2010 SUSTAINABILITY REPORT
지속가능성보고서

Think Tomorrow

인간존중, 친환경, 풍요로운 문화생활
롯데가 추구하는 미래입니다

LOTTE SHOPPING

Contents

보고서 개요
02 _ CEO's Message
04 _ 기업 개요
05 _ 2018 Vision
06 _ 지속가능경영 추진체계
07 _ 지속가능경영 이슈 선정
09 _ 이해관계자와의 소통
11 _ 기업지배구조
13 _ 윤리경영
16 _ 리스크 매니지먼트
18 _ 지속가능경영 성과

Think Economy
22 _ 경제적 성과
24 _ 글로벌 성장 전략
28 _ 유통환경 변화 대응
30 _ 경영혁신 활동

Think Customer
36 _ 고객중심경영
39 _ 고객과의 커뮤니케이션
40 _ 고객과의 관계관리
42 _ 고객 정보보호
44 _ 안전한 쇼핑공간
45 _ 상품 안전관리
48 _ 정확한 상품 정보 제공

Readers' Guide

1. 2010 보고서 작성기준

본 보고서는 Sustainability Reporting Guidelines by Global Reporting Initiative(G3)에 의거하여 작성되었습니다. 이 보고서에는 G3 프로필 공시사항이 모두 포함되어 있으며, 각 지표범주에 대한 경영방식 공시와 G3 핵심성과지표를 중요성의 원칙에 따라 최대한 담고 있습니다.

2. 2010 보고서의 내용 및 범위

본 보고서는 롯데쇼핑 4개 사업부(롯데백화점, 롯데마트, 롯데슈퍼, 롯데시네마)중 롯데백화점과 롯데마트의 경제, 환경, 사회 전 범위의 성과를 담고 있습니다. 보고서에 기재된 내용은 롯데백화점 본사와 전 점포, 롯데마트의 본사와 전 점포를 기준으로 작성되었으며, 회사 개요 및 재무 성과 보고는 롯데쇼핑(주)을 기준으로 작성되었음을 알려드립니다. 또한 환경 및 사회공헌 실적의 경우 해외법인의 실적은 포함되어 있지 않음을 알려드립니다.

3. 2010 보고서의 대상기간

본 보고서의 보고 대상기간은 2009년 1월 1일부터 2009년 12월 31일까지이며, 계속기업의 원칙에 따라 2010년 상반기에 수행된 지속가능경영 활동 내용을 일부 포함하고 있습니다. 이런 이유로 보고서 명칭은 '2010년 지속가능성보고서'로 하였습니다. 성과에 대한 수치 및 그래프 등은 최근 3년간의 데이터를 기본으로 제시하여 트렌드를 분석할 수 있도록 하였습니다.

4. 2010 보고서의 검증

본 보고서의 모든 정보는 독립적인 외부검증기관인 Solability의 검증 심사를 거쳤으며, 그 결과는 제3자 검증 의견서에 수록하였습니다.

Think Environment

52 _ 환경경영 방침
54 _ 환경경영 관리 시스템 구축
55 _ 환경 영향 최소화 – 에너지
59 _ ECO STORE
60 _ 환경 영향 최소화 – 수자원
61 _ 환경 영향 최소화 – 폐기물
62 _ 포장재 줄이기
64 _ 친환경 상품 유통 확대
67 _ 그린 파트너십
68 _ 그린 라이프스타일 캠페인
71 _ 롯데 Green 기금 집행 실적

Think Society

74 _ UN글로벌콤팩트
75 _ 사회공헌 추진 방향 및 활동 실적
76 _ 출산장려 캠페인
77 _ 사회공헌활동
79 _ 글로벌 사회공헌
81 _ 지역사회와 함께
84 _ 파트너십 경영
86 _ 우수 중소 협력사 발굴
88 _ 동료사원 섬김경영
89 _ 공정한 거래관행 및 교육 시스템

Great Workplace

94 _ 임직원 현황
95 _ 인재상과 역량 개발
99 _ 성과 보상 제도
100 _ 직원 권익 존중
102 _ 행복하고 건강한 일터 만들기
104 _ 일과 삶의 조화
106 _ 소통을 통한 열린 경영

Appendix

108 _ 제3자 검증의견서
110 _ GRI Index

보고서 추가 정보

본 보고서에 대한 추가적인 정보가 필요하거나 더 자세한 사항을 알고 싶으신 경우 다음의 연락처로 문의해 주시기 바랍니다.

롯데백화점 기획부문 경영기획팀 사회공헌담당

· 주 소 서울특별시 중구 소공동 1번지 롯데쇼핑센터빌딩
· 전 화 02-2118-2030~3
· 팩 스 02-2118-2280
· 이메일 aoii@lotteshopping.com

롯데마트 기획부문 경영기획팀

· 주 소 서울시 송파구 잠실동 40-1
· 전 화 02-411-8510~1
· 팩 스 02-411-8998
· 이메일 dlsdnd1107@lottemart.com

홈페이지

롯데백화점	www.lotteshopping.com
롯데마트	www.lottemart.com
롯데그린	www.lottegreen.co.kr
롯데쇼핑전자공시	www.lotteshoppingir.com

2010
SUSTAINABILITY REPORT

CEO’ s Message

롯데쇼핑은 지속가능경영을 통해 모두에게 풍요로운 미래를 열어가겠습니다

롯데쇼핑은 고객과 임직원, 협력회사, 지역사회 등 모든 이해관계자들을 행복하고 풍요롭게 하는 것을 목표로 지속가능경영을 추진하고 있습니다. 이러한 경영활동은 궁극적으로 우리 기업의 가치를 극대화하며 위기를 극복하고 지속적으로 성장할 수 있도록 해준다는 믿음을 가지고 있습니다.

지난해 전 세계적인 경기침체와 어려움이 지속되는 상황에서도 롯데쇼핑은 글로벌 경영을 본격화하며 지속가능한 성장을 이어갔습니다. 환경경영 시스템을 강화하고 온실가스 감축 경영을 위한 기반을 다졌으며, 협력회사와는 그린 파트너십을 진행하고 고객들에게는 그린 라이프스타일을 확산하였습니다. 국가사회적 문제 해결을 위해 출산장려 캠페인을 펼치고, 임직원을 위한 가족친화경영을 강화하였습니다.또한 그동안 추진해 온 지속가능경영 성과를 세계적으로 인정받아 DJSI World (다우존스 지속가능성지수 월드) 부문에 국내 유통업계 최초로 편입되었습니다.

지난해 롯데쇼핑은 2018년까지 세계 10위권 유통기업으로 도약한다는 새로운 비전을 수립하였습니다. 이를 위해서 과감한 혁신과 효율 경영뿐만 아니라 기업 위상에 걸맞는 사회적 책임 실천이 동반되어야 할 것입니다. 그 경영 기반을 다지기 위해 올해 지속가능경영 위원회 조직, 전사적인 지속가능경영 시스템 정착에 집중하고 있습니다. 또한 이해관계자와의 소통도 더욱 강화하고 있습니다. 지속가능성보고서의 완결성을 더하기 위해 롯데백화점에서 발간하던 보고서를 올해 처음으로 ‘롯데쇼핑 지속가능성보고서’로 발간하게 되었습니다.

앞으로도 롯데쇼핑은 이해관계자들의 목소리에 귀 기울이며 세계에서 존경받고 신뢰받는 기업이 될 수 있도록 최선을 다하겠습니다. 이해관계자 여러분의 한결같은 격려와 관심을 부탁드립니다. 감사합니다.

롯데쇼핑㈜ 대표이사 사장

이 철 우

롯데마트는 기업의 사회적 책임의 중요성을 깊이 인식함과 동시에 '아시아 1등 유통기업' 으로 도약하기 위해 혼신의 노력을 다하고 있습니다. 2009년 글로벌 경기침체 속에서도 M&A와 자체 출점을 통하여 중국, 인도네시아, 베트남 등 해외 100개점을 포함 총 185개점을 운영, 명실상부한 글로벌 기업으로 거듭나고 있습니다. 무엇보다 초일류 기업의 위상에 걸맞은 존경받는 기업이 되기 위하여 '행복드림' 이라는 핵심가치 아래 고객만족, 협력사와의 상생, 임직원의 비전제시와 성장을 추구하는 기업문화를 구축하였으며 지속적인 사회공헌활동, 환경경영 등을 추진하고 있습니다. 앞으로도 롯데마트는 가치혁신 상품 개발과 경영혁신을 통한 경영성과는 물론, 사회적 책임 실천에도 충실한 일류기업이 될 것입니다. 아울러 본 보고서 발간을 계기로 이해관계자와의 소통에도 더욱 노력을 기울이겠습니다. 여러분과 함께 발전해 나가는 롯데마트에 지속적인 관심과 격려를 부탁드립니다.

롯데쇼핑㈜ 마트사업본부 대표
노 병 용

전국적 다점포망을 구축하고 있는 롯데슈퍼는 표준화된 오퍼레이션 시스템과 다양한 상품소싱 체계, 효율적인 물류와 서비스를 토대로 업계 선도기업으로 자리매김 하고 있습니다. '신선한 상품, 정다운 이웃' 이라는 슬로건 아래 신선하고 안전한 상품 공급을 위해 지역 생산물을 우선 취급하여 지역경제 활성화에 기여하며, 지역사회 봉사 활동을 통해 지역 소비자와 함께하는 기업으로 성장하고 있습니다. 또한 기후변화와 환경에 대한 이해관계자들의 인식이 높아짐에 따라 경영의 모든 의사결정에 환경 기준을 적용하며 환경친화적 상품과 서비스를 제공하는 에코파트너로 거듭나기 위해 노력하고 있습니다. 앞으로도 롯데슈퍼는 사람과 자연을 존중하며 지역사회와의 소통을 우선시하는 지속가능 기업으로 성장해 나가기 위해 최선의 노력을 다할 것입니다.

롯데쇼핑㈜ 슈퍼사업본부 대표
소 진 세

롯데시네마는 멀티플렉스 영화관과 영화 투자 및 배급 사업을 수행하고 있으며 지역사회 내에서 원스톱 엔터테인먼트가 가능한 복합문화공간으로 거듭나고 있습니다. 롯데시네마는 입지 선정부터 각종 서비스까지 인간 사랑, 환경 사랑을 바탕으로 영화관을 운영하고 있습니다. 친환경적인 시설과 최첨단 장비를 통해 쾌적한 관람 환경을 구현할 뿐 아니라 고객이 생각하지 못한 서비스까지 앞서 제공함으로써 고객 만족을 실천하고 있습니다. 저희 롯데시네마는 향후에도 고객가치를 존중하고 이해관계자들의 다양한 니즈를 만족시키는 지속가능 기업이 될 수 있도록 노력하겠습니다.

롯데쇼핑㈜ 시네마사업본부 대표
손 광 익

기업 개요

롯데쇼핑은 1979년 설립이후 백화점에서 시작하여 마트, 슈퍼, 시네마 등으로 사업 영역을 확대하며 한국을 대표하는 유통기업으로 성장해 왔습니다. 또한 현재는 중국, 러시아, 베트남, 인도네시아 등 주요 글로벌 시장에 백화점, 마트, 시네마 등이 진출해 있는 글로벌 유통기업입니다.

회사 개요

회사 개요

회사명	롯데쇼핑 주식회사
설립일	1979년 11월 15일
사업내용	대규모 소매업
자본금	1,452억 원

2009년에 당사는 백화점 1개점, 아울렛 1개점, 할인점 국내 6개점/해외 3개점 등 전 사업부문에 걸쳐 지속적인 신규 출점을 하였으며, 아울렛 사업, 쇼핑몰 사업, 카테고리킬러 등 신업태사업, Fashion Brand 사업(해외 유명브랜드 개발 및 수입) 등의 국내 신규사업 또한 활발하게 추진하고 있습니다. 아울러 해외사업에서는 2007년 9월에 해외진출 백화점 1호점을 러시아 모스크바에 오픈한데 이어, 2008년 8월에는 중국 베이징에 2호점을 오픈하였습니다.

마트 사업부문은 2009년 12월말 현재 중국 79개점, 베트남 1개점, 인도네시아에 19개점을 보유하고 있습니다. 또한 중국내 확실한 입지구축을 위하여 대형마트 체인TIMES(대형마트 53개점, 슈퍼12개점) 인수하였습니다. 당사는 향후 지속적인 사업확장과 출점을 통해 적극적인 해외 소매유통업 진출을 모색하고 있습니다. 본 보고서의 비재무적 성과 부분은 롯데쇼핑의 4개 사업부문 중 백화점과 마트 사업부문의 성과만을 대상으로 작성되었으며, 향후 보고대상을 롯데쇼핑 전 사업부로 확대할 예정입니다.

롯데쇼핑㈜ 사업부 현황(2010년 6월 현재)

사업부	사업개시일	점포수	주요 상품
백화점	1979. 11	37개점(국내 35점 *, 해외 2점)	의류, 잡화, 가전, 가구, 보석, 식품
마트	1998. 4	185개점(국내 85점 **, 해외 100점)	식품, 생필품, 의류, 잡화
슈퍼	2001. 5	242개점	식품, 생필품, 잡화
시네마	1999. 10	54개점(스크린 411개)	멀티플렉스 영화관

*국내 : 35점(백화점 29점, 영플라자 2점, 아울렛 4점), 별도법인 수탁운영 6개점 포함

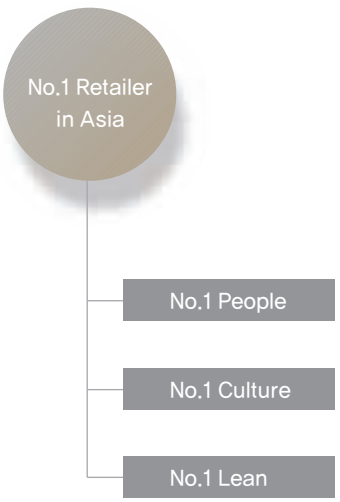
**물류센터 2개점(오산, 김해 통합물류센터) 포함

2018 Vision

롯데쇼핑은 2018 비전과 경영 방침을 수립하고, 세계 적인 유통기업으로 거듭나기 위한 힘찬 도약을 시작했습니다. 롯데쇼핑은 현재 매출 규모의 4배에 이르는 세계 10위권 글로벌 유통기업으로 도약하기 위하여 지속적인 성장 전략, 적극적인 해외시장 진출과 신사업 도입, 과감한 혁신을 추진해 나갈 것입니다. 또한 글로벌 TOP에 걸맞는 임직원 역량강화와 기업문화 조성에도 힘을 기울이고 있습니다.

| 2018 롯데백화점 비전 |

| 2018 롯데마트 비전 |



2010년 캐치프레이즈

롯데쇼핑은 2018비전 달성을 위하여, 경영활동의 핵심 원칙이 되는 캐치프레이즈를 매년 수립하고 실천해 나가고 있습니다.

2010 캐치프레이즈

- 롯데백화점

Be Professional !

Passion & Challenge 열정을 가지고 도전하는 프로
Creative & Innovation 창조하고 혁신하는 프로
People & Communication 사람을 존중하고 소통하는 프로

- 롯데마트

고객사랑 2010

소통 : 고객님 ! 무엇을 도와드릴까요?
실천 : 고객님 ! 여기 있습니다.
감사 : 고객님 ! 행복한 하루 되십시오.

지속가능경영 추진체계

지속가능경영과 사회적 책임 실천은 롯데쇼핑 경영의 기본 방침입니다. 우리는 모든 업무 영역에 환경적, 사회적인 이슈에 대한 고려를 통합하고 있습니다.

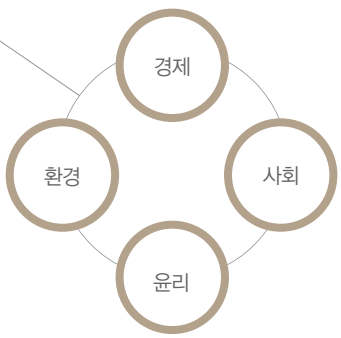
중장기 비전

세계적으로 존경받는
글로벌 TOP 지속가능기업

당사는 유통업계 지속가능경영을 선도함으로써 세계적으로 존경받는 글로벌 TOP 지속가능기업으로 자리매김한다

롯데쇼핑은 2010년 사회적 책임 실천을 위한 중장기 비전, 경제 · 환경 · 윤리 · 사회 분야의 책임을 명확히 정의하고 방침화 함으로써 전사에서 이 방침이 가치 판단의 기준이 될 수 있도록 하였습니다. 또한 지속가능경영 위원회를 조직하고 지속가능경영에 대한 분야별 목표와 성과지표 도입을 추진함으로써, 계획과 실천이 체계적으로 이루어지고 평가와 피드백을 통해 다음 단계로 발전할 수 있는 관리 구조를 만들어가고 있습니다.

| CSR 방침 |



경제_경제가치 창출 및 지속성장 추구
지속가능한 성장 전략을 통하여 경제 가치를 극대화하고 주주와 고객의 이익 창출에 기여한다

환경_지구환경 보전 및 기후변화 방지 선도
경영활동의 전 과정에서 환경가치를 우선적으로 고려하여 지구환경 보전과 기후변화 방지를 선도한다

윤리_기업윤리 준수 및 공정한 업무 문화 조성
기업윤리의 철저한 준수 및 깨끗한 업무 문화 조성을 통해 고객으로부터 신뢰받는 기업이 된다

사회_전략적 사회공헌을 통한 국가 및 지역사회의 지속가능한 발전에 기여
전략적 사회공헌을 통하여 국가와 지역사회의 지속가능한 발전에 기여한다

▶ 지속가능경영 위원회

롯데쇼핑은 2010년 CEO를 위원장으로 하는 지속가능경영 위원회를 조직하였습니다. 지속가능경영 위원회에는 각 부문을 총괄하는 9명의 임원들이 위원으로 참여하여 전략 방향에 대해 협의하고 주요 추진사항에 대한 결의를 합니다.

실무분과회의(분기1회)
- 현안 이슈 공유 및 소통
- 분과별 과제 선정 및 목표 수립
- 성과 취합, 관리

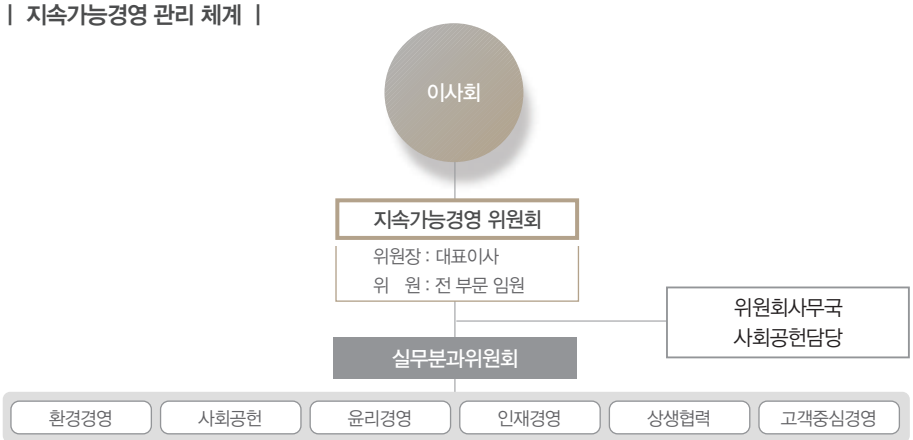
▼

지속가능경영 위원회(분기1회)
- 전사 전략 협의 및 결정
- 전사 과제 및 목표 승인
- 성과 피드백

▼

전사과제 추진
- 목표 공유/커뮤니케이션
- 실행 계획 수립
- 과제 수행

| 지속가능경영 관리 체계 |



지속가능경영 이슈 선정

롯데쇼핑은 2010 지속가능성보고서를 발간하기에 앞서 이슈별 중대성 분석을 진행하였습니다. 일차적으로 지속가능경영 이슈에 대한 이해관계자의 관심도를 파악하기 위하여 설문조사를 진행하였습니다. 이번 설문조사는 온라인을 통해 진행되었으며 총 1,198명의 이해관계자가 의견을 주셨습니다. 설문조사 결과와 함께 기업 내부의 이슈별 중요도, 영향력을 분석하였으며 지속가능경영 관련 주요 지표들을 참고로 하여 중대성 매트릭스를 정리하였습니다. 이번 이슈 조사에서 17개의 중대 이슈를 선정하였으며, 향후 해당 이슈에 대해서는 집중 관리하여 그 결과를 보고할 예정입니다.

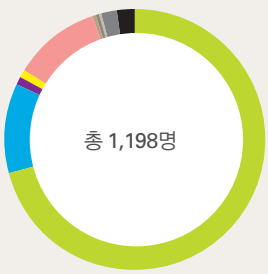
2010년 이해관계자 설문조사 진행

이번 이해관계자 설문조사는 홈페이지를 통해 온라인으로 진행되었으며, 총 1,198명의 이해관계자가 의견을 주셨습니다. 고객 뿐 아니라 임직원, 연구기관, 산업계 지속가능경영 담당자 등 다양한 이해관계자의 의견을 수렴하고자 노력하였습니다. 향후에는 응답자 비율이 그룹별로 더 고르게 배분하여 조사를 진행할 계획입니다.

기타 의견 및 보고서 반영 사항

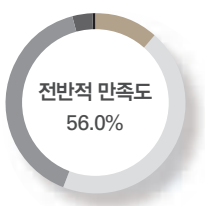
- 고객정보보호에 대한 세부 정책 내용
- 지역사회 공헌도 공개
- 환경 실적 공개
- 환경에 대한 향후 계획 및 목표 공개, 세부적 실천 노력
- 고객들의 주요 불만 이슈, 피드백 절차, 무엇을 개선하였는지 공개

| 이해관계자 설문 응답자 분포 |

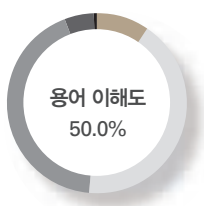


고객	71.0%	정부 관계자	0.4%
임직원	11.0%	NGO	0.4%
협력회사	1.0%	언론	0.2%
주주/투자자	1.0%	전문가	2.0%
지역주민	11.0%	기타	2.0%

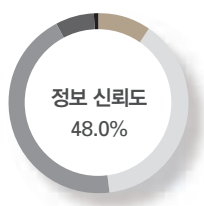
| 2009 지속가능성보고서 만족도 |



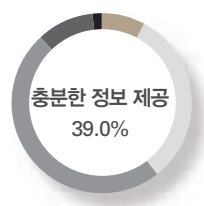
매우 그렇다	11.6%
그렇다	44.4%
보통이다	40.0%
아니다	3.5%
매우 아니다	0.5%



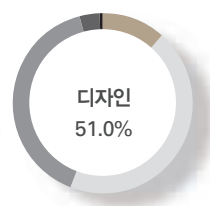
매우 그렇다	9.4%
그렇다	40.6%
보통이다	41.5%
아니다	5.1%
매우 아니다	0.5%



매우 그렇다	9.6%
그렇다	38.5%
보통이다	44.2%
아니다	6.9%
매우 아니다	0.8%



매우 그렇다	8.0%
그렇다	31.5%
보통이다	48.8%
아니다	10.2%
매우 아니다	1.5%



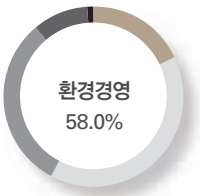
매우 그렇다	10.4%
그렇다	40.9%
보통이다	41.5%
아니다	5.9%
매우 아니다	1.3%

중대성 분석

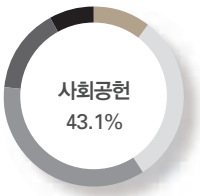
롯데쇼핑은 지속가능경영 주요 과제와 목표를 선정하는데 있어 이해관계자들의 관심 이슈와 기업 내부의 중요도, 비즈니스 영향도 등을 분석하고 있습니다. GRI 가이드라인 및 DJSI 평가지표 등 지속가능경영에 대한 국제 가이드라인, 미디어 이슈 등 외부 이슈와 경영전략, 사내 핵심과제 등의 내부 이슈를 종합해 44개의 이슈를 선정하였으며, 이 항목을 설문으로 구성하여 이해관계자별 관심도와 중요도를 평가하였습니다.

| 지속가능경영 이슈별 만족도 및 관심사항 |

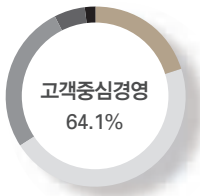
■ 매우 잘함 ■ 잘함 ■ 보통 ■ 미흡 ■ 매우 미흡



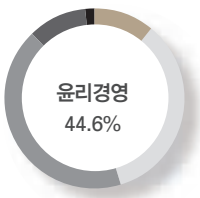
핵심이슈	
고객	에너지 사용 절감
전문가	친환경 상품 유통
임직원	친환경 자재 및 시설



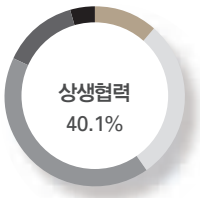
핵심이슈	
고객	지역사회 경제 활성화
전문가	사회공헌 프로그램 개발
임직원	사회문제 해결 노력



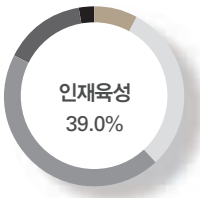
핵심이슈	
고객	고객 불만 처리
전문가	고객 정보 보호
임직원	차별화된 서비스



핵심이슈	
고객	투명한 정보 공개
전문가	윤리위반에 대한 감시통제
임직원	투명한 정보 공개

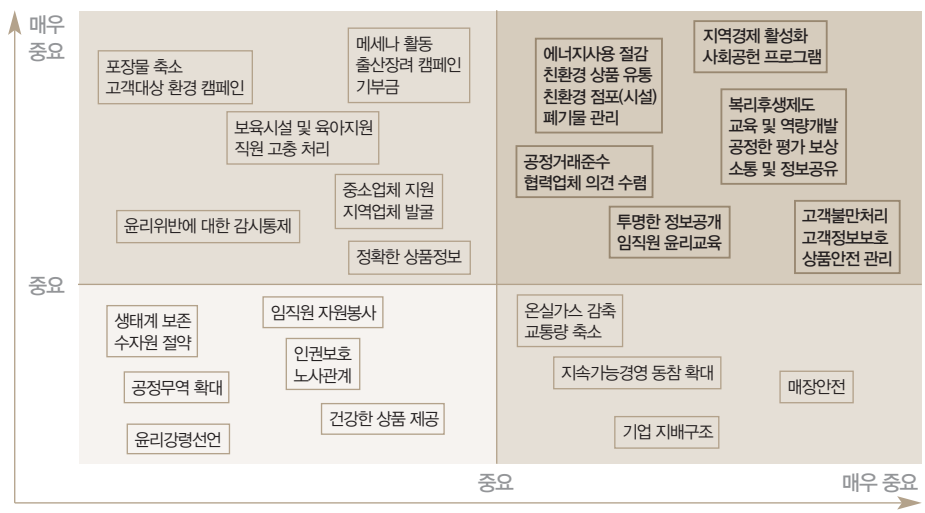


핵심이슈	
고객	공정거래 준수
전문가	협력업체 의견 수렴
임직원	공정거래 준수



핵심이슈	
고객	복리후생 제도
전문가	보육시설 및 출산육아 지원
임직원	복리후생 제도

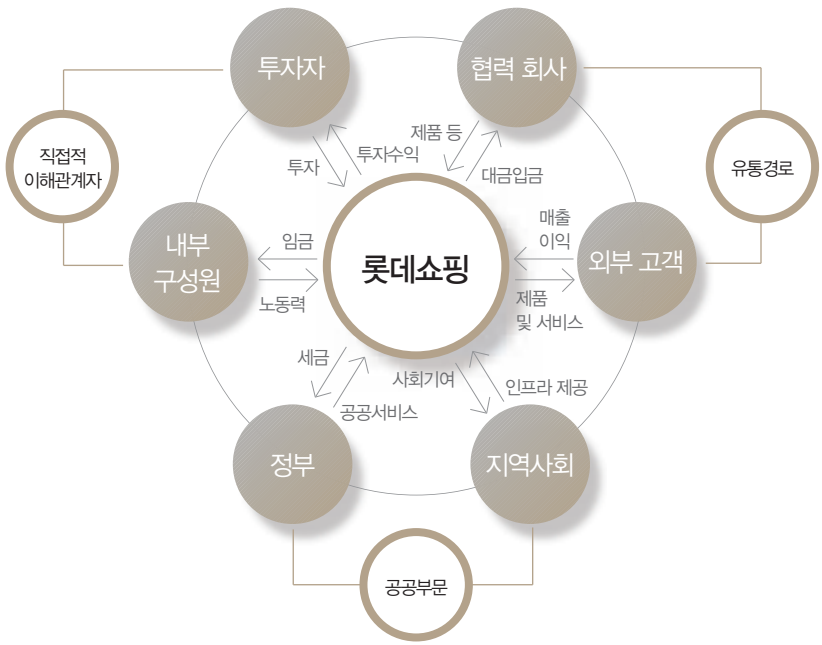
| 중대성 평가 매트릭스 |



이해관계자와의 소통

롯데쇼핑은 주주, 내부구성원, 고객, 협력회사, 지역사회, 정부 등을 주요 이해관계자로 규정하고 있습니다. 롯데쇼핑의 지속가능경영은 회사를 둘러싼 다양한 이해관계자들과의 관계 속에서 책임을 다하고, 각 이해관계자들에게 필요한 가치를 제공하기 위한 활동입니다.

롯데쇼핑의 이해관계자

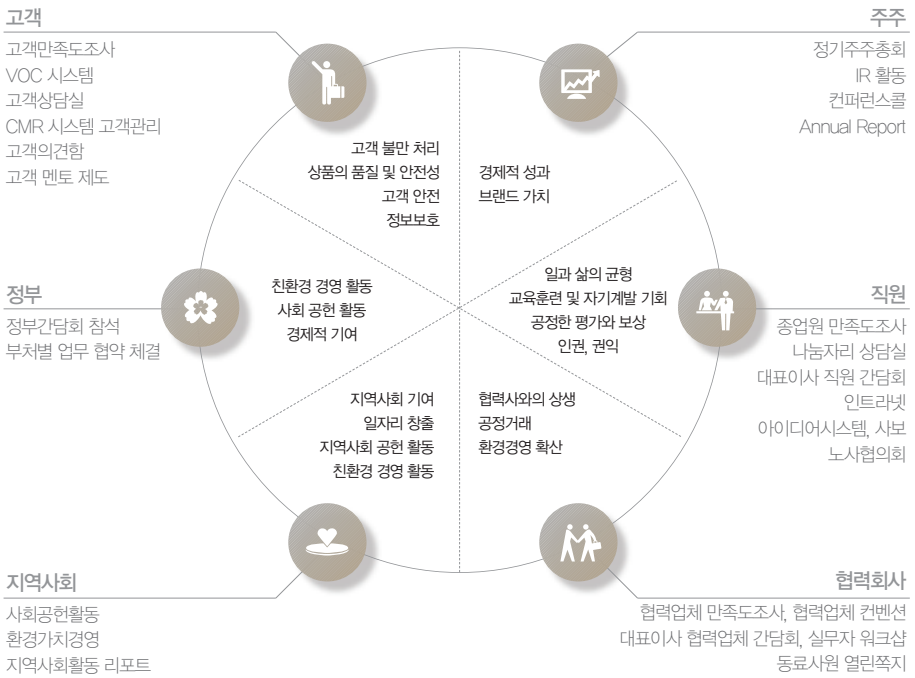


이해관계자와의 소통

롯데쇼핑은 다양한 소통의 채널을 마련하여 이해관계자의 의견과 요구사항을 수렴하고 경영에 반영하고 있으며, 또한 회사의 주요한 정책이나 경영 활동 등의 현황이 이해관계자들에게 바르게 전달될 수 있도록 노력하고 있습니다. 고객, 종업원, 협력업체 만족도 조사와 같은 정기적인 내외부 설문조사를 실시하여 이해관계자들의 불만족 요인이나 리스크 요인 파악에 활용하고 있으며, 고객상담실이나 직원 나눔자리 등의 직접적인 문제 해결 채널, 협력회사 컨벤션 및 간담회, 직원 간담회와 같은 요구사항 수렴 및 경영 정보 전달 채널을 마련하고 있습니다.

또한 온라인 홈페이지를 통한 커뮤니케이션, 사내 인트라넷을 활용한 자유로운 쌍방향 커뮤니케이션의 비중을 늘려 누구나 쉽게 의견을 제시할 수 있고 수시로 즉각적인 피드백이 이루어질 수 있도록 하였습니다. 주주들과는 컨퍼런스콜 등 각종 IR활동, 온라인 공시시스템 등을 통해 커뮤니케이션하고 있습니다.

| 이해관계자별 소통 채널 |



2010년 실행 결과

이해관계자	내용
고객	• 고객만족도 조사(2009. 3) – 2008년 하반기 대비 0.8% 상승 • 주부모니터링 제도 운영(2009. 9) – 주부모니터 요원 314명 활동
직원	• 대표이사 직원 간담회(년간) – 총 23개점, 693명 직원 참여 • 2009 노사화합 선언식(2009. 4)
협력회사	• 협력업체 만족도 조사 – 2009년 롯데백화점 2회, 롯데마트 4회 진행
주주	• 정기주주총회(2009. 3) – 감사보고, 영업보고 • 컨퍼런스콜(년간 4회) – 국내외 주주들과 최고경영진 의견교환

이해관계자	내용
지역사회	• 부산지역 저탄소 녹색성장 및 상호 공동발전 협약(2010. 1) – 임직원 대중교통이용 활성화 협약 (부산교통공사) • 수협 생산자 단체와의 전략적 MOU 체결(2009. 5)
정부	• 환경부 그린스타트 협약(2009. 7) • 보건복지부 출산장려캠페인 협약 (2009. 9) • 탄소배출권 거래제 시범사업 MOU 체결(2009. 12) • 전기자동차 충전인프라 실증사업 MOU 체결(2010. 1)

기업지배구조

롯데쇼핑은 세계적인 수준의 투명하고 건전한 기업지배구조를 정립하는데 노력하고 있습니다.

이사회 구성

롯데쇼핑 이사회는 사외이사 6명을 포함한 11명의 이사로 구성되어 있으며, 임기는 2년입니다. 현재 롯데쇼핑 이사회 의장직은 이철우 대표이사가 수행하고 있습니다. 2010년 3월에 열린 40회 정기주주총회에서 임기 만료로 퇴임한 3명의 사외이사 대신 박경범 한국금속캔자원협회 상임고문, 김세헌 KAIST 교수, 이홍로 한국거래소 사외이사 등 3명이 새로운 사외이사로 선임되었습니다. 롯데쇼핑은 사외이사의 자격요건과 관련하여 증권거래법 191의16조 3항, 동법 54의5조 4항, 동시행령 37의6조 2항, 3항을 준용하고 있으며, 이사의 보수한도는 주주총회의 승인을 득하도록 되어 있습니다.

이사회의 권한

이사회는 법령 또는 정관에서 정한 사항, 주주총회로부터 위임받은 사항, 회사경영 기본방침 및 업무집행에 관한 주요사항을 심의 결정합니다. 이사회는 경영진의 성과와 관련하여 필요시 관계임직원 또는 외부인사를 출석시켜 의견을 청취할 수 있으며, 전문가의 자문을 구할 수 있습니다.

또한 담당업무를 집행함에 있어서 법령 또는 정관의 위반, 기타 부당성의 염려가 있을 경우에는 관련 자료를 제출, 조사 및 설명을 요구할 수 있으며, 해당업무의 중지 또는 변경을 요구할 수 있습니다. (이사회 규정 13조, 14조)

롯데쇼핑 이사회 구성

성명	주요경력	추천인	이사로서의 활동분야
신격호	現 롯데그룹 회장	이사회	대표이사
신동빈	現 롯데그룹 부회장	이사회	대표이사
이철우	現 롯데쇼핑 대표이사	이사회	대표이사, 이사회의장, 사외이사후보추천위원회 위원장
이인원	現 롯데쇼핑 대표이사	이사회	대표이사
신영자	現 롯데쇼핑 사장	이사회	사내이사
좌승희	現 경기개발연구원 원장	사외이사후보추천위원회	사외이사
김세호	現 법무법인 태평양 고문	사외이사후보추천위원회	사외이사
김세헌	現 KAIST 교수	사외이사후보추천위원회	사외이사, 감사위원회 위원장, 사외이사후보추천위원회 위원
박경범	現 한국금속캔자원협회 고문	사외이사후보추천위원회	사외이사, 감사위원회 위원
임종인	現 고려대정보경영공학전문 대학원장	사외이사후보추천위원회	사외이사
이홍로	現 한국거래소 사외이사	사외이사후보추천위원회	사외이사, 감사위원회 위원

이사회 개최 및 의사결정

정기이사회는 월 1회 개최함을 원칙으로 하며, 이사회의 성립 및 결의는 이사 전원의 과반수 이상이 출석, 출석이사의 과반수 이상 찬성으로 결정합니다. 2009년에는 총 14회의 이사회를 열어 경영상의 주요 안건을 심의 의결하였습니다.

이사회 개최 및 사외이사 참석율 현황

회차	1	2	3	4	5	6	7
개최일	2009.01.22	2009.02.12	2009.02.26	2009.03.20	2009.04.23	2009.05.28	2009.06.25
참석인원	6/6	5/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6
회차	8	9	10	11	12	13	14
개최일	2009.07.23	2009.08.28	2009.09.18	2009.10.16	2009.11.20	2009.12.23	2009.12.31
참석인원	6/6	5/6	6/6	6/6	6/6	6/6	6/6

이사회 평균 참석율

98%

이사회 주요 의결 사항

- 재무제표 및 영업보고서 승인
- 감사위원회 내부회계관리 평가 보고
- 공정거래자율준수 프로그램 운영결과 및 계획
- 롯데쇼핑㈜ KKD사업본부 물적분할
- 롯데쇼핑㈜ 식품사업본부 영업양도
- Moscow 대표사무소 소장 변경
- 중국 상해 대표사무소 설치
- 지점설치 등

전문위원회

롯데쇼핑은 기업의 투명성과 경제, 환경, 사회 활동과 관련한 경영진의 관리능력 및 전문성을 감독하기 위하여 이사회내 사외이사 추천위원회와 감사위원회를 두고 있습니다. 사외이사 추천위원회는 주주의 이익을 대표하는 사외이사후보의 추천을 통해 경영의 투명성 강화에 힘쓰고 있습니다. 사내이사 1명, 사외이사 1명으로 구성된 사외이사추천위원회는 2009년 1회 회의를 개최하였습니다. 감사위원회는 3명의 사외이사로 구성되어 있으며 2009년 6회 회의를 개최하였습니다.

▶ 2009년 롯데쇼핑 이사회 보수 현황

이사회의 보수는 주주총회에서 승인한 이사보수한도 내에서 지급됩니다. 2009년 주주총회 승인 금액은 지난 해와 같은 110억 원이었으며, 실제 지급액은 4,748백만 원이었습니다.

주주총회

주주총회는 주주들로만 구성되는 필요적 상설기관으로서 법률 또는 정관에 정하여진 사항을 결의하는 주식회사의 최고의 의결기관입니다. 정기주주총회는 매 결산기가 끝난 후 3개월 이전에 소집하고 임시주주총회는 필요에 따라 이사회 결의 등을 통해 수시로 소집하고 있습니다. 주주의 의결권은 1주마다 1개를 제공하고 있습니다. 또한 주주총회 참석이 어려울 경우 대리인을 통해 의결권을 행사할 수 있도록 하고 있습니다. 주주총회 결의기준은 보통결의의 경우 출석한 주주의 의결권 과반수와 발행주식 총수의 4분의 1 이상의 수로 정하고 있고, 특별결의의 경우 출석한 주주의 의결권 3분의 2 이상의 수와 발행주식 총수의 3분의 1 이상의 수로 정하고 있습니다.

주주의 권익보호

롯데쇼핑은 주주의 권익 보호를 위하여 투자자 전담부서인 IR팀을 설치하였습니다. IR팀은 회사의 최신정보를 주주들에게 알리고, 동시에 주주의 의견을 수렴하여 경영진에 전달하는 메신저의 역할을 하고 있습니다. 특히 분기별로 컨퍼런스콜을 통해 국내외 주주들과 최고 경영진이 분기별 실적분석 및 향후 방향에 대해 의견교환의 장을 마련하고 있으며, 또한 IR 홈페이지 등의 채널을 통해 주주의 의견을 수렴하여 주주의 권익보호에 앞장서고 있습니다. 이렇게 모여진 주주의 의견은 대표이사 및 이사회에 직접 전달되고 있습니다.

윤리경영

롯데쇼핑은 지속가능한 기업이 되기 위해서는 무엇보다 기업 경영의 투명성이 전제되어야 한다는 인식에 따라 전 임직원이 법적 책임 준수 뿐 아니라 윤리적인 업무 수행을 생활화할 수 있도록 하고 있습니다. 윤리경영의 체계적 실천을 위한 전담 조직 운영, 가이드라인 배포 및 지속적인 교육 진행, 캠페인 및 사전 예방 활동, 협력회사 동참 캠페인 등을 통해 윤리적 리스크를 최소화하고 있습니다.

윤리행동준칙 및 세부지침 제정

올바른 윤리적 가치관 정립을 위해 2001년 '롯데쇼핑 윤리행동준칙'을 제정하였으며, 구체적인 행동 기준이 되는 '윤리행동 세부지침'을 수립하여 전 직원이 실천할 수 있도록 하고 있습니다.

롯데쇼핑(주)은 언제나 고객과 함께 하는 글로벌 초우량 기업으로서의 지속가능한 성장을 이룩하기 위하여 바르게 생각하고, 판단하고, 행동함으로써 기업의 사회적 책임을 다하고 이해관계자 및 국가와 인류의 공동이익을 추구한다. 이를 위하여 회사와 임직원이 지켜야 할 윤리행동준칙을 제정하고 그 실천을 다짐한다.

윤리경영 실천을 위한 지속적인 교육과 캠페인

롯데쇼핑은 매년 신입사원 및 신임 간부사원을 대상으로 윤리경영의 의의와 실천에 대한 집합교육을 실시하고 있으며, 직영사원 뿐 아니라 협력회사로의 윤리의식 확산과 윤리경영 동참을 위한 교육과 캠페인을 진행하고 있습니다.

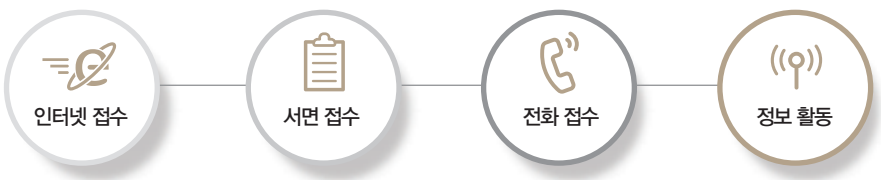
- 신입사원 윤리교육 : 년 2회
- 신임 간부사원 윤리교육 : 년 1회
- 건전한 명절 문화 캠페인 및 교육 실시 : 년 2회
  - 금품 수수시 윤리위원회 자진 신고 및 제공업체에 협조문 발송
- 협력회사 동참 캠페인 : 년 2회 윤리경영 동참 캠페인 메일 발송

윤리사무국

윤리사무국은 윤리위원회의 실무를 집행하며 윤리강령과 윤리행동준칙의 실천을 평가하고, 효과적인 윤리 준법 프로그램을 개발하여 효율적으로 운영할 수 있도록 하는 업무를 수행합니다. 또한 기업 윤리 교육을 통해 비윤리적 행위를 예방함으로써 기업윤리 실천의 나침반 역할을 하고 있습니다.

▶ 윤리경영 신고 및 제보 채널 다양화

임직원, 협력사, 고객이 직원 비리와 부당행위, 품위 손상, 비윤리적 거래행위 등 기업윤리에 저촉되는 행위를 접할 경우 이에 대해 신고하거나, 윤리경영과 관련된 제도 개선 사항 등을 접수할 수 있도록 다양한 신고채널을 운영하고 있습니다.



- 인터넷 접수 : 롯데그룹신문고, 윤리사무국 홈페이지, EDI 홈페이지(쓴소리단소리), ERP 사이버감사
  - 롯데백화점 윤리사무국(http://www.lotteshopping.com/customer/ethics)
  - 롯데마트 윤리사무국(http://company.lottemart.com/ethics)
- 서면 접수 : 편지, 등기 등으로 익명 또는 기명으로 제보
- 전화 접수 : 제보자가 윤리사무국으로 직접 익명 또는 기명으로 전화 제보
- 정보 활동 : 윤리사무국 조사자가 각 점 및 본사 부문 직영 및 동료사원으로부터 정보획득

내부신고자 보호

내부신고를 통한 윤리 위반 사례의 적발 및 예방을 내부신고자 보호제도를 마련하여, 신고자의 정보를 절대 누설하지 않으며 어떠한 신분상 불이익 처분이나 차별도 받지 않도록 보장하고 있습니다. 제보된 사항에 대해서는 조사 및 확인 절차를 거쳐 그에 상응하는 책임을 묻고 있습니다.

윤리경영 실천을 위한 사전 예방 활동

▶ 윤리경영 매뉴얼 배포

롯데백화점은 부서별 자가진단을 통해 업무 수행과정의 리스크를 발굴하고 개선할 수 있는 매뉴얼을 제작, 배포하였습니다.

- 부서별 업무상 Weak Point 선별
- 윤리경영 위반 리스크 발굴(부서별 주요 리스크 정의)
- 리스크 관리 실태 및 리스크 제거를 위한 개선 과제의 이행여부 점검
- 점검 결과 Feed-Back을 통한 지속적 윤리경영 실천 독려

▶ 협력회사 의견청취 및 개선 활동

롯데마트는 협력회사를 대상으로 당사 직원 윤리의식 개선도를 측정하고 있으며 현장 동료사원들의 의견 청취 및 개선활동을 통해 윤리 위반사례를 사전 예방하고 있습니다.

협력업체 만족도 설문조사 실시(년 4회)
- 설문조사를 통한 당사직원 윤리의식 개선도 측정 및 협력업체 애로사항 수렴

통합용역업체 현장대리인 간담회 실시(년 2회)
- 현장 근무 애로사항 청취 및 개선 활동

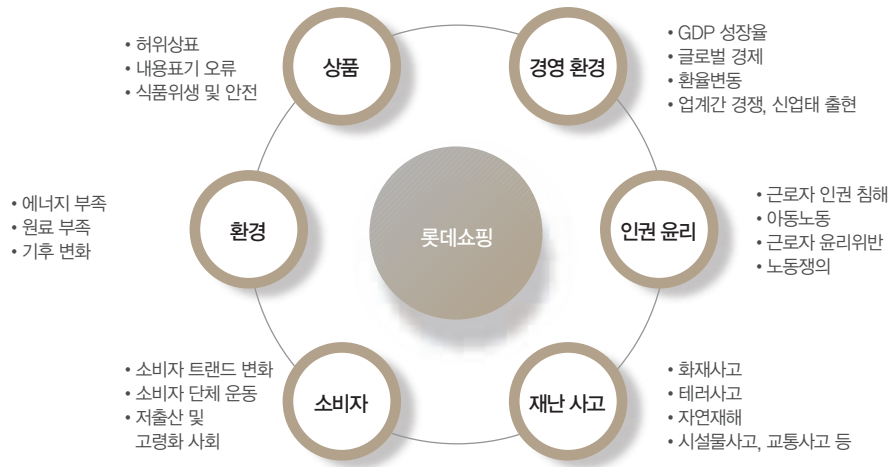
▶ 윤리 위반 사례에 대한 조치

부패 사건 발생시에는 조사 및 확인 절차를 거쳐 그에 대한 책임을 묻고 있으며, 지속적인 사전 예방 교육과 윤리경영 캠페인, 사후 조치에 대한 사례 공유 등을 통해 윤리 위반 사례는 감소하고 있습니다. 2009년 롯데백화점 윤리사무국을 통해 적발된 윤리 위반 사례는 20건이었으며, 주요 내용은 협력사 금품 수수, 품위 손상 등입니다. 사건의 경중에 따라 9명은 해임, 12명에 대해서는 징계 조치가 취해졌습니다. 롯데마트에서는 총 10건의 윤리 위반 사례가 발생하여 2명이 해임, 8명이 징계조치를 받았습니다.

리스크 매니지먼트

롯데쇼핑이 기업 활동을 영위해 나가는데 있어서는 내외부적으로 다양한 위험 요소가 있습니다. 롯데쇼핑은 이러한 유무형의 모든 위험 요소를 '리스크'로 규정하고 이의 사전 예방에 만전을 기하고 있습니다.

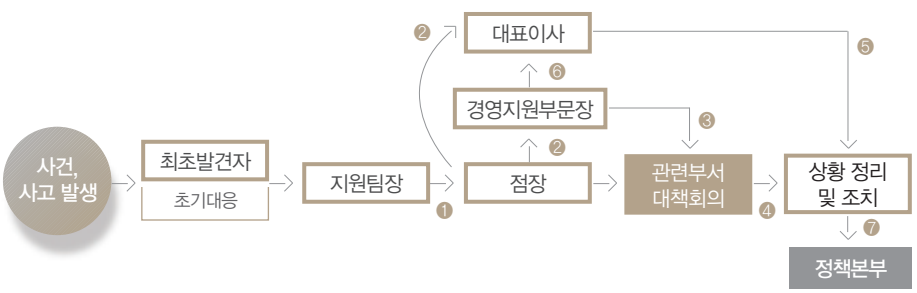
| 롯데쇼핑을 둘러싼 리스크 |



위기관리 지침

대표적인 소매산업인 백화점 및 할인점의 특성상 각종 재난이나 사고가 일어날 경우 그 영향력과 파급효과가 매우 큽니다. 롯데백화점과 롯데마트는 사고 발생시 유형별로 신속한 대응을 위한 행동지침 및 관리방안을 구축하고 지속적인 교육을 실시하고 있습니다. 또한 위기관리 관련 명확한 업무체계 수립을 통하여 실제 위기상황 발생시 신속한 대응이 가능하도록 하고, 사고예방 및 피해를 최소화할 수 있도록 위기관리 지침을 마련하여 전사에 배포하였습니다.

| 사고발생시 대응체계도 |



구분	내용
①	현장보전, 사고내용 파악, 상황판단
②	대표이사, 경영지원부문장 구두보고(사고내용, 조치예정)
③	화재원인 및 피해상황 조사, 대책수립 지시

구분	내용
④	관련부서 대책회의
⑤	종합적 상황정리 및 재발방지책 보고
⑥	대표이사 보고

리스크 정의와 관리 체계

롯데쇼핑은 리스크를 유형별로 정의하고 각 위험 요소의 발생가능성, 영향력 등을 분석하고 위험을 최소화 시키기 위한 전략 및 시스템을 운영하고 있습니다.

리스크 대응 체계

	위험요소	위험 정의	영향력	위험감소 · 최소화 전략 및 시스템
상품	허위 상표	상품상의 내용/성분 표기	상품에 대한 고객 신뢰 상실	점별 상품 품질 검사 진행
	내용표기 오류	유통기한일자 등의 표기오류	브랜드 충성도 약화	롯데 상품시험연구소와 업무 협력 협력회사 검증 시스템
	식품 안전	관공서 위생관리 점검시의 적발 하절기 식중독 등 고객의 건강상 문제 발생	고객 신뢰 상실 부정적 언론 보도 등으로 명성에 영향	품질평가사의 식품위생 월별 중점 테마 관리 HACCP등 위생 관련 공인인증 시스템 구축 식품 생산이력 관리 등
사고 및 재난	화재 사고	고객 부주의 또는 관리자 부주의로 인한 화재 사고	고객 및 임직원의 안전과 생명과 직결 사회적 이미지 실추 및 계속적 사업 영위에 타격 재산상의 피해	위기관리지침 제정 사고 유형별 주관부서 및 대응 체계도 마련 지속적인 사전 예방 교육
	교통 사고	차량의 입출차시의 사고 발생	고객 및 임직원의 안전과 생명과 직결	위기관리지침 제정
	시설물 관련 사고	에스컬레이터, 엘리베이터 등 고객 이용 시설물에서의 인명 사고	시설물 관리에 문제가 있을 경우 기업 이미지 타격	사고 유형별 주관부서 및 대응 체계도 마련 지속적인 사전 예방 교육
경영환경	GDP 성장	GDP 성장률과 민간소비가 둔화 전망	소매업의 특성상 국민소득 수준과 매출이 밀접한 연관을 가짐 매출 감소, 저성장의 위험	경제 변화에 따른 시나리오 경영 시스템 구축
	글로벌 경제	글로벌 경제 저성장 국면 유지 전망	중국, 러시아, 인도네시아, 베트남 등 신흥개발도상국에서의 사업에 악영향 다만, 전체 사업에서 해외 매출 비중은 아직 크지 않음	경제 변화에 따른 시나리오 경영 시스템 구축
	환율 변동	경기 변동에 따른 급격한 환율 변동	내수위주의 사업구조에서 직접적 영향은 없음 다만, 해외사업 확장에 따른 해외자금 유입시 위험요소	경제 변화에 따른 시나리오 경영 시스템 구축
	업계간 경쟁	국내 백화점 3사간의 경쟁 심화	소비자 요구를 파악하고 차별화하지 못할 경우 고객 이동	지속적인 우위 선점을 위한 서비스 수준 업그레이드 및 상품 강화
	신규 사업	백화점과 할인점 시장의 포화 신규 수익원 창출 선점 경쟁	경쟁사의 신규사업 진출 또는 시장 선점의 위험	중장기적 전략 수립 및 신속한 의사결정을 통한 신규 및 해외사업 진행
소비자	소비자 트렌드	소비자 트렌드의 급속한 변화	트렌드 대응, 차별화된 상품과 서비스 제공 실패시 고객충성도 약화, 매출 하락	지속적인 트렌드 분석 및 외부 기관 컨설팅, 교육 진행(MD, 직원교육, 관련 리포트 발간 등) 신MD 별도 조직 운영
	소비자 단체	소비자 권익에 위배되는 경영 행위 소비자 단체의 불매 운동	고객 신뢰 실추 시민 단체 여론화, 언론 보도 등으로 기업 이미지 손상	소비자 권익 보호를 위한 실정법 준수 및 관련사항 직원교육을 통한 의식 제고
	저출산 · 고령화 사회	총인구 대비 65세 이상 인구가 7% 이상인 사회	주요 소비층인 젊은 연령층, 중년층의 감소 소비층 변화에 대응하지 못할 경우 매출 하락	중장기적 전략 수립 및 지속적인 트렌드 조사를 통한 향후 위험요소 대비
근로자	아동노동	협력사에서의 아동 대상 노동 착취	사회적인 파급효과 및 기업 이미지 손상	노동 및 인권에 대한 실정법 준수 및 준수 여부 지속적 관리 감독
	근로자 인권	근로자 인권 침해	사회적 파급효과 및 기업 이미지 손상	노동 및 인권에 대한 실정법 준수 및 준수 여부 지속적 관리 감독
	근로자 윤리	근로자의 부패 및 윤리 위반 행위, 공정거래 위반 행위 등	기업 이미지 손상 및 고객 신뢰 상실 직접적 경제적 손실도 가능	윤리행동준칙 제정 및 윤리경영 시스템 강화 지속적인 사전 예방 교육
	노동 쟁의	근로조건에 대한 의견 불일치 노사 분규 발생	정상적 영업활동 불가로 인한 경제적 손실 기업 신뢰도 하락	상생 노사 관계 정립을 위한 커뮤니케이션 강화 워크샵 및 경영현황 설명회 개최 노사합동연수 및 사회봉사활동 등 전개
환경변화	에너지/원료 부족	유가등의 에너지가 상승 및 그에 따른 원자재가 상승	협력회사들의 제조원가 상승에 따라 당사 판매 가격 상승	에너지 절감 계획 수립 및 목표 관리 에너지 절감 운동 등 전사적 캠페인 전개
	기후 변화	환경 파괴에 의한 생태계 파괴, 온난화 환경 관련 기업 활동 규제 강화	CO_2 배출 등에 대한 규제 소비 패턴의 변화	환경경영시스템 정착 협력사 및 소비자에 전파(그린파트너십, 환경교육 등 진행)

지속가능경영 성과 – DJSI World

롯데쇼핑의 지속가능경영 활동과 그 성과는 국내외에서의 다양한 수상 및 인증을 통해 인정받고 있습니다.

• DJSI

DJSI World 편입

롯데쇼핑은 2009년 9월 다우존스 지속가능성지수(Dow Jones Sustainability Indexes) World 부문에 국내 유통업체 최초로 편입되었습니다. 다우존스 지속가능성지수는 세계 최대 금융정보 제공기관인 다우존스와 스위스의 지속가능경영 평가 기관인 SAM사가 공동으로 세계 기업들의 지속가능경영 수준을 평가하고 우수 기업을 선정, 발표하여 사회책임투자(SRI)의 기초자료로 제공하는 세계 최고 권위의 지속가능경영 평가 지표입니다.

DJSI World는 전 세계 시가총액 2500대 기업을 대상으로 경제성, 환경성, 사회성을 평가하며 상위 300여 개의 우수기업만을 선별하고 있습니다. 롯데쇼핑은 2009년 2월 아시아, 태평양 지역의 기업들만을 대상으로 평가하는 DJSI Asia/Pacific 부문에 편입되었으며 9월에 곧바로 World 부문 지수에 진입함으로써 지속가능경영의 수준을 세계적으로 인정받게 되었습니다. World 부문에 편입되면 Asia/Pacific 지수와 Korea 지수에도 동시 편입됩니다.

DJSI World 2009/2010에는 총 6개의 한국 기업이 등재되어 있으며, 유통기업으로는 롯데쇼핑이 최초이자 유일하게 편입되었습니다. 롯데쇼핑이 속해 있는 General Retailer 섹터에는 9개의 세계적인 유통기업이 편입되어 있습니다. 뿐만 아니라 롯데쇼핑은 DJSI에서 산업별 최고 기업과의 격차가 5% 이내인 기업에만 주어지는 SAM Gold Class로도 선정되었습니다.

DJSI World 2009/2010 평가 결과

(단위 : 점)

구분	롯데쇼핑	Sector 평균	Sector 최고점
경제성	76	53	76
환경성	75	38	98
사회성	71	45	79
총점	**74**	**47**	**77**

• 한국사회공헌대상 시상식

Forbes 선정 아시아 유통기업 1위

롯데쇼핑은 2010년 4월 미국 경제전문지 '포브스'가 선정한 올해의 '글로벌 2000대 기업'에서 리테일 부문의 아시아 기업 1위에 올랐습니다. 포브스가 지난 2003년부터 발표하는 '포브스 글로벌 2000'은 매년 각국 기업의 자산과 매출, 순익, 시가총액을 근거로 1위부터 2,000위까지를 선정하는 기업 리스트입니다. 롯데쇼핑은 전체 기업 가운데는 632위이며, 리테일 부문에서는 22위, 특히 올해 처음으로 아시아 지역에서 1위 유통 기업으로 순위를 올렸습니다.

▶ 산업정책연구원 기업브랜드 가치평가 결과

2009년 롯데백화점 기업브랜드 가치 : 1,953,673백만 원/백화점 부문 1위
(2008년 1,273,729백만 원 대비 가치 상승)

▶ 2009~2010년 수상 및 인증 내역

롯데쇼핑은 차별화된 고객 서비스와 경쟁력 있는 상품, MD의 제공을 통해 브랜드 가치를 높이고 있으며, 환경 및 사회적 이슈 부분에서도 다양한 활동을 펼치며 기업 이미지 제고와 고객 가치 창출을 하고 있습니다. 그 결과 국내외의 각종 조사 발표 자료에서 높은 브랜드 가치를 인정받고 있으며, 서비스, 물류, 환경경영, 정도경영 등 다양한 분야에서 성과를 인정받고 있습니다.

2009~2010 수상 및 인증 내역

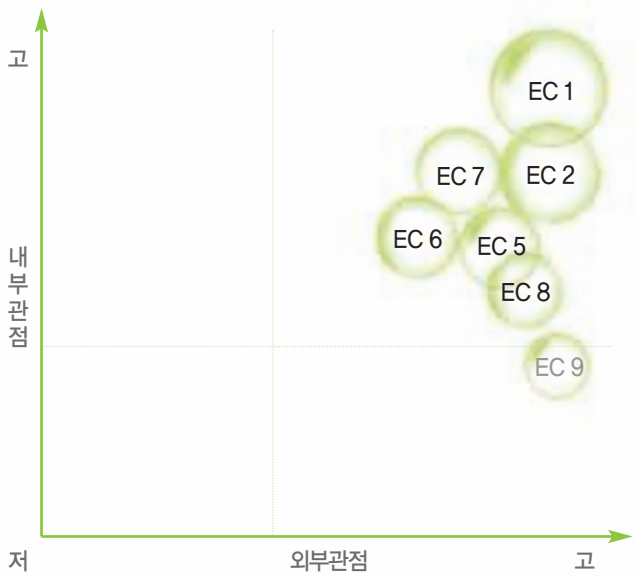
	인증 내용	주관	시기	비고
롯데쇼핑	DJSI world 편입	Dow Jones/SAM	2009.09	
롯데백화점	국가브랜드경쟁력지수(NBCI) 백화점 부문 1위	한국생산성본부/중앙일보	2009.09	7회 연속 수상
	가족친화기업 인증	보건복지가족부	2009.11	
	국가고객만족도(NCSI) 백화점 부문 1위	한국생산성본부/조선일보	2009.12	7회 연속 수상
	브랜드파워 백화점 부문 1위	한국능률협회	2010.03	12회 연속 수상
	브랜드스타 백화점 부문 1위	㈜브랜드스톡/한국경제신문	2010.04	11회 연속 수상
	한국사회공헌대상 환경생태보존 부문	한국언론인포럼	2010.05	
롯데마트	올해의 하이스트 브랜드	브랜드스톡/중앙일보	2009.10	
	대한민국 물류대상 석탑 산업훈장	국토해양부/한국물류협회	2009.11	
	한국 SCM 대상 유통 부문	한국 SCM 학회	2009.11	
	녹색경영 유통 부문 대상	지식경제부/국토해양부	2009.11	
	대한민국 정도경영 상생협력 대상	한국경제신문	2009.12	
	대한민국 유통대상 종합대상 및 유통혁신상	지식경제부/대한상공회의소	2009.12	

Think
Economy

Disclosure of Management Approach

2018 VISION

롯데쇼핑은 지속가능한 성장전략을 통하여
2018 글로벌 TOP 10 유통기업이라는 비전을 달성하고,
이를 바탕으로 경제적 가치 극대화 및
주주와 이해관계자의 이익창출에 기여할 것입니다.



추진성과

경제부문 성과지표		구분		2007년 성과	2008년 성과	2009년 성과
EC 1	주요경영실적, 주요재무제표, 사회공헌활동 지출 내역	매출		9조 7,248억 원	10조 5,093억 원	11조 5,353억 원
		영업이익		7,552억 원	7,681억 원	8,765억 원
		기부금		135억 원	51억 원	109억 원
		국내 점포수	백화점	26개	29개	31개
			마트	56개	63개	70개
		해외 점포수	백화점	1개	2개	2개
			마트	8개	28개	99개
EC 7	임직원 현황		백화점	-	92.2%	99.6%
			마트	-	99.0%	99.5%

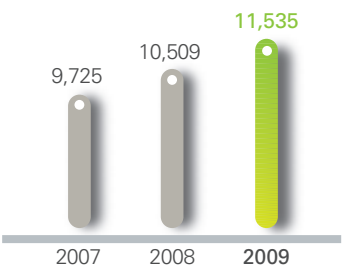
경제적 성과

롯데쇼핑은 지속가능한 성장 전략을 통하여 경제 가치를 극대화하고, 주주와 고객의 이익창출에 기여하기 위해 노력하고 있습니다.

재무실적

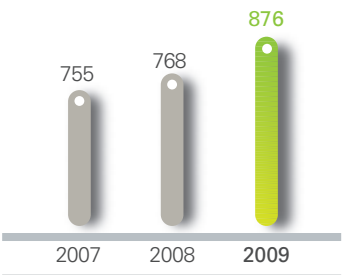
| 매출액 |

(단위 : 십억 원)



| 영업이익 |

(단위 : 십억 원)



요약 대차대조표

(단위 : 백만 원)

항목	금액	항목	금액
자산	**18,658,356**	**부채**	**6,326,801**
Ⅰ. 유동자산	2,032,998	Ⅰ. 유동부채	3,287,833
당좌자산	931,689	Ⅱ. 비유동부채	3,038,968
재고자산	1,101,309		
		자본	**12,331,556**
Ⅱ. 비유동자산	16,625,359	Ⅰ. 자본금	145,217
투자자산	4,342,193	Ⅱ. 자본잉여금	4,650,895
유형자산	11,129,377	Ⅲ. 이익잉여금	4,684,996
무형자산	134,503	Ⅳ. 자본조정	-16,271
기타비유동자산	1,019,286	Ⅴ. 기타포괄손익누계액	2,866,718
자산 총계	**18,658,356**	**부채와 자본 총계**	**18,658,356**

요약 손익계산서

(단위 : 백만 원)

항목	2007	2008	2009
매출액	9,724,837	10,509,251	11,535,281
매출이익	2,919,880	3,218,687	3,575,470
영업이익	755,157	768,107	876,475
법인세비용차감전순이익	955,537	925,046	939,770
당기순이익	692,134	742,825	716,422

• 오산물류센터

안정성, 활동성 · 성장성, 수익성 지표

안정성, 활동성 · 성장성, 수익성 지표

(단위 : %)

구분		2007	2008	2009
안정성 지표	유동비율	65.40	61.65	61.83
	부채비율	46.10	50.65	51.31
	차입금의존도	4.61	8.47	10.38
활동성 · 성장성 지표	매출액증가율	7.85	7.59	9.76
	영업이익증가율	0.95	1.51	14.11
	당기순이익증가율	-6.79	7.32	-3.55
	총자산증가율	0.75	11.40	40.25
수익성 지표	매출액영업이익률	7.77	7.31	7.60
	매출액순이익률	7.12	7.07	6.21
	총자산순이익률	5.82	5.88	4.48
	자기자본순이익률	8.83	8.74	6.77

경제적 성과 창출 및 배분(EVG&D)

경제적 성과 창출 및 배분(EVG&D)

(단위 : 백만 원)

GRI 가이드라인 지표		비고	2007	2008	2009
창출된 직접적인 경제가치			**9,724,837**	**10,509,251**	**11,535,281**
a) 수입	순매출과 금융투자 및 자산매각 수입	매출액	9,724,837	10,509,251	11,535,281
분배된 경제적 가치			7,734,133	8,207,067	8,988,718
b) 영업비용	구매비용, 비전략적 투자, 로열티 및 운영비용	매출원가	6,804,956	7,290,563	7,959,812
c) 임금 및 복지	직원에게 지급되는 총 금액	급여, 복리후생비 등	520,461	590,543	636,882
d) 자본비용	자본 제공자에게 제공되는 모든 비용	이자비용 등	36,524	28,839	67,105
e) 세금	총 납세액	법인세비용	358,665	291,964	313,962
f) 지역사회투자	자발적 공헌 및 자금투자(기부금 등)	기부금	13,526	5,158	10,957
잉여 경제적 가치	창출된 경제가치 – 분배된 경제적 가치		**1,990,704**	**2,302,183**	**2,546,563**

A) 수입 : 매출액, B) 영업비용 : 매출원가, C) 임금 및 복지 : 급여+퇴직급여+복리후생비
D) 자본비용 : 이자비용+사채이자, E) 세금 : 법인세비용+법인세추납액+세금과공과, F) 지역사회투자 : 기부금

글로벌 성장 전략

롯데쇼핑은 2018년 글로벌 초우량 유통 기업으로의 도약을 목표로 국내 뿐 아니라 해외 시장으로의 진출을 활발히 전개하고 있습니다. 국내에서의 확고한 위상과 30년간 구축한 유통 노하우를 바탕으로한 글로벌화 전략은 향후 롯데쇼핑의 지속성장을 견인하는 잠재력이 될 것입니다.

글로벌 출점 전략 – VRICs

롯데쇼핑은 현재 베트남, 러시아, 인도네시아, 중국(VRICs) 4개 국가를 해외진출 시장으로 선정하여, 신규 점포 오픈 뿐 아니라 활발한 M&A활동을 통해 빠른 현지화 전략을 실현해 나가고 있습니다.

• 롯데백화점 북경점

롯데백화점은 현재 러시아와 중국에 각 1개의 점포를 오픈하여 해외시장 개척의 발판을 마련하였고 신규 부지 개발, 임차, 위수탁경영 등 다양한 방식으로 해외출점을 검토중 입니다. 롯데마트는 2014년까지 해외점포 229개점을 목표로 활발한 인수합병(M&A) 및 빠른 현지화 전략을 통해 국내외 점포수 1위를 달성하였습니다.

| 4대 전략시장 – VRICs |

| 연도별 해외사업 주요성과 |

	2007	2008	2009	2011~2014
백화점	• **러시아** 모스크바점 오픈	• **중국** 북경점 오픈		• **중국** 천진점 오픈(예정) • **베트남** 롯데센터 內 하노이점 오픈
마트		• **인도네시아** Makro 인수 (마트 19개점) • **중국** Makro인수 (마트 8개점) • **베트남** 남사이공점 오픈	• **중국** Times 인수 (마트 53 개점, 슈퍼 12 개점)	• **해외점포 229 개점 달성**

러시아

2007년 9월 모스크바의 중심인 뉴아르바트 거리(크렘린 궁으로부터 2.1㎞떨어진 교통 요충지)에 Made in Korea 1호 백화점인 롯데백화점 모스크바점이 문을 열었습니다. 모스크바점은 현재 지하 1층 ~ 7층의 8개층으로 식품, 패션, 가전, 가정용품, 레스토랑 등의 상품을 갖추고 있으며 적극적인 현지화 및 활발한 마케팅으로 모스크바 고객들과 함께하는 백화점으로 거듭나고 있습니다. 또한 2010년 모스크바 롯데호텔 오픈을 통해 모스크바점은 호텔, 오피스 등의 복합시설과 함께 다시 한 번 도약할 것입니다.

롯데백화점은 그 동안의 모스크바점 경영 노하우를 바탕으로 모스크바를 비롯하여 뻬쩨르부르그 등의 주요도시를 거점으로 지속적으로 점포 수를 확대해 나갈 계획입니다.

| 러시아 점포현황 |

	점포수
백화점	1

중국

2008년 8월, 롯데백화점은 해외 2호점이자 중국 진출 1호점인 북경점을 오픈했습니다. 한국 백화점으로는 처음으로 중국의 심장부인 북경 왕푸징에 외자 백화점을 건립한 것입니다. 북경점은 중국 내 백화점 운영경험이 풍부한 절강은태백화점과 함께 운영되고 있으며, 지하 4층, 지상 8층 규모에 세계적 명품 브랜드와 중국과 한국의 유명브랜드를 균형있게 유치하였습니다. 롯데백화점은 북경점을 중국 진출의 교두보로 삼아, 주요 대도시인 상하이, 텐진, 칭다오 등에 순차적으로 백화점을 출점하여 다점포 네트워크를 구축할 계획입니다.

롯데마트는, 2008년 마크로 체인(마트 8개점)을 인수하면서 북경과 천진 시장에 진출하였습니다. 또한 2009년 에는 Times 인수를 통해 79개의 점포를 운영하게 되었습니다. 롯데마트의 중국 진출은 10년 이상 걸린 국내외 경쟁사들에 비해 단기간에 성공적으로 이루어졌다는 점에서 높이 평가받고 있습니다.

| 중국 점포현황 |

	점포수
백화점	1
마트	79

베트남

2008년 10월, 롯데마트는 베트남 1호점인 남사이공점을 성공적으로 오픈하였습니다. 남사이공점은, 국내유통업계 최초의 베트남 진출이자, 롯데마트의 첫 해외 진출점이었습니다. 롯데마트는 단순한 쇼핑시설이 아니라, 할인점 내에 문화센터, 롯데시네마, 볼링장, 실내놀이터 등 다양한 고객 편의 시설을 입점시켜 지역 주민의 문화수요를 충족시키고 있습니다. 또한 롯데마트는 2010년 7월 1일 베트남 2호점 푸토점을 성공적으로 오픈하여 베트남 내에서의 지속적 성장 발판을 마련하였습니다. 롯데백화점은 2013년 총 연면적 250,572㎡ , 65층 규모의 롯데 센터 하노이 내에 롯데백화점 베트남 1호점을 오픈합니다. 롯데 센터 하노이점은 백화점 뿐 아니라 호텔, 오피스, 아파트 및 전망대 시설을 보유한 복합 건물입니다. 앞으로도 베트남 내 선진화된 쇼핑 문화를 이끌어 나가기 위한 롯데쇼핑의 노력은 계속될 것입니다.

| 베트남 점포현황 |

	점포수
마트	2

인도네시아

롯데마트는 2008년, 대형마트 체인 마크로 인수를 통해 인도네시아 시장에 진출하였습니다. 수도인 자카르타를 비롯한 자바섬에 12개점, 수마트라 섬에 3개점, 칼리만탄 섬에 2개점, 슬라웨시 섬에 1개점, 발리섬에 1개점 등 총 19개의 대형마트를 운영 중 입니다. 롯데마트는 성장 가능성이 매우 높은 인도네시아 소매시장에서 새로운 기회를 찾아, 2010년 독자적 출점 형태로 자카르타를 비롯한 주요 지역에 신규 점포를 개설하는 등 앞으로 인도네시아의 대형 유통 시장을 선도하는 업체로 성장해 나갈 것입니다.

| 인도네시아 점포현황 |

	점포수
마트	19

글로벌 마인드를 지닌 간부사원 육성

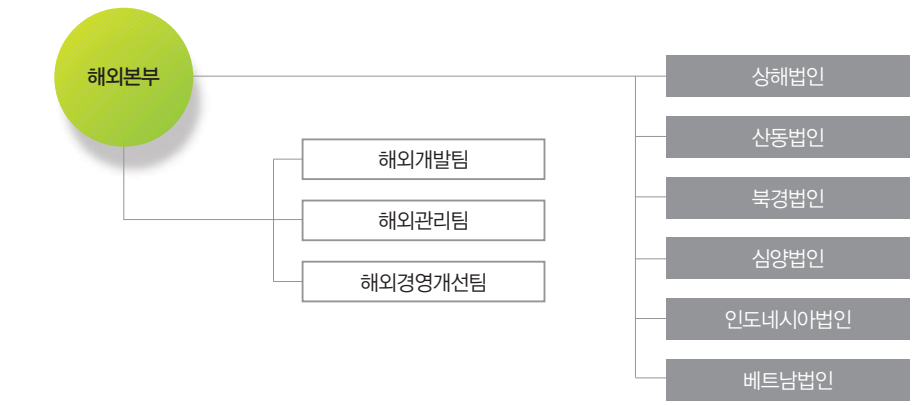
쇼핑몰, GF(Global Fashion)사업부문 등 산업태로의 사업확대 및 러시아, 중국, 베트남 등 해외점포 진출이 가시화 됨에 따라 글로벌 감각을 갖춘 간부사원 육성을 위해 최선을 다하고 있습니다. 이를 위해 간부사원 승진대상자에 대해서 TOEIC Speaking 시험을 승진 시 반영토록 하고 있으며,해외 주재원 예비 인력 Pool을 선정하여 해당 인원을 대상으로 글로벌 비즈니스 교육과 어학 교육을 실시하고 있습니다.

해외 현지채용 인력운영 현황

롯데쇼핑은 해외점포 현지화 및 글로벌 백화점으로서의 위상 강화를 위해 해외 점포에서의 현지 채용 인력을 확대하고 있습니다. 현지채용은 각 해외점포 현지 recruiting 회사를 통해 공고 후 엄격한 심사를 거쳐 선발, 채용하고 있습니다. 또한 장기 현지화 인력 확보를 위해 현지 대학생 공채와 국내에서의 외국인 유학생 채용을 확대하고 있습니다.

| 백화점 해외사업 조직 현황 |

| 마트 해외사업 조직 현황 |



해외점포 인원현황

(단위 : 명)

구분		현지채용 인력 직무내용	현지 형태	본사파견(주재원)	현지채용
중국	백화점	점장, 마케팅, 영업관리, 재무, 지원, 인사, 전산 등	법인, 대표사무소	17	442
	마트			20	16,238
러시아	백화점	점장, 부점장, 마케팅, 영업관리, 재무, 지원, 인사, 전산 등	법인, 대표사무소	6	103
베트남	백화점	시장 및 부지조사, 사무 등	대표사무소	8	1
	마트			9	500
인도네시아	백화점	시장 및 부지조사, 사무 등	대표사무소	1	-
	마트			6	1,484
	계			67	18,768

유통환경 변화 대응

롯데쇼핑은 지속적이며 전략적인 사업 확장을 통해 다양한 유통채널을 구축하여 전국 상권의 균형적인 발전과 신개념 쇼핑문화를 선도하고 있습니다. 지역 핵심 상권과 요충지에 백화점 및 복합쇼핑몰의 신규 출점과 M&A를 통해 유통 명가로 위상을 굳건히 하고 있으며, 유통환경 변화에 대응하여 Life Style Center를 도입, 마트 내 신개념 가전 디지털 파크 도입 등 끊임 없는 신업태 개발로 국내 유통 산업을 이끌어가고 있습니다.

백화점 및 복합쇼핑몰 사업

2008년 10월 오픈한 25호점인 건대 스타시티점에 이어 2009년 12월에는 복합쇼핑센터인 광복점을 오픈하여 부산 중서부 상권의 활성화에 기여 했습니다. 2010년 2월에는 M&A를 통해 GS 3개점(구리, 안산, 중동)을 인수하여 수도권 지역에서의 입지를 확고히 했습니다.

▶ 광복점

주소	부산광역시 중구 중앙동
부지면적	12,258평
연면적	33,692평
영업면적	12,250평
주차대수	1,500대

2009년 12월 17일 오픈한 광복점(본관)은 100일만에 1,000억원의 매출을 기록할 만큼 성공적으로 운영 중입니다. 국내 최초의 Sea side 백화점으로서 도심과 바다를 한꺼번에 조망할 수 있으며 옥상에 조성된 정원과 전망대는 오픈 후 100일만에 460만 명이 다녀갈 정도로 부산의 관광명소로 자리 잡고 있습니다. 2010년 8월에는 백화점 신관을 개관하고, 향후 마트와 초고층동까지 준공하여 복합쇼핑센터로써 동북아의 랜드마크로 거듭날 것입니다.

아울렛 사업

백화점 시장이 성숙기에 들어가고, 소비층의 분화로 아울렛 시장이 활성화 되고 있습니다. 롯데쇼핑은 쇼핑 형태에 맞춰 2008년 10월 양질의 브랜드 상품을 합리적인 가격으로 제공하는 도심형 아울렛 1호점인 광주 월드컵점 오픈을 시작으로 아울렛 시장에 진출했습니다. 2008년 12월에는 교외형 아울렛인 김해 프리미엄 아울렛을 오픈하였고, 2009년 9월에는 도심형 아울렛 2호점인 광주 수완점을 오픈하여 지속적으로 아울렛 사업을 확장하고 있습니다.

▶ 광주 수완점

주소	광주광역시 광산구 장덕동
부지면적	5,633평
연면적	22,657평
영업면적	1,860평(마트 3,910평)
매장구성	1~3F
주차대수	1,100여대

2009년 9월 도심형 아울렛 2호점인 광주 수완 아울렛을 오픈하였습니다. 광주 서부상권의 중심지인 수완지구에 위치하여 고객들에게 "최고 브랜드, 최상의 상품"을 합리적인 가격으로 제공하고 있습니다. 패션아울렛과 함께 마트, 어린이 소극장, 문화센터, 아름다운 호수공원까지 어우러져 있어 쇼핑과 함께 다양한 문화생활을 여유롭게 즐기실 수 있는 복합쇼핑타운입니다.

신업태 개발 – L.S.C(Life Style Center)

미국, 일본 등에서는 폐쇄감이 강한 몰 대신 걷는 즐거움과 옛 상점가의 향수를 느낄 수 있는 새로운 형태의 라이프스타일 센터가 생겨나고 있습니다. 라이프스타일 센터는 고급주택지나 대도시 근교에 위치하며 지역 특성에 맞는 생활 밀착형 형태로 개발되고 있습니다. 롯데쇼핑도 프리미엄 아울렛에 이어 미래 유통환경에 대응하여 라이프스타일 센터라는 신규 시장을 개척해 가고 있습니다. 현재 대구시 봉무동에는 대규모 주거단지와 문화공연장, 테마파크로 구성된 대규모 라이프스타일 센터가 조성 중에 있습니다. 전통과 현대가 조화롭게 어우러진 대구 봉무점은 한 곳에서 일상, 쇼핑, 즐거움을 누릴 수 있는 쇼핑공간 창출을 목표로 하고 있습니다.

디지털파크

2009년 11월 롯데마트 구로점에서 첫 선을 보인 디지털파크는 기존의 가전 양판점이나 할인매장의 가전 매장과 달리 직접 체험할 수 있는 쇼핑 공간을 지향합니다. 이어폰부터 노트북까지 최신 디지털 제품을 직접 만져 보고, 작동시켜 보는 디지털 파크는 고객님들의 높아진 눈높이에 맞춘 최신 매장입니다. 2010년 3월에 오픈한 디지털 파크 2호점인 서울역점은 취급 품목을 보다 확대하여 가전 제품 뿐 아니라, 자전거 매장 및 오피스 상품까지 갖추고 있습니다. 2010년에는 청량리점을 비롯한 5개 점을 추가 오픈하여 롯데마트 만의 차별화된 매장으로 운영해 나갈 예정입니다.

• 디지털파크

디지털파크 운영현황

구분	서울역점	구로점
오픈일	2009. 11. 5	2010. 3. 24
면적	1,520.7㎡	2,413.2㎡
취급품목(2010년 3월 기준)	약 3,500개	약 3,100개
매출실적	16억 원(2009. 11 ~ 2010. 3 평균)	13억 원(2010. 3. 24 ~ 4. 22)

카테고리킬러

세계 최대의 완구 전문점인 토이저러스를 한국에 처음 선보인 롯데마트에서는 2007년 12월 구로점을 시작으로 2008년 구리점, 삼산점, 월드점을 차례로 오픈하였고, 2009년에는 광주수완점에 토이저러스 매장을 운영하고 있습니다. 또한 2008년 11월부터 작은 토이저러스인 토이박스를 오픈하여 현재 18개의 매장에 입점되어 있으며, 2010년에는 대구, 청량리, 부산, 수원에 토이저러스 매장을 오픈하는 등 지속적으로 확대 운영 예정입니다.

경영혁신 활동

롯데쇼핑은 유통산업의 경쟁력을 강화하고 저성장시대에 대응하여 수익구조 개선과 효율경영을 제고하기 위해 다양한 경영혁신 활동을 펼치고 있습니다. 전사적인 지식경영 기반의 구축을 위해 사내의 다양한 아이디어를 수렴하고 상호간의 지식을 자유롭게 나눌 수 있는 IDEA 시스템 및 '롯데 지식in' 시스템을 운영하고 있으며, 활발하고 적극적인 커뮤니케이션을 위하여 임직원의 의견에 귀 기울일 수 있는 소통Clinic을 전개하고 있습니다. 경영환경 변화에 대응하여 효과적인 정보화와 IT 시스템 혁신에도 힘을 기울이고 있습니다.

소통하는 경영

▶ 소통Clinic

롯데백화점은 다점포 환경하에서 본사와 지점, 지점과 지점간의 보다 효율적 커뮤니케이션을 위해 2009년 5월부터 소통Clinic을 진행하고 있습니다. 소통Clinic은 소통 교육 담당자가 직접 전국의 매장을 방문하며 당사의 주요정책 및 이슈사항을 공유하고 임직원의 의견을 수렴하는 제도입니다. 2009년 분기별 1회 진행된 소통Clinic에서는 직원 4,764명이 참여해 자유로이 의견을 펼칠 수 있었습니다.

▶ 소통라운지

고객 접점에서 직접 고객과 소통하는 매장 근무자의 생생한 의견을 수렴하고 불편사항을 개선하기 위하여 2009년 5월부터 시작하여 점 고객 접점 근무자 50명을 대상으로 총 5회 소통라운지를 진행하였습니다. 소통라운지를 통해 현장의 소리를 듣고, 그에 따른 해결 방안을 모색한 결과 총 38건의 이슈를 검토 및 시행하여 고객 만족도를 제고시키는 성과를 이루었습니다.

롯데백화점은 사내 소통을 위해서 소통Clinic, 소통라운지와 같은 자유로운 의견 개진의 기회를 정례화 시킬 뿐 아니라 2010년 하반기에는 PDA POS 메신저를 통해 직영사원과 매장에서 근무하는 동료 사원이 실시간으로 소통하며 불필요한 업무를 축소하고 업무 효율성을 증대시킬 수 있는 시스템을 구축하여 실행할 계획에 있습니다.

Speed 경영

신속한 의사결정 및 부서간 업무협조 강화를 통한 Speed 경영체제 구현을 위해 2007년에 최초 도입된 Speed-up 캠페인을 통해 2007년 도입 당시에 대비해 2009년 12월에는 전자 문서 결재 시간이 약 79.8% 단축 되었습니다. Speed-up 캠페인은 단순한 문서결재시간 단축이 아닌 당사의 부서간 업무협조와 스피드 경영 향상에 견인차 역할을 하고 있습니다. 현재는 그룹웨어와 연동을 통해 해당부서의 Speed 경영지표를 실시간 확인이 가능하도록 구축하여 자발적 동참문화를 형성하고 있습니다.

또한 불필요한 문서작업 축소 및 업무효율화를 목적으로 2008년 도입된 One pager 캠페인을 통해 전사기준 연간 출력량은 2008년 최초 도입 대비 2009년 총 545만 매가 절감 되었습니다. 이 캠페인을 통해 사내 보고/회의 간소화 문화정착 및 메일과 메신저 활용으로 사내문화를 좀 더 효율적으로 개선하고 있습니다.

지식경영

롯데쇼핑은 임직원의 창의적인 아이디어를 수렴하고, 이를 통해 수평적인 커뮤니케이션이 활성화될 수 있도록 지식경영 기반 시스템을 운영하고 있습니다.

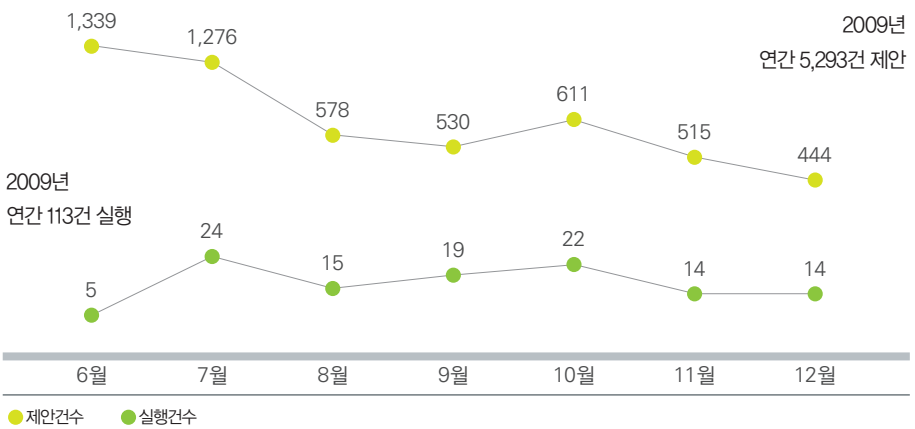
아이디어 제안건수

5,293건

▶ 아이디어팝콘

2009년 6월 오픈한 '아이디어팝콘' 은 임직원 누구나 자유롭게 아이디어를 제안하고 해당 아이디어와 관련된 실무부서에서 검토 · 실행을 하는 프로세스로 구성된 시스템입니다. 최초 도입된 2009년 6월부터 12월까지 7개월 동안 총 5,293건의 아이디어가 등록되었으며 검토과정을 거쳐 113건이 현재 실행되고 있습니다. 2010년부터는 우수 아이디어에 대하여 부서/개인별 별도 포상 진행 및 우수 실행 사례집 발간을 통하여 직원 참여도를 제고하고 있습니다.

| 아이디어팝콘 연간운영실적 |



▶ 롯데 지식in

2010년 3월 오픈한 '롯데 지식in' 시스템은 누구든지 궁금한 점을 롯데 지식in에 올리게 되면 사내 전문가가 신속하고 정확하게 답변하여 지식 DB화되는 사내 지식 공유의 장입니다. 2010년 오픈 한달 여만에 부서별 주요 업무 진행 절차 및 당사의 주요 현안 이슈와 관련한 약 2,500여 개의 질문과 답변이 등록 되는 등, 임직원들의 활발한 참여와 함께 업무 효율성 개선에 큰 기여를 하고 있습니다.

진열-발주 선진화(POG - 新 CAO) 구현

*POG : Plan-O-Gram, CAO : Computer Assisted Ordering

롯데마트는 업체에서 고객에 이르는 Value Chain상에서 최적의 상품 흐름을 실현함으로써, 판매기회 로스를 최소화하고 고객만족을 극대화하기 위해 국내 최초로 진열-발주 통합솔루션(POG - 新 CAO 시스템)을 구축하여 과다재고 축소, 매출증대 등 영업활동 전 분야에서의 획기적 개선을 이룩하였습니다.

▶ POG(표준진열대장) 제작 및 진열관리

상품구색분석, 지역별 특성분석, 매출분석 등을 통하여 최적의 상품을 선정하여 매대 효율을 극대화하는 현장중심의 최적화된 상품 진열용 도면으로써, 점별 특화된 진열관리를 상품의 진열량까지 반영하여 현재 롯데마트 국내 70점 전체에 적용 중 입니다.

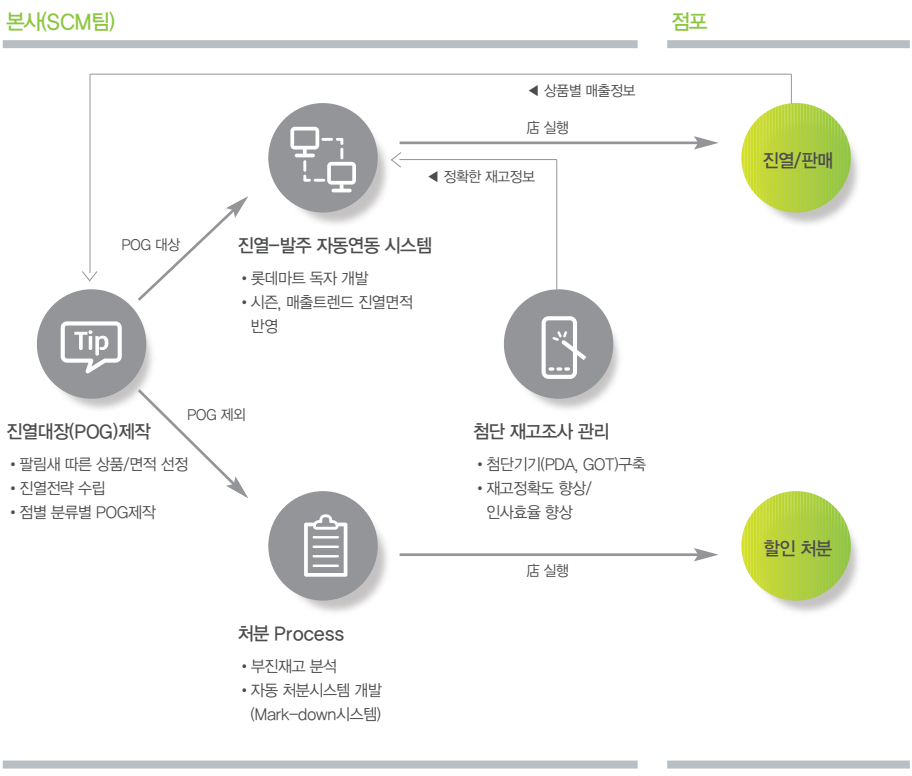
▶ 첨단 자동발주 시스템(新 CAO) 독자개발

점포 영업담당의 주관적 판단에 의한 기존 수동발주 방식에서 2008년 국내 유통업계 최초로 판매량 뿐만 아니라 실제 진열량까지 자동으로 발주에 연동되는 新CAO(자동발주시스템)의 독자개발에 성공하여 국내에서 유일하게 제3세대 발주기법(POG-新CAO발주연동)을 구현하였습니다.

▶ POG - 新 CAO시스템 도입효과 분석

독자개발한 진열-발주-재고관리 통합솔루션(POG - 新 CAO시스템)을 통하여 보유재고는 점진적으로 재고는 축소, 재고보유일수는 지속적으로 개선되었습니다.

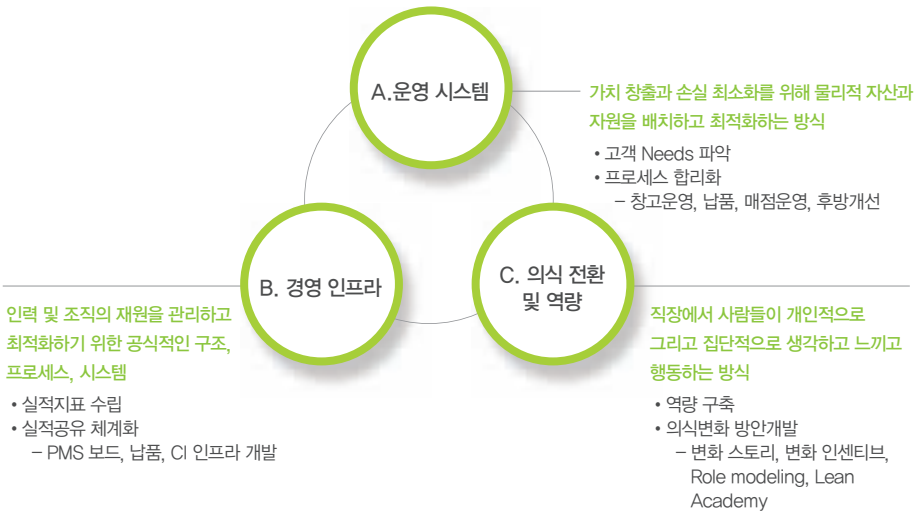
| POG - 新 CAO시스템 구조 |



Lean Transformation

2007년 롯데마트는 국내 유통업계 최초로 토요타 생산방식(TPS)을 모태로 한 美MIT의 Lean Program을 적용하여 차별화된 혁신 활동을 진행하고 있습니다. 불필요한 낭비를 제거하고 업무 프로세스를 개선하여 업무 효율성 제고에 기여하고 있습니다.

| Lean Transformation의 기본체계 |



| Lean Transformation 의 특징 |

Lean Transformation

① 프로세스 全 과정에 걸친(End-to-end) 최적화를 지향

② 과학적 기법으로 프로세스를 분석, 개선→지속적인 성과 및 변화 관리

③ 새로운 역량개발과 의식전환에 기인한 지속적인 성과개선활동

④ 조직 全부문에서 Top-down, Bottom-up 시각 통합

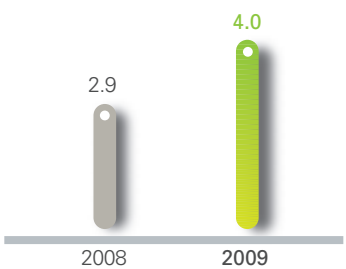
▶ 운영 성과

롯데마트는 프로그램 개발을 위해 Master급의 전문 변화관리자(Change Agent)를 육성시켜 나가는 한편, 각 영업장에서 자체적으로 Lean Transformation을 유지, 발전시켜 나갈 수 있도록 193명(2010년 말 기준)의 Local Agent를 발굴 · 육성해 나가고 있습니다. 이와 혁신활동의 성과는 2009년 말 누계 약 154억 원의 비용절감과 44억 원의 수익창출로 나타나고 있습니다.

향후 Lean Transformation은 기존 영업점 현장중심의 혁신/개선 차원을 넘어, 본사 각 부문의 상품 매입과 마케팅, SCM, 경영지원 등의 업무에도 활용될 뿐 아니라 해외 사업장 및 신규 인수 사업장에 대하여도 도입되어 업무 효율성 향상에 기여할 것으로 기대됩니다.

Lean Transformation 도입을 통한 영업이익율 개선

(단위 : %)



| 재무적성과 요약 |

효과적인 운영 개선에 의한 전사적 수익성 개선

(단위 : 백만 원, %)

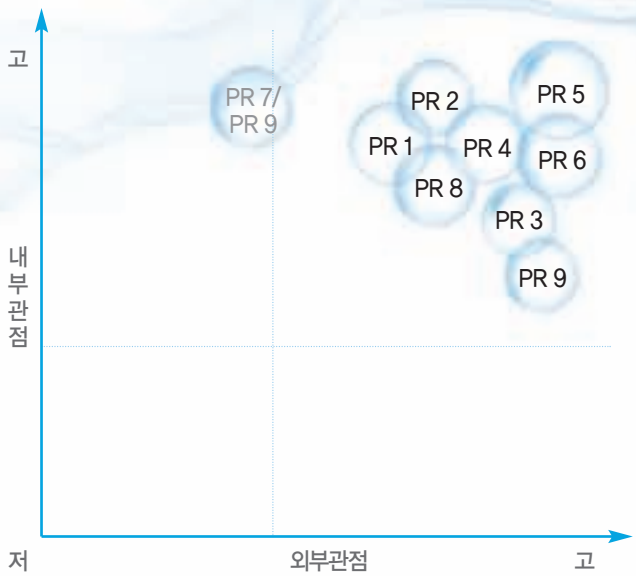
항목	2008	2009	누계 성과
인건비	2,204	9,800	12,004
판매관리비	35	871	906
재고비용	377	2,075	2,452
상품이익액	709	2,428	3,137
신규수익		555	555
물류효율화	146	586	732
개선 성과 계	**3,471**	**16,315**	**19,786**

Think
Customer

Disclosure of Management Approach

고객헌신

롯데쇼핑은 고객 여러분의 생활과 문화의 풍요로움을 위하여
서비스의 선도적 제안을 도모하고 있습니다.
또한 항상 고객의 입장에서 사고하고
잠재된 니즈를 발굴하기 위해 노력함으로써
최상의 가치를 제공하고 있습니다.



추진성과

고객부문 성과지표		구분	2007년 성과	2008년 성과	2009년 성과
PR 5	만족도*	NCSI(국가고객만족도)	1위(73점)	1위(73점)	1위(72점)
		고객만족도 점수(자체조사)	83.8점	85.5점	82.8점 (2008년 하반기 배점기준 조정)
PR 6	정보보호활동	연간 보안사고 발생 건수	0건	0건	0건
	시설안전관리점수		-	95.7점	97.3점

*만족도 : 백화점 기준

고객중심경영

롯데쇼핑의 지속가능경영을 위해서는 고객과의 소통을 통해 고객이 원하는 것을 이해하고 고객이 만족할 수 있는 서비스와 상품을 제공하는 것이 무엇보다 중요합니다. 롯데쇼핑의 모든 직원들은 고객의 입장에서 생각하고 고객이 원하는 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 초일류 유통기업 도약이라는 비전에 따라 세계 최고 수준의 서비스 제공을 위해 제도와 규정을 혁신적으로 개선하고 있습니다.

고객서비스 헌장

롯데쇼핑은 진정한 서비스 정신의 대내외적인 선포를 통해 서비스 사명감을 고취하고 대고객 서비스 수준을 향상시킴으로써 21세기 서비스 선도기업이 되고자 합니다. 롯데백화점과 롯데마트는 각각 "고객서비스 헌장"과, "고객만족 CS 헌장"을 제정하여 전임직원이 이를 실천하고 있습니다.

| 롯데마트 고객만족 CS 헌장 |

고객서비스 헌장

'우리 회사의 주인은 고객이십니다' 라는 사시를 바탕으로 모든 고객이 감동할 수 있도록
다음과 같이 실천하겠습니다.

하나. 우리는 항상 고객을 밝은 미소로 진실하고 정직하게 응대하겠습니다.
하나. 우리는 열린 마음으로 고객의 소리에 겸허하게 귀를 기울이겠습니다.
하나. 우리는 고객과의 약속은 반드시 지키겠습니다.
하나. 우리는 환경가치경영을 바탕으로 고품격의 쇼핑환경을 만들어 나가겠습니다.
하나. 우리는 고객중심적 사고와 실천으로 항상 고객으로부터 신뢰받는 백화점이 되겠습니다.

우리는 이와 같은 다짐을 사랑, 자유, 풍요의 정신으로 실천하여 서비스의 미래가치를 창출하는 21세기 세계적인 유통기업이 되겠습니다.

국가고객만족도(NCSI) 백화점 부문 7년 연속 1위

한국생산성본부가 조선일보, 미국 미시건 대학과 공동으로 실시한 국가고객만족도(NCSI) 조사결과, 롯데백화점이 백화점 부분 국가고객만족도 7년 연속 1위에 선정되는 쾌거를 이룩하였습니다.

2009~2010 서비스관련 대외수상 및 인증 실적

일자	인증내용	비고
2009.03	브랜드파워 백화점 부문 1위(11회 연속)	한국능률협회
2009.04	브랜드스타 백화점 부문 1위(10회 연속)	㈜브랜드스톡, 한국경제신문
2009.09	국가브랜드경쟁력지수(NBCI) 백화점 부문 1위(7회 연속)	한국생산성본부, 중앙일보
2009.12	**국가고객만족도(NCSI) 백화점 부문 1위(7회 연속)**	**한국생산성본부, 조선일보**
2010.03	브랜드파워 백화점 부문 1위(12회 연속)	한국능률협회
2010.04	브랜드스타 백화점 부문 1위(11회 연속)	㈜브랜드스톡, 한국경제신문

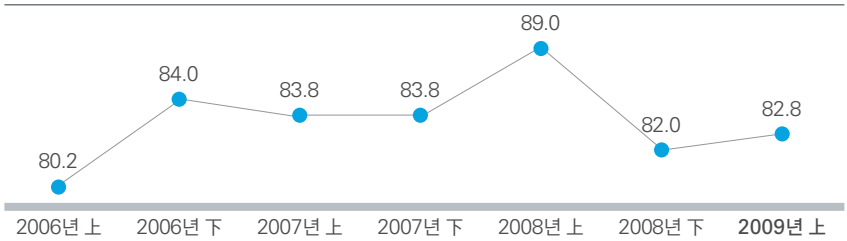
고객만족도 향상

롯데백화점은 현재의 고객만족도 수준을 지속적으로 점검하고, 향후 고객만족도 증진을 위한 전략적 개선 방향을 모색하기 위하여 반기별로 고객만족도 조사를 실시하고 있습니다.

2009년 상반기 고객만족도(CSI) 조사

- 조사기간 : 2009년 3월
  2009년 하반기 조사 : 경쟁심화점포 고객만족도 조사 대체*
- 조사기관 : 리서치 인터내셔널
- 조사대상 : 조사당일 롯데백화점 이용 고객 중 월 1회 이상 구매고객
- 조사방법 : MVG라운지, 주차장 출구, 문화센터 접수데스크에서 1:1 개별면접조사
- 표본수 : 총 3,710표본(전국 롯데백화점 점포에서 점포 규모 고려하여 할당)
- 조사내용 : 매장환경, 상품, 서비스 태도, 편의시설, 이벤트, 정보제공, 전반적 이미지 만족도 등
- 결과활용 : 점포별, 조사항목별, 고객분류별 결과 분석 및 개선과제 도출, 실행

| 고객만족도 추이 |



*2008년 하반기 조사부터 배점기준을 조정하였으므로 절대점수로 이전 조사결과와 비교할 수 없습니다.

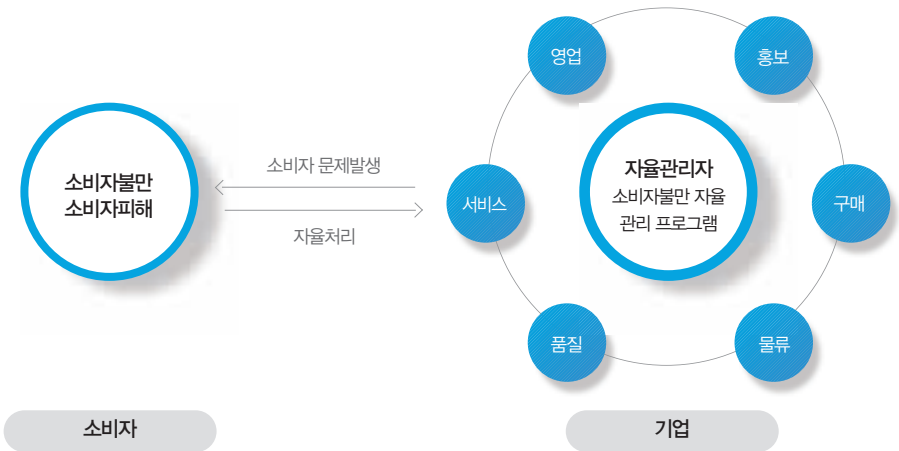
CCMS 인증획득 *Consumer Complaints Management System : 소비자 불만 자율관리

CCMS는 공정거래위원회에서 기업에게 도입 · 운영을 권장하는 프로그램으로, 고객불만을 사전에 예방하고 부득이하게 발생한 불만은 신속하게 고객 입장에서 해결하는 자율관리 실행체계를 의미합니다. 롯데백화점은 2008년 6월 CCMS 도입선포식을 가진 후 고객불만 사전예방 내부통제체제 및 고객불만 사후처리 자율관리시스템을 전사적으로 구축하여, 2009년 7월 백화점업계 최초 CCMS 인증획득을 이루어냈습니다.

특히 당사는 CCMS 평가시 타기업 대비 CEO의 고객지향적 서비스 정신에 대한 확고한 의지와 전임직원의 높은 관심도 및 체계적인 VOC 시스템 운영 등에서 매우 높은 평가를 받았습니다. CCMS를 통해 당사는 컴플레인 예방 및 처리를 위한 체계적인 프로그램 운영으로 대고객 서비스 향상에 한발 더 앞서가는 백화점으로 거듭나고 있습니다.

• CCMS
• CCMS 실행지침서

| CCMS 운영 |



| 단계별 자율관리 프로그램 |

실행체계의 구축
- 최고경영자에 의한 자율관리 방침의 천명
- 자율관리자의 임명
- 적절한 권한과 책임의 부여
- 자율관리시스템의 구축
- 내부통제체제의 구축
- 자율관리 교육의 실시

자율관리 프로그램의 운영
- 사전예방차원의 운영절차 확립
- 사후구제차원의 운영절차 확립
  – 기업내부해결
- 사후구제차원의 운영절차 확립
  – 기업외부해결

자율관리 유지, 촉진 및 개선
- 소비자불만의 기록 · 분석 및 활용
- 프로그램에 대한 소비자 만족도 측정
- 프로그램 점검 및 평가
- 프로그램의 지속적 개선

고객과의 커뮤니케이션

롯데쇼핑은 고객의 작은 소리 하나도 놓지지 않고 귀담아 듣기 위해 노력하고 있습니다. Want Slip, MD 제안제도, 주부모니터링 제도, 장보기 개선 활동 등은 롯데쇼핑이 지속적으로 고객의견을 수렴하고 개선하기 위한 창구로 활용되고 있습니다.

고객 제안 제도

▶ Want Slip

롯데백화점은 고객 접점에서 발생하는 불만이나 의견을 수렴하여 경영개선 활동에 적용할 수 있도록 Want Slip 캠페인을 진행하고 있습니다. 「고객의 작은 소리도 귀담아 듣겠습니다」라는 캐치프레이즈 아래 전 점포의 직원들이 현장에서 들리는 고객의 목소리에 귀 기울이고 그 내용들을 모아 개선으로까지 연결하는 시스템을 만들어 시행하고 있습니다.

▶ MD 제안제도

롯데백화점은 온라인을 통해 언제나 MD에 대한 제안을 할 수 있는 채널을 운영하고 있습니다. 롯데백화점 홈페이지 회원이면 누구나 등록 가능하며 매장이나 브랜드, 신상품에 대한 아이디어, 제안, 해외의 선진 사례 등에 대해 자유롭게 서술하면 기간별로 우수 아이디어를 선정하여 포상하며 해당 팀은 현업에의 적용을 검토하게 됩니다.

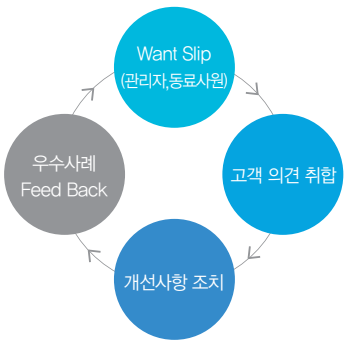
▶ 주부모니터링 제도

롯데마트는 2009년부터 주부모니터링 제도를 운영하고 있습니다. 2009년은 총 314명(65개점)의 롯데마트 1기 주부모니터가 성공적으로 출범했습니다. 매월 두 차례 상품, 직원서비스, 쇼핑환경 등 주요 영역에 대한 모니터링을 진행하면서, 고객의 눈으로 문제를 제기하고 개선여부를 철저하게 확인하였습니다. 또한 온라인 카페 상에서도 월평균 1,000여 건에 달하는 다양한 제안이 이루어짐에 따라 세심한 고객의 소리를 신속하게 접할 수 있는 새로운 장이 마련되었습니다.

▶ 장보기 개선 활동

롯데마트의 장보기 개선 활동은 매장에서 실제 쇼핑을 통하여 '고객의 눈'으로 보고, 느낀 불편사항, 개선해야할 사항을 발견하여 이를 고객의 입장에서 개선하고, 우수 사례는 전파하여 나가는 제안 활동을 의미합니다.

| Want Slip시스템 |



- 주부모니터링 제도
- 장보기 우수사례집

장보기 참여 현황 및 개선 실적

구분	게시 건수		개선 적용	
	총 게시 건수	월평균	총 개선 건수	채택율
2008년	6,975	581	1,394	20%
2009년	10,464	872	2,303	22%

VOC 민원처리 *VOC : Voice of Customer

롯데쇼핑은 고객의 목소리에 항상 귀를 기울입니다. 고객은 필요시 어디에서든 의견을 제시할 수 있습니다. 전 점포의 고객상담실에서는 고객님의 칭찬, 불편사항, 제안 등 소중한 의견을 보다 신속하고 정확하게 처리하기 위해 노력하고 있습니다. 시간이나 장소에 관계없이 문의사항이나 의사표현이 가능한 인터넷 홈페이지 VOC 시스템은 접수된 모든 사항을 해당되는 팀의 담당자에게 전송하여 24시간 이내에 답변하도록 하여 신속한 민원처리가 가능합니다. 또한 문제나 불만을 제기한 고객에 대해서는 단순한 문제 해결 뿐 아니라 고객의 불만 요인을 분석하여 서비스 개선에 적용하고 있습니다.

온라인 VOC 민원처리 현황

(단위 : 건)

고객민원유형	백화점		마트	
	2008	2009	2008	2009
문의	14,082	14,117	5,111	6,904
만족	1,348	1,346	666	861
약속불이행	642	251	296	232
응대미숙	5,493	6,151	2,229	1,917
상품불량	1,234	1,575	1,117	1,087
위생불량	135	69	76	100
교환환불/기타	539	599	585	948
계	**23,473**	**24,108**	**10,080**	**12,049**

고객과의 관계 관리

고객 관리 경영은 고객 특성에 맞는 차별화된 가치를 제공하는 활동을 통해 고객의 롯데쇼핑에 대한 충성도를 높여 줍니다. 또한 고객 데이터를 수집 분석하여 고객들이 무엇을 원하며 어떤 라이프스타일을 갖고 있는지 파악하고, 더 나아가 고객이 앞으로 어떻게 변화할 것인지 예측함으로써 롯데쇼핑은 고객들이 원하는 새로운 상품과 서비스를 제공할 수 있습니다.

CRM 시스템을 통한 고객 세분화 관리

CRM(Customer Relationship Management)은 단어 그대로 "고객 관계 관리"로 고객을 가족처럼 만들어가는 전략을 의미합니다. 이를 좀더 구체적으로 말하면, 고객특성에 맞는 차별화된 가치를 제공하는 활동입니다. 롯데백화점은 지난 1999년 1월 업계 최초로 CRM 시스템을 도입했으며, 기존의 신상정보, 구매실적 중심에서 한 단계 발전한 고객의 구매행동, 로열티, 라이프스타일, 잠재구매력 등 다양한 데이터를 과학적으로 분석해 타깃마케팅을 실현하고 있습니다. 또한 CRM 데이터에 지리적 정보를 접목시킨 AMS(APT Map Solution)를 자체 개발해 상권관리를 거리개념에서 매장까지 소요시간, 접근성 등 고객관점으로 전환시켰습니다.

2007년에는 '제8회 테라데이타 유니버스 콘퍼런스'에서 한국 기업으로는 최초로 CRM 마케팅 성공사로 선정되기도 했습니다. 또한 2005년 11월 멤버스 프로그램을 백화점에 도입한 이후 현재는 제휴사를 30여 개로 확대해 1,900만 명이 넘는 멤버쉽 회원을 확보한 상태입니다.

CRM 정의에서 고객은 연령, 직업, 거주지 등 인구통계학적인 요소 이외에 구매력, Loyalty, Life stage, 행사 시기별 구매가능성 등의 특성을 활용 목적에 따라 세분화할 수 있습니다. 롯데백화점에서는 CRM을 활용한 마케팅, 영업지원 활동으로 DM, SMS 등 타겟 고객에 대한 정보전달 외에 고객 참여형의 문화마케팅, 고객의 기념일을 관리하는 고객 Event Driven 마케팅, 1:1 마케팅의 한 방법인 고객초대회 등을 실시하고 있으며 서비스활동으로 MVG/VIP 차별화 서비스, 더 나아가 상권별 구매 패턴 분석을 통한 MD전략 수립 등 중요한 의사결정에도 반영하고 있습니다.

온라인 채널 강화

온라인 및 모바일 등 다양한 채널을 통한 서비스 제공은 고객들의 롯데쇼핑에 대한 접근성을 확대하며, 좀 더 편리하고 다양한 혜택을 누릴 수 있는 쇼핑 환경을 제공하고 있습니다.

• 온라인매거진 FLARE
• 아이폰용 앱

▶ 롯데백화점

롯데백화점은 온라인 시장 확대 트렌드에 따라 다양한 온라인 서비스를 제공하고 있습니다. 롯데백화점 홈페이지(www.lotteshopping.com)에서는 점포 및 상품 관련 정보 제공 뿐 아니라 eco전단, 이벤트 참여 및 커뮤니케이션 채널 강화 등을 통해 인터넷에 익숙한 고객들이 보다 쉽게, 자주 롯데백화점을 경험할 수 있도록 합니다.

2009년에는 홈페이지 상에서 최신 패션 트렌드가 담긴 매거진을 보면서 해당 상품을 바로 구매할 수 있는 신개념 서비스인 'FLARE'를 오픈하여 고객들의 참여가 확대되고 있습니다. 또한 로그인, eco전단/메일 확인, 이벤트 참여 등의 활동마다 '위드유마일리지' 적립 제도를 마련함으로써 매월 평균 20만 명 이상의 고객이 마일리지 적립에 참여하고 있습니다. 이를 통해 4만 명 이상의 고객이 내점하여 70억 원의 매출효과를 일으키고 있습니다.

최근에는 스마트폰 시장의 확대에 따라 eco전단 어플리케이션을 선보였고, 전점에 Wi-Fi를 설치하여 무선인터넷을 무료로 사용할 수 있게 하였습니다. 올해 하반기에는 쇼핑과 관련된 다양한 기능을 더한 어플리케이션을 선보일 예정입니다.

▶ 롯데마트

롯데마트도 온라인을 통한 상품 구매가 늘어남에 따라 인터넷 쇼핑몰(www.lottemart.com)을 강화하고 있습니다. 당일 배송 서비스를 총 56개점에서 운영하고 있으며, 2010년에는 전국 70개점으로 확대할 예정입니다. 고객 서비스도 1일 3회 배송과 주말 배송으로 확대했으며 인터넷 쇼핑몰을 통한 상품검색, 주문, 결제 등의 서비스를 보다 편리하게 개선하였습니다. 또한 고객라이프 스타일 니즈 충족을 위한 유아아동몰, 스포츠용품몰, 베이비상품몰 등을 전문화하여 운영하고 있습니다.

롯데마트 인터넷 쇼핑몰은 "빠르고 편리한 롯데마트 인터넷쇼핑몰"을 목표로 하여, 향후 전용 상품 개발을 강화할 예정으로 고객밀착형, 트렌드상품 개발 활성화에 주력하며 오프라인 시너지 극대화의 일환으로 기존 우수거래업체 연계한 업체배송상품 확대, 그룹 All Safe(상품안전시스템)을 활용한 신뢰성 높은 상품정보를 제공할 예정입니다. 또한 인지도 강화를 위해 오버츄어 키워드광고, 배너광고, 지식쇼핑 입점 등의 온라인 광고를 활성화하고 있습니다.

고객 정보보호

롯데쇼핑은 롯데멤버스 회원을 비롯하여 모든 고객의 개인정보를 소중한 자산으로 생각하고 있으며 이를 가장 안전하고 효과적으로 취급하기 위해서 노력하고 있습니다. 최근 빈발하고 있는 고객정보 유출사고를 거울삼아, 고객정보의 유출 및 침해사고를 사전 방지하기 위해서 만전의 노력을 기울이고 있습니다.

고객 정보 취급 방침 준수

롯데쇼핑은 '정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률' 등 모든 관련 법규를 준수하기 위하여 '개인정보 취급방침'을 제정하여 이를 준수하고 있습니다. '개인정보취급방침'에는 개인정보 수집 · 이용 · 위탁 및 파기 등 개인정보 취급의 전 과정에 대한 지침을 명시하고 있으며, 이를 공지하여 고객이 언제나 용이하게 열람할 수 있도록 하고 있습니다. 롯데쇼핑의 개인정보취급방침에 대한 내용은 각각 롯데백화점 홈페이지(www.lotteshopping.com), 롯데마트 홈페이지(www.lottemart.com)에서 확인하실 수 있습니다.

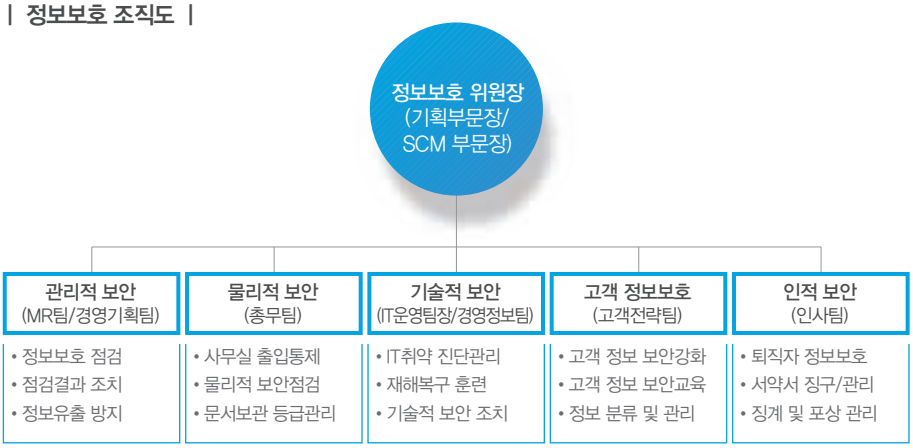
고객 정보보호 시스템

롯데쇼핑은 2007년 사내 정보보호 조직을 구성하고 같은해 12월 정보보호 정책 및 지침을 수립한 뒤 정보보호 마스터플랜을 작성하여 이를 바탕으로 내부적으로 사내 정보보호 강화에 노력하고 있습니다.

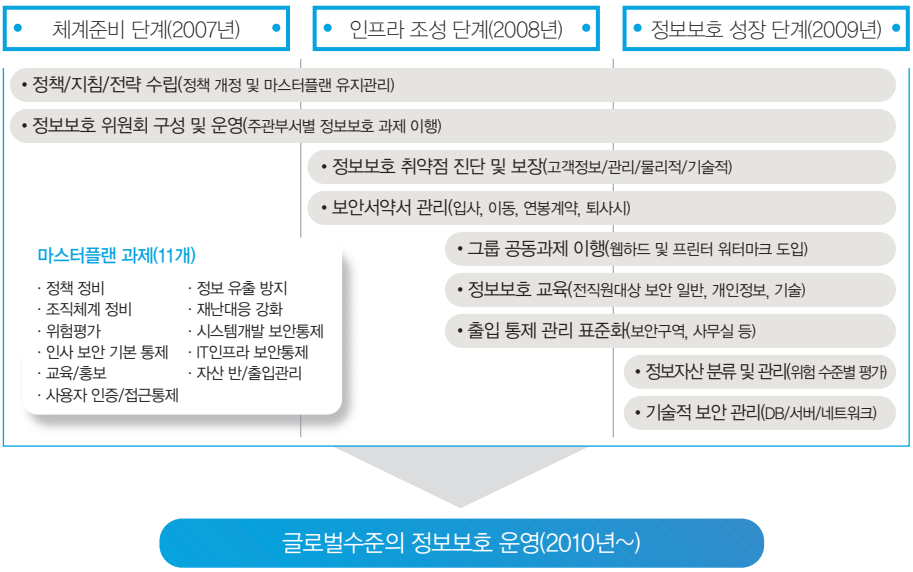
▶ 정보보호 위원회

롯데쇼핑은 정보보호 위원회를 구성하여 년 4회(분기별 1회) 운영회의를 통해 전사적인 정보보호 현황을 진단 · 논의하고 문제점을 도출하여 이를 개선하기 위한 수행과제를 선정하여 실무에 반영하고 있습니다. 특히 고객 정보보호와 관련하여 관리책임자를 지정하여 고객의 개인정보를 보호하고 개인정보와 관련된 불만사항 및 문의를 처리하고 있습니다.

| 정보보호 조직도 |



| 정보보호 마스터플랜 |



▶ 지속적 교육과 자체점검을 통한 유출사고 사전 예방

롯데백화점과 롯데마트는 전국 영업점에서 고객과 만나는 직원들의 정보보호에 대한 마인드를 강화하여 고객 개인정보보호에 만전을 기울일 수 있도록 지속적으로 교육을 실시하고 있습니다. 고객정보 취급자를 대상으로 매년 2회 이상 교육을 실시하고 있으며, 신입사원 정보보호 교육, 영업점 담당자 교육 등 업무별 · 직급별로 고객 정보보호에 관한 교육을 진행하고 있습니다. 또한 고객 정보 유출사고를 사전에 예방하고자 자체적으로 고객 정보를 취급하고 있는 영업팀, 사은행사장, MVG라운지, 고객상담실, 문화센터 등 모든 접점에서의 고객 정보 관리실태를 현장 점검하고 부진 부분을 개선하고 있습니다.

2008 정보보호 대상 수상

롯데백화점은 전사적인 보안 관리를 위해 많은 노력을 기울인 결과 2008년 정보보호 대상 일반부문 대상에 선정되었습니다. 또한 롯데마트는 2009년 행정안전부에서 진행한 개인정보보호 관리실태 점검에서 우수기업으로 선정되어 장관상을 받기도 하였습니다. 이는 롯데쇼핑의 높은 보안 관리능력 및 정보보호에 대한 지속적인 노력을 인정받은 결과라 할 수 있습니다.

안전한 쇼핑공간

많은 고객들이 방문하는 유통시설에서는 안전이 무엇보다 중요한 문제입니다. 롯데쇼핑은 고객들이 안전하게 쇼핑할 수 있는 공간을 만들기 위해 쉼 없는 점검 및 개선활동, 직원 교육과 훈련을 실시하고 있습니다.

- 소방경진대회
- 에스컬레이터 점검

계절별 안전점검

1~3월	① 전기 열화상 측정(1차) : 적외선 카메라를 이용한 전기 접촉불량 및 과열상태 확인
	② 해빙기 및 봄맞이 점검 : 해빙기 동파여부 점검 및 환경개선 작업 진행 확인
4~6월	① 소방 · 가스 작동 점검 : 소방 및 가스시설의 정상작동 상태 점검
	② 발전기 가동상태 점검 : 가상 정전을 통한 발전기 무부하 자동 기동상태 점검
	③ 에스컬레이터 점검 : 에스컬레이터 안전장치 및 장비의 청결상태 점검
7~9월	① 풍수해 대비 안전점검 : 하절기 풍수해로 인한 피해방지 장비 점검 및 행동지침 확인
	② 전기 열화상 측정(2차) : 적외선 카메라를 이용한 전기 접촉불량 및 과열상태 확인
10~12월	① 동절기 화재예방 점검 : 취약지역의 안전관리 및 난방기기 사용실태 점검
	② 전기 열화상 측정(3차) : 적외선 카메라를 이용한 전기 접촉불량 및 과열상태 확인
	③ 소방경진대회 시행(10월 中) : 점별 4~7팀을 구성하여 화재사고 대처사항 평가 보고
	④ 화재예방 특별 교육 : 점장 중심의 화재 및 안전사고 예방교육을 통한 직원의식 고취

▶ 점검 평가

롯데쇼핑은 분기별 안전점검 평가를 통해 우수점은 포상을 실시하고 부진점은 재점검하고 있으며, 점별 철저한 기준에 의해 안전 관리가 이루어지도록 하고 있습니다.

매장내 공기질 관리

백화점과 할인점은 많은 사람들이 방문하는 다중이용시설로서 실내 공기질 관리가 매우 중요합니다. 롯데쇼핑은 고객과 임직원의 건강을 위하여 법정기준치보다 강화된 자체적인 실내공기질 관리기준을 마련하여 엄격하게 관리하고 있습니다. 지난 2009년 실시된 실내 공기질 점검 결과는 다음과 같습니다.

전점 공기질 측정 결과

(조사시점 : 2009년 10월)

구분	측정항목	단위	백화점		마트		저감대책
			측정결과(평균)	법정기준치 대비	측정결과(평균)	법정기준치 대비	
매장	미세먼지	㎍/㎥	32.5	23%	43.5	29%	적절한 환기, 공조필터 관리철저
	일산화탄소	ppm	0.7	8%	1.7	17%	환기강화, 연소기구 사용제한 등
	포름알데히드	㎍/㎥	46.2	46%	30.8	26%	환기강화, 적절한 실내온도 유지
	이산화탄소	ppm	482.2	48%	608	61%	환기강화, 압력조정 등
주차장	미세먼지	㎍/㎥	51.3	29%	72.6	36%	적절한 환기, 주차장 청결관리
	일산화탄소	ppm	2.7	14%	4.3	17%	환기강화, 자동차 공회전 금지
	포름알데히드	㎍/㎥	28.4	28%	20.6	17%	환기강화, 발생원 제거
	이산화탄소	ppm	481.2	48.1%	541	54%	환기강화, 자동차 공회전 금지

상품 안전관리

롯데쇼핑은 식품 안전과 위생에 대한 리스크 관리 및 대응체계를 구축하여 사전에 위해요소를 제거하고 효율적인 위생관리를 시행하고 있습니다.

식품 위생 관리

▶ 품질평가사 제도

롯데백화점은 식품 위생 안전 및 고객 신뢰 제고를 위해 2003년 8월부터 품질평가사 제도를 운영하고 있습니다. 2009년 5월부터 1인 1점포 관리 체계로 변경하고, 식품 경력자 또는 식품관련 전공자를 대상으로 품질평가사를 선발(현재 33명) 위생 관리 업무를 강화하였습니다. 최근 업무 전문성을 한층 더 강화하고자, 외부 전문가를 초빙하여 정기교육을 실시하였고, 국가 공인 「식품위생사」 자격 취득을 독려하고자 다양한 지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 2009년까지 품질평가사 중 9명이 자격을 취득하였고, 앞으로 품질평가사 식품위생사 자격 100% 취득을 목표로 하고 있습니다.

▶ 시험분석기기 도입

식품 안전성에 대한 자체 점검기능을 강화하기 위해 시험분석 기기를 도입하였습니다. '농산물(청과/야채)에 대해 농약 잔류 여부를 확인할 수 있는 잔류농약 속성검사기기(8대)와 음식을 조리하는 조리자, 조리도구를 대상으로 세균검사를 할 수 있는 즉석 세균검사기기(ATP) 도입(29대) 등 시험분석 장비를 점차 확대해 나가고 있습니다.

• 위생 관리

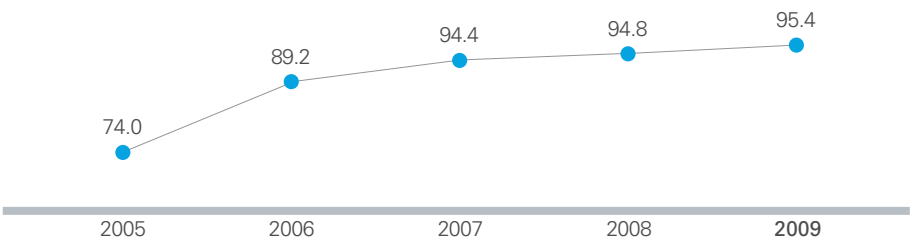
식품 위생 예방 활동

구분	내용
위생시설 기준 강화	정육 작업장 HACCP 인증
	델리/스넥 작업장내 위생 시설 기준 표준화(세정대, 종이타월, 칼, 도마, 소독기 등)
위기 상황별 응대 매뉴얼 제작	보고시스템, 응대요령, 보상기준 매뉴얼화
위생 법규 지식 함양	매장 관리자 위생 법규 Test 정기적 시행
식품 위생 업무 개선	위생 교육 강화(분기별 1회, 식약청 연계)
하절기 식품 위생 관리	하절기 식중독 발생 우려 품목 중점관리를 위한 위생 사고 방지
	식중독 발생 우려 품목 판매 중단(매년 5~9월)

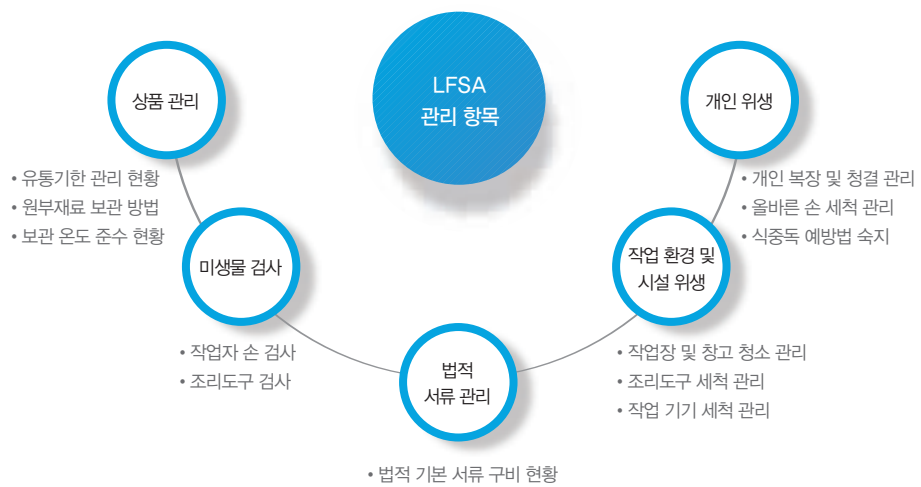
▶ LFSA(Lottemart Food Safety Audit) 운영

롯데마트는 외부 위생관리 전문기관을 통해 정기적으로 매장 위생 관리 현황을 모니터링하고, 미흡한 부분에 대해서 교육 및 개선 활동을 실시하고 있습니다. 2005년 3월 처음 실시한 LFSA 점검 활동은 점포 근무자의 위생 의식수준을 향상시키고 위생적인 작업환경시설을 구축하는데 기여하였습니다. 또한 식품매장에 한해 실시하던 점검을 2007년부터는 푸드코트 및 직원식당에도 확대함으로써 마트 내 전체적인 식품 취급 장소에 대해서 위생 안전을 기하는데 노력하고 있습니다.

| LFSA 점검 결과 추이(연도별 평균점수) |



| LFSA 관리 항목 |



• 위해상품 차단 협약식

위해상품 차단 시스템

롯데마트는 2009년 4월 국내 최초로 지식경제부, 환경부, 식품의약품안전청, 상공회의소와 위해상품 차단 시스템을 도입하여 상품안전관리에 획기적인 개선을 실현하였습니다. 지식경제부, 환경부, 식품의약품안전청, 기술표준원 등 국가기관의 위해상품 점검 정보를 상공회의소의 코리안넷 사이트(www.koreannet.or.kr)를 통해 당사 전산망과 실시간 연계하여 계산대에서 바코드 스캔시 해당 상품의 매장판매를 신속하게 차단하여 고객을 위해상품으로부터 보호하는 시스템으로 국내 84개점에 적용 중 입니다.

| 위해상품 차단 시스템 Process |

HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point) 인증

롯데백화점 축산 매장은 2008년 12월 백화점업계 최초로 위해요소중점관리기준(HACCP) 국가공인 인증을 받았습니다. HACCP는 식품의 원재료 생산에서부터 제조, 가공, 보존, 유통단계를 거쳐 최종 소비자 도달 시점까지 각 단계에서 발생 가능한 위해 요소를 차단하고 체계적인 관리를 통해 식품의 안전성을 확보하기 위한 위생관리체계입니다.

롯데백화점은 HACCP인증을 받은 축산물 매장에서 모든 작업자부터 판매사원까지 중점관리 기준 매뉴얼에 의해 행동하게 됩니다. 작업장 출입일지, 작업장 온도규정, 위생복장, 착용기준, 각종 미생물 검사, 위생교육, 조리도구 살균관리 등 내외부로부터 오염될 수 있는 위해요소를 차단하기 위한 위생관리 프로그램을 운영합니다. 롯데백화점은 고객들이 안심하고 구매할 수 있는 먹을거리 문화를 선도할 수 있도록 자율적인 관리를 더욱 강화하고 전사 차원에서 단계적으로 점포를 확대시킬 계획입니다.

▶ 한우생산이력시스템

쇠고기이력제란 모든 소에 개체식별번호가 기록된 귀표를 부착하고 축산물 등급판정소의 이력지원 시스템에 등록하고 등록된 소의 도축과 가공, 판매 등 전과정에 걸친 정보를 표시 관리하는 제도입니다. 롯데쇼핑은 2008년 5월부터 식품매장에서 판매하는 쇠고기에 대해 송아지 생산에서 쇠고기 유통까지의 전과정을 전산시스템화하여 고객들이 안전한 한우를 안심하고 구입할 수 있도록 하고 있습니다.

정확한 상품 정보 제공

롯데쇼핑은 최상의 상품을 안정적으로 공급받기 위하여 산지 농가와 협약체결을 통해 계약농장을 운영하고 있습니다. 향후에도 지속적인 농가 발굴을 통해 산지 계약농장의 공급물량을 확대할 예정입니다.

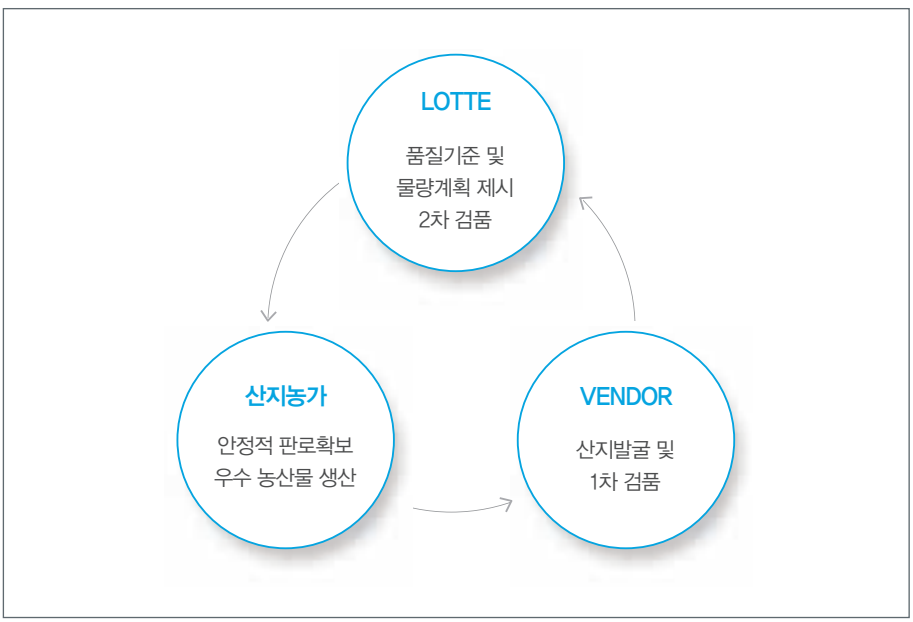
계약농장 운영을 통한 품질 및 안전 보장

롯데백화점은 현재 전국 21곳에 계약체결 농가가 있으며 사과, 배, 포도, 토마토, 메론 등 주요 과일을 계약농장에서 최고의 상품으로 공급받고 있습니다. 계약농가는 안정적인 판로와 가격을 보장받고 백화점에서는 높은 품질과 안전성을 보장받는 '윈윈전략' 의 하나라고 할 수 있으며, 롯데에서 30년간 축적해 온 산지 정보를 토대로 전국에서 최고로 인정받는 농가와의 계약을 확대해가고 있습니다.

최근 상품정보 제공의 중요성이 대두되고 있는 가운데, 롯데백화점과 롯데마트는 정확하고 올바른 정보 제공을 위해 단위당 가격, 판매가격, POP 표시 등에 대한 관리기준을 수립하고 자체적으로 관리하여 소비자의 알권리 및 선택할 권리를 보장하기 위해 노력하고 있습니다.

| 계약농장 산지정보 표시 |

• 산지정보



▶ 의류 표시사항 점검

롯데백화점은 의류 안전성에 대한 이슈가 커짐에 따라 의류 전상품을 대상으로 위해성분 잔류 여부를 검사하여 상품 관리를 강화하고 있습니다. 또한 점포별 자체검수 기능을 강화하기 위해 입고 상품을 대상으로 표시사항 점검(품질표시, KC마크 표시등)을 실시하여 적합기준에 미달되는 상품이 매장 내에서 판매되지 않도록 관리함으로써 고객이 믿고 신뢰할 수 있는 상품을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

▶ 판매가격 표시

롯데백화점은 기획상품에 행사용 가격택(정상상품을 할인한 경우 부착하는 스티커형 가격택)을 부착하여 기존 판매가에서 할인된 것처럼 소비자가 오인하는 사례를 방지하고자 가격택 관리지침을 보다 구체화하여 관리하고 있습니다.

▶ 성분 및 취급정보 표시

롯데마트에서 판매하는 모든 상품에는 상품을 구성하고 있는 성분표시를 표기하여 구매에 앞서 바른 정보를 제공하고 있으며, 취급상 주의사항, A/S 관련 연락처 기재 등의 표기를 통한 사후관리에도 바른 정보를 제공하도록 지속 관리하고 있습니다.

▶ POP 표시(Point of purchase)

POP, DM 등 백화점내 표시광고의 관리지침을 수립하여 상품의 가격뿐 아니라 상품의 특성에 대한 정보를 정확하게 제공하고자 노력하고 있습니다.

롯데마트는 매주 또는 비정기적으로 각 매장에서 고객님들께 정확한 쇼핑 정보를 제공하기 위하여 POP(소비자가 구매를 하는 시점에서 행해지는 광고의 총칭, 상품에 대한 정보를 고객에게 제공하는 광고)를 자동화하여 전국 어느매장을 방문하더라도 동일한 이미지를 구현하여 통일감 있는 매장을 선보이고 있으며, 자동화 이전 각점에서 출력하던 POP 업무를 자동화를 통해 얻어진 시간만큼 매장을 찾으신 고객분들께 조금이라도 더 편안한 쇼핑환경을 제공할 수 있도록 전직원이 노력하고 있습니다.

Think
Environment

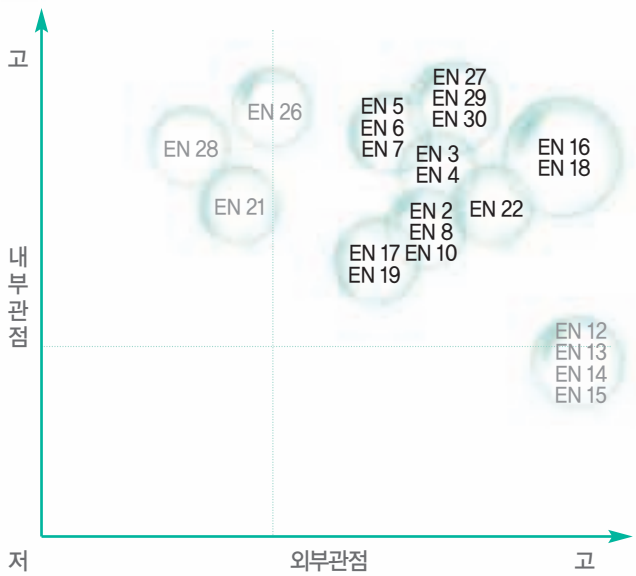
Disclosure of Management Approach

환경가치경영

환경문제는 기업경영활동에 있어 핵심가치로 떠오르고 있습니다.
롯데쇼핑은 2004년 유통업계 최초로 '환경가치경영'을 선포하고
사람과 사회를 위해 기여하는 친환경 유통기업으로 거듭나고 있습니다.

롯데쇼핑 환경가치경영방침

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, 협력회사의 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 기후변화방지 캠페인을 통해 환경의 소중함을 고객과 사회에 알린다.



추진성과 및 계획

환경부문 성과지표		구분		2007년 성과	2008년 성과	2009년 성과
EN8	전점 용수사용량	면적단위 사용량(ton/㎡)	백화점	4.7	4.4	4.0
			마트	9.6	8.5	6.7
EN16	전점 온실가스 배출량	면적단위 배출량(kg/㎡)	백화점	280.4	274.1	261.6
			마트	121.8	112.4	96.3
EN22	폐기물	폐기물별 재활용률(%)	백화점	54.8	51.2	55.9
			마트	58.7	55.2	60.9
EN30	롯데상품권 환경보호기금 친환경 인증 점포	연간 환경기금 조성액 친환경 인증 점포수	백화점	980백만 원	675백만 원	1,080백만 원
			마트	-	-	1개점

환경경영 방침

롯데쇼핑은 2004년부터 환경경영을 선포하고 환경방침을 마련하여 기업 경영 및 의사결정 과정에서 '환경'이라는 가치를 최우선 가치기준으로 도입하고 있습니다. 롯데쇼핑은 앞으로 글로벌 유통시장에서 '그린 유통'을 선도하는 기업으로서 기업 경영의 환경영향을 최소화하며, 생산자와 소비자에게 '그린'의 가치를 확산해 나가기 위해 노력할 것입니다.

Green LOTTE

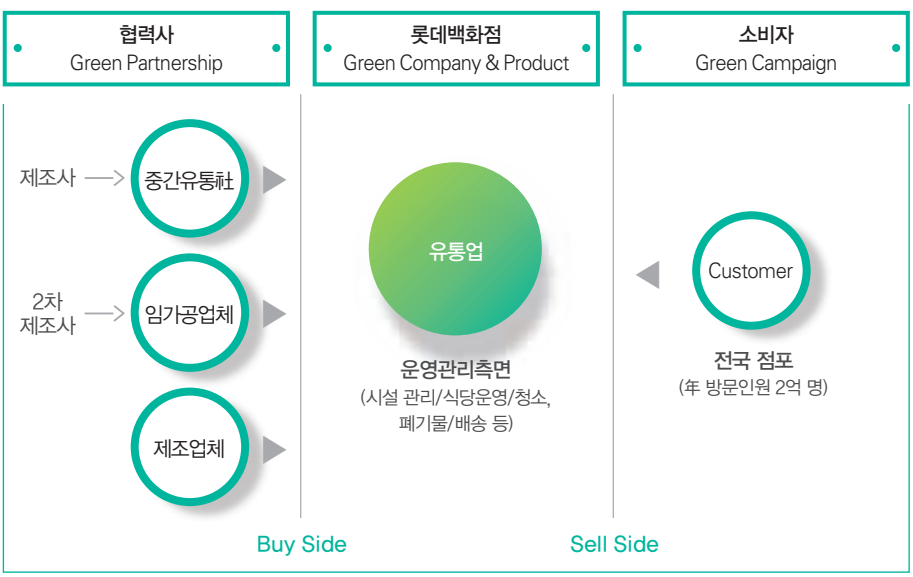
함께해요 환경사랑 greenLOTTE

• 그린롯데 로고

롯데백화점의 환경경영 슬로건은 Green LOTTE입니다. 이는 대한민국 최대 대표 유통기업으로서 롯데백화점이 갖고 있는 네트워크를 통해 Green Value를 확산해 나간다는 환경 경영의 취지를 담고 있는 말입니다.

롯데백화점의 비즈니스는 크게 두 개의 바운더리 즉, 협력회사와의 파트너십이 형성되는 Buy Side, 소비자에게 상품 판매가 이뤄지는 Sell Side에서 이루어지며, 백화점은 두 측면이 만나는 접점이 되고 있습니다. 롯데백화점의 Green LOTTE 실천은 협력회사와 소비자를 대상으로 그린 허브의 역할을 다하는 것이라 할 수 있습니다. 이를 위해 롯데백화점은 친환경 점포만들기와 상품 제공, Buy side 측면에서는 Green 파트너십을 실천하며, Sell Side 측면에서는 고객과 함께하는 Green 캠페인에 힘쓰고 있습니다.

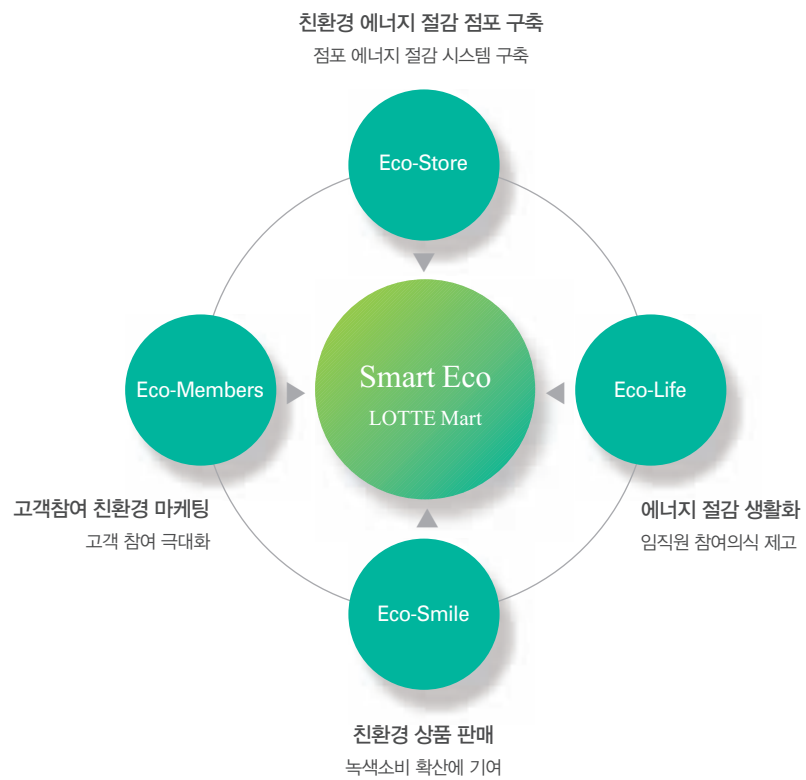
| 그린허브 구조도 |



Smart Eco - LOTTE Mart

롯데마트는 2008년 환경경영을 선포하고 체계적인 환경경영을 위한 이념적 기틀을 마련해 고객이 머무르는 공간, 고객의 삶을 함께 하는 상품, 고객 스스로 자율적인 동참을 자아내는 사회 선도적인 환경경영을 실행하고 있습니다. 롯데마트는 "Smart Eco – LOTTE Mart" 전략을 수립하였습니다. 'Eco-Store(친환경 점포)', 'Eco-Smile(친환경 상품)', 'Eco-Members(고객참여 환경 캠페인)', 'Eco-Life(에너지 절감 생활화)' 의 4대 핵심추진과제를 선정하여 환경경영을 전사적으로 확대하고 전임직원의 환경에 대한 인식변화의 기틀을 다지고 있습니다.

| Smart Eco |



환경경영 관리 시스템 구축

롯데쇼핑은 환경경영의 체계적인 운영을 위해 관리 시스템을 구축하고 외부 인증을 추진하고 있습니다. 2005년 환경경영에 대한 국제 시스템 규격인 ISO14001 인증을 획득하였으며, 2010년에는 탄소 배출 감축에 대한 체계적인 관리를 위해 탄소인벤토리 시스템을 구축 중에 있습니다.

전사 환경경영 관리 시스템 구축

롯데백화점은 2010년 5월 본사 및 전점에 대한 국제 환경경영시스템(ISO14001)에 대한 인증 갱신 심사를 완료했습니다. ISO14001은 환경경영에 대한 국제 시스템 규격으로 기업의 활동으로 인한 환경 부하를 지속적으로 모니터링하고 줄여나가는 선진 경영 시스템입니다. 주로 제조업체를 중심으로 많은 기업들이 도입하고 있는 상황에서 롯데백화점은 2005년 국내 유통업계 최초로 시스템 인증을 획득한 바 있습니다. 롯데마트는 2010년내 ISO14001의 전점 인증을 계획하고 있습니다.

*현재 환경경영시스템 인증의 범위는 국내 사업장에 한정되어 있습니다.

• ISO14001 인증서

탄소인벤토리 시스템 구축

지구온난화를 방지하기 위한 각국의 노력이 확대되고 있는 가운데, 온실가스 배출 현황을 파악하고 줄여나가는 것은 환경경영의 가장 기본이 되는 일입니다. 롯데쇼핑은 친환경 선도 유통기업으로서 업계 최초로 '온실가스 인벤토리 구축 사업'을 진행하고 있습니다. '온실가스 인벤토리'란 기업의 일정한 사업범위 내에서 온실가스가 배출되는 직간접적인 배출원을 규명하고, 각 배출원에서 발생되는 온실가스 배출량을 정해진 기준에 의해 산정, 목록화하는 관리 시스템이라 할 수 있습니다.

롯데쇼핑은 2010년 말까지 전 영업현장에 온실가스 인벤토리 시스템을 구축할 예정입니다. 이를 위해 롯데백화점은 2010년 1월부터 4월까지 4개월간 노원점을 대상으로 '온실가스 인벤토리 구축 시범사업'을 성공적으로 진행하였습니다. 이번 시범사업을 통해 백화점 사업장의 온실가스 배출원을 새롭게 규정하였으며, 국제 가이드라인(GHG Protocol, IPCC 2006 등)에 맞춰 배출량을 산정하였습니다. 인벤토리 구축에 따른 정확한 배출원 산정 및 추이 분석을 통해 2010년 말까지는 롯데쇼핑 온실가스 감축에 대한 중장기 목표를 수립하고 성과관리해 나갈 계획입니다.

롯데마트는 2009년 12월부터 환경부 탄소배출권 거래제 시범사업에 참여하여 전점을 대상으로 온실가스 인벤토리를 구축하고 2013년까지 매년 1%의 에너지 절감을 달성하는 것을 목표로 하고 있습니다. 또한 2010년 연말까지 롯데마트 전점을 대상으로 ISO14064 기준에 따른 Scope1(직접배출), Scope2(간접배출)에 대한 배출원을 목록화하여 탄소감축 경영에 앞장설 것입니다.

롯데쇼핑은 향후 온실가스 인벤토리 전점 구축 및 제3자 검증을 통해 지속적인 에너지 절감 및 온실가스 감축 활동을 해나가며, 기후변화에 적극적으로 대응하는 친환경기업으로 거듭날 것입니다.

환경 영향 최소화 – 에너지

기업의 환경적 책임 가운데 모든 기업에서 가장 우선해야 할 것은 경영활동에서 발생하는 환경에 대한 영향을 최소화 하는 것입니다. 롯데쇼핑은 유통업의 특성상 점포 운영에서 필요한 에너지 및 수자원 사용, 폐기물 발생, 상품 유통과정에서의 CO_2 배출 등이 주요한 환경 영향 요인이며 이러한 영향 요인을 줄이기 위해 노력을 기울이고 있습니다.

에너지 절감

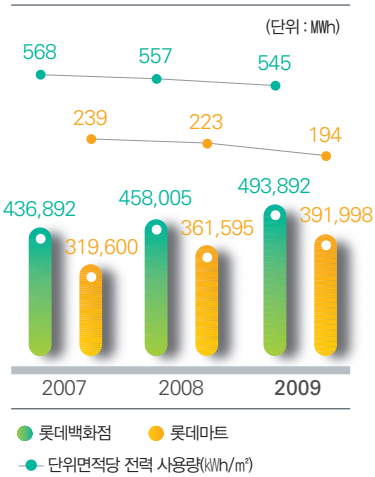
롯데백화점과 롯데마트에서 발생하는 온실가스는 대부분 매장에서 사용하는 전력 사용량으로부터 계산되는 간접 배출입니다. 당사는 매년 에너지 및 연료 절감량에 대한 목표를 세우고 시설 교체, 에너지 관리 기준 강화, 사내 캠페인 전개 등을 통해 에너지 사용량과 탄소 배출량을 줄여가고 있습니다. 에너지 사용 절감은 탄소 배출을 줄여 지구 환경에 대한 영향을 줄여줄 뿐만 아니라, 상당한 비용 절감의 효과도 가져오고 있습니다.

▶ 에너지(전력량) 절감 실적

롯데쇼핑은 연간 에너지 사용목표 수립 및 관리를 통해 지속적으로 에너지 절감 성과를 거두고 있습니다.

롯데쇼핑은 2009년 연간 약 885,890MWh의 전력을 소비하였습니다. 이는 총 사용량 기준으로 보면 전년대비 약 8.1%(66,290 MWh)만큼의 전력량이 증가한 수치입니다. 그러나 실제로는 백화점 및 마트 사업의 신규 출점으로 인하여 점포수가 9개점 늘어남에 따라 총 사용량이 증가한 것이며, 단위면적당 전력사용량은 지속적으로 감소하고 있습니다. 2009년의 단위면적당 전력사용량은 302kWh/㎡로 전년대비 9.8% 감소한 결과를 보여주고 있습니다. 롯데백화점은 단위면적당 전력사용량을 2008년 557kWh/㎡에서 2009년 545kWh/㎡으로 약 2.3% 절감하였습니다. 또한 롯데마트는 2008년 223kWh/㎡에서 2009년 194kWh/㎡으로 약 13.0%를 절감하였습니다.

| 전력 사용량 |



전력 사용량

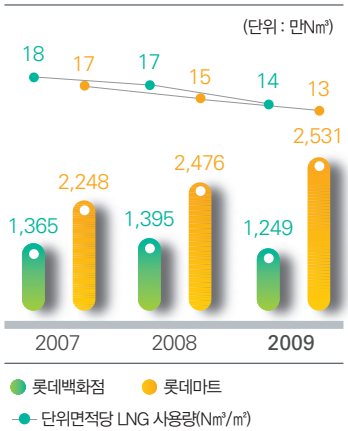
항목	롯데백화점			롯데마트		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
점포수	24	26	29	42	50	56
총 전력 사용량(MWh)	436,892	458,005	493,892	319,600	361,595	391,998
단위면적당 전력 사용량(kWh/㎡)	568	557	545	239	223	194

*전력 사용량, 연료 사용량, CO_2 배출량 등에는 매장 뿐 아니라 후방시설과 주차장 등의 에너지 사용량이 포함되어 있습니다. 그러나 단위당 사용량을 산정하는 면적 기준에서는 백화점은 주차장을 제외하고 마트는 주차장을 포함하고 있습니다. 현재 두 사업부가 자체적 관리 기준에 따라 목표관리를 하고 있으므로 올해 보고서에서는 각 사업부 실적을 별도 표시하였으며, 향후에는 온실가스 인벤토리 구축 과정에서 배출원 산정 및 데이터 관리 기준을 정확히 통합하여 보고할 수 있도록 하겠습니다.

연료 사용량 절감

롯데쇼핑은 점포 운영시 하절기 및 동절기 매장내 냉난방 및 식당가의 취사용으로 LNG를 사용하고 있습니다. 2009년 롯데쇼핑은 총 사용량 기준으로 85개 점포에서 약 3,780Nm³의 LNG 가스를 사용하였습니다. 이는 전년대비 약 2.4% 감소된 수치입니다. 단위면적당 사용량은 이보다 더 절감하여 2008년 16Nm³/㎡ 대비 13Nm³/㎡ 으로 약 18.4% 절감한 것으로 나타나고 있습니다. 롯데백화점은 단위면적당 LNG 사용량을 2008년 17Nm³/㎡ 에서 2009년 14Nm³/㎡ 으로 18.8% 절감하였으며, 롯데마트는 2008년 15Nm³/㎡ 에서 13Nm³/㎡ 으로 17.7% 절감하였습니다.

| 연료 사용량 |



연료 사용량

항목	롯데백화점			롯데마트		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
점포수	24	26	29	42	50	56
총 LNG 사용량(만Nm³)	1,365	1,395	1,249	2,248	2,476	2,531
단위면적당 LNG 사용량(Nm³/㎡)	18	17	14	17	15	13

온실가스 발생량 저감

온실가스 인벤토리 시스템 구축을 위한 당사의 배출원별 온실가스 배출량을 산정한 결과는 다음과 같습니다. 90% 이상은 매장의 전력 사용에서 나오는 간접배출이며, 나머지 6~7% 정도는 냉난방에서 사용되는 연료의 연소에서 발생하고 있는 것으로 파악됩니다.

2009년 롯데쇼핑은 약 432,157ton의 온실가스를 배출하였는데, 이는 전년대비 24,311ton이 증가한 수치입니다. 그러나 에너지 절감 및 연료 사용 절감에 대한 지속적인 관리를 통해 단위면적당 온실가스 배출량은 매년 감소하고 있는 추세입니다. 2009년 롯데쇼핑의 단위면적당 온실가스 발생량은 147.5kg/㎡으로 전년대비 11.6% 저감된 실적입니다. 롯데백화점은 단위면적당 CO_2 배출량을 2008년 274kg/㎡에서 2009년 262kg/㎡으로 4.6% 줄였으며, 롯데마트는 2008년 112kg/㎡에서 2009년 96kg/㎡으로 약 14.3% 줄였습니다.

온실가스 배출원

(단위 : ton)

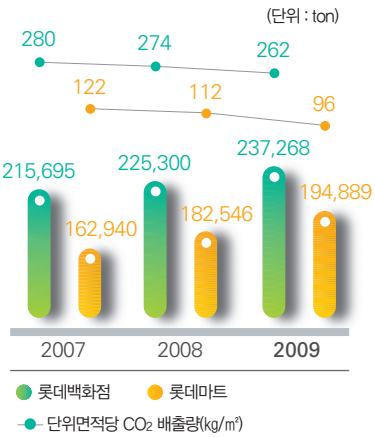
	구성비	배출원
직접배출(scope 1)	6.9%	
고정연소배출	6.9%	LNG(냉난방 및 식당가 취사용) 및 경유(발전기 운전)
탈루배출	0.0%	CO_2 소화기 탈루 배출
간접배출(scope 2)	93.1%	
구매전력	93.1%	전력 사용량
합계	**100.0%**	

CO_2 발생량

항목	롯데백화점			롯데마트		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
점포수	24	26	29	42	50	56
CO_2 배출량(ton)	215,695	225,300	237,268	162,940	182,546	194,889
단위면적당 CO_2 배출량(kg/㎡)	280	274	262	122	112	96

*CO_2 배출량 환산계수 : 에너지관리공단자료 활용(http://co2.kemco.or.kr/directory/toe.asp)
전력 1kWh 당 0.00044tCO_2, LNG 1N㎥당 0.00223tCO_2

| CO_2 발생량 |



친환경 설비 도입을 통한 에너지 절감

대부분의 온실가스 배출이 전력 사용으로 인한 간접배출인 만큼, 롯데쇼핑에서는 전력 사용량을 줄이는 활동을 통해서 가장 큰 감축 효과를 얻을 수 있습니다.

▶ 전력 절감장치

롯데쇼핑은 2008년부터 점포의 공조 모터와 냉각수 순환펌프 등에 전력 절감 장치인 인버터 시스템을 시공하였습니다. 인버터 시스템은 동력 부하를 사용량에 적합한 회전수로 제어함으로써 운전전력 절감 및 운전효율 개선 효과를 가져옵니다. 백화점은 2008년 10개점, 2009년에 7개 점포에 이 시스템을 적용하였으며, 마트는 총 46개점에 인버터를 설치하였습니다. 인버터 설치시 년간 전력 사용량의 5% 가량을 절감할 수 있습니다.

▶ 고효율 LED 조명 설치

백화점은 타 유통업태에 비해 매장 내 조명 사용으로 인한 전력 사용량이 크다고 할 수 있습니다. 롯데백화점은 2008년부터 매장 내 조명을 고효율 LED램프로 교체하고 불필요한 지역의 조명을 제거하고 있습니다. 2010년에는 할로겐램프 4만 5천 개를 고효율 제품으로 교체하여(50W→5.5W) 년간 약 7억 원의 에너지 비용 절감을 예상하고 있습니다. LED 조명 사용으로 전력 사용량의 약 1.6%를 절감할 수 있습니다. 롯데마트는 2009년부터 신규 오픈 점포의 건물외부 사인/광고탑, 유아 휴게실, 화장실 등 매장 외의 공간에 LED조명을 도입하였으며, 2010년부터는 매장과 문화센터에도 LED 조명을 확대하여 2013년까지 롯데마트 내 모든 조명을 LED조명으로 교체할 계획입니다.

▶ 고효율 냉동기

에너지 절감과 함께 냉방효율 개선 효과를 가져오는 고효율 냉동기를 설치하고 있습니다. 2009년에는 롯데백화점 광복점에 2대를 설치하였으며 2010년에는 영등포점에 설치 예정입니다. 고효율 냉동기 교체로 전력 사용량의 약 4.1%를 절감할 수 있습니다.

신재생 에너지 시설 설치

▶ 태양광 발전

롯데마트는 태양광 발전시설을 이용하여 각 점포에서 전기 생산이 가능하도록 하고 있습니다. 2010년 2월 현재까지 전국 14개 점포에서 태양광 발전설비를 구축하여 유통업에 있어 신재생 에너지를 통한 발전설비의 확대에 앞장서고 있습니다. 롯데마트 14개점 태양광 발전설비의 총 규모는 약 1.3MW 규모로, 이를 통해 생산되는 전력은 년간 1,700MW이며, 이는 약 600가정이 매년 사용하는 규모로, 온실가스를 720ton 저감시키는 효과입니다. 롯데마트에서는 지속적으로 기타 점포에도 태양광 발전설비를 확대 적용 및 기타 신재생에너지 설비 도입을 추진하고 있습니다.

설치 점포

●

평택점, 서대전점, 춘천점, 부산 사상점, 부산 사하점, 구미점, 울산 진장점, 광주 첨단점, 광주 상무점, 익산점, 상무점, 군산점, 목포점, 정읍점

▶ 태양열 발전 시설

롯데백화점 노원점에는 2008년 8월 국내 백화점 최초로 친환경 에너지인 태양열 에너지 시설을 설치하였습니다. 옥상에 설치된 평판모듈을 통해 점포 내 식당가와 화장실 등에서 사용하는 온수 약 3,150ton을 생산할 수 있으며 년간 750만 원의 에너지 절감 효과가 있습니다. 특히 이 시설은 노원점 옥상공원과 연계하여 방문고객과 어린이들에게 환경 체험학습의 공간으로도 활용되고 있습니다.

- 롯데마트 평택점 태양광 발전
- 태양광시설 안내포스터

에너지 절감 캠페인

롯데백화점과 롯데마트는 에너지 소비가 많은 하절기(6~8월)에 각 건물의 에너지 사용량을 줄이고 절감한 금액을 모아 소외계층을 위한 신재생 에너지 보급사업을 지원하는 캠페인을 진행하고 있습니다. 에너지 절감을 위해 전국의 점포에서 냉방온도 조절, 조명 소등시간 조정 등에 대한 기준을 마련하고 점검 활동을 하고 있습니다.

에너지 절감 활동 점검사항

점검대상	점검내용
매장	표준 점 · 소등 스케줄에 의한 조명제어, 폐점후 필요 부분만 점등(공사 · 행사준비 등) 냉 · 난방 운영기준에 의한 실내온도 유지, PC · OA기기 · 집기조명 전원차단 및 콘센트 분리
사무실	팀 · 담당별 사무실 에너지관리 책임자 정 · 부 운영, 조명 · OA · 전열기기 소등 및 전원차단, 콘센트 분리, 식사시간 실내 조명 소등
주차장	층별 순차적 입차 유도로 주차구역별 점등, 자연채광 가능한 지역은 주간 소등, 주차장 배기설비 가동 기준 준수
창고 · 후방	창고 담당자 소등 확인, 격등제 실시 및 미사용 공간은 전체 소등
외부조명	가로등 · 쇼윈도 등 외부시설 단계별 제어

ECO STORE

롯데마트는 신규 오픈점을 대상으로 신재생 에너지 발전 설비와 환경 친화 마감자재, 에너지 고효율 설비를 적용하여 'ECO STORE'를 지속적으로 확대하고 있습니다. 2009년 6월 ECO STORE 1호점 평택점의 오픈을 시작으로 2009년 11월에 2호점 정읍점, 2010년 2월 3호점 춘천점을 오픈하였습니다. ECO STORE는 점포에서 발생하는 탄소 배출을 줄이고 고객들에게는 쾌적한 쇼핑환경을 제공하고 있습니다.

▶ ECO STORE에 적용된 요소

- 태양광 발전설비 : 옥상 주차장에 태양광 발전설비를 설치하여 전력을 생산하고 있습니다. 평택점에는 29kW, 정읍점에는 167kW, 춘천점에는 49kW의 설비를 설치하여 발전을 하고 있습니다.
- 하이브리드 가로등 : 낮 시간의 태양광과 풍력에 의하여 발전된 전기를 저장하여 밤에 조명을 밝히는 하이브리드 가로등을 건물 외부 공개공지에 설치하였습니다.
- LED , T5 조명 : 건물 외부 Sign, 광고탑과 유아 휴게실, 화장실 등에 전력 소요량이 적은 LED 조명등을 설치하였으며, 식품매장 및 매장 후방에 고효율 형광등(T5)을 설치하였습니다.
- 자연채광 등 : 외부의 태양빛을 건물 내부로 끌어들여 채광이 가능하도록 자연 조명등을 설치하여 낮 시간의 전등 사용을 줄이고, 고객에게 보다 따뜻한 자연의 환경을 제공합니다.
- 친환경 매장 마감재 : 매장 내부의 바닥, 벽체, 천정 마감재 등에 고객의 건강과 쾌적한 쇼핑공간을 위하여 친환경 마감재를 사용합니다.
- 고효율 설비 : 점에서 사용되는 전기,가스 등의 에너지 사용량을 줄이기 위해 인버터, 자동제어 설비 등을 도입하고 있습니다.
- 친환경 고객쉼터 : 고객이 편하게 쉴 수 있도록 자연환경의 분위기를 조성한 친환경 고객쉼터를 조성하였습니다.

▶ 친환경 건축물 인증

롯데마트 춘천점은 건축물 설계와 시공에 있어서 태양광 발전설비, 에너지 절약시설의 계획, 친환경 및 재활용 자재 사용 등을 사용하여 정부 인증 기관으로부터 친환경 건축물 우수 등급 인증을 취득하였으며, 향후 창원 중앙점에도 친환경 건축물 인증을 추진하는 등 기타 신규점에도 지속적으로 확장 도입하고자 계획하고 있습니다.

옥상 녹화 사업

롯데백화점 일산점, 노원점, 센텀시티점 옥상에는 "자연생태공원"이 조성되어 있습니다. 2006년 개장 당시 국내 최대 옥상 생태공원으로 최다 수종을 식재한 일산점 자연생태공원은 조성 목적인 "주변의 자연과 조화를 이루는 생태징검다리"의 모습에 더욱 충실해졌습니다. 2007년 가을에는 일본 도시녹화기술 개발기구'가 주관하는 '2007 옥상, 벽면, 특수녹화기술 컨테스트(이하 옥상 컨테스트)'에서 도시녹화기술 개발기구 이사장상을 수상하기도 했습니다. 롯데백화점의 옥상 공원은 일반적인 가든형 옥상과 달리 생태계 순환을 고려한 Biotope 생태공원으로 조성되어, 고객, 직원에게 생태 휴식 공간을 제공하고 어린아이들의 환경 체험교육의 장으로 활용할 수 있어 활용도가 높으며, 도시의 열섬 현상을 막아주고 건물의 에너지 효율을 약15% 이상 개선하여 온실가스 배출을 감소하는 효과가 탁월합니다.

• 옥상공원

환경 영향 최소화 – 수자원

백화점과 마트에서 소비되는 물은 대부분 매장내 고객용 화장실, 식품매장, 또는 식당가에서 사용됩니다. 직원들과 고객들을 대상으로 수자원 절약 캠페인을 펼치고 중수 및 빗물 활용 시스템을 활용하여 총 수도사용량을 줄여가고 있습니다.

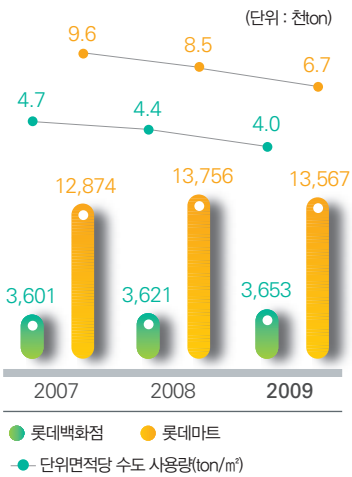
수도 사용량 현황

롯데쇼핑의 2009년 연간 총 수도 사용량은 17,220천ton입니다. 이는 전년대비 약 0.9% 감소한 수치입니다. 외형적인 확장(점포수 9점 증가)을 감안한다면 단위당 수도 사용량은 약 16.9% 감소한 것으로 수자원 절약과 재활용 노력이 성과를 거두고 있는 것을 확인할 수 있습니다. 롯데백화점은 단위당 수도 사용량을 2008년 4.4ton/㎡에서 2009년 4.0ton/㎡으로 약 9.1% 절감하였으며, 롯데마트는 2008년 8.5ton/㎡에서 2009년 6.7ton/㎡으로 약 21% 절감하였습니다.

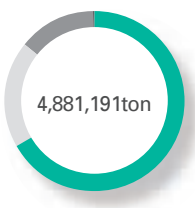
수도 사용량

항목	롯데백화점			롯데마트		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
점포수	24	26	29	42	50	56
총 수도 사용량(천ton)	3,601	3,621	3,653	12,874	13,756	13,567
단위면적당 수도 사용량(ton/㎡)	4.7	4.4	4.0	9.6	8.5	6.7

| 수도 사용량 |



| 롯데백화점 재생용수 활용 현황 |



시수	3,260,037ton	66.79%
중수	929,938ton	19.05%
지하수	690,227ton	14.14%
빗물	989ton	0.02%

▶ 재생용수 활용 시설

롯데백화점은 중수시설을 통한 물 재활용, 물 절약 캠페인 등을 통해 수자원 절약을 실천하고 있습니다. 현재 재생용수 활용량은 전체 사용량의 약 33% 입니다. 2010년에는 중수시설 미비 점포에 대해 빗물 저장소를 시범 설치하여 운영한 후 적용 점포를 확대할 계획입니다. 2010년 6월에 상인점, 2010년 10월에 아울렛 김해점에 각각 100ton 용량의 빗물 저장소를 설치하여 화장실, 조경용수, 청소용수 등으로 활용할 계획입니다.

환경 영향 최소화 – 폐기물

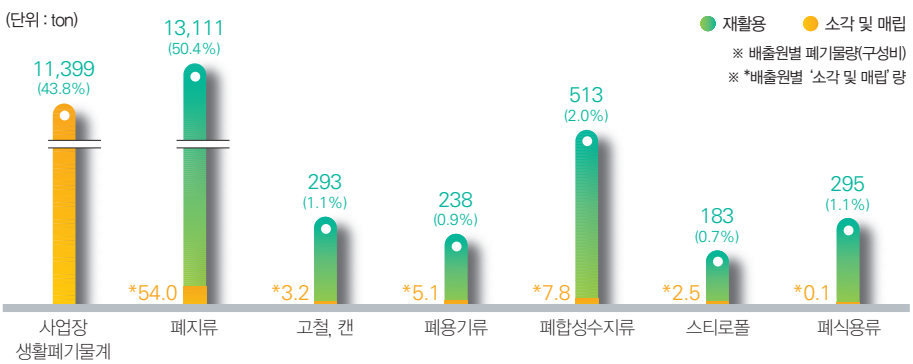
롯데쇼핑에서 배출하는 폐기물은 대부분 매장 운영에서 나오는 생활계 폐기물입니다. 철저한 분리 배출로 매년 총 발생량의 55% 가량을 재활용하고 있습니다.

폐기물 관리

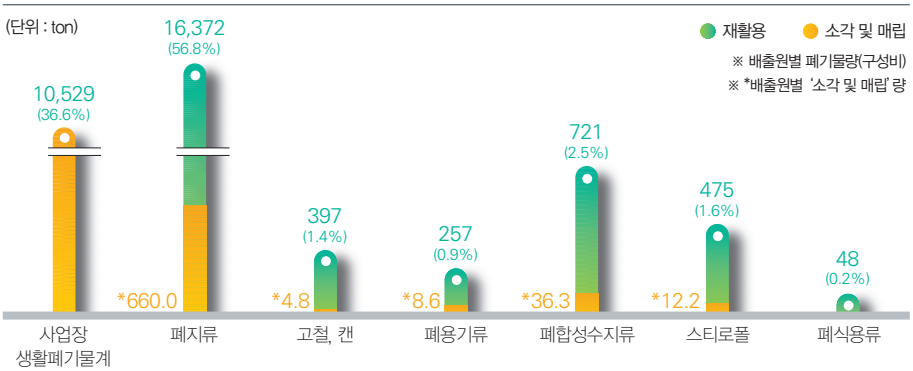
롯데백화점에서는 작년 연간 약 26,030ton의 폐기물을 배출했습니다. 이중 대부분의 폐기물은 사업장에서 발생한 생활폐기물(11.399ton, 43,8%) 및 폐지류(13,111ton, 50.4%)였습니다. 롯데백화점은 철저한 관리를 통해 연간 배출되는 폐기물 중 약 14,559ton의 폐기물을 재활용하고 있습니다. 이는 재활용이 가능한 폐기물(사업장 생활폐기물계 제외)의 약 99.5%에 해당하는 높은 수치입니다. 한편 롯데마트에서는 지난 한해 약 28,799ton의 폐기물을 배출했습니다. 대부분의 폐기물은 백화점에서와 같이 생활폐기물(10,529ton, 36,6%) 및 폐지류(16,372ton, 56.8%)였습니다.

롯데마트는 연간 배출되는 폐기물 중 약 17,548ton의 폐기물을 재활용하고 있으며, 이는 롯데백화점과 마찬가지로 약 96.0%에 해당하는 높은 수치라고 볼 수 있을 것입니다.

| 롯데백화점 폐기물 배출 및 재활용 현황(2009년) |



| 롯데마트 폐기물 배출 및 재활용 현황(2009년) |



포장재 줄이기

소비재 유통 과정에서 불필요한 포장으로 인해 많은 자원이 낭비되며 또한 폐기물로 남게 됩니다. 롯데쇼핑은 포장재 줄이기 협약을 통한 생산 업체들의 포장 간소화 유도, 자체 포장 상품의 2, 3차 포장 제거, 쇼핑백 줄이기 캠페인 등을 통해 포장재로 인한 환경 영향을 최소화하고자 노력하고 있습니다.

포장재 줄이기 협약 참여

롯데백화점과 롯데마트는 2008년부터 환경부와의 '판촉용 포장재 줄이기 자율적 협약'에 참여하여 포장물 감축을 적극 실천하고 있습니다.

▶ '그린 마일리지 캠페인'

롯데마트는 판촉용 2차 포장재를 제거하기 위한 '그린 마일리지 캠페인'에 적극 참여하고 있습니다. '그린 마일리지 캠페인'은 제품의 번들판매와 판매촉진을 위해 활용하던 불필요한 2차 포장재를 제거하여 자원의 효율적인 활용을 유도하고, 환경을 보호하기 위한 캠페인입니다. 롯데마트는 '그린 마일리지 상품'을 구매한 고객들에게 기존 0.5%씩 적립해 주는 롯데멤버스 포인트를, 4배인 2%까지 확대 적립하여 환경보호와 자원절약에 동참한 고객들에게 혜택을 돌려주고 있습니다. 또한, '그린 마일리지 상품'의 판매 확대를 위해 '다다익선'(추가 포장없는 상품을 여러개 구매시 패키지 가격으로 할인) 등의 다양한 프로모션을 함께 진행하고 있습니다.

롯데마트는 2009년 한 해 동안 지속적인 그린 마일리지 캠페인을 전개하여, 약 48억 원의 '그린 마일리지 상품'을 판매하였으며, 총 9천 7백만 원의 그린 마일리지를 고객들에게 적립해 드렸습니다.

그린마일리지 적립액

97백만 원

그린 마일리지 실적

(단위 : 백만 원, %)

상품군	매출액	그린 마일리지 적립액	구성비
식품	2,394	48	49.4
세제 및 위생용품	2,302	46	47.5
주방용품	120	2	2.5
의류	33	1	0.7
Total	4,849	97	100.0

▶ 과대포장 관리지침 마련

롯데백화점은 상품군별 2차 포장을 제거하고, 추석과 설 등의 선물 상품 구성시의 과대 포장 방지를 위한 포장 관련 지침을 마련하여 배포하였습니다. 또한 추석 선물 판매 기간 중 화장품 및 주류 상품군의 포장 기준 준수에 대한 점검을 실시하였습니다.

상품군별 포장 관리 기준

제품 종류	포장공간비율	포장회수
가공식품 및 건강보조식품	15%이하	2차이내
음료	10%이하	1차이내
주류	10%이하	2차이내
화장품류	10%이하	2차이내
세제류	10%이하	2차이내
신변잡화류	30%이하	2차이내
와이셔츠, 내의류	10%이하	1차이내
종합제품(개별 상품을 모아서 함께 포장한 상품)	25%이하	2차이내

▶ 친환경 포장재 사용

롯데마트는 2005년부터 조리식품 포장에 생분해성인 PLA 재질로 만들어진 용기를 사용하고 있으며, 자연 재료인 종이 용기 사용도 확대하고 있습니다. PLA 트레이는 옥수수전분으로 제작되어 기존의 발포 트레이보다 20~50% 화석연료 사용을 절감할 수 있으며, 폐기물 처리과정에서 발생하는 유해물질을 줄일 수 있습니다. 또한 2009년 추석부터 과일 선물세트에 스티로폼 대신 재생용지와 종이를 사용한 패키지를 도입하였으며, 2010년 설부터는 유통업계 최초로 과일 선물세트 전품목으로 확대 운영하고 있습니다.

롯데백화점도 식품매장에서 즉석식품, 축산물 등을 담기 위해 사용하는 플라스틱 일회용기를 모두 옥수수 전분을 원료로 한 생분해성 용기로 교체하였습니다. 특히 일회용 포장용기가 많이 사용되어 오던 명절 선물세트 구성시 기존의 플라스틱 용기 대신 옥수수 용기를 사용하고 있으며, 양념육이나 게장 등 일회용 플라스틱 항아리 등에 담아 판매하던 상품의 경우에도 가정에서 일반적으로 사용하는 냉장고용 밀폐용기에 담아 판매함으로써, 버리지 않고 재활용이 가능하도록 했습니다.

친환경 상품 유통 확대

생산과 소비를 잇는 유통기업에 있어서 이해관계자들에게 가장 직접적이고 중요한 영향을 미치는 것은 친환경 상품 유통의 확대입니다. 롯데쇼핑은 친환경 · 유기농 상품 전문 매장 확대, 친환경 PB 상품 개발, 친환경 상품 인증 라벨 제도 운영 등을 통해 매장에서 판매하는 친환경 상품의 비중을 늘려가고 있습니다. 또한 일반적인 기업 활동에 사용하는 구매 물품에 대해서도 녹색 구매를 확대하고 있습니다. .

친환경 PB 상품 개발

롯데마트는 2009년 3월 국내 할인점 최초로 친환경 컨셉로고인 '에코스마일'을 론칭하여 고객의 '착한 소비'를 돕기 위한 정보를 제공하고 있습니다. 또한 정부차원의 친환경 녹색경영의 일환으로 운영되고 있는 탄소성적 표시인증을 PB제품으로 확대하였습니다.

▶ '에코스마일'

"Eco-Smile"이란 환경보전을 의미하는 "Ecology"와 미소를 의미하는 "Smile"의 합성어이며, 로고는 자연과 사람이 어우러진 지구를 형상화한 것으로 소비자들이 친환경 상품을 좀더 쉽게 구별하고 선택하는데 도움을 주기 위해 개발된 롯데마트 자체 브랜드입니다. 포장재 절감, 내츄럴 원재료, 공해물질저감, 저탄소인증, 공정무역 상품 등 환경친화적인 롯데마트 PB 상품에 표기되어 있습니다.

롯데마트 친환경 캠페인
Eco-Smile
지구를 건강하게,미래를 풍요롭게

• 에코스마일 로고

롯데마트는 2008년부터 친환경 PB 상품개발을 본격적으로 시작하여 2009년 '에코스마일' 론칭과 함께 친환경 PB 상품을 크게 확대, 2009년말까지 누계 기준 총 212개의 환경친화적 PB 상품을 개발하였습니다. 제품에 투입되는 원재료 자체에 환경오염 요소를 줄인 유기농 인증 농산물/가공식품/의류 등 무농약 제품과 자연상태에서 분해가 빠른 생분해 플라스틱(PLA)소재를 제품에 적용한 주방/일회용품/치솔, 불필요한 자원낭비를 막기 위해 재생 우유팩을 사용한 화장지, 성장이 빠른 대나무를 사용하여 벌목을 최소화로 줄인 주방용품, 자연 추출물을 사용하여 오염물질 생성을 억제한 천연성분 주방세제 등 다양한 소재와 방법으로 친환경 PB 상품을 개발하고 있습니다. 아울러 정부에서 운영하고 있는 탄소성적표시제에도 적극 참여하여 현재 7개 품목 12개 제품에 대해 탄소배출량 인증을 획득하였습니다.

향후 롯데마트는 환경 친화적 '에코스마일' PB 상품 개발을 지속확대함은 물론, 국내 최초로 의류 품목에 탄소성적표지 인증을 획득을 목표로 준비 중에 있으며, 나아가 환경 문제 해결을 넘어 저개발 국가의 정당한 노동 댓가를 지불하는 공정무역상품(Fair Trading) 을 동업계 최초로 PB화 하여 곧 출시할 예정입니다.

친환경 PB상품 개발

212품목

롯데마트 친환경 PB 상품 현황

(단위 : SKU)

친환경 요소	구분	2009년 실적	2010년 계획	개발 누계
친환경 원재료	천연 재료, 재생 원료, 대나무 펄프 화장지 등	84	16	100
유기농	유기농 야채, 과일, 곡물, 계란, 녹차 등	59	19	78
친환경 포장	생분해성 포장 재활용 포장재, 인쇄도수 절감	68	5	73
환경 인증	탄소 인증(29), 공정무역(6)	1	35	36
계		212	75	287

친환경 인증 기관 지정

롯데마트에서는 식품의 안정성 확보에서 한 걸음 더 나아가 농업으로 인한 환경 오염을 줄이고, 환경 보전 기능을 증대시키는 동시에 믿을 수 있는 친환경 농산물 생산 · 공급 체계 확립을 위해 친환경 농산물 확대에도 힘을 기울이고 있습니다. 2009년 12월 친환경영농팀을 발족하여 친환경 인증기관 사업계획서를 제출하고 국립 농산물 품질 관리원의 엄격한 심사를 거쳐 2010년 2월 3일 친환경 인증기관 제59호로 지정되었습니다. 이를 바탕으로 롯데마트에서는 2010년 18개 품목의 친환경 인증을 목표로 사업 활성화를 추진중이며, 2009년 549억 원의 실적을 올린 친환경 상품의 매출을 2010년에는 653억 원까지 확대할 계획입니다.

친환경 상품 매출 현황

(단위 : 건, 억 원)

구분	2009년 실적			2010년 계획			
	인증품목	인증건수	매출실적	인증품목	인증건수	매출실적	신장율(%)
GAP*	19	14	48	27	36	57	18.2
친환경	-	-	549	18	18	653	19

*GAP(Good Agricultural Practices)
농산물 우수관리제도는 생산단계부터 수확 후 포장단계까지 농산물에 잔류할 수 있는 농약, 중금속 또는 유해생물 등의 위해 요소를 관리하고 그 관리사항을 소비자가 알 수 있게 하는 체계입니다.

롯데 그린 라벨 도입

롯데백화점은 의류업계 환경경영 확산과 친환경 패션 상품 활성화를 위한 그린 라벨 제도를 시범 도입하였습니다. 국가가 지원하는 친환경 상품 마크 인증제도와 Good Recycle 마크 인증제도는 주로 공산품 중심의 규격으로 이루어져 백화점의 주력 상품인 의류와 식품에는 적용되지 않는 경우가 많았습니다. 롯데백화점의 '그린 라벨 제도'는 의류 상품을 대상으로 개발된 국내 최초의 친환경 그린 라벨 제도이며, 친환경 의류에 대한 가이드라인이 취약한 국내 의류업계에 유통업체가 친환경 스탠다드를 제시한 최초 사례입니다.

'롯데 그린 라벨 인증제'는 상하반기 각 1회씩 총 2회에 걸쳐 환경 경영 실천 협력회사가 판매하는 상품을 대상으로 친환경성을 검증하여 요구수준을 만족시키는 친환경 우수 제품에 그린 라벨을 부여하는 제도입니다. 기업의 환경 경영 실천 수준은 ISO14001, 오가닉 코튼 인증 등 국제 환경 인증 수준, 친환경 상품 관련 정책 등을 기준으로 평가하며, 상품의 친환경성은 포름알데히드, 중금속 등 환경 유해성과 염색견뢰도를 비롯한 품질 우수성, 라벨표시 적법성 등을 검증하며, 유럽과 한국의 기준을 100% 만족해야만 합격 판정을 받을 수 있도록 하였습니다. 롯데백화점은 합격 판정을 받은 상품에는 롯데백화점 '그린 라벨'을 부착하여 소비자에게 상품의 우수성을 알리고 있으며, 그린 라벨을 부여받은 기업에 대해 인센티브를 줄 수 있는 제도적 지원을 마련할 예정입니다.

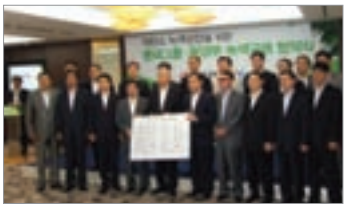
• 그린 라벨 로고
• 친환경 매장 푸름

에코숍 운영

롯데백화점은 친환경 상품 중에서도 디자인이 우수하고 품질이 뛰어난 소품, 완구, 문구, 의류 등을 엄선하여 소개하는 '에코숍'을 운영하고 있습니다. 2008년 본점 8층에 에코숍 1호점을 오픈하였으며, 2009년에는 잠실점에 2배 규모의 2호점을 추가로 오픈하였습니다. 롯데백화점은 에코숍에서 친환경 상품 판매를 통해 발생하는 수익을 다시 환경기금으로 적립하여 다양한 환경 캠페인에 사용하고 있습니다.

에코숍 상품 현황

구분	유아용품	친환경 의류	태양광 완구	조류 인형	생활용품
비중	40%	30%	10%	10%	10%
주요 상품	황토염색 유아용품 원목 소재 완구	유기농 면 의류 쐐기풀 활용 의류	건전지가 필요없는 태양광 완구	자연 새소리를 담은 인형 영국 왕립 조류협회 제품	이상봉 작가 소품 이철수 판화가 소품

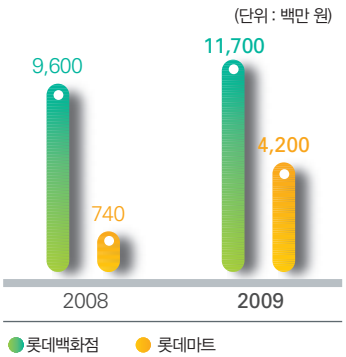


- 에코숍
- 녹색구매 자발적 협약식

녹색구매

롯데백화점과 롯데마트는 구매활동시 환경 유해물질이 들어있지 않으며 환경인증을 획득한 제품을 우선적으로 구매하는 '녹색구매' 정책을 시행하고 있습니다. 롯데백화점은 2006년 12월부터 환경부와의 '녹색구매 자발적 협약'에 참여하여 녹색구매에 대한 가이드라인을 마련하고 환경인증상품 구매 확대를 위해 노력하고 있습니다. 2009년 총 117억 원의 녹색구매를 시행하였으며 전년보다 약 10% 증가한 금액입니다. 롯데마트는 2009년부터 이 협약에 참여하여 총 42억 원의 녹색구매를 시행하였으며, 이는 2008년 대비 약 467% 신장한 수치입니다.

| 녹색구매 이행 실적 |



| 녹색구매 품목 확대 |

- 롯데백화점과 롯데마트는 친환경 인증마크를 획득한 전단용지와 재생지를 사용한 명함을 도입하여 녹색구매를 실천해 나가고 있습니다. 현재 롯데마트의 녹색구매 품목에는 수성페인트, 주방세제, 모니터, 컴퓨터 뿐만 아니라 고객용 종이타올과 롤티슈까지 확대되어 있으며, 내부적으로는 친환경 인증을 받은 사무용 화일류를 사용함으로서 전 직원이 녹색구매에 동참하고 있습니다.
- 롯데마트는 명절용 선물 포장박스를 환경호르몬을 만들어내는 MDF 합판에서 종이재질로 변경하여 제작하였으며, 이는 녹색구매 확대의 커다란 발판이 되었습니다.
- 롯데마트는 반영구적으로 사용이 가능한 광고용 소도구를 개발하여 매장에서 사용되는 우드락(스티로폼의 일종) 대신 종이를 사용할 수 있게 하였습니다. 이를 통해 롯데마트는 매달 폐자재로 발생되었던 우드락을 80% 이상 줄였으며, 년 1억 원의 비용을 절감하는 일석이조의 성과를 거두었습니다.

그린 파트너십

롯데쇼핑과 같은 유통업체에 있어서는 상품을 공급하는 협력회사들이 환경경영에 동참하는 것이 무엇보다 중요합니다. 점포 운영 자체에서 발생하는 환경영향도 있지만 협력회사들의 상품 생산에서 물류까지의 단계에서 발생하는 2차적인 환경영향도 매우 큰 비중을 차지하기 때문입니다. 따라서 롯데쇼핑은 협력회사로 환경경영을 확산하는 일에도 노력을 기울이고 있습니다.

그린 파트너십

롯데백화점은 2007년부터 2009년까지 '협력회사 그린 파트너십' 프로젝트를 진행하였습니다. 지식경제부의 후원으로 진행한 이 프로젝트에는 각 상품군별 대표 협력회사 22개사가 참여하였으며, 전 협력회사의 환경경영 확산을 목표로 '환경경영 시스템 구축', '청정생산 프로세스 구축', '그린 마케팅 홍보툴 개발' 등에 대한 지원이 이루어졌습니다.

• 그린 파트너십

▶ 그린 파트너십 프로젝트 성과

환경경영 시스템 구축

롯데백화점은 프로젝트 참여기업들이 환경경영 시스템을 구축할 수 있도록 전문 컨설팅을 지원하였습니다. 그린 파트너십 프로젝트를 통해 총 18개의 협력회사가 국제환경경영 시스템 인증(ISO14001)을 획득하였습니다.

지속가능성보고서 발간

비재무적 요소의 파악과 분석 시스템을 갖출 수 있도록 컨설팅을 진행하고 지속가능성보고서 제작을 위한 제작비를 지원하였습니다. 총 11개사가 "지속가능성보고서"를 발간하였습니다.

생산, 물류 프로세스 개선

에너지 절약, 폐기물 절감, 수송 및 보관 프로세스의 개선을 통한 원가절감을 지원하고 있습니다. 총 4개 기업의 청정 물류 개선 과제를 도출하여 개선하기 위한 로드맵을 확정하였으며, 에너지 절감을 위한 개선 계획을 수립하였습니다.

환경경영 메뉴얼 제작

그린 파트너십 프로젝트는 프로젝트에 참여한 22개 기업에만 혜택을 주는 캠페인이 아니며, 롯데백화점과 함께 하는 1,500여 협력회사 모두를 위한 상생 프로젝트입니다. 롯데백화점은 각 상품군별 환경경영 체제 도입을 위한 표준화 작업을 진행하여 '의류산업 친환경 메뉴얼', '친환경 단체급식 매뉴얼', '친환경 청소 매뉴얼'을 제작하여 롯데백화점과 거래하는 700개 의류 제조업체 및 급식, 청소 업체에게 무료로 배포하였습니다.

협력회사 Green School 운영

환경의식 제고와 환경경영 이해를 위한 동료사원 그린 스쿨을 전국 순회 진행하여 총 2,500여 명의 동료사원들이 과정수료를 마쳤습니다. 또한 사이버 교육과정을 제작하여 협력회사 임직원들이 쉽게 환경정보를 접할 수 있도록 하였습니다.

소비자를 위한 환경정보 제공

소비자들과 협력업체에게 친환경 정보를 전달하는 롯데그린 홈페이지(www.lottegreen.co.kr)를 개발하여 고객에게는 친환경 상품에 관한 정보를 제공하고 협력업체에는 제품 친환경성을 알리는 홍보채널의 역할을 할 수 있게 하였습니다. 또한 환경경영을 실행하는데 필요한 각종 서식과 자료를 제공하여, 협력업체 직원들에게도 도움이 될 수 있도록 구성되었습니다.

그린 라이프스타일 캠페인

롯데쇼핑은 연간 수억 명에 이르는 많은 소비자들과 만나는 곳으로, 일상의 소비 패턴이나 라이프스타일과 밀접한 관련이 있으며 큰 영향을 끼치기도 하는 공간입니다. 롯데쇼핑은 다양한 친환경 캠페인을 통해 누구나 쉽게 실천할 수 있는 친환경 생활을 제안하고 있습니다. 또한 어린이 환경교육 프로그램 운영, 기후변화 체험전 후원 등을 통해 미래세대인 어린이들이 환경에 대한 의식을 키워갈 수 있도록 돕고 있습니다.

쿨비즈 웜비즈 캠페인

롯데백화점은 매년 여름을 앞두고 '쿨비즈 캠페인 패션쇼'를 개최하고 있습니다. 쿨비즈 캠페인은 여름철 직장인들이 불필요한 넥타이나 겉옷을 벗고 근무하여 실내 냉방온도를 높이면 약 2℃ 기준 약 200만ton의 이산화탄소 배출량을 줄일 수 있다는 데서 착안한 운동입니다. 롯데백화점은 2005년부터 국내에 쿨비즈 캠페인을 처음 선보인 이후, 에너지 절약과 친환경 라이프스타일을 선도적으로 제안하고 있습니다. 겨울철에는 이와 반대 개념의 웜비즈 패션 캠페인을 진행하고 있습니다. 이같은 캠페인은 의류 생산업체에 쿨비즈 착장에 맞는 상품을 개발하도록 유도하며, 소비자들에게 새로운 패션을 제안하며 결과적으로 사회 전체에 친환경 라이프스타일을 확산하는 효과를 가져오고 있습니다.

롯데마트도 '쿨비즈 캠페인'과 '온맵시 내복입기 캠페인'을 전개하고 있습니다. 겨울철 매장내의 온도를 20℃로 낮추고 매장 및 사무실에 근무하는 직원 모두가 내복입기 캠페인에 동참하는 등 에너지 절감에 앞장서고 있습니다.

• 쿨맵시 패션쇼
• 에코백

에코백 캠페인

롯데백화점과 롯데마트는 일회용 비닐백 사용을 줄이기 위해 환경 장바구니 '에코백'을 보급하는 활동을 하고 있습니다. 롯데백화점은 해마다 직원들이 참여하는 품평회를 통해 세련되고 편리한 디자인으로 개선하며, 매년 40만 개가 넘는 에코백을 보급하고 있습니다.

2004년 에코백 도입 후 2009년까지 약 300만 장의 장바구니를 제작 배포하였으며, 식품매장에서는 장바구니를 가지고 쇼핑하는 고객에게 개당 50원을 할인하는 장바구니 할인 제도를 운영하고 있습니다. 롯데마트는 카트형 장바구니와 에코백을 증정 캠페인을 진행하고 있습니다. 2009년에는 조선일보와 공동으로 환경 캠페인을 진행하면서 이효리가 디자인한 에코백을 8만 개 제작, 배포하여 고객들로부터 큰 호응을 얻은 바 있습니다. 또한, 2009년 한 해 동안 새롭게 오픈하는 신규 점포를 중심으로 총 3만 2천 개의 '장바구니형 핸드카트'를 제작하여 보급하였습니다. 기존 장바구니에 바퀴를 달아 이동이 편리하게 제작된 '카트형 장바구니'는 활용도가 높아 높은 인기를 끌고 있습니다. 2010년에는 바퀴 부분을 강화한 '카트형 장바구니'를 15만 개 이상 제작하여 확대 보급할 계획에 있습니다.

친환경 사은품 증정

프로모션 기간 고객들에게 증정되는 사은품도 친환경 생활을 제안하고 환경에 대한 영향을 줄일 수 있는 친환경 사은품의 비중을 늘리고 있습니다. 그동안 증정한 친환경 사은품으로는 쓰레기 분리 수거함, 자전거 바구니, 친환경 화분 등이 있으며 사은품 증정시에 사용되던 2차 포장재도 제거하고 있습니다.

롯데마트 친환경 사은품 증정 현황

(단위 : SKU)

구분	점포	상품명	수량
2009년	전점	자전거바구니	1,500
	전점	자전거헬멧	1,000
	전점	에코스마일 곽티슈	3,100
	전점	이효리 장바구니	80,000
	전점	자전거	700
	전점	쓰레기 분리수거함	33,500
	전점	행복드림 핸드카드	43,000
2010년	전점	에코스마일 종이컵	550
	전점	친환경 물티슈	300
계			163,650

에코 전단

• 에코 전단

롯데백화점은 연간 5억 부 이상 발행되는 백화점 전단을 친환경화하여 탄소배출을 줄이고 있습니다. 전단 용지에 친환경 인증을 받은 재생용지를 업계 최초로 도입하였으며 인쇄시 공업용 솔벤트 잉크 대신 미국 대두유 협회 인증을 받은 Soy(콩기름) 잉크를 사용하여 환경오염을 최소화하고 있습니다. 친환경 전단 발행은 일반전단보다 20%이상 추가비용이 소요되지만, 일반 전단에 비해 장당 5g의 탄소 배출을 저감해주는 효과가 있으며, 롯데백화점 연간 발행부수 5억 부로 환산하면 연간 2,600ton의 배출량 저감 효과가 있습니다. 또한 2009년부터는 주중에 발행되던 종이전단을 없애는 대신 인터넷 eco 전단으로만 발행하면서 약 7,400만 부의 전단을 줄였습니다. 또한 환경과 소비자 편의를 고려해 전단 사이즈를 줄인 green LOTTE 판형 전단을 발행했습니다. 기존 전단(270X390㎜)보다 크기가 축소(270X320㎜)된 새로운 전단은 종이 절감으로 연간 200ton의 이산화탄소 발생을 줄일 수 있습니다.

'그린슈머' 커뮤니티 운영

롯데마트는 고객과 함께하는 환경 보호 활동에 앞장서고자 2009년 5월 친환경 활동에 관심이 많은 그린슈머(Greensumer)를 대상으로 'Eco Smile Club' 제도를 운영하고 있습니다. 'Eco Smile Club' 회원은 롯데마트의 친환경 상품 구매시 장바구니 추가 50원 할인 혜택을 받을 수 있으며, 분기별 발행되는 Eco Smile DM을 통해 다양한 환경활동 정보와 친환경 상품 정보를 제공 받게 됩니다. 현재 분기 발행되고 있는 Eco Smile DM을 2010년 말까지 격월 발행으로 확대할 예정입니다. 2010년 4월 현재까지 Eco Smile Club에 가입한 회원은 총 7,400명으로 적극적인 회원 유치 활동을 통해 2010년 말까지 총 1만 명의 회원 모집을 목표로 하고 있습니다.

- 에코트리 프로젝트
- 기후변화 체험전

▶ 에코트리 프로젝트

롯데마트는 2009년 5월부터 9월까지, 5개월간 친환경 관련 상품을 구매하신 고객들을 대상으로 '에코 나뭇잎' 이라 불리는 나뭇잎 모양의 스티커를 증정하고, 매장 내 비치되어 있는 '에코트리' 에 부착하는 이벤트를 진행 하였습니다. '에코트리' 에 부착된 '에코 나뭇잎' 은 100매당 1그루의 실제 나무로 적립되었으며, 행사 기간 중 총 8만여 장의 에코 나뭇잎이 모여 총 800그루의 나무를 적립하였습니다. 2010년 3월 롯데마트는 Eco Smile Club 회원 및 일반고객 200분을 초청하여 서울 성동구 소재 서울숲에서 고객이 적립한 나무 800그루와 롯데마트가 추가로 기증하는 400그루를 더해 총 1,200그루의 나무를 심는 행사를 진행하였습니다.

환경 테마 전시 후원

롯데백화점은 2009년 6월부터 8월까지 뉴욕 자연사박물관의 기후변화 체험 전시인 'I Love 지구' 후원을 진행하였습니다. 세계 최대 자연사박물관인 뉴욕 자연사박물관의 이 전시는 기후변화로 위험에 처한 도시 환경을 오감을 사용하는 체험학습을 통해 쉽게 이해할 수 있도록 구성되어 큰 호응을 얻었습니다. 롯데백화점은 행사 후원과 함께 2층 전시관에 당사의 환경경영 성과를 소개하는 특별 전시관을 운영하였으며, 전시 개막 전 본점에서의 pre-체험전 행사, DM을 통한 전시 홍보 등을 진행하였습니다.

롯데 어린이 환경학교

롯데백화점은 미래세대인 어린이들에게 환경의 중요성을 알리는 체험교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 롯데 어린이 환경학교는 2004년 시작되어 2008년까지 5년간 총 7기 1,300명의 졸업생을 배출하였습니다. 어린이들은 환경농업마을 체험 견학, 탐조 여행 등 다채로운 체험학습 프로그램에 참여하고, 방학을 이용하여 캐나다 빙하, 홍콩 친환경습지, 일본 지구온난화 방지시설 연수 등 해외 환경 체험 연수를 진행하였습니다. 매년 주요 환경 이슈에 맞춰 진행되는 롯데 어린이 환경학교 프로그램은 교육 프로그램의 질이 높아 매년 수천 명의 지원자가 몰리고 있습니다.

롯데 Green 기금 집행 실적

롯데쇼핑은 매년 수익의 일정 부분을 Green 기금으로 환원하여 환경 보호 활동과 환경 가치 확산을 위한 캠페인 등에 사용하고 있습니다.

환경상품권 기금 누계

47억 1천 3백만 원

환경상품권

2004년 롯데백화점이 환경가치경영을 선포한 이후 상품권 판매금액의 일정 부분을 환경기금으로 환원하는 환경상품권 캠페인을 진행하고 있습니다. 환경상품권 캠페인은 소비자의 상품권 구매액이 지구온난화 방지 등 다양한 환경보전 사업과 캠페인에 사용됨으로써 소비의 결과가 궁극적으로 풍요로운 환경이라는 혜택으로 소비자에게 돌아가는 선순환의 환경활동입니다. 환경상품권 캠페인은 쉽게 참여할 수 있는 환경기부의 장을 마련하여 수많은 고객들이 환경보전에 동참하실 수 있도록 하고 있습니다. 롯데백화점은 지난 2004~2009년간 47억 1천 3백만 원의 환경상품권기금을 조성하여 환경단체에 기부하였으며, 사용 내역은 다음과 같습니다.

| 환경상품권 기금 사용 내역 |

(단위 : 백만 원)

2004년 총 6억 원		2005년 총 6억 5천만 원		2006년 총 8억 원	
• 제1회 환경영화제	200	• 제2회 환경영화제	200	• 제3회 환경영화제	200
• 새사랑장학금	150	• 조류보호 캠페인	170	• 어린이 환경학교	200
• 어린이 환경교육도서 발간	100	• 어린이 환경학교	150	• 국제환경운동 후원	160
• 겨울새 보전 캠페인	75	• 어린이 환경체험 프로그램	50	• 친환경 패션 캠페인	80
• 환경선진국 리서치	50	• 동경 환경박람회	50	• 환경장학금	80
• 기타	25	• 가족 환경교육 프로그램	30	• 환경선진국 리서치	80

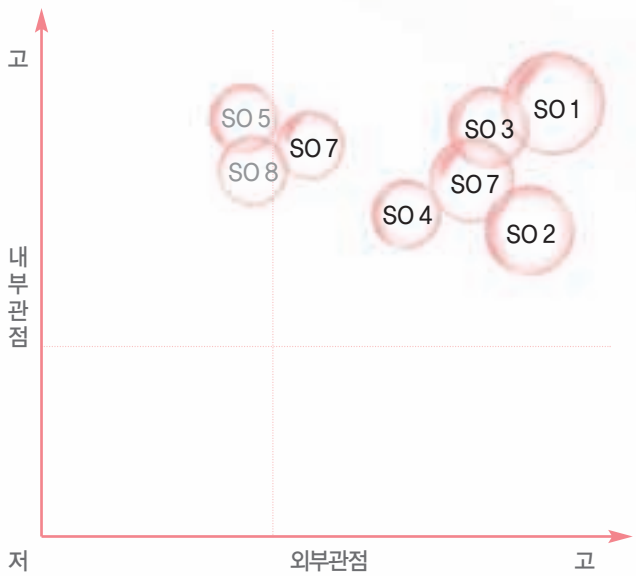
2007년 총 9억 8천만 원		2008년 총 6억 7천 5백만 원		2009년 총 10억 8백만 원	
• 조류정보DB구축	280	• 어린이 환경학교	200	• 친환경 시설 조성	400
• 어린이 환경학교	170	• 환경 교육과정 개발 지원	170	• 기후변화 특별전시 후원	360
• 지구온난화방지 캠페인	170	• 태안 환경재해지역 복	200	• 지구온난화방지 캠페인	120
• 새사랑 캠페인	135	• 국제환경운동 후원구	100	• 해외어린이 자매결연	53
• 환경커뮤니티 지원	130	• 신재생에너지 시설	90	• 에너지빼기사랑더하기	50
• 지구의 날 행사	95	• 고객 참여 전국 환경 봉사	80	• 환경부 그린스타트 캠페인	25
		• 탄소계산기 개발	35		

Think
Society

Disclosure of Management Approach

사회공헌

롯데쇼핑은 바른 경영과 사회공헌 활동을 통해
사회로부터 신뢰와 존경을 받는 기업으로 성장해 나갈 것을
경영방침으로 합니다.
사회공헌의 주요 추진 방향을 설정하여
테마에 따른 활동에 집중 투자하며,
점포별로는 지역사회에 대한 나눔의 가치를 실현하고 있습니다.
또한 롯데쇼핑의 소중한 파트너인 협력회사와 동료사원에 대해
사회적, 윤리적 책임을 다하기 위해 노력합니다.



추진성과

사회부문 성과지표		구분	2007년 성과	2008년 성과	2009년 성과
S01	사회공헌활동 성과지표 운영	세전 이익 대비 사회공헌성 비용 비중(%)	1.2%	0.9%	1.6%
		사회봉사활동 참여 인원	봉사활동 인증센터 지점 운영, 전점 1점 1산천 운동 전개 등		7,343명
		사회봉사활동 참여 시간			26,565hr
PR5	문화센터 회원 현황	문화센터 회원 수	652,737명	746,029명	784,088명

UN글로벌콤팩트

롯데쇼핑은 2007년 1월 업계 최초로 UN글로벌콤팩트에 가입하고 인권, 노동기준,환경,반부패와 관련하여 UN의 목적을 전적으로 지지하며, UN글로벌콤팩트의 10개 원칙이 실제 기업전략, 기업문화, 기업경영의 일부분이 되고 있음을 선언합니다.

• UN글로벌콤팩트 심볼

UN글로벌콤팩트 10대 원칙 및 당사 적용 현황

구분	UN글로벌콤팩트 10대 원칙	관련 규정 및 준수 현황
인권	• 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중한다.	▶ 윤리행동준칙 4장 10조 [규범준수]
	• 기업은 인권 학대에 연루되지 않을것을 확실히 한다.	▶ 윤리행동준칙 4장 10조 [규범준수]
노동기준	• 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지한다.	▶ 윤리행동준칙 4장 10조 [규범준수] ▶ 매년 단체협약 체결
	• 기업은 모든 형태의 강제 노동을 배제한다.	▶ 윤리행동준칙 4장 10조 [규범준수]
	• 기업은 아동 노동을 효과적으로 철폐한다.	▶ 윤리행동준칙 4장 10조 [규범준수]
	• 기업은 고용 및 업무에서 차별을 배제한다.	▶ 사규 취업규칙 1장 4조 [균등대우]
환경	• 기업은 환경 문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.	▶ 윤리행동준칙 6장 19조 [환경친화] ▶ 온실가스인벤토리 구축, 에너지 절감 캠페인
	• 기업은 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행한다.	▶ 윤리행동준칙 6장 19조 [환경친화] ▶ ISO14001인증, 녹색매장 시범사업 추진
	• 기업은 환경 친화적인 기술의 개발과 확산을 촉진한다.	▶ 윤리행동준칙 6장 19조 [환경친화] ▶ 친환경 상품 전문 매장(에코숍)운영
반부패	• 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.	▶ 윤리행동준칙 4장 10조 [규범준수] ▶ 윤리행동준칙 6장 17조 [건전한 기업활동]

사회공헌 추진 방향 및 활동 실적

롯데쇼핑은 사회공헌활동의 주요 추진 방향을 설정하고 체계적으로 실천해나감으로써, 우리 사회 더욱 많은 곳에 나눔의 가치를 전하기 위하여 노력하고 있습니다.

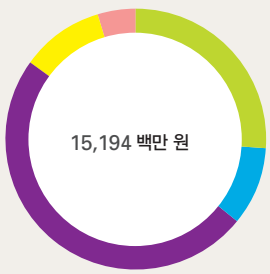
롯데쇼핑 사회공헌 추진 방향

| 롯데쇼핑 사회공헌 추진 방향 |

환경경영	출산장려	지역사회 · 글로벌 봉사
• 저탄소 경영 시스템 – 온실가스 인벤토리 구축 – 녹색매장 시범사업 • CO_2 테마 사회공헌 – 환경부 연계 쿨맵시 캠페인 – 에너지빼기 사랑더하기 캠페인 – 기후변화방지 캠페인	• 출산장려 캠페인 – 친환경 어린이집 운영 – 다둥이가족 초청 행사 • 가족친화경영 – 출산 · 육아 제도 모범 운영 – 가족친화 프로그램	• 점별 봉사활동 – 전점 봉사동호회 자체 운영 • 아동 · 글로벌 테마 봉사활동 – 위스타트 운동 – 해외 아동 1:1 결연 후원 – 베트남 롯데 스쿨 운영

분야별 사회공헌활동 실적

| 사회공헌활동 실적 |



(단위 : 백만 원)

문화 · 예술 · 체육	3,991	26.2%
환경	1,493	9.8%
사회복지	7,442	49.0%
언론 · 장학	1,575	10.4%
기타	693	4.6%
계	15,194	100%

출산장려 캠페인

2009년 대한민국 합계 출산율 1.15명, 지난해 1.19명에서 더 하락한 이 수치는 저출산의 위기가 오늘날 심각한 국가 경쟁력 저하 요인으로 떠오르고 있다는 것을 반증합니다. 롯데쇼핑은 국내 대표 유통기업으로서 이러한 국가적 위기의식에 공감하고 문제 해결에 동참하기 위해 출산장려 캠페인을 펼치고 있습니다. 롯데쇼핑의 출산장려 캠페인은 기업의 사회적 책임을 다하는 개념 뿐만 아니라, 출산율 저하와 인구감소가 유통 및 내수산업의 지속 가능성에도 걸림돌이 된다는 인식하에 기업의 미래를 위한 투자 개념으로도 접근하고 있습니다.

특히 여성 인력의 비율과 여성 고객의 비율이 산업계 평균을 상회하는 당사의 사업 특성으로 인해 이 캠페인의 파급 효과는 더욱 커질 수 있을 것으로 보고 있습니다.

롯데백화점-보건복지부 출산장려 협약 체결

롯데백화점은 2009년 9월, 보건복지부와 함께 저출산 해결을 위한 공동 사업을 펼치기 위해 업계 최초로 '아이낳기 좋은 세상 만들기' 업무 협약을 체결했습니다. 이 협약을 통하여 롯데백화점과 보건복지부는 다음과 같은 5개 공동 사업을 펼치고 있습니다.

• 롯데백화점-보건복지부 공동 캠페인 광고

• 출산장려 캠페인 로고

5대 공동 사업

① 출산 친화적 제도 강화
② 가족 친화 기업문화 조성
③ 임산부 및 여성 친화형 편의시설 확대
④ 출산 양육 지원기금 조성과 사회공헌 실천
⑤ 출산 친화적 사회환경

다둥이가족 초청 행사 개최

롯데백화점은 보건복지부와 체결한 '아이낳기 좋은 세상 만들기' 캠페인의 일환으로 2009년 11월 롯데월드에서 다둥이 가족 가을 나들이 행사를 진행하였습니다. 이 행사는 출산 친화적인 사회환경을 조성하고, 아이를 많이 낳아 기르는 것이 보람이자 행복임을 적극적으로 알리기 위해 계획하였으며, 보건복지부에서 초청한 일반시민과 롯데백화점의 다자녀 가족 직원 등 약 900여 명이 참여하여 의미 있는 시간을 함께 했습니다.

• 다둥이가족 초청 행사

사회공헌활동

롯데쇼핑은 지역사회의 소외된 이웃들과 더불어 성장하고 발전하기 위하여 다양한 사회공헌 활동을 펼치고 있습니다.

에너지빼기 사랑더하기 캠페인

롯데쇼핑은 하절기 에너지 절감과 저소득층의 따뜻한 겨울나기에 함께 하기 위하여 2009년 5월 지식경제부, 에너지관리공단과 함께 '에너지빼기 사랑더하기' 캠페인에 참여했습니다. 이 캠페인은 전력 소모량이 많은 하절기 기간 롯데백화점과 마트 전국 전점의 에너지를 절감하여 절감 금액 만큼을 저소득층의 에너지 기금으로 후원하는 프로그램으로, 유통업계로는 롯데쇼핑이 유일하게 참여했습니다.

롯데백화점이 기증한 연탄 10만 장은 전국 각 지역 저소득층의 따뜻한 겨울나기를 위해 쓰였으며, 이중 2만 장은 임직원이 자원봉사활동을 통해 직접 지역 내 저소득 가정에 전달하였습니다.

롯데마트는 7~8월 2개월간 사내 에너지 절약 활동을 통해 47개 점포에서 작년 같은 기간보다 6백만 kWh의 에너지를 절감했습니다. 이는 금액으로 환산하면 6억 원 가량, 이산화탄소(CO_2)로는 2,600여 ton을 절감한 규모입니다. 롯데마트는 이를 통해 에너지관리공단으로부터 2009년 에너지 절감 우수 기업으로 선정되기도 했습니다. 또한 서울, 대전, 전주 등 전국 10개 지역에서 임직원 180여 명이 참여해 6만 6,000여 장의 연탄을 어려운 이웃들에게 직접 배달하며 임직원들에게 나눔의 가치를 확산할 수 있는 시간을 가졌습니다.

- 롯데백화점 연탄나눔봉사
- 롯데마트 연탄나눔봉사

매칭그랜트로 사회봉사기금 적립

롯데쇼핑은 사회공헌활동의 지속적이고 체계적인 실시를 위하여 사내 봉사기금을 조성하고 사회봉사기금 운영회를 운영하고 있습니다. 임직원들의 급여에서 천 원 미만 단위를 공제 한 후, 회사에서도 동일한 금액 만큼 회사에서 출연하여 기금으로 적립하는 매칭그랜트제를 도입하였습니다.

롯데백화점은 이 기금을 전국 각 지역의 소외계층 주거 환경개선에 사용하고 있습니다. 도배, 장판에서부터 보일러교체와 지붕수리까지, 우리사회의 소외된 이웃들이 보다 나은 환경에서 생활할 수 있도록 지원하고 있습니다.

롯데마트는 위스타트 운동본부와 연계해 저소득층 어린이 후원에 사용하고 있습니다. 위스타트 운동이란 우리(We) 모두가 저소득층 아이들에게 복지 · 교육 · 건강을 지원해 공정한 삶의 출발을 돕자는 시민운동입니다. 롯데마트는 매장내 행복 저금통 운영, 1004원 후원 계좌 가입 등을 통해 기부활동의 틀을 체계적으로 갖추어 운영하고 있습니다.

작은 '만남' 이 세상을 바꿉니다.

멘토링 봉사활동

롯데백화점은 2010년 5월부터, 보건복지부에서 주관하는 휴먼네트워크 사업에 적극적으로 참여하고 있습니다. 휴먼네트워크 사업이란, 제도적인 복지 정책이 아우를 수 없는 정서적이고 인성적인 부분에 대한 지지와 지도를 통하여 우리 사회의 소외된 이웃들이 꿈을 키우고 성장할 수 있도록 하기 위한 보건복지부의 주요 추진사업입니다. 롯데백화점은 사람과 사람 사이의 따뜻한 관심을 통해 참된 나눔을 실천하고자 하는 휴먼네트워크의 취지에 공감하여 이 사업에 동참하게 되었습니다. 이를 위한 첫 출발로, 2010년 5월 '휴먼네트워크 협의회' 에 참가한 롯데쇼핑 대표이사가 직접 멘토 1호를 자청하여 국악인의 꿈을 키우고 있는 시작장애 청년과 멘토–멘티 연계식을 가지고, 멘토링을 통한 나눔 실천에 대한 적극적인 의지를 밝히기도 하였습니다.

향후 롯데백화점은 임직원의 자발적인 활동을 더욱 독려하여 어린이들의 학업 및 정서교육 등을 돕는 멘토링 활동을 강화할 계획입니다. 롯데백화점의 전국 34개 점포와 6만여 명의 임직원, 30여 개의 지역봉사조직을 활용하여 지역사회의 소외된 어린이들이 희망을 키워 나갈 수 있도록 할 것입니다.

글로벌 사회공헌

롯데쇼핑은 글로벌 스탠다드에 걸맞는 사회공헌의 실천을 위해 국내를 넘어 해외에서도 활발한 나눔 활동을 전개하고 있습니다.

해외 아동 1:1 결연 후원

롯데백화점은 2009년부터 해외 아동들과 직원들의 1:1 자매결연 프로그램을 진행하고 있습니다. 현재 롯데백화점 600여 명의 임직원들은 해외 빈곤어린이들의 후원자가 되어 어린이들의 직접적인 생활 문제를 해결할 수 있도록 금전적인 후원을 하고 있습니다. 뿐만 아니라 어린이들의 정신적인 멘토가 되어 다른 나라의 생활과 문물을 알 수 있도록 서신과 선물을 교환합니다.

롯데백화점은 직원들의 자율 기부 문화 활성화를 위해 직원들이 기부한 금액만큼을 회사에서도 기부하는 매칭그랜트 시스템을 도입하였습니다. 직원들이 월 1만 5천 원을 기부하면 회사도 동일한 금액을 기부하여 어린이에게는 월 3만 원이 후원되는 시스템입니다. 2010년 새롭게 참여한 임직원들은 베트남 롯데스쿨에 재학하고 있는 아동들을 후원하여 아이들이 꿈과 희망을 키우며 성장하도록 돕고 있습니다.

베트남 롯데 스쿨

• 베트남 롯데 스쿨 1호

롯데백화점은 2008년 5월부터 2009년 7월까지 15개월간의 공사를 통해 베트남 오지 손끼(Son-Ki) 마을에 있는 손끼 중학교를 리모델링해 12개 학급 462명의 아이들을 위한 베트남 롯데 스쿨 1호를 만들었습니다. 이 학교는 리모델링을 거쳐 기숙사와 식당을 갖춘 최신식 학교로 거듭나게 되었습니다. 이 학교의 리모델링 비용은 롯데백화점의 지원 뿐 아니라 명품관 에비뉴엘을 이용하는 VIP고객들의 자선 경매와 기부로 조달했기 때문에 더 의미가 깊다고 할 수 있습니다.

향후 롯데백화점은 2011년 1월경 하노이 인근 탐디 마을에 롯데 스쿨 2호를 건립할 예정입니다. 탐디 마을은 현재 아동 수 대비 열악한 교육환경으로 인하여 인근의 타 학교로 이동하여 학업을 수행하고 있는 상황입니다. 롯데백화점은 베트남 롯데 스쿨 2호 건립을 통하여 아동들에게 쾌적한 교육환경을 제공함과 동시에 베트남 지역 친화 또한 도모할 것입니다.

6.25 참전국 지원 프로젝트 – 롯데 드림센터

2010년은 6.25전쟁 발발 60주년이 되는 해입니다. 전쟁으로 폐허가 된 땅에서 오늘날의 눈부신 기적을 일궈낸 대한민국은 이제 더이상 원조를 받는 국가도, 후원을 받는 국가도 아닙니다.

롯데백화점은 6.25 참전국 중 현재 최빈국에 해당하는 에티오피아 3천여 용사들의 희생을 기리고 그 가족과 후원들을 지원하기 위하여 에티오피아 산간 '긴찌' 지역에 아동 교육 센터인 '롯데 드림센터' 를 건립하기로 하였습니다. 약 462.8㎡ 면적의 3개동 이상 건물로 구성된 롯데 드림센터는 2010년 6월 시공식을 가지고, 건축 공사 및 입학생 모집 기간을 거쳐 2011년 5월 오픈식을 가질 예정이며, 에티오피아 산간지역 유아동 교육 수준 향상에 기여할 것입니다.

롯데 남아공 희망 원정대

롯데백화점은 2010년 6월, 월드컵 개최지인 남아프리카 공화국을 대상으로 희망 원정대 프로그램을 진행하였습니다. 희망 원정대 프로그램이란 간이 축구장 건립과 희망 원정대 봉사를 통해 남아공 빈민 지역 아동에게 꿈과 희망을 선물해주기 위한 사회공헌활동입니다.

롯데백화점은 요하네스버그 서남쪽 120㎞거리에 위치한 흑인 빈민 밀집 지역인 포체프스트롬에 간이 축구장 2개를 건립했습니다. 지반작업, 설비작업 등을 거쳐 완성된 간이 축구장은 지역 어린이들이 축구를 향한 꿈과 열정을 키울 수 있는 공간으로 거듭났습니다.

또한, 고객으로 구성된 16명의 원정대가 직접 축구장 건립 마무리 작업에 참여하기도 하였습니다. 남아공에 방문한 희망 원정대원들은 열린의사회와 함께 해당 어린이들을 위한 의료품 지원, 자원봉사활동 등을 수행하며 그 어느 때보다 의미있는 월드컵을 보내기도 하였습니다.

지역사회와 함께

롯데쇼핑은 직원들의 자발적인 나눔과 봉사활동을 통해 지역사회의 어려운 이웃들과 함께하고 있습니다. 롯데쇼핑은 대한민국을 대표하는 유통업체로서 전국에 다양한 점포 네트워크를 구축하고 있습니다. 롯데백화점 및 마트의 출점은 해당 지역사회에 적지 않은 파급 효과를 불러오게 됩니다. 출점과 함께 지역 기반 시설이 확충되며, 지하철 역사 주변 등 교통 요충지에 위치하여 유동인구가 증가하고 상권이 확대됩니다. 지역 소비를 촉진시켜 경제를 활성화 하는 역할을 하는 경기부양 효과는 물론 지역사회와의 파트너십을 통해 경제 · 사회 · 환경 전반에 걸쳐 긍정적인 역할을 수행하고자 노력하고 지역사회의 문화 발전에도 기여하고 있습니다.

지역사회 환원

롯데쇼핑은 전국에 걸쳐 점포를 운영하면서 지역 내 각종 사회복지 재단과 연계한 바자회 진행 및 수익 기부, 소외계층에 대한 구호사업 등을 진행하고 있습니다. 2009년 롯데쇼핑의 지역사회 기부금 총액은 109억 7천 5백만 원이었습니다.

롯데백화점 환경 미술대회

롯데백화점은 매년 봄 어린이들에게 환경의 중요성을 알리며, 가족단위의 야외 활동과 교육의 장으로 만들 수 있는 '어린이 환경 미술대회'를 개최하고 있습니다. 2009년에도 30회째를 맞는 '롯데 어린이 환경 미술대회'를 개최하였습니다. 서울과 수도권, 부산권 등 전국 8개 권역으로 나누어 점포별로 지역 주민들의 신청을 받아 진행되었으며, 총 1만 명 이상의 어린이들이 참가 하였습니다. 2009년 대회는 '함께해요, 환경사랑!' 이라는 테마로 열렸으며, 고객의 참가비인 1인당 2천 원은 전액 환경 기금으로 사용되었습니다.

• 2009년 어린이 환경 미술대회 대상 수상작

지역사회 상생 협약

롯데쇼핑의 전국 각 점포들은 해당 지역 경제발전 및 지역 일자리 창출, 지역 주민들과의 상생을 위해 다양한 활동을 하고 있습니다.

지역사회 발전 협약 체결 현황

점포명	지역	일자	협약명	내용
롯데백화점 광주점	광주광역시	2008. 8	지역 유통산업 상생발전 협약	지역 농산물 및 공산품 구입
롯데백화점 광복점	부산 중구	2008. 4	중구민 우선고용과 상호협력	지역 일자리 창출 및 경제 활성화
롯데백화점 건대스타시티점	광진구	2008.10	지역주민 우선고용 협약	지역 일자리 창출 및 경제 활성화
롯데백화점 부산4개점	부산교통공사	2010. 1	저탄소 녹색성장과 상호 공동발전	대중교통 이용 캠페인, 지하철 편의 개선
롯데마트 수완점	광주 광산구	2010. 3	지역 농산물 소비촉진에 관한 협약	지역 농산물 입점

문화센터

롯데 쇼핑이 운영하는 문화센터는 고객의 자기계발 및 여가생활 업그레이드를 지원하는 평생교육 기관으로서 지역사회 내에서 문화생활을 보다 쉽게 향유할 수 있는 기회를 제공합니다. 최고 수준의 강사진과 다채로운 강좌를 통해 업계 최대의 회원수를 확보하고 있는 문화센터는 가장 가까운 곳에서 교육, 회원간의 커뮤니케이션의 장을 제공함으로써 지역사회 문화 발전소로 자리매김 하고 있습니다.

▶ 문화센터 운영 현황

수도권 32개점(백화점 14, 마트 18개)/지방권 34개점(백화점 12, 마트 22개)

• 문화센터

문화센터 현황

항목	롯데백화점			롯데마트		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
문화센터 수	24	25	25	28	34	39
총 강좌 수	39,790	41,860	46,944	26,912	47,030	53,592
총 회원수(연간)	396,616	417,515	401,122	256,121	328,514	382,966

▶ 문화센터 프로그램 소개

롯데쇼핑 문화센터는 지역 주민들에게 쉽고 가깝게 문화 여가 생활을 즐길수 있는 다양한 컨텐츠를 제공합니다. 이 시대 석학들을 통해 듣는 성인 인문학 강좌부터 50~60대가 즐길 수 있는 건강 · 취미 강좌, 방학을 맞이한 어린이들을 위한 체험 강좌 등 모든 연령대가 만족할 수 있는 강좌를 운영하고 있습니다.

또한 문화 흐름부터 사회적 이슈, 유행, 교육 제도, 소비 트렌드 등 끊임없이 변화하는 트렌드를 반영한 강좌 개발을 통해 학습하는 기쁨과 배움의 실용성을 동시에 충족시키기 위해 노력하고 있습니다.

| 문화센터 프로그램 및 활동 현황 |

- 친환경 에코강좌
- 유기농생활용품/천연 화장품 만들기
- 나오미족(Not Old Image)을 위한 특강
- 50대 S라인 사교댄스, 보톡스없이 어려보이는 피부 표현법
- 문화관광부 연계 작가 낭독회
- 박이문, 김명곤, 문인수 작가
- 부모 리더십 강좌
- 내 아이 맞춤 진로 컨설팅, 내 아이 안의 보석 발견

- Eco-Smile 친환경 특강
- 재활용품 장난감 만들기
- 역사탐방 프로그램
- 역사박물관, 선유도공원 견학
- 사랑의 책나눔 캠페인
- 중고서적 기증 및 저소득층 성금 전달
- 안전한 먹거리를 위한 기업 현장 탐방
- 해찬들, 롯데햄 등 공장 견학

• 롯데백화점 봉사활동
• 롯데마트 봉사활동

▶ 점별 봉사조직

롯데백화점과 롯데마트 전 점에는 임직원들이 주체가 되어 자발적으로 봉사활동을 하는 동호회가 운영되고 있습니다. 롯데쇼핑은 봉사동호회 활동을 통하여 지역사회와 함께 호흡하기 위하여 노력하고 있으며, 봉사활동 활성화를 유도하기 위하여 동호회별 가입회수, 가입/활동인원, 지원내역, 홍보사례 등을 수치화하여 포상을 실시하고 있습니다. 또한 직원들의 자발적 참여 강화를 위해 일정 시간 이상 봉사활동 참여시 학점을 부여하는 제도를 운영하고 있습니다.

2009 롯데쇼핑 봉사동호회 활동 실적

구분	동호회 수	활동인원	총 활동시간
롯데백화점	29	5,750	18,660
롯데마트	47	1,593	7,905

▶ 봉사활동 인증센터 지정

롯데백화점은 2006년 4월 한국사회복지협의회장으로부터 사회복지 봉사활동 인증센터로 지정을 받았습니다. 사회복지 봉사활동 인증관리 규정에 의하여 자원봉사자 양성 관리, 사회복지 봉사활동 인증관리 DB시스템 구축, 전국 자원봉사자들의 사회봉사활동 실적 인증서 발급 등의 업무를 담당합니다. 전 점포의 나눔자리 상담원들이 인증요원으로 위촉되어 이러한 업무를 수행하고 있습니다.

파트너십 경영

세계적인 유통기업으로 성장하기 위해서는 파트너인 협력회사와의 관계가 매우 중요합니다. 롯데쇼핑은 협력회사에 대한 윤리적 책임과 사회적 책임을 다하기 위해 노력하며, 또한 협력회사들이 롯데쇼핑의 지속가능경영 방침을 이해하고 함께 할 수 있도록 소통 채널을 강화하고 있습니다.

협력업체 초청 컨벤션

롯데백화점은 매년 협력회사 관계자들을 초청하여 감사의 마음을 전하고 상호 신뢰와 상생의 관계를 다지는 자리를 마련하고 있습니다. 2010년 3월에도 협력회사 대표 260여 명을 초청하여 '2010 롯데백화점 컨벤션'을 개최하였습니다. 행사에서는 23개 우수 협력회사에게 믿음, 우정, 희망, 감사의 패를 전달하고, 전국 각 점포의 협력사원 중 어려운 환경에도 모범적으로 근무하고 있는 30명을 선발해 총 6,000만 원의 '롯데 사랑나눔 장학금' 및 장학증서를 전달했습니다. 올해 행사를 통해 협력사들과 함께 발전한 지난 30여 년을 되돌아보고 감사의 뜻을 전했으며, 향후 롯데백화점의 비전을 함께 공유하고 WIN-WIN할 수 있는 동반자적 관계를 재확인 하였습니다.

상생 협력 산행

2009년 5월 롯데마트는 상생 협력 체제 강화를 위해 우수 협력 업체 임직원 250명을 초청하여 '상생 협력 산행'을 진행했습니다. 상품부문장과 상품팀장, CMD가 참여하여 협력업체 임직원들과 함께 산을 오르며 자유롭게 커뮤니케이션을 할 수 있는 기회를 가졌습니다. 또한 산행 후 네트워크론, MPB 상품 등과 같은 롯데마트 중소기업 상생 강화 방안을 설명하는 시간도 마련했습니다. 롯데마트는 이처럼 협력업체와 함께 하는 시간을 일회성 행사가 아닌 지속적인 소통 확대의 장으로 발전시키도록 할 계획입니다.

협력회사 CEO 간담회

롯데백화점은 협력업체들과 의사소통을 위한 다양한 채널을 마련하고, 제도개선에 반영하고 있습니다. 반기별로 상품군별 협력회사의 대표자들을 초청해 간담회를 실시하여 의견을 수렴하고 업무에 반영하고 있습니다. 2009년에는 5월과 11월, CEO 100여 명을 대상으로 실시하였으며 평가제도 개선, 커뮤니케이션 강화 및 정보지원, 브랜드 육성, 수익성 보장 등에 대한 제안사항을 받아 업무 개선에 반영하였습니다.

협력업체 의견수렴 현황

구분	2009년 1차	2009년 2차	개선조치 사례
MD평가	35	32	평가제도 개선
마케팅지원	13	5	프로모션 공동 기획 진행
영업정책	9	9	마진조정 합리화 및 최소화
서비스강화	2	4	동료사원 교육시 인성 과목 확대
기타	12	3	-

▶ 협력업체 만족도 조사

롯데쇼핑은 거래하고 있는 협력회사를 통해 당사에 대한 평가를 받아보고 협력회사들의 고충을 해소하기 위해 매년 만족도 조사를 실시하고 있습니다. 롯데마트는 년 4회, 롯데백화점은 년 2회 설문조사를 실시하고 있습니다. 거래관계와 관련한 롯데쇼핑의 제도, 직원들의 태도, 윤리적 거래 등에 대한 협력회사 관점에서 평가를 받고 있으며, 그 결과를 분석하여 제도 개선에 반영하고 있습니다. 공정성을 위하여 설문에 응하는 기업명은 익명으로 조사됩니다. 또한 설문조사를 통하여 윤리위반 행위 등이 발견될 경우는 관련자에 대한 인사징계, 협력회사 불이익 해소 등의 시정 조치를 하고 있습니다.

협력회사 금융/자금 지원

롯데쇼핑은 상생경영의 일환으로 협력업체를 단순 상품 공급업체가 아닌 지속적인 동반자로 함께 성장하기 위한 다양한 지원을 제공합니다. 특히 금융권과 업무 제휴를 통한 금융 지원과 구매대금 선지급 등 중소 협력업체의 자금난을 해결하기 위한 다양한 제도를 마련하고 있습니다.

▶ 중소협력업체 운영자금 지원 – 다모아론

롯데마트는 2009년 5월 국내 대형 할인점 최초로 롯데마트의 추천만으로 중소 협력업체의 시설 및 운영자금을 지원하는 제도인 다모아론을 시작했습니다. 기존에 유통업체들이 운영했던 제도가 담보 및 보증에 대한 기준이 엄격해 실질적으로 자금 지원이 필요한 중소 협력업체들에게는 한계가 있었던 점을 개선한 제도로 협력업체가 무보증, 무담보로 기본 금리보다 최고 2%의 감면혜택까지 받을 수 있습니다. 롯데마트는 정기적으로 설문조사를 시행하여 자금지원제도 운영에 대한 협력업체의 의견을 적극 수렴하여 자금지원제도 개선에 반영하고 있습니다.

롯데마트 자금지원제도 실적

(단위 : 백만 원)

자금지원제도	2007년	2008년	2009년	2010년 계획
구매카드 (2002년 출시)	129,794	169,532	90,357	50,000
네트워크론 (2004년 출시)	39,692	16,765	4,603	5,000
패밀리론 (2007년 출시)	11,658	60,508	106,248	115,000
다모아론 (2009년 출시)	-	-	10,292	11,000
전자외담대 (2010년 출시)	-	-	-	100,000
합계	**181,144**	**246,805**	**211,500**	**281,000**

▶ 협력회사 상생협력기금 조성

롯데백화점은 2009년 6월 협력회사에게 단기자금을 지원하기 위해 '상생기금' 150억 원을 조성했습니다. 협력회사 상생기금을 통해 롯데백화점과 고정으로 거래하는 1,000여 협력회사 중 매출규모가 작거나 신용보증보험이 가입 가능한 업체들을 우선 선정하고, 1개 회사당 최대 4억 원까지, 평균 약 2억 원을 지원하고 있습니다. 이는 협력회사가 롯데의 신용으로 금융기관에서 대출을 받도록 돕던 지금까지의 방식이 아닌, 롯데백화점 자체 자금으로 재원을 준비해 지원하는 형태로써 상생경영을 위한 롯데백화점의 노력이라 할 수 있습니다.

우수 중소 협력사 발굴

롯데쇼핑은 우수한 중소 업체를 발굴하여 지원하고 출점해 있는 지역 내에서 로컬 소싱을 확대함으로써 협력회사와 WIN-WIN 경영을 실천하고 있습니다.

MPB(롯데랑) 출시

롯데마트는 업계 최초 PB(자사상품)에 생산자 브랜드를 사용한 신개념 상생 모델 'MPB (Manufacturing Private Brand) 롯데랑'을 출시하였습니다. 이는 우수생산자를 발굴하여 롯데마트와 제휴, 우수 중소 생산업체에 롯데마트의 공신력으로 지원 · 육성하는 상품을 말합니다. MPB 상품은 상품에 제조업체와 롯데마트 브랜드명 공동으로 표기되며 롯데마트에서는 중소 생산업체에 브랜드 개발, 프로모션 · 경영지원 및 대금정산 혜택, 자금지원 등의 다양한 지원을 통하여 중소 생산업체의 Brand Power up을 할 수 있도록 도움을 주고 있습니다.

• 롯데랑 로고
• 롯데랑 성주참외

신진 디자이너 및 우수 생산업체 브랜드 개발

롯데백화점은 소규모 의류 생산업체들을 발굴하여 이들이 디자인하고 생산한 상품들을 모아놓은 롯데백화점만의 편집매장을 만들고 있습니다. 디자인이나 기술력이 우수하지만 판매나 유통 노하우가 부족해 납품을 전문으로 하던 생산업체들에게 자체 브랜드를 만들어 백화점에 입점할 수 있는 기회를 만들어 주고, 인테리어나 광고 등에서 백화점의 지원을 받을 수 있게 되어 매출 증가는 물론 경영 노하우까지 쌓을 수 있게 됩니다. 롯데백화점에서도 MD 차별화가 가능하고 기존 브랜드 상품보다 40~50% 저렴하게 품질 좋은 상품을 판매할 수 있어 서로 윈-윈하는 MD 모델이 되고 있습니다.

산지 직거래 및 지역특화 상품

롯데쇼핑은 우수한 농축수산물을 좋은 가격에 고객님께 전해드리는 동시에 농어민의 안정적인 판로 확보를 위해 생산자 단체와 전략적 MOU를 체결하고, 산지 직거래와 지역 특화 상품의 입점에도 힘쓰고 있습니다.

산지 직거래, 지역 특화상품 운영 현황

(단위 : 억 원)

산지 직거래 현황

품목	대표 상품	품목 수	2009년 실적	2010년 계획
과일/채소	사과, 감자 등	115	1,928	2,009
육류	순한한우, 순백포크 돼지고기 등	13	808	855
건해산물	용대골황태	3	77	81

지역 특화상품

품목	대표 상품	품목 수	2009년 실적	2010년 계획
과일/채소	먹골배(경기도), 제주딸기(제주도), 전북 친환경 농산물(전라북도) 등	529	6	6
육류	단풍미인한우(전라북도)	9	0.013	0.3
건해산물	갈치, 고등어, 옥돔(제주도)	9	0.1	0.1

▶ 농협, 수협 MOU 체결

롯데마트는 2008년 4월 농협 중앙회와의 전략적 MOU를 체결하여 농산물과 돼지고기, 농협 김치와 같은 우수한 상품을 저렴한 가격으로 공급하고 있습니다. 2008년 774억 원의 매출을 시작으로 매년 품목과 매입 금액을 확대하고 있으며, 2009년 2월에는 수협과도 전략적 MOU를 체결하여 신선한 수산물을 합리적인 가격으로 유통하고 있습니다. 전략적 MOU를 통한 성공적인 협업 관계 운영 경험을 바탕으로 2010년에는 농업 종합 기업인 동부하이텍, 농업진흥청, 평창군과의 전략적 MOU를 추진하고 있습니다. 롯데마트는 산지 직거래를 더욱 확대하고, 지역별 특화 상품을 강화하여 협력 업체와의 상생 발전에도 최선을 다할 것입니다.

농협, 수협 MOU 실적

(단위 : 억 원)

구분	MOU 체결일	주요 품목	매출액		
			2008년	2009년	2010년 1~3월
농협	2008. 4. 2	사과, 딸기, 고구마, 고추, 돼지고기(순백포크), 포장김치 등	774	1,019	301
수협	2009. 5. 27	오징어, 동태, 미역/다시마 등	-	28	17
계			**774**	**1,047**	**318**

▶ 지역 업체 우수 상품전 진행

롯데마트는 지역 우수 업체들의 판로 확대를 위해 우수 상품전을 진행하고 있습니다. 9월에는 제2회 BUY 전북 행사를 구리점과 중계점에서 진행하였고, 12월에는 전남 중소기업청과 연계하여 광주 첨단점에서 우수 특산물 행사를 진행하였습니다. 롯데마트에서는 일시적인 행사 진행에만 그치지 않고 우수 업체 발굴의 통로로도 활용하여 2009년 4월(주)온고을 황토가 롯데마트의 30여 매장에 정식으로 입점하는 성과를 거두었습니다.

지역 업체 우수 상품전 실적

(단위 : 백만 원)

구분	기간	점포	실적
BUY 전북	8월 27일 ~ 9월 2일	중계점	33
	9월 3일 ~ 9월 9일	구리점	22
전남 우수상품 특산전	12월 3일 ~ 12월 9일	첨단점	23

동료사원 섬김경영

롯데쇼핑이 고객과 만나는 접점에는 5만 명 이상의 동료사원들이 근무하고 있습니다. 동료사원들이 매장에서 롯데쇼핑의 가치를 고객들에게 제대로 전달하게 하기 위해서는, 지속적인 소통을 통한 파트너십 형성이 중요합니다. 롯데쇼핑은 동료사원들을 우리의 가족으로 생각하고 다양한 교육 지원, 복지 혜택을 제공하고 있으며 또한 그들이 매장에서 느끼는 문제점이나 불편들을 쉽게 전달하고 피드백 받을 수 있는 채널을 열어 놓고 있습니다.

▶ 심리상담 서비스

유통업계 최초로 외부의 심리상담 전문가가 점포를 방문하여 동료사원의 심리상담 및 스트레스 관리를 돕고 있습니다. 또한 전문 상담자격증을 가지고 있는 각 점의 나눔자리 상담요원들은 동료사원 휴게실이나 현장 등을 찾아가며 실질적인 애로사항을 듣고 고충상담을 실시하고 있습니다.

▶ 법률상담 서비스

동료사원의 고충 해결을 위해 전화나 이메일을 활용하여 민사, 가사, 부동산 등 법률문제 전반에 대한 상담 서비스를 실시하고 있습니다.

▶ 교육지원

동료사원 중 우수인력을 육성하고 소속감을 강화하기 위해 직무 스킬, 감성 교양 교육, 비전과 가치에 대한 교육을 지원하고 있습니다.

- 신입 판매사원 역량강화 교육 : 매월 진행(연간 12,500명)
- 판매사원 사이버 교육 : 고객관리, 판매회화 등(연간 4,400명 교육 실시)
- 판매사원 독서통신 교육 : 판매스킬, 리더십 등(2007년 8월부터 교육 실시)
- 점 서비스강사를 활용한 현장 교육 : 연간 30,000명

• 동료사원의 날

▶ 열린쪽지

동료사원이 매장 근무시 느끼는 전반적인 불편과 요구사항을 무기명 쪽지 방식으로 전달할 수 있는 제도를 마련하였습니다. 동료사원 휴게실 내 열린쪽지함을 비치하고 매월 취합된 내용을 바탕으로 피드백 및 환경 개선 조치를 실시하고 있습니다.

▶ 동료사원의 날

전 점포에서 매월 하루를 '동료사원의 날'로 지정하여 관리자들이 동료사원을 위해 이벤트를 마련하고 생일축하, 특식제공 등과 함께 자체적으로 소속감과 동료애를 증진하는 행사를 진행하고 커뮤니케이션의 장을 마련하고 있습니다.

공정한 거래관행 및 교육 시스템

협력회사와의 파트너십 형성에 있어서 공정한 거래 관행을 준수하는 것은 무엇보다 기본적인 사항입니다. 롯데쇼핑은 법적 규제 준수에 대한 지속적 사전예방 교육과 관리 체계를 마련하고 있으며, 협력회사의 의견과 제안을 수시로 조사하여 당사 시스템에 반영하도록 하고 있습니다.

롯데쇼핑은 2001년 유통업계 최초로 『공정거래 자율준수 선포식』을 개최하여 공정거래 자율준수 의지를 대내외에 천명하였습니다. 또한 롯데백화점과 롯데마트는 각각 자율준수관리자 직속 관리하에 전담부서인 「공정거래 자율준수 담당」을 조직하여 교육 및 점검, 제재, 이사회 보고, 외부 공시 등을 전담하도록 하고 있습니다. 이를 통해 공동판촉 행사 · 매장이동 · 인테리어공사 시 협력회사와 사전 협의를 의무화하고 있으며, 중대사안의 경우 사전스크린제와 심층적인 법률 검토를 함으로써 불공정 거래행위 및 부패행위를 시스템적으로 예방하고 있습니다. 이러한 노력의 결과 롯데백화점은 2005년 「공정거래 위원장상」을 수상하였고 보고서 대상기간 동안 공정거래 위원회로부터 법위반행위로 지적된 사례가 없을 뿐만 아니라, 2006년 「CP 등급평가」에서 「AA 등급」을 획득하였습니다. 롯데마트 역시 2007년 매일경제와 연세대가 공동으로 주관한 유통상생지수에서 1위를 차지하였습니다.

※ CP : Compliance Program 자율준수 프로그램

CP 등급평가

구분	내용
평가주관	공정거래위원회(용역수행 : 공정경쟁연합회)
평가기간	2006년 7월~10월(4개월)
평가방법	CP평가단(경제정책, 법률, 회계, 경영분야 전문가)이 CP도입기업에 대하여 설문조사, 인터뷰평가, 현장방문평가
평가항목	① 최고 경영자의 자율준수방침 선언
	② 자율준수관리자 임명
	③ 자율준수에 대한 내부감사 · 보고시스템 구축
	④ 위법책임자 인사제재 규정운영
	⑤ 관련문서 관련시스템 구축
	⑥ 자율준수편람 작성 배포
	⑦ 공정거래 교육시스템 운영
평가등급	총 8등급(AAA, AA, A, BBB, BB, B, C, D)
참여기업	총 60개 기업(제조, 유통, 금융 등)

공정거래 자율준수 시스템

롯데백화점은 공정거래 위반행위를 사전예방하기 위하여 업무 지침서인 '자율준수편람'과 '업무매뉴얼'을 매년 정기적으로 제작 · 배포 하고 있습니다. 자율준수편람은 대규모소매업고시 등 각종 법규 · 심결사례 · Q&A · 제재위원회를 포함한 자율준수지침 등을 수록하고 있고, 업무매뉴얼은 입퇴점 · 판촉행사 · 인테리어 · 표시광고 · 경품행사 등 현업에 직접 적용될 수 있는 업무지침을 수록하고 있습니다. 롯데백화점은 제작된 편람 및 매뉴얼을 영업본부 · 상품본부 등 법위반 가능성이 높은 직원들에게 배포하고, 직원 누구나 접근 가능하도록 홈페이지 · 사내 게시판 등 온라인 상에도 게시하여 상시 이용 가능하도록 하였습니다.

▶ 2009년 사전예방활동 내용

- 자율준수편람(통권8호) 및 업무 매뉴얼 배포
- 표시 · 광고 관련 업무지침 배포
- 공정거래자율준수 캠페인 실시(포스터, 리플렛 배포 및 홍보)
- 공정거래자율준수 서신 통보 및 전사원 서약 실시

교육 및 평가 System

롯데쇼핑은 전직원을 대상으로 신입사원 교육 · 사내 공정거래 전문가 양성교육 · 공정거래위원회 초빙교육 등의 Off-Line 교육을 체계적으로 실시하고 있습니다. 특히 영업본부 및 상품본부의 직원들에 대해서는 분기별 1시간 이상 의무교육을 이수하도록 하였습니다. 또한 전직원의 공정거래법 이해 정도 및 교육 효과를 평가하기 위하여 년 2회 공정거래법 Test를 실시하여 교육 후 실질적인 확인이 가능하도록 시스템화하고 있습니다.

공정거래 의견 수렴 System

롯데쇼핑은 효율적인 감시 · 감독을 위해 백화점 업태 특성상 법위반 가능성이 높은 항목 위주로 점검을 시행하고 있습니다. 상품군 조정시 입퇴점 및 인테리어 관련 불공정거래행위, 계약기간 중 마진 인상행위, 판촉행사 등 참여 강요행위, 등을 집중적으로 점검하여 협력회사 및 고객에게 불이익이 발생하지 않도록 최선을 다하고 있습니다. 이러한 정기 또는 수시점검을 통해 위반행위가 발생하였을 경우 관련자에 대한 인사징계, 협력회사의 불이익 해소 등의 자진시정 조치를 하고 있습니다.

▶ 2009년 감시 · 감독 활동

- 바겐세일 시 부당한 표시 · 광고 행위
- 상품군 조정시 입퇴점 절차 · 인테리어공사
- 판촉행사 · 할인행사 등 참여 강요행위
- 계약기간 중 부당한 계약변경 행위
- 고유 판매업무 외 업무수행
- 판매촉진과 관련 없는 비용부담
- 동료사원 부당 파견 행위

| 협력회사 만족도 조사 |

- 조사 대상 : 입점 협력회사 임직원
- 조사 항목: 제도 및 직원 관련 협력회사 만족도
- 조사 방법 : PI(Personal Interview)에의한 설문

- 제도차원 : 평가제도 공정성, 매장 배치 공정성
- 직원차원 : 임직원 전문성, 윤리의식
- 공정거래차원 : 각종 부당강요, 표준거래계약 이행정도

공정거래 협약식

롯데백화점과 롯데마트는 유통업체로서는 최초로 협력업체와의 공동 파트너십을 위하여 공정거래 위원회, 협력사들과 함께 수평적 관계 지속을 위한 공정거래 협약식을 진행하였습니다. 대형유통업체 5개사와 150여 주요 제조업체 대표들이 한자리에 모여 유통분야 상생협력 협약서를 작성하였습니다. 협약이행 우수 업체에 대해서는 직권조사 면제, 상훈수여 등의 인센티브를 제공하는 신개념 상생 협력방안으로 그 누구보다 적극적으로 동참하고 있습니다.

• 백화점 상생협력 협약식

백화점 공정거래 협약 내용

- 협력회사 상생기금 조성 : 150억 원
- 금융기관과 연계한 협력사 대출지원 (네트워크론 등) : 2,000억 원
- 기술지원 및 교육 · 훈련지원 : 신진디자이너 육성, 공동 브랜드 개발
- 윤리규범 준수

마트 공정거래 협약 내용

- 중소업체 자금(금융) 지원(현금 100% 결제, 네트워크론 등)
- 중소업체 상품 판로 구축 (중소기업 박람회, 우수 중소기업 상품전 등)
- 상품 공동개발(우수 중소기업 제휴 상품 개발)
- 윤리 규범 준수

서울대학교 연계 공정거래교육

롯데백화점은 2010년 3월 서울대학교 법학연구소 경쟁법센터와 연계하여 유통업계 최초로 대표이사를 비롯하여 본사 임원 및 전국 점포의 점장들을 대상으로 공정거래 전문가 교육을 실시하였습니다. 강의는 서울대학교 경쟁법센터장 권오승 교수 등 최고의 강사진이 진행하였으며 공정거래법 일반과 유통업 관련 법규, 사례등을 통한 지식 습득과 관리역량 강화를 통하여 협력회사와의 실질적인 상생협력 방안을 모색하였습니다.

공정거래 신문고 운영

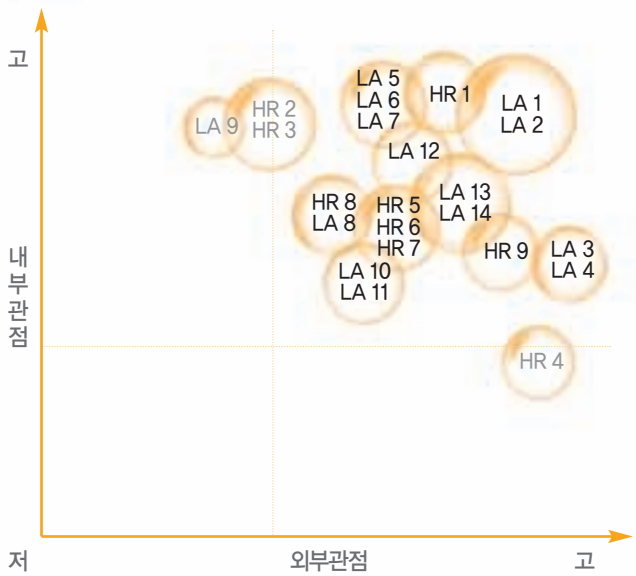
롯데백화점과 롯데마트는 협력업체들의 소리를 듣고, 협력업체와의 관계에서 잘못된 부분이 있을 경우 바로잡기 위하여 공정거래 신문고를 운영하고 있습니다. 억울하거나 불편을 느꼈던 부분에 대한 내용들을 익명의 홈페이지 제보를 통하여 내용을 확인하게 되면, 사건 진위를 파악하고 올바른 관계로 개선하고 있습니다.

GREAT
Workplace

Disclosure of Management Approach

신뢰와 협력

롯데쇼핑은 임직원이 회사의 소중한 자산이며 회사의 미래임을 인식하고,
서로 신뢰하고 함께 성장해 나갈 수 있는 기업문화를 구축하고 있습니다.
역량 개발 및 공정한 평가 보상,
일과 삶이 조화를 이룰 수 있는 복지 제도 운영을 통해
행복한 일터 만들기를 추구하고 있습니다.



추진성과

Great Workplace부문	성과지표	구분		2007년 성과	2008년 성과	2009년 성과
HR3	임직원 인권교육 및 복리후생제도 시행	세부 운영 프로그램 현황		성희롱예방교육, 고충상담실 운영, UNGC 준수, 사내복지 캠페인 시행		
LA10	1인당 직원 교육 현황	1인당 교육시간	백화점	154hr	161hr	163hr
			마트	104hr	107hr	110hr
LA14	여성인력 현황	여성인력 비율(%)	백화점	53.4	53.4	54.6
			마트	61.9	63.2	63.4
	학습과 혁신	유통전문과정이수자수*	유통대학교	37명	35명	37명
			유통대학원	21명	20명	23명

*유통전문과정이수자수 : 백화점 기준

임직원 현황

롯데쇼핑은 신규 채용시 성별, 나이 등의 제한을 배제하고 균등한 취업의 기회 제공을 하고 있습니다. 2009년 말 현재 롯데백화점 전체 직원 수는 5,911명, 롯데마트는 9,114명입니다. 전체 직원 중 정규직 직원의 비율은 롯데백화점이 73.5%, 롯데마트가 38.8%이며, 정규직 인원 중 남녀 구성비는 여성의 비율이 50% 이상입니다. 여성의 비율이 점포 영업관리직에서 높게 나타나는 관계로 관리직급 인원 구성비는 여성이 3.3%를 나타내고 있으나 해마다 구성비가 높아지고 있습니다.

임직원 현황

고용형태별 인원 현황

(단위 : 명)

항목	롯데백화점			롯데마트		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
전체인원	6,215	6,004	5,911	9,588	9,323	9,114
정규직	4,471	4,410	4,344	3,545	3,613	3,539
비정규직	1,744	1,594	1,567	6,043	5,710	5,575
퇴직인원	318	224	208	478	482	312
퇴직률(%)	0.6	0.4	0.4	1.2	1.1	0.7
신규채용	158	143	131	1,136	697	260
남	77	68	79	913	566	210
여	81	75	52	223	131	50
여성인력(%)	53.4	53.4	54.6	61.9	63.2	63.4
관리직급	2.7	3.3	3.3	3.5	4.2	6.5
신규채용	51.3	52.4	39.7	19.6	18.8	19.2
장애인고용	152	154	159	197	188	177
장애인고용율(%)	2.2	2.4	2.5	2.1	2.1	2.0

장애인 고용 비율은 법정 장애인 의무고용 비율인 2%를 초과하고 있으며, 장애인고용우수기업으로 표창을 받기도 했습니다.(2007년 9월 노동부, 장애인고용촉진공단 주관 'True Company' 금상 수상, 2008년 광주광역시장 장애복지실천 우수 표창장) 퇴직율은 최근 3년간 평균 1% 미만이며, 직원복지 확대와 성과중심의 공정한 보상제도 강화를 통해서 퇴직율이 지속적으로 감소하는 추세입니다.

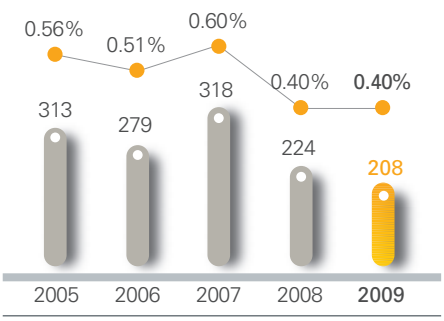
연령별 성별 퇴직건수 (2009년)

(단위 : 명)

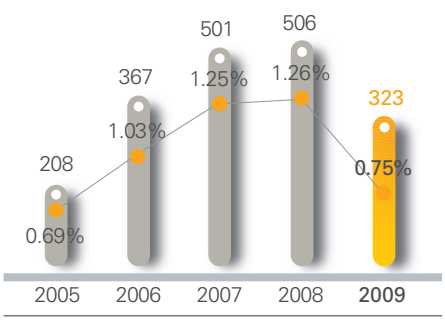
백화점	남	여
30세미만	9	46
30~50세	75	62
50세초과	13	3
계	97	111
마트	**남**	**여**
30세미만	149	61
30~50세	87	21
50세초과	5	-
계	241	82

| 퇴직인원 및 퇴직율 |

[백화점] (단위 : 명, %)



[마트] (단위 : 명, %)



인재상과 역량 개발

롯데쇼핑 '초우량 글로벌 유통기업' 의 비전을 달성하기 위해서는 이 비전을 실현할 수 있는 인재의 육성이 무엇보다 중요하다고 판단하고 인재상을 정립, 단계별 역량 개발 프로세스 구축, 공정한 평가 및 성과 보상 체계 구축 등에 노력을 기울이고 있습니다.

인재상 정립

롯데백화점과 롯데마트는 글로벌 TOP 유통업체를 이끌어 갈 인재 육성을 위해 유통업에서 반드시 갖춰야 할 역량인 고객가치를 기본으로 창의, 혁신, 열정 등을 갖춘 인재를 인재상으로 정립하고 있습니다.

| 롯데마트 인재상 |

| 롯데백화점 인재상 |

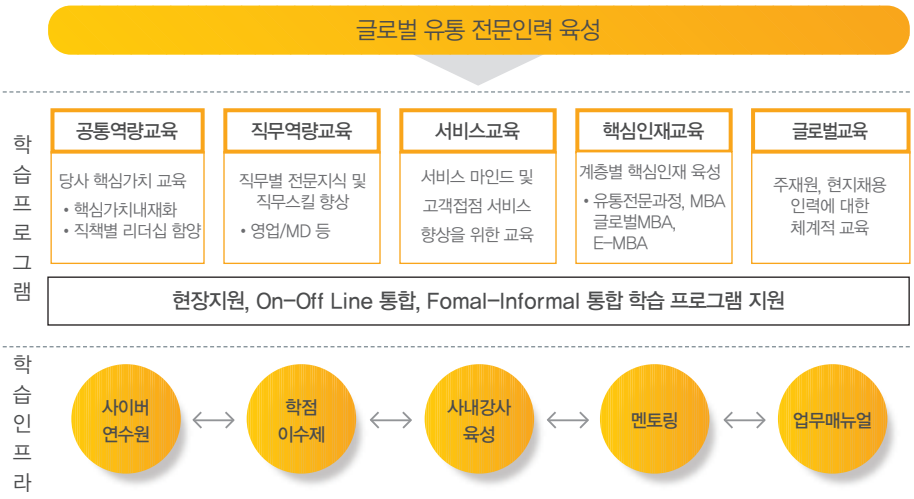
역량기반 구조화 면접 도입

롯데쇼핑은 평가기준의 구조화를 통해 당사의 인재상에 적합한 인재를 채용하고 채용 면접 과정의 객관성과 공정성을 높이기 위하여 역량 기반 구조화 면접을 실시하고 있습니다. 조직의 비전 달성과 성과 창출을 위해 요구되는 구성원의 행동 특성들을 추출하여, 이러한 행동 특성의 보유 여부를 파악하기 위해 구조화된 질문과 평가 척도 및 면접가이드를 개발하였습니다. 면접관 교육을 통해 평가 역량을 숙지하고 스킬을 훈련한 면접관들은 객관적인 기준에 따라 평가를 하게 됩니다. 이 시스템에서는 평가 과정에서 면접관의 주관적인 판단이 개입되지 않고 평가의 일관성이 확보되며, 조직의 성장 발전을 위한 맞춤 인재의 선발이 가능합니다.

역량개발 교육 프로세스

초우량 유통기업이라는 경영 목표를 달성하기 위해 역량에 기반한 학습 위주의 인재육성 프로그램을 실시하고 있습니다. 글로벌화, 변화와 혁신, 전문성에 대한 요구와 같은 외부 경영환경과 고객중심, 열정, 창의, 글로벌 인재라는 당사의 인재상에 기반하여 비전과 가치를 실천할 수 있는 인재를 육성하기 위하여 공통역량, 리더십역량, 직무역량의 3대 역량체계를 중심으로 교육을 실시하고 있습니다.

| 유통 전문인력 육성 |



자율적 자기개발 지원

▶ 학점이수제/e-Campus

창의적 인재 육성을 위해서는 자율적인 학습과 자기개발 활동에 대한 지원이 필요합니다. 롯데백화점은 개인별 학점이수제를 통해 주도적 자기개발 환경을 조성하고 있습니다. 집합교육, 독서교육, 사이버교육을 통해 직급별/직무별 필요 역량을 개발하고 있습니다. 또한 다양한 지식과 정보, 학습자료를 제공할 수 있는 사이버 교육 시스템인 e-Campus를 구축하였습니다. e-Campus에서는 직원들이 필요로 하는 학습 니즈를 최대한 수용하여, 최적의 학습 프로그램과 정보를 제공하고 있으며 현장 중심의 교육과 현업의 학습을 병행하는 상시학습체제를 지향하고 있습니다.

교육훈련비 현황

항목	롯데백화점			롯데마트		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
총 교육훈련비(백만 원)	3,200	3,826	4,125	2,030	2,362	2,601
1인당 교육훈련비(천 원)	525	657	725	231	268	297
총 교육시간(hr)	939,400	957,950	979,460	348,660	387,400	392,100
1인당 교육시간(hr)	154	161	163	104	107	110
총 교육과정 수	690	716	720	422	475	533

사이버교육 및 독서교육 수강 인원

항목	롯데백화점		롯데마트	
	온라인교육	독서통신교육	온라인교육	독서통신교육
과정수	293	317	371	133
교육인원(명)	17,479	7,587	2,200	1,418

유통전문인력 육성

▶ 유통대학/유통대학원

롯데백화점은 유통전문인력의 육성을 위해서 각 직급별로 교육과정을 구성한 유통전문인력 육성 체제를 운영하고 있습니다. 과장급 대상의 유통대학원, 대리,사원급 대상의 유통대학 과정이 개설되어 있습니다. 2009년에는 유통대학원 24명 유통대학 37명의 유통전문인력을 배출하였습니다. 유통대학은 17년 전통으로 2009년까지 491명의 졸업생을 배출하였으며 유통대 졸업생을 대상으로 더욱 심화된 학습을 진행하는 유통대학원은 총 117명의 졸업생을 배출하였습니다.

유통대학은 마케팅, MD, 서비스 등의 당사 유통전략의 기초적인 학문, 주제연구, 해외연수, 현지조사 등의 과정을 진행합니다. 유통대학원에서는 강의와 토론, 해외연수를 실시후 주제연구 발표를 통하여 졸업자격을 부여하고 있습니다.

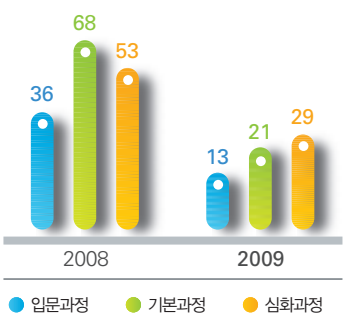
유통대/유통대학원 이수인원

(단위 : 명)

구분	교육과정	2009년 이수현황	누적인원
과장급	유통대학원	24	117
대리, 사원급	유통대학	37	491

| PB아 카데미 수강인원 |

(단위 : 명)



▶ PB 아카데미

롯데마트의 핵심 역량 중 하나는 고객에게 품질좋은 상품을 발굴하여 저렴하게 제공하는 것입니다. 롯데마트는 2008년부터 PB 아카데미를 통하여 MD의 직무역량, PB개발/소싱 능력을 키우고 있습니다. 주요 교육내용은 글로벌 트렌드, 협상능력, 해외소싱업무, PB개발 및 품질관리 등으로 구성되어 있습니다. 강사진은 국내 주요 제조업체 임원, 대학 교수 등으로 구성되어 있으며 MD 경력에 따라 입문, 기본, 심화과정으로 단계별로 진행되고 있으며, 이를 통하여 롯데마트만의 차별화된 상품을 기획/개발하고 있습니다.

평생교육 지원

직원들의 학업욕구를 충족시켜주기 위하여 2년제 전문학사 학위 소지 사원들을 대상으로 4년제 위탁사내대학과 고졸사원들을 대상으로 2년제 전문학사 과정을 운영하고 있습니다. 직영사원 뿐만 아니라 동료사원들에게도 교육기회를 제공하여 근무의욕 고취 및 장기근속을 유도하고 있습니다. 4년제 과정으로는, 2006년부터 경희대학교와 제휴하여 경영학과를 운영하고 있으며, 66명이 졸업, 76명이 재학중에 있습니다. 2009년 3월부터는 사이버과정으로 운영되는 서울디지털대학교 과정도 시행하고 있습니다. 2년제 전문학사 과정은 수도권 지역의 명지전문대, 부산의 경남정보대, 대구의 영진전문대학과 제휴하여 과정을 운영하고 있으며 경영, 사회복지, 비즈니스일본어, 패션마케팅 등 학과에 현재까지 570명이 졸업, 직영사원과 동료사원 271명이 재학하고 있습니다.

위탁사내대학 현황

구분	4년제	2년제
학교	경희대	명지전문대, 경남정보대, 영진전문대
학과	경영학과	경영, 사회복지, 비즈니스일어, 패션마케팅 등
시행일	2006년 9월	2003년 3월
재학인원(명)	76	271
졸업인원(명)	66	570

특화교육 프로그램

롯데백화점은 MD의 상품제안 역량을 강화하기 위해 외부 전문 기관 연계 교육, 전문가/명사 초청 간담회 등을 진행하고 있습니다. 강사로는 국내외 유명 브랜드 임원, 대학교수, 실무자 등의 강의를 통한 자주MD 구현과 MD 실무 역량 강화를 꾀하고 있습니다

| 전문기관 연계 교육 현황 |

코오롱 패션연구소

- **롯데 MD 아카데미(기본)**
  패션 머천다이징, 브랜드 런칭, 글로벌 소싱, 프로모션 등
- **롯데 MD 아카데미(심화)**
  글로벌 패션 트렌드, 소재, 수입수출 실무, Buying 실무, 제품 생산

중앙대 산업연구원

- **외식전문가 과정**
- **와인 소믈리에 과정**
  식품 MD 전문가 육성 과정

글로벌 인재 육성 교육

롯데쇼핑은 2007년 9월 모스크바점을 시작으로 해외점포 진출에 박차를 가하고 있으며, 이를 위하여 글로벌 인재 육성에도 힘쓰고 있습니다.

▶ 해외전문가 과정

롯데쇼핑은 해외 파견인력 육성을 위한 전문 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 해외전문가 과정의 인재는 GLEP(Global Lotte Expert Program)과 Global School 과정을 거쳐 브릭스(VRICs) 연구회를 이수하게 됩니다. GLEP 과정은 해당 국가에 대한 전반적 이해를 통한 이문화 관리 능력을 함양하며 현지의 문화, 노동법, 세법과정을 익히게 되며, 현지 언어 실력을 집중 배양하기 위한 6개월 동안 해외 적응력 향상 제도를 두고 있습니다. 브릭스 연구회는 파견 예정 국가의 사회문화적 환경 지식 습득 및 체험, 각 사 예비 주재원 간 인적 네트워크 형성을 목적으로 6개월 가량 육성 기간을 갖게 됩니다. 또한 파견 1개월 전부터 현지 출장을 통해서 현지 문화 체험과 현지 문화의 이해도를 더욱 높일 수 있게 하고 있습니다.

롯데백화점은 해외점포를 주도적으로 이끌어갈 인재육성을 위하여 인력 Pool을 선발하여 체계적인 교육을 실시하고 있습니다. 향후 1~2년 후에 해외점포 주재원으로 선발될 인원은 사내공모를 통하여 지원을 하게 되며, 주재원으로 선발되기 전 약 1년 동안 '주재원 예비인력 육성과정'을 통하여 글로벌 소양, 파견국 이해, 어학 교육을 받게 됩니다.

성과 보상 제도

롯데쇼핑은 차별없는 직급 및 급여 체계, 실적 중심의 성과 보상 제도, 공정한 성과 관리 프로세스를 통해 직원들이 능력을 발휘하고 그에 대한 보상을 받을 수 있도록 보장하고 있습니다.

차별없는 직급 및 급여체계

롯데쇼핑은 남녀 동일한 직급체계를 갖고 있습니다. 연봉에 있어서도 직급별로 여성의 평균 연봉이 남직원의 99% 이상으로 차이가 없으며 호봉이나 경력 등에 따른 약간의 차이는 나타날 수 있습니다.

직급별 평균연봉 비율(남직원 100 기준)

(단위 : %)

구분	과장	대리	사원
남	100	100	100
여	99.8	99.2	99.8

업적 중심의 보상 제도

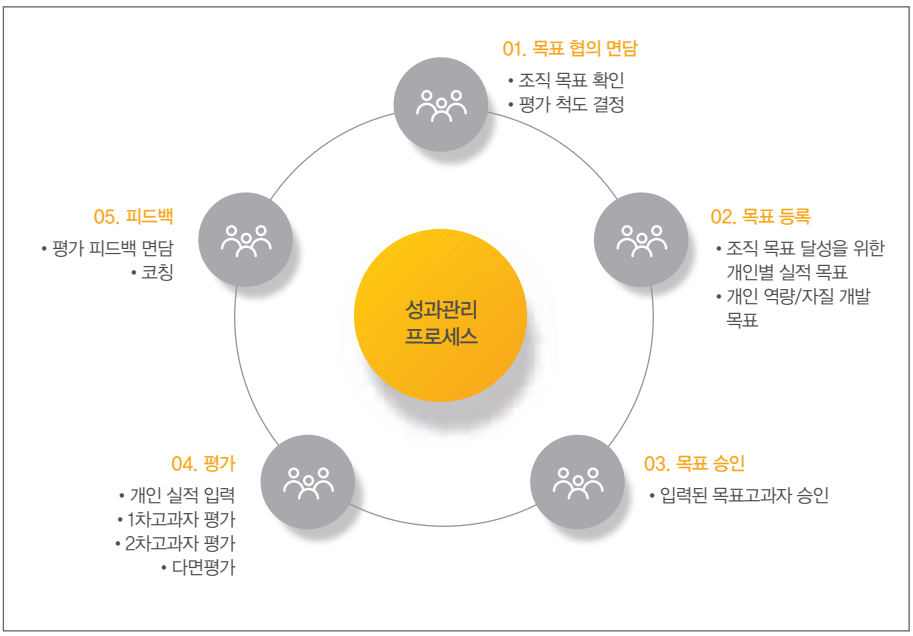
롯데쇼핑은 능력과 업적 중심의 연봉제 임금체제를 수립하고 있습니다. 기본 급여와 상여금 이외에 개인 성과와 목표 달성율 등을 감안한 성과급을 지급하고 있으며, 한 해 동안의 기업성과에 따른 특별 성과급을 지급하고 있습니다. 개인의 실적이 직접적으로 반영된 고과결과로 연봉등급을 산정하고 그 연봉등급에 따라 급여를 차등지급하고 있으며, 2008년에는 실적에 따른 보상체계를 강화하여 개인의 성과향상 동기를 극대화하고자 성과급을 2급이상 간부사원 대상으로 차등지급하였고, 2010년에는 차등 대상을 전 사원을 대상으로 확대하여 적용합니다.

| 평가 보상 제도 |

성과관리 프로세스

성과평가는 공정한 평가가 이루어질 수 있도록 개인별로 합의된 목표와 척도에 따라 평가를 하고 있으며, 개인들의 목표 달성 여부와 실적이 직접적으로 반영된 고과 결과에 따라 차등적인 보상 체계를 갖추고 있습니다. 성과관리는 반기별로 고과자인 리더와 피고과자인 팀원이 면담과 협의를 통해 이루어집니다. 모든 구성원들은 회사와 조직의 성과 목표에 맞추어 개인별로 정량화된 목표와 척도를 갖게 되며, 이에 따라 공정한 평가가 이루어지게 됩니다.

| 성과관리 프로세스 |



직원 권익 존중

직원들은 롯데쇼핑의 가장 소중한 자산 중 하나입니다. 인권 보장, 안전하고 건전한 근무환경 제공, 자유로운 소통 채널과 고충 해결 등은 직원들이 즐겁게 일할 수 있는 직장을 만들 뿐 아니라 기업의 성과도 높일 수 있는 길입니다. 롯데쇼핑은 특히 가족친화경영을 통한 일과 삶의 균형을 추구하고 있습니다.

균등대우와 인권 존중

직원은 성별, 국적, 신앙 또는 사회적 신분을 이유로 근로적 조건에 차별을 받지 않으며 노동 기준에 있어 UN글로벌콤팩트 원칙을 준수하고 있습니다. 인사이동, 보직, 승진에 대해서는 불합리한 차별적 요소를 배제하고 인사관리상 불만을 예방할 수 있도록 주기적인 모니터링을 실시하고 있습니다. 또한 모성보호를 위해 임신 중이거나 출산 후 1년이 경과되지 않은 직원의 야간근무를 제한하고 산전 및 산후 휴가는 90일을 보장하고 있습니다.

• 롯데백화점 전문카운슬러 수료식

고충처리제도

▶ 나눔자리

롯데백화점은 임직원의 고충처리를 위해 '나눔자리' 라는 고충상담 제도를 운영하고 있습니다. 방문, 전화, 인터넷, 전자메일 등 다양한 채널을 통하여 수시로 상담을 진행하여 근로자들의 사기를 높이고 나아가 생산성을 향상시키는 제도입니다. 나눔자리는 점내 신망이 높고 상담 능력이 뛰어난 32명의 상담원이 점별로 근무하고 있으며 근무환경, 성희롱, 처우개선, 갈등해소, 고운말 고운행동 등의 정착을 위해 상담 제공, 월 2회이상 직책별 순환상담, 퇴직상담, 사내강사 활동과 봉사활동 등의 업무를 진행합니다. 지난 2001년부터 2009년까지 7만여 명의 상담을 추진하였으며, 업무개선 제도 개선, 복리실태 등 이행실태를 모니터링하여 업무에 반영하고 있습니다. 2007년 11월에는 사내 온라인 상담시스템을 구축하여 가동 중에 있습니다.

▶ 행복상담실 운영

롯데마트는 온라인 기반 접수채널 구축등 고충접수 채널 다양화를 위해 이메일, 우편, 유선으로 고충 접수 가능한 행복상담실을 운영하고 있습니다. 롯데마트 행복상담실에서는 롯데마트에 근무하는 모든 직원들의 다양한 고충에 대해 상담하고 있으며 직원 개개인의 업무수행과 관련한 고충들이 빠른 시간 내에 해결될 수 있도록 노력하고 있습니다.

▶ 심리상담센터

롯데백화점은 2008년 7월부터 12월까지 심리상담전문 외부기관(한국카운셀러협회)의 심리상담 전문가를 초빙하여 주 1회 직원 심리상담을 실시하였습니다. 통계를 보면 여성이 87.5%로 대다수를 차지했으며 30대가 52.8%로 과반수를 차지했습니다. 상담내용으로는 가정문제가 35.6% 가장 많았고 성격(22.5%) 대인관계(9.7%)가 그 뒤를 이었습니다. 2009년부터는 나눔자리 상담원이 심리 상담자격증을 취득하여 직영사원과 동료사원들의 가정문제, 우울증, 스트레스 등 심리상담을 실시간으로 진행하고 있습니다.

▶ 성희롱 예방교육

롯데쇼핑은 직장내 남녀간 서로 존중하는 활기찬 근무환경을 조성하고 기업경쟁력을 제고하기 위해 매년 1회 이상 전직원을 대상으로 성희롱 예방교육을 실시하고 있습니다. 2009년 롯데백화점은 본사와 점에 근무하는 50,842명을 대상으로, 롯데마트는 총 8,570명을 대상으로 교육을 실시하였습니다. 성희롱 예방교육은 '직장내 성희롱 바로알기' 라는 주제로 성희롱 예방 및 대처방안을 제시하고, 사례 분석을 통한 현장 중심 교육을 실시하고 있습니다.

행복하고 건강한 일터 만들기

롯데쇼핑은 일하기 좋은 회사, 직원들이 안심하고 일할 수 있는 환경을 만들기 위해 각종 지원제도를 운영하고 있습니다.

직원복지제도

직원들의 재정지원을 위해 각종 대출제도를 운영 중이며 유치원부터 대학교까지 학자금을 전액지원하고 있습니다. 또한 직원들의 여가 생활을 위해 콘도 및 동호회를 운영하며 비용을 지원하고 있습니다. 지방점 이동자들에게는 현지 정착을 위한 사택지원금, 이사비용 등을 지원하고, 연고지 방문을 위한 교통비를 지원하고 있으며 직원들과 가족들의 사고 및 질병에 대비 최대 2억 원까지 보상 받을 수 있는 상해보험 가입과 회사 차원의 의료비 지원제도, 종합건강검진 제도를 운영하고 있습니다.

또한 직장내 안전교육 강화를 통한 산재건수 줄이기에도 힘쓰고 있습니다. 최근에는 외부 기관과의 제휴를 늘려 펜션, 의료 분야, 부동산 서비스 등에 대해서도 다양한 혜택을 부여하고 있습니다.

퇴직자 지원

퇴직금과 관련하여, 매월 퇴직급여 충당금을 적립하고 있습니다. 퇴직금은 3개월의 평균급여와 12개월의 평균상여로 구성된 평균임금에 재직기간을 승하여 계산하며, 퇴직금 보장을 위해 사외에 퇴직보험을 가입 운용하고 있습니다. 또한, 향후 퇴직연금제도 도입을 검토 중에 있습니다. 퇴직자에게는 그동안의 근속에 대한 배려와 감사의 마음을 전달하는 의미로 재직기념패를 수여하고 있으며, 각종 증명서 신청시 무료 우편발송하는 서비스를 하고 있습니다.

▶ 전직 지원프로그램 실시(Outplacement)

2008년부터 퇴직자에 대한 체계적 관리와 지원을 목적으로 아웃플레이스먼트 제도를 실시하고 있습니다. 재취업 및 창업 관련 컨설팅 및 역량강화 교육 프로그램, 전문가 심리상담, 자산관리 상담 등의 서비스를 제공하고 있습니다.

2010년 건강한 일터 만들기 캠페인

롯데마트는 직원들의 건강을 위하여 건강한 일터 만들기를 시행하고 있습니다. 의료복지몰, 헬스복지몰, 금연펀드 등의 제도 도입으로 직원 만족도를 높이고 직원들의 건강 증진을 위해 여러가지 제도 개선에 앞장서고 있습니다.

▶ 의료복지몰

2010년 3월부터 임직원 및 임직원 직계가족이라면 검증된 의료기관의 다양한 의료 정보를 제공받거나 비보험 진료항목의 의료비를 상시 10~30% 할인 받을수 있는 롯데마트 의료복지몰을 운영하고 있습니다.

▶ 헬스복지몰

2010년 3월부터 임직원 및 임직원 직계가족을 대상으로 골프, 수영, 헬스, 요가, 스쿼시 등 운동을 통해 건강관리를 할 수 있는 예방관리 차원의 『건강증진 프로그램』을 운영하고 있습니다. 회원 등록 후 회사와 연계된 40여 개 스포츠 시설을 모두 이용할 수 있는 제도입니다.

▶ 문화회식

건전한 회식문화의 정착을 위해 연극, 영화, 뮤지컬, 축구, 스케이트 등의 관람 및 스키, 레프팅, 볼링 등의 레포츠를 직장 동료들과 함께 즐길 수 있는 문화회식 제도를 2010년 3월부터 시행하고 있으며 문화회식을 진행할 경우 1년에 2회 인당 1만 원씩 지원해주고 있습니다.

▶ 금연펀드

롯데마트는 2006년부터 금연 캠페인을 진행하며, 직원들의 자발적인 참여를 유도하는 차원으로 2010년 4월부터 금연펀드를 운영하고 있습니다. 2006년부터 대리급 이상 간부사원들을 대상으로 연 1회에 흡연여부를 파악하고 있으며 금연 직원들에 대해서는 고과 및 승진시 인센티브를 제공하여 간부사원들의 흡연율이 2006년 72%에서 2009년 말 25%로 대폭 낮아졌습니다.

일과 삶의 조화

롯데쇼핑은 가족친화경영을 통해 직원들이 일과 가정 생활에서 균형과 조화를 찾을 수 있도록 하고 있습니다. 출산과 육아에 대한 적극적 지원, 생활 지원 서비스, 가족의 날 연차 등의 제도를 통해 직원 만족도를 높이고 동시에 업무에 대한 효율도 높이고 있습니다.

가족친화기업 인증

롯데백화점은 2009년 보건복지가족부가 주관하는 '가족친화기업 인증'을 획득하였습니다. 가족친화기업 인증이란 근로자가 업무와 가정을 조화롭게 병행할 수 있도록 가족친화경영을 선도적으로 수행하고 관련 제도를 모범적으로 운영하는 기업을 대상으로 서류 심사와 현장 실사를 거쳐 인증을 수여하는 제도입니다.

• 가족친화기업 로고

가족친화 프로그램

▶ 가족기념일 연차 제도

직원들의 가족 행사, 배우자 생일이나 자녀 입학/졸업 등의 다양한 기념일에 연차를 사용하도록 권장하고 기념일 등록 및 연차 사용시에는 기념일 선물을 지급하는 제도를 운영하고 있습니다. 또한 연차를 사용하여 회사 콘도를 이용하는 직원들에게는 추가로 지원금액을 확대 적용하고 있습니다. 이런 제도를 통해 가족과 함께 하는 여가 시간을 늘릴 수 있도록 지원하고 있습니다.

▶ Family-Day 제도

롯데마트는 매월 셋째 금요일을 가족과 함께 하는 날, 패밀리데이(Family-Day)로 지정하여 1시간 조기퇴근으로 한 달에 하루는 가족과 함께 할 수 있도록 캠페인을 진행하고 있습니다. Family-Day는 맞벌이 가족의 증가와 장시간의 근로 등으로 인해 일에만 치중되어 있는 사회분위기에서 벗어나고 가족 친화적 사회 환경을 조성하여 가족관계 회복 및 저출산 문제 해소에 기여하자는 취지에서 운영되고 있습니다.

▶ 생활 지원 서비스

직원들의 가정 생활에서 필요한 여러가지 서비스를 회사를 통해 편리하게 이용할 수 있도록 지원하고 있습니다. 경조사 물품 지원, 무료 법률 상담, 부동산 중개수수료 할인, 이사 할인 등의 다양한 생활 지원을 제공하고 있습니다.

▶ 주말농장

주말시간을 가족과 함께 보내고, 함께 재배한 농작물을 수확하는 기쁨을 주기 위해 2010년 4월부터 롯데백화점 주말농장을 실시하게 되었습니다. 신청자들을 대상으로 동남부지역인 염곡동에 50명, 서북부지역인 일산 서구 원당동에 50명에게 주말농장을 분양하였습니다.

출산장려제도

롯데백화점은 국가적 차원에서도 문제가 되고 있는 저출산 현상의 해결에 적극적으로 나서고 있습니다. 임직원 및 동료사원을 대상으로 출산과 육아에 대한 복지를 강화하여 직원들이 자녀를 양육하는데 따르는 부담을 줄여나가고 있습니다. 특히 여성 직원이 상대적으로 많은 서비스 업체의 특성을 살려 육아와 일자리를 양립할 수 있도록 근로조건을 개선하고 있습니다.

출산 · 육아 관련 사원복지제도 현황

구분	세부 항목	주요내용
출산		
경조금 지원	자녀출산시 경조금 지급	• 자녀출산시 임직원 대상 경조금 지원 : 직급 무관 100천 원/휴가 3일
출산 휴가	자녀 출산시 휴가제도 시행	• 자녀 출산 전후 총 3개월(90일간) 휴가 실시 → 출산직후 45일간 휴가 법적 보장 • 휴가중 급여 지급 → 60일 : 정상급여 지급(시간외 수당 제외) → 30일 : 정부 고용지원센터 보조금 지급
육아		
학자금 지원	임직원 자녀 대상 학자금 지원	• 유치원/중 · 고등학교/대학교 자녀 대상(초등학교 제외) • 최대 자녀 3명/해당교육과정별 교육비 실비 지원
의료비 지원	임직원 가족 대상 의료비 지원	• 임직원 의료보험증상에 등록된 배우자 및 자녀 대상 • 지원대상액 : 근속연수별 5백만 원~최대 10백만 원(년간) 지원
가족 수당	직원 급여 중 가족 수당 지원	• 대상 : 3급 이하 직원 대상 • 자녀 1명당 1만 원 지급(최대 2명/2만 원 지급)
육아 휴직	자녀 육아를 위한 휴직제도 시행	• 대상 : 만 3세 아동 대상 자녀를 둔 여직원 • 자녀 1명당 최대 1년간 육아휴직 가능(1회한 분할 사용 가능) • 휴직중 정부 고용지원센터 보조금 지급(50만 원/월)
기타		
직원 선물	임직원 대상 어린이날/ 연말 선물 지급	• 대상 : 전임직원 및 동료사원 대상 • 지급 시기 : 년 2회(어린이날, 연말)

• 롯데백화점 친환경 어린이집 1호점

위 치	서울시 종로구 재동 32-10번지
면 적	1/2층 107평
시설현황	보육실5, 유희실2, 화장실4, 조리실, 원장실
이용대상	롯데백화점 직영사원 및 동료사원

▶ 롯데백화점 친환경 어린이집 운영

롯데백화점은 출산장려정책의 하나로 직장 내 어린이집 설치를 적극 추진하고 있습니다. 2010년 3월에는 서울 종로구 재동에 직원 어린이집 1호점을 개원했습니다. 롯데백화점 어린이집은 전임직원뿐 아니라 당사에서 근무하는 동료사원들도 함께 이용할 수 있도록 하고 있으며, 백화점 근무시간을 반영하여 시간연장보육, 휴일보육, 석식 무료제공 등 맞춤보육 시스템으로 운영하고 있습니다.

또한 보육료를 지원하여 일반 보육시설 대비 저렴한 비용으로 이용할 수 있도록 하고 직원들의 편의를 위해 셔틀버스를 운영하고 있습니다. 내부 인테리어 및 자재, 교구재들은 모두 친환경 제품을 사용하여 아이들이 자연친화적 환경에서 생활할 수 있도록 설계하였습니다.

소통을 통한 열린 경영

롯데쇼핑은 '소통'을 중요한 가치로 삼아 직원 상호간 원활한 커뮤니케이션이 이루어지고 다양한 의견과 아이디어를 자유롭게 제안하도록 지원하며, 직원들의 의견이 경영에 반영될 수 있는 다양한 제도와 시스템을 마련하고 있습니다.

▶ 그룹웨어/메신저

2006년부터 그룹웨어 시스템 및 전용 메신저를 오픈하여, 전직원에 대한 실시간 업무 공지가 가능해졌으며, 사원 개개인의 경조사 관련 게시, 온라인 동호회 및 커뮤니티 운영, 업무 및 자료 공유 등 직원 편의를 제고시켰습니다. 또한 사내 메신저를 통해 자유롭고 즉각적인 의사소통이 가능하게 하여 업무 중의 부서간 협조 및 정보 공유를 원활하게 하였습니다.

▶ CEO와의 대화

2008년부터 시행한 CEO 간담회는 지속적으로 진행 중 입니다. 'CEO와의 대화'는 롯데쇼핑 대표이사가 전점을 순회하는 형식으로 전 점에서 'CEO와의 대화'를 실시하였습니다. 매장 근무시 발생할 수 있는 각종 고충이나 불만을 현장에서 이야기하고 해법을 찾고 풀어나가기 위해서 이와 같은 시간을 갖고 있습니다.

간담회에 참석한 사원들은 매장에서의 고충, 복지, 각 점포에 맞는 마케팅 전략, 백화점이 앞으로 나아가야할 방향 등에 대해 의견을 제시하였고 그 내용은 점 내부 경영진과 본사의 유관부서에 빠짐없이 전달되었습니다. 또한 간담회 내용에 대해서는 반드시 해당부서에서 피드백 하고 조치 결과를 보고하도록 하고 있습니다.

| CEO와의 대화 |

• 2009년 주요 제안사항 조치 결과 •

- 아동 매장 공동 휘팅룸 설치
- PDA내 영수증 재발행 기능 제공
- 롯데백화점 어린이집 1호점 개원
- 각종 동료 사원 우대 정책 실시

• CEO와의 간담회

▶ Face to Face 캠페인

롯데마트는 매장에서 함께 일하면서도 대화가 쉽지 않았던 현장 직원들과 간부사원과의 소통을 향상시키기 위한 제도를 운영하고 있습니다. 전 점포에서 매월 첫째주 일요일을 '내부직원 Face to Face'의 날로 정하여 간부사원들이 현장에서 집중 근무하면서 직원들의 고충을 직접 보고 문제점을 즉시 개선할 수 있도록 하고 있습니다. 또한 점장이 직접 직원들을 위해 점심 배식을 하게 함으로써 업무 현장에서와는 또 다른 교류가 이루어질 수 있도록 하고 있습니다. 이러한 캠페인을 통해 직원들 간의 결속력을 형성하고 소속감과 동료애를 증진시키며 더욱 자유로운 소통이 이루어지도록 하고 있습니다.

▶ 임직원 참여 롯데자이언츠 단체응원

총 3회에 걸쳐 가족과 함께하는 야구응원 실시

▶ 임직원 자녀초청행사

임직원 자녀 340명을 초청하여 회사소개, 영화관람, 점심식사진행

신뢰와 존중의 노사 관계

롯데쇼핑 노사는 신뢰와 대화, 상호 존중 및 노사 자율, 참여와 협력이라는 노사 철학을 공유하고 이를 발전시키기 위하여 지속적으로 노력하고 있습니다. 2년에 한 번 하는 단체 협약이나 매월 또는 분기별 노사협의회를 통하여 노사간 현안과 갈등을 해결하고 있고, 매년 1~2회 노사상생워크샵을 개최하여 경영현황설명회를 갖고 있습니다. 매년 노사합동 연수단을 해외에 파견하여 우수업체의 모범 경영 사례를 연구하고 체험하며, 당사에 적용할 수 있는 방안도 함께 모색함으로써 인사노무관리제도 발전에 기여하고 있습니다. 이러한 노력으로 롯데쇼핑 노사는 현재까지 무분규 기록을 이어가고 있으며 신노사문화 우수기업에 선정되기도 하였습니다. 앞으로도 상생의 노사관계가 기업발전에 밑거름이 된다는 마음가짐으로 지속적인 노력을 다하고 있습니다.

▶ 2009년 노사화합 선언

2009년 4월 협력적 노사관계 구축/상생의 新 노사문화 정착/노사화합을 통한 위기극복의 목적을 가지고 노사화합을 선언하고 대내외에 공표하였으며, 이를 근간으로 지속적으로 노사 상생의 문화를 만들어 가고 있습니다.

▶ 노사합동 해외연수

2010년 2월 협력적 노사관계 강화와 롯데마트 해외 사업시찰을 통한 비전공유를 위해 노사합동 해외연수를 실시하였습니다. 롯데마트가 인수한 인도네시아 자카르타/발리의 Makro 점포 및 현지 쇼핑몰을 탐방하였으며, 글로벌 기업이라는 자부심과 노사의 비전을 공유할 수 있는 좋은 기회가 되었습니다.

| 롯데쇼핑 노조가입 현황 |

가입대상	백화점 2,757명 마트 1,083명
가입인원	백화점 1,738명 마트 742명
상근인원	백화점 10명/마트 4명
소속된 단체	한국노총, 전국연합노동조합연맹

※ Open Shop(4급이하 직원 개별가입, 3급이상 자동탈퇴)

• 롯데마트 노사화합 선언식

제3자 검증의견서

롯데쇼핑 2010 지속가능성보고서(이하 '보고서')는 롯데쇼핑이 관련 정보를 수집하고 내용을 작성하였으며, 보고서에 수록된 내용과 데이터에 대한 책임은 롯데쇼핑에 있습니다. 솔라빌리티㈜(이하 '검증인')는 롯데쇼핑으로부터 보고서의 전체 내용에 대해 독립적인 '제3자 검증기관'으로서 검증을 의뢰 받았습니다. 본 검증의 목적은 롯데쇼핑이 작성한 보고서의 정보 및 주장이 중대한 오류나 편견을 담고 있는지 여부와 정확하고 적합한 데이터 수집 시스템에 따라 정보가 수집되었는지에 대하여 독립적 의견을 제시하는데 있습니다.

검증방법론(Assurance Methodology)

본 검증은 국제적으로 통용되는 지속가능보고서 검증기준에 의거하여 마련된 검증인 내부기준에 따라 이루어졌으며, 본 보고서 내용은 다음과 같은 기준을 따라 검증되었습니다.

- 중대성(Materiality)
- 신뢰성(Reliability)
- 대응성(Responsiveness)

또한, 본 보고서의 내용이 Global Reporting Initiative's Sustainability Reporting Guidelines(GRI G3) 에 부합하는지 여부도 함께 평가되었습니다.

검증범위(Scope of this assurance engagement)

본 검증인이 수행한 검증범위는 다음과 같습니다.

- 재무 정보가 재무제표에 대한 외부 감사보고서에서 적절히 추출되었는지 여부 검토
- 정책 및 관리시스템에 대한 내용이 적절한지 여부 검토
- 비재무 정보가 적절하고 중대한 오류나 편견을 담고 있는지 검토

검증 과정 및 검증방법(Assurance process and works undertaken)

본 검증인은 롯데쇼핑 이해관계자들에게 검증 의견서를 제공하기 위해 다음과 같은 검증과정을 진행하였습니다.

- 롯데쇼핑과 관련된 외부 언론보도 검토
- 롯데쇼핑의 비즈니스에 영향을 미칠 수 있거나 롯데쇼핑의 이해관계자가 관심을 가지는 최신 지속가능경영 이슈 검토
- 보고서에 수록할 중요이슈을 결정하는 롯데쇼핑의 의사결정과정 검토
- 동종 업계 글로벌 선진 지속가능보고서의 보고수준 벤치마킹
- 보고서에 포함된 내용이 이해관계자의 요구정보에 부합하는지 비교하기 위하여 안전, 사회, 윤리, 환경 분야 성과와 관련된 그룹 문건 검토
- 롯데쇼핑 임직원 인터뷰
- 지점 및 전사차원의 지속가능경영 관련 정책, 가이드라인 및 관리 시스템 검토
- 롯데쇼핑 지점 및 전사단위의 정보 수집 과정과 데이터관리 체계 검토
- 비 재무지표에 대한 내부성과 관련 문건 검토
- 본사 및 현장검증과 관련 담당자 인터뷰를 수행하고 점별 자료 생성과정과 관리시스템 검토
- 전 점에서 생성된 고객, 직원, 환경, 건강, 안전 관련 자료를 검토하고 각 자료들이 전사 데이터로 집계되는 과정이 적절하였는지 검토
- 비 재무데이터의 샘플 검증을 통해 점별 데이터로부터 전사 집계된 데이터의 정확성 검토

검증대상제한(Limitations of this assurance engagement)

본 검증의 대상은 본사와 국내 영업점 중 1개 점에 대한 현장검증 내용으로 제한되며, 해외지점 혹은 롯데쇼핑과 이해관계가 있는 국내외 프로젝트에 대한 검증은 이루어지지 않았습니다. 데이터 프로세스에 대한 검증은 환경, 건강, 안전, 사회 분야를 포함하고 있으며 비 재무데이터에 대한 검증은 본사 및 현장 방문한 영업점 자료에 한해서만 검토되었으며 전 점의 모든 데이터가 검증된 것은 아니라는 점을 밝힙니다. 사업장 데이터 수집 프로세스에 대한 검증 또한 현장 방문한 점에 한해 검증되었습니다.

검증결과(Findings)

본 검증인은 보고서 초안에 수록된 내용을 검토하고 의견을 제시하였으며, 필요한 경우, 보고서의 수정이 이루어졌습니다. 수행된 검증활동에 근거하여 본 검증인은 본 보고서에 롯데쇼핑의 비 재무적 성과가 부적절하게 기술된 부분을 발견할 수 없었습니다.

검토의견(Our conclusions)

본 검토의견은 앞서 기술된 "검증과정 및 방법"과 "검증대상제한"의 범위 내에서 해석되어야 하며 검증결과에 영향을 미치지 않는 범위에서 다음의견을 제시합니다.

중대성(Materiality)

본 보고서는 롯데쇼핑 지속가능 성과와 관련된 중대한 이슈들을 사업 운영 및 이해관계라는 측면에서 균형있게 포괄하고 있는가?

- 본 검증인은 보고서가 롯데쇼핑 지속가능경영 및 성과와 관련된 중요 정보를 포함하고 있다고 판단합니다.
- "검증기준"에 기술한 바와 같이, 보고서에 명시된 중대 이슈에 대한 롯데쇼핑의 의사결정과정에서 문제가 될 만한 부분은 발견되지 않았습니다.

신뢰성(Reliability)

본 보고서에 수록된 데이터 및 정보에 중대한 오류가 없고 정확한가?

- 본 검증인은 롯데쇼핑의 내부 정책, 프로세스, 관리 시스템을 검토하였으며 보고된 정보에 중대한 오류가 있다고 판단할 만한 근거는 발견되지 않았습니다.
- 본 검증인은 데이터 수집 시스템을 검토하고, 샘플링을 바탕으로 비 재무데이터의 정확성을 검증하였습니다. 보고서에 언급된 건강, 환경, 안전 데이터 가운데 정보의 수집 과정 또는 데이터 수치상의 오류는 발견되지 않았습니다.

대응성(Responsiveness)

본 보고서는 롯데쇼핑의 이해관계자에게 중요한 정보를 적절히 공개하고 있는가?

- 본 검증인은 보고서의 보고 영역 및 내용이 이해관계자들의 관심사를 적절히 반영하였으며 이해관계자에게 중요이슈를 포함하고 있다고 판단합니다.

향후 고려되어야 할 사항(Issued for further consideration)

- 본 검증인은 롯데쇼핑이 운영활동 전반에 걸쳐 지속가능경영 체계를 지속적으로 개선하고 발전시켜 나갈 것을 권고합니다. 특히, 해외사업 확장 전략에 지속가능경영을 연계할 것을 권고합니다.
- 전사 차원의 중장기적 지속가능성 목표 및 성과지표를 설정하여 지속가능경영 성과를 체계적으로 관리할 것을 권고합니다.

독립성(Our independence)

본 검증인은 본 보고서에 포함된 주요 사항에 대한 작성에 참여하지 않았으며, 롯데쇼핑의 이해관계, 영향력, 이해상충으로부터 거리를 둘 수 있는 독립성과 자율성을 지니고 있습니다. 독립적 검증 기관으로서, 본 검증인은 롯데백화점과 독립성과 자율성을 저해하는 어떠한 이해관계도 맺지 않았음을 확인합니다.

2010년 7월 14일

SOLABILITY
Sustainability Advice

Andy Gebhardt
솔라빌리티(주) 대표이사

솔라빌리티(SolAbility Co., Ltd.)
솔라빌리티는 지속가능경영 분야에서 전문교육을 이수하고 다양한 경험을 쌓은 국내외 전문가들이 지속가능경영 자문 및 보고서검증을 제공하고 있습니다.

GRI Index

● : 보고서에 공개됨 ◐ : 보고서에 일부 공개 ○ : 보고서에 공개안됨 N/A : Not available

G3 조항번호	내용	페이지	보고수준	비고
전략 및 프로파일				
프로파일				
1.1	최고의사결정권자가 보고 조직 및 전략과 지속가능성의 연관성을 밝힌 선언문	2, 3	●	
1.2	주요 영향, 리스크, 기회에 대한 설명	16, 17	●	
조직 프로파일				
2.1	조직명	4	●	
2.2	대표 브랜드, 제품 및 서비스	4	●	
2.3	조직의 운영구조	4	●	
2.4	본사/본부 위치	4	●	
2.5	해외사업장의 위치 및 국가수, 주요 사업장이 있거나 보고서에서 다루는 지속가능성 이슈사항과 구체적 연관성을 가진 국가명	24	●	
2.6	소유구조 특성 및 법적 형태	11	●	
2.7	활동 시장형태	4	●	
2.8	보고조직의 규모	4	●	
2.9	보고기간동안의 규모, 구조, 소유구조상의 중대한 변화	11	●	
2.10	보고기간동안의 수상내역	18, 19	●	
보고 파라미터				
3.1	보고기간	1	●	
3.2	최근 보고서의 발간일자	1	●	
3.3	보고주기	1	●	
3.4	보고서 및 보고서 내용에 대한 문의처	1	●	
3.5	보고 내용 정의/결정을 위한 프로세스	6, 7, 8	●	
3.6	보고범위	1	●	
3.7	보고 범위 및 경계에 대한 구체적 제한사항	1	●	
3.8	합작회사, 자회사, 외주운영사 등 기간별 및 조직간의 비교가능성에 영향을 줄 수 있는 보고 기준	1	●	
3.9	성과 지표 등 기타 정보 수집 과정에서 적용된 예측을 뒷받침하는 가정과 기법을 포함한 데이터 측정 기법 및 계산 기준	1	●	
3.10	이전 보고서에서 제시한 정보의 재기술 결과 및 사유	1	○	
3.11	이전 보고기간대비 범위, 경계, 측정방법의 변경사항	1	◐	
3.12	보고서내의 표준공시 사항의 위치를 나타내는 표	110	●	
3.13	보고서의 외부 검증에 대한 정책 및 현재 관행	108	●	
지배구조, 위원회, 참여				
4.1	조직의 지배구조	11, 12	●	
4.2	이사회 의장의 임원 겸직 여부를 기술하고 임원인 경우 경영진 내에서의 역할 및 의장 임명 이유 기술	11	●	
4.3	이사회가 일원화된 조직의 경우, 이사회에서 독립적인 또는 임원이 아닌 구성원의 수	11	●	
4.4	주주와 직원들이 이사회에 조언을 하거나 방향을 제시하는 메커니즘	12	●	
4.5	이사회 구성원, 고위관리자, 임원들에 대한 보상과 조직의 성과간의 관계	12	●	
4.6	이사회내 이해관계상의 충돌방지를 위한 프로세스	11	●	
4.7	경제, 환경, 사회에 대한 조직의 전략을 보조하기 위한 이사회 구성원의 자격 및 전문성을 결정하는 프로세스	-	○	
4.8	경제, 환경, 사회성과 및 활동과 관련하여 내부에서 개발된 미션 또는 핵심가치에 대한 진술문, 행동강령 및 원칙	21, 35, 51, 73, 93	●	
4.9	이사회의 경제, 환경, 사회성과 파악 및 관리를 위한 절차	-	○	

● : 보고서에 공개됨 ◐ : 보고서에 일부 공개 ○ : 보고서에 공개안됨 N/A : Not available

G3 조항번호	내용	페이지	보고수준	비고
4.10	이사회 자체 성과평가 프로세스	-	○	
4.11	사전예방 접근방법 또는 원칙의 채택여부 및 채택방식	16, 17	●	
4.12	조직이 가입하거나 지지하고 있는 외부에서 개발된 경제, 환경, 사회 헌장, 원칙 또는 기타 이니셔티브	74	●	
4.13	협회, 국내/국제 단체에서의 주 회원자격	-	○	
4.14	참여한 이해관계자 목록	7, 9	●	
4.15	참여한 이해관계자 파악 및 선별기준	7, 8	●	
4.16	형태, 이해관계자 그룹별 참여빈도를 포함한 이해관계자 참여방식	10	●	
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 주요 주제와 관심사 및 이에 대한 대처방안	9, 10	◐	
경영접근방식 및 성과지표				
경제				
EC1	직접적인 경제적 가치 창출 및 배분	22, 23	●	
EC2	기후변화에 대한 재무적인 영향과 사업 활동에 대한 기회 및 리스크	17	◐	
EC3	연금혜택 계획에 의한 조직의 보상범위	102	◐	
EC4	정부보조금 수혜 실적	-	N/A	해당 사항 없음
EC5	주요 사업장의 현지 법정최저임금 대비 신입사원 임금비율	-	○	
EC6	주요 사업장의 현지 구매 정책, 관행 및 비율	86, 87	○	
EC7	주요 사업장의 현지인 고용 절차 및 고위관리자 비율	27	◐	
EC8	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동과 효과	75, 81, 82	●	
환경				
EN1	무게 또는 부피 기준 원료 사용량	-	N/A	유통업 특성상 직접적 원료 사용 없음
EN2	사용되는 원료 중 재활용되는 비율	-	N/A	유통업 특성상 직접적 원료 사용 없음
EN3	1차 에너지원별 직접에너지 소비량	55~57	●	
EN4	1차 에너지원별 간접에너지 소비량	55~57	●	
EN5	절약 및 효율향상으로 절감된 총 에너지량	55~57	◐	
EN6	에너지 효율적인 또는 재생가능한 에너지를 사용하는 제품 및 서비스를 제공하기 위한 이니셔티브 및 이러한 이니셔티브 결과로써 나타나는 에너지 감축량	58~59	◐	
EN7	간접에너지 소비를 줄이기 위한 이니셔티브 및 성과	55~57	●	
EN8	공급원별 총 취수량	60	●	
EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	60	●	
EN11	생태계 보호지역 또는 인근지역에 있는 소유, 임대, 관리 토지 위치 및 크기	-	N/A	해당 사례 없음
EN12	생태계 보호지역 또는 인근지역에서의 기업활동, 제품 또는 서비스로 야기되는 중요한 영향	-	N/A	해당 사례 없음
EN16	직,간접 온실가스 총 배출량	57	●	
EN17	기타 간접 온실가스 배출량	57	●	
EN19	오존층파괴물질 배출량	57	●	
EN20	NOx, SOx 및 기타 주요 대기오염 물질 배출량		N/A	LNG 사용에 따른 대기오염물질 규제 면제 대상
EN21	최종 배출지별 총 폐수 배출량 및 수질	-	○	
EN22	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	61	●	
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	-	N/A	법규 준수, 해당 사례 없음
EN26	제품 및 서비스의 환경 영향을 저감하기 위한 이니셔티브와 영향 감소의 정도	62, 64	◐	
EN27	제품 카테고리별 판매된 제품 및 관련 포장재의 재생비율	62	◐	
EN28	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전적 제재 건수	-	N/A	해당 사례 없음

GRI Index

● : 보고서에 공개됨 ◐ : 보고서에 일부 공개 ○ : 보고서에 공개안됨 N/A : Not available

G3 조항번호	내용	페이지	보고수준	비고
사회 : 노동 및 관행				
LA1	고용 유형, 고용 계약 및 지역별 인력 현황	94	●	
LA2	연령별, 성별, 지역별 이직 건수 및 비율	94	●	
LA4	단체 교섭 적용 대상 직원 비율	107	●	
LA5	조직운영의 중요한 변동사항에 대한 최소 통지기간, 단체 협약에 이의 명시 여부	107	◐	단체협약상 해당조항은 없으나 업무협조전, 메신저, 게시판 등을 통해 수시 통보
LA7	지역별 부상, 직업병, 손실 일수, 결근 및 업무 관련 재해 건수	-	◐	
LA8	심각한 질병에 관하여 직원 및 가족, 그리고 지역 주민을 지원하기 위한 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험 관리 프로그램	101, 103	◐	
LA10	종업원 직급별 일인당 연평균 교육시간	96	●	
LA11	기술관리와 직원들의 지속적인 고용가능성을 지원하고 퇴직관리를 돕는 평생 교육 프로그램	98	●	
LA12	정기적으로 성과 및 경력 개발 평가를 받는 직원 비율	99	●	
LA13	성별, 연령별, 소수그룹멤버십, 기타 다양성관련 지표별 거버넌스 기구의 구성 및 종업원 수	94	●	
LA14	종업원 카테고리별 남녀 직원 간의 기본 임금 비율	94	●	
사회 : 인권				
HR1	인권 보호 조항이 포함되거나 인권 심사를 통과한 주요 투자 협약 건수 및 비율	-	○	
HR2	주요 공급업체 및 계약 업체에 대한 인권 심사 비율	-	○	
HR4	총 차별 사고 건수 및 관련 조치	-	○	
HR5	결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 사업장(업무분야) 및 해당 권리를 지지하기 위한 조치	107	●	
HR6	아동 노동 발생 위험이 높은 사업장(업무분야) 및 아동 노동 근절을 위한 조치	74	◐	
HR7	강제 노동 발생 위험이 높은 사업장(업무 분야) 및 강제 노동 근절을 위한 조치	74	◐	
HR8	업무와 관련한 인권 정책 및 절차 교육을 이수한 보안 담당자 비율	-	○	
사회 : 사회				
SO1	업무 활동의 시작, 운영, 종료 단계에서 지역사회에 미친 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	81~83	◐	
SO2	부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율	89~91	◐	
SO3	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	89~91	●	
SO4	부패 사건에 취해진 조치	14	●	
SO5	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비 활동 참여	-	○	
SO8	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재	-	○	
사회 : 제품책임				
PR1	개선을 목적으로 한 제품 및 서비스 사용기간 동안 고객의 건강 및 안전 영향 평가 절차, 해당 평가가 실시된 주요 제품 및 서비스의 비율	45~47	◐	
PR3	절차상 요구되는 제품 및 서비스 정보 유형, 그러한 정보 요건이 적용되는 주요 제품/서비스의 비율	48~49	◐	
PR5	고객 만족도 조사 결과를 포함한 고객 만족 관련 활동	37, 38	●	
PR6	광고, 판촉, 스폰서십 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 준수 프로그램	89~91	●	
PR9	제품 및 서비스 공급 및 사용에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 액수	-	N/A	해당 사례 없음

「롯데쇼핑 2010 지속가능성보고서」에 대한 의견을 부탁드립니다.

롯데쇼핑 2010 지속가능성보고서에 관심을 가져주신 독자 여러분께 감사드립니다.
보고서 내용의 충실성과 완성도를 높이기 위해 이해관계자 여러분의 소중한 의견을 듣고자 합니다.
작성해 주신 내용은 향후 발간 될 보고서에 반영하도록 하겠습니다.

- 주소 100-721 서울특별시 중구 소공동 1번지 롯데쇼핑 센터빌딩 17층
- 담당부서 롯데백화점 경영기획팀 사회공헌담당
- 팩스 02-2118-2280
- 이메일 aoii@lotteshopping.com

1. 귀하는 다음 중 어떤 그룹에 속하십니까?

□ 고객 □ 임직원 □ 주주 □ 투자자
□ 협력회사 □ 산업계 □ 정부 관계자 □ 지역주민
□ NGO □ 언론 □ 학계 관계자 □ 기타( )

2. 본 보고서가 롯데쇼핑의 지속가능경영 활동에 대한 이해에 도움을 주었습니까?

□ 매우 도움됨 □ 도움됨 □ 보통 □ 부족함 □ 매우 부족함

3. 본 보고서에서 찾고자 하는 정보는 어떤 것입니까?

□ 기업 개요 □ 경영전략 □ 투자정보 □ 고객서비스
□ 임직원 관련 정보 □ 사회공헌 □ 환경경영 □ 기타( )

4. 각 파트별 정보공개 수준에 대하여 어떻게 생각하십니까?

	매우 도움됨	도움됨	보통	부족함	매우 부족함
기업 개요	□	□	□	□	□
Think Economy	□	□	□	□	□
Think Customer	□	□	□	□	□
Think Environment	□	□	□	□	□
Think Society	□	□	□	□	□
Great Workplace	□	□	□	□	□

5. 중요하게 생각하시는 이슈 중 추가로 수록되었으면 하는 정보가 있으십니까?

6. 롯데쇼핑의 지속가능경영에 대한 의견이나 제안을 자유롭게 작성해 주십시오.

설문에 응해 주셔서 감사합니다

Think Tomorrow

Contact us

롯데백화점 기획부문 경영기획팀 사회공헌담당

· 주　소　서울특별시 중구 소공동 1번지 롯데쇼핑센터빌딩
· 전　화　02-2118-2030~3
· 팩　스　02-2118-2280
· 이 메 일　aoii@lotteshopping.com

롯데마트 기획부문 경영기획팀

· 주　소　서울시 송파구 잠실동 40-1
· 전　화　02-411-8510~1
· 팩　스　02-411-8998
· 이 메 일　dlsdnd1107@lottemart.com

LOTTE SHOPPING

서울특별시 중구 소공동 1번지 우편번호 100-721
1, Sogong-dong, Joong-gu, Seoul, 100-721 Korea

Tel 02-771-2500

FSC PRINTED WITH SOY INK
본 보고서는 *FSC(Forest Stewardship Council/산림관리 협의회)인증을 받은 친환경 용지에 콩기름으로 인쇄하였습니다.