

LOTTE SHOPPING

SUSTAINABILITY

REPORT

롯데쇼핑 지속가능성보고서 2011

2011

THINK

TOMORROW



Reader's Guide

1. GRI G3 가이드라인 적용

2011 롯데쇼핑 지속가능성보고서는 Sustainability Reporting Guidelines by Global Reporting Initiative(GRI G3)에 의거한 요구사항에 따라 작성되었습니다. 보고서에는 GRI G3 프로필 공시사항이 모두 포함되어 있으며, 각 지표 범주에 대한 경영방식 공시와 GRI G3 핵심 성과 지표를 중요성의 원칙에 따라 최대한 담고 있습니다.

2. 지속가능성보고서의 범위

2011 롯데쇼핑 지속가능성보고서는 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 대상으로 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. 지속가능성보고서의 대상기간

2011 롯데쇼핑 지속가능성보고서의 대상기간은 2010년 1월 1일부터 2010년 12월 31일까지이나 필요한 경우 계속기업의 원칙에 따라 2011년 상반기에 수행한 지속가능경영 활동의 일부를 포함하고 있습니다. 정량적 성과의 경우 최근 3년 이상의 데이터를 제시하여 트렌드를 분석할 수 있도록 하였습니다.

4. 지속가능성보고서의 검증

2011 롯데쇼핑 지속가능성보고서의 모든 정보는 독립적인 외부검증기관인 Solability의 검증 심사를 거쳤으며, 검증 결과를 제3자 검증의견서에 수록하였습니다.



보고서 추가 정보

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

롯데백화점 기획부문 경영기획팀 사회공헌담당

주소 서울특별시 중구 소공동 1
롯데쇼핑센터빌딩

전화 02-2118-2030~5

팩스 02-2118-2280

이메일 nathun@lotteshopping.com

롯데마트 전략본부 경영전략부문 경영전략팀

주소 서울특별시 송파구 올림픽로 269
롯데캐슬골드 6, 7층

전화 02-2145-8048

팩스 02-2145-8567

이메일 rick1217@lottemart.com

홈페이지

롯데백화점 www.lotteshopping.com

롯데마트 www.lottemart.com

롯데그린 www.lottegreen.co.kr

롯데쇼핑전자공시 www.lotteshoppingir.com

Contents

Overview	02_CEO's Message 04_Business Overview 06_Vision 2018 07_Global business 08_2010 Highlights 10_지속가능경영 전략 11_지속가능경영 KPI
Environment Equal Project	<p>Equal Project 01. Environmental Management 14 온실가스 관리, 에너지 관리, 용수 관리, 폐기물 관리</p> <p>Equal Project 02. Environmental Offset 20 고효율 에너지 설비, 신재생 에너지 설비, 포장재 줄이기, 에코 스토어 구축, 환경 캠페인 활동</p>
Product Equal Project	<p>Equal Project 03. Product Quality & Safety 28 상품 안전 관리, 식품 위생 관리, 상품 정보 제공</p> <p>Equal project 04. Sustainability in Product 34 친환경상품 판매 확대, 녹색구매 이행, 지역상품 유통</p>
Customer Equal Project	<p>Equal Project 05. Customer Benefit 42 고객 만족도 제고, 고객 커뮤니케이션, 온라인 채널 강화, 고객 관계 관리, 고객정보 보호, 안전한 쇼핑 공간</p> <p>Equal Project 06. Customer Engagement 50 지속가능한 소비 문화 구현, 탄소 저감 활동, 에코 리더 활동</p>
Workplace Equal Project	<p>Equal Project 07. Work Efficiency 56 임직원 역량 개발, 유통 전문인력 양성, 글로벌 인재 육성, 공정한 성과 평가</p> <p>Equal Project 08. Work & Life Balance 62 균등기회 제공, 건강한 일터 만들기, 임직원 복지 제도, 가족친화경영</p>
Supplier Equal Project	<p>Equal Project 09. Supplier Management 70 협력회사 소통, 공정거래 자율준수, 공정거래 교육 및 소통, 협력회사 인력 육성</p> <p>Equal Project 10. Supplier Support 76 협력회사 금융 지원, 상품개발 지원, 동료사원 섬김경영</p>
Society Equal Project	<p>Equal Project 11. Citizenship Input Management 82 사회공헌 전략, 자원봉사 활동, 매칭 그랜트</p> <p>Equal Project 12. Citizenship Output Monitoring 86 출산장려 사회공헌, 글로벌 사회공헌, 지역 사회공헌, 아동 참여 사회공헌</p>
Our Culture	윤리경영, 경영 혁신, 소통 경영 93
Appendix	105_경제적 성과 106_환경 성과/임직원 현황 107_기업지배구조 108_이해관계자 설문조사 109_롯데쇼핑 대외수상 및 인증 110_제3자 검증 의견서 112_GRI Index

CEO's Message

글로벌 지속가능기업을
향한 위대한 도전을
시작합니다



롯데쇼핑(주) 대표이사 사장
이철우

롯데쇼핑은 지속가능경영을 통해 고객, 임직원, 협력회사 그리고 지역사회 등 모든 이해관계자들의 풍요롭고 행복한 삶을 만들어 가고자 합니다. 이를 위해 롯데쇼핑은 기업의 경제적인 이익뿐만 아니라 환경을 비롯한 기업의 사회적 책임 또한 완수하기 위해 최선의 노력을 다 하고 있습니다.

롯데쇼핑은 지난 한 해 지속가능경영에 있어 괄목한 만한 성과를 이뤄 냈습니다. 글로벌 경기침체가 지속되고 있는 상황에서도 사상 최대의 실적을 거두었으며, 사회적 책임에 대한 역할도 적극적으로 수행함으로써, 글로벌 기업으로서의 지속가능한 성장을 이어 갔습니다. 전 세계 기후변화에 대응하기 위해 녹색매장 구축 기반을 다져 나갔으며, 국가 사회적으로 주요 이슈가 되고 있는 출산육아 문제 해법을 모색하기 위해 출산장려 캠페인을 실시하였습니다. 또한 그동안 시행해 온 협력회사와의 상생경영을 강화하기 위해 전담조직을 신설하여 운영하고 있습니다. 이러한 노력의 결실로 롯데쇼핑은 지난해 DJSI World(다우존스 지속가능성지수 월드) 유통부문에서 글로벌 최우수 지속가능기업으로 선정되는 쾌거를 이루었습니다.

이러한 지속가능경영의 성과를 토대로 롯데쇼핑은 2018년까지 글로벌 5위권의 유통기업으로 도약한다는 새로운 비전을 수립하였습니다. 이를 위해 롯데쇼핑은 글로벌 경영을 강화하는 한편, 신사업 기회를 적극적으로 모색해 나갈 것입니다. 또한 기업문화를 글로벌 수준에 맞게 재정비 하고, 기업 위상에 걸맞는 사회적 책임 실천을 해 나갈 것입니다.

롯데쇼핑은 이제 국내 최고 기업을 넘어 세계에서 존경받는 글로벌 지속가능기업을 향해 나아가고자 합니다. 롯데쇼핑의 힘찬 도약에 이해관계자 여러분의 성원과 격려 부탁드립니다. 감사합니다.

롯데마트는 고객만족, 동반성장, 사회·윤리적 책임을 다하여 모든 이해관계자들에게 행복을 드리는 기업이 되기 위해 노력하고 있습니다. 지난해 전 세계적 경기침체와 물가상승 속에서 고객 여러분께 가치 있는 상품을 제공하고자 상품혁명을 선포하였고, 지속적인 경영혁신을 통해 내실 있는 성과를 창출하였습니다. 또한 다양한 방면에서의 사회공헌 및 친환경 매장 구축 등과 같은 환경경영 활동을 추진하였습니다. 특히 사회적 이슈가 되고 있는 상생경영을 위해 협력업체와의 파트너십을 견고히 구축하여, 국내뿐 아니라 해외에서도 동반성장할 수 있는 기반을 마련하고 있습니다. 롯데마트는 현재 중국, 인도네시아, 베트남 3개국에 다수의 점포를 운영하며 글로벌 유통기업으로 올라섰습니다. 앞으로 롯데마트는 규모의 성장과 내실 효율화를 동시에 추구하여 일류회사로의 기반을 지속적으로 다져 나가겠습니다. 또한 사랑받는 기업이 가져야 할 사회적 책임 역시 업계를 선도해 나가겠습니다. 향후에도 롯데마트가 여러분께 더 큰 풍요로움을 드릴 수 있도록 많은 관심과 격려를 부탁드립니다.



롯데쇼핑(주) 마트사업본부 대표

노 병 용

지난 2000년 롯데쇼핑(주)의 슈퍼마켓사업본부로 사업을 시작한 롯데슈퍼는 '신선하고 안전한 상품으로 삶의 질 향상에 기여한다'는 사명감을 갖고, 고객이 보다 가까이에서 편리하고 쾌적한 쇼핑을 즐길 수 있도록 하는 고객중심의 새로운 유통문화를 만들어 가고 있습니다. 또한 롯데슈퍼는 '신선한 상품, 정다운 이웃'이라는 기업 슬로건 아래 전국적인 다점포망을 구축하고, 지역 생산물 우선 취급 및 지역 주민 우선 고용을 정책적으로 시행하며, 지역 경제 활성화에 힘쓰고 있습니다. 한편 기후변화와 환경에 대한 이해관계자들의 인식이 높아짐에 따라 경영의 모든 의사결정에 환경 기준을 적용, 친환경 상품 유통 확대, 에너지 절감 및 녹색 구매 강화를 통해 지속가능경영을 실천하기 위해 최선을 다하고 있습니다. 앞으로도 롯데슈퍼는 지역 사회와 소통하며, 환경 및 사회적 책임을 다하는 지속가능기업으로 성장해 나가기 위해 노력할 것입니다.



롯데쇼핑(주) 슈퍼사업본부 대표

소 진 세

롯데시네마는 지난 1999년 설립되어, 국내외에서 멀티플렉스 시네마 운영과 영화 투자 및 배급 사업을 수행하고 있는 글로벌 토틸 엔터테인먼트 기업입니다. 롯데시네마는 'Happy Memories'라는 슬로건 아래 고객에게 특별한 감동을 선사하기 위해 입지 선정부터 각종 서비스에 이르기까지 인간 사랑, 환경 사랑을 바탕으로 사업을 진행하고 있습니다. 또한 롯데시네마는 친환경 시설과 최첨단 장비의 지속적인 도입을 통해 쾌적한 관람 환경을 구현하고 고객가치를 존중하며 이해관계자들의 다양한 요구를 만족시키는 지속가능한 기업으로 성장해 나갈 계획입니다. 롯데시네마는 가장 앞선 기술을 선도적으로 도입함과 동시에 고객을 위한 최상의 서비스를 제공하여 최고의 글로벌 엔터테인먼트 기업으로 발돋움해 나가기 위해 최선을 다할 것입니다.



롯데쇼핑(주) 시네마사업본부 대표

손 광 익

Business overview

롯데쇼핑은 1979년 설립 이후, 백화점 사업을 필두로 마트, 슈퍼, 시네마 등으로 사업 영역을 확대하며, 한국을 대표하는 유통기업으로 성장해 왔습니다. 또한 현재는 중국, 러시아, 베트남, 인도네시아 등의 주요 해외 시장에 백화점, 마트, 시네마 등이 진출해 있는 글로벌 유통기업입니다.

사업개요

2010년 롯데쇼핑은 백화점 1개점, 아울렛 1개점 및 마트 20개점(국내 7개점 / 해외 13개점) 등 전 사업 부문에 걸쳐 지속적인 신규 출점을 하였습니다. 또한 패션 브랜드 사업 등의 신규사업 또한 활발하게 추진하였습니다. 한편 2010년에는 GS리테일의 백화점 및 마트 사업 부문 인수를 통해 국내 유통업계에서 확고한 시장 지위를 한층 더 강화하였습니다. 아울러 해외사업에서는 2007년 9월 해외 진출 백화점 1호점을 러시아 모스크바에 오픈한 데 이어 2008년 8월에는 중국 베이징에 2호점을 개점 하였습니다.

마트 사업 부문은 미래 신성장 동력을 확보하기 위해 2008년 중국 마크로 8개 점포 인수를 시작으로 2009년 중국 시장 내 확고한 입지 구축을 위해 대형 마트 체인인 'TIMES(마트 54개점, 슈퍼 11개점)'를 인수하였고, 2010년에는 중국 3개점, 인도네시아 3개점, 베트남 1개점을 추가적으로 오픈하였습니다.

롯데마트는 현재 글로벌 시장에서 106개점을 운영 중이며, 해외사업의 지속적인 진출을 계획하고 있습니다.

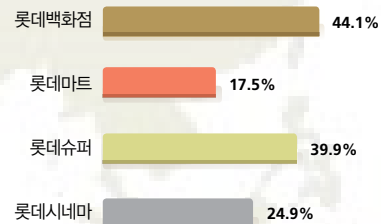
* 본 보고서의 비재무적 성과 부분은 롯데쇼핑의 4개 사업 부문 중 백화점과 마트 사업 부문의 성과를 대상으로 작성되었습니다.

롯데쇼핑 기업 개요

회사명	롯데쇼핑(주)
설립일	1979년 11월 15일
대표이사	이철우
사업내용	대규모 소매업
임직원 수	22,080명

국내 M/S 현황

* 2010년 연간 기준



| 롯데쇼핑 사업부 주요 현황 |

	설립일	점포 현황	주요 상품
롯데백화점	1979년 11월	37개점	의류, 잡화, 가전, 가구, 식품
롯데마트	1998년 4월	196개점	식품, 생필품, 의류, 잡화, 가전, 완구
롯데슈퍼	2001년 5월	277개점	식품, 생필품, 잡화
롯데시네마	1999년 10월	72개점	영화 투자 · 배급, 영화 상영

* 백화점 : 위탁운영 6개점 포함 (롯데역사, 롯데미도파, 롯데스퀘어)

* 마트 : 물류센터 2개점 포함 (오산 물류센터, 김해 물류센터)

롯데백화점

롯데백화점은 국내 백화점 업계 1위 기업으로서 2010년에도 전년 대비 약 7.8% 성장하는 견고한 성과를 이뤄 냈습니다. 2010년 청량리점과 부산 광복점의 국내 2개 점포를 오픈하는 한편, GS스퀘어 3개점을 성공적으로 인수하였습니다. 해외사업 또한 지속적인 성장을 바탕으로 향후 해외 출점을 가속화할 예정입니다. 한편 롯데백화점은 지속가능경영에 대한 전사적인 합의와 노력을 통해 'DJSI World 지속가능경영 글로벌 최우수 기업'으로 선정되는 영예도 안았습니다.

롯데슈퍼

2010년 롯데슈퍼는 사업 진출 9주년을 맞아 매출뿐만 아니라 점포 수에서도 선도업체의 위상을 더욱 확고히 하였습니다. 롯데슈퍼는 신선한 농산물과 육류, 생선뿐 아니라 우수한 포장식품과 일용품, 가정용품을 엄선하여 합리적인 가격에 판매함으로써 각 지역 사회에 소핑 편의를 제공하고 있습니다. 또한 중소상인들과의 상생 경영을 위해 취급품목 조정, 지역 특산물 구매 등의 상생협력 방안에 대해서도 지속적으로 실천해 나가고 있습니다.

롯데마트

2010년 롯데마트는 지속적인 국내외 신규점포 오픈, 상품 MD 혁신 및 경영 효율 제고를 통해 매출과 수익이 크게 증가하는 경영 성과를 거두었습니다. 롯데마트는 2010년 국내 21개점, 해외 7개점 등 총 28개점을 성공적으로 개점하였습니다. 또한 가격경쟁 대신 새로운 상품 가치를 제공하는 '가치혁신상품'을 선보였으며, 완구 전문점인 '토이저러스' 및 디지털 가전 체험매장인 '디지털파크'의 지속적인 개점을 통해 신성장 동력을 확보해 나가고 있습니다.

롯데시네마


롯데시네마는 영화 관람, 쇼핑, 외식 등의 문화체험이 한 곳에서 이루어지는 고객 맞춤형 복합문화공간을 지향하며 발전을 거듭해왔습니다. 이를 기반으로 짧은 기간에도 불구하고 국내 업계 2위 기업으로 성장하였습니다. 또한 2008년부터 베트남 및 중국 등 해외시장에 진출하는 등 아시아를 선도하는 글로벌 엔터테인먼트 기업으로 성장해 나가고 있습니다.

백화점 신규사업

아울렛
LSC(라이프 스타일 센터)
프리미엄 온라인몰

마트 신규사업

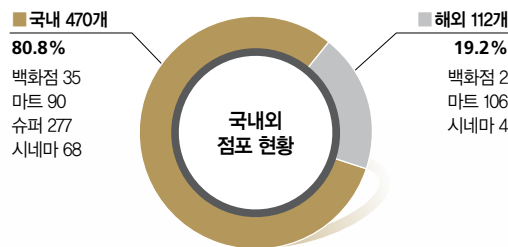
토이저러스
디지털파크
행복드림 주유소



BUSINESS OVERVIEW

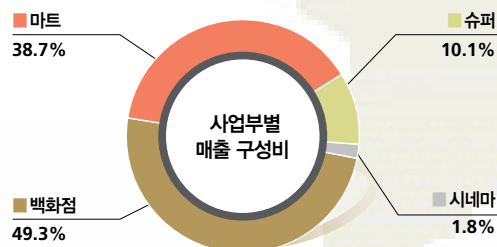
롯데쇼핑 국내외 점포 현황

* 2010년 총매출 / 공시 기준



롯데쇼핑 사업부별 매출 구성비

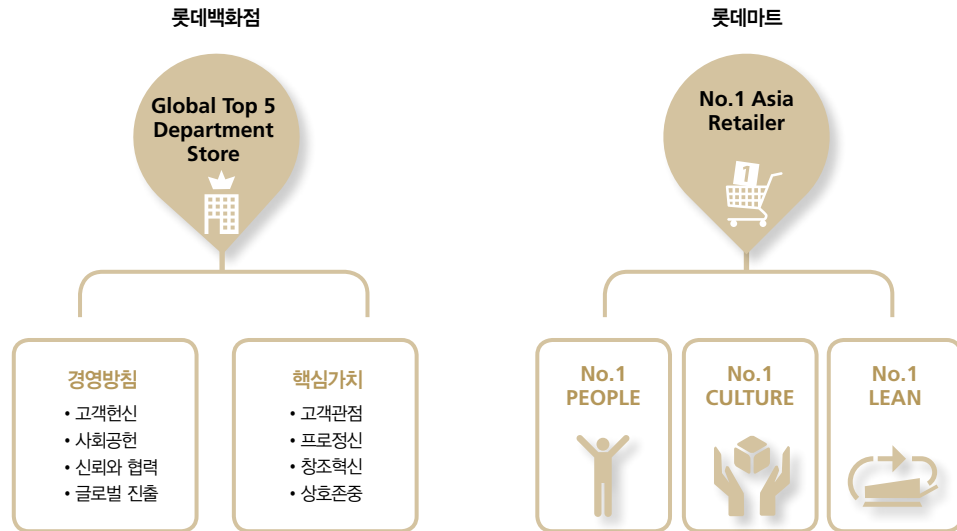
* 2010년 총매출 / 공시 기준



Vision 2018

롯데쇼핑은 글로벌 초우량 유통기업으로 거듭나기 위한 비전을 수립하여, 힘찬 도약을 시작했습니다. 또한 적극적인 해외시장 진출과 신사업 추진, 과감한 혁신을 추진해 나가는 한편, 글로벌 Top 5에 걸맞는 임직원 역량 강화, 기업 문화 조성 및 사회적 책임 완수에도 힘을 기울이고 있습니다.

2018 VISION

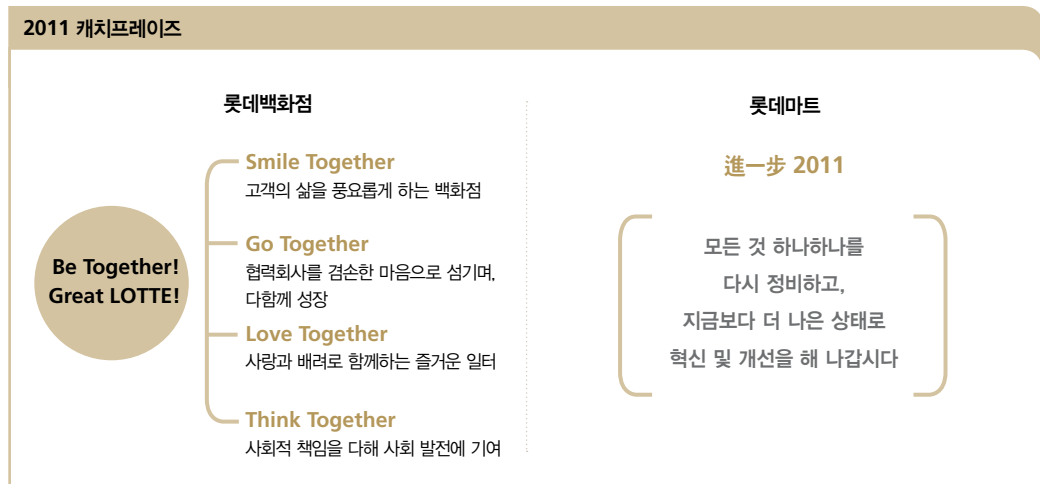


2011 캐치프레이즈

롯데쇼핑은 비전 달성을 위하여, 경영활동의 핵심 원칙이 되는 캐치프레이즈를 매년 수립하고 있습니다. 롯데백화점은 이해관계자와 상생 그리고 발전을 통한 위대한 기업으로 성장하기 위하여 'Be Together! Great

LOTTE!'로 캐치프레이즈를 정했습니다.

롯데마트는 지속적인 혁신과 개선을 통한 아시아 최고의 유통기업으로의 성장을 위하여 '進一步 2011'로 캐치프레이즈를 정하였습니다.



Global Business

롯데쇼핑은 국내에서의 이룩한 성장을 기반으로 적극적인 해외사업을 추진하고 있습니다.

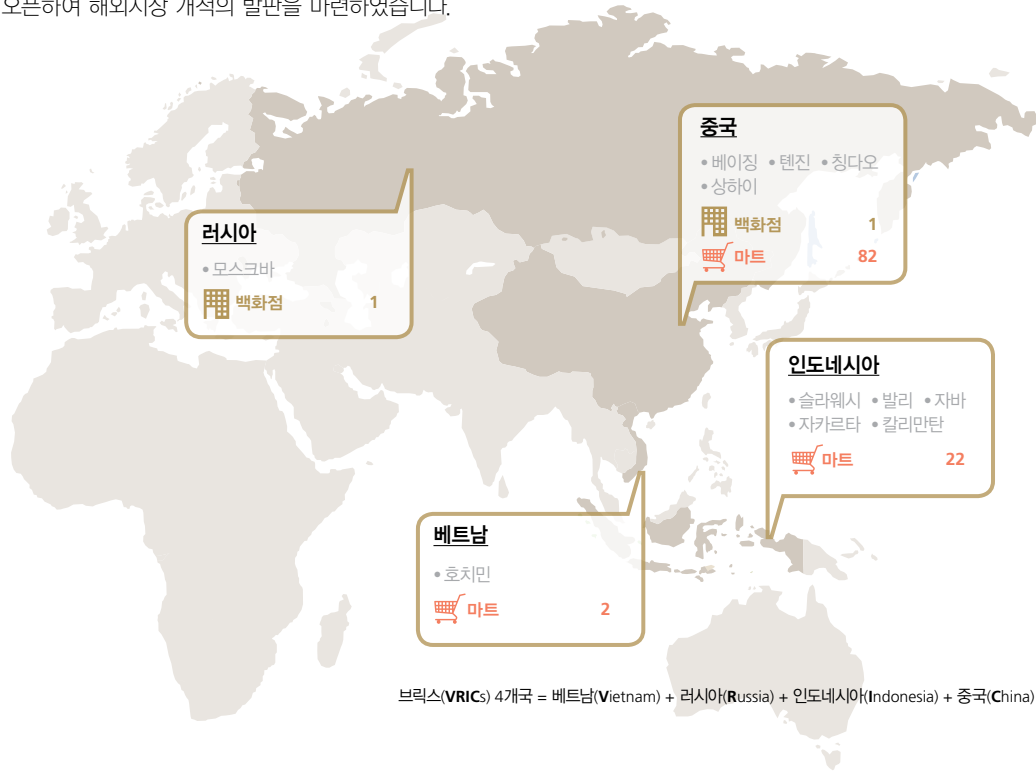
글로벌 전략 - Strategy for VRICs

롯데쇼핑은 현재 베트남, 러시아, 인도네시아, 중국 4개 국가를 해외 진출 시장으로 선정, 신규 점포 오픈뿐 아니라 활발한 M&A 활동을 펼치며 빠른 현지화 전략을 실현해 나가고 있습니다.

롯데백화점은 현재 러시아와 중국에 각 1개의 점포를 오픈하여 해외시장 개척의 발판을 마련하였습니다.

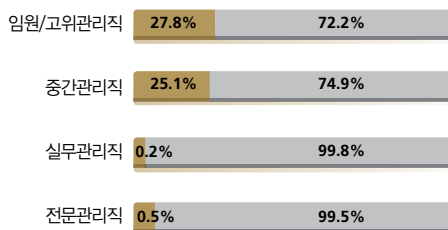
또한 신규 부지 개발, 임차, 위·수탁 경영 등 다양한 방식으로 해외 출점을 검토 중입니다.

롯데마트는 2018년까지 해외 점포 수 355개, 매출액 17,5조 원을 목표로 활발한 출점 활동을 벌이고 있습니다.



직급별 해외 인력 현황

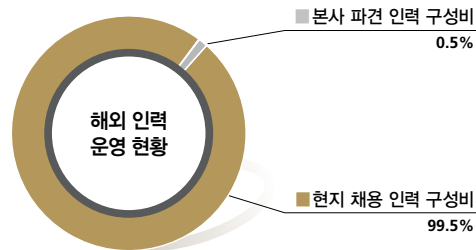
*백화점 및 마트 기준



■ 본사 파견 ■ 현지 채용

해외 인력 운영 현황

*백화점 및 마트 기준



2010 Highlights

롯데쇼핑은 차별화된 고객 서비스와 MD를 통해 새로운 고객 가치 및 브랜드 가치를 창출하고 있습니다. 또한 환경 및 사회적 이슈에 대해서도 다양한 사회공헌 활동을 펼치고 있으며, 지속가능한 기업으로 성장하기 위해 전사적인 노력을 전개하고 있습니다.

DJSI World 'Super Sector Leader' 선정



롯데쇼핑은 2010년 11월 다우존스 지속가능성지수(DJSI World)에 2년 연속 편입됨과 함께 글로벌 리테일 부문에서 전 세계 최고의 유통기업(Retail Super Sector Leader)으로 선정되는 영예를 안았습니다. 이에 따라 롯데쇼핑은 재무적 성과뿐 아니라, 사회적 책임 및 환경에 대한 노력을 전 세계적으로 인정받는 계기가 되었습니다.

Forbes 'Asia Retail 1위 기업' 선정



롯데쇼핑은 2010년 미국의 Forbes가 선정하는 '글로벌 2000' 기업에서 리테일 부문 '아시아 1위 기업'으로 선정되었습니다. Forbes의 '글로벌 2000'은 매년 글로벌 기업의 재무적 성과 및 시가 총액에 대한 기업 순위를 공개한 자료로, 롯데쇼핑은 이로써 글로벌 최우수 유통 기업으로서의 위상을 다시 한번 확인하였습니다.

사회적책임 최우수 기업 선정



롯데쇼핑은 2010년 국가 출산장려 정책에 적극적으로 동참하고, 지속적인 사내외 출산장려 캠페인을 시행한 공로를 인정 받아, '출산장려 대통령 표창'을 수상하였습니다. 또한 2004년 환경가치경영을 선포한 이후, 환경 가치의 전파와 친환경 매장 구축 등을 위하여 노력한 결과로 녹색경영 관련, 국무총리 표창을 수상하였습니다.

롯데쇼핑 GS 스퀘어 및 마트 인수



롯데쇼핑은 2010년 2월 GS리테일의 GS 스퀘어 백화점 3개점과 GS마트 14개점을 인수하였습니다. 이를 통해 국내 백화점 및 마트 사업의 신성장 동력을 확보하고, 미래 경쟁력을 한층 더 강화하였습니다.

롯데마트 해외 100호점 오픈



롯데쇼핑은 2010년 8월, 인도네시아에 인도네시아 20호점이자, 해외점포 100호점인 간다리아시티점을 오픈하였습니다. 인도네시아 간다리아시티점은 인도네시아에서 직접투자 방식으로 오픈한 최초의 점포입니다. 이같은 지속적인 해외점포 오픈으로 통해 외형적인 성장뿐만 아니라 글로벌 브랜드로서의 위상도 더욱 공고히 해 나갈 예정입니다.

환경경영 및 정보보호 국제 인증 획득



롯데백화점은 2005년부터 전사적인 차원에서 체계적인 환경경영을 시행하여 환경경영 시스템 국제인증인 'ISO 14001'을 획득·유지하고 있습니다. 또한 고객정보에 대한 오용 및 정보 인출 등에 대비하기 위해 국내 유통업계 최초로 정보보호 관련 국제표준인 'ISO 27001' 인증을 획득하였습니다. 이러한 인증을 바탕으로 체계적인 지속가능경영 실천에 최선을 다하고 있습니다.

롯데쇼핑·협력회사 동반성장 및 상생경영 강화



롯데쇼핑은 협력회사와의 지속적인 동반 성장을 주요 경영 전략으로 추진하고 있습니다. 이를 위하여 다양한 분야에서 협력회사와의 상생경영을 시행하고 있습니다. '협력회사 초청 컨벤션' 및 '협력회사 방문 CEO 간담회'를 개최하여 소통의 장을 확대해가고 있으며, 협력회사와의 '상생협력 및 공정거래 협약 선포식'을 진행하였습니다. 또한 다양한 협력회사 지원 제도를 마련하여 함께 성장하는 기업문화를 구축해 가고 있습니다.

롯데쇼핑 글로벌 사회공헌 활동 확대



롯데쇼핑은 글로벌 기업의 위상에 걸맞는 다양한 글로벌 사회공헌 프로그램을 갖추고 전사적인 사회공헌 활동을 전개하고 있습니다. 교육지원사업의 일환으로 '베트남 롯데스쿨'을 건립하고 있으며, 임직원들이 해외 아동들과 자매결연을 맺는 '매칭 그랜트' 제도도 운영하고 있습니다. 향후에도 롯데쇼핑은 글로벌 구성원의 일원으로서 사회적 책임을 성실하게 수행해 나갈 것입니다.

롯데백화점 친환경 어린이집 1호점 개원



롯데쇼핑은 가족친화경영 실천의 일환으로 국내 유통업계 최초로 친환경 직장 보육 시설을 설치하여 임직원 및 동료사원들의 양육을 지원하고 있습니다. 또한 정책적인 지원 확대를 통해 여성 직원들의 근로 조건을 개선하여 저출산 문제 해결에 적극 동참하고 있습니다. 롯데쇼핑 어린이집은 친환경 소재를 사용, 아이들이 더 나은 여건에서 교육을 받을 수 있는 환경을 조성하였습니다.

롯데쇼핑 온실가스 인벤토리 구축



롯데쇼핑은 친환경 실천 선도기업으로서 기후변화에 대응하는 한편, 저탄소 녹색 성장을 구현하기 위하여 다양한 노력을 하고 있습니다. 이를 위해 우선적으로 점포에서 발생하는 온실가스 배출량을 정확히 파악·산정하고, 지속적으로 절감해 나가기 위해 '온실가스 인벤토리' 구축 사업을 진행하고 있습니다. 또한 이를 기반으로 하여 국가 온실가스 목표관리제에 선도적으로 대응해 나갈 것입니다.

지속가능경영 전략

롯데쇼핑은 지속가능경영을 통해 기업이 추구하는 재무적인 성과와 비재무적인 성과인 환경과 사회 측면의 성과가 균형을 이루며 발전하여야 한다고 생각합니다.

Equal Project는 롯데쇼핑의 지속가능경영을 위한 전략적 방안의 다른 표현입니다.

Equal Project

Equal Project는 재무적 이익과 비재무적 이익의 균형적 추구라는 롯데쇼핑의 지속가능경영 전략을 기업활동 전 영역에서 통합적으로 추진하기 위해 6개 주요 영역과 함께 총 12개의 세부 Project로 구성되어 있습니다.

이 보고서는 롯데쇼핑의 지속가능경영 전략이 환경, 상품, 고객, 협력회사, 사회공헌, 임직원 영역에서 어떻게 수립되고 추진되고 있는지를 이해관계자 여러분들과 공유하고자 하는 데에 초점을 맞추어 제작되었습니다.



지속가능경영 KPI

EQUAL PROJECT 01 Environment Management					EQUAL PROJECT 02 Environment Offset				
구분	2008	2009	2010	구분	2008	2009	2010		
온실가스 배출량(CO ₂) (ton)	백화점 227,688 마트 251,500	242,092	256,875 286,782	환경기금 조성액 (백만 원)	백화점 675	1,080	500		
전력 사용량(전기) (MWh)	백화점 416,387 마트 457,370	450,220	475,091 526,200	친환경 인증 점포 (점)	마트 -	1	2		
연료 사용량(LNG) (만 Nm ³)	백화점 1,479 마트 1,700	1,370	1,508 1,842	녹색매장 참여 점포 (점)	백화점 -	-	3		
수도 사용량 (천 ton)	백화점 3,031 마트 3,495	3,089	3,369 3,016	폐기물 재활용률 (%)	마트 -	-	2		
					백화점 66.4	69.1	68.8		
					마트 69.9	68.9	68.8		

EQUAL PROJECT 03 Product Quality & Safety					EQUAL PROJECT 04 Sustainability in Product				
구분	2008	2009	2010	구분	2008	2009	2010		
HACCP 인증 점포 (점)	백화점 5	5	7	친환경 편집매장 매출액 (백만 원)	백화점 214	404	855		
위해상품 차단 시스템 인증 점포 (점)	마트 -	84	90	친환경 PB 상품 수 (개)	마트 -	212	66		
LFSA (Lotte Mart Food Safety Audit) (점)	마트 94.8	95.4	95.7	탄소 라벨링 상품 수 (개)	마트 -	1	15		
				녹색 구매액 (억 원)	백화점 105.6	96.4	86.4		
					마트 7.4	42.0	99.8		

EQUAL PROJECT 05 Customer Benefit					EQUAL PROJECT 06 Customer Engagement				
구분	2008	2009	2010	구분	2008	2009	2010		
고객 만족도 지수 평가 (점)	백화점 89.0	82.8	84.2	대중교통 이용 캠페인 참여고객 수 (명)	백화점 -	3,510	5,370		
고객 불만 접수건수 (건)	백화점 23,473 마트 10,080	24,108	21,752 14,637	환경디자인 공모전 응모고객 수 (명)	백화점 -	-	30		
				그린마일리지 적립액 (백만 원)	마트 -	97	109		

EQUAL PROJECT 07 Work Efficiency					EQUAL PROJECT 08 Work & Life Balance				
구분	2008	2009	2010	구분	2008	2009	2010		
임직원 총교육비 (백만 원)	백화점 3,826 마트 2,632	4,125	4,870 3,025	여성인력 고용 비율 (%)	백화점 53.4	54.6	52.7		
임직원 인당 교육시간 (시간)	백화점 161 마트 107	163	163 103	여성관리자 비율 (%)	마트 63.2	63.4	64.1		
임직원 퇴직률 (%)	백화점 0.4 마트 1.1	0.4	0.5 1.0	장애투 고용 비율 (%)	백화점 3.3	3.3	3.9		
					백화점 2.4	2.6	3.1		
					마트 2.1	2.0	2.1		

EQUAL PROJECT 09 Supplier Management					EQUAL PROJECT 10 Supplier Support				
구분	2008	2009	2010	구분	2008	2009	2010		
협력회사 컨벤션 참여 협력회사 수 (개)	백화점 400	233	272	협력회사 단기자금 지원액 (억 원)	백화점 -	45	41		
중소기업박람회 참여 협력회사 수 (개)	마트 112	-	-	협력회사 상생펀드 지원액 (억 원)	백화점 -	-	56		
협력회사 CEO 간담회 의견수렴 현황 (건)	백화점 -	116	113		마트 -	-	154		

EQUAL PROJECT 11 Citizenship Input Management					EQUAL PROJECT 12 Citizenship Output Management				
구분	2008	2009	2010	구분	2008	2009	2010		
사회공헌성 비용 (억 원)	백화점/마트 -	123	152	어린이 환경미술대회 참여자 수 (명)	백화점 11,353	11,689	10,662		
봉사참여 임직원 수 (명)	백화점/마트 6,582	6,006	6,644	다둥이 가족 초청행사 참여자 수 (명)	백화점 -	735	612		
임직원 봉사활동 시간 (시간)	백화점/마트 18,673	19,403	25,167	문화센터 수강 회원 수 (명)	백화점 417,515	401,122	558,547		
					마트 328,514	382,966	412,738		



7:32 AM

**W H A T I S
ENVIRONMENT
EQUAL PROJECT?**

ENVIRONMENT EQUAL PROJECT는,
기업 활동에서 발생하는 환경영향을 체계적으로 관리하고
전사적으로 환경영향 상쇄 활동을 실천하여
환경영향을 최소화하고 있습니다. 또한 환경적인 이익 측면과
비즈니스적인 이익 측면을 균형 있게 추구함으로써
비용 절감과 신규사업 가치를 창출하고자 합니다.

We think about
Environment

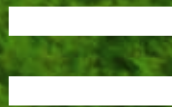
환경 효율성 관리 | 환경영향 상쇄 활동



**EQUAL
PROJECT 01**

Environmental
Management

—
환경 효율성 관리
비용 절감, 환경보호
비즈니스 이익, 환경적 이익



**EQUAL
PROJECT 02**

Environmental
Offset



—
환경영향 상쇄 활동
신규 기회 창출, 환경보호
비즈니스적 이익, 환경적 이익



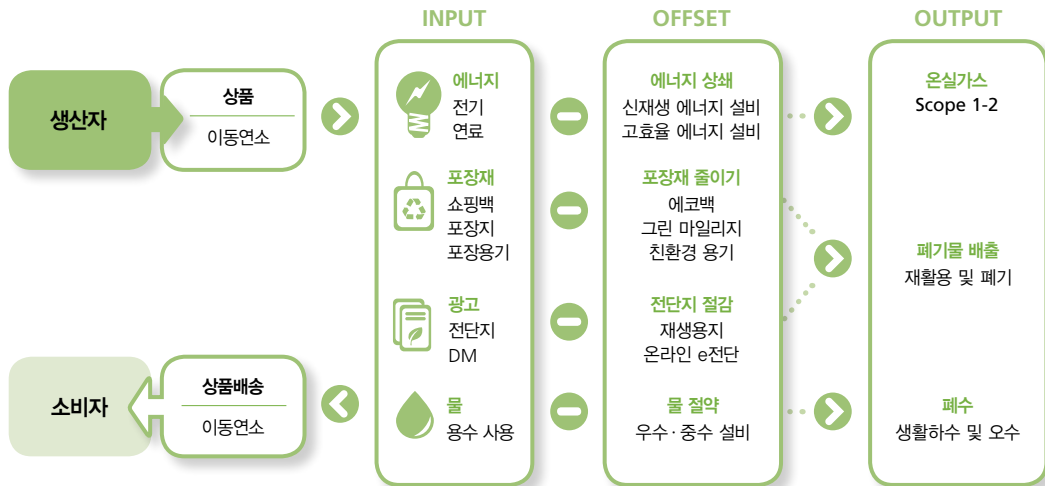
Environmental Management

온실가스 관리 | 에너지 관리 | 용수 관리 | 폐기물 관리



기후변화와 자원고갈로 촉발된 환경 이슈는 기업이 당면한 위기인 동시에 새로운 기회입니다. 롯데쇼핑은 에너지, 온실가스, 용수, 폐기물 관리를 실천함으로써 환경영향을 최소화하기 위해 힘쓰고 있습니다. 롯데쇼핑은 각 운영 단계에 대한 저감 목표를 수립하고 지속적으로 모니터링 하여 비즈니스 이익과 환경 이익을 균형 있게 추구하고자 합니다.

| 롯데쇼핑 환경 영향 관리 |



주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2008	2009	2010
온실가스 배출량(CO ₂)	ton	백화점	227,688	242,092	256,875
		마트	251,500	249,328	286,782
전력 사용량(전기)	MWh	백화점	416,387	450,220	475,091
		마트	457,370	455,760	526,200
연료 사용량(LNG)	만 Nm ³	백화점	1,479	1,370	1,508
		마트	1,700	1,637	1,842
수도 사용량	천 ton	백화점	3,031	3,089	3,369
		마트	3,495	2,993	3,016

온실가스 관리

롯데쇼핑은 점포 단위에서 발생하는 온실가스를 저감하기 위해 국가 정책에 적극적으로 참여하는 한편 내부 지침을 명확히 하여 관리하고 있습니다. 또한 고효율 에너지 설비 및 친환경 신재생 에너지 시설을 지속적으로 도입함으로써 온실가스 배출량을 저감해 나가고 있습니다.

온실가스 인벤토리 구축

롯데쇼핑은 온실가스 배출량을 파악하고, 저감해 나가기 위한 '온실가스 인벤토리'를 구축하였습니다. '온실가스 인벤토리'란 경영활동의 범위 안에서 온실가스가 배출되는 배출원을 규명하고, 각 배출원에서 발생하는 온실가스 배출량을 정해진 기준에 의해 산정·목록화하여 체계적으로 관리하는 시스템입니다.

롯데쇼핑은 더욱 효과적인 온실가스 관리 및 데이터 산출을 위해 MRV* 시스템을 개발 중에 있으며, 2011년 하반기에 구축을 완료할 예정입니다. 아울러 지속적인 실무자 교육을 실시하여 내부 전문인력 육성에도 힘쓰고 있습니다.

* MRV (Measure, Report, Verify) 시스템 : 측정, 보고, 평가 시스템

온실가스 저감 관리

롯데쇼핑은 온실가스 인벤토리 시스템에서 파악한 결과, 2010년 기준, 매장 전력을 사용할 때 나오는 간접배출이 전체 온실가스 배출량의 대부분인 약 86.4%를 차지하였습니다.

2010년 롯데백화점과 롯데마트는 약 543,657ton의 온실가스를 배출하였는데, 2009년 대비 약 10.6% 증가한 수치입니다.

신규 점포 오픈 등으로 인해 총배출량은 증가하였지만 단위 면적당 온실가스 배출량은 매년 감소하고 있는 추세입니다.

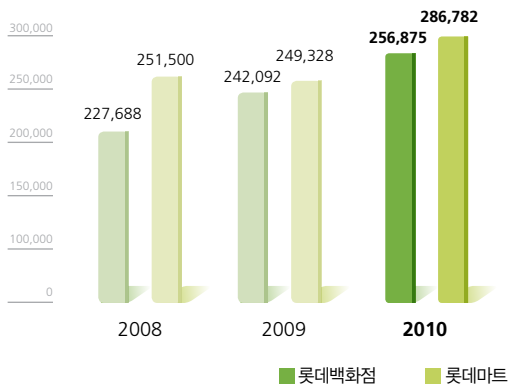
2010년 롯데백화점의 단위 면적당 배출량은 2009년 대비 약 6.4%가 줄었으며, 롯데마트는 약 4.1%를 저감하였습니다.

| 온실가스 배출량 추이 |

	롯데백화점			롯데마트		
	점포 수	CO ₂ 배출량 (ton)	면적 대비 배출량 (kg/m ²)	점포 수	CO ₂ 배출량 (ton)	면적 대비 배출량 (kg/m ²)
2008	27	227,688	366	65	251,500	391
2009	29	242,092	361	70	249,328	363
2010	31	256,875	338	89	286,782	348

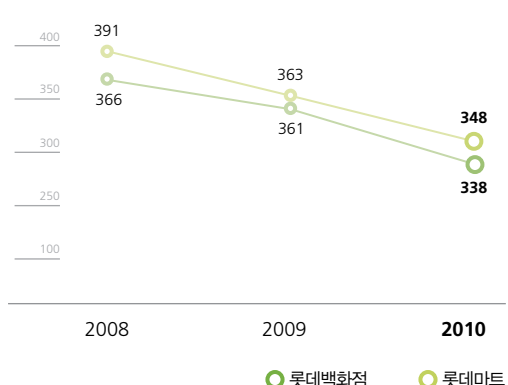
온실가스 배출량

(단위 : ton)



면적 대비 배출량

(단위 : kg/m²)



에너지 관리

에너지 절약은 제한된 자원을 효율적으로 사용하기 위한 중요한 환경적인 책임입니다. 롯데쇼핑은 에너지 절감을 이루고자 매년 절감 목표를 세우고 주요 데이터를 관리하여 에너지 효율성을 제고해 나가는 등 체계적인 에너지 관리에 주력하고 있습니다.

에너지 저감 관리

롯데백화점과 롯데마트에서 발생하는 온실가스는 대부분 매장에서 사용하는 전력 사용으로 인한 간접 배출입니다. 롯데쇼핑은 매년 에너지 저감량에 대한 목표를 세우고, 시설 교체, 관리 기준 강화, 사내 캠페인 전개 등을 실행하여 에너지 사용 효율을 높여 가고 있습니다.

에너지 사용 절감은 온실가스 배출을 줄여 환경영향을 최소화할 뿐만 아니라, 비용 절감의 효과도 가져오고 있습니다.

롯데쇼핑은 2010년 연간 약 1,001,191MWh의 전력을 소비하였습니다. 총 사용량 기준으로 보면 2009년 대비 약 10.5%의 전력량이 증가한 수치입니다. 이는 신규 점포 개점으로 늘어난 소비 전력의 증가 수치이며, 단위 면적당 사용량은 감소했습니다.

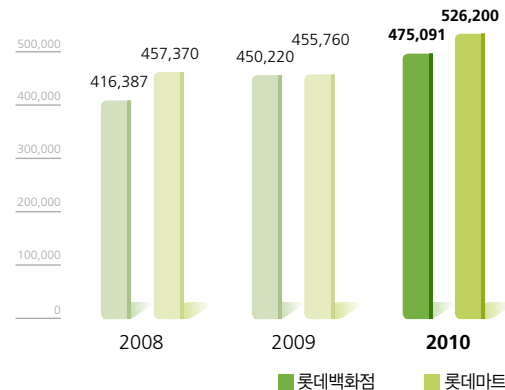
롯데백화점은 2009년 대비 단위 면적당 전력 사용량을 약 6.9% 절감하였으며, 롯데마트의 경우, 2009년 대비 단위 면적당 전력 사용량을 약 3.6% 절감하였습니다.

| 전력 사용량 추이 |

	롯데백화점			롯데마트		
	점포 수	총 전력 사용량(MWh)	면적 대비 사용량 (KWh/m ²)	점포 수	총 전력 사용량(MWh)	면적 대비 사용량 (KWh/m ²)
2008	27	416,387	669	65	457,370	711
2009	29	450,220	671	70	455,760	663
2010	31	475,091	625	89	526,200	639

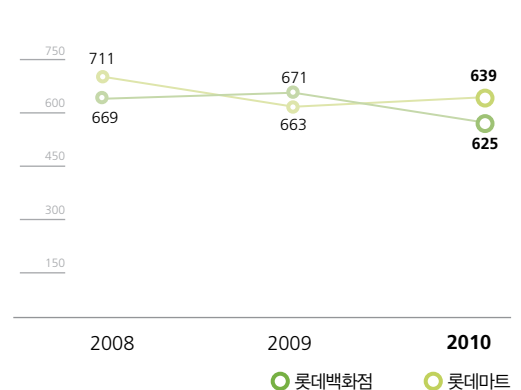
전력 사용량

(단위 : MWh)



면적 대비 사용량

(단위 : KWh/m²)



연료 저감 관리

롯데쇼핑은 매장 내 냉난방과 식당가 취사용으로 LNG를 주요 연료원으로 사용하고 있습니다. 2010년 롯데백화점과 롯데마트의 총 LNG 사용량은 3,350만 Nm³입니다. 이는 2009년 사용량인 2,886만 Nm³ 대비 약 11.4% 증가한 수치입니다. LNG 사용량이 이와 같이 증가한 이유는 에너지 사용과 마찬가지로 롯데백화점과 롯데마트의 신규 점포가 증가했기 때문입니다. 단위 면적당 사용량을 파악해 보면 롯데쇼핑은 지속적으로 연료를 저감하고 있음을 알 수 있습니다.

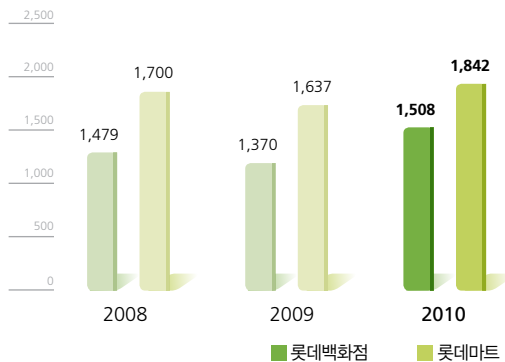
롯데백화점의 경우 2010년 단위 면적당 약 20Nm³의 LNG를 사용하였으며, 롯데마트의 경우 단위 면적당 약 22Nm³의 LNG를 사용하였으며 2009년 대비 약 8.3%를 절감하였습니다.

| 연료 사용량 추이(LNG) |

	롯데백화점			롯데마트		
	점포 수	총 LNG 사용량(만 Nm ³)	면적 대비 사용량 (Nm ³ /m ²)	점포 수	총 LNG 사용량(만 Nm ³)	면적 대비 사용량 (Nm ³ /m ²)
2008	27	1,479	24	65	1,700	26
2009	29	1,370	20	70	1,637	24
2010	31	1,508	20	89	1,842	22

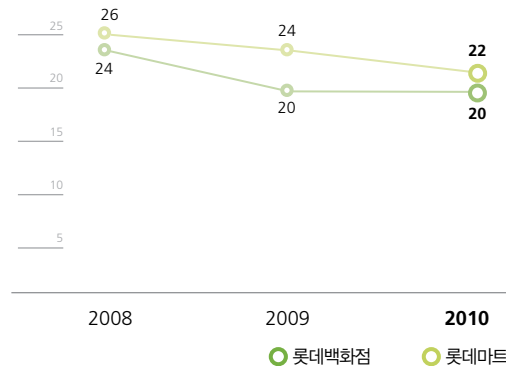
연료 사용량

(단위 : 만 Nm³)



면적 대비 사용량

(단위 : Nm³/m²)



용수 관리

백화점과 마트에서 소비되는 수자원은 대부분 매장 내 고객용 화장실, 식품매장, 식당가에서 사용되고 있습니다. 고객과 직원들 대상으로 수자원 절약 캠페인을 펼치고 있으며, 중수 및 빗물 활용 시스템을 도입·확대하여 용수 사용량을 지속적으로 줄여 나가고 있습니다.

용수 사용량 저감 관리

2010년 롯데쇼핑의 연간 용수 총 사용량은 약 6,385천 ton으로 2009년 대비 5.0% 증가하였습니다. 이는 백화점과 마트의 신규 점포 출점으로 인하여 전체 사용량이 증가했기 때문입니다. 면적 대비 용수 사용량은 롯데백화점과 롯데마트가 2009년 대비 각각 0.2%를 절감하였습니다. 롯데쇼핑은 용수의 재활용과 절감을 위해 친환경 설비를 지속적으로 도입하고 있습니다.

2010년에는 청량리점, 강남점, 상인점 등에 중수 및 우수 재활용 설비를 설치하였으며 현재 롯데백화점 전체 매장 중 29개 점포가 관련 설비를 운영하고 있습니다. 이같은 조치로 롯데백화점은 2010년 연간 약 32억 원에 달하는 용수 관련 비용을 절감할 수 있었습니다. 롯데마트 또한 지속적인 용수 재활용 설비를 도입해 나가는 등 용수 사용 효율을 제고해 나가고 있습니다.

재생용수 사용량

1,669천 ton

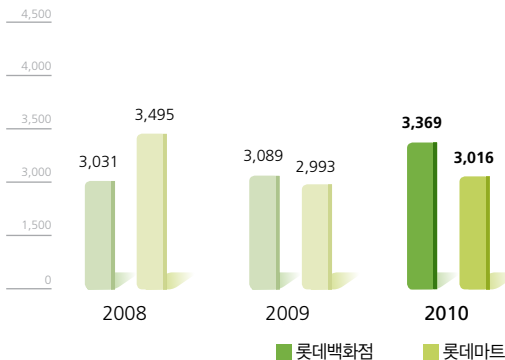
(2010년 롯데백화점 기준)

| 수도 사용량 |

	롯데백화점			롯데마트		
	점포 수	총 수도 사용량 (천 ton)	면적 대비 사용량 (ton/m ²)	점포 수	총 수도 사용량 (천 ton)	면적 대비 사용량 (ton/m ²)
2008	27	3,031	4.9	65	3,495	4.7
2009	29	3,089	4.6	70	2,993	4.4
2010	31	3,369	4.4	89	3,016	4.2

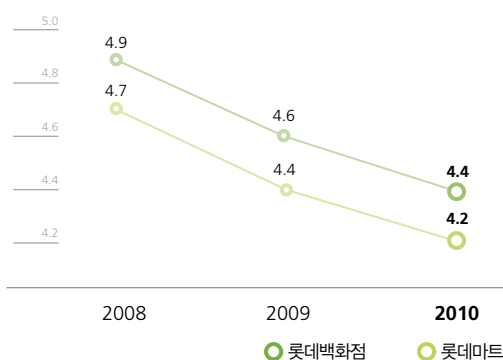
수도 사용량

(단위 : 천 ton)



단위 면적당 사용량

(단위 : ton/m²)



폐기물 관리

롯데쇼핑에서 배출되는 폐기물은 대부분 매장 운영에서 발생하는 생활계 폐기물입니다. 롯데쇼핑은 폐기물과 관련하여 점별로 철저한 분리 배출하는 관리를 통해 지속적으로 배출량을 줄여 나가고 있으며, 폐기물의 재활용률은 높여 나가고 있습니다.

폐기물 발생량 관리

롯데쇼핑의 총 연간 폐기물 배출량은 약 79,288ton이며 이 중 68.8%인 54,531ton이 재활용되고 있습니다. 롯데백화점의 2010년 연간 폐기물 배출량은 약 38,023 ton이며 이중 26,149ton을 재활용하고 있습니다. 롯데마트에서는 2010년 연간 41,265ton의 폐기물이 발생하였으며, 이 중 28,382ton이 재활용되었습니다.

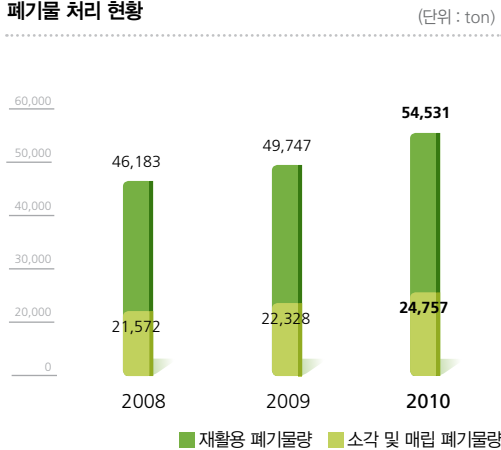
신규 점포 개점으로 인하여 폐기물 발생량의 총 수치는 증가 하였으나, 지속적으로 폐기물을 관리하여 단위 면적당 폐기물 발생량은 전년 대비 동일한 수준을 유지하고 있습니다.



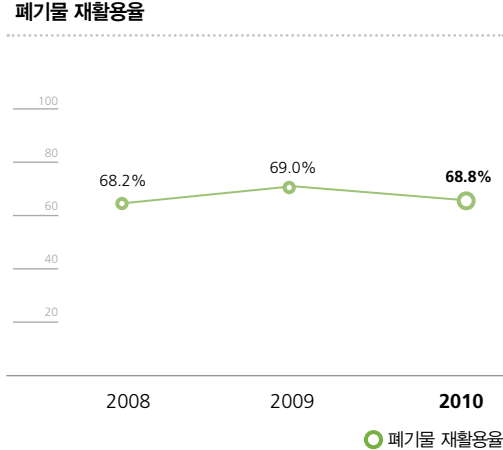
| 폐기물 발생량 |

	롯데백화점				롯데마트			
	발생량(ton)	재활용	소각 및 매립	단위면적당 발생량(m ²)	발생량(ton)	재활용	소각 및 매립	단위면적당 발생량(m ²)
2008	33,957	22,563	11,394	41.0	33,799	23,620	10,178	10.7
2009	35,117	24,318	10,859	38.7	36,899	25,429	11,469	10.3
2010	38,023	26,149	11,874	35.4	41,265	28,382	12,883	10.9

폐기물 처리 현황



폐기물 재활용율



* 백화점 및 마트 폐기물 총 발생량 / 2010년 연간 기준



Environmental Offset

고효율 에너지 설비 | 신재생 에너지 설비 | 포장재 줄이기 | 에코 스토어 구축 | 환경 캠페인 활동



롯데쇼핑은 환경영향을 최소화하기 위해 다양한 활동을 전개하고 있으며, 이를 기반으로 환경적 이익을 추구하고 있습니다. 환경 상쇄 활동인 'Equal Project 02'는 환경 보호 측면에서 한 단계 더 나아가 환경비용 절감, 환경 관련 신규사업 기회 창출 등 비즈니스 이익까지 추구하는 롯데쇼핑의 환경경영 전략입니다.

| 롯데쇼핑 환경영향 상쇄 활동 |

Energy Offset

- LED 램프 설치
- 고효율 인버터 설비

GHG offset

- 태양광 발전 시설
- 태양열 발전 시설

Water Offset

- 우수 재활용 시설
- 중수 재활용 시설

Waste Offset

- 친환경 포장재 사용
- 그린 마일리지 적립

주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2008	2009	2010
환경기금 조성액	백만 원	백화점	675	1,080	500
친환경 인증 점포	점	마트	-	1	2
		백화점	-	-	3
녹색매장 참여 점포	점	마트	-	-	2
		백화점	66.4	69.1	68.8
폐기물 재활용률	%	마트	69.9	68.9	68.8

고효율 에너지 설비

롯데쇼핑은 에너지 사용에 따른 환경영향을 상쇄하기 위해 고효율 에너지 설비를 지속적으로 도입하고 있습니다. 이는 롯데쇼핑에서 소비되는 에너지 사용량의 대부분이 매장에서 사용되는 전력인 만큼 전력 사용량을 줄이기 위한 관련 설비를 중심으로 도입하고 있습니다.

고효율 인버터 설치

전력 절감장치인 인버터 시스템 설치에 동력 부하를 적합한 사용량의 회전 수로 제어함으로써 운전 전력 절감 및 운전 효율 개선 효과를 가져옵니다. 롯데쇼핑은 2008년부터 점포의 공조 모터와 냉각수 순환 펌프 등에 인버터 시스템 설치를 시작, 롯데백화점은 2008년 10개점, 2009년에 7개 점포에 설치했고, 롯데마트는 총 46개점에 설치하여, 총 5%가량의 전력 사용량을 절감할 수 있었습니다. 2011년에는 10개 점포에 추가로 설치할 계획이며, 기존 대비 10.4%의 전력 절감 효과가 예상됩니다.

고효율 LED 조명 설치

롯데백화점은 2008년부터 기존 램프를 고효율 LED 램프로 교체하는 작업을 시행해 왔습니다. 2010년에 할로겐 램프 4만 5천 개를 고효율 LED 제품으로 교체 완료하여 소비 전력 효율성을 약 10배 개선하였으며 램프 수명은 0.3년에서 8.2년으로 길어졌습니다. 그리고 이러한 시설 교체로 약 1.6%의 전력 사용량 절감 효과와 온실가스 3,452ton의 저감 실적을 거두었습니다. 롯데마트는 2009년부터 신규 점포 내부 편의시설뿐 아니라 옥외광고와 간판 등의 외부 시설에도 LED 조명을 설치하고 있으며, 2010년부터는 매장 및 문화 센터까지 확대하였으며, 2013년까지는 전 점포 모든 조명을 LED 조명으로 교체할 계획입니다.

고효율 냉동기

롯데쇼핑은 에너지 절감 및 냉방 효율을 개선하는 고효율 냉동기 설비를 지속적으로 확대하고 있습니다. 롯데백화점은 2009년 광복점에 2대를 설치하였으며 2010년에는 영등포점 2대, 대구울하점 1대, 청량리점 3대를 설치했습니다. 고효율 냉동기 교체로 전력 사용량의 약 4.1%를 절감했고, 온실가스 790ton을 감축했습니다.

환경영향 상쇄 활동을 통한 비용 절감

롯데백화점은 친환경 설비를 도입함으로써 에너지 효율성을 향상시키고 동시에 투자에서 발생하는 비용 절감 효과도 누리고 있습니다.

2010년 고효율 LED 조명 도입을 위해 8억 5,700만 원을 투자했습니다. 고효율 LED는 기존의 할로겐 조명보다 전력 소모가 적기 때문에 매년 7억 3,600만 원의 전기요금을 절약할 수 있으며, 정부에서 5억 8,900만 원을 지원해 주었기 때문에 5개월이란 단기간에 투자비를 다 회수할 수 있었습니다. 또한 강남점에 도입된 재생 용수 시설 설치로 인해 용수 절감 효과로 1억 700만 원의 수도요금을 절약하였습니다. 그리고 5년 이내에 5억 100만 원의 투자비를 모두 회수할 것으로 예상됩니다. 고효율 터보 냉동기, 태양광 설비 등에도 각각 2억 8,000만 원, 1억 1,200만 원의 투자비가 소요되었으나 매년 요금 절약이 각각 4,000만 원, 1,000만 원으로 예상되어 일정 기간이 지난 후에는 환경 분야의 투자비용이 오히려 경제적인 이익으로 바뀌리라고 전망합니다.

고효율 에너지 설비
비용 절감 효과

893백만 원

(2010년 롯데백화점 기준)



신재생 에너지 설비

롯데쇼핑은 온실가스의 환경영향을 상쇄하기 위한 온실가스 감축 및 에너지 절감 대책으로 친환경 그린 인프라 구축을 추진하고 있습니다. 이를 위해 태양광 발전을 도입·확대하고 있으며 풍력과 태양광을 이용하는 하이브리드 가로등 설치 등도 계획하고 있습니다.

온실가스 감축량

2,000ton

태양광 발전 설비를 통한 온실가스 감축 효과

태양광 발전 시설

롯데백화점은 2010년 영등포점 옥상공원에 고객쉼터를 조성하면서, 연간 약 2천kwh를 생산할 수 있는 태양광 발전 시설을 설치하였습니다. 또한 2011년에는 추가로 김해 아울렛 및 파주 아울렛에 설치할 예정입니다. 롯데마트는 전국 39개 매장의 옥상에 태양광 발전 시설을 설치하여 운영하고 있습니다. 이는 국내 업계 최대 규모의 설비 운영으로 연간 약 475만kwh의 전력 생산하고 있습니다. 수치상 약 1,700여 가정이 연간 사용하는 전력에 해당되며, 온실가스 약 2,000ton을 저감하는 효과가 있습니다.

태양열 발전 시설

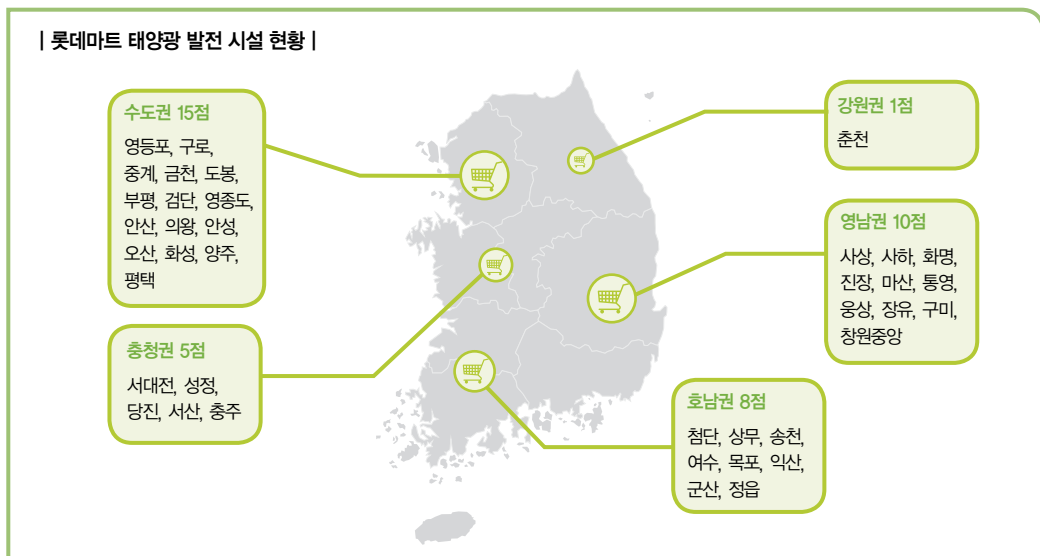
롯데백화점은 2008년 8월 국내 백화점 최초로 노원점에 친환경 에너지 설비인 태양열 에너지 시설을 설치하였습니다. 옥상에 설치된 평판모듈을 이용하여 점포 내 식당가와 화장실 등에서 사용하는 온수 약 3,150ton을 생산할 수 있습니다. 또한 이 시설은 노원점 옥상공원과 연계하여 방문 고객과 어린이들에게 환경 체험 학습의 공간으로도 활용되고 있습니다.



롯데마트 태양광 발전시설



롯데백화점 태양열 발전시설



포장재 줄이기

불필요한 포장은 소비재 유통 과정에서 많은 자원을 낭비하며 또한 폐기물로 남습니다. 롯데쇼핑은 정부와 포장재 줄이기 협약을 맺고 협력회사들의 포장 간소화 유도, 자체 포장 상품의 2차 및 3차 포장 제거 등을 실행하여 포장재로 인한 환경 영향을 최소화하고자 노력하고 있습니다.

친환경 포장재 사용

롯데쇼핑은 생분해성 용기 사용을 확대 실시하여 친환경 포장재 사용을 늘이는 데에 노력하고 있습니다.

롯데백화점은 식품매장에서 사용되는 플라스틱 일회 용기를 옥수수 전분이 주 원료인 생분해성 용기로 교체하여 사용하고 있습니다. 또한 일회용 포장용기를 많이 쓰는 명절 선물세트 또한 생분해성 용기로 교체했으며, 식품상품군 중 일부는 가정에서 쓰이는 냉장고용 밀폐 용기로 담아 판매하는 등 재활용이 가능하도록 하였습니다.

롯데마트는 친환경 포장재 사용을 활성화하기 위한 일환으로 2005년부터 PLA 재질로 만들어진 생분해성 용기를 전 조리식품 포장에 사용했으며, 자연재료인 종이 용기의 사용도 확대하고 있습니다. 옥수수 전분으로 제작된 PLA 트레이는 기존의 발포 트레이보다 화석 연료 사용을 절감할 수 있으며, 폐기물 처리과정에서 발생하는 유해물질도 줄일 수 있습니다. 또한 유통업체 최초로 스티로폼 대신 재생용지와 종이를 사용한 패키지를 명절 과일 선물세트 전 품목으로 확대 운영하고 있습니다.

그린 마일리지 캠페인

롯데마트의 그린 마일리지 캠페인은 제품의 묶음 판매와 판매촉진을 위해 활용하던 2차 포장재를 제거하여 자원의 효율적인 활용을 유도하고, 환경을 보호하기 위해 시행된 캠페인입니다. 롯데마트는 2008년 5월부터 환경부와 포장재 줄이기 업무 협약을 맺고 그린 마일리지 상품을 구매한 고객에게 롯데 멤버스 포인트를 확대 적립하고 있습니다. 또한 2010년 10월부터 기존의 적립상품인 2차 포장재 제거 상품과 에코 스마일 상품군에서 적립 가능 상품을 늘렸고 연중 상시 적립이 가능하게 했습니다.

과대포장 관리기준 마련

롯데백화점은 상품군별 2차 포장을 제거하고, 추석과 설 명절 선물 상품 구성 시의 과대포장 방지를 위한 포장 관련 지침을 마련하여 배포하였습니다. 또한 추석 선물 판매 기간 중 화장품과 주류 상품군의 포장 기준 준수에 대한 점검을 실시하였습니다.

| 상품군별 포장 관리 기준 |

제품 종류	포장 공간 비율	포장 횟수
가공식품 및 건강보조식품	15% 이하	2차 이내
음료	10% 이하	1차 이내
주류	10% 이하	2차 이내
화장품 및 세제류	10% 이하	2차 이내
신변잡화류	30% 이하	2차 이내
와이셔츠, 내의류	10% 이하	1차 이내
종합제품(개별 상품을 모아서 함께 포장한 상품)	25% 이하	1차 이내

에코 스토어 Eco Store 구축

‘에코 스토어’란 롯데쇼핑이 추구하는 저탄소 친환경 점포를 의미합니다. 신규 점포가 개점하는 시점부터 매장 운영 전 과정에 걸쳐 점포에서 발생하는 환경영향을 최소화하고자 합니다. 이를 위해 롯데쇼핑은 정부 인증 및 정부 사업에 적극적으로 참여하여 다양한 활동을 하고 있습니다.



녹색매장 시범사업 참여

롯데쇼핑은 업계 최초로 환경부가 주관하는 2010년 녹색매장 시범사업 기업으로 선정되었습니다.

환경부 녹색매장 시범사업이란 유통매장 내 친환경 상품 판매를 활성화하고 친환경적인 설비를 도입하여 유통 점포를 녹색화하는 사업입니다. 이 사업은 전력 사용량을 획기적으로 줄일 수 있는 고효율 조명을 설치하는 한편, 친환경 상품 활성화를 위해 점별로 다양한 판촉활동 및 이벤트를 진행하였습니다.

롯데쇼핑은 향후에도 녹색매장을 지속적으로 확대해 나가는 동시에, 저탄소 녹색성장 및 기후변화 대응에서도 유통업계 리더기업을다운 모습을 보여줄 것이며, 이를 위해 전사적인 노력을 펼쳐 나갈 것입니다.

전기차 시범사업 참여

롯데마트는 환경부가 주관하는 전기차 충전 인프라 시범 사업에 참여하기 위해 2010년 1월 업계 최초로 환경부와 업무협약을 체결하였습니다. 현재 서울지역 2개점에 전기차 충전소를 설치 운영 중에 있으며, 2010년 12월에는 상품 배송 등에 활용하기 위해 업무용 전기차를 점에 배치하였습니다. 롯데마트는 향후에도 고객 편의성 증대 및 환경영향 상쇄 차원에서 지속적으로 전기차 충전소를 확대해 나갈 예정입니다.

친환경 건축물 인증 획득

롯데마트 춘천점과 창원중앙점은 태양광 발전 설비, LED 조명, 에너지 절약 시설, 친환경 및 재활용 자재 사용 등을 통해 정부 인증기관으로부터 친환경 건축물 우수등급으로 인증을 취득하였습니다.

| 친환경 건축물 인증 개요 (롯데마트) |

	주요 내용
고효율 에너지 설비	점포 내 에너지 사용량 저감을 위한 고효율 설비 도입(인버터 및 자동제어 설비)
태양광 발전 설비	옥상 주차장 유효 공간 활용, 태양광 발전 설비 설치 및 전력 생산
하이브리드 가로등	일광시간대 태양광 충전 및 일조시간대 외부 조명 전력 활용
고효율 조명 설비	점포 내외부 조명시설 대상으로 고효율 조명(LED 등) 교체
자연 채광 시설	일광시간대 자연채광 활용 및 전력 사용량 저감
친환경 마감재	건강하고 안전한 쇼핑 환경 구현을 위한 점포내 친환경 마감재 사용



롯데백화점 녹색매장 선정



롯데마트 전기차 충전소

환경 캠페인 활동

롯데쇼핑은 직접적인 환경영향 상쇄 활동 이외에도 다양한 캠페인성 활동을 통해 환경영향을 최소화하기 위한 정책적인 노력을 하고 있습니다.

환경기금 조성

롯데백화점은 2004년 환경가치경영을 선포한 이후 판매금액의 일정 부분을 환경기금으로 조성하는 환경상품권 캠페인을 진행하고 있습니다. 환경상품권 캠페인은 소비자의 상품권 구매액이 지구 온난화 방지 등 다양한 환경보전사업과 캠페인에 사용됨으로써 소비의 결과가 궁극적으로 환경보호로 이어지는 선순환의 환경 활동입니다. 환경상품권 캠페인은 쉽게 참여할 수 있는 환경기부의 장을 마련하여 누구나 환경보존에 동참하실 수 있도록 하고 있습니다. 롯데백화점은 지난 7년 간 약 52억 원의 환경상품권 기금을 조성하여 환경 관련 NGO에 기부하였습니다.

환경상품권 기금 활용 프로그램

- 어린이 환경학교
- 친환경 시설 조성
- 환경 영화제 후원
- 지구 온난화 방지 캠페인
- 환경교육과정 개발 지원
- 기후변화 전시 후원

친환경 전단

롯데백화점은 친환경 용지와 공기를 잉크로 인쇄한 전단을 사용하고 경량 용지를 사용하는 등 환경보호에 기여할 수 있는 광고매체 개발 및 사양 개선을 지속적으로 시행하고 있습니다. 2011년 1월부터 제작되는 전단의 경우 용지 무게를 80g에서 70g으로 감소시킨 경량 용지를 사용하고 있습니다. 이는 연간 30년생 원목 15,810그루를 살리는 동시에 온실가스 배출량 5,859ton을 줄이는 효과에 해당합니다.

매장 에너지 절약

롯데쇼핑은 환경영향을 최소화하기 위한 노력으로 다양한 환경 캠페인을 시행하고 있습니다. 특히 에너지 사용량이 급증하는 하절기 및 동절기에 에너지 절약의 방편으로 전점 대상 냉난방 온도 기준 및 조명 절전 소등 관련 내부 기준을 마련하여 에너지 절전 활동을 지속적으로 펼쳐 나가고 있습니다. 또한 에너지 절감 금액을 사회 나눔으로 환원하는 '에너지 빼기, 사랑 더하기 캠페인'도 시행하고 있습니다.

환경기금 조성 규모
(2004~2010)

52억 원

(2010년 롯데백화점 기준)



| 에너지 절감 관련 점검사항 |

점검대상	점검 내용
매장	표준 점 · 소등 스케줄에 의한 조명제어, 폐점 후 필요 부분만 점등(공사 · 행사 준비 등) 냉 · 난방 운영기준에 의한 실내 온도 유지, PC · OA기기 · 집기조명 전원차단 및 콘센트 분리
사무실	팀 · 담당별 사무실 에너지 관리 책임자 정 · 부 운영, 조명 · OA · 전열기기 소등 및 전원 차단, 콘센트 분리, 식사시간 실내 조명 소등
주차장	층별 순차적 입차 유도로 주차구역별 점등, 자연 채광이 가능한 지역은 주간 소등, 주차장 배기 설비 가동 기준 준수
창고 · 후방	창고 담당자 소등 확인, 격등제 실시 및 미사용 공간은 전체 소등
외부조명	가로등 · 쇼윈도 등 외부시설 단계별 제어

A woman with long dark hair, wearing a blue and white striped long-sleeved shirt, is smiling broadly while sitting at a table. In front of her are several white bowls filled with fresh food, including a large bowl of salad with lettuce, tomatoes, and other vegetables. To her left, there is a bowl containing what appears to be a piece of fried chicken. The background is a bright, slightly blurred kitchen area. The overall atmosphere is warm and positive.

8:50 AM

**W H A T I S
P R O D U C T
E Q U A L P R O J E C T ?**

PRODUCT EQUAL PROJECT는,
상품의 품질 및 안전과 관련된 측면을 관리하고
환경영향을 최소화하는 상품과 지역 사회와 연계된 상품 도입을
적극적으로 고려하는 등, 유통 과정에서 지속가능한 성장을 추구하는
롯데쇼핑의 전략입니다.



We think about
Product

상품 품질 및 안전 관리 | 지속가능 제품



**EQUAL
PROJECT 03**
Product Quality &
Safety

—
상품 품질 및 안전 관리
리스크 예방
비즈니스 이익



**EQUAL
PROJECT 04**
Sustainability
in Product



—
지속가능 제품
신규 기획 창출, 친환경 상품 확대
비즈니스 이익, 사회·환경적 이익



Product Quality & Safety

상품 안전 관리 | 식품 위생 관리 | 상품 정보 제공



상품 품질의 우수성과 안정성 추구는 롯데쇼핑이 고객 만족과 신뢰 확보를 위해 중요하게 여기는 경영 가치입니다. 'Equal Project 03'은 상품 품질 및 안전 관리 활동 속에서 발생 가능한 리스크를 사전에 예방하고, 최고 품질의 상품을 지속적으로 공급함으로써 고객의 신뢰를 바탕으로 한 비즈니스 이익 창출을 추구하는 전략입니다.

| 롯데쇼핑 상품 품질 및 안전 관리 흐름도 |



주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2008	2009	2010
HACCP 인증 점포	점	백화점	5	5	7
위해상품 차단 시스템 인증 점포	점	마트	-	84	90
LFSA (Lotte Mart Food Safety Audit)	점	마트	94.8	95.4	95.7

상품 안전 관리

롯데쇼핑은 상품의 위생 및 안전성과 관련된 잠재적인 상품 리스크를 사전에 예방하기 위해 관련 시스템을 도입, 체계적으로 운영하고 있습니다. 제조, 유통, 구매 전 과정에서의 상품에 대한 기본적인 정보 제공 이외에도 고객의 안전과도 직결되는 위해상품에 대한 정확한 정보를 제공하고 있습니다.

HACCP* 인증 획득

HACCP(위해요소 중점 관리 기준)는 식품의 안전성을 확보하기 위하여 식품의 원재료 생산부터 제조, 가공, 보존, 유통 단계를 거쳐 최종 소비자가 구매하는 전 단계에서 발생 가능한 위해요소를 사전에 방지하는 위생관리 시스템입니다. 롯데백화점 축산 매장은 2008년 12월 업계 최초로 잠실점, 영등포점, 광주점, 동래점, 건대스타시티점이 HACCP 국가 공인 인증을 받았고, 2010년에는 광복점, 청량리점이 추가로 취득하였습니다. HACCP 인증을 받은 축산물 매장은 작업자부터 판매 사원까지 중점 관리 기준 매뉴얼을 준수하여 업무를 수행합니다. 작업장 출입일지, 온도 규정, 위생복 착용 기준, 각종 미생물 검사, 위생교육, 조리도구 살균 관리 등 내외부로부터 오염될 수 있는 위해요소를 차단하기 위한 위생 관리 프로그램을 운영하고 있습니다. 롯데백화점의 고객들이 믿고 구매할 수 있도록 향후 모든 점포로 확대, 시행할 계획입니다.

* HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point)

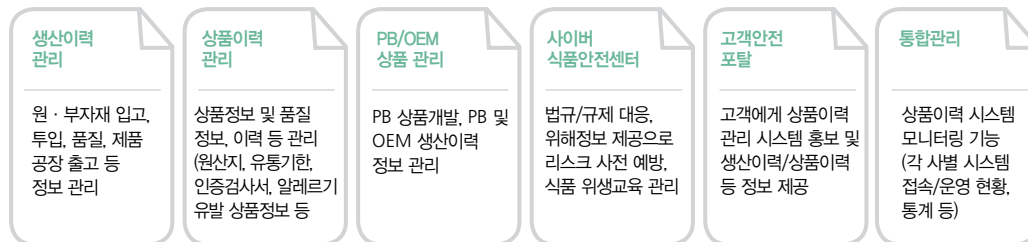
상품 안전관리 통합 시스템

롯데쇼핑은 판매 상품에 대한 안정성 확보를 위해 상품이력 관리, 사이버 식품 안전센터 등 유통 전 과정에 대한 철저한 관리를 해나가고 있습니다.

상품이력 관리 시스템

상품이력 관리 시스템이란 상품의 제조, 생산, 유통 및 사후관리 단계별로 원·부자재, 품질 등 상품의 정보를 시스템에 등록하여 통합·관리하는 상품 관리 시스템으로 롯데쇼핑은 상품이력 관리와 사이버 식품안전센터를 전사 수준에서 적용하고 있습니다. 상품이력 관리 시스템에서는 상품 및 품질정보, 이력정보를 관리하기 위해 원산지, 유통기한, 인증 검사서, 알레르기 유발 상품 정보 등을 다루고 있습니다. 사이버 식품안전센터에서는 법규·규제 대응, 컴플레인 관리, 위해 예방, 사업장 관리, 커뮤니티, 교육훈련의 기능을 위해 네트워크 기반 시스템을 제공하고 있습니다.

| 상품 안전관리 통합 시스템 |





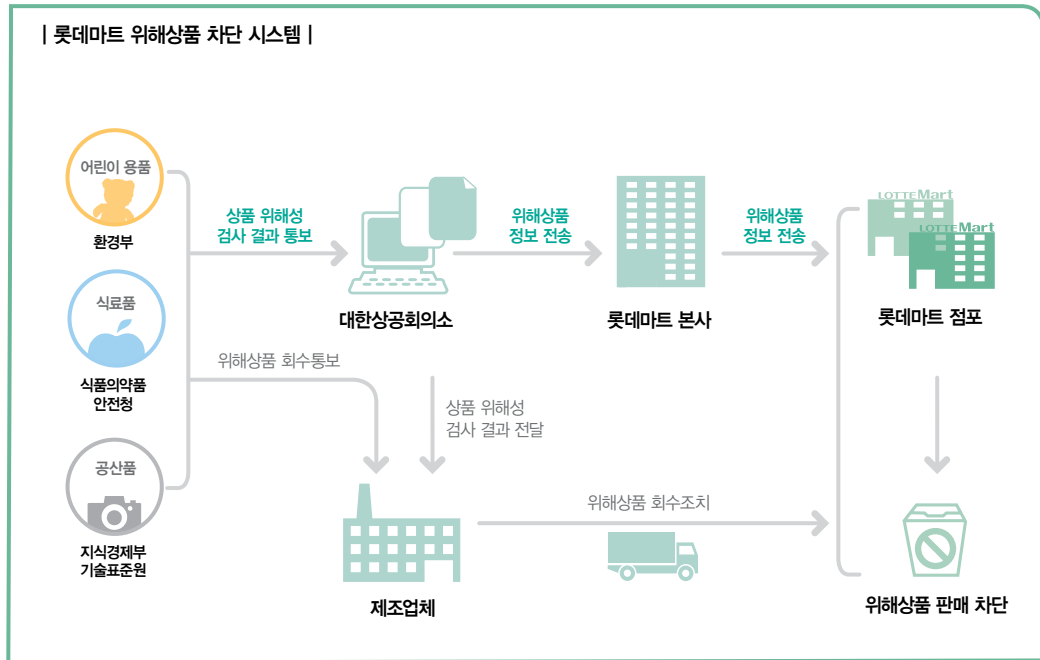
위해상품 차단 시스템 인증 마크

위해상품 차단 시스템

롯데마트는 2009년 4월 국내 최초로 지식경제부, 환경부, 식품의약품안전청, 상공회의소와 공동으로 위해상품 차단 시스템을 도입하여 상품 안전 관리를 획기적으로 개선하였습니다. 당사 전산망은 지식경제부, 환경부, 식품의약품안전청, 기술표준원 등 국가기관의 위해상품 점검 정보가 제공되는 상공회의소의 코리안넷 사이트와 연계되어 있어, 이를 통해 위해상품이 매장 계산대에서 바코드 스캔시 즉시 인식되어 판매를 원천적으로 차단할 수 있는 시스템을 갖추고 있습니다.

직접적인 정보전달 체계를 통해 위해상품이 매장에서 판매 차단까지 실시간으로 신속하게 이뤄지므로, 고객은 위해상품에 대한 정보를 일일이 인지할 필요없이 안전한 쇼핑이 가능하게 되었습니다.

또한 기존 시스템에서는 위해상품 정보 수집부터 판매 차단까지 최대 24시간이 소요되었으나, 현재는 실시간으로 정확한 정보 수집이 가능해져, 더욱 정교한 상품 관리 시스템 구축이 가능해졌습니다.



식품 위생 관리

롯데쇼핑은 매장에서 판매되고 있는 식품의 안전 및 위생 관리를 위해 엄격한 기준을 적용하여 운영하고 있습니다. 식품 안전 검사를 정기적으로 실시함은 물론, 외부 전문기관을 통한 검사를 수행하고 있습니다. 또한 임직원을 대상으로 매뉴얼을 배포하여 예방 활동에도 힘쓰고 있습니다.

품질평가사 제도

롯데백화점은 식품 위생 안전 및 대고객 신뢰 제고를 위해 2003년 8월부터 품질평가사 제도를 운영하고 있습니다. 품질평가사 제도란, 식품 매장의 현장 점검 및 각종 실험과 분석을 거쳐 식품 위생과 관련된 리스크를 사전에 제거하는 것에 초점을 맞춘 내부 점검 제도입니다. 품질평가사는 매장 및 식당가에서 판매하는 식품의 위생 상태 및 각종 표시사항을 점검하고, 근무자와 작업장의 위생 청결 상태를 체크하고 있습니다. 2009년 5월부터는 1인 1점포 관리 체제로 전환하고, 내부 인력을 품질평가사로 선발 및 육성하고 있습니다.

한편, 품질평가사를 대상으로 '국가 식품 위생사' 자격 취득을 독려하는 등 향후에도 롯데백화점은 품질평가사 제도 운영을 지속적으로 강화하여 체계적이고 전문적인 식품 위생 관리를 실시할 예정입니다. 또한 더 안전한 상품, 신뢰할 수 있는 정보를 제공하여 고객의 기대에 부응하기 위해 노력할 것입니다.

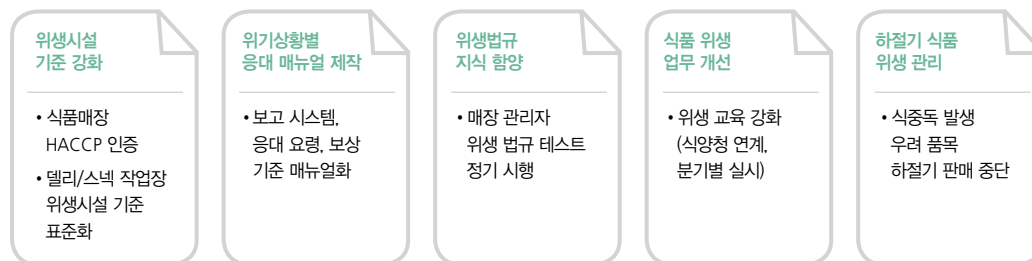
식품 안전 검사

롯데백화점은 롯데안전센터와 연계하여 위생 관리 실태를 정기적으로 조사하고 점검을 실시하고 있습니다. 점검 결과가 미흡한 점포에 대해서는 지속적으로 모니터링을 실시하여 관리 수준을 향상시키기 위해 노력하고 있습니다. 롯데안전센터는 국가 공인 실험연구기관으로 위생점검 10대 항목을 선정, 매월 롯데백화점 점포를 대상으로 식중독균 검사, 유해물질 성분 검사 등의 정밀 검사를 시행하고 있습니다.

또한 연간 약 3,500여 개 이상의 상품 시험 의뢰를 바탕으로 유해식품 판매를 원천적으로 차단, 방지하고 있으며 식품 안전과 관련하여 자체 점검 기능을 강화하기 위해 시험분석 기기를 도입하여, 농산물에 대한 농약 잔류 여부 및 조리시설 세균 검사 등을 실시하고 있습니다.

한편 하절기에는 식중독균 발생이 우려되는 상품군에 대해서는 판매 중지 및 판매시간 제한을 설정하여, 사전 예방 활동도 철저히 하고 있습니다.

| 상품 안전 관리 통합 시스템 |



LFSA* 운영

롯데마트는 외부 위생 관리 전문기관에 의뢰하여 정기적으로 매장 위생 관리 현황을 모니터링하고, 미흡한 부분에 대해서 교육 및 개선 활동을 실시하고 있습니다. 2005년 3월, 최초로 시행된 LFSA 제도는 정기적으로 매장 점검을 실시하여 점 근무자의 위생 안전과 관련된 의식 수준을 향상시키고 있으며, 위생적인 작업환경을 구축하는 데 기여하였습니다. 또한 2007년부터는 점검 영역을 고객 및 직원 식당 등으로 확대, 매장 내 전체적인 식품 취급 장소에 대해서 위생 안전을 기하고 있습니다.

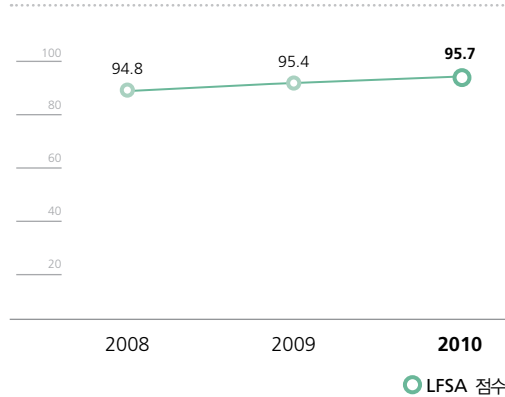
* LFSA(LOTTE Mart Food Safety Audit) : 롯데마트 식품 안전 점검

QSV 제도

롯데마트는 2010년 10월부터 점별로 품질관리사(QSV: Quality Supervisor)를 두고 상품의 유통기한, 보관 상태 및 상품 표시사항 준수 여부 등에 대하여 일일 점검을 실시하고 있습니다. QSV는 이물질이나 포장 불량 등 육안으로 확인 가능한 상품의 이상 유무도 파악하여 관련 내용을 내부 품질 관리 시스템을 거쳐 본사 상품부서로 통보하며, 점 간 정보를 공유하여 유사 사례를 방지하기 위한 역할을 수행하고 있습니다. 또한 업무 전문성을 강화하기 위해서 연간 4회 정기적인 위생 법규 교육을 실시하여 관련 내용을 숙지 하고, 이를 다시 점 단위로 전파하는 등 매장 내 위생법규 관리에 힘쓰고 있습니다.

LFSA 점검 점수 추이

(단위 : 점)



롯데마트 QSV (품질관리사)

| LFSA 관리 항목 |

<p>상품 관리</p> <ul style="list-style-type: none"> 유통기한 관리 원·부재료 보관 방법 보관 온도 준수 	<p>미생물 검사</p> <ul style="list-style-type: none"> 조리도구 검사 작업자 위생 검사 	<p>법적 서류 관리</p> <ul style="list-style-type: none"> 법적 기본 서류 구비 	<p>작업 환경 및 시설 위생</p> <ul style="list-style-type: none"> 작업장 및 창고 청소 관리 조리도구 세척 관리 작업 기기 세척 관리 	<p>개인 위생</p> <ul style="list-style-type: none"> 개인 복장 및 청결 관리 올바른 손 세척 관리 식중독 예방법 숙지
--	---	--	---	--

상품 정보 제공

상품에 대한 정확한 정보를 제공하는 서비스는 고객 신뢰 및 고객 안전과도 직결되는 매우 중요한 사항입니다. 롯데쇼핑은 엄격한 관리 기준을 수립하고 자체 점검을 거쳐 고객에게 정확하고 올바른 상품 정보를 제공하는 등 고객의 권리를 보장하기 위한 노력을 하고 있습니다.

상품 정보 제공 시스템

롯데백화점은 정확하고 올바른 정보 제공을 위해 단위당 가격, 판매가격, POP(Point of Purchase) 표시에 대한 관리 기준을 수립하고 자체적으로 관리하여 소비자의 알권리 및 선택의 권리를 보장하기 위해 노력하고 있습니다. 롯데마트는 2009년 POP 자동화 발행 시스템을 도입하여 전 점 POP 표준화 작업 환경을 통일시켰으며, 2010년부터 구매시점 상세정보(가격, 소재, 규격, 특징)를 추가 제공하여 원활한 구매행위를 이끌어 낼 수 있는 환경을 조성하고자 애쓰고 있습니다.

유통기한 자동인식 시스템

롯데마트는 국내 업계 최초로 유통기한을 자동으로 인식하는 바코드 시스템을 도입하였습니다. 새로운 바코드(GS1 데이터바) 내에 수록된 유통기한 정보에 의해 고객이 유통기한이 임박한 상품 결제 시 이를 자동으로 인식하여 매장 판매를 중지하는 등의 조치를 취하는 시스템입니다. 이 시스템 도입으로 고객에게 더욱 안전한 상품을 제공할 수 있으며, 현재 매장 테스트를 종료하고, 2011년 안정적인 시행을 위한 시스템 수정 및 보완 작업을 진행하고 있습니다.

| 상품정보 제공 |

	롯데백화점	롯데마트
단위당 가격 표시	<ul style="list-style-type: none"> • 단위당 가격을 자동 계산하는 시스템을 도입하여 수작업에 따른 오류 방지 • 주기적인 자체 점검으로 정확한 정보 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 최종 가격 정보를 일정 단위로 구분하여 정보 제공 • 최저 가격 유지를 위해 월별 주요 제품에 대해 단위 가격 제공
판매 가격 표시 (Price tag)	<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 정찰표와 당사 판매가격 표시 가이드라인 • 자체 점검을 통한 오류 최소화 	<ul style="list-style-type: none"> • 상품정보 추가 제공으로 고객 사용 시 오류 최소화 • 고객의 다빈도 문의 사항을 가격 태그에 추가 고려
POP 표시	<ul style="list-style-type: none"> • POP, DM 등 백화점 내 표시광고의 관리 지침 수립 • POP 내 상품 특성 정확하게 구분 후 기재 	<ul style="list-style-type: none"> • 고객의 관점에서 POP 순위 재정립 및 상품 설명 보강 • POP 부착 기준까지 전 점에 통일화시켜 구매시점에서의 편리성 보강



Sustainability in Product

친환경 상품 판매 확대 | 녹색 구매 이행 | 지역상품 유통



‘Equal Project 04’는 끊임없이 지속가능 제품을 발굴하고 관련 상품 비중을 지속적으로 확대하여 고객들의 지속가능한 소비문화를 유도함으로써 비즈니스 이익은 물론 환경·사회적 이익을 동시에 실현하려는 롯데쇼핑의 지속가능경영 전략입니다.

| 지속가능 제품 유통 확대 |



롯데쇼핑 지속가능 제품

주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2008	2009	2010
친환경 편집매장 매출액	백만 원	백화점	214	404	855
친환경 PB 상품 수	개	마트	-	212	66
탄소 라벨링 상품 수	개	마트	-	1	15
녹색 구매액	억 원	백화점	105.6	96.4	86.4
		마트	7.4	42.0	99.8

친환경 상품 판매 확대

생산과 소비를 잇는 유통기업에 있어 이해관계자들에게 가장 직접적이고 중요한 영향을 미치는 점은 친환경 상품 유통의 확대입니다. 롯데쇼핑은 친환경 및 유기농 상품 전문매장 확대, 친환경 자체 상품 개발 등을 통해 매장에서 판매하는 친환경 상품의 비중을 늘려가고 있습니다.

환경친화적인 식품 유통

식품의 안전성과 환경보호에 대한 고객의 의식 수준이 높아짐에 따라 건강과 환경을 함께 지킬 수 있는 환경 친화적인 식생활과 먹을거리에 대한 고객의 관심이 나날이 높아지고 있습니다. 이러한 고객의 기호 변화에 한발 앞서 고객에게 유기농 농산물, 무농약 식품 등의 친환경 상품을 제안하기 위한 다양한 노력을 하고 있습니다. 친환경 식품 전문매장을 점별로 운영함으로써, 고객들이 안심하고 구매할 수 있는 쇼핑 환경을 구축하고 있습니다.

친환경 상품 전문 매장 - 에코숍(Ecoshop)

롯데백화점은 환경친화적인 상품을 전문적으로 판매하는 롯데백화점 에코숍을 운영하고 있습니다. 롯데백화점은 2008년 1호점을 오픈하였으며, 2009년에는 잠실점에 2호점을 오픈하였습니다.

에코숍에서는 완구류, 문구류 및 인테리어 소품 등의 잡화 상품을 비롯하여, 환경친화적인 소재를 활용한 다양한 의류 상품을 판매하고 있습니다. 롯데백화점은 에코숍에서 발생된 수익금을 환경기금으로 조성, 다양한 환경캠페인을 위해 사용하고 있습니다. 롯데백화점은 향후에도 에코숍을 지속적으로 확대 운영할 예정입니다.

| 친환경 식품 현황 |

(단위 : 백만 원)

	2008	2009	2010
유기농 브랜드 총 매출액	17,392	26,821	33,857
매출구성비 (농산물 총 매출액 대비)	15.5%	21.3%	21.4%

에코숍 상품 현황

■ 원목 완구, 유아용품

10%

원목 소재 완구, 천연 염료 도색,
천연 염색 활용 유아용품

■ 재활용상품

5%

패트병 재활용 가방 및
재활용 소재 생활용품

■ 디자인 문구류

5%

재생노트 및 연필류,
재생가죽 활용 케이스 및 키홀더

■ 생활/리빙용품

15%

천연 욕실·주방용품, 도시락,
머그컵 등 각종 생활소품

■ 친환경 의류

65%

오가닉 면 제품류,
리사이클 재활용의류

에코숍 상품 현황



에코 스마일 로고

친환경 PB 상품 개발

롯데마트는 환경 친화적인 녹색 소비를 유도하기 위해 친환경 자체 상품을 지속적으로 개발하고 있습니다. 롯데마트는 2009년 3월 국내 업계 최초로 친환경 컨셉 로고인 '에코 스마일'을 개발하여 고객의 지속가능한 소비를 돕기 위한 정보를 제공해 오고 있습니다. 또한 정부 차원의 친환경 녹색경영의 일환으로 운영되고 있는 탄소 성적 표시 인증을 자체 상품 개발로 확대하였습니다.

'에코 스마일(Eco Smile)'이란 환경보전을 의미하는 'Ecology'와 미소를 뜻하는 'Smile'의 합성어로서, 로고는 자연과 사람이 어우러진 지구를 형상화한 것으로 소비자들이 친환경 상품을 좀 더 쉽게 구별하고 선택하는 데에 도움을 주기 위해 개발된 롯데마트의 친환경 자체 브랜드입니다. '에코 스마일'은 포장재 절감, 천연 원재료, 공해물질 저감, 저탄소 인증 등 롯데마트의 친환경 PB 상품에 표기되어 있습니다.

롯데마트는 2008년부터 친환경 PB 상품 개발을 본격적으로 시작하여 2009년 '에코 스마일' 론칭과 함께 친환경 PB 상품을 크게 확대, 2010년 누계 기준 총 278개의 친환경 PB 상품을 개발하였습니다.

주요 친환경 PB 상품으로는 상품 제조에 투입되는 원재료 자체에 환경오염 요소를 줄인 유기농 인증 및

무농약 상품, 생분해성 플라스틱 소재를 사용한 용품, 우유팩을 재생하여 사용한 화장지, 대나무를 사용한 주방용품 등 다양한 소재와 방법으로 개발하고 있습니다.

친환경 인증기관 지정

롯데마트에서는 식품의 안정성 확보에서 한걸음 더 나아가 농업으로 인한 환경 오염을 줄이고, 환경 보전 기능을 증대시키는 동시에 믿을 수 있는 친환경 농산물의 생산 및 공급 체계를 확립을 위해 친환경 농산물 확대에도 힘을 기울이고 있습니다. 2009년 12월 친환경 영농팀을 발족하여 친환경 인증기관 사업계획서를 제출하고 국립 농산물 품질 관리원의 엄격한 심사를 거쳐 2010년 2월 친환경 인증기관 제59호로 지정되었습니다.

또한 정부에서 운영하고 있는 탄소 성적 표시제도에도 적극적으로 참여하여, 총 16개 품목 22개 상품에 대해 탄소 배출 정보 관련 인증을 획득하였습니다.

롯데마트는 향후에도 고객의 지속가능한 소비를 유도하기 위해 친환경 PB 상품을 더욱 확대해 나갈 것입니다.

| 롯데마트 친환경 PB 상품 |

(단위: 개)

	내용	2009년	2010년	2011년 (계획)
친환경 원재료 사용	천연재료, 재생원료, 대나무 소재 등	84	20	39
유기농 식품	유기농 농축산물, 가공식품	59	17	60
친환경 포장	생분해성 포장재, 인쇄도수 절감 등	68	-	15
환경 인증	탄소 인증, 공정무역, 친환경 인증	1	29	3
합계		212	66	117

친환경 식물공장

롯데마트는 고객에게 더욱 깨끗하고 신선한 농산물을 제공하기 위해 매장 내에서 직접 농산물을 재배하여 판매하는 롯데마트 식물공장을 업계 최초로 운영하고 있습니다. 식물공장은 외부 환경과 분리된 시설 내에서 식물의 생육 환경을 엄격한 기준에 의해 제어하고 있습니다. 이같은 서비스에 기인하여 최적의 환경 조건에서 계절과 장소에 관계 없이 농산물을 균일한 품질로 생산할 수 있습니다.

식물공장에서 생산된 상품은 크린룸 시스템에서 청정 수경 재배를 이용하여 위생 안정성을 확보하였습니다. 또한 매장에서 생산된 식품은 별도의 유통 과정 없이 판매가 가능하도록 상품 신선도를 최상으로 유지시키고 있습니다.

친환경 상품 인식 개선

롯데마트는 친환경 상품에 대하여 고객들의 인식 부족을 개선하고, 고품질의 친환경 상품을 제안하기 위해 다양한 노력을 하고 있습니다. 이를 위해 일부 점포 내 '친환경 상품 홍보관'을 설치 운영하고 있습니다.

롯데마트는 '친환경 상품 홍보관'은 고객에게 판매되는 국가 친환경 인증 상품, 탄소 성적 표시 상품 그리고 롯데마트의 자체 친환경 브랜드 상품을 진열·소개하고 있습니다. 또한 환경 인증 소개 및 환경친화적인 소비를 권장하는 캠페인을 전개하는 등, 친환경 상품의 보급에 앞장서는 그린 허브 역할을 수행하고 있습니다.

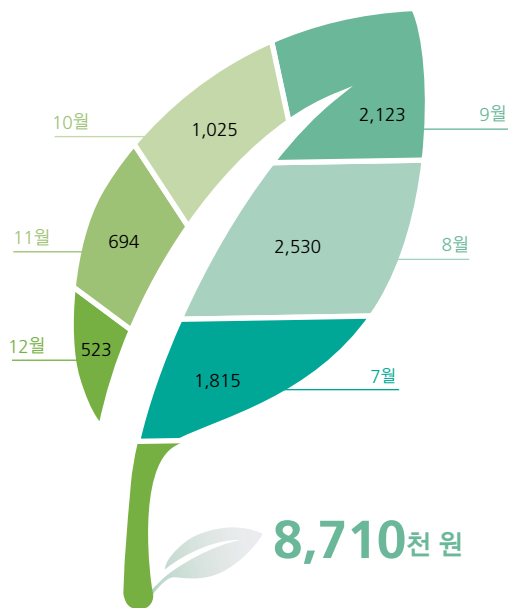
식물공장 개요

- 점포** 롯데마트 서울역점
- 명칭** 행복가든 식물공장
- 품목** 상추류
- 2품종
- 월 2천 포기 생산



식물공장 월별 매출 현황 (2010년)

(단위: 천 원)



1. 롯데마트 친환경 식물공장 2. 롯데마트 친환경 홍보관

녹색구매 이행

롯데쇼핑은 환경영향을 최소화하거나, 환경 인증을 획득한 제품의 구매를 적극적으로 시행하고 있습니다. 롯데쇼핑 녹색 구매 품목은 사내 소모성 용품을 비롯하여, 재생용 전단용지 및 친환경 설비 등 매우 다양한 범위에서 이루어지고 있습니다.

녹색 구매 증가율

35%

(2010년 롯데백화점/
롯데마트 기준)



녹색 구매 자발적 협약

롯데백화점은 2006년 12월에 환경부가 주관하는 '제1차 녹색구매 자발적 협약'에 참여하면서 시작된 녹색 구매를 지속적으로 동참하기 위해 협약기간이 만료된 2010년 6월에 '제2차 녹색 구매 자발적 협약'에도 참여하였습니다. 또한 녹색 구매와 관련된 자체 가이드라인을 수립하고 녹색 구매 확대를 위해 노력하고 있습니다.

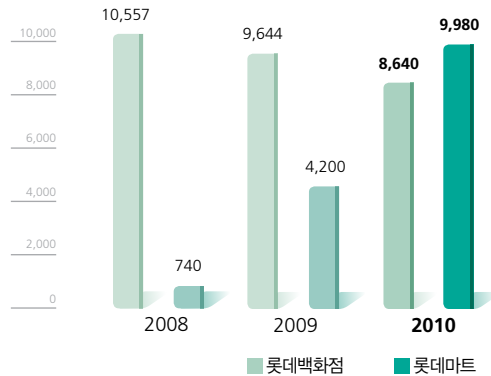
롯데마트 또한 2009년 '녹색 구매 자발적 협약'에 참여하였으며, 이를 계기로 녹색 구매를 환경경영 주요 추진 방향으로 정했으며, 정책적으로 환경 인증을 획득한 제품을 우선적으로 구매해 나가고 있습니다.

녹색 구매 확대

롯데백화점은 친환경 인증 마크를 획득한 전단용지를 구매하여 사용하고 있습니다. 또한 전단용지의 크기와 무게를 줄인 경량 용지를 구매함으로써 환경영향을 실천하고 있습니다. 한편 녹색 구매의 범위를 기존의 사무용 소모성 용품에서 LED 등 친환경 고효율 자재로 확대하여 녹색 구매의 규모 또한 매년 증가하고 있습니다. 롯데마트는 온라인 배송에 사용되는 포장재를 재활용 소재로 구매하였으며, 매장 내 식품 코너에서 사용되는 용기를 생분해성 용기로 대체하였습니다. 또한 2010년 9월부터는 비닐쇼핑백을 사용하지 않는 정부 정책에 참여하기 위해 업무 협약을 체결하고 폐기물 종량제 봉투를 구매하여 고객에게 제공하고 있습니다.

녹색 구매 현황

(단위: 백만 원)



녹색 구매 실적

(단위: 백만 원)

	롯데백화점	롯데마트	총계	증가율
2008	10,557	740	11,297	-
2009	9,644	4,200	13,844	23%
2010	8,640	9,980	18,620	35%



녹색 구매 자발적 협약



롯데마트 폐기물 종량제 봉투

지역상품 유통

롯데쇼핑은 입점 지역의 경제 활성화와 함께 지역 우수 상품 소개 등을 위하여 지역 상품 유통을 시행하고 있습니다. 롯데쇼핑은 향후에도 지속적인 지역 상품 유통을 바탕으로 지역 사회와 상생을 추구하며, 우수한 품질의 상품을 확보해 나갈 것입니다.

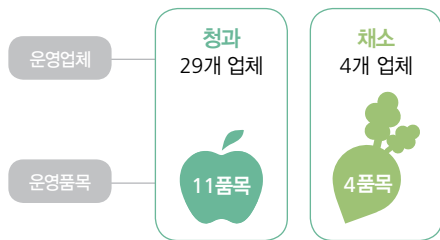
계약농장 제도 운영

롯데백화점은 현재 전국 33곳의 농장과 계약을 체결하고 청과 및 채소류를 중심으로 최고 품질의 상품을 공급 받고 있습니다. 계약농장 제도를 체결하면 지역 농가는 안정적인 판로와 가격을 보장 받을 수 있으며, 롯데백화점에서는 높은 품질과 안정성을 보장 받을 수 있습니다. 또한 정부에서 '농업 명장'으로 선정된 농가와 협업을 하는 등 양질의 상품을 확보하기 위하여 다양한 노력을 하고 있습니다. 롯데백화점은 그동안 축적해 온 지역 우수 농장 정보를 토대로 전국에서 최고로 인정 받는 농가와의 계약을 지속적으로 확대해 나갈 예정입니다.

산지 직거래 확대

롯데마트는 우수한 품질의 상품을 합리적인 가격으로 고객에게 만족을 드리기 위해 산지 직거래, 지역 특화 상품의 입점 등 다양한 정책을 시도하고 있습니다. 그 결과 해당 상품의 매출이 매년 40% 이상 지속적으로 성장하는 추세를 보이고 있습니다. 향후에도 지속적으로 산지 직거래를 강화하고 지역 특화상품을 입점 확대 하여 고객 만족 제고와 더불어 협력회사 상생경영에도 힘써 나갈 것입니다.

| 농산 계약 운영 현황 |



| 산지 직거래 실적 |

(단위 : 억 원)

	2008	2009	2010
과일	792	1,255	1,633
채소·곡물	513	697	1,083
수산	54	17	94
축산	959	1,082	1,750
합계	2,318	3,051	4,560

| 롯데백화점 계약농장 제도 |



We think about
Customer

고객 중심 경영 | 고객 참여 확대

WHAT IS
CUSTOMER
EQUALPROJECT?

CUSTOMER EQUAL PROJECT는,
고객 중심과 고객 참여라는 두 가지 측면을 균형 있게 추구함으로써
기업과 고객이 함께 지속가능한 사회를 만들고
비즈니스 이익과 사회·환경적 이익을 동시에 만족시키는
롯데쇼핑의 고객경영전략입니다.

11:26 AM



EQUAL PROJECT 05

Customer Benefit

—
고객 중심 경영
고객 만족 극대화
비즈니스 이익



EQUAL PROJECT 06

Customer Engagement

—
고객 참여 확대
지속가능 소비 유도
비즈니스 이익, 사회·환경적 이익





Customer Benefit

고객 만족도 제고 | 고객 커뮤니케이션 | 온라인 채널 강화 | 고객 관계 관리 | 고객정보 보호 | 안전한 쇼핑 공간



롯데쇼핑은 고객 중심의 경영을 이뤄 고객의 욕구를 파악하고 고품격 서비스를 제공함으로써 고객 만족을 극대화하기 위하여 끊임없이 노력하고 있습니다. 'Equal Project 05'는 고객 만족 극대화를 기반으로 하여 선순환적인 비즈니스 이익을 추구하고자 하는 롯데쇼핑의 고객 경영 전략입니다.

| 롯데쇼핑 고객 경영 전략 |



주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2008	2009	2010
고객 만족도 평가	점	백화점	89.0	82.8	84.2
고객 불만 접수	건	백화점	23,473	24,108	21,752
		마트	10,080	12,049	14,637

고객 만족도 제고

지속가능경영의 실천을 위해서는 고객과의 지속적인 소통을 하고, 고객이 원하는 점들을 파악하며, 고객이 만족할 수 있는 서비스와 상품을 제공하는 실천이 중요합니다. 롯데쇼핑은 이를 위해 고객 서비스 현장을 제정하는 한편, 다양한 시행제도를 작성하여 고객 서비스 수준을 제고하고 있습니다.

롯데쇼핑 고객 서비스 현장

롯데쇼핑은 서비스 방침을 대내외적으로 선포하여 임직원의 서비스 사명감을 고취하고 고객 서비스 수준을 향상시키며, 최고의 기업이 되고자 합니다. 롯데백화점과 롯데마트는 각각 고객 서비스 현장과 고객 만족 CS 현장을 제정하여, 전 임직원이 이를 실천하고자 노력하고 있습니다.

고객 서비스 만족도 제고

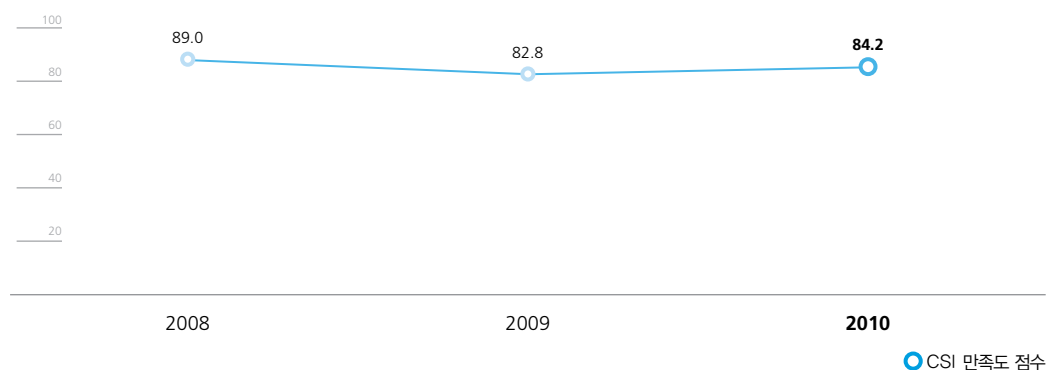
롯데쇼핑은 현재의 고객 만족도 수준을 지속적으로 점검하고, 향후 고객 만족도 증진을 위한 전략적 개선 방향을 모색하고자 서비스 모니터링 프로그램을 운영 하고 있습니다. 또한 고객들에게 지속적인 소통과 서비스를 개선하여 롯데백화점은 '국가고객 만족도 조사 (NCSI)'에서 백화점 부문 고객 만족도 8년 연속 1위에 선정되는 쾌거를 이룩하였습니다.

| 서비스 만족도 프로그램 (CSI) 조사 결과 |

	프로그램	시기	내용
롯데백화점	고객 만족도 조사	반기	• 고객 설문조사를 통한 고객 니즈 파악 및 현장 개선
	외부 모니터링	분기	• 미스터리 쇼핑을 통한 당사 서비스 수준 진단 및 개선사항 도출
	직원 전화 모니터링	분기	• 내부 직원 전화 응대 모니터링을 통한 고객 응대 스킬 제고
	서비스 현장 클리닉	매월	• 서비스 테마 선정 및 현장 클리닉 시행
	VOC 평가	매월	• 주요 고객 컴플레인 선정 및 사후 평가
롯데마트	배송 약속 만족도 조사	매월	• 배송상품 관련 고객 만족도 조사 실시
	주부 모니터링	매월	• 점별 주부 모니터 선정 및 서비스 품질 평가
	고객 만족도 조사	매월	• 점별 고객 만족 매니저 주관, 고객 직접 설문 실시 및 평가
	VOC 평가	매월	• 주요 고객 컴플레인 선정 및 사후 평가

고객 만족도(CSI) 조사 결과

(단위: 점)



CCMS* 인증 획득

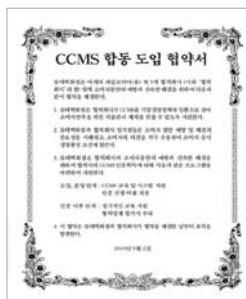
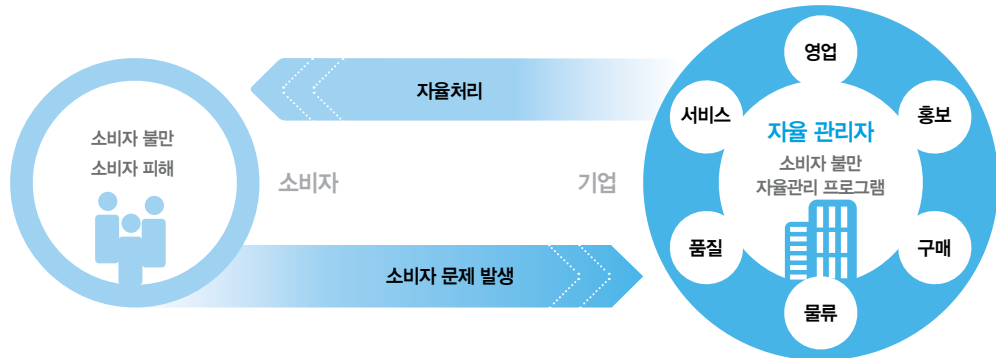
CCMS는 공정거래위원회가 기업에게 도입 및 운영을 권장하는 프로그램으로 고객 불만을 사전에 예방하고 부득이하게 발생한 불만은 신속하게 고객 입장에서 해결하는 자율관리 실행 체계입니다.

롯데백화점은 2008년 6월 CCMS 도입 선포식을 가진 후 고객 불만 사전예방 내부통제 체제 및 고객 불만 사후처리 자율관리 시스템을 전사적으로 구축하여, 2009년 7월 백화점 업계 최초로 CCMS 인증을 획득하였습니다.

또한 2010년 9월에는 71개 협력회사와 공동으로 CCMS 합동 도입 선포식을 실시하였습니다. 고객 불만 처리 시스템이 미약한 중소 협력회사를 대상으로 진행하여 고객 중심 경영과 관련하여 협력회사와의 상생경영을 실천하고자 합니다.

* Consumer Complaints Management System

| CCMS 운영 프로세스 |



CCMS 합동 도입 협약서



협력회사 CCMS 합동 도입 선포식

고객 커뮤니케이션

롯데쇼핑은 고객의 작은 소리 하나도 놓치지 않고, 귀담아 듣기 위해 노력하고 있습니다. Want Slip, MD 제안 제도, 주부 모니터링 제도, 장보기 개선 활동 등 지속적인 고객 의견 수렴을 위한 커뮤니케이션 채널을 활용하고 있습니다.

Want Slip

롯데백화점은 고객의 직접적인 불편사항 및 제안 등을 수렴하고자 'Want-slip' 제도를 도입하였습니다. 'Want-slip' 제도는 매장의 직원과 동료직원이 협력하여 고객이 쇼핑 현장에서 제안하는 내용과 불만 등을 수렴하여 개선하기 위한 시스템입니다. 이는 기존의 인터넷 고객 의견 접수, 매장 소리함 운영, 고객 상담실과 같이 고객이 직접 표현해야만 했던 체계에서 더 나아가 임직원들이 능동적으로 고객의 의견을 파악하여 개선할 수 있게 합니다.

고객 제안 제도 - '내가 MD라면'

롯데백화점은 온라인을 통해 누구나 상품 기획에 대해 제안할 수 있는 제도를 운영하고 있습니다. 롯데백화점 홈페이지 회원이라면 누구나 등록하여 매장, 브랜드, 신상품에 대한 아이디어 제안, 해외 우수 사례 등에 대해 자유롭게 생각을 표현할 수 있습니다.

또한 기간별로 우수 아이디어를 선정, 포상하여 참여를 권장하고 있으며, 해당 팀은 선정된 아이디어의 실제 현업에 적용할 수 있는지 고려합니다. 2010년에는 일 평균 11건씩 총 3,794건이 접수되었고, 이 중 월 1회씩 120명의 의견이 우수 아이디어로 채택되었습니다.

VOC(Voice Of Customer) 제도

롯데쇼핑은 고객의 목소리에 항상 귀를 기울입니다. 전 점포의 고객상담실에서는 고객의 칭찬, 불편사항, 제안 등 소중한 의견을 좀더 신속하고 정확하게 처리하기 위해 노력하고 있습니다. 시간이나 장소에 관계없이 문의 사항이나 의사 표현이 가능한 VOC 온라인 시스템은 접수된 모든 사항을 관련 팀의 담당자에게 전송하여 24시간 이내에 답변하도록 했습니다. 이를 토대로 신속한 민원 처리가 가능케 되고, 문제나 불만을 제기한 고객의 불만 요인을 분석하여 서비스 개선에 적용하고 있습니다.

| 온라인 VOC 민원 처리 현황 |

(단위 : 건)

민원유형	롯데백화점			롯데마트		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
문의	14,082	14,117	14,480	5,111	6,904	8,756
만족	1,348	1,346	1,740	666	861	1,392
불만족	8,043	8,645	5,532	4,303	4,284	4,489
계	23,473	24,108	21,752	10,080	12,049	14,637

온라인 채널 강화

롯데쇼핑은 온라인·모바일 서비스를 확대하여 더욱 편리하고 다양한 쇼핑 환경을 제공하고 있습니다. 고객들의 접근성을 개선하고, 이벤트 참여와 커뮤니케이션 채널을 강화하여 롯데쇼핑이 제공하는 혜택을 더 많은 고객들이 누릴 수 있는 온라인 환경을 만들어 가고 있습니다.

패션 웹매거진 FLARE

2009년 4월 첫 발행된 롯데백화점 웹매거진 Flare (플레이어)는 국내 최초 인터넷 패션지로 롯데백화점 브랜드별 시즌 신상품 정보와 함께 온라인 쇼핑도 가능합니다. 상품을 클릭하면 상세 이미지와 패션 전문가가 엄선한 코디 제안 상품 또한 제공됩니다. 매월 첫째, 셋째 주 수요일에 발행되는 Flare는 현재 50호 까지 발행되었으며, 모바일 어플리케이션 서비스로도 볼 수 있어, 월 평균 페이지뷰 5만 건을 기록하는 등 고객들에게 높은 호응을 얻고 있습니다.

롯데 인사이트 아이

롯데백화점은 2011년 3월 백화점 업계 최초로 증강 현실 기술에 기반한 스마트폰용 어플리케이션인 '롯데 인사이트 아이(LOTTE Inside Eye)'를 개발하였습니다. 여기에서 제공되는 서비스는 매장을 방문하는 고객들에게 위치 안내, 브랜드 소개 및 다양한 행사·이벤트 등의 정보를 담고 있습니다.

한편 2010년에는 업계 최초로 온라인 전단인 '예고 전단' 및 'Flare'를 스마트폰으로 볼 수 있는 롯데백화점 어플리케이션을 선보였습니다

SNS* 커뮤니케이션 확대

롯데백화점은 고객과의 1대1 실시간 커뮤니케이션을 위해 Social Media로 각광받고 있는 트위터 계정을 오픈하여 활용하고 있습니다. '더 가까이에서 고객님의 소리를 듣고 있습니다'라는 캐치프레이즈 아래 고객 문의에 대한 1시간 이내 실시간 Q&A, 고객 요청사항 현업 반영, 경영 일반사항, 상품/브랜드 정보 제공 등 새로운 소통 채널을 통한 고객 만족 극대화를 위해 힘쓰고 있습니다. 또한 2010년 8월 트위터를 오픈하여 현재 국내 유통업계 중 최다 팔로워(이용자)를 보유하고 있으며, 현재 3개의 트위터 계정과 1개의 페이스북 계정을 운영하여 고객과 소통하고 있습니다.

* SNS (Social Network Service)



패션 웹매거진 FLARE



롯데백화점 트위터

고객 관계 관리

고객 관리 경영은 고객 개개인의 특성에 어울리는 차별화된 가치를 제공함으로써 활동을 통해 롯데쇼핑에 대한 고객 충성도를 높여줍니다. 또한 고객들이 무엇을 원하며 어떤 라이프 스타일을 갖고 있는지를 파악하여 고객이 원하는 새로운 상품과 서비스를 제공할 수 있습니다.

고객 세분화 관리

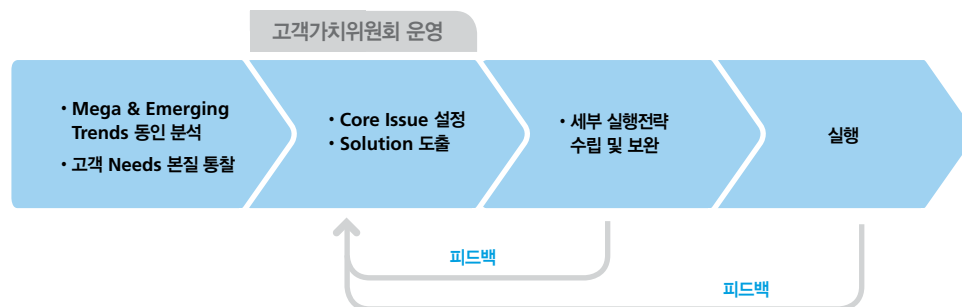
롯데백화점은 CRM 시스템을 활용하여 세분화된 고객관리를 하고 있습니다. 이러한 고객 관리는 고객별 특성에 부합하는 차별화된 가치 제공을 가능하게 하고 있습니다. CRM 시스템에서 고객은 연령, 직업, 거주지 등 인구통계학적인 요소 이외에도 구매력, Loyalty, 행사 시기별 구매 가능성 등의 특성에 의해 세분화될 수 있습니다.

롯데백화점에서는 CRM을 활용한 마케팅, 영업 지원 활동으로 DM, SMS 등 타겟 고객에 대한 정보 전달 외에 고객 참여형 문화마케팅, 고객 1대1 맞춤 마케팅 등을 실시하고 있습니다. 더 나아가 상관별 구매 패턴 분석을 기반으로 한 내부 전략 수립 등 중요한 의사 결정에도 반영하고 있습니다.

고객 연구소 제도

롯데마트는 시장 트렌드와 고객 욕구를 근간으로 한 심도 깊은 고객 연구 및 트렌드 분석 차원에서 그간의 고객 변화에 대한 후행적 A/S를 넘어 선행적인 서비스 제안을 위한 고객 연구소 제도를 운영하고 있습니다. 사내 고객 연구팀은 다계층 소비자 조사 Tool을 구축하였고, 그 연구 결과는 월 1회 대표이사가 주관하는 『Trend Forum』에서 공유하고 있습니다. 또한 도출된 해결 방안을 검토하여 실제 업무에 적용시키고 있습니다.

| 롯데마트 '고객 연구소 제도' 운영 프로세스 |



고객정보 보호

롯데쇼핑은 모든 고객의 개인정보를 소중한 자산으로 생각하고, 가장 안전하고 효과적으로 관리하기 위해서 최선을 다하고 있습니다. 최근 빈번하게 발생하고 있는 고객정보 유출사고를 거울삼아, 관련 사고를 미연에 방지하기 위해서 만전의 노력을 기울이고 있습니다.

고객정보 취급 방침 준수

롯데쇼핑은 '정보통신망 이용 촉진 및 정보 보호 등에 관한 법률' 등 고객정보와 관련된 모든 법규를 준수하기 위하여 '개인정보 취급방침'을 제정하여 이를 준수하고 있습니다. '개인정보 취급방침'에는 개인정보의 수집·이용·유통 및 파기 등 개인정보 취급의 전 과정에 대한 지침을 명시하고 있으며, 이를 온라인상에 공지하여 누구나 열람할 수 있도록 하고 있습니다.

고객정보 보호 시스템

롯데백화점은 국제 표준에 부합하는 정보 보호 관리체계 구축을 위해 2007년부터 전담 조직을 구성하고 '정보 보호 마스터 플랜', '정보 보호 정책 및 지침'을 수립 하였습니다. 롯데마트도 2011년 개편된 정보 보호 조직을 기반으로 분기 1회 정보보호위원회를 운영하고, 매 회의마다 정보 보호 관련 주요 이슈에 대해 내용 공유 및 대처 방안을 논의하고 있습니다. 회의 결과는 모든 유관 조직에 통보되어 사전 점검 활동 및 사후 피드백 과정에 반영됩니다. 또한 롯데백화점은 더욱 더 안전한 고객정보 보호를 위해 2010년 10월 시스템에서 자동 저장되는 정보를 암호화 하는 시스템을 구축하였습니다.

ISO 27001 인증 획득

롯데백화점은 2010년 2월 국내 백화점 업계 최초로 국제 공인 정보 보호 인증인 ISO 27001을 획득 했습니다. ISO 27001은 기업의 정보 보호 관리체계 (ISMS: Information Security Management System) 에 대한 국제 표준 인증으로 국내에는 2005년에 도입 되어 국내 주요 150개 기업이 취득한 상태입니다. ISO 27001 인증 획득을 계기로 롯데백화점은 명실 상부한 글로벌 수준의 정보보호 체계를 갖추고 있음을 대외적으로 인정받았습니다.

정보 보호 사내 교육 및 캠페인

롯데백화점은 전국 영업점에서 근무하는 직원들을 대상으로 지속적인 교육을 실시하여 고객 정보 보호에 대한 관리 의식을 강화하고 있습니다. 또한 고객정보를 취급하는 부서를 대상으로 한 정보 관리 실태를 정기적으로 점검하여 관련 사항을 개선해 나가고 있습니다. 또한 2010년 11월부터는 매주 금요일을 '정보보호의 날'로 지정하여 고객정보를 포함한 기밀 정보 보호를 위하여 다양한 활동을 펼치고 있습니다.



ISO 27001 인증서



정보보호의 날 포스터

안전한 쇼핑 공간

많은 고객들이 방문하는 유통시설에서는 안전이 무엇보다 중요한 문제입니다. 롯데쇼핑은 고객들이 안전하게 쇼핑할 수 있는 공간을 만들기 위하여 끊임없는 점검 및 개선 활동, 직원 교육과 훈련을 실시하고 있습니다.

매장 안전 테마 점검

롯데쇼핑은 화재 등 각종 사고를 예방하고 회사의 리스크를 방지하는 안전 점검을 분기별 테마에 따라 실시하고 있습니다.

또한 롯데쇼핑은 내부 안전 점검 평가제도를 실시하여 우수점 포상과 부진점 재점검을 판단, 철저한 기준에 의해 점별 안전 관리가 이루어지도록 하고 있습니다.

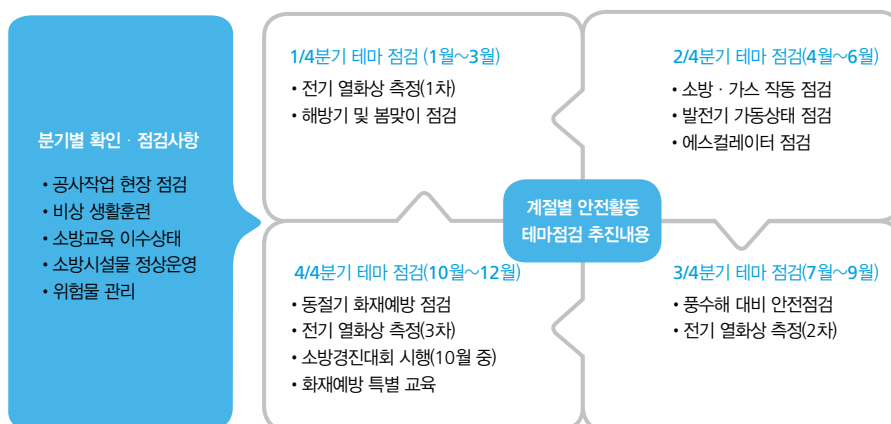
매장 내 공기질 관리

고객과 직원에게 쾌적한 실내환경을 제공하기 위해 영업 매장 및 실내 주차장의 주요 공기질 항목을 주기적으로 측정 관리하고 있습니다. 롯데쇼핑은 다중이용시설 등의 실내 공기질 관리법에 의거, 각 점포별로 연 1회 측정(매년 2~6월 중)하고 있으며, 측정 방법은 환경부 고시 '실내 공기질 공정 시험방법' 및 내부 관리 기준인 '실내공기질 측정 시방서'를 준용하여 실시하고 있습니다.

| 전점 공기질 측정 결과 |

	측정 항목	단위	롯데백화점		롯데마트	
			평균 측정치	법정 기준치 대비(%)	평균 측정치	법정 기준치 대비(%)
영업 매장	미세먼지	μg/m ³	65.2	46.5	44.0	31.4
	이산화탄소	ppm	508.8	50.8	570.5	57.1
	포름알데히드	μg/m ³	20.4	20.4	27.2	27.2
	일산화탄소	ppm	2.2	24.4	1.1	12.2
실내 주차장	미세먼지	μg/m ³	87.2	48.4	63.6	35.3
	이산화탄소	ppm	544.9	54.4	508.5	50.9
	포름알데히드	μg/m ³	11.7	11.7	25.4	25.4
	일산화탄소	ppm	3.3	16.5	3.3	16.5

| 안전활동 테마 점검 추진 내용 |





Customer Engagement

지속가능한 소비 문화 구현 | 탄소 저감 활동 | 에코 리더 활동



고객은 롯데쇼핑과 함께 지속가능한 사회를 만들어가는 주체입니다. 'Equal Project 06'은 고객들이 롯데쇼핑의 지속가능경영 활동에 동참하도록 유도함으로써 지속가능한 소비를 실천하고, 환경사회적 이익을 고객과 함께 공동으로 추구하고자 하는 롯데쇼핑의 전략입니다.

| 롯데쇼핑 고객 참여 유도 프로그램 |



주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2008	2009	2010
대중교통 이용 캠페인 참여고객 수	명	백화점	-	3,510	5,370
환경디자인 공모전 응모고객 수	명	백화점	-	-	30
그린 마일리지 적립액	백만원	마트	-	97	109

지속가능한 소비 문화 구현

롯데쇼핑은 자원의 소중함을 인식하고, 환경을 보호하는 취지에서 자원의 재활용 활동을 전사적으로 실천하고 있습니다. 또한 흥미를 유발할 수 있는 다양한 친환경 활동을 벌여 고객들이 지속가능한 소비 문화를 인식하고 동참할 수 있는 기반을 만들어 가고 있습니다.

그린 마일리지 캠페인

롯데마트는 불필요한 2차 포장재를 제거하여 자원 낭비를 줄이기 위한 '그린 마일리지 캠페인'을 강화 운영하고 있습니다. 개별 상품 단위로 시행하던 그린 마일리지 제도를 정비하여, 10개의 그린 마일리지 상시 적립 상품을 선정하고 해당 상품 구매시, 기존 0.5씩 적립해 주던 롯데 멤버스 포인트를 4배에 해당하는 2% 까지 확대 적립하고, 연중 상시 적립이 가능하게 했습니다. 지난 한 해 동안 롯데마트는 그린 마일리지 캠페인을 전개하여, 약 56억 원의 '그린 마일리지 상품'을 판매 하였으며, 그 결과 총 1억 9백만 원의 그린 마일리지가 적립되었습니다.

에코백 캠페인

롯데백화점은 친환경 실천 방안의 하나로 계절별로 에코 감사품을 증정하고 있습니다. 2010년 5월부터 11월까지 전국 29개 점포에서 북극곰 캐릭터가 새겨진 '에코 장바구니' 5만 개 이상을 증정, 좋은 반응을 얻음에 따라 향후 추가적으로 2만 개를 더 제작할 계획입니다. 또 키스해링 아시아 전시회 제휴 기념으로 '키스해링 에코백' 3만 개를 6월 18일부터 20일에 걸쳐 증정하였습니다.

롯데마트는 '카드형 장바구니'와 '에코백'을 사은품으로 증정하여 일회용 비닐 장바구니 사용을 줄이기 위한 노력을 하고 있으며, 사은품 선정시 리필형 제품을 우선으로 선정하고 있습니다. 2010년 한 해 동안 롯데마트 전 점포 기준 총 25만 개 이상의 친환경 장바구니를 증정하였으며, '카드형 장바구니' 또한 15만 개 이상 제작하여 사은품으로 지급하였습니다.

에코 전단

롯데백화점은 국내 최초로 친환경 'eco 전단'을 온라인으로 발행하고 모바일 어플리케이션 서비스로도 제공하여 종이 사용을 줄이고 있습니다. 2011년 2월부터는 'eco 전단' 이용이 곧 환경사랑 실천이라는 테마로 시각적인 친환경 캠페인도 전개하고 있습니다. 현재까지 고객의 'eco 전단' 이용 수와 이로 인해 보호된 나무 그루 수를 이메일에 시각적으로 표현하여 고객이 직접적으로 공감할 수 있도록 하였습니다. 2009년 4월 'eco 전단' 시행 이후 2011년 4월까지 보호된 나무는 65,840그루입니다.



에코백



에코 전단

탄소 저감 활동

롯데쇼핑은 탄소 저감을 위한 친환경 라이프 스타일을 확산시키기 위해 그린 캠페인을 실시하고 있습니다. 롯데쇼핑 고객의 자발적인 참여 유도가 가능한 캠페인을 지속적으로 시행함으로써 일상 생활의 작은 변화로도 환경보호 실천이 가능하다는 점을 널리 알리고 있습니다.

쿨비즈·웬비즈 캠페인

롯데쇼핑은 2005년부터 패션 스타일의 변화로 에너지를 절약하고 환경도 살릴 수 있는 방안을 모색하고자 '쿨비즈·웬비즈'를 진행했습니다. 이는 하절기에 넥타이를 착용하지 않고(쿨비즈), 동절기에는 니트나 가디건을 겹쳐 입어(웬비즈) 실내 냉난방으로 인한 에너지를 절약하자는 취지의 캠페인입니다.

롯데백화점은 본 캠페인의 일환으로 '쿨비즈 패션쇼'를 개최하여 넥타이 없이 멋진 스타일을 만드는 법을 제안하기도 하는 등 온실가스 배출을 줄이기 위한 친환경 라이프 스타일을 제시하고 있습니다.

대중교통 이용 캠페인

롯데백화점은 에너지 절약을 위한 대중교통 이용 캠페인을 시행하고 있습니다. 임직원과 고객이 함께 참여하는 본 캠페인으로 에너지 절약뿐 아니라, 백화점 주변 교통량을 자율적으로 감축하여 교통 혼잡으로 인한 시민 불편도 줄일 수 있었습니다.

2010년에 5회의 캠페인이 진행되어 총 3,510명의 고객이 행사에 참여하였고, 2011년에는 4월 1일부터 10일 동안 진행된 행사에 총 5,370명의 고객이 참여해 큰 호응을 받았습니다. 향후에는 기본 캠페인 내용(안내방송, LCD, 홈페이지 등)을 365일 연중 노출시키고, 서울시와 함께 '대중교통의 날'을 지정하여 월 1회 이상 교통카드 충전 서비스도 진행할 예정입니다.

에너지 절약 캠페인

롯데마트는 에너지관리공단, 한국환경산업기술원과 함께 다양한 고객참여형 환경 캠페인을 진행하고 있습니다. 에너지 소비량이 증가하는 4월과 10월에는 에너지관리공단과 연계, '대기전력 절약 캠페인'을 진행하였으며, 냉방시설 등의 전력 수요가 증가하는 8월에는 냉방용 가전제품의 '에너지 효율등급 알리기 캠페인'을 전개했습니다.

또한 12월에는 '내의류 입기 캠페인'을 전개하여 매장 내 온도 조절 및 에너지 절감효과를 거뒀습니다.



쿨비즈 패션쇼



대중교통 이용 캠페인

에코 리더 활동

롯데쇼핑은 환경보호 활동을 적극적으로 선도하여 환경 분야에서 사회적 책임을 다하고 있습니다. 또한 환경보호를 위한 고객들의 참여를 유도하고 다양한 이벤트를 벌여 환경 의식을 개선해 나가고 있습니다.

그린슈머 커뮤니티

롯데마트는 고객과 함께하는 환경보호 활동을 하고자 2009년 5월 환경보호에 관심이 많은 그린슈머(Greensumer)를 대상으로 'Eco Smile Club'을 발족했습니다.

'Eco Smile Club' 회원에게는 분기별로 발행되는 Eco Smile DM(다이렉트 메일)을 보내 다양한 친환경 활동과 상품에 관한 정보를 제공합니다. 2010년 4월 현재까지 Eco Smile Club에 가입한 회원은 총 7,400명이며 향후 적극적으로 회원을 유치하여 1만 회원 모집을 목표로 하고 있습니다.

환경 디자인 공모전

롯데백화점은 2010년 6월 '세계 환경의 날'을 기념하여 친환경 활동을 소비자와 함께하고자 환경부와 매일경제의 후원을 받아 UNEP 한국위원회와 공동으로 '친환경 디자인 공모전'을 주최하였습니다. 공모전의 주제는 친환경 에코백 디자인과 일상 속의 소품을 활용한 재활용 소품 디자인이었습니다. 누구나 참여할 수 있었던 이번 공모전에 초등학교생부터 대학생, 주부에 이르기까지 다양한 계층이 참여하였으며, 10개의 작품이 최종 수상작으로 선정되었습니다. 공모전의 취지를 널리 알리고자,

총 30개의 수상작 및 예선 통과 작품을 본점 정문 앞에 전시하기도 했으며, 신문광고 이미지 및 별도의 팸플릿 제작 등으로 널리 활용하였습니다.

에코 트리 프로젝트

롯데마트는 2009년 5월부터 9월까지, 5개월 간 친환경 상품을 구매한 고객들을 대상으로 '에코 나뭇잎'이라는 나뭇잎 모양의 스티커를 증정하고, 매장 내 비치되어 있는 '에코 트리'에 부착하는 이벤트를 진행하였습니다. '에코 트리'에 부착된 에코백 10매 당 한 그루의 나무가 적립되었으며, 행사 기간 중 8만여 장의 에코 나뭇잎이 모여 총 8백 그루의 나무를 적립하였습니다. 2010년 3월 롯데마트는 Eco Smile Club 회원 및 일반고객 200분을 초청하여 서울 성동구 소재 서울 숲에서 고객이 적립한 나무 8백 그루에, 롯데마트가 추가로 기부한 4백 그루를 더하여, 총 1,200그루의 나무를 심는 행사를 진행하였습니다. 10개월 간 진행된 에코 트리 프로젝트는 환경의 소중함을 일깨우고, 나무심기를 직접 체험하는 훌륭한 교육의 장이 되었습니다.

앞으로도 롯데마트는 고객이 함께 참여할 수 있는 문화와 환경보호가 결합된 캠페인을 지속적으로 전개할 예정입니다.



환경 디자인 공모전



에코 트리 프로젝트

2:52 PM

WHAT IS
WORKPLACE
EQUALPROJECT?

WORKPLACE EQUAL PROJECT는,
업무의 효율성 증대를 위해 임직원 능력 계발 및 성과보상 체계를
체계적으로 관리하고 임직원 개인의 삶의 질을 지속적으로 개선함으로써,
일과 삶이 균형과 조화를 이룰 수 있도록 하기 위한
롯데쇼핑의 전략입니다.

We think about
Workplace

인재 개발 및 성과 평가 '일과 삶의 조화'



**EQUAL
PROJECT 07**

Work
Efficiency

—
인재 개발 및 성과 평가
업무 효율성
비즈니스 이익



**EQUAL
PROJECT 08**

Work & Life
Balance

—
일과 삶의 조화
직원 만족도 향상
비즈니스 이익, 사회적 이익





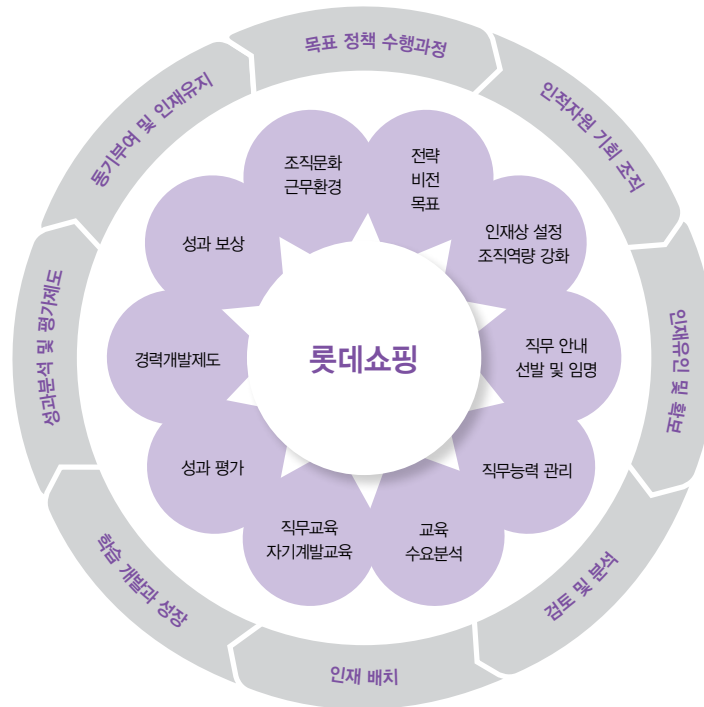
Work Efficiency

임직원 역량 개발 | 유능 전문인력 양성 | 글로벌 인재 육성 | 공정한 성과 평가



임직원은 롯데쇼핑의 소중한 자산이며 기업의 미래입니다. 롯데쇼핑은 임직원 역량 개발과 공정한 성과 평가를 통해 유능한 인재를 확보하고 업무 효율성 향상을 견인함으로써 직접적인 비즈니스적 이익을 창출하고자 합니다

| 롯데쇼핑 인재 관리 맵 |



주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2008	2009	2010
임직원 총교육비	백만원	백화점	3,826	4,125	4,870
		마트	2,632	2,601	3,025
임직원 인당 교육시간	시간	백화점	161	163	163
		마트	107	107	103
임직원 퇴직율	%	백화점	0.4	0.4	0.5
		마트	1.1	0.7	1.0

임직원 역량 개발

롯데쇼핑은 '글로벌 초일류 유통기업'의 비전을 달성하기 위해서는 임직원 역량 개발 및 인재 육성이 무엇보다 중요하다고 판단하고 롯데쇼핑 인재상 정립, 단계별 역량 개발 프로세스 구축 및 전 임직원 교육 지원 등에 많은 노력을 기울이고 있습니다.

임직원 교육 과정

롯데쇼핑은 전 임직원을 대상으로 유동 전문인력 육성을 위해 현장 및 실무 위주의 교육을 시행하고 있습니다. 효과적 능력 개발의 방법으로 직급별 직무 스킬 맵핑을 구축하고 있으며, 롯데쇼핑의 핵심가치를 내재화하는 교육, 프로 리더로서 능력을 배양하는 관리운영 교육 및 분야별 전문 교육 등을 실시하고 있습니다. 또한 글로벌 유통기업에 부합하기 위해 진출국가별 맞춤형 전문인력을 육성하고 있습니다.

임직원 학점 이수제

롯데백화점은 개인별 학점 이수제를 도입하여 직원들의 능동적인 자기 개발 환경을 마련하고 있습니다. 사이버 교육, 독서 통신 교육, 집합 교육 등 다양한 프로그램을 직급별, 직무별로 제공하고 있으며, 사이버 교육 시스템인 'e-campus'를 통해 구성원들 간의 지식과 정보를 공유하고 온라인 콘텐츠를 활용할 수 있게 하고 있습니다. 또한 현장 학습이 병행되는 학습 프로그램을 구성하여 실제 업무에 필요한 교육이 이루어져, 궁극적으로 자율적이고 창의적인 인재를 육성하고자 합니다.

평생교육 지원

롯데백화점은 직원들의 학업 욕구를 충족시키고 평생 교육을 지원하기 위해 고졸사원 및 2년제 전문학사 학위 소지 사원들을 비롯, 전 직원들을 대상으로 4년제 위탁 사내 대학과 사이버 대학을 운영하고 있습니다. 이 프로그램은 직영사원뿐만 아니라 동료사원들에게도 교육 기회를 제공하여 근무 의욕을 고취하고 장기 근속을 유도하고 있습니다. 2006년부터 경희대학교와 연계하여 학사과정을 운영하고 있으며, 지금까지 95명이 졸업하고, 74명이 재학 중에 있습니다. 2009년 3월에는 사이버과정으로 운영되는 서울디지털대학교 과정을 비롯, 2011년 3월부터 경희사이버대학교, 한양사이버대학교, 세종사이버대학교, 사이버한국외대 과정도 추가 개설하여 운영하고 있으며, 30~50%의 등록금 감면 혜택 또한 제공하여 적극적인 참여를 유도하고 있습니다.



임직원 사내 어학과정



Passion & Challenge 과정

유통 전문인력 양성

롯데쇼핑이 초우량 유통기업으로 자리매김하기 위해서는 유통 전문인력의 육성이 필수적입니다. 롯데쇼핑은 기업의 이러한 실질적인 필요를 충족시키고 경영 목표를 달성하기 위해 각 직책별로 교육과정을 구성하여 유통 전문인력 육성체계를 운영하고 있습니다.

유통대학 수료자 수

491 명

(롯데백화점)

유통 전문가 과정

롯데백화점은 유통 전문인력 육성을 위해 유통 대학 과정을 운영하고 있으며, 대학과 연계하여 유통 전문가 과정 또한 운영하고 있습니다. 유통 대학은 1994년 최초 시행되어 2010년 16기까지 491명의 유통 전문인력을 양성하였으며, 경영 기초 학문과 실무능력 향상을 위한 현장 개선 워크숍, 최종 주제연구 발표회 등의 과정으로 진행되었습니다. 또한 정기어학 시험을 실시하여 외국어 능력을 향상시키는 데에 피함과 동시에 해외 선진 유통 업체 견학 및 연수 과정을 실시, 국내뿐만 아니라 해외 유통산업의 동향과 경영기법을 학습하고 있습니다.

MD 역량 배양 교육

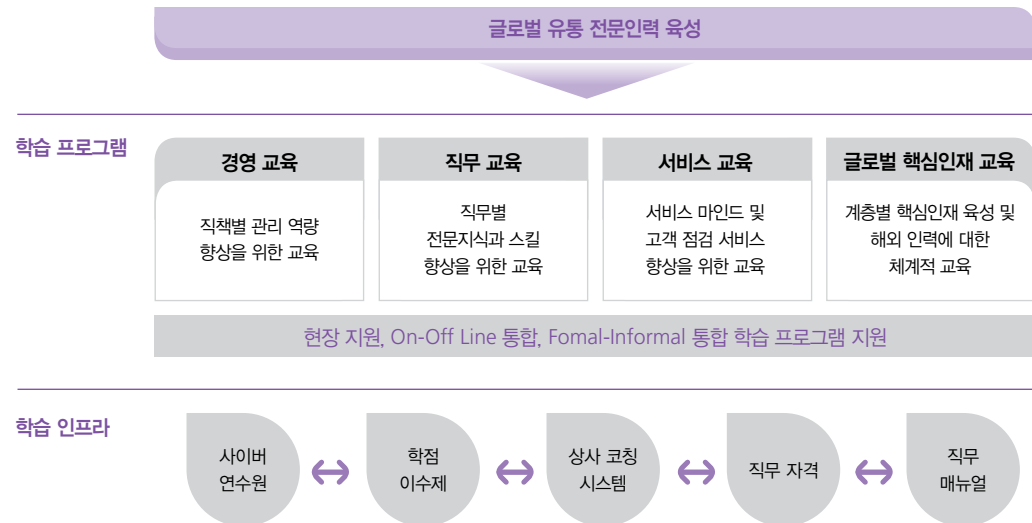
롯데백화점은 상품기획자(MD)의 상품 제안 역량을 강화하기 위해 패션 아카데미 제도를 운영하고 있습니다. 2011년 총 수강인원 28명(선임 상품기획자 10명·상품기획자 18명)을 포함, 현재까지 209명의 인원이 교육 프로그램에 참여했습니다. 롯데마트는 2008년부터 PB아카데미를

실시하여 MD의 직무역량, PB개발·소싱 능력을 키우고 있습니다. 주요 교육내용은 글로벌 트렌드, 협상능력, 해외소싱 업무, PB개발 및 품질관리 등으로 구성되어 있습니다. 국내 주요 제조업체 임원과 대학 교수로 이루어진 강사진은 MD 경력에 따라 입문, 기본, 심화 과정으로 나누어 단계별로 진행하고 있으며, 이를 통해 롯데마트만의 차별화된 상품을 기획·개발하고 있습니다.

Passion & Challenge 과정

롯데백화점은 직원들의 리더십 함양과 소통의 마인드 정립을 위해 '2010 Passion & Challenge' 교육을 진행하였습니다. 롯데백화점의 대리급 사원 800여 명을 대상으로 진행된 과정으로, 강도 높은 해병대식 교육 훈련을 통해 현장 리더십, 상호존중, 소통과 프로의 정신 함양에 초점을 맞춘 교육 프로그램입니다. 또한 회사의 비전과 핵심가치를 공유할 수 있는 기회가 되었다는 점에서 그 의미가 크다고 할 것입니다.

| 유통 전문인력 육성 |



글로벌 인재 육성

롯데쇼핑은 중국, 베트남, 인도네시아 및 러시아 등 신흥 개발도상국을 중심으로 해외에 적극 진출하고 있습니다. 해외사업 진출의 성공과 함께 글로벌 초우량 유통기업으로 성장할 수 있는 발판은 글로벌 인재라는 생각으로 지역별 맞춤형 인재를 양성하고 있는 데에 있습니다.

예비 주재원 선발 교육

롯데백화점은 해외사업을 주도적으로 이끌어 갈 인재 육성을 위해 인력 Pool을 선발하고 체계적인 교육을 실시하고 있습니다. 주재원은 사내 공모를 이용하여 지원한 인원을 인사고과, 경력, 외국어 능력을 기준으로 선발합니다. 2011년에는 중국 52명, 베트남 36명, 인도네시아 38명, 러시아 16명의 예비인력이 선발되었으며, 주재원으로 선발되기 전 약 1년 동안 '주재원 예비인력 육성과정'을 실시, 글로벌 소양, 파견국 이해, 어학 교육을 거쳐 우수한 성적으로 이수한 인력을 실제 주재원으로 최종 선발하고 있습니다.

글로벌 간부사원 육성

롯데백화점은 해외점포 개발이 가속화됨에 따라 글로벌 역량을 갖춘 간부사원 육성을 위해 최선을 다하고 있습니다. 이를 위해 간부사원 승진대상자에 대해 승진시 영어성적을 반영하도록 하였으며, 진출 예정지역에 미리 인원을 파견하여 현지에서 1년 간 언어 및 유통 정보를 습득하게 하는 '지역전문가' 프로그램을 시행하고 있습니다.

글로벌 스쿨 과정

롯데마트는 현재 중국, 인도네시아, 베트남 등 해외 3개국에 진출하여 국내 유통업체 중 가장 활발한 해외 사업을 벌이고 있습니다. 이에 따라 롯데마트에서는 2011년 4월부터 해외 현지 근무인력을 대상으로 '롯데마트 글로벌 스쿨' 과정을 진행하고 있습니다. 중국, 베트남, 인도네시아 법인에서 근무하는 현지 인력을 국내로 초청하여 직무별 교육을 실시함으로써 직무역량 강화를 도모하는 동시에 해외법인 인력과 한국 본사 인력 간 네트워크 형성의 기회도 마련하고 있습니다.

어학연수 휴직제

롯데마트는 해외사업의 확장에 따른 외국어 우수 인력을 확보·육성하기 위하여 어학 연수 휴직제도를 운영하고 있습니다. 지원은 자발적으로 휴직을 신청하면 가능하며, 해외사업과 관련이 있는 영어권(미국, 호주 등), 중국, 베트남 등을 대상으로 하고 있습니다. 연수 휴직 복귀 후에는 어학을 적극적으로 활용할 수 있는 해외사업 관련 직무로 최우선 배치하는 등 해외전문가 육성에 지속적으로 노력하고 있습니다.

공정한 성과 평가

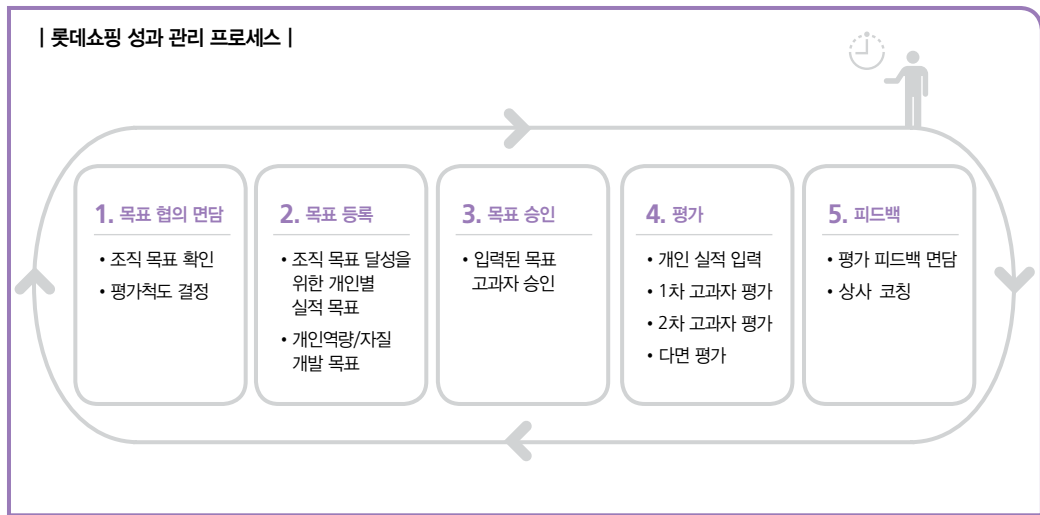
롯데쇼핑은 차별 없는 급여 체계, 실적 중심의 성과 보상 제도 및 공정한 성과 관리 프로세스를 실시하여 전 임직원들이 자신의 능력을 마음껏 발휘하고, 그에 따라 정당한 보상을 보장 받을 수 있는 조직 문화를 구현해 나가고 있습니다.

성과 중심 인사 제도

롯데쇼핑은 능력과 업적 중심의 연봉제 임금 체제를 수립하고 있습니다. 기본 급여와 상여금 이외에 개인 성과와 목표 달성률 등을 감안한 성과급을 지급하고 있으며, 한 해 동안의 기업 성과에 따른 특별 성과급을 지급하고 있습니다. 개별 실적이 직접 반영된 인사 고과로 연봉 등급을 산정하고 그 등급에 따라 급여를 차등 지급하고 있습니다. 2008년에는 실적에 따른 보상 체계를 강화하여 개인의 성과향상 동기를 극대화하고자 성과급을 간부사원 대상으로 확대하였고, 2010년에는 차등 대상을 전 사원으로 확대 적용하였습니다.

성과 관리 프로세스

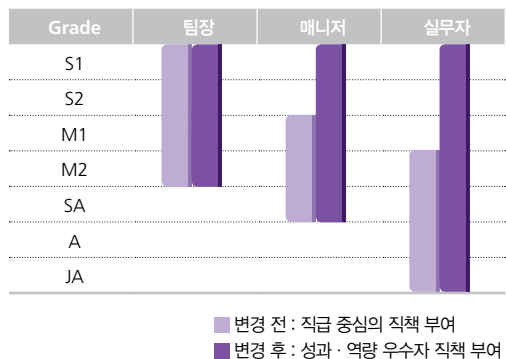
성과평가는 공정한 평가가 이루어질 수 있도록 개인별로 합의된 목표와 척도에 따라 평가를 하고 있으며, 개인들의 목표 달성 여부와 실적이 직접적으로 반영된 고과 결과에 따라 차등적인 보상 체계를 갖추고 있습니다. 성과 관리는 반기별로 고과자인 리더와 고과 대상자인 팀원이 면담과 협의를 통해 이루어집니다. 모든 구성원들은 회사와 조직의 성과 목표에 맞춰 개인별로 정량화된 목표와 척도를 갖게 되며, 이에 따라 공정한 평가가 이루어지게 됩니다.



역량 중심 조직문화 구현

롯데쇼핑은 2011년 4월 1일자로 기존의 직급제도를 폐지하고 '新 Grade 제도'를 도입하였습니다. '新 Grade 제도'는 충분한 역량을 갖춘 사람에게 직책을 수행할 수 있는 자격을 주고, 그 자격을 충족하는 사람 중에 우수한 인력을 대상으로 실제 직책을 부여하여 급여 인상으로 이어지는, 즉 'Grade 상승=직책 수행 자격 취득·직책부여=보상 증가'라는 패러다임으로의 조직문화 전환을 의미합니다. 이와 함께 기존의 팀장, 매니저 외 직급에 의해 불리던 부장, 차장, 과장 등의 직급 호칭을 폐기하고 팀장, 매니저 등의 직책 보임자에 대한 직책호칭과 수석, 책임 등의 비직책자의 호칭으로 구분하여 시행하고 있습니다.

| 新 Grade 제도 |



최우수 상품기획자 선발

1억 CMD(선임 상품기획자)는 롯데백화점이 2010년 2월 상품본부 MD(상품기획자)들의 동기부여 및 경쟁심 고취를 위해 업계에서 처음 도입한 최우수 상품기획자 선발 제도입니다. 2011년 3월에는 2010년에 우수한 실적을 올린 과장급의 선임 상품기획자 6명을 선정하여 총 연봉 1억 원으로 조정하고 추가 금액을 포상금으로 지급하였습니다. 2011년에는 우수한 상품과 브랜드 발굴에 동기를 부여하도록 1억 CMD 인원을 확대하고 MD들의 해외출장 기회를 늘려 역량을 키울 예정입니다. 2010년 1월부터 12월까지 실시한 평가에서는 총 87명 CMD 중 6개월 미만 경력자를 제외한 69명을 대상으로 했으며, 최종적으로 6명이 선정되어 총 연봉 1억 원이 지급되었습니다.

| 최우수 상품기획자 선발 제도 |





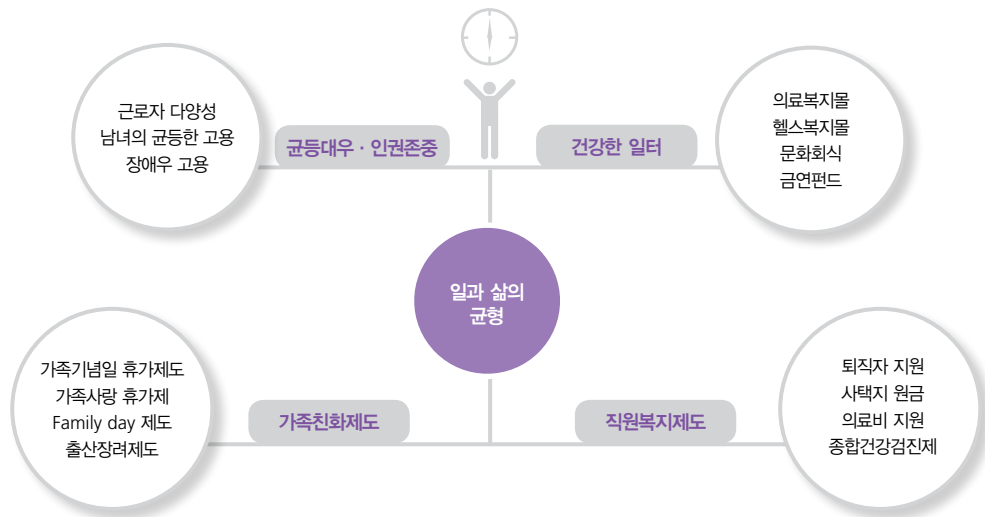
Work & Life Balance

균등기회 제공 | 건강한 일터 만들기 | 임직원 복지 제도 | 가족친화경영



롯데쇼핑은 일과 삶의 조화를 이루어 임직원이 가진 최고의 역량을 발휘할 수 있는 환경을 제공하기 위해 노력합니다. 'Equal Project 08'은 단순히 성과 관리와 업무 효율성 제고의 차원을 넘어, 일과 삶의 조화 그리고 균등한 대우를 받도록 임직원 개개인의 삶의 질을 실질적으로 향상 시킴으로써 롯데쇼핑과 사회 전반의 이익을 동시에 추구하는 전략입니다.

| 롯데쇼핑 Work & Life Balance |



주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2008	2009	2010
여성 인력 고용 비율	%	백화점	53.4	54.6	52.7
		마트	63.2	63.4	64.1
여성 관리자 비율	%	백화점	3.3	3.3	3.9
장애우 고용 비율	%	백화점	2.4	2.6	3.1
		마트	2.1	2.0	2.1

균등 기회 제공

롯데쇼핑은 성별, 학력 및 장애 등에 의한 차별을 두지 않으며, 모든 임직원이 동등한 기회 및 공정한 대우를 받을 수 있는 기업 문화를 구축해 나가고 있습니다. 또한 이동, 보직 및 승진 등에 대해서 차별 요소를 배제하고 있으며, 이로 인한 불만을 예방하기 위해 의사 수렴 제도를 시행하고 있습니다.

차별 없는 채용 및 보상

롯데쇼핑은 신규채용시 성별, 나이 등으로 차별을 하지 않고 모두에게 균등한 기회를 제공합니다.

2010년 기준 롯데백화점 전체 직원 수는 6,555명, 롯데마트는 11,548명입니다. 정규직 인원의 여성 구성비를 보면 롯데백화점이 52.7%이고 롯데마트가 64.1%로 여성비율이 50% 이상입니다. 또한, 롯데백화점의 여성 관리직급 인원 구성비는 3.9%를 차지하고 있고 해마다 증가하고 있어 롯데쇼핑 내에서의 여성의 지위가 지속적으로 신장되고 있음을 알 수 있습니다.

롯데쇼핑은 성별에 차이를 두지 않고 남녀간 동일한 직급체계로 운영하고 있습니다. 또한 동일한 직급 및 경력 내에서는 남녀 직원 간 차별 없이 동일한 임금을 지급하고 있습니다.

장애우 고용

롯데백화점과 롯데마트 모두 장애인 고용 비율이 2%를 상회하여 2007년 9월 노동부, 장애인고용촉진공단 주관 'True Company' 금상, 2008년 광주광역시 장애인복지실천 우수 표창장을 수상하였고 장애인 고용 우수기업으로 인정받았습니다.



노동부 True Company 금상 수상

| 직급별 평균연봉 비율 |

(단위 : %, 남성 직원 연봉 기준)

	직급	M2	SA	A
롯데백화점	남	100	100	100
	여	100	100	100
	직급	2급	3급	4급
롯데마트	남	100	100	100
	여	99.5	98.8	100

| 여성 및 장애인 인력 현황 |

	단위	롯데백화점			롯데마트		
		2008	2009	2010	2008	2009	2010
전체 인력	명	6,004	5,911	6,555	9,323	9,114	11,548
여성 인력	%	53.4	54.6	52.7	63.2	63.4	64.1
여성 관리직급	%	3.3	3.3	3.9	-	-	-
장애인 고용	명	154	159	197	188	177	247
장애인 고용율	%	2.4	2.6	3.1	2.1	2.0	2.1

건강한 일터 만들기

롯데쇼핑은 직원들의 건강을 관리하기 위한 다양한 시스템을 마련하여 시행하고 있습니다. 직원의 건강과 성공이 회사의 성공과 직결되기에 롯데쇼핑은 직원들의 육체적인 건강뿐 아니라 정신적인 건강도 관리하기 위해 노력하고 있습니다.

건강한 직장문화 캠페인

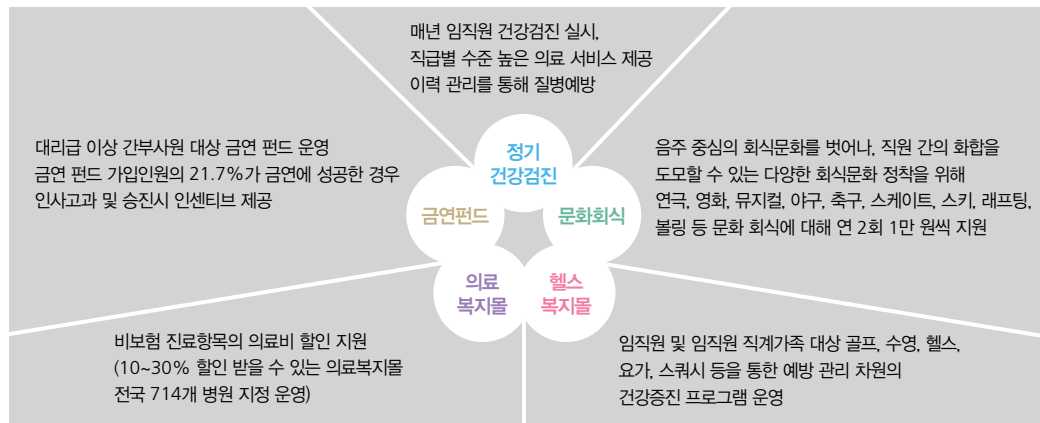
롯데백화점은 임직원들의 건강한 직장생활과 가정생활의 유지를 위해 롯데백화점 건강한 직장문화 캠페인을 연중 시행하고 있습니다. 건물 내외부를 금연구역으로 지정하는 한편, 화식시간 제한제 및 불건전 음주 사례 신고 센터 등을 운영하여, 임직원들이 직장과 가정에서 건강한 삶을 유지할 수 있는 환경을 만들어 가는 데에 다양한 노력을 하고 있습니다. 롯데마트는 직원들의 건강을 위하여 건강한 일터 만들기를 시행하고 있습니다. 아침 먹고 출근하기, 의료 복지물, 헬스 복지물,

금연 펀드, 문화 화식 등의 제도 개선을 통해 직원 만족도를 높이고 직원들의 건강 증진에 앞장 서고 있습니다.

임직원 건강 검진

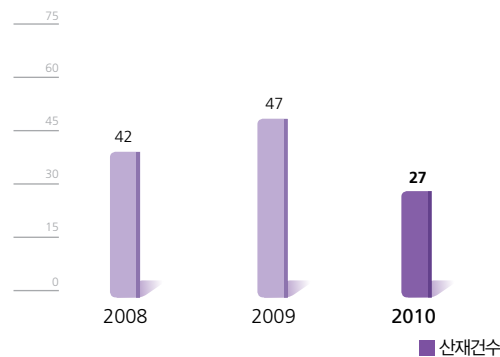
롯데쇼핑은 임직원의 복지 향상을 위하여 건강검진을 매년 실시하고 있습니다. 임직원 건강 검진을 통해 개인별 병력 관리를 함으로써, 더 큰 질병이 발생하지 않도록 사전 예방에 최선을 다하고 있습니다.

| 건강한 일터 만들기 캠페인 |



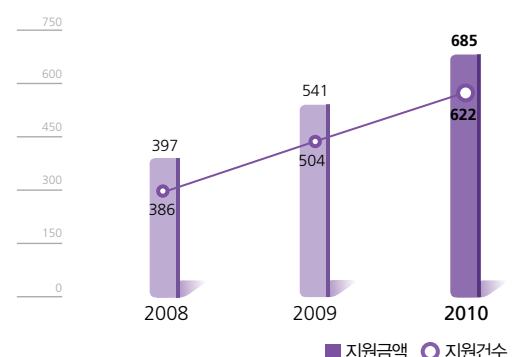
산재건수 현황(백화점·마트)

(단위: 건)



직원 의료비 지원 현황

(단위: 백만 원, 건)



임직원 복지제도

롯데쇼핑은 임직원의 풍요롭고 건강한 직장 생활을 위해 다양한 직원 복지 제도를 시행하고 있습니다. 임직원의 재정 및 교육 부담을 경감하기 위한 대출제도와 학자금 지원제도 등을 운영하는 한편, 복지 혜택의 대상을 임직원 및 협력회사 동료사원 가족으로 확대하여 실시하고 있습니다.

임직원 복지제도

롯데쇼핑은 직원 복지 차원에서 다양한 복리 후생 프로그램을 운영하고 있습니다. 직원들의 재정 지원을 위해 각종 대출제도를 운영 중이며, 유치원부터 대학교까지 학자금을 전액 지원하고 있습니다. 또한 직원들의 여가 생활을 위해 콘도 및 동호회를 운영하며 비용을 지원하고 있습니다. 지방점 이동자들에게는 현지 정착을 위한 사택 지원금, 이사 비용 등을 지원하고, 연고지 방문을 위한 교통비를 지원하고 있습니다. 직원들과 가족들의 사고 및 질병에 대비해 최대 2억 원까지 보상 받을 수 있는 상해보험 가입과 회사 차원의 의료비 지원제도, 종합건강검진제도를 운영하고 있습니다. 또한 직장 내 안전교육을 강화하여 산재건수 줄이기에도 힘쓰고 있습니다. 최근에는 외부기관과의 제휴를 늘려 펜션, 의료 분야, 부동산 서비스 등에 대해서도 다양한 혜택을 부여하고 있습니다.

퇴직자 지원제도

롯데쇼핑은 퇴직 관련 지원 프로그램을 시행하고 있습니다. 퇴직자에게는 그동안의 근속에 대한 배려와 감사의 마음을 전달하는 의미로 재직기념패를 수여하고 있으며, 각종 증명서 신청시 무료 우편발송하는 서비스를 하고 있습니다. 또한 2008년부터 퇴직자에 대한 체계적 관리와 지원을 목적으로 전직 지원 프로그램 제도인 '아웃플레이스먼트(Outplacement) 제도'를 실시하고 있습니다. 재취업 및 창업 관련 컨설팅 및 역량 강화 교육 프로그램, 전문가 심리상담, 자산관리 상담 등의 서비스를 제공하고 있습니다.

| 동료사원 복리후생제도 현황 |

	대상	내용
어린이날 선물 지급	장기 동료사원	• 롯데과자 선물세트 지급
연말선물	장기 동료사원	• 온라인 포인트 지급 • 현물 지급
경조사 화환 지급	장기 동료사원	• 본인결혼, 자녀결혼, 본인상, 직계 존비속상, 배우자 부모상, 배우자상
생일선물 지급	장기 동료사원	
장례용품 지급	장기 동료사원	• 본인상, 부모상, 배우자 부모상, 배우자상, 형제상, 자녀상
콘도 이용 가능	전 동료사원	• 회사 연계 콘도 이용 가능
동료사원 단체보험	장기 동료사원	• 가입기간 : 2010.8.3~2011.8.3 • 재해사망, 재해장애, 암진단 지원
나눔자리 심리상담 및 고충상담	전 동료사원	• 개인 심리상담(우울증, 스트레스 등) • 고충상담(근무환경, 애로사항, 건의사항 등)

가족친화경영

롯데쇼핑은 임직원들이 일과 가정 생활에서 어느 한쪽에 치우침 없이 균형과 조화를 찾을 수 있도록 업무 환경을 조성하고 있습니다. 출산과 육아에 적극적으로 지원을 하고 있으며, 가족친화적인 제도를 시행하여 직원 만족도뿐 아니라 업무에 대한 효율성도 제고하고 있습니다.

가족친화 프로그램 운영

롯데쇼핑은 직원들이 일과 가정에서 균형적인 삶을 영위할 수 있도록 다양한 가족친화형 프로그램을 시행하고 있습니다. 2007년부터 임직원 참여 야구경기 단체관람 행사를 시행하고 있으며, 롯데쇼핑의 협력회사 직원들도 함께 참여하는 행사로 확대하여 운영하고 있습니다. 또한 임직원 가족 및 자녀들을 위한 가족 초청 행사도 직원 복지 차원에서 활발하게 시행하고 있습니다.

2009년 최초로 시행한 임직원 자녀 초청행사는 회사 소개, 영화 관람, 식사 및 기념품 증정 등으로 다채롭게 진행되었습니다. 자녀들의 겨울방학이 시작되는 기간에 맞춰서는 체험 학습프로그램인 임직원 자녀 스키캠프를 운영하여 임직원 가족으로부터 좋은 호응을 얻기도 하였습니다. 롯데쇼핑은 앞으로도 임직원의 가족까지 배려할 수 있는 가족친화 프로그램을 지속적으로 발굴 운영함으로써 가족친화적인 기업문화를 조성해 나갈 것입니다.

가족친화기업 인증

롯데쇼핑은 2009년 보건복지부가 주관하는 '가족친화기업' 인증을 유통업계 최초로 획득하였습니다.

가족친화기업 인증이란, 임직원이 업무와 가정을 조화롭게 병행할 수 있도록 가족친화경영을 선도적으로 수행하고 관련 제도를 모범적으로 운영하는 기업을 대상으로 서류 및 현장 심사를 거쳐 인증을 수여하는 제도입니다. 롯데쇼핑은 앞으로도 근무시간에 최선을 다하고, 가족들과 보다 더 많은 시간을 보낼 수 있는 건전한 업무 환경을 구축해 나가 임직원 사기 향상과 함께 근무만족도 향상 그리고 기업 생산성 향상에도 크게 기여할 것으로 예상하고 있습니다.



임직원 야구 단체 관람



가족친화기업 인증 로고

출산장려제도

롯데쇼핑은 국가적 차원에서라도 문제가 되고 있는 저출산 현상의 해결에 적극적으로 나서고 있습니다. 이를 위해 임직원 및 동료사원을 대상으로 출산과 육아에 대한 복지를 강화하여 직원들이 자녀를 양육하는데에 따르는 부담을 줄여 나가고 있습니다. 특히 상대적으로 여성직원이 많은 서비스 업체의 특성을 살려 육아와 일자리를 양립할 수 있도록 근로 조건을 개선하고 있습니다.



롯데백화점 출산장려 캠페인 로고

친환경 어린이집 운영

롯데백화점은 가족친화경영 실천의 일환으로 국내 유통업계 최초로 직장 보육시설을 설치하여 임직원 및 동료사원들의 양육을 지원하고, 여성 직원들의 근로조건을 개선하여 저출산 문제 해결에 적극 동참하고 있습니다. 롯데백화점 어린이집 1호점은 전 임직원뿐 아니라 당사에서 근무하는 동료사원들도 함께 이용할 수 있도록 하고 있으며, 백화점 근무시간을 반영하여 연장 운영, 휴일 운영, 석식 무료 제공 등 맞춤형 보육 시스템으로 운영하고 있습니다. 또 보육료를 일부 지원하여 일반 보육시설 대비 저렴한 비용으로 이용할 수 있도록 하고 직원들의 이용편의를 위해 셔틀버스도 운영하고 있습니다. 내부 인테리어 및 자재, 교구재들은 모두 친환경 제품을 사용하여 아이들이 자연 친화적 환경에서 생활할 수 있도록 하였습니다.



롯데백화점 친환경 어린이집

| 출산·육아 관련 직원 복지 제도 현황 |

	세부항목	주요 내용
출산	경조금 지원	자녀 출산시 임직원 대상 경조금 지급 - 직급 무관 첫째/둘째 10만 원, 셋째 100만 원, 넷째 이상 300만 원, 휴가 3일
	출산 휴가	자녀 출산시 휴가제도 시행 - 자녀 출산 전후 총 3개월(90일간) 휴가 실시 - 출산 직후 45일 간 휴가 법적 보장 - 휴가 중 급여 지급 - 60일 : 정상 급여 지급(시간 외 수당 제외) - 30일 : 정부 고용지원센터 보조금 지급
육아	학자금 지원	임직원 자녀 대상 학자금 지원 - 유치원/중·고등학교/대학교 자녀 대상(초등학교 제외) - 해당 교육과정별 교육비 실비 지원
	의료비 지원	임직원 가족 대상 의료비 지원 - 임직원 의료보험증 상에 등록된 배우자 및 자녀 대상 - 지원대상액 : 근속연수별 5백만 원~최대 1천만 원(연간) 지원
	가족 수당	직원 급여 중 가족 수당 지원 - 대상 : 대리 이하 직원 대상 - 결혼시 배우자 2만 원 / 자녀 1명 당 1만원 지급
기타	육아 휴직	자녀 육아를 위한 휴직제도 시행 - 대상 : 만 6세(초등학교 취학 전) 아동 대상 자녀를 둔 여직원 - 자녀 1명 당 최대 1년 간 육아 휴직 가능(1회 한 분할 사용 가능) - 휴직 중 정부 고용지원센터 보조금 지급(50만 원/월)
	직원 선물	임직원 대상 어린이날/연말 선물 지급 - 대상 : 전 임직원 및 동료사원 대상 - 지급 시기 : 연 2회(어린이날, 연말)



We think about
Supplier

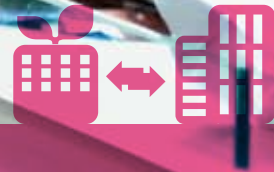
협력회사 방침 | 협력회사 지원

**W H A T I S
S U P P L I E R
E Q U A L P R O J E C T ?**

SUPPLIER EQUAL PROJECT는,
협력회사와의 상생을 위한 운영방침을 명확히 하고
협력회사에 대한 지원 방침을 지속적으로 강화해 나감으로써,
고객에 대한 서비스 및 상품의 질적 우수성을 향상시키며,
협력회사와의 동반성장을 균형 있게 추구하고자 하는
롯데쇼핑의 경영전략입니다.



5:33 PM



**EQUAL
PROJECT 09**
Supplier
Management

—
협력회사 방침
소통 및 공정거래
비즈니스 이익, 사회·환경적 이익



**EQUAL
PROJECT 10**
Supplier Support



—
협력회사 지원
동반성장, 섬김경영
비즈니스 이익, 사회·환경적 이익



Supplier Management

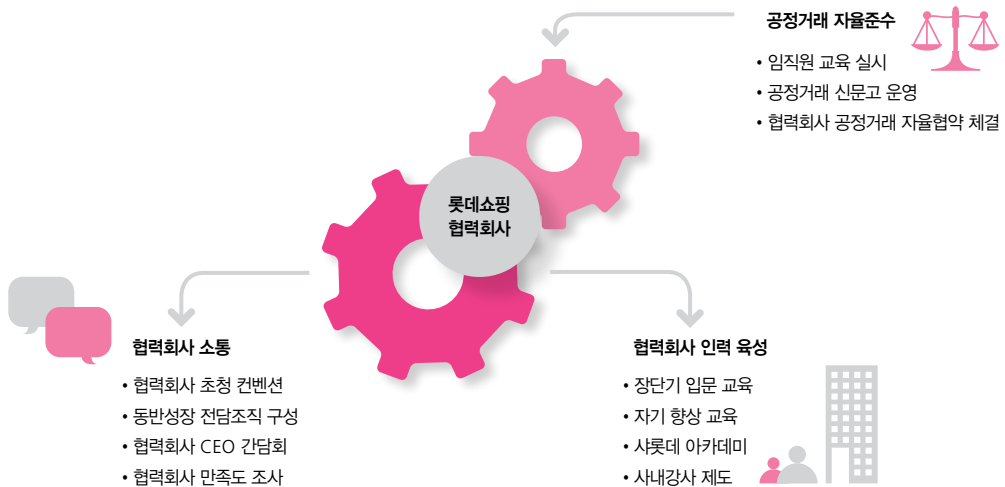
협력회사 소통 | 공정거래 자율준수 | 공정거래 교육 및 소통 | 협력회사 인력 육성



협력회사는 롯데쇼핑과 지속가능한 발전을 함께 이뤄 나가는 중요한 파트너입니다. 롯데쇼핑은 협력회사의 목소리에 귀 기울일 수 있는 다양한 소통채널을 운영하고 있으며, 자발적으로 공정거래를 준수하여 협력회사와의 동반성장의 기틀을 마련해 가고 있습니다.

‘Equal Project 09’는 이에 대한 방침을 수립하고 운영하여 기존 제도를 개선하면서 동시에 협력회사와 함께 성장해 나가려는 롯데쇼핑의 전략입니다.

| 롯데쇼핑 협력회사 상생 방침 |



주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2008	2009	2010
협력회사 컨벤션 참여 협력회사 수	개	백화점	400	233	272
중소기업박람회 참여 협력회사 수	개	마트	112	-	-
협력회사 CEO 간담회 의견수렴 현황	건	백화점	-	116	113

협력회사 소통

롯데쇼핑은 협력회사와 함께 추구하고자 하는 Vision을 공유하고, 지속가능한 동반성장을 이루기 위해서 협력회사의 소리에 귀 기울이고 있습니다. 소통 채널을 다양화하여 협력회사의 의견을 적극적으로 수렴하는 한편, 이를 내부 제도 개선에 적극적으로 반영해 나가고 있습니다.

협력회사 만족도 조사

롯데쇼핑은 협력회사를 통해 당사에 대한 평가를 받아 보고 협력회사들의 고충을 해소하기 위해 협력회사 대상 만족도 조사를 실시하고 있습니다. 거래 관계와 관련된 롯데쇼핑의 제도, 임직원 업무 방식, 윤리적 거래 등에 대한 협력회사 관점의 평가를 받고 있으며, 그 결과를 분석하여 제도 개선에 적극 반영하고 있습니다. 공정성 확보를 위해 익명 조사를 원칙으로 하며, 설문 조사를 통해 윤리위반 행위 등이 발견될 시 관련자에 대한 인사징계, 협력회사 불이익 해소 등의 조치를 취하고 있습니다.

협력회사 초청 컨벤션

롯데백화점은 우수 협력회사와 소통을 통한 동반성장을 위해 '협력회사 초청 컨벤션'을 정기적으로 시행하고 있습니다. 협력회사 관계자 484명이 참여한 '제5회 협력회사 초청 컨벤션'은 'Go together, Harmony 2011'이라는 주제로 협력회사와의 상생경영을 위한 다짐의 자리가 되었습니다. 롯데백화점은 협력회사의 판매 마진을 최대 5%로 내리는 '슬라이딩 마진' 인하제 도입을 발표하여 유통업계의 주목을 끌었습니다.

| 협력회사 만족도 조사 방법 및 평가항목 |

조사

- 조사대상 임점 협력회사 임직원
- 조사항목 제도 및 직원 관련 협력회사 만족도
- 조사방법 PI(Personal Interview)에 의한 설문

평가항목

- 제도 차원 평가제도 공정성, 매장배치 공정성
- 직원 차원 임직원 전문성, 윤리의식
- 공정거래 차원 각종 부당 강요, 표준 거래계약



협력회사 방문의 날



협력회사 초청 컨벤션

협력회사 CEO
간담회 참여 기업 수

94개 협력회사



협력회사 CEO 간담회 및 방문의 날

협력회사와의 다양한 의사소통 채널 중 하나로 롯데백화점은 협력회사 CEO 간담회를 정기적으로 실시하고 있습니다. 2009년부터 현재까지 총 4차례 간담회를 실시하였으며, 각 분야별로 의견 수렴과 개선 조치로써 협력회사의 수익성을 제고하고 동료사원의 역량 강화를 지원하고 있습니다. 또한 반기별로 상품군별 협력회사의 대표를 대상으로 초청 간담회를 실시, 그 내용을 업무에 반영하고 있습니다.

롯데마트는 협력회사의 목소리를 좀 더 가까이에서 듣기 위해 월 1회 'CEO 협력회사 방문의 날'을 지정해 운영하고 있습니다. CEO가 직접 협력회사를 방문하고, 협력회사 임직원과의 소통의 자리를 가짐으로써 현장의 애로사항 등을 수렴하여 해결할 수 있는 다양한 방안들을 모색하고 있습니다.

동반성장 전담 조직 구성

롯데쇼핑은 협력회사와의 상생경영 및 동반성장을 지속적으로 추진하기 위한 전담조직을 2010년 11월 발족하였습니다. 롯데쇼핑 동반성장추진사무국은 대표이사를 위원장으로 하여, 관련 임원들을 사무국 위원으로 임명한 동반성장추진위원회를 운영하고 있습니다.

롯데쇼핑은 협력회사와의 동반성장을 경영의 주요한 방침으로 삼아, 협력회사 금융지원, 협력회사 인력 육성을 위한 다양한 프로그램을 개발 운영하고 있습니다.

협력회사 초청 박람회 개최

롯데마트는 우수 중소기업을 발굴 육성하여 대중소기업 동반성장을 도약하고 우수 중소기업의 해외 판로를 확대 지원하기 위하여 중소기업 초청 박람회를 개최하였습니다. 박람회에서 1차 상담을 통과한 187개 업체가 판매 Test를 거친 후, 실적 우수 업체는 고정적으로 입점하고 PB 개발 업체로도 전환할 예정입니다.



롯데마트 협력회사 초청 박람회

| 협력회사 간담회 의견수렴 현황 |

	2009년 1차	2009년 2차	2010년 1차	2010년 2차	개선조치 사례
MD 입퇴점 · 상품 운영	35	32	24	24	평가제도 개선
마케팅 지원	13	5	3	3	프로모션 공동 기획 진행
영업 정책	9	9	12	12	마진 조정 합리화 및 최소화
서비스 강화	2	4	4	4	동료사원 교육시 인성 과목 확대
기타	4	3	4	4	-

공정거래 자율준수

롯데쇼핑은 협력회사와의 공정하고 수평적인 동반자 관계를 정립하기 위하여 2001년 업계 최초로 '공정거래 자율준수 선포식'을 실시하였습니다. 또한 공정거래 관련 전담부서를 조직하여, 공정거래 관련 임직원 교육, 내부 점검 및 제재, 중요사안 이사회 보고 등을 체계적으로 운영하고 있습니다.

공정거래 위반 사전예방 활동

롯데백화점은 공정거래 위반행위를 사전예방하기 위해 업무지침서인 '자율준수 편람'과 '업무 매뉴얼'을 매년 정기적으로 제작·배포하고 있습니다. 자율준수 편람은 대규모 소매업 고시 등 각종 법규와 함께 Q&A 등 자율준수 지침을 수록하고 있습니다. 업무 매뉴얼은 현업에 직접 적용될 수 있는 업무지침을 수록하고 있습니다.

공정거래 감시·감독 System

효율적인 감시·감독을 위하여 유통업체 특성상 법규 위반 가능성이 높은 항목 위주로 점검을 시행하고 있습니다. 입퇴점 및 인테리어 관련 불공정 행위, 판촉행사 참여 강요 행위, 소비자 오인 가능성 있는 표시·광고 행위 등을 집중적으로 점검하여 협력회사 및 고객에게 불이익이 발생하지 않도록 최선을 다하고 있습니다. 이같은 정기 또는 수시로 점검하여 위반행위가 발생하였을 경우, 관련자에 대한 인사징계, 협력회사의 불이익 해소 등의 자진시정 조치 또한 취하고 있습니다.

협력회사 동반성장 협약식

롯데쇼핑은 2010년 6월 협력회사와의 상생 및 공정거래 자율준수에 대한 공동의 파트너십 구축을 위해 공정거래위원회 및 협력회사들과 동반성장 협약식을 진행하였습니다. 이 협약식에서 롯데백화점과 협력회사는 유통분야의 동반성장 협약을 체결하고, 동반성장을 위해 협력회사에 대한 적극적인 지원을 약속하였습니다.



롯데쇼핑 협력회사 동반성장 협약식

| 롯데쇼핑 공정거래 활동 |

사전예방 활동 내용

- 자율준수 편람(통권 9호) 및 업무 매뉴얼 배포
- 표시/광고 관련 업무지침 배포
- 공정거래 자율준수 캠페인 실시 (포스터, 리플릿 배포 및 홍보)
- 공정거래 자율준수 서신 통보 및 전 사원 서약 실시

감시·감독 활동 내용

- 바겐세일 시 부당한 표시광고 행위
- 입퇴점 절차·인테리어 공사
- 판매촉진과 관련 없는 비용 부담
- 판촉행사·할인행사 등 참여 강요 행위
- 동료사원 부당 파견 행위
- 계약기간 중 부당한 계약 변경 행위

동반성장 협약 내용

- 협력회사 상생기금 조성
- 금융기관 연계, 협력회사 대출 지원
- 협력회사 교육·훈련 지원 (신진 디자이너 육성, 브랜드 공동 개발)
- 상호 윤리규범 준수

공정거래 교육 및 소통


롯데쇼핑은 다양한 교육을 실시하여 임직원의 공정거래 의식 함양에 힘쓰고 있습니다. 현장 교육 · 평가와 함께 온라인 교육을 병행 시행하고 있습니다. 또한 협력회사와의 소통을 확대하기 위한 방안으로 공정거래 신문고 제도 등을 활발히 운영하고 있습니다.

공정거래 교육실시

전 직원 교육 80회 · 4,986명
순회 교육 및 자체 교육 실시
· 상품본부 전 직원
· 영업본부 전점

공정거래 워크숍 1회 · 52명
전사 공정거래 담당자

신입사원 교육 1회 · 103명
신입사원 입문교육



공정거래 교육 및 평가

롯데백화점은 전 직원을 대상으로 신입사원 교육, 사내 공정거래 전문가 양성 교육, 외부 공정거래 관련 법률 전문가 초빙교육 등의 교육을 체계적으로 수립하여 실시하고 있습니다. 특히 협력회사 대면부서인 영업 및 상품 관련 직원들에 대해서는 반기당 2시간 이상 의무 교육을 이수하도록 하였습니다. 또한 전 직원의 공정거래법 이해 정도 및 교육 효과를 평가하기 위하여 연 3회 공정거래법 테스트를 실시하여 교육 후 실질적인 확인이 가능하도록 시스템화하고 있습니다. 롯데마트 또한 직원들을 대상으로 대규모 소매업 고시, 표시광고, 경품 등 공정거래 중점 내용에 대해 의무교육을 실시하고 있으며 연 2회 자체 테스트를 실시하여 공정거래 관련 지식이 직원들의 업무에 활용될 수 있도록 제도화하였습니다. 또한 신입사원 입문 교육시 공정거래 관련 교육을 필수 교과 과정으로 지정하여 운영하고 있습니다.

공정거래 관련 소통

롯데백화점은 소통의 채널로서 공정거래 자율준수 관리자가 매년 직접 서신을 작성하여 협력회사와 의견을 교환하고 있습니다. 이러한 소통은 롯데백화점의 공정거래 자율준수 의지를 알리는 방편인 동시에 협력회사의 고충과 개선요청사항을 취합, 경영에도 반영하고 있습니다. 공정거래 자율준수 관리자는 협력회사의 고충을 취합한 후 이를 적극적인 거래 관계 개선에 반영하여 협력회사를 지원하고, 상호신뢰를 공고히 하는 데 중요한 역할을 하고 있습니다. 롯데쇼핑은 협력사의 의견에 귀 기울이고 불공정거래 관계 예방 및 시정조치를 위해 공정거래 신문고 제도를 운영하고 있습니다. 홈페이지를 이용하여 익명으로 신고하는 시스템으로 신고자의 신분을 보장하고, 사건진위를 신속히 파악하여 시정조치를 취하고 있습니다. 공정거래 신문고 제도는 협력사들의 자유로운 의사 개진을 보장하는 쌍방향 의사소통을 위한 핵심 시스템입니다.

| 롯데쇼핑 공정거래 교육 체계 |

내부 교육	외부 교육	사이버 교육	테스트
<ul style="list-style-type: none"> · 신입사원 입문 교육 · 상품 관련 팀장 MD 교육 · 점장 · 매니저 교육 	<ul style="list-style-type: none"> · 서울대학교 법학연구소 연계 교육 · 공정위 외부교육 참가 	<ul style="list-style-type: none"> · 롯데 사이버 캠퍼스 	<ul style="list-style-type: none"> · 백화점 연 3회 실시 · 마트 연 2회 실시 · 부진자 재시험

협력회사 인력 육성

롯데쇼핑은 고객 접점에 있는 협력회사의 직원에게 체계적이고 전문적인 교육의 기회를 제공하여 업무 역량의 제고를 지원하고 있습니다. 동료사원 한 사람 한 사람의 역량이 고객의 사랑으로 돌아온다는 중요한 인식 하에 다양하고 전문적인 교육 프로그램을 시행해 나가고 있습니다.

동료사원 교육 시스템

롯데백화점은 신입 동료사원을 포함하여 전 동료사원을 대상으로 단계별 맞춤형 교육 프로그램을 제공하고 있습니다. 최초 근무시 입문과정 교육을 비롯하여, 최고 전문가 과정인 '사롯데 아카데미'까지 롯데백화점에서 근무하고 있는 동료사원들이 '진정한 프로'가 되고 소속감과 자부심을 고취시킬 수 있는 실무 중심의 교육을 시행하고 있습니다. 또한 오프라인 교육과 병행하여 다양한 온라인 교육 과정을 다양하게 제공함으로써, 변화를 선도하고, 새로운 고객 가치를 창출하는 진정한 리더가 될 수 있도록 하고자 합니다.

사내강사 제도

롯데백화점은 2010년 '우수 스페니저 사내강사 제도'를 도입하여 우수한 동료사원들의 현장 경험들을 신입 동료사원들과 공유하고, 현장 동료들에게 노하우를 전수하는 단계별 교육과정을 신설하였습니다. 또한 사내강사 역할을 수행하는 우수 스페니저 240명 중 100명을 선정하여 해외연수 서비스 체험을 할 수 있는 동기부여와 해외 선진백화점의 체험 기회를 제공하고 있습니다. 이는 현장에서 더 많은 노하우를 공유하고 롯데백화점에 대한 소속감과 자부심을 쌓을 수 있는 경험 차원에서 마련한 제도입니다.

| 동료사원 교육체계 |

집합교육			온라인 교육		
	대상	교육내용	대상	사이버	독서통신
단기입문교육	입사 시	<ul style="list-style-type: none"> • 근무규정 • 서비스 마인드 • 기본 서비스 예절 • 직무교육 - 경리, 검품, 안전 	대상 및 기간 제한 없음	<ul style="list-style-type: none"> • 상품지식 : 2과목 • 판매스킬 : 9과목 • 고객관리 : 5과목 • 서비스관리 : 4과목 • 매장관리 : 5과목 • 성과관리 : 5과목 • 조직활성화 : 7과목 • IT과목 : 5과목 • 어학 : 11과목 • 자기계발 : 1과목 	<ul style="list-style-type: none"> • 판매스킬 : 6과목 • 고객관리 : 6과목 • 서비스관리 : 2과목 • 성과관리 : 3과목 • 조직활성화 : 2과목 • 자기계발 : 13과목 • 조직활성화 : 7과목
장기입문교육	입사 후 3~6개월 이내	<ul style="list-style-type: none"> • 동기부여 및 상호 친밀감 • 당사에 대한 Loyalty 및 자긍심 • 고객 감동 감성 서비스 • 고객 심리 및 고객 응대 기법 • 기본직무/심리교육 		총 55과목	
장기 향상과정	장기교육 이수 1년 이상	<ul style="list-style-type: none"> • 셀프 리더십 과정 		총 32과목	
신입 스페니저 과정	신입 스페니저 1년 미만	<ul style="list-style-type: none"> • 프로 스페니저의 조건 • 명품 매장의 멋진 팀워크 • 명품 서비스의 실현 			
전문가 과정 '사롯데 아카데미'	우수 스페니저 매년 선정	<ul style="list-style-type: none"> • 프로인의 자세 • 행복한 일터 			



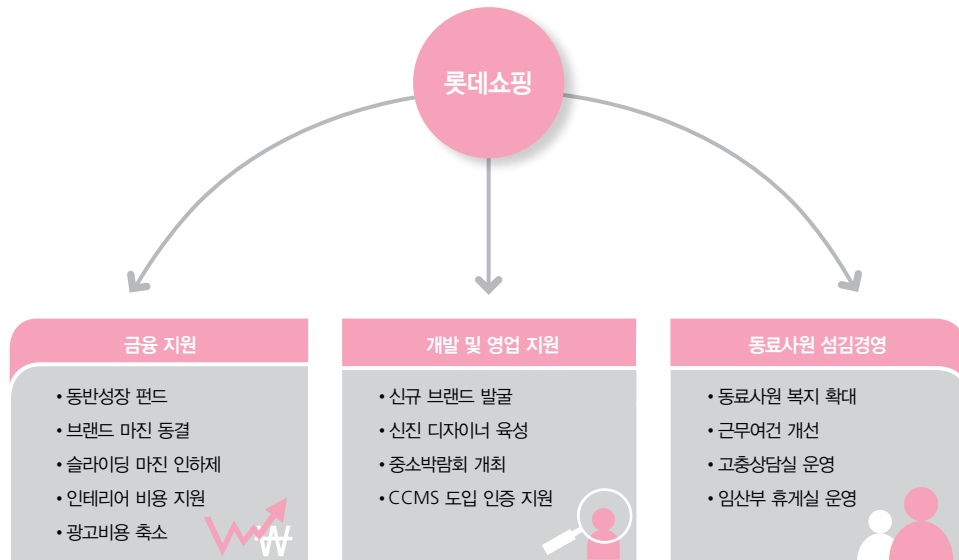
Supplier Support

협력회사 금융지원 | 상품개발 지원 | 동료사원 섬김경영



롯데쇼핑은 협력회사를 함께 성장하는 동반자로 인식하고 협력회사의 실질적인 지속가능성 수준 향상을 위해 체계적인 지원 프로그램을 개발·운영하고 있습니다. 'Equal Project 10'은 금융 지원은 물론 중소 협력회사 발굴, 브랜드 개발, 프로모션 및 경영 지원, 동료사원 복지 및 건강관리 등 다각도의 지원을 펼치는 동반성장 전략입니다.

| 롯데쇼핑 협력사 지원 |



주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2008	2009	2010
협력회사 단기자금 지원액	억 원	백화점	-	45	41
협력회사 상생펀드 지원액	억 원	백화점	-	-	56
		마트	-	-	154

협력회사 금융 지원

롯데쇼핑은 중소 협력회사의 자금난 해소를 지원하기 위해 금융권과 업무를 제휴하여 통한 금융 지원 및 선금 지급, 금융펀드 등을 운영하고 있습니다. 또한 구매 관련 협력회사까지 자금 지원 범위를 확대하는 등 전 협력회사를 대상으로 지원제도를 확대해 나가고 있습니다.

협력회사 동반성장기금 조성

롯데백화점은 협력회사의 단기자금을 지원하기 위해 '동반성장기금'을 조성, 운영하고 있습니다. 동반성장기금은 2010년 기준 150억 원 규모의 기금이 조성되어 있고, 이는 약 1,000여 개에 이르는 롯데백화점의 고정 협력회사 중 매출규모가 상대적으로 작거나, 신용보증보험 가입이 가능한 협력회사들을 우선적으로 선정하여 협력회사별로 최대 4억 원까지 지원하고 있습니다.

롯데백화점의 동반성장기금은 롯데백화점의 신용으로 대출을 돕던 기존의 방식과는 다르게 자체 조달 재원을 바탕으로 지원하는 형태로서 동반성장을 위한 롯데백화점의 노력의 일환이라 할 것입니다.

중소 협력회사 운영자금 지원

롯데마트는 2002년 구매카드 지원을 시작으로 네트워크론, 패밀리론, 다모아론, 전자 외담대(외상매출채권 담보대출), 동반성장펀드 등 다양한 금융 지원을 협력회사에 제공하고 있습니다. 2011년에는 협력사와의 동반성장을 더욱 확대하여 직접적인 금융 지원을 위해 250억 원의 기금을 마련하였으며, 금융사와 연계한 간접 지원을 포함하여 금융 지원 규모를 확대하였습니다. 또한 정기적으로 자금 지원 제도 설문조사를 실시하여 협력업체의 의견을 적극 수렴, 자금 지원 제도 개선에 반영하고 있으며, 자금이 어려운 협력업체는 직접 상담하여 협력업체에 맞는 자금 지원 제도를 안내하고 있습니다.

동반성장기금 지원

41

억 원

2010년 백화점 기준



| 협력회사 자금 지원 프로그램 |

추진성과	세부내용
상생협력 펀드 조성	시중은행 연계, 롯데백화점 협력회사 대출금리 우대
동반성장 기금 지원	롯데백화점 협력회사 단기 유동자금 무이자 대출
식품 구매 전도금	식품 협력회사 대상 구매자금 선지급
협력회사 대금 현금 결제	협력회사 상품 및 구매 대금 100% 현금 결제
전 브랜드 마진 동결	2010년 롯데백화점 전 브랜드 마진 동결

상품개발 지원

롯데쇼핑은 협력회사의 상품 판로 개척을 돕고 브랜드 상품 개발을 돕고자 다양한 지원 제도를 수립 운영하고 있습니다. 성장 잠재력이 무궁한 디자이너를 발굴 육성하는 인큐베이팅 제도를 운영하고 있으며, 협력회사와 공동으로 개발하여 다양한 상품을 선보이고 있습니다.

신진 디자이너 육성 지원

롯데백화점은 2010년 4월 유통업계 최초로 정보 제공, 매장 운영 및 공동 마케팅 등 신진 디자이너 육성 및 브랜드 발굴을 위한 사업을 추진하기 위해 서울산업통신타인진흥원과 업무 협약을 체결하였습니다. 이를 계기로 롯데백화점은 2010년 8월 협력회사의 신진 디자이너들이 직접 제작한 상품을 백화점에서 판매하는 전문 편집숍을 오픈하였습니다. 편집숍은 우수한 신진 디자이너들이 창의적이고 모험적인 상품을 선보일 수 있는 기회의 장이 되고 있습니다. 또한 기존에 상대적으로 취약했던 유통 단계의 지원이 확대되었다는 점도 긍정적으로 평가받고 있습니다.

MPB 상품 개발

롯데마트는 중소기업 동반성장의 일환으로 MPB 상품을 공동으로 개발 판매하고 있습니다. MPB 상품은 상품력은 우수하지만 브랜드가 알려지지 않고, 안정적인 판로 확보가 어려운 중소 생산자 브랜드를 발굴하여 유통업체의 다양한 지원 프로그램을 활용하여 경쟁력 있는 독립 브랜드로 자립할 수 있게 육성하는 롯데마트만의 동반성장 PB입니다. MPB는 2010년 486품목에서 490억 원의 매출을 올렸으며 2011년에는 600품목의 상품 개발 및 700억 원의 매출을 계획하고 있습니다.



동료사원 섬김경영

롯데쇼핑의 동료사원은 고객 최접점에서 롯데쇼핑의 가치를 고객에게 전하고 있습니다. 따라서 지속적으로 소통과 지원을 해주는 파트너십 형성이 무엇보다 중요합니다. 롯데쇼핑은 동료사원에게 다양한 복지 혜택을 제공하고 고충을 적극적으로 처리하기 위한 제도를 운영하고 있습니다.

동료사원* 복지 확대

롯데백화점에서는 동료사원들의 애사심 고취 차원에서 2010년 4월부터 장기 동료사원들의 복리후생을 정규직과 동일한 수준으로 지원하고 있습니다. 기존에 지원하던 연말 선물, 경조사 환관은 지원금을 증액하였고, 장례용품과 생일 선물 지급을 추가하였습니다.

롯데마트는 동료사원의 권익보호 내부고객의 만족을 위해 동료·용역사원들이 자녀 입학·졸업식 등 가족 기념일에 참석할 수 있도록 휴무를 보장하여 지점에 있는 일선 동료·용역사원의 근무 만족도를 향상시키고 있습니다. 또한 매년 우수 동료·용역사원을 선발하여 상장 및 상금을 수여하고 있습니다. 2010년에는 총 236명이 우수 동료·용역사원상을 수상하였습니다.

* 동료사원: 롯데백화점 매장에서 근무하고 있는 협력회사 직원

심리상담 서비스

유통업계 최초로 외부의 전문 심리상담 전문가가 직접 방문하여 동료사원의 스트레스를 관리하는 시스템을 운영하고 있습니다. 전문 상담자격증을 보유한 나눔자리 상담요원들이 동료사원들을 직접 찾아가서 고충을 듣는 상담 서비스도 제공하고 있습니다.

열린 쪽지

롯데백화점은 동료사원이 매장 근무 중에 겪는 고충과 요구사항을 무기명 쪽지로 자유롭게 개진할 수 있는 열린 쪽지 제도를 운영하고 있습니다. 동료사원 휴게실내 열린 쪽지함을 비치하여, 이에 취합된 의견을 반영하고 고충사항에 대한 개선조치와 피드백을 신속하게 처리하고 있습니다

동료사원의 날

롯데백화점의 모든 점포에서는 매월 하루를 '동료사원의 날'로 지정하여 생일축하, 특식 제공 등의 특별한 이벤트를 진행하고 있습니다. 매월 이 행사를 개최하여 소속감과 동료애는 더욱 강화되고, 관리자와 동료사원 간의 열린 소통의 장을 마련하고 있습니다.



동료사원의 날



We think about
Society

사회공헌 투입요소 관리 | 사회공헌 성과 모니터링

W H A T I S
S O C I E T Y
E Q U A L P R O J E C T ?

SOCIETY EQUAL PROJECT는,
사회공헌 활동의 투입요소를 효율적으로 관리하고
그에 대한 성과를 지속적으로 모니터링 및 관리함으로써
롯데쇼핑의 사회공헌 활동이 기업과 사회에 실질적으로
이익이 될 수 있도록 균형 있게 추구하고자 하는 경영전략입니다.

7:13 PM



**EQUAL
PROJECT 11**
Citizenship Input
Management

—
사회공헌 투입요소 관리
지속가능경영 내실화
사회·환경적 이익



**EQUAL
PROJECT 12**
Citizenship Output
Management



—
사회공헌 성과 모니터링
사회적 책임 수행
비즈니스 이익, 사회·환경적 이익



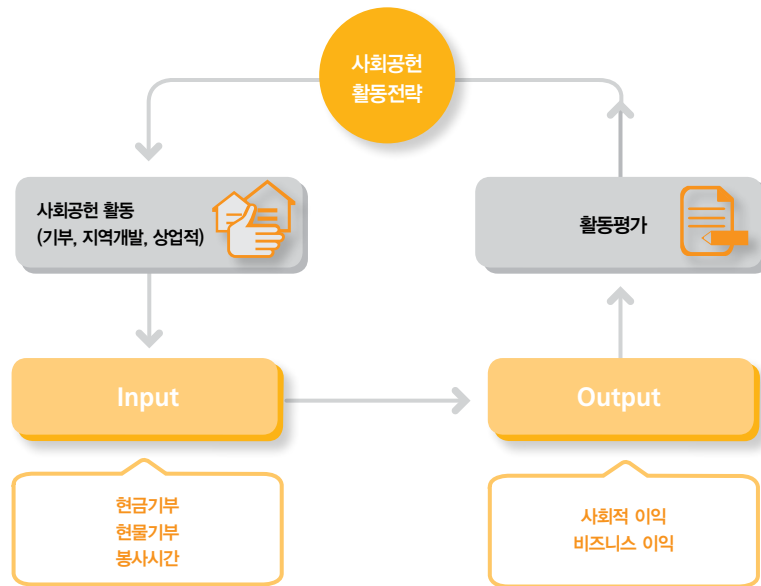
Citizenship Input Management

사회공헌 전략 | 자원봉사 활동 | 매칭 그랜트



‘Citizenship Input Management’란 사회공헌 기금, 자원봉사 활동, 사회공헌 프로그램 등의 성과를 정량적인 인적·물적 요소로 사회공헌 활동의 효율성을 증대하기 위함입니다. 이는 사회공헌 투입요소를 효과적으로 관리하여 통해 성과를 극대화함으로써 수혜자들이 실질적으로 혜택을 누리고 더 나아가서 기업의 지속가능성으로 환원될 수 있도록 하기 위한 전략입니다.

| 롯데쇼핑 사회공헌 모니터링 체계도 |



주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2008	2009	2010
사회공헌성 비용	억 원	백화점/마트	-	123	152
봉사 참여 임직 원수	명	백화점/마트	6,582	6,006	6,644
임직원 봉사활동 시간	시간	백화점/마트	18,673	19,403	25,167

사회공헌 전략

롯데쇼핑은 사회공헌 활동의 주요 추진 방향을 설정하고, 체계적으로 실천해 나감으로써, 우리 사회의 더욱 많은 곳에 나눔의 가치를 전하기 위하여 노력하고 있습니다.

사회공헌 전략

롯데쇼핑은 국가, 지역사회, 국제사회의 발전에 선도적으로 공헌하는 기업이 되기 위해 사회공헌 활동을 기업의 전략 차원에서 다루고 있습니다. 일회성 또는 단순기부 형태의 사회공헌 활동을 지양하고 장기적인 목표 하에 유통업의 특성 및 내부 역량을 가장 효과적으로 활용할 수 있고, 기업 전략과 연계될 수 있도록 사회공헌 전략 및 프로그램을 개발하고 있습니다.

사회공헌 지출 효과적 관리

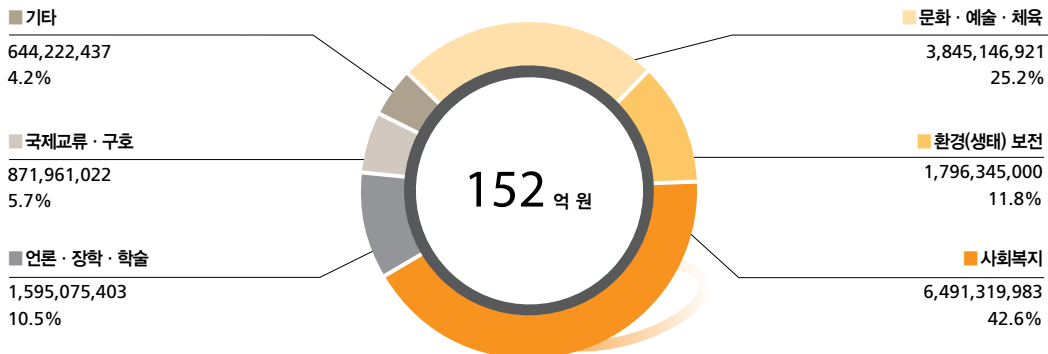
롯데쇼핑은 연간 150억 원 규모의 사회공헌 기금을 운영하고 있습니다. 사회공헌 기금이 보다 효과적으로 운영될 수 있도록 사회공헌 지출 내역을 활동 유형 및 기부 형태별로 세분화하여 관리합니다. 또한 Output 효과를 모니터링하여 사회공헌 기금 활용 및 사회공헌 프로그램의 효율성을 측정하고 이를 바탕으로 가장 필요한 곳에 기금이 적절히 배분되도록 시스템을 운영하고 있습니다. 뿐만 아니라 기금 집행 가이드라인을 수립하여 사회공헌 기금을 공정하고 투명하게 집행하고 있습니다.

| 사회공헌 전략 |



사회공헌 활동 분야별 실적

(단위 : 원)



자원봉사 활동

롯데쇼핑은 점별 봉사동호회를 자발적으로 조직하여 운영하고 있습니다. 또한 전 임직원을 대상으로 한, 지역사회 공헌 활동의 일환인 정서적 나눔실천 활동도 시행해 나가고 있습니다. 이러한 지역사회 봉사를 실천하여 사랑받는 기업으로 거듭나기 위한 다양한 노력을 하고 있습니다.



봉사동호회 활동 및 지원

롯데백화점 내 36개 봉사동호회에서 1,400여 명의 회원이 활동하고 있으며, 롯데마트에서도 64개의 봉사동호회에 1,792명의 회원이 다양한 사회공헌 활동을 펼치고 있습니다.

롯데백화점에서는 동호회 활성화에 위해 점포별로 활동비를 지원해 주고 봉사동호회 또한 지원금을 지원하고 있습니다. 또 점포별 봉사활동 인증관리요원을 배치하여 봉사활동 인증센터를 운영하고, 직원들의 자발적 참여 강화를 위해 봉사활동 학점 인정제도 실시하고 있습니다. 2011년부터는 전 임직원과 동료 사원을 대상으로 '봉사 단체상'과 '봉사인상'을 수여하여 임직원의 봉사활동을 더욱 강화할 예정입니다.

봉사활동 인증센터 지정

롯데백화점은 2006년 4월, 한국사회복지협의회장으로부터 사회복지 봉사활동 인증센터로 지정되었습니다. 이에 따라 롯데백화점은 인증센터로서 사회복지 봉사활동 인증관리 규정에 의해, 전 점포 나눔자리 상담원 위촉, 자원봉사자 양성 및 관리, 사회복지 봉사활동 인증관리 DB시스템 구축, 전국 자원봉사자들의 사회봉사활동 실적 인증서 발급 등을 수행하고 있습니다.

멘토링 봉사활동

롯데백화점은 2010년 5월부터 휴먼 네트워크 협의회에 참가하여 멘토링을 통한 따뜻한 나눔을 실천하고 있습니다. 휴먼 네트워크란 사회적 지원을 풍부하게 가진 개인과 저소득 아동, 청소년을 1대1 멘토-멘티 관계로 연결하여 기존의 물질적인 복지정책으로는 지원할 수 없었던 정서적 지지와 안내·지도 등을 제공하고자 하는 보건복지부의 주요 추진 사업입니다. 롯데백화점은 임직원들의 자발적 참여로 현재 약 100여 명의 임직원이 휴먼네트워크가 전하는 참된 나눔을 실천하기 위하여 멘토링 활동을 진행하고 있습니다. 이들은 멘토 아동이 속해 있는 지역 내 복지관을 직접 방문, 학습, 예체능 지도 및 이메일, 전화 등으로 교류하여 정서적 교감을 이루면서 저소득 아동·청소년들이 희망을 가지고 성장할 수 있도록 다양한 나눔 활동을 전개하고 있습니다.



휴먼네트워크 멘토링 업무 협약

| 봉사동호회 운영 현황(2010년) |

	봉사동호회 수(명)	참여 인원(명)	봉사 시간(시)
롯데백화점	36	4,852	18,379
롯데마트	64	1,792	6,788
합계	100	6,644	25,167

매칭 그랜트

롯데쇼핑은 임직원이 급여액의 일정 금액을 사회공헌 기금으로 적립하면 회사에서도 동일금액을 기금으로 조성하는 '매칭 그랜트(Matching Grant) 제도'를 운영하고 있습니다. 이렇게 조성된 사내 기금은 롯데쇼핑의 사회공헌 활동 및 지역사회 환원을 위해 소중하게 사용되고 있습니다.

해외 아동 1대1 결연 후원

롯데백화점은 2009년부터 해외 빈곤 아동과 직원들이 일대일 자매 결연을 맺으면 개인 후원금액만큼 매칭 그랜트를 지원하는 프로그램을 운영하고 있습니다. 롯데백화점 임직원들은 해외 빈곤 아동들의 후원자가 되어 일차적인 생활 지원을 비롯한 금전적인 후원을 하고 있습니다. 또한 어린이들의 정신적인 멘토로서 다른 나라의 생활과 문물도 접할 수 있도록 서신과 선물도 교환합니다. 현재는 베트남, 캄보디아, 인도 등의 아동들과 자매결연을 맺고 있습니다.

주거환경 개선

롯데백화점은 매칭 그랜트로 조성된 사회봉사 기금을 활용하여 독거노인, 소년소녀가장, 장애인 등 소외계층 이웃들의 주거환경 개선에 참여하였습니다. 5천5백만 원이 지원 비용으로 사용되었으며 총 21개 점에서 200명 이상의 직원들이 주거환경 개선에 참여하여 소외이웃과 사랑나눔을 실천하였습니다. 롯데백화점은 직원 참여를 독려하고자 참여 직원에 대해서는 사내 이수 학점을 부여하고 있습니다.



롯데백화점 주거환경 개선

사랑나눔 캠페인

롯데마트는 2005년부터 매칭 그랜트로 불우한 이웃들에게 기부를 해오고 있으며, 2008년부터 위스타트 운동본부와 연계해 저소득층 어린이들을 후원하고 있습니다. 위스타트운동은 '우리(We) 모두가 복지, 교육, 건강 등 다양한 분야에서 소외된 저소득층 아이들을 지원하여 기회의 평등이 보장되는 공정한 사회를 만들자는' 시민운동입니다. 롯데마트는 매장 내 행복저금통, 1004 후원 계좌 가입 등 다양한 방법으로 재원을 조성하고 시민사회와 연계하여 체계적인 기부 활동을 하고 있습니다.



롯데마트 사랑 나눔 캠페인



Citizenship Output Monitoring

출산장려 사회공헌 | 글로벌 사회공헌 | 지역 사회공헌 | 아동 참여 사회공헌



‘Citizenship Output Monitoring’이란 롯데쇼핑이 투입한 자금과 인력이 수혜자 및 사회 전체에 실질적으로 어떠한 혜택으로 돌아갔는지를 모니터링하는 체계입니다. 롯데쇼핑은 일방적 사회공헌 활동이 아니라 수혜자가 실질적인 혜택을 얻는 사회공헌 활동을 실천하여 롯데쇼핑과 사회가 함께 성장하도록 노력하고자 합니다.

| 롯데쇼핑 사회공헌 주요 프로그램 |



주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2008	2009	2010
어린이 환경미술대회 참여자 수	명	백화점	11,353	11,689	10,662
다동이 가족 초청행사 참여자 수	명	백화점	-	735	612
문화센터 수강 회원 수	명	백화점	417,515	401,122	558,547
		마트	328,514	382,966	412,738

출산장려 사회공헌

롯데쇼핑은 출산장려라는 국가적 이슈에 공감하고 이에 동참하기 위해 출산장려 캠페인을 펼치고 있습니다. 롯데쇼핑의 출산장려 캠페인은 사회적 책임을 다하는 의미에서 시행하고 있습니다. 또한 출산을 저하로 인한 기업 경쟁력에도 걸림돌이 될 수 있다는 인식 하에 시행하고 있습니다.

다동이 초청 행사

다동이 가족 초청 행사는 롯데백화점이 전사적으로 진행하고 있는 출산장려 캠페인의 일환으로, 출산장려에 대한 범국민적이고 지속적인 관심과 긍정적 인식을 확산시키기 위해 보건복지부와 공동으로 진행하고 있습니다. 2010년 12월에는 전국의 세 자녀 이상으로 이루어진 다동이 가족 600명을 초청하여 '제2회 다동이 가족 초청 나들이' 행사를 진행하고 가족사랑 행운 추첨, 어린이 합창단 축하공연 등 다양한 행사를 열고 경품을 제공하는 등 다동이 가족의 행복과 보람을 함께 나누었습니다.



다동이 초청 행사

예술의 전당 키즈라운지 개원

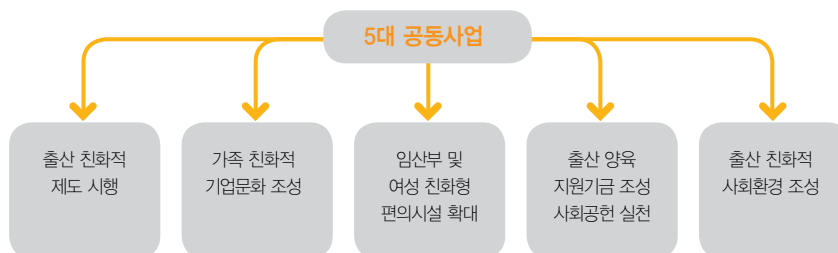
롯데백화점은 2010년 12월 예술의 전당 오페라하우스 내에 출산장려 사회공헌 활동의 일환으로 '롯데백화점 키즈라운지'를 개원하였습니다. 롯데백화점 키즈라운지는 아동을 동반한 공연 관람객들이 안심하고 아이를 맡길 수 있는 공간을 마련해줌으로써, 고객 만족 향상에도 기여한다는 데에 그 의미가 있습니다.



롯데백화점 키즈라운지 개원

| 롯데백화점·보건복지부 출산장려 업무협약 |

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



글로벌 사회공헌

롯데쇼핑은 해외 진출 거점인 베트남, 중국, 인도네시아를 중심으로 글로벌 사회공헌 활동을 활발히 진행하여 지역사회와 밀접한 관계를 맺고자 노력하고 있습니다. 또한 에티오피아·남아공 지역에서 사회공헌 프로젝트를 실행하여 글로벌 유통 기업으로서 사랑 나눔을 실천하고 있습니다.

베트남

롯데백화점은 2010년 2월부터 1년 간의 공사기간을 거쳐 베트남 하노이 인근에 있는 박장 주(州)에 '제2 롯데스쿨'을 오픈하였습니다. 2층 건물을 신축하여 3개뿐이던 교실을 8개로 늘리고, 운동장을 정비하고 울타리를 마련하여 다양한 시설과 기자재를 지원함으로써 아이들이 보다 쾌적하고 안전한 공간에서 마음껏 공부할 수 있는 여건을 마련했습니다. 이 프로젝트는 2009년 9월 베트남 중부 광아이 지역에 오픈했던 제1 롯데스쿨 '손기 중학교'에 이은 두번째 글로벌 교육 지원 활동이며 향후 롯데백화점은 제3, 제4의 롯데스쿨을 계속적으로 건립할 예정입니다.

롯데마트는 베트남에서 2010년부터 축구 꿈나무들을 육성, 지원하고 있으며, 베트남 태권도 국가대표팀에 유니폼 및 물품 지원비를 후원하고 있습니다. 또한 롯데장학재단과 연계하여 3개 대학에 매년 장학금을 지급하는 등 장학사업을 매개로 베트남 청소년들이 자연스럽게 롯데마트와 친숙해질 수 있도록 하고 있습니다.

인도네시아

롯데마트는 인도네시아에서 발생한 대지진 및 쓰나미 피해 복구에 성금 및 구호물품을 지원함으로써 현지인들과 고통을 분담하고자 하였습니다.

또한 롯데장학재단과 연계하여 2개 대학에 장학금을 수여하여 인도네시아의 성장 동력을 육성하는 데 보탬이 되고자 노력하고 있습니다.

중국

2011년 3월, 롯데백화점은 천진시 남개구에서 '그린 차이나 프로젝트' 캠페인의 일환으로 조림 사업을 실시하였습니다. 이번 조림 사업은 황사와 공해로 인한 천진시의 하늘을 맑게 하는 데 일조하기 위해 천진시 주민, NGO 단체와 함께 현지 식생을 고려하여 진행하였으며, 지역사회에 기여하고 봉사하는 롯데백화점의 이미지 또한 더욱 공고해졌습니다.

롯데마트는 2011년, 중국 북경 지역에서 고아원 지원 사업을 시작으로 중국 내 사회공헌 활동을 실천하기 위해 노력하고 있습니다. 점차 이러한 고아원 지원 사업은 격월 방문으로 정례화되어 전 지점으로 확대 시행될 예정입니다.



롯데백화점 베트남 제2 롯데스쿨



롯데마트 인도네시아 성금 전달

에티오피아

롯데백화점은 2010년 6월, 6·25 60주년 행사로 6·25 전쟁 참전국인 에티오피아 아동 교육 시설인 '롯데드림센터'를 착공하였습니다. 교육관과 생활관, 기숙사 등 총 3개 건물로 구성되는 롯데드림센터는 아동 교육장뿐 아니라 방과후 지역주민을 위한 교육 및 의료 지원용으로도 사용될 것입니다. 롯데드림센터는 2011년 8월에 완공 예정이며, 에티오피아 학제에 따라 2011년 9월부터 정식으로 신학기를 개설할 예정입니다.

남아프리카 공화국

2010년 남아공 월드컵 기간 중, 롯데백화점은 남아공 봉사 원정대를 구성하여, 축구장 건립을 후원하는 행사를 진행하였습니다. 남아공 포체스트룸에 축구장 2개를 건립하였고, 희망 원정대가 직접 마무리 작업을 도왔습니다. 또한 열린 의사회와 함께 의료품 지원, 자원 봉사활동 등을 수행하였습니다.

동티모르

롯데쇼핑은 동티모르 대부분의 가정에 시계가 없어 학생들의 지각률과 결석률이 높고, 양질의 교육을 받기 어려운 현실을 반영하여 '중고 시계 모으기 캠페인'을 진행하였습니다. 롯데백화점 전점 안내데스크 및 사은 행사장에서 실시된 '중고 시계 모으기 캠페인'에서는 총 3만여 개의 시계를 모았고, 외부에서 기증받은 의류, 롯데백화점에서 임직원용 컴퓨터 100대, 롯데마트에서 식료품 등을 동티모르에 전달하였습니다.



롯데백화점 에티오피아 롯데드림센터 건립



롯데백화점 동티모르 시계 후원

지역 사회공헌

롯데쇼핑의 지역 사회공헌은 문화센터를 중심으로 자기개발 및 교육을 제공하고 문화생활을 지원하여 지역사회와 고객의 삶의 질을 높이는 데 기여하고 있습니다. 뿐만 아니라 환경, 사회 이슈들을 지역공동체와 함께 고민하고 해결방안을 모색하는 프로그램을 진행하고 있습니다.

지역사회와 함께하는 롯데백화점 문화센터

롯데백화점 문화센터는 문학, 예술, 철학 등 고급 인문학 강좌부터 50~60대 고객들도 즐길 수 있는 건강·취미 강좌, 어린이들을 위한 체험 강좌 등 다양한 연령대가 만족할 수 있는 강사를 운영하고 있습니다. 특히 롯데백화점만의 특화된 주말 가족 참여 강좌는 부모님과 자녀가 함께 체험할 수 있는 유익한 시간으로 매우 높은 호응을 얻고 있습니다. 또한 무료로 수강할 수 있는 다양한 주제의 일일특강 및 공개강좌와 시즌별로 펼치는 인형극, 마술쇼 등의 이벤트, 회원들의 솜씨를 선보일 수 있는 작품전시 및 회원 발표회 등은 지역 주민의 풍성한 문화생활에 기여하고 있습니다.

사랑 나눔 실천의 롯데마트 문화센터

롯데마트 문화센터는 환경, 나눔, 출산을 주제로 희망 프로젝트 강좌를 개최하고 있습니다. 성인 및 어린이를 대상으로 기후변화, 지구 온난화 등에 대한 환경 강좌를 개설하여 지구적 이슈에 대한 인식을 높이고, 나눔 강좌에서 모은 성금을 유니세프에 기금으로 전달하고 있습니다. 롯데마트는 관련 강좌 개설 및 캠페인 진행 등을 전개하면서 친환경 생활 습관과 온실가스 저감을 위한 회원 스스로의 적극적인 참여를 독려하고 있습니다.

| 문화센터 운영 현황 |

	롯데백화점			롯데마트		
	문화센터 수	총 강좌 수	총 회원 수(연간)	문화센터 수	총 강좌 수	총 회원 수(연간)
2008	25	41,860	417,515	34	47,030	328,514
2009	25	46,944	401,122	39	53,592	382,966
2010	29	60,702	558,547	48	66,469	412,738

| 문화센터 주요 강좌 |

롯데백화점 라이프 업그레이드

- 웰빙, 로하스에 대한 관심 고조로 건강, 요리 등에 관한 강좌 증설
- 인문학의 대중화에 기여하기 위한 인문학 아카데미 기획 강화
- 친환경 에코 강좌 확대
 - 유기농 생활용품·천연화장품과 비누 만들기, 재활용품을 이용한 공예교실
- 워킹맘, 로열족, 베이비 부머, 뉴시니어 대상 라이프 스타일전 트렌드 강좌 제안

롯데마트 희망 프로젝트

- 녹색지구를 위한 Eco-Smile
 - 빈 화장품 용기 수거
 - 일회용 비닐은 이제 그만
 - 숲환경교육센터 체험교육
- 행복드림 나눔 캠페인
 - 도서 나눔 이벤트
 - 헌혈증 기부
- 롯데마트 아이사랑! 출산 캠페인
- 문화센터 회원 발표 공연
- 미술 공예 전시관 운영

롯데 데코마켓 (Deco Market)

롯데백화점은 2008년부터 Deco Market을 기획하여 행사기간에 진열되었던 인테리어 소품들을 폐기하지 않고 바자회를 열어 재판매하고 있으며, 환경을 살리고, 수익금은 어려운 이웃에게 기부하고 있습니다. 2011년 2월에는 재단법인 '행복한 나눔'과 함께 크리스마스 행사 기간 동안 진열되었던 소품 4,000여 점에 대해 'Deco Market'을 열어 판매 수익금을 NGO 단체에 기부하였습니다.

바자회 총 수익금은 760만 원으로, 소아당뇨를 앓고 있는 아동의 치료비로 사용되었으며, 행사 후 남은 상품은 기아 대책 나눔가게인 '행복한 나눔' 매장에서 재판매되어 국내외 구호개발 사업비로 쓰였습니다.

지역 사회공헌 활동

롯데쇼핑은 자체적으로 또는 NGO 단체와 연계하여 다양한 지역사회 봉사활동을 진행하고 있습니다. 롯데백화점은 '롯데백화점 & 굿네이버스 사회공헌 활동 캠페인'을 기획하여 매년 새로운 캠페인을 선보이고 있습니다. 지난 2009년에는 착한소비 캠페인 'GOOD BUY', 2010년에는 해외아동 결연 캠페인 '키다리 아저씨', 그리고 2011년에는 일본지진 피해돕기 '하루(春), 일본에 봄을 선물하다'를 진행하여 큰 호응을 얻었습니다. 롯데마트가 2010년 12월 20일부터 시작한 빈곤 아동 후원 캠페인은 격월로 후원 대상 아동을 선정하여, 고객이 롯데마트 인터넷 쇼핑몰에서 롯데 멤버스 포인트를 기부하는 방법으로 진행됩니다. 고객이 기부한 기부금만큼의 금액을 롯데마트에서 추가 후원하며, 기금은 굿네이버스를 이용하여 해당 아동에게 전달됩니다.



롯데백화점 데코마켓

| 지역 사회공헌 활동 |

	기간	장소	활동 내용
Good Buy Campaign for Children (어린이를 위한 착한 소비캠페인)	2009.11.6~1.15	롯데백화점 전점	기념티셔츠 1만 개 제작, 롯데 Only 상품 전개, 바자행사(본점), 매장 분위기 연출
키다리아저씨 캠페인	2010.11.5~11.14	롯데백화점 전점	해외아동 결연 캠페인 자동후원 가입 1,000 특보상품 전개 바자행사(본점) 롯데 Only 100
하루 캠페인 일본지진 피해지역 지원 프로그램	2011.3.25~4.3	현지	일본 지진 피해 지역 지원 기부 프로젝트, 일본 지진 지역 아동·유아 관련 생필품 증정 (분유, 기저귀 외)
빈곤 아동 후원(온라인 모금캠페인)	격월	롯데마트 인터넷 쇼핑몰	격월로 후원 대상 아동을 선정하여, 고객이 롯데 멤버스 포인트를 기부금만큼 롯데마트에서 추가 후원

아동 참여 사회공헌

롯데쇼핑은 어린이를 대상으로 한 사회공헌 활동을 펼쳐 나눔으로써 더 나은 미래를 제안하고자 합니다. 어린이 환경학교 및 환경 미술대회 등을 전개하여 다음 세대에게 환경의 중요성을 알리는 한편, 사회소외계층 아동을 지원하는 사회공헌 활동을 개최하여 따뜻한 나눔을 실천하고자 합니다.



롯데 어린이 환경학교

롯데백화점은 미래세대인 어린이들에게 환경의 중요성을 알리는 체험 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 롯데 어린이 환경학교는 2004년 시작되어 2008년까지 5년 간 총 7기 1,300명의 졸업생을 배출하였습니다. 어린이들은 환경 농담마을 체험 견학, 탐조 여행 등 다채로운 체험학습 프로그램에 참여하고, 방학을 이용하여 캐나다 빙하, 홍콩 친환경 습지, 일본 지구 온난화 방지시설 연수 등 해외 환경프로그램도 체험하였습니다. 다양한 환경 이슈에 맞춰 진행되는 롯데 어린이 환경학교 프로그램은 교육 프로그램의 질이 높아 매년 많은 수의 지원자가 몰리고 있습니다.

어린이 환경 미술대회

롯데백화점 환경 미술대회는 2010년까지 31회째 이어져 내려온 국내 최대 규모의 어린이 및 청소년 미술대회로, 미래의 주역이 될 어린이들에게 환경 보존의 중요성을 되새겨 볼 수 있는 당사의 대표적인 환경 프로그램으로 자리매김하고 있습니다. 환경미술대회는 매년 전국적으로 1만여 명의 어린이가 참여하며 2009년부터는 환경부와 외교통상부, 국방부 및 국립 현대미술관 등이 후원하여 대회의 격을 높였고, 특히 2010년에는 국제학교 학생 및 중국, 러시아, 베트남의 해외 학생들이 초청되어 '글로벌 미술대회'로 진행되었습니다.

어린이를 위해 사랑을 실천하는 토이저러스

어린이와 함께하는 롯데마트 토이저러스는 매년 자체 상표 부착 상품 매출 금액의 0.5%를 한국 백혈병 어린이 재단과 홍명보 장학재단에 기부하고 있습니다. 2007년도 12월 첫 시행 이래 현재까지 총 4천6백만 원이 기부되었으며, 이 기금은 소아암 어린이 재활치료 및 도서관 운영, 유소년 축구 발전 장학금 지원 등에 사용되면서 소아암으로 고통 받는 어린이들과 자라나는 축구 꿈나무들을 지원하고 있습니다.



롯데 어린이 환경 미술대회



토이저러스 사랑의 기금 조성

We think about
Our Culture

윤리경영 | 경영 혁신 | 소통 경영

WHAT IS
OUR
CULTURE?

롯데쇼핑은 윤리경영의 실천을 통해 공정하고 투명한 기업문화를 만들어 가고 있습니다.

또한 지속적인 업무 혁신을 통해 경영 효율성을 제고하고 있으며, 섬김과 배려의 가치 구현을 위해 열린 소통문화 구축을 해나가고 있습니다.

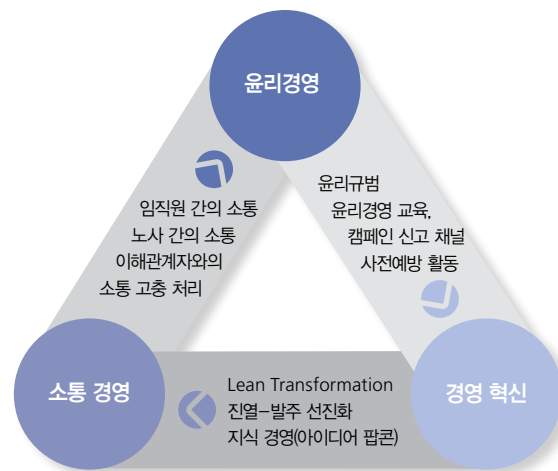
Our Culture

윤리경영 | 경영 혁신 | 소통 경영



롯데쇼핑은 윤리경영 실천으로 공정한 경쟁 문화 속에서 사회적 책임을 이행하고, 끊임없이 경영을 혁신하여 경쟁 우위를 공고히 하고 있습니다. 열린 소통은 다양한 이해관계자들의 의견과 요구를 반영하여 투명한 기업지배구조를 이루고, 사회와 이해관계자들로부터 신뢰를 얻을 수 있게 합니다. 롯데쇼핑은 이러한 지속가능한 성장의 선순환 구조를 만들어 가고 있습니다.

| 지속가능한 기업문화 구축 |



주요 관리 지표 (KPI)	단위	2008	2009	2010
윤리교육 참여 인원	명	-	-	373
매출액 대비 보고된 위반 사례 건수	건	-	20	17
Lean 방식 도입에 의한 비용 절감액	백만 원	3,471	16,315	20,914
임직원 아이디어 팝콘 제안 수	건	-	5,293	4,568

윤리경영

롯데쇼핑은 이해관계자의 신뢰를 확보하고 비윤리적 행위로 인해 발생할 수 있는 경영 리스크를 사전에 예방하기 위해 전 임직원의 윤리 행동 준칙 준수를 생활하고 있습니다. 또한 윤리적 리스크가 발생할 수 있는 모든 부분에 대해 협력회사의 동참을 유도하기 위해 노력하고 있습니다.

롯데쇼핑 윤리경영

롯데쇼핑은 전 임직원의 올바른 윤리적 가치관 정립을 위해 2001년 '롯데쇼핑 윤리행동준칙'을 제정하였습니다. 또한 구체적인 행동 기준이 되는 '윤리행동 세부지침'을 수립하여 전 임직원이 실천할 수 있도록 하고 있습니다.

윤리경영 시스템

롯데쇼핑은 윤리경영을 체계적으로 실천하기 위해 윤리경영 전담조직을 운영하고 윤리 강령 및 행동준칙 제정, 준수감독 및 사전예방 활동, 전 직원 대상 윤리 교육, 협력회사 동참 캠페인 등을 전개하여 잠재적인 윤리 리스크를 최소화하고 있습니다.

윤리경영 전담부서 운영

롯데쇼핑 윤리사무국은 윤리위원회의 실무 집행, 윤리 규범의 준수 여부 관리, 윤리준법 프로그램 개발 운영 등 윤리 관련 업무를 총괄하고 있습니다. 윤리 사무국은 내·외부의 불공정거래와 비윤리적 행위 예방, 감시 및 개선 조치 등을 포괄적으로 시행하여 롯데쇼핑의 윤리 경영을 구현하는 데 앞장서고 있습니다.

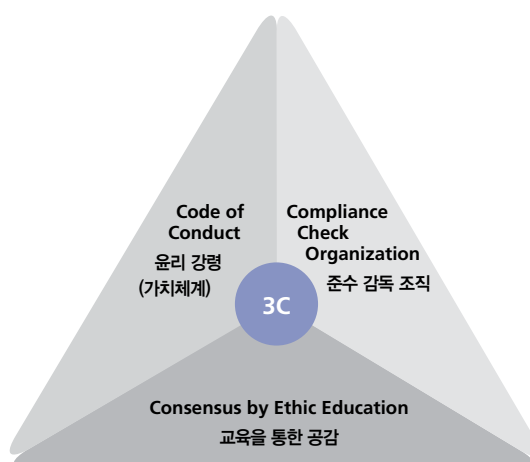
윤리경영 교육 및 캠페인

롯데쇼핑은 매년 임직원을 대상으로 윤리경영의 의의와 실천에 대한 집합교육을 실시하고 있습니다. 또한 직영 사원뿐 아니라 협력회사로의 윤리의식 확산과 윤리경영 동참을 위한 교육과 다양한 캠페인을 진행하고 있습니다.

| 롯데쇼핑 윤리행동 준칙 |

고객에 대한 다짐	고객 존중, 고객 만족, 고객 신뢰 창조
주주에 대한 책임과 의무	성실 경영, 투명성 유지, 주주의 알 권리 보장
임직원의 기본윤리	규범준수, 신의성실, 상호존중, 능력개발
협력사와 올바른 관계	공정한 거래, 상호발전의 추구, 협력회사에 대한 비윤리적 행위금지
국가와 사회에 대한 책임	건전한 기업활동, 정치 불개입, 환경 친화, 안전관리 및 사고예방

| 롯데쇼핑 윤리 경영 3C |



윤리경영 신고 및 제보 채널 다양화

롯데쇼핑 윤리사무국은 기업 윤리 저촉사항을 온라인 및 오프라인의 다양한 제보 채널로 접수받고 있으며, 접수된 사항에 대해서는 최대한 신속하게 처리 결과를 알려 드리고 있습니다. 이러한 신고 시스템은 임직원과 협력회사, 고객 등 롯데쇼핑 이해관계자라면 누구나 쉽게 접근할 수 있으며, 각종 비리와 부당행위, 품위 손상과 같은 위반 사안에 대한 신고뿐 아니라 제도 개선을 위한 제안 또한 받고 있습니다.

윤리경영 사전예방 활동

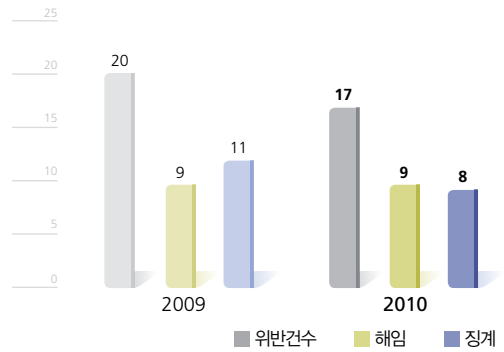
롯데백화점은 윤리경영 매뉴얼을 제작, 모든 지점에 배포하여 각 지점에서 자발적으로 사전예방 활동을 수행하도록 하고 있습니다. 배포된 가이드라인에 따라 부서별로 자가진단을 실시하고, 그 진단을 바탕으로 업무 중 발생할 수 있는 잠재적인 위반 리스크를 파악하여 신속히 조치를 취합니다. 또한 윤리 규범 위반 사례를 사전에 예방하기 위해 협력회사 설문 조사를 실시하여 당사 직원들의 윤리 의식 수준을 평가하며, 현장 동료 직원들의 의견을 직접 수렴하여 지속적인 개선 활동에 반영하고 있습니다.

윤리경영 위반시 처리절차 및 조치

윤리 강령 및 윤리행동 준칙에 저촉되는 사안이 발생하였을 경우에는 윤리위원회의 의결에 따라 해당자를 징계할 수 있으며, 징계 등급 및 처벌에 관한 사항은 회사의 징계 관련 규정을 준수하고 있습니다. 2010년 롯데백화점에서 발생한 윤리 위반사례는 17건이며, 사건의 경중에 따라 9명에 대한 해임 조치, 8명에 대해서 징계 조치가 취해졌습니다. 또한 롯데쇼핑은 엄격한 내부신고자 보호제도를 마련하여 신고자의 신분을 철저히 보장하고 어떠한 신분상의 불이익이나 부당대우도 금지하는 가능한 모든 조치를 취하고 있습니다.

윤리경영 위반 처리 현황

*롯데백화점 기준



| 윤리경영 접수 채널 |



인터넷 접수



서면 접수



전화 접수



정보 활용

- 인터넷접수 : 롯데그룹신문고, 윤리사무국홈페이지, EDI 홈페이지(쓰소리단소리), ERP사이버감사
- 서면접수 : 편지, 등기 등으로 익명 또는 기명으로 제보
- 전화접수 : 제보자가 윤리사무국으로 직접 익명 또는 기명으로 전화 제보
- 정보활동 : 윤리사무국 조사자가 각 점 및 본사 부문 직영 및 동료사원으로부터 정보 획득

경영 혁신

롯데쇼핑은 수평적인 커뮤니케이션을 위해 전사의 축적된 지식을 공유하고 혁신적인 사고의 지평을 넓힐 수 있는 지식기반 시스템을 운영하고 있습니다. 또한 지속적으로 업무 프로세스를 혁신하여 경영효율을 제고하는 등 경쟁력을 강화해 나가고 있습니다.

아이디어 팝콘

아이디어 팝콘은 임직원 누구나 자유롭게 아이디어를 제안하고 그 내용을 관련 부서에서 검토·실행하는 시스템입니다. 2010년에는 총 4,568건의 아이디어가 등록되었으며, 실행부서의 검토 과정을 거쳐 214건이 실행되었습니다. 지식 마일리지와 IDEA 시스템을 연계 하여 롯데쇼핑 내의 창의적 제안 문화 활성화에 크게 이바지하고 있으며, 우수 제안자, 심사자 및 실행부서에 대해 개인별·부서별 포상을 진행하고, 아이디어 팝콘 우수 실행 사례집을 발간하여 직원 참여도를 제고하고 있습니다.

롯데 지식 in

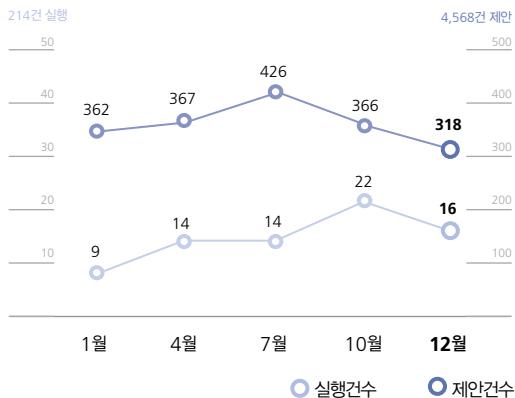
롯데쇼핑은 다양한 분야에서 축적된 지식을 갖춘 임직원의 집단 지성을 경영 혁신에 효과적으로 활용하기 위하여 롯데 지식 in 시스템을 2010년부터 도입, 운영 중입니다. 롯데 지식 in은 누구나 질문을 게시할 수 있고, 질문에 답변한 내용은 사내 전문가가 DB로 구축하여 언제든지 다시 활용할 수 있는 지식 공유의 장입니다. 2010년 시작 한 달 만에 부서별 주요 업무와 롯데쇼핑의 당면 과제와 관련하여 2,500여 개의 질문과 답변이 등록되는 등 전 임직원의 활발한 참여와 효과적인 관리 시스템으로 업무 효율성을 크게 개선하고 있습니다.

Speed-up 캠페인

롯데쇼핑은 신속한 의사결정 및 부서 간 업무 협조 강화를 위한 Speed 경영체제를 구현하고자, 2007년에 Speed-up 캠페인을 도입하였습니다. 그 결과 2010년에는 전년도 대비 전자문서 결재시간이 약 7% (평균 78분) 단축되는 성과를 이루었습니다. Speed-up 캠페인은 단순한 문서 결재시간의 단축이 아닌 당사의 부서 간 업무 협조와 스피드 경영 향상에 견인차 역할을 하고 있습니다. 현재는 그룹웨어와 연동하여 해당 부서의 Speed 경영지표를 실시간 확인이 가능하도록 구축, 자발적인 동참 문화를 형성하고 있습니다. 또한 불필요한 문서작업 축소 및 업무 효율화를 목적으로 2008년 'One pager 캠페인'을 도입, 사내 보고·회의 간소화 문화를 정착하였으며, 메일과 메신저 활용으로 업무 효율성을 제고하고 있습니다.

아이디어 팝콘 연간 운영 실적

*2010년 연간



롯데 지식 in 화면

Lean Transformation

롯데마트는 2007년부터 국내 유통업계 최초로 Lean Transformation 시스템을 도입하여 차별화된 경영혁신 활동을 실시하고 있습니다. Lean Transformation이란 경영활동에서 발생하는 불필요한 낭비 요소를 파악하여 제거하고, 업무 프로세스를 좀 더 간결하고 효과적으로 개선하는 시스템으로, 경영활동 전 과정에 걸친 업무 최적화 및 효율성 제고를 위한 일련의 경영 개선 활동입니다.

롯데마트는 다년간에 걸친 Lean Transformation 활동을 축적하여 전사적으로 창의적인 문제 해결 역량을 내재화하였으며, 그 결과로 비용 절감 및 신규 수익 창출 효과를 거두고 있습니다. 향후에는 기존 영업점 중심의 현장 개선 및 혁신 차원을 넘어 본사 각 부분의 업무에도 활용될 뿐 아니라 해외 및 신규 사업장에도 도입되어 업무 효율성 향상에 기여할 것으로 예상됩니다.

| Lean Transformation 개념도 |

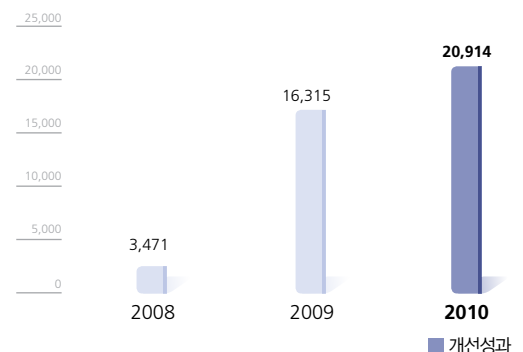
	국내	해외
진행	<ul style="list-style-type: none"> • 2010년 말까지 총 60개 점 도입 완료 • 2010년 하반기부터 전사 차원 혁신 활동 시작 • 전문 변화관리자와 182명의 Local Agent 육성 	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 사업장 확대 설치 • 2010년 9월 중국 상해 법인 현장 개선 활동 시작 • 축적된 노하우와 현지 특성을 고려한 Local화 진행
성과	<ul style="list-style-type: none"> • 2010년 말 누계 407억 원의 비용 절감과 신규 수익 창출 • 최초 목표 273억 원을 넘는 초과 달성 	-
향후계획	<ul style="list-style-type: none"> • 2011년 상반기까지 총 70개 점으로 확대 • 현장 개선 및 본사 각 부분 개선 활동 본격화 • 현신성과 RPL 제도화하여 혁신 활동 정착 	<ul style="list-style-type: none"> • 2011년 하반기에 순차적으로 확대 설치 예정 - 중국, 베트남, 인도네시아 법인

| Lean Transformation의 특징 |

Lean Transformation

1. 프로세스 전 과정에 걸친(End-to-end) 최적화를 지향
2. 과학적 기법으로 프로세스를 분석, 개선
→ 지속적인 성과 및 변화 관리
3. 새로운 역량 개발과 의식 전환에 기인한 지속적인 성과
4. 조직 전 부문에서 Top-down, Bottom-up 시각 통합

Lean Transformation에 의한 재무 성과 (단위 : 백만 원)



진열-발주 선진화 POG-新CAO

롯데쇼핑은 업체에서 고객에 이르는 Value Chain상의 최적의 상품 흐름을 실현함으로써, 판매 기회 상실을 최소화하고, 고객 만족을 극대화하기 위해 국내 최초로 진열-발주 통합솔루션(POG-新CAO 시스템)을 구축하여 운영하고 있습니다.

POG*(진열 관리) 시스템

롯데마트는 상품 구색 관리, POG 제작, 상품 진열, 분석의 네 단계를 체계적으로 통합하여 지역별 특성 및 매출 분석으로 최적의 상품 진열을 구현하는 시스템을 구축하고 있습니다. 이러한 표준화된 진열 관리 Process는 각 점포에서의 진열 업무시간을 단축하고 구색·진열 수준을 한 단계 업그레이드할 수 있게 합니다.

* POG : Plan-O-Gram

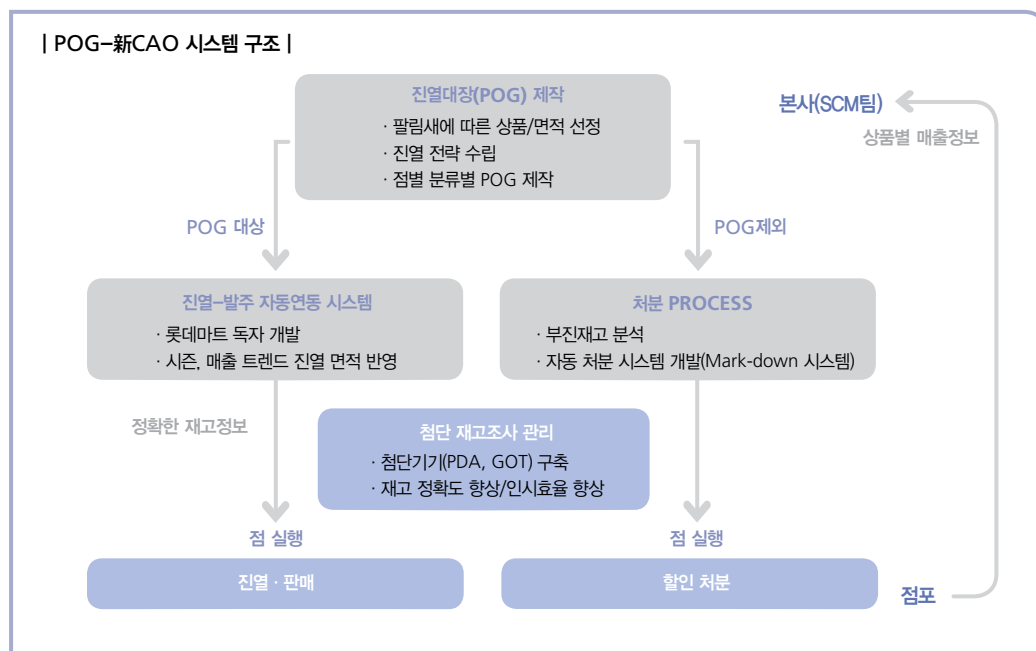
POG-新CAO 시스템 도입 효과 분석

롯데마트는 독자 개발한 진열-발주-재고 관리 통합 솔루션(POG-新CAO)을 구축함에 따라 보유재고는 점진적으로 축소되고 있으며, 재고 보유일수 또한 지속적으로 개선되고 있습니다.

新CAO*(발주 관리) 시스템

점포 영업 담당의 주관적 판단에 의한 기존 수동 발주 방식에서 2008년 국내 유통업계 최초로 판매량뿐 아니라 실제 진열량까지 자동적으로 고려하여 발주에 연동되는 新CAO의 독자개발에 성공하여 국내에서 유일하게 제3세대 발주기법(POG-新CAO 시스템)을 구현하였습니다.

* CAO : Computer Assisted Ordering



소통 경영

소통은 롯데쇼핑이 중요하게 생각하는 기업 가치 중 하나입니다. 임직원의 자유로운 소통이 실현될 수 있도록 열린 기업문화를 만들어 가고 있습니다. 또한 소통으로 직원들의 창의적인 아이디어가 경영 전반에 반영될 수 있도록 다양한 제반 시스템 및 프로그램을 도입하여 운영하고 있습니다.



CEO 간담회

롯데쇼핑은 2008년부터 CEO 간담회를 진행해 왔으며 2010년에는 수도권 17점, 지방 15점에서 롯데쇼핑 대표이사와 함께 'CEO와의 대화'를 실시하였습니다. 동료사원 및 직원들이 직접 참석하여 매장에서의 고충, 복지 개선, 영업 관련 사항 등 백화점이 앞으로 나아가야 할 방향 등에 대해 의견을 제시하였습니다. 간담회에서 다루어진 사안에 대해서는 반드시 해당 부서로 하여금 피드백 결과를 보고하도록 하고 있습니다.

소통 Clinic

롯데백화점은 2009년 5월부터 '소통 Clinic 제도'를 도입하여 다점포 환경 하에서 본사와 지점, 지점과 지점간의 효율적인 커뮤니케이션을 위한 노력을 경주하고 있습니다. 소통 교육 담당자가 전국의 매장을 직접 방문하여 당사의 주요 정책 및 이슈사항을 공유하고 임직원의 의견을 수렴하여 반영하고 있습니다. 2009년 이후, 매 분기 진행된 소통 클리닉은 2010년까지 총 10,375명의 직원이 참여하여 자유로운 의견을 교환하고 기업에 대한 자긍심을 고취하고 상호신뢰를 공고히 하였습니다.

샤롯데 N 방송

롯데백화점은 2010년 8월 샤롯데 N 방송을 출범시켰습니다. 샤롯데 N은 본사와 영업 현장과의 원활한 의사소통, 고객과의 대화, 협력업체와의 상호협력을 위해 만들어진 사내 방송입니다. 공감과 재미를 컨셉으로 쌍방향 소통을 기반으로 모두가 공감할 수 있는 프로그램을 만드는 것을 목적으로 하고 있습니다.

PDA POS 메신저

롯데백화점은 2010년 7월 영업적 강화를 위하여 실시간 영업 정보를 공유하는 PDA POS 메신저를 도입했습니다. 현재 전 지점에서 활발하게 사용되고 있는 PDA POS와 PC 메신저 통합 운영으로 직원 간의 실시간 소통이 훨씬 수월해졌으며, 불필요한 업무를 축소하는 등 업무 효율성을 크게 증대시켰습니다.

간부사원 솔선수범 캠페인

매장에서 자주 마주치지만 대화가 쉽지 않았던 간부 사원들과의 소통을 개선하기 위해, 간부 사원들의 현장 근무를 확대, 직원들과의 공감대를 강화하였습니다. 또한 전 점포에서 매월 첫째주 일요일을 '내부 직원 Face to Face' 날로 지정하여 점장이 직접 내부 직원들을 위해 직원 식당 배식을 담당하는 등 직원 단결, 분위기 쇄신 및 소속감과 동료애를 증진시키는 소통의 자리를 마련하고 있습니다.

직원 온도 읽기

롯데마트는 현장의 소리 경청과 점장과의 대화로 이루어진 커뮤니케이션 활성화를 위해 매월 1회 직원 온도 읽기 행사를 진행하고 있습니다. 정기적인 대화 문화 정착으로 사내 소통을 개선하고, 직원 고충을 보다 신속히 처리함으로써 내부 사기 증진에 도움이 되고 있고 지속적으로 실시해 나갈 예정입니다.

임직원 고충처리

롯데쇼핑은 다양한 고충처리제도를 운영하여 임직원의 소리에 귀 기울이고, 기업경쟁력을 강화해나가고 있습니다. 직원 만족 증진이 우선적으로 시행되어야, 우수 인력 유지 및 고품격 고객 서비스가 가능하기 때문입니다.

나눔자리

롯데백화점은 임직원의 고충처리를 위해 나눔자리제도를 운영하고 있습니다. 나눔자리제도란 협력회사 동료사원을 포함한 전 임직원의 고충을 처리하고 조직 내 불합리한 요소를 개선하기 위한 고충처리 상담제도입니다. 방문, 전화, 인터넷 및 전자메일 등의 나눔자리 채널을 통해 임직원의 수시 상담을 진행하고 있습니다. 현재 35명의 전문상담직원이 담당자로 지정되어 전점에서 활동을 하고 있으며, 근무환경, 성희롱, 처우 개선, 갈등해소 및 고운말 고운행동의 정착을 위해 상담을 제공하고 있습니다. 2007년 11월부터는 사내 온라인 상담시스템을 구축하여 가동 중에 있습니다.

심리상담센터

롯데백화점은 2008년 심리상담 전문 외부기관의 심리상담 전문가를 초빙하여 주 1회 직원 심리상담을 실시 하였습니다. 또한 2009년부터는 전 나눔자리 상담요원이 심리상담사 자격증을 취득하여 직영사원과 동료사원들의 가정문제, 우울증, 스트레스 등 심리상담을 실시간으로 진행하고 있습니다.

점 고충처리위원회

롯데마트는 격월 단위로 고객만족 담당자의 주관 하에 점 고충처리위원회를 운영하고 있습니다. 점 고충처리위원회는 점장, 지원매니저, 대의원으로 구성되어, 각 파트별로 접수된 고충사항에 대해 상담·해결하고 있으며 조치 계획 및 조치 결과는 위원회 종료 후 1개월 간 점 게시판에 공지하고 있습니다.

행복상담실 운영

롯데마트는 다양한 직원 고충 접수 채널을 마련하기 위해 이메일 등 온라인 시스템 및 우편, 유선을 통한 '행복 상담실'을 운영하고 있습니다. 롯데마트 전 직원이 '행복 상담실'을 통해 다양한 고충 상담을 신청할 수 있으며, 접수된 사안에 대해서는 최대한 빠른 시간 내에 처리하기 위해 최선을 다하고 있습니다.

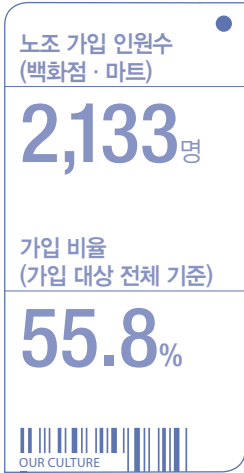
성희롱 예방교육

롯데쇼핑은 서로 다른 남녀간의 역할 이해를 통한 직장 내 성희롱 예방을 위해 연 1회 이상 성희롱 예방 교육을 진행하고 있습니다. 2010년에는 롯데백화점 임직원 54,032명, 롯데마트 7,570명이 성희롱 예방 교육을 이수하였습니다. 성희롱 예방교육은 '직장 내 성희롱 바로 알기'라는 주제로 직장 내 성희롱 관련 법령, 직장 내 성희롱 발생시 처리절차 및 조치기준, 직장 내 성희롱 피해 근로자의 고충상담 및 구제절차 등으로 구성되어 있습니다.



신뢰와 존중의 노사 문화

롯데쇼핑 노사는 신뢰와 대화, 상호 존중 및 자율참여와 협력이라는 노사 철학을 공유하고 이를 발전시키기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 상생의 노사관계가 기업 발전의 밑거름이라는 신념으로 건전한 노사관계 구축을 위해 최선을 다할 것입니다.



노사협의체 운영

롯데백화점은 2년마다 체결되는 단체협약이나 월별 또는 분기별 노사협의회에서 노사 간 현안과 갈등을 원활히 처리하고 있습니다. 또한 매년 1~2회 개최되는 노사 상생 워크숍에 열리는 경영 현황 설명회에서 경영 현황을 직원들에게 공개함으로써 노사 간 신뢰를 다지고 있습니다. 롯데마트는 노사 간 상호존중하며 공동의 이익을 증진하고 회사의 지속적인 발전을 위한 노사문화 마련을 위해 노력하고 있습니다. 또한 매년 임금협상과 단체협약 그리고 정기적인 노사협의회를 개최하여 직원들의 근로조건 개선과 갈등 해소에도 지속적으로 힘쓰고 있습니다.

노사합동 해외연수

롯데백화점과 롯데마트는 매해 노사 합동 연수단을 구성하여 해외 우수 산업체 시찰을 진행하고 있습니다. 2010년 2월에는 롯데마트에서 인수한 인도네시아 자카르타·발리의 Makro 점포 및 현지 쇼핑몰을 방문하여 글로벌 기업의 일원이라는 임직원의 자부심을 일깨우고 비전을 공유하였으며, 향후 이러한 해외 연수 프로그램을 더욱 강화하여 노사 모두의 글로벌 역량을 함양할 계획입니다.

| 노조가입 현황 |

	롯데백화점	롯데마트
가입 대상	2,757명	1,062명
Open Shop	4급 이하 직원 개별 가입, 3급 이상 자동 탈퇴	4~5급 직원 개별 가입, 3급 이상 자동 탈퇴
가입 인원	1,541명	592명
상근 인원	10명	3명(타임오프 적용)
상급 단체	한국노총, 전국연합노동조합연맹	

이해관계자와의 소통

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

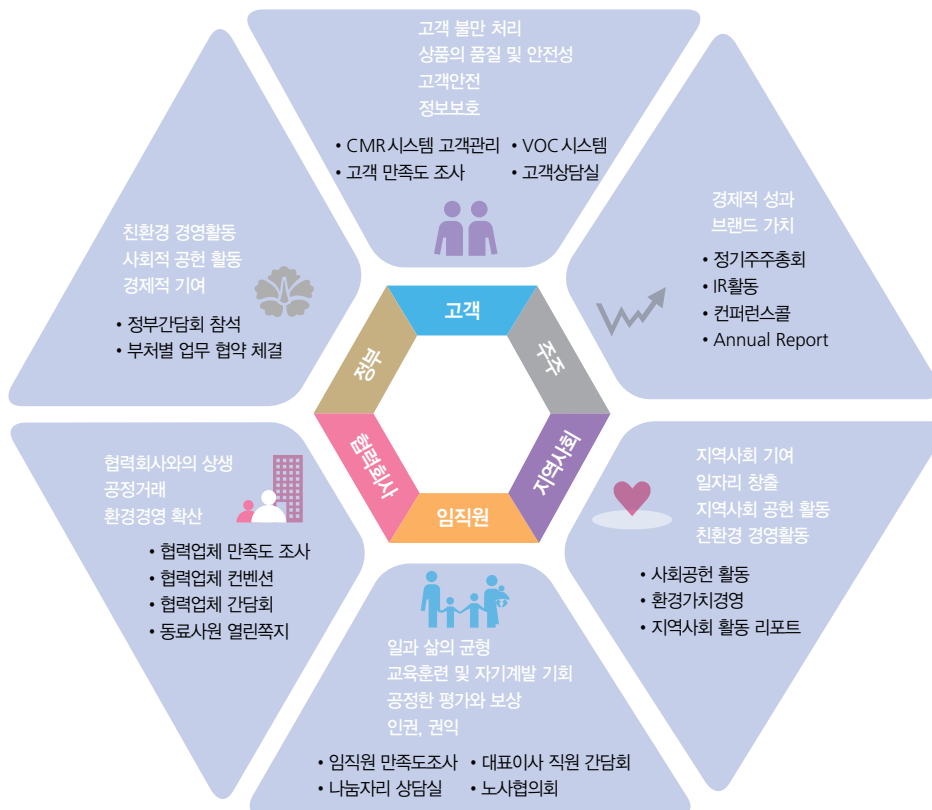
이해관계자 소통 채널

롯데쇼핑은 이해관계자 의견과 요구사항을 신속히 수렴하고 경영에 반영하기 위해 다양한 소통채널을 운영하고 있습니다. 외부 설문조사 기관에 의뢰하여 고객, 종업원, 협력업체 등을 대상으로 정기적인 만족도 조사를 실시하고, 그 결과를 잠재적인 리스크 요인 분석과 이해관계자의 불만을 파악, 해결하기 위해 활용하고 있습니다. 또한 확립화된 소통 창구를 넘어 고객, 주주, 정부, 직원, 지역사회, 협력회사 등 각 이해관계자에 맞춘 다양한 소통 방안을 활용함으로써 가장 효과적인 이해관계자 참여 프로세스를 구축하고자 하고 있습니다.

2010년 이해관계자와의 소통 성과

롯데쇼핑은 '주부 모니터링 제도'를 통해 정기적인 설문 조사를 수행하고 있으며, 2010년 3,710명을 대상으로 고객만족도 조사 또한 실시하였습니다. 뿐만 아니라, 제도, 직원, 공정거래에 대한 협력회사 만족도 조사, 협력회사 컨벤션을 개최하여 총 272개 협력회사와 다양한 의견을 교환하였으며, 주주의 의견을 경청하기 위한 컨퍼런스콜이나 NDR(기업 설명회) 및 지역사회·정부와의 각종 이벤트 자리를 소통 창구로 적극 활용하였습니다.

| 이해관계자별 소통 채널 |





Appendix

경제적 성과

환경 성과/임직원 현황

기업지배구조

이해관계자 설문조사

롯데쇼핑 대외 수상 및 인증

제3자 검증 의견서

GRI Index

경제적 성과

롯데쇼핑은 지속가능한 성장 전략으로 경제 가치를 극대화하고, 주주와 고객의 이익 창출에 기여하기 위해 노력하고 있습니다.

대차대조표

(단위 : 백만 원)

	금액		금액	
자산	21,222,171	부채	8,096,212	
I. 유동자산	2,599,159	I. 유동부채	5,026,724	
당좌자산	1,355,031	II. 고정부채	3,069,488	
채고자산	1,244,128			
II. 비유동자산	18,623,012	자본	13,125,959	
투자자산	5,207,913	I. 자본금	145,217	
유형자산	11,629,659	II. 자본잉여금	4,650,895	
무형자산	450,219	III. 이익잉여금	5,658,836	
기타비유동자산	1,335,221	IV. 자본조정	-32,501	
V. 기타포괄손익누계액			2,703,512	
자산 총계	21,222,171	부채와 자본 총계	21,222,171	

손익계산서

(단위 : 백만 원)

	2008	2009	2010
매출액	10,509,251	11,535,281	13,516,928
매출이익	3,218,687	3,575,470	4,181,913
영업이익	768,107	876,475	1,148,382
법인세비용차감전순이익	925,046	939,770	1,326,850
당기순이익	742,825	716,422	1,010,144

주요경영지표

		2008	2009	2010
안정성 지표	유동비율	61.65%	61.65%	51.71%
	부채비율	50.65%	50.65%	61.68%
	차입금의존도	8.47%	8.47%	15.65%
활동성 · 성장성 지표	매출액증가율	8.07%	8.07%	17.18%
	영업이익증가율	1.71%	1.71%	31.02%
	당기순이익증가율	7.32%	7.32%	41.00%
	총자산증가율	11.40%	11.40%	13.74%
수익성 지표	매출액영업이익률	7.31%	7.31%	8.50%
	매출액순이익률	7.07%	7.07%	7.47%
	총자산순이익률	5.88%	5.88%	5.07%
	자기자본순이익률	16.82%	16.82%	7.94%

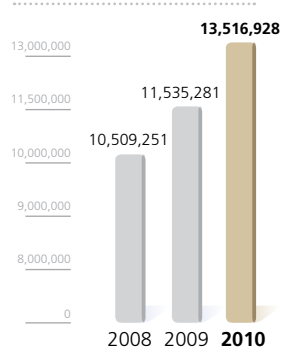
GRI 재무재표

(단위 : 백만 원)

GRI 가이드라인 지표		비고	2008	2009	2010
창출된 직접적인 경제가치			10,509,251	11,535,281	13,516,928
a) 수입	순 매출과 금융투자 및 자산매각 수입	매출액	10,509,251	11,535,281	13,516,928
분배된 경제적 가치			8,207,067	8,988,718	10,622,044
b) 영업비용	구매비용, 비전략적 투자, 로열티 및 운영비용	매출원가	7,290,563	7,959,812	9,335,015
c) 임금 및 복지	직원에게 지급되는 총 금액	급여, 복리후생비 등	590,543	636,882	725,604
d) 자본비용	자본 제공자에게 제공되는 모든 비용	이자 비용 등	28,839	67,105	136,287
e) 세금	총 납세액	법인세 비용	291,964	313,962	414,169
f) 지역사회투자	자발적 공헌 및 자금투자(기부금 등)	기부금	5,158	10,957	10,969
잉여경제적 가치		창출된 경제가치 - 분배된 경제적 가치	2,302,184	2,546,563	2,894,884

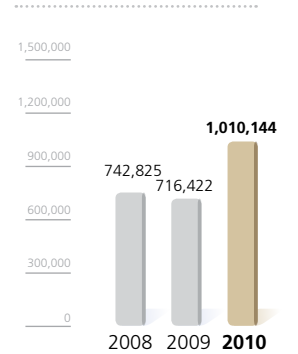
매출액

(단위 : 백만 원)



영업이익

(단위 : 백만 원)



- a) 수입 : 매출액
- b) 영업비용 : 매출원가
- c) 임금 및 복지 : 급여+퇴직급여+복리후생비
- d) 자본비용 : 이자 비용+사채이자
- e) 세금 : 법인세 비용+법인세 추납액+세금과공과
- f) 지역사회투자 : 기부금

환경 성과 / 임직원 현황

환경 성과

	단위	롯데백화점			롯데마트		
		2008	2009	2010	2008	2009	2010
온실가스 배출량 (CO ₂)	ton	227,688	242,092	256,875	251,500	249,328	286,782
면적대비 배출량	kg/m ²	366	361	338	391	363	348
전력 사용량 (전기)	MWh	416,387	450,220	475,091	457,370	455,760	526,200
면적대비 사용량	KWh/m ²	669	671	625	711	663	639
연료 사용량(LNG)	만 Nm ³	1,479	1,370	1,508	1,700	1,637	1,842
면적대비 사용량	Nm ³ /m ²	24	20	20	26	24	22
수도 사용량	천 ton	3,031	3,089	3,369	3,495	2,993	3,016
면적대비 사용량	ton/m ²	4.9	4.6	4.4	4.7	4.4	4.2
폐기물 발생량	ton	33,957	35,177	38,023	33,799	36,899	41,265
재활용량	ton	22,563	24,318	26,149	23,620	25,429	28,382
재활용율	%	66.4	69.1	68.8	69.9	68.9	68.8

임직원 현황

	단위	롯데백화점			롯데마트		
		2008	2009	2010	2008	2009	2010
전체 인원	명	6,004	5,911	6,555	9,323	9,114	11,548
정규직	명	4,410	4,344	4,609	3,613	3,539	4,114
비정규직	명	1,594	1,567	1,946	5,710	5,575	7,434
퇴직 인원	명	224	208	262	482	312	469
퇴직률	%	0.4	0.4	0.5	1.1	0.7	1.0
신규 채용	명	143	131	201	697	260	714
남	명	68	79	94	566	210	572
여	명	75	52	107	131	50	142
여성 인력	%	53.4	54.6	52.7	63.2	63.4	64.1
관리직급	%	3.3	3.3	3.9	-	-	-
신규 채용	%	52.4	39.7	53.2	-	-	-
장애인 고용	명/월	154	159	197	188	177	247
장애인 고용율	%	2.4	2.6	3.1	2.1	2.0	2.1

기업지배구조

롯데쇼핑은 세계적인 수준의 투명하고 건전한 기업지배구조를 정립하는 데 노력하고 있습니다. 롯데쇼핑이 기업지배구조를 개선하는 노력과 성과는 주주, 투자자, 다양한 이해관계자에게 신뢰를 주어 롯데쇼핑의 지속가능한 성장에 크게 기여하고 있습니다.

이사회 구성

롯데쇼핑 이사회는 주주총회에서 선임된 11명의 이사로 구성되어 있고 이들 중 6명이 사외이사로 선임되어 지배구조의 투명성을 보장하고 있습니다. 이철우 대표이사가 이사회의 의장직을 맡고 있으며 2011년 3월에 개최된 41회 정기주주총회에서 임기만료로 퇴임한 임종인 이사 후임으로 예종석 한양대학교 글로벌경영전문대학원장이 사외이사로 선임되었습니다. 롯데쇼핑은 사외이사 선임시에 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제25조와, 증권거래법 191의16조 3항, 동법 54의 5조 4항, 동시행령 37의 6조 2항, 3항을 준용합니다. 이사의 보수한도는 주주총회의 승인을 받도록 규정되어 있어 전문경영인의 도덕적 해이(Moral Hazard)를 방지하는 투명한 시스템을 갖추고 있습니다.

이사회 개최 및 의사결정

정기이사회는 월 1회 개최함을 원칙으로 하며, 이사회의 성립 및 결의는 이사 전원의 과반수 이상이 출석, 출석이사의 과반수 이상 찬성으로 결정합니다. 2010년에는 총 14회의 이사회를 개최하여 경영상의 주요 안건을 심의 의결하였습니다. 사외이사의 이사회 참석율은 평균 96%로 100% 참석율에 가까워 사외이사의 적극적인 참여로 지배구조를 투명하게 유지할 수 있습니다.

| 이사회 현황 |

임원	임기	이사회 참석율(평균)
이사회 11명 외 6명	2년	96%

사외이사의 전문성

롯데쇼핑은 기업의 투명성과 경제, 환경, 사회 활동과 관련한 경영진의 관리 능력 및 전문성을 감독하기 위하여 이사회 내 사외이사후보추천위원회와 감사위원회를 두고 있습니다. 사외이사후보추천위원회는 주주의 이익을 대표하는 사외이사 후보를 추천하여 경영의 투명성 강화에 힘쓰고 있습니다.

사내이사 1명, 사외이사 1명으로 구성된 사외이사 후보추천위원회는 2010년 2차례 회의를 개최하여 사외이사 후보와 사외이사후보추천위원회 위원장 선임안을 각각 의결했습니다. 감사위원회는 독립된 위치에서 내부 감사계획을 수립, 집행, 평가하고 개선하는 의사결정기구입니다.

롯데쇼핑의 감사위원회는 감사위원 3명 전원이 사외이사로 구성되어 있으며 독립성을 바탕으로 회사의 재무와 회계 등을 감사하고 업무와 재산 상태를 조사하며 이사진에게 업무 보고를 요구할 수 있습니다. 2010년 총 6차례 개최되어 재무제표 감사 및 외부 감사 관련 의제를 투명하게 처리하였습니다. 감사위원회는 롯데쇼핑 지배구조의 투명성을 세계적 수준으로 개선하는 데 기여하고 있습니다.

롯데쇼핑 이사회 보수 현황

이사회 보수에 주주총회에서 승인한 이사보수 한도 내에서 지급됩니다. 2010년 주주총회 승인금액은 지난해와 같은 110억 원이었으며, 실제 지급액은 6,472백만 원이었습니다. 롯데쇼핑 임원의 보수는 주주총회에서 승인된 보수한도에 의거하여 투명하게 결정되고 지급됩니다. 2011년 사내이사의 경우 주총 승인금액은 110억 원이었고 1인당 평균지급액은 1,239백만 원이었습니다 사외이사의 경우 48백만 원, 감사위원(사외이사)은 44백만 원이 평균 지급액입니다.

이해관계자 설문조사

롯데쇼핑에서는 당사 지속가능경영에 대한 이해관계자 의견 수렴 및 지속가능성보고서 반응을 위한 설문조사를 실시하였습니다. 2011년 3월 23일부터 4월 6일까지 2주 동안 온라인 방식으로 진행된 설문에는 당사 이해관계자 및 지속가능경영 관련 전문가가 참여하였습니다.

이해관계자 설문조사 진행

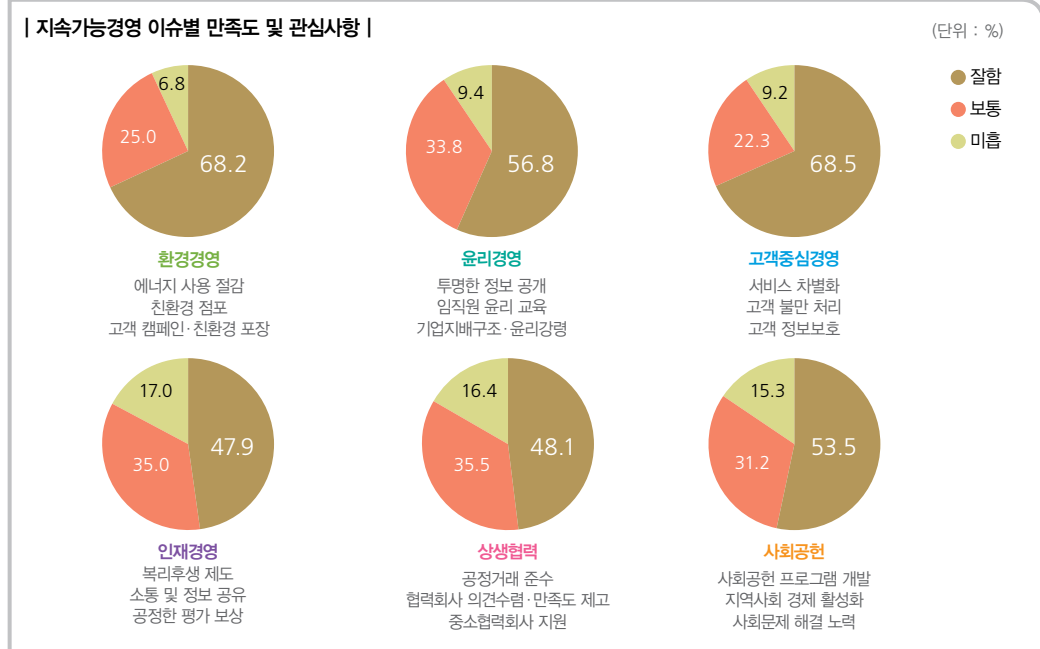
지속가능경영 관련 제안 및 개선 의견으로는 '지역사회 공헌 및 경제 발전 관련 사회적 책임 노력 요청', '협력 회사 지원 및 관계 강화를 위한 롯데·협력회사 동반성장 관련 관심제고', 그리고 '롯데쇼핑을 대표할 수 있는 중장기성 사회공헌 프로그램 개발 및 실천 강화 필요' 등이 있었습니다.

설문 내용은 ① 롯데쇼핑 지속가능경영 전체 수준 평가, ② 세부 주제별 수준 평가 및 핵심 이슈 파악 ③ 지속가능경영 관련 의견 제안 등이었습니다. 설문조사에 총 628 명이 참여하여 지속가능경영 수준 평가 및 핵심 이슈를 파악하였습니다.

| 이해관계자 설문 응답자 분포 |

	명	구성비		명	구성비
고객	306	48.7%	연구소, 학계 관계자	4	0.6%
임직원	199	31.7%	NGO	5	0.8%
주주	10	1.6%	컨설팅기관	5	0.8%
투자자	2	0.3%	언론	1	0.2%
협력회사	32	5.1%	기업 지속가능경영 담당자	7	1.1%
지역주민	45	7.2%	기타	7	1.1%
정부 관계자	5	0.8%	계	628	100.0%

| 지속가능경영 이슈별 만족도 및 관심사항 |



롯데쇼핑 대외 수상 및 인증

| 2010 대외 수상 및 인증내역 |

수상 명	내용	주관	수상 시기
녹색안전 경영대상 수상	녹색성장 관련 우수기업 선정	한국경제	2010년 04월
한국사회공헌대상 환경 생태 보존부문 대상	환경경영 우수기업 선정	한국언론인포럼	2010년 05월
아이날기 좋은세상 경진대회 대통령 표창	출산장려 캠페인 및 가족친화경영 최우수기업 선정	보건복지부	2010년 09월
지속가능경영 DJSI World 지수 편입	2년 연속 편입 및 리테일 최우수기업 선정	다우존스 · SAM	2010년 10월
올해의 녹색상품상 수상	친환경 상품 판매 및 녹색경영 실천 우수기업 선정	한국 녹색구매 네트워크	2010년 10월
저탄소 녹색성장유공 국무총리 및 환경부장관 표창	환경경영 최우수기업 선정	환경부	2010년 11월
모범납세 표창 수상	모범납세 우수기업 선정 표창	기획재정부	2010년 03월
금연 유공 표창 수상	금연 문화 조성 공로 보건복지부장관상 수상	보건복지부	2010년 05월
경영일반 올해의 최우량 기업상 수상	한국경영학회 선정, 올해의 최우수 기업 선정	한국경영학회	2010년 08월
트루 컴퍼니(True Company)상 수상	장애우 고용 우수 기업 선정	고용노동부	2010년 09월
공정거래위원회 표창 수상	'소비자의 날' 기념, 공정거래 우수기업 선정	공정거래위원회	2010년 12월
국가 생산성 대상 수상	기업 경영 관리 관련 우수기업 선정	한국생산성본부	2010년 11월
한국 아이디어경영대상 수상	기업 혁신경영 관련 우수기업 선정	한국제안활동협회	2010년 12월
서비스 브랜드파워 백화점 부문 1위	소비생활 관련 브랜드 영향력 평가, 12년 연속 1위 기업 선정	한국능률협회	2010년 03월
브랜드스타 백화점 부문 1위	국내 산업별 브랜드가치 1위 기업 선정, 2011년 연속 1위 기업 선정	브랜드스톡 외	2010년 03월
한국서비스대상 고객만족대상	고객 서비스 우수기업 선정	한국표준협회	2010년 06월
NBCI(국가브랜드경쟁력지수) 백화점 부문 1위	국가 브랜드 경쟁력 지수 8년 연속 백화점 1위 기업 선정	한국생산성본부 외	2010년 09월
NCSI(국가고객만족도) 백화점 부문 1위	국가 고객만족도 지수 8년 연속 백화점 1위 기업 선정	한국생산성본부 외	2010년 12월
마케팅 GMP(Great Marketing Practice) 어워드 수상	한국마케팅학회 선정, 최우수 마케팅 사례 기업 선정	한국마케팅학회	2010년 10월
2010 대한민국 인터넷 소통대상 종합대상 수상	온라인 소통 최우수기업 선정	한국 인터넷 커뮤니케이션 협회	2010년 12월

제3자 검증 의견서

롯데쇼핑 2011지속가능보고서(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 제시하는 데 있습니다.

검증방법론(Assurance Methodology)

본 검증은 AA1000, IEA3000 등 국제적으로 통용되는 지속가능보고서 검증기준에서 더 나아가서 내부적으로 마련된 검증기준에 의거하여 이루어졌으며, 다음과 같은 기준을 따라 검증되었습니다.

- 완전성(Completeness) : 롯데쇼핑의 사업운영과 관련된 주요 이슈가 포괄적으로 다루어졌는지 검토
- 중대성(Materiality) : 보고서에서 중요하게 다룬 이슈들과 롯데쇼핑의 내부 및 외부적 중요성 평가를 통해 파악된 주요 이슈 비교
- 신뢰성(Reliability) : 보고된 데이터 및 내용의 정확성 및 신뢰성 검토

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

검증과정 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 중요이슈를 결정하는 롯데쇼핑의 의사결정과정 검토
- 동종업계 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 전사 차원의 지속가능경영 관련 정책, 가이드라인 및 관리 시스템 검토
- 롯데쇼핑 지점 및 전사 단위의 정보 수집 과정과 데이터관리 체계 검토
- 비 재무 지표에 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 프로세스 및 데이터 신뢰성에 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.

검증결과(Findings)

본 검증인은 보고서 초안에 수록된 내용을 검토하고 의견을 제시하였으며, 필요한 경우, 보고서의 수정이 이루어 졌습니다. 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.

완전성(Completeness)

본 보고서는 롯데쇼핑의 이해관계자에게 중요한 정보를 적절히 공개하고 있는가? 본 보고서는 롯데쇼핑의 사업운영 및 외부적 영향을 충분히 반영하고 있는가?

- 본 검증인은 보고서의 보고 영역 및 내용이 내·외부 이해관계자들의 관심사를 적절히 반영하였으며 이해관계자에게 중요이슈를 포함하고 있다고 판단합니다.
- 본 검증인은 이해관계자 관심사와 관련하여 누락된 중요한 이슈가 있다고 판단하지 않습니다.

중대성(Materiality)

본 보고서는 롯데쇼핑 지속가능 성과와 관련된 중대한 이슈들을 사업 운영 및 이해관계라는 측면에서 균형 있게 보고하고 있는가?

- 본 검증인은 보고서가 롯데쇼핑 사업운영에 대한 지속가능경영 성과와 관련된 중요 정보를 포함하고 있다고 판단합니다.
- 본 검증인은 롯데쇼핑 지속가능경영 성과와 관련되어 누락된 중요한 정보가 있다고 판단하지 않습니다.
- "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, 집계, 보고 과정 상의 오류는 발견되지 않았습니다.

관찰사항 및 향후 고려 사항(Issued for further consideration)

- 롯데쇼핑은 지속가능성 이슈에 대해 지난 수년간 정책 및 경영시스템을 개선해 나가고 있습니다.
- 본 보고서에서 제품의 지속가능성 이슈를 신규로 추가한 것은 매우 긍정적으로 평가되며, 지속가능경영을 내부 운영상의 영향에서 외부적인 영향으로까지 확대하였다는 점에 의미가 크다고 할 수 있습니다.
- 대부분의 지속가능경영 활동이 개별적으로 진행되고 있으며, 전사 통합적인 지속가능경영 프레임워크가 요구됩니다.
- 본 검증인은 따라서 아래와 같이 권고합니다.
 - 본 검증인은 롯데쇼핑이 운영활동 전반에 걸쳐 지속가능경영 체계를 지속적으로 개선하고 발전시켜 나갈 것을 권고하며, 해외사업으로 지속가능경영 체계를 확대 적용할 것을 권고합니다.
 - 전사 차원의 중장기적 지속가능성 목표를 설정하고 지속가능경영 성과를 체계적으로 관리할 것을 권고하며, 경영진이 주기적으로 지표를 모니터링할 수 있도록 정기적인 내부 보고 체계를 마련할 것을 권고합니다.
 - 지속가능경영 정책 및 프로세스를 일원화함으로써 각각의 사업부문에 걸쳐 잠재적인 시너지효과를 통한 경영 효율성 향상을 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 검증기관으로서, 본 검증인은 롯데백화점과 독립성과 자율성을 저해하는 어떠한 이해관계도 맺지 않았음을 확인합니다.



August 22, 2011
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 공개 안 됨 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	2-3	●	
조직프로파일				
2.1	조직명	4-5	●	
2.2	대표 브랜드, 제품 및 서비스	4-5	●	
2.3	조직의 운영구조	4-5	●	
2.4	본사 · 본부 위치	4-5	●	
2.5	해외사업장의 위치 및 국가 수, 주요 사업장이 있거나 보고서에서 다루는 지속가능성 이슈사항과 구체적 연관성을 가진 국가명	7	●	
2.6	소유구조 특성 및 법적 형태	4, 107	●	
2.7	활동 시장 형태	4-7	●	
2.8	보고 조직의 규모	4-7	●	
2.9	보고 기간동안의 규모, 구조, 소유구조상의 중대한 변화	4-7	●	
2.10	보고 기간 동안의 수상 내역	8-9, 109	●	
보고 파라미터				
3.1	보고 기간	1	●	
3.2	최근 보고서의 발간일자	1	●	
3.3	보고 주기	1	●	
3.4	보고서 및 보고서 내용에 대한 문의처	1	●	
3.5	보고 내용 정의 · 결정을 위한 프로세스	108	●	
3.6	보고 범위	1	●	
3.7	보고 범위 및 경계에 대한 구체적 제한사항	1	●	
3.8	합작회사, 자회사, 외주운영사 등 기간별 및 조직 간의 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	-	○	
3.11	이전 보고 기간 대비 범위, 경계, 측정방법의 변경사항	1	○	
3.12	보고서 내의 표준공시 사항의 위치를 나타내는 표	112	●	
3.13	보고서의 외부 검증에 대한 정책 및 현재 관행	110	●	
지배구조, 위원회, 참여				
4.1	조직의 지배구조	107	●	
4.2	이사회 의장의 임원 겸직 여부를 기술하고 임원인 경우 경영진 내에서의 역할 및 의장 임명 이유 기술	107	●	
4.3	이사회가 임원화된 조직의 경우, 이사회에서 독립적인 또는 임원이 아닌 구성원의 수	107	●	
4.4	주주와 직원들이 이사회에 조언을 하거나 방향을 제시하는 메커니즘	107	●	
4.5	이사회 구성원, 고위관리자, 임원들에 대한 보상과 조직의 성과 간의 관계	107	●	
4.6	이사회내 이해관계상의 충돌 방지를 위한 프로세스	107	●	
4.7	경제, 환경, 사회에 대한 조직의 전략을 보조하기 위한 이사회 구성원의 자격 및 전문성을 결정하는 프로세스	107	○	
4.8	경제, 환경, 사회성과 및 활동과 관련하여 내부에서 개발된 미션 또는 핵심가치에 대한 진술문, 행동강령 및 원칙	6, 10-11	●	
4.9	이사회내 경제, 환경, 사회 성과 파악 및 관리를 위한 절차	-	○	
4.10	이사회 자체 성과 평가 프로세스	-	○	

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

G3 조항번호	내용	페이지	보고수준	비고
4.11	사전예방 접근방법 또는 원칙의 채택여부 및 채택방식	-	○	
4.12	조직이 가입하거나 지지하고 있는 외부에서 개발된 경제, 환경, 사회 현장, 원칙 또는 기타 이니셔티브	8-9, 64, 73	●	
4.13	협회, 국내·국제 단체에서의 주 회원자격	-	○	
4.14	참여한 이해관계자 목록	108	●	
4.15	참여한 이해관계자 파악 및 선별기준	108	●	
4.16	형태, 이해관계자 그룹별 참여빈도를 포함한 이해관계자 참여방식	103, 108	●	
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 주요 주제와 관심사 및 이에 대한 대처방안	108	●	

경영접근방식 및 성과지표

경제				
EC1	직접적인 경제제 가치 창출 및 배분	105	●	
EC2	기후변화에 대한 재무적인 영향과 사업 활동에 대한 기회 및 리스크	14-25	●	
EC3	연금혜택 계획에 의한 조직의 보상범위	65	●	
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	39	●	
EC7	주요 사업장의 현지인 고용 절차 및 고위관리자 비율	7	●	
EC8	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동과 효과	86-92	●	
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	16-17	●	
EN4	1차 에너지원별 간접에너지 소비량	16-17	●	
EN5	절약 및 효율향상으로 절감된 총 에너지량	16-17	●	
EN6	에너지 효율적인 또는 재생가능한 에너지를 사용하는 제품 및 서비스를 제공하기 위한 이니셔티브 및 이러한 이니셔티브 결과로써 나타나는 에너지 감축량	20-25	●	
EN7	간접에너지 소비를 줄이기 위한 이니셔티브 및 성과	20-25	●	
EN8	공급원별 총 취수량	18	●	
EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	18	●	
EN11	생태계 보호 지역 또는 인근 지역에 있는 소유, 임대, 관리 토지 위치 및 크기	-	N/A	해당 없음
EN12	생태계 보호 지역 또는 인근 지역에서의 기업 활동, 제품 또는 서비스로 아기되는 중요한 영향	-	N/A	해당 없음
EN16	직·간접 온실가스 총 배출량	17	●	
EN17	기타 간접 온실가스 배출량	17	●	
EN19	오존층 파괴물질 배출량	-	○	
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	19	●	
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	-	N/A	법규준수, 해당사례 없음
EN26	제품 및 서비스의 환경 영향을 저감하기 위한 이니셔티브와 영향 감소의 정도	34-39	●	
EN27	제품 카테고리별 판매된 제품 및 관련 포장재의 재생비율	23	●	
EN28	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비규전적 제재 건수	-	N/A	해당사례 없음

● : 보고서에 공개됨 ○ : 보고서에 일부 공개 ◌ : 보고서에 공개 안 됨 N/A : Not available

G3 조항번호	내용	페이지	보고수준	비고
사회 : 노동및 관행				
LA1	고용 유형, 고용 계약 및 지역별 인력 현황	106	●	
LA2	연령별, 성별, 지역별 이직 건수 및 비율	106	●	
LA4	단체 교섭 적용 대상 직원 비율	102	●	
LA5	조직운영의 중요한 변동사항에 대한 최소 통지 기간, 단체협약상 해당 조항은 없으나 업무단체 협약에 이의 명시 여부	102	○	단체협약상 해당조항은 없으나 업무 협조건, 메신저, 게시판 등을 통해 수시 통보
LA7	지역별 부상, 직업병, 손실 일수, 결근 및 업무 관련 재해 건수	64	○	
LA8	심각한 질병에 관하여 직원 및 가족, 그리고 지역 주민을 지원하기 위한 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험 관리 프로그램	64	○	
LA10	종업원 직급별 일인당 연평균 교육시간	56	●	
LA11	기술관리와 직원들의 지속적인 고용가능성을 지원하고 퇴직 관리를 돕는 평생 교육 프로그램	57, 65	●	
LA12	정기적으로 성과 및 경력 개발 평가를 받는 직원 비율	60-61	●	
LA13	성별, 연령별, 소수그룹 멤버십, 기타 다양성 관련 지표별 거버넌스 기구의 구성 및 종업원 수	62-63	●	
LA14	종업원 카테고리별 남녀 직원 간의 기본 임금 비율	63	●	
사회 : 인권				
HR1	인권보호 조항이 포함되거나 인권 심사를 통과한 주요 투자 협약 건수 및 비율	73-74	○	
HR2	주요 공급업체 및 계약업체에 대한 인권 심사 비율	73-74	○	
HR4	총 차별 사고 건수 및 관련 조치	63,79	○	
HR5	결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 사업장(업무 분야) 및 해당 권리를 지지하기 위한 조치	102	●	
HR6	아동 노동 발생 위험이 높은 사업장(업무 분야) 및 아동 노동 근절을 위한 조치	95-96	○	
HR7	강제 노동 발생 위험이 높은 사업장(업무 분야) 및 강제 노동 근절을 위한 조치	95-96	○	
HR8	업무와 관련 한인권 정책 및 절차교육을 이수한 보안 담당자 비율	95-97	○	
사회 : 사회				
SO1	업무 활동의 시작, 운영, 종료 단계에서 지역사회에 미친 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	94-96, 82	○	
SO2	부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율	94-96	●	
SO3	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	94	●	
SO4	부패 사건에 취해진 조치	96	●	
SO5	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비 활동 참여	94-96	●	
SO8	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재	-	N/A	
사회 : 제품책임				
PR1	개선을 목적으로 한 제품 및 서비스 사용 기간 동안 고객의 건강 및 안전 영향 평가 절차, 해당 평가가 실시된 주요 제품 및 서비스의 비율	28-32	●	
PR3	절차상 요구되는 제품 및 서비스 정보 유형, 그러한 정보 요건이 적용되는 주요 제품/서비스의 비율 고객 만족도 조사 결과를 포함한 고객 만족 관련 활동	33	○	
PR5	고객 만족도 조사 결과를 포함한 고객 만족 관련 활동	43	●	
PR6	광고, 판촉, 스폰서십 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 준수 프로그램	73-74	●	
PR9	제품 및 서비스 공급 및 사용에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 액수	-	N/A	해당 사례 없음

「롯데쇼핑 2011 지속가능성보고서」에 대한 의견을 부탁드립니다

롯데쇼핑 2011 지속가능성보고서에 대한 독자 여러분의 관심에 감사드립니다.
 보고서 내용의 충실성과 완성도를 높이기 위해 이해관계자 여러분의 소중한 의견을 듣고자 합니다.
 작성해 주신 내용은 향후 발간될 보고서에 반영하도록 하겠습니다.

주소 100-721 서울특별시 중구 소공동 1번지 롯데쇼핑센터빌딩 17층

담당부서 롯데백화점 경영기획팀 사회공헌담당

전화번호 02-2118-2031

팩스 02-2118-2280

이메일 nathun@lotteshopping.com

1. 귀하께서는 다음 중 어느 그룹에 속하십니까?

- | | | | |
|---|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 고객 | <input type="checkbox"/> 임직원 | <input type="checkbox"/> 주주 | <input type="checkbox"/> 투자자 |
| <input type="checkbox"/> 협력회사 | <input type="checkbox"/> 지역주민 | <input type="checkbox"/> 정부관계자 | <input type="checkbox"/> 연구소, 학계 관계자 |
| <input type="checkbox"/> NGO | <input type="checkbox"/> 컨설팅기관 | <input type="checkbox"/> 언론 | <input type="checkbox"/> 지속가능경영 |
| <input type="checkbox"/> 기타() | | | |

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

- 매우 그렇다 그렇다 보통이다 아니다 매우 아니다

3. 본 보고서에서 관심 있게 보셨거나 찾고자 한 정보는 어떤 것입니까?

- | | | | |
|------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 기업개요 | <input type="checkbox"/> 경영전략 | <input type="checkbox"/> 투자정보 | <input type="checkbox"/> 고객 서비스 |
| <input type="checkbox"/> 임직원 관련 정보 | <input type="checkbox"/> 사회공헌 | <input type="checkbox"/> 환경경영 | <input type="checkbox"/> 기타() |

4. 롯데백화점의 보고서에 대해 어떻게 평가하십니까?

	매우 도움됨	도움됨	보통	부족함	매우 부족함
Business Overview	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Environment Equal Project	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Product Equal Project	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Customer Equal Project	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Workplace Equal Project	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Supplier Equal Project	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Society Equal Project	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Our Culture	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

6. 롯데쇼핑의 지속가능경영에 대한 의견이나 제안을 자유롭게 작성해 주십시오.

설문에 응해 주셔서 감사합니다





Contact us

롯데백화점 기획부문 경영기획팀 사회공헌담당

주소 서울특별시 중구 소공동 1 롯데쇼핑센터빌딩

전화 02-2118-2030~5 팩스 02-2118-2280

이메일 nathun@lotteshopping.com

롯데마트 전략본부 경영전략부문 경영전략팀

주소 서울특별시 송파구 올림픽로 269 롯데캐슬골드 6, 7층

전화 02-2145-8048 팩스 02-2145-8567

이메일 rick1217@lottemart.com



서울시 중구 소공동 1 우편번호 100-721
1 Sogong-dong, Joong-gu, Seoul 100-721 Korea
Tel. 02-771-2500



본 보고서는 *FSC(Forest Stewardship Council/산림관리 협의회) 인증을 받은 친환경 용지에 콩기름 잉크로 인쇄되었습니다.