IT기업 '올바른 가치관'

기고

김 영 란
한국인터넷기업협회 기획국장
yran@kinternet.org

'착하다'의 사전 의미는 '언행이나 마음씨가 곱고 바르며 상냥하다'로 정의할 수 있다. 곱고, 바르고, 상냥함. 이를 싫어할 사람이 누가 있을까. 기업 역시 마찬가지다. 사람들은 '착한' 기업을 더 좋아하고, 신뢰한다. 기업들이 '착함'을 지향한 지 오래다. 사회책임(CSR), 공유가치창출(CSV) 등 이름으로 다양한 활동을 수행하고 있다. 이들의 움직임은 때로 사회에 큰 변화를 불러일으키기도 한다.

기술로 사회 혁신을 꿈꾸는 정보기술(IT) 기업들의 착한 활동은 더욱 눈에 띈다.

IT 산업에 속한 기업들은 다른 산업 속 기업보다 젊다. 이 때문에 구습에 얽매이지 않는다. 이들은 사용자들과 함께 선한 프로젝트를 만들어 가는 일에 매우 익숙하다.

대표 사례로 네이버의 '프로젝트 꽃', 카카오의 '같이가치'는 사회 공헌 활동을 넘어 새로운 생태계를 만들고 사용자들이 함께 향유하는 콘텐츠까지 생산해 내고 있다.

프로젝트 꽃은 네이버가 지난 2016년부터 진행한 중소상공인·창작자 상생 프로젝트다. 그동안 경제활동에서 다소 소외돼 온 계층을 기술로 돕는다. 단순히 자립을 돕는 것에서 그치지 않고 이들의 가치와 철학을 알리는 일에 집중했다.

같이가치는 카카오 사회 공헌 플랫폼이다. 올해 처음으로 연간 누적 기부금 100억원을 넘겼다. 참여 건수도 750만건으로 역대 최다를 기록했다. 특히 올해는 코로나19 상황을 이겨 내기 위한 다양한 모금함과 프로젝트가 진행됐다.

눈앞에 다가온 2021년에도 IT 기업들은 착한 활동을 멈추지 않을 것이다. 꾸준함만큼 진정성을 증명하는 방법도 없다.

국가가 미처 배려치 못한 사회 문제를 함께 고민하고 해결하고자 하는 기업들을 응원하면서 기업의 사회 책임에 또 다른 방향을 제언하고자 한다. 바로 '바름'이다. 새해 기업들은 착하다가 지닌 의미 가운데 '바르다'는 부분에 무게를 더 둬야 한다. 특히, ESG(환경, 사회, 정부) 관점에서 '올바름'을 지향할 필요가 있다.

비단 대한민국뿐만 아니라 지구촌 고민거리로 떠오른 환경 문제, 분명히 존재하지만 마치 없는 것처럼 치부되는 사회 약자와 소수자들을 살펴야 한다. 이에 대한 문제 인식이 해결의 시작이다.

특히 전염병 확산으로 가난한 자와 부자, 젊은층과 노년층의 격차가 더 커지고 있다. 사회 곳곳에서 부와 정보의 쏠림 현상이 두드러지고 있다. 개인이 해결하기에는 벅찬 사회 문제들이다.

이 균열을 메우고 막아 내는 것이 기업과 정부, 시민사회의 숙제다. 사회 구성원 전체가 공감하고 해결책을 모색해야 한다.

기업들이 어벤저스처럼 나서서 문제를 당장 해결할 수는 없다. 다만 IT 기업만이 지닌 고유의 힘인 소통과 연결은 문제에 대해 공감대를 조성할 수 있다. 우리 사회가 '올바름'을 기치로 이 힘을 어떻게 이용할지 함께 맞대고 논의하면 분명히 방법을 찾을 수 있다. 미래 세대인 Z세대는 올바른 가치관에 매우 민감하다. '올바르지 못하다'는 논란이 생기는 순간 기업에 대한 충성도가 순식간에 사라지는 세대다. 반대로 기업이 올바른 가치관 기준으로 사업을 펼친다면 누구보다 좋아해 줄 세대이기도 하다. 기업이 올바름을 추구하는 것은 장기 관점에서 투자라고도 볼 수 있다.

문제를 외면치 못하도록 세상을 바르게 보게 해 주는 것, 이것이 곧 2021년 소셜 임팩트의 시작이다.

관망경(官望鏡) 넷플릭스법 논란 해법

넷플릭스법으로 불리는 전기통신사업법 개정안이 시행됐다. 개정안은 대량 트래픽을 유발하는 글로벌 콘텐츠제공사(CP)에 최소한의 서비스 안정성 의무를 부여, 우리 국민의 피해를 막고자 마련됐다. 논란은 여전하다. 대상인 글로벌 CP는 별다른 반응이 없는 반면에 네이버와 카카오만 우려가 크다.

국내 통신사는 쾌재를 부른다. 이들은 부가통신사업자에 서비스 안정성 확보 의무를 부여한 만큼 글로벌 CP와 망 대가 협상에서 유리할 것으로 판단한다.

국민 편의를 위해 도입한 법인데 결국 통신사

에 협상 무기를 쥐어 준 듯한 인상을 지울 수 없다. 법 개정이 논란화 되는 가장 큰 이유다. 그 과정에서 적정 망 대가를 지불하는 국내 CP가 법안의 대상에 포함돼 각종 의무를 지게 됐다. 넷플릭스법 논란을 잠재우려면 서비스 안정성, 이용자 피해 방지라는 도입의 취지에 충실해야 한다. 글로벌 CP에 대한 법 집행 실효성 확보가 최우선 과제다. 글로벌 CP의 국내 법 준수에 대해서는 회의 시각이 대부분이다.

트래픽 측정 투명성도 확보해야 한다. 과학기술정보통신부는 통신사 정보와 실태조사, 한국전자통신연구원(ETRI) 검증을 통해 수범 기준인 트래픽 1%를 측정할 계획이다. 그러나 통신사 정보가 자의적일 것이란 우려가 크다. 실태조사는 정해진 바가 없다. 이 모든 문제를 해결해야 논란을 해소하고 법 도입의 취지를 살릴 수 있다.

안호천기자 hcan@etnews.com

기자수첩 6G R&D, 서비스 고민 필요

"세계 최초의 5세대(5G) 이동통신 상용화에는 성공했지만 세계 시장 선점이라는 목표를 달성했는지는 의문이다." 우리나라의 5G 상용화 성과를 보는 전문가와 현업 종사자들의 평가다. 우리나라는 '세계 최초 5G 상용화'라는 성과에 걸맞게 세계에서 가장 빠른 속도로 인프라를 구축했다. 물론 5G 성능을 제대로 보여 주는 기업용(B2B)·소비자용(B2C) 킬러 서비스는 아직 부족한 수준이다.

과학기술정보통신부는 최근 '6G 시대를 선도하기 위한 미래 이통 연구개발(R&D) 추진전략'(6G R&D 전략)을 발표했다. 이와 관련한 기사 댓글들은 5G 인프라와 서비스도 완벽하지 않은 상태에서 무슨 6G를 개발하느냐며 싸늘하다. 기술 개발에 성공하더라도 활용하지 못한다면 속 빈 강정에 불과하다는 비판은 일면 타당성이 있다. 그럼에도 미래 기술 준비까지 부정할 순 없다.

3G, 롱텀에벌루션(LTE), 5G 등 이통 기술은 10년 준비를 거쳐 세상에 나왔다. 2021년은 6G 준비를 시작하기에 적절한 시점이다. 미국 넥스트G 얼라이언스와 유럽연합(EU) 헥사-X가 출범했고, 중국은 수십조원을 투입하는 6G 준비에 들어갔다. 한국도 경쟁에서 손을 놓고 있을 수만은 없다. 6G 시장 선도를 목표로 R&D를 시작한 만큼 과거 경험을 면밀하게 평가해서 부족한 부분은 보완하는 등 제대로 가야 한다.

6G R&D 전략은 비전 제시, 표준 확보 등 기술에 초점이 맞춰져 있다. 기술만 중시하다가 서비스 활성화에 어려움을 겪는 5G 전철을 밟을 수도 있다. 일본은 '소사이어티 5.0' 비전을 통해 미래 정보통신기술(ICT) 응용서비스와 생활 변화상을 상정해서 기술을 개발하는 방식으로 산업 전략을 추진한다. 우리나라는 통신 인프라와 기술에서 일본을 앞섰다. 6G 초기부터 응용서비스 분야에 지금보다 더 많은 고민을 담아 보완한다면 완성도 높은 전략을 기대할 수 있다.

손 지 혜
통신방송과학부
jh@etnews.com

사 설

코로나19, 개인방역이 우선이다

코로나19 3차 대유행이 현실이 됐다. 13일 0시 기준 신규 확진자 수가 1000명을 넘었다. 코로나19 신규 확진자가 1000명 대를 돌파한 것은 국내 최초 확진자가 발생한 1월 20일 이후 처음이다. 문제는 수도권 종교시설과 요양병원 등을 중심으로 대규모 집단감염이 끊이지 않고 있다는 점이다. 또 학원, 음식점, 노래교실, 가족·지인모임, 군부대 등을 통한 집단감염도 전국 곳곳으로 확산하고 있다. 정부의 2.5단계 사회적 거리두기 방역 조치에도 겨울철로 접어들면서 어쩔 수 없는 '3밀(밀접·밀폐·밀집)' 상황이 많아지면서 확진자가 급속도로 늘고 있는 상황이다.

정부는 사회적 거리두기 3단계 격상을 고민하는 모양새다. 병상 부족 사태가 심각해지고 의료체계 부담이 가중될 경우, 걷잡을 수 없는 상황으로 내몰릴 수 있기 때문이다.

전국적 대유행 상황에 대비하기 위한 3단계 거리두기 조치는 아직 그 기준에 해당하지 않지만, 선제 조치가 필요하다는 목소리도 적지 않다. 3단계에서는 10인 이상 모임·행사가 금지되고, 의료기관 등 필수시설 이외의 모든 다중이용시설 운영이 중단된다. 영업 중단 시설이 2.5단계에선 13만개지만, 3단계가 되면 50만개 이상으로 대폭 늘어난다. 사실상 경제적 봉쇄 조치에 해당한다.

이제 다시 기본으로 돌아가야 할 시기다. 정부의 방역 조치에만 기대지 말고, 개인방역을 다시 한 번 점검하자. 확진자가 꾸준하게 늘어나는 상황임에도 '나는 괜찮겠지'라는 안일한 인식과 방심이 코로나19 3차 대유행을 만든 또 다른 원인일 수도 있다.

철저한 개인방역이 첫 걸음이다. 지금의 코로나19 확산세를 잡지 못하면, 우리의 일상 전체가 무너질 수 있다는 점을 상기해야 한다. 이렇게 무너지기에는 올 한 해 계속된 모두의 방역 노력이 너무 아까울 따름이다. 정부도 선제적인 방역 조치와 함께 치료제와 백신 확보 등 근본적인 해결책 마련에 속도를 내야 한다.

새해 경기도 어둡다는데

2021년 경기가 오리무중이다. 새해가 코앞에 다가왔지만 좀체 경기 상황을 예측하지 못하고 있다. 국내 기업 10곳 가운데 7곳은 경영계획을 아직 확정하지 못한 것으로 나타났다.

전국경제인연합회가 매출액 기준 1000대 기업 대상으로 실시한 '2021년 기업 경영환경 전망 긴급 설문조사'에 따르면 전체 응답 기업(151개사)의 71.5%가 경영계획의 '초안만 수립'(50.3%)했거나 '초안도 수립하지 못했다'(21.2%)고 밝혔다. 업종별로 보면 철강(9개)은 조사 대상 기업 가운데 단 한 곳도 경영계획을 확정하지 못했다. 자동차 부품(25개)은 76%, 건설(8개)과 일반기계(8개)는 75%가 경영계획에 손도 대지 못했다고 응답했다. 사업계획을 확정하지 못한 이유로 대내외 불확실성을 꼽았다. 코로나19가 재확산 조짐을 보이고 환율·금리 변동 등 금융 리스크, 미-중 갈등 지속 등으로 말미암은 무역 상황마저 불투명하기 때문이다. 여기에 고용과 최저임금 등 노동정책도 부담스럽고, 정치 갈등과 기업 규제도 주원인으로 보인다. 여러 이유가 있겠지만 사업계획을 수립하지 못한 가장 큰 배경은 역시 경기 요인이다. 올해도 힘든 한 해를 보냈겠지만 새해도 만만치 않을 것이라는 의견이 지배적이다.

사업계획은 기업의 몫이다. 그러나 사업 환경을 만들어 주는 역할은 정부가 담당해야 한다. 코로나19와 같은 대외 변수는 정부도 해법이 없다. 경기가 곤두박질치는 이유가 여기에 있다. 그렇다고 역할이 없는 건 아니다. 규제를 없애도 기업을 격려하고 지원하는 친기업 정책이 어느 때보다 절실하다. 대외적으로 사업 환경이 옥죄는데 정부마저 기업 편을 들지 않는다면 피해는 결국 시장과 소비자에게 돌아갈 수밖에 없다. 정부 입장에서 기업은 함께 가야 할 경제 주체다. 새해 경기도 불투명한 상황에서 갈수록 규제 강도까지 높아진다면 경쟁력은 추락할 수밖에 없다.

기업이 어려우면 도미노처럼 정부도 영향을 받는다. 사업계획을 수립하지 못한다는 현장의 목소리에 귀를 기울여야 한다. 단순히 기업 문제가 아니라 정부, 나아가 국가 전체 문제일 수 있다.

■ 독자 여러분의 제보를 환영합니다.
■ 전화:(02)2168-9657 ■ 팩스:(02)2636-1348 ■ e메일:jebo@etnews.com

웹어워드코리아 2020
최고대상 및 각 분야별 대상 수상작 발표!

수상명	서비스명	소속운영사	운영대행사
최고대상			
웹어워드 PC웹 최고대상	제네시스 브랜드 웹사이트	현대자동차 제네시스 사업본부	현대오토에버 미래성장 사업부/디제이/생커스
웹어워드모바일웹 최고대상	롯데캐슬	롯데건설	이지미디어
이노베이션대상			
디자인 이노베이션대상	현대건설 디에이치	현대건설	유컴패니온
UI/UX 이노베이션대상	삼성바이오로직스 가상홍보전시관	삼성바이오로직스	인픽스
기술 이노베이션대상	KGC인삼공사	KGC인삼공사	더즈인터랙티브
콘텐츠 이노베이션대상	디자인디비	한국디자인진흥원	한국디자인진흥원
서비스 이노베이션대상	삼성전자 뉴스룸	삼성전자	삼성전자
마케팅 이노베이션대상	GS칼텍스	GS칼텍스	이트라이브
브랜드 이노베이션대상	두산인프라코어	두산인프라코어	더즈인터랙티브
프로모션 이노베이션대상	아트닷컴 A-RT.COM	ABC-MART KOREA	글림
모바일UI/UX 이노베이션대상	T map 미식로드	SK텔레콤	SK텔레콤
모바일브랜드 이노베이션대상	폭스바겐 코리아 홈페이지	Audi\Volkswagen Korea Ltd	매그넘빈트
웹표준 이노베이션대상	푸본현대생명 대표 웹사이트	푸본현대생명보험	인픽스
웹접근성 이노베이션대상	삼성생명	삼성생명보험주식회사	플립커뮤니케이션즈
통합대상			
기업일반부문 통합대상	CJ 제일제당 바이오 사업부문	CJ 제일제당 CJ BIO	인픽스
금융부문 통합대상	미래에셋생명 통합사이트	미래에셋생명	네티브
제품브랜드부문 통합대상	(주)위닉스	위닉스	코너크리에이티브
생활브랜드부문 통합대상	이너시그널	한국오츠카제약	뮤자인
쇼핑몰부문 통합대상	삼분의일	삼분의일	픽스다인 웨이메이커
정보서비스부문 통합대상	녹색친구들	녹색친구들	위트플러스
공공부문 통합대상	한국조폐공사	한국조폐공사	메이아이
의료부문 통합대상	삼성바이오로직스 공식 웹사이트	삼성바이오로직스	인픽스
문화부문 통합대상	세종문화회관	세종문화회관	세종문화회관
레포츠부문 통합대상	한화 아쿠아플라넷	한화호텔앤드리조트	이트라이브
프로모션부문 통합대상	샘표 맛있는 추억을 그리다	샘표식품 주식회사	원스인터랙티브
고객서비스부문 통합대상	LG하우시스 미국법인	LG Hausys America Inc	이퓨전아이
교육부문 통합대상	서울대학교	서울대학교	서울대학교
모바일웹 마케팅부문 통합대상	신한카드 모바일 홈페이지	신한카드	오픈오브젝트/시그니처그룹/시루정보
모바일웹 서비스부문 통합대상	신세계조선호텔 통합멤버십	신세계조선호텔	매그넘빈트/블루웨이브

특별대상			
KIPFA 특별대상	상상인 그룹사 웹사이트	상상인	매그넘빈트
아이어워즈 특별대상	시코르닷컴	신세계	메가존
기업일반 부문			
대기업종합분야 대상	포스코ICT 아이소티브	POSCO ICT	프레임아웃
제조분야 대상	삼성전기	삼성전기	더위버크리에이티브
소재·부품분야 대상	SK넥실리스	SK넥실리스	리플렉션
화학분야 대상	티케이케미칼	티케이케미칼	더위버크리에이티브
건설분야 대상	대방산업개발 오피셜 웹사이트	대방산업개발	브이더블유
건설브랜드분야 대상	대한민국No.1 아파트e편한세상	대림산업	이트라이브
서비스분야 대상	레드독컬처하우스	레드독컬처하우스	뮤자인
보안분야 대상	라온시큐어	라온시큐어	플립커뮤니케이션즈
유통분야 대상	GS네트웍스	GS네트웍스	모렌비
중견기업분야 대상	SM그룹 대표 웹사이트	SM그룹	더위버크리에이티브
웹/광고에이전시분야 대상	버즈빌	버즈빌	플립커뮤니케이션즈
스타트업분야 대상	지니너스	지니너스	유엘디자인
금융 부문			
금융일반분야 대상	KB데이타시스템	KB데이타시스템	이지프레스
생명보험분야 대상	DGB생명	DGB생명	미디어포스앤컴퍼니
손해보험분야 대상	흥국화재 다이렉트	흥국화재	이트라이브
제품브랜드 부문			
자동차분야 대상	르노삼성자동차	르노삼성자동차	마더브레인
가구분야 대상	일룸 플라세르 모션라운지베드	TBWA	뉴턴그룹
가전분야 대상	LiVE LG	LG전자, LG CNS	차이커뮤니케이션/에타브레인
영상분야 대상	캐논 EOS Rsystem Rchive	캐논코리아컨슈머이미징	코너크리에이티브
생활브랜드 부문			
화장품분야 대상	바닐라닷컴	F&CO	디지털웍스(아이뱅크)
뷰티분야 대상	셀리턴	셀리턴	매스티지
패션분야 대상	NSAD	케이투코리아	뮤자인
식음료분야 대상	CJ제일제당 백설 식용유	CJ 제일제당	더썸컴퍼니
생활프랜차이즈분야 대상	국민가게, 다이소	다이소	이모션글로벌
식음료프랜차이즈분야 대상	앤티앤스 프레즐 코리아	재원푸드	뮤자인
쇼핑몰 부문			
패션쇼핑몰분야 대상	이랜드 리테일 키디랜디	이랜드리테일	라드사전에스/리노미디어
생활쇼핑몰분야 대상	이유식의 새로운 기준 '케어비'	남양	글림
전문쇼핑몰분야 대상	굿닷컴	까사미아	까사미아
플랫폼쇼핑몰분야 대상	캐머런	캐머런	캐머런
식품쇼핑몰분야 대상	현대식품관 투홈	현대백화점	코너스톤인터랙티브
화장품쇼핑몰분야 대상	엘마	엘마	오감소프트
브랜드쇼핑몰분야 대상	스파오	이랜드월드패션사업부	모렌비
정보서비스 부문			
미디어분야 대상	인천시 인터넷신문 i-View	인천광역시	인천광역시
취업정보분야 대상	사람인	사람인HR	사람인HR
전문정보분야 대상	K-BioX	K-BioX	K-BioX
인터넷서비스분야 대상	회의실닷컴	에이치제이홀딩스	블랙브릭스
공공/의료 부문			
정부기관분야 대상	육군 인터넷 홈페이지	대한민국 육군본부	케이투웹테크
공공기관분야 대상	부산관광공사	부산관광공사	아리모아
지방자치기관분야 대상	서울특별시 소상공인 종합지원포털	서울신용보증재단	서울신용보증재단
연구기관분야 대상	한국지질자원연구원	한국지질자원연구원	한국지질자원연구원
비영리기관분야 대상	독서동아리지원센터	책읽는사회문화재단	유컴패니온
종교기관분야 대상	정토회 공식홈페이지	정토회	원스인터랙티브
공공서비스분야 대상	한국남부발전	한국남부발전	케이투웹테크
공공의료분야 대상	경기도 요양병원 온라인시스템	경기도 공공보건의료지원단	카이아이컴퍼니
종합의료분야 대상	일산차병원	일산차병원	일산차병원
전문의료분야 대상	비앤빛 강남밝은세상안과의원	비앤빛 강남밝은세상안과	유컴패니온
제약분야 대상	동아제약 OTC통합브랜드 홈페이지	동아제약	이트라이브
헬스케어분야 대상	로하스메디	로하스메디	로하스메디
문화/레포츠 부문			
여행/관광분야 대상	더현대트래블	현대드림투어	이지미디어
호텔/리조트분야 대상	세이지우드 공식 웹사이트	YKDevelopment	애드캡슐소프트
문화/예술분야 대상	스톰프뮤직	스톰프뮤직	서로커뮤니케이션
레저/스포츠분야 대상	롯데스카이힐CC	호텔롯데 롯데리조트	호텔롯데 롯데리조트
게임분야 대상	엔씨소프트	NCSOFT	더즈인터랙티브
전시관분야 대상	KT Tele Museum	KT	더즈인터랙티브
문화분야 대상	AK문화아카데미	AK플라자	뮤자인
프로모션 부문			
기업프로모션분야 대상	INSIDE NHN	NHN	NHN
식품프로모션분야 대상	CJ제일제당 백설 고소함가득 참기름	CJ 제일제당	CJ 제일제당
제품프로모션분야 대상	NEW 스마트카라 400 사전예약 프로모션	스마트카라	펜타클
브랜드프로모션분야 대상	홍이장군으로 면역력을 달고살자	KGC인삼공사	펜타클
이벤트프로모션분야 대상	맥도날드 25일의 크리스마스 프로모션	맥도날드	포엠 크리에이티브/코마스인터랙티브
공공프로모션분야 대상	U+5G 열중동물 공원 고객행동 실천 프로모션	LG유플러스	펜타클
서비스프로모션분야 대상	코웨이 물맛연구소	코웨이	코웨이
영상프로모션분야 대상	NEW 스마트카라 400 론칭 이벤트	스마트카라	펜타클
고객서비스 부문			
글로벌서비스분야 대상	희다	인탑스	맑음
글로벌브랜드분야 대상	LG MMA	LG MMA	포엠크리에이티브/LGCNS
회원서비스분야 대상	누들푸들 웹사이트	농심	브이더블유
교육서비스분야 대상	미국국무부산하공식유학상담센터	주한미국대사관 공공외교과	오감소프트
사회공헌분야 대상	고려대학교 발전기금	고려대학교	고려대학교
사회복지분야 대상	티머니복지재단	티머니복지재단	내가그린기린그림
웹진분야 대상	수협중앙회 웹진	수협중앙회	홍커뮤니케이션즈
기업인재채용분야 대상	롯데그룹채용	롯데	이트라이브
교육 부문			
대학분야 대상	국민대학교	국민대학교	싸이웍스
사이버대학분야 대상	국제사이버대학교 온라인강의실	국제사이버대학교	비브이에스
유아교육분야 대상	아마하음악교실	아마하뮤직스쿨그룹	오케이토마토
학생교육분야 대상	웅진스마트올	웅진씽크빅	이퓨전아이
전문교육분야 대상	이루다스피치	이루다스피치	거인소프트
모바일웹 마케팅 부문			
생명보험분야 대상	푸본현대생명 모바일 웹사이트	푸본현대생명보험	인픽스
신용카드분야 대상	NH농협카드 모바일웹	NH농협카드	미디어포스얼라이언스
손해보험분야 대상	캐롯손해보험	캐롯손해보험	캐롯손해보험
쇼핑분야 대상	오늘이 맛있는 탐험, 헬로네이처	헬로네이처	프레임아웃
마케팅분야 대상	로얄캐닌 맞춤영양 프로그램	로얄캐닌 코리아	이든앤엘리스마케팅
모바일웹 서비스 부문			
정보서비스분야 대상	하나은행 비대면 서비스	하나은행	미디어포스얼라이언스
교육분야 대상	에듀윌	에듀윌	에듀윌
의료분야 대상	분당차여성병원	분당차병원	분당차병원
여행/관광분야 대상	더현대트래블	현대드림투어	이지미디어
문화분야 대상	CJ 도너스캠프	CJ 나눔재단	브이더블유
레포츠분야 대상	HMG 드라이빙 익스피리언스	현대자동차 상품본부	이지미디어

사단법인 한국인터넷전문가협회 아이어워즈위원회
(06093) 서울특별시 강남구 선릉로 636 키스톤빌딩 2층 | www.kipfa.or.kr | i-award.or.kr
i-AWARDS 아이어워즈 코리아 시상식
kipfa (사)한국인터넷전문가협회