

LOTTE SHOPPING

LOTTE SHOPPING
sustainability report
2015

Think
Tomorrow

LOTTE SHOPPING

롯데백화점 마케팅부문 대외협력실 동반성장팀

주소: 서울특별시 중구 소공동 1번지 롯데쇼핑센터빌딩
전화: 02-2118-2030~3 / 팩스: 02-2118-2959
이메일: heejinlee@lotteshopping.com

롯데마트 대외협력부문 동반성장전략팀

주소: 서울특별시 송파구 올림픽로 269 롯데캐슬골드
전화: 02-2145-8102 / 팩스: 02-2145-8587
이메일: happyhannan2@lottemart.com



본 보고서는 FSC™(Forest Stewardship Council™, 삼림관리협회)
인증 받은 친환경 용지에 콩기름 잉크로 인쇄되었습니다.

Lovely life



1 Think higher value



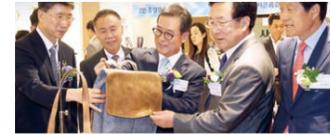
2 Think bigger satisfaction

- Reader's Guide
- Contents
- 2 CEO's Message
- 6 Sustainable management
 - 6 Business Overview
 - 8 Global Business
 - 10 비즈니스 모델과 미래 비전
 - 11 사업계획에 따른 리스크맵
 - 12 이해관계자 관계
 - 13 위험과 기회 분석을 통한 지속가능 전략 도출

- 14 Focus On 2014 Key Issues
 - 14 2014 Highlights
 - 16 지속가능경영 KPI
 - 18 고객중심경영의 지속적인 강화
 - 20 동반성장을 위한 새로운 시도
 - 22 여성을 배려하고 육성하는 일터
 - 24 친환경 활동

- 26 Think higher value
 - 28 LOTTE SHOPPING's CSV
 - 30 건전한 지배구조
 - 32 윤리경영
 - 36 혁신문화

- 40 Think bigger satisfaction
 - 42 고객 서비스와 서비스 교육
 - 45 고객정보 보호
 - 46 상품 개발
 - 48 식품 안전
 - 49 고객 안전



3 Think deeper interaction



4 Think better tomorrow

- 50 Think deeper interaction
 - 52 인재채용
 - 55 성과관리
 - 57 인재개발
 - 61 복지제도
 - 63 파트너사 금융지원
 - 64 공정거래자율준수 프로그램
 - 67 동반성장

- 68 Think better tomorrow
 - 70 환경경영 시스템
 - 72 친환경 캠페인
 - 75 환경 관리 지수
 - 78 친환경 설비
 - 79 사회공헌 전략
 - 80 국내 사회공헌
 - 83 글로벌 사회공헌

- 86 Appendix
 - 86 지속가능경영 이해관계자 설문
 - 87 온실가스 에너지 목표관리제 검증의견서
 - 88 제3자 검증 의견서
 - 90 UN Global Compact, GRI G4 Index

ABOUT THIS REPORT

1. 보고서 가이드라인

2015 롯데쇼핑 지속가능성보고서는 GRI(Sustainability Reporting Guidelines by Global Reporting Initiative) G4.0에 의거하여 작성되었습니다. 보고서에는 GRI G4.0 프로필 공시사항이 모두 포함되어 있으며, 각 지표 범주에 대한 경영방식 공시와 GRI G4.0 핵심성과지표를 중요성의 원칙에 따라 최대한 담고 있습니다.

2. 보고서 범위

본 보고서의 주요 지수들은 롯데쇼핑 4개 사업부(롯데백화점, 롯데마트, 롯데슈퍼, 롯데시네마)의 성과를 반영하고 있습니다. 또한 회사 개요와 재무 성과 보고는 위 4개 사업부의 요약 재무제표를 기준으로 작성하였습니다.

3. 보고서 기간

본 보고서의 대상기간은 2014년 1월 1일부터 2014년 12월 31일까지이나, 필요할 경우 계속기업의 원칙에 따라 2015년 상반기에 수행한 지속가능경영 활동의 일부를 포함하고 있습니다. 정량적 성과의 경우 최근 3년 이상의 데이터를 제시하여 트렌드를 분석할 수 있도록 하였습니다.

4. 보고서 검증

본 보고서의 모든 정보는 독립적인 외부검증기관인 SolAbility의 검증 심사를 거쳤으며, 검증 결과를 제3자 검증의견서에 수록하였습니다.

DJSI(Dow Jones Sustainability Indices, 다우존스 지속가능경영지수)는 금융정보회사인 미국의 다우존스(Dow Jones)와 지속가능성 평가 및 투자 기업인 스위스 로베코 샘(RobecoSAM)에 의해 개발된 지속가능경영지수입니다. 롯데쇼핑은 2009년부터 2015년까지 DJSI WORLD 부문에 편입됨으로써 지속가능경영 활동에 대한 성과를 대외적으로 인정받았으며, 2010년부터 2015년까지 6년 연속 Retail 부문 Industry Group Leader(유통부문 세계 1위)로 선정되었습니다. 앞으로도 롯데쇼핑은 이해관계자와 함께 소통하고, 기업의 사회적 책임을 실현하기 위해 더욱 노력할 것입니다.

보고서 추가 정보

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

롯데백화점 마케팅부문 대외협력실 동반성장팀
 주소 서울특별시 중구 소공동 1번지 롯데쇼핑센터빌딩 20층
 전화 02-2118-2030~3
 팩스 02-2118-2959
 이메일 heejinlee@lotteshopping.com
 롯데백화점 www.lotteshopping.com
 롯데마트 www.lottemart.com
 롯데슈퍼 www.lottesuper.co.kr
 롯데시네마 www.lottecinema.co.kr
 롯데쇼핑 투자자 홈페이지 www.lotteshoppingir.com

Lotteshopping Sustainability Report 2015

Think Tomorrow

롯데쇼핑의 지속가능경영은 모든 사람들의 더 행복한 오늘, 더 새로운 내일을 향한 신념이자 도전입니다. 고객과 임직원, 파트너사, 지역사회, 국제사회와 함께 상생하는 지속가능경영으로 모두의 행복과 희망을 만들어가겠습니다.

롯데쇼핑(주) 대표이사 사장

모두가 행복한
Lovely Life를 통해
더 나은 내일을 선물합니다

롯데쇼핑에 아낌없는 사랑과 성원을 보내주시는 모든 분들께 진심으로 감사의 말씀을 드립니다.

롯데쇼핑은 지속가능경영을 통해 더욱 풍요롭고 행복한 사회를 만들어 가고자 경제적 성장뿐만 아니라, 기업의 사회적 책임을 다하기 위한 활동들을 전개해 오고 있습니다. 지난해에도 롯데쇼핑은 복지시설 리모델링 프로젝트 '러블리하우스'와 '찾아가는 무료 건강검진 버스', '몽골 나무 심기 사업', '베트남 빗물 식수화 설비 지원' 등 다양한 사회공헌 활동을 전개하였습니다. 또한 'Lovely Life'라는 슬로건을 제정하여 고객 감동을 실현한다는 의지를 표명하였고, '내일을 선물합니다' 라는 사회공헌 슬로건을 수립하여 모든 이의 더 나은 내일을 만들어 가겠다는 다짐을 새로이 하였습니다.

롯데쇼핑의 이러한 관심과 노력은 여러 부문에서 그 성과를 인정받았습니다. 2015년 다우존스 지속가능경영지수(DJSI)에서 6년 연속 유통부문 세계 1위(Industry Group Leader) 및 7년 연속 World 부문 편입의 영광을 안았습니다. 또한 전 세계 최대 소매기업 시상식인 WRA(World Retail Awards)에서 2014년 CSR 부문 최우수 기업으로 선정되어, 글로벌 최고 수준의 사회공헌 실천 기업임을 입증받았습니다.

앞으로도 롯데쇼핑은 모든 분들께 받은 애정을 나눔으로 보답하기 위해 최선의 노력을 기울일 것입니다. 사랑받는 지속가능기업을 향해 끊임없는 노력과 열정을 쏟는 롯데쇼핑의 힘찬 발걸음에 많은 격려와 응원을 부탁드립니다. 고맙습니다.

이원준



“새로운 생활의 큐레이터”
로써 행복하고
풍요로운 삶을 만들어
나가겠습니다

롯데마트는 급변하는 시장환경과 고객 니즈의 변화에 발 맞춰 더이상 ‘대형마트’가 아닌 고객의 생활에 더 나은 변화를 제안하는 ‘새로운 생활의 큐레이터’로 거듭나고 있습니다. 이를 위해, 신선식품의 품질을 혁신하기 위한 노력을 진행하였고, 생활 제안형 잡화편집 전문매장 It Street, 체험형 홈퍼니싱 매장 Room by Home, 친환경상품 특화매장 Hav'eat을 이미 오픈했으며, 앞으로 보다 새롭고 다양한 매장을 선보일 예정입니다.

롯데마트는 고객만족경영을 기반으로 국가고객만족도(NCSI) 4년 연속 1위의 성과를 거두었으며, 더불어 고객의 신뢰와 사랑을 바탕으로 2011년 10월 롯데마트 행복드림봉사단을 창단하여 전국 126개 아동 복지시설과 1:1 자매결연을 맺으며 7천여 명 꿈나무들의 바른 성장과 자립을 지원하고 있습니다. 균형 있는 국가경제의 성장과 강소기업 육성을 위해 파트너사와 공정한 거래질서 확립 및 지속가능한 성장을 협력하여 국가 동반성장지수 4년 연속 유통업계 1위로 평가 받은은 물론, 국내 최대 롯데마트 녹색매장을 기반으로 우리의 자연을 위한 친환경 실천을 이어나가고 있습니다.

한국, 중국, 인도네시아, 베트남 4개국에서 매일 100만명의 고객과 만나고 있는 롯데마트는 ‘새로운 생활의 큐레이터’가 되기 위한 최선의 노력을 다할 것입니다. 현재의 롯데마트가 있기까지 아낌없는 애정을 주신 모든 분들께 감사 드리며, 저희의 열정과 노력이 더 큰 결실을 맺을 수 있도록 변함없는 응원과 격려를 부탁드립니다. 고맙습니다.

김종인



지속가능경영을 위한
롯데슈퍼의 노력!
친환경 유통문화와 함께
하겠습니다



롯데슈퍼는 2001년 1호점인 전농점을 시작으로 지난 15년간 괄목상대한 성장을 이루었습니다. 이러한 결실은 고객과 지역사회, 그리고 파트너사 등 이해관계자 여러분들의 신뢰와 사랑이 있었기에 가능한 것이었습니다. 저희 롯데슈퍼는 앞으로도 여러 이해관계자와의 상생 및 동반성장을 바탕으로 지속가능기업이 되기 위하여 최선을 다하고자 합니다.

그러한 경영활동의 일환으로 2015년 5월 농림축산식품부, 친환경농업인연합회와 유기농업 발전을 위한 MOU를 체결하였습니다. 이를 통하여 유기농산물의 소비저변 확대뿐만 아니라 유기농업 보호 및 육성에 기여하고, 사회적 가치를 창출하는 사회적 책임 경영을 실천해 나가겠습니다. 이와 더불어 중소 파트너사에 대한 금융지원, 공동 마케팅 활동 등 동반성장체계 구축에 누구보다 앞장서며, 전 임직원의 자발적 참여를 통해 지역사회에 공헌하는 ‘한울타리 봉사단’ 등의 사회공헌 활동도 지속적으로 이어가겠습니다.

저희 롯데슈퍼는 항상 유통업의 본질에 대해 끊임없이 고민하고, 이를 바탕으로 변화와 혁신을 추구할 것입니다. 더불어 사회적 역할과 책임을 다함으로써 사랑받는 기업이 될 것을 약속합니다. 보다 풍요로운 세상을 만들기 위한 롯데슈퍼의 노력을 지켜봐 주시고 변함없는 성원과 격려 부탁드립니다.

최춘석

쾌적한 영화관람 환경을
조성하여
고객에게 행복한 기억을
선사합니다



순수 국내 자본과 기술로 탄생한 롯데시네마는 고객에게 행복한 기억을 선사하겠다는 일념 하에 고객친화적인 시설과 최첨단 장비를 구비해 쾌적한 영화관람 환경을 제공합니다. 1999년 ‘롯데시네마 일산’을 시작으로 꾸준히 영화관을 확대하여 현재 국내 103개 영화관, 723개 스크린을 보유하고 있으며, 2014년에는 아시아 최대 규모(21개관, 4,617석)의 ‘롯데시네마 월드타워’를 개관했습니다. 롯데시네마 월드타워는 세계 최대 크기의 스크린으로 기네스에 등재된 ‘슈퍼플렉스G관’과 국내 최대 규모의 ‘슈퍼4D관’ 등의 최신 시설은 물론 ‘씨네패밀리’, ‘씨네파크’와 같은 가족친화적 공간으로 구성된 세계 최고의 영화관입니다. 롯데시네마는 국내뿐 아니라 중국과 베트남에도 각각 11개, 16개의 영화관을 운영하고 있으며, 홍콩 등으로 글로벌 사업을 지속적으로 확장해 나갈 계획입니다.

영화 투자 및 배급 사업을 진행하는 롯데엔터테인먼트는 관객에게 보다 큰 즐거움과 감동을 드리는 영화를 선보이기 위해 최선의 노력을 기울이고 있습니다. 매년 다양한 장르의 영화를 투자·배급하여 한국 영화의 발전에 기여하고 있으며, 특히 2015년부터는 미국 유명 영화 제작사인 ‘파라마운트’의 국내 배급을 맡아 ‘미션 임파서블’ 시리즈 등 할리우드 블록버스터 영화를 국내 관객에게 선보이고 있습니다. 롯데시네마·롯데엔터테인먼트는 여러 기관과의 협업을 통한 안전·환경 활동에 힘쓰고 있으며, 다문화가정, 어린이환자, 소외지역 주민 등에게 영화관람 기회를 제공하는 등의 사회공헌 활동을 진행하고 있습니다.

저희 임직원 모두는 한마음이 되어 고객의 가치를 존중하고 고객의 행복을 최우선 가치로 삼는 글로벌 지속가능기업으로 성장해 나가겠습니다.

차원천

BUSINESS OVERVIEW

롯데쇼핑은 1979년 창립 이래, 차별화된 제품과 서비스를 제공하며 대한민국을 대표하는 유통기업으로 성장해 왔습니다. 30여 년 동안 백화점에서 마트, 슈퍼, 시네마, 편의점 등 유통의 거의 모든 분야로 사업을 확장하며 유통산업의 발전을 이끌어 왔고, 고객에게 더욱 풍요로운 생활을 선사하였습니다. 앞으로도 적극적인 옴니채널 전략과 해외시장 진출을 통해 경제적 성장과 사회적 책임을 실천하는 글로벌 유통기업으로 성장해 나갈 것입니다.

롯데쇼핑 기업 개요

설립일	1979년 11월 15일
대표이사	이원준
사업내용	대규모 소매업
임직원 수	27,880명
자본금	1,574억 원

롯데쇼핑 주요 매출 실적(단위: 억 원)

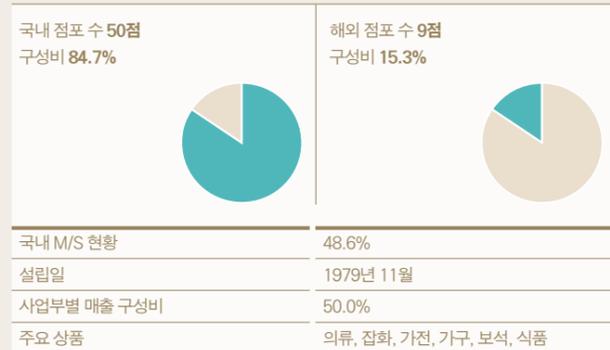
합계	161,116
백화점	79,453
마트	56,571
슈퍼	17,708
시네마	7,384

롯데백화점

롯데백화점은 2012년 5월 'Global Top 5' 라는 비전을 설정하여 국내 1위라는 현재 위치에 만족하지 않고 글로벌 초우량 유통기업으로 거듭나고자 합니다. 이를 위해 적극적인 해외 진출과 신사업 추진, 과감한 혁신을 실천해 나가는 한편, Global Top 5에 걸맞은 임직원 역량 강화와 기업문화 조성, 사회적 책임 활동 등 다각적인 노력을 기울이고 있습니다.

롯데백화점 국내의 점포 현황

59개 점

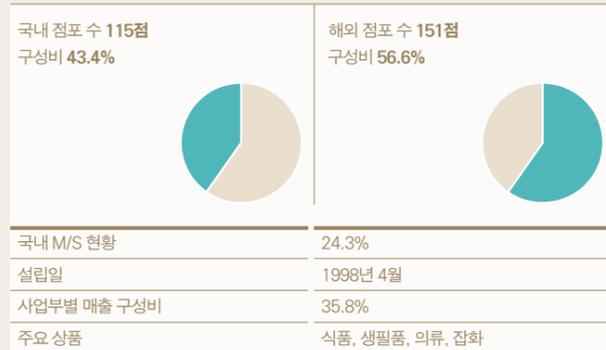


롯데마트

롯데마트는 'No. 1 Retailer in Asia'라는 비전 아래 글로벌 유통기업으로 지위를 견고히 다져나가고 있습니다. 고객의 신뢰와 사랑을 바탕으로 생활 가까운 곳에서 믿을 수 있는 기업이 되기 위해 가격 경쟁 대신 새로운 상품 가치를 제공하는 '가치혁신상품'을 지속적으로 선보이고 있습니다. 더불어 고객과 내부 직원의 만족도 제고는 물론 골목 상권과의 상생, 파트너사와의 동반성장 그리고 지구의 녹색 가치를 고려한 사회책임경영을 실천하고 있습니다.

롯데마트 국내의 점포 현황

267개 점

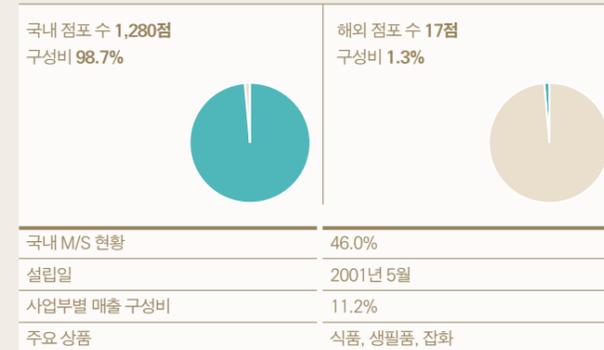


롯데슈퍼

'신선하고 안전한 상품으로 삶의 질 향상에 기여한다'는 사명을 가지고 2001년 국내의 슈퍼마켓 업체에 첫 발을 내딛은 롯데슈퍼는 2009년 국내 1위 슈퍼마켓 기업으로 올라선 이래, 글로벌 슈퍼마켓 기업으로 도약하고자 노력하고 있습니다. 기존 사업 강화와 신사업 개발을 추진하는 한편, 해외시장 진출을 적극 추진하여 'Asia Top 5 슈퍼마켓 기업'의 위상을 갖춰 나가고 있습니다.

롯데슈퍼 국내의 점포 현황

1,297개 점

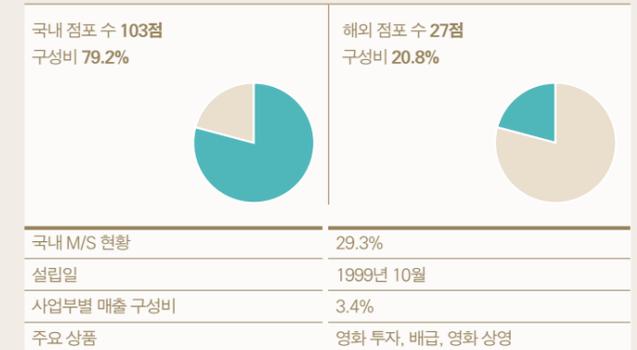


롯데시네마

롯데시네마는 쇼핑, 오락, 레저 등의 종합 엔터테인먼트 플랫폼 기능을 갖춘 멀티플렉스를 지향하며 발전을 거듭해 현재는 130개의 상영관을 갖춘 국내 2위 기업으로 성장하였습니다. 2014년 중국에 2개, 베트남에 5개의 영화관을 오픈하며, 해외에서 총 27개의 상영관을 운영하는 글로벌 엔터테인먼트 기업으로 도약하고 있습니다. 앞으로도 적극적인 해외시장 진출과 사업 현지화를 통해 글로벌 기업의 입지를 공고히 다져 나갈 것입니다.

롯데시네마 국내의 점포 현황

130개 점



GLOBAL BUSINESS

롯데쇼핑은 VRIC's(베트남, 러시아, 인도네시아, 중국)를 중심으로 해외시장에 적극적으로 진출하여 글로벌 유통기업의 역량을 강화하고 있습니다. 해외 점포 고객에게 새로운 쇼핑 경험과 다양한 가치, 차별화된 서비스를 제공하여 더 큰 만족을 드리고자 노력하고 있습니다. 특히, 적극적인 신규 진출과 차별화된 상품·MD, 점포의 현지화, 내실 있는 책임경영의 네 가지 중점 전략을 기반으로 글로벌 경영을 실현해 나가고 있습니다.

해외 점포 현황(단위: 점)

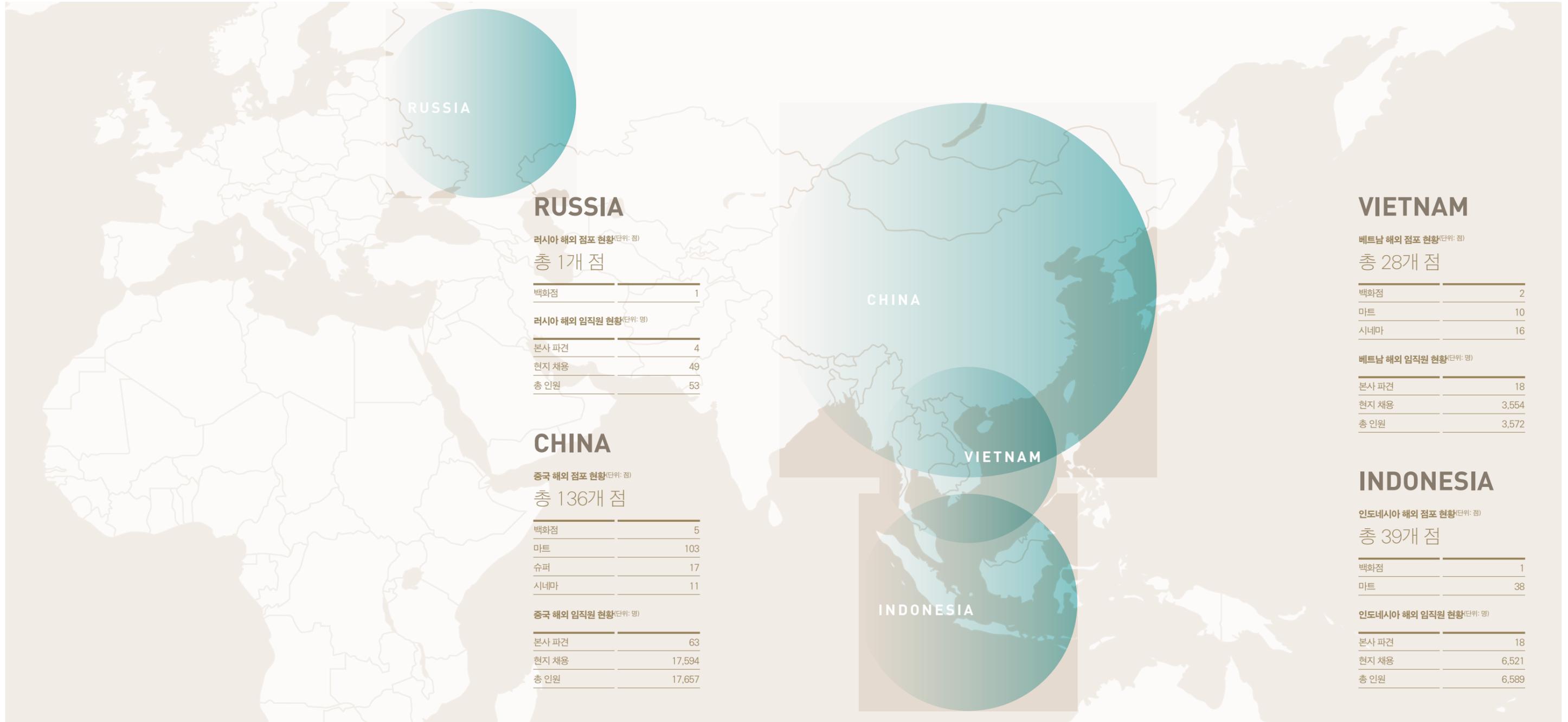
백화점	마트	슈퍼	시네마
9	151	17	27

해외 임직원 현황(단위: 명)

2012년	2013년	2014년
23,256	31,685	27,871

현지 채용 비율

99.6%



RUSSIA

러시아 해외 점포 현황(단위: 점)

총 1개 점

백화점	1
-----	---

러시아 해외 임직원 현황(단위: 명)

본사 파견	4
현지 채용	49
총 인원	53

CHINA

중국 해외 점포 현황(단위: 점)

총 136개 점

백화점	5
마트	103
슈퍼	17
시네마	11

중국 해외 임직원 현황(단위: 명)

본사 파견	63
현지 채용	17,594
총 인원	17,657

VIETNAM

베트남 해외 점포 현황(단위: 점)

총 28개 점

백화점	2
마트	10
시네마	16

베트남 해외 임직원 현황(단위: 명)

본사 파견	18
현지 채용	3,554
총 인원	3,572

INDONESIA

인도네시아 해외 점포 현황(단위: 점)

총 39개 점

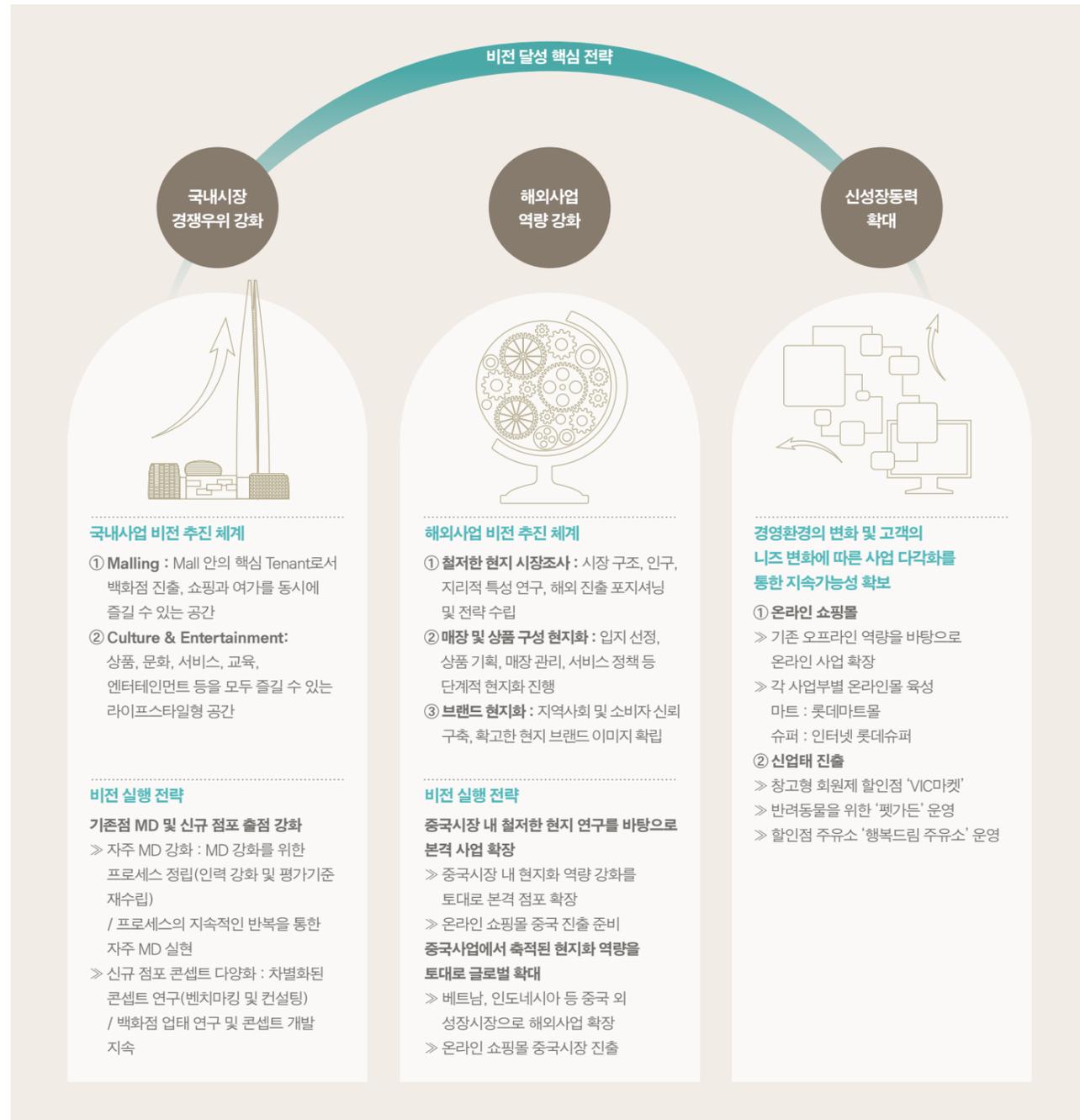
백화점	1
마트	38

인도네시아 해외 임직원 현황(단위: 명)

본사 파견	18
현지 채용	6,521
총 인원	6,589

비즈니스 모델과 미래 비전

세계시장을 선도하는 글로벌 유통기업의 비전을 달성하기 위해 롯데쇼핑은 다양한 방면으로 전략을 수립하고 실행해 나가고 있습니다. 국내시장 경쟁우위 강화, 해외사업의 역량 강화, 신성장동력 확대라는 세 가지 핵심 전략을 바탕으로 각 전략별 추진 체계와 세부 실행 방안의 수립, 적극적인 실천을 통해 비전의 실현을 앞당길 것입니다.



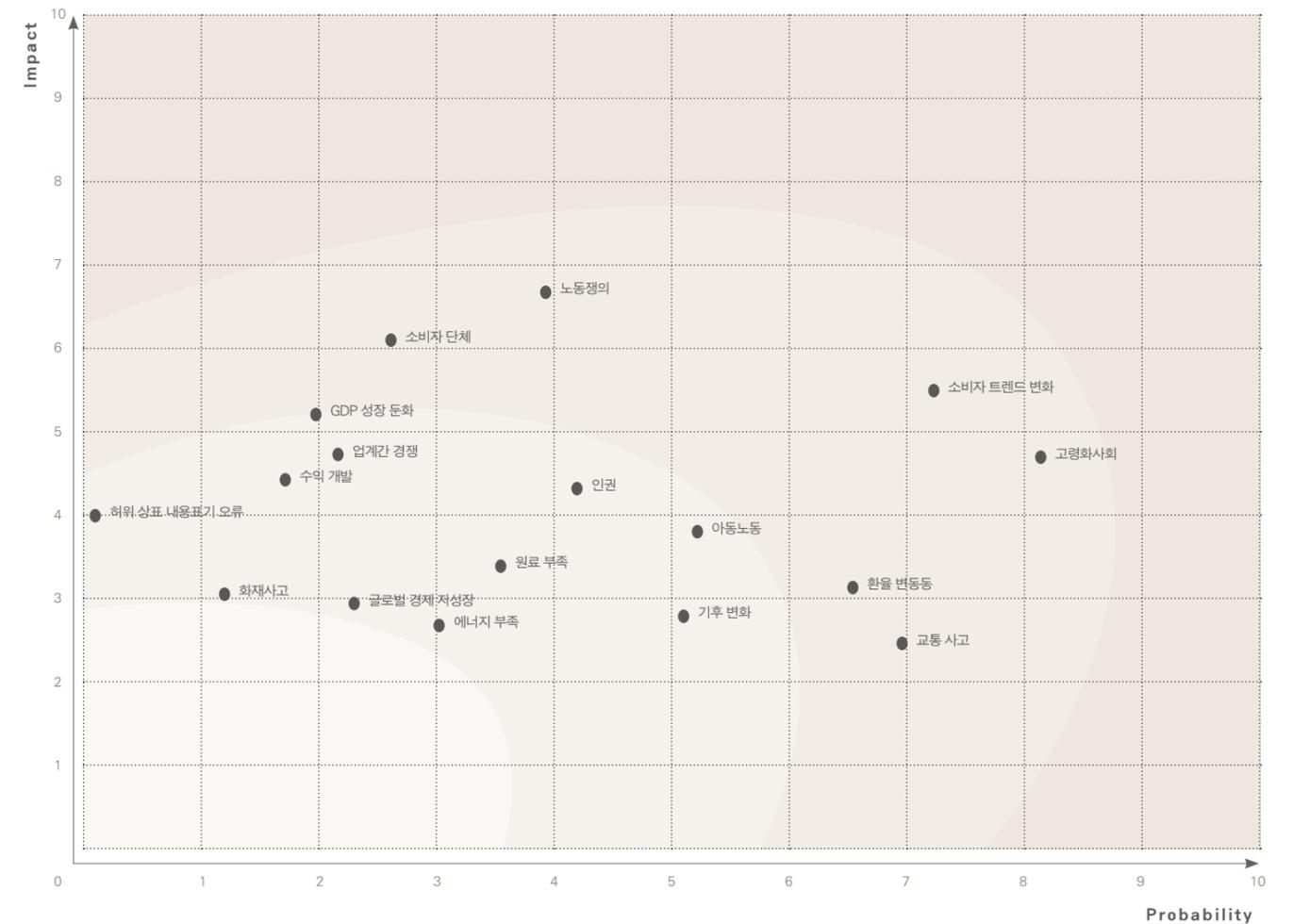
사업계획에 따른 리스크 맵

롯데쇼핑은 기업 활동을 둘러싸고 있는 다양한 내·외부적인 위험 요소들을 '리스크'로 규정하고 있습니다. 각 리스크들의 발생 가능성과 영향력을 지속적으로 분석하여 사전에 예방하고 있으며, 피해를 최소화하기 위해 만전을 기하고 있습니다. 롯데쇼핑은 이해관계자 대상 설문조사 등 소통의 결과를 분석하여 경영환경, 상품, 환경, 소비자, 인권 및 윤리, 공급망이라는 6개 카테고리를 주요 리스크로 보고 이에 대비하기 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

롯데쇼핑을 둘러싼 리스크

경영환경	GDP 성장 둔화, 글로벌 경제 저성장, 환율 변동, 업계 간 경쟁, 정부 규제
상품	허위상표 · 내용 표기 오류, 수익 개발, 농산물 안전, 매장 운영 효율 저하, 제품 안전성
환경	에너지 부족, 원료 부족, 기후변화, 에너지 고갈, 미네랄 고갈, 물 부족, GHG 규제
소비자	소비자 트렌드 변화, 화재사고, 교통사고, 소비자 단체, 고령화 사회, 안전사고, 소비 행태 변화 등
인권 및 윤리	아동 노동, 인권, 노동 쟁의, 직원 불만족, 직원 역량 부족
공급망	파트너사와의 분쟁, 공정거래 문제, 기업윤리

롯데쇼핑 리스크 맵



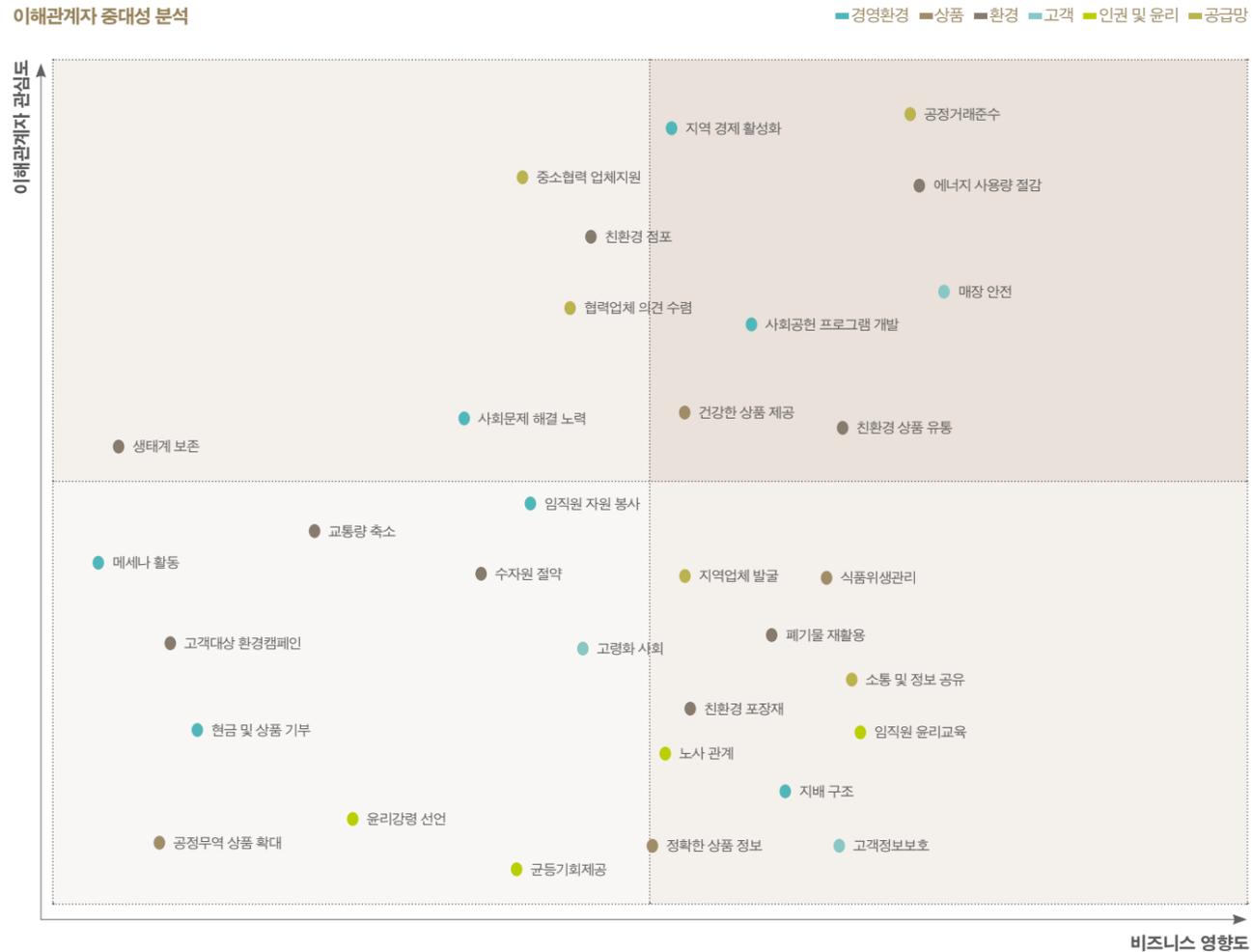
이해관계자 관계

롯데쇼핑은 다양한 이해관계자들에게 필요한 가치를 제공하고, 각 이해관계자가 요구하는 책임을 다하기 위해 노력합니다. 이해관계자의 요구를 적극적으로 파악하기 위해 정기 설문 조사를 시행하고 다양한 소통 채널을 구축하여 운영하고 있으며, 이해관계자들에 의한 리스크 예방과 새로운 가치 창출을 위해서도 다양한 방안을 모색하고 있습니다.

이해관계자와의 소통

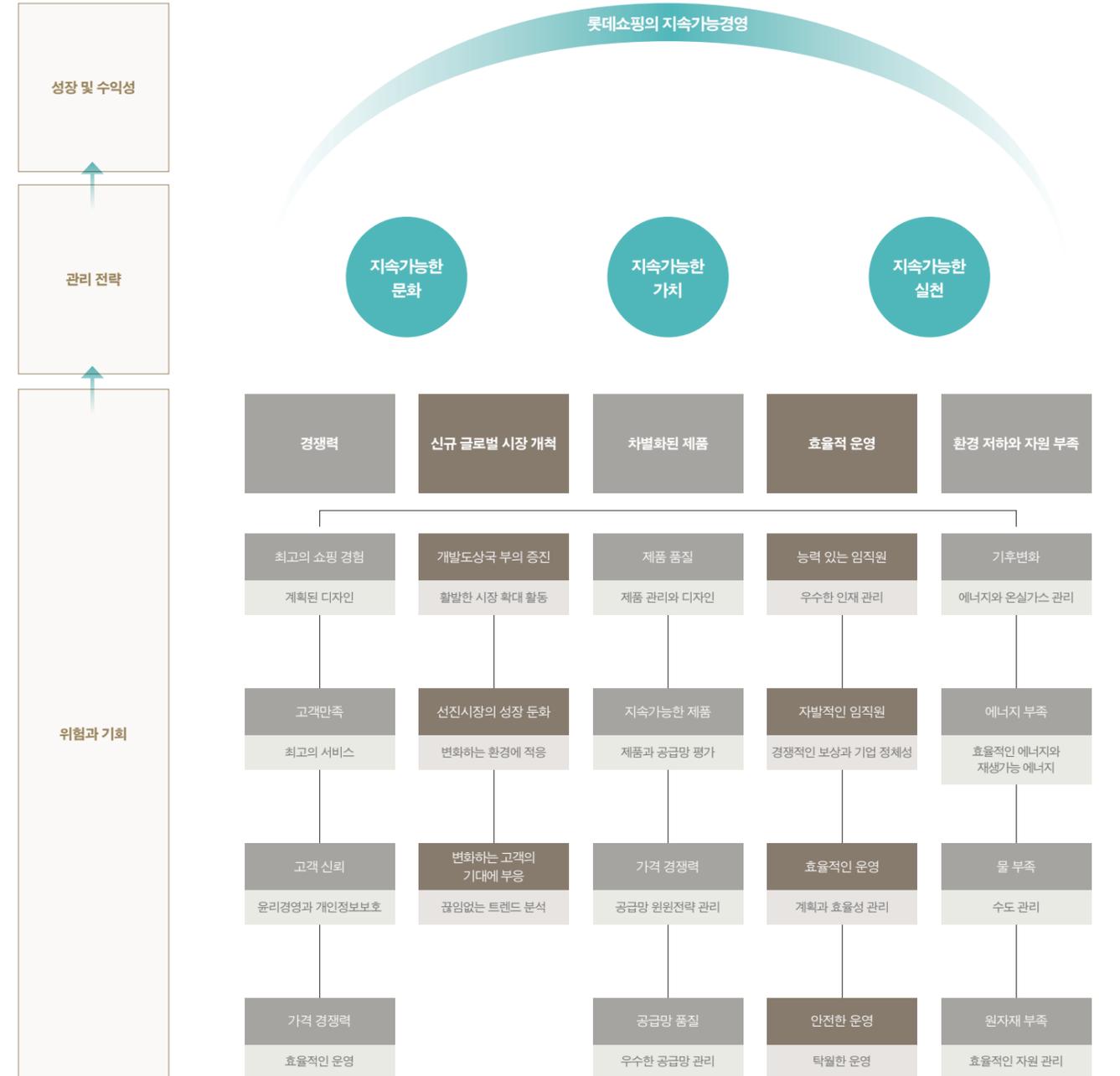
구분	관심 영역	소통 채널	응답 인원과 비율
고객	고품질 서비스 제공, 상품의 품질 및 안전성, 고객 안전, 정보보호	고객만족도 조사, VOC 시스템, 고객상담실, CRM 시스템 고객 관리, 고객 멘토 제도	240명(23.7%)
임직원	일과 삶의 균형, 교육 훈련 및 자기개발 기회, 공정한 평가와 보상, 인권·권익	임직원 만족도 조사, 직원 힐링센터, 인트라넷, 아이디어 시스템, 노사협의회	603명(59.6%)
파트너사	파트너사와의 상생, 공정거래, 환경경영 확산	파트너사 만족도 조사, 파트너사 컨벤션, 동료사원 열린쪽지	53명(5.2%)
주주	경제적 성과, 브랜드 가치	정기주주총회, IR활동, 컨퍼런스콜, Annual Report	18명(1.8%)
지역사회	지역사회 기여, 일자리 창출, 지역사회 공헌	사회공헌활동, 환경가치경영, 지역사회활동 리포트	34명(3.4%)
정부	친환경경영활동, 사회공헌활동, 경제적 기여	정부 간담회, 업무 협약, 정부제도 동참	63명(6.2%)
합계			1,011명(100.0%)

이해관계자 중대성 분석



위험과 기회 분석을 통한 지속가능 전략 도출

롯데쇼핑을 둘러싼 리스크와 이해관계자 중대성 분석을 통해 롯데쇼핑이 역량과 자원을 집중시키고 체계적으로 관리해야 할 부분들을 파악하였습니다. 리스크 분석에서는 소비자 트렌드 변화와 고령화 사회 등이 가장 중요한 요소들로 도출되었습니다. 또한 이해관계자 중대성 분석에서는 공정거래 준수, 에너지 사용량 절감, 지역경제 활성화 등이 주요 이슈로 확인되었습니다.



2014 HIGHLIGHTS

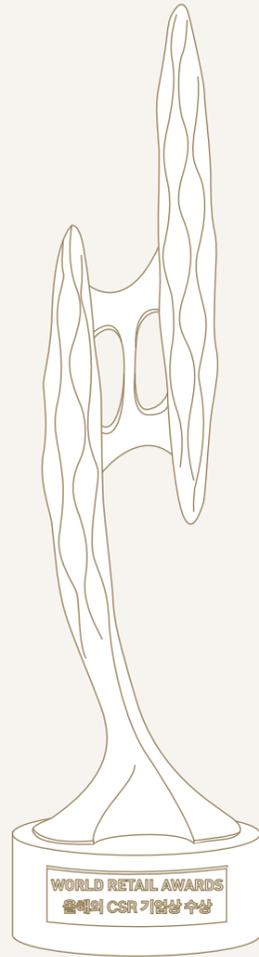
롯데쇼핑은 고객에게 최고의 상품과 서비스를 제공하는 쇼핑 공간이자 고객의 새로운 라이프 스타일을 선도하는 문화 공간입니다.

더 풍요로운 내일을 위해 끊임없는 혁신과 쇄신을 거듭하고 있으며, 지역사회의 구성원이라는 소속감과 책임 의식을 가지고 다양한 사회적·환경적 이슈 해결에도 앞장서고 있습니다.

이러한 관심과 노력을 통해 브랜드 가치를 향상시키고, 지속가능경영 우수 기업으로서 입지를 공고히 다지고 있습니다.

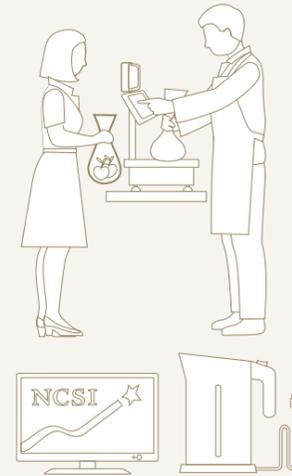
WRA '올해의 CSR 기업상' 수상

롯데백화점은 2014년 10월 영국 톱 라이트 그룹(Top Right Group)이 주관하는 WRA(World Retail Awards)에서 '올해의 CSR 기업상'을 수상하였습니다. WRA는 전 세계 소매업체 1,500여 개사가 참여하는 세계 최대 규모의 유통업 관련 시상식으로, CSR 기업상은 유통 소매업체들의 다양한 사회공헌 활동을 평가해 수여하는 상입니다. 롯데백화점은 환경가치경영 활동의 성과를 인정받아 국내 기업 최초로 수상하는 영예를 안았습니다.



롯데백화점·롯데마트 국가고객만족도 1위

국가고객만족도(NCSI)는 기업의 제품과 서비스에 대한 고객의 기대수준과 만족도 등을 종합적으로 분석한 지수입니다. 2014년 NCSI 조사에서 롯데백화점이 백화점부문 12년 연속 1위, 롯데마트가 대형 할인점부문 4년 연속 1위에 선정되었습니다. 이러한 성과를 바탕으로 앞으로도 롯데쇼핑은 고객으로부터 더 큰 사랑과 신뢰를 받는 기업으로 도약해 나갈 것입니다.

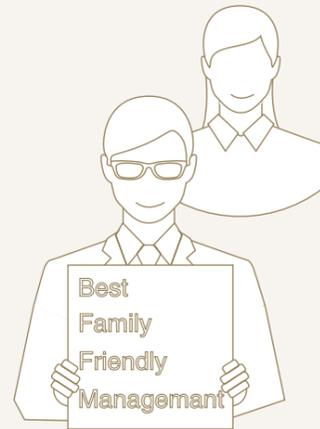


제1회 CSV 포터상 수상

롯데마트는 2014년 12월, 공유가치 창출 우수 기업을 선정해 수여하는 제1회 'PORTER PRIZE FOR EXCELLENCE IN CSV(포터상)'에서 상생성 부문 상을 수상했습니다. '어깨동무 협동조합'의 설립과 지원을 통한 공동상품 개발로 상호 효익을 창출하고 지속 성장할 수 있는 발판을 마련한 성과를 인정받아 첫 수상의 영광을 차지했습니다.

포브스 선정, Retail부문 'Global Top 3'

롯데쇼핑은 2014년 5월 미국의 경제전문지 포브스가 선정하는 '글로벌 2000대 기업 백화점부문'에서 2013년에 이어 세계 3위에 선정되었습니다. 포브스의 '글로벌 2000대 기업'은 매년 글로벌 기업의 재무적 성과와 시가 총액에 대한 기업 순위를 공개한 자료로서, 이를 통해 롯데쇼핑은 글로벌 유통기업의 위상을 다시 한 번 드높일 수 있었습니다.

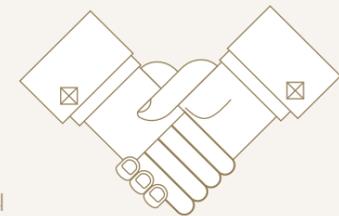


가족친화기업 재인증 유지

롯데백화점은 여성가족부에서 주관하는 가족친화 인증제도를 2009년에 최초 획득한 후, 2014년 '재인증 심사'를 통해 인증을 유지하였습니다. 롯데백화점의 육아휴직, PC-off제, 해피플러스 데이, 롯데마트의 난임 휴직 및 난임 시술비 지원, 가족사랑의 날 등 다양한 가족 친화제도를 통해 임직원들이 일과 삶의 조화를 이룰 수 있는 근무 환경을 위해 노력하고 있습니다.

동반성장 브랜드 최우수상 수상

롯데마트는 산업통상자원부와 동반성장위원회가 주관하는 2014년 동반성장 브랜드 경진대회에서 최우수상을 수상하였습니다. 쌀 소비 감소로 인해 시름하는 농가, 우수한 기술력을 갖춘 중소기업과의 협업을 통해 '즉석밥'을 공동 개발, 출시하여 쌀소비 감소의 사회적 문제를 해결하고, 중소기업과 함께 수익을 창출하는 효과를 가져온 점을 높이 평가받았습니다.



지속가능경영 KPI

경제부문 주요 KPI

항목	2012	2013	2014
매출(백만 원)	16,121,838	16,562,962	16,111,643
수익(영업이익)(백만 원)	1,137,562	1,184,527	993,495
배당금(백만 원)	43,565	44,328	59,104

사업 확대

항목	2012	2013	2014
국내 매장 수(개)	999	1,272	1,549
해외 매장 수(개)	159	190	204
전체 매장 수(개)	1,158	1,462	1,753

환경부문 주요 KPI

항목	구분	2012	2013	2014
녹색매장 인증 점포 수	인증 점포 수(점)	46	75	102
	총 점포 수 대비율(%)	32.62%	51.37%	62.20%
친환경 건축물 인증 점포 수	인증 점포 수(점)	5	6	7
	전체 사용량(Mwh)	1,086,653	1,134,878	1,141,017
전력 사용량	면적 대비 사용량(kwh/m ²)	147.53	145.24	141.00
	총 전력 사용량(10,000 m ²)	3,609	3,498	3,250
연료 사용량	면적 대비 사용량(m ³ /m ²)	4.90	4.48	4.02
	온실가스 배출량	전체 배출량(ton)	769,462	783,673
수도 사용량	면적 대비 배출량(kg/m ²)	104.47	100.29	96.52
	총 수도 사용량(1,000 ton)	8,393	8,347	8,321
폐기물 발생량	단위면적당 수도 사용량(l/m ²)	1.14	1.14	1.03
	폐기물 발생량(ton)	91,847	94,286	96,936
재활용률(%)	면적 대비 발생량(kg/m ²)	12.47	12.07	11.98
	재활용(ton)	62,972	65,347	65,570
녹색 구매액	재활용률(%)	68.6	69.3	67.6
	소각 및 매립(ton)	28,875	28,939	31,366
에코백 구매액	백화점, 슈퍼(백만 원)	8,297	8,453	8,122
	백화점(백만 원)	194	129	381
친환경 전문 브랜드 매출액	백화점(백만 원)	43,830	44,876	46,029
	백화점(백만 원)	885	587	780
친환경 상품 매출액	마트(백만 원)	1,597	1,653	1,609
	어린이 미술대회 참가자 수	백화점(명)	9,782	12,258

사회부문 주요 KPI

항목	구분	2012	2013	2014
인직원 역량 개발	교육받은 인직원 수(명)	26,483	29,204	32,013
	1인당 교육비(백만 원)	51	56	35.6
매출 대비 사회공헌 비용 구성비	사회공헌 비용(백만 원)	19,137	19,581	26,832
	사회공헌 비용 구성비(%)	0.12	0.12	0.17
	매출(백만 원)	16,121,838	16,562,962	16,111,643
공급망 지속가능성 관리(리스크)	공급망 지속가능성 평가지수(점)	68.61	68.24	68.92

고객

항목	구분	2012	2013	2014
고객만족도지수(점)	백화점	74	76	76
	마트	75	75	74
	평균	75	76	75

공급망

항목	구분	2012	2013	2014	
협력사 지원	백화점	동반성장기금(억 원)	132	41	37
		동반성장펀드(억 원)	542	796	794
	마트	직접 지원(억 원)	130	133	166
		간접 지원-패밀리론(억 원)	1,762	1,370	1,796
		혼합 지원-동반성장펀드(억 원)	700	900	900

인직원

항목	2012	2013	2014
총 인직원 인원 수(명) (국내 기준)	26,483	29,204	32,013
계약직 인직원 수(명)	7,140	7,965	9,242
계약직 인직원 비율(%)	29.96	27.27	28.87
직원 신규 채용 수(명)	1,079	779	848
여성직원 신규 채용 수(명)	160	193	308
여성직원 신규 채용 비율(%)	14.83	24.78	36.32
인직원 퇴직률(%)	4.14	4.09	3.35
인직원 총 교육비(백만 원)	10,207	10,590	10,969
인직원 총 교육시간(시간)	973,330	1,074,577	814,483
인직원 인당 교육시간(시간)	36.8	36.8	25.4
총 교육과정 수(개)	1,255	1,606	3,943
장애인 고용(명)	481	496	635
장애인 고용률(%)	1.82	1.70	1.98

FOCUS ON 2014 KEY ISSUES

고객중심경영의 지속적인 강화

롯데쇼핑은 고객중심경영을 통해 먼저 고객의 입장에서 니즈를 파악하고, 고품격 서비스를 제공함으로써 고객만족을 극대화하기 위해 끊임없이 노력하고 있습니다. 새로운 VOC 시스템을 구축하는 등 고객의 의견을 경영 전반에 반영하고 고객과의 약속을 지키는 데에도 더욱 역량을 집중하고 있습니다.

고객 서비스 헌장



NCSI상



16년 연속

한국브랜드파워지수(K-BPI)
1999~2014년

3회

CCM(소비자중심경영 인증)
2009~2014년



고객 서비스 헌장

롯데쇼핑은 현장에서 직접 고객을 접하는 유통기업으로서 최상의 서비스 수준을 유지하기 위해 고객 서비스 헌장을 제정하여 실천하고 있습니다. 이는 롯데쇼핑 전 임직원이 실천하고 향상시켜나가야 할 서비스의 표준이자 실천 방향입니다.

고객의 소리(VOC)

롯데쇼핑은 고객의 소리에 항상 귀 기울이고 있습니다. 전점 고객상담실에서는 칭찬, 불편사항, 제안 등 고객의 소중한 의견을 좀 더 신속하고 정확하게 처리하기 위해 노력하고 있습니다. 시간이나 장소에 관계없이 문의 사항이나 의사 표현이 가능한 VOC 온라인 시스템은 접수된 모든 사항을 관련 팀 담당자에게 실시간으로 전송하여 3시간 이내에 답변하도록 하고 있습니다. 이를 토대로 신속하게 고객 불만을 처리하고, 불만 요인을 분석하여 서비스 제도와 매장 환경 개선의 기초정보로 활용함으로써 서비스 품질을 제고하고 고객 불만을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다.

新 VOC 시스템 구축

2014년 6월에는 新 VOC 시스템을 구축하여 환경 변화에 맞는 고객의 견 수집·분석·활용 체계를 강화하였습니다. 체계적인 VOC 관리로 고객의 의견을 데이터베이스화하고 VOC 시스템을 이용하는 고객의 정보에 대한 보안성을 강화했을 뿐만 아니라 여러가지 추가 기능을 개발하여 적용하였습니다. 우선 온라인 VOC 시스템을 모바일에서도 편리하

게 사용할 수 있도록 모바일 앱을 개발하였습니다. VOC 처리현황과 담당부서의 VOC를 실시간으로 조회하고 피드백할 수 있는 기능을 연동하였고, VOC 통계·분석 기능을 대폭 확충하였습니다. 또한 우수고객에 대한 유형별 VOC를 별도 메뉴로 개발하여 핵심고객의 의견 수집을 강화하였고, 브랜드별, 중요도별 VOC 분석과 통계 기능을 개발하여 상황에 맞게 신속히 개선전략을 수립하고 실행할 수 있는 시스템 기반을 마련하였습니다. 아울러 VOC를 파악하고 분석하는 것에서 나아가 시스템 내에 VOC 개선과제 기능을 신설하여 이슈 VOC가 발생하면 유관부서와 공동으로 개선계획을 수립하고 활동 실적을 업로드하는 프로세스도 구축하였습니다.

파트너사 VOC 공유 시스템 개발

롯데쇼핑의 VOC 관리 프로세스는 이미 고도화 되어 있지만 유통업체의 특성상 점포 안에 입점해 있는 파트너사의 서비스 개선 노력 또한 필수적으로 요구됩니다. 롯데쇼핑 자체의 서비스 개선 노력과 더불어 파트너사가 함께 서비스 품질관리를 위해 노력할 때 롯데쇼핑 전체의 서비스 품질과 브랜드 이미지가 개선될 수 있기 때문입니다. 따라서 VOC가 발생하고, 담당자가 최초 답변하는 시점에 파트너사와 해당 내용을 즉시 공유할 수 있는 VOC 공유 시스템을 개발하였습니다. VOC 공유버튼 클릭 한 번으로 VOC 세부 내용과 1차 답변 현황이 파트너사의 담당자와 부서장에게 즉시 메일과 SMS로 전송되어 내용을 공유하고 공동으로 개선계획을 수립할 수 있도록 안내해줍니다.

서비스 대외 수상 및 인증 현황

수상명	내용	주최 / 주관	수상시기	비고
국가고객만족도조사(NCSI)	국내 소비자가 제품 및 서비스를 이용해보고 직접 평가한 만족수준을 모델링에 근거하여 계량화	한국생산성본부	2003~2014	12년 연속
한국산업의 서비스품질지수(KNCSI)	국내 기업의 서비스 수준에 대한 고객의 체감정도를 서비스 평가단이 평가하여 지수화	한국능률협회	2012~2014	3년 연속
한국산업의 고객만족도(KCSI)	기업의 인적서비스, 편의시설, 이벤트 등에 대한 고객들이 만족정도를 나타내는 종합지수	한국능률협회	2013~2014	2년 연속
국가품질상	탁월한 품질경영 혁신으로 국가산업 경쟁력 향상에 기여한 우수기업을 표창	산업통상자원부	2013	대통령표창
한국서비스대상	고객중심 시스템을 구축하고 제공하여 기업경쟁력 강화와 국민행복을 선도하는 기업에게 수여	한국표준협회	2011~2014	4년 연속
한국의 경영대상	탁월한 경영성과 창출과 혁신지향의 기업문화로 존경받는 기업에게 수여되는 상	한국능률협회	2012~2014	3년 연속
국가브랜드경쟁력지수(NBCI)	기업의 브랜드 인지도, 이미지 및 관계구축을 평가하여 브랜드의 경쟁력을 산출하는 지수	한국생산성본부	2003~2014	12년 연속
한국브랜드파워지수(K-BPI)	소비자 조사를 통해 각 브랜드가 갖고 있는 영향력을 파악해 이를 지수화	한국능률협회	1999~2014	16년 연속
브랜드스타	산업 부문별 브랜드 가치 1위를 선정하는 브랜드 가치 평가인증	한국경제신문	2000~2014	15년 연속
프리미엄브랜드지수(KS-PBI)	기업의 경쟁력 제고와 프리미엄브랜드의 전략적 관리를 위해 개발한 브랜드 평가제도	한국표준협회	2011~2014	4년 연속
CCM(소비자중심경영 인증)	소비자 불만 및 피해상황 시 소비자 중심의 시스템과 기준이 마련되어 있는지 평가하여 인증	공정거래위원회 한국소비자원	2009~2014	3회 인증
한국산업의 서비스품질지수(KSQI)	기업의 상품 및 서비스 가치를 전달하여 접점에서 고객이 지각하는 서비스 품질 수준을 평가	한국능률협회 컨설팅	2010~2014	5년 연속 1위
대한민국 하이스트브랜드	체계적이고 조직적인 브랜드 관리를 통해 올해 최고의 경영성과를 이룬 브랜드를 선정	중앙일보, 연세대학교	2009~2014	6년 연속 선정
대한민국 100대 브랜드	브랜드 가치평가 회사 브랜드스타이 브랜드 지수(70%)와 소비자 조사지수(30%)로 평가	한국경제신문	2009~2014	6년 연속 선정

FOCUS ON 2014 KEY ISSUES

동반성장을 위한 새로운 시도

중소 파트너사와 함께 성장하기 위한 롯데쇼핑의 노력은 해마다 더욱 실질적이고 효과적으로 발전해 나가고 있습니다. 금융, 교육, 소통 등의 분야에서 다양한 지원을 강화할 뿐만 아니라 판로 확대를 위해 중소기업 전용 판매관을 마련하고 해외에서 한국상품전을 개최하는 등 진정한 동반 성장을 이루어가고 있습니다.

100%

'드림플라자', 'LOTTE 창조경제 MART' 인테리어 비용 및 판매사원 인건비 부담



우리 농산물 해외 직접 수출



중소기업상생관 '드림플라자'

롯데백화점은 2014년 7월 중소기업의 안정적 판로 지원을 위해 업계 최초로 상설 중소기업 전용 판매관 '드림플라자'를 본점에 오픈했습니다. 본점 '드림플라자' 오픈에 이어 2014년 10월에 부산본점, 12월에 잠실점에서도 오픈하여, 현재 총 3개 점포에서 운영하고 있습니다. 다수 고객을 대상으로 브랜드와 상품의 홍보와 판매가 용이하도록 하였으며, 상생의 취지를 살려 롯데백화점에서 매장 인테리어 비용과 판매사원 인건비를 100% 부담하고 있습니다.

해외 판로를 지원하는 '한국상품전'

롯데백화점은 해외 운영 점포를 활용하여 중국 웨이하이점의 경우 총 20개사, 중국 선양점의 경우 총 34개사가 참여한 총 2회의 '한국상품전'을 진행했습니다. 이 행사를 통해 국내 우수 중소기업들이 해외 고객들에게 브랜드와 상품을 홍보할 수 있는 기회를 제공했습니다. 롯데백화점은 이 행사에 총 5.4억 원의 비용을 지원했으며, 특히 운송, 통관비, 인건비, 판촉비, 인테리어비 등 행사 관련 비용의 100% 부담하여 국내 중소기업의 수출·통관 등의 어려움을 해소 할 수 있도록 했습니다.

창의상품 전문 유통매장 'LOTTE 창조경제 MART'

롯데마트는 2014년 12월, 유통업계 최초로 미래창조과학부와 연계하여 국내 우수 중소기업의 혁신적 아이디어 상품을 발굴하고 판로 개척을 지원하기 위해 전용 판매관인 'LOTTE 창조경제 MART'를 월드타워점에 오픈했습니다. 상생의 취지를 살려 롯데마트에서 매장 인테리어

비용과 판매사원 인건비를 100% 부담하고 있습니다. 이밖에도 창의상품 발굴과 유통 플랫폼 구축 지원, 우수 중소기업 창의상품 테스트와 마케팅 지원 등 창조경제 활성화를 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

해외 중소기업 제품 전용 판매관 'K-HIT PLAZA'

롯데마트는 국내 중소기업의 해외 진출 지원을 위해 중국 북경 공익서 교점과 베트남 호치민 띠엔빈점에 중소기업 제품 전용 판매관인 'K-HIT PLAZA'를 오픈했습니다. 롯데마트의 강점인 글로벌 유통망을 기반으로 중소기업의 해외시장 진출을 상시 지원할 수 있도록 수·출입 통관, 물류, 마케팅 등 전반적인 지원 시스템을 구축하였습니다. 이를 통해 2014년 총 107개 중소기업의 430여 개 우수 상품들이 현지 소비자에게 소개되는 성과를 거두었습니다.

우리 농산물 해외 직접 수출

롯데마트는 글로벌 유통망을 통해 업계 최초로 우리 농산물 해외 직접 수출을 지원 하였습니다. 국산 양파의 공급 과잉에 따른 가격 폭락과 국내 수급 안정 및 생산능가 지원을 위해 2014년 11월 국산 양파 10톤을 수출하여 중국 북경 7개 매장에서 판매했습니다. 이에 연이어 2014년 12월에는 국산 양파 10톤을 베트남 10개 매장에서 판매하여 5일만에 완판되는 성과를 거두었습니다.



판로 확대

드림플라자 오픈



54

'한국 상품전' 참여 중소기업 중국 웨이하이점 및 선양점

(단위: 개사)

FOCUS ON 2014 KEY ISSUES

여성을 배려하고 육성하는 일터

롯데쇼핑은 여성 인재의 역량 발휘와 능력 개발, 일과 삶의 균형을 위해 다양한 제도와 교육을 마련해 시행하고 있습니다. 여성 리더를 육성하는 체계적인 교육, 출산, 육아 등 라이프사이클에 맞춘 교육과 휴직 제도 등을 통해 여성 인재가 업무와 생활에서 보람과 행복을 느끼며 생활할 수 있도록 지원하고 있습니다.

5년

여성 리더를 위한 프로그램 시행

2011년 시작



무급 육아휴직 제도

2015년 3월부터 여성 인재의 경력단절을 방지하고 일과 삶이 조화로운 근무환경을 조성하기 위해 무급 육아휴직 제도를 시행하였습니다. 무급 육아휴직은 기존의 법적 육아휴직 기간에 연속하여 6개월 또는 1년 사용이 가능하며, 사용 희망자는 휴직 종료 1개월 전까지 신청하면 간단한 절차를 통해 사용할 수 있습니다.

여성 인재 양성 교육

여성 인재의 체계적 능력 개발을 통해 지속적으로 회사에서 성장할 수 있도록 도와주는 미래 여성 리더 육성 교육과 여성 라이프사이클 교육을 진행하고 있습니다. 기존 여성 인력에 대한 인식(업무에 대한 자신감 부족, 조직 내에서의 리더십 미흡 등)을 개선하고 회사의 비전과 핵심가치를 이해하고 실천하는 여성 리더 양성에 중점을 두고 교육을 실시하고 있습니다.

미래 여성 리더 육성 교육

미래 여성 리더 육성을 위해 2011년부터 다양한 교육 프로그램을 운영해 오고 있습니다. 2011년에는 여성 리더 네트워킹 프로그램을 통해 여성 리더 간의 네트워크를 강화하고 여성 리더십 교육의 기반을 마련하였습니다. 2012년에는 예비 여성점장 육성과정을 시행하여 여성 리더의 점포 운영 역량 향상을 도모하였고 더불어 기존 점장과의 멘토링을 통해 네트워크를 확대하고 강화할 수 있는 기반을 구축하였습니다. 특히 12월에는 롯데그룹의 주관 하에 WOW(Way Of Women)포럼을 시행하여 여성인재의 육성에 대한 의지와 중요성을 대외적으로 선언하고, 핵심 여성인재의 자긍심과 발전 의지를 고취시켰습니다.

이어 2013년에는 여성 리더의 리더십 함양과 사내 네트워크를 강화할 수 있는 기반을 강화하기 위해 여성 리더 조찬회를 시행하였습니다. 2~11월까지 5회에 걸쳐 열린 여성 리더 조찬회를 통해 여성 리더의 네트워킹을 강화하고 역할 인식에 이바지할 수 있었습니다. 2014년에는 '런치(Learn&Lunch)'라는 이름의 여성 리더 프로그램을 연 3회 운영하였습니다. '런치'를 통해 오찬을 함께하며 네트워킹을 강화하는 동시에 리더십 특강과 강화 프로그램을 제공하여 여성 리더의 능력을 키울 수 있는 자리를 마련하였습니다. 2015년에는 대상자들을 전 여성 간부사원으로 확대하고 여성의 리더십과 직무능력을 향상시키기 위한 프로그램과 특강이 진행되고 있습니다.

여성 라이프사이클 교육

여성 라이프사이클 교육은 크게 육아휴직 복귀자 교육과 pre-mom 산모 교육으로 구성되어 있습니다. 육아휴직 후 현업에 복귀하는 직원들의 적응을 돕고 자신감을 고취시키기 위해 2013년부터 육아휴직 복귀자 교육을 운영하고 있습니다. 또한 pre-mom 산모 교육을 통해서도 출산을 앞둔 산모들에게 출산과 건강 관련 지식을 전달해주고 이후 출산까지 정서와 건강을 관리할 수 있도록 도와주고 있습니다.

3회

'런치(Learn&Lunch)' 프로그램 시행

2011년

런치(Learn&Lunch) 프로그램



여성리더조찬회



FOCUS ON 2014 KEY ISSUES

친환경 활동

롯데쇼핑은 다양한 친환경 활동을 통해 전 지구적 문제인 환경보호에 기여하고자 노력합니다. 친환경 교통수단인 자전거를 보급하고 친환경 쇼핑백을 제작, 배포할 뿐만 아니라 고객이 직접 참여하는 프로그램을 운영하여 에너지와 자원을 절감하고 환경을 가꾸는 데 앞장서고 있습니다.

500

‘그린 프로젝트’ 자전거 증정
(단위: 대)



사롯데 그린 드리머즈

그린 프로젝트

롯데시네마는 2014년 3월, 구매 고객을 대상으로 추첨을 통해 자전거 500대를 증정하는 ‘롯데시네마 그린 프로젝트’라는 이벤트를 진행하였습니다. 500명이 자전거로 출퇴근할 경우 연간 120톤의 탄소가 절감된다는 의미를 담아 친환경 교통수단인 자전거 사용을 장려하는 취지로 시행한 것입니다. 앞으로도 환경을 보호하고 고객 만족도 얻을 수 있는 환경 캠페인을 꾸준히 실천해 나갈 것입니다.

친환경 편집매장 에코숍

에코숍은 롯데백화점과 환경재단이 공동으로 기획하여 본점과 잠실점에서 운영하고 있는 편집 매장입니다. 필기구, 유기농, 식품, 의류 등 다양한 친환경 제품들을 판매하고, 판매 수익은 환경재단 기부금으로 조성하여 친환경 캠페인을 진행하고 있습니다. 2008년부터 2015년까지 약 7억 원의 에코숍 기부금을 출연하였고, 향후 더욱 다양한 친환경 제품 라인을 선보일 예정입니다.

친환경 박람회

롯데쇼핑은 환경부·환경산업기술원에서 주관하는 친환경 박람회에 참가하였습니다. 2014년 10월 21일부터 24일까지 서울 코엑스에서 4일간 진행된 이 박람회는 250여 개의 기업과 기관이 참가하였고, 4만여 명의 관람객이 방문하였습니다. 롯데쇼핑은 약 55평 규모의 별도 부스를 마련하여 친환경 협력업체의 대표 상품과 캠페인을 홍보하는 그린상생관, 에코숍 특별 전시관 그리고 친환경 이벤트와 기념품 등을 선보였습니다. 친환경 박람회는 환경에 관심이 있는 많은 관람객에게 롯데쇼핑의 환경가치경영에 대해 소개할 수 있는 뜻깊은 자리가 되었습니다.



롯데백화점 에코숍

사롯데 그린 드리머즈

롯데쇼핑은 환경에 관심이 있는 대학생들을 선발하여, 친환경 캠페인 활동을 수행하는 사롯데 그린 드리머즈 프로그램을 운영하였습니다. 대학생 그린 리더를 양성하기 위해 기획된 이 프로그램을 통해, 40명의 대학생은 2014년 6월부터 10월까지 5개월간 다양한 친환경 미션을 수행하였습니다. 그린잡 아이디어 미션, 친환경 마을 캠프, 노을공원 나무 심기 활동 등 다양한 미션에 참가하면서 사롯데 그린 드리머즈 학생들은 스스로 환경 의식을 제고할 수 있었습니다.

친환경 매장 구축 및 국내 최대 녹색매장 지정

롯데마트는 지난 2008년 환경경영을 선포한 이래 친환경 매장 구축을 위해 다양한 노력을 기울여 왔습니다. 총 230억 원을 투자하여 전국 39개 매장에 태양광 발전시설을 설치하고 연간 4,586Mw의 전력을 생산하고 있습니다. 또한 유통업계 최초로 환경부 ‘전기차 충전인프라 사업’에 참여, 전국 14개 점포에 전기차 충전소를 설치하여 신재생에너지 보급에도 앞장서고 있습니다. 이러한 노력을 통해 환경부 지정 녹색매장을 국내 최대 규모(89개 점포)로 운영하고 있습니다.



친환경 박람회

25%

환경보호 기여와 비용 절감
친환경 쇼핑백 배포

01

THINK HIGHER VALUE

롯데쇼핑 경영문화

더 높은 가치를 추구합니다

롯데쇼핑이 추구하는 지속가능경영은 모든 이해관계자에게 더 높은 가치를 선사하는 것입니다. 고객에게는 만족과 감동을, 주주와 투자자에게는 수익과 성과를, 임직원과 파트너에게는 성장의 보람을 제공하고 환경과 사회에 성실하게 책임을 다함으로써 모두의 진보를 이끌며 지속가능한 미래를 열어가고자 합니다. 건전한 지배구조를 갖추고 철저한 윤리경영을 실천하고 또 놀라운 혁신을 이어가는 것은 지속가능경영을 향한 롯데쇼핑의 확고한 의지입니다. 모든 이해관계자를 위해 더 높은 가치를 창조하며 가장 바람직한 지속가능경영을 이루어가겠습니다.



31

스마트 픽업 서비스 매출증대
단위: 억 원

20,000

스마트 비콘(Beacon) 서비스
일 평균 구매자
단위: 명

83,507

장보기제도 등록
단위: 건

알리페이
시스템 도입

업계 최초 중국 모바일 결제수단

1,407

롯데마트 혁신활동을 통한
비용절감과 수익창출
단위: 억 원(2014년 말 누계기준)

3,827

상호 청렴거래 협약 체결
단위: 건



Lovely life



LOTTE SHOPPING's CSV

롯데쇼핑은 환경, 고객, 사회, 윤리, 임직원, 상생의 측면에서 지속가능경영을 추진하고 있습니다. 환경 보호에 앞장서고 사회적 책임을 다하고 윤리경영을 준수하며 경제적 성장을 이룩하는 것이 궁극적인 목표입니다. 앞으로도 지속가능경영을 위한 투자를 강화하여 모범적인 지속가능경영 기업으로 성장할 것입니다.

지속가능경영 위원회

롯데쇼핑은 2010년에 CEO를 위원장으로 하는 지속가능경영 위원회를 발족하였습니다. 지속가능경영 위원회에서는 각 부문을 총괄하는 임원들이 위원으로 참여하여, 지난 활동의 성과와 앞으로의 전략 방향에 대해 공유하고 주요 추진 사항에 대한 결의를 합니다.

지속가능경영 관리 요소

롯데쇼핑은 경제, 사회, 윤리, 환경의 측면에서 지속가능경영 요소들을 관리하고 있습니다. 이 네가지 요소들의 균형잡힌 관리를 통해 지속가능경영 우수 기업의 위상을 유지하고자 노력하고 있습니다.

롯데쇼핑 지속가능경영 관리 요소



지속가능경영 위원회 조직도



CSV 전담 조직

롯데쇼핑은 마케팅부서 대외협력실 동반성장팀의 주관으로 통합 CSV 관리 체계를 구축하였습니다. 이를 바탕으로 전사적인 CSV 활동을 추진하고 있고, 6개의 실무부와 위원회로 구성된 지속가능경영 위원회에서는 담당 부서의 CSV 목표와 성과를 공유하고 있습니다. 또한 동반성장팀에서는 매년 각 부문의 활동과 성과를 보여주는 지속가능성 보고서를 제작하여, 대외적으로 롯데쇼핑의 CSV 활동과 기업 전반에 대한 홍보를 진행하고 있습니다.

롯데쇼핑 동반성장팀은, 다양한 테마의 사회공헌 활동을 전개하고 있습니다. 2004년 환경가치경영 선포를 시작으로, 다양한 친환경 캠페인을 전개하고 있으며, 사회의 소외 계층을 위한 따뜻한 나눔 활동들을 지속적으로 해오고 있습니다. 또한 몽골, 베트남, 인도네시아, 미얀마 등의 국가에서 현지화된 사회 공헌 활동에 박차를 가하며, 글로벌 유통 기업으로서의 입지를 공고히 다져나가고 있습니다.

롯데쇼핑 연도별 지속가능성 보고서



2004년

2005년~2006년



2007년~2008년

2009년



2010년

2011년



2012년

2013년



2014년

건전한 지배구조

롯데쇼핑은 합리적이고 투명한 경영, 전문적이고 성실한 의사결정으로 세계적인 수준의 투명하고 건전한 기업지배구조를 정립하고자 노력하고 있습니다. 각 분야의 역량 있는 전문가를 사외이사로 영입하고 이사회 내에 전문 위원회를 운영하여 이사회 의사결정의 투명성과 전문성을 더욱 강화하였습니다.

이사회 구성

롯데쇼핑 이사회는 주주총회에서 선임된 10명의 이사로 구성되어 있고, 이들 중 5명이 사외이사로 선임되어 지배구조의 투명성을 보장하고 있습니다. 이원준 대표이사가 이사회 의장직을 맡고 있으며 2015년 3월 개최된 45회 정기주주총회에서 임기 만료로 퇴임한 2명의 사외이사 대신 문정숙 숙명여자대학교 소비자경제학과 교수, 강혜련 이화여대 경영학과 교수 2명의 여성인사가 새로운 사외이사로 선임되었습니다. 롯데쇼핑은 사외이사의 자격요건과 관련하여 상법 제382조 3항 및 상법 제542조의8 제2항을 준용하고 있으며, 이사의 보수한도는 주주총회의 승인을 획득하도록 되어 있습니다.

이사회 권한

이사회는 법령 또는 정관에서 정한 사항, 주주총회로부터 위임받은 사항, 회사경영 기본방침 및 업무집행에 관한 주요 사항을 심의, 결정합니다. 이사회는 경영진의 성과와 관련하여 필요 시 관계 임직원 또는 외부인사를 출석시켜 의견을 청취할 수 있으며, 전문가의 자문을 구할 수 있습니다. (이사회 규정 13조, 14조)

이사회 개최 및 의사결정

정기이사회는 월 1회 개최를 원칙으로 하며, 이사회 성립 및 결의는 이사 전원의 과반수 이상의 출석, 출석이사의 과반수 이상의 찬성으로 결정합니다. 2014년에는 총 18회의 이사회를 열어 경영상의 주요 안건을 심의, 의결하였습니다.

이사회 주요 의결사항

재무제표 및 영업보고서 승인	감사위원회 내부회계관리 평가 보고
공정거래자율준수 프로그램 운영 결과 및 계획	
롯데스퀘어(주) 합병승인의 건	롯데미도파(주) 합병승인의 건
지점 설치 등	

롯데쇼핑 이사회 구성 (2014년 7월 기준)



전문 위원회

롯데쇼핑은 기업 경영의 투명성을 제고하고 경제, 환경, 사회 활동과 관련한 경영진의 관리 능력 과 전문성을 감독하기 위해 이사회 내에 사외이사후보추천위원회, 감사위원회, 내부거래위원회를 두고 있습니다. 사외이사후보추천위원회는 주주의 이익을 대표하는 사외이사후보의 추천을 통해 경영의 투명성 강화에 힘쓰고 있습니다. 사내이사 1명과 사외이사 2명으로 구성된 사외이사후보추천위원회는 2014년 2회 회의를 개최하였습니다. 감사위원회는 3명의 사외이사로 구성되어 있으며 2014년 6회 회의를 열었습니다. 또한 내부거래위원회는 1명의 사내이사과 2명의 사외이사로 구성되어 있으며 2014년 5회 회의를 개최하였습니다.

롯데쇼핑 이사회 보수 현황

이사회 보수는 주주총회에서 승인한 이사보수한도 내에서 투명하게 지급됩니다. 2014년 주주총회 승인금액은 지난해와 같은 110억 원이었으며, 실제 지급액은 67.4억 원이었습니다.

이사회 개최 및 사외이사 참석률 현황(2014년 기준)

회차	개최일	참석 인원
1	2014.01.09	6/6
2	2014.01.29	6/6
3	2014.02.06	6/6
4	2014.02.27	6/6
5	2014.03.21	6/6
6	2014.04.10	6/6
7	2014.04.24	6/6
8	2014.05.08	6/6
9	2014.05.22	6/6
10	2014.06.10	6/6
11	2014.07.10	6/6
12	2014.07.21	6/6
13	2014.08.14	6/6
14	2014.08.19	6/6
15	2014.09.11	6/6
16	2014.10.07	6/6
17	2014.11.13	6/6
18	2014.12.19	6/6

구분	성명	주요 경력	추천인	이사회 활동 분야
1	신격호	現 롯데그룹 총괄회장	이사회	대표이사, 사내이사
2	신동빈	現 롯데그룹 회장	이사회	사내이사
3	신영자	現 롯데장학재단 이사장	이사회	사내이사
4	이인원	現 롯데그룹 부회장	이사회	대표이사, 사내이사
5	이원준	現 롯데쇼핑 대표이사	이사회	대표이사, 이사회 의장, 사외이사후보추천위원회 위원장, 내부거래위원회 위원장
6	곽수근	現 서울대학교 교수	사외이사후보추천위원회	사외이사, 감사위원회 위원
7	문정숙	現 숙명여자대학교 교수	사외이사후보추천위원회	사외이사, 내부거래위원회 위원
8	고병기	前 롯데알미늄 상무이사	사외이사후보추천위원회	사외이사, 감사위원회 위원장, 사외이사후보추천위원회 위원
9	김태현	現 법무법인 율촌 변호사	사외이사후보추천위원회	사외이사, 내부거래위원회 위원
10	강혜련	現 이화여자대학교 교수	사외이사후보추천위원회	사외이사, 사외이사후보추천위원회 위원

윤리경영

롯데쇼핑은 글로벌 유통기업으로 성장하기 위해 윤리적 가치관 확립과 공정한 거래문화 구축에 힘을 기울이고 있습니다. 윤리적 판단과 행동의 기준인 윤리행동 준칙과 세부 지침을 제정하여 임직원들이 업무와 일상 생활에서 윤리경영을 실천하도록 독려하고 있습니다.

롯데쇼핑 윤리경영 연도별 주요 성과

Step 1

윤리경영 선언 및 제도(2000년~2001년)

2000년 · 롯데그룹 윤리경영 선포(10월)
· 윤리위원회 신설

2001년 · 윤리행동준칙 선포
· 공정거래자율준수 선포(9월)

Step 2

시스템 구축 및 운영(2000년~2010년)

2007년 · 윤리행동 세부지침 수립
· 포켓용 지침서 제작 및 배포

2008년 · 윤리 매뉴얼 제작
· 윤리경영 현장교육
· 캠페인 실시

Step 3

윤리경영을 기업문화로 정착(2011년~2013년)

2011년 · 윤리경영 실천 다짐

2012년 · 윤리경영 실천 선언
· 윤리경영 Hot-Line 신설

2013년 · 상호존중 윤리교육 실시
· 업무 자기진단 실시
· 해외 현지 개선 담당 신설

Step 4

선제적 예방 및 윤리경영 확산(2014년~)

2014년 · 윤리기획팀 신설
· 윤리실천 10계명 선포
· Clean센터, Clean카드 운영
· 상호 청렴거래 협약 체결

롯데쇼핑 윤리행동 준칙

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

롯데쇼핑 윤리행동 세부지침

구분	주요 내용
고객에 대한 자세	고객을 항상 존중하고, 고객을 위한 가치를 끊임없이 창조하여 제공함으로써 고객감동을 추구한다.
객관적이고 공정한 직무 수행	사규와 관련 법규를 준수하고, 비효율·비윤리·비합리적 행위의 근절에 역량을 집중한다.
파트너사와의 관계	파트너사와 투명하고 공정한 거래문화를 조성하여 상호 신뢰를 바탕으로 동반성장을 도모한다.
회사 재산을 이용한 이익 취득 금지	개인의 영리를 위하여 회사 재산을 이용한 이익 취득과 자산을 가로채는 행위를 하지 않는다.
회사 정보보호	회사의 지적 재산을 포함한 모든 유·무형의 자산을 보안 관리 규정에 따라 적극적으로 보호한다.
사회적 책임	임직원은 건전한 기업활동을 위한 규범과 사회적 가치관을 존중하며, 회사의 안전을 도모할 책임과 의무를 가지고 직무에 임한다.

윤리적 이슈 대처 프로세스

롯데쇼핑은 법적 책임의 준수는 물론이고, 사회가 요구하는 윤리적 기대를 기업의 의사결정 및 행동에 반영한다는 사명감을 가지고 있습니다. 이에 따라 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 윤리적 이슈에 대해 즉각적이고 효과적으로 대처할 수 있는 시스템을 구축하였습니다

윤리실천 10계명 수립

2014년 5월에 윤리실천 10계명을 수립하여 전사에 포스터를 게시함으로써 임직원의 업무 진행에 기분이 되는 안전, 정보보호, 비상생 행위, 비윤리 행위 등의 실천규범을 제시했습니다.

윤리 가이드북 배포

임직원들이 회사생활에서 겪을 수 있는 윤리적 딜레마 상황에서 올바른 선택을 할 수 있도록 해법을 제시하는 윤리 가이드북을 제작·배포했습니다. 회사, 고객, 이해관계자 등과 관련한 Q&A 형식의 가이드북을 통해 윤리 가이드라인을 제시하고 테마별 윤리수준 자가진단 체크리스트도 제공함으로써 임직원들이 윤리경영에 대해 쉽게 이해할 수 있도록 했습니다. 주요 파트너사에게도 전달하여 회사의 윤리경영 활동을 적극적으로 홍보하고 동참을 유도하였습니다.

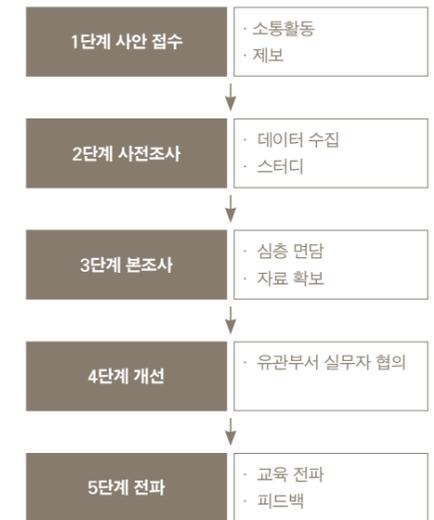
정도경영 실천 교육

임직원의 윤리 마인드를 함양하고 정도경영 문화를 정착시키기 위해 전 임직원을 대상으로 정도경영 실천 교육을 실시했습니다. 윤리경영부문장, 팀장 및 매니저가 본사와 각 영업점을 방문하여 윤리경영 제도와 시스템 안내, 비윤리 사례 전파 등 실질적인 교육을 진행했습니다. 2014년 9~10월에는 전 임직원 5,000명을 대상으로 총 55차에 걸쳐 롯데의 미래 경쟁력, 윤리경영의 개념, 비윤리 사례, 롯데쇼핑의 윤리경영 등의 내용으로 구성된 교육을 시행했습니다.

직무 윤리과정 시행

윤리 리스크가 높은 CMD·구매 직무에 대해 전문기관과 연계한 맞춤형 윤리교육을 진행했습니다. 사례 중심 교육을 통해 직무별로 발생할 수 있는 비윤리 행위에 대해 사전에 인지하여 리스크 발생을 차단하고, 윤리경영에 대한 공감대를 형성했습니다. 2014년 10월에는 구매 담당 대상, 11월에는 상품본부 CMD를 대상으로 윤리과정을 진행했습니다. 국민권익위원회의 '기업윤리 맞춤형 방문교육' 프로그램을 활용하고 외부 전문 강사를 초빙하여 윤리적 딜레마 상

윤리적 이슈 대처 프로세스



윤리경영 캠페인-윤리실천 10계명



직무 윤리과정 시행

황에서의 올바른 의사결정과 상생경영에 대한 이해를 높였으며, 직 무교육을 병행 실시하여 업무의 전문성도 강화할 수 있었습니다.

내부 신고 프로세스

윤리 신고 채널을 통해 제보가 접수되면 먼저 비윤리·비효율·비 합리 사례를 유형별로 판단하여 담당별로 제보를 접수합니다. 비윤 리 사례인 경우에는 그 제보가 사실인지 여부를 파악하기 위해 조사 가 진행되며, 조사 후 해당 내용에 대한 피드백이 전달되도록 합니 다. 비효율·비합리 사례인 경우에는 유형을 판단한 후에 문제점을 분석하고 조사하여 개선안을 도출, 피드백을 통해 개선될 수 있도록 합니다.

클린 LOTTE 캠페인 시행

건전한 조직문화와 윤리경영 정착을 위해 테마별로 '클린(Clean) LOTTE' 캠페인을 진행했습니다. 휴가, 명절과 같은 윤리 이슈 시즌 에 집중적으로 교육과 캠페인 활동을 전개하여 비윤리 행위를 예방 하고 임직원뿐만 아니라 파트너사에게도 윤리경영 활동에 동참할 수 있도록 적극 홍보했습니다. 클린 휴가, 클린 명절 등 '클린+테마' 방식의 일관된 캠페인 명칭을 사용하여 인지도와 전달력을 향상시 킬 수 있었습니다.

추진 결과

- '클린 휴가' 캠페인(7월)
클린 휴가 체크 포인트 안내, 파트너사 금품·편의 수수 금지 등
- '클린 명절' 캠페인(8월)
클린 명절문화 정착, 선물 수수 금지, 명절 업무 지침 준수 (상품권, 배송) 등
- '클린 소통' 캠페인(9월)
공손한 언어·올바른 호칭 사용, 직원 간 상호존중 등
- '클린 연말연시' 100일 프로젝트 캠페인(2014년 11월~2015년 2월)
연말~설 명절 정도경영 집중 실천 기간 선정, 건전한 연말연시·명절문화 조성

윤리 위반사례 신고제도 운영

롯데쇼핑은 이해관계자로부터 금품이나 선물을 수취할 경우 즉시 신고, 접수하여 제공자에게 접수 당일 반환하도록 '클린센터'를 도입하여 운영하고 있습니다. 제공자가 확인된 경우에는 우선 통화 후 클린센터 서한문과 함께 반송을 실시하고, 제공자가 불확실한 경우 나 신선식품 등 반환 불가 품목은 연계 복지관에 기부하였습니다. 이를 통해 금품 수수와 같은 비윤리 행위를 원천 예방하고 파트너사 에게도 회사의 윤리경영 실천 의지를 전달할 수 있었습니다. 또한 24시간 운영하는 '윤리상담센터'를 통해 발생한 비윤리 사례에 대 한 사후적 신고제도를 시행하고 있습니다.

내부 신고 프로세스



윤리 Hot-Line 접수 채널

인터넷 접수
롯데그룹 신문고, 윤리사무국(홈페이지 내 위반 사례 신고란, EDI시스템·구매시스템·상품본 부홈페이지·약속관리시스템 내 윤리사무국 위 반사례 신고란)

전화 접수
제보 전용 접수 전화 신설(02-2118-2118)

우편 접수
서울시 중구 소공동 28번지 태양빌딩 701호 (100-721)

E-mail 접수
ethics@lotteshopping.com

사내 메신저 접수
사내 메신저 내 윤리 Hot-Line

“이제는 말하세요”

「윤리상담센터」가 도와드리겠습니다

부당한 대우를 받으셨나요? 비윤리 행위가 일어났나요?
 폭언·폭설·인격모독성 발언을 들으셨나요?

E-mail: gamsa@lottemart.com Tel: 02-2145-8031-3
 Mobile: 010-7199-6207(24시 운영) Fax: 02-2145-8592
 주소: 서울특별시 송파구 올림픽로 269(신천동, 롯데캐슬골드) 7층 윤리경영 1팀

상담자와 상담내용은 철저하게 비밀로 처리되며, 상담으로 인하여 어떠한 불이익도 받지 않도록 보호해 드립니다.

LOTTE Mart

윤리포스터

클린카드 도입

법인카드의 부당한 사용을 원천적으로 예방하기 위해 클린카드를 도입하여 올바른 법인카드의 사용기준을 제시하였습니다. 디자인을 변경하고 정도경영 로고를 삽입하여 법인카드를 사용할 때 정도경영을 실천할 수 있도록 하였습니다. 법인카드의 결제시간을 제한하여 심야 나 새벽시간(00:00~05:00) 사용을 금지하였고, 업무 수행과 관련이 적은 5개 분야(유희·레저·오락·위생·기타) 22개 업종에 대하여 결제 승인 제한을 두어 부당한 사용을 원천적으로 예방하고자 하였습니다.

윤리경영 평가

롯데백화점은 국가청렴도기관과 연계하여 파트너사와 동료사원을 대상으로 상품본부, 영업본부, 본사 등 각 조직에 대한 윤리경영 평 가를 연 1회 실시하고 있습니다. 윤리경영, 공정거래, 소통 항목의 평가와 의견 수렴을 통해 전 직원의 윤리·상생 마인드를 고취하고 리스크를 사전에 예방하여 윤리문화를 정착시키고자 노력하고 있 습니다. 롯데마트는 외부 전문기관과 함께 거래하는 전체 파트너사 를 대상으로 연 2회 거래 만족도 조사를 실시하고, 설문 결과를 바 탕으로 팀별 부진항목 진단, 외부 전문기관 컨설팅 등의 개선활동을 진행하고 있습니다. 또한 자정활동 강화를 위한 노력으로 '자진 신 고 캠페인', '명절 선물 안 주고 안 받기 캠페인' 등 자체적으로 다양 한 캠페인을 시행하고 있으며, 비윤리 행위로 인한 징계 사례를 전 사적으로 공유하고 정기적으로 교육을 실시하는 등 윤리경영을 적 극적으로 실천하고 있습니다.

상호 청렴거래 협약 체결

파트너사와 투명하고 공정한 협력관계를 정립하기 위해 '상호 청렴 거래 협약'을 체결했습니다. 입점·납품·공사·용역 등의 계약을 체결하는 전 파트너사를 대상으로 청렴거래 협약을 추가로 체결함 으로서 자유경쟁을 부당하게 저해하는 비윤리·불공정 행위를 예 방하였습니다. 2014년 한 해 동안 총 3,827건의 상호 청렴거래 협 약을 체결하였습니다.

윤리경영 활동 파트너사 공유

윤리경영 제도를 파트너사에 적극적으로 전파하여 윤리경영 동참 을 유도하고, 외부 이해관계자들의 의견을 폭넓게 수용하여 윤리경 영이 확산될 수 있도록 다양한 활동을 진행하고 있습니다.



클린센터 홍보 포스터



클린카드

윤리경영 활동 파트너사 공유

- ㉠. 'CEO 청렴메시지' 발송(6, 9, 12월)
정도경영 의지 및 소통 관련 대표이사 서신 파트너사 발송
- ㉡. '정도경영레터' 발송(10, 12월)
정도경영 의지 및 상호 청렴거래 협약 안내 e-mail 발송
- ㉢. '파트너사 리스닝 투어' 시행(9, 11월)
파트너사 방문 상담 및 의견 청취

혁신문화

롯데백화점은 온라인과 오프라인 채널을 융합한 혁신적인 옴니채널 서비스를 확대하고 임직원들의 소통과 혁신 활동을 강화하여 창조적인 조직문화를 선도하고 있습니다. 롯데마트는 국내 유통업계 최초로 시행한 Lean 혁신 활동을 통해 사업 구조와 업무 프로세스를 개선하며 성과를 이어가고 있습니다.

스마트 픽(SMART PICK) 서비스

롯데백화점은 2014년 4월부터 온라인에서(롯데닷컴, 엘롯데) 주문하고 가까운 매장을 방문하여 상품을 픽업하는 스마트 픽업 서비스를 시작하였으며, 현재 백화점 전 점포와 마트, 슈퍼 매장에서 확대 운영 중입니다. 빠르고 편리해진 신개념 픽업 서비스를 통해 연간 약 8천 명의 신규 고객이 확보되고, 20억 원의 매출이 증대되는 효과를 얻을 수 있었습니다. 앞으로 각 사별 온·오프라인과 모바일 환경을 통합하고 나아가 전 계열사 간의 유통환경을 융합하여 크로스 픽이 가능한 옴니채널을 구현해 나갈 계획입니다.

스마트 비콘(Beacon) 서비스

2014년 12월에 업계 최초로 위치기반 모바일 서비스인 '비콘 서비스'를 개발하여 운영하고 있습니다. 비콘 서비스는 사용자의 위치에 따라 음성 환경과 환송 인사뿐만 아니라 매장 지도와 각종 쇼핑정보, F&B 할인쿠폰 등을 제공하여, 고객이 매장을 쇼핑하면서도 별도의 안내 지도를 소지할 필요 없이 편리하게 이용할 수 있게 하는 서비스입니다. 현재 백화점 전 점포에서 비콘 서비스를 실시하고 있으며, 비콘을 통해 할인쿠폰을 접하고 상품을 구매한 고객이 일 평균 20,000명에 이르는 등 큰 호응을 얻고 있습니다.

중국 '알리페이' 결제 시스템 도입

롯데백화점은 증가하는 중국인 관광객을 확보하고 경쟁우위를 점하기 위해 백화점 업계 최초로 중국 최대 모바일 결제수단인 '알리페이' 결제 서비스를 도입하였습니다. 이 시스템은 스마트폰에 앱을 내려받고 은행 계좌나 신용카드를 연결시킨 다음, 앱의 바코드만으로 이용대금을 결제하는 간편한 결제 방식입니다. 이 시스템 도입을 통해 중국인 고객은 상품 구매 시, 기존의 결제수단보다 빠르고 편리하게 결제할 수 있게 되었으며, 세금 환급 절차도 간소화하게 되었습니다. 알리페이 앱을 활용해 다양한 중국인 대상 마케팅을 진행할 계획이며, 앞으로도 변화하는 결제 환경에 혁신적으로 대응해 나갈 예정입니다.

롯데 온라인 픽업서비스 LOTTE smart pick



스마트픽데스크(대전점)



비콘 서비스



알리페이 결제 시스템 도입

아이디어 팝콘

오픈소스 방식의 지식 소통의 장인 '아이디어 팝콘'은 임직원의 창의적이고 혁신적인 아이디어를 수렴하고 축적하여, 성과와 관련된 우수 사례를 공유하고 수평적인 커뮤니케이션이 활성화될 수 있도록 하는 시스템입니다. 이를 통해 임직원들을 경영혁신의 현장에 직접 참여할 수 있도록 하고 있습니다. 아이디어 팝콘은 2009년 6월 오픈 이후, 총 31,023건의 아이디어가 등록되었습니다. 또한 직원들의 창의적인 아이디어를 수렴하고 참여를 도모하기 위해 '비용 절감', '고객 행복 서비스·마케팅', '영업 시스템 개선', '손익 개선' 등의 다양한 아이디어 공모전을 진행하였습니다. 더불어 우수 제안자, 심사자, 실행부서에 대해 개인별·부서별 포상 제도를 실시하고 있으며, 2014년에는 222명의 직원이 약 1,030만 원 가량의 포상을 받았습니다.

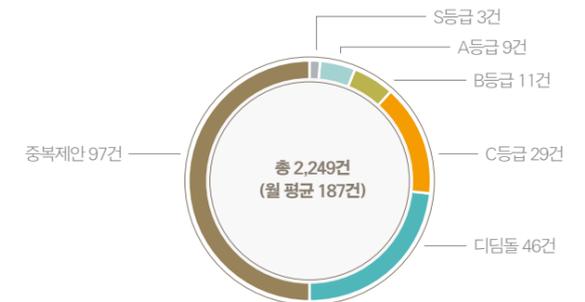
제1기 혁신경영 T/F팀 운영

롯데백화점은 지속가능한 성장을 위한 혁신경영의 일환으로 2014년 7월부터 11월까지 약 5개월간 '롯데백화점 제 1기 혁신경영 T/F팀'을 운영하였으며, 주 1회 T/F 정례회의와 워크숍을 열어 업무 프로세스 개선, 기업 경쟁력 제고, 고객 중심 매장 운영방안 등 전사적 업무 혁신 아이디어에 대해 토론하고 실행 효과를 검토했습니다. 그 결과, 총 12건(영업·지원파트 각 6건)의 혁신 안건을 도출하고 실행에 옮겼습니다. 이처럼 롯데백화점은 현장의 의견을 수렴하고 전사 차원의 혁신적인 아이디어와 구체적인 실행전략 도출을 위해 끊임없이 노력하고 있습니다. 또한 지속적인 혁신 추진을 위해 2015년 2월부터 '롯데백화점 제2기 혁신경영 T/F팀'을 운영 중에 있습니다.

장보기 개선활동

장보기 제도는 전 직원이 직접 쇼핑을 하며 발견한 문제점을 고객중심경영과 내부 업무 개선에 반영하는 롯데마트만의 고유한 혁신활동입니다. 2007년 5월에 시작한 이후 월 평균 600건 정도의 아이디어가 등록되고 있으며, 2014년까지 등록된 총 83,507건의 아이디어 중 24,231건이 실행되었습니다. 이를 통해 상품 품질과 구매의 보강, 신규 행사 기획이 이루어져 고객과 상품 트렌드를 선도할 수 있는 역량을 강화했으며, 총 171억 원의 재무적 성과도 얻을 수 있었습니다. 장보기 제도는 한국 아이디어경영 컨퍼런스에서 3년 연속으로 '기업부문 대상'을 수상하였으며, 업계 최초로 한국 아이디어 경영대상에서 '최고경영자상'을 수상하기도 했습니다.

2014년 아이디어 팝콘 현황



구분	현황
참여인원	제안자: 총 1,136명 심사자: 총 97명
실행현황	우수제안 23건 중 15건 실행 실행 세부 내역: 실행완료 7건, 실행중 8건
포상 현황	포상금액: 10,332,000원 포상인원: 총 222명



혁신경영

차세대 CRM 시스템 오픈

롯데백화점은 2014년에 기존 CRM 시스템을 재개발함으로써 고객 분석과 관계관리 역량을 향상시켰습니다. 新 고객분석 시스템, 캠페인 시스템을 통해 개인별 구매이력과 패턴을 분석해 마케팅을 강화하였으며 新 우수 고객 관리 시스템을 통해 상위 고객에 대한 차별화된 관리를 진행하고 있습니다. 또한 고객 관심 정보 등 다양한 데이터를 활용하여 고객 니즈에 맞는 차별화된 관리 프로그램을 운영하고 있습니다.

고객 쇼핑 성향 맞춤 마케팅

롯데백화점은 고객 구매 특성에 기반한 Shopping Age 모델, Shopping Spirit 모델을 도입하여 고객 개인의 니즈를 만족시키는 맞춤형 마케팅을 진행하고 있습니다. 구매 브랜드 정보를 활용하여 고객의 쇼핑 연령을 추정하고 있으며, 고객 및 브랜드 특성 지수를 결합하여 고객 쇼핑 성향을 도출하고 개인별 성향에 맞춘 세분화된 맞춤형 타겟팅을 시행해 고객만족에 기여하고 있습니다.

L.POINT 회원 관리

롯데백화점은 L.POINT 카드를 통해 고객별 구매 이력을 통합적으로 분석하고 고객의 라이프스타일에 따른 CRM 정보를 축적하고 있습니다. 이렇게 수집된 정보를 활용하여 DM 발송과 반송 관리, 각종 이벤트 프로모션 초청, 우수 고객 선정과 혜택 제공 등 고객 니즈에 따른 맞춤화 서비스를 제공하고 있습니다. 앞으로도 지속적인 신규 분석 모델을 개발하여 고객 개인별로 세분화된 데이터 분석을 기반으로 고객의 니즈를 충족시킬 수 있는 최상의 맞춤형 마케팅과 서비스를 전개하고자 합니다.

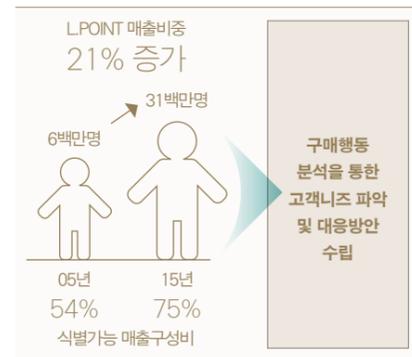
Lean의 차별화된 개선활동

롯데마트는 2007년부터 도요타 생산방식을 모태로 한 미국 MIT의 Lean Program을 적용하여 국내 유통업계 최초로 차별화된 혁신경영을 시도하고 있습니다. Lean 혁신활동을 통한 운영 시스템 개선으로 물리적 자산과 자원을 재배치하여 낭비를 제거하고 효율을 극대화하고 있습니다. 또한 SCM, 물류 등 유통의 구간이 되는 경영인프라를 개선하여 사업 구조와 업무 프로세스를 최적화하고 있습니다. 혁신이 지속적으로 이루어질 수 있도록 내부 구성원들의 의식전환과 역량 강화를 위한 교육도 꾸준히 실시하고 있습니다.

CRM 시스템을 통한 고객 관리

구분	주요내용
이탈정보 시스템	<ul style="list-style-type: none"> 개인별 구매주가 히스토리 정보 활용한 이탈 예측 이탈위험 정도에 따른 단계별 차별화 관리를 통한 이탈 방지 활동
키즈클럽 시스템	<ul style="list-style-type: none"> 가입 자녀 및 가족정보를 활용한 구매패턴 분석 및 Kids 차별화 마케팅 진행 가능 미래고객 확보 및 Kids타겟 마케팅의 구간 마련
웨딩회원 관리 시스템	<ul style="list-style-type: none"> 결혼 D-day 별 구매상품, 구매 주기 패턴 분석 시기별 구매 예상고객 타겟팅 및 구매 예상 상품 제안
이사고객 관리 시스템	<ul style="list-style-type: none"> 주소변경 정보를 통한 이사고객 예측 및 구매분석 및 타겟팅 가능 가전 / 가구 등 상품 제안 차별화 DM발송
MVG 취미 정보 시스템	<ul style="list-style-type: none"> MVG 취미정도 세분화를 통한 체계적인 관리 가능 취미관련 상품 구매 패턴 분석을 통한 맞춤 혜택 제공 및 관심 상품 DM 발송
반송 DM 알림 시스템	<ul style="list-style-type: none"> 반송 DM 등록 즉시 주소변경 안내 SMS 발송 고객 변경 정보 즉시 업데이트를 통한 마케팅 대상 확보

L.POINT 회원 현황



롯데마트의 혁신 3.0

2007년부터 2012년까지는 Lean 기반의 낭비제거활동을 통해 업무의 전문화, 단순화, 표준화를 이루었습니다. 이어 2013년부터는 혁신 2.0 활동을 시작하여 혁신활동의 전사 확대를 위한 자율실행 활동을 진행하였습니다. 현재는 전 사원 단위의 혁신활동 체제를 유지하면서 고객의 새로운 니즈를 발굴할 수 있도록 혁신 3.0 활동을 전사적으로 시행하고 있습니다.

전사가 참여하는 자율실행활동

2013년부터 전사 모든 인원이 주도적으로 참여하는 자율실행활동을 계속 시행하고 있습니다. 월 1회 자율실행공유회의를 열어 우수 자율실행과제 5건을 선정하여 발표하고 포상함으로써 지속적으로 혁신활동의 동기를 부여하고 있습니다. 이를 통해 2014년까지 총 38,000건이 넘는 과제가 진행되었고, 우수 과제 70건을 전 직원이 공유하였습니다.

변화관리자(Change Agent) 교육과 양성

2011년부터 점장, 팀장을 대상으로 변화관리 교육을 시작했으며, 2013년부터는 본격적으로 전 사원을 대상으로 온·오프라인 교육 과정을 진행하고 있습니다. 해당 과정을 통해 혁신활동과 관련된 교육을 이수하면 혁신전문인력(Change Agent) 자격을 부여합니다. 현재 1,000명 이상의 Change Agent가 각 조직에서 활발하게 활동 중입니다.

중국 '티몰 글로벌' 진출

롯데마트는 알리바바그룹이 해외 유명 브랜드들의 중국 온라인 유통을 위해 운영 중인 '티몰 글로벌'에 국내 대형마트 최초로 도메인을 개설하였습니다. 국내 대형마트에서 판매하고 있는 가공식품과 일상용품, 전기밥솥, 홍삼정 등이 한국 방문 중국인들의 쇼핑 필수품으로 인기가 높고, 중국의 온라인몰 시장도 연간 40% 이상의 높은 성장세를 이어가고 있는 만큼 중국 온라인 시장 진출을 통해 역지구 시장을 선도함으로써 한국 상품의 수출 판로를 확대할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

Lean Program

Step 1

확산

2012년 • 전점 동시 현장 주도 Kaizen 진행
• 전사 단위조직별 혁신과제 수행

2013년 • 단위조직별 자율혁신 체제 구축
• 기존 혁신 성과 유지 및 확산 활성화

2014년 • 단위조직별 자율혁신 체제 지속 확산
• 현장중심의 혁신활동 활성화

Step 2

성숙

2009년 • Site(점 店) Kaizen Roll-out 가속화
• 본사 개선 영역 확대

2010년 • GS 인수 14점 Kaizen 시작
• 본사 Pull Kaizen 진행

2011년 • 전사 Change Agent와 추진 (모든 구성원들의 참여 동기 부여)

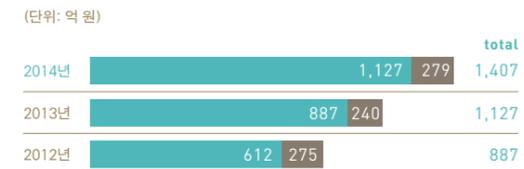
Step 3

도입

2007년 • 맥킨지 컨설팅 시작

2008년 • 독자 Lean 혁신 활동
- Site(점 店) 개선 영역 / 본사 개선 과제

롯데마트 연간 혁신 재무성과





02

THINK BIGGER SATISFACTION

고객과 상품

더 큰 만족을 만들어갑니다

고객만족을 위한 롯데쇼핑의 도전은 언제나 멈추지 않습니다. 모든 경영의 중심을 고객에게 두고 처음부터 끝까지 오로지 고객만을 생각하고 연구하고 실천합니다. 전 세계의 다양한 상품을 제공하고, 차원이 다른 서비스를 가장 먼저 선보일 뿐만 아니라 즐거운 소비를 넘어 건강과 안전까지 안심할 수 있도록 세심하게 배려합니다. 온라인과 오프라인을 융합한 옴니채널 전략으로 미래의 쇼핑을 앞서 실현하는 것도 고객을 소중히 여기는 마음입니다. 롯데쇼핑만이 만들 수 있는 더 큰 만족으로 고객에게 행복한 경험과 풍요로운 삶을 선사하겠습니다.



934

2014년 서비스경진대회
단위: 건

5

아울렛 향토특산물관
단위: 개

136

SNS 채널 활용 고객 소통
단위: 만 명

100

인사행동화교육(2014~15년)
단위: 회

‘모아소’
공동 브랜드 개발

중증 장애인 사업장 생산 제품 지원

Healthy
Sleep Store

건강수면샵 확대 계획
2014년 3개 매장



Lovely life



고객 서비스와 서비스 교육

롯데쇼핑은 VOC(Voice of Customer) 고객 의견에 대한 공유와 '고객자문단 간담회' 운영을 통해 고객의 목소리를 경영진부터 실무자까지 함께 수렴하고 개선 전략 수립의 소중한 자료로 참고하고 있습니다. 또한 VOC 개선과제 수행, 서비스경진대회, 원포인트 클리닉 등 서비스 개선을 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

VOC(Voice of Customer) 현황 공유

VOC 시스템을 통해 수집된 고객 의견들을 매일·매주·매월·연간 정기적으로 공유하여 전 임직원의 관심을 제고하고 있습니다. 고객이 올린 VOC는 실시간으로 사내 시스템인 그룹웨어에 업로드되며, 한 주 간 주요했던 VOC는 '금주의 VOC' 사례 공유를 통해 그룹웨어 게시판에 게시됩니다. 또한 월간 점별·브랜드별 VOC 현황은 집계, 분석되어 '월간 VOC 리포트'로 각 영업점에 발송됩니다. 점포 자체적으로는 중요 VOC가 발생할 때마다 점내 최고 책임자인 점장에게 일별 보고되고, 월별 소비자중심경영 리포트를 통해 본사에 현황보고를 합니다.

고객자문단 간담회 운영

각 점포의 점장을 중심으로 영업지원팀장, Floor장, 서비스 리더, MVG라운지 실장들이 참석한 '고객간담회'를 진행하고 있습니다. 각 점포에서 선정한 MVG고객을 등급별 동일 비율로 선정하여 서비스와 이벤트에 대한 우수 고객의 의견을 조사합니다. 또한 타사 이용고객과 내부직원 간담회도 분기별로 정례화하여 타사 벤치마킹 포인트를 도출하고 고객 서비스 개선방안을 참고하고 있습니다. 이러한 고객자문단 간담회는 2014년에 분기별로 진행했지만 2015년에는 월별 진행으로 확대하여 고객 소통을 더욱 강화하였습니다.

VOC 현황 전 임직원 공유

구분	주요 VOC	주기	내용	채널	2013년	2014년
온라인	VOC 헤드라인	상시	• 중요 VOC 실시간 공유 • 불만족 전년 대비 증감 표시	그룹웨어	7,462건	8,610건
	VOC 답변속도	매주	• VOC 시스템 메인화면 게시 접수 3시간 내 답변 원칙	그룹웨어		실시간 게시
	금주의 VOC	매주	• 우수·부진 VOC 사례 전파	그룹웨어 약속관리시스템	-	13회
오프라인	VOC 리포트	매월	• 주요 만족·불만족 사례 공유 • 유형·내용별·추이 분석 공유	그룹웨어	12회	12회
	서비스 조회	매주	• PC별 컴플레인 사례 현장 공유	조회 및 워크샵	-	-
	일일 VOC 보고	매일	• 전일 접수 VOC 점장 보고 • VOC 현장코칭	-	-	-



고객자문단 간담회



Lovely 인사캠페인

LCSI(롯데고객만족도조사)

고객중심경영을 확립하기 위해 비전·경영이념과 연계하여 중장기 서비스 전략을 세우고, 고객의 니즈를 반영하여 주요 목표를 수립하였습니다. 급변하는 경영환경에 대응할 수 있도록 연도별 목표와 실행 체계를 구축하였으며, 2015년에는 롯데쇼핑 현장에 맞는 롯데고객만족도조사(LCSI)를 개발하여 운영하고 있습니다. LCSI는 인적 서비스, 점점 관리, 상품 및 마케팅, 쇼핑환경을 종합적으로 진단하여 각 점포별 고객의 쇼핑경험 만족도를 진단하고 개선방향을 도출할 수 있는 진단 체계입니다. 또한 전 점포 서비스 평가에 이를 80%의 비중으로 반영하여 고객 중심 서비스평가 시스템을 확립하였습니다.

LCSI 평가 항목

구분	평가 항목	배점	내용
고객만족도 (80점 만점)	인적 서비스	30	대기자세 및 고객 응대 등 전반적 직원 친절도
	점점 관리	20	매장 외 안내, 주차 등 고객 점점 평가
	상품, 마케팅	20	상품 진열 및 관리와 DM, 이벤트 등 만족도
	쇼핑환경	10	고객 편의시설 및 쇼핑 동선

서비스 교육

고객가치를 실현하는 직원을 육성하고자 정기 및 수시 서비스 교육 과정을 개발하여 운영하고 있습니다. 서비스 리더, MVG 담당자, 고객상담실장과 같이 고객 최점점에서 근무하는 담당자는 직무별 전문가 육성과정을 이수하여 고객응대 역량을 강화하였습니다.

서비스 리더 직무역량 향상 교육

현장 최점점에서 서비스 품질을 관리하는 서비스 리더들은 일반적인 현장관리자보다 더욱 전문화·세분화된 교육을 지원하여 전문가로 육성하고 있습니다. 점점별 서비스 매뉴얼과 불만고객 응대, 현장관리 매뉴얼 등 서비스 직무교육을 분기별로 진행하고 있으며, 2014년에는 '사내강사 Best 리더 육성과정'을 실시하여 서비스 강의 스킬을 향상하고, 교육 중심의 현장 개선 활동을 추진하였습니다.

고객상담실장 직무역량 향상 교육

고객상담실장은 고객의 불만이 발생했을 때, 초기에 고객의 불만을 진화하고 신뢰를 회복해야 하는 중요 접점입니다. 따라서 전 점포의 상담실장들을 대상으로 분기별 불만고객 응대 교육, 소비자 정책과 관련 법률교육을 진행하고 있습니다. 매년 3월에는 국가공인 소비자 전문상담사 시험을 시행하여 직무 전문성을 향상시키고 있습니다.

Lovely 인사 캠페인

2014년부터 현장 서비스 기본을 강조하여 '인사 캠페인'을 지속적으로 운영하고 있습니다. 2014년 '내가 먼저 인사합니다' 캠페인으로 전 임직원 교육을 진행하였고 인사 UCC 경진대회를 열어 서비스 기본 가치에 대한 인식을 강화하였습니다. 2015년에는 체계화된 인사 매뉴얼을 확립하여 전 점포에 배포하였고, 직영사원과 동료 사원의 입문교육에 인사 행동화 교육을 강화하여 입사 단계부터 서비스 기본을 다지고 있습니다. 또한 전 점포를 대상으로 인사경진대회를 진행하여 인사 우수 Floor장을 포상하고 있습니다.

서비스경진대회와 원포인트 클리닉

전사 차원의 서비스 개발, 매뉴얼 정립뿐만 아니라 점점별 개선이 요구되는 이슈에 대해서는 2013년에 원포인트 클리닉(324건), 2014년에 서비스경진대회(943건)를 운영하여 개선을 유도하고, 특화 서비스를 개발하여 고객만족을 높이고 있습니다. 서비스경진대회를 통해 발굴된 우수 사례는 서비스담당자 워크숍, 전자결재 업무협조전, 그룹웨어 게시판 등을 통해 전사에 공유하였습니다.



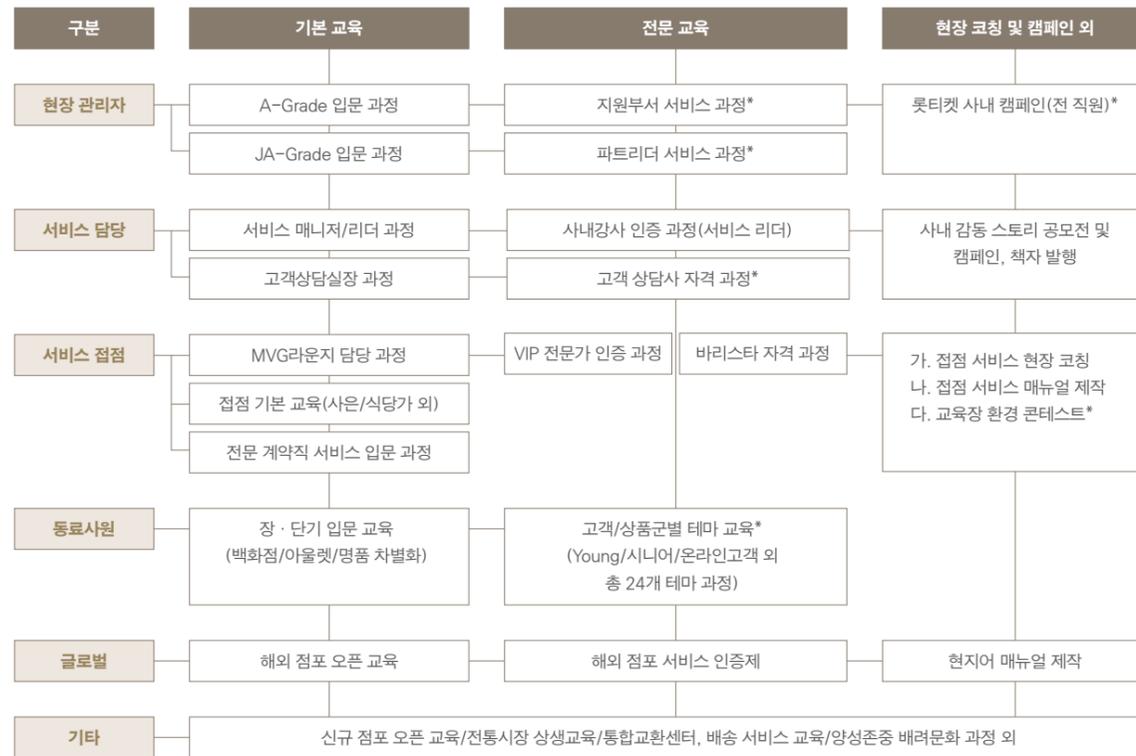
고객참여형 인사캠페인



Chief 서비스리더 워크샵

직책별 서비스 교육 커리큘럼

※ 2014년 신규과정



고객만족 매니저 힐링캠프

롯데마트는 2013년부터 현장 최접점에서 서비스 품질을 관리하는 고객만족 매니저의 서비스 레벨업 교육과 CS관리자로서의 동기 부여, 자긍심 고취를 위해 고객만족 매니저 힐링캠프(Healing Camp)를 진행하고 있습니다. 2014년에는 총 50명의 고객만족 매니저가 남이섬 창의력 아카데미에서 개최된 힐링캠프에 참가해 '창의력을 통한 CS 열정을 깨워라'라는 테마 아래 다양한 직무 전문성 향상 프로그램에 참여했습니다.



힐링캠프

행복 Up 프로그램

롯데마트는 고객접점 업무를 수행하는 직원들의 감정 노동과 스트레스 관리를 위해 행복 Up 프로그램을 시행하고 있습니다. 전 점포의 정규사원과 행복·동료사원 전체를 대상으로 하며, 행복 Up 프로그램 워크숍을 수료한 고객만족 매니저가 진행을 맡고 있습니다. 이 프로그램은 스트레칭 강의와 감정 노동 관리로 구성되며, 점포마다 연 1회, 총 60명을 대상으로 교육이 이루어집니다.

고객정보 보호

롯데쇼핑은 개인정보에 대한 중요성을 인식하고 개인정보의 보호와 유출 방지를 위해 기술적, 물리적, 관리적 면에서 정보 보호를 더욱 강화하고 있습니다. 또한 최근 빈번히 발생하고 있는 고객정보 유출과 해킹 사례를 참고하여 사내 보안을 지속적으로 점검하고 있으며, 관련 사고를 미연에 방지할 수 있도록 노력하고 있습니다.

정보보호 신규 제도 도입과 성과

ECM(문서중앙화) 시스템

롯데쇼핑은 사내의 모든 문서와 정보에 대한 외부 유출을 금하고 사내 보안을 강화하기 위해 문서중앙화(ECM) 시스템을 도입, 본 사 내 모든 문서를 데이터센터의 통합서버에 저장하고 이를 유출하지 못하도록 이동식디스크(USB, 외장하드)의 사용을 제한하고 있습니다. 메일로 문서를 반출할 경우에도 부서장 승인을 얻도록 하여 사내의 대외비·기밀정보 유출에 대한 통제절차를 더욱 강화했습니다.

개인정보 취급자 PC 망분리 시스템

정보통신망법 시행령 개정(2013. 2. 18)에 따라 개인정보 취급자 PC의 인터넷 망을 개인정보 처리 업무망과 외부 인터넷망으로 분리하는 시스템을 구축함으로써 개인정보 외부 유출을 원천적으로 차단하였습니다. 또한 개인정보 취급자의 권한을 최소한으로 축소하여 업무상 반드시 필요한 경우를 제외하고는 개인정보에 접근할 수 없도록 통제하여 정보보호를 한층 더 강화하고 있습니다.

소프트웨어 관리 시스템

소프트웨어 관리 시스템을 구축하여 사내 PC에서 비인가 소프트웨어를 설치하면 네트워크가 차단되도록 설정하여 설치와 사용의 위험성을 원천적으로 차단하고 있습니다. 또한 매월 전사를 대상으로 비인가 소프트웨어 사용 여부 점검을 실시하고 그 결과를 통보함으로써 각종 문제와 손실을 예방하고 있습니다.

문서암호화 솔루션 도입

롯데마트는 고객정보보호를 위한 기술적 환경 구성을 위해 문서 암호화 솔루션을 전사에 도입함으로써 권한이 없는 자에 의한 고객정보 접근을 원천적으로 차단해 왔습니다. 향후 해외 사업장까지 고객정보보호의 범위를 점차 확대할 예정입니다.

정보보호 규정 운영

'개인정보보호법', '정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률' 등 고객 정보와 관련된 모든 관련 법규를 준수하기 위해 정보보호 정책(총 제 158조), 정보보호 지침(총 제 186조), 정보보호 절차(정보보호조직 운영절차 외 총 20개 절차)를 매년 의무적으로 개정하여 임직원이 지켜야 할 정보보호 규정을 명시하고 있습니다(최근 개정 2015년 2월). 또한 해당 규정을 온라인에 공지하여 임직원들이 지속적으로 열람하고 숙지할 수 있도록 하고 있습니다.

개인정보보호 교육과 캠페인 성과

롯데쇼핑은 법정 의무교육 중 하나인 개인정보보호 교육을 전 임직원이 반드시 연 1회 이상 수강할 수 있도록 온라인 필수 교육과정으로 지정하였습니다. 롯데백화점은 2010년부터 매월 첫째 주 금요일을 '정보보호의 날'로 지정하고 정보보호 체크 리스트를 통해 자기진단을 하도록 하고 있으며, 전 직원을 대상으로 정보보호 교육을 월 1회 실시하고 있습니다. 롯데마트는 중소 파트너사와 개인정보 처리 수탁사에게 해당 고객정보보호 관련 사항을 공문으로 안내함으로써 정보보호의 사각지대가 발생하지 않도록 하고 있습니다.

ISO27001 인증 획득

롯데백화점은 2011년 2월 국내 백화점 업계 최초로 국제 표준 정보보호 관리체계 인증인 ISO27001을 획득하여 현재까지 매년 꾸준히 인증을 유지해오고 있습니다. ISO27001의 인증 대상은 온라인 고객 서비스(문화센터, 홈페이지)로, 이는 고객정보를 다루는 시스템에 대외적 안전성을 확보했다는 측면에서 큰 의미가 있습니다. 롯데마트도 2014년 10월에 롯데마트몰과 문화센터를 인증 범위로 하는 정보보호 관리체계 인증(3년간 유효)을 취득하였습니다.

정보보호 위원회

롯데쇼핑은 임원급 이상이 참여하는 정보보호 위원회를 조직하여 분기마다 1회씩 국제 표준에 부합하는 정보보호 관리 체계 구축에 대해 논의하고 있으며, 이를 통해 안전하고 효과적인 고객 정보 관리를 도모하고 있습니다. 또한 분기별 정보보호 관련 주요 이슈에 대한 내용을 공유하여 고객 정보 유출사고를 미연에 방지하고자 노력하고 있습니다.

상품 개발

롯데쇼핑은 혁신적인 제품을 지속적으로 발굴하고 상품의 다양성을 확대하여 고객들의 즐거운 소비문화를 창조합니다. 특히 업계 최초로 수면용품 토털 매장을 도입하는 등 고객의 건강과 행복을 위한 다양한 시도를 강화하고 있습니다.

건강수면습 개발

수면용품 시장의 성장 잠재성

롯데백화점은 웰빙과 힐링에 대한 관심이 높아지면서 건강 베개, 기능성 침대 등 수면 관련 상품의 수요 또한 증가하는 것에 주목하고 2013년부터 본격적인 시장 조사를 시작하였습니다. 국내외 사례 조사를 통해 해외시장과 비교할 때 국내시장에서도 기능성 침구를 비롯한 수면용품의 성장 잠재성이 있다는 결론을 내리고 2014년 오픈을 목표로 토털 매장을 기획하게 되었습니다.

협력업체와의 긴밀한 협력

수면용품 매장에 대한 롯데백화점의 콘셉트를 구현할 수 있는 적합한 업체를 선정하기 위해 국내 박람회 참관과 시장조사를 진행하였습니다. 다양한 노력을 통해 2013년 8월에 열린 국제수면박람회에 참가했던 (주)슬립앤슬립을 파트너로 선택하게 되었습니다. 이 업체

는 국내 침구시장 1위면서 자체 수면환경연구소를 갖추고 있는 '이브자리'의 계열사로, 기능성 상품 매장에 대한 의견이 서로 일치하여 함께 매장을 개발하기로 하였습니다. 선진시장인 일본 시장조사를 통해 인테리어 콘셉트를 확정하였고, 매장에서 판매할 상품을 적극적으로 발굴하여 총 7개의 상품군에서 24개 브랜드, 300여 개의 아이템을 확보하게 되었습니다.

업계 최초 건강수면습 오픈

만반의 준비를 거쳐 2014년 4월 업계 최초로 롯데백화점 본점에 수면용품 토털 매장인 '건강수면습(Healthy Sleep Store)'을 오픈한 데 이어 부산 광복점, 롯데몰 동부산점에도 연이어 매장을 오픈했습니다. 2015년에도 잠실점, 대전점에 매장을 오픈하여 운영하고 있습니다. 건강수면습은 다양한 수면 용품과 소품을 갖추었을 뿐만 아니라 고객의 수면 습관을 상담해주고 경추 측정을 통해 가장 잘 맞는 높이의 베개를 제안, 그 소재까지 고객이 선택할 수 있는 1:1 맞춤형 컨설팅을 제공합니다. 2014년에 오픈한 본점과 부산 광복점의 경우, 2015년 기준으로 전년 대비 30% 이상의 매출신장률을 보이고 있습니다. 향후 매장을 지속적으로 확대할 예정이며, 토털 매장 도입이 어려운 중소형 점포에는 콤팩트한 매장인 '건강수면습 2.0'을 선보일 계획입니다.



본점 건강수면습 매장

파트너사 경쟁력 강화를 위한 '어깨동무 협동조합'

롯데마트는 중소기업의 실질적인 경쟁력을 강화하고 지속적인 성장을 지원해 상생가치를 실현하기 위해 총 9개의 지역 우수 중소기업이 참여하는 '어깨동무 협동조합'을 설립하였습니다. 또한 생산성 혁신 파트너십을 통한 1억 3천만 원의 재무적 지원과 함께 CSV 밸류 체인을 구축하여 '어깨동무 두부' 상품의 기획부터 생산, 마케팅, 판매에 이르기까지 전 과정을 적극 지원하였습니다. 이를 통해 협동조합 소속 중소 파트너사의 매출이 31% 이상 증가하고 총 150억 원의 매출을 달성함으로써 대형 유통사와 중소 납품사 간의 진정한 '동반성장'을 실현하였습니다.

소백산 황태 개발

롯데마트는 안전한 식품에 대한 고객의 니즈를 충족시키고 국산 황태 시장을 육성하기 위해 기존 황태 덕장으로 유명한 강원도 외에 소백산을 새로운 산지로 발굴, '소백산 황태'를 개발하였습니다. 작업구조 개선과 신규 발굴 업체와의 협업으로 원가를 절감하였고, 지역 특산물 개발과 일자리 창출을 통해 지역경기 활성화에도 기여하였습니다. 이렇게 개발된 소백산 황태는 출시 1개월 만에 기존 브랜드를 모두 제치고 판매량 1위를 달성하였으며, 매출액이 210만 원 이상 증가하는 성과를 거두었습니다. 또한 2014년 연간 황태 매출이 전년 대비 53% 신장하면서 일시적인 효과가 아니라 장기적으로 소비자들에게 인정받고 사랑받는 상품 개발에 성공하였습니다.



어깨동무



어깨동무 특화존



소백산 산바람이 만든 명작 황태채

식품 안전

롯데쇼핑은 고객의 건강을 생각한 안전한 먹거리 제공을 위해 식품 안전 관리에 만전을 기하고 있습니다. 특히 축·수산물의 안전성을 확보하고 식품 사고율이 높은 하절기에 특별 위생 중점 관리를 시행해 위생 사고를 미연에 방지하고자 노력하고 있습니다.

HACCP 인증

롯데백화점 축산물 매장은 2008년 12월 백화점 업계 최초로 위해요소중점관리기준(HACCP:Hazard Analysis Critical Control Point) 국가공인 인증을 받았습니다. HACCP은 식품의 원재료 생산에서부터 제조, 가공, 보존·유통 단계를 거쳐 최종 소비자 도달 시점까지 각 단계에서 발생 가능한 위해 요소를 차단하고 체계적인 관리를 통해 식품의 안전성을 확보하기 위한 위생 관리 체계입니다. HACCP 인증을 받은 축산물 매장에서는 모든 작업자부터 판매사원까지 중점관리기준 매뉴얼에 의해 행동하게 됩니다. 작업장 출입 일지, 작업장 온도 규정, 위생 복장, 착용기준, 각종 미생물 검사, 위생 교육, 조리도구 살균 관리 등 내외부로부터 오염될 수 있는 위해요소를 차단하기 위한 위생 관리 프로그램을 운영합니다. 2014년 12개 점포의 HACCP 재인증을 통해 위생적인 축산물 공급에 앞장서고 있으며, 고객이 안심하고 구매할 수 있는 먹거리 문화를 선도할 수 있도록 자율적인 관리를 더욱 강화하고 전사 차원에서 단계적으로 인증 점포를 확대해 나갈 계획입니다.

한우생산이력 시스템

쇠고기 이력제란 모든 소에 개체식별번호가 기록된 귀표를 부착하고 축산물 등급판정소의 이력지원 시스템에 등록한 뒤 등록된 소의 도축과 가공, 판매 등 전 과정에 걸친 정보를 표시 관리하는 제도입니다. 롯데쇼핑은 2008년 5월부터 식품 매장에서 판매하는 쇠고기에 대해 송아지 생산에서 쇠고기 유통까지의 전 과정을 전산 시스템화하여 고객들이 안전한 한우를 안심하고 구입할 수 있도록 하고 있습니다. 또한 고객이 현장에서 바로 이력정보를 확인할 수 있도록 함으로써 신뢰할 수 있는 한우 공급에 앞장서고 있습니다.

위생점검

롯데백화점에서는 고객이 마음 놓고 식품 매장을 이용할 수 있도록 식중독 등 식품 위생 사고의 제로화를 위한 식품 위생 관리를 지속적으로 강화하고 있습니다. 전 세계적인 이상고온 현상으로 인

해 한반도 지역에서도 봄, 가을 기간이 점차 짧아지고 여름철 기간이 길어지는 아열대 기후화가 진행됨에 따라 2014년에는 하절기 위생관리 강화기간(4~9월)을 2013년보다 2개월 더 확대하였습니다. 또한 식품관리자 역량 강화를 위한 교육 프로그램을 운영(상품본부, 영업 점포 관리자 의무수강)하고 있으며, 전문 식품 품질평가사 27명을 채용하여 식품 위생 관리의 전문성을 높였고, 상품본부 차원에서 현장 위생점검을 실시하여 영업 점포와 함께 힘을 합쳐 식품 안전 확보에 주력하고 있습니다.

롯데마트는 상품 안전성 검증을 위한 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다. 위생점검은 마트 자체 점검과 롯데안전센터 연계 점검으로 구분하여 시행합니다. 마트 자체 점검은 각 점포 QSV(Quality SuperVisor) 주관으로 신선·가공식품, 임대식품매장의 위생법규 점검과 교육으로 진행됩니다. 또한 전 점포의 실시간 현장평가 시스템을 통해 QSV가 자체적으로 점검한 내용을 데이터화하여 종사자 교육자료로 활용하고 있으며, 미흡한 부분에 대해서는 롯데안전센터와 연계하여 지도점검을 하고 있습니다. 권역별로 우수 QSV인 CQSV(Chief QSV)들을 선발하여 신규 점포와 부진 점포를 대상으로 케어활동을 펼쳐 위생관리의 상향 평준화를 추구하고 있습니다.



COSV 단체사진



QSV 위생점검

고객 안전

롯데쇼핑은 안전한 고객의 쇼핑을 위해 많은 관심과 노력을 기울이고 있습니다. 안전경영방침에 따라 다양한 안전점검을 주기적으로 실시하여 시설물 이용에 위험 요소를 최소화하고, 쾌적한 쇼핑환경을 조성하기 위해 주요 공기질 항목을 지속적으로 측정합니다. 임직원들의 안전교육과 훈련도 더욱 강화하고 있습니다.

공기질 관리

롯데쇼핑은 고객과 직원에게 쾌적한 실내 환경을 제공하기 위해 영업매장과 실내 주차장의 주요 공기질 항목에 대해 주기적으로 측정, 관리하고 있습니다. 이를 통해 시설물 이용의 위험 요소를 최소화하고, 고객이 안전하게 시설을 이용할 수 있도록 하고 있습니다.

관련 법률

다중이용시설등의 실내 공기질 관리법에 의거 점포별로 연 1회 측정(매년 2~6월 중 측정 실시)

측정 결과

전 점포 공조기 필터 관리(주기적 청소·교체), 환기설비 효율적 관리로 오염물질 법정기준에 적합

측정 방법 및 저감 대책

- 측정 방법
 - 환경부 고시 '실내 공기질 공정시험방법' 내용 준용
 - 자체 제작 '실내 공기질 측정시방서' 내용 준용
- 저감 대책
 - 공조용 필터 관리 강화, 환기 강화, 주차장 청결 관리, 자동차 공회전 금지 등

안전경영방침에 따른 차별화된 안전 관리

롯데쇼핑은 안전한 영업환경을 조성하고 기업의 이미지와 경쟁력을 높이기 위해 사업장 안전 관리에 최선을 다하고 있습니다. 안전경영방침에 따라 분기별 중점 안전 관리 및 안전 관리 시스템을 사업장에 적극 도입하고 전 임직원을 대상으로 각종 안전교육과 훈련을 생활화하고 있습니다.

측정 대상 및 지점 - 백화점: 40개 점포 / 285개 지점
마트: 100개 점포 / 466개 지점

구분	세부 내용
측정 지점	· 영업매장 및 실내 주차장 공통사항으로 각 면적에 따라 측정 진행 10,000㎡ 이하: 2개 지점 10,000~20,000㎡: 3개 지점 20,000㎡ 이상: 4개 지점

측정 항목

측정 기간	측정 항목	비고
2013.02.20	유지기준(4항목) 일산화탄소, 미세먼지,	1년 1회 측정
~06.30	이산화탄소, 포름알데히드	(2014년 완료)
	권고기준(5항목) 석면, 오존, 라돈, 이산화질소,	2년 1회 측정
	휘발성유기화합물	(2013년 완료)

2014년 공기질 측정 결과

가. 영업매장

구분	법정기준	평균 측정치	법정기준 대비
미세먼지	150 $\mu\text{g}/\text{m}^3$	51.6	34.4%
이산화탄소	1,000 ppm	646.9	64.7%
포름알데히드	100 $\mu\text{g}/\text{m}^3$	26.9	26.9%
일산화탄소	10 ppm	0.8	8.0%

나. 실내 주차장

구분	법정기준	평균 측정치	법정기준 대비
미세먼지	200 $\mu\text{g}/\text{m}^3$	74.5	37.3%
이산화탄소	1,000 ppm	572.0	57.2%
포름알데히드	100 $\mu\text{g}/\text{m}^3$	15.9	15.9%
일산화탄소	25 ppm	2.0	8.1%



03

THINK DEEPER INTERACTION

임직원과 협력사

더 깊은 소통을 시작합니다

롯데쇼핑은 언제나 임직원, 파트너사 등 소중한 동반자들과 함께 성장합니다. 직원들이 자신의 역량을 발휘하면서 가정의 행복도 같이 이룰 수 있는 일하기 좋은 일터를 만들기 위해 인재의 채용에서 육성, 성과 관리, 복지 제도까지 종합적으로 지원합니다. 또한 금융 지원과 소통 강화, 공정거래문화 조성을 위한 다양한 제도를 마련하고 지원을 펼쳐 파트너사들이 스스로 경쟁력을 키우며 미래를 같이 꿈꿀 수 있도록 돕습니다. 임직원, 파트너사와 함께 더 깊이 소통하고 공감하면서 새로운 가치를 창출하고 지속적인 성장을 이어가겠습니다.



80%

조직문화 서베이 긍정 응답률

중소기업 협동조합
'어깨동무' 설립 후원

대한민국 동반성장 최우수 사례 선정

665

롯데유통대학 전문인력 양성

단위: 명

중소기업 전용 판매관
'드림플라자'

업계최초 오픈

본점, 부산본점, 잠실점

3,035

임직원 자녀 학자금 지원

단위: 명

1,771

동반성장 기금 및 펀드 지원

단위: 억 원

Lovely life



인재 채용

롯데쇼핑의 임직원은 회사의 가장 소중한 자산이며 미래입니다. 인재 채용부터 역량 개발, 성과 평가 등 모든 측면에서 유능한 인재를 확보하고자 노력을 기울이고 있습니다. 임직원 개인의 업무 능력 향상은 직접적으로 롯데쇼핑의 미래와 연결되어 있기 때문에, 회사와 임직원 모두의 미래를 위해 함께 발전해 나가고 있습니다.

롯데백화점 인재상

롯데백화점은 'Best People'보다는 'Right People'과 함께하기 위해 네 가지 인재상을 기준으로 인재 채용 활동을 하고 있습니다. 첫째, 얼마나 고객 중심으로 생각하고 고객가치를 최우선으로 둘 수 있는가를 판단합니다. 둘째, 현실에 안주하지 않고 항상 변화를 위해 도전하는 창의성을 가지고 있는가를 봅니다. 셋째, 긍정적인 생각을 가지고 전문 역량 향상과 자신의 일에 최선을 다하는 열정이 있는지를 봅니다. 현실에 안주하거나 비관적인 생각을 가지고 있다면 위기를 기회로 보는 인식을 하긴 어렵다고 생각하기 때문입니다. 넷째, 글로벌 트렌드를 인식하고 열린 사고와 글로벌 비즈니스 역량을 갖추고 있는가를 판단합니다.

롯데백화점 인재상



롯데마트 인재상



롯데마트 인재상

롯데마트 인재의 핵심가치는 고객 지향성, 창의와 혁신, 책임감 세 가지입니다. 첫째, 고객 지향성은 서비스업인 유통업의 특성상 반드시 갖춰야 할 역량으로서, 고객의 니즈를 정확하게 이해하여 대응하고 이를 통해 고객과 신뢰 관계를 구축함으로써 고객만족을 이루어낼 수 있습니다. 둘째, 창의와 혁신은 새로운 동향과 기술 등에 관심을 가지고 새로운 관점과 창의적인 대안을 찾아 업무로 구현해 내는 역량으로서, 경쟁시대에서 반드시 필요합니다. 셋째, 책임감은 기본을 지키며 책임감 있는 자세로 맡은 업무를 완수해 내는 역량으로서, 자신이 처리한 업무 결과에 대하여 책임을 질 수 있어야 합니다.

신입사원 채용

신입사원 채용은 롯데그룹 공채 전형을 통해 이루어지며, 고졸 이상이면 누구나 지원 가능합니다. 통상적으로 상반기는 4~5월간, 하반기

기는 9~10월간 진행되며 롯데그룹 계열사가 같은 기간에 채용을 실시하지만, 세부 절차는 조금씩 다르게 진행이 됩니다. 롯데쇼핑의 경우, 서류전형-통합면접(인적성 검사, 개별 면접, 집단토론 면접, 임원 면접, 외국어 테스트) 진행 후 최종합격자가 결정됩니다. 합격 발표 후에는 건강검진을 마친 뒤 입사를 하게 됩니다.

인턴사원 채용

인턴사원 채용은 롯데그룹 인턴 전형을 통해 이루어지는데, 롯데쇼핑의 경우에는 서류전형-통합면접(인적성 검사, 구조화 면접) 진행 후 인턴십 합격자가 결정됩니다. 인턴십 합격자는 인턴사원 그룹 오리엔테이션에 참여한 후 2개월간의 인턴 실습과 평가를 거치며, 이 중 최종 합격자에 한해 공채 신입사원으로 편입됩니다.

인재 채용 활동

신입사원 채용 시 우수 인재를 확보하기 위해 다양한 방식의 홍보와 리크루팅 활동을 진행하고 있습니다. 2013년 하반기에는 최초로 출점국인 중국 현지에서 캠퍼스 리크루팅을 실시하였고, 현지 점포에서 인턴십을 진행하였습니다. 2014년 상반기에는 보다 더 고객 관점으로 입사 지원자들에게 다가가고자 롯데그룹에서 주관하는 채용 설명회와 더불어 롯데쇼핑만의 특별한 채용 설명회를 시행하였습니다. 특히 2014년 상반기에 개최한 '동시통역 · 어학우수 인재 초청 채용 설명회'와 'Global Job-Cafe'를 통해서 글로벌 역량을 갖춘 인재들의 관심을 높일 수 있었습니다.

외부 전문 인력 · 경력사원 채용

중장기적 관점에서 전문성이 요구되는 보직을 중심으로 경력사원 채용을 진행하고 있습니다. 특히, 법률 지원 분야에는 로스쿨 출신 변호사 7명을 채용하여 화제가 되고 있습니다. 향후에도 필요가 있을 때마다 외부 전문인력을 공격적으로 영입할 계획입니다.

외부 전문 인력 채용 현황(단위: 명)

구분	남	여	비고
2014년	4	11	임원 1명, 변호사 7명, 여성 팀장/매니저급 7명
2013년	2	4	임원 1명, 변호사 1명, 여성 팀장/매니저급 4명
2012년	-	6	여성 팀장급 6명
계	6	21	

시간선택제 일자리 채용

직원들의 일과 가정의 양립을 지원하기 위해 시간선택제 일자리 채용을 시행했습니다. 특히, 출산 · 육아 등으로 경력이 단절된 여성을 전일제(풀타임) 근로자와 차별 없이 채용함으로써, 그 의미가 더욱 크다고 할 수 있습니다. 앞으로도 인원이 필요할 경우 시간선택제 일자리 채용을 병행할 계획입니다.

시간선택제 채용 현황(단위: 명)

구분	MVG라운지	상품권데스크	품질평가사	비고
인원	55	42	3	정규직 채용

롯데쇼핑 임직원 현황

구분	단위	2011년	2012년	2013년	2014년
전체인원	명	25,777	25,777	29,204	32,013
남	명	8,566	8,912	9,952	10,784
여	명	17,211	17,571	19,252	21,229
여성 인력 비율	%	66.8	66.3	65.9	66.3
신규채용	명	1,357	1,357	1,186	1,249
남	명	1,002	1,103	768	661
여	명	355	411	418	588
장애인 고용	명	446	446	496	635
장애인 고용률	%	1.73	1.82	1.70	1.98

해외 인력 선발 및 운영 방침

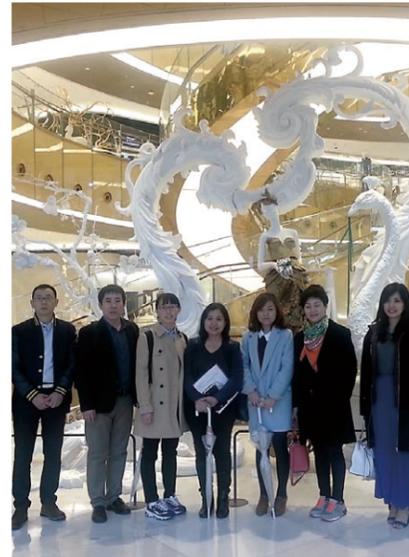
해외사업을 주도적으로 이끌어 나갈 해외 인력 양성을 위해 글로벌 인력 Pool 제도를 운영하고 있습니다. 매년 직무 성과와 외국어 능력이 뛰어난 직원들을 대상으로 필요 인원의 2~3배수 선발하고 있으며, 선발된 인원은 예비 주재원으로서 글로벌 소양과 어학 능력 향상을 위한 다양한 교육을 받게 됩니다. 이 중 교육 성적이 우수한 인력을 주재원으로 최종 선발하고 있습니다.

현지인 인재 채용

해외사업 성공을 위한 현지화 전략으로 현지 고급 인력 확보에도 힘을 쏟고 있습니다. 현지 주요 유통 업체의 우수한 인력 채용과 함께 한국 및 국가별 우수 대학 졸업생을 대상으로 한 글로벌 공채, 외국인 유학생 인턴 채용을 적극적으로 추진하며 글로벌 우수 인재 확보를 위해 노력하고 있습니다.

글로벌 HR제도의 구축

롯데쇼핑의 해외사업이 지속적으로 확대됨에 따라 현지의 효율적인 인력 관리를 위한 글로벌 HR제도 구축의 중요성이 부각되고 있습니다. 주재원의 효율적인 운영과 더불어 현지인의 평가, 승진, 보상 등 체계적이고 글로벌화된 HR제도를 지속적으로 구축하고 개선해 나갈 것입니다.



현지채용인 국내연수

해외 인력 현황

본사파견	2014년				
	구성비	현지채용	구성비	총인원	
63	0.36%	17,594	99.64%	17,657	
4	7.55%	49	92.45%	53	
18	0.50%	3,554	99.50%	3,572	
18	0.28%	6,521	99.72%	6,539	
103	0.37%	27,718	99.63%	27,821	

성과 관리



롯데쇼핑은 임직원들이 자신의 업무에서 역량을 발휘하고 성과에 대해 합리적으로 평가와 보상을 받을 수 있도록 성과 중심의 인사 제도를 운영하고 있습니다. 또한 임직원들의 성과는 개인별로 합의된 목표와 척도에 따라 공정하게 평가하여 체계적으로 관리하고 있습니다.

성과 중심의 인사 제도

롯데쇼핑은 개인의 성과, 역량, 자질에 대한 명확한 평가보상 체계 확립을 통해 전 직원에게 공정한 보상이 이루어질 수 있도록 성과 중심의 인사 제도를 운영하고 있습니다. 공정한 성과와 인사 평가를 통해 금전 보상(연봉 및 성과급 차등 지급)과 승진 보상(미래 인재 육성)으로 성과 중심 평가 결과의 선순환이 이루어지고 있습니다. 금전 보상은 기본 급여 외에 한 해 동안의 경영 실적 평가에 따른 추가 성과급을 지급하고 있으며, 급여는 개인의 실적이 직접적으로 반

영된 인사고과 결과로 연봉등급을 산정하여 그 등급에 따라 차등 지급하고 성과급 역시 개인 및 조직의 실적과 인사고과 결과를 연동하여 개인의 성과 향상 동기를 극대화하고자 차등 지급을 하고 있습니다. 또한 2011년부터 개인별 성과에 따른 적절한 보상과 동기 부여가 되도록 연봉과 성과급 차등폭을 확대하여 적용하였습니다.

성과 관리 프로세스

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

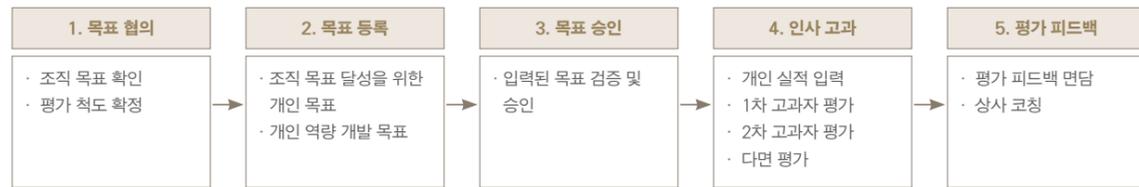
연봉등급 차등

구분	EX등급 (Excellent)	G등급 (Good)	AV등급 (Average)	NI등급 (Need Improvement)	UN등급 (Unsatisfactory)
인원 비율	10%	15%	60%	10%	5%
SA 이상 650% 기준	+150%	+100%	-	-150%	-300%

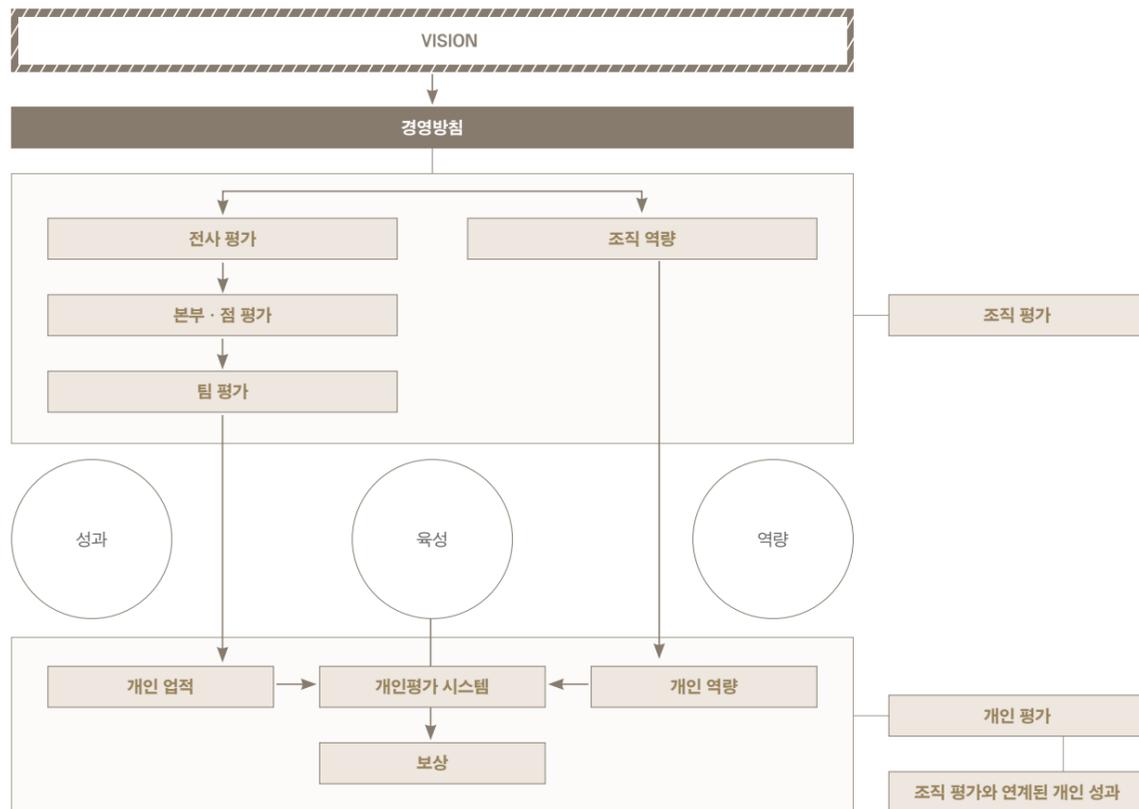
추가 성과급 차등

구분	개인평가(50%)							
	EX등급	G등급	AV등급	NI등급	UN등급			
	10%	20%	40%	20%	10%			
	130%	115%	100%	85%	70%			
조직평가 (50%)	EX등급	20%	130%	130%	122.5%	115%	107.5%	100%
	G등급	20%	115%	122.5%	115%	107.5%	100%	92.5%
	AV등급	20%	100%	115%	107.5%	100%	92.5%	85%
	NI등급	20%	85%	107.5%	100.5%	92.5%	85%	77.5%
	UN등급	20%	70%	100%	92.5%	85%	77.5%	70%

성과 관리 프로세스



성과 관리 체계



인재개발

롯데쇼핑은 임직원 역량 향상을 위해 투자와 노력을 아끼지 않습니다. 공통 역량, 리더십 역량, 직무 역량이라는 3대 역량 체계를 중심으로 다양한 교육 프로그램을 운영하여 유능 전문가를 육성하고 있습니다. 또한 국가별로 전문 인력을 양성하여 글로벌 유통기업으로서 경쟁력을 높여가고 있습니다.

e-러닝 교육

글로벌 일류 유통기업을 지향하는 롯데쇼핑은 전 임직원의 직무 역량 강화를 위해 다양한 형태의 학습 프로그램을 온라인으로 제공하고 있습니다. 온라인 교육 시스템인 e-러닝은 전 직원이 장소나 시간에 구애 받지 않고 본인의 직책과 직무에 맞는 교육을 학습할 수 있도록 하고 있습니다. 경영, 컴퓨터 강좌, 인문·철학, 어학 콘텐츠 등 약 1,000여 개의 강좌가 매월 지원되며, 자율적인 선택으로 강의를 학습하기 때문에 학습 성과를 극대화할 수 있습니다. 온라인 강의를 수강한 후, 지필고사와 리포트 등의 다양한 평가를 실시합니다. 평가 결과는 수강생들에게 전달하여 부족한 부분을 스스로 보충하여 학습할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한 수시로 직원들에게 필요한 부분을 파악하여 기존의 교육 콘텐츠를 개선하거나 신규 과정을 추가하고 있습니다. 그 예로 현재에 거주하고 있는 외국인이 진행하는 전화 외국어 과정을 추가하여 교육의 퀄리티를 높였습니다. e-러닝 교육은 2015년 1~4월 기준으로 평균 1,100명이 수강하며 직원들이 자기개발에 활용하는 보편적인 교육 프로그램으로 자리잡고 있으며, 전 직원을 대상으로 하는 그룹필수 교육 등을 온라인으로 진행하여 이동할 때 발생하는 업무적 손실과 비용을 절감하고 있습니다.

모바일 연수원 '아크로폴리스'

2011년부터 컴퓨터를 통한 온라인 교육에서 벗어나 모바일로도 수강이 가능한 모바일 연수원 '아크로폴리스'를 운영하고 있습니다. 이동 중에도 자유롭게 학습할 수 있는 장점이 있으며, 다양한 카테고리 강의 제공하여 학습 욕구를 만족시키고 있습니다. 스마트폰을 활용하여 자기개발을 원하는 직원들의 니즈를 파악하여 경영, 인문·교양, '롯데지식포럼', '나는 강사다' 등 480여 개에 이르는 다양한 카테고리의 모바일 강의를 제공하고 있습니다.

해외 인력 육성

주재원 예비 인력 육성 현황

해외 점포의 성장을 주도적으로 이끌어갈 인재 육성을 위해 매년 글로벌 인력 Pool을 선발하여 체계적인 교육을 실시하고 있습니다. 진출국인 중국, 러시아, 베트남, 인도네시아에서의 해외사업을 진두 지휘할 주재원 예비 인력은 개인 희망사항은 물론 인사고과, 경력, 외국어 능력 등 다양한 기준으로 선발됩니다. 매년 선발된 예비 인력들은 약 1년 간 '주재원 예비 인력 양성과정'을 통해 글로벌 소양, 파견국 이해, 어학 교육을 체계적으로 받게 됩니다. 해외사업에 대한 적극성과 열정을 바탕으로 이 과정을 우수한 성적으로 수료한 인력은 실제 해외 주재원으로 선발하게 됩니다.

해외 글로벌 인력 교육 현황

적극적인 해외 진출과 함께 수반되어야 할 것이 바로 현지 인력과의 소통력 강화입니다. 롯데쇼핑에서는 해외 현지 인력의 회사에 대한 이해 증진과 함께 직무 전문성 향상을 돕기 위해 다양한 교육 과정을 운영하고 있습니다. 그 일환으로 중국, 러시아, 베트남, 인도네시아 점포의 우수한 현채인을 초청하여, 약 일주일간 직무를 직접 경험하는 기회를 마련하고 있습니다. 교육 참석자들은 롯데쇼핑의 주요 영업점 방문과 직무별 심화교육, 조직문화 교육 등을 통해 개인의 역량과 조직에 대한 로열티를 향상시킬 수 있습니다. 이와 더불어 롯데의 가치를 공유하고 현지에 전파하기 위해 강의 교수법 학습과 강의 시연실습 및 평가를 시행해 현채인 글로벌 사내강사를 양성하고 있습니다. 이 글로벌 사내강사는 현지 귀국 후 롯데쇼핑과 대한민국을 널리 알리는 중요한 역할을 담당하게 됩니다.

해외 현지 교육 계획

현지 우수 인재를 양성하고 로열티를 함양하기 위해 롯데인재개발원과 유기적으로 협력하여 해외법인 교육 체계 정립에 힘쓰고 있습니다. 표준화된 모듈을 바탕으로 해외 각 법인에서 4대 중점교육인 신입 입문교육과 핵심가치교육, 윤리교육 그리고 직무OT가 원활하게 실시될 수 있도록 많은 관심과 적극적인 지원을 아끼지 않을 것입니다.

직무자격 인증 제도

롯데쇼핑은 직원들이 직무별 기본 지식과 실무 능력을 강화하여 직무 전문가로 성장할 수 있도록 롯데그룹 주관의 직무자격 인증 제도를 운영하고 있습니다. M2~A Grade 직원들을 대상으로 하며, 총 16개 과정(전략경영, 마케팅, HRD, HRM, 생산관리, 재무회계, 유통영업, 식품영업, 구매, MD기본, 패션MD, 식품MD, 홍보, CS-CRM-CEM기본, 물류, E-biz)의 교육 프로그램으로 구성되어 있어 담당 직무를 수행하기 위한 기초 직무 지식부터 실무 전문가로서 필요한 전문 지식에 이르기까지 체계적으로 습득할 수 있습니다. 온라인 과정을 수료한 후 오프라인 시험을 합격할 경우 직무자격 인증을 취득하게 됩니다. 2012년부터 2014년까지 3개년 동안 온라인 과정을 수료한 인원은 총 802명, 오프라인 시험에 합격하여 직무자격 인증을 취득한 인원은 총 469명입니다. 향후에는 직무 전문가 육성과 함께 자발적인 개인 경력관리가 가능한 시스템으로 발전시켜 나갈 계획입니다.

롯데유통대학

롯데쇼핑은 유통업에 대한 깊은 이해와 전문성을 갖춘 유통 전문 인력을 양성하기 위해 1994년부터 롯데유통대학을 운영해 오고 있습니다. 교육생은 1년간의 집합 교육(유통, 마케팅, MD 등)과 해외 연수 등 다양한 교육 프로그램을 통해 유통업에 관한 다양한 부분들을 체득할 수 있습니다. 유통대학의 궁극적인 목표는 롯데쇼핑의 미래를 이끌어갈 차세대 핵심인재의 육성이며, 주요 교육 방향은 유통 전문 지식 습득, 사내 인적 교류를 통한 상호 소통, 현장 문제 해결형 학습조직 구축 등입니다. 교육생은 각 부서의 대리, 사원급을 대상으로 하여, 근무 성적, 어학 능력, 학습 의지, 평판 등을 참고하여 다양한 경력을 가진 우수한 인재를 선발, 모집하고 있습니다. 1년간 이론 교육에 대한 지필 테스트, 개인 조사 연구 발표, 팀 프로젝트 실시 등의 다양한 학습 평가를 진행하고 있으며, 이 결과를 바탕으로 졸업 시에는 인사 평가에 반영되도록 운영하고 있습니다. 또한 교육생의 학습 성과에 따라 선진 유통환경을 보고 배울 수 있도록 해외 연수 기회 또한 제공하고 있습니다. 롯데유통대학은 1995년 1기

롯데유통대학 졸업 현황

구분	1~19기(1994~2012년)	20기(2013년)	21기(2014년)	합계
졸업	602	34	29	665

졸업생 28명을 배출한 이후 현재 21기까지 총 665명의 유통 전문 인력을 양성했으며, 매년 주제연구 발표에서 5~6개의 유통 전략 과제에 대한 심도 있는 연구를 진행해 업무 개선과 신성장동력에 대한 새로운 아이디어를 제시하고 있습니다.

MD 직무 역량 강화

MD 직무를 새로 맡게 된 신입 수석바이어와 바이어의 업무 적응을 돕고 MD로서의 전문성을 기를 수 있도록 3단계에 걸친 신입 수석 바이어와 바이어 대상 교육을 실시하고 있습니다. 기본적으로 알아야 할 실무적인 내용뿐 아니라 상품군의 트렌드와 폭넓은 관련 지식을 제공함으로써, 자신이 맡은 상품군에 대한 이해를 높이고 새로운 다양한 관점에서 업무 소양을 향상시키는 것이 목표입니다.

1단계: 입문 교육

신입 수석바이어와 바이어를 대상으로 업무 적응을 위한 이틀간의 입문 교육을 실시합니다. 이틀간 매출 관리, 상품본부 업무 진행 절차, 온라인 매출 분석 등 상품본부의 실무 내용들에 대한 교육과 공정거래, 동반성장 제도, 정보보호 등 MD로서의 기본적인 소양을 기를 수 있는 교육이 진행됩니다.

2단계: MD 실무 과정(MD아카데미)

입문 교육 후 각 상품군별로 MD 전문 지식을 습득하게 됩니다. 2013년에는 패션 및 잡화, 식품, 생활가전 세 개의 클래스에서 각 상품군의 최신 트렌드와 마케팅 전략 등을 학습하였습니다. 2014년에는 협상의 기본 스킬, 연간 MD 진행 스케줄, 신규점 및 정기 MD 실무와 브랜드 입퇴점 관리 등 보다 전반적인 실무 중심의 상세한 직무 관련 교육에 포커스를 두고 진행하였습니다.

- 패션/잡화 클래스(트렌드 및 마케팅 전략, VMD 전략, 해외 브랜드 소싱 실무)
- 식품 클래스(식품 소비 트렌드 및 마케팅 전략, 푸드 스타일링)
- 생활가전 클래스(최근 라이프스타일 및 관련 트렌드, 공간 스타일링)

3단계: MD 마스터 과정

신입 수석바이어와 바이어 교육의 마지막 과정으로서 MD 업무에 필요한 기본 자질인 협상 및 설득의 기술을 학습하고 브랜드 개발부터 유치까지의 전 과정을 실무적 관점에서 리뷰해 봄으로써 MD로서의 전문성을 제고합니다. 2014년에는 상품개발 클래스와 직매입 클래스 2개 과정으로 진행하여 콘텐츠 개발 및 아울렛 편집숍 개발 과정과 상품 구매 실무 팁 등 보다 자발적이면서도 전문성이 강화된 실무 전문가 양성에 주력하였습니다.

어학 교육 지원

롯데쇼핑은 임직원의 자기개발 기회를 확대해주기 위해 학원비, 사내 어학 과정, 모바일 과정 등의 외국어 학습을 지원해주고 있습니다. 또한 영어, 중국어, 일본어 등 6개 언어를 승진가점에 포함시키고 외국어 성적 우수 부문(점) 포상을 진행하고 있습니다. 향후에는 해외시장으로 사업영역을 확장해 나가는 데 반드시 필요한 어학 능력을 갖춘 글로벌 인재 양성에 집중할 것입니다. 모바일 과정 등 현재 진행 중인 언어 이외에 더욱 다양한 외국어 학습 기회를 지원함으로써 글로벌 유통기업에 걸맞은 외국어 교육 프로그램 제공해 나갈 것입니다.



직무교육(유통대)

학원비 지원(일반 직원: 월 15만 원 이내, 임원·점장: 월 50만 원 이내 실비 지원)

일반 직원 학원비 지원 현황

구분	2014	2015(4월)
신청 인원	55명	40명

임원·점장 학원비 지원 현황

구분	2014	2015(4월)
신청 인원	31명	14명

모바일 과정(모바일 앱 다운 후 청취 : 영어, 중국어, 일본어 지원)

구분	2014	2015(4월)
신청 인원	50명	154명

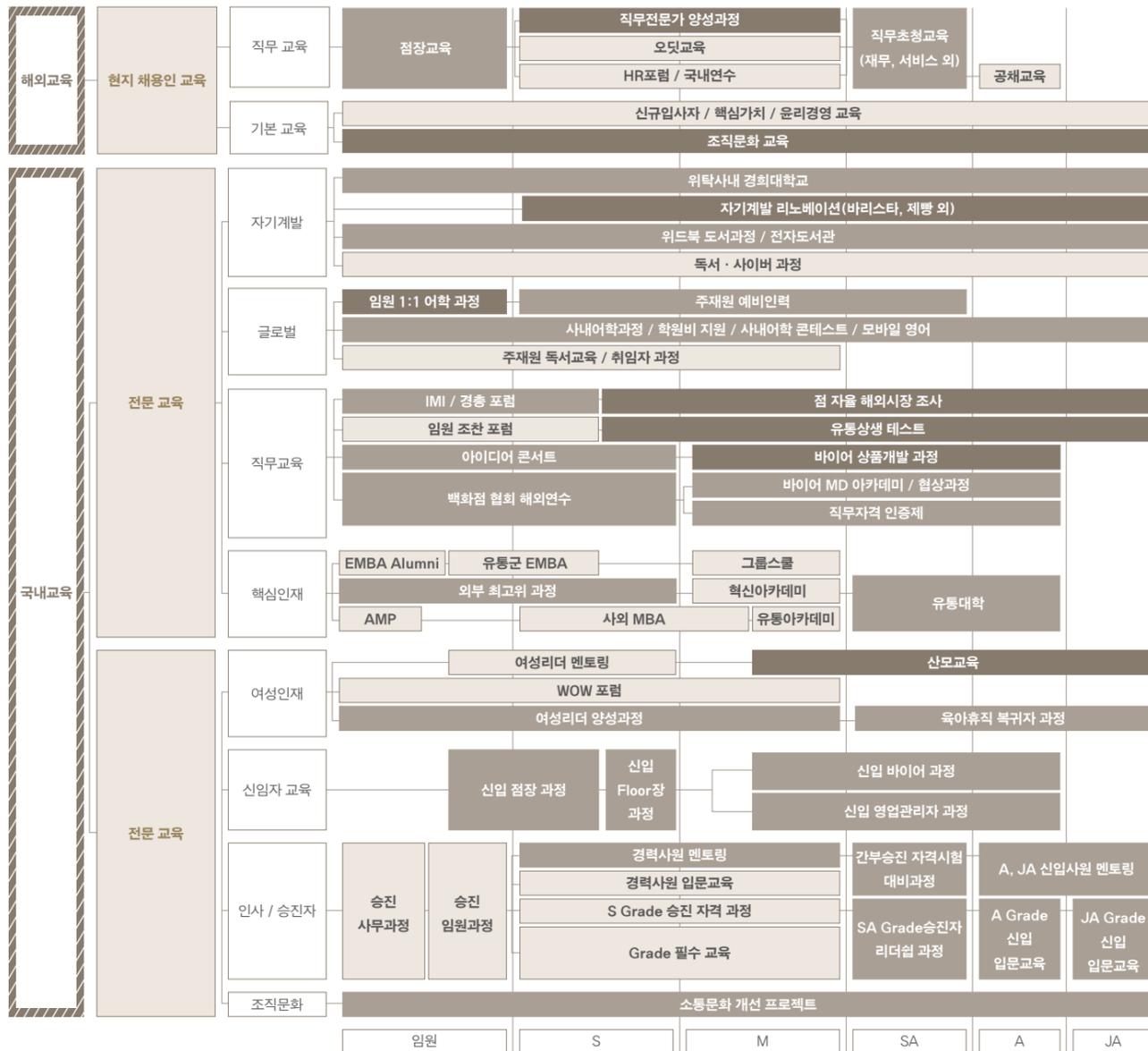
사내 어학 과정(영어, 중국어, 일본어, 베트남어, 인니어, 러시아어 지원)

구분	2014	2015(4월)
개설반 수	27반	12반

※ 개설반 수는 월평균



롯데쇼핑 교육 체계



복지 제도

롯데쇼핑은 일과 삶이 조화될 일하기 좋은 직장을 구현하기 위해 유통업계 최고 수준의 복지제도를 도입해 운영하고 있습니다. 가족친화경영을 기반으로 휴직 제도와 학자금 지원, 퇴직 지원 등 실질적인 프로그램을 제공할 뿐만 아니라 임직원과의 원활한 소통을 위해 다양한 소통 채널을 운영하고 있습니다.

퇴직 지원 제도

롯데쇼핑은 퇴직자에게 재직 기념패 수여, 각종 증명서 무료 우편 발송 등의 지원 프로그램을 시행하고 있습니다. 또한 퇴임 임원에게는 롯데백화점 MVG 혜택을 제공하고, 콘도 이용, 경조사 지원, 생일 선물과 어린이날 선물 지급, 정기 건강 검진 지원 등의 복지 혜택도 제공합니다. 2008년부터는 퇴직자에 대한 체계적 관리와 지원을 목적으로 전직 지원 프로그램인 '아웃플레이스먼트 (Outplacement) 제도'를 실시하고 있습니다. 재취업, 창업, 생애설계 등 실질적인 프로그램을 제공함으로써 퇴임 임원의 성공적인 경력 전환과 롯데그룹의 기업가치 제고에 기여하고 있습니다.

자기개발형 안식년 제도

2015년 4월부터 롯데쇼핑은 임직원들에게 자기개발의 기회를 제공하여 조직 성과에 기여하고, 개인의 일과 삶의 조화로운 분위기를 조성하기 위해 자기개발형 안식년 제도를 도입하였습니다. 지원 가능한 대상자는 근속 20년 이상의 사원 및 간부사원으로 매년 1~2월 중 지원자가 제출한 자기개발 계획서의 심사를 거쳐 대상자를 선정하게 됩니다. 기간은 최소 6개월부터 1년, 최대 2년까지 사용 가능합니다.

소통 채널 확대

내부적으로는 임직원 의견을 반영한 신규 제도를 시행하고 소통 채널을 확대하고 있으며, 외부적으로는 글로벌 우수 인재 확보를 위해 채용 프로세스의 다양화를 시도하고 있습니다.

학자금 지원

임직원의 자녀 교육을 지원하고자 학자금 지원 제도를 운영하고 있습니다. 이 제도를 통해 2013년에는 2,827명의 임직원이 총 19.3억 원, 2014년에는 3,035명의 임직원이 총 21.6억 원의 학자금을 지원받았습니다. 앞으로도 임직원 자녀가 보다 나은 교육 혜택을 누릴 수 있도록 학자금 지원을 늘려갈 것입니다.

아웃플레이스먼트 프로그램

구분	과정 목적	내용
재취업 프로그램	변화관리의 주체자로서 셀프리더십 마인드를 배양하고 커리어를 능동적으로 설계할 수 있도록 하는 과정	• 자기진단, 목표설정, 변화인식 • 구직준비, 구직실행 • 경력관리
창업 프로그램	창업에 니즈가 있는 희망자에게 창업 준비 실행을 전략적으로 할 수 있도록 지원하는 과정	• 진단/분석 • 성공창업을 위한 준비 • 단계창업 실행 • 창업 후 사후 관리
생애설계 프로그램	경력관리, 시간관리, 재정관리, 건강관리를 균형 있게 할 수 있는 프로그램	• 탐색과정 • 개인별 선택 프로그램 (재취업, 창업) • 생애설계 포트폴리오 작성

의견수렴을 통한 제도 개선

내부고객	Job Marketing 부서의 필요 직무 역량과 직원들의 희망 근무 부서 의견 수렴 → 업무 적합성 및 근무 의욕 강화
	자녀입학활동 휴직 제도 입학 자녀를 둔 임직원의 고충 청취 → 육아 걱정 없이 일할 수 있는 근무환경 조성
	자기개발형 안식년 제도 업무 전문성 및 개인 역량 향상 희망 의견 수렴 → 자기개발을 통한 skill-up 기회 부여
외부고객	해외 현지채용인 로열티 카툰 제작 현지 문화를 반영한 교육자료 제작 → 해외 현지채용인 로열티 제고 및 비전 공유
	한국인 유학생 해외점포 인턴십 시행 중국 현지 캠퍼스 리쿠르팅 진행 및 해외 점포 인턴십 → 의사소통 능력 및 문화 수용능력 보유 인재 확보
	글로벌 인재 채용 설명회 글로벌 우수 인재 초청 회사 소개, 선배와의 대화 등 → 글로벌 역량을 갖춘 인재 지원 유도

2014년 자녀 학자금 지원 현황 (단위: 백만 원)

분기	대학교	고등학교	유치원	계
1분기	688	131	68	887
2분기	14	136	86	235
3분기	583	131	78	792
4분기	29	137	82	248
계	1,314	535	313	2,162

가족친화경영

일과 삶이 조화되는 일하기 좋은 일터를 만들기 위해 가족친화경영을 적극적으로 펼치고 있습니다. 매년 휴가철에는 하계 휴양소를 운영하여 임직원들이 보다 편하게 휴가를 떠날 수 있고, 휴가 중에 다양한 체험 이벤트를 즐길 수 있도록 돕고 있습니다. 또한 가족끼리 즐거운 시간을 보낼 수 있도록 문화, 스포츠, 여행 등 다양한 테마의 프로그램을 진행하고 있으며, 2013년부터는 업계 최초로 '직원 사랑 상조회'를 도입함으로써 보다 높은 수준의 복지를 제공하고 있습니다. 이러한 가족친화경영을 인정받아 2009년에 여성가족부로부터 가족친화경영 인증을 획득하였으며, 2012년과 2014년에 재인증을 받았습니다. 또한 2013년 5월에는 여성가족부로부터 '가족친화경영대상'을 수상하기도 했습니다.

사내 소통을 위한 'Communis' 팝업창

롯데쇼핑의 핵심가치 중 하나인 '소통'을 실현하기 위해 그룹웨어에 '나눔 · 소통 · 공동체'라는 뜻의 'Communis' 팝업창을 운영하고 있습니다. 매일 팝업창을 통해 영업 및 사내 일정을 전 임직원과 공유할 뿐만 아니라 패션 · IT · 경제 등 다양한 테마의 정보를 제공함으로써 지식 공유를 통한 소통을 이루고자 노력하고 있습니다.

한마음협의회 운영

임직원 간의 소통과 협력을 위한 공동기구로서 한마음협의회를 운영하고 있습니다. 매월마다 부문별 정기 협의회를, 매 분기마다 전사 협의회를 각각 실시하고 있으며, 경영 의사결정 과정에 임직원 대표가 참여함으로써 보다 원활한 소통과 합리적인 경영 관리를 추구할 수 있습니다. 한마음협의회를 통해 임직원의 근로 환경과 인사 · 노무 제도, 업무 프로세스를 개선하고 크고 작은 고충을 해결하는 등 다양한 성과를 창출하고 있습니다.

노동조합 활동

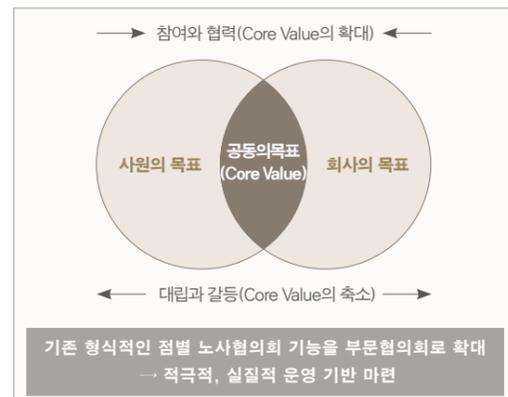
롯데쇼핑 노동조합은 상생의 노사관계가 기업 발전의 밑거름이라는 신념으로 30년간 무분규 사업장을 유지해 왔습니다. 노사화합 공동 선언을 통해 노사가 함께 '회사 경쟁력 제고, 고용 안정과 직원 기본권 보장, 복리후생 향상' 등에 노력을 기울이고 있습니다. 이러한 노력을 인정받아 2011년부터 4년 연속 GWP 주관 '일하기 좋은 100대 기업' 대상을 수상하였습니다.

가족친화경영 방침



가족친화 우수기업 인증

한마음협의회 설치 목적



롯데쇼핑 노동조합 가입 현황(2014년 기준)

구분	롯데백화점	롯데마트
가입대상	1,893명	11,500명
가입인원	1,150명	1,400명
전임자	5명	3명
상급단체	한국노총, 전국연합노동조합연맹	한국노총, 관공서비스연맹

파트너사 금융 지원

롯데쇼핑은 중소 협력회사의 자금난 해소를 지원하기 위해 동반성장기금과 동반성장펀드를 운영하고 있으며, 해마다 규모를 확대해 실질적인 지원이 이루어지도록 힘쓰고 있습니다. 또한 구매 관련 협력회사까지 자금 지원 범위를 넓히는 등 전 협력회사를 대상으로 다양한 지원 제도를 확산해 나가고 있습니다.

동반성장 기금과 펀드 규모 확대

롯데쇼핑은 협력회사의 금융지원 제도로 '동반성장기금'과 '동반성장펀드'를 조성하여 운영하고 있습니다. 동반성장기금은 자체 조달 재원을 바탕으로 지원하는 형태로서 이를 통해 2014년 한 해 롯데백화점은 37억 원, 롯데마트는 40억 원을 협력회사에 지원하였습니다. 동반성장펀드는 금융권에 예치한 자금을 운영하여 협력회사가 대출을 원할 때 금리우대를 받을 수 있게 한 제도입니다. 동반성장펀드를 통해 롯데백화점은 2014년 한해 162건, 794억 원을, 롯데마트는 117건, 900억 원을 지원했습니다.

결제 제도 개선

협력회사의 원활한 자금 흐름을 지원하기 위해 구매대금의 현금 결제를 전면적으로 시행하고 있으며, 2011년에는 상품대금 지급기일을 단축하였습니다. 2011년 4월부터 익월 20일에 지급하던 직매입 대금을 10일로 앞당겼으며, 동반성장협약을 체결한 중소협력사 대상의 특정매입은 기존 30일에서 10일, 임대업체도 기존 20일에서 10일로 각각 단축하였습니다. 이를 통해 중소 협력회사의 자금난을 해소하고 신뢰에 바탕을 둔 거래를 공고히 하는 성과를 가져왔습니다.

상생결제 시스템 운영

롯데마트는 유통업계 최초로 상생결제 시스템을 구축하여 운영하고 있습니다. 상생결제 시스템이란 롯데마트의 1차 거래 파트너사의 협력사인 2·3차 중소기업의 원활한 자금 운영을 위해 1차 파트너사의 현금결제 비율을 높이고 자금을 지원하는 시스템입니다. 이를 위해 상생결제 홈페이지를 구축하여 상시 모니터링 시스템을 운영하고 있습니다.

동반성장펀드 지원 현황

누계 건수(단위: 건)

합계	462
2014년	162
2013년	148
2012년	86

누계 금액(단위: 억 원)

합계	2,646
2014년	794
2013년	796
2012년	542

동반성장기금 지원 현황

누계 건수(단위: 건)

합계	206
2014년	25
2013년	27
2012년	66

누계 금액(단위: 억 원)

합계	408
2014년	37
2013년	41
2012년	130

공정거래자율준수 프로그램

롯데쇼핑은 파트너사와의 공정한 거래문화를 조성하고 상호 협력적 관계 확립을 위해 공정거래자율준수 프로그램을 운영하고 있습니다. 이는 사전 예방을 위한 교육, 위반 여부 감독, 후속 평가와 개선 조치 등으로 구성되어 있으며, 철저한 제도 시행을 통해 공정한 거래문화 확산에 기여해 나갈 것입니다.

공정거래자율준수 프로그램

공정거래자율준수 프로그램(CP: Compliance Program)은 기업이 공정거래 관련 법규를 자율적으로 준수하기 위해 운영하는 준법 시스템이자 행동규범을 의미합니다. 롯데쇼핑은 2001년 업계 최초로 공정거래자율준수 선포식을 개최하여 파트너사와 공정하고 수평적인 동반자 관계 정립을 선언하였고, CP 프로그램이 지속적이고 효율적으로 작동할 수 있도록 다양한 자율준수 시스템을 마련하여 운영 중입니다. CP 프로그램 운영 시 교육과 감독, 제재 및 평가, 피드백이라는 프로세스를 통해 법규 위반 가능성을 최소화하고, 파트너사와의 동반성장에 최선을 다하고 있습니다.

롯데쇼핑에 근무하는 직원 모두가 CP 프로그램 내용을 숙지할 수 있도록 전 직원을 대상으로 하는 정기교육과 신입 수석 바이어, 바이어 등을 대상으로 하는 수시교육, 그리고 온라인 학습과정과 외부 연계교육 등의 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 특히, 상품본부 부문장과 영업본부 점장을 CP책임자로, 상품본부 수석 바이어 및 영업본부 영업총괄팀장을 CP담당자로 선정하여 현장에서 책임경영을 하고 있으며, 법위반 위험을 최소화할 수 있도록 자체 교육과 점검을 수행하고 있습니다. 상품본부와 영업본부에 대해 연 2회 이상의 정기 점검을 실시함으로써 공정거래법 위반 가능성을 사전에 차단하고자 노력하고 있습니다. 또한 입퇴점 및 인테리어 철차 준수, 판촉행사 참여 강요, 소비자 오인 가능성이 있는 표시·광고 행위 등 유통업의 특성상 법규 위반 가능성이 높은 항목 위주로 현장 모니터링을 시행하여 불공정 거래행위로 파트너사나 고객에게 불이익이 발생하지 않도록 하고 있습니다.

법규 위반 위험행위 또는 위반행위 발견 시 행위자에 대한 인사징계 등 제재 조치와 함께 파트너사의 불이익 해소 등의 자진시정 조치를 취하고 있으며, 위반사례는 관련 업무지침과 함께 전사에 전파하고 있습니다. 또한 파트너사와의 거래에서 파트너사가 억울하거나 불

편을 느꼈던 부분을 바로 잡기 위해 공정거래 신문고를 운영하고 있습니다. 파트너사 등이 익명의 홈페이지 제보를 접수하는 경우 사건의 진위를 신속히 파악하여 개선책을 찾도록 하고 있습니다.

공정거래자율준수 시스템 프로세스

구분	내용
교육 및 사전	• 공정거래자율준수 매뉴얼 및 최신 업무지침 배포
예방 활동	• 전 직원 대상 정기교육 및 영업관리자 대상 수시교육 실시 • CP 책임관리자 선정 및 준법필수교육 시행 • 롯데백화점 공정거래 준법필수교육 도입 예정(2015년 6월)
CP 위반 여부	• MD 개편 및 인테리어 관련 대규모유통업법 준수 여부
감시·감독	• 판매촉진비용 부당전가 및 동료사원 부당파견 행위 • 부당한 표시·광고행위 • 판촉행사 참여 강요 행위 등
평가 및 개선 조치	• 연간 2회 공정거래 제재위원회 개최로 위반행위자 24명 징계 • 위반사례 전사 공유 및 자진시정 실시

공정거래자율준수 교육 실시

롯데쇼핑은 연간 교육계획을 수립하여 신입사원과 파트너사 대면 부서인 상품본부, 영업본부 직원들을 중점 대상으로 CP 교육을 실시하고 있습니다. 2014년에는 3,433명의 직원에게 40회의 사내·외 교육을 실시하였으며, 특히 영업 및 상품본부 직원들에 대해서는 반기당 2시간 이상의 교육을 이수하도록 하고 있습니다. 또한 전 직원의 공정거래법 이해도와 교육 효과를 평가하기 위해 연 1회 이상 공정거래 테스트를 실시하여 교육이 실질적인 성과를 낼 수 있도록 시스템화하고 있습니다. 2014년 5월에는 법무법인 변호사를 활용하여 각 점별 CP담당자를 대상으로 공정거래 워크숍을 개최하고 대규모유통업법 교육을 실시하였습니다. 아울러 전 직원의 공정거래에 대한 관심도 제고와 최신 규제법령 및 관련 사례의 공유를 위해 본사의 공정거래 담당직원들이 상품본부와 영업본부를 직접 방문 교육하여 법률 위반을 사전에 방지하고 있습니다. 앞으로 자체 교육과 공정거래 실무자를 포함한 외부기관 연계교육을 확대하여 CP 프로그램의 효율적 운영을 뒷받침할 예정입니다.

2014년 공정거래자율준수 관련 교육 (단위: 명)

구분	교육명	인원	일시	비고	
사내교육	1	동계 인턴사원 입문교육	54	1.3	
	2	유통스쿨 1기 교육	30	2.12	
	3	유통상생 테스트	2,594	2.12, 5.8	교육 및 테스트
	4	상반기 신입 점장 교육	5	2.17	
	5	JA Grade Level-up 교육	12	2.19	
	6	상반기 신입 팀장 교육	24	3.4	
	7	상품본부 신입 CMD MD 교육	62	3.12	
	8	상반기 신입 파트리더 교육	138	3.18, 20	
	9	상반기 CP담당자 워크숍	77	5.3	외부 변호사 강의
	10	14년 하계 인턴사원 입문교육	59	7.2	
	11	수원점 오픈 공정거래 교육	33	1.17	
	12	상반기 A Grade 신입사원 강의	61	8.1	
	13	JA Grade 4기 신입사원 입문교육	22	9.24	
	14	전점 영업팀장 공정거래교육(영남)	51	9.29~30	
	15	전점 영업팀장 공정거래교육(수도권 및 호남)	125	10.22~23	
	16	동부신점 오픈 공정거래 교육	34	11.21	
합계		3,381			
사외교육	1	대규모유통업법의 이해	2	4.17	
	2	14년 상반기 CP포럼	3	4.17, 18	
	3	그룹 공정거래 실무교육	3	4.24	
	4	농식품 불공정거래 예방교육 1차	4	5.21	
	5	사례로 배우는 표시광고법의 이해	3	6.24	
	6	사례로 배우는 전자상거래법의 이해	3	6.25	
	7	농식품 불공정거래 예방교육 2차	1	7.8	
	8	그룹사 하도급법 교육	4	7.11	
	9	공정거래 관련 형사사건 실무 및 전속고발권의 이해	1	7.17	
	10	서울대학교 경쟁법센터 2014년 제2차 법·정책 세미나	1	7.17	
	11	공정거래위원회 부위원장 초청 임원 간담회	1	8.29	
	12	서울대 경쟁법센터 컨퍼런스	2	9.3	
	13	제8차 서울국제경쟁포럼	4	9.4	
	14	공정거래법 전문연구과정	1	9.12~11.28	
	15	법무전문 인력 레벨업 교육	1	10.14~11.18	
	16	그룹 CP 임원 조찬회	2	10.28	
	17	공정위 공정거래 간담회	1	10.3	
	18	그룹 공정거래 워크샵	1	10.31	
	19	그룹 공정거래 집합교육	2	11.12	
	20	기업거래정책 제도개선 특강	1	11.19	
	21	서울대 경쟁법센터 세미나	4	11.24	
	22	공정경쟁연합회 심포지움	2	11.28	
	23	해외 공정거래법 개요	2	12.9	
	24	허빈기 공정거래 세미나	1	12.11~12	
	25	사전심사청구제도 활용	2	12.12	
합계		52			

공정거래 내부 지침 및 제도 개선

‘대규모유통업에 있어서의 거래공정화에 관한 법률’이 2012년 1월 1일부로 시행됨에 따라 법의 제정 내용을 반영하여 서면계약사항(거래 형태, 상품의 반품조건, 종업원 등의 파견조건 등)을 구체적으로 명시하고, 파트너사와의 공정한 거래를 준수하여 공정한 거래 질서에 반하는 행위를 요구하거나 지위를 남용하여 거래를 강요하지 않으며, 나아가 상호 간의 동반성장을 지원하는 것 등을 주요 내용으로 하는 표준거래계약서를 수정·보급하였습니다. 표준거래계약서의 보급은 대규모유통업법 제정의 주요 취지인 바람직한 서면계약체결문화를 만드는 데 일조하는 한편, 법령에 대한 임직원들과 협력회사의 이해도를 높여 계약이행 단계에서 다툼의 소지를 줄임으로써 발생 가능한 불이익과 분쟁발생요소를 사전에 차단하는 데도 기여할 수 있습니다. 또한 정기적으로 MD 개편과 판매촉진행사 관련 업무지침 등을 전자결재시스템을 통해 전파·공유하고 있으며, 업무 매뉴얼을 제작하여 그룹웨어 시스템에 공유함으로써 전 직원들이 업무를 진행할 때 쉽게 참고할 수 있도록 하고 있습니다.

CP 프로그램의 실행력 강화

2012년 발효된 대규모유통업법 시행에 따른 CP 운영계획의 일환으로 통합전자문서 시스템(ECS)을 구축하고 전자계약을 확대하여 실시하고 있습니다. 통합전자문서 시스템 구축을 통해 롯데쇼핑과 파트너사 간 계약서 및 약정서, 판촉행사 관련 공문 등의 체계적 보관이 가능해졌으며, 대규모유통업법에서 새롭게 만들어진 서류보존의무(5년)도 안정적으로 준수할 수 있게 되었습니다. 롯데쇼핑은 계약 사후 체결, 계약사상 중요 사항 미기재 등 발생 가능성이 큰 법률 위반행위를 근절하기 위해 전자계약을 실시하고 있으며, 이러한 노력은 기존 서면계약제도와 비교하여 계약업무 간소화에도 크게 기여할 것입니다.

또한 개정된 대규모유통업법을 세부 업무지침에 반영하여 지속적으로 전 직원들에게 전파하고 공유할 계획이며, 본사 공정거래 조직을 통해 상품본부 및 영업본부 전 점포를 대상으로 반기당 2시간 이상 현장교육을 실시하고 각 팀 및 점별 CP담당자를 대상으로 연 2회 이상 공정거래 워크숍 또는 교육을 실시할 예정입니다. 나아가 현장에서 파트너사와 거래 시 공정거래를 준수하는지의 여부를 실질적으로 확인하기 위해 영업현장을 대상으로 연 2회 이상 엄중한 현장점검을 실시하고 피드백할 계획입니다.

불공정 행위를 행한 임직원에 대한 인사상의 제재 조치를 강화하여 직원들로 하여금 불공정 행위에 대한 경각심을 갖게 하고, 사내 변호사 등을 강사로 활용하여 직원들에게 심도 있는 공정거래 교육을 진행할 예정입니다. 또한 공정거래 온라인 교육을 도입하여 영업현장에서 실무적으로 유의해야 할 부분에 대해 효과적인 교육을 진행할 것입니다.

CP 프로그램 관련 연도별 주요 성과 및 연혁(2010~2014년)

구분	세부 내용
2010년	<ul style="list-style-type: none"> • 신입사원, 대표이사 외 각 점장 및 상품본부 부문장 등 대상 공정거래 교육 83회 5,183명 • 협력회사와의 동반성장 및 공정거래협약 체결(640개 협력회사) • 상품본부·영업본부 CP담당자 공정거래 워크숍 • 불공정행위 및 판촉행사·인테리어 관련 비용 전가 등 점검 • 공정거래자율준수 관리자 서신 발송(약 960개사 발송) • 자율준수편람(통권9호) 배포 및 공정거래 테스트 실시(1,694명) • 소평법인 CP관리자 Alliance 진행
2011년	<ul style="list-style-type: none"> • 마케팅부문장 공정거래자율준수 관리자 선임 • 협력회사와 롯데그룹(쇼핑, 건설, 호남석유화학) 동반 협약 체결(510개 협력회사) • 신입사원, CP책임관리자, 상품본부·영업본부 등 공정거래 교육 103회 8,175명 • 판촉행사, 인테리어, 표시·광고 관련 공정거래 점검 • 자율준수편람(통권10호) 배포 및 공정거래 테스트 실시
2012년	<ul style="list-style-type: none"> • 상품본부·영업본부 CP담당자 공정거래 워크숍(6월) • 신입사원, CP책임관리자, 상품본부·영업본부 등 공정거래 교육 76회 6,379명 • 상품본부·영업본부 공정거래 점검 • 직원 대상 공정거래 테스트 실시
2013년	<ul style="list-style-type: none"> • 마케팅부문장 전무 공정거래자율준수 관리자 선임 • 상품본부·영업본부 CP담당자 공정거래 워크숍(6월) • 신입사원, CP책임관리자, 상품본부·영업본부 등 공정거래 교육 29회 4,269명 • 판촉사원 가이드라인 준수, 판촉비용 전가, 인테리어 비용 분담 여부 등 집중 점검 • 직원 대상 공정거래 테스트 실시
2014년	<ul style="list-style-type: none"> • 마케팅부문장 전무 공정거래자율준수 관리자 선임 • 현장 CP담당자 대상 공정거래 워크숍 77명(6월) • 상품본부·영업본부 전 직원 대상 유통상생테스트 2회 실시 2,594명(2월, 5월) • 신입사원, CP책임관리자, 상품본부·영업본부 등 공정거래 내부교육 16회 3,381명 • CP 역량 강화를 위한 공정거래 담당자 외부교육 24회 52명 • 대규모유통업법 및 표시광고법 등 위반 여부 현장 모니터링 실시

동반성장

롯데쇼핑은 협력회사와 비전을 공유하고 지속가능한 동반성장을 도모하기 위해 상생소통협의회, 부문별 간담회 등 소통 채널을 다양화하고 있습니다. 또한 정기적인 의견수렴 활동을 통해 협력회사의 의견에 귀 기울여 이를 내부 제도 개선에 반영해 나가고 있습니다.

제 1회 상생소통협의회의

협력회사와의 의사소통 채널 중 하나로 롯데백화점은 2014년 제1회 상생소통협의회를 개최하였습니다. 중동텍스타일, 로만손, 토니모리 등 총 9개 중소협력사 대표들을 초청하였으며, 회사에서는 마케팅 부문장과 잡화·여성·남성·생활가전부문장이 참석하여 협력사 애로사항에 대한 실질적 공유와 개선을 위한 자리를 가졌습니다.

상품본부 각 부문별 주최 간담회

롯데백화점 상품본부에서는 각 부문별로 협력사들을 초청하여 협력사 현장 의견을 청취하고 상생협력 방안을 모색하는 자리를 가졌습니다. 2014년 3월에 영·여성부문 협력사 담당임원과 실무자 90명, 롯데백화점의 여성패션부문장 등 48명이 참석하여 예비뉴얼 11층과 본점 무궁화홀에서 간담회를 진행하였습니다. 9월에는 잡화부문과 생활가전부문에서 각 협력사 대표, 영업부서장, 실무자들이 함께 산행을 가지며 편안하게 소통하는 기회를 가졌습니다. 10월에는 남성스포츠부문 협력사 담당임원들을 초청해 남한산성에서 간담회를 열고 의견을 공유하는 자리를 마련하였습니다.

협력회사 동반성장 홈페이지 개설

롯데쇼핑은 협력회사와 소통을 위해 상품본부 홈페이지를 운영하고 있습니다. 사이트에는 자금 지원, 교육 지원 프로그램 설명과 입점 상담, 동반성장 소통 등의 메뉴를 운영해 협력사와의 실질적인 동반성장을 위해 힘쓰고 있습니다.

4년 연속 동반성장지수 1위

롯데마트는 모든 파트너사와 공정한 거래질서를 확립하고 소통을 바탕으로 신뢰를 구축하고자 노력하고 있습니다. 진정한 동반성장을 실현하기 위해 소통과 존중문화 정착, 공동상품 개발 확대, 자금 지원 확대, 경영효율 개선 지원 강화, 해외 판로 개척 지원의 5대 실천전략을 토대로 파트너사에게 도움이 될 수 있는 실질적인 지원 프로그램을 고민하며 실천하고 있습니다. 이러한 노력에 힘입어 2011년부터 4년 연속으로 동반성장지수 유통업계 1위에 선정되었습니다.

CEO의 현장 소통과 협력 강화

롯데마트는 대표이사가 정기적으로 거래 파트너사를 방문하여 현장의 소리에 귀 기울이는 소통경영을 강화하고 있습니다. 이를 통해 공정한 거래와 동반성장 문화 정착에 대한 CEO의 의지를 거래 파트너사에 전달하고, 상호 상생·협력을 위한 소통의 장으로 활용하고 있습니다.



롯데백화점 상생소통협의회

04 THINK BETTER TOMORROW

환경과 사회

더 나은 미래를 열어갑니다

롯데쇼핑은 글로벌 유통기업으로서 더 나은 미래를 열어가기 위해 가야할 길, 해야할 일을 생각합니다. 지구 환경을 건강하게 지키고 지역사회의 문제 해결에 동참하려는 노력도 그 중 하나입니다. 환경에 미치는 영향을 최소화하는 환경경영을 체계적으로 실천하고 임직원, 고객과 함께 하는 환경 캠페인을 효과적으로 펼칩니다. 아울러 국내와 해외에서 지역사회 문제 해결에 기여하고 이웃들에게 희망을 전할 수 있는 나눔 활동을 꾸준히 이어갑니다. 환경, 사회와 함께 조화롭게 성장하는 적극적인 지속가능경영으로 모두가 꿈꾸는 미래를 앞서 열어가겠습니다.



ISO
140001

2015년 1월 인증 갱신

105

녹색매장 점포 수
백화점, 마트

268

사회공헌사업 비용
단위: 억 원

781,045

온실가스 목표관리제
2013년 대비 감소(단위: ton)

47.2

녹색 구매
단위: 억 원

35

급여나눔을 통한 러블리 하우스
단위: 호



Lovely life

환경경영 시스템

롯데쇼핑은 2004년 4월에 업계 최초로 환경가치경영을 선포한 이래 환경보호의 가치를 확산해 나가고 있습니다. 각 사업부에서는 모든 경영활동에서 환경에 미치는 영향을 최소화하고자 노력하고 있으며, 임직원, 고객, NGO 등 이해관계자와 함께하는 다양한 환경보호 캠페인을 실천하고 있습니다.



환경경영 방침

롯데쇼핑은 우리 모두에게 소중한 삶의 터전이자 생명의 근원인 자연을 지키며, 친환경적이고 지속가능한 성장을 도모한다는 취지에 환경경영 방침을 선언하였습니다.

그린 롯데

롯데쇼핑은 환경의 가치를 널리 인식시키고 친환경 소비 문화를 확산해 나간다는 환경경영의 취지를 담아 'Green LOTTE'라는 슬로건을 설정했습니다. 또한 그린 롯데의 캐릭터로 '새로미'와 '해미'를 개발하여 다양하게 활용하고 있습니다. '새로미'는 어린 배나무 잎사귀의 형상을 모티브로, '해미'는 동그란 얼굴로 따뜻하게 지구를 비추주는 포근한 해를 모티브로 각각 디자인하였습니다. 새로미가 자연의 시적인 나뭇잎을, 해미는 그 나뭇잎을 잘 자라나게 해주는 태양을 상징적으로 표현하여 그린 롯데의 의미를 잘 전달하도록 하였습니다.

환경경영 시스템 인증

롯데백화점은 2015년 1월 본사와 각 점포(국내 전 사업장)에 대한 국제 환경경영 시스템(ISO14001) 인증 갱신 심사를 완료했습니다. ISO14001은 환경경영에 대한 국제 시스템 규격으로 기업의 활동으로 인한 환경 부하를 지속적으로 모니터링하고 줄여나가는 선진 경영 시스템입니다. 롯데백화점은 2005년에 최초로 인증을 획득한 이후 현재까지 적극적인 환경경영 시스템 운영을 통해 ISO14001 인증을 유지해오고 있습니다.

Green Dream 롯데마트

롯데마트는 유통업의 특성을 살려 고객과 함께하는 친환경 소비문화 확산을 위해 노력하고 있습니다. 2008년 환경경영을 선포한 이래 녹색소비 촉진, 친환경 상품 판매, 녹색매장 구축의 3대 핵심과제를 선정하여 일상 생활에서 고객과 함께하는 친환경 녹색경영을 적극적으로 실천해 나가고 있습니다.

롯데쇼핑 환경경영 방침

1. 환경경영을 통해 국내 유통시장을 보다 친환경적으로 변화시키며, 세계적인 친환경 유통기업으로 자리매김한다.
2. 고객에게 환경의 가치를 알리는 다양한 상품과 생활 문화를 제공하고, 친환경적인 소비생활을 권장한다.
3. 환경경영을 협력회사와 공유함으로써, 협력회사의 환경경영을 선도한다.
4. 환경폐기물과 자원의 절감을 위해 적극 노력하며, 지속적인 환경개선 활동이 이루어지게 한다.
5. 환경 법규를 준수하고, 법규보다 강화된 내부기준을 수립, 실천하도록 한다.
6. 환경기금을 조성하여 다양한 환경보전 활동에 참여하며, 특히 기후변화방지 캠페인을 통해 환경의 소중함을 고객과 사회에 알린다.



그린 롯데 캐릭터

롯데마트 녹색매장 구축 3대 핵심 과제



친환경 캠페인

롯데쇼핑은 임직원, 고객, 협력사, NGO 등 다양한 이해관계자들과 함께 참여하고 실천하는 친환경 캠페인을 꾸준히 펼치고 있습니다. 이를 통해 에너지와 자원 절감, 친환경 소비문화 확산 등 다양한 환경경영 성과를 거두고 있으며, 환경보호에 대한 인식을 개선하고 실천을 장려하는 데 기여하고 있습니다.

그린카드 에코머니 포인트

그린카드는 환경부와 유통사가 공동으로 진행하는 친환경 소비 촉진 카드입니다. 환경부에서 인증한 친환경 제품을 그린카드 소지 고객이 구매하면, 제품 제조사와 유통사에서 에코머니 포인트를 적립해주는 제도입니다. 이렇게 적립된 포인트는 유통업체의 상품권으로 교환하는 등 다양하게 활용할 수 있습니다. 롯데쇼핑은 상시 5%, 친환경 소비 페스티벌 기간인 6월과 12월에는 25%의 포인트 적립 행사를 진행하여, 더 많은 고객들이 친환경 소비를 누릴 수 있도록 유도하고 유도하고 있습니다. 특히, 롯데마트는 유통업계 최초로 PB 및 중소파트너사 녹색상품에 유통사 자체 포인트(마트특약)를 부여함으로써 친환경 소비 문화 확산에 기여했습니다. 현재 300여 친환경 녹색 상품에 최대 30%의 포인트를 상시 부여하고 있습니다.

환경위기사각 발표

환경위기사각은 환경재단과 일본 환경단체인 아사히 재단이 1992년부터 매년 공동으로 발표하고 있습니다. 이는 전 세계 90여 개국의 정부, 지방자치단체, NGO, 학계, 기업 등을 대상으로 조사를 하는 것으로, 롯데백화점은 2008년부터 매년 본점 앞에서 환경위기사각 발표 행사를 진행하고 있습니다. 2014년에도 다양한 시민과 관계자들을 초청하여 환경위기사각을 발표함으로써, 자연 파괴의 위기감과 환경 보호의 중요성을 고취시켰습니다.

그린 롯데 어린이 환경미술대회

그린 롯데 어린이 환경미술대회는 36회째 이어져 내려오는 업계 최대 규모의 어린이 미술대회입니다. 미래의 주역이 될 어린이들에게 깨끗한 환경의 소중함과 환경 오염에 대한 위기 의식을 심어주기 위한 프로그램으로서, 롯데쇼핑의 대표적인 환경 캠페인으로 자리잡았습니다. 전국 각 지역의 14개 권역에서 진행된 환경미술대회는 2014년에 9,942명의 어린이가 참가하였고, 2015년에도 12,851명의 어린이가 참가하여 큰 성황을 이루었습니다. 이 대회의 참가비는 전액 환경재단에 기부하여 다양한 친환경 캠페인의 재원으로 사용하고 있습니다.



에코머니 포인트 적립

연도별 환경위기사각

00:01~03:00	불안하지 않음
03:01~06:00	조금 불안함
06:01~09:00	꽤 불안함
09:01~11:59	매우 불안함
12:00	인류 멸망 시각
2008년	9시 26분
2009년	9시 51분
2010년	9시 35분
2011년	9시 59분
2012년	9시 32분
2013년	9시 31분
2014년	9시 27분



그린 롯데 어린이 환경미술대회

인테리어 소품 재활용

롯데쇼핑 디자인실은 주로 폐기 처분했던 시즌 인테리어 소품들을 적재적소에 대입하여 새로운 디자인을 창출하고 있습니다. 또한 인테리어 소품의 재활용을 통해 환경을 살리고 비용을 절감하는 효과를 가져오고 있습니다. 그 한 예로, 롯데백화점은 2015년 2월에 롯데 팩토리아울렛이라는 새로운 업태를 개발하여 1호점인 인천점 오픈하면서 본점에서 사용했던 인테리어 소품을 재활용하여 특색있는 디자인을 선보였습니다. 이를 통해 팩토리아울렛 인천점의 인테리어 비용을 크게 절감하고 고객에게는 보다 새로운 즐거움을 누릴 수 있는 공간을 제공할 수 있었습니다. 이와 함께 인테리어 소품의 자재나 소재도 유지와 관리가 용이한 재료들을 사용하여 비용을 절감하고 내구성도 향상시키도록 노력하고 있습니다.

친환경 쇼핑백 배포

롯데쇼핑은 2014년에 환경가치경영 10주년과 6월 5일 환경의날을 기념하여 친환경 쇼핑백을 배포하였습니다. 친환경 천연 펄프 종이를 사용하여 제작한 이 쇼핑백에는 앞면에 멸종 위기에 처한 북극곰의 모습이, 뒷면에는 멸종 위기 동물의 지도가 그려져 있습니다. 뒷면의 멸종 위기 동물 지도는 원의 중심에 가까운 동물일수록 심각한 멸종 위기에 처했다는 점을 강조한 것으로, 오려서 자녀 교육용으로도 활용할 수 있도록 하였습니다. 총 10만 부가 제작된 이 쇼핑백은 고객의 환경 위기 의식을 고취시키기 위해 전 점포에서 구매 고객을 대상으로 배포하여 큰 호응을 얻었습니다. 또한 코팅지가 가미된 기존의 쇼핑백과 차별화하여 미표백, 무형광의 천연 크래프트지를 사용한 All Pulp 쇼핑백을 개발함으로써, 자원의 재활용을 통한 환경 보호에 기여할 뿐만 아니라 비용 또한 약 25% 절감하는 성과를 얻을 수 있었습니다.

녹색매장

녹색매장 지정제도는 친환경 설비와 친환경 상품 판매, 친환경 캠페인 등을 통해 친환경 소비와 유통 문화에 기여한 공이 큰 유통 매장을 대상으로 환경부·환경산업기술원에서 지정하는 제도입니다. 즉, 환경친화적인 시설, 매장 운영을 통한 온실가스 감축과 에너지 절감, 녹색소비 확산 등을 기준으로 점포의 전반적인 친환경 지수를 평가하는 제도입니다. 롯데쇼핑은 전 점포의 녹색매장 지정 목표로 녹색매장 점포 수를 확대해 나가고 있습니다. 녹색매장으로 지정 되면 반기별로 납부하는 환경개선 부담금을 20% 감면받을 수 있습



롯데 팩토리아울렛 인천점



친환경 쇼핑백



녹색매장 지정서

니다. 롯데쇼핑은 롯데백화점 16개, 롯데마트 89개 등 총 105개의 녹색매장을 운영하고 있습니다.

녹색구매

롯데쇼핑은 환경부와 '녹색구매 자발적 협약'을 맺어 녹색구매를 환경경영의 주요 추진 방향으로 정하고, 환경 유해 물질이 들어 있지 않고 친환경 인증 마크를 획득한 제품을 우선적으로 구매하는 '녹색구매' 정책을 시행해 왔습니다. 친환경 인증 마크를 획득한 지류와 사무용 소모품부터 다양한 자재들까지 적극적으로 녹색구매를 실천하고 있습니다. 2014년에도 녹색구매를 꾸준히 실천하여 47.2억 원의 구매가 이루어졌고, 예코백도 2013년 대비 두 배 이상인 3.8억 원 가량을 구매하는 실적을 올렸습니다.

임직원 친환경 캠페인

쿨비즈 캠페인

롯데쇼핑은 쿨비즈·웜비즈 스타일을 국내에 처음 선보이며 에너지 절약과 친환경 라이프 스타일을 선도해 왔습니다. 쿨비즈는 더운 여름철에 넥타이와 걸옷을 벗음으로써 보다 시원하고 쾌적하게 업무에 임할 수 있는 의상이고, 웜비즈는 동절기에 니트 혹은 카디건을 겹쳐 입음으로써 보다 따뜻하게 체온을 유지하는 패션입니다. 모든 임직원이 캠페인에 동참하여 냉·난방비 절감의 성과를 거두고 있을 뿐만 아니라 '쿨비즈 패션쇼' 등을 통해 활발한 홍보를 펼쳐 대외적으로도 환경을 생각하는 패션 코드로 많은 호응을 얻고 있습니다.

서울시 '불끄기의 날' 참여

생활 속에서 에너지 사용량을 절감하기 위해 서울 시민이 모두 동참하는 환경 캠페인인 서울시 '불끄기의 날' 행사에 적극 참여하고 있습니다. 매일 22일 저녁 시간에 1시간씩 소등을 하는 행사로, 롯데쇼핑도 외곽 사인 조명, 경관 조명, 실내 조명 등 모든 전등을 행사 시간 동안 소등함으로써 캠페인에 참여하고 있습니다. 입점 고객의 안전을 위해 실내 조명은 순차적으로 소등되며, 행사 시간이 영업 시간과 겹칠 경우는 매장 내 조명은 유지하고 외곽 사인 조명 등 안전에 영향이 없는 조명만 소등이 됩니다.

롯데마트 행복나무 심기 캠페인

롯데마트는 미세먼지, 황사 등의 대기오염 저감과 온실가스·탄소의 상쇄를 위한 나무 심기 캠페인을 전개하고 있습니다. 2014년 7월에 환경부, 한국환경산업기술원, 미래숲(사)과 탄소상쇄 조림사업 업무협약을 맺고, 서울시 강동구 고덕천에 '어울림 푸르림' 탄소상쇄숲을 조성하였습니다. 향후에도 대기 환경을 위한 나무 심기 캠페인을 지속적으로 실천해 나갈 계획입니다.

녹색상품 전용 판매공간 'All Buy Green Zone'

롯데마트는 유통업계 최초로 친환경 녹색상품 전용 판매공간인 'All Buy Green Zone'을 운영하고 있습니다. 매장에서 판매되는 녹색상품 중 고객에게 인기가 높은 상품들을 선별해 전용 판매공간을 마련한 것입니다. 이를 통해 녹색상품의 우수성을 널리 알리고, 친환경 소비문화를 확산하는 데 기여하고 있습니다.



행복나무심기 캠페인



All Buy Green Zone

환경 관리 지수

롯데쇼핑은 환경가치경영의 일환으로 에너지 사용량과 탄소 배출량 절감에 대한 목표를 세우고, 이를 달성하기 위해 온실가스 목표 관리제도, 임직원 대상 에너지 절약 캠페인 등 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 이러한 노력을 통해 사회적 책임 실천과 경제적 비용 절감이라는 두 가지 성과를 얻을 수 있습니다.

온실가스 목표 관리제도

2010년 4월부터 저탄소 녹색성장 기본법의 일부로 시행된 온실가스 및 에너지 목표 관리제도는 에너지 사용 건물에 대한 온실가스 감축과 에너지 절약을 의무적으로 이행하도록 유도하는 제도입니다. 롯데쇼핑은 온실가스 목표 관리제도 대상 기업으로서, 감축 목표를 달성하기 위해 전사적 차원에서 다양한 투자와 노력을 기울이고 있습니다. 2013년 단위면적당 GHG배출량은 100.29(kg/m²)였으나, 2014년에는 96.52(kg/m²)로 감소하며 3.77(kg/m²)의 배출량이 절감되었습니다. 또한 2015년부터 시행된 탄소배출권 거래제도에 대응하여, 친환경 그린 인프라 구축을 위해 고효율 기자재를 지속적으로 도입하고 신재생 에너지 활용을 늘리며 점포 옥상에 녹색공원 조성을 확대해 나가고 있습니다.

온실가스 에너지 목표 관리 시스템

온실가스 배출량과 에너지 사용량을 보다 효율적으로 파악하기 위해 '온실가스 에너지 목표 관리 시스템(MRV-SYSTEM)'을 구축하여 운영하고 있습니다. 이는 온실가스가 배출되는 원인을 규명하고, 각 배출원에서 나오는 온실가스 배출량을 체계적으로 관리하는 시스템입니다. 이 시스템을 통해 환경 관련 데이터의 관리, 보관, 분석이 용이해졌으며 본사와 전 점포 환경 담당자들의 빠른 업무 처리가 가능해짐으로써 더욱 효과적으로 환경가치경영을 실천할 수 있는 기반이 마련되었습니다.

2014년 추진 내용

2014년 10월

배출권거래제 할당신청

배출권 할당 신청(10. 14)

- 2015년 배출권거래제 시행에 따른 사전 할당 신청 기준연도(2011년~2013년)
- 신규 사업장 설계용량 기준 신청

↓

2014년 11월

모니터링 계획서 제출

모니터링 계획서 제출(11. 17)

- 온실가스 감축을 위한 계획 (저효율, 노후시설 교체 등)
- 환경부 사전 검토용 (정식 제출일 : 2016년 3월)

↓

2015년 3월

2014년 명세서 검증 및 제출

현장 실사 : 한국표준협회(3. 2 ~ 31: 30일간)

- 백화점 7점, 마트 11점
- 시네마 9점, 슈퍼 21점

명세서 제출



MRV 시스템

전력 사용 절감

2014년 롯데쇼핑의 총 전력 사용량은 1,141,017Mwh이었습니다. 이는 2013년의 총 전력 사용량인 1,134,878Mwh에 비해 다소 늘어난 수치지만, 신규 사업장 오픈으로 인한 면적의 증가를 고려한다면 2013년 단위당 면적 대비 사용량 145kwh에서 2014년 141kwh로 오히려 감소하고 있는 추세입니다.

연료 사용 절감

점포 내 온도 조절을 위한 중앙 냉·난방 장치와 식당가의 취사용 LNG가스 등을 주요 연료원으로 사용하고 있으며, 정부의 에너지 절감 시책인 적정 실내 온도 지키기 캠페인을 비롯하여 연료 절감을 위해 전사적인 노력을 기울였습니다. 그 결과, 2014년 총 연료 사용량은 3,250(10,000 nm²)으로 2013년 사용량 3,498(10,000 nm²) 대비 감소하였습니다. 또한 면적 대비 연료 사용량의 경우에도 2013년에 4.48 nm²/m²였으나 2014년에는 4.02 nm²/m²로 소폭 줄어들었습니다.

수도 사용량 절감

2014년 연간 용수 총 사용량은 약 8,321천 톤으로, 2013년 8,347천 톤 대비 약 0.3% 감소하였습니다. 백화점, 마트, 슈퍼, 시네마의 신규 점포 출점에도 불구하고 전체 사용량이 감소한 것은 용수 사용량을 절감하기 위한 다양한 노력이 있었기 때문입니다. 롯데백화점은 20개 점포에서 중수시설을 설치하여 사용하고 있고, 지하수 시설은 16개 점포, 빗물 저장소는 10개 점포에 설치하여 사용하고 있습니다.

폐기물 관리

2014년 한 해 동안 롯데쇼핑의 폐기물 총 발생량은 96,936톤이었습니다. 이는 2013년 대비하여 2.81% 증가한 수치이지만, 면적 대비 발생량의 경우 2013년 12.07kg에서 2014년 11.98kg으로 매년 감소하고 있습니다. 또한 폐기물 발생량을 줄이고 폐기물을 재활용하기 위한 다각적인 노력을 통해 매년 소각이나 매립으로 처리하는 폐기물의 비중을 낮춰가고 있으며, 재활용률도 높여가고 있습니다.

재생용수 활용 현황

구분	설치 점포
중수시설(22점)	본점, 잠실, 부산, 대전, 포항, 울산, 동래, 창원, 인천, 전주, 미아, 센텀시티, 강남, 율하이울렛, 청량리, 중동, 아시아폴리스아울렛, 평촌, 김포공항, 수원아울렛, 수원, 광명아울렛
지하수(16점)	잠실, 영등포, 부산, 관악, 광주, 분당, 부평, 일산, 대전, 인천, 노원, 안양, 대구, 전주, 미아, 중동
빗물저장소(12점)	상인, 김해아울렛, 율하이울렛, 중동, 구리, 안산, 파주아울렛, 평촌 김포공항, 이천아울렛, 수원, 광명아울렛

전력 사용량 (단위: Mwh)

2014년	1,141,017
2013년	1,134,878
2012년	1,086,653

연료 사용량 (단위: 10,000 nm²)

2014년	3,250
2013년	3,498
2012년	3,609

관리 현황

연도	2011	2012	2013	2014
점포 수(개)	610	999	1,272	1,549
면적(m ²)	6,139,762	7,365,411	7,813,981	8,092,283

연도	2011	2012	2013	2014
전체 배출량(ton)	748,890	769,462	783,673	781,045
면적 대비 배출량(kg/m ²)	121.97	104.47	100.29	96.52

연도	2011	2012	2013	2014
전체 사용량(Mwh)	1,087,037	1,086,653	1,134,878	1,141,017
면적 대비 사용량(kwh/m ²)	177	148	145	141

연도	2011	2012	2013	2014
총 연료 사용량(10,000 nm ²)	3,447	3,609	3,498	3,250
면적 대비 사용량(nm ² /m ²)	5.61	4.90	4.48	4.02

연도	2011	2012	2013	2014
총 수도 사용량(1,000 ton)	6,895	8,393	8,347	8,321
단위면적당 수도 사용량(l/m ²)	1.20	1.14	1.07	1.03

연도	2011	2012	2013	2014
폐기물 발생량(ton)	82,304	91,847	94,286	96,936
면적 대비 발생량(kg/m ²)	13.41	12.47	12.07	11.98
재활용량(ton)	56,472	62,972	65,347	65,570
재활용률(%)	68.6	68.6%	69.3%	67.6%
소각 및 매립(ton)	25,832	28,875	28,939	31,366

친환경 설비

롯데쇼핑은 점포에 친환경 건축 자재와 설비를 도입하여 에너지와 비용을 절감하고 있으며, 점포 옥상을 활용해 녹색·생태공원을 조성하여 에너지 사용을 줄일 뿐만 아니라 고객들에게 편안한 휴식 공간을 제공하고 있습니다.

친환경 건축 설비 도입

친환경 건축물 조성을 위해 친환경 설비와 자재 도입을 추진해온 롯데쇼핑은 각 점포에 고효율 LED 조명을 설치하여 전력 사용량을 대폭 절감하고 있습니다. 백화점의 경우, 2014년에 오픈한 고양아울렛, 에비뉴엘 월드타워점, 수원점, 광명아울렛, 구리아울렛 등에 총 68,606개의 고효율 LED 조명을 도입하여 연간 34,165Mwh의 전력을 절감하고 있습니다. 이를 경제적 가치로 환산하면 약 51.7억 원의 비용을 절감하는 효과를 가져오게 됩니다. LED 조명은 일반 램프에 포함되는 유해물질(수은, 납 등)을 함유하지 않아 친환경적이며, 전기 사용량 또한 일반 조명 대비 40~60% 이상 절감되는 효과가 있기 때문에 전력난 해소와 전기 요금 절감에 크게 기여할 수 있습니다. 그 외에도 효율이 뛰어난 관류 보일러 교체로 연간 72백만 원의 비용 절감 효과를 올리는 등 각 점포별로 에너지 사용량 절감과 효율화를 위해 다양한 투자와 노력을 기울이고 있습니다.

녹색·생태공원 조성

점포 옥상 공간을 활용한 친환경 공간을 조성함으로써 온실 가스 발생량과 에너지 사용량을 절감하고 친환경 매장을 만들어가고 있습니다. 옥상의 녹색·생태 공원은 건물 내부의 온도를 유지시켜주기 때문에 냉·난방 에너지 사용량을 약 10% 절감해주는 효과가 있습니다. 특히 롯데백화점 노원점과 일산점, 센텀시티점의 경우, 도심 속의 자연을 느낄 수 있는 생태공원이자 휴식 공간으로서 고객으로부터 많은 호응을 받고 있습니다.

롯데마트 친환경설비

구분	투자(억 원)	전기 절감량	온실가스 절감량	총 절감금액(억 원)
태양광 발전 설비	230	4,586 Mw	2,100 tCO ₂	7
LED 조명	215	72,713 Mw	33,902 tCO ₂	47
열차단 필름	18	868,000 m ²	1,952 tCO ₂	6

녹색·생태공원 조성 현황

구분	설치 점포
녹색공원(19점)	부평, 울산, 창원, 미아, 인천, 율하아울렛, 청량리, 광복, 대전, 영등포, 파주아울렛, 김포공항, 중동, 평촌, 부어아울렛, 수원, 광명아울렛, 구리아울렛, 동부산
생태공원(3점)	노원, 일산, 센텀시티

태양광 발전설비 운영

롯데마트는 230억 원을 투자하여 태양광 발전설비를 전국 39개 매장에 설치하고 연간 총 4,586Mw의 전기를 생산함으로써 연간 약 7억 원의 전기요금을 절감하고 있습니다. 또한 2,100tCO₂에 이르는 온실가스를 감축하여 지구 온난화 방지도에 기여하고 있습니다.

고효율 LED 조명 설치

롯데마트는 2010년부터 215억 원을 투자하여 매장, 화장실, 문화센터, 외부 사인물 조명을 고효율 LED 조명으로 교체하고 있습니다. 이를 통해 연간 전기 사용량 71,713Mw, 온실가스 배출량 33,902tCO₂를 절감하고 있습니다. 이를 경제적 가치로 환산하면 약 94억 원의 비용을 절감하는 효과를 가져오게 됩니다.

열차단 필름 설치

롯데마트는 18억 원을 투자하여 유리창(커튼월) 내부에 열차단 필름을 설치하였습니다. 필름 설치 후 가스 사용량은 868,000m², 온실가스 배출량은 1,952tCO₂를 각각 줄임으로써 연료용 에너지 사용량을 전년 대비 21.4% 감축하고 비용도 약 6억 원 절감하는 효과를 거두고 있습니다.

사회공헌 전략

롯데쇼핑은 글로벌 기업시민의 사회적 책임을 성실히 수행하기 위해 국내외 해외에서 다양한 나눔 활동을 실천하고 있습니다. 사회, 환경 분야에서 지역사회 문제 해결에 기여하는 전략적인 사회공헌 활동을 적극적으로 펼쳐 세계에서 존경받는 글로벌 TOP 지속가능기업으로 성장할 것입니다.

사회공헌 전략

롯데쇼핑의 사회공헌 활동이 더욱 크고 따뜻한 나눔이 될 수 있도록 중장기 비전과 전략을 수립하고 사회, 환경 분야를 중심으로 다양한 활동을 전개하고 있습니다. 출산 장려 캠페인, 임직원 봉사활동과 지역사회 파트너십, 해외 사회공헌, 그린 캠페인을 핵심 추진 방향으로 하여 실질적인 문제 해결에 기여해 나가고 있습니다.

사회공헌 슬로건·엠블럼 제작

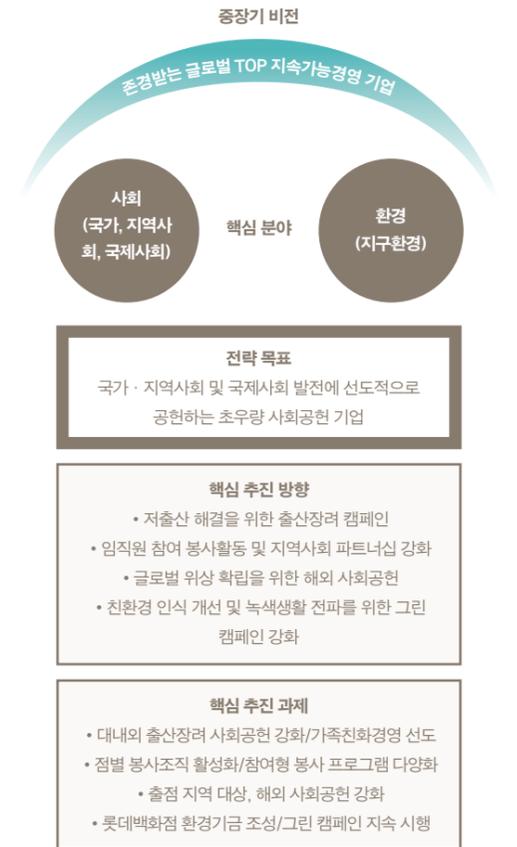
사회공헌 실천 의지를 대내외에 효과적으로 전달하기 위해 사회공헌 슬로건과 엠블럼을 제작해 활용하고 있습니다. 슬로건은 '내일을 선물합니다'로, 행복한 사회를 위한 선물(희망, 건강, 환경)을 고객과 함께 마련하겠다는 취지를 담고 있습니다. 각 사회공헌의 테마에 맞게 '희망찬 내일을 선물합니다.', '건강한 내일을 선물합니다.', '깨끗한 내일을 선물합니다.' 라는 문구를 선정하였습니다. 또한 슬로건에 맞는 사회공헌 엠블럼을 제작했는데, 선물상자 안에 있는 빨강, 파랑, 초록색 하트는 각각 희망, 건강, 환경을 상징합니다.

사회공헌사업 비용 지출

2014년에 롯데쇼핑은 약 268억 원의 사회공헌성 비용을 지출하였고, 이는 2013년 196억 원 대비 약 37% 증가한 금액입니다. 이는 나눔이 필요한 곳을 보다 적극적으로 지원하기 위해 다양한 신규 캠페인들을 진행한 결과입니다. 지원이 보다 필요하고 시급한 곳으로 전해질 수 있도록 사회공헌성 비용의 효과를 지속적으로 검토하여 각 캠페인의 효율성과 파급성을 모니터링하고 있습니다.

롯데쇼핑을 둘러싼 리스크(단위: 백만 원, %)

구분	2012년 금액	2012년 구성비	2013년 금액	2013년 구성비	2014년 금액	2014년 구성비
문화예술체육	2,208	11.5	3,257	16.6	6,316	23.5
환경	1,087	5.7	928	4.7	1,439	5.4
사회복지	12,852	67.2	8,455	43.2	1,441	42.6
장학, 학술	350	1.8	859	4.4	673	2.5
국제교류, 구호	338	1.8	3,009	15.4	3,963	14.8
기타	2,302	12	3,073	15.7	3,000	11.2
합계	19,137	100	19,580	100	26,832	100



국내 사회공헌

롯데쇼핑은 우리 사회 곳곳에 따뜻한 나눔의 손길을 전하는 다양한 분야의 사회공헌 활동을 펼칩니다. 임직원들도 급여나눔과 봉사 동호회 활동을 통해 지역사회의 이웃들과 마음을 나누고 있습니다. 또한 고객 참여 캠페인과 공공미술로도 활동 영역을 확대하여 더 많은 사람들과 함께사는 즐거움을 나누고 있습니다.

임직원 기부 문화

1%+1% 급여나눔

1%+1% 급여나눔은 롯데백화점 임직원들이 매월 기본급의 1%를 기부하고, 이에 회사에서 동일 금액을 매칭 그랜트로 기부하여 나눔 기금을 조성하는 캠페인입니다. 임직원들이 보다 편리하고 손쉽게 기부에 참여할 수 있도록 돕고자 시작했으며, 총 1,100여 명의 임직원이 참여하여 1년간 5억 원의 기금을 조성하였습니다.

위스타트 캠페인

롯데마트는 2008년부터 현재까지 저소득층 아동의 교육, 복지, 건강서비스 제공을 위해 중앙일보에서 주관하는 위스타트 캠페인에 지속적으로 참여하여 연간 1억원의 기부를 진행하였습니다. 임직원 급여 1,000원 미만을 공제하여 기금을 조성하며 이 금액에 대해 회사에서 1:1 매칭하여 기부하는 방식인 임직원 끝전 기부를 통해 2014년 기준 약 60백만원을 후원하였으며, 임직원들이 자발적으로 참여하여 1구좌당 1004원이 기부되는 1004원 사랑 구좌 사업에도 2014년 기준 2,000여명의 임직원이 총 38,420구좌에 참여하였습니다. 이외에도 위스타트 저금통을 전 점포 계산대마다 비치하여 고객들의 자발적 기부 문화 참여에도 기여하고 있습니다.

러블리하우스 30호 프로젝트

1%+1% 급여나눔 캠페인을 통해 조성된 기금은 사회복지공동모금회(사랑의열매)에 기부하여, 러블리하우스 30호 프로젝트를 위해 사용되었습니다. 러블리하우스는 전국의 소외계층을 위한 복지시설 개·보수 프로젝트로, 최종 30호를 목표로 진행되고 있습니다. 단순히 기부금 나눔에 그치지 않고, 러블리하우스 인근 점포의 봉사단이 직접 방문하여 봉사 활동을 함께 펼치고 있습니다. 임직원이 직접 기부에 참여하고, 그 기금을 활용하는 봉사 활동에도 참여한다는 점에서 기부 문화 확산에 큰 도움이 되었습니다. 또한 아이들이 생활하는 군 복지시설인 제19호 파주 행복 어린이집 건립 후에 육군 제 25보병 사단장으로부터 감사장과 표창장을 수여받는 등 외부에서도 호평이 이어지고 있습니다.

찾아가는 무료 건강검진 버스

롯데백화점의 찾아가는 무료 건강검진 버스는 전국 의료 소외계층을 대상으로 인근 지역의 사회복지관을 직접 방문하여 무료 건강검진을 진행하는 사회공헌 활동입니다. 이 활동을 통해 총 2,139명의 장애인·저소득 노인들이 10대 암 등 70여 가지 질병 검사를 받을 수 있었습니다. 또한 중증 질환을 앓고 있는 환자들에게는 수술과 치료를 지원하여 질병의 쾌유를 도왔습니다.

봉사 동호회

롯데쇼핑은 전국 전 점포에서 자체적으로 봉사 동호회를 조직하여 운영하고 있습니다. 봉사 동호회의 활성화를 위해 점포별로 활동 비용을 지원해주고, 각 점포에서는 임직원, 파트너사 직원, 고객을 대상으로 봉사단을 모집하고 조직하여 점포 부근에서 봉사활동을 실시하고 있습니다. 결손가정 지원, 독거노인 돌봄, 주변 환경 정화 활동 등 다양한 활동을 펼치고 있으며, 지방자치단체부터 NGO, 복지시설 등 약 300여 개의 다양한 기관과 연계하여 보다 많은 수혜자들에게 나눔을 전할 수 있도록 노력하고 있습니다.

행복드림봉사단

롯데마트는 '꿈나무에게 미래'라는 슬로건 아래 2011년 10월 롯데마트 행복드림봉사단을 창단하여 현재까지 총 126개의 봉사단이 126개 아동복지시설과 1:1 결연을 맺고, 매일 전체 임직원이 참여하는 다양한 나눔활동을 진행하고 있습니다. 누계 기준 5만명, 월 평균 1,000명 이상의 임직원이 자발적으로 나눔활동에 참여하고 있으며, 6,500여명 꿈나무들의 바른 성장과 미래 주역으로서 성공적인 사회 진출 및 자립을 위해 유년기부터 청소년기, 사회진출기에 이르기까지 재능나눔, 학습지원, 기자재 지원, 취업지원, 디딤씨앗통장 후원 등 다양한 성장단계별 프로그램 기획 및 적극 지원하고 있습니다.

행복드림 고객봉사단

롯데마트-고객-지자체가 함께하는 통합 나눔 네트워크 구축을 위해 2014년 5월 행복드림 고객봉사단이 첫 출범하였습니다. 현재 20개 봉사단이 운영되고 있으며, 아동복지시설 뿐 아니라 독거노

인, 저소득층, 전통시장 등 사회 약자를 위한 다양한 나눔활동을 전개해나가고 있습니다.

러블리핸즈 캠페인

롯데백화점은 고려대학교 안암병원과 연계하여 희귀난치병 어린이들을 돕기 위한 러블리핸즈 캠페인을 전개하였습니다. 2014년 3월 27일부터 4월 12일까지 홈페이지와 페이스북, 카카오톡, 인스타그램 등의 소셜 미디어를 통해 캠페인을 진행하였고, 고객 한 명이 참여할 때마다 롯데백화점에서 1천 원을 기부하여 기금을 조성하였습니다. 10만여 명의 참여를 통해 조성된 기부금 1억 원은 4월 14일 병원에 전달하였습니다. 이 캠페인은 국내뿐만 아니라 해외에서도 고객들의 많은 참여를 이끌어내 더욱 의미가 컸습니다. 앞으로도 단순한 기부가 아니라 많은 고객이 호응하고 참여할 수 있는 나눔 캠페인을 지속적으로 시행해 나갈 것입니다.

러버덕 프로젝트 서울

'러버덕 프로젝트 서울'은 롯데월드몰의 성공적인 오픈을 기념하기 위해 기획된 롯데백화점 최초의 대형 공공미술 프로젝트였습니다. 2014년 10월 잠실 석촌호수에 뜬 러버덕은 전시 기간 동안 약 500만 명의 관람객을 유치했으며, 6억 3천만 원의 직접 매출을 이끌어냈습니다. 또한 4,700여 건의 관련 기사가 게재되며 우수한 홍보 효과도 거두었습니다. 러버덕은 10월 세일 기간 동안 구매 고객 대상 감사품으로도 증정되어 더욱 큰 인기를 얻었습니다. 아울러 석촌호수, 본점, 잠실점, 부산점의 팝업스토어에서 발생한 1억 5천만 원의 수익금을 '찾아가는 건강검진 버스' 운영에 사용함으로써 다시 한번 고객으로부터 받은 사랑을 사회에 나눌 수 있었습니다.



1%+1% 기부 참여신청서



러블리하우스 프로젝트



찾아가는 무료 건강검진 버스



러버덕 프로젝트



러블리핸즈 캠페인

행복나눔 N캠페인

롯데마트는 소비가 곧 기부가 되는 선순환적 기부 캠페인의 정착과 확산에 기여하고자 PB상품에 '행복나눔 N마크'를 부착하여 해당 상품 매출액의 0.5%를 기부하는 '행복나눔 N캠페인'을 2010년부터 진행하고 있습니다. 2010년 6개 품목에서 2014년 73품목으로 확대, 기부 금액 또한 2천 9백만 원에서 1억 8천만 원으로 크게 증가하는 등 사업 규모를 지속적으로 키워가고 있습니다.

디딤씨앗통장 후원

롯데마트는 보육시설에서 퇴소하는 18세 이후 청소년의 경제적 자립 기반 마련을 위해 보건복지부에서 시행하는 '디딤씨앗통장' 사업에 참여해 왔습니다. 롯데마트의 대표 카테고리 킬러 매장인 '토이저러스' PB상품 매출액의 0.5%를 기부금으로 조성, 2013년에 430명, 2014년에 650명의 통장을 후원하여 청소년들의 성장과 사회 진출을 실질적으로 지원하고 있습니다.

장애인 생활시설 기자재 지원

롯데마트는 롯데복지재단과 연계하여 모범적으로 운영하는 장애인 생활시설을 대상으로 생활, 교육, 의료 기자재 지원 사업을 시행하였습니다. 2014년에는 총 22개의 시설에 2억 원 상당의 기자재를 후원하였습니다. 이밖에도 장애인을 포함한 지역사회 소외계층을 위해 지속적으로 다양한 지원사업을 추진해 나가고 있습니다.



행복나눔 N캠페인 기금 전달식

글로벌 사회공헌

롯데쇼핑은 아시아 지역을 중심으로 현지 환경과 사회 문제 해결을 위한 다양한 사회공헌 활동을 펼치고 있습니다. 전 지구적인 문제인 환경보호를 위한 활동과 함께 의료 지원, 생활환경 개선, 교육 등 현지에 시급하고 중요한 프로그램을 지원하여 현지 주민들의 삶의 질 향상에 기여하고 있습니다.

글로벌 그린 바이크

아시아의 많은 개발 도상국에서는 도로마다 트럭을 개조해서 만든 트럭 버스와 오토바이가 줄지어 달리고 있는데, 많은 사람들이 불순물이 많이 섞여 매연이 굉장히 심한 경유를 사용하고 있습니다. 또한 국제적인 환경지수에서 최하위권을 차지할 정도로 환경보호를 위한 의식이나 제도가 미미한 수준입니다. 전 세계에서 대기오염으로 사망하는 사람이 매년 수백만 명인데 특히 아시아 개발 도상국이 심각한 상황입니다.

이러한 상황을 개선시키고자 롯데백화점은 환경재단과 함께 국내에 방치되어 있는 폐자전거를 수거하여 보수 작업을 거친 뒤 해외 소외계층에게 기증하는 글로벌 그린 바이크 캠페인을 진행하였습니다. 이 캠페인은 국내 폐기물을 절감하여 환경을 보호하고 해외 소외계층의 생활환경을 개선한다는 두 가지 측면에서 그 의미가 매우 깊은 활동입니다.

2015년에 국내에서 폐자전거 500대를 수거하고 수리용 부품과 공구를 구입하여 미얀마로 보냈습니다. 또한 미얀마 현지에 자전거 수리 센터를 위한 부지를 확보하고 현지 인력을 대상으로 자전거 정비 교육도 시행하였습니다. 이렇게 설립된 자전거 센터는 추후 대여와 정비 사업을 통해 자체적으로 운영을 할 수 있습니다. 이 활동을 통해 현지 인력을 위한 일자리를 창출했을 뿐만 아니라 인근 지역 고아원을 비롯한 소외계층에게 자전거를 기증하여 친환경 교통수단을 제공하고 매연 배출로 인한 환경문제를 해결하는 데에도 기여할 수 있었습니다.

몽골 나눔 프로젝트

롯데쇼핑은 2013년부터 2015년까지 국회 연구 단체인 '나무심는 사람들'과 산림청, 열린의사회 등의 파트너와 함께 세 차례에 걸쳐 조림 사업, 의료 봉사료 이루어진 몽골 나눔 프로젝트를 시행하였습



글로벌 그린바이크



몽골 나눔활동

니다. 몽골은 매년 48만ha의 땅에서 사막화가 진행되는데, 이는 제 주도 면적의 2.6배에 해당하는 지역으로 매우 심각한 수준입니다. 이를 방지하기 위해 2007년부터 몽골 그린벨트 조림사업을 펼쳐 왔으며, 2015년에도 신규 조림지 식수와 기존 조림지 관리를 진행 하였습니다. 롯데쇼핑은 몽골 나눔 프로젝트를 통해 남고비 사막 등 에 비술나무 800본과 포트묘 300본 등 총 2,000그루를 식재하였 습니다. 또한 열린의사회와 연계하여 날락 지역에서 의료봉사 활동 을 전개하였습니다. 1,100여 명의 주민들을 대상으로 검진을 실시 하였고, 현지에서 가능한 간단한 응급 수술과 함께 침 시술, 치아 발 치, 스케일링 등의 진료도 이루어졌습니다. 그 외에도 이동식 어린 이 도서관 건축과 도서 기증, 주변 환경 정화 등 여러 나눔 활동을 성 공리에 완료하였습니다.

베트남 사회공헌 활동

롯데쇼핑은 진출 국가인 베트남에서 빗물 식수화 설비, 롯데스쿨 건 립, 세종학당 후원 등의 활동을 지속적으로 추진하여 지역사회 발전 에 기여하는 사랑받는 유통기업으로 성장하고 있습니다.

빗물 식수화 설비

베트남은 비가 많이 오는 나라지만 마실 수 있는 식수는 현저히 부 족합니다. 가정과 공공시설에 빗물을 모아 사용하는 설비를 보유하고 있지만 위생적으로 관리가 되지 않아 식수로는 부적합한 상황입 니다. 하노이 인근의 빈민 지역 끼꺼 마을 주민들도 식수 마련에 늘 어려움을 겪어 왔습니다. 현지 주민에게 가장 필요한 지원을 펼치기 위해 롯데쇼핑은 서울대 빗물연구센터와 연계하여 위생적이고 안 정적으로 식수를 공급할 수 있는 빗물 식수화 설비를 지원하였습니 다. 10톤 규모의 설비 2대를 통해 약 1천여 명의 지역주민에게 하루 1~3리터의 식수를 공급할 수 있게 되었습니다.

베트남 롯데스쿨

롯데쇼핑은 높은 교육열에 비하여 열악한 교육 인프라를 확충하 고자 베트남에서 롯데스쿨 사업을 진행해 왔습니다. 롯데스쿨 1호 (2009년 9월, 손키 마을)와 2호(2011년 2월, 탐디 마을)에 이어, 2014년 8월에 까우비엔 마을에서 롯데스쿨 3호를 착공해 2015년 6월에 완공하였습니다. 원래 까우비엔 초등학교는 14년 전, 학생의 건강에 악영향을 끼칠 수 있는 값싼 석면 시멘트로 지어졌습니다. 사용한 지 20년이 더 된 책상과 의자, 남녀 구분 없이 공동으로 사



빗물 식수화 설비



베트남 롯데스쿨

용하는 화장실 등 심각하게 열악한 환경이었습니다. 초등학교 부근 에 있는 까우비엔 유치원 또한 산비탈 아래 위치하여 어린 학생들이 산사태나 야생 동물 피해 등 매우 위험한 환경에 무방비로 노출되어 있었습니다. 롯데쇼핑은 이러한 문제점들을 해결하기 위해, 교실 천 장과 바닥, 벽면에 미장 보수를 하고, 화장실과 급수·급식 시설을 설치하여 아이들이 건강하고 안전한 환경에서 교육을 받을 수 있도 록 도와주었습니다.

베트남 후에 세종학당 후원

롯데마트는 사단법인 비비비(BBB)코리아, 세종학당재단과 함께 2013년에 베트남 후에시에 한국어 전문 교육기관인 '후에 세종학당' 을 설립하고 2015년까지 약 1억 원 상당의 운영비를 지속 후원해 왔 습니다. 후에 세종학당은 한국과 베트남 양국 간의 교량 역할을 담당 할 글로벌 인재 육성과 문화 교류를 목적으로 설립되었으며, 한글 교 육은 물론 전통 의상, 음식 체험 등 한국 문화를 배울 수 있는 다양한 활동을 펼치고 있습니다. 한글 교육 기초반에서 한국어능력검정시험 (TOPIK: Test of Proficiency in Korea)반까지 2014년 한 해 동안 총 9개 반을 운영하여 약 200여 명의 수강생을 배출하였습니다.



베트남 후에 세종학당



베트남 롯데스쿨

지속가능경영 이해관계자 설문

이해관계자 설문조사		
롯데쇼핑은 2015년 지속가능성보고서 발간에 앞서, 당사의 지속가능경영과 관련하여 고객, 임직원, 파트너사 등 많은 이해관계자분들의 생각과 의견을 들어보고자 설문조사를 실시하였습니다. 온라인 방식으로 진행된 금번 설문 조사는 롯데쇼핑의 이해관계자 1,011분께서 참여를 해주셨고, 여러 의견들을 수렴할 수 있었습니다. 많은 분들께서 내주신 소중한 의견을 모아 롯데쇼핑의 지속가능경영 활동에 반영하고, 그 결과를 보고서로 공유하겠습니다.		

지속가능경영 - 브랜드 인지도 상관관계 분석

롯데쇼핑의 지속가능경영 활동이 브랜드 인지도에 어떠한 영향을 미쳤는지 상관관계를 조사해본 결과, '지속가능경영을 통해 브랜드의 이미지가 좋아졌다'는 긍정적인 응답이 79%였고, 영향이 없다는 응답은 4%에 그쳤습니다. 이를 통해 많은 이해관계자분들께서 롯데쇼핑의 지속가능경영을 매우 중요하게 인지하고 있다는 점을 알 수 있습니다. 또한, 롯데쇼핑의 지속가능경영 활동 수준에 있어서, 적극적이라는 응답이 82.9%로 매우 높았고, 미흡하다는 의견은 4.5%에 그쳐 당사 지속가능경영에 대한 긍정적인 인식을 확인할 수 있습니다.

설문조사 참여자 현황

고객	240명	23.7%
임직원	603명	59.6%
주주	12명	1.2%
투자자	6명	0.6%
파트너사	53명	5.2%
지역주민	34명	3.4%
정부관계자	6명	0.6%
연구소 및 학계관계자	6명	0.6%
NGO	9명	0.9%
컨설팅기관	4명	0.4%
언론	3명	0.3%
기업지속가능경영담당자	6명	0.6%
기타	29명	2.9%
합계	1,011명	100%

롯데쇼핑의 지속가능경영 현황에 대한 평가

매우 적극적이다	637명	63.0%
적극적이다	201명	19.9%
보통이다	128명	12.7%
미흡하다	35명	3.5%
매우 미흡하다	10명	1.0%

환경가치 확산에 앞장서고 있다.

매우 잘함	542명	54%
잘함	262명	26%
보통	150명	15%
다소 미흡	49명	5%
매우 미흡	8명	1%

법적 책임을 준수하며 윤리적인 경영을 한다.

매우 잘함	589명	58%
잘함	242명	24%
보통	131명	13%
다소 미흡	34명	3%
매우 미흡	15명	1%

임직원들이 즐겁게 일하며 성과를 내도록 동기유발을 한다.

매우 잘함	493명	49%
잘함	208명	21%
보통	170명	17%
다소 미흡	89명	9%
매우 미흡	51명	5%

사회공헌활동을 활발하게 한다.

매우 잘함	543명	54%
잘함	245명	24%
보통	159명	16%
다소 미흡	49명	5%
매우 미흡	15명	1%

파트너사를 소중한 파트너로 여기며 상생을 위해 노력한다.

매우 잘함	564명	56%
잘함	244명	24%
보통	134명	13%
다소 미흡	47명	5%
매우 미흡	22명	2%

고객만족을 위해 서비스를 개선하고 좋은 상품을 제공한다.

매우 잘함	583명	58%
잘함	267명	26%
보통	115명	11%
다소 미흡	35명	3%
매우 미흡	11명	1%

온실가스 에너지 목표관리제 검증의견서

합리적 보증 수준	<ul style="list-style-type: none"> 한국표준협회는 롯데쇼핑(주)의 요청에 따라 2014년 온실가스 배출량 명세서에 대한 검증을 실시하였으며, 온실가스 배출량 및 에너지 사용량에 대한 검증에 있어 '온실가스 에너지 목표관리 지침'에 의거 합리적 보증 수준으로 검증하였습니다.
검증대상	<ul style="list-style-type: none"> 본 검증대상은 롯데쇼핑(주)의 사업장 경계내 배출시설에 대한 2014년도 온실가스 배출량 및 에너지 사용명세서를 대상으로 검증하였습니다.
검증기준	<ul style="list-style-type: none"> 본 검증은 '온실가스·에너지 목표관리 운영 등에 관한 지침(환경부고시, 2014-186호)'에 근거하였으며, 지침에 명시되지 않은 사항은 "지침 해설서", "검증매뉴얼 및 세부검증 가이드라인", 국제표준인 KS A/ISO 14064-1, 3 및 IPCC Guideline : 1996/2006년을 준용하여 검증을 수행하였습니다.
검증의 한계	<ul style="list-style-type: none"> 검증과정에 사용된 자료는 전수조사를 통하지 않은 대표성을 띤 샘플링 검증을 통한 한계를 띠고 있으며, 검증팀이 발견하지 못한 오류, 누락, 허위진술이 잠재되어 있을 수 있습니다.
발견된 중요한 예외사항	<ul style="list-style-type: none"> 없음.
적정의 사유	<ul style="list-style-type: none"> 명세서 작성을 위한 보고범위, 배출계수 및 매개변수의 적용, 배출량 산정방법, 활동자료 수집 등 관련분야에 있어, 사업장 특성을 반영하여 합리적인 보고를 하였으며, 이와 관련한 증거자료를 충분히 제시하였습니다.
검증의견(적정) 및 종합적인 의견	<ul style="list-style-type: none"> 온실가스 배출량 산정에 관련된 사내 관리 절차에 따라 활동자료 데이터가 적정하게 수집되었으며, 현장검증 시 검증원에 제출된 "온실가스 배출량 및 에너지 사용량 명세서"에 롯데쇼핑(주)에서 보고한 온실가스 배출량 및 에너지 사용량을 평가하는데 필요한 전산자료, 거래명세서, 내부관리일지, 불확도 근거자료 등 객관적인 증거확보가 가능하였습니다. 명세서 작성을 위한 보고범위, 배출계수 및 매개변수의 적용, 배출량 산정방법에 있어 지침을 준수하였으며, 일부 지침 요구사항을 완전하게 충족하지 못하는 사항은 관장기관과 협의하거나, 해당사항을 명세서에 보고함으로써, 배출량 산정과정의 투명성을 확보하였습니다. 명세서 작성시 일부 누락된 사항이 발견되었으나, 시정요청을 통해 수정되었으므로, 검증원은 롯데쇼핑(주)의 온실가스 배출량 명세서 검증결과 "적정"으로 검증의견을 제시합니다.

2015년 3월 30일
 검증기관: 한국표준협회
 대 표: 백수현(인)



제3자 검증 의견서

롯데쇼핑 경영진 및 이해관계자 귀중

롯데쇼핑 2015지속가능보고서(이하 '보고서')는 롯데쇼핑이 관련 정보를 수집하고 내용을 작성하였으며, 보고서에 수록된 내용과 데이터에 대한 책임은 롯데쇼핑에 있습니다. 솔라빌리티(주)(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 보고된 내용 및 데이터가 정확하고 적합한 데이터 수집 시스템에 따라 수집되었는지 여부와 실제 데이터가 수록되었는지의 여부에 대하여 독립적인 제3자 검증의견을 제시하는데 있습니다.

검증 방법론 (Assurance Methodology)

본 검증은AA1000, 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): 롯데쇼핑 사업활동의 내,외부 영향이 보고서에 주요하게 다루어 졌는지 검토
- 신뢰성(Reliability): 보고된 데이터 및 내용의 정확성 및 신뢰성 검토

또한, 본 보고서의 내용이 Global Reporting Initiative's Sustainability Reporting Guidelines에 부합하는지 여부도 함께 평가되었습니다.

검증 범위 (Scope of this assurance engagement)

본 검증인이 수행한 검증범위는 다음과 같습니다.

- 정책 및 관리시스템에 대한 내용이 적절한지 여부 검증
- 비재무 정보가 포괄적이고 오류가 없는지 검토(환경데이터, 건강 및 안전 데이터, 사회데이터 포함). 비재무 데이터에 대한 검증은 본사와 점포의 샘플데이터를 기준으로 검증됨.
- 재무관련 정보가 재무제표에 대한 외부 감사보고서에서 적절히 추출되었는지 여부 검토

본 검증은 국제기준에 의거하여 '합리적 수준의 검증' (reasonable assurance)에 해당함을 밝힙니다.

검증 과정 및 검증 방법 (Assurance process and works undertaken)

본 검증인은 롯데쇼핑 보고서에 수록된 내용에 대한 신뢰할수 있는 검증 의견을 이해관계자들에게 제공하기 위해 다음과 같은 검증과정을 진행하였습니다.

완전성 검증 방법:

- 롯데쇼핑 본사 및 지점 방문, 임원 및 유관부서 실무자 인터뷰 진행

- 롯데쇼핑의 사업영역 및 사업활동 검토
- 롯데쇼핑의 비즈니스에 영향을 미칠 수 있거나, 이해관계자가 관심을 가지는 지속가능경영 이슈 검토
- 롯데쇼핑의 사업활동이 이해관계자 및 환경에 미치는 영향 검토
- 지점 및 전사차원의 지속가능경영 관련 정책, 가이드라인 및 관리 시스템 검토

중대성 검증 방법

- 보고서에 수록할 중요이슈를 결정하는 롯데쇼핑의 의사결정과정 및 그 결과의 적합성 검토
- 롯데쇼핑 임원 및 유관부서 실무자 면담 진행
- 롯데쇼핑의 이해관계자 참여 과정 및 결과 검토
- 동종 업계 글로벌 선진 지속가능보고서의 공개 수준 벤치마킹
- 롯데쇼핑의 사업영역 및 사업활동에 대한 언론 및 비영리 단체의 보고 내용 검토

신뢰성 검증 방법

- 롯데쇼핑 본사 및 지점, 사업부 방문, 유관부서의 책임자 및 실무자와 인터뷰 진행
- 롯데쇼핑 지점 및 전사단위의 정보 수집 과정과 데이터 관리 체계, 모니터링 체계 검토
- 비재무 지표에 대한 내부 성과 관련 자료 및 문서 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 롯데쇼핑 본사와 국내에 위치한 지점에 대한 현장 샘플링 심사 내용으로 제한되며, 해외지점 혹은 롯데쇼핑과 이해관계가 있는 국내 외 프로젝트에 대한 검증은 이루어지지 않았습니다. 데이터 프로세스 및 데이터 신뢰성에 대한 검증은 환경, 건강, 안전, 사회 분야를 포함합니다. 비 재무데이터에 대한 검증은 본사의 전사집계데이터 및 현장 방문한 영업점 데이터에 한해서만 검토되었으며 전 점의 모든 데이터가 개별적으로 검증된 것은 아니라는 점을 밝힙니다. 따라서, 본 검증은 국제기준에 의거하여 '합리적 수준의 검증' (reasonable assurance)에 해당함을 밝힙니다.

검증 결과 (Findings)

본 검증인은 보고서 초안에 수록된 내용을 검토하고 의견을 제시하였으며, 필요한 경우, 보고서의 수정이 이루어졌습니다. 수행된 검증활동에 근거하

여 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 사업운영 및 외적 영향을 충분히 반영하고 있는가? 본 보고서는 롯데쇼핑의 이해관계자의 관심과 필요 정보에 대해 적절히 대응하고 있는가?

- 본 검증인은 보고서가 롯데쇼핑의 사업활동, 지속가능경영 및 성과와 관련된 중요 정보를 포괄적으로 다루고 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 지속가능 성과와 관련된 내외 이슈 및 도전과제에 대한 중대성 평가 프로세스를 운영하고 있습니다. 본 검증인은 롯데쇼핑의 이해관계자와 관련된 내외부 자료 및 롯데쇼핑의 이해관계자 참여 프로세스를 검토하였으며, 보고서가 이해관계자에게 중요한 이슈를 포함하고 있다고 판단합니다.
- 본 검증인은 롯데쇼핑의 지속가능경영 성과와 관련하여 중요한 정보가 누락되어 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 내용 및 데이터의 사업장 별 집계 및 총계 과정에 중대한 오류가 있다고 판단할 만한 근거는 발견되지 않았습니다.
- 본 검증인은 데이터 수집 시스템을 검토하고, 샘플링을 바탕으로 비 재무데이터의 정확성을 검증하였습니다. 보고서에 언급된 건강, 안전, 환경 데이터 가운데 정보의 수집, 집계, 보고 과정 상의 오류는 발견되지 않았습니다.

<p>솔라빌리티(SolAbility Co. Ltd) 솔라빌리티는 지속가능경영 분야에서 다양한 경험을 쌓은 전문가들이 지속가능경영 자문 및 보고서검증을 제공하고 있으며 한국과 스위스에서 활동하고 있습니다.</p> 

향후 고려 사항 (Issues for further consideration)

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

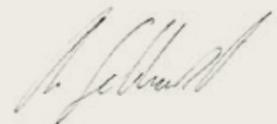
- 보다 직접적이고 핵심적인 지속가능경영 성과 측정방법 개발을 통해, 전 사차원의 효과적 내부 진척도 모니터링을 권고합니다.
- 롯데 그룹차원의 지속가능경영 성과목표를 수립하고 목표대비 연간 성과를 보고할 것을 권고합니다.
- 지속가능경영 활동의 재무적 가치와 비재무적 가치를 정량적으로 측정할 수 있는 시스템 개발을 권고합니다.
- 롯데쇼핑의 해외 지역별 지속가능이슈를 정의하고, 이를 보고서에 포함할 것을 권고합니다.
- 전사차원의 지속가능 전략을 강화하고 사업부간, 특히 백화점과 마트간 커뮤니케이션을 강화하여 시너지 효과를 극대화 할 것을 제안합니다.
- 협력사와의 상호발전을 극대화 하기 위해 공급망 전체의 지속가능 리스크 및 기회를 정량적으로 측정할 수 있고 관리하는 시스템 개발을 권고합니다

독립성 (Our independence)

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

2015년 8월 30일

Andy Gebhardt Director, SolAbility Ltd.



UN Global Compact



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

분류	원칙	페이지
인권	원칙1. 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 한다.	윤리행동준칙 4장10조 규범준수 32~35
		윤리행동준칙 6장17조 건전한 기업 활동 32~35
노동	원칙2. 기업은 인권 확대에 연루되지 않을 것을 확실하 한다	윤리행동준칙 4장10조 규범준수 32~35
	원칙3. 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지한다	윤리행동준칙 4장10조 규범준수 62
기준	원칙4. 기업은 모든 형태의 강제 노동을 배제한다	윤리행동준칙 4장10조 규범준수 62
	원칙5. 기업은 아동 노동을 효과적으로 철폐한다	윤리행동준칙 4장10조 규범준수 32~35
환경	원칙6. 기업은 고용 및 업무에서 차별을 배제한다	사규 취업 규칙 1장4조 균등대우 52~56
	원칙7. 기업은 환경 문제 대한 예방적 접근을 지지한다	윤리행동준칙 6장19조 환경친화 70~78
반부패	원칙8. 기업은 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행한다	윤리행동준칙 6장19조 환경친화 70~78
	원칙9. 기업은 환경 친화적인 기술의 개발과 확산을 촉진한다	윤리행동준칙 6장19조 환경친화 70~78
	원칙10. 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 형태의 부패에 반대한다	윤리행동준칙 6장17조 건전한 기업 활동 32~35

GRI G4 Index

●: 보고 ○: 일부보고 ○: 보고안됨 N/A: 해당 사항 없음

일반표준공개

측면	지표번호	지표내용	보고여부	페이지
전략 및 분석	G4-1	조직의 최고 의사결정자(CEO, 의장, 또는 이와 동등한 직위)가 지속가능성과 조직과의 관계 및 조직의 지속가능성을 위한 전략에 대해 밝힌 성명서	●	3~5, 28~29
	G4-2	핵심 영향, 위험과 기회	●	11~13
조직 프로필	G4-3	조직 명칭	●	6~7
	G4-4	주력 브랜드, 제품 및 서비스	●	6~7
	G4-5	본사 소재지	●	1
	G4-6	조직이 사업을 운영하는 국가의 수와 이름, 조직이 주요 사업장을 운영하거나 지속가능성 이슈와 구체적인 연관성을 갖는 국가명	●	8~9
	G4-7	조직 소유 형태와 법적 형태	●	6~7, 30~31
	G4-8	시장 영역(지리적 분할, 서비스 분야, 고객유형 및 수혜자 등 포함)	●	6~7
	G4-9	조직의 규모 - 총 근로자 수, 총 사업장 수, 순매출액(민간부문 조직의 경우) 또는 순수의(공공부문 조직의 경우), 부채와 자기 자본으로 세분한 총 자본(민간부문 조직의 경우), 제공하는 제품 수량 또는 서비스 규모	●	6~7, 17
	G4-10	성별, 고용유형, 고용 계약 및 지역별 인력 현황	●	53
	G4-11	단체협약이 적용되는 근로자 비율	●	62
	G4-12	조직의 공급망	○	17, 67
	G4-13	보고기간 중 규모, 구조, 소유, 공급망과 관련된 중요한 변화	N/A	-
	G4-14	조직이 사전예방 접근법이나 원칙	●	32~35
	G4-15	외부의 경제, 환경, 사회에 관한 현장, 원칙, 기타 이행목표 또는 실행계획	●	32, 43, 45, 62, 66, 71
	G4-16	가입 협회(산업 협회 등)나 국내 또는 국제 후원기관	●	80~85

●: 보고 ○: 일부보고 ○: 보고안됨 N/A: 해당 사항 없음

측면	지표번호	지표내용	보고여부	페이지
파악된 중대측면과 경계	G4-17	a. 조직의 연결재무제표 또는 그와 동등한 문서에 수록된 모든 주체의 목록 b. 조직의 연결재무제표 또는 그와 동등한 문서에 수록되었으나 보고서에서는 다루고 있지 않은 주체	●	표지, 6~7
	G4-18	a. 보고서 내용과 측면경계 결정 과정 b. 보고서 내용 결정 과정에 보고원칙과 실행방법	●	표지
이해관계자 참여	G4-19	보고서 내용 결정 과정에서 파악한 모든 중대측면의 목록	●	12
	G4-20	각 중대측면 별 조직 내 측면경계 - 조직 내 보고 측면의 중요성 - 보고측면이 G4-17에 기술된 조직 내 모든 주체에 중요하지 않은 경우 - G4-17 지표에 수록된 주체 또는 그룹 중 중요측면에 포함되지 않은 주체 - G4-17 지표에 수록된 주체 또는 그룹 중 중요측면에 포함된 주체	●	표지
	G4-21	각 중대측면 별 조직 외 측면경계	●	표지
	G4-22	이전 보고서에 제시한 정보의 재기술로 인한 효과 및 재기술 사유	○	-
	G4-23	이전 보고 기간 대비 보고서의 범위, 경계 상의 큰 변화	●	표지
보고서 프로필	G4-24	이해관계자 목록	●	12
	G4-25	이해관계자 식별 및 선정 기준	●	12
	G4-26	이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 참여 방식	●	12
	G4-27	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 토픽 및 관심사, 조직의 대응 방법, 핵심 토픽 및 관심사를 제기한 이해관계자 집단 목록	●	12
	G4-28	보고기간(회계 연도 또는 역년)	●	표지
	G4-29	최근 보고서 보고일자	●	29
	G4-30	보고 주기(매년, 격년 등)	●	29
거버넌스	G4-31	보고서 및 관련 내용에 대한 문의처	●	표지
	G4-32	a. 조직이 선택한 '부합'방법 b. 선택한 방법에 대한 GRI 인덱스를 보고 c. 보고서에 대해 외부 검증 받은 경우, 외부 검증보고서에 대한 참조를 기입. GRI는 외부 검증 활동을 권장하지만, 이는 가이드라인 '부합' 요구사항은 아님	●	표지, 90~94
	G4-33	a. 보고서의 외부 검증에 대한 조직의 정책과 현 관행 b. 첨부하는 검증 보고서에 외부 검증의 범위와 근거 c. 조직과 외부 검증기관 사이의 관계	●	표지, 88~89
거버넌스	G4-34	최고 의사결정기구의 위원회를 포함한 조직의 의사결정기구의 지배구조, 경제, 환경, 사회 영향에 대한 의사결정 위원회	●	28~31
	G4-35	최고 의사결정 기구가 고위 임원 및 기타 근로자에게 경제, 환경, 사회 토픽에 대한 권한을 위임하는 절차	●	28~31
	G4-36	조직 내 임원급 인사나 경제, 환경, 사회 토픽을 책임지는 인사 임명 여부, 책임 인사가 최고 의사결정 기구에 직접 보고할 수 있는 시스템	●	28~31
	G4-37	경제, 환경, 사회 토픽에 관해 이해관계자들과 최고 의사결정기구 협의 과정, 협의가 위임되어 있는 경우, 위임자와 최고 의사결정기구 에 대한 피드백 절차	●	28~31
	G4-38	최고 의사결정기구와 그 위원회의 구성: - 상임 또는 비상임 - 독립성 - 의사결정 기구의 임기 - 각 개인의 다른 중요한 직위 및 업무와 업무성격, 성별 - 대표자가 불충분한 사회집단의 구성원 - 경제, 환경, 사회 영향 관련 역량 - 이해관계자 대표	●	28~31
	G4-39	최고 의사결정기구의 의장과 임원의 겸직 여부(해당 경우, 조직 경영에서의 역할, 겸직의 이유)	●	28~31
	G4-40	최고 의사결정기구 및 그 산하위원회 임명과 선정 절차 - 다양성의 고려 여부 및 그 방법 - 독립성의 보장 여부 및 그 방법 - 경제, 환경, 사회 토픽에 관련된 전문지식과 경험의 고려 여부 및 그 방법 - 이해관계자들의(주주 포함) 참여 여부 및 그 방법	○	28~31
	G4-41	최고 의사결정기구가 이해관계 상충 방지, 관리 절차:	○	28~31

GRI G4 Index

●: 보고 ●: 일부보고 ○: 보고안됨 N/A: 해당 사항 없음

일반표준공개				
측면	지표번호	지표내용	보고여부	페이지
거버넌스	G4-41	- 이사회 구성원의 겸직사항	●	28~31
		- 공급업체 및 기타 이해관계자와 상호주식의 보유		
		- 지배주주의 존재		
		- 관련 당사자의 공개자료		
	G4-42	최고 의사결정기구와 고위 임원이 경제, 환경, 사회 영향과 관련된 조직의 목적, 가치 또는 미션, 전략, 정책, 목표 등을 개발, 승인, 개선의 역할	●	28~31
	G4-43	최고 의사결정기구의 경제, 환경, 사회 토픽에 대한 공동 지식을 개발하고 강화하기 위한 조치	●	28~31
	G4-44	경제, 환경, 사회 토픽의 관리방식에 대한 최고 의사결정기구의 성과 평가 절차, 독립적 수행 여부와 수행 빈도, 자체적 평가 수행 여부 (성과 평가에 대한 대응 조치와 최소한 구성원과 조직 관행의 변화에 관한 내용을 포함)	●	28~31
	G4-45	경제, 환경, 사회 영향과 위험 및 기회를 파악하고 관리, 실사 시행과정에서의 최고 의사결정기구의 역할(이해관계자 협의 과정을 여부 포함)	●	28~31
	G4-46	최고 의사결정 기구가 경제, 환경, 사회 토픽에 대한 조직의 위험관리 프로세스 검토에서의 역할	●	28~31
	G4-47	최고 의사결정기구가 경제, 환경, 사회 영향과 위험 및 기회 검토의 빈도	●	28~31
	G4-48	조직의 지속가능성보고서를 공식 검토, 승인, 중대측면 포함 여부를 확인하는 최고 위원회 또는 직위	●	28~31
G4-49	중요 사항을 최고 의사결정기구에 보고하는 절차	●	28~31	
G4-50	최고 의사결정기구에 보고된 중요 사항의 성과과 보고 횟수, 해결하기 위한 제도	●	28~31	
G4-51	보수 유형별로 최고 의사결정기구와 고위 임원에 대한 보수 정책:	●	28~31	
	- 고정급여와 변동급여: 성과급, 주식 기반 보수, 보너스, 후배주 또는 가독주			
	- 사인온 보너스 또는 채용 인센티브 지급			
	- 퇴직급여			
	- 임원보수 환수금			
	- 최고 의사결정기구, 고위 임원, 기타 근로자별 퇴직급여제도(이들 간의 복리후생과 기여율의 차이 포함)			
G4-52	b. 보수 정책 상의 성과 기준이 최고 의사결정기구 및 고위 임원의 경제, 환경, 사회 목표와의 관련성	●	28~31	
	보수 결정 절차, 보수자문위원회 보수 결정, 경영과 독립적으로 수행하는지 여부, 보수자문위원의 기타 관계 여부			
	보수와 관련하여 이해관계자의 견해 수렴, 참작 과정(보수 정책에 대한 투표결과와 보수 정책에 대한 제한 포함, 제도가 존재하는 경우)			
	주요사업장 국가별로, 전체 근로자(최고 연봉자는 제외)의 연간 총 보상의 중앙값과 대비한 조직의 최고 연봉자의 연간 총 보상 비율			
	주요사업장 국가별로, 전체 근로자(최고 연봉자는 제외)의 연간 총 보상 증가율의 중앙값과 대비한 조직의 최고 연봉자의 연간 총 보상 증가율의 비율			
	보수 결정 절차, 보수자문위원회 보수 결정, 경영과 독립적으로 수행하는지 여부, 보수자문위원의 기타 관계 여부			
윤리성 및 청렴성	G4-53	보수와 관련하여 이해관계자의 견해 수렴, 참작 과정(보수 정책에 대한 투표결과와 보수 정책에 대한 제한 포함, 제도가 존재하는 경우)	●	28~31
	G4-54	주요사업장 국가별로, 전체 근로자(최고 연봉자는 제외)의 연간 총 보상의 중앙값과 대비한 조직의 최고 연봉자의 연간 총 보상 비율	○	-
	G4-55	주요사업장 국가별로, 전체 근로자(최고 연봉자는 제외)의 연간 총 보상 증가율의 중앙값과 대비한 조직의 최고 연봉자의 연간 총 보상 증가율의 비율	○	-

특정표준공개

중대측면(G4-19와 동일하게) 파악된 중대측면의 목록을 작성.

파악된 각 중대측면과 관련된 특정표준공개 목록을 작성(페이지 번호 또는 링크를 함께 작성).

경제				
경제성과	지표번호	지표내용	보고여부	페이지
경제성과	G4-EC1	직접적 경제가치 발생과 분배	●	8, 9, 16, 19
	G4-EC2	기후변화가 조직의 활동에 미치는 재무적 영향 및 기타 위험과 기회	●	75~76
	G4-EC3	조직의 확정급여형 연금제도 채무 충당	N/A	-
	G4-EC4	정부 재정지원	N/A	-
시장지위	G4-EC5	주요 사업장이 위치한 지역의 최저 임금과 비교한 성별 기본 초임 임금 비율	○	-
	G4-EC6	주요 사업장의 지역사회에서 고용된 고위 경영진의 비율	●	8~9, 54
간접 경제효과	G4-EC7	사회기반시설 투자와 서비스 자원의 개발 및 영향	●	79~85
	G4-EC8	영향의 규모 등 중요한 간접 경제효과	●	79~85
조달 관행	G4-EC9	주요사업장에서 현지 공급업체에 지급하는 지출 비율	●	63

●: 보고 ●: 일부보고 ○: 보고안됨 N/A: 해당 사항 없음

환경					
측면	지표번호	지표내용	보고여부	페이지	
원재료	G4-EN1	사용한 원재료의 중량이나 부피	N/A	-	
	G4-EN2	재생투입 원재료 사용 비율	N/A	-	
	에너지	G4-EN3	조직 내 에너지소비	●	76
		G4-EN4	조직 밖에서의 에너지소비	N/A	-
		G4-EN5	에너지 집약도	○	-
		G4-EN6	에너지소비 감축	●	75~78
	G4-EN7	제품 및 서비스의 에너지 요구량 감축	●	75~78	
용수		G4-EN8	수원별 총 취수량	●	76
		G4-EN9	취수에 의해 중요한 영향을 받는 수원	○	-
G4-EN10		재생 및 재사용 용수의 비율과 총량	●	76	
	생물다양성	G4-EN11	보호 지역 또는 보호지역 밖의 생물다양성 가치가 높은 지역에서 또는 그 인근에서 소유, 임대, 관리하는 사업장	○	-
G4-EN12		보호 지역 또는 보호지역 밖의 생물다양성 가치가 높은 지역에서 생물다양성과 관련된 활동, 제품, 서비스가 미치는 중요한 영향	○	-	
G4-EN13		서식지 보호 또는 복구	○	-	
배출	G4-EN14	사업장에 의해 영향을 받는 지역에 서식지를 둔 세계자연보호연맹(IUCN)의 멸종위기 종의 수 및 국가 보존 종의 수(멸종 위기 단계별로)	○	-	
	G4-EN15	직접 온실가스(GHG) 배출(Scope 1)	●	77	
		G4-EN16	에너지 간접 온실가스(GHG) 배출(Scope 2)	●	77
		G4-EN17	기타 간접 온실가스(GHG) 배출(Scope 3)	○	-
	G4-EN18	온실가스(GHG) 배출 집약도	○	-	
		G4-EN19	온실가스(GHG) 배출 감축	●	75
			G4-EN20	오존파괴물질 배출(ODS)	N/A
		G4-EN21	NOX, SOX, 및 기타 중요한 대기 배출물	N/A	-
	폐수 및 폐기물	G4-EN22	수질 및 도처지별 총 방류량	N/A	-
		G4-EN23	유형 및 처리방법별 총 폐기물 중량	●	76
G4-EN24		중요한 유해물질 유출 건수 및 유출량	N/A	-	
G4-EN25		바젤협약2의 부록 I, II, III 및 VIII의 조건에 따라 유해물로 간주되는 폐기물 중 운송, 수입, 수출 또는 처리된 폐기물의 중량 및 국제적으로 출하되는 운송 폐기물의 비율	N/A	-	
		G4-EN26	조직의 방류 및 지표유출로 인해 중요한 영향을 받는 수역 및 관련 서식지의 성격, 크기, 보호상태, 생물다양성 가치	○	-
제품 및 서비스	G4-EN27	제품 및 서비스가 환경에 미치는 영향의 완화 정도	●	75~78	
	G4-EN28	판매된 제품 및 그 포장재의 재생 비율(범주별)	●	75~78	
컴플라이언스	G4-EN29	환경법 및 규정 위반으로 부과된 주요 벌금의 액수 및 비금전적 제재조치의 수	N/A	-	
운송	G4-EN30	사업 운영을 위한 제품, 기타 재화, 재료의 운송과 인력 구성원 수송이 환경에 미치는 중요한 영향	○	-	
종합	G4-EN31	환경보호를 위한 총 지출과 투자(유형별)	●	75~78	
공급업체 환경평가	G4-EN32	환경 기준 심사를 거친 신규 공급업체 비율	○	-	
G4-EN33	공급망 내 실질적이거나 잠재적으로 중대한 부정적 환경영향 및 이에 대한 조치	N/A	-		
	G4-EN34	환경영향에 따른 불만 수 및 공식적인 불만처리 매커니즘을 통해 해결된 수	N/A	-	
사회					
고용	G4-LA1	신규 채용 근로자와 이직 근로자의 인원수 및 비율(연령별, 성별, 지역별)	●	53	
	G4-LA2	주요 사업장별 임시직 또는 시간제 근로자에게는 제공되지 않고 상근직 근로자에게 제공하는 복리후생	○	-	
		G4-LA3	성별에 따른 육아휴직 이후의 업무 복귀 및 근속 비율	○	-
노사관계	G4-LA4	경영상 변동에 관한 최소 통지기간(단체협약상의 명시여부 포함)	○	-	
산업안전보건	G4-LA5	산업안전보건 프로그램의 모니터 및 자문을 지원하는 노사공동보건안전위원회가 대표하는 근로자 비율	●	62	
	G4-LA6	부상 유형, 부상 발생률, 업무상 질병 발생률, 휴직일수 비율, 결근률, 업무 관련 사망자 수(지역별, 성별)	○	-	
		G4-LA7	업무상 질병 발생률 또는 발생 위험이 높은 근로자	○	-
	G4-LA8	노동조합과의 정식 협약 대상인 안전보건 사항	○	-	
	훈련 및 교육	G4-LA9	근로자 1인당 한 해에 받는 평균 훈련시간(성별, 근로자 범주별)	●	57
G4-LA10		지속적인 교육을 근로자의 취업능력을 유지하고 은퇴 후 관리를 도와주는 직무교육 및 평생교육 프로그램	●	61~62	

GRI G4 Index

●: 보고 ●: 일부보고 ○: 보고안됨 N/A: 해당 사항 없음

특정표준공개

측면	지표번호	지표내용	보고여부	페이지
사회				
훈련 및 교육	G4-LA11	업무성과 및 경력개발에 대한 정기적인 검토를 받은 근로자 비율(성별, 근로자 범주별)	●	57
다양성과 기회 균등	G4-LA12	범주별 거버넌스 기구 및 근로자의 구성 현황(성별, 연령별, 소수집단별, 기타 다양성 지표별)	●	53
남녀 동등 보수	G4-LA13	남성 대비 여성의 기본급여 및 보수 비율(근로자 범주별, 주요 사업장별)	○	-
공급업체 노동관행	G4-LA14	노동관행기준에 의해 심사를 거친 신규 공급업체 비율	○	-
평가	G4-LA15	공급망 내 실질적이거나 잠재적으로 노동관행에 미치는 중대한 부정적 영향과 이에 대한 조치	○	-
노동관행	G4-LA16	고충처리제도에 의해 접수, 발견, 해결된 노동관행에 관한 고충 건수	●	62
고충처리제도				
투자	G4-HR1	인권조항을 포함하거나 인권심사를 거친 중요한 투자 약정 및 계약의 수와 비율	○	-
	G4-HR2	공급망 내 실질적이거나 잠재적으로 노동관행에 미치는 중대한 부정적 영향과 이에 대한 조치	○	-
차별금지	G4-HR3	차별 사건의 수와 이에 대한 시정조치	○	-
결사 및 단체교섭의 자유	G4-HR4	결사 및 단체교섭의 자유를 침해하였거나 침해할 현저한 위험성이 있는 것으로 파악된 사업장 및 공급업체와 결사 및 단체교섭의 자유를 보장하기 위해 취한 조치	○	-
아동노동	G4-HR5	아동노동 발생 위험이 높다고 파악되는 사업장 및 공급업체와 아동노동을 효과적으로 폐지하기 위해 취한 조치	●	32~35
강제노동	G4-HR6	강제노동 발생 위험이 높다고 파악되는 사업장 및 공급업체와 모든 형태의 강제노동을 폐지하기 위해 취한 조치	●	32~35
보안 관행	G4-HR7	사업과 관련된 인권 정책 및 절차에 관한 훈련을 받은 보안요원의 비율	○	-
원주민 권리	G4-HR8	원주민 권리 침해 사건의 수와 이에 대한 조치	○	-
평가	G4-HR9	인권검토 또는 인권영향평가 대상인 사업장의 수와 비율	○	-
공급업체 인권 평가	G4-HR10	인권기준에 의해 심사를 거친 신규 공급업체 비율	○	-
	G4-HR11	공급망 내 실질적이거나 잠재적으로 인권에 미치는 중대한 부정적 영향과 이에 대한 조치	○	-
인권 고충처리제도	G4-HR12	공식 고충처리제도에 의해 접수, 발견, 해결된 인권고충 건수	●	34
지역사회	G4-SO1	지역사회에 참여하고, 영향평가, 개발 프로그램을 수행하는 사업장의 비율	○	-
	G4-SO2	실질적이거나 잠재적으로 지역사회에 중대한 부정적 영향을 미치는 사업장	○	-
반부패	G4-SO3	부패 위험을 평가한 사업장의 수 및 비율과 파악된 중요한 위험	○	-
	G4-SO4	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	●	32~35
	G4-SO5	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	●	32~35
공공정책	G4-SO6	기부한 정치자금의 총 규모(국가별, 수령인/수혜자별)	N/A	-
경쟁저해행위	G4-SO7	경쟁저해행위, 독과점 등 불공정한 거래행위에 대한 법적 조치의 수와 그 결과	○	-
준수	G4-SO8	법률 및 규정 위반에 대한 주요 벌금의 액수와 비금전적 제재의 횟수	○	-
공급업체가 사회에 미치는 영향 평가	G4-SO3	사회에 미치는 영향 평가기준을 이용하여 심사를 거친 신규 공급업체의 비율	○	-
	G4-SO4	공급망 안에서 사회에 미치는 실질적이거나 잠재적으로 중대한 부정적 영향과 이에 대한 조치	○	-
사회에 미치는 영향에 관한 고충처리제도	G4-SO11	공식 고충처리제도에 의해 접수, 발견, 해결된 사회에 미치는 영향에 관한 고충 건수	●	64
고객 안전보건	G4-PR1	개선을 위해 안전보건 영향을 평가한 주요 제품 및 서비스군의 비율	●	48
	G4-PR2	제품생명주기 동안 제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건의 수(처분 결과별)	●	48
제품 및 서비스 라벨링	G4-PR3	조직의 제품 및 서비스 정보와 라벨링 절차에 요구되는 제품 및 서비스 정보 유형, 그리고 해당 정보 요건을 갖추어야 하는 주요 제품 및 서비스군의 비율	●	48
	G4-PR4	위반의 결과별, 제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건의 수(처분 결과별)	○	-
	G4-PR5	고객 만족도 조사결과	●	15, 19
마케팅 커뮤니케이션	G4-PR6	금지되거나 논란이 있었던 제품의 판매	○	-
	G4-PR7	광고, 프로모션, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션에 관한 법률규정과 자율규정을 위반한 사건의 수(처분 결과별)	○	-
고객개인정보보호	G4-PR8	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	○	-
컴플라이언스	G4-PR9	제품, 서비스공급 및 사용에 관한 법규 위반에 대한 주요 벌금의 액수	○	-