



CONNECT

TO THE 2020 SK브로드밴드 지속가능경영보고서

FUTURE

ABOUT THIS REPORT

2021년 SK브로드밴드는 지속 가능한 경영을 위한 노력과 성과를 대내외 이해관계자들과 공유하기 위해 지속가능경영보고서 발간을 시작하였습니다. 특히 첫 번째 지속가능경영보고서인 만큼 SK브로드밴드의 현재뿐만 아니라 앞으로 나아갈 길에 대한 상세 내용을 풍부하게 담아 이해관계자가 SK브로드밴드의 미래를 그려볼 수 있도록 하였습니다.

보고원칙과 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.

보고기간 및 경계 본 보고서는 2020년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지의 SK브로드밴드의 활동과 성과를 바탕으로 작성되었습니다. 주요 활동 사항에 대해서는 2021년 내용도 일부 함께 포함하였으며 정량적인 성과는 연도별 추이 분석이 가능하도록 최근 3개년 데이터를 포함하였습니다. 주요 보고 범위는 SK브로드밴드 국내 사업장입니다.

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

보고서 문의 본 보고서 관련 추가 정보 요청 또는 문의 사항이 있으실 경우 아래 연락처로 문의 바랍니다.

CONNECT
TO THE 2020 SK브로드밴드 지속가능경영보고서
FUTURE

Future Ahead	
WIDER CUSTOMER RELATIONSHIP	04
STRONGER MOBILE PRESENCE	06
MORE THAN TELCO & IPTV	08
ESG DRIVEN NEW BMs	10

Corporate Overview	
CEO Message	12
Company Profile	16
Sustainability Fundamentals	18
이해관계자 참여	20
중대성 평가	22

Shaping the Future	
Future with Business Acceleration Impact	26
Future with Wide-ranging Media Impact	34
Future with Climate-friendly Business	42

ESG Report	
Environmental Data	48
Social Data	50
Governance Data	62

Appendix	
Financial Performance	67
사회적 가치 측정	73
리스크 관리	75
GRI Content Index	78
제3자 검증의견서	81
TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures)	82
SASB(Sustainability Accounting Standards Board)	84
지속가능경영 이니셔티브	86
참여협회 및 단체	88



Cover Story

현재에서 미래로 나아가고 있는 SK브로드밴드의 모습을 ‘미래로 이어지는 창’으로 시각화하여, No.1 미디어 플랫폼 Company를 목표로 혁신을 멈추지 않는 SK브로드밴드의 정체성을 담았습니다.

홈페이지 <http://skbroadband.com>
주 소 서울특별시 중구 퇴계로 24 SK남산그린빌딩
이 메 일 sustainability@skbroadband.com



Future Ahead

SK브로드밴드는 세계 최초 초고속 인터넷 출시를 시작으로
국내 최초로 IPTV를 선보였으며, 이제는 급변하는 미디어
환경에 맞춰 미래를 향한 새로운 발걸음을 내딛고자 합니다.



WIDER CUSTOMER RELATIONSHIP

고객과 훨씬 더 깊고 넓은 관계를 구축하기 위해 역량을 집중하고 있습니다.
기존 고객의 집 앞까지의 인프라를 책임진 것에서 한발 더 나아가
고객과의 끊임없는 소통을 통해 고객의 일상에 새로운 경험과 가치를 더하겠습니다.

STRONGER MOBILE PRESENCE

모바일은 미디어 콘텐츠의 소비뿐 아니라 모든 프로세스 혁신의
핵심 톨로 자리잡았습니다. SK브로드밴드는 모바일 프로세스 혁신을 통해
고객과의 접점을 넓히는 동시에 고객에게 차별화된 새로운 경험을
제공할 것입니다.



MORE THAN TELCO & IPTV

SK브로드밴드는 전화, 초고속 인터넷, 유료방송 사업자를 뛰어 넘는
플랫폼 사업자로 변화하고 있습니다. 기존 사업영역에 안주하지 않고
Biz. 혁신을 통해 새로운 미래에 도전하겠습니다.



ESG DRIVEN NEW BMs

우리 사회가 보유한 문제를 해결할 때 SK브로드밴드의 지속가능성도 확보된다는 신념 아래 ESG를 고려한 비즈니스 모델 확장에 집중하고 있습니다. 우리를 둘러싼 환경과 사회 문제 해결로 모두가 함께 지속 가능할 수 있는 기반을 마련해 나가겠습니다.

CEO MESSAGE



“

SK브로드밴드는 가족, 행복, 공유를
Lovely B tv의 핵심 가치로 삼고 고객에게
즐거움과 행복을 전달하기 위해 최선을 다하고 있습니다.

”

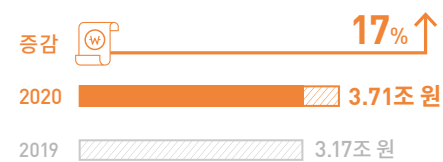
존경하는 이해관계자 여러분, SK브로드밴드에 보내주시는 아낌없는 지지와 성원에 감사드립니다. 2020년은 코로나 바이러스의 확산으로 많은 것들이 변화된 한 해였습니다. 오프라인 만남보다는 비대면 만남이 자연스러워졌고 비즈니스 환경도 디지털 중심으로 빠르게 변화하였습니다. 미디어 산업도 미디어 소비의 개인화/모바일화가 일반화된 가운데 OTT 시장의 성장이 가속화되었고 사업자 간 경쟁도 치열해졌습니다.

SK브로드밴드는 이처럼 급변하는 경영환경 속에서 이해관계자 여러분과 함께 성장하는 지속 가능한 내일을 만들어 가기 위해 도전과 혁신을 거듭하고 있습니다. 전사적 역량을 결집하여 세계 최고 수준의 정보통신 인프라를 제공하기 위해 노력하였으며 ‘No.1 미디어 Platform Company’라는 슬로건 하에 새로운 영역으로 사업 범위를 확장해 나갔습니다. 이러한 노력의 결과로 지난 한 해 당사는 다양한 영역에서 의미 있는 성과를 이루어 냈습니다.

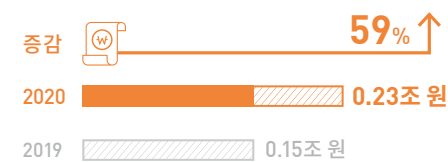
2020년 4월 티브로드와의 성공적인 합병법인의 출범을 시작으로 하반기 IPTV 순증 가입자 1위를 달성하여 2020년 말 기준 858만 유료 방송가입자 기반을 마련하였습니다. 또한 고객의 이용 성향을 고려한 국내 최대 편수를 제공하는 영화 월정액 서비스 ‘OCEAN’의 출시, 편의성 강화를 위한 ‘모바일 B tv’ 런칭, 고객의 합리적 소비를 위한 ‘더슬림 요금제’를 런칭하는 등 서비스 경쟁력을 강화하였습니다. 그리고 B2B 부문에서는 차세대 국가통신망 핵심인프라인 국가 융합망 프로젝트를 수주하여 성장 기회를 확보하고 독자적 Cloud PC 개발로 펜데믹 상황에서 비대면 인프라를 혁신하는 등 가시적인 성과를 창출하였습니다. 이러한 전사적 노력을 통해 2020년 연결 매출액은 전년 대비 17.2% 증가한 3조 7,134억 원을 기록하였고 영업이익도 전년 대비 59.2% 증가하였습니다.

Key Financial Performance * 연결 기준

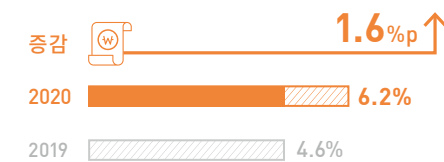
매출액



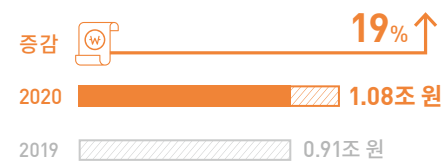
영업이익



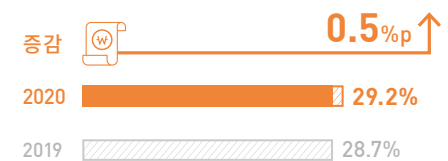
영업이익률



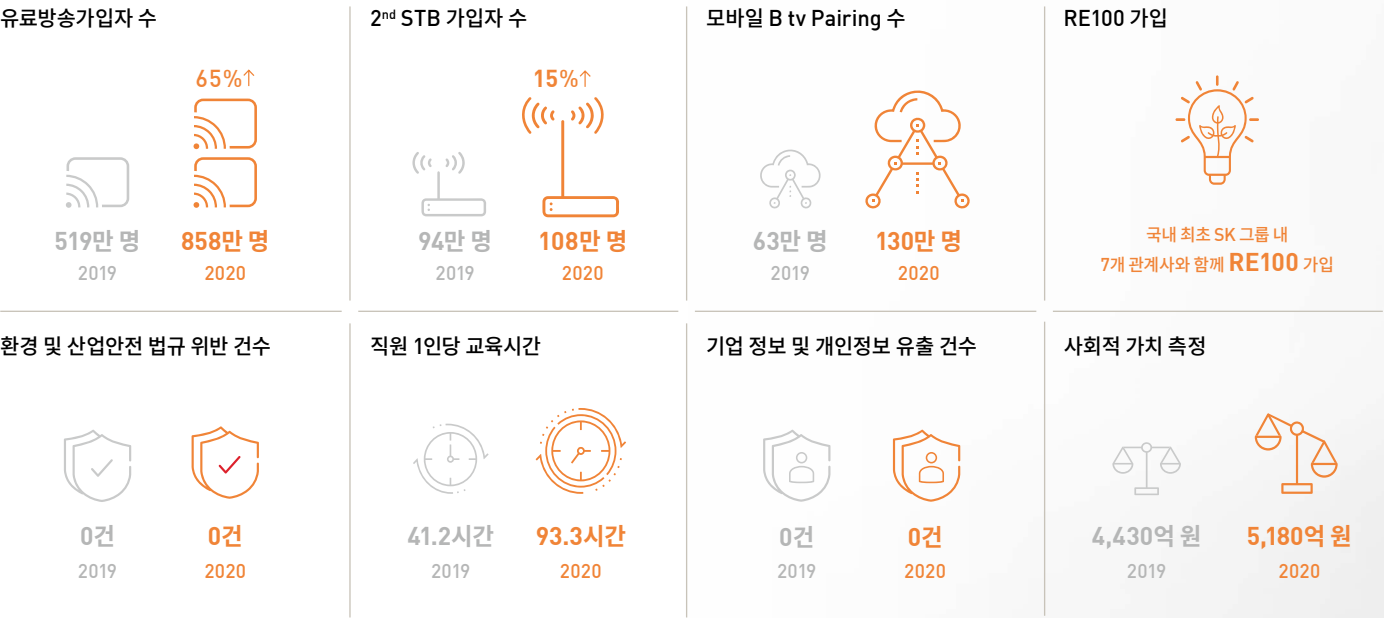
EBITDA



EBITDA 마진율



Key Non-financial Performance



이러한 성과를 기반으로 새로운 미래를 준비하면서 이해관계자 여러 분께 다음과 같은 네 가지 미래 방향성을 제시하고자 합니다.

Wider Customer Relationship

첫째는 고객입니다. SK브로드밴드는 고객과 이전보다 더 깊고 넓은 관계를 구축할 것입니다. 고객의 집 앞 인프라를 넘어 고객의 집 안에서 발생하는 다양한 페인-포인트(Pain-point)를 해결함으로써 고객의 일상에 새로운 경험과 가치를 더해 나갈 것입니다. 특히 고객과의 끊임 없는 소통과 Usage 분석을 통해 서비스를 고도화하고 개인화 서비스를 강화함으로써 고객 개개인에 최적화된 맞춤형 서비스를 제공할 것입니다.

Stronger Mobile Presence

둘째는 모바일 프로세스 혁신입니다. 미디어 환경변화의 키워드는 OTT와 디지털, 그리고 모바일입니다. 특히 모바일은 이제 미디어 콘텐츠의 소비뿐 아니라 모든 프로세스 혁신의 핵심 톨이 되었습니다. SK브로드밴드는 모바일 B tv를 기반으로 TV와 Mobile간 pairing을 대폭 확대함으로써 모바일의 영역에서도 고객에게 차별화된 새로운 경험을 제공할 것입니다.

More than Telco & IPTV

셋째는 통신 및 유료방송사업자를 뛰어넘는 플랫폼 회사로의 도약입니다. SK브로드밴드는 기존 사업 영역에 안주하지 않고 다양한 신규 비즈니스 모델들을 준비 중입니다. 미디어 생태계내에서 다양한 ECO 조성과 새로운 도전을 위해 Original 콘텐츠 중심의 MPP 사업을 시작 하였으며, Home Entertainment 플랫폼(PlayZ)과 타겟팅이 가능한 디지털 광고 플랫폼을 준비 중입니다. 또한 B2B 영역에서는 변화하는 경영환경 속에서 고객이 필요로 하는 최적의 솔루션을 적시에 제공하여 새로운 Global DC시장을 개척해 나갈 계획입니다.

ESG driven New BMs

마지막은 ESG를 통한 비즈니스 모델의 확장입니다. 사회문제 해결에 동참하지 못하는 회사는 결코 지속적인 성장을 만들어 낼 수 없습니다. SK브로드밴드는 전 구성원의 지혜를 모아 현재 가장 이슈가 되고 있는 환경문제와 더불어 우리 사회가 직면한 여러 사회문제들에 적극적으로 참여할 것입니다.

SK브로드밴드는 지난 20년간 세계 최초 초고속 인터넷을 출시하고, 국내 최초의 IPTV를 선보이는 등 과감하고 전략적인 투자와 혁신을 거듭해 왔습니다. 그리고 이제 우리는 새롭게 설정한 미래 전략 방향성을 기반으로 ‘No.1 미디어 Platform Company’로 새로운 발걸음을 내딛고자 합니다. 전화와 초고속 인터넷 사업이 Version 1.0, 유료 방송 사업이 추가된 시기를 Version 2.0이라 한다면 플랫폼 사업자로서의 SK브로드밴드는 전혀 다른 모습일 것입니다. 새로운 도전을 위한 SK브로드밴드의 Version 3.0에 이해관계자 여러분의 따뜻한 관심과 지속적인 성원 부탁드립니다.

감사합니다.

SK브로드밴드 대표이사 사장

최진환

최진환

Company Profile

기업 정보		* 2020년 12월 기준
기업명	SK브로드밴드	
본사 주소	서울특별시 중구 퇴계로 24 SK남산그린빌딩	
설립 연도	1997년 9월	
직원 수	2,415명	
매출액 ¹⁾	3조 7,130억 원	
당기순이익 ¹⁾	1,507억 원	
자산총계 ¹⁾	5조 7,658억 원	

1) 별도기준

회사소개

SK브로드밴드는 2020년 국내 케이블TV 사업자 ‘티브로드’와 인수합병 계약을 체결함으로써 미디어 세상의 리더로 나아갈 발판을 완비하였습니다. 고객에게 최상의 미디어 서비스를 제공하려 힘쓰는 동시에 우리 사회의 일원으로서 역할을 다하기 위해 경영 전반에 대한 투명성을 제고하고 사회·환경적 소임 또한 다하고 있습니다.

사업범위

SK브로드밴드의 사업은 종합 미디어 사업의 기반인 미디어 부문과 유선통신 부문으로 구성되어 있습니다. 미디어 부문은 코로나19의 영향으로 신규 콘텐츠가 감소하는 등 환경변화에도 불구하고, 고객 니즈 기반으로 다양한 콘텐츠를 편성하고, 적극적인 마케팅을 통해 서비스 경쟁력을 강화함으로써 매출 성장을 이어가고 있습니다. 티브로드와의 합병으로 가입자와 미디어 플랫폼에서의 시너지를 창출하여 매출을 확대하고 있으며, 효율적 리소스 관리를 통한 비용 절감으로 수익성을 제고하고 있습니다. 유선통신 부문 또한 코로나19의 영향을 받아 대면 영업 감소가 있었음에도 불구하고 비대면 채널 역량을 강화하고 리텐션 체계를 고도화해 효율적인 가입자 성장을 이어가고 있습니다. 또한 프리미엄 상품 판매를 강화하여 서비스 수익성 또한 향상되는 성과를 거두고 있습니다.

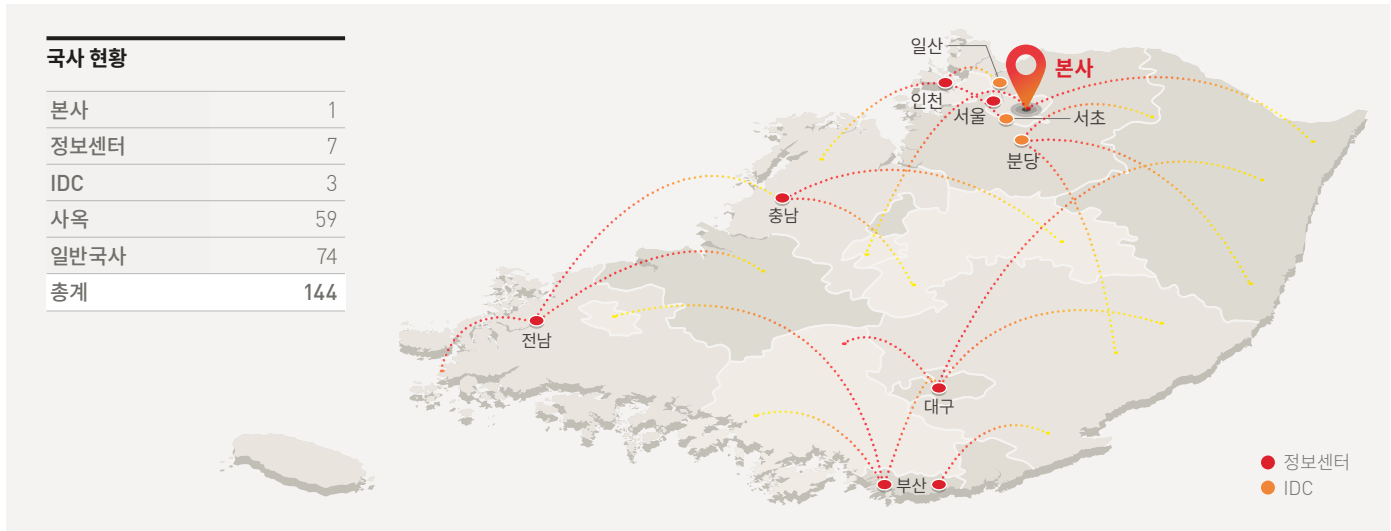


Milestones

1990-	2000-	2010-	2020-
1999. 04 초고속인터넷 및 시내전화 서비스 상용서비스 개시 1997. 09 하나로통신 설립 등기 06 정보통신부(MIC), 하나로통신을 제2시내 전화사업자로 선정	2009. 01 실시간 IPTV방송 시작 2008. 09 사명 변경(하나로텔레콤 → SK브로드밴드) 2007. 12 최대 주주 변경 (AIG-뉴브리지 컨소시움 → SK텔레콤) 2006. 02 셀러TV 인수 01 하나로텔레콤-두루넷 통합법인 출범 2002. 12 시외전화,국제전화 기간 통신사업권 획득 2000. 02 인터넷데이터센터(IDC) 설립	2019. 12 최진환 대표이사 사장 선임 07 Btv 가입자 500만 돌파 06 환경부 ‘한국 배출권 거래제 모범사례 업체’ 선정 2018. 01 인공지능 IPTV ‘B tv × NUGU’ 서비스 개시 2017. 12 SK스토아 설립 06 홈엔서비스 설립 2016. 02 모바일 통합 플랫폼 옥수수(oksusu) 론칭	2021. 04 MPP자회사 미디어에스 종합엔터테인먼트 ‘채널S’, 지역전문 ‘채널S동네방네’ 개국 04 NCSI(국가고객만족도) IPTV, 초고속 11년 연속 1위 달성 2020. 07 ‘러블리 B tv’ 서비스 전면 개편(영화 월정액 ‘OCEAN’, ‘모바일 B tv’ 출시) 04 SK브로드밴드-티브로드 합병법인 출범

국내 네트워크

SK브로드밴드의 본사는 서울특별시 중구 퇴계로에 소재하고 있으며 서울 등 대도시 지역을 비롯한 전국 지역에 서비스를 제공하고 있습니다. 전국 주요 지역의 7개 정보센터와 59개 사육을 포함하여 총 144개의 국사를 운영 중이며 이러한 네트워크를 기반으로 고객들에게 늘 기대 이상의 서비스를 원활하게 제공하기 위해 노력하고 있습니다.



Sustainability Fundamentals

ESG 추진 전략 및 체계

ESG는 기업의 비재무적 요소인 Environment(환경), Social(사회), Governance(지배구조)를 의미합니다. 과거 기업들이 재무적 성과만을 중요시한 것과 달리, 현재 기업과 이해관계자들은 장기적 관점에서 기업의 가치와 지속가능성에 영향을 미치는 ESG 요소에 높은 관심을 보이고 있습니다. SK브로드밴드 또한 기업 활동이 사회에 이익이 될 때 기업과 이해관계자 모두 지속적으로 성장할 수 있다는 믿음을 갖고 ESG 경영을 본격 추진하고 있습니다. SK브로드밴드는 2030년까지 ESG 기반을 구축, 지속 가능한 ‘No.1 미디어 Platform Company’가 되기 위해 ESG 추진 체계를 전사적 차원에서 마련할 것이며, 비전 달성을 위한 다양한 과제를 도출하고 추진해 나갈 것입니다.

전사적 과제 추진을 위해 CEO 및 주요 경영진 평가에도 ESG 요소를 포함하는 정책을 운영하여 실행력을 높이고 있으며 앞으로 ESG 요소를 반영한 평가 대상도 전체 경영진으로 확대할 예정입니다. 또한 2021년부터는 신사업을 진행함에 있어 ESG 요소를 검토하는 정책을 수립하고 ESG 영향도 평가 프로세스를 운영할 예정이며, 2024년까지 전 사업에 확대 적용할 계획을 보유하고 있습니다.



이해관계자 참여

이해관계자 정의

SK브로드밴드는 구성원을 포함하여 경영활동과 연관이 있는 대상을 이해관계자로 정의하고 있습니다. 주요 이해관계자는 구성원, 고객, 주주, 비즈니스 파트너, 사회 등으로 구분되며, 각 핵심 이해관계자 그룹과 전략적 접근을 통해 다양한 가치를 공유하고 있습니다.



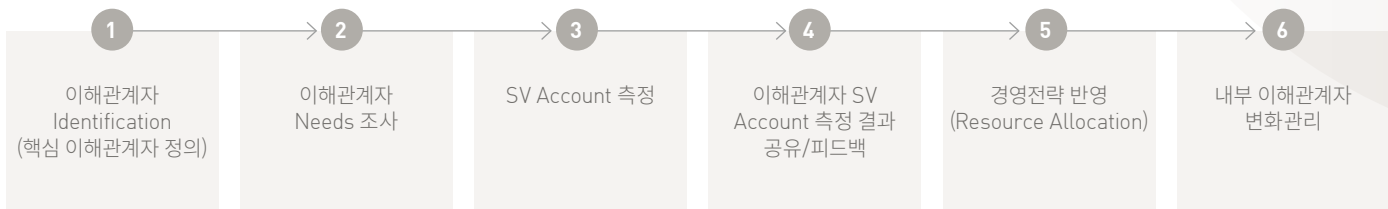
주요 소통 채널 및 의견수렴

SK브로드밴드는 주요 이해관계자 그룹별 소통 채널을 마련하여 원활한 의견수렴 활동을 펼치고 있습니다. 또한 청취한 의견은 경영활동에 적극 반영하여 지속 가능한 성장의 발판으로 활용하고 있습니다.

이해관계자	주요 소통 채널		소통 채널 운영 주요 성과
고객	- 고객센터(106) - 홈페이지 - SNS 채널(블로그, 인스타그램, 유튜브)	- 정기 고객 만족도 조사 - 고객자문단	고객 소통 채널을 통해 발견되는 서비스 문제점 개선 및 신규 서비스 출시 - 영화 매니아 고객을 위한 OCEAN 월정액 출시 - 놀이부터 배움까지 프리미엄 맞춤형 콘텐츠를 무료로 제공하는 ZEM 키즈
주주	- 주주총회(연 1회 이상) - 분기별 실적 발표 - Conference call	- 기업 설명회(수시) - IR 홈페이지(수시)	주주/투자자와의 소통 확대 - 정기·수시 기업설명회 시행 - 2021년 주주 의결권 참여 확대를 위한 전자 투표 시행 중
구성원	- 노사협의(분기 1회) - 사내 인트라넷(익명게시판, 고충처리, 일반제안, 신규BM, 행복라운지)	- 경영 환경 설명회(공감토크, HR/임금제도 등 설명회) - 사내뉴스(gbs, webzine) - 코로나19 문자 메시지(수시)	구성원과의 소통 활성화 - 세대간 Balancing, 사회적 이슈를 반영한 사내 제도 마련 등을 통해 근무 환경 개선 경영환경 설명회 개최 - 회사 미래 방향성을 공유하고 신규 BM에 대한 구성원의 의견을 수렴하여 경영활동에 반영
비즈니스 파트너	CEO 세미나(분기 1회)	사내 MBA(분기 1회)	협력사 CEO들과의 세미나 형식 소통 진행 - Business, 외부 환경 등 이슈 토론 및 개선 - 협력사 경영 컨설팅을 통한 매니지먼트 역량 강화및 사업 방향성과 신규 BM 공유
사회(일반국민, 비영리기관 등)	- 고객센터(106) - 홈페이지 - SNS 채널(블로그, 인스타그램, 유튜브)	- 블러썸 포럼 - 지속가능경영보고서	사회변화를 위한 전문가 포럼 개최 - 다양한 영역의 이해관계자 의견 수렴 및 사회적 책임 활동 프로그램 운영

또한 SK브로드밴드는 이해관계자의 현재 및 잠재 SV(Social Value) Needs를 구체적이고 종합적으로 파악, 이를 경영정책에 반영하기 위한 SV Account 관리 정책을 수립하고 2022년까지 전사 확대를 위한 Pilot 프로세스를 시행하고 있습니다. SV Account란 회사가 이해관계자별로 주고받는 SV(Social Value)를 고려한 Total Value 관리 계정을 의미합니다. SK브로드밴드는 이러한 SV Account 정책 실행을 통해 이해관계자와 상호 소통하고 솔루션을 제공하여 함께 성장해 나가고자 합니다.

SV Account 실행 프로세스



중대성 평가

중대성 평가 개요

중대성 평가를 통해 내부 및 외부 이해관계자가 지속가능성, ESG 등의 분야에서 관심을 가지는 영역을 파악하고자 노력하고 있으며 이를 지속가능 경영, ESG 경영을 포함한 다양한 전략 수립에 반영할 예정입니다. 2021년 실시된 중대성 평가에서 내외부 이슈를 식별한 결과 총 20개의 토픽이 선별 되었으며 더 상세한 중대성 평가 절차는 아래와 같습니다.

중대성 평가 프로세스



Shaping the Future



Shaping the Future 01

Future with Business Acceleration Impact

“비즈니스 환경 변화에 발 맞춰 사업을 확장하고 있습니다.”



Why it matters

기업이 고객, 주주를 비롯한 이해관계자에게 제공하는 상품이나 서비스의 가치가 높게 평가될수록 기업은 더욱 성장하고 발전합니다. 이러한 가치는 경제, 사회, 문화 등을 아우르는 복합적인 환경의 영향을 받기에 주변 환경에 민감하게 반응하고 능동적으로 행동하는 게 곧 기업의 지속가능성을 높이는 핵심입니다.

갑작스러운 코로나19 바이러스 확산으로 온라인 수업이나 재택근무가 활성화되고 비대면 문화가 자리 잡는 등 일상의 모습이 많이 바뀌었습니다. 하지만 준비되지 않은 상태에서 시작한 온라인 수업은 서버 과부하, 낮은 최적화 등 문제가 많았고, 일터가 집으로 바뀌면서 생기는 혼란 또한 피할 수 없었습니다. 다른 한편으로 영화, 연극, 공연 등 문화 소비의 문이 닫히면서 온라인 기반 콘텐츠 소비가 더욱 활발해졌습니다.

일찍이 인터넷을 기반으로 각종 동영상 콘텐츠를 공급하며 거대 산업으로 부상한 기존 OTT 시장에 새로운 진입자가 계속 등장하면서 미디어 산업 내 경쟁도 나날이 치열해지고 있습니다. 소비자가 원하는 풍부한 콘텐츠를 확보하고 그 이상의 서비스를 제공하기 위한 도약이 필요한 시점이라 말할 수 있습니다.

코로나19 바이러스는 BC, AD를 넘어 PC(포스트 코로나) 시대라는 말을 만들 정도로 매우 거센 변화를 일으키고 있습니다. 모바일 플랫폼화 및 새로운 IT 혁신 기술로 촉발된 기회와 코로나19 위기가 공존하는 지금, 기업의 지속가능성은 중대한 갈림길을 맞이하고 있습니다.

What we do

미디어 플랫폼 시장 선도를 위한 기반 구축

콘텐츠 경쟁력 강화

방대한 콘텐츠의 바다 ‘OCEAN’ 출시

기존 ‘B tv’를 ‘Lovely B tv’라는 개념 하에 전면 개편하면서 함께 선보인 서비스가 ‘오션(OCEAN)’ 서비스입니다. 방대한 콘텐츠를 바다에 빚낸 오션 서비스는 디즈니, 워너브러더스, 폭스 등 글로벌 6대 메이저 스튜디오의 영화를 포함한 총 11,000편의 영화와 미국·영국 드라마 670여 편이 편성되어 있으며, 이는 매주 업데이트되고 있습니다. 또 SK 텔레콤과 지상파 3사가 합작해 만든 OTT 서비스 웨이브(wave)만의 오리지널 콘텐츠도 제공, 서로가 윈-윈 할 수 있는 생태계를 조성하고 있습니다. 이러한 콘텐츠는 TV는 물론 모바일에서도 동일하게 이용할 수 있으며, 최대 4대의 스마트폰에서 서로 원하는 콘텐츠를 관람할 수 있습니다. 앞으로도 고객의 콘텐츠별 이용 성향을 고려한 다양한 파생 상품 출시를 통해 지속 가능한 서비스 발전을 추진하고 더 나은 고객 경험을 선사하겠습니다.

B tv로 ‘잼’있게 배우는 ‘B tv ZEM 키즈’

킬러 콘텐츠란 미디어 시장에 큰 영향을 미치는 핵심 콘텐츠를 의미합니다. 지금 IPTV 시장에서 킬러 콘텐츠는 바로 키즈·교육 콘텐츠라고 말할 수 있습니다. 코로나19로 인하여 유치원, 학교 등에 등원, 등교가 어려워지면서 IPTV가 새로운 육아 방식 및 학습터로 자리매김하였기 때문입니다.

SK브로드밴드는 코로나19 발현 이전부터 키즈 콘텐츠를 주기적으로 확대하였으며, 2020년에 키즈 브랜드 ‘B tv ZEM KIDS’를 새로이 출시하여 영유아 및 초등학교 교육 콘텐츠를 강화하였습니다. 특별한 점이 있다면 기술을 교육에 접목한 실감형 콘텐츠로 제공한다는 점입니다. 예로 SK브로드밴드가 뽀로로의 저작권사 중 하나인 점을 이용해 아이의 표현 능력과 올바른 생활 습관을 길러주는 ‘뽀로로톡’을 선보였습니다. 이는 AI 셋톱박스나 리모컨을 이용해 아동이 뽀로로와 직접 대화하는 인터랙티브형 서비스입니다. ‘살아 있는 동화 3.0’ 콘텐츠에는 아이와 부모의 얼굴, 목소리, 그림을 TV 동화로 구현하기 위해 SK텔레콤의 최신 AR/VR 기술인 T리얼을 적용하여 많은 관심을 끌었습니다.

학교 수준의 학습을 제공하려는 노력도 계속 진행하고 있습니다. 프로필을 등록하면 연령, 수준, 성향에 맞는 맞춤형 콘텐츠를 제공하고 학습 수준 진단 및 학습 진행도, 시청 편수 등 정보가 담긴 월별 리포트를 제공하여 체계적으로 학습 커리큘럼 이행을 돕고 있습니다. 또 많은 교육전문회사와 제휴해 콘텐츠를 제공하여 질적 향상을 지속 추구하고 있습니다.

이전부터 부모님들은 TV가 아이들에게 좋지 않은 영향을 준다고 하여, 아이들이 TV와 너무 가까워지는 것을 원치 않아 왔습니다. 그러나 TV를 통해 특별한 가치를 누리게 된다면 그런 평가는 곧 사라지게 될 것입니다. SK브로드밴드는 무엇보다 미디어를 통한 사회적 가치 창출에 힘쓰고 있습니다. 미디어 기업으로서 책임감을 갖고 남들과는 다른 차별화된 경험을 부모와 아이 모두에게 제공할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

1) 다양한 OS 및 기기에서 객체/공간 인식, 얼굴 표정 생성, 고품질 렌더링 기술 등을 활용한 AR/VR 콘텐츠를 제작부터 배포, 실행까지 한번에 처리할 수 있는 통합 서비스 플랫폼



뽀로로톡

B tv ZEM KIDS

What we do

언제 어디서나, 우리 가족 손안의 모바일 B tv

현재 대부분의 미디어 콘텐츠는 모바일에서 소비됩니다. SK브로드밴드는 TV 플랫폼을 넘어 고객 누구나 들고 다니는 모바일 기기로 영역을 확장해 소비자가 어디서든 콘텐츠를 즐길 수 있도록 기존 ‘B tv 플러스’를 ‘모바일 B tv’로 개편하였습니다. 집 안에서는 IPTV로, 집 밖에서는 모바일 기기로 시청할 수 있습니다.

모바일 B tv 리뉴얼의 목적은 고객의 이용 편의성을 높여 자유로운 콘텐츠 소비를 돕는 것입니다. 이를 위해 이용 화면을 개선하였습니다. 인기 콘텐츠를 상단에서 바로 확인하거나 간편하게 옆으로 넘기며 탐색할 수 있고 세부 카테고리도 고객이 보기 편하도록 수정하였습니다. 또 기본 B tv 1대에, 안드로이드/ios 등 운영체제 상관없이 최대 4대의 스마트폰을 연결해 VOD를 시청할 수 있고, 스마트폰 외에 태블릿 전용 버전도 제공하고 있습니다. TV 앞에 있다면 간단하게 전화번호만 입력하면 연결이 가능하며, 근처에 TV가 없더라도 가입자 인증을 하거나 가족이 보내는 연결 초대 기능을 통해 쉽게 연결할 수 있습니다. 영화 매니아를 위한 ‘OCEAN’, 무료 콘텐츠를 선호하는 고객을 위한 ‘무료’ 전용 메뉴, 짧은 분량의 클립 콘텐츠 등 제공 범위가 다양화했으며 공개 예정 콘텐츠에 대한 여러 정보도 미리 살펴보고 알림 기능으로 전달받을 수 있습니다.

플랫폼 비즈니스는 현 기업들의 대표적인 성공 전략입니다. 그만큼 언제 어디서든 편하게 접속이 가능해야 합니다. SK브로드밴드는 ‘No.1 미디어 플랫폼’을 목표로 고객의 기대와 눈높이에 맞춰 달려나갈 것입니다.

새로운 도전 ‘미디어에스쥬’

경쟁력 있는 오리지널 콘텐츠를 확보하면 양질의 프로그램을 고객에게 제공할 수 있으며 보유 저작권을 활용해 향후 추가 수익 창출을 도모할 수 있습니다. SK브로드밴드는 MPP(Multiple Program Provider, 복수방송채널사용사업자) 자회사 미디어에스쥬를 설립하여 이를 실현하고 있습니다.

현재는 지역 종합 채널과 드라마·예능 전문 채널을 제공하고 있으며, 앞으로 점차 채널을 확대해나갈 계획입니다. 지역종합 채널 ‘채널S 동네방네’는 현 B tv 케이블의 지역채널 오리지널 프로그램과 자체 제작한 다큐멘터리, 방송콘텐츠진흥재단의 지역 콘텐츠를 송출합니다. 지역 소재를 활용한 콘텐츠를 통해 지역 문화를 알리고 지역 경제 활성화를 도울 것으로 기대하고 있습니다. 드라마·예능 전문 채널 ‘채널S’는 론칭과 동시에 모든 IPTV와 케이블TV에 송출 중입니다. SM C&C와 손잡고 ‘잡동산’, ‘신과 함께’와 같은 수준 높은 버라이어티 콘텐츠를 선보였으며, 카카오펀터테인먼트와 사업 파트너십을 맺고 카카오투 오리지널

콘텐츠를 방영할 예정입니다. 이러한 오리지널 콘텐츠는 본방송 후 SK브로드밴드의 미디어 플랫폼에 독점 VOD로 이용할 수도 있습니다. 더불어 중소 PP(Program Provider)사와의 동반 성장 및 협력도 SK브로드밴드의 주요 관심 사항입니다. 자체 제작 역량이 부족한 중소 PP사와의 공동 제작 및 지원 등을 통해 전반적인 미디어 산업 내 Quality를 높이고 PP사업자 모두가 상생하는 구조를 만들어 갈 것입니다.

SK브로드밴드 오리지널 콘텐츠 소개



신과 함께



잡동산

채널 소개

Channel S	예능 및 드라마 시청이 많은 2049 시청자를 대상으로 차별화된 드라마 및 예능 콘텐츠 제공
Channel S 동네방네	지역사회와 연계된 생활밀착형 정보 제공을 통한 시청자 편의성 제고 및 지역사회 경제 활성화에 이바지

IPTV의 한계를 넘어선 ‘PlayZ’

시장 환경의 변화는 준비되지 않는 기업에게는 위기이지만 준비된 기업에게는 새로운 기회가 됩니다. SK브로드밴드는 급변하는 미디어 시장 환경에 맞춰 기존 사업방식에서 벗어나 새롭고 과감한 BM을 시도하고 있습니다. 바로 ‘PlayZ’입니다.

‘PlayZ’는 실시간 방송보다 OTT를 더 많이 이용하고, TV를 방송이 아닌 엔터테인먼트 도구로 활용하는 MZ세대를 위한 Home Entertainment 플랫폼입니다. ‘PlayZ’서비스는 크게 3가지로 구성됩니다. 첫 번째가 OTT Aggregator서비스입니다. 고객이 즐겨보는 해외/국내 OTT를 한곳에 모아 하나의 서비스처럼 콘텐츠를 찾아주고 개별 추천 및 관리 툴을 제공합니다. 이를 통하여 기존에 개별 OTT의 이용/해지를 반복하며 겪어왔던 고객의 Pain-point를 해소할 것입니다. 두 번째는 실시간 TV 방송 시청 경험을 토대로 고객이 좋아하는 콘텐츠를 모아 스트리밍으로 제공(FAST¹⁾) 서비스함으로써 고객에게 최적 개인화/맞춤화된 경험을 제공합니다. 세 번째는 Big Screen 리얼엔터테인먼트 서비스로

1) FAST : Free Ad supported Streaming TV

Big Screen이 제공하는 경험을 극대화하여 기존 콘솔로 즐기던 고품질의 게임과 실제 노래방의 경험을 그대로 전달해드릴 예정입니다.

SK브로드밴드는 2021년 하반기에 출시될 ‘PlayZ’를 통해 MZ세대의 미디어 트래픽을 확보하고, 그 기반으로 새로운 BM을 창출해 나가고자 합니다. 앞으로도 지속성장성 확보를 위해 새롭고 차별화된 미디어 플랫폼으로 적극적이고 과감한 변화를 지속해 나가겠습니다.

디지털 광고사업 영역 확대 ‘Addressable TV 광고’

최근 광고시장은 Media 디지털화가 진행되면서 Data 기반 디지털 광고가 급격히 성장하고 있습니다. 특히 모든 가구에 동일한 광고를 동일한 시간대에 송출하던 TV 광고 방식을 벗어나 IPTV 사업자의 셋톱박스를 통해 시청자의 지역이나 시청 이력, 관심사에 따른 맞춤형 광고를 송출할 수 있는 Addressable TV 광고 서비스가 확대될 전망입니다.

Addressable TV 광고는 채널사업자의 프로그램의 시작이나 중간, 끝에 방송하는 광고(CM, Commercial Message) 및 프로그램과 프로그램 사이의 공백(SB, Station Break) 영역에 맞춤형 광고를 송출하는 방식으로, 광고주에게는 효율적 광고비 집행과 효과적 마케팅을 가능하게 하고, 시청자에게는 필요한 정보를 전달할 수 있습니다. SK브로드밴드는 2016년 SB 광고 영역에 국내 최초로 Addressable TV 광고 상품을 출시하였고, 2020년에는 IPTV 3사와 공동으로 Addressable TV 광고 사업을 영위하기 위해 송출 기술 표준화 및 상품 개발 등을

추진하였습니다. 이를 바탕으로 2021년 하반기 지상파 채널에 광고를 송출할 예정입니다.

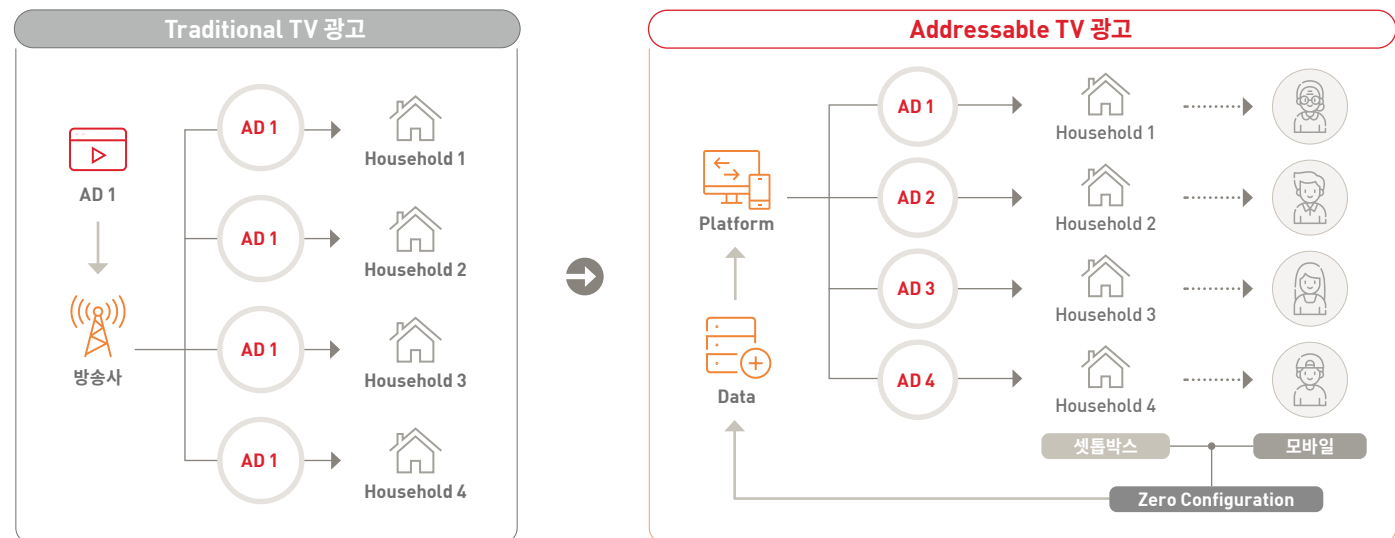
Addressable TV 광고 적용을 위한 광고 플랫폼 기능 개선, 트랜스코더 개발(광고 소재 압축저장 및 Seamless Play 기술) 등 관련 기술을 지속적으로 고도화하고, 광고주, IPTV사, IPTV 가입자 및 채널사업자가 공존, 발전할 수 있는 광고 생태계 구축을 위해 노력하겠습니다.

고객 가치 혁신 추진

SK브로드밴드는 ‘훨씬 더 깊고 넓은 고객과의 관계 구축(Deep & Wide Customer Relationship)을 통한 BM 혁신’을 목표로 고객 Pain-point의 획기적 개선, 고객의 소리(VOC) 기반 New insight 도출, 다양한 고객 Value-Up 활동 추진, 점점 상담 업무와 프로세스 혁신 등 고객에게 더욱 새롭고 차별화된 가치를 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

고객의 Pain-point를 집중 개선하기 위해 SK브로드밴드는 주요 서비스별 핵심 관리 지표를 선정하고 관련 조직과 현장 중심의 운영체계를 구축하여 획기적 서비스 품질 개선에 박차를 가하고 있습니다. 또한 서비스에 대한 고객의 목소리를 상시 청취하기 위해 8년째 운영 중인 고객자문단은 미디어 이용률이 가장 높고 트렌드에 민감한 ‘20대 그룹’과 키즈 콘텐츠를 소비하는 ‘키즈 부모 그룹’, 디테일한 개선 포인트 발굴에 도움이 되는 ‘전문가 그룹’과 ‘시니어 그룹’으로 구성되어 있습니다. 신규 상품이나 서비스를 출시하기 전 사전 체험을 통해 고객의

Addressable TV 광고로의 변화



What we do

눈높이에서 평가 및 개선 의견을 제시하는 활동을 수행하며, 제시된 의견은 정기적으로 CEO 및 해당 조직에 공유, SK브로드밴드 상품의 경쟁력을 높이고 고객에게 차별화된 가치를 전달하는 데 기여하고 있습니다. 일례로 고객이 가장 원하는 것에만 집중한 ‘더슬림 요금제’를 론칭하여 합리적인 소비와 더불어 Untact 시대에 온라인을 통해 편리하고 신속하게 가입할 수 있도록 하였으며, 2021년 1분기에는 ‘모바일 B tv’에 대한 고객자문단 의견을 보고하여 개인화 기능, 모바일 키즈 전용 메뉴 등을 도입하였습니다.

이와 더불어 고객 최접점의 고객센터는 코로나19 위기상황에서 고객 응대에 끊임이 없도록 빠르게 채택 상담 체계를 구축하고 비대면 상담을 상시화하였습니다. 상담사 Boom-up 및 로열티 강화를 통해 ‘공감을 넘어 고객 감동으로’ 이어질 수 있도록 ‘고객 감동 프로젝트’를 연중 시행하여 고객들에게 긍정적 평가를 받고 있습니다.



브로비 | Lovely B tv를 상징하는 캐릭터. 주변 사람들의 이야기에 귀 기울이는 커다란 귀가 특징으로 고객과의 소통을 강조하는 B tv의 철학을 표현

앞으로도 SK브로드밴드는 고객 입장에서 숨은 니즈를 더 깊게 파악하여 모든 서비스에 반영하고, 고객에게 특별한 경험을 제공하기 위해 사내 구성원이 서비스의 모든 이용 단계를 직접 체험하고 개선하는 사내 체험단을 운영하는 등, 고객 접점에서의 고객 만족과 고객 가치 개선을 위한 다양한 활동을 집중 추진할 예정입니다. 고객보다 고객을 더 잘 이해하는 기업이 되도록 더욱 정진하겠습니다.

B2B, B2G 비즈니스 모델 확장을 통한 기업가치 확대

새로운 기회 Data Center & 해저케이블 Biz 확장

빅데이터, AI, Cloud 등 신기술 및 코로나19라는 변수에 의해 데이터 센터 시장이 성장하는 가운데 하이퍼스케일 데이터센터도 국내에 속속 설립되고 있습니다. 현재 국내 3개 센터를 운영하며 국내 데이터센터 시장을 주도해온 SK브로드밴드는 2021년 7월 서울 최대 규모 데이터 센터 ‘SEOUL#3’를 가산에 개소하여 그 위치를 공고히 할 것입니다. 또한 글로벌 시장에서도 일찍이 미국 LA 지역에 인터넷데이터센터를 구축하여 사업 노하우를 쌓아 왔으며 이를 바탕으로 SK E&S와 함께 새만금 지역에 동북아 데이터센터 허브인 ‘그린 하이퍼 스케일 데이터 센터’를 구축하기로 하였습니다. ‘그린 하이퍼스케일 데이터센터’는 50MW 규모 태양광발전을 활용한 친환경 데이터센터로 단순히 경제성만 높은 사업이 아닌, SK브로드밴드가 추구하는 친환경 경영에도 적합한 사업으로 경제와 환경 모두의 지속가능성을 높일 수 있습니다.

또한 데이터를 빠르게 전송하기 위해 아시아 9개국 10,500km 규모의 해저케이블 컨소시엄(SJC2, Southeast-Asia Japan Cable 2) 사업에 참여하고 있습니다. 급증하는 글로벌 트래픽 수용을 위한 9테라(Tbps) 급 처리 용량 확보로, 36만 가입자가 동시에 UHD 화질(25Mbps)의 영상을 시청할 수 있고, 4GByte 용량의 영화를 1초에 280편 이상 전송할 수 있습니다. 2022년부터 새만금에 SJC2를 개통해 해외망을 구축하고 이를 서울 및 수도권과 광케이블로 연결하여 SK브로드밴드가 제공하는 통신 인프라 수준을 전체적으로 높이고자 합니다. 앞으로 새만금 지역을 동북아 네트워크 허브로 만들고자 추가적인 해저케이블 연결도 검토하고 있습니다.



가산 데이터센터 조감도

고객 중심 B2B Solution 사업 확대

독자 개발 Cloud PC 사업 확대

Cloud PC는 중앙 서버에 개인용 컴퓨터 환경을 구현하여 접속 기기에 상관없이 어디서든 동일한 업무환경을 누리도록 합니다. SK브로드밴드는 ITU 국제표준으로 채택된 국내 토종 DaaS(Desktop as a Service) 원천 기술과 Cloud 관리 자동화 기술, 원격 화면 전송 기술 등 Cloud PC 전 영역을 내재화한 서비스를 상용화했습니다. 외산 종속성이 거의 제로에 가까워 별도 라이선스 비용 지불이 없어 서비스 이용 고객의 비용을 줄였고, 확장성·보안·최적화·속도·고객 커스터마이징 UX/UI 체계를 구현해 타사의 Cloud PC 서비스 대비 강점을 키웠습니다. 이런 특징을 바탕으로 디지털 뉴딜의 중요 사업인 5G-Cloud 기반 정부업무망 모바일화 레퍼런스 실증사업을 수주하며 경기도청에 Cloud PC 기반을 조성하였습니다. IBK기업은행 사업을 통해서도 금융권 레퍼런스를 확보하고 경쟁력을 갖추었습니다. 속도 및 기능이 더욱 업그레이드된 Cloud PC 2.0 출시가 예정된 만큼 앞으로도 적극적인 R&D를 통해 더 높은 가치를 만들겠습니다.

사람과 공간의 연결성을 높이는 공간솔루션과 스마트 오피스 사업 추진

2021년 SK브로드밴드는 사람과 공간의 연결성을 높인 공간솔루션 사업을 본격화하고 있습니다. ‘The SMART하고 효율적이며 지속 가능한 공간을 창출하는 Digital Platform의 완성’을 슬로건으로 한 공간솔루션 사업은 사업영역의 확장을 목표로 새롭게 추가된 BM입니다. SK브로드밴드는 당 사업을 통해 스마트 빌딩, 스마트 팩토리, 스마트 병원 등 공간 유형별로 차별화된 여러 솔루션을 발굴·통합한 맞춤형 서비스를 구현하고, Module화된 Architecture를 만들어 나가고 있습니다. 주요 솔루션으로는 빌딩에너지관리시스템(BEMS), 시설물관리시스템(FMS), 출입관리 및 모니터링, 주차관제, 조명제어, 전기제어 등이 있으며, SK브로드밴드는 개별 솔루션을 플랫폼 형태로 구성하여 적재적소에 제공하는 역할을 수행하고 있습니다. 설계-시공-유지관리 전 단계 One-stop 프로세스 구축을 통해 고객 편의성과 사업 수익성을 함께 증가시켜 나갈 수 있는 BM으로 발전시켜 나갈 계획입니다.

또한 최근 코로나19 이슈로 공간 효율화 및 업무 생산성 향상, 근무 유연성 향상 등 ‘일하는 방식 전환’에 대한 고민이 깊어지고 있습니다. 이에 과거 전통적인 집합 근무의 형태를 대신한 상시 재택근무 시행 및 거점 오피스를 통한 업무 효율화를 꾀하는 스마트 오피스 사업을 진행하고 있습니다. 스마트 오피스는 자율 좌석 예약 시스템을 기반으로 모바일 웹 또는 KIOSK 등에서 자유롭게 자리를 선택하여 근무할 수 있으며, 업무 효율화를 위해 직원 검색을 통한 위치 파악이 가능하고, 이를 통한 협업과 소통이 자유롭게 이루어질 수 있는 서비스입니다. 화상회의 장비를 갖

춘 스마트 회의 공간도 마련하여, 원활한 화상회의를 도울 뿐만 아니라, 스마트워크 리더 가이드라인을 제공해 수평적이고 재미있는 조직 분위기를 만들어, 일할 맛이 나는 기업문화 구축에 도움을 주는 등 스마트 오피스 시장을 선도하고 있습니다.



스마트 오피스 사업

새로운 가치를 전달하는 통합 ITO서비스

SK브로드밴드는 기업 전용 인터넷 회선, 전화, 데이터센터 등의 전통적인 통신 인프라 사업과 IT 장비 구축 및 운영, 유지 보수를 제공하는 IT 인프라 사업을 통합한 통합 ITO서비스를 고객사에 제공하여 경제성과 운영 효율성을 높인 새로운 가치를 전달하고자 합니다. 2015년 라이나 금융그룹의 통합 유지 보수 사업을 진행하면서 통합 서비스 사업 기반을 마련하였으며, 2020년 국내 대형 금융그룹에서 IT 아웃소싱 사업을 수주하면서 통합 ITO서비스가 본격 시작되었습니다. 고객사는 통신 인프라와 IT 인프라 구축·운영을 별도 사업으로 구매·발주·관리함에 따른 과도한 비용을 절감할 수 있을 뿐만 아니라 운영 비효율성 개선이라는 기대 효과를 누릴 수 있습니다. SK브로드밴드는 안정적인 IT 서비스 제공 기반을 확보하기 위해 기술지원, 성능 모니터링, 장애 예방 등 관련 기술과 노하우를 축적하여, Total IT 서비스 제공 역량을 지속적으로 강화해나갈 예정입니다.

SK텔링크 B2B사업 통합으로 시너지 극대화

SK ICT 패밀리 회사 내 B2B사업 재편을 통한 시장 경쟁력을 강화하기 위해 SK텔링크의 기업 고객 대상 일반전화 및 전국대표번호 사업 등을 인수하였습니다. 이는 선택과 집중을 통해 더 나은 가치를 고객에게 제공하기 위한 결정이었습니다. SK브로드밴드는 사업 전문 인력 수급과 기존 B2B 사업과의 시너지를 통한 외연 확장을 도모하고, 역량과 자원을 성장 중인 사업에 집중하여 성장 모멘텀을 확보하였습니다. 이번 영업 양수도는 2021년 4월 1일 100% 고객 동의를 얻어 마무리하였으며, 하반기부터 본격적인 시너지 창출을 예상하고 있습니다.

What we do

지속 가능한 성장을 위한 Big Project 수주

SK브로드밴드는 대형 프로젝트를 지속적으로 수주하여 미래 시장 환경 변화에 대비함은 물론 성장 사업에 필요한 역량을 기르고 있습니다. 수주에 성공한 대표적인 프로젝트로는 국가융합망 백본망 구축 및 운영 프로젝트와 스쿨넷 사업이 있습니다.

SK브로드밴드의 본원적 사업은 유선통신 환경 구축 및 서비스 제공으로 기술과 경험이 오랜 기간 축적되어 확실한 경쟁우위를 보유하고 있습니다. 국가융합망 백본망 구축 및 운영 사업은 이런 기간통신 사업자로서 지닌 경쟁력을 보여준 좋은 사례입니다. 이 사업은 정부 부처마다 개별적으로 운영한 국가통신망을 혁신하기 위해 48개 망을 하나의 백본망으로 연결하는 것입니다. 현재 망 구축 및 검수 완료 단계에 있으며 2021년 완료 예정으로 이후 48개 기관 대상 단계적 전환, 회선 수용이 진행될 것입니다. 해당 망에는 SK텔레콤과 SK브로드밴드가 보유한 T-SDN(Transport-Software Defined Network) 기술¹⁾과 양자암호 통신기술이 적용되어 있어 지능형 망관리 시스템과 차별화된 차세대 네트워크 보안을 경험할 수 있습니다.

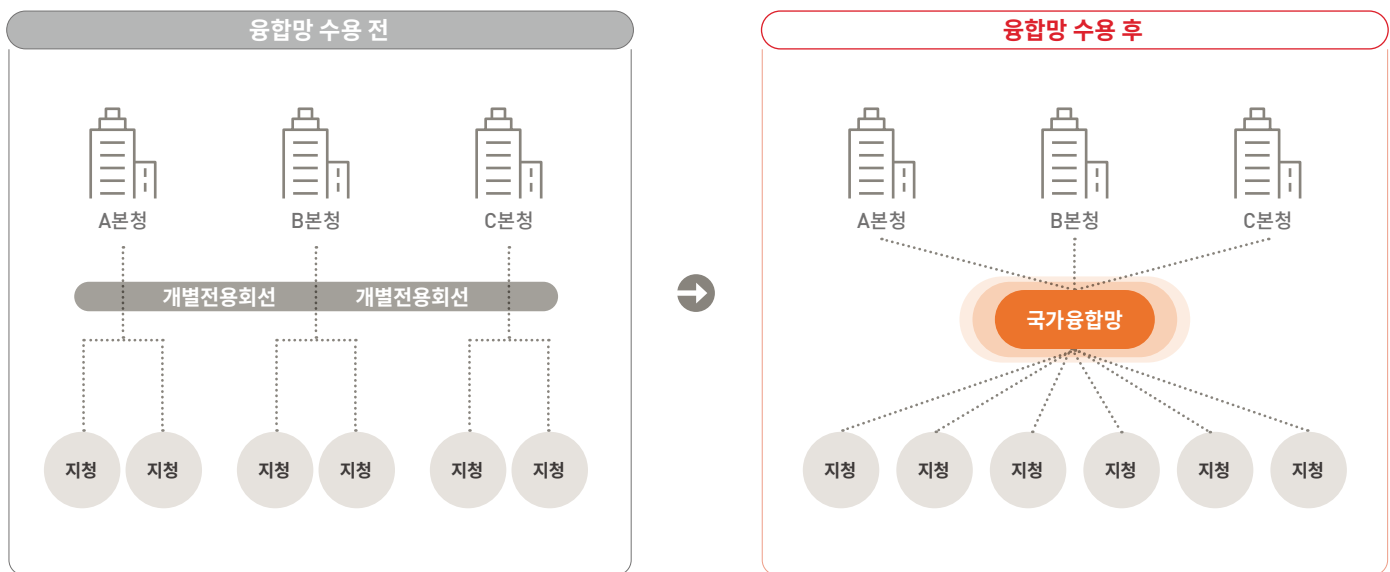
스쿨넷 사업의 경우 유치원, 초등학교, 중학교, 고등학교, 시·도교육청과 산하기관 등 교육기관에 전용회선 서비스 및 인터넷 서비스를 제공하는 사업입니다. 스쿨넷 사업은 전담기관인 한국지능정보사회진흥원(NIA)과 스쿨넷 서비스 협약을 체결한 통신사업자에 한하여 입찰에 참여

할 수 있으며, SK브로드밴드는 2020년 12월 11일 NIA와 협약을 체결하였습니다. 이번 사업은 4단계 사업으로 협약 기간은 2020년 12월 11일부터 2026년 8월 31일까지입니다. 4단계 사업은 3단계 사업과 비교할 때, 사립 유치원이 대상 기관으로 추가되었고, 재해복구 서비스(DR)가 대상 서비스로 추가되었으며, 서비스 속도 또한 3단계에서는 200~500Mbps가 같은 요금 밴드였으나 4단계에는 500~800Mbps(2023년부터는 500Mbps~1Gbps)가 같은 요금 밴드에 속하여 더 빠른 속도를 경험할 수 있습니다. 사업 입찰은 17개 교육청별로 이루어지며, 연내에 사업이 마무리될 것으로 예상됩니다.

국가융합망 백본망 구축 및 스쿨넷 사업 외에도 SK ICT Family와의 시너지를 통해 국내 최대 유통 그룹사 통합망 구축, 대형 금융 계열사의 IPT/IPCC²⁾ 구축 사업, 글로벌 기업 IDC 센터 계약 추진 등 다양한 사업 분야에서 대형 Project 수주를 통하여 B2B 사업의 성장 기반을 마련하고 있습니다.

1) T-SDN 기술은 물리적인 통신망을 지능화하고 가상화함으로써 SW 기술을 활용해 제어·관리함. 네트워크에 들어가는 비용을 획기적으로 절감하고 구축과 운영의 복잡성을 해결할 수 있는 차세대 네트워크 기술
2) IPT(Internet Protocol Technology)/IPCC(Internet Protocol Contact Center)

국가융합망 사업



Interview for sharing future direction

이해관계자가 SK브로드밴드의 현재와 미래를 더욱 명확히 이해할 수 있도록 돕기 위해 SK브로드밴드의 방향성을 공유할 수 있는 여러 사업부문의 임원을 대상으로 인터뷰를 진행하였습니다.



Q 기업의 지속가능성을 확보하기 위해서는 대내외 환경 변화를 파악하고 이에 따른 사업 활동을 이어가는 것이 매우 중요합니다. 환경 변화에 따라 SK브로드밴드가 마주한 기회 및 리스크를 공유해 주시고 이를 위한 미래의 사업 성장 방향성을 공유해 주십시오.

A SK브로드밴드의 사업은 크게 B2C와 B2B사업으로 구분됩니다.

B2C 사업군에서는 미디어 사업이 대표적이며 미디어 사업은 10년 주기로 격동기를 맞이하고 있습니다. 지난 10년간은 IPTV가 주도하였으며 그 이전에는 케이블이 미디어 시장을 이끌었습니다. 현재는 OTT 사업자가 또 다른 10년을 주도하고 있으며, 이러한 상황에서 어떠한 사업에 역량을 집중하고 환경변화에 어떻게 대응하는지에 따라 SK브로드밴드의 지속가능성이 결정될 것입니다. 지속가능성 확보 차원에서 SK브로드밴드는 사업 포트폴리오의 확장과 Value Chain의 연결이 필요하다고 판단하고 있으며, 이에 따라 주요 사업 세 개를 시행해 나가고자 합니다.

역량을 집중하고자 하는 첫 번째 사업은 Home Entertainment 플랫폼(PlayZ)입니다. 이 서비스의 가장 핵심은 OTT Aggregation 모델에서 출발하지만 단순 제휴 모델이 아닌 SK브로드밴드가 보유하고 있는 경쟁력과 노하우, 그리고 파트너십 역량을 통해 고객의 편의성을 높이고 새로운 가치를 전달하는 것입니다. 이와 더불어 새로운 가치 전달 차원에서 가정 내 독점적 디바이스인 셋톱박스에 또 다른 의미를 부여할 수 있도록 디바이스 이노베이션도 함께 고민하고 있습니다. 두 번째는 MPP 사업으로의 진출입니다. SK브로드밴드는 차별화된 콘텐츠가 플랫폼 기업의 주요 경쟁력으로 인식하고 있습니다. 따라서 MPP 채널의 70% 이상을 고객이 처음 만나는 콘텐츠로 구성하는 공격적인 오리지널 콘텐츠 전략을 추진하고 있으며 이를 모든 IPTV와 케이블 TV를 통해 송출하고자 합니다. 세 번째는 Addressable 광고 사업입니다. Addressable 광고는 타겟화가 어려운 기존 TV 광고와는 달리 고객 군을 200여개로 세분화하여 타겟팅을 할 수 있는 실시간 딜리버리 솔루션입니다. 이를 통해 지상파 포함 기존 광고 시장이 재활성화되어 콘텐츠 제작비를 확보하고 경쟁력 있는 콘텐츠를 생산할 수 있도록 하는 선순환 비즈니스 모델을 만들어 가고자 합니다.

지속가능성 확보 차원에서 중요한 또 하나의 사업은 B2B 사업입니다. 기존 B2B 시장 자체는 성장성이 높지 않으나 SK브로드밴드는 시장 점유율 측면에서 성장할 수 있는 기회가 있습니다. 2020년 국가융합망 백본망사업을 수주하면서 B2G 시장에서 성장 기반을 확보하였으며 스쿨넷사업, 기타 대형 프로젝트 수주 등을 통해 공격적으로 점유율을 확보해 나갈 예정입니다. 또한 SK텔링크 인수로 상품, 고객, 유통채널 측면에서 시너지가 발생할 것으로 예측되고 있으며 이에 따라 점차 속도감 있는 성장을 기대하고 있습니다. 이 외에도 전세계적으로 공공 및 금융기업의 망분리, 코로나19로 인한 재택근무의 증가 등의 환경 변화로 클라우드로의 전환이 빠르게 진행되고 있어 Cloud PC 사업도 본격화될 예정이며, 미디어를 비롯 각종 트래픽이 폭증하면서 데이터센터의 성장이 예상됨에 따라 데이터센터 사업도 함께 강화하고 있습니다. 특히 우리나라의 지리적 위치와 국제 정세의 흐름에 따라 국내에 글로벌 데이터센터가 설립될 수 있는 기회가 주어진다고 있어 데이터센터 사업의 성장이 더욱 기대되고 있습니다.

SK브로드밴드는 앞으로도 시장 환경변화에 발빠르게 대응하고, B2C와 B2B사업에서 차별화된 Value 제공과 경쟁력 제고로 우리가 마주할 미래에서도 지속가능성을 보유한 기업으로 성장해 나아가겠습니다. 이해관계자 여러분의 관심과 지원을 부탁드립니다.

* 올해 SK브로드밴드의 미래 방향성 공유를 위한 인터뷰에는 김혁 미디어전략/플랫폼 본부장, 이상범 프로덕트 트라이브장, 고영호 케이블방송 본부장, 이방열 기업 본부장, 최승원 서비스본부장이 참여하였습니다.

Shaping the Future 02

Future with Wide-ranging Media Impact

“미디어 역량을 활용하여 긍정적인 영향을 만들어 갑니다.”



Why it matters

인공지능(AI), 빅데이터, 사물인터넷(IoT) 등 디지털 기술로 촉발된 4차 산업혁명 시대는 인류에게 더 나은 삶을 제공하고 있습니다. 특히 우리나라의 경우 스마트폰, 초고속 인터넷 보급률 등에서 전 세계 최상단에 위치하며 누구나 쉽게 디지털 서비스를 누릴 수 있습니다. 그러나 정보 이용자의 연령, 이용 환경 등에 따라 정보 접근성 대비 정보 활용 수준에서는 큰 격차가 발생하고 있습니다. 특히 2020년에는 코로나19 확산에 따라 언택트&디지털 사회로의 대전환이 이뤄지며 디지털 격차가 더 벌어졌고, 학교가 쪼들리며 교육 수준 격차가 더 커지는 등 정보 격차 관련 사회적 이슈가 추가적으로 발생하였습니다. 이는 정보 활용 수준 격차에 따른 교육, 부, 건강 등의 불평등이 취약계층을 넘어 대다수 국민에게도 확산됐음을 의미하며 그 심각성은 더욱 커지고 있습니다.

이와 함께 높은 디지털 기술 역량을 각종 피싱, 랜섬웨어 유포, 개인 정보 탈취 등 범죄에 악용하는 사례도 꾸준히 발생하고 있습니다. 특히 미디어 콘텐츠를 무료 혹은 현저하게 낮은 가격으로 불법 판매하는 해적 사이트, 해적 방송이 국내외를 막론하고 우후죽순으로 생겨나고 있습니다. 이런 문제는 일차적으로 막대한 경제적 손실을 발생시키며, 나아가 원작자의 창작 의지를 꺾어 예술 및 미디어 산업의 쇠퇴를 이룰 수 있기에 그 심각성은 더욱 큼니다. 최근 우리나라가 영화, 드라마, 음악 등 여러 분야에서 우수한 작품을 선보이며 아시아 중심 한류가 아닌 글로벌 문화 강국으로 부상하고 있는 만큼, 콘텐츠를 보호하고 바른 소비 환경을 조성하는 것이 원작자와 소비자, 유통 채널 등 모든 미디어 이해관계자를 위한 중요 과제로 부상하고 있습니다.

What we do

포용적 미디어 이용환경 조성 및 긍정적 영향 확산

가족을 이어주는 B tv 패밀리 상품 출시

SK브로드밴드는 B tv의 핵심가치를 가족, 행복, 공유로 설정하고 있습니다. 2021년에는 따뜻한 가족관계 형성에 기여하고자 부모와 자녀를 연결하는 B tv 패밀리 상품을 출시하였습니다. 해당 상품은 부모와 떨어져 사는 자녀가 미디어, 통신, 서비스 요금을 책임지는 가족 연결 상품으로, 직장의 위치, 코로나19 장기화 등의 이유로 대면 만남이 어려운 상황에서 TV로 가족 간 행복을 공유할 수 있는 환경을 조성하는 데 이바지하고 있습니다. B tv 패밀리 상품 이용 시 부모와 자녀의 B tv가 연결됩니다. 이를 통해 자녀는 TV 조정이 어려운 부모에게 VOD를 선물할 수 있고, 큰 TV 화면으로 가족 앨범을 함께 볼 수도 있습니다.

이 외에도 시니어 특화케어 서비스인 누구 오팔(NUGU opal) 서비스를 이용할 수 있는 AI 셋톱박스를 제공하고 있습니다. 투약 알림, 두뇌 체조, 긴급SOS, 건강 박사 등 시니어 생활에 필요한 서비스를 제공하고 있으며, 특히 “아리아, 살려줘” 등의 음성명령으로 사전에 등록된 전화 번호(수신자 최대 3명)로 긴급 SOS를 요청하는 기능을 제공하여 시니어 인구가 증가하고 있는 우리사회에 건강 및 안전 측면에서 의미 있는 가치를 창출 중입니다.

블러썸 청소년 영상제

SK브로드밴드는 2018년부터 EBS, 연세대학교, 한국청소년정책연구원과 함께 ‘블러썸 청소년영상제’를 주최하고 있습니다. 청소년들이 출품 영상을 통해 자신의 아픔과 희망을 이야기하면, 다양한 협력기관의 전문가들이 이를 분석하고 미디어를 통해 확산시키며 더 나아가 정부 정책으로까지 반영될 수 있도록 힘을 모으고 있습니다. 미디어를 활용하여 효과적으로 사회변화를 만든다는 목적에 동감해 대한변호사협회, 경찰대학교, 학교폭력피해자가족협의회, FMG엔터테인먼트 등이 협력 기관으로 참여하고 있습니다. 교육부와 여성가족부도 후원하는 등 민관이 함께 청소년 행복 증진을 위해 노력하고 있습니다.

2020년도 ‘블러썸 청소년영상제’는 학교 행복을 주제로 진행되었습니다. 68개 학교에서 692명의 청소년들이 작품 107편을 출품, 29개팀이 수상하였습니다. 또 변호사, 청소년 전문가 등 학교 문제 상담 전문가들이 EBS와 함께 시리즈 영상을 제작하였으며, 연세대학교·고려대학교·서강대학교·동국대학교·서경대학교 등 재학생들이 공감 영상 47편을 제작하였습니다. 학교 폭력 예방 문화 조성을 주제로 열린 ‘블러썸 포럼’에서는 전문가들이 학교 폭력 예방 및 청소년 문제 해결을 위한 여러 제언을 내놓았습니다. 이처럼 SK브로드밴드는 앞으로도 미디어를 기반으로 우리 사회의 다양한 기관과 함께 청소년의 행복을 증진하기 위한 노력을 이어갈 것입니다.



1. B tv 패밀리 상품
2. 가족앨범 서비스
3. 블러썸 시상식
4. 블러썸 포럼

What we do

지역사회 활성화

SK브로드밴드는 보유한 미디어 역량과 영향력을 활용하여 지역사회 활성화에 이바지하고 있습니다. 케이블TV 채널 중 최소 한 개 채널은 지역성을 구현하는 콘텐츠를 방영하고 있으며, 매출액에 비중을 두기 보다는 사회에 투자하는 개념으로 케이블TV 사업에서 발생한 수익을 지역 방송국 장비 등에 투자하는 등 지역사회를 활성화시키는 방향으로 지역방송을 운영하고 있습니다. 또한 SK브로드밴드 자체 프로그램 제작 역량과 IPTV 사업 운영 역량을 살려 ‘힐링산장-줄을 서시오’, ‘맛있는 전쟁-동네투톱’ 등 큰 규모의 지역방송 콘텐츠를 제작하고 전국에 유통하는 활동도 함께 진행 중입니다.

특히 2020년에는 코로나19로 어려움을 겪고 있는 지역사회에 이바지 하기 위해 지역 소상공인과 주민을 지원하기 위한 지역경제 활성화 프로그램을 확대 편성하였습니다. 지역 골목상권에서 식자재를 구입 하여 코로나19로 어려움을 겪고 있는 저소득층 어르신, 방역 관계자 등 에게 식사를 대접하는 프로그램, 시장에서의 재료 구입과 요리를 함께 체험하며 전통시장의 효용가치를 조명하는 프로그램, 골목상권을 살리기 위해 소상공인이 직접 자신의 가게를 자랑하는 프로그램 등 다양한 지역경제 응원 프로그램을 지속적으로 운영 중입니다.

지역채널을 통한 지역경제 활성화

프로그램 명	지역방송 구분	사회적 가치 창출 주요 내용
	따뜻한 밥 한 끼 어때?	한빛방송
	디스이즈 서울	서울방송
	나는 신입이다	대구방송
	시장 한 끼	중부방송 세종방송
	온마켓	기남방송
	행복한 동행	전주방송
	답은 시장이 DAY	ABC방송

미디어창작지원센터 설립

미디어창작지원센터의 운영 목표는 시민의 미디어 참여를 독려하여 참여자가 지역사회와 소통하고 지역사회의 문제 해결에 직접 참여할 환경을 조성하는 것입니다. 미디어창작지원센터는 이러한 목표에 따라 지역 주민들을 대상으로 한 미디어 교육 지원, 콘텐츠 창작 지원 사업 운영, 시민 미디어 생태계 조성을 위한 교사 양성, 네트워크 구축, 콘텐츠 유통 등의 활동을 수행하고 있습니다. 2020년 기준 SK브로드밴드는 국내 10개 지역에 미디어창작지원센터를 개소하였으며, 앞으로도 시민 미디어 참여를 확대하고 유통에 어려움을 겪는 지역 미디어의 한계를 보완하기 위해 힘쓸 예정입니다.

미디어창작지원센터 첫 사업 실시

사회적 가치 공감 영상 공모전



2020년 미디어창작센터의 첫 사업인 ‘사회적 가치 공감 영상 공모전’이 개최되었습니다. 공모전의 취지는 방송의 지역성을 강화하는 것이었습니다. 영상 공모 주제의 핵심은 ‘지역성과 사회적 공감’이었는데, 지역 채널로 SK브로드밴드가 지향하는 사회적 가치를 실현하기 위함입니다. 세부

분야로는 시니어의 행복 추구와 세대 간 소통에 대한 ‘아름다운 세대 공감’, 대기업과 소상공인의 상생 협력을 다루는 ‘슬기로운 공감 생활’, 지역 및 사회적 격차 해소를 위한 ‘행복한 일상 공감’ 등이 있었습니다. 2020년 9월부터 한 달간 실시된 공모전에 총 431편이 출품되었고 그 중 외부 전문가의 심사를 통해 총 19개 작품에 대해 시상이 진행되었습니다.

What we do

시니어 뇌건강 증진 프로젝트 ‘슈퍼브레인’ 프로그램 제작

우리나라는 고령화 사회로 이미 접어들었습니다. 2020년 기준 고령화 비율은 15.7%이며 다가오는 2025년에는 초고령사회를 의미하는 고령화 비율 20%를 넘길 것으로 예상됩니다. SK브로드밴드는 초고령 사회에서 발생할 수 있는 사회 이슈에 대비하여 시니어 세대의 뇌 건강 증진 콘텐츠인 ‘슈퍼브레인’을 자체 제작하고 케이블TV 지역채널을 통해 방송하였습니다. 본래 ‘슈퍼브레인’은 인하대학교병원 최성혜 교수를 비롯한 6개 대학 연구진이 태블릿PC를 활용, 시니어의 치매를 예방하기 위해 만든 프로그램입니다. 슈퍼브레인은 임상시험을 통해 치매 위험도를 상당 부분 낮추는 효과가 있음을 입증하였는데, SK브로드밴드가 그를 바탕으로 최초의 오리지널 인포테인먼트 방송 프로그램을 구성해 그 의미가 더 큼니다. ‘슈퍼브레인’은 인지 능력 향상, 동기 강화, 효과적인 운동 및 영양 섭취 방법 등을 재미있는 퀴즈로 풀어 내어 시니어 시청자의 자발적 참여를 유도하고 시니어 뇌건강 개선에 대한 정보 접근성을 높이고자 노력하고 있습니다.

소상공인을 위한 ‘B tv 우리동네광고’

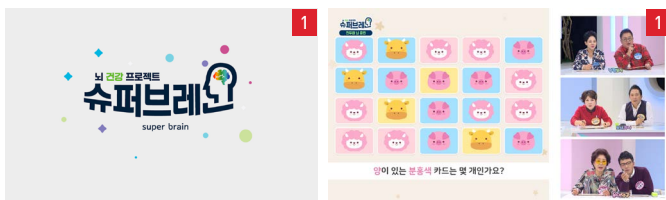
많은 젊은이들이 소상공인 창업을 통해 큰 꿈을 펼치고자 하나, 저렴하고 효율적인 홍보 수단이 없어 어려움을 겪는 실정입니다. 더불어 코로나19에 따른 경기 위축, 고객들의 비대면 선호 등으로 그 어려움은 더욱 커져가고 있습니다.

소상공인이 코로나19 위기를 타개하기 위해서는 고객들에게 자신의 가게를 적극적으로 알릴 필요가 있습니다. 인터넷 검색 광고를 이용한 홍보가 가능하나 인기 검색 키워드의 경우 경쟁 심화로 광고비가 높아 소상공인들의 부담이 큼니다. 이 외에도 전단을 통해 홍보하는 방법도 있겠으나 전단에 대한 인식이 부정적인 데다, 아파트 단지 출입 통제로 전단을 돌리는 것조차 어려워 투입 비용 대비 효과가 매우 낮습니다. 가장 효과적인 TV 방송 광고는 수백만 원에서 수천만 원에 이르는 집행 비용 탓에 대기업, 중견 기업의 전유물이고, 넓은 지역을 대상으로 하기 때문에 소상공인의 홍보 수단으로 적합하지 않습니다.

이에 SK브로드밴드에서는 소상공인이 자신의 영업장이 있는 동 단위 소규모 지역을 타겟팅하여 저렴한 비용으로 TV 방송 광고를 할 수 있도록 지역광고 서비스인 ‘B tv 우리동네광고’를 출시하였습니다. 지역광고 서비스는 TV 방송 광고이지만, 최소 광고비가 10만 원으로 매우 저렴해 소상공인이 부담없이 이용할 수 있으며, 광고 효율 또한 높습니다.

지역광고 서비스의 광고 제작 솔루션은 청년 창업 지원 차원에서 청년 스타트업인 브이플래닛과 제휴하여 제공하고 있으며, 광고 제작 솔루션 이용 비용에 대한 소상공인의 부담을 경감시키고자 SK브로드밴드가 관련 비용을 모두 지원하고 있습니다.

SK브로드밴드는 앞으로도 소상공인의 의견을 반영하여 지역광고 서비스를 개선해 나갈 예정이며, 이를 통해 소상공인의 코로나19 위기 극복 지원자, 소상공인의 성공 인큐베이터 역할을 충실히 수행해 나가겠습니다.



코로나19 대응을 위한 미디어 활용

홈스쿨링 특별관 운영

2019년부터 현재까지 코로나19가 확산하며 우리나라에 급격한 변화가 발생하고 있습니다. 특히 미래 세대의 교육을 책임질 학교와 유치원의 개학이 연기되며 우려의 목소리가 높아지고 있습니다. SK브로드밴드는 이러한 사회적 문제를 인지하고 어떠한 상황에서도 우리나라 미래 세대가 교육을 받을 수 있도록 2019년부터 TV 홈스쿨링 사업을 강화해오고 있습니다. 사업 실행 초반에는 영유아 교육에 집중하였고, 차차 초등 학생 교육으로 영역을 확대하면서 B tv ZEM 키즈를 개편하고 홈스쿨링 특별관을 운영, 초등학교 전 학년, 전 과목 학습 콘텐츠를 제공하게 되었습니다. 이와 더불어 2020년 3월에는 ‘EBS 2주 라이브 특강’을 긴급 특별 편성하여 코로나19 확산으로 초·중·고등학교 개학이 연기 됨에 따라 발생할 수 있는 학습공백을 최소화하는 데 이바지 하였습니다.

건강관리 프로그램 제공

코로나19 장기화로 야외활동과 대면접촉을 자제하는 사회적 분위기가 고조됨에 따라 국민이 집에 머무르는 시간이 증가하고 있습니다. SK브로드밴드는 2020년 3월 우리나라가 코로나19 1차 대유행에 진입함에 따라 약 한 달간 B tv에서 홈 힐링 특별관을 편성하여 운영하였습니다. 신체 건강을 위한 피트니스, 요가, 필라테스 관련 프로그램과 개인 맞춤형 홈트레이닝 서비스 TV앱을 제공하였으며, 명상, 코로나19 대응 마음 건강 관리 등 정신 건강 관리 서비스도 모두 무료로 제공하였습니다. SK브로드밴드는 앞으로도 미디어 영향력을 활용하여 다양한 방면에서 국민의 삶의 질을 유지·향상하기 위해 노력해 나가겠습니다.

코로나19 극복 캠페인 진행

많은 국민이 코로나19 사태로 어려운 시간을 보내고 있습니다. 이에 SK브로드밴드는 국민이 힘을 얻고 함께 이겨낼 수 있도록 자사의 미디어 플랫폼에 ‘코로나19 극복 캠페인’ 특별관을 개설하였습니다. 특별관을 통해 유명 연예인과 인기 크리에이터가 ‘코로나19 릴레이 희망 메시지’를 전하였으며, 마스크 대란 때는 인공지능 스피커 NUGU가 탑재된 B tv AI셋톱박스의 음성 검색 기능으로 약국 현황 및 공적 마스크 수량 정보 등을 확인할 수 있게 하였습니다. 또한 코로나19 위기를 함께 이겨내기 위해 공사 업체 대금과 중소 유지 보수 업체 용역비를 조기에 지급하였으며, 21개 대학교 인터넷 대역폭을 무료로 업그레이드하여 원활한 교육 환경을 조성하였습니다.

이와 더불어 콜센터 운영에 어려움을 겪는 중소기업이나 소상공인을 대상으로 별다른 장비 없이 오직 PC만으로 콜센터 업무를 수행할 수 있는 ‘클라우드 컨택 센터’를 1개월 무료 지원하는 등 위기 속 상생을 위한 사회 지원을 아끼지 않았습니다. 앞으로도 SK브로드밴드는 상생 협력을 통해 국민이 코로나19를 이겨낼 수 있도록 지원과 후원을 아끼지 않을 것입니다.

1. 슈퍼브레인
2. 홈스쿨링 특별관 운영
3. 코로나19 극복 캠페인 진행



What we do

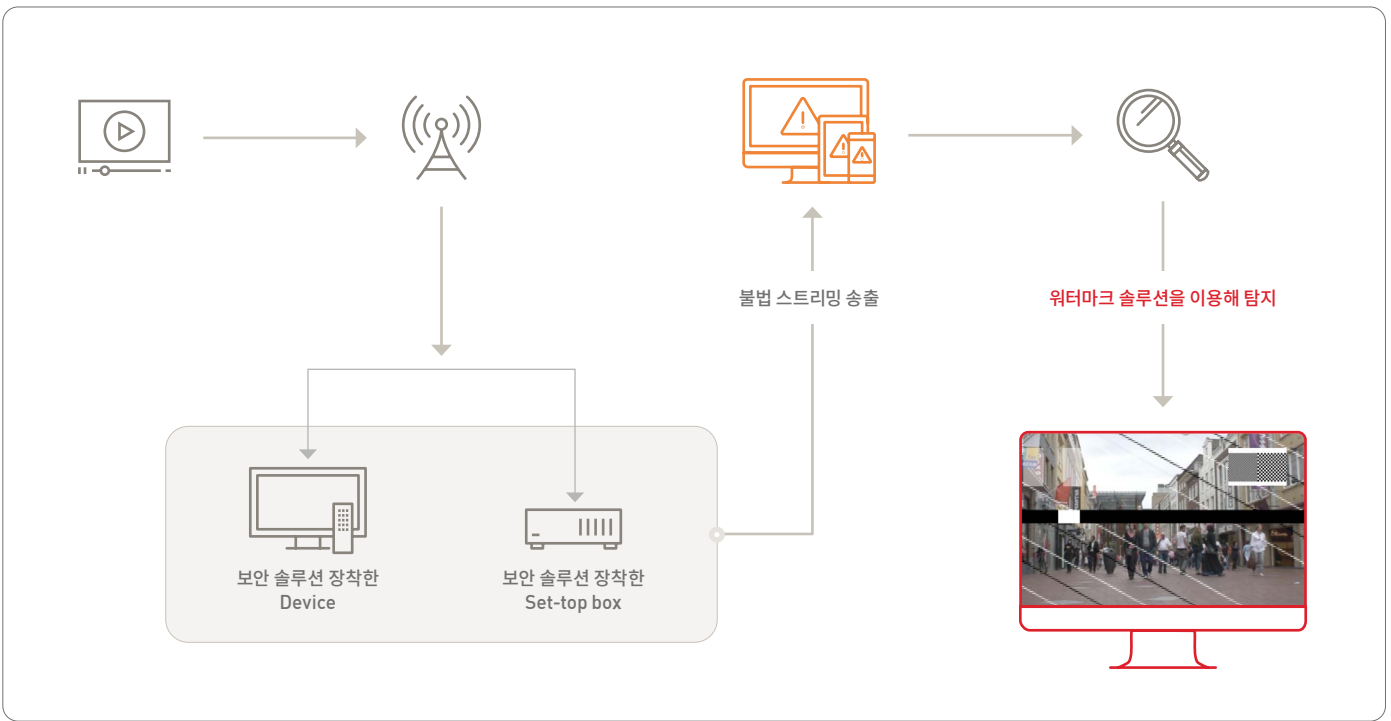
건강한 미디어 생태계를 위한 콘텐츠 보호기술

콘텐츠 저작권 보호 기술 고도화

인터넷 회선에서 IPTV 채널을 추출한 뒤, 영상을 불법 녹화해 유출하려는 시도가 국내외에서 빈번하게 발생하고 있습니다. 인터넷의 발달로 불법 녹화 프로그램 및 각종 해킹 수단에 접하기 쉬워지고, 한류 열풍으로 국내 콘텐츠의 인기가 높아졌기 때문으로 보입니다. 최근에는 불법 사업자뿐만 아니라 개인들도 불법 녹화 및 유출을 시도하는 사례가 늘고 있어 문제는 더욱 커지고 있는 실정입니다. 따라서 SK브로드밴드는 콘텐츠 저작권 보호, 적법한 IPTV 가입자 역차별 방지를 위해 기존 영상 보호 기술보다 한 단계 높은 보안 솔루션을 도입할 예정입니다. 새로운 솔루션은 녹화된 영상의 수정, 조작에도 고유 식별 정보를 유지할 수 있는 견고성을 보유하고 있습니다. SK브로드밴드는 해당 솔루션을 통해 영상 콘텐츠의 고유 식별자를 추가, 불법 배포 행위를

막을 계획이며, IPTV 셋톱박스에도 가입자별 워터마크를 부여해 공유된 영상의 출처까지 확인할 수 있도록 만반의 준비를 다할 예정입니다. SK브로드밴드는 이 외에도 다양한 활동을 통해 불법행위를 미연에 방지하고 콘텐츠 제공자의 저작권을 보호하여 건강한 미디어 생태계를 조성하는 데 힘쓰겠습니다.

불법 녹화(유출) 방지 프로세스



Interview for sharing future direction

이해관계자가 SK브로드밴드의 현재와 미래를 더욱 명확히 이해할 수 있도록 돕기 위해 SK브로드밴드의 방향성을 공유할 수 있는 여러 사업부문의 임원을 대상으로 인터뷰를 진행하였습니다.



Q SK브로드밴드는 최고의 미디어 플랫폼 기업으로 도약하고 있으며 이를 위한 미디어 역량도 함께 보유하고 있습니다. 미디어 역량으로 어떠한 가치를 창출해 나가고 있는지 그리고 이해관계자에게 어떠한 미디어 영향력을 미치고 있는지 공유해 주십시오.

A SK브로드밴드가 보유하고 있는 미디어 역량이 우리 사회의 문제를 해결하고 긍정적인 영향을 미치길 바랍니다. 이를 위해 주요하게 추진하고 있는 사업들은 크게 세 가지가 있습니다.

그 첫 번째는 새로운 공적 가치 창출을 위한 지역 채널 운영입니다. SK브로드밴드는 종합유선방송 사업자에 부여된 공적 책무에 따라, 지역의 다양성을 제고하고 있으며, 정보 제공 외에도 지역경제 활성화와 지역 문화 복지 향상을 위한 다양한 활동을 진행하고 있습니다. 특히 코로나19로 어려움을 겪고 있는 전통시장이나 소상공인을 대상으로 콘텐츠를 제작하여 판로 개척 및 홍보를 돕고 있으며, CATV 권역에만 방송되었던 콘텐츠를 IPTV 고객 대상으로 확대하여 영향력을 강화하고 있습니다. 또한 지역 문화 창달을 위해 지역 채널 제작비 확대, 지역 방송국 설비 고도화를 점진적으로 진행하고, 미디어창작지원센터를 구축하여 지역주민의 방송 제작을 지원하고 미디어 교육을 시행하고 있습니다.

두 번째는 포용적 UX/UI 및 상품 구성입니다. 소외계층이 연령, 장애, 소득 등을 이유로 콘텐츠 접근성이 떨어지는 일이 없게, 더 자유롭게 콘텐츠를 즐길 수 있도록 접근성을 강화하고 있습니다. 고연령층의 미디어 접근성을 높이기 위해서 시니어 대상 별도메뉴인 ‘해피 시니어’를 론칭하고 큰 글자로된 시원시원한 화면에서 시니어 관심 프로그램들을 쉽고 편리하게 볼 수 있도록 UI를 구현했으며, 가족 간 B tv를 연결하여 자녀가 부모님께 콘텐츠를 선물함으로써 시니어 세대의 콘텐츠 접근성을 높일수 있는 ‘B tv 패밀리’ 상품을 출시하였습니다. 그리고 IPTV 사업자 최초로 농아인을 위한 스마트 수어방송 서비스를 상용화하는 등 UX/UI를 개선하여 장애인의 TV 시청 편의성을 높이기 위해 노력하였습니다. 이와 더불어 코로나19 확산으로 학교가 섰다온되었을 때에는 EBS와 협업하여 가상채널을 제공, 네트워크, 단말기 격차로 인한 공교육 공백을 해소하였습니다. 앞으로도 다양한 활동으로 지역 혹은 고객의 특성에 상관없이 모두가 동일한 경험을 할 수 있는, 미디어 격차가 사라진 사회를 만드는 데 이바지 하겠습니다.

세 번째는 콘텐츠 보안, 검증, 저작권 등에 대한 책임 강화입니다. SK브로드밴드는 고객에게 최종 콘텐츠를 전달하는 플랫폼 사업자로서 지켜야 할 책임이 있습니다. 제공되는 콘텐츠에 대한 SK브로드밴드의 도덕적 기준을 세워 나가고 있으며 AI 등을 통해 효율적인 비용으로 검증하는 단계를 만드는 것도 고려하고 있습니다. 또한 콘텐츠 공급자들의 저작권, 정당한 방법으로 콘텐츠를 구입하는 가입자의 권리를 보호하고자 IPTV 콘텐츠에 워터마크를 넣는 보안 솔루션을 적용하여 운영 중입니다. 한류가 글로벌화된 지금 우리나라 콘텐츠가 더 성장할 수 있도록, 바른 소비 환경 조성, 건전한 미디어 생태계 조성에 더욱 힘쓰겠습니다.

* 올해 SK브로드밴드의 미래 방향성 공유를 위한 인터뷰에는 김혁 미디어전략/플랫폼 본부장, 이상범 프로덕트 트라이브장, 고영호 케이블방송 본부장, 이방열 기업 본부장, 최승원 서비스본부장이 참여하였습니다.

Shaping the Future 03

Future with Climate-friendly Business

“기후변화 이슈를 리스크가 아닌 기회로 만들어 갑니다.”



Why it matters

지금의 인류는 기후변화를 넘어 기후위기 시대를 살고 있습니다. 폭염, 폭설, 폭우 등 이상기후가 발생하는 빈도는 점차 잦아지고 있으며, 국제 사회는 이런 위기를 타개하고자 파리기후변화협약을 발효하고 이를 실질적으로 이행하기 위해 다방면으로 공조하고 있습니다. 우리나라도 기후변화 대응 로드맵을 설정하여 2030년 기준으로 2017년 배출량 대비 24.4% 감축 목표 수립, 신재생에너지 보급 확대, 배출권 거래제 활성화, 에너지 신산업 육성 등을 주요 과제로 선정하였습니다.

투자자의 관심도 단순히 경제적 성과를 넘어 ESG로 확대되고 있습니다. 일례로, 세계 최대 자산운용사인 미국의 블랙록은 투자 포트폴리오에서 ‘기후변화’와 ‘지속가능성’을 최우선 순위로 삼겠다고 발표하였습니다.

아울러 세계 최대 연기금 펀드인 노르웨이 국부펀드(GPFG), 일본 정부 연기금 투자펀드(GPIF) 등 대형 연기금도 ESG를 핵심 투자 지침으로 삼고 있습니다. 특히 GPFG는 막대한 양의 온실가스를 배출하는 석유·철강·콘크리트 관련 기업 4곳에 대한 투자를 철회할 방침이라고 발표하며 친환경을 위한 최소한의 변화를 강조하였습니다. 국내 연기금 및 금융사들도 ‘탈석탄 금융’을 선언하며 친환경 가치를 매우 중시하는 모습을 보이고 있습니다. 다소 환경 이슈에서 자유로웠던 IT 기업들도 친환경 경영을 선포하는 추세입니다. 애플은 2030년까지 자사는 물론 모든 제품 및 공급망에서 100% 탄소 중립을 구현할 것이라고 발표하였고, 마이크로소프트(MS)는 탄소 중립을 넘어 마이너스 탄소 배출을 선언하였습니다. 이처럼 친환경 정책은 지속 가능한 기업 및 사회를 만들기 위한 외면할 수도, 피할 수도 없는 중대 과제로 자리 잡았습니다.

What we do

탄소발자국 관리

RE100 가입

SK브로드밴드는 ESG 경영 가속화를 위해 국내 최초로 SK 그룹 내 7개 관계사와 함께 RE100에 가입하였습니다. RE100은 Renewable Energy 100%의 약자로, 2014년 다국적비영리기구인 더클라이밋 그룹(The Climate Group)과 CDP가 협력하여 운영하고 있는 글로벌 이니셔티브입니다. 2021년 6월 기준, 전 세계 316개 기업이 가입했으며, RE100에 가입한 기업들은 2050년까지 전체 사용 전력량을 재생 에너지로 전환하겠다는 약속을 이행해야 합니다. SK브로드밴드를 포함한 SK그룹 내 7개 관계사는 더클라이밋그룹의 검토를 거쳐 최종적으로 가입이 완료되었으며 올해 말 세부 이행계획을 제출하고 매년 계획의 진행 상황을 점검 받을 것입니다. SK브로드밴드는 향후 정부가 시행할 예정인 다양한 정책 수단(제3자 전력구매계약(PPA) 체결, 재생 에너지 발전사업 지분 투자, 녹색프리미엄제 등)을 고려해 재생에너지 사용률을 단계적으로 늘려 나갈 계획입니다. SK브로드밴드는 RE100 가입을 통해 저탄소·친환경에 기여하고 사회적 가치를 실현하는 동시에 글로벌 ESG 경영 환경에서 사업적 경쟁력을 강화해 나가는 경영 전략을 전개해 나갈 것입니다.

사업장 친환경화

미래 세대를 위한 투자의 일환으로 사회와 환경에 대한 기업의 책임을 다하기 위해 저탄소·친환경 중심의 ESG 경영을 추진하고 있습니다.

SK브로드밴드는 RE100을 본격적으로 이행하기 위한 첫걸음으로 한국 전력과 녹색 프리미엄 계약을 맺었습니다. 계약에 따르면 B tv 해외 위성 채널 확대와 품질 개선을 위해 설립된 여주위성센터를 100% 재생 에너지로 운영하게 됩니다. 녹색 프리미엄은 전력 소비자가 재생 에너지로 생산한 전기의 사용을 인정받기 위해 추가 요금을 지불하고 재생에너지 사용 확인서를 발급받는 제도로, 지불한 추가 요금은 재생 에너지 보급과 확산에 쓰여 선순환을 불러일으킵니다. SK브로드밴드는 해당 계약을 통해 구매한 615MWh의 재생에너지 전력을 운영에 투입하여 100% 친환경 에너지 사업장으로 전환하고, 이를 시작으로 SK브로드밴드가 운영하고 있는 전체 사업장에 사용되는 전력을 점차 친환경 에너지로 전환해 나갈 예정입니다.

또한 SK브로드밴드는 SK그룹의 에너지 계열사인 SK E&S와 SK컨소시엄을 구성하였습니다. 컨소시엄은 새만금 지역에 그린 하이퍼스케일 데이터센터(초대형 데이터센터) 클러스터를 구축, 신재생에너지 사용

비율을 최소 30%에서 100%까지 향상할 구상을 갖고 있습니다. 동북아 지역의 허브로 성장할 새만금 데이터센터는 규모뿐만 아니라 환경적으로도 큰 기대를 모으고 있습니다.

K-EV100 가입

‘K-EV100’은 무공해 자동차 대중화 및 수송 부문 탄소 배출량 감소를 위해, 환경부에서 주관하고 민간기업이 자발적으로 참여하는 사업입니다. SK브로드밴드도 K-EV100 사업의 취지에 동감하여 이에 적극적으로 참여하고자 중장기적인 계획을 수립하여 실천하고 있습니다.

SK브로드밴드는 2021년을 시작으로, 기존의 내연기관 자동차를 무공해 자동차로 교체해 나갈 예정이며, 2030년에는 100% 무공해 자동차를 사용할 계획입니다. 충전 설비 역시 2021년부터 무공해 자동차 도입과 함께 구축해 나갈 것입니다. 이 외에도 사업 활동 중에 발생하는 환경 피해를 줄이기 위해 다방면으로 노력하겠습니다.



여주위성센터

What we do

셋톱박스 저전력화

셋톱박스는 가정에서 계속 켜져 있는 가전기기 중 하나입니다. 전력 소모가 많을수록 전력 생산시설에서 배출되는 탄소도 늘어나기 때문에 SK브로드밴드는 이를 심각하게 받아들여 전력 소모량을 줄이기 위한 기술 개발에 노력하고 있습니다. 그 결과 한국에너지공단 효율관리 제도에 등록된 셋톱박스 능동대기 모드 소비전력 기준으로 국내 최소 수준 제품들(BFX-UH200 : 1.5W / BIP-UW200 : 2.7W / BID-AT200 : 1.3W)을 출시하였습니다. 이는 기존 셋톱박스 대비 소비 전력을 1/3~1/4 감축한 것으로 가동 시 전력사용량 또한 획기적으로 줄였습니다. 향후 SK브로드밴드는 다양한 셋톱박스 저전력 기술을 구현해 사회, 환경 모두를 만족시키는 제품을 만들 예정입니다.

네트워크 장비의 저전력화

SK브로드밴드는 네트워크 트래픽을 처리하고 안정적인 서비스를 제공 하기 위해 다수의 네트워크 장비를 운용하고 있습니다. 그러나 장비 사용량이 증가함에 따라 전력 소모량과 탄소 배출량도 지속적으로 증가하고 있는 상황입니다.

SK브로드밴드는 이러한 상황을 중대하게 인지하여 전력 사용량이 많은 구형 장비는 철거하고 저전력 소비 장비로 교체하여 전력 소비를 최소화하기 위해 노력하고 있습니다. 단일 장비로는 가장 많은 전력을 소비하는 구형 전화교환기부터 우선적으로 고집적 장비로 교체하고 있으며 인터넷 장비도 고효율 저전력 장비로 점진적으로 교체하고 있습니다. 2014년부터 2024년까지 구형 전화교환기 총 41식을 철거할 계획 으로 2020년까지 이 중 21식을 철거 완료하였으며 2021년에는 5식을 추가로 철거할 예정입니다. 2020년까지 21식을 철거하여 절감한 전력 소비량은 782kWh였으며, 2024년까지 41식 전체를 철거할 경우 1,824kWh의 전력을 절약할 수 있을 것으로 예상합니다.

아울러 인터넷 장비도 처리 용량은 3배 증가하면서 소비 전력은 최대 63% 개선된 장비를 도입하여 최근 3년간 소모 전력을 2,639MWh 절감 하였습니다. 이는 서울시 11,657 가구가 한 달간 사용할 수 있는 전력 입니다. SK브로드밴드는 앞으로도 다양한 노력을 기울여 탄소 발자국 저감을 위한 노력을 이어가겠습니다.

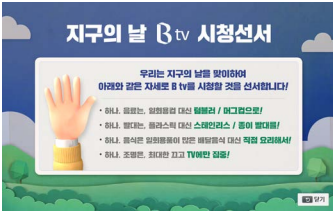
셋톱박스 능동대기 모드 소비전력

모델명	능동대기모드 소비전력
BFX-UH200	1.5W
BIP-UW200	2.7W
BID-AT200	1.3W

인식 개선 활동 전개 - 2020지구의날 콘텐츠

전 세계적으로 환경오염에 대한 관심이 상승하고 있고 인류의 지속적인 성장과 함께 환경보호도 함께 이뤄져야 한다는 의견이 주를 이루고 있습니다. 2020년 SK브로드밴드는 고객의 인식을 개선하는 차원에서 지구의 날 50주년을 기념하여 세계자연기금과 함께 지구의 소중함을 느낄 수 있는 콘텐츠를 큐레이션한 B tv <지구, 다시보기>를 특집관을 통해 제공하였습니다. 또한 지구의 날을 맞아 B tv를 시청하며 실천할 수 있는 ‘지구의 날 B tv 시청선서’도 시청자와 공유하며 고객들에게 우리의 지구를 위해 일회용컵과 플라스틱 빨대 대신 텀블러와 머그컵을 사용하고 조명사용은 최대한 자제하여 TV에만 집중하자고 제안했습니다. SK브로드밴드는 코로나19로 지구 환경 보전에 대한 관심이 더욱 커지고 있는 현재 상황에 맞춰 앞으로도 더 다양한 콘텐츠로 고객에게 즐거움을 주고, 자연환경에 관심을 가질 기회 또한 지속적으로 제공할 것입니다.

또한 SK브로드밴드는 사내 구성원을 대상으로 친환경 캠페인 ‘고고 챌린지’를 진행하고 있습니다. 고고챌린지는 환경부가 2021년 1월부터 시작한 환경보호 캠페인으로, 플라스틱 및 일회용품 사용을 줄이기 위한 실천을 스스로 약속한 후 다음 참가자들을 지명하는 릴레이 방식 캠페인입니다. 구성원 누구나 일상에서 자발적으로 참여할 수 있으며 가정과 직장에서 환경보호 의지를 다질 수 있습니다. SK브로드밴드는 이처럼 작지만 강한 실천을 통해 구성원 스스로가 일상의 변화를 느끼고 ESG 경영 문화를 확산하는 계기를 만들고자 노력하고 있습니다.



지구의 날 B tv 시청선서



SK브로드밴드 임직원의 고고챌린지 참여

Interview for sharing future direction

이해관계자가 SK브로드밴드의 현재와 미래를 더욱 명확히 이해 할 수 있도록 돕기 위해 SK브로드밴드의 방향성을 공유할 수 있는 여러 사업부문의 임원을 대상으로 인터뷰를 진행하였습니다.

Q 기후변화로 인해 기상재해가 빈번히 발생하고 이에 따른 피해 규모가 커지고 있습니다. 또한 기후변화로 인한 부정적 영향이 어떻게, 그리고 어디까지 미치는지에 대해 명확히 파악하기 어려워 기후변화에 대한 이해관계자의 관심이 그 어느 때보다 높은 상황 입니다. SK브로드밴드가 미래 세대를 위해 보유한 기후변화 대응 관련 주요 접근법과 활동이 있다면 공유해 주십시오.

A SK브로드밴드는 기후변화의 심각성에 대해 인지하고 있으며 그 대응 활동 또한 사업 전략 차원에서 중요하게 바라보고 있습니다. 이에 매년 에너지 사용량을 측정·관리하여, 발생 가능한 리스크는 사전에 관리하고 있습니다. 또한 네트워크 운용 장비 중 에너지 효율이 떨어지는 장비는 고효율 저전력 장비로 교체하고 있으며, IDC 센터 냉방 방식 변경, 전기차 사용 확대 등을 통해 온실가스 감축 활동을 진행하고 있습니다. 특히 재생에너지 사용이 온실가스 감축에 매우 효과적임을 알고 있기에 RE100에 가입하였으며, 이에 따라 2050년까지 전체 전력 사용량을 재생 에너지로 전환하는 약속을 이행하고 있습니다.

이와 더불어 SK브로드밴드는 환경적 책임이 기업이 직접 발생 시키는 환경 영향에만 있는 것이 아님을 인지하고 있습니다. 간접 환경 영향의 최소화를 위해 고객에게 제공되는 셋톱박스의 능동 대기 소모전력을 국내 최소 수준으로 줄였으며, 2020년에는 클라우드 베이스의 IPTV UI를 개발하여 셋톱박스 교체 없이 속도, 성능을 높여 셋톱박스 폐기물을 줄임과 동시에 고객의 서비스 접근성도 함께 높였습니다.

마지막으로는 미래 세대를 위해 미디어 플랫폼 사업자로서 긍정적 영향력을 극대화하고자 합니다. 주요 이해관계자인 정부, 사회, 고객, 구성원, 협력사와 함께 환경보호 인식을 전환하고 실천력을 제고하는 여러 캠페인을 진행하여 Green Society를 구축하는 활동을 이어가겠습니다.

* 올해 SK브로드밴드의 미래 방향성 공유를 위한 인터뷰에는 김혁 미디어전략/플랫폼 본부장, 이상범 프로덕트 트라이브장, 고영호 케이블방송 본부장, 이방열 기업 본부장, 최승원 서비스 본부장이 참여하였습니다.

ESG Report

48

Environmental Data

50

Social Data

62

Governance Data

Environmental Data

환경 데이터 * 별도 기준

기후변화 대응

온실가스 배출 관리 ¹⁾		단위	2018	2019	2020
총 온실가스 배출량 (Scope 1+Scope 2) ²⁾			272,848	281,170	337,966
직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	tCO ₂ eq		1,921	1,577	1,458
간접 온실가스 배출량 (Scope 2)			270,958	279,617	336,542
총 온실가스 배출량 원단위 (Scope 1+Scope 2)	tCO ₂ eq/ 매출액(십억 원)		86.37	88.45	91.02

1) 온실가스 명세서 기준

2) 온실가스 배출량 합계는 정부의 사업장 단위 질사 후 합산 기준이 적용됨에 따라 총 온실가스 배출량과 직접·간접 온실가스 배출 합산 값에서 차이 발생 가능

SK브로드밴드는 사업활동 시 발생할 수 있는 기후변화 영향을 저감하기 위해 매년 온실가스 배출량을 모니터링하고 온실가스 배출량 감축 목표를 세워 관리하고 있습니다. 2020년에는 티브로드와의 합병과 가입자 증가에 따른 전진배치 시설(ONU, ONT 등)의 확대로 온실가스 배출량이 증가하였으나 지속적인 관리·감축 활동을 통해 온실가스 배출량을 줄여 나갈 예정입니다.

에너지 사용		단위	2018	2019	2020
일반에너지	총 에너지 소비량 ¹⁾		5,586,000	5,759,000	6,921,000
	도시가스(LNG)		24,802	18,597	15,912
	직접 에너지원별 소비량	GJ			
	휘발유		6,361	5,556	6,481
	경유		3,229	3,532	2,953
	등유		0	46	22
	LPG		122	144	94
	간접 에너지원별 소비량				
	전력		5,577,997	5,756,596	6,928,518
	스팀		1,471	1,105	1,356
총 에너지 소비량 원단위		GJ/ 매출액(십억 원)	1,768	1,812	1,864
재생에너지	총 재생에너지 소비량	MWh	62	55	52
	재생에너지 사용 비율	%	0.01	0.01	0.01
	태양광	MWh	62	55	52
	재생에너지원 별 소비량				
	풍력		0	0	0
	기타(수력, 바이오매스 등)		0	0	0
	녹색프리미엄	MWh	0	0	0
	인증서(REC) 구매		0	0	0
	지분투자		0	0	0
	자가발전		62	55	52

1) 에너지 소비량 합계는 정부의 사업장 단위 질사 후 합산 기준을 적용함에 따라 세부 에너지원 별 합산 값과 차이가 발생할 수 있음

사업활동 중 사용되는 에너지량을 파악·관리하기 위해 주기적으로 에너지원별 에너지 사용량을 모니터링하고 있으며, 재생 에너지 사용 비중을 높이기 위해 녹색 프리미엄 구매, 신규 IDC내 태양광 발전설비 구축 등의 활동을 이어가고 있습니다.

물 사용 ¹⁾		단위	2018	2019	2020
총 용수 취수량		Ton	314,516	304,992	320,210
총 용수 취수량 원단위		Ton/매출액(십억 원)	99.57	95.95	86.24
취수원별 용수 취수량	상수	Ton	314,516	304,992	320,210
	지하수		0	0	0
	기타		0	0	0
용수 재활용 비율		%	0	0	0
총 용수 사용량		Ton	314,516	304,992	320,210
총 용수 재활용량			0	0	0

1) 용수 데이터는 환경정보공개 대상 사육 기준

오염저감

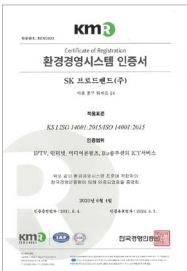
폐기물 배출		단위	2018	2019	2020
총 폐기물 발생량 ¹⁾		Ton	1,516	2,486	1,966
총 폐기물 발생량 원단위		Ton/매출액(십억 원)	0.48	0.78	0.53
폐기물 유형별 발생량	지정 폐기물	Ton	161	200	187
	일반 폐기물		1,355	2,286	1,778
총 폐기물 재활용량		Ton	819	1,374	892
폐기물 재활용률		%	54.0	55.3	45.4

1) 보고범위는 본사, IDC 3곳, 사육 3곳 및 케이블, STB와 같은 통신장비 자산

SK브로드밴드는 사업활동 과정에서 발생하는 폐기물을 최소화하고 발생한 폐기물을 재활용하기 위해 힘쓰고 있습니다. 총 폐기물 발생량은 전년 대비 감소하였으며 앞으로도 자원의 효율적 활용으로 오염 저감 활동에 역량을 집중할 예정입니다.

환경법규 위반		단위	2018	2019	2020
환경법규 위반 건 수		건	0	0	0
환경법규 위반관련 벌금액수		천 원	0	0	0

환경경영 인증



ISO14001 인증서

SK브로드밴드는 ISO14001 인증을 보유하고 있습니다. ISO14001은 국제표준화기구(ISO, International Organization for Standardization)에서 환경경영시스템 운영 시 필요한 사항들을 규정해 놓은 국제 규격을 의미하며, 제3자 기관에서 객관적 평가를 실시하기에 높은 신뢰도를 보유하고 있습니다. 이에 SK브로드밴드는 ISO14001 인증을 획득하여 전사 경영 방침이 환경경영을 기반으로 운영되고 있다는 점과 환경과 관련된 구체적인 목표를 수립하여 효율적으로 관리하고 있다는 사실을 인정받고 있습니다.

Social Data

사회 데이터

노동

구성원¹⁾

구성원 현황		단위	2018	2019	2020
전체 구성원 수		명	1,688	1,803	2,415
연령별 구성원 비율	만 30세 미만		6	9	8
	만 30세 이상 50대 미만		78	70	68
	만 50세 이상		16	21	24
성별 구성원 비율	남성	%	88	86	85
	여성		12	14	15
계약형태별 구성원 비율	정규직 ²⁾		98	95	95
	비정규직		2	5	5

1) 사업보고서 공시 기준
2) 정규직에 미등기임원 포함

2020년 기준 SK브로드밴드의 총 임직원 수는 2,415명입니다. 이 중 남성 직원의 비율은 85%, 여성 직원 비율은 15%로 남성 직원의 비율이 높습니다. 이를 보완하고자 신입 직원 공개채용 시 여성 인력을 50% 이상 채용하고 계약직 근로자의 정규직 전환 시 여성 근로자를 우대하는 등의 활동으로 여성 직원 비율을 높이기 위한 노력을 전개 중입니다.

채용 현황		단위	2018	2019	2020
신규채용자 수 ¹⁾		명	110	152	120
청년인턴 정규직전환자 수(전체 청년인턴 수)			17(26)	23(29)	26(54)

1) 정규직 및 비정규직 포함, 2020년 10월 채용을 완료한 21년 1월 입사자 7명 포함

성비균형		단위	2018	2019	2020
전체 여성 수(비율 ¹⁾)			203(12)	261(14)	362(15)
팀장급 여성 수(비율 ²⁾)			7(4.8)	6(4.1)	9(4.4)
임원진 여성 수(비율 ³⁾)		명(%)	0(0)	1(2.4)	2(4.4)
매출발생부서 팀장급 여성 수(비율 ⁴⁾)			6(4.1)	5(3.4)	8(3.9)
신규채용 여성 수(비율 ⁵⁾)			47(43)	82(54)	59(49)

1) 전체 구성원 중 여성 비율
2) 전체 팀장급 구성원 중 여성 비율
3) 전체 임원 중 여성 비율
4) 전체 팀장급 구성원 중 매출부서 여성 팀장급 비율
5) 신규 채용자 중 여성 비율

2020년 말 기준 전체 여성 임직원 수는 362명이며 이 중 관리직 여성 임직원(임원 및 팀장) 수는 11명입니다. 성비균형 확보 차원에서 사내 리더 인재풀 내 여성 비율을 높이고 팀장 승진 비율을 관리하고 있으며 여성 임원 외부 영입도 지속적으로 추진 중입니다. 앞으로도 SK그룹 교육프로그램을 통해 여성 인재를 육성하고 지속적으로 여성 임원을 선출하는 등의 다양한 노력을 기울여 임직원 성비 균형을 추진해 나가겠습니다.

사회적약자 및 소수자 채용		단위	2018	2019	2020
장애인 수(비율 ¹⁾)			33(2.6)	38(2.6)	52(3.1)
국가보훈자 수(비율)		명(%)	77(4.5)	75(4.1)	74(3.1)
외국인 수(비율)			0(0)	0(0)	0(0)

1) 상시 근로자수(전체 구성원 중 등기임원, 파견직, 입사 16일 미만자 제외)기준으로 장애인 수는 실 인원수이며, 비율은 중증장애 가산 적용

퇴직 및 이직 현황		단위	2018	2019	2020
퇴직자 수		명	34	16	21
자발적 퇴직자 수(비율 ¹⁾)		명(%)	24(71)	12(75)	18(86)
이직자 수		명	12	9	10
자발적 이직자 수(비율 ²⁾)		명(%)	12(100)	9(100)	10(100)

1) 자발적 퇴직자 수/퇴직자 수
2) 자발적 이직자 수/이직자 수

근속 현황 ¹⁾		단위	2018	2019	2020
평균 근속연수			13.5	13.6	14.0
남성 평균 근속연수		년	14.3	14.8	15.2
여성 평균 근속연수			7.3	6.4	7.4

1) 사업보고서 공시 기준

급여¹⁾

전체 급여		단위	2018	2019	2020
전체 평균 급여			9,387	10,446	8,926
남성 평균 급여		천 원	9,969	11,313	9,605
여성 평균 급여			5,454	5,766	5,486

1) 사업보고서 공시 기준

동등급여 ¹⁾		단위	2018	2019	2020
임원 남녀 동등급여 비율 ²⁾			-	66	36
팀장급 남녀 동등급여 비율		%	81	93	92
팀원 남녀 동등급여 비율			67	69	73
전체 남녀 동등급여 비율			55	51	57

1) 남녀 근속연수 차이로 인한 급여 차이가 발생
2) 비율산정: 여성급여/남성급여

복리후생¹⁾

직원 복리후생 현황		단위	2018	2019	2020
복리후생비		천 원	14,721,670	16,935,945	18,456,409
매출액대비 복리후생비		%	0.47	0.52	0.50

1) 복리후생: 복지연금, 자녀학자금, 의료비 지원, 선택적복리후생 등 운영

인재양성

교육 프로그램	내용
직급공통 교육	SK브로드밴드인으로서 겸비해야 할 마인드 혁신 및 체질화
직급전문 교육	해당 직급에 대한 명확한 인식과 업무수행을 위한 필수역량 향상
직무공통 교육	회사의 경영목표 달성과 지원을 위해 전사가 필수적으로 습득해야 할 공통 직무역량 개발
직무전문 교육	해당 직무에 대한 전문적인 지식과 스킬 함양을 통해 구성원의 업무수행능력과 경쟁력 제고

‘전사 성장을 견인하는 Smart 리더와 구성원의 체계적 육성’이라는 목표 아래, 다양한 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 구체적으로 ①실력과 자부심을 바탕으로 변화를 선도하는 Smart 리더와 구성원 육성, ②방송·미디어 역량 강화, ③Agile 일방식 확산, ④On-tact 교육 고도화라는 목표 아래 SK브로드밴드의 경영목표 달성에 이바지하는 인재로 성장시키고 있으며, 나아가 개인의 역량 개발 환경 또한 제공하고 있습니다.

급변하는 내외부 환경 속에서 Biz. 성장을 견인하는 Smart 리더/구성원의 체계적 육성을 위해 신입사원부터 임원에 이르기 까지 직급별·계층별 특화된 육성프로그램을 기획하여 운영 중입니다. 또한 미디어 플랫폼 Company 구성원의 역량을 높이고 인재를 육성하기 위해 전문성 강화 및 Re-skilling 프로그램을 추진하고 있습니다. 특히 전년과 올해는 Un-tact 일상화에 따른 On-tact 교육의 지속적인 학습 문화 조성을 위해 교육시스템을 개선하고 SK그룹의 동영상 교육 플랫폼인 ‘mySUNI’를 적극 활용하고 있습니다. 추가적으로 전문 과정이 필요한 경우에는 외부 기관과의 적극적 연계를 통해 지원을 아끼지 않고 있습니다.

이 외에도 정년 퇴직자 지원 교육을 제공하여 임직원의 퇴직 후 안정적인 삶을 보장합니다. 퇴직자 대상 교육에는 진로설계, 취업알선, 재취업 및 창업과 관련한 교육 등이 포함됩니다. 2020년 퇴직자 지원 교육 혜택을 받은 임직원 수는 총 9명(임원 5명, 직원 4명)입니다.

교육 성과	단위	2018	2019	2020
직원 1인당 교육시간	시간	47.1	41.2	93.3
직원 1인당 교육비용	천 원	1,921	1,842	2,592
연간 교육과정 운영 수	개(과정)	461	715	952

2020년 임직원의 1인당 교육시간은 93.3시간이고 교육비용은 2,592,403원으로 나타났습니다. 임직원의 교육시간과 비용은 매년 증가하고 있는 추세입니다. 전사 역량강화를 위해 2021년에는 직원 1인당 교육시간을 112시간(2020년 대비 120%) 이상으로 높일 계획입니다.

임직원 삶의 질 향상

임직원 삶의 질 향상을 위한 정책 및 활동 SK브로드밴드는 “Fun & Together 기업문화 조성”이라는 목표를 보유하고 있습니다. 구성원이 활기차고 함께하는 기업문화를 만들어 가기 위해 다양한 활동을 전개 중이며 이러한 활동의 일환으로 일과 삶의 균형 확보, 일과 가정의 양립 정책을 펼쳐 나가고 있습니다.

구성원의 일과 삶의 균형을 보장하기 위한 대표적 제도로는 자율 책임 근무제, We-fresh Day가 있습니다. 2018년부터 도입된 자율 책임 근무제는 구성원이 고정된 근무패턴에서 벗어나 근무시간을 자율 책임 하에 설계할 수 있도록 지원하고 있습니다. 구성원 스스로 일할 시간을 결정하고 시간을 효율적으로 사용할 수 있어 삶의 질을 향상시키는 한편, 근무 시간 내 업무 집중도도 함께 높이고 있습니다. 다음으로 2020년에 신설된 We-fresh Day(매월 세 번째 금요일을 전사 권장 휴무일로 지정) 제도는 한 달에 한 번, 주 4일 근무를 통해 구성원 개인의 휴식은 물론 가족과 함께 하는 시간을 가질 수 있는 환경을 조성하는 제도입니다. 이 외에도 연 6일 부여되는 특별 휴가에 연차 휴가를 연이어 사용하여 구성원이 신체 및 정신적으로 재충전할 수 있도록 지원합니다.

일과 가정의 양립 지원을 위해서는 구성원의 출산·육아 부담을 완화하는 정책 수립 및 활동에 역량을 집중하고 있습니다. 대표적인 정책 및 활동으로는 임신·육아기 근로시간 단축제도 운영, 출산 축하 경조금 및 출산용품 지원, 자녀 학자금 지원, 사내 어린이집 운영, 모성보호실 운영이 있습니다. 특히 2021년부터는 자동 육아휴직제도를 도입하여 남녀 구성원 모두가 출산휴가와 육아휴직을 보장받을 수 있는 기반을 마련하였으며, 임직원 대상 일·가정 양립 구성원 만족도 조사를 실시하여 개선방안을 도출해 나갈 예정입니다. 이러한 노력의 결과 SK브로드밴드는 2013년부터 가족친화기업인증을 유지하고 있으며 앞으로도 구성원 삶의 질 향상을 위한 다양한 지원 정책을 추진하겠습니다.

유연근무제도	단위	2018	2019	2020
유연근무제도 참여비율	%	100	100	100

육아휴직 사용	단위	2018	2019	2020
출산휴가자 수	명	11	9	7
육아휴직자 수	남성	17	12	13
	여성	11	13	6
육아휴직 후 업무 복귀율	%	100	100	84
업무 복귀 후 12개월 이상 근무자 수	명	26	24	16
업무 복귀 후 12개월 이상 근무자 비율	%	93	96	100

가족지원제도 SK브로드밴드는 임직원은 물론 임직원 가족의 행복을 기업의 지속적인 발전에 중요한 요소로 인식하고 있습니다. 이를 위해 가족 대상의 지원제도를 통해 임직원과 가족의 생활을 경제적으로 지원하고 있습니다. 주요 지원 활동은 자녀의 학자금(유치원~대학), 가족건강검진, 의료비 및 장애 자녀 지원, 임직원·가족 암 치료비 지원, 직장어린이집 운영, 경조금 지원 등이 있습니다. SK브로드밴드는 기존 제도의 개선과 더불어 새로운 제도 개발·운영에 역량을 집중하여 임직원과 가족 모두가 행복할 수 있는 환경을 만들어 나가겠습니다.

임직원 가족지원 성과	단위	2018	2019	2020
의료비 지원	명	1,510	1,582	1,962
학자금 지원		1,822	1,838	2,106
장애자녀 지원		18	19	23
암보장 지원		8	11	15
어린이집 지원		33	28	24
경조금 지원		300	349	419

임직원 몰입도 관리 임직원 몰입도는 임직원 개인의 역량과 생산성뿐만 아니라 경제성과와 경쟁력에도 밀접한 연관이 있습니다. 이에 SK브로드밴드는 임직원 몰입도에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 근무환경과 기업문화 전반에 걸친 제도적 혁신을 이어오고 있습니다. 특히 자율책임근무제와 핵심근무시간제(Core Time) 도입, ‘Life-On’ 시스템 도입(근무시간 이외 PC 자동 Off), 자율좌석제 운영, 평가보상제도 개선은 구성원이 몰입할 수 있는 환경 조성에 크게 이바지하고 있습니다.

이러한 제도적 지원 활동과 동시에 체계적인 임직원 몰입도 관리를 위해 매년 1회 ‘자발적·의욕적 두뇌활동(VWBE¹⁾) 실천’, ‘구성원으로서의 소속감과 자부심’, ‘일에 대한 보람 및 성취감’을 측정하는 임직원 몰입도 조사를 실시하고 있습니다. 2020년 임직원 몰입도 조사 결과는 코로나19 상황에서 장기 재택근무로 인한 소통의 제약, 티브로드와의 합병으로 인한 전입 구성원 증가 등의 외적 요인 발생으로 전년대비 다소 하락하였으나 앞으로 구성원 소통 활성화를 위한 프로그램,

1) Voluntarily & Willingly Brain Engagement

팀워크 조성을 위한 기업문화 프로그램 및 캠페인, 구성원 VWBE 환경조성을 위한 리더십 제고 프로그램 등을 통해 임직원 몰입도를 향상시킬 계획입니다. 이와 더불어 코로나19 이후 업무 효율화를 위한 재택근무 상시 제도화, 업무공간 활용을 통한 사옥 내 스포츠 및 휴게시설 확대도 함께 추진하고 있습니다.

임직원 몰입도 측정	단위	2018	2019	2020
임직원 몰입도	점	69.1	76.2	71.6

성과평가

임직원 평가 및 보상	단위	2018	2019	2020
역량개발형 평가제도 적용대상 비율	%	96	93	93

노동조합

SK브로드밴드는 임직원들의 결사의 자유를 존중합니다. 이에 노동조합이 조직되어 있으며 모든 직원은 노동조합에 자유롭게 가입할 수 있습니다. 2020년 기준 회사 내에는 3개의 노동조합이 있으며 노동조합에 가입한 인원 수는 1,613명입니다.

노동조합 운영 현황	단위	2018	2019	2020
노동조합 가입인원 수	명	1,281	1,318	1,613
노동조합 가입비율 ¹⁾	%	97.9	92.1	83.8

1) 2020년 4월 근로자의 노동조합 가입이 필수인 SK브로드밴드와, 노동조합 가입과 탈퇴가 자유로운 티브로드가 합병됨에 따라 2020년 노동조합 가입인원 수 및 비율 감소

안전보건

산업재해

산업재해 현황	단위	2018	2019	2020
구성원 총 근로시간	시간	3,376,000	3,606,000	4,830,000
구성원 사망 건 수	건	0	0	0
구성원 사망률	‰	0	0	0
구성원 근로손실재해 건 수(LTI)	건	1	0	2
구성원 근로손실재해 발생률(LTIR ¹⁾)		0.06	0	0.08
산업재해율	%	0.12	0	0.08
구성원 직업성 질환 발생 건 수	건	0	0	0
구성원 직업성 질환 발생률(OIFR ²⁾)		0	0	0
강도율 ³⁾	‰	0.07	0	0.03

1) LTIR(Loss Time Incidents Rate) 산출식: 1일 이상의 근로손실 발생/총 근로시간 X 200,000

2) OIFR(Occupational Illness Frequency Rate): 산출식: 이 건 수/총 근로시간 X 200,000

3) 강도율 산출식 : 총근로손실일수/연근로시간수 X 1,000

협력사 산업재해 현황	단위	2018	2019	2020
협력사 총 근로시간	시간	21,944,000	21,808,000	24,290,000
협력사 사망 건 수	건	0	0	0
협력사 사망률	‰	0	0	0
협력사 근로손실재해 건 수(LTI)	건	50	39	42
협력사 근로손실재해 발생률(LTIR ¹⁾)		0.46	0.36	0.35
협력사 산업재해 발생 건 수	건	18	17	33

1) LTIR(Loss Time Incidents Rate) 산출식: 1일 이상의 근로손실 발생/총 근로시간 X 200,000

임직원의 근무환경 내 건강과 안전을 보장하기 위해 안전보건관리 계획을 수립하여 운영하고 있습니다. 특히 직무의 특성을 고려하여 위험군으로 관리할 필요가 있는 임직원은 별도로 관리함으로써 직업성 질환과 근골격계질환을 예방하기 위해 노력하고 있습니다. 아울러 협력사 임직원의 산업재해도 함께 관리하여 사업장 내 안전을 철저하게 관리·감독하고자 합니다.

안전보건 관리

안전보건 교육 SK브로드밴드는 임직원의 안전 및 건강을 위해 2020년부터 안전관리 전담조직을 신설하고 전직원을 대상으로 산업안전보건교육을 실시하고 있습니다. 주요 교육 내용은 산업 안전 보건 이해와 작업장 안전 문화·안전 의식 향상을 통한 사고 예방, 안전 사고 사례 및 안전 대책 등으로 구성되어 있습니다. 2020년 1인당 산업안전보건교육 시간은 12시간, 1인당 교육투자 비용은 16,000원입니다.

산업안전관리 사전 위험성 평가제도와 정기적인 모니터링을 통해 안전사고를 미연에 방지하여 모두가 안심하고 근무할 수 있는 환경을 제공하고 있으며, 전사적으로 산업안전 인식을 제고하기 위한 교육을 시행하고 있습니다. 더불어 산업안전 관리 업무는 협력사 위탁 없이 SK브로드밴드가 직접 수행하여 책임감 있는 산업안전을 확보해 나가고 있습니다. 또 산업 안전관리의 범위를 협력사까지 확장하여 자율안전보건관리 체계 수립을 위한 표준 안전보건 지침 제공, 정기 협의체 운영, 현장 Audit¹⁾ 등과 같은 지원 활동을 펼치고 있습니다.

1) 정기·수시·불시 점검 포함

건강지원 SK브로드밴드는 이사회에서 승인된 임직원의 신체 및 정신건강 지원을 위한 산업안전보건 규정 및 산업안전 보건계획에 따라 다양한 건강 지원 복지 제도 및 프로그램을 운영 중에 있습니다. 임직원 건강 증진을 위한 복지제도로는 의료비 지원, 예방접종 지원, 건강검진 지원, 건강관리실·구급함 설치, 동호회 지원 활동이 있으며, 주요 건강 증진 프로그램 으로는 사내방송을 통한 건강 스트레칭 방송 운영, 금연클리닉 등이 있습니다. SK브로드밴드는 2025년까지 건강지원 제도의 임직원 참여도¹⁾를 총 구성원 대비 300% 수준까지 높일 예정이며, 기존에 운영중인 프로그램 외에도 건강 시설 확충, 샐러드 식단 도입, 건강 계단 운영 등 추가 프로그램을 운영할 계획입니다.

1) 임직원참여도: 연간 건강지원제도 누적 참여자수 / 총 구성원 수 X 100

임직원 건강지원 성과	단위	2018	2019	2020
의료비 지원	명	1,510	1,582	1,962
예방접종 지원		351	466	1,252
금연클리닉 지원		3	0	24
봄길건강산책 운영		640	1,098	0
동호회 지원		878	921	1,010



ISO45001 인증서

안전 법규 위반

안전 법규 위반 현황	단위	2018	2019	2020
안전관련 법규 위반 건 수	명	0	0	0

안전보건경영 인증

SK브로드밴드는 국제표준화기구가 제정한 안전보건경영 분야 국제 표준인 ISO45001(본사) 시스템을 도입하여 운영 중에 있습니다. 이에 따라 자율 안전보건 경영체제를 정착시키고 산업재해를 예방하여 임직원이 안심할 수 있는 근무환경을 조성해 나가도록 하겠습니다.

인권경영

체계적 인권경영 추진

인권경영 체계 SK브로드밴드는 지속 가능한 행복 실현을 위해 인권경영 체계의 수준을 단계적으로 향상시키고 있습니다. 인권경영선언을 통해 다양한 이해관계자의 인권을 존중함을 대외적으로 공개하였으며 인권경영에 대한 세부적인 내용을 포함하고 있는 운영지침을 마련하여 체계적인 인권경영을 펼쳐가고 있습니다. 이와 더불어 기존 인권침해조사가 직장내 괴롭힘과 성희롱에 국한되어 있었던 것을 범용적이고 포괄적인 인권 전반에 대해 이뤄질 수 있도록 신고·조사·처벌에 관한 규정을 수립하였습니다. 또한 신고 및 처벌 현황은 지속가능경영보고서에 보고하여 SK브로드밴드의 인권경영 투명성을 제고하고 있습니다. 향후에는 인권 실사 및 리스크 평가를 주기적으로 실시할 계획을 보유하고 있으며 이를 통해 인권경영 관련 개선점을 꾸준히 발굴하고 개선된 인권 정책 수립에 따라 고도화된 교육과정을 운영할 예정입니다.

인권영향평가

경영활동 중 발생할 수 있는 인권리스크를 사전에 발굴·방지하기 위해 인권영향평가를 실시하고 있습니다. 2021년 상반기 처음으로 실시된 인권영향평가는 투명성 및 독립성 확보를 위해 제3자 기관을 통해 진행되었으며, 평가 결과에 따라 2021년 중 인권영향평가 담당부서 및 구성원의 역할과 책임에 대해 규정하고 개선된 인권영향평가 시스템을 구축할 계획입니다. 이와 더불어 2022년에는 고도화된 인권영향평가를 실시하여 SK브로드밴드의 규정 등에 대한 면밀한 검토를 실시하고 구성원 인권 리스크 예방을 위한 구체적 방안 마련 후 관련 활동을 실시해 나갈 예정입니다.

인권침해 예방

인권교육	단위	2018	2019	2020
전사 성희롱 예방 교육 전체 시간	분	129,200	146,240	216,132
직원 1인당 성희롱 예방 교육 시간		76	80	84
전사 장애인 인식 교육 전체 시간		104,400	120,868	150,609
직원 1인당 장애인 인식 교육 과정 시간		60	67	61
전사 직장내 괴롭힘 교육 전체 시간		36,234	35,679	85,645
직원 1인당 직장내 괴롭힘 교육 시간		22	21	35

신고 및 처리

신고 및 처리	단위	2018	2019	2020
인권관련 고충 접수건수	건	0	2	4
처리 건 수		0	2	4

동반성장

인권 관련 고충처리 채널(직장 내 성희롱·괴롭힘 신고센터)을 운영하여 임직원이 업무 환경에서 겪을 수 있는 고충을 접수 하고 있습니다. 또한 접수된 신고 건에 대해서는 상담을 통해 사건 개요 및 피해 근로자의 요구를 파악하고, 요구에 기초한 정식 조사를 실시하여 고충을 처리하고 있습니다. 2020년 접수된 인권관련 신고 수는 4건이었으며, 임직원의 인권 존중에 문제가 발생하였음을 인지하여 모든 신고 건에 대해 조치가 이뤄졌습니다.

동반성장 체계

SK브로드밴드는 다양한 협력사와 함께 성장하기 위한 동반성장 전략체계를 보유하고 있습니다. 해당 전략 체계 및 지원 정책에 따라 대금지급조건 완화, 선금지급, 보증 관련 면제, 동반성장 교육 PG(CEO세미나, MBA) 등 다양한 프로그램을 운영 중입니다. 앞으로도 협력사의 매니지먼트 및 역량 강화를 목표로 더욱 의미 있는 동반성장을 추진해 나갈 계획입니다.

협력사 성장 지원

구매향	단위	2018	2019	2020
총 구매액	천 원	120,571,080	65,991,326	49,346,334
장비, 기자재 구매액		105,547,801	41,832,281	23,674,698
공사, 용역 구매액		15,023,279	24,159,045	25,671,636

동반성장 교육 지원

협력사 대표를 대상으로 CEO세미나, MBA 활동을 실시하여 협력사 경영에 이바지할 수 있는 경영 기법 및 노하우, 경영 트렌드 등을 공유하고 있으며, 2020년에는 총 10명의 협력사 대표자를 대상으로 동반성장 교육활동을 실시하였습니다. 이 외에도 수탁사를 대상으로 개인정보 교육 지원 활동을 실시하고 있으며 오프라인 방문교육 프로그램도 함께 운영하여 교육의 실효성을 높여가고 있습니다.

개인정보보호 교육 지원 성과	단위	2018	2019	2020
총 수탁사 개인정보 온·오프라인 교육 이수자 수	명	11,396	14,061	13,342
개인정보 온라인 교육 이수자 수		7,625	7,946	10,316
개인정보 오프라인 방문교육 이수자 수		3,771	6,115	3,026

협력사 식별 및 평가

협력사 사전 스크리닝 평가

SK브로드밴드는 협력사 ESG리스크 관리 정책을 수립하여 시행하고 있습니다. 구체적으로 협력사 사전 스크리닝을 통해 계약 시 ESG정책에 대한 준수와 동의를 요청하는 공식문서인 ‘CSR실천 동의서’와 서면 계약서 내 협력사 정책에 관한 요건을 준수하도록 권고하고 있습니다. 협력사는 일련의 스크리닝 과정을 거친 후 결과에 따라 거래 관계가 종료되거나 신규 협력사로 등록되게 됩니다. 협력사 신규 등록 시 진행되는 사전 스크리닝은 인권, 환경, 윤리, 사회 등 ESG요소를 기반으로 진행되고 있으며 2020년 사전 스크리닝을 진행한 협력사 계약건수는 총 1,478건입니다. 앞으로도 SK브로드밴드는 ESG 성과 개선을 위해 2022년 까지 사전 스크리닝 비율 100%를 목표로 꾸준히 관리할 계획입니다.

협력사 식별 및 평가 현황	단위	2018	2019	2020
스크리닝 평가 협력사 수	개	346	415	312
사전 평가 비율	%	100	100	100

협력사 정기평가 SK브로드밴드는 경쟁력 있는 협력사와 함께 최상의 품질을 유지하기 위해 노력하고 있습니다. 이를 위해 공정한 절차에 따라 협력사를 선정하는 것과 함께 매년 협력사를 대상으로 정기평가를 실시하고 있습니다. 2020년부터는 품질 경쟁력뿐만 아니라 협력사의 환경·사회적 영향을 고려하여 협력사 선정과 평가 기준에 ESG 인증 여부를 포함 하였습니다. 그 결과 2020년 ESG 인증을 받은 협력사는 전체의 20.2%로 나타났습니다. 앞으로도 지속적으로 비율을 높여 2024년까지 65%의 공급업체가 ESG 인증을 보유하는 것을 목표로 하고 있습니다.

협력사 평가 현황	단위	2018	2019	2020
협력사 정기평가 수 ¹⁾	개	346	415	312
협력사 ESG 인증 평가 비율 ²⁾	%	-	-	78

1) 계약금액 규모 등을 고려한 정기평가 대상 내부규정에 따라 평가 대상 협력사 선정 및 평가 실시

2) 2020년 협력사 정기평가에서 ESG 인증 업체를 평가 점수에 반영함

정보보안 및
개인정보보호

정보보안 및 개인정보보호 체계

SK브로드밴드는 미디어 플랫폼 기업으로 사이버보안과 개인정보보호는 반드시 지켜야 할 핵심가치로 생각합니다. 이에 지난 3년간 사이버보안 및 개인정보보호 관련 투자를 66% 확대하고, 전담인력을 25% 보강하는 등의 노력을 기울여 기업 역량을 강화해 왔습니다.

세부적인 활동으로는 정보통신망법 및 개인정보보호법을 근간으로 보안정책과 지침을 수립하여 준수하고 있으며, CISO (정보보호최고책임자·정보보호담당)와 CPO(개인정보보호최고책임자·고객가치혁신그룹장) 지정을 통해 전문적이고 체계적인 보안업무를 수행하고 있습니다. 또한 정보보호산업진흥원에서 주관한 정보보호현황공시제도에 자발적으로 참여 하여 정보보호투자, 인력보강, 정보보호활동 전반에 대한 내용을 대외 신뢰도 및 투명성 제고를 위해 제 3자 기관을 통해 검증하고 정보보호산업진흥 포털에 공시하여 누구나 확인할 수 있도록 하였습니다. 이와 더불어 고객정보의 이용 및 활용과 조치에 대한 내용은 개인정보보호 처리방침에 따라 모든 고객들이 열람할 수 있도록 홈페이지에 공개하고 있으며, 대외기관으로부터 정보보호관리체계인증(ISMS)을 취득하여 유지하고 있습니다. 특히 분당 IDC 센터는 국제표준 정보 보안 경영시스템 인증인 ISO27001인증을 취득하여 국내외적으로 우수한 보안에 대해 인증을 받았습니다.

이러한 노력의 결과 2020년 11월 과학기술정보통신부가 주최한 ‘2020 정보보호 산업인의 밤’에서 ‘정보보호 산업발전 유공 표창(과학기술정보통신부 장관 표창)’을 수상하는 성과를 거두었으며, 앞으로도 정보유출·위반 건수 Zero화를 목표로 정보보안과 개인정보보호를 위한 활동을 지속적으로 확대해 나갈 예정입니다.

정보보안 및 개인정보보호 성과

기업 정보 및 개인정보 유출	단위	2018	2019	2020
기업 정보 및 개인정보 유출 건 수	건	0	0	0

대외 정보보안 인증 취득

			
ISMS(ISP)	ISMS(IDC)	ISMS(CATV)	ISO27001

지역사회

사회공헌 활동을 통한 지역사회 활성화

SK브로드밴드는 ‘Together with stakeholders’ 라는 슬로건을 기반으로 지역 주민과 함께 사회문제를 해결하고 행복을 만들기 위해 노력하고 있으며 지역사회공헌을 사회문제 해결의 관점에서 접근하고 있습니다. 특히 고령화, 기술 및 정보격차, 교육현장에서 야기되는 사회문제에 주목하고 시니어, 소상공인, 지역, 청소년을 대상으로 한 사회공헌활동에 집중하고 있습니다. 앞으로도 다양한 사회공헌 프로그램을 확장·운영하여 현재 5%대인 구성원 사회봉사 참여율을 2025년 에는 30%수준까지 높일 예정입니다.

주요 사회공헌 활동	내용
독거노인 지원 사업	독거노인의 결식 문제 해결을 위해 수원시내 6개 지역복지관 및 도시락 제조 사회적기업과 협업하여 2021년 1월부터 결식으로 고통 받는 수원시내 180명의 독거노인에게 매일 도시락을 제공하고 있습니다. 해당 활동은 2021년 10월까지 지속할 예정이며 내년 이후에도 지속적으로 결식 노인에게 관심을 쏟고자 합니다. 지난 2월에는 코로나19로 인해 예년 대비 연탄 기부액이 절반 가량 감소하여 겨울철 나기에 어려움을 겪고 있는 저소득 취약계층을 위해 구성원과 함께 모금한 연탄 9만 3,700장을 밥상 공동체 연탄은행에 기부하였습니다.
블러썸 청소년영상제	우리나라 청소년의 ‘삶의 만족도’가 OECD국가 중 꼴찌이고, 8년째 청소년 사망원인 1위가 자살이라고 합니다. 이에 청소년들의 행복을 위해 2018년부터 ‘블러썸 청소년영상제’ 프로젝트를 추진 중에 있습 니다. ‘블러썸 청소년영상제’는 청소년이 자신들의 문제와 행복을 찾기 위한 이야기를 영상으로 제작 하고, 전문가들이 이를 분석하여 사회변화를 위한 방안을 모색하기 위해 만든 프로젝트입니다.
미디어 활용 지역사회 지원 사업	미디어 역할을 활용한 지원사업 운영으로 지역사회가 보유한 사회이슈 중 하나인 문화·정보 격차를 줄여가고 있습니다. 대표적인 문화 지원사업으로는 코리안심포니오케스트라와의 협업으로 만들어진 ‘은:클래식’ 콘텐츠가 있으며, 해당 콘텐츠를 통해 지역주민이 직접 수도권에 방문하지 않고도 현장감 있는 오케스트라를 감상할 수 있도록 하였습니다.
지역별 맞춤형 봉사활동	임직원 스스로 지역사회의 문제를 체험하고 이를 직접 개선하는 데 이바지할 수 있도록 자원봉사 활동을 추진하고 있습니다. 자원봉사는 전국을 4개 지역(수도권, 서부지역, 중부지역, 동부지역)으로 구분하여 실시되며, 앞으로 각 지역별 특성과 취약점을 고려한 맞춤형 봉사활동 프로그램을 운영해 나갈 계획입니다.
헌혈 캠페인 참여	코로나19 장기화로 헌혈자들이 줄어들면서 제때 수혈을 받지 못하는 환자들이 늘어나고 있습니다. 이러한 혈액 수급난을 극복하기 위해 2020년부터 SK ICT Family사가 함께하는 구성원 헌혈캠페인에 동참하고 있습니다.
전통시장 및 소상공인 지원 사업	소상공인 주제의 지역 케이블 방송 콘텐츠 제작 및 방영을 통해 코로나19로 침체된 전통시장과 소상공인의 판로를 개척하고 홍보 마케팅을 지원하고 있습니다. 2020년에는 ‘추석특집 온마켓 어워즈’, ‘따뜻한 밥 한끼 어때’, ‘답은 시장이 Day’등의 다양한 특집 프로그램을 편성하였습니다.

사회공헌 활동

사회공헌 비용	단위	2018	2019	2020
사회공헌활동비	천 원	234,000	250,000	1,566,000
현금기부 금액		240,000	211,000	673,000

봉사활동 ¹⁾	단위	2018	2019	2020
봉사활동 횟수	회	-	46	98
임직원 봉사활동 총 시간	시간	-	1,068	758
봉사활동 참여 임직원 수	명	-	181	110
임직원 1인당 봉사시간	시간	-	5.9	6.9

1) 2019년 이전부터 봉사활동 실시해 오고 있으나 2019년부터 데이터 집계가 실시됨

사회적기업 지원

사회적경제기업 지원 성과	단위	2018	2019	2020
지원한 사회적경제기업 수	개	17	32	70
사회적경제기업 지원 금액	천 원	75,000	33,517	86,261

사회 문제를 해결하고 취약계층의 자립을 돕는 활동을 중심으로 사회적기업 지원 정책을 수립하여 운영하고 있습니다. 사회 문제 해결이 목표인 사회적기업의 특별한 해결책과 SK브로드밴드의 역량이 합쳐져 시너지를 발휘할 수 있는 다양한 프로그램을 운영하여 2025년에는 사회적기업 지원 대상 수를 2020년 대비 200%까지 확대할 계획입니다.

대표적인 사회적기업 지원 활동으로는 통신 장비 관련 용역 제공, 국사 무상 임대 지원 등이 있습니다. SK브로드밴드는 2011년 취약계층을 직접 고용하여 임대 단말 재활용 사업을 하는 행복그린넷을 설립하고 일자리 및 환경적 가치를 창출 하였으며 현재는 SK브로드밴드의 통신 장비 관련 용역을 제공하고 지역사회와의 연계를 통해 자생력을 보유할 수 있도록 지원하는 중입니다. 또한 공유 인프라 측면에서 사회공헌 사업 중 하나인 ‘바른 ICT 청소년프로젝트’와 연계하여 2016년부터 카페 ‘달달한 오빠들’에게 대전 둔산국사 1층을 무상으로 임대하고 있습니다. 이를 통해 청소년들의 진로 문제 해결, 직업 교육을 통한 자립기반 마련, 실업문제 해결 등의 사회적 문제를 해결하는 데 이바지하고자 합니다.

이 외에도 SK프로보노 전문 봉사를 통해 실무적 지원이 필요한 중소기업을 대상으로 제안서 검토, 지식재산권 출원, 세무 및 법률 자문, 재무 교육, 마케팅홍보 전략 등의 컨설팅과 교육을 지원하고 있으며, 2020년에는 SK ICT Family사들과 함께 코로나로 인해 경제적 어려움을 겪은 소상공인을 대상으로 에세이 스토리 공모전을 시행하여 선정된 소상공인들에게 초고속인터넷, WiFi, B tv, 미디어보드 서비스 1년 무상 제공, 광고 영상 제작 등의 지원활동을 펼쳤습니다. SK브로드밴드는 앞으로도 보다 나은 사회를 만들어 가기 위해 사회적기업 및 소상공인 지원 프로그램의 성과를 지표화하고 사회적 가치를 더욱 정확하게 산출하여 체계적인 지원을 이어가겠습니다.

고객

고객 가치 혁신 추진

상품과 서비스를 이용하는 고객이 만족할 수 있도록 고객의 Pain-point 개선을 위한 현장 중심 VOC 운영체계 구축, 고객 의견 청취를 위한 자문단 운영 등 다양한 고객 가치 혁신을 위한 활동을 전개하고 있습니다. 이러한 고객 중심 활동 결과 대외기관이 진행한 고객 만족도 평가에서 우수한 성적을 유지 중입니다.

고객 가치 혁신 및 고객 중심 프로세스 개선 활동 성과	
2021년 국가고객만족도 (NCSI) 조사	한국생산성본부가 주관하는 2021년 NCSI조사에서 IPTV와 초고속 인터넷 부문 1위를 달성하며 11년 연속 1위 기록 유지
2020년 방송통신위원회 이용자보호 업무 평가	고객불만 처리 및 피해 예방을 위해 노력한 결과 2020년 방송통신위원회에서 공개하는 이용자 보호 업무 평가의 초고속인터넷 부문에서 ‘매우 우수’ 획득 (7년 연속)
2021년 한국서비스품질지수	한국서비스품질지수(KS-SQI) 초고속 인터넷 부문 7년 연속, IPTV 부문 3년 연속 1위 달성

네트워크 장애 예방

네트워크 장애와 관련된 리스크를 선제적으로 관리하여 안정적인 미디어 서비스를 제공함으로써 고객만족도를 제고하고 있습니다. 네트워크 장애 예방을 위해 통신국사 및 광단국 이원화를 확대하여 추진하고 있으며, 각 서비스별로 발생할 수 있는 장애에 대한 긴급복구 체계를 갖추고 있습니다. 특히 명절연휴, 올림픽 등의 대형행사로 갑작스럽게 통신 트래픽이 증가할 수 있는 상황에서는 균등한 서비스 품질을 제공할 수 있도록 ‘특별 소통대책’을 실시하고 있습니다. 앞으로도 효율적인 네트워크 장애 대응 체계를 구축하고 지속적으로 통신 인프라 감시체계를 강화하여 무장애 달성을 위해 노력하겠습니다.

네트워크 장애 발생 현황	단위	2018	2019	2020
대형 통신장애 발생 건 수 ¹⁾	건	1	0	1

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



이사회

이사회 구성

지속 가능한 성장과 이해관계자의 권익 보호를 위한 안정적인 지배구조를 보유하고 있습니다. 또한 법령과 정관을 준수하여 이사회를 운영하고 주요 사안을 결정하여 기업 내 최고 의사결정기구로 견제와 균형의 역할을 통해 합리적 경영판단이 이루어지도록 지원합니다.

독립성 및 효율성

SK브로드밴드는 비상장회사로 사외이사 선임에 대한 의무사항이 없으나 독립적인 지배구조 확립으로 전략적 의사결정을 하기 위해 기타비상무이사가 포함된 균형 있는 이사회를 운영하고 있습니다. 2021년 6월 기준 6명의 이사 중 4명이 기타비상무이사이며 새로운 이사 선출은 경영진에 대한 감독과 이해상충 방지를 위하여 주주총회를 거쳐 진행합니다. 이사회는 매 분기 1회 개최하는 정기 이사회와 필요에 따라 소집하는 임시 이사회로 구분되어 운영 중입니다. 2020년에는 총 10회의 이사회가 개최되었으며 93.4%의 출석률을 보였습니다.

다양성 및 전문성

SK브로드밴드는 이사 선임에 있어 전문성과 다양성을 중시하고 있습니다. 경영, 경제, 재무, 리스크 관리 등 관련 산업 분야의 경험(GICS[®] Level 1 분류 의거)과 지식을 보유한 이사를 선임하여 시장 리스크 및 기회에 대해 전문성 높은 대응을 지향합니다. 또한 성별, 인종, 민족, 출신 국가, 국적 등의 차별 없이 이사 추천 및 선출 과정을 진행하고 다양성을 반영하기 위해 노력하고 있습니다. 추후 다양성 제고 차원에서 사외이사 선임 시 1명 이상의 여성 이사를 선임할 계획입니다.

* 2021년 6월 기준

구분	성명	성별	직책 및 주요 경력	전문성 ²⁾	임기 ³⁾
대표이사	최진환	남	• ADT캡스 대표이사 사장 • SK텔레콤 보안사업부장 • (현) SK브로드밴드 사장 겸 SK텔레콤 미디어사업부장	M&A, 전략 Finance	2019.12.19~
사내이사	김우현	남	• SK텔레콤 경영기획그룹장 • SK텔레콤 전략기획그룹장 • (현) SK브로드밴드 Corporate 센터장	재무, 전략 Information Tech	2021.03.26~
기타 비상무이사	유영상	남	• SK(주) C&C 사업개발부문장 • (현) SK텔레콤 MNO사업 대표	M&A, 사업개발 Communication Service	2019.03.27~
	하형일	남	• 맥쿼리파이낸스코리아(주) 대표이사 • (현) SK텔레콤 Corporate2 센터장	M&A, 사업개발 Finance	2021.06.17~
	진현진	남	• 티브로드 MSO 총괄사장 • (현) (주)제이티피 이사	통신, 미디어 Communication Service	2020.05.06~
	안성철	남	• 미래에셋대우 종합금융본부 상무보 • (현)미래에셋증권, IB 1부문 PET팀 상무보	금융, 투자 Finance	2021.03.26~

1) Global Industry Classification Standards, GICS는 MSCI 및 S&P가 개발한 산업 분류 체계임.
2) 전문성은 GICS Level 1 기준 산업 전문성 분류에 따름
3) 각 이사진 임기는 취임 후 개최되는 제3차 정기주주총회 종료 시점까지로 정하고 있음

이사회 운영

이사회 운영 성과	단위	2018	2019	2020
이사회 개최	회	9	8	10
의결안건	건	13	23	28
보고안건	건	7	2	2
안건의견	찬성	86	142	131
	반대	0	6	0
	불참	5	13	6
	기권	0	0	1

이사회 책임

책임감경	단위	2018	2019	2020
손해배상책임보험 가입 여부	N/A	가입	가입	가입
리더십 관련 문제발생 건	건	0	0	0

이사교육

	단위	2018	2019	2020
사내교육 참가 가능 여부	N/A	가능	가능	가능
요청 시 외부 전문가 활용 가능 여부	N/A	가능	가능	가능

이사회 전문성 향상을 위해 주기적으로 교육을 시행합니다. 2018년 총 2회, 2019년 총 1회, 2020년 총 1회에 걸쳐 내부회계 관리제도 법규 교육 등을 실시하였으며 각 이사의 전문성을 향상시키고자 노력하고 있습니다.

주주가치 제고

발행된 모든 주식에 대해 1주 당 1개의 의결권을 부여하여 모든 주주가 동등한 의결권을 행사하도록 하고 있습니다. 특히 주주권리 보호를 위해 주주총회 소집 시 전자 투표제를 실시하고 있습니다. 2020년 12월 기준 대한민국 정부가 가지고 있는 SK브로드밴드 주식은 없으며 설립자 지분도 없습니다. 최대 주주는 SK텔레콤(주)으로 74.3%의 주식을 보유하고 있습니다.

구분	이름	주식	매수선택권	합계(주주)
주요주주	SK텔레콤(주)	298,460,212	-	298,460,212
	태광산업(주)	67,352,565	-	67,352,565
	엠에이디더블유타이거(주)	32,190,779	-	32,190,779

ESG Agenda 논의

이사회에서 다양한 ESG 경영 현안을 논의하여 점차 중대한 영향을 미치는 기후변화와 지배구조 등 ESG와 관련 있는 이슈에 효과적으로 대응하고 있습니다. 2021년 1건의 ESG 관련 안건을 본 이사회에 상정하였고, 하반기 중 2건의 ESG 안건을 추가적으로 상정할 계획입니다. 나아가 IPO 시점 전후로 이사회 내 ESG 위원회를 설치하고 기업에 기회 혹은 위기가 될 수 있는 ESG 요소를 적시에 파악하여 전사 KPIs 설정, 신사업 계획 등에 반영하고자 합니다.

윤리경영 및
컴플라이언스

윤리경영 및 공정거래 체계

윤리경영 및 공정거래 정책 기업의 사회적 책임 이행에 대한 이해관계자의 니즈가 높아지고 있습니다. 이에 SK 브로드밴드는 SK의 경영철학이자 행동원칙인 SKMS(SK Management System)를 기초로 한 윤리규범과 실천지침을 마련하였습니다. 윤리규범 및 실천지침 에는 공정거래, 안전, 환경, 부정청탁, 부정부패 등 회사 업무 전반에서 발생 가능한 부정부패 위험 요소를 사전에 평가하고 예방·개선하기 위한 정책 내용이 포함되어 있으며, 구성원, 고객, 주주 등의 이해관계자와 사회에 대한 책임을 명확히 공시하여 SK브로드밴드의 윤리경영 범위를 더욱 확대하였습니다. 반부패·윤리 정책 현황, 준수 활동, 처리 결과 등의 주요 내용은 경영진에 항시 공유되고 있으며 최고경영자는 이에 대한 관리 및 감독을 철저히 수행하고 있습니다. 앞으로도 윤리경영 위반 Zero를 목표로 하여 윤리적이고 공정한 경영을 이어가도록 하겠습니다.

윤리교육

윤리교육 성과	단위	2018	2019	2020
직원 1인당 윤리 및 공정거래 교육 시간	시간	1.5	1.7	2
교육 받은 직원 비율	%	97.0	99.1	99.3

SK브로드밴드는 윤리 이슈의 경우 사후해결보다 선제적 예방 활동이 더욱 중요함을 인식하고 있으며 이에 따라 윤리문화 내재화에 효과적인 윤리교육을 실시하고 있습니다. 윤리교육은 윤리와 관련 있는 핵심 주제를 선정하여 진행되며 전체 임직원을 대상으로 온·오프라인 방식으로 진행 중입니다. 2020년 윤리교육을 받은 직원의 비율은 99.3%이었으며 1인당 윤리 및 공정거래 교육시간은 2시간이었습니다. SK브로드밴드는 임직원들의 윤리 의식을 더욱 고취시키기 위해 유관 부서 대상 공정거래 관련 법령 온라인 교육을 시행할 계획이며 2022년까지 교육 수강 비율 100% 달성하고 1인당 교육시간을 기존 2시간에서 2.5시간으로 확대할 예정입니다.

위반 및 신고

윤리경영 제보 및 조치	단위	2018	2019	2020
윤리제보 및 경영감사 건수 ¹⁾		12	20	16
위반 건수	건	6	4	4
조치 건수		6	4	4

1) 민원성·중복·취소 제보 제외

임직원의 비윤리적인 업무 수행(부당한 요구, 금품 접대, 부실회계처리) 및 관련 법률 위반행위, 기타 비리행위에 대하여 신고할 수 있는 제보 및 상담 채널 을 운영합니다. 제보 및 상담 채널로 접수 또는 인지된 비윤리 사실에 대해서는 사내 독립 감사 조직을 통해 감사를 시행하고 있으며 조사 결과에 따라 실질적인 개선조치를 시행하고 있습니다. 내·외부 이해 관계자들이 윤리규정 위반사항을 제보/상담하는 과정에서 신분상 불이익이나 차별을 받지 않도록 제보자 보호 규정에 따라 신원, 진술, 자료제공 등의 절차에서 철저히게 비밀이 유지되도록 프로그램을 운영 중입니다. 또한 신고 활성화를 위해 비윤리 행위를 신고한 제보자에 대하여 보상하는 신고보상 제도도 시행하고 있습니다.

윤리경영 법규위반	단위	2018	2019	2020
반부패 관련 규제 위반	건	0	0	0

공정거래 법규위반	단위	2018	2019	2020
부당지원행위 및 내부거래 관련 법규 위반 ¹⁾		0	0	0
불공정거래행위 관련 법규 위반 ²⁾		0	0	1
경쟁저해행위, 담합 등 부당한 공동행위 관련 법규 위반 ³⁾	건	0	2	0
하도급거래 관련 법규 위반		0	0	0

1) 공정거래법 제23조 제1항 제7호에 따른 부당지원행위 및 제23조의2에 따른 부당한 이익제공 행위

2) 공정거래법 제23조 제1항 제1호 내지 제5호에 따른 불공정거래행위

3) 공정거래법 제19조 제1항에 따른 부당한 공동행위

Appendix

- 67 ● Financial Performance
- 73 ● 사회적 가치 측정
- 75 ● 리스크 관리
- 78 ● GRI Content Index
- 81 ● 제3자 검증의견서
- 82 ● TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures)
- 84 ● SASB(Sustainability Accounting Standards Board)
- 86 ● 지속가능경영 이니셔티브
- 88 ● 참여 협회 및 단체

Financial Performance

제24기 2020년 12월 31일 현재
제23기 2019년 12월 31일 현재
제22기 2018년 12월 31일 현재

연결재무상태표		(단위: 원)	
	제24(당) 기말	제23(전) 기말	제22(전전) 기말
자산			
I. 유동자산	1,225,333,004,524	894,271,928,466	848,763,134,126
현금및현금성자산	199,057,829,123	95,396,569,523	69,062,187,341
단기금융상품	234,471,708,787	70,102,573,291	110,511,000,000
매출채권및기타채권	503,580,792,531	397,076,643,939	430,315,901,473
재고자산	7,897,986,386	9,497,693,404	13,609,586,993
계약자산	207,537,494,509	180,517,017,696	155,691,746,921
파생금융자산	-	-	12,852,632
당기법인세자산	53,367,470	54,644,900	122,194,750
기타유동자산	72,733,825,718	70,873,532,843	69,437,664,016
매각예정자산	-	70,753,252,870	-
II. 비유동자산	4,578,260,238,242	3,756,036,445,907	3,435,808,717,949
장기금융상품	11,000,000	11,000,000	14,000,000
장기투자자산	19,076,351,530	11,699,414,091	11,465,414,091
장기성매출채권및기타채권	46,506,432,502	50,103,890,868	61,493,806,062
관계기업투자	17,390,436,486	3,738,716,371	4,202,275,272
유형자산	3,170,143,612,314	2,918,131,091,122	2,829,796,669,387
투자부동산	8,733,297,517	8,295,943,290	7,946,299,003
무형자산	808,066,117,829	256,621,683,653	288,924,810,247
사용권자산	273,871,980,924	269,482,087,705	-
장기계약자산	164,807,143,722	145,220,169,925	144,744,283,224
장기파생금융자산	7,316,391,254	24,626,713,419	4,639,651,494
이연법인세자산	-	3,522,376,151	16,544,929,402
기타비유동자산	62,337,474,164	64,583,359,312	66,036,579,767
자산 총계	5,803,593,242,766	4,650,308,374,373	4,284,571,852,075
부채			
I. 유동부채	1,306,827,623,068	1,331,686,072,862	1,194,709,721,466
미지급금및기타채무	794,242,274,876	641,362,455,631	693,131,555,834
차입금및사채	277,132,382,995	497,034,848,794	456,809,978,046
계약부채	86,766,383,411	47,157,411,444	39,346,232,640
리스부채	79,718,156,577	72,530,485,793	-
파생금융부채	76,960,009	-	-
유동충당부채	5,153,611,333	4,254,110,145	-
당기법인세부채	49,751,026,831	2,700,958,289	2,443,114,019
기타유동부채	13,986,827,036	7,439,194,731	2,978,840,927
매각예정부채	-	59,206,608,035	-

Financial Performance

제24기 2020년 12월 31일 현재
제23기 2019년 12월 31일 현재
제22기 2018년 12월 31일 현재

연결재무상태표

(단위: 원)

	제24(당) 기말	제23(전) 기말	제22(전전) 기말
II.비유동부채	1,852,328,342,353	1,696,726,241,989	1,528,201,494,953
장기성미지급금및기타채무	4,756,360,438	9,960,855,357	13,003,501,255
장기차입금및사채	1,528,563,665,512	1,416,075,805,508	1,461,137,711,948
장기계약부채	14,949,609,376	13,078,745,690	12,896,389,359
장기리스부채	213,105,767,011	219,964,799,129	-
확정급여부채	20,938,514,457	21,141,265,175	23,736,973,466
장기파생금융부채	965,949,697	1,043,143,076	3,076,758,807
충당부채	14,117,318,581	8,970,961,010	6,290,985,394
이연법인세부채	45,227,799,199	-	-
기타비유동부채	9,703,358,082	6,490,667,044	8,059,174,724
부채 총계	3,159,155,965,421	3,028,412,314,851	2,722,911,216,419
자본			
I.지배기업 소유주지분	2,644,437,277,345	1,621,896,059,522	1,561,660,635,656
자본금	2,007,266,110,000	1,492,301,060,000	1,492,301,060,000
기타불입자본	636,489,127,975	291,802,491,335	291,802,491,335
결손금	-5,703,383,492	-166,576,670,890	-221,134,275,944
기타자본 구성요소	6,385,422,862	4,369,179,077	-1,308,639,735
II.비지배지분	-	-	-
자본 총계	2,644,437,277,345	1,621,896,059,522	1,561,660,635,656
부채와 자본총계	5,803,593,242,766	4,650,308,374,373	4,284,571,852,075

연결손익계산서

(단위: 원)

	제24(당) 기	제23(전) 기	제22(전전) 기
I. 영업수익	3,713,469,433,857	3,167,851,318,875	3,078,398,670,845
II. 영업비용	3,482,613,335,371	3,022,836,833,581	2,876,079,702,314
총업원급여	526,586,439,682	431,890,846,321	365,670,217,951
감가상각비	758,872,902,678	681,842,721,053	620,186,429,751
통신설비사용료	120,354,331,694	114,155,791,193	165,344,133,138
판매수수료	292,971,848,476	254,876,129,968	226,136,057,152
접속료	133,983,379,512	147,266,335,393	173,456,136,188
지급수수료	1,028,009,207,851	829,922,937,640	807,602,741,231
상품판매비	34,949,585,504	49,761,728,977	47,756,161,424
광고선전비	103,604,781,418	88,310,194,650	103,095,784,683
수선유지비	203,694,102,287	170,205,832,372	161,047,401,201
수도광열비	78,448,584,337	66,664,730,230	65,355,483,584
대손상각비	20,444,805,871	19,065,034,291	18,633,365,109
기타영업비용	180,693,366,061	168,874,551,493	121,795,790,902
III. 영업이익	230,856,098,486	145,014,485,294	202,318,968,531
관계기업관련이익(손실)	15,177,115	-463,558,901	-169,103,189
금융수익	27,793,787,382	20,908,645,001	33,852,402,735
금융비용	-74,321,521,871	-68,148,197,540	-87,766,511,007
기타영업외수익	8,887,363,480	6,186,237,036	33,707,200,251
기타영업외비용	-29,125,684,744	-33,773,808,525	-30,282,818,670
IV. 법인세비용차감전순이익	164,105,219,848	69,723,802,365	151,660,138,651
V. 법인세비용	23,513,701,549	12,088,197,390	-11,479,596,078
VI. 계속영업연결당기순이익	140,591,518,299	57,635,604,975	163,139,734,729
VII. 세후중단영업이익	22,921,557,273	3,846,572,609	-26,391,393,096
VIII. 연결당기순이익	163,513,075,572	61,482,177,584	136,748,341,633
IX. 기타포괄손익	-623,544,389	-1,246,753,718	393,097,672
X. 연결총포괄이익	162,889,531,183	60,235,423,866	

Financial Performance

제24기 2020년 12월 31일 현재
제23기 2019년 12월 31일 현재
제22기 2018년 12월 31일 현재

별도재무상태표

(단위: 원)

	제24(당) 기말	제23(전) 기말	제22(전전) 기말
자산			
I. 유동자산	1,179,743,141,407	814,948,090,938	809,879,073,117
현금및현금성자산	170,675,700,104	72,914,221,733	31,132,114,921
단기금융상품	234,471,708,787	70,102,573,291	110,511,000,000
매출채권및기타채권	494,230,095,088	396,314,904,600	428,139,078,605
재고자산	7,196,310,687	8,869,589,881	11,155,678,972
계약자산	201,637,537,564	167,177,232,985	155,691,746,921
파생금융자산	-	-	12,852,632
기타유동자산	71,531,789,177	70,490,954,161	73,236,601,066
매각예정비유동자산	-	29,078,614,287	-
II. 비유동자산	4,586,064,410,004	3,750,784,312,451	3,456,578,711,702
장기금융상품	8,000,000	8,000,000	8,000,000
장기투자자산	19,023,536,752	11,684,099,313	11,450,099,313
장기성매출채권및기타채권	42,600,941,004	40,064,779,370	43,637,097,600
종속기업및관계기업투자	63,390,436,486	49,738,716,371	72,326,514,234
유형자산	3,160,513,305,125	2,906,809,856,085	2,813,254,688,004
투자부동산	8,733,297,517	8,295,943,290	7,946,299,003
무형자산	803,829,132,662	251,703,405,352	276,101,426,241
사용권자산	256,484,595,298	244,526,893,863	-
장기계약자산	161,827,299,742	145,220,169,925	144,744,283,224
장기파생금융자산	7,316,391,254	24,626,713,419	4,639,651,494
이연법인세자산	-	3,522,376,151	16,544,929,402
기타비유동자산	62,337,474,164	64,583,359,312	65,925,723,187
자산총계	5,765,807,551,411	4,565,732,403,389	4,266,457,784,819
부채			
I. 유동부채	1,279,132,514,625	1,255,371,590,991	1,161,317,696,842
미지급금및기타채무	785,632,308,267	642,957,837,294	661,729,020,203
차입금및사채	277,132,382,995	497,034,848,794	456,809,978,046
계약부채	87,037,042,392	47,157,411,444	39,346,232,640
리스부채	70,109,316,828	61,777,713,030	-
파생금융부채	76,960,009	-	-
유동충당부채	4,167,718,599	3,742,822,140	-
당기법인세부채	49,751,026,831	2,700,958,289	2,443,114,019
기타유동부채	5,225,758,704	-	989,351,934

(단위: 원)

	제24(당) 기말	제23(전) 기말	제22(전전) 기말
II. 비유동부채	1,840,356,638,593	1,675,111,114,855	1,520,917,919,749
장기성미지급금및기타채무	5,985,740,438	10,211,055,357	13,016,386,885
장기차입금및사채	1,528,563,665,512	1,416,075,805,508	1,461,137,711,948
장기계약부채	14,949,609,376	13,078,745,690	12,896,389,359
장기리스부채	205,486,504,463	205,975,091,392	-
확정급여부채	17,707,181,363	14,933,890,104	19,071,274,522
장기파생금융부채	965,949,697	1,043,143,076	3,076,758,807
충당부채	13,227,403,788	8,120,537,538	4,931,129,491
이연법인세부채	45,227,799,199	-	-
기타비유동부채	8,242,784,757	5,672,846,190	6,788,268,737
부채 총계	3,119,489,153,218	2,930,482,705,846	2,682,235,616,591
자본			
I. 자본금	2,007,266,110,000	1,492,301,060,000	1,492,301,060,000
II. 기타불입자본	636,489,127,975	291,802,491,335	291,802,491,335
III. 결손금	-3,822,262,644	-153,223,032,869	-198,572,743,372
IV. 기타자본구성요소	6,385,422,862	4,369,179,077	-1,308,639,735
자본 총계	2,646,318,398,193	1,635,249,697,543	1,584,222,168,228
부채와 자본총계	5,765,807,551,411	4,565,732,403,389	4,266,457,784,819

Financial Performance

제24기 2020년 12월 31일 현재
제23기 2019년 12월 31일 현재
제22기 2018년 12월 31일 현재

별도손익계산서

(단위: 원)

	제24(당) 기	제23(전) 기	제22(전전) 기
I. 영업수익	3,713,021,276,736	3,170,691,375,256	3,081,679,707,187
II. 영업비용	3,478,409,410,184	3,039,230,745,984	2,879,104,112,303
총업원급여	285,180,090,634	228,659,983,946	199,212,341,852
감가상각비	752,648,057,645	676,519,146,105	615,624,394,183
통신설비사용료	120,354,331,694	114,155,791,193	165,344,133,138
판매수수료	302,836,282,058	262,410,641,835	233,548,441,663
접속료	133,983,379,512	147,266,335,393	173,456,136,188
지급수수료	1,324,173,532,977	1,095,055,568,365	1,038,902,398,045
상품판매비	34,949,585,504	49,761,728,977	47,756,161,424
광고선전비	93,561,637,686	89,648,704,615	89,165,936,546
수선유지비	198,832,067,201	166,080,071,823	157,351,765,539
수도광열비	78,146,457,373	66,371,545,540	65,071,552,654
대손상각비	20,378,388,745	19,065,034,291	18,633,365,109
기타영업비용	133,365,599,155	124,236,193,901	75,037,485,962
III. 영업이익	234,611,866,552	131,460,629,272	202,575,594,884
관계기업관련손익	15,177,115	-463,558,901	-169,103,189
금융수익	27,456,214,484	20,558,118,411	33,423,826,530
금융비용	-73,507,881,289	-67,351,287,778	-87,737,100,214
기타영업외수익	19,914,809,995	6,168,771,826	33,693,781,902
기타영업외비용	-28,951,711,633	-33,654,880,363	-30,128,905,454
IV. 법인세비용차감전순이익	179,538,475,224	56,717,792,467	151,658,094,459
V. 법인세비용	28,844,877,896	11,988,405,390	-12,745,473,516
VI. 계속영업당기순이익	150,693,597,328	44,729,387,077	164,403,567,975
VII. 세후중단영업이익	-	2,971,359,732	-9,404,557,331
VIII. 당기순이익	150,693,597,328	47,700,746,809	154,999,010,644
IX. 기타포괄손익	723,416,682	3,326,782,506	3,020,928,563
X. 총포괄이익	3,831,982,384	51,027,529,315	158,019,939,207

사회적 가치 측정

사회적 가치 측정 방법

사회 및 이해관계자가 기업에 요구하는 책임의 범위는 점차 넓어지고 있습니다. 이에 SK브로드밴드는 주주와 고객을 위해 경영활동의 경제·사회적 가치를 측정하고, 기업을 향한 여러 이해관계자의 목소리에 화답하기 위해 SK그룹의 DBL 측정 방법론에 따라 경영 성과를 확인하고 있습니다. DBL 측정 방법론은 사회문제를 수동적으로 바라보지 않고 전사적 차원에서 기업이 보유한 역량과 전문성을 사회적 가치 창출에 투입하는, SK의 생존·성장을 위한 새로운 경영전략입니다. 구체적으로는 DBL 측정지표를 기준으로 경영활동의 경제·사회적 가치를 측정하고 있으며, 경제적 가치는 ‘재무성과’로, 사회적 가치는 ‘경제간접 기여성과’, ‘비즈니스 사회성과’, ‘사회공헌 사회성과’로 구분하여 측정하고 있습니다.

경제적 가치



재무성과

기업의 경제활동으로 인해
직접적으로 창출되는 순이익
(Net Income)

- 당기순이익

사회적 가치



경제간접 기여성과

기업 활동을 통해
경제에 간접적으로
기여하는 가치

- 고용
- 배당
- 납세



비즈니스 사회성과

기업의 사업과
그 결과인 제품·서비스를
통해 발생한 본원적인
사회적 가치

- 환경(공정)
- 환경(제품/서비스)
- 사회



사회공헌 사회성과

지역사회와 이웃을 향한
사회공헌 활동을 통해
발생한 사회적 가치

- CSR프로그램
- 기부
- 자원봉사

사회적 가치 측정

사회적 가치 측정과 성과

경제간접 기여성과

경제간접 기여성과는 SK브로드밴드의 기업활동을 통해 국민경제에 간접적으로 기여한 성과로 고용, 배당, 납세로 구분되어 있습니다. 고용은 내부 임직원에게 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. 2020년 경제간접 기여성과는 티브로드와의 성공적인 합병을 통해 창출된 시너지, 그리고 산업 환경 변화에 적절히 대응한 데 따른 영업이익 증가로 전년 대비 793억 원 증가한 총 5,212억 원으로 측정되었습니다. 앞으로도 SK브로드밴드는 양질의 일자리와 건전한 기업 이익을 창출해 국민경제에 간접적으로 기여해 나가도록 하겠습니다.

비즈니스 사회성과

비즈니스 사회성과는 기업의 경영 활동으로 발생하는 성과와 제품 및 서비스를 통해 사회에 기여하는 성과를 의미합니다. 2020년 사업 과정에서 환경에 미친 영향은 (-)354억 원으로 대부분 사업 운영을 위한 전기 에너지 사용에 따른 결과입니다. 이에 SK브로드밴드는 재생에너지 사용, 고전력 네트워크 장비 교체 등 온실가스 감축을 위한 노력을 이행하여 환경 영향을 최소화할 것입니다. 한편 이해관계자의 삶의 질 향상, 동반성장, 제품 및 서비스를 통한 긍정적 환경 가치 창출 등을 통한 긍정적 성과는 299억 원으로 측정되었습니다. 제품 및 서비스를 통한 사회적 가치 성과로는 대기전력 절감형 셋톱박스가 대표적입니다. SK브로드밴드는 시장 평균 대비 낮은 대기전력을 소모하는 셋톱박스를 개발하고 고객들에게 제공하여 자원 소비량과 온실가스 배출량을 감축하는 성과를 거두었습니다. 앞으로도 경영활동을 통해 긍정적 사회적 가치를 창출할 수 있도록 끊임없이 노력하겠습니다.

사회공헌 사회성과

사회공헌 사회성과는 사회공헌 활동을 통해 직접적으로 사회에 기여한 성과를 말합니다. SK브로드밴드는 시니어, 청소년, 소상공인, 지역으로 사회문제 영역을 구분하고 대상별 문제 해결을 위한 맞춤 사회공헌 활동을 진행하고 있으며 이러한 방향에 따라 학교폭력 주제 청소년 불러섬 영상제, 임직원 자원봉사, 기부(현물·현금) 등 다양한 활동을 수행하였습니다. 특히 2020년에는 코로나19가 야기한 여러 사회문제 해결을 위해 앞장서 B tv 홈스쿨링 콘텐츠 제공, 인터넷 대역폭 업그레이드 등과 같은 여러 CSR 프로그램을 실행하여 사회공헌 사회성과를 창출하였습니다.



2020년도 사회적 가치 성과 총 5,180.4억 원

* 사회적 가치 성과 측정은 자회사인 홈엔서비스와 취약계층을 고용하여 SK브로드밴드 통신장비 용역을 수행하고 있는 행복그린넷 성과 포함

경제간접 기여성과	5,211.8억 원	비즈니스 사회성과	(-)55.2억 원	사회공헌 사회성과	23.7억 원
고용	4,857.0억 원	환경(공정)	(-)353.8억 원	CSR	16.9억 원
납세	354.8억 원	환경(제품 및 서비스)	34.3억 원	기부	6.7억 원
배당	0원	사회	264.3억 원	자원봉사	0.1억 원

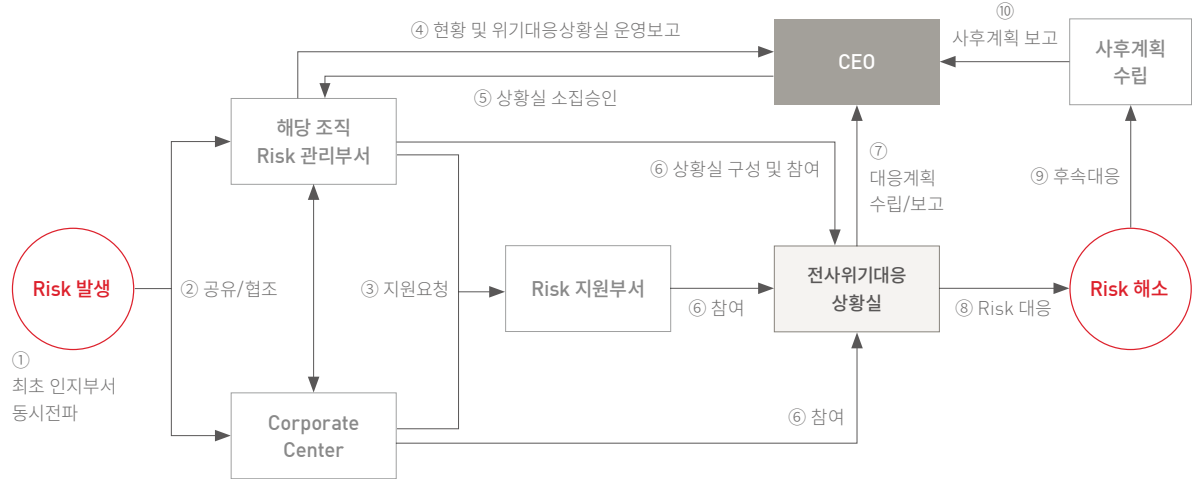
리스크 관리

리스크 관리 체계

리스크는 경영목표를 달성하기 위한 모든 전략 과정에 부정적 영향을 주는 요소를 의미하며, 지속 가능한 기업은 체계적이고 효과적인 리스크 관리를 실시하고 있습니다. SK브로드밴드는 리스크 관리를 중요 경영 활동으로 인식하고 전사 리스크 관리 전략을 수립하였습니다. 전사 리스크 체계 관리 조직인 Corporate Center에서는 전략에 근거해 현존하거나 잠재된 리스크를 항목별로 분류 후, 모니터링을 통해 리스크 발생을 예방하고 있습니다. 설령 리스크가 발생한다 해도 규정된 절차에 따라 신속하게 피해를 최소화하고 복구 활동을 실시해 안정적인 기업 성장을 추구해 나갈 것입니다.

리스크 대응 체계

리스크 대응 체계는 사전에 정의된 리스크 기준에 따라 운영 및 관리되고 있으며 상황에 따라 SK 그룹 차원의 SHE 경영관리조직과 협력 체계를 구축하고 있습니다. 전사적 위기대응 수준의 리스크 발생 시에는 최초 인지부서에서 해당 조직의 리스크 관리 부서 및 총괄 부서에 동시 전파를 실시합니다. 최고 리스크 등급인 CEO 보고 기준에 해당하는 경우, CEO에게 상황을 보고 후 위기대응 상황실을 조직하여 부서 간 커뮤니케이션과 협조를 통해 원인을 분석하고 대응계획을 수립합니다. 최종 리스크 해소 이후에는 유사 사례 방지를 위한 사후 계획을 수립하고 추진하게 됩니다. 더 나아가 시스템 장애나 안전사고가 발생하면 그룹 SHE 경영관리체계 보고 기준에 따라 그룹 SHE 조직에 해당 내용을 공유하고 과학 기술정보통신부, 방송통신위원회 등 대외기관과 해결을 위한 긴밀한 커뮤니케이션을 하고 있습니다.



리스크 관리

주요 리스크 식별 및 대응

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

재무 리스크

리스크	Risk Factors & Potential Impact	Mitigating Actions
시장 리스크	- 자산과 부채의 환율변동과 관련하여 발생할 수 있는 외환 리스크 - 변동금리부 차입금 계약으로부터 발생하는 이자율 리스크	- 영업거래상 외환위험에 대한 회피가 필요하다고 판단되는 경우 파생 상품 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 거래상대방의 재무상태를 확인하고 과거 경험 및 기타 요소들을 고려하여 재무신용도를 평가 후 각 거래에 대한 신용한도를 설정
유동성 리스크	일시적으로 자금이 부족하여 정해진 결제시점에 서 결제의무를 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	- 유무선 통신 시장이 성숙기에 접어들어 따라 국내 통신 3사 간 경쟁 심화 - 글로벌 OTT의 시장 진입 및 기존 미디어 플랫폼 사업자 간 서비스 경쟁 본격화 - 고화질 대용량 미디어 콘텐츠의 소비 확대로 트래픽 양의 지속적 증가	- 가입자 기반 확보를 위한 티브로드와의 성공적 통합 시행 및 지속 성장 기반 확보를 위한 수익구조 다각화 - 미디어 생태계 Player의 Win-Win 환경을 조성하기 위한 새로운 BM 모색 및 콘텐츠 경쟁력 강화 위한 MPP 사업 시행 - B2C로는 Wi-fi 서비스 강화를 통한 안정적인 홈 모바일 네트워크를 구축, B2B 측면에서는 원활한 데이터센터 확대·운영을 위해 에너지 공급, 네트워크 확보, 인력 확보에 역량을 집중하고 이와 더불어 해저 케이블 사업에도 참여

비재무 리스크

리스크	Risk Factors & Potential Impact	Mitigating Actions
서비스 장애	천재지변을 비롯한 다양한 원인으로 SK브로드밴드가 제공하는 서비스에 장애 또는 이용 중단 발생 리스크	- 서비스별 발생 가능한 장애에 대비한 긴급복구 체계 보유 - 통신 트래픽의 갑작스러운 증가에 대비하여 ‘특별 소통대책’을 실시, 균등한 서비스 품질 제공이 가능하도록 관리 - 서비스 장애 예방을 위한 통신국사 및 광단국 이원화를 추진
Customer Value	- 고객정보 유출, 제품 상품 및 서비스에 문제 발생 시 고객 민원 제기 등에 따라 발생하는 보상 지급 또는 민원 소송 제기 리스크 - 핵심 기술 및 콘텐츠 불법사용과 유출에 따른 특허, 저작권 침해 발생 리스크	- 정보통신망법 및 개인정보보호법을 근간으로 보안 정책과 지침 보유 - 대외 정보보안 인증 취득 및 유지 - 정보보안 관련 직원 역량 강화 및 인력 지속 확보 - IPTV의 콘텐츠 보안 강화 차원에서 기존 영상 보호 기술보다 한 단계 높은 솔루션 도입
Business Relationship	- 협력사에 대한 부당지시, 인권유린, 금품이나 향응 수수 및 마찰 발생으로 인한 사업활동 상 리스크 - 공급망 내 협력사에서 발생하는 부정적 이슈로 인한 피해 발생	- 윤리행동강령 개정 및 내부 구성원 반부패/윤리 교육 강화 - 계약 전 사전 스크리닝 평가 실시 및 CSR실천 동의서 요청 - 공정한 절차에 따른 협력사 선정 및 매년 평가대상 협력사를 대상으로 정기평가 실시
Governance Relationship	방송심의기준, 방송통신 서비스 관련 실태점검 등 국가기관 조사 및 관련 제도나 정책의 급변리스크	국내법 및 정부정책 변화를 지속적으로 파악하여 대응
구성원	- 업무상 재해 발생 - 직장 내 괴롭힘, 이해관계 상충, 성 윤리 등 윤리 강령 위반 리스크 - 구성원 내 전염성 질병 환자 발생에 따른 경영 활동 장애	- 임직원의 근무 중 건강과 안전을 보장하기 위해 SHE 담당조직을 신설 - 산업안전보건법 강화 및 중대재해처벌법 시행이 예정되고 있어 산업안전관리 대상을 협력사 임직원까지 확대 적용 - 직원이 윤리규범 및 실천지침에 따라 업무에 임할 수 있도록 지원하며 윤리 관련 제보 발생 시 투명하게 조치 - 재택근무 확대, 마스크 착용 의무화 등을 통해 코로나19 확산 방지
기후변화 및 환경리스크	- 기후변화가 글로벌 이슈로 인식되면서 국내에서도 환경 관련 규제 강화 추세 - 연기금 등 기관투자자들이 투자 평가 시 환경 영향 요소를 최우선 지표로 설정하고 있어 장기적 관점의 투자 관리 리스크 발생	- SK 7개 그룹사와 함께 한국 기업 최초로 2050년까지 전체 전력사용량을 재생에너지로 전환하는 RE100 참여 - 사업 활동 내 친환경·저탄소 사회 촉진을 위해 구형 장비 철거 및 고효율 저전력 장비 전환, 녹색 프리미엄 계약 등으로 비즈니스상 리스크 관리 - 고객, 임직원 등에게 환경 인식 제고 캠페인 등 관련 콘텐츠를 지속 제공 하여 즐거움을 통한 관심 유도

GRI Content Index

Universal Standards(GRI 100)

구분	Disclosure	설명	페이지
조직 프로필	GRI 102-1	조직명칭	16
	GRI 102-2	활동 및 대표 브랜드, 제품 및 서비스	26~29
	GRI 102-3	본사의 위치	16
	GRI 102-4	사업 지역	17
	GRI 102-5	소유 구조 특성 및 법적 형태	63
	GRI 102-6	시장 영역	16
	GRI 102-7	조직의 규모	16
	GRI 102-8	임직원 및 근로자에 대한 정보	50
	GRI 102-9	조직의 공급망	57~58
	GRI 102-10	조직 및 공급망의 중대한 변화	해당 사항 없음
	GRI 102-11	사전예방 원칙 및 접근	75~77
	GRI 102-12	외부 이니셔티브	86
	GRI 102-13	협회 멤버십	88
전략	GRI 102-14	최고 의사 결정권자 서명서	12~15
	GRI 102-15	주요 영향, 위기 그리고 기회	26~45
윤리성 및 청렴성	GRI 102-16	가치, 원칙, 표준, 행동강령	64~65
	GRI 102-17	윤리 관련 안내 및 고충처리 매커니즘	64~65
거버넌스	GRI 102-18	지배구조	62~63
	GRI 102-19	권한 위임	62~63
	GRI 102-20	경제적, 환경적, 사회적 토픽에 대한 임원진 책임	62~63
	GRI 102-23	최고의사결정기구의 의장	62~63
	GRI 102-24	최고의사결정기구 추천 및 선정	62~63
	GRI 102-29	경제적, 환경적, 사회적 영향의 식별 및 관리	62~63
	GRI 102-31	경제, 환경, 사회적 토픽에 대한 검토	62~63
	GRI 102-32	지속가능성 보고에 대한 최고의사결정기구의 역할	62~63
	GRI 102-33	중요 사안에 대한 커뮤니케이션	62~63
	GRI 102-40	이해관계자 리스트	20~21
이해관계자 참여	GRI 102-41	단체협약	54
	GRI 102-42	이해관계자 파악 및 선정	20~21
	GRI 102-43	이해관계자 참여 방식	20~21
	GRI 102-44	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 주제와 관심사	20~21

Universal Standards(GRI 100)

구분	Disclosure	설명	페이지
보고서 관행	GRI 102-46	보고 내용 정의 프로세스	22~23
	GRI 102-47	보고 내용 정의 프로세스에서 확인된 중요성 측면	22~23
	GRI 102-48	이전 보고서 정보의 수정	해당 사항 없음
	GRI 102-49	보고의 변화	해당 사항 없음
	GRI 102-50	보고 대상기간	ABOUT THIS REPORT
	GRI 102-51	최근 발간 보고서 년도	ABOUT THIS REPORT
	GRI 102-52	보고 주기	ABOUT THIS REPORT
	GRI 102-53	보고서 및 관련 내용에 대한 문의처	ABOUT THIS REPORT
	GRI 102-54	GRI Standards 적용 옵션	ABOUT THIS REPORT
	GRI 102-55	GRI Index	78~80
	GRI 102-56	외부 검증	81

Topic Specific Standards-Economic Performance(GRI 200)

구분	Disclosure	설명	페이지
경제성과	GRI 201-1	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	67~72
	GRI 201-2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	42~44
간접적경제효과	GRI 203-2	영향 규모 등 중요한 간접 경제효과	73~74
조달관행	GRI 204-1	현지 공급업체에 지급하는 지출비율	57
반부패	GRI 205-1	사업장 부패위험 평가	64~65
	GRI 205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	64~65
	GRI 205-3	확인된 부패사례와 이에 대한 조치	64~65
반경쟁 행위	GRI 206-1	경쟁 저해 행위, 독과점 등 불공정 거래 행위에 대한 법적 조치	64~65

Topic Specific Standards-Environmental Performance(GRI 300)

구분	Disclosure	설명	페이지
에너지	GRI 302-1	조직 내부 에너지 소비	48
	GRI 302-2	조직 외부 에너지 소비	48
	GRI 302-4	에너지 소비 절감	48
용수 및 폐수	GRI 303-1	공급원별 취수량	49
	GRI 303-3	용수 취수량	49
	GRI 303-5	용수 소비량	49

GRI Content Index

제3자 검증의견서

2020 SK브로드밴드 지속가능경영보고서 독자 귀중

책임 및 독립성

한국경영인증원(KMR)은 SK브로드밴드 지속가능경영보고서 (이하 “보고서”)의 제3자 검증을 요청 받았습니다. 보고서 검증의견에 대한 책임은 한국경영인증원에 귀속되며, 보고서에 기술된 정보에 대한 책임은 SK브로드밴드에 귀속됩니다. 한국경영인증원은 독립된 검증기관으로서 독립성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않습니다.

검증 방법

본 검증은 국제적 검증 기준인 AA1000AS v3 및 KMR 검증 기준인 SRV1000을 적용하였으며, Type 2 방법 및 Moderate 수준의 보증 형태로 검증을 수행하였습니다. 본 검증인의 검증팀은 포괄성, 중요성, 대응성, 영향성 원칙의 적합성 여부 및 보고된 GRI 지표에 대한 데이터와 정보의 신뢰성 및 품질을 평가하였습니다. 또한 보고서의 GRI Standards 핵심적 방식(Core Option) 요구사항 충족 여부를 검토하였으며 중대성 평가 절차를 통해 도출된 중요주체의 경영접근방식을 확인하였습니다. 보고경계 중 조직 외부 즉, SK브로드밴드의 협력사, 계약자 등에 대한 데이터와 정보는 검증범위에서 제외되었습니다. 검증팀은 데이터 관리시스템 및 보고프로세스 검토, 내부문서 및 자료 등에 대한 검토, 보고서 작성 책임 담당자 인터뷰를 수행하였습니다.

제한사항 및 극복방안

검증은 SK브로드밴드에서 제공한 데이터 및 정보가 완전하고 충분하다는 가정을 기반으로 실시되었으며, 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

검증결과 검증팀은 SK브로드밴드의 보고서에서 아래의 원칙 준수와 관련하여 부적절한 부분을 발견할 수 없었으며, 보고서가 GRI Standards의 핵심적 방식(Core Option)에 따라 작성되었으며, AA1000AP(2018)에서 제시하고 있는 원칙 준수와 관련하여 부적절한 부분을 발견할 수 없었습니다.

- **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.
- **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 활동성과와 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.

TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures)

지구의 기온은 산업혁명 시기인 1890년대 이후부터 지속적으로 상승하고 있습니다. 당연히 우리나라도 예외는 아닙니다. 1900년대 초부터 우리나라의 기온은 10년마다 약 0.18°C씩 지속적으로 높아지고 있어 이에 대한 우려가 높아지고 있는 상황입니다. 이에 2015년 G20 정상들은 금융안정위원회에 금융 부문이 향후 기후변화 관련 문제를 어떻게 반영할 수 있을 것인지 검토를 요청하였고, 금융안정위원회는 2017년 재무 공시 자료를 제공하는 기관이 쉽게 적용할 수 있고 국제적으로 공인될 수 있는 정보 공개 프레임워크인 TCFD 권고안을 발표하였습니다.

SK브로드밴드는 TCFD 권고안에 따른 경영활동 전개를 위해 매진하고 있으며, 조직 운영의 핵심 4대 영역인 지배구조, 경영전략, 위험관리, 지표 및 목표 설정에서 TCFD 권고안을 모두 이행하고자 노력하고 있습니다.

TCFD 정보공개

TCFD 권고안		SK브로드밴드 이행 현황
지배구조 	㉠ 기후변화 위험 및 기회와 관련된 이사회 활동에 대한 설명	SK브로드밴드는 기후변화 대응 관련 신속하고 정확한 의사결정을 위한 경영진의 역할을 중요하게 인식하고 있습니다. 이를 위해 CEO는 모든 기후 변화 대응 정책 동향 및 리스크, 전사 환경 방침, 목표, 성과 등에 대해 CEO 직속 조직인 SV추진담당 조직을 통해 보고받은 후 의사결정 활동에 직접 관여합니다. 2021년부터는 이사회에서도 기후 변화 관련 주요 안건을 논의할 예정입니다.
	㉡ 기후변화 위험과 기회를 평가, 관리하는 경영진의 역할 설명	
전략 	㉠ 단기, 중기 및 장기적인 측면의 기후변화 위험과 기회 설명	SK브로드밴드는 전사 전략 수립에 기후변화에 따른 위험과 기회를 반영하고 체계적인 환경 경영을 추진하고 있습니다.
	㉡ 기후변화 위험과 기회가 조직의 사업, 전략 및 재무 계획에 미치는 영향 설명	• 단기적으로는 태풍, 홍수 등 이상 기후 변화로 인한 자연재해 발생과 온실가스 배출 관련 정부 정책 강화, 전력 사용 증가에 따른 비용증가를 리스크로 인식하고 있습니다. 자연재해로 발생할 수 있는 네트워크 중단을 예방하기 위해 긴급복구 체계를 구축하고 통신국사 및 광단국 이원화를 추진하여 대응하고 있습니다. 이와 함께 사업과정에서 전력 소비량을 줄이기 위해 네트워크 장비를 저전력 장비로 교체하고 고객에게 제공되는 단말의 저전력화를 추진하고 있습니다. 2021년부터는 신사업을 진행함에 있어 기후변화를 포함한 ESG 영향도 평가 프로세스를 운영할 예정이며 2024년까지 해당 평가 영역을 전 사업으로 확대 적용할 예정입니다.
	㉢ 2°C 이하의 시나리오를 포함하여 다양한 기후변화와 관련된 시나리오를 고려한 전략 설명	• 중기적으로는(5년) 국가 배출권 할당 계획 수립 방향 및 국가 에너지 기본 계획 등 정책 변화에 따른 비즈니스 영향도를 경영계획에 반영하고 있습니다. • 장기적으로는 지구 기온을 2°C 이하로 낮추기 위한 전 지구적 노력에 동참하기 위하여 RE100 및 Net Zero를 선언하였으며 2045년까지 목표를 달성할 예정입니다.

TCFD 정보공개

TCFD 권고안		SK브로드밴드 이행 현황
위험관리 	㉠ 기후변화 위험을 식별하고 평가하기 위한 프로세스 설명	SK브로드밴드는 지속 가능한 기업이 되기 위해 전사 리스크 관리 체계를 구축·운영 중입니다. 리스크는 재무리스크와 비재무리스크로 구분·관리하며 특히 기후변화 및 환경 리스크는 중요 리스크로 분류하여 적절한 대응을 위한 환경경영시스템을 구축하였습니다.
	㉡ 기후변화 위험을 관리하기 위한 프로세스 설명	기후변화 위험 관리 프로세스는 다음과 같습니다. 1) 환경과 관련된 경영환경 및 내외부 이슈의 발생 가능성과 영향 심각도를 모니터링 2) 중대 리스크 선별 및 이행 계획 수립 3) 경영진 보고 및 의사 결정 4) 실행 5) 이행 상태 주기적 점검 및 보고
	㉢ 기후변화 위험을 식별, 평가 및 관리하는 프로세스가 조직의 전반적인 위험 관리 체계에 어떻게 통합되는지 설명	기후변화 위험 관리 프로세스를 통해 리스크 발생 이전에 위험 요소를 발견하고자 노력하고 있습니다.
지표 및 감축 목표 	㉠ 기후변화 위험과 기회를 평가하기 위해 사용된 지표 공개	기후변화와 관련된 리스크와 기회를 평가하고 관리하기 위해 에너지 사용량, 에너지 사용량 원단위, 온실가스 배출량, 온실가스 배출 원단위, 재생에너지 사용량, 환경 공정 및 제품 서비스를 통한 사회적 가치 창출 성과(환경) 등 다양한 지표를 관리하고 있습니다.
	㉡ Scope 1, Scope 2, 그리고 Scope 3(해당되는 경우) 배출량 공개	2020년 온실가스 배출량은 다음과 같습니다. • Scope 1 : 1,458 tCO ₂ eq • Scope 2 : 336,542 tCO ₂ eq • Scope 3 : 산정 범위에 대해 검토하고 있으며 추후 관리 예정입니다.
	㉢ 기후변화 위험, 기회와 성과를 관리하기 위한 목표 설명	기후변화 대응을 위해 중장기적 관점에서 2045년까지 전력사용량의 100%를 재생에너지로 전환 및 Net Zero 달성을 목표로 설정하였으며, 착실한 이행을 하고자 추진 계획을 수립 중입니다. 2021년 연도별 RE100, Net Zero 달성 시나리오 작성을 시작으로 2025년까지 지배구조, 전략, 위험관리 등 TCFD에서 권고하는 조직운영의 핵심 영역 수행을 고도화하고 정보 공개도 계속 확대해 나가도록 하겠습니다.

SASB(Sustainability Accounting Standards Board)

SASB는 2011년 설립된 비영리 단체로 ESG 요소를 재무적 성과와 연계하여 보고할 수 있도록 국제 표준을 제정하였습니다. SK브로드밴드는 지속가능경영의 재무적 영향을 투자자, 고객 등 다양한 이해관계자와 공유하기 위해 지속가능회계기준위원회의 Telecommunication 회계 기준에 의한 공시를 실시하고자 합니다. 앞으로 ESG 요소의 지속적 데이터 축적과 관리를 통해 2025년까지 단계적으로 데이터 공개를 확대해 나가겠습니다.

Sustainability Disclosure Topics & Accounting Metrics

공개지표	코드	단위	Cross Reference & Direct Answer
Environmental Footprint of Operations			
전체 에너지 소비량	TC-TL-130a.1	GJ	48p
그리드 전기 소비 비율	TC-TL-130a.1	%	48p
재생에너지 소비 비율	TC-TL-130a.1	%	48p
Data Privacy			
광고행위 및 고객 개인정보와 관련된 정책 및 활동	TC-TL-220a.1	정성	58~59p
고객정보보호 관련 법규 위반으로 인한 재무적 손실(과징금 등)	TC-TL-220a.3	원	0
정부 및 법집행기관으로부터의 고객정보가 요구된 건수, 요구된 고객 수, 제공된 비율	TC-TL-220a.4	건	통신자료 제출건수 : 9,948건 통신사실 확인 자료 제출 건수 : 2,919건 * 통신자료: 이용자의 성명, 주민등록번호, 주소, 전화번호, 아이디, 가입 및 해지 일자, 전기통신사업법상 법원, 검사, 수사기관이 범죄 수사, 형의 집행, 재판 등에 필요한 경우 통신자료를 요청할 수 있음 * 통신사실 확인 자료: 상대방 가입자번호, 로그기록(날짜, 시간 등)이 통신비밀보호법상 ‘통신사실확인자료’로 분류됨. 수사기관은 요청공문(요청사유, 해당가입자와의 연관성 및 필요한 자료의 범위 포함)과 법원의 허가서를 받아 요청함
Data Security			
데이터 유출 건수	TC-TL-230a.1	건	58p
개인정보식별이 가능한 정보를 포함한 데이터 유출 건수	TC-TL-230a.1	건	58p
데이터 유출로 피해를 입은 고객 수	TC-TL-230a.1	명	58p
제3자 정보보안 기준 활용을 포함한 정보보안 리스크 식별에 대한 경영 접근방식	TC-TL-230a.2	정성	58p

Sustainability Disclosure Topics & Accounting Metrics

공개지표	코드	단위	Cross Reference & Direct Answer
Product End-of-life Management			
자원회수 프로그램을 통해 회수된 자원량	TC-TL-440a.1	단말 수	2020년 회수 단말 수량 : 2,378,507개 * 주요 단말: STB, 공유기 등
회수된 자원 중 재이용된 자원 비율	TC-TL-440a.1	%	2020년 Refurbish, 유/무상수리를 통해 재이용된 단말 비중 : 59% * 산식: 2020년 재이용단말수량/2020년 회수 단말 수량
회수된 자원 중 재활용된 자원 비율	TC-TL-440a.1	%	2020년 재활용 업체로 매각한 단말 수량 : 62% * 산식: 2020년 재활용업체 매각 단말 수량/2020년 회수 단말 수량 * 재활용 업체로 매각 이월이 발생 가능하여재이용 및 재활용 자원의 합이 100%가 아닌 경우 발생 가능
Competitive Behavior & Open Internet			
망 중립성, 유정산직접접속(paid peering), 제로 레이팅(zero rating) 등과 관련된 리스크와 기회에 대한 설명	TC-TL-520a.3	정성	SK브로드밴드는 과학기술정보통신부의 ‘망 중립성 및 인터넷 트래픽 관리에 관한 가이드 라인’을 준수하고 있습니다.
Managing Systemic Risks			
통신(네트워크) 두절 빈도	TC-TL-550a.1	고객 1인당 평균 두절 건 수	61p
평균 두절 기간	TC-TL-550a.1		
Technology Disruptions			
서비스 중단 등 유사상황 대비 정상적 서비스 작동/제공을 위한 시스템	TC-TL-550a.2	정성	61p

Activity Metrics

공개지표	코드	단위	Cross Reference & Direct Answer
유선전화가입자	TC-TL-000.B	명	3,737,235(2020년 말 기준)
광대역(브로드밴드) 가입자	TC-TL-000.C	명	6,475,930(2020년 말 기준)
네트워크 트래픽	TC-TL-000.D	Petabytes/일	55.9

지속가능경영 이니셔티브

SK브로드밴드는 당사 및 인류의 지속 가능한 성장에 이바지하기 위해 다양한 이니셔티브에 적극 참여하고 있습니다. UN에서 진행하고 있는 이니셔티브 외에도 수송 부문 탄소 배출량 감축을 위해 환경부에서 주관하고 있는 ‘K-EV100’과 더클라이밍그룹 및 CDP 관리 아래 2050년까지 전체 전력 사용을 재생에너지로 전환함을 약속하는 RE100 이니셔티브에 가입하였습니다.

또한 이러한 이니셔티브의 실행을 위해 해당 분야의 NGO 및 정부 기관과 협력하고, 지역사회의 협조와 참여를 위한 다자간 파트너십 체계를 구축, 실질적 성과를 창출해 나아가고자 노력하고 있습니다. 2023년까지 산업 내 기후변화 대응을 위한 이니셔티브 참여 확대를 검토하고 추진할 계획이며, 지속적인 성과 측정과 모니터링을 통해 실질적 글로벌 리더 기업이 될 수 있도록 하겠습니다.

RE100(Renewable Energy 100%)

기업이 사용하는 전력 전부를 2050년까지 재생에너지로 충당하겠다는 목표를 설정한 국제적 이니셔티브로 영국 런던 소재 다국적 비영리 기구 CDP와 The Climate Group에 의해 시작되었습니다. 에너지 생산이 아닌 소비(Outside power sector)기업이 참여 대상으로 강제적 이행 보다는 자발적 참여를 기반으로 합니다. 가입과 동시에 스스로 책정한 재생에너지 사용 목표를 제시하고, 주최 기관에서 제공하는 기술적 기준을 준수하여 실적보고서를 매년 제출합니다. 2021년 6월 기준 300개 이상 기업이 참여하고 있습니다.

K-EV100

K-EV100은 2030년까지 기업이 보유·임차하고 있는 차량을 전기·수소차 등 무공해차로 전환할 것을 약속하는 이니셔티브로 환경부 주관으로 시작되었습니다. 자동차를 50대 이상 운용하는 민간기업이 참여 대상입니다. 정부는 가입한 기업에게 구매보조금을 우선적으로 지원하고 기업 내 충전인프라 시설을 설치하여 원활한 이행을 도울 예정입니다.

UN Global Compact(UNGC)

UN Global Compact는 기업이 인권, 노동, 환경, 반부패 분야의 10대 원칙을 기업의 운영과 경영전략에 내재화하여 지속가능성과 기업시민의식 향상에 동참할 수 있도록 권장하는 글로벌 기업시민 이니셔티브입니다. SK브로드밴드는 2021년 UN Global Compact에 가입하여 10대 원칙을 지지하고 있습니다.

	인권 Human Rights	① 기업은 국제적으로 선언된 인권의 보호를 지지하고 존중한다.
		② 기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 한다.
	노동규칙 Labor Standards	③ 기업은 실질적인 결사의 자유 및 단체교섭권을 인정한다.
		④ 기업은 모든 형태의 강제노동을 배제한다.
		⑤ 기업은 아동 노동을 실질적으로 철폐한다.
		⑥ 기업은 고용과 업무에서의 차별을 철폐한다.
	환경 Environment	⑦ 기업은 환경문제에 대한 사전주의적인 접근을 지지한다.
		⑧ 기업은 보다 큰 환경적 책임을 장려하는 조치를 수행한다.
		⑨ 기업은 환경 친화적인 기술의 개발과 확산을 촉진한다.
	반부패 Anti-Corruption	⑩ 기업은 금품 강요 및 뇌물수수 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.

UN Sustainable Development Goals(UN SDGs)

UN SDGs는 지속 가능한 발전을 위한 국제적인 약속으로 2015년 9월 전 세계 UN 회원 국가들의 합의로 만들어졌습니다. UN SDGs는 인류의 보편적 문제, 기후변화 문제, 경제 및 사회문제 해결을 위해 국제사회가 달성해야 할 17개의 목표로 구성되어 있습니다. SK브로드밴드는 17개의 목표 달성을 위해 다양한 노력을 기울이고 있으며 특히 기아 종식, 건강과 웰빙, 양질의 교육, 양성평등, 경제성장 및 양질의 일자리, 사회기반시설 구축 및 산업화 증진, 기후변화 대응과 관련된 활동들을 진행해 왔습니다. 앞으로 SK브로드밴드는 사업을 운영함에 있어 나머지 UN SDGs 목표에도 역량을 집중할 계획입니다.

목표	SK브로드밴드 주요 활동	보고 페이지
 2 기아 종식	• 독거노인 결식 문제 해결을 위한 도시락 제공	59
 3 건강과 웰빙	• 시니어 뇌건강 증진 목적 ‘슈퍼브레인’ 프로그램 제작 • 코로나19 유행에 따른 대국민 캠페인 및 건강관리 프로그램 운영 • 임직원 건강관리 프로그램 운영	38~39, 55
 4 양질의 교육	• 홈스쿨링 특별관 운영 • 키즈 브랜드 ‘B tv ZEM KIDS’를 출시하고 영육아 및 초등학생 교육 콘텐츠를 강화 • 미디어창작지원센터를 통한 지역주민 대상 미디어 교육, 콘텐츠 창작 지원 활동 등을 실시	37, 39
 5 양성 평등	• 신입 직원 공개채용 시 여성 인력을 50% 이상 채용하고 계약직 근로자의 정규직 전환 시 여성 근로자 우대 • 사내 리더풀 내 여성 비율 확대 및 팀장 승진 비율 관리 • 여성 임원 외부 영입 지속 추진	50
 8 경제성장 및 양질의 일자리	• 지역경제 활성화 목적 지역채널 프로그램 운영 • 콘텐츠 산업의 성장 지원 차원에서 콘텐츠 저작권 보호 활동 전개 • 인재육성을 위한 양질의 교육 제공 • 일·가정 양립 지원 정책 수립 및 활동 전개 • 사회적 기업 지원 활동 • 지역 소상공인 위한 광고 플랫폼 서비스 시행	36, 40, 52~53, 59~60
 9 사회기반시설 구축 및 산업화 증진	• 통신인프라 확대 구축을 통한 통신 환경 제공	30~32
 13 기후변화 대응	• 국내 최초 RE100 가입 • 데이터 센터에서의 친환경 에너지 사용률 증대 • K-EV100 가입 • 한국에너지공단 효율관리제도에 등록된 셋톱박스 능동대기모드 소비전력 기준 국내 최소 소비전력 수준 제품 출시 • 네트워크 장비의 저전력화 노력 이행 • 지구의 날 50주년을 기념하여 세계자연기금과 함께 지구의 소중함을 느낄 수 있는 콘텐츠를 큐레이션 한 B tv <지구, 다시보기> 특집관 운영으로 고객 인식 개선 • 플라스틱 및 일회용품 사용을 줄이기 위한 친환경 캠페인 고고챌린지 진행	42~44

참여협회 및 단체

(사)한국사물인터넷협회	한국정보통신진흥협회(KAIT)
한국IT 리더스포럼	개인정보보호협회
(사)한국IPTV방송협회	한국거래소
(사)한국경영자총협회	한국전파진흥협회(RAPA)
(사)한국인터넷진흥협회	한국엔지니어링진흥협회
한국정보통신공사협회	한국케이블TV방송협회
한국정보통신기술협회(TTA)	(사)스마트미디어산업진흥협회
한국표준협회	

* 2021년 6월 기준



본 보고서는 디자인, 인쇄과정에서 발생하는 환경오염과 자원낭비를 최대한 줄이기 위해 디자인 시 별색, 코팅 공정을 지양하였으며 인쇄 시 콩기름 잉크를 사용하였습니다.