

일상을 편리하게
지역을 가치있게!

LG헬로비전 지속가능경영보고서

LG HelloVision
Sustainability Report
2025-2026

 LG HelloVision

CONTENTS

Overview

03

CEO Message	04
철학 및 비전	05
기업개요 및 사업현황	06
ESG경영 체계	12
이해관계자 소통	14
중대성 평가	17

우리가 만드는 세상

18

Value Chain & Business Impact	19
-------------------------------	----

Special Issue

#1. AI 기술이 바꾸는 일상	20
#2. 지역을 가치있게 만드는 로컬 크리에이터	21

Material Issue

1. 정보보안 및 고객정보 보호	28
2. 고객만족	29
3. 윤리·준법경영	30
4. 사회공헌 및 지역사회 참여	31
5. 기후변화 대응	32

Interactive User Guide

본 보고서는 페이지 이동과 바로 가기 기능이 포함된 Interactive PDF로 제작되었습니다.

-  보고서 첫 페이지로 이동
-  목차 페이지로 이동
-  이전 페이지로 이동

※ 본 보고서에 수록된 일부 이미지는 생성형 AI를 활용하여 제작되었으며, 최종 디자인 및 편집 과정에서 검수되었습니다.

Environmental

33

기후변화 대응	34
친환경 경영	40

Social

43

인권존중	44
인재관리	48
안전문화	52
고객만족	56
정보보호	65
동반성장	68
사회공헌 및 지역사회 참여	70

Governance

79

윤리·준법경영	80
리스크 관리	83
이사회 운영	85
주주권익 보호	88

Appendix

89

ESG Data	90
GRI Standards Index	100
UN SDGs	102
제3자 검증의견서	103
온실가스 검증의견서	105
참여협회 및 단체	106

About this Report

LG헬로비전은 ESG경영 전략, 활동, 성과를 이해관계자에게 투명하게 공개하기 위해 2026년 네 번째 지속가능경영보고서를 발간했습니다. 앞으로도 매년 지속가능경영보고서를 통해 ESG 경영 성과를 공유하고, 이해관계자의 의견을 적극 반영하겠습니다.

보고서 작성 기준

본 보고서는 글로벌 지속가능경영 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021을 준수하여 작성되었으며, 국제사회의 지속가능한 발전 목표에 동참하고자 UN SDGs(UN Sustainable Development Goals)의 지표를 반영하였습니다. 재무 정보는 한국채택국제회계 기준 (K-IFRS:Korean International Financial Reporting Standards)의 연결재무제표를 적용했으며, 별도 기준 적용 시 주석으로 표기했습니다.

보고기간

본 보고서는 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지의 활동 및 성과를 포함하며, 일부 핵심 주제의 정성적 활동은 2026년 6월까지의 활동까지 수록했습니다. 정량적 성과의 경우 추세 변화를 파악할 수 있도록 최근 3개년(2023년~2025년)의 데이터를 공개하고 있습니다.

보고경계

본 보고서의 보고 범위는 LG헬로비전 국내 사업장 전체를 포함하고 있으며, 일부 사업장을 포함하는 경우 주석으로 표기했습니다.

보고서 제3자 검증

본 보고서에 수록된 정보는 신뢰성과 정확성 확보를 위해 독립적인 검증 기관의 검증을 받았습니다. 검증에 관한 사항과 검증의견은 p.103~104에서 확인할 수 있습니다.

문의처

담당부서 : LG헬로비전 대외협력/ESG실

Email : lghvesg@lghv.net

홈페이지 : www.lghellovision.net



Overview

04	CEO Message	➤
05	철학 및 비전	➤
06	기업개요 및 사업현황	➤
12	ESG경영 체계	➤
14	이해관계자 소통	➤
17	중대성 평가	➤

CEO Message

존경하는 LG헬로비전 이해관계자 여러분,

2025년은 경영 효율화와 내실 강화에 집중하는 가운데, 유튜브 채널 '헬로라이프' 구독자 100만 돌파 등 뜻깊은 성과도 있었으나, 유료방송 시장의 구조적 침체와 본업 경쟁력 약화라는 엄중한 현실에 직면한 한 해이기도 했습니다. 2026년에는 고객 관점에서 홈 서비스의 상품·서비스 경쟁력을 근본부터 재점검하고, 렌탈 등 성장 가능한 사업에 역량을 집중하는 선택과 집중으로 수익 구조를 개선하며 지속 가능한 성장 기반을 다져나가겠습니다.

이러한 체질 개선과 수익 턴어라운드의 과정 속에서도,
LG헬로비전은 내실 있는 ESG경영을 통해 지속가능한 기업으로 나아가고자 노력하고 있습니다.

기후변화 대응을 위해 친환경 인프라를 확대하고 에너지 효율을 꾸준히 높여가는 한편, 개인정보 보호와 서비스 품질을 타협할 수 없는 기준으로 삼아 고객이 신뢰할 수 있는 서비스 환경을 구축하는 데 역량을 집중하고 있습니다. 아울러, 로컬 크리에이터로서 각 지역만의 색깔이 반영된 차별화된 콘텐츠를 발굴하며 지역사회와 상생 활동도 꾸준히 이어나가고 있습니다.

지역사회와 고객 등 이해관계자를 향한 ESG경영은 투명하고 공정한 의사결정 체계가 뒷받침될 때 비로소 온전히 실현될 수 있습니다. 이에 철저한 컴플라이언스 준수와 건전한 지배구조를 확립하여 신뢰를 다지겠습니다.

LG헬로비전은 AI 기술 확산 등 다변화되는 미디어 환경 속에서도 컴플라이언스 원칙과 안정적인 서비스 품질을 기반으로 변화를 위해 도전하고, 내실을 다지기 위한 질적 개선에 집중함으로써 지속가능한 미래를 그려나가겠습니다.

감사합니다.

2026년 6월
LG헬로비전 대표이사

송구영



철학 및 비전

LG Way

LG Way는 LG 고유의 경영철학이자, LG 전 임직원이 지키고 실천해야 할 사고와 행동의 기반입니다. LG Way는 경영이념인 '고객을 위한 가치창조'와 '인간존중의 경영'을 LG의 행동방식인 '정도경영'으로 실천함으로써 LG의 비전인 '일등LG'를 달성하자는 것입니다.

비전

LG의 궁극적인 지향점으로
시장에서 인정받으며,
시장을 리드하는
선도기업이 되는 것

행동방식

윤리경영을 기반으로
꾸준히 실력을 배양해
정정당당하게 승부하는
LG만의 행동방식

경영이념

고객을 위한 가치창조
+
인간존중의 경영

기업의
존립 근거이자
회사 운영의
원칙

Our Vision & Slogan

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.

Our Vision

고객의 홈라이프를 편리하게 만들고,
지역과 다채롭게 연결하는 로컬 크리에이터

Our Slogan

일상을 편리하게
지역을 가치있게!



고객의 홈 라이프

고객이 집에서 영위하는 방송-통신 기반
모든 활동에서의 고객경험을 의미합니다.



편리하게 만들고

방송-통신 서비스를 고객경험 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.

기업개요 및 사업현황

기업 개요

LG헬로비전은 국내 최대의 종합유선방송사업자로 기술과 사람, 지역을 연결하여 새로운 미래 생활을 선도하는 종합 ICT¹⁾ 기업으로 성장해 왔습니다. 홈과 지역을 연결하는 로컬 크리에이터로서 지역을 보다 가치 있게 만드는 사업을 운영하고 있습니다.

1) Information and communication technology, 정보통신기술

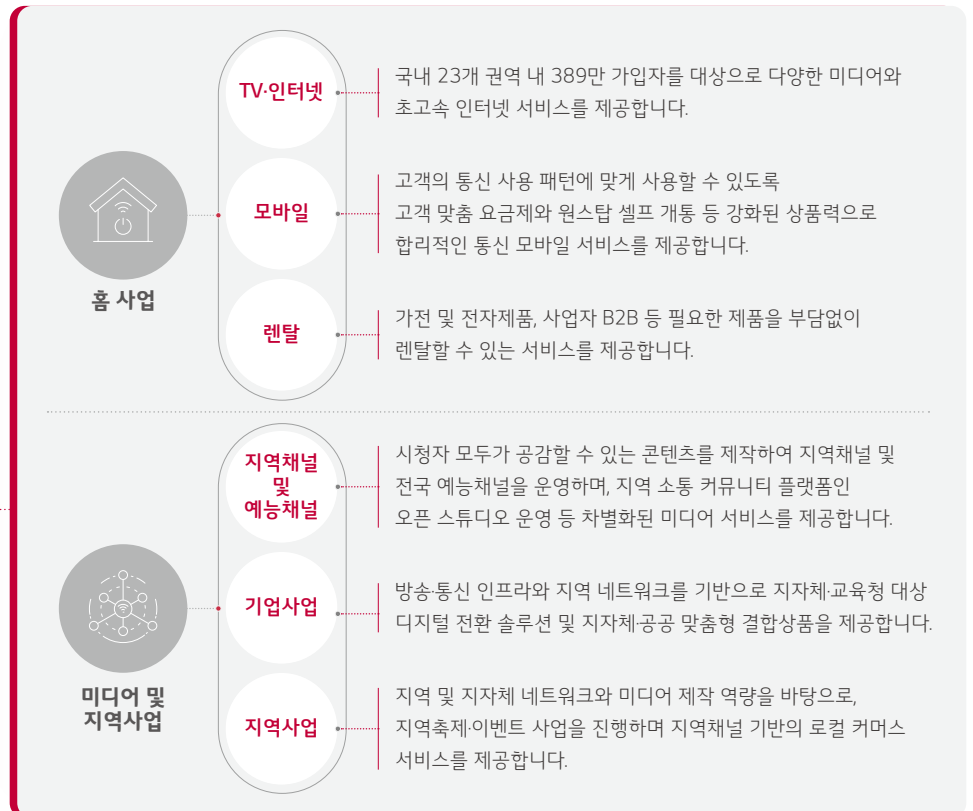


2025년 12월 31일 기준

기업명	(주)LG헬로비전(LG HelloVision Corp.)
설립일	1995년 3월 31일
대표이사	송구영
본사위치	경기도 고양시 덕양구 동송로 30, MBN미디어센터 17층
사업장 위치	전국 23개 권역
주요 사업	방송통신서비스 등 종합유선방송사업 (MSO: Multiple System Operator)
홈페이지	www.lghellovision.net
구성원 수	933명
매출액	1조 2,657억 원
신용등급 (회사채)	한국기업평가: AA- 한국신용평가: AA-

핵심 사업

LG헬로비전은 TV·인터넷, 모바일, 렌탈 등 홈 사업과 지역채널 및 예능채널, 교육·에너지 분야의 기업사업, 문화·커머스 중심의 지역사업 등 지역 기반 인프라를 중심으로 한 미디어 및 지역사업을 운영합니다.



기업개요 및 사업현황

주요 연혁

LG헬로비전은 1995년 종합유선방송법에 의해 설립되어 전국 23개 권역의 지역 방송국을 통해 지역사회와 소통하고 전 세대가 즐길 수 있는 콘텐츠를 제작합니다. 또한 지역채널을 기반으로 다양한 지역사업을 영위하며 지역사회와 함께 성장하고 있습니다. 2019년 지금의 (주)LG헬로비전으로 사명을 변경한 이후, 2020년 LG유플러스와 협력하여 기가인터넷 전국 확대 및 헬로모바일 U+망 사업을 개시하며 통신 서비스를 확장했고, 2021년 '헬로tv UHD2' 셋톱박스와 2024년 IP 기반의 기술중립성 상품 '헬로tv Pro'를 출시하며 서비스를 꾸준히 개선하고 있습니다. 2025년 1월, 홈 서비스 전문 자회사 '헬로커넥트앤'을 출범하여 고객 서비스 품질 향상과 근로환경 개선을 통해 지속가능한 상생 기반을 강화해 나가고 있습니다.

전국 23개 권역
389만 가입가구 보유



2026 03 2025 케이블TV방송기자협회 우수보도 대상 04 2026 케이블TV방송대상 2025 01 홈 서비스 자회사 '헬로커넥트앤' 출범 06 정보문화 유공 과기정통부 장관상 수상 11 헬로라이프 100만 구독자 달성 12 안전문화 유공 행정안전부 장관상 수상	2024 03 헬로렌탈 직영물 IF 디자인 어워드 수상 06 IP 기반 기술중립성 상품 '헬로tv Pro' 출시 07 복합문화공간 '뮤지엄엘' 개관 2023 06 <오리지널 로컬테이스트> 1호 상품 '뽕끝마을 해남 감자' 출시 09 케이블TV '실버 케어' (목포 무안)서비스 지원 10 안전보건경영시스템 국제표준 'ISO 45001' 인증 11 오픈 스튜디오 3호점(목포 무안) 개소 지속가능경영보고서 첫 발간	2022 06 케이블TV 양방향 커머스 '재철장터' 출범 07 헬로tv '고객중심' UI-UX 전면 개편 11 오픈스튜디오 2호점(원주) 개소 2021 12 오픈 스튜디오 1호점(김해) 개소	2015 02 국내 최초 클라우드 방송 상용화 2014 02 실시간/예약 녹화 가능 '스마트 녹화' 서비스 출시 10 문화체육관광부 주관 '여가친화기업' 선정 11 세계 최초 시각장애인 음성지원 TV서비스 '이어드림' 출시	2012 01 알뜰폰(MVNO) 브랜드 '헬로모바일' 론칭 09 티빙, IBC 선정 '올해의 온라인 비디오' 대상 수상 11 대한민국증권거래소 상장(IPO) 2011 10 국내 최초 기가 인터넷 상용화	2010 05 국내 최초 N스크린 서비스 '티빙' 출시 2008 01 인터넷 전화 서비스 '헬로폰' 출시 2006 03 헬로D, 아시아 최초 '국제 인터랙티브 에미상' 수상 07 초고속 인터넷 서비스 '헬로넷' 출시 2005 02 세계 최초 오픈케이블 디지털방송 '헬로D' 상용화 2002 11 복수 종합유선방송 사업 시작 (CJ케이블넷 출범)
--	--	---	---	---	---

기업개요 및 사업현황

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 통신사 수준의 방송 품질과 초고속 인터넷을 기반으로 다양한 OTT와 제휴 콘텐츠를 제공합니다. 헬로모바일은 고객의 사용 패턴을 고려한 합리적인 요금과 서비스를 제공하며, 헬로렌탈은 생활 가전 렌탈 상품과 케어 솔루션을 제공하는 등 고객의 요구를 반영한 다양한 브랜드와 상품 개발을 통해 사업 영역을 확대하고 있습니다.

헬로tv & 인터넷



TV

고화질 UHD 방송을 생생하게 즐길 수 있을 뿐만 아니라 영화예능 등 최신 인기 콘텐츠(VOD), 키즈(아이들나라), OTT 서비스 등 고객 시청 경험에 최적화된 스마트 미디어 환경을 구축해 나가고 있습니다.

*UHD 상품, 헬로tv Pro 등

인터넷

국내 최초로 기가 인터넷·와이파이를 상용화하였고, LG U+의 기가인터넷망 기반 다양한 콘텐츠를 즐길 수 있는 안정적인 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 만날 수 있도록 유심과 휴대폰을 1일 내에 배송하고, 1시간 내에 개통과 상담을 제공하는 특급 서비스를 운영하고 있습니다.

*원스탑 셀프 개통: 내 손으로 직접, 대기 시간 없이, 빠르고 간편하게!

헬로렌탈



가전제품 렌탈

최신형 고화질 TV 렌탈 서비스와 고객 맞춤형 케어 솔루션을 통해 가전 제품은 물론 새로운 라이프스타일에 걸맞은 트렌디 가전을 렌탈할 수 있고, 필수 가전을 전문가에게 컨설팅 받을 수 있습니다.

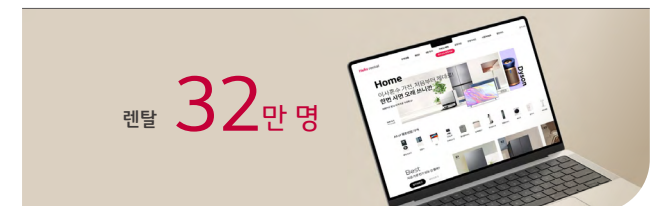
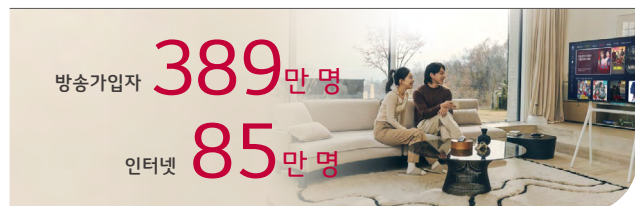
전자제품 렌탈

가성비가 좋은 보급형 노트북부터 개인의 취향과 요구에 맞추어 선택할 수 있는 프리미엄 노트북까지 부담 없이 구매할 수 있는 합리적인 서비스를 제공합니다.

사업자/B2B 렌탈

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

*렌탈 패키지 제공: 카페/식당 패키지, 사무실/공공기관 패키지, 골프/실내 스포츠패키지



기업개요 및 사업현황

미디어 및 지역사업

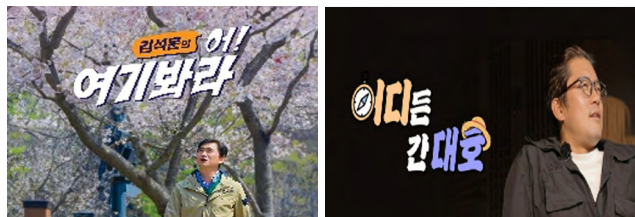
LG헬로비전은 지역특화 콘텐츠를 제작하는 로컬 필수 '지역채널'과 종합 엔터테인먼트 채널 '더라이프' 등 일상에 즐거움을 더하는 생활밀착형 방송채널을 제공합니다. 이 외에도 지역사업자로서 에너지·교육 및 지역문화·커머스 등 지역밀착형 사업을 운영하고 있습니다.

지역채널 및 예능채널



LG헬로비전은 지역채널을 통해 지역 정보를 전달하는 로컬 뉴스와 다양한 지역 콘텐츠를 제작하고 있으며, 지역의 소통 커뮤니티 플랫폼 '오픈 스튜디오'를 운영하고 있습니다. 또한, 방송채널인 '더라이프', '더라이프 2'와 구독자 100만의 자체 유튜브 '헬로라이프' 채널을 운영하며 보다 더 다양한 고객에게 헬로비전만의 오리지널 콘텐츠를 제공하고 있습니다.

- **지역정보:** 지역 정보와 주요 이슈를 생생하게 전달하는 지역뉴스 (Hello tv NEWS, 헬로 이슈토크)
- **참여와 소통:** 지역 소식, 지역축제 등 지역민과 함께하는 채널 (김석훈의 어! 여기봐라, 어디든 간대호, 태군노래자랑 등)
- **재미와 감동:** 시청자 모두가 공감하고 즐길 수 있는 예능 프로그램 (장윤정의 제철 요리해주는 옆집 누나, MAKE미걸, MAKE미남 등)



김석훈의 어! 여기봐라

어디든 간대호

지역사업



지역 및 지자체 네트워크와 ICT/미디어 제작 역량을 기반으로 지역 축제와 대형 박람회 등 지역문화관광 사업을 추진하고 있습니다. 또한 지역채널 커머스 방송을 운영하며 지역경제와 소상공인 상생 강화를 위한 로컬 상품을 발굴해나가고 있습니다

- **지역 문화 사업:** 지역 축제·이벤트(광양 K-pop 축제, 광주 2025 현대 세계양궁선수권대회), 지역 박람회(대한민국 글로벌 미래교육박람회)
- **커머스 사업:** 지역채널 커머스 방송, 지자체 협업 상품



이벤트/공연

컨벤션

공간재생

홍보/운영대행

기업사업



LG헬로비전은 지역사업자로서 지자체 및 교육청의 다양한 수요에 부응하여, 공교육 디지털 전환을 통한 교육 격차 해소 및 방송·통신 역량을 활용한 지역 맞춤형 솔루션을 제공하고 있습니다.

- **교육 사업:** 스쿨넷(학교 WIFI), 스마트 단말기 보급 사업
- **공공·지자체 솔루션:** 전용회선, CCTV, 영상보안, 메시징



스마트기기

공공회선

기업개요 및 사업현황

LG헬로비전은 지역과 함께하며 쌓아 온 경험을 바탕으로, 지역의 지속가능한 성장을 이끄는 '로컬 크리에이터'로서의 역할을 확장해 나가고 있습니다. 지역과 소통하는 미디어 플랫폼으로서 지역채널과 뉴스보도를 운영하며 지역 맞춤형 콘텐츠 제작을 진행하고 있습니다. 또한, 공교육 디지털 전환을 지원하고, 공공·지자체 맞춤형 솔루션을 제공하고 있습니다. 이 외에도 지역축제·박람회 운영 및 지역채널 커머스 방송을 통해 지역경제의 선순환을 지원하고 있으며, 지역격차를 해소하고 모두가 함께 성장하는 지역 기반 생태계를 만드는데 기여하고자 합니다.

지역사업

Local Creator #1.

디지털 기반의 스마트 지역문화관광과 지역 - 소비자 상생 커머스를 제공합니다.

지역문화

LG헬로비전은 전국 23개 권역의 지역채널 운영과 콘텐츠 제작 역량, 지자체·공공기관과 축적해 온 지역 네트워크를 바탕으로 지역사회와 함께하는 문화·미디어 사업을 전개하고 있습니다. 삼척 장미축제, 광양 K-pop 축제, MY K페스타 인 여수 등 지역 고유의 문화와 공공의제를 담은 행사를 기획 및 운영하는 한편, The-k 한국교직원공제회·KH한국건강관리협회 등 공공기관의 홍보와 영상 제작, 대한민국 글로벌 미래교육박람회 등 전국 단위 대형 이벤트 운영까지 폭넓은 지역사업을 수행하고 있습니다. 이 과정에서 지역채널 방송과 온라인 채널을 연계하여 로컬 콘텐츠 제작확산을 함께 수행하고 지역의 가치를 높여 왔습니다. 앞으로도 자사가 보유한 미디어 제작 역량과 지역 네트워크를 적극 활용하여, 지역사회와 함께 성장하는 콘텐츠 기반의 지역사업을 지속 확대하고자 합니다.



2025 광양 K-pop 축제



2025 MY K페스타 인 여수

커머스

LG헬로비전은 지역채널 커머스 방송을 통해 지역 우수 농산물 및 특산품을 발굴하고, 지역 생산자와 소비자를 잇는 상생형 커머스 경험을 축적해 왔습니다. 지자체 및 지역 생산자와의 협력을 바탕으로 지역의 특색과 이야기가 담긴 상품을 기획하여 현재까지 총 20종의 지역특화 상품을 선보였으며, '땅끝마을 해남김치', '남원 추어탕', '홍성마을 한우등심구이' 등은 생산자와 소비자 모두로부터 긍정적인 반응을 얻은 대표 협력 사례입니다. 이러한 활동은 지역 농가 및 소상공인의 판로 확대를 지원하는 동시에, 소비자가 지역의 가치를 담은 상품을 접하고 가치소비에 참여할 수 있는 기회를 넓혔다는 점에서 의미가 있습니다. 아울러 못난이 농산물 활용, 저탄소 상품 확대, 청년 농부 지원 등 ESG 가치를 담은 상품을 지속적으로 발굴하며 지역 생산자와 소비자가 함께하는 상생 유통 기반을 강화해 왔습니다. 2025년에는 '지역특산물 특별기부 기획전'을 통해 지역경제 활성화와 사회공헌을 연계한 선순환 모델을 구현하였습니다. 연간 16회 방송을 통해 지역특화상품을 소개하고, 판매금액의 5%를 기부금으로 적립해 지역 취약계층에 전달하는 고객 참여형 기부문화를 확산하였습니다. 또한 프로그램 PPL, 지역채널 보도 및 인포머셜 광고, 라이브커머스, 유튜브 등 다채널 접점을 통해 지역상품의 브랜드 인지도를 제고하고 실질적인 판매를 견인하고 있습니다.



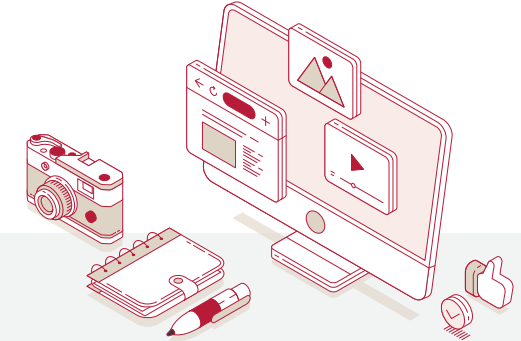
[홍성군x청운대학교] 지자체 지역대학 공동상품개발



[한국중소벤처기업유통원] 판판대로 우수 중소기업 특집

기업개요 및 사업현황

지역채널·콘텐츠 및 기업사업



Local Creator #2.

지속가능한 교육·에너지 환경을 구축합니다.

지역채널 및 콘텐츠

LG헬로비전은 방송법 제70조에 따라 전국 23개 권역에서 지역채널을 운영하며, 지역 맞춤형 콘텐츠 제작과 로컬 뉴스의 전문성 강화를 통해 지역의 목소리를 담는 대표 로컬 미디어 사업자로 자리매김하고 있습니다. 뉴스 분야에서는 'Hello TV NEWS'를 통해 지역 일상을 전하는 데일리 뉴스부터 지역 현안을 집중 취재하는 심층 보도까지, 긴급 재난방송 및 선거방송을 포함한 다양한 지역 뉴스를 389만 가구에 제공하고 있습니다. 2025년 한 해 동안 서울·경기·인천·부산·경남·대구·경북·전남·전북·충남·강원 등 전국 주요 권역에서 총 33,538건의 뉴스를 보도하며 로컬 저널리즘의 저변을 넓혔습니다. 예능·교양 영역에서는 각 지역 고유의 특색을 반영한 콘텐츠를 지역사회와 함께 기획·제작하고 있으며, 기획부터 제작·연출·송출 및 공급망 제휴에 이르는 콘텐츠 전 과정을 직접 수행합니다. 종합 엔터테인먼트 채널 '더라이프(the LiFE)'는 2,761만 가구, '더라이프2(the LiFE2)'는 2,203만 가구에 송출되며, '태군노래자랑', '어디든 간대호', '눈에 띄는 그녀들', '헬로콘서트 좋은날' 등 자체 제작 오리지널 콘텐츠로 시청자들의 높은 호응을 얻고 있습니다. 아울러 구독자 100만의 유튜브 '헬로tv x 더라이프' 채널을 통해 온라인으로도 콘텐츠 영향력을 확장하고 있습니다.

교육 및 자자체·공공 영역

LG헬로비전은 보유한 방송·통신 인프라와 지역 네트워크를 기반으로 지자체·교육청의 디지털 전환 수요에 부응하고 있습니다. 학교망(유선·무선 Network)과 연계한 스쿨넷, 스마트 단말기 보급 등 디지털 교육 환경 구축 사업을 수행하며, 전용회선·CCTV·메시징 등 공공·지자체 대상 통합 솔루션도 함께 제공하고 있습니다. 향후, 내부 자원의 활용과 U+와의 협업을 통해 공공 영역에서 신규 서비스와 패키징·결합상품을 확대해 나가고자 합니다.



'Hello TV NEWS' 채널



예능/교양 프로그램



스마트기기



공공회선

ESG경영 체계

ESG경영 전략

LG헬로비전은 환경, 사회, 경제적 책임을 다하며 지속가능한 발전을 추구하고 있습니다. 이를 위해 LG헬로비전은 ESG경영 조직체계를 마련하고 다양한 활동을 통해 지속가능한 경영을 실현해 나가고자 합니다. 앞으로도 책임감 있는 ESG경영 기반 구축 및 실행을 통해 기업의 경제적 성장과 더불어 환경문제에 기여하는 가치를 창출하고, 모두가 함께하는 포용적 성장을 추구함으로써 지속가능한 발전을 위해 힘쓰겠습니다.

Our Vision

고객의 라이프를 편리하게 만들고,
지역과 다채롭게 연결하는 **로컬 크리에이터**

Our Slogan

일상을 **편리하게**
지역을 **가치있게!**

ESG Vision

지역사회와 함께 만드는 지속가능한 미래

ESG 추진 방향



Environmental
ICT 인프라 및 서비스 탄소발자국 저감



Social
지역과 사람 중심의 상생 생태계 조성



Governance
원칙과 기준에 따른 투명경영 실천

ESG 추진 과제

- 온실가스 감축 노력 확대
- 친환경 사업 활성화
- 안전한 AI 디지털 문화 조성
- 고객 서비스 품질 향상
- 지역사회 가치 창출
- ESG 기반 의사결정 프로세스 확립
- ESG 소통채널 확대
- 정도경영 문화 확산

UN SDGs 연계



기후변화 대응



산업의 성장과
사회기반시설 구축



육상 생태계 보전



빈곤층 감소와
시민안전망 강화



양질의 교육



양질의 일자리와
경제성장



불평등 감소



정의로운
사법제도 구축



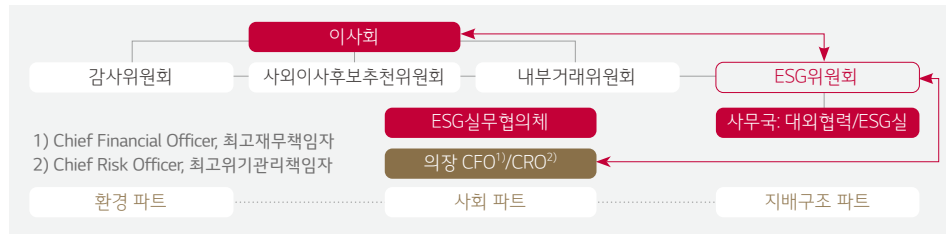
목표 달성을 위한
파트너십

ESG경영 체계

ESG 거버넌스

LG헬로비전은 이사회 내 ESG위원회와 ESG실무협의체를 통해 ESG경영 거버넌스를 체계적으로 구축하고 실행력을 강화하고 있습니다.

ESG 거버넌스



ESG위원회

LG헬로비전은 최고 의사결정기구인 이사회 산하에 ESG위원회를 두어 사업 전략 전반에 ESG 이슈가 통합적으로 반영될 수 있도록 관리·감독 체계를 운영하고 있습니다. ESG위원회는 ESG 관련 주요 현안을 논의하고, 논의 결과를 이사회에 보고하며, 필요한 안건에 대해 심의·의결합니다. 2025년에는 이사회 다양성을 위해 여성 사외이사를 선임하였으며 총 3회의 위원회를 개최하여 ESG경영 추진 방향, 기후변화 대응 및 환경경영 계획, 위기관리 활동 성과 보고 등 총 9건의 안건을 상정하였습니다.

ESG위원회 운영 현황

개최일자		안건	
2025년	3월 25일	승인	- ESG위원회 위원장 선임의 건 2025년 ESG경영 추진 방향 승인의 건
	4월 28일	보고	2025년 기후변화 대응 및 환경경영 추진 계획 보고의 건 - 고위험 컴플라이언스 이슈 점검 및 '25년 업무계획 보고의 건
	11월 27일	보고	2025년 ESG경영 성과 보고의 건 2025년 기후변화 대응 및 환경경영 추진 성과 보고의 건 2025년 위기관리 활동 성과 보고의 건 - 핵심 Compliance Risk 개선 활동 경과 및 향후 계획
2026년	3월 24일	승인	2025년 ESG경영 추진 방향 승인의 건 2025년 기후변화 대응 및 환경경영 추진 계획 보고의 건 2025년 고위험 컴플라이언스 이슈 점검 및 2026년 업무계획 보고의 건
	4월 27일	보고	2025년 중대성 평가 및 중대이슈의 건

ESG실무협의체

LG헬로비전의 ESG실무협의체는 CFO/CRO를 의장으로 하며 ESG 전략 과제별 주관부서 리더와 함께 ESG 관련 주요 현안을 논의합니다. 분기별 운영으로 연 4회 개최되며, 2025년에는 온실가스 배출량 감축 및 에너지 절감 방안, 인권경영 개선과제 관리 방안, 기후변화 대응 및 환경경영 성과, 지속가능경영보고서 발간 등을 주요 안건으로 보고하였습니다.

ESG실무협의체 운영 현황

개최일자		안건	
2025년	3월 27일	보고	2025년 제1차 ESG위원회 결과보고 2025년 ESG 최신동향 및 지속가능경영보고서 발간
	4월 29일	공유	2025년 ESG실무협의체 구성 및 연간 일정
	9월 24일	보고	- 온실가스 배출 및 ESG 평가대응(환경분과) 현황 - 인권경영 및 ESG 평가대응(사회분과) 현황
	12월 15일	보고	2025년 제3차 ESG위원회 결과보고 - 기후변화 대응 및 환경경영 성과 보고
2026년	3월 25일	공유	2026년 ESG실무협의체 구성 및 주요 일정
	3월 25일	보고	2026년 제1차 ESG위원회 결과보고 - KCGS 개선과제 현황 및 ESG 대외 동향

ESG요소를 고려한 의사결정

LG헬로비전은 신규 투자 등 주요 의사결정 단계에서 ESG 체크리스트 기반의 점검 체계를 운영하여, 경영 활동 전반에서 발생할 수 있는 ESG 관련 기회와 리스크를 사전에 식별하고 관리합니다. 투자 집행 시에는 재무적 수익성·성장성과 더불어 ESG 요소를 균형 있게 반영한 의사결정을 추진하고 있습니다.

ESG기반 의사결정 프로세스



1) 수익성·성장성 및 ESG요소 점검

ESG 체크리스트

Environmental 환경	Social 사회	Governance 지배구조
- 친환경 소재/에너지 사용 - 환경 친화적 사업 - 환경오염 리스크	- 소비자 보호 - 사회적 가치 창출 - 노동, 동반성장 - 정보보호	- 법규 준수 - 잠재적 위험 평가

이해관계자 소통

이해관계자 참여

LG헬로비전은 다양한 이해관계자와의 원활한 의사소통을 위해 이해관계자를 7대 그룹으로 정의하였습니다. 각 이해관계자별 주요 관심사에 맞는 소통채널을 운영하여 조직에 대한 주요 기대사항 및 의견을 수렴하고 이를 경영에 반영하고자 노력하고 있습니다.

이해관계자	분류	주요 관심사	LG헬로비전 소통채널		LG헬로비전 대응현황
구성원 	핵심	- 구성원 소통 활성화 - 일과 가정의 양립 - 구성원 역량 강화	- 노경협의회(분기) - 성과공유회, 고충처리제도 - 설문조사, 사내동호회	- 사내포털(즐거운 직장 LounG) - 안전보건위원회(분기), CEO 현장방문 - EX보드(사원 소통 협의체)	- 분기별 노경협의회 진행 - 재택근무, 유연근무제 운영 - 고충처리 채널 '고충처리센터', '헬로지킴이' 운영
고객 	핵심	- 서비스 편의 및 안전성 (인터넷, 방송, MVNO, 렌탈, 지역채널 커머스 방송)	홈페이지 및 고객센터	고객 만족도 조사(NPS방식, 상시 조사)	- 고객 VoC¹⁾ 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(연 1회)	- 이사회(2025년 : 7차, 2026년 : 4차, 5월 기준) - 정기주주총회 진행 - 중장기 성장 전략 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 - 국가기관 정보통신 서비스 제공(지자체, 중앙행정기관, 공공기관, 인터넷/전화/ IoT/CCTV 등 회선제공 사업 수행)
협력사 	핵심	- 공정거래 자율준수 및 관계확립 - 동반성장 프로그램 확대 - 정기적 소통 및 협력강화	- 헬로파트너스클럽(연 1회 이상) - 전자구매 시스템	협력사 간담회	- 공정거래 원칙 준수 - 협력사 역량개발 교육 프로그램 지원 - 소상공인 온라인 판로 확대 지원
지역사회·커뮤니티 	핵심	- 지역채널 방송 보도 통한 사회문제 해결 지원 - 기업의 사회적 책임 - 협력과 소통	- 시청자위원회(분기) - 지역채널 SNS(유튜브, 블로그 등) - 사회공헌 활동	- 지역채널보도자문위원회 - 홈페이지, NGO 미팅	- 시청자위원회 운영 - 지역채널보도자문위원회 운영 - 지역경제 활성화 및 소상공인 판로확대 커머스사업 추진 - 지역사회 커뮤니티 활성화 오픈스튜디오 개소 및 운영 - 지역사회 연계 사회공헌 활동 실시
학계·전문가 	핵심	- 산학 협력 사업 추진 - 방송사업 경쟁력 강화 - 지역경제 활성화 - 지역 미래인재 육성 - 생물다양성 보전	- 오프라인 미팅 - 지역채널	보도자료	- 한국케이블TV방송협회(DX²⁾ 데이터 인재육성) - 한국전파진흥협회 - 농촌진흥청(청년농업인 육성 및 홍보, 판로 확대) - 전라북도교육청(지역인재 양성, 미래교육/에듀테크 환경구축) - 국립생태원 연계 생물다양성 보전 협력사업

1) Voice of Customer, 고객의 소리

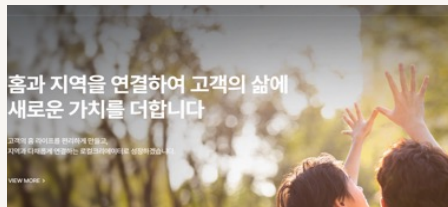
2) Digital Transformation, 디지털 전환

이해관계자 소통

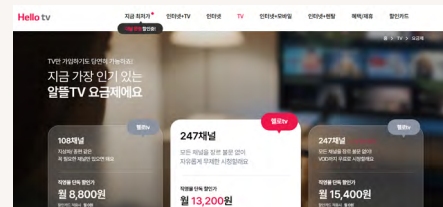
이해관계자 소통

LG헬로비전은 고객을 비롯해 다양한 이해관계자와 보다 적극적으로 소통하기 위해 홈페이지, Hello tv NEWS, SNS(Youtube, Instagram, 블로그) 등 다양한 경로의 채널을 운영하고 있습니다.

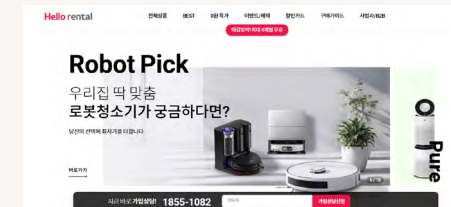
LG헬로비전 공식 홈페이지



Hello tv



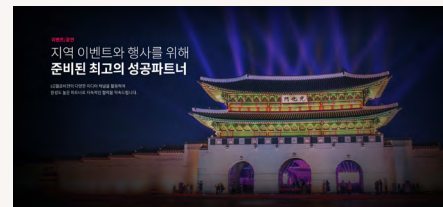
Hello rental



헬로모바일



스마트 문화관광 솔루션



에너지솔루션 컨설팅



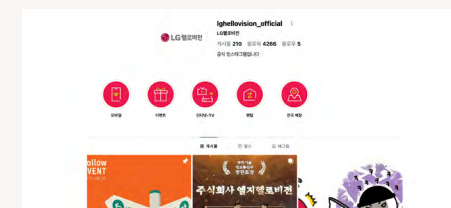
Hello tv NEWS



LG헬로비전 유튜브 '헬로 tv x 더라이프'



LG헬로비전 인스타그램



이해관계자 소통

이해관계자 소통

LG헬로비전의 ESG경영 현황 및 추진 방향성에 대한 이해관계자 의견을 수렴하였습니다. LG헬로비전은 고객을 포함한 주요 이해관계자의 의견을 정기적으로 파악하고, 주요 의견은 LG헬로비전의 지속가능경영 활동에 적극 반영할 수 있도록 경청하고 있습니다. 앞으로도 이해관계자들의 참여와 협력을 바탕으로 조직 전반에 걸쳐 지속가능경영을 고도화해 나가고자 합니다.

SPECIAL PAGE

LG헬로비전만의 강점인 지역성과 현장 기반의 사업 역량이 지속가능경영 활동과 더욱 긴밀히 연결되기를 기대합니다. 지역사회에 대한 깊은 이해와 케이블TV 사업자로서의 고유한 네트워크를 바탕으로, 지역과 함께 성장하는 ESG 선도 기업으로 자리매김해나가길 바랍니다.

폐기되는 셋톱박스과 모뎀의 부품 재활용률을 극대화하는 순환경제 모델을 정교화해야 합니다. 제품 설계 단계부터 재활용이 용이한 소재를 사용하는 '에코 디자인' 도입을 제안합니다. 더 나아가 수거된 셋톱박스·모뎀 중 재사용이 가능한 단말기를 고령층이나 저소득층 등 정보 취약계층에게 보급하는 사업과 연계한다면, 환경(E) 보호와 사회적 가치(S) 창출을 동시에 달성할 수 있을 것입니다.

디지털 취약계층 지원을 위해 고령층 대상 스마트폰·미디어 서비스 이용 교육 프로그램을 정례화하고, 지역 밀착 서비스망과 연계한 방문형 IT 교육 프로그램을 마련하면 좋겠습니다. 협력사가 참여 여부를 자율적으로 결정할 수 있는 형태로 교육 기회를 제공한다면 지역 현장 밀착이라는 강점을 살릴 수 있을 것입니다. 또한 통신 인프라를 기반으로 독거노인 안부 확인 IoT 서비스와 지역 CCTV·재난 알림 연계 서비스를 강화하여 사회 안전망 역할을 했으면 합니다. 지역 콘텐츠 생태계 활성화 측면에서도 소상공인과 청년 창작자의 콘텐츠 제작을 지원하고, 지역 광고·커머스 플랫폼을 확대해 지역경제와 연계할 수 있을 것입니다.

거창한 목표보다 작지만 꾸준한 실천이 이해관계자들의 신뢰를 지키는 가장 현실적인 방법이라고 생각합니다. 일상 업무 중 내 자리에서 실천할 수 있는 것부터 시작하면 됩니다. 우리가 일하는 공간에서 분리수거 철저히 하기, 불필요한 인쇄물 줄이기, 회의 자료 디지털화, 퇴근 시 불필요한 전원 차단 등 비용 없이 당장 실천할 수 있는 활동들이 먼저 문화로 자리잡혀야 합니다. 입으로만 하는 환경 보호가 아니라, 일하는 모든 임직원이 그 주인공이 되어야 ESG경영이 진정으로 완성됩니다.

LG헬로비전은 ESG위원회 운영, 지속가능경영보고서 발간, 정보보호 및 안전보건 체계 강화 등을 통해 지속가능경영의 기반을 꾸준히 다져왔습니다. 앞으로는 이러한 기반을 바탕으로 ESG가 사업 전반의 의사결정과 실행 과정에 자연스럽게 반영되는 단계로 나아가길 기대합니다. ESG를 단순한 관리 과제가 아닌 변화에 대응하고 장기적 경쟁력을 높이는 중요한 관점으로 인식한다면, LG헬로비전만의 지속가능한 성장 기반도 더욱 공고해질 것입니다.

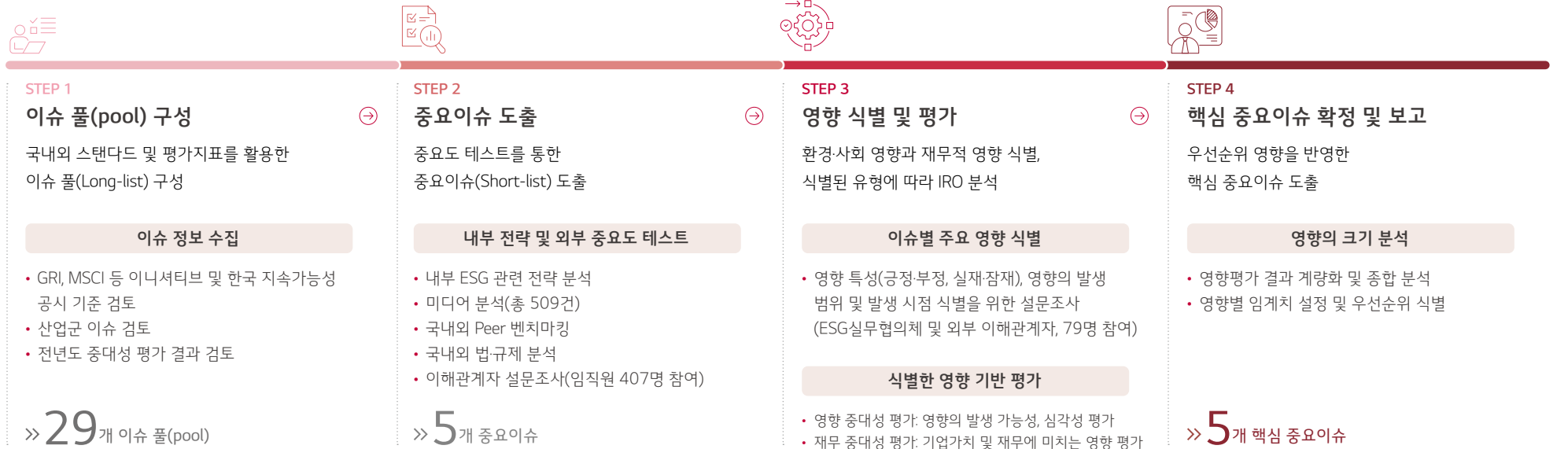


중대성 평가

중대 이슈 선정

LG헬로비전은 기업의 지속가능성과 비즈니스에 영향을 미치는 이슈를 파악하기 위해 ESRS(유럽 지속가능성 보고 기준)의 이중 중대성 개념을 준용한 중대성 평가를 실시하였습니다. 이중 중대성 평가는 기업의 경영 활동으로 발생한 이슈가 환경과 사회에 미치는 영향(Impact Materiality)과 기업에 영향을 미치는 재무적 영향(Financial Materiality)을 모두 고려하는 개념입니다. 식별된 이슈에 대해 내·외부 이해관계자를 대상으로 IRO 분석(Impact, Risk, Opportunity)을 실시하여 최종적으로 5대 핵심 중요 이슈를 도출했습니다. 도출된 이슈는 리스크 관리에 활용되며 지속가능경영보고서를 통해 이해관계자에게 공개하고 있습니다.

이중 중대성 평가 프로세스



중대성 평가 결과

순위	영역	이슈명	연계 GRI	보고 페이지	전년대비 순위변동
1	사회	정보보안 및 고객정보 보호	418-1	28, 65-67	유지
2	사회	고객만족	-	29, 56-64	유지
3	지배 구조	윤리준법경영	205-2~3, 206-1	30, 79-81	유지
4	사회	사회공헌 및 지역사회 참여	203-1, 413-1	31, 70-77	▲ 1
5	환경	기후변화 대응	201-2, 302-1, 302-3, 305-1~4	32, 34-39	▼ 1



우리가 만드는 세상

미디어·통신이 연결하는 지속가능한 내일

19 Value Chain & Business Impact

20 Special Issue

28 Material Issue



Value Chain & Business Impact

밸류체인 단계


사업 활동

주요 영향을 받는 이해관계자

주요 활동

활동에 따른 영향

↓

주요 영향

주요 활동

활동에 따른 영향

↓

주요 영향

업스트림

 콘텐츠 수급

 소싱 및 조달

 장비 및 데이터센터

협력사

협력사, 지역사회

환경, 지역사회

방송·콘텐츠 파트너 선정(계약체결)

↓

다양한 장르 및 소수 관점 콘텐츠 반영

지역 농산물 및 특산물 구매

↓

지역 특산물 매입으로 농가소득 기여

데이터센터·국사 운영

↓

노후 장비 교체로 데이터센터 에너지 효율 제고

교육·커머스 솔루션 구매

↓

미래 교육을 위한 디지털 교육 환경기반 구축

렌탈 가전 파트너 선정(계약체결)

↓

협력사와 지속가능성 가치 공유 및 자율적 개선 지원

지역 통신망 운영

↓

농어촌 및 도서지역 통신망 확충으로 디지털 격차 해소

자체운영

 콘텐츠 제작

 방송 편성 및 송출

 인터넷·통신 인프라 구축

임직원

임직원, 고객, 지역사회

고객, 지역사회

자체 프로그램 제작

↓

제작 윤리 기준 및 보도준칙 내재화

지역채널 커머스 방송 운영

↓

지역경제 활성화 및 소비자 편의성 제고

초고속 인터넷·인터넷 전화 보급

↓

서비스 장애 최소화 및 고화질·초고속 서비스 제공

지역이슈 기획·취재·촬영

↓

지역 이슈 발굴 및 해결 중심 보도

케이블TV·지역채널 운영

↓

재난·선거 방송 등 공익 기능 수행

온라인·모바일 쇼핑물 운영

↓

고객 데이터 기반 맞춤 서비스 제공

다운스트림

 고객 서비스

 지역성 강화

고객, 협력사

지역사회

설치·방문 서비스

↓

신속한 개통 및 수리로 고객 불편 최소화

소상공인 및 농가 판로 개척

↓

유통 플랫폼 운영을 통한 지역 농가 및 중소·소상공인 판로 개척

콜센터·온라인 상담

↓

협력사와 함께 감정노동 보호 프로그램 지원

렌탈 가전 회수 및 자원 순환

↓

수거 폐기물 자원 순환

01

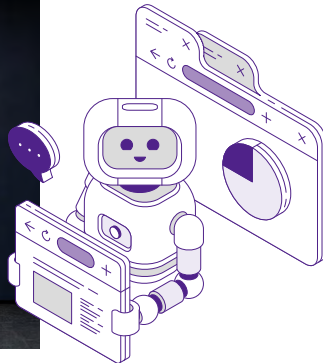
AI 기술이 바꾸는 일상

함께 누리는 디지털 미래

LG헬로비전은 AI 기술을 통해 업무 역량을 강화하는 한편 지역사회의 정보 격차 해소를 위해 노력하고 있습니다. 내부적으로는 해커톤 개최, 임직원 AI 교육, 고객 문의 분석 등 현업 적용 사례를 통해 AX 조직문화를 정착시키고 있으며, 외부적으로는 소상공인 대상 AI 디지털 교실 운영과 시니어층 디지털 역량 강화 콘텐츠 송출 지원을 통해 지역사회의 정보 격차 해소에 기여하고 있습니다. LG헬로비전은 미디어 사업자의 공적 역할을 바탕으로, AI 기술이 더 많은 사람들의 일상을 더 편리하게 바꿀 수 있도록 AI 상생 생태계를 구축해 나가고 있습니다.

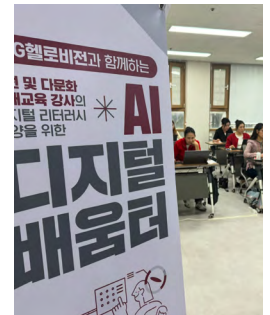
AX 조직문화 조성을 위한 AI Agent 해커톤

LG헬로비전은 임직원의 업무 효율성을 높이고 사내 AX(AI Transformation) 문화를 정착시키기 위해 'AI 에이전트 해커톤'을 개최하였습니다. 단순 반복 업무를 AI가 효과적으로 분담할 수 있는 에이전트 툴을 직접 개발하여, 구성원이 핵심 기획과 전략 수립에 집중할 수 있는 실무 환경을 조성하기 위함입니다. 본 해커톤에 앞서 2026년 4월 한 달간 203명의 임직원을 대상으로 사전 AI 교육을 실시하였으며, 이를 기반으로 영업 현장 동선 도출, 지역채널 뉴스 기사 자동 생성, 고객 문의(VoC) 분석 등 현업에 즉시 적용 가능한 83개의 맞춤형 AI 과제를 도출하였습니다. 이 중 헬로렌탈 직영몰의 수요 변화를 실시간으로 요약하는 '인사이트 레이더'를 비롯해 'B2C 영업 리스크 분석', '로컬광고 자동 기획 및 제작' 등 8개 과제가 우수 사례로 선정되었습니다. 발굴된 AI 모델은 향후 실제 업무 시스템과 연동하여 현장 실무에 순차적으로 적용할 계획입니다.



지역사회 맞춤형 AI 상생 교육

LG헬로비전은 지역민이 급변하는 AI 환경에 적응하고 정보 격차를 해소할 수 있도록 '지역사회 맞춤형 AI 교육'을 운영하고 있습니다. 2026년 3월 경기시청차미디어센터와 업무협약을 맺고 진행한 소상공인 대상 교육에서는 AI를 활용한 매장 홍보용 숏폼 영상 기획 및 제작 실습을 통해 지역 상인의 자체적인 홍보 역량 강화를 지원했습니다. 아울러 한국펄벅재단과 협력해 다문화 가정 결혼이주여성을 대상으로 AI 기반 한국어 학습과 문서이미지 제작 교육을 제공했으며, AI를 활용한 맞춤형 이력서 작성 및 역량 강화 프로그램을 병행하여 다문화 여성들의 원활한 사회 참여와 안정적인 지역사회 정착을 지원했습니다.



시니어 디지털 역량 강화

SIF서울시재단



LG헬로비전은 서울시재단과 협력하여 시니어층의 디지털 격차 해소를 위한 교육 콘텐츠 '여디나 5분 클래스-AI편' 106종을 지역채널을 통해 송출하였습니다. 해당 콘텐츠는 퇴직 후 디지털 환경 적응이 필요한 시니어층을 대상으로, 음성 기반 AI 응답, 챗봇 활용법, 건강관리교통소비 관련 공공 앱 사용법 등 실생활 중심의 주제로 구성되었습니다. 각 영상은 5분 내외의 짧은 형식으로 제작되어 반복 학습과 자기주도 학습에 용이하며, 2025년에는 생성형 AI 활용법, AI 팩트체크, 음성 AI, 간편인증서 발급 등 일상 속 디지털 상황을 반영한 신규 주제가 추가되었습니다. LG헬로비전은 전국 23개 권역 지역채널의 송출 인프라를 활용해 시니어 가입자에게 콘텐츠를 전달함으로써, 정보 접근성 향상과 AI 기술 격차 해소에 기여하고 있습니다.

02 지역을 가치있게 만드는 로컬 크리에이터

공정하고 책임있는 방송

▶ 방송콘텐츠 자체심의 강화

LG헬로비전은 지역채널 프로그램 콘텐츠 편성 시 내부 프로세스에 따라 공공성, 개인정보 및 저작권, 윤리적 수준을 포함한 총 7개의 항목으로 구성된 체크리스트를 적용하여 자체심의를 진행합니다. 또한 방송법 제 33조에 따른 방송심의 규정을 준수하며, 시청자에게 공정하고 객관적인 정보를 제공하고자 프로그램 특성별로 추가 심의를 진행하고 있습니다.

LG헬로비전 자체심의 체크리스트(7개)

NO	구분	세부 내용
1	등급고지	프로그램 시청가능 연령 등급고지 삽입 여부, 방송프로그램의 등급 적절성, 간접광고 여부 고지, 장애인방송 제작현황 고지 삽입 여부
2	공공성	방송의 공정성, 공공성 준수
3	개인정보	출연자 주민번호, 전화번호 등 개인정보 노출 여부
4	저작권	명예훼손 여부와 초상권, 저작권 등 기타 권리 침해 여부
5	윤리적 수준	유괴, 성폭력, 노인/어린이, 동물 학대, 혐오/불쾌감 유발 표현, 음란, 퇴폐, 미신 사행성 조장 장면 금지, 과학적 근거에 입각한 의료 행위나 약품에 관한 방송, 금융, 부동산 투자 등 투자자문행위에 대한 정당한 근거 확보
6	광고효과 제한	상품 등을 구체적으로 소개하거나 의도적으로 부각하는 내용, 출연자 지나친 홍보성 내용 포함, 의도적 노출 금지, 미검증된 단정적 표현 금지, 방송광고와 명확히 구별, 협찬고지에 관한 규칙 준수 여부
7	방송언어	원칙적으로 바른말 사용과 표준어 사용하되, 사투리 사용 시 희화화, 부정적 묘사 금지

LG헬로비전은 지역채널의 공정성과 책임 있는 운영을 위해 자체심의 체크리스트를 운영하고, 콘텐츠 편성 단계에서 이를 체계적으로 적용하고 있습니다. 채널 편성 및 프로그램 제작 권한은 미디어사업담당이, 지역보도 제작·운영 권한은 뉴스보도국이 각각 담당하도록 조직 간 역할을 명확히 분리함으로써 지역채널의 독립성과 공정성을 제도적으로 뒷받침하고 있습니다. 아울러 공정하고 독립적인 보도를 위한 구체적 행동 기준으로 보도준칙을 수립·준수하며, 지역사회 구성원이 신뢰할 수 있는 정보를 제공받고 지역채널이 공적 책임을 다할 수 있는 환경을 조성하고 있습니다.

▶ 지역채널 독립성 확보

LG헬로비전은 지역채널 편성과 프로그램 심의를 전담하는 부서를 독립적으로 운영하여 객관적이고 공정한 의사결정을 바탕으로 채널 운영 및 편성·제작의 독립성을 보장하고 있습니다. 또한 뉴스보도국 조직을 별도로 운영하여 지역보도의 독립성을 지속 확보하고 있습니다.

▶ LG헬로비전 보도준칙

LG헬로비전은 지역 보도 프로그램 운영에 있어 독립성과 공정성을 확보하기 위해 보도준칙을 수립하여 준수하고 있습니다. 보도준칙은 언론기관 및 방송사가 공정성과 객관성을 유지하며 보도를 수행할 수 있도록 제정한 내부 가이드라인으로, LG헬로비전은 매일 정례적인 데스크 회의를 개최하여 보도준칙 이행 여부를 철저히 확인하고 있습니다. 향후에는 지역채널 제작 구성원 대상으로 보도준칙 준수를 위한 교육을 시행하는 등 독립성을 유지하기 위한 활동을 강화할 계획입니다.

지역채널 보도준칙의 주요 내용

1	뉴스선정기준과 지역성	지역 주민의 필요와 이익을 기준으로 소재를 선정하고, 문제 제기부터 해결까지 후속 보도하며 타 매체와 차별화된 지역 고유의 가치를 발굴함
2	공정성	사실을 객관적이고 공정하게 다루며, 특정단체나 개인에 편향되지 아니함
3	사실보도	정부, 공공기관, 사회단체, 기업이 제공하는 정보의 홍보 이용 금지 및 진실 보도
4	인터뷰	취재원 보호 원칙을 준수하고 답변 강요, 유도신문 등을 하지 않음
5	정보남용 금지	프로그램 취재 및 제작 중 취득한 정보의 목적 외 사용 금지 및 자료 수집 금지
6	재난·인명 피해와 관련한 보도 준칙	재난, 인명 피해와 관련한 보도는 정확성을 기하며, 자극적인 영상이나 무분별한 사진·선정적 어휘 사용 자제
7	선거 보도 준칙	우리 지역 유권자를 최우선으로 한 객관적이고 공정한 보도를 하며, 모든 후보와 정당에 공정한 기회를 부여

02 지역을 가치있게 만드는 로컬 크리에이터

지역의 목소리를 전하는 저널리즘

LG헬로비전은 기상특보를 통해 예측 가능한 자연재난 정보를 신속히 전달하고, 돌발 재난 발생 시에는 뉴스특보를 통해 실시간으로 상황을 공유합니다. 선거방송 및 재난방송 등 공공성 높은 콘텐츠 방영과 함께, 지역 밀착형 취재와 솔루션 저널리즘을 통해 지역사회의 일상과 현안을 조명하고 지역공동체와 함께 해결책을 모색하는 역할을 이어가고 있습니다. 더불어 '글로벌 청년 K-로컬' 프로그램을 통해 인구감소·소멸위기 지역에 국내의 청년을 유입하고 지역 브랜드 가치를 확산하는 등 방송과 지역문화를 결합한 상생 모델로 지역공동체의 지속가능성 제고에도 기여하고 있습니다.

▶ 재난방송 보도

LG헬로비전은 재난 피해를 최소화하기 위해 재난관리 전 과정을 사전·사후 프로세스로 구분하여 운영하고 있습니다. 예측 가능한 자연재난 발생 시에는 기상특보를 통해 정보를 제공하고, 예측 불가능한 재난 발생 시에는 뉴스특보를 통해 재난 상황을 공유합니다. 재난 '징후조짐', '상황발생', '상황심화', '종료 및 복구'의 4단계 프로세스를 통해 재난 발생 전 예방 활동을 강화하고 있으며, 재난 발생 시 신속한 대응과 복구를 통해 방송 서비스의 안정성을 확보하고 있습니다.

2025년 기준 총 4,000분의 재난방송을 송출했으며, 역대 최악의 산불 기록을 갈아치운 경북 산불 피해, 중부지방 극한호우 등 주요 재난 상황을 특보를 통해 신속하게 전달했습니다. 특히 3월 경북 산불의 경우 유튜브 라이브와 관련 현장 영상 신속 업로드(47개)를 통해 약 1천만 회의 조회수를 기록하는 등 재난 상황에 정보 전달 창구 역할을 했습니다. LG헬로비전은 향후 축적된 재난 데이터를 활용해 시기별 재난 사전예방 프로그램을 정례화하고, 스크롤 안내자막과 필러영상 등 다양한 방식으로 재난 예방 정보를 수시 전달할 계획입니다.



3월 산불 특보 생방송



여름 중부권 호우 특보 생방송

재난 발생 시 조직별 대응 활동

권역 내 재난 발생 시	1 뉴스보도국, 방송운영팀	2 대외협력/ESG실	3 미디어사업담당 뉴스보도국
Hello tv NEWS 태풍, 지진, 산불, 붕괴, 화재, 폭설 등	LG헬로비전 재난방송 송출 - 재난 특보 - 재난방송 체제 전환 및 송출 스튜디오 운영 - 재난특별취재팀 현장 배치 및 취재(특보 및 다국어 지원)	긴급 구호물품 지원 후속지원/ 사회공헌 활동 연계 - 현장 피해상황 확인 및 모니터링 - 지원여부 논의 및 결정 - 구호물품 지원(지자체, NGO) - 산불 피해지역 이재민 위한 '마음나눔 꾸러미' 진행 - 소상공인 물품구매 및 필요물품 전달(임직원 봉사) - 산불 피해지역 산림회복을 위한 식수 지원(자귀나무)	후속 보도 - 프로그램 제작(전문가 인터뷰) - 재난상황 기록 - 모금방송

LG헬로비전 재난 상황별 재난방송

구분		1단계 준비 징후조짐	2단계 개시 상황발생	3단계 심화 상황심화	4단계 종료 종료 및 복구
예측 가능	자연재난	• 기상청 예보 근거 비상대기 • 티커/필러 송출	• '문자속보' 실시 • '기상특보' 실시 • 피해예방 집중	• '재난방송' 연속 편성 • 피해상황 전달	• 복구상황 전달 • 뉴스 후속 취재 • 모금방송(필요 시)
	예측 불가능	자연재난 사회재난 -	• '문자속보' 실시 • '뉴스특보' 실시 • 피해상황 및 재난 원인 안전대책 분석	• 재난방송' 연속 편성 • 재난경과 및 복구 과정	• 복구상황 전달 • 뉴스 후속 취재 • 모금방송(필요 시) • 정규편성 복귀

LG헬로비전 재난방송 유형

구분	재난유형	비고
예측 가능	자연재난	태풍, 홍수, 호우, 강풍, 풍랑, 해일, 대설, 가뭄, 황사
예측 불가능	자연재난	지진, 낙뢰, 화산활동, 조류대발생, 조수
	사회재난	화재, 붕괴, 폭발, 교통사고(항공/해상 포함), 화생방사고, 환경오염사고

▶ 지역민의 알 권리를 높인 선거·정책 보도

LG헬로비전은 지방선거와 대통령 선거, 지자체 정책 보도를 통해 지역 기반의 정치 소통을 강화하였습니다. 2026년 6.3 지방선거에서는 특집뉴스와 토론회 생중계 등을 통해 다양한 선거 정보를 집중 전달하고, 실시간 개표방송 시스템을 활용해 유권자들의 주요 관심사인 득표율과 개표 현황을 신속하게 제공했습니다. 또한 유튜브 라이브 중계를 통해 현장감 있는 정보를 전달하며 정보 접근성을 높였습니다. 이와 함께 지역사회의 다양한 의견을 수집해 보도함으로써 유권자의 실질적 요구가 정책 논의에 반영할 수 있도록 목소리를 전달했습니다. 2025년에는 대통령 후보의 지역 공약과 민선8기 지자체장들의 3주년 평가를 집중 보도하며, 지역 정책의 진행 상황과 미래 방향을 투명하게 전달하였습니다. 이를 통해 LG헬로비전은 유권자와 정치인 간의 신뢰 기반 소통의 가교 역할을 수행하였습니다.



6.3지방선거 특집뉴스 및 개표방송

후보자 토론회

▶ 지역문제를 함께 풀어가는 솔루션 저널리즘

LG헬로비전은 2025년 지역 현안을 심층적으로 다룬 보도 활동을 이어가며 관련 분야에서 수상 성과를 거뒀습니다. 케이블 TV방송기자협회 주관의 '2025년 우수보도 대상' 시상식에서 이정하·한준영 기자의 '심층취재 무심한 행정 시리즈'가 취재 부문 수상작으로 선정되었습니다. 부천시의 예산 집행 실태와 부실 행정을 추적한 해당 기획보도는 방송 이후 삭감되었던 노인 일자리 예산이 복구되는 등 지역사회의 실질적인 변화를 이끌어낸 솔루션 저널리즘의 성과로 평가받았습니다.

2026년 4월에는 케이블TV방송대상에서도 수상 성과를 거뒀습니다. 은평방송의 <죽어서도 무연고 자립준비청년 연속보도>가 보도 부문 작품상을 수상하였으며, 안동시청과의 협력을 바탕으로 우수지자체 특별상을, 류복열 PD가 프로듀서 개인상을 각각 수상하였습니다. LG헬로비전은 앞으로도 지역방송으로서의 사회적 가치와 영향력을 확장해 나갈 계획입니다.



글로벌 청년 K-로컬 프로그램

전 세계가 한국의 문화와 콘텐츠에 주목하는 가운데, LG헬로비전은 지역 기반 방송사업자로서 'K-로컬' 브랜드 가치를 세계에 확산하고 인구감소·소멸위기 지역의 인구 유입을 촉진하고자 '글로벌 청년 K-로컬' 프로그램을 기획하였습니다. 이 프로그램은 5박 6일 일정으로 지방 단기장기 체류를 희망하는 국내외 청년을 모집하고, 이들의 생활상을 방송 특집 프로그램으로 제작해 전국에 송출함으로써 지역 브랜드를 홍보하는 방식으로 운영됩니다. 프로그램 운영 전반에 걸쳐 지역 식당과 숙박시설을 적극 활용하여 지역 경제 활성화에도 기여하고 있습니다.

2025년 4-5월에는 전북 부안군을 대상으로 23개국 청년 80명이 참가하였습니다. 참가자들은 부안의 핵심 관광지를 체험하고 청자 만들기 등 전통문화 활동에 참여하였으며, 팀별로 지역 명소 스팟 발굴, 관광 코스 기획, 가이드북 제작 등을 직접 수행하였습니다. 그 결과 해당 지역의 여름철 방문객이 전년 대비 증가하는 성과를 거두었습니다.

6-7월에는 전북 김제시로 프로그램을 확대하여 23개국 청년 60명이 참가하였습니다. 김제 쌀 산업과 농촌 자원을 중심으로 테마형 로컬여행을 구성하고 관광자원 활성화 방안을 위한 팀별 활동을 실시한 결과, 지역 우수사례로 선정되어 지자체 보조금을 확보하는 성과를 달성하였습니다. 두 프로그램 모두 참가자 만족도 95% 이상을 기록하였으며, SNS 콘텐츠 누적 조회수 300만 회를 돌파하며 K-로컬의 글로벌 홍보 효과를 입증하였습니다. LG헬로비전은 앞으로도 방송과 지역문화를 결합한 상생 모델을 통해 지역소멸 위기 극복과 지속가능한 지역 생태계 조성에 기여해 나갈 것입니다.



K-로컬살기 정읍



K-로컬살기 김제 - 금산사

▶ **LG헬로비전, 행안부-완도군과 협력**
- 인구감소지역 생활인구 유입 통한 지역경제 활성화

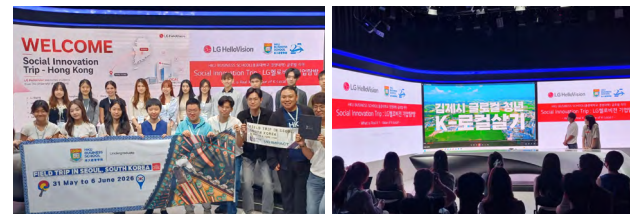
인구 감소와 지역 소멸이라는 구조적 과제 앞에서, LG헬로비전은 30여 년간 전국 23개 지역에서 사업을 영위해 온 미디어 역량을 지역 문제 해결에 연결하고 있습니다. LG헬로비전은 행정안전부·완도군과 '지역상생 발전을 위한 업무협약'을 체결하고, 행정안전부의 '인구감소지역 기업·지역 협업 활성화 지원사업'에 선정된 완도군과 함께 외부 방문객을 생활인구로 전환하는 자생적 지역 활성화 모델 구축에 나섰습니다.

세 기관은 명사십리 해변과 해양치유센터를 활용한 체험 프로그램을 개발해 고향사랑기부제와 연계했습니다. 기존 원물 중심 답례품에서 나아가 캠핑장 숙박권·해양치유센터 체험권 등 '체험형 답례품'을 기획함으로써, 기부가 지역 내 소비와 '머무르는 관광'으로 이어지도록 했습니다. LG헬로비전은 지역채널 뉴스·특집 프로그램·시 기반 콘텐츠를 통해 완도의 매력을 전국에 알리며 이 모델의 확산을 지원하고 있습니다. 협력의 첫 성과로 2026년 5월 '해양치유 완도 전국 맨발걷기 축제'와 연계한 체험 행사가 명사십리 해변에서 열렸습니다. LG헬로비전은 '가장 지역적인 것이 가장 세계적인 것'이라는 믿음 아래, 지역 고유의 가치가 미래 경쟁력이 되도록 상생 협력을 지속해 나가겠습니다.



▶ **홍콩대학교(HKU)경영대 '2026 소셜이노베이션 투어'**
- LG헬로비전 기업탐방

한류와 K-컬처가 전 세계적으로 주목받는 가운데, LG헬로비전은 케이블TV 플랫폼을 기반으로 K-컬처의 뿌리인 'K-로컬'의 가치를 발굴하고 조명하는 활동을 이어가고 있습니다. 2026년 6월 서울 상암 스튜디오에서 홍콩대학교(HKU) 경영대 '소셜 이노베이션 투어' 학생·운영진 20여 명을 대상으로 기업 탐방 프로그램을 진행하고, 지역 소멸 위기 극복과 로컬 관광 활성화를 위한 'K-로컬살기' 프로젝트, 지역 소상공인의 판로를 개척하는 '로컬 커머스' 사업 등 차별화된 ESG·지역문화 사업 사례를 소개했습니다. 특히 다양한 국적의 외국인이 2주간 지역에 체류하며 로컬 문화를 체험하고 글로벌 SNS로 알리는 'K-로컬살기' 프로젝트는 누적 500만 뷰를 기록하며 높은 관심을 받았고, 참여 학생들은 자국의 지역 문제 해결에도 적용할 수 있는 모델이라며 공감했습니다. LG헬로비전은 앞으로도 지역 고유의 가치를 발굴하고 이를 국내외에 확산함으로써, 지역 상생과 로컬 문화의 지속가능한 생태계 조성에 기여해 나가겠습니다.



▶ **대한상의ERT 2026 멤버스데이**
- LG헬로비전 민관협력 우수사례 발표

LG헬로비전은 전국 지역에 기반을 둔 지역방송사업자로서, 지방소멸과 인구감소 등 지역이 직면한 사회문제 해결을 업의 책무로 인식하고 있습니다. 회사는 정부의 지역소멸 대응 정책과 연계해 미디어 사업자로서의 업의 역량을 활용한 상생 활동을 추진하는 한편, 기업과 정부·지역이 함께 사회문제를 해결하는 민관협력 모델을 적극적으로 모색하고 있습니다. 이러한 노력의 일환으로, 2026년 5월 대한상의 국제회의장에서 열린 '2026 ERT 멤버스데이'에서 LG헬로비전은 회원사 우수사례 발표에서 '연결이 만드는 Local Impact'를 주제로 기업과 정부 간의 협력 사례를 소개했습니다. 올해로 3회째를 맞은 이번 행사는 기존 기업 중심 행사를 넘어 재단·학계·사회적 기업·공공기관 관계자의 참여를 확대해, AI 시대의 사회문제 해결을 위한 연결과 협력의 장으로 운영됐습니다. LG헬로비전은 30여 년간 지역사회의 가치를 조명해 온 로컬 콘텐츠 중심의 상생 모델을 소개하고, 2025년 행정안전부 슬버튼(사회문제 해결 아이디어 공모전) 참여와 사회연대경제조직 지원 등 구체적인 민관 협력 사례를 공유했습니다. 또한 이를 바탕으로 지역 소멸 위기 극복을 위한 협력 모델을 확대해 나가겠다는 계획도 밝혔습니다. LG헬로비전은 이러한 외부 협력 플랫폼 참여를 통해 케이블TV 사업자만의 지역 상생 철학과 성과를 폭넓은 이해관계자와 공유하고 있습니다. 앞으로도 정부·지자체·지역사회와의 연결과 협력을 강화해, 지역 고유의 가치가 우리 사회의 지속가능한 성장으로 이어지도록 기여하겠습니다.



02 지역을 가치있게 만드는 로컬 크리에이터

시청자와 함께하는 방송

▶ 시청자위원회 운영

LG헬로비전은 케이블 TV방송·신규 서비스 관련 시청자 의견을 발굴하고 개선하기 위해 SO¹⁾별 시청자위원회를 운영하고 있습니다. 시청자위원회는 분기별 1회 개최되며, 2025년 한 해 동안 총 10개의 시청자위원회가 운영되었습니다. 위원회에서 논의된 결과는 정기 경영회의를 통해 관련 부서 조직장에게 공유되고, 상품 구성 및 정책에 반영됩니다. 사내 홈페이지 내 서비스 관련 시청자 의견과 이를 반영한 개선 사항을 공유하고 있습니다. LG헬로비전은 시청자와 전문가가 함께 의견을 나눌 수 있는 논의의 장으로서 시청자 위원회를 운영하며, 다양한 현장의 이슈를 논의하고 해결 방안을 모색하고자 합니다. 이를 통해 이해관계자의 의견을 폭넓게 수렴하고 시청자의 권익 보호 및 시청권 향상에 기여하고자 합니다.

1) System Operator(SO): 종합유선방송사업자

시청자위원회 역할

고객 불만 요인 등 지역민 의견 청취

신상품 출시, 채널 개편, 상품 요금의 다양성 등 서비스 관련 시청자 의견 청취 및 아이디어 검토

지역방송과 지역사회의 상생 발전 도모

LG헬로비전은 시청자위원회를 운영하여 이해관계자의 다양한 의견을 체계적으로 수렴하고, 시청자의 권익 보호와 시청권 향상을 위한 제도적 기반을 지속적으로 강화하고 있습니다. 아울러 지역사회에 필요한 공익 캠페인 송출 사업을 적극적으로 추진하여 사회적 관심이 필요한 현안과 인식 개선 콘텐츠를 지역 시청자에게 전달함으로써, 지역채널이 단순한 방송 매체를 넘어 지역사회의 공적 소통 창구로서의 역할을 다하고 있습니다.

▶ 공익 캠페인 광고 나눔

LG헬로비전은 복지·환경 분야의 공익 캠페인 송출을 통해 지역사회 가치 실현에 기여하고 있습니다. 환경부 및 주요 비영리 재단과 협력하여 기후위기 극복 캠페인, 보이스피싱 및 디지털 범죄 예방, 광복 80주년 공동체 의식 확산 등 지역사회의 관심이 필요한 다양한 주제의 캠페인 및 인식 개선 콘텐츠를 전국 23개 권역에 송출하였습니다. 2025년 한 해 동안 LG헬로비전 지역채널을 통해 송출된 재난피해 사전예방 프로그램은 64,710건(총 2,154시간 43분)에 달하며, 재난 외 공익 캠페인은 31,651건(총 280시간 22분)을 기록하였습니다. LG헬로비전은 앞으로도 자사가 보유한 인프라와 네트워크를 적극 활용하여 지역사회에 실질적으로 기여할 수 있도록 관계 기관과의 협력 체계를 지속적으로 강화해 나갈 것입니다.



기후위기 극복 캠페인



보이스피싱 예방 캠페인



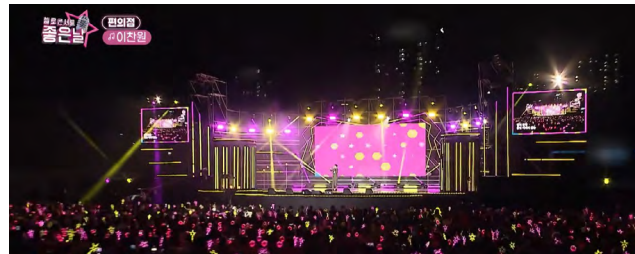
디지털 범죄 예방 캠페인



광복 80주년 공동체 의식 캠페인

▶ 지역사회 대중문화 행사 개최

LG헬로비전은 지역민이 함께 즐길 수 있는 대중문화 행사를 정기적으로 개최하여 지역 문화 참여 기반을 확대하고 있습니다. 화제성 있는 스타들이 상대적 문화 소외 지역을 방문하는 '헬로콘서트 좋은날'은 지역민에게 문화 향유 기회를 제공함과 동시에, 관광객 유치를 통해 지역경제 활성화에도 기여하고 있습니다. 2025년에는 강원 동해, 경북 봉화, 부산 진구, 경남 거창·진해, 경북 청송, 전남 고흥 등 총 7개 지역에서 개최되어 누적 관객 3만 6천여 명이 참여하였습니다. 또한 '태군노래자랑'은 지역 곳곳에 숨은 노래 실력자를 발굴하는 노래자랑 예능 프로그램으로, 노래를 매개로 한 지역 홍보 효과를 인정받고 있습니다. 이 밖에도 '봉황대 뮤직스퀘어', '토요트롯 IN 문경' 등 지역 관광 명소에서 다채로운 가수 공연을 선보이며 시청자에게 다양한 문화체험 기회를 제공하고 있습니다.



헬로콘서트 좋은날

▶ 지역민 참여 콘텐츠 개발

온라인 동영상 플랫폼의 확산으로 누구나 손쉽게 콘텐츠를 촬영·편집·제작할 수 있는 환경이 마련되었습니다. 그러나 시청자가 직접 제작한 콘텐츠를 지역채널을 통해 송출할 수 있는 기회는 상대적으로 좁아지면서, 방송접근권이 약화되고 주류 방송에서 다양한 목소리가 담길 공간도 줄어드는 추세입니다. LG헬로비전은 이러한 흐름에 대응하여 시청자 제작 프로그램을 지속적으로 편성·방영함으로써 시청자 참여를 활성화하고 있습니다. 2025년에는 지역 시청자미디어센터와 협업해 '이웃집 크리에이터'를 통해 지역 주민이 직접 제작한 콘텐츠를 13회차 정기 편성하였으며, AI를 활용하여 생활정보·구인구직 등 다양한 주제를 시청자가 직접 구성·제작한 '우리동네 알파고 시즌3'도 52회차 편성하였습니다. 그 결과 2025년 시청자 참여 프로그램 편성은 총 38,000분 이상으로, 연간 7% 편성 비율을 달성했습니다.



이웃집 크리에이터



우리동네 알파고 시즌3

▶ 지역 맞춤형 프로그램 제작

LG헬로비전은 지역 문화 축제 및 관광지와 연계한 특집 프로그램을 기획하고, 각 지역의 고유한 특성을 담은 콘텐츠를 통해 주민들에게 지역 문화를 소개하며 지역경제 활성화에 기여하고 있습니다. 지역 주민이 추천하는 단골 맛집을 소개하고 시민과 직접 소통하는 '당골집'은 지역 상권 홍보와 주민 참여를 함께 이끌어내는 소통형 콘텐츠로, 2025년 한 해 동안 총 31회차 방영되었습니다. 또한 대표 프로그램인 '김석훈의 어! 여기봐라'는 로드트립 다큐멘터리 형식으로 전국의 숨은 명소와 맛집, 역사·문화를 탐방하며 지역민의 이야기를 담아내 관광 활성화에도 기여하고 있습니다. 2025년 11월에 신규 제작된 '어디든 간대호'를 통해 경북 울진, 전남 강진, 강원 철원 등의 지역 이야기를 선보였으며, 2026년에도 지역 밀착형 콘텐츠 제작을 이어가고 있습니다.



어디든 간대호



당골집

02 지역을 가치있게 만드는 로컬 크리에이터

고객과 함께하는 콘텐츠

LG헬로비전은 유튜브 채널 <헬로라이프>를 통해 케이블TV 콘텐츠와 디지털 오리지널 콘텐츠를 함께 제공하며 고객과의 접점을 꾸준히 넓혀왔습니다. 지역 기반 콘텐츠와 유튜브 플랫폼에 최적화된 편집·편성 전략을 통해 2025년 구독자 100만 명을 돌파하고 유료방송사 유튜브 채널 최초로 골드버튼을 수상하였으며, 이를 바탕으로 고객 누구나 언제 어디서나 LG헬로비전의 콘텐츠를 접할 수 있는 종합 미디어 플랫폼으로 거듭나고 있습니다.

▶ '헬로라이프' 유튜브 채널 골드버튼 획득

LG헬로비전은 가입자에게만 한정되는 지역채널의 한계를 극복하고 지역 콘텐츠에 대한 전체 지역민의 접근성을 높이고자 '헬로라이프' 유튜브 채널을 운영하고 있습니다. 지역사회 밀착형 콘텐츠와 생활 정보, 문화 행사 등 다양한 프로그램을 온라인으로 제공함으로써 시청자 접근성 제고와 지역 콘텐츠의 사회적 가치 확대에 기여하고 있으며, 2025년 11월 기준 구독자 100만 명을 돌파해 유튜브 크리에이터 어워드 '골드버튼'을 수상하였습니다. 이는 국내 유료방송사가 운영하는 유튜브 채널 최초의 성과로, 콘텐츠 사업 분야에서 LG헬로비전이 거둔 의미있는 성과입니다.

'헬로라이프' 채널은 2021년 런칭하여 2022년 이후 유튜브 플랫폼에 특화된 편집 및 편성 전략을 본격화하였습니다. 기존 TV 방송 콘텐츠를 그대로 업로드하는 방식에서 벗어나, 핵심 장면을 전면 배치하고 5초 이내에 영상 내용을 직관적으로 전달할 수 있는 편집 방식을 도입하였습니다. 또한 일정한 시간대를 유지하는 정기 업로드 체계를 구축하여 알고리즘 노출과 시청자 유입을 안정적으로 확대하였습니다. 이러한 전략적 전환으로 구독자 수는 100만 명을 넘어섰습니다.

2026년에는 헬로라이프를 중심으로 유튜브 채널 포트폴리오를 다변화할 계획입니다. 뷰티·메디컬 콘텐츠에 특화된 '메이크 미 글로우(Make Me Glow)' 채널을 통해 K-뷰티에 관심 있는 외국인 시청자 유입을 확대하는 등 채널별 아이덴티티에 맞는 콘텐츠를 세밀하게 기획·제공해 나갈 방침입니다.



헬로라이프 골드버튼



헬로라이프 프로그램



헬로라이프 오리지널 콘텐츠 '지혜픽'



헬로라이프 오리지널 콘텐츠 '아가미'

Issue 1

정보보안 및 고객정보 보호

Key Performance

정보보안 및 개인정보보호 강화



ISMS-P 인증 취득

정보보호 예산



5.4%

Governance

LG헬로비전은 정보보호 활동 전반에 경영진이 적극 참여할 수 있도록 정보보호최고책임자(CISO)와 개인정보보호책임자(CPO)를 선임하고, 정보보호팀이 전사 차원의 컨트롤타워로 기능할 수 있도록 체계를 갖추고 있습니다. 전사 위기관리위원회 산하의 정보보호위원회를 통해 정보보호 관리체계의 운영 실태를 정기적으로 점검하며, 정보보호실무위원회에서는 고객 정보 및 IT 관련 업무에 대한 실무 관리와 감독을 수행하고 있습니다.

Risk Management

LG헬로비전은 정보보호 관리체계의 운영과 실태 점검을 통해 대내외 정보보호 리스크에 대한 대응 역량을 강화하고 있습니다. 정보보안 위험 요소를 사전에 예방하고 사고 발생 시 신속하게 대응하기 위해 '보안사고 비상 연락망'과 '개인정보 유출 및 침해사고 대응 가이드'를 마련하였으며, 해당 매뉴얼에 따라 피해 확산을 최소화하고 사후 조치를 체계적으로 수행함으로써 정보의 보안성과 안정성을 유지하고 있습니다. 아울러 부서별 정보보안 담당자 지정과 정기 교육을 통해 임직원의 정보보호 인식을 제고하고 개인정보 침해사고를 사전에 방지할 수 있도록 관리하고 있습니다.

Strategy

- 정보보안 추진체계 강화
- 임직원 정보보호 교육 시행
- 협력사 정보보안 점검 시행
- 정보보안 리스크 관리 전략 수립
- IT 관련 투자 확대
- 고객정보실무위원회 운영
- 정보보호 및 개인정보보호 인증 강화(ISMS-P)

이슈와 관련된 LG헬로비전의 영향

영향의 크기: ●●● 영향 수준 '큼' / ●● 영향 수준 '보통' / ● 영향 수준 '작음'

사회·환경적 영향(Impact)	영향 중대성					재무적 영향(Risk / Opportunity)	재무 중대성		
	영향크기	영향식별		영향범위	발생시기		영향크기	영향식별	발생시기
개인정보 유출로 인한 가입자 피해 발생	●●●	부정	잠재	고객	단기	정보유출 사고 발생 시 대규모 대응 비용 발생	●●●	리스크	단기
정보보안 및 개인정보보호 체계가 미흡할 경우 해킹이나 내부 유출 사고로 이어질 수 있으며, 이는 가입자 개인정보 침해를 초래해 금전적·정서적 피해는 물론 사회적 불신 확산으로 이어질 수 있습니다.						보안 관리가 소홀할 경우 가입자 정보 유출 사고로 이어질 수 있으며, 이로 인한 과징금 부과, 소송 대응, 피해보상 비용 발생과 더불어 보안 시스템 긴급 강화에 따른 추가 비용까지 부담하게 될 수 있습니다.			

Issue 2

고객만족

Key Performance

2025년 소비자 불만 VoC



2025년 고객경험 만족도



Governance

LG헬로비전은 고객만족을 최우선 가치로 삼고, 고객에게 차별화된 경험을 제공하기 위해 CEO가 직접 주관하는 ‘고객가치혁신 3대 회의체’를 중심으로 고객 중심 경영 거버넌스를 운영하고 있습니다. 매월 고객 불편사항을 점검하고 개선방안을 마련하는 ‘고객의 소리(VoC)’, 기존 고객경험을 개선하고, 새로운 경험을 발굴하는 ‘CX/AX 커미티’, 경영진이 내·외부 고객과 직접 만나 의견을 청취하는 ‘고객 소통의 날’이 유기적으로 연계되어 고객의 목소리가 경영 의사결정에 체계적으로 반영되는 구조를 갖추고 있습니다. 또한 불만 VoC 건수, 대외 민원 건수, 응대율, 상담사 NPS, 대체채널 이용률, 현장 기사 만족도의 6가지 고객경험 핵심지표를 설정하여 고객만족 수준을 정량적으로 관리하고 있으며, 이용자 보호 전담 조직을 통해 소비자 권익 보호체계를 강화하고 있습니다.

Risk Management

LG헬로비전은 고객경험 리스크를 사전에 식별하고 체계적으로 대응하기 위해 ‘모니터링-대응-재발 방지’의 3단계 관리 체계를 운영하고 있습니다. 먼저, 6가지 고객경험 핵심지표를 상시 추적하여 서비스 품질의 변동과 고객 불만의 징후를 조기에 감지하고 있으며, OMC팀(Operation Management Center)이 서비스를 24시간 모니터링하여 장애 발생 시 신속한 복구가 가능하도록 대응 체계를 구축하고 있습니다. 또한 안정적인 서비스 제공을 위해 정기적인 설비 점검과 위험 요소 개선 활동을 수행하고 있습니다. 아울러, 고객 피해 및 불만 사항에 대해 이용자 보호 전담팀이 원인을 분석하고 유관 부서에 공유하는 등 사전 예방 중심의 고객 응대 체계를 갖추고 있습니다.

Strategy

- 고객 중심 일하는 방식 정착 및 고객경험 선순환 체계 구축
- 고객경험 핵심지표(6대 KPI) 기반 체계적 품질 관리 고도화
- 디지털 전환(DX)을 통한 고객 접점 서비스 혁신 및 VoC 관리 체계 강화

이슈와 관련된 LG헬로비전의 영향

영향의 크기: ●●● 영향 수준 ‘큼’ / ●● 영향 수준 ‘보통’ / ● 영향 수준 ‘작음’

사회·환경적 영향(Impact)	영향 중대성					재무적 영향(Risk / Opportunity)	재무 중대성		
	영향크기	영향식별		영향범위	발생시기		영향크기	영향식별	발생시기
서비스 불만 누적으로 가입자 신뢰 저하	●●	부정	잠재	고객	단기	서비스 품질 저하로 가입자 이탈 및 매출 감소	●●●	위험	단기
서비스 장애나 AS 지연 등으로 불만이 누적될 경우 가입자의 불신이 확산되고, 이용 불편이 지속되는 가운데 부정적 여론으로 이어질 수 있습니다.						서비스 품질 저하와 불만 증가는 가입자의 타 통신사 또는 OTT로의 이탈로 이어질 수 있으며, 방송·인터넷 가입자 수 감소와 함께 수신료 및 이용료 매출 하락으로 이어질 수 있습니다.			

Issue 3

윤리·준법경영

Key Performance

정도경영 레터



연 **8** 회 발행

제보건수 처리율



100%

Governance

LG헬로비전은 ‘고객 가치창조’와 ‘인간존중 경영’이라는 경영 이념을 바탕으로, CEO 직속의 윤리사무국과 경영진단팀을 운영하며 정도경영을 실천하고 있습니다. 전사적 준법경영 체계를 구축하고, 상법에 근거한 준법통제기준 및 관련 세부지침을 제정하여 모든 임직원이 컴플라이언스 의무를 이행할 수 있도록 관리하고 있습니다. 준법 리스크 발생 시 해당 사항을 이사회 안건으로 상정하여 보고하며, 준법지원인을 통해 임직원의 법규 준수 여부를 점검하고 그 결과를 이사회에 보고하는 체계를 갖추고 있습니다.

Risk Management

LG헬로비전은 윤리·준법경영 관련 리스크를 체계적으로 관리하기 위해 부정·비리를 포함한 정도경영 위반 행위를 신고할 수 있는 다양한 채널을 운영하고 있습니다. 전사 구성원을 대상으로 컴플라이언스 레터를 정기적으로 발송해 준법 인식을 제고하고 있으며, 계약 검토 과정에서는 법무시스템을 활용해 공정거래 리스크를 점검·관리하고 있습니다. 방송미디어통신위원회의 자율준수 프로그램을 도입해 관련 자료를 체계적으로 관리하고 임직원 대상 자율준수 교육을 시행하고 있으며, 자율준수관리자를 지정하여 전기통신사업법 위반 여부를 점검하고 프로그램 운영 실태를 정기적으로 확인하고 있습니다.

Strategy

- 정도경영 실천 서약서 및 부패방지 법규 준수 서약서 작성
- 정도경영 교육, 정도경영 레터 및 컴플라이언스 레터 발송
- 비윤리 제보 신고채널 운영

이슈와 관련된 LG헬로비전의 영향

영향의 크기: ●●● 영향 수준 ‘큼’ / ●● 영향 수준 ‘보통’ / ● 영향 수준 ‘작음’

사회·환경적 영향(Impact)	영향 중대성					재무적 영향(Risk / Opportunity)	재무 중대성		
	영향크기	영향식별		영향범위	발생시기		영향크기	영향식별	발생시기
불공정 영업 및 법규 위반으로 고객·협력사 피해	●●	부정	잠재	고객, 협력사	단기	법규 위반 시 규제 제재 및 브랜드 가치 하락	●●	리스크	단기
준법경영 체계가 미흡할 경우 허위·과장 광고나 불공정 계약 발생 가능성이 높아지며, 이는 고객 및 협력업체의 피해로 이어져 사회적 불신 확산과 방송통신 시장 질서 훼손으로 이어질 수 있습니다.						윤리·준법 위반이 발생할 경우 방송미디어통신위원회 등 규제기관의 제재 및 과징금 부과로 이어질 수 있으며, 이에 따른 브랜드 이미지 손상은 가입자 이탈과 매출 감소로 이어질 수 있습니다.			

Issue 4

사회공헌 및 지역사회 참여

Key Performance

AI 디지털 역기능 예방교육으로 2025 안전문화 유공



마음나눔 꾸러미(지역경제활성화 및 취약계층 지원)



Governance

LG헬로비전은 지역사회와의 상생을 추구하며 '변화를 이끄는 디지털 기술', '상생하는 공동체', '함께 만드는 미래'라는 세 가지 핵심가치에 기반한 지역사회 참여 활동을 전개하고 있습니다. 지역 기반 미디어 기업으로서 뉴스 콘텐츠 제작과 정보 전달이라는 본연의 역할을 넘어, 지역사회의 주요 현안에 대해 함께 고민하고 소통하는 조력자 역할을 수행하고 있습니다. 향후에는 지역사회 참여 전략과 중장기 로드맵에 따른 활동이 ESG실무협의체를 통해 체계적으로 관리·감독될 수 있도록 운영 기반을 강화할 계획입니다.

Risk Management

LG헬로비전은 정보 접근의 불균형, 콘텐츠 제작·배포 과정에서의 불평등, 문화적·정치적 소외 등 지역사회 구성원이 겪는 다양한 문제를 해소하고자 지속적으로 노력하고 있습니다. 미디어 방송 산업을 꿈꾸는 청년을 위한 현장 맞춤 교육 프로그램 'DX 데이터 스쿨', 디지털 미디어 활용 격차 해소를 위한 지역 아동·청소년 대상 '헬로 미디어 캠프', 미래세대의 AI·디지털 역기능 예방을 위한 '바른 AI 디지털 생활 교육', 농촌 어르신을 위한 '스마트폰 해봄교실' 등을 운영하고 있습니다. 아울러 지역경제 활성화와 취약계층 지원을 위해 '마음나눔 꾸러미', 자립준비청년 지원 프로그램 '헬로, 동행' 등 다양한 기부 활동을 이어가고 있습니다.

Strategy

- 디지털 혁신 기술을 활용한 사회공헌 활동
- 취약계층 정보접근성 개선 활동
- 지역문제 해결형 사회공헌 활동
- 임직원 참여형 봉사활동
- 임직원, 지역사회와 함께하는 기부

이슈와 관련된 LG헬로비전의 영향

영향의 크기: ●●● 영향 수준 '큼' / ●● 영향 수준 '보통' / ● 영향 수준 '작음'

사회·환경적 영향(Impact)	영향 중대성				재무적 영향(Risk / Opportunity)	재무 중대성		
	영향크기	영향식별	영향범위	발생시기		영향크기	영향식별	발생시기
지역채널 운영 및 디지털 소외 계층 지원으로 지역사회 공익 기여	●●	긍정	실재	임직원, 지역사회	-	●	기회	중기
지역 채널 콘텐츠 제작 지원과 취약계층 대상 미디어 교육은 지역 문화 및 정보 격차 해소에 기여하며, 나아가 지역 주민의 삶의 질 향상과 사회적 포용성 강화로 이어질 수 있습니다.					지역 밀착형 사회공헌 활동을 통해 지역 주민 및 지자체와 우호적 관계를 형성함으로써 지역 케이블 사업 기반을 공고히 하고, 장기 가입자 유지와 안정적 수익 확보로 이어질 수 있습니다.			

Issue 5

기후변화 대응

Key Performance

하절기 실외기 물분무 시스템 도입



4개 국사
(누적 6개)

외기냉방 시스템 투자



4개 국사
(누적 17개)

Governance

LG헬로비전은 기후변화 대응을 지속가능경영의 핵심 요소로 인식하고 이사회 차원에서 체계적으로 관리하고 있습니다. 이사회 산하 ESG위원회는 기후 관련 주요 의사결정과 감독 기능을 수행하며, ESG실무협의체는 CFO/CRO를 의장으로 대외협력/ESG실이 환경 분야를 전담하고 있습니다. 협의체는 폐기물 재활용, 에너지 절감, 온실가스 배출량 관리, 친환경 서비스 및 상품 출시 등 주요 환경경영 성과를 점검하고, 자원순환·생물다양성 보전 등 기후변화 외 환경 안건을 포함한 핵심 이슈는 ESG위원회 및 이사회에 상정하여 심의·의결합니다.

Risk Management

LG헬로비전은 ISSB의 IFRS S2 기후 관련 공시 기준에 따라 기후변화로 인한 위험·기회 요인을 체계적으로 식별하고 사업 운영에 미치는 재무적 영향을 분석하여 대응 전략을 수립하고 있습니다. 방송통신 산업의 특성을 반영한 '고효율·저전력' 에너지 소비 구조 실현을 목표로 기술 개발에 투자하고 저전력 장비를 도입하는 등 전환 리스크 완화 활동을 추진하고 있습니다. 신규 투자 집행 시에는 친환경 소재·에너지 사용 여부 및 환경오염 리스크를 사전에 검토하여 의사결정에 반영하고 있습니다.

Strategy

- 온실가스 배출량/에너지 사용량 감축 관리
- 가치사슬 전반 온실가스 배출량 산정 및 관리
- 국사 냉난방 에너지 효율화 시스템 확대
- 저전력 셋톱박스 보급 확대
- 사내 친환경 업무공간 조성
- 임직원/고객과 함께하는 친환경 캠페인
- 신규 투자 시 환경 리스크 사전 검토

이슈와 관련된 LG헬로비전의 영향

영향의 크기: ●●● 영향 수준 '큼' / ●● 영향 수준 '보통' / ● 영향 수준 '작음'

사회·환경적 영향(Impact)	영향 중대성					재무적 영향(Risk / Opportunity)	재무 중대성		
	영향크기	영향식별		영향범위	발생시기		영향크기	영향식별	발생시기
기후 관련 법규제 확대 및 대응 미흡으로 인한 평판 리스크 심화	●	부정	잠재	고객, 지역사회	중기	기후변화로 인한 인프라 운영 효율 저하 및 비용 증가	●	리스크	단기
친환경 전환 지연으로 인한 온실가스 배출 증가는 탄소 관련 규제 리스크를 높이며, 기후변화 대응에 대한 이해관계자 요구에 부응하지 못할 경우 브랜드 신뢰도 및 기업 평판에 부정적 영향을 미칠 수 있습니다						평균 기온 상승에 따른 국사 냉방비 증가와 폭염폭우태풍 등 이상기후 빈도 증가는 방송통신 인프라의 운영 효율 저하 및 물리적 손상으로 이어질 수 있으며, 서비스 장애 복구 비용과 보험료 상승 등 추가적인 재무 부담이 발생할 수 있습니다.			



Environmental

34

기후변화 대응



40

친환경 경영



기후변화 대응

거버넌스

환경 정책

LG헬로비전은 환경경영을 지속가능한 사업운영의 핵심으로 삼고, 이를 능동적으로 실천하기 위한 환경경영 방침을 수립하였습니다. 6개 항목으로 구성된 방침을 바탕으로 환경경영 이행 의지를 천명하고, 이해관계자의 삶의 질 향상과 사회 발전에 기여하고자 합니다. 아울러 해당 방침을 대내외에 공개하여 환경경영 실천 의지를 모든 이해관계자와 함께 공유하고 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 제규정을 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(CEO) **송구영**

환경경영 조직

LG헬로비전은 환경 친화 기업으로서 역할을 수행하고 환경경영을 체계적으로 이행하기 위하여 최고이사결정기구인 이사회 산하에 ESG위원회를 운영하고 있습니다. 또한 CFO/CRO를 의장으로 한 ESG실무협의체를 운영하며, 환경 파트는 대외협력/ESG실이 전담하여 운영합니다. ESG실무협의체를 통해 관련 부서로부터 폐기물 재활용, 에너지 절감 및 온실가스 배출량 관리, 친환경 서비스 및 상품 출시, 지역사회 내 친환경 활동 등 다양한 환경경영 활동 성과를 보고받고 관리·감독합니다. 핵심 이슈사항에 대해서는 최고 의사 결정 기구인 이사회 산하 ESG위원회에 보고·의결하고 있습니다.

환경경영 추진 조직 및 역할



이사회 환경경영 주요 보고·의결 사항

- 환경경영 추진 계획 수립 및 승인
- 기타 환경경영 이슈 점검
- 기후변화 대응 및 탄소중립 추진 성과 보고

기후변화 대응

관리활동

온실가스 감축 활동

실외기 물분무 시스템 도입

지구 온난화로 인해 통신 장비 냉방을 위한 전력 사용량이 지속적으로 증가함에 따라, 당사는 효율적인 에너지 관리와 온실가스 배출량 감소를 위한 시스템을 도입하였습니다. 동절기에는 외기냉방 시스템을 활용하여 외부의 찬 공기를 효과적으로 냉방에 활용하고, 하절기에는 실외기 물분무 시스템(쿨링포그)을 도입하여 실외기의 온도를 낮추고 있습니다.

실외기 물분무 시스템은 여름철에 실외기에 차가운 물을 고압으로 뿌려서, 그 물이 증발하면서 열을 흡수하는 방식으로 작동합니다. 이를 통해 실외기의 표면 온도를 낮추고, 냉방 효과를 극대화하여 전력 사용량을 줄일 수 있습니다. 하절기 실외기 물분무 시스템의 도입은 전기로 상승으로 인한 운영비 증가를 최소화하는 데 기여하고 있습니다. 특히 당사의 온실가스 배출량의 대부분이 전력 사용량에서 비롯되는 만큼, 이러한 에너지 효율화 조치는 기후변화 대응과 비용 절감이라는 두 가지 목표를 동시에 달성할 수 있는 효과적인 방법입니다.

또한 이 시스템은 여름철 에너지 소비를 줄임으로써 장비의 수명을 연장시키고, 장기적인 유지보수 비용을 절감하는 효과도 기대할 수 있습니다. 2024년 전력 사용량이 가장 많은 국사 중 하나인 양천, 복인천 국사에 실외기 물분무 설비 60대를 도입하였으며, 2025년에는 부천, 안동, 양천, 은평국사 4개소에 62대를 추가 도입하여 공조전력을 절감하고 있습니다. 앞으로도 물분무 시스템 도입 효과 분석을 진행하고 물분무 시스템 확대를 검토해 나갈 계획입니다.

온실가스 감축설비 투자 현황

구분	실외기 물분무 시스템	외기냉방 시스템
투자개소(누적)	6개소	17개소
국사명	대구, 부천, 복인천, 안동, 양천, 은평	강릉, 김해, 금정, 김포, 당진, 대구, 목포, 부천, 복인천, 안동, 양천, 영주, 원주, 은평, 의정부, 진부, 춘천

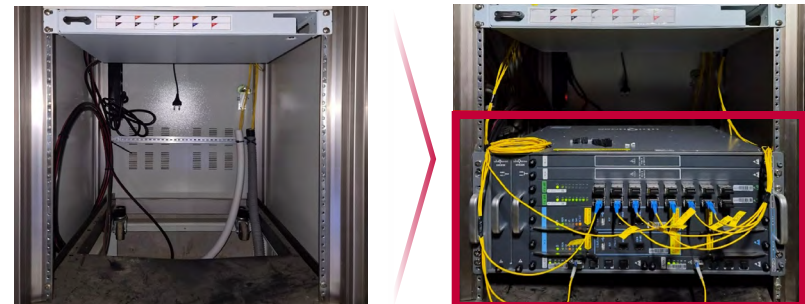
외기냉방 시스템 확대

LG헬로비전은 방송 통신 산업 특성상 발생하는 온실가스 배출량을 저감하기 위하여, 방송 통신 장비실에 외기 냉방 시스템을 도입하였습니다. 해당 시스템은 겨울철 차가운 외부 공기를 활용하여 통신 장비의 열을 식혀줌으로써 열에너지 발생을 줄여 전력 사용을 감축합니다.

2020년 김포국사를 시작으로 2024년까지 전력 사용량이 큰 국사 중심으로 13개 국사에 외기냉방 시스템을 구축하였으며, 2025년에는 김해, 안동, 은평, 목포 4개소에 외기 냉방 시스템을 확대 구축하여 온실가스 배출량을 감축하고 있습니다.

저효율 노후 네트워크 장비 전환

LG헬로비전은 방송 통신 인프라 고도화 과정에서 저전력·고효율 장비를 우선 도입하여 온실가스 감축을 진행하고 있습니다. 신규 도입 장비는 기존 장비 대비 스위칭 용량이 20~40배 확대된 반면, 1Gbps당 전력 소모량은 80~90% 절감된 것이 특징입니다. 특히 구형 장비 20대의 처리용량을 신규 장비 1대로 통합 운영하여 자원 효율성을 극대화하였으며, 장비 수 감소에 따른 발열 저하로 서버실 냉방 효율이 개선되는 연쇄적 감축 효과를 창출하고 있습니다.



저전력·고효율 기반 네트워크 장비 전환

기후변화 대응

관리활동

온실가스 배출량 산정 및 관리

LG헬로비전은 기후변화 대응 및 에너지 효율화를 위해 GHG Protocol Corporate Standard에 따라 온실가스 배출량을 체계적으로 산정·관리하고 있습니다. 직접 배출(Scope 1)은 업무용 차량과 국사 비상발전기 등의 연료 사용에서 발생하며, 방송·통신 산업의 특성상 전체 배출량의 대부분은 국사 및 네트워크 장비의 전력 사용에 의한 간접 배출(Scope 2)이 차지합니다. 2025년 실적 산정 시에는 GHG Protocol에서 권고하는 최신 배출계수와 산정 기준을 적용하였으며, 비교가능성 확보를 위해 과거 배출량을 재산정 하였습니다.

기타 간접배출(Scope 3)은 GHG Protocol Scope 3 Standard에 따라 15개 카테고리를 검토하여 10개 카테고리의 배출량을 산정하고 있습니다. 특히 카테고리 15(투자)의 경우 기존 자회사 CV파트너스에 더해 2025년부터 헬로커넥트앤을 추가 산정하여 자회사 전반으로 관리 범위를 확대하였습니다. 앞으로도 네트워크 장비 효율화, 저전력 장비 도입, 국사 에너지 절감 등 다양한 활동을 통해 온실가스 배출량 감축을 지속적으로 추진해 나가겠습니다.

Scope 1 & 2 배출량¹⁾

(단위: tCO₂eq)

구분	2023	2024	2025
총 배출량(Scope 1 & 2)	44,147	44,521	43,845
직접 온실가스 배출량(Scope 1)	355	349	303
간접 온실가스 배출량(Scope 2)	43,792	44,172	43,542

Scope 3 배출량¹⁾

(단위: tCO₂eq)

구분	2023	2024 ²⁾	2025
기타 간접 온실가스 배출량(Scope 3)	180,573	115,313	100,115
1. 구매한 제품 및 서비스	154,841	75,273	68,782
2. 자본재	-	16,738	9,226
3. Scope 1, 2에 포함되지 않은 연료/에너지	9,848	9,934	9,791
4. 운송 및 유통	-	48	52
5. 운영과정에서 발생한 폐기물	11	10	8
6. 임직원 출장	602	1,181	882
7. 임직원 출퇴근(통근)	866	860	763
11. 판매된 제품의 사용	3,866	3,588	3,393
13. 다운스트림 임대자산	10,481	7,615	6,876
15. 투자	58	67	340 ³⁾

1) 최신배출계수 기준 적용 및 산정 기준 재정립에 따른 3개년 배출량 재산정

2) 2024년부터 연결기준 온실가스 배출량 관리 대응을 위해 Scope 3 산정 범위를 모회사인 LG U+와 일원화 함

3) 2025년 신규 자회사(헬로커넥트앤)배출량 추가 산정

기후변화 대응

관리활동

환경경영 역량강화

임직원 환경경영 교육

LG헬로비전은 환경경영에 대한 구성원의 인식 제고를 위해 온·오프라인 환경 교육을 지속적으로 실시하고 있습니다. 2025년에는 <플라스틱 오염종식>을 주제로 플라스틱 사용 현황과 재활용, 사용량 줄이기에 대한 온라인 교육을 진행하였으며, 신규 담당자를 대상으로 온실가스·에너지 지표 관리 교육을 실시하였습니다. 또한 나눔바자회를 자원순환 실천 교육의 장으로 활용하여 임직원이 일상 속 자원순환의 가치를 직접 경험하고 내재화할 수 있도록 하였습니다. 앞으로도 다양한 방식의 환경 교육을 통해 전 임직원의 환경 인식을 지속적으로 높여나가겠습니다.



2025년 임직원 환경교육

환경 교육 현황

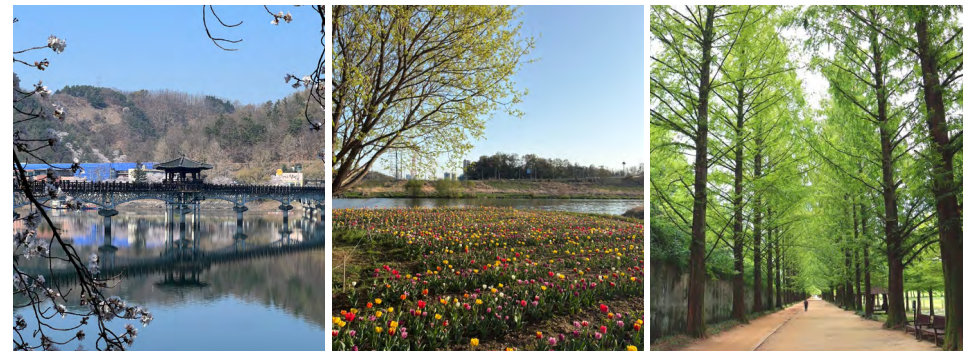
교육과정명	교육 일자	교육 방식	참여자 수
나눔바자회를 통한 자원순환의 의미	2025.11.20	대면	135명
플라스틱 사용 현황과 재활용, 플라스틱 사용량 줄이기	2025.08.01	온라인	702명
신규 담당자 대상 온실가스/에너지 지표관리 교육	2025.03.24	대면/실시간 온라인	3명
기술센터 담당자 대상 온실가스/에너지 지표관리 교육	2024.07.25	대면/실시간 온라인	8명
생물다양성 보전: 생태적 전환의 삶과 생물다양성	2024.07.15	온라인	884명
ESG 환경경영 관련 법과 제도	2023.06.12	온라인	855명
자원순환의 날 맞이 친환경 포장재 등 환경 교육	2023.09.06	대면	33명

ESG 캠페인을 통한 사내 친환경 문화 조성

LG헬로비전은 임직원을 대상으로 생활 속에서 실천 가능한 ESG 캠페인을 시행하여 환경경영 관련 인식을 제고하고 있습니다. 2026년 '지구의 날'을 맞이하여 에너지시민연대에서 주최하는 소등 캠페인 '불을 끄고 별을 켜다'에 참여하였습니다. 소등 캠페인은 전력 사용량 감축을 위해 전국에서 동시에 밤 9시부터 5분 동안 전등을 끄는 캠페인으로, 사옥 내 임직원이 함께 동참하였습니다.

소등 캠페인 외에도 2025년 '지구의 날'을 기념하여 임직원과 고객이 함께하는 '헬로, 지구! 숲 지키미' 캠페인을 진행하였습니다. 아름다운 지구환경을 주제로 사진을 촬영하고 공유하며 우리가 함께 지켜야 할 지구의 소중함을 되새기는 계기를 마련하였으며, 환경실천연합회·네이버 해피빈과 파트너십을 맺어 경북 의성 산불 피해지역 산림 회복을 위한 매칭기부로 이어져 총 1,360만 원이 모금되었습니다.

임직원이 담은 우리가 지켜야 할 지구의 모습



안동 월령교

파주 금릉천

담양 메타세콰이어길

기후변화 대응

관리활동

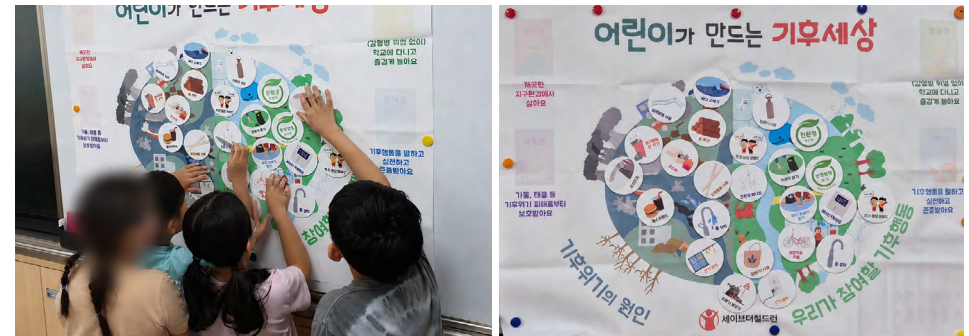
환경 관련 사회공헌 활동

기후동행학교

LG헬로비전은 기후위기 시대 아동의 권리증진과 기후위기 극복을 위해 세이브더칠드런, 서울에너지드림센터와 함께 '어린이가 만드는 기후동행학교' 프로그램을 운영했습니다. 서울특별시 교육청과의 협조로 학교를 모집하고 전문 강사를 파견하여 초등학교 3~4학년 아동을 대상으로 총 30회차 교육을 진행했으며, 기후위기 원인과 영향 이해부터 탄소중립 아이디어 대회, 기후 행동 다짐판 작성까지 아동이 주체적으로 참여하는 방식으로 구성했습니다. 앞으로도 LG헬로비전은 미래세대 어린이가 기후위기 문제를 인식하고 대응 활동에 주체적으로 참여할 수 있도록 환경 교육을 지속해 나가겠습니다.

'어린이가 만드는 기후동행학교' 진행내역

연도	개소	지원 대상	교육 회차	세부 내용
2025년	초등학교 10개소	268명	30회	- 기후위기에 따른 아동권리, 기후위기 대응 교육 - 탄소중립 아이디어 경진대회 - 버려지는 가족, 섬유로 만드는 업사이클링 필통 제작 - 페플라스틱 수거캠페인 & 재활용 우산 제작
	중학교 4개소	247명	24회	
2024년	초등학교 7개소	297명	68회	
합계	21개소	812명	122회	



2025년 기후동행학교

친환경 경영

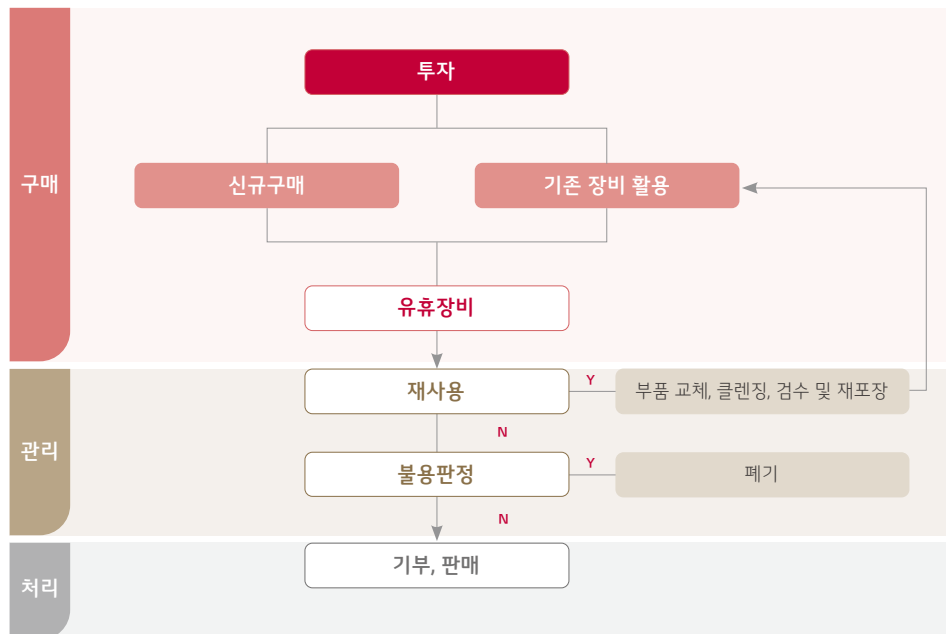
관리활동

자원 선순환

자원 선순환 체계 구축

LG헬로비전은 매년 폐기물 재활용률 95% 이상 달성을 목표로 개선과제를 수립 및 이행하고 있습니다. 서비스 종료 후 수거된 주요 통신장비는 기능과 외관 상태를 점검해 구분·관리하고 내부 자산 선순환 프로세스를 통해 부품교체, 클렌징, 검수 과정을 거쳐 재사용을 촉진하고 있습니다. 노후화로 재사용이 어려운 장비는 지자체에 폐기물 운반 허가를 받아 폐기물 재활용 시설을 갖춘 업체에 위탁 처리하며, 폐기물 배출 시 한국환경공단의 '올바로시스템'을 통해 배출량을 보고하고 법규 준수 여부를 확인합니다. 이를 통해 2025년 폐기물 재활용률 99%를 달성했습니다.

자원 선순환 프로세스



친환경 포장재 도입

LG헬로비전은 무분별한 일회용품 사용을 줄이고 재활용을 확대하기 위해 2021년부터 헬로모바일 '친환경 배송 패키지'를 도입했습니다. 헬로모바일의 유심 봉투를 비닐소재 대신 사탕수수 부산물로 만든 친환경 종이 패키지로 교체하고, 단말기 발송용 택배 박스는 테이프 없이 사용 가능한 친환경 조립형 박스로 교체하여 비닐과 플라스틱 사용량을 감축하고 있습니다. 이후 배송 과정의 분실 우려에 대한 고객 의견을 반영하여 친환경 소재는 유지하면서 두께를 보강하는 개선을 진행했으며, 앞으로도 소재와 구조 양면에서 환경 부하를 낮추는 방향으로 포장재를 지속 개선해 나갈 계획입니다.

친환경 포장재 도입/개선

구분	비닐 소재 유심봉투	친환경 포장재 도입	친환경 포장재 개선
포장재			
두께	약 5mm	약 1mm	약 20mm
소재	코팅 종이+비닐 완충재	사탕수수 부산물 재생용지	종이+재생종이 완충재, 친환경(공기름) 잉크

친환경 경영

관리활동

자원 선순환

업무협약

LG헬로비전은 안전관리 강화에 따라 발생하는 사내 유헬 비품(모니터, TV 등)의 체계적인 친환경 처리를 위해 2026년 4월, 환경부 인가 비영리 공익법인인 'E-순환거버넌스'와 업무 협약을 체결하였습니다. 기존의 유상 처리 방식에서 벗어나 폐기 전자제품의 안전한 처리 및 적법한 회수·재활용 프로세스를 구축하였으며, 사내 안내와 홍보를 통해 임직원의 자원 재활용 참여를 독려하고 있습니다. 이러한 업무 협약을 통해 폐기물 처리 비용을 절감하는 동시에, 탄소저감 및 자산 기부를 통한 사회공헌 활동 연계 등 다각적인 ESG 성과를 창출하고 있습니다.

구분	내용
협약 기관	E-순환거버넌스
협약 내용	폐 전기·전자제품 올바른 배출을 통한 재활용 활성화 확대

'E-순환거버넌스'를 통한 사내 유헬 비품 친환경 처리

2026년 상반기, 사내에서 발생한 냉장고·모니터·TV 등 폐 전자제품 총 866.32kg을 E-순환 거버넌스의 'ESG나눔 모두비움' 프로그램을 통해 친환경 처리했습니다. 수거된 불용품은 전문 재활용센터로 운반되어 유해물질 안전처리 및 유가금속·희토류 등 자원 회수·재활용 공정을 거칩니다. LG헬로비전은 단순 폐기 방식에서 벗어나 적법한 자원순환 체계를 통해 환경 책임 이행과 온실가스 감축에 기여하고 있습니다.



임직원·고객 참여 캠페인

지속가능한 지구를 위한 환경 캠페인

LG헬로비전은 임직원과 지역사회의 실천을 유도하고, 환경 인식 개선을 위한 캠페인을 기획 및 추진하고 있습니다. 2026년에는 환경 보호의 중요성을 알리기 위해 제정한 '세계 환경의 날'을 맞이하여 임직원과 고객이 함께 참여하는 <헬로, 환경지킴이 모임> 캠페인을 전개했습니다. 임직원은 사내 에너지 절약 및 다화용기 사용 등 일상 속 환경 보호를 실천하고 인증하는 방식으로 참여했으며, 총 209명이 동참했습니다. 이와 함께 공식 인스타그램을 통해 고객 참여형 환경 보호 인증 이벤트를 진행했습니다. 고객 참여 1건당 회사가 1,000원을 매칭하는 방식으로 마련된 기부금은 네이버 해피빈을 통해 환경재단의 '지구쓰담 캠페인'에 전달되며, 지역사회 환경 정화 활동 지원과 대중의 환경 인식 개선을 위해 사용됩니다.

#환경지킴이모임 #고객참여형 캠페인 #지역사회 환경보호



- #물티슈 대신 손수건 사용으로 일상 속 기후행동 실천했습니다! 작은 습관이지만 플라스틱 사용을 줄이는 데 도움이 된다고 생각하며 꾸준히 동참하겠습니다
- #걸으면서 자연도 지키는 플로깅 활동이 생각보다 즐겁고 뿌듯했습니다. 앞으로도 꾸준히 참여하고 싶어요
- #자전거로 가까운 곳 이동하기
#텀블러 이용하기

친환경 경영

관리활동

생물다양성 보전

생물다양성 보전 캠페인

LG헬로비전은 충남방송 사업장의 지역 생태계 보전과 기후변화로 인한 생태계 교란으로 위협받고 있는 꿀벌 보호를 위해 국립생태원, 당진남부사회복지관과 함께 'Bee-Smile' 밀원식물 생태정원 조성 프로젝트를 진행하였습니다. 해당 행사를 통해 당진 지역 학생과 13개 단체 자원봉사자 등 50여 명이 참여하여 당진 우강면 행정복지센터 인근에 꿀벌의 주요 식량인 밀원식물 14종을 약 5,400여 본 식재하였습니다. 특히, 한국 고유종인 벌개미취를 비롯해 꿀벌에게 풍부한 영양을 제공하는 다양한 식물을 식재하여 생태다양성 확대에 기여하고자 노력하였습니다. LG헬로비전은 앞으로도 생물다양성 보전 캠페인을 통해 지역 생태계를 보전하는 동시에 생물다양성에 대한 지역민의 이해를 높여 지역사회 생태문화 인식 확산에 앞장서고자 합니다.

생물다양성 보전 활동

활동내용	지역	진행연월
밀원식물 군락지 조성 및 꿀벌보호활동 등 각종 생태 보존 활동	충남 당진시	2025.04-2025.10



밀원식물 식재 및 꿀벌보호 캠페인 프로젝트

지역채널 연계 생물다양성 프로그램

LG헬로비전은 국립생태원과의 업무협약을 통해 국립생태원 및 지역 환경 단체들과 협력하여 지역별 멸종위기종 보호를 위한 방송 프로그램을 제작하고, 이를 지역채널을 통해 방송하고 있습니다. 학술토론회를 개최하여 기후변화에 따른 섬 생태계 및 생물다양성 변화의 대응 방향을 모색하고, 이를 통해 국내외 섬 연구기관과의 협력 네트워크를 확대하고 있습니다. 또한, 기후위기와 멸종위기 식물에 대한 강연을 개최하고 시민 생태교육 프로그램을 진행하여 지역 주민과 시청자들의 생태 보전에 대한 인식을 높이고자 노력하고 있습니다. 이 외에도 환경부 산하 국립생태원 및 지역 환경 단체와의 협력을 통해 지속적으로 생물다양성 보전활동을 실천하고 있습니다.

1) 인정기간: 2023년 3월 31일~2026년 3월 30일

생물다양성 보전을 위한 기획취재 및 프로그램 제작

세부내용	지역	진행연월
안동시 멸종위기 야생생물 2급인 쇠재비갈래기 보호를 위해 민·관·연 협력체계 구축	안동	2026.05
멸종위기 야생생물 2급인 따오기 50마리 경남 창녕군 우포늪서 비상	경남	2026.05
금정산 대표 '깃대종' 선정...가는동자꽃 고리도롱뇽(멸종위기 야생생물 2급)	부산	2026.04
경남 창녕 우포따오기 올해 첫 부화...야생 복귀 440마리 눈앞(멸종위기 야생생물 2급)	경남	2026.04
금정산서 멸종위기 2급 '담비' 포착...생태계 건강 확인	경남	2026.01
국립호남권생물자원관 섬 생물다양성 학술토론회 주최 -섬 생물다양성 변화와 기후위기 대응, 섬 고유종과 멸종위기종의 보전 전략 등 논의/연구사례 소개	호남	2025.12
천연기념물 '점박이물범(멸종위기 야생생물 1급)' 올해도 서산·태안 가로림만서 포착	충남	2025.08
국립생태원-당진남부사회복지관-LG헬로비전, 기후 위기·멸종위기 식물 강연 개최	충남	2025.07
양양 호텔에서 발견-국제 멸종위기종 2급 '불파이탄' 국립생태원서 보호	강원	2025.07
당진시-한국 남생이 보호 협회, 남생이 방생 위한 업무 협약 체결(멸종위기 야생생물 2급)	충남	2025.06
LG헬로비전-당진 남부사회복지관-국립생태원, 꿀벌 보호 캠페인 실시...밀원 식물 식재	충남	2025.05
영양군, 산불 피해 장구메기습지에 소생물 서식처 '곤충 호텔' 조성	강원	2025.05



멸종위기종 복원 후원 인정기업¹⁾ 인증





Social

44	인권존중	➤
48	인재관리	➤
52	안전문화	➤
56	고객만족	➤
65	정보보호	➤
68	동반성장	➤
70	사회공헌 및 지역사회 참여	➤

인권존중

거버넌스

인권경영 체계

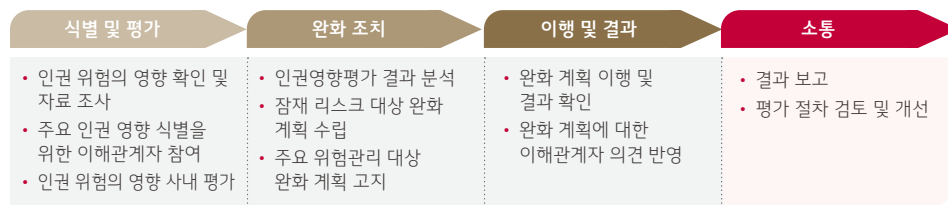
인권경영 정책

LG헬로비전은 'UN 세계 인권 선언(Universal Declaration of Human Rights)'과 '기업의 인권 이행 지침(The Ruggie Framework)', '아동 권리에 관한 협약(Convention on the Rights of the Child)' 등 국제 인권 기준 및 노동 원칙에 따라 인권 정책을 수립하고 이를 대외 공시하고 있습니다. LG헬로비전의 인권 정책은 임직원, 고객, 협력사, 지역사회 등 모든 이해관계자에게 동등하게 적용되며, 직장 내 모든 형태의 차별 및 괴롭힘에 대해 무관용 원칙을 적용합니다. 또한 전 임직원을 대상으로 연 1회 인권 교육 및 인권영향평가를 실시하여 이해관계자의 인권 보호 수준 향상을 위해 노력하고 있습니다. 인권영향평가를 통해 식별된 위험 요소에 대해서는 개선 과제를 도출하고 지속적으로 보완해 나가고 있습니다.

인권영향평가

LG헬로비전은 임직원 대상 인권영향평가를 실시하였습니다. 평가는 차별금지, 공정한 기회제공, 집회 및 결사의 자유, 안전한 근무환경, 근로조건 준수로 총 5가지 주요 인권 영역에 대한 임직원 인식도를 중심으로 진행하였습니다.

인권영향평가 프로세스



2025년 인권영향평가 결과

영역	단위	긍정	보통	부정
차별금지		70.6	15.2	9.8
공정한 기회제공	%	79.9	12.3	6.4
집회·결사의 자유		71.2	17.5	5.9

영역	단위	긍정	보통	부정
안전한 근무환경	%	76.2	14.1	3.1
근로조건 준수		78.7	14.5	2.9

※ 참여자 수: 238명(23.08%)

인권경영 방침

LG헬로비전은 UN이 공표한 세계인권선언을 비롯하여 기업의 인권 이행지침, 아동권리에 관한 협약, UNGC 10대 원칙, OECD가 채택한 다국적기업 가이드라인 및 ILO에서 제시하는 노동 기준을 지지합니다. 또한 사업을 운영하는 모든 국가의 노동 및 인권 관련 법규를 준수할 것을 약속하며, 사회·경제적인 면에서 임직원의 고용 안정과 적정 임금 보장을 위해 노력할 것입니다. LG헬로비전 인권경영방침은 임직원, 협력사 및 고객 등 모든 이해관계자에게 동등하게 적용합니다.

기본 원칙

- **차별금지:** 인종, 나이, 성별, 국적, 장애, 종교, 임신, 노조가입 여부, 결혼 여부, 사회적 신분, 성적 지향 등의 이유로 채용·임금·보상, 승진 등을 차별하지 않도록 한다.
- **결사의 자유:** 노동관계 법규에 따라 단체 협약과 평화적 집회를 위한 결사의 자유를 보장하며, 노동조합 가입, 활동 및 결성 등을 이유로 부당한 처우를 하지 않는다.
- **강제노동 금지:** 모든 근로는 자발적으로 이루어지고 폭행, 협박, 감금 등 정신/신체적인 자유를 부당하게 구속하여 개인의 자유에 어긋나는 근로를 강요하지 않는다.
- **아동노동 금지:** 각 국가 및 지역의 법규에서 정한 최저 고용 연령을 준수하며, 채용 시 모든 근로자에 대해 연령을 검증한다.
- **근로시간:** 각 국가 및 지역의 법규에서 지정한 정규, 초과 근로시간 및 휴무 관련 규정을 준수한다.
- **임금과 복리 후생:** 사업 국가에서 정한 근로 시간, 연장 근로에 따른 상당한 보상 기준을 준수하며, 사회 보험 지원 및 각종 복리 후생 제도를 제공한다.
- **개인정보보호:** 모든 이해관계자의 개인정보는 그 비밀을 철저히 보호하고, 이해관계자의 사전 승인 없이 정보를 누설하거나 타 용도에 사용하지 않는다.

1

LG헬로비전은 인권경영이 모든 경영활동의 최우선 가치임을 인식하고, 인권 관련 국내/외 법규 및 기준을 준수한다.

2

LG헬로비전은 임직원 및 주요 이해관계자를 대상으로 인권 리스크 진단을 정기적으로 시행하고, 주요 인권 이슈에 대해서는 체계적으로 개선활동을 추진한다.

3

LG헬로비전은 임직원의 인권 관련 의견 정취 및 고충을 제보할 수 있는 채널을 운영한다.

4

LG헬로비전은 인권 관련 위반사항에 대해, 조사 과정을 거쳐 사내 규정에 의해 조치한다.

5

특히, LG헬로비전은 임직원 외 이해관계자의 인권을 보호하기 위해, 소비자 권익 및 개인정보보호를 중점 인권이슈로 고려하여 개선을 실행한다.

대표이사(CEO) **송구영**



인권존중

전략

중장기 인권경영 목표

LG헬로비전은 2023년 인권경영방침을 수립·공시하고, 이를 실질적으로 이행하기 위한 2025~2030년 중장기 인권경영 목표를 수립하여 단계적으로 추진하고 있습니다.

2025~2026년에는 전사 구성원 대상 인권교육과 인권영향평가를 도입·시행하여 인권 리스크를 식별·예방하는 체계를 구축하고, 2027~2028년에는 인권영향평가를 정례화하고 식별된 개선과제의 이행을 점검하여 인권경영 관리체계를 고도화 합니다. 2029~2030년에는 인권영향평가 결과를 주요 경영 의사결정 과정에 체계적으로 반영하여, 인권경영을 사업 전반에 정착시켜 나가겠습니다. 아울러 고객 응대 등 인권 민감 직무 환경에 대해서는 협력/관계사의 자율적 인권경영을 지원하고 상생협력을 강화하여, 가치사슬 전반의 인권 보호 수준을 함께 제고해 나가겠습니다.

인권경영 연도별 세부 추진목표

	2025-2026(단기)	2027-2028(중기)	2029-2030(장기)	TARGET
인권경영 체계구축 및 인권영향평가 수행	• 임직원 인권교육 강화 • 인권 리스크 식별 및 실사	• 인권경영 인식제고 : 전년比 2% (개선 필요항목 긍정 응답률 기준)	• 인권경영 인식제고 : 전년比 2% (개선 필요항목 긍정 응답률 기준)	인권경영 내재화 및 인권 법규 준수
인권 고충처리 채널 운영	고충 처리비율 100%	고충 처리비율 100%	고충 처리비율 100%	
구성원 다양성	2030년 여성 구성원 비율 27% 목표			



인권존중

전략

인권 위험에 취약한 이해관계자 관리

헬로비전은 인권 위험에 취약한 이해관계자를 구성원, 협력·관계사 근로자, 고객, 장애인, 지역사회로 식별하고, 각 집단의 특성을 고려한 인권보호 활동을 시행하고 있습니다.

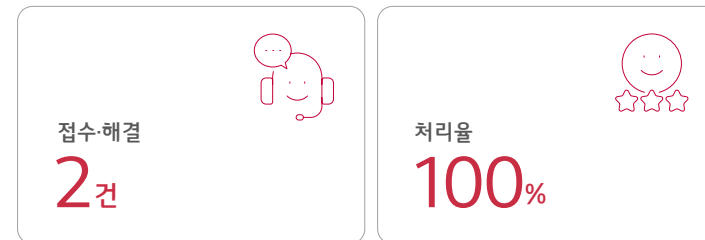
이해관계자별 인권보호 활동

이해관계자	인권 이슈	인권보호 활동
구성원	차별금지·안전한 근무환경 조성	임직원 인권영향평가 연 1회 실시
고객	고객 정보보호·고충처리	- 개인정보 보안점검 정기 실시 - 고객센터·앱·홈페이지 등 다채널 VoC 접수 체계 운영 - 고충처리 전담 창구 별도 운영
장애인	취약계층 보호	시/청각 장애인 등 정보취약계층 대상 시청권 서비스 지원 (스마트수어방송, 이어드림 등)
지역사회	취약계층 보호/ 주민 권리 보장	- 아동·청소년 유해 콘텐츠(성인·불법) 차단 시스템 운영 - 고객센터 등의 채널을 마련하여 상시 민원 접수 및 불만 해소 체계 구축

고충처리제도

LG헬로비전은 인권 관련 고충 신고 및 상담 채널로 '괴롭힘·성희롱 고충처리센터'와 '헬로지킴이'를 운영하고 있습니다. 구성원은 방문 상담, 온라인 제보 등 다양한 경로를 통해 언제 어디서나 고충을 신고할 수 있으며, 접수된 내용은 사내 규정에 따라 확인 및 시정 조치가 이루어집니다. 정도경영위원회는 관련 법령, 고용노동부 가이드라인 및 외부 전문기관의 자문을 바탕으로 징계를 결정하고, 최종 심의 결과와 징계 사유를 공개합니다. 연 1회 전 구성원을 대상으로 고충 발생 현황을 점검하고 있으며, 2025년 고충 접수 처리율은 100%를 달성하였습니다.

2025년 고충처리센터 접수 건수 및 처리율



고충처리 운영 프로세스

고충 접수	내용 확인	조치 활동	결과 처리
- 고충처리채널 활용 - 괴롭힘·성희롱 고충처리 센터 - 헬로지킴이 - 담당 부서 접수	- 피해자면담/ 임시조치 - 사실관계 확인 및 방안 검토	- 고충처리 실행 - 징계 처분	- 처리결과 안내 - 정도경영위원회 최종심의결과 및 징계사유 공개

인권존중

관리활동

DE&I 현황

DE&I¹⁾ 활동

LG헬로비전은 다양한 구성원들이 차별 없이 일하며 개개인의 고유성을 인정하는 사회를 만들고자 노력하고 있습니다. 2025년 기준 전체 임직원의 27.2%가 여성 구성원이며, 여성의 비율을 지속적으로 높이기 위해 외부 인재를 적극적으로 채용하고 있습니다. 또한 더 많은 장애인이 사회에 진출할 수 있도록 다양한 분야에서 신규 직무를 개발하고 있습니다. 앞으로도 장애인 채용을 확대해 기업의 사회적 책임을 다하고 구성원과 함께 성장해 나가고자 합니다.

1) 다양성(Diversity), 형평성(Equity), 포용성(Inclusion)

구분	단위	2023	2024	2025
전체 직원 중 여성 비율	%	27.8	27.9	27.2
전체 경영진 중 여성 비율	%	20	12.5	0
전체 직원 중 여성 관리자 비율	%	12.4	11.0	9.4
전체 중간관리자 중 여성 비율	%	19.1	20.4	23.5
장애인 고용 비율	%	1.6	1.8	1.6

* '25년 고용목표: 여성 근로자(28.1%), 여성 관리자(11.8%)

* '26년 고용목표: 여성 근로자(27.5%), 여성 관리자(10.0%)

* 여성관리자: 팀장 직급 이상, 중간관리자: 과장 직급 이상

여성 주연 콘텐츠 제작

눈에 띄는 그녀들

‘눈에 띄는 그녀들’은 누구보다 열심히 자신만의 일생을 살아가는 여성들의 이야기를 담은 리얼 다큐멘터리입니다. 성별, 나이, 지역에 구애 받지 않고 인생을 개척하는 여성들의 모습을 조명하여 지역 여성들의 공감을 불러일으키고 주체적인 사회 활동을 독려하고 있습니다. 대중에게 낯선 직업을 가지고 있는 여성, 여성 근로자가 드문 분야의 직업을 가지고 있는 여성, 일상 공간에서 독창적인 마케팅으로 자리를 잡은 여성 등 다양한 분야에서 활약하는 여성들의 이야기를 소개하며, 여성의 사회적 역할 확대와 성평등 인식 제고에 기여하고 있습니다.

MAKE ME Girl(맥미걸)

LG헬로비전은 단순히 외모만의 변화가 아닌 한 여성의 마음을 치유하고 삶을 변화시켜주는 2030 여성들을 위한 신개념 메이크오버 솔루션 ‘MAKE ME Girl’(맥미걸)을 선보였습니다. 사연자가 가진 특별한 스토리를 소개하고, 전문가 솔루션 등 다양한 방면의 도움을 제공하여 사연자의 변화 과정과 그 결과를 공개합니다. LG헬로비전은 해당 프로그램을 통해 외모, 나이, 직업 등 기존의 고정관념을 넘어 여성들이 자신만의 매력을 발견하고 자존감을 회복할 수 있도록 응원하고 있습니다. 일상의 다양한 배경을 가진 여성들이 주체적으로 변화를 경험하는 과정을 담은 프로그램을 방영하여 여성의 자기표현 기회를 확대하고 사회의 긍정적 인식 변화를 유도하고 있습니다.



‘눈에 띄는 그녀들’(시즌 1-8)



‘MAKE ME Girl’

인재관리

거버넌스

인재채용 정책

LG헬로비전의 경영 기본 원칙은 인간 존중입니다. 고정관념에 사로잡히지 않고 자율적으로 일하며 창의적으로 생각하는 구성원을 기업의 핵심 자산으로 여기고 있습니다. 이에 모든 인격과 다양성을 존중하는 '인권 중시', 구성원이 잠재력을 최대한으로 이끌어내도록 기회를 제공하는 '능력 개발', 성과에 따라 공정하게 평가하고 보상하는 '성과주의'를 경영 이념으로 삼고 있습니다.

LG헬로비전 인재상

01

꿈과 열정을 가지고
최고에 도전하는 사람



02

고객을 최우선으로 생각하고
끊임없이 혁신하는 사람



03

팀워크를 이루며 자율적이고
창의적으로 일하는 사람



04

꾸준히 실력을 배양하여
정정당당하게 경쟁하는 사람



일과 삶의 균형을 위한 활동

가족친화기업

LG헬로비전은 자녀 출산 및 양육 지원 등 가족친화제도를 모범적으로 운영하여 2013년 여성가족부로부터 첫 가족친화기업 인증¹⁾을 획득했으며, 2024년 인증을 갱신했습니다. 자녀 입학 휴가, 배우자 출산 휴가, 육아기 단축근로 등 다양한 가족친화적 제도를 운영하며 가족친화기업 자격을 지속적으로 유지하고 있습니다.



1) 인증 유효기간: 2024.12.01~2027.11.30

복리후생 제도

LG헬로비전은 다양한 맞춤형 복지를 통해 구성원이 일과 삶의 균형을 유지하고 업무에 몰입할 수 있도록 지원합니다. 출퇴근 유연 제도로 근무 시간의 자율성을 높이고, 출산 전후 휴가 등 모성 보호 제도를 모든 구성원에게 보장하며, 건강검진 휴가를 확대해 직원의 건강관리를 지원하고 있습니다.

임직원 및 협력사를 위한 복리후생 제도

회사생활 지원	가족친화 제도	구성원 Care 프로그램	리프레시 제도
• 복지포인트 • 통신비 • 사내 동호회 활동 지원 • 통근버스	• 출퇴근 유연 제도 • PC-OFF제도 • 주택자금 지원 • 출산 및 육아휴직 제도 • 난임 휴가 • 학자금 지원 • 장애인 자녀 양육비 지원	• 의료비 지원 • 건강검진 제공 • 사내 피트니스 운영 • 난임 의료비 지원	• 국내외 호텔/콘도 지원 • 리프레시 휴가(5일) • 장기 근속 포상 (10/20/30년)

인재관리

관리활동

기업문화 활동

직원경험 강화

LG헬로비전은 다양한 채널을 통해 소통하며 '3대 직원경험'을 개선하고자 노력하고 있습니다. 구성원이 참여할 수 있는 다양한 프로그램을 운영해 긍정적인 관계를 형성하는 '사람경험' 일하는 방식에 변화를 불러오는 '업무경험' 쾌적한 근무 환경을 조성하는 '환경경험'을 확대하고자 합니다.

사람경험	업무경험	환경경험
• 회사, 경영진, 상사의 리더십 및 동료 직원들과의 긍정적인 경험 확대 • 사내 인트라넷 내 경영진 소통채널 운영 • 정기 및 수시 CEO 현장 방문 및 구성원 소통 활성화 추진	• 일하는 방식의 변화 추진 • 보고 및 회의 문화 개선 • 인사제도 및 시스템 점검 • 정기 및 수시 포상제도 운영을 통한 동기부여 활성화	• 쾌적한 근무환경 조성 • 스마트 오피스 활성화 • 유연근무 활성화 • 즐거운직장 이벤트/프로그램 운영

노경관계

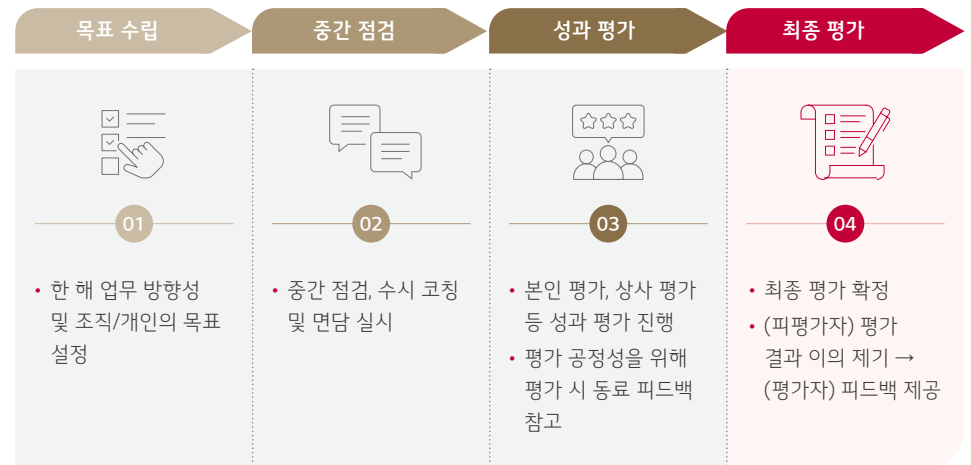
LG헬로비전은 경영진과 근로자가 서로 신뢰하고 존중하며 함께 공동의 가치를 추구하고자 합니다. 임직원 권리를 보장해 노동조합 가입을 자유롭게 허용하고, 단체교섭을 적극적으로 지원하며, 신규 입사자에게는 노동조합 관련 안내와 교육을 제공합니다. 2025년 12월 기준 임직원의 50.5%가 노동조합에 가입되어 있습니다. 또한 직원의 복리후생과 근로조건 등을 개선하고자 경영진과 근로자가 함께 참여하는 노경협의회를 분기별로 개최하고, 관련 법령에 의거하여 내부 의사결정을 진행하고 있습니다. 2025년에는 협의회 논의 안건 17건을 100% 조치 완료하였으며, 결과는 전사 게시판에 공지하고 있습니다.

임직원 평가 및 보상

임직원 성과 보상 체계

LG헬로비전은 구성원의 성과를 공정하게 평가하기 위한 프로세스를 운영하고 있습니다. 매년 3월 팀 목표 공유 세션을 통해 리더와 구성원이 함께 조직과 개인의 성과 목표를 설정하고 공유합니다. 리더는 목표 달성을 지원하기 위해 연중 코칭을 실시하며, 구성원 간 상호 지원도 장려하고 있습니다. 연말에는 연 1회 모든 구성원의 성과를 평가하고 '성과 리뷰 세션'을 개최하여 팀 단위로 연간 성과와 개선점을 공유합니다. 평가는 독립된 절차로 공정하게 이뤄지며, 결과에 따라 연봉 인상, 경영 성과급 지급, 우수 직원 포상 등을 실시합니다. 이 밖에 장기 근속 직원에게는 포상금, 선물, 근속 기념패 등 다양한 보상을 제공하고 있습니다.

성과 평가 프로세스



인재관리

관리활동

임직원 역량 개발

인재육성 체계

LG헬로비전은 구성원의 지속가능한 성장을 위해 다양한 육성 프로그램을 운영하고 있습니다. 신규 입사자에게는 회사와 사업에 대한 이해와 빠른 적응을 돕기 위한 온보딩 교육과 멘토링 프로그램을 제공하며, 경력개발 지원제도 및 직무순환을 통해 구성원이 스스로 계획한 진로에 맞추어 경력과 역량을 쌓을 수 있는 체계를 갖추고 있습니다. 또한 정기적인 커리어 서베이를 실시하여 구성원이 희망하는 직무를 조사하고, 이를 경력개발에 반영하고 있습니다. 이 밖에도 모든 임직원 대상으로 필수 역량 함양을 위한 공통 교육, 직무역량 강화 교육, 리더십 교육 등 맞춤형 육성 프로그램을 지원하고 있습니다.

인재육성 프로그램



공통기본 교육

- LG Way, 정도경영 교육
- 신입, 경력 구성원 온보딩 교육
- 공통역량 교육 (커뮤니케이션/OA)
- 전사 기본필수 교육 (법정업무, Compliance)



직무전문 교육

- AX 역량강화
- 마케팅·영업 교육
- 기술교육·자격증 지원
- 미디어(보도제작) 교육
- DX역량강화, SI활용 교육

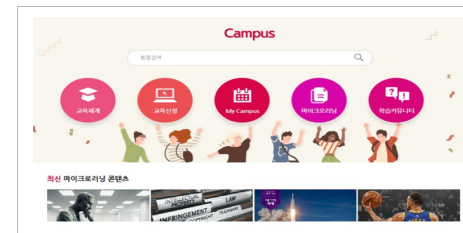


리더십 교육

- 신입 리더 교육
- 조직 리더 육성 교육
- 전사 리더 Workshop

임직원 교육 플랫폼 운영

LG헬로비전은 구성원이 시간과 공간에 구애 받지 않고 업무 역량을 강화할 수 있도록 E-Learning 플랫폼인 'HelloVision Campus'를 운영하고 있습니다. 최신 트렌드, AI, 마케팅, 세일즈, 인문학, 리더십 등 다양한 콘텐츠를 제공하여 자기주도적 학습문화를 조성하고 있습니다.



HelloVision Campus



스마트에듀 콘텐츠

미디어 직무역량 향상 전문교육 제공

LG헬로비전은 구성원의 미디어 직무 역량을 향상하기 위해 별도의 재난방송 제작 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. '재해 재난 발생 시 대응 프로세스 및 재난 보도준칙', '디지털 시대 뉴스/재난방송이 나아가야 할 방안', '재난 발생 시 담당자의 대응력 및 전문지식 함양' 등 직무별 맞춤형 교육을 제공하며, 재난방송 담당자의 실무 역량을 높이고 있습니다.

재난방송 교육 프로그램

교육대상	교육 프로그램명	교육내용
보도데스크(선임)	보도 직무교육	재해 재난 발생 시 대응 프로세스 및 재난 보도준칙
취재기자	보도 직무교육	디지털 시대 뉴스/재난방송이 나아가야 할 방안
재난방송 실무 담당자	상반기 케이블TV 재난방송 교육	재난 발생시 담당자의 대응력 및 전문지식 함양
전국 보도국	LTE 특보	집중호우/태풍 대비 가상훈련
재난방송 실무 담당자	하반기 케이블TV 재난방송 교육	재난 발생시 담당자의 대응력 및 전문지식 함양

인재관리

관리활동

AX 역량 강화

AI 활용 역량 강화와 현업 중심 업무혁신 추진

LG헬로비전은 생성형 AI 확산에 대응하여 구성원의 AI 활용 역량을 강화하고, 현업 중심의 업무혁신 문화를 확산하기 위한 활동을 추진하고 있습니다. 단순 이론 교육을 넘어, 구성원들이 실제 업무 문제를 AI 관점에서 발굴하고 직접 해결 방안을 구현할 수 있도록 실습형 교육과 참여형 프로그램을 운영했습니다.

2026년 상반기에는 임직원을 대상으로 사내 AI Agent 해커톤을 진행하여, 생성형 AI와 AI Agent를 활용한 업무 생산성 향상 과제를 발굴했습니다. 총 203명이 신청했으며, 최종 과제 제출 83명 등 높은 참여가 있었습니다.

참여자들은 반복 업무 자동화, 데이터 분석, 콘텐츠 제작, 현장 업무 지원 등 다양한 영역에서 AI Agent 활용 과제를 기획·구현했으며, 제출 과제는 업무 적용 가능성, 실행 가능성, 기대효과, 완성도 등을 기준으로 심사했습니다. 최종 심사를 통해 우수 과제를 선정하고, 대상 1개 과제, 최우수상 2개 과제, 우수상 5개 과제 등 총 8개 과제에 대해 시상을 진행했습니다.

LG헬로비전은 앞으로도 AI 교육과 실무 적용 사례 발굴을 통해 구성원의 AX 역량을 강화하고, 전사적인 AI 활용 문화를 확산해 나갈 계획입니다.

구분	팀명	과제명
대상	렌탈채널팀	LG헬로렌탈 직영몰 인사이트 레이더
최우수상	서비스개발파트	Ad-Crew: 9인의 AI 에이전트 기반으로컬광고 원스톱 자동 기획/제작 플랫폼
최우수상	리스크관리팀	B2C 영업 리스크 분석
우수상	렌탈상품팀	헬로렌탈 AI Sales Assistant
우수상	고객가치혁신실	AI 훈련 시뮬레이터 - SAVE RING
우수상	IP제작파트	AI 뉴스 기사 생성기
우수상	리스크관리팀	다회선 현장검수 동선 도우미
우수상	뉴스보도국	AI 뉴스 콘텐츠 원스톱 생성 시스템

각 생애 단계에 맞는 맞춤형 케어 프로그램

LG헬로비전은 입사 초기부터 퇴직 전까지 전 과정에 걸쳐 구성원의 성장을 지원하는 케어 프로그램을 운영하고 있습니다. 신규 입사자에게는 심리적 안정감을 향상하고 조직 적응을 돕는 온보딩 프로그램을 제공합니다. 신입사원에게는 지도선배와의 밀착 케어를 지원하는 멘토링 프로그램을, 경력 입사자에게는 팀 내 선임 구성원이 버디로 함께하는 버디 프로그램을 지원합니다. 추가적으로, 임금피크제 대상자에게는 정년퇴임 전 안정적인 경력전환의 기틀을 마련하고 평생직업 관점의 경력개발 계획 수립을 지원하는 미래 설계 교육 프로그램을 제공하고 있습니다.



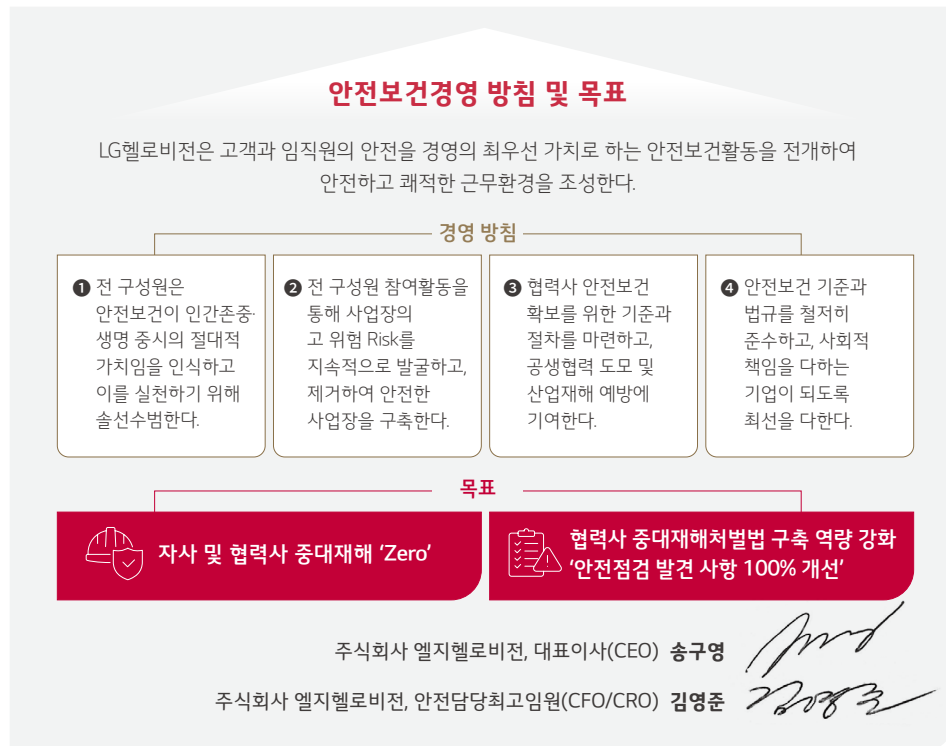
안전문화

거버넌스

안전보건 방침

LG헬로비전은 고객과 임직원의 안전을 경영의 최우선 가치로 삼고 있습니다. 전사 및 협력사 구성원의 안전하고 쾌적한 근무환경을 조성하기 위해 산업안전보건 관련 법규를 준수하며, 안전보건경영 방침과 목표를 수립하여 실천하고 있습니다. 또한, 전사 및 협력사 중대재해 예방과 협력사 안전보건 관리체계 고도화를 위해 세분화된 관리체계를 마련하고 안전보건경영 추진조직을 확대하였습니다.

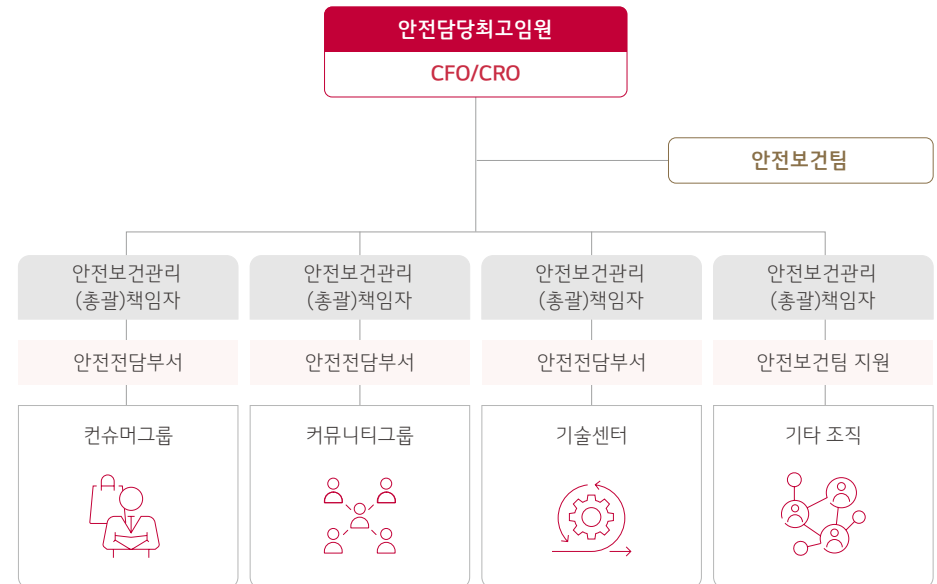
안전보건경영 방침 및 목표



안전보건 관리체계

LG헬로비전은 산업안전보건법에 관한 법규와 요구사항을 준수하고 있습니다. 안전담당 최고임원인 CFO/CRO(Chief Risk Officer)가 전사 안전보건 업무를 총괄하고, 산하 안전보건 전담 조직인 안전보건팀이 관련 업무를 기획·관리합니다. 또한 4개 그룹의 그룹장을 안전보건관리책임자 및 안전보건총괄책임자로 지정하고 그룹별 산하 안전전담부서를 지정, 해당 부서 주관으로 그룹별 특색에 따른 안전보건 활동을 추진하여 쾌적하고 안전한 근무환경을 조성하도록 노력하고 있습니다.

안전보건 조직도



안전문화

관리활동

안전보건경영시스템 인증 취득

LG헬로비전은 2023년 9월에 국제표준화기구(ISO)의 안전보건경영시스템 인증인 ISO 45001을 취득하였습니다. 국제 표준에 따른 안전보건 경영 시스템을 구축하고 전 사업장 및 전체 근로자에게 해당 시스템을 적용하고 있습니다. 또한, ISO 요구사항에 따른 안전보건경영시스템 매뉴얼 및 안전보건규정 17개를 보완 및 제정하였으며, 이를 기반으로 PDCA(Plan-Do-Check-Act)기반의 안전보건경영시스템을 운영하고 있습니다.

안전보건경영시스템 ISO 45001



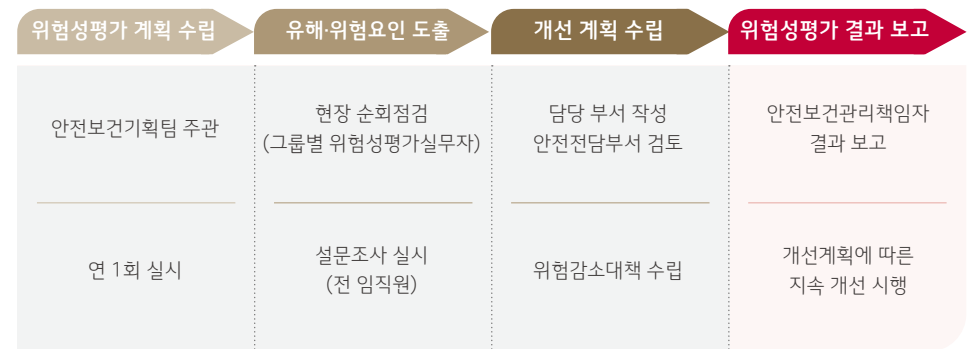
*유효기간: 2023년 9월 6일 ~ 2026년 9월 5일

안전보건 리스크 관리 활동

사업장 위험성평가 프로세스

LG헬로비전은 각 사업장과 사옥에 잠재되어 있는 유해 요인과 위험 요인을 점검하고 보완하고자 매년 각 그룹별 정기 위험성평가를 진행하고 있습니다. 평가 결과 부적합 요인이 발견되면 위험관리 대책을 수립하고 개선 활동을 이행하며, 근로자 대상 설문조사를 통해 파악된 사업장 내의 위험 요인도 평가에 반영해 조치합니다. 또한 매월 '안전점검의 날'을 통해 위험성평가 개선 상황을 지속적으로 모니터링합니다.

위험성평가 프로세스



안전문화

관리활동

안전보건 리스크 관리 활동

안전점검 프로세스 구축

LG헬로비전은 안전한 작업 환경을 유지하고자 매월 1회 '안전점검의 날'을 지정하여 사업장과 오픈스튜디오 등을 순회 점검하고 미흡한 사항을 개선하고 있습니다. 그룹별 특성에 따라 소방, 전기, 안전보건 등 고정된 점검 항목과 시기 및 테마별 주제에 따라 추가 점검 항목이 선정되며, 각 지역 사업장의 안전보건 실무자가 체크리스트를 기반으로 점검합니다. 미흡한 부분은 즉시 조치하고, 개선 결과를 보고하는 프로세스를 통해 사업장 재해 예방에 앞장서고 있습니다.

안전점검의 날 점검항목

- 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) 안전보건 이슈
- 각 부서가 제안한 안전 이슈

임직원 안전보건 교육

LG헬로비전의 전 구성원은 분기별로 정기 안전보건 교육을 이수하고 있습니다. 신규 입사자에게는 신규 채용 교육을, 안전보건관계자에게는 직무 교육을 제공합니다. 온라인 및 화상교육을 활용해 교육 접근성을 확대하고, 유사 시 신속한 조치가 이루어 질 수 있도록 전 사업장에서 연 1회 소방 비상대피훈련을 실시하고 있습니다.

2025년 법정 안전보건 교육 실시 현황

프로그램	대상	시간	시행률	방법
정기 안전보건교육	사무직 임직원	6시간/반기	상/하반기 100%	외부 전문 교육기관 온라인교육 이수 ※ 고용노동부 사무직/ 비사무직 구분에 따라 수료
	비사무직 임직원	12시간/반기	상/하반기 100%	
신규 채용시 교육	신규입사자	8시간/발생 시	월 단위 신규채용 발생시 100%	외부 전문 교육기관 온라인교육 이수
관리감독자 우편교육	관리감독자	8시간/년	100%	외부 전문 교육기관 우편교육 이수
관리감독자 화상교육	관리감독자	8시간/년	100%	외부 전문 교육기관 화상교육 이수
안전보건관리책임자 직무교육	안전보건관리 책임자	6시간/2년	100%	외부 전문 교육기관 집체교육 이수
안전관리자 직무교육	안전관리자	24시간/2년	100%	
보건관리자 직무교육	보건관리자	24시간/2년	100%	

안전문화

관리활동

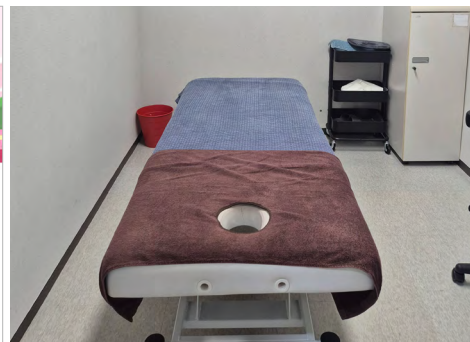
임직원 건강관리

건강증진실 운영

LG헬로비전은 임직원의 신체적·정신적 건강을 기업 지속가능성의 핵심 가치로 삼고, 건강증진실을 중심으로 체계적인 건강지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 모든 임직원을 대상으로 매년 종합 및 특수 건강검진을 실시하고 있으며, 특히 유소견자에 대해서는 맞춤형 사후 관리 시스템을 통해 질병의 조기 발견과 예방적 건강관리를 실현하고 있습니다. 정신건강 분야에서는 전문 심리상담 프로그램인 '마음도닥'을 통해 직무 스트레스, 대인관계, 정서 지원 등 폭넓은 상담 서비스를 상시 제공합니다. 본 프로그램은 임직원의 높은 호응을 얻고 있으며, 2025년 기준 상담 만족도는 5점 만점에 평균 4.8점을 기록하며 실질적인 조직 문화 케어 수단으로 자리 잡았습니다. 근골격계 질환 예방과 심신 안정을 위해 국가공인 안마사 자격증을 보유한 시각장애인 헬스키퍼를 채용하여 안마 서비스 '케렌시아'를 운영 중입니다. 이는 임직원의 신체 피로를 해소하는 복지 혜택인 동시에, 장애인 고용 창출이라는 사회적 가치를 실현하는 건강한 근로 환경 조성에 기여하고 있습니다.



'마음토닥' 서비스



케렌시아

산업안전보건위원회 운영

LG헬로비전은 안전보건 고충처리를 위하여 분기별로 ‘산업안전보건위원회’를 개최합니다. 근로자 위원 4인과 사용자 위원 각 4인으로 구성된 산업안전보건위원회는 사업장에서 발생할 수 있는 주요 안전보건 이슈를 심의·의결하고 수렴된 의견에 따라 즉시 개선방안을 마련합니다. 개선 내용은 사내 게시판(LounG)을 통해 전 구성원에게 공유되며, 이행 여부는 지속적으로 모니터링됩니다.



2025년도 산업안전보건위원회

고객만족

거버넌스

고객중심경영체계

LG헬로비전은 고객에게 차별화된 가치와 감동을 제공하기 위해 고객 만족을 모든 경영활동의 최우선으로 실천하고 있습니다. 이를 위해 CEO가 직접 주관하는 '고객가치혁신 3대 회의체'를 중심으로 고객 중심 경영체계를 운영하고 있습니다. 매월 고객 불편사항을 점검하고 개선하는 '고객의 소리', 고객경험 개선과 새로운 경험을 발굴하는 'CX/AX 커미티', 경영진이 내·외부 고객과 직접 소통하는 '고객 소통의 날'이 유기적으로 연계되어, 고객의 목소리가 서비스 기획부터 개선까지 전 과정에 반영되는 선순환 구조를 구축하고 있습니다. 또한 고객 중심 일하는 방식 과제와 세부 실행 계획을 수립하여, 구성원들이 실제 업무에서 고객 관점의 의사결정을 실천할 수 있는 문화를 정착시키고 있습니다.

고객경험 개선 6대 주요지표 관리체계



전략

고객서비스 현장

고객서비스 선언

1

공정하고 동등한 서비스를 제공합니다.

- 서비스 이용관련 내용을 정확하고 명확하게 제공하여 드리겠습니다.
- 다양한 상품과 요금제를 통해 원하는 상품을 선택할 수 있도록 하겠습니다.
- 서비스 개통과 설치를 친절하고 신속하게 안내하겠습니다.

2

고객의 피해예방 및 문제 해결에 앞장섭니다.

- 고객의 문의, 신청, 장애상담에 대해 신속하고 정확하게 고객 서비스를 시행하겠습니다.
- 장애 상담은 24시간 콜 센터 및 웹사이트를 통해 신속한 상담이 이루어 질 수 있도록 하겠습니다.
- 전문성을 바탕으로 동일한 장애가 발생하지 않도록 확실하게 처리하겠습니다.

3

고객의 의견을 적극 수렴하여 기대 이상의 고객서비스를 제공할 것입니다.

- 고객의 의견에 귀 기울이고, 제기하신 민원은 신속하게 처리하겠습니다.
- 서비스 이행 기준을 성실히 이행하여 고객들에게 매년 1회 이상 직접 평가 받고, 그 결과를 운영에 적극 반영하겠습니다.
- 고객의 건의사항에 대해 적극 검토하고 정책 수립에 반영하여 늘 변화된 서비스를 제공할 것입니다.

고객만족

관리활동

고객가치 혁신 문화 확산

LG헬로비전은 고객이 서비스를 이용하는 전 과정에서 만족스러운 경험을 제공하기 위해 다양한 고객 소통 활동을 운영하고 있습니다. 경영진이 서비스 이용자, 잠재 고객, 현장 기사, 콜센터 상담사, 협력사 등 다양한 내·외부 이해관계자의 VoC(고객의 소리)를 직접 청취하는 '고객 소통의 날'을 정기적으로 운영하고, 고객에게 핵심 가치를 제공하기 위한 주요 개선 방향을 설정하고 있습니다.

또한 특정 과제를 중심으로 고객과 함께 문제를 해결하는 프로그램 'ACE Camp'를 운영하여, 고객 관점에서 서비스를 재설계하고 차별화된 고객경험을 만들어가고 있습니다. 이러한 활동의 성과는 상담 NPS, 현장 서비스 품질 지표 등 고객경험 핵심지표를 통해 정량적으로 점검하고 있으며, 점점별 만족도 조사 결과를 바탕으로 서비스를 지속적으로 개선하고 있습니다.

2025년 고객 소통의 날 진행 현황

목적	주요 아젠다
고객 혜택·선택지 확대	렌탈·상조 제휴, 중고단말, 추가 WiFi, 대체채널, 숙박업소·원룸 다회선 등 고객이 체감하는 혜택과 상품 선택권 강화를 위한 Needs 파악
고객 편의·사용성 향상	홈TV UI 사용성 테스트, A/S 출동비 인식 조사, 인터넷 품질 불만 고객 인터뷰, 현장 서비스 품질 점검 등 서비스 이용 과정의 불편 제거
새로운 고객 니즈 선제 발굴	에너지 ESCO, AI 영상 제작, 디지털 교실, 스마트홈, VC 투자사 인터뷰 등 고객의 잠재적 필요를 먼저 파악하여 신규 서비스 기회 확보
지역 고객 생활 밀착 서비스	지자체 축제·문화사업 협업, 지역채널 선거보도 개선, 시청자미디어재단 미디어 교육 방향 청취 등 지역 고객 삶과 연계된 서비스 강화
고객 응대 품질 향상	콜센터 상담 IT 환경 개선, 대리점 설치 환경 개선, 상담 응대 시스템·프로세스 고도화 등 고객 접점 응대 수준 제고
기업·기관 고객 맞춤 대응	기업메시징 서비스 개선, 교육청 에듀테크 협력, Onecable IPTV 지원, 정보통신 유지보수 BM 등 기업·기관 고객의 특성에 맞는 솔루션 제공
미디어·콘텐츠 고객 경험 강화	광고 트렌드 파악, PP채널 광고주 Needs 청취, 인포머셜 구매 고객 불편 개선, 시청데이터 활용 방안 도출로 콘텐츠 경험 품질 제고

고객불만족 경험 개선

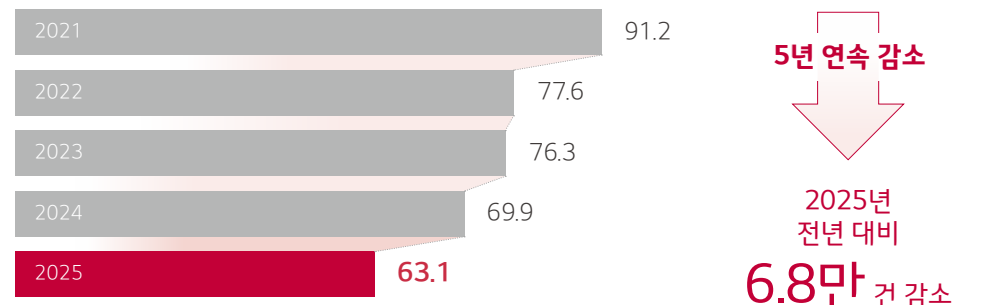
LG헬로비전은 고객의 불편사항을 소중한 자원으로 여기고, 이를 고객 가치를 혁신하는 기회로 삼고 있습니다. CEO가 주관하는 '고객의 소리' 보고에서는 매월 다양한 경로로 접수된 고객 불만을 수집하여 원인을 분석하고 개선방안을 마련하고 있습니다. 유관 부서와의 협업을 통해 불편사항의 근본 원인을 파악하고, 신속하게 해결하고 유사 사례의 재발을 방지하는 데 힘쓰고 있습니다. 이러한 체계적인 관리 활동의 결과, 고객 불만·불편 건수는 2021년 91.2만 건에서 2025년 63.1만 건으로 지속적인 감소 추세를 보이고 있습니다.

아울러, 고객이 체감하는 서비스 품질을 근본적으로 높이기 위해 기술·서비스·CS·영업 부문이 참여하는 '품질협의체'를 신설하여 운영하고 있습니다. 품질협의체는 부문 간 협업을 통해 고객 불편 요인을 발굴하고, 이를 구체적인 개선 과제로 전환하여 추진하며, 과제별 진척 상황을 지속적으로 모니터링함으로써 고객 불편이 실질적으로 해소될 때까지 관리하고 있습니다.

고객의 소리 개선 프로세스(CEO 주관)



고객 불만·불편 건수 추이



고객만족

관리활동

새로운 고객경험 창출

LG헬로비전은 고객경험을 혁신하기 위해 CEO가 주관하는 'CX/AX 커미티'를 운영하고 있습니다. 전사 각 조직이 고객 관점의 개선 과제(CXR/AXR)를 자체적으로 수행하고, 고객 관점 목표 달성과 경영 성과, 업무 적용도를 기준으로 평가받는 체계를 갖추고 있어, 고객경험 혁신이 일회성 활동이 아닌 조직의 일하는 방식으로 정착될 수 있도록 하고 있습니다.

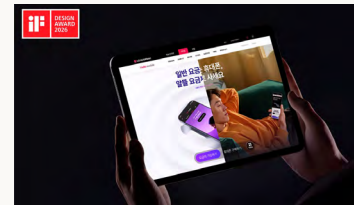
나아가 AI 기술을 활용하여 고객의 소리를 더욱 깊이 있게 이해하는 데에도 힘쓰고 있습니다. 월 수천 건에 달하는 고객 주관식 피드백을 AI가 자동으로 분류·분석하는 체계를 구축함으로써, 사람의 판단에 의존하던 기존 방식보다 일관성 있고 신속한 고객 인사이트 도출이 가능해졌습니다. LG헬로비전은 조직적 실행력과 기술 혁신을 결합하여, 고객이 체감할 수 있는 경험 개선을 지속적으로 추진하고 있습니다.

구분	단위	2023	2024	2025
연간 품질 VoC	만 건	73.6	67.7	61.0
상당사 만족도	점	91	86	84
방문기사 만족도	점	91	92	97.5

SPECIAL CASE

헬로모바일 직영몰 개편 및 iF Design Award 2026 수상

LG헬로비전은 고객이 보다 쉽고 편리하게 통신 서비스를 이용할 수 있도록 헬로모바일 직영몰의 탐색 및 가입 여정을 개선하였습니다. 고객 데이터 분석, 고객 인터뷰, 임직원 의견 수렴을 바탕으로 고객이 가입 과정에서 느끼는 복잡함과 불편 요소를 점검하고, 직영몰 화면 구조와 정보 제공 방식을 고객 친화적으로 재설계했습니다.



메인 페이지는 유심 상품 중심의 노출 구조에서 단말 비교와 탐색까지 가능한 구조로 개선했으며, 상품 페이지에서는 스펙·가격·혜택·AI 리뷰 등 주요 정보를 한 화면에서 확인할 수 있도록 구성해 고객의 탐색 편의성을 높였습니다. 또한 가입 신청서 입력 항목을 정비하고 오류 대응 가이드를 강화해 가입 절차의 이해도와 접근성을 높였습니다. 그 결과 가입 전환율은

3.8%에서 4.4%로, 셀프 개통 성공률은 58%에서 70%로 개선되었으며, 개통 소요 시간도 기존 7분 46초에서 6분 5초로 단축되었습니다. 이러한 고객 중심 UI 개선 성과를 바탕으로 헬로모바일 직영몰은 iF Design Award 2026 사용자 인터페이스(UI) 부문 본상을 수상했습니다. LG헬로비전은 앞으로도 고객 관점의 디지털 채널 개선을 지속하며, 누구나 편리하게 이용할 수 있는 서비스 환경을 확대해 나가겠습니다.

고객만족

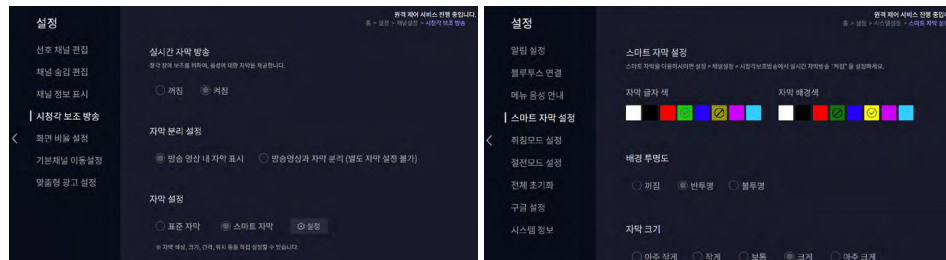
관리활동

배리어 프리 서비스

시청각장애인을 위한 방송 서비스

LG헬로비전은 시청각장애인을 위한 스마트 자막 및 음성 안내 서비스, 수어 방송 서비스 등 다양한 배리어 프리 서비스를 운영하고 있습니다. 2014년 국내 최초로 시각장애인을 위한 음성 지원 TV 서비스 '이어드림'을 도입하여 현재까지 서비스를 제공하고 있습니다. 2023년에는 '유료방송 호환셋톱 개발'에 참여하여 스마트 자막 서비스를 개발하였습니다. 스마트 자막 서비스는 청각장애인의 TV 접근성 개선을 위한 서비스로 폐쇄자막 크기, 간격, 글자색을 변경할 수 있으며 폐쇄자막과 방송영상 분리 기능을 통해 시청자가 편리하게 방송 시청을 할 수 있도록 돕고 있습니다. 이처럼 누구에게나 열린 시청 환경을 제공함으로써 포용적 미디어 환경 조성에 기여하고, 정보 격차 해소를 위한 방송사의 역할을 성실히 수행하고 있습니다.

시각장애인용(음성안내)	청각장애인용(폐쇄자막)
• 전원 ON 음성안내 • 화면해설방송 On/Off 음성안내 • 음성안내 On/Off 음성안내 • 메뉴이동/음량변경/채널변경/EPG정보/현재시각 음성안내 • 음성 안내음 속도, 음조 조절	• 자막크기 조절 • 자막 글자색 및 배경색 변경 • 자막 줄 간격, 위치 조정 • 폐쇄자막과 방송영상 분리 등



스마트 자막 서비스

스마트 수어 방송 서비스

LG헬로비전은 청각장애인을 위해 수어 영상의 위치와 크기를 자유롭게 설정할 수 있는 '스마트 수어 방송' 서비스를 도입하였습니다. LG헬로비전은 스마트 수어방송 서비스 송수신 환경을 구축하고, 사용자 편의를 위한 메뉴와 UI를 개발하였습니다. 스마트 수어방송 서비스를 통해 수어 영상 크기 조절, 위치 변경을 할 수 있으며 분리모드를 통해 방송영상과 수어영상을 분리하여 시청할 수 있습니다.

시각장애인 시청권 보장을 위한 방송 서비스 지원

LG헬로비전은 사회적 배려계층의 방송 서비스 이용권 보장을 위해 한국시각장애인연합회, 지자체, 지역단체와 '시각장애인 시청권 보장을 위한 업무협약'을 체결하고 2015년부터 현재까지 취약 시각장애인 가구 대상 방송 서비스를 지원하고 있습니다. 2025년에는 총 452가구 대상으로 헬로tv 서비스를 제공하였으며, 2021년부터 2025년까지 누적 기준 총 1,945가구에 방송 서비스를 지원하였습니다.



스마트 방송 서비스

고객만족

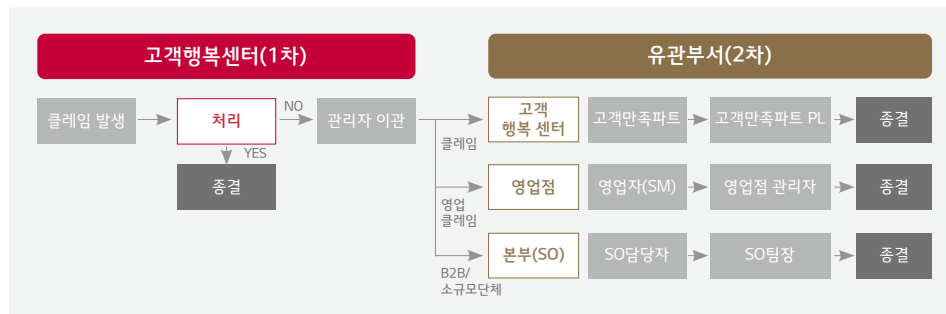
관리활동

고객 권익보호 활동

이용자 불만처리 절차

LG헬로비전은 이용자 불만 발생 시 사실 확인 절차를 선행한 후, 적정성을 종합적으로 고려하여 현장 방문, 보상 처리 등의 적절한 처리 방안을 협의하고 있습니다. 모든 이용자 불만은 1차 상담을 통해 즉시 대응하며, 다음과 같은 경우에는 전문 상담부서로 이관하여 고객 응대의 일관성과 공정성을 확보하고, 합리적인 기준에 따라 이용자 불만을 처리하며 고객만족도를 제고하고 있습니다.

- 약관상 명시된 손해배상 기준을 초과하는 과도한 보상 요청
- 약관상 손해배상 기준이 명확히 규정되어 있지 않은 경우
- 고객 과실 여부에 대한 입증이 곤란한 경우



이용자 불만처리 실적¹⁾

구분	단위	2023	2024	2025
불만접수 건수	건	141	143	129
불만처리 건수	건	141	143	129
미처리 건수	건	0	0	0
불만처리 비율	%	100	100	100

1) 단순 민원을 제외한 대의 민원(과학기술정보통신부 민원실 전화 및 신문고 접수 민원)을 기준으로 작성

고객 피해 예방 교육

LG헬로비전은 고객이 안전하고 편리하게 서비스를 이용할 수 있도록 서비스 전반에 대한 개선 활동을 지속적으로 추진하고 있습니다. 특히, 고객이 직면할 수 있는 다양한 상황을 고려하여 가입·이용·해지 단계별 실질적인 이용 가이드를 제공함으로써 각 단계에서 발생 가능한 불편 및 피해를 사전에 예방하고 있습니다. 또한 고객 피해 예방과 관련된 주요 사항을 LG헬로비전 홈페이지에 상세히 안내하여 고객이 필요한 정보를 쉽고 신속하게 확인할 수 있도록 지원하고 있습니다. 아울러, LG헬로비전은 고객 피해 유형별 예방교육을 운영하여 고객 응대 과정에서 발생할 수 있는 리스크를 사전에 인지하고 예방하고 있습니다. 이를 통해 고객 응대 품질을 제고하고, 고객 만족도 및 신뢰 기반의 서비스 환경 강화를 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

단계별 피해 예방 가이드

가입	이용	해지
약정기간 및 할인반환금	이용요금 확인	해지누락 피해 예방
미성년자 가입	명의도용 확인	할인반환금 청구 확인
요금 감면제도	계약사항 변경	임대장비 반납
설치비 및 장비 변상금	일시 이용중지	해지절차

고객 피해 유형별 예방 교육

서비스별 활용방법 교육 자료
(동영상, 웹툰)

개인정보보호 안전 수칙

통신서비스 이용시 주의사항
(로밍이용, 휴대폰개통 사기, 장비 반납, 청구요금 관리)

이용자 피해 사례 및 예방법

고객만족

관리활동

고객 권익보호 활동

정도영업 활동

LG헬로비전은 대리점 계약서에 정도영업 항목을 신설하고, 이용자 피해 예방 및 공정경쟁을 유도하고 있습니다. 불·편법적 영업행위 근절을 위해 매월 정도영업 정책을 수립하고, 유통채널별 모니터링을 통한 위반 행위를 적발하며 재발 방지 대책을 마련합니다. 특히, 부당한 이용자 차별 및 가입 유도 행위에 대해서는 규정에 따라 조치하며, 불공정행위가 발생하지 않도록 지속적인 개선 활동을 진행하고 있습니다. LG헬로비전은 정도경영 철학을 바탕으로 준법 제도를 강화하여 유료방송 시장의 공정경쟁 환경 조성을 위해 지속적으로 노력하겠습니다.

허위·과장·기만 광고 모니터링

LG헬로비전은 허위·과장·기만 광고로 인한 이용자 피해 방지를 위해 매월 온·오프라인 유통점의 광고물을 채증하고 주요 위반 사례와 새로운 유형의 이용자 오인 광고를 파악해 개선 방안을 마련하는 자체 검수 프로세스를 운영하고 있습니다. 또한 모니터링 및 공정경쟁지원시스템을 통해 신고가 접수된 본사 및 대리점 허위과장광고에 대하여 추가적인 자율개선 조치를 시행하고 있습니다. 아울러 불공정행위 사각지대인 아파트 가판, 대형마트 등을 대상으로 연 2회 현장점검을 실시해 허위광고 실태를 파악하고 개선하고 있습니다.

우수 민원 개선 사례 공유

LG헬로비전은 고객의 소중한 의견을 바탕으로 방송 품질 향상과 상담 프로세스 고도화에 힘쓰고 있습니다. 특히, 서비스 이용 중 발생하는 다양한 불편 사항을 고객이 직접, 그리고 즉시 해결할 수 있도록 실질적인 해결 방법을 담은 영상 가이드를 제작하였습니다. 고객은 복잡한 매뉴얼을 찾아보거나 AS 방문을 기다릴 필요 없이 상황별 맞춤 영상을 보며 쉽고 빠르게 문제를 해결할 수 있습니다. LG헬로비전은 앞으로도 고객의 눈높이에서 더 편리한 서비스를 제공하기 위해 최선을 다하겠습니다.



[홈페이지] AS 해결 영상 가이드

SPECIAL CASE

LG헬로비전 이용자 보호업무 평가 '우수'



LG헬로비전은 방송미디어통신위원회가 실시하는 '이용자 보호업무 평가'에서 2025년에도 3년 연속 '우수' 등급을 획득하였습니다. 본 평가는 객관성과 공정성을 확보하기 위해 학계, 소비자단체, 법률 전문가 등 20인으로 구성된 외부 평가위원회를 통해 진행되며, 전기통신사업자의 이용자 피해 예방과 불만처리 개선 활동 전반이 평가에 포함되었습니다. LG헬로비전은 앞으로도 고객가치 혁신을 기반한 서비스 개선과 체계적인 이용자 보호 활동을 지속 추진해 나가겠습니다.

고객만족

관리활동

제품 및 서비스 품질 강화

품질 관리 체계

LG헬로비전은 고객 관점의 품질 관리를 위해 전담 부서를 운영하고, 서비스 운영 인력을 배치하고 있습니다. 현장망의 품질 저하 혹은 장애 발생 시 신속하게 대응하는 원격 헬프 데스크를 전국 23개 권역에 설치하여 이를 통해 가입자망을 상시 모니터링하고, 네트워크 이슈를 신속히 해결해 품질 안정성을 확보하고 있습니다. 아울러 개통이나 AS 진행 과정에서 발생한 고객 불편에는 현장 기사가 즉시 대응해 품질 이슈를 상시 관리합니다. 또한 U+ 인터넷망을 사용하는 기술중립성 상품은 U+ 운용부서와 공동 품질 대응 체계를 마련하고 DR¹⁾을 구축해 재난 상황에도 안정적인 서비스를 제공하고 있습니다.

1) Disaster Recovery, 재해 복구 시스템

품질강화 정비 진행

LG헬로비전은 2025년 전송망 취약 시기인 우기철을 대비하여 가입자망 전원장애 점검 정비 캠페인을 실시, 총 94개 셀에 대한 점검을 100% 완료하였습니다. 아울러, 도로 공사 및 차량 추돌 등으로 인한 단선 사고에 대비해 전국 23개 권역에서 UPS 13,220개소, 광케이블 6,684개소에 대한 점검을 실시하여 긴급 복구 능력과 장애 대응 체계를 점검하였습니다. 장애 인지와 전파, 현장 지원, 광 단선 비상 복구 등 전 과정에서 복구 체계를 면밀히 검토하고, 점검 결과 도출된 보완사항을 각 담당자 및 협력사에 전파하였습니다. 또한, 장애 알람이 다수 발생하거나 품질 VoC가 5건 이상 접수된 셀은 현장 순시를 강화해 정비를 완료하였습니다.

제품 안전 인증

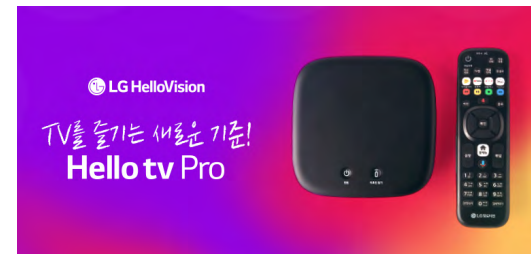
LG헬로비전은 고객의 건강과 안전을 소중히 여기며, 고객에게 제공하는 단말 기기에 방송통신기자재 인증을 받고 있습니다. 국립전파연구소의 적합성 평가와 한국에너지공단의 최저소비효율기준을 만족하는 KC²⁾인증 제품만을 공급하는 등 통신 서비스를 제공 받는 고객의 만족을 위해 최선을 다하고 있습니다.

2) Korea Certification, 전기용품안전인증

고객 맞춤형 서비스 품질 개선

LG헬로비전은 기존 셋톱박스 대비 대기전력 소비를 78% 낮춘 저전력 IP 방식 셋톱박스를 개발하여 서비스를 제공하고 있습니다. 해당 제품은 대기전력 절감 외에도 화질 최적화, 고해상도 지원, AP 기능 내장, 리모컨 찾기, 알림 등의 기능을 제공하며, 실사용자 불편사례를 분석해 지속적으로 개선하고 있습니다. 또한 전화로 고객의 불편 사항 접수 시 상담사가 고객단말기 원격 제어를 통해 문제를 신속히 확인하고, 조치할 수 있는 홈 CEM³⁾ 시스템을 개발하여 운영 중입니다. 추가로, AI 솔루션을 활용한 딥러닝 기반의 품질 검증 시스템을 구축/개발하여 24시간 상시 모니터링 체계를 운영하고 있으며, 이를 통해 셋톱박스 서비스 안정성 검증을 강화하고, 고객 불편사항을 신속하게 확인/분석하여 개선하고 있습니다.

3) Customer Experience Management



LG헬로비전 셋톱박스

고객만족

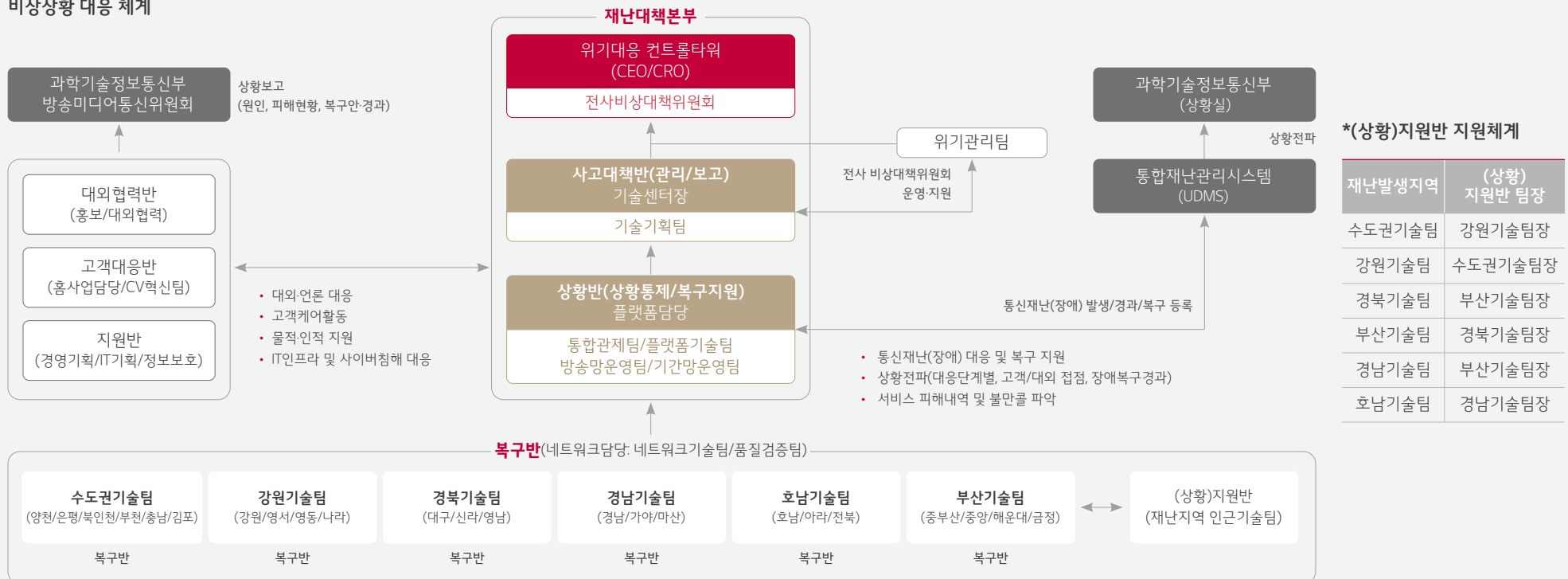
관리활동

시스템 장애 및 비상 대응

비상상황 대응 체계

LG헬로비전은 재난 등 비상 상황에 대비해 다각적인 대응 체계를 운영하고 있습니다. 비상상황 발생 시 곧바로 피해 지역에 알림톡을 발송하고, CEO와 CRO가 총괄하는 위기대응 컨트롤타워에 보고해 추가 피해 방지 대책을 마련합니다. 복구 상황반은 상황실을 운영하며 문제 상황 전파, 피해 규모 집계, 상황별 대응 전략 수립, 지역 재난 상황실과 협력 등을 통해 복구 활동을 지휘하고, 과학기술정보통신부 방송통신재난대책본부에 관련 상황을 보고합니다. 태풍, 호우·대설, 지진, 산불, 순환 정전 등의 재난이 발생하면 장애를 신속하게 복구하여 피해를 최소화할 수 있도록 단계별 대응 계획을 수립해 두고 그에 맞는 인적, 물적 대응 활동을 실시합니다.

비상상황 대응 체계



고객만족

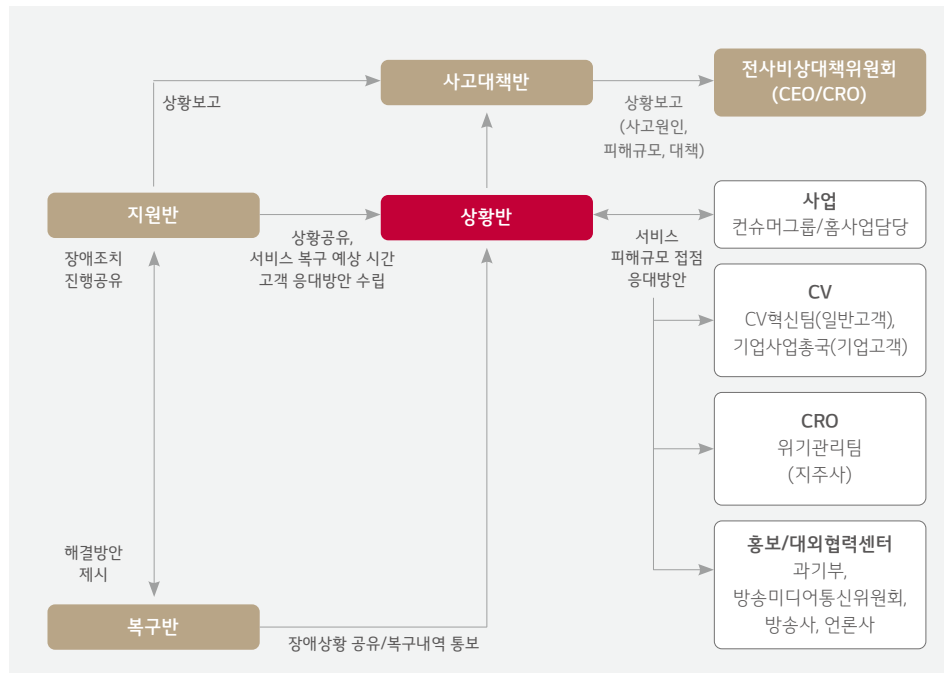
관리활동

시스템 장애 및 비상 대응

실시간 시스템 모니터링 체계

LG헬로비전은 시스템 장애 대응 체계를 구축해 방송통신 장애 발생 시 신속한 복구가 가능하도록 대비하고 있습니다. 복구를 담당하는 장애 대응 상황반은 23개 권역의 6개 기술팀으로부터 지역별 문제 상황을 공유받아 즉시 대응하고 24시간 모니터링을 통해 위험 요소를 실시간으로 파악하고 개선합니다. 또한 설비를 정기적으로 점검함으로써 장애를 예방하고 있습니다.

방송통신 장애 대응 체계



장애 대응 보고 체계 강화

LG헬로비전은 시스템 장애에 체계적으로 대응하기 위해 장애 유형별 등급을 지정하고 보고 체계를 마련했습니다. 낮은 등급의 장애는 실무 부서가 신속히 대응하고, 높은 등급의 장애는 전사비상대책위원회를 구성해 체계적으로 대응합니다. 동일 장애 재발을 막기 위해 재발 방지 대책을 수립하고 대응 방안도 지속적으로 개선하고 있습니다.

모의훈련을 통한 상시 비상상황 체계 가동

LG헬로비전은 비상상황 대응 체계를 중심으로 본사 및 지역 기술팀을 대상으로 매년 발생 가능한 재난 테마를 선정하여 실전형 모의훈련을 실시하고 있습니다. 이를 통해 전 직원이 비상 대응 프로세스를 상시 체득하고, 장애 발생시 즉각적인 대응이 가능하도록 역량을 강화하고 있습니다. 특히 2025년에는 CRO 주관 하에 '실시간 방송 서비스 장애 대응 훈련'을 실시하여 대응 체계와 부서간 R&R, DR¹⁾망 가동 현황을 정밀 점검하였습니다. 또한, 분기별 1회(연 4회) 진행되는 '지상파 긴급복구 훈련'을 통해 장비 및 복구 프로세스를 지속적으로 보완하고 있으며, 2026년 1분기 훈련 역시 차질없이 완료하였습니다. LG헬로비전은 앞으로도 서비스 무결성을 최우선으로 하여 안정적인 운영 환경을 구축하는 데 만전을 기하겠습니다.

1) Disaster Recovery, 재해 복구 시스템

정보보호

거버넌스

정보보안 정책 및 지침

LG헬로비전은 고도화되고 급증하는 해킹, 랜섬웨어 등 IT 침해사고와 개인정보 유출 사고를 예방하고 대응하기 위해 정보보호관리체계를 수립하여 운영하고 있습니다. 정보보안 사고를 예방하기 위한 교육과 훈련을 시행하고 있으며, 정보보호에 투자함으로써 IT서비스를 안정화하는 등 고객의 개인정보를 안전하게 보호하기 위해 최선의 노력을 기울이고 있습니다. 이와 더불어, 개인정보보호법, 정보통신망법, 정보통신기반 보호법 등 보안과 관련된 각종 법률과 규제를 정보보호 정책·지침·절차에 반영하고 있습니다. 이 외에도 고객정보를 수집하여 저장하거나 이용할 때 개인정보를 보호할 수 있도록 개인정보보호 처리방침을 수립하여 대외에 공시하고 있습니다.

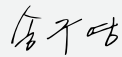
정보보안 및 개인정보보호

LG헬로비전은 늘어나는 개인정보 유출 사고 및 해킹 등 사이버 침해 공격에 대응하기 위해 정보보호 교육 및 침해사고 모의훈련 등을 시행하여 사고를 예방하고 있습니다. 또한, 정보보호 투자를 꾸준히 확대하여 정보보호 및 개인정보보호 관리체계(ISMS-P) 인증을 취득하는 등 정보보호관리체계를 고도화하고 있습니다.

정보보안 및 개인정보보호 정책

LG헬로비전은 개인정보보호 및 사이버 보안의 중요성을 인식하여 자사의 보안 취약점을 개선하고, 이해관계자의 정보자산 및 개인정보를 각종 위협(오남용, 훼손, 변조, 유출 등)으로부터 보호하기 위해 최선의 노력을 다하고 있습니다.

- 1 모든 임직원은 개인정보 보호법, 정보통신망법 등 관련 법령 및 내부 규정을 반드시 준수하여야 한다.
- 2 정보보호를 포함한 회사의 모든 정보는 중요한 자산임을 인식하고, 이를 안전하게 관리하고 보호하여야 한다.
- 3 정보보호 교육 및 훈련을 통해 개개인의 보안 인식 수준을 향상시켜야 한다.
- 4 보안요구사항 준수여부를 지속적으로 검토하여, 보안사고 위험을 최소화하여야 한다.
- 5 보안사고 발생 시 회사의 대응 절차를 준수하여야 하며, 재발방지 대책을 수립하고 실행하여야 한다.

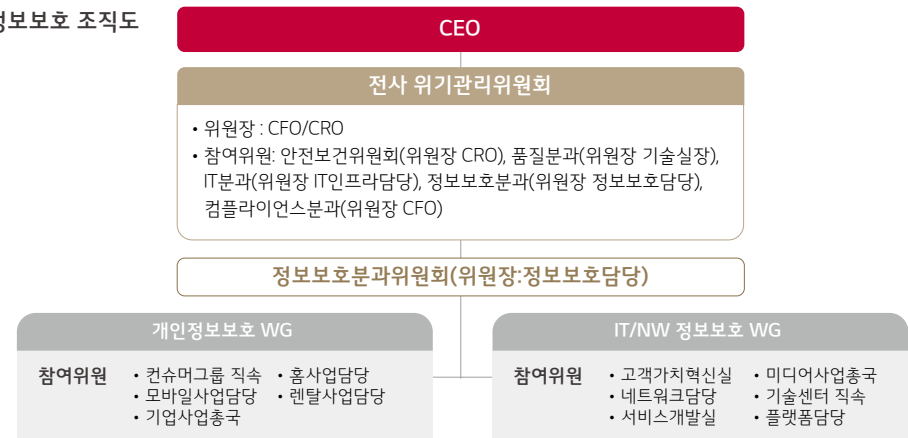
대표이사(CEO) **송구영** 

정보보호 조직

LG헬로비전은 정보보호활동 전반에 경영진이 참여할 수 있도록 정보보호조직의 조직장을 정보보호 최고책임자(CISO, Chief Information Security Officer) 및 개인정보보호책임자(Chief Privacy Officer)로 선임하고, 정보보호팀이 전사 정보보호 컨트롤타워 역할을 수행할 수 있도록 지원하고 있습니다. 전사 위기관리위원회 산하의 정보보호분과위원회에서는 정보보호관리체계가 효과적으로 운영되고 있는지 모니터링하고 있으며, 개인정보보호 WG¹⁾와 IT/NW 정보보호 WG를 통해 관련 실무를 관리·감독하고 있습니다.

1) Working Group

정보보호 조직도



고객정보실무위원회 운영

LG헬로비전은 개인정보보호관리자와 담당자를 지정하여 실무위원회를 구성하고 있으며, 정보보호 동향과 방향성, 내부 정보보호 및 협력사 고객 정보 관리 교육 등을 연 1회 공유하고 있습니다. 2025년에는 분기별 개인정보보호 WG를 시행하여 중점적으로 논의를 진행하고 개선사항을 발굴하였습니다. 또한 대외적으로 개인정보보호위원회의 자율규제 및 활동에 참여하여 안전한 개인정보보호 환경을 조성하는 데 기여하고 있습니다.

정보보호

관리활동

정보보호 인증

LG헬로비전은 2025년에 ISMS-P(정보보호 및 개인정보보호관리체계 인증)를 취득함으로써 정보보호체계의 적정성을 공식적으로 인정받았습니다. 향후에도 관련 인증 기준을 지속적으로 준수하고 보안 수준을 고도화함으로써, 고객의 신뢰를 바탕으로 한 안정적인 디지털 서비스를 제공할 계획입니다.

정보보호 인증



ISMS-P(정보보호 및 개인정보보호관리체계)

- 인증기간 : 2025.11.19~2028.11.18
- 인증범위 : 방송, 인터넷, 인터넷전화, 모바일, 렌탈, 링스콜 서비스 운영

정보보호 투자

LG헬로비전은 사이버 위협의 고도화와 고객정보 보호에 대한 사회적 요구에 대응하기 위해 정보보호 관련 투자를 이행하고 있습니다. 2025년에는 정보보호를 위한 소프트웨어 투자 등 전사적 차원의 보안 강화 활동에 집중 투자하였으며, 향후에도 안정적인 정보보호체계 유지를 위한 예산을 점진적으로 확대해 나갈 계획입니다.

정보보호 투자 예산

구분	단위	2023	2024	2025
전체 예산 대비 IT 예산	%	10.0	10.0	10.0
IT 예산 대비 정보보호 예산	%	2.1	3.2	5.4

정보보안 리스크 관리

정보보안 위협 대응 프로세스

LG헬로비전은 정보자산의 위험성을 분석하고, 이를 통제하기 위해 정보보안 위협 평가 프로세스를 운영하고 있습니다. 관리적, 법적, 기술적 영역에서 위험을 평가하고, 기준 이상의 위험 요인이 발견되면 즉시 대응합니다. 매년 IT 인프라 보안 위험을 평가하고, 모의해킹 및 개인정보 컴플라이언스 점검을 통해 취약점을 보완하며, 상시 모니터링 및 즉시 대응 체제를 유지합니다. 한국인터넷진흥원(KISA)과 모의훈련을 실시하며, 유해 사이트 차단, 네트워크 접근 제어, 문서보안, 매체 제어, 안티바이러스 등을 통해 데스크톱과 노트북, 휴대 전화와 같은 최종 사용자 디바이스를 악성 소프트웨어로부터 보호하는 기술인 엔드포인트 보안을 강화하고 있습니다. 또한 디도스(DDoS) 공격 대응 및 악성메일 유입을 가정한 모의대응 훈련을 실시하여, 사이버 위협에 대한 대응 역량을 강화하고 정보보호 체계를 점검하고 있습니다.



1 정보자산 등급 평가

- 기밀성, 무결성, 가용성 고려
- 정보자산 가치 산정(1~3점)



2 취약점 진단

- 점검항목 중요도(취약점) 산정(1~3등급)
- 심각도, 발생빈도 고려 위험 등급 산정(1~3등급)



3 위험도 산정

- 위험도 = 정보자산 등급 × 취약점 등급 × 위협 등급
(최저 1점~최대 27점)



4 목표위험 수준(DoA¹⁾) 검토

- 수용 가능한 위험수준 DoA 6
- 기준 이상의 위험도일 경우 정보보호 대책 수립



5 정보보호 대책 수립

- 식별된 위험도 80% 이상 개선 목표



6 조치계획 이행

- 중요도 및 우선순위에 따라 조치계획 이행
- 주기적 모니터링

1) Degree of Assurance

정보보호

관리활동

정보보안 강화 활동

임직원 정보보호 인식 제고 활동

LG헬로비전은 정보보호의 중요성을 강조하고 구성원의 보안 의식을 제고하기 위해 전사 구성원을 대상으로 연 1회 개인정보보호 법령 및 제도와 관련된 '개인정보보호 교육', 내부정보 유출예방 및 침해사고 예방을 위한 'SO 현장방문 정보보호 교육'을 실시하고 있습니다. 모든 임직원에게 정보보호서약과 개인정보보호서약을 받아 스스로 정보보호의 주체임을 인식하게 하며, 정보보호 이슈 발생 시 대응 방법을 전사 공지 게시판에 안내합니다. 또한 정기적인 '클린 데스크' 캠페인을 통해 사무 공간 내 문서 방치, 서랍 미잠금, 외장형 매체 방치, 노트북 방치, 열쇠 방치 등이 발생하지 않도록 점검하고 임직원의 정보보호 인식 수준을 제고하고 있습니다.

정보보호 교육 및 이수율

구분	단위	2023	2024	2025
대상자 수	명	1,034	1,083	973
이수자 수	명	990	1,064	972
이수율	%	96	98	99.9

고객정보 보호 강화 활동

기술적 보안 수단 관리

LG헬로비전은 고객의 개인 민감정보를 최대한 안전하게 관리하기 위해 서버 및 DB, 네트워크, 어플리케이션, PC별 기술적·물리적 보안 체계를 구축했습니다. 또한 각 인프라를 매년 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 • IPS¹⁾·VPN²⁾ • DDoS 대응 • 스팸메일·유해사이트 비인가프로그램 차단	• 웹шел 탐지 • 웹 방화벽 • 어플리케이션 모의 해킹	• PC 보안 • 문서 보안 • EMS³⁾·DRM⁴⁾·V3

1) Intrusion Prevention System, 침입방지시스템

2) Virtual Private Network, 가상 사설망

3) Enterprise Management System, 통합관제시스템

4) Digital Rights Management, 디지털 권리 관리

개인정보 안전성 강화를 위한 보안 대응 전략 수립

LG헬로비전은 개인정보보호 지침을 수립하고, 매년 IT 인프라를 정기적으로 점검하여 영역별 보안 대책을 개선하고 있습니다. 서버, 데이터베이스, 네트워크 등 다양한 영역에 기술적·물리적 보호 조치를 확립하고, 시스템 구축 시 보안성 검토를 통해 개인정보 침해 요소를 분석하고 있습니다. 또한 개인정보처리서비스나 시스템 개발 완료 후에도 보안성 점검에서 확인된 취약점을 개선해야만 시스템 오픈이 가능하도록 대응 체계를 운영하고 있습니다.

동반성장

거버넌스

공급망 정책

LG헬로비전은 공정거래 원칙과 협력사 공정거래 행동지침을 기반으로, 상호 신뢰와 상생을 추구하는 공정한 거래 문화를 구축하고 있습니다. 이를 통해 협력사와의 투명한 거래 관계를 유지하고, 불공정거래 관행을 예방하며 지속가능한 공급망을 실현해 나가고 있습니다. 또한 협력사 동반성장 원칙을 수립하여 협력사의 역량 강화를 위한 다양한 지원 프로그램을 운영함으로써 지속가능한 파트너십을 구축하고 있습니다.

공정거래 원칙

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 불공정거래행위에 대해 선제적으로 대응하고 있습니다. 아울러 협력사에 공정거래 행동규범 기준을 명확히 설정하여 제시하고 있습니다.

- | | | |
|---|--------------------------|--|
| 1 | 협력사에 대한 원칙 | <ul style="list-style-type: none"> 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 거래 현황의 수시 점검 협력사의 지적/인적 재산의 부당 유출 방지 |
| 2 | 이용자 피해예방 활동 및 서비스 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 법무시스템 계약검토를 통한 공정거래 리스크 점검 및 관리 공정거래 관련 가이드라인 제정 및 점검을 통해 불공정 거래행위 사전 방지 구성원 대상 Compliance Letter 발송을 통해 공정거래 중요성 확인 구성원 대상 온/오프라인 공정거래 교육을 통한 공정거래 인식 함양 및 직무별 교육 실시 |

협력사 공정거래 행동지침



DO

- LG헬로비전은 투명하고 공정하게 협력사를 선정합니다.
- LG헬로비전은 공정한 거래를 위한 모든 절차를 준수합니다.
- LG헬로비전은 구매시스템을 통해 부당거래를 원천 차단합니다.
- LG헬로비전은 모든 구매에 대해 전자계약 체결을 원칙으로 합니다.
- LG헬로비전은 표준계약서 사용을 원칙으로 합니다.



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/물질 재산을 부당하게 유출하지 않습니다.
- LG헬로비전은 이중계약을 체결하거나 부당한 특약을 요구하지 않습니다.

협력사 선정 및 평가 프로세스

LG헬로비전은 협력사 등록 및 선정 프로세스를 수립하여 협력사와 공정하고 투명하게 거래하고 있습니다. 전자구매시스템 등록 절차를 통해 사회적 기준에 따라 거래 적합 여부를 판단하고, 평가 결과에 따라 등록 승인 후 입찰 자격을 부여합니다. 등록 시에는 사업자등록증, 신용평가서, 회사소개서, 재무제표와 함께 정도경영 실천 서약서를 제출해야 합니다. 업체 선정 후에도 전자구매시스템에 등록된 업체를 대상으로 재평가를 실시하고 있으며, 기존 연 1회 주기로 실시하던 재평가를 2025년부터 연 2회로 확대해 체계적으로 관리하고 있습니다. 2025년에는 271개 협력사를 대상으로 평가를 진행하고 결과에 따른 조치를 완료하였으며, 사회적 기준에 따라 평가를 진행한 신규 공급업체의 비율은 100%입니다.

대표이사(CEO) 송구영

송구영

동반성장

관리활동

협력사 동반성장 체계

LG헬로비전은 협력사들과 함께 상호 신뢰를 바탕으로 경쟁력을 확보하고 동반성장을 추구하는 건강한 협력 관계를 구축하고 있습니다. 이를 위해 매년 1회 이상 경영자세미나, 헬로파트너스 클럽 등 협의 채널을 운영하며 애로사항과 개선의견을 청취하고 있습니다. 상호 협력을 기반으로 논의한 다양한 과제는 실질적인 개선 활동으로 연계되고 있으며, 협력사와의 운영 안정성을 높이는 동시에 고객에게 제공되는 서비스 품질과 제공 가치 향상에도 기여하고 있습니다.

동반성장 원칙

협력사 동반성장 소통



정도 기반 상호 신뢰



경쟁력 확보



동반성장 추구

협력사 상생 협력 정책 운영

구분	세부내용
경영자세미나	- 찾아가는 간담회로 협력사와의 주요 현안관련 소통의 장 - 위탁업무 분과별 개선과제 논의
헬로파트너스클럽	- 협력사 대표와 헬로비전 경영진 소통의 장 - 협력사의 경영 안정화를 위한 논의
준법경영 및 공정거래	협력사 준법경영지원을 위한 관련 법규 안내 및 공정거래 관계 형성
고객가치	서비스 품질 기준 및 고객만족도 개선을 위한 논의
상생 결제 제도	협력사가 LG헬로비전으로부터 받은 매출채권을 담보로 금융기관에서 운영자금을 저리로 대출할 수 있도록 대출 상품 지원
비상시 경영 안정화 지원	협력사의 비상상황(자연재해 등) 발생시 긴급 지원

※ 협력사 상생협력 항목은 사안에 따라 유동적으로 보완 및 운영

협력사 경영자 세미나



사회공헌 및 지역사회 참여

거버넌스

지역사회 참여 추진체계

LG헬로비전은 '세상과 함께 따뜻한 변화를 이끂니다'를 지향점으로 삼고 지역사회와의 상생을 추구하며, '변화를 이끄는 디지털 기술', '상생하는 공동체', '함께 만드는 미래'의 3가지 핵심가치에 따라 다양한 지역사회 참여 활동을 이행하고 있습니다. 무엇보다 지역 기반 미디어 기업의 정체성을 살려 뉴스 콘텐츠 제작 및 정보 전달이라는 1차적 기능을 넘어 지역사회의 중요 현안을 함께 고민하고 논의하며 지역사회의 조력자 역할을 충실히 이행하고 있습니다. 향후에는 지역사회 참여 전략 및 중장기 로드맵에 따른 활동을 ESG 실무협의체를 통해 체계적으로 관리·감독할 계획입니다.

전략

지역사회 참여 전략

지향점 **세상과 함께 따뜻한 변화를 이끂니다.**

핵심가치



변화를 이끄는
디지털 기술



상생하는 공동체



함께 만드는 미래

목표

주요사업

ICT 활용 사회적가치 창출

- 시/청각 장애인을 위한 방송서비스 이어드림, '스마트 수어방송'
- 자립준비청년 대상 통신비 및 자립 지원
- 아동/청소년 대상 올바른 미디어 활용 '바른 AI 디지털 생활' 교육

지역사회 문제해결 기여

- 지역경제 활성화, 취약계층 지원 위한 '마음나눔 꾸러미'
- 아동/청소년 대상 AI 융합 미디어 교육
- '헬로 미디어 캠프'
- 지역사회 안전망 구축 재난방송

환경을 지키고 사회를 가꾸는 나눔

- 지역밀착형 임직원 봉사
- 임직원 기부 프로그램 '마음나눔 더블기부'
- 구성원, 지역사회, 고객이 함께 하는 환경 캠페인
- 아동/청소년 탄소중립 환경교육 '기후동행학교'

SDGs



지역사회 참여 중장기 로드맵

영역	활동	구분	2023-2024	2025-2026	2027-2028
지역상생 · 미래교육	마음나눔 꾸러미	목표 및 성과 내용 및 계획	지역 맞춤형 지원 · 지역별 사회문제 연계 취약 계층 지원 (ex. 다문화 가정, 독거 어르신 지원 등) · 지원규모: 6,500가구 (누적)	로컬 기반 지역상생 플랫폼 · 파트너십 구축 확대 (지자체, NGO, 소상공인) · 지원규모: 12,000가구 (누적)	지역 선순환 체계 구축 · 지역사회 문제 해결 위한 나눔문화 협력 체계 확대 · 지원규모: 18,000가구 (누적)
	헬로 미디어 캠프	목표 및 성과 내용 및 계획	AI 융합 미디어 교육 · <헬로 미디어 캠프> AI + 미디어 교육 런칭 전국 초·중고 대상 미디어 역기능 예방 교육 콘텐츠 기획/개발 · 교육시간: 7,138시간 · 참여인원: 391명 · 수상작 지역채널 · 시청자 참여 프로그램 송출 총 53편(누적)	로컬 크리에이터 양성 · AI+미디어 융합 교육 (w/시청자미디어재단) · 지역 가치 향상 위한 로컬 콘텐츠 크리에이터 전문 교육과정 브랜딩 · 수상작 지역채널 시청자 참여 프로그램 송출 총 60편(누적)	콘텐츠 영향력 확대 · 지역사회 문제 해결에 기여하는 선한 영향력 콘텐츠 제작 확대 · 영상채 개척: 8회(누적) · 수상작 지역채널 시청자 참여 프로그램 송출 총 80편(누적)
지역경제 · 문화 활성화	지역사업	목표 및 성과 내용 및 계획	로컬 기반 행사/축제 · 지자체 네트워크 및 지역 제휴 기반 레퍼런스 확보 · <뮤지엄엘> 인천 폐곡물 창고 상상플랫폼리얼한 B2C 전시공간 구축 · <서울도심 겨울빛 축제> (2024)	지역 밀착 콘텐츠 확대 · 지역사업 기획 역량 강화를 통한 지자체 제안사업 확산 (ex. 대형홍보대행, 컨벤션 사업 등) · 지역채널 연계/제작역량 기반의 로컬 행사 운영 (ex. K로컬살기, 샌드런)	지역 콘텐츠IP 확산 · 자체 콘텐츠IP 기반 지역 가치 제고 (ex. 지역커머스, 헬로콘서트) · AI 뉴스룸 제작 체계 구축으로 지역 정보 접근성 제고
	오픈 스튜디오	목표 및 성과 내용 및 계획	지역 커뮤니티 확대 · <오픈스튜디오> 추가 오픈 - 목표(2023년) · 지역 밀착형 프로그램 확대 - 어린이 방송체험 스쿨 - 지역민 참여형 문화클래스 확대	지역 커뮤니티 전문화 · 지역민 전문 교육 아카데미 공간으로 강화 · 지역 맞춤형 홍보 채널역할 강화 (ex. 2026년 지방선거 후보 공약 홍보)	지역 생태계 정착 · 지역민 위한 AI/코딩/방송 등 특화 교육 거점 · 지역민-단체장 로컬 체험 공간 플랫폼화

사회공헌 및 지역사회 참여

관리활동

디지털 혁신 기술을 활용한 사회공헌 활동

시청자미디어재단 X LG헬로비전 : AI+미디어 융합교육 '헬로 미디어 캠프'

LG헬로비전은 미래세대의 건강한 디지털 미디어 활용 역량을 높이기 위해 2021년부터 시청자미디어재단과 협력하여 전국 지역 아동·청소년 대상 '헬로 미디어 캠프'를 운영하고 있습니다. '헬로 미디어 캠프'는 기획, 촬영, 편집 등 미디어 제작 전 과정을 체험할 수 있는 교육 프로그램으로, 지역 청소년들이 디지털 환경을 올바르게 이해하고 창의적으로 콘텐츠를 제작할 수 있도록 지원하는 LG헬로비전의 대표 사회공헌 활동입니다.

2025년에는 전남 목포영재교육원과 인천 지역 초·중·고등학생 84명을 대상으로 '시로 그린 로컬'을 주제로 한 AI+미디어 융합교육을 진행하였습니다. 학생들은 지역을 소재로 온라인 콘텐츠와 영상을 직접 기획·제작하며 미디어 진로를 탐색하고, AI 기술을 책임 있게 활용하는 방법을 학습하였습니다. 또한 AI 과몰입 예방을 주제로 한 온라인 강좌 1편을 제작해 시청자미디어재단 온라인 교육 플랫폼과 청소년 미디어 진로특강에 활용될 수 있도록 지원하였습니다.

LG헬로비전은 캠프 수료작 12편을 시청자 참여 프로그램을 통해 지역채널에 방영함으로써 학생들의 창작물이 지역사회와 만날 수 있는 기회를 마련하였습니다. 앞으로도 LG헬로비전은 지역 미디어 사업자로서의 역할을 바탕으로 청소년의 디지털 미디어 접근성과 창의적 성장 기회를 확대해 나가겠습니다.

'AI+미디어' 디지털역기능 콘텐츠 제작 및 배포(시청자미디어재단, 미디어온 협업)

- 청소년 온라인 미디어 진로특강 제작/배포
: 전국 초·중·고등학생 대상 'AI 과몰입 예방'
- 시청자미디어재단 전국 미디어교육 플랫폼 '미디어온' 통해 콘텐츠 게시/온라인 강좌 운영

수강 인원

10,588명 ('25년)

44,650명 ('24-'25년 누적)



2025 헬로 미디어 캠프

헬로 미디어 캠프 5개년(2021~2025) 누적 성과



헬로 미디어 캠프 5개년 주요 성과

구분	2021	2022	2023	2024	2025
참여 인원	90명	47명	115명	55명	84명
학년	초등, 중등	초등, 중등	초등, 중등	초등, 중등, 고등	초등, 중등, 고등
대상	지역아동센터, 보육원	지역아동센터, 보육원	지역아동센터	학교/방송부, 동아리	학교/방송부, 동아리
지역	강원, 부산, 서울	강원, 부산, 서울	강원(원주), 김해	인천	전남, 인천
교육 주제	지역	지역+환경 *생물다양성 교육 (지역 멸종위기종)	지역+환경+AI (AI윤리 및 활용)	지역+환경+AI (로컬 크리에이터)	지역+AI (AI 미디어 활용)
영상제	제1회	제2회	제3회	제4회	제5회
교육 시간	1,440시간	752시간	1,610시간	1,200시간	2,136시간

참여자상



시청자미디어재단 인천센터

본 캠프는 팀별 프로젝트 기반 학습(PBL) 방식을 적용해 학생들이 협력하며 스스로 결과물을 완성할 수 있도록 지원하는 데 주력했습니다. AI를 활용한 미디어 교육이 단순한 기술 습득을 넘어 지역소멸 등 사회 문제를 스스로 고민해 보는 교육적 계기가 되었다는 점에서 의미가 있습니다.



참가학생

AI는 기술 그 자체보다 어떻게 활용하는지가 더 중요하다는 것을 깨달았습니다. 지역의 미래를 함께 고민하고 이야기할 수 있었던 뜻깊은 시간이었습니다.



LG헬로비전

학생들이 만든 콘텐츠에는 자신이 살고 있는 지역을 지키고 싶은 마음이 진하게 담겨 있었습니다. AI 시대에 필요한 창의력과 문제해결력을 키울 수 있도록 앞으로도 양질의 미디어 교육을 지속적으로 지원해 나가겠습니다.

사회공헌 및 지역사회 참여

관리활동

디지털 혁신 기술을 활용한 사회공헌 활동

AI·디지털 역기능 예방교육

LG헬로비전은 어린이와 청소년이 AI·디지털 환경 속에서 안전하고 건강하게 성장할 수 있도록 '바른 AI·디지털 생활 교육'을 운영하고 있습니다. AI 기술의 급속한 발전과 함께 딥페이크·허위정보 생성, 알고리즘 편향 등 새로운 AI·디지털 역기능 문제가 대두됨에 따라 AI 윤리 의식과 건전한 AI·디지털 사용 문화 교육을 지속적으로 확대하고 있습니다.

2025년에는 시청자미디어재단, 한국지능정보사회진흥원과 함께 초·중학교 13개교 326명의 학생을 대상으로 올바른 AI 활용법, AI 알고리즘으로 인한 정보 편향 예방, AI·디지털미디어 역기능을 주제로 한 영상 제작 교육을 진행하였으며, AI·디지털 역기능 위험성을 알리는 창작물 공모전을 개최하여 총 376편 중 14편을 시상하였습니다. 공모전 우수작은 LG헬로비전 지역채널을 통해 송출하여 AI·디지털 역기능 예방 메시지를 지역사회에 널리 알렸습니다. 2026년에는 17개교 363명을 대상으로 교육을 이어가고 있습니다.

공모전 우수작 헬로tv 시청자 참여 프로그램 송출

구분	세부내용	
AI윤리, 디지털 활용 교육	- 올바른 AI 활용법 이해, AI 윤리교육 - 인공지능과 알고리즘(인공지능 추천 서비스) - 인공지능으로 인한 정보 편향 예방 및 대응	- 사례로 알아보는 디지털 역기능 문제 이해, 대응방안 탐색 (디지털 폭력, 딥페이크 범죄, 개인정보 유출 SNS 오·남용 등) - 건전한 디지털 이용을 위한 실천 다짐
영상제작 교육	- 영상 스토리보드 기획하기 - 디지털 기기로 촬영법 익히기	영상 편집 실습, 자막 입히기



공모전 우수작 헬로tv 시청자 참여 프로그램 송출

LG헬로비전은 해당 교육을 통해 AI·디지털 정보격차 해소와 역기능 예방 활동을 꾸준히 추진하여 「정보문화 유공」 과학기술정보통신부장관 표창과 「안전문화 유공」 행정안전부장관 표창을 수상하는 성과를 거두었습니다.



2025년 바른 AI·디지털 생활 창작 공모전 시상식



'바른 AI·디지털 생활 교육' 3개년 성과

연도	개소	지원 대상(명)	세부내용
2025	초/중학교 13개소	326	- 디지털 과의존 및 AI·디지털 역기능 예방교육 - 전국 초/중/고교생 대상 AI·디지털 역기능 예방 캠페인 창작물 공모전
2024	지역아동센터 4개소	32	- 바른디지털생활 캠프 진행 (디지털 역기능 예방교육, 미디어 활용교육) - 헬로tv 바른디지털생활관 역기능 예방콘텐츠 17편 탑재
2023	지역아동센터 7개소	83	- 교육용 스마트 기기 지원, 디지털 역기능 예방교육 - 헬로tv 바른디지털생활 VOD관 개설, 역기능 예방콘텐츠 26편 탑재 - 디지털 역기능 예방 공익광고 송출(1,451,196회 송출)
합계		441명	

사회공헌 및 지역사회 참여

관리활동

지역 미디어 방송산업 DX 데이터 인재 양성

DX DATA SCHOOL

LG헬로비전은 미디어 방송 산업의 DX 데이터 인재를 꿈꾸는 청년들을 위해 현장 맞춤형 교육인 'DX 데이터 스쿨'을 운영하고 있습니다. DX 데이터 스쿨은 고용노동부가 주최하고 LG헬로비전, 한국전파진흥협회, 한국케이블TV방송협회가 공동 주관하는 K-디지털 트레이닝의 '디지털 선도기업 아카데미 사업'으로 2024년 8월 3기 교육생 28명에 이어, 2025년 4기 교육생 28명을 선발하여 6개월간 총 1천 시간에 걸친 집중 교육과 협업 종사자 멘토링을 진행하였습니다. 특히 실무에 강한 인재를 양성하고자 프로젝트 기반의 체계적인 학습과 멘토링을 병행하며, 데이터 전처리, 시각화 도구 활용, 분석 방법, AI 알고리즘 처리 등을 훈련합니다. 교육 수료 후에도 1년간 LG헬로비전 DX 부서 또는 데이터 분석 관련 직무 지원 시 서류전형에서 가산점을 부여하여 청년 일자리 기회를 확대하고 있습니다.

DX 데이터 스쿨 3개년 성과

구분	단위	2023	2024		2025
		1기	2기	3기	4기
수료자 수	명	27	23	12	19
교육시간	시간	1,000	1,000	1,000	1,000
취업 연계	명	7	4	-	5



LG헬로비전의 실제 데이터를 활용해 머신러닝 프로젝트를 수행하며 데이터 분석가로서 크게 성장할 수 있었습니다. 6개월간의 교육을 통해 실무 역량과 협업 능력을 기를 수 있었던 매우 가치 있고 만족스러운 경험이었습니다.



DX 데이터 스쿨 4기(출처: KCTA)



DX 데이터 스쿨 4기 오리엔테이션

기부 및 임직원 참여형 봉사활동

자립준비청년의 건강한 자립을 응원하는 '헬로, 동행'

LG헬로비전은 2020년부터 자립준비청년과 보호아동을 대상으로 통신서비스와 자립 지원 활동을 진행하고 있습니다. 2025년에는 전북가정위탁지원센터, 전북사회복지공동모금회, 세이브더칠드런과 협력하여 전북 내 위탁아동 12명을 선정하였으며, 이들에게 LG헬로모바일 통신비 및 단말기를 지원하고 다양한 자립지원 프로그램을 운영하였습니다.

자립준비청년들의 자립 역량 강화를 위해 자산관리, 진로탐색, 사회진출 등 8대 자립영역 기반의 자기주도형 성장 프로그램인 '자립미션'을 운영하였으며, 아동들은 서로의 미션을 공유하고 응원하며 자립 역량을 키워왔습니다. 또한 자립을 직접 체험하는 '헬로, 동행 캠프'를 통해 현직 멘토와의 직장생활 특강, 또래와 함께하는 협동 활동, 자립 선배들과의 성장 토크 등 다채로운 프로그램을 진행 하였습니다.

LG헬로비전은 앞으로도 통신비 및 교육비 지원을 통해 자립준비청년들이 스스로 진로를 탐색하고 학습 의지를 이어갈 수 있도록 돕고, 건강하고 안정적으로 자립할 수 있도록 지속적으로 함께하겠습니다.

자립준비청년 통신서비스 및 자립 지원



자립준비청년 지원사업 헬로도동행_스토리북

사회공헌 및 지역사회 참여

관리활동

기부 및 임직원 참여형 봉사활동

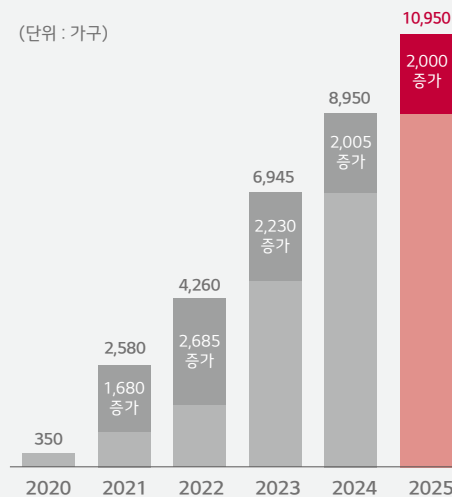
지역 취약계층과 소상공인을 함께 지원하는 '마음나눔 꾸러미'

LG헬로비전은 2020년부터 지역 소상공인의 제품을 구매해 취약계층에게 전달하는 '마음나눔 꾸러미' 활동을 6년째 이어오고 있습니다. 지자체 및 지역 복지관과 협력하여 가정의 달과 추석에 맞춰 장애인, 다문화가정, 홀몸 어르신, 조손가정, 자립준비청년 등 도움이 필요한 곳에 식품과 생필품을 전달하며, 지역 소상공인의 매출 증대와 취약계층 지원을 동시에 실현하는 상생형 사회공헌 활동입니다. 2025년에는 전국 19개 SO가 지역 지자체·복지기관과 협력하여 총 2,000가구에 1억 원 규모의 꾸러미를 전달하였습니다. 특히 해남·고흥 등 사업권역 내 '인구감소지역'을 우선 검토 대상으로 선정하여 지역 소멸 위기 지역의 취약계층을 집중 지원하였으며, 강원 원주에서는 소셜벤처 '나눔비타민'과 협력하여 결식아동이 원하는 특산물 꾸러미를 직접 선택할 수 있도록 기획 지원하는 등 진정성 있는 나눔의 방식을 끊임없이 고민하고 발전시켜 나가고 있습니다.



2025년 마음나눔 꾸러미

'마음나눔 꾸러미' 누적 실적(2020년~2025년)



취약계층 지원 규모

누적 **10,950** 가구

파트너 기관

누적 **149** 개소

기부금

누적 **6억 5,200** 만 원

진행 횟수

누적 **92** 회

* 본사 및 23개 SO 전체 참여

사회공헌 및 지역사회 참여

관라활동

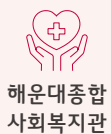
기부 및 임직원 참여형 봉사활동

임직원 정기기부 '더블기부' 캠페인

LG헬로비전은 임원 및 임직원의 자발적 정기 기부금인 '마음나눔'을 바탕으로 매년 연말 '마음나눔 더블기부' 캠페인을 운영하고 있습니다. 네이버 해피빈 네트즌 매칭기부를 통해 임직원 기부금의 두 배를 아동·청소년, 독거노인, 장애인, 한부모가정 등 지역 취약계층에게 지원합니다. 임직원 기부자의 의견을 적극 반영하기 위해 선호 기부테마 설문조사를 실시하며, 기관의 기금 운영 투명성, 임직원 선호 테마, 지역 안내 등을 기준으로 후보 기부처를 선정합니다. 이후 유관부서 리더로 구성된 'LG헬로비전 기금실무위원회'의 심의를 거쳐 최종 기부처를 확정하고, 투명하게 기부금을 배분하고 있습니다.

'더블기부' 5개년 성과

구분	단위	2021	2022	2023	2024	2025
기부자	네트즌	명	11,420	24,058	9,183	12,170
	기업	명	507	499	534	619
기부금	네트즌	원	40,493,200	41,112,400	43,640,700	44,713,500
	기부	원	40,493,200	41,112,400	43,640,700	44,713,500
총 기부금	원	80,986,400	82,224,800	87,281,400	89,427,000	88,466,600
지원 프로젝트	개	11	11	11	12	14

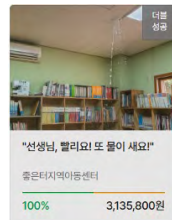


해운대종합사회복지관

LG헬로비전 더블기부 캠페인 덕분에 취약계층 어르신 125명께 차렵이불, 카펫 매트, 베개 등이 포함된 겨울이불 세트를 전달할 수 있었습니다. 난방비 부담으로 전기장판조차 켜지 못하고 앓은 이불 한 장에 의지해 겨울을 버티던 어르신들께 직접 가정을 방문해 물품을 전하는 과정에서, '이렇게 따뜻한 이불은 처음 덮어본다', '울겨울은 덜 무서울 것 같다'는 말씀을 들으며 저희도 함께 따뜻해졌습니다. 단순한 물품 지원을 넘어 훈자가 아니라는 따뜻한 위로가 되었기를 바라며, LG헬로비전 임직원 및 해피빈 기부자 여러분의 소중한 나눔에 진심으로 감사드립니다.



더블기부 캠페인



'2025 지역특산물 특별기부 기획전' 운영

LG헬로비전은 지역 기반 사업자의 강점을 살려 지역경제 활성화와 사회공헌을 연계한 지역상생 선순환 모델을 구축하고 있습니다. 2025년에는 '지역특산물 특별기부 기획전'을 통해 헬로TV 지역채널 커머스 방송에서 지역특화상품을 소개하고, 고객의 소비가 지역사회 기여로 이어지는 '가치소비' 경험을 제공하였습니다. 해당 기획전은 연간 총 16회 방송으로 운영되었으며, 홍성마늘 양념육 등 10개 품목을 대상으로 판매금액의 5%를 적립해 약 500만 원을 지역 취약계층에 전달하였습니다. 이는 판로 지원을 넘어 고객 참여형 기부문화를 확산하고 농가 소득 향상과 사회공헌을 동시에 실현한 상생 모델입니다. 또한 홍성군청운대와의 3자 협약으로 레시피 개발부터 디지털 커머스 판매브랜드 홍보까지 원스톱으로 연계하고, 경기도주식회사와의 업무협약을 통해 도내 중소기업 제품의 홈쇼핑라이브커머스 진출도 지원하였습니다. 이처럼 LG헬로비전은 지역채널의 공익적 역할과 커머스 경쟁력을 결합한 지역상생 생태계를 지속 강화해 나가고 있습니다.

도농간 정보격차 해소를 위한 '디지털 해봄교실'

LG헬로비전은 경북 의성노인복지관과 함께 농촌지역 60세 이상 어르신을 대상으로 '디지털 해봄교실'을 운영하고 있습니다. 2021년 시작해 2025년 시즌5를 맞이한 이 프로그램은 10개월간 스마트폰 기본 사용법부터 SNS메신저 활용, 길 찾기, 온라인 쇼핑, 배달 앱, 보이스피싱 등 모바일 금융범죄 예방까지 일상 밀착형 커리큘럼을 제공했습니다. 또한 활용 능력 대회와 수료식을 통해 어르신들의 성취감을 높였습니다. LG헬로비전은 앞으로도 지역 정보소외계층이 디지털 사회에 적응할 수 있도록 지속적으로 지원하겠습니다.

디지털 해봄교실 5개년 성과

구분	2021	2022	2023	2024	2025
교육인원(명)	20	33	44	43	35
교육회차(회)	51	58	70	70	70
교육시간(시간)	102	116	140	140	140



디지털 해봄교실

사회공헌 및 지역사회 참여

관리활동

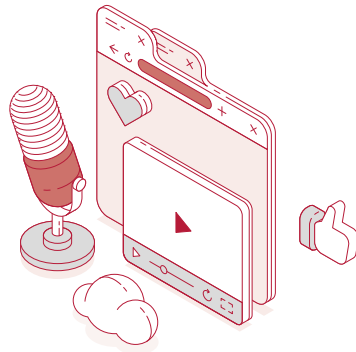
기부 및 임직원 참여형 봉사활동

복합문화공간 '오픈 스튜디오 & 스토어'

LG헬로비전은 문화적 접근성이 낮은 지역 주민들을 위해 복합 문화 공간인 '오픈 스튜디오'를 운영하고 있습니다. 이 공간은 지역민들이 지자체장과 함께 현안을 논의하는 소통 플랫폼이자 이웃 간 교류를 돕는 커뮤니티 역할을 하고 있습니다. 또한, 고객 라이프 스타일 맞춤형 상품을 체험할 수 있는 스토어와 라이브 커머스를 제공하여 지역민들의 생활 편의를 높이고 있습니다. 오픈 스튜디오는 2021년 김해점을 시작으로 2022년 원주점, 2023년 무안목포점을 순차적으로 개소하였으며, 지역 어린이들이 다양한 꿈을 키울 수 있도록 어린이 방송 직업 체험과 쿠킹클래스, 문화강좌 등의 프로그램을 진행해 왔습니다.



LG헬로비전 어린이 방송체험스쿨



지역사회 사랑의 빵나눔 - 스마일 은평! 빵빵데이

LG헬로비전은 대한적십자사 서대문희망나눔봉사센터와 협력해 '사랑의 빵나눔 - 스마일 은평! 빵빵데이' 활동을 진행했습니다. 본 활동은 은평구 내 취약계층인 아동·청소년, 장애인, 조손가정, 독거노인을 대상으로 임직원들이 직접 빵을 만들고 전달하는 자원봉사 프로그램입니다. 이를 통해 총 250여 개의 빵이 지역사회로 전해졌으며, 따뜻한 관심과 희망의 메시지를 함께 전달하는 뜻깊은 자리가 마련되었습니다. 앞으로도 LG헬로비전은 다양한 지역사회 밀착형 활동을 통해 취약계층 지원과 공동체 문화 확산에 기여해 나갈 것입니다.



스마일 은평! 빵빵데이 활동

지역사회와 함께하는 임직원 런치봉사 - 2026 에코나눔 DAY

LG헬로비전은 2026년 4월, 본사 사옥 인근 창릉천 일대에서 임직원이 직접 참여하는 환경봉사 활동 '에코나눔 DAY'를 진행했습니다. 고양시자원봉사센터, 고양시 공원관리과 등 지역 유관기관과 협력하여 플로깅 및 개나리·무궁화 묘목 1,000여 주를 식재하고 문화유산 주변 환경정비를 함께 수행했습니다. 임직원들은 점심시간을 활용한 런치봉사 형태로 참여해 도심 녹지 개선과 지역 환경보호에 기여했으며, 이를 통해 사내 나눔문화 확산에도 함께했습니다. LG헬로비전은 앞으로도 임직원이 일상 속에서 지역사회와 함께하는 환경·사회공헌 활동을 지속적으로 이어나갈 계획입니다.



에코나눔 DAY 활동

사회공헌 및 지역사회 참여

관리활동

기부 및 임직원 참여형 봉사활동

지역 미디어 꿈나무 육성을 위한 영화제 후원

LG헬로비전은 어린이날 100주년을 맞이한 2022년부터 부산국제어린이청소년영화제(BIKY)를 후원하며 영화감독과 PD를 꿈꾸는 어린이·청소년의 창작 활동을 지원하고 있습니다. 2025년 제20회 영화제에는 44개국 172편의 작품이 상영되고 2만 5천 명이 참가하였으며, LG헬로비전은 상금 후원을 통해 미디어를 꿈꾸는 어린이·청소년에게 장학금을 전달하였습니다.

2026년에도 'LG헬로비전 푸른물결상'으로 청소년 창작자를 발굴하고, 수상작은 지역채널에서 방영하여 더 많은 시청자와 만날 수 있도록 하였습니다. 지역방송사업자로서 미디어 꿈나무 육성과 지역 문화 확산을 위한 지원을 이어가겠습니다.



부산국제어린이청소년영화제(BIKY) 후원



영화제 우수작 지역채널 송출



시각장애인 자립 지원 및 인식개선 캠페인

LG헬로비전은 2016년부터 매년 '흰 지팡이의 날(10월 15일)'을 맞이하여 시각장애인의 자립과 재활을 응원하는 지역사회 기부 활동을 이어오고 있습니다.

보행 보조 흰 지팡이 등 실질적인 생활 지원 물품을 부산시각장애인복지연합회에 전달하며, 코로나19 유행 시기에는 방역용품을 함께 지원하는 등 상황에 맞는 방식으로 10년째 꾸준한 나눔을 실천하고 있습니다.

2025년에는 임직원이 직접 점자연습장 제작 봉사에 참여하는 프로그램을 운영하였으며, 고객 참여형 인스타그램 캠페인을 함께 진행하였습니다. 19일간 진행된 시각장애인 관련 퀴즈 및 응원 메시지 이벤트에는 2,729명의 고객이 참여하여 시각장애인을 향한 따뜻한 관심과 응원을 전하였으며, 게시물 조회수 17만 회를 기록하며 사회적 인식 개선에 함께하였습니다. LG헬로비전은 앞으로도 지역 취약계층과 함께하는 나눔 활동을 지속해 나가겠습니다.



사회공헌 및 지역사회 참여

관리활동

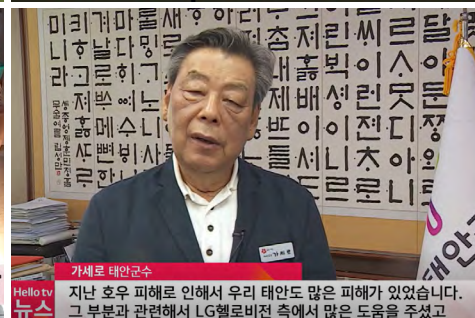
재난 피해지역 지원 활동

충남 폭우 피해지역 희망 꾸러미 전달

2025년 여름 집중호우로 큰 피해를 입은 충남 태안군 고남면 주민들을 돕기 위해 사단법인 체인지메이커와 협력하여 임직원 봉사활동을 진행하였습니다. 임직원 20명이 직접 참여하여 지역 특산물로 구성된 보양식과 여름철 필수품을 '희망 꾸러미'에 담아 침수 피해를 입은 80가구에 순차적으로 전달하였습니다. LG헬로비전은 앞으로도 지역기반 사업자로서 재난 상황에서 지역민의 든든한 이웃이 될 수 있도록 지자체 및 협력기관과 협업하여 지속적인 지역사회 지원활동을 이어가겠습니다.

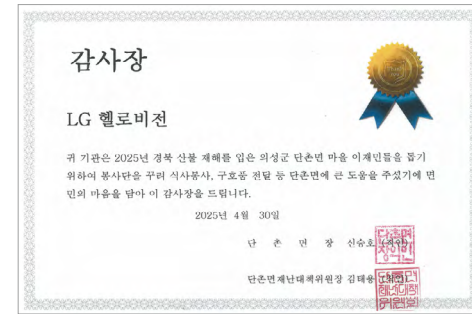


폭우 피해지역 희망 꾸러미 전달



경북 의성 산불 지원 - 영양 균형식 지원

LG헬로비전은 2025년 대형 산불로 인한 피해 지역을 지원하기 위해 사단법인 체인지메이커와 함께 경상북도 의성군 단촌면의 산불 피해 지역 이재민 250명을 대상으로 '긴급 영양식 지원' 봉사활동을 실시하였습니다. 해당 활동은 갑작스러운 재난으로 삶의 터전을 잃은 이재민들에게 따뜻한 식사를 통해 위로와 희망을 전하고자 기획되었으며, LG헬로비전의 임직원도 해당 봉사활동에 함께 힘을 모았습니다. 지원된 긴급 영양식은 영양산 장어, 해남김치, 사과즙 등 LG헬로비전이 운영하는 '제철장터'를 통해 엄선된 지역 농산물을 활용하였습니다. LG헬로비전은 앞으로도 재난 취약계층을 위한 민관 협력형 지역사회 지원 활동을 지속적으로 확대해 나갈 예정입니다.



산불 피해 이재민에 긴급 영양식 지원 활동



Governance

80	윤리·준법경영	▶
83	리스크 관리	▶
85	이사회 운영	▶
88	주주권익 보호	▶

윤리·준법경영

거버넌스

윤리규범

LG헬로비전은 ‘고객 가치창조’와 ‘인간존중 경영’이라는 이념 아래 정도경영을 실천하며, 원칙과 기준에 따르는 정직, 공평하고 공정한 대우, 실력 기반의 정당한 경쟁을 통해 경영 성과를 창출하고자 노력하고 있습니다. 또한 모든 구성원은 LG윤리규범을 올바른 행동과 가치 판단의 기준으로 삼아 정도경영을 실천하고자 다짐합니다. 윤리규범은 고객, 구성원, 국가 및 사회 등 다양한 이해관계자들에 대한 책임과 의무를 명시하고, 구성원들이 올바른 가치판단과 의사결정을 내릴 수 있도록 객관적인 기준을 제시합니다. LG헬로비전의 구성원은 윤리규범을 준수하고 자율과 책임에 기초한 자율경영을 실천하며 사회적 역할과 책임을 다하고 있습니다.

정도경영 3대 요소



정직

원칙과 기준에 따라
투명하게 일하는 LG



공정한 대우

모든 거래관계에서
공평한 기회를 제공하고
공정하게 대우하는 LG



실력을 통한 정당한 경쟁

정정당당하게
경쟁하여 이길 수 있는
실력을 키우는 LG

고객을 위한 가치창조

- 고객에게 정직
- 더 나은 가치를 제공하기 위해
꾸준한 이노베이션으로 실력배양

인간존중의 경영

- 공평한 기회 제공
- 능력과 업적에 따라 공정하게 대우

정도경영 담당조직

LG헬로비전의 정도경영 담당조직은 CEO 직속으로, 윤리사무국과 경영진단팀으로 구성되어 있습니다. 윤리사무국은 제보채널 운영, 규정·원칙 미준수 감사 및 정도경영 교육을 담당하고 경영진단팀은 사업경쟁력 및 운영건전성 진단을 수행하고 있습니다.

정도경영 조직도



윤리·준법경영

거버넌스

관리활동

준법경영 추진 체계

LG헬로비전은 전사 단위의 준법경영체계를 구축하고 상법에 의거한 준법통제기준 및 관련 세부지침을 제정하였으며, 이사회 결의를 통해 준법지원인을 선임하였습니다. 더불어 매년 전사 구성원을 대상으로 최신 법령, 규제 동향 및 이슈를 전파하고 교육을 진행함으로써 준법경영을 내재화하고 있습니다. 이 외에도 각 유관부서와 협업으로 준법 리스크를 점검하여 준법통제를 강화하고 준법경영 활동의 실효성을 확보하고 있습니다. 이를 통해 수렴된 리스크 점검 체크리스트로 핵심 위험을 식별하고 시급한 사항은 준법통제 관련 안건으로 상정 후 이사회에 보고하고 있습니다.

준법경영 규정

LG헬로비전은 준법지원인 제도를 규정하고 그 업무의 독립성과 실효성을 확보하기 위하여 이사회 결의를 통해 준법통제 기준을 수립한 이후 지속적인 개정을 통해 규정을 최신화하고 있습니다.

준법통제기준	목 차
주식회사 엘지헬로비전	제1장 총칙
	제1조 (목적)
	제2조 (준법의 범위)
	제3조 (준법통제 기준)
	제4조 (준법통제 기준)
	제5조 (준법통제 기준)
	제6조 (준법통제 기준)
	제7조 (준법통제 기준)
	제8조 (준법통제 기준)
	제9조 (준법통제 기준)
	제10조 (준법통제 기준)
	제11조 (준법통제 기준)
	제12조 (준법통제 기준)
	제13조 (준법통제 기준)
	제14조 (준법통제 기준)
	제15조 (준법통제 기준)
	제16조 (준법통제 기준)
	제17조 (준법통제 기준)
	제18조 (준법통제 기준)
	제19조 (준법통제 기준)
	제20조 (준법통제 기준)
	제21조 (준법통제 기준)
	제22조 (준법통제 기준)
	제23조 (준법통제 기준)
	제24조 (준법통제 기준)
	제25조 (준법통제 기준)
	제26조 (준법통제 기준)
	제27조 (준법통제 기준)
	제28조 (준법통제 기준)
	제29조 (준법통제 기준)
	제30조 (준법통제 기준)
	제31조 (준법통제 기준)
	제32조 (준법통제 기준)
	제33조 (준법통제 기준)
	제34조 (준법통제 기준)
	제35조 (준법통제 기준)
	제36조 (준법통제 기준)
	제37조 (준법통제 기준)
	제38조 (준법통제 기준)
	제39조 (준법통제 기준)
	제40조 (준법통제 기준)
	제41조 (준법통제 기준)
	제42조 (준법통제 기준)
	제43조 (준법통제 기준)
	제44조 (준법통제 기준)
	제45조 (준법통제 기준)
	제46조 (준법통제 기준)
	제47조 (준법통제 기준)
	제48조 (준법통제 기준)
	제49조 (준법통제 기준)
	제50조 (준법통제 기준)
	제51조 (준법통제 기준)
	제52조 (준법통제 기준)
	제53조 (준법통제 기준)
	제54조 (준법통제 기준)
	제55조 (준법통제 기준)
	제56조 (준법통제 기준)
	제57조 (준법통제 기준)
	제58조 (준법통제 기준)
	제59조 (준법통제 기준)
	제60조 (준법통제 기준)
	제61조 (준법통제 기준)
	제62조 (준법통제 기준)
	제63조 (준법통제 기준)
	제64조 (준법통제 기준)
	제65조 (준법통제 기준)
	제66조 (준법통제 기준)
	제67조 (준법통제 기준)
	제68조 (준법통제 기준)
	제69조 (준법통제 기준)
	제70조 (준법통제 기준)
	제71조 (준법통제 기준)
	제72조 (준법통제 기준)
	제73조 (준법통제 기준)
	제74조 (준법통제 기준)
	제75조 (준법통제 기준)
	제76조 (준법통제 기준)
	제77조 (준법통제 기준)
	제78조 (준법통제 기준)
	제79조 (준법통제 기준)
	제80조 (준법통제 기준)
	제81조 (준법통제 기준)
	제82조 (준법통제 기준)
	제83조 (준법통제 기준)
	제84조 (준법통제 기준)
	제85조 (준법통제 기준)
	제86조 (준법통제 기준)
	제87조 (준법통제 기준)
	제88조 (준법통제 기준)
	제89조 (준법통제 기준)
	제90조 (준법통제 기준)
	제91조 (준법통제 기준)
	제92조 (준법통제 기준)
	제93조 (준법통제 기준)
	제94조 (준법통제 기준)
	제95조 (준법통제 기준)
	제96조 (준법통제 기준)
	제97조 (준법통제 기준)
	제98조 (준법통제 기준)
	제99조 (준법통제 기준)
	제100조 (준법통제 기준)

준법통제 기준

준법경영 강화 활동

LG헬로비전은 전사 구성원 대상 컴플라이언스 레터를 발송하고, 준법교육 등을 통하여 법규 및 회사의 각종 규정을 임직원이 준수하도록 하고 임직원의 준법 의식을 제고합니다. 2025년에는 Compliance Letter를 통해 건설공사의 하도급 제한, 다크패턴 관련 사례 및 사업자가 지켜야 할 의무를 안내하고, 공정거래법상 정보교환 담합에 대한 유의사항을 공유하는 등 LG헬로비전의 준법문화 확산을 위해 노력하고 있습니다. 준법교육은 상시 운영되며, 필요 시 경력사원 및 사업부를 대상으로 추가 준법 교육을 진행하여 구성원의 준법 역량을 강화하고 있습니다. 2025년에는 사업부 대상 전기공사업법/건설산업기본법, 대리점법 등의 맞춤형 준법교육을 제공하였으며, 기타 준법 관련 실무 교육을 진행하였습니다.

준법교육 현황

구분	주요활동 및 내역
 준법교육	- 사업부 대상 공정거래법, 조사대응 등 맞춤형 준법교육 진행 - 경력 입사자 대상 준법교육 진행 - 전 임직원 대상 개인정보 보호, 직장 내 괴롭힘/성희롱 예방 등 온라인 교육 진행

2025년 준법교육 진행 내역

교육 진행 시기	교육명
2025.02	경영진 대상 불공정거래행위 교육
2025.03	기업영업 AM 구성원 대상 하도급 제한 교육
2025.04	경영진 대상 상법개정안 교육
2025.04	컨슈머그룹 리더 대상 대리점법 교육
2025.07	커뮤니티그룹 리더 대상 하도급 제한 교육

윤리·준법경영

관리활동

준법경영 강화 활동

정도경영 인식 제고 활동

LG헬로비전은 정도경영의 중요성 강조와 인식 제고를 위해 주기적으로 정도경영 레터를 배포합니다. 정도경영 레터는 일하다 보면 마주치는 딜레마 상황을 윤리규범과 연계하여 소개함으로써 전사 구성원이 생활 속에서 LG윤리규범을 실천하도록 안내하고 있습니다. 리더급 구성원들에게는 별도의 레터를 추가로 배포하여 리더의 정도경영 인식을 강화하고 있습니다. 또한 명절에는 협력사에 정도경영 레터를 발송하여 정도경영 실천을 독려하며, 이와 함께 모든 임직원을 대상으로 부패방지, 공정거래 준수 등을 포함한 정도경영 교육을 실시합니다.

정도경영 실천·준수 서약

LG헬로비전의 모든 구성원은 매년 초 정도경영 실천 서약서와 부패방지 법규 준수 서약서를 작성하여 제출합니다. 구성원들은 서약서를 작성하면서 수행하는 업무의 자기 역할과 책임이 무엇인지 되새기고, 사업을 영위하는 국가 및 지역의 관련 법규와 상관습, 윤리규범을 숙지하여 정도경영 실천 의지를 다짐합니다. 또한 부정경쟁을 방지하는 제반 법규 준수를 다짐하고 정도경영을 되새기는 계기로 삼고 있습니다. 추가적으로 신규 계약이나 재계약을 체결하는 협력사에게도 정도경영 실천 서약서를 작성하도록 하여 정도경영 실천에 동참하기를 권고하고 있습니다.

제보 채널 운영

LG헬로비전은 LG 사이버 신문고 또는 자체 제보 채널을 통해 기명 또는 무기명으로 부정비리를 신고할 수 있는 체계를 운영하고 있습니다. 당사는 접수된 제보를 처리 프로세스에 따라 신속하게 대응하고 재발 방지에 최선을 다하고 있습니다. '제보자 보호 원칙'에 따라 제보자에 대한 불이익을 금지하고, 제보자가 제시한 증거나 정보, 관련 이해관계자들에 대한 정보도 철저히 보호하고 있습니다. 또한 부정비리 신고 포상 제도를 시행하여 사안의 경중에 따라 포상여부와 포상금을 심의·결정하고 있습니다. LG헬로비전은 제보자 보호 원칙 및 포상 제도를 통해 고객가치를 훼손하는 부정비리 행위를 근절하고자 합니다.

제보처리 프로세스

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

부정비리 대상

금품/향응 수수

자산 횡령/유용

환경/안전 사고

불공정거래

문서/계수 조작

성희롱/괴롭힘

윤리규정 위반 제보현황(2025년)

규정위반	10건
근무해태	1건
직장 내 괴롭힘/품위손상	4건
총계	15건

윤리규정 위반 처리결과(2025년)

경고 ¹⁾	5건
경징계 ²⁾	3건
중징계 ³⁾	13건
총계	21건

1) 경고: 경고장 발송, 징계기록에서 제외

2) 경징계: 반성문을 받고 훈계(견책)

3) 중징계: - 근신/정직: 일정기간 직무에 종사하지 못하고 해당기간 급여를 감함
- 권고사직/해고: 사직원을 제출하여 퇴직하거나 해고

리스크 관리

거버넌스

위기관리 방침

LG헬로비전은 위기관리를 지속가능경영의 핵심요소로 인식하고, 기존의 안전보건, 품질(NW, IT), 정보보호, 컴플라이언스, 평판관리에 더해 컨슈머 및 미디어 사업을 신규 영역으로 추가하여 관리 범위를 확대하였습니다. 또한 사업 전반에서 발생할 수 있는 다양한 위기에 대비하여 전사 위기관리 방침과 목표를 수립하고, 이를 체계적으로 실행하고 있습니다.

전사 위기관리 방침

전사 위기관리 방침

LG헬로비전은 위기관리가 지속가능경영의 기본 요소임을 인식하며, 임직원은 다음의 위기관리방침을 성실하게 실천한다.

- 1 사회 환경의 변화에 따라 위기 상황을 폭넓게 인식하여 철저히 대비하고 신속하게 대응한다.
- 2 생명과 안전을 최우선 가치로 지키고 고객에게 신뢰받는 방송통신서비스 제공과 개인정보를 보호하여 회사와 고객의 피해를 방지한다.
- 3 평상시 위기를 사전 예방하고 대비하는 활동과 위기 발생시 피해 최소화를 위한 대응 활동에 적극 참여한다.
- 4 위험요소나 사건·사고와 같은 취약 사항에 대해 투명하게 소통하는 조직 문화를 만들기 위해 노력한다.
- 5 위기관리에 대한 지속적인 관심과 개선 활동을 통하여 위기관리 역량을 향상시키도록 노력한다.

대표이사(CEO) 송구영

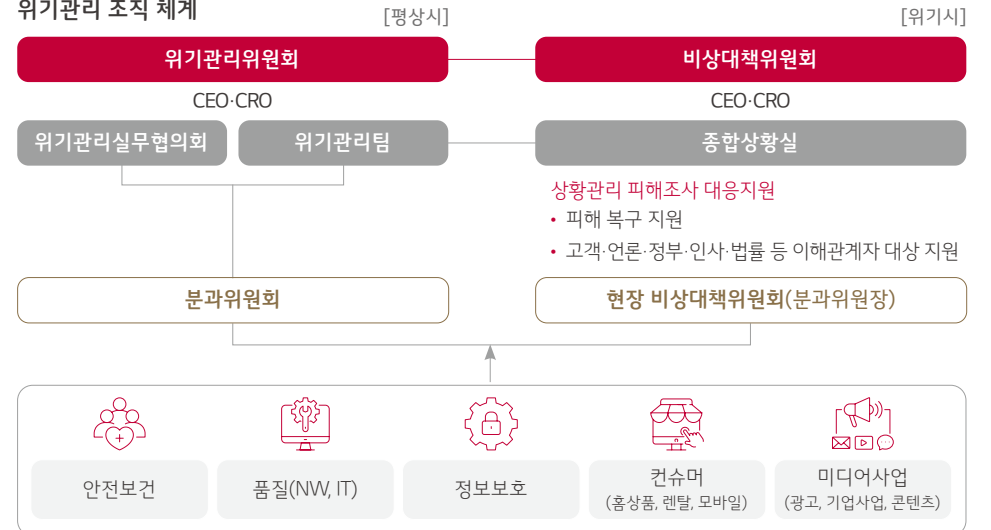
최고위기관리책임자(CRO) 김영준

위기관리 조직

LG헬로비전은 위기관리 강화를 위해 CEO와 CRO(Chief Risk Officer)를 책임자로 선임하고, 전사 차원의 위기관리위원회와 비상대책위원회를 운영하고 있습니다. 위기관리위원회는 분기마다 CEO와 CRO 주재로 회사의 위기관리 추진 방향을 점검하고, 분과위원회별 위기 개선 과제를 논의하는 등 위기 예방 활동을 수행합니다. 또한 위기관리위원회 산하 위기관리실무협의회는 CRO가 주재하며, 각 분야별 분과위원회와 위기관리팀이 참여하는 정기 협의체를 운영하고 있습니다.

각 분과위원회는 개선 과제를 발굴 및 선정하며, 위기관리위원회의 의사결정 사항을 바탕으로 세부 실행계획을 수립하여 그 실행 여부와 진행 경과를 점검하고, 개선조치를 수행합니다. 또한 이해관계자 및 회사 전반에 중대한 피해가 예상되는 자연재해(태풍·침수·지진·산불)나 사전에 정의한 위기 범주에 해당하는 사건·사고·장애가 발생할 경우, 즉시 비상대책위원회를 소집합니다. 비상대책위원회는 종합상황실과 긴밀히 연계하여 신속한 복구, 피해 확산 방지, 업무 정상화, 사고 수습 및 복구 지원 등 대응 활동을 체계적으로 수행합니다.

위기관리 조직 체계



리스크 관리

관리활동

위기 대응 및 관리 방안

LG헬로비전은 사업 관련 위기를 7대 범주, 13개 위기 유형으로 구분하고 각 위기 요소를 분류하여 관리하고 있습니다. 사고·장애 발생 시에는 위기 판단 등급 기준에 따라 보고 체계와 대응 주체를 구분하여 신속하고 일관된 위기 대응이 가능하도록 대비하고 있습니다. 2026년에 컨슈머와 미디어사업을 위기 관리 범주에 포함하고 이상영업 및 부정거래, 협찬 사업 등을 위기 유형으로 추가하여 위기로 확대될 수 있는 재무적·비재무적 잠재 요소에 더욱 민감하게 대응하도록 체계를 보완하였습니다. 아울러, 핵심위기 요소별로 분과위원회를 구성하여 유사 위기의 재발 방지를 위한 체계적인 개선 활동을 지속적으로 추진하고 있습니다.

	A급(심각)	B급(경계)	C급(주의)	D급(관심)
보고	CEO	CRO	CRO, 분과위원장	CRO, 분과위원장
대응주체	비상대책위원회	비상대책위원회	분과위원회	분과위원회

위기 구분

범주	위기 유형	위기 요소
안전보건리스크	안전보건	상해(인사사고) 화재/폭발사고 감염병 직업병
	자연재해	태풍/호우/홍수/폭설 폭염/한파 침수 지진
	시설사고	광역 정전 정전사고 시설물 붕괴 산불(전송망 소손)
품질(NW,IT) 리스크	NW품질	홈서비스 장애 기업서비스 장애 지역채널 PP채널 ESS/전기차 충전소 장애 국사전원/환경설비 장애
	단말/서비스 품질	단말품질 NW설비
	IT품질	영업 전산 장애 온라인채널 장애 콜서비스 장애
정보보호 리스크	정보유출	개인정보 유출
	침해사고	침해사고(IT, NW)
컨슈머 리스크	컨슈머 영업/사업	이상영업 파트너 이슈
미디어사업 리스크	기업영업/사업	이상영업 및 부정거래 디지털플랫폼 방송콘텐츠제작 사업/제작현장안전 협찬사업 지역/PP 채널 식품법적규제, 식품언론이슈, 식품소비자이슈
컴플라이언스 리스크	공정거래	하도급 담합 불공정거래 부당지원 지위남용
	기준/규제/법규위반	법적규제
평판관리 리스크	홍보	언론이슈화

핵심 위기 요소

위기관리 활동

LG헬로비전은 매년 경영진이 참여하는 위기 유형별 대응 모의훈련을 실시하여 실제 위기 발생 시 신속하고 효과적으로 대응할 수 있도록 준비함으로써 위기 대응 능력을 지속적으로 강화하고 있습니다. 위기 유형별 대응 시나리오를 개발하여 모의훈련을 수행하고, 그 결과를 바탕으로 위기 대응 수준을 점검하며 매뉴얼에 반영하고 있습니다. 2025년에는 개인정보 유출, 디지털방송 DR(재해 복구) 전환, 화재 대피 훈련 등 다양한 상황을 가정한 비상훈련을 실시하였습니다. 아울러, 2026년에는 전 임직원 대상의 위기관리 교육을 통하여 위기관리의 중요성을 이해하고 위기 대응 역량을 높이는 인식 제고 활동을 함께 추진하고 있습니다.

위기 대응 핵심 요소 및 개선 활동

	안전보건 분과위원회	상해 (인사사고 중대재해)	- 기업 및 협력사 임직원의 안전이 최우선 가치임을 인식 - 중대재해처벌법상 중대산업재해의 발생, 제도화 반영 - 사업장 및 현장의 안전 관리 등 안전사고 예방 활동 강화
	품질 분과위원회	홈서비스 장애 /영업 전산 장애	- 방송통신서비스 대규모 장애 발생 시 큰 파급 효과 발생 (고객응대 외 사회 전반에 미치는 영향 및 재무적 손실) - 장애 예방 활동, 감시 체계 강화, 신속한 대응 및 복구로 피해 최소화
	정보보호 분과위원회	개인정보유출	- 고객의 피해, 사회적 파장, 집단소송 및 평판 훼손 등 문제 야기 - 개인정보보호법 처벌 강화에 따른 사전 위반 요소 차단 필요 - 관리적, 기술적, 물리적 보안 강화 등 예방활동 강화
	컨슈머 분과위원회	이상영업	- 비정상적인 이상영업 및 위법 행위로 인한 사건, 사고 발생 - 부정이슈 제기, 규제 기관(공정위 등) 분쟁 조정, 신문고, 정도경영 관련 투서 접수 시 확산 및 재무적 피해 최소화
	미디어사업 분과위원회	이상영업 및 부정거래	- 미디어사업 내 비정상적 영업/계약, 평판훼손 및 컴플라이언스 등 사건, 사고 이슈 예방, 대응 활동 전개 - 공정성 및 유착 논란, 선거 및 중립성 이슈 등에 적극적으로 대응
	컴플라이언스 평판 관리	하도급, 담합 언론 이슈화	- 방송통신사업 법률 및 규제 위반 등으로 인한 과태료, 과징금 부과로 재무적 손실 및 언론 이슈화 발생 - 법무, 홍보, 대외협력센터와 대응, 피해 최소화

※ 사회환경 및 사업환경 변화에 따라 위기 유형도 변화함으로 정기적으로 검토하고 논의하여 핵심 위기 대상을 관리함

이사회 운영

이사회 구성 및 현황

LG헬로비전은 주주가치 제고 및 권익 보호를 위하여 투명하고 독립적인 지배구조를 확립하고, 합리적인 의사결정이 가능한 경영 환경과 조직문화를 운영하는 지배구조 원칙을 수립하고 있습니다. 또한 이해관계자 소통채널을 통해 수렴된 의견들 중 주요 사항은 의사결정 시 반영하고 있습니다. 당사의 이사회는 합리적인 의사결정을 내릴 수 있도록 다양한 분야에서 충분한 역량을 갖춘 이사로 구성하고 있으며 대표이사를 포함한 사내이사 2명, 기타비상무이사 1명 및 사외이사 3명 총 6명의 등기이사로 이루어져 있습니다. 견제와 감독의 역할을 수행할 수 있도록 이사회의 50%를 사외이사로 구성하였습니다. 사외이사는 사외이사후보추천위원회의 추천을 받아 선임하고 있으며, 이사회 결의로 선임한 사외이사가 이사회 의장을 맡고 있습니다.

이사회 전문성 및 독립성

LG헬로비전은 구성원 간의 견제와 균형을 통해 안정적인 지배구조를 마련하고자 회사의 의사결정과 업무진행을 이사회와 경영진에 각각 별도로 위임하고 경영진의 업무 진행상황을 이사회에 보고하도록 합니다. 특히 이사회가 경영진 견제기능을 실질적으로 행사할 수 있도록 사외이사 3인으로 구성된 사외이사후보추천위원회에서는 사외이사 후보를 추천하고 선임하는 과정에서 후보자들의 경력과 전문분야, 이해관계 여부, 직무 이해도 등을 고려하고 상법 등 관련 법령에서 제시된 결격사유를 검토하여 적절한 후보를 추천함으로써 사외이사의 독립성을 확보하고 있습니다. 또한 이사회를 구성할 때 국적, 성별, 연령, 인종, 종교, 교육 수준, 장애 여부 등의 요소로 차별하지 않고 성평등의 원칙을 적용하여 다양성과 균형을 판단하며, 각 분야에서의 전문성과 경험을 고려하여 이사를 선임합니다. 이 외에도 2025년 7월에는 이사진 대상으로 신(新)정부의 ESG 정책 방향과 글로벌 트렌드에 관한 교육을 진행하였고, 동년 11월에는 사외이사 워크숍을 통해 2026년 전략방향 및 사업계획, ESG경영 추진 현황, 정보보호 및 Compliance 관리 체계 등 경영 전반에 걸친 교육을 진행하여 이사의 전문성과 역량을 강화하였습니다.

이사회 구성 현황

(2026년 3월 기준)

구분	성명	성별	선임일	임기	주요경력	전문분야	담당업무
사내 이사	송구영	남	2025. 03.25	3년	- 現 (주)LG헬로비전 대표이사 - 前 (주)LG유플러스 홈/미디어 부문장 - 前 (주)LG유플러스 영업전략단장	- 통신업 - 경영·회계 - 리스크 관리 - ESG	ESG위원회 위원
	김영준	남	2026. 03.24	3년	- 現 (주)LG헬로비전 CFO/CRO - 前 (주)LG유플러스 금융담당 - 前 (주)LG유플러스 회계담당	- 통신업 - 경영·회계 - 리스크 관리	내부거래위원회 위원
기타 비상무 이사	윤창병	남	2025. 03.25	2년	- 現 (주)LG 통신서비스 팀장 - 前 (주)LG CNS 전략담당(상무) - 前 (주)LG 통신서비스사업부 경영정보팀장	- 통신업 - 경영·회계 - 리스크 관리	사외이사후보추천위원회 위원
사외 이사	이재우	남	2025. 03.25	2년	- 現 아주대학교 전자공학과 교수 - 前 한국IPTV방송협회 정책위원회 위원 - 前 한국케이블TV방송협회 기술자문교수	- 통신업 - 리스크 관리 - ESG	- 이사회 의장 - ESG위원회 위원장 - 내부거래위원회 위원 - 감사위원회 위원
	최경진	남	2026. 03.24	3년	- 現 가천대학교 법학과 교수 - 前 국가인공지능위원회 법제도분과 위원 - 前 개인정보보호법학회 회장	- 법률 - 리스크 관리 - ESG	- 사외이사후보추천위원회 위원장 - 내부거래위원회 위원장 - ESG위원회 위원 - 감사위원회 위원
	최수정	여	2025. 03.25	3년	- 現 숭실대학교 경영학부 교수 - 前 사단법인 한국재무학회 이사 - 前 기획재정부 공기업 경영평가단 평가위원	- 경영·회계 - 리스크 관리 - ESG	- 감사위원회 위원장 - ESG위원회 위원 - 내부거래위원회 위원 - 사외이사후보추천위원회 위원

이사회 운영

이사회 내 위원회

LG헬로비전은 이사회 산하에 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, ESG위원회, 내부거래위원회를 설립하여 이사회의 의사결정을 지원합니다. 감사위원회의 주요 기능은 회계 및 업무 전반에 대한 감사수행이며, 독립성을 유지하기 위해 전원 사외이사로 구성되어 있습니다.

사외이사후보추천위원회는 사외이사 2인과 기타비상무이사 1인으로 구성하여 사외이사 후보에 대한 전문성, 독립성 여부, 역량 등을 종합적으로 검증하여 이사회에 추천하고 있습니다. ESG위원회는 사외이사 3명과 사내이사 1명으로 구성되며 환경, 사회, 지배구조와 관련된 ESG경영 전반의 체계를 강화하여 장기적이고 지속가능한 성장을 실현하고자 노력하고 있습니다. 내부거래위원회는 내부거래에 대한 심의를 진행하는 등 LG헬로비전의 경영 투명성을 제고하기 위해 설치되었으며, 사외이사 3인과 사내이사 1인으로 구성되어 있습니다.

이사회 산하 위원회 구성

구분	위원구성	내용	2025년 개최횟수
감사위원회	최수정, 이채우, 최경진	- 재무, 영업, 회계에 대한 감사 및 각종 사업리스크와 진단결과 등에 대한 정기/수시 업무 감사, 회계 감사 - 외부 감사인과의 정기 간담회 진행	6회
사외이사 후보추천위원회	최경진, 최수정, 윤창병	사외이사 후보 발굴과 추천, 선임 및 평가 프로세스 등 지원	2회
ESG위원회	이채우, 최경진, 최수정, 송구영	ESG경영 전반의 기본 정책과 전략 수립 등 주요 ESG 목표 심의	3회
내부거래위원회	최경진, 이채우, 최수정, 김영준	내부거래 투명성과 적정성 제고 역할 수행	2회

※ 위원 구성은 2026년도 기준임

기업지배구조 헌장

[기업지배구조 헌장 다운로드](#)

LG헬로비전은 건전한 지배구조가 투명하고 책임있는 경영을 촉진하며, 사회적 신뢰 제고와 기업가치 증대의 핵심 요소라는 신념을 바탕으로 '기업지배구조 헌장'을 제정·공표하였습니다. 본 헌장에는 주주의 권리, 이사회의 기능 및 구성, 감사기구 운영, 이해관계자 권리 보호 등 주요 지배구조 원칙과 실천 사항이 포함되어 있으며, 이를 통해 투명한 지배구조 확립에 대한 회사의 의지를 대내외에 명확히 하고자 합니다. 해당 헌장은 LG헬로비전 홈페이지에 게시되어 누구나 열람할 수 있습니다.

이사회 및 임원 보수 정책

LG헬로비전은 이사 및 임원 보수를 상법 제388조 및 이사회에서 제정한 임원보수규정에 따라 지급하고 있습니다. 모든 사외이사에게는 주주총회에서 승인된 보수 한도 내에서 동일한 금액을 지급하며, 이사회는 직무 및 책임에 따른 역할급과 활동 성과에 기반한 경영성과급을 성과인센티브 규정에 따라 연 1회 지급하고 있습니다. 성과보수는 매출, 영업이익 등 계량지표뿐만 아니라, 독립성 확보를 위해 리더십, 중장기 기여도 등 비재무적 성과도 함께 고려하여 종합적으로 평가하고 있습니다.

주주권익 보호

주주현황

주식 및 자본 구조

LG헬로비전의 2025년 12월 31일 기준 발행주식 총수는 77,446,865주이며, 보통주 이외 회사가 발행한 다른 주식은 없습니다. 또한 주주는 상법 및 정관 제23조(의결권)에 따라 1주당 1개의 의결권을 가지고, 모든 주주에게 공평한 의결권을 보장받습니다. LG헬로비전의 최대주주는 (주)LG유플러스이고 58.61%의 지분을 보유하고 있습니다.

주식현황

구분	주주명	소유주식수(주)	지분율(%)
최대주주	(주)LG유플러스	45,395,426	58.61
최대주주 외 기타주주	-	32,051,439	41.39

소액주주 현황

구분	소액주주수(주)	전체주주수(주)	비율(%)
소액주주	110,854	110,856	100.00

주주권리 보호 체계

주주권리 보호 정책

LG헬로비전은 주주가치 제고를 위한 주주환원 정책을 지속적으로 강화하고 있으며, 모든 주주를 평등하게 대우하기 위해 노력하고 있습니다. 모든 주주는 지분 규모와 관계없이 1주당 1개의 의결권을 보유하며, 주요 의사결정 참여를 위해 주주총회 관련 정보를 전자공시시스템과 홈페이지를 통해 최소 2주 전에 공지하고 있습니다. 주주환원은 재무실적, 현금흐름, 투자계획 등 종합적인 사업환경을 고려해 결정되며, 당사는 연결기준 당기순이익의 30% 이상을 환원하는 배당정책을 지향하고 있습니다.

공시정보 접근성 확대

LG헬로비전은 주주 및 투자자와의 신뢰 구축을 위해 매 분기 경영실적을 정기적으로 발표하고 있으며, 해당 자료는 홈페이지에 국문과 영문으로 공시하여 국내외 투자자 모두에게 정보를 제공합니다. 이 외에도 주요 경영 정보는 홈페이지(www.lghellovision.net) 및 전자공시시스템(DART, dart.fss.or.kr)을 통해 투명하게 공개하고 있습니다.



Appendix

90	ESG Data	➤
100	GRI Standards Index	➤
102	UN SDGs	➤
103	제3자 검증의견서	➤
105	온실가스 검증의견서	➤
106	참여협회 및 단체	➤

ESG Data

경영일반

연결 재무상태표

구분	단위	2023	2024	2025
자산				
유동자산	원	411,275,026,174	459,450,179,633	461,798,558,362
현금및현금성자산	원	89,019,168,436	83,942,978,481	147,069,434,940
매출채권	원	197,448,310,137	207,066,615,090	193,376,441,787
재고자산	원	10,345,332,143	51,876,305,384	6,892,129,497
기타의유동금융자산	원	15,872,120,696	15,907,339,225	17,301,176,069
기타의유동자산	원	8,173,096,601	11,704,835,052	7,972,921,637
당기법인세자산	원	3,052,502,952	789,628,430	803,591,111
계약자산	원	87,364,495,209	88,162,477,971	88,382,863,321
비유동자산	원	908,171,179,519	784,067,425,248	804,017,079,046
관계기업투자	원	2,943,260,488	2,890,322,412	2,421,518,738
투자부동산	원	5,093,113,000	5,093,113,000	53,702,557,631
유형자산	원	475,290,849,106	363,228,961,631	347,414,771,487
사용권자산	원	85,068,436,420	76,091,488,741	32,552,517,096
영업권	원	24,513,164,719	-	-
기타무형자산	원	46,489,266,248	45,802,851,954	47,843,828,296
이연법인세자산	원	-	15,684,965,370	11,202,934,352
순확정급여자산	원	7,705,442,075	-	6,820,410,931
장기매출채권	원	146,634,368,731	168,921,346,625	213,221,928,904
기타비유동금융자산	원	15,919,737,414	11,689,125,940	10,532,337,979
기타의비유동자산	원	1,763,009,079	1,466,481,108	1,315,907,376
계약자산	원	96,750,532,239	93,198,768,467	76,988,366,256
자산총계	원	1,319,446,205,693	1,243,517,604,881	1,265,815,637,408

구분	단위	2023	2024	2025
부채				
유동부채	원	372,344,340,884	374,034,995,913	417,798,623,211
매입채무	원	32,326,365,717	30,968,619,538	24,934,336,009
미지급금	원	61,935,869,245	72,428,875,200	69,150,381,502
유동성사채	원	139,989,812,662	119,977,423,448	189,946,304,868
유동성리스부채	원	9,585,530,080	9,748,159,430	10,569,692,118
당기법인세부채	원	54,739,547	56,605,746	-
기타의유동금융부채	원	83,978,760,710	63,567,502,239	62,725,881,749
기타의유동부채	원	39,158,514,541	72,817,008,215	55,374,394,055
총당부채	원	1,036,093,374	273,712,342	904,623,827
계약부채	원	4,278,655,008	4,197,089,755	4,193,009,083
비유동부채	원	381,763,557,054	425,397,323,559	395,359,071,672
사채	원	289,502,031,665	339,414,417,593	309,482,833,025
리스부채	원	74,134,862,951	73,397,317,350	73,783,512,777
순확정급여채무	원	-	953,409,838	-
기타의 비유동금융부채	원	53,200,000	484,207,300	676,800,200
기타장기종업원급여	원	2,325,197,153	2,589,663,724	2,535,852,256
이연법인세부채	원	5,703,214,949	-	-
총당부채	원	5,832,781,708	4,352,163,362	5,241,629,285
계약부채	원	4,212,268,628	4,206,144,392	3,638,444,129
부채총계	원	754,107,897,938	799,432,319,472	813,157,694,883
자본				
지배기업지분	원	565,338,307,755	444,085,285,409	452,657,942,525
자본금	원	193,617,162,500	193,617,162,500	193,617,162,500
기타불입자본	원	190,095,891,463	190,095,891,463	190,095,891,463
기타포괄손익	원	(60,718,664)	(43,366,788)	-
이익잉여금	원	181,685,972,456	60,415,598,234	68,944,888,562
비지배지분	원	-	-	-
자본총계	원	565,338,307,755	444,085,285,409	452,657,942,525
자본과 부채 총계	원	1,319,446,205,693	1,243,517,604,881	1,265,815,637,408

ESG Data

경영일반

연결 포괄손익계산서

구분	단위	2023	2024	2025
영업수익	원	1,190,257,448,844	1,196,435,375,181	1,265,651,619,684
영업비용	원	1,142,905,255,284	1,182,962,401,829	1,246,921,426,424
영업이익(손실)	원	47,352,193,560	13,472,973,352	18,730,193,260
금융수익-유효이자율법에 따른 이자수익	원	7,810,717,548	10,761,828,892	11,879,258,296
금융수익-기타	원	5,680,905,609	4,868,852,419	3,728,165,576
금융비용	원	12,284,050,315	19,435,960,580	20,870,302,969
기타영업외수익	원	7,136,359,622	4,183,929,953	3,323,205,755
기타영업외비용	원	91,525,345,961	141,482,752,090	10,669,420,808
관계기업투자손익	원	261,570,939	(52,938,076)	(468,803,674)
법인세비용차감전순이익(손실)	원	(35,567,648,998)	(127,684,066,130)	5,652,295,436
법인세비용	원	9,785,018,212	(21,455,570,796)	3,871,777,833
당기순이익(손실)	원	(45,352,667,210)	(106,228,495,334)	1,780,517,603
지배기업의 소유주	원	(45,352,667,210)	(106,228,495,334)	1,780,517,603
비지배지분	원	-	-	-
주당이익	원	-	-	-
기본및희석주당이익(손실)	원	(586)	(1,372)	23
기타포괄손익(법인세효과 차감후)	원	(5,537,212,518)	(5,730,903,212)	6,792,139,513
확정급여제도의 재측정요소	원	(5,569,560,534)	(5,748,255,088)	5,952,139,513
기타포괄손익-공정가치측정 지분상품 평가손익	원	32,348,016	17,351,876	840,000,000
후속적으로 당기손익으로 재분류 될 수 있는 항목	원	0	0	0
총포괄손익	원	(50,889,879,728)	(111,959,398,546)	8,572,657,116

이해관계자 경제적 가치 배분¹⁾

(사업연도 말 기준)

구분	단위	2023	2024	2025	비고
주주/투자자	억 원	214	275	206	배당금 및 이자
구성원	억 원	1,116	1,215	1,160	급여+복리후생비+퇴직연금
정부(법인세)	억 원	99	(216)	40	법인세
지역사회	억 원	3.1	2.8	2.9	사회공헌 기부금

1) 별도재무제표 기준

연구개발 및 특허

구분	단위	2023	2024	2025
특허 보유 건 수	건	27	26	20

ESG Data

지배구조

이사회 구성

구분		단위	2023	2024	2025
사내이사	남성	명	2	2	2
	여성	명	0	0	0
사외이사	남성	명	3	3	2
	여성	명	0	0	1
기타비상무이사	남성	명	1	1	1
	여성	명	0	0	0
이사 비율	사내이사	%	33.3	33.3	33.3
	사외이사	%	50.0	50.0	50.0
	기타 비상무이사	%	16.7	16.7	16.7

이사회 전문성

구분		단위	2023	2024	2025
이사회 전문성	통신 산업경험을 보유한 사외이사 수	명	1	1	1

이사회 운영

구분		단위	2023	2024	2025
이사회 개최	총 이사회 개최	회	8	7	7
	정기 이사회 개최	회	7	7	7
	임시 이사회 개최	회	1	0	0
이사회 안건	이사회 결의 안건 수	건	17	13	21
	이사회 안건/보고 수	건	16	14	12
ESG 안건	이사회 내 ESG 리스크 안건/보고 수	건	2	3	4
	ESG위원회 내 ESG 리스크 안건/보고 수	건	6	9	9
이사회 참석	사외이사 평균 참석률	%	100.0	100.0	100.0
	사내이사 평균 참석률	%	93.7	100.0	100.0
	전체 평균 참석률	%	97.9	97.6 ¹⁾	100.0
이사회 책임 기간	이사회 평균 책임기간	년	3	4	2

1) 기타비상무이사 참석률 포함

위원회 운영

구분		단위	2023	2024	2025	
위원회 개최	위원회 총 개최 횟수	회	13	12	13	
	감사위원회 개최 횟수	회	6	6	6	
	ESG위원회 개최 횟수	회	2	3	3	
	내부거래위원회 개최 횟수	회	4	1	2	
	사외이사후보추천위원회 개최 횟수	회	1	2	2	
위원회 안건	위원회 총 안건/보고 수	건	31	34	40	
	감사위원회 안건/보고 수	건	18	20	20	
	ESG위원회 안건/보고 수	건	6	9	9	
	내부거래위원회 안건/보고 수	건	6	3	9	
	사외이사후보추천위원회 안건/보고 수	건	1	2	2	
위원회 참석	감사위원회	사외이사 참석률	%	100	100	100
		사내이사 참석률	%	-	-	-
	ESG위원회	사외이사 참석률	%	100	100	100
		사내이사 참석률	%	100	100	100
	내부거래위원회	사외이사 참석률	%	100	100	100
		사내이사 참석률	%	100	100	100
	사외이사후보 추천위원회	사외이사 참석률	%	100	100	100
		사내이사 참석률	%	-	-	-

ESG Data

지배구조

이사회 보상

구분		단위	2023	2024	2025
이사회 보수 ¹⁾	이사회 보수 총액	백만 원	1,446	1,626	1,312
	이사회 평균 보수액	백만 원	241	271	219

1) 2025년 사업보고서 기준

주주현황

구분			단위	2023	2024	2025
최대주주	(주)LG유플러스	소유주식수	주	38,723,433	38,723,433	45,395,426
		지분율	%	50.00	50.00	58.61
최대주주 외 기타주주		소유주식수	주	38,723,432	38,723,432	32,051,439
		지분율	%	50.00	50.00	41.39
소액주주 ¹⁾	주주	소액주주수	주	143,727	131,796	110,854
		전체주주수	주	143,731	131,799	110,856
		비율	%	100.00	100.00	100.00
	소유주식	소액주식수	주	29,570,285	30,696,303	30,696,303
		총발행주식수	주	77,446,865	77,446,865	77,446,865
		비율	%	38.20	39.64	39.64

1) 소액주주는 발행주식 총수의 1%에 미달하는 주식을 소유한 주주

윤리 위반 현황

구분		단위	2023	2024	2025
윤리 위반 ¹⁾	비윤리 이슈 신고 건수	건	20	8	10
	내부 윤리 위반 건수	건	29	20	15

1) 부정비리/직장내 괴롭힘

법규위반 현황

구분		단위	2023	2024	2025
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	1	0	0

정치기부금

구분		단위	2023	2024	2025
후원 및 기부금	주요 후원 단체 총 출연금 ¹⁾	원	15,000,000	16,000,000	10,000,000
	정치 기부금	원	0	0	0
	로비 및 이익단체 기부금	원	0	0	0

1) (사)한국방송학회 등

준법교육 실적

구분	단위	2023	2024	2025
공정거래 관련 교육 참여자 수	명	22	28	35
공정거래 관련 교육 시간	분	770	1,680	1,050

ESG Data

환경

임직원 환경경영 교육

구분		단위	2023	2024	2025
환경경영 교육		명	888	892	702

환경법규 위반 현황¹⁾

구분		단위	2023	2024	2025
환경법규	환경 의무/규제 위반 건수	건	0	0	0
	환경 의무/규제 위반 벌금 액수	백만 원	0	0	0

1) 1,000만 원 이상의 과태료 또는 벌금

온실가스 관리

구분		단위	2023	2024	2025
온실가스 배출량 ¹⁾	Scope 1(직접) 배출량	tCO ₂ eq	355	349	303
	Scope 2(간접) 배출량	tCO ₂ eq	43,792	44,172	43,542
	총 배출량(Scope 1+2)	tCO ₂ eq	44,147	44,521	43,845
	Scope 3(기타) 배출량	tCO ₂ eq	180,573	115,313 ²⁾	100,115 ³⁾
온실가스 집약도	Scope 1+2 원단위 배출 집약도	tCO ₂ eq/억 원	3.7090	3.7212	3.4642

- 1) 최신배출계수 기준 적용 및 산정 기준 재정립에 따른 3개년 배출량 재산정
2) 2024년부터 연결기준 온실가스 배출량 관리 대응을 위해 Scope 3 산정 범위를 모회사인 LG U+와 일원화 함
3) 2025년 신규 자회사(헬로커넥트앤)배출량 추가 산정
※ 환경정보 데이터 사업장 범위: LG헬로비전 국내 사업장 전체, 전국 네트워크 장비

에너지 관리¹⁾

구분		단위	2023	2024	2025
에너지 사용량	전력	TJ	971	979	965
	이동 연소(휘발유/경유)	TJ	5	5	4
	에너지 총 사용량 합계	TJ	976	984	970
에너지 집약도		TJ/억 원	0.0888	0.0823	0.0766

1) 에너지 사용량 산정범위: 자가국사/임차국사, 네트워크장비, 업무용차량

용수 사용 현황¹⁾

구분		단위	2023	2024	2025
용수 총 사용(취수)량 ²⁾		ton	20,178	21,071	19,052

- 1) 용수 사용량 산정범위: 자가국사/임차국사
2) 용수 총 사용(취수)량은 전량 상수도임

폐기물 발생 현황

구분		단위	2023	2024	2025
폐기물 총 배출량		ton	268.9	296.0	213.0

ESG Data

사회

신규 채용 현황

구분			단위	2023	2024	2025
총 신규채용 인원	총 신규채용 인원		명	65	61	11
	계약형태별	정규직 직원 수	명	39	47	9
		계약직 직원 수	명	26	14	2
	연령별	만 30세 미만	명	24	16	1
		만 30세-만 50세	명	38	42	5
		만 50세 초과	명	3	3	5
남성 신규채용	남성 총 신규채용 인원		명	36	31	8
	계약형태별	정규직 직원 수	명	21	26	7
		계약직 직원 수	명	15	5	1
	연령별	만 30세 미만	명	12	4	0
		만 30세-만 50세	명	21	26	4
		만 50세 초과	명	3	1	4
여성 신규채용	여성 총 신규채용 인원		명	29	30	3
	계약형태별	정규직 직원 수	명	18	21	2
		계약직 직원 수	명	11	9	1
	연령별	만 30세 미만	명	12	12	1
		만 30세-만 50세	명	17	16	1
		만 50세 초과	명	0	2	1

임직원 이직 현황

구분		단위	2023	2024	2025	
총 이직현황	전체 이직 및 퇴직자 수	명	57	55	155	
	전체 자발적 이직자 수	명	35	27	10	
	자발적 이직률	%	3.3	2.5	1.1	
여성 이직현황	여성 직원 중 총 이직 및 퇴직자 수	명	17	28	50	
	여성 직원 중 자발적 이직자 수	명	13	17	7	
	연령별	만 30세 미만	명	3	7	4
		만 30세-만 50세	명	10	9	3
		만 50세 초과	명	0	1	0
남성 이직현황	남성 직원 중 총 이직 및 퇴직자 수	명	40	27	105	
	남성 직원 중 자발적 이직자 수	명	22	10	3	
	연령별	만 30세 미만	명	6	2	1
		만 30세-만 50세	명	15	8	2
		만 50세 초과	명	1	0	0

*이직률: 당해년 퇴직 인원 / 당해년 인원(12월말 기준)
*자발적 이직률: 개인적 사유(전직, 건강, 육아 등)에 기반하여 스스로 결정한 퇴직

임직원 일반 현황

구분			단위	2023	2024	2025
구성원 현황	전체 구성원 수		명	1,071	1,077	933
	총 남성 직원 수		명	773	777	679
	총 여성 직원 수		명	298	300	254
계약 형태별	총 정규직 직원 수		명	1,044	1,058	928
	남성 정규직 직원 수		명	758	767	676
	여성 정규직 직원 수		명	286	291	252
	총 계약직 직원 수		명	27	19	5
	남성 계약직 직원 수		명	15	10	3
	여성 계약직 직원 수		명	12	9	2
	연령별	여성	만 30세 미만	명	49	28
만 30세-만 50세			명	239	261	232
만 50세 초과			명	10	11	10
남성		만 30세 미만	명	31	19	9
		만 30세-만 50세	명	603	585	496
		만 50세 초과	명	139	173	174

ESG Data

사회

육아휴직 현황

구분		단위	2023	2024	2025
육아휴직 사용	남성 육아휴직 사용자 수	명	3	4	3
	여성 육아휴직 사용자 수	명	10	13	8
	전체 육아휴직 사용자 수	명	13	17	11
	남성 육아휴직 사용률	%	16	33	27
	여성 육아휴직 사용률	%	100	100	100
	전체 육아휴직 사용률	%	45	68	58
육아휴직 사용 후 복귀	남성 육아휴직 복귀 후 12개월 이상 근속자	명	5	7	5
	여성 육아휴직 복귀 후 12개월 이상 근속자	명	14	12	11
	전체 육아휴직 복귀 후 12개월 이상 근속자	명	19	19	16
육아기 단축근무제 사용자 수		명	7	12	7
배우자 출산휴가 사용자 수		명	18	15	10

노경관계

구분		단위	2023	2024	2025
노경관계	노동조합 가입 대상 직원 수	명	878	881	753
	노동조합 가입 인원 수	명	505	478	471
	노동조합 가입 비율 ¹⁾	%	47.4	44.7	50.5
	단체교섭 적용 비율 ²⁾	%	100	100	100

1) 전 직원 대비 노동조합 가입 인원 수

2) 전 직원 대상 적용

퇴직자 지원

구분		단위	2023	2024	2025
퇴직연금 ¹⁾	총 퇴직연금 운용금	백만 원	89,254	96,375	93,263
	확정급여형(DB) 퇴직연금 운용 금액	백만 원	88,735	95,543	92,416
	확정기여형(DC) 퇴직연금 운용 금액	백만 원	518	832	848

1) 관계 법령 및 기준에 따라 퇴직연금 운용

임직원 교육 실적

구분		단위	2023	2024	2025
교육 대상 구성원 총 수		명	1,071	1,077	933
교육 완료 구성원 수		명	1,000	1,071	998
남성	교육 대상 직원 수	명	773	787	678
	교육 완료 직원 수	명	757	762	717
여성	교육 대상 직원 수	명	286	309	255
	교육 완료 직원 수	명	278	309	281
총 교육 시간		시간	39,844	22,696	23,826
인당 평균 교육시간		시간	38.5	21.2	23.9
남성	총 교육 시간	시간	33,475	15,376	16,889
	인당 평균 교육 시간	시간	43.6	20.2	23.6
여성	총 교육 시간	시간	6,369	7,319	6,937
	인당 평균 교육 시간	시간	22.9	23.7	24.7
정도경영 교육	정도경영 교육 대상자 수	명	1,042	1,077	902
	정도경영 교육 이수자 수	명	1,000	1,011	897
	정도경영 교육 이수 비율	%	96.0	93.9	99.4
	정도경영 관련 총 교육 시간	시간	1,000	1,011	1,301

ESG Data

사회

성과평가 실적

구분		단위	2023	2024	2025
구성원 성과평가	성과평가 대상 구성원 수	명	1,070	1,099	997
	성과평가 실시 구성원 수	명	1,006	1,041	955
	구성원 성과평가 수행비율	%	94.0	94.7	95.8
	전체 구성원 대비 정기적인 성과평가를 받는 남성 직원 비율	%	69.1	69.3	69.7
	전체 구성원 대비 정기적인 성과평가를 받는 여성 직원 비율	%	25.0	25.4	26.1

임직원 다양성 현황

구분			단위	2023	2024	2025
구성원 다양성	총 경영진 직원 수		명	10	8	9
	경영진	남성 직원 수	명	8	7	9
		남성 직원 비율	%	80.0	87.5	100.0
		여성 직원 수	명	2	1	0
		여성 직원 비율	%	20.0	12.5	0
	총 중간관리자 직원 수		명	732	776	774
	중간관리자	남성 직원 수	명	592	618	592
		여성 직원 수	명	140	158	182
	전체 중간관리자 중 여성 비율		%	19.1	20.4	23.5
	전체 직원 중 여성 비율		%	27.8	27.9	27.2
	장애인	근로자 수	명	18	19	11
		고용비율	%	1.6	1.8	1.6
	보훈자	여성 보훈자 직원 수	명	2	3	3
		남성 보훈자 직원 수	명	5	8	6
	외국인	외국인 근로자 수	명	0	0	0
직장 내 차별금지	구성원 인권침해 관련 신고 건수		건	7	6	2
	구성원 인권침해 관련 개선/해결 건수		건	7	6	2
	구성원 고충처리 비율		%	100.0	100.0	100.0
공정한 보상 ¹⁾	남성 대비 여성 총 보수 비율		%	82.4	82.9	83.5

1) 2025년 사업보고서 기준

ESG Data

사회

인권경영 교육 현황

구분	단위	2023	2024	2025
총 인권 교육 이수 시간	시간	10,400	3,215	8,413

안전보건경영 시스템 적용 현황

구분	단위	2023	2024	2025
산업안전보건경영시스템 적용 근로자 수	명	1,071	1,077	933
산업안전보건경영시스템 적용 근로자 비율	%	100	100	100
(외부인증된) 산업안전보건경영시스템 적용 근로자 수 ¹⁾	명	1,071	1,077	933
(외부인증된) 산업안전보건경영시스템 적용 근로자 비율 ¹⁾	%	100	100	100

1) 2023년 ISO 45001 인증 취득으로, 국제 표준에 따라 인증된 안전보건경영시스템을 2023년부터 적용

안전보건 관리¹⁾

구분			단위	2023	2024	2025
사업장 안전보건	구성원	부상으로 인한 사망자 수	명	0	0	0
		질병으로 인한 사망자 수	명	0	0	0
		근로손실 재해건수	건	2	0	1
	구성원 총 수		명	1,071	1,077	933
	구성원 총 근로시간		시간	2,030,000	2,207,902	1,925,951
	구성원 근로손실 재해율(LTIFR)		건/백만 근로시간	0.98	0	0.52
협력사 안전보건	협력사	부상으로 인한 사망자 수	명	0	0	0
		질병으로 인한 사망자 수	명	0	0	0
		근로손실 재해건수	건	10	7	7

1) LG헬로비전 사고대응 보고체계 기준

고객 VoC 처리 현황

구분		단위	2023	2024	2025
대외불만 VoC 처리 총건수	전체	건	237	210	206
	홈	건	141	143	129
	모바일	건	96	67	77
품질불만 VoC 처리 총건수		만 건	73.6	67.7	61.0
불만 VoC 처리 총건수		만 건	76.3	69.9	63.1

ESG Data

사회

제품 및 서비스 관련 규정 위반 현황

구분		단위	2023	2024	2025
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

협력사 현황

구분		단위	2023	2024	2025
공급망 관리	총 등록 협력사 수 ¹⁾	개사	541	545	550
동반성장 및 상생협력	지원 협력사 수 ²⁾	개	30	22	17

1) 해당 연도 기준 당사 전자구매시스템에 등록된 모든 협력사

2) 홈서비스 대리점 수

협력사 평가 실적

구분	단위	2023	2024	2025
기존 등록 업체 재평가 대상	개사	528	400	271
기존 등록 업체 재평가 통과	개사	237	197	214
신규 등록 업체 ¹⁾	개사	59	67 ²⁾	86

1) 해당 연도 가입 승인된 협력사 수 기준

2) 전자구매 시스템 개선에 따른 노력 데이터 정정

‘마음나눔 더블기부’ 활동

구분		단위	2023	2024	2025
기부자	네티즌	명	9,183	12,170	9,798
	기업	명	534	619	565
기부금	네티즌	원	43,640,700	44,713,500	44,232,300
	기업	원	43,640,700	44,713,500	44,232,300
총 기부금액		원	87,281,400	89,427,000	88,464,300

사회공헌 참여 현황

구분		단위	2023	2024	2025
지역사회 공헌	총 기부금액	원	317,596,400	286,284,442	296,023,720
	사회공헌 총 참여시간	시간	1,338	954	1,001
	사회공헌 총 참여인원	명	566	351	586

정보보호 교육 이수 현황

구분	단위	2023	2024	2025
1인당 정보보안 교육	시간	1.25	1.50	1.50
전담부서 1인당(개인)정보보호 교육 시간 ¹⁾	시간	20	60	65

1) 정보보호팀 1인당 개인정보보호 연간 교육시간

개인정보보호 법규 위반 현황

구분		단위	2023	2024	2025
정보보안 위반	개인정보 유출·도난·분실 발생 횟수	건	2	0	0
	기업데이터 유출·도난·분실 건수	건	0	0	0
	개인정보 보호 관련 불만 건수	건	0	0	0

GRI Standards Index

Statement of Use	LG헬로비전은 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지의 기간을 기준으로 GRI Standards 2021에 부합하여(in accordance with) 지속가능경영 내용을 보고하고 있습니다.
GRI 1 Used	GRI 1: Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standards	LG헬로비전이 보고서를 발간하는 2026년 6월 기준 GRI를 통해 발표되어 적용가능한 GRI Sector Standards는 없습니다.

Universal Standards

구분	지표	지표내용	페이지	비고
GRI 2 : 일반공개(2021)				
조직 및 보고 관행	2-1	조직 세부사항	6	
	2-2	조직의 지속가능성 보고에 포함된 법인	2	
	2-3	보고 기간, 주기 및 문의처	2	
	2-4	기존 정보 수정	90-99	
	2-5	외부 검증	103-104	
활동 및 근로자	2-6	활동, 가치 사슬 및 기타 비즈니스 관계	6, 8-11	
	2-7	임직원	95	
	2-8	임직원이 아닌 근로자	-	사업보고서 P. 266
거버넌스	2-9	거버넌스 구조 및 구성	85, 87	
	2-10	최고의사결정기구 추천 및 선정	85	
	2-11	최고의사결정기구 의장	85	
	2-12	영향 관리를 감독하는 최고의사결정기구의 역할	13, 87	
	2-13	영향 관리에 대한 책임 위임	87	
	2-14	지속가능성 보고에 대한 최고의사결정기구의 역할	13	
	2-15	이해상충	85	
	2-16	주요 우려사안에 대한 커뮤니케이션	86	
	2-17	최고의사결정기구의 집단지식	85	
	2-18	최고의사결정기구 성과 평가	87	
	2-19	보수 정책	87	
	2-20	보수 산정 프로세스	87	
	2-21	연간 총 보수 비율	-	사업보고서 P. 267
전략, 정책 및 관행	2-22	지속가능한 개발 전략에 대한 성명서	4	
	2-23	정책	34, 44, 52, 56, 65, 68, 81, 83, 87	
	2-24	정책 내재화	38, 54, 55, 67, 81-82	
	2-25	부정적인 영향을 해결하기 위한 프로세스	46, 56, 57, 61, 63-64, 82	
	2-26	자문 요청 및 우려 제기 메커니즘	60	
	2-27	법률 및 규정 준수	93, 94, 99	사업보고서 P. 275
	2-28	협회 회원	106	
	2-29	이해관계자 참여에 대한 접근 방식	14-16	
이해관계자 참여	2-30	단체협약	49, 96	

Material Topics

구분	지표	지표내용	페이지
GRI 3: Material Topics			
중요 주제	3-1	중요 주제 선정 프로세스	17
	3-2	중요 주제 목록	17
정보보안 및 고객정보보호			
GRI 3: Material Topics	3-3	중요 주제 관리	28
GRI 418: 고객개인정보	418-1	고객 개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 관련해 입증된 민원	99
고객만족			
GRI 3: Material Topics	3-3	중요 주제 관리	29
조직 고유 지표	-	고객 만족도 강화 활동	57-64
윤리·준법경영			
GRI 3: Material Topics	3-3	중요 주제 관리	30
GRI 205: 반부패	205-2	반부패 정책과 절차에 관한 커뮤니케이션 및 교육	81-82, 96
	205-3	확인된 부패 사례 및 조치	82, 93
GRI 206: 경쟁저해행위	206-1	경쟁저해 및 독과점금지 위반 관련 소송	93
사회공헌 및 지역사회 참여			
GRI 3: Material Topics	3-3	중요 주제 관리	31
GRI 203: 간접 경제적 영향	203-1	사회기반시설 투자 및 서비스 지원	70, 71-72, 73-77, 78, 99
GRI 413: 지역사회	413-1	지역사회 참여, 영향 평가 및 개발 프로그램 운영 사업장	70, 71-72, 73-77, 78, 99
기후변화 대응			
GRI 3: Material Topics	3-3	중요 주제 관리	32
GRI 201: 경제성과	201-2	기후변화에 따른 재무적 영향 및 기타 리스크와 기회	35
GRI 302: 에너지	302-1	조직 내 에너지 소비	94
	302-3	에너지 집약도	94
GRI 305: 배출	305-1	직접 온실가스 배출량(Scope 1)	37, 94
	305-2	간접 온실가스 배출량(Scope 2)	37, 94
	305-3	기타 간접 온실가스 배출량(Scope 3)	37, 94
	305-4	온실가스 배출 집약도	94

GRI Standards Index

Non-Material Topics

구분	지표	지표내용	페이지
GRI 201: 경제성과	201-1	직접적 경제가치 발생과 분배(EVG&D)	91
GRI 202: 시장지위	202-1	사업장 소재 지역의 최저 임금 대비 초임 임금의 비율	97
GRI 303: 용수 및 폐수	303-3	취수	94
	303-5	물 소비	94
GRI 306: 폐기물	306-2	중대한 폐기물 관련 영향 관리	40-41
	306-3	폐기물 발생	94
GRI 401: 고용	401-1	신규채용 및 이직	95
	401-2	비정규직 근로자에게는 제공되지 않는 정규직 근로자를 위한 복리후생	48
	401-3	육아휴직	96
GRI 403: 산업 안전 및 보건	403-1	직장 건강 및 안전 관리 시스템	52
	403-2	위험요인 파악, 리스크 평가, 사고 조사	53-54
	403-3	직장 의료 서비스	55
	403-4	직장 건강 및 안전 관련 커뮤니케이션 자문 및 근로자 참여	55
	403-5	직장 건강 및 안전 관련 근로자 교육	54
	403-6	근로자 건강 증진	55
	403-8	직장 건강 및 안전 관리 시스템의 적용 대상 근로자	53, 98
	403-9	업무 관련 부상	98
	403-10	업무 관련 질병	98

구분	지표	지표내용	페이지
GRI 404: 훈련 및 교육	404-1	직원 1인당 평균 교육 시간	96
	404-2	직원 역량강화 및 이직지원 프로그램	50
	404-3	정기적으로 성과 및 경력 개발 검토를 받는 직원 비율	97
GRI 405: 다양성 및 기회균등	405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	92, 97
	405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보수 비율	97
GRI 406: 차별금지	406-1	차별 사례 및 이에 대한 시정조치	97
GRI 414: 공급업체 사회 영향 평가	414-1	사회적 기준에 따른 심사를 거친 신규 공급업체	67, 99
	414-2	공급망 내 부정적 사회적 영향 및 그에 대한 대응조치	67, 99
GRI 415: 공공정책	415-1	정치 기부금	93
GRI 416: 고객 보건 및 안전	416-2	제품/서비스의 건강 및 안전 영향 관련 위반	99
GRI 417: 마케팅 및 라벨링	417-2	제품/서비스 정보 및 라벨링 관련 위반	99
	417-3	마케팅 커뮤니케이션 관련 위반	99

UN SDGs

LG헬로비전은 UN 지속가능발전목표(UN SDGs)를 이행하기 위해 지역사회와 함께하는 다양한 사회공헌 및 ESG 활동을 전개하고 있습니다. 또한 디지털 역기능 예방 교육, 재난방송 제공, 지역 문화 콘텐츠 제작 등 사업 특성을 반영한 활동을 통해 사회적 책임을 실천하고 있습니다. 앞으로도 LG헬로비전은 이해관계자와의 협력을 바탕으로 지속가능한 미래를 만들어가는 데 기여하고자 합니다.

UN SDGs 목표			활동명	관련 페이지
Goal 1 	모든 국가에서 모든 형태의 빈곤 퇴치	1.4 - 2030년까지 모든 남녀, 특히 빈곤층 및 취약계층이 동등하게 경제적 자원 활용 및 기초서비스에 접근하고, 토지 및 기타 유형의 자산, 유산, 천연자원, 적정 신(新)기술, 소액 금융을 포함한 금융서비스에 관한 동등한 오너십과 통제권을 행사할 수 있도록 보장한다.	- 자립준비청년 대상 통신비 및 자립 지원 활동 ‘헬로, 동행’ - 지역경제 활성화, 취약계층 지원 위한 ‘마음나눔 꾸러미’ - 임직원 기부 프로그램 ‘마음나눔 더블기부’	73, 74, 75
Goal 4 	모두를 위한 포용적이고 공평한 양질의 교육 보장 및 평생학습 기회 증진	4.4 - 2030년까지 취업, 양질의 일자리 및 기업가 활동에 필요한 전문 및 직업 기술을 포함한 관련 기술을 가진 청소년과 성인 수를 대폭 늘린다. 4.7 - 2030년까지 모든 학습자들에게 지속가능발전, 지속가능한 생활 방식, 인권, 성평등, 평화와 비폭력 문화 확산, 세계시민의식, 문화 다양성 존중 및 지속가능발전을 위한 문화의 기여 등에 대한 교육을 통해 지속가능발전 증진을 위한 필요한 지식과 기술의 습득을 보장한다.	- 아동/청소년 대상 AI 융합 미디어 교육 제공 ‘헬로 미디어 캠프’ - 아동/청소년 대상 올바른 미디어 활용 ‘바른 AI 디지털 생활’ 교육	71, 72
Goal 10 	국가내 · 국가간 불평등 완화	10.2 - 2030년까지 연령, 성별, 장애여부, 인종, 민족, 출신, '종교, 경제 및 기타 지위와 관계없이 모든 사람의 '사회적, 경제적, 정치적 포용을 증진하고 확대한다.	- 시/청각 장애인을 위한 방송 서비스 ‘이어드림’, ‘스마트 수어 방송’ - 도농간 정보격차 해소를 위한 ‘디지털 해봄교실’	59, 75
Goal 11 	포용적이고 안전하며 회복력 있고 지속 가능한 도시와 거주지 조성	11.5 - 2030년까지 빈곤층과 취약계층의 보호에 초점을 맞추고 물 관련 재난을 포함해 재난으로 인한 사망과 피해자 수를 현저히 줄이고, 글로벌 국내총생산(GDP)에 영향을 미치는 직접적인 경제적 손실을 대폭 감소한다.	- 재난방송 보도 - 재난 피해지역 지원 ‘희망 꾸러미’, ‘영양 균형식 지원’	22, 78
Goal 13 	기후변화와 그 영향을 방지하기 위해 신속한 조치 시행	13.1 - 모든 국가에서 기후관련 위험 및 자연 재해에 대한 복원력과 적응력을 강화한다. 13.3 - 기후변화 완화, 적응, 영향 감소, 조기 경보 등에 관한 교육, 인식제고, 인적·제도적 역량을 강화한다.	- 아동/청소년 탄소중립 환경교육 ‘기후동행학교’ - 구성원, 지역사회, 고객이 함께 하는 ‘헬로, 환경지킴이 모임’ 캠페인	39, 41
Goal 16 	평화적, 포괄적 사회증진, 모두가 접근가능한 사법제도 제도와 포괄적 행정제도 확립	16.10 - 국내법 및 국제적 합의에 따라, 정보에 대한 대중의 접근을 보장하고 기본적인 자유를 보호한다.	시/청각 장애인을 위한 방송 서비스 ‘이어드림’, ‘스마트 수어 방송’	59

제3자 검증의견서

(주)LG헬로비전 이해관계자 귀중

검증 개요(Assurance Outline)

한국생산성본부인증원(KPCQA)은 (주)LG헬로비전으로부터 2025-2026 지속가능경영보고서(이하 '보고서')에 대한 검증을 요청받고 검증을 실시하여 제3자 검증보고서를 다음과 같이 발급합니다. 본 보고서는 (주)LG헬로비전이 관련 정보를 수집 및 작성하였으므로 수록된 보고서 내용에 대한 책임은 (주)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 (주)LG헬로비전의 지속가능경영과 관련된 노력과 성과를 기술하고 있습니다. 검증범위는 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일을 기준으로 하였으며, 2026년의 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 2(AA1000 4대원칙 준수 및 정보에 대한 신뢰성 및 품질 증명)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, (주)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	• 전략, 정책 및 실행	2-22 ~ 2-28
• 활동 및 임직원	2-6 ~ 2-8	• 이해관계자 참여	2-29 ~ 2-30
• 거버넌스	2-9 ~ 2-21	• 중대성 주제	3-1 ~ 3-3

주제표준(Topic Standards)

• 경제성	201-1, 201-2	• 산업 보건 및 안전	403-1, 403-2, 403-3,
• 시장지위	202-1		403-4, 403-5, 403-6, 403-8, 403-9, 403-10
• 간접 경제적 영향	203-1	• 훈련 및 교육	404-1, 404-2, 404-3
• 반부패	205-2, 205-3	• 다양성 및 기회균등	405-1, 405-2
• 경쟁저해행위	206-1	• 차별금지	406-1
• 에너지	302-1, 302-3	• 지역사회	413-1
• 용수	303-3, 303-5	• 공급업체 사회 영향 평가	414-1, 414-2
• 배출	305-1, 305-2, 305-3, 305-4	• 공공정책	415-1
• 폐기물	306-2, 306-3	• 고객 보건 및 안전	416-2
• 고용	401-1, 401-2, 401-3	• 마케팅 및 라벨링	417-2, 417-3
		• 고객개인정보	418-1

검증방법(Methodology)

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

제3자 검증의견서

검증한계(Limitations)

본 검증은 (주)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 검증 의견은 다음과 같습니다.

• 포괄성(Inclusivity) : 이해관계자의 참여

(주)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

(주)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

(주)LG헬로비전은 ESG 경영 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

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

• 신뢰성(Reliability) : 특정 지속가능성 성과 정보의 신뢰도 및 품질

(주)LG헬로비전이 제공한 지속가능성 성과 정보에 대한 신뢰성 검증을 실시하였습니다. 담당자 인터뷰를 통한 데이터 측정 및 관리에 대한 내부 절차 확인 및 데이터 샘플링 결과, 의도적인 오류나 잘못된 정보는 발견하지 못했습니다.

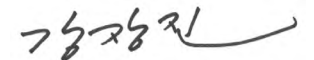
검증의 적격성 및 독립성(Competencies and Independence of Assurance)

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

2026 년 06 월
한국생산성본부인증원

원장 강 장 진



온실가스 검증의견서

서문

(주)디엔비비즈니스어슈어런스코리아(이하, DNV)는 LG 헬로비전(이하, 회사)의 온실가스 성명서에 대해 제3자 검증을 수행하였습니다. 회사는 검증기준, 'WRI/WBCSD GHG Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard', 'IPCC Guidelines: 2006'에 근거한 온실가스 성명서를 준비할 책임이 있으며, 온실가스 성명서 내용에 모든 책임을 가지고 있습니다. DNV는 본 검증 의견서와 관련하여 계약 조건에 따라 검증 계약당사자를 제외한 제3자에 대하여 어떠한 책임도 지지 않습니다.

검증 목적 및 범위

본 검증의 목적은 회사의 온실가스 성명서에 대해 독립된 검증의견을 제시하는데 있으며, 검증 범위는 아래와 같습니다.

- 조직경계: LG 헬로비전 국내사업장
- 운영경계: Scope 1(직접배출), Scope 2(간접배출)
- 보고대상 기간: 2025.01.01~2025.12.31

검증 방식

- 본 검증은 'ISO 14064-3:2019'의 검증 원칙과 기준에 따라 제한적 보증수준 하에서 수행되었습니다. DNV는 회사가 보고한 온실가스 성명서의 완성에 대한 검증 의견을 제시하는데 필요한 정보와 데이터를 얻기 위하여 검증 계획을 수립하였으며, 검증결론은 중요성 평가 기준 5%를 적용하여 의견을 도출하였습니다. 검증 프로세스의 부분으로 다음 사항을 확인하였습니다.
- 온실가스 데이터 관리 및 수집, 배출량 산정 및 보고 프로세스의 적정성
- 온실가스 인벤토리는 측정값을 기초로 작성되었으며, 보고된 데이터의 수치를 계산, 추정, 확정하는 과정에서 발생할 수 있는 고유의 한계를 내포하고 있음

결론

회사의 온실가스 성명서와 관련한 정보를 검증기준에 따라 검증한 결과, 부적절하게 산정되거나 중대한 오류를 포함하고 있다고 판단할 만한 사항은 발견하지 못하였습니다.

- 온실가스 배출량에 대한 '적정' 의견을 제시합니다.

(단위: ton CO₂eq)

2025년	직접배출(Scope 1)	간접배출(Scope 2)	총 배출량
LG 헬로비전*	303	43,542	43,845

※ 상기의 '총배출량'은 소수점 처리로 인해 직접 및 간접 배출량 합산 값과 차이가 발생할 수 있음.

* IPCC GWP(Global Warming Potential) AR6 버전을 적용함. Scope 2 전력배출계수는 '2025년 승인 국가 온실가스 배출·흡수계수'의 '21~23년 평균값을 적용함. 발열량은 '에너지법 시행규칙 [별표] <개정 2022. 11. 21>'을 적용함.

2026년 6월 22일
대한민국, 서울

대표이사 이장섭

(주)디엔비비즈니스어슈어런스코리아



참여협회 및 단체

한국정보통신기술협회(TTA)

한국전파진흥협회(RAPA)

한국미래케이블포럼(KFCF)

한국방송학회

한국통신사업자연합회(KTOA)

개인정보보호협회

한국케이블TV방송협회

한국거래소

한국상장사협의회

K-EV100

