Journal of The Korea Convergence Society
Vol. 13. No. 4, pp. 233-244, 2022
e-ISSN 2713-6353
DOI : https://doi.org/10.15207/JKCS.2022.13.04.233

ESG 경영, 기업의 지속가능성장을 위한 전략 : KT의 전사적 목표와 전략

강윤지[1], 김상훈[2*]
[1]보험연구원 연구원, [2]인하대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수

ESG Management, Strategies for corporate sustainable growth : KT's company-wide goals and strategies

Yoon Ji Kang[1], Sanghoon Kim[2*]
[1]Researcher, Korea Insurance Research Institute
[2]Professor, Department of Media and Communication, Inha University

요 약 최근 기업경영과 관련되어 가장 주목받고 있는 것은 ESG(Environmental, Social, Governance) 일 것이다. ESG 경영을 선언한 많은 기업들이 있지만, KT는 2021년 본격적인 ESG 경영을 선언하며 지속가능경영의 전략을 이해관계자들과 공유하고 있다. 또한 KT는 국내 ICT 업계 최초로 ESG 채권을 발행하며 ESG 경영을 강화하고 있다. 코로나19로 정보기술산업이 더욱 중요해진 시점에서 본 연구는 KT의 ESG 경영 목표와 전략의 사례를 환경, 사회, 지배구조 영역으로 구분하여 살펴보고자 하였다. KT는 환경 영역에서 '환경경영', '환경대응', '에너지 자원', '친환경 프로젝트'를 통해 환경 건전성 달성을 목표로 하고 있었다. 또한 사회 영역에서 '사회공헌', '동반성장', '인권경영' 등을 통해 진정성 있는 사회적 가치 창출을 추구하였다. 마지막으로 지배구조 영역에서는 '윤리·컴플라이언스', '리스크 관리' 등을 통해 경제적 신뢰성을 추구하기 위한 투명한 기업 경영 체계를 지향하고 있었다. 특히 KT는 디지털 플랫폼 기업이라는 특징을 기반으로 AI, BigData 기술을 활용하여 환경, 사회문제를 해결하기 위한 전략을 추진하며 KT만의 ESG 경영을 도모하고 있었다. 본 연구는 화두로 떠오른 ESG 경영과 관련해 KT의 ESG 경영 사례를 통해 ESG전략 수립과 ESG 경영 발전방향에 대한 시사점을 도출하고자 한다.

주제어 : ESG, KT, 친환경 경영, 사회적 책임, 윤리경영

Abstract One of the most noteworthy topics in recent corporate management is ESG(Environmental, Social, Governance). Although there are many companies that have declared ESG management, KT has declared full-fledged ESG management in 2021 and is sharing its sustainable management strategy with stakeholders. In addition, KT is strengthening ESG management by issuing ESG bonds for the first time in the domestic ICT industry. At a time when the information technology industry became more important due to COVID-19, this study attempted to examine KT's ESG management goals and strategies by dividing them into environmental, social, and governance areas. KT was aiming to achieve environmental integrity through 'environmental management', 'green competence', 'energy resources', and 'eco-friendly projects' in the environmental field. In addition, in the social field, genuine creating social value was pursued through 'social contribution', 'co-growth', and 'human rights management'. Finally, in the governance area, it was aiming for a transparent corporate management system to pursue economic reliability through 'ethics and compliance' and 'risk management'. In particular, KT was promoting its own ESG management by promoting strategies to solve environmental and social problems using AI and BigData technologies based on the characteristics of a digital platform company. This study aims to derive implications for ESG strategy establishment and ESG management development direction through KT's ESG management case in relation to ESG management, which has emerged as a hot topic.

Key Words : ESG, KT, Eco-friendly management, Social responsibility, Ethical management

*Corresponding Author : Sanghoon Kim(samk20@inha.ac.kr)
Received February 14, 2022 Revised March 15, 2022
Accepted April 20, 2022 Published April 28, 2022

1. 서론

2007년 글로벌 금융위기보다 1929년의 대공황의 상황과 더욱 유사한 신흥 글로벌 보건 위기인 코로나19가 2020년 초 촉발되었다[1]. 이와 같은 미증유의 위기 상황에서 지속가능성이 높은 기업은 비교적 낮은 위험을 경험하게 되며, 격동기에 보다 탄력적으로 대응할 수 있다는 주장을 뒷받침하는 결과가 나타났다[2]. 구체적으로 ESG 성과가 높은 기업들은 코로나 위기 상황 속에서도 주식수익률이 높았고 가격 변동성이 낮았음을 확인하는 결과들이 나타났는데, 이는 시장이 안정된 상황에 비해 위기시기에 ESG 성과가 더욱 중요한 역할을 수행함을 의미한다[1,3]. 이에 따라 ESG 경영은 기업의 지속가능성을 확보하기 위한 핵심적이고 새로운 기준으로 주목받고 있으며, 지속가능경영을 실천하는 차원에서 많은 기업들이 ESG 경영을 추진하고 있다[4].

실제로 전례 없던 코로나19의 위기는 많은 기업 활동을 제한하였고, 사회 활동을 규제하는 조치들은 경제적 어려움과 사회적 혼란을 가중 시켰다. 예컨대, 사무직 근로자들은 디지털 기술을 기반으로 원격 근무를 수행할 수 있었지만, 서비스 및 육체 노동자들은 휴직 되거나 불안정한 고용환경 속에서 근무해야 하는 등 기존의 사회적 불균형이 강화하게 된 것이다[5]. 이와 함께 코로나19 이후 실내 활동이 증가하며 국내 스마트폰 이용량은 코로나 전보다 약 30% 이상 증가하였는데 특히 사회적 거리두기, 재택근무, 온라인 개학으로 인한 재택 및 여가시간의 확대가 디지털 기기 이용행태에 영향을 미치며[6] 디지털 기술의 사용과 중요성이 점차 확대되고 있는 것이다. 즉, 코로나19를 통해 불확실성이 커진 상황에서 디지털 기술은 다양한 사회적 위기를 해결하고 여러 계층에게 도움을 제공할 수 있는 기회로 작용할 수 있음을 의미한다. 다시 말해 현재와 같은 특수한 위기 상황에서는 디지털 기술 기반의 ESG 경영이 기업의 지속가능성을 확보할 수 있는 필수적인 전략이 될 수 있음을 나타내는 것이다.

이에 본 연구는 새롭게 발발한 코로나19라는 특수한 상황을 고려하여 가설을 수립하거나 설문 또는 실험을 통해 ESG 경영의 효과를 실증하는 접근 방식과는 달리 기업이 실행하는 실질적 전략을 파악함으로써 ESG 경영에 대한 다양한 연구 방향을 제시할 수 있는 사례 연구를 수행하고자 한다[7].

구체적으로 통신 산업과 디지털 플랫폼 기업으로서 디지털 기술을 기반으로 사회 문제를 해결하고자 ESG 경영을 선언한 KT 기업의 사례를 연구하고자 한다. ESG는 환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)의 비재무적 평가 기준이 되는 요소들을 말하는데, 2021년 KT는 본격적인 ESG 경영을 선언하며 기존에 발간하였던 'KT 통합 보고서'를 'KT ESG 보고서'로 변경하여 성과를 보고하는 등 지속가능경영의 전략을 이해관계자들과 공유하는데 적극적으로 행동하고 있기 때문이다. 또한 KT는 AI(인공지능) 기반 에너지 관리 플랫폼인 KT-MEG 출시를 통해 2020년 'UN 지속가능개발목표 경영 글로벌지수'에서 테슬라, 화이자 등 8개 글로벌 기업과 함께 국내에서 유일하게 플랫폼 1위를 차지했고, 2020년 5월, 국내 통신사 중 최초로 국제 친환경 기준 및 가이드라인인 '플라스틱 폐기물 저감 가이드라인(GRP, Guidelines for Reducing Plastic Waste) 최우수등급(AAA) 기업으로 인증받았다[8]. 2021년 6월에는 국내 ICT 업계 최초로 ESG 채권을 발행하였고, ESG 채권 중에서도 '지속가능채권'을 발행하여 ESG 경영을 강화하려는 노력을 본격화하고 있는 상황이다. 이에 본 연구에서는 국제적인 수준에서도 ESG 경영과 관련되어 우수한 평가를 받고 있는 KT의 사례를 살펴보고자 하였다.

본 사례 연구에서는 KT의 ESG 경영의 전략 체계를 확인하고, 각 영역에서 나타나는 SDGs(Sustainability Development Goals)와의 연계성과 주요 성과 등을 살펴보고자 한다. 구체적으로 환경, 사회, 지배구조 각 영역에서 어떠한 전략들이 구축되어 실행되고 있으며, 어떠한 사회 문제를 해결하기 위해 제안되었는지를 파악하고자 한다. 또한 현재까지 달성된 주요한 성과들을 함께 조명하여 디지털 기술이 더욱 중요해진 상황에서 디지털 플랫폼 기업이 실행할 수 있는 ESG 경영의 실무적 시사점을 제공하고자 한다.

2. ESG 경영과 지속가능발전목표(SDGs)

2.1 ESG 경영

ESG(Environmental·Social·Governance)는 사회공헌 또는 기부 활동이 아닌 지속가능성을 중심으로 환경, 사회, 지배구조의 비재무적 항목을 포괄하는 기업의 책임을 의미하는데, 이와 같은 ESG 정보가 경제적으로

의미 있는 수많은 효과와 관련이 있다는 결과들이 보고되고 있다[9]. 이에 전 세계적으로 환경(탄소 배출, 물 소비, 폐기물 생성 등), 사회(직원, 제품, 고객 관련 등), 지배구조(정치 로비, 반부패, 이사회 다양성 등) 관련 데이터를 측정하고 보고하는 기업 수가 기하급수적으로 증가하고 있는 상황이다[10].

특히나 소비자, 투자자, 주주의 ESG에 대한 요구가 강해짐에 따라 기업을 평가하는 기준에 있어서도 ESG 관련 요소들이 반영되는 등 ESG는 현재 기업 경영의 새로운 패러다임으로서 자리매김하고 있다[11]. 즉, ESG 경영을 적극적으로 추진하려는 기업은 시장에서의 경쟁력을 확보할 수 있는 반면, ESG와 관련된 인식에 적응하지 못하거나 소비자의 요구에 부응하지 못하는 기업은 도태되는 것이다[12].

ESG 경영에 대한 공개는 기업과 관련 이해관계자 모두에게 이익이 될 수 있는데, ESG와 관련해 지속가능성을 보고하는 것은 내외부의 의사결정, 투명성 제고, 재정 안정성 강화를 포함해 사회적으로도 지속가능성에 기여할 수 있기 때문이다[13]. 또한 ESG 경영 관련 기업 정보를 공개하는 것은 기업의 명성을 높이고 높은 재무성과를 창출함과 동시에 경쟁력 우위를 창출할 수 있다[14]. 이에 다양한 경제활동이 복잡한 공급망을 통해 이루어지고 있는 오늘날, 기업 규모와는 무관하게 ESG 및 SDGs에서 비롯되는 비즈니스 환경 변화에 많은 영향을 받을 것으로 예측된다[15].

2.2 지속가능발전목표(Sustainable Development Goals, SDGs)

기후 변화를 필두로 급변하고 있는 국제 사회는 이를 해결하기 위한 강력한 대응을 주문하고 있는데 저탄소 사회로의 대전환을 요구하고 있는 현시점에서, 인류 공존뿐 만 아니라 국내 기업의 경쟁력에 직결되는 것은 SDGs와 적극적으로 연계한 지속적 ESG의 실천이다[16]. 여기서 지속가능개발목표(Sustainable Development Goals, SDGs)는 2015년 9월 국제연합(United Nations, UN) 총회에서 모든 국가, 기업, 개인이 하나가 되어 달성하고자 하는 17개의 목표와 169개의 세부 목표를 말한다[17].

이는 '우리 세계의 전환: 지속가능발전을 위한 2030 의제(Transforming Our World: 2030 Agenda for Sustainable Development)'라는 주제로 빈곤, 사회발전, 환경, 경제성장, 글로벌 파트너십과 관련된 내용들을 담고 있다. 세부적으로 SDGs는 빈곤의 종식(목표 1), 기아의 종식(목표 2), 건강과 복지(목표 3), 양질의 교육(목표 4), 성평등(목표 5), 깨끗한 물과 위생(목표 6), 지속가능한 에너지(목표 7), 양질의 일자리와 경제성장(목표 8), 혁신과 인프라 구축(목표 9), 불평등 완화(목표 10), 지속가능한 도시 및 거주지 조성(목표 11), 책임 있는 소비와 생산(목표 12), 기후행동(목표 13), 해양 생태계 보호(목표 14), 육상 생태계 보호(목표 15), 평화, 정의 및 제도 구축(목표 16), 목표 달성을 위한 파트너십(목표 17)으로 제시하고 있다. 즉, SDGs는 기후변화, 빈곤퇴치, 불평등 해소, 일자리 창출, 경제성장, 지속가능발전 등을 주된 골자로 하며, 민간의 참여를 요구하는 내용을 포함하기에 기업의 SDGs의 채택을 바탕으로 ESG 개선 노력이 더욱 가속화될 것으로 예측하고 있다[18].

이와 같은 SDGs는 목표 자체가 지속가능하면서 지속가능성을 위한 보편적 발전에 초점을 두고 있는데, 경제, 환경, 사회를 경쟁적인 요소로 보지 않고 우리 사회에서 내재 된 하나의 시스템이라는 관점에서 기후변화, 빈곤, 파트너십을 강조하고 있다[19]. 특히 코로나19로 인해 기업들에 대한 ESG 관련 리스크 관리 및 경영체계 등의 공시 요구가 증대됨에 따라 지속가능성에 대한 재조명이 불가피해졌으며, 이에 따라 UN SDGs 협회는 기업의 지속가능경영의 핵심인 ESG를 확산시키기 위해 자문을 수행하거나 ESG채권 등을 발행하고 있다[20]. 즉, ESG 프레임워크는 지속가능발전목표 달성에 기반을 두고 있다고 설명할 수 있다.

3. 연구방법

3.1 자료수집 방법

본 연구에서는 KT의 ESG 경영에 대한 각 요인인 환경(E), 사회(S), 지배구조(G)의 전략들 및 성과들을 분석하기 위해 KT에서 발간하는 ESG 리포트를 주요한 1차 자료로서 대부분을 활용하였다[21]. 또한 KT ESG 경영 전략과 SDGs의 연계성에 대한 내용을 구체적으로 살펴보고자 UN이 온라인에 게시한 SDGs 자료들을 포함하여[20], 기업 홈페이지 및 언론 기사들을 수집하여 자료들로써 참조하였다.

4. 디지털 혁신 기술을 통한 ESG 경영: KT

4.1 KT 핵심가치 및 ESG 경영 전략체계

KT는 기존의 통신 사업을 수행하며 플랫폼 사업을 통한 서비스를 제공하고 있는 기업이다. KT는 AI(인공지능), BigData(빅데이타), Cloud(클라우드)를 기반으로 IoT기술과 사업 간 ICT 융합을 통해 ICT 서비스를 제공하고 있으며, KT의 총 서비스 이용자는 2020년 12월 기준 약 5,382만 명으로 국내 최대 규모의 종합 통신사업자이다.

KT는 디지털 플랫폼 기업(Digico)을 비전으로 설정하였는데 구체적인 내용은 '고객의 삶의 변화와 다른 산업의 혁신을 주도하여 대한민국 발전에 기여하는 것'으로 설명할 수 있다. 이에 해당 비전을 실현하기 위한 핵심가치로 4가지를 정립하였는데 우선 '고객중심'은 고객발(發) 자기혁신을 통해 고객이 원하는 것을 민첩하고 유연하게 제공하는 것이다. 둘째, '주인정신'은 임직원 모두가 자부심과 실력을 갖추어 기업의 주인으로서 생각하고 행동하는 것이다. 셋째, '소통 및 협업'은 조직의 벽을 넘어서 수평적 소통과 유연한 협업 체계를 강화하는 것이다. 넷째, '본질 및 과정'으로서 기업의 본질에 집중하고 최선의 결과를 도출하기 위해 과정 또한 중요하게 사고하는 것이다.

이와 같은 비전 및 핵심 가치를 바탕으로 KT의 ESG 경영 전략체계를 살펴보면 다음과 같다. KT ESG 경영은 현세대 및 미래세대를 위한 환경 보전을 이행하며, 소비자 정보와 제품에 대한 안전 책임 및 협력사와의 동반성장을 지향하는 사회적 책임의 강화, 투명하고 윤리적 책임 경영 및 주주가치를 제고하는 지속가능한 ESG 경영 수행에 목적을 두고 있다. KT는 ESG 경영을 강화하기 위해 환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 영역에서 3대 추진전략과 2021년 10대 핵심과제를 선정하였다. ESG 3대 추진전략에서 환경(E)은 환경적 건전성을 달성하기 위한 필(必)환경 경영 선도, 사회(S)는 진정성 있는 책임 경영을 통한 사회적 가치 창출, 지배구조(G)는 경제적 신뢰성을 추구하기 위한 투명한 기업 경영 체계로서 환경 및 사회 영역에서는 디지털 기술을 활용한 환경·사회 문제 해결, 지배구조 영역에서는 투명 경영 및 준법 이행 관련 전략을 수립하였다.

또한 KT는 ICT 업계 최초로 2,600억 규모의 ESG 채권을 발행하였는데, ESG 채권은 친환경 사업과 사회적 가치 창출을 목적으로 발행 자금을 사용해야 하는 채권으로서 특히 KT가 발행한 ESG 채권의 '지속가능 채권'은 친환경 프로젝트를 위한 녹색채권과 사회적 가치 창출 사업을 위한 사회적 채권의 혼합형 채권이다. 이와 함께 KT는 ESG 경영을 본격화하기 위해 2021년 4월 노사공동으로 ESG 경영 선언을 발표하며 KT 임직원이 전사적으로 참여하는 ESG 경영 문화를 조성하고자 하였다.

4.2 지속가능성과 환경(Environmental) 경영

KT가 ESG 경영을 실현하고자 수립한 ESG 10대 핵심과제 중 환경(E) 측면에서는 'RE100 이행 모델을 확립 및 국내 확산', '에너지 고효율 장비·솔루션 개발 및 적용', '온실가스 실시간 배출관리 시스템'이 있다. 이와 같은 과제를 이행하기 위해 KT는 토픽의 중요성을 논의하고 관련 접근방법을 구체화하고 있다. 우선 '필(必)환경경영'으로서, KT는 다양한 환경적 이슈에 선제적으로 대응하고 Net Zero(탄소 중립) 2050달성 목표의 토픽 중요성을 제시하였다. 이에 대한 접근방법으로서 AI, BigData, Cloud(ABC) 기술을 활용하고, 환경경영을 적극 추진하기 위한 이사회 역할 강화, 환경경영위원회를 활성화하고자 하였다. 예를 들어, 환경경영 그룹사를 확대해 상장 그룹사 중심의 환경 경영 조직 구성, 그룹사별 비전 및 전략 수립을 추진하고 있으며, 환경 관련 부서 임직원을 대상으로 환경 교육을 시행해 업무 이해도를 향상시키고자 하는 것이다.

또한 KT는 '환경 대응'으로서 환경 리스크를 장기적인 목표로 설정하여 전사적 차원에서의 온실가스 배출 감축 필요성에 따라 2007년 온실가스 배출량 대비 2030년까지 35%, 2040년까지 50%, 2050년까지 70% 감축을 목표로 하며, 전사 온실가스 배출량의 약 73%인 유·무선 네트워크 장비의 전기 소비 절감을 추진하는 방법 등을 제시했다. KT의 경우 온실가스 배출량 중 약 73%가 유·무선 네트워크 장비의 전기 소비에 의한 것으로, 5G 네트워크 장비 투자로 온실가스가 증가하고 있는 측면에 주목하였다. 이에 KT는 네트워크 장비를 지속적으로 고효율 장비로 교체하고, 시간대별 운영의 최적화를 시행해 전기 사용량을 절감하고 있다. 이와 같은 목표 설정과 관련해 KT는 전사 온실가스 약 4만톤을 절감하였으며, 업무용 차량 중 약 1,000대를 전기차로 교체하였다. '필(必)환경경영'과 '환경대응' 토픽

은 SDGs 중 7번 목표인 '에너지의 친환경적 생산과 소비', 13번 '기후변화와 대응', 15번 '육상생태계 보전'과 연계되어 있다.

'에너지와 자원' 측면에서 KT는 신재생 에너지 도입이 필수라고 보았으며, 에너지 혁신을 통한 화석연료 사용을 지양하고 친환경적 에너지 사용 비중을 확대하고자 하였다. 이에 재생에너지 100% 자립국사 6개를 구축하는 등 RE100(Renewable Energy 100%) 시범사업을 추진하였고, 구체적인 실행 방안은 Table 1에 제시하였다. 신재생 에너지 확대를 위한 태양광, 연료전지 발전소를 구축하고자 하였다. 또한 순환 경제 활성화를 위해 폐기물을 감축하고 재활용률을 향상시키고자 하는 접근을 실행하고 있다. 구체적으로 KT는 전국 82개소에 총 7.36MW급 태양광 발전소를 운용하고 있으며, 2020년 태양광발전소 총전력 발전량은 8,809MWh로 4인 가족 기준 약 2,100가구가 1년 동안 사용하는 전력 사용량에 해당된다. 더불어 2021년 사옥에서 배출되는 일회용 플라스틱 감소 노력으로 다회용컵 사용 캠페인을 수행하고 있다. 해당 토픽은 SDGs의 7번 목표 '에너지의 친환경적 생산과 소비', 12번 목표 '지속가능한 생산과 소비', 13번 '기후변화와 대응'과 연계되어 있으며, 주요 성과로서 태양광발전소 82개소 운용, 태양광발전소 전략발전량 8,809MWh, 연료전지 발전량 15,768MWh 등을 보고하고 있다[21].

Table 1. How to implement RE100

Classification	Contents
Self-generation/ self-consumption	Companies build their own renewable energy facilities and generate electricity to consume themselves
Green rate system	KEPCO charges a green premium for electricity to sell renewable energy
Purchase of Renewable Electricity Certificate (REC)	As a renewable energy business, a company generates renewable energy and purchases REC issued by the government
Third-party PPA (Power Transaction Agreement)	KEPCO signed a renewable energy transaction contract between renewable energy power generation companies and companies
Equity investment	The use of renewable energy is recognized as the percentage of investments made by companies in renewable energy generation businesses

KT (2021). KT ESG report 2021.

이와 함께 KT는 '친환경 프로젝트'로서 에너지 절감 및 안정적 신재생에너지 생산을 위한 체계가 우선적으로 구축되어야 함을 파악하고 친환경 에너지사업을 추진하고 있다. 구체적으로 에너지 통합관리 플랫폼으로 KT-MEG(Micro Energy Grid, 마이크로 그리드)를 구축하고, 전사적 차원에서 친환경 캠페인인 '지·우·개'를 추진하고 있다. 그리고 에어맵 코리아(Air Map Korea)프로젝트를 고도화하고 있다. 에어맵 코리아 프로젝트는 2017년부터 KT가 통신주, 기지국, 공중전화 부스, 전화국사 등 전국의 ICT 인프라를 활용해 공기질 측정기를 설치해 공기질 정보를 제공하는 프로젝트이다. 이를 통해 KT는 지속적으로 다양한 환경 관련 데이터를 측정, 수집, 분석함으로써 대기오염의 원인, 경로 등을 파악할 수 있도록 돕는 것에 목적을 둔다. KT-MEG의 경우 KT의 AI 분석엔진인 'e-brain(e-브레인)'을 통하여 에너지 생산부터 소비, 거래 과정을 통합적으로 관리하는 플랫폼으로서 실시간으로 에너지 데이터를 수집해 에너지 현황을 진단해 최적의 운영 가이드를 도출해 에너지 절감을 지원하는 시스템이다. 친환경 캠페인인 '지·우·개'는 사내 친환경 문화를 확산하고자 시행되는 캠페인으로서, '지구, 우리, 개인을 지키는 작은 실천'을 의미하며 사회적 기업과 협업해 다회용컵을 활용한 일회용 플라스틱 줄이기, 불필요한 이메일을 삭제해 디지털 쓰레기 줄이기 등을 시행하고 있다. 이와 같은 활동을 통해 KT는 온실가스 800kg을 감축할 수 있었으며, 해당 활동들은 SDGs의 3번 '건강하고 행복한 삶 보장', 7번 '에너지의 친환경적 생산과 소비', 13번 '기후변화와 대응'과 연계되어 에너지 소비의 효율성을 증대하고 있다.

4.3 상생을 통한 사회(Social) 경영

KT는 물리적 제약을 넘어설 수 있는 기술을 통해 보편적 서비스를 제공하고 사회적 약자에 대한 진정성 있는 책임, 상생을 위한 사회 공헌활동을 시행하고 있다. 특히 코로나19로 사회적 약자와 취약계층의 일상생활의 어려움이 더욱 가중되고 있는 상황에서 디지털 플랫폼이자 통신기업이라는 기업적 특성을 바탕으로 사회공헌 플랫폼을 개발하고자 하고 있다. 이는 SDGs의 목표 1번 '빈곤층 감소와 사회안전망 강화', 3번 '건강하고 행복한 삶 보장', 10번 '모든 종류의 불평등 해소' 등과 연계되어 있으며, 구체적으로 ICT를 활용하여 사

회 공헌활동 프로그램을 개발하고, 국민적 차원의 디지털 격차 해소 활동 및 지역사회 이슈 해결에 참여하는 것이다.

ICT를 활용한 사회 공헌활동으로서 '랜선야학'은 코로나19에 따른 중학생들의 학습 결손과 대학생들의 일자리 부족으로 인한 경제적 어려움을 동시에 해결하고자 2020년 10월 서울시교육청과의 업무협약을 통해 진행하고 있는 비대면 학습 멘토링 프로그램이다. 총 5,259회 운영된 랜선야학에 대해 멘토인 대학생들의 경제적 만족도는 86.8%, 멘티인 중학생들의 학습 향상 만족도는 89.7%로 참여자들로부터 긍정적 반응을 이끌어낸 활동이다[Fig 1]. 또한 코로나19로 인해 급격한 매출 감소 및 판로 개척 등에 어려움을 겪고 있는 소상공인을 돕기 위해 2020년 3월 KT 회사가 지원하고 임직원이 구매에 동참하는 '사랑의 시리즈'를 통해 상생소비를 독려하고 있다. 광화문에 위치한 KT 인근의 식당에서 제작된 밀키트 및 농산물 등을 할인받아 구입할 수 있으며, 이를 통해 지역사회와 상생하고자 하는 것이다. 또한 KT가 보유하고 있는 AI, BigData, Cloud 기술을 바탕으로 청각장애인의 목소리 소통을 돕는 '마음 Talk(톡)'앱을 개발해 청각장애인의 일상생활 소통 및 편의를 증진시킬 뿐만 아니라, 일자리 창출에도 기여할 수 있도록 사회공헌을 하고 있다.

Fig. 1. KT's social contribution activities using ICT, "LAN Cable Night School"

이와 함께 KT는 동반성장이라는 토픽에 주목하여, 협력사와 지속적인 소통을 기반으로 한 지원 프로그램을 마련해 상생이 가능한 동반성장 체계를 구축하고자 하였다. 이를 위해 ICT 기업 중 최초로 기업 업무협약을 진행하였으며, 협력사의 생산성 혁신 및 재무 건전성 확보를 지원하였다. 구체적으로 KT는 2010년에 동반성장 전담 조직을 설치한 이후 3가지 동반성장 전략(경쟁력 제고, 협업기반 강화, 경영 지원)을 기반으로 상생프로그램을 마련해 협력사와 경쟁력을 동시에 향상시키고자 하였다.

특히 5G 스마트공장 보급 등 비대면 분야와 디지털 전환 활성화를 통해 중소기업 및 소상공인과의 실질적 상생협력을 위해 ICT 기업 중 최초로 자상한 기업[1] 협약에 참여하였다. 세부적인 협약 과제로 5G 등 비대면 분야 중소기업 투자 지원, KT Smart Factory Alliance(스마트팩토리 얼라이언스), 5G 스마트 공장 장비 도입 비용 장기할부 지원, 비대면 분야 R&D 중소기업 육성을 위해 기술개발 지원, 비대면 R&D 핵심인력 중소기업 고용유지 지원, KT 보유 인공지능, 빅데이터 활용 창업 활성화 지원, 중기부/KT 추천 우수 중소기업 국내 판로 상호 지원, KT 원내비에 중기부 인증 '백년가게' 위치 안내, 상권 정보시스템 고도화 관련 데이터 제공 등에 대해 중기부 산하 기관과 긴밀히 상호 협력 추진 등의 9개 협약 내용들을 통해 협력사와의 지속가능경영을 실천하고자 하고 있다. 이는 SDGs의 8번 '좋은 일자리 확대와 경제성장', 9번 '산업의 성장과 혁신 활성화 및 사회기반시설 구축', 10번 '모든 종류의 불평등 해소'와 연계하고 있으며, 동반성장을 목표로 시행하는 활동을 통해 2014년부터 6년 연속 동반성장 최우수등급을 받았으며, 공급망 ESG 리스크(risk) 평가점수 99.9점을 받는 등의 성과를 거두었다.

또한 인권경영 측면에서 사업 영역 전반의 인권 존중 및 보호를 위해 벨류체인 상 인권 취약 그룹 및 인권 이슈를 파악하고, 감정노동자 또는 상담사를 보호하기 위한 프로그램을 운영하고 있다. 이는 SDGs의 3번 '건강하고 행복한 삶 보장', 5번 '성평등 보장', 10번 '모든 종류의 불평등 해소'와 연관성이 높은데, KT는 'UN 기업과 인권 이행원칙'을 토대로 KT 전 벨류체인에 대한 주요 인권 이슈를 정의하고 리스크 노출 정도에 따라 우선순위를 정립하는 등 인권리스크를 식별하기 위한 프레임워크를 개발하였다. 구체적으로 상품 및 서비스 관련 이슈, 감정노동자 보호, 개인정보 보호, 공급망 인권, 원주민 권리보호, 임직원 인권, 유해 콘텐츠, 분쟁광물 등의 8가지의 주요 인권 이슈를 식별하여 개선 활동을 추진하고 있는데, 예를 들어 공급망 인권 이슈의

1) 자상한 기업: 전통적 1차 협력사 위주의 상생협력이 아닌 기업이 보유한 인프라를 기반으로 하여 노하우 등의 감점을 미거래 기업 또는 소상공인까지 공유하는 자발적인 상생협력 기업을 의미함

경우, 취약 그룹을 협력사 임직원, 이주 노동자, 검토 대상을 협력사로 설정하고 이와 관련된 이슈를 '협력사 임직원의 기본인권, 노동권, 안전권 침해 이슈 실사대상'으로 정의하고 실사를 통해 현황을 파악하고 공급망 지속가능경영평가를 통해 리스크가 완화되도록 개선 활동을 수행하고 있는 것이다.

4.4 투명성 및 건전성 관리를 통한 지배구조 (Governance) 경영

효율적인 경영활동을 수행하기 위해서는 건전한 지배구조를 구축하여 유지 시킬 필요가 있다. 투명하고 합리적인 지배구조 관리는 안정적인 경영활동과 주주 환원의 실현을 위해서도 필수적인 것인데, 이에 KT는 장기 기업가치 향상을 목표로 지배구조 관련 투명성, 독립성, 다양성, 전문성, 효율성 제고를 지향하고 있다.

지배구조와 관련해 KT는 경영 투명성을 확보하고자 하는데 이해관계자의 권익을 보호하고 주주의 의사결정을 위해 충분한 정보를 제공하고 원활한 소통을 하려는 접근을 수행하고 있다. 즉, 정보통신, 금융, 경제, 경영, 회계, 법률 등 전문성을 확보한 사외이사 확대를 통해 이사회 독립성을 확보하고, 주주총회 전자투표제를 도입해 주주 친화 정책을 추진하며, 여성 사외이사 선임 등을 통해 다양성을 확보하는 등의 방식이다. 이는 SDGs 8번 '좋은 일자리 확대와 경제성장', 9번 '산업의 성장과 혁신 활성화 및 사회기반시설 구축'의 목표 달성과 연계되어 있다.

구체적으로 KT의 지배구조 모델은 '독립적 이사회'를 근간으로 하여 사외이사 8명, 사내이사 3명인 총 11명으로 구성하고 있으며, 이사회 내 사외이사 비율은 73%로 상법 제542조의 8 제1항 요건인 과반수를 크게 상회하고 있는 등 이사회가 경영진으로부터 독립적인 의사결정을 하고 경영감독의 역할을 수행할 수 있는 원칙을 준수하고 있다. 또한 사외이사의 독립성을 보장하기 위해 정관에 관련 요건을 명시하고 총 재임 기간이 6년을 초과할 수 없도록 명문화하여 장기간 재직으로 인해 이사회의 독립성이 약화되는 것을 방지하고 있다. 2020년에는 ESG 경영을 위한 '지속가능경영 추진 계획' 등 54건의 안건을 심의 및 의결하기 위해 총 13회 이사회를 개최하였고, KT 이사회의 평균 참석률은 96%, 이사회 평가 점수 4.5점(5점 만점)으로 나타났다. 결과적으로 KT는 2020년 한국기업지배구조원(KCGS) 평가에서 재배구조 부문 최고등급(A+)을 획득하였고, 우수상을 수상하였다[21].

이와 함께 윤리경영의 원칙을 내재화하기 위해 임직원과 그룹사, 협력사의 구성원들은 관련 체계를 마련하여 적용하고 있다. 이를 위해 컴플라이언스 전사 추진 체계를 정립하여 통합 사무국을 구성하고 6개의 광역 본부 컴플라이언스팀을 신설하였다. 그리고 외부 전문가를 컴플라이언스 위원장으로 선임하여 컴플라이언스 독립성 및 객관성을 강화하고자 하였다. KT의 윤리경영 원칙 실천과 확립은 SDGs의 8번 '좋은 일자리 확대와 경제성장', 9번 '산업의 성장과 혁신 활성화 및 사회기반시설 구축', 10번 '모든 종류의 불평등 해소'와 높은 연관성을 갖고 있다.

KT는 윤리경영을 위해 5대 행동원칙으로 '고객중심, 준법경영, 기본충실, 주인정신, 사회적 책임'을 기반으로 하고 있으며(Table 2), 2021년 4월 부패방지 행동강령 준수 및 ESG 경영 활동을 '윤리경영 원칙'에 반영해 개정하였다. 즉, KT 임직원이 일상생활에서 직면하게 되는 윤리적 문제에 대해 올바른 의사결정을 할 수 있도록 구체적인 행동 기준을 제공하고 있는데 예를 들어, 설 명절 등에 임직원 간 선물을 주거나 받지 않고, 협력사 등 이해관계자로부터 선물 등을 받지 않은 Clean KT 캠페인이 이에 해당한다. 또한 KT 컴플라이언스를 강화하고 있는데, 2020년 외부 전문가를 컴플라이언스 위원장으로 선임해 컴플라이언스 체계의 독립성 및 객관성을 향상시켰으며, 매월 위원회를 개최해 법적인 리스크를 관리하고 있다. 더불어 KT 컴플라이언스(Compliance) 체계의 그룹사 이식 및 확산을 위해서 그룹사 준법경영 실사 및 컨설팅을 시행하고 있으며 그룹사 사업 환경 및 특성을 고려한 컴플라이언스 적용 모델을 가이드하여 그룹사의 컴플라이언스 실행력 강화를 위한 시스템을 구축하고 있다.

Table 2. KT's ethical management principles

1. Customer-centered	Think and act around customers
2. Compliance management	Strict compliance with various laws and regulations
3. Basic loyalty	Be faithful to the basics and principles
4. Ownership	The ownership of the company and me being one
5. Social responsibility	As a national company, it fulfills its social responsibilities and obligations

KT (2021). KT ESG report 2021.

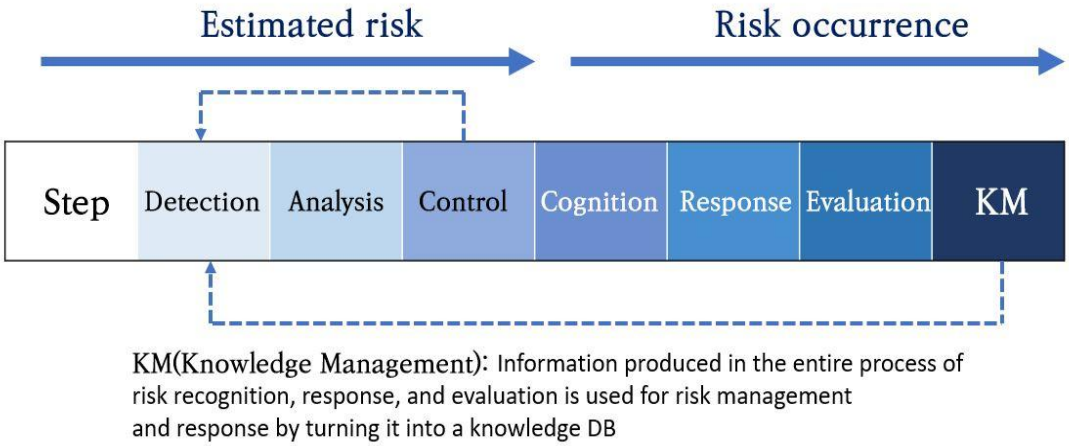

Fig. 2. KT's risk management process(KT, 2021)

또한 KT는 코로나19 위기뿐만 아니라 기후변화 등으로 기업을 둘러싼 다양한 리스크 증가를 민첩하게 대응하기 위해 리스크 관리 프로세스를 상황별로 구체화하여 리스크 탐지 단계부터 평가 단계에 이르기까지 대응할 수 있도록 운영하고 있다. KT의 리스크 관리 프로세스와 관련한 단계는 Fig. 2에 제시한 바와 같다. 즉, 리스크 대응의 골든타임 확보를 위한 리스크 관리 프로세스를 구체화하고, 신규 그룹사 리스크 관리 체계 수립을 위해 리스크 전문 직책자를 파견하는 등 리스크 발생 관련 데이터 분석을 수행하는 것이다. 이와 같은 리스크 관리 또한 SDGs의 8번 '좋은 일자리 확대와 경제성장', 9번 '산업의 성장과 혁신 활성화 및 사회기반시설 구축', 10번 '모든 종류의 불평등 해소' 목표와 연계되어 있다.

KT는 이와 같은 전사 리스크 관리 체계를 바탕으로 코로나19 확산의 장기화로 발생하는 경영 환경의 전망과 분석을 다음과 같이 진행하여 사업과 밀접한 전략 리스크 및 기회 요인을 식별해 사업 전략에 반영하고 있다. 예를 들어, 코로나19 확산에 따라 언택트(Untact) 소비문화로 급변하고 기업의 디지털 전환이 가속화되고 있는 상황과 관련해 주요 리스크를 코로나19 장기화로 사회·경제 전반에 부정적 영향 심화, 사회적 거리 두기로 위축되었던 소비는 비대면 중심으로 소비 양상 재편, 전 산업의 디지털 전환이 확대됨에 따라 기업의 민첩하며 유연한 대응 필요성 증가 등으로 파악한다. 이에 대한 잠재적 비즈니스 영향으로 비대면 소비 선호 경향에 따라 오프라인 중심 유통채널 운영 시, 영업력 약화, 디지털 전환이 어려운 중소상공인 등의 ICT 기술 및 솔루션 수요 증가, 기업의 디지털 전환 시기로 AI, BigData, Cloud 기반의 B2B사업 기회 확대 등을 예측한다. 이러한 리스크와 비즈니스 영향을 점검 후 온라인 전용 상품 등 특화 서비스 제공으로 온라인 유통채널 강화, 상권분석플랫폼 등 중소상공인 대상 서비스 지속 발굴, 디지털 전환 중인 산업별 주요 사업자와 협업, 사업모델 발굴 등 선제적 대응을 가이드 하는 프로세스로 관리하고 있는 것이다.

4.5 KT ESG 경영과 SDGs와의 연계성

KT의 ESG 리포트를 통해 살펴본 SDGs와의 연계성은 다음의 Table 3과 같다. KT에서는 환경(E) 영역의 경우, SDGs 중 목표 7번의 '에너지의 친환경적 생산과 소비', 13번 '기후변화와 대응'과 가장 많이 연계하고 있는 것으로 나타났다. 사회(S) 영역에서는 목표 3번 '건강하고 행복한 삶 보장'과 목표 9번 '산업의 성장과 혁신 활성화 및 사회기반시설 구축'과 목표가 가장 많이 경영 전략과 연계되어 있었다. 마지막으로 지배구조(G)의 경우, 목표 8번 '좋은 일자리 확대와 경제성장'과 목표 9번 '산업의 성장과 혁신 활성화 및 사회기반시설 구축'의 연계성이 가장 높았다.

그러나 SDGs 목표들 중 2번 '기아종식, 식량안보와 영양개선 달성 및 지속가능농업 촉진', 4번 '폭넓고, 공평한 교육 보장 및 평생 교육 기회 촉진', 11번 '종합적이고, 안정적이며 지속가능한 동시에 탄력성 있는 도시와 주거지구축', 14번 '지속가능한 발전을 위한 해양과

해양자원의 보존', 16번 '평화롭고, 종합적인 사회 구축과 정의에 대한 접근 제공 및 사회 각층에 효과적이고, 책무적이며 종합적인 제도 구축', 17번 '지속가능한 발전을 위한 글로벌 파트너십의 구현과 재활성화 수단 강화'등 6개의 목표들은 KT의 ESG 경영 전략과 연계성이 나타나지 않았다.

전반적으로 KT는 목표 9번 '산업의 성장과 혁신 활성화 및 사회기반시설 구축'이 7회로 가장 많은 연관성을 갖는 항목이었고, 그 뒤로 8번 '좋은 일자리 확대와 경제성장(5회)', 10회 '모든 종류의 불평등 해소(5회)'가 SDGs와 연관성이 높은 목표로 나타났다.

Table 3. The connection between KT esg management and SDGs

	Topic	SDGs connection
E(Environmental)	Environmental, an essential factor in management	Goal 7 Affordable and clean energy Goal 13 Climate action Goal 15 Life on land
	Coping with environment	
	Energy/Resources	Goal 7 Affordable and clean energy Goal 12 Responsible consumption and production Goal 13 Climate action
	Eco-friendly projects	Goal 3 Good health and well-being Goal 7 Affordable and clean energy Goal 13 Climate action
S(Social)	Customerfirst	Goal 8 Decent work and economic growth Goal 9 Industry Innovation and infrastructure
	Social contribution	Goal 1 No poverty Goal 3 Good health and well-being Goal 10 Reduced inequalities
	Win-win growth	Goal 8 Decent work and economic growth Goal 9 Industry Innovation and infrastructure Goal 10 Reduced inequalities
	Human rights management	Goal 3 Good health and well-being Goal 5 Gender equality Goal 10 Reduced inequalities
	Safety management	Goal 3 Good health and well-being Goal 9 Industry Innovation and infrastructure
	Talented human resource management	
G(Governance)	Corporate governance	Goal 8 Decent work and economic growth Goal 9 Industry Innovation and infrastructure
	Ethics & Compliance	Goal 8 Decent work and economic growth Goal 9 Industry Innovation and infrastructure Goal 10 Reduced inequalities
	Risk management	

KT (2021). KT ESG report 2021.

5. 결론 및 논의

본 연구는 최근 기업경영 이슈 중 가장 주목받고 있는 ESG 경영과 관련해 이를 본격적으로 내재화하고자 하는 KT 사례를 바탕으로 KT ESG 경영의 특징을 분석하였다. 국내 ICT 기업 최초로 ESG 관련 채권을 발행하여 본격적으로 ESG 경영을 강화하려는 KT의 ESG 경영의 특성을 목표와 전략적 측면에서 살펴본 결과는 다음과 같다.

첫째, 코로나19를 비롯해 기업을 둘러싼 다양한 위기에 있어 KT는 디지털 플랫폼 기업이라는 기업적 특성인 AI, BigData, Cloud(ABC) 기술을 바탕으로 전사적 차원에서의 ESG 경영 전략을 수립하고 있었다. 구체적으로 환경 영역에서 에너지 절감 및 체계적 관리를 위해 AI 분석엔진 'e-brain'을 통한 KT-MEG 플랫폼을 개발하여 신재생 에너지, 에너지 소비 최적화, 소규모 분산 자원 집합 및 거래 등의 에너지 데이터를 수집해 진단하고 예측해 친환경 에너지 사업을 추진하고 있었다. 또한 사회 영역에서는 KT가 보유한 개인화 음성합성기술과 ABC 기술 역량을 융합해 청각장애인이 문자로 작성한 내용을 설정된 목소리로 변환해 통화 가능하게 하는 등 사람들과 소통할 수 있도록 도와 청각장애 아동에게는 사회성 발달을 돕는 재활 효과를 증진시키고, 청각장애인들의 일자리 창출 도구로 활용되는

등의 사회 공헌활동에 적극 이용되고 있었다. ESG 영역 중 지배구조 영역에서의 리스크 관리 차원에서도 자사의 부서, 분야에 대한 데이터 분석을 통해 잠재적 리스크의 실효적 예방을 실현하고자 하고 있다. 이는 불확실성이 증대된 현대의 위기 속에서 디지털 혁신 기술을 통한 객관적인 결과를 바탕으로 사회 문제를 해결하고자 하는 근본적인 KT의 ESG 경영 목표가 반영된 전략이라고 할 수 있다. 즉, 디지털 플랫폼 기업(디지코, Digico)로 변화하고 발전하겠다는 KT의 선언은 자사의 기술을 활용한 환경 및 사회문제, 투명경영과도 연관되어 차별된 ESG 경영 전략으로 나타남을 확인하였다.

둘째, KT의 ESG 경영 전략은 모두 UN의 지속가능발전목표 즉, SDGs와 모두 연계되어 있었다. SDGs는 목표를 달성하기 위해서 민간부문 특히 기업의 역할을 기술하고 있다는 점에서 최근 논의되고 있는 ESG 경영 관련 사안들과 높은 연관성을 보이고 있다. 특히 SDGs가 제시하고 있는 17개 목표 가운데, 비재무적 정보 공시, 여성 임원 증대 방안, 책임투자 확대 방안, 기업의 지속가능성 등과 관련되어 있다. 즉, SDGs 중 일부 목표는 기업의 ESG 활동과 직접적으로 연계되어 있으며, 기업과 기관투자자들이 다양한 방식으로 ESG 개선 노력을 기울이고 있다는 점에서 SDGs와 ESG 경영은 궤를 같이 하는 형태로 다루어야 하는 것이다[17]. 무엇보다도 ESG 관련 기준과 평가 도구가 많이 존재하고 있는 현 상황에서 표준화를 달성하기 위해서는 많은 시간이 소요되기 때문에 ESG 관련 평가를 하기 위해서는 UN SDGs가 제시하는 글로벌 기준을 준수할 필요가 있다. 즉, KT의 ESG 경영 전략을 살펴보았을 때 글로벌 기준에 부합하는 목표 설정을 통해 지속가능성을 달성하고자 하는 것이다. 이와 같은 KT의 ESG 경영 전략 및 목표를 살펴보았을 때, KT는 사회 내에서 기업의 역할이 과거보다 넓은 범위로 확장되고 있음을 이해하고 있으며 사회가 요구하는 환경 및 사회적 문제를 예방 및 해결하기 위한 시스템을 구축하려는 것을 파악할 수 있었다.

과거 CSR, CSV 등 많은 기업이 지속가능경영을 선언해 긍정적 사회적 가치를 창출하기 위한 의지를 보여왔지만, 전사적 운영시스템의 부재로 구체적 성과로 나타나는 경우는 드물었다. 이에 효과적인 ESG 경영 관련 시스템 구축의 필요성이 대두되었고 이에 따른 순서는 다음과 같다. 우선 CEO의 기업 비전 및 미션 재정립, 둘째, 재정의된 비전 및 미션 공유와 전사적 운영시스템 구축, 셋째, 측정 및 평가 시스템 구축, 넷째, 창의성과 혁신역량의 제고 순서로 제안되고 있다[22]. 이와 같이 제안된 ESG 경영 운영시스템 구축 방법에 KT를 적용시켜보면, 2021년 KT의 CEO가 선언한 디지코(Digco)로의 새롭고 차별화된 ESG 경영 패러다임 선언을 진행하여 기업 비전 및 미션을 재정립하였으며, '고객중심', '주인정신', '소통 및 협업', '본질과 과정'이라는 KT의 핵심적 비전은 2021년 4월 노사공동으로 ESG 경영 선언을 통해 공유되고, ABC라는 KT의 기술 바탕의 ESG 경영 전략이 구축되었다. 다음으로 ESG 경영 전략을 평가할 수 있는 프로세스와 체계를 마련하고, AI 생태계 조성을 목표로 산·학·연 협의체, 국내 클라우드 산업 생태계 경쟁력 강화를 위한 산·학·연 연합체 구축 등 다양한 구성원들의 협력과 참여모델을 통해 가치 네트워크를 구성하고 있다.

종합적으로 살펴볼 때, 국내의 ESG에 대한 실질적인 접근이 비교적 초기 단계임을 고려하더라도 전사적 차원에서 ESG 경영 운영시스템을 구축하고 있다는 점에서 KT는 다른 기업들과는 차별화된 디지털 플랫폼 기업으로서의 ESG 경영 전략을 구축 사례라고 할 수 있다. 특히나 UN의 지속가능개발목표(SDGs)와 ESG 경영과의 연계성을 통해서 ESG 경영의 지속성과 경쟁력을 확보하려는 것을 확인할 수 있었다. 구체적으로 KT는 17개의 SDGs 목표 중 11개(약 64.7%)가 ESG 경영 관련 토픽과 연계되어 있었으나, 목표 9번 '산업의 성장과 혁신 활성화 및 사회기반시설 구축(7회)', 8번 '좋은 일자리 확대와 경제성장(5회)', 10회 '모든 종류의 불평등 해소(5회)'를 중심으로 설정되어 SDGs 목표 설정이 다소 편중되어 있는 경향을 확인하였다. 이에 KT는 SDGs 17개 목표에 근접할 수 있고, 특정 목표에 집중되지 않는 ESG 경영 전략을 점차 구축할 필요가 있을 것이다.

이상의 KT 사례연구가 국내 기업 ESG 경영에 주는 시사점은 무엇보다도 ESG 경영 활동은 사업과 직접적 관련이 있는 분야를 중심으로 전략적 관점에서 이루어져야 한다는 것을 보여준다는 것이다. 예컨대, KT는 AI, BigData, Cloud의 기술적 기반을 중심으로 수행된 친환경에너지 사업(KT-MEG), 사회 공헌활동(랜선야학) 등을 수행했기에 다른 기업들과 차별화되어 경쟁력을 높이고 장기적 관점에서 직접적인 성과를 달성할

수 있었다. 실제로 KT는 UN 지속가능발전목표경영지수(SDGBI)에서 1위로 선정되었고, '코로나 위기 대응 글로벌 우수 기업20'에도 국내 통신기업 중 유일하게 선정되었다[8]. 이는 곧 기업과의 적합성이 높은 사업은 궁극적으로 ESG 경영의 지속가능성을 높일 수 있게 됨을 의미하며, 코로나19라는 위기 상황 속에서도 적용될 수 있음을 나타낸다.

이에 KT의 사례는 ESG 경영에 대한 논의가 활발해지고 있는 현시점에서 어떻게 진정성을 유지하면서 SDGs와의 연계하여 ESG 경영 전략을 구축할 수 있는지에 대한 효과적인 조언이 될 것으로 판단한다. 또한 효과적인 ESG 경영에 대한 조건과 기준을 제시할 수 있는 사례가 될 것을 기대한다.

앞으로 ESG 경영은 전 기업 차원으로 더욱 확대될 것이며, 경제적 성과만이 고려되는 전략적 차원이 아닌 사회적인 기여가 필수적으로 요구된다는 점에서 더욱 기업 특성에 적합하게 다루어야 하는 이슈가 될 것이다. 이러한 상황에서 전사적 차원에서 지속가능한 경쟁력을 증대시키기 위해 ESG 경영 전략을 구축하고 실행하려는 KT의 사례는 ESG 경영을 내재화하려는 기업들에게 많은 시사점을 제시하고 있다.

상기와 같은 실무적 시사점을 본 연구가 제시했음에도 불구하고 다음과 같은 한계가 있다. 본 연구는 코로나19, 경제 불안정 등 국제적인 위기 상황에서 우수한 평가를 받고 있는 KT의 ESG 경영 전략의 전체적인 실행 체계와 역량을 살펴보고 실무적 시사점을 제시하기 위한 목적이 우선이었기 때문에, ESG 각 영역과 기업적 역량과의 연계에 중점을 두었고 이로 인해 ESG 경영의 각 분야에 대한 개략적인 분석에 그친 한계가 있다. 또한 ESG 경영에 대한 논의가 시작 단계이다 보니 KT의 전략이 갖는 한계점, 개선방안 등을 구체적으로 제시하지 못하고 긍정적인 성과에만 초점이 맞춰졌다는 측면이 있다.

이와 같은 한계점을 개선하기 위해서는 개별 기업 사례에서 나아가 동일 분야 기업들이 사례를 함께 비교 분석하여, 보다 심도 있는 연구를 통해 통신기업이 추진하는 ESG 경영 전략들의 문제점 및 성과들을 균형있게 제시하는 연구가 수행될 필요가 있을 것이다.

REFERENCES

[1] D. C. Broadstock, K. Chan, L. T. W. Cheng & X. Wang. (2021). The role of ESG performance during times of financial Crisis: Evidence from COVID-19 in China. *Finance Reaserch Letters, 38(C).*

[2] R. A. Albuquerque, Y. J. Koskinen, S. Yang & C. Zhang (2020). Love in the time of COVID-19: The resiliency of environmental and social Stocks. Working Paper. [online]. https://ssrn.com/abstract=3583611

[3] F. Ferriani & F. Natoli. (2021). ESG risks in times of Covid-19. *Applied Economics Letters, 28(18)*, 1537-1541.

[4] T. S. Kang, Y. S. Kim & D. Jung, (2021). ESG management practice ded by BYN black yak: The resource circulation system for recycling domestic transparent PET bottle. *Journal of the Korean society for Quality Management, 49(3)*, 433-446.

[5] D. L. Levy (2020). COVID-19 and global governance. *Journal of Management Studies, 58(2)*, 562-566.

[6] Korea Communications Commission (2020). *Changes in Smartphone and Fish Usage Behavior*. Gyeonggi-do.

[7] A. Y. Jung (2019). Influencer marketing case analysis and marketing research proposal. *Services Marketing Journal, 12(1)*, 33-39.

[8] Monthly Joongang (2021.7.17.). *[ESG Management Leading Company |(7) KT] Koo Hyun-mo, CEO of KT, installed ESG on top of digital platform.* [online]. http://jmagazine.joins.com/monthly/view/334340

[9] H-S. Lee, J-M. Nam, S-H. Lee & J-C. Park. (2021). A Study on the performance of CSR for small and medium sized enterprises(SMEs): The transformation from CSR to ESG. *Entrprenuership & Environmental, Social and Governance, 1(1)*, 1-27.

[10] A. Amel-Zadeh & G. Serafeim. (2018). Why and how investors use ESG information: Evidence from a global survey. *Financial Analysts Journal, 74(3)*, 87-103.

[11] H. Im. (2021). Analysis on ESG issues of SMEs using text mining. *The Journal of Humanities and Social science, 12(4)*, 469-482.

[12] Ministry of Trade, Industry and Energy. (2020). *Support for sustainable management in the era of carbon neutrality*, 2020. Sejong-si.

[13] A. Buallay (2019). Is sustainability reporting (ESG)

associated with performance? Evidence from the european banking sector. *Management of Environmental Quality*, *30(1)*, 98-115.

[14] D. Lee Brown, R. P. Guidry, & D. M. Patten. (2009). Sustainablity reporting and perceptions of corporate reputation: An analysis using fortune. *Sustainability, Environmental Performance and Disclosures*, *4*, *Emerald Group Publishing Limited*, 83-104.

[15] Y. Son (2021). Issues and challenges of the corporate law through ESG activation. *Commercial Cases Review*, *34(3)*, 3-82.

[16] K. H. Jo. (2021). The answer is to practice sustainable management ESG. *Korean Association of Converging Business Review*, *27*, 7-10.

[17] United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. [online]. https://sdgs.un.org/2030agenda

[18] S. M. Kim. (2016). UN sustainable development goals (SDGs) and ESG issues 15. *KCGS report*, *6(2)*, 15-18.

[19] S. Oh & B. Kwak. (2018). The context of localizing SDGs and implementation. *The Journal of NGO Studies*, *13(3)*, 113-152.

[20] UN SDGs. (2021). *Sustainable development goals*. [online] http://asdun.org/?page_id=2183.

[21] KT. (2021). *KT ESG report 2021*. [online] *https://m.corp.kt.com/html/sustain/possibility/reports.html*

[22] C. J. Yoo. (2021). *Consumer-led ESG Model: Black Yak's Proposed Plastic Disaster Prevention National Movement*, Seoul Economic Management.

강 윤 지(Yoon Ji Kang) [정회원]

· 2016년 8월 : 인하대 언론정보학과 학사 취득
· 2022년 2월 : 인하대 미디어 커뮤니케이션학과 박사 취득
· 2022년 3월 ~ 현재 : 보험연구원 연구원

· 관심분야 : ESG, CSV, CSR
· E-Mail : yoonji.kang34@gmail.com

김 상 훈(Sanghoon Kim) [정회원]

· 1984년 2월 : 연세대학교 신문방송학과 학사 취득
· 1986년 6월 : Michigan State Univ. 광고학 석사 취득
· 1990년 5월 : Univ. of Texas at Austin 광고학 박사 취득
· 1999년 ~ 현재 : 인하대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수
· 관심분야 : ESG, CSV, CSR
· E-Mail : samk20@inha.ac.kr