일상을 편리하게
지역을 가치있게!

LG헬로비전 지속가능경영보고서

2022-2023 LG HelloVision Sustainability Report

LG HelloVision

Contents

Corporate Overview

CEO 메시지 04
철학 및 비전 05
회사 소개 06
주요 사업 소개 08

ESG Management

ESG경영 추진 및 운영 체계 13
이해관계자 참여 및 소통 15

Sustainable ESG Story

중대 이슈 19
환경에 대한 우리의 자세 21
사회에 대한 우리의 책임 22
지배구조에 대한 우리의 노력 23

Environmental

환경경영 관리 25
환경영향 저감 28

Social

구성원 관리 33
정보보호 관리 39
안전문화 조성 42
고객 가치 제고 44
제품 및 서비스 품질 강화 47
상생협력 추구 50
지역사회공헌 52

Governance

지배구조 강화 57
정도경영 준수 60
위기 관리 63

Appendix

ESG Data 66
GRI Standards Index 73
참여협회 및 단체 75
제3자 검증의견서 76

Interactive User Guide

본 보고서는 페이지로의 이동과 바로가기 기능 등이 포함된 인터랙티브 PDF로 제작되었습니다.

처음 페이지로 이동 | 목차 페이지로 이동 | 이전 페이지로 이동
앞 페이지로 이동 | 다음 페이지로 이동

About This Report

보고 개요

본 보고서는 LG헬로비전이 ESG 추진 방향 및 과제 그리고 그 간의 성과를 담아 발간하는 첫 번째 지속가능경영보고서입니다. 앞으로 LG헬로비전은 매년 지속가능경영보고서를 발간하여 이해관계자에게 ESG정보를 투명하게 공개하겠습니다.

보고 기간 및 범위

본 보고서는 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일까지의 활동 및 성과를 포함하며 일부 핵심 주제와 관련한 정성적 활동에 대해서는 2023년 6월까지의 활동을 수록하였습니다. 정량적 성과의 경우 추세 변화를 파악할 수 있도록 최근 3개년(2020년~2022년)의 데이터를 공개하고 있습니다. 보고 범위는 LG헬로비전 국내 사업장 전체를 포함하고 있으며 일부 사업장을 포함하는 경우 주석을 달아 표기하였습니다.

작성 기준

본 보고서는 글로벌 지속가능경영 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021을 준수하여 작성되었습니다. 재무 정보는 한국채택국제회계 기준(K-IFRS : Korean International Financial Reporting Standards)의 연결재무제표를 적용하였고 별도 기준으로 작성된 내용은 주석을 달아 표기하였습니다.

보고서 검증

본 보고서에 수록된 정보는 신뢰성과 정확성 확보를 위해 독립적인 검증기관의 검증을 받았습니다. 검증에 관한 사항과 검증의견은 P.76-77에서 확인하실 수 있습니다.

보고서 관련 문의

담당부서 LG헬로비전 ESG팀
Email esg@lghv.net
홈페이지 www.lghellovision.net

Corporate Overview

CEO 메시지	04
철학 및 비전	05
회사 소개	06
주요 사업 소개	08



CEO 메시지



존경하는 이해관계자 여러분,

LG헬로비전은 지역과 상생하고
친환경 경영을 실천하는
ESG경영 선도 기업으로 거듭나겠습니다.

2023.10
LG헬로비전 대표이사

LG헬로비전은 기술과 사람, 지역을 연결하여 새로운 미래 생활을 선도하는 종합 ICT기업으로 성장해 왔습니다. 환경(E), 사회(S), 지배구조(G)를 중심으로 지속가능한 경영을 추진하며 고객, 지역사회, 협력사 등 다양한 이해관계자와 함께 성장하고자 노력하고 있습니다.

이를 위해 2023년 LG헬로비전의 지속가능경영보고서를 발간하여, 지난 2020년부터 2022년까지의 경제, 환경, 사회, 지배구조 활동과 성과를 되짚어보고, 이해관계자 여러분께 지속가능경영에 대한 방향성을 공유드립니다. 앞으로도 LG헬로비전은 ESG 중심의 경영 체계를 구축하여 기업의 사회적 책임을 다하고, 이해관계자 여러분의 가치 창출을 위해 다음의 노력을 이어가겠습니다.

01 홈과 지역을 연결하여 고객의 삶과 지역에 새로운 가치를 더하겠습니다.

LG헬로비전은 고객의 홈 라이프를 편리하게 만들고, 지역과 다채롭게 연결하는 로컬 크리에이터로 성장하기 위해 우리가 잘 할 수 있는 영역을 끊임없이 발굴하여 사업 영역을 확장하며 고객 가치를 제공하고 있습니다. 또한, 고객의 다양한 니즈에 빠르게 대응하고자 디지털 채널을 지속적으로 강화하며 차별화된 서비스를 지원하고 있으며 23개 권역에서 지역민과 소통할 수 있는 지역 채널을 통해 지역 경제 살리기에도 이바지하고 있습니다.

앞으로도 LG헬로비전은 고객의 삶과 지역을 가치있게 연결하는 상생과 소통의 기업으로 발돋움해 나가겠습니다.

02 구성원이 성장할 수 있는 조직 문화를 만들겠습니다.

LG헬로비전은 최고의 고객 경험을 제공하기 위해 고객 중심의 일하는 방식의 내재화를 추진하고 있습니다. 우수한 인재를 확보하고, 업무경험과 교육을 통해 맞춤형 인재로 성장을 지원하여 개인과 조직이 함께 성장하는 조직 문화를 만들어 나가겠습니다.

03 ESG 경영체계를 강화하여 지속가능한 기업으로 도약해 나가겠습니다.

이사회 산하에 ESG위원회를 구성하여 ESG와 관련한 주요 안건 및 이행 현황에 대해 수시로 점검하고 있습니다. 정기 회의체를 통해 사업 전반에서 발생할 수 있는 리스크를 사전에 발견하고 선제적으로 대응함으로써 건전하고 투명한 지배구조를 확립해 나가겠습니다.

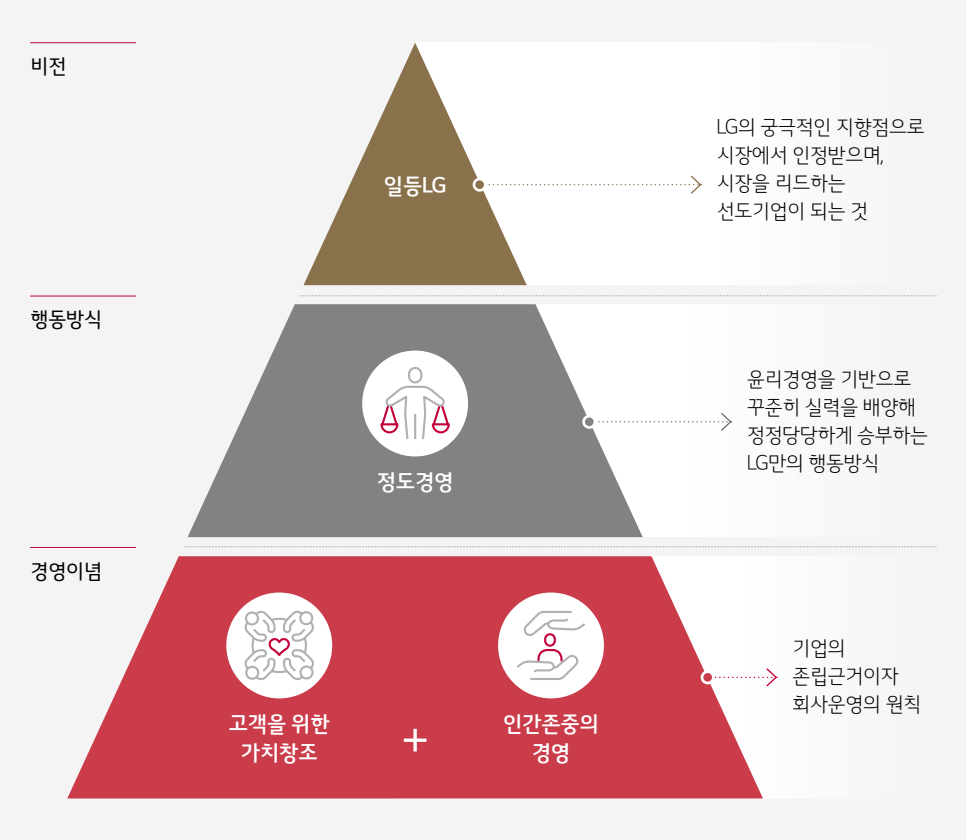
LG헬로비전은 1995년 창립 이래 고객과 소통하는 기업으로서 미디어통신 서비스 산업 전반의 질적 개선을 위해 힘쓰고 있습니다. 앞으로도 다양한 이해관계자 여러분의 의견에 귀 기울이며 소통을 기반으로 끊임없이 성장하는 기업이 되도록 노력하겠습니다.

이해관계자 여러분의 지속적인 관심과 참여를 부탁 드립니다.
감사합니다.

철학 및 비전

LG Way

LG Way는 LG 고유의 경영철학입니다. '정도경영'을 바탕으로 LG의 경영이념인 '고객을 위한 가치창조'와 '인간존중의 경영'을 실현하며 나아가 LG비전인 '일등LG'를 달성하고자 합니다.



LG헬로비전 Vision

LG헬로비전은 고객의 홈 라이프를 더욱 편리하게 만들고 지역과 다채롭게 연결하는 서비스를 제공합니다. 고객의 생활에 녹아들 수 있는 서비스로 고객의 삶을 가치있게 연결하는 것이 LG헬로비전이 추구하는 방향성입니다.

Vision	**고객의 홈 라이프를 편리하게 만들고, 지역과 다채롭게 연결하는 로컬 크리에이터**
Slogan	일상을 편리하게 지역을 가치있게!

비전 설명

"고객의 홈 라이프"	고객이 집에서 영위하는 방송·통신 기반 모든 활동에서의 고객 경험을 의미합니다.
"편리하게 만들고"	방송·통신 서비스를 고객 경험 혁신의 관점에서 제공하고 개선하여 편리함을 추구합니다.
"지역과 다채롭게 연결"	사람 간의 연결과 소통은 방송·통신 사업의 근간입니다. LG헬로비전은 이 개념을 지역으로 확장하고 사람과 지역이 혜택을 함께 누릴 수 있도록 다양한 가치들을 연결합니다.
"로컬 크리에이터"	기존 사업 영역에 안주하지 않고 로컬을 기반으로 고객을 만족시킬 수 있는 아이템을 찾아 LG헬로비전이 잘 할 수 있는 영역이라면 두려워하지 않고 창조적으로 도전하겠습니다.

회사 소개

기업 개요

LG헬로비전은 국내 최대의 종합유선방송사업자로 기술과 사람, 지역을 연결하여 새로운 미래 생활을 선도하는 종합 ICT[1]기업으로 성장해 왔습니다. 홈과 지역을 연결하는 로컬 크리에이터로서 지역을 보다 가치 있게 만드는 사업을 운영하고 있습니다.

(2022년 12월 31일 기준)

기업명	㈜LG헬로비전(LG HelloVision Corp.)		
설립일	1995년 3월 31일		
대표이사	송구영		
본사위치	서울특별시 마포구 월드컵북로 56길 19, 상암동 드림타워		
사업장 위치	전국 23개 권역		
주요 사업	방송통신서비스 등 종합유선방송사업 (MSO : Multiple System Operator)		
홈페이지	www.lghellovision.net		
구성원 수	1,064명	매출액	1조 1,679억 원
신용등급 (기업어음)	NICE신용평가 : AA-	한국기업평가 : A1	한국신용평가 : A1

핵심 사업

LG헬로비전은 방송·인터넷, 모바일, 렌탈 등 홈 사업과 미디어, 커머스 등 지역 기반 인프라를 중심으로 한 지역 사업을 운영합니다. 고객 맞춤형 서비스를 제공하여 고객 가치를 극대화하기 위한 사업을 추진하고 있습니다.

홈 사업

- **방송·인터넷** : 국내 23개 권역 내 400만 가입자를 대상으로 유료방송 및 초고속 인터넷 서비스를 제공합니다.
- **모바일** : 고객의 통신 사용 패턴에 맞게 사용할 수 있도록 자급제, e-SIM[2] 가입 강화 등 상품력을 강화하여 합리적인 통신 모바일 서비스를 제공합니다.
- **렌탈** : 할부판매형 렌탈 사업을 운영하여 고객이 최신형 TV, PC, 생활가전을 부담 없이 렌탈할 수 있는 서비스를 제공합니다.

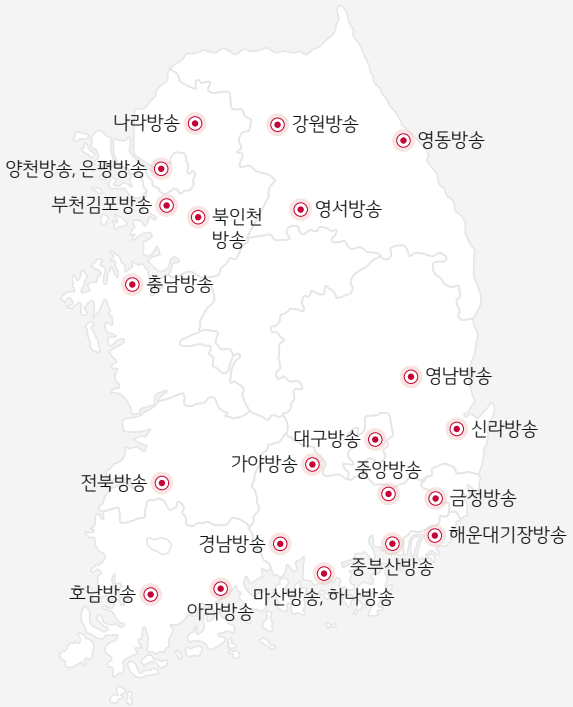
지역 사업

- **미디어** : 시사 보도 및 오리지널 지역 콘텐츠 제작 등을 통해 지역채널을 운영하며, 오픈 스튜디오 구축 등 '지역전문' 매체로서 차별화된 미디어 서비스를 제공합니다.
- **커머스** : 고객에겐 신선한 먹거리를, 지역 생산자에겐 새로운 유통 판로를 제공하는 지역상생의 커머스 서비스를 제공합니다.
- **지역사업 (B2B, B2G)** : 지역 및 지자체와의 협력 역량을 기반으로 지역교육청 사업, 문화관광 사업 등 지역별 특화 사업 서비스를 제공합니다.

회사 소개

주요 연혁 및 네트워크

LG헬로비전은 1995년 종합유선방송법에 의해 설립되어 2019년 지금의 ㈜LG헬로비전으로 사명을 변경하였습니다. 2020년에는 LG유플러스와의 협력으로 케이블 기가인터넷 풀커버리지를 확대하였으며, 헬로모바일 LG U+망 사업을 개시하였습니다. 2021년 신규 셋톱박스 '헬로TV UHD2'를 출시하였으며 케이블 TV 사업자 최초로 디즈니플러스(OTT) 서비스를 독점 출시하였습니다. LG헬로비전은 전국 23개 권역의 지역 방송국을 통해 지역민과 소통하며 전 세대가 즐길 수 있는 콘텐츠를 제작하고 지역채널을 통해 홍보하는 등 다양한 지역사업을 영위하며 지역사회와 함께 성장하고 있습니다.



전국 23개 권역
400만 가입가구 보유

2000 ~ 2009

2002
11 복수 종합유선방송 사업 시작 (CJ케이블넷 출범)

2005
02 세계 최초 오픈케이블 디지털방송 '헬로D' 상용화

2006
03 헬로D, 아시아 최초 '국제 인터랙티브 에미상' 수상
07 초고속 인터넷 서비스 '헬로넷' 출시

2008
01 인터넷 전화 서비스 '헬로폰' 출시

2010 ~ 2019

2010
05 국내 최초 N스크린 서비스 '티빙' 출시

2011
10 국내 최초 기가 인터넷 상용화

2012
01 알뜰폰(MVNO) 브랜드 '헬로모바일' 론칭
09 티빙, IBC 선정 '올해의 온라인 비디오' 대상 수상
11 대한민국증권거래소 상장(IPO)

2013
05 국내 최초 FULL HD VOD 서비스 출시
07 세계 최초 UHD 시범방송 실시/국내 최초 기가 와이파이 홈서비스 상용화
12 TV 원격 조정 '헬로tv 스마트' 셋톱박스 출시

2014
02 실시간/예약 녹화 가능 '스마트 녹화' 서비스 출시
10 문화체육관광부 주관 '여가친화기업' 선정
11 세계 최초 시각장애인 음성지원 TV서비스 '이어드림' 출시

2015
02 국내 최초 클라우드 방송 상용화

2016
05 국내 최초 베트남 유료방송 진출
09 렌탈 서비스 브랜드 '헬로렌탈' 론칭
12 전국 23개 권역 '사회공헌캠프' 출범

2017
05 헬로모바일, 2017 MVNOs World Congress 최고상 수상
08 AI기반 스마트 셋톱박스 '헬로tv UHD RED' 출시

2018
01 지능형 케이블TV 플랫폼 '알래스카' 출시

2019
11 종합재난관리시스템, 2019 안전문화대상 최우수상 수상
12 LG헬로비전 사명 변경

2020 ~ 2023

2020
01 헬로모바일, LG U+망 사업 개시

2021
12 오픈 스튜디오 1호점(김해) 개소

2022
06 케이블TV 양방향 커머스'제철장터' 출범
07 헬로tv '고객중심' UI/UX[1] 전면 개편

2023
06 <오리지널 로컬테이스트> 1호 상품 '땅끝마을 해남김치' 출시

주요 사업 소개

SPECIAL PAGE

홈 사업

LG헬로비전은 헬로tv와 초고속 인터넷, 헬로모바일, 헬로렌탈을 통해 집 안의 모든 것과 모든 순간을 쉽게 연결하여 고객에게 '홈 앤 라이프'의 즐거움을 제공하고자 합니다. 헬로tv는 자체 제작한 지역 채널 외에도 OTT[1]제휴 콘텐츠 및 통신사 수준의 초고속 인터넷 서비스를 제공합니다. 헬로모바일은 고객 사용 패턴에 맞는 합리적인 요금과 서비스를 제공합니다. 헬로렌탈은 생활가전의 렌탈 상품과 케어 솔루션을 제공하는 등 고객 니즈가 반영된 다양한 브랜드와 상품을 개발하여 사업 영역을 확대해 나가고 있습니다.

헬로tv & 인터넷

TV

생생한 고화질 UHD 방송 시청은 물론 스마트 녹화, 타임머신 기능 등을 사용할 수 있으며 최신 인기 콘텐츠를 TV와 큰 화면으로 시청할 수 있습니다.

헬로티비 콘텐츠

Disney+ | NETFLIX | U+ tv 아이들나라 | YouTube | 지역채널 ch.25

인터넷

국내 최초로 상용화한 기가 인터넷을 통해 기존 인터넷보다 빠른 1Gbps 속도로 인터넷 서비스를 제공하고 있습니다.

인터넷요금제

기가 인터넷	초고속 인터넷

전화

쓰던 번호 그대로, 전화 요금은 반으로 LG헬로비전 가입자 간 무료 통화를 지원하고 있습니다.

헬로모바일

요금제

합리적인 가격과 더불어 고객의 통신 사용 패턴에 맞게 사용할 수 있도록 착한 페이백 요금제, 반값 USIM 요금제 등 다양한 종류의 요금제를 제공하고 있습니다.

유심 요금제

데이터 무제한	통화 무제한	시니어 요금제	기타 요금제

번개 서비스

고객이 헬로 모바일을 보다 빠르고 편하게 만나볼 수 있도록 유심 및 휴대폰 1일 내 배송, 1시간 내 개통, 1시간 내 상담 특급 서비스를 제공하고 있습니다.

원스탑 셀프개통

내 손으로 직접	대기시간 없이	빠르고 간편하게!

0원 렌탈

약정과 렌탈비를 없애고 매월 사용한 통신비만 납부하면 되는 휴대폰 렌탈 서비스를 제공하고 있습니다.

헬로렌탈

가전제품 렌탈

최신형 고화질 TV 렌탈 서비스와 고객 맞춤형 케어 솔루션 가전 렌탈 서비스 등 가족건강을 위한 필수가전을 전문가들로부터 컨설팅받을 수 있습니다.

전자제품 렌탈

최신 노트북을 부담 없이 구매할 수 있는 서비스를 제공합니다. 가성비가 좋은 보급형 노트북부터 나만의 개성을 표현하는 프리미엄 노트북까지 합리적으로 구매할 수 있습니다.

사업자/B2B 렌탈

카페, 병원, 사무실 등 내부에서 필요한 제품을 대량으로 렌탈할 수 있는 서비스를 제공하고 있습니다.

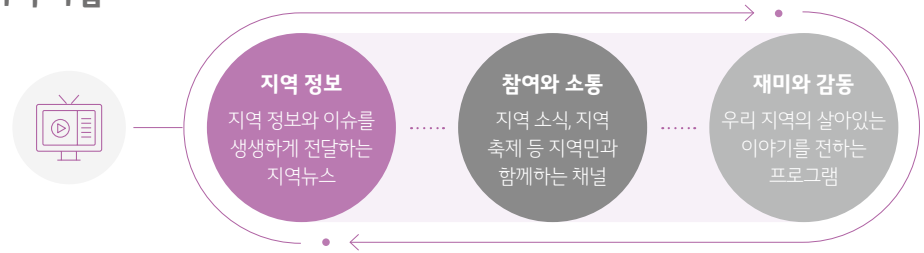
렌탈 패키지 제공

카페/식당 패키지	사무실/공공기관 패키지	골프/실내 스포츠패키지

주요 사업 소개

S P E C I A L P A G E

지역 사업



지역의 소식을 전하는 '로컬 필수채널'

LG헬로비전은 누구나 쉽게 참여 가능한 개방형 방송국 스튜디오와 TV, 인터넷, 모바일, 가전렌탈 상품까지 체험이 가능한 '오픈 스튜디오'를 운영하고 있습니다. 2021년 김해점을 시작으로 2022년 원주점을 순차적으로 개소하여 어린이 방송 직업 체험, 라이브커머스, 문화강좌, 쿠킹클래스, 스튜디오 대관 등 다양한 프로그램을 진행합니다. 이처럼 고객의 라이프 스타일별 특화된 상품 체험 서비스를 제공하여 고객 만족도를 높이고 있습니다.



헬로tv뉴스 홈페이지 오피니언 칼럼 여론설문조사 숏츠 찐뉴스 뉴스토리



헬로tv 대표 프로그램

2022 케이블TV 방송대상 '지역채널 보도대상'

LG헬로비전은 자립준비청년 지원제도 개선에 기여하는 등 지역채널의 역할과 성과를 인정받아 2022년 12월 케이블TV 방송대상에서 '지역채널 보도대상'을 수상하였습니다.



지역채널 보도대상

지역 대표 복합문화공간 '오픈 스튜디오'

지방 거점 도시의 방송 콘텐츠를 제작하고 지역의 소통 커뮤니티 플랫폼 역할을 하는 '오픈 스튜디오'를 운영하고 있습니다. 2021년 김해점 개소를 시작으로, 2022년 원주점을 순차적으로 개소하여 주민 참여 프로그램을 운영하고 있습니다. 또한, 오픈 스튜디오의 특징인 '체험형 스토어'를 통해 고객의 라이프 스타일별로 특화된 상품 체험 서비스를 제공하여 고객 만족도를 높이고 있습니다.



오픈 스튜디오



오픈 스튜디오

"최고의 아나운서가 되고 싶어요." 어린이 방송 체험 운영

'어린이 방송체험 스쿨'은 지역 미디어 꿈나무의 성장을 지원하기 위한 LG헬로비전만의 특화형 체험 프로그램입니다. 김해, 원주의 오픈스튜디오에서는 2022년 연중 지역 어린이들을 초청하여, 방송 오픈 스튜디오를 함께 견학하고 현역 아나운서 및 PD와 함께 방송 제작을 체험해보는 시간을 가졌습니다.



직업 체험 프로그램

주요 사업 소개

S P E C I A L P A G E

지역 상생의 최고 채널 '지역 커머스 채널'

LG헬로비전은 쾌적한 쇼핑 환경을 제공하고 지역 중심의 '착한 소비'를 유도하기 위해 지역 커머스 채널을 운영합니다. 기존의 복잡한 유통 단계와 구조를 산지 직거래 구조로 개편하여 생산자에게는 유통 마진을, 소비자에게는 빠른 직배송 서비스를 제공하고 있습니다. 또한, 청년농부 지원 프로그램을 통해 청년농업 생산물의 판로 확대를 지원하고 있습니다. 2022년 10월에는 양방향 TV커머스몰인 '모바일웹 커머스몰'을 오픈하여 소비자가 동영상 기반의 상품 정보를 확인하고 리모컨으로 주문·결제할 수 있는 편리한 쇼핑 환경을 제공하고 있습니다.



지역채널 커머스 방송편성



청년농부 기획전 방송편성



모바일웹 커머스몰


제철장터 온라인몰

> 지역채널 기자, 지자체 소통 등
> 지역 연계 사업의 경험을 살려
> 건강한 지역 경제 생태계를
> 만드는 데 보탬이 되고 싶습니다.


커머스상품팀 유솔 책임

> 지역 곳곳의 산지와
> 농가를 발굴하고,
> 판로를 지원하여 지역사회에
> 기여하고 싶습니다.



커머스상품팀 조관익 책임

지역에 특화된 '문화, 관광 그리고 교육'

LG헬로비전은 지역 내 다양한 행사와 이벤트 등을 활용하여 문화관광 공간을 조성하는 지역문화관광 솔루션 사업자로 사업 영역을 확대하였습니다. 특히, 지역의 낙후된 공간을 실감미디어 기술을 활용한 미디어아트 전시 등 복합문화공간으로 탈바꿈하여 지역주민은 물론 관광객들에게 새로운 문화공간을 제공하고 있습니다. 더불어 학생들이 편리하게 공부할 수 있도록 스마트 단말기 보급, 스마트 교육 공간 혁신 사업 등을 시행하며, 스마트 스쿨 운영의 디지털화 사업을 추진하고 있습니다.

주요 사업 소개

S P E C I A L P A G E

지역사회와 연결하는 상생 플랫폼 '제철장터'

LG헬로비전은 단순히 농가와 소비자를 연결하는 역할에서 한걸음 더 나아가 지역 네트워크를 통해 지역과 협력하여 상품 개발, 마케팅, 유통을 함께 관리하고 있습니다. 농가와 지역 그리고 소비자를 연결함으로써 생산자와 소비자 모두가 만족할 수 있는 상품을 제공하며, 온라인 몰 및 어플리케이션을 새롭게 출시하여 소비자들의 이용 편의를 높이고자 노력하고 있습니다.

제철장터 주요 판매 상품

구분	종류	판매 비중
농산	과일, 채소, 곡류 등	40%
수산	수산, 건어물 등	30%
축산	정육, 계란 등	10%
기타	간식, 건강식품, 음료 등	20%



제철장터 온라인몰

"온 마을이 함께 만들어요." 지역상생 프로젝트 1호, "땅끝마을 해남김치"

TV홈쇼핑 진출이 어려운 지역 농가와 소상공인을 발굴하여 판매 판로를 확대하는 프로젝트를 진행하고 있습니다. 2023년에는 지역채널 커머스 '오리지널 로컬 테이스트' 프로젝트 1호로 전라남도 해남군 '땅끝마을 해남김치'를 제철장터에서 판매하였습니다. 해남에서 수급한 품질 좋은 원재료를 이용하여 지역 주민이 직접 만드는 지역 고유의 대표 상품을 판매할 수 있도록 지원함으로써 지역 경제 활성화에도 기여하였습니다.



땅끝마을 해남김치



해주네김치 김해주 대표





제철장터 커머스 방송

ESG Management

ESG경영 추진 및 운영 체계 13
이해관계자 참여 및 소통 15



ESG경영 추진 및 운영 체계

ESG경영 체계도

LG헬로비전 Vision

고객의 홈 라이프를 편리하게 만들고
지역과 다채롭게 연결하는 로컬 크리에이터

LG헬로비전 Slogan

일상을 편리하게, 지역을 가치있게
지역의 새로운 가치를 창출하는 로컬 크리에이터로서 지역과 함께 성장

ESG경영 미션

지역사회와 함께 만드는 지속가능한 미래

ESG 추진 방향

친환경 경영을 기반으로 **환경** 가치 창출	사회문제 해결을 통한 **사회** 가치 창출	신뢰받는 투명경영으로 **지배구조** 건전성 구축

ESG 추진 과제

• 온실가스 측정 및 관리 강화 • 친환경 제품·서비스 개발 확대 • 환경 이니셔티브 참여 • 생물다양성 보전 노력	• 정보보안 및 개인정보보호 강화 • 안전보건 강화 • 구성원의 일과 삶의 질 향상 • 지역상생 및 동반성장 고도화	• ESG 거버넌스 구축 • 투명한 정도경영 확립 • 리스크 관리 강화 • ESG 정보공시 체계 수립

ESG경영 추진 및 운영 체계

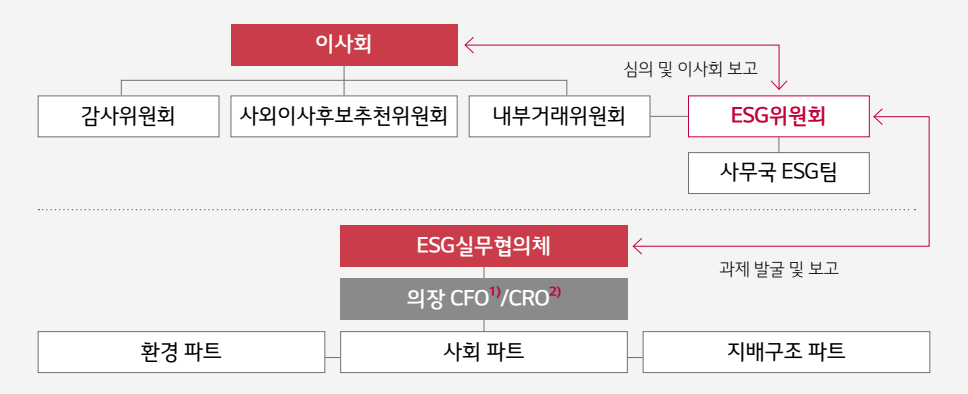
ESG경영 운영 조직 및 의사결정 체계

LG헬로비전은 환경, 사회, 지배구조(ESG)를 고려한 전략과 활동을 추진하여 지속가능한 경영을 실현해 나가고자 합니다. 이를 위해 ESG 추진 방향과 목표를 설정하고 ESG경영을 성실하게 이행할 수 있는 전담 조직 체계를 구축하여 운영하고 있습니다. 앞으로도 ESG경영을 책임감 있게 실행하며 새로운 환경과 시대 변화에 맞춰 지속적으로 성장하는 기업이 될 수 있도록 노력하겠습니다.

ESG위원회 구성 및 운영

LG헬로비전은 2021년, 최고의사결정기구인 이사회 산하에 ESG위원회를 설치하여 운영하고 있습니다. ESG위원회는 3명의 사외이사를 포함하여 사업 및 경영 분야에 전문성을 갖춘 4명의 위원으로 구성되어 있으며 환경, 정보보호, 고객 가치, 지배구조 등 ESG 추진 내용을 심의 및 의결하는 역할을 수행합니다. ESG위원회는 반기 1회(연 2회) 개최를 원칙으로 하며 필요에 따라 수시로 개최할 수 있습니다.

ESG위원회 조직도



ESG위원회 구성 및 운영현황

구분		의안명	가결여부
2022.05.13	승인	ESG위원회 위원장 선임 승인의 건	가결
	보고	환경 경영 개선 과제 결과 보고의 건	
2022.11.24	승인	기업지배구조헌장 및 ESG정책 승인의 건	가결
	보고	'22년 기후변화 대응 등 환경경영 성과 보고의 건	
	보고	위기관리 활동 및 대응 프로세스 보고의 건	
2023.03.17	승인	'23년 ESG경영 추진방향 승인의 건	가결
	보고	'23년 기후변화 대응 및 환경경영 추진 계획 보고의 건	

ESG실무협의체 운영

LG헬로비전은 ESG위원회와 함께 C-Level이 참여하는 ESG실무협의체를 운영하고 있습니다. ESG실무협의체는 CFO/CRO를 의장으로 하며, ESG 전략 과제별 주관부서 리더로 구성되어 있습니다. ESG실무협의체는 ESG경영 추진 과제를 발굴하고 실행하는 역할을 수행하고 있으며, 연 2회 이상 개최합니다.

ESG실무협의체 운영 현황

진행 연월	주요 안건
2022.02	2022년 ESG경영 추진과제 및 평가대응 계획
2022.05	2022년 1차 ESG위원회 결과보고 및 ESG경영 정보공시
2022.07	ESG DATA 표준화 방안
2022.11	ESG 평가결과 공유
2023.03	2023년 1차 ESG위원회 결과보고, 그룹ESG IT플랫폼 추진 경과
2023.05	온실가스 배출량 결과보고, 지속가능경영보고서 발간의 건



ESG실무협의체

ESG 기반 의사결정

LG헬로비전은 경영 활동 과정에서 ESG 관련 기회와 위험 요소를 사전에 파악 및 관리하기 위해 「LG헬로비전 투자/비용 심의 운영 기준」에 ESG 체크리스트를 포함한 점검 기준을 마련하였으며, 이를 토대로 투자 집행 시 재무적 수익성·성장성과 함께 ESG요소를 고려하여 의사결정을 하고 있습니다.

ESG기반 의사결정 프로세스

투자 발의 → 투자심의 적정성 검토* → 투자심의위원회 심의/의결 → 투자 실행 → 성과 측정 → 성과 검증 및 보고

* 수익성·성장성 및 ESG요소 점검

ESG 체크리스트

Environmental • 환경
- 친환경 소재/에너지 사용
- 환경 친화적 사업
- 환경오염 리스크

Social • 사회
- 소비자 보호
- 정보보호
- 노동, 동반성장
- 사회적 가치 창출

Governance • 지배구조
- 법규 준수
- 잠재적 위험 평가

이해관계자 참여 및 소통

이해관계자 참여

LG헬로비전은 경영활동에서 영향을 주고 받는 모든 주체를 이해관계자로 정의하고 이해관계의 정도에 따라 7대 이해관계자 그룹을 정의하였습니다. 각 이해관계자별 소통 채널을 운영하여 조직에 대한 주요 기대사항 및 의견을 수렴하고 이를 경영에 반영하여 이해관계자의 다양한 요구에 대응하고 있습니다.

이해관계자	분류	주요 관심사	LG헬로비전 소통채널		LG헬로비전 대응현황
구성원	핵심	• 구성원 소통 활성화 • 코로나19 안전 • 일과 가정의 양립 • 구성원 역량 강화	• 노사협의회(분기) • 성과공유회, 고충처리제도 • 설문조사, 사내동호회	• 사내 포털(LounG)/즐거운직장 • 안전보건위원회(분기), CEO 현장방문 • EX보드(사원 소통협의체)	• 분기별 노사협의회 진행 • 재택근무, 유연근무제 운영 • 고충처리 채널 '헬로지킴이' 운영
고객	핵심	• 서비스 편의 및 안전성 (인터넷, 방송, MVNO, 렌탈, 지역채널 커머스 등)	• 홈페이지 및 고객센터	• 고객 만족도 조사	• 고객 VoC[1] 관리 프로세스 운영 • 방송 콘텐츠 확보 및 프로모션 진행 • 사용자 맞춤형 콘텐츠 추천 시스템 구축
주주·투자자	핵심	• 회사의 지속적 성장 • 배당 및 주주 혜택 가시화	• 이사회 • IR 실적발표(분기), 기타 투자자 미팅	• 정기주주총회(연1회)	• 이사회('22년 : 7차, '23년 : 5차(6월 기준)) • 정기주주총회 진행 • 중장기 성장전략 및 미션 수립
정부·미디어	간접	• 관련 법규 및 규제 준수 • 투명한 조세 관행 • 주요 정책 참여	• 산업계 정책 참여 • 사회 안전망 구축	• 국책과제 협력 • 보도자료, 홈페이지 홍보 채널	• 준법 및 납세 • 전기차 충전기 사업(설치, 유지관리, 운영) • 국가기관 정보통신 서비스 제공(지자체, 중앙행정기관, 공기업, 인터넷/전화/IoT/CCTV 등 회선제공 사업 수행, 교육청 미래교실 조성 사업)
협력사	핵심	• 공정거래 자율준수 및 관계확립 • 동반성장 프로그램 확대 • 정기적 소통 및 협력강화	• 그린미팅(연1회 이상) • 전자구매 시스템	• 협력사 간담회	• 공정거래 원칙 준수 • 협력사 역량개발 위한 교육 프로그램 지원 • 소상공인 온라인 판로 확대 지원
지역사회·커뮤니티	핵심	• 지역채널 방송 보도 통한 사회문제 해결 지원 • 기업의 사회적 책임 • 협력과 소통	• 시청자참여위원회(분기) • 지역채널 SNS(유튜브, 블로그 등) • 오픈 스튜디오, 사회공헌 활동	• 지역채널심의위원회(분기) • 홈페이지, NGO 미팅	• 시청자참여위원회 운영 • 지역채널심의위원회 운영 • 지역경제 활성화 및 소상공인 판로확대 커머스사업 추진 • 지역사회 커뮤니티활성화 위한 오픈스튜디오 개소 및 운영 • 지역사회 연계 사회공헌 활동 실시
학계·전문가	간접	• 산학 협력 사업 추진 • 케이블방송 사업자 사업경쟁력 강화 • 지역경제 활성화 • 지역 미래인재 육성 • 생물다양성 보전	• 오프라인 미팅 • 지역채널	• 보도자료	• 한국케이블TV방송학회, 한국알뜰통신사업자 협회 회원사 • 한국케이블TV방송협회(DX[2] 데이터 인재육성) • 한국전파진흥협회(유료방송, OTT 데이터 인재양성) • 농촌진흥청(청년농업인 육성 및 홍보, 판로확대) • 전라북도교육청(지역인재 양성, 미래교육/에듀테크 환경구축) • 국립생태원 연계 생물다양성 보전 협력사업

이해관계자 참여 및 소통

이해관계자 소통

LG헬로비전은 다양한 이해관계자의 의견에 귀 기울이고 이를 경영 전반에 반영하고자 인터뷰를 진행하였습니다. 인터뷰를 통해 수렴된 의견과 이에 대한 대응 활동 및 계획을 공유합니다.

INTERVIEW • 협력기관 **국립생태원 홍여찬 차장**

LG헬로비전은 멸종위기종을 보호하고 생태문화 확산을 위해 국립생태원과 2022년 MOU를 체결하였습니다. 주력 사업인 케이블TV 지역채널을 통해 지역 주민에게 생태 가치를 전달하는 역할에 최선을 다하고 있다고 생각합니다.

INTERVIEW • 지역사회 **서경한우 임경미 팀장**

LG헬로비전은 제철장터를 특화하여 한우 농가들을 살리고자 많은 노력을 기울이고 있습니다. 특히, LG헬로비전에서 고객센터를 직접 관리하고 있어 상품에만 집중할 수 있게 되었으며 그 덕분에 자사 제품의 퀄리티가 올라가고 있습니다.

"야생조류가 충돌하지 않도록 유리창에 스티커를 부착했어요."

연간 800만 마리의 조류들이 비행 중 건물의 투명 유리창에 부딪혀 폐사하는 사고가 빈번히 발생하고 있으며, 이는 야생조류 개체군 감소의 가장 큰 원인 중 하나입니다. 이를 예방하기 위해 LG헬로비전과 2022년 9월 충남 당진에서 조류 충돌로 새들이 자주 부딪혀 사고가 일어나는 도로 투명 방음벽에 '충돌방지 스티커'를 부착하는 봉사활동을 진행하여 지역사회에 공감대를 이끌어 냈습니다.



야생조류 충돌방지 캠페인

"제철장터에서 할인된 상품을 만나보세요."

상품 판매에 어려움을 겪고 있던 시기에 LG헬로비전의 제철장터와 협력하여 판로확대 기회가 생겼습니다. 제철장터에서 진행한 할인 특별전을 통해 많은 상품이 판매되었으며, 이는 한우 농가에 큰 도움이 되었습니다.



제철장터 서경한우 상품

"다양한 협력 사업을 통해 지역사회에 긍정적인 시너지를 낼 수 있었습니다. 앞으로도 생물다양성 보전을 위한 생태가치 홍보와 보호 활동에 앞장서 주시기를 바랍니다."



LG헬로비전-국립생태원 MOU



설특별전 : 농가 특산물

"제철장터로 고객의 의견을 빠르게 확인할 수 있어 품질 관리 및 서비스 개선에 큰 도움이 되고 있습니다. 앞으로도 고객과 농가가 원활하게 소통할 수 있도록 중심 역할을 해주시길 바랍니다."

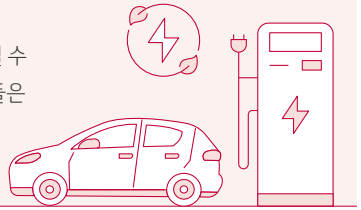
이해관계자 참여 및 소통

INTERVIEW • 협력사 **홈서비스대리점 대표**

LG헬로비전의 홈서비스 대리점은 총 36개로 현장에서의 협력사 운영이 타사 대비 원활한 것이 큰 장점입니다. 특히 AS 관련 업무는 신속한 처리가 가장 중요한데 LG헬로비전은 협력사와 긴밀한 상생 관계를 유지하고 있어 운영에 많은 도움이 되고 있습니다.

"든든한 동반성장 프로그램을 지원받고 있어요."

신규 사업으로 전기차 충전소 설치 사업을 진행하게 되었는데 LG헬로비전에서 무이자 대출로 일정 금액을 지원받아 비용 부담을 덜 수 있었습니다. 정기 간담회 및 물품 지원 등 다양한 동반성장 프로그램들은 사업 진행 시 많은 도움이 되었습니다.



"앞으로도 다양한 지원 프로그램을 제공하여 협력사와의 동반성장을 강화해 주시기 바랍니다."



LG헬로비전은 내부 구성원의 의견을 청취하고 이를 ESG경영에 반영하고 있습니다. 향후에도 구성원과의 지속적인 소통을 통해 다양한 개선사항을 발굴하고 이를 구성원과 공유하겠습니다.

"에너지 효율화 개선 등을 통해 저탄소·친환경 중심의 경영을 구축해 주시면 좋을 것 같아요."

온실가스 배출량을 산정하고 관리하기 위해 온실가스 인벤토리를 구축하였으며 저전력 네트워크 장비, 외기냉방 시스템 등을 도입하여 환경영향 저감 활동을 진행하고 있습니다. 향후 경영활동 전반에서 친환경 요소를 함께 고려하여 환경경영을 추진해 나가겠습니다.

LG HelloVision

"지역채널을 활용한 사회공헌 활동을 진행하고 지역 연계 사업을 발굴하여 기업의 사회적 책임을 이행해 주세요."

지역 기반 사업자로서 지역 소상공인과 취약계층을 지원하는 '마음나눔 꾸러미', 미디어 교육격차 해소를 위한 '어린이 미디어교실' 등 다양한 사회공헌 활동을 하고 있습니다. 또한, 지역사회, 지자체와 협력하여 발굴한 '해남김치' 등 지역 커머스, 문화 관광 사업으로 지역상생 활동을 더욱 강화하겠습니다.

LG HelloVision

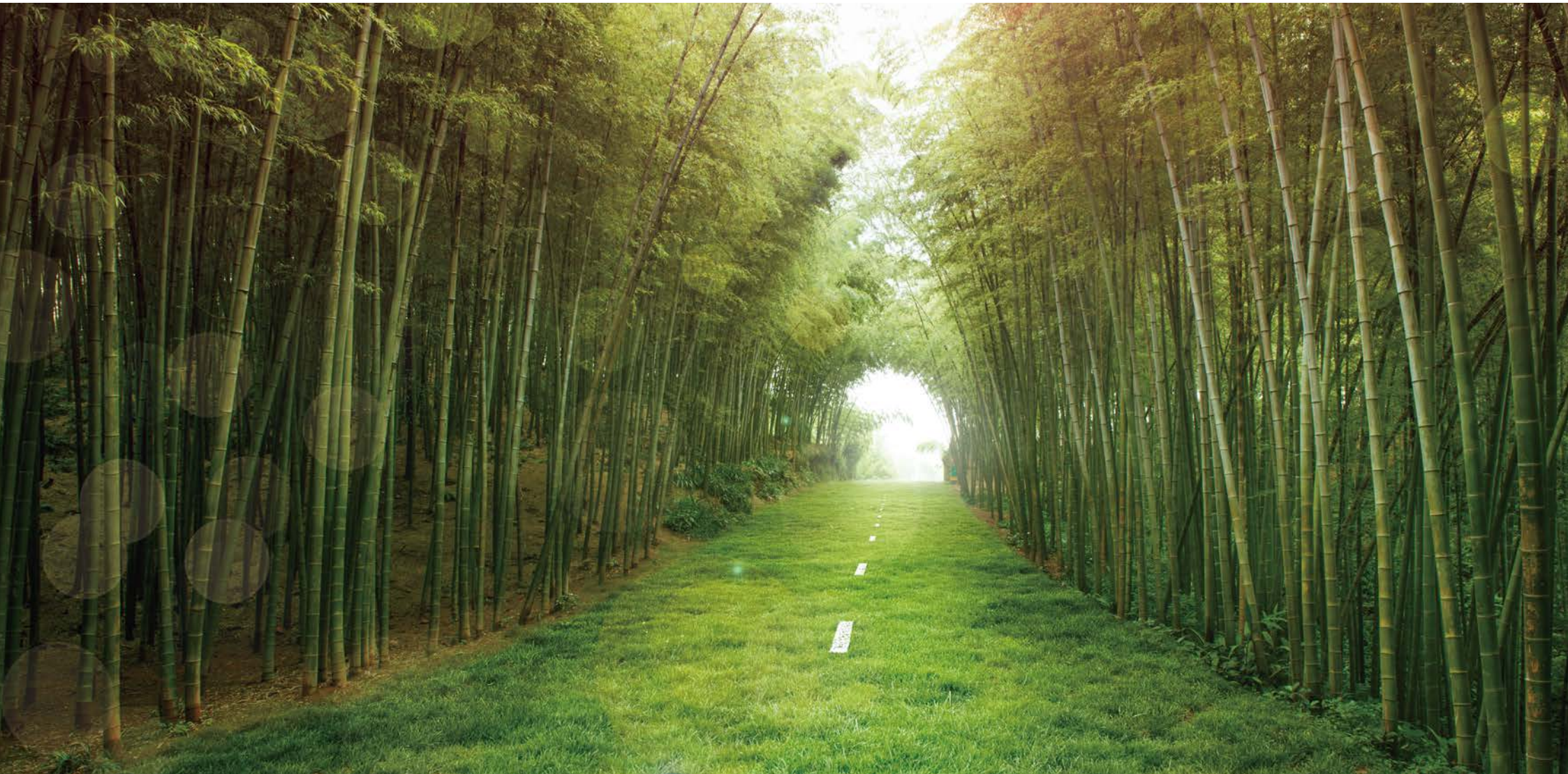
"독립적이고 건전한 이사회를 구성하고 투명한 정보 공개를 통해 이해관계자와 신뢰를 구축해야 합니다."

사외이사후보추천위원회를 통해 독립성을 갖춘 이사를 선출하고 이를 사업보고서에 공시하고 있습니다. 이번 지속가능경영보고서 발간을 통해 재무·비재무 정보를 투명하게 공시하였으며, 앞으로도 매년 지속가능경영보고서를 발간하여 이해관계자와 긴밀히 소통하겠습니다.

LG HelloVision

Sustainable ESG Story

중대 이슈	19
환경에 대한 우리의 자세	21
사회에 대한 우리의 책임	22
지배구조에 대한 우리의 노력	23

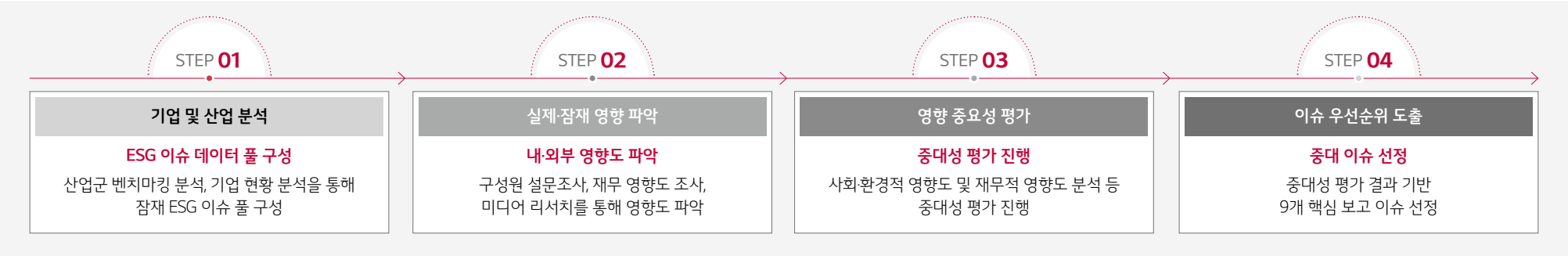


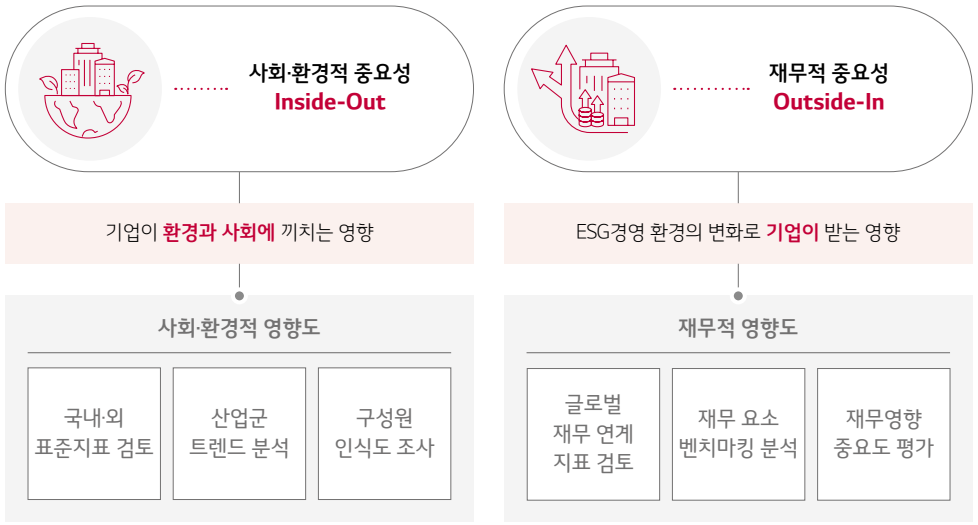
중대 이슈

이중 중대성 평가 프로세스

LG헬로비전은 지속가능성 보고 국제 표준인 GRI[1] 기준과 EU 기업 지속가능성 보고 지침(CSRD[2])에서 권고한 이중 중대성 개념을 적용한 중대성 평가를 실시하였습니다. 이중 중대성 평가란 기업의 경영 활동이 사회 및 환경에 미치는 영향과 지속가능성 관련 이슈가 기업의 재무 성과에 미치는 영향을 종합적으로 고려하여 중대 이슈를 선정하는 방식입니다. LG헬로비전은 총 45개의 ESG이슈에 대한 우선순위를 평가한 결과 9개의 중대 이슈를 선정하고 내부 검토를 거쳐 조직이 중요하게 관리 및 보고해야 할 이슈를 핵심 보고 이슈로 최종 선정하였습니다.

중대 이슈 선정 프로세스





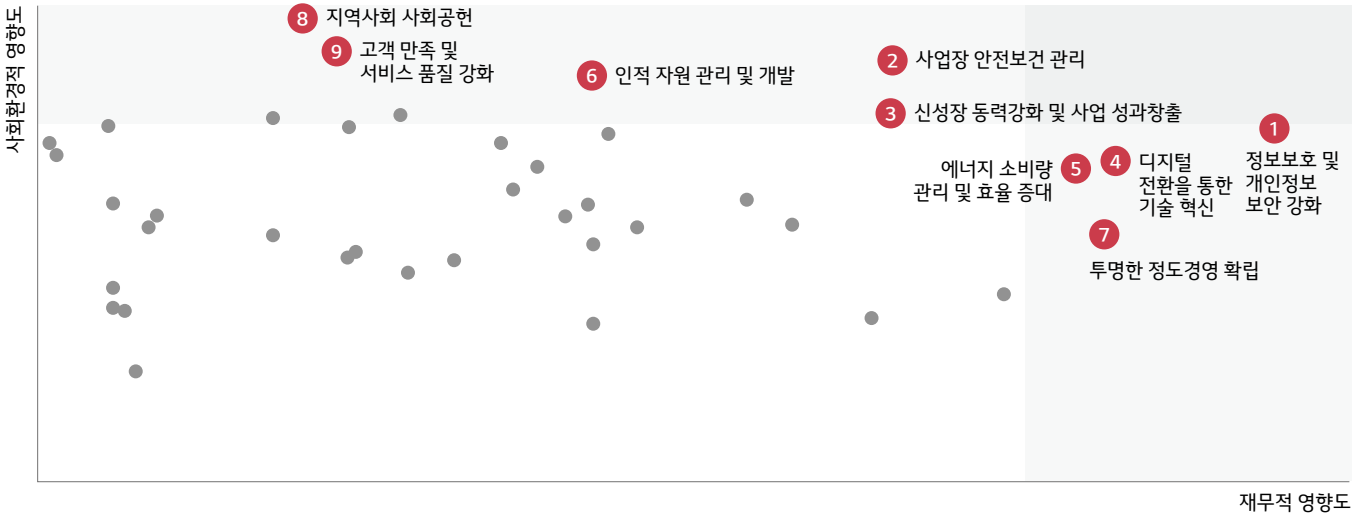
중대 이슈 도출 프로세스

구분	사회·환경적 영향도	재무적 영향도
글로벌 ESG 기준	**국내·외 표준지표 검토** GRI Standards, KCGS, DJSI[3], UN SDGs[4] 등 지속가능경영 관련 국내외 표준 및 평가 항목 검토	**글로벌 재무 연계 지표 검토** SASB[5], EcoVadis 등 재무 관련 표준 지표 검토
미디어 및 벤치마킹	**산업군 트렌드 분석** 2022년 1월 1일부터 2023년 6월 30일까지의 언론보도 내용 조사 및 유효 기사 중심 분석	**재무 요소 벤치마킹 분석** 동종산업 내 선진기업의 중대 이슈 및 보고 이슈 분석을 통한 핵심 재무적 영향 파악
구성원 및 전문가 설문	**구성원 인식도 조사** 지속가능경영 책임 및 활동에 대한 구성원의 인식도 파악 및 이슈별 중요도 확인	**재무영향 중요도 평가** LG헬로비전 내부 재무 전문가 대상 이슈별 재무 중요성 평가

중대 이슈

이중 중대성 평가 결과

Materiality Matrix



핵심 이슈

순위	이슈명
1	정보보호 및 개인정보보안 강화
2	사업장 안전보건 관리
3	신성장 동력강화 및 사업 성과창출
4	디지털 전환을 통한 기술 혁신
5	에너지 소비량 관리 및 효율 증대
6	인적 자원 관리 및 개발
7	투명한 정도경영 확립
8	지역사회 사회공헌
9	고객 만족 및 서비스 품질 강화

핵심 보고 이슈 선정

순위	구분	이슈명	이해관계자					사회·환경 영향도	재무 영향도	GRI Index	보고 페이지
			구성원	고객	주주/투자자	협력사	지역사회				
1	사회	정보보호 및 개인정보보안 강화	●	●	●			M	H	GRI 418	39-41
2	사회	사업장 안전보건 관리	●					H	M	GRI 403	42-43
3	경제	신성장 동력강화 및 사업 성과창출		●		●	●	M	M	GRI 203-2	9-11, 38
4	사회	디지털 전환을 통한 기술 혁신			●			L	H	-	49
5	환경	에너지 소비량 관리 및 효율 증대			●	●		L	H	GRI 302	26-27
6	사회	인적 자원 관리 및 개발				●		M	L	GRI 404	33-34
7	지배구조	투명한 정도경영 확립			●			L	M	GRI 206	60-62
8	사회	지역사회 사회공헌		●		●	●	H	L	GRI 413	52-55
9	사회	고객 만족 및 서비스 품질 강화	●	●			●	H	L	-	44-48

환경에 대한 우리의 자세

기후변화의 심각성과 이로 인한 위기의식이 전 세계적으로 확산되고 있습니다. 이에 기업은 사업 운영의 전 과정에서 환경에 미치는 영향을 최소화하고 탄소 배출 저감을 통해 보다 적극적으로 기후 위기에 대응할 필요가 있습니다. 특히 방송통신 산업에서는 고효율 및 저전력 에너지 소비 구조로의 전환을 위한 노력이 요구됩니다.

LG헬로비전은 기후변화의 심각성에 공감하며 글로벌 기후변화 대응에 동참하기 위한 기후변화 대응 전략을 수립하였습니다. 온실가스 배출량의 체계적 관리를 위해 온실가스 인벤토리를 구축하고, 전력 소비가 많은 통신 장비실의 온도를 낮추는 외기 냉방 시스템을 도입하여 에너지 효율을 개선하였습니다. 대외적으로는 K-EV100 이니셔티브에 참여하여 2030년 무공해차 100% 전환을 이해관계자에게 약속하였으며, 내부적으로는 전 직원이 참여하는 일상 속 친환경 캠페인을 활발히 진행하고 있습니다.

향후 LG헬로비전은 저전력 셋톱박스 보급, 판매·유통 과정에서의 친환경 포장재 도입 등 친환경 포트폴리오를 강화하고 사무공간 내 전력, 용수 등의 자원 사용 효율화로 환경영향을 저감할 계획입니다. 나아가 K-EV100 목표 달성을 위해 필요한 인프라를 구축함은 물론, 지역사회와의 협업을 통해 생물다양성 보전 활동을 지속적으로 펼쳐 고객, 구성원, 지역사회와 함께 저탄소 사회로의 이행을 촉진할 것입니다.

앞으로도 LG헬로비전은 친환경 경영을 기반으로 환경 가치를 창출해 나가겠습니다.



LG HelloVision's Activity

- 저전력 네트워크 장비 도입을 통한 전력효율 개선
- 외기냉방 시스템 투자를 통한 에너지 절감
- 저전력 셋톱박스 개발 및 보급
- 폐기물 재활용·수자원 등 자원 효율화
- 생물다양성 보전 활동

LG HelloVision's Plan

- 친환경 제품·서비스 확대
- 인프라 개선을 통한 에너지 효율화
- 온실가스·에너지 감축 로드맵 수립
- 구성원 참여 친환경 활동 확대

2022 Highlights



온실가스
인벤토리 구축



K-EV100 가입
(친환경 차량 도입)

사회에 대한 우리의 책임

기업은 이해관계자와 함께 성장합니다. 지역사회의 발전은 기업의 사업 운영에 긍정적 영향을 미치며 기업의 성장은 곧 지역사회의 잠재적 성장을 견인하기 때문입니다. 이에 기업은 보유한 기술과 역량을 활용하여 사회 문제를 해결하고, 경제적 가치와 더불어 사회적 가치를 지속적으로 창출함으로써 지역사회 및 이해관계자들과 신뢰관계를 발전시켜 나갈 필요가 있습니다.

LG헬로비전은 건강한 조직만이 고품질 서비스를 바탕으로 고객 만족을 이끌어낼 수 있다고 생각합니다. 이에 구성원 및 협력사의 안전한 근로 환경을 보장하고 일과 삶의 균형과 성장을 지원하며 구성원 개개인이 경쟁력을 갖출 수 있도록 고품질 교육을 제공하고 있습니다. 또한, 정보보안 및 고객정보 보호, 네트워크 및 서비스 품질 개선, 서비스 접근성 강화 등 고객 만족과 권리를 보장하기 위한 제도를 운영하고 있습니다. 나아가 지역 기반의 미디어 기업이 효과적으로 수행할 수 있는 농어촌 생산품의 판매 플랫폼, 재난대응 방송, 공익광고 등 지역 채널을 활용한 사회적 가치를 확산하고 있습니다.

향후 LG헬로비전은 인권 존중에 대한 책임을 다하기 위해 잠재적 인권 리스크를 관리해 나갈 계획입니다. 더불어 정보 및 개인정보보호에 대한 사회적 기대 수준이 높아짐에 따라 관련 예산을 확대하고 정보보안 및 고객정보 관리 수준을 강화할 예정입니다. 또한, 합리적 요금으로 채널 선택의 폭을 넓히고, AI기술 등 디지털 혁신을 바탕으로 미디어 격차 없이 모두가 정보를 쉽게 확인하고 이용할 수 있도록 공익 가치를 확산하겠습니다.

앞으로도 LG헬로비전은 사회문제 해결을 통해 사회 가치를 창출하겠습니다.



LG HelloVision's Activity

- 체계적 정보보호 리스크 관리
- 분기별 산업안전보건위원회 개최
- 디지털 역량 강화 교육 및 인증제도 운영
- 지역사회 상생형 사회공헌 활동 운영
- 상담사 원격제어 기능 개발을 통한 고객지원 강화

LG HelloVision's Plan

- 정보보호 부문 500억 원 예산 투자(향후 5년 내)
- 사업장 위험성 평가 지속 시행 및 위험요인 개선
- 2024년 DX인증 취득 인원 100명 달성(누적기준)
- 업 전문성을 활용한 지역사회 문제 해결 기여 및 사회가치 창출
- 기술중립성 본격 도입을 통한 방송서비스 품질 개선

2022 Highlights



안전보건
경영체계 확립



지역상생
사회공헌

지배구조에 대한 우리의 노력

다양한 이해관계자의 균형 잡힌 성장을 위해 기업은 건전한 지배구조 아래 건강한 의사결정을 진행해야 합니다. 또한, 기업은 투명하고 객관적인 의사결정을 위해 올바른 윤리원칙과 문화를 갖추어야 합니다. 나아가 급변하는 경영환경 속에서 재무 및 비재무를 아우르는 통합 위기관리로 안정성을 확보할 필요가 있습니다.

LG헬로비전은 전문성 및 독립성을 갖춘 이사회를 구성하여 균형과 견제가 가능한 의사결정 구조를 수립하였습니다. 이사회 산하에 ESG위원회, 감사위원회, 사외이사후보추천위원회 등을 구성하여 기업의 중대한 의사결정을 진행함으로써 ESG경영을 체계화하고 경영 실행력을 제고하고 있습니다. 향후 이사회가 평등의 원칙 아래 보다 폭넓은 시각으로 합리적인 의사결정을 내릴 수 있도록 이사회의 다양성과 균형성을 강화할 계획입니다.

더불어, 정도경영 정신을 바탕으로 정도경영 원칙과 철학을 조직 내 공유하고 주기적인 교육과 사례 공유를 통해 정도경영을 내재화하고 있습니다. 중점관리 위기로 선정한 중대재해, 방송통신 장애, 개인정보 유출, 전산 시스템 장애의 발생 가능성을 면밀히 검토하여 각 위기 유형에 따른 예방 활동을 강화해 나갈 것입니다. 이 밖에도 사업 운영과 관련된 재무 및 비재무적 정보는 지속가능경영보고서에 수록하여 이해관계자에게 투명하게 공개하겠습니다.

앞으로도 LG헬로비전은 신뢰받는 투명경영으로 지배구조의 건전성을 제고하겠습니다.

16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS

LG HelloVision's Activity

- 정도경영 문화 전파
- 공정거래 리스크 점검 및 관리
- 분기별 Compliance Letter 사내 전파

LG HelloVision's Plan

- 구성원 대상 정도경영교육 강화
- 전사 대상 준법통제 모니터링 점검 확대

2022 Highlights

공정거래
리스크 관리 강화

정도경영
내재화

Environmental

환경경영 관리 25
환경영향 저감 28



환경경영 관리

환경경영 체계 구축

환경경영 방침 수립

환경경영을 회사의 지속가능한 경영 요소이자 최우선의 가치로 인식하고 있습니다. 이에 2021년 환경경영 방침을 수립, 공개하여 대내외적으로 환경경영 이행을 선언하고 환경보전 및 환경친화적 사업에 대한 실천의지를 표명하고 있습니다.

환경경영 방침

1. 환경경영 시스템을 구축하고, 지속적인 개선활동을 실시한다.
2. 환경/에너지에 관한 세부 목표를 설정하고 주기적인 이행상태 검토를 통해 환경경영 시스템을 강화 및 발전시킨다.
3. 환경/에너지에 관한 법규 및 제 규정을 철저히 준수하고, 성과를 투명하게 공개하며, 이해관계자의 요구사항에 대해 충실히 이행한다.
4. 친환경 상품 및 서비스 제공, 폐기물 관리를 통해 환경보호를 위한 사회적 책임을 다하고, 기후변화에 따른 부정적인 환경 영향을 최소화한다.
5. 환경방침 및 목표 달성을 위해 구성원 및 이해관계자에 대한 체계적인 교육 훈련을 실시한다.
6. 모든 구성원은 경영활동의 전반에 걸친 에너지 사용 절감, 자원의 절약 등 환경 보전을 위한 활동에 자발적으로 참여한다.

대표이사 송 구 영

환경경영 교육

구성원의 환경경영 의식을 강화하고 환경경영을 효과적으로 실행하기 위해 전 임직원을 대상으로 환경교육을 실시하고 있습니다. 2022년에는 기후변화, 탄소중립, 생물다양성 등 글로벌 차원에서 강조되고 있는 주요 환경 이슈를 다루었습니다. 앞으로도 LG헬로비전은 환경 교육을 지속적으로 시행함은 물론 직무에 따른 환경 교육을 통해 모든 임직원이 함께 참여하는 환경경영을 추진해 나가겠습니다.

환경 교육 현황

교육 과정 명	교육 일자	교육 방식	참여자 수
은평구 불광천 보전 활동 및 생태 교육	2022.10.26	대면	6명
야생 조류 유리창 충돌 방지 환경 교육	2022.09.28	대면	27명
ESG 환경경영 기본 이해 및 글로벌 선도사례	2022.07.29	온라인	603명
은평구 도시농업지원센터 나눔 공동체 생태 교육	2022.04.22	대면	10명
ESG경영의 이해와 실행	2021.07.16	온라인	503명

환경경영 추진 조직 구성

LG헬로비전은 이사회 산하 ESG위원회와 함께 ESG실무협의체를 운영하고 있습니다. ESG실무협의체는 CFO/CRO를 의장으로 하며 ESG팀이 ESG실무협의체의 환경 파트를 전담하여 운영합니다. ESG실무협의체는 폐기물 재활용, 에너지 절감 및 온실가스 배출량 관리, 친환경 서비스 및 상품 출시, 지역사회 친환경 활동 등 다양한 환경경영 활동 성과를 ESG위원회에 보고하며, ESG위원회에서는 이를 관리·감독합니다. 핵심 이슈 사항은 최고 의사 결정 기구인 이사회 및 ESG위원회에서 의결합니다.

환경경영 추진 조직 및 역할



환경경영 관리

기후변화 대응

기후 요인 식별 및 대응 전략 수립

LG헬로비전은 기후변화 관련 재무정보공개를 위한 태스크포스(TCFD[1])의 권고안을 준수하여 기후 위험과 기회를 식별하고 그에 대한 대응 전략을 수립하였습니다. 또한, 기후로 인한 위험과 기회에 해당하는 잠재적인 재무와 비재무 영향을 분석하였습니다. 향후 LG헬로비전은 도출된 영향 중 중요도가 높은 사항을 중점 관리하고 그 결과를 ESG위원회에 보고하는 절차를 마련할 계획입니다.

기후변화 위험·기회 요인

구분		위험·기회 요인(잠재적 영향)	대응 전략
위험	정책/법률	• 국가 온실가스 감축목표 상향조정 및 탄소중립/녹색성장기본법 제정 • 온실가스 배출량 보고 의무 강화 • 친환경 차량 의무 도입 등 새로운 규제 도입 예상	• LG헬로비전 온실가스 인벤토리 구축 • 온실가스 배출량/에너지 사용량 대외 공시 • K-EV100 가입 및 이행
	기술	• 친환경·저탄소 기술 등 신기술 도입 및 서비스 개발 요구	• 상품 및 서비스 개발, 투자 의사결정시 ESG요소 고려 • 저전력 네트워크 장비 도입 • 기술중립성 투자를 통한 에너지 효율화
	시장	• 네트워크 망 증설에 따른 전력 사용량 증가 • 전기요금 상승으로 인한 비용 증가	• 노후 장비 교체를 통한 전력효율 개선 • 외기 냉방 시스템 도입을 통한 전력사용량/비용절감
	평판	• 방송/통신 산업에 대한 탄소 감축 요구 증가 • 친환경 정보 공개, 기후변화 대응 활동 불이행에 따른 기업 평판 하락	• 환경데이터 정보 공개 • 친환경 활동 대외 커뮤니케이션 확대
	급성 물리적	• 집중호우, 폭염 등 기후변화에 따른 자연재해 발생 빈도 증가	• 재난 발생 사전 예방 활동 • 재난시 비상대응체계 마련, 네트워크 장비 모니터링
	만성 물리적	• 지구 평균 온도 상승으로 인한 통신장비 냉방 비용 증가 • 기후변화에 따른 생태계 변화	• 냉방비용 증가분 예상 및 대응, 냉방 효율화 추진 • 지역사회 생물다양성 보전활동 진행
기회	자원 효율성	• 장비 교체 등을 통한 에너지 효율 개선 • 재활용 활성화에 따른 폐기물 처리 비용 절감	• 에너지 효율 개선을 통한 운영 비용 절감 • 자원 선순환 프로세스 마련, 폐기물 저감 활동
	에너지원	• 친환경(저탄소 및 신재생) 에너지원 사용 확대	• 신재생 에너지 도입 검토
	제품/서비스	• 소비자의 친환경 제품/서비스에 대한 수요 증가	• 저전력 셋톱박스 개발/보급을 통한 고객 만족도 제고 • 헬로모바일 친환경 종이포장재 도입
	시장	• 정부 주도 에너지 솔루션 시장 확대, 인센티브 제도	• 에너지 솔루션 사업 진출



환경경영 관리

외기냉방 시스템 도입 및 확대

방송통신 산업의 특성상 온실가스 배출량의 99% 이상은 전력 사용 과정에서 발생합니다. LG헬로비전은 방송통신 장비실에 외기 냉방 시스템을 도입하여 탄소 배출을 저감하고 있습니다. 외기 냉방 시스템은 겨울철 차가운 외부 공기를 활용하여 통신장비의 열을 식혀주는 장비로 열에너지 발생을 감소시켜 전력 사용을 감축하는 효과가 있습니다. LG헬로비전은 2022년 원주 및 부산 국사 2개 소에 외기 냉방 시스템을 시범 도입하여 7개월간 전년 대비 81,130KWh의 전력 소비량을 감축하였으며, 효과성을 분석하여 2023년 춘천, 강릉, 부천, 진주, 영주 국사 5개 소에 외기 냉방 시스템을 확대 구축하였습니다.

저전력 셋톱박스·네트워크 장비 도입

LG헬로비전은 기존 셋톱박스 대비 대기 전력 소비를 46% 낮춘 저전력 셋톱박스를 개발하여 보급하고 있습니다. 2023년 6월 기준, 누적 64,801대의 저전력 셋톱박스를 보급하였으며 친환경 제품 및 서비스 개발을 통해 고객 사용 단계에서 환경영향을 저감하기 위해 노력하고 있습니다.

또한, 에너지 효율화를 위해 저전력 네트워크 장비를 개발하였습니다. 저전력 장비 개발 대상은 ① 인터넷 장비(L2, L3 집선장비), ② 방송장비(구내증폭기) 등이며 저전력 네트워크 장비 개발로 장비당 가입자 수용을 확대하여 2022년 271,846kw의 전력 소비량을 절감하였습니다. LG헬로비전은 앞으로도 에너지 절감 및 에너지 효율화 향상을 위한 친환경 기술을 적극 검토하고 확대해 나가겠습니다.

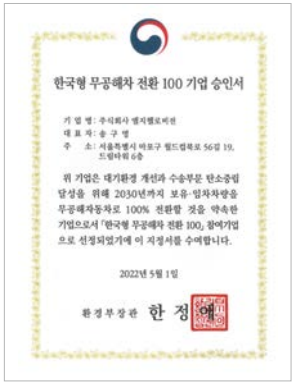
온실가스 관리*

구분		단위	2020	2021	2022
온실가스 배출량**	Scope 1(직접) 배출량	tCO_2eq	287.1	259.9	329.3
	Scope 2(간접) 배출량	tCO_2eq	52,349.7	51,262.3	51,519.2
	Scope 3(기타) 배출량	tCO_2eq	-	-	73.1
	온실가스 총 배출량 합계	tCO_2eq	52,636.8	51,522.3	51,848.5
온실가스 집약도	Scope1+2 원단위 배출 집약도	tCO_2eq/억 원	4.98	4.77	4.44

* 2022년부터 내부 기준 수립하여 데이터 관리 함.
** 온실가스 배출량 산정범위 : [Scope1&2] 자가국사/임차국사, 네트워크장비, 업무용차량 등
[Scope 3] 자본재(상수), 임직원 출퇴근, 출장, 폐기물

K-EV100 이니셔티브 가입

LG헬로비전은 친환경 경영의 일환으로 2022년 5월 'K-EV100(한국형 무공해차 전환 100)'에 가입하였습니다. K-EV100은 환경부 주관 아래 2030년까지 기업이 보유하거나 임차한 차량을 전기차, 수소차 등 무공해차로 전환할 것을 선언하고 단계적으로 이행하는 캠페인입니다. LG헬로비전은 업무용 차량을 무공해차로 전환하기 위해 전국 사옥 내 전기차 충전 인프라를 확대하고 2030년까지 점진적으로 무공해차로 전환할 계획입니다.





K-EV100 가입 승인서

사옥 에너지 효율화

LG헬로비전은 온실가스 배출량 감축을 위해 국사 및 네트워크 장비와 더불어 사옥의 에너지 효율화 작업을 진행하고 있습니다. 이를 위해 부산인천 사옥 사무실 전등 설비를 고효율 LED 전등으로 교체하였으며, 향후 전국 사옥의 LED 조명을 순차적으로 교체하여 사무 공간의 전력 사용량을 효율적으로 절감할 것입니다.

"에너지 솔루션 전문 기업으로 서비스를 제공합니다." ESCO 효율화 인증

LG헬로비전은 ESCO[1] 효율화 인증을 취득하여 에너지 절감, 탄소배출 절감 등 에너지 효율화 서비스를 제공하고 있습니다. 저효율 설비를 고효율 동력설비로 교체하는 고효율 동력 솔루션을 통해 기존 에너지 사용량 대비 20~30% 이상의 에너지 절감이 가능합니다.

환경영향 저감

자원 선순환 관리

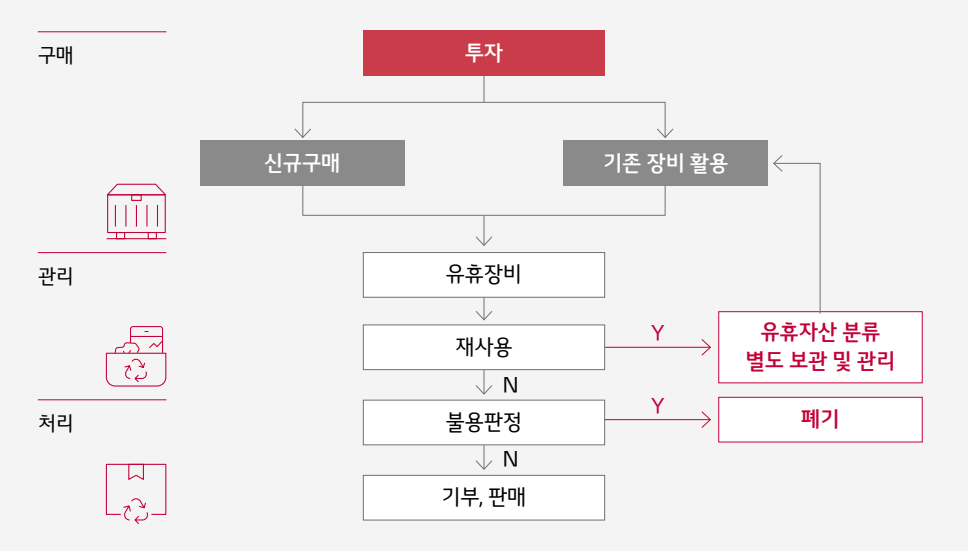
자원 선순환 체계 구축

LG헬로비전은 매년 폐기물 재활용률 95% 이상을 목표로 설정하고 폐기물 저감 및 재활용률 향상을 위한 다양한 활동을 수행하고 있습니다. 주 폐기물인 단말류와 통신장비를 구분 관리하고 품목군에 따라 내부 자산 선순환 프로세스를 정립하여 폐기물 저감활동을 하고 있으며, 사업장 폐기물(폐전선, 통신장비 등)의 적법하고 친환경적인 폐기물 처리를 위해 엄격한 기준으로 폐기물 위탁 처리업체를 선정합니다. 폐기물 배출 시에는 '올바로시스템'을 통해 지자체에 보고하고 위탁업체의 보고 누락 및 기타 사유에 의한 법적 위반사항은 없는지 확인합니다.

폐기물 관리 현황

구분	단위	2020	2021	2022
폐기물 총 배출량	ton	300.1	274.6	201.7

자원 선순환 프로세스



친환경 포장재 도입

LG헬로비전은 자재의 재활용 비율을 높이고자 헬로모바일 배송 패키지에 친환경 소재를 적용하였습니다. 유심 포장재를 사탕수수 부산물로 만든 친환경 종이로 교체하였으며, 단말기 발송용 택배 박스를 테이프 사용이 필요없는 친환경 박스로 교체하여 비닐 및 플라스틱의 사용량을 절감하였습니다.



헬로모바일 친환경 포장재

수자원 관리

용수 사용

LG헬로비전의 2022년 용수 사용량은 17,933톤으로 2021년 19,471톤 대비 7.9% 감소하였습니다. 특히, 주요 거점사옥인 부산방송과 북인천방송 사옥 화장실 세면대 수전을 환경부 인증 절수형 수전으로 교체하여 2개 사옥 기준 용수 사용량이 전년 대비 1,496톤(18.2%) 절감되는 성과가 있었습니다. 앞으로도 화장실 절수 장치 확대, 구성원 대상 자원절약 캠페인 등을 추진하여 용수 사용량 절감을 위해 지속적으로 노력하겠습니다.



LG헬로비전 지역 거점 사옥 절수형 수전

용수 사용 현황*

구분		단위	2020**	2021	2022
용수 관리	용수 총 사용량(상수도)	ton	-	19,471	17,933
	용수 총 소비량	ton	-	19,471	17,933

* 용수 사용량 산정범위 : 자가국사
** 2021년부터 내부 기준 수립하여 데이터 관리 함.

환경영향 저감

구성원 참여 친환경 활동

디지털 탄소발자국 저감 캠페인

LG헬로비전은 생활 속 실천 가능한 환경 캠페인을 전개하고 있습니다. 2022년 1월에는 불필요한 이메일을 삭제하여 온실가스를 줄이는 '디지털 탄소발자국 저감 캠페인'을 시행하였습니다. 2주간 진행된 캠페인을 통해 47만여 통의 메일을 삭제하고 총 1.89t(메일 1통=4g 온실가스배출)의 탄소를 절감하였습니다.



탄소중립 생활 실천 캠페인

다회용품 사용 캠페인

LG헬로비전은 2023년 2월, 텀블러, 머그컵 사용을 독려하고자 전사 구성원을 대상으로 다회용품 사용 캠페인을 진행하였습니다. 총 211명이 참여한 캠페인을 통해 한달 동안 약 6,203개의 일회용품 사용을 절감하였습니다. 또한, 발달장애인 도예가와 함께 '나만의 머그컵 만들기' 행사를 진행하고 제작된 머그컵을 취약계층에게 기부하였습니다.



'나만의 머그컵 만들기' 활동

물 절약 캠페인 & 자녀그림 공모전 개최

2022년 3월 '세계 물의 날(3월 23일)'을 맞이하여 일상 생활 속에서 실천 가능한 물 절약 캠페인을 진행하였습니다. 수도꼭지 잠그기, 설거지통 쓰기 등 일상에서 실천할 수 있는 물 절약 체크리스트를 배포하여 물 절약 습관화를 독려하였으며, 회당 약 1.5L의 물을 절약할 수 있는 양치컵을 제공하여 생활 속 물 절약을 실천할 수 있도록 지원하였습니다. 또한, 임직원 자녀를 대상으로 '소중한 물'을 주제로 한 그림 공모전을 개최하였습니다. 물 절약, 깨끗한 물, 물놀이 등 다양한 주제의 그림 총 54점이 출품되었으며, 온라인 투표를 실시하여 우수 작품을 선정 및 시상하였습니다. LG헬로비전은 임직원이 ESG 활동에 직접 참여할 수 있는 기회를 제공함으로써 ESG 및 물 절약에 대한 관심을 한층 더 높였습니다. 앞으로도 임직원이 일상 생활 속에서 쉽고 즐겁게 참여할 수 있는 다양한 캠페인을 전개해 나가겠습니다.

자녀그림 공모전 출품작



장미정 님 자녀 그림



조태호 님 자녀 그림



고남석 님 자녀 그림



왕희 님 자녀 그림



김재훈 님 자녀 그림



이윤종 님 자녀 그림

환경영향 저감

'불을 끄고 별을 켜다' 캠페인 동참

LG헬로비전은 에너지 시민연대가 에너지 절약에 대한 범국민적 인식 확산을 위해 주관하는 에너지의 날 캠페인 '불을 끄고 별을 켜다'에 참여하였습니다. 해당 캠페인은 일정 시간대 전력 소등과 절전을 실시하는 범국민 에너지 절약 문화 대축제로, 상암 본사에서는 밤 9시부터 5분 간 전력을 소등하고 '에어컨 실내온도 2℃ 올리기 활동'을 진행하였습니다.



에너지의 날

'지구사랑 모아모아' 캠페인 진행

LG헬로비전은 2023년 '지구의 날'을 맞이하여 구성원들이 사용하지 않는 물품을 기부하는 자원선순환 캠페인을 진행하였습니다. 이번 캠페인을 통해 LG헬로비전은 의류, 잡화, 생활용품, 도서 등 재판매가 가능한 중고 물품 1천여 점을 굿윌스토어에 기증하고, 굿윌스토어 건립 비용을 후원하였습니다. 전국 18개 굿윌스토어 매장에서 판매된 기부 물품의 수익금은 장애인의 사회적 참여와 자립 지원을 위해 사용되었습니다.



'지구사랑 모아모아' 캠페인

폐지 업사이클링 캔버스 제작 활동

LG헬로비전은 폐지수집 어르신들의 자립을 지원하기 위해 설립된 사회적 기업 '러블리페이퍼'와 협업하여 업사이클링 캔버스 제작 봉사활동을 진행하였습니다. 재활용 폐지로 제작한 캔버스는 동구노인종합복지관 치매 어르신의 정서케어 프로그램에 사용될 수 있도록 지원하였습니다.



업사이클링 캔버스 제작봉사

"탄소 배출 저감은 우리의 실천에서부터" 셔틀버스 지원

LG헬로비전은 통근거리가 멀어 출퇴근이 힘든 직원의 고충을 해소하고 개인차량 사용을 감소시켜 탄소 배출 감축에 기여하고자 출퇴근용 셔틀버스를 지원하고 있습니다. 또한, 구성원에게 개인차량 대신 통근버스를 이용할 수 있도록 독려하는 등 임직원 참여를 기반으로 한 친환경 활동을 실천하고 있습니다.

수도권 주요지역 통근버스 5개 노선 운영	상암본사 출/퇴근 셔틀버스 운영
❶ 군포노선 ❷ 인천노선 ❸ 양재노선 ❹ 상일노선 ❺ 상계노선	디지털미디어시티역 ↔ 상암본사 1일 30회 운영

환경영향 저감

생물다양성 보전

생물다양성 기획 취재 및 프로그램 제작

LG헬로비전은 2022년 7월, 국립생태원과 MOU를 체결하고 지역채널과 연계한 멸종위기종 기획보도와 프로그램을 제작하였습니다.

생물다양성 보전 활동 프로그램*

활동 ● 국립생태원과 함께하는'멸종위기종 보전'기획취재 및 프로그램 제작

세부 내용	지역	진행 연월
천연기념물 멸종위기 1급 '꼬치동자개' 개체 수 감소 원인, 보전 방안	경북 영양군	2023.01
헬로 이슈토크 - 생태계 주요 지표인 조류의 충돌 방지 활동	전국	2022.12
멸종위기 야생생물 2급 '남생이' 개체 수 감소 원인 및 종 복원	경북 영양군	2022.10
멸종위기 야생생물 2급 '소똥구리' 개체 수 감소 원인 및 인공증식	경북 영양군	2022.08
멸종위기종 '참달팽이' 인공증식 및 홍도 자연방사	전남 신안군	2022.07

* LG헬로비전 권역 내 지역을 대상으로 생물다양성 보전 활동 진행



생물다양성 보전 활동

멸종위기종 보전 후원 인정기업* 선정

LG헬로비전은 2023년 3월, '멸종위기종 보전 후원 인정기업'으로 선정되었습니다. 멸종위기종 보전 후원 인정제는 국립생태원이 멸종위기종 보전을 위한 후원 활동을 펼친 기업의 노력을 인정하는 제도로 MOU 체결 이후, 생물다양성 보전활동을 위해 '야생조류 충돌방지 캠페인', '산림보호 활동' 등 생태가치 확산을 위한 활동을 지속적으로 실천하고 있습니다.

* 인정기간 : 2023년 3월 31일~2026년 3월 30일



후원 인정서

생물다양성 보전 캠페인 활동

LG헬로비전은 2022년 8월, 멸종위기종인 꿀벌을 보호하기 위해 걸음 기부 캠페인 '지구좋아산책'을 진행하였습니다. 모바일 걸음기부 플랫폼인 '빅워크'를 통해 시행된 이번 캠페인에는 구성원 300여 명과 지역사회 시민 1만 6,000여 명이 참여하였으며 출퇴근 걷기, 계단 이용하기 등 일상 속 활동을 통해 7억 걸음을 달성하는 성과를 거두었습니다. 걸음 기부로 모인 기부금 1천만 원은 충남 태안군 '누동리 마을'의 꿀벌 서식처 확보를 위한 밀원식물 숲 조성을 위해 사용되었습니다.

활동 ● 생물다양성 보전 캠페인

세부 내용	지역	진행 연월
서울시 은평구 도심공원 조류 모니터링 진행 및 공원 내 해설판 설치	서울 은평구	2022.10
충남 당진시 교차로 투명 방음벽에 조류 충돌 방지 스티커 부착 활동*	충남 당진시	2022.09
멸종위기 꿀벌 보호 <지구좋아 산책> 걸음 기부, 밀원식물 숲 조성	충남 태안군	2022.08

* 충남 당진시 교차로 70번지 일대 조류 충돌 건수 모니터링 결과 '22년 최초 조사 시 15건에서 충돌방지 스티커 부착 후 0건으로 감소 (참매, 새매 등 멸종위기종 포함)

조류 서식지 보호 활동

LG헬로비전은 2022년 3월부터 10월까지 은평구청, 비영리단체(NGO) 녹색미래와 함께 도심 속 새들의 서식 환경 개선을 위한 서식지 탐사 및 보호활동을 진행하였습니다. 구성원과 시민들이 함께 은평구 도심공원인 마실길근린공원, 탑골생태공원, 못자리골생태공원, 비단산생태공원에서 조류 모니터링 활동을 진행하였으며 공원 내 조류 서식지 표시 안내판을 설치하였습니다.

산림회복 지원

2022년 4월 발생한 강원·경북지역 산불로 인해 산림의 약 20,523ha가 소실되었습니다. 이는 전체 산림의 20%, 서울 면적의 30% 수준에 달하는 규모입니다. LG헬로비전은 산림회복을 위해 2022년 5월 비영리단체(NGO) '체인지메이커'와 산불 피해지역인 고포마을 주민들과 함께 자귀나무 500주를 식수하였습니다.



'지구좋아산책' 캠페인



고포마을 식수사업



조류 모니터링 활동

Social

구성원 관리	33
정보보호 관리	39
안전문화 조성	42
고객 가치 제고	44
제품 및 서비스 품질 강화	47
상생협력 추구	50
지역사회공헌	52



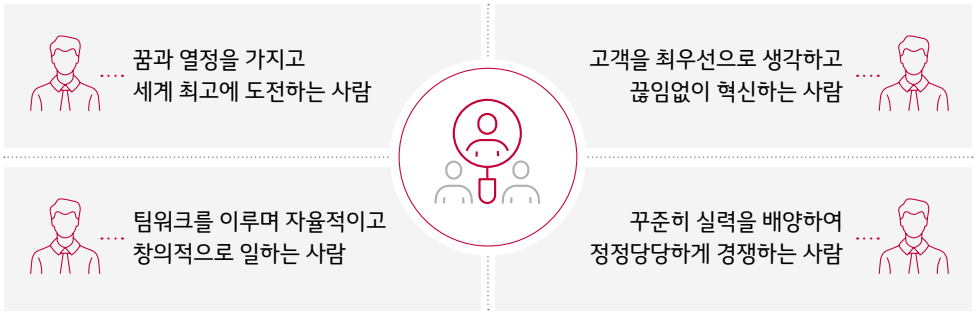
구성원 관리

인재육성 강화

인재채용 정책

LG헬로비전은 주인의식을 바탕으로 즐겁게 일할 수 있는 직장을 구현하고자 노력하고 있습니다. 인간존중을 경영의 기본 원칙으로 삼고 있으며 고정관념에서 벗어나 '창의'적이고 '자율'적으로 일하는 '구성원'을 기업의 중요한 자산으로 여기고 있습니다. 또한, 인격과 다양성을 존중하는 '인권 중시', 구성원이 잠재력을 최대로 이끌어낼 수 있도록 기회를 제공하는 '능력 개발', 성과에 따라 공정하게 평가 및 보상하는 '성과주의'를 경영이념으로 삼고 있습니다.

LG헬로비전 인재상



인적 자원 개발

인재육성 체계

LG헬로비전은 경력개발 지원제도 및 직무순환 등 구성원이 스스로 계획한 진로에 맞추어 경력과 역량을 쌓을 수 있는 체계를 갖추고 있습니다. 신규 입사 시 기본 입문교육을 제공하고 개인별 면담을 통해 입사 배치를 고려합니다. 또한, 정기적인 커리어 서베이를 실시하여 구성원이 원하는 직무를 조사하고 이를 경력개발에 반영하고 있습니다. 이 밖에도 공통교육, 직무전문 교육, 리더십 교육 등 맞춤형 육성 프로그램을 제공하고 있습니다.

인재육성 프로그램

공통기본 교육	직무전문 교육	리더역량강화 교육
• LG Way 교육 • 신입·경력 입문교육 • 공통역량 교육(커뮤니케이션/OA) • 기본필수 교육 (법정의무, Compliance)	• 마케팅·영업 교육 • 기술교육·자격증 지원 • 미디어(보도제작) 교육 • DX역량강화 교육	• 신임 리더 교육 • 조직 리더 육성 교육 • 리더 워크숍 • 리더십 다면진단

온라인 교육 플랫폼 운영

구성원들이 특정 시간 및 공간에 구애 받지 않고 업무와 교육에 몰입할 수 있도록 E-Learning 플랫폼인 'Hello Campus'를 운영 중입니다. 최신 트렌드, 마케팅, 세일즈, 인문학, 리더십 등 1,200개의 다양한 콘텐츠를 제공하여 구성원의 자기주도적 학습문화를 조성하고 있습니다.



사내 플랫폼, Hello Campus

구성원 교육 현황

구분	단위	2020	2021	2022
총 교육 시간	시간	18,685	42,499	37,190
인당 평균 교육 시간	시간	35.0	41.1	36.4

구성원 관리

DX[1] 역량 강화 교육

LG헬로비전은 고객 맞춤형 경험 제공을 위해 디지털 전환을 추진 중이며, 고객 서비스 이용 패턴 등의 분석과 관리가 용이하도록 전사 구성원을 대상으로 전문인력 교육을 진행하고 있습니다. 파이썬, 머신러닝 등 다양한 디지털 교육을 제공하여 2023년 6월 기준, 총 30명이 태블로 과정을, 26명이 SQL[2] 교육을 이수하였습니다. LG헬로비전은 향후 2024년까지 300명을 대상으로 교육 지원을 확대할 예정입니다.



태블로 초급과정 교육

DX 역량 인증제도 도입

DX 전문인력을 양성하고 구성원의 데이터 활용 편의성을 증대하기 위해 2023년 6월 DX 역량 인증제도를 도입하였습니다. DX 역량 인증제도는 BIA 인증, BA 인증, DS 인증 등 총 3단계로 구성되어 있으며, 2023년 6월 기준 총 33명이 해당 인증을 취득하였습니다. LG헬로비전은 2024년까지 100명의 인증 취득을 목표로 하고 있습니다.

DX 역량 인증 제도



평가 및 보상

성과평가

LG헬로비전은 매년 3월 팀리더와 구성원 간 면담을 통해 조직 및 개인의 성과 목표를 수립하고 이를 공유하는 '목표 공유 세션'을 진행하고 있습니다. 또한, 목표 달성을 위해 구성원 간 지원 및 리더의 연중 코칭을 실시하고 있습니다. 연말에는 모든 구성원을 대상으로 연 1회 성과 평가를 실시하고 '성과리뷰 세션'을 개최하여 팀 단위의 연간 성과 및 개선점을 공유합니다. LG헬로비전은 공정한 성과평가를 위해 별도의 프로세스를 마련하여 운영하며 평가 결과를 인재 육성 및 보상의 기초 자료로 활용하고 있습니다.

성과 평가 프로세스

목표수립	• 한 해 업무 방향성 및 조직/개인의 목표 설정
중간 점검	• 중간 점검, 수시 코칭 및 면담 실시
성과 평가	• 본인 평가, 상사 평가 등 성과 평가 진행 • 평가 공정성을 위해 평가 시 동료 피드백 참고
최종 평가	• 최종 평가 확정 • (피평가자) 평가결과 이의 제기 → (평가자) 피드백 제공

보상제도

LG헬로비전은 구성원에게 동기부여가 될 수 있는 합리적인 보상제도를 운영합니다. 구성원의 성과평가 결과에 따라 연봉 인상 및 승진 인사를 시행하며, 경영 성과급을 지급합니다. 이 외에도 장기 근속직원에게 포상금, 선물, 근속기념패 등 다양한 보상을 제공하며, 공적을 인정받은 직원을 대상으로 전사 포상제도를 운영하고 있습니다.

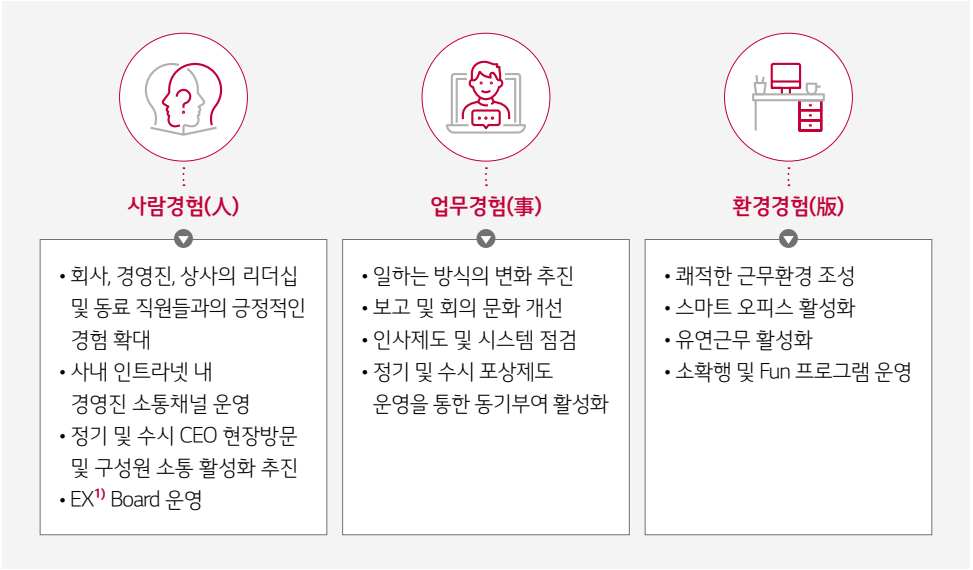
구성원 관리

일과 삶의 균형

직원 경험 강화

LG헬로비전은 다양한 소통 채널을 통해 '3대 직원 경험' 개선을 추진하고 있습니다. 함께 일하는 구성원 간의 긍정적인 경험을 의미하는 '사람경험', 일하는 방식의 변화를 의미하는 '업무경험', 쾌적한 근무환경을 뜻하는 '환경경험'을 확대하기 위해 다양한 프로그램을 제공합니다.

3대 직원경험



신뢰기반의 노경관계*

LG헬로비전은 상호신뢰와 존중을 바탕으로 경영진과 근로자가 공동의 가치창출을 지향합니다. 자유로운 노동조합 가입을 보장하고 단체교섭을 지지하며, 신규 입사 시 노동조합에 대한 안내 및 교육을 실시합니다. 아울러 경영진과 근로자 간 사원협의회를 분기별로 개최하여 근로조건 개선 등 노경 이슈를 논의하고 있습니다. 사원협의회 진행 결과는 전사게시판에 공지하여 구성원에게 안내하고 있습니다.

* 2022년 말 기준 노동조합 가입율 : 45%

소통 공간 '포레스트 라운지' 운영

2023년 1월, LG헬로비전은 상암 사옥 내 휴게 공간인 '포레스트 라운지'를 오픈하였습니다. 사내 공모를 통해 휴식을 뜻하는 'rest'와 'for'를 연결하여 for-rest(포레스트)라는 명칭을 붙였으며 숲을 테마로 라운지 곳곳을 식물로 꾸며 심리적 안정감 및 쾌적함을 선사하고자 하였습니다. LG헬로비전은 새로운 휴게 공간을 마련하여 층별로 분리된 공간에서 근무하는 구성원 간의 소통을 장려하고 있으며 적절한 휴식 공간을 제공함으로써 구성원의 업무 창의성과 생산성, 업무 몰입도를 개선하고 있습니다.



포레스트라운지 전경

'케렌시아' 운영

LG헬로비전은 장애인의 사회진출 및 고용에 앞장서고 있습니다. 국가 안마사 자격증을 소지한 시각장애인을 채용하여 안마서비스를 제공하는 '케렌시아'를 운영하고 있습니다. 또한, 사내 피트니스 센터를 운영하여 임직원의 건강 관리를 지원하고 있습니다.



케렌시아



피트니스 센터

구성원 관리

복리후생 제도

LG헬로비전은 구성원이 일과 삶의 균형을 유지하고 업무에 몰입할 수 있는 복지제도를 운영하고 있습니다. 2022년에는 근무 시간의 자율성을 보장하는 제도와 모든 구성원에게 출산 전후 휴가를 보장하는 모성보호 제도, 건강검진 휴가 확대 등 직원 건강관리 제도 등을 더욱 강화하였습니다.

복리후생 제도

회사생활 지원	• 복지포인트 • 동호회 활동 지원 • 통신비 • 통근버스 지원 • 장기근속 포상
가족친화 제도	• 출퇴근 유연제도 • 출산 및 육아휴직 제도 • PC-OFF제도 • 장애인 자녀 양육비 지원 • 주택자금 지원
구성원 건강 관리	• 의료비 지원 • 피트니스 운영 • 건강검진 제공 • 난임 의료비 지원 • 심리상담 지원
리프레시 제도	• 국내외 호텔/콘도 지원 • 조기퇴근 제도

"Smart Working Day"

혼잡한 출퇴근 시간을 피하고 효율적인 업무가 가능하도록 시차출근제, 선택근무제 등 유연근무 제도를 제공하고 있습니다. 또한, 구성원 스스로 근무시간을 효율적으로 관리할 수 있도록 PC-OFF 제도를 운영하고 있습니다. 더불어 매월 둘째, 셋째 주 수요일을 'Smart Working Day'로 지정하여 업무에 더욱 몰입한 후 1시간 일찍 퇴근하는 제도를 운영 중입니다. LG헬로비전은 업무 시간의 낭비를 최소화하고 계획적인 집중 근무가 가능한 프로그램을 운영함으로써 구성원의 업무 몰입도와 효율성을 제고하고 있습니다.



Smart Working Day

가족친화기업 인정 유지

LG헬로비전은 자녀 출산 및 양육 지원 등 가족친화제도를 모범적으로 운영한 노력을 인정받아 2013년 여성가족부로부터 가족친화기업으로 인증*을 받았습니다. 이후에도 자녀 입학 휴가, 배우자 출산 휴가, 육아기 단축근로 등 다양한 가족친화적 제도를 지속적으로 운영하여 가족친화기업 자격을 갱신하였습니다.

* 인증 유효기간 : 2021.12.01~2024.11.30



가족친화인증서

구성원 관리

인권경영

인권경영 정책

LG헬로비전은 모든 이해관계자의 인권을 존중합니다. 또한, 국제적 인권 지침을 지지하고 인권 및 노동 지침을 준용하여 인권경영 정책을 수립하고 이를 홈페이지를 통해 공개하고 있습니다. 이 밖에도 성별, 인종, 종교, 피부색 등으로 인한 차별과 아동노동 및 강제노동을 엄격히 금지하고 있습니다.

인권경영 원칙 및 정책

고객	협력사	구성원	지역사회
• 사생활 보호 • 고객 정보 보호 • 동등한 서비스를 제공받을 권리 보장 • 소비자 권리를 보호하는 공정한 거래	• 공정 거래 추구 • 상생 관계 지향 • 협력사 인권경영 확대 기여	• 차별 금지 • 공정한 기회 제공 • 집회 및 결사의 자유 보장 • 안전한 근무 환경 제공 • 근로 조건 준수	• 지역사회 구성원 인권 보호 • 투명한 정보 공개 • 환경보호

1. 고객 인권을 위한 책임과 의무
1-1. 고객 정보 보호
1-2. 동등한 서비스를 제공받을 권리
1-3. 소비자 공정거래

2. 협력사 임직원 인권을 위한 책임과 의무
2-1. 공정 거래 추구
2-2. 상생 관계 지향
2-3. 협력사 인권경영

3. 임직원 인권을 위한 책임과 의무
3-1. 차별 금지
3-2. 공정한 기회 제공
3-3. 집회 및 결사의 자유
3-4. 안전한 근무 환경
3-5. 근로 조건 준수

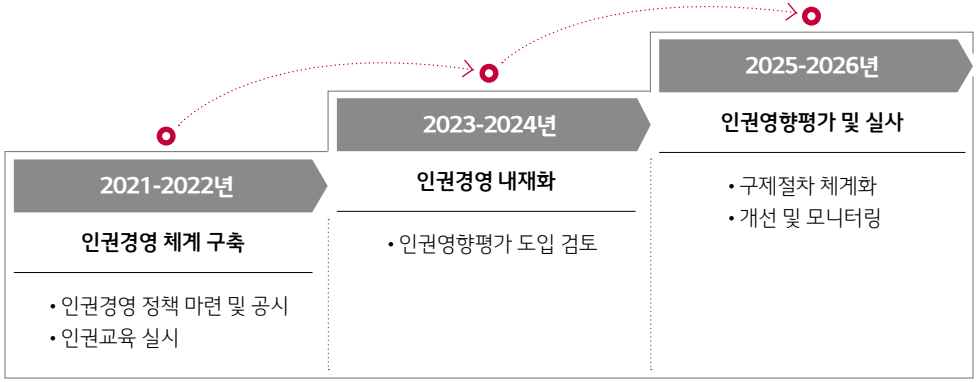
4. 국가와 지역사회 구성원의 인권을 위한 책임과 의무
4-1. 지역사회 인권
4-2. 투명한 정보 공개
4-3. 환경 보호

* 인권경영 정책 전문은 홈페이지(https://corp.lghellovision.net) 참고

중장기 인권경영 목표 수립 및 이행

LG헬로비전은 2021년부터 2026년까지 5개년 중장기 인권경영 목표를 수립하여 과제를 이행하고 있습니다. 2022년 인권경영 정책을 수립하고 구성원 대상의 인권교육을 실시함으로써 인권경영 체계를 구축하였으며 2023년부터는 인권경영 내재화를 추진하고 있습니다. 2025년에는 인권영향평가를 본격 도입하여 인권 리스크를 선제적으로 모니터링함으로써 인권경영을 업무 전반에 내재화하고자 합니다.

중장기 인권경영 로드맵



인권경영 교육

LG헬로비전은 인권경영 체계를 구축하기 위해 모든 구성원을 대상으로 연 1회 인권교육을 실시하였습니다. 법정 필수 과정인 직장 내 성희롱 예방교육, 직장 내 장애인 인식개선, 직장 내 괴롭힘 방지 교육을 시행하였으며 2022년 인권교육의 이수율은 평균 97%입니다.

인권경영 교육 현황

구분	단위	2020	2021	2022
총 인권교육 이수 시간	시간	4,346	4,157	4,082

구성원 관리

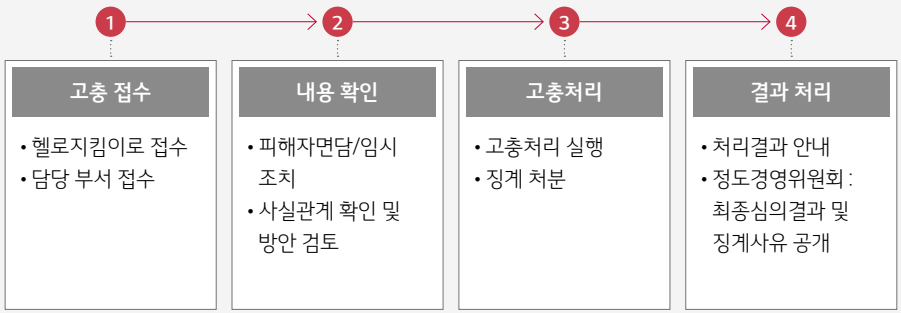
고충처리 창구

LG헬로비전은 인권 관련 고충을 누구나 익명으로 제보 및 상담할 수 있는 창구인 '헬로지킴이'를 운영하고 있습니다. 구성원은 카카오톡 서비스의 익명 채널을 통해 언제, 어디서나 인권 관련 고충 신고가 가능하며 제보 받은 내용은 회사 내규에 따라 확인 및 시정조치가 완료됩니다. LG헬로비전은 관계법령, 노동부 가이드 및 외부 전문기관의 자문을 준수하여 징계처분을 내리며 정도경영위원회는 최종 심의결과와 징계사유를 공개하고 있습니다. 또한, 연 1회 전 구성원 대상을 대상으로 직장 내 괴롭힘 및 성희롱에 대한 실태조사와 임원 및 팀장급을 대상으로 리더십 조사를 실시하여 고충 발생 현황을 면밀히 모니터링하고 있습니다.

구성원 고충처리 현황

구분	단위	2020	2021	2022
구성원 고충 처리 비율	%	-	100	100

고충처리 운영 프로세스



다양성과 포용성 존중 문화

LG헬로비전은 개인의 특징, 취향, 선택으로 구별되는 고유성을 인정하며 차별하지 않는 다양성 존중 문화를 추구합니다. 그 결과 경영진 및 중간관리자 층의 여성 비율이 점차 증가하는 추세이며 장애인의 사회진출을 위해 다양한 분야의 신규 직무를 개발함으로써 장애인 고용에도 앞장서고 있습니다. 또한, 상호 이해와 존중을 기반으로 수평 문화를 조성하기 위해 '님' 호칭 제도를 운영 중이며, 유연근무제도 등 조직 문화를 혁신함으로써 수평적이고 포용적인 조직문화를 구축하고 있습니다.

임직원 다양성

구분	단위	2020	2021	2022
전체 직원 중 여성 비율	%	26.2	25.5	26.7
전체 경영진 중 여성 비율	%	10.0	22.2	22.2
전체 중간관리자 중 여성 비율	%	15.1	15.4	16.8
장애인 고용 비율	%	1.5	0.9	1.5



정보보호 관리

정보보호 강화

정보보호 관리 정책 제·개정

LG헬로비전은 「정보통신망법」과 「개인정보보호법」 개정 시 해당 내용을 정보보호 정책에 반영하고 있으며 2022년 정보보호 정책, 보안 지침 14부, 대응절차 28부를 제·개정하여 정보보안 수준을 강화하였습니다. 또한, 고객정보의 이용 및 활용 조치가 담긴 개인정보보호 처리방침은 모든 이해관계자가 열람할 수 있도록 홈페이지에 공개하고 있습니다.

정보보호 관리 체계 구축

LG헬로비전은 정보보호활동 전반에 경영진의 참여가 이루어질 수 있도록 대표이사를 정보보호최고책임자(CISO[1])로 선임하고, 정보보호팀이 전사 정보보호 컨트롤 타워 역할을 수행할 수 있도록 지원하고 있습니다. 정보보안협의체인 정보보호위원회는 주요 보안 이슈와 위기를 협의하고 정보보호 관리체계가 효과적으로 운영되는지를 모니터링하며, 정보보호실무위원회는 보안 관련 실무를 담당하고 있습니다.

정보보안 협의체

구분	정보보호위원회	정보보호실무위원회
위원장	CEO	정보보호팀장
참여위원	• CISO(정보보호최고책임자) • 법무팀장 • 정도경영팀장	• 정보보호관리자 - 각 팀, 부서장, 실장, 담당 구성원
개최주기	반기별	반기별, 이슈 발생 시 수시 운영
논의내용	• 전사적 주요 보안 이슈 - 연간 정보보호계획 수립·운영 - 중요 보안성 검토 결과	• 실무적 보안 업무 의견 및 애로사항 - 연간 정보보호계획 시행 사항 - 정보보호, 개인정보보호 동향 검토

정보보호인증 취득

LG헬로비전은 고객의 개인정보 침해를 예방하기 위해 국내 보안 기준에 맞춘 서비스 인프라를 구축하여 관리하고 있습니다. 2016년 11월, 공신력 있는 정보보호 인증 제도인 ISMS[2] 인증을 최초로 획득하였으며, 이후 지금까지 이에 부합하는 관리체계를 유지하여 사내보안을 철저히 관리하고 있습니다. 또한, 고객이 안심하고 서비스를 이용할 수 있도록 클라우드 서비스 인증 제도 CSAP[3] 인증을 획득하는 등 높은 정보보호 수준을 유지하고 있습니다.

정보보호인증

ISMS(정보보호관리체계)
- 인증기간 : 2016.11~2025.11
- 인증범위 : 유무선통신서비스, IDC 및 주요정보통신 서비스 운영

CSAP(클라우드서비스보안인증)
- 인증기간 : 2023.04~2024.04
- 인증범위 : 클라우드서비스

정보보호 교육 및 캠페인

LG헬로비전은 정보보호의 중요성을 강조하고 구성원의 보안 의식을 제고하기 위해 전사 구성원을 대상으로 연간 1회 개인정보보호 법령 및 제도, 내부정보 유출예방 교육을 실시하고 있습니다. 또한, 개인정보 관리에 만전을 기할 수 있도록 '클린데스크' 캠페인을 시행하고 있습니다. 구성원들은 이를 통해 퇴근 후 사무실 내 문서, 서랍, USB, 노트북, 열쇠 등 보안 도구의 안전성을 점검하고 있습니다.

정보보호 교육 이수 현황

구분	단위	2020	2021	2022
1인당 정보보안 교육	시간	1.00	1.50	1.25
1인당 개인정보보호 교육		20	20	20

정보보호 관리

정보보안 위험평가 프로세스 수립

LG헬로비전은 정보자산의 중요도와 위험성 및 취약성을 분석하여 자산의 위험 수준을 파악하고 이를 통제할 수 있는 정보보안 위험평가 프로세스를 수립하였습니다. LG헬로비전은 위험평가를 관리적, 법적, 기술적 영역에서 시행하여 취약성과 위험성으로 최종 위험도를 산정합니다. 또한, 이를 바탕으로 목표 위험 수준을 설정하며, 기준 이상의 위험요인이 식별될 경우 즉각 정보보호 대책을 수립하고 우선순위에 따른 조치를 취하고 있습니다.

정보보호 위험평가 프로세스



정보보안 위협 대응 시스템 구축

모든 고객 서비스에서 발생할 수 있는 해킹, 디도스 등의 사이버 보안 위협 요소에 대응하기 위해 LG헬로비전은 정보보안 위협 대응 시스템을 구축하여 운영하고 있습니다. 대용량 디도스 공격에 대비하여 관련 시설을 확충하고 있으며, 국내외 주요기관과 연계한 방어체계를 구축하여 새로운 유형의 해킹 공격에 대비하고 있습니다.

정보보안 사고 대응 가이드 마련

LG헬로비전은 정보보안 사고 발생 및 개인정보 유출 시 피해 확산을 최소화하고자 보안사고 비상연락망과 개인정보 침해사고 대응 가이드를 마련하였습니다. 피해 발생 시 대응 방침에 따라 신속하게 대응하며 체계적인 사후 대책 업무수행을 통해 정보의 보안성과 안정성을 유지하고 있습니다.

고객정보보호 강화

기술적 보안 수단 관리

고객 개인 민감 정보를 최대한 안전하게 관리하기 위해 서버 및 DB, 네트워크, 어플리케이션, PC별 기술적·물리적 수단을 확립하였습니다. 매년 LG헬로비전은 각 인프라를 정기적으로 점검하며 영역별 보안 대책을 마련하고 있습니다.

기술적 보안 현황

서버·DB	네트워크	어플리케이션	PC
• 서버 접근통제 • DB 접근 제어 • DB 암호화 • 서버용 백신 • 취약점 분석 • 로그 관리	• 방화벽 • IPS2)·VPN3) • DDoS 대응 • 스팸메일·유해사이트·비인가프로그램 차단	• 웹쉘 탐지 • 웹 방화벽 • 어플리케이션 모의 해킹	• PC 보안 • 문서 보안 • EMS4)·DRM5)V3

정보보호 관리

고객정보실무위원회 운영

LG헬로비전은 각 부서별 정보보호 담당자를 지정하여 실무위원회를 구성하였으며, 이를 통해 정보보호 동향, 내부정보보호 및 협력사 고객정보 관리 교육, 정보보호 협조요청 사항 등을 반기별로 공유하고 있습니다. 2022년 고객정보실무위원회는 개인정보 유출 위험을 전사 위험과제로 상정하여 중점적으로 논의하였습니다. 또한, 대외적으로 방송통신위원회의 '개인정보보호 자율규제' 활동 및 개인정보보호위원회의 '개인정보보호 자율감시센터'에 참여하여 방송·통신 분야의 안전한 개인정보보호 환경 조성에 기여하고 있습니다.

개인정보처리방침 공개

LG헬로비전은 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 및 「개인정보보호법」에 따라 '개인정보처리방침'을 제정하고 본 처리방침을 홈페이지에 공개하여 정보주체가 본인의 개인정보 수집, 이용, 제3자 제공 등에 관한 내용을 언제나 쉽게 확인할 수 있도록 공개하고 있습니다.

개인정보처리방침 주요 내용

1 개인정보 수집	2 개인정보 이용
LG헬로비전은 본질적인 서비스 제공을 위해 최소한의 개인정보만을 수집하고 있습니다. 인권 침해 우려가 있는 민감한 개인정보(인종 및 민족, 사상 및 신조, 정치적 성향, 범죄기록, 건강상태 등)는 수집하지 않습니다.	수집된 개인정보는 LG헬로비전의 서비스 및 상품 제공, 고객 편의와 품질향상을 위해 이용됩니다.
3 개인정보 처리 위탁	**4 개인정보 파기**
LG헬로비전은 서비스 및 고객 편의 제공을 위해 개인정보 처리업무를 위탁하고 있습니다. 수탁자에 대해서는 위·수탁계약을 통해 정보보호 및 비밀유지, 제3자 제공 금지, 위탁기간 종료 시 개인정보 반납 및 파기 의무 등을 규정하여 관리하고 있습니다.	고객 개인정보는 이용목적 달성 후 정보보호 사유에 따라 일정 기간 저장 후 파기합니다. 서면 정보의 경우 분쇄 혹은 소각, 전자적 정보의 경우 재생할 수 없는 방법으로 파기합니다.

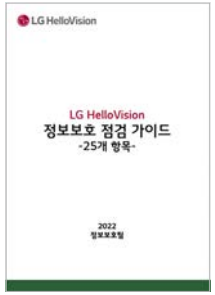
협력사 정보보안 관리

협력사 정보보안 점검

협력사에서 발생할 수 있는 고객정보 침해사고를 예방하기 위해 전문 점검 기관과 함께 점검활동을 진행하고 있습니다. 월 1회 '정보보호의 날(클린 데이)'을 지정하여 영업부서의 주관 하에 모든 협력사를 직접 방문, 현장점검을 실시합니다. 점검은 관리적 보호조치와 기술적 보호조치로 구성된 체크리스트를 기반으로 하며, 미흡 사항이 도출될 경우 현장에서 즉시 조치하고 동일한 위반사항이 발생하지 않도록 재발방지 확약서를 징구하고 있습니다. 고객정보 관련 사항은 엄중히 처리하여 심각한 과실이 발견되었을 경우 협력사와의 계약을 종료합니다.

협력사 정보보안 교육

협력사를 대상으로 '개인정보보호법 이해' 등의 온라인 교육과 '협력사 개인정보보호 주의사항' 등의 오프라인 교육을 진행하고 있습니다. 2022년 기준, 협력사의 82%가 정보보호 교육을 이수하였습니다. 아울러 25개 점검항목으로 구성된 정보보호 점검 가이드라인을 제작 및 배포하여 협력사가 고객정보를 안전하게 관리할 수 있도록 지원하였습니다.



협력사 정보보호 점검 가이드

"유료 방송사 중 IT투자에 가장 적극적인 기업, LG헬로비전"

2022년 12월, 한국인터넷진흥원에서 발표한 정보보호 현황 공시 보고서에 따르면, LG헬로비전이 유료 방송사 중 'IT투자에 가장 적극적인 기업'으로 나타났습니다. LG헬로비전의 IT부문 투자금액은 전년 대비 3.63% 증가한 약 1,013억 원입니다. LG헬로비전은 정보기술 투자를 지속하고 향후 5년간 정보보호 영역에도 투자 예산을 500억 원 규모로 확대하는 등 대규모 투자를 계획하고 있습니다.

안전문화 조성

안전보건 관리

안전보건 체계 수립

LG헬로비전은 고객과 구성원의 안전을 최우선의 가치로 삼고 있습니다. 전사 및 협력사 구성원의 안전하고 쾌적한 근무환경을 조성하기 위해 산업안전보건 관련 법규를 준수하며, 안전보건 경영방침과 목표를 수립하여 실천하고 있습니다. 또한, 전사 안전보건관리책임자 및 총괄책임자로 지정된 안전담당 최고임원(CRO)이 안전보건 업무를 총괄하며, 안전보건 전담 조직인 안전관리팀이 안전보건 업무를 기획 및 관리합니다. LG헬로비전은 2023년 하반기 ISO 45001 인증을 취득하여 국제표준에 입각한 안전보건 경영시스템을 구축할 계획입니다.

안전보건 경영방침 및 목표

LG헬로비전은 고객과 임직원의 안전을 경영의 최우선 가치로 하는 안전보건 활동을 전개하여 안전하고 쾌적한 근무환경을 조성한다.

경영 방침

1. 전 구성원은 안전보건이 인간존중·생명 중시의 절대적 가치임을 인식하고 이를 실천하기 위해 솔선수범한다.
2. 전 구성원 참여활동을 통해 사업장의 고위험 리스크를 지속적으로 발굴하고, 제거하여 안전한 사업장을 구축한다.
3. 협력사 안전보건 확보를 위한 기준과 절차를 마련하고, 공생협력 도모 및 산업재해 예방에 기여한다.
4. 안전보건 기준과 법규를 철저히 준수하고, 사회적 책임을 다하는 기업이 되도록 최선을 다한다.

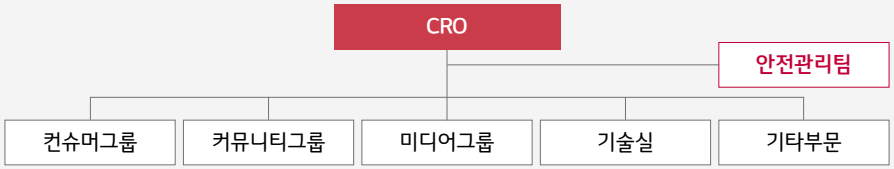
목표

- 중대산업재해 'ZERO'
- 협력사 안전보건 관리체계 구축 지원 강화 '연 2회 이상'

LG헬로비전 대표이사(CEO) 송 구 영

LG헬로비전 안전담당 최고임원(CRO) 이 민 형

안전보건 조직



산업안전보건위원회 운영

산업안전보건위원회는 노사 측 비중이 동일한 근로자 위원 4인과 사용자 위원 각 4인으로 구성되어 있으며 분기별 1회 위원회를 개최합니다. 위원회는 사업장에서 발생할 수 있는 안전보건 관련 이슈에 대해 심의 및 의결하고 있습니다. 또한, 수렴된 안전보건 관련 의견에 대한 개선방안을 즉시 마련하고 이를 사내 LounG 게시판에 등재하여 구성원 모두와 개선방안을 공유하며, 이행여부를 모니터링하고 있습니다.

사업장 안전관리

사업장 위험성평가

LG헬로비전은 연 1회 각 사업장과 사옥의 잠재적 유해·위험요인을 파악하기 위해 정기 위험성평가를 진행하고 있습니다. 평가를 통해 유해·위험요인이 발견될 경우 위험관리 대책을 수립하여 지속적인 개선활동을 이행합니다. 이와 더불어 LG헬로비전은 사업장 내 위험요인 파악을 위해 모든 구성원을 대상으로 위험요인 파악을 위한 설문조사를 실시합니다. 또한, 매월 '안전점검의 날'을 시행하여 위험요인의 개선조치 현황을 공유하고 미개선 사항을 확인하여 후속 관리하고 있습니다.

위험성평가 프로세스

위험성평가 계획 수립	위험성 평가 실시	개선 계획 수립	개선 결과 보고
• 안전관리팀 주관 • 연 1회 실시	• 현장 순회점검 • 설문조사 실시 • 유해·위험요인 도출	• 해당부서 작성 • 위험감소대책 수립	• 안전점검의 날 실행 결과 보고 • 개선계획 도출

안전문화 조성

'안전점검의 날'

LG헬로비전은 안전점검의 날을 지정하여 매월 1회 사업장과 오픈스튜디오 등을 순회 점검하며 미흡 사항을 개선하고 있습니다. 안전보건 점검 항목은 시기 및 테마별 주제에 따라 선정되며 각 지역 사업장의 안전보건실무자가 점검을 주관하고 있습니다. LG헬로비전은 소방, 전기, 안전보건 등 안전 이슈에 대해 시기별로 관리가 필요한 항목을 선정하여 체크리스트를 기반으로 점검을 시행합니다. 점검을 통해 발견된 미흡 사항에 대해서는 조치 시행 및 개선 결과를 보고하는 프로세스를 구축하여 실행함으로써 사업장 재해 예방에 앞장서고 있습니다.

안전점검의 날 점검항목

소방	전기	안전보건	기타
• 소화기/소화전 • 피난통로/유도등 • 방화구획/방화문 • 완강기 • 인화성물질	• 수변전실/분전반 • 콘센트/전선 • 관계자 외 조작금지 구역	• 추락/충돌/전도위험 • 건축물 • 사업장 위생관리 • 조도/환기/소음/분진	• 시기별(해빙기, 혹서기, 풍수해, 동절기 등) • 각 부서가 제안한 안전 이슈

협력사 안전점검

LG헬로비전은 협력사 구성원의 안전보건관리 역량 강화 활동을 지원하고 있습니다. 반기별로 협력사의 안전보건관리체계를 점검하고 협력사가 자체적으로 안전보건관리체계를 구축할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한, 협력사 교육 플랫폼인 '헬로투게더'를 통해 중대재해처벌법 주요 내용 등의 법규 동향과 안전보호구 착용 등 안전보건 관련 영상을 교육자료로 제공하고 있습니다. 2022년에는 총 36개 협력사에 안전교육자료를 제공하였습니다. 한편 협력사 안전보건협의체는 매월 1회 협력사 관리감독자와 회의를 진행하고 있습니다.

안전교육

LG헬로비전은 전 구성원을 대상으로 분기별 정기 안전보건 교육을 시행하며 신규 입사자에게는 신규 채용교육을, 유관업무 담당자에게는 안전보건관계자 직무교육을 제공합니다. 또한, 소방 비상대피훈련과 심폐소생술 응급처치 교육을 정기적으로 시행하고 있습니다. 2023년에는 상암, 북인천, 경남, 중부산 사옥에서 응급처치교육 훈련을 실시하고 심폐소생술 및 자동제세동기 사용법을 교육하였습니다.



심폐소생술 응급처치교육



북인천 사업장 자동심장충격기

건강 증진 프로그램 운영

구성원의 신체 및 심리적 건강을 위해 건강 증진 프로그램을 운영하고 있습니다. 지역 보건소와 협업하여 2023년 1월부터 임직원을 대상으로 금연 상담 및 금연 보조제를 제공하고, 대사증후군 관련 검사와 상담 및 추적 검사를 지원하였습니다. 또한, 전 구성원을 대상으로 연 1회 건강검진을 실시하고, 교대근무를 실시하는 구성원에게 야간 특수검진을 제공하였습니다. 이와 더불어 구성원들의 심리적 안정을 위해 전문 상담 '마음토닥 서비스'를 제공하고 있습니다. 구성원들은 직무 스트레스, 정서문제, 대인관계, 트라우마 극복 관련 상담이 가능합니다. 2022년 상담에 대한 만족도는 5.0점 만점에 평균 4.6점을 기록하였습니다.


대사증후군 관리 프로그램



심리지원 프로그램

고객 가치 제고

고객 중심 경영

고객 중심 핵심 과제 수립

LG헬로비전은 고객만족을 최우선의 가치로 두고 고객에게 감동적인 경험을 제공하고자 고객 중심 경영을 실천해 나가고 있습니다. 이를 위해 고객 중심 일하는 방식 7대 과제와 세부 실행계획을 수립하여 구성원들이 실제 업무에 적용할 수 있는 고객중심문화를 구축하고 있습니다. 2022년에는 고객을 직접 만나는 '고객 소통의 날'을 운영하고, 고객 중심 문제 해결 방법론인 'ACE Camp'를 진행하여 고객 가치를 높이고자 노력하였습니다.

고객 중심 일하는 방식 7대 과제 및 세부 실행방안

	핵심 과제	세부 실행방안
1	구성원들이 공감하는 고객 가치 지향점 설정과 과제 제시	• 고객 관점의 비전 및 고객가치 지향점 수립 • 전 구성원 대상 캠페인 전개
2	고객 관점의 조직 및 개인 업무 정의	• 고객 관점 업무 정의 프로세스 실행 • 업무 정의 촉진 및 활성화 프로그램 운영
3	고객 만나기/ 고객 관점에서 보기	• '고객 소통의 날' 확대 • 고객 소통 뉴스레터 제작 및 배포
4	고객 관점의 조직 운영	• 고객 니즈 대응 강화를 위한 목적형 조직 운영 준비
5	고객 가치 혁신을 위한 행동 가이드라인 수립	• LG헬로비전 행동 가이드라인 수립
6	고객 가치와 평가·보상 연계 강화	• CX[1] 지표 평가항목 반영 • 고객 중심의 일하는 방식 대표 사례 시상
7	고객 가치 기반의 채용 및 교육	• 고객가치 적용 채용 면접 매뉴얼 개선 • 고객 중심 문제 해결 교육(ACE Camp[2]) 내재화

고객경험 중심 맞춤형 서비스 지향

홈 상품과 지역 정보에 관심이 많은 'Hyper Local 3040 Family'를 핵심 타깃으로 설정하여 가족을 위한 맞춤형 홈 라이프 제공을 지향하고 있습니다. 품질 좋은 상품을 합리적인 가격에 접할 수 있는 경험, 니즈에 알맞은 상품을 추천받는 경험, 신뢰감 있는 지역정보를 제공받아 상품 및 서비스를 안심하고 이용할 수 있는 경험을 고객에게 선사하고자 노력하고 있습니다. 나아가 고객경험 중심의 맞춤형 서비스를 제공하기 위해 '고객 중심의 일하는 방식'으로의 전환을 추진하고 있습니다.

CX 체계도



고객 가치 제고

고객 경험 강화

불편 경험 개선활동 및 결과

LG헬로비전은 서비스 관련 고객의 불편사항을 청취하고 개선하기 위해 CEO주관으로 월간 회의체인 '고객경험혁신 커미티'와 고객 VOC를 듣고 개선점을 발굴하는 '고객의 소리 보고'를 각각 운영하여 다양한 경로에서 접수된 고객의 불편사항을 심층적으로 분석하고 있습니다. 또한, 분석된 내용을 바탕으로 고객의 피해나 불편사항을 담당부서로 공유하여 신속히 해결하고 재발을 방지하는 활동을 있습니다. 나아가 LG헬로비전은 회사로 접수되는 고객의 의견을 소중한 자원이자 고객 경험을 개선할 수 있는 기회로 생각하여, 고객의 Pain Point를 분석하고 개선 과제로 도출하고 있습니다. 그 결과, 2022년 불만VOC* 건수는 2020년 대비 28% 감소하였습니다.

* 회사로 접수된 고객의 문의/요청 중 고객불만으로 분류한 건

대외기관 부정경험 접수/처리 건수

구분	단위	2020	2021	2022
홈	건	1,675	1,227	457
모바일	건	-	122	125

"고객 입장을 최우선으로 생각해서 고객 감동을 실천했어요.", 2023 LG Awards 고객감동대상 수상

LG그룹은 매년 고객가치 관점에서 혁신적 제품이나 기술, 서비스를 통해 성과를 낸 사례를 선정하여 시상하는 'LG Awards'를 개최하고 있습니다. 특히, 고객이 직접 심사에 참여한 '2023 LG Awards'에서는 LG헬로비전 충남방송 서산 홈서비스대리점 소속 AS기사님이 TV시청시간이 긴 지역의 고령 고객분들에게 공감하여 적극적인 AS접수와 조치로 고객감동 실천부문 '고객공감상'을 수상하였습니다.



'2023 LG Awards 고객감동실천상' 수상

LG헬로비전은 앞으로도 고객의 니즈를 정확하게 파악하여 고객 감동을 실현할 수 있도록 노력하겠습니다.

고객 피해 예방 가이드 안내

고객의 피해를 최소화하기 위해 통신서비스를 이용하며 고객이 겪을 수 있는 다양한 피해를 예방하기 위한 상황별 가이드를 마련하고 홈페이지를 통해 이를 안내하고 있습니다.

통신서비스 이용 시 주의사항

1. 데이터 로밍 시 주의사항
2. 휴대폰 개통사기
3. 유료방송 가입시 주의사항
4. 유료방송 임대 장비 반납방법
5. 유료방송 청구요금 관리

이용자 피해예방 활동 및 서비스

1. 불법TM 수신차단
2. 스팸차단
3. 060 발신차단 서비스

개인정보보호 안전수칙

1. 명의도용 예방 방법
2. 통신서비스 피해 예방 방법
3. 불법TM 식별 및 신고 방법
4. 파밍 피해 예방방법
5. 메모리 해킹 피해 예방 방법
6. 기타

이용자 피해예방 최신정보

1. 투자 스팸 메시지 피해 예방
2. 사이버 사기 피해 예방
3. 랜섬웨어 피해 예방
4. 기타

고객 가치 제고

고객 소통 확산

고객 소통의 날 운영

LG헬로비전은 경영진을 포함한 구성원이 고객을 직접 만나 의견을 들을 수 있는 '고객 소통의 날'을 운영하고 있습니다. 이를 통해 서비스 이용자, 현장 기사, 콜센터 상담사, 협력사 등 다양한 내외부 고객과 소통하고, 개선 과제를 도출하여 고객 관점에서 문제를 해결하고 있습니다. 2022년에는 커머스 '제철장터' 구매 고객을 만나 Pain Point를 찾고, 품질관리와 상품구성의 다양화, 이용편의성 강화 등 고객 경험을 개선하였습니다.

ACE Camp 운영

LG헬로비전은 구성원들이 직접 고객을 만나 고객 관점에서 과제를 해결하는 'ACE Camp'를 운영하고 있습니다. ACE Camp를 통해 고객의 경험을 이해하고, 고객의 Needs를 파악하여 사업 방향을 모색하고 개선 과제를 도출합니다. ACE Camp 진행 과정과 적용 방법, 결과물을 사내 자료실을 통해 구성원에게 공유함으로써 고객 중심의 업무 방법을 확산하고 있습니다. LG헬로비전은 앞으로도 구성원의 ACE Camp 참여 기회를 확대하고 이를 활용할 수 있는 환경을 구축할 예정입니다.



"고객의 관점에서 일하는 환경을 만들고 있어요.", 'ACE Camp' 사례

통합 홈페이지의 고객경험을 개선한 'ACE Camp 1기'

2022년 6월부터 8월까지 운영된 'ACE Camp 1기'의 중심 과제는 고객을 이해하고 고객이 감동할 수 있는 디지털 경험을 제공하는 것이었습니다. 통합 홈페이지를 개편하는 과정에서 164명의 고객과 만나 이용패턴과 선호를 조사하고 고객관점을 사업에 반영하였습니다. 고객의 니즈에 맞게 홈페이지를 통합해 사업간 시너지를 높이고, 유통-마케팅비 절감분만큼 혜택을 높인 특화상품과 셀프 서비스로 고객경험을 개선하였습니다.

지역채널 커머스 사업의 고객 지향점을 찾은 'ACE Camp 2기'

2023년 1월부터 4월까지 운영된 'ACE Camp 2기'는 고객에게 차별화된 커머스 경험을 선사할 수 있는 아이디어를 발굴해내는 것이 큰 과제였습니다. 284명의 고객을 만나 커머스몰 '제철장터'에 대해 고객관점에서 지향점을 알아보고, 차별화된 고객경험을 만들기 위한 방안을 도출하였습니다. 특히 고객 관점에서 문제를 해결하는 방법을 학습하는 과정을 반복실행하여 고객중심의 업무방식을 체질화하였습니다. LG헬로비전은 현재도 ACE Camp를 활용하여 다양한 과제를 고객관점에서 해결해 나가고 있습니다.

STEP 01



문제 정의

STEP 02



1:1 고객 인터뷰

STEP 03



페르소나 분류

STEP 04



오픈 커뮤니케이션

STEP 05



내부 의견 수렴

제품 및 서비스 품질 강화

제품 및 서비스 품질 제고

품질 관리 조직

LG헬로비전은 단말기, 서비스 등을 기획하는 품질 관리 전담 부서를 운영하고 서비스 운영 담당 인력을 별도로 구성하여 체계적으로 품질을 관리하고 있습니다. 또한, 23개 권역에 헬프데스크를 설치하여 현장 망 품질 저하 및 장애 발생 시 원격으로 지원하고 상시 모니터링 및 개선을 통해 가입자 망의 품질 안정성을 확보함으로써 네트워크 이슈를 해결하고 있습니다. 이 밖에도 개통 및 AS 진행에 이슈가 발생할 경우 현장 대리인을 통해 실시간으로 대응하며, 고객 불편 사항을 즉시 해결할 수 있도록 품질 이슈를 상시 관리하고 있습니다.





헬프데스크

네트워크 품질 개선

대다수의 고객층이 주로 사용하는 OTT, U+아이들나라, 제철장터 등 양방향 방송 인터넷 서비스에서 발생하는 네트워크 품질 문제를 해결하기 위해 '노이즈 블로커'를 개발하였습니다. '노이즈 블로커'는 외부 잡음을 필터로 사전 차단하여 서비스 신호를 개선하는 기술입니다. LG헬로비전은 투자가 어려운 지역 또는 노후 공동주택 4.2만 세대를 대상으로 '노이즈 블로커' 기술을 적용하였으며, 그 결과, 고객 불편 VOC 건수가 약 40% 이상 감소하고 AS 출동 조치도 약 30% 개선되었습니다.

고객 맞춤형 서비스 품질 개선

셋톱박스 및 리모컨 사용에 어려움을 느끼는 시니어 고객 층의 불편사항을 해결하기 위해 짧고 간편한 가이드 영상과 고객 맞춤형 상담 서비스를 제공하고 있습니다. 또한, 셋톱박스 오류 및 불편 AS 전화 접수 시 상담사가 실시간으로 고객의 단말정보를 확인하고, 원격제어 등을 통해 효율적으로 AS 상담을 진행할 수 있도록 홈 CEM[1)] 시스템을 운영하고 있습니다. LG헬로비전은 해당 시스템을 통해 고객의 불편을 보다 빠르게 해소할 수 있게 되었으며, 그 결과, 조작 미숙이나 사용설명 관련 불만 건수가 홈 CEM 시스템 도입 전보다 약 9천 건 감소하였습니다.

제품 안전 인증

고객에게 불편함이 없는 통신서비스를 최우선으로 제공하고자 LG헬로비전은 고객의 건강과 안전을 위해 제공되는 단말기기에 대해 방송통신기자재 인증을 받고 있습니다. 또한, 국립전파연구소 적합성 평가 및 한국에너지공단 최저소비효율기준을 만족하는 KC[2)]인증 제품을 공급하고 있습니다.



방송통신기자재 적합인증서

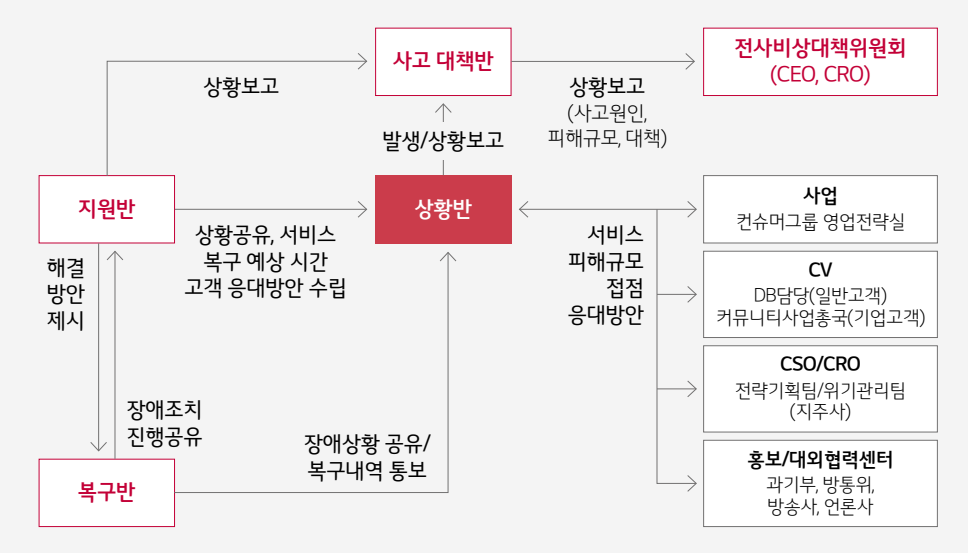
제품 및 서비스 품질 강화

시스템 장애 및 비상 대응

실시간 모니터링 체계 수립

LG헬로비전은 방송통신 장애가 발생할 경우 통신을 신속하게 복구할 수 있도록 시스템 장애 대응체계를 구축하였습니다. 장애 대응 상황반은 23개 권역의 7개 인프라팀으로부터 지역별 문제 상황을 공유받아 복구 활동을 수행하고 있습니다. 또한, 정기적으로 설비를 점검하며 24시간 모니터링을 통해 위험요소를 파악하고 개선하여 장애를 예방하고 있습니다.

방송통신 장애 대응 체계



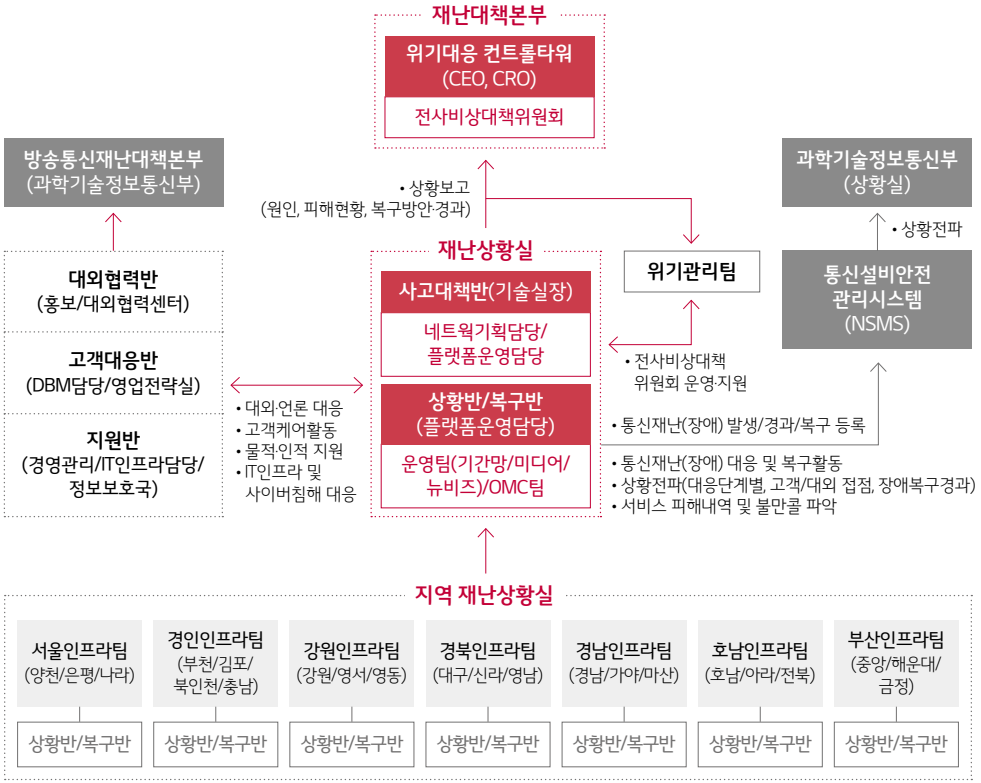
장애 대응 보고 체계 강화

시스템 상에서 장애가 발생할 경우를 대비하여 장애별 등급 체계 수립 및 보고 체계를 구축하였습니다. 장애 등급이 낮을 경우 실무부서에서 관리하며 등급이 높을 경우 전사비상대책위원회를 수립하여 장애 상황에 신속하게 대응하고 있습니다. 또한, 동일한 장애가 발생하지 않도록 재발방지 대책을 수립하고 이를 지속적으로 개선해 나가고 있습니다.

비상상황 대응 체계 및 활동

LG헬로비전은 재난 등 비상상황 발생 시 실시간으로 피해 지역에 알림톡을 발송하고 CEO 및 CRO가 총괄하는 위기대응 컨트롤 타워에 신속히 보고하여 추가 피해를 방지하고 있습니다. 복구 상황반은 지역 재난 상황실과 문제 상황을 공유하고, 복구활동 지휘통제, 상황전파 및 상황실 운영, 피해규모 집계 및 상황별 대응전략을 수립합니다. 또한, 해당 진행 상황을 방송통신재난대책본부(과학기술정보통신부)에 보고합니다. 특히 태풍, 호우·대설, 지진, 산불, 순환정전 등의 재난 시 수립된 단계별 대응 계획에 따라 인적, 물적 대응 활동을 실시하며, 장애를 신속하게 복구하여 피해를 최소화하고자 노력하고 있습니다.

비상상황 대응 체계



제품 및 서비스 품질 강화

디지털 혁신 추진

ICT기술이 더해진 시청각장애인 대상 서비스 '이어드림', '스마트 수어방송'

LG헬로비전은 2014년 11월, 시각장애인을 위한 음성지원 TV서비스 '이어드림'을 국내 최초로 도입하였습니다. 이어드림은 시각정보 중심의 TV 메뉴 정보를 음성안내로 대체하여 소리만으로 채널 변경, 다시보기, 녹화까지 이용할 수 있는 음성지원 스마트 TV 서비스입니다. 서비스 개발 초기부터 시각장애인을 참여시키는 등 완성도 높은 음성 안내 기능을 구현하기 위해 노력하였습니다. 또한, 2019년 11월에는 청각장애인 사용자가 수어 영상의 위치 및 크기를 자유롭게 설정할 수 있는 '스마트 수어방송' 서비스를 시작하였습니다. 스마트 수어방송은 사용자가 직접 수어 방송의 위치 및 크기를 자유롭게 조정할 수 있도록 지원하는 서비스입니다. 이를 통해 TV 한편에 작은 크기로 고정되어 방송화면과 자막을 가리거나 수어동작 또는 표정 등이 잘 보이지 않는 문제점을 해결함으로써 방송통신 서비스에 대한 접근성을 제고하였습니다.



스마트 수어방송 서비스

빅데이터 활용 뉴스 제공

LG헬로비전은 빅데이터를 활용하여 지역사회에서 발생한 주요 이슈를 분석하고 이를 헬로tv 뉴스로 제공하고 있습니다. 이를 통해 인터넷 검색 없이 뉴스 시청만으로도 당일 상위 노출 키워드와 관련된 지식 정보를 확인할 수 있습니다.



빅데이터 뉴스

AI 아나운서 도입



AI 아나운서 뉴스

인공지능(AI) 아나운서는 LG헬로비전이 지역채널 디지털 전환 전략의 일환으로 LG헬로비전이 새롭게 도입한 디지털 기술입니다. 실제 사람을 딥러닝하는 과정을 거쳐 영상합성 기술로 구현한 AI 아나운서는 특유의 목소리 톤과 정확한 발음으로 아나운서가 방송하는 것 같은 느낌을 전합니다. LG헬로비전은 '지역 뉴스 코너', '날씨와 생활', '우리동네 함께가게' 캠페인 프로그램 등에 AI 아나운서를 도입하였으며, 향후 재난 방송, 지역 정책 브리핑 코너 등으로 이를 확대 적용할 계획입니다.

고객 중심의 TV 서비스 개편

헬로tv는 UI·UX[1]를 고객 중심의 서비스로 전면 개편하여 '고객 중심 TV 서비스'에 초점을 맞추었습니다. 클라우드, 빅데이터, 인공지능 등의 기술에 기반하여 고객의 시청 패턴을 분석하고 고객 취향 및 편의를 고려한 콘텐츠 중심의 서비스를 제공하고 있습니다. 고객이 원하는 콘텐츠와 서비스로 바로 진입할 수 있도록 미디어 영상을 홈 화면에 배치였으며, 아이들나라, 넷플릭스, 디즈니플러스 등 헬로tv의 특화 서비스를 바로 이용할 수 있도록 구성하였습니다. 또한, 다양한 서비스 개선 작업을 통해 고품질 서비스를 제공하여 고객이 더욱 손쉽게 다양한 콘텐츠를 즐길 수 있도록 지원하는 등 고객의 편의성을 제고하고 있습니다.

차세대 케이블TV 서비스 개발

LG헬로비전은 케이블TV와 IPTV 전송방식의 구분을 없애는 유료방송 기술중립성 도입을 준비하고 있습니다. 이를 통해 방송 송출 기술을 자율적으로 선택하거나 사용하여 기술적 제약 없이 다양한 서비스를 제공할 예정입니다. 또한, 더 많은 콘텐츠와 높은 화질의 서비스를 제공하기 위해 IP 기반의 셋톱박스 개발을 추진하고 있습니다.

상생협력 추구

공급망 관리

공정거래 원칙 수립

LG헬로비전은 공정거래 가이드라인을 제정하여 공정거래를 준수하며 협력사, 경쟁사 및 소비자에 대한 원칙을 준수합니다. 또한, 공정거래 리스크를 점검하고 컴플라이언스 레터(Compliance Letter) 발송 및 교육 등으로 불공정 거래행위에 대해 선제적으로 대응하고 있습니다. 아울러 협력사에 공정거래 행동 규범 기준을 명확히 설정하여 제시하고 있습니다.

공정거래 원칙

1 협력사에 대한 원칙

- 투명하고 공정하게 협력사를 선정하며, 공정한 거래를 위한 절차 준수
- 경쟁업체에 대한 납품을 제한하지 않으며, 부당하게 납품에 대한 인수를 지연/거절/반품 금지
- 거래의 공정성과 투명성 확보를 위한 계약서 검토 및 거래현황의 수시 점검
- 협력사의 지적/인적 재산의 부당 유출 방지

2 이용자 피해예방 활동 및 서비스

- 경쟁사와 상호 존중하며, 자유롭고 공정한 경쟁
- 불공정한 방법으로 경쟁사 경영정보 입수하거나 이익을 침해하는 행위 금지
- 거래의 공정성과 투명성 확보를 위한 계약서 검토 및 거래현황의 수시 점검
- 협력사의 지적/인적 재산의 부당 유출 방지

3 소비자에 대한 원칙

- 상품에 대한 정보 및 표시사항을 관련 법령에 따라 적정하게 고지
- 공정한 약관을 사용하여 소비자가 예측하지 못한 손해 방지
- 고객 정보를 안전하게 보호하여 무단으로 사용 금지

4 공정거래 리스크 점검 및 관리

- 법무시스템 계약검토를 통한 공정거래 리스크 점검 및 관리
- 공정거래 관련 가이드라인 제정 및 점검을 통해 불공정 거래행위 사전 방지
- 구성원 대상 Compliance Letter 발송을통해 공정거래 중요성 확인
- 구성원 대상 온/오프라인 공정거래 교육을 통한 공정거래 인식 함양 및 직무별 교육 실시

협력사 공정거래 행동 규범



LG헬로비전 DO

- LG헬로비전은 투명하고 공정하게 협력사를 선정합니다.
- LG헬로비전은 공정한 거래를 위한 모든 절차를 준수합니다.
- LG헬로비전은 구매시스템을 통해 부당거래를 원천 차단합니다.
- LG헬로비전은 모든 구매에 대해 전자계약을 체결합니다.
- LG헬로비전은 표준계약서를 사용합니다.



LG헬로비전 DON'T

- LG헬로비전은 경쟁업체에 대한 납품을 제한하지 않습니다.
- LG헬로비전은 부당하게 납품에 대한 인수를 지연/거절/반품하지 않습니다.
- LG헬로비전은 대금을 물품으로 지급하지 않습니다.
- LG헬로비전은 협력사의 지적/인적/물적 재산을 부당하게 유출하지 않습니다.
- LG헬로비전은 이중계약을 체결하거나 부당한 특약을 요구하지 않습니다.

협력사 선정 및 평가

LG헬로비전은 협력사 등록 선정 프로세스를 수립하여 협력사와 공정하고 투명하게 거래하고 있습니다. 또한, 등록된 업체를 평가하며 평가 결과 거래 적합 업체로 판단될 경우 입찰을 통해 협력사를 선정, 구매 시스템에 등록하고 있습니다. 업체 선정이 완료된 이후에도 전자 구매 사이트에 가입된 업체를 대상으로 연 1회 재평가를 실시하며 체계적으로 협력사를 관리하고 있습니다.

상생협력 추구

협력사 동반성장

협력사 동반성장 지원

LG헬로비전은 상호 신뢰, 경쟁력 확보, 동반성장 추구에 기반한 건강한 협력 관계를 추구합니다. 이를 위해 협력사를 대상으로 연 1회 이상 개최되는 'Green Meeting'을 실시하고 홈서비스 대리점을 대상으로 대리점 간담회를 개최하여 근무여건 개선에 대해 소통하고 있습니다. 나아가 협력사 근로자 및 대표를 대상으로 건강검진 지원 프로그램을 운영하여 2022년에는 총 159명을 지원하였습니다. 또한, 홈서비스 대리점 유니폼 비용의 50%를 지원하는 등 협력사와 상생하며 동반성장을 실천하고 있습니다.

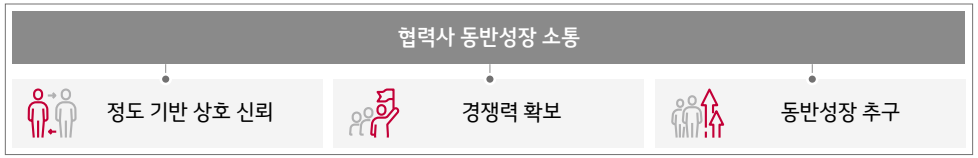
협력사 교육 지원 프로그램

LG헬로비전은 2023년부터 홈서비스 대리점 CS[1] 부문을 대상으로 고객 서비스 만족도 향상을 위한 전문 교육을 강화하였습니다. 이를 위해 전문 CS강사를 초빙하여 방문 교육을 진행하였으며 그 결과, 개통기사 및 AS기사의 CS 부문 고객만족도(NPS) 점수가 향상되었습니다.



협력사 CS 교육

동반성장 원칙



2023년 기사 NPS 평가 점수

구분	단위	2023.03	2023.04	2023.05	2023.06
개통기사	점	83.4	91.9	92.5	92.6
AS기사	점	85.4	92.9	93.1	93.6

협력사 지원 활동

재무적 지원

- **헬로시너지 프로그램 :** 홈서비스대리점 금융지원 프로그램, 경영·노무 컨설팅 지원 등 다양한 상생 지원 제도(복지제도) 제공
- **수수료 명절前 조기 지급 :** 명절(설, 추석)에 협력사 자금유동성 확보 지원을 위한 수수료 조기 지급
- **상생 결제 제도(구매카드) :** 협력사가 LG헬로비전으로부터 받을 매출채권을 담보로 금융기관에서 운영자금을 저리로 대출할 수 있도록 대출 상품 지원
- **비상시 경영 안정화 지원 :** 협력사에 비상 상황(자연재해, 코로나19 발생 등) 발생 시 긴급자금 지원
- **장기 우수 협력사 케어 프로그램 :** 고객 서비스 유지보수 용역 업무를 장기간(36개월 이상) 수행 중인 협력사 대상 상생 자금 지원
- **안전 물품 구매 지원 :** 협력사 대상 안전 물품 지원 혹은 구매 자금 지원 등 현장의 안전한 작업 환경 조성

헬로시너지 프로그램

7.5억 원 규모 지원

(2022년 기준, 홈서비스대리점/전송망센터 대상)

상생 결제 제도

152억 원 규모 지원

(2022년 기준, 홈서비스대리점/전송망센터 대상)

비재무적 지원

협력사 안전 환경 구축 지원

- 매년 다양한 안전물품(안전화 및 방역물품 등) 전달
- 혹서기 현장에서 근무하는 협력사 근로자 대상 여름철 건강식 및 쿨키트 등 지원

협력사 교육 지원

- 36개 협력사 대상 총 410개 콘텐츠 온라인 교육 과정 개설(2021년~2022년, 연중 운영)
- 협력사 구성원의 직무 역량 향상에 필요한 교육 지원

협력사 코로나19 방역물품 지원

- 코로나19 발생 이후 협력사 구성원 약 1,500명 대상 보건복지부 인증 마스크(KF94), 손소독제 등 지속적 지급
- 협력사 사무실에 업무용 데스크 가림막 설치
- 사무실 내부 소독 방역활동 지원

지역사회공헌

지역사회공헌

지역사회 참여 정책 및 중장기 로드맵

LG헬로비전은 '세상과 함께 따뜻한 변화를 이끕니다'라는 방향 아래 지역사회와 상생을 추구하는 다양한 사회공헌 활동을 진행하고 있습니다. 정보 소외계층인 시청각장애인을 위해 ICT 기술을 활용한 서비스 개발 및 보급사업을 추진하고, 지역기반 사업자로서 지역경제 활성화와 취약계층을 지원하는 '마음나눔 꾸러미'와 취약계층 아동/청소년을 위한 '어린이 미디어교실'을 운영하고 있습니다. 더불어 임직원 봉사활동을 통해 공동체 문제 해결에 기여하고, 자발적으로 참여하는 정기기부 프로그램 '마음나눔'을 통해 모인 기부금은 매년 연말 지역사회에 전달하여 이웃 사랑을 실천하고 있습니다.

지역사회 참여 전략

지향점	세상과 함께 따뜻한 변화를 이끕니다.		
핵심가치	변화를 이끄는 디지털 기술	상생하는 공동체	함께 만드는 미래
목표	ICT 활용 사회적가치 창출	지역사회 문제 해결 기여	환경을 지키고 사회를 가꾸는 나눔
주요사업	• 시각장애인을 위한 <이어드림> 서비스 • 청각장애인 위한 스마트 수어 방송 • 보호종료 아동 대상 헬로모바일 요금 지원	• 지역경제 활성화, 취약계층 지원 위한 <마음나눔 꾸러미> • 지역 아동청소년 대상 미디어 교육기회 제공 <어린이 미디어교실> • 지역사회 안전망 구축 위한 재난방송	• 지역밀착형 ON/OFF 봉사활동 • 임직원 기부 프로그램 <마음나눔> • 구성원, 지역사회, 고객이 함께하는 환경 캠페인

지역사회 참여 중장기 로드맵

		2021-2022년	2023-2024년	2025-2026년
지역 상생/미래교육	마음나눔 꾸러미	**코로나19 위기 극복 지원** • 코로나19 타격 큰 소상공인 물품구매 및 취약계층 지원 • 지원규모 : 4,050 가구 (누적)	**지역 맞춤형 지원** • 지역별 사회문제 연계 취약계층 지원 • 지원규모 : 8,000 가구 (누적)	**로컬 기반 지역상생 플랫폼** • 파트너십 확대 (지자체, NGO, 소상공인) • 지원규모 : 12,000 가구 (누적)
	어린이 미디어교실	**미디어 격차 해소** • 지역 아동/청소년 미디어 교육 지원 • 참여자 수 : 137명, 교육시간 : 2,192시간 • 영상제 수상작 지역채널 송출 총 18편(누적)	**융합형 미디어 교육** • AI 활용 뉴미디어 융합 교육 지원 • 영상제 수상작 지역채널 송출 총 40편(누적)	**로컬 콘텐츠 인재 육성** • 지역가치 향상 위한 로컬 콘텐츠 크리에이터 전문 교육 • 영상제 수상작 지역채널 송출 총 60편(누적)
지역경제·문화 활성화	커머스/제철장터	**지역채널 커머스 방송플랫폼 구축** • '지역채널 커머스' 승인 및 로컬 커머스 사업 추진 • 참여내역 : 150개 상품 및 지자체 60여 곳	**지역 생산자 상생 상품 런칭** • 지역의 스토리가 있는 대표상품 발굴 • 모바일 전용 App '제철장터' 런칭 통한 판로 확대	**지역 유통 생태계 구축** • 지자체 상생 유통 생태계 '지자체몰 허브'
	오픈 스튜디오	**지역 커뮤니티 구축** • 지역 밀착형 오픈스튜디오 출범 : 김해('21), 원주('22)	**지역 커뮤니티 확대** • 오픈스튜디오 추가 오픈 • 지역 밀착형 프로그램 확대 • 지역민 참여형 문화클래스 확대	**지역 커뮤니티 전문화** • 지역민 전문 교육 아카데미 공간으로 강화 • 지역민을 위한 AI/코딩/방송 등 특화 교육 센터 기능

지역사회공헌

지역상생 및 미래세대 교육

지역 취약계층과 소상공인을 함께 지원하는 '마음나눔 꾸러미'

'마음나눔 꾸러미'는 2020년부터 지역 소상공인의 물품을 구매하여 지역 취약계층에게 전달하는 지역 상생 사회공헌 활동입니다. 2022년에는 지자체 및 지역 복지관과 협력하여 가정의 달, 추석 시즌에 맞춰 장애인, 다문화, 홀몸 어르신, 조손가정 등 도움이 필요한 곳에 '마음나눔 꾸러미'를 전달하였습니다.

* 2022년 마음나눔꾸러미 진행 내역 : 본사+16개 SO 참여, 총 1,809가구 지원



설맞이 마음나눔 꾸러미(영서방송-원주)



추석맞이 마음나눔 꾸러미(영남방송-안동)

지역 교육격차 해소 '어린이 미디어교실'

LG헬로비전은 2021년부터 초록우산 어린이재단, 시청자미디어재단과 협력하여 지역 아동 및 청소년을 대상으로 '어린이 미디어교실'을 운영하고 있습니다. 2022년에는 김해, 목포, 부산 지역 학생 47명이 참여하여 '생물다양성'의 중요성을 알아보고, 이를 미디어 콘텐츠로 직접 제작해보는 미디어, 환경 융합 교육을 3개월 간 진행 하였습니다. 또한, 김해 오픈스튜디오 견학을 통해 멸종위기종과 관련된 뉴스를 보도하는 아나운서 체험을 하였으며, 제작한 콘텐츠들을 '제2회 헬로 어린이 영상제'에 출품하기도 하였습니다. 영상제에 출품된 총 9편의 콘텐츠는 헬로tv를 통해 송출되었습니다.


2022 헬로 어린이 미디어교실



오픈 스튜디오 견학

업 연계 사회공헌 활동

고객과 함께하는 '미소 기획전'

LG헬로비전은 2022년 11월, 쌀 가격 폭락으로 어려움을 겪고 있는 농가와 취약계층을 위해 제철장터를 통해 고객이 쌀을 구매하면 구매한 수량만큼 지역사회에 매칭 기부 하는 '미소 기획전'을 진행했습니다. 광양시 건강가정 지원센터, 양주시 장애인종합복지관, 양천 어르신종합복지관과 파트너십을 맺고 저소득 다문화, 장애인, 독거노인 총 270가정을 지원하였습니다.


'미소 기획전'

다문화가정 헬로tv·인터넷 지원

헬로tv에 탑재된 'U+아이들나라'서비스를 활용하여 다문화가정 아동의 정보 및 학습격차를 해소하고 코로나19가 장기화 되는 상황에서 인터넷 서비스를 지원하여 다문화 가정 아동이 온라인 원격 수업을 원활하게 할 수 있도록 인천 및 부천 지역의 다문화 10가정을 대상으로 헬로tv인터넷 서비스를 2021년부터 2년간 지원하였습니다.


다문화가정 지원

자립준비청년 통신비 지원·인식개선 캠페인

자립준비청년을 대상으로 통신비 지원사업을 3년째 진행하고 있습니다. 매월 고정비용으로지출되는 통신비를 지원함으로써 자립준비청년의 생활비 부담을 덜어주고 있으며, 아름다운재단 '열여덟 어른' 손자영 캠페이너와 함께 헬로모바일과 지역채널을 통해 자립준비청년 인식개선 캠페인을 진행하였습니다.


자립준비청년 기금 전달식

디지털 정보 접근성 향상 위한 '스마트폰 해봄교실'

비대면 서비스의 활성화로 디지털 격차가 사회적 문제로 야기되는 가운데 농촌 지역 어르신 대상 디지털 격차를 해소하기 위해 2022년 5월부터 12월까지 경북 의성군의 노인복지관 과 함께 '스마트폰 해봄교실'을 운영하였습니다. 65세 이상 노인 14명을 대상으로 총 58회 교육을 진행하였습니다. 연말 수료식에서는 '반년 만에 사진 보내기', '휴대폰으로 보험 갱신하기' 등 다양한 사례가 공유되었습니다.


'스마트폰 해봄교실' 수료식

지역사회공헌

미디어 기반 지역사회 기여

지역사회 안전망 구축 위한 재난재해 대응

LG헬로비전 지역 내 재난 발생 시 뉴스 특보를 긴급 편성하고, 지역채널에서 송출하는 재난 방송을 소셜 네트워크 채널에도 실시간 중계해 지역 이재민들이 재난 정보를 쉽게 찾아볼 수 있도록 하였습니다. 또한, 재난 지역에 거주하는 외국인들을 위해 산불 상황과 대응 요령을 영어, 중국어, 베트남어 등 다국어 자막으로 전하여 2022년 3월 발생한 울진·삼척 일대 대형 산불 시 나흘간 15차례 뉴스특보와 130회 이상의 현장 연결을 통해 주민의 안전한 대피를 도왔습니다. 방송 이후에는 동해시 묵호동의 이재민 40가정에 구호물품과 재난 심리회복 프로그램을 지원하였으며, 2023년 5월에는 극심한 가뭄 피해로 지원이 필요한 전남 완도군 1,750가구에 식수를 기부하였습니다.



헬로tv 재난방송



강원 산불 피해지역 지원



가뭄 피해지역 식수 기부

지역 문화 활성화 위한 '헬로콘서트 좋은날'

'헬로콘서트* 좋은날'은 지역 주민들이 가까운 곳에서 다양한 문화 공연을 즐길 수 있는 헬로비전의 오리지널 콘텐츠로 지역 주민들에게 균형 있는 문화 향유 기회를 제공합니다. 지역별 특성과 테마가 노래와 어우러지는 콘서트로 코로나19로 침체되어 있던 지역에 문화 공연과 더불어 축제를 통해 지역경제 활성화에 기여할 수 있도록 프로그램을 지속 제작하고 있습니다.

* 2022년 헬로콘서트 진행 내역 : 총 40,000석(객석 수 기준), 총 9회(기장, 함양, 서산, 거창, 목포, 통영, 강화 등)



2022 헬로콘서트 좋은 날

소상공인 지원 연중 캠페인 '동네가게 함께가게'

LG헬로비전은 지역 소상공인 상생 캠페인 '동네가게 함께가게'*를 통해 연간 1천여곳의 소상공인 가게를 소개하는 광고영상을 제작하고 지역채널과 소셜네트워크 채널로 송출하여 경기침체로 어려움을 겪는 지역 소상공인들을 지원했습니다. 또한 지역의 우수 농·특산물을 발굴하는 프로그램을 제작, 케이블TV 채널 및 라이브커머스와 '제철장터'몰**을 통해 농어민과 소상공인의 판로 개척을 지원하고 있습니다.

* 2022년 동네가게 함께가게 제작 내역 : 총 1,039편, 송출회수 : 총 82,219회
** 2022년 커머스/제철장터 진행 내역 : 총 150개 상품 및 지자체 60여 곳



'동네가게 함께가게' 캠페인



'동네가게 함께가게' 인터뷰

지역채널 광고 통한 공익캠페인 진행

LG헬로비전은 2022년 공공기관 및 NGO와 협력하여 헬로tv 광고를 통해 공익캠페인을 진행했습니다. 환경부, 한국기후환경네트워크와 함께 폭염 기간에는 '안전한 여름나기 및 폭염 대응요령' 광고를 23개 권역에 총 1,612만회 송출하였고, 제15회 기후변화 주간에는 총 324만 회의 탄소중립 생활실천 수칙을 안내했습니다. 또한, 아름다운재단의 자립준비청년 인식개선을 위해 스토리가 담긴 '손자영 이야기' 영상을 133,146회 송출하여 공익 캠페인을 지속하고 있습니다.



폭염 대응 요령 광고



자립준비청년 인식개선 캠페인

지역사회공헌

구성원 참여 나눔

정기기부 'LG헬로비전 마음나눔'

LG헬로비전은 임직원들이 자발적으로 참여하는 정기기부 프로그램 '마음나눔'을 20년부터 3년째 지속적으로 운영하고 있습니다. 1년 동안 모인 임직원 기부금은 네이버 해피빈에서 네티즌과 1대 1로 매칭하여 두 배의 기부금을 취약계층에 전달하였습니다. 2022년에는 총 2만 4천명의 네티즌과 함께 총 8,200만원의 기부금을 매칭된 기부금을 11개 모금함에 전달하였습니다.

'마음나눔 더블기부' 활동

구분		단위	2020	2021	2022
기부자	네티즌	명	6,644	11,420	24,058
	기업	명	543	507	499
기부금	네티즌	원	48,105,400	40,493,200	41,112,400
	기업	원	48,105,400	40,493,200	41,112,400
총		원	96,210,800	80,986,400	82,224,800



2022 마음나눔 더블기부

신입사원 참여 봉사활동

2022년 1월, LG헬로비전 신입사원들은 시설 노후화로 인해 환경 개선이 필요한 지역아동센터를 지원하기 위해 봉사활동을 실시하였습니다. 지역아동센터에서 희망하는 벽화 이미지를 신입사원과 지역아동센터 아이들이 함께 타일 벽화를 제작하여 부착하였습니다. 또한, 지역아동센터 어린이들이 방과 후 참여할 수 있는 미술 프로그램을 지원하였습니다.



신입사원 봉사활동

"적극적인 사회공헌 활동 인정", 3년 연속 지역사회공헌 인정 기업

LG헬로비전은 다양한 사회공헌 활동을 적극적으로 실천한 노력을 인정받아 2022년 보건복지부와 한국사회복지협의회가 주관하는 지역사회공헌 인정제 인정 기업으로 3년 연속 선정되었습니다.



지역사회공헌 인정 증명서

지역사회 연말나눔

2022년 12월, 크리스마스를 맞이하여 LG헬로비전 임직원들은 일일산타가 되어 '은평천사원'에 방문하여 보육원 아동 64명에게 크리스마스 선물을 전달하였습니다. 또한, '제철장터'의 겨울간식 특집전과 연계하여 호떡, 붕어빵, 군밤 등을 은평천사원 아이들과 주변 복지시설(은평재활원, 기쁨의 집, 서울재활병원 등)의 300여 명과 함께 나누는 시간을 가졌습니다.



헬로달콤산타 나눔DAY



은평천사원 크리스마스 선물 전달

'흰 지팡이의 날' 맞이 임직원 봉사 및 기부

LG헬로비전은 '흰 지팡이의(10월 15일)날'을 맞이하여 시각장애인을 위한 기부와 봉사 활동을 진행하였습니다. 부산 지역의 시각장애인 총 100명에게 흰 지팡이를 기부하였으며, 점자 교육을 통해 점자 이름표를 제작하여 함께 전달하였습니다.



점자 이름표 제작봉사

"장애인 복지 증진 및 권익향상 기여", 부산광역시 표창 수상

2022년 10월, '제 43회 흰 지팡이의 날(시각장애인의 권리를 보장하기 위해 재정한 날)'을 맞이하여 LG헬로비전 부산방송은 TV 음성 안내 '이어드림' 서비스 지원 및 임직원 봉사활동 등 장애인 복지 증진 및 권익 향상에 기여한 공로를 인정받아 부산광역시장 표창을 수상하였습니다.



부산광역시장 표창 수여

Governance

지배구조 강화	57
정도경영 준수	60
위기 관리	63



지배구조 강화

이사회 구성 및 선임

이사회 구성

LG헬로비전 이사회는 대표이사를 포함한 2명의 사내이사와 1명의 기타비상무이사, 3명의 사외이사, 총 6명으로 구성되어 있습니다. 이사회가 견제 및 감독의 역할을 수행할 수 있도록 이사회의 50%를 사외이사로 구성하고 있으며, 사외이사후보추천위원회의 추천을 받아 사외이사를 선임하고 있습니다. 이사회 의장과 대표이사는 분리되어 있으며 이사 중 이사회 결의로 선임된 사외이사가 이사회 의장을 맡고 있습니다.

이사회 선임 및 독립성

사외이사의 독립성과 다양성 확보를 위해 사외이사 3인으로 구성된 사외이사후보추천위원회를 운영하고 있습니다. 위원회는 사외이사 후보 추천 및 선임 과정에서 후보자들의 경력 및 전문분야, 이해관계 여부, 직무 이해도 등을 고려하고 상법 등 관련 법령에 제시된 결격사유에 해당되지 않는 후보자를 추천함으로써 사외이사에 대한 독립성을 확보하고 있습니다. 또한, 이사 선임 시 당사 및 타사 지분 소유, 과거 재직 여부 등 중대한 이해관계가 있는지를 면밀히 검토합니다. 이사의 임기는 법률이나 정관에서 정한 결격 사유가 없는 한 3년으로 하며 특별한 이해관계가 있거나 기타 이해상충 가능성이 있는 이사는 의결권의 행사를 제한하고 있습니다.

이사회 다양성 및 전문성

이사회 구성 시 국적, 성별, 연력, 인종, 종교, 출신지역, 교육 수준 및 장애 여부 등의 요소에 차별을 두지 않고 성평등 원칙을 적용하여 다양성 및 균형성을 판단하며, 각 분야의 전문성 및 경험을 고려하여 이사를 선임함으로써 이사회의 효율성을 높이고 있습니다. 또한, 사외이사를 대상으로 교육을 제공하여 이사의 전문성 및 역량을 강화하고 있습니다.

이사회 구성원

(2023년 6월 30일 기준, ● : 위원장, ○ : 위원)

직명	성명	성별	임기	전문 분야	이사회 내 위원회			
					감사위원회	사외이사후보추천위원회	ESG위원회	내부거래위원회
사내이사	송구영	남	2022.03.18~2025.03.17	통신업, 경영·회계, 리스크 관리, ESG			○	
사내이사	이민형	남	2023.03.17~2026.03.16	통신업, 경영·회계, 리스크 관리				○
기타비상무이사	홍범식	남	2022.03.18~2025.03.17	통신업, 경영·회계, 리스크 관리		○		
사외이사	김중혁	남	2022.03.18~2025.03.17	경영·회계, 리스크 관리, ESG	●		○	○
사외이사	고진웅*	남	2022.03.18~2025.03.17	통신업, 경영·회계, 리스크 관리, ESG	○	○	●	○
사외이사	오양호	남	2022.03.18~2025.03.17	통신업, 법률, 리스크 관리, ESG	○	●	○	●

* 이사회 의장

지배구조 강화

이사회 운영 및 평가

이사회 운영

LG헬로비전은 분기별 1회 이상 정기 이사회를 개최하여 주요 업무집행 및 의사결정 사항에 관한 의견을 수렴하고 있습니다. 2022년에는 총 7회 이사회를 개최하였으며 사외이사 출석률은 100%였습니다. 2022년 총 41건의 안건 중 ESG 관련 주요 의결사항은 ESG위원회 위원 선임 승인의 건, ESG위원회 개최 결과 보고의 건 등이며, 2023년 주요 의결사항은 ESG위원회 규정 개정 승인의 건 등입니다.

2022년-2023년 ESG 관련 주요 의결사항

개최일	사외이사 참석률		내용
2023.05.02	100%	승인	1. ESG위원회 규정 개정 승인의 건
		보고	1. 사외이사후보추천위원회 개최 결과 보고의 건 2. 감사위원회 개최 결과 보고의 건
2023.03.17	100%	승인	1. 이사 보수 집행 승인의 건 2. 사외이사후보추천위원회 위원 선임 승인의 건 3. 내부거래위원회 위원 선임 승인의 건
		보고	1. ESG위원회 개최결과 보고의 건
2022.11.24	100%	승인	1. 안전담당 최고임원 선임 승인의 건
		보고	1. ESG위원회 개최결과 보고의 건
2022.05.13	100%	승인	1. 이사회 규정 개정 승인의 건
		보고	1. 사외이사후보추천위원회 개최 결과 보고의 건 2. 감사위원회 개최 결과 보고의 건 3. 내부거래위원회 개최 결과 보고의 건 4. ESG위원회 개최 결과 보고의 건
2022.03.18	100%	승인	1. 이사회 의장 선임 승인의 건 2. 대표이사 선임 승인의 건 3. 사외이사후보추천위원회 위원 선임 승인의 건 4. 내부거래위원회 위원 선임 승인의 건 5. ESG위원회 위원 선임 승인의 건
2022.02.23	100%	승인	1. 안전담당 최고임원 선임 승인의 건 2. 안전보고 계획 승인의 건
		보고	1. 준법통제체제 운영실태 보고의 건

이사 참석 현황

구분	단위	2020	2021	2022
사외이사 평균 참석률	%	100	100	100
사내이사 평균 참석률	%	90	87	90
전체 평균 참석률	%	95	93	95

이사회 보수

이사의 보수는 상법 제388조에 의거하여 주주총회에서 승인받은 총 이사 보수 한도 내에서 모든 사외이사에게 동일한 금액으로 보수를 지급하고 있으며, 이사회는 연 1회 보수를 결정합니다. 이사 보수는 물가 상승률, 대외 경쟁력, 재무성과 등을 종합적으로 고려한 연봉, 직무 및 역할에 따른 역할급, 성과에 따른 경영성과급으로 구성되어 있습니다. 성과 보수의 결정을 위해 매출액, 영업이익 등의 계량지표와 중장기 기대사항 이행, 리더십, 기여도 등의 비계량 지표를 종합적으로 평가합니다.

기업지배구조헌장 제정

투명하고 건강한 지배구조를 구현하기 위해 '지배구조 원칙'과 실천사항에 관한 기업지배구조헌장을 제정하여 공표하였습니다. 기업지배구조헌장에 이사회의 기능, 구성 및 선임, 이사의 의무와 책임, 평가 및 보상 등에 대해 명시하고 있으며, 이를 통해 다양한 이해관계자에게 투명한 지배구조를 확립하고자 하는 기업의 의지를 표명하고 있습니다. 기업지배구조헌장 전문은 LG헬로비전 홈페이지(www.lghellovision.net)에 공시되어 있습니다.

지배구조 강화

이사회 산하 위원회

위원회 구성

LG헬로비전은 이사회 산하에 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, ESG위원회, 내부거래위원회를 설립하여 이사회의 의사결정을 지원하고 있습니다. 감사위원회는 회계 및 업무 전반에 대한 감사를 수행하며 전원 사외이사로 구성되어 독립성을 유지하고 있습니다. 사외이사후보추천위원회는 사외이사 2인과 기타비상무이사 1인으로 구성되어 전문성을 갖춘 사외이사 후보를 추천하고 있습니다. ESG위원회는 사외이사 3명과 사내이사 1명으로 구성되어 있으며 환경, 사회, 지배구조에 관한 ESG경영을 강화하여 장기적이고 지속가능한 성장을 실현하고자 노력하고 있습니다. 내부거래위원회는 내부 거래의 투명성과 적정성을 제고하기 위해 설치되었으며 전원 사외이사로 구성되어 있습니다.

위원회 구성원

위원회명	주요 역할	구성원		
		직책	구분	성명
감사위원회	회계 전반에 대한 감사 수행	위원장	사외이사	김중혁
		위원	사외이사	고진웅
		위원	사외이사	오양호
사외이사 후보추천 위원회	전문성을 갖춘 사외이사 발굴 및 후보 추천 심의	위원장	사외이사	오양호
		위원	사외이사	고진웅
		위원	기타비상무이사	홍범식
ESG위원회	ESG경영 전반의 기본 정책 및 전략 수립 등 주요 ESG 목표 심의	위원장	사외이사	고진웅
		위원	사외이사	김중혁
		위원	사외이사	오양호
		위원	사내이사	송구영
내부거래 위원회	내부거래 투명성 및 적정성 제고 역할 수행	위원장	사외이사	오양호
		위원	사외이사	김중혁
		위원	사외이사	고진웅
		위원	사내이사	이민형

주주 친화 정책 수립

주식 및 자본 구조

LG헬로비전의 최대주주는 ㈜LG유플러스이며 주주 구성의 절반을 차지하고 있습니다. 2022년 12월 말 기준 LG헬로비전의 발행주식수는 77,446,865주이며 LG헬로비전의 주주는 상법 및 정관 제23조(의결권)에 따라 보유 주식에 대해 1주당 1개의 의결권을 가집니다.

주주현황

구분	주주명	소유주식수	지분율(%)	비고
최대주주	㈜LG유플러스	38,723,433	50.00	-
5% 이상 주주	SK텔레콤㈜	6,671,993	8.61	-
우리사주조합		15,593	0.02	-

소액주주현황

구분	주주			소유주식			비고
	소액주주수	전체주주수	비율(%)	소액주식수	총발행주식수	비율(%)	
소액주주	143,727	143,731	100.00	29,570,285	77,446,865	38.20	-

주주가치 제고

LG헬로비전은 주주 정책을 시행하여 모든 주주에게 동등한 대우를 보장합니다. 주요 결정사항에 대한 의결권을 보장하기 위해 주주총회 관련 정보를 주주총회 개최 최소 2주 전 전자공시시스템과 홈페이지에 공고하고 있습니다. 모든 주주는 지분 규모와 관계없이 1주당 1개의 의결권을 가지고 동등하게 대우받으며 모든 주주에게 충분하고 공정한 정보를 보장하고 있습니다. 주주환원은 재무실적과 현금흐름, 투자계획 등 사업환경을 종합적으로 고려하여 결정됩니다. LG헬로비전은 '당기순이익(연결재무제표 기준)의 30% 이상을 주주에게 환원'하는 배당정책을 통해 주주환원정책을 강화하고 있습니다.

주주 및 투자자 소통

LG헬로비전은 매분기 정기적인 실적 발표 자료를 홈페이지에 공시하고 있습니다. 실적 발표 자료를 국문과 영문으로 작성하여 국내 주주뿐만 아니라 외국인 주주에게도 실적 정보를 제공합니다. 이 외에도 관련 경영정보는 홈페이지(www.lghellovision.net) 및 DART(dart.fss.or.kr) 등의 전자공시시스템을 통해 확인할 수 있습니다.

정도경영 준수

정도경영 체계

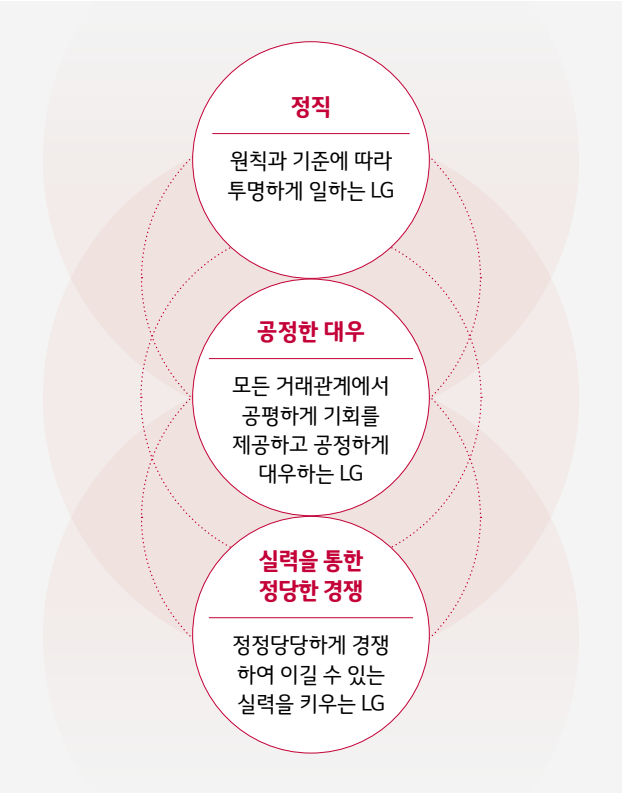
정도경영 요소

정도경영은 윤리경영을 기반으로 꾸준히 실력을 길러 정정당당하게 승부하자는 LG만의 행동방식입니다. LG헬로비전은 원칙과 기준에 따른 정직, 공평하고 공정한 대우, 실력을 통한 정당한 경쟁을 통해 경영 성과를 창출하고자 노력하고 있습니다.

윤리규범

LG헬로비전은 자유롭고 공정한 경쟁을 지향하는 자유시장경제 질서를 존중하고 상호 신뢰와 협력을 토대로 모든 이해관계자와 공동의 이익을 추구하고자 노력합니다. 또한, 모든 구성원은 올바른 행동과 가치 판단의 기준으로서 제정된 LG윤리규범을 토대로 정도경영의 실천을 다짐하고 있습니다. 윤리규범은 고객, 구성원, 국가 및 사회 등 다양한 이해관계자들에 대한 책임과 의무를 명시하고 있으며 구성원들이 올바른 가치판단과 의사결정을 할 수 있도록 객관적인 기준을 제시합니다. 구성원은 윤리규범을 준수하여 자율과 책임에 기초한 자율경영을 도모하며 윤리규범 및 관련 규정을 숙지함으로써 역할과 책임을 다하고 있습니다.

정도경영 3대 요소



LG윤리규범



정도경영 준수

정도경영담당 조직

CEO 직속의 정도경영담당 조직은 윤리사무국과 경영진단팀으로 구성되어 있습니다. 윤리사무국은 제보 채널 운영 및 조사, 정도경영 교육·홍보·자문을 담당하고 경영진단팀은 각 조직 및 사업의 경쟁력 진단과 컨설팅을 수행하고 있습니다.

정도경영담당 조직



정도경영 교육

LG헬로비전은 전사 구성원을 대상으로 부패방지, 공정거래 준수 등을 포함한 정도경영 교육을 실시합니다. 2022년에는 이러닝 콘텐츠인 윤리규범 에센스를 제작하여 반기별 1회 교육을 실시하였습니다. 또한, 리더급을 대상으로 별도의 레터를 추가 배포하여 리더의 정도경영 인식을 강화하고 있습니다.

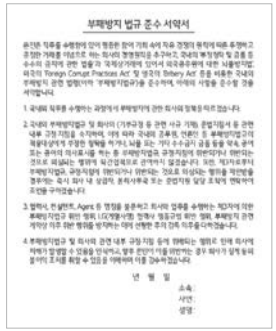
정도경영 교육 실적

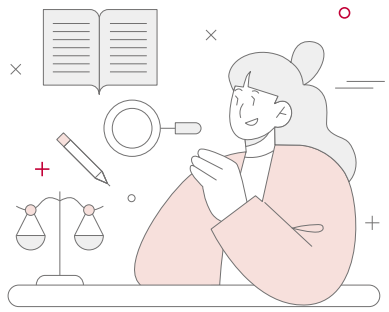
구분	단위	2022
정도경영 교육 대상자 수	명	1,040
정도경영 교육을 받은 인원	명	962
정도경영 관련 총 교육 시간	분	9,620

정도경영 실천·준수 서약

매년 초 전사 구성원은 정도경영 실천 서약서와 부패 방지 법규 준수 서약서를 작성하여 제출합니다. 이를 통해 전사 구성원은 업무를 수행함에 있어 자신의 역할과 책임을 알고 윤리규범과 사업을 영위하는 국가 및 지역의 관련 법규와 상관습을 이해하여 정도경영 실천 의지를 다짐합니다. 또한, 부정경쟁 방지를 위한 제반 법규 준수를 다짐하도록 함으로써 정도경영을 되새기는 계기로 삼고 있습니다. 추가적으로 협력사와 신규 및 재계약 체결 시 정도경영실천 서약서를 작성하여 실천하도록 하고 있습니다.


정도경영 실천 서약서


부패방지 법규준수 서약서



정도경영 문화

정도경영 레터 배포

정도경영의 중요성과 인식을 제고하기 위해 정도경영 레터를 발행하여 주기적으로 배포하고 있습니다. 정도경영 레터는 윤리규범과 연계하여 드라마나 소설 속 정도경영 사례를 소개함으로써 전사 구성원이 생활 속에서 LG윤리규범을 실천 하도록 안내하고 있습니다. 또한, 명절에는 협력사를 대상으로 정도경영 레터를 발송하여 정도경영 실천을 독려합니다.


정도경영 레터

정도경영 준수

정도경영 위반 신고

제보 신고채널 운영

LG헬로비전은 부정비리를 신고할 수 있는 신고채널을 운영하고 있습니다. 부정비리 대상에 해당할 경우 LG사이버 신문고 또는 LG헬로비전 제보 채널을 통해 기명 혹은 무기명으로 신고할 수 있습니다. LG헬로비전은 제보가 접수될 경우 처리 프로세스에 따라 신속하게 처리하며 재발 방지에도 최선을 다하고 있습니다.

신고 처리 프로세스

신고제보 접수 ▶ 내용 확인 및 조사 개시 ▶ 조사 완료 및 종결 ▶ 처리결과 확인

부정비리 대상

- 금품/향응 수수
- 자산 횡령/유용
- 환경/안전 사고
- 불공정 거래
- 문서/계수 조작
- 성희롱/괴롭힘

신고자 보호 원칙 및 포상 제도 운영

부정비리 신고자에 대해서는 '신고자 보호 원칙'에 따라 본인의 동의 없이 신분을 노출하거나 이를 암시하는 어떠한 정보도 공개하지 않습니다. 신고자에 대한 불이익을 금지하며 신고자가 제시한 증거나 정보, 협의 대상자 관련 사항 및 사후 조치를 철저히 관리하고 있습니다. 뿐만 아니라 부정비리 신고 포상 제도를 시행하여 포상여부 및 포상금 산정을 사안의 경중에 따라 심의·결정하고 있습니다. 해당 제도를 통해 LG헬로비전은 고객가치를 훼손하는 부정비리 행위를 근절하고자 합니다.

준법경영체계

준법경영체계 구축

전사 단위의 준법경영체계를 구축하고 상법에 의거한 준법통제기준 및 관련 세부지침을 제정하여 모든 임직원이 컴플라이언스 의무를 준수하도록 관리하고 있습니다. 또한, 준법경영을 고도화하고자 준법지원인을 선임하고 컴플라이언스 시스템을 운영하며, 모니터링 점검 프로세스를 강화해 나가고 있습니다. 더불어 매년 전사 구성원을 대상으로 컴플라이언스 규제 동향 및 이슈를 전파하고 관련 교육을 진행하는 등 준법통제활동을 수행하고 있습니다.

이 밖에도 LG헬로비전은 준법통제를 강화하고 준법경영 활동의 실효성 확보를 위해 각 유관부서가 협업하여 준법 리스크를 점검합니다. 영역별 리스크 점검 체크리스트를 수립하여 핵심 위험을 식별하고 시급한 위험은 준법통제 관련 안건으로 상정 후 이사회에 보고하고 있습니다.

준법 의식 강화

LG헬로비전은 전사 구성원을 대상으로 분기별 컴플라이언스 레터를 발송하고, 연 1회 전사 공통의 준법 교육을 실시합니다. 또한, 신입사원을 대상으로 필수 준법교육을 실시하며, 경력사원 및 경영진을 대상으로 필요 시 추가 준법 교육을 진행하여 구성원의 준법 역량을 강화하고 있습니다.

준법교육 현황

구분	일시	주요활동 및 내역
준법교육	상시	• 전 구성원 대상 동영상 준법교육 수행
		• 경력사원, 경영진 대상 준법교육 수행
		• 전 구성원 대상 컴플라이언스 레터 발송을 통한 최신 법령, 규제 동향 등 전파 및 교육

위기 관리

위기 관리 체계

위기관리 거버넌스

LG헬로비전은 전사 위기 관리 체계를 구축하여 환경안전, 품질, 정보보호, 컴플라이언스 및 평판 관리 분야의 위기에 대비하고 있습니다. 위기 관리 강화를 위해 CRO(Chief Risk Officer) 선임 및 전담조직을 구성하였으며 위기대응 프로세스를 마련하였습니다. 또한, 효과적인 사전 예방 및 사후 대응을 위해 전사 위기관리위원회와 비상대책위원회를 조직하여 CEO 및 CRO를 책임자로 선임하고 평상시 예방 체계와 위기 시 대응 체계를 운영하고 있습니다.

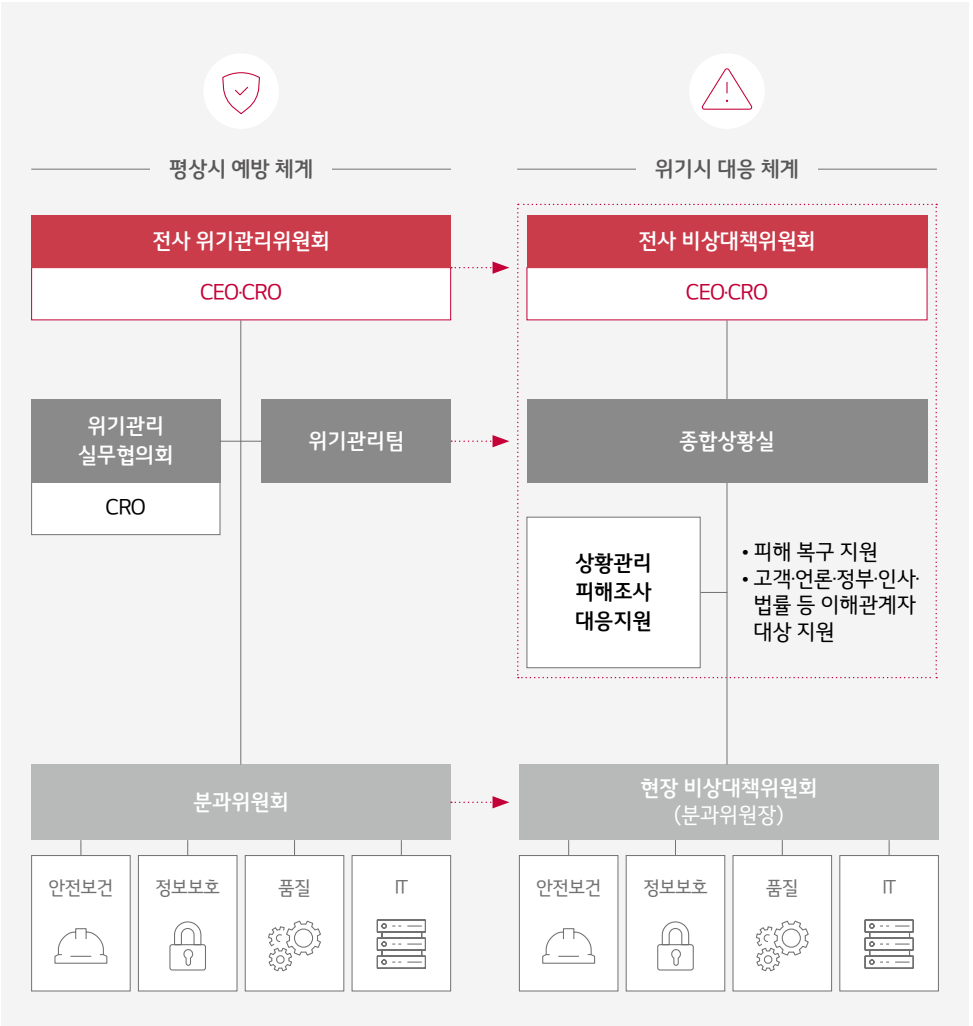
위기 예방 및 대응 체계

전사 위기관리위원회는 위기 예방 차원에서 매분기마다 회사의 위기 관리 추진 방향과 분과위원회별 위기 개선과제를 논의합니다. CRO와 전체 분과위원회 및 위기관리팀이 참여하는 위기관리실무협의회에서는 전사 위기관리위원회의 의사결정 사항에 대한 세부 계획을 수립하고, 실행 및 경과를 점검하고 있습니다. 위기 분야별 분과위원회에서는 해당 분야에서의 개선과제를 선정합니다.

전사 비상대책위원회는 태풍·호우·지진·산불 등의 자연재해가 발생하거나 사전에 정의한 위기 범주 내 사건·사고·장애가 발생하여 이해관계자 또는 기업에 심각한 피해를 미치는 경우 운영됩니다. LG헬로비전은 위기 발생 시 전사 비상대책위원회를 소집하여 신속한 복구와 피해확산 방지, 업무 정상화 등의 체계로 대응하며, 동시에 종합상황실을 가동하여 위기 상황에 따른 신속한 의사결정을 내립니다.



위기 관리 프로세스



위기 관리

위기 분석 및 개선

핵심 리스크 식별 및 관리

LG헬로비전은 위기로 발전가능한 잠재적 리스크에 대한 민감도를 높이고 리스크 식별 및 저감활동을 체계적으로 추진하기 위해 핵심 리스크를 도출하여 관리하고 있습니다.

위기 구분 (✔ 핵심 위기 요소)

범주	유형	요소				
환경안전 리스크	안전보건	✔ 상해 (인사사고)	화재/ 폭발사고	감염병	직업병	
	자연재해	자연재해	침수	지진		
	시설사고	광역 정전	정전 사고	시설물 붕괴		
품질 리스크	NW[1] 품질	✔ 홈 서비스 장애	기업 서비스 장애	지역 채널	ESS[2]/전기차 충전소 장애	국사전원/ 환경설비 장애
	단말/서비스 품질	단말 품질				
	IT품질	✔ 영업 전산 장애	온라인 채널장애	콜서비스 장애		
정보보호 리스크	정보유출	✔ 개인 정보유출				
	침해사고	IT침해사고	NW침해사고			
컴플라이언스 리스크	공정거래	불공정거래	하도급	부당지원	지위남용	
	기준/규제/ 법규위반	법적규제				
평판관리 리스크	홍보	언론 이슈화				

핵심 요소 및 개선 활동

✔ 상해 (인사사고-중대재해)	• 기업 및 협력사 임직원의 안전이 최우선 가치임을 인식 • 중대재해처벌법의 제도화 영향 • 사업장 및 현장의 안전 관리 등 안전사고 예방 활동 강화
✔ 홈서비스 (방송통신) 장애	• 방송통신서비스 대규모 장애 발생 시 큰 파급효과 발생 (고객 뿐만 아니라 사회 전반에 미치는 영향 및 재무적 손실) • 장애 예방 활동, 감시 체계 강화 • 신속한 대응 및 복구로 피해 최소화
✔ 영업전산 시스템 장애	• 시스템 장애 발생 시 고객 응대 서비스 및 회사 업무 중단 등 영업활동에 막대한 영향 발생 • 장애 예방 활동, 감시 체계 강화 • 발생 시 신속한 대응 및 복구로 피해 최소화
✔ 개인정보유출	• 고객의 피해, 사회적 파장, 집단소송 및 평판 훼손 등 문제 야기 • 관리적, 기술적, 물리적 보안 강화 등 예방활동 강화

Appendix

ESG Data	66
GRI Standards Index	73
참여협회 및 단체	75
제3자 검증의견서	76



ESG Data

경제 성과

연결 재무상태표

(사업연도 말 기준, 단위 : 원)

구분	2020	2021	2022
자산			
유동자산	376,033,627,869	435,297,351,594	468,027,206,666
현금및현금성자산	150,528,987,086	129,494,386,021	192,467,840,014
단기금융상품	-	20,000,000,000	-
매출채권	144,435,573,656	150,185,662,726	165,007,099,297
유동성장기대여금	2,151,204,366	2,261,245,162	1,111,080,000
선급금	3,218,978,221	38,425,578,262	3,497,427,391
재고자산	7,219,628,675	10,144,190,591	6,672,584,213
기타의유동금융자산	8,482,378,835	11,890,306,333	14,579,790,489
기타의유동자산	2,810,417,523	2,460,458,799	2,745,654,249
계약자산	57,186,459,507	70,435,523,700	81,945,731,013
비유동자산	1,096,687,827,679	1,052,818,680,723	959,986,230,617
관계기업투자	3,571,125,903	2,635,257,118	2,681,689,549
투자부동산	5,093,113,000	5,093,113,000	5,093,113,000
유형자산	594,172,767,200	538,508,232,797	495,243,874,181
사용권자산	83,660,111,796	74,335,386,292	61,157,305,849
영업권	168,991,669,756	168,991,669,756	109,035,051,591
기타무형자산	77,802,826,440	62,676,529,545	48,393,609,567
이연법인세자산	12,850,750,375	4,961,663,294	1,693,777,050
순확정급여자산	-	-	15,813,691,666
장기매출채권	67,661,547,368	90,891,115,750	110,627,612,802
기타비유동금융자산	16,007,172,782	14,650,199,088	13,014,431,124
기타의비유동자산	1,857,332,945	2,415,329,203	1,743,460,185
계약자산	65,019,410,114	87,660,184,880	95,488,614,053
자산총계	**1,472,721,455,548**	**1,488,116,032,317**	**1,428,013,437,283**

(사업연도 말 기준, 단위 : 원)

구분	2020	2021	2022
부채			
유동부채	422,439,306,402	268,234,438,271	449,526,730,717
매입채무 및 기타유동채무	18,414,413,439	17,717,802,505	7,451,490,585
미지급금	86,671,006,335	86,091,009,079	76,874,345,591
유동성사채	-	29,998,438,656	199,917,102,140
유동성장기차입금	150,000,000,000	-	-
유동성리스부채	8,392,130,487	7,718,240,858	6,799,263,087
당기법인세부채	3,145,248,563	-	4,327,238,751
기타의유동금융부채	114,931,878,692	49,397,027,928	108,587,863,602
기타의유동부채	35,148,713,003	73,133,284,613	40,640,828,687
충당부채	2,300,143,464	726,074,736	885,647,764
계약부채	3,435,772,419	3,452,559,896	4,042,950,510
비유동부채	419,176,233,955	567,498,091,885	352,964,895,283
사채	329,210,589,903	489,073,081,856	289,610,266,269
리스부채	70,599,636,978	62,799,422,761	52,096,132,660
퇴직급여채무	6,171,958,916	1,764,757,284	-
기타장기종업원급여	3,827,108,641	4,579,664,158	1,786,255,288
예수보증금	253,697,556	268,697,556	254,653,598
충당부채	5,831,271,671	5,080,390,467	5,170,776,924
계약부채	3,281,970,290	3,932,077,803	4,046,810,544
부채총계	841,615,540,357	835,732,530,156	802,491,626,000
자본			
지배기업지분	631,105,915,191	652,383,502,161	625,521,811,283
자본금	193,617,162,500	193,617,162,500	193,617,162,500
기타불입자본	190,095,891,463	190,095,891,463	190,095,891,463
기타자본항목	(7,695,216)	35,981,578	(93,066,680)
이익잉여금	247,400,556,444	268,634,466,620	241,901,824,000
비지배지분	-	-	-
자본총계	631,105,915,191	652,383,502,161	625,521,811,283
자본과 부채 총계	**1,472,721,455,548**	**1,488,116,032,317**	**1,428,013,437,283**

ESG Data

연결 포괄손익계산서

(사업연도 말 기준, 단위 : 원)

구분	2020	2021	2022
영업수익	1,057,934,695,627	1,080,132,280,928	1,167,867,997,994
영업비용	1,023,784,576,438	1,035,640,255,325	1,114,067,138,135
영업이익(손실)	34,150,119,189	44,492,025,603	53,800,859,859
금융수익-유효이자율법에따른 이자수익	3,809,039,115	4,042,249,840	4,839,048,249
금융수익-기타	5,016,059,189	1,941,130,562	4,139,529,520
금융비용	17,153,968,336	12,887,312,448	10,535,331,732
기타영업외수익	6,012,100,123	5,838,488,496	3,317,064,643
기타영업외비용	341,613,738,898	7,699,680,739	69,258,169,644
관계기업투자손익	(187,432,814)	(408,771,786)	46,432,431
법인세비용차감전순이익(손실)	(309,967,822,432)	35,318,129,528	(13,650,566,674)
법인세비용	2,825,776,715	8,396,267,074	12,374,026,601
당기순이익(손실)	(312,793,599,147)	26,921,862,454	(26,024,593,275)
지배기업의 소유주	(312,793,599,147)	26,921,862,454	(26,024,593,275)
비지배지분	-	-	-
주당이익	-	-	-
기본및희석주당이익(손실) (단위 : 원)	(4,039)	348	(336)
기타포괄손익 (법인세효과 차감후)	(1,599,324,016)	164,239,391	7,682,057,547
확정급여제도의 재측정요소	(1,599,324,016)	120,562,597	7,811,105,805
기타포괄손익-공정가치 측정지분상품평가손익	-	43,676,794	(129,048,258)
당기손익으로 재분류될 수 있는 항목(세후기타포괄손익)	-	-	-
총포괄손익	**(314,392,923,163)**	**27,086,101,845**	**(18,342,535,728)**

이해관계자 경제가치 배분*

구분	단위	2020	2021	2022	비고
주주/투자자	억 원	215	184	189	배당금 및 이자
구성원	억 원	1,008	1,038	1,035	급여+복리후생비+퇴직연금
정부(법인세)	억 원	27	82	120	법인세
지역사회	억 원	2.3	3.4	3.2	사회공헌 기부금
협력사	억 원	8.5	4.4	4.4	헬로시너지 프로그램 지원 금액 (홈서비스대리점 대상)

* 별도재무제표 기준

구성원 퇴직연금

구분		단위	2020	2021	2022
퇴직연금 운용	총 퇴직연금 운용금액	백만 원	64,861	71,482	84,459
	확정급여형(DB) 퇴직연금 운용 금액	백만 원	64,861	71,482	84,434
	확정기여형(DC) 퇴직연금 운용 금액*	백만 원	-	-	25

* 2022년 9월부터 DC형 퇴직연금제도 도입

근로자 임금

구분		단위	2020	2021	2022
신입사원 임금	법정최저임금 대비 남성 신입사원 임금 비율	%	158.6	156.2	160.7
	법정최저임금 대비 여성 신입사원 임금 비율	%	158.6	156.2	160.7

ESG Data

지배구조 성과

이사회 구성

구분		단위	2020	2021	2022
사내이사	남성	명	3	3	3
	여성	명	0	0	0
사외이사	남성	명	3	3	3
	여성	명	0	0	0
이사 비율	사내이사	%	50.0	50.0	50.0
	사외이사	%	50.0	50.0	50.0

이사회 전문성

구분		단위	2020	2021	2022
이사회 전문성	통신 산업경험을 보유한 사외이사 수	명	1	1	1

이사회 운영

구분		단위	2020	2021	2022
이사회 개최	총 이사회 개최	회	8	8	7
	정기 이사회 개최	회	8	8	7
	임시 이사회 개최	회	0	0	0
이사회 안건	이사회 결의 안건 수	건	15	19	21
	이사회 안건/보고 수	건	6	13	19
ESG 안건	이사회 내 ESG 리스크 안건/보고 수	건	0	2	3
	ESG위원회 내 ESG 리스크 안건/보고 수	건	0	3	5
이사회 참석	사외이사 평균 참석률	%	100	100	100
	사내이사 평균 참석률	%	90	87	90
	전체 평균 참석률	%	95	93	95
이사회 재임기간	이사회 평균 재임기간	년	1.00	1.98	2.65

위원회* 운영

구분			단위	2020	2021	2022
위원회 개최	위원회 총 개최 횟수		회	5	11	13
	감사위원회 개최 횟수		회	5	6	6
	ESG위원회 개최 횟수		회	-	2	2
	내부거래위원회 개최 횟수		회	-	3	3
	사외이사후보추천위원회 개최 횟수		회	0	0	2
위원회 안건	위원회 총 안건/보고 수		건	9	21	34
	감사위원회 안건/보고 수		건	9	11	19
	ESG위원회 안건/보고 수		건	-	3	5
	내부거래위원회 안건/보고 수		건	-	7	7
	사외이사후보추천위원회 안건/보고 수		건	0	0	3
위원회 참석	감사위원회	사외이사 참석률	%	100	100	100
		사내이사 참석률	%	-	-	-
	ESG위원회	사외이사 참석률	%	-	100	100
		사내이사 참석률	%	-	100	100
	내부거래위원회	사외이사 참석률	%	-	100	100
		사내이사 참석률	%	-	100	66
	사외이사후보 추천위원회	사외이사 참석률	%	-	-	100
		사내이사 참석률	%	-	-	-

* 사외이사후보추천위원회 : 2020년 3월 신설, ESG위원회 : 2021년 5월 신설, 내부거래위원회 : 2021년 7월 신설

ESG Data

이사회 보상

구분		단위	2020	2021	2022
이사회 보수	이사회 보수 총액	백만 원	1,125	1,512	1,461
	이사회 평균 보수액	백만 원	188	252	244
	이사회 1인당 평균보수액	백만 원	188	252	244
사내이사 보수	사내이사 보수 총액	백만 원	903	1,255	1,190
	사내이사 평균 보수액	백만 원	301	418	397
사외이사 보수	사외이사 보수 총액	백만 원	222	258	271
	사외이사 평균 보수액	백만 원	74	86	90
CEO 및 구성원 보수	CEO의 평균 보수액	백만 원	592	847	787
	구성원 보수 평균 금액	백만 원	68	74	81
	구성원 대비 CEO 평균 보수 배수	배	9	11	10

위반 현황

구분		단위	2020	2021	2022
윤리 위반*	비윤리 이슈 신고 건수	건	-	-	8
	내부 윤리 위반 건수**	건	-	-	7
불공정 거래	독점규제 및 공정거래에 관한 법률과 관련된 벌금, 합의금액	백만 원	0	0	0
	독점규제 및 공정거래에 관한 법률 위반 벌금, 제재, 경고를 받은 건수	건	0	0	0

* 2022년부터 내부 기준 수립하여 데이터 관리 함
** 부정비리/직장내 괴롭힘

후원 및 기부

구분		단위	2020	2021	2022
후원 및 기부금	주요 후원 단체* 총 출연금	원	5,400,000	7,000,000	13,000,000
	정치 기부금	원	0	0	0
	로비 및 이익단체 기부금	원	0	0	0

* ㈔한국소비자연맹, ㈔한국방송학회, ㈔한국소비자연합, ㈔녹색소비자연대 등

환경 성과

온실가스 관리*

구분		단위	2020	2021	2022
온실가스 배출량**	Scope 1(직접) 배출량	tCO_2eq	287.1	259.9	329.3
	Scope 2(간접) 배출량	tCO_2eq	52,349.7	51,262.3	51,519.2
	Scope 3(기타) 배출량	tCO_2eq	-	-	73.1
	온실가스 총 배출량 합계	tCO_2eq	52,636.8	51,522.3	51,848.5
온실가스 집약도	Scope1+2 원단위 배출 집약도	tCO_2eq/억 원	4.98	4.77	4.44

* 2022년부터 내부 기준 수립하여 데이터 관리 함.
** 온실가스 배출량 산정범위 : [Scope1&2] 자가국사/임차국사, 네트워크장비, 업무용차량 등
[Scope 3] 자본재(상수), 임직원 출퇴근, 출장, 폐기물

에너지 관리*

구분		단위	2020	2021	2022
에너지 사용량	전력	TJ	1,093.9	1,071.2	1,076.6
	이동 연소(휘발유/경유)**	TJ	4.2	3.8	4.8
	에너지 총 사용량 합계	TJ	1098.1	1075.0	1081.3
에너지 집약도	에너지 집약도	TJ/억 원	0.1034	0.0992	0.0922

* 에너지 사용량 산정범위 : 자가국사/임차국사, 네트워크장비, 업무용차량
** 내부 기준에 따라 휘발유와 경유 8:2로 집계

용수 관리*

구분		단위	2020	2021	2022
용수 사용	용수 총 사용량(상수도)	ton	-	19,471	17,933
	용수 총 소비량	ton	-	19,471	17,933

* 용수 사용량 산정범위 : 자가국사
** 2021년부터 내부 기준 수립하여 데이터 관리 함.

폐기물 관리

구분		단위	2020	2021	2022
폐기물 배출	폐기물 총 배출량	ton	300.1	274.6	201.7

환경 법규 위반*

구분		단위	2020	2021	2022
환경 법규	환경 의무/규제 위반 건수	건	0	0	0
	환경 의무/규제 위반 벌금 액수	백만 원	0	0	0

* 1,000만 원 이상의 과태료 또는 벌금

ESG Data

사회 성과

구성원 현황

구분			단위	2020	2021	2022
구성원 현황	전체 구성원 수		명	1,127	1,053	1,064
	총 남성 직원 수		명	832	784	779
	총 여성 직원 수		명	295	269	285
계약형태별	총 정규직 직원 수		명	1,121	1,048	1,049
	남성 정규직 직원 수		명	829	781	771
	여성 정규직 직원 수		명	292	267	278
	총 계약직 직원 수		명	6	5	15
	남성 계약직 직원 수		명	3	3	8
	여성 계약직 직원 수		명	3	2	7
연령별	여성	만 30세 미만	명	67	48	56
		만 30세-만 50세	명	226	218	224
		만 50세 초과	명	2	3	5
	남성	만 30세 미만	명	56	35	35
		만 30세-만 50세	명	728	680	644
		만 50세 초과	명	48	69	100

신규채용

구분			단위	2020	2021	2022
총 신규채용 인원	총 신규채용 인원		명	34	41	95
	계약형태별*	정규직 직원 수	명	33	36	76
		계약직 직원 수	명	1	5	19
	연령별	만 30세 미만	명	5	8	44
		만 30세-만 50세	명	27	32	47
		만 50세 초과	명	2	1	4
남성 신규채용	남성 총 신규채용 인원		명	29	27	50
	계약형태별	정규직 직원 수	명	28	24	40
		계약직 직원 수	명	1	3	10
	연령별	만 30세 미만	명	4	3	14
		만 30세-만 50세	명	23	23	32
		만 50세 초과	명	2	1	4
여성 신규채용	여성 총 신규채용 인원		명	5	14	45
	계약형태별	정규직 직원 수	명	5	12	36
		계약직 직원 수	명	0	2	9
	연령별	만 30세 미만	명	1	5	30
		만 30세-만 50세	명	4	9	15
		만 50세 초과	명	0	0	0

* 당해년도 퇴사/채용 직원이 있어 전체 계약직 직원 수 보다 초과 됨.

구성원 다양성

구분			단위	2020	2021	2022
구성원 다양성	총 경영진 직원 수		명	10	9	9
	경영진	남성 직원 수	명	9	7	7
		남성 직원 비율	%	90.0	77.8	77.8
		여성 직원 수	명	1	2	2
		여성 직원 비율	%	10.0	22.2	22.2
	총 중간관리자 직원 수		명	628	643	684
	중간관리자	남성 직원 수	명	534	544	569
		여성 직원 수	명	94	99	115
	전체 중간관리자 중 여성 비율		%	15.1	15.4	16.8
	전체 직원 중 여성 비율		%	26.2	25.5	26.7
	장애인	여성 장애인 근로자 수	명	4	3	2
		남성 장애인 근로자 수	명	7	7	8
	보훈자	여성 보훈자 직원 수	명	3	3	3
		남성 보훈자 직원 수	명	5	5	5
	외국인	외국인 근로자 수	명	0	0	0
직장 내 차별금지	구성원 인권침해 관련 신고 건수		건	0	2	4
	구성원 인권침해 관련 개선/해결 건수		건	0	2	4
공정한 보상	남성 대비 여성 구성원 기본급 비율		%	78.1	79.6	78.7
	남성 대비 여성 구성원 보상 비율		%	75.3	77.0	77.6
	평균 근속 연수	남성	년	11.6	12.6	13.3
		여성	년	8.1	8.9	8.7

이직 및 퇴직

구분			단위	2020	2021	2022
총 이직현황	전체 이직 및 퇴직자 수		명	90	118	87
	전체 자발적 이직자 수		명	75	89	65
여성 이직현황	여성 직원 중 총 이직 및 퇴직자 수		명	31	41	30
	여성 직원 중 자발적 이직자 수		명	29	33	27
	연령별	만 30세 미만	명	15	11	8
		만 30세-만 50세	명	14	22	18
		만 50세 초과	명	0	0	1
남성 이직현황	남성 직원 중 총 이직 및 퇴직자수		명	59	77	57
	남성 직원 중 자발적 이직자수		명	46	56	38
	연령별	만 30세 미만	명	10	11	1
		만 30세-만 50세	명	34	44	37
		만 50세 초과	명	2	1	0

ESG Data

육아휴직 및 복귀

구분			단위	2020	2021	2022
육아휴직	육아휴직 사용자		명	25	18	22
	남성 육아휴직 사용자		명	7	8	7
	여성 육아휴직 사용자		명	18	10	15
육아휴직 후 복귀	육아휴직 사용 후 업무 복귀자		명	24	15	21
	복귀 비율		%	96.0	83.3	95.5
	남성	육아휴직 사용 후 업무 복귀자	명	7	7	6
		복귀 비율	%	100.0	87.5	85.7
	여성	육아휴직 사용 후 업무 복귀자	명	17	8	15
		복귀 비율	%	94.4	80.0	100.0
	육아휴가 사용 후 업무복귀 후 12개월 이상 근무자		명	19	21	12
	육아휴직 받은 구성원의 근속비율		%	79.2	140.0	57.1
	남성	육아휴가 사용 후 업무복귀 후 12개월 이상 근무자	명	6	6	5
		근속 비율	%	85.7	85.7	83.3
	여성	육아휴가 사용 후 업무복귀 후 12개월 이상 근무자	명	13	15	7
		근속 비율	%	76.5	187.5	46.7

구성원 교육

구분			단위	2020	2021	2022
구성원 교육	교육 대상 구성원 총 수		명	1,077	1,053	1,064
	교육 완료 구성원 수		명	534	1,034	1,022
	남성	교육 대상 직원 수	명	835	785	779
		교육 완료 직원 수	명	235	781	752
	여성	교육 대상 직원 수	명	242	268	285
		교육 완료 직원 수	명	299	253	270
	총 교육 시간		시간	18,685	42,499	37,190
	인당 평균 교육시간		시간	35.0	41.1	36.4
	남성	총 교육 시간	시간	11,841	36,317	30,634
		인당 평균 교육 시간	시간	50.4	46.5	40.7
	여성	총 교육 시간	시간	6,844	6,182	6,556
		인당 평균 교육 시간	시간	22.9	24.4	24.3
정도경영 교육*	정도경영 교육 대상자 수		명	-	-	1,040
	정도경영 교육을 받은 인원		명	-	-	962
	정도경영 관련 총 교육 시간		분	-	-	9,620

* 2022년부터 내부 기준 수립하여 데이터 관리 함.

안전보건 관리*

구분			단위	2020	2021	2022
사업장 안전보건	구성원	부상으로 인한 사망자 수	명	0	0	0
		질병으로 인한 사망자 수	명	0	0	0
		근로손실 재해건수	건	1	0	0
	구성원 총 수		명	1,132	1,075	1,075
	구성원 총 근로시간		시간	2,621,113	2,446,518	2,327,925
	구성원 근로손실 재해율(LTIFR)		%	0.38	0	0
협력사 안전보건	협력사 구성원	부상으로 인한 사망자 수	명	0	0	0
		질병으로 인한 사망자 수	명	0	0	0
	협력사 근로손실 재해건수		건	0	0	1

* LG HelloVision 사고대응 보고체계 기준

ESG Data

지역사회공헌 활동

구분		단위	2020	2021	2022
지역사회공헌	총 기부금액	원	232,639,206	340,377,888	324,431,304
	사회공헌 총 참여시간	시간	4,010	2,502	2,228
	사회공헌 총 참여인원	명	587	348	427

공급망 관리

구분		단위	2020	2021	2022
공급망 관리	총 등록 협력사 수	개사	936	1,656	1,191
동반성장 및 상생협력	협력사 수	개	36	37	36
	헬로시너지 프로그램 지원 금액(홈서비스대리점 대상)	억 원	8.5	4.4	4.4

정보보안

구분		단위	2020	2021	2022
정보보안 위반	개인정보 유출·도난·분실 발생 횟수	건	0	0	2
	기업데이터 유출·도난·분실 건수	건	0	0	0
	개인정보 보호 관련 불만 건수	건	0	0	0

구성원 성과평가

구분		단위	2020	2021	2022
구성원 성과평가	성과평가 대상 구성원 수	명	1,120	1,052	1,055
	성과평가 실시 구성원 수	명	1,092	1,021	1,010
	구성원 성과평가 수행비율	%	98	97	96
	전체 구성원 대비 정기적인 성과평가를 받는 남성 직원 비율	%	72.8	73.0	71.6
	전체 구성원 대비 정기적인 성과평가를 받는 여성 직원 비율	%	24.7	24.1	24.2

노사관계

구분		단위	2020	2021	2022
노사관계	노동조합 가입 대상 직원 수	명	928	856	859
	노동조합 가입 인원 수	명	349	457	474
	노동조합 가입 비율	%	30.9	43.7	44.9
	단체교섭 적용 비율	%	100.0	100.0	100.0

제품 및 서비스

구분		단위	2020	2021	2022
제품 안전	제품 및 서비스의 건강 및 안전 영향에 관한 규정을 위반한 건수	건	0	0	0
마케팅 및 라벨링 위반	제품 및 서비스 정보 및 라벨링 관련 법률 위반 벌금, 제재, 경고를 받은 건수	건	0	0	0
	마케팅 커뮤니케이션 관련 규정 위반 벌금, 제재, 경고를 받은 건수	건	0	0	0
네트워크 장애	대형 통신장애 발생 건수	건	0	0	0

고객 만족

구분		단위	2020	2021	2022
고객 만족	대외 불만 VOC 처리 총 건수	건	783	578	289
	품질 불만 VOC 처리 총 건수	만 건	107.6	91.2	77.6

GRI Standards Index

Universal Standards

구분	지표	지표내용	페이지	비고
GRI 2 : General Disclosures 2021	2-1	조직 정보	6	
	2-2	보고서 내 주체	2	
	2-3	보고주기, 빈도, 문의처	2	
	2-4	정보수정	2	
	2-5	외부 검증	76-77	
	2-6	활동, 가치사슬, 기타 비즈니스 관계	8-11	
	2-7	구성원	70-72	
	2-8	구성원이 아닌 근로자	-	기밀성 제약(데이터 미공개)
	2-9	거버넌스 구조 및 요소	57-59	
	2-10	최고 거버넌스 임명 및 선정	57-59	
	2-11	최고 거버넌스 기구의 의장	57	
	2-12	영향 관리에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	14, 57-59	
	2-13	영향 관리를 위한 책임 위임	57-59	
	2-14	지속가능성 보고에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	14	
	2-15	이해관계 상충	57-59	
	2-16	중요사항 보고	57-59	
	2-17	최고 거버넌스 기구의 종합적 지식	57	
	2-18	최고 거버넌스 기구 성과 평가	58	
	2-19	보수 정책	58	
	2-20	보수 결정 절차	58	
	2-21	연간 총 보상 비율	69	
	2-22	지속가능 개발 전략에 관한 성명서	4	
	2-23	정책 이행 약속	37	
	2-24	정책 약속 내재화 방법	25, 37, 42	
	2-25	부정적 영향 저감 프로세스	61-62	
	2-26	자문과 신고를 위한 매커니즘	62	
	2-27	법률 및 규정 준수	69	
	2-28	협회 멤버쉽	75	
	2-29	이해관계자 참여 방식	15	
	2-30	단체 협약	72	

Material Topics

구분	지표	지표내용	페이지
GRI 3 : Material Topics 2021	3-1	중요 주제 결정 절차	19
	3-2	중요 주제 목록	20

정보보호 및 개인정보보안

구분	지표	지표내용	페이지
GRI 3	3-3	중요 주제 관리	22
GRI 418 : 고객정보보호	418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	72

사업장 안전보건 관리

구분	지표	지표내용	페이지
GRI 3	3-3	중요 주제 관리	22
GRI 403 : 산업안전보건	403-1	산업안전보건 관리시스템	42
	403-2	위험 파악, 위험 평가 및 사고 조사	64
	403-3	산업안전보건 서비스	36
	403-4	산업안전보건에 대한 근로자 참여 및 커뮤니케이션	63
	403-5	산업안전보건에 대한 근로자 훈련	43
	403-6	근로자 건강 증진	36
	403-7	비즈니스 관계로 직결된 산업안전보건 영향 예방 및 완화	64
	403-8	산업안전보건 관리시스템의 적용을 받는 근로자	36, 51
	403-9	업무 관련 상해	71
	403-10	업무 관련 질병	71

신성장 동력강화 및 사업 성과창출

구분	지표	지표내용	페이지
GRI 3	3-3	중요 주제 관리	9-11, 38
GRI 203 : 간접경제효과	203-2	중요한 간접적 경제 파급효과 및 영향	9-11, 38

GRI Standards Index

에너지 소비량 관리 및 효율 증대

구분	지표	지표내용	페이지
GRI 3	3-3	중요 주제 관리	21
GRI 302 : 에너지	302-1	조직 내부 에너지 소비	69
	302-3	에너지 집약도	69

인적 자원 관리 및 개발

구분	지표	지표내용	페이지
GRI 3	3-3	중요 주제 관리	22
GRI 404 : 훈련 및 교육	404-1	구성원 1인당 평균 교육 시간	71
	404-2	구성원 역량 강화 및 전환 지원을 위한 프로그램	33
	404-3	정기적으로 성과 및 경력 개발 검토를 받는 직원 비율	72

투명한 정도경영 확립

구분	지표	지표내용	페이지
GRI 3	3-3	중요 주제 관리	23
GRI 206 : 경쟁저해행위	206-1	경쟁저해행위, 독과점 등 불공정한 거래행위에 대한 법적 조치	69

지역사회 특성을 고려한 사회공헌활동 수행

구분	지표	지표내용	페이지
GRI 3	3-3	중요 주제 관리	22
GRI 413 : 지역사회	413-1	지역사회 참여, 영향 평가 그리고 발전프로그램 운영 비율	52-55

Non Material Topics

경제 표준

구분	지표	지표내용	페이지
GRI 201 : 경제성과	201-1	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	67
	201-2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	26
	201-3	조직의 확정급여형 연금제도 채무 충당	67
GRI 202 : 시장지위	202-1	사업장의 현지 법정최저임금 대비 신입사원 임금 비율	67
GRI 203 : 간접경제효과	203-1	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원활동	52-55
GRI 205 : 반부패	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	62, 69

환경 표준

구분	지표	지표내용	페이지
GRI 303 : 용수 및 폐수	303-1	공유 자원으로써 물과의 상호 작용	28
	303-5	용수 사용량	28, 69
GRI 304 : 생물다양성	304-3	보호 또는 복원된 서식지	31
GRI 305 : 배출	305-1	직접 온실가스 배출량(scope 1)	27, 69
	305-2	간접 온실가스 배출량(scope 2)	27, 69
	305-3	기타 간접 온실가스 배출량(scope3)	27, 69
	305-4	온실가스 배출 집약도	27, 69
GRI 306 : 폐기물	306-2	폐기물 관련 중대한 영향 관리	28
	306-3	폐기물 발생	28, 69

GRI Standards Index

사회 표준

구분	지표	지표내용	페이지
GRI 401 : 고용	401-1	신규채용과 이직	70
	401-2	비정규 직원 혹은 파트타임 직원에게는 제공되지 않는 정규직 직원 대상의 보상	36
	401-3	육아휴직	71
GRI 402 : 노사관계	402-1	운영상의 변화와 관련한 최소 공지기간	35
GRI 405 : 다양성과 기회균등	405-1	거버넌스 기구 및 구성원 다양성	70
	405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	71
GRI 406 : 차별금지	406-1	차별 사건 및 이에 대한 시정조치	38, 70
GRI 416 : 고객 안전보건	416-2	제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건	72
GRI 417 : 마케팅 및 라벨링	417-2	제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건	72
	417-3	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규정 위반	72

참여협회 및 단체

- 한국정보통신기술협회(TTA)
- 한국전파진흥협회(RAPA)
- 한국미래케이블포럼(KFCF)
- 한국방송·미디어공학회
- 한국통신사업자연합회(KTOA)
- 개인정보보호협회
- 한국케이블TV방송협회
- 한국거래소
- 한국상장사협의회
- 한국알뜰통신사업자협회

제3자 검증의견서

LG헬로비전 이해관계자 귀중

검증 개요(Assurance Outline)

한국생산성본부인증원(KPCQA)은 LG헬로비전으로부터 2022년도 지속가능 보고서(이하 '보고서')에 대한 검증을 요청받고 검증을 실시하여 제3자 검증보고서를 다음과 같이 발급합니다.

본 보고서는 LG헬로비전이 관련 정보를 수집 및 작성하였으므로 수록된 보고서 내용에 대한 책임은 LG헬로비전에 있습니다. 한국생산성본부인증원(KPCQA)의 책임은 명시한 검증 기준 및 범위에 따라 본 보고서에 대한 독립적인 검증 의견을 제시하는 데 있습니다.

검증 범위(Scope)

본 보고서는 LG헬로비전의 지속가능경영과 관련된 노력과 성과를 기술하고 있습니다. 검증범위는 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일을 기준으로 하였으며, 2023년 6월까지의 일부 활동도 포함하였습니다. 지속가능경영정책과 전략, 목표, 사업, 성과 등에 대한 보고 내용과 보고서 작성 과정의 합리적 프로세스, 정보수집 및 분석의 적합성을 중점으로 검증을 수행하였습니다.

검증기준(Criteria)

본 보고서의 검증은 다음 기준에 의하여 수행되었습니다.

- AA1000AS v3
- 한국생산성본부인증원 ESG 검증 프로토콜(KPCQA ESG Assurance Protocol)

검증수준(Levels)

본 보고서의 검증은 AA1000AS v3 검증표준의 Type 1(AA1000 4대원칙 준수)에 해당하는 검증을 수행하였으며, 검증 수준은 중위수준(moderate)이었으며 중요성 기준은 전문가적 판단(Professional Judgement)이 적용되었습니다.

GRI standards에 따라 작성된 (in accordance with) 보고서로 확인되었으며, LG헬로비전이 제공한 자료와 정보에 기반하여 GRI standards 보고원칙, 범용표준(Universal Standards), 주제표준(Topic Standards)에 관련된 내용이 해당 요구사항을 준수하고 있음을 확인하였습니다.

공통표준(Universal Standards)

조직 및 보고 관행	2-1 ~ 2-5
활동 및 임직원	2-6 ~ 2-8
거버넌스	2-9 ~ 2-21
전략, 정책 및 실행	2-22 ~ 2-28
이해관계자 참여	2-29 ~ 2-30
중대성 주제	3-1 ~ 3-3

주제표준(Topic Standards)

경제성과	201-1, 201-2, 201-3
시장지위	202-1
간접 경제적 영향	203-1, 203-2
반부패	205-3
경쟁저해행위	206-1
에너지	302-1, 302-3
용수	303-1, 303-5
생물다양성	304-3
배출	305-1, 305-2
폐기물	306-2, 306-3
고용	401-1, 401-2, 401-3
노사관계	402-1
산업 보건 및 안전	403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7,403-8, 403-9, 403-10
훈련 및 교육	404-1, 404-2, 404-3
다양성 및 기회균등	405-1, 405-2
차별금지	406-1
지역사회	413-1
고객 안전보건	416-2
마케팅 및 라벨링	417-2, 417-3
고객개인정보	418-1

제3자 검증의견서

검증방법(Methodology)

- 지속가능경영 성과관리 시스템 및 성과자료 검토
- 보고서 작성 프로세스 및 자료관리 체계 검토
- 중대성 평가 방법, 결과 및 내부분석절차 검토
- 지속가능경영과 관련하여 보도된 언론매체 문건 검토
- 중대이슈 및 보고서 작성에 관련이 있는 임직원 인터뷰
- 보고서 내용에 대한 전반적 검토

검증한계(Limitations)

본 검증은 LG헬로비전에서 제공한 데이터에 대한 비교 검토를 수행하며, 한정된 범위에서 제한적 검증을 실시하였습니다. 보고서에 작성된 데이터의 특성 및 산정 방법에 따라서 고유의 한계를 가지고 있습니다.

검증결과(Conclusions)

한국생산성본부인증원(KPCQA)은 자료 및 문서검토 및 검색, 현장검증, 임직원 인터뷰 결과를 토대로 보고서 초안에 수록된 내용을 검토하고 의견을 제시하였으며 일부 필요한 수정이 이루어져 최종판을 검토 완료하였습니다.

본 보고서의 검증을 수행한 결과 중대한 오류나 부적절하게 기술된 내용은 발견하지 못하였으며 검증의견은 다음과 같습니다.

- **포괄성(Inclusivity) : 이해관계자의 참여**

  LG헬로비전은 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 운영하며, 다양한 이해관계자들의 의견을 수렴하여 주요 이슈 사항을 도출하였으며 의사결정에 반영되도록 노력하고 있음을 확인하였습니다.

- **중대성(Materiality) : 주요 이슈의 선정 및 보고**

  LG헬로비전의 지속가능성과에 대하여 중대 이슈들을 누락없이 포함하고 있다고 확인하였으며 보고서에 수록된 중요 이슈에 대하여 의사결정 과정에 문제가 될 만한 내용은 발견되지 않았음을 확인했습니다.

- **대응성(Responsiveness) : 이슈에 대한 조직의 대응**

  LG헬로비전은 ESG경영 추진체계를 마련하였으며 내외부 이해관계자의 요구와 관심사 대응을 위하여 노력하고 있음을 확인하였습니다. 중대성 평가를 통하여 도출한 주요 이슈에 대한 관리 프로세스를 확인하였습니다.

- **영향성(Impact) : 기업 활동 모니터링 및 측정**

  LG헬로비전의 비즈니스 활동으로 인해 이해관계자들에게 미치는 영향을 식별 및 모니터링하고 있음을 확인하였습니다. 중대 이슈와 관련된 영향성이 부적절하게 측정되었다고 할 만한 근거를 확인하지 못하였습니다.

검증의 적격성 및 독립성(Competencies and Independence of Assurance)

한국생산성본부인증원(KPCQA)은 ISO/IEC 17021:2015에 부합하는 제3자 적합성 평가기관(3rd Party Conformity Assessment Body)이며, 문서화된 방침, 평가 프로세스 및 품질보증시스템을 갖추고 ESG 분야에 전문성을 보유한 전문가들로 검증팀을 구성하고 있습니다.

한국생산성본부인증원(KPCQA)은 LG헬로비전의 영리를 목적으로 하는 활동 등에 참여한 바도 없으며 금번 검증에도 영향을 미치지 않는 독립성을 유지해왔습니다.

2023년 10월

한국생산성본부인증원

kpc 한국생산성본부인증원 KOREA PRODUCTIVITY CENTER QUALITY ASSURANCE

AA1000 Licensed Report 000-404/V3-LSX8K

원장 오 경 희 오경희


LG HelloVision