

LOTTE SHOPPING
SUSTAINABILITY
REPORT 2012

THINK

TOMORROW



Reader's Guide

1. GRI G3.1 가이드라인 적용

2012 롯데쇼핑 지속가능성보고서는 Sustainability Reporting Guidelines by Global Reporting Initiative에 의거한 요구사항에 따라 작성되었습니다. 보고서에는 프로필 공시사항이 모두 포함되어 있으며, 각 지표 범주에 대한 경영방식 공시와 핵심성과지표를 중요성의 원칙에 따라 최대한 담고 있습니다.

2. 지속가능성보고서의 범위

2012 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

2012 롯데쇼핑 지속가능성보고서의 대상기간은 2011년 1월 1일부터 2011년 12월 31일 까지이나 필요할 경우 계속기업의 원칙에 따라 2012년 상반기에 수행한 지속가능경영 활동의 일부를 포함하고 있습니다. 정량적 성과의 경우 최근 3년 이상의 데이터를 제시하여 트렌드를 분석할 수 있도록 하였습니다.

4. 지속가능성보고서의 검증

본 보고서의 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 미래기획팀 CSR담당

주소 서울특별시 중구 소공동 1
롯데쇼핑센터빌딩 17층

전화 02-2118-2030~5

팩스 02-2118-2280

이메일 maw@lotteshopping.com

롯데마트 상품본부 홍보부 동반성장전략팀

주소 서울특별시 송파구 올림픽로 269
롯데캐슬 6, 7층

전화 02-2145-8697

팩스 02-2145-8576

이메일 rakoon85@lottomart.com

홈페이지

롯데백화점 www.lotteshopping.com

롯데마트 www.lottemart.com

롯데그린 www.lottegreen.co.kr

롯데쇼핑전자공시 www.lotteshoppingir.com

Contents

Overview	02_CEO Message 06_Business overview 08_Global Business 09_지속가능경영 전략 10_지속경영 KPI 11_롯데 쇼핑 대외 수상 인증 12_2011 Highlights
Environment Equal Project	<p>EQUAL PROJECT 01 Environmental Management 15 온실가스 관리' 에너지 관리' 용수 및 폐기물 관리</p> <p>EQUAL PROJECT 02 Environmental Offset 19 고효율 에너지 설비' 신재생 에너지 설비' 포장재 줄이기' 친환경 매장 구축' 환경 캠페인 활동</p>
Product Equal Project	<p>EQUAL PROJECT 03 Product Quality & Safety 27 상품 안전 관리' 식품 위생 관리' 상품 정보 제공</p> <p>EQUAL PROJECT 04 Sustainability in products 31 친환경 상품 판매 확대' 지역상품 유통</p>
Workplace Equal Project	<p>EQUAL PROJECT 05 HR Management 35 임직원 역량 개발' 전문인력 양성' 글로벌 인재양성' 공정한 성과평가</p> <p>EQUAL PROJECT 06 Work & Life Balance 40 전 균등기회 제공' 임직원 복지제도' 가족친화경영</p>
Supplier Equal Project	<p>EQUAL PROJECT 07 Supplier management 45 협력회사 소통' 공정거래 자율준수' 협력회사 인력 육성</p> <p>EQUAL PROJECT 08 Supplier support 49 협력회사 금융지원' 상품개발 및 인력지원' 동료사원 섬김경영' 공급망 관리</p>
Society Equal Project	<p>EQUAL PROJECT 09 Citizenship Input Management 55 사회공헌 전략' 사회공헌 투입요소 관리</p> <p>EQUAL PROJECT 10 Citizenship Output Monitoring 58 출산장려 사회공헌' 지역 사회공헌' 글로벌 사회공헌' 문화 사회공헌</p>
Customer	67_고객만족도 제고 68_커뮤니케이션 69_온라인 채널 강화 70_고객 관계 관리 71_고객정보 보호 72_안전한 쇼핑 공간
Our Culture	74_윤리경영 76_경영 혁신 78_소통 경영 79_신뢰와 존중의 노사 문화 80_이해관계자와의 소통
Appendix	82_경제적 성과 83_기업지배구조 84_지속가능경영 이슈 선정 85_환경·사회 영역 중대 이슈별 성과 86_제3자 검증 의견서 88_온실가스 에너지 목표 관리제 검증 의견서 89_GRI Index 90_UN Global compact

글로벌 지속가능기업을 향한 힘찬 도전과 성장을 약속합니다.

롯데쇼핑은 창립 이래 눈부신 성장을 거듭하며
명실상부한 국내 최고의 유통기업으로
자리매김하였습니다.

이제 롯데쇼핑은
'존경받는 글로벌 지속가능기업'이라는
또 하나의 목표를 달성하고자 합니다.

이해관계자들의 다양한 관심과 요구는
롯데쇼핑이 목표를 달성하는데 있어
필수적인 요소입니다.

항상 이해관계자들의 목소리에 귀기울이고,
함께 성장해 나갈 것을 약속드립니다.

CEO Message

“글로벌 지속가능기업의 꿈을
모든 이해관계자들과 함께 하겠습니다.”



롯데쇼핑(주) 대표이사 사장
신현

롯데쇼핑은 고객, 임직원, 협력회사, 지역사회 등 모든 이해관계자들이 풍요롭고 행복한 삶을 누리는 것을 목표로 지속가능경영을 추진하고 있습니다. 이러한 경영활동은 궁극적으로 롯데쇼핑의 기업 가치를 극대화하고 지속적으로 성장할 수 있는 원동력이 된다는 굳은 믿음을 가지고 있습니다.

지난해 롯데쇼핑은 글로벌 경제위기와 장기적인 경기침체 속에서도 괄목할만한 성과를 이뤄냈습니다. 신규 출점과 사업 다각화, 해외 사업 확대를 통해 글로벌 유통기업의 기반을 공고히 하였고, 전세계 기후변화에 대응하기 위해 온실가스 감축, 녹색 점포 운영 및 친환경 상품 판매 확대 등의 노력을 기울였으며, 협력회사와의 동반성장을 강화하기 위해 소통채널을 확대하고 체계적인 지원 프로그램을 개발·운영하였습니다.

이러한 성과를 인정받아 롯데쇼핑은 2011년 다우존스 지속가능경영지수(DJSI) World 부문에 3년 연속 편입되었으며 유통부문에서 2년 연속 1위(Supersector Leader)에 선정되었습니다. 또한 세계적인 경제전문지 포브스가 선정한 글로벌 2000대 기업에서 백화점 부문 세계 4위에 오르기도 했습니다. 이는 세계적인 유통기업들과 어깨를 견주는 롯데쇼핑의 위상을 확인하는 기회가 되었습니다.

그러나 롯데쇼핑은 이에 만족하지 않고 위상에 맞게 더 큰 책임감을 가지고 지속적인 변화와 혁신을 추구할 것입니다. 또한 재무적 이익과 사회·환경적 성과의 균형을 동시에 추구하고, 목표와 진행상황을 지속적으로 재점검하여 그 결과를 지속가능성보고서에 투명하게 담을 수 있도록 노력할 것입니다.

지속가능기업을 향한 롯데쇼핑의 열정과 도전에 이해관계자 여러분의 많은 관심과 참여를 부탁드립니다. 감사합니다.



“업계 선도 사회적 책임 경영을 통해
풍요로운 사회를 만들겠습니다.”

롯데쇼핑(주) 마트사업본부 대표
노 병 용

롯데마트는 고객만족, 동반성장, 사회·윤리적 책임을 다하여 모든 이해관계자들에게 행복을 드리는 기업이 되기 위해 노력하고 있습니다.

지난해 사회적으로 가치있는 상품을 제공하고자 상품혁명을 선포하였고, 중소기업과 동반성장을 위해 내놓은 ‘통큰 상품’과 ‘손큰 상품’ 등의 차별화된 상품을 개발하였습니다. 또한 유통업계 최초의 ‘녹색경영시스템 인증 획득’, 전 임직원이 참여하는 ‘행복드림 봉사단’ 출범, 국가 고객만족도(NCSI) 대형할인점 부문 1위 선정 등 다양한 방면에서의 사회공헌과 환경경영의 성과를 창출하였습니다. 특히 사회적 이슈가 되고 있는 상생경영을 위해 협력업체와의 파트너십을 견고히 구축하여, 국내뿐 아니라 해외에서도 동반성장을 할 수 있는 기반을 마련하였습니다.

롯데마트는 지난해 9월 중국 지린성에 휘위안점을 오픈해 국내 유통업계 최초로 글로벌 200호점을 돌파하는 등 중국, 인도네시아, 베트남 3개국에 다수의 점포를 운영하며 명실공히 국내를 대표하는 글로벌 유통기업으로 올라섰습니다.

앞으로 롯데마트는 규모의 성장과 내실 효율화를 동시에 추구하여 일류회사의 기반을 지속적으로 다져 나가겠습니다. 또한 환경과 상생을 비롯한 사랑받는 기업이 가져야 할 사회적 책임 역시 업계를 선도해 나가겠습니다. 향후에도 롯데마트가 여러분께 더 큰 풍요로움을 드릴 수 있도록 많은 관심과 격려를 부탁드립니다.

“친환경 유통문화 정착에 앞장서겠습니다.”

롯데슈퍼는 지난 2000년 4월 롯데쇼핑(주)의 슈퍼사업부로 사업을 시작한 이래 지속적인 성장을 거듭해오고 있습니다.

‘신선한 상품, 정다운 이웃’이라는 슬로건 아래, 지역 생산물 우선 취급 및 지역 주민 우선 고용 정책을 시행하여 지역 활성화에 기여하고 있고, 고객이 보다 가까이에서 편리하고 쾌적한 쇼핑을 즐길 수 있도록 하는 고객중심의 새로운 유통문화를 만들어 가고 있습니다. 또한 기후변화와 환경에 대한 이해관계자들의 인식이 높아짐에 따라 경영의 모든 의사결정에 환경 기준을 적용, 친환경 상품 유통 확대, 에너지 절감 및 녹색구매 강화를 통해 지속가능경영을 실천하기 위해 최선을 다하고 있습니다.

앞으로도 롯데슈퍼는 지역사회와 소통하며, 환경 및 사회적 책임을 다하는 지속가능기업으로 성장해 나가기 위해 노력할 것입니다



롯데쇼핑(주) 롯데슈퍼 대표
소진세

“고객 만족과 환경사랑의 가치를 최우선으로 삼겠습니다.”

롯데시네마는 국내외에서 멀티플렉스 시네마 운영과 영화 투자 및 배급 사업을 수행하고 있는 글로벌 토탈 엔터테인먼트 기업입니다.

영화관 입지 선정에서부터 각종 서비스까지 인간 사랑, 자연/환경 사랑, 영화 사랑이라는 신조를 바탕으로 사업활동을 전개하고 있는 롯데시네마는 친환경적인 시설과 최첨단 장비를 통해 쾌적한 영화 관람 환경을 구현할 뿐 아니라, 고객이 미처 생각하지 못한 다양한 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

향후 고객만족을 최우선의 가치로 삼고 다양한 이해관계자의 니즈를 만족시킴으로써 롯데시네마가 존경받는 글로벌 지속가능기업으로 한 걸음 더 발전하는데 기여할 수 있도록 노력하겠습니다.



롯데쇼핑(주) 시네마사업본부 대표
손광익

Business overview

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

사업개요 ● 2011년 롯데쇼핑은 백화점 4개점(국내 3개점 / 해외 1개점), 마트 26개점(국내 5개점 / 해외 21개점) 등 전 사업부문에 걸쳐 지속적인 신규 출점을 하였으며, 아울렛 사업, 쇼핑몰 사업, 카테고리리킬러 등 신업태사업, Fashion Brand 사업(해외 유명브랜드 개발 및 수입) 등의 국내 신규사업 또한 활발하게 추진하고 있습니다. 아울러 2010년에는 GS리테일의 백화점 3개점과 마트 14개점을 인수하는 등 적극적인 M&A활동을 통해 국내 유통업계에서 확고한 시장위치를 점하는 한편, 공격적 출점을 통해 소비 형태 변화 추세에 능동적으로 대처해 나가고 있습니다. 해외사업부에서 백화점 사업부문은 2007년 9월 러시아 모스크바에 해외 1호점을 오픈했고,

2008년 8월 중국 베이징 2호점 오픈에 이어 2011년 6월에는 중국 텐진에 3호점(중국 2호점)을 오픈하였습니다. 또한, 마트 사업부문은 미래 신성장 동력을 얻기 위해 2008년 중국 마크로 8개 점포 인수를 시작으로 2009년 중국내 확실한 입지 구축을 위하여 대형마트 체인 TIMES(대형마트 54개점, 슈퍼 11개점)을 인수하였고 2011년에는 중국 15개점, 인도네시아 6개점을 추가 오픈하여 해외 124개점을 운영중이며, 향후에도 해외사업의 적극적인 진출을 계획하고 있습니다.

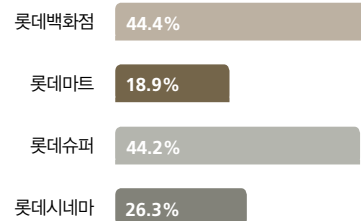
* 본 보고서의 비재무적 성과 부분은 롯데쇼핑의 4개 사업부문 중 백화점과 마트 사업부문의 성과를 대상으로 작성되었습니다.

롯데쇼핑 기업 개요

회사명	롯데쇼핑(주)
설립일	1979년 11월 15일
대표이사	신헌
사업내용	대규모 소매업
임직원 수	24,801명
자본금	1,452억원

국내 M/S현황

(2011년 연간/공시기준)



롯데쇼핑 사업부 주요 현황

*2011년 12월 31일 현재

사업부	설립일	점포현황	주요 상품
롯데백화점	1979년 11월	39개점(국내 36점*, 해외 3점)	의류, 잡화, 가전, 가구, 보석, 식품
롯데마트	1998년 4월	219개점(국내 95점, 해외 124점)	식품, 생필품, 의류, 잡화
롯데슈퍼	2001년 5월	350개점	식품, 생필품, 잡화
롯데시네마	1999년 10월	83개점(국내 75점, 해외 8점)	영화 투자·배급, 영화 상영

*백화점 30개점, 아울렛 5개점, 롯데몰 1개점 (별도법인 수탁운영 6개점 포함)



롯데백화점 ● 롯데백화점은 국내 백화점 업계 1위 기업으로서 2011년에도 백화점과 아울렛의 신규 출점을 통해 10% 이상의 매출 신장을 기록하였습니다. 국내에서는 라이프스타일센터(LSC)인 롯데몰 대구 이시아폴리스점, 프리미엄 아울렛 파주점, 롯데몰 김포공항점을 차례로 오픈하는 한편, 해외에서는 중국 텐진 동마로점을 성공적으로 오픈하며 해외 출점 또한 지속적으로 가속화하고 있습니다. 한편 2012년 4월에는 세계적인 경제 전문지 포브스가 선정한 글로벌 2000대 기업에서 백화점부문 세계 4위에 오르면서 세계 유통 시장 속에서 롯데백화점의 위상을 확인하는 기회가 되었습니다.

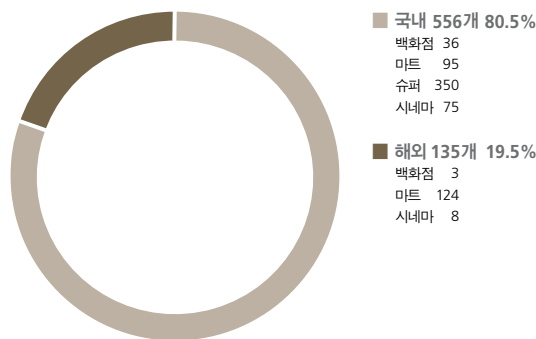
롯데마트 ● 2011년 롯데마트는 지속적인 국내외 신규점포 오픈, 상품 MD 혁신 및 경영 효율 제고를 통해 17%의 매출신장률을 기록했습니다. 롯데마트는 2011년 국내 5개점, 해외 21점 등 총 26개점을 성공적으로 개점하였습니다. 또한 가격경쟁 대신 새로운 상품 가치를 제공하는 '가치혁신상품'을 선보였으며, 완구 전문점인 '토이저러스' 및 디지털 가전 체험매장인 '디지털파크'의 지속적인 개점을 통해 신성장 동력을 확보해 나가고 있습니다.

롯데슈퍼 ● 2011년 롯데슈퍼는 사업 진출 10주년을 맞아 매출 뿐만 아니라 지속적인 출점을 진행하여 점포 수에서도 선도업체의 위상을 더욱 확고히 하였습니다. 롯데슈퍼는 신선한 농산물과 육류, 생선 뿐 아니라 우수한 포장식품과 일용품, 가정용품을 엄선하여 합리적인 가격에 판매함으로써 각 지역 사회에 쇼핑 편의를 제공하고 있습니다. 또한 중소상인들과의 상생 경영을 위해 취급품목 조정, 지역 특산물 구매 등의 상생협력 방안에 대해서도 지속적으로 실천해 나가고 있습니다.

롯데시네마 ● 롯데시네마는 영화 관람, 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.

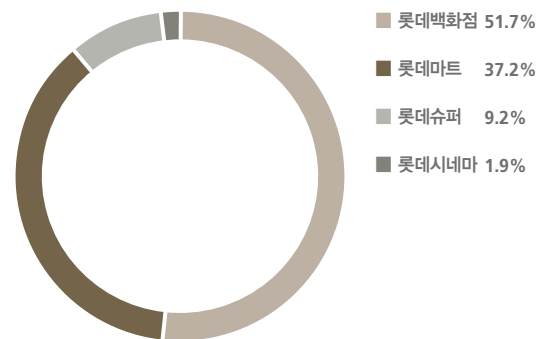
롯데쇼핑 국내외 점포 현황

(2011년 12월 31일 현재)



롯데쇼핑 사업부별 매출 구성비

(2011년 총 매출액/공시기준)



Global Business

롯데쇼핑은 2018년까지 'Global TOP5 롯데백화점', 'No.1 Asia Retailer 롯데마트'라는 비전을 선언하며 적극적인 해외사업을 추진하고 있습니다.

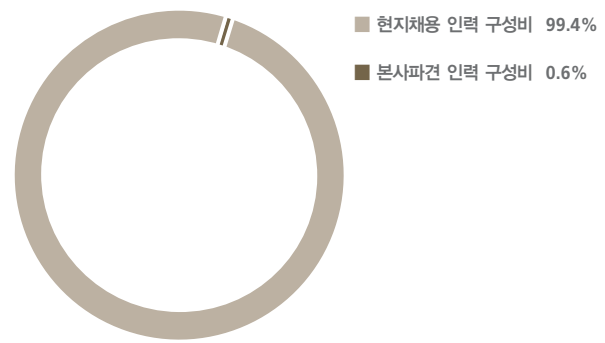
글로벌 전략 - Strategy for VRICs ● 롯데쇼핑은 현재 베트남, 러시아, 인도네시아, 중국 4개 국가를 중점으로 신규 점포 오픈 뿐 아니라 활발한 M&A활동을 펼치며 빠른 현지화 전략을 실현해 나가고 있습니다.

롯데백화점은 2007년 9월 러시아 모스크바점의 성공적인 오픈을 시작으로, 2008년 베이징점, 2011년 텐진 동마로점을 차례로 오픈하였습니다. 2018년까지 총 38개 점포 출점을 경영목표로 두어 2012년에도 텐진 문화중심점 개점을 시작으로 지속적인 신규점포의 출점을 계획하고 있습니다. 롯데마트도 2011년 중국 15개점, 인도네시아 6개점을 성공적으로 오픈하였으며, 2014년까지 중국 174점, 인도네시아 40점, 베트남 15개점 출점을 목표로 하고 있습니다.

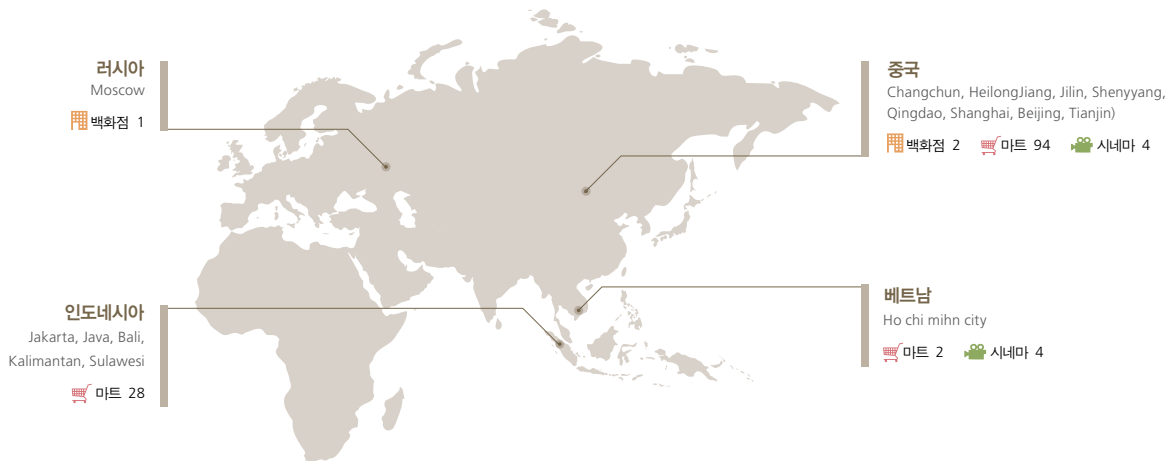
* 브릭스(VRICs) 4개국 =
베트남(Vietnam) + 러시아(Russia) + 인도네시아(Indonesia) + 중국(China)

해외 인력 운영 현황

*백화점 및 마트 기준



롯데쇼핑 사업부별 해외 출점 현황



해외 인력 현황

구분	현지 채용 인력 직무내용	현지 형태	백화점	마트
중국	점장, 부점장, 마케팅, 영업관리, 지원, 인사 등	법인, 대표사무소	908	17,194
러시아	점장, 마케팅, 영업관리, 지원, 인사, 전산 등	법인, 대표사무소	129	-
베트남	시장 및 부지조사, 사무 등	대표사무소	21	572
인도네시아	시장 및 부지조사, 사무 등	대표사무소	23	2,190
계			1,081	19,956

지속가능경영 전략

롯데쇼핑은 지속가능경영을 통해 기업이 추구하는 재무적 성과와 비재무적 성과의 지속가능한 성장을 하기 위해서 재무적 성과와 비재무적 성과가 서로 균형있게 발전하는 것은 필수적인 요소입니다. 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 5개 주요 영역과 함께 총 10개의 세부 Project로 구성되어 있습니다. 이 보고서는 롯데쇼핑의 지속

가능경영 전략이 환경, 상품, 협력회사, 사회공헌, 임직원 영역에서 어떻게 수립되고 추진되고 있는지를 이해관계자 여러분들과 공유하고자 하는 데에 초점을 맞추어 제작되었습니다.

롯데쇼핑 Equal Project 개념도



지속경영 KPI

01 Environmental Management

주요 관리 지표 (KPI)	구분	2009	2010	2011
온실가스 배출량 (tCO ₂ e)	백화점	242,092	256,875	276,953
	마트	251,186	312,622	337,299
전력 사용량 (MWh)	백화점	450,220	475,091	512,098
	마트	455,760	526,200	574,939
연료 사용량 (만 Nm ³)	백화점	1,370	1,508	1,639
	마트	1,637	1,842	1,808
수도 사용량 (천 ton)	백화점	-	-	-
	마트	2,993	3,016	3,521

03 Product Quality & Safety

주요 관리 지표 (KPI)	구분	2009	2010	2011
HACCP 인증 점포수 (점)	백화점	5	7	10
위해상품 차단 시스템 인증 점포수 (점)	마트	84	90	95
LFS (Lotte Mart Food Safety Audit) (점)	마트	95.4	95.7	94.8

05 HR Management

주요 관리 지표 (KPI)	구분	2009	2010	2011
임직원 총교육비 (백만 원)	백화점	4,125	4,799	6,515
	마트	2,601	3,025	3,421
임직원 인당 교육시간 (시간)	백화점	163	163	180
	마트	107	103	123
임직원 퇴직율 (%)	백화점	0.4	0.5	0.7
	마트	0.7	1.0	0.9

07 Supplier Management

주요 관리 지표 (KPI)	구분	2009	2010	2011
협력회사 컨벤션 참여 협력회사 수 (개)	백화점	233	272	484
	마트	-	-	42
중소기업박람회 참여 협력회사 수 (개)	마트	-	-	187
	백화점	-	-	-
동료사원 교육 수료 인원 (명)	백화점	75,678	83,461	119,586

09 Citizenship Input Management

주요 관리 지표 (KPI)	구분	2009	2010	2011
사회공헌성 비용 (억 원)	백화점/마트	123	152	157
봉사동호회 (개)	백화점/마트	76	100	139
봉사참여 임직원 수 (명)	백화점/마트	6,006	6,644	10,636
임직원 봉사활동 시간 (시간)	백화점/마트	19,403	25,167	51,718

11 Customer

주요 관리 지표 (KPI)	구분	2009	2010	2011
[외부] 고객 만족도 지수 평가 (점)	백화점	72	73	75
	마트	72	72	73
[내부] 고객 만족도 지수 평가 (점)	백화점	76.5	80.1	*77.2
	마트	61.8	90.4	94.3
고객불만 접수 건수 (건)	백화점	25,829	21,976	18,173
	마트	13,429	16,805	16,455

* 2011년 백화점 내부평가 기준 강화로 인한 점수 하락

02 Environmental Offset

주요 관리 지표 (KPI)	구분	2009	2010	2011
그린마일리지 적립액 (백만 원)	마트	97	109	154
환경부 녹색매장 지정 점포수 (*시범사업 참여 점포수) (개)	백화점	-	3*	3
친환경 건축물 인증 점포수 (개)	마트	-	2*	15
친환경 건축물 인증 점포수 (개)	마트	-	1	2
친환경 시용품 증정수 (개)	백화점	428,417	406,803	504,641
녹색 구매액 (억 원)	백화점	96	86	87
	마트	42	100	102
어린이 미술대회 참여자 수 (명)	백화점	11,689	10,662	10,472
	마트	210	210	210
폐기물 재활용률 (%)	백화점	69.1	68.8	69.1
	마트	68.9	68.8	68.2

04 Sustainability in Products

주요 관리 지표 (KPI)	구분	2009	2010	2011
친환경 전문 브랜드 매출액 (억 원)	백화점	268	339	391
친환경 PB상품 매출액 (억 원)	마트	114	256	330
산지 직거래 상품 매출액 (억 원)	마트	3,051	4,335	5,208

06 Work & Life Balance

주요 관리 지표 (KPI)	구분	2009	2010	2011
여성 인력 고용 비율 (%)	백화점	54.6	52.7	51.7
	마트	63.4	64.1	65.8
여성 관리자 비율 (%)	백화점	3.3	3.9	4.3
	마트	4.1	4.9	6.4
장애인 고용 비율 (%)	백화점	2.6	3.1	3.4
	마트	2.0	2.3	2.5

08 Supplier Support

주요 관리 지표 (KPI)	구분	2009	2010	2011
협력회사 단기 자금 지원액 (억 원)	백화점	45	41	112
구매대금의 현금결제 비율 (%)	백화점	51.1	59.1	95.1
협력회사 상생 펀드 지원액 (억 원)	백화점	-	56	486
	마트	-	154	515

10 Citizenship Output Monitoring

주요 관리 지표 (KPI)	구분	2009	2010	2011
사랑나눔캠페인 기금 집행 (백만 원)	마트	-	29	125
해외 일대일 결연 아동 숫자 (명)	백화점	440	600	600
문화센터 수강 회원 수 (명)	백화점	401,122	558,547	650,000
	마트	382,966	412,738	524,381

12 Our Culture

주요 관리 지표 (KPI)	구분	2009	2010	2011
윤리교육 참여 인원 (명)	백화점	-	373	407
윤리경영 위반 사례 (건)	백화점	20	17	17
	마트	-	37	42
Lean 방식 도입에 의한 비용 절감액	백화점	16,315	20,194	20,500

롯데 쇼핑 대외 수상 인증

지속경영가능

DJSI World 지수 편입	3년 연속 편입 및 2년 연속 리테일 최우수 기업 선정	다우존스, SAM	2011.10	롯데쇼핑
아이날기좋은세상 경진대회 국민훈장 동백장	가족친화경영 출산장려 기여	보건복지부	2011.08	백화점
대한민국 일하기 좋은 100대 기업 대상	일하기 좋은 기업문화 평가 우수 기업 선정	GWP코리아	2011.11	백화점
한국사회공헌대상 지속가능경영부문 대상	CSR 활동 우수기업 선정	한국 언론인포럼	2011.05	백화점
지속가능경영대상	동반성장 우수기업, 대상	한국지속가능평가원	2011.10	마트
사회공헌대상	사회공헌활동 우수기업 대상	동아일보	2011.06	마트
저탄소 녹색성장 유공포상	녹색매장 운영, 환경부장관표창	환경부	2011.10	마트
2011 우수그린 유통업체	녹색환경 및 저탄소 관련 우수기업 3년 연속 선정	행정안전부	2011.12	백화점
녹색경영시스템 인증	녹색경영시스템 및 체제 인증	한국표준협회	2011.11	마트
녹색안전경영대상	녹색경영/녹색서비스 부문 대상	한국경제	2011.07	마트
올해의 녹색상품	창원중앙점 선정 분상 수상	한국녹색구매네트워크	2011.10	마트
친환경 건축물 인증	우수 친환경건축물, 김포공형점 인증	한국토지주택공사	2011.11	백화점 · 마트
실내공기질인증	실내공기질 안전평가	한국표준협회	2011.07	백화점 · 마트
보훈문화대상	보훈의식 고취 기여	국가보훈처	2011.12	백화점

경영일반

ISO27001 인증	정보보호 관리체계 국제 표준 인증	BSI코리아	2011.02	백화점
IR대상	IR모범기업 선정 수상	머니투데이	2011.09	백화점
기업혁신 대상	경영혁신 대기업 부문 대통령상	대한상공회의소	2011.12	백화점
한국 아이디어 경영대상	유통서비스부문 3년 연속 대상	한국제안활동협회	2011.11	마트
국가생산성대상	모범적인 생산성 향상 기업, 지경부장관상	한국생산성본부	2011.09	마트
한국SCM대상	국내 SCM/물류 발전, 지경부장관상	한국SCM학회/지경부	2011.11	마트
ARC(Annual Report Competition) Awards	기업의 홍보 제작물 평가	미국 MerComm 社	2011.09	백화점
제10회 대한민국 안전대상 수상	안전관리 우수 기업, 행정안전부 장관상	소방방재청 외	2011.11	백화점

서비스

NCSI(국가고객만족도) 백화점 · 할인점 부문 1위	백화점 9년 연속 1위 · 마트 최초 1위 기업 선정	한국생산성본부 외	2011.12	백화점 · 마트
KSQI(한국산업의 서비스품질지수)1위	고객이 지각한 서비스 품질 수준 대형마트 부문 1위	한국능률협회	2011.07	마트
CCM 인증	소비자 중심 경영 재인증	공정거래위원회 한국소비자원	2011.07	마트
VOC-MS 인증(고객의 소리를 우선하는 기업)	최우수 등급 AAA인증	한국능률협회	2011.06	백화점
고객감동경영대상	고객만족부문대상	한국경제	2012.01	마트
한국서비스대상	종합대상	한국표준협회	2011.06	마트
한국의 경영대상	고객만족부문대상	한국능률협회	2011.11	마트
고객행복경영대상	고객중심경영 평가	서비스마케팅학회 외	2011.09	백화점
소비자대상	소비자 생활의 질을 향상시키는 데 기여	한국소비자학회	2011.10	백화점
소비자 권익증진 경영대상	소비자를 위해 기여한 브랜드 수상	한국소비자학회	2011.12	백화점
서울시 여행(女幸) 인증	여성 고려 편의시설 평가 9개점 인증	서울특별시	2011.11	백화점
서울형 무장애 건물 인증	편의시설 설치 및 관리여부 평가, 3개점 인증	서울특별시	2011.10	백화점
우수쇼핑점 「1st」 인증	우수한 쇼핑 환경 보유 유통업체, 전점 인증	한국관광공사 외	2011.10	백화점

브랜드

NBCI(국가브랜드경쟁력지수) 백화점 부문 1위	국가 브랜드 경쟁력 지수 9년 연속 백화점 1위	한국생산성본부 외	2011.09	백화점
KS-PBI(프리미엄브랜드지수)	브랜드 인지도 및 이미지 평가 우수	한국표준협회	2011.05	백화점
K-BPI(한국브랜드파워지수) 백화점 부문 1위	소비생활 관련 브랜드 영향력 평가, 13년 연속 1위 기업 선정	한국능률협회	2011.03	백화점
브랜드스타 대상	국가 산업별 브랜드 가치 1위 기업 선정, 12년 연속 수상	브랜드스타 외	2011.03	백화점
대한민국 하이스트 브랜드	할인점 부문 대상	중앙일보/브랜드스톡	2011.11	마트
대한민국 대표 브랜드 대상	소비자 신뢰 대표 브랜드	한국브랜드경영회	2011.09	마트
조선일보 광고대상	유통부문 최우수상	브랜드스타 외	2011.11	마트
대한민국 인터넷 소통대상	2년 연속 수상, 소셜미디어대상	한국인터넷커뮤니케이션협회	2011.12	백화점
인터넷에코어워드	유통/쇼핑분야 대상	한국인터넷전문가협회	2011.12	백화점
스마트웨어워드	기업서비스분야 대상	한국인터넷전문가협회	2011.12	백화점
웨어워드코리아	2011년 올해의 앱 선정	디지털조선일보	2011.12	백화점

2011 Highlights

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

01

DJSI World 'Super Sector Leader'



롯데쇼핑은 2011년 11월 다우존스 지속가능성지수(DJSI World)에 3년 연속 편입됨과 동시에 2년 연속 글로벌 리테일 부문에서 전 세계 최고의 유통기업(Retail Super Sector)으로 선정되는 영예를 안았습니다. 이에 따라 롯데쇼핑은 재무적 성과뿐 아니라, 사회적 책임 및 환경에 대한 노력을 전 세계적으로 인정받는 계기가 되었습니다.

02

포브스 선정, Retail부문 'Global Top4'

롯데쇼핑은 유명 경제 전문지 포브스가 선정하는 '글로벌 2000대' 기업에서 지난해 백화점 부문 6위를 차지한데 이어 2012년 4월 발표에서 세계 4위에 선정되었습니다. 포브스의 '글로벌 2000대 기업'은 매년 글로벌 기업의 재무적 성과 및 시가 총액에 대한 기업 순위로, 이번 결과를 통해 롯데쇼핑의 브랜드 가치와 미래성장가능성을 보여주었습니다.



03

롯데백화점 · 롯데마트 국가고객만족도 1위

2011년 국가고객만족도(NCSI)조사에서 롯데백화점이 백화점 부문에서 9년 연속 1위, 롯데마트가 할인점부문에서 최초로 1위에 선정되었습니다. 국가고객만족도조사는 기업의 제품 및 서비스에 대한 고객의 기대수준, 만족도 등을 종합적으로 분석한 지수로서 이번 결과를 통해 대외적으로 서비스 경쟁력을 인정받고 고객의 사랑과 신뢰를 다시 한 번 확인하였습니다.



04

대한민국 일하기 좋은 100대 기업 대상

롯데백화점이 경영진에 대한 신뢰, 업무와 조직에 대한 자부심 등에서 우수한 평가를 받아 '대한민국 일하기 좋은 100대 기업' 유통부문 대상을 수상하였습니다. 또한 취업포털 사이트인 잡코리아에서 선정한 '대학생들이 가장 취업하고 싶은 기업' 5위에 오르며 신뢰경영을 실천하고, 일하기 좋은 기업문화를 쌓아가고 있는 긍정적인 기업 이미지를 한 번 더 입증 받았습니다.



05

그린랭킹 소비자 및 상업서비스부문 1위 선정

롯데쇼핑은 기업의 환경 경쟁력에 대한 종합 평가를 발표한 한국 100대 기업 그린랭킹에서 소비자 및 상업서비스부문 1위에 선정되었습니다. 롯데쇼핑은 녹색소비 확산을 위한 '그린카드제도'에 적극 참여하여 현재 전 점포에 도입하였으며, 고효율 설비 도입, 친환경 상품 판매 확대 등 녹색매장 구축을 위한 지속적인 노력으로 현재 백화점 3개점, 마트 15개가 정부의 녹색매장 인증을 획득하였습니다.



06

글로벌 사회공헌

롯데쇼핑은 글로벌 유통기업에 걸맞는 다양한 글로벌 사회공헌 프로그램을 갖추고 있습니다. '베트남 롯데스쿨 2호'와 '에티오피아 롯데 드림센터'를 건립하여 교육지원사업을 활발히 전개 하였으며, 인도네시아 저소득층의 창업 지원 등 현지에 맞는 사회공헌을 실천하고 있습니다. 향후에도 롯데쇼핑은 글로벌 구성원의 일원으로써 사회적 책임을 성실하게 수행해 나갈 것입니다.



07

동반성장 프로그램 규모 확대

롯데쇼핑은 협력회사를 위한 자금 지원 제도 운영과 상품개발 지원 등 지속적인 지원 프로그램 개발을 통해 동반성장경영을 선도적으로 수행하고 있습니다. 롯데백화점은 동반성장기금과 펀드의 규모를 약 1,000억원 증가시켰으며, 롯데마트는 중소기업과 상생협력하는 '손콘' 브랜드를 탄생시켜 지속적인 상품을 통해 중소기업의 상품 판로 개척을 지원하고 있습니다.



08

윤리경영 선포식

롯데쇼핑은 윤리마인드를 고취하고 윤리행동준칙 준수를 위한 활동을 강화하고 있습니다. 롯데백화점 간부사원은 윤리경영 실천을 위해 솔선수범하겠다는 의지를 표명하는 실천 서약식을 진행하였으며, 윤리경영 E(ethics)-Line을 도입하여 기존 제보 채널을보다 확대하였습니다. 또한 윤리경영 관련 이메일을 전 임직원 및 협력회사에 발송하는 등 다각도로 윤리경영 동참을 유도하고 있습니다.



09

환경경영시스템 인증 확대

롯데쇼핑은 글로벌 수준의 환경경영시스템을 구축하기 위해 지속적인 노력을 기울이고 있습니다. 롯데백화점은 2005년 업계 최초로 전사 ISO 14001 인증 획득을 시작으로 매년 인증을 갱신하고 있습니다, 2011년에는 환경경영시스템 전반에 대한 재심사 및 평가를 통해 신규점을 포함한 전사로 인증 범위를 확대하였습니다. 롯데마트 역시 온실가스 배출량 관리, 친환경 상품 확대, 친환경 점포 운영, 태양광 발전시설 도입 등의 성과를 인정받아 2011년 지식경제부로부터 유통업계 최초 녹색경영시스템 인증을 획득하였습니다.



10

일회용 비닐 봉투 없는 점포 운영

롯데마트는 환경부와 「1회용 비닐봉투 없는 점포」 협약을 체결하고 전 매장에서 비닐봉투 판매를 전면 중단하였습니다. 또한 다양한 규격과 재질의 '재사용 증량제 봉투'와 장바구니를 보급함으로써 비닐봉투 없는 점포의 조기 정착을 유도하고, 소비자 불편을 최소화하고 있습니다. 이번 협약을 통해 2011년 연간 약 7천만장의 비닐 봉투를 절감하였습니다.





We think about

Environment

비용절감
효율성 제고

01

EQUAL PROJECT

Environmental Management

환경 효율성 관리



환경보호
환경가치 확산

02

EQUAL PROJECT

Environmental Offset

환경영향 상쇄 활동

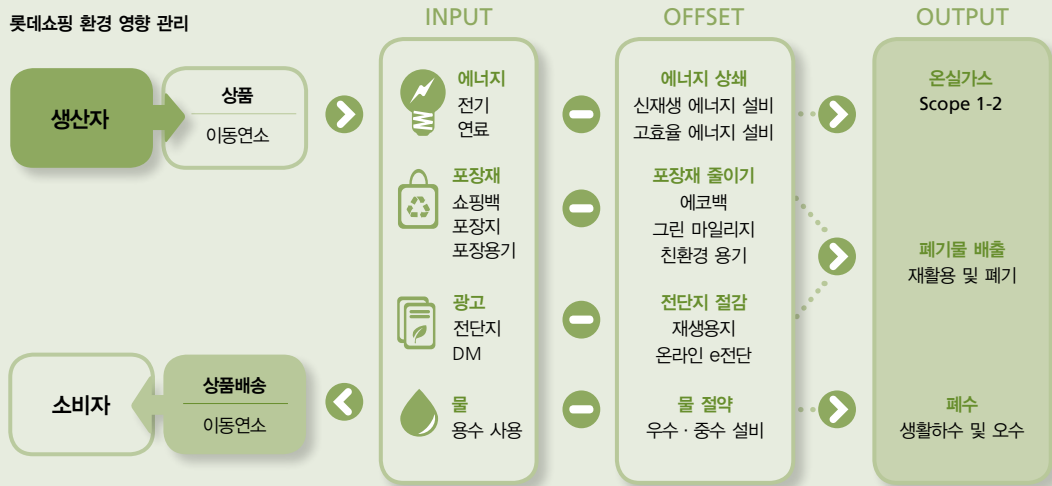
비즈니스 이익

환경적 이익

01 Environmental Management

온실가스 관리 | 에너지 관리 | 용수 관리 | 폐기물 관리

기후변화와 자원고갈로 촉발된 환경 이슈는 기업이 당연한 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 모니터링하여 비즈니스 이익과 환경 이익을 균형 있게 추구하고자 합니다.



주요 관리 지표 Key Performance Indicators

주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2009	2010	2011
온실가스 배출량(CO ₂)	tCO ₂ e	백화점	242,092	256,875	276,953
		마트	251,186	312,622	337,299
전력 사용량(전기)	MWh	백화점	450,220	475,091	512,098
		마트	455,760	526,200	574,939
연료 사용량(LNG)	만 Nm ³	백화점	1,370	1,508	1,639
		마트	1,637	1,842	1,808
수도 사용량	천 ton	백화점	3,089	3,323	3,374
		마트	2,993	3,016	3,521

※2012 롯데쇼핑 지속가능성보고서에서는 온실가스·에너지·용수·폐기물의 단위면적당 사용량이 건축물 대장 등록 기준인 연면적을 사용하여 산정하였습니다. (16~18p). 이에 매장면적으로 산정된 2011년 이전 보고서와의 수치 차이가 발생할 수 있습니다.

온실가스 관리

롯데쇼핑은 점포 단위에서 발생하는 온실가스를 저감하기 위해 국가 정책에 적극적으로 참여하는 한편 내부지침을 명확히하여 관리하고 있습니다. 매년 온실가스 감축 목표를 설정하고, 지속적인 고효율 에너지 설비 및 친환경 신재생 에너지 시설의 도입을 통해 온실가스 배출량을 저감해 나가고 있습니다.

온실가스 인벤토리 구축 ● 롯데쇼핑은 온실가스 배출량을 파악하고 저감해 나가기 위해 ‘온실가스 인벤토리’를 구축하였습니다. 온실가스 인벤토리란 경영활동의 범위 안에서 온실가스가 배출되는 배출원을 규명하고, 각 배출원에서 발생하는 온실가스 배출량을 체계적으로 관리하는 시스템입니다. 더욱 효과적인 관리 및 데이터 산출을 위해 온실가스·에너지 목표관리시스템을 개발하여 2011년 7월부터 전산시스템을 운영 중에 있으며, 감축 목표를 달성하기 위해 전사적으로 노력하고 있습니다.

2012년 온실가스·에너지 관리 목표 (단위 : tCO₂e)

구분	점포 수	예상 배출량	감축 목표량	감축비
백화점	38개	358,223	7,881	2.2%
마트	105개	386,907	8,512	

환경경영시스템 인증 ● 롯데백화점은 2005년 유통업계 최초로 환경경영시스템 국제 표준인 ISO 14001에 대한 전사 인증을 획득하였으며, 2011년 12월 인증 갱신을 완료함으로써 지속적인 환경

경영을 실천하고 있습니다. 롯데마트도 2011년 지식경제부로부터 유통업계 최초로 녹색경영시스템 인증을 획득했습니다. 녹색경영시스템은 정부가 저탄소녹색성장기본법에 의거해 추진하고 있는 경영인증체제로, 온실가스 배출량 관리 시스템 구축과 친환경 상품 확대, 태양광 발전 시설 도입 등 자원과 에너지를 절감하기 위한 적극적인 환경경영 활동 측면에서 좋은 평가를 받았습니다.

온실가스 저감 관리 ● 온실가스 인벤토리 시스템을 통해 2011년 배출원별 온실가스 배출량을 산정한 결과, 매장 전력을 사용할 때 나오는 간접배출의 비율이 82.9%로 대부분을 차지하고 있는 것으로 파악되었습니다. 2010년부터 직접배출의 40%정도를 차지하는 물류센터의 배출량 측정기준 변경으로 물류차량 운행으로 인한 연료, 배기가스 등이 더해지면서 배출량 수치가 크게 증가하였지만, 지속적인 관리를 통해 2011년 면적 대비 배출량을 큰 폭으로 저감시켰습니다. 2011년 신규 점포 오픈 등으로 인해 총배출량은 약 7.9% 증가하였지만, 단위 면적당 배출량은 2.6%정도 감소하였습니다.

온실가스·에너지 목표 관리 시스템(LOTTE·MRV)기능



온실가스 배출량 추이 (단위 : tCO₂e, kg/m²)



■ 롯데백화점 ■ 롯데마트

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 제고해나가는 등 체계적인 에너지 관리에 주력하고 있습니다.

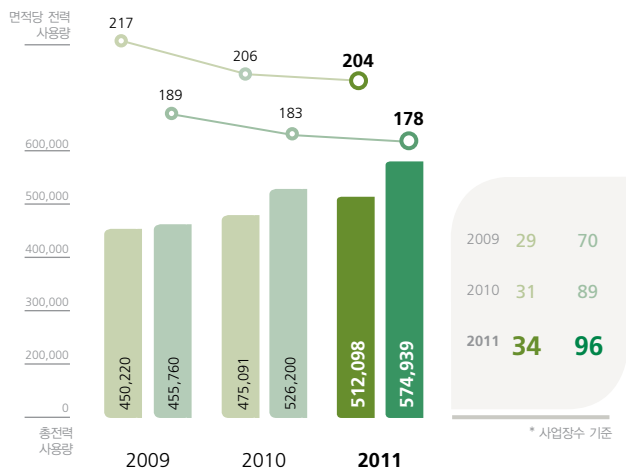
에너지 저감 관리 ● 롯데백화점과 롯데마트에서 발생하는 온실가스는 대부분 매장에서 사용하는 전력 사용으로 인한 간접 배출입니다. 롯데쇼핑은 매년 에너지 저감량에 대한 목표를 세우고, 시설 교체, 관리 기준 강화, 사내 캠페인 전개 등을 실행하여 에너지 사용 효율을 높여 가고 있습니다. 에너지 사용 절감은 온실가스 배출을 줄여 환경영향을 최소화할 뿐만 아니라, 비용 절감의 효과도 가져오고 있습니다. 롯데쇼핑은 2011년 연간 약 1,087,037MWh의 전력을 소비하였습니다. 총 사용량 기준으로 보면 2010년 대비 약 8.6%의 전력량이 증가한 수치입니다. 이는 신규 점포 개점으로 늘어난 소비 전력의 증가 수치로, 단위 면적당 사용량은 2.0%정도 절감하였습니다.

연료 저감 관리 ● 롯데쇼핑은 매장 내 냉난방과 식당가 취사용으로 LNG를 주요 연료원으로 사용하고 있습니다. 2011년 롯데백화점과 롯데마트의 총 LNG 사용량은 3,447만Nm³입니다. 이는 2010년 사용량인 3,350만Nm³ 대비 약 2.9% 증가하였지만, 단위 면적당 사용량을 파악해 보면 면적당 0.46Nm³/m²정도를 저감시켰습니다.

에너지 절감 활동 점검사항

구분	점검내용
매장	표준 점 · 소등 스케줄에 의한 조명제어
	폐점 후 필요 부분만 점등(공사 · 행사 준비 등)
	냉난방 운영기준에 의한 실내 온도 유지
사무실	PC · OA기기 · 집기조명 전원차단 및 콘센트 분리
	팀 · 담당별 사무실 에너지 관리 책임자 정 · 부 운영
	조명 · OA · 전열기기 소등 및 전원 차단, 콘센트 분리
주차장	식사시간 실내 조명 소등
	종별 순차적 입차 유도로 주차구역별 점등
	자연채광 가능한 지역은 주간 소등
창고 · 후방	주차장 배기설비 가동 기준 준수
	창고 담당자 소등 확인
	격동제 실시 및 미사용 공간은 전체 소등
외부조명	가로등 · 쇼윈도 등 외부시설 단계별 제어

전력사용량 추이 (단위 : Mwh, kwh/m²)



■ 롯데백화점 ■ 롯데마트

연료사용량 추이 (단위 : 만 Nm³, Nm³/m²)



■ 롯데백화점 ■ 롯데마트

용수 및 폐기물 관리

롯데쇼핑에서 소비되는 수자원의 대부분은 고객용 화장실, 식당가, 식품매장에서 사용되고 있으며, 배출되는 폐기물도 매장 운영에서 발생하는 생활계 폐기물입니다. 용수 사용량을 줄이기 위해 중수 및 빗물 활용시스템을 도입·확대하고, 폐기물 분리 배출 관리를 통해 폐기물 재활용률을 높여가고 있습니다.

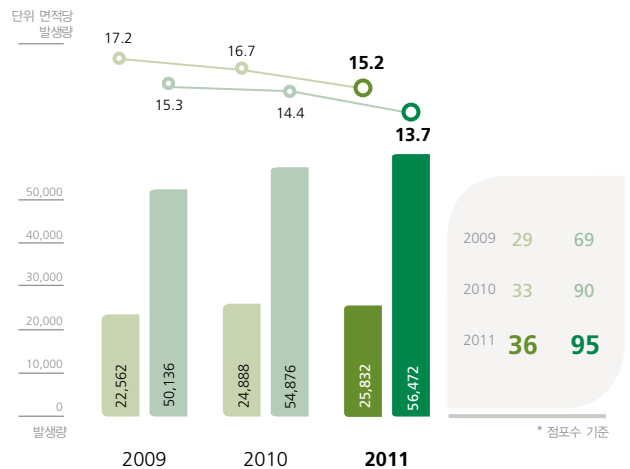
용수 사용량 저감 관리 ● 2011년 롯데쇼핑의 연간 용수 총 사용량은 약 6,895천ton으로 2010년 대비 약 8.8%가 증가하였습니다. 이는 백화점과 마트의 신규 점포 출점으로 인하여 전체 사용량이 증가한 수치지만, 단위면적당 사용량은 1.2ton/m²으로 전년 대비 1.8%저감된 실적입니다. 롯데쇼핑은 용수의 재활용과 절감을 위해 친환경 설비를 지속적으로 도입하고 있습니다. 롯데백화점은 2011년에도 이시아폴리스점, 중동점, 김포공항점, 안산점, 파주아울렛 등 5개 점포에 중수 및 우수 재활용 설비를 설치하였으며, 이같은 조치로 연간 약 15.4억원에 달하는 용수 관련 비용을 절감할 수 있었습니다. 현재 롯데백화점은 총 29개점에 중수 및 지하수 설비를 설치하여 운영 중에 있고, 빗물 저장소 역시 10개점에 설치하여 활용되고 있습니다. 2012년 오픈한 수완아울렛, 평촌점에도 중수 재활용 설비를 설치하는 등 지속적인 노력을 통해 용수 사용 효율을 제고해 나가고 있습니다.

폐기물 발생량 관리 ● 롯데쇼핑의 총 연간 폐기물 배출량은 약 82,304ton이며 이 중 68.6%인 56,472ton이 재활용되고 있습니다. 롯데백화점의 2011년 연간 폐기물 배출량은 약 38,167ton이며 이중 69.1%인 26,360ton을 재활용하고 있으며, 롯데마트에서는 총 44,137ton의 폐기물 중에서 68.2%인 30,112ton이 재활용되었습니다. 신규 점포 개점으로 인하여 폐기물 발생량의 총 수치는 증가하였으나, 지속적으로 폐기물을 관리하여 단위 면적당 폐기물 발생량은 매년 감소하고 있는 추세입니다.

수도사용량 추이 (단위 : 천 ton, ton/m²)



폐기물 발생량 추이 (단위 : ton, kg/m²)



■ 롯데백화점 ■ 롯데마트

■ 소각 및 매립 폐기물량 ■ 재활용 폐기물량 ○ 백화점 ○ 마트

02 Environmental Offset

고효율 에너지 설비 | 신재생 에너지 설비 | 포장재 줄이기 | 친환경 매장 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.

환경 영향 상쇄 활동

 <p>Energy Offset</p> <ul style="list-style-type: none"> • 고효율 설비 • LED 조명 설치 • 태양광 발전 시설 	 <p>Water Offset</p> <ul style="list-style-type: none"> • 우수 재활용 시설 • 중수 재활용 시설 	 <p>Waste Offset</p> <ul style="list-style-type: none"> • 친환경 포장재 사용 • 그린 마일리지 제도 • 과대포장 관리지침 	 <p>Green Campaign</p> <ul style="list-style-type: none"> • 에코백 · 에코전단 제공 • 녹색구매 이행 • 고객 참여 프로그램
--	---	---	---

주요 관리 지표 Key Performance Indicators

주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2009	2010	2011
그린마일리지 적립액	백만 원	마트	97	109	154
환경부 녹색매장 지정 점포수 (*시험사업 참여 점포수)	개	백화점	-	3*	3
	개	마트	-	2*	15
친환경 건축물 인증 점포수	개	마트	-	1	2
친환경 시은품 증정수	개	백화점	428,417	406,803	504,641
녹색 구매액	억 원	백화점	96	86	87
		마트	42	100	102
어린이 미술대회 참여자 수	명	백화점	11,689	10,662	10,472
		마트	210	210	210
폐기물 재활용률	%	백화점	69.1	68.8	69.1
		마트	68.9	68.8	68.2

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 시스템은 동력 부하를 적합한 사용량의 회전수로 제어함으로써 운전 전력 절감 및 운전 효율 개선에 효과적입니다. 롯데쇼핑은 2008년부터 점포의 공조 모터와 냉각수 순환 펌프 등에 인버터 시스템 설치를 시작하였으며, 2011년 오픈한 롯데백화점 파주아울렛, 김포공항점에도 추가 설치하였습니다. 현재 롯데백화점 28개점, 롯데마트 49개점에서 사용중이며, 향후 신규점 및 기존점 시설 리뉴얼 공사시 지속적으로 도입하여 확대할 예정입니다.

고효율 LED 조명 설치 ● 롯데백화점은 2008년부터 기존 램프를 고효율 LED 램프로 교체하는 작업을 시행해 왔습니다. 2011년에는 대구점, 이시아폴리스점, 파주아울렛, 김포공항점 내 주차장 및 매장 동선에 있는 5,600여개의 형광등을 LED 조명으로 교체함으로써 연간 1,130MWh 전력절감 및 온실가스 530tCO₂e 의 저감 효과를 가져왔습니다. 현재 29개점에서 고효율 LED조명을 사용

중이며, 향후 전 점에 있는 44,000개의 조명을 LED조명으로 교체할 계획입니다. 롯데마트는 2009년부터 신규 점포 내부 편의시설 뿐 아니라 옥외광고와 간판 등의 외부 시설에도 LED 조명을 설치하고 있고, 2010년부터는 매장 및 문화센터까지 확대하였습니다. 롯데마트는 2013년까지 전 점에 있는 조명을 LED 조명으로 교체할 계획입니다.

고효율 냉동기 ● 롯데쇼핑은 에너지 절감과 함께 냉방 효율을 개선하는 고효율 냉동기 설비를 지속적으로 확대하고 있습니다. 롯데백화점은 2010년 영등포점 2대, 대구울하점 1대, 청량리점 3대를 설치했으며, 2012년 신규점인 파주아울렛, 김포공항점에 고효율 냉동기를 추가 도입하여 총 6개점에서 사용하고 있습니다. 고효율냉동기는 일반 냉동기 대비 연간 421MWh 전력 절감 및 온실가스 196tCO₂e이 저감되는 효과를 가져와, 향후 신규점 및 기존점 노후 시설 리뉴얼 공사시에도 지속적으로 도입할 예정입니다.

LED 조명 설치 효율 분석



신재생 에너지 설비

롯데쇼핑은 온실가스의 영향을 상쇄하기 위한 온실가스 감축 및 에너지 절감 대책으로 친환경 그린 인프라 구축을 추진하고 있습니다. 이를 위해 태양광 발전 및 태양광을 이용하는 하이브리드 가로등 도입을 확대하고 있습니다.

태양광 발전 시설 ● 롯데쇼핑은 매장의 옥상에 차세대 에너지 원인 태양광 발전설비를 설치하여 옥상 주차장의 햇빛 가림막 역할과 함께 온실가스를 저감하기 위한 노력을 기울이고 있습니다. 롯데백화점은 2011년 이시아폴리스 및 파주아울렛에 연간 2만5천KWh를 생산할 수 있는 태양광 발전 시설을 도입하였고, 2012년 수원아울렛 및 평촌점에도 추가로 설치하여 연간 4만 8천KWh의 전력을 생산할 수 있게 되었습니다. 롯데마트는 전국 39개 매장의 옥상에 태양광 발전 시설을 설치하여 운영하고 있습니다. 이는 국내 업계 최대 규모의 설비 운영으로 연간 약 475만kwh의 전력을 생산하고 있습니다. 이를 통해 연간 약 2,000tCO₂e를 저감하고 있고, 이는 약 1,700여 가정이 연간 사용하는 전력에 해당되며 소나무 72만 그루를 심는 것과 같은 효과를 갖고 있습니다.

태양광 가로등 ● 2011년 12월에는 교외형 파주아울렛과 김포공항점에 각각 4개, 7개의 태양광 가로등을 설치하였습니다. 이를 통해 연간 9MWh의 전력 절감 및 4.2tCO₂e의 온실가스 저감이 예상됩니다. 향후 신규점에도 지속적으로 도입을 검토하여 에너지 절감을 확대해 나갈 예정입니다.

태양열 발전 시설 ● 롯데백화점은 2008년 8월 국내 백화점 최초로 노원점에 태양열 온수설비를 설치하였습니다. 옥상에 설치된 평판모듈을 이용하여 점포 내 식당가와 화장실 등에서 사용하는 온수 약 3,150ton을 생산할 수 있으며, 연간 750만원의 에너지 절감 효과가 있습니다. 또한 이 시설은 노원점 옥상공원과 연계하여 방문 고객과 어린이들에게 환경 체험 학습의 공간으로도 활용되고 있습니다.

지열 에너지 설비 ● 지열 에너지 설비는 별도의 연료 사용 없이 지열을 활용하여 냉·난방 및 급탕을 동시에 공급하는 시스템입니다. 2011년 12월 오픈한 김포공항점에 이 지열 에너지 설비를 도입하여 경제성과 환경영향 상쇄의 두가지 효과를 갖게 되었습니다.

태양광 발전 설비 운영 현황

구분	태양광 발전 시설		태양광 가로등	
	이시아폴리스점	파주아울렛점	파주아울렛점	김포공항점
설치일	2011년 04월	2011년 12월	2011년 12월	2011년 12월
일 발전시간	3.84		9	
연간 발전량(KWh)	4,204	21,024	3,285	5,748
연간 CO ₂ 감축량(tCO ₂)	2	9.8	1.5	2.7
연간 절감액(원)	504,480	2,522,880	394,200	689,760



파주아울렛 태양광 발전 시설

포장재 줄이기

불필요한 포장재는 소비자 유통 과정에서 많은 자원을 낭비하며 폐기물로 남습니다.

롯데쇼핑은 정부와 포장재 줄이기 협약을 맺고 협력회사들의 포장 간소화 유도, 자체 포장 상품의 2차 포장 제거 등을 실행하여 포장재로 인한 환경영향을 최소화하고자 노력하고 있습니다.

친환경 포장재 사용 ● 롯데쇼핑은 2008년부터 환경부와의 '판촉용 포장재 줄이기 자율적 협약'에 참여하여 포장재 감축을 적극 실천하고 있습니다. 롯데백화점은 식품매장에서 사용하는 플라스틱 일회용기를 모두 옥수수 전분을 원료로 한 생분해성 용기로 교체하였습니다. 또한 명절 선물세트에 옥수수 용기를 사용하고, 일회용 플라스틱 항아리 등에 담아 판매하던 상품도 가정에서 일반적으로 사용하는 냉장고용 밀폐용기에 담음으로써 재활용이 가능하도록 했습니다. 롯데마트는 유통업계 최초로 스티로폼 대신 재생용지와 종이를 사용한 선물세트 구성을 선보였습니다. 또한 2012년 설 명절에는 불필요한 포장재를 줄여 약 10% 가격을 낮춘 포장재 절감 세트 14품목을 판매하여 큰 호응을 얻기도 하였습니다.

그린마일리지 캠페인 ● '그린마일리지 캠페인'은 제품의 번들 판매와 판매촉진을 위해 활용하던 불필요한 2차 포장재를 제거하여 자원의 효율적인 활용을 유도하고, 환경을 보호하기 위한 캠페인입니다. 롯데마트는 2010년부터 상품 개별 단위로 시행하던 그린마일리지 제도를 정비하여, 49개의 그린마일리지 상시 적립 상품을 선정하고 '그린마일리지 상품'을 구매하시면, 기존 0.5%씩 적립해 드리는 롯데멤버스포인트를 4배인 2%까지 확대 적립해 드리고 있습니다. 롯데마트는 2011년 한 해 동안 지속적인 그린마일리지 캠페인을 전개하여, 약 100억원의 '그린마일리지 상품'을 판매하였으며, 총 1억 4천만원의 그린마일리지를 고객님께 적립하여 드렸습니다.

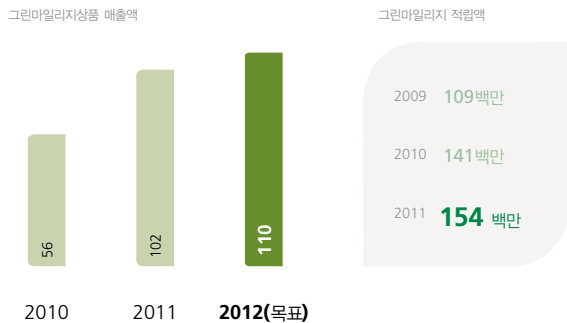
과대포장 관리지침 마련 ● 롯데쇼핑은 상품군별 2차 포장을 제거하고, 명절 선물 상품 구성시의 과대 포장 방지를 위한 포장 관련 지침을 마련하여 배포하였습니다. 또한 추석 선물 판매 기간 중 화장품 및 주류 상품군의 포장 기준 준수에 대한 점검을 실시하고 있습니다. 2011년 12월 롯데쇼핑은 농림수산식품부와 '농산물 그린포장 실천 협약'을 체결하여 과대포장을 줄이기 위한 그린포장 실천 수칙을 준수하고 있습니다. 농산물 선물세트 중 종합제품에만 적용되는 포장기준을 단위제품까지 확대하였으며, 포장재의 압축강도 및 칼라인쇄 저감 등 불필요한 포장재를 감축하기 위해 노력하고 있습니다.

과대포장 관리기준 마련

제품 종류	포장 공간 비율	포장횟수
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

연도별 그린 마일리지 실적

(단위 : 억)



농산물 그린포장 실천 협약식

친환경 매장 구축

롯데쇼핑은 매장 운영 전과정에 걸쳐 발생할 수 있는 환경영향을 최소화시키고자 합니다. 이를 위해 정부로부터의 각종 인증 및 환경 사업에 적극적으로 참여하고 있습니다.

녹색매장 지정 ● 롯데쇼핑은 2010년부터 환경부의 녹색매장 시범사업에 참여하여 고효율 LED 조명 및 설비 도입, 친환경상품 판매 확대, 고객 대상 친환경 캠페인 진행 등 다양한 노력을 기울여 왔습니다. 그 결과 2011년 11월 롯데백화점 3개 점포(영등포점, 일산점, 울산점)와 롯데마트 2개 점포(춘천점, 평택점)가 녹색매장에 선정되었습니다. 녹색매장이란 매장의 건축시설, 물류, 상품 판매, 매장 운영 등 유통매장 전반의 친환경성을 평가하여 지정하는 제도입니다. 이후 롯데마트는 창원중앙점을 포함한 총 13개의 점포를 추가로 지정 받아 유통업계 최다인 15개의 녹색매장을 운영하고 있습니다.

친환경 매장 적용 범위

제품 종류	세부내용
친환경 자재 사용	친환경 인증 바닥재, 벽면 및 천정 도장재, 벽지, 접착제 사용
유아휴게실	공기정화 살균기, 산소발생기 사용
문화센터	유아교실 및 다목적실 내 공기정화 살균기 및 산소발생기 설치
휴게공간	환경 테마 그래픽 적용, 조경 등으로 휴식 공간 조성
주차장	자연의 소리 도입
조명	브랜드 집기 LED 조명 사용 권장
옥상 생태공원	생태계 순환을 고려한 Biotope 생태공원 조성

전기차 시범사업 참여 ● 롯데마트는 2010년 1월 유통기업으로는 단독으로 환경부와 전기차 충전인프라 시범사업 참여에

대한 업무협약을 체결하였습니다. 잠실점과 구로점에 전기차 충전소를 설치하여 운영하였으며, 2011년 12월 시범사업이 종료된 이후에도 환경부와 협의하여 지속적으로 운영하고 있습니다. 또한 지식경제부 스마트 그리드 사업인 ‘Smart Transport(전기차·충전소 사업)’에 참여하고 있어, 2010년 11월부터 제주점에도 전기차와 충전소를 운영하고 있습니다. 롯데마트는 국내의 전기차 보급 속도에 맞추어 전국 점포에 충전소를 설치하여, 고객 편의 확보와 더불어 친환경 매장을 만들어 가고자 합니다.

친환경 건축물 인증 획득 ● 롯데마트 창원 중앙점은 태양광 발전 설비, 고효율 설비, 친환경 자재 사용 등의 성과를 인정받아 2011년 2월, 춘천점에 이어 두번째로 친환경 건축물 인증을 획득하였습니다. 롯데몰 김포공항점 또한 자원절약형 건물 최우수 등급으로 평가받아 친환경건축물 인증을 획득하였습니다. 김포공항점의 테마파크공원은 전체 부지면적의 60%가 넘는 12만9천㎡를 녹지 공간으로 조성하였습니다.

친환경 공간 조성 ● 롯데쇼핑은 고객에게 쾌적한 쇼핑공간을 제공하기 위하여 친환경 자재를 사용한 인테리어를 지속적으로 확대해 나가고 있으며, 특히 친환경 휴게공간 유아휴게실 및 문화센터 공간 등 고객 서비스 공간에 대해 집중적인 인테리어 마감재 개선을 시행해 나가고 있습니다.



롯데마트 친환경 휴게실



롯데백화점 부평점 녹색공원

환경 캠페인 활동

롯데쇼핑은 직접적인 환경영향 상쇄 활동 이외에도 캠페인 활동 및 각종 제도 운영을 통해 환경영향을 최소화하고 있습니다. 또한 환경보호를 위한 고객들의 참여를 유도하고 다양한 이벤트를 통해 환경 의식을 개선해 나가고 있습니다.

일회용 비닐백 사용 감소 캠페인 ● 롯데마트는 2010년 9월 환경부와 '일회용 비닐 봉투 없는 점포' 만들기 업무 협약을 체결하고 비닐봉투 판매를 전면 중단하였습니다. 그리고 쇼핑봉투 겸 쓰레기봉투로 활용할 수 있는 재사용 종량제 봉투를 판매하여 비닐백 사용 감소에 기여하고 있습니다. 롯데백화점은 일회용 봉투의 사용량을 최소화하기 위한 '에코백 캠페인'을 지속적으로 전개하고 있습니다. 2004년부터 매년 40만개 정도의 에코백을 배포하였으며, 2012년에는 프랑스 유명작가의 작품이 담긴 에코백과 파우치를 제작하여 호응을 얻은 바 있습니다. 롯데마트도 2011년 한 해 동안 31만개 정도의 에코백을 증정하였으며, 기존 카트형 장바구니의 바퀴부분을 강화하여 실용성을 더욱 높였습니다.

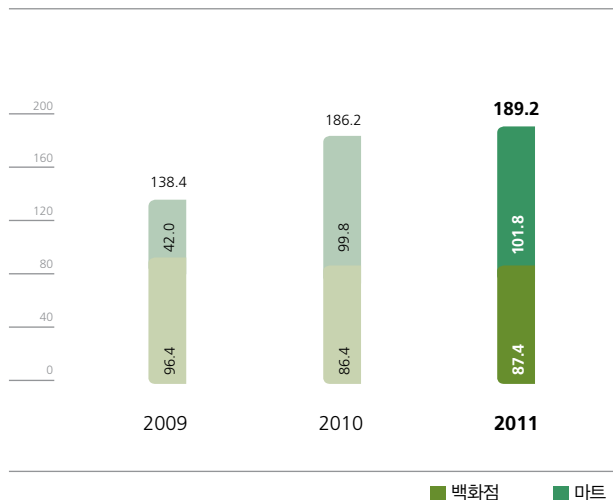
전단의 친환경화 ● 롯데백화점은 연간 2억 5천부 이상 발행되는 전단의 환경영향을 최소화하기 위해 친환경 용지와 공기를 잉크로 인쇄한 전단을 사용하고 있습니다. 2011년부터는 용지를 10g 경량화시켜 연간 30년생 원목 15,810그루를 살리고 온실가스 배출량을 5,859톤 줄이는 효과를 얻고 있습니다. 또한 온라인으로 전단을 볼 수 있는 'ECO전단' 서비스와 모바일 어플리케이션 서비스를 제공하여 발행 부수자체를 절감시킴으로써 종이 사용을 획기적으로 줄여 나가고 있습니다. 2009년 4월 'ECO전단' 시행 이후 2012년 4

월까지 1,700만 회 이용되었으며, 이는 총 13,974그루가 보호되는 효과를 가져왔습니다.

녹색구매 이행 ● 롯데쇼핑은 '녹색구매 자발적 협약'에 참여하여 녹색구매를 환경경영 주요 추진방향으로 정하고, 구매활동 시 환경 유해물질이 들어 있지 않으며 환경인증을 획득한 제품을 우선적으로 구매하는 '녹색구매' 정책을 시행하고 있습니다. 친환경 인증마크를 획득한 전단용지 및 사무용 소모품뿐 아니라 LED 등 친환경 고효율 자재로 확대하여 녹색 구매의 규모 또한 매년 증가하고 있습니다.

친환경 캐릭터 '새로미·해미' 개발 ● 롯데백화점은 2011년 3월 고객이 쉽게 이해하고 동참할 수 있는 친환경 캐릭터 '새로미, 해미'를 개발하였습니다. 나뭇잎 모양의 '새로미'는 자연의 시작을 의미하는 새롭고 아름다운 나뭇잎이라는 뜻을 담고 있으며, 동그란 얼굴의 '해미' 무지갯 빛이 가득 비친 물방울을 모티브로 디자인되었습니다. '그린롯데 캐릭터 애니메이션, 카툰 공모전'과 점포 내 캐릭터 존을 만들어 순회전시하여 환경에 대한 사랑을 전하고 있습니다. 또한 어린이 교육용 DVD, 키홀더, 연필 등을 제작하여 배포하기도 하였습니다.

녹색구매 현황 (단위 : 억 원)



환경 미술대회 개최 ● 롯데백화점은 2011년 4월 '제1회 그린 롯데 국제환경미술대회'를 개최했습니다. '모두가 함께하는 환경 사랑'이란 주제로 전국의 모든 점포에서 진행되었으며, 국제학교와 외국인학교에 재학 중인 외국인 학생들과 다문화가정 자녀들을 비롯해 전국에서 1만여 명이 참가하여 어린이들에게 환경에 대한 올바른 인식을 심어주는 기회를 마련하였습니다. 롯데마트도 9월 환경부 및 시민단체와 함께 '제3회 자원순환의 날, 환경 그림그리기 대회'를 진행하였습니다. 210명의 서울지역 초등학생과 학부모를 초청하여 그림을 통한 자원순환의 소중함을 알렸습니다.

롯데백화점 어린이 환경학교 ● 롯데백화점은 미래세대인 어린이들을 대상으로 환경의 소중함을 깨닫고 환경과의 공존 방법을 배울 수 있는 '어린이 환경학교' 프로그램을 운영하고 있습니다. 교육 내용은 자연환경캠프, 환경농업마을 견학 등 체험학습 프로그램 및 캐나다 빙하, 홍콩 친환경습지 등 해외 환경 체험 연수 등 다양하게 구성되어 있습니다. 2004년부터 2008년까지 1,300여명의 졸업생을 배출하였으며, 2012년 3월부터는 전국 8개 문화센터에 '어린이 환경학교 8기' 정규강좌를 개설하여 현재 240여명이 교육에 참여하고 있습니다.



롯데백화점 어린이 환경학교 8기 교육

저탄소 녹색성장 박람회 참여 ● 롯데백화점과 롯데마트는 2011년 10월, 환경부가 주최하는 '2011 저탄소 녹색성장박람회'에 참가하였습니다. 녹색생산의 방향을 제시하고 소비자와 소통하자는 취지에서 개최된 이번 박람회에서 롯데백화점과 롯데마트는 롯데쇼핑관을 구성하여 친환경상품 매장 에코숍 운영, 녹색매장 지정, 그린 POS시스템 구축 등 그동안 실천해온 다양한 녹색경영활동을 소개하였습니다.

쿨비즈·웜비즈 캠페인 ● 롯데쇼핑은 2005년부터 국내에 쿨비즈·웜비즈 캠페인을 처음 선보이며 에너지 절약과 친환경 라이프 스타일을 선도적으로 제안해왔습니다. 이는 여름철에 넥타이나 걸옷을 벗고, 동절기엔 니트나 가디건을 겹쳐 입어 실내 냉난방으로 인한 에너지 절약을 하자는 취지의 캠페인입니다. 롯데백화점은 매년 '쿨비즈 패션쇼'를 개최하여 넥타이 없이 멋진 스타일을 만드는 법을 제안하는 등 쿨비즈·웜비즈 캠페인을 널리 홍보하는 역할도 수행하고 있습니다.



2011 저탄소 녹색성장박람회

We think about
Product



리스크 예방
제품 품질 유지

03
EQUAL PROJECT
Product Quality & Safety
상품 품질 및 안전 관리



신규기획 창출
친환경 상품 확대

04
EQUAL PROJECT
Sustainability in products
지속가능 제품

비즈니스 이익

사회 · 환경적 이익

03 Product Quality & Safety

상품 안전 관리 | 식품 위생 관리 | 상품 정보 제공

제품 품질의 우수성과 안정성 추구는 롯데쇼핑이 고객 만족과 신뢰 확보를 위해 중요하게 여기는 경영가치입니다. '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.

품질 및 안전 관리 흐름도



주요 관리 지표 Key Performance Indicators

주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2009	2010	2011
HACCP 인증 점포	점	백화점	5	7	10
위해상품 차단 시스템 인증 점포	점	마트	84	90	95
LFSA(Lotte Mart Food Safety Audit)	점	마트	95.4	95.7	94.8

상품 안전 관리

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

HACCP 인증 획득 ● HACCP(위해요소 중점관리 기준)은 식품의 안전성을 확보하기 위해 식품의 원재료 생산부터 제조, 가공, 보존, 유통 단계를 거쳐 최종 소비자가 구매하는 전 단계에서 발생 가능한 위해요소를 방지하기 위한 위생관리시스템입니다. 롯데백화점은 2008년 업계 최초로 인증을 취득한 후 지속적인 확대를 통하여 2011년 3개점(분당점, 중동점, 안산점)에 인증을 완료하였고, 2012년 본점, 강남점을 포함하여 현재 12개 점포가 HACCP 인증을 통해 안전성과 전문성을 갖춘 전문 매장으로 운영되고 있습니다. 향후에도 인증 매장을 지속적으로 확대하여 위해요소 규명 및 효율적인 위생관리를 위해 노력할 것입니다.

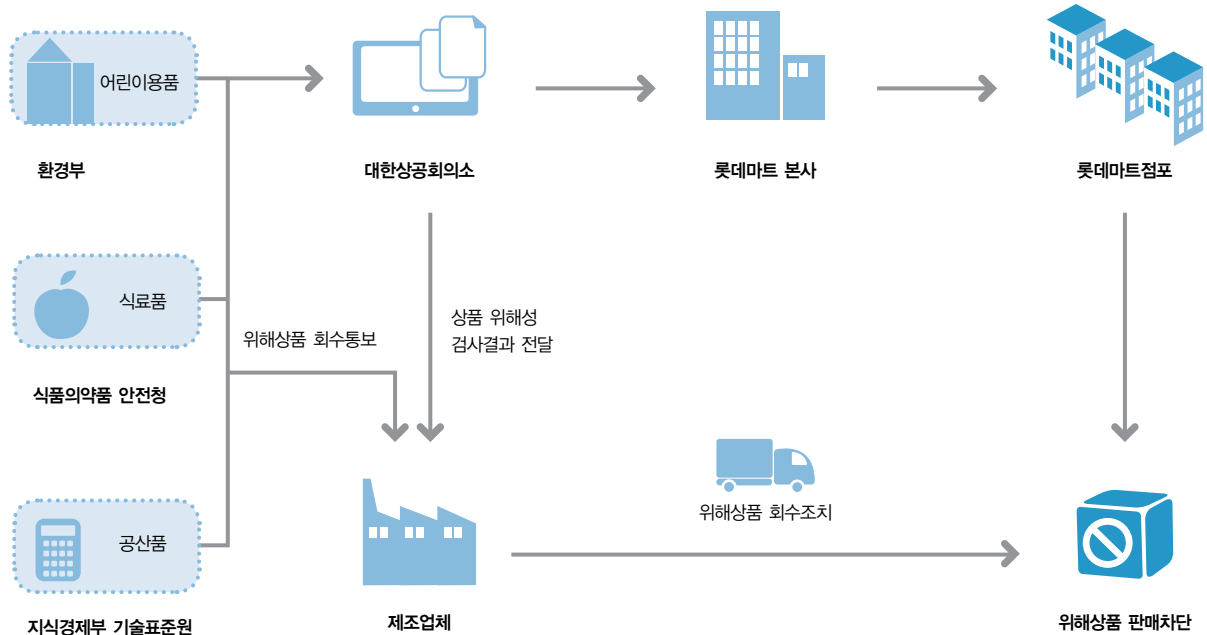
HACCP 인증 자격 취득 현황 * 백화점 기준

연도	점포수	점포
2008	5	잠실점, 영등포점, 광주점, 동래점, 건대스타시티점
2010	2	청량리점, 광복점
2011	3	분당점, 중동점, 안산점
2012	2	본점, 강남점

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

위해상품 차단 시스템 ● 롯데마트는 2009년 4월, 국내 최초로 지식경제부, 환경부, 식품의약품안전청, 상공회의소와 위해상품 차단 시스템을 2009년 4월부터 도입하여, 상품안전관리의 획기적인 개선을 실현하였습니다. 바코드 스캔시 국가기관의 위해상품 점검 정보와 실시간으로 연계되어 해당상품의 판매를 신속하게 차단하고 있습니다. 현재 국내 95개점에 도입·시행 중이며 위해상품 실시간 차단을 통해 쇼핑 환경에 대한 신뢰와 상품 안전관리를 강화할 수 있게 되었습니다.

위해상품 차단 시스템



식품 위생 관리

롯데쇼핑은 매장에서 판매되고 있는 식품의 안전 및 위생 관리를 위해 엄격한 기준을 적용하여 운영하고 있습니다. 정기적인 식품안전검사 실시와 외부 전문기관에 검사를 의뢰하여 식품안전성을 강화하고 있으며 식품위생관리 매뉴얼을 통해 식품 위해 사고를 사전에 예방하고 있습니다.

품질관리사 제도 ● 롯데백화점은 식품 위생 안전과 고객 신뢰 제고를 위해 2003년부터 품질평가사 제도를 운영하고 있습니다. 2009년부터는 1인 1점포 관리 체계로 변경하고, 품질평가사의 전문성을 강화시키기 위해 외부 전문가 정기 교육 및 국가 공인 '식품 위생사' 자격 취득을 지원하는 다양한 프로그램을 시행하고 있습니다. 그 결과 2011년 품질평가사 29명 중 5명이 자격을 취득하였고, 현재 6명이 자격 취득을 준비하고 있습니다. 롯데마트도 2010년 10월부터 점별로 품질관리사(QSV:Quality Supervisor)를 두어 상품의 유통기한, 보관 상태 및 상품 표시사항 준수 여부 등에 대하여 일일 점검을 실시하고 있습니다. 또한 연 4회 위생 법규 교육을 통해 전문성 강화를 지원하고 있습니다.

식품 안전성 검증 ● 식품 위생 점검은 내부 점검과 그룹의 롯데안전센터 연계 점검으로 구분하여 시행하고 있습니다. 내부 점검은 각 점 품질평가사 주관의 주간·월간 단위 점검과 점간 교차 점검으로 집중관리 하고 있으며, 미흡 점포에 대해서는 추가 모니터링

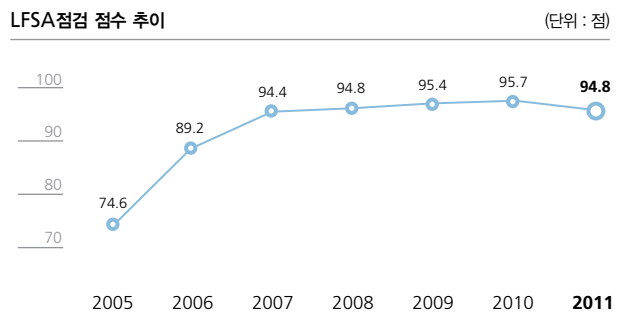
을 실시하여 위생 관리 수준 향상을 위해 노력하고 있습니다. 롯데안전센터는 국가가 공인한 실험기관으로 위생점검 10개 항목을 선정하여 1년에 2회이상 전점을 대상으로 식중독균 검사, 유해물질 성분검사 등 정밀 검사를 시행하고 있습니다. 뿐만 아니라 연간 3,500 품목 이상 실험 의뢰를 통해 유해식품 판매를 원천적으로 차단하고 있습니다.

외부위생점검(LFSA : Lottemart Food Safty Audit)운영 ● 롯데마트는 외부 위생관리 전문기관에 의뢰하여 정기적으로 매장 위생관리를 모니터링하고, 개선사항이 발견되면 신속한 조치를 취하여 이를 바탕으로 위생교육을 실시합니다. 2005년 3월에 최초로 시행된 LFSA제도는 정기적으로 매장 점검을 실시하여 점 근무자의 위생 안전과 관련된 의식 수준을 향상시키고 있으며, 위생적인 작업 환경을 구축하는 데 기여하였습니다. 또한 2007년부터는 점검 영역을 고객 및 직원 식당 등으로 확대, 매장 내 전체적인 식품 취급 장소에 대해서 위생 안전을 기하고 있습니다.

LFSA관리 항목

상품관리 <ul style="list-style-type: none"> 유통기한 관리 현황 원·부재료 보관 방법 보관온도 준수 '현황' 	미생물 검사 <ul style="list-style-type: none"> 조리도구 검사 작업자 손 검사 	법적 서류관리 <ul style="list-style-type: none"> 법적 기본 서류 구비
작업 환경 및 시설 위생 <ul style="list-style-type: none"> 작업장 및 창고 청소 관리 조리도구 세척 관리 작업기기 세척 	개인위생 <ul style="list-style-type: none"> 개인 복장 및 청결 관리 올바른 손 세척관리 식중독 예방법 숙지 	

LFSA점검 점수 추이



* 2011년 점검기준 강화에 따른 점수 하락



상품 실험 분석



품질평가사

상품 정보 제공

상품에 대한 정확한 정보는 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 ● 롯데쇼핑은 정확하고 올바른 정보 제공을 위해 단위당 가격, 판매가격, POP 표시에 대한 관리기준을 수립하고 관리하여 소비자의 알 권리 및 선택의 권리를 보장하기 위해 노력하고 있습니다. 롯데백화점은 2011년 8월부터 소비자 오인성을 최소한으로 줄이고, 관련 법규를 준수하기 위해 표시광고 매뉴얼을 제작하고 직원대상 교육을 진행하고 있습니다. 2012년 2월에는 기존 수기입력으로 발생하던 계산오류, 오타자 표기 등의 문제점을 개선하기 위해 단위당 가격을 자동 계산하여 입력되는 시스템을 개발하였으며, 본점에 전자 가격표시기를 시범도입하였습니다. 롯데마트는 2009년 POP 자동화 발행 시스템을 도입해 전점 표준화 작업 환경을 만들었으며, 2010년부터 구매시점에서의 상세정보(가

격, 소재, 규격, 특징)를 추가적으로 제공하고 있습니다.

유통기한 자동인식 시스템 ● 롯데마트는 업계 최초로 유통기한을 자동으로 인식하는 바코드 시스템(GS1 DataBar)을 도입하였습니다. 새로운 바코드 내에 수록된 유통기한 정보에 의해 고객이 유통기한이 임박한 상품 결제 시 이를 자동으로 인식하여 매장 판매를 중지하는 등의 조치를 취할 수 있게 되었습니다. 현재 전 매장의 신선식품의 담당자들이 상품 점검 및 관리에 이 시스템을 활용하고 있으며, 안정적인 시행을 위한 시스템 수정 및 보안을 거쳐 고객에게 더욱 안전한 상품을 제공할 예정입니다.

상품 정보 제공

연도	롯데백화점	롯데마트
단위당 가격 표시	<ul style="list-style-type: none"> - 단위당 가격을 자동 계산하는 시스템 도입하여 수작업에 따른 오류 방지 - 주기적인 자체점검으로 정확한 정보 제공 	<ul style="list-style-type: none"> - 최종가격 정보를 일정단위로 구분하여 정보제공 - 최저가격 유지를 위해 월별 주요 제품에 대해 규격, 가격, 단위 가격 제공과 주 2회 시장 조사
판매가격 표시 (PRICE TAG)	<ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 정찰 표와 당사 판매가격 표시 가이드라인 구축 - 자체점검을 통한 표시 오류 최소화 	<ul style="list-style-type: none"> - 상품정보 추가 제공으로 고객사용시 오류 최소화 - 고객의 FAQ (자주 묻는 질문) 사항을 가격태그에 추가 고려
POP 표시	<ul style="list-style-type: none"> - POP, DM 등 백화점 내 표시광고의 관리 지침 수립 - POP 내 상품 특성을 정확하게 구분 후 기재 	<ul style="list-style-type: none"> - 고객 관점의 POP 순위 재정립 및 상품 설명 보강 - POP 부착 기준까지 전점 통일화시켜 구매시점에서의 편리성 보강



전자 가격표시기

유통기한 자동인식 시스템

DATA BAR 활용 FLOW

GS1 Data Bar



DATA BAR 도입

유통기한 임박상품



할인가 적용

유통기한 경과



POS판매차단

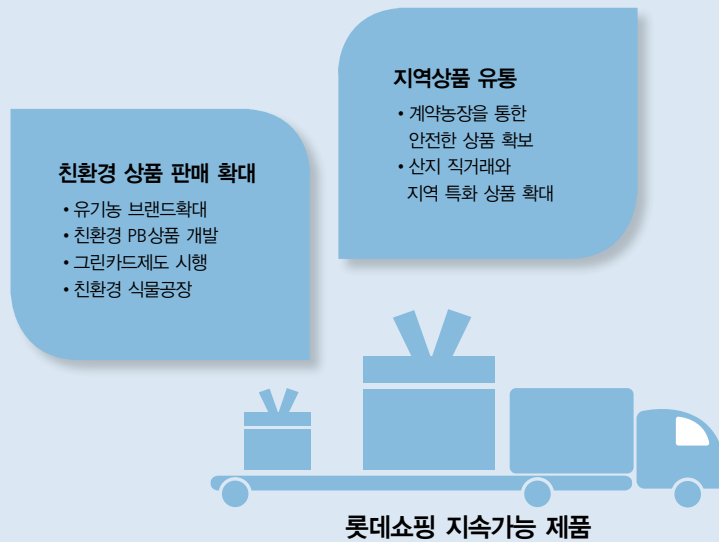


04 Sustainability in products

친환경 상품 판매 확대 | 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 실현하려는 롯데쇼핑의 지속가능경영 전략입니다.

지속가능 제품 유통 확대



주요 관리 지표 Key Performance Indicators

주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2009	2010	2011
친환경 편집매장 매출액	억 원	백화점	268	339	391
친환경 PB상품 매출액	억 원	마트	114	256	330
산지 직거래 상품 매출액	억 원	마트	3,051	4,335	5,208

친환경 상품 판매 확대

생산과 소비를 잇는 유통기업에 있어 이해관계자들에게 가장 직접적이고 중요한 영향을 미치는 것은 친환경 상품 유통의 확대입니다. 롯데쇼핑은 친환경·유기농 상품 전문매장 확대, 친환경 PB상품 개발 등을 통해 친환경 상품의 비중을 늘려가고 있습니다.

친환경 상품 편집매장 운영 ● 롯데백화점은 2007년에 본점, 2009년에는 잠실점에 친환경 상품 매장인 '에코숍(Eco-shop)'을 오픈하여 운영하고 있습니다. 에코숍은 친환경 소재로 제작한 의류, 천연 주방·욕실용품, 재활용 상품 등 환경부담을 최소화한 제품들만을 판매하고 있으며, 에코숍에서 발생된 수익금을 환경기금으로 조성하여 사용하고 있습니다. 2011년 총 매출액은 885백만원이며 판매수익금 478백만원이 기부되어 기후변화 방지활동에 사용되었습니다. 향후 친환경상품 편집매장을 더욱 활성화하여 친환경상품에 대한 인식을 공유하고 올바른 녹색소비문화가 정착할 수 있도록 힘을 계획합니다.

그린카드제도 시행 ● 롯데쇼핑은 전 국민의 녹색생활 실천을 위한 환경부의 '그린카드제도'에 적극적으로 참여하고 있습니다. 그린카드제도란 그린카드로 친환경상품을 구매할 경우 다양한 혜택을 제공함으로써 녹색소비를 생활화 할 수 있도록 돕는 제도입니다. 2011년 4월 환경부와의 '그린카드제도 참여 협약' 체결에 이어 11월부터는 전 점포에서 그린카드제도를 시행하고 있습니다. 현재 롯데백화점 89품목, 롯데마트 220품목에 대해 그린카드 포인트를 제공하고 있습니다.

친환경 PB상품 개발 ● 롯데마트는 2008년부터 친환경 PB 상품개발을 시작하여 2009년 '에코스마일' 론칭과 함께 2011년 말까지 총 378개의 상품을 개발하였습니다. 유기농 농산물·가공식품과 생분해 플라스틱 소재를 적용한 일회용품, 성장이 빠른 대나무를 사용하여 벌목을 최소화시킨 주방용품 등 다양한 소재와 방법으로 개발하고 있습니다. 특히 '스마트 에코 티슈'는 디자인에 환경문제 메시지를 전달함과 동시에 인쇄도수를 최소화하여 아시아 유통업계 최초로 'PL Buyer 디자인 어워드'에서 친환경 부문 대상을 수상하였습니다.

친환경 식물 공장 ● 롯데마트는 매장 내에서 직접 농산물을 재배하여 판매하는 식물공장을 업계 최초로 운영하고 있습니다. 식물공장은 외부 환경과 분리된 시설로 식물의 생육 환경을 엄격한 기준으로 제어하여 균일한 품질과 위생 안전성을 확보할 수 있습니다. 식물공장에서 재배된 채소는 2011년 한해 동안 440만원의 매출을 기록하였으며, 가족 단위 쇼핑객들의 교육 현장으로써의 역할도 수행하고 있습니다.

친환경 식품 매출 현황 (단위: 백만 원)

연도	유기농 브랜드 총 매출액	농산품 총 매출액	농산품 총 매출액 대비 유기농 브랜드 매출
2009	26,821	122,622	21.3%
2010	33,857	157,912	21.4%
2011	39,081	171,354	22.8%

* 백화점 기준

친환경 PB상품 현황 (단위: 백만 원)

구분	주요내용	2009		2010		2011	
		상품수	매출	상품수	매출	상품수	매출
친환경 원재료	천연재료, 재생원료, 대나무	84	40	104	80	180	110
유기농 식품	유기농 농축산물, 가공식품	59	40	76	73	83	100
친환경 포장	생분해성 포장재, 인쇄도수	68	32	68	30	84	40
환경 인증	탄소인증, 공정무역, 친환경	1	2	30	73	31	80
합계		212	114	278	256	378	330
신장율				31%	125%	35%	30%

* 마트 기준

지역상품 유통

롯데쇼핑은 지역상품 유통을 통해 농가의 안정적인 판로와 가격을 보장하여
입점 지역의 경제 활성화에 기여하는 동시에 고품질과 안전성을 가진 우수한 상품을 확보해나가고 있습니다.

계약 농장 제도 운영 ● 롯데백화점은 2005년을 시작으로 계약농장을 매년 확대하여 현재 전국 33개(청과 29개, 채소 4개)의 농가와 계약을 체결하여 높은 품질의 상품을 공급 받고 있습니다. 특히 2010년 청과·채소 직매입 전환에 따른 품목별 계약산지를 기존 22개 업체에서 33업체로 대폭 늘렸고, 정부의 '농업 명장' 인증획득 생산자(신고배명장 이윤현, 포도명장 김진수, 단감명인 성재희)와의 거래를 통한 고품질 생산지를 확보하고 있습니다. 롯데마트는 수산, 축산까지도 산지 직거래 영역을 넓혀 해당 상품의 매출이 매년 20% 이상 지속적으로 성장하는 추세를 보이고 있습니다. 향후에도 산지 직거래를 강화하고 지역 특화상품을 입점 확대하여 고객 만족 제고와 더불어 협력회사 상생경영에도 힘써 나갈 계획입니다.

계약 농장 운영 현황 (단위: 백만 원)

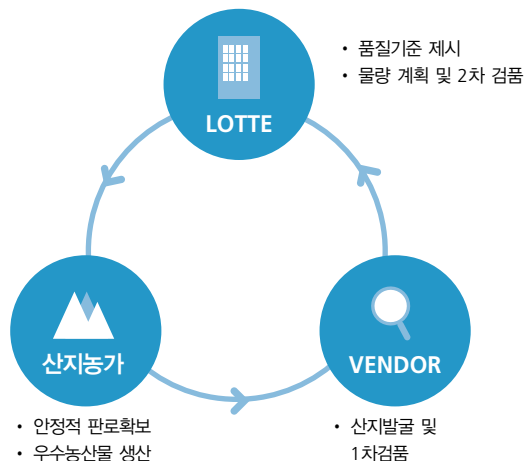
품목	대표 상품	품목수	2010	2011	2012
과일/채소	사과, 감자 등	122품목	2,053	2,402	2,450

지역 특산품 개발 ● 롯데백화점은 좀 더 신선하고 안전한 신선식품을 고객에게 제공하기 위해 거래형태를 직매입으로 전환하여 다양한 지역의 상품을 직접 개발하고, 철저한 상품관리를 통해 고

객에게 최고의 상품을 제공하고자 노력하고 있습니다. 2011년 고창, 완도 지역의 우수 지자체와의 양해각서 체결을 통해 다양한 특산품들을 선보이고 있으며, 포항의 특산품인 과메기, 홍게 등도 적극적으로 소싱하여 지역 상품을 개발하기 위해 노력하고 있습니다. 2012년에는 창녕군과 MOU를 체결하여 현재 쌀 브랜드를 개발하고 있습니다.

지역 특산품 판매장 운영 ● 2011년 12월 오픈한 롯데마트 원주점에는 매장내 지역 특산물만을 판매하는 행사장을 운영하고 있습니다. 이는 지역내 우수업체와 상품을 적극 발굴하여 중소기업과의 상생을 추구하고, 고객이 원하는 상품을 입점시켜 타 유통사와 차별성을 도모하려는 취지로 추진되었습니다. 조엄 밤고구마, 설악 오징어순대 등 200여개의 상품을 취급하고 있으며, 월 평균 5천만원의 매출을 나타내고 있습니다. 향후 동반성장을 위해 지역 우수업체 상품 입점을 점차적으로 확대해 나갈 계획입니다.

롯데백화점 계약농장 제도



산지 직거래 매출 현황 (단위: 백만 원)

구분	지역	품목	매출		신장율
			2010	2011	
지역		과일	140,834	154,037	9.4
		채소	108,337	102,264	-5.6
	전국	수산	9,359	13,407	43.3
		축산	175,012	251,140	43.5
		계	433,542	520,848	20.1



Work & Life Balance Workplace



인재 개발
공정한
성과 평가

05
EQUAL PROJECT
HR Management
인적자원 관리



균등대우
직원 만족도
향상

06
EQUAL PROJECT
Work & Life Balance
일과 삶의 조화

비즈니스 이익

사회적 이익

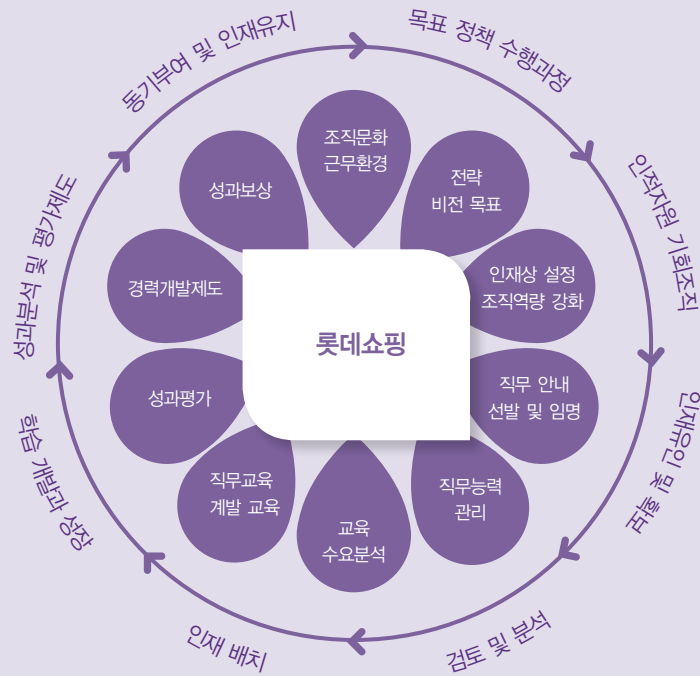
EQUAL PROJECT 05 HR Management

임직원 역량 개발 | 전문인력 양성 | 글로벌 인재양성 | 공정한 성과평가

임직원은 롯데쇼핑의 소중한 자산이며 기업의 미래입니다.

롯데쇼핑은 인재역량개발과 공정한 성과평가를 통해 유능한 인재를 확보하고 업무 효율성 향상을 견인함으로써 직접적인 비즈니스적 이익을 창출합니다.

롯데쇼핑 인재 관리 맵



주요 관리 지표 Key Performance Indicators

주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2009	2010	2011
임직원 총교육비	백만 원	백화점	4,125	4,799	6,515
		마트	2,601	3,025	3,421
임직원 인당 교육시간	시간	백화점	163	163	180
		마트	107	103	123
임직원 퇴직율	%	백화점	0.4	0.5	0.7
		마트	0.7	1.0	0.9

임직원 역량 개발

롯데쇼핑은 '글로벌 초일류 유통기업'의 비전을 달성하기 위해 임직원 역량 개발 및 인재육성이 무엇보다 중요하다고 판단하고 롯데쇼핑 인재상 정립, 단계별 역량 개발 프로세스 구축 및 전 임직원 교육 등을 지원하고 있습니다.

임직원 교육 과정 ● 롯데쇼핑은 임직원의 니즈를 적극 반영한 다양한 형태의 교육을 실시하고 있습니다. 유통 전문인력 육성을 위한 현장 및 실무 위주의 교육을 시행하고 있으며, 해외시장으로의 활발한 진출에 발맞추어 진출국가별 맞춤형 전문인력을 육성하고 있습니다. 또한 독서·사이버 강의를 통해 자기개발, 직무역량 향상, 경영방침 이해 등과 같은 교육 과정을 운영함으로써 임직원들이 더욱 손쉽게 강의를 받을 수 있도록 하고 있습니다. 2011년 한 해 동안 총 1,546개의 강의를 진행되었으며, 임직원 교육시간은 총 161만 시간입니다.

평생 교육 지원 ● 롯데백화점은 직원들의 학업욕구를 충족시켜주기 위하여 2년제 전문학사 학위 소지자들을 대상으로 4년제 위탁사내대학에 진학할 수 있는 기회를 제공하고 있으며, 고졸사원 및 전직원들을 대상으로 4년제 사이버 대학을 운영하고 있습니다. 2006년부터 경희대학교와 연계하여 학사과정을 운영하고 있으며 현재 125명이 졸업, 75명이 재학 중에 있습니다. 사이버과정은 서울 디지털대학교에 2011년 3월부터 경희사이버대학교, 한양사이버대학교, 세종사이버대학교, 사이버한국외대 과정도 추가개설하여 운영하고 있으며, 30~50%의 등록금 감면 혜택을 제공하고 있습니다.

원격 교육 지원 ● 롯데백화점은 독서·사이버 교육 시스템을 운영하면서 임직원들이 시간과 장소에 구애받지 않고 능동적으로 자

기개발을 할 수 있도록 힘쓰고 있습니다. 글로벌 역량을 키우기 위한 리더십과 어학코스가 있고, 업무능력 향상을 위한 경영, 직무, 컴퓨터 과정 등 월 평균 400여개의 강좌를 운영하고 있으며, 직원들의 요청에 따라 신규강좌를 적극적으로 추가하고 있습니다. 독서·사이버 교육·전화외국어 등의 원격 교육을 통해 2011년 한해동안 14,387명이 학습을 진행하였습니다.

독서학습 시스템 ● 2011년 2월 기존의 수동적인 독서통신 교육의 틀에서 벗어나 창의적 혁신과 자기개발을 위한 자율적인 독서학습 시스템인 'With Book'을 오픈하였습니다. 기존의 독서교육은 월 1회 신청 후 2개월간 학습을 진행하였으며, 제한된 범위 내에서 독서교육이 가능했으나 인터넷 서점 'With Book' 도입을 통하여 365일 개인별 희망도서를 자율적으로 선택 가능하게 되었습니다. 또한 도서 서평을 작성하게 함으로써 독서 학습에 대한 동기부여, 자기주도적 독서 학습계획 수립 및 다양한 정보수집을 통한 전문성 강화를 꾀하게 되었습니다.

인터넷 서점 'With Book' 운영현황

(단위: 권)

구분	2010	2011 With Book 도입	증 감	비고
총 독서량	6,670	22,007	230%	위드북 운영 현황 가입회원 : 4,546명 (2012년 1월 기준)
인당 독서량 (권)	1.3	4.4	3.1	

교육체계도

	기본 교육			전문 교육										
	입사/승진시	직책교육	2S·3C	핵심인재		글로벌			직무교육					
임원	승진/신임 임원과정	점장/부문장 소통과정	스폰서 과정	AMP	외부 최고위 과정					시니어 EMBA	백화점 협회 연수	원격 With Book		
팀장	Grade 필수과정	팀장자격 교육	코치 및 리더십	2S · 3C 연 구 회	사외 MBA	주재원 예비 인력 육성	우수 현 채 인	해 외 현 지 방 문 교 육	사 내 외 어 학 과 정	M D 영 업	유동군 EMBA		원격 With Book	
매니저														그룹 스쿨 (HR, 기획 외)
사원 SA														S역량 향상 과정
A	A Grade 신입입문 교육		전 파 교 육								식품 상품군 특화 교육			
JA	JA Grade 신입입문 교육	직무전환												

전문인력 양성

롯데쇼핑은 유통업태에 대한 폭넓은 이해와 전문성을 갖춘 인재를 양성하기 위해 유통전문인력 육성체계를 운영하고 있습니다. 또한 역량이 뛰어난 여성 인재들을 확보하기 위해, 여성인력의 체계적 능력개발 지원뿐 아니라 성차별적 요소를 철저히 배제하고 능력과 성과에 따른 평등한 보상이 이루어질 수 있도록 노력하고 있습니다.

유통 전문가 과정 ● 롯데백화점은 경영 기초 학문과 실무능력 향상을 통해 유통 전문인력 양성을 위한 '롯데 유통대학'을 운영하고 있습니다. 교육과정은 1년간 사이버 교육, 집합 교육, 현장방문 조사, 해외연수, 주제연구를 포함한 Blended Learning으로 진행됩니다. 또한 이론교육 테스트, 정기 어학 시험, 개인 조사연구 발표, 팀 프로젝트 실시 등의 다양한 학습 평가를 진행하고 있으며, 이 결과를 바탕으로 졸업시에는 인사평가에도 반영하고 있습니다. 유통대학은 1994년 최초 시행되어 현재 18기 총 569명의 졸업생을 배출하였으며, 2012년에도 새로이 35명의 신입생이 교육에 참가하고 있습니다.

유통대학 수료 인원

(단위: 명)

구분	인원
2010	44
2011	34
2012	35
누계 (1994-2012년)	604

MD역량 배양 교육 ● 롯데백화점은 상품기획자(CMD 및 MD)의 상품 제안 역량을 강화하고 패션 비즈니스 전반에 대한 이해도를 높여 업무능력 향상을 도모하기 위한 '패션 아카데미' 제도를 운영하고 있습니다. 2011년 총 수강인원 28명(CMD 10명, MD 18명)을 포함하여 현재까지 209명의 인원이 교육을 수료하였습니다. 또

2012년에도 4월부터 28명(CMD 4명, MD 19명, 스태프 5명)을 대상으로 교육을 운영 중에 있습니다.

경영 전문가 육성 ● 롯데쇼핑은 우수 인력을 육성하기 위해 사외 MBA과정과 그룹차원의 최고 경영자 AMP과정을 운영하고 있습니다. 사외 MBA과정을 통해 마케팅, 인사관리, 회계 등 핵심 인재가 갖추어야 할 필수 과정을 이수할 수 있도록 입학금과 등록금 전액을 지원하고 있으며, 현재 '야간 MBA'와 '주말 MBA'로 나누어 운영하고 있습니다. 2011년 6명이 MBA과정을 수료하였고, 현재 6명이 수강 중에 있습니다. 최고 경영자 AMP과정의 경우 현재 서울대 AMP과정에 2명이 수강중에 있습니다.

여성 리더 육성 ● 롯데백화점은 기존 여성인력에 대한 인식을 개선하고 회사의 비전 및 핵심가치를 이해하고 실천하는 여성 리더를 양성하기 위한 교육을 진행하고 있습니다. 2011년에는 여성 리더 세부 네트워킹 프로그램을 통해 여성 리더간의 네트워크 강화 및 성장기반을 마련했으며, 여성 리더의 강점을 찾아가는 워크숍을 통해 조직 내 여성 리더 육성에 대한 의지를 공유하였습니다. 2012년에는 여성 간부사원의 워크숍, 여성인재 포럼이 진행 될 예정이며, '여성인력 활성화' 주제 특강을 통해 여성 리더십에 대해 연구할 자리를 마련할 계획입니다.



유통대학 19기 주제연구 워크숍



패션아카데미 교육

글로벌 인재양성

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 적극적으로 양성하고 있습니다.

예비 주재원 선발 교육 ● 롯데백화점은 해외사업을 주도적으로 이끌어갈 인재육성을 위하여 매년 글로벌 인력 Pool을 선발하여 체계적인 교육을 실시하고 있습니다. 개인 희망사항은 물론 인사 고과, 경력, 외국어 능력 등 다양한 기준으로 2011년에는 총 142명의 예비 인력을 선발하였으며, 2012년에는 103명이 선발되었습니다. 주재원으로 선발되기 전 약 1년 동안 '주재원 예비인력 육성과정'을 통해 글로벌 소양, 현지 이해, 어학 교육을 거쳐 우수한 성적으로 이수한 인력을 실제 주재원으로 최종 선발하고 있습니다.

예비 주재원 육성 인원

구분	중 국	러시아	베트남	인도네시아	계
2011	52	16	36	38	142
2012	41	17	20	25	103

글로벌 간부사원 육성 ● 롯데백화점은 '지역 전문가' 프로그램을 통해 글로벌 역량을 갖춘 간부사원을 육성하고 있습니다. 2011년에는 중국에 6명의 인력이 파견되어 1년간 언어 및 유통정보를 습득하였으며, 현지어학 교육을 통하여 전원이 HSK 5급을 취득하였습니다. 현재는 6명 중 4명이 중국 주재원으로 파견되어 있습니다.

현지 글로벌 인력 교육 과정 ● 롯데쇼핑은 현지 인력과의 소통력 강화를 위해 해외 현지인력을 대상으로 당사 이해 증진을 물

론, 나아가 한국 문화에 대한 이해를 돕기 위한 교육과정을 운영하고 있습니다.

» 우수 현재인 국내 초청 교육 롯데백화점은 중국, 베트남, 러시아, 인도네시아 점포의 우수 현채인을 초청하여, 약 일주일 간 롯데백화점을 직접 체험하는 기회를 마련하고 있습니다. 교육 참석자들은 귀국 후 롯데백화점과 대한민국을 현지에 알리는 사내강사로 활동하게 됩니다.

» 해외 점포 방문 교육 국가별 연 1회 해외 점포 및 사무소에 직접 방문하여 체류하면서, 현지인 관리자 및 동료사원 대상으로 교육을 실시하고 있습니다. 롯데백화점의 비전 및 경영이념은 물론, 향후 사업 전략의 방향 등을 직접 공유하면서 조직을 이해하고 조직 소속감 또한 높아지는 긍정적인 교육 효과가 있습니다.

해외 어학연수 휴직 제도 ● 롯데마트는 해외 사업의 확장에 따른 외국어 우수 인력을 확보·육성하기 위하여 어학연수 휴직제도를 운영하고 있습니다. 자발적인 휴직 신청을 통해 지원이 가능하며, 해외사업과 관련이 있는 영어권(미국, 호주 등), 중국, 베트남 등이 대상입니다. 연수휴직 복귀 후에는 어학을 적극적으로 활용할 수 있는 해외사업 관련 직무로 최우선 배치하여 해외전문가로 육성하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 현재까지 영어권 8명, 중국 4명, 베트남 1명 총 13명이 어학연수 휴직제도를 통해 글로벌 역량을 쌓았습니다.



글로벌 지역전문가 육성 과정



2011년 현채인 매니저 국내연수

공정한 성과 평가

롯데쇼핑은 차별 없는 직급 및 급여체계, 실적 중심의 성과 보상 제도 및 공정한 성과 관리 프로세스를 통해 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 임금체제를 수립하고 있습니다. 기본 급여 이외에 개인성과와 목표 달성률 등을 감안한 성과급을 지급하고 있으며, 한 해 동안의 기업성과에 따른 특별성과급을 지급하고 있습니다.

개인의 실적이 직접적으로 반영된 고과결과로 연봉등급을 산정하고 그 연봉등급에 따라 급여를 차등지급하고 있으며, 실적에 따른 보상체계를 강화하기 위해 성과급에도 차등지급 방식을 적용하고 있습니다. 2011년에는 개인별 성과에 따른 적절한 보상이 실시되도록 연봉 및 성과급 차등폭을 확대하여 적용하였습니다.

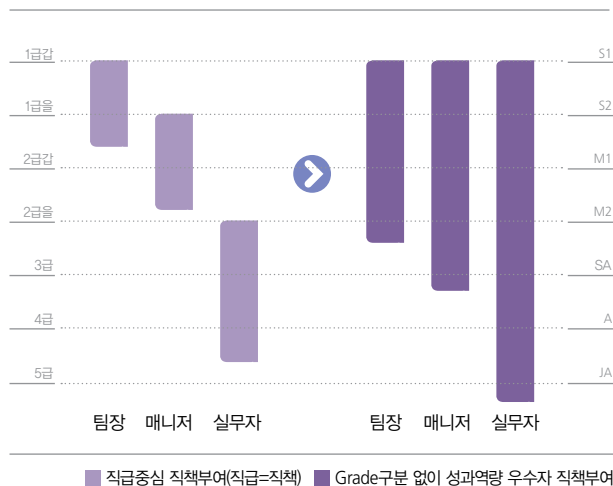
성과 관리 프로세스 ● 성과평가는 공정한 평가가 이루어질 수 있도록 개인별로 합의된 목표와 척도에 따라 평가를 하고 있으며, 개인들의 목표 달성 여부와 실적이 직접적으로 반영된 고과 결과에 따라 차등적인 보상 체계를 갖추고 있습니다. 성과관리는 반기별로 고과자인 리더와 피고과자인 팀원이 면담과 협의를 통해 이루어 집니다. 모든 구성원들은 회사와 조직의 성과 목표에 맞추어 개인별로 정량화된 목표와 척도를 갖게 되며, 이에 따라 공정한 평가가 이루어지게 됩니다.

성과관리 조직문화 구현 ● 롯데쇼핑은 2011년 4월부터 기존의 직급제도를 폐지하고 '新 Grade 제도'를 도입하였습니다.

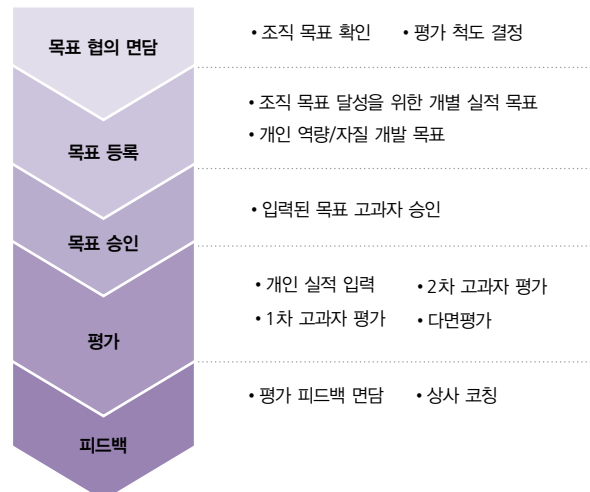
'新 Grade 제도'는 충분한 역량을 갖춘 인력에게 직책을 수행할 수 있는 자격을 주고, 그 자격을 충족하는 인력 중에 우수한 인력을 대상으로 실제 직책을 부여하여 급여 인상으로 이어지는, 즉 'Grade 상승=직책 수행 자격 취득·직책부여=보상 증가'라는 패러다임으로의 조직문화 전환을 의미합니다. 이와 함께 기존의 팀장, 매니저 외 직급에 의해 불리던 부장, 차장, 과장 등의 직급 호칭을 폐기하고 팀장, 매니저 등의 직책 보임자에 대한 직책호칭과 수석, 책임 등의 비직책자의 호칭으로 구분하여 시행하고 있습니다.

남녀의 균등한 성과 평가 ● 롯데백화점은 간부사원급 여성 인력 확보와 육성을 위해 인사 관리에 있어 성 차별적 요소를 철저히 배제하고 능력과 성과에 따른 승진을 실시하고 있습니다. 올해 여성 간부사원 승진은 작년 14명의 2배 수준인 26명에 달하며, 특히 고급 간부사원인 S Grade의 경우, 대상자 3명이 전원 진급하기도 했습니다.

新 Grade 제도



성과 관리 프로세스

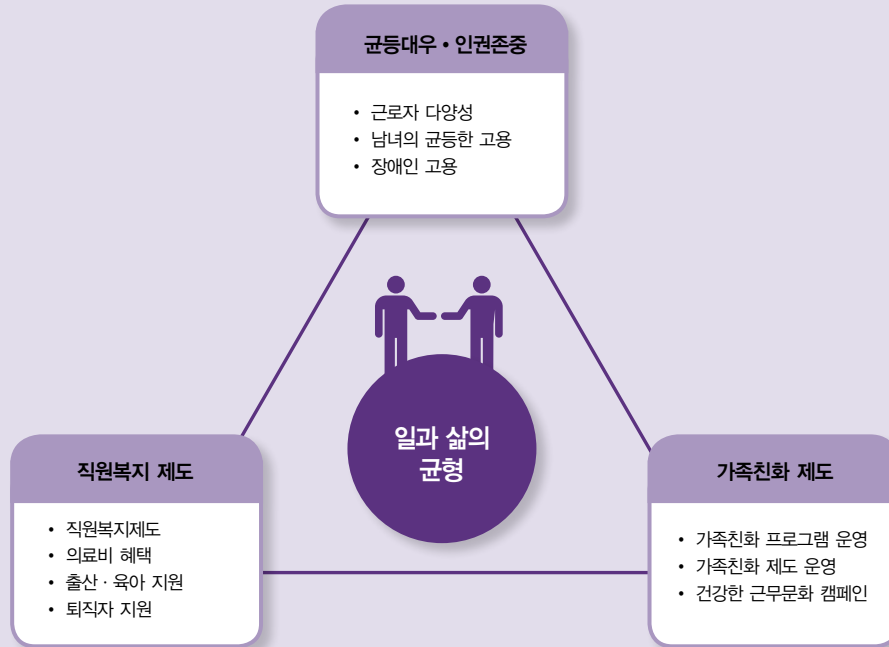


06 Work & Life Balance

균등기회 제공 | 임직원 복지제도 | 가족친화경영

롯데쇼핑은 일과 삶의 조화를 통해 임직원이 가진 최고의 역량을 발휘할 수 있는 환경을 제공하기 위해 노력합니다. 'Equal Project 06' 은 단순히 성과관리와 업무 효율성 제고의 차원을 넘어, 일과 삶의 조화 그리고 균등한 대우를 통해 임직원 개인의 삶의 질을 실질적으로 향상시킴으로써 롯데쇼핑과 사회 전반의 이익을 동시에 추구하는 전략입니다.

롯데쇼핑 Work & Life Balance



주요 관리 지표 Key Performance Indicators

주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2009	2010	2011
여성 인력 고용 비율	%	백화점	54.6	52.7	51.7
		마트	63.4	64.1	65.8
여성 관리자 비율	%	백화점	3.3	3.9	4.3
		마트	4.1	4.9	6.4
장애우 고용 비율	%	백화점	2.6	3.1	3.4
		마트	2.0	2.3	2.5

균등 기회 제공

롯데쇼핑은 모든 임직원이 동등한 기회와 대우를 받을 수 있는 기업문화를 구축해 나가고 있습니다. 채용 및 인사이동, 승진 등에 있어서 성별, 장애 등 불합리한 차별적 요소를 배제하고 이로인한 불만을 예방하기 위해 의사 수렴 제도를 시행하고 있습니다.

차별없는 채용 및 보상 ● 롯데쇼핑은 신규채용시 성별, 나이 등으로 차별을 하지 않고 모두에게 균등한 기회를 제공합니다. 2011년 기준 롯데백화점 전체 직원 수는 6,513명, 롯데마트는 11,831명입니다. 정규직 인원의 여성 구성비를 보면 롯데백화점이 51.7%, 롯데마트가 65.8%로 여성비율이 50% 이상을 차지하고 있습니다. 롯데백화점의 여성 관리직급 구성비 또한 4.3%로 해마다 증가하고 있어 롯데쇼핑 내에서의 여성의 지위가 지속적으로 신장되고 있음을 알 수 있습니다. 또한, 직급체계에 있어서도 성별에 차이를 두지 않고 있으며 동일한 직급 및 경력 내에서는 남녀 직원 간 차별 없이 동일한 임금을 지급하고 있습니다

장애인 고용 ● 롯데백화점의 장애인고용비율은 3.4%, 롯데마트는 2.5%로, 장애인 고용 의무비율인 2.3%를 상회하고 있습니다. 지속적으로 장애인 배치 가능 직무를 개발하고 중증장애인 고용을 권장한 결과 2010년 장애인고용촉진공단 주관 'True Company' 대상을 수상하는 등 장애인고용우수기업으로 인정받았습니다.

여군 장교 채용 ● 2011년 3월 롯데그룹은 국내 대기업 최초로 여군 장교 대상 특별 채용을 실시하였습니다. 현재 여성장교 인력은 백화점과 마트를 비롯한 유통 계열사에 배치되어 영업관리·점포관리 등의 업무를 수행하고 있습니다. 이들은 여성 장교 특유의 섬세한 리더십을 발휘하여 유통업 직무와의 시너지 효과를 창출하고 있습니다.

여성 인력 육성 ● 롯데백화점은 여성 고객의 비중이 클 뿐만 아니라 여성들이 전문성을 발휘할 수 있는 다양한 업무 분야가 있습니다. 2010년 12월 디자이너 출신의 여성인사를 임원으로 영입하였고, 2011년 9월에는 백화점 업계에서는 최초로 여성점장을 발탁하기도 하였습니다. 또한 주요부서 팀장직책에 여성인재를 확보하기 위해 2011년 MD, 서비스, CRM, 재무, 법무 등 본사 주요부서 6개 팀장 자리에 여성 간부사원을 외부에서 전격 영입하였습니다. 2012년에는 사내변호사, 회계사와 같은 전문직 여성 인력을 채용하는 등 여성인력 확보를 위해 적극적으로 노력하고 있습니다.

여성 및 장애인 인력 현황

	롯데백화점			롯데마트		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
전체 인원 (명)	5,911	6,555	6,513	9,114	11,548	11,831
여성 인력 (%)	54.6	52.7	51.7	63.4	64.1	65.8
여성 관리직급 (%)	3.3	3.9	4.3	4.1	4.9	8.6
장애인 고용 (명)	159	197	227	177	247	283
장애인 고용율 (%)	2.6	3.1	3.4	2.0	2.1	2.5

임직원 복지제도

롯데쇼핑은 임직원의 풍요롭고 건강한 직장생활을 위해 다양한 직원 복지 제도를 시행하고 있습니다. 임직원의 재정 및 교육 부담을 경감하기 위한 대출제도와 학자금 지원제도 및 퇴직 관련 지원 프로그램도 운영하고 있습니다.

임직원 복지 제도 ● 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 상해보험 가입과 의료비 지원, 종합건강검진 제도 등 의료혜택 제도를 두고 동시에 직장 내 안전교육을 강화하여 산재건수 줄이기에도 힘쓰고 있습니다. 직원들의 여가 생활을 위한 콘도·동호회 지원과 지방점 이동자들의 현지 정착을 위한 사택지원금 및 연고지 방문 교통비도 지원하고 있습니다.

출산·육아 관련 복지제도 ● 롯데쇼핑은 임직원 및 동료사원 대상 출산과 육아에 대한 복지를 강화하여 직원들이 자녀를 양육하는데 따르는 부담을 줄여주기 위한 다양한 복지제도를 운영중에 있습니다. 가족친화정책의 일환으로 임직원들의 다자녀 특별 출산장려금을 지급하고, 자녀학자금 제도 확대를 통해 임직원들이 일과 가정을 양립할 수 있도록 지원하고 있습니다.

친환경 어린이집 운영 ● 롯데백화점은 직장보육시설 '롯데백화점 어린이집 1호점'을 설치하여 임직원 및 동료사원들의 양육을 지원하고 여성 직원들의 근로조건을 개선하여 저출산 문제해결

에 적극 동참하고 있습니다. 백화점 근무시간을 반영하여 연장 운영, 휴일 운영, 석식 무료제공, 셔틀버스 운영 등 맞춤형 보육 시스템과, 보육료 지원을 통해 직원들의 혜택을 더했습니다. 2011년도부터는 부산권, 대구권 직원들을 위해 제휴 어린이집을 추가 운영하고 있습니다. 지역내 우수 보육시설을 지정하여 보육료 및 운영비를 지원하고, 오전 8시부터 21시까지 보육하며 365일 이용할 수 있도록 하고 있습니다.

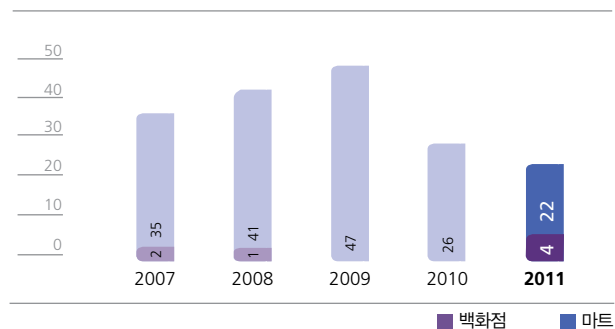
퇴직자 지원제도 ● 롯데쇼핑은 퇴직자를 대상으로 그 동안의 근속에 대한 배려와 감사의 마음을 전달하는 의미로 재직기념패를 수여하고 있으며, 각종 증명서 신청시 무료 우편발송 서비스를 제공하고 있습니다. 또한 퇴임 임원에게는 롯데백화점 MVG 혜택을 제공하며, 콘도 이용, 경조사 지원, 정기 건강 검진 지원 등의 복지혜택도 제공하고 있습니다. 2008년부터는 퇴직자에 대한 체계적 관리와 지원을 목적으로 전직 지원 프로그램 제인인 '아웃플레이스먼트(Outplacement) 제도'를 실시하고 있으며 2012년 6월부터는 퇴직예정자를 대상으로 중소기업청에서 주최하는 시니어창업스쿨 교육에도 할 수 있도록 할 예정입니다.

출산·육아 관련 직원 복지 제도

구분	세부항목	대상	주요내용
출산	경조금 지원	자녀 출산시 임직원 대상	- 백화점 : 첫째/둘째 10만원, 셋째 100만원, 넷째 이상 300만원 - 마트 : 첫째 50만원, 둘째 100만원, 셋째 이상 200만원
	학자금 지원	유치원/중·고등학교/대학교 자녀 대상	해당 교육과정별 교육비 실비 지원
육아	의료비 지원	직원 의료보험증 상에 등록된 배우자 및 자녀	근속연수별 연간 5백만 원~1천만 원 지원
	직장 보육시설	임직원 및 동료사원 자녀 대상	어린이집 운영 및 지방 어린이집 제휴

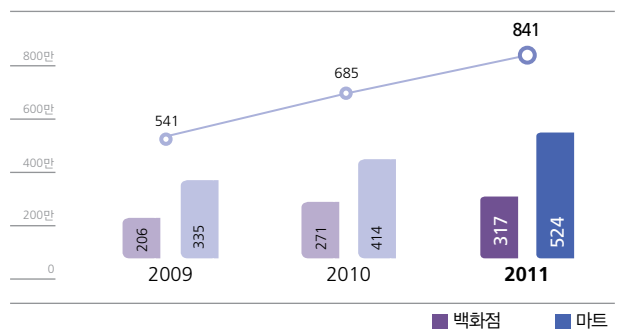
산재건수 현황

(단위 : 건 수)



의료비지원 현황

(단위 : 백만 원)



가족친화경영

롯데쇼핑은 가족친화경영을 통해 임직원이 일과 가정 생활에서 균형과 조화를 찾을 수 있도록 업무환경을 조성하고 있습니다. 출산과 육아에 대한 적극적인 지원과 제도 마련을 통해 직원 만족도를 높이고 동시에 업무에 대한 효율성도 제고하고 있습니다.

가족친화 프로그램 운영 ● 롯데쇼핑은 임직원의 가족까지 배려 할 수 있는 다양한 가족친화형 프로그램을 시행하고 있습니다. 롯데백화점은 2009년부터 임직원 자녀초청행사를 진행하여 지금까지 총 817명이 참여하였으며, 2011년에는 100명의 임직원 자녀를 초청한 스키캠프를 진행하여 좋은 호응을 얻기도 하였습니다. 롯데마트 임직원 자녀를 초청하여 물류센터·공장 견학 및 주거래 농장에서 농작물 따기 체험 등의 행사를 진행하고 있습니다.

가족친화 제도 운영 ● 롯데쇼핑은 가족사랑 휴가제, 가족기념일 연차사용 휴가 등 다양한 가족친화 제도를 두어 가족친화적인 기업문화를 만들어가고 있습니다. 이에 더하여 롯데백화점은 2011년부터 간부사원 Refresh휴가제와 경로효친 휴가제를 추가 도입하여 임직원의 휴식과 재충전, 부모공경 실천 및 화목한 가정을 위한 지원을 하고 있습니다. 롯데마트는 매월 셋째 금요일을 '가족과 함께 하는 날, Family Day' 로 지정하고, 1시간 조기퇴근하여 한 달에 하루는 가족과 함께 할 수 있도록 가족친화 캠페인을 진행하고 있습니다.

가족친화기업 인증 ● 롯데쇼핑은 2009년 여성가족부가 주관하는 '가족친화기업인증'을 유통업계 최초로 획득하였습니다. 가족친화기업 인증이란 근로자가 업무와 가정을 조화롭게 병행할 수 있

도록 가족친화경영을 선도적으로 수행하고, 관련 제도를 모범적으로 운영하는 기업에게 인증을 수여하는 제도입니다.

건강한 근무문화 캠페인 ● 롯데백화점은 임직원들의 일 가정 조화를 위해 건강한 근무문화 캠페인을 연중 시행하고 있습니다. 회식시간 제한제 및 불건전 음주 사례 신고 센터 등을 운영하고 있으며, 2011년에는 금연과 건전한 음주문화 서약서 작성 및 교육을 진행하였습니다. 롯데마트는 의료 복지물, 헬스 복지물, 금연 펀드, 문화 회식 등의 제도 개선을 통해 직원 만족도를 높이고 직원 건강 증진에 앞장 서고 있습니다. 금연펀드에 가입하여 금연에 성공하였을 때 축하금 50만원을 지원하고 있으며 현재 3기까지 운영되어 38%의 성공률을 기록하기도 하였습니다.

대한민국 일하기 좋은 100대 기업 대상 수상 ● 롯데백화점은 2011년 신뢰경영을 실천함으로써 일하기 좋은 기업문화를 쌓아가고 있는 회사(GWP·Great Work Place)에 수상하는 '대한민국 일하기 좋은 100대 기업' 유통부문에서 대상을 수상하였습니다. 주요 평가항목인 상사와 경영진에 대한 신뢰, 업무와 조직에 대한 자부심 등에서 우수한 평가를 받음으로써 내부 고객인 임직원들로부터 신뢰가 높은 기업임을 검증받았습니다.

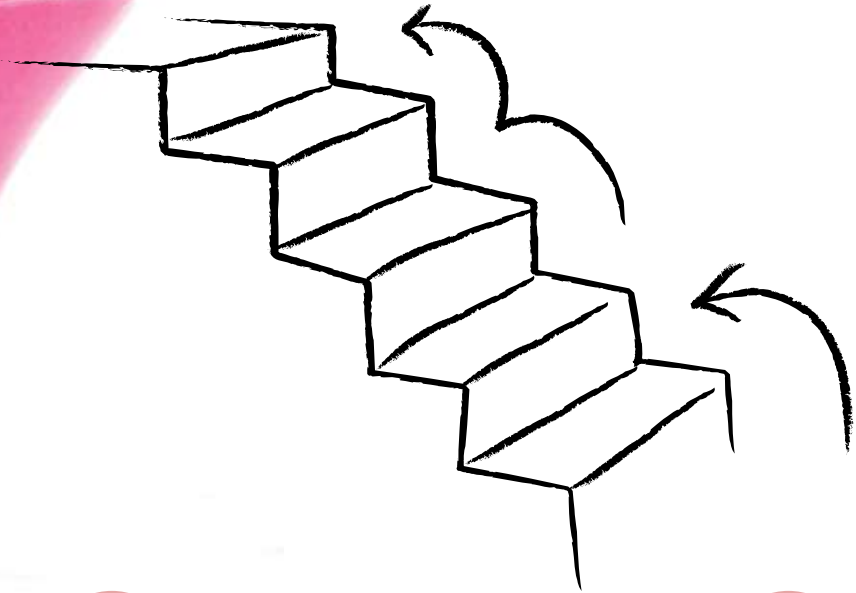


임직원 자녀 스키캠프



아빠 엄마 회사 1일 체험하기

We think about Supplier
Supplier



소통
공정거래

07
EQUAL PROJECT
Supplier Management
협력회사 방침



동반성장
심김경영

08
EQUAL PROJECT
Supplier Support
협력회사 지원

비즈니스 이익

사회 · 환경적 이익



07 Supplier Management

협력회사 소통 | 공정거래 자율준수 | 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 07' 은 이에 대한 방침을 수립하고 운영하여 기존 제도를 개선하면서 동시에 협력회사와 함께 성장해 나가기 위한 롯데쇼핑의 전략입니다.

롯데쇼핑 협력회사 상생 방침



주요 관리 지표 Key Performance Indicators

주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2009	2010	2011
협력회사 컨벤션 참여 협력회사 수	개	백화점	233	272	484
		마트	-	-	42
중소기업박람회 참여 협력회사 수	개	마트	-	-	187
동료사원 교육 수료 인원	명	백화점	75,678	83,461	119,586

협력회사 소통

롯데쇼핑은 협력회사와 비전을 공유하고 지속가능한 동반성장을 도모하기 위해 소통 채널을 다양화하고 있습니다. 정기적인 의견수렴 활동을 통해 협력회사의 의견에 귀 기울여 이를 내부 제도개선에 반영해 나가고 있습니다.

협력회사 초청 컨벤션 ● 롯데백화점은 2007년부터는 매년 협력회사 초청 컨벤션을 진행하여 상호 신뢰와 상생의 자리를 마련함으로써 동반자적 관계를 재확인하고 있습니다. 2011년 개최된 '제 5회 협력회사 초청 컨벤션'에서는 협력회사 관계자 484명이 참여하여 마진을 최대 5%까지 내리는 '슬라이딩 마진' 인하제 도입 및 자금지원 확대 등의 내용이 공유되었습니다. 롯데마트도 2011년 통큰·손큰상품 업체 42개사를 초청하여, '통큰·손큰 컨벤션'을 진행하였습니다. 향후에도 매년 상반기에 컨벤션을 진행하여 통큰·손큰상품생산 업체와 지속적인 교류의 자리를 가질 계획입니다.

CEO간담회 및 방문의 날 ● 협력회사와의 다양한 의사소통 채널 중 하나로 롯데백화점은 협력회사 CEO 간담회를 정기적으로 실시하고 있습니다. 2009년부터 현재까지 총 5회의 간담회를 실시하였으며, 2011년 10월에도 협력회사 대표 48명을 초청해 의견을 수렴하는 자리를 가졌습니다. 롯데마트는 월 1회 'CEO 협력회사 방문의 날'을 지정해 운영하고 있습니다. CEO가 직접 협력회사를 방문하여 현장의 애로사항 등을 수렴하여 다양한 개선 방안들을 모색하고 있습니다. 현재까지 총 9개 업체를 방문하였으며, 국내·해외판로확대 및 자금지원을 도모하고 있습니다.

협력회사 초청 박람회 개최 ● 롯데마트는 우수 중소기업을 발굴 육성하여, 해외 판로를 확대 지원하기 위하여 중소기업 초청 박람

회를 개최하였습니다. 박람회에서 1차 상담을 통과한 187개 업체 중 판매 테스트를 거친 37개 업체가 현재 지속적인 거래를 진행하고 있습니다. 이 중 통큰 김치를 생산하는 '들빛식품'은 월 평균 매출 1.6억, 50%신장을 기록하고 있습니다.

협력회사 동반성장 홈페이지 개설 ● 롯데마트는 CEO부터 사원까지 모든 임직원들이 중소 협력회사와 소통을 통한 동반성장을 추진하기 위하여 '협력사 동반성장 사이트'를 2011년 6월 오픈하였습니다. 사이트에는 자금지원, 교육지원, 상품 및 판촉행사 지원 등 실질적인 동반성장을 위한 다양한 제도가 소개되어 있습니다. 롯데백화점도 상품본부 홈페이지를 운영하여 자금지원, 교육지원 신청 및 입점상담 및 동반성장 소통의 창을 두고 있습니다.

협력회사 초청 세미나 ● 롯데백화점은 협력회사와 함께하는 다양한 주제의 프로그램을 진행하였습니다. 2011년 7월에는 '동반성장 CEO 세미나'를 열어 협력회사 대표 295명을 초청하여 동반성장 주요정책 소개와 외부인사 초청 강연 자리를 마련하였습니다. 또한 협력회사 마케팅 임직원 100명과 함께 Win-Win 마케팅 전략을 공유하기 위한 '마케팅 세미나'를 진행하였습니다. 11월에는 협력회사 대표 100명을 초청하여 신규 출점 및 주요 MD에 관한 정책을 공유하는 워크샵도 운영하였습니다.



협력회사 초청 박람회 개최



롯데마트 동반성장 홈페이지

공정거래 자율준수

롯데쇼핑은 2001년 업계 최초로 공정거래 자율준수 선포식을 개최하여 협력회사와의 공정하고 수평적인 동반자 관계 정립을 선언하였습니다. 또한 교육과 감독, 제재 및 평가, 피드백이라는 프로세스를 통하여 법 위반 가능성을 최소화 하고, 협력회사와의 동반성장에 최선을 다하고 있습니다.

공정거래 위반 사전예방 활동 ● 롯데백화점은 공정거래 위반행위를 사전예방하기 위해 업무지침서인 '자율준수 편람' 과 '업무 매뉴얼' 을 매년 정기적으로 제작· 배포하고 있습니다. 2011년 공정거래자율준수 편람(통권10호)을 제작하여 전 직원들과 공유하였습니다. 또한 2012년 1월 1일부로 시행되는 '대규모 유통업에 있어서의 거래 공정화에 관한 법률'의 제정 내용을 반영하여 표준거래계약서를 수정·보급 하였습니다. 향후 이와 관련한 통합전자문서 시스템 구축 및 전자계약확대실시를 계획하고 있습니다. 이를 통해 관련 공문 등의 체계적 보관이 가능하고 계약업무 간소화에도 크게 기여할 것으로 기대됩니다.

공정거래 감독 SYSTEM 운영 ● 유통업의 특성상 법규 위반 가능성이 높은 항목 위주로 연 2회이상 정기점검을 실시하여 법 위반 가능성을 사전에 분석하여 최소화하고 있습니다. 입퇴점 및 인테리어 관련 불공정 행위, 판촉행사 참여 강요 행위, 소비자 오인 가능성이 있는 표시·광고 행위 등을 집중적으로 점검하여 협력회사 및 고객에게 불이익이 발생하지 않도록 최선을 다하고 있습니다. 위반 행위 발견시에는 관련자에 대한 인사징계, 협력회사의 불이익 해소 등의 자진시정 조치 또한 취하고 있습니다. 또한 거래에 있어 협력회사가 억울하거나 불편을 느꼈던 부분에 대하여 바로 잡고자 공정거래 신문고를 운영하여 사건의 진위를 신속히 파악하여 개선할 수 있도록 하고 있습니다.

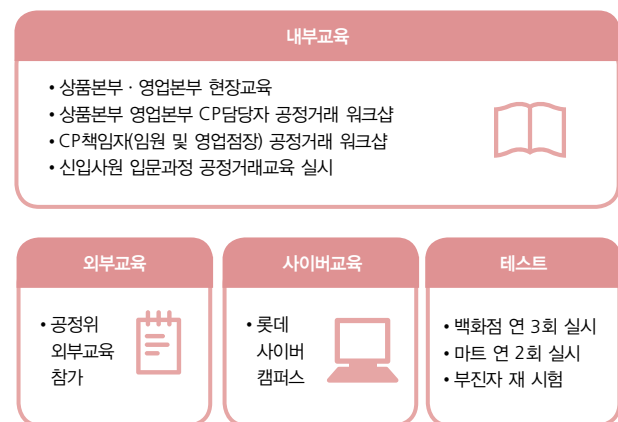
공정거래 활동

구분	내용
교육 및 사전 예방 활동	공정거래자율준수 편람(2011년 제10호 발간) 및 최신업무지침 배포 전사원 대상 정기교육 및 상품본부 MD·CMD대상 수시교육 실시 CP 책임관리자 선정 및 워크샵 개최(2011년 총 3회, 총 163명 참석) MD개편 관련 대규모유통업법 준수 여부
관리·감독	판촉촉진비용 부당평가 및 동료사원 부당파견 행위 부당한 표시광고행위 판촉행사 참여강요
평가 및 개선	위반행위자 인사제재 조치 위반사례 전사공유 및 자진시정조치 실시

협력회사 동반성장 협약식 ● 롯데쇼핑은 2011년 4월 협력회사와의 상생 및 공정거래 자율준수에 대한 공동의 파트너십 구축을 위해 공정거래위원회 및 협력회사들과 동반성장 협약식을 진행하였습니다. 중소협력사 대표 120명이 참여한 가운데 공정거래 및 동반성장 협약과 유통관련 공정거래법규 준수 의지를 선포하는 자리를 가졌습니다.

공정거래 교육 체계 ● 롯데백화점은 전직원을 대상으로 내부·외부·온라인 교육 등 다양한 방법으로 교육을 진행하고, 공정거래법 이해정도를 평가하기 위한 테스트를 실시하고 있습니다. 2011년에는 6,016명의 직원을 대상으로 90회의 교육을 진행하였으며, 2월에는 상품본부 전 부문장 및 영업본부 점장을 대상으로 법과대학 교수를 초빙하여 교육을 시행하였습니다. 또한 2012년 1월 시행된 대규모유통업법 개정에 관한 정확한 이해를 돕기 위해 외부 변호사를 초빙하여 영업본부 및 상품본부를 대상으로 교육을 실시하였습니다. 롯데마트도 의무교육과 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.

롯데쇼핑 공정거래 교육 체계



협력회사 인력 육성

동료사원은 '고객 지향'이라는 롯데쇼핑의 주요한 가치를 고객에게 전달하는 핵심적인 역할을 한다는 인식 하에 체계적이고 전문적인 교육의 기회를 제공하여 업무 역량을 강화할 수 있도록 지원하고 있습니다.

단계별 동료사원 교육 체계 ● 롯데백화점은 신입 동료사원을 포함하여 전 동료사원을 대상으로 단계별 맞춤형 교육 프로그램을 제공하고 있습니다. 입문과정을 비롯하여 최고 전문가 과정인 '사롯데 아카데미' 과정까지 롯데백화점에서 근무하고 있는 동료사원들이 진정한 프로그가 되고 소속감과 자부심을 고취시킬 수 있는 전문화된 교육프로그램을 다양하게 운영하였습니다. 또한 상품군별 핵심 4개 군을 대상으로 실무중심의 전문가를 선정하여 해당직무 전문성 강화를 위한 판매마스터 자격 인증제를 실시하였습니다. 2011년에는 고객과의 진정성 있는 소통을 위한 마인드 함양 및 현장실천 사례를 테마로 교육을 진행하였으며 인문학 등 다양한 감성 특화 과정도 실시하였습니다.

동료사원 교육현황 (*백화점 기준)

구분	입문		해외연수	점자제 교육	계
	단기	장기			
2009	21,531	4,420	-	49,727	75,678
2010	42,223	10,775	100	30,363	83,461
2011	45,184	21,897	150	52,355	19,586
계	108,938	37,092	250	132,445	278,725

사내강사 제도 및 해외연수 프로그램 확대 운영 ● 롯데백화점은 2010년 '우수 샵매니저 사내강사제도'를 도입하여 우수한 동료사원들의 현장 경험들을 신입 동료사원들과 공유하고, 현장 동료들에게 노하우를 전수하는 단계별 교육과정을 운영하였습니다. 또한 새로운 유통 트렌드를 체험 할 수 있도록 서비스명장을 선발하여 해외연수를 실시하였습니다. 2010년에는 100명(일본 동경), 2011년에는 150명(중국 상해)으로 확대 운영하여 현장에서의 더 많은 노하우를 공유하고 롯데백화점에 대한 소속감과 자부심을 고취하는 기회를 마련하였습니다.

동반성장아카데미 ● 협력회사들의 지속가능한 성장 기반 확보를 지원하고자 2011년 2월부터 '롯데 동반성장 아카데미'를 운영하여 그룹차원의 교육지원도 이루어지고 있습니다. 윤리경영, 공정거래법 등의 정책과정과, 회계, 마케팅, IT 등의 직무과정, 리더양성 과정등의 프로그램을 갖추었으며 교육 참여 확대를 위해 온라인 교육 사이트(partner.lotteacademy.co.kr)도 운영하고 있습니다. 2011년 2월부터 12월까지 롯데백화점에서는 총 518개사 729명의 협력회사 임직원들이 참여하였고, 롯데마트도 총 368개사 514명의 협력회사 임직원들이 온·오프라인 강의를 수료하였습니다.



사롯데 아카데미 5기 과정



우수 샵매니저 해외연수



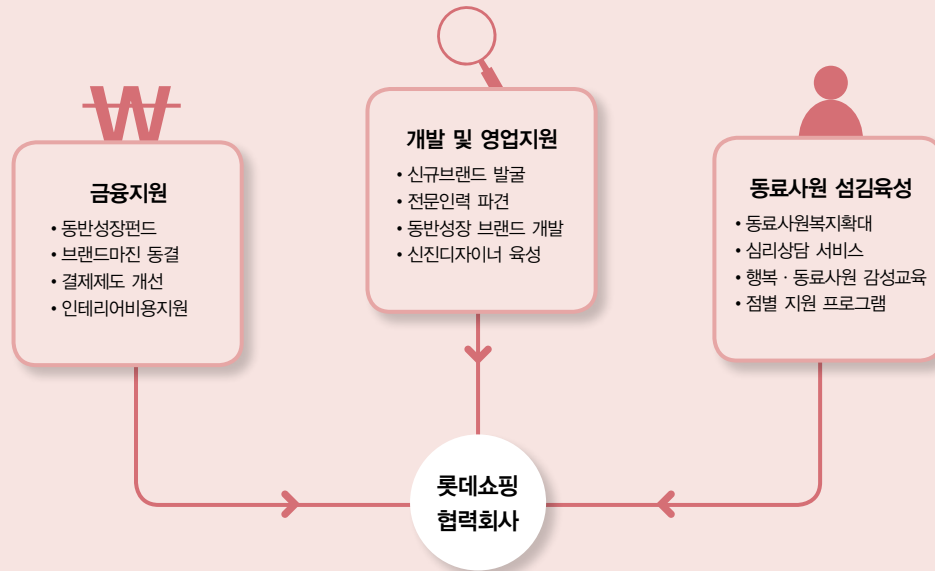
EQUAL PROJECT 08 Supplier Support

협력회사 금융지원 | 상품개발 및 인력지원 | 동료사원 섬김경영

롯데쇼핑은 협력회사를 함께 성장하는 동반자로 인식하고 협력회사의 실질적인 지속가능성 수준향상을 위해 체계적인 지원 프로그램을 개발·운영하고 있습니다.

‘Equal Project 08’은 금융지원은 물론 중소 협력회사 발굴, 브랜드 개발, 프로모션 및 경영지원, 동료사원 복지 및 건강관리 등 다각도의 지원을 펼치는 동반성장 전략입니다.

롯데쇼핑 협력사 지원



주요 관리 지표 Key Performance Indicators

주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2009	2010	2011
협력회사 단기자금 지원액	억 원	백화점	45	41	112
구매대금의 현금결제 비율	%	백화점	51.1	59.1	95.1
협력회사 상생펀드 지원액	억 원	백화점	-	56	486
		마트	-	154	515

협력회사 금융 지원

롯데쇼핑은 중소 협력회사의 자금난 해소를 지원하기 위해 금융권과 업무제휴를 통한 금융 및 선금금 지원, 금융펀드 등을 운영하고 있습니다. 또한 구매 관련 협력회사까지 자금 지원 범위를 넓히는 등 전 협력회사를 대상으로 지원제도를 확대해 나가고 있습니다.

동반성장 기금 및 펀드 규모 확대 ● 롯데백화점은 협력회사의 금융지원 제도로 '동반성장기금'과 '동반성장펀드'를 조성하여 운영하고 있습니다. 동반성장기금은 자체 조달 재원을 바탕으로 지원하는 형태로서 2010년 150억원 규모의 기금을 조성하였고, 2011년 3월에는 1,000억 규모로 확대하였습니다. 이를 통해 2011년 한해 동안 협력회사에 112억 정도의 기금이 지원되었습니다. 동반성장 펀드는 금융권에 예치한 자금을 운영하여 협력회사가 대출 시 금리우대를 받을 수 있도록 한 제도입니다. 롯데백화점은 2010년 400억 원을 조성한데 이어 2011년 금액을 증자해 총 500억원 규모의 펀드를 운영 중입니다. 동반성장 펀드를 통해 2011년 한해 53건, 총 486억원의 지원이 이루어졌습니다.

다양한 금융지원 제도 운영 ● 롯데마트는 2002년 구매카드 지원을 시작으로 네트워크론, 패밀리론, 다모아론, 동반성장펀드 등 다양한 금융지원을 협력회사에 제공하고 있습니다. 2011년에는 전자외담대를 확대·추가하였으며, 직접적 금융지원을 위해 선금금 제도를 지원하는 등 총 4,190억을 지원하였습니다. 또한 롯데마트는 정기적으로 자금지원제도 설문조사를 실시하여 협력업체의 의견을 적극 수렴하여 자금지원제도 개선에 반영하고 있으며, 자금이 어려

운 협력업체와 직접 상담하여 협력업체에 맞는 자금지원제도를 안내하고 있습니다.

결제제도 개선 ● 롯데쇼핑은 협력회사의 원활한 자금흐름을 지원하기 위해 2010년 구매대금의 현금 결제를 전면적으로 시행하였으며, 2011년에는 상품대금 지급기일을 단축하였습니다. 2011년 4월부터 익월 20일에 지급하던 직매입 대금을 10일로 앞당겼으며, 동반성장협약체결 중소협력사 대상 특정매입은 기존 30일에서 10일, 임대업체도 기존 20일에서 10일로 각각 단축하였습니다. 이를 통해 중소 협력회사의 자금난을 해소하고 신뢰에 바탕을 둔 거래를 공고히 하는 성과를 가져왔습니다.

인테리어 2년 보상제 ● 롯데백화점은 2011년 4월부터 백화점 업계 최초로 합리적인 인테리어 비용보상 체계 시행을 위한 인테리어 비용 2년 보상제를 실시하고 있습니다. 리뉴얼 후 1년 내 이동 시 인테리어 비용을 100%지원해주며, 2년 내에 이동시에 잔존가에 해당하는 금액을 보상해줌으로써 2011년 한해 동안 약 6천만원이 보상 지원되었습니다.

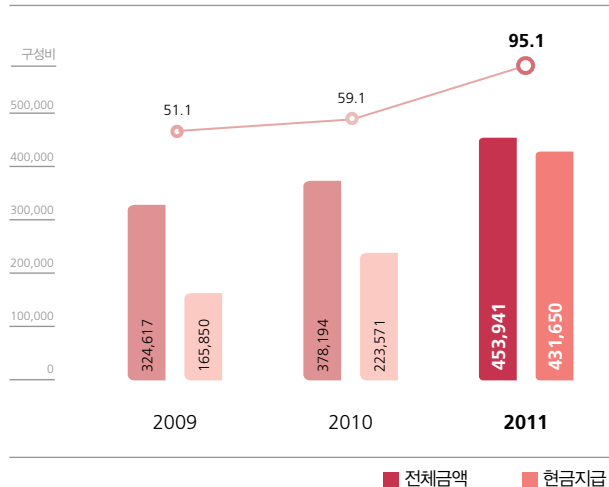
2011년 금융 지원 현황

(단위 : 백만 원)

구분	자금지원제도	지원금액	
백화점	동반성장기금	단기 유동자금 무이자 직접 대출	11,200
	동반성장펀드	시중은행연계 협력회사 대출금리 우대	48,600
	구매카드	구매전용카드	65,463
	패밀리론	납품금액의 80% 운영자금으로 지원	167,705
마트	선금금 지원	농수산물, 가치혁신 상품 개발에 무이자 지원	20,384
	다모아론	무담보, 무보증 신용대출로 우대금리 적용	420
	전자외담대	상품매출금액을 근거로 운영자금 지원	113,646
	동반성장펀드	시중은행연계 협력회사 대출금리 우대	51,520
계		478,938	

구매대금의 현금 결제 시행현황

(단위 : 백만 원, %)



상품개발 및 인력지원

롯데쇼핑은 중소 협력회사의 상품 판로 개척 및 브랜드 상품 개발을 돕고자 다양한 지원 제도를 수립 운영하고 있습니다. 유망한 디자이너 육성을 지원하고 상품브랜드, 경영, 상품운영 등을 다각도로 지원하여 중소기업의 브랜드파워 향상을 돕고 있습니다.

MPB 상품 개발 ● 롯데마트는 중소기업 동반성장의 일환으로 MPB 상품을 공동 개발 및 판매하고 있습니다. MPB 상품은 상품력은 우수하나 브랜드가 알려지지 않고, 안정적인 판로 확보가 어려운 중소 생산자 브랜드를 발굴하고 유통업체의 다양한 지원 프로그램을 통해 경쟁력 있는 독립 브랜드로 자립할 수 있게 육성하는 롯데마트만의 동반성장 PB입니다. 2011년에는 620품목, 635억원의 매출을 올렸으며 2012년에는 700품목의 상품 개발 및 850억원의 매출을 계획하고 있습니다.

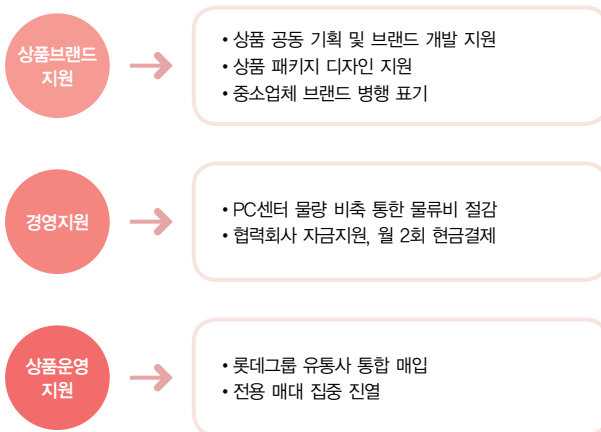
협력회사 전문인력 파견 ● 롯데쇼핑은 전문인력 부족으로 경영에 어려움을 겪는 협력사의 애로사항을 해결하기 위하여 내부 전문인력을 파견하는 인력지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 롯데백화점은 2011년 3개 협력회사에 소방·전기시설 전문인력을 파견하여 시설 및 안전점검을 하였고, 7개사에는 서비스아카데미 전문강사가 방문하여 비지니스 매너 등의 주제로 강의를 진행하였습니다. 롯데마트 안전환경팀 전문 인력과 전문 컨설팅사 전문 인력이 연계하여 8개 중소기업의 안전환경 및 에너지컨설팅 인력 지원을 시행하였습니다.

동반성장 상품 '손큰 브랜드' 개발 ● 롯데마트는 2010년부터 중소기업과 상생협력하는 손큰 브랜드를 탄생시켜 지속적인

로 상품을 개발하고 있습니다. 손큰 브랜드는 역량있는 우수 중소기업을 발굴하여 롯데마트가 가진 선진 시스템(상품판매 DATA, 상품 시험연구소, 물류센터 등)을 함께 공유하여 만들어 낸 상품에 부여하는 브랜드로서, 2012년 5월 현재 총 12개의 상품이 판매되고 있습니다. 2011년 4월 삼영푸드와 함께 만든 손큰 두부는 대기업 중심으로 형성되어 있던 두부시장에 처음 진출하여 매주 3만개 이상의 판매량을 기록하고 있습니다. 롯데마트는 앞으로도 우수한 기술력을 지녔으나, 판로를 찾지 못하고 있는 중소기업을 지속 발굴 육성할 예정입니다.

신진 디자이너 육성 지원 ● 롯데백화점은 2010년 4월 유통업계 최초로 정보제공 및 매장 운영, 공동 마케팅 등 신진 디자이너 육성과 관련하여 서울산업통신진흥원과 업무 협약을 체결하였습니다. 이를 계기로 우수한 신진 디자이너를 선발하여 그들의 상품을 고객에게 선보이는 편집샵(Style Field)을 2010년 8월 잠실점에 오픈하였습니다. 그동안 상대적으로 부족했던 유통단계에서의 지원을 확대하여 디자이너들에게 기획의 장을 제공한다는 점에서 좋은 평가를 받았습니다. 2011년 한해 약 4억원의 매출을 기록하였으며, 향후 정기적인 평가 및 추가 품평회를 통해 점진적으로 확대하여 패션시장에 새로운 활력을 줄 수 있는 '패션 인큐베이터'로서의 역할을 해 나갈 계획입니다.

MPB 지원 프로그램 Program



신진디자이너 편집샵 (Style Field)

동료사원 섬김경영

동료사원은 롯데쇼핑의 가치를 고객의 접점에서 전하기에 지속적인 소통과 지원을 통한 파트너십 형성이 무엇보다 중요합니다. 이를 위해 롯데쇼핑은 동료사원에게 다양한 복지혜택을 제공하고 고충을 적극적으로 처리하기 위한 제도를 운영하고 있습니다.

동료사원 복지 확대 ● 롯데백화점에서는 동료사원들의 애사심 고취를 위해 다양한 복리후생제도를 운영하고 있으며 2010년 4월부터는 장기 동료사원들에 대한 복지를 당사 직원과 동일한 수준으로 확대하였습니다. 기존에 지원하던 연말선물과 경조사환은 지원금을 증액하였고, 장례용품과 생일선물 지급을 추가하였습니다. 롯데마트는 동료사원 권익보호 및 근무 만족도 향상을 위해 동료·용역사원들의 자녀 입학·졸업식 등 가족기념일에 참석할 수 있도록 하였습니다. 또한 매년 우수 동료·용역사원을 선발하여 상장 및 상금을 수여하는 제도를 운영하고 있으며, 2011년 부터는 기존 10만원에서 20만원으로 확대하여 총 286명에게 수상하였습니다.

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

행복·동료사원 감성교육 ● 2011년 롯데마트는 점에서 근무하는 행복·동료사원의 사기 진작과 스트레스 해소를 위하여 감성교육을 시범적으로 진행하였습니다. 6개 권역의 대표점을 대상으로 총

241명이 참석하였으며, 행복·동료사원들이 소속감과 동료애를 높이는 장을 마련하였습니다. 이 프로그램은 행복·동료사원들의 즐거운 일터 만들기를 위해서 지속적으로 진행할 계획입니다.

점별 동료사원 지원 프로그램 운영 ● 롯데백화점은 점 자체적으로 동료사원의 날, 특식데이 등을 정해 직원식당에서 특식을 제공하고, 시네마데이나 컬처데이를 운영하여 영화관람의 기회를 주는 등 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다. 이러한 행사를 통해 소속감과 동료애는 더욱 강화되고, 관리자와 동료 사원간의 열린 커뮤니케이션의 장을 마련하고 있습니다. 또한 매점을 카페테리아형태로 리뉴얼하고, 통합서비스 라운지 운영 등 동료사원들의 근무 환경을 개선하기 위한 노력도 꾸준히 진행하고 있습니다.

직원 편의시설 개선 활동 ● 롯데쇼핑은 동료사원들이 업무 피로도를 최소화시키고 편안한 분위기에서 근무할 수 있도록 정기적으로 편의시설 점검 및 개선활동을 시행하고 있습니다. 2012년 1월에도 서울 9개점, 총 90여개소를 대상으로 직원 편의시설의 청결 및 안전관리를 점검하는 직원 휴게실 클리닉을 실시하여 공유하였습니다.

동료사원 복리후생제도 현황

구분	대상	내용
어린이날 선물 지급	장기동료사원	롯데과자 선물세트 지급
연말 선물	장기동료사원	온라인 포인트 지급, 현물 지급
경조사 환원 지급	장기동료사원	본인,자녀 결혼, 본인상, 직계 존비속상 배우자상
생일선물 지급	장기동료사원	케익 교환 상품권 지급
장례용품 지급	장기동료사원	본인상, 부모상, 배우자 부모상, 배우자상, 형제상, 자녀상
콘도 이용	장기동료사원	회사 연계 콘도 이용 가능
동료사원 단체보험	장기동료사원	가입기간 : 2010.8.3~2011.8.3 재해사망, 재해장해, 임진단 지원
나눔자리 심리상담 및 고충 상담	전 동료사원	개인 심리상담(우울증, 스트레스 등) 고충상담(근무환경, 애로사항, 건의사항 등)



행복·동료사원 감성교육

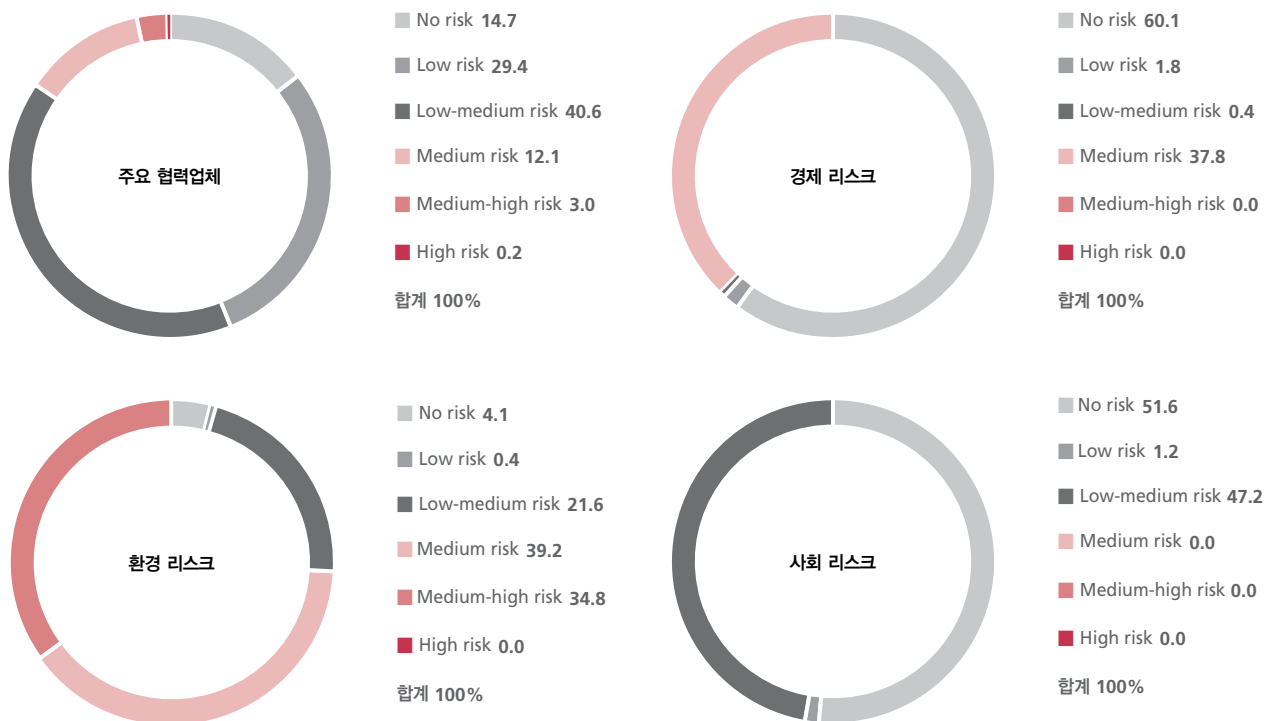
공급망 관리

존경받는 글로벌 유통기업으로 성장하기 위해서는 파트너인 협력회사와의 관계가 매우 중요합니다. 롯데쇼핑은 협력회사에 대한 윤리적 책임과 사회적 책임을 다할 뿐 아니라, 협력회사들이 롯데쇼핑의 지속가능경영 방침을 이해하고 함께 동참할 수 있도록 노력하고 있습니다

협력회사 지속가능 파트너십 구축 | 롯데쇼핑은 관계를 맺고 있는 모든 협력회사들과 함께 지속가능한 성장을 이뤄나가기 위한 '협력회사 지속가능경영 가이드라인'을 도입하였습니다. 이는 유엔글로벌 콤팩트 10대 원칙, 세계인권선언 및 국제노동기구 협약을 근거로 롯데쇼핑과 협력회사가 상호 지속가능한 성장을 이루기 위해 준수해야 할 인권, 노동, 환경, 안전, 보건, 윤리 등에 대한 기본적인 글로벌 요구사항들을 포함하고 있습니다. 또한 협력회사들의 적극적인 실천 및 관심을 이끌어 내기 위해 계약서상에 '지속가능 경영 동참 협약서'를 추가하였습니다. 롯데쇼핑은 협력업체들이 가이드라인 조항들을 준수할 수 있도록 지속적인 지원을 해나갈 계획입니다.

공급망 리스크 분석 | 롯데쇼핑은 주요 협력업체들을 대상으로 공급망 리스크 분석을 실시하였습니다. 백화점과 마트의 주요 협력업체 총 564개를 대상으로 지속가능경영의 주요 영역인 경제, 환경, 사회 측면의 리스크 조사를 실시하였으며, 그 결과에 따라 크게 6가지 리스크군으로 분류하였습니다. 각각의 영역에서 고위험군에 해당되는 업체는 없는 것으로 파악되었으나, 환경 영역이 경제, 사회 영역에 비해 중위험군 이상에 속하는 업체들의 비중이 높게 나옴에 따라 상대적으로 리스크가 높은 것으로 파악되었습니다. 이는 글로벌 수준의 공급망 관리를 위해 ISO 14001 인증, 온실가스 배출관리, HACCP 인증 획득 등 글로벌 스탠다드 수준의 평가 잣대를 적용하였기 때문입니다. 이러한 평가 분석을 토대로 롯데쇼핑은 향후에도 지속적인 공급망 리스크 파악 및 관리를 통해 발생 가능한 리스크를 사전에 예방하고, 개선해 나가기 위해 노력할 것입니다.

공급망 리스크 분석표



Citizenship Equal Project
Society



기업전략 연계
 지속가능경영
 내실화

09
EQUAL PROJECT
 Citizenship Input Management
 사회공헌 투입요소 관리



사회적 책임
 사회 공헌

10
EQUAL PROJECT
 Citizenship Output Monitoring
 사회공헌 성과 모니터링

비즈니스 이익

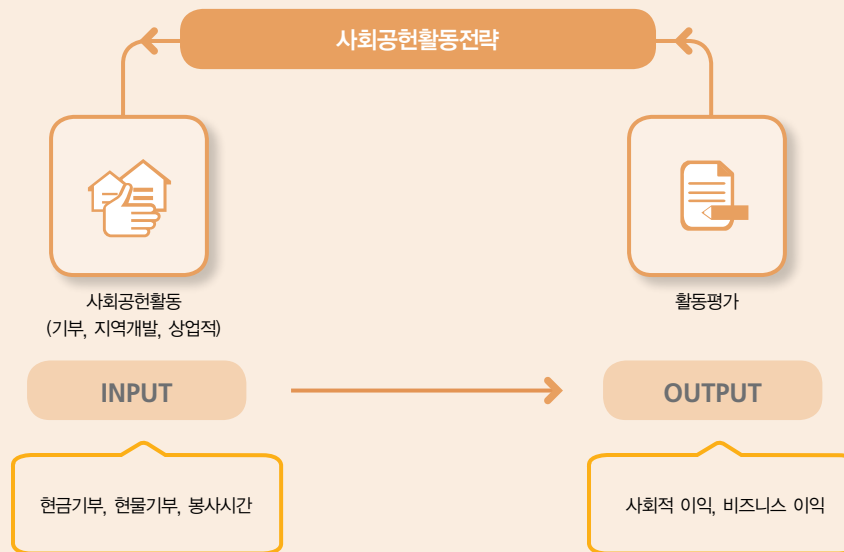
사회적 이익

09 Citizenship Input Management

사회공헌 전략 | 사회공헌 투입요소 관리

‘Citizenship Input Management’란 사회공헌 기금, 자원봉사 활동, 사회공헌 프로그램 등의 성과를 인적·물적 요소로 환원하여 정량적인 성과관리 및 모니터링을 하기 위한 체계입니다. 이는 사회공헌 투입요소를 효과적으로 관리하여 성과를 극대화함으로써 수혜자들이 실질적으로 혜택을 누리고 더 나아가서 기업의 지속가능성으로 환원될 수 있도록 하기 위한 전략입니다.

롯데쇼핑 사회공헌 모니터링 체계도



주요 관리 지표 Key Performance Indicators

주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2009	2010	2011
사회공헌성 비용	억 원	백화점/마트	123	152	157
봉사동호회	개	백화점/마트	76	100	139
봉사참여 임직원 수	명	백화점/마트	6,006	6,644	10,636
임직원 봉사활동 시간	시간	백화점/마트	19,403	25,167	51,718

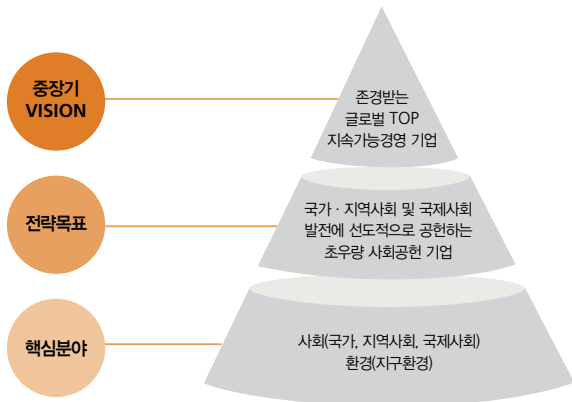
사회공헌 전략

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

사회공헌 전략 ● 롯데쇼핑은 국가, 지역사회 및 국제사회 발전에 선도적으로 공헌하는 기업이 되기 위해 사회공헌활동을 기업의 전략차원에서 다루고 있습니다. 일회성 또는 단순기부 형태의 사회공헌 활동을 지양하고 장기적인 목표하에 유통업의 특성 및 내부역량을 가장 효과적으로 활용할 수 있고, 기업전략과 연계될 수 있도록 사회공헌 전략 및 프로그램을 개발하고 있습니다.

사회공헌 기금 관리 ● 롯데쇼핑은 연간 아래 계 157억원 규모의 사회공헌기금을 운영하고 있습니다. 사회공헌기금이 보다 효과적으로 운영될 수 있도록 사회공헌지출 내역을 활동 유형 및 기부형태별로 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 사회공헌기금을 공정하고 투명하게 집행하고 있습니다.

사회공헌 전략



핵심 추진 방향

- 저출산 해결을 위한 「출산장려 캠페인」
- 임직원 참여 「봉사활동」 및 「지역사회 파트너십」 강화
- Global 위상 확립을 위한 「해외 사회공헌」
- 친환경 인식 개선 및 녹색생활 전파를 위한 「그린캠페인」 강화

핵심 추진 과제

- 대내외 출산장려 사회공헌 강화/가족친화경영 선도
- 점별 봉사조직 활성화/참여형 봉사 프로그램 다양화
- 출점 지역 대상 해외 사회공헌 강화
- 롯데백화점 환경기금 조성/그린캠페인 지속 시행

사회공헌 활동 분야별 실적

(단위 : 백만)



■ 문화·예술·체육	39.4%	■ 장학/학술	10.0%
6,165		1,562	
■ 환경(생태)보전	7.1%	■ 국제교류,구호	8.4%
1,106		1,310	
■ 사회복지	27.3%	■ 기타	8.0%
4,267		1,245	
		총계 100%	
		15,654	

사회공헌 투입 요소 관리

롯데쇼핑은 점별 봉사동호회를 통하여 전국적인 지역 사회봉사활동을 실천하며, 기금조성제도를 두어 소비자의 구매가 사회공헌 활동 및 지역사회 환원으로 사용되어 다시 소비자의 혜택으로 돌아가는 나눔의 가치를 실현하고 있습니다.

봉사동호회 활동 ● 롯데백화점은 전국적으로 37개 봉사 동호회가 점별로 조직되어 1,400여 명의 회원이 자발적으로 봉사활동을 진행하고 있습니다. 봉사동호회의 활성화를 위해 점포별로 최대 50만원까지 활동지원금을 지원하고 있으며, 봉사활동 학점 인정제도를 실시하여 직원들의 자발적 참여를 강화하고 있습니다. 롯데마트는 기존 각 점포별로 이루어지던 봉사동호회를 정비하여 2011년 10월 전국 102개 봉사단의 '행복드림봉사단' 발단식을 가졌습니다. 행복드림봉사단은 정규 임직원 모두가 필수로 참여하도록 독려하여 현재 4,000여명이 참여하고 있습니다.

봉사동호회 운영 현황

구분	봉사동호회 수	참여인원	봉사시간
롯데백화점	37	5,836	22,198
롯데마트	102	4,800	29,520
Total	139	10,636	51,718

봉사활동 실적 관리 시스템 ● 롯데백화점은 2006년 4월, 한국 사회복지협의회장으로부터 사회복지 봉사활동 인증센터로 지정되었습니다. 이에 따라 전 점포 나눔 자리 상담원 위촉, 사회복지 봉사활동 인증관리 DB시스템 구축, 전국 자원 봉사자들의 사회봉사활동 실적 인증서 발급 등을 수행하고 있습니다.

상품권 환경기금 조성 ● 롯데백화점은 2004년 환경가치경영을 선포한 이후 상품권 판매금액의 일정 부분을 환경기금으로 조성하고 있습니다. 소비자의 상품권 구매액이 환경보전 사업에 사용됨으로써 소비의 결과가 궁극적으로 풍요로운 환경이라는 혜택으로 소비자에게 돌아가게 되는 선순환의 환경활동입니다. 환경상품권 캠페인을 통해 롯데백화점은 지난 8년간 약 57억의 환경기금을 조성하여 환경보전 및 기후변화방지 활동에 사용하였습니다.

토이저러스 기금 조성 ● 롯데마트 토이저러스팀은 매년 PB상품 매출 금액의 0.5%를 한국 백혈병 어린이 재단과 홍명보 장학재단에 각각 0.3%, 0.2%씩 기부하고 있습니다. 2007년도 12월 오픈하여 현재까지 조성된 기금은 소아암으로 고통 받는 어린이들과 자

라나는 축구 꿈나무들을 지원하는데 사용되고 있습니다. 2012년도부터는 행복나눔N캠페인과 함께 아동들의 자립을 위한 지원금으로 사용될 예정입니다.

행복나눔 N캠페인 기금 조성 ● 롯데마트는 2010년부터 '나눔(N) 마크'를 부착한 상품의 이익 중 일부를 공익활동에 지원하는 '행복나눔N캠페인'을 진행하고 있습니다. 2010년 6개 품목에서 2011년에는 25품목으로 확대하여 총 1억 3천만원을 기부하여 보육시설 아동들의 심리정서 프로그램 및 정서발달을 후원하였습니다.

임직원 참여 매칭 그랜트 ● 롯데쇼핑은 임직원이 급여액의 일정 금액을 사회공헌 기금으로 적립하면 회사에서도 동일금액을 조성하는 매칭그랜트 제도를 운영하고 있습니다. 이를 통해 롯데백화점은 소외계층 이웃들의 주거환경 개선 봉사를 지원하며, 롯데마트는 위스타트운동본부와 연계해 저소득층 어린이들을 후원하고 있습니다.



롯데백화점 센텀시티점 봉사동호회

10 Citizenship Output Monitoring

출산장려 사회공헌 | 지역 사회공헌 | 글로벌 사회공헌 | 문화 사회공헌

‘Citizenship output Monitoring’이란 롯데쇼핑이 투입한 자금과 인력이 수혜자 및 사회전체에 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

출산장려	지역사회	글로벌봉사	문화
<ul style="list-style-type: none"> • 워킹맘을 위한 버스 '맘이 좋은 방' • 아빠와 함께하는 캠프 • 예비 엄마 아빠 문화강좌 	<ul style="list-style-type: none"> • 행복드림봉사단 • 아토피 치료지원 • 데코마켓 • 멘토링 봉사활동 • 주거환경 개선 • 어린이날 선물 기부 • 사랑나눔 캠페인 	<ul style="list-style-type: none"> • 그린 차이나 • 베트남 롯데스쿨 • 건강행복드림 의료봉사 • 'Warung' 창업지원 • 해외아동 1:1결연 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화센터 운영 • 오르세 미술관전 후원 • 예술의전당 키즈라운지 • 감성미술 콘테스트

주요 관리 지표 Key Performance Indicators

주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2009	2010	2011
사랑나눔캠페인 기금 집행	백만 원	마트	-	29	125
해외 일대일 결연 아동 숫자	명	백화점	440	600	600
문화센터 수강 회원 수	명	백화점	401,122	558,547	650,000
		마트	382,966	412,738	524,381

출산장려 사회공헌

롯데쇼핑은 출산장려라는 국가적 이슈에 공감하고 이에 동참하기 위해 2009년 9월 업계 최초로 보건복지부와 함께 '아이 낳기 좋은 세상 만들기' 업무 협약을 체결, 저출산 해결을 위한 다양한 공동사업을 펼치고 있습니다.

워킹맘을 위한 버스 '맘이 좋은 방' ● 롯데백화점은 2011년 5월, 보건복지부와 함께 워킹맘들을 위한 무료 휴게 공간인 찾아가는 출산장려버스 '맘이 좋은 방'을 오픈하였습니다. 버스는 수도권 외의 주요 오피스 밀집지역을 방문하여 태교에 도움이 되는 음악·영상·도서 등 다양한 콘텐츠 뿐 아니라 유기농 간식 및 간단한 발마사지도 제공하고 있습니다. '맘이 좋은 방'은 일-가정 병행으로 인하여 태교 및 정보 획득 등에 어려움을 겪는 워킹맘들에게 실질적인 도움을 주는 동시에 출산친화적인 사회 환경 조성에 기여하고 있습니다.

아빠와 함께하는 1박 2일 캠프 ● 롯데백화점은 엄마에게 집중된 육아부담을 덜고 아빠의 육아참여 문화 확산을 위한 '아빠와 함께하는 1박2일 캠프'를 개최했습니다. 181가족, 총 456명의 아빠와 자녀가 참여한 이번 캠프는 '아빠와 함께하는 자연체험'이라는 테마를 가지고 지난 2011년 6월부터 5주간에 걸쳐 서울, 부산, 광주 등 전국 5개 거점 지역 근교의 이색 테마지에서 진행되었습니다. 레일바이크, 문화탐방 등 다양한 체험뿐 아니라 가족게임과 문패만들기를 통해 아빠와 자녀간에 친밀감을 형성하는 기회가 되었습니다.

예비 엄마 아빠 대상 임신출산 문화강좌 ● 롯데백화점은 2011년 11월, 예비엄마 아빠가 함께 참여하는 임신출산 문화강좌를 2회에 걸쳐 문화홀에서 진행하였습니다. 이번 강좌는 예비 아빠의 역할을 주제로 주말에 진행되어 맞벌이 부부들의 큰 호응을 얻었습니다. 태교 음악회뿐 아니라 '임신출산 시기별 남편의 역할'에 대한 전문가 초청강연 등 임신·출산에 필요한 필수 상식을 예비 엄마 아빠에게 전달하는 의미 있는 자리가 되었습니다.

출산장려 유공 국민훈장 수훈 ● 2011년 8월, 보건복지부가 개최한 '제2회 아이낳기 좋은세상 경진대회'에서 롯데백화점이 국민훈장 동백장을 수훈하였습니다. 회사 내부에서는 임직원들이 일과 가정을 조화롭게 양립할 수 있도록 가족친화경영을 실천하고, 대외적으로는 다양한 출산장려 캠페인을 추진해 우리 사회에 임신과 출산에 대한 긍정적인 인식을 확산시키는 데 기여해온 것을 높이 평가 받아 수훈의 영광을 안게 되었습니다.



출산장려버스 '맘이 좋은 방'



아빠와 함께하는 캠프

지역 사회공헌

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

아동보육시설 맞춤형 자원봉사 ● 롯데마트의 자원봉사단인 '행복드림봉사단'은 2011년에 전국 100여곳의 아동보육시설과 일대일 연계를 맺어 시설 아동들의 성장단계에 맞춘 지원을 펼치고 있습니다. 롯데마트는 결연된 보육시설의 아동들을 대상으로 유년기, 청소년기, 사회진출기의 전 성장과정에 걸쳐 알맞은 단계별 프로그램을 개발하여 결연아동들의 바른 성장을 돕고 있습니다. 유년기의 정서발달, 문화·체험 프로그램 운영 및 청소년기의 학습·재능 지원, 멘토링 운영, 사회진출기를 위한 취업지원 및 장학금 지원 등을 진행 중입니다.

주거환경 개선 ● 롯데백화점은 매칭그랜트로 조성된 사회봉사기금을 활용하여 독거노인, 소년소녀가장, 장애인 등 소외계층 이웃들의 주거환경개선에 참여하였습니다. 기업이익을 지역사회에 환원한다는 취지로 2010년부터 지속적으로 시행해온 주거환경개선에는 1억원의 비용이 지원되었으며, 약 30가정의 소외이웃에게 사랑나눔을 실천했습니다. 롯데백화점은 직원 참여를 독려하고자 참

여 직원에 대해서는 봉사활동시간 8시간 적립시 사내학점 1학점을 부여하고 있습니다.

어린이날 선물 기부제 시행 ● 매년 5월 5일 어린이 날 동료 사원과 임직원을 대상으로 지급하고 있는 어린이날 선물을 2011년부터는 나눔과 사랑을 실천할 수 있는 기회를 제공하는 '선물 기부제도'를 운영하고 있습니다. 선물 지급대상 직원 중 기부를 희망하는 직원들의 선물을 모아 사회복지시설의 아동들에게 전달하고, 기부한 직원들에게는 기부영수증을 발급해주고 있습니다.

멘토링 봉사활동 ● 롯데백화점은 2010년 5월부터 휴먼 네트워크 협의회에 참가하여 멘토링을 통한 따뜻한 나눔을 실천하고 있습니다. 휴먼네트워크란, 사회적 지원을 풍부하게 가진 개인과 저소득 아동을 1대1로 멘토-멘티 관계로 연결하여 정서적이고 인성적인 부분에 대한 지지와 지도 등을 제공 하고자 하는 보건복지부의 주요 추진 사업입니다. 현재는 60여명의 전 임원 및 점장의 자발적인 참



주거환경 개선 봉사활동



어린이 날 선물 기부

여 속에 휴먼네트워크가 전하는 참된 나눔을 실천하기 위하여 멘토링 활동을 진행하고 있습니다.

저소득층 '아토피 치료지원' 사업 ● 롯데백화점은 경제적인 문제와 아토피 피부염으로 이종고를 겪고 있는 저소득층 아동을 돕기 위해 아토피 치료 지원 사업을 진행하고 있습니다. 2011년에는 서울, 인천, 부산, 울산에 거주하는 아동 100여 명에게 5개월간의 치료비와 약제비를 지원하였습니다. 이에 더하여 바깥나들이가 쉽지 않은 환아들을 위해 아토피치료에 효과가 좋다는 피톤치드 숲 현장 학습 및 교육을 더한 아토피 피크닉과, 아토피 주제로 전문인의 강의를 들을 수 있는 공개강연회를 진행하여 어린이들이 건강하고 밝은 생활을 할 수 있도록 돕고 있습니다.

롯데 데코마켓(Deco Market) ● 롯데백화점은 2008년부터 Deco Market을 기획하여 행사기간에 진열되었던 인테리어 소품들을 폐기하지 않고 바자회를 통해 저렴하게 판매함으로써 환경을 살

리고, 수익금은 어려운 이웃에게 기부하고 있습니다. 2012년 2월에도 전점에서 크리스마스 행사 기간동안 진열되었던 소품 4,000여점에 대한 판매를 진행하였습니다. 바자회 총 수익금 760만원은 소아당뇨를 앓고 있는 아동의 치료비로 사용되었으며, 행사 후 남은 상품은 기아대책 나눔가게인 '행복한 나눔' 매장에서 재판매되어 국내외 구호개발 사업비로 쓰여졌습니다.

사랑나눔 캠페인 ● 롯데마트는 2005년부터 매칭그랜트로 지역 나눔을 실천하고 있으며, 2008년부터는 위스타트운동본부와 연계해 저소득층 어린이들을 후원하고 있습니다. 위스타트 운동은 우리(We)모두가 복지, 교육, 건강 등 다양한 분야에서 소외된 저소득층 아이들을 지원하여 기회의 평등이 보장되는 공정한 사회를 만들자는 시민운동입니다. 롯데마트는 매장 내 행복 저금통, 1004후원 계좌 가입 등 다양한 방법으로 재원을 조성하고 시민사회와 연계하여 체계적인 기부활동을 하고 있습니다.



아토피 나들이 '숲 속으로 떠나는 아토피피크닉'



사랑 나눔 N 캠페인

글로벌 사회공헌

롯데쇼핑은 글로벌 유동기업에 걸맞는 사회공헌 실천을 위해 해외 진출국가를 거점으로 활발한 사랑 나눔 활동을 전개하고 있습니다.

중국

‘Green China’ 조림사업 롯데백화점은 2011년 5월 중국내 두번째 점포인 천진점 개점에 앞서 천진시 남개구에 2,000 그루의 포플러 나무를 심는 ‘그린 차이나 프로젝트’를 시행하였습니다. 이번 조림 사업은 황사와 공해로 인한 천진시의 하늘을 맑게 하는 데 일조하기 위해 천진시 주민, NGO 단체와 함께 현지 식생을 고려하여 진행되었습니다.

‘건강행복드림’ 의료봉사 실시 롯데마트는 강동경희대병원과 연계하여 중국 길림성 연변 조선족자치주 연길시에 위치한 연변 제2인민병원에서 의료봉사활동을 가졌습니다. 2011년 8월 4일간 진행되었던 의료봉사 활동으로 중국 연변에 거주하는 조선족 1,000명의 환자들이 정형외과, 내과, 치과 등 9개 클리닉에서 의료 혜택을 받았습니다.

베트남

‘롯데스쿨 2호’ 설립 롯데스쿨은 롯데백화점이 사회공헌활동의 하나로 펼치는 해외 교육사업으로, 2009년 베트남 중부 광아이 지역 ‘손키 중학교’ 오픈을 시작으로 2011년 2월 박지양주(州)에 ‘탐디 초

등학교’를 설립하였습니다. 2층 건물을 신축하여 교실 수도 3개에서 8개로 늘렸고, 운동장과 울타리를 정비하여 시설과 기자재를 지원함으로써 아이들이 쾌적하고 안전한 공간에서 공부할 수 있게 여건을 마련하였습니다. 글로벌 기업으로 도약하는 롯데백화점은 다양한 활동을 펼침으로써 국제 사회에 따뜻한 나눔을 실천하고 있습니다.

스포츠분야 및 교육 분야 지원 롯데마트는 베트남에서 스포츠 분야 및 교육산업을 지원함으로써, 현지 주민들에게 좀 더 가까이 다가가는 계기를 마련하였습니다. 2010년부터 매년 축구 꿈나무들을 육성하는데 지원하고 있으며, 베트남 태권도 국가대표의 유니폼, 물품 등을 지원하고 있습니다. 또한 롯데장학재단과 연계하여 3개대학(호치민대, 외상대 등)에 매년 장학금을 지원하며, 대학입학고사 때 ‘사랑의 도시락’ 증정 행사를 하는 등 베트남의 청소년들이 스포츠 및 교육과정에서 자연스럽게 롯데마트에 친숙해질 수 있도록 노력하고 있습니다.

인도네시아

저소득층 대상 ‘Warung’ 창업지원 롯데마트 인도네시아 법인에서는 2011년 11월부터 저소득층을 대상으로 ‘Warung(소규모 가판



‘Green China’ 조림사업



와룽 창업지원

대) 창업지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 현지 사회복지 기관과 연계하여 대상자 선별 후 Warung 초기 창업을 무료로 지원하고 있으며, 물품 구매시 할인혜택을 제공하고 있습니다. 향후 2012년 신규 오픈 4개점에서도 추가 진행할 예정이며 대상자 및 권역을 단계별로 확대할 예정입니다

이슈성 글로벌사회공헌

해외 빈곤아동 일대일 자매결연 후원 롯데백화점은 2009년부터 해외 빈곤 아동과 직원들이 일대일 자매 결연을 맺고 있습니다. 동료사원 100여명을 포함하여 총 600명의 직원들이 참여하여 직접적인 생활 문제를 해결하고 정상적인 생활을 할 수 있도록 금전적인 후원과, 편지와 선물을 교환하는 등 어린이들의 멘토가 되어 정서적인 지원도 함께 하고 있습니다. 현재는 인도네시아, 베트남, 캄보디아 등의 아동들과 자매결연을 맺고 있습니다.

일본지진피해돕기 바자회 진행 롯데백화점은 2011년 동일본 대지진으로 인해 발생한 수많은 피해를 돕기 위해 3월 3주간 '사랑과 희망의大巴자'를 전개하였습니다. 이와 동시에 전점에 모금함을 비치하여 고객들의 자발적 기부참여를 통해 모금된 금액과 바자회 수익

금 총1,200여만원을 대한적십자사에 전달하였습니다.

에티오피아 '드림센터' 완공 롯데백화점은 2010년 6월, 6·25전쟁 60주년을 기념하여 참전국인 에티오피아에 '롯데 드림센터' 착공을 시작하여 2011년 9월 완공되어 개원식을 진행하였습니다. 교육관과 생활관, 기숙사 등 총 3개 건물로 구성되는 롯데드림센터는 아동 교육장뿐 아니라 방과후 지역주민을 위한 교육 및 의료 지원용으로도 사용되고 있습니다.

동티모르 '태양열 시계탑' 건립 동티모르의 대부분 가정에 시계가 없어 학생들의 지각과 결석률이 높고, 심지어 출생시간을 모르는 경우가 많다고 합니다. 이를 돕기 위해 2011년 5월 롯데백화점은 전점에서 '중고 시계 모으기 캠페인'을 진행하여 모은 총 3만여 개의 시계 전달과 함께, 이를 기념하기 위한 9m 높이의 대형 태양열 시계탑을 동티모르 딜리 시내에 건립하였습니다.



에티오피아 드림센터



동티모르 시계탑

문화 사회공헌

롯데쇼핑은 접근성과 인프라를 바탕으로 자기개발 및 문화생활을 지원하여 지역사회와 고객의 삶의 질을 높이는데 기여하고 있습니다. 또한 문화예술기관 후원을 통해 풍요롭고 보다 편안한 문화생활을 지원하는 역할을 수행하고 있습니다.

롯데백화점 문화센터 - “에듀테인먼트” ● 롯데백화점 문화센터는 아동부터 성인까지 학습과 재미를 결합한 프로그램을 운영하고 있습니다. 가족 구성원이 다같이 즐길 수 있는 가족 공연, 부모와 함께하는 체험교실, 외부기관 연계 강좌 등을 증설해서 운영하고 있습니다. 또한 유홍준 교수, 은희경 작가, 김덕수 사물놀이패 등 유명인 초청 특강을 진행하여 강사들의 농축된 지식과 삶을 고객들과 공유하는 시간을 마련했습니다. 롯데백화점 문화센터는 다양한 연령대가 즐거움과 배움을 얻어갈 수 있는 곳으로 새로이 자리매김하고 있습니다.

롯데마트 문화센터 - “사랑 나눔 실천” ● 평생학습을 바탕으로 하는 롯데마트 문화센터는 환경에 대한 사랑, 지속적인 나눔, 출산 장려 캠페인을 통해 사회의 고민을 함께 나누며, 작은 희망을 전하고 있습니다. 또한 전국 50개지점에서 각지역에 어울리는 지역밀착형 프로그램을 통해 자연과 만나고, 다양한 체험을 할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 이 외에도 행복한 가정만들기를 위한 부모

교육 특강과 세대공감을 위한 이벤트 진행을 통해 가족간의 소통과 추억을 만들 수 있는 시간을 제공하고 있습니다

문화센터 운영 현황

항목	롯데백화점			롯데마트		
	문화 센터 수	총 강좌 수	총 회원 수	문화 센터 수	총 강좌 수	총 회원 수
2009	25	46,944	401,122	39	53,592	382,966
2010	29	60,702	558,547	48	66,469	412,738
2011	30	69,200	650,000	50	74,661	524,381

오르세 미술관전 후원 ● 롯데백화점은 2010년 영국 근대 회화전, 프랑스 베르사이유 특별전 등 문화·예술 분야를 지속적으로 후원함으로써 문화백화점의 위상을 굳건히 하고 있습니다. 2011년 6월에는 오르세 미술관전 전시 기간에 맞추어, 세계 최초로



오르세 미술관전 후원



문화센터

대형 투명 모니터를 활용하여 오르세 미술관전의 하이라이트 작품을 5개점에 순회전시하였습니다. 향후에도 루브르 박물관전 등 지속적인 문화예술 프로그램 후원을 통해 고객들에게 다양한 문화 체험 혜택을 확대해 나갈 예정입니다.

예술의전당 키즈라운지 개원 ● 롯데백화점은 2010년 12월 예술의 전당 오페라하우스 내에 ‘롯데백화점 키즈라운지’를 개원하였습니다. 롯데백화점 키즈라운지는 아동을 동반한 공연 관람객들이 안심하고 아이를 맡길 수 있는 공간으로써, 문화복지를 지원하고 고객만족 향상에 기여하고 있습니다. 2011년부터는 매월 다과와 음료를 지원하여 키즈라운지 이용객의 편의를 더욱 높였습니다.

예술의전당 ‘Green Lotte 잔디공원’ 조성 ● 롯데백화점은 2011년 5월 예술의전당 음악분수 앞 광장에 잔디공원을 조성하여 오픈하였습니다. 예술의전당 음악분수는 도심 속 휴식공간이자 서울의 문화명소로, 잔디공원이 조성됨으로써 보다 편히 쉴 수 있

는 공간으로 탄생하였습니다. 잔디공원에는 롯데백화점의 친환경 캐릭터인 ‘새로미 해미’ 조형물이 설치되어 아동 동반 고객들에게 큰 인기를 얻었으며, 2012년 4월에도 연속 후원을 통해 재조성되었습니다.

‘가족사랑’ 감성미술 콘테스트 ● 롯데마트는 조선훈예카이션 씨아트와 함께 ‘가족사랑’ 그림그리기 대회를 개최하였습니다. 이 행사에는 만 36개월 ~ 초등학교 6학년 아동이 참여하여 가족사랑의 의미와 소중함을 다시한번 되새기는 동시에 아이들의 정서함양 및 창의성 증진에도 기여하는 자리가 되었습니다.



그린롯데 잔디공원



‘가족사랑’ 감성미술 콘테스트

WE THINK ABOUT CUSTOMER

Customer

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

롯데쇼핑은 고객중심의 경영을 통해 먼저 고객의 입장에서 니즈를 파악하고 고품격 서비스를 제공함으로써 고객 만족을 극대화하기 위해 끊임없이 노력하고 있습니다.

롯데쇼핑 고객 경영 전략



주요 관리 지표 Key Performance Indicators

주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2009	2010	2011
[외부] 고객 만족도 지수 평가	점	백화점	72	73	75
		마트	72	72	73
[내부] 고객 만족도 지수 평가	점	백화점	76.5	80.1	*77.2
		마트	61.8	90.4	94.3
고객불만 접수 건수	건	백화점	25,829	21,976	18,173
		마트	13,429	16,805	16,455

*2011년 백화점 내부평가 기준강화로 인한 점수 하락

고객 만족도 제고

롯데쇼핑은 고객 서비스 현장을 제정하고, 정기적인 고객 만족도 조사를 실시하여 고객만족을 위해 노력하고 있습니다. 또한 다양한 체계와 제도를 통해 고객 서비스 수준을 제고하고 있습니다.

롯데쇼핑 고객 서비스 현장 ● 롯데쇼핑은 전 임직원이 실천해야 할 서비스 표준을 대내외적으로 선포하여 고객 서비스 품질을 향상시키고자 노력하고 있습니다. 이를 위해 롯데백화점과 롯데마트는 각각 고객 서비스 현장과 고객 만족 CS현장을 제정하고 매년 서비스 슬로건을 지정하여 전 임직원이 실천하고 있습니다.

고객 서비스 만족도 제고 ● 롯데쇼핑은 다양한 서비스 모니터링 프로그램을 통해 현재의 고객 만족도 수준을 지속적으로 점검하고 개선 방향을 모색하며, 서비스 클리닉을 실시하여 점별 서비스 기본 태도 및 고객 불편 사항을 개선하고 있습니다. 이러한 노력의 결과로 국가고객만족도 조사(NCSI)에서 롯데백화점은 백화점 부문 고객만족도 9년 연속 1위, 롯데마트도 대형 할인점 부문 1위라는 큰 성과를 거둘 수 있었습니다.

롯데마트 서비스 모니터링 프로그램 현황

구분	시기	내용
주부 모니터링	매월	점별 주부모니터 선정 및 서비스 품질 평가
고객 설문조사	매월	점별 고객만족매니저 주관, 고객 직접 설문 실시 및 평가
VOC 평가	매월	주요 고객 컴플레인 선정 및 사후 평가

롯데백화점 서비스 모니터링 프로그램 현황

구분	시기	내용
고객 만족도 조사	분기	고객 설문조사를 통한 고객 니즈 파악 및 현장 개선
점점 모니터링	분기	미스터리 쇼핑을 통한 당사 서비스 수준 진단 및 개선사항 도출
전화 모니터링	분기	내부 직원 전화 응대 모니터링을 통한 고객 응대스킬 제고
서비스 클리닉	분기	서비스 테마 선정 및 현장 클리닉 시행

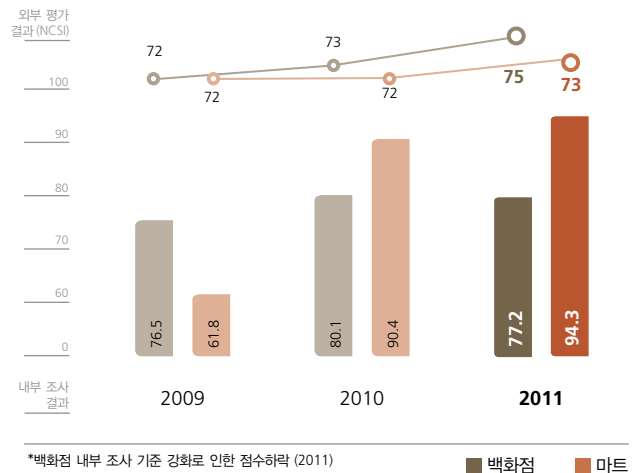
CCM*(소비자중심경영) 재인증 획득 ● 롯데백화점은 고객 불만 사전예방 체계 및 사후처리 자율관리 시스템을 전사적으로 구축하여 2009년 7월 업계 최초로 공정거래위원회로부터 CCM 인증을 획득하였습니다. CCM이란 고객 불만을 사전에 예방하고 부득이하게 발생한 불만은 신속하게 고객 입장에서 해결하는 자율관리 실행 체계입니다. 2011년 7월에는 CCM 재인증을 획득과 동시에 최초 인증 시보다 자율관리 시스템 구축 및 교육 등 모든 면에서 괄목할만한 성장을 이루었다는 평가를 받았습니다.

* CCM = Consumer Centered Management



2012년 서비스 슬로건

고객만족도 조사결과



고객 커뮤니케이션

롯데쇼핑은 가장 좋은 서비스는 고객 의견 반영으로부터 시작된다는 원칙 아래 고객의 소리에 더욱 귀 기울이고자 고객과의 커뮤니케이션에 많은 노력을 기울이고 있습니다.

VOC(Voice Of Customer) 제도 ● 롯데쇼핑은 VOC 온라인 시스템을 통해 고객의 의견을 좀더 신속하고 정확하게 처리하고, 내용 분석을 통한 서비스 개선에 활용하고 있습니다. 2011년 5월에는 이를 모바일로 확대시켜 모바일 고객센터를 신설하였습니다. 스마트폰 사용의 급증과 더불어 변화하는 시대의 트렌드를 반영한 모바일 고객센터는 현재 젊은 고객의 다양한 의견을 들을 수 있는 최적의 채널로 활용되고 있습니다. 또한 전 직원이 고객의 소리에 대한 중요성을 인식하고 컴플레인 예방에 관심을 갖도록 VOC헤드라인을 도입하였습니다. VOC 헤드라인은 점별 주요 VOC를 그룹웨어 내 스크랩 형식으로 보여주어 전 직원이 고객 불만사항을 쉽게 확인하고 개선할 수 있도록 하고 있습니다.

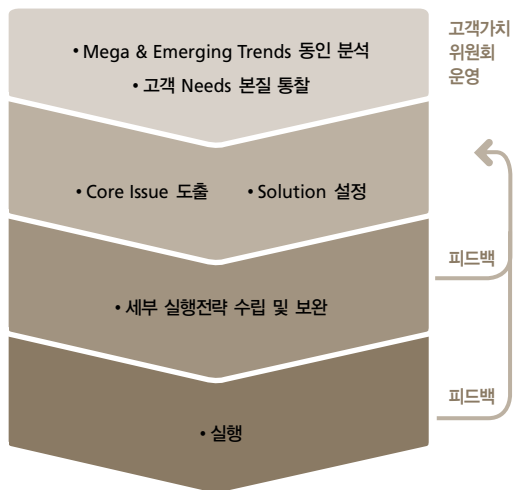
고객 연구소 운영 ● 롯데마트는 고객 변화에 대한 후행적 A/S의 접근이 아닌 트렌드와 고객 욕구에 대한 연구를 통해 새로운 고객지향적 가치를 창출하고, 선행적인 서비스 제안을 시행하기 위한 고객연구소를 운영하고 있습니다. 사내 고객연구팀을 구성하여, 보다 심층적 연구를 위해 소비자/트렌드 전문 자문단, 다양한 소비자의 욕구를 수렴하기 위한 다계층 소비자 조사 Tool을 구축하였습니다. 또한 2011년 3월부터 매월 대표이사 주관의 'Trend Forum'을

운영하여, 고객 연구 결과를 공유하고 도출된 해결 방안을 검토하여 실제 업무에 적용시키고 있습니다.

스마트컨슈머 APP 운영 ● 롯데백화점은 VOC시스템보다 쉽게 접근할 수 있는 방법을 찾기 위해 2012년 3월부터 SMS를 활용한 만족도 평가 및 의견접수 채널을 운영하고 있습니다. '스마트컨슈머' 어플리케이션을 설치한 고객은, 롯데카드로 상품을 구매시 SMS로 구매내역을 통보받아 실시간으로 만족도 평가 및 의견을 게재할 수 있게 됩니다. 이를 통해 서비스 품질 관리가 더욱 강화되고, 불만족 의견 접수시 고객상담실에 즉각 통보되어 빠른 사후조치가 가능해졌습니다.

고객의 소리를 우선하는 기업(VOC-MS)인증 ● 롯데백화점은 2011년 한국능률협회컨설팅에서 고객의 소리에 근거한 경영체계를 갖춘 기업을 대상으로 평가한 '2011 고객의 소리를 우선하는 기업(VOC-MS: Voice Of Customer-Management System)' 인증을 받았습니다. 롯데백화점은 LCD 고객소리함 설치, 모바일 VOC App개발 등 수집 채널 확대에 노력을 기울인 성과를 인정받아 최우수 등급인 AAA를 인정 받았습니다.

고객 연구소 제도 운영 프로세스



온라인 VOC 민원처리 현황

	롯데백화점			롯데마트		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
민원 유형						
문의	14,895	9,186	7,095	4,586	5,616	5,079
만족	1,375	1,929	1,994	1,055	1,636	1,631
불만족	9,559	10,861	9,084	7,788	9,553	9,745
합계	25,829	21,976	18,173	13,429	16,805	16,455

스마트컨슈머 운영 프로세스



온라인 채널 강화

롯데쇼핑은 고객들의 접근성을 개선하고 이벤트 참여와 커뮤니케이션 채널을 강화하여 롯데쇼핑이 제공하는 혜택을 더 많은 고객들이 누릴 수 있는 온라인 환경을 만들어 가고 있습니다.

프리미엄 온라인몰 '엘롯데' 오픈 ● 롯데백화점은 2012년 3월, 저가 중심 온라인몰과 차별화를 둔 프리미엄 온라인몰 엘롯데(www.ellotte.com)를 오픈하였습니다. 국내에서 접하기 힘든 해외 유명 브랜드와 신진 디자이너 브랜드 1천여 개와, 요트, 미술품 등 희귀한 고가품도 선보이고 있습니다. 고객 상담센터가 365일 운영되며 영어, 일본어, 중국어 상담이 가능할 뿐 아니라, 고객 특성과 구매력을 분석해 적합한 상품을 추천하는 '스마트 파인더' 기능으로 편의성을 갖추었습니다. 또한 모바일 어플과 태블릿용 어플을 개발하여 모바일 기기에서의 접근성도 높였습니다. 엘롯데는 2015년까지 국내를 넘어 중국, 인도네시아 등 해외 진출 국가에도 오픈하여 보다 많은 고객들에게 편리한 쇼핑환경을 제공할 계획입니다.

접속지역 기반 홈페이지 시스템 ● 롯데백화점 홈페이지는 180만명의 회원을 보유한 주요 채널로서 다양한 쇼핑정보와 이벤트를 제공하고 있습니다. 이에 더하여 2012년 3월 유통업계 최초로 고객의 접속지역을 기반으로 하는 점별 홈페이지로 리뉴얼하여 오픈하였습니다. 본사 위주의 사이트가 아닌 점별 사이트가 중심이 되는 형태로 개선하면서 패션과 점별 특화서비스가 강화되었습니다.

롯데백화점 통합 어플 런칭 ● 모바일 사용자가 증가함에 따라 고객의 접근성을 높이고 스마트한 쇼핑라이프를 지원하는 통합 어플리케이션을 구축하였습니다. 전단 뷰어 기능 및 매장·쇼핑정보, 이벤트, DM쿠폰 등 다양한 정보를 통합적으로 제공함으로써 모바일 고객들로부터 많은 호응을 얻고 있습니다.

다양한 SNS채널 운영 ● 롯데백화점은 Social Media로 각광받고 있는 다양한 채널을 통해 고객과의 실시간 커뮤니케이션을 지원하고 있습니다. 현재 20만여 명의 '트위터' 팔로워(이용자)를 보유하고 있으며, '페이스북'은 2011년 1월 개설한 이래 1만 8천 여명의 참여가 이루어졌습니다. 10월에는 업계 최초로 '카카오톡'이라는 모바일 메세징 서비스를 활용해 현재 135만명의 회원에게 다양한 쇼핑정보와 혜택을 제공하고 있습니다. 또한 '쇼퍼홀릭 스토리' 블로그와 5명의 '쇼퍼홀릭' 온라인 서포터즈 운영을 통해 고객이 제작한 콘텐츠 정보를 공유하고 최신 트렌드 제공하는 쌍방향 소통채널을 강화하였습니다.



프리미엄 온라인몰 '엘롯데'



롯데백화점 '카카오톡 플러스 친구'

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.

통합 멤버십 프로그램 운영 ● 롯데쇼핑은 롯데그룹 통합 멤버십 프로그램인 롯데멤버스 카드를 통해 고객별 구매 이력을 통합적으로 분석하고, 고객의 라이프스타일에 따른 CRM정보를 축적하고 있습니다. 이렇게 수집된 정보를 통해 DM발송 및 반송 관리, 각종 이벤트 및 프로모션 초청, 우수고객 선정 및 혜택 제공 등 고객에게 맞춤형 서비스와 정보를 제공하고 있습니다. 우수고객에게는 전용 라운지 휴식공간, 전용주차장 및 발렛파킹 서비스, 기념일 선물 등 차별화된 서비스를 통해 고객의 로열티를 높이기 위한 관리가 이루어지고 있습니다.

고객 세분화 관리 ● 롯데백화점은 1999년 업계 최초로 고객 데이터웨어하우스를 구축하여 시스템 개발을 지속적으로 진행하여 CRM시스템을 활용한세분화된 고객관리를 하고 있습니다. CRM시스템에서 고객은 연령, 직업, 거주지 등 인구통계학적인 요소 이외에도 구매력, Loyalty, 행사시기별 구매 가능성 등의 특성에 의해 세분화될 수 있습니다. 이를 통해 고객별 특성에 부합된 차별화된 가치를 제공하고, 구매의 구매특성에 따른 우수고객 관리가 가능해졌습

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

상권관리 시스템 운영 ● 롯데마트는 기존 멤버스고객 데이터에 GIS(지리정보시스템) 기술과 외부데이터를 결합하여 지역별 매출 분석과 점 자체 상권내 고객과의 관계관리에 활용하고 있습니다. 기존에는 동심원에 의한 상권관리 방법에 의존하였으나, 경쟁사들과의 경쟁이 치열해지고 대형마트 점포의 수가 급격히 늘어나면서 과학적인 지역 매출 분석 니즈가 증가하였습니다. 이에 GIS 기술이 발전하면서 기존 마트에서 보유하고 있던 약 1천만건의 고객데이터에 GIS기술과 외부데이터를 도입하여 행정동별 매출 분석이 가능한 시스템을 구축하였습니다. 현재 주로 상권정보조회, 전단지지역 관리, 상권 설정 및 DM과 SMS 관리를 위한 기능으로 활용하고 있습니다.

CRM시스템을 통한 고객관리

구분	주요 내용
이탈경보 시스템	- 개인별 구매주기 히스토리 정보 활용한 이탈 예측 - 이탈위험 정도에 따른 단계별 차별화 관리를 통한 이탈 방지 활동
키즈 클럽 시스템	- 가입 자녀 및 가족정보를 활용한 구매 패턴 분석 및 Kids 차별화 마케팅 진행 가능 - 미래고객 확보 및 Kids 타겟 마케팅의 근간 마련
웨딩회원 관리 시스템	- 결혼 D-Day별 구매 상품·구매 주기 패턴 분석 - 시기별 구매 예상고객 타겟팅 및 구매 예상 상품 제안
이사고객 관리 시스템	- 주소 변경 정보를 통한 이사고객 예측 및 구매분석 및 타겟팅 가능 - 가전/가구 등 상품 제안 차별화 DM 발송
MVG 취미 정보 시스템	- MVG취미정보 세분화를 통한 체계적 관리 가능 - 취미 관련 상품 구매 패턴 분석을 통한 맞춤 혜택 제공 및 광심 상품 DM발송
반송 DM 알림 시스템	- 반송DM 등록 즉시 주소변경 안내 SMS 발송 - 고객 변경 정보 즉시 업데이트를 통한 마케팅 대상 확보

고객정보 보호

롯데쇼핑은 모든 고객의 개인정보를 소중한 자산으로 생각하고, 가장 안전하고 효과적으로 관리하기위해서 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 개인정보 수집·이용·위탁 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 정보보호 관리체계 구축을 위해 2007년부터 전담 조직을 구성하고 '정보보호 마스터 플랜', '정보보호 정책 및 지침'을 수립하였습니다. 또한 고객 정보가 해킹 등의 외부 침입에 의해 유출되더라도 정보의 악용 가능성을 차단하기 위한 자동 암호화 시스템을 구축하여 사용하고 있습니다. 롯데마트는 2011년 개편된 정보보호 조직을 기반으로 분기마다 정보보호 위원회를 운영하여, 정보보호 관련 이슈 현안에 대해 내용 공유 및 대처 방안 마련을 논의하고 있습니다. 위원회 개최 후 회의결과 통보 및 점검활동 및 피드백은 경영전략본부 정보전략팀에서 주관이되어 체계적으로 진행하고 있습니다.

ISO27001 인증 획득 ● 롯데백화점 2011년 2월 국내 백화점 업계 최초로 국제 표준 정보보호 관리체계 인증인 ISO27001을 획득하였습니다. 온라인 상에서 고객정보를 취급하는 홈페이지의 회원관리 및 이메일 발송 시스템 등에 대한 보안체계를 집중적으로 진단받고 보완하여 BSI코리아의 엄격한 심사과정을 통과하여 명실상부한 국제 수준의 정보보호체계를 갖추고 있음을 인정받게 되었습니다.

정보보호 교육 및 캠페인 ● 롯데백화점은 전국 영업점에서 근무하는 직원들을 대상으로 지속적인 교육을 실시하여 고객 정보 보호에 대한 관리의식을 강화하고 있습니다. 또한 고객 정보를 취급하는 부서를 대상으로 한 정보 관리 실태를 정기적으로 점검하여 관련 사항을 개선해 나가고 있습니다. 매월 첫째주 금요일은 '정보 보호의 날'로 지정하여 정보보호마인드 함양을 위한 교육과 정보보호 체크리스트를 통한 자기진단을 실시하고 있습니다.



ISO27001 인증서



정보보호의 날 포스터

안전한 쇼핑 공간

많은 고객들이 방문하는 유통시설에서는 안전문제가 무엇보다 중요합니다. 롯데쇼핑은 고객들이 안전하게 쇼핑할 수 있는 공간을 만들기 위한 안전관리 뿐 아니라 공기질 관리를 통한 쾌적한 실내환경 제공을 위한 노력을 기울이고 있습니다.

매장 안전 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. 그 성과 중 하나로 2011년 인천점이 대한민국 안전대상 행정안전부 장관상을 수상하기도 하였습니다.

매장 내 공기질 관리 ● 롯데쇼핑은 고객과 임직원에게 쾌적한 실내환경을 제공하기 위해 법정기준치보다 강화된 자체적인 실내 공기질 관리기준을 마련하여 엄격하게 관리하고 있습니다. 각 점포별로 년 1회(매년 2~6월) 영업매장 및 실내주차장의 주요 공기질 항목에 대한 주기적인 측정·관리를 시행하고 있으며 측정방법은 환경부 고시 '실내 공기질 공정 시험방법' 및 내부 관리 기준인 '실내공기질 측정 시방서'를 준용하고 있습니다.

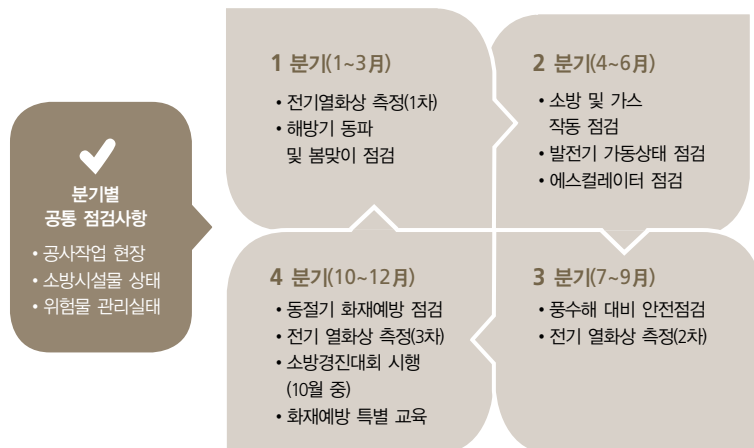
실내 공기질 인증 ● 롯데쇼핑은 2011년 7월 유통업계 최초로 유해물질 기준 준수, 실내공기질 관련 설비 및 관리 시스템의 우수성을 입증 받아 실내공기질 인증을 받았습니다. 롯데쇼핑은 공조기 내

에 이산화탄소 감지 센서가 있어 외부에서 1000ppm 이상의 이산화탄소가 함유된 공기가 유입되면 경고음이 울리며 자동으로 차단되는 자동화시스템을 구축하고 있습니다. 이러한 노력으로 실내 이용 공간의 미세먼지, 이산화탄소, 석면 등 10개 항목에 대한 심사 결과, 모두 법적 기준치보다 월등히 낮은 수치를 보여 현재 롯데백화점 13개, 롯데마트 6개가 인증을 획득하였습니다.

전점 공기질 측정 결과

구분	측정항목	롯데백화점		롯데마트		법정 기준
		평균 측정치	법정 기준 대비	평균 측정치	법정 기준 대비	
영업매장	미세먼지	55.8	39.9%	43.1	30.8%	140 $\mu\text{g}/\text{m}^3$
	이산화탄소	487.3	48.7%	611.4	61.1%	1,000 ppm
	포름알데히드	18.9	18.9%	23.3	23.3%	100 $\mu\text{g}/\text{m}^3$
	일산화탄소	1.3	14.4%	1.2	13.3%	9 ppm
실내주차장	미세먼지	73.3	40.7%	63.5	35.3%	180 $\mu\text{g}/\text{m}^3$
	이산화탄소	511.4	51.1%	550.0	55.0%	1,000 ppm
	포름알데히드	10.9	10.9%	22.4	22.4%	100 $\mu\text{g}/\text{m}^3$
	일산화탄소	2.9	14.5%	3.6	18.0%	20 ppm

계절별 안전활동 테마점검 추진내용



실내 공기질 인증

WE THINK ABOUT

Our Culture

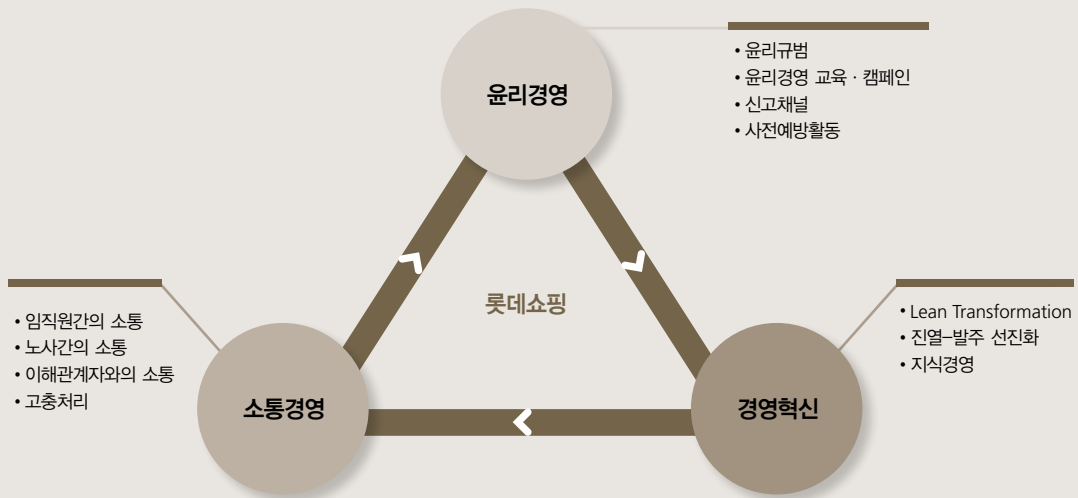
윤리경영 | 경영 혁신 | 소통 경영 | 신뢰와 존중의 노사 문화 | 이해관계자와의 소통

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 기업 문화 구축



주요 관리 지표 Key Performance Indicators

주요 관리 지표 (KPI)	단위	구분	2009	2010	2011
윤리교육 참여 인원	명	백화점	-	373	407
윤리경영 위반 사례	건	백화점	20	17	17
		마트	-	37	42
Lean 방식 도입에 의한 비용 절감액	백만 원	백화점	16,315	20,914	20,500

윤리경영

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

롯데쇼핑 윤리경영 ● 롯데쇼핑은 2001년 '롯데쇼핑 윤리행동준칙'을 전격 선포하고, 구체적인 행동 기준이 되는 '윤리행동세부지침'을 수립하여 전 임직원이 윤리경영을 실천할 수 있도록 하고 있습니다. 또한 윤리경영 전담부서인 윤리사무국을 두어 윤리위원회의 실무 집행, 윤리 규범의 준수 여부 관리, 윤리준법 프로그램 개발 운영 등의 업무를 포괄적으로 수행하여 기업윤리 실천을 구현하는데 앞장서고 있습니다.

윤리경영 실천 선언 ● 2012년 3월 롯데백화점 간부사원은 윤리경영 실천을 위해 솔선수범하겠다는 의지를 표명하여 실천 서약식을 진행하였습니다. 동시에 윤리경영 4대 실천원칙을 선포하여 전 임직원의 기본 행동방침으로 삼고 있습니다. 원칙은 ① 기본에 충실, ② 업무 개선, ③ 신속한 업무 진행, ④ 엄중하고 강력한 조치입니다.

윤리경영 교육 및 캠페인 ● 롯데쇼핑은 매년 신입사원 및 신임간부사원을 대상으로 윤리경영 교육을 실시하고 있으며, 2011년에는 216명의 신임간부사원과 191명의 신입사원이 교육을 받았습

니다. 또한 특정 직급 및 부서를 대상으로 현장 교육도 실시 진행하며, 전 임직원 및 영업점 동료사원을 대상으로도 명절기간에 교육을 실시하고 있습니다. 전 임직원 대상 '윤리알리미' 문자 메시지 발송, 윤리경영 동참 이메일 발송 등 윤리경영 캠페인도 다양하게 이루어지고 있으며, 대상을 이해관계자까지 확대하여 진행하고 있습니다.

윤리경영 신고 및 제보 채널(E-Line) 운영 ● 롯데쇼핑은 신고 채널로 인터넷, 전화, 우편 등 온라인 및 오프라인의 다양한 채널을 운영하고 있으며, 사내 메신저 내 윤리 Hot-Line 및 사내 이메일 계정을 신설하고, 신고 대표전화를 두어 창구를 확대 강화하였습니다. 이러한 신고 시스템은 롯데쇼핑 이해관계자라면 누구나 쉽게 접근할 수 있으며, 윤리경영 위반 사례 뿐 아니라 비효율·비합리 사례에 관한 내용도 접수하여 업무 및 제도 개선에 적극 반영하고 있습니다. 또한 엄격한 내부신고자 보호제도를 마련하여 신고자의 신분을 철저히 보장하고 있습니다. 2011년 월평균 신고 접수는 30건으로, 채널별로는 윤리사무국을 통해 10~15건, 전화 접수가 10건, 우편을 통한 접수는 5건 정도입니다.

롯데쇼핑 윤리행동 준칙

고객에 대한 다짐	고객 존중, 고객만족, 고객 신뢰창조
주주에 대한 책임과 의무	성실 경영, 투명성 유지, 주주의 알 권리 보장
임직원의 기본 윤리	규범준수, 신의성실, 상호존중, 능력개발
협력사와 올바른 관계	공정한 거래, 상호발전의 추구, 협력회사에 대한 비윤리적 행위 금지
국가와 사회에 대한 책임	건전한 기업활동, 정치 불개입, 환경 친화, 안전관리 및 사고예방

윤리경영 실천 선언문

윤리경영 실천

나는, 롯데백화점 간부사원으로서 2S-3C 행동지침을
근간으로 모든 업무에 임할 것이며, 윤리경영 실천을 위해
다음과 같이 솔선수범 하겠습니다.

- 나는, 신뢰를 최우선 가치로 삼고, 항상 정직한 자세로 일하겠습니다.
- 나는, 업무상 非 효율, 非 윤리, 非 합리적 행위 근절에 앞장 서겠습니다.
- 나는, 공정한 판단으로 업무를 명확하고 투명하게 수행 하겠습니다.
- 나는, 협력업체로부터 어떠한 금품, 선물, 향응도 제공 받지 않겠습니다.
- 나는, 롯데인으로서 품위유지 및 직원 상호간 기본 예절을 지키겠습니다.

윤리경영 사전예방 활동 ● 롯데쇼핑은 윤리경영 매뉴얼을 제작하여 전 부서에 배포하여 자발적으로 사전 예방 활동을 수행하고 있으며, 가이드라인에 따라 부서별로 자기진단을 실시하여 잠재적인 위반 리스크를 파악하여 신속히 조치를 취합니다. 또한 연 2회 협력회사 설문 조사를 실시하여 당사 직원들의 윤리의식 수준을 평가하며, 현장 동료사원들의 의견을 직접 수렴하여 지속적인 개선 활동에 반영하고 있습니다.



윤리경영 실천 서약식

윤리경영 접수 채널

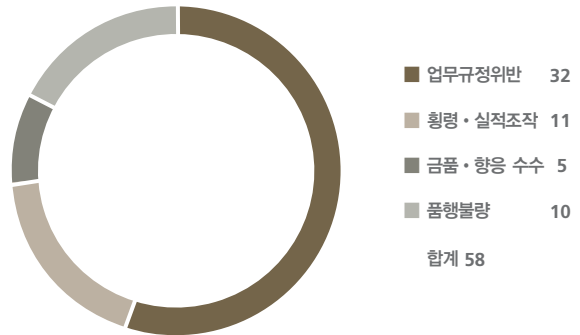


- **인터넷 접수**: 홈페이지(윤리사무국), 그룹(신문고), 상품본부 홈페이지, 롯데그룹 신문고, 윤리사무국 홈페이지, EDI홈페이지(쓴소리단소리), ERP(사이버감사), E-mail계정 운영(ethics@lotteshopping.com)
- **서면접수**: 편지, 등기 등으로 익명 또는 기명으로 제보
- **전화접수**: 대표전화 운영(녹음기능, 발신번호 표시 사내전화)
- **정보활동**: 윤리사무국 조사자가 각 점 및 본사 부문 직영 및 동료사원으로부터 정보 획득
- **사내 메신저**: 윤리경영 부문 내 윤리 hot-line

윤리경영 위반시 처리절차 및 조치 ● 윤리강령 및 윤리행동 준칙에 저촉되는 사안이 발생하였을 경우 윤리사무국의 정확한 조사 결과를 바탕으로 인사위원회의 의결에 따라 해당자를 징계할 수 있으며, 징계 수준 및 처벌에 관한 사항은 회사의 징계 관련 규정을 준수하고 있습니다. 2011년도에는 투명경영 및 효율성 제고에 매진하여 다양한 업무개선 활동 및 비윤리 행위 조사 결과, 4.7억원 가량을 절감 또는 환수조치 하였으며 윤리 위반 사례 17건에 대해 6명의 해임 조치, 18명에 대해서 징계조치를 취했습니다.

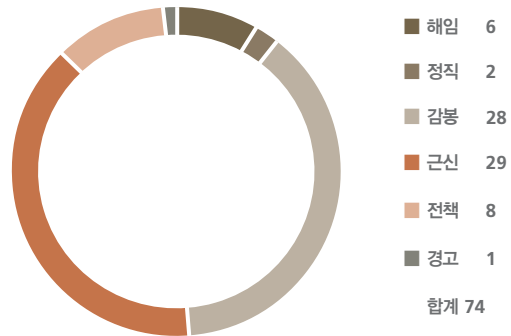
윤리경영 위반 현황

(단위 : 건)



윤리경영 위반조치 결과

(단위 : 건)



경영 혁신

롯데쇼핑은 수평적인 커뮤니케이션을 활성화하여 전사의 축적된 지식을 공유하고 혁신적인 사고의 지평을 넓힐 수 있는 지식기반 경영 시스템을 운영하고 있습니다.

또한 지속적으로 업무 프로세스를 혁신하여 경영효율을 제고하는 등 경쟁력을 강화해 나가고 있습니다

아이디어 팝콘 ● 2009년 6월 오픈한 '아이디어팝콘'은 임직원 누구나 자유롭게 아이디어를 제안하고 해당아이디어와 관련된 실무 부서에서 검토·실행하는 프로세스로 구성된 시스템입니다. 2011년에는 총 2,742건의 아이디어가 등록되었으며 실행부서의 검토과정을 거쳐 148건이 실행되었습니다. 아이디어팝콘은 지식마일리지와 IDEA시스템을 연계하여 롯데쇼핑 내의 창의적 제안 문화를 활성화 하는데 기여하고 있습니다.

장보기 제도 ● 롯데마트는 '고객의 눈'으로 보고 느낀 불편사항, 개선해야할 사항을 발견하여 개선하고, 우수 사례는 전파하는 제도인 '장보기 개선 활동'을 운영하고 있습니다. 이에 더하여 2011년 5월 '자기업무제안제도'를 도입하여 자기업무에 대한 지속적인 개선·혁신 활동을 진행하고 있습니다. 장보기 제도는 고객중심적 개선활동과 내부업무개선을 병행하여 균형있고 종합적인 롯데마트만의 혁신문화로 자리잡고 있습니다.

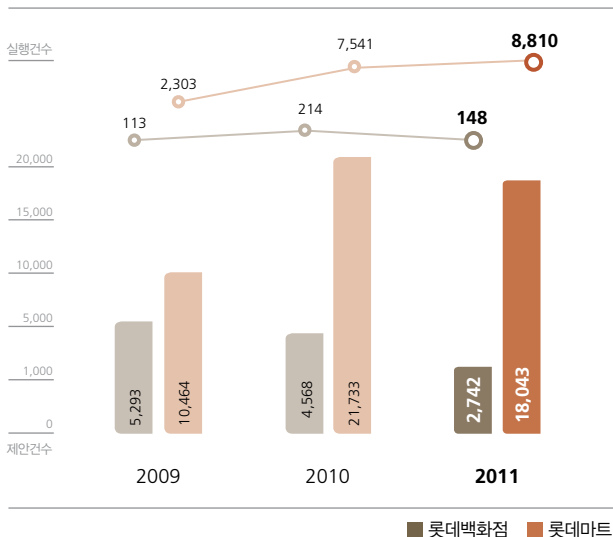
롯데 지식 in ● 롯데 지식 in 은 다양한 분야에서 축적된 지식을 갖춘 임직원의 집단 지성을 경영 혁신에 효과적으로 활용하기 위하

여 도입한 시스템으로, 누구나 질문을 게시할 수 있고 질문에 답변한 내용은 사내 전문가 DB로 구축되고 있습니다. 부서별 주요 업무와 롯데쇼핑의 당면과제와 관련하여 3,000여 개의 질문과 답변이 등록되는 등 활발한 참여가 이루어지고 있습니다.

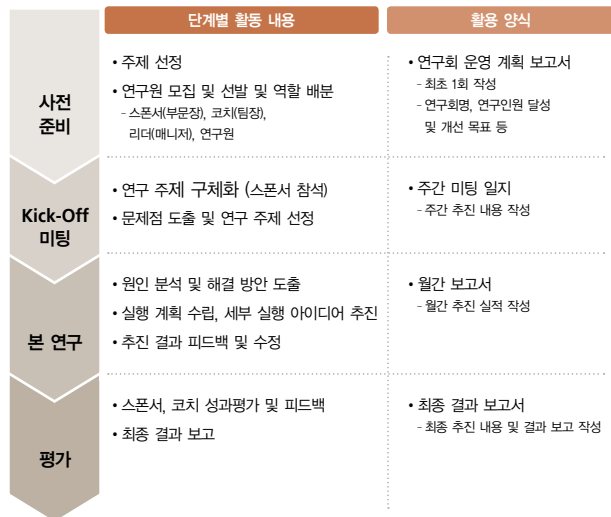
혁신경영관련 대외적 수상 ● 롯데백화점은 2011년 11월에 열린 '제18회 기업혁신대상'에서 대통령상을 수여하였습니다. 기업혁신대상은 끊임없는 변화와 도전을 통해 경영혁신을 이룬 기업에게 수여하는 상으로서, 롯데백화점은 사내 직원과의 적극적 소통을 통해 경영혁신을 이룬 것에 높은 평가를 받았습니다. 롯데마트도 2011년 '한국아이디어경영대상'에서 3년연속 대상 수상과 동시에, 최고경영자의 제안활동에 대한 높은 관심 및 우수성과창출 공로를 인정받아 최고경영자상을 수상하였습니다.

2S-3C 연구회 운영 ● '2S-3C'란 Simple, Speed와 Clean, Communication, re-Check로 업무의 단순화, 표준화, 그리고 실수와 사고 예방을 통해 변화와 혁신을 추구하는 롯데백화점의 새로운 의식행동지침입니다. 2S 3C의 습관화를 위해 책자를 제작 및 배포

아이디어팝콘·장보기제도 운영실적 (단위: 건)



성과 관리 프로세스



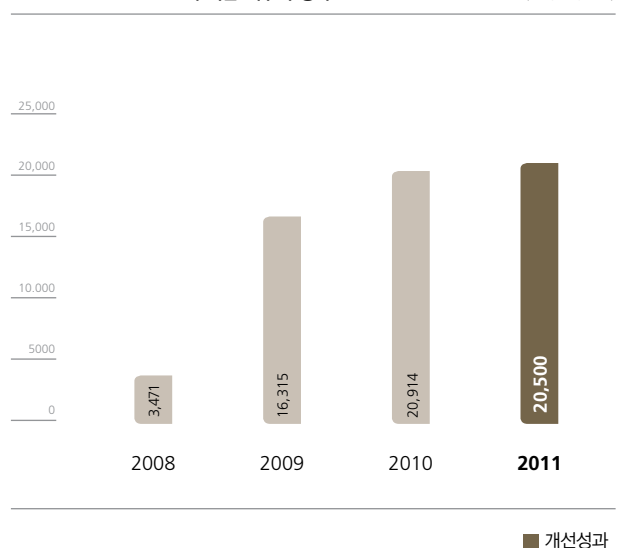
하여 전 임직원이 공유하였으며, 2012년 3월부터 전 부문별, 점포별로 연구회를 운영하고 있습니다. 2S 3C연구회는 부서 현안 및 개선점을 세분화하여 주제를 선정하고, 구체적인 해결책 모색을 통해 업무 프로세스를 개선하기 위한 활동으로, 직급에 관계없이 다양한 인원이 참가하여 창의적이고 다각적인 연구를 진행하고 있습니다. 향후 우수 연구 사례를 발표하고 공유하는 '2S-3C Dream Awards'를 시행하여 연구회를 더욱 활성화시킬 계획입니다.

Lean Transformation ● 롯데마트는 2007년부터 국내 유통업계 최초로 Lean Transformation시스템을 도입하여 차별화된 경영혁신 활동을 실시하고 있습니다. Lean Transformation이란 경영활동에서 발생하는 불필요한 낭비요소를 파악하여 제거하고, 업무 프로세스를 더 간결하고 효과적으로 개선하는 시스템입니다. 다년간에 걸친 Lean혁신 활동을 통해 전사적으로 창의적인 문제 해결 역량을 내재화하였으며, 그 결과로 비용 절감 및 신규 수익 창출 효과를 거두고 있습니다. 2012년 4월 현재까지 총 75개점이 도입을 완료하였고, 전문 변화관리자와 현장 변화관리자 포함 132명을 육성하여 지속적인 활동을 진행하고 있습니다. 롯데마트는 2012년 총 360억

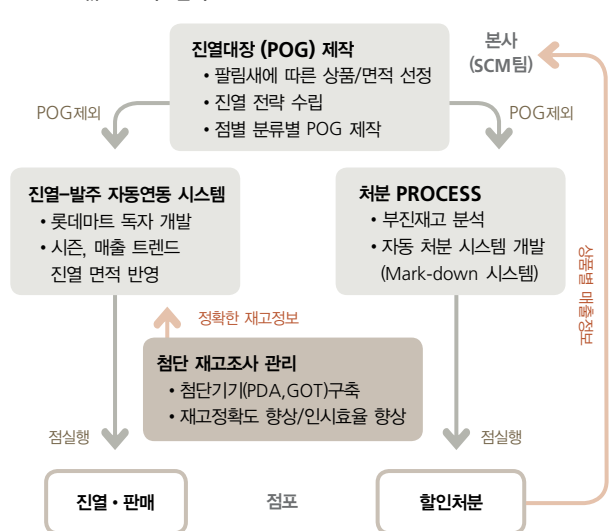
의 혁신 활동 재무적 성과 달성을 목표로 하고 있습니다.

진열-발주 선진화 구현 ● 롯데마트는 제조업체에서 고객에 이르는 Value Chain상에서 최적의 상품 흐름을 실현함으로써, 판매 기회 상실을 최소화하고 고객만족을 극대화하기 위해 국내 최초로 진열-발주 통합솔루션(POG-新CAO시스템)을 구축하여 운영하고 있습니다. POG(진열관리)는 지역별 특성 및 매출 분석으로 최적의 상품 진열을 구현하여 각 점포에서의 진열 업무시간을 단축하고 구색·진열 수준을 개선시켜주는 시스템으로서 현재 국내 95점 전체에 적용 중입니다. 新CAO(발주 관리)은 판매량 뿐만 아니라 실제 진열량까지 자동으로 발주에 연동되는 제3세대 발주시스템입니다. 롯데마트는 이를 통해 보유재고를 점진적으로 축소시키고, 재고 보유일수도 지속적으로 개선시키고 있습니다. 시스템 도입 전인 2007년과 비교하였을 때 2011년 보유재고는 5.7%의 감소효과를 가져왔으며, 재고 보유일수도 20.1일에서 18.4일로 단축되었습니다.

Lean Transformation에 의한 재무적 성과 (단위 : 백만 원)



POG-新 CAO시스템 구조



소통 경영

롯데쇼핑은 자유로운 소통이 실현될 수 있도록 열린 기업문화를 만들고, 다양한 고충처리제도를 두어 직원 만족 증진을 통한 기업경쟁력을 강화해나가고 있습니다.

소통 Clinic ● 롯데백화점은 다점포 환경하에서 본사와 지점, 지점과 지점간의 보다 효율적 커뮤니케이션을 위해 2009년 5월부터 소통클리닉을 진행하고 있습니다. 소통클리닉은 소통 교육담당자가 직접 전국의 매장을 방문하여 당사의 주요정책 및 이슈사항을 공유하고 임직원의 의견을 수렴하는 제도입니다. 2009년 이후 총 9회 진행된 소통클리닉에서는 2011년까지 직원 11,687명이 참여해 자유로이 의견을 펼칠 수 있었습니다.

직원 온도읽기 ● 롯데마트는 내부직원 현장의 소리 경청 및 직장과의 대화의 자리 마련을 통한 공감대 형성의 일환으로 매월 1회 직원 온도읽기를 진행하고 있습니다. 직원 온도읽기는 대화문화의 정착으로 사내 소통을 개선하고, 직원 고충을 보다 신속히 처리함으로써 직원들의 사기를 증진시키는데 기여하고 있습니다.

꿈 실현 Project ● 롯데마트는 내부 직원들의 소원 중 회사가 해결해줄 수 있는 꿈을 선정하여 이루어주는 프로젝트를 진행하고 있습니다. 매 분기마다 전직원의 꿈을 신청받고, 그 중 점별로 감동과 사연이 있는 사례에 대한 컨테스트를 거쳐 꿈 인증식과 함께 '꿈 실현권'을 전달해주고 있습니다. 꿈 실현 Project는 회사가 직원들의 이야기에 귀를 기울여 준다는 인식이 확대되어 직원들의 높은 참여와 좋은 반응을 일으키고 있습니다.

고충처리센터 운영 ● 롯데쇼핑은 고충처리센터를 운영하여 직원들의 고충을 해결하고 조직 내에 각종 불합리한 문화를 개선하기 위한 노력을 하고 있습니다. 롯데백화점은 2001년부터 각 지점마다 '나눔자리'를 두어 근무환경, 성희롱, 처우개선 등의 상담과 심리상담을 진행하고 있습니다. 현재 37명의 전문 상담원이 지점별로 배치되어 매년 평균 만 건 이상의 상담이 진행되고 있습니다. 롯데마트는 격월 단위로 직군별 단체상담을 시행하여 각 점의 건의사항 및 고충사항을 모아 점 고충처리위원회를 진행하고 있습니다. 고충처리위원회는 점장, 지원매니저, 대의원으로 구성되며, 실질적 피드백을 통해 직원들과 소통하기 위해 마련하였습니다. 또한 '행복상담실'을 운영하여 유선, e-mail 등을 통해 고충을 듣고 처리하고 있습니다.

성희롱 예방교육 ● 롯데쇼핑은 서로 다른 남녀간의 역할 이해를 통한 직장 내 성희롱 예방을 위해 년 1회 이상 교육을 진행하고 있습니다. 2011년에는 롯데백화점 55,085명, 롯데마트 11,624명이 성희롱 예방교육을 이수하였습니다. '직장내 성희롱 바로알기'라는 주제로 성희롱 예방및 대처 방안을 제시하고, 다양한 사회이슈 및 기타 사례 분석을 통한 현장 중심 교육을 실시하였습니다.

임직원 스트레스 진단 시행 ● 롯데백화점은 임직원의 심리적 건강 관리를 통한 스트레스 요인 제거 및 건강한 조직 문화 구축을 위해 2011년 5월 유통업계 최초로 임직원 스트레스 진단 프로그램을 시행하였습니다. 검사는 전 간부사원 885명을 대상으로 다면적 스트레스 검사(MMPI)로 진행되었으며, 스트레스 수준, 심리적 우울, 피로도 등의 진단과 심리상담이 병행되었습니다.

고충접수 및 처리 현황

구분	근무환경	인사/제도	대인관계	기타	계
2009	20	1	65	15	101
2010	16	10	36	13	75
2011	21	17	59	9	106



꿈실현 Project

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 노사간 현안과 갈등을 원활히 처리하고 있습니다. 2011년에는 영업점별 지부제도를 신설 운영하여 각 영업점의 현실에 맞도록 노사협의회를 진행하고 있습니다. 롯데마트도 매년 단체협상과 정기적인 노사협의회를 통해 직원들의 근로조건 개선과 갈등 해소를 위해 노력하고 있습니다.

노사합동 해외연수 ● 롯데마트는 격년 단위로 협력적 노사관계 강화와 롯데마트 해외 사업장 시찰을 통한 비전 공유 및 글로벌 기업이라는 자부심을 심어주기 위해 노사합동 해외연수를 실시하고 있습니다. 2010년 2월 인도네시아 방문에 이어, 2012년 3월에는 중국 상해의 점포 및 현지 소평몰을 방문하였으며 향후 이러한 해외 연수 프로그램을 더욱 강화하여 노사 모두의 글로벌 역량을 함양할 계획입니다. 롯데백화점도 유럽 등 선진노사문화 우수기업을 방문하여 우수사례를 도입하고 있으며, 향후 참여인원을 확대하여 조합원의 글로벌 역량을 함양시킬 계획입니다.

간부사원 노무관리 역량 강화 교육 시행 ● 롯데마트는 2011년 7월부터 2012년 1월까지 간부사원들의 조직관리 스킬과 소통기법을 향상시키고 리더로서의 구성원 맞춤형 코칭 지원을 하기 위해 전 간부사원을 대상으로 리더십스쿨 교육을 진행하였습니다. 또한 간부사원의 노무관리 마인드 및 리더십 함양을 위해 격월 단위로 전 점장을 대상으로 경영환경 변화에 따른 관리자 역할 및 조직·갈등관리·소통기법에 대해 교육을 진행하고 있습니다. 롯데백화점은 2011년 6월 노무역량평가 제도를 시행하여 간부사원과 사원들간의 소통의 문제점을 진단하고 피드백을 실시하는 교육을 진행하였으며, 향후 간부사원의 올바른 리더십 향상을 위해 매년 1회 평가시스템을 도입할 예정입니다.

노사협력 공동기구 운영 ● 롯데쇼핑은 노동조합과의 합리적이고 안정적 노사관계 유지, 발전을 위한 노력 이외에도 전 직원을 포괄하는 전체 근로자들의 목소리를 직접 듣고 의견을 수렴하여 회사 경영에 반영될 수 있도록 2011년 한마음협의회를 동업계 최초로 도입하여 운영하고 있으며 년2회 워크숍을 시행하여 직원간의 교류를 활성화 하고 있습니다.

임직원 조직문화 진단 시행 ● 롯데백화점은 2011년 전문컨설팅 업체를 통하여 조직문화진단 컨설팅을 실시하였고 노무관리의 문제점을 진단하고 바람직한 조직문화를 만들기 위해 제도적인 보완을 실시하고 있습니다. 특히 협력업체를 대상으로 노무관리 교육을 시행하여 많은 협력회사로부터 호응을 얻었으며 동반성장을 할 수 있는 공감대를 형성하였습니다.

노사가입 현황

구분	롯데백화점	롯데마트
가입 대상	2,552명	1,230명
가입 인원	1,439명	690명
상근 인원	5명 (타임오프 적용)	3명 (타임오프 적용)
상급 단체	한국노총, 전국연합노동조합연맹	한국노총, 전국연합노동조합연맹



한마음 협의회 소통 과정

이해관계자와의 소통

롯데쇼핑은 주주, 내부 구성원, 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.

이해관계자와의 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, 해결

하기 위해 활용하고 있습니다. 또한 획일화된 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.

이해관계자별 소통 채널



Appendix

경제적 성과

기업지배구조

지속가능경영 이슈 선정

환경·사회 영역 중대 이슈별 성과

제3자 검증 의견서

온실가스 에너지 목표 관리제 검증 의견서

GRI Index

UN Global compact

경제적 성과

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

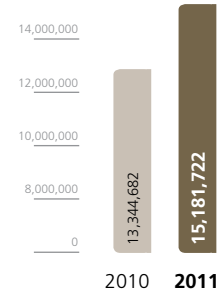
대차대조표

(단위 : 백만 원)

금액		금액	
자산	22,842,330	부채	9,627,222
I.유동자산	3,732,746	I.유동부채	5,273,987
재고자산 외	2,248,576	II.고정부채	4,353,235
재고자산	1,484,170		
		자본	13,215,108
II.비유동자산	19,109,584	I.자본금	145,217
지분투자자산	4,972,343	II.자본잉여금	3,622,183
유무형자산	12,006,449	III.이익잉여금	9,405,868
기타비 유동자산	2,130,792	V.기타포괄손익누계액	41,840
자산 총계	22,842,330	부채와 자본 총계	22,842,330

매출액

(단위 : 백만 원)



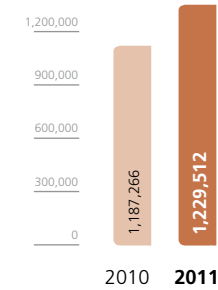
손익계산서

(단위 : 백만 원)

	2010	2011
매출액	13,344,682	15,181,722
매출이익	3,971,627	4,534,156
영업이익	1,187,266	1,229,512
법인세비용차감전순이익	1,032,047	1,121,980
당기순이익	778,293	742,937

영업이익

(단위 : 백만 원)



주요경영지표

		2009	2010	2011
안정성 지표	유동비율	58.71%	50.36%	70.78%
	부채비율	55.28%	66.24%	72.85%
	차입금의존도	10.45%	15.87%	18.40%
활동성	매출액증가율	-	-	13.77%
	영업이익증가율	-	-	3.56%
성장성 지표	당기순이익증가율	-	-	-4.54%
	총자산증가율	-	13.85%	9.36%
	매출액영업이익률	-	8.90%	8.10%
수익성 지표	매출액순이익률	-	5.83%	4.89%
	총자산순이익률	-	1.98%	1.70%
	자기자본순이익률	-	3.19%	2.88%

GRI 재무재표

(단위 : 백만 원)

GRI 가이드라인 지표	비고	2010	2011
창출된 직접적인 경제적 가치		13,344,682	15,181,722
a) 수입	순 매출과 금융투자 및 자산매각 수입	13,344,682	15,181,722
분배된 경제적 가치		10,742,848	12,131,889
b) 영업비용	구매비용, 비전략적 투자, 로열티 및 운영비용	9,373,055	10,647,565
c) 임금 및 복지	직원에게 지급되는 총 금액	752,836	862,013
d) 자본비용	자본 제공자에게 제공되는 모든 비용	141,846	149,757
e) 세금	총 납세액	461,585	461,585
f) 지역사회투자	자발적 공헌 및 자금투자(기부금 등)	13,525	10,969
잉여경제적 가치	창출된 경제적 가치 - 분배된 경제적 가치	2,601,834	3,049,833

a)수입 : 매출액 b)영업비용 : 매출원가 c)임금 및 복지 : 급여+퇴직급여+복리후생비 d)자본비용 : 이자비용+사채이자 e)세금 : 법인세비용+법인세추납액+세금과공과 f)지역사회투자 : 기부금

기업지배구조

롯데쇼핑은 세계적인 수준의 투명하고 건전한 기업지배구조를 정립하고자 노력하고 있습니다. 롯데쇼핑이 기업지배구조를 개선하려는 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. 신현 대표이사가 이사회의 의장직을 맡고 있으며 2012년 3월 개최된 42회 정기주주총회에서 임기 만료로 퇴임한 3명의 사외이사 대신 민상기 서울대학교 교수, 김원희 전 호남석유화학 상무, 김태현 법무법인 율촌 변호사 등 3명이 새로운 사외이사로 선임되었습니다. 롯데쇼핑은 사외이사의 자격요건과 관련하여 상법 제382조 3항 및 상법 제542의 8조 2항을 준용하고 있으며, 이사의 보수한도는 주주총회의 승인을 득하도록 되어 있습니다.

이사회 개최 및 의사결정 ● 정기이사회는 월회 개최함을 원칙으로 하며, 이사회의 성립 및 결의는 이사 전원의 과반수 이상이 출석, 출석이사의 과반수 이상 찬성으로 결정합니다. 2011년에는 총 13회의 이사회를 열어 경영상의 주요 안건을 심의 의결하였습니다.

사외이사의 전문성 ● 롯데쇼핑은 기업의 투명성과 경제, 환경, 사회 활동과 관련한 경영진의 관리능력 및 전문성을 감독하기 위하여 이사회내 사외이사후보추천위원회와 감사위원회를 두고 있습니다. 사외이사후보추천위원회는 주주의 이익을 대표하는 사외이사후보의 추천을 통해 경영의 투명성 강화에 힘쓰고 있습니다. 사내이사 1명, 사외이사 1명으로 구성된 사외이사후추천위원회는 2011년 1회 회의를 개최하였습니다. 감사위원회는 3명의 사외이사로 구성되어 있으며 2011년 5회 회의를 개최하였습니다.

롯데쇼핑 이사회 보수 현황 ● 이사회의 보수는 주주총회에서 승인된 보수한도에 의거하여 투명하게 결정되고 지급됩니다. 2011년 주주총회 승인금액은 지난해와 같은 110억 원이었으며, 실제 지급액은 8,472백만 원이었습니다. 2011년 사내이사의 보수지급액은 총 8,196백만 원이며, 1인당 평균지급액은 1,639백만 원이었습니다. 또한 사외이사의 평균 지급액은 48백만 원, 감사위원회 위원(감사)은 44백만 원입니다.

이사회 개최 및 사외이사 참석을 현황

회차	개최일	참석인원
1	2011.01.27	
2	2011.02.22	
3	2011.03.18	
4	2011.04.14	
5	2011.05.24	
6	2011.06.15	
7	2011.06.27	
8	2011.07.21	
9	2011.08.25	
10	2011.09.22	
11	2011.10.21	
12	2011.11.18	
13	2011.12.15	

6/6
(100%)

이사회 주요 의결사항

- 재무제표 및 영업보고서 승인
- 감사위원회 내부회계관리 평가 보고
- 공정거래자율준수 프로그램 운영결과 및 계획
- 텐진 문화중심점 법인 설립의 건
- 롯데송도쇼핑타운(주) 출자계획의 건
- 지점설치 등



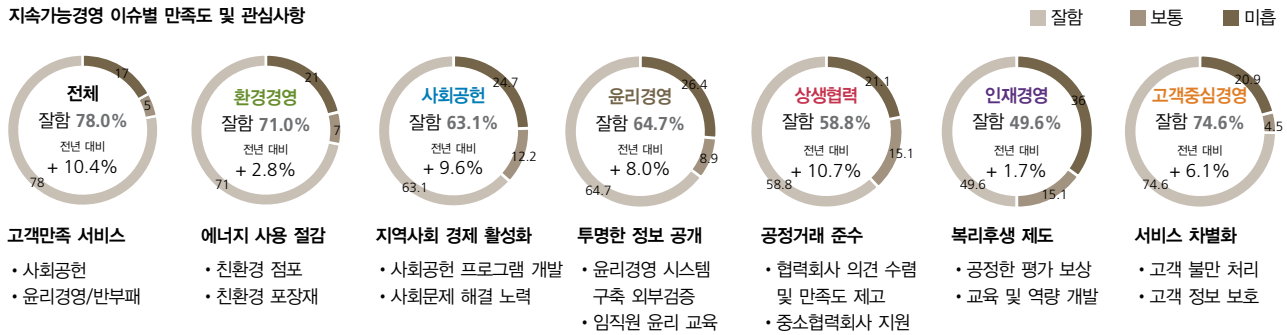
지속가능경영 이슈 선정

롯데쇼핑은 2012 지속가능성보고서를 발간하기에 앞서 이슈별 중대성 분석을 진행하였습니다. 지속가능경영 이슈에 대한 이해관계자 설문조사를 바탕으로 기업 내부의 이슈별 중요도, 영향력 분석을 통해 중대성 매트릭스를 정리하였습니다.

이해관계자 설문조사 진행 ● 롯데쇼핑은 당사 지속가능경영에 대한 이해관계자 의견 수렴 및 지속가능성보고서 반영을 위한 설문조사를 실시하였습니다. 2012년 2월 16일부터 29일까지 2주 동안 온라인 방식으로 진행된 설문에는 당사 이해관계자 및 지속가능경영 관련 전문가 417명이 참여하였습니다. 조사결과, 이해관계자들은 롯데쇼핑의 지속가능경영과 관련해 고객 만족 서비스를 가장 중요한 이슈로 선택하였고, 사회공헌 활동과 윤리경영 또한 중요한 이슈로 인식하고 있었습니다. 주요 6개 영역별 핵심이슈를 도출한 결과는 아래와 같습니다.

중대성 분석 ● 롯데쇼핑은 지속가능경영 주요 과제와 목표를 선정하는데 있어 이해관계자들의 관심 이슈와 기업 내부의 중요도, 비즈니스 영향도 등을 분석하고 있습니다. GRI가이드라인 및 DJSI평가 지표 등 지속가능경영에 대한 국제 가이드라인, 미디어 이슈 등 외부 이슈와 경영전략, 사내 핵심과제 등의 내부 이슈를 종합해 40개의 이슈를 선정하였으며, 이 항목을 설문으로 구성하여 이해관계자별 관심도와 비즈니스 영향도를 평가하였습니다. 중대성 분석을 통해 주요 이슈로 선정된 항목들에 대해서는 보다 충실히 보고하기 위해 노력하였으며, 쉽게 찾아볼 수 있도록 매트릭스 상에 해당 내용이 수록된 페이지를 표기하였습니다.

지속가능경영 이슈별 만족도 및 관심사항



중대성 평가 매트릭스



환경 · 사회 영역 중대 이슈별 성과

롯데쇼핑은 중대성 분석을 통해 지속가능한 사업활동을 위한 주요 이슈들을 도출하고 있습니다. 특히 환경, 사회 영역의 주요 이슈들에 대해서는 체계적 관리와 전략적 사업 활동 전개를 통해 수익창출 및 비용 절감 등 다양한 비즈니스적 이익을 추구하고 있습니다.

영역	구분	중대이슈	활동내용	주요 성과	페이지	
환경 Environment	수익 창출 (Revenue Generation)	친환경 상품	그린카드 제도	<ul style="list-style-type: none"> 백화점/마트 전점 그린 POS 시스템 구축 (2011.11) 그린카드 포인트 제공 녹색제품 수 : 백화점(63개)/마트(220개) 2012년 3월 녹색제품 매출 전년대비 10.5% 증가 (2011.3월 : 2.8백만원/2012.3월 : 3.1백만원) 	34	
			에코숍 운영	<ul style="list-style-type: none"> 백화점 : 친환경 편집샵 '에코숍' 운영 (매출 9억원) 수익금 전액 환경기금 조성 		
			친환경 제품 확대	<ul style="list-style-type: none"> 백화점 : '올가', '푸름' 등 친환경 전문 브랜드 운영(매출 391억원) 마트 : 친환경 PB상품 개발(매출 330억원) 		
			신재생 에너지 설비	<ul style="list-style-type: none"> 마트 : 총 39개점 태양광 설비 전력생산량 한국전력공사 판매 (매출 20억원) 	21	
	비용 절감 (Cost Savings)		폐기물 재활용	재사용 종량제 봉투	<ul style="list-style-type: none"> 마트 : 쇼핑봉투 겸 쓰레기봉투로 재활용할 수 있는 종량제 봉투 판매 (판매수량 220만개, 매출 81억원) 	24
			폐기물 재활용	친환경 패키징	<ul style="list-style-type: none"> 마트 : 그린마일리지 상품(2차 포장재 제거 및 에코 상품) 구매 고객에게 마일리지 적립 (매출 110억) 	22
			친환경 점포	LED 조명	<ul style="list-style-type: none"> 백화점 : 고효율 LED조명 설치 56백개로 전력 절감 (절감액:136백만원) 태양광 발전시설 및 가로등 설치를 통한 전력 절감 (절감액:4백만원) 	20 ~ 21
			고객 대상 환경 캠페인	친환경 전단	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 전단 : 전단 사이즈 축소를 통해 용지 비용 절감 (절감액 : 5억원) ECO 전단 : 온라인 서비스 이용자 수 (2,103,816명) 	24 ~ 25
	사회 Society	수익 창출 (Revenue Generation)	지역업체 발굴	지역상품 유통 확대	<ul style="list-style-type: none"> 백화점 : 지역 농가와 계약 체결로 안정적인 판로 확보 (매출 24억 원) 마트 : 산지 직거래 확대 및 지역 특화상품 입점 (매출 5,208억 원) 	33
				중소 협력업체 지원	신진디자이너 육성 지원	<ul style="list-style-type: none"> 백화점 : 우수한 신진 디자이너들의 편집샵(Style Field)운영 (매출 3.8억 원)
동반성장 브랜드 개발				<ul style="list-style-type: none"> 마트 : 중소 생산자 업체 발굴 및 지원을 통한 MPB 상품 개발 (매출 635억 원) 마트 : 물가안정 및 동반성장 상품 '통큰/손큰 브랜드' 개발 (매출 550억) 	51	
비용 절감 (Cost Savings)		사회공헌 프로그램	대중교통 이용 캠페인	<ul style="list-style-type: none"> 백화점 : 대중교통 이용 캠페인 전개를 통한 교통유발부담금 세제 감면 혜택 (연간 21억 원 감면) 서울 소재 8개점 참여, 교통카드 5,000원 충전 금지원 및 직원 참여 홍보 캠페인 전개 	-	
			푸드뱅크	<ul style="list-style-type: none"> 백화점 : 지역 푸드뱅크에 고객 감사품 회수분 기부 - 영등포, 관악, 인천점 참여 (7백만 원 후원) 	-	

제3자 검증 의견서

롯데쇼핑 2012지속가능보고서(이하 '보고서')는 롯데쇼핑이 관련 정보를 수집하고 내용을 작성하였으며, 보고서에 수록된 내용과 데이터에 대한 책임은 롯데쇼핑에 있습니다. 솔라빌리티(이하 '검증인')는 롯데쇼핑으로부터 보고서의 전체 내용에 대해 독립적인 '제3자 검증기관'으로서 검증을 의뢰 받았습니다. 본 검증의 목적은 롯데쇼핑이 작성한 보고서의 정보 및 주장이 중대한 오류나 편견을 담고 있는지 여부와 정확하고 적합한 데이터 수집 시스템에 따라 정보가 수집되었는지에 대하여 독립적 의견을 제시하는데 있습니다.

검증 방법론 (Assurance Methodology)

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

- 완전성(Completeness): 롯데쇼핑의 사업운영과 관련된 주요 이슈가 포괄적으로 다루어졌는지 검토
- 중대성(Materiality): 보고서에서 중요하게 다룬 이슈들과 롯데쇼핑의 내외부 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 G3.1)에 부합하는지 여부도 함께 평가되었습니다.

검증 범위 (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 검증
- 비재무 정보가 적절하고 중대한 오류나 편견을 담고 있는지 검증

검증 과정 및 검증 방법 (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 지속가능경영 이슈 검토
- 보고서에 수록할 중요이슈를 결정하는 롯데쇼핑의 의사결정과정 검토
- 동종 업계 글로벌 선진 지속가능보고서의 보고수준 벤치마킹
- 롯데쇼핑 임직원 인터뷰
- 지점 및 전사차원의 지속가능경영 관련 정책, 가이드라인 및 관리 시스템 검토
- 롯데쇼핑 지점 및 전사단위의 정보 수집 과정과 데이터관리 체계 검토
- 비재무 지표에 대한 내부성과 관련 자료 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

검증 대상 제한 (Limitations of this assurance engagement)

본 검증의 대상은 롯데백화점 본점과 롯데마트에 대한 현장 샘플링 심사 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.

검증 결과 (Findings)

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

검토 의견 (Our conclusions)

본 검토의견은 앞서 기술된 "검증 과정 및 검증 방법"과 "검증 대상 제한"의 범위 내에서 해석되어야 하며 검증 결과에 영향을 미치지 않는 범위에서 다음의견을 제시합니다.



완전성(Completeness)

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

- 본 검증인은 롯데쇼핑의 이해관계자와 관련된 내외부 자료 및 롯데쇼핑의 이해관계자 참여 프로세스를 검토하였으며, 보고서가 이해관계자에게 중요한 이슈를 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 균형있게 보고하고 있는가?

- 롯데쇼핑은 정기적으로 롯데쇼핑 지속가능 성과와 관련된 이슈의 중요성을 판단하는 중대성 평가 프로세스를 운영하고 있습니다.
- 본 검증인은 보고서가 롯데쇼핑의 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.

향후 고려 사항(Issues for further consideration)

다음은 본 검증인의 결론에는 영향을 미치지 않으나, 향후 롯데쇼핑의 지속가능경영성과의 보고수준 향상을 위해 권고하는 사항입니다.

- 롯데쇼핑의 지속가능경영 관련 중장기 목표를 설정하고, 목표 대비 연도별 추진상황을 보고하여 롯데쇼핑이 명확한 목표 하에 단계적으로 관리하고 있다는 것을 제시하도록 권고합니다.
- 중장기 목표와 연결하여 롯데쇼핑의 지속가능 성과를 파악할 수 있는 KPI List를 점검/개발할 것을 권고합니다.
- 롯데쇼핑의 주요 사업적 성과인 해외시장 확대와 관련하여 지역별 지속가능이슈 및 시스템을 개발하고, 환경/사회 성과를 보고할 것을 권고합니다.
- 백화점과 마트의 지속가능 이슈를 함께 공유하고, 전략 및 목표를 설정하기를 제안합니다.

독립성(Our independence)

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

August 24, 2012

Andy Gebhardt
Director, SolAbility Ltd.



솔라빌리티(SolAbility Co., Ltd.)

솔라빌리티는 지속가능경영 분야에서 다양한 경험을 쌓은 국내외 전문가들이 지속가능경영 자문 및 보고서검증을 제공하고 있습니다.

온실가스 에너지 목표 관리제 검증 의견서

2011년 롯데쇼핑(주)의 온실가스 배출량에 대한 조직경계/배출원/배출활동/산정방법론/불확도 산정/모니터링 계획 QA-QC 등에 대하여 검증을 시행하였으며, 검증과정에서 도출된 조치 요구사항이 반영 및 수정되어, 아래와 같은 검증 의견을 표명합니다.

합리적 보증 수준

검증의 수준은 보고된 명세서에 대하여 리스크 평가를 바탕으로 합리적 보증수준에서의 검증이 진행되었습니다.

검증대상

한국품질보증원은 '롯데쇼핑(주)'의 2011년 제 3차 명세서 검증을 요청 받았습니다. 검증범위는 아래와 같습니다.

공간 및 시간적 범위

롯데백화점, 롯데마트, 롯데시네마, 롯데슈퍼 등의 롯데 쇼핑 계열사

검증대상 기간 : 2011년

대상 온실가스 : 교토 의정서 상의 6대 온실가스 (CO₂, CH₄, N₂O, PFCs, HFCs, SF₆)

- 배출 온실가스 : CO₂, CH₄, N₂O
- 사업장 내 공정배출 : 고정연소, 이동연소, 간접배출(전기, 스팀)

검증 기준

이 검증보고서는 온실가스, 에너지 목표관리제 명세서 보고수준을 향상 시킬 수 있는 (적합성, 완성성, 일관성, 투명성, 정확성) 발견사항과 권고사항에 대한 정리된 내용을 포함하고 있습니다. 이번 검증에 적용된 방법은 온실가스 에너지 목표관리 운영 등에 관한 지침 (환경부 고시 제 2011-29호)의 원칙과 기준을 바탕으로 진행하였으며, 특히 지침에서 요구하는 적용대상 별 배출계수, 순발열량 및 산화계수를 적용하였습니다. 또한 ISO 14064-1: 온실가스 배출 및 제거의 정량 및 보고를 위한 조직 차원의 사용 규칙 및 지침, ISO 14064-3 온실가스-제3부:온실가스 선언에 대한 타당성 평가 검증을 위한 사용 규칙 및 지침, 'IPCC Guidelines(2006)', 'WRI GHG Protocol initiative'를 참조하였습니다.

검증의 한계

금번 검증은 온실가스 목표관리제 명세서 제 3차 검증이며, 관장기관과 관리업체간 이행계획에 대한 승인과정 없이(2012년 이행계획서는 제출됨) 진행되었으며, 검증 역시 이를 감안하여 진행되었습니다. 특히 아래의 사항은 롯데쇼핑(주) 검증의 실질적인 한계와 어려움입니다.

검증은 다음의 상황을 고려하여 진행하였습니다.

- 롯데마트는 총 532개의 다수 사업장으로 현장방문의 한계(현장방문사업장 44개, 지침의 최소 요구 방문수 23개)
- 명세서가 5000페이지 정도로 NGMS에서 출력되지 않아, 명세서 검토의 어려움
- 계열사별로 상이한 현장 상황 및 상이한 명세서 작성 원칙으로, 명세서의 일관성 유지의 어려움

검증의견

본 검증의 중요성 기준은 $\pm 2.5\%$ 이며, 롯데쇼핑(주)는 검증 결과 조직경계/배출원/배출계수/발열량/배출량산정 등 지침에서 요구하는 주요 기준을 만족하므로 검증 의견은 적정으로 제시합니다.

종합적 의견

롯데쇼핑(주)의 명세서는 모든 배출활동, 배출원에 대한 명확한 규명이 이루어져 있으며, 제외되는 배출원에 대한 명확한 설명이 제시되었습니다.

또한 배출량 산정방법에 대한 명확하고 충분한 근거와 관련 자료가 제시되었으며, 적절한 산정식 및 계수, Tier의 적용이 지침에서 요구하는 기준을 만족시키고 있습니다.

롯데쇼핑(주)의 '2011 온실가스 배출량 검증'을 '적정'으로 판정합니다.

2012년 3월 31일

(주) 한국품질보증원 대표이사



송종철

GRI G3.1 Index

지표	GRI 지표 내용	페이지	보고
전략 및 프로파일			
프로파일			
1.1	최고 의사결정권자가 지속가능경영을 밝힌 선언문	2-5	●
1.2	주요 영향, 리스크, 기회에 대한 설명	2-5	●
조직 프로파일			
2.1	조직명	2-5	●
2.2	대표 브랜드, 제품 및 서비스	2-5	●
2.3	조직의 운영구조	6-7	●
2.4	본사/본부 위치	6-7	●
2.5	해외사업장의 위치 및 국가수	8	●
2.6	소유구조 특성 및 법적 형태	6, 83	●
2.7	활동 시장형태	6-8	●
2.8	조직 규모	6-8	●
2.9	조직 구조, 자본구조상의 중대한 변화	6-8	●
2.10	보고 기간 동안의 수상내역	11	●
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, 91	●
3.5	보고 내용 정의/결정을 위한 프로세스	84	●
3.6	보고 경계	1	●
3.7	보고 범위 및 경계에 대한 구체적 제한사항	1	●
3.8	합작회사, 자회사 등 중요한 사항에 대한 보고 기준	1	●
3.9	보고서 데이터 측정 기법 및 계산 기준	1	●
3.10	이전 보고서에서 제시한 정보의 재기술 및 사유	-	○
3.11	보고서 범위, 경계, 측정방법의 변경사항	1	●
3.12	보고서 내의 표준공시 사항의 위치를 나타내는 표	89-90	●
3.13	보고서의 외부 검증에 대한 정책 및 현재 관행	86-87	●
지배구조, 위원회, 참여			
4.1	조직의 지배구조	83	●
4.2	이사회 의장의 임원 겸직 여부	83	●
4.3	이사회에서 독립적인 구성원의 수	83	●
4.4	주주와 직원들의 조언 및 방향 제시 메커니즘	83	●
4.5	이사회 임원의 보상과 조직의 성과간의 관계	83	●
4.6	이사회내 이해관계상의 충돌방지를 위한 프로세스	83	●
4.7	이사회 구성원의 자격 및 전문성을 결정하는 프로세스	83	●
4.8	경제, 환경, 사회성과와 관련한 내부 미션 및 행동강령	9-10	●
4.9	이사회내의 경제, 환경, 사회성과와 파악 및 관리 절차	-	○
4.10	이사회 자체 성과평가 프로세스	-	○
4.11	사전예방 접근방법 또는 원칙의 채택여부 및 채택방식	-	○
4.12	경제, 환경, 사회 현장, 원칙 또는 기타 이니셔티브	12-13, 42, 47	●
4.13	협회, 국내/국제 단체에서의 주 회원자격	-	○
4.14	참여한 이해관계자 목록	84	●
4.15	참여한 이해관계자 파악 및 선별기준	84	●
4.16	이해관계자 참여방식	80, 84	●
4.17	이해관계자가 제기한 핵심 이슈 내용 및 대응	84	●

지표	GRI 지표 내용	페이지	보고
경영접근방식 및 성과지표			
경제			
EC1	직접적인 경제적 가치 창출 및 배분	82	●
EC2	기후변화의 재무적 영향과 사업 활동에 대한 기회 및 위험	14-25	●
EC3	연금혜택 계획에 의한 조직의 보상범위	42	●
EC4	정부보조금 수혜 실적	-	N/A
EC5	주요 사업장의 법정최저임금 대비 신입사원 임금비율	-	○
EC6	주요 사업장의 구매 정책, 관행 및 비율	33	●
EC7	주요 사업장의 현지인 고용 절차 및 고위관리자 비율	8	●
EC8	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동과 효과	56-65	●
EC9	간접 경제 효과	56-65	●
환경			
EN1	무게 또는 부피 기준 원료 사용량	-	N/A
EN2	사용되는 원료 중 재활용되는 비율	-	N/A
EN3	1차 에너지원별 직접에너지 소비량	17	●
EN4	1차 에너지원별 간접에너지 소비량	17	●
EN5	절약 및 효율향상으로 절감된 총 에너지량	17, 20-21	●
EN6	에너지 효율 사업을 통한 에너지 감축량	19-25	●
EN7	간접에너지 소비를 줄이기 위한 이니셔티브 및 성과	19-25	●
EN8	공급원별 총 취수량	18	●
EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	18	●
EN11	생태계 보호지역의 소유, 임대, 관리 토지 위치 및 크기	-	N/A
EN12	생태계 보호지역 내 기업활동으로 야기되는 중요한 영향	-	N/A
EN16	직·간접 온실가스 총 배출량	16	●
EN17	기타 간접 온실가스 배출량	16	●
EN19	오존층파괴물질 배출량	16	●
EN20	NOx, SOx 및 기타 주요 대기오염 물질 배출량	-	N/A
EN21	최중 배출지별 총 폐수 배출량 및 수질	-	○
EN22	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	18	●
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	-	N/A
EN26	제품 및 서비스의 환경 영향 저감 활동 및 성과	24, 31-33	●
EN27	제품 카테고리별 판매된 제품 및 관련 포장재의 재생비율	22	●
EN28	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전적 제재 건수	-	N/A
노동 및 관행			
LA1	고용 유형, 고용 계약, 지역별 및 성별 인력 현황	8, 41	●
LA2	연령별, 성별, 지역별 이직 건수 및 비율	35, 41	●
LA4	단체 교섭 적용 대상 직원 비율	79	●
LA5	주요 변동사항의 최소 통지기간, 단체 협약에 명시 여부	79	●
LA7	부상, 직업병, 손실 일수, 결근 및 업무 관련 재해 건수	42	●
LA8	질병에 관하여 직원 및 가족, 지역주민 지원 프로그램	42	●
LA10	종업원 직급별 일인당 연평균 교육시간	35	●
LA11	지속적인 고용과 퇴직관리를 돕는 평생 교육 프로그램	36, 42	●
LA12	정기적으로 성과 및 경력 개발 평가를 받는 직원 비율	39	●
LA13	성별, 연령 등 다양성 관련 지표별 거버넌스 기구의 구성	39	●
LA14	종업원 카테고리별 남녀 직원 간의 기본 임금 비율	-	○
인권			
HR1	인권조항 포함 또는 인권심사를 받는 주요 투자계약 비율	-	○

지표	GRI 지표 내용	페이지	보고
HR2	주요 공급업체 및 계약 업체에 대한 인권 심사 비율	-	○
HR3	인권정책 및 교육을 받은 직원 비율	-	○
HR4	총 차별 사고 건수 및 관련 조치	41, 52	●
HR5	결사 및 단체 교섭의 자유를 지지하기 위한 조치	79	●
HR6	아동 노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 근절 조치	74-75	●
HR7	강제 노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 근절 조치	74-75	●
HR8	인권 정책 및 절차 교육을 이수한 보안 담당자 비율	74-75, 78	●
HR10	인권 감독 및 영향 평가를 실시하는 사업장 비율 건수	43,53	●
HR11	공식적 매커니즘을 통해 해결되는 인권 불만 해결수	52	●
사회			
SO1	지역 사회 영향 평가 및 관리 프로그램의 특성 및 실효성	55-61	●
SO2	부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율	74-75	●

지표	GRI 지표 내용	페이지	보고
SO3	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	74	●
SO4	부패 사건에 취해진 조치	75	●
SO5	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비 활동 참여	74-75	●
SO8	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비 금전적 제재	-	○
제품책임			
PR1	고객 건강과 안전 유지 정책	27-30	●
PR3	절차상 요구되는 제품 및 서비스 정보 유형	30	●
PR5	고객 만족도 조사 결과를 포함한 고객 만족 관련 활동	67	●
PR6	광고, 스폰서십 등의 커뮤니케이션 관련 정책 및 프로그램	-	N/A
PR9	제품 및 서비스 공급 관련 법률 및 규제 위반 건수 및 액수	-	N/A

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

UN Global compact

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



분류	원칙	페이지
인권	원칙 1 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 한다. - 윤리행동준칙 4장 10조 [규범준수] - 윤리행동준칙 6장 17조 [건전한 기업활동]	42, 52, 78-79
	원칙 2 기업은 인권 학대에 연루되지 않을 것을 확실히 한다. - 윤리행동준칙 4장 10조 [규범준수]	74-75
노동 기준	원칙 3 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지한다. - 윤리행동준칙 4장 10조 [규범준수]	79
	원칙 4 기업은 모든 형태의 강제 노동을 배제한다. - 윤리행동준칙 4장 10조 [규범준수]	78-79
	원칙 5 기업은 아동 노동을 효과적으로 철폐한다. - 윤리행동준칙 4장 10조 [규범준수]	74-75
	원칙 6 기업은 고용 및 업무에서 차별을 배제한다. - 사규 취업규칙 1장 4조 [균등대우]	37,41
환경	원칙 7 기업은 환경 문제에 대한 예방적 접근을 지지한다 - 윤리행동준칙 6장 19조 [환경친화]	15-18
	원칙 8 기업은 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행한다. - 윤리행동준칙 6장 19조 [환경친화]	19-25
	원칙 9 기업은 환경 친화적인 기술의 개발과 확산을 촉진한다. - 윤리행동준칙 6장 19조 [환경친화]	32
반부패	원칙 10 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 형태의 부패에 반대한다. - 윤리행동준칙 4장 10조 [규범준수] - 윤리행동준칙 6장 17조 [건전한 기업 활동]	47, 74-75

롯데쇼핑(주) 윤리행동 준칙 전문 <http://store.lotteshopping.com/handler/EthicsManage-StartView1>

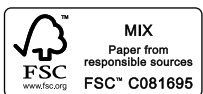
Contact Us

롯데백화점 기획부문 미래기획팀 CSR담당
주소 서울특별시 중구 소공동 1 롯데쇼핑센터빌딩 17층
전화 02-2118-2030~5 팩스 02-2118-2280
이메일 mavv@lotteshopping.com

롯데마트 상품본부 홍보부문 동반성장전략팀
주소 서울특별시 송파구 올림픽로 269 롯데캐슬 6,7층
전화 02-2145-8697 팩스 02-2145-8576
이메일 rakoon85@lottemart.com

LOTTE SHOPPING

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.