



SK 브로드밴드

CONNECT TO THE FUTURE

모두 함께, 행복하도록

2021 SK브로드밴드 지속가능경영보고서



About This Report

SK브로드밴드는 2021년부터 매년 지속가능경영보고서를 발간하여 이해관계자와 소통하고 있습니다.

본 보고서는 SK브로드밴드가 발간하는 두 번째 지속가능경영보고서로, 지속가능경영 추진 노력과 성과를 투명하게 공개하였습니다.

보고기간 및 경계

2021년 1월 1일부터 2021년 12월 31일까지의 SK브로드밴드의 활동과 성과를 바탕으로 작성되었습니다. 주요 활동 사항에 대해서는 2022년 내용도 일부 함께 포함하였으며 정량적인 성과는 연도별 추이 분석이 가능하도록 최근 3개년 데이터를 포함하였습니다. 주요 보고 범위는 SK브로드밴드 국내 사업장입니다. 일부는 자회사의 내용과 성과를 담고 있습니다.



Cover Story

SK브로드밴드의 서비스를 이용하여 행복해지는 고객들의 일상을 통해 '이해관계자들에게 행복, 재미, 즐거움을 주는 회사, SK브로드밴드'의 기업 아이덴티티를 표현했습니다.

보고서 작성기준

본 보고서는 지속가능경영보고서 국제 보고 가이드라인인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards의 핵심적 부합 방식을 준수하고, SASB(Sustainability Accounting Standards Board)의 지표를 준수하여 작성되었습니다. 이 외에도 TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures) 권고안, UNGC(UN Global Compact), UN SDGs(UN Sustainable Development Goals) 등의 글로벌 이니셔티브 기준도 추가적으로 고려하여 작성되었습니다.

보고서 검증

본 보고서 내 보고 내용의 신뢰성 제고 및 품질 향상을 위해 제3자 검증기관을 통해 검증을 하였습니다. 검증의견서는 본 보고서 내 포함되어 있습니다.

보고서 문의

보고서 정보에 대해 문의 사항이 있으신 경우 아래 연락처로 문의해주시기 바랍니다.

홈페이지

<http://skbroadband.com>

주소

서울특별시 중구 퇴계로 24
SK 남산그린빌딩

메일

sustainability@skbroadband.com

Contents

Reader's Guide

SK브로드밴드는 독자들의 정보접근성을 높이고 보다
풍부한 정보를 제공하기 위해 아래와 같은 인터랙티브 기능을
추가하였습니다.

-  표지로 이동
-  이전 보기로 이동
-  목차로 이동
-  검색
-  페이지 이동

Intro

About This Report	02
Contents	03
Year in Review	04

Corporate Overview

Cover Page	05
CEO Message	06
Company Profile	09
Business & Brand	11
Sustainability Fundamental	16
통합 리스크 관리	17
가치창출과 분배	21
이중 중대성 평가	25

Sustainable Future Story

Cover Page	28
#1. 전환의 시대, 새로운 미래를 향해	29
#2. 모든 것의 중심, '고객'	38
#3. 즐겁게 일하고 성장하는 우리	48

ESG Report

Cover Page	53
ESG 핵심 영역 및 대응 현황	54
Environmental Data	56
Social Data	62
Governance Data	98

Appendix

Cover Page	107
Financial Data	108
이해관계자 소통	110
TCFD	112
SASB	118
지속가능경영 이니셔티브	120
GRI Index	123
참여협회 및 단체	129
제3자 검증의견서	130

Year in Review

성과

2021년 IPTV 가입자 순증

1위 달성 +42만 명 증가

초고속 인터넷 658만, 유료방송 900만 가입자 확보

2021년 영업이익 YoY

2,756억 원 **19.4%** 증가

IPTV, 초고속 인터넷 하이티어(High Tier) 비중 확대



2021년 매출 YoY

4.05조 원 달성 **9.0%** 증가

역대 최고 매출 달성

사회적 가치 창출 금액 YoY

5,919억 원 **14%** 증가

고용 및 친환경 제품 확대로 사회적 가치 창출 성과 증가

대외평가 및 인증

대외 고객 만족도 평가

1위

국가고객만족지수(NCSI),
한국서비스품질지수(KS-SQI)에서
초고속 인터넷, IPTV 부문 단독 1위 달성

2021 글로벌스탠더드

경영대상 수상

2021년 글로벌스탠더드경영대상(KMR)
혁신경영 대상과 산업통상자원부 장관
표창 수상



2021 대한민국 으뜸기업
선정 및 가족친화 우수기업 인증

‘일과 생활의 균형 실천’ 분야에서
노력을 인정받아 고용노동부 주관
2021 대한민국 으뜸기업 선정 및
가족친화 우수기업 인증 유지

ISO 인증 취득

2021년 환경경영시스템(ISO14001)
안전보건경영시스템(ISO45001)
인증 동시 취득

대한민국 지속가능성보고서상(KRCA)
최초발간부문 **1위** 수상

이해관계자와의 소통을 위해 ESG
경영활동 및 비재무정보를 투명하게
공개하여 대한민국 지속가능성보고서상
(KRCA) ‘최초발간부문’ 1위 수상

제22회 전파방송 기술대상
과학기술정보통신부장관상 수상

‘초저지연/저전력 유무선 통합형 PON
Stick’ 제품으로 전파방송 기술대상 수상

사업확장

‘채널S’ 개국

유료방송 전체에서 23위로 빠르게 성장

홈 엔터테인먼트 플랫폼

PlayZ 출시

국내 최초 OTT Aggregator
플랫폼 출시

데이터센터 공급 MW

2.5배 확대

2020년 36MW에서 2021년
92MW로 데이터센터 MW 공급 확대



Apple TV 4K 출시

국내 IPTV 플랫폼 최초 Apple과 협력

아파트형 **전기차 충전** 사업 시행

전국 단위 서비스 인프라를 기반으로 아파트 전기차 충전시장 사업 진출

Corporate Overview

CEO Message	06
Company Profile	09
Business & Brand	11
Sustainability Fundamental	16
통합 리스크 관리	17
가치창출과 분배	21
이중 중대성 평가	25



CEO Message

존경하는 이해관계자 여러분,
SK브로드밴드에 보내주시는 따뜻한
응원과 지지에 항상 감사드립니다.

COVID-19는 2021년에도 우리 사회 전반 깊숙이 함께 했습니다. 2021년은 SK브로드밴드가 미디어 선도 사업자로서 어떤 역할을 할 수 있을지를 고민하는 동시에, SK브로드밴드가 지닌 역량에서 포스트 COVID-19 시대에 맞는 새로운 가능성을 확인한 해였습니다.

COVID-19는 서서히 잠잠해지고 일상은 회복될 테지만, 그럼에도 한 번 가속화된 일상과 비즈니스의 디지털화, 비대면 콘텐츠의 성장은 지속될 것입니다. 그리고 이 성장의 중심에는 SK브로드밴드가 있습니다. COVID-19 위기가 지속되는 속에서도 초고속 인터넷 658만 명, 유료방송 900만 명 가입자를 확보함과 동시에 역대 최고 매출 4.05조 원을 달성한 2021년 SK브로드밴드의 성과가 이를 증명합니다. 2021년 SK브로드밴드는 IPTV 가입자 순증 1위 달성, Apple TV 4K, B tv Air 등 고객 니즈 변화에 대응한 신상품 출시로 시장에서 긍정적인 반응을 얻었으며, 미디어 플랫폼 포트폴리오 확장을 위해 '미디어에스'를 성공적으로 출범하였습니다.

2021년 매출액

4.05조 원

CEO Message

또한 B2B 영역에서는 역대급 수주 실적을 달성한 데 이어 데이터센터 사업 규모를 Double-up시켜 경쟁력을 확보하였습니다. 뿐만 아니라 고객과의 끊임없는 소통을 통해 서비스를 고도화함으로써 대외 고객 만족도 조사(NCSI, KS-SQI) 결과 초고속 인터넷과 IPTV 부문 모두 단독 1위를 달성하였습니다. 사회적 가치 창출에도 지속적으로 노력하여 사회문제 해결을 위한 제품/서비스 확대, 고용 창출 등을 통해 전년 대비 14%가 증가한 5,919억 원의 사회적 가치를 창출하였습니다.

2022년은 SK브로드밴드 25주년이 되는 해입니다. 1997년 시내전화 사업으로 시작한 SK브로드밴드는 급변하는 디지털 산업의 속도에 발맞춰 성장해 왔습니다. 유독 변화 속도가 남다른 통신/미디어 산업은 그 변화에 민감하게 대응하고 한발 앞서지 않으면 도태되는 시장입니다. SK브로드밴드는 지난 25년 간 긴밀한 변화와 과감한 혁신을 통해 성장해 왔으며, 현재도 가치사슬의 확장을 꾸준히 모색하며 성장을 이어가고 있습니다. 진취적인 스물다섯 살 청년으로 어엿하게 자란 SK브로드밴드는 2022년에도 목표를 향해 성큼성큼 걸어가겠습니다. 그 걸음은 다음과 같은 성장 전략과 함께할 것입니다.



고객과 시장에 대한 이해를 바탕으로 Core Biz에 선택과 집중을 하겠습니다. B2C의 경우 초고속 인터넷은 도심 커버리지 내 가입자 기반을 확대하고 IPTV는 개개인에 최적화된 맞춤형 서비스를 제공함으로써 질적 성장을 추진하겠습니다. B2B에서는 해외향(向) 회선 사업 등 새로운 수요를 발굴하고 기존 사업 경쟁력 강화를 통해 매출 확대를 추진하겠습니다. 또한 비대면 소비가 일상화된 환경에 맞게 유통구조를 혁신하여 Smart한 성장을 하고자 합니다.



강력한 제휴·협력 기반으로 비즈니스 경쟁력을 제고하고자 합니다. SK브로드밴드가 지닌 역량과 자원에 국내외 파트너사들의 역량과 노하우를 합쳐 SK브로드밴드의 경쟁력을 보다 단단히 하겠습니다. 웨이브(wawe)와의 협업, IPTV 3사 연합 오리지널 콘텐츠 확대를 시도해 미디어 사업자로서의 콘텐츠 경쟁력을 갖추겠습니다. 또한 2021년 애플과 독점으로 Apple TV 4K 셋톱박스를 출시한 경험을 바탕으로 글로벌 콘텐츠 사업자와의 제휴·협력도 적극적으로 확대할 것입니다. 이들과의 제휴를 통해 가입자 기반을 넓히고 고객들이 SK브로드밴드의 플랫폼에 머무는 시간을 늘리겠습니다.

사회적 가치 창출

5,919억 원

CEO Message



비즈니스 모델 Scale-up

신규/성장 사업 영역에서는 빠른 시간 내에 규모를 확대하는 것이 중요합니다. SK브로드밴드는 2022년 초, 미래의 OTT 산업을 선도할 OTT Aggregator인 'PlayZ'를 국내에서 처음 선보였습니다. 이를 기반으로 콘텐츠 시장을 선도하고 홈스크린 지배력을 강화하겠습니다. 또한 글로벌 데이터센터 역시 큰 성장이 기대되는 사업입니다. 2021년 7월에 축구장 10개 면적의 가산센터를 오픈하면서 SK브로드밴드는 단기간 내에 국내 주요 IDC 선도 사업자로 발돋움했으며 앞으로도 가치사슬 내 협력 강화를 통해 누구보다 빠른 성장을 이룩하겠습니다. 또한 ESG 기반 사업으로 2021년 론칭한 전기차 충전 사업도 SK브로드밴드의 인프라와 네트워크를 활용한 가치사슬 확장 비즈니스 모델입니다. SK브로드밴드는 새로운 비즈니스 모델의 성장을 가속화하고 각 분야에서 가치사슬을 이어 나가도록 하겠습니다.



ESG 경영 내실화

지속가능한 내일을 위해 ESG 경영의 내실을 다지고자 합니다. SK브로드밴드는 ESG 경영을 추진하고 이해관계자들과 투명하게 소통하고자 2021년에 첫 지속가능경영보고서를 발간하였습니다. 또한 2045 넷제로(Net Zero) 달성을 선언하고 구체적인 추진 로드맵을 마련하여 우리 사회가 직면한 사회 문제에 적극 참여하고 있습니다. 2022년에는 사업 전반에 걸쳐 ESG 경영 가이드라인을 정착 시키고 있으며 SK브로드밴드가 추진하고자 하는 ESG 경영의 방향성에 임직원이 함께 공감하고 실행력을 높일 수 있도록 ESG 경영 환경 조성을 가속화할 것입니다.



일하는 문화의 혁신

비즈니스 성장의 문을 여는 핵심 Key는 구성원들의 일하는 문화에 있습니다. SK브로드밴드는 이해관계자에게 더 신뢰받고 사랑받는 회사로 거듭나기 위해 단순히 본인이 속한 조직의 목표 달성이 아닌 회사 전체의 이익과 고객 가치를 최우선으로 여기고 협업을 강화하는 조직 문화(One Team Spirit)를 조성하고자 합니다. 또한 조직 내에서 더 과감하고 대담한 실행(Bold Execution)을 위해 업무의 책임과 동기부여를 명확히 하고 지속되는 비대면 상황에서도 구성원 간 심리적 거리감을 좁히고 다양한 방식으로 소통할 수 있는 기회를 마련하여 즐겁게 일할 수 있는 공동체(Fun & Together)를 만들겠습니다.

앞으로도 SK브로드밴드는 모든 이해관계자 및 고객 여러분들이 체감할 수 있는, 지속가능한 성장과 행복을 선사하기 위해 최선을 다하겠습니다. 그리고 이 모든 과정과 내용을 투명하게 공개함으로써 공정한 경영활동을 이어 나갈 것입니다. 이해관계자 여러분의 지속적인 관심과 성원 부탁드립니다. 여러분의 가정에 행복과 평안이 깃드시기를 기원합니다.

감사합니다.

넷제로(Net Zero) 달성

2045

2022년 7월

SK브로드밴드 CEO 최진환

Company Profile

회사 소개

SK브로드밴드는 초고속 인터넷, 유료방송, 미디어 콘텐츠 시대를 넘어, 통신 및 IPTV 이상의 새로운 영역으로 포트폴리오를 확장하고 있습니다. 사업영역 확장과 더불어 향후 SK브로드밴드의 정체성을 B2C 영역에서는 Media & Entertainment Platform Company로, B2B 영역에서는 Digital & Network Infra Company로 정립하고자 합니다. 앞으로도 SK브로드밴드는 기존 비즈니스 모델과 확장된 비즈니스 모델을 바탕으로 생태계 참여자들에게 새로운 기회를 제공하고 고객의 행복과 성장을 지원하는 기업으로 나아가겠습니다.

* 2021년 12월 말 기준

기업명	SK브로드밴드
본사 주소	서울특별시 중구 퇴계로 24 SK남산그린빌딩
설립 연도	1997년 9월
직원 현황	2,527명
매출액 ¹⁾	4조 590억 원
당기순이익 ¹⁾	2,135억 원
자산총계 ¹⁾	5조 9,715억 원

1) 별도재무제표 기준

사업 범위

SK브로드밴드의 사업은 종합 미디어 사업의 기반인 미디어 부문과 유선통신 부문으로 구성되어 있습니다. 미디어 부문은 COVID-19 위기 지속 및 미디어 시장 경쟁 심화에도 안정적 네트워크 환경을 제공하고 고객 편의성을 강화하는 다양한 상품을 출시해 2021년 연말 기준 가입자 수를 900만 명까지 확대하였습니다. 또한 빅데이터를 통해 파악된 고객 라이프스타일 기반의 콘텐츠 큐레이션 등으로 서비스 경쟁력을 강화하여 매출 성장을 이어가고 있습니다. 유선통신 사업은 비대면 시대에 발맞춘 상품 및 마케팅 전략을 적극 구사하여 수익성을 개선시켰으며, SK텔링크 B2B 사업 인수를 통해 외연을 확대하였습니다. 뿐만 아니라 인터넷 데이터센터(IDC) 등을 비롯한 기존 네트워크 기반을 넘어선 새로운 비즈니스 모델을 발굴하며 미래 성장 모멘텀도 확보하고 있습니다.

미디어 사업



IPTV(Internet Protocol Television)

인터넷 프로토콜(IP)을 기반으로 소비자에게 디지털 텔레비전 서비스를 제공하는 양방향 서비스. 실시간 방송 프로그램을 포함하여 VOD, 데이터, 음성, 음향 및 전자상거래 등의 멀티미디어 콘텐츠와 개인 맞춤형 서비스를 제공하는 통신과 방송의 융합 서비스



CATV(Community Antenna Television)

텔레비전 안테나가 요구되는 전통적인 TV 수신 방식과는 다르게 광대역 전송이 가능한 HFC망을 통해 영상, 음성 등의 정보를 전달하여 TV 시청 서비스를 제공하고 지역성 강화를 위한 자체 지역채널을 운영하는 사업

유선통신 사업



인터넷

SK브로드밴드가 보유한 네트워크 망을 기반으로 고객에게 인터넷 접속 회선과 인터넷 접속 서비스를 제공해 고객이 다양한 부가서비스 및 콘텐츠 서비스를 이용할 수 있게 하는 사업



전화/인터넷전화

전기통신 설비를 이용하여 전기통신사업법령에서 정하는 통화권 안에서 음성 등을 송수신하거나 또는 통화권과 관계없이 인터넷을 통해 음성 등을 송수신하고 이와 관련된 부가서비스를 제공하는 사업



IDC(Internet Data Center)

인터넷 연결의 핵심이 되는 서버 등 장비를 한데 모아 집중한 시설로서, 고객의 자산이 안정적으로 운영될 수 있도록 고밀도·고안정 력, 무정전 항온항습 환경, 보안, 운영 대행 및 네트워크 회선 등을 제공하는 사업

Company Profile

국내 네트워크

SK브로드밴드의 본사는 서울특별시 중구 퇴계로에 소재하고 있으며 서울 등 대도시 지역을 비롯한 전국에 서비스를 제공하고 있습니다. 전국 주요 지역의 7개 정보센터와 59개 사옥을 포함하여 총 146개의 국사를 운영 중이며 이러한 네트워크를 기반으로 고객에게 늘 기대 이상의 서비스를 원활하게 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

본사	1	사옥	59
정보센터	7	일반국사	74
IDC	5		
총계			146

Milestone

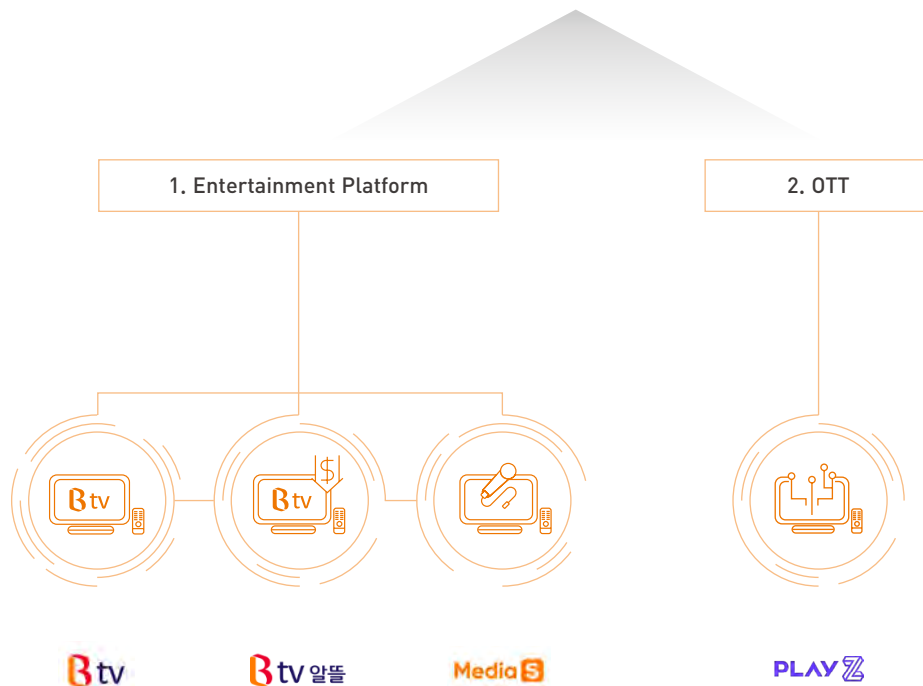


Business & Brand

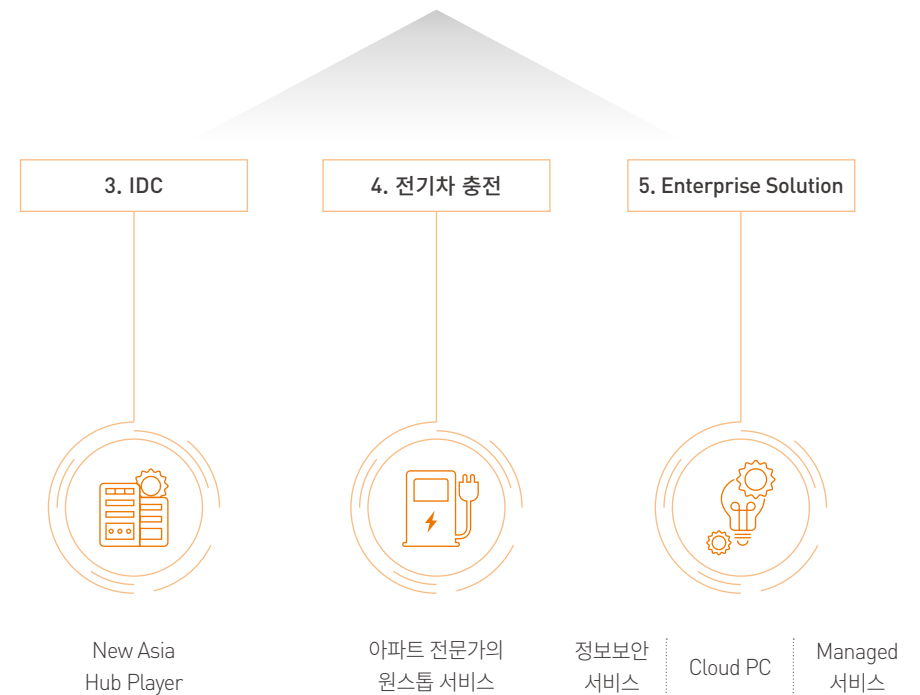
SK브로드밴드는 기존 비즈니스 모델을 바탕으로 신규 비즈니스로 영역을 확장하며, 고객과의 관계를 확대함으로써 고객의 행복과 성장을 함께합니다.

미디어와 엔터테인먼트 플랫폼의 B2C 영역은 물론, 디지털과 네트워크 인프라를 통한 B2B 영역으로의 확대를 통해 가치사슬을 확장하고 있습니다.

Media & Entertainment Platform Company



Digital & Network Infra Company



Business & Brand



① Entertainment Platform

B tv

SK브로드밴드가 제공하는 IPTV 서비스로 방대한 콘텐츠를 다양한 라이프스타일 및 취향에 맞게 큐레이션하고 있습니다. 글로벌 6대 메이저 스튜디오의 작품을 포함한 영화 총 14,000여 편과 미국·영국 드라마 900여 편을 제공하는 ‘오션(OCEAN)’ 서비스는 B tv의 대표 상품입니다. 유아/어린이 대상 키즈 특화 서비스인 ‘ZEM KIDS’는 놀이부터 배움까지 총 8만여 편의 콘텐츠를 연령, 수준, 성향에 맞게 추천 제공하며, 시니어층의 부모님을 위한 콘텐츠를 한데 모은 ‘오션시니어’는 타사와 차별화되는 B tv의 상품입니다. 콘텐츠 큐레이션뿐 아니라 디바이스를 활용한 다양한 상품도 선보이는데, 2021년에 출시한 ‘B tv Air’ 상품은 COVID-19 시대에 집에 머무는 시간이 늘어나고 개인화 성향이 강해지는 트렌드를 반영, TV(B tv)와 스마트폰(Mobile B tv)은 물론 태블릿 PC에서도 IPTV 서비스를 이용할 수 있는 상품입니다. 또한 2021년 11월에는 애플과의 독점 계약으로 B tv를 탑재한 Apple TV 4K 셋톱박스를 출시해 국내 IPTV 업계에 새로운 바람을 일으키고 있습니다. ‘Apple TV 4K’는 애플의 OTT 서비스를 시청할 수 있는 디바이스로, 이 서비스를 선택한 사용자는 B tv 콘텐츠 외 애플 TV+, 왓챠, 넷플릭스, 디즈니플러스, 티빙, 쿠팡플레이와 아마존 프라임비디오 등의 OTT를 모두 즐길 수 있습니다.

B tv 알뜰

2020년 SK브로드밴드와 티브로드가 합병하면서 ‘티브로드’에서 ‘B tv 알뜰’로 새롭게 명칭이 변경된 케이블TV 서비스입니다. 슬림하고 라이트한 요금을 내세워 합리적인 소비층을 사로잡고 있으며, 양방향 서비스에 익숙하지 않은 케이블TV 이용자를 위해 간단하고 편리한 조작과 채널형 VOD 홍보 메뉴 제공 등 방송 서비스 본연의 기능에 보다 집중한 서비스입니다. 다수 이용자들이 선호하는 영화 월정액, 주요 방송사 월정액 상품뿐만 아니라 키즈 이용층을 위한 통합 상품인 ‘슈퍼 키즈 월정액’, 시니어를 위한 ‘청춘시대 월정액’ 등 세분화된 타겟팅 상품도 함께 선보이고 있습니다. 또한 B tv 알뜰은 지역의 사회적 가치를 구현하기 위해 가입자를 대상으로 ‘우리동네 B tv’라는 지역채널도 운영하고 있습니다. 서울, 인천, 경기, 천안, 세종, 전주, 대구, 부산 지역에서 지역 관련 방송을 제작·송출 중으로 방송의 공적 책임을 강화하기 위해 재난방송, 지역 날씨 정보, 지역민 안전 제고, 선거방송 제공 등 지역민의 다양한 경제적·사회적·문화적 정보 욕구를 충족시키고자 합니다.



Business & Brand

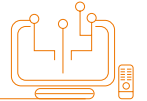
① Entertainment Platform



미디어 S

IPTV와 MSO(Multiple System Operator, 복수종합유선방송사업자)가 혼재하던 유료방송 시장은 인수합병을 통해 IPTV 사업자 중심으로 재편되었고, 그 결과 기존의 가입자 확대 경쟁과 다른 양상의 미디어 플랫폼 간 서비스 경쟁이 본격화되고 있습니다. 특히 COVID-19로 인해 유료 콘텐츠 수요가 폭발적으로 증가하면서 플랫폼의 콘텐츠 경쟁이 더욱 치열해졌습니다. 이에 SK브로드밴드는 티브로드와의 합병 이후 경쟁력 있는 오리지널 콘텐츠를 확보하고 향후 저작권을 바탕으로 한 추가 수익을 창출할 수 있도록 MPP(Multiple Program Provider, 복수방송채널사용사업자) 자회사 미디어에스(株)를 설립해 운영하고 있습니다. 현재는 드라마·예능 전문 채널 ‘채널 S’와 서브채널인 ‘채널 S Plus’ 두 채널을 선보이고 있으며 앞으로 점차 채널을 확대해 나갈 계획입니다.

② OTT



PlayZ

실시간 방송보다 OTT를 더 많이 이용하고, OTT의 종류도 다변화되는 것이 오늘날 미디어 플랫폼의 트렌드입니다. SK브로드밴드는 이러한 흐름에 주목, 2022년 1월 25일 홈 엔터테인먼트(Home Entertainment) 플랫폼인 PlayZ를 출시했습니다. 홈 엔터테인먼트 플랫폼은 해외에서는 이미 시장에 성공적으로 안착하고 있는 서비스로, 똑똑하고 합리적인 미디어 소비를 원하는 이용자들에게 어필할 수 있는 상품입니다. PlayZ의 첫 번째 서비스는 다양한 OTT를 하나에 모아 콘텐츠를 찾아주고 개별 추천 및 관리를 해주는 것입니다. 두 번째 서비스는 이용자가 가장 선호하는 콘텐츠를 모아 스트리밍으로 제공(FAST 서비스)해 맞춤형 실시간 TV 방송 시청을 가능케 하는 것입니다. 세 번째는 게임이나 노래방, 홈트 등의 콘텐츠를 담고 있어 큰 스크린을 통해 여가활동이나 자기관리를 경험할 수 있도록 해줍니다. ‘시간 절감’, ‘비용 절감’, ‘자기 계발’의 세 가지 욕구를 모두 충족시켜주는 PlayZ를 통해 이용자들에게 더 스마트한 미디어 생활을 제공하면서 이용자의 미디어 트래픽을 확보해 이를 기반으로 새로운 비즈니스 모델을 지속적으로 창출해 나가겠습니다.

Channel S

2049 시청자를 대상으로 한 엔터테인먼트 전문 채널로 즐거운 상상력을 더해주는 독창적이고 참신한 오리지널 콘텐츠 제공

Channel S+PLUS

미디어에스의 자체 제작 오리지널 콘텐츠와 지역사회 연계 콘텐츠를 제공하는 지역 정보/버라이어티 채널로 남녀노소 누구나 공감하고 즐길 수 있는 콘텐츠 제공



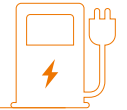
Business & Brand

3 IDC



COVID-19로 인해 OTT 서비스 이용 고객이 급속도로 확대되고, 비대면 수업과 재택근무가 일상이 되면서 전 세계적으로 데이터 트래픽이 급증했습니다. 이러한 가운데 하이퍼스케일 데이터센터가 국내에 속속 설립되었고, SK브로드밴드는 국내 데이터센터 시장을 주도해 왔습니다. 특히 2021년 7월에 오픈한 서울 최대 규모의 가산센터는 빠른 기간 내에 사전 판매를 완료하며 국내 데이터센터 시장에서 SK브로드밴드의 위상을 크게 바꿔 놓았습니다. 현재 총 5개 센터를 운영 중인 SK브로드밴드는 2025년까지 지속적으로 규모를 확대해 국내 No.1 선도 사업자를 넘어 글로벌 시장으로까지 진출할 발판을 마련하고 있습니다. 아시아 데이터 허브 3국(싱가포르, 홍콩, 일본)이 각각 포화, 정치불안, 지진으로 한계에 봉착한 이 시점에 한국에서 넥스트 허브 사업자가 나올 것으로 전망하고 있으며, 이를 기회로 SK브로드밴드는 New Asia Hub Player로 나아가고자 합니다.

4 전기차 충전



전 세계 전기차 시장 규모가 급성장 중입니다. 많은 국가가 2030년 이후로 내연기관 차량의 생산과 판매를 규제하고 있으며, 우리 정부도 2025년까지 전기차 100만 대 보급을 목표 삼고 있습니다. 그런데 현재 전기차 사용자의 가장 큰 불편사항은 전기차 충전기 보급이 충분하지 않아 충전이 자유롭지 않다는 점입니다. SK는 그룹 차원에서 배터리 생산부터 충전 서비스까지 전기차 가치사슬에 적극 참여하고 있으며 SK브로드밴드는 이 가치사슬 하에서 완속 충전 사업을 미래 비즈니스 모델로 준비하고 있습니다. SK브로드밴드는 강력한 통신·유료방송 인프라와 인적 네트워크로 전국에 충전기 설치가 가능하며 A/S 상담인력도 보유하여 신청, 설치, 사용, 정산, 사후관리까지 모든 부분을 책임지고 관리할 수 있습니다. 정부 정책 상 2022년 이후부터는 신축건물 주차 면적의 5% 이상, 기존 건물의 2%를 전기차 충전기 설치에 사용하는 것이 의무화되어 전기차 충전에 대한 수요는 급속도로 늘어날 것으로 기대하고 있습니다.



Business & Brand



5 Enterprise Solution

정보보안 서비스

최근 재택근무 확대 등으로 인해 기업 정보를 노린 사이버 범죄가 증가하고 있습니다. 이러한 현상은 계속될 것으로 예상돼, 정보보안 서비스 산업의 중요성이 더욱 확대될 것으로 전망됩니다. SK 브로드밴드는 자사의 네트워크 망을 이용해 고객의 비즈니스 환경을 분석, 적합한 보안 솔루션을 고객의 다양한 니즈에 맞게 제공하는 정보보안 서비스를 제공하고 있습니다. 주문형보안 서비스인 SODA(Security on DemAnd)는 회사 시스템 내 정보 관리부터 각종 바이러스 차단까지 원하는 서비스를 손쉽게 관리하는 플랫폼 기반의 보안 서비스입니다. 이용자는 방화벽, VPN 등 네트워크 보안과 유해사이트 차단, 프리미엄 백신 등 엔드포인트 솔루션을 원하는 서비스만 골라 이용할 수 있으며, 기존의 복잡했던 하드웨어 구축 방식에서 간편한 소프트웨어 다운로드 방식으로 전환됨에 따라 도입 비용이 절감되고 서비스 신청 후 개통까지 소요되는 기간이 대폭 감소되었습니다. DDoS 클린존 서비스는 해커가 특정PC에 악성코드를 심어 원하는 곳을 집중적으로 공격하여 서버 마비, 데이터 점유 등 서비스 체계를 마비시키는 다양한 DDoS공격 트래픽을 차단하는 솔루션으로 타사 서비스 대비 더욱 정확하고 정교한 차단이 가능한 서비스입니다.

Cloud PC

포스트 COVID-19 시대를 맞이하여 재택근무와 거점 오피스 운영을 위한 기업들의 클라우드(Cloud) PC 서비스 수요가 급증하고 있습니다. SK브로드밴드는 안정적인 네트워크와 데이터센터 등 자체 보유 인프라를 활용한 클라우드 PC 서비스를 새로운 B2B 성장동력으로 삼고, 기술 경쟁력 강화를 통해 비대면 인프라를 혁신하고 있습니다. 클라우드 PC는 CPU, 메모리, 디스크, 운영체제 등 기존 PC 자원을 클라우드에서 제공받는 서비스로, 네트워크가 연결된 곳이면 언제 어디에서나 동일한 가상 PC 환경에 접속할 수 있는 시스템입니다. SK 브로드밴드의 클라우드 PC는 ITU 국제표준으로 채택된 국내 토종 DaaS(Desktop as a Service) 원천 기술을 바탕으로 플랫폼 전 영역을 독자 개발하였습니다. 이로 인해 고객의 이용 금액은 낮추고, 확장성·보안·최적화·속도·고객 커스터마이징 수용도는 크게 높여 시장에서의 우위성을 갖췄습니다. 이러한 특징을 바탕으로 SK브로드밴드는 디지털 뉴딜의 중요 사업인 5G-클라우드 기반 정부업무망 모바일화 레퍼런스 실증사업, 공공 및 금융기관의 망 분리 및 원격근무 환경 구축사업, 일반기업의 스마트 워크 구현사업, 학교의 공용PC(실습실) 환경 구축사업 등 B2B 시장 전 영역에서 레퍼런스를 확보하여 사업을 더욱 확장해 나가고 있습니다.

Managed 서비스

현 사회에서 사업장의 네트워크 인프라 구축은 필수적이지만, 대규모 투자 비용, 장애 처리를 위한 전문 인력 보유 등 여러 가지 부담이 존재합니다. 이러한 부담감을 겪는 고객을 위해 SK브로드밴드는 Network(유선), Wi-Fi(유선기반무선), LTE(무선) 등 사업에 필요한 각종 인프라·시스템을 구축의 개념으로 도입 및 활용할 수 있는 Managed 서비스를 제공합니다. Managed 서비스는 365일 24시간 운영되는 전문 관제센터(MSOC, Managed Service Operation Center)를 통해 관제 및 유지보수 서비스까지 통합적으로 제공되기 때문에 고객은 전문 운용인력 부담이 줄어들고, TCO(Total Cost of Operation)가 최소화되어 합리적인 비용으로 서비스 이용이 가능합니다. 더 나아가 클라우드 컨트롤러 기반으로 서비스 고도화를 추진하고 있어 운용 및 비용 부담이 더욱 줄어들 것으로 예상됩니다. 또한 금융·증권사 등 대규모 인프라를 운용하는 고객의 업무 및 비용 효율화를 위해 운용인력 파견, 통합 관리 및 운영을 대행하는 ITO(IT Total Outsourcing) 서비스도 확대 중입니다.

Sustainability Fundamental

ESG 추진 전략 및 체계

SK브로드밴드는 2021년을 ESG 경영의 원년으로 삼고 환경, 사회, 지배구조 영역별 목표를 수립하였습니다. ESG는 기업의 비재무적인 요소인 환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)를 의미하는 것으로, 과거 기업들은 재무적 성과만을 평가받은 것과 달리, 이제는 투자자와 이해관계자들이 기업의 지속적 성장을 위한 평가로 비재무적 성과를 측정하고 있습니다. SK브로드밴드는 지속가능한 성장과 미래를 위해 재무 성과뿐 아니라 비재무 영역의 성과와 목표도 투명하게 공개하여 이해관계자와의 소통을 이어 나가겠습니다.

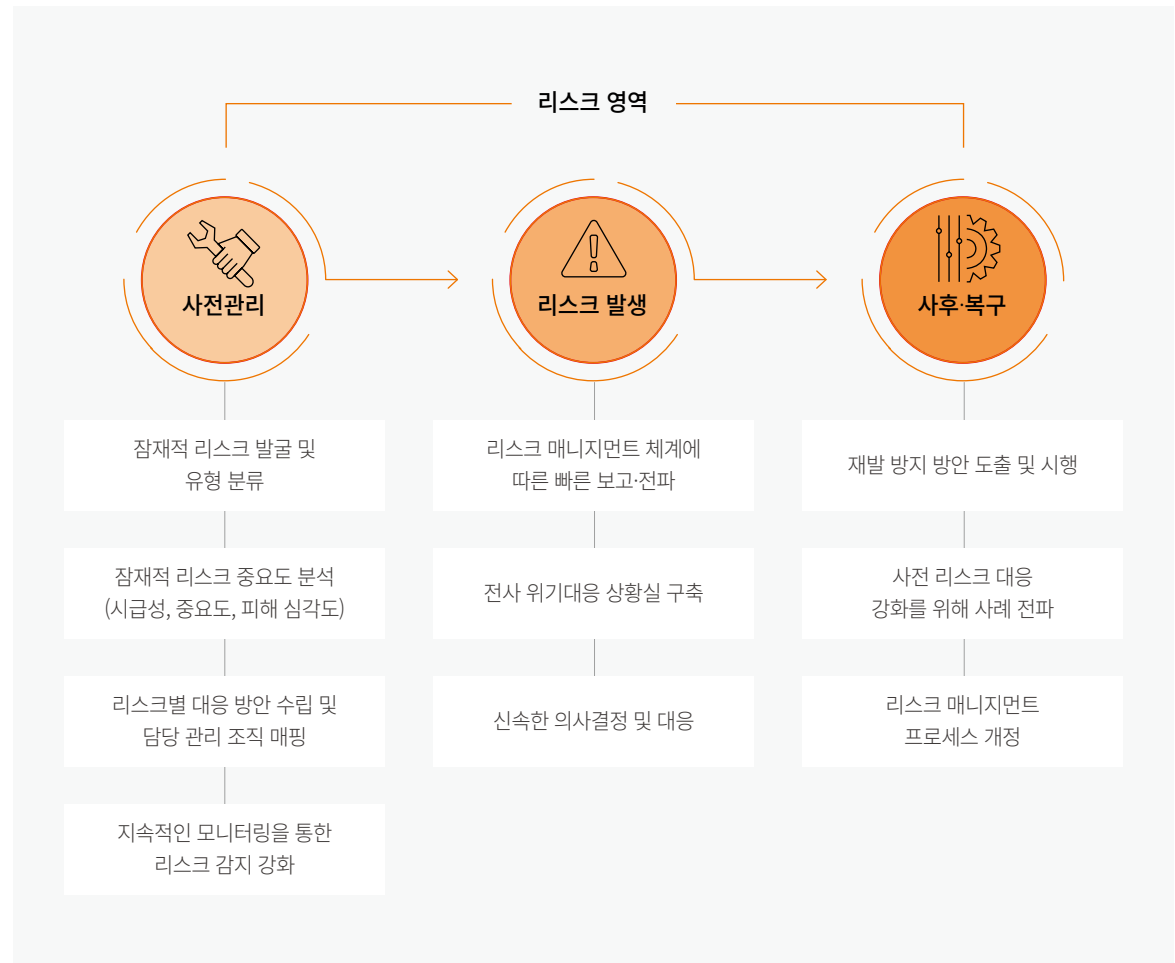


통합 리스크 관리

리스크 관리 체계

리스크는 기업의 전략이나 경영목표 달성에 부정적인 영향을 미치는 모든 요소를 의미합니다. 경영환경 변화의 가속화와 복잡성 증대에 따라 리스크에 대한 노출은 더욱 빈번하게 발생합니다. 이에 SK브로드밴드는 지속가능한 성장과 안정을 위해 리스크 관리를 중요 경영활동으로 인식하고 전사 리스크 관리 전략을 수립하였으며 시장 리스크, 신용 리스크 등의 재무 리스크부터 환경, 사회 이슈 등의 비재무 리스크까지 통합적으로 관리하고 있습니다. 리스크 매니지먼트의 패러다임이 사후 관리에서 사전 관리로 전환됨에 따라 각 조직은 잠재 리스크를 지속적으로 발굴하고 수시 모니터링을 통한 사전 인지를 강화하여 대형 리스크 발생 가능성을 최소화하고 있습니다. 리스크 징후를 포착하거나 이슈가 발생할 경우를 대비해 피해를 최소화하고, 신속히 복구하기 위해 매뉴얼과 보고 및 대응 체계를 운영하고 있습니다. 또한 발생한 리스크가 종료된 후에는 이를 통해 발견된 문제점을 사전 예방 및 복구 대응 활동에 반영하여 동일한 리스크가 재발되지 않도록 사후 관리하고 있습니다.

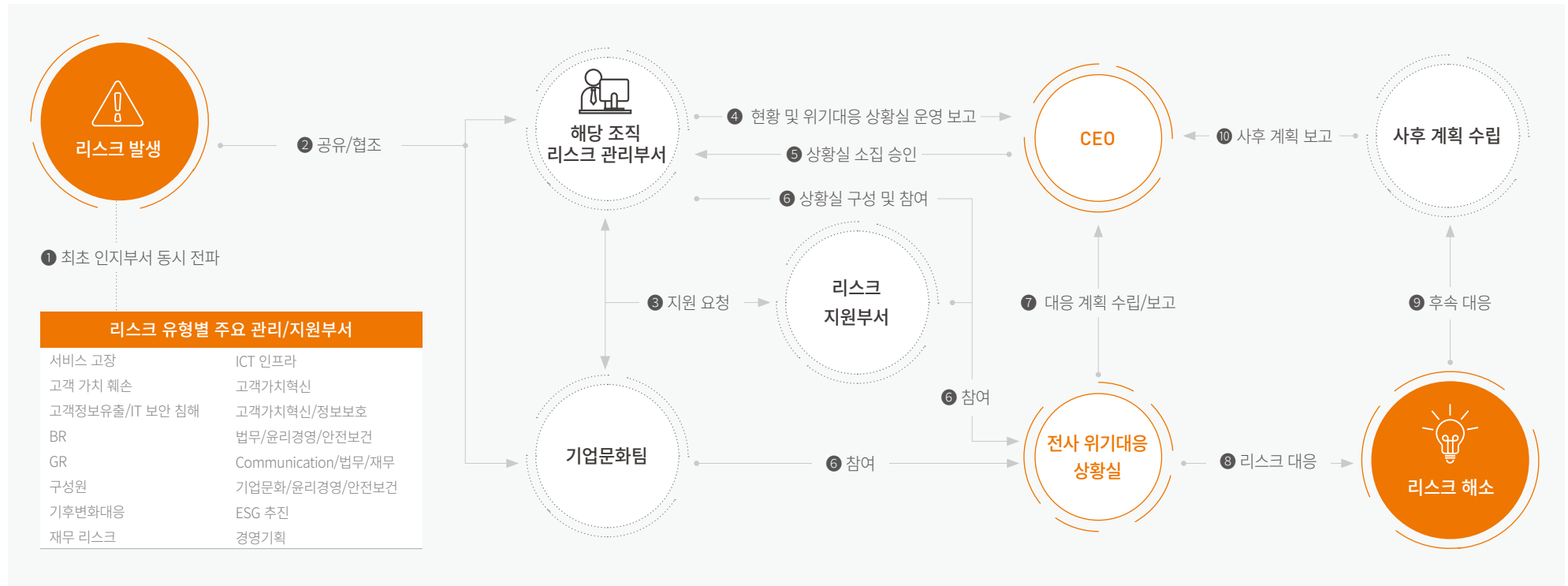
리스크 관리 체계도



통합 리스크 관리

리스크 대응 체계

사전 관리를 철저히 시행함에도 불구하고, 리스크 발생으로 손실이 예상되는 경우에는 리스크 사후 대응 체계를 통해 손실을 최소화하고자 노력하고 있습니다. 리스크 발생 시 사전에 수립된 기준에 따라 리스크 매니지먼트 체계를 운영합니다. 각 리스크는 유형별로 관리부서가 정해져 있어, 최초로 인지하는 부서에서는 상황이 발생하면 유관부서(해당 조직 리스크 관리부서) 및 총괄부서(기업문화팀)에 동시 전파합니다. 해당 조직의 리스크 관리부서에서는 현황을 파악해 리스크 지원부서에 전파, 총괄부서와 협의 하에 CEO 보고 후 필요시 전사 위기대응 상황실을 운영합니다. 이후 원인을 분석하고 대응 계획을 수립하여 이행하며 리스크 해소 후에는 유사 사례 근절을 위해 사후 계획을 수립 및 추진하여 리스크 발생을 최소화합니다. 또한 상황에 따라 SK 그룹 차원의 SHE(Safety·Health·Environment, 안전보건환경) 경영관리조직과 협력 체계를 구축하고 있습니다.



통합 리스크 관리

주요 리스크 식별 및 대응

SK브로드밴드는 발생 가능한 리스크 상황을 사전에 파악해 대응하고 있습니다. 주요 리스크는 재무 및 비재무 리스크로 구분하고 다시 세부 리스크 유형으로 나누어 관리합니다.

구분	리스크	Risk Factors & Potential Impact	Mitigating Actions
재무 리스크	시장 리스크	- 자산과 부채의 환율변동과 관련하여 발생할 수 있는 외환 리스크 - 변동금리부 차입금 계약으로부터 발생하는 이자율 리스크	- 영업거래상 외환 위험에 대한 회피가 필요하다고 판단되는 경우 파생상품 헷지거래 등을 통해 외환 위험을 관리 - 이자부 자산의 대부분을 고정이자율로 확정하여 안정성 확보
	신용 리스크	통상적 거래 및 투자활동에서 거래 상대방이 계약 조건상 의무사항을 지키지 않아 발생하는 신용 리스크	주기적으로 고객 및 거래 상대방의 재무상태를 확인하고 과거 경험 및 기타 요소들을 고려하여 재무신용도를 평가 후 각 거래에 대한 신용한도를 설정
	유동성 리스크	일시적으로 자금이 부족하여 정해진 결제 시점에 결제 의무를 이행하지 못하여 거래 상대방의 자금조달계획 등에 악영향을 미치는 리스크	충분한 현금성 자산을 유지하고 금융기관으로부터 신용한도 확보를 통해 유동성을 관리하며, 활발한 영업활동으로 신용한도 내에서 자금여력을 탄력적으로 유지
	사업환경 변화 리스크	- 통신 기술 및 기기의 디지털화로 유선과 무선, 통신과 방송 사이의 경계 소멸 및 경쟁 강도 심화 - 고화질 대용량 미디어 콘텐츠 소비 확대로 트래픽 양의 지속적 증가 - 비대면 서비스 사회로의 전환으로 유료 콘텐츠 소비가 확대되면서 독자적 콘텐츠 제공을 통한 미디어 플랫폼 서비스 경쟁 가속화	- 고품질 영상 및 대용량 콘텐츠의 품질 안정화를 위한 해저 케이블 구축 - 독자적 콘텐츠 수급 및 차별화된 서비스로 경쟁력 강화 - MPP 자회사 ‘미디어에스(주)’ 설립 - 애플과 독점으로 ‘Apple TV 4K’ 셋톱박스 출시 - 국내 최초 OTT Aggregator ‘PlayZ’ 출시

통합 리스크 관리

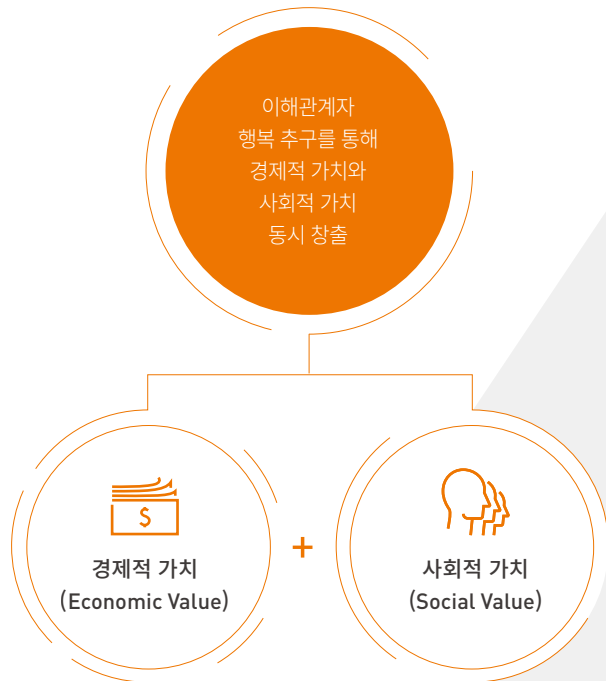
구분	리스크	Risk Factors & Potential Impact	Mitigating Actions
비재무 리스크	서비스 고장	• 천재지변 및 인적 오류, 설비 및 자산 이상으로 네트워크 서비스 고장, IPTV 송출 중단 등 대형 장애 발생	• 트래픽 증가 대응 및 고품질 서비스 제공 위한 해저 케이블 구축 • 주요 통신국사 이원화 완료 및 공동 주택 선로 이원화 추진
	고객가치 훼손	• 고객 불만, 민원 상황에 대한 적절한 대응조치 미흡 시 보상 지급, 민원 소송 등 발생 가능성 증대	• 고객 소통 위한 고객 조사 및 VOC(Voice of Customer) 모니터링 시행 • 고객 접점 채널 역량 강화 활동 추진
	고객정보 유출/ IT 보안 침해	• 고객 개인정보가 해킹 공격, 직업윤리 부재 등으로 제3자 혹은 외부로 유출 시 신뢰 및 기업 평판에 부정적 영향 발생	• 정보통신망법 및 개인정보보호법을 근간으로 보안 정책과 지침 보유 • CISO(정보보호최고책임자) 및 CPO(개인정보보호최고책임자) 선임 및 중장기 정보보호 계획 이사회 심의 • ISO27001, ISMS 인증 유지
	Business Relationship	• 비즈니스 파트너 ESG 관리 역량 저하에 따른 리스크 • 공급망 내 비즈니스 파트너에서 발생하는 부정적 이슈로 인한 피해 발생	• 비즈니스 파트너 ESG 행동규범 제정 • 구성원 및 비즈니스 파트너 대상 윤리경영 교육 시행
	Governance Relationship	• 국가기관 조사 및 관련 제도, 정책 리스크	• 국내법 및 정부 정책 변화를 지속적으로 파악하여 대응 • 주요 취약 지점에 대한 제도 및 프로세스 개선 등 컴플라이언스 강화
	구성원	• 중대재해처벌법 본격 시행으로 산업재해, 안전보건에 대한 의무 강화 • COVID-19 확산에 따른 저효율성 증가 • 윤리 및 인권 위반 리스크	• CSPO(최고안전관리책임자) 선임 및 전담조직 강화(보건관리팀 신설) • ISO45001 인증 유지 및 비즈니스 파트너 포함 안전보건 관리 체계 재·개정 • 전면 재택근무 시행으로 선제적 감염 예방 • 구성원 역량 개발을 위한 중점 영역 설정 및 프로그램 고도화 • 3요소(행동기준, 제도, 공감대) 기반 윤리경영 정착
	기후변화 및 환경 리스크	• NDC 상향 조정 및 ‘기후위기 대응을 위한 탄소중립·녹색성장기본법’ 본격 시행 • 온실가스 배출 관련 의무 공시로 재무 영향 증대	• 2045 Net Zero 달성 선언 • RE100 달성을 위한 재생에너지 사용량 증대(녹색프리미엄 계약) • ISO14001 인증 유지 • 고효율 장비 교체, 친환경 장비 개발 등 환경 투자 증가

가치창출과 분배

사회적 가치 측정방법

SK브로드밴드는 사회와 함께 성장하는 기업입니다. 기업을 향한 여러 이해관계자의 목소리에 화답하기 위해 SK그룹의 DBL(Double Bottom Line) 측정 방법론에 따라 경영 성과를 확인하고 있습니다. SK DBL은 기존 경제적 가치(재무성과)만 추구하는 Single Bottom Line에서 벗어나 경제적 가치(EV, Economic Value)와 사회적 가치(SV, Social Value)를 동시에 추구하고 관리하는 Double Bottom Line의 경영철학을 반영한 측정 방법론입니다. 구체적으로는 경제적 가치는 ‘재무성과’로, 사회적 가치는 ‘경제간접 기여성과’, ‘환경성과’, ‘사회성과’로 구분하여 측정하고 있습니다.

SK DBL (Double Bottom Line)



사회적 가치 성과측정

1	경제간접 기여성과	고용	내부 구성원에게 안정적인 일자리 및 근로소득을 지급하여 발생한 성과
		배당	경영활동으로 발생한 이익을 소유 지분에 따라 주주에게 재분배함으로써 주주가치 제고에 기여한 성과
		납세	경영활동으로 발생한 이익에 대해 세금을 납부하여 국가를 유지하고 국민생활을 발전시키는 데 기여한 성과
2	환경성과(E)	제품/서비스	기업이 생산하는 제품과 서비스를 통해 환경에 미치는 영향 정도를 개선한 성과
		공정	제품 생산 공정 또는 서비스 제공을 위한 조직 내부 운영 과정 등 기업 내부에서 발생한 성과
3	사회성과(S)	제품/서비스	기업이 생산하는 제품과 서비스를 통해 이용자의 삶의 질이 개선된 성과
		노동	구성원의 기본권을 보장하여 근로환경을 개선하는 등 노동 전반에 걸친 사회성과 창출 효과(취약계층 고용 성과 포함)
		동반성장	비즈니스 파트너를 포함한 산업 생태계 내 중소기업, 스타트업, 소상공인에 대한 지원 및 상생협력 성과
		사회공헌 활동	기업이 직접 기획/운영하거나 수행 파트너와 함께 운영한 사회공헌 사업의 성과
		기부	취약계층, 비영리단체, 공공기관 등 사회적 필요성이 인정되는 대상에 기부한 성과
		봉사활동	구성원의 프로보노, 재능기부, 노력봉사 등 다양한 자원봉사 활동의 성과
		거버넌스(G) ¹⁾	기업의 소액주주권익보호 성과와 회계투명성, 부정부패 행위, 법 질서 위반 등 윤리경영 관련 성과

1) 거버넌스 지표는 비화폐적 성과로 공표

가치창출과 분배

사회적 가치 측정과 성과

1 경제간접 기여성과

경제간접 기여성과는 기업활동을 통해 국민 경제에 간접적으로 기여한 성과로 고용, 배당, 납세로 구성되어 있습니다. 고용은 내부 구성원에게 안정적인 일자리를 제공하고 근로소득을 지급하여 발생한 성과이며, 납세 성과는 기업이 경영활동을 통해 발생한 수익에 대해 세금을 납부하여 국가를 유지하고 국민 생활을 발전시키는 데 기여한 성과입니다. 2021년부터는 글로벌 표준 측정체계인 VBA 기준에 따라 고용성과 내 '복리후생'을 통한 구성원 삶의 질 향상 성과를 추가로 측정하고 있습니다. 2021년 SK브로드밴드의 경제간접 기여성과는 SK텔링크 사업 인수 및 고용 확대로 고용 성과가 전년 대비 413억 원 증가하였고, 영업이익 증가에 따라 납세성과가 341억 원 증가해 총 5,975억 원으로 측정되었습니다.

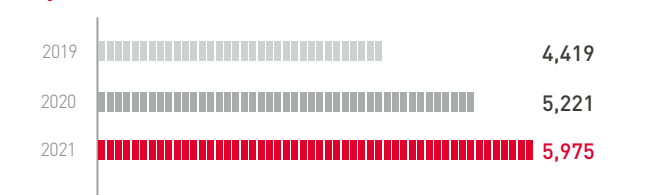
2 환경성과

환경성과는 기업이 경영활동 중에 환경 측면으로 발생시키는 긍정적·부정적 영향을 의미합니다. SK브로드밴드가 2021년 사업 과정에서 환경에 미친 영향은 (-)354억 원으로 대부분 사업 운영을 위한 전기 에너지 사용에 따른 결과입니다. 제품·서비스를 통한 환경 개선 성과는 저전력 셋톱박스 이용 가입자 확대 등으로 전년 대비 10억 원이 증가했으나, 온실가스, 폐기물 등 기업 운영 과정에서 발생하는 환경 공정 성과는 티브로드 합병 및 신규 IDC 2개소 추가 운영(가산센터, 일산2센터)에 따른 CO₂ 배출량 증가로 전년대비 감소폭이 확대되었습니다. 앞으로 SK브로드밴드는 2045 넷제로 달성을 위해 재생에너지 사용을 확대하고 선도적으로 탄소 저감을 노력하여 환경 영향을 꾸준히 줄여 나갈 것입니다.

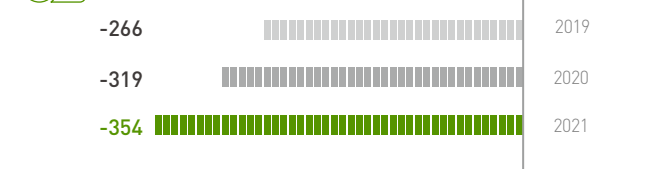
3 사회성과

사회성과는 기업의 제품 및 서비스를 통해 사회에 기여한 성과, 구성원의 근로환경을 개선하는 노동 성과, 협력사를 포함한 산업 생태계의 상생협력 성과와 사회공헌 활동을 통해 직접적으로 사회에 기여한 성과를 말합니다. SK브로드밴드가 2021년에 창출한 사회성과는 총 299억 원입니다. 이 중 제품·서비스를 통해 창출한 사회적 가치 성과는 97억 원, 사회공헌 성과는 총 19억 원이며, 노동 및 동반성장은 전년 대비 8억 원이 증가한 183억 원으로 취약계층 고용 및 사회적기업(SE) 지원 성과가 주요 증가 요인입니다. SK브로드밴드는 지속적으로 사회 문제 해결을 위한 노력을 강화할 것이며 이를 통해 다양한 사회적 가치(Social Value)를 창출해 나갈 것입니다.

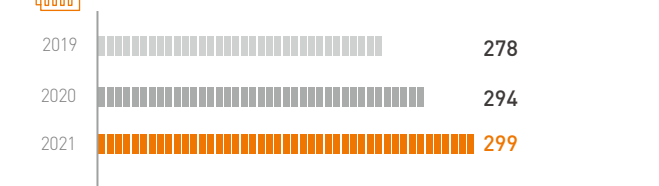
경제간접 기여성과 추이 (단위:억 원)



환경성과 추이 (단위:억 원)



사회성과 추이 (단위:억 원)



가치창출과 분배

Value Creation Model

SK브로드밴드는 경영활동 과정에서 고객뿐 아니라 구성원, 비즈니스 파트너, 지역사회 등 모든 이해관계자를 대상으로 사회적 가치(SV, Social Value)를 창출하기 위해 노력하고 있습니다.



1) 각 성과 금액 반올림 적용한 합산금액입니다.

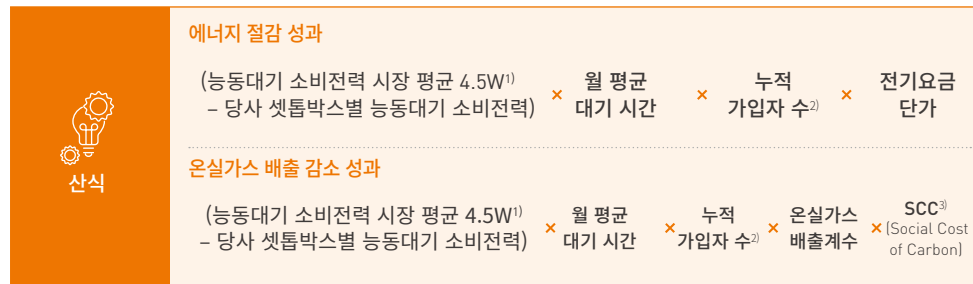
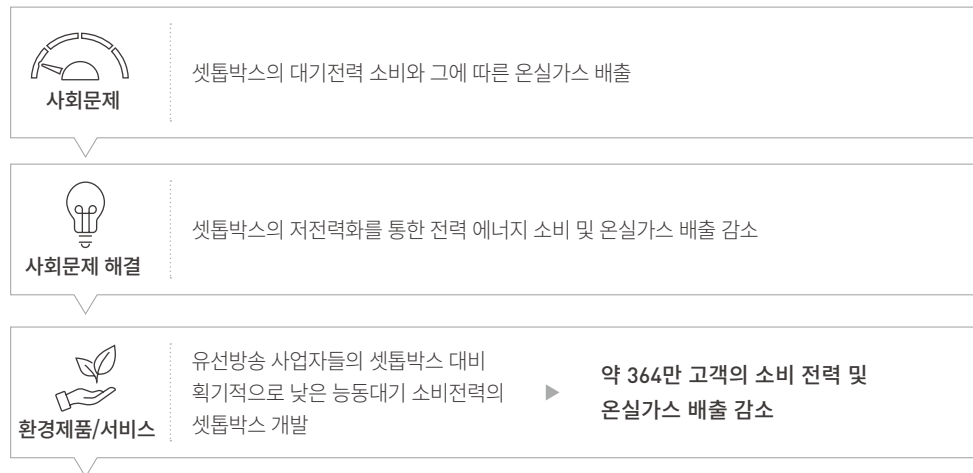
* 사회적 가치 성과 측정 : 자회사인 홈앤서비스와 취약계층을 고용하여 SK브로드밴드 통신장비 용역을 수행하고 있는 행복그린넷 성과 포함

* 경제적 가치 창출 : SK브로드밴드 별도재무제표 기준

가치창출과 분배

가치창출 성과 산식의 예

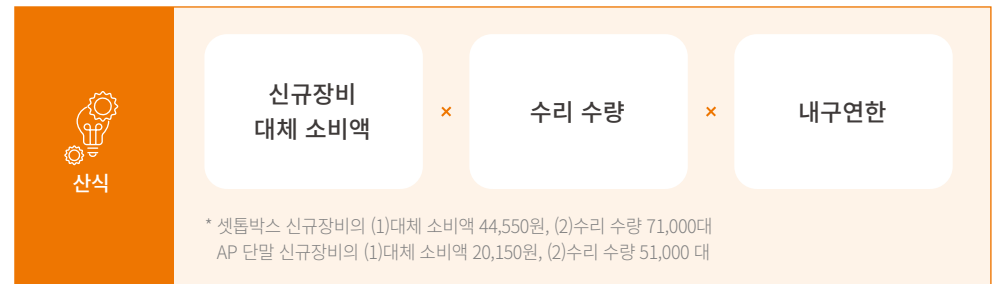
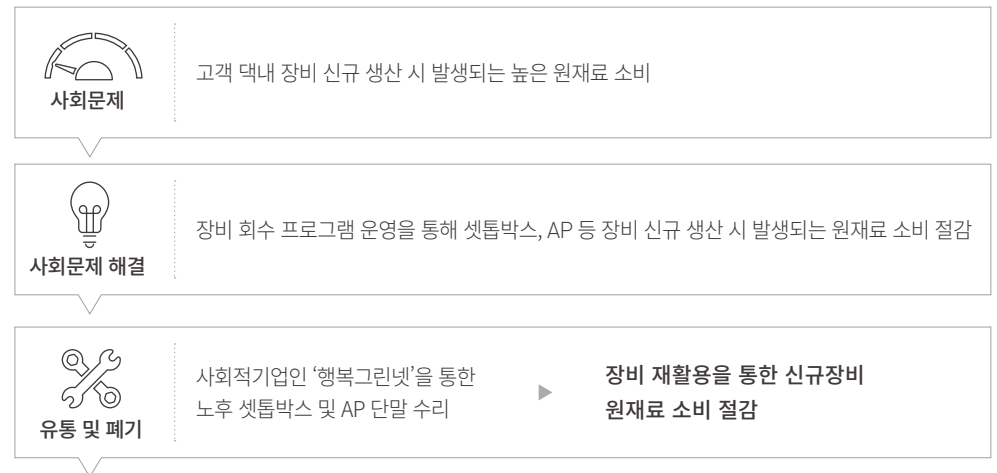
예시 1) 저전력 셋톱박스 보급을 통한 에너지 및 온실가스 배출 감소 성과



에너지 절감 성과 + 온실가스 배출 감소 성과 = SV성과
13.3억 원 + 5.4억 원 = 18.7억 원

1) 시장평균 4.5 W 출처: 한국에너지공단
 2) 누적가입자 수: 2021년 말 기준 당사 저전력 셋톱박스 9종 364만 명
 3) SK그룹 기준

예시 2) 장비 회수 프로그램 운영을 통한 자원소비 감소 성과

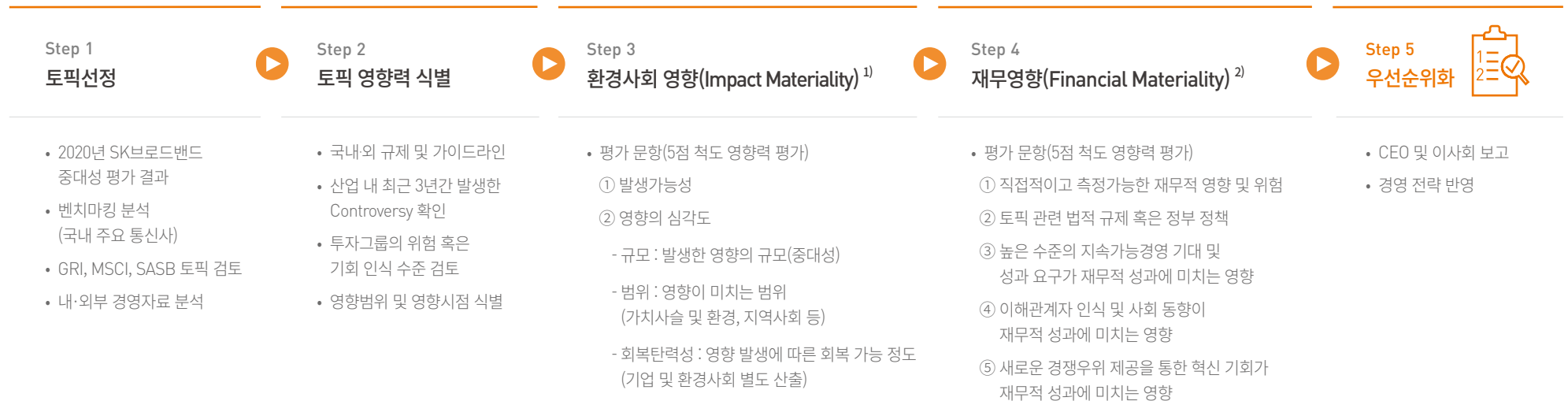


셋톱박스 + AP 단말 = SV성과
13.5억 원 + 4.4억 원 = 17.9억 원

이중 중대성 평가

중대성 평가는 기업의 지속가능성에 영향을 주는 ESG 토픽 중 우선적으로 고려해야 할 사항을 확인하는 과정입니다. ESG의 확산과 고도화 추세에 따라 중대성 평가 방식에도 변화가 일어나고 있습니다. 2019년에 EU는 비재무정보 보고지침(NFRD, 기업지속가능성 보고지침 'CSRD'로 개정)을 통해 이중 중대성 개념을 발표하였으며, GRI는 이중 중대성을 수용한 개정안과 이를 2023년부터 적용 의무화함을 발표하였습니다. SK브로드밴드는 전략적 관점에서 ESG 핵심 이슈를 경영과 기업활동에 적용하고 환경과 사회 그리고 기업이 상호간 미치는 영향을 확인하기 위해 선제적으로 이중 중대성 개념을 도입하여 중대 토픽을 선정하였으며 선정된 중대 토픽에 대한 위기관리(Risk Management)를 강화하였습니다. 이중 중대성(Double Materiality) 평가는 환경 사회 영향 평가와 재무 영향 평가로 구성됩니다.

이중 중대성 평가 프로세스



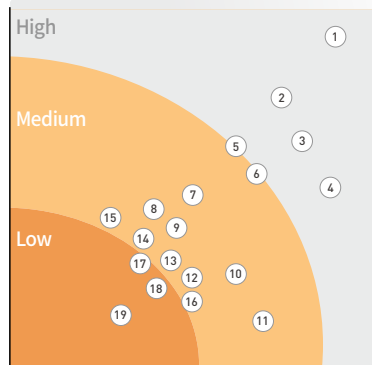
1) 환경사회 영향(Impact Materiality) : Inside-Out 관점으로 기업의 경영활동이 환경 및 사회에 미치는 영향을 의미

2) 재무 영향(Financial Materiality) : Outside-In 관점으로 환경 및 사회 요소가 기업의 경영활동에 미치는 영향을 의미

이중 중대성 평가

이중 중대성 평가 결과

Influence on 경제 & 환경 & 사회

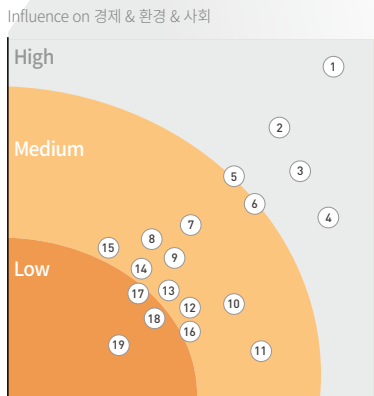


Influence on SK브로드밴드 재무 & 기업 가치

토픽	선정 배경	페이지
① 기업 정보 자산 및 고객 개인정보 보호	5G·클라우드 PC와 같은 기술 발전으로 디지털 전환이 가속화되면서 사이버 범죄 공격과 그에 따른 피해가 함께 증가하였으며, 고객정보 유출 사례도 지속 발생함에 따라 기업의 보안 의식 수준이 더욱 중요해지고 있습니다.	86-89, 118
② 고품질·절대안정 네트워크 서비스 제공	통신 인프라는 사회를 유지하는 주요한 사회 기반 시설입니다. 이에 통신 네트워크 중단과 같은 사고는 2차, 3차 피해로 확장되기 쉽습니다. 제품 및 서비스의 안정적 제공과 고품질 향상 노력은 고객의 신뢰를 얻는 가장 빠른 길입니다.	90-91, 119
③ 안전보건 고도화	중대재해처벌법 시행과 COVID-19로 안전한 근무 환경, 건강한 근로 생활에 대한 이해관계자의 관심이 급증하였습니다. 주요 기관투자자는 환경을 비롯하여 안전 및 건강 리스크 발생 위험 기업에 적극적으로 관여할 것을 선언하였습니다.	73-78
④ 신성장 사업 강화	기업은 빠르게 변하는 경영환경과 이해관계자 기대에 따라 새로운 미래 사업을 준비합니다. SK브로드밴드는 경쟁우위를 활용한 끝없는 혁신과 환경, 사회를 고려한 신사업으로 재무, 비재무 영역에서 모두 지속가능한 성장을 이어가고 있습니다.	31-33
⑤ 컴플라이언스 강화	공정거래, 부패방지, 환경, 안전과 같이 기업이 지켜야 할 법과 규범은 증가하고 있습니다. 위법 행위는 기업 가치와 신뢰를 떨어뜨리는 주요 원인입니다. 이해관계자는 운영 과정에서 밀접한 연관성이 있는 법규 내용을 숙지하고 세밀한 검토와 전문성 있는 준법 활동을 요구하고 있습니다.	102-104
⑥ 통신 및 미디어 접근성 향상	모든 사람은 신체적 장애나 특정 환경에 따른 제약 여부와 상관없이 미디어와 정보를 이용할 권리가 있습니다. 미디어 접근성을 보장하고 사용 역량을 높여주는 일은 불평등을 해소하고 더 높은 삶의 질을 만들 수 있습니다.	42-47
⑦ 비즈니스 파트너 경쟁력 및 ESG 역량 강화	비즈니스 파트너는 경영활동의 동반자입니다. 비즈니스 파트너에 내재된 ESG 위험을 식별하고 관리하는 일 또한 중요한 책임경영의 활동이 되었습니다. 또한 상호 존중과 협력, 투명한 거래와 지원으로 파트너의 경쟁력과 가치를 제고하는 일은 지속가능한 비즈니스 생태계를 구축하기 위한 필수 요건입니다.	82-85
⑧ 에너지 저감	통신 미디어 기업이 운영하는 각종 설비와 자산은 전력을 비롯한 많은 에너지를 소모합니다. 따라서 에너지 저감과 재생에너지 사용 확대는 환경에 대한 영향을 절감시키며, 다양한 기술투자를 실현시켜 새로운 기회를 제공합니다.	35-36, 56-58
⑨ 고객 행복·고객 만족 경영 제고	고객은 과거부터 기업의 핵심 이해관계자입니다. 그리고 이제는 다양한 사회적 이슈와 관련한 기업의 책임을 요구하고 행동하는 고객으로 변화하고 있습니다. 제품과 서비스 품질을 비롯하여 기업의 책임경영과 평판을 관리하지 못한다면 고객의 선택을 받지 못할 것입니다.	39-41

이중 중대성 평가

이중 중대성 평가 결과



토픽	선정 배경	페이지
⑩ 윤리 및 청렴	윤리의식의 내재화 부족으로 개인 및 조직의 가치판단이 흔들리면 기업의 존속도 함께 흔들립니다. 반부패 의식을 강화하고 공정거래, 반경쟁행위, 소비자 기만 행위에 대한 강력한 제재로 이해관계자의 신뢰를 유지해야 합니다.	102-104
⑪ 투명한 지배구조 구축	건전한 지배구조는 지속가능한 성장의 기반으로 책임 있고 올바른 성장 전략을 결정합니다. 견제와 협력이 조화를 이루는 건설적 지배구조로 기업과 주주의 가치를 극대화하고 의사결정 과정을 공개하여 투명한 리더십을 확보해야 합니다.	98-101
⑫ 지역사회 문제해결 참여	기업은 지역사회에 미치는 나쁜 영향은 최소화하고 좋은 영향은 제고하여 함께 상생하는 방향으로 나아가야 합니다. 지역에 자리한 사회문제 해결에 동참하고 지역 활성화에 이바지하여 모두의 지지를 받는 Good Impact 창출이 필요합니다.	92-97
⑬ 기후위기 대응	기후위기로 기업은 사업, 평판, 자산 등에 피해를 입고 예기치 못한 재무 영향을 받을 수 있습니다. 전 지구적 약속에 맞춰 전환 계획을 준비하지 않으면 경쟁우위를 잃고 기업 가치가 하락할 것입니다.	34-37, 56-61, 112-117
⑭ 폐기물 및 순환경제	자원의 낭비를 방지하고 생태계 영향을 최소화하도록 제품의 생애주기(제조, 유통, 사용, 폐기)에서 순환경제 구축이 활발히 논의되고 있습니다. 막대한 전자 폐기물 발생 또한 사회적 이슈를 만들어냅니다. 과도한 자원 사용 및 훼손 방지와 재사용, 재활용 확대 등 적극적 노력이 필요합니다.	59-61, 119
⑮ 온실가스 감축	지구 온도를 높이는 주범인 온실가스를 감축하기 위한 전 세계적인 노력이 계속되고 있습니다. 기업은 주요 배출원으로서 책임 의식을 가져야 합니다.	34-37, 56-58
⑯ 이해관계자 참여	기업의 목적이 이해관계자의 가치 극대화로 확장되면서 이해관계자 그룹별 적극적 소통으로 기대사항과 페인 포인트(Pain Point)를 발견하여 이를 전략에 반영하고 경영활동에서 해결하는 능력이 중요해지고 있습니다.	110-111
⑰ 다양성 확보와 인권 경영 확립	다양성 확보는 다양한 의견 제시를 통한 혁신과 문제해결로 연결됩니다. 이를 위해서는 연령, 성별, 인종 등 환경과 직급 등 차이에서 차별을 두지 않고 서로의 인권을 존중하는 태도가 뒷받침되어야 합니다.	79-81
⑱ 상호존중 노사관계	구성원의 권리 존중과 노사 간 적극적이고 지속적인 소통은 구성원의 결속력을 강화하며, 발전적인 노사관계를 형성합니다.	72
⑲ 구성원 성장과 행복	구성원은 기업의 소중한 자산입니다. 경쟁력 있는 인적 자원을 확보하고 역량을 개발하는 일은 기업의 경쟁력을 창출하고 미래를 보장합니다. 더불어 일과 여가, 회사와 가족을 모두 돌볼 수 있는 기업문화는 구성원 관리의 시작입니다.	49-52, 62-72

Sustainable Future Story

- #1. 전환의 시대, 새로운 미래를 향해 29
- #2. 모든 것의 중심, '고객' 38
- #3. 즐겁게 일하고 성장하는 우리 48

Sustainable Future Story #1 전환의 시대, 새로운 미래를 향해

스물다섯 살 청년, SK브로드밴드

2022년은 SK브로드밴드의 창립 25주년이 되는 해입니다. 25년 전, SK브로드밴드는 시내전화 사업을 시작으로 초고속 인터넷과 기업 전용회선 서비스를 통해 성장하기 시작했고 이후로도 IPTV 사업으로 비즈니스 모델을 확장해 성장을 가속화해 왔습니다. 현재는 이러한 인프라를 발판 삼아 미디어 콘텐츠로 가치사슬을 이어나가고 있습니다. SK브로드밴드는 25년간 세계 최초 초고속 인터넷을 출시하고, 국내 최초의 IPTV를 선보이는 등 과감하고 전략적인 혁신을 거듭한 끝에 현재는 매출액 4조 원대, 900만(유료방송 가입자, 2021년 기준) 가입자를 보유한 대한민국의 명실상부한 미디어 플랫폼 회사로 성장했습니다.



매출액
4조 원대



유료방송 가입자
900만 명

대전환의 시대, Version 3.0을 향하여

세상은 우리가 생각했던 것보다 더 빨리 변화했습니다. 특히 COVID-19 시기를 기점으로, 미래가 더 빨리 앞당겨졌습니다. 학교는 교실을 벗어났고, 직장은 사무실을 벗어났습니다. 사람들은 오프라인에서보다 온라인에서 더 많이 모이고, 점차 더 많은 시간을 모바일·디지털 안에서 보내게 되었습니다. 산업 혁명과 휴대폰의 탄생 이후, COVID-19는 이른바 대전환의 시대를 연 것입니다. 역사적으로 볼 때 이러한 변화의 기점에서 기업은 변하지 않으면 도태되었고, 혁신을 이루며 성장해 왔습니다. SK브로드밴드는 이 대전환의 시기를 기회로 삼아, 기존 네트워크·디지털 인프라를 기반으로 하는 가치사슬을 꾸준히 모색해왔습니다. SK브로드밴드의 미래를 향한 도약은 이미 시작되었습니다.

25년이라는 시간은 기업이 성장하기에 짧다면 짧고 길다면 긴 시간입니다. 스물다섯은 사람의 나이로 보면 창창한 미래가 기대되고 앞으로 나아갈 세상에 가장 큰 설렘을 느낄 나이입니다. 스물다섯 청년, SK브로드밴드는 전화와 초고속 인터넷 사업 중심의 Version 1.0, IPTV·CATV 등 유료 방송 사업이 추가된 Version 2.0, VOD와 광고·홈쇼핑 비즈니스 모델이 추가된 Version 2.5를 지나 콘텐츠 플랫폼과 디지털 인프라를 통한 전혀 다른 모습의 Version 3.0을 준비하고 있습니다. Version 3.0을 준비하며 SK브로드밴드는 특히 신성장 사업을 강화하는 데 집중하고 있습니다. PlayZ, 전기차 홈충전, 인터넷 데이터센터(IDC) 사업 등 기존 인프라를 활용해 가치사슬을 확장하는 사업영역의 확대를 진취적으로 추진하고 있으며 이를 통해 SK브로드밴드는 More than Telco/IPTV Company로 새롭게 도약할 것입니다.

SK브로드밴드의 비즈니스 히스토리 và 비전

More than Telco/IPTV

- 홈 엔터테인먼트 플랫폼
- 인터넷 데이터센터(IDC)
- 아파트형 전기차 충전 인프라

Prepare
SK브로드밴드
Version3.0

미디어 콘텐츠

- VOD
- 광고/홈쇼핑

Version2.5
(2011~)

Version2.0
(2009~)

유료방송

- IPTV
- CATV

Version1.0
(1999~)

네트워크 인프라

- 초고속 인터넷
- 기업 전용회선

새로운 미래를 여는 신성장 동력

▶ 1. 일상의 행복을 위하여, PlayZ



OTT 시장의 성장

COVID-19가 가져온 변화 중 미디어 분야에서 가장 두드러진 것은, OTT 시장의 성장입니다. 지난 2년간 OTT 시장은 급격하게 성장하고 플랫폼 종류도 다양해졌습니다. 덕분에 사용자들은 선택의 폭이 넓어졌고, 더 많은 시간을 OTT 시청으로 보내게 되었습니다. 그런데 아이러니하게도 더 많은 선택지는 사용자들에게 정작 콘텐츠를 즐기는 시간보다 탐색하느라 허비하는 시간을 더 많이 안겨주었습니다. 산발적으로 흩어져 있어 원하는 콘텐츠를 골라 보기 위해 각각의 OTT 애플리케이션에 중복으로 가입하느라 더 많은 비용도 발생하게 합니다. 이미 OTT 서비스가 활성화된 미국에서는 가구당 약 4개의 OTT 서비스를 사용하고 있는 것으로 나타나고 있으며 국내에서도 2021년 말 기준 평균 약 2개 이상의 OTT 서비스를 이용하고 있습니다. 그리고 사람들은 이제 손바닥만한 화면이나 공책만 한 화면으로 마블 친구들이 지구를 구하는 장면을 보는 게 만족스럽지 않습니다.

PlayZ 론칭

모든 OTT를 한데 모아서 큰 TV 사이즈로 볼 수는 없을까? 사람들은 생각했고, 그래서 생겨난 게 홈 엔터테인먼트 플랫폼인 OTT Aggregator입니다. 해외에서는 이미 이 시장이 자리를 잡고 있으며, 성장세에 있습니다. OTT 사용자의 니즈를 담은 OTT Aggregator는 미디어 산업의 트렌드를 반영한 상품일뿐 아니라, 광고 디바이스로서 TV를 재발견하는 효과까지 기대할 수 있는 비즈니스 모델입니다.

SK브로드밴드는 OTT Aggregator가 미디어 플랫폼의 진화 경로 상 종착점이라고 판단, 2022년 1월에 7개의 OTT 서비스, 30여 개의 FAST(Free Ad-Supported streaming TV) 채널, 7천여 개의 무료 VOD 및 게임·노래방 등 엔터테인먼트 서비스를 한곳에 모아 'PlayZ'를 론칭했습니다. PlayZ는 TV를 통해 보고 싶은 콘텐츠를 빠르게 검색하고, 이를 원하는 OTT에서 편리하게 감상할 수 있는 플랫폼입니다. 통합 검색을 통해 개별 OTT에 각각 접속하지 않고도 하나의 서비스처럼 이용할 수 있으며 콘텐츠를 검색하면 해당 콘텐츠를 서비스하는 OTT 상품과 가격 정보를 알 수 있어 원하는 콘텐츠를 바로 시청할 수 있습니다.

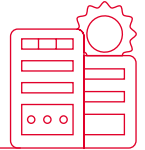
OTT뿐 아니라 엔터테인먼트까지 하나로

PlayZ를 사용하면 OTT 콘텐츠뿐 아니라 30여 개의 무료 스트리밍 방송 채널, 음악, 노래방, 홈트 등 다양한 엔터테인먼트도 즐길 수 있습니다. 특히 게임은 TV를 통해 즐길 수 있는 20여 가지 어플리케이션이 제공되며, 스마트폰을 게임 패드로 이용할 수 있는 전용 게임패드 앱을 활용할 수 있습니다. 그야말로 빅스크린(Big Screen) 엔터테인먼트를 즐기는 것이 가능합니다. '시간 절감', '비용 절감', '자기 계발'의 세 가지 욕구를 모두 충족시켜 주는 PlayZ는 국내에서 최초로 시도되는 플랫폼으로 SK브로드밴드의 혁신성을 담은 비즈니스모델이라고 할 수 있습니다. PlayZ는 특히 다양한 형태의 미디어 콘텐츠를 편리하게 즐기고 싶은 니즈가 강한 MZ 세대를 타겟팅한 올인원 플랫폼 서비스로, SK브로드밴드의 미디어 사업 분야 신성장 동력으로 자리매김할 것으로 기대됩니다.

올인원 플레이박스 'PlayZ'



새로운 미래를 여는 신성장 동력



2. 기업의 디지털 성장을 돕다, 데이터센터

새로운 기회, 데이터센터

COVID-19 이후 전 세계의 디지털 소비 전환이 가속화되면서 아시아 지역에서의 데이터 트래픽은 연평균 33% 이상 증가하고 있습니다. 아시아 지역의 데이터 허브 시장은 2020년 기준 약 10조 원 규모에서 2030년에는 약 17.5조 원 규모로 급격히 성장할 것으로 예상됩니다. 반면에 아시아 국제 트래픽 71%를 점유하고 있는 싱가포르, 홍콩, 일본이 각각 포화, 정치불안, 지진 등으로 더 이상 사업 규모를 확장하기 어려운 상황이라 데이터센터는 우리나라를 비롯한 말레이시아, 인도네시아, 필리핀 등의 소비지 인근으로 분산되고 있는 실정입니다.

SK브로드밴드는 이 상황을 빅뱅 수준의 기회로 판단했습니다. 아시아 데이터 허브 3국의 한계로 넥스트 허브 사업자에 대한 대안이 필요한 가운데 아시아의 기술 및 혁신의 허브로 불리는 한국의 글로벌 데이터센터 시장 내 점유율은 현재 3% 수준에 불과해 앞으로 성장 가능성이 큼니다. 신규 수요의 90%가 CSP(클라우드 제공 사업자) 중심으로 이동하는 사실을 감안할 때 CSP의 요구사항을 파악하고 있는 SK브로드밴드에게 현재 시장의 상황은 새로운 도약을 위한 큰 기회라고 볼 수 있습니다.

성공적인 가산센터 오픈

2021년 7월에 오픈한 가산센터(축구장 10개 면적)는 빠른 기간 내에 대부분의 물량을 사전 판매 완료하며 그 가능성을 증명했습니다. 이러한 성공은 고객사들의 니즈를 정확히 파악하고 이에 적합한 맞춤형 서비스를 제공하며 ICT 사업을 영위했던 SK브로드밴드의 경험을 가산센터 운영에 활용했기 때문이며 이는 국내 데이터센터 시장에서 SK브로드밴드의 위상을 크게 바꾸어 놓았습니다. SK브로드밴드는 경쟁 통신사에 비해 후발 주자였지만 최근 1년 사이 기존 대비 2.5배 이상의 생산 가용성(Capacity)을 확보해 빠르게 성장 중이며, 글로벌 CSP들과의 공동작업을 통해 이들의 신뢰도 확보했습니다. 2020년 3개 데이터센터로 시작한 SK브로드밴드는 2021년 현재 총 5개 센터를 운영 중이며, 2025년까지 총 8개 센터를 확보하여 국내 시장 내 발생하는 수요를 선점할 계획입니다.

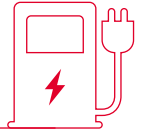
가산 데이터센터 조감도



New Asia Hub Player

SK브로드밴드는 글로벌 시장으로 진출할 역량도 갖춰가고 있습니다. 글로벌 대응 역량, 용이한 지리적 접근성, 적기에 부지를 확보하는 추진력과 하이퍼스케일러(대형 사업자) 유치로 축적된 신뢰를 바탕으로 통신망 중립 데이터센터(Carrier-neutral DC, 통신사에 종속되지 않은 데이터센터)를 제공함으로써 한국이 데이터 허브로 발전하도록 지원하는 동시에 SK브로드밴드가 글로벌 데이터센터 시장에 진출할 기회도 포착하고자 합니다. 이를 위해 동남아 7개국(한국/일본/홍콩/대만/베트남/태국/싱가포르) 9개 도시를 연결하는 해저 케이블을 구축하여 COVID-19로 인한 글로벌 트래픽 증가에 대응하고, 국제망 품질을 적극적으로 고도화해 고품질 고객 서비스를 제공할 예정입니다. 앞으로 SK브로드밴드는 입지의 지리적 안정성 및 확장성을 기반으로 국내 No. 1 데이터센터 사업자를 넘어, New Asia Hub Player로 뻗어 나가겠습니다.

새로운 미래를 여는 신성장 동력



▶ 3. 고객의 삶을 더욱 편리하게, 전기차 홈충전

급성장 중인 전기차 시장

전기차 시장은 전 세계적으로 급성장 중이며 국내 전기차 시장 역시 2021년 기준 보급률 20만 대에서 2025년까지 5배 규모로 성장할 것으로 예상됩니다. 정부는 2025년까지 국내 전기차 보급 100만 대를 목표로 삼고 있으며 전기차 보급에 필수 요소인 전기차 충전기도 2025년까지 전기차의 50% 수준인 50만 대로 증가시키고자 계획하고 있습니다. 환경부와 서울시를 중심으로 설치비 보조금 지원 사업이 운영되고 있으며 2022년 1월에는 친환경자동차법을 시행해 신축 건물은 주차면의 5%를, 구축 건물은 주차면의 2%를 전기차 충전기 설치에 사용하는 것을 의무화하였습니다. 전기차 고객들이 주거지 내에서의 충전기 이용을 선호한다는 조사결과에 따라 아파트 등 주거지 중심의 충전기 보급이 확산될 것으로 전망되며 아파트 전기 용량을 고려할 때 공동주택에는 급속충전기 보다는 완속충전기의 설치가 용이하기 때문에 완속충전기 중심의 보급 확대가 이루어질 것으로 예상됩니다.

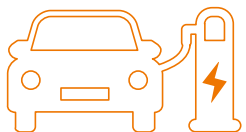
현재 충전기 시장은 수십 개의 충전 사업자가 난립하고 있습니다. 하지만 정부 정책에 따라 전기차 충전이 생활밀착형 서비스로 진화되면서 이용자들이 점점 믿을 수 있는 브랜드를 찾게 될 것으로 예상됩니다. 실제 2021년 기준 전기차 충전기는 누적 완속충전기 9.2만 기, 급속충전기 1.5만 기로 전기차의 50% 수준으로 보급되어 있으나, 고장 난 설비에 대한 방치 및 공동주택 내 보급 부족 등이 문제로 지적되고 있습니다. 이에 환경부와 서울시에서도 보조금 사업자 선정 시 AS 대응에 대한 역량 평가를 강화해 나가고 있는 실정입니다.

아파트 전문가의 전기차 충전 서비스

SK브로드밴드는 20년 이상의 경험으로 아파트 시설 환경에 대한 이해도가 높고, 원스톱 서비스가 가능한 전문인력을 보유하고 있으며, 대외 신뢰도가 높은 기업입니다. 이러한 강점을 기반으로, SK브로드밴드는 아파트 전기차 충전 사업에서 기회를 발견했습니다. 아파트는 전기차 충전 구매층의 73%가 거주하는 공간이지만, 현재 보급률이 0.5%(완속충전기 기준) 정도로 미미하여 많은 고객들이 불편을 겪고 있습니다. 이러한 점에 착안, SK브로드밴드는 홈앤서비스의 방송·통신 인프라 설치 및 유지보수 역량을 활용하면 타 사업자 대비 원활하게 아파트에 진입이 가능하다고 판단했습니다.

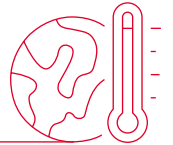
게다가 SK브로드밴드는 유료방송 인프라와 인적 네트워크로 97%의 높은 전국 아파트 침투율을 보유하고 있습니다. 또한 365일 24시간 응대가 가능한 콜센터를 운영하여 A/S 시스템도 갖춰져 있어 신청, 설치, 사용, 정산, 사후관리까지 설치에 필요한 복잡한 행정 절차를 원스톱으로 관리 가능합니다. 이에 짧은 시간 안에 탄탄한 준비를 한 결과 서울시 보조금 사업에 선정되어 2021년에 1,504기의 콘센트형 3kW 충전기를 서울시 아파트 곳곳에 설치하게 되었습니다. 2022년에는 전국으로 확대해 1.7만 기의 충전기 설치를 목표로 삼고 있으며, 2026년까지 아파트 충전기 시장 점유율 25%(누적 15만 대) 달성을 계획하고 있습니다.

정부의 국내 전기차 및 충전기 보급 목표



구분	2021년	2025년 (목표)
전기차	20만 대	100만 대
전기차 충전기	10만 기	50만 기

2045 넷제로 달성을 위해



▶ 1. 넷제로를 향한 시대의 요구

기후위기가 닥치면서 빙하가 녹아 해수면이 상승하고, 저지대 도시는 침수되는 등 전 세계가 자연재해를 겪고 있습니다. 현재로서 기후위기를 해결하기 위한 방법은 단 한 가지입니다. 바로 탄소 배출량을 줄이는 것입니다. 전 세계 주요국은 파리기후변화협약 발효 이후 탄소 순 배출량을 줄이기 위한 로드맵을 제시하고 있으며, 이에 따라 탄소 온실가스 순 배출량이 제로(0)가 되는 '넷제로(Net Zero)'가 시대적 과제가 되었습니다. 넷제로는 온실가스 배출량과 흡수량이 같아 상쇄되는 상태로 우리나라 또한 2020년, 2050 탄소중립 계획을 발표하고 국제 사회 노력에 동참하고 있습니다.

넷제로(Net Zero) 달성에는 무엇보다 기업들의 책임 있는 역할 수행이 중요합니다. 넷제로는 이제 기업의 선택사항이 아닌 필수사항으로, 넷제로 달성을 위한 기업들의 구체적인 로드맵은 투자자들과 이해관계자들이 기업을 평가하는 데 중요한 요소가 되었습니다.



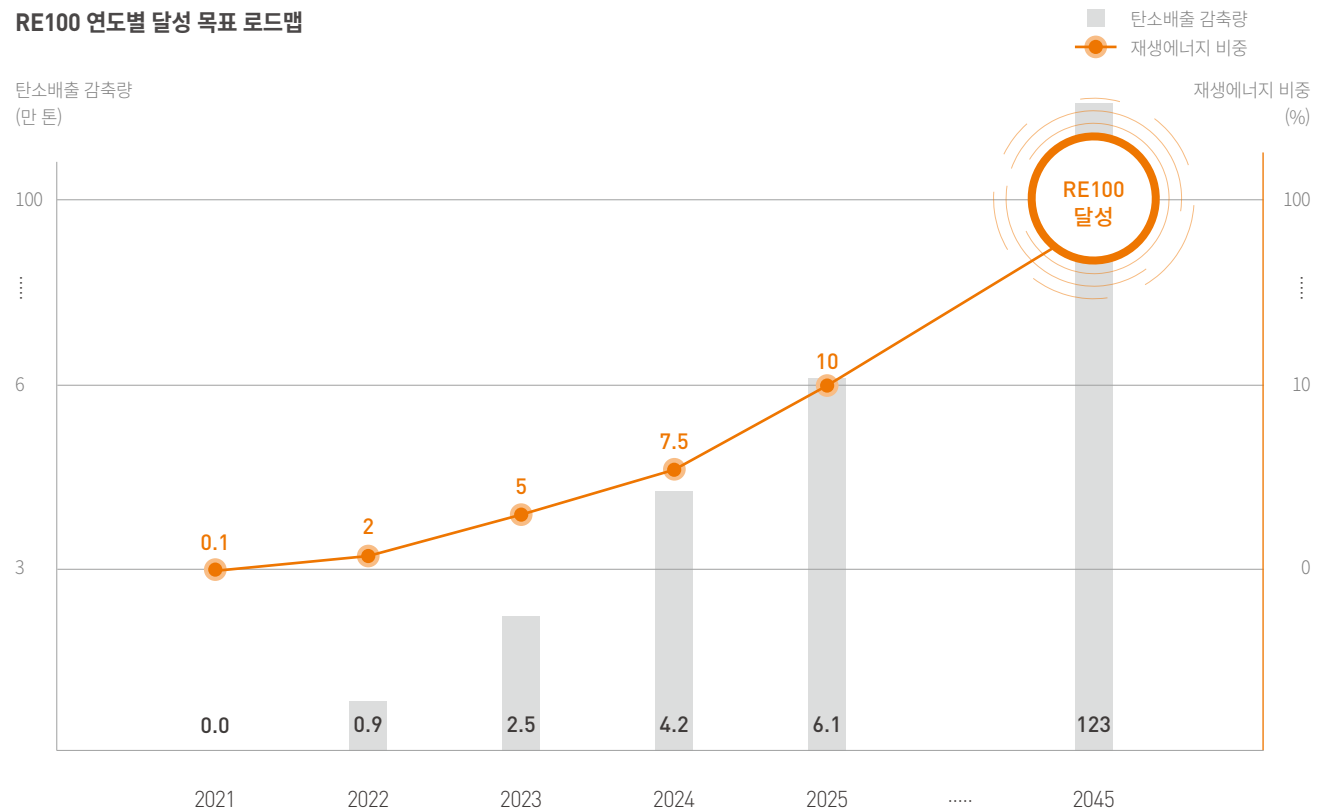
2045 넷제로 달성을 위해



2. RE100 & K-EV100 가입

SK브로드밴드는 2021년 넷제로를 선언하고, 2045년까지 넷제로 달성을 목표로 삼고 있습니다. 넷제로 선언 이전, 2020년에는 이미 RE100(Renewable Energy 100%)에 가입한 바 있습니다. RE100은 기업에서 사용하는 에너지를 100% 재생에너지로 대체하자는 자발적 글로벌 캠페인입니다. SK브로드밴드가 배출하는 온실가스의 99%는 간접배출원인 전력사용으로 인한 것으로 RE100은 넷제로 달성을 위한 핵심과제입니다. SK브로드밴드는 RE100 이행을 위해 2021년부터 한국전력의 재생에너지 전력 구매 프로그램인 '녹색프리미엄' 계약을 맺고, 구매한 재생에너지를 여주위성센터 운영에 투입해 100% 친환경 에너지 사업장으로 전환했습니다. 또한 2022년에는 친환경 전력 사용 대상을 전국 거점 사옥(서대문, 대전, 대구사옥)으로 넓혀 재생에너지 사용량을 20,300MWh로 전년대비 33배 확대하였으며 자체 재생에너지 생산 및 사용을 위해 IDC, 사옥 등에 태양광 발전 설비 추가 구축을 검토하고 있습니다. 이와 더불어 SK브로드밴드는 환경부가 2021년에 도입한, 민간 기업을 대상으로 구매보조금과 충전기반시설 설치 등을 우선적으로 지원하는 한국형 무공해차 전환(K-EV100)에도 가입되어 있습니다. 한국형 EV100 제도는 2030년까지 100% 전기차·수소차 전환을 공개선언한 기업들이 참여하는 협업 프로그램입니다. SK브로드밴드는 2022년 말까지 총 보유 차량의 23.4%를 전기차·수소차로 전환할 예정이며, 2030년까지 100% 전환할 계획입니다.

RE100 연도별 달성 목표 로드맵

탄소배출 감축량
(만 톤)

2045 넷제로 달성을 위해



3. 장비 및 디바이스 온실가스 배출 감소화

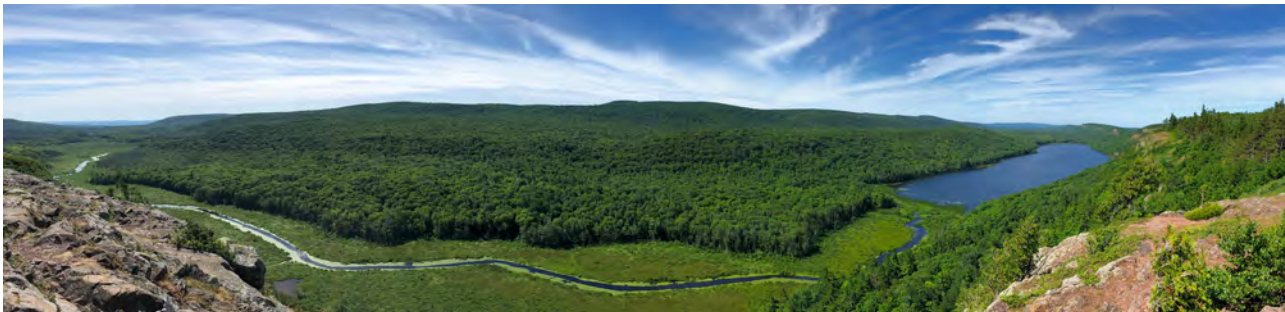
노후장비 교체 및 전력효율 개선

전력 소모가 큰 구형 전화교환기(PSTN)를 교체하여 탄소 배출량을 줄이고 있습니다. 2024년까지 총 41식을 철거할 계획으로 41식 전체를 철거할 경우 연간 1만 5,978MWh 수준의 전력 소비를 절감할 수 있을 것으로 예상됩니다. 인터넷 트래픽 증가로 사용량이 늘어난 IP백본망(대규모 연결망) 장비도 장비 교체를 통해 소비 전력을 크게 개선했습니다. 새로 도입한 장비는 구형보다 처리 용량은 2.5배 늘어난 대신, 소비 전력은 최대 63% 줄여 최근 3년간(2019~2021년) 약 914톤(전력 약 1,989MWh)의 온실가스 배출을 감소시키는 효과를 냈습니다.

전력 사용이 집중된 IDC(인터넷 데이터센터)의 전력 효율 개선 또한 진행 중입니다. 노후 냉방기의 성능을 분석하여 오버홀 및 대개체를 추진하고 있으며, 냉수 열교환설비(냉방기, 냉동기) 세관 작업을 주기적으로 시행하고 있습니다. 또한 신규 데이터센터는 설계 시부터 낮은 PUE(전력효율지수)¹⁾를 검토해, 고효율로 구축하고 고객사별 전력을 스마트하게 관리할 수 있도록 변모 중입니다.

통신국사의 에너지 효율 향상을 위해서도 노력하고 있습니다. 2022년부터는 한국전력공사와 협력하여 서울 권역의 일부 사업장에 대한 에너지 진단을 실시할 예정입니다. 현장 설비 실사 및 에너지 효율을 파악하고 이에 따른 고효율 장비 대개체 등 건물 에너지 효율 향상 사업을 통해 에너지 손실을 절감하고 온실가스 배출량을 감축해 나갈 것입니다.

1) PUE(전력효율지수) : 'Power Usage Effectiveness'의 약자. 전력효율지수로 데이터센터에서 사용되는 총 전력량을 정보기술(IT) 장비 전력량으로 나눈 값



고객 디바이스 친환경화

SK브로드밴드는 능동대기모드 소비전력이 국내 최저 수준인 저전력 셋톱박스를 출시하였습니다. 새로 개발한 셋톱박스는 그간 높은 구현 난이도로 인해 시도된 적 없었던 Amlogic 사의 시스템 반도체를 과감히 도입해 대기 전력을 타사 모델 대비 50~65%까지 낮췄습니다. 이를 통해 2021년 한 해에만 4.9만MWh의 전력 사용이 절감되었고, 온실가스 배출은 22,849tCO₂eq만큼 줄었습니다. 저전력 셋톱박스 1대를 한 달간 사용할 때 저감되는 온실가스 양은 차량 10km 주행 시 발생하는 온실가스 양과 같은 수치입니다(가솔린 차량 1km 주행 시 140g 온실가스 배출). 앞으로 SK브로드밴드는 셋톱박스 외에도 다양한 친환경 제품의 개발과 판매를 늘려 나갈 예정입니다.

녹색채권 발행

SK브로드밴드는 2022년 1월 탄탄한 신용도를 바탕으로 500억 원의 10년물 녹색채권을 발행하며 SRI 채권(사회책임투자채권, ESG 채권) 시장에 성공적으로 데뷔했습니다. 이는 공중케이블 정비 지역 내 열위매체 및 HFC망¹⁾ 지역의 단계적 FTTH망²⁾ 전환 투자를 통해 연간 1,388톤의 온실가스 배출을 감축한 환경 개선 효과를 인정받은 결과입니다.

1) HFC망 : 'Hybrid Fiber Coax'의 약자로 광케이블과 구리케이블이 주로 사용됨

2) FTTH망 : 'Fiber To The Home'의 약자로 가정까지 광케이블로만 사용되는 방식, 품질과 속도가 매우 우수하고 HFC망에 비해 외부 요인의 영향을 받지 않음

2045 넷제로 달성을 위해



4. 환경 인플루언서로서의 미디어 역할

ESG 캠페인 시행

SK브로드밴드는 미디어의 긍정적 영향력을 중요하게 생각하고 있습니다. 이에 미디어를 통해 환경 문제를 널리 알리고 해결방안을 함께 모색하는 '환경 인플루언서'가 되길 자처합니다. 그 일환으로 환경을 테마로 환경재단이 주최하는 '서울국제환경영화제'를 2021년부터 2년 연속 후원하고 있습니다. 영화를 통해 환경을 위한 적극적 실천을 이끌어 내고자 하는 행사 취지에 공감한 SK브로드밴드는 영화제의 우수 콘텐츠를 B tv와 모바일 B tv를 통해 소개했습니다. 이와 더불어 2022년에는 매월 ESG 주제 기반의 ESG 캠페인을 시행하고 있습니다. 3월 '세계 물의 날', 4월 '지구의 날' 등을 기념, 물과 에너지 절약 방법을 담은 영상과 관련 콘텐츠를 고객들에게 추천하였고 앞으로도 지속적인 캠페인을 통해 대중의 인식 변화에 함께할 예정입니다.

큐레이션을 통한 환경 인플루언서 역할뿐 아니라 우리 사회가 안고 있는 문제를 심층적으로 다룬 ESG 다큐멘터리 <카운트다운>도 제작하여 지역채널을 통해 방영하고 있습니다. <카운트다운>은 급변하는 시대에 무심코 지나쳐 버린 자연환경, 이웃 등을 조명하고, 대중의 관심과 참여를 일으켜 지속가능한 미래를 만들고자 B tv가 직접 제작한 다큐멘터리입니다. 이러한 내용은 ESG 경영을 실천하는 SK브로드밴드의 경영철학과도 맞닿아 있습니다. SK브로드밴드는 <카운트다운>을 통해 자원 재활용, 에너지 절약, 일회용품 사용 줄이기, 지역 친환경 공동체 소개 등을 주제로 환경 문제를 알리고 환경 보호를 위해 생활 속에서 쉽게 실천할 수 있는 방법을 소개합니다.

넷제로 생활 실천 프로그램

환경 인플루언서로서의 SK브로드밴드의 역할은 내부 구성원들 에게도 유효합니다. 사내 친환경 기업문화 조성을 위한 일회용품 줄이기 '고고챌린지', '넷제로(Net Zero)생활 실천' 프로그램 등이 그 일환입니다. 특히 '넷제로(Net Zero)생활 실천'은 실질적인 효과 측정을 위해 프로그램 전용 사내 홈페이지를 개설해 구성원들이 실천한 온실가스 감축 활동을 직접 등록하고, 이를 통해 얻을 수 있는 온실가스 감축량의 경제적 효과를 자동으로 산정해 화면에 표시될 수 있도록 했습니다. 앞으로도 SK브로드밴드는 본업인 미디어를 활용한 '환경 인플루언서' 역할로 긍정적 영향력을 확산하고, 환경 문제에 대한 대중의 인식과 사회적 공감 확대에 기여할 예정입니다.

4월 '지구의 날' 기념 ESG 캠페인 팝업



'서울국제환경영화제' 포스터(순서대로 2021, 2022)



'넷제로 생활 실천 프로그램' 전용 메인 페이지



Sustainable Future Story #2 모든 것의 중심, '고객'

늘 귀 기울이는 고객의 목소리

SK브로드밴드의 처음과 끝의 중심은 늘 고객입니다.

고객 중심 경영을 위한 첫 단계는 '관심'이라고 생각합니다.

이에 SK브로드밴드는 끊임없이 고객의 목소리에 귀를 기울이며 소통을 통해 고객의 페인 포인트(Pain Point)를 해결하고 긍정적 경험을 제공하고자 노력하고 있습니다.

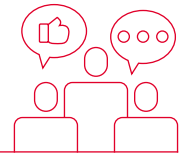


대외 고객 만족도 평가

1위



끊임없는 소통, '기대' 그 이상을 위하여



▶ 1. 고객조사 및 경영 반영 활동

고객과의 소통, 고객의 소리

SK브로드밴드는 고객과 밀접한 사업을 추진하는 만큼, 모든 전략적 판단은 고객과의 소통을 토대로 진행합니다. 더 깊고 더 넓은 고객과의 관계 형성을 위해 항상 '고객의 소리(VOC, Voice of Customer)'에 귀 기울이며 고객 가치를 높이기 위한 다양한 노력을 합니다. 그 결과 한국생산성본부가 주관하는 '2022년 국가고객만족도(National Customer Satisfaction Index, 이하 NCSI)조사'에서 IPTV 및 초고속 인터넷 부문 12년 연속 1위를 차지했으며, 한국표준협회가 주관하는 '2022 한국서비스품질지수(KS-SQI)' 초고속 인터넷 부문에서 8년 연속, IPTV 부문에서 4년 연속 1위를 차지했습니다. 고객 만족을 최우선의 경영가치로 삼는 SK브로드밴드는 고객경험 개선을 위한 현황 진단, 모니터링 및 인사이트 도출을 위해 CEO가 직접 주관하고 주요 임원들이 참석하는 '고객가치혁신회의'를 분기당 1회 개최하고 있으며 정기적인 CSI(Customer Satisfaction Index) 조사 및 고객 FGI(Focus Group Interview), VOC 동향 조사 등을 통해 정기적으로 고객의 소리를 귀담아듣고 의사결정에 반영하고 있습니다.

고객중심 경영을 위한 노력

신상품 출시 전 사전 고객 니즈 파악과 위험요소, 고객 불편사항을 방지하기 위해 PLM(Product Lifecycle Management) 프로세스를 운영하고 있습니다. 사업부서에서 기획한 상품이나 프로모션에 고객 불만(편의성, 품질, 안전 등) VOC가 발생할 요소는 없는지 고객만족을 담당하는 고객가치혁신 담당에서 검토한 후 상품을 출시하고 있습니다. 또한 고객의 소리를 직접 들을 수 있는 고객자문단을 2014년부터 운영하며 꾸준히 고객과 소통하고 있으며, 이 외에도 주니어 구성원의 새로운 시각과 집단지성을 활용하여 고객 관점에서의 상품·서비스 개선안을 발굴하기 위해 '팬덤스쿼드'를 운영하고 있습니다. 해당 스쿼드 활동을 통해 탐색, 결정, 모바일 B tv 이용 개선 방안, 시니어 고객 시청 경험 개선 방안 등 고객 관점에서 새로운 아이디어를 얻을 수 있었고 이를 실제 업무 개선에 반영하고 있습니다.

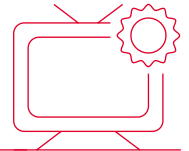
1) 팬덤스쿼드 : 주니어 구성원 시각에서 상품·서비스 개선안을 발굴하는 프로그램



팬덤스쿼드



끊임없는 소통, '기대' 그 이상을 위하여



▶ 2. 품질 개선 활동

최상의 네트워크 환경 제공

SK브로드밴드는 고객에게 최상의 네트워크 환경을 제공하기 위해 본사와 지역 그룹 간 TF(Task Force)를 운영하고 있습니다. 2021년에는 품질 이슈 발생에 대해 입체적인 분석 후, 약 40여 개의 구체적 실행과제를 도출하였고 각 항목별 책임제를 명확히 하여 실행력을 강화하고 있습니다. 또한 초고속 인터넷 품질 개선을 위해 체감 품질지수를 도입하고 빅데이터를 활용, 온라인 버즈(Online Buzz) 및 품질 관련 문의 증감 트렌드를 모니터링하여 이상 징후 사전 감지를 강화하였습니다. IPTV 품질 개선을 위해서는 고객 불편 발생 시점 로그를 확인할 수 있는 플랫폼을 도입하고 업그레이드된 신형 셋톱박스로 교체하였습니다. 이와 더불어 COVID-19 상황에서의 온라인 학습과 재택근무 환경 등을 고려하여 안정성을 확보하기 위한 유기적 인프라 증설도 시행하였습니다. 그 결과 2021년 초고속 인터넷 품질 관련 문의는 2020년 대비 약 18% 감소하였고, IPTV 품질 관련 문의도 약 13% 개선되었습니다. 또한 네트워크 품질 개선을 위해 2021년 한 해 동안 구형 Wi-Fi 단말기 3.59만 대, 노후화 어댑터 12.1만 대를 교체하였습니다.

급증하는 국제망 트래픽 선제적 대응

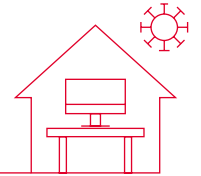
해외 OTT 사업자들이 국내에서 서비스를 시작하면서 자연스럽게 인터넷 트래픽이 폭발적으로 증가하고 있습니다. SK브로드밴드는 급증하는 트래픽에 선제적으로 대응하기 위한 시스템 구축에 노력을 기하고 있습니다. 미국 로스앤젤레스와 시애틀에 있는 PoP(Point of Presence, 네트워크 거점) 등 주요 시스템을 기가 급에서 테라 급 시스템으로 업그레이드했으며 기존 10기가 급 회선을 다수의 100기가 회선으로 변경·증설하여 국제망 품질을 개선했습니다. 또한 북미와 아시아 간 트래픽의 거점인 일본과 홍콩, 유럽과 아시아를 잇는 싱가포르 PoP에도 국제망 트래픽 흐름을 미리 예견해 용량을 증설하기도 했습니다. 이로써 북미는 물론 유럽 향(向) 국제망의 트래픽 품질 또한 대폭 개선하였습니다. 그 결과 SK브로드밴드의 전체 국제망 회선 용량은 2021년 말 기준으로 2018년 대비 3.6배까지 늘어났으며 2022년까지 최대 6배 수준으로 확장할 계획입니다.

해저 케이블 개통 예정

2023년에는 우리나라를 비롯해 중국, 일본, 대만, 싱가포르, 태국, 베트남 등 아시아 7개 국가 10개 지역을 연결하는 'SJC2(Southeast Asia Japan Cable 2)' 해저 케이블도 개통할 예정입니다. 해저 케이블 구축이 완료되면 8K, 4K, UHD 등 고품질 영상은 물론 메타버스, AR/VR 등 대용량 콘텐츠의 품질 안정화뿐 아니라 해외에 데이터를 자체적으로 전송할 수 있게 되어 대형 글로벌 사업자 유치와 회선 임대, CDN(Content Delivery Network) 사업 전개의 기반을 확보할 수 있을 것입니다.



끊임없는 소통, '기대' 그 이상을 위하여



3. 고객 소통 채널 및 접점 활동

'공감에서 감동으로' 프로젝트

COVID-19가 장기화되면서 비대면 고객센터의 역할이 더욱 중요해졌으며 자연스럽게 콜센터 상담 업무를 하는 구성원의 역량 강화가 주요 이슈로 떠올랐습니다. SK브로드밴드는 콜센터 상담사가 고객의 입장에서 공감하고 더욱 적극적으로 고객 응대를 할 수 있도록 '공감에서 감동으로' 프로젝트를 시행하였습니다. '공감에서 감동으로'는 세 가지 분야로 진행되었습니다. 첫 번째는 고객의 소리를 기반으로 최고/최악의 상담 사례 발굴, 두 번째는 접점 구성원을 대상으로 'Lovely B tv 팬덤 만들기'를 진행, 세 번째는 재택근무 환경 장기화에 따른 접점 구성원의 행복 추구입니다. 이러한 활동을 통해 고객센터 자체 고객 만족도 조사 결과, 2021년 만족 고객 비중 94.7%로 2020년 대비 0.2%p 증가되었습니다.

'공감에서 감동으로' 세 가지 분야



최고/최악의
상담 사례 발굴



Lovely B tv
팬덤 만들기



접점 구성원의
행복 추구

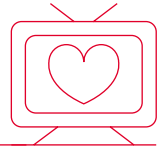
COVID-19에 따른 빠른 근무변화

COVID-19로 인해 고객 접점에서 고객과 소통하는 콜센터 상담사와 댁내 방문을 통해 설치, 고장 처리를 진행하는 서비스 매니저들의 방역 관리 또한 중요해졌습니다. 콜센터 상담사는 밀집된 공간에서 온종일 전화 상담 업무를 해야 하는 특수 상황 때문에 COVID-19 감염 및 확산 위험도가 높습니다. 이에 SK브로드밴드는 COVID-19 초기에 유선 통신사 최초로 상담사의 재택근무가 가능한 환경을 빠르게 구축, 전체의 최대 70% 인력을 재택근무로 운영했습니다. 또한 확진자 발생 등 발생할 수 있는 비상상황 대비 백업체계를 신속하게 구축하였습니다. SK브로드밴드는 상담사의 건강, 안전을 지키는 한편 고객의 불편함이 없는 안정적인 상담체계를 만들기 위해 노력하였고 그 결과 2021년, 2년 연속으로 과학기술정보통신부 주관 ARS 운영실태 조사 최우수 기관으로 선정되었습니다.

한편 서비스 매니저의 경우, 필수적으로 고객 댁내 방문이 진행됩니다. 고객과 서비스 매니저의 안전을 위해 SK브로드밴드는 COVID-19 발생 초기부터 코로나 대응반을 운영하여 현장에서 발생될 수 있는 상황에 선제적으로 대응하고 있습니다. COVID-19로 인해 대고객 업무 처리 근무자의 공백 발생을 최소화하고 대고객 품질을 유지하기 위해 리모컨 등 간단한 교체는 택배를 활용한 비대면 서비스를 제공하고 있습니다.



누구라도, 어디서나



1. 미디어 소외계층 포용

B tv 해피시니어

고령화 사회로 접어들면서 시니어층도 미디어 친화적인 성향이 점차 강해지고 있습니다. 시니어층의 니즈와 라이프스타일을 반영해 SK브로드밴드는 IPTV 중 유일하게 시니어 전용 메뉴인 '해피시니어'를 통해 시니어 맞춤 큰 글씨와 큰 포스터 화면을 제공하였으며, 시니어 전용 콘텐츠와 서비스를 강화하고 있습니다. 시니어층 맞춤 콘텐츠를 쉬운 메뉴명으로 구성하여 직관적으로 찾기 쉽게 제공하고 있으며 실시간 채널이 익숙한 시니어들이 자연스럽게 VOD를 경험할 수 있도록 B tv 69번에 [해피시니어] 가상채널을 만들어 바로 콘텐츠를 시청하실 수 있도록 도움을 드리고 있습니다. 또한 SK브로드밴드는 시니어들의 디지털 정보 활용 격차 해소를 위해 스마트폰·키오스크 활용 방법을 쉽게 배울 수 있는 콘텐츠도 제공하고 있습니다. 특히 2022년에는 서울디지털재단과 콘텐츠 업무 협약을 체결해 서울디지털재단이 제작한 시니어 디지털 교육 콘텐츠 <어디나 5분 클래스> 등 32편을 '해피시니어'에서 무료로 제공합니다. 이와 같은 차별화된 고객가치 실현 노력을 인정받아 '해피시니어'는 산업통상자원부 산하 사단법인 산업정책연구원(IPS)이 주최하는 2022 국가서비스대상 시니어 콘텐츠 부문에서 4년 연속 대상을 수상하였습니다. 해피시니어는 지속적으로 시니어층의 니즈에 귀를 기울이며 부모님들이 TV를 통해 즐거운 일상을 향유할 수 있도록 노력하겠습니다.

On Air/On Ad

COVID-19 장기화로 지역 복지관이 휴관함에 따라 어르신들이 복지관에서 운영하는 각종 여가활동 및 친교 프로그램을 참여하는 데 제한이 많았으며, 지역 노인복지관 역시 다양한 평생교육 프로그램을 비대면으로 진행하는 데 많은 어려움이 있었습니다. 이에 SK브로드밴드는 IPTV를 통해 실시간 방송뿐 아니라 동영상 편성 방송과 실시간 자막 노출까지 지원하는 기업용 방송 솔루션 On Air/On Ad 서비스를 지역 복지관에 맞춤형으로 개발하여 제공하였습니다. 이 서비스를 이용하는 지역 노인복지관은 사전 등록된 시니어를 대상으로 B tv 800번 채널을 통해 다양한 어르신 교육 프로그램을 실시간으로 제공할 수 있으며 복지관 교육 프로그램 녹화 영상을 요일 및 시간대별로 직접 편성해 방송도 할 수 있습니다. SK브로드밴드는 2021년 경기도 군포, 광명 소하, 수원 팔달 등 3개 지역 노인복지관과 함께 On Air/On Ad 서비스를 활용한 어르신 교육 지원 시범서비스를 진행하였고 사회복지사 및 어르신들의 이용 만족도 분석을 통해 미비점을 개선하여 제공 지역을 지속적으로 확대해 나갈 예정입니다.

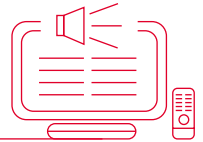
시니어 전용 메뉴 '해피시니어'



광명 소하 노인복지관 프로그램



누구라도, 어디서나



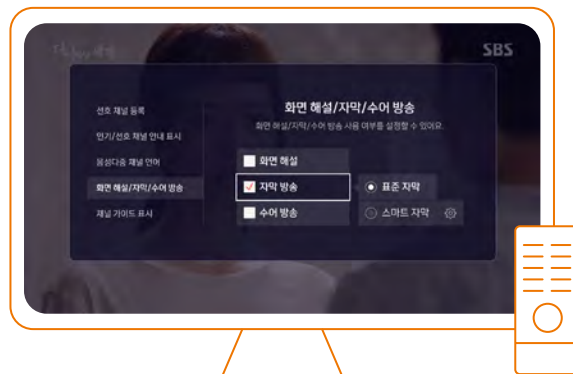
1. 미디어 소외계층 포용

시청각 장애인 특화 셋톱박스 기능 개발

시청각 장애인들은 미디어 시청에 있어 가장 취약한 계층입니다. SK브로드밴드는 이를 해소하기 위한 과제에 책임감을 느끼고 있으며 시청각 약자들의 편의성을 높이는 '착한 기술'을 꾸준히 연구하고 있습니다. 최근 SK브로드밴드는 시청각 장애인들의 미디어 접근성을 개선하기 위해 스마트 자막¹⁾, 채널 변경 및 채널 프로그램 음성안내, 화면 해설 방송 ON/OFF 음성안내 등의 시청각 장애인 특화 기능을 개발하였고 이를 셋톱박스 내에 제공하고 있습니다. 앞으로도 시청각 장애인의 원활한 IPTV 시청 환경 개선을 위해 더욱 노력하겠습니다.

1) 스마트 자막 : 자막 크기 조절, 글자색 및 배경색 변경, 자막 배경 투명·반투명·불투명 설정, 자막 위치 변경 등 이용자가 원하는 대로 선택 가능한 자막

스마트 자막 서비스



취약계층 미디어·통신 접근성 확대

SK브로드밴드는 미디어·통신 취약계층의 격차를 해소하기 위해 다방면으로 노력하고 있습니다. 먼저 지역적 특성으로 미디어·통신 접근성이 취약한 농어촌 지역에 BcN(Broadband convergence Network, 광대역가입자망) 사업을 추진하고 있습니다. 2008년부터 BcN 사업을 추진해 왔으며, 2020년부터는 기존 농어촌 BcN 사업 외 디지털뉴딜(농어촌 통신망 고도화) 사업을 신규로 진행하고 있습니다. 2020년부터 2021년까지 2년간 농어촌 280곳에 BcN 사업을 진행하였고, 31개 지역에 디지털뉴딜 농어촌 통신망 고도화를 구축하였습니다.

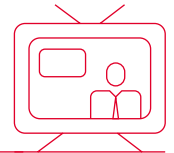
또한 SK브로드밴드는 경제적 취약 계층에게 요금 감면의 혜택을 제공하여 비용 때문에 미디어·통신 서비스에 소외되는 사회 구성원이 없도록 노력하고 있습니다. 각 계층마다 초고속 인터넷, 전화, IPTV 등 다양한 서비스에 감면 혜택을 제공하고 있으며, 2021년 장애인 및 저소득층, 기초연금수급자 등에게 감면 혜택을 제공한 요금 총액은 164억 원입니다.

2021 복지감면 할인액

* CATV, 재판매 서비스 할인 금액 제외

다자녀/실버 가구	6,898백만 원
장애인	7,534백만 원
저소득층	359백만 원
국가유공자 및 애국지사	116백만 원
기초생활수급자	1,499백만 원
기타	5백만 원
총계	16,410백만 원

누구라도, 어디서나

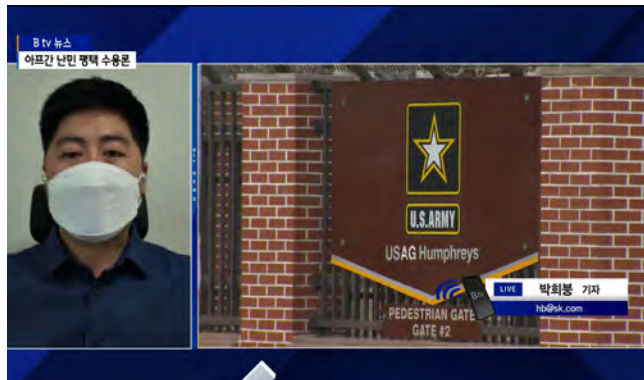


1. 미디어 소외계층 포용

T live caster

SK브로드밴드는 스마트폰, 드론 등으로 촬영한 영상을 무선망으로 전송하는 SK텔레콤의 산업현장관제 솔루션 'T 라이브 캐스터(T live caster)'를 생방송 제작 환경에 최적화한 방송 솔루션으로 개발했습니다. 이를 통해 휴대전화로도 Full HD화질의 방송을 할 수 있고, 방송국 부조정실에서 현장 카메라를 원격 제어해 취재 현장을 지원할 수도 있게 되었습니다. 특히 개인 모바일 단말을 이용한 생방송이 가능해져 중계차가 들어가기 힘든 현장 소식도 전할 수 있게 되었으며, 일반 시민들의 방송 제작 참여도 손쉽게 할 수 있게 되었습니다. 이에 따라 시간 제약과 비용 부담 없이 지진이나 대형사고 현장 뉴스를 신속 정확하게 전달할 수 있게 된 한편, 기존 방송 사각지대에서 소외되는 국지적인 재난 발생 시에도 지역민에게 필요한 정보를 공백 없이 전달할 수 있게 되었습니다.

생방송 방송 솔루션 'T 라이브 캐스터'를 활용한 뉴스 방송



제2, 3회 '미디어 창작 콘테스트' 포스터



미디어창작지원센터

2020년 전국 10개 지역에 설립한 '미디어창작지원센터'는 시민의 미디어 참여를 독려해 참여자가 지역사회와 소통하고 지역사회 문제 해결에 직접 참여할 수 있는 환경을 조성하는 것에 의의를 두고 있습니다. 지역 주민들을 대상으로 미디어 교육 지원, 콘텐츠 창작 지원 사업 운영, 시민 미디어 생태계 조성을 위한 교사 양성, 네트워크 구축, 콘텐츠 유통 등의 활동을 하고 있으며, 미디어창작지원센터의 녹음실, 스튜디오, 촬영 장비 등은 지역민들이 자유롭게 사용할 수 있습니다. 미디어창작지원센터에서는 방송의 지역성을 강화하자는 취지로 시민 영상 공모전인 '미디어 창작 콘테스트'도 개최합니다. 2021년 상반기에는 '우리동네 텔레비전'이라는 이름으로 제2회 미디어 창작 콘테스트를 개최, '환경, 지역, 사람'이라는 세 가지 응모분야로 기획안 공모를 진행하였으며, 하반기에는 제3회 미디어창작콘테스트 '내가 만드는 우리동네 콘텐츠'를 개최하였습니다.

2021년 상반기 < 우리동네 텔레비전 > : 106개 작품, 15개 팀 선정

2021년 하반기 < 내가 만드는 우리동네 콘텐츠 > : 72개 기획안, 5편 선정

누구라도, 어디서나



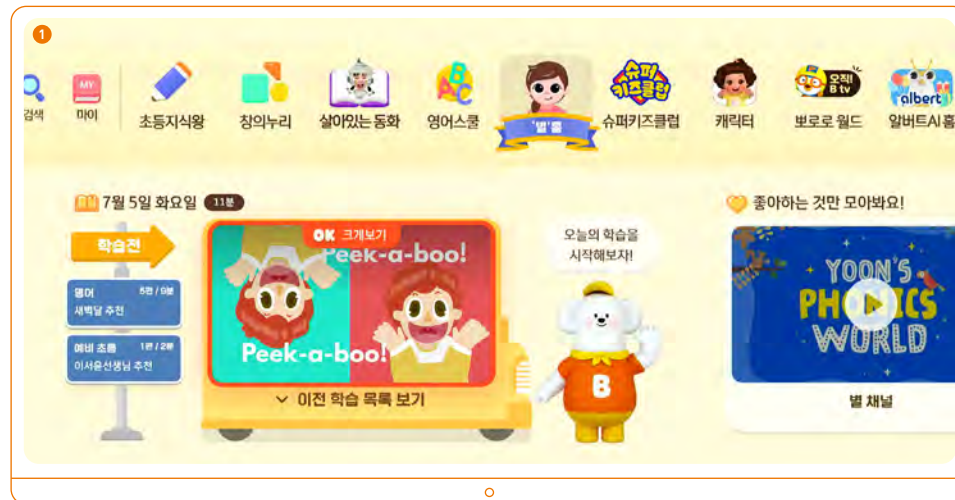
2. 미디어 역할의 확대

B tv ZEM KIDS

육아·교육 콘텐츠 강화 | COVID-19 이후 IPTV 시장에서 키즈 대상 콘텐츠는 엔터테인먼트뿐 아니라 교육적 측면도 중요해졌습니다. 비대면 수업이 많아지면서 IPTV가 육아·교육 콘텐츠의 새로운 대안으로 떠올랐기 때문입니다. SK브로드밴드는 COVID-19 이전부터 키즈 콘텐츠를 주기적으로 확대하였고, 2020년에는 키즈 브랜드 'B tv ZEM KIDS'를 출시하면서 영유아 및 초등학생 교육 콘텐츠를 강화하였습니다. B tv ZEM KIDS(이하 '잼키즈')는 아이들에게 유익한 콘텐츠를 모아놓은 키즈 전용 서비스로, 총 8만여 편의 콘텐츠를 아이들의 연령, 수준, 성향에 맞게 추천합니다. 특히 2021년에는 하루 30분 동안 공부 루틴을 잡아주는 맞춤형 홈스쿨링 서비스 '오늘의 학습'을 출시해 학습 조력자로서의 역할을 강화했습니다. '오늘의 학습'은 국내 IPTV 최초로 1세부터 13세까지 연령별·수준별 일일 학습을 제공하는 서비스로 1만여 편의 무료 콘텐츠를 홈스쿨링 전문가의 감수를 거친 큐레이션을 통해 매일 B tv 잼키즈 첫 화면에서 추천합니다.

일회성에 그치지 않고 아이 스스로 동기부여를 가지고 학습하는 습관을 길러주기 위해 TV 기반의 '러닝 플로우(Learning Flow)' 구성에도 집중했습니다. 앞으로는 3D 캐릭터와 영어로 대화할 수 있는 인공지능 기반 영어 회화 학습 서비스와 공룡마을, 바다 속 마을 등 다양한 곳을 TV로 탐험하며 동·식물을 관찰하는 3D 기반 자연과학 서비스도 출시할 예정입니다.

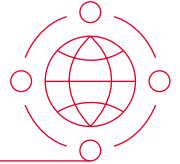
디지털 콘텐츠 안전성 강화 | SK브로드밴드는 어린이들의 안전한 디지털 콘텐츠 접근에 대해서도 중요하게 인지하고 있으며 이에 콘텐츠 큐레이션, UI 등에 별도의 정책을 수립하여 운영하고 있습니다. 우선 방통위에서 심의 완료하여 시청등급을 받은 VOD만 편성하고 있으며 VOD 탐색 시 우연히 발견될 수 있는 영역에는 성인 콘텐츠를 편성하지 않고 있습니다. 또한 시청 등급을 B tv 메뉴('자녀안심설정')에서 설정하면 설정된 시청 등급보다 높은 콘텐츠를 시청하거나 구매하려 할 때 비밀번호를 입력해야 하는 프로세스를 운영하고 있습니다. 더 나아가 잼키즈 사용 시에는 'B tv 안심 설정' 기능을 제공하여 B tv 홈이나 실시간 방송으로 이동 시 인증번호를 설정하는 잠금 장치를 마련하는 등 아이들의 안전한 콘텐츠 시청을 위해 노력하고 있습니다.



- 1) 잼키즈 메인 화면
- 2) 잼키즈 '오늘의 학습' 화면
- 3) 잼키즈 '창의누리' 화면



누구라도, 어디서나



2. 미디어 역할의 확대

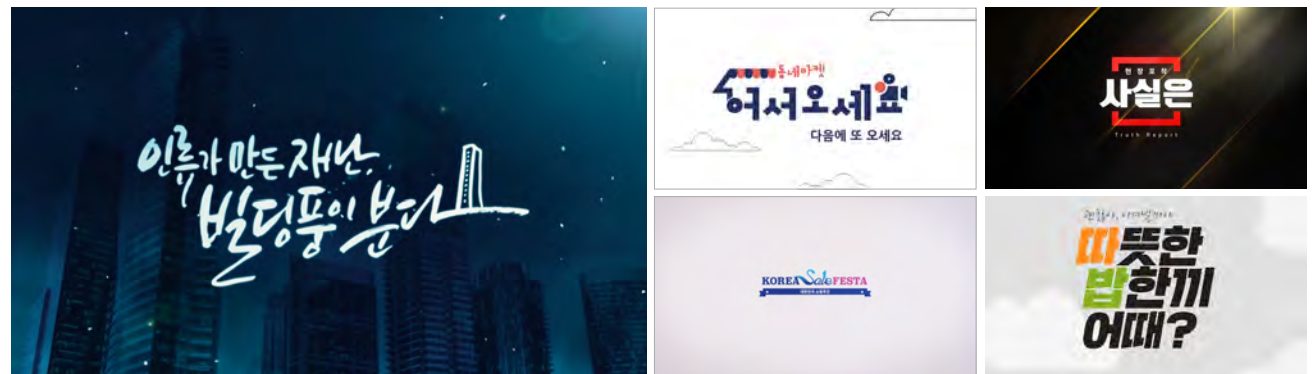
지역채널 방송 통한 사회적 가치 창출

SK브로드밴드는 미디어 사업자로서 수익성 사업에만 매몰되지 않고, 미디어 환경에 소외된 다양한 사람들의 목소리를 담고자 노력합니다. 특히 케이블TV 채널 중 최소 한 개 채널은 지역성을 담은 콘텐츠를 방영하고 있으며, 케이블TV 사업에서 발생한 수익을 지역 방송국 장비 등에 투자하는 등 지역사회를 활성화시키는 방향으로 지역채널 방송을 운영하고 있습니다. SK브로드밴드 자체 프로그램 제작 역량과 IPTV 사업 운영 역량을 살려 큰 규모의 지역채널 방송 콘텐츠를 제작하고 전국에 유통하는 활동도 함께 진행 중입니다. 또한 SK브로드밴드는 지역경제 활성화 지원에도 힘쓰고 있습니다. 전통시장, 지역 소상공인 등은 지역사회 경제의 중추를 담당하고 있지만 온라인 경제 활성화 및 지역민 유출 등으로 어려움을 겪고 있으며 최근에는 COVID-19로 인해 그 어려움이 더해지고 있는 것이 현실입니다. 이에 SK브로드밴드는 지역채널의 역량 및 네트워크를 활용하여 지역민 경제 활동을 지원하고 있습니다.

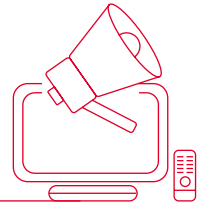
지역 커머스 방송 서비스 실시 | SK브로드밴드는 '종합유선방송 사업자 지역채널 커머스 방송 서비스' 실증특례 지정(2021.06.24)을 통해 지역채널 커머스 방송을 실시했습니다. 이 서비스는 정부·지자체 주관 소비촉진 행사 기간 동안 종합유선방송사업자의 지역채널을

활용해 지역 중소기업, 소상공인 등이 생산·제조한 상품을 시청자에게 맞춤형으로 홍보·판매하는 방송 서비스입니다. SK브로드밴드는 이를 통해 당사 채널뿐 아니라 네이버 라이브커머스, 11번가 등과 연계하여 소상공인 및 농어민의 상품 판로 확대에 기여했습니다. 실증특례로 지정된 지역 소상공인은 COVID-19로 어려운 상황 속 방송을 통한 언택트 판로 개척에 실질적 도움을 받을 뿐 아니라 방송을 통한 2차 홍보도 기대할 수 있습니다. 뿐만 아니라 지자체는 지역의 우수한 상품을 지역채널 커머스 방송을 통해 타 지역에 판매할 수 있는 계기를 마련할 수 있습니다. SK브로드밴드는 2021년 하반기부터 인천 추석맞이 팔도특산물 대전·대구전통시장 온라인 우수상품 전시회, 대구 코리아세일페스타 연계 대구 전통시장 세일 행사, 경기 코리아세일페스타 연계 화성시 농산물 세일페스타 등 총 10편의 지역채널 커머스 방송을 제작하고 방송편성을 463회(재방송 포함) 진행하였습니다. 최근에는 사회적 거리두기로 인해 침체된 도심 속 자영업자들을 위해 <따뜻한 밥 한끼 어때?>, <동네마켓 어서오세요> 등의 프로그램을 제작 및 방영하여 동네 이곳저곳의 침체되었던 다양한 가게들의 이야기를 전하고 있습니다. 이러한 활동을 통해 제대로 홍보가 어려워 무너진 지역경제에 다시 활기를 불어넣고 일상으로 회복하는 계기를 마련하고 있습니다. 앞으로도 SK브로드밴드는 지역사회와 함께 성장하는 지역채널의 역할을 다하겠습니다.

SK브로드밴드에서 제작하는 지역채널 방송 콘텐츠와 자영업자를 위해 제작한 프로그램들



누구라도, 어디서나



2. 미디어 역할의 확대

B tv 우리동네광고

SK브로드밴드는 COVID-19로 인해 어려움을 겪는 지역 소상공인들을 위해 2021년, 소상공인 등 지역 사업자가 TV 광고를 통해 매장을 홍보할 수 있는 지역 소상공인 광고 플랫폼 'B tv 우리동네광고'를 론칭했습니다. 대·중견 기업의 전유물로만 인식되던 TV 광고의 진입 장벽을 대폭 낮추기 위해 비용 부담도 크게 낮췄습니다. 통상 수백만 원 대인 지역광고보다 훨씬 저렴한 최소 10만 원(부가세 제외)부터 서비스를 이용할 수 있습니다. 특히 시(市)·구(區) 등 상대적으로 넓은 지역을 대상으로 하는 기존 TV 광고와 달리, 'B tv 우리동네광고'는 '동(洞)' 단위 광고가 가능합니다.

SK브로드밴드는 광고 제작 여건이 여의치 않은 소상공인이 직접 광고를 제작할 수 있는 솔루션도 마련했습니다. 해당 솔루션은 광고주가 230개(15초 206개, 30초 28개) 이상의 다양한 템플릿 중 업종과 분위기 등에 맞는 틀을 하나 골라 글자, 이미지를 넣는 방식으로 손쉽게 광고를 만들 수 있습니다. B tv 우리동네광고는 B tv 87개 방송채널의 큐톤 시간대(지역 광고 시간)에 송출되며, 광고주는 B tv 우리동네광고 홈페이지에서 자사 광고가 언제, 얼마나, 어떻게 송출되었는지 광고 리포트를 통해 언제든지 확인이 가능하고 광고 종료 후에는 종합 리포트가 제공됩니다.

SK브로드밴드는 앞으로도 광고제작 솔루션 다양화, 광고 지역 타겟팅 세분화 등을 통해 서비스 경쟁력을 제고해 나갈 것입니다. 이와 동시에 온·오프라인으로 전통시장 홍보 활성화를 위해 지자체, 상인연합회, 전통시장 커머스 업체 등과 협업하고, 소상공인, 청년창업 및 사회적기업 홍보 활동을 적극 지원해 나갈 예정입니다.

블러썸 청소년 영상제

2018년부터 SK브로드밴드가 주최하고 있는 '블러썸 청소년 영화제'는 EBS, 연세대학교, 한국청소년정책연구원과 공동 주최하고 교육부·여성가족부가 후원하는 사회공헌 얼라이언스 모델입니다. 청소년들이 학교폭력·세대갈등 등 사회문제에 대한 고민과 해결 방안을 직접 모색하도록 장려하는 영상제로, SK브로드밴드의 대표 사회적 가치 창출 사업입니다.

COVID-19 시국에도 불구하고 '청소년 행복'이라는 주제로 진행된 '2021년 블러썸 청소년 영화제'는 사회 문제에 관심을 둔 청소년들의 응모가 예년보다 크게 늘었습니다. 국내외 114개 학교에서 학생 1,000여 명이 참여해 총 185개 작품을 선보였는데 전년대보다 참가 학교 46개, 작품 수 78편이 증가한 규모입니다. 출품작 가운데 34편이 수상의 영예를 안았으며, 온라인 학교폭력의 단면을 뮤직비디오 형식으로 그려낸 베트남 호치민시 한국 국제학교의 작품 <온라인>이 교육부 장관상을 차지했습니다. 이번 영상제 수상작은 B tv를 통해 전파되며 교육부 에듀넷, 서울시 평생학습포털 등 공공부문에서 교육 자료로 활용하고 있습니다. SK브로드밴드는 앞으로도 미디어를 기반으로 우리 사회의 다양한 기관과 함께 청소년에게 관심을 기울이고 이들의 행복을 위해 노력해 나갈 것입니다.

'B tv 우리동네광고'의 소상공인 광고 이미지



제4회 '블러썸 청소년 영상제' 시상식



Sustainable Future Story #3 즐겁게 일하고 성장하는 우리

시대의 변화에 유연하게 대처하는 기업문화

SK브로드밴드는 '구성원이 행복한 회사'를 지향합니다.

세상의 변화 속도만큼 구성원의 라이프스타일과 가치관도 변화합니다.

기업문화 역시 그 변화 속도에 발맞춰 구성원과 함께 성장하기 위해 노력하고 있습니다.

인당 교육시간
123.1시간

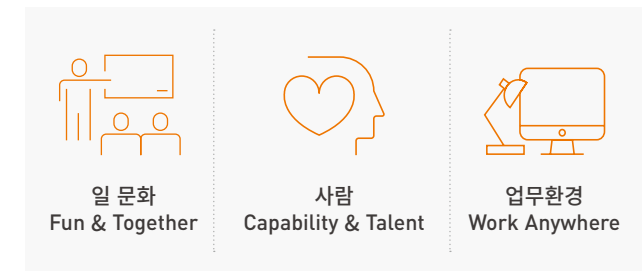
일과 삶의 균형 구성원 만족도
83.6점

온택트 기업문화 시대

기업의 중심은 '고객'이지만, 기업을 이루고 있는 것은 '구성원'입니다. 구성원 간의 원활한 커뮤니케이션 정도와 조직 만족도는 기업의 성장을 좌우하는 중요한 요소가 됩니다. 기업의 주요한 이해관계자인 구성원이 행복해야 회사가 성장할 수 있으므로 기업은 구성원의 행복을 목표로 일과 삶의 균형 및 안전한 일터를 위해 노력해야 합니다. 공동의 목표를 가지고 모인 구성원이 각자의 가치를 모아 발현하는 것, 그것이 기업문화라고 할 수 있으며 이는 기업의 비전과 미션을 달성하기 위한 원동력이 됩니다.

그런데 COVID-19로 기업문화에도 변화가 요구되었습니다. 기업의 본질적인 비전은 유지하되, 이를 향해 가는 구성원들 간의 협업 방식과 커뮤니케이션 도구가 바뀌었습니다. 이른바 온택트 기업문화가 요구되었습니다. 또한 COVID-19로 비대면이 확대되면서 동료들 간의 눈에 보이지 않는 거리가 더 중요해졌습니다. 물리적인 거리두기는 지키되, 마음의 거리는 가까워지기 위해 SK브로드밴드는 2021년 크게 '일 문화', '사람', '업무 환경' 3가지 측면의 고도화를 추진했습니다. '일 문화'는 'Fun & Together'라는 캐치프레이즈 하에 동료와 함께 즐겁게 일하는 조직문화 조성을 위해 노력하고, '사람'은 당사 비즈니스 확대를 위한 역량 확보·강화에 힘을 쏟는 한편, '업무 환경'은 Work Anywhere 시대에 걸맞는 업무환경을 고민했습니다. 이 세 가지 과제를 통해 SK브로드밴드는 구성원의 행복과 성장을 지원하는 좋은 동료 공동체를 지향하고 있습니다.

SK브로드밴드의 2021년 기업문화 고도화



Fun & Together 프로그램, '건강 산책, 함께 걸어 봄'



Fun & Together 프로그램, '메타버스 팀빌딩'



Fun & Together 프로그램, '팀 강점찾기'



Fun & Together

SK브로드밴드의 기업문화는 'Fun & Together'라는 캐치프레이즈 하에 다양한 프로그램을 구성해 구성원들의 공동체 의식을 강화하고 있습니다. 2021년에는 특히 재택근무 장기화 속에서도 구성원들의 소속감을 강화하고, 자부심이 고취될 수 있도록 다양한 비대면 프로그램을 새롭게 기획해 구성원들 간 소통·협업을 지원했습니다. 프로그램은 그 성격 상 Fun과 Together로 나뉘는데 Fun은 함께 걸어 봄(동료들과의 사옥 인근 산책), 초등학교 입학 자녀 축하, 어린이날 자녀 축하, 수능 자녀 격려 등 동료 및 가족과의 즐거움을 위한 프로그램으로 구성되어 있고, Together는 조직이나 개인이 해결하고 싶은 이슈를 Help Agenda로 올려 함께 해결하는 집단지성 프로그램 'We-Help Day', 고마운 동료에게 감사의 마음을 전하는 'Be ONE Bonus' 등 협업 기반 조성을 위한 프로그램으로 구성되어 있습니다. 특히 COVID-19 상황 속 다양한 비대면 프로그램과 집단지성 활성화를 위한 We-Help Day가 좋은 반응을 얻었습니다. 비대면 근무 상황 속에서 소속감·유대감을 강화하기 위한 팀 단위 또는 동료와 함께 참여할 수 있는 프로그램에 대한 니즈가 높아져 'Fun & Together' 프로그램은 앞으로도 다양하게 확대해 나갈 방침입니다.

2021년 Fun & Together 시행 프로그램

구분	시행	프로그램명	내용
Fun 동료, 가족과의 즐거움을 위한 프로그램	3월	초등학교 입학 자녀 축하	입학 축하 선물 및 카드 발송
	4월	건강산책, 함께 걸어 봄	좋은 동료와 함께 하는 사옥 인근 산책
		봄을 찾기	일상 속 봄에 관한 추억 공유
		어버이날 사행시	어버이날 주제로 사행시 댓글 이벤트
	5월	어린이날 자녀 축하	어린이날 축하 선물 및 카드 발송
		어린이날 Thanks Letter	감사 편지, 어린이날 사진 공유
	7월	힐링 이벤트 여름을 부탁해	나만의 여행 계획 공유
		행복 Lounge Renewal	구성원 간 온라인 소통 플랫폼
	8월	즐거로운 요리생활	재택근무 기간 나만의 요리 레시피 공유
	9월	多讀多讀, 책 선물 드립니다	재택 기간 감명 깊게 읽은 책을 동료에게 선물
	11월	수능자녀 격려	수험생 자녀 격려 선물 및 카드 발송
	매월	건강계단 오르樂 내리樂	본사 계단 활용 건강관리 프로그램
		틈새 스트레칭	자체제작 스트레칭 영상 보며 따라하기
Together 협업 기반 조성을 위한 프로그램	3월	라이브퀴즈 이벤트	We-fresh day 전일 라이브 퀴즈쇼
	4월	1 st CEO 공감토크	경영현황 공유 및 라이브 퀴즈쇼
	5월	우리들의 일 방식 Code of Conduct(CoC)	6가지 일방식 수립 및 전파/확산 이벤트
	7월	2 nd CEO 공감토크	Financial Story 공유 및 라이브 퀴즈쇼
	8월	우리들의 일 방식 #실행강화편	전파/확산 퀴즈 이벤트
	12월	숏폼잡끼자랑	나만의 취미를 숏폼 형태로 촬영하여 동료들과 공유
	상시	Be ONE Bonus(분기)	동료에게 감사의 마음을 Point로 전달
		We-Help Day(매월)	집단지성 활성화 프로그램
		Team Together(분기)	온라인 팀빌딩 프로그램

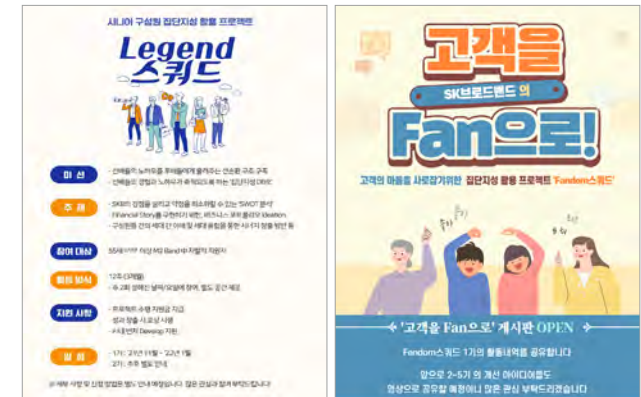
* 음영 부분을 제외하고 모두 비대면 프로그램

Capability & Talent

SK브로드밴드는 Version 3.0(More than Telco/IPTV)으로 나아가는 데 있어 가장 중요한 요소는 '사람' 즉, 구성원이라고 생각합니다. 이에 구성원들의 역량을 강화하는 한편, 신규 인재 확보를 위해 시대의 요구에 따른 교육과 시스템을 꾸준히 재정비하고 있습니다. 비즈니스의 성장과 확장을 위해 중점 사업과 연계된 전문 인력을 적기에 확보하고자 노력하고 있으며 슛폼 등 MZ 세대의 커뮤니케이션 방법을 활용, 채용 브랜딩을 강화하여 '가장 입사하고 싶은 회사'의 이미지를 심어주고자 합니다. 또한 보다 합리적이고 공정한 평가 및 보상 체계 개선으로 구성원들의 업무 의욕을 고취시키고자 합니다.

내부 역량 강화를 위해서는 고객 중심, 실행 중심의 유연한 아메바 조직을 운영하고 있습니다. 현장의 다양한 구성원들의 집단지성 활용을 극대화하고자, 주니어 구성원 시각에서 상품·서비스 개선안을 발굴하는 '팬덤스쿼드'와 시니어 구성원의 노하우를 집적한 '레전즈스쿼드'로 각 세대별 스쿼드를 운영하였습니다. 또한 COVID-19로 인한 대면 방식 교육의 어려움을 극복하고자 SK그룹의 온라인 학습 플랫폼인 mySUNI 등을 활용해 AI/DT, ESG, Global, Leadership, BM Design 등 구성원들의 역량을 육성시키는 다양한 교육을 꾸준히 진행하였고, 리더들의 지식공유 프로그램인 '팀장 뭐하니', 구성원이 자신의 노하우를 직접 강의하는 'Jumping Concert' 등 비대면 육성 프로그램을 시행하여 디지털 시대에 걸맞은 인재로 육성하고자 노력해 왔습니다. 특히 2022년에는 DNA(Data Next-normal Analyst) 아카데미 과정을 신설하여 구성원들의 데이터 활용 역량을 강화하는 한편, mySUNI 학습 큐레이션 제공을 통해 연간 학습시간 목표를 구성원 100시간, 리더 200시간으로 설정하여 역량 향상을 위해 지속 노력할 예정입니다. 이를 통해 외부에서 SK브로드밴드를 떠올렸을 때 '선도적 기업문화의 아이콘', '미디어 통신 업계에서 가장 일하고 싶은 회사'로 포지셔닝하고자 합니다.

시니어 구성원의 노하우 집적, '레전즈스쿼드'와 주니어 구성원의 시각, '팬덤스쿼드'



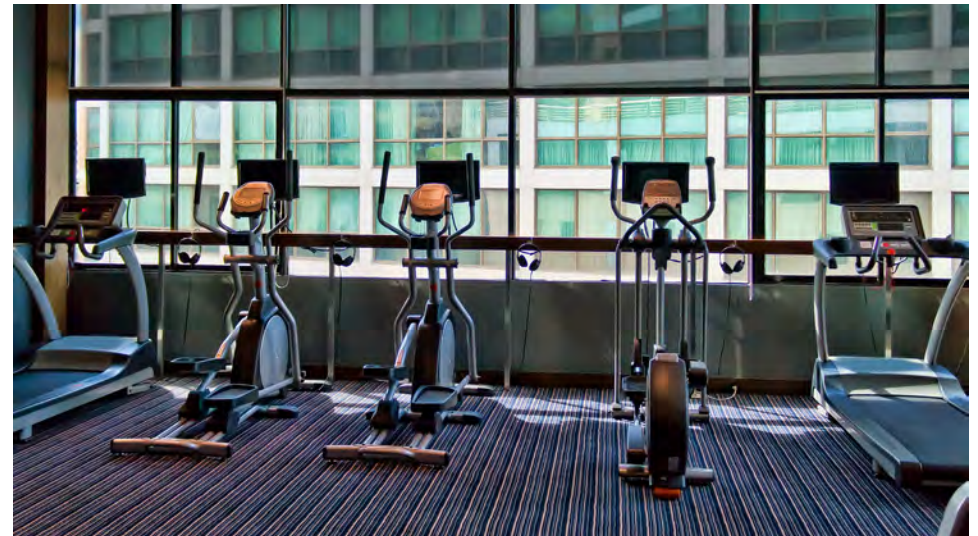
리더들의 지식공유 프로그램 '팀장 뭐하니'



Work Anywhere

COVID-19는 업무환경에 많은 변화를 가져왔습니다. SK브로드밴드는 COVID-19 상황 변화에 따른 대응 가이드라인을 발빠르게 수립해 구성원들의 COVID-19 피해를 최소화하고자 노력했습니다. COVID-19 초창기부터 상황반을 별도로 운영하며 감염병 확산에 따른 단계별 대응 방안을 마련하였습니다. 또한 구성원들의 COVID-19 피해를 예방하기 위한 노력도 동반했습니다. COVID-19 예방 수칙 교육, 사내 거리 두기 실천, 마스크 등 개인 위생관리 용품 지급으로 위생관리를 강화하였으며, 대면 미팅은 비대면 미팅으로 전환하고 재택근무를 확산시키면서 이에 대한 구체적인 가이드라인을 제시해 업무 효율을 높이고자 했습니다. 재택근무의 확대는 사무실의 개념을 바꾸는 데 일조했습니다. 클라우드 시스템을 통해 어디서든 PC만 있으면 업무를 할 수 있게 되었고 비대면 회의 톨을 활용해 보고와 의사결정을 하는 등 업무 방식도 그에 맞게 변화해 갔습니다.

SK브로드밴드는 이러한 변화를 경험하고 '근무지'에 대한 개념을 새로이 하기로 했습니다. 모든 근무를 사무실에서 할 필요는 없다고 판단한 SK브로드밴드는 COVID-19 이후에도 재택근무를 정례화할 방침입니다. 또한 수평적이고 원활한 협업 문화 조성을 위해 2018년부터 시행한 자율 좌석제를 포함한 스마트 오피스를 구축하고, 재택근무 정례화로 인해 발생된 여유 공간은 구성원 행복과 소통의 '다목적 복지 공간'으로 재창조하고자 합니다.



ESG REPORT

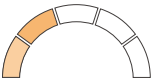
ESG 핵심 영역 및 대응 현황	54
Environmental Data	56
Social Data	62
Governance Data	98



ESG 핵심 영역 및 대응 현황

핵심 영역	2021 ~ 2022년 주요 성과	주요 관리 지표	중장기 목표 (목표 연도)	Progress
기후 위기 대응 및 환경자원관리	2045 넷제로(Net Zero) 및 RE100 달성 선언 - 재생에너지 사용 확대, 자산 및 설비 교체 등 중장기 추진과제 수립 - ISO14001(환경경영) 인증 취득 및 대내외 친환경 문화 정착 노력	- 온실가스 배출량 - 온실가스 감축량 - 재생에너지 사용비율	넷제로(Net Zero) 달성(2045)	
구성원 인재개발	- 방송·미디어 역량 강화, 온택트(Ontact)교육 확산 (2021년 구성원 1인당 교육시간 123.1시간) - 여성 인재 육성 위한 프로그램 참여(Women in Leadership Program) - 고용노동부 주관 '2021년 대한민국 으뜸기업' 선정	구성원 1인당 교육시간	구성원 교육참여 확대 - 리더 200시간, 구성원 100시간(2023)	
일과 삶의 균형	- 일과 삶의 균형 만족도 조사 실시(2021년 83.6%) - 행복한 가정생활 프로그램 확대 - 여성가족부 주관 가족친화 우수기업 인증 유지	일과 삶의 균형 만족도	일과 삶의 균형 만족도 80% 이상 유지	
안전보건	- 구성원 및 비즈니스 파트너의 안전보건 방침 및 체계 제정 - 안전보건 전담 조직 신설 - ISO45001(안전보건경영) 인증 취득 - 구성원 심리상담 프로그램 신설	- 근로손실재해율 - 직업성질환 발생률 - 건강관리 프로그램 참여율	- 중대재해 발생 Zero - 건강관리 프로그램 구성원 참여도 300% 상향 (2025)	
인권	- 인권 선언문 공개 및 인권 신고 채널 구축 - 인권 영향평가 실시	- 인권 법규 위반 건수 - 인권 교육 시간	인권의식 체화 및 인권 법규 위반 Zero	
비즈니스 파트너	- 환경, 보건/안전, 노동/인권, 윤리 등 ESG 행동규범 수립 및 모든 비즈니스 파트너 적용 - 정기 평가 시 ESG 인증 가점 정책 시행 - 비즈니스 파트너 ESG 진단 프로세스 구축	ESG 평가 참여 비율	핵심 비즈니스 파트너사 ESG 진단 평가 100% 시행(2024)	
기업데이터 및 고객 정보	- CISO 지정 및 중장기 정보보호계획, 세부 이행 과제 수립 - 대내외 이니셔티브 활동 참여 - SK ICT Summit, 한림원, 보이스피싱 예방 협의체 - 보안위협 분석 범위 확대 및 실효성 제고 - 빅데이터 기반 정보유출탐지시스템(BIOS) 구축	- 대외정보보안 인증률 - 정보보안 이니셔티브 활동 - 정보유출/해킹 및 개인정보 위반 건수	- 정보유출/해킹 및 개인정보 위반 건수 Zero - 산업 내 탑티어(Top-tier) 보안레벨 공고화(2023) - 산업 내 보안 혁신 선도(2025)	

ESG 핵심 영역 및 대응 현황

핵심 영역	2021 ~ 2022년 주요 성과	주요 관리 지표	중장기 목표 (목표 연도)	Progress
네트워크 품질	- 서비스 혁신 조직 신설 및 매월 CEO 주관 회의 시행 - 해저 케이블 투자 추진 및 주요 통신국사 이원화 완료 2021년 대외 고객만족 평가(NCSI, KS-SQI) 1위, 대형 네트워크 고장 0건	- 대형 통신 고장 발생 건수 - 품질 VOC(Voice of Customer)율	대형 통신 고장 발생 Zero	
지역사회 공헌 및 사회적경제 생태계 지원	- 시니어, 청소년, 소상공인, 지역주민 대상 사회공헌 프로그램 운영 - 사회적 기업 홍보 및 광고 지원(41개 지원)	사회공헌, 사회적 기업 생태계 조성 프로그램 수혜자 수	- 사회공헌 프로그램 수혜자 확대 및 구성원 자원봉사 참여율 30%(2025) - 사회적 기업 140개 지원(2025)	
이사회	- 전자투표제 실시 - 이사회 내 ESG 안건 보고 및 의결 시행	ESG 안건 보고 주기	이사회 구성 및 운영 고도화(2025)	
윤리 및 컴플라이언스	- 구성원 윤리규범/실천지침 개정 및 공정거래 원칙 제정 - 공정거래 전담부서 신설 및 공정거래 관련 규제 준수 점검 시행 - 경영진 및 비즈니스 파트너 대상 별도 반부패 교육 시행	- 윤리경영 및 공정거래 교육시간 및 이수율 - 반부패 관련 규제 위반 건수	반부패 위반 Zero	
ESG 기반 의사 결정	중대 의사결정 시 ESG Impact 심사 프로세스 구축 (신규 사업 진출 및 연간 투자 예산 10% 초과 집행, 자회사 설립 등)	ESG 기반 의사결정 프로세스 운영 성과	ESG 기반 의사결정 프로세스 전 사업 내 적용(2024)	

Environmental Data

기후위기 대응

정책

SK브로드밴드는 범세계적인 기후위기 대응을 위해 2045 넷제로(Net Zero) 계획을 수립하였습니다. SK브로드밴드의 넷제로 로드맵은 파리기후협약 이행을 위해 주요 경영 전략을 반영한 BAU¹⁾ 배출량 계산을 바탕으로 하였으며, 과학적 근거에 기반하여 온실가스 감축목표를 설정 및 검증하는 SBTi의 ICT 섹터 1.5°C 시나리오 목표 수준을 고려한 것입니다. 목표 달성 여부에 영향을 줄 수 있는 재생에너지 정책과 정부 NDC 상향 목표 수준 또한 참고하였습니다. SK브로드밴드의 사업구조 상 온실가스 배출의 99%는 간접배출원인 전력 사용으로 인한 것입니다. 이에 넷제로를 위한 핵심과제로 RE100 달성(재생에너지 100% 사용)을 설정하였습니다. 2021년에는 직·간접 감축계획과 예상 비용에 대한 내용을 함께 담아 이사회에 보고하였으며 분기 1회 CEO 및 주요 임원이 참석하는 ESG협의체를 통해 이슈 사항을 보고, 검토하고 있습니다.

1) BAU : Business As Usual (배출전망치)

목표

2045 넷제로(Net Zero) 달성

목표 수립 연도	2021년	기준연도	2020년
넷제로(Net Zero) 대상 범위	SK브로드밴드 국내 사업장 전체	기준연도 배출량	337,966tCO ₂ eq
목표연도	2045년(온실가스 순 배출량 Zero 달성)	2022년 BAU 대비 감축량	24,700tCO ₂ eq
대상 Scope	Scope 1, Scope 2	목표 및 방법	- 재생에너지 구매: 9,300tCO ₂ eq - 네트워크 장비 효율화: 15,400tCO ₂ eq

실행 및 성과

재생에너지 사용 RE100 이행은 넷제로 달성을 위한 매우 중요한 전략 수단입니다. 2021년에 재생에너지 전력 구매 프로그램인 녹색프리미엄을 통해 여주위성센터를 가동했으며, 2022년에는 보다 확대해 20,300MWh 구매 계약을 완료하였는데, 이는 4인 가족 기준 4,200여 가구가 1년간 사용하는 전력량과 비슷한 수준입니다. 녹색프리미엄은 재생에너지 사용 및 보급과 확산에 투자하는 방식으로 다양한 영향력 창출을 기대할 수 있습니다. 이외에도 REC(신재생에너지 공급인증서) 구매, PPA(전력구매계약) 등 추가적인 재생에너지 조달 방법을 검토하고 있습니다.

노후장비 교체 전력 사용이 많은 노후장비를 교체하여 탄소배출량을 줄이고 있습니다. 특히, 모바일·인터넷 전화 사용 증가로 비중이 감소한 구형 전화교환기(PSTN) 장비를 교체 및 철거하고 있습니다. 이러한 과정을 통해 2021년까지 약 4,209tCO₂eq를 감축하였으며, 남은 PSTN 20식 또한 2024년까지 철거할 예정입니다. 인터넷 트래픽 증가로 사용이 늘어난 백본망(대규모 연결망) 장비 교체로 인해 전력은 이전 대비 최대 63% 감소하였으며, 처리 용량은 2.5배 증가하였습니다. 또한 고객의 가정에 설치되었던 기존의 셋톱박스보다 전력을 적게 사용하는 셋톱박스를 개발해 출시하였습니다.

Environmental Data

기후위기 대응

Key Performance Data

온실가스		단위	2019	2020	2021
온실가스 배출 ¹⁾	총 배출량(Scope 1+2) ²⁾	tCO ₂ eq	281,170	337,966	370,190
	배출 집약도	tCO ₂ eq/매출액(십억 원)	88.45	91.02	91.20
직접 온실가스(Scope 1)	직접 배출량	tCO ₂ eq	1,577	1,458	1,825
	고정연소	tCO ₂ eq	1,140	961	1,264
	이동연소	tCO ₂ eq	437	497	560
간접 온실가스(Scope 2)	간접 배출량	tCO ₂ eq	279,617	336,542	368,404
	전력	tCO ₂ eq	279,585	336,503	368,341
	스팀	tCO ₂ eq	32	40	63
온실가스 증감 ³⁾	증감량 ⁴⁾	tCO ₂ eq	8,322	56,796	32,224

1) 온실가스 명세서 기준
2) 온실가스 배출량 합계는 정부의 사업장 단위 절사 후 합산 기준이 적용됨에 따라 총 온실가스 배출량과 직접-간접 온실가스 배출 합산 값에서 차이 발생 가능
3) 당해년도 온실가스 배출량 - 직전년도 온실가스 배출량(Scope 1+2)
4) 2020년 티브로드 합병으로 인한 온실가스 배출량 증가

Environmental Data

기후위기 대응

Key Performance Data

에너지		단위	2019	2020	2021
일반에너지	총 일반에너지 소비량(직접+간접) ¹⁾	GJ	5,759,000	6,921,000	7,694,000
	총 소비 집약도	GJ/매출액(십억 원)	1,812	1,864	1,896
	직접 에너지원 소비량	GJ	27,829	25,440	31,128
	도시가스(LNG)	GJ	18,597	15,912	17,161
	휘발유	GJ	5,556	6,481	7,412
	경유	GJ	3,532	2,953	6,452
	LPG	GJ	144	94	59
	실내등유	GJ	46	22	44
	간접 에너지원 소비량	GJ	5,757,701	6,929,874	7,698,989
	전력	GJ	5,756,596	6,928,518	7,696,987
	스팀	GJ	1,105	1,356	2,002
재생에너지	총 재생에너지 소비량	MWh	55	52	662
	자가 발전량	MWh	55	52	47
	태양광	MWh	55	52	47
	풍력	MWh	0	0	0
	기타(수력, 바이오매스)	MWh	0	0	0
	외부 조달량	MWh	0	0	615
	녹색프리미엄	MWh	0	0	615
	REC 구매	MWh	0	0	0
	제3자 PPA	MWh	0	0	0
	총 전력소비량 ²⁾	MWh	599,700	721,773	802,431
	재생에너지 사용비율 ³⁾	%	0.01	0.01	0.1

1) 에너지 소비량 집계는 정부의 사업장 단위 절사 후 합산 기준을 적용함에 따라 세부 에너지원 별 합산 값과 차이가 발생할 수 있음
2) 총 전력소비량은 간접 에너지원 내 전력 소비량과 재생에너지 발전량의 합
3) 총 재생에너지 소비량/총 전력소비량 X 100

Environmental Data

환경 자원 관리

정책

SK브로드밴드는 미디어 플랫폼 회사로 수질, 대기 등 환경오염물질을 배출하는 제품 제조 공정이나 사업장이 존재하지 않습니다. 이에 환경오염물질 모니터링 시스템을 별도 운영하지는 않으나 환경 책임 경영을 강화하여 환경 영향 최소화 및 법규 준수에 노력하고 있습니다. 국제적인 환경경영시스템 인증인 ISO14001 인증을 획득하고 관련 규격 요구사항을 준수하고 있으며, 부적합한 부분이 있다면 지속적으로 시정 및 개선하고 있습니다. 또한 친환경 경영 확산 및 국민의 알 권리 충족을 위해 한국환경산업기술원에서 주관하는 환경 정보공개 시스템에 주요 사옥에 대한 환경오염 물질 배출 및 사용량, 환경경영 현황을 투명하게 공개하고 있습니다.

목표

환경오염 저감 및 환경법규 위반 Zero

2022년	환경방침 홈페이지 공개	2023년	전사 폐기물 관리 고도화(재활용, 재사용 확대 등)
-------	--------------	-------	------------------------------

실행 및 성과

자원 관리 용수 사용량은 수도 사용요금 고지서를 기준으로 산정하며 상수 외 취수원이 없어 취수량과 사용량이 동일합니다. 폐기물은 검증된 폐기물 처리 전문 업체에 위탁하여 관리하고 있으며, 용수 사용 및 폐기물 발생을 저감할 수 있는 방법을 강구하고 실천 캠페인을 진행하고 있습니다. 2021년 1월부터는 사내 구성원 대상으로 환경부에서 시작한 친환경 캠페인 ‘고고챌린지’를 진행하였습니다. 플라스틱 및 일회용품 사용을 줄이는 실천을 스스로 약속하고 다음 참가자를 지명하는 릴레이 방식의 캠페인으로, 2022년에는 더욱 확장된 개념인 ‘Net Zero 생활실천 캠페인’으로 발전했습니다. 이 캠페인에 참여하는 구성원은 자신이 실천한 재활용 분리배출, 1회용품 사용 줄이기, 인쇄 시 종이사용 줄이기 등 자원저감 활동을 사내 게시판에 등록하면 자신의 활동으로 감축된 탄소배출량을 모니터링할 수 있습니다. 또한 우편청구서 발행으로 낭비되는 종이 자원 절감을 위해, 문자나 이메일을 통한 전자청구서 비중을 높이고 있습니다. 2021년 전자청구서 이용자는 368만 명으로, 전체 가입자 중 84.1%에 해당합니다. 이는 2020년 대비 1.8%p 상승한 수치로 매년 증가하고 있습니다. 전자청구서 이용으로 인해 감축되는 온실가스는 연간 700여 톤 규모로, 30년생 소나무 11만여 그루¹⁾를 보호하는 효과와 동일합니다.

* 그 외 오염물질 배출시설이 존재하지 않아 대기 및 수질오염물질 관련 활동 및 데이터를 별도로 관리하지 않고 있습니다.

1) 국립산림과학원 2019, 중부지방 소나무 표준 탄소흡수량 기준

Environmental Data

환경 자원 관리

실행 및 성과

친환경 기술 지원 및 교육 셋톱박스, IDC(Internet Data Center) 및 각종 설비의 에너지 효율화를 위한 기술 개발과 투자를 활발히 진행하고 있습니다. 2022년에는 앞서 개발한 저전력 셋톱박스에 이어 배터리가 필요 없는 친환경 충전형 리모컨 개발을 통해 폐기물 절감 성과를 기대하고 있습니다. 또한 SK그룹의 동영상 교육 플랫폼인 ‘mySUNI’를 통해 기후위기, 탄소중립과 같은 환경 교육 콘텐츠를 구성원에게 제공하고 있는데, 글로벌 환경 위기로 관심이 증가하여 2021년 구성원 1인당 환경 교육 시간이 4시간으로 높게 나타났습니다. 이 외에 ISO14001 환경경영 준수와 내부 심사원의 적격성, 전문성 유지를 위해 1인당 연간 8시간의 환경 목표, 리스크 관리, 환경 성과 평가 및 모니터링에 대한 교육도 시행하고 있습니다.

Key Performance Data

용수 ¹⁾		단위	2019	2020	2021
취수	총 취수량	ton	304,992	320,210	371,921
	공업용수	ton	0	0	0
	상수	ton	304,992	320,210	371,921
	지하수	ton	0	0	0
	기타(우수 등)	ton	0	0	0
	물 스트레스 High 지역 취수량 ²⁾	ton	212,462	219,397	238,427
	취수 집약도	ton/매출액(십억 원)	95.95	86.24	91.63
사용 및 재활용	총 사용량	ton	304,992	320,210	371,921
	재활용량	ton	0	0	0
	재활용비율	%	0	0	0

1) 용수 데이터는 환경정보공개 대상 사육 기준(티브로드 합병으로 2021년 부터 환경정보공개 대상 사육 증가)

2) Water Risk Atlas(WRI)기준 스트레스 High 이상 지역

Environmental Data

환경 자원 관리

Key Performance Data

폐기물 ¹⁾		단위	2019	2020	2021
폐기물 발생	총 발생량 ²⁾	ton	2,486	1,966	2,854
	발생 집약도	ton/매출액(십억 원)	0.78	0.53	0.71
	총 비용	천 원	174,211	165,633	287,682
	일반 폐기물	ton	2,286	1,778	2,510
	지정 폐기물	ton	200	187	344
	재활용 폐기물	ton	1,374	892	1,436
	재활용률	%	55.3	45.4	50.3

1) 폐기물 데이터는 케이بل, 셋톱박스 등 통신 장비 자산 및 환경정보공개 대상 사육 기준 집계
2) 총 폐기물 발생량 = 일반폐기물 + 지정폐기물

환경 교육 ¹⁾		단위	2019	2020	2021
교육시간	교육시간	시간	-	-	10,204
	구성원 1인당 교육시간	시간	-	-	4

1) 2021년부터 데이터 관리

환경 법규 위반		단위	2019	2020	2021
위반 건수		건	0	0	0
과태료		백만 원	0	0	0
벌금		백만 원	0	0	0

Social Data

구성원 인재개발

정책

SK브로드밴드는 성별, 나이, 인종, 민족, 종교, 학력 등에 대한 차별금지과 다양성 제고 원칙 및 국내법을 준용한 인사 규정 및 취업 규칙을 제정하였습니다. 세부지침은 수시로 개정하고 사항에 따라 노사가 협의하여 결정합니다. 또한 구성원이 자기 분야에서 MVP(The Most Valuable Convergence Professional)로 성장하는 것을 목표로 ‘전사 성장을 견인하는 Smart 리더와 구성원 체계적 육성’을 비전으로 삼고 4가지 중점 영역을 두어 관리하고 있습니다. 2021년은 방송·미디어 역량 강화, 온택트(Ontact) 교육 확산 등에 중점을 두었다면, 2022년은 빠르게 변화하는 비즈니스 및 외부 환경 변화에 대응하기 위해 데이터, 일 문화, 추천 기반 등을 중심으로 역량 개발 및 프로그램 고도화를 추진하고 있습니다.

- | | | | | | | | |
|---|---------------------|---|-------------------------|---|--------------------------------------|---|------------------------|
| 1 | Smart 리더와
구성원 육성 | 2 | 전사 데이터 활용 및
분석 역량 강화 | 3 | 포스트 COVID-19 일 문화 변화를
위한 전사 교육 추진 | 4 | 추천 기반 온라인
학습 문화 고도화 |
|---|---------------------|---|-------------------------|---|--------------------------------------|---|------------------------|

목표

구성원 교육 참여 확대

2022년	2023년
•mySUNI 학습시간 권장(리더 200시간, 구성원 100시간) •리더 및 핵심인재 대상 데이터 역량 단계적 확대(리더 30%, 핵심인재 90%) •전 구성원 참여 포스트 COVID-19 오프라인 워크숍 시행(연 1회)	•mySUNI 학습시간 권장(리더·핵심인재 200시간, 구성원 100시간) 및 학습 콘텐츠 수준 제고 •리더 및 핵심인재 대상 데이터 역량 단계적 확대(리더 55%, 핵심인재 100%) •조직별 맞춤형 직무·리더십·조직개발 프로그램 제공

실행 및 성과

구성원 채용 SK브로드밴드가 바라는 인재는 (1)고객이 원하는 가치를 창조하고 (2)글로벌 경영 환경에서 필요한 역량을 소유하며 (3)적극적이고 진취적인 인재입니다. 목표 및 주요 과제와 연계한 전략적 채용과 연 1회 이상 채용이 필요한 직무에 대한 수요조사로 인재 채용 계획을 수립하고 있습니다. 채용 단계에서는 필기전형(SKCT), 프레젠테이션, 그룹 토의 등 다양한 방법을 활용해 인재상 적합 여부를 판단하고 있습니다. 장애인, 국가보훈자 등 소수그룹에 양질의 안정적인 일자리를 제공하여 사회적 책임을 다하고자 별도 채용절차를 운영합니다. 공정하고 투명한 채용을 위해 이 모든 과정을 홈페이지에 공개하고 있습니다.

Social Data

구성원 인재개발

실행 및 성과

MVP 육성 인재상 구축 및 중장기 인재 육성 목표 실현을 위해 단계적인 교육계획을 수립하고 있으며 특히 대외 경쟁력 강화를 위해 교육시간 확대와 투자를 강화하고 있습니다. 급변하는 경영 환경에 민첩하게 대응하도록 직급·계층별로 특화된 육성 프로그램을 제공하며, 미디어 플랫폼 기업에 맞는 차세대 Smart 리더 육성을 위한 중장기 학위 과정, 글로벌 역량 강화 과정 및 통신기술 고급 자격증 과정 등을 운영합니다. SK그룹의 동영상 교육 플랫폼인 'mySUNI'를 활용하여 추천 기반 온라인 학습 문화를 만들어 가고 있으며, 2022년에는 특히 전사 구성원의 데이터 활용·분석 역량 강화를 위한 연간 클래스 및 인증 체계를 운영하고 있습니다. 이 외에도 도서구입비 지원, 사외 교육 프로그램 운영, 외부 전문가 초청 강연 등으로 구성원 개별의 학습 역량 증진을 돕고 있습니다. 더불어 정년 퇴직자 지원 교육을 제공합니다. 월 80시간 근로시간을 활용해 진로 설계, 취업 알선, 재취업 및 창업 등의 프로그램을 지원하여 제2의 인생을 응원하고 있습니다. 또한 여성 인재 육성을 위해 SK그룹의 공동 여성 리더십 프로그램 WLP(Women in Leadership Program)에 참여하고 있습니다. 이는 여성 리더 비율 제고를 목표로 하며, 리더로서 요구되는 역량·자질·전문성을 높이는 종합적 육성 프로그램으로, 2021년에는 당사 우수 여성 인재 3명이 참여하였으며 앞으로도 지속적으로 참여하여 리더급 여성 인재 비율을 높여 나갈 예정입니다.

이외에도 SK브로드밴드는 다양한 구성원 역량 개발 프로그램과 정책을 만들고 직무 능력 및 숙련 기술을 장려하여 양질의 일자리를 창출하기 위해 노력하였으며 이러한 공을 인정받아 2021년 고용노동부에서 주관한 '대한민국 으뜸기업'으로 선정되었습니다.

공정한 성과평가와 보수 공정하고 합리적인 성과평가는 구성원에게 동기를 부여하며 MVP 양성목표 달성에 큰 역할을 합니다. 성과평가는 조직성과와 개인 기여도로 구분됩니다. 개인의 성과의 합은 조직의 성과라는 철학 아래, 성과평가는 Cascade 구조로 모든 팀원은 동일한 조직성과 점수를 받게 되며, 조직성과 달성에 대한 개인별 성과 및 동료평가 결과를 고려하여 개인 기여도가 확정됩니다. SK브로드밴드는 이러한 성과 평가 결과를 연봉 및 성과급에 반영하고 있으며, 보임·핵심인재 선발·육성에 활용합니다. 특히 Talent Group(사내 핵심인재) 제도를 활용해 분기 단위로 정기 리뷰하며 인재 풀을 관리하고, Talent Group 내에서 리더를 선출하고 있습니다.

자사주 지급 회사의 장기 성장과 기업 가치 제고, 성공적 IPO를 위해 2021년부터 3년에 걸쳐 재직 중인 임원 및 구성원들에게 자사주를 지급하고 있습니다. 구성원 모두가 회사의 주주가 되어 보다 강한 오너십(Ownership)을 가지고 SK브로드밴드의 가치를 높일 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

Social Data

구성원 인재개발

Key Performance Data

구성원 ¹⁾		단위	2019	2020	2021
구성원 전체		명	1,803	2,415	2,527
연령별	만 30세 미만	명(%)	162(9)	192(8)	203(8)
	만 30세 이상 50대 미만	명(%)	1,265(70)	1,639(68)	1,585(63)
	만 50세 이상	명(%)	376(21)	584(24)	739(29)
직급별	임원직	명(%)	42(2)	45(2)	45(2)
	관리직	명(%)	146(8)	190(8)	209(8)
	비관리직	명(%)	1,615(90)	2,180(90)	2,273(90)
고용형태별	정규직 ²⁾	명(%)	1,717(95)	2,291(95)	2,398(95)
	비정규직	명(%)	86(5)	124(5)	129(5)

1) 사업보고서 공시 기준
2) 정규직에 미등기임원 포함

다양성		단위	2019	2020	2021
성비균형	전체 남성	명(%)	1,542(86)	2,053(85)	2,130(84)
	전체 여성	명(%)	261(14)	362(15)	397(16)
	정규직 여성	명(%)	208(12)	285(12)	312 (13)
	비정규직 여성	명(%)	53(20)	77(21)	85(21)
	임원직 여성	명(%)	1(2.4)	2(4.4)	1(2.2)
	팀장직 여성	명(%)	6(4.1)	9(4.4)	11(5.3)
	매출발생 부서 여성	명(%)	169(17)	228(17)	264(19)
장애인 ¹⁾		명(%)	38(2.6)	52(3.1)	56(3.4)
국가보훈자		명(%)	75(4.1)	74(3.1)	74(2.9)
외국인		명	0	0	0

1) 상시근로자수(전체 구성원 중 등기임원, 파견직, 입사 16일 미만 제외)기준으로 장애인 수는 실 인원수이며, 비율은 종중장애 가산 적용

Social Data

구성원 인재개발

Key Performance Data

채용		단위	2019	2020	2021
신규채용 전체		명	152	120	194
성별	남성	명	70	61	76
	여성	명(%)	82(54)	59(49)	118(61)
	정규직 여성	명	28	18	41
	비정규직 여성	명	54	41	77
경력	신입	명	122	97	135
	경력	명	26	12	59
	청년인턴 정규직 전환	명(%)	23(79)	26(48)	29(52)

이직(퇴직) ¹⁾		단위	2019	2020	2021
이직자	총 이직자	명(%)	56(3.1)	75(3.1)	140(5.5)
	남성	명	27	42	58
	여성	명	29	33	82
	정규직	명(%)	14(0.8)	22(1.0)	42(1.8)
이직사유	자발적 이직	명(%)	12(0.7)	18(0.7)	34(1.3)
	비자발적 이직	명	44	57	106
근속	전체 평균 기간	년	13.6	14.0	14.1
	남성	년	14.8	15.2	15.4
	여성	년	6.4	7.4	7.3

1) 2020년 지속가능경영보고서와 작성 기준 상이(비정규직 포함 데이터)

Social Data

구성원 인재개발

Key Performance Data

구성원 교육		단위	2019	2020	2021
교육과정	개별 직무 교육 참여 ¹⁾	명	431	338	578
	리더십 교육 참여	명	272	363	363
	여성 리더십 교육 참여	명	-	-	3
	구성원 1인당 교육과정 운영 수	개(과정)	0.156	0.317	0.301
	총 교육과정 운영 수 ²⁾	개(과정)	236	758	777
	총 교육과정 참가자 수	명	1,511	2,391	2,578
교육 만족도	참여 구성원 만족도 ³⁾	점	-	4.46	4.69
교육시간	총 교육시간	시간	74,019	225,320	311,003
	온라인 교육시간	시간	3,175	174,067	230,730
	오프라인 교육시간	시간	70,844	51,254	80,272
	구성원 1인당 교육시간	시간	41.2	93.3	123.1
교육비용	총 교육비용	천 원	3,309,948	6,260,654	6,604,644
	구성원 1인당 교육비용	천 원	1,842	2,592	2,613

1) 사외교육 참석자 및 mySUNI 유료과정 참여자
2) 2020년 지속가능경영보고서와 작성 기준 상이(사외교육과정 제외)
3) 2020년 이후 총 교육과정 참가자 중 만족도 응답자 기준, 5점 만점

Social Data

구성원 인재개발

Key Performance Data

평가		단위	2019	2020	2021
성과평가 ¹⁾	대상자 수	명	1,567	2,169	2,253
	평가자 수	명	1,567	2,169	2,253
	성과평가율	%	100	100	100
	다면 성과평가 참여 비율	%	100	100	100
	목표관리 비율	%	100	100	100
	장기인센티브 적용대상 비율	%	-	-	95

1) 임원 및 비정규직 제외

보수 ¹⁾		단위	2019	2020	2021
평균 급여	전체	천 원	104,458	89,259	108,032
	남성	천 원	113,129	96,055	144,557
	여성	천 원	57,658	54,856	71,972
동등 급여 ²⁾	전체 구성원	%	66	70	68
	임원직	%	66	36	78
	관리직(기본급)	%	96	94	90
	관리직(기본급+인센티브)	%	93	92	88
	비관리직	%	69	73	70

1) 사업보고서 기준, 2021년 데이터부터 2021년 7월 개정된 공시 서식 체계 반영

2) 비정규직, 중도 퇴사자 제외 기준, 남녀 근속연수 차이로 인한 급여 차이 발생

Social Data

일과 삶의 균형

정책

SK브로드밴드의 'Fun & Together 기업문화 조성'은 최종적으로 구성원의 행복을 목표로 합니다. 업무와 삶은 서로 영향을 주고받습니다. 구성원의 삶의 질 향상이 곧 회사 목표 달성에 기여하기에 (1)몰입을 위한 근무환경 설계, (2)행복한 가정생활 지원, (3)Re-fresh 여가 지원을 정책 방향으로 설정하였습니다. 더불어 회사와 구성원이 함께 성장하고 상생하는 기업문화를 만들기 위하여 최선을 다하고 있으며 법령에 근거한 결사 및 단체교섭의 자유를 보장하고 있습니다. 정기적인 노사협의회에서는 애로사항을 확인하며 공동의 해결방안을 모색하고, 상호 존중에 기반한 합의로 협약 및 규정 제·개정을 하고 있습니다.

1

몰입을 위한 근무환경 설계

일과 삶의 균형 확보 및 일의 효율, 생산성을 향상시킬 수 있는 유연한 근무환경 조성

2

행복한 가정생활 지원

출산 및 육아 부담 완화를 통한 일과 가정의 양립

3

Re-fresh 여가 지원

여가·휴식을 통한 재충전으로 열정적이고 즐겁게 일하는 문화 조성

목표

일과 삶의 균형 구성원 만족도 80% 이상 유지

연도	주요 추진 내용	연도	주요 추진 내용
2023년	- 재택근무 정례화로 유연근무제 활성화 - 구성원 가족 CARE 및 가족관계 증진 프로그램 확대 시행 - 사내 구성원 힐링 및 웰빙 공간 조성 - 사내 어린이집 놀이터 신설	2025년	'Work Anywhere' 일 문화 및 워라밸 문화 정착 - 구성원 생애 과정별 맞춤형 일과 삶의 균형 지원 고도화

실행 및 성과

Fun 근무환경 구성원이 자신의 선호도, 컨디션, 업무 등에 따라 근무환경을 선택할 수 있도록 사무공간, 개인 Focus Room, Project Room 등 다양한 업무 공간을 조성하였습니다. 또한 소통과 협업, 창의성과 업무 효율은 높이고 스트레스는 저감되도록 B Lounge, B Square, C Space, Focus Zone, 공감마루 등 개방·수평적인 소통 공간을 새롭게 마련하였습니다. COVID-19 상황에 따른 재택근무 확대로 발생한 여유 사무공간 또한 소통, 심, 건강 등 주요 목적을 가지고 공간 재조성을 계획 및 추진하고 있습니다.

Social Data

일과 삶의 균형

실행 및 성과

자율 근무제도 구성원 모두에게 일괄적으로 적용되던 근무제도를 탈피하고 업무에 따라 근무시간을 스스로 설계하는 자율책임근무제도를 시행하고 있습니다. 시차 출퇴근제, 월 단위 선택적 근로시간제와 같은 유연근무제 도입으로 구성원은 자신의 삶에 맞게 근무시간을 결정합니다. 또한 협업을 위한 집중근무시간(Core Time) 및 구성원이 선택한 근무시간 외에는 자동으로 PC 화면이 잠기는 Life On 제도를 시행하고 있습니다. 이러한 제도 도입은 구성원 삶의 질 향상과 동시에 업무 집중도에서도 긍정적 효과를 야기하였습니다.

가정생활 지원 가정생활의 부담과 어려움을 완화시키는 다양한 제도를 운영해 구성원들이 적극적으로 사용하도록 권장하고 있습니다. 임신 및 육아기 근로시간 단축제도 운영, 본인 및 배우자 출산휴가, 출산휴가 후 자동 육아휴직 신청 등을 통해 출산과 육아를 지원하며 사내 어린이집과 모성보호실 운영, 유치원부터 대학교까지의 학자금 지원처럼 자녀 생애에 따른 맞춤 지원 제도도 제공하고 있습니다. 그 밖에도 주거안정, 경조사 지원, 가족 건강검진 및 의료비 지원, 가족 CARE(어린이날 기념 선물, 초등학교 입학 자녀 축하 선물, 수험생 자녀 격려 선물 등), 가족 초청행사(COVID-19로 임시 중단) 등 다채로운 프로그램으로 구성원의 행복한 가정생활에 기여하고 있으며 이러한 노력을 인정받아 2013년 여성가족부 주관 ‘가족친화 우수기업’ 인증을 받은 이후 지금까지 유지하고 있습니다.

Re-fresh 프로그램 과도한 업무 스트레스와 번아웃 증후군 등을 미연에 방지하도록 구성원에게 적절한 휴식과 여가생활을 보장하며, 또 권장하고 있습니다. 매월 격주 금요일은 권장 휴무일 제도인 We-fresh day이며, 장기 Re-fresh 휴가 및 특별휴가 제공, 연휴 전후나 징검다리 휴일에 개인 휴가 사용을 적극 권장하고 있습니다. 또한 충분한 재충전과 여가활동을 위해 휴양시설이나 B-Happy Car(출퇴근 및 주말 여가를 위한 업무용 차량 공유 서비스), 복지카드 및 사내 동호회 활동비 등을 지원하고 있습니다.

구성원 만족도 조사 2021년부터는 추가적으로 ‘일과 삶의 균형 만족도 조사’를 실시하고 있습니다. 2021년 임직원 만족도는 83.6%(긍정 응답 수/전체 응답 수)입니다. COVID-19 상황에서의 재택근무 시행, 충분한 Re-fresh 제공, 가족 의료비 지원 등 다양한 복리후생 제도 운영이 주요 긍정 요인이었습니다. 매년 만족도 조사를 통해 개선방안을 도출하고, 다양한 일과 삶 균형 지원 정책을 단계적으로 추진하여 구성원 만족도를 80% 이상으로 유지하고 점진적으로 개선하고자 합니다.

구성원 몰입도 조사 매년 구성원 몰입도 조사로 ‘회사 소속감 및 자부심’, ‘일에 대한 보람 및 성취감’ 등을 모니터링하고 있습니다. 조사 결과를 바탕으로 개선방안을 도출하며 지원 정책 및 제도를 단계적으로 추진할 것입니다.

Social Data

일과 삶의 균형

Key Performance Data

유연근무제	단위	2019	2020	2021
유연근무제 참여율	%	100	100	100

출산 및 육아		단위	2019	2020	2021
출산휴가	여성(정규직)	명	9	7	9
육아휴직자	남성	명	11	16	14
	여성	명	15	8	7
육아휴직 복귀	복귀율 ¹⁾	%	100	100	95
	남성	명	10	15	12
	여성	명	14	13	9
육아휴직 복귀 예상자	남성	명	10	15	13
	여성	명	14	13	9
복귀 후 12개월 이상 근무	근무율 ²⁾	%	95	92	93
	남성	명	15	8	13
	여성	명	5	14	13
복귀 후 12개월 이상 근무 예상자	남성	명	15	10	15
	여성	명	6	14	13

1) 육아휴직 복귀자/육아휴직 복귀 예상자

2)육아휴직 복귀 후 12개월 이상 근무자/육아휴직 복귀 후 12개월 이상 근무 예상자

복리후생	단위	2019	2020	2021
복리후생비 ¹⁾	백만 원	16,936	18,456	20,693
매출액 대비 복리후생비	%	0.52	0.50	0.49

1) 복리후생: 복지연금, 자녀 학자금, 의료비 지원, 선택적 복리후생 등 운영

Social Data

일과 삶의 균형

Key Performance Data

가정생활 지원	단위	2019	2020	2021
가족 의료비 지원	명	1,582	1,962	1,972
가족 암보장 지원	명	11	15	12
자녀 학자금 지원	명	1,838	2,106	2,442
장애자녀 지원	명	19	23	25
어린이집 지원	명	28	24	27
경조사 지원	명	349	419	528
가족 CARE ¹⁾	명	730	1,155	1,244

1) 자녀 초청, 어린이날 기념 선물, 초등학교 입학 자녀 축하, 수험생 자녀 격려 선물 등

Re-fresh 프로그램	단위	2019	2020	2021
장기 Re-fresh 휴가자 ¹⁾	명	104	57	67
B- Happy Car ²⁾	이용 건수	-	-	241

1) 2021년 데이터부터 사용자 기준(2020년까지는 대상자 기준)

2) 2021년 11월부터 서비스 제공(중복 누적)

일과 삶의 균형 만족도		단위	2019	2020	2021
구성원	전체	%	-	-	83.6
	남성	%	-	-	84.8
	여성	%	-	-	72.9

Social Data

일과 삶의 균형

Key Performance Data

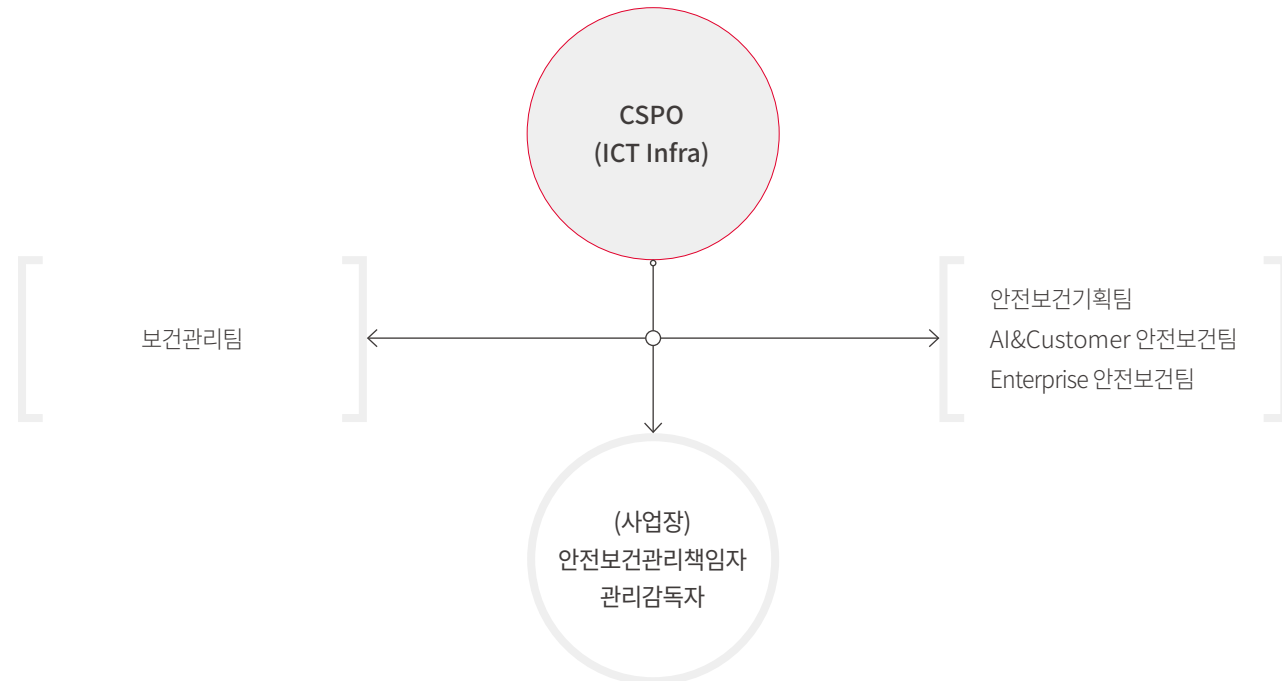
구성원 몰입도		단위	2019	2020	2021
구성원	전체	점	76.2	71.6	70.5
	남성	점	76.9	72.5	71.4
	여성	점	69.8	63.1	62.8
노동조합		단위	2019	2020	2021
노동조합	대상 구성원	명	1,431	1,925	2,006
	가입 구성원	명	1,318	1,613	1,744
	가입 비율	%	92.1	83.8	86.9
단체교섭 적용 비율		%	100	100	100

Social Data

안전보건

정책

SK브로드밴드는 2021년에 구성원 및 도급·용역·위탁을 모두 포함한 비즈니스 파트너의 안전과 보건 증진을 위해 자율안전보건관리 체계 및 안전보건경영방침을 제정하였습니다. 또한 매년 산업안전보건 규정과 계획을 수립하여 이사회 심의를 받고 있으며 분기별로는 노사위원으로 구성된 산업안전보건위원회를 운영하여 주요 이슈 공유 및 개선 방안을 도출하고 있습니다. 안전보건경영 체계 구축을 위해 CSPO(Chief Serious-accident Prevention Officer)를 최고안전관리책임자로 선임하였으며, CSPO를 중심으로 전사 안전·보건을 총괄 관리하는 4개 전담조직을 구축하고 전담인력을 배치하였습니다. 특히 2022년에는 보건관리 전담조직인 보건관리팀을 신설하여 구성원의 건강 증진을 위한 마음(정서) 및 신체 건강관리 프로그램을 강화하고 있으며 사무직, 외근직 등 직무별 특성에 따라 직업성 질환을 예방하기 위한 건강 프로그램도 운영하고 있습니다. SK브로드밴드는 구성원뿐만 아니라 비즈니스 파트너의 안전보건 관리를 위해 인프라, 미디어, B2B 등 사업군별로 관리 영역을 세분화하고 각 비즈니스의 특성에 따른 안전 관리 시스템을 운영하고 있습니다. 관리 체계 및 시스템 고도화를 위해 글로벌 안전보건경영시스템 인증인 ISO45001 인증을 획득 및 유지하고 있으며, CEO를 비롯한 주요 경영진 성과 평가에 구성원 안전 성과를 반영하여 보상 체계와 연계하고 있습니다.



Social Data

안전보건

목표

중대재해 발생 Zero 유지

2022년	• IDC 5개 사업장 ISO45001 인증(기존 본사 1개 사업장 + IDC 5개 사업장 인증 확대로 총 6개 사업장 인증 취득) • 통합안전관리시스템¹⁾ 고도화로 안전관리체계 시스템화(모바일 기능 강화, 실시간 현장 안전조치 관리 강화 등)	2023년	• 안전보건 교육 제도 고도화로 내부 안전 전문가 육성 체계 강화
-------	---	-------	--

1) 통합안전관리시스템: SK브로드밴드 전체 사업의 안전관리체계를 통합 관리·운영하는 시스템

직업성 질환 발생률 Zero 유지 및 건강관리 프로그램 구성원 참여도¹⁾ 300% 상향 달성

2023년	• 구성원 건강 데이터에 기반한 건강 프로그램 운영	2025년	• 근로 환경 점검 고도화 • 타사 사례 벤치마킹한 보건 건강관리 개선점 적용
-------	--	-------	---

1) (건강 관리 프로그램 연간 누적 참여자 수/총 구성원 수) X 100

실행 및 성과

위험성평가 산업안전보건법에 의거하여 안전보건 문제가 발생하기 전에 위험·유해 요인을 식별하고 관리 및 제거하고 있습니다. SK브로드밴드는 사업장 정기 위험성평가를 연간 1회 실시하고 반기 1회 외부 기관을 통해 유해·위험 요인의 개선 여부를 점검하고 있으며 도급·용역·위탁 등을 포함한 비즈니스 파트너의 사업장에 대하여 최초, 정기, 수시 위험성평가를 시행하여 관리하고 있습니다. 평가대상이 정해지면 서류 검토 및 현장점검 등을 실시합니다. 또한 부상이나 질병 가능성 및 중대성 평가를 통해 위험성을 추정하며, 추정 결과에 따라 개선대책을 수립 및 시행하고 있습니다. 2021년에는 추락, 감전, 화재/폭발 등의 180개 유해·위험 요인을 식별하여 개인 안전 보호구 지급, 안전 작업 지침 배포 등을 시행하였으며, 유해·위험 요인 점검 및 개선을 위한 교육을 별도 수행하고 있습니다. 더불어 전력, 소방, 정보통신공사 등 위험 환경에 대한 안전 점검을 연 1회 정기적으로 실시하고 있습니다. 이밖에도 안전보건관리체계 구축을 위한 사업장별 산업안전보건위원회, 정기 안전보건협의체 회의, 안전보건게시판 운영 등 구성원 참여 및 협의 프로그램을 운영하고 있습니다. 표준 안전보건 지침 제공, 현장 Audit 및 정기 안전보건평가 등 안전 보건 예방을 최우선에 둔 활동을 이어 가겠습니다.

Social Data

안전보건

실행 및 성과

비상상황 대응 훈련 재난 상황 발생 시의 신속한 초기 대응 능력 확보와 위기 대처능력 향상을 위해서는 지속적인 훈련을 통한 내재화가 가장 중요합니다. 각 사업장은 화재, 지진 등 재난 상황과 비즈니스 파트너의 중대산업재해 발생 상황을 가정하여 다양한 비상대응 시나리오를 수립하며 CSPO 주관으로 위기대응 상황실을 구축하여 운영합니다. 또한 사업장 관리책임자 및 관리감독자 주도로 현장대응반과 방재 조직이 함께 대피, 상황 전파 등의 초동 조치를 하는 훈련을 주기적으로(반기 1회) 진행합니다. 특히 2022년에는 비즈니스 파트너의 중대산업재해 발생 상황 및 본사 사업장 직업성 질병으로 인한 중대산업재해 발생 상황을 가정하여 비상대응 훈련을 실시하였습니다. 이를 통해 비상상황 시 구성원, 비즈니스 파트너의 임무와 역할을 명확히 구분하는 동시에, 상호 협력 체계를 더욱 강화하였습니다.

건강 지원 프로그램 고용 형태와 관계없이 모든 구성원의 몸과 마음 건강을 돌보는 안전하고 건강한 사업장을 만들고자 다양한 건강 지원 제도를 운영하고 있습니다. 건강검진, 예방접종, 의료비 등 건강관리 비용을 지원하고 있으며, 구성원의 자발적이고 지속적인 보건문화 확산을 위해 데이터 중심 건강관리 프로그램 운영을 준비하고 있습니다. 전국 16개소 사업장의 공기 질, 소음, 조도, 온·습도 등 근무 환경 측정을 통해 유해 요인에 대해 선제적으로 관리하였으며, 사업장 내 건강관리실, 체력단련실을 운영하고 현장 근로 구성원을 위한 식염 포도당 및 복합 유해가스 측정기를 비치하였습니다. 또한 사무직 구성원의 직업성 질환인 근골격계 질환 예방을 위해 건강 스트레칭 및 유해 요인 조사를 시행하고 있으며, 건강걷기 프로그램, 금연 클리닉 등 건강관리 프로그램을 운영하여 구성원의 건강 증진을 위해 노력하고 있습니다. 한편 2022년부터는 심리상담 프로그램인 ‘마음톡톡’을 운영하여 개인 문제, 조직 내 문제 등 다양한 고민 상담을 진행함으로써 구성원의 심리 안정도 돕고 있습니다. 이외에도 COVID-19 재확산에 따른 전담 대응반 운영 및 정부지침을 반영한 대응 가이드 배포, 전면 재택근무 실시 등 구성원의 건강, 안전을 위한 선제적 조치를 시행하고 있습니다.

Social Data

안전보건

Key Performance Data

산업재해		단위	2019	2020	2021
구성원	총 근로시간	시간	3,606,000	4,830,000	5,054,000
	상시 근로자 수	명	1,803	2,415	2,527
	중대재해 발생 ¹⁾	건	0	0	0
	산업재해 발생	건	0	2	2
	사망 건수	건	0	0	0
	사망률	%	0	0	0
	근로손실 재해 건수(LTI)	건	0	2	2
	근로손실 재해율(LTIR) ²⁾	20만 근로시간당	0	0.083	0.079
	직업성 질환 발생 건수	건	0	0	0
	직업성 질환 발생률(OIFR) ³⁾	20만 근로시간당	0	0	0
	산업재해율	%	0	0.08	0.08
	강도율 ⁴⁾	‰	0	0.03	0.02
비즈니스 파트너	총 근로시간	시간	21,808,000	24,290,000	26,908,000
	사망률 ⁵⁾	%	0	0	0
	근로손실 재해 건수(LTI)	건	39	42	63
	근로손실 재해율(LTIR)	20만 근로시간당	0.36	0.35	0.47

1) 중대재해는 사망자가 1인 이상 발생한 재해, 3개월 이상의 요양을 요하는 부상자가 동시에 2인 이상 발생한 재해, 부상자 또는 직업성 질병자가 동시에 10인 이상 발생한 재해
2) 근로손실 재해율(LTIR) : 1일 이상의 근로손실 발생/총 근로시간 X 200,000
3) 직업성 질환 발생률(OIFR) : 직업성 질환 발생 건수/총 근로시간 X 200,000
4) 강도율 : 총 근로손실 일수/총 근로시간 X 1,000
5) 3개년 비즈니스 파트너 사망 사고 발생 0건

Social Data

안전보건

Key Performance Data

유해·위험 요인 ¹⁾		단위	2019	2020	2021
식별		건	-	186	180
조치	전체	건	-	186	180
	제거	건	-	83	79
	대체	건	-	43	39
	통제	건	-	60	62

1) SK브로드밴드는 2020년부터 위험성 평가를 전 사업장에 실시하고 있으며, 위험도를 3단계(Critical, Major, Minor)로 분류하여 관리 중

- 위험요인 개선 활동 후 Critical/Major 등급의 위험도가 Minor로 분류된 경우 제거로 분류

- 위험요인 개선 활동 후 Major 등급의 위험도가 Major로 분류된 경우 대체로 분류

- 위험요인 개선 활동 후 Critical 등급의 위험도가 Major로 분류된 경우 통제로 분류

안전보건 교육		단위	2019	2020	2021
교육 참여	참여 인원	명	-	2,415	2,527
	구성원 이수율	%	-	100	100
교육시간	교육시간	시간	-	28,980	30,324
	구성원 1인당 교육시간	시간	-	12	12
교육비용	교육비용	원	-	38,640,000	40,432,000
	구성원 1인당 교육비용	원	-	16,000	16,000

안전보건 법규 위반		단위	2019	2020	2021
위반 건수		건	0	0	0
과태료		백만 원	0	0	0
벌금		백만 원	0	0	0

Social Data

안전보건

Key Performance Data

건강 지원	단위	2019	2020	2021
건강검진	명	1,690	2,320	2,403
의료비 지원	명	1,582	1,962	1,972
예방접종 지원	명	466	1,252	776
금연클리닉 지원	명	0	24	21
봄길 건강산책 운영	명	1,098	0	237
동호회 지원	명	921	1,010	949
건강 계단 프로그램 운영	명	-	-	156
스트레칭 프로그램 운영	명	-	-	474

Social Data

인권

정책

SK브로드밴드는 ‘구성원 및 모든 이해관계자의 행복 극대화’를 기업경영의 핵심 가치로 설정하고 사회에 대한 책임 있는 자세 지향, 인간으로서의 기본 권리와 존엄에 대한 존중을 실천하기 위하여 2021년 6월 인권경영을 선언하였습니다. ‘UN 세계인권선언 및 기업과 인권에 대한 이행 원칙’, ‘국제노동기구(ILO) 선언’의 인권 원칙을 지지하며 이를 인권경영 세부 운영 지침과 연계하여 사내에 정착시키고 있습니다. 해당 방침은 모든 사업장 및 소속 구성원에게 적용되며 나아가 경영활동의 영향을 받는 고객, 비즈니스 파트너에게도 공유하고 있습니다. 더불어 직장 내 성희롱 및 괴롭힘 예방 지침을 별도 수립하고 무관용 원칙을 명시하여 강력한 조치를 실시하고 있습니다. 인권경영 세부 운영 지침을 기반으로 3가지 주요 관리 영역(사업장 내 구성원 및 비즈니스 파트너 인권, 고객 개인정보 보호, 사회적 책임)을 모니터링하고 있으며, 실질적인 인권보호를 위해 내부 실사 프로세스를 고도화하고 있습니다. 인권 총괄 부서는 리스크에 따라 담당부서를 지정하고, 내외부의 인권 관련 리스크 접수 시 담당부서에 전달하여 시정조치 계획 수립 및 개선을 요청하며, 이행 사항을 점검하고 있습니다.

세부 운영 지침

1. 사업장 내 구성원, 비즈니스 파트너 인권

- 성별, 연령, 학력, 종교, 장애, 출신 등에 따른 고용·임금·승진 등 고용 조건의 차별 금지 및 동등한 보상 지급
- 법정 근로시간의 준수, 사업장 내 보건 및 안전 관련 법률의 준수
- 노동조합 결성과 가입, 활동에 대한 권리 보장
- 강제노동, 인신매매 등 자유의사에 반하는 근로 및 아동노동 금지

2. 고객 개인정보 보호

- 서비스 제공을 위한 최소한의 개인정보 요구 및 기록, 저장
- 정보 저장에 대한 사전 고지와 주의 의무 이행
- 정보유출 방지를 위한 충분한 보안체계 수립 및 유지
- 서비스·마케팅 측면의 개인정보 활용에 대한 책임 이행

3. 사회적 책임

- 계층·장애에 관계없이 동등한 수준의 서비스 접근권을 보장하기 위한 최선의 의무
- 어린이, 청소년 등 미성년 보호를 위한 유통 정보에 대한 책임
- 기술, 전자장비, 데이터의 악의적 활용에 대한 거부
- 도청, 해킹 등의 기술 오용 근절

Social Data

인권

목표

인권 의식 체화(體化) 및 인권 법규 위반 Zero

2022년	• 인권 영향평가 심화 실시 (인권 실사 시행)	2023년	• 포괄적 인권침해 규정 수립 (직장 내 괴롭힘 및 성희롱 규정 일원화) • 취약계층 인권 위험 완화 중점 관리 • 법정 의무교육 외 별도 인권교육 시행	2025년	• 비즈니스 파트너 인권교육 확대
-------	-------------------------------	-------	--	-------	--------------------

실행 및 성과

인권영향평가 2021년 기업 인권영향평가를 시행하여 개선이 필요한 사항을 도출하였으며, 보완하고 있습니다. 인권정책을 수립하고 인권경영을 선언하였으며, 선언문 내 이해관계자 참여 채널을 공개하여 잠재된 인권 이슈를 제보 받고 있습니다. 또한 인권경영규정에서 인권영향평가 담당부서 및 담당자 역할과 책임을 규정하였습니다. 2022년에는 인권영향평가 심화 실시로 정책, 규정을 면밀하게 검토하고 인권 실태조사 및 취약 그룹 인터뷰 등을 진행할 예정입니다. 추가적으로 인권영향평가 체크 리스트를 개발하고 인권 리스크 예방을 위해 인권 실사 진행을 확대해 나갈 예정입니다.

인권구제 프로세스 인권과 연관된 고충을 신고하고 적절한 절차에 따라 조치함으로써 인권경영을 내실화하고 있습니다. 오프라인 및 온라인 참여 채널로 제보할 수 있으며, 접수 후 3영업일 이내 조사 착수, 7영업일 내 조사 완료로 신속한 고충처리를 진행합니다. 외부 전문가 자문, 조사 상황 전달 등 공정하고 전문적인 조사에 최선을 다하며 신상 정보 기밀 유지, 불이익 및 보복 금지 등 피해자 보호 조치를 이행합니다. 내용의 중대성에 따라 인사·징계위원회를 개최하여 심의하고 있으며 재발방지대책을 수립 후 활동을 모니터링하고 있습니다.

Social Data

인권

Key Performance Data

신고 및 처리		단위	2019	2020	2021
인권 신고 건수		건	2	4	5
인권 처리 건수		건	2	4	5
인권 법규 위반	위반 건수	건	0	0	0
	과태료	백만 원	0	0	0
	벌금	백만 원	0	0	0

1) 인사/징계위원회 부의 및 징계 처분 결과 공지

인권 교육		단위	2019	2020	2021
전체	구성원 1인당 교육시간	분	168	180	185
성희롱 예방 교육	구성원 1인당 교육시간	분	80	84	65
	구성원 이수율	%	99.6	99.3	99.7
장애인 인식개선 교육	구성원 1인당 교육시간	분	67	61	89
	구성원 이수율	%	97.7	98.1	99.3
직장 내 괴롭힘 예방 교육	구성원 1인당 교육시간	분	21	35	31
	구성원 이수율	%	98.2	98.6	99.0

Social Data

비즈니스 파트너

정책

SK브로드밴드는 지속가능한 산업 생태계 조성 및 비즈니스 파트너와의 행복한 동행을 위한 전략 및 정책을 시행하고 있습니다. 파트너의 ESG 위험을 관리하고 평가하여 예상하지 못한 부정 이슈의 발생을 예방하고자 가치 판단의 기준이 되는 비즈니스 파트너 ESG 행동규범을 수립하였습니다. 행동규범은 환경, 보건/안전, 노동/인권, 윤리를 4가지 중점 영역으로 설정하고 세부 내용에 대한 의무와 책임을 명시하였습니다. 또한 2022년부터는 거래품목별 전략적 중요도 및 거래규모 등을 고려하여 중점관리 대상, 일반관리 대상으로 구분하여 비즈니스 파트너를 관리, 운영 중에 있습니다. 관리 대상군별 ESG 리스크 평가 및 실사를 연 1회 시행하고 실사 결과에 따라 고위험 비즈니스 파트너의 개선을 지원할 예정입니다. 또한 상생협력체계 강화와 비즈니스 파트너 경쟁력 강화를 종합적으로 고려한 동반성장 전략을 시행하고 있습니다. 지원의 실행 및 성과 등 주요 내용은 경영진에 항시 공유되고 있으며, CSO(Chief Strategy Officer)가 최고책임자로 제반사항을 관리 및 감독하고 있습니다.

목표

핵심 티어 1(Critical Tier 1) 파트너 50개 사 ESG 진단 평가(2024)

2022년	- 전 비즈니스 파트너 대상 ESG 행동규범 준수 서약 진행 5개 비즈니스 파트너 ESG 진단 시범 실시 - 협력사 ESG 진단·개선 참여 확대 위한 인센티브 방안 수립	2023년	2022년 진행 과정 이슈 파악 및 점검 - 비즈니스 파트너 ESG 진단 대상 30개 파트너로 확대 - ESG 고위험 대상 개선 지원(온·오프라인 교육, ESG 자가진단 체크리스트 및 가이드라인 제공, 컨설팅 등)	2024년	ESG 진단 대상 50개 파트너로 확대
-------	--	-------	---	-------	---

Social Data

비즈니스 파트너

목표

구분		2022년 동반성장 프로그램 고도화	2023년 동반성장 프로그램 체계 정립
상생 협력 체계 강화	금융	• 동반성장펀드 조성 • 대금 바로 지급	• 동반성장펀드 조성 • 대금 바로 지급
	기술	• 동반성장 제안 Festival(채택 시 구매조건부) • 구매조건부 개발	• 동반성장 제안 Festival(채택 시 구매조건부) • 구매조건부 개발 • 특허지원
	소통	• 비즈니스 파트너 In-depth 미팅 • 동반성장 Pride Awards • 행복Talk • 동반성장 행복 Camp	• 비즈니스 파트너 In-depth 미팅 • 동반성장 Pride Awards • 행복Talk • 동반성장 행복 Camp • 동반성장 Collabo. Day
비즈니스 파트너 경쟁력 강화	교육	• 동반성장 CEO세미나 • 동반성장 MBA	• 동반성장 CEO세미나 • 동반성장 MBA • 동반성장 아카데미(온·오프라인)
	Biz	• 구매상담회 • 채용박람회	• 구매상담회 • 채용박람회 • 국내 및 해외 전시회 지원 • 원포인트 컨설팅

실행 및 성과

사전 평가(스크리닝) 비즈니스 파트너가 신규 협력사로 선정하려면 사전 평가를 거쳐야 합니다. SK브로드밴드는 비즈니스 파트너의 ESG 기반 지속가능성과 재무, 품질 등을 종합적으로 평가하고 있습니다. 사전 평가 비중은 전자계약시스템과 연계하고 있어 상시 100%를 유지하고 있습니다. 주요 ESG 항목은 환경, 인권, 윤리입니다. 또한 SK브로드밴드는 모든 비즈니스 파트너에게 ‘CSR 실천 동의서’와 ‘ESG 행동규범 준수 서약’으로 ESG 정책 준수와 동의를 공식적으로 요청하고, 서면 계약서 내에도 해당 내용 준수를 의무로 하고 있습니다. 사전 평가 결과에 따라 신규 등록이 불가하거나 계약 관계가 종료됩니다.

Social Data

비즈니스 파트너

실행 및 성과

정기 평가 비즈니스 파트너가 최상의 품질을 유지하고 잠재된 ESG 위험을 식별 및 관리할 수 있도록 연 1회 공정한 절차에 따라 정기 평가를 진행하고 있습니다. 정기 평가 항목은 Management(ESG, 윤리경영), Cost(가격경쟁력), Technology(기술역량), Quality(품질), Delivery(기간준수), Responsiveness(업무대응) 등으로 중요 평가 포인트는 (1)경제성 평가, (2)ESG 평가, (3)품질 평가입니다. 특히 ESG 평가에서는 ISO와 같이 국제적으로 인정받는 ESG 인증 여부, 친환경 기술 및 안전관리 능력, 윤리와 반부패를 중점적으로 확인하고 있습니다.

동반성장 프로그램 상생협력체계와 비즈니스 파트너 경쟁력 강화를 위한 동반성장 프로그램을 운영하고 있습니다. 프로그램은 금융, 기술, 교육, Biz, 소통 측면으로 다각화하였으며, 지속적인 고도화를 추진하고 있습니다. COVID-19 재확산으로 일부 프로그램을 정상적으로 진행하지 못하였으나, 정부 정책 및 사내 가이드라인을 준수한 향후 계획을 수립하여 조속히 실행할 예정입니다.

구분		동반성장 프로그램	실행 성과
상생 협력체계 강화	금융	동반성장펀드	• SK브로드밴드가 금융기관에 자금을 예치하고, 펀드를 조성하여 중소 비즈니스 파트너에 설비 구매/운영자금을 저리로 대출 지원하는 프로그램 • 5억 원을 출자하여 운영
		대금 바로 지급	• 중소 비즈니스 파트너의 현금 유동성 지원을 위해 거래 대금을 조기 지급하는 프로그램 • 설, 추석 전 현금 100% 선지급 시행
	기술	동반성장 제안 Festival	• COVID-19로 미개최
	소통	협력사 In-depth 미팅	• COVID-19로 미개최
		동반성장 Pride Awards	• 비즈니스 파트너에 감사와 존중의 마음과 선물을 전달하는 프로그램 • 2021년에는 3개 파트너가 Challenger상을 수상 • 수상기업에는 최우수 인증패, SK상품권, 2022년 파트너사 임직원 해외연수 제공, ESG 무이자 대출 프로그램 우선 제공 등의 다양한 혜택 제공
경쟁력 강화	교육	동반성장 CEO 세미나	• 비즈니스 파트너사에 경영 전략, 재무, 인사 등 경영 노하우 전수를 위한 세미나 운영 • 2021년에는 동반성장 CEO 세미나-MBA 통합 과정을 운영하여 5개 사, 13명 참여
		동반성장 MBA	• 비즈니스 파트너 중간관리자 대상 교육 프로그램 • 2021년에는 동반성장 CEO 세미나-MBA 통합 과정을 운영하여 5개 사, 13명이 참여
	Biz	채용박람회	• COVID-19로 미개최

Social Data

비즈니스 파트너

Key Performance Data

비즈니스 파트너 현황		단위	2019	2020	2021
전체		개	415	312	423
Tier 1		개	-	-	361
핵심(Critical) Tier 1 ¹⁾		개	-	-	50
신규등록 비즈니스 파트너		개	-	-	172

1) 거래 규모 및 전략적 중요도 기준

ESG 평가		단위	2019	2020	2021
사전 평가(스크리닝)	사전 평가 수	개	415	312	423
	사전 평가 비율	%	100	100	100
정기 평가	정기 평가 수	개	415	312	423
	ESG 인증 평가(비율 ¹⁾)	개(%)	-	243(78)	423(100)

1) 2020년 제도 시행하여 2021년 전체 비즈니스 파트너로 확대 진행

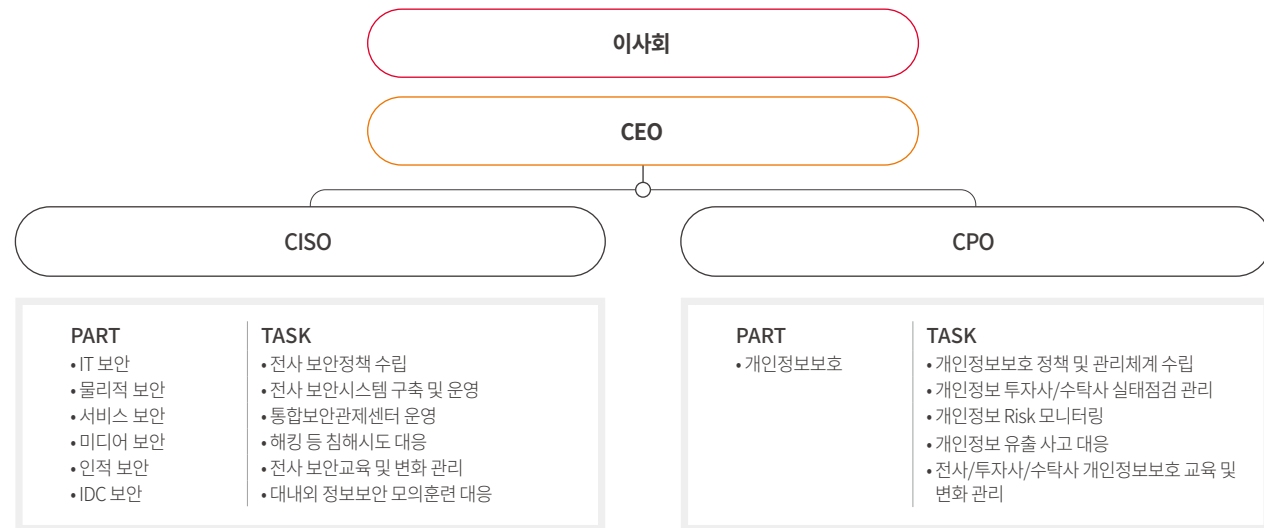
구매		단위	2019	2020	2021
총 구매액		십억 원	1,243	1,020	1,407
공사 및 용역 구매		십억 원	639	577	678
장비 및 기자재 구매		십억 원	604	444	729

Social Data

기업 데이터 및 고객 정보

정책

SK브로드밴드는 COVID-19와 기술의 발전으로 늘어나는 데이터 관리를 지속가능한 미디어 플랫폼 기업의 중요 조건으로 생각하고 기업 경쟁력 확보 및 고객 신뢰도 향상을 목표로 관리하고 있습니다. 법령에 의거한 보안 정책과 지침을 제·개정 및 준수하고, 고객정보의 이용 및 활용, 조치가 담긴 개인정보보호 처리방침은 모든 고객이 열람할 수 있도록 홈페이지에 공개하였습니다. 2021년 중장기 정보보호 계획을 수립하고 최고 의사결정기구인 이사회에 보고하였으며 매년 보안 트렌드를 분석하여 세부 이행과제를 지속 개선·보완하고 있습니다. CEO 산하에 CISO(정보보호최고책임자)와 CPO(개인정보보호최고책임자)를 선임하였으며, 전담부서에서는 각 기능별 주요 역할을 수행하여 빈틈없이 24시간 보안을 실행하고 있습니다.



목표

정보유출/해킹 및 개인정보 위반 건수 Zero

연도	목표	연도	목표
2023년	- ISMS-P 인증 획득으로 산업 내 Top-tier 개인정보보안 레벨 공고화 - 빅데이터 기반 보안 위협 탐지 체계 정교화	2025년	- 보안 위협 탐지 및 대응 자동화 - 구성원 1인당 개인정보보호 및 정보보안 교육시간 확대(3시간) - 대내외 이니셔티브 활동 강화 및 산업 내 보안 혁신 선도

Social Data

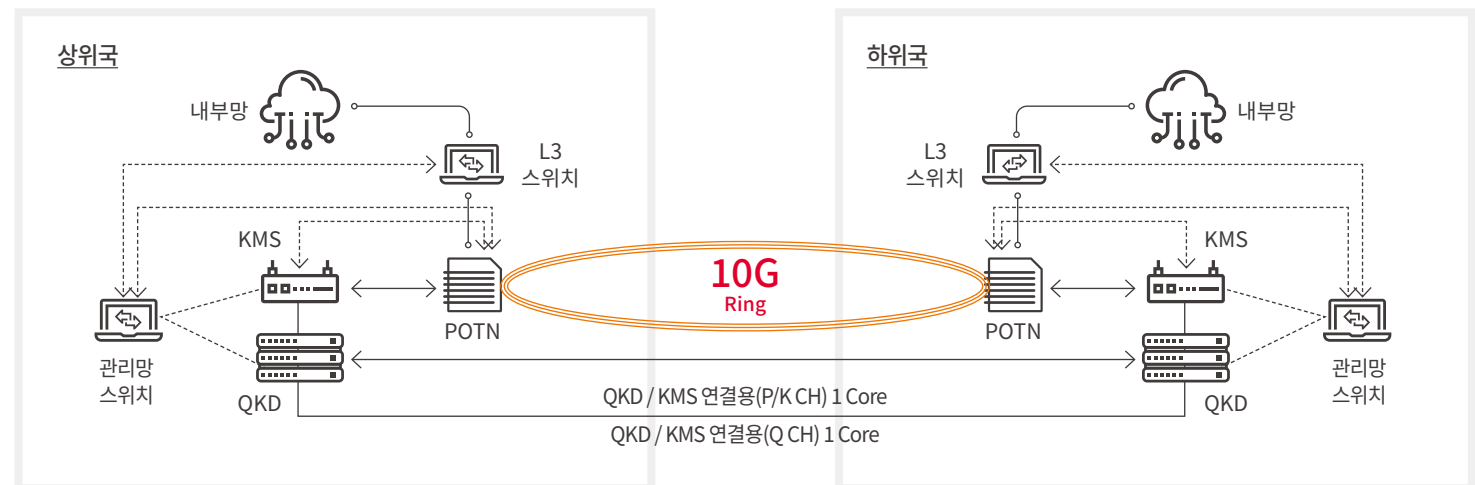
기업 데이터 및 고객 정보

실행 및 성과

인증 획득 및 유지 대외 정보보안 인증인 ISMS와 ISO27001을 획득 및 유지하여 정보보안 인프라에 대한 객관적 평가를 시행하고 있습니다. SK브로드밴드의 사업영역인 ISP(Internet Service Provider), IDC(Internet Data Center), CATV(Cable Television)에서 관리체계 수립 및 운영 분야 16개, 보호대책 요구사항 분야 64개에 대한 심사를 거쳐 ISMS 인증을 획득하였습니다. 특히 분당 IDC의 경우 국제표준 정보보안 경영시스템인 ISO27001을 별도로 취득하여 보안 안전성을 입증하였습니다.

보안 기술 고도화 SK브로드밴드는 정보보안 및 침해 예방을 위해 양자암호통신을 구축하고 있습니다. 기술의 발달로 다량의 정보를 동시에 처리 가능한 양자 컴퓨터가 출현하면서 강도 높은 해킹 공격이 예상되고 있으며, 이미 선진국들은 양자암호통신망 구축으로 대비하고 있습니다. 양자암호통신이란 중첩성, 복제 불가능 원리를 이용하여 송·수신자 간 비밀키를 안전하게 교환 배분하여 암호화된 중요정보를 복호화하고 도감청 여부를 식별할 수 있는 기술을 말합니다. SK브로드밴드는 2020년부터 과학기술정보통신부와 한국 지능정보사회진흥원에서 주관하는 양자암호통신 시범 인프라 사업에 참여하고 있으며 SK텔레콤 산하 양자암호통신 세계 1위 기업인 IDQ와 협력하여 우수한 혁신 기술력을 총 집합한 양자암호통신 시범망을 구축하였습니다. 그 결과 국책사업 내 3년 연속 1위를 달성하였으며 이를 국가 공공기관 및 의료, 자동차 등 산업계에 제공 중인 전용회선에 적용하여 사회 전반의 정보 보안 침해 예방에 기여하고 있습니다.

양자암호통신 구조도



* POTN(전송장비) QKD(양자키분배 장비), KMS(양자암호 장비)

Social Data

기업 데이터 및 고객 정보

실행 및 성과

교육 및 점검 강화 내부 구성원 및 비즈니스 파트너들의 보안 수준 향상을 위한 진단 및 교육을 강화하고 있습니다. 정기 보안 진단 연 2회 실시 및 자체 보안감사로 취약 요소를 식별하고, 사례 중심으로 구성된 콘텐츠를 이용하여 정보보안 및 개인정보보호 교육을 연 1회 실시하고 있습니다. 개인정보 수탁사 대상으로는 연 1회 이상 현장 실태 점검 등을 통하여 취약 요소를 식별하고 개선해 나가는 활동을 하고 있으며 투자사 및 수탁사 구성원을 대상으로 개인정보 보유 유형별 발생할 수 있는 사례와 예방법을 숙지할 수 있는 자체 콘텐츠를 구성하여 연 1회 이상 교육을 진행하고 있습니다.

대내외 이니셔티브 활동 SK브로드밴드는 회사 내·외부에 존재하는 보안 위협을 능동적으로 대처하고 산업 생태계 전반의 보안 인식 개선을 위해 정보보호 이니셔티브 활동에도 활발히 참여하고 있습니다. 2021 SK ICT Summit에서는 자체 설계 및 구축한 국내 최초 ‘DDos 클린존’을 발표 및 전시하였고, 한국산업보안한림원 2021 산업보안 컨퍼런스에서 빅데이터 기반 내부 정보유출 모니터링 시스템과 적용 사례를 발표하였습니다. 또한 2021년부터 보이스피싱 예방을 위한 민관 협의체에 참여하여 국·내외 보이스피싱 예방 활동도 진행하고 있습니다.

Key Performance Data

침해	단위	2019	2020	2021
사고 발생 건수	건	0	0	0
벌금 및 과태료	원	0	0	0

교육	단위	2019	2020	2021
개인정보보호 교육	구성원 1인당 교육시간	1	1	1
	구성원 이수율	98	100	100
정보보안 교육	구성원 1인당 교육시간	1	1	2.5
	구성원 이수율	96	99	99
정보보호관리체계 교육	실무자 1인당 교육시간	1	1	1
비즈니스 파트너	총 교육 이수자 수	14,061	13,342	13,853
개인정보 교육	온라인 교육 이수자	7,946	10,316	11,520
	오프라인 교육 이수자	6,115	3,026	2,333

Social Data

기업 데이터 및 고객 정보

Key Performance Data

정보 및 광고 수신	단위	2019	2020	2021
동의 고객 수 ¹⁾	명	1,891,813	2,813,509	3,317,550
동의율	%	41	44	51

1) 합병 이전인 2019년은 CATV 데이터 미반영

진단 및 조치		단위	2019	2020	2021
SK브로드밴드	진단 및 점검 ¹⁾	회	1	1	1
	조치	회	26	24	21
비즈니스 파트너	진단 및 점검 ²⁾	회	-	321	411
	조치 ³⁾	회	-	11	21

1) ISMS 인증 심사 기준
2) 현장점검 기준
3) CMS 운영, 타사 겸업 등 고위험등급(1-2 등급) 위반 사례 한정

Social Data

네트워크 품질

정책

SK브로드밴드는 고객이 서비스 이용에 불편이 없도록 우수한 네트워크 품질을 제공하고, 고장 없는 안정적 서비스를 유지하기 위해 힘쓰고 있습니다. 이를 위해 지속적인 인적·물적 투자로 기술 수준을 높여가고 있습니다. 2021년부터 서비스 혁신 조직을 신설하였고 절대 안정 운용을 KPI(Key Performance Indicator)로 관리하고 있습니다. 서비스 영향에 따라 3개 등급으로 위험도를 분류하여 전사적인 대응, 보고, 전파 체계를 구축하였고, 비상 발생 상황에 대한 대응훈련도 시행하고 있습니다. 또한 매월 CEO 주관으로 서비스 품질 전반에 대한 개선 회의를 진행하며, 전사 운용 조직이 참여하는 안정운용회의(네트워크 고장 최소화)도 시행하고 있습니다. 증가하는 해외 트래픽에 선제적으로 대응하기 위하여 해저 케이블 투자를 추진 중이며, 재난 시 신속한 통신망 복구 및 대민 지원을 위한 물자와 비용을 확대하고 있습니다.

목표

대형 통신고장 발생 Zero, 대외 품질 평가 1위 유지

2022년	• 공동 주택 선로 이원화 확대로 무중단 서비스 제공 • Wi-Fi 속도 및 커버리지 개선 - 초저지연, 초고속 데이터 전송이 가능한 Wi-Fi6E 기반 AP 시범 도입 • 통신국사 노후 설비 및 장비 교체	2023년	• 국제 해저 케이블 구축 완료 및 서비스 개통(하반기)
-------	--	-------	---

실행 및 성과

선제적 품질 혁신 고화질 콘텐츠 및 신규 서비스 출시로 매년 30%씩 트래픽이 증가함에 따라 네트워크 트렁크 확장 및 고도화 전략으로 아시아 7개국(10개 거점)을 연결하는 자가 국제 해저케이블을 구축하고 있으며, 2023년 하반기에 서비스 개통을 목표로 하고 있습니다. 또한 고객 불편 사전 예방과 신속한 이슈 대응 체계 마련을 위해 대형 네트워크 장비부터 고객 단말과 Wi-Fi까지 전 영역의 품질 데이터를 AI/DT 기술을 사용하여 4가지 측면(체감 품질, 장비 품질, 미디어 품질, 닙내 품질)으로 분석하여 개선하고 있습니다. 고객 체감 품질과 밀접한 인터넷 접속 속도와 안정성에서 확실한 경쟁우위를 점하기 위하여 Giga 커버리지를 98.6%까지 확대하였고, Wi-Fi 속도 품질을 지속적으로 개선하고 있습니다. 또한 초저지연, 초고속 데이터 전송이 가능한 Wi-Fi6E 기반 AP를 연내 시범 도입 예정입니다.

Social Data

네트워크 품질

실행 및 성과

안정적 서비스 운용 네트워크 고장을 유형 및 위험도로 세분하고 분류된 기준에 따라 사전·사후 대응 체계와 조치 프로세스를 수립하였습니다. 또한 위기 대응 시나리오를 작성하고 실전 수준의 비상복구훈련을 월 1회 이상 실시하여 최적의 복구 역량을 유지하고 있습니다. 사소한 위험 요소도 AAR(After Action Review) 프로세스를 통해 고장 원인을 분석하고 개선하여 대형 장애를 예방하고 있습니다. AAR은 매월 안정운영회의체를 통해 실시하고 있으며 도출된 결과를 운용 프로세스에 반영하여 전사에 적용 중입니다. 최근 개선 사례로는 통신국사 전원설비 용량 확대, 신속한 비상 발전차 활용 방안 검토 및 적용, 산불 등 재난 시 복구 지침 업그레이드, 서비스 중단 시 고객 안내 MMS 방식 개선 등이 있으며 이러한 개선 활동을 통해 2018년 대비 통신장비 고장은 50%, 광선로 고장은 23% 개선하였습니다. 더불어 무중단 서비스 제공을 위해 주요 통신국사 이원화를 2021년 완료하였으며, 공동 주택 선로 이원화를 연도별로 지속 확대 추진하고 있습니다. 명절 연휴, 선거, 월드컵과 같이 데이터 트래픽이 집중되는 경우에는 ‘특별 소통 대책’을 실시하여 안정적인 통신 서비스 제공에 만전을 기하고 있습니다.

Key Performance Data

고객만족		단위	2019	2020	2021
NCSI ¹⁾	초고속 인터넷	순위	1	1	1
	IPTV	순위	1	1	1
KS-SQI ²⁾	초고속 인터넷	순위	1	1	1
	IPTV	순위	1	1	1

1) 2022년 기준으로 NCSI(국가고객만족도조사) IPTV 및 초고속인터넷 부문 12년 연속 1위

2) 2022년 기준으로 KS-SQI(한국서비스품질지수) 초고속인터넷 부문 8년 연속 1위, IPTV 부문 4년 연속 1위

고장 발생	단위	2019	2020	2021
대형 통신 고장 발생 건수 ¹⁾	건	0	1	0
법규 위반	건	0	0	0

1) 2019년 개정된 전기통신사업법시행령에 따른 이용자 고지 대상 장애 또는 이와 동등 규모 이상 장애

Social Data

지역사회공헌

정책

SK브로드밴드는 ‘미디어 기반 사회문제 해결’을 통해 모두가 행복한 사회를 꿈꿉니다. 그에 따라 회사 비즈니스 특성과 역량을 고려화, 청소년 교육, 지역사회 격차와 같은 사회문제와 접목한 새로운 모델을 구축하고 있습니다. 더불어 해당 문제 해결을 위해 다양한 기관과 파트너십을 맺고 있습니다.

방향성

사회문제

목표

주요 정책

파트너십

UN SDGs

미디어 기반 지역사회 문제 해결

고령화

- 시니어 소외 심화
- 신체적/정신적 문제

시니어 행복

시니어건강/Safety Net 지원

- 지역노인복지관
- 수원시사회복지협의회 산하 6개 노인복지관(팔달, SK청솔, 서호, 버드내, 밤밭, 광고)
- 군포, 광명 복지관 등

청소년 교육 현장 문제

- 청소년 행복 저하
- 학교폭력 등

청소년 행복

주요 관계자와의 협력을 기반으로 지원(NGO, 정부, 언론기관, 대학 등)

- EBS, 한국청소년정책연구원, 대한변호사협회, 한국청소년활동진흥원, 학교폭력피해자가족협의회, 하트하트재단, 경찰대학교, 연세대학교, 고려대학교, 동국대학교, 서경대학교, 서강대학교
- 스포츠 관계 기관 등

지역사회 격차

- 기술 및 정보격차
- 지역경제 어려움

지역사회 행복

지역 미디어를 통한 지원

- 전국미디어센터협의회, 시청자미디어재단
- 경기도전통시장상인연합회, 전북경제통상진흥원, 안양중앙시장상인회, 산본전통시장상인회, 군포역전시장상인회

임직원의 지역사회문제 해결 참여 및 기여

임직원 자원봉사

- 행복나래, 한국사회적기업진흥원, 전국재해구호협회, 대한적십자사, 행복나눔재단 등



Social Data

지역사회공헌

목표

시니어 행복 프로그램 수혜자 3,000명(2025년)			
2023년	- 취약 시니어 지원 확대 - 시니어 대상 미디어 교육 - 시니어 Care 콘텐츠 제작 및 공유 확대	2025년	- 지역 자원을 연계한 취약 시니어 지원 사업 정착 - 디지털 미디어 활용도 높은 뉴 시니어 양성 - 시니어 Care 콘텐츠 지속 제작
청소년 행복 프로그램 수혜자 600명 및 정부정책 기여 5건(2025년, 누적)			
2023년	- 청소년 행복을 위한 미디어 기반 사업 추진 - 청소년과 함께 하는 취약계층 지원 사업 추진 - 유소년 체육활동 지원	2025년	- 청소년 행복을 위한 사업 성과를 기반으로 정부 정책에 반영 추진 - 청소년 참여 활동 강화 - 기존 미디어 활용한 제휴 확대 - 유소년 체육활동 종목 확대
지역사회 행복 프로그램 방영 횟수 19,000회(2025년) & 지역사회 Issue 선제적 발굴 및 보도를 통한 사회 문제 해결			
2023년	- 지역주민 미디어 교육 지원 - 사회적 가치 공감 영상공모전 확대 - 지역사회 현안 발굴 및 심층 취재를 통한 해소	2025년	- 지역주민의 우수 미디어 콘텐츠를 B tv, 지역채널에 정규 편성 - 사회 감시 기능 강화 및 심층 취재 강화
구성원 자원봉사 참여율 30%(2025년)			
2023년	- 지역 내 취약계층 지원 활동 확대 - 재난 대민지원 강화 - 헌혈 캠페인 지속 - 비대면 자원봉사 확대	2025년	구성원 전문역량 연계 자원봉사 확대

Social Data

지역사회공헌

실행 및 성과

사회공헌 프로그램 사회공헌 활동의 주요 이해관계자를 시니어, 청소년, 소상공인, 지역주민으로 정의하여 프로그램을 집중하고 있습니다. 그 일환으로, 사회 변화를 위한 전문가 포럼(블러썸 포럼)을 정기적으로 개최하여 여러 영역 전문가의 의견을 수렴하고 사회 책임 활동을 강화하고 있습니다. 앞으로도 미디어 역량을 기반으로 수혜자의 직접 참여 및 다자간 협력 모델을 구축하고 전사적인 참여와 노력을 이어가겠습니다.

구분	사회공헌 프로그램	실행 성과
시니어	독거노인 식사 지원	‘한끼 나눔 온택트 프로젝트’는 COVID-19로 어려운 시기를 보내는 지역 골목식당이나 사회적 기업의 도시락을 주문하여 복지시설 운영 중단으로 식사가 어려운 취약계층에게 제공하는 프로그램입니다. 골목식당이나 기업은 매출이 늘고, 취약계층은 식사를 해결하는 상생모델 사업으로, 2021년에는 약 4.6만 개의 도시락을 전달하였습니다.
	B tv On-Air 활용 교육	미디어 솔루션 ‘B tv On-Air’의 기능인 디지털 사이니지를 활용한 시니어 대상 비대면 교육 프로그램(지자체별 정보 및 건강 콘텐츠)을 제공하는 사업을 운영하였습니다. 2021년에는 복지관 3개소의 시범사업을 통해 효과성을 검증하였으며, 추후 복지관, 지자체, 경로당 등 협업기관을 늘려 더 많은 어르신들이 교육의 기회를 얻을 수 있도록 하였습니다.
	건강 나눔 해피 시니어 프로젝트	2022년 5월부터 경기 13개 사회복지 협의회, 푸드 소상공인 연합회, 하이컨디션 운동본부와 함께 COVID-19로 지친 시니어의 행복 추구를 위해 경기도 내 30개 노인 복지관을 대상으로 건강특식(밥차)과 건강체조를 제공하고 있습니다.
청소년	블러썸 청소년 영상제	블러썸 청소년 영상제는 SK브로드밴드(기업), EBS(미디어), 연세대학교(대학), 한국청소년정책연구원(국책연구기관)이 공동 주최하고 교육부·여성가족부가 후원하는 사회공헌 얼라이언스 모델로 청소년들이 학교폭력·세대 갈등 등 사회문제에 대해 고민하고 해결방안을 직접 모색하도록 장려하는 영상제입니다. 2021년에는 ‘청소년 행복’이란 주제로 진행, 국내외 114개 학교에서 학생 1,000여 명이 참여하여 총 185개 작품을 선보였으며, 영상제 수상작은 교육부 에듀넷, 서울시 평생 학습 포털 등 공공 부문에서 교육 자료로 활용하고 있습니다.
소상공인/지역주민	지역주민 대상 미디어 교육	지역주민들이 녹음실, 스튜디오, 촬영장비 등을 사용할 수 있고 콘텐츠 창작에 대한 교육도 받을 수 있는 미디어창작지원센터를 전국 10곳에서 운영하고 있습니다. 미디어창작지원센터는 SK브로드밴드가 시청자미디어재단, 전국미디어센터협의회와 함께 추진하는 협력 모델로, 지역 방송 발전과 시민 중심 콘텐츠 개발을 목표로 운영 중입니다. 2021년 미디어 교육 횟수는 150회입니다.
	소상공인/골목상권 활성화 지원	지역 소상공인 홍보, 지역경제활성화, 관광산업 등을 지원하는 콘텐츠를 제작 및 편성하여 지역 케이블채널을 통해 방송하고 있습니다. <동네마켓 어서오세요>, <따뜻한 밥 한끼>, <시장한끼> 등 골목상권 활성화 프로그램을 비롯, 지역축제 홍보, 청년 일자리 정보 등 2021년 지역경제 활성화를 위한 프로그램을 방영한 횟수는 약 17,000회입니다.
	지역주민 대상 영상공모전	SK브로드밴드는 2020년부터 매년 지역주민 대상 미디어창작콘테스트를 시행하였습니다. 이 공모전은 방송의 지역성 구현, 지역민의 콘텐츠 제작 활성화 등을 위해 설립한 ‘미디어창작지원센터’ 사업의 일부로, 2021년에는 ‘환경, 지역, 사람’을 주제로 ‘우리동네 텔레비전’ 미디어 창작 콘테스트를 진행하였습니다. 서울, 천안, 대구 등 전국 각지에서 지역주민들이 직접 제작한 영상 총 106개 기획안(환경분야 41편 포함)이 응모되었습니다. 최종 15개 팀이 수상하였고 수상작은 SK브로드밴드 지역채널 ‘우리동네 B tv’에 특집 편성되었습니다.

Social Data

지역사회공헌

구분	사회공헌 프로그램	실행 성과
소상공인/지역주민	지역사회 현안 선제적 발굴/보도를 통한 사회문제 해결	지역채널은 지역 기반 뉴스 보도를 통해 지역사회 소식을 누구보다 세심하게 지역민들에게 전달하고 있습니다. 단순한 소식 전달을 넘어서, 지역사회에 발생하는 많은 문제에 심층 취재를 강화하여 문제해결을 독려하고 지역사회에 선한 영향력을 주고 있습니다. 일례로 2021년 9월 장애인 양질의 일자리 창출을 위해 서울 도봉구 장애인보호작업장의 품질 보증 받은 보건 마스크 제작 및 중증 장애인 20명에 관한 보도를 진행했고, 이 후 전국 지자체에서 주문이 쇄도하여 매출액 1,200% 증가, 근로 장애인 급여는 130%가 인상되는 등 긍정적 성과를 창출하였습니다.
구성원 참여	사랑의 도시락 배달	COVID-19로 인해 대구 서구 지역 결식 아동들에게 사랑의 도시락을 배달할 인력이 부족하였습니다. 필요한 모집 인원은 6명이었지만 구성원의 자발적인 참여 의지로 SK브로드밴드 8명, 홈앤서비스 5명, 총 13명의 구성원이 적극 참여하였습니다.
	헌혈	COVID-19 장기화로 인한 헌혈자 감소 및 혈액 수급난 극복을 위해 SK ICT Family사(SK브로드밴드, SK텔레콤 등)가 함께 하는 구성원 헌혈 캠페인을 매년 시행하고 있습니다. 2021년의 경우 COVID-19 예방을 위한 전면 재택 상황임에도 구성원 100여 명이 참여하였습니다.
	기타	구성원과 회사가 함께한 ‘사랑의 연탄 나눔’ 행사에 구성원의 자발적 모금으로 취약계층에 연탄 9만 3,700장을 기부하였습니다. 또한 대전 지역 자원봉사단 ‘행복지구대’는 국립대전현충원에서 태극기 꽃기 자원봉사 활동을 매년 시행하고 있습니다.

Key Performance Data

사회투자		단위	2019	2020	2021
사회투자 금액	현금	백만 원	211	673	1,475
	간접	백만 원	250	1,566	190
정책적 기부금액	정치기부금	백만 원	0	0	0

봉사활동		단위	2019	2020	2021
구성원	구성원 1인당 봉사시간	시간	0.6	0.3	0.1
	봉사 참여율	%	10	4.6	2.7
	봉사시간 기준 산출 금액	백만 원	12	60	36
	전문 자원봉사 비율	%	0.7	3.6	1.4

Social Data

사회적경제 생태계 지원

정책

SK브로드밴드는 사회문제에 대한 창의적 접근으로 혁신적 솔루션을 제공하는 사회적기업, 협동조합 등의 사회적경제 생태계 조성을 지원합니다. 다양한 사회문제 중 취약계층의 자립을 돕는 활동을 중심으로 지원정책을 수립하여 운영하고 있으며 구체적인 지원 방향은 (1)사회적기업 운영지원, (2)공유 공간 지원, (3)컨설팅 제공, (4)미디어 활용 마케팅 지원입니다. 향후 미디어 플랫폼으로서 보유한 유·무형 자산을 사회적경제 생태계에 적용할 방법을 다각적으로 검토하여 SK브로드밴드만의 색다른 프로그램을 만들 계획입니다.

목표

사회적기업 140개 지원(2025년)

2023년	2025년
• 사회적기업 자립 지원을 위한 지역사회 활성화 프로그램 운영 • 사회적경제 선순환 생태계 조성 지원 및 전문 지원기관과의 협력 네트워크 구축	• 통신/미디어 산업과 관련된 사회적기업 발굴 및 지원 확대 • 사회적경제 선순환 생태계 조성 지원 체계 강화

실행 및 성과

지원 활동 정책 방향성에 따라 도움이 필요한 사회적기업을 물색하고 지원하고 있습니다. 성과는 지표화 후 사회적 가치로 환산하여 체계적으로 관리할 예정입니다.

구분	지원 프로그램	실행 성과
사회적기업 운영 지원	행복그린넷	SK브로드밴드가 사회적 취약계층을 직접 고용하여 임대 단말 재활용 사업을 시작한 사회적기업으로 현재는 단말기 재활용 및 배송 위탁 용역 계약을 통해 자립을 지원하고 있습니다.
공유 공간 지원	대전 둔산국사 로비 공간 지원	대전 둔산국사 1층을 사회적협동조합 카페인 '달달한 오빠들'에게 무상 임대 지원하고 있습니다.
	가산 IDC 로비 공간 지원	2022년 2월부터 금천구청 및 금천일자리주식회사와 협업을 통해 가산 IDC 1층에 카페테리아를 조성하고 지역 시니어의 고용창출을 지원하고 있습니다.
컨설팅 제공	구성원 프로보노 활동	기업에게 반드시 필요하지만 전문성, 비용 등 이유로 쉽게 접근하기 어려운 제안서 검토, 지식재산권 출원, 세무 및 법률 자문, 재무 교육, 마케팅홍보 전략 등 컨설팅 및 교육을 SK프로보노 전문봉사자들을 통해 지원하고 있습니다.
미디어 활용 마케팅 지원	사회적기업 홍보 및 광고 지원	지역채널에서 판로 개척에 어려움을 겪고 있는 사회적기업을 홍보하는 프로그램('행복한 동행' 등)을 제작 및 편성하고 있습니다. 또한 사업 홍보에 어려움을 겪고 있는 사회적기업 대상으로 'B tv 우리동네 광고'와 'B tv 알뜰' 광고 노출을 무상으로 지원하고 있습니다. 2021년 지원한 사회적기업 수는 9개입니다.

Social Data

사회적경제 생태계 지원

Key Performance Data

사회투자		단위	2019	2020	2021
사회적기업 운영 지원 ¹⁾	사회적기업 지원	개	1	1	1
	사회적 가치 창출 금액 ²⁾	원	2,549,152,700	2,892,937,555	3,356,504,821
공유 공간 지원	사회적기업 지원	개	1	1	1
	지원 금액 ³⁾	원	30,000,000	30,000,000	30,000,000
컨설팅 지원	사회적기업 지원	개	31	69	30
	지원 금액 ⁴⁾	원	3,517,240	56,261,484	35,040,052
미디어 기반 마케팅	사회적기업 지원	개	-	-	9
지원 성과	지원 금액 ⁵⁾	원	-	-	61,200,000

1) 행복그린넷 성과
2) 구매금액(용역비) X 구매대상기업 업종 부가가치율
3) 연간 임대료 시세
4) 프로보노 활동 별 단가 X 시간 X 인원 수
5) 무상 지원 프로그램 비용

Governance Data

이사회

정책

SK브로드밴드는 지속가능한 기업을 만들고자 건전한 지배구조를 구축하고 있습니다. 이사회는 경영진에 대한 감독 역할에 충실하고 모든 이해관계자 이익을 대변하는 장기적 관점에서 의사결정을 하고자 노력합니다. 이사 선임, 의결, 위원회 등 이사회 관련 모든 제반사항은 법령, 정관 및 이사회 운영 규정에 의하여 운영되고 있으며, 이사회 결의사항 및 모범규준과의 차이를 홈페이지에 공개하고 있습니다.

독립성 및 효율성	비상장회사로 사외이사 선임에 대한 의무사항은 없으나 기타비상무이사를 선임하여 독립적인 지배구조를 확립하였습니다. 이사회 관련 규정 내 이사의 자격을 명시하여 이해관계 충돌을 방지합니다. 이사의 신규 선출 및 재선임은 주주총회의 심의 및 의결사항으로 하여 감독과 균형의 이사회를 구성하고 있습니다.
다양성 및 전문성	내실 있는 이사회 운영을 위해 통신·미디어 산업 경험(GICS 분류 의거)을 비롯해 경영 및 재무/금융 분야에서 전문성을 보유한 이사를 선임하고 있습니다. 또한 이사 선임에서 성별, 인종, 민족, 종교, 국적 등의 배경으로 차별하지 않으며 다양성을 제고하고자 노력하고 있습니다. 선임된 이사에게 주기적인 사내 교육을 실시하며 요청 시 외부 전문가를 초빙하고 있습니다.
ESG 논의	중대한 영향을 미치는 ESG 위험과 기회에 효과적으로 대응하기 위해 이사회는 주요 ESG 경영 전략 및 중장기 계획, 예산 집행 내역, ESG 성과 측정 및 공시, 이해관계자 커뮤니케이션 등을 포함한 다양한 ESG 경영 현안을 대표이사, 사내이사가 참석하여 정기적으로 논의하고 있습니다.

SK브로드밴드 이사회

*2022년 6월 30일 기준

구분	성명	성별	직책 및 경력	전문성 ¹⁾	선임일 ²⁾
대표이사	최진환	남	전 SK실더스(주) 대표이사 사장 현 SK브로드밴드(주) 대표이사 사장, 이사회 의장	M&A, 전략, Finance	2019.12.19~
사내이사	최승원	남	전 SK텔레콤(주) Core Infra본부장 현 SK브로드밴드(주) ICT Infra 담당 겸 CSPO	Information Tech, Communication Service	2022.03.30~
기타 비상무이사	유영상	남	전 SK(주) C&C 사업개발부문장 현 SK텔레콤(주) 대표이사 사장	M&A, 사업개발, Communication Service	2019.03.27~
	한명진	남	전 SK텔레콤(주) MNO 마케팅 그룹장 현 SK텔레콤(주) Corporate Strategy 담당	전략, Communication Service	2022.05.26~
	안성철	남	전 미래에셋대우(주) 종합금융본부 상무보 현 미래에셋증권(주) IB 1부문 PE팀 상무보	금융, 투자, Finance	2021.03.26~
	김종국	남	전 태광산업(주) 경영기획실장 상무 현 태광산업(주) 석유사업본부 경영기획실장 상무	사업개발, 전략	2022.03.30~

1) 전문성은 GICS Level 1기준 산업 전문성 분류에 따름

2) 임기는 취임후 개최되는 제 3차 정기주주총회 종료까지

Governance Data

이사회

목표

이사회 구성 및 운영 고도화

2022년	• ESG 안건 이사회 보고 (전사 ESG 경영 성과 및 개선 방안)	2025년 (IPO Align)	• ESG위원회 설치 • 이사회 ESG 교육 프로그램 운영 • 사외이사 및 여성이사 선임 • 정관 및 이사회 운영 규정 개정, 지배구조헌장 제정
-------	---	----------------------	---

실행 및 성과

2021 이사회 이사회는 산업 경험 및 경영, 재무 전문가로 구성되어 현안에 대한 중대한 결정을 하고 있습니다. 이사회 구성원은 적극적인 이사회 활동을 위해 별도 손해배상책임보험에 가입합니다. 정기이사회는 분기 1회 개최하며 사항에 따라 임시이사회를 소집하고 있습니다. 2021년에는 총 8회의 이사회를 개최하여 주주총회, 경영, 재무, ESG 안건을 심의 및 의결하였습니다. 주요 ESG 안건으로는 안전보건계획을 의결하였고 중장기 정보보안 전략 및 계획과 2045 Net Zero 추진 계획, 보상체계 개선, 이해관계자와의 소통을 위한 첫 번째 지속가능경영보고서 발간 내용을 보고받았습니다. 2021년 이사회 평균임기는 2년, 참석률은 93.8%입니다.

평가 및 보수 사내이사는 매출액, 영업이익과 같은 재무지표와 전략 과제 수행, 신규 사업 발굴 등 경영 리더십 역할 및 직책 성과 등을 종합한 평가를 받고 있습니다. 평가 내용에 따라 매년 주주총회에서 승인한 금액에 맞춰 보수를 지급하며, 5억 원 이상인 이사의 보수현황은 사업보고서에 공개하고 있습니다. 탄소 감축, 고객 만족도, 구성원 안전 등 책임 및 역할에 따른 ESG 성과를 연동하여 지급 보수를 결정합니다. 기타비상무이사에게는 별도의 보수 지급을 하지 않고 있습니다.

주주가치 제고 모든 주식에 1주 1의결권 원칙을 적용하여 모든 주주가 동등한 의결권을 행사하고 있습니다. 주주총회 소집 시 전자투표제를 실시하며 주요 안건 및 감사보고서 등을 사전에 통지하고 있습니다.

Governance Data

이사회

실행 및 성과

ESG 안건	구분	일시	주요 의사결정/보고 내용
안전보건계획	의결	2021.04.22	2021년 안전보건 계획 - 안전보건경영방침(핵심가치 및 실천방향) - 안전보건 조직 구성(인원 및 역할) - 안전보건 예산 및 시설 현황 - 2020년 시사점 및 2021년 주요 활동 계획
지속가능경영보고서 발간	보고	2021.07.21	2021년 지속가능경영보고서 첫 발간 - 이해관계자 중대성 평가 결과 - ESG 추진전략 및 체계 - SASB, TCFD 기반 공개
정보보안 전략	보고	2021.07.21	2021년 정보보안 전략 및 중장기 계획 - 정보보안 현황 (조직 및 2020년 주요 실적) - 정보보안 비전·목표 및 추진 전략 - 단·중장기 핵심추진과제
보상체계 개선	보고	2021.11.25	보상 구조 개선 방안 보고 - 보상 체계 및 재원 산정 기준 - 평가 연계 보상 지급 기준(경영진 성과 평가 내 ESG 요소 포함)
Net Zero 추진 계획	보고	2021.11.25	2045 넷제로(Net Zero) 추진 계획 - SK그룹 넷제로 추진 경과 - 탄소배출 현황 및 전망 - 넷제로 추진 및 달성 경로 - 넷제로 감축방안 및 소요비용 - 향후 계획(RE100 Portfolio 최적화 등)
안전보건계획	의결	2022.02.07	2022년 안전보건 계획 - 안전보건 경영방침(핵심가치 및 실천방향) - 안전보건 변경 조직 구성(인원 및 역할) - 안전보건 예산 및 시설 현황 - 2021년 실적 및 2022년 주요 활동 계획

Key Performance Data

이사회 운영		단위	2019	2020	2021
개최	개최 건수	회	8	10	8
보고 및 의결	보고 안건	건	2	2	6
	의결 안건	건	23	28	19
안건 의견	찬성	건	142	131	96
	반대	건	6	0	0
	기권	건	0	1	0
	불참	건	13	6	12

Governance Data

이사회

Key Performance Data

주주현황	주식 수	비율
SK텔레콤(주)	298,460,212	74.34%
태광산업(주)	67,352,565	16.78%
엠에이디더블유타이거(주)	32,190,779	8.02%
소액주주 ¹⁾	613,098	0.15%

1) 자기주식 제외

Governance Data

윤리 및 컴플라이언스

정책

SK브로드밴드는 모든 사업장 및 경영활동에서 윤리적 책임과 준법 준수를 핵심가치로 삼고 있습니다. 따라서 구성원이 지켜야 할 윤리규범과 실천지침을 보유하고 있으며 홈페이지에 공개하고 있습니다. 또한 2021년에는 공정거래 규제 준수를 강화하기 위하여 공정거래 전담 부서를 신설하였으며 고객, 협력사, 경쟁사에 대한 공정거래원칙을 제정하고 공개하였습니다. CEO는 윤리경영 전반에 대한 철저한 관리 및 감독을 수행하고 있으며, CEO 직속으로 배치된 윤리경영 전담부서는 윤리 정책, 활동, 조치 결과 등을 CEO 및 주요 경영진에게 항시 공유하고 있습니다. SK브로드밴드는 이와 같이 적극적인 윤리경영 내재화를 위해 윤리경영시스템 3요소(3C)를 정의하여 실천하고 있습니다.

윤리경영시스템 3요소(3C)	행동기준 Code	- SKMS(SK Management System) 기반 윤리규범 및 실천지침 제정 - 윤리규범 : 구성원의 행동과 가치판단의 기준으로 고객, 구성원, 주주, 이해관계자 및 사회에 대한 책임 명시 - 실천지침 : 윤리규범을 올바르게 이해하고 실천하기 위해 구성원이 준수하여야 할 행동기준으로 금품 및 향응·접대, 이해상충, 불공정 및 부당 행위, 윤리상담센터 운영 등 명시
	제도 Compliance	- 윤리경영 실현을 위한 조직 및 제도 운영 - 윤리경영 전담부서, 상담 및 제보 프로세스, 비윤리 감사, 자정 점검 등
	공감대 Consensus	- 체계적 교육으로 윤리경영의 실천에 대한 구성원 공감대 형성 - 주기적 CEO 메시지 전달, 공정거래·반부패 포함 윤리교육, 실천 서약, 캠페인 활동 등

목표

반부패 위반 Zero

2022년	• 자정점검 항목에 부정부패 위험 평가 추가 및 집중 점검 • 공정거래 리스크 점검 및 교육 확대 실시 • 비즈니스 파트너로 교육 대상 확대 • 구성원 1인당 윤리교육 2.5시간	2023년	• 반부패 위반 사건에 대한 집중 감사 수행 • 직군별 맞춤형 윤리(반부패) 교육 프로그램 시행 • 공정거래 주요 가이드라인 제정 및 공개
-------	--	-------	---

Governance Data

윤리 및 컴플라이언스

실행 및 성과

윤리 및 공정거래 TASK 구성원의 반부패 관련 인식 제고를 위하여 ‘윤리 및 공정거래 TASK’를 선정하고 이를 수행하고 있습니다. 윤리경영 모니터링 및 공정거래 규제 준수 여부를 확인하기 위해 매년 경영진단·특별점검·자정점검을 시행하고 있으며, 2022년에는 자정점검 항목에 부정부패 위험 평가 관점 기준을 높여 집중 점검하는 활동을 진행할 예정입니다. 점검 중 확인된 문제점에 대해서는 개선 권고·후속 조치·이행 점검의 과정을 거치면서 문제점의 개선과 재발 방지를 위해 지속 확인하고 있습니다. 또한 매년 공정거래 관련 주요 이슈 사항을 선정한 후 관련 부서 대상 프로세스 개선 활동을 수행합니다. 2021년에는 비즈니스 파트너사와 체결하는 하도급 계약 및 판매 대리점과 체결하는 대리점 계약 프로세스를 점검하고 개선 활동을 진행하였습니다. 이와 같이 구성원들이 업무 수행 과정에서 공정거래 관련 법률 위반 가능성을 예방하기 위하여 지속적으로 모니터링하고 있습니다.

윤리 제보 및 상담 구성원의 비윤리적인 업무 수행, 법률 위반 및 기타 비리 행위를 신고할 수 있는 제보 및 상담 채널을 운영합니다. 이메일 혹은 윤리상담센터로 신고할 수 있으며, 인자된 비윤리 사실에 대해서는 사내 독립 감사 조직에서 감사를 시행하고 인사위원회를 개최하여 조사 결과에 따라 조치하고 있습니다. 실천지침 제17조에 상담·신고자 신분 보호 및 보복행위 금지를 명시하였으며, 신고 활성화를 위해 비윤리 행위 신고자를 대상으로 한 신고보상 제도를 시행하고 있습니다.

윤리문화 내재화 이슈 발생 후 대응이 아닌 선제적 예방으로서의 윤리경영의 중요성을 구성원에 전달하여 공감대를 형성하고 있습니다. 비정규직을 포함한 모든 구성원에게 반부패 관련 핵심 주제를 선정하여 온·오프라인 방식의 반부패 교육을 진행합니다. 또한 모든 구성원에게 공정거래 교육 콘텐츠를 제공하고 유관 부서 대상으로 별도의 공정거래 법률 교육을 시행하고 있습니다. 경영진에게는 연 1회 이상 반부패 교육을 시행하고 있으며 2021년에는 공정거래법 등 개정 법률에 관한 Letter를 발송하였고, 특별히 CEO가 직접 윤리 및 반부패를 주제로 특강을 진행하였습니다. 이외에도 정기적 윤리 실천 Letter 발송, 윤리경영 실천 Survey를 통한 수준 진단, 구성원 실천 서약 등을 시행하고 있으며, 위반 사례의 경우 사내 윤리경영 게시판을 통해 공유하고 있습니다. 한편, 전 사업활동 내 윤리경영 문화가 확산될 수 있도록 협력사 임직원 대상의 반부패 교육도 시행하고 있습니다.

Key Performance Data

윤리 교육		단위	2019	2020	2021
윤리경영 및 공정거래 교육	구성원 1인당 교육시간	시간	1.7	2	2.8
	구성원 이수율	%	99.1	99.3	99.2
온라인 실천 서약		명	1,903	2,533	2,643

Governance Data

윤리 및 컴플라이언스

Key Performance Data

신고 및 조치		단위	2019	2020	2021
제보 및 상담 (이해관계자별) ¹⁾	전체	건	43	52	52
	구성원	건	14	10	11
	비즈니스 파트너	건	5	4	8
	고객	건	24	38	33
제보 및 상담 (제보유형별)	윤리상담/제보	건	15	10	11
	고객불만	건	21	36	33
	자회사 이슈	건	40	26	35
	단순 현업 이슈	건	7	6	8
조치	조사(감사)	건	20	16	16
	관련부서 이관 처리	건	28	42	41
윤리 규정 위반 제보	전체	건	4	4	4
	업무소홀	건	1	0	0
	금품수수	건	1	0	0
	성희롱 및 직장 예절	건	2	3	3
	근무규정 위반	건	0	1	1
윤리 규정 위반 조치 ²⁾	전체	건	4	4	5 ³⁾

1) 자회사에 대한 제보 및 상담 내용 제외
2) 피징계인 기준(2021년 접수한 제보 1건에 대한 피징계인 2인)
3) 성희롱 및 직장예절 위반(정직 2건, 감봉 2건), 근무규정 위반(권고사직 1건)

반부패 관련 규제 위반		단위	2019	2020	2021
반부패	위반 건수	건	0	0	0
일반불공정거래행위	위반 건수	건	0	1	0
부당공동행위	위반 건수	건	2	0	0
표시·광고	위반 건수	건	0	0	0
부당지원 및 내부거래	위반 건수	건	0	0	1
하도급거래	위반 건수	건	0	0	0

Governance Data

ESG 기반 의사결정

정책

SK브로드밴드는 신규 사업 진출 및 투자 예산 10% 초과 집행, 자회사 설립 등 중대한 의사결정 과정에서 재무적 수익성 및 성장성과 함께 ESG 측면의 지속가능성 여부를 고려하고 있습니다. 심의 및 의결 사항이 발생하면 투자심의위원회에 발의¹⁾하고 실행 총괄 조직 → 경영진 → 이사회를 거쳐 최종 실행으로 이어집니다. 실행 총괄 조직은 사업계획서 수립과 투자 손익기준 검증, ESG Impact Form을 작성합니다. 경영진은 잠재적 재무 영향과 성장성 등을 논의하고 위험 회피 및 개선 방안을 제시합니다. 최고 의사결정기구인 이사회²⁾는 최종적으로 사업 추진안 및 ESG Impact Form을 심사하여 최종 승인하고 있습니다. 이러한 ESG 기반 의사결정은 지속가능경영을 위한 전략적 요소입니다. SK브로드밴드는 CEO 및 주요 경영진의 전문성과 책임 강화를 목적으로 역할에 맞는 ESG 요소를 평가에 반영하고 있으며 2024년까지 ESG 요소 평가 대상을 전체 경영진으로 확대할 예정입니다.

1) 투자심의위원회 발의 대상 : 이사회 의결사항 및 20억 원 이상 콘텐츠 수급, 10억 원 이상 신규 사업 등

2) 이사회 의결 사항 : 연간 투자 예산 10% 초과 집행, 자회사 설립, 자기자본 2.5% 이상 자산 변동 등

목표

ESG 통합 의사결정 프로세스 고도화

2022년	- 투자심의위원회 및 이사회 의결 안건 대상 ESG Impact Form 100% 사전 제출 및 검토 - 사업 추진안 내 ESG 리스크 완화 방안 설계 및 관련 효과 점검 - ESG Impact Form 개정(수시)	2024년	- 전 사업 과정 내 ESG Impact Form 적용 강화 - 전 경영진 성과 평가 내 ESG 요소 반영	2025년	ESG Impact 사후 검증 (이사회)
-------	--	-------	---	-------	--

실행 및 성과

ESG Impact Form ESG Impact Form은 ESG 이슈를 8개 영역으로 구분하여 의사결정 과정에서 위험과 기회를 식별하는 기준입니다. 해당 포함 요소는 ESG 가이드라인 및 트렌드, 산업 이슈를 기반으로 수정합니다.

Environment 환경	자원 소비	- 에너지 사용량 - 원재료 사용량	- 용수 사용량 - 법 규정 및 정책 변화 준수
	환경오염	- 온실가스 배출 - 대기 및 수질오염물질 배출 - 폐기물	- 토지이용 및 생물다양성 - 법 규정 및 정책 변화 준수

Governance Data

ESG 기반 의사결정

실행 및 성과

ESG Impact Form

Social 사회	소비자 보호	• 제품 및 서비스 품질 • 소비자 안전	• 고객정보보호
	노동	• 구성원 삶의 질 • 안전보건	• 고용 다양성 • 인재 양성
	동반성장	• 공정거래 • 상생협력	• 책임구매 • 비즈니스 파트너 안전보건
	사회문제 해결	• 제품 및 서비스의 사회적 가치 창출	
	이해관계자	• 이해관계자 제기 민원 • 소통 채널 운영 계획	
Governance 거버넌스	법규 준수	• 법, 규제 등 질서 위반 요소 존재 여부	

New Biz. 전략 SK브로드밴드는 사회적 가치를 창출할 수 있는 신규 사업을 추진하고 있습니다. 추진 과정에서 고려된 ESG 요소는 지속적인 모니터링으로 가치 수준을 측정하기 위해 노력하고 있습니다.

사업명	개요	사회적 가치 창출
아파트형 전기차 충전 사업	전기차 콘센트형 충전기 설치 및 운영 보조사업 시행	온실가스 배출 감축, 도시 소음 공해 저감
Cloud PC	중앙서버에 개인용 컴퓨터 환경을 구현하여 접속기기에 상관없이 어디서든 동일한 업무 환경을 누릴 수 있도록 하는 서비스	폐기물 감축, 정보보안 강화
셋톱박스 저전력화	기존 셋톱박스 대비 소비전력을 1/3 ~ 1/4 수준으로 감축한 셋톱박스 개발	에너지 사용 감축, 온실가스 배출 감축
클라우드 기반 IPTV UI 개발	클라우드 기반 IPTV UI 개발로 셋톱박스 교체 없이 속도, 성능 향상	폐기물 감축

Appendix

Financial Data	108
이해관계자 소통	110
TCFD	112
SASB	118
지속가능경영 이니셔티브	120
GRI Index	123
참여협회 및 단체	129
제3자 검증의견서	130



Financial Data

제25기 2021년 12월말

제24기 2020년 12월말

제23기 2019년 12월말

(단위: 백만 원)

요약 연결재무정보

구분	제25기	제24기	제23기
유동자산	1,252,935	1,225,333	894,272
매출채권및기타채권	503,194	503,581	397,077
현금및현금성자산	407,657	199,058	95,396
재고자산	24,248	7,898	9,498
기타유동자산 등	317,836	514,796	392,301
비유동자산	4,744,905	4,578,260	3,756,036
장기성매출채권및기타채권	85,476	46,506	50,104
유형자산	3,127,579	3,170,144	2,918,131
무형자산	790,473	808,066	256,622
기타비유동자산 등	741,376	553,544	531,179
자산 총계	5,997,840	5,803,593	4,650,308
유동부채	1,433,800	1,306,828	1,331,686
비유동부채	1,696,357	1,852,328	1,696,726
부채 총계	3,130,157	3,159,156	3,028,412
자본금	2,007,266	2,007,266	1,492,301
기타불입자본	645,732	636,489	291,803
이익잉여금	205,575	-5,703	-166,577
기타자본구성요소	9,110	6,385	4,369
자본 총계	2,867,683	2,644,437	1,621,896
기간	(2021.01.01 ~ 2021.12.31)	(2020.01.01 ~ 2020.12.31)	(2019.01.01 ~ 2019.12.31)
매출액	4,049,156	3,713,469	3,167,851
영업이익	275,585	230,856	145,014
계속영업손익	198,268	140,592	57,636
중단영업손익	-	22,922	3,847
연결총당기순이익	198,268	163,513	61,482
지배회사지분순이익	198,268	163,513	61,482
주당순이익(원)	497	447	206

Financial Data

제25기 2021년 12월말

제24기 2020년 12월말

제23기 2019년 12월말

(단위: 백만 원)

요약 별도재무정보

구분	제25기	제24기	제23기
유동자산	1,208,535	1,179,743	814,948
매출채권및기타채권	496,047	494,230	396,315
현금및현금성자산	384,323	170,676	72,914
재고자산	23,481	7,196	8,870
기타유동자산 등	304,684	507,641	336,849
비유동자산	4,762,969	4,586,064	3,750,784
장기성매출채권및기타채권	83,021	42,601	40,065
유형자산	3,120,761	3,160,513	2,906,810
무형자산	778,587	803,829	251,703
기타비유동자산 등	780,600	579,121	552,206
자산 총계	5,971,505	5,765,808	4,565,732
유동부채	1,410,823	1,279,133	1,255,372
비유동부채	1,681,014	1,840,357	1,675,111
부채 총계	3,091,837	3,119,489	2,930,483
자본금	2,007,266	2,007,266	1,492,301
기타불입자본	645,732	636,489	291,802
이익잉여금	217,560	-3,822	-153,223
기타자본구성요소	9,110	6,385	4,369
자본 총계	2,879,668	2,646,318	1,635,250
기간	(2021.01.01 ~ 2021.12.31)	(2020.01.01 ~ 2020.12.31)	(2019.01.01 ~ 2019.12.31)
매출액	4,058,997	3,713,021	3,170,691
영업이익	291,027	234,612	131,461
계속영업손익	213,468	150,694	44,729
중단영업손익	-	-	2,971
당기순이익	213,468	150,694	47,701
주당순이익(원)	536	412	160

이해관계자 소통

이해관계자 소통

SK브로드밴드는 기업활동과 상호 간 영향을 미치는 구성원, 고객, 비즈니스 파트너, 주주, 지역사회를 5대 이해관계자로 규정하고 있습니다. 이해관계자의 경제·사회적 가치창출에 기여하는 차별적인 가치를 제공하고자 이해관계자 특성에 맞는 소통 채널을 운영하여 기대사항을 파악하고, 중요 이슈에 대해서는 경영진 회의에 공유하여 경영활동에 반영하고 있습니다.

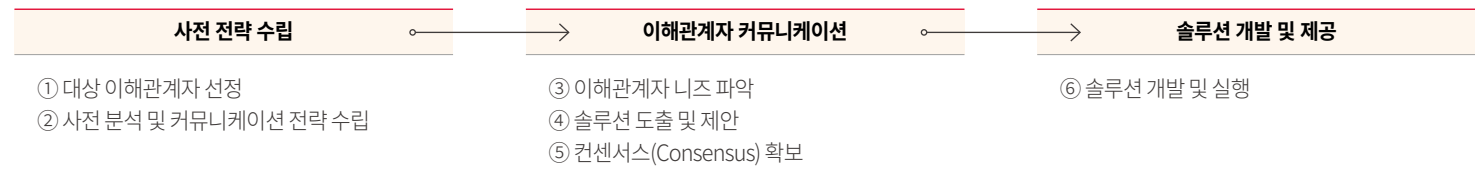
구분	Inside-out Impact (SK브로드밴드 → 이해관계자 영향)	Outside-in Impact (이해관계자 → SK브로드밴드 영향)
구성원	• 일자리 제공과 보수 지급 • 역량 개발 지원 • 안전하고 건강한 근무 환경 제공	• 경영활동 이행으로 기업 가치 창출 • 노사협력 우수 기업
고객	• 우수한 상품 및 서비스 제공 • 취약계층 미디어 활용 지원	• 재무 안정성 확보 • 긍정적 기업 평판 및 신뢰
비즈니스 파트너	• 금융, 교육 등 동반성장 지원 • 사전 ESG 위험 요소 관리 지원	• 고품질 제품 및 서비스 제공
주주	• 지속가능한 기업 가치 창출	• 장기적 투자
지역사회	• 환경 책임 강화 • 핵심 역량 기반 사회문제 해결 기여	• 긍정적 기업 평판 및 신뢰

이해관계자 소통

이해관계자 소통

이해관계자	주요 소통 채널	2021년 이해관계자 기대사항	경영활동 반영
구성원	• 노사협의회(분기) • 사내 인트라넷 • 사내 뉴스 • 공감캠프	• COVID-19 안전 • 소속감, 소통 협업 강화 • 자기 개발 및 역량 강화	• 재택 근무 & 유연 근무제 운영 • Fun & Together 일 문화 조성 위한 비대면 프로그램 시행 • SK그룹 교육 포털 mySUNI 통한 비대면 교육 강화
고객	• 홈페이지 및 고객센터(106) • 정기 고객만족도 조사 • 고객자문단 • SNS(블로그, 인스타그램, 유튜브)	• 다양한 콘텐츠 확보 • 나에게 맞는 콘텐츠 제공	• 영화 월정액 오션(OCEAN) 중심 풍부한 콘텐츠 확보 및 적극적 제시 • 고객 소비 내역 및 타깃 기반 추천 시스템 구축하여 큐레이션 강화
비즈니스 파트너	• In-depth 미팅 • CEO 세미나 • 동반성장 MBA	• 동반성장 프로그램 확대 • ESG 경영 관리 관련 지식 정보 공유	• 동반성장 정책 재정립 및 프로그램 확대 계획 수립 • 협력사 ESG 실사 프로세스 검토
주주	• 주주총회 • 실적발표(분기) • 컨퍼런스 콜(Conference Call)	• 회사의 지속적 성장 • IPO 및 배당 등 주주 혜택 가시화	• 안정적인 주주총회 진행(연 3회) • 중장기 성장 전략 및 비전 제시
지역사회	• 블러썸 포럼 • 홈페이지 및 고객센터(106) • SNS(블로그, 인스타그램, 유튜브)	• 미디어를 통한 학교 폭력 인식개선 • 지역사회 문제 해결 지원	• 학교 폭력 예방을 위한 교육 동영상 제작 및 홍보·확산 시행 • 지역채널 방송 보도를 통한 사회문제 해결 지원

또한 SK브로드밴드는 주요 사업 진행 시 이해관계자의 ESG 니즈 파악 및 신뢰 관계 구축을 위한 별도 프로세스 운영을 계획하고 있습니다. 2021년 시범적으로 1개의 B2B 사업 이해관계자를 선정하여 ESG 니즈를 파악하고, 이를 기반으로 사업의 방향성을 확인하였습니다. 2022년에는 대상 사업을 B2C로까지 확대하여 시범 프로세스를 운영하고 있으며, 이해관계자의 SV(Social Value)와 EV(Economic Value)를 동시에 높일 수 있는 솔루션까지 도출할 예정입니다. 2023년에는 B2B, B2C 전 사업에 이해관계자 소통 프로세스를 적용할 수 있도록 준비하고 있습니다.



TCFD

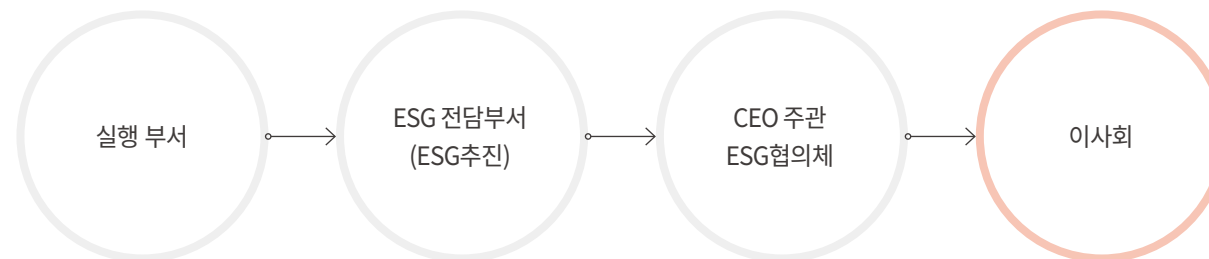
Governance

a) 기후변화 위험 및 기회와 관련된 이사회 활동 설명

b) 기후변화 위험과 기회를 평가, 관리하는 경영진의 역할 설명

SK브로드밴드는 모든 경영활동에서 기후 영향을 고려함으로써 지속가능성을 높여가고 있습니다. 2021년 하반기에는 ‘2045 넷제로(Net Zero) 추진계획’을 이사회에서 보고하였으며, 기후변화 대응 최고 책임자인 CEO 및 주요 경영진은 분기별 ESG협의체를 개최하여 주요 이슈의 변화, 트렌드, 규제 현황을 확인하고 있습니다. 또한 2022년에는 전사 전력 효율화 및 관리 강화를 위해 조직별 임원 및 팀장이 참여하는 전력 효율화 운영위원회(Steering Committee)를 분기 단위로 운영하고 긴급한 기후변화 이슈 발생 시 ESG 전담부서인 ‘ESG추진’ 및 주요 넷제로 이행 과제 수행 부서에서 CEO 및 주요 경영진에게 해당 내용을 수시 보고하고 있습니다. 이와 더불어 기후변화 관련 책임 및 실행력 강화를 위해 2022년부터는 넷제로 이행 계획 달성 성과를 CEO와 주요 경영진 평가, 보상에 반영하고 있으며 신사업 및 주요 투자 집행에 대한 의사결정 프로세스에도 지속가능성 요소를 포함하여 기후변화 위험과 기회를 식별, 관리하도록 유도하고 있습니다.

의사결정 프로세스



TCFD

Strategy

a) 단기, 중기 및 장기적인 측면의 기후변화 위험과 기회 설명

b) 기후변화 위험과 기회가 조직의 사업, 전략 및 재무 계획에 미치는 영향 설명

c) 2°C 이하의 시나리오를 포함하여 다양한 기후변화와 관련된 시나리오를 고려한 전략 설명

SK브로드밴드는 기업활동 및 성과에 영향을 줄 수 있는 시점을 기준으로 기후변화 위험과 기회를 다음과 같이 분류하고 있습니다.

위험

구분	유형	내용	기업 가치 및 재무 영향
전환 위험			
단기(0~3년)	정책 및 법률	• 국가온실가스감축목표 상향 조정 및 탄소중립·녹색성장기본법 제정 • 온실가스 배출권거래 제3차 계획기간 시행 • Scope 3 배출량 보고 의무 강화	• 유상할당 비중 증가 및 배출권 가격 상승 • 법적 규제 강화에 따라 예기치 못한 소송 비용 발생 가능성 증가
중기(3~10년)	시장	• 이해관계자 행동 변화 • 재생에너지원 가격 변동성 증가	• 단기 시점에 비해 기후변화 영향 최소화를 요구하는 이해관계자 요구 증대 • 재생에너지원 수급 불안정 및 수요 확대로 에너지 비용 증가
	기술	• 저탄소 기술 전환으로 기존 제품 및 서비스 대체 • R&D 투자 대비 성과에 대한 불확실성	• 에너지 효율성이 떨어지는 장비 교체 투자 비용 증가 • R&D 투자수익률 저조로 재무적 손실 발생
장기(10년 이상)	평판	• 기후변화 대응 수준에 따른 선호도 변화 • 통신/데이터 산업에 대한 탄소 감축 요구 증가	• 시장변화 대응 실패가 제품 및 서비스 수요 및 수익 감소로 연결 • 기업 가치 하락에 따라 전문 인력 유출
물리적 위험			
단·중기(0~10년)	급성	• 산불, 태풍, 집중호우, 폭염 등 이상기후 심화	• 피해 예방 및 복구를 위한 비용 추가 지출 • 네트워크 중단에 따른 소비자 피해 보상 비용 • 구성원 안전 위험에 따라 운영 효율 저하 • 이상 기후 현상에 따른 공급망 타격으로 수익 감소
장기(10년 이상)	만성	• 주기적 온도 상승 • 물 부족 지역 증가	• 설비 및 장비 운영비용 증가

TCFD

Strategy

기회

구분	유형	내용	기업 가치 및 재무 영향
단기(0~3년)	제품 및 서비스와 시장	•친환경 인프라에 대한 이해관계자 수요 증가 •R&D 혁신으로 신제품과 서비스 개발 •정부 협력 및 인센티브 제도	•지속가능한 성장 전략으로 경쟁우위 확보와 수익 증대 •정부 파트너십 구축, 녹색채권 발행으로 안정적 자원 조달 •저전력 셋톱박스, 클라우드 기술 개발을 통한 전력 소비, 폐기물 발생량 비용 감소
	자원 효율성	•에너지 효율성 극대화 •재활용/재이용 제도 활성화	
중기(3~10년)	에너지 자원	•재생에너지 사용 •이해관계자 간 협력 네트워크 구축	•화석 연료 가격 상승에 대한 부담 경감 •안정적 재생에너지 공급으로 비용 감소 •온실가스 배출량 감축 성과로 기업가치 상승과 투자자 선호 증가 •선제적 저탄소설비 확충 통한 운영비 감소

회복탄력성

산업화 대비 1.5°C 이상 지구 온도가 상승되는 시점에 따라 SK브로드밴드의 사업장이 위치한 한반도 기후에도 많은 변화가 생깁니다. 2021년 기후변화에 관한 정부 간 협의체(IPCC) 6차 보고서에서 발표한 고탄소 시나리오에 따르면 저탄소 시나리오에 비해 폭염, 집중호우 발생이 훨씬 빈번해집니다. SK브로드밴드는 SBTi의 ICT 섹터 1.5°C 시나리오를 기반으로 수립한 넷제로(Net Zero) 로드맵 및 재생에너지 전환, 친환경 기술 투자 등의 전략적 활동으로 저탄소 시나리오 혹은 더 낮은 수준으로 지구 온도를 유지할 수 있도록 회복탄력성 계획을 수립 및 고도화하고 있습니다. 향후 시나리오별 회복탄력성 내용을 이해관계자들에게 공개하고 피드백을 받아 더욱 정교하게 만들어 나갈 예정입니다.

SK브로드밴드 회복탄력성 계획

- 2045 넷제로(Net Zero) 및 RE100 목표 달성(재생에너지 전환, 노후 설비 교체, 탄소 상쇄 최소화)
- 기후변화 대응 조직 구조 개편 및 전문 인력 강화
- R&D, 혁신을 통한 신제품 및 서비스 개발
- 글로벌 이니셔티브 및 커뮤니티 참여
- 자연재해에 따른 네트워크 중단 상황 대응 능력 강화
- 극심한 기후변화에 따른 데이터 및 통신, 미디어 설비 관리 전략(에너지 효율성, 발열 억제, 폭우·태풍 피해 예방 등)

TCFD

Risk Management

a) 기후변화 위험을 식별하고 평가하기 위한 프로세스 설명

b) 기후변화 위험을 관리하기 위한 프로세스 설명

c) 기후변화 위험을 식별, 평가 및 관리하는 프로세스가 조직의 전반적인 위험 관리 체계에 어떻게 통합되는지 설명

SK브로드밴드는 기업 가치의 하락으로 연결될 수 있는 위험을 사전에 예방하는 리스크 관리 전략을 보유하고 있습니다. 전통적인 재무 리스크와 ESG 기반 비재무 리스크를 통합 관리하여 중대한 영향을 식별, 평가, 관리합니다.

리스크 종류	재무 리스크		비재무 리스크	
	• 시장 • 신용	• 유동성 • 경영환경	• 고객 정보 유출/IT 보안 침해 • 서비스 장애 • Business Relationship • 구성원	• Customer Value • Governance Relationship • 기후변화 및 환경
리스크 관리 프로세스	식별	평가	관리	
	• 기후변화 이슈 분석 • 이해관계자 니즈 파악	• 리스크/기회 평가 • 중대 리스크 식별	• 리스크 완화 계획 수립 • 경영진 및 이사회 보고 • 모니터링 및 사후 검증(계획)	

- ① **이슈 선별 및 보고 주기:** 정책 및 규제, 신기술 등을 주기적으로 확인하고 고객, 비즈니스 파트너 등 이해관계자 니즈를 종합적으로 고려하여 이슈를 선별합니다. 선별된 이슈는 리스크 총괄 조직 및 ESG 담당부서에서 정기적으로 CEO 및 경영진에게 보고합니다.
- ② **이슈 선별 기준:** 이슈는 TCFD 유형 분류 및 내부 측정 지표를 활용하여 위험 혹은 기회로 분류하고 중대성을 평가합니다. 재무 및 기업 가치 영향과 환경·사회 영향 관점에서 실시하며, 높은 전문성과 객관성 확보를 위해 외부 전문가의 도움을 받기도 합니다.
- ③ **위험분류에 따른 조치:** 고등급 위험으로 분류 시에는 완화(조치) 계획을 별도 수립합니다. CEO 주관 ESG협의체에서 구체적인 리스크 완화 전략이나 개선안을 제시하고 최종 검토와 승인은 이사회에서 결정하고 있습니다. 이행 과정은 수시 모니터링하고 있으며 사후 영향력 검증도 계획 중입니다.
- ④ **전사 리스크 관리에의 통합:** SK브로드밴드는 재무와 비재무 리스크로 분류하여 관리하고 있으며, 기후변화를 포함한 환경 리스크는 비재무 리스크 항목으로 선정하였습니다. 전사 리스크 관리 총괄은 전사 위기대응 상황실에서 담당하며, 기후변화와 관련된 리스크 사안 감지 및 발생시 담당부서인 ESG추진에서 ESG협의체를 통해 보고합니다. 또한 이에 대한 실행 과정 모니터링, 후속 조치 결과를 이사회 및 CEO에게 보고 합니다.

TCFD

Metrics and Targets

- a) 기후변화 위험과 기회를 평가하기 위해 사용된 지표 공개
- b) Scope 1, Scope 2, 그리고 Scope 3(해당되는 경우) 배출량 공개
- c) 기후변화 위험, 기회와 성과를 관리하기 위한 목표 설명

SK브로드밴드는 제품을 직접 제조하는 시설이 없으며, 따라서 전력사용에 의한 온실가스 배출 비중이 99%입니다. 2021년 수립한 2045 넷제로(Net Zero) 달성을 위한 주요 지표로 온실가스 배출량(Scope 1, 2), 에너지 및 전력 사용량, 재생에너지 사용 비율을 관리하고 있으며, 이밖에도 용수, 폐기물 데이터를 관리하고 지속가능경영보고서에 투명하게 공개하고 있습니다. 또한 세계자원연구소(WRI)와 세계지속가능발전기업협의회(WBCSD)에서 제시한 GHG 프로토콜 Corporate Value Chain(Scope 3) Standard 내 15개 카테고리 중 산출 가능한 범주에 대한 계산 방법과 기준을 설정하고 있으며, 2022년 하반기에 제3자 외부기관을 통해 해당 프로세스를 검증받을 예정입니다.

지표	단위	2019	2020	2021
온실가스	총 배출량(Scope 1, 2)	tCO ₂ eq	281,170	337,966
	배출 집약도	tCO ₂ eq/매출액(십억 원)	88.67	91.02
	직접 배출량(Scope 1)	tCO ₂ eq	1,577	1,458
	간접 배출량(Scope 2)	tCO ₂ eq	279,617	336,542
에너지	총 소비량	GJ	5,759,000	6,921,000
	총 소비 집약도	GJ/매출액(십억 원)	1,816	1,864
	재생에너지 사용비율	%	0.01	0.01

TCFD

Metrics and Targets

SK브로드밴드는 산업화 이전 수준 대비 지구 평균 온도가 2°C 이상 상승하지 않도록 온실가스 배출량을 단계적으로 감축하기로 합의한 파리기후협약을 지지하기 위해 2045 넷제로(Net Zero)를 선언하였습니다. RE100은 해당 목표 달성에 중요한 전략 과제입니다. 2022년에는 재생에너지 전환을 위해 녹색프리미엄을 통한 외부조달을 실시하였으며, 노후 설비 교체, 친환경 기술 개발 등의 방안을 실행하고 있습니다. 또한 지속가능경영보고서를 비롯한 다수의 외부 공시 채널을 통해 목표 달성 과정을 공유하고 이해관계자의 의견을 수렴하며 기후변화 대응 노력을 이어 나가하고자 합니다.

2045 넷제로(Net Zero) 달성

목표 수립 연도	2021년
넷제로 대상 범위	SK브로드밴드 국내 사업장 전체
목표연도	2045년(온실가스 순 배출량 Zero 달성)
대상 Scope	Scope 1, Scope 2
기준연도	2020년

SASB

Telecommunication

분류	문항	코드	2021 내용 및 성과
Environmental Footprint of Operations	(1) 전체 에너지 소비량 중 (2) 그리드 전력 비율 (3) 재생에너지 비율	TC-TL-130a.1	(1) 7,694,000GJ (2) 99.9% (3) 0.1%
Data Privacy	광고 및 개인정보보호와 연관된 정책 및 활동	TC-TL-220a.1	SK브로드밴드는 개인정보보호법에 따라 ‘개인정보처리방침’을 홈페이지에 공시(가입자의 수신 동의 하에 고객 개인정보 수집 및 명시된 목적 범위 내에서만 활용, 제3자 기관에 개인정보 제공 시 고객의 선택적 동의 기반으로 정보 제공 등)하고 있습니다. 또한 구성원 대상으로 연 1회 이상 개인정보 교육을 실시하고 있으며, 개인정보가 수탁된 협력사 대상으로 온·오프라인 교육 및 현장점검 등을 통해 개인정보 리스크 관리를 강화하고 있습니다. • 협력사 대상 개인정보 교육 - 오프라인 교육 2,333명 이수(100%) - 온라인 교육 11,520명 이수(95.9%)
	2차 목적으로 사용된 고객 정보 수	TC-TL-220a.2	6,450,319건 (정보·광고 수신 동의 3,317,550 / 미동의 3,132,769)
	고객정보보호법 위반으로 인한 재무적 손실	TC-TL-220a.3	0원
	(1) 법 집행기관으로부터 요구받은 개인정보 건수 (2) 요구받은 고객의 수 (3) 제공한 비율	TC-TL-220a.4	• 통신자료 ¹⁾ - 제출 건수 : 10,035건, 고객제공 건수 : 21,118건, 제공된 비율 : 100% • 통신사실 확인 자료 ²⁾ - 제출 건수 : 2,109건, 고객제공 건수 : 3,825건, 제공된 비율 : 100% SK브로드밴드는 전기통신사업법(제83조 제3항) 및 통신비밀보호법(제2조 및 제13조)에 의거한 정부기관의 자료 요청 시에는 법정 제공기준 및 방식에 따라 관련 자료 제공에 협조하고 있습니다.
Data Security	(1) 데이터 유출 건수 (2) 개인정보식별이 가능한 정보가 포함된 비율 (3) 피해를 입은 고객 수	TC-TL-230a.1	(1) 0건 (2) 0% (3) 0명
	제3자 정보보안 기준을 포함한 정보보안 위험 식별과 관리 방법	TC-TL-230a.2	정보통신망법 및 개인정보보호법을 근간으로 보안정책과 지침을 수립하여 준수하고 있으며 대외 신뢰도 및 투명성 제고를 위해 제3자 기관을 활용하여 정보보호투자, 인력 보강, 정보보호 활동 전반에 대한 내용을 검증하고 있습니다. 또한 대외기관으로부터 정보보호관리체계 인증(ISMS), ISO27001을 취득하여 유지하고 있습니다.

SASB

Telecommunication

분류	문항	코드	2021 내용 및 성과
Product End-of-life Management	(1) 회수 프로그램으로 회수된 자원량, 그 중 (2) 재이용 비율, (3) 재활용 비율, (4) 매립 비율	TC-TL-440a.1	(1) 2,463,326개 (주요단말 : 셋톱박스, 공유기 등) (2) 52% (3) 47% (4) 회수된 자원 중 재이용이 어려운 단말은 재활용 업체로 매각
	불공정경쟁 법규 위반으로 인한 재무적 손실	TC-TL-520a.1	SK브로드밴드는 2021년 공정거래위원회로부터 공정거래법 위반(불공정거래행위 중 부당지원행위)으로 시정명령 및 과징금 31.98억 원의 행정처분을 받은 바 있으나, 해당 행정처분에 대한 행정소송을 진행 중에 있습니다.
Competitive Behavior & Open Internet	(1) 기업이 보유한 상업적 콘텐츠 다운로드 속도와 (2) 연관성 없는 콘텐츠 다운로드 속도	TC-TL-520a.2	SK브로드밴드는 콘텐츠 유형(자사 보유, 상업, 연관성)으로 별도 구분한 다운로드 속도 데이터를 공개하고 있지 않습니다. 단, 콘텐츠별 다운로드 속도의 차이를 두지 않습니다.
	망 중립성, 유정산직접접속, 제로 레이팅 등에 대한 위험과 기회 설명	TC-TL-520a.3	SK브로드밴드는 과학기술정보통신부의 ‘망 중립성 및 인터넷 트래픽 관리에 관한 가이드라인’을 준수하고 있습니다.
Managing Systemic Risks from Technology Disruptions	(1) 통신 두절 빈도와 (2) 평균 두절 기간	TC-TL-550a.1	SK브로드밴드는 안정적인 서비스 운용을 위해 모든 단계에서 고객 중심 관점으로 네트워크를 운영하고 있습니다 AAR(After Action Review) 프로세스 구축, 신규장비 도입 등 다양한 선제적 리스크 관리 활동을 통해 2022년 발생한 대형 통신 장애는 0건입니다.
	서비스 중단 기간동안 정상적인 서비스 공급을 위한 시스템 설명	TC-TL-550a.2	SK브로드밴드는 안정적 서비스 운용을 위한 투자를 강화하여 대형 통신국사 이원화를 완료하고, 공동주택으로 이원화 대상을 확대하고 있습니다. 또한 서비스 중단 시, 이용자 보호를 위한 MMS 안내 프로세스를 강화하였으며, AI/DT 기반의 품질 관리 시스템을 고도화 중에 있습니다.
Activity Metrics	무선 가입자	TC-TL-000.A	SK브로드밴드는 무선통신사업을 영위하고 있지 않습니다.
	유선 가입자(전화)	TC-TL-000.B	3,774,039명
	광대역 가입자	TC-TL-000.C	6,580,698명
	네트워크 트래픽	TC-TL-000.D	59.6Petabytes/일

1) 이용자의 성명, 주민등록번호, 주소, 전화번호, 아이디, 가입 및 해지 일자, 전기통신사업법상 법원, 검사, 수사기관이 범죄 수사, 형의 집행, 재판 등에 필요한 경우 통신자료를 요청

2) 상대방 가입자번호, 로그기록(날짜, 시간 등)이 통신비밀보호법상 ‘통신사실확인자료’로 분류됨. 수사기관은 요청공문(요청사유, 해당 가입자와의 연관성 및 필요한 자료의 범위 포함)과 법원의 허가서를 받아 요청

지속가능경영 이니셔티브

글로벌 이니셔티브 및 파트너십 참여는 기업 시민 의식을 국내에서 해외로 확장함으로써 통신·미디어 산업을 비롯한 모든 이해관계자의 지속가능성을 향상시킵니다. SK브로드밴드는 주요 이니셔티브 이행을 위해 정부 기관, NGO, 지역사회 등과 협력적 관계를 형성하고 성과 모니터링으로 신규 목표 및 행동을 이어가고 있습니다. 또한 현재 가입된 이니셔티브 외에도 지속적으로 지속가능성을 제고할 수 있는 이니셔티브 참여를 계획하고 있습니다. SK브로드밴드 및 SASB Telecommunication의 Material Topic과 연관된 이니셔티브를 우선 검토하고 있으며, 설립 및 운영 주체가 가진 국제적 영향력과 신뢰도를 고려하여 최종적으로 참여를 결정할 예정입니다.

2021 참여 이니셔티브

RE100(Renewable Energy 100%) RE100은 2050년까지 기업이 사용하는 전력을 100% 재생에너지로 충당하겠다는 목표를 설정한 국제적 이니셔티브입니다. SK브로드밴드는 2020년 11월 RE100 가입 선언 후 한국전력의 녹색프리미엄으로 재생에너지 615MWh를 구매하여 여주위성센터를 100% 친환경 에너지 사업장으로 만들었습니다. 2022년은 33배 증가한 규모로 서울 서대문, 대전, 대구 등 전국 주요 거점 사옥에 100% 친환경 전기를 도입할 예정이며, 녹색프리미엄 외 다양한 재생에너지 조달 방법을 검토하고 있습니다.

K-EV100 K-EV100은 2030년까지 기업의 차량을 전기·수소차 등 무공해차로 전환하는 이니셔티브입니다. 목표 달성을 위해 2023년 92대, 2025년 123대 전환 계획을 수립하였습니다. 2021년까지 전환율은 3.4%이며, 25백만 원을 투자하였습니다.

UNGC(UN Global Compact) UNGC는 지속가능성 및 기업 시민 의식을 경영 전략과 운영에 내재화 할 것을 권장하는 이니셔티브입니다. 2021년 가입 및 지지를 선언하고 10대 원칙에 입각한 기업활동을 하고 있습니다.

UNGC 10대 원칙		페이지
인권	① 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중한다.	79-81
	② 기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.	79-81
노동	③ 기업은 실질적인 결사의 자유 및 단체교섭권을 인정한다.	72, 79
	④ 기업은 모든 형태의 강제노동을 배제한다.	79
	⑤ 기업은 아동 노동을 효율적으로 철폐한다.	79
	⑥ 기업은 고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.	62, 79
환경	⑦ 기업은 환경 문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.	56-61
	⑧ 기업은 보다 큰 환경적 책임을 장려하는 조치를 수행한다.	56-61
	⑨ 기업은 환경 친화적인 기술의 개발과 확산을 촉진한다.	56-61
반부패	⑩ 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.	102-104

지속가능경영 이니셔티브

UN SDGs(UN Sustainable Development Goals) UN SDGs는 인류의 보편적 문제, 기후변화 문제, 경제 및 사회문제 해결을 위해 국제사회가 달성해야 할 17개의 목표입니다. SK브로드밴드는 17개의 목표 중 중점 관리 영역을 설정하고 활동 및 성과를 모니터링합니다.

SDGs	SK브로드밴드 관련 활동
① 기아 종식	• ‘한끼 나눔 온택트 프로젝트’를 통해 복지시설 운영 중단으로 식사가 어려운 취약계층에게 도시락 전달
③ 건강과 웰빙	• 구성원 안전(중대재해 예방) 관련 정책 및 목표 수립, 조직 신설, 사전 예방 프로그램 고도화 • 보건 및 건강 관리 정책 수립, 전담조직 신설, 프로그램 운영(몸, 마음 건강)
④ 양질의 교육	• ‘On-Air’를 통한 시니어 콘텐츠 시청/원격교육 지원 • 키즈 브랜드 ‘B tv ZEM KIDS’를 출시하고 영유아 및 초등학생 교육 콘텐츠를 강화 • 미디어창작지원센터를 통한 지역주민 대상 미디어 교육, 콘텐츠 창작 지원 활동 등 실시
⑤ 양성 평등	• 신입 직원 공개채용 시 여성 인력을 50% 이상 채용하고 계약직 근로자의 정규직 전환 시 여성 근로자 우대 • 사내 리더 풀 내 여성 비율 확대 및 팀장 승진 비율 관리 • 여성 임원 외부 영입 지속 추진
⑧ 경제성장 및 양질의 일자리	• 지역경제 활성화 목적 지역채널 프로그램 운영 • 인재 육성을 위한 양질의 교육 제공 • 일·가정 양립 지원 정책 수립 및 활동 전개 • 사회적기업 지원 활동 • 지역 소상공인 위한 ‘B tv 우리동네광고’ 플랫폼 서비스 시행
⑩ 불평등 완화	• 다문화 콘텐츠 개발 및 제공을 통한 다문화 인식 개선 • 시청각 장애인 특화 셋톱박스 기능 구현

지속가능경영 이니셔티브

SDGs	SK브로드밴드 관련 활동
13 기후변화 대응	• 국내 최초 RE100 가입 및 2045 넷제로(Net Zero) 추진 • 녹색프리미엄 구매를 통한 전국 주요 거점 사옥 100% 재생에너지 사용(서울 서대문, 대전, 대구 등) • 홈앤서비스 전기차 충전기 보조사업자 선정 및 충전 인프라 확대 • 고객 임대 장비 친환경화를 통한 기후변화 대응 활동 시행 - AP, 셋톱박스 재활용을 통한 자원 소비 감소 - 국내 최소 소비전력 수준 셋톱박스 출시 (한국에너지공단 효율관리제도에 등록된 능동대기모드 소비전력 기준) • 사옥, 장비, 망, 자산 효율화를 통한 기후변화 대응 활동 시행 - HFC망을 에너지 고효율 데이터 통신망(FTTH)으로 교체 - 데이터센터에서의 친환경 에너지 사용률 증대 - 네트워크 장비의 저전력화 노력 이행 - K-EV100 가입 • 환경 인플루언서 역할 수행 - B tv, B tv 알뜰 방송 콘텐츠 제작 및 방영 - 플라스틱 및 일회용품 사용을 줄이기 위한 친환경 프로그램 ‘고고챌린지’ 진행 - 넷제로 생활실천 사내 프로그램 시스템 운영

참여 목표 이니셔티브

CDP CDP는 전 세계 주요 기업을 대상으로 기후변화 대응, 물, 산림 자원에 대한 기업의 전략, 리스크 관리 능력 등의 정보를 분석해 공개하는 글로벌 탄소정보공개 이니셔티브입니다. 많은 이해관계자는 CDP를 신뢰성 높은 지표로 인정하고 있습니다. 본래 상장기업을 대상으로 하지만 SK브로드밴드는 자발적 참여를 검토하고 있습니다. 2022년 평가 참여로 이해관계자에게 기후변화 대응 노력을 투명하게 공개하고, 경영에 환경 책임 의식을 세계 최고 수준으로 반영하겠습니다.

SBTi(Science Based Targets Initiative) 과학기반감축목표 이니셔티브는 지구온도 상승 2°C 및 1.5°C 제한에 맞춘 기업의 온실가스 감축계획 수립을 과학적으로 지원 및 검증합니다. 과학기반 목표 수립은 규제 대응 비용 절감, 미래 수익 개선, 경쟁력 강화 등의 이유로 투자자 및 이해관계자로부터 주목받고 있습니다. SK브로드밴드는 현재 수립한 2045 넷제로(Net Zero) 전략 고도화를 위해 2025년 SBTi 가입을 목표하고 있습니다.

ZWTL(Zero Waste to Landfill) 미국 글로벌 인증기관인 UL에서 추진하는 ZWTL(폐기물 매립 제로 인증)은 매년 사업장에서 발생하는 총 폐기물 중 재활용이 불가능한 폐기물을 제외한 재활용률에 따라 Platinum(재활용률 100%), Gold(95~99%), Silver(90~94%) 등급을 부여하는 이니셔티브입니다. SK브로드밴드는 환경오염 저감을 위한 노력의 일환으로 자원 순환 역량을 높이고 토양, 생물 등에 대한 영향을 감축하고자 ZWTL 가입을 검토하고 있습니다.

GRI Index

Topic	No.	Core Disclosure	Page / Note
GRI 102 : 일반공개			
조직 프로필	102-1	조직 명칭	9
	102-2	활동, 브랜드, 제품 및 서비스	11-15
	102-3	본사 위치	9
	102-4	사업 지역	10
	102-5	소유 형태 및 법적 형태	101
	102-6	시장 영역	11-15
	102-7	조직의 규모	9
	102-8	임직원 및 근로자에 관한 정보	64
	102-9	공급망	85
	102-10	조직 및 공급망의 중대한 변화	82-85
	102-11	예방 원칙 또는 예방 접근법	17-20
	102-12	외부 이니셔티브	112-122
	102-13	협회 회원	129
전략	102-14	최고의사결정권자의 성명서	6-8
	102-15	주요 영향, 리스크 및 기회	17-20
윤리 및 청렴	102-16	가치, 원칙, 기준 및 행동강령	102
	102-17	윤리 관련 자문 요청 및 우려 고발 메커니즘	103
지배구조	102-18	지배구조	98-101
	102-22	최고의사결정기구 및 그 하위 위원회의 구성	98
	102-23	최고의사결정기구 의장	98
	102-24	최고의사결정기구 위원 추천 및 선정	98

GRI Index

Topic	No.	Core Disclosure	Page / Note
GRI 102 : 일반공개			
지배구조	102-26	목표, 가치 및 전략 수립에 관한 최고이사결정기구의 역할	99
	102-28	최고이사결정기구 성과 평가	99
	102-29	경제, 환경 및 사회적 영향 파악 및 관리	100
	102-31	경제, 환경 및 사회적 주제에 대한 검토	100
	102-32	지속가능성 보고에 있어 최고이사결정기구의 역할	100
	102-35	보수 정책	99
이해관계자 참여	102-40	이해관계자 단체 목록	110
	102-41	단체협약	72
	102-42	이해관계자 파악 및 선정	110
	102-43	이해관계자와의 협의 방식	111
	102-45	연결재무제표에 포함된 법인	2
보고 관행	102-46	보고 내용 및 주제의 경계 설정	25-27
	102-47	중요 주제 목록	25-27
	102-48	기존 정보 수정	65-67, 70
	102-49	보고 관련 변경사항	65-67, 70
	102-50	보고 기간	About this Report
	102-51	최근 보고 일자	About this Report
	102-52	보고 주기	About this Report
	102-53	보고서 관련 문의처	About this Report
	102-54	GRI Standards에 따라 보고서 작성이 이뤄졌음을 기술한 문장	About this Report
	102-55	GRI 인덱스	123-128
	102-56	외부 보증 (external assurance)	130-132

GRI Index

Topic	No.	Core Disclosure	Page / Note
GRI 103 : 경영접근방식공개			
경영접근방식공개	103-1	중요 주제 및 그 경계에 대한 설명	26-27, 54-55
	103-2	중요 주제 관리방식 및 그 구성요소	26-27, 54-55
	103-3	중요 주제 관리방식에 대한 평가	26-27, 54-55
GRI 201 : 경제성과			
경제성과	201-1	직접적 경제가치 발생과 분배(EVG&D)	23
	201-2	기후변화에 따른 재무적 영향 및 기타 리스크와 기회	113-114
GRI 203 : 간접 경제적 영향			
간접 경제적 영향	203-1	사회기반시설 투자 및 서비스 지원	23
	203-2	중요한 간접 경제 영향	23
GRI 204 : 조달관행			
조달관행	204-1	지역 공급업체에 지출하는 비용의 비중	85
GRI 205 : 반부패			
반부패	205-1	사업장 부패 리스크 평가	103
	205-2	반부패 정책과 절차에 관한 커뮤니케이션 및 교육	103
	205-3	확인된 부패 사례 및 조치	104
GRI 206 : 경쟁저해 행위			
경쟁저해 행위	206-1	경쟁저해 및 독과점금지 위반 관련 소송	104
GRI 302 : 에너지			
에너지	302-1	조직 내 에너지 소비	58
	302-3	에너지 집약도	58
	302-5	제품 및 서비스의 에너지 요구량 감축	36

GRI Index

Topic	No.	Core Disclosure	Page / Note
GRI 303: 용수 및 배출			
용수 및 배출	303-3	취수	60
	303-5	사용량	60
GRI 305: 배출			
배출	305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope1)	57
	305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope2)	57
	305-4	온실가스 집약도	57
	305-5	온실가스 배출량 감축	57
GRI 306: 폐기물			
폐기물	306-3	폐기물 발생	61
	306-4	폐기에서 전환된 폐기물	61
GRI 307: 환경 컴플라이언스			
환경 컴플라이언스	307-1	환경 규제 위반	61
GRI 308: 공급업체 환경평가			
환경평가	308-1	환경 기준 심사를 거친 신규 공급업체	85
GRI 401: 고용			
고용	401-1	신규채용 및 이직	65
	401-3	육아휴직	70
GRI 403: 산업 보건 및 안전			
산업 보건 및 안전	403-1	직장 건강 및 안전 관리 시스템	73
	403-2	위험요인 파악, 리스크 평가, 사고 조사	74
	403-3	직장 의료 서비스	75

GRI Index

Topic	No.	Core Disclosure	Page / Note
GRI 403: 산업 보건 및 안전			
산업 보건 및 안전	403-4	직장 건강 및 안전 관련 커뮤니케이션, 자문 및 근로자 참여	73
	403-5	직장 건강 및 안전 관련 근로자 교육	77
	403-6	근로자 건강 증진	78
	403-9	업무 관련 부상	76
	403-10	업무 관련 질병	76
GRI 404: 훈련 및 교육			
훈련 및 교육	404-1	직원 1인당 평균 교육시간	63,66
	404-2	직원 역량강화 및 이직 지원 프로그램	63,66
	404-3	정기적으로 성과 및 경력 개발 검토를 받는 직원 비율	67
GRI 405: 다양성 및 기회균등			
다양성 및 기회균등	405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	64
	405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보수 비율	67
GRI 406: 차별금지			
차별금지	406-1	차별 사례 및 이에 대한 시정조치	81
GRI 407: 결사 및 단체교섭의 자유			
결사 및 단체교섭의 자유	407-1	집회결사 및 단체교섭권 훼손 위험이 있는 사업장 및 공급업체	72
GRI 412: 인권평가			
인권평가	412-2	인권 정책 및 절차 관련 직원 교육	81
	412-3	인권 관련 조항을 포함하고 있거나 인권 심사를 받은 주요 투자 협정 및 계약	83-84
GRI 413: 지역사회			
지역사회	413-1	지역사회 참여, 영향 평가 및 개발 프로그램 운영 사업장	94-95

GRI Index

Topic	No.	Core Disclosure	Page / Note
GRI 414: 공급업체 사회 영향 평가			
공급업체 사회 영향 평가	414-1	사회적 기준에 따른 심사를 거친 신규 공급업체	85
GRI 415: 공공정책			
공공정책	415-1	정치 기부금	95
GRI 417: 마케팅 및 라벨링			
마케팅 및 라벨링	417-2	제품/서비스 정보 및 라벨링 관련 위반	104
	417-3	마케팅 커뮤니케이션 관련 위반	104
GRI 418: 고객개인정보			
고객개인정보	418-1	고객 개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 관련해 입증된 민원	88-89
GRI 419: 사회경제 컴플라이언스			
사회경제 컴플라이언스	419-1	사회적 및 경제적 분야의 법률 및 규정 위반	77, 81, 104

참여협회 및 단체

* 2022년 6월 기준

(사)한국사물인터넷협회

한국정보통신진흥협회(KAIT)

한국IT 리더스포럼

개인정보보호협회

(사)한국IPTV방송협회

한국거래소

(사)한국경영자총협회

한국전파진흥협회(RAPA)

(사)한국인터넷진흥협회

한국엔지니어링진흥협회

한국정보통신공사협회

한국케이블TV방송협회

한국정보통신기술협회(TTA)

(사)스마트미디어산업진흥협회

한국표준협회

제3자 검증의견서

SK브로드밴드 지속가능경영보고서 2021 독자 귀중

서문

한국경영인증원(KMR)은 SK브로드밴드 지속가능경영보고서 2021 (이하 “보고서”)의 제3자 검증을 요청 받았습니다. 보고서 작성과 정보에 대한 책임은 SK브로드밴드 경영자에게 있으며, 본 한국경영인증원의 책임은 계약 및 합의된 업무를 준수하고 검증의견서를 발급하는 데 있습니다.

검증 범위 및 기준

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

GRI Standards의 핵심적 방식(Core Option) 보고 요구사항 만족 여부에 대한 확인이 검증 범위에 포함되었으며, 중대성 평가 절차를 통해 도출된 중요주제의 세부지표는 다음과 같음을 확인하였습니다.

- **GRI Standards 보고 원칙**
- **공통 표준(Universal Standards)**
- **특정주제 표준(Topic Specific Standards)**
 - 하기 특정주제 표준 경영접근방식(Management approach)
 - GRI 205: 반부패(Anti-Corruption)
 - GRI 302: 에너지(Energy)
 - GRI 303: 용수(Water)
 - GRI 305: 배출(Emissions)
 - GRI 306: 폐수 및 폐기물(Effluents and Waste)
 - GRI 403: 산업안전보건(Occupational Health and Safety)
 - GRI 413: 지역사회(Local Communities)
 - GRI 418: 고객개인정보보호(Customer Privacy)
 - GRI 419: 사회경제적 컴플라이언스(Socioeconomic Compliance)

제3자 검증의견서

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

검증방법

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

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

제한사항 및 극복방안

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

검증결과 및 의견

검증팀은 문서검토 및 인터뷰 등의 결과를 토대로 SK브로드밴드와 보고서 수정에 대해 여러 차례 논의하였으며, 수정 및 개선권고 사항 반영을 확인하기 위해 보고서의 최종판을 검토하였습니다. 검증결과, SK브로드밴드의 보고서는 GRI Standards의 핵심적 방식(Core Option)에 따라 작성되었으며, AA1000AP(2018)에서 제시하고 있는 원칙 준수와 관련하여 부적절한 부분을 발견할 수 없었습니다. 원칙에 대한 본 검증팀의 의견은 다음과 같습니다

포괄성 원칙

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

제3자 검증의견서

중요성 원칙

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

대응성 원칙

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

영향성 원칙

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

특정 지속가능성 성과정보의 신뢰성 및 품질

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

적격성 및 독립성

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

2022.07. 대한민국, 서울
대표이사

