

“협력사와 지속가능 파트너십 유지”

SKT ‘최우수 협력사 시상식’

시너지·파트너십 부문 30개社 수상
수상기업에 무이자 대출 등 제공

SK텔레콤이 지난 22일 ‘2025 최우수 협력사 시상식’을 열고 협력사의 성과를 공유하며 향후 동반성장 방향을 제시했다.

이번 행사는 협력사의 기여에 대한 감사의 뜻을 전하고, 중장기 파트너십을 강화하기 위해 마련됐다. 올해로 20회를 맞은 시상식에서는 ‘시너지’와 ‘파트너십’ 두 부문에서 총 30개 기업이 수상했다.

시너지 부문에서는 통신 서비스와 네트워크, 인공지능(AI) 등 주요 사업 경쟁력 강화와 B2B 프로젝트 수행에 기여한 23개 기업이 선정됐다. 파트너십 부문에서는 동반성장 활동에 적극 참여하고 ESG 경영 체계 구축에 나선 7개 기업이 이름을 올렸다.

수상 기업에는 무이자 대출 프로그램과 임직원 복리후생 지원금 등이 제공된다. 이와 함께 협력사를 대상으로



정재현 SK텔레콤 CEO가 지난 22일 개최된 ‘2025 최우수 협력사 시상식’에서 축사를 하고 있다. /SKT

동반성장펀드 운영, 채용 및 교육 지원, ESG 경영 체계 구축 지원 등 실질적인 지원 프로그램도 병행하고 있다.

시너지 부문 수상으로 6년 연속 최우수 협력사에 선정된 소프트웨어의 구본철 대표이사는 “협력을 통해 고객 가치 제고에 기여한 점을 의미 있게 생각한다”며 “앞으로도 서비스 경쟁력 강화를 위해 협력해 나가겠다”고 밝혔다.

정재현 SK텔레콤 CEO는 “SK텔레

콤의 든든한 버팀목이자 소중한 동반자가 돼 준 파트너사 여러분께 감사드립니다”며 “지난 20년간 함께 쌓아온 동반 성장의 역사를 앞으로도 더 멀리, 그리고 함께 이어가길 기대한다”고 말했다. 이어 “협력사와 함께 성장해 온 지난 20년의 경험을 바탕으로, 앞으로도 지속 가능한 파트너십을 이어갈 계획”이라고 전했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

LG U+, ‘부스터스’ 통해 792건 콘텐츠 제작

크리에이터 육성 프로그램

현장 프로그램 참여 기회 제공
내년 상반기 시즌5 참여자 모집

LG유플러스가 크리에이터 육성 프로그램 ‘부스터스 시즌4’를 통해 총 792건의 콘텐츠를 제작하고, 누적 조회수 2900만 회를 기록했다고 23일 밝혔다.

‘부스터스’는 2023년 시작된 프로그램으로, 유튜브·인스타그램·틱톡 등 다양한 플랫폼에서 활동하는 크리에이터를 선발해 서비스와 브랜드 경험을 콘텐츠로 제작할 수 있도록 지원한다. 대형 인플루언서보다는 성장 가능성이 있는 크리에이터를 중심으로 선발하는 점이 특징이다.

올해 시즌4에는 총 258명의 크리에이터가 참여했으며, 3월부터 이달 6일까지 활동 기간 동안 792건의 콘텐츠가 제작됐다.

시즌4에서는 임직원과 크리에이터 간 교류 확대, AI 전문가가 참여하는



LG유플러스는 자사 크리에이터 육성 프로그램 ‘부스터스 시즌4’ 활동을 통해 792건의 콘텐츠를 제작하고 누적 조회수 2천900만 회를 돌파하는 성과를 거뒀다고 23일 밝혔다. 사진은 지난 6일 진행된 부스터스 시즌4 어워즈에서 LG유플러스 관계자와 크리에이터들이 기념사진을 촬영하고 있는 모습. /LG유플러스

콘텐츠 제작 교육, MWC 25와 유튜브 페스티벌 등 현장 프로그램 참여 기회 제공에 초점을 맞췄다.

이를 통해 참여 크리에이터의 팔로워 수는 활동 전 대비 평균 110% 증가했으며, 일부 참가자는 200% 이상의 증가율을 보였다. 시즌1부터 시즌4까지 부스터스 활동의 누적 조회수는 1억 회를 넘어섰다.

LG유플러스는 지난 6일 시즌4를 마

무리하는 연말 행사를 열고 우수 참가자에 대한 시상과 함께 브랜드 철학을 주제로 한 토크 프로그램을 진행했다.

LG유플러스는 내년 상반기 부스터스 시즌5참여 크리에이터를 모집할 계획이다. 시즌5에서는 기존 운영 경험을 바탕으로 콘텐츠 제작 역량 강화와 참여 기회 확대에 초점을 맞출 예정이다. 이전 시즌 참여자도 희망할 경우 다시 참여할 수 있다.

/김서현 기자

메타빌드, ‘우수기업부설연구소’ 지정

첨단기술 분야 연구소 첫 지정

메타빌드는 자사 기업부설연구소가 과학기술정보통신부로부터 2025년도 하반기 ‘우수기업부설연구소’로 지정됐다고 23일 밝혔다. 이번 하반기 공모에는 200여 기술기업이 지원해 최종 34개 연구소가 선정됐다.

‘우수기업부설연구소’ 지정 제도는 기술혁신 성과와 연구 인력·인프라, 인증 및 특허 보유 현황, 핵심 기술의 성장 가능성 등을 서류·발표 평가와 현장

실사를 통해 종합적으로 심사해 연구 경쟁력을 인증하는 제도다. 메타빌드 기업부설연구소는 AX 플랫폼과 데이터 연계 등 첨단 기술 분야 연구소가운데 처음으로 지정됐다.

지정된 연구소는 향후 3년간 자격을 유지하며 국가연구개발 사업 가점과 병역지정업체 우대 등 지원을 받게 된다.

이번 평가에서 메타빌드는 AX 연계 플랫폼, 생성형 AI 기반 AX 플랫폼, 디지털 트윈 관계 플랫폼, 디지털 휴먼 플랫폼, 교통 검지 솔루션 등 다양한 기

술을 연구·상용화한 성과를 인정받았다. 연구개발 성과가 소프트웨어 성장과 일자리, 인재 양성 등 기업 전반의 성과로 이어지는 구조도 평가 대상에 포함됐다.

특히 생성형 AI 기반 AX 플랫폼을 공공·금융·의료 분야에 적용해 상담, 검색, 문서 요약, 민원 응대, 데이터 표준화 등 다양한 활용 사례를 구축한 점이 기술 경쟁력 측면에서 주목받았다.

이와 함께 AX 연계 플랫폼과 AI 민원 서비스, 망 연계 소프트웨어 등에서 품질 인증과 기술·제품 성능 확인을 획득했고, 다수의 AI 관련 특허 출원·등록 성과도 평가에 반영됐다. /김서현 기자

“유료방송 서비스 전반 ‘안정적’ 평가”

유료방송서비스 품질평가 결과
IPTV, 속도·만족도서 우위 보여
유료 VOD 광고 늘어… 이용부담 ↑

IPTV, 종합유선방송(MSO), 위성방송 등 유료방송 서비스 전반이 ‘안정적’이라는 평가를 받았지만, 이용자가 체감하는 품질과 만족도에서는 사업 유형별 차이가 뚜렷하게 나타났다. IPTV는 속도와 전반적인 만족도에서 우위를 보인 반면, 위성방송은 일부 핵심 지표에서 뒤처졌다. 반면, 유료 주문형 비디오(VOD)에 삽입되는 광고는 IPTV와 케이블 진영 모두에서 증가해 이용자 부담이 커진 것으로 조사됐다.

23일 방송미디어통신위원회와 한국지능정보사회진흥원은 이 같은 내용을 담은 ‘2025년 유료방송서비스 품질평가’ 결과를 발표했다.

이번 평가는 IPTV 3사(KT·SK브로드밴드·LG유플러스), 케이블 복수 SO, 중소 SO, 위성방송(KT스카이라이프) 등 18개 유료방송사업자를 대상으로 진행됐다. 채널 전환시간과 VOD 광고 횟수·시간 등 정량 지표와 함께 영상 체감품질, 콘텐츠 만족도·다양성, 이용 만족도 등 정성 지표를 종합적으로 평가했다.

다만 개별 사업자별 점수는 공개되지 않아 IPTV, MSO, 중소 SO, 위성 등 사업 유형별 비교만 가능하다.

영상 체감품질은 전반적으로 높은 수준을 유지했다. 이용자 평가단이 뉴스·드라마·스포츠 실시간 방송을 시청하며 끊김과 멈춤 등을 평가한 결과, 전체 평균은 5점 만점에 4.60점으로 전년과 동일했다.

유형별로는 IPTV가 4.66점으로 가장 높았고, MSO 4.61점, 중소 SO 4.58점, 위성 4.55점 순이었다. 전년 대비 IPTV, MSO, 위성은 소폭 하락한 반면, 중소 SO만 0.04점 상승했다.

서비스 이용 만족도 역시 IPTV가 가장 높았다. 가입과 설치부터 이용, A/

S, 변경·해지까지 전 과정을 평가한 결과, 전체 평균은 64.9점이었다. IPTV는 67.2점으로 최고점을 기록했고, 중소 SO 65.3점, MSO 63.5점, 위성 61.3점이 뒤를 이었다.

세부 항목에서도 IPTV는 시청 품질·안정성과 이용 기능·편의성에서 상대적으로 높은 평가를 받았다.

올해부터 ‘콘텐츠 만족도’ 항목은 ‘콘텐츠 만족도 및 다양성’으로 개편됐다. 실시간 채널과 VOD 다양성, 광고 시간 적정성, 이용 편의성 등을 포함해 조사한 결과 전체 평균은 59.4점으로 나타났다.

이용 편의성이 65.1점으로 가장 높았고, 콘텐츠 유용성, 다양성, 최신성 순으로 평가됐다. 반면 VOD 비용의 합리성과 광고시간 적정성은 50점대 중반에 그쳤다. 위성방송은 IPTV사업자의 VOD 서비스를 공유하는 구조를 고려해 해당 항목 평가에서 제외됐다.

채널 속도 지표에서는 IPTV의 우위가 더욱 뚜렷했다. 셋톱박스 시작시간은 전체 평균 2.96초로 전년과 같았으며, IPTV는 2.14초로 가장 빨랐다. 채널 전환시간 역시 IPTV가 0.50초로 가장 짧았고, 위성은 1.80초로 유일하게 전년보다 악화됐다.

유료 VOD 광고도 늘었다. 유료 VOD 1편당 평균 광고 횟수는 0.53회로 전년 대비 증가했으며, IPTV와 MSO에서 특히 증가 폭이 컸다. 광고 시간 역시 평균 15.29초로 늘어, 유료 콘텐츠 이용 부담이 커졌다는 지적이 나온다. 무료 VOD의 광고 횟수와 시간은 유료보다 훨씬 많았다.

방미통위는 이용자의 실제 체감 경험을 보다 정확히 반영하기 위해 올해 영상 체감품질 평가단과 만족도 조사 표본을 각각 확대했다고 설명했다. 앞으로도 평가 방식을 지속적으로 개선해 유료방송 사업자 간 경쟁을 촉진하고 이용자 편의를 높이겠다는 방침이다.

/김서현 기자

SK AX, 고객 맞춤형 금융서비스 강화

상호금융 차세대 정보계 시스템 구축
1110개 농·축협 대상… 고객관리 정교화

SK AX가 농협의 고객 맞춤형 금융서비스 강화를 위한 ‘상호금융 차세대 정보계 시스템 구축 사업’을 추진한다고 23일 밝혔다.

이번 사업은 전국 1110개 농·축협을 대상으로 하며, 지역과 업종별 영업 환경을 데이터로 분석해 고객관리와 마케팅에 활용하는 것이 핵심이다. 업무 시스템 전반에 인공지능(AI)을 적용해 직원들이 기술 숙련도와 관계없이 데이터를 활용할 수 있도록 지원하는 것도 목표다.

프로젝트를 통해 농·축협 조합원과 준조합원, 지역 주민 등 다양한 고객군을 세분화하고, 생성형 AI 기반 분석을 적용해 보다 정교한 고객관리 체계를 구축할 계획이다.

SK AX는 향후 2년에 걸쳐 고객 행동과 관심 변화를 실시간으로 분석하는 마케팅 플랫폼과 데이터 품질과 처리 속도를 개선하는 데이터 플랫폼, 직

원용 BI 포털을 단계적으로 구현한다.

마케팅 플랫폼에는 고객 행동 데이터를 기반으로 금융서비스를 추천하는 맞춤 제안 기능과 상담에 필요한 정보를 한 화면에서 확인할 수 있는 환경이 도입된다. 이를 통해 현장 상담의 정확성과 처리 속도가 개선될 것으로 기대된다.

데이터 플랫폼은 부서와 시스템마다 달랐던 용어를 표준화하고, 데이터 변경 이력과 영향도를 자동으로 관리하는 체계를 갖추는데 초점을 맞췄다. 이를 통해 전국 농·축협이 동일한 기준으로 고객 정보를 활용할 수 있도록 할 방침이다.

자연어로 질문하면 AI가 분석 결과를 제공하는 셀프 BI 기능도 도입된다. 데이터 활용 경험이 적은 직원도 고객 응대에 필요한 정보를 쉽게 확인할 수 있도록 지원한다.

SK AX는 자체 개발한 AI 기반 개발 자동화 플랫폼을 프로젝트 전반에 적용해 분석과 설계, 테스트 과정의 효율성을 높일 계획이다. /김서현 기자