 있고, 상법 또는 정관에서 따로 정한 경우에는 그 기준에 따르고 있습니다.

이사회 구성 현황 (2014. 3. 21. 기준)

구분	성명(성별)	주요 경력	역할
사내이사	황창규(남)	현 CEO 전 지식경제부 R&D전략기획단장 전 삼성전자 기술총괄 사장	대표이사 회장, 경영위원회 위원장
	한훈(남)	현 kt경영기획부문장 전 kt기획부문 전략기획실장	지배구조위원회 위원, 경영위원회 위원
	임헌문(남)	현 kt Customer부문장 전 kt T&C부문 운영총괄	경영위원회 위원
사외이사	송도균(남)	현 법무법인 태평양 고문 전 방송통신위원회 상임위원	의장, 평가및보상위원회 위원, 지배구조위원회 위원
	성극제(남)	현 경희대 국제대학원 교수 전 WTO 서비스협상 한국 수석대표	내부거래위원회 위원장, 감사위원회 위원
	차상균(남)	현 서울대 전기전자공학부 교수	감사위원회 위원, 지배구조위원회 위원
	김종구(남)	현 법무법인 여명 고문변호사 전 제46대 법무부 장관	감사위원회 위원장, 내부거래위원회 위원
	임주환(남)	현 국가과학기술자문회의 위원 전 한국디지털케이블연구원장	평가및보상위원회 위원장, 내부거래위원회 위원
	유필화(남)	현 성균관대 SKK GSB 학장 전 한국경영학회 부회장	감사위원회 위원, 평가및보상위원회 위원
	장석권(남)	현 한양대 경영학부 교수 전 정보통신정책학회 회장	지배구조위원회 위원장, 평가및보상위원회 위원
	박대근(남)	현 한양대 경제금융학부 교수 전 한국정책금융공사 위원	지배구조위원회 위원, 내부거래위원회 위원

이사회 운영 현황

구분	2011	2012	2013
이사회 개최 횟수	12회	11회	14회
이사회 평균 참석률(%)	98	97	98
이사회 평가 결과(5점 만점)	4.6	4.5	4.2

이사회 활동 현황

회차	개최 일자	의안 내용	사외이사 참석 수(정원)
1	2013. 1. 31.	제31기 별도 재무제표 승인(안) 외 7건	7(7)
2	2013. 2. 14.	2013년 이사 보수 한도(안) 외 11건	7(7)
3	2013. 3. 15.	데이터센터 신축(안) 외 5건	7(7)
4	2013. 4. 28.	2013년도 지속가능경영 추진 계획(안) 외 6건	8(8)
5	2013. 6. 7.	르완다 LTE Infra Co. 합작법인 설립 및 출자(안) 외 1건	7(8)
6	2013. 7. 26.	신규 주파수 확보에 따른 경매 대가 승인(안)	7(7)
7	2013. 8. 8.	이사회 내 위원회 구성 변경(안) 외 8건	6(7)
8	2013. 9. 13.	르완다 LTE Infra Co. 합작법인 설립 및 출자 건에 대한 일부 내용 변경(안) 외 1건	7(7)
9	2013. 10. 25.	2013회계연도 3/4분기 재무제표 보고 (별도 및 연결) 외 1건	7(7)
10	2013. 11. 12.	CEO 사임의사 표명에 따른 후속 대책 보고	7(7)
11	2013. 11.18.	경영계약서(안) 외 1건	7(7)
12	2013. 11. 29.	2013년 배당 관련 보고 외 1건	7(7)
13	2013. 12. 12.	C프로젝트 추진(안) 외 1건	7(7)
14	2013. 12. 18.	임시 주주총회 소집(안) 외 1건	7(7)

* kt는 2013년 총 14회의 이사회를 개최하여 '2013년도 지속가능경영 추진 계획(안)' 등 총 58건의 안건을 심의·의결함
** 2013. 3. 15. 정기 주총에서 사외이사 차상균 재선임, 사외이사 송도균 신규 선임
*** 2013. 6. 13. 사외이사 송종환 중도 사임

이사(사외이사 포함)의 보수 한도 및 현황 (2013. 12. 31. 기준)

(단위: 억 원)

구분	2013년 주총 승인 한도	지급 총액	1인당 평균 지급액
사내이사(3명)	65	18.68	6.23
감사위원회 위원인 사외이사(4명)		3.4	0.8
감사위원회 위원이 아닌 사외이사 (4명)		3.0	0.8

* 인원수는 2013. 12. 31. 현재 재임 중인 이사 기준, 2013년 사외이사 지급 총액 및 1인당 평균 지급 총액에는 2013. 6. 13. 중도 사임한 송종환 사외이사 지급액 포함

이사회 내 위원회 현황 (2014. 3. 31. 기준)

구분	구성	설치 목적 및 권한 사항
감사위원회	사외이사 4인	회계감사 및 업무감사 등에 관한 사항
평가및보상위원회	사외이사 4인	회장의 경영계약 및 평가 등에 관한 사항
내부거래위원회	사외이사 4인	'독점규제 및 공정거래에 관한 법률' 및 '상법'에서 이사회 승인 사항으로 정한 특수관계인 간 거래
지배구조위원회	사외이사 4인 사내이사 1인	지배구조 개선에 관한 사항
경영위원회	사내이사 3인	이사회가 경영 일반에 관하여 위임한 사항
CEO추천위원회	사외이사 전원 사내이사 1인	회장 후보 조사·심사·주주총회 추천 등에 관한 사항
사외이사후보 추천위원회	사외이사 전원 사내이사 1인	사외이사 후보 조사·심사·주주총회 추천 등에 관한 사항

전문경영인 책임경영과 성과 보상 체계

전문경영인의 책임경영 체제를 확립하기 위해 이사회는 CEO와 경영계약을 체결하고 있으며, 공정한 CEO 성과 평가를 위하여 사외이사만으로 구성된 평가및보상위원회에서 매년 이사회가 정한 연도 목표를 기준으로 CEO 경영 목표를 정합니다. 매 사업연도 결산을 기준으로 정량평가와 정성평가를 실시하고 그 결과를 주주총회에 보고하고 있습니다. 2013년 성과 평가에 따른 보상 결과 최고 연봉자의 보수는 전체 임직원 중앙값의 15.96배*입니다. CEO를 포함한 사내이사의 보수는 경영 실적에 따라 이사회가 지급 기준과 방법을 정하고 매년 주주총회에 보고하고 있으며 CEO와 사내이사 보수에 관한 이사회 결의 시 공정성 제고를 위해 CEO와 사내이사는 결의에 참여할 수 없도록 정관에 규정하고 있습니다. 사내이사가 아닌 경영 임원의 보수는 경영 실적 등에 따라 이사회가 정하고 있습니다.

*2013년 예외적인 등기이사 퇴직금이 발생하였으므로 정보의 왜곡을 피하기 위해 실질 보상액을 기준으로 산출하였음

지속가능경영

지속가능경영 추진 방향

kt가 꾸준히 추진해 온 지속가능경영의 결과 2011, 2012년도에 이어 2013년에도 전 세계 유무선 통신 분야의 DJSI 인더스트리 그룹 리더로 선정되었습니다. 앞으로는 kt가 가지고 있는 강점인 네트워크와 IT 기술을 활용하여 사회공헌 활동을 추진하고자 합니다. 저소득층 아동과 장애인, 다문화가정들이 정보사회, 스마트사회에서 소외되지 않도록 하여 사회 갈등을 완화하는 데 초점을 맞추고자 합니다. 나아가 새천년개발목표(MDGs)를 실현하기 위한 활동들을 계획하고 유엔 글로벌콤팩트의 10대 원칙을 준수하여 글로벌 CSR 선도 기업 역할에도 충실하고자 합니다.

지속가능경영위원회

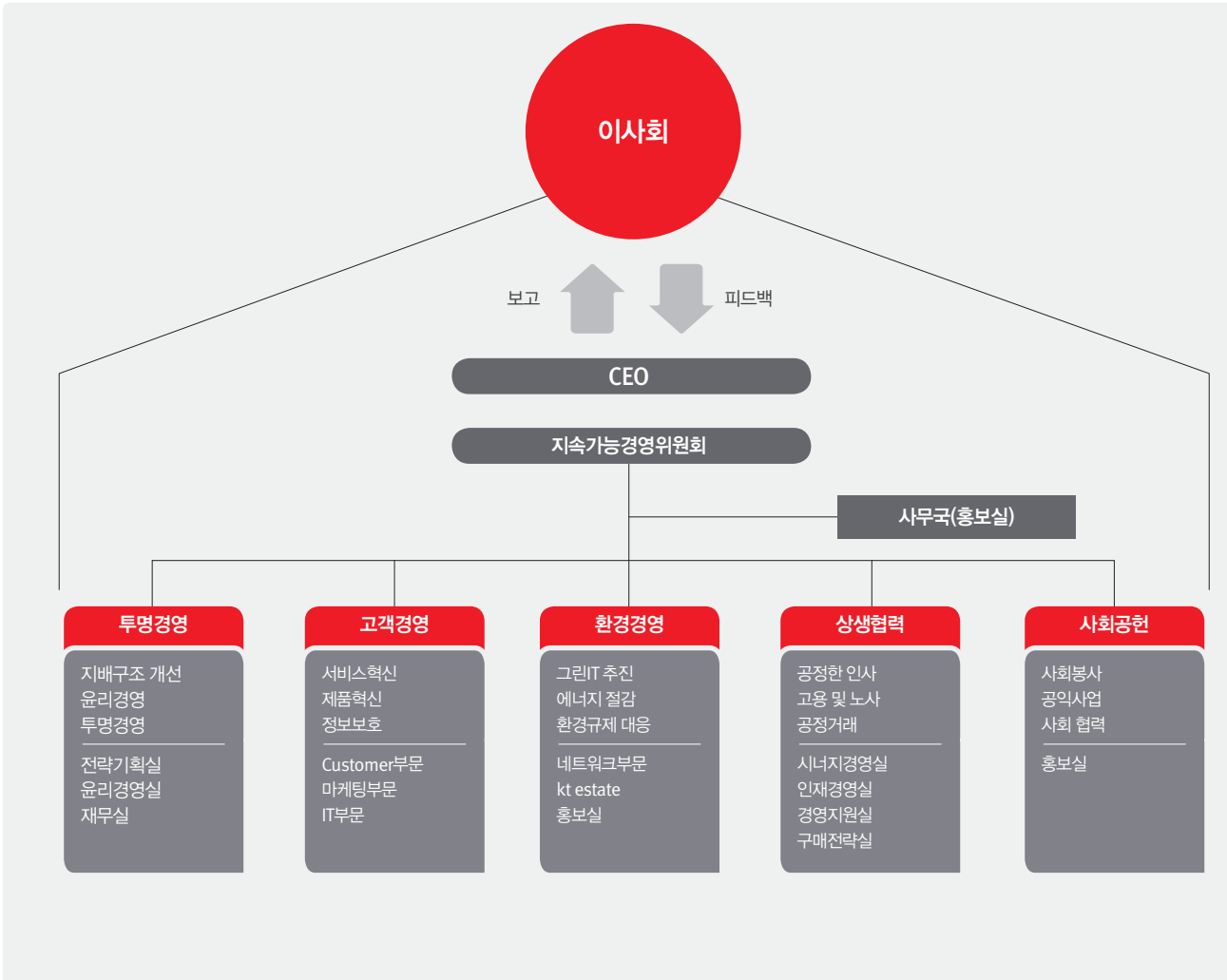
kt는 글로벌 선진 기업 수준의 지속가능경영 실행을 지속가능경영의 목표로 정하고 고객 및 이해관계자들이 참여하는 가운데 지속가능경영 성과를 향상시켜 나가고 있습니다. 또한 중요 이슈를 경영활동에 반영하기 위하여 윤리경영, 고객경영, 환경경영, 상생경영 및 사회공헌의 5대 우선 과제를 설정하고, 이를 효율적으로 수행하기 위한 조직으로 홍보실장을 위원장으로 하고 담당 임원을 위원으로 하는 지속가능경영위원회를 운영하고 있습니다. 2011년부터는 이사회에 지속가능경영 실적과 계획을 정기적으로 보고하도록 관련 규정에 명문화하였습니다. 2014년 3월 열린 이사회에서 2014년 지속가능경영추진계획(안)을 의결하였으며, 이사회 내 지배구조위원회에서 추진 실적 보고를 접수하며 지속가능경영위원회의 운영 체계와 공식적인 체계를 갖춰 최고경영진이 지속가능경영을 관리하고 있습니다.

DJSI(다우존스 지속가능성지수) 유무선통신 분야 인더스트리 그룹 리더 선정

kt는 2009년 DJSI* 아시아 태평양과 DJSI 코리아에 포함된 데 이어 2010년 9월에 다우존스 지속가능성지수(Dow Jones Sustainability Index) 월드 318개 기업 중 하나로 선정되었습니다. 이어 2013년에는 4년 연속 통신 분야 DJSI월드 편입 유지에 성공하였을 뿐만 아니라 2012년에 이어 2013년에도 세계의 여러 유수한 기업들을 제치고 유무선통신 전 세계 1위에 해당하는 인더스트리 그룹 리더(Industry Group leader)에 선정되었습니다.

※DJSI는 세계 최대의 금융정보 제공 기관인 다우존스와 스위스 지속가능경영 평가 기관인 SAM사가 공동으로 세계 2500여 기업들의 지속가능경영 수준을 평가하고 우수 기업을 선정합니다. DJSI에 편입된 기업들의 주식은 '사회책임투자(Socially Responsible Investment)' 기금에 우선투자 대상으로 추천됨으로써 안정적이며 장기적인 투자들을 확보할 수 있습니다.

5대 과제	주요 역할	실행 조직	이해관계자
투명경영	윤리경영 활동, 기업 지배구조 개선, 리스크 관리	전략기획실 윤리경영실 재무실	주주
고객경영	서비스 개발, 제품 책임, 정보보호 활동, 고객 관리, 혁신경영(상품, 사회 혁신), 브랜드 관리	Customer 부문 마케팅 부문 IT 부문	고객
환경경영	환경정책 및 관리 시스템, 기후변화 대응 전략, 환경 혁신 및 효율성, 에너지 절감	네트워크 부문 kt estate 홍보실	환경 (미래 세대)
상생협력	공정한 인사(HR 개발, 인재 확보 및 유지), 고용 및 노사(노동관행지표, 직장 내 건강 및 안전), 공정거래	인재경영실 경영지원실 구매전략실	임직원/ 협력사
사회공헌	사회공헌 활동, 공익사업(정보 격차 해소), 사회 협력(지역 투자 및 협력)	홍보실	지역사회 (정부)



윤리경영

kt는 윤리경영 제도와 인프라를 확충, 운영하여 윤리경영이 뿌리내릴 수 있도록 꾸준히 노력하고 있습니다. kt는 정도 원칙에 따른 고객 최우선 경영을 위해『신윤리경영원칙』을 2014년 3월 제정, 사회적 책임을 다하는 국민 기업을 만들기 위해 각오를 새롭게 하고 실천력을 높이고 있습니다. 임직원이 업무 수행 중 봉착하게 되는 윤리적 딜레마에 대한 올바른 해결책을 제시하는 '윤리경영 FAQ'와 'Clean-365 센터'를 운영하고 있습니다. 또한 '감사위원장 핫라인', '윤리위반신고' 등과 같은 부정 제보 시스템을 구축하여 지속적인 자정 노력을 기울이고 있으며 매년 모범적으로 윤리경영을 실천한 임직원을 선정하여 포상하는 등 윤리경영 문화 정착을 위해 다양한 활동을 이어 가고 있습니다.

1등 kt『신윤리경영 원칙』

『우리는 글로벌 1등 기업으로 성장하기 위해 올바른 의사 결정과 윤리적 판단으로 회사의 미래를 도모』한다. 이를 위해「고객 최우선, 준법경영, 기본 충실, 주인의식, 사회적 책임」을 모든 kt인이 공유하고 지켜야 할 윤리경영 5대 행동 원칙으로 삼고, 이를 적극 실천할 것을 다짐한다.

원칙 1. 고객을 최우선 가치로 삼는다.
1-1. 고객의 가치와 정보를 존중하고 철저히 보호한다.
1-2. 고객에게 도움이 되는 차별화된 가치를 끊임없이 창출한다.

원칙 2. 각종 법규와 기준을 엄격히 준수한다.
2-1. 법과 상도의에 따라 공정하고 깨끗하게 행동한다.
2-2. 경영의 투명성을 유지하며 회사의 비밀은 철저히 보호한다.

원칙 3. 기본과 원칙에 충실한다.
3-1. 회사 전체 이익 관점에서 합리적, 객관적으로 판단하고 책임 있게 행동한다.
3-2. 공과 사를 엄격히 구분하며 건전하고 깨끗한 조직문화 조성에 앞장선다.

원칙 4. 스스로 회사와 내가 하나라는 주인의식을 가진다.
4-1. 실패를 두려워하지 않고 항상 최고에 도전한다.
4-2. 자율과 임파워먼트를 통해 효율성 향상을 추구한다.

원칙 5. 국민 기업으로서 사회적 책임과 의무를 다한다.
5-1. 주주의 권리와 이익을 보호하고, 임직원의 '삶의 질' 향상을 위해 노력한다.
5-2. 환경 · 안전 · 인권을 중시하고 존중한다.
5-3. 사회공헌 활동에 앞장서고 사업 파트너와 동반성장의 관계를 구축한다.

윤리경영 추진 사항

글로벌 1등 kt 달성 지원을 위한 윤리경영실 전진대회 개최		
신윤리경영 원칙 제정 및 공포		
신윤리경영 원칙 실천 서약 시행		
명절 Clean kt 캠페인 시행 – Clean 365 센터 운영		
윤리실천 모니터링을 위한 상시 및 특별 활동		
기관장(임원 등)의 직원 대상 윤리경영 교육 직접 시행(윤리 직강)		
상황별 다양한 윤리경영 커뮤니케이션 채널 운영	사전 예방 채널	윤리경영 FAQ
		Clean 365 센터
	사후 신고 채널	윤리위반신고
		감사위원장 핫라인 운영

윤리경영실천대상

kt 윤리경영실은 윤리경영 실천의 모범 사례를 발굴하고, 전 임직원에게 윤리의식을 전파하고자 2013년 윤리경영실천대상을 시행하였습니다. 이번 윤리경영실천대상에서는 윤리경영 4대 기본 정신(정직, 투명, 청렴, 공정)의 행동 기준에 부합하는 직원과 부서를 추천을 통해 총 15건 선정하여 시상하였습니다. kt 윤리경영실은 윤리경영 실천 의지를 공고히 하기 위해 우수 실천 직원을 적극 발굴하고 포상해 나갈 계획입니다.

개별 직무윤리 시행

개별 직무윤리는 업무 수행 과정에서 발생하기 쉬운 태만 행위, 무관심, 안일한 태도 등을 바로잡고 맡은 바 업무를 철저하게 수행하기 위한 판단 및 행동 기준입니다. 과거에 발생했던 문제 사례를 토대로 작성되었으며 직책자를 중심으로 소속 기관, 직무와 직종별 4단계로 범주화하여 2013년 9월에 자가점검을 시행하였습니다. 담당, 팀장 등 직책자들이 스스로 업무상 관행을 타파하고 윤리적 마인드를 갖추는 등 솔선수범하는 모습을 보임으로써 전 직원에게 윤리의식이 확산되는 계기가 되었습니다.

윤리경영 직강

윤리경영의 개념, 윤리경영 체계 등의 일반 사항과 kt 윤리경영 현황을 소개하는 자료를 매월 윤리경영실에서 작성하여 전국 720개 기관에 배포하고 기관장이 직접 3만 2000여 명의 직원을 대상으로 강의하였습니다. 이를 통해 임직원이 업무 수행 시 지녀야 할 윤리적 마인드와 자세를 확보하도록 유도하였습니다.

2013년 월별 윤리경영 직강 주제

시기	주제
4월	정보유출 (제1화)
5월	정보유출 (제2화)
6월	협력사와의 상생
7~8월	선물과 뇌물
9월	개별 직무윤리 자가점검 시행
10월	윤리경영 4대 기본 정신
11월	직장 내 성희롱 예방

계열사 윤리경영 내재화

kt와 계열사의 윤리경영 지향점과 추진 방향을 공유하여 정렬성을 확보하는 차원에서 계열사 간에 윤리경영 우수 사례를 공유하도록 계열사 윤리경영 직책자 교육과 워크숍을 분기별로 진행하였습니다. 상시적으로 계열사가 윤리경영 인프라를 정비할 수 있도록 계열사 게시판(synovation)에 교육 자료와 기타 참고할 수 있는 사례를 게시하여 전 계열사로 윤리경영을 확산시키는 데 최선을 다하고 있습니다.

윤리경영 위반 사항 조치

	2011	2012	2013
해임 건수	13	14	12
징계 건수	184	243	116

조세 준수

kt는 국가의 세법과 관련 규정을 엄격히 준수하고 있으며 재정·운영 지출 프로그램과 고객 서비스의 효과적인 지원을 위해 세법이 허용하는 범위 내에서 효율적으로 세금을 납부하기 위해 노력하고 있습니다. kt는 국세청과 공개적이고 정직하며 긍정적인 사업 관계를 맺고 있으며 모든 세금 관련 사항을 투명하게 공개하고 있습니다. kt는 국세청의 기업 세금 정책에 따라 매년 세금을 충실히 납부해 왔으며 매년 법인세 비용, 이연법인세 및 유효세율 정보를 감사보고서에 명시하고 전자공시시스템(dart.fss.or.kr)을 통해 외부에 공개하고 있습니다.

kt의 2013년도 유효세율은 25.2%이며 이는 법인세 최고세율인 24.2%(지방소득세율 포함)를 상회하는 수치입니다. 세율 간의 차이는 회계상의 손익과 세무상의 손익 차이를 반영했기 때문입니다. kt는 앞으로도 책임 있는 기업 시민으로서 투명하고 건실한 세금 납부를 위해 노력할 것입니다.

법규 준수

kt는 윤리경영의 올바른 실천과 감독을 위해 독점규제 및 공정거래에 관한 법률, 부정경쟁방지법, 정보통신망법 등의 준수를 위한 활동을 진행하고 있습니다. kt는 2013년 '단말기보조금 지급 관련 이용자 이익 침해 행위'를 포함, 총 8건의 법규 위반으로 방송통신위원회로부터 총 520억원의 과징금을 부과받았으며 시정명령에 따른 시정 조치를 이행하였습니다. kt는 철저한 사전 검토를 통하여 관련 법규를 준수하고 성실히 의무를 이행하는 한편 재발 방지를 위해 노력하겠습니다.

규제기관 심결 현황 (단위: 백만 원)

구 분	의결일자	과징금	시정조치
㈜kt의 단말기보조금 지급 관련 이용자 이익 침해 행위에 대한 건	2013.3.14.	1,610	
㈜kt의 단말기보조금 지급 관련 이용자 이익 침해 행위에 대한 시정 조치에 관한 건	2013.7.18.	20,240	영업정지 7일
㈜kt의 이동전화서비스 해지 제한 관련 전기통신사업법 위반 행위에 대한 시정 조치에 관한 건	2013.11.15.	520	
㈜kt의 단말기보조금 지급 관련 이용자 이익 침해 행위에 대한 시정 조치에 관한 건	2013.12.27.	29,700	

kt는 2014년 10월부터 '단말기 유통구조개선 법률'(단통법)이 시행됨에 따라 보조금 지급 경쟁이 아닌 통신사의 마케팅, 요금, 품질, 유통 등 본질적인 서비스 경쟁력이 다시 부각될 것으로 예상하고 있습니다. 이는 자금력이 월등한 시장지배적 사업자로 시장이 고착화되는 것을 해소하고, 빈번한 단말기 교체에 따른 가계통신비 부담 완화 및 사업자의 투자여력 확보에 긍정적인 역할을 할 수 있을 것입니다. 통신 서비스를 제공하는 사업자로서 kt는 단통법을 적극 준수하여 이동통신시장의 안정화가 이뤄질 수 있도록 앞장서겠습니다.

리스크 매니지먼트

리스크 관리

통신시장 포화로 인한 경쟁 심화, 통신 가치사슬 영역의 붕괴, 유무선 네트워크 기술 진화 등 경영·사업·기술 환경의 급속한 변화에 따라 리스크의 발생 가능성이 증가하고 있습니다. kt는 재무적 리스크는 물론 전략, 운영, 규제 등 모든 리스크 상황에 대응하여 고객 최우선 및 기업가치 제고를 위한 리스크 관리 체계를 구축하여 운영하고 있습니다.

리스크 관리 체계

리스크 관리 범주 및 대응 원칙

리스크 관리 범주	
Strategic 전략	부적절한 의사 결정 또는 경영 환경 변화로 인한 손실 발생
Finance 재무	시장가격 변화, 거래선 신용 악화 등으로 인한 재무적 손실 초래
Operation 운영	업무처리 부실·지연, 업무 역할 불명확 등으로 인한 프로세스 목표 미달 초래
Compliance 규제	법률, 사회적 준칙, 내부 규율 등의 위반으로 인한 손실 발생
Event 사건	천재지변 등 예측 또는 통제 불가능한 사건으로 인해 손실 발생

리스크 대응 원칙	
R	apid & Resolute 신속한 보고와 단호한 조치
I	ntegrity & Initiative 정직하게 공개하고 능동적으로 대응
S	pecific & Supportive 명확한 대응 방향 설정 및 지원
K	nowledge & Accumulative 노하우 축적을 통한 사전 예방

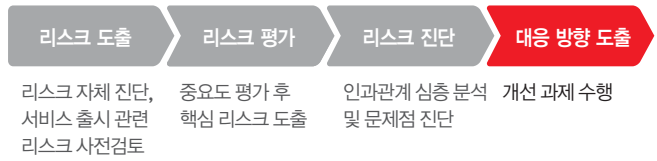
현재 또는 미래 시점에 기업가치에 부정적 영향을 줄 수 있는 불확실성에 대한 대응 및 최소화

ERM 체계 구축

kt는 2004년부터 전사 관점의 통합적 리스크 관리 활동의 중요성을 인식하고 ERM(Enterprise Risk Management) 전담 조직을 운영하고 있습니다. 2010년 이후에는 윤리경영실에 ERM 전담 조직으로서 ERM팀의 기능을 강화하고 각 사업 부문 및 현장에도 리스크 관리 전담 조직을 구성하는 등 리스크 활동의 실행력 강화를 위한 유기적 공조 체계를 구축하였습니다. 서비스 출시 관련 리스크 사전검토, 사업· 제도· 프로세스 관련 리스크 자체 진단, 리스크 관리 문화 확산 등의 사전 리스크 예방 활동을 추진하고 있습니다.

리스크 예방 활동

리스크 예방 프로세스



전사 리스크 진단

kt는 서비스 출시뿐 아니라 사업 리스크, 불합리한 제도 및 프로세스 등 사업수행과 관련된 전반적 사항에 대해서도 리스크를 정기적으로 점검하는 리스크 자체 진단 제도를 운영하고 있습니다. 이를 통해 각 사업 부문이 소관 부문의 리스크를 스스로 발굴하고 조기에 대응할 수 있는 계기를 제공함으로써 리스크의 발생 가능성을 최소화하고 리스크의 확산을 방지하고 있습니다. 2010년 227건, 2011년 235건, 2012년 190건, 2013년 489건의 리스크를 도출하였으며 발생 가능성 및 영향도를 기준으로 평가하여 전사 핵심 리스크를 선정하였습니다. 인과관계 심층 분석, 진단 활동을 통해 적절한 대응 방향을 정립하고 개선 방안을 도출하여 리스크 현실화로 인한 기업가치 훼손을 예방하고 있습니다.

서비스 리스크 사전검토

kt는 2010년부터 불완전한 서비스로 인한 고객과 회사의 피해가 발생하지 않도록 '서비스 출시 관련 리스크 사전검토' 제도를 운영하고 있습니다. 운영 리스크, 법률, 공정 경쟁, 정보보호 관점에서 전문 부서를 통한 리스크 심층 검토가 이루어집니다. 이를 통해 고객에게 무결점 서비스라는 차별화된 가치를 제공하고 있습니다. 2010년 417건, 2011년 602건, 2012년 362건, 2013년 212건의 리스크 사전검토를 수행하여 불완전한 서비스 출시로 인한 VOC 발생 등 리스크 발생 요인을 최소화하고 있습니다. 4년간 지속적인 리스크 사전검토 제도를 운영해 임직원의 리스크 자가진단 역량 향상 및 리스크 인식 제고에도 기여하고 있습니다.

리스크 관리 문화 확산

kt는 상기의 '서비스 출시 관련 리스크 사전검토', '리스크 자체 진단' 외에 사업 부서 및 현장 부서의 리스크 관리업무 담당자를 대상으로 각 사업 부문별 리스크 및 예방· 관리 방안을 공유하는 오프라인 교육과정을 매년 운영하여 임직원의 리스크 관리 문화 확산에도 힘쓰고 있습니다.

이해관계자 참여

이해관계자 참여

kt는 이해관계자들과 포괄적이고 진실하며 서로에게 이익이 되는 관계를 형성하고 유지해 나가기 위해 노력하고 있습니다. kt는 이해관계자를 비즈니스와 기능적인 영역으로 이루어진 통상적인 이해관계자 매핑에 따라 정의합니다. 매년 공식적으로 이러한 이해관계자 맵을 재확인하며 직접적인 목소리를 내지 않는 미래 세대나 환경 등의 부문까지 이해관계자로서 고려합니다.
이에 따라 kt는 주요 이해관계자 그룹을 고객, 주주, 임직원, 협력사, 지역사회로 분류하고 이해관계자별 협의체 또는 설문조사 방식을 활용하여 소통하고 있습니다.

kt는 이러한 관계들이 비즈니스의 성공에 중대한 영향을 미치는 가치 있는 자산이라고 판단하고 있습니다. 어떤 경영상의 계획에도 kt의 이해관계자들이 가지고 있는 가치와 요구 사항, 관심이 내부 의사결정과 프로젝트 실행 과정에 반영될 수 있도록 최선을 다할 것을 가이드라인에 명시하고 있습니다.

구체적으로 고객이 직접 참여하는 '고객 상품 검증단'을 통해 유선 단말 출시 전 고객 체험 및 고객 관점의 사전 검증을 실시하였고, 단말 품질 이슈를 포함해 총 332건의 이슈를 발굴 및 개선하는 성과를 거두었습니다. 또한 지역사회 이해관계자인 '대학생 봉사단'을 통해 '독도는 우리 땅' 알리기 캠페인, 동네 벽화 그리기, 장애인과 함께하는 명랑운동회 등 다양한 활동으로 지역사회와 소통하기 위해 노력하고 있습니다.

고객 상품 검증단

참여한 이해관계자 그룹 목록

구분	상세
고객	서비스 가입 고객, 잠재 고객 등
주주	투자자, 애널리스트 등
협력사	물자 협력회사, 정보통신공사 협력사, 기타 서비스 협력사 등
임직원	계열사 임직원 전체
지역사회	정부, 지방정부, 미디어, NGO 등
환경	동식물을 비롯한 자연, 환경, 단체, 미래 세대 등

참여 유형, 이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 방식 현황

구분	참여 유형 및 참여 빈도
고객	• 고객풀 운영(200명, 정기 조사 연 3회, 비정기 조사 4~5회) • 온라인 정기 조사(1만 명 규모 연 2회) • 대학생 상품 체험단(60명, 6개월) • 가구 패널 • 고객 상품 검증단(100명, 1년)
주주	• 주주총회(연 1회) • CEO경영설명회(연 1회) • 실적 발표(분기 1회 공시, 콘퍼런스콜) • IR뉴스(월1~2회) • 국내·해외 NDR(수시) • IR 홈페이지 운영
협력사	• 협력사 CEO 간담회(1회) • 협력사 만족도 설문, 협력사 설명회(반기 1회) • SCM협의체(월 1회) • 품목별 간담회(수시) • 협력사 기술 교류(월 1회) • 온오프라인 동반성장센터(상시) • 협력사 의견 수렴 사이트 운영(상시) • IT CEO 포럼(연 5회)
임직원	• 노사협의(분기 1회) • 지역노사협의회, 단위노사협의회, 노사정책협의회(상설 기구, 수시 집행) • 경영설명회(정기와 비정기 대상자에 따라 다양하게 개최) • 고충처리센터 kt 119(오프라인) • 사보, 사내뉴스, 사내온라인 토론방, 수시 메시지
지역사회	• 지역사회 간담회(수시) • 사랑 나눔(지역아동센터 결연) • IT 나눔(전화, 홈페이지) • 문화 나눔(설문조사, SNS, 홈페이지) • 대학생 봉사단(105명, 1년)
환경	• 환경경영위원회(수시) • 온실가스 배출량 검증(연 2회, Scope1, 2 및 Scope3)

이해관계자 인터뷰

kt는 이해관계자 참여 정책을 정립하고 이해관계자별 커뮤니케이션 채널을 구축하여 지속적으로 소통하고 있습니다. 이해관계자는 kt가 추진하는 모든 지속가능경영 활동의 중심이자 가치를 공유하는 대상입니다. kt는 이해관계자의 요구와 관심을 보다 면밀히 파악하기 위해 주요 이해관계자 그룹별 1:1 인터뷰를 진행하였습니다. 이해관계자들이 중요하게 생각하는 지속가능경영 이슈들을 kt의 경영 활동에 반영하고자 합니다.

미래창조과학부 | 관계자 | 정부

kt의 지속가능경영을 위해선 수익성 있는 사업의 지속적인 발굴과 이를 실행할 수 있는 능력을 갖추는 것이 중요합니다. kt는 유선전화 기업에서 IT 기업으로 나아간 만큼 인력 및 사업의 신구조화를 통해 조직 및 직원들의 역량을 강화해야 하며, 기존 kt의 역량을 효율화할 수 있도록 시너지를 발휘할 수 있는 사업을 잘 찾아내야 합니다. 이를 위해선 경영진이 어떤 비전과 방향을 제시하는지가 중요합니다. 수익을 추구함과 동시에 사회 책임을 적극적으로 이행한다면 따뜻하고 친숙한 기업으로서 국민과 함께하는 kt의 브랜드 가치를 제고할 수 있을 것입니다.

미래창조과학부

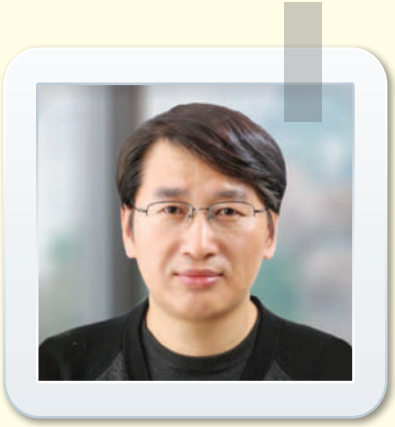
김석주 팀장 | 현대오토에버㈜ | 고객

kt는 제 1의 통신기업으로 제조, 서비스 분야의 IT 기업과 달리 인프라에 기반한 서비스를 이끌어 갈 수 있는 위치에 있는 만큼 IT 분야의 국가적 사업을 주도할 수 있습니다. 지금처럼 클라우드 서비스, 빅데이터 등 이슈를 리딩하고 개도국을 대상으로 선진 기술 전수 사업을 펼친다면 경제적 수익을 거두는 동시에 기업 가치를 제고할 수 있을 것입니다. 고객사 입장에서는 기업별로 영업대표를 지정하여 고객의 요구를 신속하게 파악하고 해결해 주는 kt의 영업 조직력이 긴밀한 협력 체제하에 사업을 추진하는 데 상당한 도움이 되고 있습니다.

HYUNDAI AutoEver

이선주 센터장 | kt CSV 센터 | 임직원

kt는 국가적으로 국민 편익을 위한 사업을 운영한다는 책임감을 갖고 있습니다. ICT가 의식주만큼 필수 수단이 된 시대에 kt는 이를 선도하는 기업으로서 다양한 이해관계자에게 필요한 사회, 경제적 역할을 해야 한다고 생각합니다. 수많은 제조사, 공급사, 협력사와 함께 상생경영을 도모하여 산업 전반을 선도하고 신기술을 개발하여 새로운 일자리를 창출하는 것은 kt의 중요한 역할이 될 것입니다. 특히 ICT 소외 계층을 위해서는 정보 격차를 해소하기 위한 노력에서 한 발 더 나아가 ICT가 어려운 상황을 극복하는 매개체가 될 수 있도록 우리의 역량을 집중하고 있습니다. 이는 새로운 공유 가치를 창출할 수 있는 의미 있는 일이 될 것입니다.



이종오 사무국장 | 사회책임투자포럼 | 투자자

kt가 지속 가능한 기업이 되기 위해선 사회적, 경제적, 환경적 측면에서 시장 선도성을 확보해야 합니다. 통신은 공공재인 만큼 사회적으로 kt가 할 수 있는 역할이 클 것입니다. 특히 정보 격차 해소, 대리점과의 유기적 상생 관계를 위한 노력이 필요합니다. 경제적으로는 해외 통신산업을 확보하고 CSV(Creating Shared Value, 공유 가치 창출) 관점에서 개도국의 통신시장에 진출한다면 사업을 확대하는 동시에 성장의 기회를 찾을 수 있을 것입니다. 환경적 측면에서 kt는 국내에서 scope3 탄소 배출량 산정과 검증을 전면적으로 시도한 최초의 기업으로 적극적인 투자와 관리를 통해 환경경영을 선도하고 있습니다. 이는 다른 기업에서 벤치마킹해야 할 부분이며 kt가 산업 및 사회 전반으로 이를 확대하기 위한 역할을 해 줄 것으로 기대합니다.

정성철 과장 | 삼성전자 | 협력사

kt는 통신기술 발달을 선도할 수 있는 회사로서 장기적 관점에서 국내 기술 경쟁력을 확보할 수 있도록 앞장서야 합니다. 기술 구매자로서 가격만이 아닌 보안솔루션, 기술력 및 고도화된 네트워크를 두루 고려하고, 국내 환경에 맞는 서비스를 제공할 수 있는 기업과 협력 관계를 맺을 필요가 있습니다. 나아가 공급자가 지속적으로 아이디어나 기술을 제안할 수 있고, 이것이 상품화될 수 있는 루트가 마련된다면 상생협력을 더욱 발전시켜 나갈 수 있을 것입니다. kt는 한국의 통신산업 발전을 위해 노력해 온 대표적인 기업인 만큼 국내 기술 발전에도 적극적으로 참여해 주길 기대합니다.

이창준 본부장 | kt희망나눔재단 | 지역사회

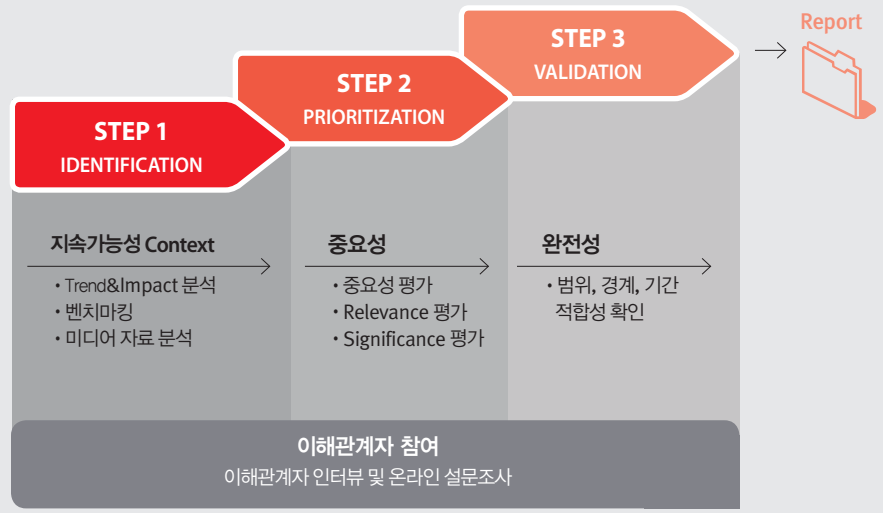
kt는 통신 서비스를 통해 우리 생활 전반에 영향을 미치고 있는 만큼 ICT 발전을 활용하여 사회적 격차를 줄여 나가는 데 기여할 수 있습니다. 이를 위해선 무엇보다 대내외 환경변화에 적절히 대응하면서도 공헌 활동의 방향성과 전략을 일관되게 가져가는 것이 중요합니다. kt의 ICT를 활용한 교육 격차 해소 등과 같은 사업은 장기적으로 지속되고 있는 좋은 사업 모델입니다. 공헌 활동을 위한 전국적 네트워크와 전담 인력을 보유하고 있는 kt가 공간을 초월하는 IT 기술을 활용하여 지금처럼 공헌 활동을 지속해 나간다면 경제적, 사회적 가치 창출을 통해 사회에 긍정적인 파급효과를 일으킬 수 있을 것입니다.

중요성 평가

kt는 이해관계자의 주요 관심 사항과 지속가능경영 활동에 영향을 미치는 중요 이슈를 중점적으로 커뮤니케이션할 수 있도록 보고 이슈 선정 과정에서 대내외 환경 분석 및 이해관계자 참여를 실시하였습니다. 중요 이슈를 식별하고 우선순위를 선정할 때 국제 규범 및 표준에서 제시하는 중요성 평가 기준을 준용함으로써 보고의 객관성을 확보하였습니다. 이를 토대로 본 보고서를 작성하였습니다.

중요성 평가 프로세스

kt는 지속가능경영 중요 이슈를 도출하기 위해 지속 가능성 배경(Sustainability Context), 중요성(Materiality), 완전성(Completeness), 이해관계자 참여(Stakeholder Inclusiveness) 원칙에 근거하여 내외부 환경 분석 및 중요성 평가를 하였습니다.



STEP 1 내외부 환경 분석을 통한 지속가능경영 관련 이슈 식별

kt와 관련성이 높은 지속 가능성 트렌드, GRI가 제시한 지속가능경영 Aspects 및 IIRC에서 제시한 내부역량이슈(Capitals)를 반영하여 이슈 풀을 구성하였으며 다양한 분석을 통해 kt를 둘러싼 30개의 내외부 지속가능경영 관련 이슈를 식별하였습니다.

Trend & Impact 분석
kt 내부에서 중요하게 인식하고 있는 지속가능경영 이슈를 파악하기 위해 Trend, Impact, 내부 역량 차원에서 임직원을 대상으로 설문조사

동종업계 분석
국내 및 해외 유사 기업의 지속가능경영 보고 이슈를 파악하여 관련 산업 전반에서 중요하게 다뤄지는 이슈 파악

미디어 자료 분석
kt의 지속가능경영 활동에 대한 사회적 요구를 파악하고 대응하기 위해 2013년 한 해 동안 국내 언론사에 보도된 유효 기사 2986건을 분석하여 주요 이슈를 도출

이해관계자 인터뷰
ISO 26000의 이해관계자 식별 기준 및 kt의 이해관계자 정의에 의해 6명의 대표 이해관계자를 대상으로 심층 인터뷰를 진행하여 주요 이슈 및 추가 이슈 도출

STEP 2 중요성 평가를 통한 중대 이슈 우선순위 선정

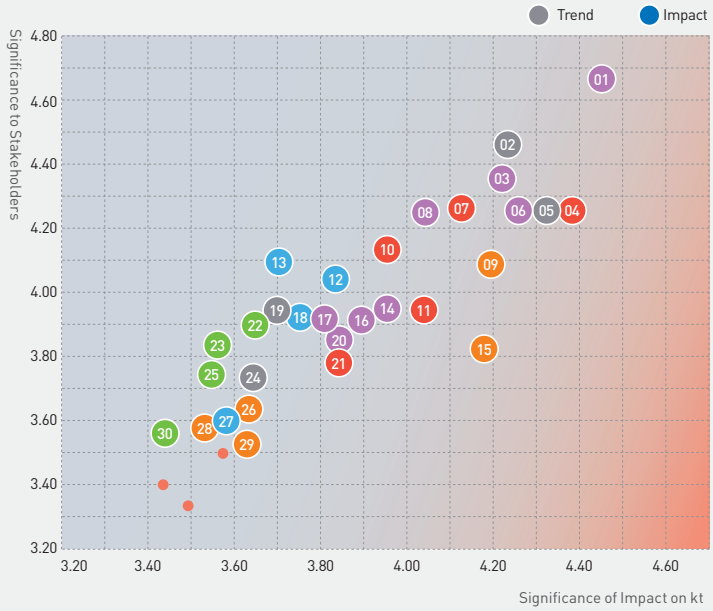
내외부 환경 분석을 통한 관련성 평가 결과에 따라 kt의 이해관계자 4138명을 대상으로 온라인 설문조사를 하고 이슈들의 중대성을 우선순위화하여 최종 30개(Trend 15개, Impact 15개)의 핵심 이슈를 도출하였습니다.

STEP 3 타당성 검증

kt는 내부 보고를 통해 30개의 핵심 이슈가 당사에 중요한 주제인지 검토하였으며 범위, 경계, 기간 등 핵심 이슈들에 대한 보고 수준을 결정하고 보고서 작성에 반영하였습니다.

중요성 평가 결과

중요성 평가 프로세스를 통해 도출된 중대 이슈를 살펴보면 개인정보 보호 및 서비스 관련 고객 이슈와 시장 경쟁 심화 및 기술 발전 가속화에 따른 경제 이슈, 투명성 요구, 정부 규제 대응 필요성, 거버넌스 및 리스크 매니지먼트 관련 이슈가 5점 만점 중 4.2점 이상으로 중요성이 높은 것으로 나타났습니다.



Impact &Trend Issues

01 고객정보 보안 요구 증대
02 기업에 대한 투명성 요구 증대
03 고객 개인정보 보호
04 시장 경쟁 심화
05 정부 규제, 정책 대응 필요성 증대
06 제품 및 서비스 민감도 증대
07 기술 발전 가속화
08 제품 서비스의 안정성 요구 증대
09 인재 확보의 중요성 강화
10 간접적 경제효과
11 기술 융합에 의한 대체재 위협 증대
12 공급망 사회적 책임 확대
13 동반성장 요구 강화
14 제품 및 서비스 개선 의지
15 임직원 복지 및 권리 요구 증대
16 초연결 사회(네트워크 고도화)
17 건강 · 친환경 · 친사회를 중시하는 소비자 증대
18 시장지위
19 반부패
20 마케팅 커뮤니케이션
21 경제 성과
22 에너지
23 고객안전보건(전자파 기준 준수)
24 지배구조 중요성 증대
25 환경 전반적 사항(Green IT)
26 고용
27 지역사회
28 인권 차별 금지
29 산업안전보건
30 환경 법규 준수

중요 이슈 보고서 반영

Contents	Topic	GRI Aspect	Issues	Boundary
Overview of kt's Sustainability	kt 기업개요, 리스크 관리, 이해관계자 참여	*전략 및 분석, *조직 프로파일 *이해관계자 참여 *보고서 프로파일, *거버넌스 *윤리성 및 청렴성, 반부패	02 기업에 대한 투명성 요구 증대 05 정부 규제 정책 대응 필요성 증대 19 반부패 24 지배구조(의사 결정 구조)	Within
Company Value Creation	혁신과 성장 동력 확보, 브랜드 가치 창출, 글로벌 시장 개척	간접 경제효과 경제 성과	04 시장 경쟁 심화 07 기술 발전 가속화 10 간접 경제효과 11 기술 융합에 의한 대체재 위협 증대 21 경제 성과	Within
Creating Social Value	동반성장, 전략적 사회공헌	시장지위, 지역사회	12 공급망 사회적 책임 확대 13 동반성장 요구 강화 18 시장지위 27 지역사회(사회공헌)	Within
Customer Engagement	CS 경영, 서비스 가치 창출, IT 보안 강화	고객 개인정보 보호 제품/서비스 라벨 마케팅 커뮤니케이션 고객안전보건	01 고객정보 보안 요구 증대 03 고객 개인정보 보호 06 제품 및 서비스 민감도 증대 08 제품 · 서비스의 안전성 요구 증대 14 제품 및 서비스 개선 의지 16 초연결 사회(네트워크 고도화) 17 건강 · 친환경 · 친사회를 중시하는 소비자 증대 20 마케팅 커뮤니케이션	Within
Human Resource	인재경영, Great Work Place	고용, 인권 차별 금지 산업안전보건	09 인재 확보의 중요성 강화 15 임직원 복지 및 권리 요구 증대 26 고용 28 인권 차별 금지 29 산업안전보건	Within
Environmental Impact	환경경영 전략, 기후변화 대응	에너지, 고객안전보건 환경 부문 법규 준수	22 에너지 23 고객안전보건(전자파) 25 환경 전반적 사항(Green IT) 30 환경 부문 법규 준수	Within & Outside

*GRI Aspect : 일반표준 공개 측면으로 모든 조직에 적용되는 보고 항목

미래전략

01
Special Issue

Why this is a special issue?

ICT 생태계의 급속한 성장 속에서 미래의 성장동력을 확보하고 경쟁력을 강화하기 위한 전략은 kt의 지속 성장을 위해 중요한 이슈입니다. 스마트폰, 인터넷을 통한 사회, 경제 활동이 증가하고 새로운 비즈니스 모델이 요구되는 환경에서 kt는 고객가치 중심의 서비스 발굴로 미래의 기대 수익을 창출하면서도 통신의 공공성을 달성하기 위한 전략을 추진하고 있습니다.

kt's approach

신성장 동력

kt는 최고 품질의 네트워크를 토대로 한 ICT 기반 융합을 통해 다양한 분야에서 미래성장 엔진을 만들고 있습니다. 이를 통해 삶의 기본적 가치들인 쾌적함, 안전함, 효율성, 즐거움, 건강함 등이 기존과 다른 방식으로 충족될 수 있도록 노력하고 있습니다. 구체적인 미래 융합사업은 Smart Energy, Next Generation Media, Integrated Safety, Networked Transportation, Life-Enhancing Care의 5대 영역이며, kt그룹이 보유한 역량과 Big Data, IoT, Cloud 등 혁신적 ICT기술 결합을 통해 차별화된 가치를 제공할 계획입니다. 5대 영역은 kt가 계속적으로 펼쳐 갈 융합사업의 디딤돌로서 향후 새로운 융합사업들을 지속 발굴해 나갈 것입니다.

Smart Energy

kt는 ICT 역량을 바탕으로 고비용, 중앙집중식 에너지 소비가 아닌, 실시간 에너지 사용과 제어 기능을 통해 효율적인 에너지 생산과 소비, 분배 방식을 제공하는 Smart Energy 사업을 추진하고 있습니다.
본 사업을 위해 kt는 이미 제주도와 세종시에서 솔루션 사업을 진행했으며, 약 95만에 이르는 공공고객과 기업고객을 보유한 강점을 활용하고 국내외 관련 사업자들과의 협력을 통해 에너지 효율화, 신재생 에너지와 전력거래 분야를 Smart Energy화할 것입니다.
이를 통해 개별 소비자는 가정·건물 내 에너지 요금을 절감할 수 있고, 국가적 차원에서는 매년 되풀이되는 전력 위기를 예방할 수 있습니다.

Next Generation Media

Next Generation Media 사업은 단순히 TV에서 콘텐츠를 감상하는 것을 넘어 TV와 PC, 스마트폰, 태블릿 등 스마트 디바이스 간 연동을 통해 콘텐츠, 커머스, 교육 등 다양한 서비스를 개인 맞춤형으로 편리하게 이용하도록 하는 사업입니다.
kt는 대한민국 1등 미디어 사업자로서 축적한 미디어 사업 역량을 바탕으로 개인화된 미래형 미디어 융합 서비스의 지평을 열어갈 것이며, 나아가 한류 콘텐츠의 글로벌 미디어 시장 진출을 주도할 것입니다.
이를 통해 개인은 나만을 위해 선별되고 최적화된 다양한 미디어 서비스를 손쉽게 이용할 수 있으며, 콘텐츠 사업자는 제작 지원 및 콘텐츠 수출을 통한 글로벌 시장 동반 진출이 가능합니다.

Integrated Safety

kt는 삶의 주요 핵심 공간(가정, 빌딩, SOC 등)을 포괄하여 '안전한 사회(Safe Society)'를 만들고자 보안, 건물관리, 생활편리 등 서비스를 통합적으로 제공하는 Integrated Safety 사업을 추진할 계획입니다.
kt는 통합관제 플랫폼 기술을 보유하고 있으며, 보안과 건물관리 전문 계열사(kt텔레캅, kt estate)를 통해 관련 역량을 갖추고 있습니다.
이를 통해 소비자들은 생활공간에서 안전하고 편리한 삶을 영위할 수 있으며, 국가적 차원에서는 범죄 예방, 재난 대응 등 사회적 비용 지출을 절감할 수 있습니다.

Networked Transportation

kt는 차량 내 편의성 및 안전을 목적으로 지능형 교통 인프라를 구축하고, 맞춤형 내비게이션 플랫폼을 제공하며, 차량 내에서 다양한 Infotainment 서비스를 즐길 수 있는 Networked Transportation 사업을 준비하고 있습니다.
kt는 차량-인프라 간, 차량 간 통신기술(V2I/V2V)을 기반으로 서울시 심야버스 노선 결정에서 입증된 빅데이터 분석 역량, 국내 1위 지도 플랫폼 역량, 자체 개발한 1000만 고객 기반의 올레내비, kt렌탈의 9만여대 차량 등 지능화된 통신 인프라 기반 이동지원 플랫폼과 서비스 역량을 보유하고 있습니다.
이를 통해 개인은 편리하고 안전한 이동이 가능하고, 기업은 물류 비용·시간 효율화를 통해 수익을 달성할 수 있으며, 국가적 차원에서는 교통 혼잡비용·예방비용 절감이 가능합니다.

Life-Enhancing Care

kt는 웨어러블, 게놈 Cloud 등 ICT 기술을 접목한 Life-Enhancing Care 사업을 통해 예방적 건강관리(Pre-Care)를 중심으로 하는 개인 맞춤형 건강진단, 설계, 검진 사업을 준비 중에 있습니다.
kt는 Cloud 기반 유전체 분석 서비스(Genome-Cloud)와 IoT 기반 생체정보 플랫폼, 웨어러블 기기 연동 기술, 개인 건강기록관리 솔루션 등을 바탕으로 새로운 개념의 건강관리 사업을 추진할 것입니다.
이를 통해 개인은 질병의 선제적 예방을 통해 의료비를 줄일 수 있으며, 건강관리, 안심먹거리, 건강검진 임상정보, 유전체 분석 등 새로운 의료 및 건강관리 서비스를 제공받을 수 있습니다.

고객정보 보호

02
Special Issue

Why this is a special issue?

고객의 개인정보를 요청하여 사업을 영위하는 정보통신 서비스 제공자로서 kt는 고객 개인정보의 소유권 보호를 위해 이용자의 권익을 보호할 의무가 있습니다. 그러나 2014년 3월 6일 경찰이 공식적으로 발표한 자료에 따르면 불법적인 목적으로 당사의 홈페이지에서 고객 개인정보를 유출시킨 범인을 검거하였고 악성 프로그램을 이용한 전문 해커의 해킹으로 약 981만 건의 고객 정보가 탈취된 것이 확인되었습니다. 이 사건으로 인해 고객의 권리 침해를 비롯한 유 · 무형의 손실이 발생한 데 대해 kt는 깊은 책임을 통감하며 이 사건에 대한 대응 및 현재 진행 중인 대책에 대해 투명하게 보고하고 고객정보 보호에 최선을 다하고자 합니다.

kt's approach

정보유출 피해 확산 방지

kt는 범인 검거 소식을 접한 직후 고객의 개인정보가 더 이상 유통되거나 악용되지 않도록 관련 부처와 협력해 필요한 조치를 신속하게 완료하였으며 고객정보를 보유한 kt 내 홈페이지에 대한 추가 취약점을 찾아내기 위해 모의 해킹 및 점검을 추진하였습니다.

유출사실 공지 및 상담 지원 확대

kt는 사고 인지 후 2차 피해를 예방하고자 홈페이지를 통해 유출 관련 안내문 및 필수 체크 사항 등을 공지하고, 고객들이 직접 유출 여부를 확인할 수 있도록 '올레닷컴' 홈페이지(www.olleh.com) 및 kt 홈페이지(www.kt.com)에 유출여부 조회 기능을 제공하였습니다. 이와 동시에 정보유출 고객에 대한 우편 및 이메일 통지를 하고 고객센터를 통한 상담이 원활히 이뤄질 수 있도록 조치하였습니다. 고객정보 유출 사고와 관련해 주간에 상담이 어려운 직장인들을 고려해 고객센터를 24시간 운영 체계로 변경하고 주요 도심에 위치한 플라자 운영 시간을 오후 8시까지 연장하였습니다.

정보보호 체계 점검 및 보강

kt는 모의 해킹 분야 내외부 전문가를 활용하여 영업 시스템 고객 정보보호 체계를 총체적으로 점검하고 보강하고 있습니다. 보안 인력 및 조직을 강화할 예정이고 글로벌 전문가를 포함한 모든 자원을 총동원하여 고객정보 취급 시스템과 보안 시스템의 혁신을 추진 중입니다. 모든 것을 원점에서 다시 들여다보고 새롭게 시작하여 다시는 이런 일이 발생하지 않도록 근본적 종합 대책을 수립하여 시행하는 등 회사가 취할 수 있는 모든 조치를 다하겠습니다.

협력사 지속가능경영 평가

03
Special Issue

Why this is a special issue?

급격히 변화하는 통신시장에서 이제 기업의 경쟁은 공급망이 중심이 되어 관련 기업들과 연결된 형태로 이뤄지고 있습니다. 따라서 손실의 발생을 줄이고 경영활동의 지속성을 유지하기 위한 공급망 관리 체계의 중요성이 증대하며 다양한 제도를 통한 협력사 지원을 넘어 지속가능경영 체계를 함께 구축해 나가는 것이 장기적인 상생협력, 동반성장을 위해 요구되고 있습니다.

kt's approach

kt는 협력사가 사회적 책임과 역할을 다하며 공급망에서 발생할 수 있는 리스크를 사전에 예방하고, 상호 지속 가능한 기업으로 동반성장해 나갈 수 있는 기반을 마련하기 위해 지속가능경영 평가 체계를 구축하고 있습니다. 공급망 내 다양한 지속 가능성 요소를 관리하기 위해 ESG: Environment(환경), Social(사회; 근로, 인권, 사회공헌), Governance(경영; 윤리, 리스크 관리)를 중심으로 평가를 시행하고 있습니다.

지속가능경영 평가지표(ESG)

구분	물자 협력사		정보통신공사 협력사
	생산사	비생산사(소프트웨어 개발)	
평가지표(ESG)	40개 지표	23개 지표	32개 지표
평가 반영	최우수 협력사 선정 시 필수 요건(70점이상)		재선정 평가(1점)

지속가능 공급망 평가 체계

평가제도 도입
- Environment 환경
- Social 사회
- Governance 경영
- Product 제품 Construction 시공

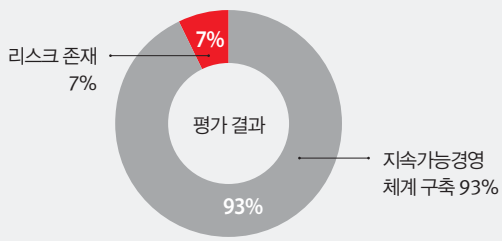
평가 수행
- 평가지표별 협력사에서 제출한 실적 자료를 바탕으로 현장 실사 시행
- 물자 협력사(구매협력실) 정보통신공사(지역본부)

평가 결과 분석
- 평가 항목별 위험 분석
- High, Medium-high, Medium, Low, No Risk로 구분

평가 결과 피드백
- 협력사 재선정 및 최우수 협력사 선정에 반영
- 리스크가 있다고 판단되는 협력사에 대해 사내 컨설팅을 통해 리스크 헤지 지원 예정

협력사 지속가능경영 평가 결과

협력사의 지속가능경영 체계에 대한 본 평가는 총 423개 협력사를 대상으로 2013년 12월부터 시행하였습니다. 평가 결과 93% 정도의 협력사가 지속가능경영 체계를 갖추고 있었으며 7% 정도의 협력사가 리스크가 있는 것으로 나타났습니다.



향후 계획

kt는 보다 발전되고, 지속가능경영 체계를 갖춘 공급망을 구축하기 위해 권고 사항으로 운영하는 평가지표 8개 항목에 대해 검토를 통해 의무화할 계획입니다. 협력사 임직원을 대상으로 지속가능경영 체계의 이해와 중요성에 대한 인식을 강화하기 위해 변화 관리 교육도 시행할 예정입니다.

ICT 공유가치 창출

04
Special Issue

Why this is a special issue?

IT 기기 및 인터넷 사용이 일상화되었지만 여전히 우리 사회에는 이를 잘 활용하지 못하는 사람들이 있습니다. 한국정보화진흥원이 발표한 '2013 정보 격차 지수 및 실태 조사'에 따르면 2013년 기준 소외계층의 PC 기반 정보화 수준은 전체 국민의 75.2%이며, 모바일 정보화 수준은 42.9%입니다. 소외계층은 상대적으로 정보 습득이나 의사 표현의 기회가 감소하게 되고 이는 사회 구성원 간 단절로 이어져 사회적 비용이 발생할 수 있습니다. 디지털 생활이 보편화된 현재 정보 격차를 해소하는 동시에 사회적 비용을 저감할 수 있는 관련 활동이 더욱 중요해지고 있습니다.

kt's approach

kt는 2007년 사회적 정보 격차 해소 및 삶의 질 개선을 위해 200여 명의 임직원으로 구성된 IT서포터즈를 출범한 이래 8년째 장애인, 도서 지역, 저소득층, 노년층, 다문화 등 우리 사회의 다양한 정보 소외계층을 대상으로 IT 나눔 활동을 펼쳐 왔습니다. IT서포터즈는 스마트 기기 확산에 따른 첨단 IT 정보 격차를 해소하기 위해 'kt 스마트 아카데미'를 운영하고 있으며 스마트폰 중독 및 게임 과몰입 예방 교육도 함께 진행하고 있습니다. 특히 오늘의 IT서포터즈는 CSV(Creating Shared Value, 공유가치 창출)와 연계되어 우리 사회 전반에 ICT 문화를 확산하고 경제적 가치를 창출하는 데 적극적인 역할을 하고 있습니다. 시니어 및 경력 단절 여성을 대상으로 ICT를 활용한 사회적 일자리를 창출하였으며, 다문화 여성 대상 IT 교육을 통해 한국 생활 정착을 지원하고 자격증 취득을 통한 취업 프로그램까지 운영하고 있습니다. 앞으로도 kt는 정보통신을 기반으로 한 사회적 가치를 창출하는 데 주도적인 역할을 해 나갈 것입니다.

History of IT서포터즈

COMPANY
VALUE CREATION

미래융합전략실 | 홍상기 | 매니저

COMPANY VALUE CREATION

혁신과 성장 동력 확보
브랜드 가치 창출
글로벌 시장 개척

비전 및 전략 방향

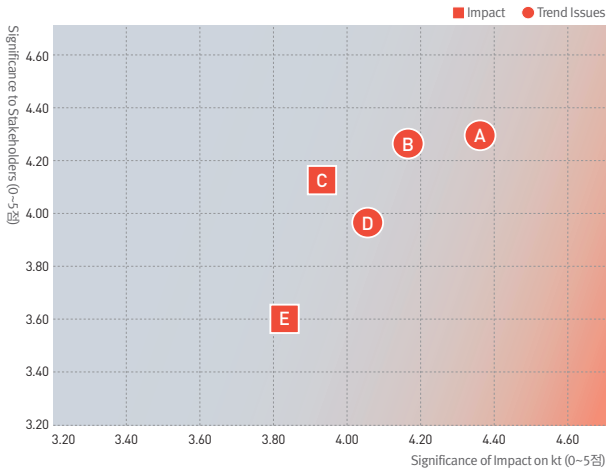
kt는 ICT 기반 융합 서비스로 성장 엔진을 발굴하고 지속적인 혁신활동 및 브랜드 경영을 통해 경제적 가치를 창출하고 있습니다. 특히 2014년에는 kt가 보유한 역량을 결집하여 그룹 차원의 시너지를 강화할 수 있는 방향으로 경영을 확대하고, kt의 성공 스토리로 글로벌 시장을 선도하여 현재보다 미래가 더 기대되는 기업으로 나아갈 것입니다.

2013 주요 성과

혁신 성과	• 상품, 친환경, 사회적 서비스 개선 총 40건 • 그룹 내 혁신을 위한 컨설팅 프로젝트 99건 수행
특허 등록 건수	국내 284건, 해외 65건
브랜드 가치*	총 49억 달러, 국내 통신사 중 브랜드 가치 1위
글로벌 사업 매출	3059억원

* Brand Finance Global(세계 3대 브랜드 가치 평가기관) 평가 결과

중요성 평가 결과



Impact & Trend Issues

- A 시장 경쟁 심화
- B 기술 발전 가속화
- C 간접적 경제효과
- D 기술 융합에 의한 대체재 위협 증대
- E 경제 성과

경제적 가치 창출

- 혁신경영
- R&D 성과 및 전략
- 브랜드 가치 창출
- 글로벌 시장 개척

혁신경영

Context

최근 기업 환경은 경기 침체가 지속되고 기업 간 경쟁이 더욱 심화되는 등 갈수록 어려워지고 있습니다. 이런 상황에서 기업이 고객의 만족을 얻고 경쟁력을 높이기 위해서는 스스로 변화하려는 혁신적인 노력이 필요합니다. 급격한 변화와 불확실성이 계속되는 정보통신시장에서 새로운 1등이 되기 위해 kt는 혁신적인 경영활동을 추진하고 있습니다.

Progress

그룹 내 컨설팅을 통한 혁신

kt는 2011년부터 프로젝트 전문 조직인 PEG(Project Expert Group)를 운영하고 있습니다. 사내 각 부서에서 요청한 프로젝트성 업무나 Cross-Functional한 이슈 사항에 대해 PEG 전문가 그룹이 해결 방안을 제시하고 있습니다. 특히 2013년에는 프로젝트의 범위를 계열사(kt ens, kt rental 등)까지 확대하여 4개 도메인에 대해 총 99개의 프로젝트를 수행하였습니다.

2013년 PEG 수행 프로젝트

Domain	건수	주요 프로젝트
통신 서비스	60건	기가 인터넷 서비스 구현 전략 수립 등
신사업	18건	K-Pop 홀로그램 전용관 사업 개발 등
미디어/콘텐츠	15건	웹 기반의 IPTV의 Killer 서비스 발굴 등
IT 솔루션	6건	전사 사옥 에너지 효율화 등
계	99건	

프로젝트 수행 결과물은 Project Knowledge Bank라는 사내 시스템을 통하여 전사 활용·확산을 강화하였습니다. PEG 프로젝트 이외에도 전사의 주요 프로젝트(연구소 프로젝트, 신입사원 프로젝트, 창의경영 프로젝트, 외부용역 결과물 등) 결과물을 DB화하여 지식·업무 노하우 공유를 통한 일하는 방식 혁신에 노력하였습니다.

또한 프로젝트 전문 수행 부서인 PEG 직원들에 대한 인사평가는 일반 부서의 연간 평가와 차별화하여 프로젝트 단위 평가 방식을 적용하였습니다. 전사 성과 기여도에 따른 프로젝트 평가 결과를 개인 인사평가에 바로 연계하는 방식으로 프로젝트 퀄리티 향상에 집중할 수 있는 합리적이고 객관적인 평가 체계를 정착시켰습니다.

이와 같은 노력으로 kt는 2013년 11월 한국프로젝트경영학회가 수여하는 프로젝트경영대상을 수상하였으며, 2014년에는 프로젝트 수행 노하우를 기반으로 kt 고객 최우선 경영을 실현하고자 100여 명의 전문가가 현장 수익 창출을 위해 지역고객본부·지사를 중심으로 컨설팅을 수행할 예정입니다.

상품 혁신

kt는 신규 기술과 하드웨어, 소프트웨어의 최신 업데이트를 반영하여 지속적으로 기존의 서비스 상품을 향상 및 개선시키고 있습니다. 새롭게 상용화된 2013년 출시 서비스는 총 31개로 All-IP, 스마트 러닝(learning), 스마트 홈전화, 디지털 신호 광고(Digital Signage advertisement), 국제 관리 서비스, M2M 서비스(machine to machine), 올레 TV 및 클라우드 서비스를 포함하고 있습니다.

kt는 그린 IT, 클라우드 컴퓨팅, BcN 등 정보통신기술(ICT) 기반의 융·복합 시대로 접어들면서 스마트 사회 실현을 위해 NI/SI(Network Integration/System Integration) 사업 영역을 확대, 발전시키고 있습니다. 2013년 전국무전통화, 0130 이동전화, 무선데이터통신을 하나의 단말기로 구현한 무선통신 서비스를 제공하였으며 기업 고객을 대상으로 프리미엄 코로케이션 및 스마트비즈와 같은 새로운 서비스를 출시하였습니다. 프리미엄 코로케이션은 기업 고객이 kt의 우수한 네트워크 운영 기기를 활용하여 네트워크 기기를 구매하거나 작동할 수 있도록 하기 위한 것이며, 스마트비즈는 중소기업이 저렴한 비용으로 다양한 경영 솔루션을 사용할 수 있도록 한 것입니다.

kt의 상품 혁신은 미래 상황에 대한 대비로도 이어지고 있습니다. kt 핸드폰 가입자의 79%는 스마트폰을 사용 중이며 교체 가입자의 76%가 LTE 서비스를 선택하고 있는 사용 환경을 고려하여 미래 Data Explosion에 대비하고자 3W(WCDMA, WiBro, WiFi)망 활용을 극대화하는 전략을 추진하고 있습니다. 더욱 안정적이고 빠른 무선 데이터 서비스를 위해 kt는 2012년 새롭게 상용화된 LTE 서비스에 CCC(Cloud Communication Center) 가상화 구조를 적용시켰습니다.

앞으로도 kt는 변화하는 기술 환경 및 서비스 사용 패턴을 반영하여 서비스를 지속적으로 혁신해 나갈 것입니다.

2013년 주요 개선 서비스

서비스명	개선 방향
olleh biz BEMS	EMS(Energy Management System) 솔루션 전문화
IMS	건물 중심 관제에서 아웃도어로 확대 적용(음식물 쓰레기 관제 등)
bizmeka3.0	중소기업의 모든 업무 처리를 지원하는 국내 최대의 B2B IT포털로 발전
olleh biz ICS	글로벌 1위의 Akamai 솔루션을 국내 인프라에 도입, 고객 니즈에 맞는 기술 지원
olleh CCTV Telecop	kt의 영상감시 서비스와 ktt의 보안경비 서비스 결합
기업용 인터넷전화	기업용 인터넷전화 E2E 모니터링 시스템 개발·상용화
기업 메시징	보안 차별화를 위한 문자피싱·스미싱 필터링 시스템 구축
기업 인터넷+ VoIP 결합요금제	기업 고객 특화 요금제 출시
유선무선 완전무한	데이터의 사용량에 따라 요금을 선택하도록 하는 데이터 중심 요금제 추진
LTE 뭉치면올레	LTE 무제한 데이터 요금제 결합 수용 및 결합 할인액 증가에 따른 할인 구간 조정
olleh tv smart	웹버전 업그레이드를 통한 세계 최초 웹 미들웨어 기술 적용
착신전환	보안/인증 강화 개발로 착신 전환을 악용한 명의 도용, 금융 사기 방지
주머니 (ZOOMONEY)	주머니2.0(UI/UX, '13.5월), 주머니카드('13.3Q), 교통 확대 ('13.2Q), 신규 기능 추가
올레마켓	올레마켓 내 VOD 및 웹툰 서비스 신규 제공
올레내비	지도 경량화 및 UI/UX 개선, 자동 업데이트 적용, 고객 참여형 서비스 제공
올레날씨	올레날씨 2.0 업그레이드 : 상세한 기상정보 추가 제공
벨링	ASP 사업 상용화를 통한 3rd Party 참여 및 벨링 음원 확대 제공

환경 혁신

kt의 환경 프로세스 혁신은 에너지 효율성 증대 및 기기의 효율성 향상에 중점을 두어 비용 절감과 탄소 저감을 동시에 달성하고 있습니다. 출장을 줄이기 위해 화상회의를 하고 업무 효율성을 높이기 위한 스마트워킹 오피스를 도입하였으며, 외부 구매 또는 내부에서 개발한 설비와 시스템에 대해 에너지효율성을 평가하고 있습니다.

이뿐만 아니라 kt는 친환경 사업(스마트 그리드, 스마트 물류, 클라우드 컴퓨팅·PC 서비스 개발, 장비 및 설비 원격 관리 등)을 통해 고객 대상 그린 사업도 활발히 진행하고 있습니다. 고객을 위한 그린 IT 서비스를 통해 기업의 녹색 성장을 도모하고자 2009년 환경경영위원회를 설립하였으며 CEO를 위원장으로 매년 2회씩 정기적인 회의를 개최하고 있습니다. 5개 분과 단위(에너지, 서비스, 구매, 대외, 자원 분과)로 연간 과제가 부여되어 kt 내 모든 IT 사업을 환경 혁신의 관점에서 다룰 수 있도록 하고 있습니다.

kt는 2013년 지능형 수요 관리 등 10개의 친환경 제품을 출시하였고 친환경 프로세스 혁신을 통해 비용 절감을 넘어 수익 창출에도 기여하며 환경 혁신을 주도하고 있습니다.

2013 친환경 프로세스 혁신 내역

구분	사업명
서비스 혁신	올레내비
그린 사업	웹메일 호스팅
	기업전화회의
	전자처방전
	현금영수증
	사회보험 EDI
	전자세금계산서(세무로)
정책 참여	K-MEG 국책사업 참여
kt 내부 혁신	개방형 냉각탑으로 대개체
	사옥 집중식 공조기 구조 개선
	수배전시설 구조 단순화 및 고효율화
	시스템(전송, 초고속, 인터넷)
	에너지 절감형 집중식 공조기 설치
	항온기 효율 개선
	Smart Working(외부 컨설팅 및 사업으로도 확산됨)
	Automated Peak Power Control(ELITE 시스템)
	Duct type ventilation HVAC(외기 도입 냉난방 시스템)
	Efficient Server Room Temperature Policy (통신실 온도정책 강화)

사회 혁신

정보통신기술을 개발하고 서비스하는 사업자로서 kt 업의 핵심은 사람과 사람을 연결하는 일에 있으며, kt 서비스의 대부분은 사회적 서비스로 볼 수 있습니다. kt는 그 가운데서도 사회의 소외계층(저소득층 어린이, 노인, 장애인 등) 및 사회 이슈(고령화, 어린이 안전 등)에 초점을 둔 상품 및 서비스를 제공하여 사회문제 해결에 기여할 수 있도록 사회 혁신에 중점을 둔 경영활동을 추진하고 있습니다.

특히, 2013년에는 교육부와 협의하여 사회의 범죄와 사고로부터 안전 인프라를 제공하기 위한 표준요금제를 출시하며 U-안심이서비스를 강화하였고, 2012년까지 시범 사업으로 수행하였던 독거노인 응급안전돌보미 시스템을 전국으로 확산하는 것을 추진하였습니다. 또한, 전국 지자체를 대상으로 음식물쓰레기를 세대별로 계량 과금할 수 있는 종량제 시스템을 구축·운영하며 유지 보수를 시행하였습니다.

주요 사회적 사업 혁신 서비스

서비스	서비스 설명
독거노인 응급안전 돌보미 시스템	대상 가구에 센서를 설치하여 응급상황 발생 시 상황 정보를 전송
치매 노인을 위한 위치 추적 서비스	추적 단말기 착용을 통해 치매 노인의 위치 정보 제공
올레 홈스터디	교육 기회의 불균형을 해소하고자 저렴한 가격에 이러닝 콘텐츠 제공
통신복지	저소득층, 장애인 등을 대상으로 할인된 가격에 통신 서비스 제공
올레 지킴이	무선 기술을 활용한 어린이 위치 파악을 통해 범죄에 효과적으로 대응

Performance

2013년 주요 혁신 성과

구분	주요 성과
PEG 수행 프로젝트	통신 서비스, 신사업 등 프로젝트 99건 수행
상품혁신	olleh biz BEMS, bizmeka3.0 등 19개 서비스 중점 개선
친환경 프로세스	사옥 집중식 공조기 구조 개선 등 사업 각 부문에서 18건의 친환경 프로세스 추진
사회적 서비스	U-안심이서비스 등 3개 서비스 중점 개선

R&D 성과 및 전략

Context

통신 서비스 시장 포화, 글로벌 경쟁 심화 등으로 인해 산업 전반에 걸쳐 성장이 정체되고 있어 성장 동력의 확보가 시급합니다. kt는 집중적인 R&D 투자를 통해 지속적인 수익 창출의 기반을 마련하고 성장 동력을 확보하여 산업 전반의 활력을 높이는 동시에 기술 발전을 주도해 가고 있습니다.

Progress

R&D 추진 체계

R&D 추진 방향

kt R&D 센터는 'kt 미래의 새로운 성장동력 발굴 및 기술 리딩'을 목표로 그룹·전사 전략 방향과 연계하고 사업 부서와 긴밀히 협력하여 현장 중심의 현안 해결은 물론 새로운 고객가치를 제시하기 위해 끊임없이 노력하고 있습니다. 통신산업의 치열한 경쟁 환경에서 1등 경쟁력 회복을 위해 기존의 인프라를 혁신하고, 통신, 미디어, IT 서비스 등 기존의 주력 사업 영역에서 새로운 고객가치를 이끌어 내는 데 집중하고 있습니다. 컨버전스가 점점 중요해짐에 따라 핵심 역량을 바탕으로 한 kt의 주도적 역할을 창출할 수 있는 신성장 동력 및 핵심 기술을 발굴, 확보하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 고성과 R&D 조직으로 도약하기 위하여 제안, 선정에서부터 평가까지 사업 부서와 긴밀히 결합된 프로젝트 추진, 프로젝트 포트폴리오 관리, 계량화된 프로젝트 평가 체계 도입, 프로젝트 결과물의 자산화 강화 등 한층 더 업그레이드된 R&D 관리의 혁신을 실행하는 등 지속적으로 변화와 혁신을 위해 최선을 다하고 있습니다.

R&D 조직 및 자원

R&D 투자

구분	2011	2012	2013
R&D 인력(명)	435	534	593
연구·개발 비용(억 원)	3,086.0	4,807.6	3,013.2

핵심 R&D 추진 분야

4대 전략 분야에 집중하여 핵심 R&D 프로젝트를 통해 차별적 사업 및 기술 경쟁력 확보에 매진하고 있습니다.

4대 분야	세부 연구 분야	추진 내용
네트워크	• 네트워크 CAPEX/OPEX 혁신적 절감 • 네트워크 Infrastructure Biz. 강화	• Simple Network 구현을 위한 통합 전달망 구현 • 저비용·고품질의 유무선 Access망 혁신 기술 • Software Defined Network Infra
미디어 & 서비스	• 미디어 서비스 경쟁력 강화 • 신규 사업 모델 발굴	• Web TV Transformation / 차세대 UHD STB • STB-less IPTV 솔루션 / 차세대 홈허브
ICT 컨버전스	• ICT 융합 기반 신성장 동력 창출 위한 기술 개발	• Smart Energy, e-Health, 보안(정보·융합보안) • 차세대 관제, BigTainment(IT+스포츠)
Enabling Tech.	• 고객 맞춤 지능형 서비스 제공 위한 핵심 원천 기술 내재화	• Big Data Analytics, Video Analytics, 음성인식, 추천 기술, Intelligent UI/UX 등

R&D 추진 성과

자체 R&D 추진 실적

kt는 세계 최초로 POTN망 제어 SDN Controller, 개방형 HTML5 웹 기반TV 플랫폼, 멀티무선망 간 선택·병합 전송 기술 개발에 성공하였고, Cloud/Transport/Premise SDN 연동 인터페이스 등 다수의 기술을 개발하였습니다. 이러한 기술 혁신을 통해 유무선 네트워크의 경쟁력을 강화하며 지속적 성장 동력을 창출하고 있습니다.

분야	연구·개발 실적
3W (WCDMA, WiBro, WiFi)/LTE	옥내용 3G·LTE망 설계 툴(소프트웨어) 개발
	선택·병합전송 지원 단말·게이트웨이 개발 완료
미디어	olleh tv smart용 미들웨어 및 홈포털 상용 기술 개발
	olleh tv 웹앱 가상화 상용 기술 개발
	비디오 스티칭 서비스 상용 기술 개발
플랫폼/인프라	FTTH 광선로 감시 시스템 개발
	인터넷 접속 제어 시스템 고도화 개발
	스마트 네트워크 시스템 관리 시스템 개발
	단말 로그 시스템 개발 및 상용화
	통합단말 관리 플랫폼 고도화 개발 및 상용화
컨버전스 서비스	현대상용차 텔레매틱스 서비스 상용 출시
	전사 정보 보안 취약점 진단 플랫폼 구축 사업화
	건강검진센터 시범 사업 모델의 kt 사업화를 위한 만성질환(당뇨) 관리 소프트웨어화
네트워크 운영 관리 솔루션	기업 인터넷 전화 원격 시험·복구 시스템 개발 및 상용화
	국가정보통신망 인프라 구성 및 제공
SW 응용기술	Magic Voice 서비스 개발 및 상용화
	olleh tv smart 음성 리모컨 서비스 개발 및 상용화
	Virtual Assistant 서비스 상용 서버 적용 완료
	올레닷컴 앱 통계 서비스 상용 전환 완료
	소비자 생산형 영상의 가상재화화 기술 개발 완료
	Video Analytics 기술 개발
	Data Analytics 기술 개발

Open R&D 추진 실적

kt는 중장기적 사업화를 목표로 하는 핵심 기술 확보를 위해 미래 프로젝트와 연계하여 국내 우수 산학연과 공동 연구를 추진하고 있습니다. 2013년도에는 POSTECH, KAIST, 고려대, 연세대 총 4개 대학과 17개 프로젝트를 진행하였고, kt 융합기술원과 대학 간 인력 교류를 통하여 핵심 기술 내재화도 도모하였습니다. 그 결과 특허 25건, 논문 12건, SW 14건을 확보했습니다.

Open R&D 워크숍 실시

또한 World-Class R&D Institute로 거듭나기 위해 글로벌 R&D 네트워크 구축의 장인 'Distinguished Seminar'를 2012년부터 지속적으로 진행해 오고 있습니다. 2013년에는 총 22회에 걸쳐서 IT 분야 '글로벌 석학'들과 정기적인 세미나·자문 기회를 가짐으로써 R&D센터 연구원 및 계열사 임직원들에게 R&D 역량을 업그레이드할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.

Group R&D 추진 실적

그룹 CTO 도입에 따라 2013년도부터 kt 융합기술원에 '그룹 CTO' 역할을 부여하여 kt 그룹 CTO 기능 수행을 통한 중장기 핵심 기술 확보 및 사업화 지원을 하게 하였습니다. 그룹 CTO는 kt 그룹 기술 분야의 Signpost와 코디네이터 역할을 하며 중장기 기술 전략 수립, 기술 진화 방향을 제시하며, 미래 BM 발굴과 관련 핵심 기술을 확보하는 역할을 맡고 있습니다. 2013년에는 그룹 간 기술 정보 공유, 그룹 CTO 실무협의회 개최, 계열사-kt 간 공동 기술 개발 협약서를 체결하였고, R&D 로드쇼 내 계열사 아이템을 공동 전시하였습니다. 아울러 R&D 분야의 계열사 성과관리 방안 수립, 2014년 그룹 R&D 프로젝트 아이템 발굴 및 협의를 진행하고 있습니다.

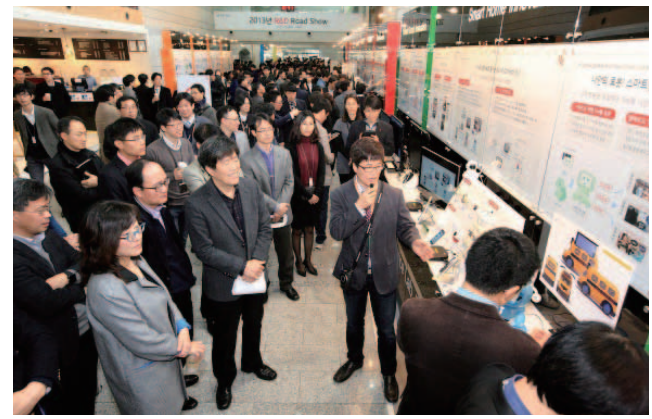
Global R&D 추진 실적

kt와 NTT는 양 사가 보유한 최신 기술과 R&D 분야에 대한 정보 교류 및 상호협력을 목적으로 2010년부터 R&D 분야 임원들의 미팅을 추진해 왔습니다. 최근에는 'Health and Welfare'와 'Software Defined Network'를 주제로 양 사의 연구 현황을 공유하며 지속적인 교류를 통한 역량 내재화 노력을 하고 있습니다. 2014년 하반기에는 한국에서 제7차 R&D 협력회의를 개최할 예정입니다.

kt-NTT R&D 분야 임원 미팅

R&D Performance Exposition

R&D 성과물을 사내 사업 부서 등 유관 부서에 소개하여 사업화 기회를 마련하고 R&D 성과물의 완성도를 제고하고자 2010년부터 연간 2회에 걸쳐 R&D 로드쇼를 개최하고 있습니다. 2013년도에는 총 62개의 R&D 결과물을 전시하였습니다.



2013 R&D 로드쇼 현장

국내외 특허 확보

연구·개발 성과의 지식재산권화를 통한 안정적 사업 기반 마련 및 특허를 통한 수익 제고를 위해 국내외 특허 출원에도 활발히 활동하고 있습니다. 2013년도에는 Virtual Goods, 지능형 관제, 스마트홈, SDN, 헬스케어 분야에 집중하여 특허를 발굴하고 주요 핵심·요소 기술에 대해 국내외에서 다수 특허 출원하여 향후 확보될 지식재산권을 통해 사업 경쟁력을 강화하고자 노력하였습니다.

- 총등록 건수(2013.12.31. 기준): 국내 5183건, 해외 808건
- 당해 연도 등록 건수: 국내 284건, 해외 65건

R&D 경영 혁신

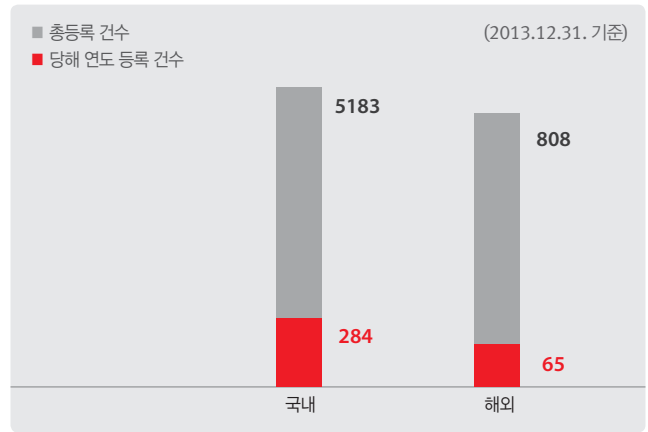
kt는 지속적인 기술경영 혁신을 통해 글로벌 최고 수준의 R&D 센터로 도약하기 위해 끊임없이 노력하고 있습니다. 주요 사업 부서가 참여하는 TSC(Technology Scouting Committee)를 통한 R&D 프로젝트의 선정 및 평가로 사업 전략과의 정렬성을 확보하고 경쟁력을 강화하고 있습니다. 계량화된 프로젝트 평가 체계를 도입하고 이를 개인의 인사평가와 연계시켜 동기 부여를 강화하였습니다. 연구원들의 자체 개발 역량 확보를 위해 체계적인 육성 프로그램을 마련하여 R&D 역량을 강화하는 한편 비용 혁신을 주도하고 있습니다.

Performance

R&D 투자

구분	R&D 인력(명)	연구·개발 비용(억 원)
2013	593	3,013.2

국내외 특허 등록 현황



브랜드 가치 창출

Context

서비스와 상품의 가치가 브랜드로 표현되는 시대에 kt는 그룹 차원의 브랜드 이미지 제고를 위해 다양한 활동을 진행하며 산업 내 경쟁 우위를 점하기 위한 경영 활동을 이행하고 있습니다. 브랜드 가치는 고객 만족에 직결되며, 이는 곧 지속적 수익 창출의 필수 조건입니다. kt는 통합적 브랜드 디자인 및 커뮤니케이션(IMC) 활동을 통해 고객 체험을 강화하며 지속적으로 브랜드 가치를 창출하고 있습니다.

Progress

kt는 유무선 컨버전스 시대에 맞는 상품 및 서비스를 다양하게 출시하고 있습니다. 고객 중심의 브랜드 경영을 통해 국내외 유수의 브랜드 가치 평가에서 매년 높은 순위로 가치를 평가받고 있습니다. 특히 세계 3대 브랜드 가치 평가 기관인 '브랜드파이낸스' 평가 결과 '글로벌 통신 브랜드'에서 2013년에 이어 2014년에도 국내 통신사 중 1위를 차지하여 전 세계적으로 '국내 대표 통신 브랜드'임을 인정받았습니다.

2013~2014	브랜드파이낸스 글로벌 평가 결과
	• 총 49억 달러 브랜드 가치 평가 • 국내 통신사 중 브랜드 가치 1위 • 전 세계 통신사 중 브랜드 가치 33위(2014)

2011년 유무선 통합 브랜드 'olleh' 출범, 2012년 올레 경영 2.0 발표 등 계속 진화하고 있는 브랜드 경영은 2013년 들어 브랜드 차원의 통합적 마케팅 커뮤니케이션(IMC) 활동을 통해 더욱 공고히 발전하고 있습니다.

olleh 브랜드의 진화 과정

kt는 기존에 산재해 있던 업무를 IMC를 위해 통합 관리하고 브랜드 및 대외 커뮤니케이션 관련 채널과 재원을 전방위로 활용하고 있습니다. TV, 신문광고 등을 통해 차별화된 브랜드 가치를 전달하며, 관련 프로모션과 캠페인을 통해 고객들이 해당 브랜드를 보다 쉽고 구체적으로 이해할 수 있도록 하고 있습니다. 또한 트위터, 페이스북, 블로그 등 SNS를 이용해 고객들이 휴대폰이나 패드 등 모바일 기기에서도 언제 어디서나 브랜드를 접할 수 있도록 했습니다. 고객들이 가장 많이 접하는 오프라인 매장의 각종 표현물에도 일관된 브랜드 아이덴티티를 제공하고 있습니다.

통합적 브랜드 커뮤니케이션(IMC) 활동

'광대역 LTE' 캠페인

kt IMC 활동의 대표적인 사례로 '광대역 LTE' 캠페인을 들 수 있습니다. 2013년 10월 '모든 LTE 폰에서 광대역 LTE가 되는' kt 광대역 LTE의 우수성을 커뮤니케이션하기 위하여 경쟁사와 차별화되는 크리에이티브로 캠페인을 구성하고 진행하였습니다. 첨단 기술인 통신 서비스에 가장 한국적이고 아날로그적인 민요('아니라오~ 아니라오~~')가 어우러진 kt '광대역 LTE' 광고는 한국방송광고진흥공사가 지난해 12월에 발표한 하반기 소비자행태조사(MCR : Media & Consumer Research)에서 2위 광고보다 약 4배 높은 응답으로 2013년 하반기 가장 기억에 남는 광고 1위로 선정되었습니다.

이후 11월에는 국내 통신사 중 수도권 전 지역에 가장 빨리 광대역 LTE 커버리지를 구축한 성과를 알리기 위하여 바닷가, 스키장, 지하철, 빌딩 안에서도 잘되는 kt '광대역 LTE'를 소재로 캠페인을 진행하였습니다. 또한 SNS를 통해 직접 고객들의 광대역 활용 사례를 들어 본 '우리들의 광대역 LTE 이야기', 고객들이 광대역 LTE의 속도를 직접 체감할 수 있는 '광대역 LTE 속도챌린지' 오프라인 이벤트 등을 병행하였습니다.

이처럼 kt IMC 활동은 TV나 라디오 같은 전파 매체뿐만 아니라 스마트 모바일 시대에 걸맞게 SNS를 기반으로 한 BTL과 함께 통합적인 캠페인으로 진행하였습니다. 이를 통해 고객의 공감대 확보는 물론 고객 스스로가 미디어가 되어 캠페인을 공유 및 확산하는 1인 미디어의 커뮤니케이션 성과를 거둬 압도적으로 '광대역 LTE' 인지도를 유지하고 있습니다.

2배가 돼! 캠페인

2013년 7월 유무선 브로드밴드 'All-IP' 시대에 걸맞게 데이터, 멤버십, 콘텐츠, 미디어, CS 등 서비스 전 분야에 걸쳐 제공하는 파격적인 '2배' 혜택을 소재로 '2배가 돼!' 캠페인을 시작하였습니다. 고객들이 자발적으로 TV CM과 2배송 음원을 모바일과 SNS를 통해 확산시키는 등 브랜드 호감도에서 괄목할 만한 성과를 거두었습니다. SNS에서는 고객들의 소망을 담아 2배로 전달해 주는 '2배로 서프라이즈'를 진행했으며, 유명 워터파크의 놀이기구를 활용한 '2배 슬라이드' 이벤트 등 시즌성 프로모션을 통해 고객들의 큰 관심을 불러일으켰습니다.

LTE 방방곡곡 캠페인

2013년 3월 kt LTE의 경쟁 차별화 요소인 '전국적으로 넓은 커버리지'를 커뮤니케이션하기 위해 모델이 이름도 생소한 오지에 직접 가서 LTE의 빠른 속도를 체험하는 콘셉트로 캠페인을 진행하였습니다. TV CM뿐만 아니라 커버리지 인증샷 프로모션과 실제 CF의 주인공처럼 아빠와 자녀들이 1박 2일 캠핑을 떠났던 '아빠, 오지가?' SNS 이벤트 등 IMC 활동을 통해 "kt LTE는 어디서나 빠르다"는 고객 인식을 공고히 하였습니다.

그룹 브랜드 경영 활동

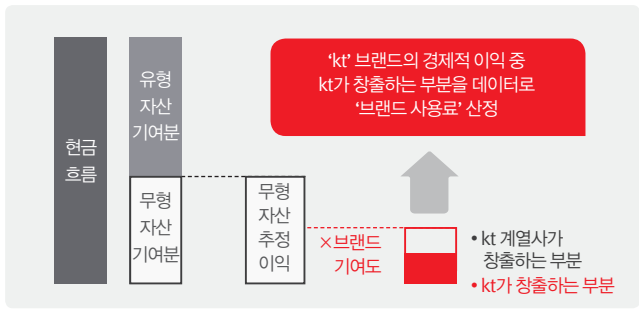
그룹 공동 프로모션 추진을 통한 그룹 시너지 창출

kt는 그룹 전체 브랜드 경영 활동의 주관 협의체로서 22개 계열사로 구성된 '그룹브랜드위원회'를 운영하고 있습니다. 이 위원회는 브랜드, 광고, 디자인, 프로모션, 언론홍보, 사회공헌 활동 등 그룹 차원의 시너지 창출과 활동의 일관성을 도모하고 있습니다. 특히 2013년부터 프로모션 실무분과를 신설하여 그룹 공동 프로모션을 진행하고 있습니다. 이를 통해 kt와 계열사 간 상품 서비스 판매에 대한 긴밀한 협조로 사업 시너지를 창출하고 있습니다. 또한 계열사가 보유한 IMC 채널을 통합 운영하여 kt 브랜드 이미지 제고와 효율적인 마케팅 전략 실행에 기여하고 있습니다. 'kt가족캠페인'을 통해 그룹 내부 임직원에게도 그룹 브랜드와 계열사의 상품 서비스에 대한 이해도를 증진시키는 등 그룹 내부의 브랜드 이미지 확산에도 이바지하고 있습니다. kt는 지속적으로 그룹 공동 프로모션을 활성화하여 대내외 고객들을 대상으로 'kt' 그룹 브랜드 이미지 및 브랜드 경영 품질 제고에 노력할 예정입니다.

'kt 가족캠페인' 포스터

'kt그룹 브랜드 사용료 부과 제도' 마련

kt는 창사 이래 처음으로 2013년 'kt그룹 브랜드 사용료 부과 제도'를 구축하였으며, 2014년부터 'kt'를 사명에 사용하고 있는 계열사를 대상으로 브랜드 사용료를 부과할 예정입니다. 브랜드 사용료는 무형자산인 브랜드가 기업의 경제적 이익에 기여하는 부분을 고객 설문과 재무분석을 통해 화폐 가치로 환산하여 산정하게 됩니다. 해당 제도 시행을 통해 kt는 제3자로부터 'kt' 브랜드를 법적으로 보호하고, 그 가치를 정당하게 인정받을 수 있는 객관적인 기준과 근거를 마련하였습니다. 그룹 내 임직원에게도 그룹 브랜드의 중요성을 인식시켰으며, 그룹 브랜드의 가치를 제고하는 재원을 마련하였다는 의의를 가집니다.



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. 이러한 과학적 데이터를 바탕으로 효용성 높은 브랜드 전략 및 수행 방안을 도출하여 브랜드 가치 제고를 위해 활용하고 있습니다.

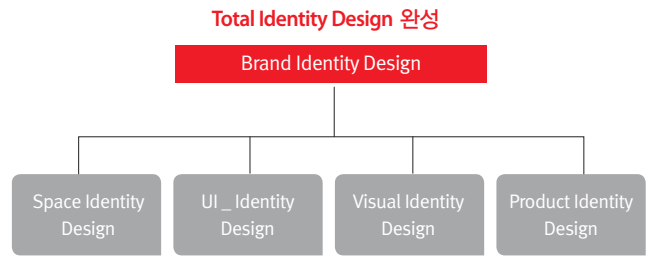
체계적 브랜드 교육 운영

kt는 전사 및 계열사 임직원을 대상으로 브랜드에 대한 이해를 높이고 브랜드의 중요성, 올바른 사용 방법을 알리는 교육, 관리를 시행하고 있습니다. 2013년에는 사내 및 계열사의 신규 직원을 대상으로 10여 차례 브랜드 교육을 실시하였고, 사내 및 계열사 브랜드 유관 업무 직원을 대상으로 브랜드 관리 교육을 실시하여 그룹 차원에서 브랜드 경영의 중요성을 공유하고 있습니다.

통합적 브랜드 디자인

Total Identity Design

kt는 브랜드 가치를 높이는 주요 전략의 하나로 Total Identity Design을 구축하고 지속적으로 강화해 나가고 있습니다. 브랜드 마크에서 기업 서체, 공간, 제품, UI에 이르기까지 기업의 모든 표현 영역에서 혁신적이고 일관된 브랜드 이미지를 전달하고 있습니다.



Brand Identity Design

Brand Identity는 Total Identity 구축의 근간입니다. 브랜드 마크 한쪽 끝의 '휘날림'은 'Wave of Innovation'을 표현하고 있습니다. kt의 모든 브랜드는 브랜드 속성과 기업 서체, 브랜드 컬러 등을 활용하여 kt만의 아이덴티티를 일관적으로 전달하고 있습니다.

Visual Identity Design

최초로 통신 신호를 그래픽화한 대표 그래픽인 '올레시그널'과 kt만의 아이덴티티가 담긴 기업 서체 '올레체'를 개발하여 다양한 브랜드 표현물에 적용하였습니다. kt의 브랜드를 통하는 모든 자료에도 통합적인 시각 표현 요소를 개발하여 일관된 Visual Identity를 구축하고 있습니다.

kt wiz 프로야구팀 Brand Identity

kt는 2013년 11월 국내 프로야구 10번째 구단인 kt wiz의 Brand Identity를 완성하였습니다. 'wiz'는 wizard의 약자로서 마법사, 달인을 의미합니다. kt wiz BI의 핵심은 마법을 상징하는 두 개의 심벌인 '이니셜 심벌'과 '이미지 심벌'입니다. 이니셜 심벌은 k와 w를 조합한 마법 문장의 형태로 강인함과 파워를 의미하며 원정경기의 모자와 유니폼에 표현됩니다. 이미지 심벌은 현대적이고 젊은 마법사의 모습으로 신속한 기동력과 유연함을 상징하며, 홈경기의 모자와 유니폼에 표현됩니다. 이처럼 홈과 원정에 각각 다른 마크를 사용하는 경우는 국내 최초이며, 다양하게 적용된 BI를 통해서 연고지인 수원 시민들의 팬 로열티 확보 및 관련 상품 판매 수입 향상에 효과적으로 활용될 것입니다.

Space Identity Design

kt는 올레스퀘어, 올레애비뉴, 올레매장 등의 공간에 kt만의 아이덴티티를 구축하고 있으며, 고객 접점 공간에서 다양한 업종(커피, 도넛, 액세서리 등)과의 융합을 통해 브랜드 인지도 및 호감도를 높여 브랜드 경쟁력을 강화하기 위한 노력을 기울이고 있습니다.

올레애비뉴_액세서리 융합 매장

올레애비뉴_액세서리 융합 매장

통합적인 브랜드 디자인 활동 성과

올레 그린폰 '(Re)디자인 어워드' 수상

kt는 올레 그린폰 아이콘 및 디자인 패키지 개발을 통해 환경, 사회 발전에 지속 가능성이 있는 서비스 제공을 알림으로써 브랜드 인지도 향상 및 저소득층 지원 등 사회공헌에 힘쓰고 있습니다. 또한 글로벌 최대 디자인협회인 미국 그래픽아트협회(AIGA)의 '(Re)디자인 어워드'에서 국내 기업 최초로 프로페셔널 프로젝트 부문의 파이널 위너로 선정되어 브랜드 아이덴티티와 공익성을 전 세계적으로 알리는 기반을 마련하였습니다. 추후 올레 그린폰이 사회적으로 많은 공헌을 할 수 있도록 지속적인 마케팅을 해 나가고 있습니다.

AIGA 디자인 어워드 | 프로페셔널 프로젝트 부문 | 파이널 위너

Performance

2013년 브랜드 가치 평가

2013. 3 Brand Finance Global* 평가 결과

- 총 49억 달러 브랜드 가치 평가
  (2012년 대비 13억 달러 브랜드 가치 상승)
- "Top 50 Telecoms Operator Brand" 부문 국내 통신사 중 브랜드 가치 평가 1위

*세계 3대 브랜드 가치 평가 기관

글로벌 시장 개척

Context

침체된 국내 통신산업의 성장 한계를 극복하고 새로운 미래 수익원 창출을 위해 kt는 기존의 국제통신 사업과 글로벌 ICT 사업에 대해 체계적인 역량 강화 작업을 진행하며 글로벌 시장을 활발히 개척하고 있습니다. 2013년에는 폴란드, 르완다, 앙골라, 우크라이나 등 세계 15개국에서 주목할 만한 성과를 내며 해외 수주 사업 및 데이터·트래픽 홀세일로 3,059억원의 매출을 달성하였습니다.

Progress

kt 글로벌 사업 전략의 핵심은 유무선통신 사업자로서의 역량과 경험이 필요한 지역에 시장의 특성과 요구 사항을 반영하여 통신 네트워크 인프라 구축부터 서비스 운영 노하우까지 차별화된 최적 솔루션을 제공하고, 진출 시장과 인근 지역 그리고 세계 곳곳에서 성공적인 글로벌 사업의 모델과 사례를 만들어 나가는 것입니다.

글로벌 사업 경쟁력

kt는 초고속 인터넷망, BCN*, IPTV, LTE망** 등 다양한 정보통신기술의 인프라를 구축한 국내 성공 경험을 바탕으로 ICT 인프라 개선이 필요한 주요 이머징 마켓에 역량을 전수하고 있습니다. 각국 정부 기관 및 글로벌 기업을 대상으로 통신 인프라 구축, 공공 인프라 서비스, 통합관제 솔루션, Managed Service 등 글로벌 ICT 서비스를 제공하고 세계 주요 국가를 연결하는 글로벌 네트워크를 기반으로 전 세계에 end-to-end 데이터 회선 및 IP 서비스, 트래픽 홀세일 등 글로벌 서비스를 제공하고 있습니다.

*BCN : Broadband Convergence Network **LTE : Long Term Evolution

주요 글로벌 ICT사업 진출 현황

2013년도 주요 사업 성과로는 3월 폴란드 포들라스키에 주정부 '초고속 인터넷망' 구축 프로젝트 수주, 10월 kt 해외 사업 수주 최고액인 885억원 규모의 마조비에스키에 주정부의 '초고속 인터넷망(Broadband Network/FTTx) 구축 사업' 수주가 있습니다.

또한 아프리카 지역에서의 사업 진출도 활발히 진행하여 르완다 정부와 협상을 통해 4G & beyond 기술 기반의 독점적인 LTE 홀세일 사업권 및 광대역 주파수(100MHz 이상)를 획득하였습니다. 앙골라에서는 경찰청 치안시스템 고도화 사업을 계약하여 수도 루안다에 범죄 예방 목적의 CCTV 및 교통 단속 카메라를 구축하였습니다. 이는 대한민국의 치안시스템을 세계에 처음으로 수출하는 사례이며 kt의 통합관제솔루션 역량이 앙골라 국가 발전에 큰 기여를 하고 있습니다.

통신과 결합한 비통신 영역에서도 글로벌 진출을 이루어 낸 사례로는 우크라이나 FIDO Bank와 Mobile Payment 사업을 함께 추진한 것입니다. 이처럼 해외에서도 kt의 ICT 컨버전스 사업 경험과 전문성을 인정받고 있습니다.

kt–르완다 4G LTE망 구축 작업

주요 글로벌 ICT사업 소개 (2013)

계약 연도	국가	고객 유형	사업 분류	사업 내용	규모(억 원)
2013.3.	폴란드	지자체	수주사업	초고속 인터넷망 사업(포들라스키에 주)	189
2013.7.	방글라데시	국제기구	수주사업	차세대 통신망 구축 사업	522
2013.10.	폴란드	지자체	수주사업	초고속 인터넷망 사업 (마조비에스키에 주)	885
2013.12.	앙골라	정부	수주사업	치안 시스템 고도화 사업	276
2013.11.	우크라이나	기업	수주사업	FIDO 그룹 Mobile Payment 사업	21

kt 글로벌 presence (2013.12. 기준)

*oRn : olleh Rwanda networks **AoS : Africa olleh Services

Performance

글로벌 사업 매출 현황

(단위: 억 원)

구분	2011년	2012년	2013년
글로벌 ICT	705	208	391
글로벌 데이터	658	618	739
트래픽 홀세일	2,130	2,203	1,929
계	3,493	3,029	3,059

경영지원부문 구매협력실 |
한현우 매니저

SOCIAL VALUE

홍보실 CSV센터 | 마진 매니저

CREATING SOCIAL VALUE

동반성장
전략적 사회공헌

비전 및 전략 방향

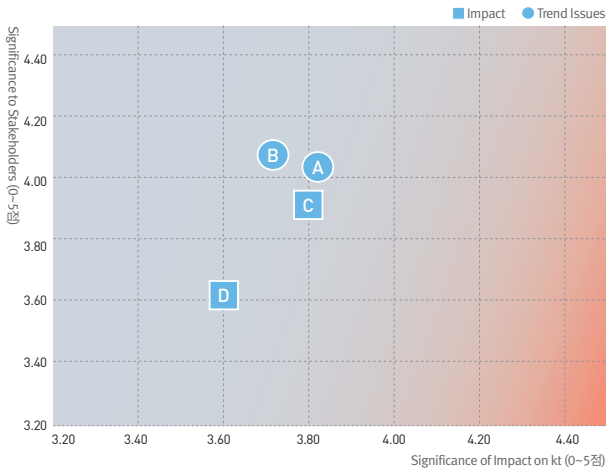
kt는 비즈니스 파트너이자 책임 있는 기업 시민으로서 사회적 가치를 창출하기 위해 체계적인 노력을 기울이고 있습니다. 장기적인 관점에서 동반성장을 추진하기 위해 지속가능한 공급망 관리를 강화하고 ESG 평가를 통해 협력사의 환경적, 사회적 경영 환경의 지속가능성을 확산시키고 있습니다. 더불어 정보 격차 해소, 은퇴자 ICT 일자리 창출 등 IT 디바이스와 콘텐츠를 통해 사회문제 해결 및 소통에 기여할 수 있는 CSV 활동을 주도적으로 추진하고 있습니다.

2013 주요 성과

협력사 현금 결제 금액	2만 9800억원
협력사 무상 교육 지원	34개 과정 2480명
사회공헌 지출 총액*	635억 3000만원
IT 나눔 활동 수혜자	31만 7756명

* 지역사회 투자, 자선 기부 및 기증, 후원 및 협찬 총액

중요성 평과 결과



Impact & Trend Issues

- A 공급망 사회적 책임 확대
- B 동반성장 요구 강화
- C 시장지위
- D 지역사회(사회공헌)

동반성장

- 지속가능한 공급망 관리
- 동반성장 협력 지원, 확산 노력
- 그린 생태계 구축, 공정 거래를 위한 구매제도
- 협력사 커뮤니케이션

지역사회 가치 창출

- 사회공헌 활동 전략
- IT 나눔, ICT를 통한 사회적 기회 확대
- 사랑 나눔, 문화 나눔

지속가능한 공급망 관리

Context

기업의 경영 환경은 경제, 사회, 환경적 요소의 고려로 더욱 복잡하고 광범위해지고 있습니다. kt는 지속가능 공급망 관리 체계를 운영하며 공급망 전체를 아우르는 지속가능경영 가치 내재화를 통해 공급망 내 리스크를 최소화하고 있습니다.

Progress

지속가능 공급망 관리 체계 강화

kt는 지속 성장을 위한 강건한 기업 생태계 구축을 위하여 글로벌 스탠더드를 반영하여 2012년 국내 통신기업 최초로 협력사의 지속가능경영 가이드라인을 수립하고 평가 체계를 구축하였습니다. 2013년에는 지속가능 공급망 관리 체계(Sustainable SCM System)의 실행력을 높이기 위해 물자·정보통신 분야 협력사를 대상으로 ESG 평가를 시행하였으며 평균 87.3점으로 양호한 수준의 결과가 나왔습니다.

2014년에는 협력사 ESG 평가 평균 89점 획득을 목표로 하고 있으며, 이를 위해 협력사 대상 교육과정을 개설하여 협력사 임직원의 지속가능 공급망 관리 체계에 대한 내재화를 강화해 나갈 계획입니다. 또한 SCM 컨설팅을 도입하여 협력사 공급망 체계의 혁신을 지원해 나갈 것입니다.

협력사 지속가능경영 평가지표

kt는 2013년 ESG에 대한 협력사 지속가능경영 평가제도를 도입하여 공급망 내 발생할 수 있는 부정적인 인권, 노동 환경, 환경 영향에 대해 관리하고 있습니다. 물자 협력사의 평가지표는 경영(15문항), 환경(13문항), 사회(10문항), 제품(2문항)의 총 40문항이며 정보통신공사는 경영(5문항), 환경(15문항), 사회(11문항), 시공(1문항)의 총 32문항으로 평가하고 있습니다. 물자 협력사 평가지표의 경우 2013년 48개 지표를 확정하여 평가에 도입하기로 하였으나, kt 공급망의 특성을 고려하여 통신업 공급망 환경에 맞지 않는 8개 항목을 평가에서 제외하였습니다.

평가 결과는 협력사 재선정 및 최우수 협력사 선정 시 반영하고 있으며, 2013년 평가 결과를 토대로 2014년에 정보통신공사 274개사를 재선정하고 최우수 물자 협력사를 선정하였습니다. kt는 매년 평가를 통해 협력사를 재선정하여 운영하고 있으며 정기적으로 신규 협력사를 선발하고 있지는 않습니다.

협력사 지속가능경영 평가지표 주요 문항

구분	물자 협력사	정보통신공사
경영	• 비재무 성과(환경, 안전, 만족도, 개선 제안 등)의 임직원 보상 체계 연동 여부 • 지속가능경영 책임이 최고 경영층·특정 임원에게 할당되고, 전담팀·전담 인원의 보유 여부	• 행동강령 및 규범에 뇌물·부패 금지 조항 포함 여부
환경	• 환경 관리를 책임지는 전담 부서(또는 담당자)의 여부 • 온실가스 배출량(Scope1/Scope2) 집계 및 관리 여부 • 폐기물 배출량에 대한 데이터 수집 관리 여부	• 환경 관련 법률 및 규제 준수에 대한 정책 여부 • 토양 및 수질오염 예방을 위한 조치 여부 • 에너지 사용량에 대한 데이터 수립·관리 여부
사회	• 회사 임금 정책의 최저 임금 준수 규정 여부 • 직원의 노동조합 가입·결성에 대한 자유 보장 여부	• 모든 노동 관련 법규 및 규제 준수에 대한 정책 여부
제품	• 자사 제품에 대한 사용안전 검사 실시 여부	• 하자 보수 예방을 위한 품질 검사 실시 여부

사회적 책임(SR) 행동규범 협약 체결

kt는 협력사와 매년 사회적 책임(SR) 행동규범에 대해 협약을 체결하여 협력사의 사회적 책임을 요구하고 있습니다. 이 협약에는 인권, 노동 관련 법규 준수, 산업안전 보건, 환경경영, 임직원 교육 훈련에 관한 사항을 명시하였습니다.

동반성장 문화 확산 교육 시행

kt는 매년 임직원을 대상으로 동반성장 문화 확산 교육을 시행하며 회사의 동반성장 추진 사항과 협력사의 업무를 추진하는 데 있어 지켜야 할 사항에 대해서 교육을 하고 있습니다. 특별히 협력사와 업무를 하는 데 있어 갑을 관계가 아닌 동반자적 관계로 추진하고 협력사 임직원에게 수치심이나 모멸감을 느끼게 어투와 행동을 금하고 있습니다. 2013년도에는 2회에 걸쳐 교육을 시행하였으며 1만6555명이 교육을 수료하였습니다.

Performance

2013년도 지속가능 공급망 평가 결과

구분	평가 참여 협력사수	협력사 지속가능경영 평가지표	평가 결과
물자 협력사	147개사	ESG + Product(제품) : 40개 지표	평균 84.3점
정보통신공사 협력사	275개사	ESG + Construction(공사안전) : 32개 지표	평균 90.3점

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

동반성장 협력 지원

Context

사회적 책임을 넘어 미래 성장과 발전의 관점에서 kt는 동반성장을 위해 협력사 직원 교육, 특허기술 사용권 이전 등 비금전적 지원과 더불어 금융 지원 등 금전적 지원을 확대 시행하고 있습니다.

Progress

성과공유제 운영을 통한 협력사와 Win-Win 실현

kt는 2006년부터 협력사와 공동으로 장비·서비스 개발을 통한 원가 절감과 품질 개선 등의 성과를 창출하고 이익을 공유하는 성과공유제를 도입하였습니다. 최근 6년간 12건의 장비 개발에 성공한 협력사에서 구매 물량 우대 등을 통해 163억원의 성과를 보상하는 등 성과공유제는 kt 동반성장 활동의 핵심 어젠다로 추진되고 있습니다.

kt는 성과공유제 적용 분야를 기존의 물자 중심에서 공사, SW 개발 분야 등으로 확대하고 기존 장비 개량 개선뿐 아니라 신장비·국산화 개발, 공법 개선, 에너지 절감 등 과제 유형을 다양화하였습니다. 성과보상제도 또한 파격적으로 개선하여 신장비 개발의 경우 최대 2년 수의계약을 통한 배타적 공급 권한을 부여하고, 스펙 최적화를 통한 원가 절감 성과에 대해서는 1년간 절감 성과 100%를 아이디어 제안 및 개발 노력에 대한 보상으로 협력사에 지급하고 있습니다. 보상제도 개선과 더불어 프로젝트의 성공 확률을 높이기 위해 협력사에 교육과 컨설팅을 지원하고, 장비 개발을 위한 환경과 시험 장치, 측정 장비를 무상 제공하고 있습니다.

2013년에는 테마형 성과 공유 형태 21건, 일반 성과공유제 3건, 총 24건을 발굴하여 추진하였으며 목표를 달성한 17개 협력사에 대해서는 물량 우선 배정과 협력사 평가 시 가점을 부여하였습니다.

2014년에는 추가적인 성과공유제 모델 발굴과 테마형 성과공유제의 지속 시행을 통해 성과공유제를 더 활성화해 나갈 예정입니다.

성과공유제 유형

• **일반 성과공유제** : 협력사와 공동으로 개량 개선, 신장비 개발 등을 수행하여 성과를 창출하고 그 성과를 서로 공유하는 제도입니다. 제안 과제의 특별한 분야가 지정되는 것은 아니고 원가 절감, 품질 개선 등의 효과가 있는 경우 과제 형태로 접수하며 상시 시행하고 있습니다.

• **테마형 성과공유제** : 2013년도 정보통신공사 분야의 성과공유제 활성화 측면에서 도입한 제도로서 kt에서 태풍 피해 예방 등 개선이 필요한 특정 분야에 대한 테마를 제시하고 협력사는 이를 개선할 수 있는 아이디어를 제안하는 형태의 성과공유제입니다.

테마형 성과공유제 과제를 추진 중인 시스텍전기통신 방문

협력사 매출 확대 지원

kt는 협력사가 매출 확대를 통해 사업 기반을 공고히 할 수 있도록 해외시장 공동 진출을 추진하고 글로벌 마케팅을 지원하는 등 적극적인 활동을 펼치고 있습니다.

kt는 국내 우수 협력사와의 공동 사업 개발로 해외시장 공동 진출 기회를 확대하여 2013년 12건 1789억원 규모의 공동 프로젝트를 실행하였으며, 우수 협력사 10개사와 함께 세계 최대 이동통신 전시회인 MWC(Mobile World Congress, 스페인)에 공동으로 참가하여 중소기업의 글로벌 마케팅 활동을 지원하였습니다.

2014년에는 공동 프로젝트 규모를 1230억원으로 하여 우수 협력사와 해외시장 공동 진출을 계속해서 추진해 나갈 계획 입니다

해외시장 진출 지원에 맞서 국내에서는 협력사의 우수 인재 채용을 지원하기 위해 전경련 등과 공동으로 인력 채용 박람회를 개최하여 2013년에 23개 협력사를 지원하였습니다. kt에 납품하는 대기업이 생산을 중소 협력사에 위탁할 수 있도록 지원하여 2013년 128억원 규모의 계약이 이루어졌으며 중소 협력사의 매출 확대에 기여하였습니다.

2013년 인력 채용 박람회

2013년 MWC 박람회

금융 지원

자금 측면에서 kt는 협력사의 현금 유동성 확보 지원과 운전자금 조달을 위해 간접지원(네트워크론 지속 운영, WinC를 통한 외상 담보 대출) 프로그램을 운영하고 있습니다. kt캐피탈을 통한 4000억원 규모의 신용대출기금을 조성, 운용하고 있으며 기존의 거래 관행이었던 어음 결제를 탈피해 2006년부터 금액 제한 없이 중소기업에 100% 현금 결제 정책을 유지하고 있습니다. 또한 상생대출 제도를 운영 중인 금융기관들과 협약을 맺어 kt 납품실적이 있는 협력사에는 시중보다 저렴한 우대금리로 자금을 빌릴 수 있도록 금융대출 지원 제도를 운영하고 있습니다. 특히 2013년에는 콘텐츠 분야 협력사와 동반성장 생태계를 조성하고, 협력사의 성장을 지원하기 위해 약 1000억원의 펀드를 조성하여 159억원을 지원하였습니다. 앞으로도 kt는 협력사와 같이 성장할 수 있도록 노력할 계획입니다.

협력사의 개발 인프라 지원

kt는 협력사의 연구·개발비 부담을 완화하고 역량 있는 중소기업 및 벤처기업 육성을 위해 종합모델실, 에코노베이션센터 등과 같은 독립된 네트워크 인프라를 구축하여 유무선 통신 인터넷 서비스 개발 및 시험 환경을 중소 협력사 및 개발자에게 지속적으로 무상 지원하고 있습니다. 2013년에는 네트워크 장비 모델실과 SW 개발에 필요한 시설을 1만 9136회 지원하였습니다.

협력사 기술 보호

kt는 중소 협력사의 기술경쟁력 강화를 위해 협력사 분야별 특성을 고려하여 기술 보호를 지원하고 있습니다. 물자 협력사의 경우 기술자료 임치제*를 통해 특허 수준의 기술뿐만 아니라 협력사의 고유한 기술까지 보호될 수 있도록 지원하고 있으며, 2013년 총 29건의 기술 보호를 달성하였습니다. kt는 앞으로도 중소 협력사 및 벤처기업이 핵심 기술을 개발할 수 있도록 네트워크 인프라 및 기술 보호를 적극 시행할 예정입니다.

*기술임치제 : 협력사의 고유한 기술을 대·중소기업협력재단에 임치시키고 향후 기술유출 등이 발행할 경우 임치물을 통해 기술 보유 여부를 입증할 수 있는 제도

특허기술 사용권 이전

kt는 2011년도부터 중소 협력사가 미래 성장 사업에 대한 핵심 기술을 확보할 수 있도록 지원하기 위해 kt가 연구·개발한 지적재산권에 대한 무상 양도 및 기술 이전을 추진하고 있습니다. 2013년까지 130개사 166개 기술을 협력사에 무상 양도, 이전하여 협력사가 신사업을 추진할 수 있도록 지원하였으며 2014년도에는 14건을 추가로 무상 양도, 이전할 계획입니다. kt는 앞으로도 유휴 특허권에 대한 중소기업 무상 양도, 이전을 지속적으로 추진하여 협력사의 성장을 견인할 수 있도록 지원할 계획입니다.

경영 지원 및 생산성 개선 지원

kt는 2012년부터 2013년까지 2년 동안 6억원을 출연하여 한국생산성본부와 공동으로 22개의 협력사를 대상으로 생산성 혁신 파트너십 지원 사업을 추진하여 경영 및 생산성 개선 활동을 지원하였습니다. 2013년부터는 산업통상자원부의 산업 혁신 3.0에 5억원을 출연하여 1차 및 2차 협력사 15개사에 생산·공정에 대한 개선을 지원하였습니다. 2012년부터 경영닥터제를 도입하여 대기업 경영인 출신의 컨설턴트가 정기적인 방문을 통해 협력사 경영진의 애로 사항 해결 및 경영 혁신 활동을 지원하였습니다. 앞으로도 협력사의 품질경영 시스템 고도화를 위한 지원을 강화해 나갈 계획입니다.

협력사 직원 무상교육 제공

협력사 인력 양성 교육 프로그램을 제공하여 품질 개선과 인력 개발에 한계가 있는 중소협력사 임직원의 역량을 강화하고 있습니다. 고객서비스, 물자 공급, 정보통신공사 분야에 교육과정을 개설하여 최근 4년간 2만 3310명(2011년 97개 과정 1만 729명, 2012년 100개 과정 1만 101명, 2013년 34개 과정 2480명)의 협력사 임직원을 대상으로 교육을 실시하였습니다. 집합교육 과정은 kt인재개발원과 각 지역 현장 훈련센터 등에서 운영하고 있으며 강의실, 교재, 숙박 및 식사 등을 무상으로 제공하여 협력사로부터 좋은 평가를 받고 있습니다.

Performance

2013년 주요 동반성장 협력지원 성과

구분	내용
성과공유제	총 24건(테마형 성과공유 형태 21건, 일반 성과공유제 3건)
매출 확대 지원	12건 1789억원 규모의 공동 프로젝트 실행
금융 지원	네트워크론 운용 금액: 4480억원, 콘텐츠 분야 동반성장 1000억 원 펀드 조성: 159억원 지원
개발 인프라 지원	네트워크 장비 모델실 및 SW 개발에 필요한 시설 1만 9136회 지원
특허기술 사용권 이전	특허 : 16개사 52건, 기술 :4개사 4건
경영·생산성 개선 지원	경영닥터제: 4개사, 생산성 혁신 파트너십: 10개사, 산업 혁신 3.0: 15개사
무상교육 지원	34개 과정 2480명

동반성장 확산 노력

Context

협력업체의 경쟁력이 kt의 경쟁력을 좌우하는 중요 요인이듯 2차 협력사의 경쟁력은 1차 협력사의 성장을 위한 요건이 되어 가고 있습니다. 지속 성장을 위한 산업 생태계의 건전성 확보를 위해 kt는 2차 협력사에 대한 지원을 점진적으로 확대 적용하고 있습니다.

Progress

대기업–1차 중심의 동반성장을 2차 협력사까지 확대

kt는 2011년도부터 1차, 2차 협력사 간 동반성장 활성화를 위해 다각도의 지원 체계를 마련하여 운영하고 있습니다. 특히 2차 협력사에 반드시 필요한 현금성 결제 비중 확대를 시스템적으로 지원하기 위해 동반성장지원시스템(WinC)을 도입하였습니다. 동반성장지원시스템 도입을 통해 2차 협력사는 1차 협력사에 납품하면 현금성 결제 수단인 외상매출채권을 통해 납품 대금을 지급받을 수 있게 되었습니다. 더하여 2차 협력사가 지급받은 외상매출채권의 현금화가 필요한 경우 저금리로 현금화할 수 있도록 지원하고 있습니다.

2차 협력사 금융 지원

kt는 2차 협력사 금융 지원의 일환으로 3000억원 규모의 kt캐피탈 네트워크론을 활용하여 신용대출을 지원하고 있습니다. kt 2차 협력사는 금융 지원이 필요한 경우 1차 협력사의 추천을 받아 kt 캐피탈에 신청하면 서류 검토를 통해 금융 지원을 시행하고 있습니다.

2차 협력사까지 동반성장 프로그램 확대 적용

2010년 10월부터 1차 협력사에 대한 동반성장 프로그램을 2차 협력사에도 적용하고 있습니다. 2차 협력사에 품질, 환경 컨설팅 및 인증을 위한 소요비용의 50%를 지원하고 있으며 무상교육 지원 및 테스트 베드, 측정기, 종합모델실, 에코노베이션센터 등의 시설도 무상으로 제공하고 있습니다.
특히 kt와 1차 협력사의 품질 관리 전문가가 함께 2차 협력사에 대한 품질개선활동 코칭을 통해 품질 시스템을 구축할 수 있도록 지원하는 벤더코칭을 2008년부터 시작하여 2010년 6개사, 2011년 15개사, 2012년에는 23개사, 2013년 13개사를 대상으로 추진하였습니다. 이를 통해 자재 구매 관리, 시험·검사 분야 등에서 평균 80% 이상 개선되어 참여 협력사들로부터 실질적인 도움을 주는 프로그램으로 많은 호응을 받고 있습니다.

Performance

2차 협력사 지원 실적

구분	2011	2012	2013
2차 협력사 동반성장 지원			
벤더코칭	2차 협력사 15개사	2차 협력사 23개사	2차 협력사 13개사

벤더코칭 협약 체결식

벤더코칭 성과 발표회

그린생태계 구축

Context

환경에 대한 관심과 환경보호 필요성이 빠르게 증대되며 공급망 내에서 발생할 수 있는 부정적인 환경영향을 최소화하기 위한 시스템이 필요한 상황입니다. kt는 이러한 사회적 변화와 요구에 부응하고 품질관리 프로세스 개선을 통한 협력사의 생산성 제고를 위하여 협력사에 대한 환경경영 시스템 컨설팅 및 인증 취득을 지원하고 있습니다.

Progress

협력사 ISO 14001 취득 지원

협력사의 지속적인 환경경영 역량 강화를 통한 kt 공급 생태계 전반의 친환경화를 위해 1, 2차 협력사의 환경경영시스템(ISO 14001) 컨설팅 및 인증취득 활동을 체계적으로 지원하고 있습니다.

중소 협력사의 실질적인 품질 관리 체계 확보와 환경경영에 대한 기반 구축을 돕기 위해 협력사의 환경(ISO14001) 국제인증 취득을 위한 컨설팅 및 인증 취득에 소요된 비용의 50%를 지원하고 있습니다. 2013년에는 17개사가 취득 지원을 받았습니다. kt는 이를 통해 협력사의 품질 관리 프로세스를 표준화하고 환경 마인드를 확산시켰으며 인력 전문화를 통한 업무 생산성 향상도 이루었습니다. kt는 2014년부터 생산시설을 보유한 협력사에 대해 환경경영시스템(ISO 14001)을 의무화하여 kt 공급망의 친환경 생태계 구축을 가속화할 계획입니다.

환경 영향 고충 처리

kt는 협력사의 고충 처리를 위해 공식적으로 운영하는 협력사 포털을 통해 환경 관련 고충을 받고 있으며 2013년 환경 영향과 관련된 고충 의견 건수는 없었습니다.

Performance

협력사 ISO 14001 취득 지원 현황

구분	내용
환경인증 취득 현황	94.1% (물자 83.9% : 131/156, 정보통신공사 100% : 274/274)
2013년 지원 협력사	17개사(물자 16개사, 정보통신공사 1개사)
인증 미취득 협력사 대비지원 비율	39%(16개사/41개사)
협력업체 지원 활동 프로그램	환경경영시스템(ISO 14001) 인증 지원

ISO 14001 취득지원 3개년 실적

구분	2011	2012	2013
지원 협력사	(주)경일 등175개사	㈜디비엔 등 29개사	㈜나온웍스 등 17개사
지원 금액	11,400만원	5,874만원	2,160만원

공정거래를 위한 구매제도

Context

kt는 품질 기반의 협력사를 선정하고 관리하는 등 구매 프로세스를 투명하게 운영하고 있습니다. 또한 중도금제도를 도입하여 협력사의 자금을 지원하는 등 구매제도의 혁신을 통해 공정하고 합리적인 거래환경, 협력사들이 일하기 좋은 환경을 조성하고 있습니다.

Progress

품질 기반의 협력사 선정 · 관리를 위한 구매 프로세스 혁신

kt는 2012년 7월부터 협력사 선정 시 품질을 최우선하는 협력사 선정 체계로 구매 프로세스를 전면 개편하였습니다. 이를 위해 기존의 적부 평가 방식이 아닌 계량화 평가 방식으로 변경하여 평가 점수에 따라 품질 순서를 정하고 품질 우수 협력사와 협상·계약하는 프로세스로 혁신하였습니다. 또한 기존 HW 중심의 품질 관리에서 SW 분야의 기능, 소스코드 검증 및 개발 역량 관리까지 품질 관리를 확대·강화하였습니다. 품질정보 시스템을 통해 도입된 장비·단말의 운용 품질을 관리하고 이를 구매 가격 및 협력사 관리와 연계하여 우수 협력사 육성에 반영하고 있습니다. 이를 통해 협력사는 기술 개발에 전념할 수 있는 환경을 조성할 수 있으며, kt는 우수 협력사와의 지속적인 거래를 통해 단순 CAPEX* 절감이 아닌 TCO** 관점의 최적화를 도모하고 있습니다. 앞으로도 지속적인 구매 프로세스의 선진화와 관련 제도 강화를 통해 협력사의 부담을 덜고 양질의 제품을 만들 수 있는 여건 조성을 위해 노력할 것입니다.

* CAPEX(Capital expenditures): 미래의 이윤을 창출하기 위해 지출된 비용
** TCO(Total Cost of Ownership): 총보유 비용

• **일물복수가 도입** kt는 무리한 최저가 입찰제 적용으로 인한 협력사 공동 부실화를 방지하고 공정하고 합리적인 거래 환경 조성을 위해 2009년 일물복수가를 도입하였습니다. 이는 최저가 입찰 가격이 차순위 가격보다 5% 이상 차이 나는 경우 최저가로 입찰한 협력사는 할당된 계약 물량으로 계약하고, 차순위 가격을 새로운 최저가로 간주하는 제도입니다.

• **단가 변동 요인 반영을 통한 목표가 조정** kt는 2009년 8월부터 단가 변동요인 반영을 제도화하고 이에 따른 가격 조정 조건을 완화하였습니다. 이후 매년 최초 목표 가격 결정 시 전년도의 물가상승률, 환율, 원자재 가격 변동요인을 표준화하여 반영하고 있습니다. 또한 계약 기간 중 3% 이상의 단가인상 요인이 발생할 경우 시기에 관계없이 계약 협력사가 가격 조정을 요구할 수 있도록 제도화하였습니다.

• **계약·납품 비율 불일치 최소화** 계약·납품 비율의 불일치를 최소화하기 위한 노력의 일환으로 2010년 5월부터 실명제 기반의 품목별 수요 예보, 우수 선호도 품목 중심의 형상 표준화, 물량 없는 단가계약 활성화, 물량 할당 비율 관리 체계화 등을 시행하였습니다. 또한 협력사와의 당초 계약 물량 비율을 준수하기 위한 프로세스를 구축하였습니다.

• **중도금 제도 도입** 기존에 운영 중인 대가 지급 방식(선금, 기성금, 완성금)에 추가하여 계약 이행 중 협력사가 필요한 자금을 지원하기 위해 2011년 8월 신규 도입한 제도로서 1억원 이상, 60일 이상 계약에 대해 기성 검사에 의한 기성금 지급이 어려운 경우 계약 금액의 30%까지 대가 지급을 할 수 있도록 한 제도입니다.

Performance

구매제도 혁신 성과(2010년 이후)

구분	건수(중복 포함)	금액
일물복수가	97건	4,047억 원
목표가 조정	28건	1,677억 원

협력사 커뮤니케이션

Context

기업 간 협력을 통해 최상의 결과를 만들어 내기 위해선 적절한 커뮤니케이션이 필수적입니다. kt는 정보공유협의체, 동반성장 간담회 등을 통해 지속적으로 협력사와의 소통을 강화하여 공급망 내의 유대감을 형성하고자 합니다.

Progress

정보공유협의체 운영

kt는 분야별 협력사와의 정기적인 정보공유협의체 운영을 통해 동반성장 실천 방향 및 공동 협력 방안에 대한 의견 수렴과 개선 활동을 진행하고 있습니다. 2010년 10월부터는 상품 프로모션, 시장 환경 변화에 따른 긴급 수요 발생 시 협력사를 지원하기 위해 긴급 수요 발생시기, 협력사 보유 재고 현황 등을 논의하고 있고 2011년부터는 임대 단말, 선기재, 무선 자재에 대해 SCM협의체를 월, 분기 단위로 운영하고 있으며 2013년에는 초고속, 전원, 중계기 등으로 대상 품목을 확대하여 협력사 재고 및 생산 최적화를 유도하는 등 동반성장 노력을 가속화하였습니다.

고충처리제도 운영

kt는 협력사 포털을 통해 협력사의 고충 의견을 공식적으로 접수하여 처리하고 있습니다. kt 협력사는 누구나 의견을 제출할 수 있으며 kt는 접수 즉시 이에 대한 조사를 통해 해결을 지원하고 있습니다. 협력사 포털 외에도 kt는 협력사에서 직접 구매협력실장에게 고충 의견, 애로 사항을 이야기할 수 있도록 구매협력실장 소통 채널을 운영하고 협력사를 직접 찾아가는 동반성장 간담회도 개최하고 있습니다. 이처럼 kt는 협력사의 고충 의견, 애로사항을 청취하여 공급망 내에서 발생할 수 있는 노동 환경, 인권 등에 대한 리스크를 사전에 예방하고 있습니다.

찾아가는 동반성장 간담회

kt는 구매 담당 임원이 매월 협력사를 직접 방문하여 생산 품질 관리 및 자재관리 현장을 둘러보고 협력사들이 느끼는 애로·건의 사항 등 동반성장 이슈를 해결하는 활동을 하고 있습니다. 2013년에는 136개사를 방문하여 41건의 애로 사항에 대해 답변을 완료하였으며 이 중 kt 내부에 개선이 필요한 7건에 대해서는 개선을 완료하였습니다. 2014년에는 찾아가는 동반성장 간담회를 실무자 중심으로 개선, 시행하여 협력사와의 커뮤니케이션을 더욱 활성화할 계획입니다.

협력사 만족도 조사 실시

kt는 협력사를 대상으로 연 2회 공정거래, 협력도, 동반성장 체제 분야에 대한 다면 평가를 하고 있습니다. 부진한 분야에 대해 지속적으로 개선 노력을 기울인 결과 2013년도 상반기 87.2점, 하반기 90.9점으로 전년도에 비해 협력사의 만족도가 총 3.7점 상승하였습니다.

Performance

협력사 만족도 결과

구분	2011		2012		2013	
	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기
협력사 만족도	83.87점	84.79점	86.90점	89.01점	88.87점	90.66점

사회공헌 활동 전략

Context

정보통신기술의 발달로 ICT에 기반을 둔 사회적 가치 창출에 대한 관심이 높아질수록 통신기업으로서 kt가 지닌 역량을 사회적 요구에 맞게 활용할 수 있는 전략과 조직이 필수적입니다. kt는 변화하는 사회 환경에 맞춰 공헌활동 전략을 수립하고 사회적 가치 창출을 위한 활동을 이행하고 있습니다.

Progress

CSV 공유 가치 창출

kt는 '세상을 이롭게 하는 ICT'를 지향하며 ICT를 통한 사회공헌 활동에 앞장서고 있습니다. 이러한 활동의 일환으로 은퇴자, 경력 단절 여성, 장애인 등 사회 취약계층 대상 ICT 희망 나눔 활동을 중점적으로 추진하고 있으며 ICT 기술과 사회공헌 활동을 접목하여 저소득층 아동 대상 화상 멘토링을 제공하여 창조경제를 선도하고 있습니다. 또한 소외계층 정보 격차 해소를 위해 kt의 사회공헌 활동 전담 인력인 200명의 IT서포터즈를 통하여 컴퓨터, 스마트폰 활용 교육을 실시하고 있으며 최근 사회문제가 되고 있는 스마트폰 역기능 예방을 위해 스마트폰 중독 예방 교육을 하는 등 다양한 활동을 펼쳐 나가고 있습니다. 2014년에는 kt 계열사와 연계한 사회공헌 활동의 확대 추진으로 보다 큰 범위의 공유 가치 창출을 실현하고자 합니다.

kt 사회공헌 방향

세상을 이롭게 하는 ICT	
IT 나눔	• 전담 인력 kt ITS서포터즈 • 스마트폰 역기능 해소 교육 • 스마트 아카데미 • 소외계층 대상 IT 교육 • ICT화상멘토링 드림스쿨 • 장애인 IT 지원 • 소외계층 IPTV 지원
사랑 나눔	• 임직원 사랑의 봉사단 • olleh 대학생 봉사단 • 은퇴자, 경력 단절 여성 대상 사회공헌 일자리 드림티처 • 아동 사랑 네트워크 드림투게더(새싹꿈터) • kt 소리찾기 사업 • 글로벌 CSV • 장학사업 • 의료나눔
문화 나눔	• olleh square • kt 체임버홀

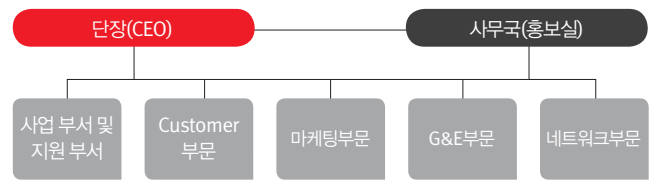
사회공헌 활동 조직

사랑의 봉사단

kt는 임직원의 봉사 활동을 전사 차원에서 조직적이고 체계적으로 운영하기 위해 CEO를 단장으로 하는 임직원 자원봉사 조직 '사랑의 봉사단'을 운영하고 있습니다. 500여개 팀, 임직원 3만 2612명으로 구성된 사랑의 봉사단은 지역아동센터 지원 사업, 지역사회의 소외이웃 돕기, 재난재해 복구 지원, 1사 1촌을 통한 농어촌 일손 돕기, 복지관 등에 대한 시설 점검, kt 시설을 활용한 체험 교육 등 다양한 봉사 활동을 전개하고 있습니다. 2013년에는 임직원 2만 812명이 9만 8351시간의 봉사 활동에 참여하였습니다.

사랑의 봉사단 미혼모 시설 지원

사랑의 봉사단 구성 체계



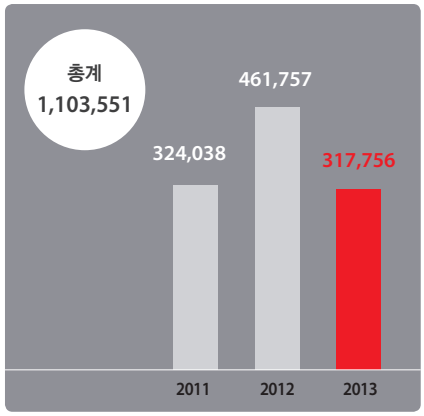
IT서포터즈

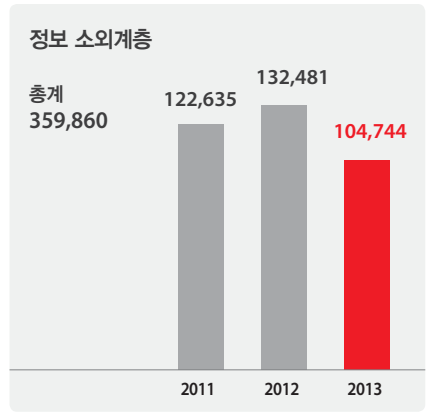
2007년 출범한 IT서포터즈는 IT 지식 기부를 통해 누구나 IT를 자유롭게 활용할 수 있도록 돕는 kt의 직원 봉사단으로 200명의 kt 직원들이 IT 나눔 활동을 전담하고 있습니다. 2014년 현재 8기가 출범한 IT서포터즈의 재능기부형 프로보노 사회공헌 활동은 기업 사회공헌 활동의 패러다임을 바꾼 대표적인 사례로 평가받고 있습니다.

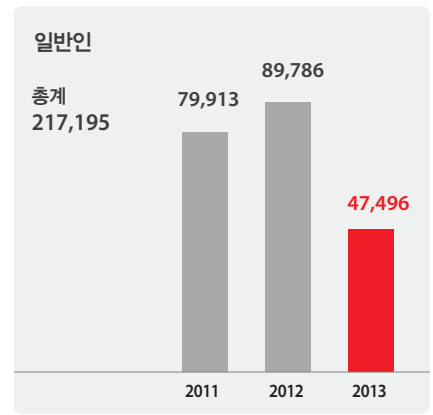
IT 서포터즈 8기 출범. 2014. 3.14.

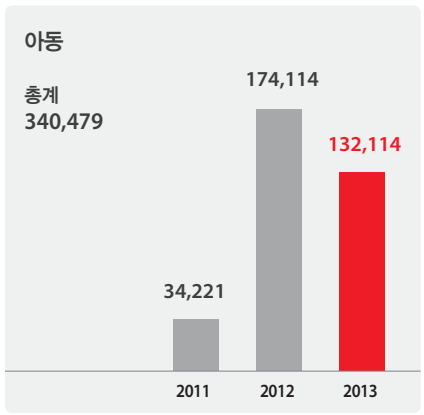
IT서포터즈 활동 성과

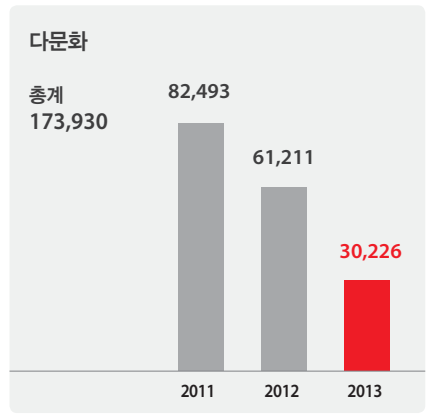
(단위: 명)

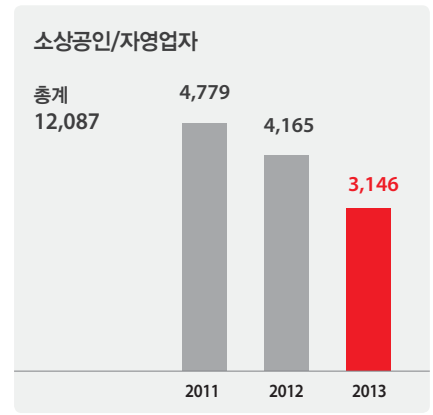












IT서포터즈 공헌활동 외부 평가(최근 3년)

2011.7.21.	제18회 전국자원봉사대축제 '최우수상-기업나눔상' 수상(한국자원봉사협의회, 중앙일보)
2011.11.22.	제3회 대한민국 휴먼대상 '국무총리상' 수상
2012.8.23.	제19회 전국자원봉사대축제 특별·일반부문 우수상 수상(한국자원봉사협의회, 중앙일보)
2013.12.	스마트폰 중독 예방 교육 경기도지사 표창

Performance

2013년 신규 추진 사항

- ICT 화상 멘토링 드림스쿨 구축
- 사회공헌 일자리 드림티처 출범

주요 수상 성과

2013 '공생을 위한 사회책임경영 리더' 대상 수상

- 중앙일보, JTBC 주관
- 2012, 2013년 2년 연속 수상으로 사회적 책임경영 선도

2013 포브스 '사회공헌' 대상 수상

- 대한상공회의소, 포브스 코리아 공동 주최
- 사회책임 분야 2년 연속 수상

IT 나눔

Context

스마트폰, 인터넷 등 정보통신 기기의 일상화로 인해 지역 간, 계층 간, 세대 간 정보 접근 및 접속 격차가 벌어지고 있습니다. kt는 이로 인한 정보 불균형을 해소하고 ICT가 누구에게나 소통의 창이 될 수 있도록 IT서포터즈를 중심으로 IT 지식 나눔을 실천하고 있습니다.

Progress

첨단 IT 지식 나눔

첨단 IT 기기의 등장으로 발생하는 새로운 형태의 정보 격차 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 정보 접근 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 스마트 디바이드 해소를 위한 '스마트 나눔' 활동을 전개하고 있습니다.

다문화여성 스마트 활용 교육

IT 지식교육 활동(스마트 아카데미)

구분		2011	2012	2013
공개 강의	강의 횟수(회)	407	431	218
	참석 인원(명)	1,535	1,471	1,280
찾아가는 교육	강의 횟수(회)	6,612	11,162	8,130
	참석 인원(명)	103,030	295,398	218,627
총계	강의 횟수(회)	7,019	11,593	8,348
	참석 인원(명)	104,565	296,869	219,907

장애인 지원 활동

IT서포터즈는 컴퓨터 및 인터넷 활용, OA 교육 등 생활 밀착형 IT 교육을 비롯한 각종 자격증반 운영을 통해 장애인의 경제적 자립을 지원하였으며, 2010년 스마트폰 보급 이후 스마트폰·스마트패드 활용 교육도 시행하고 있습니다. 특히 2013년에는 장애인 지원을 위한 전담팀을 신설하여 장애인에게 실제로 필요한 부분을 지원해 줌으로써 장애인과 kt가 상생하는 모델을 만들어 가고 있습니다

수화로 배우는 스마트폰 교재 전달식

장애아동시설 무료 WiFi존 구축 행사

장애인 전담 지원 활동 내역

구 분	내 용	날짜
교육	시각장애인을 위한 voiceover 교육 및 CD 제작 배포	2013.4.18
	한국복지대학교와 전국 청각장애인 학생 학습 보조 시스템 구축	2013.3
	청각장애청소년 대상 멘토링 캠프 개최	2013.8.6
	시각장애아동을 위한 소리책 만들기 • 목소리 기부를 통한 소리책 녹음 및 도서 입력 기부 활동 100여 권 기증 • 황금빛 구스타프 클림트 전시회 음성파일 기부 (미디어 허브 제공)	2013
	영광시각장애인 모바일점자 도서관 업그레이드 지원을 통해 시각장애인 도서 접근성 강화	2013.8
IT	장애인 관련 기관에 IT 접근성 향상을 위한 전국 올레 WiFi존 20곳 구축	2013.4~6
	올레닷컴 등 사내의 대표 홈페이지 시각장애인에게 필요한 웹 접근성 개선 지원	2013.4.2
	시각장애인 스마트폰 활용 대회 개최	2013.8.13
	청각장애인을 위한 스마트폰 사용법 영상 DVD 제작 배포(전국 농아인 기관 및 일반인 1000매)	2013.12.10
	장애인 일자리 창출을 위해 한국장애인개발원과의 협업으로 전국의 장애인 복지관에서 IT 교육 지원 • 9개 시도 20개 기관 231명 교육/5명 자격증 취득, 2명 취업	2013.4~11
문화	시청각장애인에게 꿈과 희망을 주는 문화 나눔 • 청각장애청소년 all-ip 라운지 투어(2013.5.25) • 시각장애인 '흰지팡이날' 기념 초청 행사 - 시각장애인 130여 명 참석, 시각장애인 공연 및 흰지팡이 선물 - 시·청각 장애인에게 kt 시소 멘토 희망 나눔 특강	2013.5.25 2013.10.14
커뮤니티	청각장애인 커뮤니티 활성화 지원 • 장애인 환자를 돕기 위한 해피 스마트 카페 • 소상공인 사업장 수화사랑카페 활성화를 위한 멘토링 및 사업 지원	2013.4.5~6

전통시장 지원 활동

IT서포터즈는 전통시장 상인들의 IT 활용 능력을 제고하여 실질적인 매출 증대로 이어질 수 있도록 소상공인 대상 IT 교육을 진행하고 있습니다. 지난해 전통시장 IT 교육 사례를 살펴보면 전통시장에서 장사를 하느라 분주해 스마트폰을 구입하고도 제대로 이용하지 못하던 상인들에게 스마트폰 활용 교육을 진행하여 상인들이 고객들에게 상품 안내나 홍보를 하는 데 이를 활용할 수 있도록 하였습니다. 또한 SNS 등을 배워 고객들에게 최신 정보 제공이나 가게 홍보를 하기 위한 도구로도 활용하도록 하고 있습니다. 일부 상인의 경우 온라인 매장을 열어 오프라인 판매뿐 아니라 온라인에서도 고객과의 소통의 장을 마련하였으며 이는 실제 매출 증대로 이어지고 있습니다.

온라인 매장 오픈 지원

스마트폰 활용 1:1 교육

전통시장 활동 내역

전국 23개 IT서포터즈팀 1팀 1전통시장 밀착 케어

- 스마트폰 활용 교육, 컴퓨터 교육
- 전자상거래 및 SNS 활용 교육을 통한 매출 증대
- QR코드 활용을 통한 가게 홍보 및 이벤트 진행
- 2013년 교육 실적: 전통시장 상인 대상 찾아가는 교육
  (교육 인원: 1995명, 교육 시간: 793시간)

전통시장 온라인 홍보

전통시장 박람회 참여를 통한 kt 전통시장 지원 활동 홍보

- 전국우수시장박람회: 전국 상인회 대상 전통시장 지원 활동 발표, 홍보 부스 운영
- 서울 전통시장 박람회: 홍보 부스 운영

'전통시장 최고의 집을 찾아라' 이벤트 시행

- 전통시장 점포 온라인 홍보 및 전자상거래 지원

동아일보 명품 시장 기획 홍보: 서울 풍물시장, 경남 창동부림시장

이해관계자 대상 IT서포터즈 체험 활동

kt는 이해관계자가 직접 IT 나눔 활동에 참여함으로써 정보 격차 해소를 위한 역할을 할 수 있도록 IT서포터즈 체험 활동을 진행하고 있습니다. 매년 전국에서 대학생 봉사단을 선발하여 운영하고 있으며 2013년에는 주니어IT서포터즈 400명을 선발하여 건전한 ICT 문화 조성을 위한 활동을 다양하게 진행하였습니다.

olleh 대학생 봉사단

kt는 미래 세대에게 체계적인 '나눔의 기회'를 제공하고 사회공헌 활동의 저변 확대를 위해 고객 참여형 사회공헌의 일환으로 대학생 봉사단을 운영하고 있습니다. 활동 기간은 기수당 1년으로 봉사단 스스로 활동을 기획하고 학습하며 다양한 사회공헌 전문 활동에 자발적으로 참여함으로써 차별화된 활동을 수행하고 있습니다.

2011년 최초 100명으로 시작하여 2012년 136명, 2013년 123명으로 3년간 총 359명의 대학생들이 전국에서 봉사를 통한 사랑 나눔을 실천해 오고 있으며 2014년 현재 105명의 대학생들이 ICT 나눔을 테마로 매월 봉사활동을 진행입니다.

olleh 대학생 봉사단은 전국 8개 권역에서 정기적으로 지역사회와 밀착한 봉사 활동을 진행하고 있으며 2013년에는 총 4393시간의 활동을 수행하였습니다. 아동 분야는 소외 아동의 진로 탐색, 진로 탐방 지원, 환경 분야는 숲체험, 전봇대 벽화, 재활용 컵화분 만들기 등 이색적인 방법으로 지역사회 문제 해결에 앞장서 왔습니다.

이뿐만 아니라 CSV 사회적 기업 양성을 위한 활동과 해외 문화 교류 같은 특별 활동도 실행하고 있습니다. 2013년에는 사회적 기업 양성을 위한 CSV아카데미에 참여하여 사회적 기업에 대한 인식 확산 활동을 추진하였고 우즈베키스탄, 일본 등에서 문화 교류 및 글로벌 봉사 활동을 하고 있습니다.

시니어 봉사단 스마트폰 사용법 교육

올레 대학생 봉사단 시니어 스마트 교육

정보격차 해소를 위한 서비스

보편적 역무 제공

보편적 역무란 모든 이용자가 언제 어디서나 적절한 요금으로 제공받을 수 있는 기본적인 전기통신 역무로 이용자의 사회적 계층 및 거주 지역에 상관없이 대부분의 국민이 지불 가능한 수준의 요금으로 원활하게 이용할 수 있도록 제공하는 통신 서비스를 말합니다.
현재 유선전화 서비스와 긴급통신용 전화 서비스, 장애인 및 저소득층 등에 대한 요금 감면 서비스가 보편적 역무에 해당됩니다. 특히 2013년부터는 휴대인터넷(WiBro) 서비스에 대해서도 요금 감면을 확대 시행하고 있습니다.
kt는 보편적 역무로 지정된 서비스에 대해 모든 국민이 이용할 수 있도록 저렴한 요금 수준을 유지하고 있습니다. 즉 국내의 대부분 통신 사업자가 서비스 커버리지 등을 이유로 서비스 가입 지역을 제한하고 있는 것과 달리 kt는 농어촌, 도서 지역과 같은 고비용 지역의 거주자에게도 도시 지역 가입자와 동일한 수준의 서비스를 제공하고 있습니다.

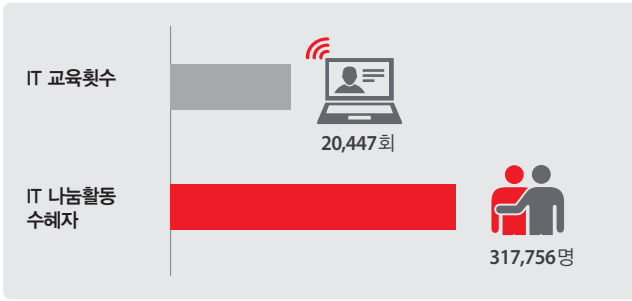
2013년도 보편적 역무 제공 현황

구분		서비스 정의	제공 현황
유선전화 서비스	시내전화 서비스	가입용 전화를 사용하는 통신을 매개하는 전화서비스	• 2013년 말 기준 1762만 가입자 대상 서비스 제공 • 신도시 개발 등의 수요에 의한 지속적 시내전화 시설 공급
	도서통신 서비스	육지와 도서 간 또는 도서와 도서 간에 무선으로 통신을 매개하는 전화 서비스	• 전국 420개 도서에서 6만 5000 가입자를 대상으로 시내전화, 초고속 인터넷 등 서비스 제공 중 * 국내에는 총 3170개 도서가 있으며 이 중 유인 도서는 491개
	시내공중전화 서비스	공중용 전화를 사용하는 통신을 매개하는 전화 서비스	• 전국에 7만 4000대의 무인공중전화 운영 • 정기적인 소독·위생 관리, 장애인 편의부스 제공
긴급통신용 전화서비스	긴급통신용 특수번호 전화서비스	기간 통신역무 중 미래창조과학부가 정하여 고시하는 특수번호 전화서비스	• 대상 번호: 국가안보신고·상담(111), 범죄신고(112), 간첩신고(113), 학교폭력신고·상담(117) 사이버테러신고·상담(118), 화재·조난신고(119), 해양사고 및 범죄신고(122), 밀수신고(125) • 이동전화 영상통화로도 119 신고 접수가 가능하도록 기능 구현
	선박무선전화 서비스	육지와 선박 간 또는 선박과 선박 간에 통신을 매개하는 전화 서비스	• 4000척의 등록된 선박을 대상으로 전신, 전화 및 전보서비스 제공 • *SOLAS 협약에 의한 **GMDSS 조난신호 접수 시 해양경찰청 등 관계 기관에 실시간 자동 통보
요금 감면 서비스		사회적 보호를 필요로 하는 장애인 · 저소득층 등에 대한 통신 서비스 이용 요금 감면	• 요금 감면 대상 서비스: 시내/시외전화, 번호안내(114), 이동전화, 초고속 인터넷, 휴대인터넷(WiBro) • 기본료, 통화료 등을 일정액 감면 • 2013년 서비스별로 총 384만 7000 가입자 대상 2090억원의 요금 감면 혜택 제공

* 국제해사기구(International Maritime Organizations)에서 제정한 해상인명안전 국제협약(International Convention for the Safety of Life At Sea)
**Global Maritime Distress and Safety System : 세계 해상조난 안전 제도

Performance

2013 IT 서포터즈 활동



보편적 서비스

요금 감면 서비스	휴대인터넷(WiBro) 서비스 추가 2013년 약 2090억원 요금 감면
도서통신 서비스	전국 420개 도서 6만 5000 가입자
시내공중전화 서비스	7만 4000대 무인공중전화 (장애인 편의부스 제공)

ICT를 통한 사회적 기회 확대

Context

베이비부머 은퇴 이슈, 양질의 노인 일자리 부족, 소득 격차 심화로 인한 교육 기회의 상실 등은 이미 개인이 해결하기 어려운 사회 현상입니다. kt는 ICT를 기반으로 이러한 사회적 문제 해결에 동참하고자 은퇴자, 경력 단절 여성, 대학생, 소외계층의 아동과 청소년을 위한 프로그램을 진행하고 있습니다.

Progress

은퇴자 재능 나눔 프로그램

kt는 은퇴자 재능 나눔 프로그램(시소)을 통해 은퇴자의 사회 참여 기회를 제공하고 있습니다. 은퇴자 재능 나눔 프로그램은 전국 25개 IT서포터즈팀을 거점으로 은퇴자 1만 5000명에게 IT를 통한 소통 교육을 추진하였으며 온라인 커뮤니티 공간인 시소넷을 통해 온·오프라인 소통을 지원하고 있습니다. 또한 은퇴자의 소중한 경험과 재능이 사장되지 않고 지역의 필요한 곳에 매칭될 수 있도록 재능 나눔을 희망하는 2354명의 은퇴자 중 388명의 재능을 매칭하여 5898건의 재능 나눔 활동을 펼친 바 있습니다.

은퇴자 재능 나눔 프로그램(화훼)

드림티처

드림티처

100만 소외 아동의 교육 기회 격차 해소를 위해 kt는 은퇴자와 경력 단절 여성의 재능을 활용한 *사회공헌형 일자리(드림티처, 전국 230명)를 마련하여 아동의 꿈, 끼, 인성 함양을 지원하고 있습니다. 아울러 드림티처의 지속 가능한 성장과 자생을 위해 은퇴자 일자리 분야 중 민간기업 최초로 드림티처 사회적 협동조합 설립을 추진하였습니다.

* '사회공헌 일자리'란 금전적 보상은 적지만 자기 만족과 성취감에 의미를 두는 봉사적 성격의 일자리로, 탄력적 참여 시간과 활동비 지원을 통해 유휴노동력의 노동시장 참여를 유도하고 지속적으로 활동하도록 지원하는 것을 뜻함

드림스쿨

kt는 2013년 ICT 기술 기반의 양방향 멘토링 플랫폼인 kt드림스쿨(http://www.ktdreamschool.org)을 시작하여 소외계층 아동 · 청소년의 교육 격차 해소에 앞장서고 있습니다. kt드림스쿨은 2010년부터 지속해 온 아동, 청소년 대상 사회공헌 활동의 연장선에서 교과 학습 외에도 저소득층 아동 · 청소년이 상대적으로 취약할 수밖에 없는 특기 발굴, 인성 함양에 활동의 초점을 두고 있습니다. 인터넷이 가능한 환경이라면 공간과 시간의 제약 없이 언제든 실시간 쌍방향 커뮤니케이션과 자료 공유가 가능하다는 것이 kt 드림스쿨 멘토링의 특징입니다.

kt 드림스쿨의 멘토링은 kt의 영상회의 시스템을 활용해 각 분야의 전문가가 교육을 진행하는 방식으로 온라인에서 1:1 또는 1:다(多) 이루어집니다. 실시간 강의뿐 아니라 강의 녹화 영상을 비롯한 교육용 콘텐츠도 함께 제공되며 2013년 3300여 건의 강의 열람 및 청취가 진행되었습니다. 온라인 멘토링뿐 아니라 전국 21곳 꿈품센터와 폐교를 리모델링한 캠프 공간인 새싹꿈터 등을 이용해 오프라인 멘토링을 함께 진행하고 있습니다. 특히 꿈품센터에서는 실시간 화상 커뮤니케이션이 가능하도록 IT 기기가 지원되어 온·오프라인 멘토링 활동이 모두 진행되고 있으며 전국 지역아동센터에서도 참여할 수 있도록 약 1000개의 웹캠, 헤드셋이 지급되었습니다.

2013년 멘티들은 주로 꿈품센터를 이용하는 지역아동센터 아동 중심으로 선발하였으나 2014년에는 장애 아동, 다문화 아동 등으로 선발 범위와 규모를 확대하여 더 많은 아동들이 기회를 얻게 할 계획입니다.

멘토 풀(Mentor pool)은 주로 은퇴자, 경력 단절 여성, 대학생 등으로 구성하며, 사회적 일자리의 일환으로 kt의 지원을 받는 유급 멘토링 형태로 운영하고 있습니다. 2013년 배우 안성기, 가수 김태원과 같은 유명인 멘토를 비롯해 2014년 4월 현재 총 336명의 드림멘토가 활동에 참여하였습니다. 향후 임직원 및 일반인의 참여를 확대하여 kt 그룹 차원에서 취약계층 아동의 꿈을 지원하는 ICT 희망 생태계 구축을 기대하고 있습니다.

드림스쿨 화상 멘토링

드림스쿨 맞춤형 교육 지원

Performance

은퇴자 재능 나눔 활동 건수	5898건
사회공헌형 일자리 kt드림티처 활동 인원	230명

드림스쿨 성과

(2014년 4월 현재)

구분	멘토				멘티	합계(명)
	대학생	은퇴자	경력 단절 여성	일반 봉사자	지역아동센터 아동	
2013(명)	102	142	89	3	300	636

사랑나눔

Context

기업의 사회적 책임 활동은 기업과 사회의 관계를 올바르게 설정하고, 기업이 지닌 역량을 사회와 함께 나눔으로써 같이 성장하고 더 크게 발전해 나가려는 노력입니다. 2003년 시작한 소리찾기 사업이 2013년 10주년을 맞이한 것처럼 kt는 진정성을 갖고 사랑 나눔 활동을 지속해 나갈 것입니다.

Progress

아동 사랑 나눔

kt 꿈품센터

kt는 지역아동센터 지원 안전망 구축에 앞장서며 2010년부터 주요 권역별 지역아동센터와 연계하여 소외 아동들이 미래의 주역으로 성장할 수 있도록 kt 꿈품센터를 운영하고 있습니다. kt만의 강점인 전국의 다양한 시설을 활용하여 전국의 지사 건물 내 유휴 공간에 조성한 kt 꿈품센터는 IPTV, 빔 프로젝트, 스마트패드, 전자책, 키봇 등 다양한 IT 기기들을 갖추고 각 디바이스에 맞는 콘텐츠의 영어 교육 등 학업 성취도를 높일 수 있는 다양한 교육을 실시하고 있습니다. 또한 다양한 경험의 기회를 갖기 어려운 아동들에게 음악, 체육, 견학 활동 등을 통해 견문을 넓혀 주고 꿈을 키우는 활동을 확대해 나가고 있습니다.

kt 꿈품센터는 2014년 현재까지 본사가 위치한 경기도 성남을 비롯해 제주, 목포, 부산 등 주요 권역에서 총 21개 센터가 운영되고 있습니다. 아울러 kt는 지역아동센터 아동들이 kt 꿈품센터를 원활히 이용할 수 있도록 kt 꿈품버스를 운행하는 등 교통 편의도 함께 제공하고 있으며 지속적으로 아동들의 미래를 위한 활동을 확대해 나갈 예정입니다.

구분	2011	2012	2013
꿈품센터 이용 아동 수(명)	43,791	92,948	92,156
꿈품버스 이용 아동 수(명)	1,131	4,616	4,586
꿈품센터 수(개)	17	21	21

아동사랑 네트워크 'Dream Together'

kt는 전국 10만 지역아동센터 아이들의 꿈을 응원하기 위해 구성된 기업 간 사회공헌 네트워크인 아동사랑 네트워크 'Dream Together'에 참여하고 있습니다. Dream Together는 기업과 단체의 사회공헌 역량을 모아 사회적 문제를 현실적으로 해결하기 위해 kt, KBS, 하나투어 등 현재 22개 기업과 기관이 참여하고 있습니다.

가장 대표적인 사업은 새싹꿈터로 아동의 꿈을 지원하기 위해 개발된 국내 최초 지역아동센터 전용 캠프장으로 지역의 폐교를 리모델링하여 공간의 가치를 더하고 있습니다. 2012년 5월 양평 새싹꿈터를 시작으로 2013년는 장성 새싹꿈터를 완공하였으며 2013년 양평 1414명, 장성 1091명의 아이들이 캠프를 통해 꿈을 찾아가는 활동에 참여하였습니다. 2014년에는 제주 새싹꿈터를 열고 사업을 확대해 나갈 계획입니다.

kt 소리찾기

kt는 통신업의 특성을 살려 2003년부터 소통에 어려움을 겪는 저소득층 청각장애 아동들에게 소리를 되찾아 주는 'kt 소리찾기' 사업을 이어 오고 있습니다. 본 사업은 크게 치료 지원, 재활 지원 및 가족 지원으로 이루어져 있습니다. 2013년 말까지 1658명에게 kt가 세브란스병원 내에 개소한 청각재활을 위한 공간인 'kt꿈품교실'을 통해 재활치료를 지원하였고 259명에게 보청기를 지급하고 143명에게 인공와우 수술을 지원하는 등 총 2152명이 지금까지 소리찾기의 지원을 받았습니다. 'kt 꿈품교실'에서는 소그룹 언어치료, 음악치료, 자신감 교실, 예술 놀이 치료 등 다양한 프로그램으로 청각장애 아동들의 재활 및 사회성 향상에 도움을 주고 있습니다.

특히 2013년부터는 장애가 있는 아이에게 쏠린 관심으로 또 다른 소외 대상이 된 가족 구성원의 상실감을 치유하고 가족의 소통을 지원하는 국내 최초 장애 가족 장기적 정서 지원 힐링 프로그램인 올레아트스쿨, 가족의 화합과 쉼을 위한 올레숲캠프를 진행했습니다. 특히 장애가 있는 자녀가 있는 가족 구성원의 44%가 우울증을 겪고 있다는 통계가 나와 있는 것에 반해 아직 가족에게 까지는 사회적으로 지원이 미미한 수준입니다. 이러한 점에서 올레아트스쿨은 문화예술을 통해 이들의 정서를 돌아보고 가족을 이해하며 가족 관계의 회복을 이루어 내는 프로그램이라는 것에 의의가 있습니다. 2013년에는 프로그램을 16주 과정으로 진행하며 소통이 없었던 가족들 간의 문제를 문화예술로 풀어내는 다양한 시도를 하였습니다. 공연물 형식으로 결과물을 준비하며 자녀들의 자신감 향상에도 큰 도움을 주어 교육 전에 비해 현격한 정서 안정의 변화를 보였습니다.

kt 소리찾기 '10년'의 기록

구분	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	합계
인공와우	10	10	40	20	19	10	10	10	4	6	4	143
보청기		10	40	10	41	20	40	8	20	61	9	259
기타									7	5	2	14
뇌간이식								3	1	2	4	10
재활치료									3	3	1,652	1,658
가족 지원											68	68
합계	10	20	80	30	60	30	50	21	35	77	1,739	2,152

소리찾기 꿈품교실

소리찾기 가족 지원 프로그램

의료 나눔

kt는 2013년부터 세브란스병원과 협업하여 의료 소외계층을 대상으로 의료 격차 해소를 위해 앞장서고 있습니다. 특히 2013년 4월에는 전국 소외 지역에 있는 kt 꿈품센터 아동들을 초청하여 종합건강검진과 함께 문화 탐방을 실시하였고 검진 결과 문제가 있는 아동들을 대상으로 추가 치료를 연계하였습니다. 2013년 10월에는 양평 새싹꿈터에 의료진이 방문하여 소외계층 중학생들을 대상으로 건강검진 및 보건 교육 등을 실시하며 학생들의 환절기 건강 증진에 앞장섰습니다. 2014년에는 우즈베키스탄 방문 의료봉사를 하는 등 ICT를 활용하여 보다 많은 의료 소외계층이 건강해질 수 있도록 하는 활동에 지속적으로 지원할 예정입니다.

창의혁신리더 장학생 지원

kt는 혁신적인 아이디어로 세계를 이끌고 발전에 기여하는 '창의혁신리더' 양성을 위하여 '미래창조인재' 와 '사회혁신인재' 두 분야의 대학생에게 창의혁신리더 장학금을 지원하고 있습니다. '미래창조인재' 장학금은 창업경험 또는 콘텐츠 공모전 수상 경력이 있는 대학생에게 제공하는 장학금으로 총 288개 학교 545명을 지원하고 있습니다. '사회혁신인재' 장학금은 봉사 활동 또는 사회적기업, NGO 봉사 경험이 있는 대학생 대상 사회공헌 아이디어 공모를 통해 제공하는 장학금으로 총 12개 학교 20명을 지원하고 있습니다.

ICT를 통한 가족 만남 '화상 상봉'

kt 노사는 사회적 이슈가 되고 있는 다문화가정에 대한 지원 사업으로 매년 베트남 이주 여성과 현지 가족들을 위해 kt의 IT 기술을 활용한 화상 상봉을 지원하고 있습니다. 이주 여성들의 삶은 우리 사회뿐 아니라 해당 국가에서도 관심을 갖고 있는 만큼 kt는 현지 가족들에게도 의료 봉사, 주거 개선을 제공하는 등 이주 여성들의 빠른 국내 정착을 지원하고 베트남 내 한국 기업의 위상도 제고하고 있습니다.

베트남 다문화가정 화상 상봉

노사 사랑 나눔

kt 노사는 노사 공동 사회적 책임 실천을 지속적으로 추진해 왔으며 2014년 기존의 상생 협력 활동을 '노사랑'으로 체계화하여 노사가 함께(together), 사회 곳곳을 밝게 비추는(朗, 밝을 랑), 사회적 책임 실천 확산의 물결을 추진 전략으로 사랑 나눔을 실천하고 있습니다.

글로벌화

kt 노사는 유엔이 추진하는 글로벌 의제에 동참하기 위해 유엔 SDGs 지원 한국협회에 가입하고, '국회 유엔지속가능발전목표 포럼'에 자문위원으로 참여하고 있습니다. 이를 통해 사회 각계 리더들의 유엔 SDGs에 대한 동참과 파트너십 확산에 일조하며, 인류의 삶과 지구 환경을 위한 지속 가능 환경 캠페인에도 적극 앞장서고 있습니다. 더불어 아프리카, 동남아시아 등 저개발국가 여성 공무원들의 국내 연수에 참여하여 여성 친화제도를 소개하고 IT기기 체험 기회를 제공했으며 아프리카 르완다 내 난민캠프에 의류를 기증하는 등 국제적 도움이 필요한 국가에 대한 지원 사업을 활발히 전개하였습니다. 특히 화상 상봉 및 베트남 봉사 활동은 kt 노사 및 기업 간 노사협의체(UCC)에서 중점적으로 추진하는 활동입니다.

지역사회와 상생

kt는 지역사회에 기여하기 위한 활동으로 '노사 공동 지역 나눔 프로그램'을 진행하고 있습니다. 각 지역본부의 노사가 공동으로 기획하고 시행 중인 이 프로그램은 2013년부터 전국 각지로 이어지며 서울 『강서구민 어울마당 대축제('13.11.05.)』를 시작으로 부평 『사랑의 연탄배달('13.12.16.)』, 밀양 『불우 이웃 자선행사('14.1.10.)』, 홍천 『장애인 한마당 행사('14.01.15.)』등 지역공동체의 동반자로서 상생의 가치를 전파하고 있습니다.

더불어 kt는 도움이 필요한 곳에 노사가 함께 따뜻한 사랑을 실천하기 위해 '아동복지시설 사랑 나누기', '무의탁노인 무료 급식' 등 다양한 봉사활동을 공동 시행하였고 미래 희망인 청소년을 위한 장학사업을 시행하고 있습니다. 2014년에는 일회성 기부가 아닌 지속 가능한 사회공헌을 위해 사회적기업을 설립하여 취약계층 일자리 창출 등 사회적 이슈에 대한 대안을 제시하고자 합니다. 사회적 기업에 대한 설립과 육성에 대한 의결은 2013년 UCC 정기총회(12.19)에서 승인되어 발전의 기반을 마련하였습니다.

국회 유엔 SDGs 포럼 자문위원 위촉

저개발국가 여성 공무원 연수

르완다 난민캠프 의류 기부

노사 공동 지역 나눔 프로그램

아동복지시설 봉사 활동

무의탁노인 무료 급식

글로벌 CSV

3년 연속 유무선통신 인더스트리 그룹리더로 선정된 kt는 글로벌 나눔 사업이 CSV 모델로 평가받으며 글로벌 사회공헌 분야에서도 주목받고 있습니다. 특히 2013년에는 사회공헌에서 CSV로 나아가 kt가 현재 연계하고 있는 국가들을 중심으로 더 큰 범위에서의 공유 가치 창출을 실현하는 데 앞장섰습니다.

IT교육 복합 공간 ' kt–공신 이러닝센터'

kt는 2013년 7월 인도네시아 족자카르타에 사회적기업과 함께 IT 교육 복합 공간인 kt-공신 이러닝센터를 구축하였습니다. 이 센터는 kt의 IT 기술 및 공간 제공과 공신의 교육 콘텐츠, 현지 교육 네트워크가 결합된 CSV 모델로 평가받고 있습니다. 특히 한 명의 정규 수강생 발생에 따라 두 명의 소외계층 학생이 무료로 다양한 교육을 받을 수 있는 One For Two CSV 프로그램을 통해 2013년 하반기에만 777명의 학생들이 931시간의 교육 혜택을 받았습니다. 또한 kt가 제공하는 스마트패드용 양방향 강의 솔루션인 그린클래스를 이러닝 교육에 활용하고 향후 모델을 현지와 함께 개발하는 등 kt와 현지인들이 함께 사회적 가치를 창출해 나가고 있습니다.

kt-공신 이러닝센터

한류 동아리 'K–프렌즈'

한국에 대한 여러 나라의 지속적인 관심을 반영해 kt는 한국 문화를 홍보하는 한류 동아리인 K-프렌즈를 인도네시아에서 발족했습니다. 50명으로 구성된 K-프렌즈는 다양한 계층을 대상으로 온라인과 오프라인에서 지속 가능한 한류 확산에 앞장서고 있으며 소외계층 대상 문화 및 지원 활동을 2014년에도 kt와 함께 진행해 나갈 계획입니다.

K-프렌즈 한국문화체험 프로그램

kt는 다양한 국가에서 ICT를 활용하여 세상을 이롭게 하는 활동을 이어 나가고 있습니다. 2014년에는 우즈베키스탄, 아프리카 등 더욱 많은 국가에서 지구촌의 소외계층들이 ICT를 통해 삶의 질을 향상시킬 수 있도록 주력할 예정입니다.

kt 글로벌 CSV 최근 3년 성과('11~'13)

구분	국가(공헌 사업)
2011	르완다(초등학교 건립), 우즈베키스탄(인터넷교육센터), 베트남(IT 교육)
2012	르완다(IT 교육), 인도네시아(글로벌 소리찾기), 베트남(대학생 봉사단 파견, 화상 상봉)
2013	르완다(IT서포터즈 현지 파견), 인도네시아(이러닝센터, K-프렌즈, 대학생봉사단 파견), 베트남(화상 상봉), 우즈베키스탄(의료 나눔, 글로벌 드림스쿨)

Performance

아동 사랑 나눔

kt 꿈품센터 이용 아동		92156명
Dream Together 새싹꿈터 참여 아동		2505명
소리찾기	저소득층 청각장애 아동	2084명 지원
	가족 정서 지원 프로그램 실시 (올레 아트스쿨, 올레 숲 캠프)	68명 참여
의료 나눔	꿈품센터 아동 초청 종합 건강검진 실시	
	새싹꿈터 의료진 방문 검진 및 보건 교육 실시	
창의혁신리더 장학생	565명 지원	

노사 사랑 나눔

지역사회 상생	지역 나눔 프로그램 진행
	책임봉사제를 통한 봉사 활동 실시
교육	청소년 장학사업 210명 지원

글로벌 사랑 나눔

르완다	IT서포터즈 현지 파견, 난민캠프 의류 기부
인도네시아	이러닝센터, K-프렌즈, 대학생 봉사단 파견
베트남	화상 상봉
우즈베키스탄	의료 나눔, 글로벌 드림스쿨

문화 나눔

Context

음악을 통한 문화 나눔 사업은 통신사로서 kt가 가진 정체성과 관련이 깊습니다. kt는 전파로 음성을 전달하는 사업자로서 '소리'를 세상에 널리 퍼뜨리는 데 기여한다는 의미로 문화 나눔을 진행하고 있으며 올레스퀘어, 체임버홀의 공연 입장료 수익은 모두 난청 아동을 지원하는 'kt 소리찾기' 사업에 사용됩니다.

Progress

올레스퀘어

올레스퀘어(olleh square)는 광화문사옥 1층에 위치한 3300m²(1000평) 규모의 IT 체험 복합 문화 공간입니다. 2010년 5월 개관한 올레스퀘어는 kt의 최신 IT 기기와 서비스를 제한 없이 무료로 체험해 볼 수 있으며 카페, 드림홀 공연 등을 통해 시민들에게 문화, 휴식을 제공함으로써 명실상부한 대한민국 대표 복합 문화 공간으로 자리매김하였습니다. 특히 매주 1000원의 나눔 공연은 현재까지 약 800여 회 공연을 진행하여 약 13만 명의 고객들이 저렴하고 친숙하게 문화 활동을 체험하게 하였습니다. 공연의 수익금은 모두 청각장애 아동의 보청기 지원 사업에 쓰이고 있습니다. 또한 올레스퀘어는 IT 분야 신제품 론칭 등 다양한 IT 행사를 진행하고 있으며 국내외 기업 및 단체 대상의 ICT 투어 견학 코스로도 인기를 얻어 현재까지 약 400만 명이 넘는 고객이 방문하였습니다.

올레스퀘어 문화 나눔

kt 체임버홀

kt체임버홀은 클래식의 대중화를 위해 2009년 조성한 전문 클래식 공연 공간입니다. 정기 공연, 공동 기획 공연, 클래식 체험 프로그램 운영 등을 통해 문화 나눔에 앞장서고 있습니다. 420석 규모의 객석과 전문 시설을 보유하고 있으며 오케스트라, 합창, 실내악, 독주회 등을 관람할 수 있도록 기획되었습니다.

kt 체임버홀의 대표 공연인 'kt와 함께하는 토요일 오후의 실내악'은 매달 1, 3주 토요일 4시에 정기적으로 개최되며 국내 기업 최초로 100회 이상 지속 운영 중인 클래식 정기 공연 브랜드입니다. 2013년 한 해 동안 24회의 공연을 통해 1만 명 이상의 관객이 공연장을 찾았습니다. 개관 이래 정기 공연 관객이 지속적으로 증가하여 2013년 공연은 전석 매진 행진을 기록했으며, 2013년까지 총 108회의 공연으로 누적 관객 4만 명을 돌파하였습니다.

본 정기 공연의 수익금은 kt의 사회공헌 활동인 '소리찾기'의 청각장애 아동 치료를 위해서 쓰이고 있으며 2013년 8월에 열린 100회 공연에는 kt 소리찾기의 수혜를 받아 온 청각장애 아동과 음악계 꿈나무 100여 명을 초청하여 나눔의 의미를 더하였습니다.

kt체임버홀에서는 학생들이 다양한 문화 기회를 접할 수 있도록 '클래식 체험 프로그램'을 진행하고 있습니다. 매월 첫째 주 토요일에 진행되는 이 프로그램은 정기 공연 관람과 함께 기본 클래식 교육, 오픈 리허설 체험, 이색악기 체험 등을 통해 클래식에 대한 일반인들의 이해도를 넓히는 데 기여하고 있습니다. 2013년 한 해 동안 12회 운영을 통해 269명의 학생들이 프로그램에 참여하였습니다.

또한 공연 기회를 갖지 못한 음악가 또는 단체를 대상으로 무상으로 공연장을 제공하는 '공동 기획 공연'을 개최하여 연 17회 공연을 통해 3500여 명의 관객을 기록하였습니다.

kt 체임버홀 100회 공연

Performance

kt 문화 나눔 성과

kt 올레스퀘어	누적 공연 횟수 및 관객: 800여회 공연, 13만 명 관람
	국내외 기업 및 단체 ICT 투어: 약 400만 명
kt 체임버홀	'kt와 함께하는 토요일 오후의 실내악' 100회 공연(2013.8.)
	클래식 체험 프로그램 12회 운영, 269명 참여
	공연장 무상 제공 '공동 기획 공연' 17회 개최, 3500여 명 관람

CUSTOMER ENGAGEMENT

Customer부문 CS본부 | 최슬기 매니저
마케팅부문 마케팅전략본부 | 박성진 매니저

CUSTOMER ENGAGEMENT

CS 경영
서비스 가치 창출
IT 보안 강화

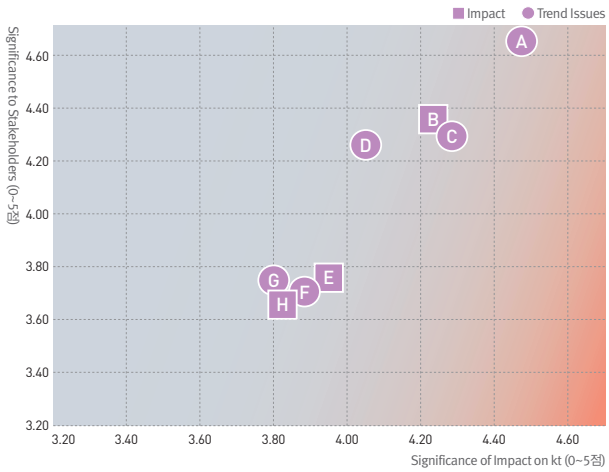
비전 및 전략 방향

kt는 고객이 직접 느낄 수 있는 우수한 품질과 기술을 만들어 내야만 "1등 kt"의 미래가 있다고 생각합니다. 최고 품질의 차별화된 서비스를 시장에 먼저 제공해 최상의 고객가치를 창출하기 위해 kt는 기술개발은 물론 서비스와 마케팅에 이르는 경영활동 전반에서 고객 최우선 경영을 실천하고 있습니다. 또한 조직의 모든 자원을 동원하여 고객이 안심할 수 있는 IT 보안 및 정보보호 강화를 위해 최선의 노력을 다하고 있습니다.

2013 주요 성과

서비스 가치 창출	광대역 LTE 최초 상용화(2013.9.14) 및 커버리지 1위
	LTE 무선 신기술 및 솔루션 개발 4건
	빅데이터 공공분야 최초 적용 (서울시 심야버스 노선검증 및 보완)
	• "Mobile World Congress 2013" 본상 수상 • WBA 주관 "차세대 WiFi 선도 사업자 부문" 최고상 수상
고객만족도	국가고객만족지수(NCSI) 집전화, 인터넷전화, 국제전화 1위
IT보안(정보보호)	• 국가 공인 정보관리보호체계 ISMS 인증 취득 • 임직원 정보보호 온라인 교육 97% 수료

중요성 평과 결과



Impact & Trend Issues

- A 고객정보 보안 요구 증대
- B 고객개인정보보호
- C 제품 및 서비스 민감도 증대
- D 제품 및 서비스의 안전성 요구 증대
- E 제품 및 서비스 개선 의지(고객만족)
- F 초연결 사회(네트워크 고도화)
- G 건강· 친환경· 친사회를 중시하는 소비자 증대
- H 투명한 마케팅 커뮤니케이션

고객만족경영

- CS 경영 체계
- 서비스 가치창출
  : 네트워크 인프라, ICT 컨버전스 고객서비스, 고객 커뮤니케이션
- IT 보안 강화 및 고객 보호

CS 경영 체계

Context

고객 만족은 기업의 지속 가능한 미래와 가치를 결정짓는 핵심 요인으로 kt는 고객을 위한 가치 창출이 곧 kt의 성장이라는 믿음으로 경영 활동 전반에서 고객 중심, 고객 최우선의 서비스를 제공하고자 CS 경영체계와 고객만족 실천 헌장을 정립하였습니다.

Progress

CS 경영체계 정립 및 확산

kt는 '마음으로 소통하고 믿음으로 다가가는 세계 초일류 CS 기업'의 비전 달성을 목표로 고객 중심의 CS 경영체계를 구축하고 있습니다. kt의 CS 비전은 CS 분야에 대한 장기적인 목표와 미래상으로 kt의 CS가 나아가야 할 방향을, CS상(象)은 kt에서 제공하는 서비스에 대해 대내외적으로 고객에게 심어주고자 하는 서비스 가치를 의미합니다. CS실천 헌장은 kt의 핵심 가치인 All for Customer를 중심으로 전 직원이 고객들에게 실천을 약속하고 준수하고자 하는 의지의 표명입니다.

CS 경영 체계

CS비전	마음으로 소통하고 믿음으로 다가가는 세계 초일류 CS 기업
CS상(像)	"믿어온 시간만큼, 情 · 感 넘치는 kt"가 되겠습니다

고객만족 실천 헌장
우리는 핵심 가치인 All For Customer의 정신을 바탕으로 고객의 입장에서 생각하고 행동하며, 모든 고객이 만족할 수 있도록 다음과 같이 5대 실천헌장을 지켜 나가겠습니다.
하나, 우리는 서비스 실명제를 통하여 고객과의 약속을 반드시 지키겠습니다.
하나, 우리는 고객이 원하는 것을 신속하게 파악하고 완벽하게 처리하겠습니다.
하나, 우리는 고객의 참여와 평가를 통하여 고객이 원하는 상품을 만들겠습니다.
하나, 우리는 다양한 방식으로 365일 24시간 쉼 없이 고객의 소리를 듣겠습니다.
하나, 우리는 한결같은 마음으로 소외되고 외진 곳까지 달려가겠습니다.

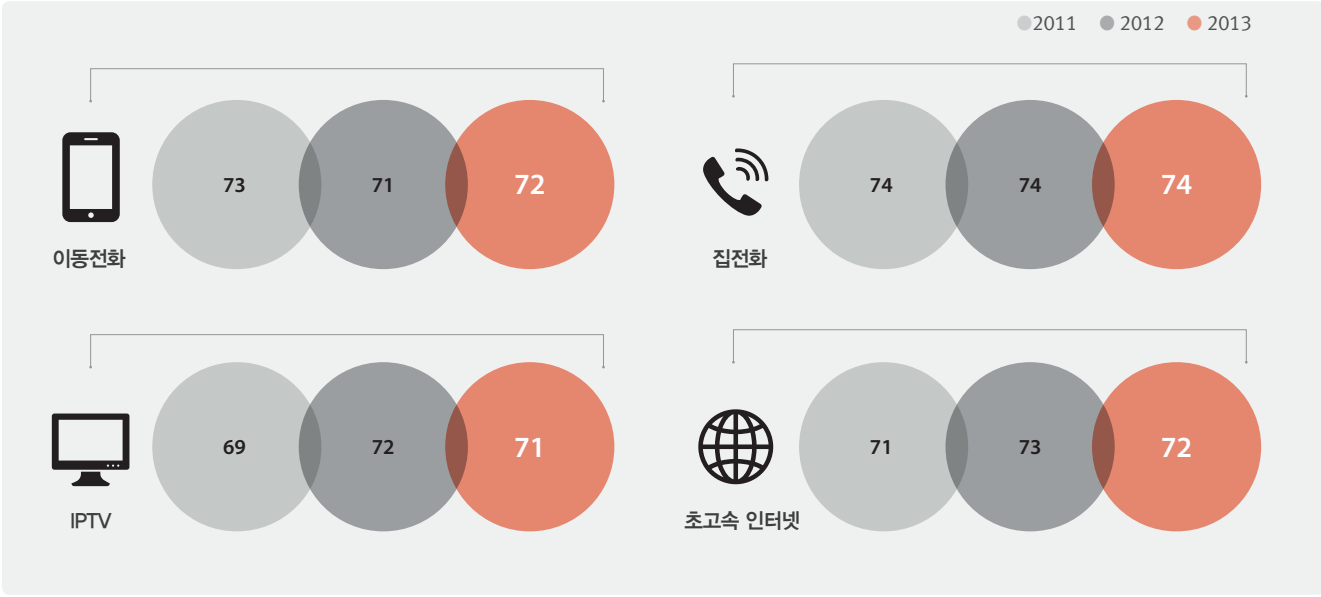
Performance

고객만족도

kt는 한국생산성본부(KPC)가 주관하는 국가고객만족지수(NCSI) 조사에서 집전화 15년 연속 1위, 인터넷전화 4년 연속 1위, 국제전화 2년 연속 1위에 선정되었습니다.

NCSI 고객만족도 점수 현황

(단위: 점)



WORLD BEST 네트워크 인프라

Context

이동통신 시장은 기술 혁신이 가장 빠르게 일어나는 분야 중 하나로 기술 경쟁은 곧 서비스 경쟁을 의미합니다. kt는 고객 중심의 혁신적인 기술을 개발해 네트워크 품질을 높이며 이동통신 기술 발전을 선도하며 고객 만족을 위해 노력하고 있습니다. 더불어 도서·섬 지역, 농어촌 에서도 동일한 서비스 품질을 느낄 수 있도록 안정적 서비스를 위한 노력을 지속하고 있습니다.

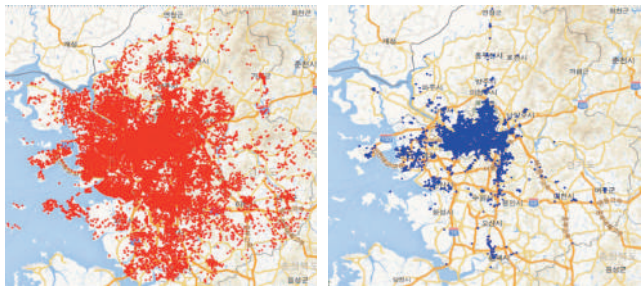
Progress

광대역 LTE 국내 최초 상용화 및 커버리지 1위

kt는 지난해 8월 주파수 경매를 통해 LTE 황금주파수 대역인 1.8GHz에서 광대역 20MHz를 확보하였으며, 2013년 9월 국내 최초로 광대역 LTE 상용서비스를 시작하였습니다. 2013년 말 서울·수도권 지역 지상·인빌딩 100%를 광대역화하여 국내에서 가장 넓은 광대역 LTE 서비스 커버리지를 확보하고 고객들에게 세계 최고의 이동통신 품질을 제공하고 있습니다.

서울/수도권 100% 광대역 커버리지 확보

kt | 경쟁사



* 벤치비 측정 데이터 기준(~11.20)

또한 2014년 1월에는 국내 최초로 기존 LTE 대비 3배 빠른 광대역 LTE-A를 상용환경 네트워크에서 시범 적용한 것을 시작으로 광역시 광대역 주파수 제한이 해제된 2014년 3월 1일 이후에는 수도권· 광역시 주요 지역에 광대역 LTE-A 상용 적용을 완료하였습니다.

이러한 kt의 노력은 세계적으로도 인정받아 2014년 2월 28일 스페인에서 열린 'Mobile World Congress 2014'에서 3년 연속 본상(Outstanding LTE Contribution, Outstanding Overall Mobile Technology – CTO's Choice)을 수상하였습니다. 또한 이번 MWC 2014에서 kt는 3밴드 CA(20+20+20, ~450Mbps) 및 광대역 LTE-A HetNet (LTE-WiFi 병합전송, ~600Mbps) 등을 시연하여 글로벌 통신사, 벤더 등 관계자들로부터 큰 호응과 관심을 받았습니다.

LTE 무선 신기술/솔루션 선도

kt-삼성전자 LTE 멀티캐스트 기술 개발(2013.2.20)

'멀티미디어 콘텐츠 대량 소비 시대'가 도래함에 따라 LTE를 통해 다수 고객에게 HD급 영상 콘텐츠를 동시 전송할 수 있는 'LTE 멀티캐스트 기술(eMBMS)'을 개발하였으며, 이 기술을 세계 최대 이동통신 전시회인 '2013 모바일 월드콩그레스(MWC)'에서 선보였습니다.

광대역 LTE 홈펨토셀 개발(2013.11.12)

광대역 LTE 홈펨토셀은 전파환경이 열악한 지하 주차장 등 품질 음영 지역까지 빠르고 끊김없는 광대역 LTE 서비스를 제공할 수 있는 기술로 2014년 하반기에 상용화될 예정입니다.

세계 최초 TDD와 FDD 간 LTE 로밍 및 VoLTE 통화 성공(2013.12.4)

kt와 차이나모바일은 TDD LTE와 FDD LTE 이종 LTE 간 데이터 로밍 시연에 성공하였고, 양국 간 IPX를 포함한 실제 상용망을 이용하여 이종 LTE 간 음성 및 데이터 로밍 통화를 성공시켰습니다. 또한 양사는 HD 영상통화 서비스인 VoLTE 시연에서 AMR-WB, H.264 고품질 코덱을 통해 생생한 음성 및 영상통화를 선보였습니다. 2014년 내 양국 간 LTE 로밍 및 HD 영상통화(VoLTE) 서비스를 시작할 계획입니다.

LTE보다 3배 빠른 CA기술(이종망 병합전송) 구현 (2013.12.17)

이종망 병합전송 기술은 광대역 통신(LTE)망과 WiFi망을 더해 기존 LTE 대비 3배 빠른 속도로 최신 영화 한 편을 15초 만에 다운받을 수 있는 새로운 기술입니다. kt가 개발한 '이종망 병합전송 기술'은 서로 다른 네트워크에서 주파수 묶음 기술(CA)을 적용하여, 광대역 LTE망과 프리미엄 WiFi망을 이용해 데이터를 동시에 전송하는 방식입니다. 현재 광대역 LTE 최고 속도인 150Mbps와 프리미엄 WiFi 속도인 150~300Mbps를 묶어 최종적으로 최대 300~450Mbps 속도를 제공할 수 있습니다.

kt-에릭슨 세계 최초 '양방향 동시 CoMP기술' 시연 성공 (2013.11.6)

kt는 글로벌 기업인 에릭슨과 함께 TM9 기반의 양방향 동시 기지국 간 협력통신(CoMP) 기술을 세계 최초로 시연하는 데 성공하였습니다. 기지국 경계 지역에서 단말의 업·다운로드 전송 속도가 기존 대비 20% 이상 개선되는 효과가 있었습니다. CoMP 기술은 하나의 기지국에서 단말기별로 변화된 신호를 복원해 주는 복조신호 전송을 통해 인접 셀에 의한 간섭을 최소화함으로써 각 단말기가 최상의 데이터 전송 속도를 보장받을 수 있도록 하는 기술입니다. 이를 활용하면 최근 LTE 데이터 사용이 급격히 증가하고 있는 추세에 대응할 수 있을 것으로 기대됩니다.

도서/섬 지역에 LTE 무선속도 품질 보장

독도 LTE 구축 완료(2013.4.15)

kt가 독도에 기존에 구축된 철탑과 무선 전송로인 마이크로웨이브 장비를 타 통신사에도 제공함으로써, 대한민국 최동쪽 땅인 독도에도 대한민국 통신 3사의 LTE 서비스가 가능해졌습니다. 이를 통해 상주 인구 40명, 연간 관광객 21만 명에게도 LTE 서비스를 제공할 수 있게 되었습니다. 독도에 구축된 LTE 커버리지는 30km 이상으로 울릉도와 독도를 잇는 뱃길에서 끊임없는 LTE 사용이 가능해졌습니다.

하늘에서 본 독도 사진

바다에서도 2배 빠른 LTE 서비스 제공(2013.11.25)

통상적으로 해상로를 이용하는 여객선에서 이동통신 서비스 품질은 망망대해라는 넓은 커버리지와 전파간섭을 예측하기 힘든 불안정한 환경으로 인해 품질 확보가 어려운 것으로 인식돼 왔습니다. 이를 극복하기 위해 kt는 내륙과 제주 간 총 7개 항로(목포/해남/완도/고흥/부산/인천) 정기 여객선에 LTE 기지국과 해상 전용 안테나를 설치하여 LTE 속도를 기존 대비 60% 이상 개선하였습니다. 이로써 내륙~제주 간을 오고 가는 주민·관광객들에게 고품질의 LTE 서비스를 제공하고 있습니다.

백령도 등 서해 5도에서 도심수준의 LTE 서비스 품질 확보

평상시 해상 지역 무선통신은 해우·강풍·호우 등 기상변화에 민감하게 반응합니다. 이를 해결하기 위해 해저 케이블을 구축하는 것이 일반적이나 서해5도의 경우 섬과 육지 간 거리가 멀고 어업 활동이 잦아 안정적인 해저 케이블 구축·운용이 어려웠습니다. 이러한 이유로 마이크로웨이브 장비를 사용하였지만, 구형 장비는 기상환경 악화 시 통신장애가 빈번하게 일어났습니다. kt는 2013년 12월 신형 마이크로웨이브 장비를 도입하여 기상변화에 대응하였습니다. 이를 통해 서해5도 LTE 서비스 장애 확률을 획기적으로 감소시켰을 뿐만 아니라 LTE 다운로드 속도도 2배(40Mbps → 80Mbps) 이상으로 개선하였습니다. 현재는 서해 5도 kt 고객 및 해병대 장병들에게 고품질의 LTE 서비스를 제공하고 있습니다.

All-IP 네트워크 구축

스마트 워치, 구글 글래스 등과 같은 Wearable 디바이스 출시 및 스마트폰, 패드류 등 IP 단말이 지속 증가함에 따라 kt는 TDM 기반 Legacy 네트워크를 브로드밴드 All-IP 네트워크로 전환하는 전략을 수립하고 이에 따라 NW 인프라 고도화를 지속 추진하고 있습니다.

NW Transformation: Legacy 기반 시설을 IP/광기반으로 전환

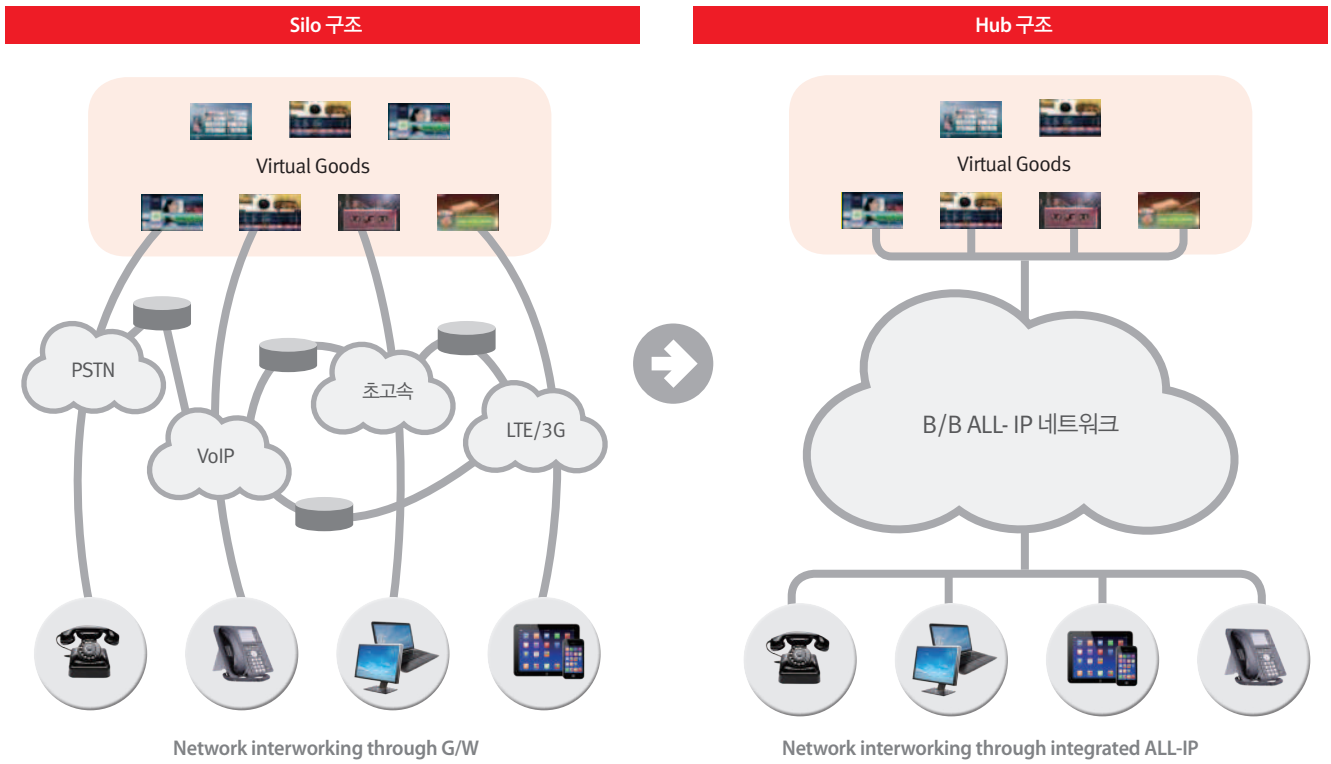
2013년 말 IP화율은 63% 수준이며 지속적인 NW 인프라 고도화를 통해 2017년까지 All-IP 네트워크 구축을 100% 완료할 예정입니다. 또한 4km 커버리지에 제약이 있는 동케이블 기반 PSTN 시설은 광케이블 기반의 시설로 전환하고 유무선 통합 국사로 집중화하여 운용 비용을 최적화해 나가고 있습니다. 2013년 IP기반 BcN 46만 회선을 공급하였으며, PSTN 시설들을 연결하는 신호망에 대해서는 IP화를 완료하였습니다.
TDM 중심의 Legacy 전달망도 대용량 IP 전달에 적합한 ROADM, PTN 등과 같은 최신 기술을 확보하였고 2013년 5대 중심 도시 간 IP 커버리지 확보는 완료하였으며, 시외망도 점차 전환하고 있습니다. 광기반 시설의 집중화 및 동기반 시설 철거·최적화를 위하여 2010년부터 유무선 국사에 대한 최적화 사업을 지속 추진하고 있습니다. 2013년에는 5개 국사 최적화를 진행하여 목동·영등포 국사 최적화를 완료하였고 2014년 6월에 서면, 을지, 경중앙 국사 최적화 사업을 완료할 예정입니다

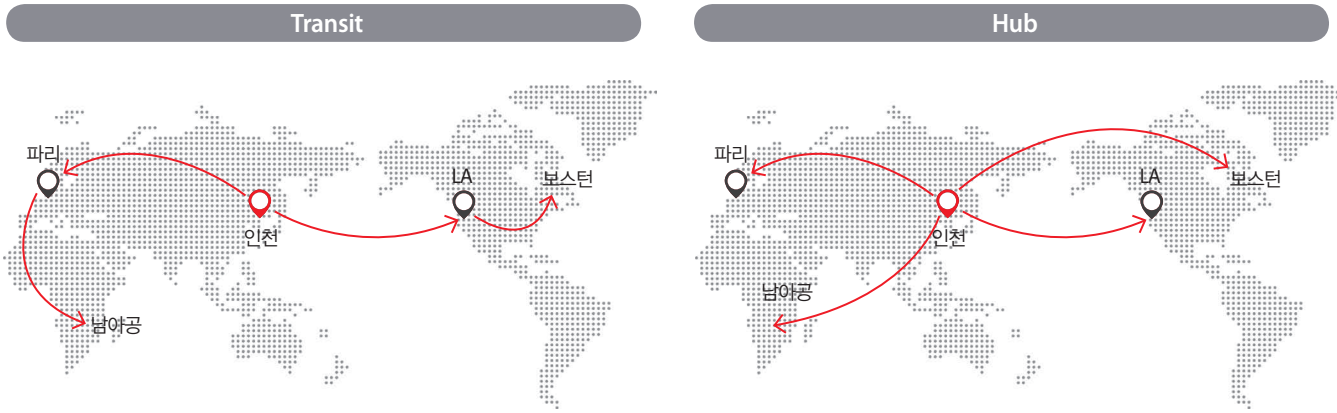
소프트웨어 기반의 NW 혁신기술 도입: NW Innovation

폭증하는 트래픽을 소프트웨어 기반으로 유연하게 처리하고 효율적인 투자를 위해 클라우드 기반 네트워크 인프라 도입을 준비하고 있습니다. 이를 위해 SDN/NFV와 같은 차세대 기술에 대한 연구개발도 병행하고 있습니다. 아울러 VoLTE/SoIP 서비스를 제공하는 IMS 인프라 또한 클라우드 기반 인프라로 설계·구축하고 있습니다.

정보 소외 지역에 초고속 광대역 인터넷망 구축

kt는 전국적으로 61만km가 넘는 광인프라를 활용하여 2010년부터 50가구 미만 농어촌 지역에 초고속 광대역 인터넷망을 구축하고 있습니다. 제주도와 강화도 등 도서 지역에 TV White Space(TVWS)를 활용한 초고속 광대역 인터넷 시범사업을 추진하는 등 정부와 함께 정보격차 해소에 앞장서고 있습니다. 2010년부터 2013년까지 거주 가구수 50가구 미만인 전국 소규모 농어촌 마을(7210개)에 대해 초고속 광대역 인터넷망을 구축하였고, 2014년에는 도서 지역을 포함해 1266개 마을을 대상으로 초고속 광대역 인터넷망을 추가 구축할 예정입니다.
초고속 광대역 인터넷망 구축 후에는 IT서포터즈를 활용한 인터넷 교육을 시행하여 도시-농어촌 균형적 발전과 농어촌 지역 정보화에 기여하고 있습니다.
이 사업을 통해 정보 소외 지역까지 초고속 광대역 인터넷망 도입이 확대되면 민간 투자 촉진과 통신, 방송장비 시장에서 새로운 생산 유발효과로 경제활성화에도 기여할 수 있을 것으로 기대됩니다.





기가 WiFi 서비스를 통한 무선인터넷 속도 향상

kt는 스마트 Device 진화에 따라 5GHz 밴드에서 기가급 속도 제공이 가능한 기가 WiFi를 도입하여 2013년 3월부터 서울 광화문, 강남 등 전국 랜드마크 지역 대상으로 기가 WiFi 서비스를 시작하였습니다. 2013년 12월에는 전국 주요 지역에 기가 WiFi 구축을 완료하였습니다.

kt는 기존 WiFi 대비 4배 이상 빠르고 안정적인 WiFi 서비스를 전국을 대상으로 무료 제공하고 있습니다. kt 기가 WiFi는 IEEE 무선랜 표준인 802.11ac 기술을 활용하여 80MHz의 넓은 대역폭에서 최대 1.3Gbps의 다운로드 속도를 제공할 수 있어 고화질 미디어 등 고품질 서비스 이용을 가능하게 하였습니다.

kt는 기가 WiFi를 포함해 20여만 개의 WiFi 인프라를 구축한 공로와 MWC(2013년 2월), MAE(2013년 6월)에서 보여준 WiFi 로밍 기술 시연에 대한 높은 평가로 WBA가 주관하는 '차세대 WiFi 선도 사업자 부문 최고상'을 수상하였습니다. 이를 통해 kt의 위상을 높였을 뿐 아니라 세계적인 수준의 olleh WiFi 기술 및 품질을 입증할 수 있었습니다.

2014년에는 기존에 구축된 20여만 개의 AP와 연동하여 기가 WiFi Zone을 더욱 확대할 예정입니다.

안정적 서비스

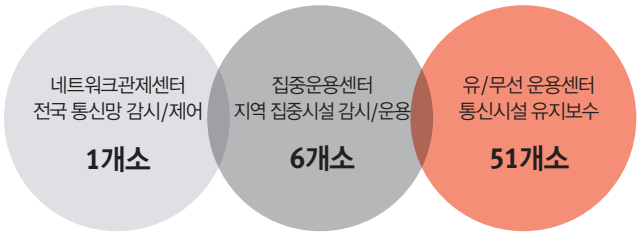
네트워크 감시 체계

kt는 국내 통신망뿐 아니라 글로벌 통신망을 보유한 사업자로 고객에게 안정적인 서비스 제공을 위해 다양하고 체계적 방법으로 네트워크 감시환경을 구축하여 운영 중에 있습니다.

먼저, 네트워크 시설에 대한 실시간 모니터링 및 효율적 제어를 위해 kt는 지역 집중운용센터 (대구, 부산 등 6개소)와 전국 통신망 종합관제를 수행하는 네트워크관제센터(과천 1개소)로 구분하여 365일 24시간 네트워크 감시 체계를 가동하고 있습니다. 또한 통신시설 유지보수를 수행하는 유/무선운용센터(51개소)을 설치하여 안정적으로 네트워크 시설운용을 하고 있습니다.

아울러 서비스 장애 예방을 위해서 인터넷, 교환, 전송 등 분야별 시설에 대해 서비스 취약 요인 진단 및 정비 활동을 연중 시행하고 있으며, 장애 발생시에는 사전 수립된 대응 프로세스에 따라 상황공유 및 트래픽 우회소통 등으로 신속한 복구활동을 수행하고 있습니다.

이 밖에도, 디도스 공격을 비롯해 특정집단의 사이버 테러 위험이 높아지는 상황에 대비하여 국민 생활 편익과 직결되는 인터넷망 안정화를 도모하고자 사이버 대응센터를 운영하여 중단 없는 서비스 제공에 최선을 다하고 있습니다.



경기도 과천에 위치한 네트워크관제센터의 감시 체계를 점검하는 CEO(2014.1.30)

긴급복구 훈련

고객 서비스가 일반 고장, 태풍, 지진 등의 재해/재난으로 중단되는 경우를 대비하여, 고객 수용 규모가 큰 주요 핵심장비에 대해서 리스크 시설로 집중 관리를 하고 있습니다. 또한 실제 장애 상황을 대비해서 유형별 긴급복구 대응 매뉴얼이 마련되어 있고, 실제 장비복구 및 상황대응 역량을 향상시키는 목적으로 긴급복구훈련을 주기적으로 실시하고 있습니다.

지난 2013년에는 우기철 집중호우, 태풍 '다나스' 등 통신재난 발생 상황에서 미래창조과학부 등 정부기관과 유기적 협력을 통해 서비스 장애를 최소화하는 뛰어난 위기 대처 능력을 발휘하였습니다.

2013년 8월20일 을지연습 기간 긴급복구 훈련 모습

Performance

'Mobile World Congress 2013' 본상 수상

근거리 무선통신 방식인 NFC 기술로 GSMA 최고의장상 수상

WBA 주관 '차세대 WiFi 선도 사업자 부문' 최고상 수상

광대역 LTE 국내 최초 상용화 및 커버리지 1위

- 국내 최초 광대역 LTE 상용서비스 개시(2013.9.14)
- 서울·수도권 지역 지상·인빌딩 100% 광대역화 완료
- 국내에서 가장 넓은 광대역 LTE 서비스 커버리지 확보

LTE 무선 신기술 및 솔루션

- kt-삼성전자 LTE 멀티캐스트 기술 개발(2013.2.20)
- 광대역 LTE 홈펨토셀 개발(2013.11.12)
- 세계 최초 TDD와 FDD 간 LTE 로밍 및 VoLTE 통화 성공(2013.12.4)
- LTE보다 3배 빠른 CA기술(이종망 병합전송) 구현 (2013.12.17)

초고속 광대역 인터넷망 구축 농어촌 마을: 7210개

ICT 컨버전스

Context

산업 간 경계를 넘어 새로운 가치를 창출하는 ICT 컨버전스에 대한 기대와 요구가 증가하고 있습니다. kt는 ICT 기업으로서 보유한 역량을 헬스, 자동차, 에너지 등 타 업종 간 컨버전스를 통해 다양한 서비스 영역으로 확대하고 있으며, 특히 공공정책 지원 등 사회적 가치를 창출할 수 있는 부분에서 선도적인 역할을 하고 있습니다.

Progress

에너지 IT 컨버전스

에너지 패러다임은 과거 중앙집중형 발전의 공급자 중심에서 전 세계적 기후 환경변화 및 에너지 소비 증대에 따라 친환경 발전 및 효율적 소비로 이동하고 있습니다. kt는 에너지와 ICT의 컨버전스를 통해 기존의 고비용, 중앙집중형 에너지 생산에서 벗어나 에너지 효율화 솔루션, 분산발전 등으로 편리하고 합리적인 에너지 소비·거래를 제공하는 스마트에너지 시대를 열어 가고자 합니다. 이러한 스마트에너지는 ICT와 에너지의 융복합으로 창조경제의 성공 사례로 자리매김할 것입니다.

관련 정부 정책 또한 수요관리 중심의 에너지 정책으로의 전환, 분산형 발전 확대, 친환경 신재생에너지 보급 활성화 등 스마트에너지 시장 활성화를 적극 육성하고 있어 관련 시장의 성장이 예상됩니다.

kt는 가정 및 빌딩 대상의 에너지 효율화 솔루션 제공, 효율화를 통해 절감한 전력의 상호 거래, 태양광 등 친환경 신재생에너지 구축 운영, 에너지 빅데이터 영역에서 시장을 리딩해 나갈 것입니다. 이를 통해 국민 편익증진에 기여하고, 국가 전력난 해소에 적극 기여할 것입니다. 스마트에너지 기술은 에너지 수입 국가에서 에너지 기술 수출국으로 변화시킬 핵심 기술이 될 것으로 기대합니다.

kt는 K-MEG(Korea Micro Energy Grid) 사업을 통해 세계 최초 열과 전기를 융합적으로 관리하는 토털 에너지 솔루션 및 관련 역량을 확보하였으며, 제주 스마트 그리드 실증 사업을 통해 에너지 효율화, 수요 관리, 전력 거래 등 스마트에너지 전반에 걸친 실증 역량을 확보하였습니다.

또한 한국전력공사와의 MOU 체결 등 국내외 다양한 기관과의 협력 및 계열사 역량 집결을 통해 스마트에너지 경쟁력 강화 및 시장 창출에 기여할 것입니다.

kt는 스마트에너지 활성화를 통해 에너지 생산 소비거래 체계를 획기적으로 개선하여 2035년에 전체 에너지 소비량의 15% 절감을 목표로 관련 벤처, 중소기업과 협력해 스마트에너지 산업 생태계를 조성하고 중장기 성장 사업으로 집중 육성할 계획입니다.

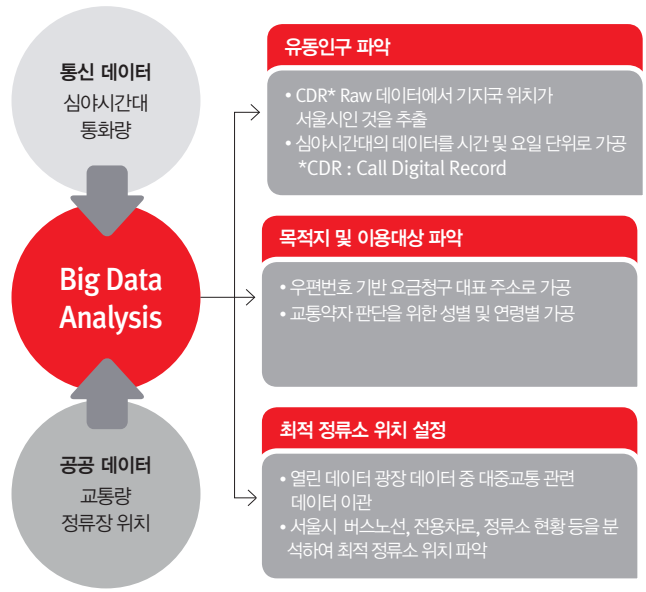
빅데이터 분석을 통한 심야버스 노선 정책 지원

kt는 빅데이터 융합을 통해 새로운 공공가치를 제공하기 위해 서울시와 MOU를 체결하여 2013년 6월부터 7개월간 심야버스 노선 정책을 지원하였습니다. 이는 공공·민간 데이터 연계를 통한 최초 적용 사례로 실제 노선 확정을 통해 맞춤형 공공서비스를 제공하는 데 기여하였습니다.

공공 · 민간 데이터 연계를 통한 노선 최적화

심야버스의 효율적 배치를 통해 시민들의 편의 및 생활 만족감을 증대하고 가치 있는 데이터를 공익 목적으로 뜻깊게 활용하고자 서울시와 협력하여 기존 심야버스 노선 수립계획에 빅데이터 분석 영역을 추가하였습니다. 심야버스 9개 노선 중 시범운행 중이던 2개 노선을 제외한 나머지 노선에 대해 빅데이터 분석을 통해 노선 최적화를 진행하였습니다. 기존 노선 선정 과정에 CDR, 고객정보 활용 유동인구 분석, 시간대별/주중 주말별 요약 데이터를 제공하고 노선 검증 및 보완을 추천하였습니다.

교통 데이터와 통신 데이터 융합



kt의 빅데이터 분석자료를 기반으로 유동인구의 밀집도를 분석하여 0시~5시 사이의 실제 유동인구 밀집 지역을 시각화하여 총 4개 노선 5개 지역에 대해 노선검증 및 보완 추천 작업을 진행하였습니다. 이를 통해 정교한 노선 수립이 가능하였으며, 정책의 객관성 확보에도 중요한 역할을 하였습니다.

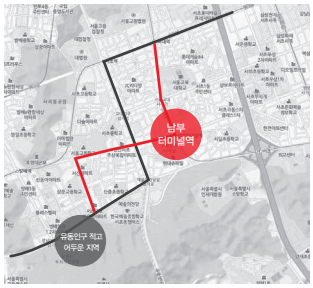
심야버스 노선 정책에 빅데이터를 활용한 것은 공공 분야에 최초로 적용한 사례로 해외에서도 벤치마킹의 대상이 되고 있습니다. kt는 앞으로도 노인 복지, 공공 도서관, 공공 어린이집 같은 입지를 기반으로 하는 다양한 공익 사업에 빅데이터가 필요할 때 적극 협력할 계획입니다.

통신 빅데이터 반영 개선 사항

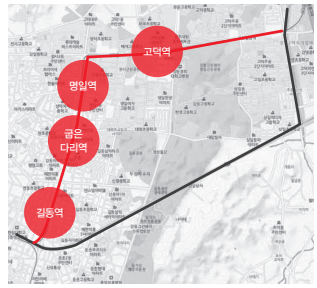
기존노선 수정노선

개선 #1
건대입구 지역 – 행정민원 반영
건대입구역 버스노선 요구 민원에 대해 빅데이터 분석을 통한 근거 획득

개선 #2
약수역, 버티고개 지역 – 심야 특성 반영
주간/심야 간 교통체증 패턴을 적용하여 노선 보안



개선 #3
남부터미널 지역 – 버스 취약계층 반영
유동인구 많고 거리도 밝은 남부터미널 부근을 지나도록 노선 보완



개선 #4
역세권 반영
심야시간 유동인구가 많은 역세권 중심으로 노선 변경

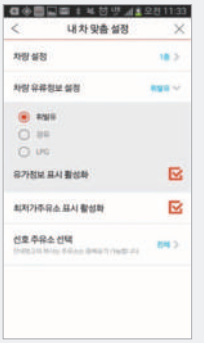
올레 내비

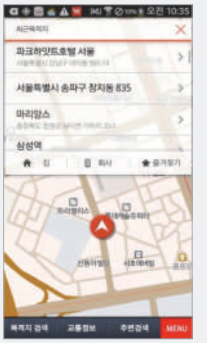
올레 내비는 2010년 9월 처음 소개되어 현재까지 안드로이드 탑재 단말을 포함, 1200만 건의 다운로드 수를 확보한 대표적인 내비게이션 앱으로 실시간 교통정보를 반영한 경로 안내가 가장 큰 특징입니다. 타 통신사 고객도 무료로 사용할 수 있으며 데이터 사용량도 서울에서 부산 기준으로 약 2MB 수준이어서 요금제에 포함된 데이터양으로 충분히 사용 가능한 서비스입니다.

2010년 9월 10일 국내 최초로 아이폰(iOS)에 '올레 내비' 서비스를 오픈하여 실시간 교통상황을 반영한 경로탐색/안내를 서비스로 제공하고 있습니다. 이를 통해 고객은 고가의 차량용(PND) 내비게이션을 구매하지 않고도 수준 높은 스마트폰 기반의 내비게이션 서비스를 무료로 이용할 수 있습니다. 또한 고객 편의를 위해 '블랙박스녹화', 'HUD(Head-Up Display)' 기능을 국내 스마트폰 내비 최초로 제공하였으며, 집단지성을 활용한 경로공유 기능을 2013년 12월에 출시하여, IT 기술을 활용한 개인 간 소통 강화에도 기여하고 있습니다.

2014년 5월 최신 트렌드 및 고객 요구를 반영하고 사용성을 강화한 UI/UX 개선 버전으로 업데이트할 예정이며, 향후 검색성공률/도착예측시간 정확도 향상 등 기본 품질 강화를 통해 1등 스마트폰 내비게이션으로 만족할 수 있는 서비스를 제공하고자 합니다.

경로탐색


내 차 맞춤 설정


빠른 목적지

의료 ICT

kt는 의료산업과 정보통신기술(ICT)의 산업 간 융합을 통해 헬스케어 분야의 새로운 가치 창출에 기여합니다. ICT를 활용하여 체질에 따른 맞춤형 건강관리 서비스로 질병을 사전 예방하고, 만성 질환자가 언제 어디서나 관리를 받을 수 있게 하는 등 요람에서 무덤까지 토털헬스케어 서비스를 제공합니다. 특히 차세대 병원정보 시스템은 전자진료기록부, 의료영상 저장전송 등 기존 솔루션 기능에 클라우드, 의료 빅데이터 분석· 처리 등 신기술을 접목해 업그레이드된 의료 서비스를 제공할 예정입니다. 이를 통해 모든 국민들이 질 높은 의료 서비스를 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 신성장 동력 확보에도 기여할 것입니다.

Performance

빅데이터 공공 분야 최초 적용

추진성과
총 4개 노선 5개 지역에 대해 노선 검증 및 보완
통행량 계산을 통해 주중·주말 배차 간격 조정에 활용
유동인구 밀집도 분석을 통해 0시~5시 사이의 실제 유동인구 밀집 지역 시각화
서울시 심야버스 정책 사례 지방행정정보화 연찬회에서 대통령상 수상

올레 내비

집단지성을 활용한 경로공유 기능 출시

고객 서비스

Context

통신시장 트렌드가 급변하고 있으며 더욱 빠르고 편리한 서비스를 찾는 고객들이 증가하는 추세입니다. kt는 안정적이고 빠른 인터넷망 보급, 스마트 홈폰 등의 제품 혁신, 고객 혜택 및 전자청구서 확대 등 다양한 상품과 서비스를 통해 고객 접점의 서비스를 확대 강화하고 고객 만족을 실천하고 있습니다.

Progress

기가 WiFi 상용을 통한 스마트한 서비스 제공

kt는 2013년 Gigabit의 속도(이론상 최대 1.3Gbps)를 제공하는 기가 WiFi 서비스(olleh WiFi Giga)를 전국 랜드마크를 대상으로 상용하여 일반 WiFi 대비 3배 이상 빠르고, 쾌적한 속도로 무선 인터넷을 이용할 수 있는 환경을 제공하였습니다. 세계 최고(58만km)의 광통신 인터넷을 기반으로 더욱 안정적이고, 넓은 커버리지의 기가 WiFi 서비스를 제공함으로써 무선 인터넷 속도의 패러다임 전환을 이룰 수 있었습니다.

또한 최적의 네트워크를 자동으로 선택하여 접속하는 ABC(Always Best Connected) 솔루션과 품질 좋은 WiFi에 자동으로 접속하게 하는 GWS(Good WiFi Selector)를 상용하여 고객의 별다른 조치 및 학습 없이도 편리하게 무료 WiFi를 이용할 수 있도록 하는 스마트한 서비스 제공 및 통신요금 절감을 위해 노력하였습니다.

국내 최다 20만 개 WiFi AP를 보유한 olleh WiFi는 2014년에는 더욱더 편리하고, 빠른 속도로 무선 인터넷을 이용할 수 있는 환경 제공을 위해 기가 WiFi 서비스 확대 및 이동형 WiFi 서비스 품질 개선에 집중할 계획입니다.

올레스쿨 프리미엄

올레스쿨 프리미엄은 스마트폰에 최적화되어 가족이 같이 이용하는 가족형 스마트러닝 서비스로, 초등학생부터 성인까지 계층별 엄선한 맞춤 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 초·중·고 대상 핵심 교육 콘텐츠부터 대학생·성인 대상 자기계발 콘텐츠(인문, 어학, 취미)를 강의 형태로 제공하기에 유료상품(월 5000원/VAT별도)으로 서비스되지만 한 번 가입으로 최대 5대의 기기에서 동시접속 이용이 가능하도록 하여 고객 만족도를 제고하고 있습니다. 현재 월정 유료 가입자는 8000명으로 애플리케이션 다운로드 건수가 약 30만 건에 이르고 있으며 다양한 제휴 카드를 통해 통신비 할인 등의 혜택도 제공하고 있습니다.

kt는 본 서비스 이용 고객의 실질적인 혜택을 강화하기 위해 학습성과 보상 연계 서비스 출시를 계획하고 있습니다.

올레 스마트홈폰 HD

kt는 2013년 1월 스마트홈폰 HD를 시작으로 스마트홈 폰 HD mini까지 집전화에서도 HD급의 음성·영상 통화가 가능하고 음악, TV 등의 콘텐츠들이 기본 탑재되도록 하였습니다. 또한 홈 지킴이 등 보안 솔루션까지 제공하며 스마트홈 서비스의 고객 사용성과 가치를 확장해 나가고 있습니다.

이와 같은 노력에 힘입어 kt의 올레 스마트홈폰 HD는 최고의 혁신성과 고객만족도를 가진 상품에 수여되는 2013 이노스타 '스마트홈(네트워킹)' 부문 최고 혁신상을 수상하는 영예를 안았습니다.

특히 2013년 8월 출시한 스마트홈 폰 HD mini는 저렴한 요금 및 귀여운 디자인으로 고객들의 큰 반응을 얻으며 출시 이후 3개월 만에 5만 가입자를 돌파하는 등 올레 스마트홈 대표 상품으로 자리매김하였습니다.

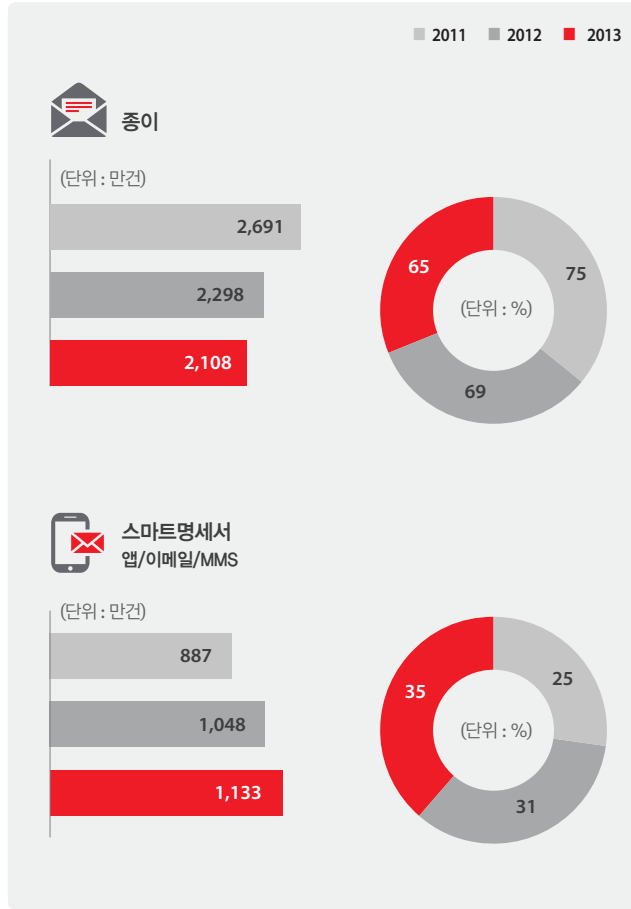
2014년에는 스마트홈폰 HD3 출시로 고객가치를 높이는 차별화된 서비스 제공과 함께 가정 내 각종 디바이스 및 서비스 연결을 위한 플랫폼 개발의 초석을 다져 스마트홈 시장을 계속 선도해 나갈 것입니다.

유무선 통합 고객 혜택 강화

kt는 2012년 1월 유무선 통합 고객 등급을 도입하여 기존 무선(모바일, Wibro)고객 중심의 혜택을 유선(인터넷, 인터넷전화, IPTV, 스마트홈폰, 집전화) 가입 고객으로까지 대폭 확대 개편하였으며, 고객 등급을 세분화하여 맞춤 서비스를 제공하고 있습니다. 또한 온라인·오프라인 구분 없이 언제 어디서나 다양한 분야의 고객 요구를 충족시킬 수 있도록 전국 2만4000여 개의 제휴 가맹점을 구축하였습니다. 고객의 통신비 부담 경감을 위해 자사 · 계열사 혜택 서비스를 확대하였으며, 문화 · 공연, 워터파크, 쿠폰 · 체험, 프리미엄 서비스를 통해 보다 특별한 경험과 혜택을 제공하고 있습니다.

원빌링 및 전자청구서 확대

kt 는 우편청구서 발송에 따른 비용 절감과 범국가적 저탄소 녹색성장에 기여하기 위해 전자청구서(스마트명세서 앱/이메일/모바일)를 확대해 왔습니다. 또한 고객들이 언제 어디서든지 요금을 확인할 수 있도록 스마트 명세서 앱을 개발하였습니다. 스마트 명세서 앱은 휴대폰, 4G WIBRO, 집전화, 인터넷, TV, 인터넷전화 등 다양한 kt 유무선 서비스의 명세서를 하나의 앱으로 확인할 수 있는 신개념 원빌링(One billing) 명세서 제공 서비스입니다. 또한 고객 대상 인터뷰, 설문조사 등을 통하여 UI/UX 개선, 수납기능 추가, 청구서 자동 재발행 등 고객 관점에서 서비스를 업그레이드하여 고객 친화적인 서비스를 제공하려 하고 있습니다. 이메일 명세서의 경우 고객이 모든 디바이스에서 확인할 수 있도록 HTML에서 PDF형식으로의 변경을 진행하고 있습니다. 앞으로 비용 절감과 저탄소 녹색성장에 기여하기 위해 CSV(고객공유가치)를 활용하여 전자청구서를 확대할 예정입니다.



Performance

주요 수상 및 성과

- 국내 최다 20만 개의 WiFi Zone 보유(2013년 말 AP기준)
- 2013 이노스타 '스마트홈(네트워킹)' 부문 최고 혁신상 수상

고객 커뮤니케이션

Context

kt는 사람과 사람을 잇는 human-oriented 제품과 서비스를 지원하는 기업으로, 고객과의 원활한 소통은 지속적인 고객만족과 신뢰성 확보 측면에서 필수적입니다. kt는 소셜미디어를 통한 소통 채널 확대, 고객불만 처리 기능 확장 등을 통해 고객의 요청에 발 빠르게 대처할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.

Progress

올레 SNS 운영

kt는 업계 최초로 소셜미디어팀을 구성하여 다양한 채널을 통해 고객과 한층 더 가까운 소통을 실천하고 있습니다. 블로그, 유튜브, 페이스북, 트위터, 구글플러스를 비롯하여 2013년에는 카카오스토리에 진출함으로써 PR, 마케팅, CS 분야에서 활발한 고객 커뮤니케이션을 지속하고 있습니다.

kt의 마케팅에서 소셜미디어를 활용한 모바일 중심의 소셜 콘텐츠는 기본적인 포트폴리오로 자리 잡았습니다. 2013년 LTE WARP 커버리지 캠페인 '아빠 오지가', '우리들의 광대역 이야기' 등 PR 및 마케팅 측면에서 소셜미디어를 적극적으로 활용하고 있으며, CS 분야에서도 트위터를 활용하여 일평균 1000여 건의 고객 문의를 받는 등 365일 휴일과 주·야간 중단 없는 24시간 CS를 시행하고 있습니다.

이 외에도 대학생 프로슈머(생산자적 소비자, Prosumer = Producer + Consumer)로 구성된 '모바일 퓨처리스트'를 운영하여 상품 및 서비스 기획 시 고객의 의견을 실제 업무에 반영할 수 있도록 하고 있습니다. 이들은 신규 출시 상품 및 서비스를 검증하여 개선점을 도출하는 상품·서비스 검증단 및 패널 그룹으로도 활동하여 고객의 요구에 맞는 사업을 기획하고 진행할 수 있도록 하고 있습니다.

이처럼 kt는 모바일 실시간 확산 시대에 걸맞은 콘텐츠와 커뮤니케이션을 통해 고객과의 관계를 지속적으로 강화해 나가고 있습니다.

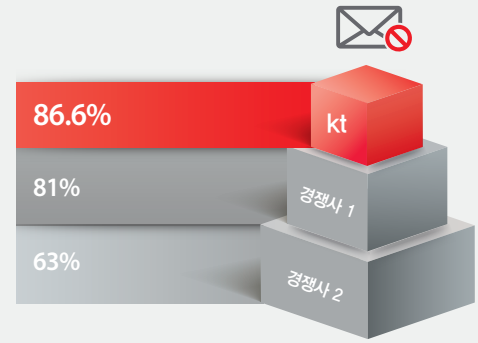
고객 피해 보호를 위한 소비자구제센터 운영

kt는 사기성 소액결제 및 유사 MMS에 대한 불만을 처리하기 위해 소액결제 불만 2선 이관 VOC 접수 및 전담 처리 체계를 2013년 8월 구축하였습니다. 전국의 고객센터에 95명의 운영 인력을 배치하였으며, 그 외에 별도로 피해신고 전용번호(080-949494)를 운영하는 인력을 두어 민감한 스미싱 업무를 처리할 수 있도록 하였습니다. 이에 소액결제 불만 원스톱 해결이 월평균 8000건(일평균 350건 수준)으로 향상되었습니다.

편법적 악성 불법 스패머 근절 활동을 통해 근본적인 스팸문자 차단을 위해서도 노력하였습니다. 고객센터 스팸방지 전문팀 신설, 권한 집중화를 통해 3만 4551명으로부터 SMS 500건/일 발송제한 예외 권한을 회수하였으며, 무제한 요금제 편법사용을 원천적으로 차단하도록 하였습니다. 또한 스패머 이용정지 코드를 신설하여 스팸차단 서비스의 차단 강도와 지수를 조정할 수 있도록 하여 불법 스팸의 근절을 위해 힘썼습니다. 그 결과 올레 스팸차단 서비스 신고 건수가 97% 감소하여 일평균 9만 건에서 2000건으로 획기적으로 줄어들었습니다.

Performance

2013년 4분기 스패머 차단율



IT 보안 강화 및 고객 보호

Context

kt는 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률과 개인정보보호법 등 관련 법규에 의거하여 개인정보 보호 정책을 시행하고 있습니다. 전 임직원을 대상으로 교육하고, 이를 협력사까지 확대 시행하는 등 기술적· 관리적 보호 조치를 총동원하여 IT 보안 강화에 최선을 다하고 있습니다. 아울러 인터넷 유해 콘텐츠에 대한 노출을 방지하고, 보다 건전한 인터넷 환경을 조성하기 위한 서비스를 제공하고 있습니다.

Progress

개인정보 관리 강화 및 교육 실시

임직원의 정보 보호 인식 수준을 높이기 위하여 모든 임직원은 매년 개인정보 보호에 관한 서약을 하고 정보보호 온라인 교육을 수강하고 있습니다. 2013년에는 전 임직원의 97%가 정보보호 온라인 교육을 수료하였으며, 미이수자는 올 6월까지 수강이 가능하도록 교육을 제공하고 있습니다. 또한 정기적으로 이메일 및 사옥 내 전자게시판 등을 활용하여 고객정보 보호 인식을 제고해 나가고 있습니다.

대리점 및 협력사에 대해서도 개인정보 보호 점검 등 관리 활동을 정기적으로 실시하고 있으며, 협력사를 직접 방문하여 현장 교육을 하는 등 고객정보 보호 마인드 확산을 위해 다양하고 효과적인 활동을 꾸준히 수행해 나가고 있습니다. 또한 계열사 정보보호 컨설팅 지원 및 시스템 보안진단 활동을 통해 계열사의 정보보호 수준 향상을 위해서도 노력하고 있습니다.

정보보안 기술력 강화

kt는 고객의 개인정보를 안전하게 관리하고 보호하기 위하여 방화벽, 침입탐지 시스템, 접근제어 시스템을 구축하여 비인가자의 불법적인 접근을 차단하고 있으며, 개인정보 저장 또는 전송 시 안전하게 암호화 조치를 수행하고 있습니다. 또한 DRM(Digital Right Management), DLP(Data Loss Prevention) 솔루션을 활용하여 개인정보 유출을 방지하고 주기적인 취약점 점검 개선, 정부 등 유관 기관과 공동으로 침해사고 대응 모의훈련 실시 등 기술적, 관리적 보호조치를 통해 개인정보를 보호하고 있습니다.

서비스 출시 전 보안성 검토 절차를 필수적으로 준수하도록 하고 있으며, 최고의 보안 전문가로 구성된 디지털 포렌식(Digital Forensic) 분석 전담 조직이 사고 예방, 상시 분석 기술지원 등을 수행하고 있습니다. 특히 2013년에는 DB 접근제어 시스템을 확대 적용하여 고객정보를 저장하고 있는 시스템의 접근 통제를 한층 더 강화하였으며, 개인정보 취급자 PC의 업무망과 인터넷망을 분리하여 외부에서의 침입경로를 차단함으로써 개인정보 취급자 PC를 통한 개인정보 유출 사고를 예방할 수 있는 보안대책을 마련하였습니다. 인터넷상에서 수집하던 주민등록번호를 대체 수단인 I-PIN, 휴대폰 본인 인증 등으로 전환하였으며, 기 수집하여 보관 중인 주민등록번호의 파기도 진행하고 있습니다.

정보시스템 보안수준 및 정보보호관리체계 진단

kt는 매년 법령에 의거하여 정보통신 기반시설의 보호 대책을 수립·이행하고 있으며 내부적으로도 전사 정보보호 수준진단 활동을 통해 정보보호에 최선을 다하고 있습니다. 2013년에는 국가가 공인하는 정보보호 관리체계인 ISMS(Information Security Management System) 인증을 ISP(Internet Service Provider), IDC, 정보통신서비스 분야에 대하여 취득하였습니다. 2014년에는 더 높은 수준의 보안 노력을 기울여 ISMS 인증을 유지하고 '정보보호 관리등급' 최우수 등급 획득 기반을 마련하도록 하겠습니다.

올레 스미싱차단 앱 등 정보보호 서비스 제공

kt는 스미싱 피해로부터 고객을 보호하고 스마트폰 분실로 인한 정보 유출을 방지하기 위해 다양한 정보보호 서비스를 고객에게 제공하고 있습니다. 올레 스미싱차단 앱은 악성코드 앱 및 악성코드로 동작할 가능성이 있는 앱이 설치될 경우 사용자에게 알리고 삭제를 유도하여 불법 휴대폰 소액결제를 예방합니다. 또한 올레 폰찾고 정보보호 서비스를 통해 스마트폰을 분실했을 경우 개인정보 유출 방지, 백업을 통한 중요 정보 보호 기능을 제공하고 있습니다. 이 외에도 kt는 고객정보의 조회 및 활용 이력을 본인이 직접 확인할 수 있는 시스템을 운영 중입니다.

안전한 이용 환경 조성

• **e-클린 활동** kt는 무분별한 정보의 홍수 속에서 유해한 콘텐츠를 걸러내고 더 나은 인터넷 환경 조성을 위하여 다양한 서비스를 제공하고 있습니다. 음란, 자살, 폭력, 도박, 피싱 사이트 등 유해 사이트 및 음란물을 차단하는 '크린아이' 와 스마트폰 앱에서 PC의 인터넷 사용 시간을 원격제어 및 모니터링할 수 있는 서비스인 '타임코디'는 2002년 출시 후 2013년 2월까지 23만여 고객에게 제공되어 활용되고 있습니다. 또한 방송통신심의위원회(KOCSC)와 함께 해외 유해 사이트를 인터넷망에서 차단하여 유해성 사이트의 간접적 접근을 원천 봉쇄하는 시스템을 개발하여 운용하고 있습니다. 온라인 콘텐츠에 대한 등급 평가, 모니터링, 연령 확인 제도 또한 지속적으로 시행하고 있습니다.

• **포털 사이트 클린화** kt는 성인용 콘텐츠를 포함하는 웹사이트를 대상으로 개인 ID 번호를 통한 연령 인증을 의무화하고 있으며, UCC 등 인터렉티브 서비스의 경우 인공지능 프로그램 및 IP 차단 시스템 도입을 통해 모니터링하고 있습니다. 이러한 사전 방지대책과 함께 위반사항 적발 시 해당 서비스의 중단을 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 공유하는 등 쾌적한 인터넷 환경을 조성하기 위해 최선을 다하고 있습니다.

Performance

국가 공인 정보보호 관리체계 (ISMS) 인증 취득

취득 분야: ISP(Internet Service Provider), IDC, 정보통신서비스

임직원 정보보호 온라인 교육 수료 현황

(단위 : %)

HUMAN RESOURCE

경영지원부문 인재경영실 | 김유화, 이온누리, 장은영 매니저

HUMAN RESOURCE

인재경영
GREAT WORK PLACE

비전 및 전략 방향

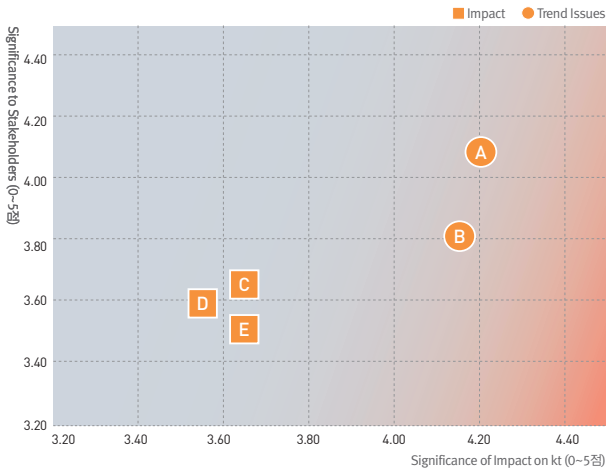
kt의 성장 스토리를 만들어 가는 임직원들은 kt의 미래입니다. 인재 육성이 곧 기업 경쟁력이라는 믿음으로 kt는 채용 프로세스부터 직무배치, 교육 프로그램까지 직원 스스로 역량을 발휘할 수 있는 공정한 인사제도와 인재개발 프로그램을 운영하고 있습니다. kt는 조직 구성원이 하나 되어 일할 수 있도록 경영진부터 현장 직원까지 소통과 협업이 가능한 상호협력과 신뢰의 기업문화를 추구합니다.

2013 주요 성과

임직원 신규 채용	1,103명
임직원 보상(복리후생비 포함)	25,524억 원
역량강화 교육시간	1인당 66시간
온라인 고충처리센터 만족도	4.74점
임직원 만족도(Trust Index)*	75%

* 조사 기관: GWP 코리아(대한민국 100대 기업 만족도: 74%)

중요성 평과 결과



Impact & Trend Issues

- A 인재 확보의 중요성 강화
- B 임직원 복지 및 권리 요구 증대
- C 고용
- D 인권차별 금지
- E 산업안전보건

인재경영

- 인재 확보와 유지
- 공정한 인사제도
- 임직원 역량 개발
- 일과 삶의 균형
- 열린 문화
- 임직원 안전 및 보건

인재 확보와 유지

Context

글로벌화, 기술 급변, 정보화, 고객 요구의 다양화 등 내외부 환경이 급속도로 변화하고 있는 가운데 전문 역량과 열정을 겸비한 인재를 확보하는 것은 모든 기업에 매우 중요한 사안입니다. kt는 기업의 성장과 발전의 근원인 유능한 인재를 확보하고, 경영전략에 부합하는 인적자원 관리를 통해 기업의 경쟁력을 증진하고자 최선을 다하고 있습니다.

Progress

임직원 현황

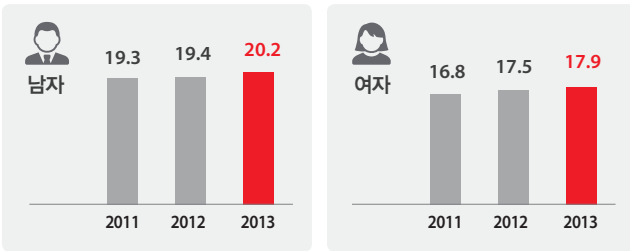
다양한 조직 구성원은 조직의 사업 수행에서 중요한 토대입니다. 2013년 말 기준 kt 전체 임직원 수는 3만 1592명이며, 팀장급 이상 관리자는 12.1%인 3893명입니다. 전체 임직원 중 여성 인력은 4993명으로 전체 인력의 15.8%를 차지하고 있습니다. kt는 직무 특성을 고려하여 계약직 인력을 채용하고 있으며 2013년 말 기준 계약직 구성원(상무보, 전문경력직 제외)의 비율은 0.8%입니다. 계약직 구성원에 대해서는 관련 법률에 의거하여 공정하게 처우하고 있습니다.

(단위 : 명)

구분	남자			여자		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
정규직	26,401	26,579	26,599	4,660	4,757	4,993
계약직	455	417	413	289	263	219
기타	170	165	213	6	5	14
합계	27,026	27,161	27,225	4,955	5,025	5,226

평균 근속 연수

(단위 : 년)



임직원 보상

kt는 직무, 근속 연수 등에 따라 관련 규정에 의거하여 성별의 차이를 두지 않고 공정하게 임금을 지급하고 있습니다. kt 신입 사원의 보수는 법정 최저임금 대비 184%입니다.

(단위 : 억 원)

구분	2011	2012	2013
급여	18,695	19,603	19,796
퇴직급여*	1,984	1,825	2,010
복리후생비	3,122	3,383	3,718
계	23,801	24,811	25,524

* 확정급여제도와 확정기여제도 모두 운영하고 있음

인재채용

• **kt 적합인재 확보** kt는 '일자리 창출'이라는 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 매년 꾸준히 채용 규모를 확대해 왔습니다. kt에 적합한 인재를 채용하기 위해 다양한 방식의 채용전형을 실시하여 능력 중심의 채용문화 확산에 노력하고 있습니다. 특히 입사 지원 시 영어·학과·학점 등 자격제한을 과감히 철폐하였고, 영업·SW직군은 직무 관련 특이경력·자격 보유 채용전형인 '달인채용'을 확대하는 등 학력·스펙 중심의 채용 관행을 과감히 탈피하였습니다. 더불어 지원자들의 열정, 끼 등을 간단한 오디션 형식으로 평가하여 서류전형을 면제해 주는 'kt스타오디션', 자기소개서를 통한 지원자의 잠재역량만으로 서류전형을 통과시키는 전형 방식 등을 통해 다양한 특성을 가진 인재들이 입사할 수 있도록 배려하고 있습니다.

능력 중심 사회 구현을 위해 고졸 출신의 우수 인재를 꾸준히 채용하고 있을 뿐만 아니라 지역인재 채용을 늘리기 위해서도 노력하고 있습니다. 또한 kt의 글로벌/신성장 분야를 이끌어 나갈 수 있는 우수 인재를 선점하기 위하여 kt스폰서십이라는 채용연계형 장학금 제도를 통해 우수 인재가 학업에만 전념할 수 있도록 적극 지원하고 있습니다.

예비 구직자인 대학생들에게 다양한 실무경험 기회를 제공하고, 이를 채용으로 연계하는 다양한 형태의 인턴십을 시행하여 큰 호응을 얻고 있습니다. 국내 학부생들을 대상으로 시행하는 하계 인턴십(연 80여명), 이공계 재학생 중심의 산학연계 학점 인정 인턴십 과정인 kt R&D 인턴십(연 20여명), 국내 유학 중인 외국인 학생에게 실무경험을 제공하는 외국인 인턴십(연 10여명), 해외 유학생 대학인턴십 과정인 글로벌 인턴십(연 20여명) 등은 우수인재 선확보라는 회사 목적과 실무경험 및 취업기회 획득이라는 지원자의 목표가 상생하는 창구 역할을 충실히 수행하고 있습니다.

분야별 채용인력 현황

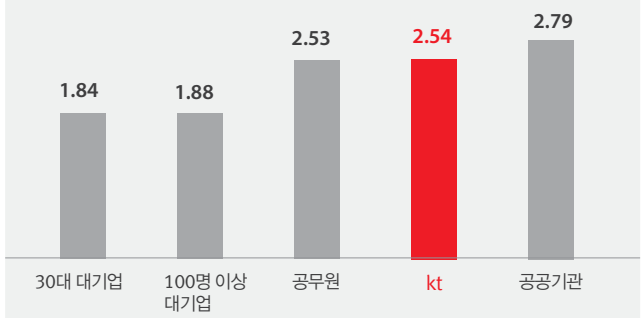
구분	2011	2012	2013
신입	309	533	286
경력	231	291	204
고객서비스직	291	317	490
인턴	227	182	123
합계	1,058	1,323	1,103

사회환경	청년 일자리 창출에 대한 기업 책임 강화
	고졸, 여성인력, 지역인재 채용 등 능력 중심의 채용 인식 확산
	IT 인력 부족, 핵심 인재 유치 전쟁
채용전략	사회적 책임 강화 및 장기 성장동력 확보를 위한 채용규모 확대
	열린 채용을 통한 전문 인재 및 직무 특화형 채용 강화
	글로벌/ICT 분야를 리딩할 우수 인재 확보

• 장애인 직원 고용 노력 kt는 일을 통한 복지를 실현하고자 매년 법정 장애인 의무고용률(2.5%, 2013년 기준) 이상의 수준으로 장애인 직원을 고용하기 위해 노력하고 있습니다. 2013년에도 전 사원의 2.51%에 해당하는 809명의 장애인을 고용하였으며 채용뿐 아니라 직무 · 승진 등 인사제도 전반에 걸쳐 장애인에 대한 차별 및 제한을 없애 존중을 받으며 본인의 능력을 발휘할 수 있도록 지원하고 있습니다. 그 결과 장애인 직원 중 팀장 이상의 직책자 비율은 9.3%에 달하고 있습니다. kt는 차별과 제한이 없는 동등한 기회를 제공함으로써 다양성을 이해하고 배려하는 문화를 창출하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

구분	2011	2012	2013
장애인 임직원 수	803명(2.52%)	824명(2.54%)	809명(2.51%)

2012년 국내 장애인 고용률



[출처: 고용노동부]

임직원 권리 존중

kt는 지연, 학연, 성별, 종교, 신체장애 등 어떤 조건으로도 임직원이 차별 대우를 받지 않도록 하고 있습니다. 2010년 이후 꾸준히 고객 서비스직의 채용 기준을 고졸 이상으로 하여 능력 있는 인재들이 꿈을 펼칠 수 있는 기회를 제공하고 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 근로 전환, 산전·산후 휴가 90일 부여, 월 1일 무급 생리휴가 등과 같은 인권 규정을 충실히 이행하고 있습니다.

직급별 여성인력 비중

(단위 : %)

구분	2011	2012	2013
사원	15.57	15.05	15.7
관리자*	3.34	4.74	5.7

* 관리자 : 임원, 상무보 및 팀장급 이상 직책자

육아휴직 후 복직 비율

(단위: 명, %)

구분	성별	2011	2012	2013
육아휴직 사용직원	남성	23	26	28
	여성	125	130	164
육아휴직 후 복직 비율	남성	96%	92%	93%
	여성	93%	97%	99%
복직 후 12개월 이상 근무율	남성	87%	81%	86%
	여성	89%	97%	99%

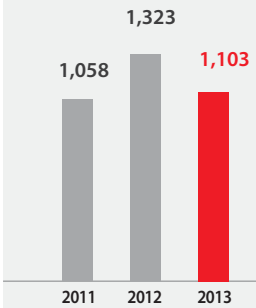
이직률

(단위 : %)

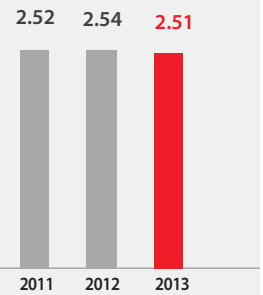
구분	2011	2012	2013
남성	0.62	0.24	0.28
여성	0.12	0.06	0.33
계	0.73	0.3	0.32

Performance

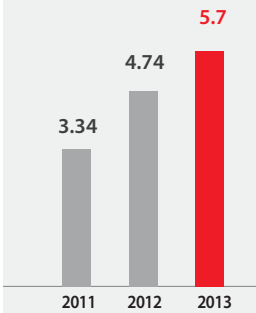
신규채용 (단위:명)



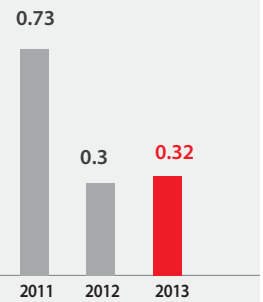
장애인 임직원 (단위:%)



여성 관리자 (단위:%)



이직률 (단위:%)



공정한 인사제도

Context

조직의 발전을 위해 구성원들의 참여를 극대화하기 위해서는 공정하고 효과적인 인사관리 시스템이 필요합니다. kt는 급변하는 노동시장 환경에 유연하게 대응함과 동시에 직무의 중요성, 조직 구성원의 자질 및 성과 등을 고려한 인사제도를 운영하고 있습니다. 이를 통해 개개인의 잠재력을 최대한 이끌어 내어 조직과 개인이 함께 성장할 수 있는 방안을 끊임없이 모색하고 있습니다.

Progress

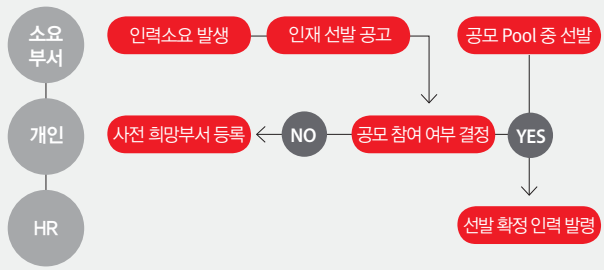
시장 메커니즘에 기반한 배치

kt는 2009년부터 개인이 희망하는 업무를 선택하는 기회를 제공하여 자발적 몰입을 유도하기 위해 IT 기반의 열린 인력 시스템인 TM(Talent Market)제도를 운영하고 있습니다. TM은 인력 모집 부서 현황, 지원조건 등 사내 채용 관련 정보들이 IT 시스템을 통해 전체 임직원에게 공개되기 때문에 인력 수요·공급의 투명성을 확보할 수 있으며, 인적 자원을 신속하게 적재적소에 배치할 수 있다는 장점을 가지고 있습니다. 특히 2013년에는 기존의 TM제도를 개선한 '직종기반 TM 제도' 운영을 통해 직원들의 전문성 강화와 경력 관리를 유도하고 있습니다.

직종기반 TM 제도란?

직원의 전문성을 강화하기 위해 현재 본인이 수행하고 있는 직종을 기반으로 부서를 이동할 수 있도록 하는 제도입니다. 동일 직종 내에서 배치하는 것을 원칙으로 하되 업무 관련성을 고려하여 유사·연관 직종으로도 배치하여 CDP(Career Development Program)에 기반한 경력 관리를 제고하고 있습니다.

Talent Market 제도 프로세스



평가의 공정성

kt는 성과와 역량을 구분한 인사평가를 시행하고 있으며, 평가 결과는 연봉 인상률, 직책 승진, 포상 등 인사의 기초 자료로 활용하고 있습니다. 평가기준 및 절차 등을 내부 시스템을 통해 전 임직원에게 사전 공개하여 투명성을 기하고 있습니다. 또한 공정성을 강화하고자 평가자 교육, 평가자 협의제도, 평가결과 이의신청 제도, 평가 공정성 모니터링 등을 운영하고 있습니다. 그 결과 직원 평가의 수용성이 제고되었고 평가 결과에 대한 이의신청이 전년 대비 32%(20건) 감소하였습니다.

인사평가 절차

1. 업무목표 설정 시 피평가자와의 면담 의무 시행
2. 업무목표, 실적을 기반으로 매주 상시 피드백 및 연 2회 정기 평가 시행
3. 평가 결과 이의신청 및 심의위원회를 통한 인사평가 조정

포상확대 / Top-Down식 칭찬문화 활성화

kt는 수시로 직원들을 칭찬하고 격려하는 'Top-Down식 칭찬문화'를 확대하고 있습니다. 이를 위해 형식이나 절차에 얽매이지 않고 즉각 포상이 가능한 '지사장 표창'을 신설하였습니다. 스폿성 수시 포상을 활성화하기 위해 포상 규모를 4배로 확대하였으며, 포상받는 직원들이 자부심과 로열티가 생기도록 부서장이 직접 찾아가거나 가족을 초대하는 시상식을 운영하고 있습니다. 아울러 회사를 위해 20~30년 동안 헌신한 선배들에게 존경과 감사를 표하기 위해 동료들이 모인 자리에서 부서장이 직접 장기근속패와 보로금 수여식을 진행하고 있습니다. 또한 CEO 표창 및 kt대상 수상자의 공적 사항을 전사 포상 사이트에 공개함으로써 포상에 대한 투명성을 제고하고 임직원들의 관심과 참여를 높였습니다.

마일리지 제도를 통한 장기성과 동기 부여

kt는 2010년부터 단기성과 중심의 직급 승진 제도를 폐지하고 임직원들의 동기부여와 사기 진작에 효과적이며 장기 업적 위주로 평가하는 직원성장 마일리지 제도를 시행하고 있습니다. 이 제도는 개인성과·역량 및 대내외 활동들을 매년 마일리지로 환산 부여하며, 일정 마일리지에 도달하면 나이나 근속 연수와 상관없이 직책을 수행할 수 있도록 하여 우수한 인재가 회사 내에서 빠르게 성장할 수 있는 제도입니다. kt는 이러한 제도적 기반을 토대로 개인의 성과를 최우선으로 고려한 평가를 진행하고 있습니다. 역량, 전문성, 조직 기여도, 협업도 등을 추가로 평가에 반영함으로써 공정한 성과평가 문화를 만들어 나가고 있습니다.

구분	내용
시장 메커니즘에 기반한 배치	시장 경쟁원리에 따른 Talent Market 제도 운영 인력 수요·공급의 투명성 확보 인적 자원의 신속한 적재적소 배치
공정한 평가 운영	평가 기준, 절차, 결과의 투명한 공개 평가자 교육, 평가자 협의제도, 평가결과 이의신청 제도, 평가 공정성 모니터링 등 운영
포상확대 / Top-Down식 칭찬문화 활성화	수시 포상을 활성화하기 위해 포상 규모를 4배로 확대 즉시 포상 가능한 '지사장 표창' 신설
마일리지 제도를 통한 장기성과 동기 부여	단기성과 중심의 직급 승진 제도 폐지 개인별 성과에 따라 매년 차등된 마일리지 부여 누적 마일리지가 일정 수준 충족 시 직책 승진 기회 부여

Performance

인사평가 결과 이의신청 현황

구분	2010	2011	2012	2013
이의신청 건수	112건	96건	63건	43건

임직원 역량개발

Context

임직원 개개인의 성장은 곧 kt의 성장을 의미합니다. kt는 다양한 교육과 역량개발 프로그램을 통해 임직원들의 자아실현과 지적 욕구에 대한 충족 여건을 마련하고자 많은 노력을 기울이고 있습니다.

Progress

리더 후보군 양성강화

kt는 직책자를 대상으로 신임과정, 일반과정, 양성과정을 기본 체계로 한 리더십 교육을 시행하고 있습니다. 특히 2013년에는 상무 후보자 과정(Executive Leadership Program)을 신설하여 임원이 되기 위해 갖춰야 할 핵심 역량을 습득하게 하고 회사 주요 현안에 대한 토론과 발표를 통해 경영전략에 대한 이해와 전략 실행력을 갖출 수 있도록 도움을 주는 등 준비된 경영 리더 양성을 위해 노력하였습니다. 현장 부서의 팀장·지사장 교육체계를 재정립하여 후보군 선발→육성/검증→상위직책 보임 체계를 강화하였습니다. 2014년에는 이러한 리더 후보 양성 과정을 상무급까지 확대 신설(Senior Executive Leadership Academy)하고 인사와의 밀접한 연계를 통해 리더 양성 체계를 강화해 나갈 예정입니다.

ICT 역량 지속 육성

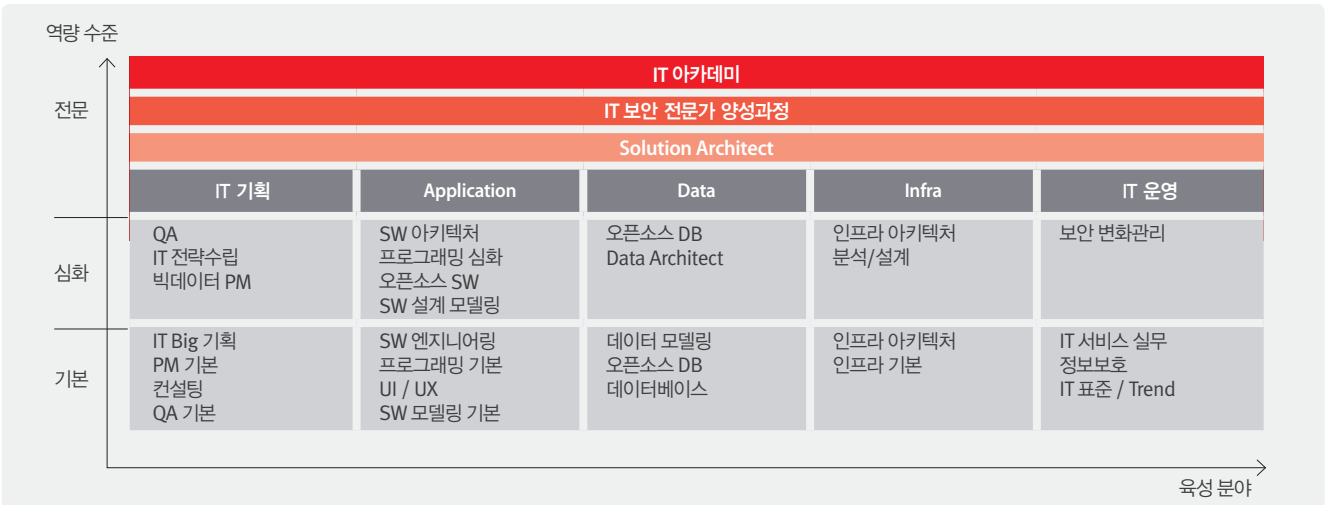
kt는 ICT 기업으로서 지속적인 경쟁력을 확보하기 위해 2012년 IT 역량 교육을 본격 시행하였습니다. 2013년에는 현재의 IT 역량 수준을 객관적으로 측정하여 이를 토대로 육성 로드맵을 구축, 총 61개 교육과정을 통해 개인별 수준에 맞는 교육을 체계적으로 시행하였습니다. 올해는 기존 IT 교육 체계를 사업수행에 꼭 필요한 역량 중심으로 최적화하여 교육과정과 육성대상 인원을 집중할 예정입니다. 또한 이종 융합 IT 분야와 보안 전문가 육성을 중점 시행할 예정입니다.

글로벌 사업역량 강화

2012년부터 본격 시행된 글로벌 역량 교육을 통해 2013년에는 글로벌 인재 풀 DB를 구축하고 역할·수준에 따른 육성 체계를 수립하여 총 26개 과정을 통해 맞춤교육을 시행하였습니다. 아울러 각 사업 부문의 글로벌 교육 요구를 적극 수용하여 해외 전시회 파견인력, 네트워크 부문 글로벌 인력육성 등 사업부서 특화교육을 강화하였습니다. 2014년에는 글로벌 사업 수행이 가능한 인력 풀 형성을 위해 커뮤니케이션부터 사업수행 전문 분야까지 수준별 교육을 시행하고 우수 역량자 중심으로 집중 교육 후 사업에 배치하는 선 순환 체계를 더욱 강화해 나갈 계획입니다.

글로벌 사업역량 강조

IT 교육체계



직무공통 교육 및 전략직무교육

kt는 사업·지원부서 직원들의 실무역량 강화를 위해 다양한 직무에서 공통적으로 요구되는 역량에 대한 교육을 확대할 예정입니다. Business Tool 분석, 기획력 & 보고서 작성 등 공통적으로 업무에 즉시 활용할 수 있는 실용적인 내용의 교육과정을 제공할 예정입니다. 아울러 유통영업 기획, 마케팅 기획 등 회사 사업모델 및 전략 방향에 따라 필요한 핵심직무 역량을 집중 육성할 계획입니다.

교육 효과 증대

• **맞춤형 교육 강화** kt는 교육의 효과를 증대하기 위해 다양한 노력을 기울이며 부서별·개인별 직무특성 및 수준을 고려한 맞춤형 교육을 강화하였습니다. 상무보 이상 임원을 대상으로 개인별 역량 진단 시행 후 부족 역량을 강화할 수 있도록 교육과정을 추천하는 맞춤형 교육을 시행하였습니다. 또한 교육과정 기획 단계부터 교육대상 부서의 요구를 최대한 반영하여 내용과 방법을 차별화하고, 교육생 수준을 사전에 체크하여 개인 수준별로 분반하여 교육을 시행하는 등 부서와 개인의 수준과 특성별로 차별화 하도록 노력했습니다.

• **교육 결과 피드백** 교육 종료 후 교육생과 상사에게 교육목적, 평가결과, 참여태도 등을 정리한 결과 리포트를 제공함으로써 교육에 참여한 직원들의 몰입도를 높이고 직책자의 소속 직원 육성에 대한 책임과 코칭 역할을 강화하였습니다.

• **교육을 통한 경영성과 연계 강화** 교육의 중요한 목적 가운데 하나는 교육을 통한 성과의 향상입니다. kt는 실제 발생한 회사 주요 현안을 과제화하여 해결하는 과제수행 방식 교육을 확대 적용하여 이슈 해결 과정을 학습시키고 있습니다. 이 과정에서 도출된 다양한 Best Practice를 교육생들이 공유하도록 함으로써 교육이 경영 성과 향상에 실질적인 기여를 할 수 있도록 노력하였습니다.

• **이러닝 교육을 활용한 매출 증대** kt는 임직원을 대상으로 매년 이러닝 교육을 하고 있습니다. 구체적으로 2013년에 6만 363명의 임직원에게 이러닝 교육을 하였고, 2014년에는 6만 명의 임직원을 대상으로 이러닝 교육을 실시할 계획 입니다. 뿐만 아니라 이러닝 교육 플랫폼을 이러닝 사업에까지 확대하여 매출액 증대에 기여하고 있습니다. 구체적으로 kt 계열사는 이러닝 사업을 통하여 2013년에 78억 1000만원의 매출을 달성하였고, 2014년에는 132억원의 매출 달성을 목표로 사업을 추진할 계획입니다.

2014년 인재육성 주요 전략 및 계획

1등 DNA 회복 및 경쟁력 강화

2014년에는 '교육을 통한 1등 DNA 회복 및 경쟁력 강화'를 목적으로 임직원을 한 방향으로 결집시키기 위한 마인드 혁신 교육을 강화하고 철저히 현장과 사업성과에 직결된 교육을 시행할 계획입니다. 우선 직책자를 대상으로 위기를 극복하겠다는 각오와 혁신의 자세를 강조하여 소속 직원들에게 이를 전파하도록 하고, 직원들에게는 1등 할 수 있다는 자신감 회복 및 고객 최우선 등 기본적으로 추구해야 할 가치와 원칙을 지속적으로 강조할 계획입니다. 또한 1등 kt를 위해 필수적으로 확보해야 할 현장 영업 분야와 기술 분야의 역량을 강화하기 위해 전문가 양성체계를 강화하는 한편 전문가의 노하우를 통해 교육의 현장 적용성을 강화할 수 있도록 업무 전문성과 로열티를 갖춘 직원들을 사내 강사로 적극 육성·활용할 계획입니다.

Performance

임직원 교육시간 및 비용

구 분	2011		2012		2013	
	과정(개)	인원(명)	과정(개)	인원(명)	과정(개)	인원(명)
집합교육	623	45,489	804	59,023	857	51,978
이러닝	165	86,010	121	100,159	187	60,363
인당 교육시간 (hour)	94		91		66	
인당 교육비용 (천원)	690		713		710	

직원 교육

신입사원 연수

일과 삶의 균형

Context

임직원 개개인의 일과 삶이 이상적으로 조화를 이룬다면 개인은 행복한 삶을 누릴 수 있고 기업의 생산성 역시 높아집니다. kt는 직원들 스스로가 주인의식을 가지고 창의력과 열정을 바탕으로 자발적으로 일에 몰입할 수 있는 환경을 조성함과 동시에 즐거움, 행복, 재미를 추구하는 근무 환경을 조성하여 지속적으로 성장할 수 있는 Great Work Place를 만들고자 노력하고 있습니다.

Progress

스마트워킹

스마트워킹

kt스마트워킹이란?

IT 시스템을 기반으로 자택, 스마트워킹센터 등 본인의 근무 장소를 자유롭게 선택하여 근무하는 kt의 혁신적인 근무제도

효과

- 출퇴근 거리 37만km/월, 109만분/월 감소

▼

사회적 혼잡비용 절감 및 144tCO2/년의 탄소 배출량 절감

- 육아문제, 경력 단절로 고민하는 여성 인력들에게도 실질적인 도움 제공

▼

연간 375만원 정도의 직간접적 경제적 가치가 있는 것으로 조사

'일하는 방식의 혁신과 일과 삶의 조화'를 위해 2011년 4월부터 추진한 스마트워킹은 도입 3년이 지난 지금 kt 기업문화의 중요한 축으로 자리 잡고 있습니다. 현재 kt는 자택이나 집 근처 사무실 등 본인이 원하는 장소에서 일할 수 있는 '원격근무제'와 출퇴근 시간과 근무시간을 조절할 수 있는 '선택근무시간제'를 운영하고 있습니다. 스마트워킹은 직원들에게 근무 방식의 유연한 선택권을 제공하여 자율적으로 업무를 추진하게 하고 창의적 활동을 가능하게 하였으며 높은 업무 집중도로 업무의 질까지 높이는 결과를 보이는 등 일하는 방식의 긍정적인 변화를 유도하고 있습니다. 또한 신입 사원들을 대상으로 한 조사를 통해 우수 인재 채용의 중요한 요소로도 작용하는 것으로 파악되었습니다. kt 신입 사원의 45%가 "재택근무 제도가 회사 선택에 영향을 미쳤다"고 응답하였고, 스마트워킹을 경제적 가치로 환산하면 평균 240만원/년 정도로 인식하고 있습니다.

스마트워킹센터(회사가 지정한 공용 사무공간)

자기개발 프로그램

리프레시 휴직제도

kt는 직원들에게 자기계발 및 재충전의 기회를 제공하기 위해 장기근속 고성과자를 대상으로 휴직 기회를 제공하고 있습니다. 매년 두 차례 2월과 8월에 시행하고 있으며, 별도의 추천 절차 없이 희망자를 대상으로 심사를 통해 휴직자를 선발하고 있습니다. 선발 규모는 전사 200~250명 수준으로 2014년까지 누계 약 1000명의 직원이 선발되어 자기계발, 여행, 어학공부 등 자유롭게 활동하는 기회를 가지고 있습니다.

전직지원 프로그램

kt는 빠르게 변화하는 사회 환경에 직원이 적응하고 제2 인생과 노후를 스스로 대비할 수 있도록 'kt 라이프플랜'을 운영하고 있습니다. 재직 직원들을 대상으로 운영되고 있는 '변화관리 프로그램' 은 크게 가치향상 과정, 직업개발 과정, 창업 실행력 향상 과정, 경력개발 및 관리 과정으로 분류되어 있습니다. 2013년 총 1404명의 직원이 참여하여 스스로 미래에 대해 생각해 볼 수 있는 기회를 가졌습니다. 퇴직 직원들을 대상으로 제공되고 있는 '전문교육프로그램' 은 자신의 근무경력 및 역량을 활용한 성공적인 전직을 지원하는 프로그램으로 자격증 취득, 체험창업, 창업 로드쇼, 취업박람회, 구직 알선 등 다양한 맞춤형 프로그램을 제공하고 있습니다.

창업지원 휴직제도

kt는 2009년 국내 최초로 노사 합의를 통해 창업지원 휴직 제도를 신설하여 운영하고 있습니다. 이 제도는 정년퇴직이나 명예퇴직을 앞두고 있는 직원들에게 재직 중 창업에 도전하여 경력 전환의 기회를 가지도록 지원하는 제도입니다. 정년을 앞둔 장기 근속자 중 희망자를 대상으로 심사를 통해 최대 3년 6개월까지 휴직을 부여하고 있으며, 일정 수준의 급여를 지원하여 개인의 능력 개발과 새로운 도전에 힘을 보태어 주고 있습니다.

복리후생

선택적 복지제도 구축

2006년 선택적 복지제도를 처음으로 도입하여, 자기계발, 가족친화, 문화·레저 등 본인의 취향과 라이프스타일에 맞게 사용할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한 선택적 복지 항목의 지속적 확대 및 자율적 포인트 사용을 통해 복지제도에 대한 만족도를 점차 높여 가고 있습니다.

직원 · 회사 간 상호 배려 문화

애사·경사 시 회사에서 지급하는 경조금, 화환·장제용품 지원 외 일시에 목돈이 드는 결혼식, 장례식 비용 부담 경감을 위해 직원과 회사가 1:1 매칭 그랜트 형식으로 상호부조보험(기업 최초/유일)과 상조회비를 지원하고 있습니다.

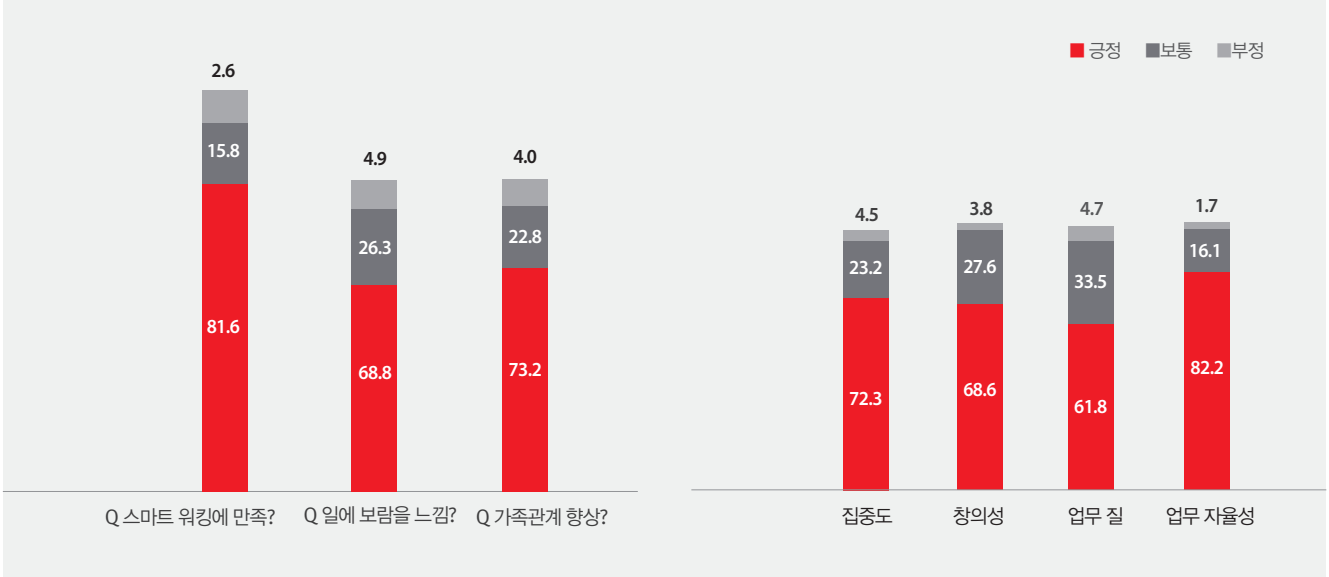
일과 삶의 균형 유지

전국 6개 사내 휴양시설 및 콘도(367구좌)를 상시 운영하고 있고, 별도로 하계 휴양소를 추가 운영하여 일과 삶의 균형 및 심적 부담 해소를 위해 적극 노력하고 있습니다. 또한 전국에 8개의 보육시설을 운영함으로써 육아부담 해소 및 업무에 몰입할 수 있는 환경을 제공하고 있습니다.

Performance

스마트워킹 만족도(조사방법: 방문조사)

(단위: %)



재직자 대상 변화관리 프로그램

과정명	자기탐구 (가치향상)	자기혁명 (직업개발)	New Business Planning (창업실행력 향상)	Career Making (경력개발/관리)
운영 형태	e-Learning	집합교육	집합교육	집합교육
기간	1개월	3일	3일	3일
2013년 수료자	–	874명	447명	83명
수료자 (누계)	22677명	6064명	2293명	369명

퇴직자 대상 전문교육 프로그램

과정명	Startup Business	시니어 창업스쿨	경력설계 전략	창 · 취업 알선
분야/시기	창업/분기별	실전창업/연중	재취업/분기별	
교육기간/장소	5일(연수원, 부부 동반)	10일(연수원, 부부 동반)	4일(연수원, 부부 동반)	수시
내용	• 창업 이해/업종선정 • 마케팅, 사업계획서 • 성공 선배와의 대화	• 업종별 창업 전략 • 전문가 컨설팅, 코칭 • 현장견학 및 실습	• 경력분석, 경력설계 • 구직 활동 전략	• 구직 알선 • 창업 컨설팅
2013년 실적	8회/26명	104명	–	–
2009~13 실적(누계)	26회/633명	631명	300명	644명

열린 문화

Context

급변하는 시장 환경에 대응하고 조직 내 신뢰 구축과 위기 극복을 위해 열린 조직문화와 소통이 요구되고 있습니다. kt 는 열린 문화 구축을 통해 조직 내외의 신뢰를 제고하고 있으며, 임직원들의 고충 처리를 통해 근무 만족도를 증진하고 창조적인 아이디어를 이끌어 내고 있습니다.

Progress

임직원과의 소통

현장경영설명회

kt는 반기 1회 '현장경영설명회'를 통해 지역본부와 경영 방향을 공유하고 현장 직원의 애로사항을 직접 청취하는 쌍방향 소통의 시간을 마련하고 있습니다. 2013년 현장경영설명회에서는 회사의 경영 현황을 공유하고, 유무선 네트워크를 기반으로 추진하고 있는 All-IP의 이해, 일하는 방식의 혁신을 위한 BIT(Business & Information system Transformation) 프로젝트 진행 현황, 고객만족 향상 과정에서 애로사항을 공유하는 시간을 가졌으며, '올레골든벨'과 '재능달인'과 같은 행사를 함께 진행함으로써 회사 내 다양한 정보와 이슈를 퀴즈로 재미있게 파악하고, 직원들이 장기를 자랑하는 등 유쾌한 소통의 시간을 가졌습니다.

소통 미팅

소통 미팅은 주요 경영 메시지를 전달하고 회사의 성과 등 여러 가지 경영상황을 공유하는 것을 목적으로 월 1회 부서별로 시행합니다. 전사 공통 사항과 부서별 고유 사항을 다루는 소통 미팅은 오프라인 소통의 중요한 수단입니다. 소통 미팅 활성화를 위해 매월 1회 우수 부서를 선정하여 포상하고 있습니다.

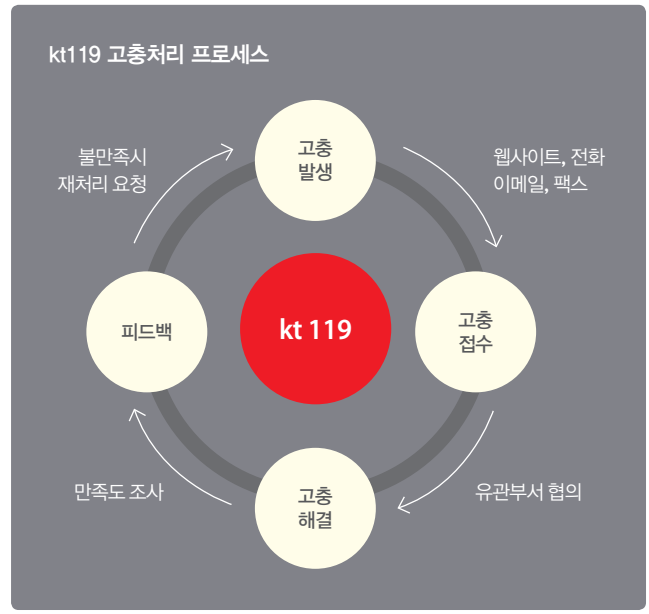
경영진과 양방향 커뮤니케이션

kt는 직원들의 여론 및 애로사항을 경영진이 직접 청취하고, 필요 시 직원들에게 CEO의 경영 철학과 회사 비전을 정확하게 전파할 수 있는 양방향 커뮤니케이션 채널의 확보와 운영에 힘쓰고 있습니다. 직원들의 의견이 주요 의사결정에 반영될 수 있도록 정기적으로 CEO를 포함한 경영진과 다양한 계층별 직원 그룹과의 간담회를 진행하고 있습니다. 특히 CEO와 현장 부서 및 젊은 직원들 간의 캐주얼 미팅을 수시로 진행하는 등 벽이 없는 소통이 이루어질 수 있도록 애쓰고 있습니다. 또한 사내 인트라넷 게시판을 활용하여 주요 정책에 대한 여론을 수렴하고, 직원들이 궁금해하는 루머나 불만 사항을 해소하는 데 노력하고 있으며, 언론에 보도되는 kt 관련 기사를 직원들과 실시간으로 공유하고 부정적 언론 보도에 대한 사실관계를 임직원들에게 정확하게 설명하고 있습니다.

임직원 고충처리 시스템

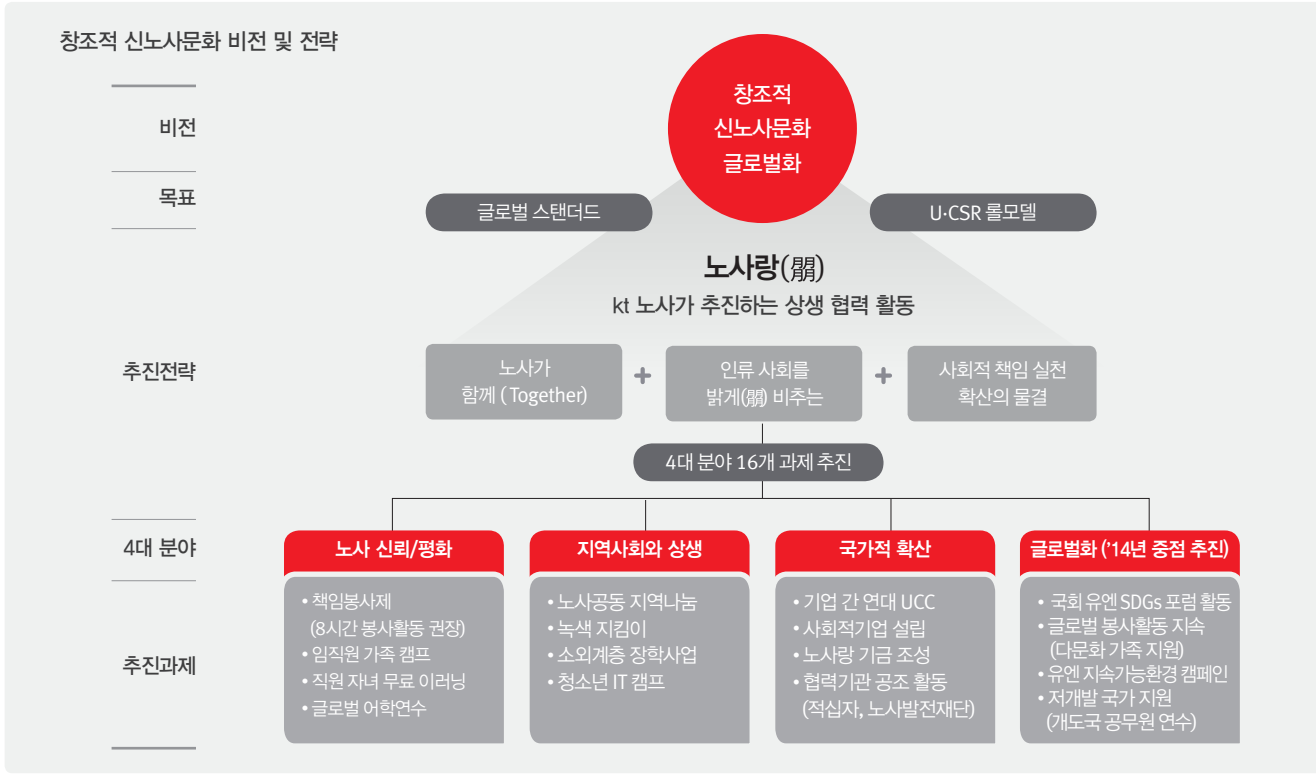
kt의 임직원들의 고충 처리를 위해 kt 현장기관 354곳에 고충상담실을 설치하고 노사 대표로 구성된 고충처리위원회를 운영하고 있습니다. 제도, 업무, 근무환경, 인간관계, 개인신상, 복리후생 등 근로자의 다양한 고충요인은 전화, 이메일, 웹사이트 등을 통해 접수하고 있습니다. 관련 이슈들을 사전에 예방하고 신속하게 해결하기 위한 최선의 노력을 다하고 있습니다.

뿐만 아니라 2011년부터 온라인 및 스마트폰으로 고충을 접수할 수 있는 kt 119센터 운영을 통해 임직원들의 불만 사항을 편리하고 신속하게 해결할 수 있도록 지원하고 있습니다. kt 119의 연간 이용 건수는 2011년 1095건에서 2013년 4390건으로 증가하였습니다. 고충 처리에 따른 직원들 만족도 조사 결과 4.54점에서 4.74점으로 증가하였습니다.



임직원 만족도

kt는 직원 만족도와 업무 효율성을 제고하고 훌륭한 기업과 부서를 만들기 위한 노력을 지속하고 있습니다. 그 일환으로 국제 기준에 맞게 외부 전문기관이 직원 만족도를 조사하고 있으며 2013년에는 신뢰 기반의 조직문화를 강화하기 위해 Trust Index로 조사를 시행하였습니다. 2013년 조사 결과는 이전의 만족도와 직접적으로 비교되기는 어렵습니다. Trust Index는 회사가 제공하는 제도나 방침에 대해 구성원들이 어떻게 받아들이는지 '경영진과 구성원 간의 관계' 에 초점이 맞춰져 있으며 믿음, 존중, 공정성, 자부심, 재미의 5대 구성 요소로 설문이 구성되어 있습니다. 2013년 조사 결과 kt의 Trust Index는 100% 만점에 75%의 결과가 나왔습니다. 이는 일반 서비스 부문 대비 4%, 대한민국 100대 기업 대비 1% 높은 결과입니다.



상생의 노사관계

kt는 노동조합 및 기타 대표기구 결성을 보장하고 있습니다. 단체협약에 의해 입사와 동시에 조합원으로 가입되는 유니언숍(Union Shop) 제도를 채택하여 운영하고 있으며 자유로운 가입과 탈퇴를 보장하고 있습니다. 회사의 주요 경영상황 변동에 대한 통지 의무가 있으며 노동조합과 사전에 협의하도록 규정되어 있습니다. 2013년 10월 기준으로 kt 직원의 노동조합 가입률은 77.4%입니다.

창조적 신노사문화

kt 노사는 상생의 노사관계를 통한 기업가치 창출과 노사상생 협력 활동을 통해 건전한 노사문화를 이끌어 나가는 선도 기업으로 자리 매김하고 있습니다. '창조적 신노사문화 글로벌화'라는 비전 아래 활동 영역을 '글로벌화', '신노사문화 발굴·확산', '지역사회와 상생', '사회공헌' 등 4대 분야 16개 추진과제로 세분화하여 추진하고 있습니다. 이를 통해 kt 고유의 노사문화를 구축하고 노사 간의 신뢰와 협력 구축을 더욱 견고히 하고 있습니다. 뿐만 아니라 사회 전반의 건강과 복지 확산에 기여하고자 기업 간 노사공동 나눔협의체(UCC, Union Corporate Committee)를 주도하고 있습니다. 나아가 2014년부터는 기존의 상생 협력 활동을 '노사랑'으로 체계화하고 글로벌 레퍼런스를 확보하여 kt 고유의 노사문화를 세계로 확산하고자 합니다.

Performance

kt119 온라인 고충처리센터 운영실적

구분	2011	2012	2013	기타
이용건수(건)	1,095	2,275	4,390	오프라인 고충처리 별도 운영
만족도(점)	4.54	4.55	4.74	오프라인 고충처리 별도 운영

노동조합 가입률

구분	2011	2012	2013
노동조합 가입률	76.9%	77.7%	77.4%

2013년도 임직원 만족도 조사(Trust Index) 결과

구분	kt	일반서비스 부문	대한민국 100대 기업
Trust Index	75%	71%	74%

* 조사기관: GWP 코리아

주요 수상

2013. 11 : GWP 코리아* 평가 결과
- 대한민국 일하기 좋은 100대 기업 대상(3년 연속)
- 대한민국 여성(워킹맘)이 일하기 좋은 기업 대상

*미국 GPTW(Great Place to Work:일하기 좋은 기업) 협회의 한국지사

2013. : 에이온휴잇* 평가 결과
- 2013 한국 최고의 직장 톱 10 기업

*인사관리 전문 컨설팅 기업

임직원 안전 및 보건

Context

안전하고 건강한 일터를 제공하는 것은 행복한 근로자와 경쟁력 있는 기업을 만드는 출발점입니다. kt는 안전과 건강이 보장되는 기업문화 정착을 위한 제도적 기반을 마련하였으며, 구체적인 사업장별 계획 수립, 체계적인 예방 활동, 사기 진작 활동 등 안전 기업문화 정착을 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

Progress

안전 기업문화 정착

kt는 안전 기업문화 정착을 위하여 다양한 활동을 전개하고 있습니다. 원격으로 시행되는 정기 안전보건 교육의 운영을 내실화하고 안전 수칙 준수, 관련 지식 함양을 통해 안전의 대한 의식을 높이고 있습니다. 현장 부서 재해예측·예방 방안으로 안전 메시지 발송, 현장 부서 무재해 4단계 일일 안전활동 추진, 매월 4일 안전점검의 날 테마 행사 등 체계적인 안전 마인드 함양을 위해 다양한 행사를 시행하고 있습니다. 또한 매년 정기적으로 산업안전보건대회를 개최하여 무재해 및 우수 사업장을 포상하여 사기 진작에도 노력하고 있습니다.

2013년 11월에는 심리상담센터를 열어 직원들의 정신건강 증진 활동에도 최선을 다하고 있습니다. 수도권에 위치한 4대 사옥에는 주 1회 찾아가는 심리상담센터를 운영하고 있으며 그 외 지역에 대해서도 심리상담센터로 상담 요청 시 원하는 시간, 원하는 장소에서 상담이 진행될 수 있도록 지원 체계가 수립되어 있습니다. 또한 팀 상담을 통해 팀원 간의 대화와 소통의 회복 및 팀워크 향상을 도모하고, 희망을 위한 힐링캠프 개최로 내면 치유 및 통찰 유도를 통해 공감과 치유의 문화를 확산하고 있습니다.

노사합동 재해예방

사원의 안전을 위한 재해예방 활동은 노사가 공동으로 시행해야 더 큰 시너지를 창출할 수 있습니다. 노사합동으로 특별안전교육(중대재해 예방대책, 산재보상·절차 등)을 현장 팀장 등을 대상으로 시행하며, 매년 2/4분기에는 kt 노사합동 산업안전보건대회를 통해 전문강의(안전리더 역할, 건강증진방안 등), 안전결의문 낭독, 노사가 한마음이 되는 안전결의의 장을 마련하고 있습니다. 사업장에서는 반기 1회 이상 노사가 합동으로 업무상 재해자 가족을 위문·격려하는 행사를 진행하고 있으며, 휴업급여 차액 보상, 의료비 지원 등 재해자에 대한 복지 향상에도 적극적으로 노력하고 있습니다.

사원의 건강과 웰빙 촉진

열린토론방·익명게시판, 전용 대표전화 등을 통한 고충처리 시스템 운영을 통해 사원의 스트레스를 관리하고, 건강관리 등 강의 프로그램을 분기에 1회 이상 저명 인사를 초빙하여 시행하고 있습니다. 매년 1회 이상 전 사원(배우자 포함) 종합건강검진을 시행하여 조기 질병 예방·관리 활동에 노력하고, 검진 결과를 토대로 유소견 통계·분석을 통해 건강증진 방안을 제시하고 있습니다. 암/재해장애/사망 등 직원 및 배우자의 불의 사고를 대비한 단체보험을 가입하여 직원의 금전적, 심리적 부담을 최소화시켜 주고 있습니다.

뿐만 아니라 차별화된 웰빙 휴직제도를 도입하여 일과 생활의 밸런스 유지 및 심리적 건강상태를 최적화하고, 일과 가정의 조화를 지원하는 생애종합 복지실현을 위한 복지수혜 관리 시스템(보육시설/인재육성/의료비/학자금/생활안정자금 지원 등)을 운영하고 있습니다.

계열사 공생협력 안전보건 활동 지원

계열사 내 산업안전보건 활동 업무 공유·지원을 통해 kt그룹의 안전 기업문화 정착 및 안전 일터 구현에 최선을 다하고 있습니다. 첫째 안전교육 프로그램을 활용한 계열사 안전담당자 직무역량 향상, 둘째 산재예방·홍보를 위한 kt의 안전활동 인프라 활용, 셋째 연속성 있고 체계적인 다양한 재해예방 콘텐츠 제공 등을 통하여 계열사 내 안전보건 활동을 전폭적으로 지원하고 있습니다. 아울러 매년 시행하는 kt산업안전보건대회 등 재해예방 워크숍에 계열사 담당자의 참석을 유도하여 과학적 안전관리 기법의 도입 등 업무역량 향상도 도모하고 있습니다.

노사 공동 보건 안전 위원회

kt는 100인 이상 사업장의 경우 노사 동수로 구성된 산업안전보건위원회를 설치·운영하고 있으며, 그 외 사업장에서는 기관 단위 고충처리위원회를 두어 운영하고 있습니다. 해당 위원회를 통해 각 사업장별 산업재해 예방 계획의 수립, 직원의 안전과 보건교육에 관한 사항, 작업환경 측정, 건강진단 등 직원의 안전과 보건을 유지· 증진시키기 위한 방안을 마련하고 있습니다.

kt는 회사에서 시행하는 대부분의 안전·보건 정책(산업안전보건 기본계획, 안전보건교육, 직원건강진단, 현장지도점검 등 산업안전보건 분야)에 대해 노동조합과 정식 협의를 통해 진행하고 있습니다.

Performance

산업재해 발생 현황

(단위: 명, 계약직 포함)

구분	근로자수	합계	사망	부상	재해율	비고
2011	31,568	50	3	47	0.16%	근로자 (계약직 포함)
2012	32,267	97	2	95	0.30%	
2013	31,428	60	2	58	0.19%	
3년 평균	31,754	69	2	67	0.22%	

* 동종업체(통신업) 재해율 : 0.51%
우리나라 전체 재해율 : 0.59% (출처 : 고용노동부 2012)

분야별 재해 발생현황

(단위: 명, 계약직 포함)

분야별		현장작업				차량		질병		기타		합계
		주상	맨홀	댁내	기타	차량	이륜	뇌심혈관	기타	체육행사	기타	
총괄	2011	15	2	19	1	6	0	0	0	4	3	50
	2012	33	4	35	2	6	0	1	1	8	7	97
	2013	26	0	20	1	3	0	0	1	4	5	60
재해자(명)		74	6	74	4	15	0	1	2	16	15	207
분야별 (비율)		158				15		3		31		
		76.3%				7.2%		1.4%		15.0%		
재해 형태별 (명)	추락	55		29							2	86
	전도	15	2	24		1				14	8	64
	협착	4	3	12						1	2	22
	충돌			3		14				1	1	19
	기타		1	6	4			1	2		2	16
	소계	74	6	74	4	15	0	1	2	16	15	207

지역별 재해 발생현황

(단위: 명, 계약직 포함)

구분	강북	강남	서부	부산	대구	전남	전북	충남	충북	강원	제주	기타	합계
2011	3	5	4	14	6	5	3	3	1	1	5	0	50
2012	12	5	12	13	10	14	8	10	5	4	1	3	97
2013	10	6	5	4	5	7	2	6	4	3	4	4	60

*지역 고객본부 소재지 기준 (ex. 부산 : 부산, 울산, 경남 포함 / 기타 : 사업부서(서울 지역))

안전실천결의문 선서

작업차량점검

ENVIRONMENTAL IMPACT

네트워크부문 운용품질담당 | 조혜린 매니저
홍보실 CSV센터 | 이준동 매니저
네트워크부문 네트워크전략본부 | 김태현 매니저

ENVIRONMENTAL IMPACT

환경경영 전략
기후변화 대응

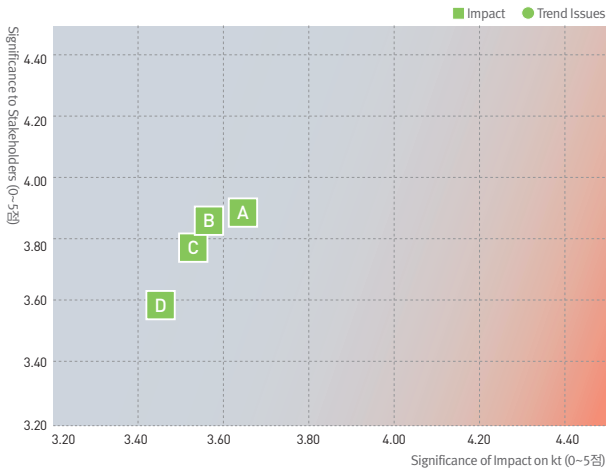
비전 및 전략 방향

환경에 대한 기업의 책임은 지속가능경영의 핵심 요소이자 새로운 비즈니스 기회입니다. kt는 『Green kt, Green KOREA』라는 환경경영의 비전 아래 업무환경 생태계를 친환경적으로 전환시킴은 물론 ICT 기반의 그린 서비스를 통해 국가 경제 전반의 친환경화를 추진하고 있습니다. 이처럼 kt는 그린 컨버전스를 통해 새로운 비즈니스 패러다임을 구축하여 지속 가능한 녹색성장을 주도할 것입니다.

2013 주요 성과

녹색경영 성과	• CDP(Carbon Disclosure Project): '13년 탄소경영글로벌리더스클럽 달성 • 그린 랭킹 전국 종합3위, (통신/소프트웨어/미디어 업종 3년 연속 1위)
탄소배출량 저감	• 중기 목표 달성: '07년 대비 117,487톤CO2, 약 10% 절감
에너지 절감 비용	약 46억원
친환경 서비스 매출액	8318억 7000만원
녹색구매 실적	836개 97억 600만원
정책참여 및 인증	• 그린 ICT 6개 국책사업 참여 • 데이터센터 그린 IDC 인증 최고 등급

중요성 평과 결과



Impact & Trend Issues

- A 에너지 사용
- B 고객안전보건(전자파)
- C 환경 전반적 사항(Green IT)
- D 환경 법규 준수

환경경영

- 환경경영 비전 및 체계
- 온실가스 감축
- 에너지 효율화
- 자원 재활용
- 친환경 제품/서비스
- 정책참여 및 인증
- 전자파 기준 준수

환경경영 비전 및 체계

Context

kt는 그린 IT 기반의 환경경영이 자체적인 에너지 감축을 넘어 새로운 비즈니스 기회를 제공하는 미래 성장 엔진이 될 것으로 기대하고 있습니다. 이와 관련해 kt는 지속적으로 그린 컨버전스 영역에서의 기회 발굴을 위해 『Green kt, Green KOREA』 비전을 정립하고 2009년부터 관련 활동을 추진해 왔습니다.

Progress

환경경영 비전 : "Green kt, Green KOREA"

녹색 선진국 건설을 주도하는 Green Convergence Leader

kt는 외부 이해관계자의 요구 사항을 만족하고 새로운 비즈니스 모델 도출을 위해 3개의 sub-vision을 토대로 환경경영을 추진하고 있습니다. 먼저 kt 업무환경 생태계를 친환경적으로 전환하고(Green of kt: Scope 1+2 emissions), kt의 ICT 기반 그린 서비스를 통해 국가 경제 전반의 친환경화(Green by kt: Scope 3 emissions)를 이루겠습니다. 그린 컨버전스를 통해 kt 비즈니스의 새로운 패러다임 (Green Paradigm by kt: New BMs)을 구축하여 신성장 동력으로 삼겠습니다.

녹색경영 체계 및 시스템

친환경 선진국 건설을 주도하는 kt 환경경영위원회

환경경영의 개념 확대와 지속가능경영과의 연계를 고려해 Control Tower R&R를 지속가능경영 전담 부서인 CSV센터로 이관하였습니다. 또한 CSV센터 주관으로 에너지 절감의 개념을 넘어 간접 배출량(Scope3)까지 포괄적으로 다루는 환경경영위원회를 운영하고 있습니다.

연중 정기적으로 개최되는 환경경영위원회는 환경 및 기후변화 관련 실행전략 이행 회의체로 단기, 중기, 장기 목표를 가지고 World Best 진입을 위해 중장기 이행 방안을 마련하고 있습니다. 또한 kt의 전반적인 그린 IT 과제 진도를 모니터링하고 미래 지향적인 전략을 구성하는 회의체로 자리매김하고 있습니다. kt는 2013년에 이해관계자의 요구를 반영하기 위해 Scope1, 2 배출량 절감 위주의 과거 위원회를 Scope3 배출량(Supply Chain, 임직원 출장/출퇴근, 용수, 폐기물, 서비스 사용단계 배출량 등)까지 포괄적으로 다루는 위원회로 개편하였습니다. 해당 위원회를 통해 경영진은 각 부문의 책임실명제를 도입하고 Top-Down 방식의 도전적 목표를 도입함으로써 Green kt, Green KOREA 비전에 한발 더 다가서는 계기를 마련하였습니다.

Performance

환경분야 Awards

- CDP(Carbon Disclosure Project)
  '13년 탄소경영글로벌리더스클럽 달성
- Green Rankings
  전국 종합3위(통신/소프트웨어/미디어 업종 3년 연속 1위)

CDP(Carbon Disclosure Project)
글로벌 탄소경영 최우수기업 최초 선정

kt는 2013년 DJSI 3년 연속 세계 1위 달성에 이어 기후변화 대응 관련 평가인 영국의 CDP 최우수군인 『탄소경영 글로벌 리더스 클럽』도 동시 편입하는데 성공했습니다.

CDP는 전 세계 주요 기업을 대상으로 기후변화 이슈 대응과 관련한 지배구조, 위험과 기회, 전략, 온실가스 배출회계, 커뮤니케이션 등을 평가해 연도별로 탄소경영 우수기업을 선정하고 있습니다. 2009년부터 CDP에 참여하고 있는 kt는 탄소정보 공개 충실도 점수인 CDLI(Carbon Disclosure Leadership Index)에서 100점 만점을 받았습니다. 또 기업의 기후변화 대응을 위한 긍정적 조치를 평가하는 CPLI(Carbon Performance Leadership Index)에서 기후변화 대응과 목표 달성에 있어 높은 수준을 나타낸 기업을 의미하는 Band A 에 포함돼 전 세계 통신사 중 가장 우수한 성적을 획득했습니다.

CDP한국위원회는 국내 시가총액 상위 250개 기업을 산업별로 구분해 우수 기업을 선정했는데 kt는 4년 연속 국내 통신부문 리더인 '통신산업 리더스 클럽' 편입은 물론 업종과 관계없이 5개 최상위 기업 그룹인 '탄소경영 글로벌 리더스 클럽'에 동시 편입되는 쾌거를 이루었습니다.

3년 연속 그린랭킹(Green Rankings) 수상

중앙일보 그린랭킹* 평가에서 kt는 업종 1위는 물론 전체 3위를 기록하면서 3년 연속 수상하였습니다. 통신 서비스와 그린 IT를 접목해 온실가스 배출량 감축을 성실히 이행해 나간 것이 높은 평가의 원동력이었습니다. 네트워크 운영에 필수적으로 수반되는 전력소비를 최소화하고 유무선 데이터 트래픽 증가에 대응하기 위해 클라우드컴퓨팅센터(CCC)를 도입해 7만 4000여 톤의 이산화탄소를 감축한 실적을 인정받았습니다.

*그린랭킹 : 2009년부터 뉴스위크가 발표해 온 '글로벌 500대 기업 그린랭킹'을 한국 기업에 적용한 것입니다. 뉴스위크 그린랭킹 평가를 담당하는 트루코스트(영국)·서스테널리틱스(네덜란드)의 국내 제휴사인 서스틴베스트와 에프앤가이드가 평가를 담당합니다. 국내 상장사 중 매출액(연결기준)과 시가총액을 고려해 200개 기업을 대상으로 평가하고 있습니다.

온실가스 감축

Context

기후변화는 인류의 미래를 좌우하는 글로벌 이슈로 부상하고 있으며, 환경보전을 위한 기업의 책임은 지속가능경영의 핵심적인 활동이자 새로운 비즈니스 기회 요인입니다. kt는 Scope1~3을 포괄적으로 관리하여 통합적인 환경부담률을 관리하고 있으며, 탄소배출량이 전혀 없는 "Zero Carbon Company"를 달성하기 위해 환경경영을 추진하고 있습니다.

Progress

온실가스 배출량 감축 목표

kt는 2009년 통합 kt 중장기 탄소배출량 저감 로드맵을 수립하고 2020년까지 2007년 대비 탄소배출량 20%를 저감하기 위한 목표를 수립했으며 중간 기점인 2013년을 기준으로 약 10%를 저감하여 중장기 목표를 달성하고 있는 상황입니다. 또한 환경경영위원회를 중심으로 조직별 연간 과제를 발굴하여 저감 목표를 수립하고 목표 달성을 위한 포괄적인 활동을 하고 있습니다. 이러한 노력을 기반으로 kt는 글로벌 그린 ICT 기업으로 탈바꿈해 나가고 있습니다.

Scope1, 2 배출량 현황 및 저감활동 효과

kt는 통신 장비를 운영하기 위한 전력이 소비 에너지의 주를 이루고 있습니다. 하지만 작업차량, 비상발전기의 유류 소비부터 건물 난방용 도시가스나 열에너지까지 다양한 형태의 에너지를 소비하고 있습니다. 따라서 사업장 단위로 정확하게 에너지를 관리하고 낭비 요소들을 줄여 나가기 위해 전사적인 QA/QC(Quality Assurance / Quality Control) 가이드라인을 수립했습니다. 또한 2007년부터 현재까지의 사내 온실가스 배출량을 시스템적으로 관리하고 매년 정부로부터 공인된 제3자 검증 기관을 통해 검증을 받고 있습니다. 정기적인 제3자 검증 및 탄소 감사를 통해 kt는 정확하고 공신력 있는 배출량 데이터를 산출하여 이해관계자들에게 정기적으로 보고하고 있습니다.

(단위 : tCO_2e, 톤CO2)

구분		*2007	*2008	*2009	*2010	**2011	**2012	**2013
Scope I (직접배출)	고정연소	41,063	40,828	40,221	49,073	44,332	39,387	37,053
	이동연소	13,343	12,097	18,210	17,657	19,346	23,864	23,428
	소계	54,406	52,924	58,431	66,730	63,678	63,251	60,481
Scope II (간접배출)	구매전력	1,157,496	1,165,567	1,077,073	1,104,758	1,105,986	1,032,558	1,034,650
	스팀	4,576	3,621	4,391	4,659	3,594	2,661	3,860
	소계	1,162,072	1,169,188	1,081,465	1,109,417	1,109,579	1,035,219	1,038,510
배출량 합계		1,216,478	1,222,112	1,139,896	1,176,147	1,173,257	1,098,470	1,098,991

* 2007~2010년 배출량 검증기관 : BSI(The British Standards Institution, 영국표준협회) ** 2011~2013년 배출량 검증기관 : KQA(Korea Quality Assurance, 한국품질보증원)

Scope3 배출량

kt는 국가 전반의 그린화를 추구하는 "Green KOREA" 비전의 강력한 이행을 위해 경영활동과 간접적으로 관련되는 Scope3 탄소배출량을 산출 및 관리하기 시작하였습니다. kt는 몇몇 글로벌 선진 기업들이 Green kt, Green KOREA 비전과 유사한 활동들을 시작한 점을 감안하여 사회적인 탄소배출저감 활동을 강화할 필요가 있었습니다.

kt는 Scope3 온실가스의 3대 분야를 ① 공급망 단계(SCM; Supply Chain Management), ② 제품 및 서비스 사용단계, ③ 기타 Scope3(용수, 폐기물, 임직원 출장 및 출퇴근)로 정의하고 체계적으로 관리하여 kt 서비스의 사회적 감축 활동을 추진하기 시작했습니다. 또한 3대 Scope3 분야별 배출량을 산출하기 위한 산정방법론과 배출량의 실제 산출값에 대해 제3자 검증을 받아 대외적 신뢰성과 정확도를 제고하였습니다.

① 공급망 배출량 단계 (SCM; Supply Chain Management)

공급망의 친환경화는 사회적 탄소배출량을 감축하는 데 가장 효과적인 방법 중 하나입니다. kt는 통신서비스를 제공하는 데 필요한 제품 및 설비의 생산단계 배출량을 '공급망 단계 배출량'으로 정의하였습니다. 배출량 산정 대상은 협력사로부터 구매한 제품 유형으로 제품 생산에 필요한 에너지 사용량을 매년 수집하고 있습니다. 공급망 단계 배출량의 산출 방법론은 국제적인 가이드라인 준수 차원에서 WRI의 『Corporate Value Chain(Scope3) Accounting and Reporting Standard』를 기반으로 개발되었습니다. 또한 작년 111개 1차 협력사에서 올해 149개 협력사로 데이터의 범위를 획기적으로 확대하였습니다. kt는 앞으로도 협력사를 대상으로 환경경영에 대한 인식을 제고하고 통신 업종의 저탄소 공급망 구축을 통해 친환경 체계를 수립해 나가겠습니다.

제품 유형	'12년 배출량(tCO_2e)	'13년 배출량(tCO_2e)
유선 기기	2,430	472
무선 기기	3,935	1,269
통신서비스 기반 설비	30,925	48,197
합계	37,390	49,938

② 사용 단계 배출량 관리

kt 서비스의 사용 단계에서 소모되는 전력에 의한 배출량을 '사용 단계 배출량'으로 정의하였고, 배출량 산정 대상은 일반 소비자가 사용하는 B2C 서비스에 한정하였습니다. 즉 인터넷이나 olleh tv 등 kt 서비스의 제공을 위해 가정에 설치되는 모뎀, 셋톱박스 등의 에너지 사용량입니다. 총 3개 서비스 유형에 대한 단말 설계값과 서비스 이용자 수에 기반한 산정 방법론을 개발하여 배출량을 산정하였습니다. 유무선 통신 단말 제품은 이 단계에서 가장 많은 온실가스를 배출하는데 제품에 대한 에너지 효율화를 통해 배출량을 줄일 수 있습니다. 실제로 kt는 저전력 olleh tv 셋톱박스를 도입하는 등 가정에서 배출되는 탄소배출량을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다. kt는 향후 제품에 대한 에너지 효율화를 통해 사용 단계 배출량을 지속적으로 관리하겠습니다.

제품 유형	'12년 배출량(tCO_2e)	'13년 배출량(tCO_2e)
홈 단말	44,873	40,783
모바일 단말	89,117	168,621
인터넷 단말	270,143	237,846
합계	404,134	447,249

③ 기타 Scope3 배출량

kt 사내 용수, 폐기물, 임직원 출장 및 출퇴근에 따른 배출량을 의미합니다. 기타 Scope3 배출량 산정 방법은 한국환경산업기술원의 '탄소성적표지 인증 기준'에 기반하여 유형별 배출계수를 개발하였습니다.

구분		'12년 배출량(tCO_2e)	'13년 배출량(tCO_2e)
용수 사용		996	997
폐기물 처리	생활폐기물	294	349
	재활용폐기물	11,703	750
	건축폐기물	186	114
임직원 출장	시내출장	319	380
	시외출장	880	659
	해외출장	2,931	8,551
임직원 출퇴근	버스(시내외)	801	762
	지하철	68	76
	자가용	25,048	22,495
	철도	72	25
	복합	599	210
	합계	43,897	35,368

Statement

전문가 의견서 | KQA 송종철 원장

Scope3 배출량의 자발적 검증은 날로 진화하는 이해관계자의 요구 수준을 해결하기 위한 좋은 수단이자 기업 *CSV 활동의 일부로 인식되는 시기"

*CSV : Creating Shared Value

기후변화가 글로벌 이슈로 부상하면서 산업계에서는 환경경영이 사회적 책임을 완수하기 위한 주요 수단 중 하나로 인식되고 있습니다. 최근까지 생소하게 여겨져 왔던 온실가스 규제, 그리고 환경과 산업의 컨버전스에 따른 새로운 비즈니스 기회가 현실화되면서 환경경영은 더 이상 외면할 수 없는 기업 활동 중 하나로 자리매김했습니다.

kt가 온실가스 관리 범위를 Scope3까지 확대하고 이에 대한 검증을 저희 한국품질보증원에 의뢰했다는 것을 뜻깊게 생각하고 있습니다. kt는 2012년 Scope3 배출량에 대한 단독적 제3자 검증을 국내 최초로 품질보증원으로부터 받았으며 검증 범위는 kt의 사회적 온실가스 감축 효과, 공급사슬(SCM), 서비스 사용 단계, 임직원 출장, 출퇴근, 용수, 폐기물 등 포괄적이었습니다. 이를 시발점으로 kt는 국제 표준인 ISO 14064-3(2006, Greenhouse gases – Part 3)를 토대로 Scope3 검증서를 2년 연속 획득하는 데 성공했습니다.

Scope3 배출량의 관리와 검증은 앞으로 세계적인 트렌드로 확산될 것이며 산업계에서는 kt의 모범적인 사례를 분석하고 밴치마킹할 것입니다. 세계적인 글로벌 환경지수인 CDP(Carbon Disclosure Project) 2013에서 공개 점수 100점, 성과 A밴드라는 kt에 대한 평가가 이를 증명하고 있습니다. 한국품질보증원은 kt가 동반자로서 환경과 ICT를 접목한 새로운 사업 기회를 창출하고 지속적인 실천을 통해 Green kt, Green KOREA 비전을 달성하길 기원합니다.

KQA Q.Assurance

한국품질보증원 원장
송 종 철

kt 서비스의 사회적 감축효과 단계

kt 서비스가 고객 생활의 녹색화를 유도하여 탄소배출량 감축 효과를 수반하는 현상을 사회적 감축 배출량으로 정의하였습니다. 예를 들어 화상회의 서비스의 사용은 고객의 출장을 줄여 주는 효과를 동반하여 탄소배출량의 감축 효과를 지니고 있다고 이해할 수 있습니다. Scope1, 2, 3 배출량 중 kt가 유일하게 수치를 증가시켜야 하는 '긍정적인' 수치입니다.

kt는 그린 ICT를 활용한 서비스를 통해 사회적 온실가스 저감 활동에 보다 적극적으로 기여하고 국가 전반의 녹색화를 유도하고자 합니다. 현재 kt가 제공하고 있는 다양한 서비스 중 국제전기통신연합(ITU, International Telecommunication Union)이 제시한 6대 온실가스 저감 유형으로 구분하여 서비스별 사회적 탄소배출 감축 효과를 아래와 같이 산정하였습니다.

온실가스 저감 유형	'12년 저감 효과(tCO_2e)	'13년 저감 효과(tCO_2e)
무선통신	1,167	16,592
IT 솔루션	85,687	270,862
미디어&콘텐츠	911,838	825,879
New Growth	3,925	3,456
합계	1,002,617	1,116,790

Performance

탄소배출량 저감 중기 목표 달성

2013년 기준 2007년 대비 117,487톤CO2, 약 10% 절감

Scope1, 2 배출량 변화 (단위 : tCO_2e, 톤CO2)

구분	2007	2013	절감량
배출량 합계	1,216,478	1,098,991	117,487

2013년 에너지 집약도: 94.147 GJ/억 원

구분	매출액(억 원)	GJ(Energy)	GJ/억 원
	238,100	22,416,303	94.147

Scope3 탄소배출량 산출 및 관리에 대한 검증 완료

에너지 효율화

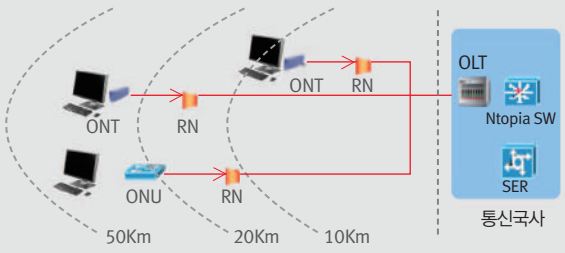
Context

유무선 데이터 트래픽의 지속적 증가에 따라 에너지 효율화를 위한 기반 시설 및 제도적 노력이 요구되고 있습니다. kt는 이에 효과적으로 대응하기 위해 CCC(Cloud Computing Center), 네트워크 국사 광역화(All-IP), 그린 IDC 등의 첨단 감축 기술들을 도입하고 에너지 절감을 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

Progress

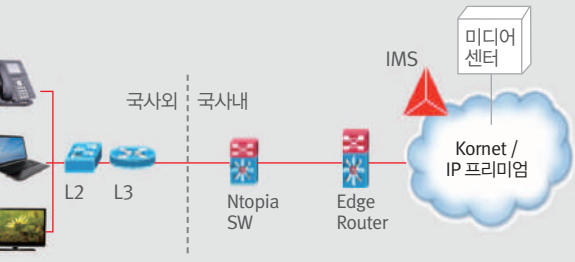
Simple & Green 유무선 네트워크 구축

kt는 네트워크 운용을 위해 필수적으로 수반되는 전력 소비를 최소화하기 위해 All-IP로의 구조전환(Simple Network 구현)을 하고 있으며, LTE 등 신규 인프라의 증가에 대비해 중장기적인 에너지 다이어트 마스터 플랜을 수립하여 이행 조직을 구성하는 등 국사 효율화 사업을 진행 중입니다.



광기반의 FTTH 고도화로 전송거리 증가(4Km → 20Km)

액세스망 효율화[Fiber to the Home]



음성 데이터, 방송 서비스를 단일 IP 네트워크로 통합 전달

네트워크 All-IP 전환

주요 내역으로는 통신설비 자체의 전력사용량 감축을 위해 전력 소비가 많은 기존 시설은 IP 방식으로 전환하고 전국에 산재된 통신 국사를 광역화 구조로 전환하고 있으며, 신규 시설에 대해서는 고효율 장비를 도입하기 위해 사내외 부서와 공조하여 통신장비 에너지 효율 등급제를 마련하고 있습니다.

중소기업과 성과공유제도를 활용해 개발한 통신실 친환경 외기 도입 시스템

아울러 주변시설(냉방,OA,건물)의 전력사용량 감축을 위해 고열 발생 장비에 냉방 최소화를 위한 배출장치 개발·적용 및 외기 도입을 통한 냉방전력 최소화 등 신기술·기법 발굴 및 적용을 하고 있습니다. 특히 외기를 활용하는 냉방기술 기법을 활용하여 2013년 한 해 동안 2117MWh를 감축하여 3억원이 넘는 에너지 비용을 절감하였습니다.

에너지 등급제 시행

kt는 효율적인 통신장비 위주의 도입을 통해 소비전력을 획기적으로 낮추고자 합니다. 통신장비에 대한 에너지 효율 가이드라인을 마련하고 장비별 효율 등급을 표시하는 등 근본적인 에너지 절감을 목표로 삼고 있습니다. 자체적으로 마련한 kt의 에너지 등급제는 인터넷, 전송, 전원, 무선, 초고속, 단말 분야로 세부적으로 수립되어 있으며 에너지 효율에 대한 엄격한 기준이 마련되어 납품되는 장비의 에너지 효율을 높이는 데 기여하고 있습니다. kt의 에너지 등급제는 구매 부서에서 운영 중입니다. 정책에 포함된 효율지수는 글로벌 스탠더드 수준의 권고치를 기반으로 하고 있어 kt의 에너지 효율 제고를 넘어 협력사의 기술 발전을 촉진하고 있습니다.

'그린 LTE'로 통신장비실 냉방 전력 절감

통신장비실의 서버, 교환장치, 집중장치 등 통신장비는 열을 많이 낼 뿐만 아니라 조금만 과열이 되어도 통신장애로 이어질 수 있기 때문에 냉방기가 24시간 가동되고 있습니다. kt가 통신장비실의 냉방 전력을 줄이는 데 힘쓰는 이유이기도 합니다.

kt는 지난해 중소 협력업체와 공동 연구개발에 착수하고 롱텀에볼루션(LTE) 외부중계기(RU)를 제어하는 디지털신호처리부(DU) 장비의 온도를 낮추기

위해 장비를 쌓아 두는 랙(rack)에 외부의 차가운 공기를 유입시키는 환풍구를 일체형으로 설치하는 시스템을 개발했습니다. 외부의 차가운 공기를 끌어들이고, 장비에서 발생한 뜨거운 공기는 별도 배출구를 통해 빠져나가도록 해 최대한 낮은 온도를 유지하도록 했습니다. 이를 통해 냉방에 필요한 소모 전력을 최고 75% 이상 절감할 수 있었습니다.

이 시스템을 핵심 장비를 집중 운용하고 있는 70개 주요 DU 집중국에 적용하면 연간 12GWh에 해당하는 전기를 절감할 수 있습니다. 월평균 400KWh를 사용하는 주택 2500가구가 1년 동안 쓸 수 있는 전력 규모입니다. 금액으로 환산하면 22억 5000만원에 이릅니다.

5대의 대형 냉방기를 가동했던 kt 양재 지사의 경우 시스템 도입 후 하루 전력 사용량을 70% 이상 절감하였습니다. kt는 지난해 하반기 LTE 전국망 구축에 클라우드커뮤니케이션센터(CCC)라는 가상화 기술을 적용, DU 집중화를 통해 전력 소모를 50% 낮춘 바 있습니다.

클라우드 기반 에너지 관리 시스템 가시화 기술 도입

kt는 광화문, 분당, 우면동 등 자사의 주요 건물 40곳에 스마트 그리드 가시화(Visualization) 기술을 도입해 에너지 절감을 추진하고 있습니다. 전력 관리를 위해 건물마다 따로 장치를 설치하고 전력 소비량을 건물별로 관리하던 기존 건물에너지관리시스템(BEMS)과 달리 다양한 에너지 데이터를 클라우드를 통해 확인하고 관리할 수 있는 스마트 그리드 서비스를 추진해 왔습니다.

여기에 사업장별 전력 데이터를 제공하고 각 사업장의 적정 소비량을 실시간으로 볼 수 있는 가시화 기술을 더했습니다. 관리자가 전사적인 에너지 사용 현황을 즉시 파악할 수 있어 보다 정교한 에너지 절감이 가능해졌습니다.

기존의 단순한 건물별 에너지 관리(BEMS) 수준을 벗어나 회사의 부서별로 에너지 관리가 가능하게 하는 등 에너지 책임제의 운영에 도움이 되고 있습니다.

태양광을 활용한 신재생에너지

kt는 2011년 국내 통신업계 최초로 강릉수신소 부지(1만 9720m², 5965평)를 이용해 태양광발전소를 구축하는 등 지난 3년간 신재생에너지 설비 투자를 꾸준히 추진해 왔습니다. 2012년부터는 태양광 발전 시설을 활용하여 상업운전을 개시, 생산된 전력을 RPS(신재생에너지 공급의무화) 제도에 따라 동부발전에 판매하여 연간 약 2억원의 수익을 올리고 온실가스 22톤을 줄이고 있습니다. 수익금의 일부는 꿈품센터 등 지역사회 운영에 기여하고 있습니다.

kt 광주수신소 태양광 발전소 현장

kt 강릉수신소 태양광 발전소 현장

2013년 kt 태양광발전소 분기별 발전량 현황 (단위 : kWh)

2013년 분기	1/4분기	2/4분기	3/4분기	4/4분기
광주 태양광발전소	8,338	10,915	7,914	7,643
강릉 태양광발전소	152,107	161,151	137,343	133,834
합계	160,445	172,066	145,257	141,477

친환경 지열(Geothermal) 에너지

kt는 태양광 발전, 지열에너지 활용 연료전지 등 다양한 분야의 신재생 에너지 설비에 대한 투자를 지속적으로 추진해 왔습니다. 서울 방학사옥 등 3개 사옥에 지열에너지를 활용한 냉난방 및 온수 공급 시스템을 설치하고 운영 중입니다. 서울 방학사옥의 가스 냉·온수기는 설치된 지 20년이 경과돼 열효율이 낮고 장비가 노후화됐기 때문에 별도의 에어컨과 온풍기를 사용할 수밖에 없었습니다. 하지만 통신구에서 발생하는 지하수를 지열 히트펌프를 통해 에너지원으로 활용함으로써 비용절감 효과를 극대화했습니다.

열효율이 4배가량 높은 지열 시스템을 3개월간 시범 가동한 결과 연간 3000만원의 냉난방 비용을 절감했습니다. 방학사옥 지하 깊이가 30미터 이상인 통신구에서는 지하수의 온도가 연중 16~17℃로 온도변화가 거의 없었습니다. 통신구에서 발생하는 지하수를 활용하면 지하를 뚫는 천공작업이 불필요하기 때문에 지열 냉난방 시스템 구축비용의 절반을 차지하는 2억원의 비용절감 효과가 있습니다.

지열에너지를 도입한 kt 방학사옥

kt는 앞으로 강릉수신소 태양광 발전과 방학사옥 지열에너지 시스템을 전사적으로 확대해 탄소배출 저감에 기여할 방침입니다. 또한 확대 적용할 신재생 인프라를 IT 기술과 융합하여 새로운 성장사업으로 추진할 계획입니다.

화상회의

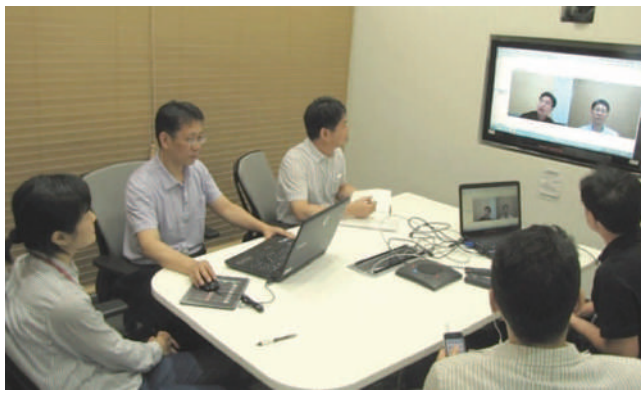
kt는 화상회의(Video Conferencing)를 추진하여 출장경비를 절감하고 의사결정 및 이동 시간을 단축하여 업무 생산성을 제고할 뿐 아니라 탄소 배출을 억제하는 데 긍정적인 효과를 나타내고 있습니다. kt경제경영연구소에서 발표한 보고서(2009년)에 따르면 kt가 국내외 회의의 20%를 화상회의로 대체할 경우 출장비용 절감, 업무 생산성 향상, 탄소 배출 감소로 총 137억원의 비용 절감 효과를 거둘 것으로 예상하였습니다.

kt는 초기 비싼 구축 비용을 줄이고 화상과 음성 간 전달속도 차이 문제 등 기존 시스템의 단점을 극복하고자 PC형 화상회의 시스템을 도입하였고, 전국 주요 지역 79곳에 화상회의실을 구축하였습니다. 사내 UC(Unified Communication)와도 연동하여 모든 임직원이 PC 또는 구축된 화상회의실을 통해 손쉽게 화상회의를 할 수 있게 되었습니다.

이를 통해 kt 임직원들은 회의, 세미나, 교육 등 다양한 용도로 화상회의를 활용하고 있습니다. 2013년에는 연간 34만 8000명이 접속하였으며, 2014년에는 30만 1000명 접속을 목표로 하고 있어 일하는 방식의 중요한 도구로 안착하였습니다.

kt는 이를 통해 직원들의 업무 생산성을 향상시켰고, 58억 4000만원이 넘는 출장경비를 줄였으며 144tCO_2eq에 달하는 탄소배출을 절감하는 효과를 거두었습니다. 향후에도 kt는 화상회의로 대체 가능한 업무방식을 발굴하고 활성화하여 일하는 방식을 혁신하고 비용절감, 기업의 사회적 책임 관점에서도 더 많은 노력을 기울일 계획입니다.

뿐만 아니라 kt는 이러한 화상회의 플랫폼을 활용하여 매출을 증대시키는 노력 또한 이어가고 있습니다. 구체적으로는 화상회의 서비스 사업으로 2013년 11억 4000만원의 매출을 올렸으며, 2014년에는 12억 7000만원의 매출 달성을 목표로 추진해 나갈 계획입니다.



화상회의를 통한 업무 진행

Performance

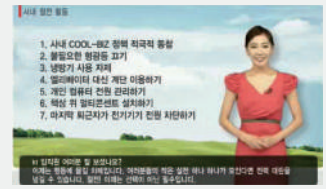
2013년 에너지 절감 비용 : 약 46억 원

kt는 에너지 효율화를 통해 약 46억 원의 에너지 비용 절감에 성공했습니다. 이러한 노력은 kt가 3년 연속으로 DJSI Industry Leader(세계 통신업계 1위)를 달성하는 데 기여했습니다.

전사 에너지 절감 캠페인

전사 임직원의 에너지 절감 의식 확산을 위해 kt는 전사적으로 에너지 절감 캠페인을 동절기와 하절기로 나누어 각각 1회씩 정기적으로 진행하고 있습니다.

하절기 보릿고개 넘기기 캠페인



kt는 기후변화에 따른 전력수급 문제가 국가적 이슈로 부상하면서 임직원의 생활패턴 개선을 목표로 한 하절기 전력 보릿고개 넘기기 캠페인을 시행하였습니다. 보릿고개 넘기기 캠페인은 아래 3단계 프로세스로 추진되었으며 전사적인 에너지 절감을 이끌어내는 데 성공했습니다.

1단계 : 스마트하고 획기적인 아이디어를 전사적으로 수집, 에너지 절감 7계명 수립
2단계 : 수립된 에너지 절감 7계명을 기반으로 이러닝 동영상 제작 및 전사 배포
3단계 : 기관별 실천 사례를 모집하여 에너지 절감에 대한 전사적 공감대 형성

100일 동안 작은 실천으로 따뜻한 겨울나기

예년보다 빠른 겨울철 추위 예보로, kt와 kt estate는 전사적 겨울철 전력난에 대비하기 위한 '100일 동안 작은 실천으로 따뜻한 겨울나기' 캠페인을 추진하였습니다. 하절기와 마찬가지로 겨울에도 에너지 수급에 대한 문제를 해결하고 친환경적인 업무환경을 유지하는 목적으로 임직원과 시설관리자들이 준수해야 하는 동절기 가이드라인을 수립하여 전사적으로 전파하고 우수사례를 발굴하여 무릎담요를 제공하는 등 실천을 독려하였습니다

자원 재활용

Context

자원 재활용은 환경오염을 예방할 뿐 아니라 경제적 측면에서도 불필요한 자원의 낭비를 방지해 줍니다. kt는 경제, 환경적 성과를 위해 용수 및 폐기물 저감활동을 적극 추진하고 있으며, 폐기물의 재활용을 위한 노력을 지속하고 있습니다.

Progress

용수 사용량 관리

kt 건물의 2013년 상·하수도 사용량은 전년 대비 약 22.4% 감소하였습니다. 절감 요인으로는 화장실용 절수장치(자동물내림 비데, 포말식 수전) 설치 확산, 지하통신구 침출수 정수 시스템의 공격적 운영 등이 있습니다. 특히 정수 시스템(남청주, 북광주, 혜화, 구로 빌딩)을 활용하여 2012년에는 8만 1576톤, 2013년에는 2만 3813톤을 재활용하여 환경보전에 나서고 있습니다. 2013년 재활용량은 정수 시스템의 전사적 정기 유지보수 관계로 일시적인 감소 추세를 보였습니다. kt는 앞으로도 체계적인 절감 활동으로 용수 사용량을 절감해 나갈 계획입니다.

남청주사옥 통신구 유출수 재활용 정수 시스템

(단위 : 톤)

연도	용수 사용량	용수 재활용
2011	2,904,958	–
2012	3,000,742	81,576
2013	2,326,977	23,813

유형별 폐기물 배출량 관리

kt는 2012년에 폐기물 관리체계 프로세스화 프로젝트를 추진하여 전사 폐기물 배출량에 대한 관리체계를 재확립하고 데이터의 불확도를 획기적으로 개선하였습니다. 폐기물 유형별로 환경에 미치는 부담률이 다를 것으로 판단하여 일반 폐기물, 재활용 폐기물, 광케이블 폐기물, 그리고 건축 폐기물로 관리 유형을 세분화했습니다. 또한 8개의 소분류로 폐기물을 추가 세분화함으로써 데이터의 정확성을 한 단계 끌어 올렸습니다. kt는 추가적으로 전사 차원의 폐기물 관리 시스템을 구축하여 폐기물의 체계적인 관리는 물론 폐기물의 발생량을 감축하기 위한 여러 가지 활동을 추진하고 있습니다.

이러한 노력으로 kt는 2008년부터 2013년까지 폐기물 발생량을 거의 1/3 수준으로 줄이는 데 성공했으며 폐기물의 재활용량은 지속적으로 상승하고 있는 추세입니다. 2013년에는 폐기물을 10% 이상 감축하기 위한 내부 목표를 3배 정도 초과 달성하면서 친환경 기업으로 전환하기 위한 활동들이 실질적인 성과로 이어지고 있음을 보여 주고 있습니다. kt는 세분화된 관리체계를 기반으로 공격적인 폐기물 저감 활동을 지속적으로 이어나갈 계획입니다.

(단위 : 톤)

연도	배출량
2008	90,678
2009	73,137
2010	53,867
2011	63,213
2012	50,024
2013	36,273

(단위 : 톤)

구분	품목	배출량
일반 폐기물	일반	4,960
	재활용	2,203
재활용 폐기물	케이블류	13,092
	장치류	7,740
	발전기류	3,624
	기타	74
광케이블 폐기물		2,394
건축 폐기물		2,186

kt-IBK 기업은행, 그린릴레이 캠페인 시행

kt는 IBK기업은행과 함께 폐휴대폰을 모아 지역아동센터 아이들의 꿈을 이루어 주는 '그린릴레이' 캠페인을 시행한 바 있습니다. 모아진 폐휴대폰은 환경부의 인가를 받은 재활용 업체를 통해 금속자원으로 재활용하였으며, 수익금은 사회공헌 단체인 '드림투게더' 에 기탁했습니다.

kt '그린릴레이' 캠페인은 폐휴대폰 1대가 단순히 자원 재활용을 위한 기부를 넘어 소외된 이웃들에게 도움을 주는 기부 문화로까지 확대되었다는 데에 의미가 있습니다

Performance

2013년 상 · 하수도 사용량 전년 대비 약 22.4% 감소

2013년 폐기물 배출량 전년 대비 약 27% 감소

친환경 제품/서비스

Context

사회 전반적으로 친환경 제품과 서비스 사용에 대한 요구와 수요가 높아지고, 기업의 경영활동에서 이를 위한 노력이 강조되고 있습니다. 이에 kt는 지속적인 연구개발을 통해 일상생활 및 산업계 전반에서 에너지 최적화를 도모할 수 있는 친환경 제품과 서비스를 제공하며 주도적인 역할을 해나가고 있습니다.

Progress

빌딩에너지 최적화 서비스

BEMS(Building Energy Management System)

BEMS(빌딩에너지 최적화 솔루션)는 에너지 사용 현황을 실시간으로 분석하여 사용량을 예측(Predict)하고 지침(Indicate), 추종(Tracking)하도록 하는 시스템으로 스마트하게 에너지를 관리하여 운영 비용을 절감하는 솔루션을 말합니다. 스마트 그리드와의 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.

kt BEMS 주요기능

실시간 조회
- 에너지 사용량
- 에너지 사용요금
- 에너지 용도별, 공간별

최적제어
- SRMT 균등제어
- SR Index 지수, 추종제어
- Time Shift 제어
- 패턴 제어

에너지 경영
- 에너지 다이아몬드
- 에너지 경영(KPI)
- 에너지 컨설팅
- 에너지 그리드

통계분석
- 에너지 통계분석
- 에너지 용도/ 공간별 분석
- CO_2 배출 피크 전력분석
- FDD, LCC, CBL 분석

운영관리
- 시설관리
- 건물조회, 시설통계
- 시설물, BAS관리

환경설정
- 사용자 관리
- 스케줄 관리
- 코드관리
- 이력관리, 서버관리

홈에너지 최적화 서비스

HEMS(Home Energy Management System)

기존 전력망에 부가 서비스를 제공하여 고객가치를 향상시키는 그린 홈 및 스마트 홈 솔루션(HEMS)은 kt 에너지 서비스 플랫폼을 중심으로 에너지관리, 수요자원관리(DR), 마이크로 그리드, 스마트 그리드 등 관련 솔루션과의 패키징을 통해 다양한 사업 추진에 활용되고 있습니다. 또한 제주도 스마트 그리드 실증단지 프로젝트를 통해 600가구를 대상으로 파일럿 테스트를 마친 서비스이며 스마트폰, IPTV, 인터넷전화, PC(4Screen)를 통해 모니터링 인터페이스를 제공하고 있습니다.

kt HEMS 주요기능

Summary Information

Energy Consulting 서비스

데이터 통계 / 분석

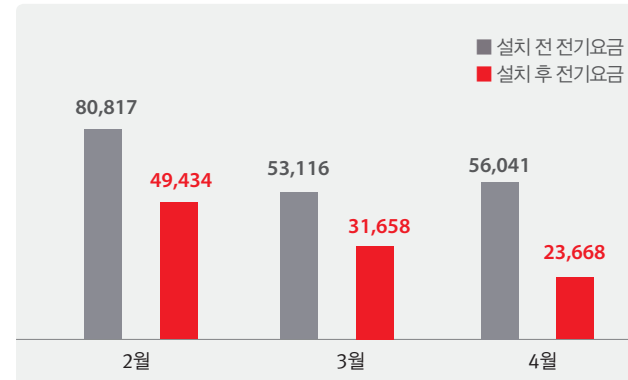
Smart App

신재생에너지 관리서비스, REMS

그린 홈과 에너지 비용 절감을 위한 신재생에너지, 에너지 저장 제어장치로 가정 전력운영에 최적화된 관리 시스템입니다. 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 통합관제 시스템은 에너지 관리 시스템에 대한 통합 모니터링과 서비스를 제공하는 역할을 합니다.

kt - REMS의 도입 효과 (대구 ESS 실증단지 사례)

(단위 : 원)



kt, 민간빌딩 대상 그린 리모델링 사업 본격 진출

kt는 노후 건축물의 에너지 효율을 높이는 '그린 리모델링 사업' 진출을 추진하고 있습니다. '그린 리모델링 사업'은 사업주가 노후 건축물의 에너지 성능 개선 공사를 추진한 뒤 에너지 절감액과 개선액에 기반해 투자비를 회수하는 개념으로, 국토교통부가 추진하고 그린 리모델링 창조센터에서 실행하는 사업입니다. 그동안 kt는 전력난과 에너지 가격 상승이라는 위기에 대응하기 위해 에너지진단·ESCO·BEMS 등 다양한 에너지 절감 IT 컨버전스 솔루션을 대안으로 제시해 왔습니다. 이에 2013년 초 산업통상자원부와 국토교통부 등이 참여한 그린 리모델링 창조센터에서는 kt를 그린 리모델링 사업 IT 업종 예비사업자로 단독 선정한 바 있습니다.

kt는 IT 업종 예비사업자 단독 선정을 계기로 노후화된 공공건물을 넘어 민간 건물까지 에너지 절감 사업을 추진할 계획입니다. 실제로 kt는 2009년부터 진행한 제주 스마트 그리드 실증사업을 시작으로 GS칼텍스 대전연구소(2010년), 부띠크 모나코 빌딩(2012년), 이마트 구로점(2012점), BC카드 퓨처센터(2012년), 영남대학교(2013년), 한국디자인진흥원(2013년) 등에 건물에너지관리시스템(olleh BEMS : 빌딩에너지관리시스템)을 적용해 평균 19.8%의 에너지를 절감한 바 있습니다.

또 지난해부터 해외 건물 에너지 관리 사업에도 진출해 미국 SLS 라스베이거스 호텔 ICT 컨설팅 사업을 수주, 연간 10% 이상 에너지를 절감할 수 있는 녹색 건물 프로젝트를 진행하고 있습니다.

친환경 서비스 확산

kt는 친환경 서비스 확산을 위한 협력을 확대하고 2013년 스마트 캠퍼스 사업, 전기차 카셰어링 솔루션 도입 및 에코드라이빙 확산을 적극적으로 추진하였습니다.

그린클래스 구축

kt는 숙명여대와 태블릿PC, 스마트폰을 기반으로 하는 양방향 강의 시스템 '그린클래스'를 구축하는 스마트 캠퍼스 사업을 추진했습니다. '그린클래스'는 태블릿PC를 이용해 실시간 강의 및 필기 공유, 질문이 가능한 강의 시스템으로 kt가 독자적으로 개발한 솔루션입니다. 이는 편리한 학습환경을 제공하며 '저용량 콘텐츠 제작방식'을 통해 강의자료를 기존의 1/400 수준으로 작게 압축해 저장할 수 있어 데이터가 절감될 뿐 아니라 프린트물 없이 수업이 진행되므로 종이자원도 절약할 수 있습니다.

전기차 카셰어링 솔루션

kt는 스마트 그리드 관련 기술의 실증 및 비즈니스 모델 개발을 위해 산업통상자원부 주관의 제주실증단지 사업에 참여하고 있습니다. 그 일환으로 스마트 트랜스포테이션 분야에서 전기자동차의 카셰어링(Car-Sharing) 사업을 위한 시스템을 개발하고 실증에 나섰으며, 고객이 원할 때 언제나 친환경 전기자동차를 대여하고 편리하게 사용할 수 있는 kt-전기차 카셰어링 솔루션(kt-EV carSharing)을 현지에 도입하였습니다. 이로써 유류비도 줄이고 탄소 배출도 줄여 친환경적인 차량 이용을 구현하였습니다. 고가의 전기자동차를 일반 소비자가 부담 없이 이용할 수 있어 사회 전반의 환경보호에 획기적으로 기여할 것으로 기대하고 있습니다.

kt-EV 카셰어링 서비스 구성요소

kt렌탈, BCcard와 에코드라이빙 확산

kt는 계열사 차원에서도 친환경 서비스를 확산하고 있습니다. 전국 160여 개 영업망과 8만 5000여 대의 차량을 보유한 kt렌탈은 에코드라이빙 확산을 위하여 환경부, 국립환경산업기술원과 그린카드 제휴 협약을 체결하고 친환경 자동차 이용 활성화에 나섰습니다.

Performance

친환경 서비스(Green Service)

kt는 사회적인 탄소배출량 저감 효과가 있는 사업들을 친환경 서비스로 분류하고 이에 대한 사익 증대를 위해 노력하고 있습니다. 친환경 서비스의 수익과 사회적 탄소배출 저감량을 극대화하기 위해 Green Service KPI를 수립하는 등 서비스 확대와 개발 활동을 지속적으로 추진해 나가고 있습니다. 특히 kt는 사회적 탄소배출 저감 효과를 지닌 서비스를 지속적으로 발굴하여 2030년까지 매출액의 10%를 그린 IT 서비스에서 창출할 수 있도록 노력하고 있습니다. 이러한 사업 방향은 에너지 솔루션을 인큐베이팅하기 위한 전담조직(미래융합전략실 Energy TF)의 신설 등 탄소배출 저감을 위한 다양한 활동으로 이어지고 있습니다.

친환경 서비스 추진 성과 (단위 : 백만 원)

친환경 서비스군	Performance
IT 솔루션	225,024
미디어 & 콘텐츠	570,919
New Growth (Incubation 사업)	35,928

정책참여 및 인증

Context

다양하게 변화하는 환경기준과 요구에 전략적으로 대응하며 관련 정책에 적극적으로 참여하는 것은 기업의 경영활동뿐 아니라 국가 차원에서도 중요한 사항입니다. kt는 기업 차원의 에너지 절감 노력과 IT 기술 개발 이외에도 정부 그린 ICT 정책 참여, 국제 표준에 대한 대응 등 대표 그린 IT 선도 기업으로서 주도적인 역할을 하고 있습니다.

Progress

환경규제[녹색성장기본법] 준수

kt는 온실가스 에너지 목표관리제 시행에 따른 법적 목표를 4년 연속 준수하고 있습니다. 온실가스 배출량 저감을 위해 환경경영위원회를 정기적으로 개최하고 자체 에너지경영 시스템을 구축하여 탄소배출량을 실시간 관리하고 있습니다. 특히 환경법규 준수를 주요 성과지표로 관리하는 등 매년 법적 준수를 통한 과태료 미부과를 목표로 하고 이행해 나가고 있습니다. kt는 목표관리제와 관련된 정책 개발에 기여하기 위해 국토교통부에서 주관했던 건축물 분야 목표관리제 시범사업에 혜화지사와 분당ICC를 참여시킨 바 있으며, Green Korea 비전의 일환으로 국가 탄소배출량 로드맵 달성에 기여하기 위해 앞으로도 최선을 다할 것입니다.

정부 그린ICT 국책사업 참여 현황

주관부처	국책과제명
산업통상자원부	K-MEG 에너지 통합운영 관리 시스템 개발 및 구축
산업통상자원부	U-City 고도화를 위한 핵심 기반기술 개발
산업통상자원부	도시 공간정보 기반의 UFMS 및 통합 플랫폼 개발 이관
국토교통부	탄소저감 도시전략, 녹색지수 및 비즈니스 모델 개발
산업통상자원부	Eco-Mobility(친환경 교통이용 확산과 에너지 효율적 차량 운행을 통한 청정도로교통 환경 구축을 위한 로드맵)
산업통상자원부	Smart Place 분야 상호운용성 성능기준시험장 구축

지능형 수요자원시장 사업 참여에 따른 국가 전력수급 위기 경감

kt는 ICT 역량과 스마트 그리드 기술개발 경험, 자체 보유 건물의 전력 부하자원을 활용하여 한국전력거래소의 지능형 수요자원시장에 참여 중입니다. 한국전력거래소의 요청으로 특정 부하자원을 감축하여 정전사태 발생에 따른 경제적 리스크를 최소화하고 있으며 발전소 건설로 인한 투자부담과 에너지 절감에 따른 환경 보호에 기여하고 있습니다.

국가 전력예비량이 4500MW 이하로 하락할 경우 대표적 에너지 다소비업종인 유통업계 1위 사업자와 연계하여 전국 220여개 건물에서 총 34MW의 부하감축을 실행하고 있으며, 신속한 이행 및 신뢰성 확보, 현장 인력의 업무부담 경감을 위해 kt가 보유한 ICT 역량을 활용하여 실시간·양방향 통신 및 감축현황 모니터링, 자동 제어 및 감축 실행을 위한 시스템을 개발하여 적용하고 있습니다. kt는 2013년 총 71만 2631 kWh의 전력을 자가 발전기로 생산함으로써 전국적인 블랙아웃 방지에 크게 기여했습니다.

자가발전량(2013년) (단위 : kWh)

기간	1월	4월	5월	6월	7월	8월
감축실적(KW)	26,762	47,285	70,402	50,232	90,631	427,319

친환경 구매(녹색구매)

kt는 녹색구매 가이드라인 제정을 통해 '녹색구매 자발적 협약' 이행에 필요한 책임과 권한, 녹색제품 의무구매 범위·절차 등을 규정하였으며, 일반물품과 동일 가격 및 품질인 경우에는 녹색제품을 우선 구매하도록 하고 있습니다.

친환경 구매를 위해 일반 소모성 물품을 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 가이드라인을 제시하고 있습니다. 자발적 구매 활성화를 위해 소모성 자재를 대상으로 친환경상품 식별 표시를 하였으며 한국환경산업기술원의 녹색 상품정보를 제공받아 월 2회 업데이트 및 월별실적 분석을 통한 관리를 하고 있습니다. 아울러 녹색구매 홈페이지를 구축하여 kt의 녹색구매 현황, 추진방향, 녹색제품 구매 절차, 녹색제품 확인 및 검색방법 등을 소개하는 등 임직원의 친환경 물품 구매를 지원하고 있습니다.

녹색구매 실적

녹색구매 실적 (개/ 백만 원)		2011		2012		2013	
		품목수	금액	품목수	금액	품목수	금액
친환경 상품	환경마크 인증제품	439	5,094.9	689	4,787.9	835	9,270
	GR마크 인증제품	1	2.2	7	468.4	1	494
기타 친환경 상품	에너지 절약 마크제품	1	0.1	3	4.1	-	-
	유해물질 저감제품			2	180.3	-	-
	폐기물 저감제품	1	0.9	2	4.4	-	-
	해외 환경마크 인증제품					-	-
	기타	30	14.4	120	33.2		
합 계		472	5,112.5	823	5,478	836	9,764

환경 관련 국제표준에 대한 대응(ISO 14001)

kt는 2007년 국내 통신업계 최초로 건설과 부동산 사업 분야에서 환경경영 국제표준인 ISO 14001 인증을 획득하고, 환경경영 시스템을 실천하여 성과에 대한 투명성과 신뢰를 확보하였습니다. 사업 전 분야에 ISO 14001 인증을 목표로 지속적인 환경 개선을 추진하고 있으며, 환경교육과 내부 감사, 전사 환경 캠페인 등 적극적인 환경경영을 추진하고 있습니다.

전자파 기준 준수

녹색기술 및 사업 인증 현황

kt는 그린 IT의 개발과 범국민적 확산을 위해 친환경 통신 분야의 연구개발을 지속적으로 수행해 왔습니다. 그 결과 kt는 통신업계 최초로 정부에서 수여하는 녹색기술 및 사업 인증을 총 9건 획득했습니다. 특히 2013년에는 외기 도입 일체형 에너지 절약 냉방 시스템을 개발하여 녹색기술인증서를 추가 획득하는 등 글로벌 수준의 그린 ICT 기술력을 다시 한번 인정받았습니다.

인증 유형	획득 연도	인증서 제목
녹색기술 인증서	2010.10.14.	RF/CT 기반 실시간 설비별 에너지 사용량 원격측정 기술
		스마트 그리드 기반 빌딩에너지 관리 솔루션(SG-BEMS)
	2010.10.14.	Zigbee/PLC를 이용한 전력절감 홈 네트워크 기술
	2013.10.10.	외기 도입 일체형 에너지 절약 냉방 시스템
녹색사업 인증서	2010.10.28.	국사 광역화를 통한 그린 통신 인프라 구축 사업
		3G, IPTV, Wibro 기술을 활용한 화상회의 보급 사업
		방송통신 네트워크 기반 친환경 주소변경 서비스 사업
	2012.10.11.	ICT 인프라를 활용한 스마트워킹 사업
	2012.11.22.	에너지절감·친환경 그린 PC(보급형) 시스템 구축 사업

kt 데이터센터, 그린 IDC 인증 최고 등급 획득

한국IT서비스산업협회에서 주관하여 국내 최초로 진행된 그린데이터센터 인증에서 kt는 최고 수준의 등급을 획득했습니다. 그린데이터 인증 제도는 범국가적 이슈인 에너지 절감의 일환으로 전력소요가 큰 데이터센터 전력운영 환경의 효율화를 유도하기 위한 인증 제도입니다. 국내 데이터센터 1위 사업자인 kt는 목동센터가 A+, 분당센터가 A++(전국 1위)를 획득하여 전력 효율성 면에서도 국내 최고 수준으로 확인되었습니다. kt의 IDC 인프라는 3년간 전력사용량의 17.3%를 개선시켰으며 고온 환경에서 운용 가능한 HTA 테스트센터를 구축하여 데이터센터의 경쟁력을 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 도약할 것입니다.

Performance

국가정책 참여

- 그린 ICT 6개 국책사업 참여
- 자가 발전기 생산 전력: 총 712,631 kWh
- 녹색 구매 실적: 836개, 97억 6400만 원

인증 성과

- 2013년 녹색기술인증서 추가 획득 : 외기 도입 일체형 에너지 절약 냉방 시스템
- kt 데이터센터, 그린 IDC 인증 최고 등급

Context

부정적인 인체 및 환경영향을 저감하고 정부 기준을 준수하기 위해 통신기기 사용, 무선 안테나 설치 등을 통해 발생하는 전자파에 대한 측정 및 관리가 적절히 이뤄져야 합니다. kt는 통신사업자로서 휴대폰의 전자파 흡수율을 측정하여 정보를 제공하고, 주위 환경을 고려하여 환경부담률이 적게 기지국을 설치하고 있습니다.

Progress

전자파 강도 측정을 통한 기준 준수

kt는 전자파 세기가 인체보호 기준을 준수할 수 있도록 전자파 강도를 측정하고 있습니다. kt는 정부 기준의 전자파 흡수율(SAR: Specific Absorption Rate) 노출 한계치인 1.6W/Kg 이하 휴대폰에 대해서만 등록 후 판매하고 있으며, 고객 민원이 발생하지 않도록 친환경적인 방법으로 무선기지국을 설치하고 있습니다. 전자파의 인체 영향을 사전에 차단하기 위해 신호 세기가 강한 기지국에 대해서는 의무적으로 전자파 강도를 측정하고 최소한의 출력으로 유지하도록 하고 있습니다.

전자파 정보 제공 및 이해관계자 의견 수렴

kt는 이해관계자에게 전자파 방출 문제에 대한 배경지식 및 실제지식을 제공하고 있습니다. 웹사이트를 통해 전자파에 대한 정보, 배출 감소를 위한 실용적 방법 및 모든 단말기의 전자파 흡수율(SAR) 등급을 제공하며, 기업 보고서를 통해서도 관련 활동에 대해 알 수 있도록 하였습니다. kt는 신규 송신 안테나 설치 국소 중 주거지역, 상업지역 등 전자파가 인체에 영향을 미칠 수 있다고 판단되는 지역은 별도의 비용으로 전자파 강도를 측정하여 정부에 보고하고 있습니다. 신규 송신 안테나를 설치하는 아파트 단지의 경우 반드시 100% 사전 입주자대표회의 승인을 얻고 있으며, 고객의 전자파 추가 측정 요구가 있을 경우 별도의 정밀측정을 통해 정보를 제공하고 있습니다.

전자파 연구

kt는 전문가로 구성된 전자파 자문위원회를 운영 중이며, 한국전자파학회에서 주관하고 산·학 공동으로 진행하고 있는 전자파 연구에 대해 적극적인 지원활동(연구위원 활동)을 하고 있습니다. 정부에서 주관하는 전자파 연구의 자문위원으로도 활동하고 있습니다. kt는 효율적이고 실질적인 전자파 연구결과를 얻기 위해 한국전파진흥협회에 전자파의 인체 영향에 대한 연구를 의뢰(연구기금 출연)하는 등 전자파가 주변 생태계 및 국민건강에 미치는 영향과 관련해 지속적인 투자를 하고 있습니다.

Performance

2013년 kt 전자파 강도 측정 현황

(단위 : 국)

구분	자발적 측정	고객요구	계
국소수	14,550	14,666	29,216

Appendix

지속가능성 주요 지표

제3자 검증의견서

GRI Content Index

협회 가입현황

주요 수상현황

지속가능성 주요 지표

경제성과

	단위	2011	2012	2013
매출액 현황(연결, K-IFRS 기준)				
서비스의 제공	백만 원	16,832,349	19,266,545	19,663,014
재화의 판매(*)	백만 원	4,439,684	4,589,830	4,147,585
연결재무상태표				
유동자산	백만 원	9,790,659	10,517,419	9,968,449
비유동자산	백만 원	22,294,750	24,040,489	24,878,084
자산총계	백만 원	32,085,409	34,557,908	34,846,533
유동부채	백만 원	8,745,125	11,266,766	11,187,738
비유동부채	백만 원	10,802,475	10,073,167	10,793,885
부채총계	백만 원	19,547,600	21,339,933	21,981,623
자본금	백만 원	1,564,499	1,564,499	1,564,499
주식발행초과금	백만 원	1,440,258	1,440,258	1,440,258
이익잉여금	백만 원	10,219,633	10,646,383	10,046,883
기타포괄손익누계액	백만 원	-22,865	1,325	24,538
기타자본구성요소	백만 원	-1,497,289	-1,343,286	-1,320,943
비지배지분	백만 원	833,573	908,796	1,109,675
자본총계	백만 원	12,537,809	13,217,975	12,864,910
부채와 자본총계	백만 원	32,085,409	34,557,908	34,846,533
연결손익계산서				
영업수익	백만 원	21,272,033	23,856,375	23,810,599
영업비용	백만 원	19,523,624	22,647,142	22,971,256
영업이익	백만 원	1,748,409	1,209,233	839,343
관계기업 및 조인트벤처 순손익 지분	백만 원	-3,038	18,079	6,601
법인세비용차감전순이익	백만 원	1,603,371	1,414,842	-5,258
법인세비용	백만 원	315,946	277,869	54,993
계속영업당기순이익	백만 원	1,287,425	1,136,973	-60,251
중단영업이익(손실)	백만 원	164,594	-31,534	-
당기순이익	백만 원	1,452,019	1,105,439	-60,251

주주 환원/구성/배당 사항

주주 환원(별도 기준)

	단위	2011	2012	2013
주당액면가액	원	5,000	5,000	5,000
당기순이익	백만 원	1,289,055	708,819	-392,311
배당금총액	백만 원	486,602	487,445	195,112
배당성향(배당금액/당기순이익)	%	37.7	68.8	-
배당수익률(주당배당금/주가)	%	5.3	5.2	2.5

주주 구성(2013)

	단위	주식수	지분율
자사주	주/%	17,221,575	6.60%
외국인	주/%	103,670,742	39.70%
국민연금	주/%	23,298,800	8.92%
우리사주	주/%	2,748,359	1.05%
국내기관(연금제외)	주/%	38,616,860	14.79%
기타법인	주/%	5,004,756	1.92%
개인	주/%	70,464,131	26.99%
총발행주식수	주/%	261,111,808	100.00%

* 경제성과는 기업회계기준서 제1110호 채택으로 인한 연결범위 변동으로 2012년도 일부 데이터의 경우 전년 보고서에 기재된 데이터와 다를 수 있음

사회성과					
		단위	2011	2012	2013
사회공헌활동 지출 내역					
자선기부 및 기증	장학사업	억 원	11.1	11.7	11.7
	기부 및 후원	억 원	200.3	123	307.2
지역사회투자	지역사회 IT 나눔	억 원	126.6	121.7	124.7
	사랑나눔기금	억 원	17.2	17.2	15.6
	아동 및 소외계층 지원	억 원	21.4	24.3	24.3
	문화예술 및 스포츠	억 원	51.7	52	79.8
사랑공헌 후원 및 협찬		억 원	82.7	74	72
봉사활동 참여 현황					
자원봉사 시간		시간	140,777	145,779	98,351
참여인원		명	35,637	36,600	20,812
임직원 구성					
성별 구성	남성 직원	명	26,401	26,579	26,599
	여성 직원	명	4,660	4,757	4,993
분야별 채용인력 현황	신입	명	309	533	286
	경력	명	231	291	204
	고객서비스직	명	291	317	490
	인턴	명	227	182	123
여성 채용	여성 수 및 비율	명(%)	4,660(15.0%)	4,757(15.2%)	4,993(15.8%)
	팀장 이상 여성 수 및 비율	명(%)	3.34%	4.74%	188(5.59%)
장애인 채용	임직원수	명(%)	803(2.52%)	824(2.54%)	809(2.51%)
이직률					
	남성	%	0.62	0.24	0.28
	여성	%	0.12	0.06	0.33
	합계	%	0.73	0.3	0.32
임직원 구성					
고용 형태	정규직	명	31,061	31,336	31,592
	계약직	명	744	680	632
	기타	명	176	170	227
육아휴직 사용 현황					
육아휴직 사용 직원	남성	명	23	26	28
	여성	명	125	130	164
육아휴직 후 복직 비율	남성	%	96	92	93
	여성	%	93	97	99
복직 후 12개월 이상 근무율	남성	%	87	81	86
	여성	%	89	97	99
임직원 교육훈련 현황					
교육구분	집합교육	개/명	623/45,489	804/59,023	857/51,978
	이러닝	개/명	165/86,010	121/100,159	187/60,363
1인당 교육훈련비		천 원	690	713	710
총교육시간		시간	94	91	66
고객만족도 평가(NCSI)					
고객만족도 조사 결과	이동전화	점	73	71	72
	집전화	점	74	74	74
	IPTV	점	69	72	71
	초고속 인터넷	점	71	73	72

환경성과

			단위	2011	2012	2013
용수 사용량 및 재활용량						
용수(지하수) 사용량			ton	2,904,958	3,000,742	2,326,977
용수 재활용량(중수)			ton	-	81,576	23,813
용수 재활용 비율			%	-	2.72	1.02
폐기물 배출량						
일반 폐기물		일반	ton	-	821	4,960
		재활용	ton	-	367	2,203
재활용 폐기물		케이블류	ton	-	32,900	13,092
		장치류	ton	-	4,678	7,740
		발전기류	ton	-	2,495	3,624
		기타	ton	-	1,553	74
광케이블 폐기물			ton	-	-	2,394
건축 폐기물			ton	-	7,210	2,186
폐기물 총 배출량			ton	63,213	50,024	36,273
온실가스 배출량						
직간접 온실가스 배출량						
Scope1 직접 온실가스		고정연소	tCO_2e	44,332	39,387	37,053
		이동연소	tCO_2e	19,346	23,864	23,428
Scope2 간접 온실가스		구매전력	tCO_2e	1,105,986	1,032,558	1,034,650
		스팀	tCO_2e	3,594	2,628	3,860
직간접 온실가스 총배출량			tCO_2e	1,173,257	1,098,470	1,098,991
Scope3 배출량						
공급망 단계		유선 기기	tCO_2e	-	2,430	472
		무선 기기	tCO_2e	-	3,935	1,269
		통신서비스 기반 설비	tCO_2e	-	30,925	48,197
사용 단계		홈 단말	tCO_2e	-	44,873	40,783
		모바일 단말	tCO_2e	-	89,117	168,621
		인터넷 단말	tCO_2e	-	270,143	237,846
기타 Scope3	용수 사용		tCO_2e	-	996	997
	폐기물 처리	생활폐기물	tCO_2e	-	294	349
		재활용폐기물	tCO_2e	-	11,703	750
		건축폐기물	tCO_2e	-	186	114
	임직원 출장	시내출장	tCO_2e	-	319	380
		시외출장	tCO_2e	-	880	659
		해외출장	tCO_2e	-	2,931	8,551
	임직원 출퇴근	버스(시내외)	tCO_2e	-	801	762
		지하철	tCO_2e	-	68	76
		자가용	tCO_2e	-	25,048	22,495
		철도	tCO_2e	-	72	25
		복합	tCO_2e	-	599	210
Scope3 간접 온실가스 총 배출량			tCO_2e	-	43,897	35,368
사회적 감축 배출량(저감효과)						
무선통신			tCO_2e	-	1,167	16,592
IT솔루션			tCO_2e	-	85,687	270,862
미디어&콘텐츠			tCO_2e	-	911,838	825,879
New Growth			tCO_2e	-	3,925	3,456
사회적 감축 총 배출량			tCO_2e	-	1,002,617	1,116,790
녹색구매 현황						
친환경 상품		환경마크 인증제품	개/백만 원	439/5,094.9	689/4,787.9	835/9,270
		GR마크 인증제품	개/백만 원	1/2.2	7/468.4	1/494
기타 친환경 제품		에너지절약마크제품	개/백만 원	1/0.1	3/4.1	-/-
		유해물질 저감제품	개/백만 원		2/180.3	-/-
		폐기물 저감제품	개/백만 원	1/0.9	2/4.4	-/-
		해외 환경마크 인증 제품	개/백만 원			-/-
		기타	개/백만 원	30/14.4	120/33.2	
총 구매 개수 및 금액			개/백만 원	472/5,112.5	823/5,478	836/9,764

제3자 검증의견서

kt 이해관계자 귀중

한국생산성본부(이하'검증인')는 kt로부터 '2014 kt 통합보고서(이하 '보고서')'에 대한 제3자 검증을 요청받아 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 Type 1 검증유형과 검증의 중간수준(Moderate Level)에 맞추어 수행하였으며, 용수 사용량, 폐기물 관리, 산업재해율과 같은 정보 수집 과정의 신뢰성 확인이 필요한 특정 지표에 대해서는 Type 2 검증유형을 함께 적용하였습니다. AA1000APS(2008) 검증 원칙에 따라 포괄성, 중요성, 대응성의 원칙에 대한 적합성 여부를 확인하였습니다. 또한 보고 내용이 GRI G4 Guideline 기준을 준수하였는지 확인하였습니다.

제한 사항

본 검증은 상기의 검증기준에 따라 2013년도 성과에 대하여 검증을 실시하였으며, 보고서에 기재된 성과에 대한 신뢰성을 다음과 같이 확인하였습니다. 재무 데이터는 회계감사 기관의 감사를 받은 재무제표 및 공시자료를 통해 확인하였으며, 온실가스 데이터, 홈페이지 연동 등 일부 데이터는 기존의 검증 결과를 참고하였습니다. 또한 현장검증은 서울 본사에 대해 제한적으로 실시하였으며, 향후 추가적인 검증 절차가 수행될 경우 그 결과가 달라질 수 있음을 밝힙니다.

검증 방법

본 검증은 다음과 같은 방법을 통해 보고서에 대한 검증을 진행하였습니다.

1. GRI G4 Guidelines의 Comprehensive Option에 대한 요구 사항을 충족하였는지를 확인하였습니다.
2. GRI G4 Guidelines을 기준으로 보고 내용 및 품질에 대한 원칙의 준수 여부를 확인하였습니다.
3. 미디어 리서치 및 벤치마킹 분석을 통해 본 보고서에서 다루어진 주요 이슈의 선정 및 기술 내용의 적절성을 점검하였습니다.
4. 보고서 내에 기술된 내용의 적합성과 표현상의 오류를 다른 출처와의 비교 분석 등을 통해 점검하였습니다.
5. 서울 본사에 대한 현장검증을 통해 주요 데이터 및 정보에 대한 근거를 확인하고 내부 프로세스 및 시스템을 확인하였습니다.

검증 결과

검증인은 본 보고서가 kt의 지속가능경영 활동 및 성과를 성실하고 공정하게 반영하고 있음을 확인하였습니다. 또한 본 검증을 통해 kt의 보고서가 GRI G4 가이드라인의 '포괄적 부합 방법'(Comprehensive)에 대한 요구사항을 충족하고 있음을 확인하였습니다.

일반표준공개(General Standard Disclosures)의 경우 'Comprehensive'에 대한 요구 사항을 준수하여 작성하고 있음을 확인하였으며, 특정표준공개(Specific Standard Disclosures)의 경우 아래와 같이 보고항목 결정 프로세스를 통해 도출된 중대성 이슈(Material Issues)에 대한 DMA(Disclosure on Management Approach) & 지표(Indicators)를 검토하였습니다.

Sub Category	Material Issues		DMA & Indicators
Overview of kt's Sustainability	• 기업에 대한 투명성 요구 증대 • 정부규제/정책 대응 필요성 증대	• 반부패 • 지배구조(의사결정구조)	EC4, SO4, SO5, PR7, PR8
Company Value Creation	• 시장 경쟁 심화 • 기술발전 가속화 • 간접 경제효과	• 기술융합에 의한 대체재 위협 증대 • 경제성과	DMA-Context & Progress EC1, EC2, EC3, EC4, EC7, EC8
Creating Social Value	• 공급망 사회적 책임 확대 • 동반성장 요구 강화	• 시장지위 • 지역사회(사회공헌)	DMA-Context & Progress EC5, EC6, EC7, SO1
Customer Engagement	• 고객정보 보안 요구 증대 • 고객 개인정보 보호 • 제품 및 서비스 민감도 증대 • 제품·서비스의 안전성 요구 증대 • 제품 및 서비스 개선 의지	• 초연결 사회(네트워크 고도화) • 건강·친환경·친사회를 중시하는 소비자 증대 • 마케팅 커뮤니케이션	DMA-Context & Progress PR1, PR3, PR5, PR8,
Human Resource	• 인재확보의 중요성 강화 • 임직원 복지 및 권리 요구 증대 • 고용	• 인권차별 금지 • 산업안전보건	DMA-Context & Progress LA1, LA2, LA3, LA5, LA6, LA7, LA8
Environmental Impact	• 에너지 • 고객안전보건(전자파)	• 환경부문 법규 준수	DMA-Context & Progress EN4, EN5, EN6, EN7,

1. 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 개선하기 위해 다양한 노력을 2013년에 진행했음을 확인할 수 있었습니다. kt는 고객, 주주, 협력사, 임직원, 지역사회, 환경 등 6개 그룹으로 주요 이해관계자를 정의하고 있으며, 각 그룹의 참여유형, 참여빈도를 명확히 구분, 적극적인 소통을 통해 이해관계자들의 의견을 수렴하고 있음을 확인하였습니다. 특히 200여 명의 고객단을 통한 정기적인 의견 수렴활동, SCM협의체 등 이해관계자를 고려한 맞춤형 소통 방식은 우수한 활동으로 판단됩니다.

2. 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. kt는 지속가능성 배경, 중요성, 완전성의 원칙에 입각하여 지속가능경영 관련 주요 이슈를 식별하고, 중대성 평가를 실시하였습니다. 2013년 평가 결과 30개의 핵심 이슈를 도출하였습니다. 도출된 핵심 이슈에 대한 활동과 주요 성과는 보고서 각 페이지에 균형적으로 반영되어 있음을 확인하였습니다.

3. 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 기대 사항을 파악하고, 그에 대응하기 위한 활동을 실시했으며, 그 내용들이 보고서에 적절하게 기술되었음을 확인했습니다. kt는 도출된 핵심 이슈에 대하여 6개의 영역으로 구분, 활동과 성과를 공개하였습니다. 특히 온실가스의 경우 다년간의 활동과 성과관리 현황을 공개하여 개선의 트렌드를 확인할 수 있으며, Scope3 또한 관리범위를 지속적으로 확대하고 있는 점은 좋은 사례로 판단됩니다.

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. **지속가능경영 통합 성과관리 체계 구축 :** kt는 보고서를 통해 지속가능경영 관련 다양한 활동과 성과정보를 공개하고 있습니다. 하지만 향후 정보의 양이 증가한다면 정보의 신뢰성 및 관리 이슈가 발생할 수 있으므로, 데이터에 대한 통합적인 관리체계로의 접근을 제안드립니다.
2. **산업 생태계에 대한 포괄성 확대 :** kt는 현재 협력회사의 사회적 책임에 대한 다양한 교육 및 지원활동을 실시하고 있습니다. 물자/공사 등 협력회사의 특성을 고려한 지원활동을 권고드리며, 특히 대리점에 대한 사회적 책임 활동과 모니터링에 대한 검토를 제안드립니다.
3. **지속가능경영 브랜딩에 대한 장기적 검토 :** kt는 브랜드 정체성을 정립하여 계열사로 확산하고 있습니다. 향후에는 지속가능경영 활동이 기업의 가치를 더욱 증대시키며, 임직원과 외부 이해관계자들 간의 일관된 커뮤니케이션 수단이 될 수 있는 브랜드로의 발전을 제안드립니다.

kpc 한국생산성본부

AA1000
Licensed Assurance Provider
000-81

2014년 05월
한국생산성본부 회장 진흥

김동수 센터장	이기환 팀장	박태호 팀장	이승상 위원
D.S.Kim			

한국생산성본부 지속가능경영센터는 이해관계자 참여 및 검증 글로벌 국제 표준 AA1000 제정 기관인 Account Ability사로부터 공식 인증을 받은 검증기관으로서 단독 검증을 수행할 수 있는 자격을 지니고 있습니다. 또한 검증위원단의 경우 지속가능경영 자문 및 검증에서 경험을 쌓고 전문교육을 이수한 전문가들로 구성되어 있습니다.

* AA1000AS(2008) : AA1000 Assurance Standard(2008), Accountability사가 제정한 글로벌 검증 표준으로 경영 성과에 대한 조직 운영, 원칙에 대한 준수여부, 성과 정보의 신뢰성을 평가하여 지속가능경영 이슈를 보고하는 방법을 제공하고 있음.
* AA1000APS(2008) : AA1000 AccountAbility Principles Standard(2008)로 Accountability사가 제정한 글로벌 검증 원칙으로 AA1000 표준의 근간이 되는 원칙을 제공하고 있음.

GRI CONTENT INDEX

GENERAL STANDARD DISCLOSURES				
General Standard Disclosure		Page	Omissions	External Assurance
Strategy and Analysis				
G4-1	최고 의사 결정권자 (예: CEO, 의장 또는 이와 동등한 직위)가 지속가능성과 조직의 관계 및 조직의 지속 가능성을 위한 전략에 대해 밝힌 성명서	4-5		p106-107
G4-2	핵심 영향, 위험과 기회	16, 22		p106-107
Organizational Profile				
G4-3	조직 명칭	6		p106-107
G4-4	주력 브랜드, 제품 및 서비스	9		p106-107
G4-5	본사 위치	6		p106-107
G4-6	조직이 주요 사업장을 운영하거나 조직의 지속가능성 토픽과 특별히 관련된 국가들의 수와 이름	38-39		p106-107
G4-7	조직 소유 형태 및 법적 형태	6		p106-107
G4-8	시장 영역(지리적 분할, 서비스 분야, 고객유형 및 수혜자 등 포함)	6-10		p106-107
G4-9	보고 조직의 규모 • 총근로자 수 • 총사업장 수 • 순매출액(민간부문 조직) 또는 순수익(공공부문 조직) • 부채와 자기 자본으로 세분한 총자본(민간부문 조직) • 제공하는 제품 수량 또는 서비스 규모	10, 75		p106-107
G4-10	A. 고용계약 및 성별 전체 근로자 수 B. 고용 유형 및 성별 전체 정규 근로자 수 C. 근로자/피감독근로자별, 그리고 성별 전체 인력 D. 지역과 성별 전체 인력 E. 조직이 수행하는 일의 상당 부분이 법률상 자영업자로 인정되는 자 또는 근로자나 피감독근로자가 아닌 자에 의해 수행되고 있는지에 대해 보고 F. 고용 근로자 수의 중요한 변화(예: 관광업 또는 농업에서 고용인력의 계절적 변화)	75-76		p106-107
G4-11	단체협약 적용 대상 근로자 비율	83		p106-107
G4-12	조직의 공급 사슬에 대한 설명	43		p106-107
G4-13	보고 기간 동안 발생한 조직의 규모, 구조, 소유, 공급 사슬과 관련된 중요한 변화 • 설비 개통, 폐쇄, 확장 등을 포함한 사업장 위치 변경 또는 사업장 변화 • 주식자본 구조 및 기타 자본형성의 변화, 유지보수, 사업장 개조(민간부문 조직의 경우) • 공급업체 위치 변경, 공급망 구조 변경, 공급업체와의 관계 변화 (공급업체 선정 및 계약종료 포함)	11 (소유구조 변동)		p106-107
Organizational Profile: Commitments to External Initiative				
G4-14	조직의 사전예방 접근법 또는 원칙의 명시 내용	16		p106-107
G4-15	조직이 가입하였거나 지지하는 외부의 경제, 환경, 사회에 관한 헌장, 원칙, 기타 이니셔티브	112		p106-107
G4-16	가입한 협회(산업 협회 등)나 국내 또는 국제 후원기관 중 유지 중인 멤버십 현황	112		p106-107
Identified Material Aspects and Boundaries				
G4-17	A. 조직의 연결재무제표 혹은 동등한 문서에 포함되는 모든 주체 B. 조직의 연결재무제표 혹은 동등한 문서에 수록된 모든 주체 중 보고되지 않은 주체	103		p106-107
G4-18	A. 보고서 내용과 측면경계 결정 과정 B. 보고서 내용 결정 과정에서 보고원칙의 적용에 대한 설명	20-21		p106-107
G4-19	보고서 내용결정 과정에서 파악한 모든 중대 측면	20-21		p106-107
G4-20	각 중대 측면별로 조직 내 측면경계에 대해 다음과 같이 보고 • 해당 측면이 조직 내/조직 외부에서 중요한지 보고 • 해당 측면이 G4-17에 기술된 조직 내 모든 주체에 중요하지 않은 경우 두 접근 방법 중 하나를 선택하여 보고 a. 해당 측면이 중요하지 않은 G4-17에 수록된 주체 또는 주체 그룹의 목록 b. 해당 측면이 중요한 G4-17에 수록된 주체 또는 주체 그룹의 목록- 조직 내 측면경계와 관련된 한계를 보고	21		p106-107

G4-21	각 중대 측면별로 조직 외부의 측면경계에 대해 다음과 같이 보고함 • 해당 측면이 조직 외부에서 중요한지 보고 • 해당 측면이 조직 외부에서 중요한 경우 해당 측면이 중요한 주체, 주체의 그룹 또는 그 요인을 파악, 또한 파악된 주체에게 해당 측면이 중요한 지리적 위치를 설명함 • 조직 외부의 측면경계와 관련된 한계를 보고	21		p106-107
G4-22	이전 보고서에서 제공한 정보에 대한 수정이 미치는 영향과 그러한 수정보고 이유	About this Report		p106-107
G4-23	이전 보고 기간 이후의 범위 및 측면경계에 발생한 중요한 변화	—	중요한 변화 없음	p106-107
Stakeholder Engagement				
G4-24	조직과 관련 있는 이해관계자 집단들의 목록	17		p106-107
G4-25	조직이 관여할 이해관계자들을 파악하고 선정하는 기준	17		p106-107
G4-26	유형별, 이해관계자 집단별 참여 빈도 등 이해관계자 참여 방식	17		p106-107
G4-27	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 토픽 및 관심사, 이에 대한 조직의 대응 방식 핵심 토픽 및 관심사를 제기한 이해관계자 집단	17		p106-107
Report Profile				
G4-28	제공한 정보의 보고 기간(회계연도 또는 역년)	About this Report		p106-107
G4-29	가장 최근 보고서 발간 일자 (존재하는 경우)	About this Report		p106-107
G4-30	보고 주기 (매년, 격년 등)	About this Report		p106-107
G4-31	보고서 또는 그 내용에 대한 문의 시 연락처	About this Report		p106-107
Report Profile: GRI Content Index				
G4-32	A. 조직이 선택한 '부합' 방법 보고 B. 선택 방법에 대한 GRI 인덱스 C. 보고서에 대해 외부 검증을 받은 경우 외부 검증보고서에 대한 참조 기입 GRI는 외부 검증을 활용을 권장하지만, 이는 가이드라인 '부합' 요구사항은 아님	About this Report		p106-107
Report Profile: Assurance				
G4-33	A. 보고서 외부 검증에 대한 조직의 정책 및 현 관행 B. 외부 검증보고서가 수록되지 않은 경우 외부 검증의 범위와 기준 C. 보고 조직과 검증기관 간의 관계 D. 최고 거버넌스 기구나 임원이 지속가능성 보고서 검증 과정에 관여하는지 보고	About this Report		p106-107
Governance				
G4-34	최고 거버넌스 기구의 위원회를 포함한 조직의 거버넌스 구조, 경제, 환경, 사회적 영향에 대한 의사결정 책임이 있는 위원회	12		p106-107
G4-35	최고 거버넌스 기구가 고위 임원 및 기타 근로자에게 경제적, 환경적, 사회적 토픽에 대한 권한을 위임하는 절차	13		p106-107
G4-36	조직 내 임원급 인사나 경제적, 환경적, 사회적 토픽을 책임지는 이사 임명 여부 또한 그러한 직위에 있는 자가 최고 거버넌스 기구에 직접 보고할 수 있는 시스템이 있는지 보고	11-13		p106-107
G4-37	경제적, 환경적, 사회적 토픽에 관해 이해관계자들과 최고 거버넌스 기구가 협의하는 과정 보고 협의가 위임된 경우 누구에게 위임되어 있는지와 최고 거버넌스 기구에 대한 피드백 절차 설명	13		p106-107
G4-38	최고 거버넌스 기구와 그 위원회의 구성 • 상임 또는 비상임 • 독립성 • 거버넌스 기구의 임기 • 각 개인의 다른 중요한 직위 및 업무 수와 그 업무의 성격 • 성별 • 대표자가 불충분한 사회집단의 구성원 • 경제적, 환경적, 사회적 영향 관련 역량 • 이해관계자 대표	11-12		p106-107
G4-39	이사회 의장의 임원 겸직 여부(겸하는 경우 조직 경영에 대한 역할과 겸직의 이유 보고)	11		p106-107
G4-40	최고 거버넌스 기구 및 산하 위원회의 임명과 선정 절차, 최고 거버넌스 기구 구성원의 임명 및 선정 기준 • 다양성의 고려 여부 및 그 방법 • 독립성의 보장 여부 및 그 방법 • 경제적, 환경적, 사회적 토픽에 관련된 전문지식과 경험의 고려 여부 및 그 방법 • 이해관계자들의(주주 포함) 참여 여부 및 그 방법	11-13		p106-107

G4-41	최고 거버넌스 기구가 이해관계 상충을 방지하고 관리하는 프로세스 이해관계 상충 사항에 대해 아래 사항 포함하여 이해관계자들에게 공개 • 이사회 구성원의 겸직 사항 • 공급업체 및 다른 이해관계자와 상호주식의 보유 • 지배주주의 존재 • 관련 당사자의 공개자료	11-13	p106-107
G4-42	최고 거버넌스 기구와 고위 임원의 경제적, 환경적, 사회적 영향과 관련된 조직의 목적, 가치 또는 미션, 전략, 정책, 목표 등을 개발, 승인, 개선하는 것에 대한 역할	12-13	p106-107
G4-43	최고 거버넌스 기구의 경제적, 환경적, 사회적 토픽에 대한 공동 지식을 개발하고 강화하기 위한 조치	11-12	p106-107
G4-44	A. 경제적, 환경적, 사회적 토픽의 관리방식에 대한 최고 거버넌스 기구의 성과를 평가하기 위한 절차 보고. 평가의 독립성과 수행 빈도, 조직의 자체 평가 여부 B. 경제적, 환경적, 사회적 토픽의 관리방식에 대한 최고 거버넌스 기구의 성과 평가에 대한 대응 조치(최소한 구성원과 조직 관행의 변화에 대한 내용 포함)	11-12	p106-107
G4-45	A. 경제적, 환경적, 사회적 영향과 위험 및 기회를 파악하고 관리하는 데 대한 최고 거버넌스 기구의 역할 B. 최고 거버넌스 기구가 이해관계자 협의 과정을 거쳐 경제적, 환경적, 사회적 영향과 위험 및 기회를 파악하고 관리하는지에 대한 보고	11-13	p106-107
G4-46	경제적, 환경적, 사회적 토픽에 대한 조직의 위험관리 프로세스 검토 시 최고 거버넌스 기구의 역할	12-13	p106-107
G4-47	최고 거버넌스 기구가 경제적, 환경적, 사회적 영향과 위험 및 기회에 대해 검토하는 빈도	12	p106-107
G4-48	조직의 지속가능성 보고서를 공식 검토하고 승인하며, 중대 측면이 모두 포함되어 있는지 확인하는 최고 위원회 또는 직위	13	p106-107
G4-49	중요 사항을 최고 거버넌스 기구에 보고하는 절차	12-13	p106-107
G4-50	최고 거버넌스 기구에 보고된 중요 사항의 성격과 보고 횟수, 이를 다루고 해결하기 위한 제도	12	p106-107
G4-51	A. 보수 유형별 최고 거버넌스 기구와 고위 임원에 대한 보수 정책 • 고정급여와 변동급여 a.성과급 b.주식 기반 보수 c.보너스 d. 후배주 또는 가득주 • 사인온 보너스 또는 채용 인센티브 지급 • 퇴직급여 • 임원보수 환수금 • 최고 거버넌스 기구, 고위 임원, 기타 근로자별 퇴직급여제도 (복리후생과 기여율 차이를 포함하여 보고) B. 보수 정책상의 성과 기준이 최고 거버넌스 기구 및 고위 임원의 경제적, 환경적, 사회적 목표와 어떠한 관련이 있는지 보고	11-12	p106-107
G4-52	보수 결정 절차. 보수자문위원이 보수 결정에 관여하는지, 경영과 독립적으로 수행하는지, 보수자문위원이 조직과 기타 어떠한 관계를 맺고 있는지 보고	12	p106-107
G4-53	보수와 관련하여 이해관계자의 견해를 어떻게 수렴하고 참작하는지 보고 (보수 정책에 대한 투표결과와 보수 정책에 대한 제안 포함)	12	p106-107
G4-54	주요 사업장이 있는 국가별로 전체 근로자(최고 연봉자 제외)의 연간 총 보상의 중앙값과 대비한 조직 최고 연봉자의 연간 총 보상 비율	12	p106-107
G4-55	주요 사업장이 있는 국가별 전체 근로자(최고 연봉자 제외)의 연간 총 보상 증가율의 중앙값과 대비한 조직의 최고 연봉자의 연간 총 보상 증가율의 비율	—	CEO교체로 인해 보수 증가율의 연계성이 없으므로 보고할 수 없음
Ethics and Integrity			
G4-56	조직의 가치, 원칙, 표준 그리고 행동강령, 윤리강령 등의 행동규범	14, 43	p106-107
G4-57	윤리 및 법규준수 행위와 조직의 청렴성 문제에 대한 내외부의 자문 메커니즘(안내, 상담서비스 등)	14-15	p106-107
G4-58	비윤리적이거나 불법적인 행위, 그리고 조직의 청렴성 문제 등을 신고할 수 있는 조직의 내외부 제도(계통보고, 내부고발제도, 핫라인 등)	14	p106-107

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES					
Material Aspect	DMA and Indicators		Page	Omissions	External Assurance
	Category: Economic				
경제성과	G4-EC1	직접적인 경제가치 발생과 분배(EVG&D) 보고. 직접적인 경제가치 발생(수익)/ 경제적 가치 분배(운영비용, 근로자 임금과 복리후생, 투자자에 지급하는 지불금, 국가별 정부에 지급하는 지불금, 지역사회 투자)/ 유보경제가치('직접적 경제가치 발생'으로 계산)	10		p106-107
	G4-EC2	기후 변화가 조직의 활동에 미치는 재무적 영향 및 기타 위험과 기회	91-93		p106-107
	G4-EC3	조직의 확정급여형 연금제도 채무 충당	75		p106-107
	G4-EC4	정부의 재정지원	100		p106-107
시장지위	G4-EC5	주요 사업장이 위치한 지역의 최저 임금과 비교한 성별 기본 초임 임금 비율	75		p106-107
	G4-EC6	주요 사업장의 현지에서 고용된 고위 경영진의 비율	100%		p106-107
간접경제효과	G4-EC7	사회기반시설 투자와 지원 서비스의 개발 및 영향	48-57		p106-107
	G4-EC8	영향 규모 등 중요한 간접 경제효과	31-33		p106-107
	Category: Environmental				
에너지	G4-EN3	조직 내 에너지 소비	91		p106-107
	G4-EN4	조직 밖에서의 에너지 소비	92-93		p106-107
	G4-EN5	에너지 집약도	93		p106-107
	G4-EN6	에너지 소비 감축	94-96		p106-107
	G4-EN7	제품 및 서비스의 에너지 요구량 감축	94-96		p106-107
컴플라이언스	G4-EN29	환경법 및 규정 위반으로 부과된 중요한 벌금의 액수 및 비금전적 제재 조치의 수	—	위반 사항 없음	
	Category: Social				
	Sub-Category: Labor Practice and Decent Work		Page	Omissions	External Assurance
고용	G4-LA1	신규 채용 근로자와 이직 근로자의 인원수 및 비율(연령별, 성별, 지역별)	75-76		p106-107
	G4-LA2	주요 사업장별 임시직 또는 시간제 근로자에게는 제공되지 않고 상근직 근로자에게 제공하는 복리후생	80-81		p106-107
	G4-LA3	성별에 따른 육아휴직 이후의 업무 복귀 및 근속 비율	76		p106-107
산업안전보건	G4-LA5	산업안전보건 프로그램의 모니터 및 자문을 지원하는 노사공동보건안전위원회가 대표하는 근로자 비율	84		p106-107
	G4-LA6	부상 유형, 부상 발생률, 업무상 질병 발생률, 휴직일수 비율, 결근율, 업무 관련 사망자 수(지역별, 성별)	84-85		p106-107
	G4-LA7	업무상 질병 발생률 또는 발생 위험이 높은 근로자	85		p106-107
	G4-LA8	노동조합과의 정식 협약 대상인 안전보건 사항	84		p106-107
	Sub-Category: Human Rights				
차별금지	G4-HR3	차별 사건의 수와 이에 대한 시정조치	—	차별 사건의 발생 없음	
	Sub-Category: Society				
지역사회	G4-SO1	지역사회에 참여하고, 영향평가, 개발 프로그램을 수행하는 사업장의 비율	44-47, 56-57, 101		p106-107
	G4-SO2	지역실질적이거나 잠재적으로 사회에 중대한 부정적 영향을 미치는 사업장	—	해당 사업장 없음	
반부패	G4-SO3	부패 위험을 평가한 사업장의 수 및 비율과 파악된 중요한 위험	—	해당 사업장 없음	
	G4-SO4	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	15		p106-107
	G4-SO5	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	15		p106-107
	Sub-Category: Product Responsibility				
고객 안전보건	G4-PR1	개선을 위해 안전보건 영향을 평가한 주요 제품 및 서비스군의 비율	70, 101		p106-107
	G4-PR2	제품 생명주기 동안 제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건의 수(처분 결과)	—	규칙 위반사항 없음	
제품 및 서비스 라벨링(고객만족)	G4-PR3	조직의 제품 및 서비스 정보와 라벨링 절차에 요구되는 제품 및 서비스 정보 유형, 그리고 해당 정보 요건을 갖추어야 하는 주요 제품 및 서비스 군의 비율	9		p106-107
	G4-PR4	제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건의 수(처분 결과)	—	위반 사례 없음	
	G4-PR5	고객 만족도 조사 결과	61		p106-107
마케팅 커뮤니케이션	G4-PR6	금지되거나 논란이 있었던 제품의 판매	—	해당 제품 없음	
	G4-PR7	광고, 프로모션, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션에 관한 법률 규정과 자율 규정을 위반한 사건의 수(처분 결과)	15		p106-107
고객개인정보보호	G4-PR8	고객 개인정보 보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	23		p106-107

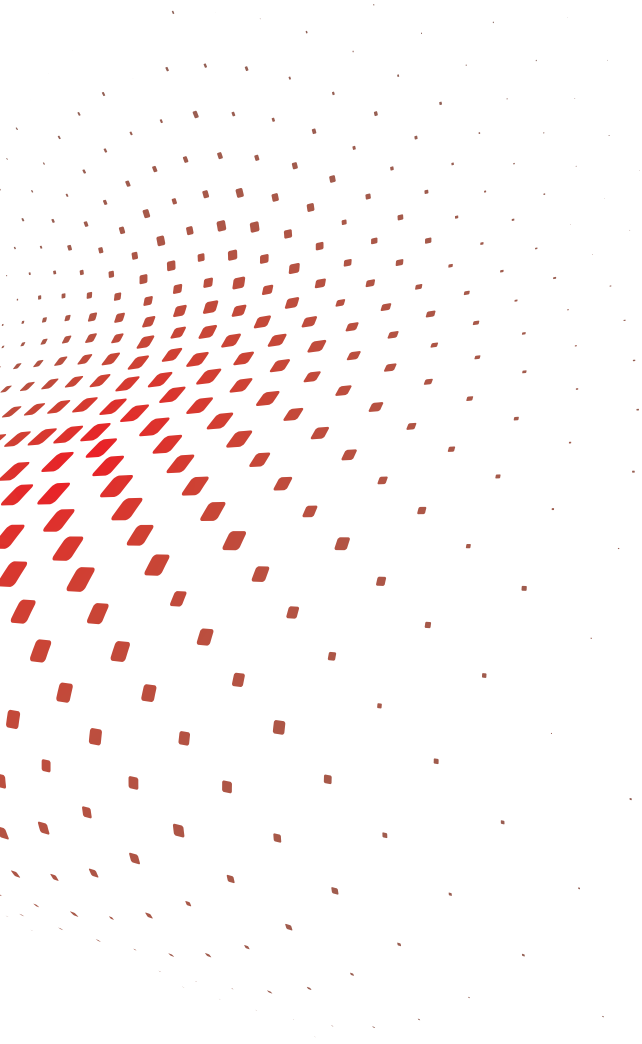
협회 가입현황

협회가입현황 국내

21비즈니스포럼(한국경쟁력연구원), 경제단체협의회, 네트워크시큐리티포럼, 녹색투자한국포럼, 대한산업안전협회, 대한전자공학회, 세계미래포럼, 스마트홈 산업협회, 전국경제인연합회, 정보통신설비학회, 정보통신정책학회, 통일IT포럼, 한국경제교육협회, 한국경제학회, 한국공정경쟁연합회, 한국광고주협회, 한국디지털미디어산업협회, 한국방송학회, 한국산업조직학회, 한국상장회사협의회, 한국소비자학회, 한국소프트웨어산업협회, 한국스마트그리드협회, 한국언론학회, 한국유비쿼터스도시협회, 한국유헬스협회, 한국자연재해저감산업협회, 한국전파진흥협회, 한국정보보호학회, 한국정보산업연합회, 한국정보통신기술협회(TTA), 한국정보통신산업협회(KAIT), 한국지능로봇산업협회, 한국지능통신기업협회, 한국클라우드서비스협회, 한국통신사업자연합회(ktOA), 한국통신학회, 한국CFO협회, 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)

주요 수상현황

수상 내용	주관	일자
존경받는기업 All Star 편입	한국능률협회컨설팅	02월 01일
2013 한국 최고의 직장으로 선정	에이온휴잇	02월 16일
2013 GSMA 모바일월드콩그레스 최고 의장상 수상	세계이동통신사업자협회(GSMA)	02월 17일
글로벌 통신 브랜드 부문 국내 통신사 중 브랜드 가치 평가 1위	브랜드파이낸스	03월 14일
NCSI 시내/시외전화, 인터넷전화, 국제전화 1위	한국생산성본부	03월 25일
2013 이노스타 스마트홈(네트워킹) 부문 최고 혁신상 수상	한국능률협회	04월 01일
능률협회 선정 '한국의 경영자상' 수상	한국능률협회	05월 16일
2013 투명회계대상 수상	한국회계학회, 한국공인회계사회	05월 31일
2013년도 지배구조 우수기업 수상	한국기업지배구조원	06월 21일
2013 한국서비스품질지수 초고속 인터넷, IPTV 1위	한국표준협회	06월 27일
공생을 위한 사회책임리더 수상	JTBC, 중앙일보	09월 11일
포브스 사회공헌 대상 수상	대한상공회의소, 포브스코리아	09월 24일
2013 한국산업고객만족(KCSI) 조사 초고속 인터넷, 시내/시외전화, 인터넷전화, 국제전화 1위	한국능률협회컨설팅	09월 30일
DJSI 월드 통신분야 전 세계 1위 선정	다우존스(미국), 투자평가사 로베코샘(스위스)	10월 31일
CDP 글로벌 탄소경영 최우수기업 선정	영국CDP본부, 한국CDP위원회	11월 01일
대한민국 일하기 좋은기업 대상 (3년 연속)	GWP코리아	11월 11일
WiFi Industry Award 2013 차세대 WiFi 부문 선도사업자 최고상 수상	WBA(Wireless Broadband Alliance, 초고속 무선사업자 협의체)	11월 21일
Green Rankings 종합 3위, 소프트웨어/통신/미디어 업종 1위 수상	중앙일보	12월 19일