



Think Tomorrow

2005 Sustainability Report
지속가능성 보고서



1. 보고서 작성 기준

본 보고서는 GRI의 Sustainability Reporting Guidelines 2002에 의거하여 작성되었습니다.

2. 보고서 내용 및 범위

본 보고서는 롯데백화점의 경제, 환경, 사회적 성과와 현황을 담고 있습니다. 보고서에 기재된 내용은 롯데백화점 본사와 22개 점포를 기준으로 하고 있습니다. 단, 기업공개 관련 사항 (10p) 및 재무관련 사항 (17p)을 비롯한 일부 내용은 롯데소핑주식회사 (롯데백화점, 마트, 사네마, 슈퍼, 식품, KKD사업부 포함 / 관계회사인 롯데미도파, 롯데역사 제외) 기준으로 작성되었습니다.

3. 보고서 대상 기간 : 2005년 1월 1일 ~ 2005년 12월 31일 * 일부 사항은 2006년 내용까지 포함하고 있습니다.

4. 보고서 의의

롯데백화점은 국내 유통업계 최초로 지난해 2004 지속가능성 보고서를 발간하였습니다. 2005 지속가능성 보고서는 2004 지속가능성 보고서와 비교하여 크게 3가지 측면에서 변화를 꾀하였습니다.

1 독자 및 이해관계자 중심으로 보고서를 구성하였습니다.

2004 보고서와 달리 2005 보고서는 주주/투자자, 고객, 협력회사, NGO 등 주요 이해관계자 그룹별로 내용이 구성되어 있습니다.

2 2004 보고서 대비 사회, 경제 part의 비중을 늘렸습니다.

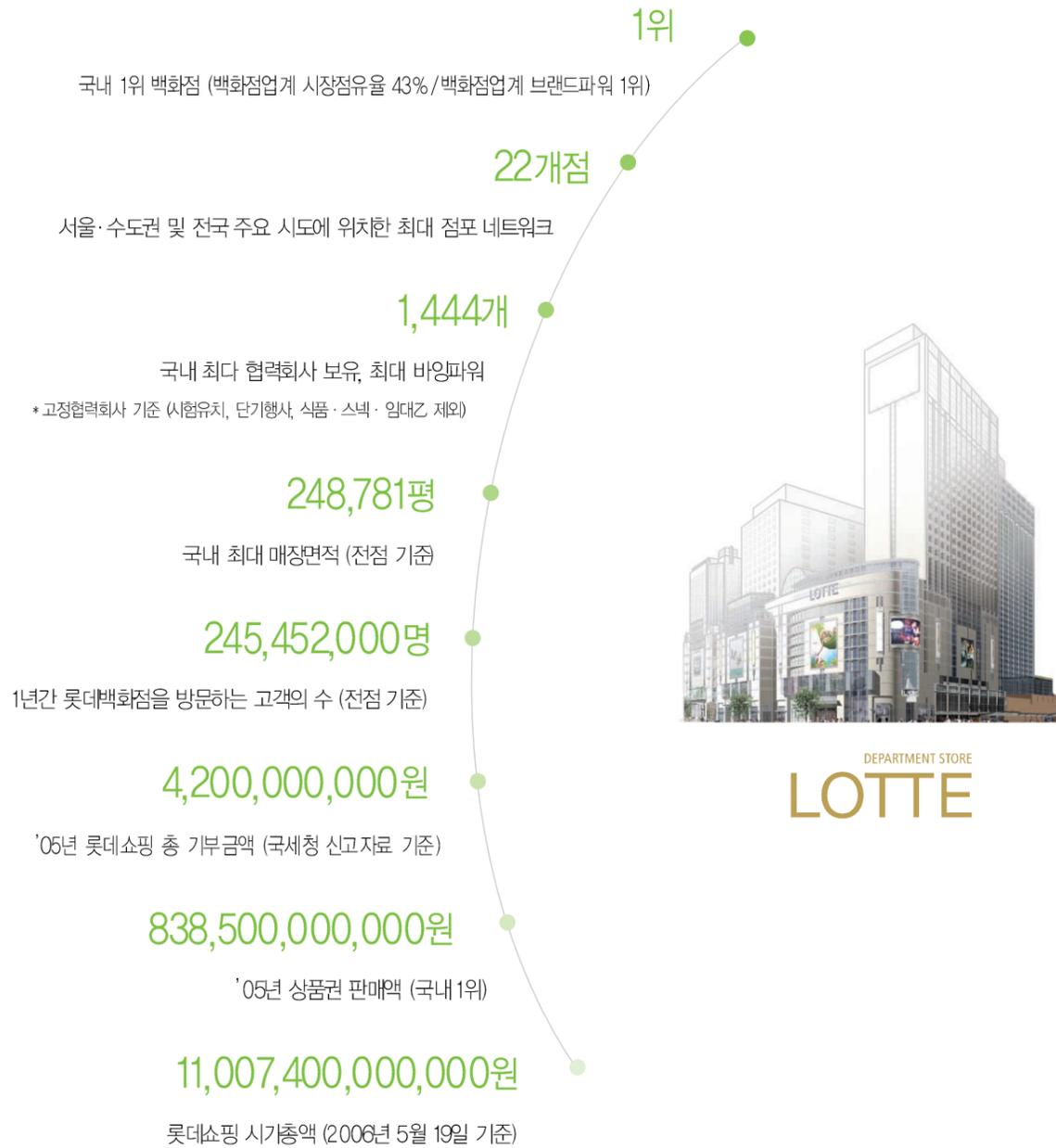
사회 Part에서는 고객, 협력회사 관련 내용을 확충하였으며, 경제 part에서는 글로벌화 및 전략경영에 대한 부분을 상세히 다루었습니다.

3 보고서의 내용을 보다 명료하게 전달하려고 노력하였습니다.

이를 위하여 수치화, 계량화에 중점을 두어 보고서를 작성하였으며 2004 보고서와 비교하였을때, 보다 많은 데이터가 표와 그래프 등의 형태로 제시되고 있습니다.

Page	Contents
	<ul style="list-style-type: none"> 롯데백화점 지속가능경영
3	CEO's Message
4	기업개요
7	지속가능경영 전략/비전
9	2005 핵심성과
	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 Top백화점을 향하여
17	경영성과
19	전략경영
21	경제기여
	<ul style="list-style-type: none"> 언제나 고객과 함께
25	프리미엄 상품 정책
29	고품격 서비스 혁신
31	풍요로운 삶의 동반자
33	사회공헌
	<ul style="list-style-type: none"> 롯데가족의 오늘 그리고 내일
39	임직원을 고객과 같이
41	인재 경영
43	파트너십 경영
45	공정거래 자율준수
	<ul style="list-style-type: none"> 환경기치경영
49	친환경백화점
53	친환경 라이프스타일
57	환경 캠페인
61	고객과 함께하는 환경사랑 실천
64	검증의견서
65	GRI INDEX CHART
70	연락처

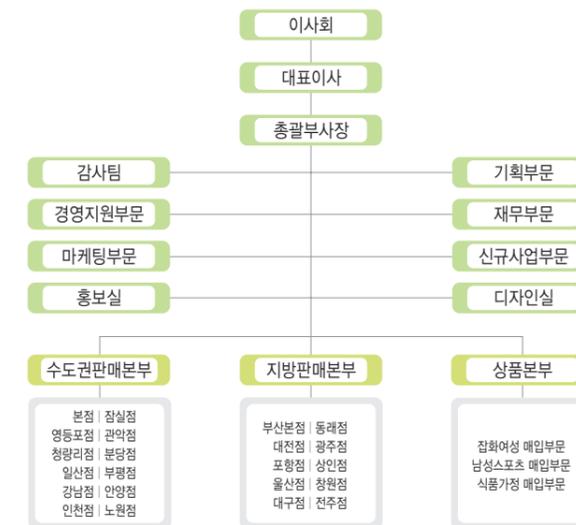
숫자로 보는 롯데백화점 현황



조직 현황

롯데백화점 조직도

지속적인 경영개선과 업무혁신을 위하여 매월 운영회의를 각 부문별로 개최하고 있습니다. 각 부문별 운영회의에서는 경영개선 사항 업무계획 및 집행현황에 대한 점검과 함께 제도 및 경영혁신을 위한 토의와 방안도출이 이루어 집니다.



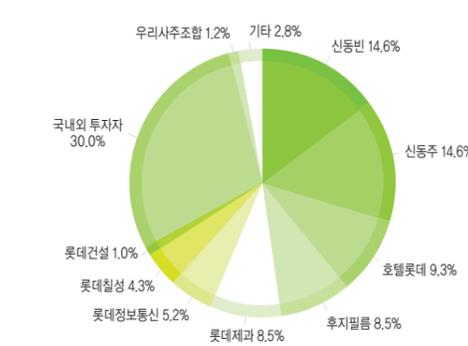
기업지배구조

롯데쇼핑 이사회는 사내이사 4명, 사외이사 5명, 총 9명으로 구성되어 있습니다. 사내이사는 롯데백화점 이인원 대표이사를 포함하여 대표이사 4명으로 구성됩니다. 사외이사는 한국갤럽조사연구소 박무익 소장, 순천향대학 강윤규 교수, 공정거래위원회 윤세리 경쟁정책자문위원, 연세대학교 경영대학 손성규 교수, 호텔롯데부산 오정환 전상무 등 5명으로 구성되며 롯데쇼핑 경영활동에 대한 모니터링과 자문을 제공합니다.

주주총회

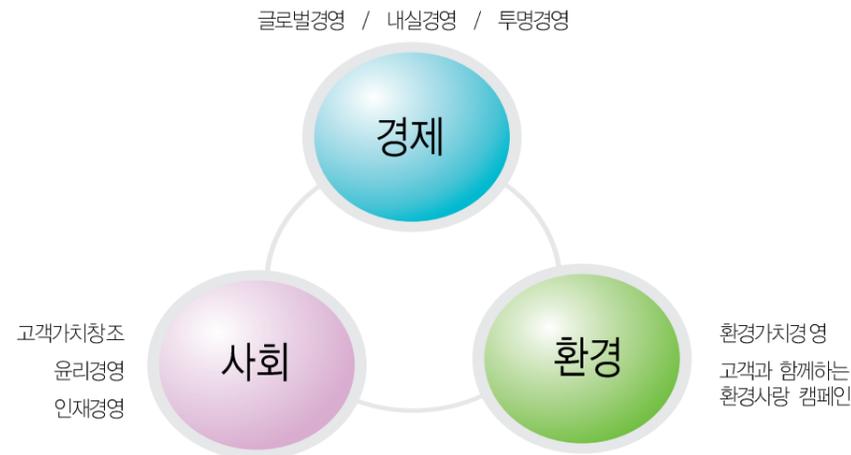
정기주주총회는 매 결산기가 끝난 후 3월 이전에 소집하고 임시주주총회는 필요에 따라 이사회결의 등을 통해 수시로 소집하고 있습니다. 주주총회 소집이 결정되면 일시 장소 및 목적사항을 2주 전부터 일간 한국경제신문과 매일경제신문을 통해 2회 이상 공고함으로써 주주에게 총회소집 사실을 알리고 있습니다. 주주의 의결권은 1주마다 1개를 제공하고 있으며 2 이상의 의결권을 가지고 있는 주주는 의결권의 불통일 행사를 할 수 있습니다. 또한 주주총회 참석이 어려울 경우 대리인을 통해 의결권을 행사할 수 있도록 하고 있습니다. 주주총회 결의기준은 출석한 주주의 의결권 과반수와 발행주식 총 수의 4분의 10 이상의 수로 정하고 있습니다.

롯데쇼핑 지분구조도



지속가능경영 전략과 비전

지속가능경영 추진 방침



이해관계자별 롯데백화점 지속가능경영활동

이해관계자	주요 활동
고객	· MD 혁신 · 서비스 혁신 및 고급화 · 식품안전 · 패션트렌드 선도 · 친환경 상품/시설 확대 · 환경보전 캠페인
지역사회	· 고용창출 확대 · 지역사회 공헌 · 임직원 봉사 활동 · 1점산천 보전 활동
임직원	· 직원복지 강화 · 인재경영 · 상생 노사정책 · 환경교육 및 실천 · 사내 환경캠페인
협력회사	· 중견협력회사 육성/후원 · 협력회사 우대 및 상생경영 · 윤리경영 · 협력회사 환경경영 참여유도
기타 (NGO, 정부 외)	· 기업공개(IPO) · 투명경영 · 공정거래 자율준수 · 장애인 고용 확대 · 환경NGO 제휴 캠페인 · 환경관련 법규 준수

경영방침



지속가능경영을 통한 성장 VISION

롯데백화점은 지속가능경영을 토대로 경제, 사회, 환경의 균형있는 성장과 발전을 통해 글로벌 스탠다드에 부합하는 세계 최고수준의 백화점으로 성장할 것입니다



2005 핵심성과 Highlight

지속가능경영을 통해 달성한
5대 핵심성과입니다



경영성과와 기업공개

경영성과

롯데백화점은 2005년 한해동안 경영성과 극대화를 위한 'Up10 Down10' 캠페인을 전개하여 매출성과는 10% 올리고 비용은 10% 낮춤으로써 매출과 이익을 동시에 극대화하기 위한 경영관리활동에 총력을 기울였습니다. 전년과 비교하였을때 매출액은 롯데쇼핑 기준으로 7조 6천억에서 8조 6천억으로 13%의 신장을 달성하였으며 동시에 영업이익 26%, 경상이익 76% 증가라는 성과를 이루어 냈습니다. 특히 이익신장율이 매출신장율을 6배 가까이 상회하는 성과를 이루어 낸 것은 비용절감과 이익률 제고를 위한 전사적 노력의 결실로 평가됩니다.

2003~2005 3개년 매출액/영업이익/경상이익 추세 (단위 : 백만원)



■ 롯데쇼핑 평균 법인 기준으로 작성 (롯데백화점, 마트, 시내대, 슈퍼, 식품, KKD사업부 포함하였으며 관계회사인 롯데미도과, 롯데편지는 자료에서 제외됨)

기업공개

2006년 2월 롯데쇼핑이 런던증권거래소와 한국증시에 동시상장하였습니다. 이를 통해 롯데쇼핑은 시가총액 11위(4월 기준)의 초우량기업으로 자리매김했고 총 3,6조원에 달하는 신규사업자금을 확보하게 되었습니다. 공모자금은 신규사업 및 글로벌사업 추진에 사용될 계획입니다. 국내·외 신규출점을 가속화 할 계획이며 MD혁신, 패션 비중 강화, CRM 마케팅 등 경쟁력 강화를 통해 수익구조를 향상시켜 나갈 계획입니다. 금번 상장으로 인해 크게 세가지 차원에서 긍정적인 효과를 기대할 수 있습니다. 첫번째는 영업기반 강화입니다. 즉 3,6조에 달하는 신규투자를 통해 백화점 부문 1위의 위상을 보다 확고히 할 수 있게 되었습니다. 또한 수익성 개선효과와 함께 사업 다각화에도 가속도가 붙을 것으로 기대됩니다. 두번째는 재무구조개선입니다. 안정성 지표에 있어서도 기업공개 (IPO)를 통한 신규자금 유입에 따른 부채상환을 통해 부채비율이 크게 낮아져 경영내실화가 더욱 진전될 것으로 전망됩니다. 이에 따라 지난 2월 롯데쇼핑 채권에 대해 한국신용평가가 부여한 신용등급은 현재 AA+(투자적격)로 한등급 레벨업되었습니다. 세번째는 재무용통성 확보입니다. 유상증자 등 자원조달 방안이 다양화됨으로써 상장 이전과 비교할 때 자금조달력이 크게 강화되었습니다.



롯데타운 - 국내 최대 복합쇼핑타운의 완성

2005년 8월, 국내 최대규모인 영업면적 2만5천평의 고품격 복합쇼핑타운인 롯데타운이 탄생했습니다. 롯데타운은 롯데백화점이 타 백화점과의 차별화를 위하여 전략적으로 추진하고 있는 복합화를 통한 시너지 창출형 쇼핑센터의 대표 사례입니다. 이미 롯데백화점은 잠실점, 울산점, 부산본점 등을 유통, 엔터테인먼트, 문화센터, 레저 서비스 등 고객의 다양한 기호를 충족시킬 수 있는 복합쇼핑공간으로 구성된 바 있습니다. 롯데타운은 '03년 10월부터 '05년 6월까지 1,000억원 이상이 투자된 대규모 리뉴얼을 통해 탄생되었으며 본점본관, 영플라자, 에비뉴엘, 시네마, 푸드코트 등을 아우르는 종합 엔터테인먼트 서비스를 갖추고 있습니다. 롯데타운에는 월평균 400여만명의 고객이 방문하는 것으로 집계되고 있습니다.

Total Life 서비스 공간으로 재탄생

편안한 공간에서 품격있는 쇼핑을 즐길 수 있도록 메가샵 편집샵 등의 특화공간을 늘렸으며 패션의류와 함께 코디할 수 있는 매칭샵을 운영하여 토탈 코디네이션이 가능한 매장 형태로 재탄생 하였습니다. 세계 각국 요리사의 정통 미각을 맞출 수 있는 전문식당, 토탈 웨딩 컨설팅을 제공하는 웨딩센터, 뷰티살롱 등 다양한 서비스 공간을 갖추고 있습니다.



롯데웨딩센터

영패션 트렌드를 창조하는 영플라자

영패션 리더를 위한 트렌디한 캐주얼과 감성 지향적인 N세대를 위한 특별 공간입니다. 고객과 함께하는 다양한 참여 이벤트, 젊은이들의 약속장소로 유명한 카페 미고 등 볼거리와 먹을거리가 풍부한 YOUNG 고객의 쇼핑명소입니다.

최고급 명품관 에비뉴엘

에비뉴엘은 갤러리 컨셉의 예술적 인테리어와 문화적 감성이 돋보이는 최고급 명품관입니다. 루이비통과 까르띠에, 롤렉스 등의 클래식 명품에서부터 마놀로 블라닉, 베라왕 등 트렌디 브랜드까지 다양한 명품 브랜드를 만날 수 있으며, 유명작가의 특별 전시를 관람할 수 있는 갤러리와 함께 뉴욕스타일의 럭셔리 스파, 디아모레 스파 등 웰빙 라이프 스타일 존을 갖추고 있습니다.

도심에서 만날 수 있는 고품격 문화센터

본점 문화센터는 최고의 시설, 세련되고 친환경적인 강의실, 국내 명사들의 품격있는 강의와 함께 차별화된 Life Style 제인강좌 도심상권에 맞는 특화된 시스템 및 프로그램을 갖추고 있습니다. 특히, 친환경소재를 사용한 각종 시설물은 환경가치경영을 모토로 삼고 있는 롯데백화점의 의지를 반영하고 있습니다.

롯데시네마, 시민광장과 샤흐데 스트리트

5개관 710석 규모의 롯데시네마에는 연인 전용 특별좌석에서 와인과 함께 최고급 서비스를 받으며 영화를 볼 수 있는 샤흐데관이 있으며 시네마 멤버십카드 소지 고객들이 편히 쉴 수 있는 VIP라운지를 갖추고 있습니다. 또한 롯데호텔과 롯데백화점 사이에 위치한 시민광장은 방문고객과 인근 오피스직원들에게 친환경적이고 쾌적한 휴식공간을 제공하고 있습니다. 또한 지난해 3월 에비뉴엘 오픈과 함께 조성된 샤흐데 스트리트에는 상시로 차와 커피를 제공하는 샤흐데카페가 운영되고 있으며 입구에는 2006년 2월에 환경캠페인의 일환으로 설치된 '환경시계가 자리잡고 있습니다.



영플라자



에비뉴엘



본점 문화센터



시민광장

ISO 14001 시스템 구축

롯데백화점은 지속적인 환경경영을 실천하기 위한 목적으로 환경경영시스템에 대한 국제규격인 ISO 14001에 대한 인증을 추진하였습니다. 그 결과 본사, 본점, 잠실점에 대하여 2005년 12월 ISO 14001 인증을 획득하게 되었습니다. 롯데백화점의 인증획득은 유통업계의 환경경영을 선도하고자 하는 롯데백화점의 환경가치경영 방침에 따라 이루어진 것입니다. ISO 14001 인증은 환경경영을 실행하기 위한 경영방침, 조직 매뉴얼, 관리시스템을 확립하였음을 의미합니다.

추진 경과와 성공포인트

2005년 2월 주요 팀의 핵심 직원 32명으로 구성된 ISO14001 TF팀을 구성한 후 환경가치경영 매뉴얼과 프로세스 수립을 시작으로 10개월에 걸친 ISO 14001시스템 확립 프로젝트를 진행하였습니다. 3~4월에 걸쳐 본사, 본점, 잠실점 3개 사업장에 대한 환경측면분석에 들어가 업무단위별로 환경영향평가를 진행하였으며 주요 환경요소를 종합한 환경영향등록부를 제작하였습니다. 환경영향등록부를 바탕으로 5~6월에는 팀별 환경목표 수립과 함께 단기 및 중장기 환경경영추진계획서를 작성하였으며 7월부터 본격적인 환경목표 실행에 돌입하였습니다. 10~11월 내부심사를 통해 부적합사항을 파악하였고, 이에 대하여 시정조치와 경영자 검토를 진행하였습니다. 최종적으로 '05년 12월 한국품질재단(KFQ) 심사위원의 검증을 거쳐 ISO 14001 인증을 획득하게 되었습니다. 롯데백화점이 성공적으로 ISO 14001 시스템을 구축할 수 있었던 요인은 유통업에 적합한 환경경영시스템을 구축하기 위해 노력했던 것이 효과적이었던 것으로 평가되었습니다. 특히 고객과 함께하는 환경 캠페인 활동에 대하여 매우 우수하다는 평가를 받았습니다.

환경가치경영 목표 및 세부성과지표

2005년 3월부터 6월까지 실시한 환경측면분석과 환경영향평가의 결과를 바탕으로 당사 환경방침과 연계한 15가지의 환경가치경영 목표 및 성과지표를 수립하였습니다. 2008년까지 3개년 중장기 목표를 세워 성과관리를 진행하고 있습니다.

- 기준년도(2006년)

환경방침	2006년도 목표	성과지표	단위	3개년 (2006~8년) 목표
친환경상품과 생활문화 제공	친환경 상품 5% 매출 신장	매출비중	%	친환경 상품 10% 매출 신장
	재활용 매장 관리 체계 확립	매뉴얼 수립	-	재활용 매장 활성화 및 품목 다양화
	친환경 편의시설 3% 확대	친환경 시설 비중	%	친환경 편의시설 5% 확대
환경경영선도	환경이벤트 5% 증가	환경이벤트 점유율	%	환경이벤트 15% 증가
	녹색구매 도입준비 (제품 파악 및 효율성 분석)	녹색구매품 종류	종	사무용품/소모품군 녹색구매품으로 전환
	전사 ISO14001 인증	전사 인증 여부	-	22개점 환경경영시스템 확립
지속적 사내 환경개선 활동	OA용지 5% 절감	절감율	%	OA용지 15% 절감
	에너지 평당 사용량 2.5% 절감	절감율	%	에너지 평당 사용량 7.5% 절감
	수자원 사용량 2% 절감	절감율	%	수자원 사용량 6% 절감
	포장재 사용량(중량) 1% 절감	절감율	%	포장재 사용량(중량) 3% 절감
환경보전활동	포장재 회수 캠페인 정기 실시 (수도권 일부점)	실시횟수	횟수	전점 확대 실시
	환경캠페인 고객 참여 증대 (환경커뮤니티 각종 참여행사 등)	참여인원	명	고객과 함께하는 환경캠페인 다양화
	장바구니 캠페인 확대 (전년대비 10% 이상)	증정수량	개	캠페인 규모 20% 확대
	일점일산전 캠페인 체계화/활성화	매뉴얼수립/실시횟수	횟수	일점일산전 캠페인 활성화 및 매뉴얼 수립 (전사)
환경기금	조류보호캠페인 확대 (환경기금 中 10% 이상 집행)	기금비중	%	기금 中 30% 이상 집행

향후 확대 및 발전 방향

2006년에는 전국 22개점을 대상으로 ISO14001 인증을 확대할 계획입니다. 또한 질적인 측면의 효과적인 성과달성을 위해 환경목표를 보다 세부적으로 계량화하고 실천방안을 구체화시켜 핵심성과지표 (KPI)와 연계시킬 계획입니다. 또한 정규직 뿐만 아니라 용역업체, 동로사원을 대상으로 환경경영 참여의 폭을 확대해 나갈 것입니다. 지난 2004년 환경가치경영을 선포한 이후 업계의 환경 혁신을 선도하고 있는 롯데백화점은 올해 ISO14001 전점 확대 인증을 통해 국내 유통업계를 대표하는 친환경기업으로 확실히 자리매김할 수 있을 것으로 전망됩니다.





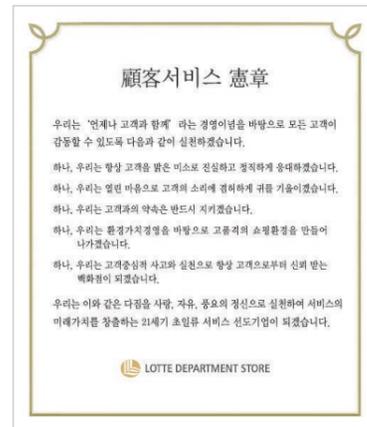
NCSI 3년연속 수상

NCSI란 한국생산성본부와 미국 미시간대학교의 국가품질연구소(National Quality Research Center)가 공동으로 개발한 평가 시스템으로서 제품 및 서비스에 대한 고객의 만족도를 수치로 나타낸 것을 말합니다. 이는 정확한 고객만족도를 측정할 수 있는 지표를 제공하며 나아가 기업의 경영성과까지도 가능할 수 있는 중요한 수단 역할을 하고 있습니다. 이러한 NCSI 평가지수는 특히 고객이 직접 평가한다는 점에서 의미가 크며 3년 연속 1위를 수상했다는 것은 최고의 서비스를 갖춘 우수기업으로서의 자리를 확고히 하였다는 의미가 있습니다.



2005년을 서비스 혁신의 원년으로

지난 2005년 1월 고객서비스 헌장 선포를 통해 대내외적으로 서비스 혁신을 선언한 이후 시스템 혁신과 실질적인 서비스 업그레이드를 추진하고 있습니다. 대표적인 성과로 자가점검 프로세스 확충을 들 수 있습니다. 영업점별 서비스 수준을 객관적으로 진단하고 문제점을 조기에 파악하기 위하여 외부 리서치기관의 모니터링을 연 2회 실시하고 있습니다. 맞이인사, 배웅인사 등 기본적인 서비스에서부터 복수고객응대, 교환 및 환불문의, 고객친밀감 조성 등 롯데만의 차별화된 항목에 이르기까지 모든 서비스 영역에 있어 고객에게 최고의 서비스를 제공하기 위한 점검과 개선에 노력하고 있습니다. 이와 더불어 주부 모니터 운영을 통한 월별 서비스 Clinic을 실시하고 있습니다. 월별 테마를 선정하여 주부의 섬세한 시각에서 서비스의 크고 작은 불편사항들을 파악함으로써 지속적인 서비스 업그레이드를 도모하고 있습니다. 또한 고객 대상으로 설문조사(CSI : 고객만족도조사)를 실시하여 고객의 서비스 개선의견을 적극적으로 반영하고 있습니다.



롯데백화점 고객서비스 헌장

롯데백화점은 고객의 직접적인 목소리에 더욱 귀기울이고자 '新 VOC시스템'을 도입하였습니다. 이를 통해 고객상담실(방문, 전화 우편 등) 및 인터넷으로 접수된 고객불편과 불만사항에 대하여 SMS로 매장책임자에게 신속하게 연락하여 즉각적인 고객 응대를 하고 있으며 직원들을 대상으로 '컴플레인 조기 경보제'를 실시하여 같은 실수를 반복하지 않도록 관리하고 있습니다. 또한 고객들의 세심한 요구에 효과적으로 부응하고자 각 매장별로 스페셜리스트를 운영하고 있습니다. 웨딩센터에서는 웨딩 플래너를 통해 예식장 드레스, 사진촬영, 신혼여행 등의 결혼상담 서비스를 1대 1로 제공하고 있으며 '스벤스' 헤어케어 전문매장에는 두피케어 전문가를 두어 두피모발 상담과 분석서비스를 제공하고 있습니다. 또한 예비뉴얼의 '헬레나 플라워' 매장에서는 꽃 전문가인 플로리스트 제도를 운영하고 있으며 와인매장에서는 와인 소믈리에 과정을 수료한 전문가가 와인 상담을 무료로 실시하고 있습니다. 최근에는 한류열풍에 따라 백화점을 찾는 외국인 관광객이 늘어나고 있어 매장 직원 중 외국인 회화 능동자를 선발하여 동역, 쇼핑정보, 세금환급 및 매장 가이드 역할을 하는 'Floor Guide'제도를 운영함으로써 외국인 관광객들에게 편의를 제공하고 있습니다.

장애인 고용 우수기업 선정

장애인 고용은 단순히 기업의 필요 인원을 공급하는 의미를 넘어서 새로운 고용의 기회를 창출하고 장애인에게 다양한 기회를 제공하여 궁극적으로 공동체의 삶을 윤택하게 하는 의미를 갖고 있습니다. 롯데백화점은 장애인 고용을 촉진하기 위해 지속적인 노력을 해오고 있으며 그 성과를 인정받아 2005년 9월 6일 노동부와 장애인고용촉진공단 주관으로 개최된 장애인 고용촉진대회에서 국무총리표창을 수상하였습니다. 최근 3개년 장애인 고용인원은 '03년 8명, '04년 79명에 이어 '05년 12월 현재 147명으로 지속적인 증가추세에 있습니다. 서비스업이라는 업태적 특성으로 인한 장애인 고용의 제약 조건을 극복하기 위하여 직무 분석을 통해 고객 대면 서비스 직무와 전문 직무를 구분하고 장애인이 효과적으로 수행할 수 있는 직무를 대상으로 고용을 진행하고 있습니다.



장애인고용촉진대회

근무장면



3개년 장애인 고용 증가 (2003~05)

2005년 6월 24일 '장애인 고용증진 협약'을 체결하면서 적극적으로 광범위한 장애인 고용을 추진하고 있습니다. 이를 위해 현재의 전화교환 및 주차정산 등의 직무 외에 POP(배상 광고) 제작 업무 등의 추가 직무를 개발하여 장애인들이 보다 다양한 분야에서 능력을 발휘할 수 있도록 지원하고 있습니다. 향후에는 우수 인력의 양성을 위해 공단측과 공동으로 장애인 교육 훈련 프로그램을 마련할 계획입니다.

'04년부터 점 운영 목표에 장애인 고용현황을 부과하여 실제적인 장애인 고용 개선을 추진하고 있으며, 월별, 반기별 평가를 실시하여 장애인 고용이 안정적으로 정착될 수 있도록 노력하고 있습니다. 또한 롯데백화점 전국 22개 지점에서는 장애인고용촉진공단 전국 각 지사와 연계하여 장애인을 우선적으로 고용하고 있습니다. 장애인 직원은 조차에 활력을 불어 넣는 역할도 하고 있으며 이런 활력은 즐거운 직장 분위기 형성으로 이어지고 있습니다. 롯데백화점은 정부와 기업 그리고 장애인이 모두 상생하고 성장할 수 있는 다자간 WIN-WIN패러다임에 입각하여 향후 장애인 고용을 더욱 확대해 나가겠습니다.

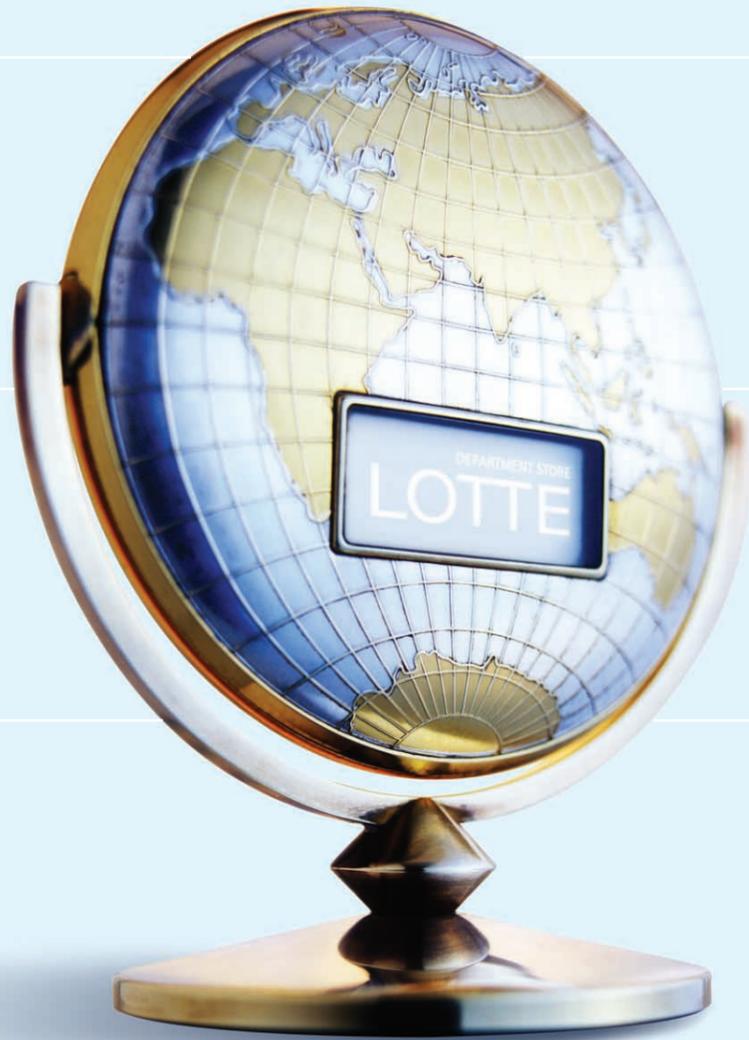


웨딩플래너



플로리스트

“대한민국 대표백화점으로서
경제기여와 주주 및 투자자의 이익 극대화에
역량을 집중하고 있습니다”



Think **Economy**

글로벌 Top백화점을 향하여

경영성과

재무 성과 지표

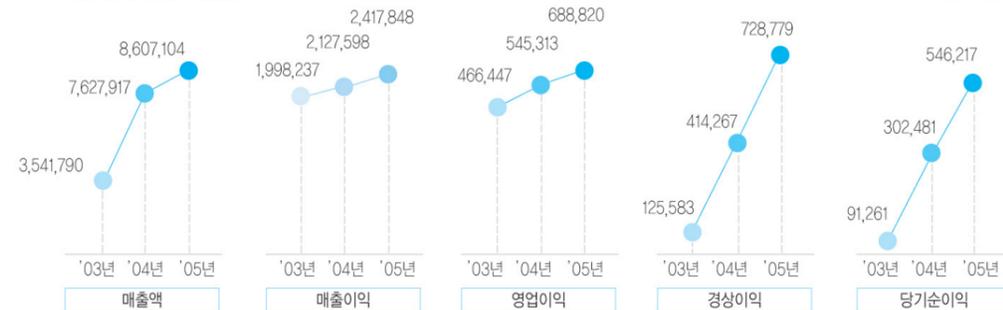
대차대조표 (2005년)

- 단위 : 백만원

자 산		부 채		자 본	
유동자산	1,389,790	유동부채	3,528,199	자본금	100,000
- 당좌자산	601,251	고정부채	1,627,299	자본잉여금	1,146,678
- 재고자산	788,539			- 주식발행초과금	100,900
고정자산	7,001,562			- 재평가적립금 외	1,045,778
- 투자자산	1,622,133			이익잉여금	1,907,007
- 유형자산	5,342,582			자본조정	82,169
- 무형자산	36,847	부채총계	5,155,498	자본총계	3,235,854
자산총계 : 8,391,352		부채와 자본총계 : 8,391,352			

재무 성과 (2003~05년)

- 단위 : 백만원

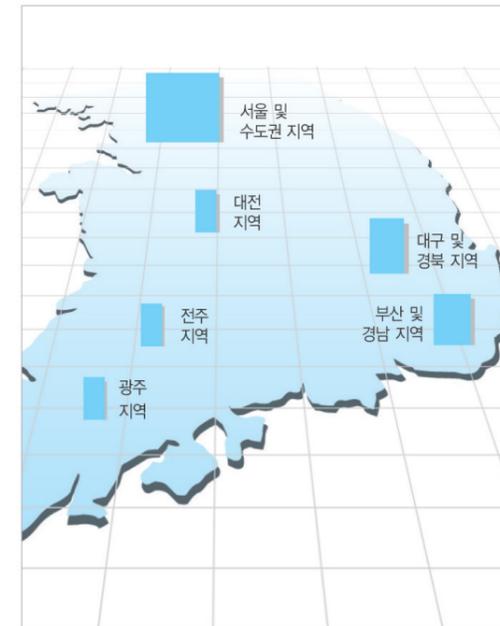


안정성, 수익성, 활동성 · 성장성 지표 (2003~05년)

구 분	2003년	2004년	2005년	
안정성 지표	유동비율	21.29%	42.96%	39.39%
	부채비율	166.19%	183.55%	159.32%
	차입금의존도	39.83%	33.74%	30.44%
활동성 · 성장성 지표	매출액증가율	3.45%	115.37%	12.84%
	영업이익증가율	-6.33%	16.91%	26.32%
	당기순이익증가율	-63.64%	231.45%	80.58%
	총자산증가율	3.96%	19.97%	10.10%
수익성 지표	매출액영업이익률	13.17%	7.15%	8.00%
	매출액순이익률	2.58%	3.97%	6.35%
	총자산순이익률	1.46%	4.33%	6.82%
	자기자본순이익률	3.92%	11.92%	18.44%

■ 롯데쇼핑(주) 법인으로 작성 (롯데백화점, 마트, 시네마, 슈퍼, 식품, KKD사업부 포함하였으며, 관계회사인 롯데미도파, 롯데역사는 자료에서 제외됨)

전국 점포 현황



서울 및 수도권 지역



대전/ 전주/ 광주 지역

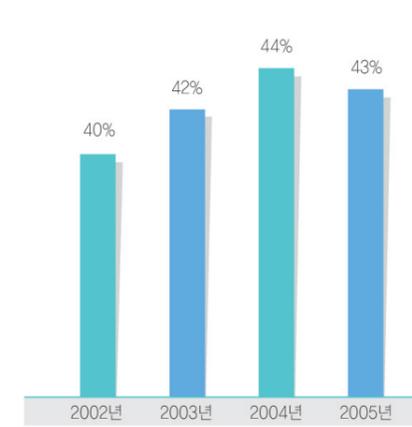


대구 및 경북 지역

부산 및 경남 지역

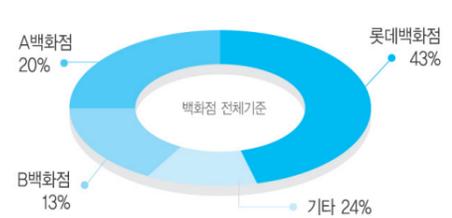


롯데백화점 시장점유율 추이 (백화점업계)



■ [자료출처] 통계청

2005년 국내 백화점 시장점유율 비교 (%)



2005년 납세 현황

구 분	2004년	2005년
국 세	1,000	1,350
지방세	449	537
계	1,449	1,887

■ 롯데쇼핑(주) 기준 (단위 : 억원)

전략경영

글로벌화

롯데백화점은 21세기 글로벌 기업도약을 목표로 현재 러시아, 중국, 인도, 베트남을 4대 전략시장으로 선정하여 이를 실행에 옮기고 있습니다. 이중 가장 빠르게 결실을 보고 있는 러시아의 경우, 모스크바의 중심지에 4,000억원을 투자하여 백화점 호텔, 오피스의 복합타운인 '롯데플라자'를 올해 말에 오픈할 계획입니다. 또한 중국, 인도, 베트남을 전략지역으로 선정하여 진출을 검토하고 있습니다.

롯데백화점 글로벌화 VISION



모스크바점 전경이미지



글로벌 백화점을 향한 첫 도약 - 모스크바점

롯데 모스크바점은 '한국백화점의 글로벌 1호'라는 큰 의미를 지니고 있습니다. 모스크바의 상징인 크레믈린궁에서 도보로 5분거리인 도심지역의 '뉴 아르바트' 대로와 '가든링 순환도로'가 만나는 사거리에 뉴 아르바트 거리가 위치해 있습니다. 이곳은 러시아에서 보기 드문 초고층 빌딩이 일렬로 늘어서 있는 곳으로 바로 롯데 모스크바 백화점이 올 연말 화려한 위용을 드러낼 장소입니다.

롯데백화점 러시아 1호점인 모스크바점은 2006년 3월 현재 80%정도 공사가 이루어졌습니다. 롯데백화점 글로벌 전략의 포인트는 'VRICs(베트남·러시아·인도·중국) 시장' 공략입니다. '브릭스(BRICs)'가 아닌 브릭스(VRICs)인 것은 브라질을 제외하고 초고속성장을 하는 동아시아 유망시장인 베트남을 포함시켜 베트남, 러시아, 인도, 중국(VRICs) 시장을 공략해 현지 거점을 구축한다는 전략입니다. 이는 또한 성장잠재력이 둔화되고 있는 국내와 선진시장보다는 블루오션인 이 지역들에서 경쟁사보다 앞서 성장 기반을 마련하겠다는 전략이기도 합니다. 모스크바점은 복합시설인 롯데센터로 구성되며 총 연면적 4만 3,000평 중 올 연말 1단계 공사를 완료하고 롯데백화점과 오피스로 구성된 복합시설(2만 5,000평)을 오픈할 계획입니다. 롯데 모스크바점은 지하4층에서 지하2층까지 450대를 수용할 수 있는 주차장, 영업면적 866평 규모의 지하층 슈퍼마켓을 포함하여 1층부터 7층까지 7,000명에 달하는 매장을 갖추고 있으며 세계 우수 명품과 한국 우수 브랜드가 입점하여 러시아 최초의 대규모 Full-line 고급백화점의 면모를 갖출 예정입니다.

Top 백화점 위상 공고화

출점 전략

백화점 산업은 소매업태에서 수익성과 안정성이 가장 우수하고, 구매력이 우수한 중상위층 이상의 고객이 가장 선호하는 소매업태입니다. 이미 수도권 및 전국 핵심 상권에 진출하여 입지를 확고히 하고 있는 롯데백화점은 앞으로도 전략적인 신규 점포 확장을 통해 1등 백화점의 위치를 공고히 할 것이며, 향후 2010년까지 미아점, 부산 센텀시티점, 광복점, 청량리역사, 잠실 제2롯데월드 등 백화점 5개점을 신규출점하여 전국적으로 26개점을 갖출 계획입니다. 이러한 신규 출점을 통해 롯데백화점은 성장 뿐만 아니라 지역상권 활성화와 국가경제 발전에도 기여할 것으로 전망됩니다. '06년에 오픈 예정인 미아점은 침체된 서울 동북부 상권활성화와 균형발전에 기여할 것으로 기대되며 21세기 꿈의 첨단도시를 표방한 부산센텀시티점은 세계적인 첨단 국제업무·상업타운의 위상을 높일 것으로 전망됩니다. 그리고 그동안 개발의 그림자에 가려져 있던 청량리에 청량리역사점을 오픈하여 새로 조성될 민자역사를 중심으로 지역 최대의 복합문화공간으로 조성할 계획입니다. 당사는 위와 같은 지속적인 출점을 통하여 전국 상권의 균형적인 발전 및 신개념의 쇼핑문화를 선도하는 동시에 국내 Top백화점의 위상을 공고히 하고자 합니다.



미아점



청량리역사

머천다이즈 차별화

롯데백화점은 대규모 점포 운영과 통합매입에 따른 규모의 경제 실현으로 구매력에서 강점을 보유하여 우수한 브랜드 유치나 우량한 신상품을 선점함으로써 신상품과 인기상품을 빠르게 런칭할 수 있습니다. PB 브랜드인 헤르본(Herbon), 라비엣(Laviat)등과 단독 브랜드인 에고이스트(Egoist), Junior City, 타스타스(Tasse Tasse), 제라르 다렐(Gerard Darel), 이브로쎬(Yves Rocher), 유니클로(Uniqlo) 등은 롯데백화점의 상품구색과 경쟁력을 최대화시키고 있으며 이를 통해 MD구성을 지속적으로 차별화 해 나갈 것입니다.



헤르본

새로운 업태와 수익 모델 개발

롯데백화점은 미래의 소매환경 변화에 대응해 성장성이 높은 산업태 및 다양한 소매업 모델을 개발하고 있습니다. 중장기적으로 구매잠재력이 높은 젊은층을 타겟으로 2003년 11월 개점한 전문점 Young Plaza와 2005년 3월 최상위 고객을 타겟으로 오픈한 명품관 AVENUE이 대표적인 사례입니다. 향후 아동용품이나 스포츠용품 등의 특정 품목을 전문적으로 판매하는 카테고리 킬러(Category Killer)와 백화점, 할인점, 전문점과 시네마, 호텔이 한곳에 모여있는 복합쇼핑몰을 개발할 계획입니다. 이러한 산업태와 다양한 소매업 모델의 개발을 통해 경쟁업체와 차별화하고, 유통업의 수직적, 수평적 복합화에 의한 시너지 효과를 극대화 해 나갈 계획입니다.



영플라자

경제기여

고용창출

롯데백화점은 국내 유통업계 리더기업으로서 대한민국의 유통대동맥 역할을 담당하고 있습니다. 전국 주요시도의 지역본점으로 자리매김한 롯데백화점은 각 지역의 고용창출과 경제발전의 견인차 역할을 하고 있습니다. 최근 금융감독원 전자공시자료에 따르면 2005년 한해동안 롯데쇼핑주이 창출한 신규고용인원은 9,645명에 달하는 것으로 집계되었습니다. 롯데백화점은 현재 전국에 22개점이 분포해 있으며, 동료사원을 포함한 총 근무인원은 '06년 3월 현재 47,918명에 달합니다.

점별 근무인원현황표

구분	정규직	임시직	용역직	동료사원	합계
본사	713	156	123	-	992
본점	412	144	273	3,987	4,816
잠실점	257	102	120	3,299	3,778
영등포점	217	103	181	2,657	3,158
청량리점	103	54	106	1,192	1,455
부산본점	280	105	129	3,264	3,778
관악점	85	33	127	836	1,081
광주점	182	92	156	1,812	2,242
분당점	158	77	165	1,402	1,802
부평점	98	51	102	955	1,206
일산점	152	90	151	1,377	1,770
대전점	171	88	179	1,523	1,961
강남점	147	63	180	1,195	1,585
포항점	144	68	131	1,094	1,437
울산점	165	97	171	1,496	1,929
동래점	177	86	169	1,571	2,003
창원점	143	102	150	1,277	1,672
안양점	148	75	151	1,206	1,580
인천점	135	74	163	1,349	1,721
노원점	350	11	139	1,982	2,482
대구점	188	83	188	1,763	2,222
상인점	117	63	132	1,321	1,633
전주점	129	92	164	1,230	1,615
합계	4,671	1,909	3,550	37,788	47,918

2005년 급여는 롯데쇼핑주 기준으로 총 16,246명의 직원에게 332,817백만원을 지급하였습니다. 연간 급여총액은 2003년 262,705백만원, 2004년 290,855백만원으로 신규출점에 따른 채용인원 증가에 따라 지속적으로 상승하고 있습니다.

우수 협력회사 발굴 및 육성

롯데백화점에는 2005년 12월 현재 8개 업종 총 1,444개의 협력회사와 1,582개 브랜드가 입점되어 있습니다. 롯데백화점은 이들 협력회사의 파트너십 경영에 매진하고 있으며, 경쟁력있는 유망 브랜드를 발굴하여 후원하기 위해 노력하고 있습니다.

롯데백화점 협력회사 현황

업종	잡화	여성 캐주얼	여성 정장	해외 명품	남성	아동·스포츠	가정	식품	합계
회사수	195	231	126	85	74	137	232	364	1,444

■ 고정협력회사 기준 (시험유치, 단가협사, 식품·스넥·임대·제외)

에비뉴엘 어워드 (Avenue Designer's Award)

국내 최고의 명품 백화점 에비뉴엘은 세계적인 초특급 브랜드들을 한자리에서 만날 수 있는 곳입니다. 이렇게 경쟁한 명품 브랜드로 가득한 에비뉴엘에서 당당히 자신의 브랜드를 선보이는 한국인 디자이너들의 브랜드를 만날 수 있습니다. 이는 에비뉴엘의 한국 명품 브랜드 육성 방침의 일환이라 할 수 있습니다. 지금까지 국내 명품권에서 신진 디자이너의 브랜드나 한국인 디자이너의 명품 브랜드를 만나는 것은 거의 불가능했습니다. 그러나 에비뉴엘은 새로운 라이프 스타일과 문화를 제안하는 '명품 뉴 트렌드 세트'로 자리매김하기 위하여 신진 디자이너 브랜드에 대해서도 폭넓은 기회를 제공하고 있습니다.



2005년 만들어진 Avenue Designer's Award는 유망한 신진 한국인 디자이너를 후원하기 위한 에비뉴엘의 대표적인 실천 사례입니다. Avenue Designer's Award는 한국의 명품 브랜드 육성을 위하여 에비뉴엘에서 제정한 시상제도로써 국내 외에서 활동하는 신진 디자이너를 대상으로 패션전문 기자, 패션단체장의 심사를 통해 최우수 디자이너를 선정하는 행사입니다. 2005년 3월 에비뉴엘 런칭과 함께 제1회 'Avenue Designer's Award'를 진행하였으며 미국에서 활동 중인 신예 디자이너 "리처드 채(Richard Chai)"가 최우수 디자이너로 선정되어 후원금을 수여받았습니다.

에비뉴엘에서는 2007년 제2회 'Avenue Designer's Award'를 진행할 예정이며 신진디자이너에 대한 후원활동을 지속적으로 전개할 방침입니다.



“고객과 지역사회의
튼튼한 동반자가 되겠습니다”



Think Customer

언제나 고객과 함께

프리미엄 상품 정책

식품 품질관리 시스템

롯데백화점은 식품부문을 상품차별화를 위한 전략적 핵심 주력분야로 선정하고 지난 2004년 이후 끊임없는 혁신과 발전을 통해 업계 최고 수준의 품질과 최대 규모의 상품을 갖추고 있습니다. 특히 상품의 생산 단계부터 품질관리, 최종 판매에 이르기까지 전 과정에서 식품안전과 최고급 품질을 보증하는 시스템을 구축하고 있습니다.

청정 생산



계약재배 농장 및 청정한우 생산관리

회사는 생산·가공에만 전념하고 백화점에서 재정지원·품질관리·직원 교육 등을 담당하는 시스템인 계약농장제를 운영하고 있습니다. 현재 롯데백화점은 전국 22곳에 계약농장을 갖추어 고품질의 농, 수, 축산물을 안정적으로 공급받고 있습니다. 또한 청정한우 생산시스템을 갖추어 백운산 기슭 해발 1,000m 무공해 부지에 위치한 초현대식 축사시설에서 체계적이고 과학적인 관리를 통해 우수한 한우를 사육하고 있습니다. 도축 가공장의 경우 위해요소중점관리기준(HACCP) 시스템을 도입하여 생축 입고에서부터 도축 등 전 가공과정에 이르기까지 인체에 위해한 요소를 체계적으로 차단하고 있습니다.

품질 관리 시스템



품질평가사

롯데백화점은 식품 안전을 위하여 품질 평가사를 두어 식품 품질 위생관리에 힘쓰고 있습니다. 2003년 8월에 4명으로 시작된 이 제도는 2005년 9월 지방점으로의 확대시행에 맞추어 인원을 9명으로 증원하였습니다. 매장의 신선식품 및 스낵/델리 업체에 대한 위생 점검과 잔류농약검사, 속성 세균검사 등을 지속적으로 시행하여 매장 위생에 만전을 기하고 있습니다.

협력회사 위생점검

철저한 위생관리 및 식품안전성 확보를 위하여 롯데백화점에서는 롯데그룹 상품시험연구소와 합동으로 협력회사 가공장을 방문하여 상품생산에서의 위해요소를 점검하고 있습니다. 이를 통해 식품생산 원재료의 원산지 확인 및 보관상태, 식품공장 근무자의 위생상태 등을 종합적으로 점검하고 있습니다.



속성세균검사기



체계적인 위생 교육

매장 근무자 및 협력회사 임직원들의 위생의식 고취와 전문성 확보를 위하여 위생법 구내용, 매장점검내용, 위생상식, 음식물보관법 등 식품관련 정보를 담은 "식품위생월보"를 발간하여 매장 및 협력회사 임직원들에게 배포하고 있습니다. 또한 매월 위생교육과 함께 분기 회 당시 입점 전 업체에 대한 정기 workshop을 실시하고 있습니다. '05년 6월에는 식품매장 관리자 및 협력회사 동료사원을 대상으로 "식품법규수첩"을 제작 배포하였습니다.

전문화된 판매 매장



푸름



청정제주관

유기농 자체브랜드 - 푸름 (Purum)

Purum은 롯데백화점 친환경 식품전문 브랜드로서 200여 가지의 신선하고 맛있는 채소와 과일, 20여 가지의 다양한 잡곡류와 유기농 원료로 만든 230여 가지의 친환경 식품을 제공하고 있어 친환경 프리미엄 식품의 One-Stop쇼핑이 가능합니다. 푸름은 현재 수도권 11개점과 대전, 대구, 상인, 포항점에서 운영하고 있습니다.



델리 소가

산자직송매장 - 청정제주관

2005년 12월 19일 본점에 확대 오픈한 청정제주관 코너는 백화점 매장 최초로 지역을 테마로 하여 구성된 전문 매장입니다. 수산물, 젓갈류, 농산물 등의 각종 제주 지역 특산물을 직송함으로써 깨끗한 청정 제주 맛과 향을 있는 그대로 고객에게 전달하고 있습니다.

우수브랜드 입점 - 델리 소가

Deli SOGA는 콩을 비롯한 두부, 두유를 주 재료로 한 30여 가지의 다양한 콩 관련 요리를 취급하는 두부 요리 take-out 전문점입니다. 즉석 실연 두부 코너를 마련하여 두부, 두유 등을 활용한 요리법 소개 등 고객체험을 제공하고 있습니다.

MD 혁신

최근 소비와 문화의 트렌드가 개성화를 지향하는 방향으로 흐르면서 고객 기호는 점점 더 다양해 지고 있습니다. 이에 따라 롯데백화점은 New Luxury 상품을 강화하고 라이프 스타일을 제인하는 메가샵, 편집샵을 확대하고 있습니다. 롯데백화점의 MD혁신은 PB 확대, 고객 중심 MD, 뉴트렌드 MD의 3가지 목표로 진행되고 있습니다.

PB 확대

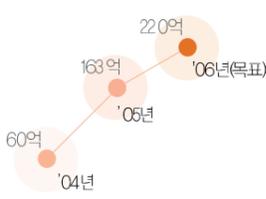
프라이빗 브랜드(PB: Private Brand)는 백화점에서 직접 기획하여 운영하는 상품 브랜드를 가리키는 말입니다. PB상품은 가격대가 합리적이고 이익률도 높아 소비자와 기업 모두에게 이익이 되기 때문에 롯데백화점은 PB 확대에 박차를 가하고 있습니다. 특히 패션 경쟁력의 차별화를 위해 2005년 신설된 Global Fashion사업본부는 백화점 PB사업 강화의 견인차 역할을 수행하고 있습니다. GF사업본부는 사내 패션부문의 통합방침에 따라 롯데상사 패션팀과 기존 CFD 본부내 프레스티지 브랜드팀, 백화점 매입본부의 개별 매입팀에서 전개해 온 PB사업이 통합되어 출범하게 되었습니다. GF사업본부는 크게 브랜드 개발 및 도입팀과 MD팀으로 구성되어 당시의 패션사업과 매장 MD 구성의 차별화를 높일 것으로 전망됩니다.

롯데백화점에서 운영하고 있는 대표적인 PB로는 남성 비즈니스 셔츠 브랜드 '헤르본', 이태리 직수입 남성의류 브랜드 '라비엣', 영캐주얼 브랜드 '타스타스' 등이 있습니다.

헤르본	라비엣	타스타스
		
본점, 잠실점, 분당점, 강남점, 부산본점에 운영되고 있으며 트렌디한 스타일과 차별화된 가격으로 큰 호응을 얻고 있습니다.	마씨모레베끼, 세븐티 등의 브랜드를 보강하여 이태리 현지 우수 브랜드 상품 소싱을 강화하고 있습니다.	2002년 첫 매장을 오픈한 이후 현재 총 12개점을 운영하고 있습니다.

2005년 기준 PB브랜드의 매출은 163억으로 전년에 비해 170% 증가하였습니다. 2006년 F/W에 예정된 직매입 시스템 도입 이후 PB를 더욱 확대할 계획이며 연매출 220억을 목표로 하고 있습니다. PB와 별도로 롯데백화점에서만 접할 수 있는 단독 브랜드도 운영하고 있습니다. 에고이스트, 로라애슐리 등 총 14개 브랜드를 갖추고 있으며 본점 기준 매출액은 130억원입니다.

PB 매출액 3개년 증가 추세



편집매장을 통한 고객중심 MD

편집매장이란 하나의 공간에 2개이상의 브랜드를 모아서 판매하는 매장형태로, 신문이나 잡지의 기사들을 주제별로 정리해듯이 특정주제에 따라 매장 코너를 구성하거나, 브랜드 구분없이 다양한 상품을 함께 취급하는 매장을 일컫는 말입니다. 유행, 고객 수요변화 판매동향 등에 따라 상품 구성에 변화를 줄 수 있는 특성을 살려 롯데백화점은 기존 '브랜드 1매장' 컨셉에서 벗어나 매장효율성과 고객 집객효과를 극대화할 수 있는 편집매장을 강화하고 있습니다.

- 패션플러스샵** 30~40대 커리어우먼을 위한 기획상품 전문 편집샵으로 아이잡바비, 칼리아, 쉐라지아, 후리밍고 등 커리어 대표 브랜드들의 특별 기획상품들로 구성되어 시즌별 대표 아이템 위주로 합리적인 가격에 고품격 상품을 제공하고 있습니다. 본점, 잠실점, 영등포점, 분당점, 안양점에서 운영되고 있습니다.
- Within Shops Jeans** 30~40대 트렌디한 미시족을 대상으로 한 프리미엄 디자이너 진 편집샵으로 개성과 손맛이 가미된 디자이너 진 브랜드인 'KICK JEAN(기억진)', 'What's new(왓츠뉴)'와 프리미엄 직수입 진인 'PARASUCCO(파라수코)', 캐주얼하게 매치 가능한 디자이너 슈즈 'HYANG'으로 구성되어 있으며 본점에서 운영되고 있습니다.
- 엘리트** 뉴욕, 파리, 밀라노, 런던 그리고 도쿄의 최고급 브랜드인 Andrew GN, Zac Posen, Proenza Schouler, Burberry Prosum 등으로 구성된 국내 최고 수준의 디자이너 Multi-Shop으로 에비뉴엘에서 운영되고 있습니다.
- Men's Within Shop** 제너럴아이디어와 키미쿡의 두 디자이너 브랜드로 구성된 남성복 전문 브랜드로서 고객이 요구하는 새로운 감각과 메트로 섹슈얼이라는 문화적 코드를 접목시킨 개성 강한 캐릭터 캐주얼 ZONE으로 본점에서 운영되고 있습니다.



Within Shops Jeans



엘리트



Men's Within Shop

뉴트렌드 MD 강화

롯데백화점은 패션번지라는 별칭에 걸맞게 대한민국의 패션트렌드를 선도하고 창조하는 패션허브를 지향하고 있습니다. 2006년에는 최신 트렌드를 반영한 컨셉 매장을 확대할 계획입니다.

- Life Style Theme Zone** Shop In Shop 형태의 테마가 있는 컨셉매장으로 고객 쇼핑 편의를 위해 브랜드간 경계를 파고하고 테마에 맞는 상품군과 디스플레이가 선보일 예정입니다.
- Import Plaza** 수입브랜드에 대한 국내 소비자의 인지도 상승에 따라 DKNY, 질스튜어트 등 상품군별 수입브랜드를 확대 구성하여 럭셔리 컨셉의 고급매장으로 선보일 예정입니다.
- Matching Shop** 2005년 본점에 캐릭터 슈즈 브랜드인 '슈콤마보니, 핸드백 '루즈앤라운지', 영플라자 수입 슈즈 편집 매장 '오마이솔'을 도입한 바 있습니다. 향후 다양한 고객 취향에 맞는 새로운 상품을 개발하여 패션 매장 내 고감도 집화 MD를 구성할 계획입니다.
- 연예인 스타샵** 2005년은 인터넷 쇼핑몰을 중심으로 연예인 패션스타일이 새로운 트렌드로 급부상한 해였습니다. 백화점 업계 최초로 롯데백화점은 2006년에 연예인 스타샵을 도입할 계획이며, 연예인 네이밍 샵, 전속모델 PPL Shop, 유명연예인이 운영하는 Wetzel's Prezels 매장의 3가지 방향으로 추진될 예정입니다.
- Specialty Shop** 상품에 특화된 아이템을 전개하는 MD입니다. Casual Party Collection은 20~30대 대상 원피스, 드레스 샵으로 미국의 Sue Wong의 파티웨어 및 캐주얼 원피스를 직수입하여 본점에 도입할 계획입니다. Recruit Shop은 면접 및 사회 초년생을 위한 테마샵으로 본점, 잠실점, 영등포점에서 운영할 계획입니다.



루즈앤라운지



오마이솔



로라애슐리 매장

고품격 서비스 혁신

2005 서비스 혁신 성과

NCSI(국가고객만족도) 3년연속 최우수 기업의 이름에 걸맞는 고객서비스를 실천하기 위하여 롯데백화점은 서비스혁신에 총력을 기울이고 있습니다

서비스 사외 이사제

본점에서는 지역내 여론주도층 유력 인사들을 백화점의 서비스 사외 이사로 선임하여 고객서비스에 대한 정기적인 의견 청취를 진행하고 있습니다. 사외 이사들의 의견은 백화점 서비스의 업그레이드를 위해 즉각적으로 반영됩니다.

컨시어즈 서비스

고객의 쇼핑의 질을 향상시킬 수 있는 신개념 안내 서비스인 컨시어즈 서비스를 본점에 최초로 도입하였습니다. 일부 고급 호텔에서 실시중이던 컨시어즈 서비스를 백화점에 도입하여 고객에게 11 맞춤서비스를 제공하고 있습니다.

- 서비스대상 - MVG, MP, 에버뉴엘 VVIP 및 VIP, 장애인 외국인 등
- 주요서비스 - 각종 예약서비스, 백화점 이용 내역 조회, 쇼핑정보제공 및 선물 상담(브랜드 전문가 소개, 11 맞춤 서비스) 비즈니스업무 지원(팩스/복사 대행), 쇼핑 불편사항 처리, 물품·코트 보관 서비스

교환/환불 전용 데스크 도입

고객의 주요불만사항인 상품 교환/환불문제를 혁신적으로 개선하기 위하여 본점과 부산본점에 전담 데스크를 설치하였습니다. 이를 통해 One-Stop으로 교환/환불에 관한 고객의 요구사항을 해결하고 있습니다.

판매전문가 제도

상품군별로 우수 판매자들을 선정하여 고객에게 상품안내 및 추천 서비스를 제공하고 있습니다. 이들 판매전문가 집단은 우수한 전문가의 안목에서 고객에게 11 맞춤 제안을 제공함으로써 고객의 쇼핑 만족도를 높이고 있습니다.

층별 안내 Map

고객이 매장방문시 쇼핑을 원하는 브랜드를 쉽게 찾을 수 있도록 본점과 잠실점에서는 각 층별로 안내 Map을 운영하고 있습니다.

파더스 라운지(Father's Lounge) 설치

기존 여성중심의 고객편의시설이 가지는 한계점을 보완하고 가족중심의 쇼핑문화가 정착될 수 있도록 본점 인천점, 일산점에 남성고객들의 전용 휴게공간을 마련하였습니다. 남성전용 잡지 및 인터넷 PC 등 정보단말기를 설치하여 남성고객을 위한 편의성을 높였습니다.

2005년 고객민원 처리 건수

고객민원 유형	불친절	약속	상품	광고	가격	시설	제도	응대 미숙	고객 실수	A/S	교환	제안	행사	기타	계
처리건수	72	139	944	42	207	6	0	728	563	838	1544	8	186	805	6,082
구성비	1%	2%	16%	1%	3%	0.1%	0%	12%	9%	14%	25%	0.1%	3%	13%	100%

2005년 서비스 수상 성과

- NCSI** 국가고객만족도(NCSI) 백화점 부문 1위
주관 : 한국생산성본부, 조산일보
- NbCI** 국가브랜드경쟁력지수(NbCI) 백화점 부문 1위
주관 : 한국생산성본부, 중앙일보
- BRAND STAR** 브랜드스타 백화점 부문 대상
주관 : 브랜드스톡, 한국경제신문

본점 서비스 Upgrade 사례

롯데백화점 본점은 지난 2005년 업계 최고수준의 서비스를 제공하기 위하여 다양한 신규 서비스를 도입하였습니다.

Hands Free 서비스

MVG 고객을 대상으로 구매상품을 백화점내(버스정류장, 지하철입구 포함) 원하는 장소로 운반 또는 보관



Yes Phone제 도입

쇼핑중 발생하는 각종 문의 및 컴플레인을 층별 설치된 Yes Phone을 통하여 즉시 처리



퍼피독(무릎) 서비스

무릎을 꿇고 고객과의 눈높이를 맞추는 서비스



통역 가이드 서비스

현장통역 및 쇼핑정보, 세금환급 등 안내서비스 제공



웨건 서비스

대기 고객을 대상으로 무료 음료 서비스 제공



유모차 대여소 서비스 확대

유모차 반납지점 확대 및 롯데카드 이용 고객인증 시스템 구축



사내 서비스 소식지 "내일을 여는 사람들" 발간

글로벌 Top백화점을 지향하는 롯데백화점 본점은 2005년 12월 업계 최초로 사내 서비스에 관한 전반적인 사항을 공유하는 서비스사보인 "내일을 여는 사람들"을 발간하였습니다. 매거진 형태로 만들어져 직원들이 즐겁고 부담없이 읽을 수 있도록 배려하였으며, 반기 1회씩 발간하여 중요한 서비스정책을 알리고 성공적인 사례를 공유하는 매체로 활용함으로써 백화점 전체의 서비스의 질을 높여나가는 촉매제 기능을 할 수 있을 것으로 기대됩니다.



풍요로운 삶의 동반자

고품격 문화서비스 제공

문화센터 운영

롯데백화점 문화센터는 1988년 롯데 문화센터 잠실점을 시작으로 개설된 평생교육 시설로서 서울 및 수도권전점, 대구점, 상인점의 14개점은 MBC아카데미와 제휴하여 운영중이며, 부산본점을 비롯한 지방 8개점은 직영운영함으로써 전국적으로 업계 최대 회원수를 보유한 최고의 문화센터로 자리매김하고 있습니다.

겨울학기 본점 문화센터 오픈

2006년 12월 본점 문화센터 오픈으로 22개 전점에 문화센터를 갖추게 되었습니다. 특히 본점은 주위 오피스 직원들을 대상으로 직장인 오피스레이더를 위한 차별화된 고급강조를 제공하고 있습니다. 본점 13층에 위치한 본점 문화센터는 392평, 강의실 9개로 구성되어 있으며 630개의 강좌를 운영하고 있습니다.

고품격 문화Event

롯데백화점을 방문하는 고객은 쇼핑뿐만 아니라 매일매일 새롭게 펼쳐지는 이벤트와 문화행사를 경험할 수 있습니다. 2005년 한해동안 전국 22개점에서 진행된 이벤트 및 문화행사는 총 5천여건에 달합니다. 백화점은 최고 품격의 상품 그 이상의 감성적 가치를 제공해야 한다는 것이 롯데백화점의 신념이며, 문화행사와 이벤트를 통해 생활의 풍요로움을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

에비뉴얼 갤러리 사례

에비뉴얼에서는 매달 백화점 운영 테마와 맞추어 주제를 설정하여 미술품 기획전시를 개최하고 있습니다. 최초 디자인 단계부터 아트와 쇼핑공간의 접목을 지향했던 에비뉴얼에는 지하 2층부터 지상 4층까지 매장 곳곳에 작품 전시를 고려하여 디자인된 공간이 마련 되어 있습니다. 이를 통해 매월 40여 점의 다양한 작품들이 고객에게 선보이고 있으며 에비뉴얼은 예술과 패션을 동시에 제안하는 최고품격의 쇼핑명소로 자리매김하고 있습니다.



세이지 후지시로 <빛과 어둠의 판타지 여행>

2005년 3월 에비뉴얼 런칭을 기념하여 9층 갤러리를 비롯한 전관 전시를 진행하였습니다. 일본의 유명 아티스트인 '세이지 후지시로'가 에비뉴얼만을 위해 창작한 '엘리스의 하트'라는 작품은 자신의 우수 작품과 함께 빛과 어둠의 판타지 여행이라는 주제로 전시하여 큰 호응을 얻었습니다.



이중근 <에비뉴얼 특별 프로젝트>

2005년 9월에는 에비뉴얼의 브랜드 이미지와 패션 아이템을 주제로 작가 이중근의 특별 프로젝트가 전시되었습니다. 이 프로젝트는 다양성으로 대변되는 현대미술에서 기존 장르들 사이의 새로운 접점을 탐구하고 일상과 예술과의 만남을 모색해 온 젊은 작가 이중근의 작품세계를 경험할 수 있는 좋은 기회가 되어 에비뉴얼을 방문하는 고객뿐만 아니라 미술 업계에서도 화제가 되었습니다.



문화의 달 맞이 <김용호 특별전>

2005년 10월에는 김용호 사진작가의 특별전을 통해 소프라노 조수미, 발레리나 강수진 등 세계 곳곳에서 대한민국을 빛내고 있는 문화인들의 사진을 전시하였습니다.



김중만 자선사진전 <아프리카, 아프리카>

2005년 12월에는 자선테마의 일환으로 김중만 사진전 '아프리카 아프리카'를 개최하여 전사작품 판매 수익금을 아프리카 어린이를 위한 복지기금으로 전액 기부하였습니다.

고객 맞춤 서비스로의 혁신

롯데 멤버스 서비스 도입

고객 한분 한분을 위한 맞춤서비스 제공을 위하여 2005년 11월 업계 최초로 롯데 멤버스 제도를 도입하였습니다. 롯데 멤버스 제도는 포인트 혜택과 더불어 고객특성별로 차별화된 서비스와 혜택을 제공하는 선진 로열티 프로그램입니다. 멤버스 시스템 확립은 고객 성향 및 Life stage에 따라 다양한 고객 니즈를 1대1로 충족시킬 수 있게 되었음을 의미합니다.

롯데 멤버스 회원은 롯데카드 뿐만 아니라 타사카드, 현금, 상품권 등 결제 수단에 관계없이 구매금액의 0.5% 포인트를 적립할 수 있습니다. 또한 한장의 멤버스카드로 롯데백화점 롯데마트, 롯데슈퍼, 롯데닷컴, 롯데카드 등 5개 참여사 포인트를 통합하여 이용할 수 있습니다. 향후 식품, 영화관, 호텔, 테마파크, 패밀리 레스토랑 등을 보유하고 있는 롯데그룹 차원의 통합 멤버십을 국내 최초로 실시할 계획입니다.

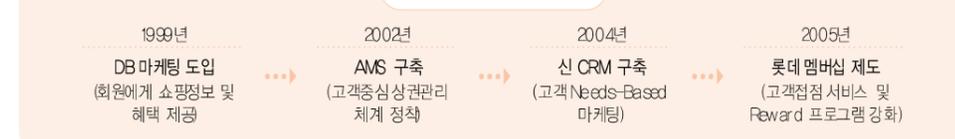
롯데멤버스 제휴사

- 롯데백화점 포인트
- 롯데슈퍼 포인트
- 롯데마트 포인트
- 롯데카드 포인트
- 롯데닷컴 포인트

향후
롯데 전개점으로
확대예정

롯데포인트로 합산

롯데백화점 CRM 혁신 과정



고객정보 보호정책

고객정보보호를 위하여 지속적인 관리와 교육실시로 사전에 문제발생을 방지하고 있습니다. 이를 위해 정보보호규정, 개인정보관리지침을 사규로 공식등록하여 고객정보를 엄격하게 관리하고 있습니다. 특히 신규로 입사하는 사원은 개인정보보호 서약서를 작성토록 함으로써 고객정보의 중요성을 최우선으로 인식할 수 있도록 하고 있습니다. 또한 CRM팀 주관으로 개인정보관리 실태를 주기적으로 모니터링하여 문제점을 지적하고 개선을 위한 가이드라인을 제공하고 있습니다. 2005년에는 DM (Direct Mail)발송 프로세스 과정에서 발생할 수 있는 문제점을 개선하기 위하여 노력하였습니다. 이를 위해 관리책임자를 명확히 규정하고 세부 매뉴얼을 제작하여 배포하는 등 DM 고객 명단 관리 프로세스를 재정비하였습니다.

DM관련 업무 고객정보보호 강화 조치

- 브랜드 DM 발송업체 자격 제한
- 全 DM발송업체 대상 정보보호서약서 징구 및 관리
- 발송업체 보안실태 정기점검 (월1회 / 각 점 영업총괄팀 진행)
- 미발송 DM 즉시 파기 및 CRM팀 결과보고

웨딩센터 운영

롯데백화점은 고객의 Life Cycle Value에 입각한 평생고객서비스 구현을 궁극적인 목표로 삼고 있습니다. 그 구체적인 실천방안으로 지난해 2005년 2월 업계 최초로 본점, 잠실점, 부산본점, 대구점에 웨딩센터를 신설하였습니다. 전문 웨딩도탈매장으로 마련된 롯데 웨딩센터에서는 웨딩업체 듀오웨드, 이화웨딩과의 제휴를 통해 전문웨딩 플래너의 웨딩컨설팅 서비스를 제공하고 있습니다. 특히백화점의 혼수상품 및 드레스, 포토, 메이크업 등 웨딩상품과 호텔에식 하니문 안내 등의 종합적인 웨딩서비스와 함께 롯데호텔, 롯데닷컴 면세점 등 롯데그룹 계열사의 특별 혜택까지 포함한 차별화된 편익을 제공하고 있으며 현재 1만명의 회원이 가입되어 있습니다. 2006년 3월부터는 기존 4개 대형점포 외에 수도권 7개점, 지방 5개점으로 웨딩센터를 확대 운영하고 있습니다.



본점 웨딩센터

사회공헌

고객과 함께하는 행복한 사회 만들기

지역사회 공헌활동 사례

롯데백화점은 전국 주요 시도의 지역 1번점으로서 지역사회의 충실한 시민 역할을 다하기 위하여 사회적책임 수행에 노력하고 있습니다. 특히 고객이 함께 참여하는 사회공헌 프로그램의 일환으로 바자회 방식을 통해 기증상품 판매, 시민참여 모금, 캠페인 활동 등을 전개하고 있습니다.

불우이웃 돕기



환경사랑바자



이재민돕기 / 국제 구호



어린이 / 독거노인 / 사회적약자 돕기



에비뉴엘 자선바자 사례



롯데백화점 명품관 에비뉴엘은 2005년 11월 'Share the Love with Avenue'을 주제로 자선 캠페인을 진행하였습니다. 이 캠페인은 전세계 럭셔리 패션의 선두그룹 LVMH의 계열 브랜드인 세린느와 함께 공동으로 개최하였습니다. 세린느의 뉴 크리에이티브 디렉터인 '이바나 오마직이 직접 디자인한 세계 유일의 'Love 티셔츠' 판매를 비롯하여 사랑의 나눔 이벤트가 릴레이 식으로 전개되었습니다. 세린느 자선 패션쇼, 주한 외교사절 부인회 자선 바자회 자선 미술품 경매행사 등이 진행되었고, 한달 동안의 캠페인을 통해 발생한 수익금은 사랑의 열매를 통해 입양을 기다리는 '성가정 입양원'의 미혼모 아이들을 위해 전액 기부되었습니다. 패션쇼에서는 수퍼모델 수상자 출신들의 모임인 '아름치아름다운 사람들의 모임' 모델들이 직접 참가하기도 하였습니다. 또한 독일 포르투칼 오스트리아 등 13개국 주한 대사 부인들이 각국의 대표 음식과 홈 메이드 디저트를 기증하고 자원봉사자로 나서 바자행사의 의미를 한층 더 빛내 주었습니다.



'Love티셔츠' 판매행사



'세린느 자선 패션쇼'



'Love Flower' 판매행사

에비뉴엘은 국내 최고급 백화점에 걸맞게 사회적 책임을 다하는 백화점이 되고자 합니다. 2005년 5월 첫번째 자선 경매행사인 'United We Care'를 통해 명진아동복지원에 수익금 전액을 기부한 것을 시작으로, 2006년 3월 에비뉴엘 오픈 1주년을 기념한 자선캠페인인 Love Flower 판매행사를 통해 지온보육원과 영락보리원을 후원한 최근 사례에 이르기까지 에비뉴엘의 사회공헌은 바자, 캠페인, 경매 등 다양한 형태를 통해 앞으로도 계속될 것입니다.

임직원 봉사활동

점별 봉사동아리 현황

윤리경영의 일환으로 전사 임직원이 주체가 되어 임직원봉사활동을 실시하고 있습니다. 전점 현형 실시, 어린이날 선물 사회단체 기증, 노사합동 봉사활동 실시 등의 다양한 직원봉사를 실천하고 있으며 2005년 현재 전점 26개 봉사동호회에 6,402명이 활동하고 있습니다.



분점 - 사·나·사

사랑의 집 방문 헤어컷, 안마, 청소, 생필품 전달



잠실점 - 사뫼터봉사단

임사재활원 김장 봉사



영등포점 - 작은사랑 큰사랑

성로원 아가집 청소 봉사



청량리점 - 다소미

전농2동 동대 사랑의 쌀 전달



관악점 - 관악사랑

소망의집 방문 다과회 및 위문활동



분당점 - 성심회

요한의 집 지체장애인 봉사



부평점 - 나눔

에림원 에림일터 자원봉사



일산점 - 한울타리 동호회

기쁨터 꿈나무의집 성금 전달



강남점 - 햇빛사랑

독거노인 도시락배달, 물품후원, 바자회 외



인양점 - 사랑마루회

인양노인 전문 요양원 김장봉사, 자원봉사



인천점 - 참사랑

소망의집 청소 및 빨래, 식사, 간호 봉사



노원점 - 천사모 동호회

평화의 집 식사제공, 생필품 전달



부산본점 - 길라잡이 봉사 동호회

부산전구 종합사회복지관 김장 봉사



광주점 - 빛고를 나눔회

형제사 방문 후원금 전달, 봉사활동



대전점 - 다사랑

용문종합사회복지관 연말연시 독거노인 위안잔치



포항점 - 사랑회

장애인 봉사활동 및 물품후원



울산점 - 동그라미

태연재활원 원생발표회 지원



동래점 - 한울사랑회

성애원, 희락원 물품 후원 및 봉사 활동



창원점 - 나누미

성심원 방문, 주원보조, 청소, 생필품 전달 외



대구점 - 사랑 나눔회

독거노인 위로 및 봉사

전주점 지역 봉사활동 사례

2004년 5월 오픈한 롯데백화점 전주점은 지역사회와 함께 발전하며 더불어 살아가는 이웃이 되기 위하여 다양한 봉사활동을 실천하고 있습니다.

독거노인 도시락 배달

전주점은 개점 이후 현재까지 전주지역 독거노인 20분께 매일 점심식사 도시락을 무료로 제공하고 있습니다. 사회복지법인 나눔복지재단과 연계하여 시작한 본 사업을 통하여 2004년 8월부터 2006년 1월까지 총 7,237개의 도시락이 배달되었으며, 이 도시락은 노인분들이 끼니를 거르지 않도록 도움을 드리고 있습니다. 또한 자원봉사자들이 방문하여 외로운 노인분들에게 말벗과 위로가 되어 드리고 있습니다.



비인가 노인시설 생필품 지원

재정 지원이 넉넉하지 못한 비인가 노인 요양시설에서 거주하고 있는 노인들의 생활 안정에 도움이 되고자 2004년 11월 전주시 완산구내 비인가 노인시설 4곳에 2년간 쌀, 세탁 등 총 1,200만원 상당의 생필품을 지원하기로 약정하였습니다. 롯데백화점 전주점 직원으로 구성된 온고을봉사단은 매월 1회씩 노인시설 4곳(무지개사랑원, 아가페하우스, 천사의 집, 행복의 집)을 방문하여 생필품을 전달하고 있습니다.



사랑의 연탄배달

입동무렵 불우이웃에게 연탄을 배달해 주는 봉사활동을 하고 있습니다. 2005년 11월 7일 전주시 교동의 독거노인가구 등 불우이웃 50가구에 각 200장씩 총 1만장의 연탄을 배달했습니다. 특히 봉사단원들이 직접 연탄을 배달하며 따뜻한 마음까지 전하고 있습니다. 연탄 구입비용은 사내 일일차집, 성금 등을 통하여 조달하는데 직원들의 참여도가 높아 연탄배달 수량은 꾸준히 증가하고 있으며 봉사단원의 회원수와 활동범위도 늘어났고 있습니다.



“임직원 및 협력회사와
함께 성장해 나가는
Win-Win 파트너십을 추구합니다”



Think **Partnership**

롯데가족의 오늘 그리고 내일

임직원을 고객과 같이

직원중심의 복리후생

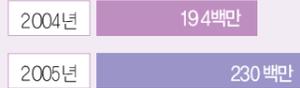
주요 복리후생 제도

직원들의 재정지원을 위해 각종 대출제도를 운영중이며 유치원부터 대학교까지 학자금을 전액지원하고 있습니다. 또한 직원들의 여가 생활을 위해 콘도 및 동호회를 운영하며 비용을 지원하고 있습니다. 지방점 이동자들에게는 현지 정착을 위한 주택임차대여금, 이사비용 등을 지원하고, 연고지 방문을 위한 교통비를 지원하고 있으며 직원들과 가족들의 사고 및 질병에 대비 최대 2억까지 보상받을 수 있는 상해보험 가입과 회사차원의 의료비 지원제도, 종합건강검진 제도를 운영하고 있습니다. 특히 비정규직원의 경우, 의료비지원, 상해보험가입, 콘도 이용 혜택 등 주요 복리제도에 있어 정규직에 준하는 복리후생 혜택을 제공하고 있습니다.

직원 의료비 지원 사례

의료비 지원은 직원들의 의료비 지출에 따른 가계 비용부담을 감소시키고 건강증진 및 관리로 업무의욕을 강화시켜줌으로써 일의 능률을 높일 수 있습니다. 2004~5년 동안 총 674명이 424,680,099원을 지원받았으며 정규직 뿐만 아니라 임시직까지 의료비 혜택을 부여하고 있습니다. 의료비 신청은 해마다 그 건수가 늘어나고 있으며 앞으로 의료비 지원의 지속적인 홍보를 통하여 보다 많은 직원들에게 혜택을 제공할 계획입니다.

총지원금액 증가추이



직원동호회 운영 및 후원

본사 및 전국 22개점에 사회봉사동호회를 비롯하여 산악동호회, 종교동호회, 각종 스포츠동호회 등 전체 83개 동호회가 있으며 동료사원을 포함한 총 8,429명의 직원들이 활동하고 있습니다. 2005년 전체 동호회 활동은 총 1,442회 실시되었으며, 이에 연간 총 230,253,084원(월평균 19,187,757원)의 동호회 후원금을 각 동호회 활동인원수에 비례하여 지원하였습니다.



볼링동호회 (동래점)



헬스동호회 (잠실점)



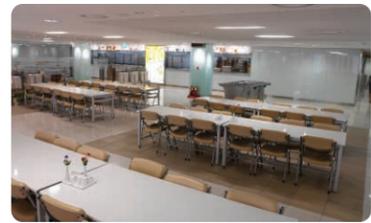
댄스동호회 (인천점)



산악동호회 (대구점)

내부고객 만족도 평가

직원을 내부고객으로 인식하고 '언제나 고객과 함께'라는 경영이념을 직원 대상으로 실천하기 위하여 노력하고 있습니다. 그 일환으로 2005년 내부고객 설문조사를 실시하여 직원복지의 주요 분야별로 만족도 조사를 실시하였습니다. 검품, 안전, 청소, 지원, 인사/노무, 교육, 직원수당, 락카, 시설 등 총 9가지 항목에 대하여 만족도를 조사하였으며 만족도 점수가 저조한 분야에 대해서는 개선을 통해 직원만족도를 높이기 위해 노력하고 있습니다.



'05년 본점 직원식당 전면리뉴얼
(직원식당에 대한 내부고객만족도 제고 차원에서 실시)

직원보호정책

나눔자리 운영현황

롯데백화점은 임직원의 고충처리를 위해 '나눔자리' 라는 고충상담 제도를 운영하여 정규직, 비정규직 및 동료사원 등 전사원의 고충을 해결하고 조직내에 각종 불합리한 문화를 개선하는데 노력하고 있습니다. 고충상담은 방문, 전화, 인터넷, 전자메일 등 다양한 채널을 통하여 이루어지며 직원들의 불평, 불만, 애로사항 등을 해결해 줌으로써 직원들의 사기를 높이고 나아가 생산성을 향상시키고 있습니다.

2001년 4월 1일 만들어진 나눔자리는 점내 신망이 높고 상담 능력이 뛰어난 23명의 상담원으로 구성되어 점별 1명씩 근무하고 있습니다. 근무환경, 애로사항, 성희롱, 처우개선, 갈등해소 등 다양한 상담을 제공하고 있으며 2001년부터 2005년까지 총 4만 6천여명의 상담을 진행하였습니다. 2006년 5월에는 롯데백화점이 '사회복지봉사활동 인증센터'로 지정되었습니다. 이를 통해 나눔자리 상담원을 사회복지봉사 활동 인증요원으로 지정하였으며 활동기반을 더욱 강화할 계획입니다.



나눔자리 홍보 포스터

캠페인 및 교육사례

성희롱 예방교육

직장에절관련 '성희롱 사전 예방교육'을 통하여 밝고 건강한 직장문화를 만들기 위하여 노력하고 있습니다. 2005년에 본사는 14차수 803명, 각 점에서는 6~10월에 걸쳐 총 42,402명을 대상으로 '성희롱 예방교육'을 실시하였습니다. '직장내 성희롱 바로알기'라는 주제로 성희롱 예방 및 대처방법을 제시하고 성희롱 사례 분석을 통한 현장 중심 교육을 진행하였습니다. 또한, 직원들이 직접 사례별로 성희롱 문제에 대한 자신의 의견을 나누고 토의하는 프로그램을 운영하여 직원들 스스로 성희롱에 대한 문제의식을 가질 수 있도록 하였습니다.

행복한 가정만들기 캠페인

직원들의 근로의욕 증진과 효율적인 업무수행은 가정에서의 충분한 휴식, 여가시간 확보와 성실한 자기개발 등이 수반이 되어야 가능합니다. 이를 위하여 행복한 가정 만들기 캠페인을 통해 정시퇴근을 적극적으로 장려하고 퇴근율을 체계적으로 관리하고 있습니다. 실제적인 캠페인 목표달성을 위해 폐점 1시간 이후 직원 잔류율을 체크하여 해당부서에 피드백하고 있으며 퇴근시간이 되면 전사 퇴근방송 및 소등제를 실시하고 있습니다. 또한 점별 자율 근무수칙을 제정하여 자체적인 실천을 도모하고 있습니다.

캠페인 실천 사례 (본점)

- 오전 10~12시 사이에는 회의 인터넷, 흡연, 자리아식을 자제
- 보고서는 3장 이내로 요약
- 모든 보고는 7시 이전에 종결
- 폐점 전 2시간내 자료작성 지침 및 타부서 자료요청 금지
- 유관부서 업무별 담당자 휴무시 인수자를 지정, 업무지연을 근절
- 회의는 개폐점 30분 전후에는 실시하지 않으며, 회의시간은 1시간을 넘지 않음
- 집중근무시간내 각종 회의 및 자료요청을 금지
- 지정된 휴무계획을 철저히 준수
- 퇴근시 인사없이 자율적인 퇴근을 준수
- 개인별 업무일정표 작성을 생활화

인재경영

교육체계

창조적 인재 세계화에 맞는 인재, 자기자신에 충실한 인재, 적극적으로 도전하는 인재를 롯데백화점의 인재상으로 삼고, 이러한 인재를 육성하기 위하여 경영교육, 직무교육, 서비스교육, 자기개발교육, 유통전문인력육성, 글로벌인재육성 6개 분야에 집합/독서/사이버 교육체계를 갖추고 있습니다. 2005년 한해 동안 정규직 154시간, 비정규직 27시간, 동료사원 29시간씩 교육을 이수하였습니다. 유통전문인력의 육성, 서비스능력 강화, 직무전문성의 강화 등 다양한 교육에 대한 수요를 충족하기 위해 교육시간은 매년 증가하고 있는 추세입니다.

직군별 인당 교육시간 증가 추이(2003~05) (단위: 시간)



2005년 교육 성과

	2004년	2005년	증감	%
과정수 (개)	224	270	46	20.5
연 교육인원 (명)	411,410	522,790	111,380	27.1
총 교육시간 (H)	1,708,790	1,875,960	167,170	9.8
인당 교육시간 (H)	38	42	4	10.5

유통전문인력 양성

유통전문인력의 육성을 위하여 각 직급별로 교육과정이 구성된 전문 육성체계를 운영하고 있습니다. 1급 대상의 유통전문경영자과정, 2급 대상의 유통대학원, 3~4급 사원 대상의 유통대학, 4~5급 사원 및 직무전환자를 대상으로 하는 유통전문대학 과정이 개설되어 있습니다. 2005년에는 유통전문경영자 과정 5명, 유통대학원 23명, 유통대 38명, 유통전문대 78명을 배출하였습니다. 13년 전통으로 '05년까지 350명의 유통전문인력을 배출한 대표적인 유통전문 인력양성과정인 유통대는 총 4학기로 구성되어 1학기 마케팅, 인사조직, 소비자행동론 등의 경영기초 학문, 2학기 유통관리실무, 영업기획실무 등 유통실무심화학습, 3학기 주제연구, 4학기 해외 연수 등의 순서로 과정을 진행하고 있습니다.



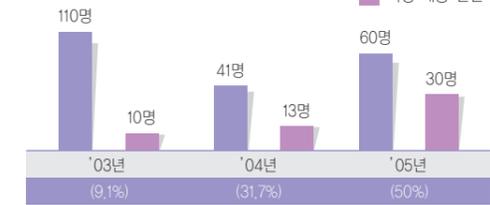
여성인재양성

롯데백화점 정규직 사원 총 4,671명 가운데 여성인력은 총 2,518명으로 전체 53.9%를 차지합니다. 또한 대졸신입사원 중 여성 비율은 2002년도 2.2%에서 2005년에는 전체 채용인원의 50%로 크게 상승하는 추세입니다.

정규직 성별 인원현황



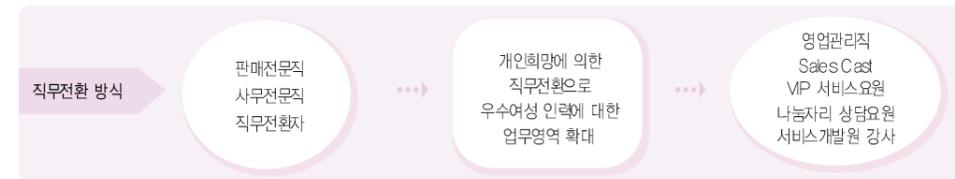
대졸 여성 채용 현황



개방형 인사관리를 통한 여성인재 등용

롯데백화점은 채용 및 근무체계에 있어 발생할 수 있는 성차별을 최소화하고 직원들에게 발전과 자기개발의 기회를 최대한 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 특히 개방형 인사관리제도인 '직무전환제도'를 운영하여 여성인력의 근무의욕 고취 및 우수인력의 관리자 등용을 도모하고 있습니다. 직무전환자는 지난 2001년부터 2005년까지 총 356명에 달합니다.

직무전환제도 개요



여직원 직무전환 현황

	2005년	2006년 계획
영업관리직	146명	160명
Sales Cast	8명	10~15명
VIP 서비스요원	5명	6명
나눔자리 상담요원	2명	10명
서비스개발원 강사	2명	4명
합계	163명	190~195명

위탁사내대학 운영

직원들의 학업욕구를 충족시켜 주기 위하여 고졸 사원들을 대상으로 2년 전문학사 정규과정의 위탁사내대학을 운영하고 있습니다. 또한 동료사원에게도 교육 기회를 제공하여 근무의욕 고취 및 장기근속을 유도하고 있습니다. 수도권지역의 한양여대, 명지전문대, 부산의 강남정보대, 대전의 혜천대학 등과 제휴하여 학사과정을 운영하고 있으며 여성인력개발, 유통경영, 패션비즈니스 등 10개 학과에 직영사원과 동료사원 총 521명이 재학하고 있습니다.



파트너십 경영

상생의 노사관계 / 윤리 경영

상생의 노사관계

롯데백화점 노사는 신뢰와 대화, 상호 존중 및 노사 자율, 참여와 협력이라는 노사 철학을 공유하고 이를 발전시키기 위하여 노력하고 있습니다. 단체 협약과 노사협의회 등 노사간 대화를 통하여 현안과 갈등을 해결하고 있으며, 경영현황설명회를 통하여 노사간 상호 이해의 폭을 넓히고 있습니다. 매년 2회 노사합동 연수단을 해외에 파견하여 선진기업의 상생경영사례를 돌아보며 당사적용 방안도 함께 모색하고 있습니다. 2005년에는 노사협의회 산하에 "생산성 향상을 위한 노사공동위원회"를 운영함으로써 한 차원 높은 참여적 노사관계로의 발전을 모색하고 있으며 "사회봉사 활성화를 위한 노사공동위원회"를 설치하고 노사합동 봉사활동을 실시하여 기업의 사회적 책임 수행에도 힘쓰고 있습니다. 이러한 노력들을 통하여 롯데백화점은 조합 창립 이래 19년간 무분규의 기록을 이어가고 있으며, 성과배분제도 등 합리적인 인력운영 체계 정립 및 사원 복지 증진에 노력한 실적을 인정받아 노동부로부터 '신노사문화 우수기업'에 선정된 바 있습니다.



노사합동 해외연수



생산성향상을 위한 공동위원회



노사합동 봉사활동

윤리 경영

롯데백화점은 윤리경영이 선에서 그치지 않고 실제적인 실천활동을 통해 기업문화로 정착할 수 있도록 노력하고 있습니다. 고객 정보 관리, 친절사원 포상 제도, 고객응대 모니터 등을 통한 고객신뢰 강화를 실현하고 있으며 임직원의 윤리교육을 위하여 자기신고제 마련, 자기서약서 작성, 윤리행동 자기점검 실시, 윤리교육 설문조사 등을 실시하고 있습니다. 특히 '명절선물 안주고 안받기 캠페인'을 통해 대표이사 인내 서신 및 e-mail 발송, 전직원 전파교육, 사내외 홍보를 전개하고 있습니다. 또한 '점별, 부문별로 '잠깐' 캠페인 및 '고운말 고운행동' 캠페인, 금연 캠페인, 절약 캠페인 등을 지속적으로 실시하고 있습니다.

윤리경영 마인드의 확립을 위하여 사내 교육과 홍보를 강화하였습니다. 신입사원 입문과정내 윤리강화 교육, 성희롱 예방 교육, 공정거래법 교육 등을 편성하여 진행하고 있으며, PL법 교육, New Start 교육, Cyber 교육 등을 전직원 필수 과정으로 운영하고 있습니다. 또한 포스터게첩, 개폐점시 안내방송, POP 부착, POP-UP 창 개설 등의 방법으로 연중 캠페인을 진행하여 홍보효과를 극대화 하고 있습니다.

롯데쇼핑(주) 윤리행동준칙 (요약)

고객에 대한 다짐	주주에 대한 책임과 의무	임직원의 기본윤리	협력사와의 올바른 관계	국가와 사회에 대한 책임
· 고객존중 · 고객만족 · 고객신뢰창조	· 성실경영 · 투명성 유지 · 주주의 알 권리 보장	· 규범준수 · 신의성실 · 상호존중 · 능력개발	· 공정한거래 · 상호발전의 추구 · 협력회사에 대한 비윤리적 행위금지	· 건전한 기업활동 · 정치불개입 · 환경친화 · 안전관리 및 사고예방

협력회사 우대 정책

전자계약 시스템 도입

2005년 12월 협력회사 업무 간소화와 비용 감소를 위하여 전자계약시스템을 도입하였습니다. 전자계약시스템은 공인인증을 통한 전자 서명으로 계약이 체결되는 방식으로서 협력회사 담당자가 문서계약을 작성 출력하고 당사를 방문해야 하는 번거로움 없이 협력회사의 업무 편의를 크게 제고하였습니다. 상품본부, 판매본부가 협력회사와 체결하는 계약서, 약정서 및 각종 합의서를 우선 대상으로 개발하였으며 향후 적용범위를 추가로 확대해 나갈 계획입니다.

협력회사를 위한 열린 정책

입점을 원하는 외부 업체를 위하여 진입문턱을 낮추기 위한 다양한 제도를 운영하고 있습니다. 매년 2차례 이상 상품 공개평의회를 열어 투명하게 입점업체를 선정하고 있으며 상품본부 인터넷 홈페이지를 통해 바이어와 협력회사가 실시간으로 상담할 수 있도록 시스템을 개선하였습니다. 또한 협력회사의 위험 부담을 줄이기 위하여 업계 최초로 본점에 '챌린지 숍'을 도입하여 중소기업들에게 3주에서 1개월 동안 매장을 무상으로 빌려주고 입점여부를 결정할 수 있도록 하였습니다. 또한 Men's Within Shop은 글로벌 경쟁력을 갖춘 국내 디자이너 양상을 위해 마련된 편집샵으로 마켓 테스트 후 단독샵으로 전환할 수 있도록 하여 신규 디자이너 브랜드가 백화점에 진출할 수 있도록 돕고 있습니다. 향후, 롯데백화점은 고객을 모시는 자세로 협력회사와 상생협력해 나갈 수 있도록 실제적인 개선활동을 지속할 방침입니다.



본점 챌린지 숍

동료사원 격려하기 캠페인

롯데백화점은 동료사원과 함께하는 백화점 만들기 일환으로 '동료사원 격려하기' 캠페인을 2005년 연중캠페인으로 진행하였습니다. 캠페인을 통해 직원 편의시설을 개선하였으며, 직원 건강 챙겨주기, 우수 샵매니저 우대제도 마련 등 동료사원 근무여건을 향상시키기 위한 다양한 활동을 전개하였습니다.

캠페인을 통한 동료사원 근무환경 개선 실적

- 직원 편의시설 개선**
 - 직원휴게실 : 여직원 휴게실 발 맞사지기 설치 시설물 신규 교체
 - 락카실 : 락카실 추가신설(영등포점), 대형여어건 설치(강남점), 파우더룸 벽면, 장판교체
 - 의무실 : 온물마루, 발 맞사지기 설치(안양점), 도배·도색 등 환경미화
- 건강 챙겨주기**
 - 생일자 축하파티(全店 매월 1회 이상 실시)
 - 아침 식사 챙겨주기
 - 인근 병원 연계 의료비 할인 혜택(영등포점, 청량리점, 노원점)
- 우수 샵매니저 우대제도**
 - 전용 라운지 제공 · 직원식당 FREE-PASS · 영화표 증정 · 무료 주차 · 店內 부대시설 우대
 - 9개점 실시 : 본점, 청량리점, 관악점, 분당점, 무명점, 안양점, 강남점, 일산점, 인천점 (우수 샵매니저 전용 라운지 운영은 본점, 일산점, 인천점 3개점 실시)

공정거래 자율준수

롯데백화점은 2001년 9월 19일 유통업계 최초로 공정거래 전담조직을 구성하여 공정거래 자율준수를 선포한 후 감시 및 감독 교육 및 평가활동을 지속적으로 전개하고 있습니다. 자율준수 활동결과는 대표이사 및 이사회에 정기적으로 보고하고 있습니다.

관리 및 감독 시스템

롯데백화점의 공정거래 전담조직인 '공정거래자율준수담당'에서는 감시 및 감독 활동을 지속적으로 수행하고 있습니다. 협력회사 및 임직원에게 불이익을 줄 수 있는 거래상 지위남용행위, 소비자를 오인시킬 우려가 있는 표시·광고 위반행위 등 매출 관리테마를 선정하여 집중 감독하고 있습니다.

또한 현장 중심의 자율준수활동을 위하여 영업부서별로 공정거래 책임관리자 및 담당자를 선임하여 책임과 권한을 부여하고 있습니다. 이들은 자체적으로 해당부문에 대한 감독계획을 수립하여 활동하고 있으며, '공정거래자율준수담당'에서는 이들의 감독활동을 평가하고 Feed-Back하여 법 위반행위를 사전에 예방하고 있습니다. 매년 정기적으로 협력회사 임직원을 대상으로 '협력회사 만족도 설문조사'를 실시하여 미흡한 부분을 적극 개선하고 있으며, 협력회사 임직원이 인터넷을 이용하여 신고할 수 있도록 '온라인 신고시스템(공정거래 신문고)'을 구축하여 불합리한 사항을 신속하게 처리하고 있습니다.

2005년 공정거래 감독 실시 현황

구 분	내 용
1, 4, 7, 10월	바겐세일 신문 및 전단광고의 표시·광고법 준수여부 현장점검
2, 8월	S/S 및 F/W 협력회사 입·퇴점 및 매장 인테리어 관련 현장점검
3, 9월	패션쇼, 고객초대전 등 각종 판촉행사에 대한 공정거래 준수여부 현장점검

직원 교육 및 평가시스템

롯데백화점은 전직원의 법률지식 함양 및 공정거래 자율준수 마인드 제고를 목적으로 체계적인 공정거래 교육에 주력하고 있습니다. 신입사원 입문교육, 기존사원 보수교육, 사내전문가 양성교육, 공정거래위원회 초빙교육, 외부기관 전문교육, 사이버교육(e-러닝과정) 등 온-오프라인을 포괄하는 다양한 교육과정을 구축하여 영업부서 전직원이 분기별로 최소 1시간 이상 교육과정을 이수하도록 의무화하고 있습니다. 또한 영업관련부서 전직원을 대상으로 공정거래 TEST를 매년 2회 정기적으로 실시하여 교육내용에 대한 이해도를 측정하고 그 결과를 추후 교육에 반영하고 있습니다.

2005년 공정거래 교육 실시 현황

구 분	교육인원	내 용
기존사원 보수교육	9,618명	유통업 관련 공정거래법규 심화학습
공정거래위원회 초빙교육	593명	공정거래 심결사례 해설 및 질의·응답
사내전문가 양성교육	79명	공정거래 현업사례 분석 및 문제해결
신입사원 입문교육	60명	기본법규 및 개념 정립
사이버교육	전직원	관련법규 강의 및 TEST 실시
공정거래 평가	3,350명	전직원의 공정거래 이해도 평가(年 2회 시험)

협력회사 의견 수렴 시스템

롯데백화점은 현재 공정거래 준수정도를 객관적으로 평가하기 위하여 매년 외부 리서치업체에 '협력회사 만족도 설문조사'를 의뢰하여 시행하고 있습니다. 또한 내부적으로 영업부서의 공정거래 준수 정도를 매년 정기적으로 평가하는 '자율준수 종합평가'를 도입하여 운영하고 있으며 미흡한 부분에 대해서는 집중 관리하고 있습니다. 이와 같은 '협력회사 만족도 설문조사' 및 '자율준수 종합평가'에 대한 영업부서별 결과를 매년 평가하여 표상조치함으로써 공정거래 자율준수에 대한 전직원의 자발적인 참여를 유도하고 있습니다.

롯데백화점 협력회사 만족도 설문조사

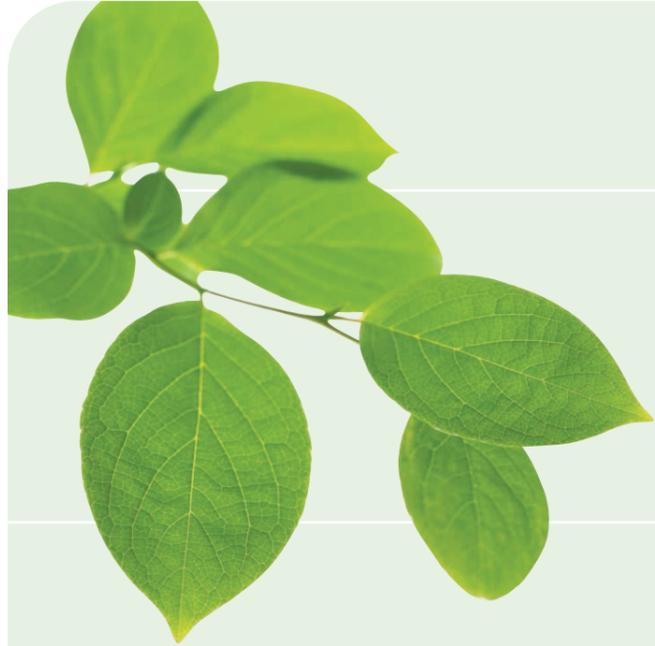
시행시기	年 1회
조사주체	한국리서치
조사대상	롯데백화점 및 동업계에 동시에 입점하고 있는 협력회사 임직원

조사항목

항목	대상	매입부서	매장부서
제도적인 측면		입점 협력회사 선정의 공정성	협력회사 매장 배치의 공정성
		협력회사 평가기준의 합리성	납품 및 검품과정의 편리성
		퇴점 협력회사 선정의 공정성	전산시스템의 편리성
직원 측면		상품 소싱 및 MD능력의 전문성	판촉 및 행사 기획능력의 전문성
		협력회사 응대태도의 친절성	협력회사 응대태도의 친절성
		전반적인 직원의 청렴성	전반적인 직원의 청렴성
공정거래 측면		판촉비용 부담강요의 정도	판촉비용 부담강요의 정도
		계약내용의 이행 정도	원활한 판매대금 지급의 정도
		각종 부당한 강요의 정도	각종 부당한 강요 정도

협력회사 만족도(CSI) 산출과정





“다음 세대를 위한 환경보전,
롯데백화점의
또 하나의 미션입니다”



Think **Environment**

환경가치경영

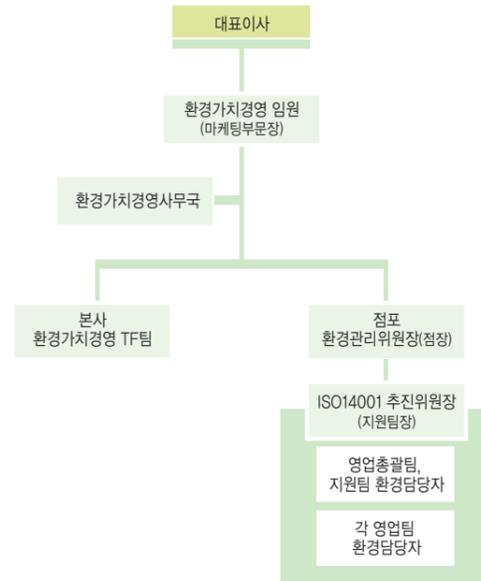
친환경백화점

환경가치경영 조직 운영

환경가치경영의 효과적인 기획과 실행을 위하여 전사적인 환경조직을 구성, 운영하고 있습니다. 2005년 한해동안 본사, 본점, 잠실점 3개 사업장을 대상으로 총 32명으로 구성된 환경가치경영 조직을 운영해 왔으며, 2006년에는 ISO14001 전사 확대인증에 따라 조직규모를 전점으로 확대할 방침입니다. 이를 위해 각 점별로 환경관리위원장 및 추진위원장과 실무인원 2명을 지정할 계획입니다.

환경가치경영 방침 (2004년 4월 제정)

1. 환경가치경영을 통해 국내유통시장을 보다 친환경적으로 변화시키며, 세계적인 친환경 유통기업으로 자리매김한다.
2. 고객에게 환경의 가치를 알리는 다양한 상품과 생활문화를 제공하고, 친환경적인 소비생활을 권장한다.
3. 환경가치경영을 협력회사와 공유함으로써, 협력 회사의 환경경영을 선도한다.
4. 환경폐기물과 자원절감을 위해 적극 노력하여, 지속적인 환경개선활동이 이루어지게 한다.
5. 환경법규를 준수하고, 법규보다 강화된 내부기준을 수립·실천하도록 한다.
6. 환경기금을 조성하여 다양한 환경보전활동에 참여하며, 특히 조류보호 캠페인을 통해 환경의 소중함을 고객과 사회에 알린다.



환경가치경영 시스템 조직도

환경관리성과

에너지 절감 3단계 활동

환경가치경영을 선포한 지난 2004년부터 에너지 절감 대책 3단계 계획을 실행해오고 있습니다. 이는 매장온도 1℃ 조정에 따라 냉방시 6.3%, 난방시 3.5% 비율로 에너지 절감효과가 있음을 고려하여 매년 단계별로 냉난방 온도는 1℃, 온수의 온도는 10℃씩 조정하는 에너지절감 실천 활동입니다. 이를 통해 해마다 냉방비용 225백만원, 난방비용 75백만원, 온수비용 25백만원을 절감하여 1년에 325백만원 상당의 에너지를 절감하고 있습니다.

에너지 절감 대책 3단계 실시



2005 에너지 자원 관리 실적

지속적인 에너지 절감 및 관리활동을 통해 3개년간 평당 에너지사용량은 점진적으로 감소하고 있습니다.

3개년 평당에너지 사용량 추이 (2003~2005)



연간 에너지 사용량 (2003~2005)

구분	Input		Output
	전기(만kWh)	LNG (만Nm3)	CO2 배출량 (ton)
'03년(20개점)	40,289	1,484	204,365
'04년(22개점)	42,246	1,522	213,476
'05년(22개점)	41,898	1,477	210,941

- 2004~05 동일조건 비교를 위하여 '05년 에너지 사용량 Data 에서 예비뉴얼관 ('05년 3월 오픈)의 사용량은 배제하였습니다.
- 2004 지속가능성보고서에 기재된 '03년, '04년 에너지 사용량이 상기 Data와 약간의 차이를 보이고 있으며, 이는 자료취합과정에서 오류로 인한 것임을 알려드립니다.

수자원 사용

2005년 총 수자원 사용량은 355만톤(22개점 기준)입니다. 점별로 운영되고 있는 중수도설비와 지하수 활용을 통해 수자원절감에 노력하고 있으며 최근 3개년 평당 수자원 사용량은 지속적인 감소추세에 있습니다.

점점 실내공기질 측정결과

롯데백화점은 많은 사람들이 방문하는 다중이용시설로서 실내공기질 관리가 매우 중요합니다. 고객과 임직원의 건강을 위하여 법정기준치보다 강화된 자체적인 실내공기질 관리기준을 마련하여 엄격하게 관리하고 있습니다. 정기적인 실내공기질 점검을 1회 실시하고 있으며, 지난 2005년 실시된 실내공기질 점검 결과는 다음과 같습니다.

구분	항목	단위	매장			주차장		
			법정기준치	평균	법정기준치 대비	법정기준치	평균	법정기준치 대비
유지기준 (회/기)	미세먼지	µg/m³	150 이하	40.39	26.9%	200 이하	56.16	28.1%
	일산화탄소	ppm	10 이하	3.04	30.4%	25 이하	7.19	28.8%
	포름알데히드	µg/m³	120 이하	33.66	28.0%	120 이하	18.09	15.1%
	이산화탄소	ppm	1,000 이하	531.59	53.2%	1,000 이하	531.98	53.2%
권고기준 (1회/2년)	휘발성 유기화합물	개/cc	500 이하	250.49	50.1%	1,000 이하	490.92	49.0%
	석면	개/cc	0.01 이하	0.0001	0.9%	0.01 이하	0.001	6.0%
	오존	ppm	0.06 이하	0.002	2.8%	0.08 이하	0.002	2.4%
	이산화질소	ppm	0.05 이하	0.02	48.7%	0.3 이하	0.03	10.2%
	라돈	pCi/l	4.0 이하	0.37	9.2%	4.0 이하	0.52	13.1%

사내 환경 캠페인

환경방침 준수 캠페인 / 주간환경리포트 발간

친환경백화점으로 거듭나기 위해서는 임직원의 의식과 행동이 환경친화적으로 변화되어야 합니다. 이러한 조직의 체질개선을 이루기 위하여 캠페인, 교육 등의 방법을 통해 전사 환경의식 제고에 노력하고 있습니다. 2005년 11월 본사와 전점을 대상으로 환경방침 6개 항목으로 구성된 캠페인 포스터를 사내게시판에 부착하여 환경방침 준수 캠페인을 진행하였습니다. 이외함께 매장 조희 및 점 자체교육을 통하여 정규직원 및 동료사원을 대상으로 환경방침에 대한 교육을 실시하였습니다. 또한 환경관련 뉴스, 시사정보를 모아 매주 1회 주간환경리포트를 발간하고 있습니다. 이는 전자결재 시스템을 통해 전부서에 배포됩니다. 국내외 환경경영 트렌드, 우수 환경실천 사례 등의 내용으로 구성되어 전직원이 환경 마인드를 갖추고 지속적으로 환경경영에 동참하도록 유도하고 있습니다.

전사 1店1山川 캠페인

2005년부터 '1점1산천'이라는 새로운 표제하에 체계적이고 실재적인 실천활동으로 발전시키고 있습니다.

2005 전점 1점 1산천 보호활동

점	본점	잠실	영등포	청량리	관악	분당	부평	일산	강남	안양	인천
보호대상	북한산/청계천	아차산	안양천/고수부지	도봉산/북한산	관악산	불곡산/탄천	백화점 주변거리	정발산	대모산/탄천	수리산/인양천	올림픽공원
실시회수	9	12	5	10	6	16	12	12	12	12	10

점	노원	부산본점	광주	대전	포항	울산	동래	창원	대구	상인	전주
보호대상	수락산/중랑천	백양산	무등산	갑천	내연산	문수산/태화강	온천천	정병산	팔공산	주흘산	모악산/전주천
실시회수	12	1	4	4	3	10	1	6	1	1	12

폐기물 관리

2005년에는 전사 기준 총 29,580(kg)의 폐기물이 발생하였으며 이 가운데 40%가 재활용 처리되었습니다. 음식물 쓰레기는 총 9,816(kg)가 발생하였으며, 적법하고 친환경적인 처리를 위하여 퇴비화, 사료화, 소멸화 시설을 갖춘 업체를 통해 폐기물 처리를 진행하였습니다.

전사 폐기물 발생량

■ 재활용량 : 총 11,911(kg) (kg) / 총 폐기물발생량 대비 재활용비율 40%

종류	일반쓰레기(kg)	페스티로폼(kg)	파지(kg)	공병(kg)	CAN(kg)	폐식용유(kg)	계
발생량	17,669	784	10,204	484	393	46	29,580

직원식당 잔반 줄이기 캠페인 ▶ 잠실점에서는 지난 2004년 11월 자율배식제도 도입과 함께 잔반 줄이기 캠페인을 2005년 한해동안 집중적으로 실시하였습니다. 또한 주회 그린데이를 지정하여 잔반을 남기지 않는 직원에게 음료수를 제공해오고 있습니다. 그 결과 연간 총잔반발생량은 '04년 12,789(kg)에서 '05년 5,523(kg)으로 대폭 감소하였습니다. 특히 직원들의 적극적인 참여를 유도하기 위하여 총4회 잔반을 남기지 않는 직원을 월 50명 추천하여 문화 상품권을 증정하는 등 마일리지 프로그램을 비롯한 다양한 인센티브 프로그램을 진행하였습니다.

쓰레기 분리수거 활동 ▶ 백화점의 매장, 후방공간, 사무공간 등에서 발생하는 모든 폐기물은 지하에 위치한 폐기물 집하장에서 체계적인 분리작업을 통해 철저히 분리수거됩니다. 그러나 잠실점에서는 직원들의 분리수거 의식을 높이고 3R 캠페인 참여를 유도하고자 1차적으로 사무실 내에서부터 재활용쓰레기와 일반쓰레기를 분리수거하여 배출하도록 하였습니다. 이는 또한 폐기물 집하장에서의 보다 효율적인 분리수거 작업을 돕고 있습니다. 잠실점은 2005년 한해동안의 분리수거 및 재활용 실천 성과를 인정받아 2005년 12월 서울시 지정 재활용품 분리수거 우수 사업장으로 선정되었습니다.

'아름다운 가게' 집기 기증 ▶ 전주점은 백화점 MD개편후 발생한 불필요 집기 가운데 3천만원 상당의 판매대 45점을 아름다운가게에 기증하였습니다.

안전경영

비상사태 운영 위원회

롯데백화점은 비상사태시 고객과 임직원에 대한 영향을 최소화하기 위하여 모든 사업활동에서 발생할 수 있는 사고에 대비한 대응체제와 조직체계를 갖추고 있습니다.



전사 소방경진대회

화재시 직원들의 대응능력과 위기관리의식을 높이기 위한 점포별 소방경진대회를 실시하고 있습니다. 2005년 소방경진대회는 10~11월에 걸쳐 진행되었으며 점포별로 3~7개팀이 편성되어 우승팀을 선발하였습니다. 점장, 지원팀장, 관할소방서 예방과장으로 심사위원진을 구성하여 점포내 전 직원의 화재대응능력을 총체적으로 점검할 수 있도록 하였습니다.



소방경진대회

2005 안전경영 주요 성과

공간안전인증 획득

고객을 위한 보다 쾌적하고 안전한 공간구현을 목적으로 광주점, 울산점, 포항점, 창원점, 대전점, 일산점, 분당점 7개 사업장에 대하여 공간안전인증을 2005년 6월 획득하였습니다. 공간안전인증은 전문가의 인증심사를 통해 백화점 시설의 안전성에 대하여 객관적으로 검증하는 제도로써 고객의 편안하고 안전한 쇼핑을 위한 부단한 점검과 개선을 통해 이루어진 결과라 할 수 있습니다.



공간안전인증 획득

안전점검반 운영

본사 안전점검 전담반은 매니저 1명, 특급기술인 4명으로 구성되어 주기적으로 전사 안전경영 상태를 점검하고 있습니다. 전담반은 적외선열화상카메라, 디지털다기능 측정기, 전력분석기, 절연저항측정기, 접지저항측정기, 실내환경측정기 등 총 22종 32SET, 전용차량 (6인승 VAN)의 점검장비를 보유하고 있습니다.

안전점검반 주요 업무

- 전기설비 정밀점검 (4회/년), 적외선 열화상측정, 전력분석, 차단기 동작시험 등
- 계전기(EFT, 비상발전기 가동시험 등
- 매장 및 후방시설 방재관리상태 점검 (4회/년)
- 소방시설 및 승강설비 작동 기능점검 (회/년)
- 공사장 안전관리상태 점검(공사기간중 2회이상)



안전점검반

안전점검평가 제도

분기회 전점 매장 및 후방 안전관리상태를 점검하여 평가하고 있으며 환산된 점수에 따라 우수한 점포에는 포상조치를, 미흡한 점포에는 시정조치를 진행하고 있습니다. 화재예방, 소방시설, 시설관리 3가지 측면에서 평가가 이루어지고 있으며, 평가항목에 대한 지속적인 점검 및 개선을 통해 최근 3개년 전사 안전점검평가 점수는 상승추세를 보이고 있습니다.



안전점검 평가점수 추이

친환경 라이프스타일

친환경상품 확대

다음 세대가 지금과 같은 풍요로운 환경 속에서 변함없이 살아갈 수 있도록 하기 위해서는 이른바 '지속가능한 소비 패턴'이 요구된다고 합니다. 지속가능한 소비를 위해서는 환경오염을 줄이는 친환경상품이 활성화되어야 합니다. 롯데백화점은 고품질 친환경상품을 소개하고 지원하는 Green channel의 역할을 성실하게 수행하고자 하며 다음 세대를 위한 상품 정책의 일환으로 친환경상품 확대 정책을 추진하고 있습니다. 즉, 환경에 악영향을 끼치지 않고 소비자의 건강에 이로운 환경친화적인 상품위주로 상품군 구성의 변화를 도모하는 것입니다. 그 결과 '05년 친환경 상품 판매는 327억으로 '04년 대비 16.7%가 늘어났습니다. 향후 2008년까지 매출기준 친환경상품의 비중을 5%선까지 확대하는 것을 목표로 하고 있습니다. 또한 협력회사의 환경경영 동참을 유도하기 위하여 친환경 인증을 갖춘 협력회사를 우대하는 방안을 준비중에 있습니다.



친환경 식품 브랜드

Fruits & Passion

캐나다의 순수한 자연을 그대로 담은 브랜드입니다. 자연과 사람이 어우러져 하나가 되고, 그 안에서 인간의 삶의 질을 향상시키고자 하는 정신을 담고 있습니다. 이러한 이념에 따라 Fruits & Passion은 식물성 오일과 자연산 과일 추출물로 만든 높은 품질의 제품만을 생산하기 위해 노력하며, 동물실험을 하지 않는 것을 원칙으로 합니다. 또한 Fruits & Passion은 인스턴트가 들어가지 않고 100% 생물 분해되는 환경친화적인 제품만을 생산하고 있습니다.

Olivers & Co

지중해 지방의 명품 올리브만을 선별하여 만든 고급 엑스트라버진 올리브오일 및 올리브 관련 제품만을 전문적으로 판매하는 친환경 올리브 부티크입니다. 한국에는 최초로 롯데백화점 본점에 전세계 제62호점을 오픈하였습니다. 올리브 오일 외에 발사믹식초를 비롯한 식초류 등의 씨즈닝, 올리브 피클, 올리브잼, 비스킷, 초코렛 등의 식품, 미용비누, 올리브양초 등을 판매하고 있습니다.

ORGA

친환경상품 토털매장을 지향하는 ORGA는 친환경 원료 사용을 원칙으로 하며 맛과 향, 색, 보존을 좋게 하기 위한 화학조미료, 합성착색료, 합성보존료를 일체 첨가하지 않습니다. 까다로운 상품취급 원칙에 준하여 상품을 개발하고, 기술연구소를 통하여 원료, 첨가물, 영양성분 등에 대하여 안전성을 검증하고 있습니다. 현재 영등포점, 노원점, 대구점에 매장을 운영중입니다.

친환경브랜드 후원 사례 - 환경의 달 특진 친환경상품展

롯데백화점은 지난 2005년 6월 환경의 달을 기념하여 '자연과 건강을 생각하는 친환경상품 전시' 수도관전점에서 동시에 개최하였습니다. 친환경화장품, 남성캐주얼, 오가닉 이동·유아상품, 로하스생활용품, 친환경식품 등 5개 상품군으로 구성되었으며 로가디스그린, 지방시, 빈폴키즈, 웰선, 무인양품, 푸름 등 총 11개 브랜드가 참여하였습니다. 특히 친환경상품에 대한 인지도를 확대하고 친환경상품을 공급하는 협력회사를 후원하기 위한 취지에서 특별전단 30만부를 기획하여 수도관에 배포하였습니다. 이를 통해 소비자에게는 친환경상품에 대한 이해를 높이고 윈스톱으로 쇼핑할 수 있는 기회를 제공하였으며, 협력회사에게는 환경상품을 효과적으로 알리고 판매할 수 있는 장을 마련하였습니다.



Fruits & Passion



Olivers & Co



ORGA

친환경 가정용품 브랜드

오가닉 코튼

3년이상 화학 재료를 전혀 사용하지 않은 건강한 토양에서 거뭇들인 면화를 사용하며 재단에 사용되는 실까지도 천연 유기농 면을 사용한 100% 친환경 제품입니다. 천적을 사용한 해충박멸 시스템을 갖추고 천연유기비료를 사용하며 수공정에 있어 화학약제를 사용하지 않고 100% 환경 친화적인 방식을 사용하여 제품을 만듭니다. 예비뉴엘에서 만날수 있습니다.

무인양품

'저가격 고품질'의 우수한 상품 제공이라는 사명을 가지고 미니멀리즘이라는 새로운 트렌드를 주도하고 있으며 재생용지로 만든 문구류(노트, 파일, 포장지등) 등을 제공하고 있습니다.

내추럴시티

자연 친화적인 내추럴리즘을 표방하는 웰빙 침구 브랜드로서 천연염색을 통한 자연 그대로의 칼라를 제안하며 오가닉코튼을 사용합니다. 은나노, 광촉매 등의 공법을 사용한 고기능성 소재로 만들어진 제품을 제공하고 있습니다. 현재 본점, 잠실점, 영등포점, 노원점, 분당점, 일산점에 입점해 있습니다.



오가닉 코튼



무인양품



내추럴시티

자연주의 화장품 브랜드

이브로쉐

100% 순식물성 성분으로 만든 이브로쉐는 자연을 존중하는 브랜드입니다. 멸종위기의 식물은 사용하지 않으며 라가실리(LaGacilly)라는 자체 농장 운영을 통해 화장품에 필요한 재료를 직접 재배하고 있습니다. 또한 포장재를 재활용과 자연분해가 가능한 소재로 디자인하고 유럽에서는 첫 번째로 상품연구에 'No Animal Test'를 실행하였습니다. 롯데쇼핑 GF사업본부에서 직영방식으로 운영하는 이브로쉐는 2006년 2월 일산점에 오픈했으며 전국 주요지역을 위주로 매장을 9개까지 확대할 방침입니다. 2009년까지 40개이상으로 매장을 증설하고 연 매출 4백억 규모로 성장한다는 목표를 가지고 있습니다.

아베다

식물과 꽃의 효능을 누구보다 잘 이해하고 매일 실생활에 직접 사용하고 있는 전 세계 토착민들의 지혜를 모아 제품을 기획하고 있으며 500가지의 식물성 헤어케어, 스킨케어, 바디케어, 퓨어-폼 아로마, 메이크업 제품과 라이프 스타일 제품들을 생산하고 있습니다. 또한 공인된 유기농법으로 지속적인 수확이 가능한 곳에서만 원료들을 공급받고 있습니다.

오리진스

아름다운이란 좋은 영양 상태 균형 잡힌 삶, 스트레스 컨트롤과 숙면에 많은 부분 의존한다는 신념에 따라 오리진스의 모든 제품은 기분을 고양시켜주고, 흥분을 가라앉히며 또한 숙면을 유도하는 식물 성분과 에센셜 오일을 함유하고 있습니다.

프레쉬

뉴욕 소호의 세련된 도시적인 느낌을 담은 브랜드로서 편안함과 친숙함을 바탕으로 하며 스킨케어, 바디케어, 메이크업, 헤어케어, 프레그런스, 향에 이르는 제품 군으로 이루어진 토털 라이프스타일 브랜드입니다. 밀크, 슈가, 소이, 라이스 등 천연식품 성분을 화장품에 세계 최초로 도입한 브랜드이기도 합니다.



이브로쉐



아베다



오리진스



프레쉬

친환경 시설 확대

전국 주요 도시에 위치한 롯데백화점 22개점을 친환경화하기 위한 계획들이 단계적으로 추진되고 있습니다. 백화점 주요시설을 건물을 고려한 친환경 인테리어로 바꾸는 일과 백화점을 생태환경의 연결고리로 만들기 위한 옥상 녹화사업이 그 대표적인 활동입니다.

친환경 인테리어 확대

많은 고객들이 이용하는 편의시설을 친환경화하여 고객의 건강과 환경보전을 동시에 도모하고 있습니다. 특히 어린이들을 위한 유아휴게실과 아동놀이방 등을 친환경화하는 사업을 우선적으로 추진하고 있습니다. 현재까지 본점 유아휴게실, 문화센터 유아강의실, 영등포점 카드센터, 문화센터, 전주점 유아휴게실 등에 친환경 인테리어를 도입하였습니다. 특히 광촉매 코팅처리된 건축 자재에 함유된 유해 화학성분을 차단하고 분해하는 자정효과가 있고, 항균 및 멸균효과도 뛰어나 고객에게 쾌적한 실내환경을 제공하고 있습니다. 또한 지난 2004년 국내 백화점 최초로 통유리 외관설계를 도입한 본점 영플라자를 시작으로 백화점내에 에너지 절감형 자연채광의 도입을 확대해 나가고 있습니다. 특히 지난해 새롭게 오픈한 롯데타운의 지하1층 입구, 12층 식당가 등 고객 유입과 에너지소요량이 많은 공간을 중심으로 자연채광 인테리어를 도입하여 에너지절감을 도모하고 있습니다.

본점 친환경 인테리어



자연채광 (12층)



자연채광 (지하층)



유아휴게실

점 옥상 녹화 사업

건축물 옥상녹화는 도심내 열섬현상 완화, 도시생태계복원, 냉난방에너지 절약 등 수많은 효과를 가져오는 대표적인 친환경 사업입니다. 롯데백화점은 2005년 노원점을 시작으로 2006년 일산점, 2007년 미아점 등 단계적으로 옥상의 생태공원화를 추진하고 있습니다. 노원점 옥상공원은 2005년 3월부터 7개월의 조성공사 기간을 거쳐 지난 10월 별관 7층에 오픈하였으며 강북 지역의 생태거점 역할을 하고 있을 뿐만 아니라 다양한 공익 캠페인에 활용되고 있습니다. 또한 2006년 4월 오픈한 일산점 옥상생태공원은 연못과 함께 교목, 관목 등 다양한 나무종과 계절성 개화식물, 수생식물, 부엽식물 등 다양한 식물이 서식하여 생태다리 역할을 할 뿐만 아니라 지역 어린이들과 주민들을 위한 자연학습의 장으로도 손색이 없다는 평가를 받고 있습니다.

옥상생태공원 조성 사례

일산점 옥상생태공원은 국내 최대규모인 총 600평으로 조성되었습니다. 수생비움터로 조성되어 수생곤충 서식환경과 초지공간이 풍부하고 50여종의 국내 자생화 식재가 이루어졌습니다. 주변의 고봉산, 장발산의 서식종과 같은 종을 서식하여 생태 징검다리 효과가 있으며 주위의 생태와 조화를 이루어 나비 등 옥상곤충 서식도 가능합니다. 향후 동식물의 보존 및 증식활동 차원에서 환경지표종인 개구리 서식지를 마련할 예정이며 지역 NGO와 연계한 생태교육프로그램도 전개할 방침입니다.



관람용데크



수생식물



개울물



채소밭



돌길



생태습

환경 캠페인

환경상품권 캠페인

지난 2004년 4월 롯데백화점이 환경기부금을 선포한 이후로 상품권 판매금액의 일정부분을 환경기금으로 환원하는 내용의 환경상품권 캠페인을 실천하고 있습니다. 환경상품권 캠페인은 소비자의 상품권 구매액이 환경보전사업에 사용됨으로써 소비의 결과가 궁극적으로 풍요로운 환경이라는 혜택으로 소비자에게 되돌아 갈 수 있도록 하는 선순환의 환경보전활동입니다. 나아가 일상의 소비활동을 통해 누구나 쉽게 참여할 수 있는 환경기부의 장을 제공함으로써 소비자 환경의식 확산에 기여할 수 있을 것으로 전망됩니다. 롯데백화점은 지난 2004~05 2개년에 걸쳐 총 12억 5천만원의 환경상품권 기금을 조성하여 환경재단에 기부하였습니다. 이 기금은 다음과 같이 환경보전활동에 사용되었습니다.

2004년 상품권 기금 총 6억원	내용	기부금(원)	내용	기부금(원)
	제1회 환경영화제 후원	200,000,000	환경선진국 리서치	50,000,000
	거울새 보호 캠페인	75,000,000	어린이 환경교육도서 발간	100,000,000
	새사랑 장학기금	150,000,000	기타	25,000,000

2005년 상품권 기금 총 6억 5천만원	내용	기부금(원)	내용	기부금(원)
	어린이 환경학교	150,000,000	제2회 환경영화제 후원	200,000,000
	가족 환경 교육 프로그램	30,000,000	어린이 환경체험 프로그램	50,000,000
	동경 환경박람회	50,000,000	조류 보호 캠페인 외	170,000,000

2006년 상품권 기금(계획) 총 8억원	내용	기부금(원)	내용	기부금(원)
	어린이 환경학교	200,000,000	친환경 패션 캠페인	100,000,000
	환경선진기업 리서치	80,000,000	장학 기금 적립	100,000,000
	제3회 환경영화제 후원	200,000,000	환경사진전 / 어린이 환경교육	120,000,000

2005년 상품권 판매액 증가에 따라 2006년에는 기부금 규모를 20% 이상 늘렸으며, 어린이환경교육, 로하스 라이프스타일 확산 장학기금 마련 등에 중점을 두어 기부금을 집행해 나갈 계획입니다.

환경재단 만분클럽

롯데백화점은 유통업체로는 최초로 지난 2004년 4월 환경재단 만분클럽 회원사로 가입하였습니다. 환경재단 만분클럽은 매출액의 만분의 일을 환경 기금으로 조성하여 미래의 인간과 사회, 그리고 지구환경을 위해 투자하는 선진 기업들이 커뮤니티입니다. 롯데백화점은 만분클럽 회원사로서 지속적인 환경기금 기부를 실천함으로써 유통업계의 환경투자와 환경경영 참여를 선도하고 있습니다.



환경재단과 함께하는 중장기 환경 프로젝트

서울 환경영화제 후원

서울 환경영화제는 국내 최초, 유일한 국제 환경영화제로서 문화를 통한 환경사랑의 공감대 형성, 영화를 통한 환경보전의 메시지 전달을 목적으로 2004년 10월 제1회, 2005년 9월 제2회 행사가 진행되었습니다. 롯데백화점은 매년 공식 스폰서로 영화제를 후원하고 있습니다.



제 1, 2, 3회 환경영화제 포스터

해외 환경선진국 사례 조사연구

환경재단과 공동으로 환경선진국의 사례를 조사, 연구하는 프로젝트를 진행하고 있습니다. 2005년 6월에는 환경재단 환경경영연구소와 함께 일본과 미국의 환경선진기업을 방문하여 그들의 환경경영 노하우와 환경보전 현황을 벤치마킹하였습니다. 12월에는 동경환경박람회에 참가하여 일본의 각종 환경제품과 환경경영 사례를 조사하는 활동을 진행하였습니다. 2006년에는 유럽의 유통업체를 중심으로 연구조사 활동을 전개할 예정이며 환경경영을 추구하는 국내 유통업체 및 기업들에게 해외 선진사례를 제공하기 위하여 연말에는 그동안의 실적을 모아 단행본으로 발간할 계획입니다.

환경장학기금 마련

롯데백화점은 2004년부터 상품권 판매액의 일정 부분을 적립하여 '새사랑 환경장학기금'을 조성하고 있습니다. 2008년까지 4억원 적립을 목표로 현재까지 2억 5천만원의 기금이 조성되었습니다. 적립된 기금은 향후 어린이 장학금과 환경활동가 후원금 등의 장학사업에 사용될 예정입니다.

롯데타운 환경시계 조성

롯데백화점은 교도 의정부서 발효 1주년인 2006년 2월 16일 환경재단과 공동으로 환경보호의 시급성과 중요성을 알리고자 기획한 환경시계의 제작식을 진행하였습니다. 이 자리에는 환경부장관, 국가 지속가능발전위원회 위원장, 환경재단 최열 대표가 참석하여 환경보호의 시급성을 강조하였습니다. 본점과 에비뉴엘간 사이 샤롯데스트리트가든 입구에 들어선 환경시계는 대표적인 멸종위기조류인 저어새(천연기념물 205호)를 테마로 하여 임옥상미술연구소에서 제작하였습니다. 환경시계는 매년 일본 아사히글라스재단과 환경재단이 공동으로 조사하여 발표하는 세계환경시계를 보여주게 됩니다. 현재 우리나라의 환경시계는 09시 29분으로 '매우 위험'한 상태입니다. 서울 도심 한복판, 수많은 사람들이 찾는 롯데백화점 본점에 환경시계가 들어서게 됨으로써 환경보호의 중요성에 대한 인식이 더욱 확산될 수 있을 것으로 기대됩니다.

환경시계 읽는 법과 세계환경시간 평균



지역별 환경시간



롯데타운내 환경시계

환경사랑 캠페인

정부-NGO-기업 연계 쿨비즈 패션 캠페인

지난 2005년 7월 정부중합청사에서는 청사 설립 이래 최초로 패션쇼가 청사로비에서 진행되었습니다. 이는 바로 롯데백화점이 정부 공무원의 하절기 자율 복장제도 시행과 연계하여 개최한 '쿨비즈 룩 (CoolBiz Look)' 패션쇼였습니다. 쿨비즈 룩이란 넥타이를 매지 않고 셔츠만으로 멋을 내는 패션을 지칭하는 말로서, 냉방비 절감을 유도할 수 있기 때문에 일본 등 환경선진국 등에서 친환경적인 패션으로 각광받기 시작했습니다. 최근 정부 주도로 활성화되고 있는 자율근무 복장제도가 일반 기업체로 확산될 조짐을 보이고 있고, 주5일제 실시 확대에 의해 남성들의 옷에 대한 관심이 증대됨에 따라 스타일리시하면서도 깔끔한 쿨비즈룩이 향후 더욱 주목을 받을 것으로 기대됩니다.



쿨비즈룩 패션쇼

'쿨비즈룩 패션 캠페인'은 자율복장제를 시행하고 있는 공무원들을 대상으로 쿨비즈 룩을 알리고 확산시키기 위해 준비되었으며 행정자치부, 환경부, 산업자원부 등 주요 정부부처가 후원하였습니다. 특히 이 행사에는 환경부장관, 국회의원 등 사회지도층 인사들이 직접 모델로 참여하는 이색 행사가 열려 더욱 화제가 되었습니다. 또한 쿨비즈룩 코드 서비스존을 청사내에서 운영하여 공무원들을 대상으로 친환경 패션에 대한 코디네이션 및 패션상담을 진행하였습니다. 올해 여름과 겨울 각각 쿨비즈와 윈비즈를 테마로 예정된 2006 패션 캠페인에서는 정부와 공무원 뿐만 아니라 일반 기업체를 대상으로 캠페인 범위를 확대할 예정이며, 이를 통해 환경친화적 패션에 대한 인식 확대와 참여 유도에 크게 기여할 수 있을 것으로 전망됩니다.

Green Earth Festival 2005

2005년 4월 지구의 날을 맞아 롯데백화점은 지구환경보전의 중요성을 널리 알리기 위한 지구의 날 기념행사를 환경재단과 공동으로 개최하였습니다. 본점과 잠실점을 중심으로 진행된 행사는 특별히 교토의정서 발효에 대한 캠페인 차원에서 'CO2를 잡아라'라는 테마로 전개되었습니다. 이를 통해 교토의정서가 무엇인지, CO2를 왜 줄여나가야 하는지에 대한 캠페인이 전개되었으며 어린이 환경교실, 환경콘서트, 친환경상품전 등의 다채로운 체험 프로그램이 진행되었습니다.



분당점 대중교통 이용 활성화 캠페인

분당점에서는 고객의 대중교통 이용을 적극적으로 유도하고 나아가 지역 환경오염방지에 기여하고자 마을버스 승차권 증정 캠페인을 실시하고 있습니다. 2004년 11월부터 2005년 10월까지 1년간 진행된 1차 캠페인을 통해 총 159,100개의 승차권을 증정하였으며 79,559명의 고객이 제공받은 승차권을 사용하여 백화점을 방문하였습니다. 캠페인을 통해 자가용으로 백화점을 찾는 고객의 수가 점진적으로 감소하여 2004년 연간 주차장 입차대수 1,351,306대가 2005년에는 1,177,887대로 13% 줄어드는 성과를 거두었으며 2005년 7월에는 현대오피스 주차장을 운영할 필요가 없게 되어 폐쇄조치하였습니다. 2005년 11월부터 2차 캠페인을 시작하였으며 향후 백화점 이용고객의 대중교통 이용을 지속적으로 유도해나갈 방침입니다.

'환경사랑 장바구니' 사용 캠페인

2004년 8월 환경사랑 장바구니를 전자 통합 디자인 형태로 개발한 이후 전국 22개점을 통해 지속적인 장바구니 사용 캠페인을 벌여오고 있습니다. 그 결과 2004년 대비 증정수량이 크게 증가하였으며 1회용 쇼핑봉투 판매금액은 18% 감소하는 성과를 거두었습니다. 또한 상품 구매시 장바구니를 사용할 경우 1회용 쇼핑봉투의 비용만큼 할인해주는 캠페인을 전개하고 있으며 캠페인을 통해 장바구니 사용의 환경적 가치를 고객들에게 인지도가 높아지고자 노력하고 있습니다. 한편으로 장바구니 사용시 할인혜택에 대한 소비자의 이해와 참여가 부족한것으로 나타나 2006년에는 캠페인에 대한 홍보를 강화할 계획입니다.



2005 환경사랑 장바구니 캠페인 실적



환경을 생각하는 에코샵

지난해 웰빙(Well-being)과 지속가능한 라이프스타일(LOHAS)에 대한 관심이 높아지면서 친환경상품에 대한 관심도 크게 늘어나고 있습니다. 그럼에도 불구하고 친환경상품에 대한 소비자의 이해 부족과 제조업체의 영세성으로 인해 보급과 확산에는 시간이 많이 걸릴 것으로 전망됩니다. 롯데백화점은 해외와 국내의 품질 높은 친환경상품을 소비자들에게 소개하는 장을 마련하고자 환경재단과 공동으로 에코샵을 연 2회 실시하고 있습니다. 에코샵에서는 자기발전 손전등 및 라디오, 태양광 시계, 유기농 초콜릿, 유기농 면서츠 등 환경보호와 직결되는 친환경상품이 다양하게 선보이고 있습니다. 이를 통해 친환경상품에 대한 소비자의 이해와 참여를 유도하고 있으며, 판매를 통해 발생한 수익금은 전액 환경기금으로 기부하고 있습니다.



가족 갯벌 탐사 프로그램

국제자연보호연맹(ICUN)이 공개한 '멸종위기종 적색목록'에 따르면 우리나라에 서식하고 있는 조류 가운데 멸종위기에 직면한 종의 수가 2000년 기준 17종에서 지난해 34종으로 2배 이상 늘어난 것으로 조사되었습니다. 이러한 멸종위기종의 증가는 서식지의 급격한 감소에 기인하고 있으며 생물다양성의 보고인 갯벌을 비롯한 습지보전의 중요성은 날로 증가하고 있습니다. 롯데백화점은 환경운동연합과 공동으로 이러한 생태환경 현황을 직접 확인하고 생태보전의 중요성을 함께 공감할 수 있는 프로그램을 가족단위 고객을 대상으로 기획하였습니다. 2005년 7월과 10월에 걸쳐 총 3회 280명의 참가자를 선발하여 강화도 갯벌센터에서 진행한 행사에서 참가자들은 갯벌환경 강의, 갯벌생태 관찰, 공동체 놀이, 철새 탐조 등의 프로그램에 참여하였습니다. 특히 환경운동연합 해양생태보존팀, 한국고원대에서 참여한 환경 전문가의 설명과 가이드를 통해 부모와 어린이들이 함께 환경오염의 심각성과 보전의 중요성에 공감할 수 있는 기회를 제공하였습니다.

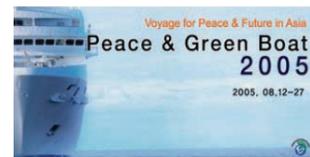


고객과 함께하는 환경사랑 실천

고객 참여 환경프로그램

환경보전을 위해서는 보전의 주체가 되는 사람의 실천이 반드시 뒤따라야 합니다. 그러한 실천이 확대되려면 개인의 관심과 참여를 유도하여 사회적 공감대를 형성하는 것이 가장 효과적이라 할 수 있습니다. 롯데백화점은 이러한 취지에서 고객이 직접 참여하는 환경보전 실천 프로그램을 다양하게 실시하고 있습니다.

Peace & Green Boat 2005



롯데백화점은 2005년 8월 환경재단에서 주최한 "Peace & Green Boat" 행사를 후원하였습니다. "Peace & Green Boat" 는 중국, 일본, 한국을 9박 10일 동안 배로 순회하며 동북아 환경보호, 정치역사 관련 이슈, 미래발전 등을 테마로 하여 국가별 환경 관심 지역 방문, 유적지 답사, 선상 대담 등의 프로그램으로 구성되었습니다. 특히 대학생 환경리더 양성의 취지로 대학생 탐승자 3명을 선발하여 참여 기회를 제공하였습니다. 이 프로그램은 '아시아 평화와 미래를 위한 항해'라는 주제로 개최되었으며 8월 18일부터 27일까지 인천항을 출발, 중국의 단둥과 상해를 거쳐 일본의 오키나와, 나가사키 후쿠오카를 지나 마지막 인천항으로 되돌아 오는 일정으로 진행되었습니다. 한, 중, 일 3국의 저명인사와 고건 前국무총리, 김지하 시인, 가수 안치환씨 등 오피니언 리더들이 참석하였으며, 일본에서는 노벨상을 수상한 소설가 오오에 겐자부로 등이 참석하였습니다.

대학생 환경공모전

지난 2004년 1회에 이어 제2회 대학생 환경공모전을 2005년 11월부터 2006년 1월까지 3개월간 진행하였습니다. 환경부와 환경재단이 후원하였으며 논문, 포스터, 제안·기획서 3개 부문으로 나누어 실시되었습니다. 제1회 대회와 비교하여 제2회 공모전에서는 수상팀을 기존 17개 팀에서 27개 팀으로 10개 팀 늘어 대학생들의 참여 기회를 확대하였으며, 수상작에 대하여는 시상식 때 Presentation할 수 있는 기회를 부여하여 수상과정의 투명성을 높였을 뿐만 아니라 참가자를 대상으로 한 환경마인드 공유의 장으로도 활용하였습니다. 또한 환경 포스터 수상작을 본점과 문화센터 등을 통해 전시함으로써 공모전 수상작이 일반고객을 대상으로 한 환경 캠페인에 활용될 수 있도록 하였습니다. 특히 제1회 대회와 비교하여 제2회 공모전 참여건수가 2.2배 증가하여 대학생 환경공모전에 대한 관심과 참여가 크게 늘어나는 추세를 보였습니다.



디자인부문 대상 수상작

그린레이디클럽

21세기를 여성의 시대라고 일컬을 만큼 여성이 사회에서 차지하는 역할과 영향력은 날로 커지고 있습니다. 특히 소비에 있어서 여성의 영향력은 절대적이라 할 수 있으며 2005년 최대 화두 가운데 하나였던 웰빙의 확산에 있어서도 여성의 역할이 지대했던 것으로 평가되고 있습니다. 롯데백화점은 이러한 '나' 중심의 웰빙 트렌드가 선진국에서는 이미 '우리' 중심의 로하스 소비패턴으로 발전하고 있는 것에 착안하여 개인적 웰빙이 아닌 사회적 웰빙을 선도하고 나아가 환경실천에 참여할 수 있도록 기획된 여성전용 커뮤니티 "그린레이디클럽"을 2005년 1월 업계 최초로 런칭하였습니다. 여성전용 클럽으로 커뮤니티를 특화시켰으며 유기농산물 등 친환경식품을 찾는 소비자 가운데 자원자를 접수하여 1천명에 가까운 규모의 회원을 조성하게 되었습니다. 회원들을 대상으로는 분기별로 1회씩 숲 체험 투어, 유기농 체험 프로그램, 갯벌 환경 탐사 등 다채로운 환경체험 프로그램을 기획하여 사회적 웰빙인 로하스 라이프스타일을 체험할 수 있는 기회를 제공하였습니다. 나아가 로하스에 대한 관심을 공유하고 확산시킬 수 있도록 그린레이디클럽 홈페이지를 운영하여 회원간 커뮤니케이션의 장으로 제공하고 있습니다.



그린레이디 숲체험 Program

어린이 환경 교육

"Think Tomorrow!"라는 환경가치경영 슬로건은 다음 세대를 위해 지금 세대와 기업이 해야 할 가장 중요한 의무가 환경보전이라고 하는 롯데백화점의 생각을 담고 있습니다. 다음 세대를 이끌어갈 어린이들이 환경의 소중함을 깨닫고 풍요로운 환경과 공존하는 법을 배울 수 있도록 어린이 환경리더 양성에 역량을 집중하고 있습니다.

내일의 환경인재 양성 - 어린이 환경학교

지난 2004년 8월 수도권 초등학교를 대상으로 17를 시작한 어린이 환경학교는 2005년에 대구권으로 지역을 확대하여 총 5개 기수를 운영하였으며 400여명의 졸업생을 배출하였습니다. 어린 학생들은 환경학교에 입학하여 월회 개최되는 환경캠프를 통해 환경의 소중함을 체감하였으며, 월단위로 제공되는 환경과제물을 수행하면서 생활속에서 환경사랑을 실천할 수 있는 방법을 체득하였습니다. 또한 인터넷 어린이 환경학교 커뮤니티에 참여하며 동료들과 친구 및 환경정보를 공유하고 있습니다.



수도권 2기 (5~8월)

수도권 3기 (9~12월)

대구권 1기 (6~9월)

대구권 2기 (10월~'06.1월)

찾아가는 환경교육의 장 - 전국 순회 어린이 환경교실

2005년 5월부터 11월까지 리무진 버스를 활용한 움직이는 환경교실 프로그램을 전국 12개점 순회 방식으로 진행하였습니다. 움직이는 환경교실은 환경재단이 대형 리무진버스를 개조하여 환경교육을 위한 체험프로그램이 가능하도록 개발한 신개념 교육시설로 날씨와 장소에 구애를 받지 않고 어디서든지 환경체험 교육을 제공할 수 있습니다. 이를 활용하여 환경도서관, 환경 애니메이션 상영관 등을 운영하였으며 백화점을 방문하는 어린이를 대상으로 우유팩 재생종이 만들기, 나무 목걸이 만들기 등 환경체험 프로그램을 진행하였습니다. 이 프로그램에 총 3,050명의 어린이들이 참여하였으며, 특히 체험교육의 기회가 상대적으로 적은 지방의 학생들에게 큰 호응을 얻었습니다.



강남점

영등포점

대전점

전주점

인천점

대구점



울산점

포항점

부산본점

잠실점

일산점

노원점

광고캠페인을 통한 환경가치경영 Communication

2004년 4월 환경가치경영 선포에서 2006년 두번째 지속가능성 보고서가 만들어지기까지 롯데백화점은 환경가치경영을 통해 환경사랑을 실천하고 있으며 또한 광고캠페인을 통해 성과의 내용을 지속적으로 커뮤니케이션 하고 있습니다.

1차 (2004. 04)
 “내일을 위해 우리는 무엇을 해야 할까?”
 환경가치경영의 선포를 앞두고 롯데백화점이 다음 세대를 위해 실천할 사회적 책임의 내용을 담고 있습니다.

2차
 (2004. 04. 29)
 “Think Tomorrow”
 환경가치경영의 선포와 함께 롯데백화점의 실천의지를 심볼마크와 슬로건을 통해 표현하였습니다.

3차 (2004. 09~2005)
 “1교시가 시작되었습니다”
 롯데백화점의 주요 환경사랑실천 활동인 어린이환경학교를 중심으로 환경가치경영 추진 현황을 보여주고 있습니다.

4차 (2005)
 “환경사랑 실천 1년, 조금 더 자연이 가까워졌습니다”
 환경가치경영 선포 1주년과 함께 2004년의 성과와 2005년의 추진사항을 나타내고 있습니다.

5차 (2006)
 “자연과 친구가 되었습니다”
 2년간의 환경가치경영 실천을 통해 친환경기업으로 성장하고 있는 롯데백화점의 모습을 나타내고 있습니다.

『롯데백화점 2005 지속가능성 보고서』에 대한 검증 의견서

서문	한국품질재단은 『롯데백화점 2005 지속가능성 보고서(이하 '보고서'라 함)』에 대한 검증요청을 받았습니다. 본 보고서를 작성할 책임은 롯데백화점의 경영자에게 있으며, 한국품질재단은 보고서에 대한 검증 의견을 제공합니다.
검증의 독립성	한국품질재단은 제3차 검증 서비스를 제공하는 업무 이외에는 롯데백화점의 사업 활동 전반에 걸쳐 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않으며, 또한 회사의 어떤 이해관계자에 대해서도 편향된 의견을 갖고 있지 않습니다.
검증 범위	롯데백화점은 보고서에 지속가능경영에 대한 노력과 진전을 기술하고 있습니다. 본 검증은 이와 같은 정보를 수록하고 있는 보고서에 중대한 오류나 부적절한 정보가 없는지에 대해 합리적인 확신을 얻을 수 있도록 계획, 수행되었습니다. 이를 위해 보고서 작성에 있어 이미 국제적으로 폭넓게 받아들여지고 있는 「2002 GR 지속가능성 보고서 작성 가이드라인」과 「2003 AA 1000 Assurance Standard」를 참고하여 한국품질재단에서 정한 검증 절차를 적용하였습니다.
검증 절차	이에 따라 한국품질재단은 아래 단계에 걸쳐 보고서 내용의 사실 여부와 데이터 보고서 작성을 위한 내부 프로세스 및 시스템을 확인하였습니다.
문서 검토	제출된 보고서에 대하여 GRI 가이드라인 대비 GAP 분석을 실시하고, 보고서에서 다루고 있는 중요한 이슈와 성과 영역에 대한 벤치마킹을 수행하였습니다. 그리고 현장검증을 위해 성과 데이터 및 추진활동에 대한 내용을 검토하였습니다.
현장 검증	내부 문서, 정보 담당자 인터뷰 등을 통해 보고서에 공개된 지속가능경영 활동에 대한 증거를 수집하고, 이러한 정보를 관리하기 위한 프로세스 및 시스템을 조사/분석하였습니다.
확인 심사	상기 단계에서 발견된 문제점에 대해 롯데백화점과 논의하였으며, 발견사항에 대한 수정 및 반영 여부를 확인하기 위해 보고서의 초정본을 다시 검토하였습니다. 그리고 최종 보고서에 대하여 GRI 가이드라인 대비 GAP 분석을 재실시 하였습니다.
고려 및 제약 사항	본 보고서에 수록된 정보의 사실 여부와 관련 정보 관리 시스템 또는 프로세스의 실행 상태를 평가하기 위해 이전 보고서 검증 방문사업장은 제외하고, 공개된 정보의 비중을 고려한 샘플링 원칙을 적용하여 동 보고서의 보고 범위 중 분사, 잠실점, 전주점에 대한 현장방문을 수행하였습니다. 그리고 본 보고서에서 보여주고 있는 재무적 정보에 대한 검증은 2005 롯데쇼핑주 재무제표에 대한 감사보고서와 비교하는 방식으로 수행하였습니다. 한국품질재단은 상기 검증절차를 통해 본 보고서에 대해 아래와 같은 결론을 제시할 수 있는 합리적인 근거를 확보하였다고 믿습니다.
검증 결론	보고서에서 다음과 같은 사항에 대해 우리가 믿을 수 없는 중대한 오류와 부적절한 정보는 발견되지 않았습니다. 1. 롯데백화점은 보고 목적의 달성을 위해 적정하고 신뢰할 수 있는 지속가능성 정보를 공개하였습니다. 2. 롯데백화점은 보고서 작성을 위한 내부 시스템 또는 프로세스와 보고서에 포함된 자료를 수집, 종합, 분석하는 시스템을 적절하게 사용하여왔습니다. 3. 검증 과정에서 발견된 지적사항은 적정하게 시정되어 최종보고서에 반영 되었습니다.
우수 사항	다양한 이해관계자의 요구사항을 심도 있게 분석하여 이를 토대로 데이터의 수집 범위 및 성과 측정 방법의 개선을 통해 정보의 질적 향상을 도모하는 한편, 편견을 배제하고 성과가 과장될 수 있는 공개 방식을 제거하기 위한 보고서 작성과정에서의 노력을 엿볼 수 있었습니다. 특히 2006년 주식상장과 관련된 주주/투자자 주요 관심사항인 “경제와 사회적 책임 관련 노력과 성과”가 이전 보고서와 비교해 많이 강화되었으며, 친환경백화점을 위한 비전과 유통업계의 특성을 살린 사회활동이 성실히 다루어졌습니다.
개선을 위한 제안	GR에서 금년 10월 발간 예정인 'G3 : 지속가능성 보고서 작성 가이드라인 Ver 3'에 입각하여, 조직의 노력과 성과를 생생하게나 사회적 지속가능성 맥락에서 고찰하는 연구가 계속되기를 권합니다. 지속가능경영과 관련하여 다양한 이해관계자외의 의사소통 수단을 체계화하고, 보고서 작성에 있어 이해관계자 참여 프로세스를 구체화하여 향후 AA1000에서 제시한 3대 원칙(중대성, 완전성, 대응성)을 충실히 수용한 보고서로 발전시켜 나아가기를 제안합니다. 롯데백화점의 지속가능경영 성과가 더욱 체계적으로 관리되도록 보고서 작성 및 검증 경험을 반영한 데이터 관리시스템 수립 및 보고서 작성 프로세스에 대한 표준화 활동을 강화해주시기 바랍니다.



2006년 5월 12일
 대표 김재룡
 한국품질재단 한국품질인증센터

Jaeyoung

GRI INDEX CHART

GRI Index		Page	2004년 기재구분	2005년 기재구분
1. 비전과 전략				
1.1	지속가능한 개발에 대한 기여 및 관련된 조직의 비전과 전략	7, 8	●	●
1.2	지속가능성과 보고서의 핵심 요소에 대한 조직 의지 성명서	3	●	●
2. 프로필				
2.1	조직 이름의 명시	4	●	●
2.2	주요 제품과 서비스 내용	4	●	●
2.3	조직 운영구조	6	●	●
2.4	주요 부서, 운영회사, 자회사, 제휴사 설명	6	●	●
2.5	해외 사업장이 있는 나라 명시	19	N/A	●
2.6	회사 소유 구조의 성격 (법적인 형태)	6	■	●
2.7	활동 시장의 성격	18	●	●
2.8	조직의 크기 (종업원수, 자산, 매출, 제품 및 서비스 영역 등) 명시	4, 21	●	●
2.9	보고 조직과의 관계를 명시한 이해 관계자의 리스트	7	●	●
2.10	이메일과 홈페이지를 포함한 보고서 담당 연락처 명시	70	●	●
2.11	보고대상 기간	1	●	●
2.12	최근 보고서 날짜	1	●	●
2.13	보고서 범위 및 구체적인 범위는 한정	1	●	●
2.14	마지막 보고서 이후 발생한 크기, 구조, 오너십 또는 제품과 서비스 중대한 변화	1	N/A	●
2.15	일부 소유 자회사 비교와 보고 조직간의 비교	1	N/A	●
2.16	이전 보고서에 제공된 정보의 성격에 대한 설명	1	N/A	●
2.17	보고서 준비시 GRI 원칙 또는 프로토콜을 적용하지 않았다는 결정	1	●	●
2.18	경제·환경·사회적 비용과 혜택을 설명하는 데 활용한 기준과 정의	1	●	●
2.19	핵심 경제·환경·사회 정보에 적용된 측정방법 중 전년도와 비교	17~18, 41~42, 57	N/A	●
2.20	지속가능성 보고서 정확성 완전성, 신뢰성 보장의 정책과 내부관행	1, 69	●	●
2.21	보고서의 독립성에 대한 정책과 현관행	64	●	●
2.22	보고서 사용자가 추가 정보를 획득할 수 있는 수단의 정보	68, 70	●	●
3. 지배구조와 경영시스템				
3.1	기업의 지배구조	6	●	●
3.2	비 임원, 독립 이사(사외 이사) 비율(%)	6	○	●
3.3	조직 전략 방향을 이끌어가는 데 필요한 프로세스	6~8	●	●
3.4	조직이 경제·환경·사회적 리스크와 기회를 파악하고 관리하는 과정	6~8	●	●
3.5	임원보상과 조직의 재무 및 비 재무 목표와의 연계관계 설정		■	■
3.6	경제·환경·사회·기타활동의 감시, 실행, 감사를 담당하는 조직구조와 핵심 담당자	6	●	●
3.7	미션과 가치 진술문, 행동 강령	7, 8, 13, 43, 49	●	●
3.8	주주들이 이사회에 권고안이나 방향을 제시하는 메커니즘	6	●	●
3.9	주요 이해 관계자들의 파악과 선정	7	●	●
3.10	형태별, 이해관계자 그룹별 협의의 빈도로 본 이해관계자 협의	7, 43	●	●
3.11	이해 관계자 협의에 의해 발생한 정보의 형태 파악	7, 39, 46	●	●
3.12	이해 관계자 참여에서 도출된 정보	7, 39, 46	●	●
3.13	조직의 사전 경고성 접근 방식 또는 원칙	6, 52	●	●

● : 보고서 기재됨 ○ : 보고서 기재안됨 ■ : 사업보고서 참고 N/A(Not Available) : 해당사항 없음

GRI Index		Page	2004년 기재구분	2005년 기재구분
3.14	조직이 동의하고 인정하는, 외부에서 개발된, 자발적인 경제·환경·사회적 헌장	12, 13, 43, 49	●	●
3.15	산업과 비즈니스 협회, 국내/국제 단체의 주 회원자격	4	●	●
3.16	Upstream과 Downstream 영향을 주는 정책 또는 시스템	25, 32, 44, 46	●	●
3.17	조직의 활동에서 야기되는 간접적 경제·환경·사회적 영향	5, 7, 55	●	●
3.18	보고 대상 기간동안 사업장의 위치 및 변화	4, 20	●	●
3.19	경제·환경·사회적 성과와 관련한 프로그램과 절차	8, 12, 49, 52	●	●
3.20	경제·환경·사회 관리 시스템 관련 인증 상태	12, 13, 52	●	●
4. GRI Content Index				
4.0	섹션별 지표별 GRI Report Content Chart	65~68	●	●
5. 성과지표				
EC1	순매출	10, 17	●	●
EC2	지리적 위치에 따른 시장분류	4, 18	●	●
EC3	제품, 자재, 서비스의 구매금액		■	■
EC4	계약조건대로 지불된 계약의 비율	44	●	●
EC5	국가별 / 지역별 총 종업원 수와 보상금액	21	●	●
EC6	대출 이자별 및 모든 종류의 채권의 배당금별로 분류된 자금 공급자의 분포		■	■
EC7	기말 이익 잉여금의 증감	17	●	●
EC8	국가별 납세액의 총합	18	■	●
EC9	국가별 수취 보조금		N/A	N/A
EC10	지역사회, 민간 단체 등에 대한 기부(현금, 현물)	35~36, 57~58	●	●
EC11	조직 및 국가별 공급업자 분류	22, 53, 54	●	●
EC12	비핵심 사업 인프라 개발에 사용된 자금총액		■	■
EC13	기업의 간접 경제 효과	13, 14	●	●
EN1	형태별 총 자재의 사용량	50, 51	●	●
EN2	조직 외부에서 나온 폐기물로서 재활용된 자재의 비율	51	●	●
EN3	직접 에너지 사용량	50	●	●
EN4	간접 에너지 사용량	50	●	●
EN5	총 수자원 사용량	50	●	●
EN6	생물다양성이 풍부한 서식지 내에 소유, 리스, 관리하는 필지의 위치와 크기	55~56, 60	○	●
EN7	육상, 담수지, 해양 환경의 생물 다양성에 끼치는 주요영향	55, 56	○	●
EN8	온실가스 배출량	50	●	●
EN9	오존파괴물질의 사용과 배출량		N/A	○
EN10	NOx, SOx 등 주요 대기 배출물량		N/A	○
EN11	형태별, 최종처리방법별 총 폐기물의 양	51	●	●
EN12	종류별 주요 수계 폐기량		○	○
EN13	화학물질, 기름, 연료의 중대한 유출	52	●	●
EN14	주요 제품과 서비스의 중대한 환경적 영향	12, 53~56	●	●
EN15	사용후 재생가능한 제품의 무게 비율 및 실제 재생비율		N/A	N/A
EN16	환경이슈와 관계된 규정의 위반건수와 벌금액	50	●	●

● : 보고서 기재됨 ○ : 보고서 기재안됨 ■ : 사업보고서 참고 N/A(Not Available) : 해당사항 없음

GRI Index		Page	2004년 기재구분	2005년 기재구분
EN17	재생 가능한 에너지원 사용, 에너지효율 향상에 대한 정보	49, 50, 55	●	●
EN18	주요 제품의 에너지 소비량에 대한 정보		N/A	N/A
EN19	제품 수명 관리, 에너지 집약 자재의 사용, 에너지 사용에 대한 정보		N/A	N/A
EN20	물의 사용에 의해 영향 받는 생태계/ 서식지에 대한 정보		N/A	N/A
EN21	연간 재생 가능한 물에 대한 비율로 표시된 지하수와 지표수의 연간 소실량 정보		○	○
EN22	물의 재활용과 재사용에 대한 정보	50	●	●
EN23	생산활동을 위한 소유, 리스, 관리되는 필지의 총량	5	○	●
EN24	구매 또는 리스된 땅 중에서 표면 투과성이 없는 땅의 비율 정보		○	○
EN25	보호지 및 민감한 지역에 대한 활동과 운영영향의 정보	55, 56	○	●
EN26	사업 활동에서 야기된 자연 서식지의 변화·보호 및 복구되어야 할 서식지의 비율		N/A	N/A
EN27	생물다양성과 오염지의 종의 보호와 복구를 위한 목표, 프로그램에 대한 정보	55, 60, 62	●	●
EN28	사업 활동에 영향 받은 지역 내부 서식지의 멸종위기 동식물 명단에 올라가 있는 종의 수		N/A	N/A
EN29	보호지 내지는 민감한 지역에서 활동 계획		N/A	N/A
EN30	다른 관련 있는 간접 온실가스 배출 정보	50	●	●
EN31	바벨 협약 약관에 명시된 모든 폐기물의 생산, 운송, 수입, 수출에 대한 정보		N/A	N/A
EN32	물과 유거수의 방류에 의해 중대한 피해를 입은 생태계/ 서식지 정보		N/A	N/A
EN33	환경관련 구성 요소 대비 공급자의 성과	53, 54	●	●
EN34	물류에 사용된 중대한 환경 영향		N/A	N/A
EN35	형태별 전체 환경 비용 지출		○	○
LA1	종업원 현황 (지역별 / 국가별 등)	4, 21	●	●
LA2	지역/국가별 순 고용 창출과 이직율	21, 42	●	●
LA3	지역/국가별 노동 조항에 속해 있는 종업원의 비율		■	■
LA4	조직의 운영변화시 종업원에 대한 정보제공, 협의 등에 대한 정책과 절차	43	●	●
LA5	산업재해와 질병 기록과 통지에 대한 사례		○	○
LA6	보건안전위원회에 대한 설명	52	●	●
LA7	표준 부상, 손실일수, 결근률과 직업관련 사상자 수		○	○
LA8	HIV/ AIDS에 대한 정책과 프로그램		N/A	N/A
LA9	직원 종류(직급)별 직원당 한해 평균 교육 시간	41	●	●
LA10	동등 기회와 관련된 정책 또는 프로그램	14, 41~42	●	●
LA11	고위 관리자 및 기업 지배구조의 기구의 구성	6	●	●
LA12	법적으로 규정된 내용 이상의 직원복지 정보	39	●	●
LA13	의사결정 또는 경영, 기업 지배구조에 공식적인 직원 참여를 위한 조항	43	●	●
LA14	산업 보건 관리 시스템을 위한 ILO 가이드라인 준수	52	●	●
LA15	노조 참여 직원(Bona-fide worker)와의 공식합의에 대한 설명	43	●	●
LA16	직원들의 지속적인 고용가능성과 경력관리를 지원하는 프로그램	41~42	●	●
LA17	기술관리 또는 평생교육을 위한 정책과 프로그램	41~42	●	●
HR1	인권보호와 관련된 정책, 모니터링 메커니즘 및 모니터링결과	40	●	●
HR2	인권을 고려하고 있다는 증거 (공급자/ 계약자 선정, 투자/조달 결정시)	44	○	●
HR3	공급 사슬내의 인권 실적을 평가하고 다루기 위한 정책과 절차	44~46	○	●
HR4	차별관행을 예방하는 종합 정책과 절차/ 프로그램	42, 44~46	●	●
HR5	결사 정책의 자유에 대한 정책 및 프로그램	43	●	●

● : 보고서 기재됨 ○ : 보고서 기재안됨 ■ : 사업보고서 참고 N/A(Not Available) : 해당사항 없음

GRI Index		Page	2004년 기재구분	2005년 기재구분
HR6	이동노동을 배제하는 정책, 모니터링 시스템 및 결과		○	○
HR7	강제/ 강요 노동을 예방할 정책, 모니터링 시스템	40	○	●
HR8	인권면에 관련된 정책과 관행에 대한 직원 교육	40	●	●
HR9	항의 (appeal) 관행에 대한 설명		○	○
HR10	보복금지 정책, 효과적이면서도 비밀 유지가 되는 직원 고충 시스템의 설명	40	●	●
HR11	보안 직원에 대한 인권 교육	45, 46	●	●
HR12	토착민의 니즈를 처리할 정책, 가이드라인, 절차 설명	39, 40	●	●
HR13	합동으로 관리되는 커뮤니티 고충 처리 메커니즘 / 기관 설명	40	●	●
HR14	로컬 커뮤니티에 재분배된 사업의 영역에서 나오는 매출 비중에 대한 정보		○	○
SO1	지역 사회영향에 대한 방침, 프로그램, 모니터링 시스템	33~36	●	●
SO2	뇌물과 부패에 대한 정책, 절차/ 관리시스템, 준수 메커니즘	43~46	●	●
SO3	정치적 로비와 현금 관리를 위한 정책, 절차/ 관리 시스템, 준수 메커니즘		○	○
SO4	사회, 윤리, 환경 성과와 관련한 수상 기록	13, 14, 29	●	●
SO5	정당과 정당 또는 후보에 자금을 대는 기관에 지불한 액수		○	○
SO6	독점 금지 규정과 관련한 사건에 대한 법원 결정에 대한 정보	45	●	●
SO7	경쟁 저해 행위 예방을 위한 정책, 절차 / 관리 시스템, 준수 메커니즘	45	●	●
PR1	고객 건강과 안전유지 정책 설명	25, 26, 52	●	●
PR2	제품 정보와 라벨링 관련 정책, 절차 / 경영 시스템, 준수 메커니즘	25~28, 53, 54	●	●
PR3	고객 프라이버시 관련 정책, 절차/ 관리시스템, 준수 메커니즘	32	●	●
PR4	고객 건강과 안전관련 규정 위반 사례의 수	29	●	●
PR5	제품과 서비스의 안전과 고객안전을 감독하고 규제하는 규제 또는 민원제기 건수 정보	29	●	●
PR6	지발적 강령 준수, 제품 라벨 또는 사회와 환경 책임과 관련한 수상에 대한 정보	13, 14, 29	●	●
PR7	제품 정보와 라벨링 관련 규정 미준수 사례의 수와에 대한 정보	25, 26	●	●
PR8	고객 만족 관련 정책, 절차 / 관리 시스템	13, 29, 32	●	●
PR9	광고 관련 표준과 자발적 강령에 대한 정책, 절차 / 관리시스템, 준수 메커니즘	45, 46	●	●
PR10	광고와 마케팅 규정 위반 횟수와 위반 유형의 명시	45, 46	●	●
PR11	고객 프라이버시 위반 관련 불만 건수	29	●	●

롯데쇼핑(주) 사업보고서는 롯데쇼핑 IR 홈페이지(<http://ir.lotteshopping.com>)에 접속하시면 열람하실 수 있습니다.

GRI Guideline

GRI(Global Reporting Initiative)는 「지속가능성 보고서」 작성을 위한 가이드라인을 제공하는 국제기구입니다. 롯데백화점은 GRI에서 제시하는 가이드라인에 의거하여 지속가능성 보고서를 작성하였습니다. 위의 도표에 기재된 GRI Index Chart를 보시고 보고항목을 비교하시기 바랍니다.

에필로그 | Epilogue



2005 지속가능성보고서는 2005년 한해동안 진행된 경제, 사회, 환경 분야의 지속가능경영 성과를 담았으며 특히, 유통업의 특성을 살려 고객과 함께하는 사회공헌·환경보전, 상품과 서비스 혁신, 친환경백화점 및 친환경 라이프스타일 추진 성과들을 상세하게 제시하고자 노력하였습니다.

특히 '기업책임시민연대', '함께하는 시민행동', '환경정의' 3개 시민단체에서 2004 보고서에 대하여 제공해 주신 개선 제안을 금번 보고서에 반영하였으며, 일부 미반영사항은 2006 지속가능성 보고서에 게재하도록 하겠습니다.

구분	내용
반영 사항	고객 관련 내용 확충 (고객을 주제로 하나의 Part를 구성하여 기존 4Page분량에서 12Page로 내용 강화) 직원 고용현황을 정규직/임시직/용역직으로 세분화하여 기술 종업원보상체계, (지역사회 NGO) 기부 정보 게재 고객 프라이버시 관련 내용 보강 연간 고객만원 유형 및 처리실적 게재
미반영 사항	포장폐기물 처리정책 및 재활용제품 활성화 정책 환경성과 (에너지사용, 폐기물 발생 등에 대한 점포별 구분 제시) 제품정보 제공 및 표시(Labeling) 정책

앞으로도 롯데백화점 2005 지속가능성 보고서에 대하여 제공해주시는 의견을 적극적으로 반영하여 업그레이드된 지속가능성 보고서를 발간할 수 있도록 노력하겠습니다.



Contact us

서울특별시 중구 소공동 1번지 롯데쇼핑센터빌딩 17층
100-721 롯데백화점 환경기치경영사무국

- Tel : 02·2118·2030~2032
- Fax : 02·2118·2958
- E-Mail : ecolotte@lotte.dpt.co.kr

*본 보고서는 100% 무염소펄프와 콩기름잉크로 인쇄되었습니다.

