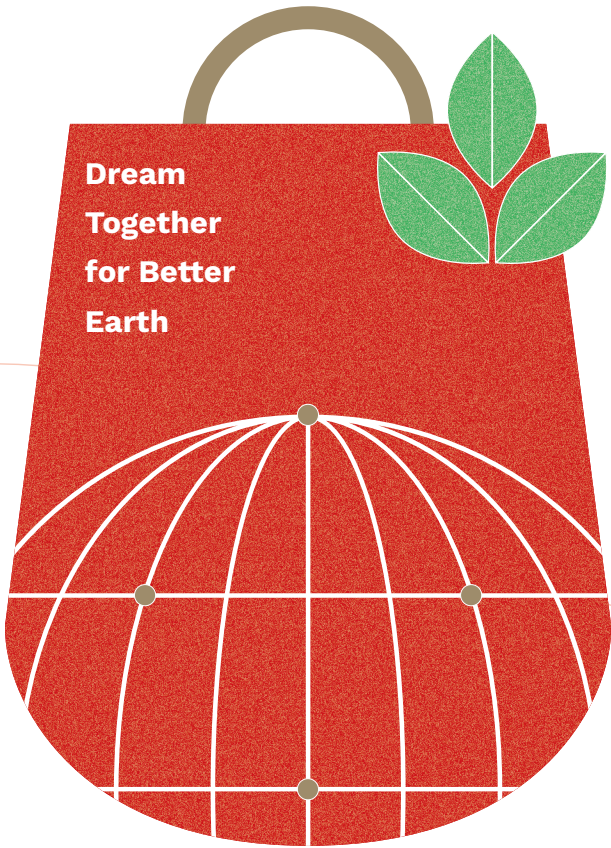


LOTTE SHOPPING

2024 Sustainability Report



About This Report

보고서 개요

롯데쇼핑은 당사의 지속가능경영 전략과 활동 및 성과를 이해관계자에게 투명하게 공개하고자 매년 지속가능경영보고서를 발간하고 있습니다. 앞으로도 지속가능경영보고서를 통해 다양한 이해관계자에게 롯데쇼핑 및 각 사업부(롯데백화점, 롯데마트·슈퍼, 롯데e커머스)의 주요 사업 성과와 지속가능성 관련 정보를 투명하게 공개하고 적극적으로 소통하겠습니다.

보고 기간

본 보고서는 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지의 활동 및 성과를 바탕으로 작성되었습니다. 일부 주요한 정보의 경우 2025년 상반기까지의 정보가 포함되어 있으며, 재무정보를 포함한 정량적 성과 및 지표의 경우, 데이터 추이를 확인할 수 있도록 최근 3개년(2022년~2024년) 데이터를 제공하고 있습니다.

보고 범위 및 경계

본 보고서의 보고 범위는 롯데쇼핑 및 각 사업부에서 운영하고 있는 본사 및 지점, 연구소 등 국내 모든 사업장을 포함하고 있습니다. 일부 항목의 경우 해외 사업장의 데이터와 활동 성과를 포함하고 있습니다.

보고서 작성 기준

본 보고서는 지속가능경영 국제 보고 가이드라인인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021의 요구사항을 따르고 있습니다. 유통 산업과 관련된 주요 이슈를 반영하기 위해 TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosure) 프레임워크와 ESRS(European Sustainability Reporting Standards) 보고 표준, SASB(Sustainability Accounting Standard Board)의 산업군 공시 지표를 준수하고 있습니다. 또한 환경, 사회 보고 주제에 대해 '거버넌스 - 전략 - 위험관리 - 목표 및 지표' 프레임워크에 따라 보고하고 있습니다. 재무 정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS, Korea International Financial Reporting Standards)에 따라 작성되었으며, 비재무적 정보 역시 당사 공시 체계에 따라 회계연도를 기준으로 작성되었습니다.

보고서 검증

본 보고서에 대한 신뢰도 제고 및 품질 향상을 위해 나이스 평가정보로부터 제3자 검증을 받았습니다. 자세한 검증내용은 보고서 141~142p에서 확인하실 수 있습니다.

보고서 관련 문의

보고서 및 보고 내용에 대한 문의사항이 있으실 경우 아래 연락처로 연락주시기 바랍니다. 이해관계자 여러분의 다양한 의견을 기다립니다.

CONTACT INFORMATION

담당부서	롯데 유통군HQ 컴플라이언스실
주소	서울특별시 송파구 올림픽로300 롯데월드타워
E-mail	lotteshopping_esg@lotte.net
TEL	02-2118-6775
Homepage	www.lotteshoppingir.com

INTRODUCTION	
Letter From CEO	005
롯데쇼핑(주) 소개	010
Performance Highlights	014

SOCIAL	
인권경영	050
인재경영	057
안전보건경영	067
품질경영	072
지속가능한 공급망	079
사회공헌	088

Contents

ESG IMPACT	
ESG Impact	021

GOVERNANCE	
이사회	097
주주 친화 경영	102
윤리·준법 경영	104
리스크 경영	109
정보보호	112

ENVIRONMENTAL	
기후변화 대응(TCFD)	031
환경경영	039

APPENDIX	
ESG Data	118
Initiative Index	131
제3자 검증의견서	140
가입협회 및 수상내역	143
제작부서	144

INTERACTIVE GUIDE

2024 롯데쇼핑 지속가능경영보고서는 보고서 내 관련 페이지로의 이동 기능이 포함된 인터랙티브 PDF로 발간되었습니다.

 표지 페이지로 이동

 목차 페이지로 이동

 이전 페이지로 이동

 다음 페이지로 이동

 찾기

INTRODUCTION

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

INTRODUCTION

- 005 Letter From CEO
- 010 롯데쇼핑(주) 소개
- 014 Performance Highlights



INTRODUCTION

Letter From CEO

롯데쇼핑(주) 소개
Performance Highlights

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

Letter From CEO

Dream Together for Better Earth

롯데쇼핑은 진정성 있는 활동을 통해
ESG 경영의 실행력을 강화해 나가겠습니다



롯데쇼핑의 새로운 도전과 지속가능한 미래를 응원해주시는 고객, 주주, 파트너사, 임직원 여러분들께 진심으로 감사의 말씀을 드립니다.

2024년 롯데쇼핑은 글로벌 경제의 불확실성과 더불어 불안정한 국내 정세, 내수 침체 등 어려운 상황 속에서도 '고객의 첫 번째 쇼핑 목적지'라는 비전 아래 '고객 중심'이라는 변함없는 가치를 최우선으로 삼고, 각 사업부의 본업 경쟁력을 회복하기 위해 많은 노력을 기울였습니다.

그 결과, 롯데백화점은 잠실점 연매출 3조원 달성, 미래형 복합 쇼핑몰의 새로운 포맷인 '타임빌라스' 수원점의 성공적인 오픈을 이루어 냈으며, 롯데마트/슈퍼는 국내 그로서리 전문 포맷인 '그랑 그로서리'를 국내 및 해외에 확대 적용하고, 6년 만에 신규점 오픈이라는 뜻깊은 소식을 전할 수 있었습니다. 롯데온 또한 플랫폼 경쟁력을 강화하고 수익성 중심으로 사업 및 조직을 개편하여 적자폭을 개선할 수 있었습니다.

더불어, 롯데쇼핑은 ESG 경영을 회사 전략의 한 축으로 삼고 지속가능한 미래를 위한 역할과 책임을 다하기 위해 노력하고 있으며, ESG 실행 계획과 성과에 대해 지속가능경영보고서를 통해 투명하게 공개하고 있습니다. 그 결과 국내 ESG 평가 기관인 KCGS로부터 유통업계 중 최장 기간인 7년 연속 '우수' 등 급을 받았고, 글로벌 평가 기관인 LACP로부터 3년 연속 공시의 우수성을 인정받을 수 있었습니다. 앞으로도 롯데쇼핑은 진정성 있는 활동을 바탕으로, 다음과 같이 ESG 경영의 실행력을 강화해 나가겠습니다.

INTRODUCTION

Letter From CEO

롯데쇼핑(주) 소개
Performance Highlights

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

첫째, '2040 탄소중립' 목표를 착실히 이행해 나가겠습니다.

롯데쇼핑은 탄소중립을 ESG 경영의 최우선적인 과제로 삼고, '2040 탄소중립 로드맵'을 수립하여 중장기적인 관점에서 탄소감축 활동을 진행하고 있습니다. 2025년 4월에는 유통업 최초 SBTi(Science Based Targets initiative)를 통해 온실가스 감축 목표에 대한 승인을 받음으로써 롯데쇼핑의 탄소감축 목표가 글로벌 기준에 부합함을 인정받게 되었습니다. 탄소중립 로드맵의 실질적인 이행을 위해 2025년에는 PPA(Power Purchase Agreement)를 통해 재생에너지 사용을 본격화하고, 점포 내 에너지 효율 개선, 태양광 설비 확대 등 추가 감축 수단 확보에도 최선을 다하겠습니다.

둘째, 파트너사, 지역사회, 임직원과 함께 성장할 수 있는 환경을 만들겠습니다.

롯데쇼핑은 중소 파트너사를 위한 교육, 컨설팅, 금융 지원 프로그램 및 판로 개척 등 다양한 동반성장 프로그램을 통해서 파트너사와 상생할 수 있는 체계를 구축하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 리얼스, 리조이스 캠페인을 통해 지역사회를 위한 환경정화, 심리상담, 취약계층 지원 등의 프로그램을 운영하고, 국내 및 해외 점포를 기반으로 사회공헌 활동을 지속하고 있습니다.

특히 저출산 문제 해결을 위해 임직원의 임신기 및 육아기 지원을 위한 제도를 강화하여 '예비아빠 태아검진 휴가', '아기소망 휴직', '남성 직원의 의무 육아 휴직'과 같은 복지 제도를 확대해 나가고 있습니다. 앞으로도 롯데쇼핑은 임직원이 안심하고 일할 수 있는 근무 환경을 만들기 위해 임직원의 목소리에 귀 기울이며, 가족 친화 경영을 실천해 나가겠습니다.

셋째, 주주가치 제고에 전력을 다하겠습니다.

롯데쇼핑은 2023년부터 매년 'CEO IR Day'를 개최하여 투자자와 직접 소통하고 있으며, 특히 2024년 10월에는 밸류업 공시를 통해 기업가치 제고를 위한 목표 및 계획에 대해 공개했습니다. 최소 주당 배당금을 제시하고, 선(先) 배당액, 후(後) 배당기준일 확정 방식으로 배당 절차를 변경하여 투자자의 예측 가능성을 높였고, 투명한 지배구조 확립을 위해 감사위원회 규정 내 내부 감사부서 구성원에 대한 임면동의권 조항을 마련하는 등 제도를 개선했습니다. 또한 2025년에는 글로벌 경영 감각과 실무 경험이 풍부한 재계 출신의 사외이사를 신규 선임하여 이사회의 전문성을 높이고, 이사회 책임과 역할을 강화하였습니다.

앞으로도 롯데쇼핑은 '친환경적이고, 사회적인 측면에서 선한 영향을 주어야 한다'는 당사의 실천 강령을 마음에 새기고 지속가능한 미래를 위한 도전과 혁신을 이어 나가겠습니다. 더 나은 세상을 만들어 나가기 위한 롯데쇼핑의 여정에 따뜻한 격려와 응원으로 동참해 주시길 바랍니다.

감사합니다.

롯데쇼핑(주)

총괄대표이사 부회장 김 상 현

INTRODUCTION

Letter From CEO

롯데쇼핑(주) 소개
Performance Highlights

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

Letter From CEO



롯데백화점의 위대한 ESG 여정은 계속됩니다

안녕하십니까. 롯데백화점 대표이사 정준호입니다. 취임 이후, 그 어느 때보다 결연한 의지를 담아, 2024 롯데쇼핑 지속가능경영보고서를 발간합니다. 최근 미국의 도널드 트럼프 2기 행정부 출범 이후, 파리기후 변화협약, 세계보건기구(WHO), 유엔인권이사회(UNHRC) 등으로부터 미국의 탈퇴 선언이 연달아 일어나면서, ESG 시대가 끝난 게 아니라는 국제사회의 우려가 심화되고 있습니다. 이러한 상황 속에서도, 변하지 않는 단 하나의 가치, 인류의 지속가능성 추구에 롯데백화점은 ESG 여정으로 함께 하고자 합니다.

2024년 롯데백화점은 잠실점 매출 3조 달성, 타임빌라스 수원점 오픈, 바샤 런칭 등 대외적인 성과로 주목받기도 했지만, 누군가는 꼭 해야 할 일을 묵묵히 추진해 나가기도 했습니다. 마음건강캠페인으로 8년차에 접어든 리조이스캠페인은 진정성을 인정받아, '2024 트렌드 코리아'에서 기업이 참여한 대표적인 돌봄경제의 사례로 언급되는 쾌거를 이루었습니다. 심리상담소 타임빌라스 수원점 오픈, 키즈오케스트라 2기 콘서트 진행 등의 추가적인 성과를 내기도 했습니다.

GREEN LOTTE의 헤리티지를 이어받아, 2022년 새롭게 리런칭된 리얼스캠페인은 다양한 프로그램을 통해 고객 여러분과 ESG 여정을 함께 했습니다. 전점의 고객, 임직원과 함께 플로깅 하는 리얼스마켓 진행, 백화점의 외벽 현수막과 보랭백 회수를 통해 재탄생한 업사이클링 굿즈 판매, 고품격 식품관 레피세리(Lépicerie) 친환경 패키지 도입 등 작지만 의미 있는 행보를 이어 나가고 있습니다. 또한 27개 사업장에 자가소비형 태양광을 확대하여, 연간 2,298MW가 넘는 친환경 발전을 하고 있는

점을 높이 평가받아, 한국에너지대상 장관상 수상의 결과를 이루어 냈습니다.

롯데백화점은 올해에도, 전 방위적인 측면에서 ESG 여정을 이어 나가겠습니다. 서울시 연계 가족돌봄청소년 공동 후원 사업 진행, 환경부, UNEP 주관 2025 세계 환경의 날 행사 참여 등을 필두로, 학교숲 조성, 의류 선순환 시스템 시도, 친환경 전력(PPA) 도입 또한 추진할 예정입니다. ESG 선도기업 답게, 선한 영향력을 확산시키는 것에서 그치지 않고, 유통 업계 최초로 사회공헌활동 임팩트 정량화와 인권경영시스템 인증에 도전하겠습니다.

국내를 강타했던 4년간의 ESG 열풍이 다소 식어가는 요즘 이야말로, 기업의 ESG에 대한 확고한 의지를 재점검할 수 있는 기회라고 생각합니다. 이러한 열풍들이 한낱 찻잔 속 태풍으로 끝날 것인지를 결정짓는 것 또한 기업이 해야 할 의무이며, 롯데백화점은 이에 대해 지속성과 진정성으로 답하겠습니다. 롯데백화점의 위대한 ESG 여정에 고객, 주주, 파트너사를 포함한 모든 이해관계자 여러분의 많은 응원과 신뢰 부탁드립니다.

감사합니다.

롯데쇼핑(주) 롯데백화점
대표이사 정 준 호

INTRODUCTION

◆ Letter From CEO

롯데쇼핑(주) 소개
 Performance Highlights

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

Letter From CEO

롯데마트와 롯데슈퍼는 회사 경영 전략과 ESG 전략의 일치를 통하여 지속가능한 유통의 미래를 만들어 가겠습니다



안녕하십니까. 롯데마트·롯데슈퍼 대표이사 강성현입니다. 저희 롯데마트·슈퍼에 항상 변함없는 응원을 보내주시는 고객 및 주주 여러분, 그리고 맡은 자리에서 최선을 다해 주고 계신 임직원과 파트너사 여러분께 감사 인사 드립니다.

글로벌 공급망 불안 및 내수시장 침체 장기화 등 2024년도 녹록치 않은 한 해였습니다. 하지만 저희 롯데마트·슈퍼는 'NO.1 GROCERY MARKET' 비전 아래 신선식품 강화 및 해외 사업의 안정적인 실적을 바탕으로 준수한 성과를 거두었습니다.

또한 『바다愛(애)진심』이라는 ESG 캠페인을 새롭게 선보이며 잡피 식재를 통한 해양생태계 복원, 아동 해양캠프를 통한 환경리더 육성 및 파트너사와 어가에 지속가능한 어업 장비 지원 등 환경과 CSR, 동반성장을 아우르는 선순환 모델을 구축하였습니다. 이러한 노력의 결과로 지난해 대형마트 최초 3년 연속 그린스타 인증 획득 및 대한민국 지속가능성지수(KSI) 할인점 부문 1위, 한국유통대상 국무총리 표창 등을 수상하는 쾌거를 이룰 수 있었습니다.

올해는 회사의 경영 전략과 ESG 전략의 일치를 통하여 사업이 잘 될수록 ESG 성과도 높아지고, 반대로 ESG를 잘할수록 사업도 시너지를 내는 방향으로 지속가능 경영을 추진하고자 합니다. 먼저 그로서리 경쟁력 강화를 위해 바다愛진심을 한층 더 고도화하여 국내산 지역 특산품을 활용한 지속가능 수산물물을 개발하고, 수산물에 대한 ESG 프로모션도 함께 병행하여 고객에게 차별화 된 경험을 제공하고자 합니다. 또한 수중에

침적된 대형 해양 폐기물 수거 및 어민 안전을 위한 팽창식 구명조끼 지급 등 심도 있는 활동들도 추진해 나갈 것입니다.

더불어 해외사업 확장에 따라 글로벌 ESG 경영에도 박차를 가하겠습니다. 지난해 베트남 롯데마트에서는 고객에게 친환경 쇼핑백을 증정하였고 최근에는 종이영수증을 완전히 없애고 전자영수증을 도입하는 등의 노력으로 지난 4월 베트남 내 유통부문 그린 ESG 10대 기업(Top 10 Vietnam Green ESG Enterprises 2025-Retail Sector)에 선정되었습니다. 금년에는 인도네시아에서 맹그로브 식재를 비롯하여 빈민촌 지원, 취약계층 아동 초청 행사 등 사회공헌 활동과 현지 인프라를 활용한 중소기업 판로 지원 행사 등 다채로운 글로벌 ESG 활동들이 예정되어 있습니다.

이해관계자 여러분, 올해도 롯데마트·슈퍼는 많은 변화와 도전이 기다리고 있습니다. 지난 1월 6년만에 도심형 그로서리 전문매장인 천호점을 오픈하였고 상반기에 구리점도 새롭게 선보일 예정입니다. 특히 AI를 기반으로 한 롯데마트 ZETTA 앱과 신선지능 프로젝트 등 온·오프라인의 경쟁력 강화를 위한 다양한 서비스를 선보이며 'NO.1 GROCERY MARKET'을 향한 여정을 지속할 것입니다.

더 나은 내일을 향한 롯데마트·슈퍼의 여정에 함께해 주시고, 롯데마트·슈퍼가 지속가능한 유통의 미래를 만들어 갈 수 있도록 아낌없는 지지와 성원을 부탁드립니다.

감사합니다.

롯데쇼핑(주) 롯데마트/롯데슈퍼
 대표이사 **강 성 현**

INTRODUCTION

◆ Letter From CEO

롯데쇼핑(주) 소개

Performance Highlights

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

Letter From CEO

롯데e커머스는 끊임없는 변화와 혁신을 통하여
급변하는 시장 상황 속에서도
지속가능한 경영 환경을 만들어 가겠습니다



안녕하십니까, 롯데e커머스 대표 박익진입니다.

급변하는 시장 환경과 치열한 경쟁 속에서도, 롯데e커머스는 '지속가능한 성장'이라는 가치를 중심에 두고 지난 한 해도 흔들림 없이 전진해 왔습니다. 사업 포트폴리오를 재정비하여 효율성을 높이고, 중장기적 관점의 사업 방향성을 수립했습니다. 롯데ON 플랫폼의 기능을 강화하여 더욱 탄탄한 경영 기반을 다질 수 있었습니다.

올 한 해도 롯데e커머스는 패션, 뷰티 카테고리 중심으로 버티컬 서비스를 강화하여 롯데ON의 커머스 경쟁력을 제고하겠습니다. 또한, 롯데ON 플랫폼을 그룹 Online Gateway(온라인 게이트웨이)로 활용하여 롯데 그룹의 온라인 고객 거점이 될 수 있도록 키워나가겠습니다. 다양한 계열사가 가진 On-Offline(온-오프라인) 자산을 활용하여 그룹 내 시너지 확대에 기여하도록 하겠습니다.

e커머스 산업은 빠른 속도로 변화하는 만큼, 단기적인 성과뿐 아니라 장기적인 관점의 지속가능한 경영환경에 대한 고민이 필수적입니다. 이에 당사는 비용 절감과 수익 확보뿐만 아니라 친환경 포장재 도입, 물류 과정에서의 탄소 배출 저감 등 환경을 고려한 실질적인 변화도 함께 추진해왔습니다. '고객 장바구니 배송', '포장재 없는 대면배송'과 같은 배송 방식을 통하여 포장재 사용을 최소화하고, 전기차 도입을 지속적으로 확충하여 연간 탄소배출을 감축하는 친환경 경영에 앞장섰습니다.

또한, 지역자치단체와 협력하여 중소기업·소상공인을 대상으로 온라인 판로 지원 사업을 꾸준히 전개해오고 있습니다. 온라인 사업 진출에 어려움을 겪고 있는 중소기업·소상공인을 대상으로 영업, 마케팅 및 정산에 이르기까지 전반적인 온라인 유통 사업에 대한 교육을 진행하여 독립적인 운영이 가능하도록 지원해오고 있습니다. 새롭게 오픈하는 온누리 상품권 전문관에서도 전통시장의 우수 상품을 온라인으로 간편하게 구매할 수 있도록 지원하여 온라인과 전통시장 간 유통 연결고리를 보다 강화해가도록 하겠습니다. 이렇게 롯데e커머스는 다양한 ESG 관리 체계를 통하여 당사 사업과 더불어 공급망 관리, 협력사 상생까지 고려한 ESG 경영이 정착될 수 있도록 노력하겠습니다.

앞으로도 우리는 책임 있는 기업으로서, 고객의 신뢰에 부응하고 사회와 함께 성장하기 위해 끊임없이 노력할 것입니다. 지속가능한 미래를 위한 당사의 여정에 변함없는 관심과 응원을 부탁드립니다.

감사합니다.

롯데쇼핑(주) 롯데e커머스

대표 박익진

INTRODUCTION

- Letter From CEO
- 롯데쇼핑(주) 소개
- Performance Highlights

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

롯데쇼핑(주) 소개

기업 개요

롯데쇼핑(주)

롯데쇼핑(주)는 1970년 설립 이후 대한민국 유통산업의 발전을 선도해온 종합 유통기업으로, 백화점, 할인점(마트, 슈퍼), e커머스를 포함한 다양한 유통 채널을 운영하며 구축한 온·오프라인 통합 시너지를 통해 고객에게 새로운 쇼핑 경험과 가치를 제공하고 있습니다.

롯데쇼핑의 각 사업부는 고객의 라이프스타일 변화에 유연하게 대응하며, 차별화된 상품과 서비스를 통해 국내 유통시장에서의 경쟁력을 강화해 왔습니다. 최근에는 통합 온라인 플랫폼 ‘롯데ON’을 중심으로 개인화된 서비스와 상품 추천 기능을 강화하고, 데이터 기반의 마케팅과 기술 투자로 디지털 경쟁력을 높이고 있습니다. 또한 국내뿐만 아니라 빠르게 성장하고 있는 베트남과 인도네시아 시장을 기반으로 글로벌 사업도 적극적으로 확대해 나가고 있습니다.

롯데쇼핑은 앞으로도 지속적인 고객 중심의 유통 혁신을 통해 ‘고객의 첫 번째 쇼핑 목적지’로 자리매김하기 위해 노력할 것입니다.

• 롯데쇼핑(주) 일반 현황

(2025년 3월 31일 기준)

설립일	1970년 7월 2일
상장일	2006년 2월 9일
대표 업종	대규모 유통업
대표이사	신동빈, 김사무엘상현, 정준호, 강성현
본사	서울시 중구 소공동 1번지
신용등급	국내 AA- / 해외 A Stable (JCR)

Vision

고객의
첫 번째 쇼핑
목적지가
되는 것

MANIFESTO

- 고객이 쇼핑을 생각할 때 가장 먼저 떠올라야 합니다.
- 최고의 가치와 최상의 품질을 가진 제품을 제공합니다.
- 온·오프라인, 처음부터 끝까지 쇼핑에 긍정적 경험을 제공해야 합니다.
- 우리 직원들이 고객에게 최상의 서비스를 제공할 수 있도록 도와야 합니다.
- 보다 친환경적이고, 사회적인 측면에서 선한 영향을 주어야 합니다.

롯데백화점

매일 새로움과
즐거움을 제공하는
Premium
Lifestyle Curator

롯데마트
롯데슈퍼

No.1 GROCERY
MARKET
Discover
a joyful food life

롯데e커머스

가장
고객중심적인
EC 플랫폼

롯데쇼핑(주) 소개

기업 개요

중장기 사업전략

롯데쇼핑은 '고객의 첫 번째 쇼핑 목적지'가 되기 위해 6대 핵심전략을 바탕으로 Transformation Journey 2.0을 추진하고 있습니다.

Transformation Journey 2.0

'고객의 첫 번째 쇼핑 목적지'가 되기 위한 6대 핵심전략

① 고객의 첫 번째 쇼핑 목적지가 되는 것



INTRODUCTION

- Letter From CEO
- 롯데쇼핑(주) 소개
 - Performance Highlights

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

롯데쇼핑(주) 소개

기업 개요

1

백화점 핵심상권 마케터리십 재구축

롯데백화점은 주력 점포를 중심으로 리뉴얼을 추진하고, 저효율 점포 Re-Structuring을 통해 운영 효율성과 수익성을 개선하고 있습니다. 아울러, 몰입·체험형 콘텐츠를 선호하는 소비 트렌드에 맞춰 미래형 복합쇼핑몰을 확대하고, 지역의 랜드마크로 자리매김할 수 있도록 상권 특화 전략을 전개하고 있습니다.



2

대한민국 Grocery 1번지 구현

롯데마트·슈퍼는 'No.1 Grocery Market'이라는 통합 비전 아래, 식품 중심의 전문 유통 포맷으로의 전환을 가속화하고 있습니다. 주요 점포 리뉴얼과 함께 고객 소비 변화에 맞춘 신선식품·델리 중심 매장으로 재구성하고, 전략적인 신규 점포 출점을 통해 안정적인 수익 기반을 마련하고 있습니다. 앞으로도 소비자 트렌드를 반영한 매장 구성과 상품 경쟁력 강화를 통해, Grocery Market Leader로서의 입지를 지속적으로 확대해 나갈 계획입니다.



3

e커머스 전략 전환

롯데e커머스는 수익성 중심의 사업 개편과 패션·뷰티 중심의 버티컬 커머스 경쟁력 강화에 주력하고 있습니다. 롯데멤버스의 퍼스트파티 데이터를 기반으로 한 개인화 마케팅을 고도화하고 있으며, 롯데쇼핑의 AI 전담 조직인 LaiLAC 센터를 활용해 RMN¹⁾ 사업도 본격 추진할 예정입니다.



1) Retail Media Network

4

자회사 Turnaround 본격화

롯데쇼핑의 주요 자회사들은 사업 포트폴리오 재정비를 통해 수익성 개선 기반을 마련하고 있습니다. 롯데하이마트는 홈쇼핑 서비스 강화를 통해 GPM¹⁾이 지속 개선되고 있으며, 롯데홈쇼핑은 유망 브랜드 발굴 및 IP 커머스 확대를 통해 전년 대비 영업이익이 503% 가량 증가했습니다. 롯데컬처웍스 역시 해외 영화관을 중심으로 특화관을 구성하고 복합문화공간화 전략을 통해 안정적인 수익 기반을 구축하고 있습니다.



5

Retail Tech Transformation

롯데쇼핑은 유통 특화형 생성형 AI 'LaiLAC'을 중심으로 디지털 혁신 역량을 고도화하고 있습니다. LaiLAC은 실시간 가격비교, 자동 발주 시스템 등 운영 효율성을 높이는 기술을 구현하고 있으며, RMN 기반 마케팅 고도화를 비롯한 다양한 영역에 적용되고 있습니다. 롯데쇼핑은 그룹사 간 기술 협업과 더불어 글로벌 IT 기업과의 전략적 파트너십을 통해 LaiLAC 생태계를 강화하고, 이를 물류, 영업, 고객 관리 등 전 사업 부문으로 확장해 나갈 계획입니다.



6

동남아 프리미엄 쇼핑 1번지로의 도약

롯데쇼핑은 그룹사의 유통 역량을 총동원해 구축한 베트남 Westlake Mall을 대표 성공 사례로 삼아, 동남아 시장 확장을 본격화하고 있습니다. 싱가포르 통합 거점을 중심으로 복합 쇼핑 인프라를 확대하고 있으며, 현지 유통기업과의 협업과 PB 상품 수출 확대를 통해 사업 기반을 강화하고 있습니다. 또한 K-Food 기반 Grocery Market으로 도약하여 동남아 고객의 수요에 부합하는 차별화된 브랜드 가치를 제공하고자 합니다.



1) Gross Profit Margin

INTRODUCTION

- Letter From CEO
- 롯데쇼핑(주) 소개
- Performance Highlights

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

롯데쇼핑(주) 소개

주요 사업 영역

사업의 개황

롯데쇼핑은 국내 유통 환경 변화에 맞춰 사업 구조를 재편하고, 안정성과 수익성 개선을 중심으로 운영 전략을 고도화하고 있습니다. 핵심 점포의 전략적 리뉴얼과 식료품 중심의 전문 매장 전환, 스마트 물류 시스템 도입 등을 통해 경쟁력을 높이고 있으며, 채널 간 통합 운영을 기반으로 수익성과 효율성을 동시에 제고하고 있습니다. 해외에서는 베트남, 인도네시아 등 유통시장 성장 잠재력이 높은 지역을 중심으로 매장을 운영하고 있으며, 2024년 싱가포르에 해외 사업 통합 거점(IHQ)을 구축하고 동남아 시장 확대와 글로벌 유통 네트워크 강화를 위한 전략적 기반을 마련하고 있습니다.

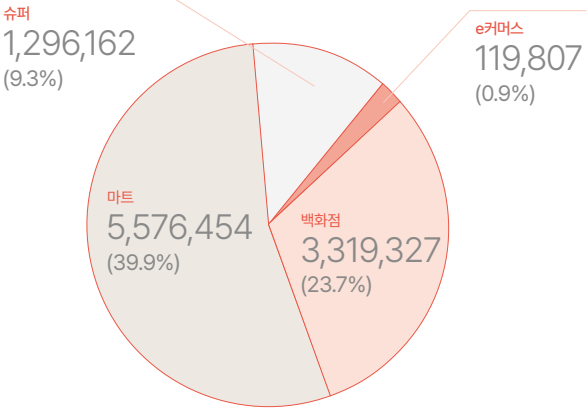
매출 (연결 기준, 단위: 백만 원)

2024
13,986,578

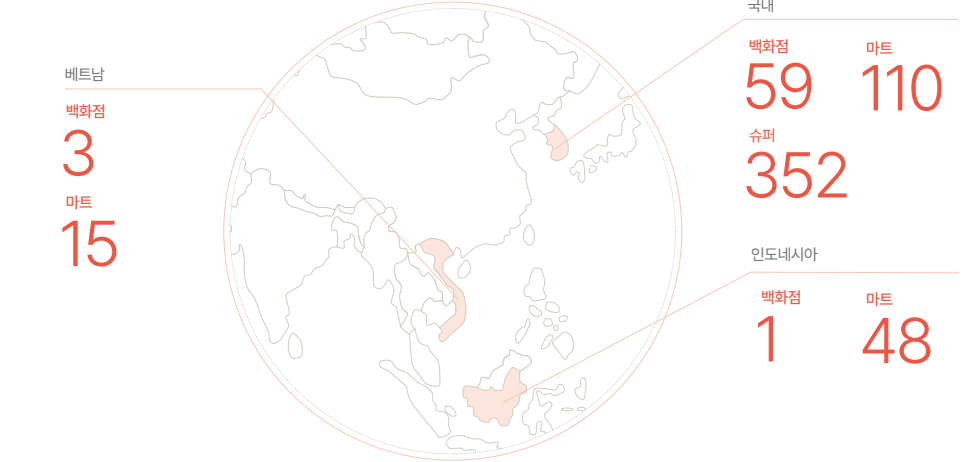
영업이익 (연결 기준, 단위: 백만 원)

2024
473,114

2024 주요 사업부별 매출 (구성비) (연결 기준, 단위: 백만 원)



2024 사업 운영 현황



2024 매출 현황 (단위: 억 원)

구분		백화점	마트	슈퍼	e커머스
국내	국내	32,036	40,795	12,962	1,198
	베트남	867	3,965	-	-
	인도네시아	214	11,005	-	-
	중국	76 ¹⁾	-	-	-

1) 2024년 6월 부로 영업 종료

주요 자회사

구분	단위	롯데하이마트	롯데홈쇼핑	롯데컬처웍스
롯데쇼핑 지분율	%	65.3	53.5	86.4
매출	백만 원	2,356,657	924,884	451,729
지점	점	314	-	183

INTRODUCTION

Letter From CEO

롯데쇼핑(주) 소개

◆ Performance Highlights

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

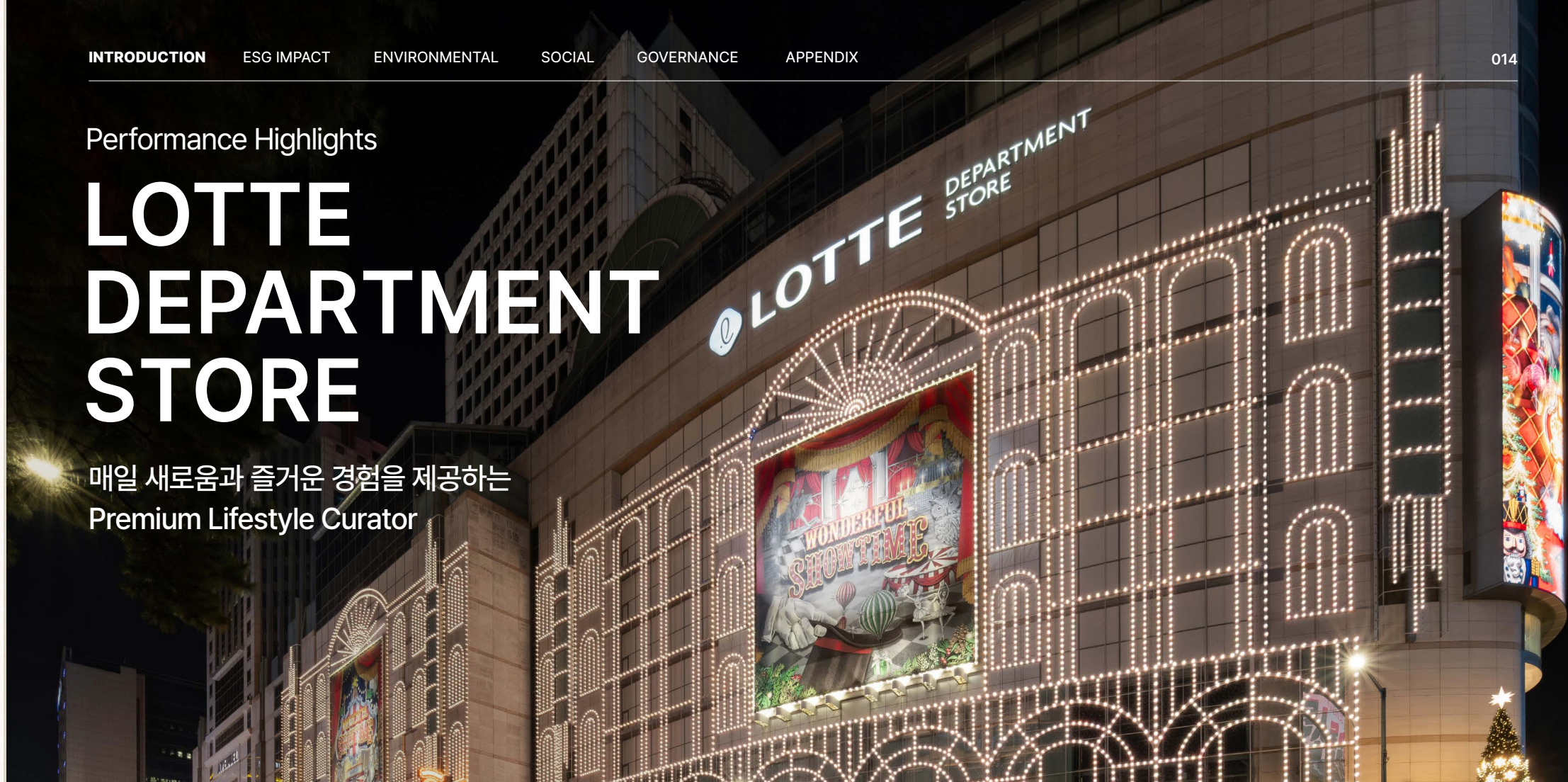
GOVERNANCE

APPENDIX

Performance Highlights

LOTTE DEPARTMENT STORE

매일 새로움과 즐거운 경험을 제공하는
Premium Lifestyle Curator



롯데백화점

사업부 소개

롯데백화점은 명실상부한 국내 No.1 백화점으로 국내 유통산업 트렌드를 이끌어 가고 있습니다. 백화점, 아울렛, 쇼핑몰과 온라인 채널에서 끊임없이 고객 만족을 실천하며 최상의 쇼핑환경을 만들어 왔습니다. 롯데백화점은 앞으로도 고객의 새로운 Lifestyle을 선도하고 삶의 가치를 증진하는 진정한 ‘Premium Lifestyle Curator’로 거듭날 것입니다.

사업 추진 방향

롯데의 새로운 쇼핑몰 ‘타임빌라스’ 수원의 성공적인 오픈을 발판 삼아 ‘타임빌라스’ 군산 역시 리뉴얼 오픈을 준비하여 쇼핑몰 시장에서의 우위를 확보하고, 잠실점과 본점을 비롯해 주력 점포의 대규모 리뉴얼 추진을 통해 상권 내 확고한 경쟁력을 구축할 계획입니다. 미래 성장 동력인 해외사업에서는, 그룹사 복합 단지로 개발 가능한 최적의 부지를 검토하여 글로벌 경쟁력을 확보하는 발판의 한 축으로 추진 할 예정입니다.

INTRODUCTION

- Letter From CEO
- 롯데쇼핑(주) 소개
- ◆ Performance Highlights

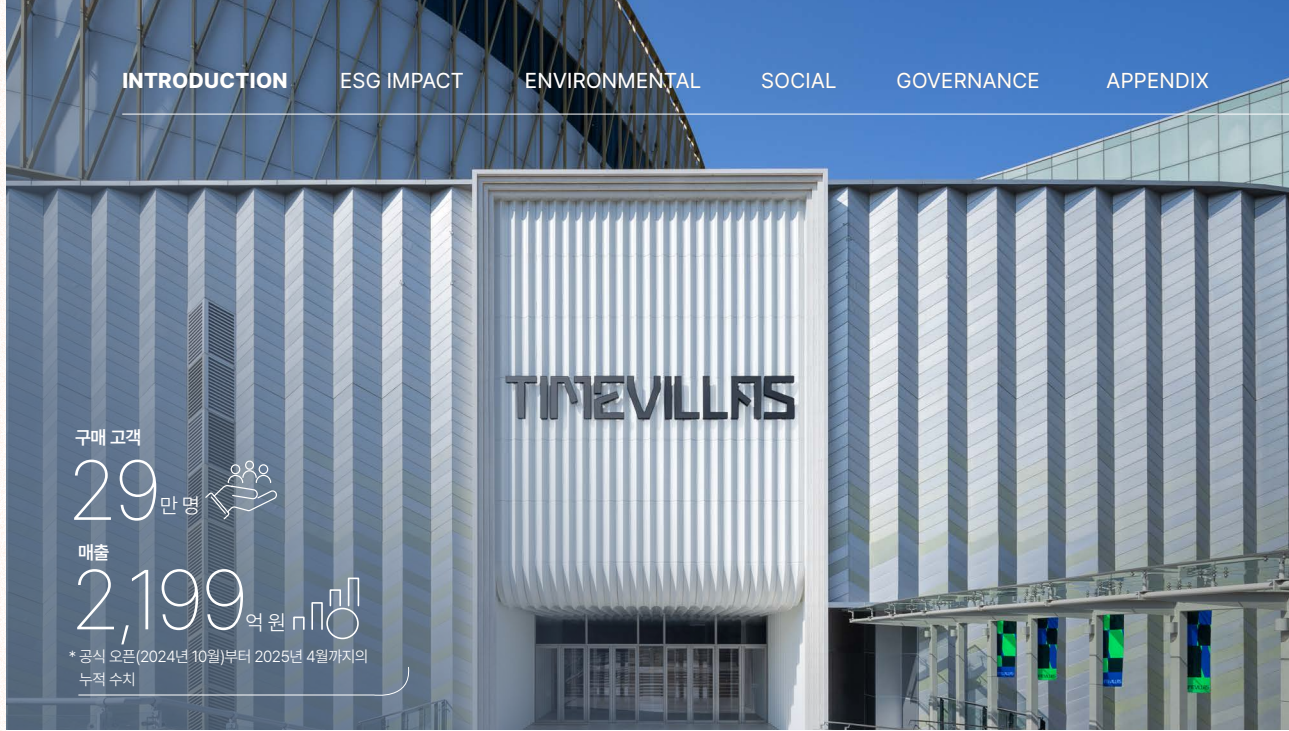
ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX



구매 고객
29만명
 매출
2,199억 원
* 공식 오픈(2024년 10월)부터 2025년 4월까지의
누적 수치

컨버전스 쇼핑몰, '타임빌라스' 수원 오픈

롯데백화점은 2024년 10월 백화점이 가진 'Premium'의 가치와 쇼핑몰이 가진 '다양성'의 가치를 결합한 컨버전스 쇼핑몰 '타임빌라스' 수원을 리뉴얼 오픈했습니다. 'Time'과 'Villas'를 결합한 브랜드명에는 '시간도 머물고 싶은 공간'이라는 철학이 담겨있으며, 감각적인 인테리어와 다양한 콘텐츠, 고객 중심의 서비스를 제공하고 있습니다.

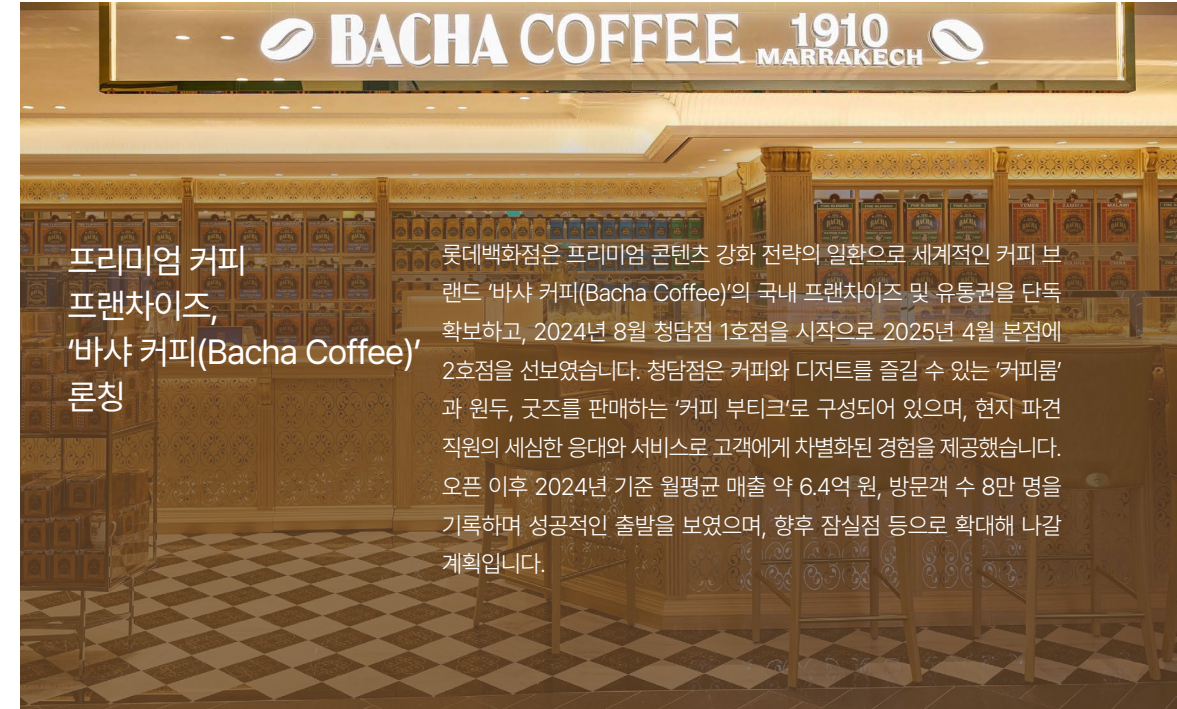
타임빌라스 수원은 디지털 사인지(Signage)와 아트 콜라보레이션 등으로 공간에 차별성을 더하고, 프리미엄 키즈·스포츠관, 글로벌 패션·뷰티 브랜드, 프리미엄 미식 공간 '다이닝 에비뉴'를 통해 차별화된 고객 경험을 선사합니다.

그 결과 리뉴얼 오픈 후 2025년 4월까지 약 6개월 간 누적 구매고객 수는 29만 명, 오프라인 매출은 2,199억 원을 기록했으며, 특히 20대 이하 신규 고객 매출이 129% 증가하는 등 젊은 고객층의 유입이 두드러졌습니다. 앞으로도 롯데백화점은 타임빌라스를 통해 고객이 바라는 모든 경험이 연결된 쇼핑몰의 미래를 구현해 나갈 계획입니다.



롯데백화점 잠실점, 매출 3조 달성

롯데백화점 잠실점은 백화점, 명품관, 쇼핑몰을 유기적으로 연결한 '초(超) 리테일' 전략을 기반으로 2024년 연 매출 3조 원을 달성했습니다. 이는 2022년 처음으로 연 매출 2조원을 돌파한 이후 약 2년 만의 성과로, 트렌디한 브랜드와 F&B를 대폭 강화하고, 대규모의 체험형 팝업 유치 및 하이엔드 브랜드 확대 등을 통해 다양한 고객층의 니즈를 충족한 결과입니다. 또한 고객에게 새로운 라이프스타일을 제안하고 쇼핑 이상의 경험을 제공하기 위해 유럽의 크리스마스 분위기를 구현한 2024 롯데백화점 크리스마스 마켓에는 약 39만 명이 방문하며 큰 호응을 얻었습니다. 롯데백화점은 2025년 본관 지하 식품관 리뉴얼을 시작으로, 2027년 매출 4조 원 달성을 목표로 단계적 리뉴얼을 준비하고 있습니다.



프리미엄 커피 프랜차이즈, '바샤 커피(Bacha Coffee)' 론칭

롯데백화점은 프리미엄 콘텐츠 강화 전략의 일환으로 세계적인 커피 브랜드 '바샤 커피(Bacha Coffee)'의 국내 프랜차이즈 및 유통권을 단독 확보하고, 2024년 8월 청담점 1호점을 시작으로 2025년 4월 본점에 2호점을 선보였습니다. 청담점은 커피와 디저트를 즐길 수 있는 '커피룸'과 원두, 굿즈를 판매하는 '커피 부티크'로 구성되어 있으며, 현지 파견 직원의 세심한 응대와 서비스로 고객에게 차별화된 경험을 제공했습니다. 오픈 이후 2024년 기준 월평균 매출 약 6.4억 원, 방문객 수 8만 명을 기록하며 성공적인 출발을 보였으며, 향후 잠실점 등으로 확대해 나갈 계획입니다.

INTRODUCTION

Letter From CEO

롯데쇼핑(주) 소개

◆ Performance Highlights

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

Performance Highlights

LOTE MART, LOTTE SUPER

No.1 GROCERY MARKET

Discover a joyful food life



롯데마트·슈퍼

사업부 소개

롯데마트는 고객의 건강한 식문화를 제안하는 대한민국 대표 할인점으로, '그랑 그로서리'와 '제타플렉스' 등 Grocery 전문 매장을 운영하며 국내 유통 트렌드를 선도하고 있습니다. 롯데마트는 국내 뿐만 아니라 베트남과 인도네시아에도 진출하여, 국내외 173개 점포를 운영하는 글로벌 기업으로 자리매김하였습니다. 롯데슈퍼는 고객과의 최접점에서 소통하는 지역 밀착형 근거리 유통채널로, 고객에게 항상 안전하고 신선한 먹거리를 제공하기 위해 최선을 다하고 있습니다. 또한 가맹 사업을 통해 소자본 중소기업가를 지원·육성하여 동반성장과 상생 가치를 창출하는 데 앞장서고 있습니다.

앞으로도 롯데마트와 롯데슈퍼는 고객에게 고품질의 Grocery를 제공하고, 롯데만의 차별화된 쇼핑 경험을 제안하는 Grocery Market Leader로 도약하고자 합니다. 이를 위해 지속 가능한 경영과 사회적 책임을 바탕으로 고객 만족을 최우선으로 하는 서비스를 제공할 계획입니다.

사업 추진 방향

롯데마트와 롯데슈퍼는 통합 Synergy를 극대화하여 상품 경쟁력을 한층 더 강화해 나갈 계획입니다. 이를 위해 상품조직의 단일화를 더욱 공고히 하고, 내재화된 소싱 역량을 적극 활용하여 Scale Merit를 극대화할 예정입니다. 또한 공동 기획 상품 출시를 확대해 고객에게 다양한 선택지를 제공하고, 신선/Deli 상품의 품질과 Value Chain의 안정성 및 프로세스 효율을 지속적으로 개선하여 Grocery 상품의 경쟁력을 강화할 계획입니다.

상권 특성에 따른 최적의 매장 Format을 정교하게 분석·적용하고, 매장의 Grocery 구성 비중을 확대하는 방향으로 리뉴얼을 추진하여 차별화된 쇼핑 경험을 제공하고 시장 내 경쟁 우위를 확보해 나갈 것입니다. 아울러, 온라인 플랫폼 '롯데마트 제타' 오픈을 통해 온·오프라인이 통합된 쇼핑 경험을 제공하고 고객 편의성을 극대화할 계획이며, 데이터 기반의 맞춤형 서비스를 강화해 고객 만족도를 지속적으로 높여 나가고자 합니다.

INTRODUCTION

- Letter From CEO
- 롯데쇼핑(주) 소개
- ◆ Performance Highlights

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX



신선을 새롭게 RE:FRESH

롯데마트슈퍼는 신선식품 품질 개선 프로젝트 '신선을 새롭게'를 통해 핵심 사업 역량인 신선식품 경쟁력 강화에 주력하고 있습니다.

국내에서는 Lead Fresh 프로젝트를 통해 신선식품 품질 고도화 노하우를 축적해왔으며, 이를 베트남 롯데마트까지 확대 적용해 글로벌 경쟁력을 강화하고 있습니다. 특히 과일과 축산물에 인공지능(AI) 기반 선별 시스템을 도입해 색상, 형태, 크기 등을 정밀하게 분석하고 있으며, 미세한 결함까지 감지할 수 있는 품질 검사로 상품의 일관성과 신뢰도를 높였습니다. 롯데마트/슈퍼는 AI 선별 시스템을 통해 고객에게 더 높은 품질의 신선식품을 안정적으로 제공하는 동시에, 유통 전반의 효율성을 개선해 나가고 있습니다.

Grocery Format 전환 가속화

롯데마트슈퍼는 No.1 Grocery Market Leader로 도약하기 위해 그로서리 전문 매장으로의 전환을 가속화하고 있습니다. 2024년에는 '그랑그로서리 도곡점'을 새롭게 선보이며 프리미엄 식품 전문매장으로서의 경쟁력을 강화했습니다. '그랑 그로서리'는 신선한 식재료와 수입 상품, 고급 육류·해산물, 유기농 제품 등 프리미엄 식재료를 한자리에서 제공하는 식품 전문 매장입니다. 특히 Deli 특화 공간과 베이커리 코너, 롯데마트의 와인 전문샵 보틀병커의 프리미엄 라인업인 'BOTTLE BUNKER Select'를 통해 미식과 쇼핑이 어우러진 새로운 라이프스타일 공간으로 고객 경험을 차별화하고 있습니다.

해외에서는 인도네시아 간다리아점이 Grocery Format으로 리뉴얼되어 식품 구성 비를 기존 60%에서 80%로 확대했습니다. '요리하다 키친'의 K-푸드와 향공 직송된 국내산 제철 과일, 프리미엄 축산물과 신선한 연어 등의 식품을 비롯해 '코코루시', '조선미녀', '메디필' 등 한국의 라이프스타일 브랜드를 한자리에서 선보이며 현지 고객의 만족도를 높이고 있습니다.

롯데마트슈퍼는 앞으로도 국내외 고객에게 고품질 식품과 차별화된 콘텐츠를 제공하기 위해 그로서리 중심의 포맷 전환을 지속적으로 확대해 나갈 계획입니다.



INTRODUCTION

Letter From CEO

롯데쇼핑(주) 소개

◆ Performance Highlights

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

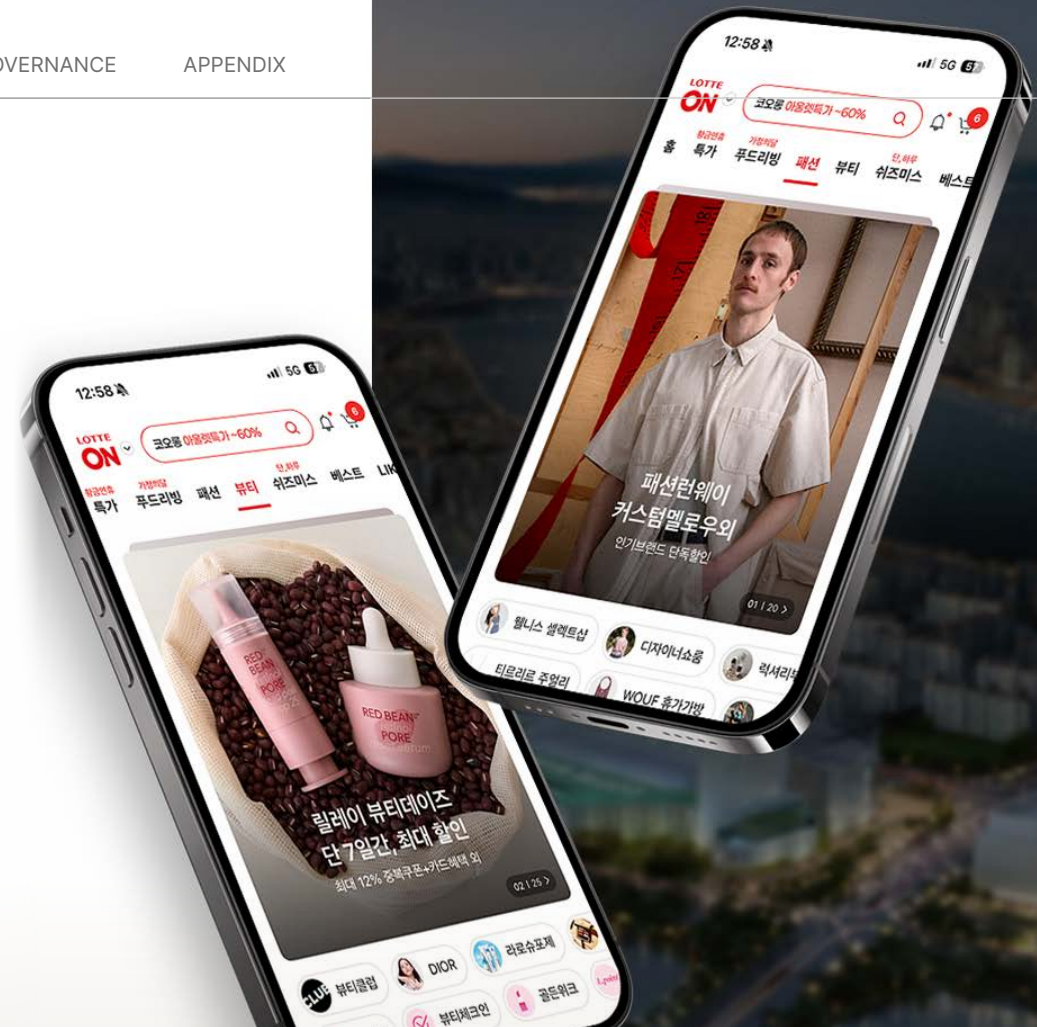
GOVERNANCE

APPENDIX

Performance Highlights

LOTTE E-Commerce

가장 고객중심적인 EC 플랫폼



롯데e커머스

사업부 소개

롯데e커머스는 1996년 6월 1일 국내 최초의 온라인 종합쇼핑몰을 탄생시킨 롯데가 온라인에서도 오프라인의 위상을 이어나갈 수 있도록 최적의 쇼핑 솔루션을 구축해 나가고 있습니다. 또한 친환경 경영, 협력적인 기업문화 구축, 파트너사 동반성장 추진 등 환경 및 사회 분야에서의 지속적인 투자 확대를 통해 ESG 경영을 실천하고 있습니다.

사업 추진 방향

롯데e커머스는 고객이 선호하는 쇼핑 앱이라는 목표를 바탕으로, 롯데그룹 계열사들과 함께 그룹 핵심 자산을 적극 활용해 경쟁력을 강화하고자 합니다. 당사는 오프라인 채널의 제약조건을 보완하고, 트렌디한 상품과 향후 온라인으로 확대될 상품 등을 중심으로 고객에게 더 높은 가치를 제공하는 라이프스타일 플랫폼을 구축하고자 합니다. 온오프라인 상품 데이터 통합 등 온오프라인 시너지를 강화하고, 그룹 자산을 활용해 고객 및 트래픽 확보 기회를 발굴하고 있습니다. 롯데e커머스는 이러한 노력을 토대로 고객에게 타 플랫폼과 차별화된 쇼핑 경험을 제공할 것입니다.

INTRODUCTION

- Letter From CEO
- 롯데쇼핑(주) 소개
- ◆ Performance Highlights

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

INTRODUCTION

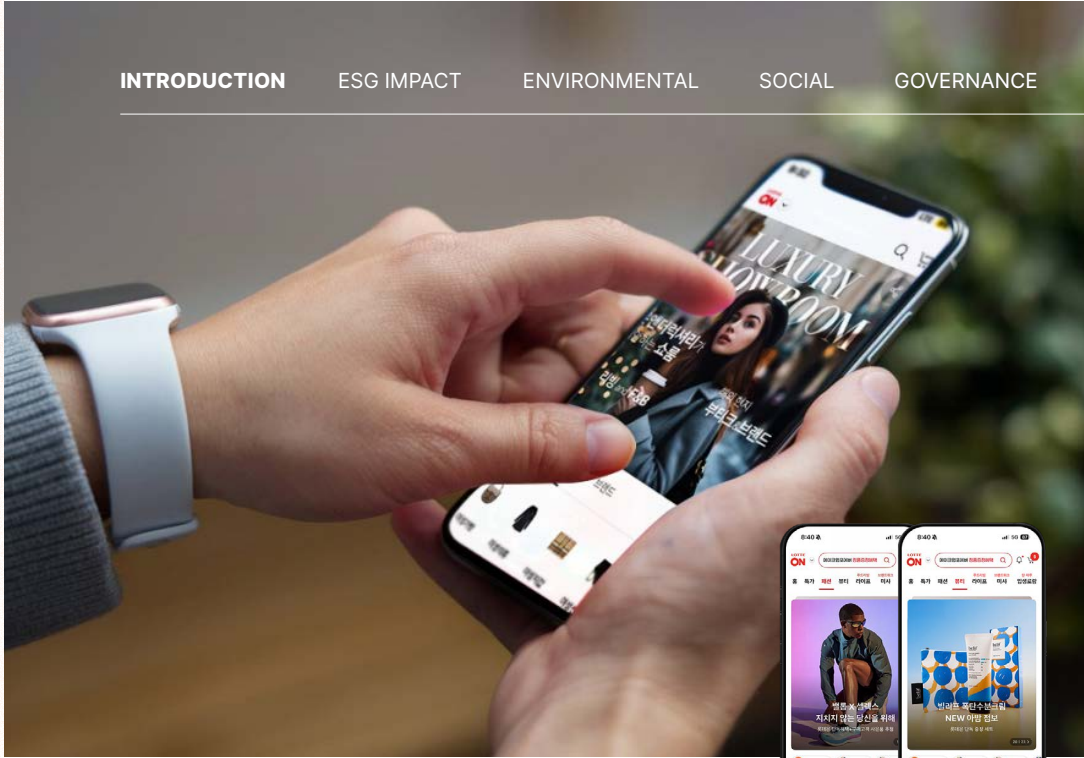
ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX



계열사 상품/서비스 기반 Online Gateway

2024 계열사 누적 송객 수

86만명

롯데e커머스는 롯데시네마, 롯데월드, 롯데디자인츠 등 그룹 내 다양한 계열사의 상품 및 서비스를 기반으로 그룹 Online Gateway로서 발돋움하고 있습니다. 2024년에는 e커머스를 통해 그룹 계열사로 유입된 고객 수가 누적 86만 명에 달했으며, 고객 참여형 통합 서비스인 'L.Stamp'를 통해 지속적인 플랫폼 방문을 유도하며 고객의 이용 경험을 확장해가고 있습니다.

2025년에는 그룹 계열사 혜택을 통합한 롯데ON 전용 콘텐츠 허브 'L.TOWN'을 오픈하며 콘텐츠 기반의 시너지 전략을 본격화했습니다. L.TOWN은 고객 관심사에 기반한 추천 콘텐츠와 참여형 미션, 이벤트 중심의 인터페이스를 통해 고객 접점을 확대하고 있으며, 계열사의 다양한 콘텐츠를 자연스럽게 연결하는 허브 역할을 할 예정입니다.

롯데e커머스는 앞으로도 L.TOWN을 기반으로 다양한 계열사와의 협업을 고도화하고, 고객 니즈에 맞춘 콘텐츠 큐레이션과 타겟 마케팅을 통해 그룹 전체의 시너지를 강화하는 그룹 시너지 플랫폼의 역할을 수행해 나갈 계획입니다.

패션/뷰티 중심 버티컬 사업 확대

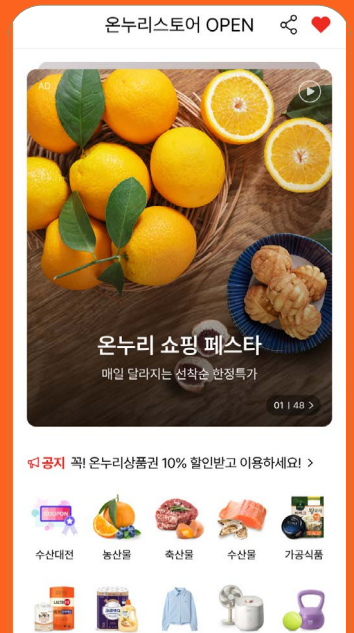
롯데e커머스는 패션, 뷰티, 럭셔리, 키즈 네 개의 카테고리를 중심으로 버티컬 서비스 사업을 전개하고 있으며, 2024년 하반기부터는 패션과 뷰티 카테고리에 집중하고 있습니다. 가격 중심의 다른 오픈마켓 플랫폼과 차별화되는 브랜드·상품 중심의 전략을 통해 경쟁 우위를 확보하고자 사업을 전개하고 있습니다.

롯데e커머스는 앞으로도 고객의 수요에 맞춰 세분화 한 전문관을 오픈하여 신규 브랜드 입점을 지속 확대할 계획입니다. 또한 롯데ON이라는 오픈 마켓 안에서 입점 브랜드가 직접 고객 관리를 할 수 있도록 지원하는 '플래그십 스토어 서비스'를 강화하여 브랜드의 자율성과 성장 기반을 함께 마련하고자 합니다.

특정 타겟층 대상 폐쇄형 커머스 확장



롯데e커머스는 L.Point 회원을 대상으로 개인화된 폐쇄형 Deal 커머스를 운영하고 있습니다. 해당 서비스는 L.Point 회원의 평소 관심사에 기반한 추천 상품을 일반 고객에게는 노출되지 않는 전용 혜택가에 제공하는 방식으로, 고객의 로열티를 강화함과 동시에 신규 고객 유입을 유도하고 있습니다. 또한, 종합 e커머스 플랫폼 최초로 온누리상품권 전문관을 구축해 전통시장과의 상생을 도모하고 있으며, 상품권 유통 시장 내에서 선도적 입지를 확보해 나가고 있습니다. 롯데e커머스는 앞으로도 데이터 기반의 정교한 타겟 분석을 통해 차별화된 쇼핑 경험을 제공하고, 새로운 고객 접점과 비즈니스 기회를 지속적으로 확대해 나갈 계획입니다.



INTRODUCTION

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

ESG IMPACT

021 ESG Impact

ESG Impact

ESG 추진체계 및 성과

ESG 거버넌스

이사회 역할

롯데쇼핑의 ESG위원회는 지속가능경영에 관한 최고 협의체로, 체계적인 ESG 경영 추진을 위한 중장기 전략을 수립하고 각 사업부의 이행 현황을 점검하는 역할을 수행합니다. 또한 탄소중립, 자원순환, 인권, 공급망, 안전보건 등 주요 비재무 리스크를 관리·감독하고 있으며, ESG위원회에서 심의·의결한 안건과 사업 운영에 중대한 영향을 미칠 수 있는 리스크는 롯데쇼핑의 최고 의사결정기구인 이사회에 보고하고 있습니다.

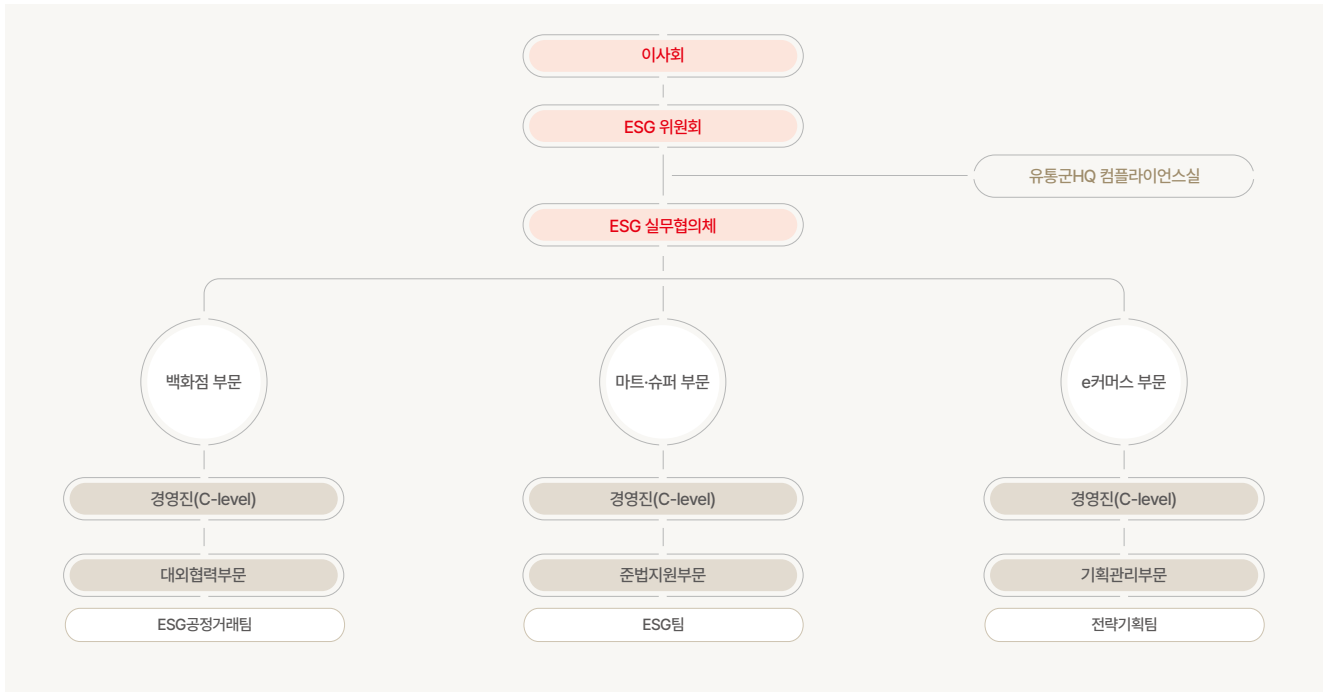
ESG 실무협의체 역할

롯데쇼핑은 전사 ESG 실행력 강화를 위해 각 사업부 ESG 전담 조직 간 실무협의체를 운영하고 있습니다. ESG 실무협의체는 ESG 총괄 조직인 유통군HQ 컴플라이언스실을 중심으로 구성되며, 각 사업부의 ESG 활동 이행 현황을 점검하고, 주요 이슈 발생 시 신속하게 논의체계를 가동해 대응 방향을 조율합니다. 실무협의체에서 검토·논의된 주요 사항은 ESG위원회에 보고하고 있습니다.

경영진 ESG KPIs 운영

롯데쇼핑은 지속가능경영 성과를 대표이사의 핵심성과지표(KPIs)와 연계하여 ESG 실행력을 강화하고 있습니다. 경영진이 ESG 목표 이행에 대한 책임을 명확히 인식하고 성과를 관리할 수 있도록 각 사업부 대표 이사의 KPIs 중 약 20%를 ESG 관련 항목으로 구성했습니다. 이를 통해 롯데쇼핑은 ESG 경영을 전사 경영 전략에 반영하여 지속가능한 성장과 기업가치 제고를 도모하고 있습니다.

• ESG 거버넌스



• 경영진 지속가능경영 관련 KPIs 구성

구분	핵심성과지표(KPIs)
환경	- 탄소중립 이행 - 감축목표 대비 배출량 관리 - 전년도 대비 탄소집약도 관리 - 투자비 집행 실적 - 친환경 소재 사용 확대
사회	- 임직원 교육체계 고도화 - 공급망 ESG 리스크 관리 - 정보기술 투자 적절성 - 보안수준 향상, 보안솔루션 도입 현황 관리 - 재해복구시스템 구축 현황 관리 - 정보보호 사고 최소화
지배구조	- ESG위원회 활성화 - 이사회의 기후변화 전략 및 리스크 검토, 관리 기능
기타	- ESG 공시 고도화 - 사업부별 기타 특화 지표

ESG Impact

ESG 추진체계 및 성과

ESG 비전 및 미션

Dream Together for Better Earth

롯데쇼핑은 'Dream Together for Better Earth'를 ESG 슬로건으로 삼고, 유통업의 특성과 사회적 책임을 반영한 ESG 경영을 추진하고 있습니다. ESG를 새로운 경쟁력이자 기업의 미래 성장동력으로 인식하고 있으며, 사업 전략과 ESG 전략의 연계성을 강화하기 위해 ESG 5대 과제를 수립하여 경영 전반에 반영하고 있습니다.

롯데쇼핑의 각 사업부는 ESG 5대 과제를 중심으로 각 사업부의 특성에 맞는 실행 전략을 수립하고, 환경 보호, 자원순환, 에너지 절감, 사회적 가치 실현, 파트너십 및 리스크 대응 등 다양한 측면에서 지속가능경영을 실천하고 있습니다. 이를 통해 환경과 사회에 긍정적인 영향을 확산시키고, 고객과 시장으로부터 신뢰받는 ESG 선도기업으로 나아가고자 합니다.

•롯데쇼핑 ESG 전략체계도

롯데쇼핑
Vision

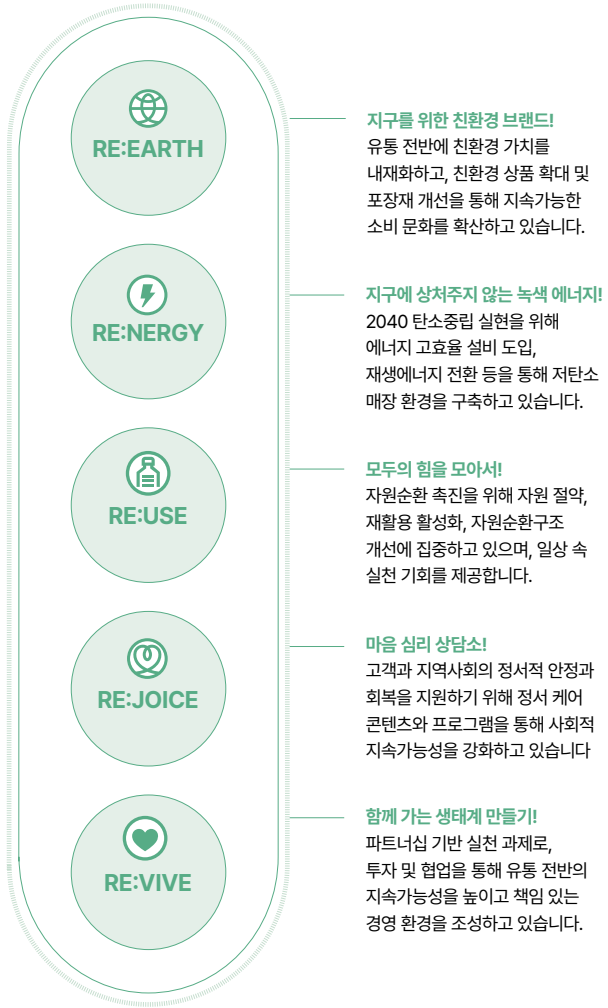
ESG
Slogan & Priority

Main
Initiatives

ESG 목표
유형 및 세부 전략



•ESG 5대 과제



ESG Impact

ESG 추진체계 및 성과

ESG 하이라이트

탄소중립 감축목표 SBTi 승인

롯데쇼핑은 2023년 국내 유통업계 최초로 과학 기반 감축목표 이니셔티브인 SBTi(Science Based Targets initiative)에 가입한 이후 2040 탄소중립 감축목표에 대한 과학적 타당성을 지속적으로 검증받아 왔으며, 2025년 3월 최종적으로 SBTi의 승인을 취득했습니다. 이를 통해 2021년 대비 2031년까지 Scope 1, 2, 3 배출량을 약 46.2% 감축하기 위해 롯데쇼핑이 수립한 세부 목표와 이행 전략은 국제적으로 그 타당성을 인정받았습니다.

롯데쇼핑은 국내외 법규제, 산업 특성, 사업 운영 현황 등을 종합적으로 반영해 2040 탄소중립 로드맵을 수립하고, 이에 따라 사업장과 공급망 전반의 온실가스 배출을 감축하기 위한 단계별 전략을 이행하고 있습니다.

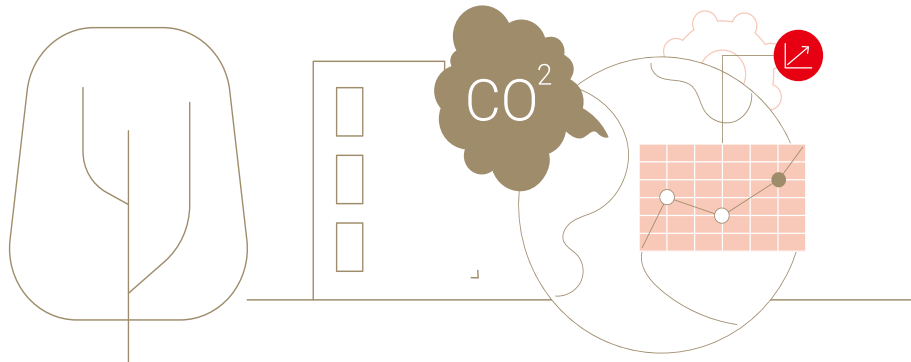
앞으로도 기후 리스크에 선제적으로 대응하고, 제품 생산 및 물류 유통 전 과정에 걸쳐 감축 목표를 이행해 나가며, 지속가능한 공급망 구축을 통해 ESG 경영을 강화할 예정입니다.

2024 대한민국 올해의 ESG 기업 선정

롯데백화점은 환경, 사회, 지배구조 전반에서 균형 잡힌 경영성과를 인정받아 환경재단으로부터 '2024 대한민국 올해의 ESG 기업'으로 선정되었습니다. ESG 성과와 리스크 분석을 기반으로 ESG 활동의 신뢰성과 적시성 등에 대해서 종합적인 평가를 받았고, 롯데백화점의 RE:EARTH, RE:JOICE 캠페인이 지속가능한 브랜드 가치를 확립하고 환경 및 사회 문제 해결에 앞장선 점을 높게 평가받았습니다. 앞으로도 롯데백화점은 지속가능한 미래를 향해 책임 있는 ESG 활동을 이어가겠습니다.

지역사회공헌 인정 기업 선정

롯데백화점은 2024년 보건복지부와 한국사회복지협의회가 주관하는 '지역사회공헌 인정제'에 참여해 지역사회공헌에 대한 공로를 인정받았습니다. '지역사회공헌 인정제'는 지속적으로 지역사회 문제 해결에 관심을 가지고 해결에 앞장선 기업 및 기관을 선정하는 제도입니다. 롯데백화점은 환경재단, 기아대책 등 다양한 비영리단체와 함께 지역사회와 소통하며 임직원 자원봉사와 사회공헌 활동을 활발히 이어왔습니다. 그 결과 롯데백화점은 사회공헌 예산 비중, 프로그램 운영 실적 등의 정량지표와 ESG 경영 체계 등 정성지표 평가에서 높은 평가를 받았습니다. 앞으로도 롯데백화점은 지역사회와 함께 성장할 수 있도록 진정성 있는 활동을 지속해 나가겠습니다.



지역사회공헌
인정기업
CSR in the
Community
2024



ESG Impact

ESG 추진체계 및 성과

ESG 하이라이트

‘바다애(愛)진심’ 캠페인 런칭

롯데마트·슈퍼는 그로서리 경쟁력 강화라는 경영 전략 아래, 지속가능한 유통 체계를 실현하기 위해 2024년 ‘바다애(愛)진심’ 캠페인을 런칭했습니다. 전북 군산시 장자도 앞바다에 잘피 4,000주를 식재하여 총 1,000kgCO₂ 이상의 탄소흡수에 기여했으며, 해양 정화 활동을 통해 총 600kg의 해양쓰레기를 수거했습니다. 또한, 수산파트너사와 상생하기 위해 ‘완도전복주식회사’에 지속가능한 스마트 장비를 지원하여 기존 대비 전복 폐사율을 개선했습니다. 이와 더불어 지속가능한 수산물 소비 촉진을 위해 고객 기부 캠페인을 전개하고, 기부금을 활용해 어촌을 대상으로 생분해성 어망을 지원했습니다.

2025년에는 보다 고도화된 바다 및 어업 환경 개선을 위해 전남 여수를 시작으로 바다 속 수중 스쿠버 정화를 추진할 예정입니다. 또한, 연안 침수를 방지하고, 이산화탄소 흡수에 탁월한 맹그로브 묘목을 인도네시아 해안 지역에 식재할 계획입니다. 앞으로도 롯데마트·슈퍼는 바다를 비롯한 자연 생태계 보호를 통해 기후위기 대응과 지속가능한 유통 체계 강화를 위한 노력을 이어가겠습니다.

‘오늘좋은’(PB) 상품 저탄소 인증 최초 획득

롯데마트·슈퍼는 친환경 인증 취득과 자원순환 활동 확대를 통해 책임 있는 상품 소싱과 친환경 소비 문화 확산을 실천하고 있습니다. 2024년에는 ‘오늘좋은’(PB) 상품 10개 품목이 환경성적표지 인증을 획득했으며, 그 결과 2025년 3월 기준 총 19개 품목이 인증을 유지하고 있습니다. 특히 2024년 ‘오늘좋은 복숭아 아이스티’가 PB 상품 중 처음으로 저탄소 인증을 추가로 부여받으며 자사 PB 상품의 친환경 경쟁력을 한층 강화했습니다.

앞으로도 롯데마트·슈퍼는 경영 전략과 시너지를 창출할 수 있는 ESG 전략을 수립하고 이행함으로써 성과를 극대화하고, 장기적인 사업 경쟁력과 지속가능한 경영 기반을 강화해 나가겠습니다.



잘피 식재
4,000주

지속가능한 수산물 판매 기부금
3,000만 원

전복 폐사율 개선
4.1%p

해양쓰레기 수거
600 kg

잘피 탄소흡수량
1,000 kgCO₂

생분해성 어망 기부
550개



ESG Impact

이중 중대성 평가

이중 중대성 평가 프로세스

글로벌 지표 및 대내외 환경 분석

ESG 정보공시 이니셔티브(GRI, SASB, TCFD 등)와 국내외 ESG 평가 지표(KCGS, DJSI, Sustainalytics 등), 국내외 지속가능성 관련 법·규제 등을 종합하여 롯데쇼핑에게 요구하는 249개의 ESG 키워드를 파악했습니다. 이 키워드를 기반으로 57개의 이슈풀(Long-list)을 구성하고, 이 중 롯데쇼핑의 사업 운영과 관련성이 높은 이슈를 파악하기 위해 대내외 환경분석을 실시했습니다.

지난 3년간 롯데쇼핑의 주요 ESG 이슈와 1년간 국내 주요 언론사에서 발행된 기사, 국내외 동종업계의 공시 현황 등을 분석한 결과, 최종 22개의 ESG 이슈(Short-list)를 도출했습니다.

위험 및 기회요인 식별

22개 이슈의 중대성을 측정하기 위해 각 이슈로 인해 발생할 수 있는 위험 및 기회요인과 영향을 분석했습니다. 위험 및 기회요인 식별을 위해 이슈와 관련된 법·규제, 업계 동향, 평가·투자기관의 요구사항 등으로 인해 발생할 수 있는 사업 운영 상의 변화 등에 대해 검토했으며, 이에 대한 롯데쇼핑의 관리 및 대응 수준에 따라 이해관계자에게 미칠 수 있는 긍정적 영향과 부정적 영향을 분석했습니다.

이해관계자 의견 수렴

기업의 사업 운영 및 기업가치 측면에서의 이슈의 중대성을 측정하기 위해 임직원 설문조사를 실시했습니다. 상대적으로 더 중대한 영향을 미칠 것으로 예상되는 이슈를 파악하고, 이슈로 인해 발생할 수 있는 영향의 양상과 규모, 영향 범위, 대응 역량 등에 대한 의견을 수렴했습니다.

또한 이해관계자 관점에서의 중대성을 측정하기 위한 외부 이해관계자 설문조사를 별도로 실시했습니다. 각 이해관계자의 관점에서 롯데쇼핑과의 관계에 중대한 영향을 미칠 것으로 예상하는 이슈를 파악하고, 마찬가지로 영향의 세부 특성에 대한 의견을 수렴했습니다.

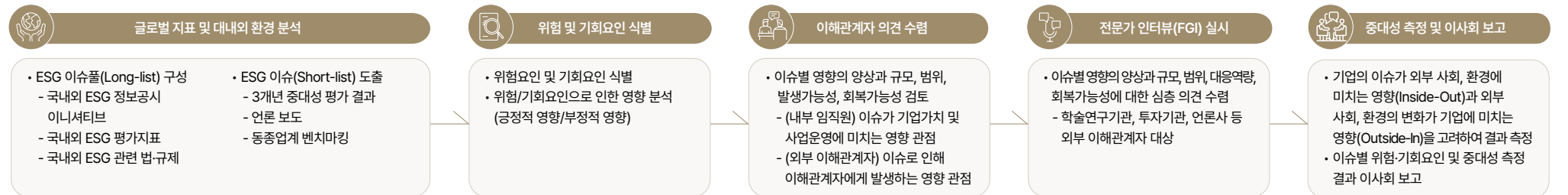
전문가 인터뷰(Focus Group Interview) 실시

중대성 평가의 객관성과 신뢰도를 제고하기 위해 ESG 학술연구기관, 투자기관, 언론사 등 다양한 외부 전문가를 대상으로 FGI를 실시했습니다. 이슈로 인해 발생할 수 있는 사업적 기회와 위험의 규모, 영향 범위, 대응 역량 등에 대해 종합적으로 검토, 평가하여 정량화했습니다.

중대성 측정 및 보고

롯데쇼핑은 이중 중대성 평가의 단계별 결과와 중대 이슈 선정 결과에 대해 이사회 및 ESG위원회에 보고하고 있습니다. ESG위원회에서 롯데쇼핑의 ESG 이슈별 위험 및 기회요인, 영향을 검토하고, 평가 프로세스 및 결과에 대한 타당성과 적합성을 확인하여 최종 승인합니다. 이사회는 롯데쇼핑의 지속가능경영 이슈를 관리, 감독하는 최고의사결정기구로서, 중대 이슈 관리체계와 목표 및 전략, 핵심 성과 등을 종합적으로 검토하고 이행 현황을 감독합니다.

• 이중 중대성 평가 프로세스

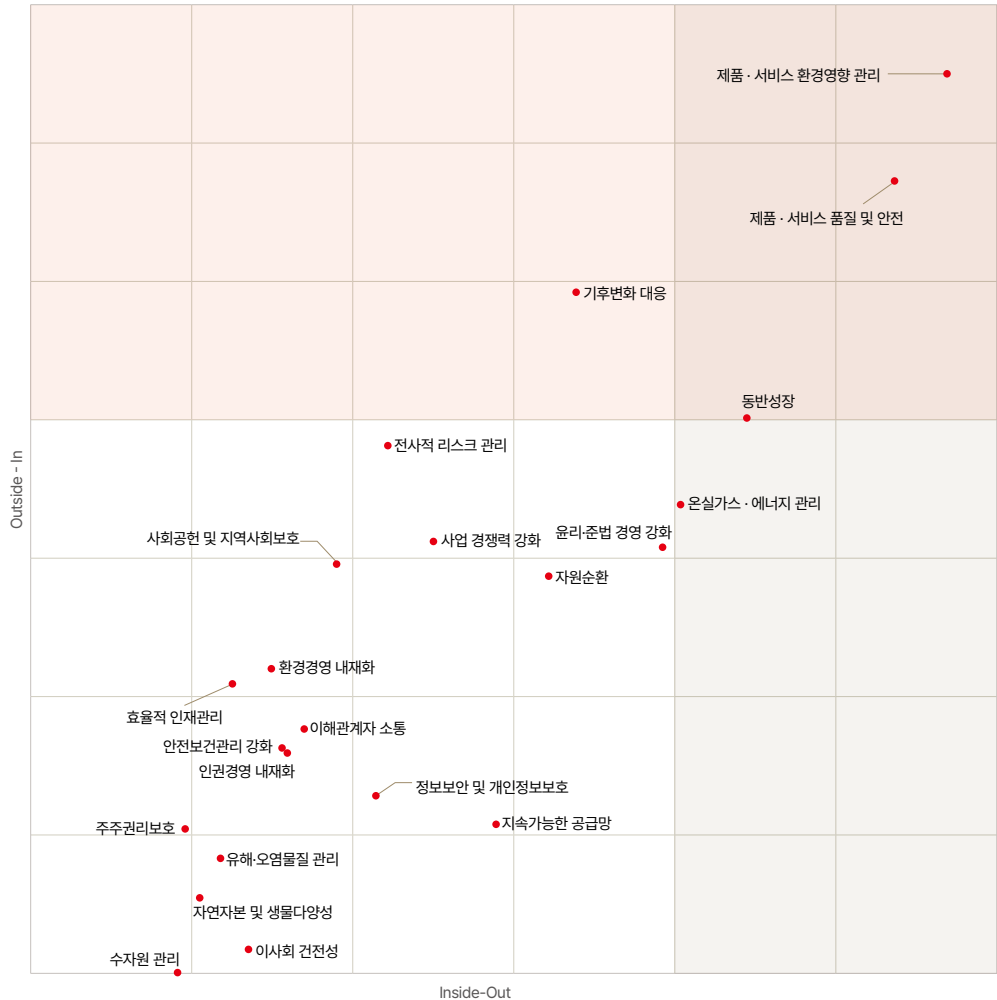


ESG Impact

이중 중대성 평가

이중 중대성 평가 결과

Double Materiality Map



구분		이슈명	변동 현황
중대 이슈	환경	1. 제품·서비스 환경영향 관리	상승
	사회	2. 제품·서비스 품질 및 안전	신규
	사회	3. 동반성장	신규
	환경	4. 기후변화 대응	하락
	환경	5. 온실가스·에너지 관리	신규
일반 이슈	경제/거버넌스	6. 윤리·준법 경영 강화	-
	환경	7. 자원순환	-
	경제/거버넌스	8. 전사적 리스크 관리	-
	경제/거버넌스	9. 사업 경쟁력 강화	-
	사회	10. 사회공헌 및 지역사회 보호	-
	사회	11. 지속가능한 공급망	-
	환경	12. 환경경영 내재화	-
	경제/거버넌스	13. 정보보안 및 개인정보보호	-
	사회	14. 이해관계자 소통	-
	사회	15. 효율적 인재관리	-
	사회	16. 안전보건관리 강화	-
	사회	17. 인권경영 내재화	-
	경제/거버넌스	18. 주주 권리 보호	-
	환경	19. 유해·오염물질 관리	-
	경제/거버넌스	20. 이사회 건전성	-
	환경	21. 자연자본 및 생물다양성	-
	환경	22. 수자원 관리	-

ESG Impact

이중 중대성 평가

이중 중대성 평가 결과

중대 이슈 관리

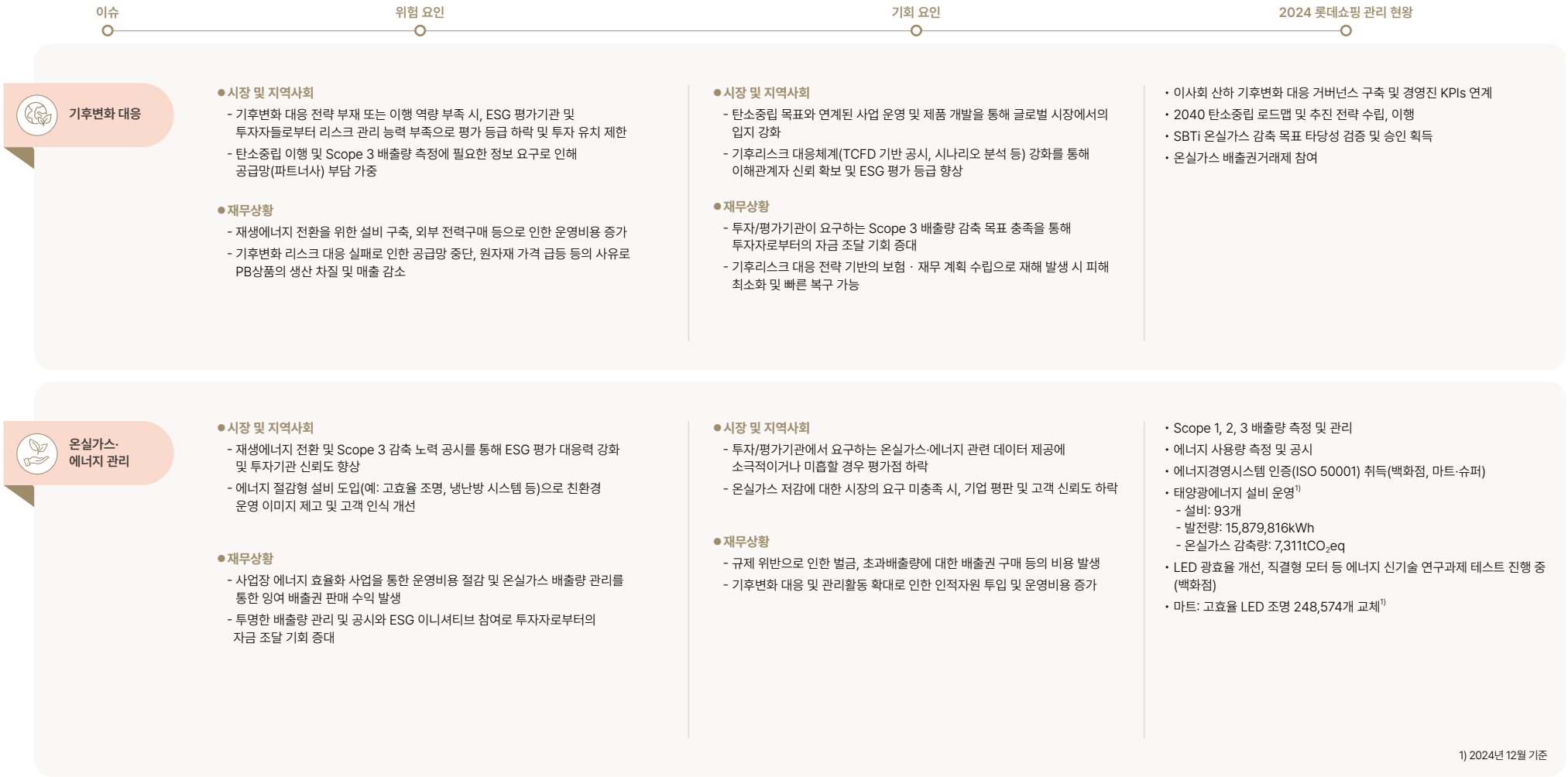
이슈	위험 요인	기회 요인	2024 롯데쇼핑 관리 현황
제품·서비스 환경영향 관리	● 시장 및 지역사회 - 친환경 제품 포트폴리오 부족으로 인한 ESG 민감 고객 이탈 및 기업의 지속가능성 이미지 약화 - 제품·서비스로 인한 부정적인 환경영향 발생 시 고객 및 지역사회 신뢰도 하락 ● 재무상황 - 제품·서비스의 환경 규제 위반으로 인한 리콜·폐기 발생 시 벌금 및 비용손실 발생 - 친환경 원자재, 제조공정을 가진 제품 소싱 시 단가 상승으로 인해 원가 부담 증가	● 시장 및 지역사회 - 친환경 제품·서비스 포트폴리오 구축 및 마케팅을 통한 고객 신뢰도 및 기업 평판 제고 - 소비자의 구매 데이터 및 니즈 분석을 통한 친환경 소비 트렌드 반영으로 신규 사업 아이템 창출 ● 재무상황 - 친환경 포트폴리오 구축을 통해 프리미엄 가격 형성 가능 - 친환경 포트폴리오 강화로 장기적인 제품의 환경·안전 리스크 최소화 및 브랜드 자산 강화	· 지속가능한 상품 소싱 원칙 및 기준 수립 - 지속가능한 상품 기준: 국내외 친환경 인증 기준 및 롯데마트·슈퍼 자체 기준¹⁾ · 롯데쇼핑 친환경 브랜드 RE:EARTH 브랜드 적용 기준 및 포장재 환경영향 정보 제공 가이드라인 수립 · 개인 장바구니 사용, 무포장 직접 배송 등 환경친화적 포장 및 배송옵션 제공 · 녹색제품 취급 및 녹색매장 확대, 친환경 인증 상품 확대 1) 원재료, 제조·가공, 소비·폐기 단계별 환경, 사회적 영향범위 기반 수립
제품·서비스 품질 및 안전	● 시장 및 지역사회 - 판매 제품의 안전사고 및 품질 하자 발생 시 소비자 불만 확산 및 언론 노출로 인한 기업 평판 하락 - 고객 응대 미흡, 불친절 사례 등 제품·서비스 품질 저하 시, 브랜드 이미지 손상 및 고객 이탈 ● 재무상황 - 제품 리콜, 환불, 보상 등으로 인한 비용 발생 및 매출 손실 - 품질·안전 문제로 인한 민원 및 법적 분쟁 시, 대응 비용 발생 및 보험료 증가 등 장기적 재무 리스크 확대	● 시장 및 지역사회 - 고객 피드백 기반의 품질 개선 및 CS 대응 체계 강화를 통해 고객 신뢰도 향상 및 충성 고객 확대 - 안전 인증 제품, 품질 검증 시스템 도입 등 품질 신뢰 확보 노력으로 기업 경쟁력 강화, 업계 우위 확보 ● 재무상황 - PB상품 및 유통 브랜드의 품질 경쟁력 확보 시 가격 대비 높은 만족도를 통해 재구매율 및 객단가 상승 효과 - 선제적 품질·안전 관리로 리콜, 환불, 클레임 등으로 인한 비용 손실 예방 및 운영 안정성 확보	· 스마트 안전관리 시스템 운영 · 식품위생점검 및 안전정보 통합 플랫폼 운영 · 신선 식품 품질 개선 프로젝트 '신선을 새롭게' 운영 · 상품 안전성 검사 실시 (2024년: 식품 6,892건, 비식품 7,694건) · 사업부별 품질·안전관리 활동 실시 - 백화점: 품질평가사 위생지도 (2024년: 2,667회, 106,680시간) - 마트·슈퍼: 상품 안전기준 수립, 미생물·잔류농약 검사 - e커머스: 명품 직매입 유통, 전위여부 검사 · 통합 고객센터 운영 · 고객경험 개선 활동 실시 - 백화점: 지점별 서비스 교육 실시 - 마트·슈퍼: SCO(Self Check-Out) 시스템 고도화 - e커머스: 익일 배송시스템 '내일온(ON)다' 운영
동반성장	● 시장 및 지역사회 - 중소파트너사 대상 불공정 계약, 일방적 조건 변경, 납기일 미준수 등의 리스크 발생 시, 언론 및 공정위 조사로 인한 기업 평판 하락 - 상생협력 약속 불이행 시, 지역사회와의 신뢰 붕괴 및 대외 평판 하락으로 인한 ESG경영 추진 동력 약화 ● 재무상황 - 파트너사와의 갈등 또는 파트너사 역량 부족으로 인한 안정적 공급망 구축 실패 시, 상품 조달 리스크 증가로 사업 운영 차질 및 매출 하락 - 상생 인프라(협력 플랫폼, 공동물류 등) 미비 시 중복 비용 증가 및 경쟁사 대비 협업 효율성 저하	● 시장 및 지역사회 - 중소·지역 파트너사와의 공동기획, 판로 지원, 교육 프로그램 운영을 통해 상생 문화 조성 및 사회적 책임 이행으로 기업 이미지 제고 - 지역 기반의 유통망 협력(예: 로컬푸드, 중소 브랜드 육성 등)을 통한 지역사회 경제 활성화 기여 및 고객 신뢰 확보 ● 재무상황 - 파트너사 역량 강화를 통한 상품 품질 제고 및 리스크 대응 역량 강화로 운영 효율성 향상 - 잠재력 있는 파트너사 역량강화 지원을 통한 우수 중소 브랜드 조기 확보로 차별화된 상품 구성 및 매출 기여	· 파트너사 경영 안전성 제고 컨설팅 · 파트너사 판로개척 및 해외시장 진출 지원 컨설팅 · 파트너사 자금 유동성 확보 지원 제도 및 컨설팅 · 파트너사 행동규범 수립 · 파트너사 선정 시 지속가능성 평가 실시 · 마트·슈퍼: 공급망 ESG 관리체계 구축(2025.01 ~ 진행중)

ESG Impact

이중 중대성 평가

이중 중대성 평가 결과

중대 이슈 관리

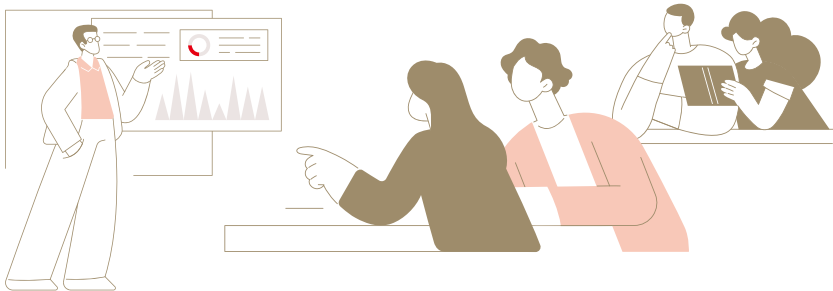


ESG Impact

이해관계자 소통

이해관계자 소통채널

롯데쇼핑은 사업 활동과 제품·서비스를 중심으로 경제적·환경적·사회적 측면에서 상호 영향을 주고받고 있는 다양한 이해관계자를 식별하고 지속적으로 소통하기 위한 다양한 채널을 운영하고 있습니다. 이를 통해 이해관계자별 주요 관심사와 요구사항을 파악하고 경영활동과 지속가능 경영 전략에 유의미하게 반영함으로써 이해관계자와의 신뢰 형성 및 지속 가능한 가치 창출을 도모하기 위해 노력하고 있습니다.



• 주요 이해관계자 소통 현황

이해관계자	주요 관심사	소통채널	주요 이슈	주요 활동	2024년 소통 현황
고객	- 제품·서비스의 품질 및 안전 - 투명한 정보 제공	- VoC 채널 운영(온라인, 콜센터) - 챗봇 - 채팅 상담	- 제품·서비스의 품질 및 안전 강화 - 고객만족도 제고	- 고객 컴플레인 관리 - 홈페이지, App, SNS를 통한 정보 공유 - 고객만족 서비스 제도 운영	VoC 1,219,740건 접수¹⁾ (100% 처리 완료)
임직원	- 공정한 평가 및 보상 - 조직문화 개선 - 역량 제고 지원	- 노동조합 및 노사협의회 - 임직원 간담회 - 사내 소통 채널	- 임직원 소통 - 인권 - 역량 강화	- 분기별 노동조합 및 노사협의회 개최 - 임직원 간담회 운영 - 주니어보드 운영 - CEO 소통 프로그램 운영	- CEO 소통 프로그램 총 25회 - 노사협의회 연 4회
파트너사	- 동반성장 및 상생협력 - 공정하고 투명한 협력관계 - ESG 이슈 대응 및 정보 제공에 대한 요구	- 파트너사 미팅 - 파트너사 간담회 - 파트너사 신고채널	- 동반성장 - 인권	- 신고채널 운영 - 동반성장 및 상생협력 프로그램 운영 (판로지원, 역량 교육 등) - 동반성장 펀드 운용	- 파트너사 고충접수 9건 (100% 처리 완료) - 파트너사 간담회 수시 진행
지역사회	- 사회문제 동참 - 상생발전 도모	- 시민단체/환경단체 협력 채널 - 사회공헌 협력 미팅	- 기후변화 대응 - 지역사회 상생 및 사회공헌	- 지역사회 기부 및 후원 - 친환경 캠페인 - 심리상담소 운영 - 지역사회 봉사단 운영 - 재해지역 구호 활동	- 기부금 175.4억 원 - RE:JOICE 심리상담 2,068건
주주 및 투자자	- 기업 성장 - 주주 및 투자자 가치 제고 - ESG 관련 이슈 대응역량	- 주주총회 - 실적발표회 - 유/무선 커뮤니케이션	- 사업 포트폴리오 강화 - 재무/비재무 리스크 관리	- 분기별 투자자 NDR 실시 - 실적발표회 실시	- CEO IR DAY 연 1회²⁾ - 정기주주총회 연 1회 - 분기실적발표 연 4회

1) 롯데ION 접수 건 기준

2) 국내 기준, 2024년 해외 2회 개최

INTRODUCTION

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

ENVIRONMENTAL



031 기후변화 대응(TCFD)

039 환경경영

기후변화 대응(TCFD)

기후변화 대응 거버넌스

거버넌스 역할과 책임

이사회 역할

롯데쇼핑의 이사회 산하 ESG위원회는 2040 탄소중립 로드맵과 온실가스 감축 목표 및 전략, 감축 활동 및 성과, 기후변화 시나리오 분석을 통한 위험 및 기회 요인 관리방안 등에 대해 보고받고 있으며, 롯데쇼핑의 기후변화 대응 활동이 효율적으로 진행되고 있는지 감독합니다. 기후변화 대응을 포함한 주요 ESG 전략과 계획을 검토하고 효과적인 이행을 위해 필요한 자원의 투입여부와 기타 지원 필요 사항 등을 심의, 의결하고 있습니다. ESG위원회에서 검토한 사안 중 사업 운영에 있어 중대한 영향을 행사할 것으로 예상되는 사안은 이사회 안건으로 상정하고 있습니다.

경영진 역할

롯데쇼핑의 경영진은 탄소중립 추진 전략, 온실가스 감축방안, 에너지 효율 개선방안 등을 관리, 감독하고 있습니다. 기후변화 대응 활동 계획을 검토, 승인하고 활동 결과와 위험 및 기회요인에 대해 보고받고 있으며, 유통군 차원에서 모니터링, 대응이 필요한 사안이 있을 경우 이사회 안건으로 상정하고 있습니다.

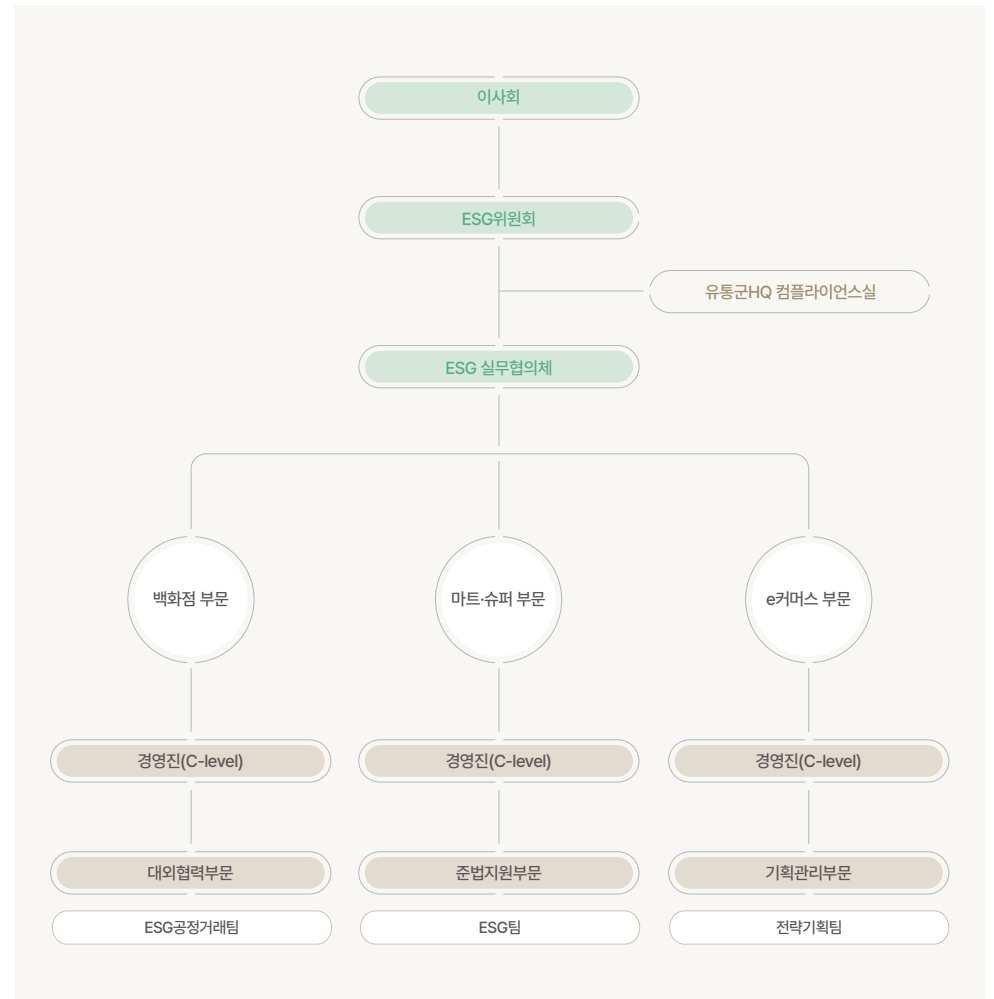
실무조직 역할

롯데쇼핑 및 각 사업부의 기후변화 대응 주관부서로 구성된 ESG 실무협의체는 기후변화 관련 국내외 법·규제 동향, 정책방향을 분석해 대응하고, 탄소중립 로드맵 세부전략의 이행방안을 수립하여 추진하는 역할을 담당합니다. 또한 전사 차원의 기후변화 리스크 식별 및 대응을 위해 각 사업부의 유관부서와 소통하고 있습니다. 기후변화 대응 유관부서는 사업운영 및 기후변화 대응 활동 과정에서 발생하는 리스크를 모니터링하고 있으며, 에너지경영시스템 운영, 온실가스 배출량 감축 및 에너지 절감을 위한 운영 최적화와 설비 개선 등의 활동을 수행합니다.

기후변화 관련 경영진 KPIs

롯데쇼핑 및 각 사업부 대표이사(CEO)의 책임감 있는 업무 수행을 위해 기후변화 대응을 포함한 환경 관련 KPIs에 따라 성과평가를 받도록 하고 있습니다. 대표이사의 KPIs에는 '기후변화 지배구조', '탄소배출량 감축 목표 대비 성과', '기후변화 관련 투자비 집행 실적' 등의 항목이 포함되어 있습니다.

• 기후변화 대응 거버넌스



기후변화 대응(TCFD)

기후변화 대응 전략

Net-Zero 선언

2040 탄소중립 로드맵

롯데쇼핑은 2040 탄소중립의 달성을 위해 중장기 로드맵과 단계별 세부 전략을 수립하여 이행하고 있습니다. 국내외 법·규제, 정책의 변화, 산업 현황, 중장기 사업전략과의 연계성 등을 고려하여 2030, 2040 감축 목표를 수립했습니다. 2030년까지 사업장에서 발생하는 온실가스 배출량을 2018년 대비 40% 감축하고, 지속적인 재생에너지로의 전환을 통해 2040년에는 전 사업장의 탄소중립을 달성하고자 합니다. 또한 공급망 탄소배출 관리 및 감축을 통해 2050년에는 Value Chain 전반에서의 탄소중립을 달성하는 것을 목표로 삼고 있습니다.

합리적인 탄소중립 목표를 기반으로 한 체계적인 전략 수립 및 이행을 위해 국내 유통사 최초로 SBTi(Science Based Targets initiative)에 가입한 이후 2025년 3월, 2021년 대비 2031년 Scope 1, 2, 3 배출량을 46.2% 감축하는 온실가스 감축 목표에 대한 타당성을 인정받아 최종 SBTi 승인을 취득했습니다.¹⁾

1) 2031년까지의 감축 목표에 대한 Near-term Target 승인 취득

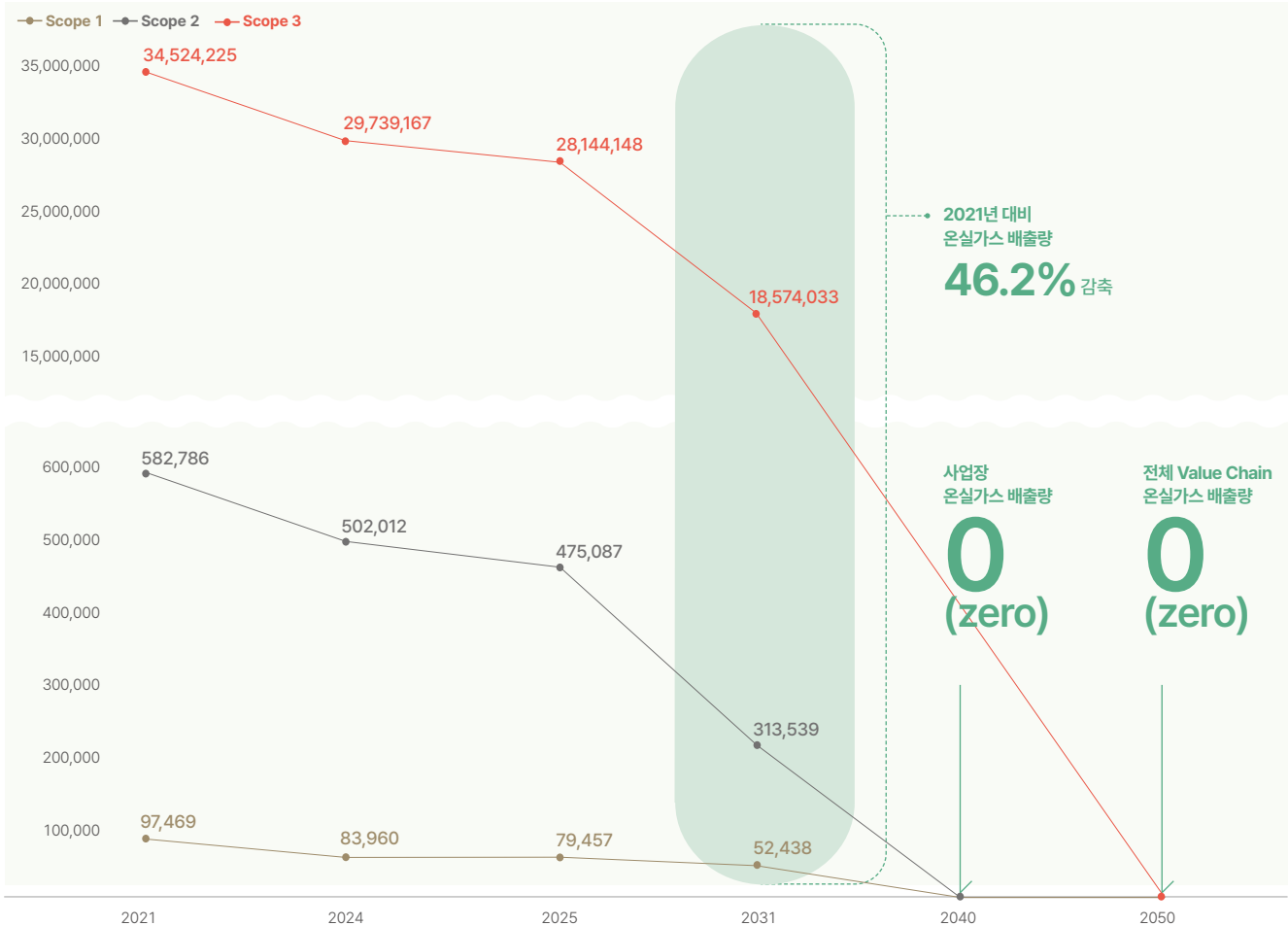
연도별 감축 목표

구분	단위	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2035	2040
BAU 대비 목표 감축률	%	21	21	22	34	37	40	68	100

추진 전략별 감축 구성비 (100% 기준)

구분	단위	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2035	2040
PPA	%	55	54	54	68	68	66	63	59
REC	%	0	0	1	2	3	4	14	20
태양광 자가발전	%	2	2	3	2	1	1	1	1
에너지 설비 투자	%	43	44	42	28	27	26	17	12
기타	%	-	-	-	-	-	2	6	8

Net-Zero Roadmap



기후변화 대응(TCFD)

기후변화 대응 전략

탄소중립 추진 계획

Scope 1&2 배출량 모니터링

롯데쇼핑은 2040 탄소중립 로드맵의 체계적인 이행과 온실가스거래제 대응을 위해 사업부별 온실가스 배출량을 산정, 관리하고 있습니다. 롯데백화점, 롯데마트·슈퍼는 IPCC 가이드라인 및 국내 온실가스 배출량 산정 지침¹⁾에 근거하여 각각 데이터 통합관리시스템 SE-FMS(Safety Energy Facility Management System)와 시설관리 통합시스템 FEMS(Facility Energy Management System)를 통해 지점별 온실가스 배출량을 측정, 관리하고 있습니다. 롯데커머스 역시 IPCC 가이드라인 기반의 온실가스 인벤토리를 활용하여 온실가스 배출량을 모니터링하고 있습니다. 롯데쇼핑은 전 사업부의 온실가스 배출량에 대해 제3자로부터 검증을 받고 있으며, BAU 산정 및 2040 탄소중립 세부 전략의 이행을 통해 온실가스 배출권거래제에 효율적으로 대응하고 있습니다.

1) 온실가스-에너지 목표관리 운영 등에 관한 지침

Scope 3 배출량 산정

롯데쇼핑은 유통 밸류체인 전반에서 발생하는 탄소 배출량을 관리하기 위해 2023년부터 Scope 3 배출량을 산정하고 있습니다. 15개 카테고리 중 유통 산업과 당사의 사업 운영 특성을 고려하여 13개 카테고리를 선정하였고, 각 카테고리별 산정 방법론에 따라 배출량을 산정했습니다. 2025년 3월 Scope 3 배출량 산정에 대한 SBTi 인증을 취득했으며, SBTi의 권고 사항에 따라 2031년까지의 Scope 3 단기 감축 계획을 수립하여 이행하고 있습니다. 향후 지속적으로 데이터 수집 범위를 확대하고 산정 방법론의 고도화를 통해 데이터 신뢰성을 제고할 수 있도록 노력하겠습니다.

에너지 효율화 및 재생에너지 도입

롯데쇼핑은 2040년까지 탄소중립을 달성하기 위해 태양광 자가발전 설비 운영, 재생에너지 구매, 노후 설비 교체 및 에너지 효율화 설비 도입을 추진하고 있습니다. 전국의 오프라인 점포를 중심으로 태양광 에너지 설비를 확대해 나가고 있으며, 전력구매계약(PPA¹⁾)을 검토하고 있습니다. **롯데백화점**은 지속적인 노후 설비 교체와 함께 에너지 신기술 연구 과제를 수립하고 2024년 LED 광효율 개선, 직결형 모터, 쇼케이스 도어 설치를 위한 샘플 테스트를 진행하고 있습니다. 또한 자가소비형 태양광 설비를 지속적으로 확대하고, 에너지 다소비 설비의 효율성을 높이기 위한 대규모 투자를 계획하고 있습니다.

1) Power Purchase Agreement

• Scope 1, 2 배출량		(단위: tCO ₂ eq)		
구분	2022	2023	2024	
Scope 1 (직접 배출량)	101,259	96,042	96,484	
Scope 2 (간접 배출량)	621,371	614,007	619,138	
Scope 1 + 2	722,630	710,049	715,622	
Scope 1 + 2 배출 집약도 ¹⁾	6.80	6.76	6.94	

1) 매출액 대비 온실가스 배출량, 단위: tCO₂eq/억 원

• Scope 3 배출량 ¹⁾		(단위: tCO ₂ eq)			
Category		2021	2022	2023	2024
Upstream	1. 구매한 상품 및 서비스	22,558,200	20,452,475	19,867,509	19,633,442
	2. 자본재	646	1,071	1,218	358
	3. 연료 및 에너지	56,399	61,184	62,906	63,606
	4. 업스트림 운송 및 유통	8,263,465	8,455,974	7,261,874	7,143,375
	5. 사업장 발생 폐기물	2,025	4,399	2,765	2,461
	6. 출장	38	1,027	1,405	1,318
	7. 통근	20,508	20,791	25,188	20,448
	8. 임대 자산	2,418	2,597	3,072	2,948
Downstream	9. 다운스트림 운송 및 유통	11,127	12,438	9,492	7,153
	11. 판매 제품의 사용	3,088,847	3,212,397	2,988,281	2,719,849
	12. 판매 제품의 폐기	266,318	226,030	201,616	182,703
	14. 프랜차이즈	9,828	9,482	10,174	12,778
	15. 투자	244,406	224,730	239,072	230,227
총 배출량		34,524,225	32,684,595	30,674,573	30,020,667

1) 배출계수의 변동 및 산정범위의 확대로 인해 2021~2023 배출량 조정

기후변화 대응(TCFD)

기후변화 리스크 관리

리스크 관리 프로세스

리스크 관리 절차

롯데쇼핑은 효율적이고 안정적인 2040 탄소중립 로드맵 추진을 위해 기후변화 관련 리스크를 철저하게 관리하고 있습니다. TCFD 가이드라인에 기반한 리스크 관리절차를 구축하여 롯데쇼핑의 사업 운영에 영향을 미칠 수 있는 리스크를 식별하고, 재무영향 분석을 통해 리스크로 인한 위험 및 기회를 도출합니다. 리스크 발생 가능성과 부정적 영향의 크기, 사업 계획과의 연관성 등을 고려하여 선제적으로 관리해야 할 위험 및 기회요인에 대해 대응 전략을 수립, 이행하고 있습니다.

지속적인 모니터링을 통해 대응 전략이 효과적으로 수행되고 있는지 검토하고 성과를 평가하여 전략을 보완, 개선합니다. 리스크의 식별부터 위험 및 기회 요인 도출, 대응 전략 수립 및 모니터링 결과까지 전 과정을 롯데쇼핑 ESG 실무협의체에서 관리하고 있으며, ESG위원회에 보고합니다.

리스크 식별

롯데쇼핑은 사업 운영 과정에서 기후변화로 인해 발생할 수 있는 위험요인과 기회요인을 식별하기 위해 ESG 추진 전략 및 추진 과제와 이중 중대성 평가 결과 분석을 통해 전환 및 물리 리스크를 도출하고 시나리오 분석을 실시했습니다. 시나리오 분석에는 BAU 기반 시나리오, 중간 시나리오, 배출 완화 시나리오, IPCC RCP 시나리오를 적용했습니다. 전환 및 물리 시나리오 분석을 통해 각 리스크로 인해 발생할 수 있는 현재 롯데쇼핑의 자산가치 대비 연 평균 손실률¹⁾을 도출한 결과, '시장'과 '탄소가격'²⁾ 리스크가 가장 영향이 큰 것으로 확인되었습니다.

1) 보유 자산 대비 연간 평균 손실액(Modeled Average Annual Loss, MAAL)
2) 롯데쇼핑은 배출권거래제 대상 기업으로 탄소가격에 대한 관리 필요성이 크다고 판단하여 법률·규제 리스크에서 별도로 분리하여 분석을 진행함

• 리스크 관리 절차



• 시나리오 분석 결과

		Extremely Low		Low		Medium		Medium-High		High	
		RCP 2.6		RCP 4.5		RCP 8.5					
구분		'30	'50	'30	'50	'30	'50				
전환 리스크											
	탄소가격	E.L	L	E.L	L	E.L	E.L				
	법률·규제	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L				
	기술	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L				
	평판	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L				
	시장	L	L	L	L	L	L				
물리 리스크											
급성	해안침식	L	L	L	L	M	M				
	가뭄	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L				
	물 부족	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L				
	산불	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L				
만성	이상기온	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L				
	열대 저기압	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L	E.L				

기후변화 대응(TCFD)

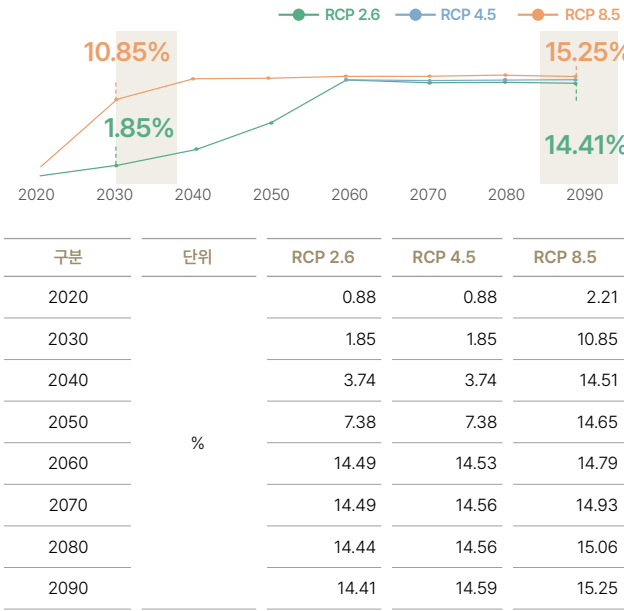
기후변화 리스크 관리

리스크 관리 프로세스

물리 리스크 분석

롯데쇼핑은 물리 리스크로 인해 발생할 수 있는 재무영향을 분석하기 위해 이상기온, 가뭄, 산불 등 6개의 리스크에 대해 운영·관리 비용과 위험요인 발생 시 손실 비용 등을 평가하여 2020년부터 2090년까지 10년 단위로 각 시나리오에 따른 연 평균 자산가치 손실률을 정량화했습니다. 그 결과 모든 시나리오에서 2030년부터 2060년까지 물리적 위험요인으로 인한 손실 비용, 즉 부정적 재무 영향이 급격히 증가할 것으로 예상되어 이를 사업운영 및 탄소중립 전략 수립에 반영하고 리스크 발생을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다.

물리 리스크 재무영향(연 평균 예측 손실률) 분석



전환 리스크 분석

롯데쇼핑은 전환 리스크로 인해 발생할 수 있는 위험요인과 기회요인을 식별하기 위해 시나리오별 재무영향을 분석했습니다. 탄소가격과 법률·규제, 기술, 평판, 시장 리스크를 대상으로 운영·관리 비용과 위험요인 발생에 따른 손실 비용, 비즈니스 중단으로 인한 재무영향 등을 분석하여 현재 자산금액 대비 연 평균 자산가치 손실률로 정량화했습니다. 그 결과 시장 리스크가 사업 운영에 가장 큰 재무적 영향을 미치는 것으로 확인되었습니다.

전환 리스크 재무영향 분석

구분		배출 완화 시나리오			중간 시나리오			BAU 시나리오		
		2030	2040	2050	2030	2040	2050	2030	2040	2050
탄소가격	손실률	0	2.104	3.491	0	0.697	1.224	0	0.322	0.542
	영향	2100년까지 기온 상승을 2°C 이내로 제한하는 고강도 감축 시행으로 인한 배출권 수요 및 가격 상승			국가별 온실가스 감축목표(NDCs) 수준의 감축 시행으로 배출권 수요 및 가격 유지 및 상승			저강도 감축 시행으로 인해 배출권 수요 및 가격 유지 또는 소폭 하락		
법률·규제	손실률	0.037	0.041	0.045	0.037	0.041	0.045	0.04	0.046	0.053
	영향	강력한 온실가스 법·규제 시행으로 인한 관리수준 강화 및 인력 대폭 확대로 리스크 완화			온실가스 법·규제 강화로 인해 규제 준수 및 대응을 위한 인력 확보 필요			기존 온실가스 규제 수준 유지로 인한 규제 대응 및 관리 수준 하락으로 리스크 발생 시 대응·복구 비용 증가		
기술	손실률	0.233	0.264	0.284	0.233	0.264	0.286	0.252	0.292	0.334
	영향	저탄소 배출 기술 개발 및 도입에 대한 적극적인 투자 * 범위: 롯데쇼핑의 사업장, 업스트림, 다운스트림, 자본재, 파트너사			상대적으로 미흡한 수준의 투자로 인한 저탄소 기술 개발 및 도입 지연 * 범위: 롯데쇼핑의 사업장, 업스트림, 다운스트림, 자본재			소극적 투자로 인해 저탄소 기술 개발 및 도입 시점 불분명 * 범위: 롯데쇼핑 사업장, 업스트림, 다운스트림		
평판	손실률	0.262	0.296	0.319	0.262	0.296	0.321	0.283	0.328	0.375
	영향	증가한 자본시장, 평가사, 고객 등 이해관계자의 요구에 대한 적극적인 대응으로 긍정적 평판 형성			자본시장, 평가사, 고객 등 이해관계자의 요구에 대한 점진적인 피드백 확대를 통한 평판 관리			자본시장, 평가사, 고객 등 이해관계자의 요구에 대한 소극적인 대응으로 평판 하락 및 사업 운영에 부정적 영향 형성		
시장	손실률	5.243	5.922	6.376	5.243	5.922	6.428	5.655	6.561	7.502
	영향	친환경, 저탄소 제품에 대한 수요 증가에 대응하기 위해 적극적인 친환경 PB 제품 개발 및 관련 마케팅 확대			친환경, 저탄소 제품에 대한 시장 선호도 유지로 친환경 PB 제품 개발 및 마케팅 이행 수준 유지			친환경, 저탄소 제품에 대한 수요 대응 부족으로 고객 선호도 하락 및 사업 방향성에 대한 혼란 발생		

기후변화 대응(TCFD)

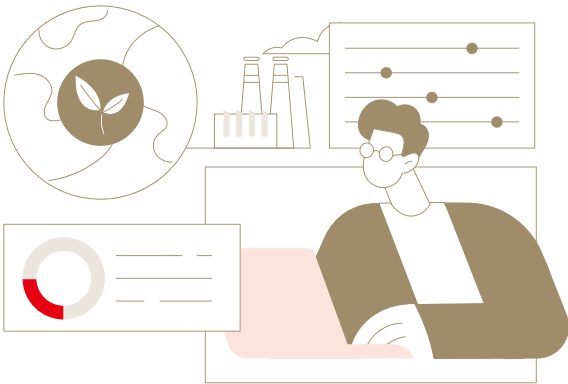
기후변화 리스크 관리

리스크 관리 프로세스

리스크 관리 전략

롯데쇼핑은 물리 리스크와 전환 리스크의 재무영향 평가 결과를 바탕으로 위험 및 기회 요인을 도출하고 발생 가능성과 영향의 크기, 중장기 사업 전략 및 현재 리스크 관리 수준 등을 고려하여 대응 전략을 수립했습니다. 친환경, 저탄소 제품에 대한 고객 수요에 적극적으로 대응하기 위해 환경 성적표지 인증을 받은 PB 제품군을 지속적으로 확대할 계획입니다. 또한 유통 전 과정에서의 부정적 환경영향을 줄일 수 있도록 스마트 물류 시스템 구축을 추진하고 있습니다. 이와 더불어 법·규제의 변화에 대한 적극적인 대응과 이해관계자의 투명한 정보 공개 요구에 부응할 수 있도록 노력하겠습니다.

또한 주요 지역 거점에 위치하고 고객이 직접 사업장을 방문하는 사업 특성을 고려하여 물리 리스크 발생을 예방하기 위해 노력하고 있습니다. 사업장 안전보건 관리를 강화하고 화재, 지진 등 비상상황에 대한 대응 체계를 구축하고 있습니다. ESG 실무협의체와 관련 실무조직은 리스크 관리 및 대응 전략의 이행 여부를 지속적으로 모니터링하며, ESG위원회 보고를 통해 전사 사업 운영 계획 수립 시 해당 결과가 반영될 수 있도록 하고 있습니다.



• 주요 위험 및 기회, 대응 전략

구분		위험 요인	기회 요인	대응 전략
전환 리스크	법률·규제	온실가스 배출량 정보 공시의무 강화	기후변화 대응 공시 강화를 통한 국내외 파트너사 및 투자자 신뢰도 제고	2040 탄소중립 로드맵 세부 계획 수립 및 이행 현황 공시
		탄소세, 탄소배출권 가격 변동	탄소배출권 거래 제도 참여(구매, 판매)	잉여 탄소배출권 확보를 위한 신재생에너지 적극 도입
		EU 기업 지속가능성 실사 확대 및 기후 관련 법제화에 따라 소송 등의 리스크 발생가능성 증가	-	내부 컴플라이언스 체계화
	기술	저전력, 저탄소 배출 물류 서비스 기술 개발	재생에너지 사용 확대에 대한 정책 인센티브 활용	친환경 물류센터 투자 및 온라인 플랫폼 투자 확대
	시장	저탄소, 친환경 물류 시스템 도입 요구 대응 및 반영을 위한 비용 증가	신규 상품 개발 및 시장 선도를 통한 수익원 확대	친환경, 저탄소 상품 확대를 위한 고객 의견 수렴 및 파트너사 협업 강화
		친환경, 자원순환 관련 상품 및 저탄소 연료 도입 요구 증가		
물리 리스크	평판	제품 및 서비스의 탄소배출에 대한 고객 민감도 증가	사업 포트폴리오 다각화를 통해 지속가능한 성장기반 마련	서비스 및 제품 선정 시, 탄소배출량 고려
		기후변화 대응 관련 대외 평가 결과에 대한 관심 및 영향 증가		기후변화 대응 관련 이해관계자 커뮤니케이션 확대
	급성	해안침식, 가뭄, 물 부족, 산불	전 영업점과 계열사의 시설투자 확대 및 고객 신뢰 강화	자연재해 관련 인프라 개선, 화재 예방 및 대비 시설 확대
	만성	이상기온, 열대 저기압	자동화(AI 등) 시스템 도입	자동 서비스 시스템 개발

기후변화 대응(TCFD)

기후변화 리스크 관리

사업장 온실가스 배출 감축

태양광에너지 설비 운영

롯데쇼핑은 오프라인 점포를 중심으로 태양광에너지 설비를 지속적으로 확대해 나가고 있습니다. 2024년 12월 기준 총 93개의 태양광에너지 설비를 운영하고 있으며, 1년간 15,879,816kWh의 에너지를 생산했습니다.

롯데백화점은 2024년 2개를 추가 구축하여 총 27개의 태양광에너지 설비를 운영하고 있습니다. 1년간 2,298,324kWh의 에너지를 생산, 사용함으로써 온실가스 약 1,072톤을 감축하는 효과를 가져왔으며 이는 소나무 7,673그루를 심었을 때의 효과와 유사합니다.

롯데마트·슈퍼는 총 66개의 태양광에너지 설비를 운영하고 있으며, 한해동안 13,581,492kWh의 에너지를 생산했습니다.¹⁾ 이는 4인 가족 3,409가구가 한해동안 사용하는 전력량과 유사한 수준으로 약 6,239톤의 온실가스 배출을 감축한 효과가 있습니다.

1) 롯데마트 54개, 롯데슈퍼 12개

전기차 배송 확대

롯데쇼핑은 직접 온실가스 배출량 감축을 위해 업무용 차량을 환경친화적 자동차로 전환하고 있습니다. 2024년 연말 기준, 전체 법인 등록 차량 중 약 62%를 환경친화적 자동차로 전환했습니다.

롯데e커머스는 유통·운송 과정에서의 온실가스 배출량 감축 요구에 대응하기 위해 전기차 배송을 확대하고 있습니다. 전기차 유류비 지급 기준을 경유차와 동일하게 적용하여 배송 기사가 전기차를 운행할 경우 유가 보조금만큼의 추가 마진을 확보할 수 있도록 지원하고 있습니다. 2024년 연말 기준, 배송용 차량 중 전기차의 비율은 약 13.0%입니다.

물류시스템 최적화

롯데쇼핑은 물류시스템 최적화를 통해 사업 경쟁력 제고와 더불어 유통 과정에서의 부정적 환경영향을 저감하기 위해 노력하고 있습니다. 2026년 완공을 목표로 하고 있는 부산 자동화 물류센터(CFC, Customer Fulfillment Center)는 스마트 물류시스템 도입을 통해 기존 물류센터 보다 동일면적 대비 약 두배 가량 많은 상품을 취급하여 집적 효율성을 제고할 계획입니다. 또한 AI와 빅데이터 기반의 오키도 스마트 플랫폼(OSP, Ocado Smart Platform)을 구축하여 정확한 수요 예측 및 재고 관리를 통해 폐기물을 최소화할 예정입니다. 이와 더불어 실시간 통신 기술을 기반으로 배차 및 배송 경로 역시 최적화함으로써 운송 과정에서의 온실가스 배출량 감축을 도모하고 최적의 물류 효율화를 구현할 예정입니다. 부산 CFC는 효율성과 안전성, 친환경성을 인정받아 2024년 11월 정부로부터 스마트 물류센터 예비인증 1등급을 취득했습니다.

• 환경친화적 자동차 보유 현황¹⁾

(2024년 12월 31일 기준)					
구분	단위	백화점	마트	슈퍼	합계
보유 자동차	대	44	29	32	105
환경친화적 자동차	대	26	17	22	65
환경친화적 자동차 비율	%	59.1	58.6	40.7	61.9

1) 전기차, 하이브리드 차량 포함

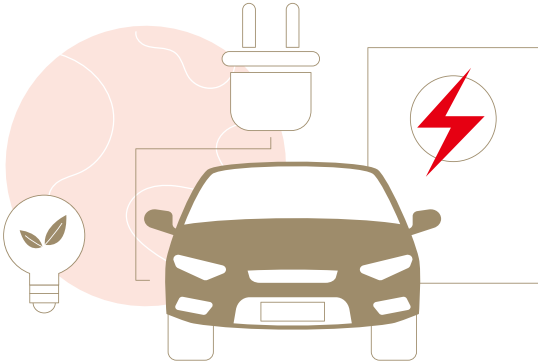
• 배송용 전기차 보유 현황

(2024년 12월 31일 기준)			
구분	전체 차량(대)	전기차량(대)	전기차 비율(%)
배송용 차량 ¹⁾	575	75	13.0

1) 2025년부터 배송 업무가 e커머스에서 마트로 이관되었음

전기차충전소 운영

롯데쇼핑은 증가하는 전기차 수요에 부응하고 탄소 배출 저감에 기여하기 위해 2025년 3월 기준 155개 지점에서 1,921개의 전기차 충전소를 운영하고 있습니다. 특히 2023년부터 롯데정보통신의 자회사 EVSIS와 협업하여 전국적으로 접근 및 체류가 용이한 주요 거점 지역에 위치한 점포에 전기차 충전소를 빠르게 확대해 나가고 있습니다. 점포 유형에 따른 방문객의 이용 특성을 고려해 급속 충전기와 완속 충전기 설치 비율을 결정하고 있으며, 포인트 적립 및 주차 혜택과의 연계를 통해 보다 편리한 이용이 가능하도록 지원합니다.



INTRODUCTION

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

- 기후변화 대응 (TCFD)
환경경영

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

Map of Green

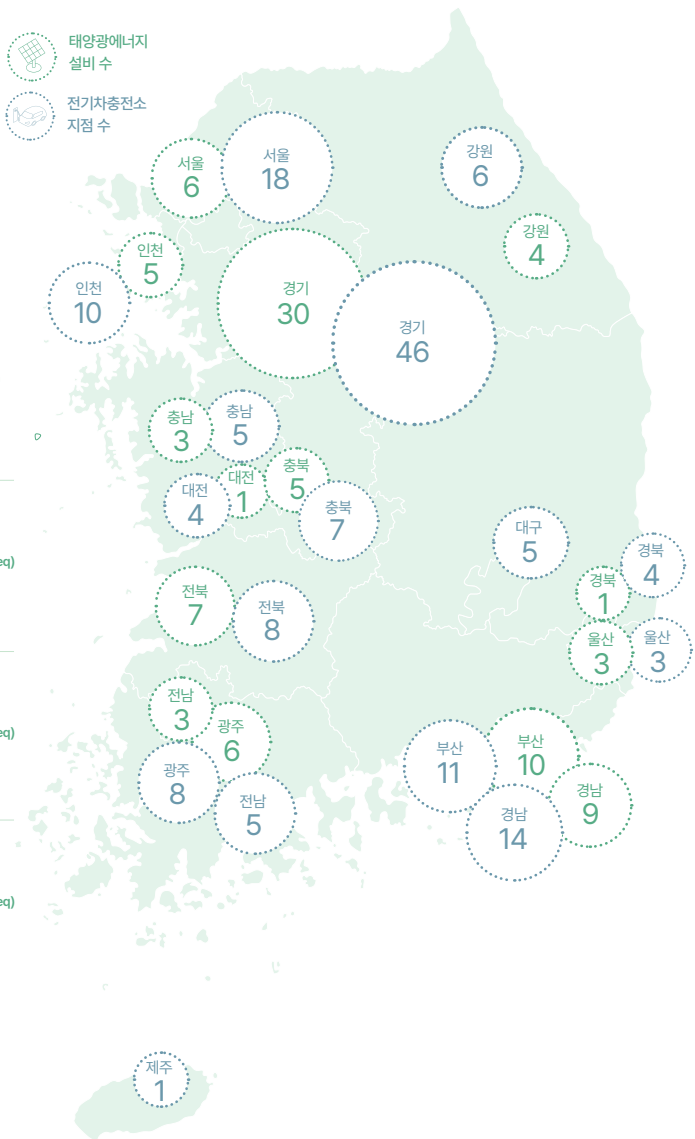
Special Page



태양광에너지 설비 운영현황

합계		
설비 수	연간 발전량(kWh)	연간 온실가스 감축량(tCO ₂ eq)
93	15,879,816	7,311

서울 발전량(kWh) 599,255 온실가스 감축량(tCO ₂ eq) 277	부산 발전량(kWh) 961,865 온실가스 감축량(tCO ₂ eq) 445	인천 발전량(kWh) 682,844 온실가스 감축량(tCO ₂ eq) 315	광주 발전량(kWh) 608,722 온실가스 감축량(tCO ₂ eq) 280
대전 발전량(kWh) 100,534 온실가스 감축량(tCO ₂ eq) 46	울산 발전량(kWh) 1,397,812 온실가스 감축량(tCO ₂ eq) 642	강원 발전량(kWh) 492,289 온실가스 감축량(tCO ₂ eq) 226	경북 발전량(kWh) 135,123 온실가스 감축량(tCO ₂ eq) 62
경남 발전량(kWh) 1,998,275 온실가스 감축량(tCO ₂ eq) 920	경기 발전량(kWh) 5,915,334 온실가스 감축량(tCO ₂ eq) 2,726	전북 발전량(kWh) 969,712 온실가스 감축량(tCO ₂ eq) 445	전남 발전량(kWh) 373,273 온실가스 감축량(tCO ₂ eq) 171
충북 발전량(kWh) 1,295,124 온실가스 감축량(tCO ₂ eq) 595	충남 발전량(kWh) 349,654 온실가스 감축량(tCO ₂ eq) 161		



전기차충전소 운영현황

합계		
지점 수	충전기 수(대)	설비용량(kW)
155	1,921	69,162

서울 충전기 수(대) 235 설비용량(kW) 7,160	부산 충전기 수(대) 215 설비용량(kW) 7,453	대구 충전기 수(대) 69 설비용량(kW) 2,181	인천 충전기 수(대) 101 설비용량(kW) 4,515
광주 충전기 수(대) 78 설비용량(kW) 3,651	대전 충전기 수(대) 49 설비용량(kW) 2,190	울산 충전기 수(대) 63 설비용량(kW) 1,939	강원 충전기 수(대) 26 설비용량(kW) 1,330
경북 충전기 수(대) 47 설비용량(kW) 1,700	경남 충전기 수(대) 176 설비용량(kW) 6,776	경기 충전기 수(대) 611 설비용량(kW) 18,559	전북 충전기 수(대) 108 설비용량(kW) 3,921
전남 충전기 수(대) 50 설비용량(kW) 2,830	충북 충전기 수(대) 51 설비용량(kW) 2,917	충남 충전기 수(대) 35 설비용량(kW) 1,620	제주 충전기 수(대) 7 설비용량(kW) 420

태양광에너지 발전량

2024년

15,879,816kWh

태양광 발전으로 인한 온실가스 감축량

2024년

7,311tCO₂eq

전기차충전소

2024년

1,921 대

환경경영

환경경영 거버넌스

거버넌스 역할과 책임

이사회 역할

롯데쇼핑은 체계적인 환경경영 추진을 위해 이사회, 경영진, 실무조직으로 연결되는 환경경영 거버넌스를 구축하고 있습니다. 이사회 산하 ESG위원회는 유통군 차원의 환경경영 전략과 이행 계획을 검토하고 온실가스 배출량 감축, 에너지 사용량 저감, 폐기물 관리, 생물다양성 보존 등 환경경영 전반에 대한 활동 성과 및 목표 대비 이행현황을 관리, 감독하고 있습니다.

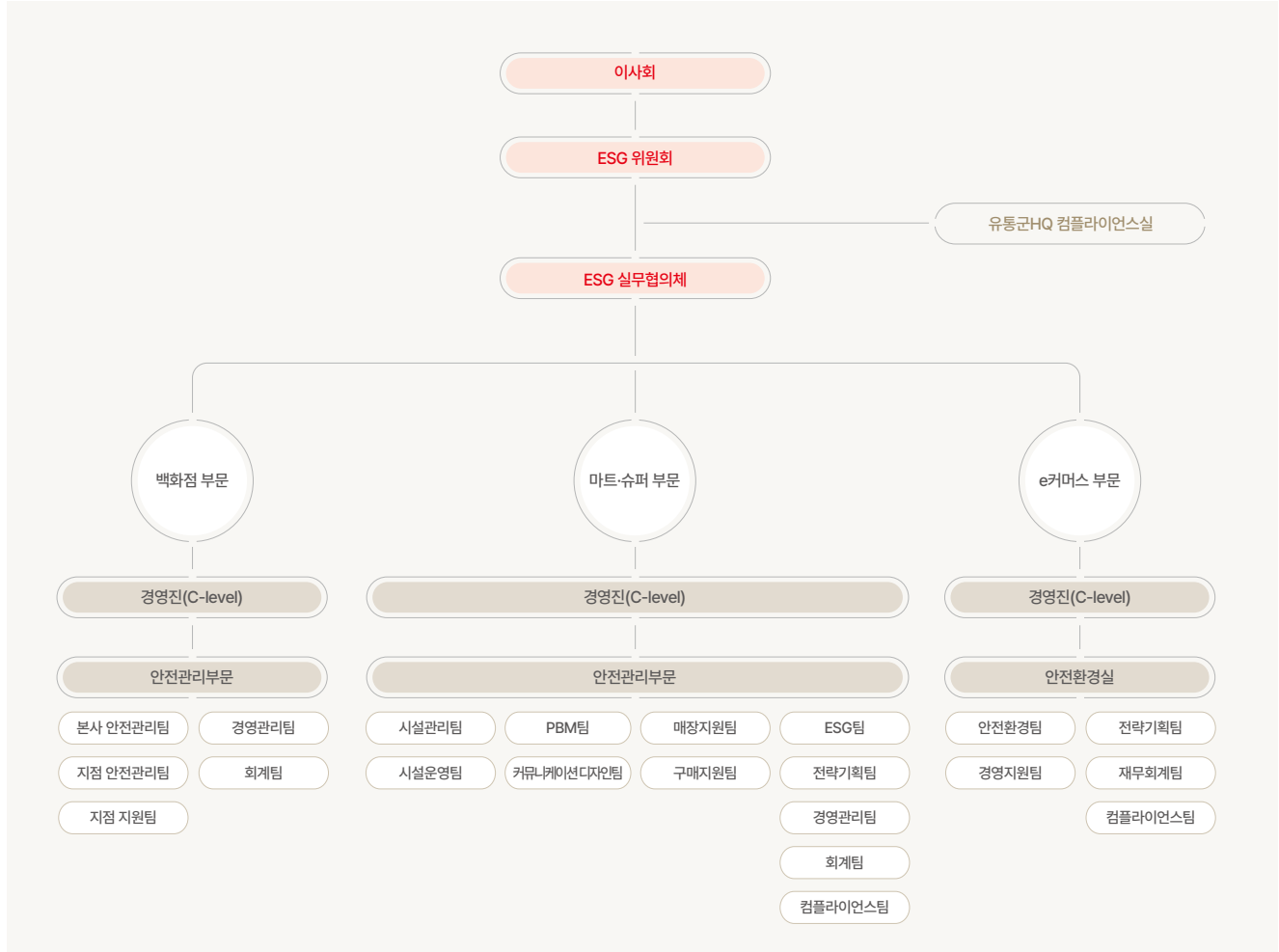
경영진 역할

롯데쇼핑의 경영진은 환경경영 목표와 이행 계획을 검토하고 있으며, 예산의 집행과 활동 이행 현황 관리에 대한 권한과 책임이 있습니다. 또한 사업 운영에 영향을 미칠 수 있는 환경 관련 리스크에 대한 대응 전략을 검토하고 관리 현황에 대해 보고받고 있습니다.

실무조직 역할

롯데쇼핑 및 각 사업부의 환경경영 주관부서는 탄소중립을 비롯한 환경경영 목표 달성을 위한 이행 계획을 수립하고 사업 운영 과정에서 발생할 수 있는 환경 관련 위험 및 기회요인에 대한 대응 전략을 수립하여 이행합니다. 환경 관련 법·규제에 대응하고 온실가스 배출량 감축 및 에너지 효율화를 위해 환경 설비를 관리, 개선하고 있으며 폐기물 처리와 용수 관리 등의 업무를 담당하고 있습니다. 특히 탄소중립 및 온실가스 감축과 관련된 사안은 유통군 차원의 유기적인 전략 이행을 위해 ESG 실무협의체와 긴밀히 소통하고 있으며, 온실가스 제3자 검증 및 온실가스 배출권 거래제에 함께 대응하고 있습니다. 또한 유통 산업의 특성을 고려해 각 유관부서와 협업하여 자원순환 활성화, 제품·서비스의 환경영향 관리, 생물다양성 보존, 친환경 캠페인 등의 활동을 수행하고 있습니다.

• 환경경영 거버넌스



환경경영

환경경영 추진 전략

환경경영 기반 조성

환경경영 추진 방침

롯데쇼핑은 2004년 환경 가치 경영을 선포한 이래로 사업 운영 및 가치 창출과 관련된 모든 의사결정 과정에서 '환경'을 최우선 기준으로 삼고, 대외적으로는 고객과 소비자, 모든 사람과 자연을 위해 필요한 환경 가치를 창출하는 것을 환경경영의 목표로 삼고 있습니다. 이에 따라 환경 경영 추진방침을 수립하고 각 사업부별 환경경영 목표를 수립하여 이행 함으로써 세계적인 친환경 유통기업으로 자리매김하기 위해 노력하고 있습니다.

● 환경경영 추진 방침

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

환경경영 추진 전략

롯데쇼핑은 2040 탄소중립 달성을 목표로 사업부 특성을 고려한 환경 경영 추진 전략을 수립하고 있습니다.

롯데백화점은 에너지 효율화 사업 추진과 적극적인 기후변화 리스크 대응 을 중점 전략으로 삼고 있습니다. 이에 따라 대규모 자가소비형 태양광 설비를 확충하고 냉동기, 보일러, LED 등 에너지 다소비 시설에 대한 정기 점검 및 교체를 진행하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 고객, 파트너사 등 다양한 이해관계자와 함께 지속 가능한 세상을 만들기 위해 환경경영 시스템 구축, 자원순환체계 구축, 지속가능하고 안전한 소비환경 조성, 파트너사 환경경영 지원을 주요 추진 과제로 삼고 있습니다. 추진 과제별 목표와 세부 과제를 수립하여 운영하고 있으며 지속적인 모니터링과 성과 점검을 통해 효과성을 제고 하고 있습니다.

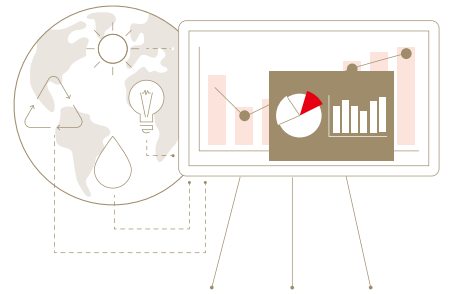
롯데e커머스는 '지속가능한 Green On'의 실현을 위해 환경 법규 준수를 바탕으로 에너지 사용량 저감 등 사업 운영 과정에서의 환경영향 관리를 주요 추진 과제로 삼고 있습니다. 또한 온라인 커머스 사업 특성 상 급변 하는 법·규제 동향에 대해 모니터링하여 선제적으로 대응하기 위해 노력 하고 있습니다.

에너지경영시스템 제3자 인증

롯데백화점, 롯데마트는 체계적인 에너지경영시스템을 구축하여 에너지 관련 지표 관리 및 에너지 효율화 사업을 추진하고 있습니다. 그 결과 에너지경영시스템 국제 표준(ISO 50001)을 취득하여 현재까지 유지하고 있습니다.

환경경영 교육

롯데쇼핑은 각 사업부 환경경영 담당자 및 유관부서를 대상으로 환경경영 교육을 실시하고 있습니다. 롯데그룹에서 주최하는 환경경영 세미나에 참석하여 환경경영 및 기후변화 관련 주요 이슈와 국내외 동향 등을 파악 하고 그룹사 간 우수 사례 공유 및 전문 지식 강의 등을 통해 직무 역량을 강화하고 있습니다. 또한 전사적인 환경경영 추진을 위해 지점별 환경 경영 담당자, 시설관리 파트너사 관리자 등을 대상으로 추진 전략과 주요 이슈 등을 공유하는 간담회를 개최했습니다.



● 2024 환경경영 교육

구분	교육대상	교육명
공통	환경경영 담당자	2024 제1회 환경경영세미나
		2024 제2회 환경경영세미나
		2024 제3회 환경경영세미나
		2024 제4회 환경경영세미나
백화점	전 지점 안전관리팀장	2024년 사업계획 및 ESG 이슈 간담회
	전 지점 파트너사 소장	시설관리 파트너사 ESG 간담회
마트·슈퍼	전사 안전관리매니저	직무 교육(온실가스, 수광비 관리)

환경경영

환경경영 추진 전략

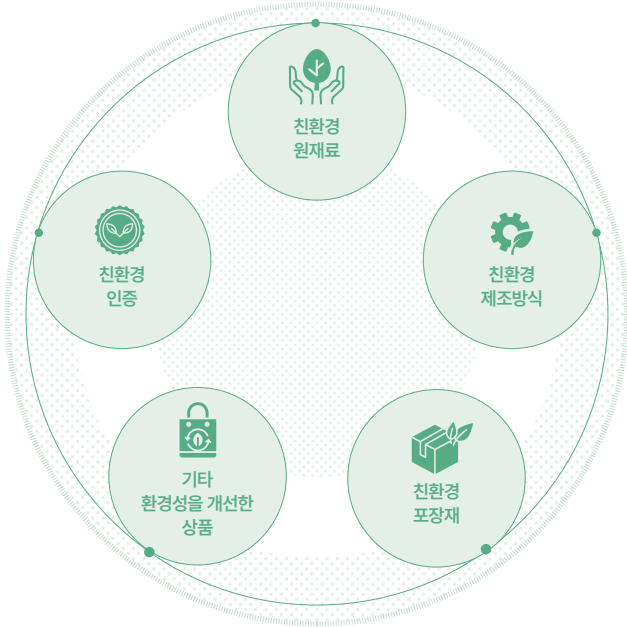
환경경영 기반 조성

지속가능한 상품 소싱 원칙

롯데쇼핑은 부정적 환경영향을 최소화하고 지속가능한 유통 체계를 확립하기 위해 지속가능한 상품 소싱 5대 원칙을 바탕으로 상품을 유통하고 있습니다. 국내외 친환경 인증 기준을 기반으로 원재료 선정부터 제조 방식, 제품 포장, 폐기까지의 각 단계에서 친환경성을 인정받은 상품의 유통을 확대하고자 노력하고 있습니다. 특히, 해양자원 보호를 위해 MSC¹⁾, ASC²⁾ 인증을 취득한 상품의 유통 목표를 설정하고 매년 취급 품목을 확대해 나가고 있습니다.

1) Marine Stewardship Council
2) Aquaculture Stewardship Council

• 롯데쇼핑 상품 소싱 원칙



지속가능한 상품 기준

롯데마트·슈퍼는 5대 소싱 원칙을 바탕으로 지속가능한 상품 기준을 수립하여 PB 상품의 개발 및 신선식품 직매입 등의 상품 운영 전략에 반영하고 있습니다. 지속가능한 상품 기준은 국내외 47개의 제3자 인증과 더불어 원재료의 선정, 제조 및 가공, 소비 및 폐기 단계에 이르기까지의 전과정에서 발생하는 환경, 사회적 영향범위를 파악, 분석하여 수립한 17개의 자체 기준을 포함하고 있습니다. 현재 자연소재, 종이 패키지, 무라벨, 업사이클/리사이클 제품 등의 기준 등이 자체 기준에 포함되어 있으며 향후 환경, 사회적 영향도, 비즈니스 연계성을 고려하여 지속적으로 고도화해 나갈 예정입니다.

상품의 개발부터 판매에 이르기까지 유통 전과정을 직접 운영하는 PB 상품과 신선식품의 경우 기획 단계에서부터 지속가능한 상품 기준을 고려하고 있으며, 이 기준에 부합하는 상품을 대상으로 추가적인 내부 검토 프로세스를 거쳐 롯데쇼핑의 ESG 캠페인 브랜드 RE:EARTH를 적용하고 있습니다. RE:EARTH 인증 상품의 경우 포장재에 브랜드 적용 사유와 환경 영향에 대한 정보를 기재하도록 하는 등 별도의 라벨 부착 가이드라인을 마련하여 소비자에게 정확한 상품 정보를 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 대형 유통업체로서의 사회적 책임을 이행하기 위해 판매 수익 기부 상품, 농어촌 상생 상품 등을 취급하고 있습니다.

• 2024 지속가능한 상품 취급 현황¹⁾

(단위: SKU)				
구분	원재료 단계	제조·가공 단계	소비·폐기 단계	사회적 책임
PB·신선식품	424	61	352	50
NB 상품	518	237	419	86
합계	942	298	771	136

1) 2개 이상의 인증 취득 시, 단계별 중복 집계

• RE:EARTH 브랜드 적용 현황

(단위: SKU)			
구분	2022	2023	2024
상품	193	315	362

• 지속가능한 상품 매출 현황

(단위: 백만 원)			
구분	2022	2023	2024
매출	296,631	308,001	355,163

환경경영

환경경영 리스크 관리

환경경영 관리 시스템

롯데환경에너지 통합서비스(LETS) 시스템

롯데쇼핑은 그룹에서 운영하는 롯데환경에너지 통합서비스(LETS) 시스템에 매월 온실가스 배출량, 에너지 사용량, 배출권 거래제 대응 현황 등의 환경 데이터를 입력하여 검증받고 있습니다. 이에 따라 대표이사를 비롯한 이사회의 책임 하에 신뢰성 있는 데이터를 확보하기 위해 데이터 산정 범위 및 기준 등에 대해 그룹 차원에서 통합 관리하고 있습니다.

환경경영 점검

롯데쇼핑은 연 1회 그룹사 환경 전문가로 구성된 친환경추진단으로부터 기후변화 지배구조, 탄소 배출량 관리, 탄소 집약도 관리, 투자비 집행 실적을 점검받고 있으며, 그룹 차원에서 성과에 대한 분석 및 평가 결과에 대해 피드백을 받고 있습니다.

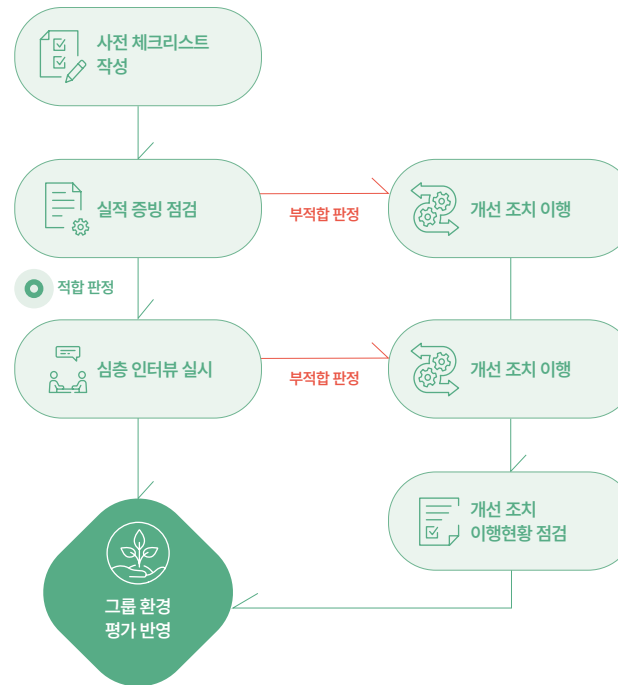


데이터 통합관리시스템(SE-FMS)

롯데백화점은 사업부 특성에 맞게 고도화한 안전, 환경, 시설, 공사 데이터 통합관리시스템(SE-FMS¹⁾)을 통해 전국에 있는 사업장의 환경, 안전 관련 데이터를 측정 및 관리하고 있습니다. 전기사용정보를 측정, 기록할 수 있는 한국전력공사의 파워플래너 기반으로 실시간 전력 사용량을 분석해 낭비 요소를 발굴하고, 설비 과가동 여부와 온도에 따른 에너지 사용량 변화 등을 확인해 에너지 저감 계획에 반영합니다.

1) Safety Energy Facility Management System

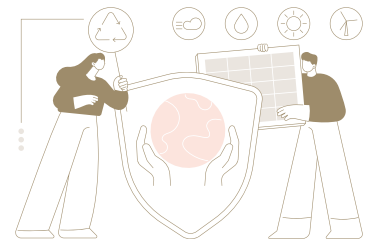
•환경점검 프로세스



시설관리 통합시스템(FEMS)

롯데마트는 에너지 사용량 측정 및 관리 최적화를 위해 시설관리 통합 시스템(FEMS²⁾)을 운영하고 있습니다. 에너지 사용량 모니터링을 통해 지점별 사용 현황을 파악하고, 리스크 발생 가능성이 있는 사업장에 예방 조치를 실시하고 있습니다. **롯데슈퍼**는 현재 그랑그로서리 도곡점, G부 곡점에 FEMS를 시범 운영하고 있으며, 향후 지속적으로 운영 범위를 확대해 나갈 계획입니다.

2) Facility Energy Management System



•환경점검 평가지표

구분	평가 항목
기후변화 지배구조	기후관련 조직, 교육 및 프로세스 운영
	감축 목표 및 방안 수립
	기후변화 관련 체계 및 프로세스 구축
	주기적인 경영진 실적 보고
	기후변화 관련 이사회 보고
탄소배출량 관리	목표 절감량 대비 실적
탄소 집약도 관리	전년 탄소집약도 대비 감소 실적
투자비 집행	계획 대비 집행 실적

환경경영

환경경영 리스크 관리

환경영향 관리

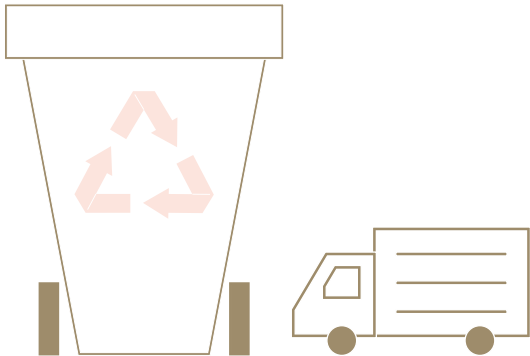
폐기물 관리

롯데쇼핑은 체계적인 폐기물 관리를 위해 전문 처리업체에 위탁하여 소각, 매립 등의 방법으로 폐기물을 처리하고 있습니다. 또한 폐기물 감축과 효율적인 자원 활용을 위해 연간 폐기물 목표 배출량을 설정해 관리하고 있으며 다양한 자원순환 활동을 기획하여 운영하고 있습니다.

폐유 회수 시스템

롯데마트·슈퍼는 사업장에서 발생하는 폐유의 전문적인 처리 및 재활용을 위해 마트 전 지점과 슈퍼 직영점을 대상으로 폐유 회수 프로세스를 운영하고 있습니다. 각 지점에서 발생한 폐유는 전문 회수 업체를 통해 수거 및 처리되며, 롯데마트의 경우 수거량을 환경부의 폐기물 관리 시스템인 '올바로 시스템'에 등록하고 있습니다.¹⁾ 회수된 폐유는 1차 가공을 거쳐 약 90%의 수율로 정제된 후 바이오디젤사에 납품되며, 이후 2차 가공을 통해 바이오디젤로 재활용되고 있습니다.

1) 롯데슈퍼는 올바로 시스템 등록 대상에 해당하지 않습니다.



용수 관리

롯데쇼핑은 사업장별 용수 사용량을 기록하여 분기별 사용량 분석을 통해 절감계획을 수립, 이행하고 있습니다. **롯데백화점, 롯데마트**는 용수 사용 절감 및 재사용 확대를 위해 일부 사업장에 중수설비를 구축하고 빗물 저장소 또는 절수형 양변기 및 세면대 포말기 등을 설치하고 있습니다.

•용수 재활용 현황 (단위: %)			
구분	2022	2023	2024
롯데백화점	11.8	14.1	10.8
롯데마트	2.3	2.2	1.5

대기오염물질 관리

롯데백화점, 롯데마트는 고객, 임직원, 파트너사, 지역사회의 건강과 안전을 위해 대기오염물질 배출 저감과 실내공기질 관리를 강화하고 있습니다. 「실내공기질 관리법 시행령」 제2조에 해당하는 지점을 대상으로 매년 외부 전문기관을 통해 매장과 주차장의 실내공기질을 평가하고 있으며, 2024년에는 백화점 50개 지점과 마트 99개 지점 모두 법정 기준에 부합함을 확인했습니다. 또한 지점별로 내부 유해물질 관리 목표를 수립해 철저히 관리하고 있으며, 「대기환경보전법」에 따라 자가측정 대상으로 지정된 대기배출시설에 대해 황산화물(SOx), 질소산화물(NOx), 먼지 등 주요 항목을 측정하고 있습니다. 2024년에는 백화점 38개 지점과 마트 74개 지점 모두 법정 기준에 부합함을 확인했습니다.

보냉가방 회수 프로그램

롯데백화점은 명절기간 선물세트 판매로 인해 사용량이 급증하는 보냉가방의 재사용 및 업사이클링을 위해 보냉가방 회수 프로그램을 운영하고 있습니다. 회수를 제고를 위해 보냉가방을 반납한 고객에게 포인트 적립 또는 즉시 할인혜택을 제공하고 있으며 회수된 보냉가방은 세척을 거쳐 재사용되거나 업사이클링 프로젝트에 활용되고 있습니다.

•2024 보냉가방 회수 현황

구분	회수 수량(개)	회수 무게(t)
보냉가방	29,738	14

모바일 영수증

롯데백화점, 롯데마트는 지류 폐기물 감축을 위해 포인트 적립 시 모바일 영수증 발급을 기본 옵션으로 설정하고, 종이 대신 모바일 영수증을 발급한 고객에게 탄소중립 포인트 100원을 추가 적립해주는 탄소중립 실천 포인트 제도에 참여하고 있습니다. 롯데백화점은 모바일 영수증을 발급한 고객이 구매 리뷰를 작성할 경우 포인트를 추가 지급하는 '롯데리뷰' 제도를 함께 운영하고 있습니다. 또한 롯데마트는 2025년 1월부터 베트남 소재 점포에도 모바일 영수증을 도입했습니다.

•모바일 영수증 발행 현황¹⁾

구분	2022	2023	2024
백화점	112,746,880	112,535,212	115,923,487
마트	1,777,975	3,493,082	4,791,637

1) 국내 사업장 기준

환경경영

환경경영 리스크 관리

환경영향 관리

업사이클링 프로젝트

롯데백화점은 2022년 업계 최초로 보냉가방 회수 프로그램을 시작한 이래로 보냉가방과 외벽 현수막을 활용하여 업사이클링 굿즈를 제작하고 있습니다. 특히 2024년에는 잠실 크리스마스 마켓 RE:EARTH 부스에서 보냉가방과 현수막을 업사이클링한 리얼스 굿즈 6종(캠핑 চে어, 에이프런, 토트백, 파우치, 월렛, 칠러)을 판매하고 판매 수익 전액을 가족 돌봄 청소년 지원 사업에 기부했습니다. 또한 롯데백화점의 모든 고객 응대 직원은 페펫병 약 59만 개를 업사이클링해 제작한 유니폼을 착용하고 있습니다. 앞으로도 롯데백화점은 부정적 환경영향을 최소화하고 지역 사회와의 상생을 실천하기 위해 노력하겠습니다.

LINK 2024 RE:EARTH 업사이클링 프로젝트

롯데마트·슈퍼는 순환경제 문화 확산을 위해 2023년부터 경기환경 에너지진흥원과 업무협약을 체결하고, 업사이클 팝업스토어 운영, 업사이클 제품 제작 체험, 중고 의류 전시·판매 등 자원순환 촉진을 위한 다양한 활동을 함께 추진하고 있습니다. 특히 2024년에는 점포에서 발생한 홍보용 현수막과 지역 내 선거용 현수막 총 1.5톤을 업사이클링하여 바닥 마감재, 벤치, 건축 자재 등으로 제작하고, 이를 수원 남문로데오 시장에 기부해 노후 시설을 교체하는 데 활용하였습니다. 민간 협력 시범 사업으로 추진된 해당 프로젝트는 자원 순환 실천은 물론 전통시장 환경 개선과 지역경제 활성화에도 기여한 사례로 평가받고 있습니다. 앞으로도 롯데마트·슈퍼는 지속가능한 순환경제 체계 구축과 지역사회와의 협력 모델 정착을 위해 다양한 자원 순환 활동을 지속적으로 추진해 나갈 예정입니다.

공병, 플라스틱 회수기

롯데마트·슈퍼는 고객이 완전히 분리배출하기 어려운 공병과 플라스틱을 수거하여 올바른 방법으로 폐기 또는 재활용하기 위해 공병 회수기와 플라스틱 회수기를 운영하고 있습니다. 이를 통해 2024년까지 약 4,740만 개의 공병과 720만 개의 플라스틱 페트병이 수거되어 전문 업체를 통해 폐기되거나 재사용 또는 친환경 제품 생산에 재활용됐습니다.

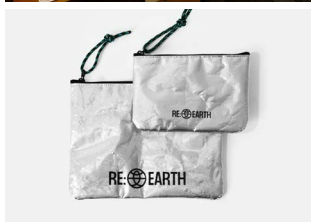
• 공병, 플라스틱 회수 현황

구분	단위	2024 누적
공병 회수기		
회수량	병	47,401,322
탄소저감 효과	tCO ₂ eq	9,935
소나무 효과 ¹⁾	그루	71,137
플라스틱 회수기		
회수량	개	7,202,651
회수 무게	ton	158

1) 연간 1tCO₂eq의 이산화탄소를 상쇄하기 위해 필요한 소나무의 수, 국립산림과학원

다회용컵 사용 문화 확산

롯데마트·슈퍼는 임직원의 일회용컵 사용을 줄이기 위해 본사에 입점한 커피 프랜차이즈 '더 벤티'와의 다회용컵 도입 업무 협약을 체결했습니다. 협약에 따라 카페를 이용하는 본사 임직원과 파트너사 임직원, 방문객 등에게 다회용컵 사용을 적극 장려하고 있으며, 그 결과 2024년 58,972잔의 음료가 다회용컵으로 제공되었습니다.



폐현수막 업사이클링을 통해 제작된 시설물



환경경영

환경경영 리스크 관리

친환경 소비문화 확산

친환경 패키징

롯데백화점은 2024년 프리미엄 마켓 브랜드 레피세리(Lépicerie)에 친환경 기프트 패키지를 도입했습니다. 패키징에 사용되는 종이는 전부 사탕수수 부산물로 만든 비목재 펄프지와 크라프트지로 전환하고, 별도의 도구 없이 쉽게 펼쳐서 분리배출할 수 있는 형태로 제작했습니다. 또한 포장재로 사용 후 피크닉백 등 다양한 용도로 활용할 수 있는 종이 소재의 다회용 바구니를 개발해 사용하고 있습니다. 또한, 신선식품 포장에 필요한 아이스팩을 친환경 아이스젤과 워터아이스팩으로 제작하여 재활용과 분리수거 편의성을 높였습니다. 레피세리는 앞으로도 플라스틱 사용을 최소화하고 단일 지류 소재 적용을 목표로 지속가능한 친환경 패키징을 확대해 나갈 계획입니다.



레피세리(Lépicerie) 친환경 기프트 패키지

롯데마트·슈퍼는 상품 패키징 개선을 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 대표적으로 토마토 카테고리 상품 전반을 재생 플라스틱 용기에 담아 출시하고 있으며, 동물복지인증 계란에는 사탕수수 기반 종이인 '얼스팩(EARTH PACT)'을, 일부 소고기 상품에는 종이 포장재를 도입해 주요 상품군을 중심으로 친환경 포장재를 적용하고 있습니다. 또한, PB 브랜드 '오늘좋은'의 비피더스 요구르트와 생수에는 무라벨(날별) 패키지를, '요리하다'의 밀키트에는 크라프트 종이 포장재를 활용하고 있습니다. 이와 더불어 전체 선물 세트의 약 25% 가량을 종이재질, 재생 플라스틱 등을 사용한 친환경 패키징 선물 세트로 구성하여 고객의 친환경 소비 실천을 돕고, 지속가능한 소비문화 확산에 기여하고자 노력하고 있습니다.



PB 브랜드 '요리하다' 밀키트

지속가능한 상품 포장 가이드라인

롯데마트·슈퍼는 고객과 파트너사에 지속가능한 포장방식으로의 전환의 중요성을 알리고 친환경 패키징 확대를 위한 기반을 조성하기 위해 세계 자연기금(WWF)과 함께 '지속가능 상품 포장 가이드라인'을 발간했습니다. 이번 가이드라인은 2023년 체결한 '지속가능한 상품 포장재 밸류 체인 구축 사업' 협약의 결과물로, 상품 포장의 법적 준수사항과 재활용성, 재생원료 사용 등 포장재의 지속가능성을 평가할 수 있는 6대 지표에 대한 등급 판정 기준을 제시하고 있습니다. 롯데마트·슈퍼는 포장재 개선에 어려움을 겪는 중소 파트너사를 지원하기 위해 우수 개선 사례를 바탕으로 한 컨설팅과 실무자 대상 교육 운영, 포장재 개선을 위한 기술적 지원 등을 제공할 계획입니다.

• 2024 롯데마트·슈퍼 PB 상품 패키징 개선 효과

구분	단위	2024
'요리하다' 밀키트: 종이 포장재		
판매량(날개)	EA	1,402,922
플라스틱 절감량 ¹⁾	ton	51
'오늘좋은' 생수: 무라벨 ²⁾		
판매량(날개)	EA	41,385,732
플라스틱 절감량 ³⁾	ton	22

1) 종이 포장재 사용으로 인해 절감한 플라스틱의 무게(양)

2) 300ml, 500ml, 2L 상품의 합계

3) 라벨 미부착으로 인해 절감한 플라스틱의 무게(양)

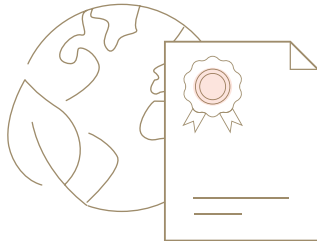
환경경영

환경경영 리스크 관리

친환경 소비문화 확산

환경성적표지 인증 취득

롯데마트·슈퍼는 2022년부터 상품의 전과정 탄소배출량을 측정하고 환경부의 녹색제품 운영 정책에 동참하기 위해 PB 상품을 대상으로 환경성적표지 인증 취득을 추진하고 있습니다. 환경성적표지 인증은 상품 및 서비스의 친환경성 제고를 위해 원료 채취, 생산, 수송 및 유통, 사용, 폐기 등 전과정에 대한 환경영향을 정량적으로 표시하는 제도입니다. 롯데마트·슈퍼는 PB 상품의 책임있는 생산 및 유통을 위해서는 밸류체인 내 중소 파트너사의 적극적인 참여가 필수적임을 인식하고, 이에 따라 한국환경산업기술과 업무협약을 체결하여 인증 관련 비용을 지원하고 있습니다. 그 결과 지금까지 총 19개의 PB 상품이 환경성적표지 인증을 취득해 유지하고 있으며, 특히 2024년에는 ‘오늘좋은 복숭아 아이스티 (1.5L)’가 온실가스 배출량이 일정 기준 이하인 제품에 부여되는 저탄소 인증을 추가로 취득했습니다.



● 2024 PB 상품 환경성적표지 인증 취득 현황 (단위: SKU)	
구분	2024
스낵	12
음료 대용식품	3
농산품	4

녹색매장

롯데마트·슈퍼는 현재 총 58개의 녹색매장을 운영하고 있습니다. 특히 롯데슈퍼는 2024년 프리미엄 공덕점이 처음으로 인증을 취득하며 녹색매장 운영에 동참했습니다. 환경부의 녹색매장 지정제도는 녹색제품의 판매 활성화와 매장 환경경영 개선에 기여하는 유통 매장을 지정하는 제도로, 롯데마트·슈퍼는 이를 통해 소비자의 녹색제품에 대한 접근성을 높이고, 친환경 인프라를 기반으로 긍정적인 쇼핑 경험을 제공하고자 노력하고 있습니다. 현재 롯데마트는 해당 제도에 따라 매달 약 200여 종의 녹색제품을 취급하고 있으며, 녹색제품 구매 시 구매 금액의 5~15%를 에코머니로 적립해주는 그린카드 서비스를 제공하고 있습니다. 또한 환경부와 한국환경산업기술원이 주관하는 ‘녹색소비주간’에 맞춰 ‘녹색사자 캠페인’을 운영해 캠페인 기간 중 녹색제품을 1만 원 이상 구매하면 구매 금액의 5%를 엘포인트로 추가 적립해주는 등 다양한 혜택을 통해 녹색소비 활성화를 도모하고 있습니다.



녹색사자 포스터

포장 및 배송방식 다양화

롯데백화점은 롯데글로벌로지스와의 협업을 통해 온라인 상품을 대상으로 운송장 없는 택배 서비스 시범 사업을 운영했습니다. 운송장 대신 택배 박스 테이프 표면에 운송 정보를 직접 인쇄하는 기술을 적용하여 폐기물 감소와 고객정보보호를 위해 노력하고 있습니다. **롯데e커머스**는 불필요한 포장재 사용을 줄이기 위해 주문고객이 포장 방식을 선택할 수 있도록 하였습니다. 기본적으로 배송 시 일회용 비닐 봉투 대신 친환경 종이봉투를 사용하고 있으며, 추가로 별도 포장 없이 배송기사가 고객의 장바구니에 물건을 담아주는 방식의 배송 옵션도 운영하고 있습니다. 특히 다화용 장바구니 선택 시 L.stamp 추가 적립 혜택을 제공하여 해당 옵션 선택을 장려하고 있습니다.

다화용 장바구니 사용 문화 조성

롯데마트는 ‘세계 일회용 비닐봉지 없는 날’(International plastic bag free day)을 맞아 베트남 16개 지점에서 에코백 증정 이벤트를 진행했습니다. 매년 관광지의 풍경 또는 도시 이름을 활용해 일러스트로 제작하거나 연잎을 가공해 부착하는 등 베트남의 지리적, 문화적 정체성을 담은 디자인의 에코백을 제작해 소비자가 거부감없이 사용할 수 있도록 노력하고 있습니다. 2024년에는 롯데쇼핑의 친환경 메시지를 전달하기 위해 RE:EARTH 브랜드를 전면에 적용했으며 앞으로도 베트남의 친환경 소비 트렌드를 선도하는 기업이 되기 위해 노력하겠습니다.

INTRODUCTION

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

기후변화 대응(TCFD)

● 환경경영

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

환경경영

환경경영 리스크 관리

친환경 소비문화 확산



2024 RE:EARTH MARKET

RE:EARTH MARKET

롯데백화점의 RE:EARTH MARKET은 '깨끗한 지구를 위한 환경 정화 프로젝트'라는 슬로건 아래 도심 및 해양 쓰레기 문제의 심각성을 알리고 제로 웨이스트와 자원 재활용 등의 친환경 조성 문화가 일상 속에 자리잡을 수 있도록 하는 고객 참여형 환경 캠페인입니다.

RE:EARTH MARKET의 대표적인 프로그램인 시티플로깅과 비치코밍은 각각 도심과 해변에서 쓰레기를 줍는 환경 정화 활동으로, 쓰레기 수거 후 RE:EARTH MARKET 부스에서 제로 웨이스트 또는 업사이클링 상품으로 교환할 수 있습니다. 2024년에는 전주·명동 시티플로깅과 속초·부산 비치코밍 등 6회의 RE:EARTH MARKET을 통해 총 3,750명의 시민이 약 10,920리터의 쓰레기를 수거했으며, 특히 속초 비치코밍에는 입점 브랜드의 임직원들도 함께해 친환경 가치 확산에 동참했습니다.

또한 각 지점의 참여 활성화를 위해 롯데백화점, 롯데아울렛, 롯데몰이 함께하는 1점 1개소 환경정화 캠페인 'RE:EARTH WEEK'를 진행해 한달간 30개 점포에서 1,254명의 고객과 함께 2,044리터의 쓰레기를 수거하였습니다.

RE:EARTH 푸르깅

롯데마트·슈퍼는 기후위기 극복 및 친환경 문화 확산을 위해 2023년부터 RE:EARTH 푸르깅 캠페인을 실시하고 있습니다. 푸르깅은 '푸르다'와 '플로깅(plogging)'의 합성어로 걸으면서 쓰레기를 줍는 일상 속 환경 개선 활동입니다.

2024년에는 온라인으로 참여 범위를 확대하여 인원 제한 없이 'Net-Zero 크루'를 모집하고, 모바일 애플리케이션을 통해 측정된 걸음 수를 기부하거나, 플로깅, 에너지 절약, 자원 순환 등 다양한 탄소중립 실천 활동을 인증할 수 있도록 운영하였습니다. 그 결과 한 달간 약 8,500명이 참여해 5.8억 보의 걸음을 기부하고, 691건의 탄소중립 실천 활동이 인증되었습니다.

오프라인 행사는 불법 쓰레기 투기 문제를 안고 있는 춘천시 고구마섬 일대에서 진행되었으며, 고객, 임직원과 춘천시지속가능발전협의회를 포함한 지역 이해관계자 등 100여 명이 참여하였습니다. 행사장에는 설치 후 재사용이 가능한 리사이클 부스와 함께 대화용기와 뽕튀기 접시를 활용한 커피차, 고장난 우산을 수리해주는 '우산 새활용 부스' 등을 설치하여 일회용품 사용을 줄이고 자원순환 활동을 체험할 수 있도록 구성하였습니다. 또한 고구마섬 전역에서 약 300kg의 쓰레기를 수거하고, 이를 활용한 정크아트(Junk Art) 활동을 함께 진행하며 참가자들이 기후위기 극복 필요성에 대한 공감대를 형성하는 시간을 가졌습니다. 앞으로도 RE:EARTH 푸르깅은 일회성 활동에 그치지 않고, 기후위기에 대한 공감대 형성과 친환경 문화 확산에 실질적으로 기여하는 캠페인이 될 수 있도록 다양한 프로그램을 기획·운영해 나갈 예정입니다.

LINK 2024 RE:EARTH 푸르깅



2024 RE:EARTH 푸르깅

환경경영

환경경영 리스크 관리

생물다양성

바다에(愛)진심

롯데마트·슈퍼는 고객에게 안전한 먹거리를 제공할 수 있는 유통환경의 조성을 위해 2024년 '바다를 사랑하는, 진심을 담아라는 슬로건 아래 '바다에(愛)진심' 캠페인을 론칭했습니다. 기후변화에 따른 해수온 상승과 과도한 폐기물 발생 등으로 인해 해양 생태계 파괴 위험이 증가하면서, 해양 환경 보전을 통한 안전하고 지속가능한 먹거리 공급의 필요성이 커지고 있습니다. 이에 롯데마트·슈퍼는 생산자와 소비자 사이의 유통 전과정에 대한 책임있는 운영·관리를 위해 바다 환경 보전, 어촌과 지역 상생, 지속가능한 수산물 공급을 주제로 한 다양한 활동을 기획, 운영하고 있습니다.

[LINK 2024 바다에\(愛\)진심: 바다술가꾸기](#)



'바다술가꾸기' 캠페인

지속가능한 해양환경 조성

롯데마트·슈퍼는 해양생태계의 복원을 위해 '잘피' 숲 살리기에 앞장서고 있습니다. 해조류의 한 종류인 잘피는 1ha¹⁾ 당 연간 약 4톤의 탄소를 흡수함으로써 해양생태계의 다양성을 해치는 바다사막화를 예방하는 효과가 있습니다. 이에 롯데마트·슈퍼의 임직원들은 2024년 5월 잘피 모종 4,000주를 직접 제작해 군산시 장자도 앞바다의 약 200m² 면적에 이식했습니다. 2024년 11월 기준으로 잘피 군락지가 형성된 것을 확인했으며, 한국수산자원공단과 함께 유숙 및 풍랑 등 잘피 성장에 영향을 미치는 환경적 요소와 잘피 발아율, 밀도, 형태적 특성의 변화에 대해서 지속적으로 모니터링하고 있습니다.

또한 해양생태계 보전의 필요성과 미래 먹거리와의 연관성에 대해 이해하고 공감할 수 있도록 인식 개선 활동을 진행하고 있습니다. 2024년에는 바다의 환경·생태적 가치와 해양생태계 및 생물다양성의 중요성을 이해하는 미래의 그린리더를 양성하기 위해 1박 2일간의 어린이 캠프 '바다에(愛)가까이'를 진행했습니다. 국립해양생물자원관에서의 생물 다양성 가치 학습을 시작으로 국립생태원, CITES²⁾ 동물 보호시설 등을 방문하여 기후위기와 해양 생태계의 연관성, 멸종위기보호종에 대한 이론 및 체험 학습을 진행했습니다.

1) Hectare(헥타르), 1ha = 10,000m²

2) Convention on International Trade in Endangered Species of wild Fauna and Flora



어린이 해양생태캠프 '바다쫄 가까이'



생분해그물 기부

지속가능한 어업환경 조성

롯데마트·슈퍼는 해양 생태계 보호와 안전한 수산물 공급을 위해, 수산업 전반의 부정적 환경 영향을 줄이고 지속가능한 어업환경 조성에 기여하고 있습니다. 2024년에는 당사가 취급하는 대표 수산물인 전복 납품 파트너사를 대상으로 생산 단계에서의 수산물 폐기를 최소화할 수 있도록 스마트 수조를 지원했습니다. 스마트 수조는 수온, 용존산소량, 수위 등을 실시간으로 모니터링해 전복 폐사율을 기존 대비 약 4.1% 가량 낮출 수 있는 설비로, 보다 안정적인 양식 환경을 조성할 수 있습니다.

또한 어업 환경 파괴의 근본적인 원인 제거와 인식 개선이 안전한 수산물 공급의 기반이라는 판단 아래, 2024년 10월 한 달간 수산물 구매액의 1%를 기부금으로 적립하는 고객 참여형 캠페인을 운영했습니다. 해당 기부금은 군산 장자도 어촌계에 바이오매스 기반 탄소중립 생분해성 머망 약 550개를 전달하는 데 활용되었으며, 이 머망은 꼬임이 적고 3년 사용 후 안전하게 자연 분해됩니다. 실제로, 폐어구로 인한 해양 오염과 '유령어업'으로 인한 피해는 연간 약 4,000억 원으로, 국내 어업생산금액의 약 10%에 해당하는 수준입니다. 이와 더불어, 롯데마트·슈퍼는 지속가능한 어업 및 양식 환경에서 생산된 수산물임을 인증하는 MSC, ASC 인증 상품에 대해 매년 유통 목표를 설정하고 지속적으로 관리하고 있습니다.

• ASC, MSC 인증 상품 유통 현황

구분	(단위: SKU)			
	2022	2023	2024	2024 목표
MSC 인증 상품	7	5	5	7
ASC 인증 상품	13	21 ¹⁾	18	15

1) 롯데백화점 ASC 인증 상품 1SKU 포함

INTRODUCTION

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

SOCIAL

RE:JOICE

빛나는 당신을 위한
심리상담소

RE:JOICE

- 050 인권경영
- 057 인재경영
- 067 안전보건경영
- 072 품질경영
- 079 지속가능한 공급망
- 088 사회공헌



인권경영

인권경영 거버넌스

거버넌스 역할과 책임

이사회 역할

롯데쇼핑의 ESG위원회는 전사 인권경영을 총괄하는 최고 의사결정 기구로서, 인권 정책의 제·개정, 인권 존중 문화의 내재화 및 확산, 인권 리스크 식별 및 완화 조치 이행 등 인권경영 전반에 대한 검토 및 감독 역할을 수행하고 있습니다. 또한 정기적으로 인권경영 이행 현황을 점검하고 주요 인권 리스크 및 개선 과제에 대해 논의하며, 각 사업부가 인권 정책을 준수하고 지속적으로 개선해 나갈 수 있도록 방향성을 제시합니다.

실무조직 역할

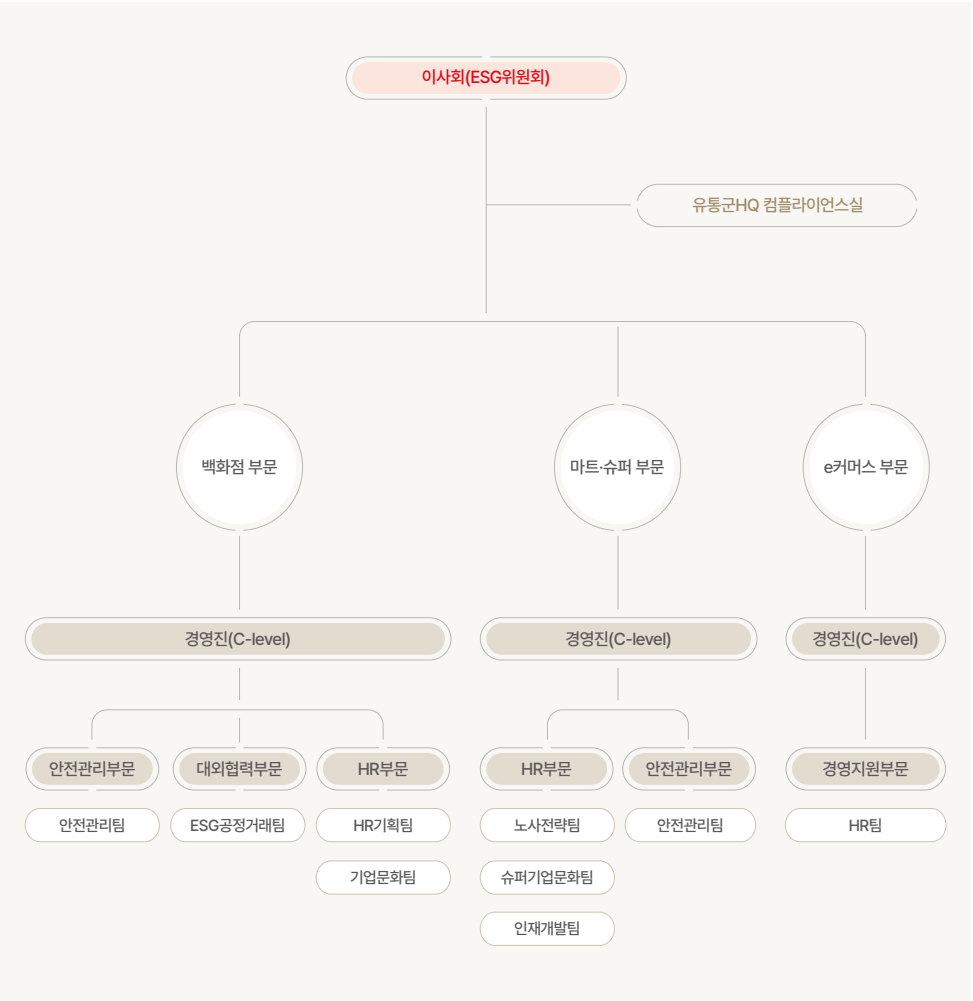
롯데쇼핑 유통군HQ 컴플라이언스실은 인권을 존중하는 기업문화를 정착시키기 위해 체계적인 인권경영 실무조직을 운영하고 있으며, 전사 차원의 인권경영 계획 수립과 이행을 총괄하고 있습니다. 또한 각 사업부의 유관 부서와 긴밀히 협업하여 다양한 인권 관련 활동을 전개함으로써 실질적인 실행력을 강화하고 있습니다.

롯데백화점의 대외협력부문 ESG공정거래팀은 인권경영의 컨트롤타워로서 인권경영 계획의 수립과 이행을 총괄하고 있으며, 인권영향평가 실시와 더불어 인권 관련 정책을 마련하고 이를 유관부서에 전달하여 실행력을 확보하고 있습니다. HR부문은 구체적인 인권 이슈별 역할을 수행하고 있습니다. HR기획팀은 강제노동 금지, 근로기준 준수, 고용상의 비차별 등 기본적인 노동 인권 보호를 책임지고 있으며, 기업문화팀은 결사 및 단결의 자유 보장, 내부 구제절차 마련, 직장 내 괴롭힘 방지 등 인권 친화적 조직문화를 조성하는 데 주력하고 있습니다. 아울러, 안전관리 부문은 임직원의 산업안전과 보건, 환경권 보장을 통해 안전하고 쾌적한 근무환경을 제공하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼의 HR부문 내 노사전략팀과 슈퍼기업문화팀은 노사관계, 결사의 자유, 근로기준 준수, 고충 처리 등 근로자의 기본 권리 보호와 관련된 업무를 담당하고 있으며, 인재개발팀은 상호존중 캠페인을 운영하여 조직 내 상호 존중 문화 조성에 힘쓰고 있습니다. 안전관리부문에서는 안전관리팀이 임직원의 신체적 안전 확보와 근로환경 개선, 정서적 지원 활동을 추진하고 있으며, 근로자가 보다 안전하고 건강한 환경에서 일할 수 있도록 지원하고 있습니다.

롯데e커머스는 인권을 존중하는 지속가능한 경영을 실현하기 위해 인권경영 체계를 구축하고, 전사적 실천을 이끌어가고 있습니다. 인권경영의 실무 조직은 HR팀이 주관하고 있으며, 경영지원부문장이 담당 임원으로서 총괄적인 관리 역할을 수행합니다. HR팀은 인권 관련 정책의 수립부터 임직원 대상 인권 존중 문화의 내재화에 이르기까지 인권경영 전반을 책임지고 있으며, 근로환경 개선, 차별 없는 고용, 직장 내 인권 보호 등 실질적인 인권 가치 실현을 위한 활동을 지속적으로 추진하고 있습니다.

• 인권경영 거버넌스



인권경영

인권경영 추진 전략

인권경영 기반 조성

인권경영 정책

롯데쇼핑은 모든 경영 활동에서 인권 존중을 최우선 가치로 삼고 인권 경영을 실천하며, 임직원을 비롯해 고객, 파트너사, 지역사회 등 다양한 이해관계자의 인권 침해를 예방하고 리스크를 사전에 완화하기 위해 인권 경영 정책을 수립하였습니다. 롯데쇼핑의 인권경영 정책은 UN 세계인권 선언, UN 기업과 인권 이행 원칙, OECD 다국적기업 가이드라인, 국제 노동기구(ILO) 헌장, 아동노동 및 강제노동 금지 원칙 등 국제 기준을 반영하고 있으며, 롯데쇼핑이 운영되는 각 국가 및 지역의 인권 및 노동 관련 법규를 준수하고 있습니다. 롯데쇼핑의 임직원은 모든 업무 활동에서 인권경영 정책을 준수해야 하며, 회사와 협력하는 모든 이해관계자들도 해당 정책을 따를 수 있도록 권장하고 있습니다.

LINK 롯데쇼핑 인권경영 정책

• 인권경영 정책 주요 항목



- 고객 안전
- 고객 의견 청취
- 고객 정보보호



- 공정한 기회
- 공정한 대우
- 상호 존중
- 다양성 존중
- 안전한 근무환경



- 공정거래
- 파트너사 존중
- 공정한 경쟁
- 반부패
- 합법적인 정보수집



- 환경보호
- 사회공헌
- 인권존중
- 문화적 다양성
- 현지법령 준수



- 리스크 평가
- 신고·접수 채널
- 피해자 보호
- 재발방지
- 인권교육

다양성 존중 문화 확산

롯데쇼핑은 임직원들의 다양한 배경과 가치관을 존중하며 각자의 역량을 자유롭게 발휘할 수 있는 근무 환경을 조성하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 이를 위해 사내 취업규칙에 근로조건 협의 시 차별을 금지하는 조항을 명시하고, 사회적 다양성을 실현하기 위한 여성 리더 확보, 장애인 고용 확대 등의 정책을 추진하고 있습니다. 또한 다양성 존중 문화를 정착시키기 위해 차별 및 비윤리적 행위 금지에 대한 교육을 운영하고, 임직원들이 자유롭게 상담할 수 있는 자원 체계를 마련하고 있습니다. 아울러 임직원 다양성 증진을 위해 매년 사업부별 여성 팀장 비율에 대한 단기 목표를 설정하고 모니터링 하고 있습니다. 2024년에는 롯데백화점이 여성 팀장 비율 목표를 달성했으며¹⁾, 향후 전 사업부가 목표를 달성할 수 있도록 지속적으로 관리해 나갈 계획입니다.

1) 2024년 목표: 15.0%, 실적: 16.8%

인권교육

롯데쇼핑은 인권경영 문화의 확산과 내재화를 통해 직장 내 차별, 괴롭힘, 성희롱 등 인권 침해가 발생하지 않도록 모든 임직원을 대상으로 필수 인권교육을 실시하고 있습니다. 또한 장애인에 대한 인식을 개선하고 다양성 존중 문화를 정착시키기 위해 연 1회 장애인 인식 개선 교육을 진행하고 있습니다. 이를 통해 직장 내 장애인 근로자의 인권 보호 및 차별 금지에 대한 이해를 높이고, 포용적인 근무 환경을 조성하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.



인권경영

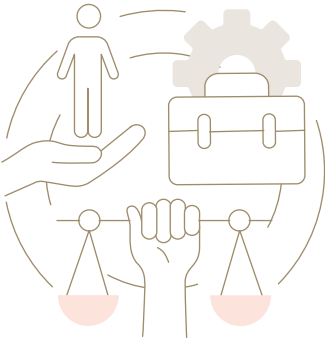
인권경영 추진 전략

인권경영 기반 조성

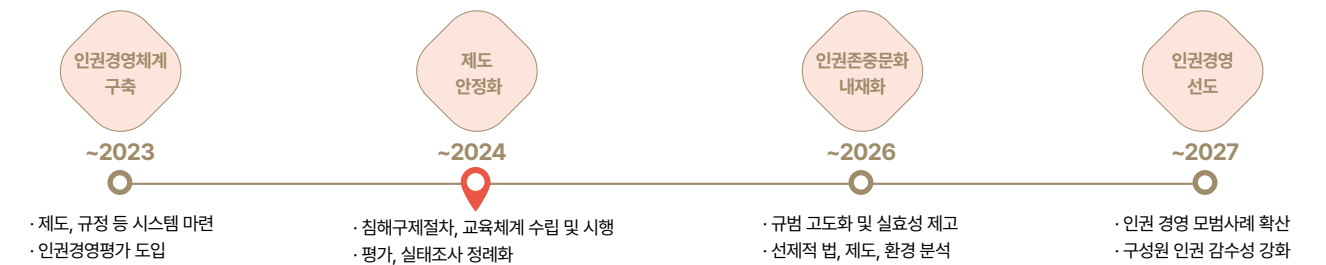
인권경영 중장기 로드맵

롯데백화점은 체계적인 인권경영 실천을 위해 중장기 로드맵과 연도별 추진 방향을 설정하고, 부문별 주요 성과 지표(KPIs)를 도출하여 구체적인 목표 수준을 제시하고 있습니다. 2023년까지는 인권경영 정책 제정, 인권영향평가 도입 등 전반적인 인권경영 체계를 구축하는 기간이었다면, 2024년은 인권경영 제도를 안정화하는 단계로서 실질적인 실행력을 강화하는 시기입니다.

2024년에는 침해 구제 절차를 명확히 수립하고 인권교육 체계를 구축·시행하여 임직원을 비롯한 이해관계자의 인권 인식을 향상시키는 데 집중하고 있습니다. 또한 인권경영의 실효성을 높이기 위해 정기적인 평가 및 실태 조사를 실시하여 주요 인권 리스크를 지속적으로 모니터링하고 개선해 나가며, 2025년에는 인권경영시스템 인증 획득을 목표로 하고 있습니다. 롯데백화점은 앞으로도 기업 운영의 모든 과정에서 인권 보호를 최우선 가치로 삼고 다양한 이해관계자와 함께 지속가능한 인권경영을 실현해 나갈 것입니다.



연도별 인권경영 추진 방향



영역별 인권경영 중장기 목표

영역	KPIs	현 수준 ¹⁾	목표 수준	목표 시기	세부 실행 계획
안전보건	중대재해 발생 건수	0건	0건	2030년 (장기)	· 안전·보건 업무 매뉴얼 고도화
	산업재해율	0.05%	0%		· 지속적인 개선활동을 통한 안전보건 문화 정착
기업문화	직장 내 성희롱·괴롭힘 처리율	100%	100%	2030년 (장기)	· 상시 고충접수 채널 운영 및 전문가 대응 · 인권침해 신고접수 처리율 100% 유지 · 정기 시행 법정의무교육 외 수시 성희롱/괴롭힘 예방교육 확대 (ex. 신입, 관리자, 고객접점 담당자)
인사	여성 관리자 비율 ²⁾	25%	25.5%	2025년 (중기)	· 여성 팀장 육성 및 여성 근로자 역량 강화를 위한 멘토링 프로그램 진행 등
공급망 관리	파트너사 인권 침해 사고 건수	0건	0건	2035년 (장기)	· 계약 갱신 시, 근로자 권리보호 이행 협약서 체결
인권경영체계	인권경영 확산	인권영향평가 정기적 시행	인권 위원회 설치	2027년 (중기)	· ESG위원회 내 인권 기능 강화 · 정책 리뉴얼(시대 가치, 국제규범 반영)
			타 사업부 전파	2027년 (중기)	· 우수 사례 전파 및 인권영향평가 지원 · 인권증진활동과 KPI 연계
	인권 실사 사업장 수	32점	55개	2030년 (장기)	· 롯데몰/아울렛 사업장 전체 대상 진행
	인권 의식 진단 실시 비율	미실시	100%	2030년 (장기)	· 2025년 30%, 2028년 80% 목표 · 임직원 대상 인권영향 설문 실시 및 참여율 80% 유지 · 인권영향 설문 적용 범위 확대(고객 및 파트너사)

1) 2024년 기준
2) 별도법인 직영사원 포함

인권경영

인권 리스크 관리

인권영향평가

지표 및 범위 설정

롯데백화점은 인권경영 현황을 객관적으로 평가하고 지속적인 개선 방향을 모색하기 위해 2024년 인권영향평가를 실시하였습니다. 인권영향평가 지표는 OECD 가이드라인, EU-독일 공급망 실사법, ILO 책임협약, 세계 인권선언, 국가인권위원회, K-ESG 가이드라인 등 주요 글로벌 인권 이니셔티브의 요구 사항을 반영하여 구성되었으며, 롯데쇼핑의 산업 특성과 기업 운영 현황을 고려하여 총 10개 분야로 구분되었습니다.

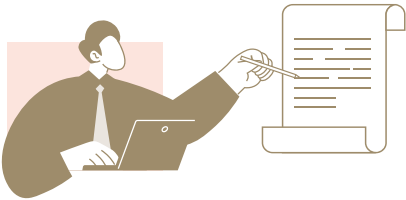
또한 인권영향평가의 실효성을 높이기 위해 각 분야별로 인권 침해 가능성이 높은 이해관계자를 식별 및 분석하여, 롯데쇼핑의 사업 활동이 각 이해관계자에게 미칠 수 있는 부정적 영향을 도출하였습니다. 롯데백화점은 인권영향평가 결과를 바탕으로 인권경영 정책을 지속적으로 보완하고, 다양한 이해관계자와 협력하여 인권 보호 및 존중 문화를 더욱 확산시켜 나갈 계획입니다.

서면진단 및 현장실사

롯데백화점은 인권경영 유관 부서의 인권에 대한 이해도를 높이고 보다 체계적인 인권경영을 추진하고자, 실무자 및 관리자 등 각 지표별 담당자를 대상으로 인권영향평가 지표 교육을 실시한 후 자체 서면진단을 진행하였습니다. 총 10개 분야, 259개 지표를 기반으로 인권경영 체계, 제도, 구제절차에 대한 진단을 수행하였으며, 이를 통해 조직 내 인권경영 수준을 점검하고 개선이 필요한 영역을 도출하였습니다.

보다 객관적이고 신뢰도 높은 평가를 위해 외부 전문가가 롯데백화점 주요 사업장을 직접 방문하여 지표별 담당자와의 인터뷰를 진행하였으며, 심층 분석이 필요한 이해관계자를 대상으로는 개별 인터뷰와 포커스 그룹 인터뷰(FGI)를 병행하였습니다. 이를 통해 문헌 자료만으로는 파악하기 어려운 인권 리스크를 식별하고, 보다 현실적인 개선 방안을 도출할 수 있도록 하였습니다.

최종 인권영향평가 점수는 외부 전문가의 평가 결과와 권고 사항을 바탕으로, 유관 부서의 의견을 종합적으로 반영하여 확정하였습니다. 그 결과, 인권경영 체계 및 공급망 관리 측면에서 의미 있는 개선을 이뤄냈으며, 이행률은 96.9%로 처음 평가가 이뤄졌던 2023년의 이행률(89.3%) 대비 7.6%p 상승하는 성과를 기록하였습니다. 롯데백화점은 향후 인권영향평가 시스템 인증 획득 등을 포함해 인권경영 강화를 위한 노력을 지속해 나갈 예정입니다.



인권경영

인권 리스크 관리

인권영향평가

위험요인 도출

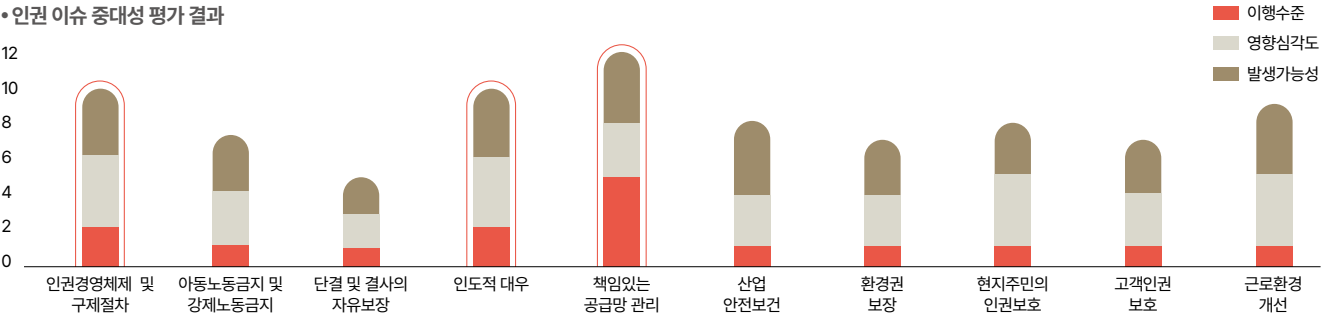
롯데백화점은 2024년 인권영향평가를 통해 전사적인 인권경영 이행 수준을 종합적으로 점검하였습니다. 그 결과, 전년도 대비 76%p 상승한 96.9%의 종합 달성률을 기록하며, 인권경영 체계의 안정적 정착과 유관 부서의 적극적인 이행 노력을 확인할 수 있었습니다.

한편 평가 과정에서 일부 항목은 개선이 필요한 것으로 나타났으며, 이에 대해서는 외부 전문가의 권고 의견을 바탕으로 중장기적인 개선 계획을 수립하고 있습니다. 롯데백화점은 위험요소가 식별된 분야에 대해 체계적이고 단계적인 대응 조치를 마련해 점진적으로 리스크 수준을 완화해 나갈 예정입니다. 앞으로도 정기적인 인권영향평가를 통해 실질적인 개선과제를 도출하고, 전사 차원의 이행력을 높여 인권 중심의 기업문화 조성과 지속가능경영 기반을 강화해 나갈 계획입니다.

• 인권영향평가 결과		(단위: %)
분야	달성률	
인권경영체제 및 구제절차	95.5	
아동노동 및 강제노동 금지	100.0	
단결 및 결사의 자유보장	100.0	
인도적 대우	99.0	
산업안전보건	68.8	
책임있는 공급망 관리	100.0	
환경권 보장	100.0	
현지주민 인권보호	100.0	
고객 인권보호	100.0	
근로환경 개선	100.0	
총점	96.9	

중요 인권이슈 선정

롯데백화점은 인권영향평가 결과를 바탕으로, 사업 부문에서 중요한 인권 이슈를 식별하고 체계적으로 관리하기 위해 인권 중대성 평가를 실시하였습니다. 중대성 평가는 각 인권 이슈별 롯데백화점의 이행 수준, 영향(Impact), 발생 가능성(Likelihood)을 종합적으로 고려하여 진행되었으며, 2024년 평가 결과 인권경영체제 및 구제절차, 인도적 대우, 책임있는 공급망 관리 총 3개의 이슈가 주요 인권 이슈로 선정되었습니다. 롯데백화점은 도출된 주요 인권 이슈를 바탕으로 지속적인 개선 노력을 기울이며, 인권경영을 더욱 강화해 나갈 계획입니다.



• 중요 인권이슈 현황 및 대응방안

중요 이슈	현황	대응방안	개선 계획
인권경영체제 및 구제절차	ESG위원회가 관리·감독 기능 수행	• ESG위원회 내 혹은 별도의 인권경영위원회 책임 및 역할 정립 필요	• ESG위원회의 인권경영 관리·감독 책임 명문화 및 기능 강화 검토
인도적 대우	모성보호 관련 개정법령 반영	• 근로기준법, 남녀고용 평등과 일·가정양립 지원에 관한 법률의 개정사항을 내부 규정에 반영하여 가족친화경영 지속 강화 : 임신기/육아기 근로시간 단축 등 기존 법령 대비 상회하는 기준으로 운영 중, 우선지원 기업이 아님에도 불구하고 배우자 출산휴가/난임치료 등 지원	• 모성보호 규정 관련 직원 인식도 설문조사 • 출산휴가, 육아휴직 제도 사용 만족도 조사 • 출산휴가, 육아휴직 등 출산 양육제도 사용 후 복귀율, 배우자 출산휴가 (20일) 사용률 등으로 효과성 검토 및 모니터링 예정
책임있는 공급망 관리	공급망 인권보호 준수여부 모니터링 체계 구축	• 순차적 모니터링 프로세스 구축 예정 : 공급망 그룹핑 체계 구축 → 모니터링 프로세스 설계 → 실행 및 평가 체계 구축(평가지표 개발) → 모니터링 시행 → 평가 및 환류	• 업체 간담회 진행을 통한 의견 청취 • 주요 이슈에 대한 개선 조치 이행 및 결과 분석을 통한 지속 관리

인권경영

인권 리스크 관리

인권경영 내재화

고충처리 제도

롯데쇼핑은 인권 침해 사례가 발생하지 않도록 철저한 사전 예방 활동을 수행하는 동시에, 문제 발생 시 신속하고 적극적으로 대응할 수 있는 인권 리스크 관리 체계를 구축하고 있습니다. 각 사업부는 홈페이지, 카카오톡 채널, 이메일 등 다양한 신고 채널을 운영하여 고객, 임직원, 파트너사 등 다양한 이해관계자가 쉽게 고충을 접수하고 처리할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한 차별, 괴롭힘, 성희롱 등 직접적인 인권 침해 뿐만 아니라, 조직 문화와 근무 환경에 부정적인 영향을 미치는 사안까지 포함하여 접수, 조사, 처리하고 있습니다. 신고가 접수되면 제보자 및 피해자의 신변 보호와 피해 최소화를 최우선으로 고려하여 원칙에 따른 구제 프로세스를 운영하며, 조사 결과 사실로 확인된 사안에 대해서는 사내 기준과 절차에 따라 징계 등 적절한 인사 조치를 검토하고 있습니다.

고충처리 채널 운영실적

구분		2024	
		접수 건수	처리 건수
백화점	직장 내 괴롭힘	22	22
	성희롱	0	0
	차별	0	0
마트 ¹⁾	직장 내 괴롭힘	17	14
	성희롱	7	5
	차별	8	8

1) 2024년 마감 기준 조사 진행 중(5건)

고충처리 프로세스



구분		2024	
		접수 건수	처리 건수
슈퍼	직장 내 괴롭힘	8	8
	성희롱	2	2
	차별	0	0
e커머스	직장 내 괴롭힘	3	3
	성희롱	2	2
	차별	0	0

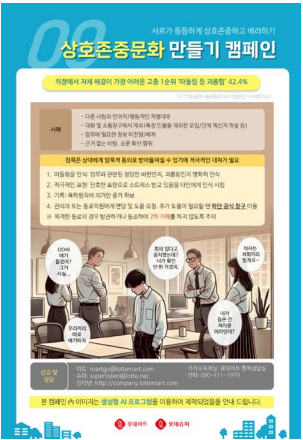
인권경영 캠페인

롯데백화점은 상시 고충처리 채널 운영과 더불어 정기적인 임직원 설문 조사를 실시하여, 직장 내 괴롭힘 등 평소 직접 제보하기 어려웠던 고충도 보다 편안하게 전달할 수 있는 환경을 조성하고 있습니다. 설문을 통해 접수된 실제 사례는 모두 철저하게 조사되며, 적절한 사후 조치를 통해 신속하게 해결함으로써 임직원이 신뢰할 수 있는 인권 보호 체계를 강화해 나가고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 직장 내 갑질과 괴롭힘을 근절하고, 상호 존중에 기반한 수평적 조직문화를 정착시키기 위해 매월 '상호존중문화 만들기' 캠페인을 진행하고 있습니다. 본 캠페인은 월별 교육을 통해 조직 구성원의 인식을 개선하고 윤리 의식을 강화하는 데 중점을 두고 있으며, 이를 통해 자유롭게 소통하고 서로를 존중하는 유연하고 건강한 조직문화를 만들어 가기 위한 노력을 이어가고 있습니다.



상호존중문화 만들기 캠페인(롯데마트·슈퍼)



인권경영

인권 리스크 관리

인권경영 내재화

근로자 인권 보호

롯데백화점은 임직원 모두가 존중받는 근무 환경을 조성하기 위해 다양한 인권보호 활동을 전개하고 있습니다. 고객 응대 업무로 인해 정서적 스트레스를 겪는 직원을 대상으로는 ‘고객 응대 근로자 마인드 케어’ 교육을 운영하여, 심리 상태를 인식하고 스트레스를 효과적으로 관리할 수 있도록 돕고 있으며, 육아휴직 후 복직한 워킹맘 직원들에게는 ‘일맘CLUB’ 워크숍을 통해 조직 적응과 커리어 관리를 지원하고 있습니다. 또한 전국 영업점에는 고충상담을 담당하는 ‘소통카운슬러’를 배치하여 구성원들의 일상적인 고민이나 고충을 해소할 수 있는 상담 창구를 마련하고 있으며, 직장 내 괴롭힘이나 성희롱 등 인권침해 피해가 발생한 경우에는 전문 심리상담기관과 연계해 정신적 회복을 위한 지원을 제공하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 임직원의 심리적 안정과 건강한 근무 환경 조성을 위해 다양한 인권보호 및 정서 지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 2024년에는 총 98명의 임직원을 대상으로 전문 심리상담 서비스를 제공하였으며, 10,609명을 대상으로 직무 스트레스 평가 및 관련 교육을 실시하여 근로자의 정서적 회복과 스트레스 관리 역량 강화를 지원하였습니다. 또한, 고객 응대 과정에서 발생할 수 있는 갈등 상황에 대비해 응대 근로자를 위한 대응 매뉴얼을 제작·배포하고 있으며, 고충 발생 시 신속하고 체계적인 처리를 통해 현장 인력의 권익 보호에 힘쓰고 있습니다. 아울러 롯데마트·슈퍼는 장기 육아휴직 후 복귀한 여성 인재들이 조직에 원활히 적응하고 역량을 발휘할 수 있도록 분기별 복직자 교육을 실시하고 있습니다. 교육은 조직 및 사업 이해, 인사제도 안내, 네트워킹 시간 제공 등 실질적인 지원 중심으로 구성되어 있으며, 2024년 기준 총 18명이 해당 프로그램을 이수하는 등 현장 적응력 향상에 기여하고 있습니다.

파트너사 인권 보호

롯데백화점은 2024년 7월부터 파트너사 근로자의 인권 보호, 고용 안정, 노동환경 개선 등을 위한 실질적인 조치 강화를 위해 협약서 징구 제도를 신설하였습니다. 협약서의 주요 내용은 ‘근로자 인권 보호를 위한 경영정책 수립’, ‘고용, 보상, 승진 등에서의 차별 금지’, ‘노동환경 개선 및 안전조치 강화’, ‘근로자에 대한 폭력강압 행위 금지 및 개인정보 보호’, ‘법정 노동시간 준수 및 휴식권 보장’, ‘근로기준법 등 관련 법령 준수를 통한 근로자 권리 보호’ 등으로 구성되어 있습니다. 롯데백화점은 본 협약을 통해 파트너사의 인권 관련 책임과 의무를 명확히 하고, 상호 존중과 책임을 기반으로 한 지속 가능한 파트너십 구축을 목표로 하고 있습니다.

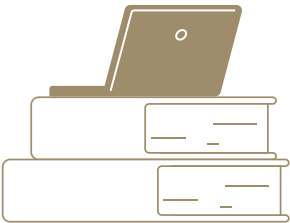
롯데마트·슈퍼는 파트너사 임직원의 인권 보호 강화를 위해 보안 용역사를 대상으로 인권교육을 주기적으로 권고하고 있으며, 교육 실시 여부 및 결과를 정기적으로 취합하고 있습니다. 특히 직장 내 괴롭힘 예방과 장애인 인식 개선 등 실질적인 인권 이슈를 다룬 교육을 연 1회 이상 요청하여, 파트너사 구성원들의 인권 감수성 제고와 안전한 근무환경 조성을 지원하고 있습니다.



소통 카운슬러 현장교육(롯데백화점)



육아휴직 후 복직자 적응교육(롯데마트·슈퍼)



인재경영

인재경영 거버넌스

거버넌스 역할과 책임

인재관리 조직

롯데쇼핑은 채용부터 육성, 평가와 보상, 은퇴에 이르는 모든 과정에서 의미 있는 경험과 기회를 제공하여, 회사와 함께 성장할 수 있는 인재를 육성하는 데 주력하기 위한 거버넌스 체계를 갖추고 있습니다. 직원이 자기주도적으로 경력을 개발하고, 직무 전문성을 갖춘 인재로 성장할 수 있도록 다양한 역량 개발 프로그램과 사내 공모제도인 인커리어 제도를 운영하고 있으며, 공정하고 합리적인 성과 평가 및 보상 체계를 구축하고 있습니다. 또한 다양한 구성원이 업무에 만족하고 몰입할 수 있도록 업무 환경을 지속적으로 개선하며, 개인의 생애주기(Life-Cycle)에 맞춘 복리후생 제도와 다양성을 존중하는 조직문화를 정착시키기 위한 다양한 활동을 추진하고 있습니다.

• 인재경영 거버넌스



롯데백화점은 HR부문 산하 3개 팀으로 구성된 인재경영 조직을 운영하고 있습니다. HR기획팀은 인사제도 수립, 인력 기획 및 채용 등 전반적인 인적자원 조달과 성과평가를 총괄하고 있으며, 기업문화팀은 노사 관계 개선과 복리후생 제도 운영 등 근무환경 전반에 관한 업무를 담당합니다. 임직원 교육과 역량 개발은 인재육성팀이 전담하고 있습니다. **롯데마트·슈퍼**는 인사혁신팀, 인재개발팀, 노사전략팀, 임금체계통합 TF, 사업지원팀, 슈퍼기업문화팀 총 6개 팀을 중심으로 전사 HR 업무를 수행하고 있으며, 효율적인 인재 관리를 위해 팀 간 유기적인 협업 체계를 운영하고 있습니다. 특히, 마트·슈퍼 사업부 통합에 따라 보다 공정하고 일관된 보상 및 임금 체계 구축을 위해 2024년부터 임금체계통합TF를 구성하여 운영하고 있습니다. **롯데e커머스**의 HR팀은 사업 전반의 인재관리 기능을 총괄하는 주관 조직으로, 채용, 인사 이동 및 배치, 교육·훈련, 보상 등 HR 전 영역에 걸쳐 체계적인 인사 관리를 수행하고 있습니다.

노동조합 구성

롯데백화점, 롯데마트는 노사간의 신뢰와 공동체 의식을 바탕으로 노사 관계 및 노동환경 안정을 위해 관련 법령에 근거하여 노동조합을 설치하여 운영 중입니다. 노동조합은 임직원의 권익 보호와 근로 환경 개선을 위한 주요 창구 역할을 하며, 정기적인 협의를 통해 근로 조건, 복리후생, 조직 문화 개선 등 다양한 현안을 논의하고 있습니다.

노사협의회의 운영

롯데쇼핑은 노사 간 활발한 소통을 촉진하고, 임직원의 업무 몰입도를 높이기 위해 노사협의회를 구성하여 정기적으로 운영하고 있습니다. 분기별로 개최되는 노사협의회는 소통의 기회를 확대하고, 사업장의 특성에 맞춰 공동의 이익을 도모할 수 있는 합의점을 찾는 역할을 수행합니다. 또한 임직원의 근로 환경 개선을 비롯해 현장과 관련된 다양한 안건을 논의하며 상호 협의를 바탕으로 협력적인 노사 관계를 구축해 나가고 있습니다. 이를 통해 롯데쇼핑은 노사가 함께 성장할 수 있는 안정적인 근무 환경을 조성하는 데 힘쓰고 있습니다.

• 노사협의회 운영 현황

구분	2024년 주요 운영성과
백화점	직원 복리후생제도 확대 - 개인별 크레딧 활용한 Self-Design 복지제도 - 산전검사 지원/1인가구 보안 서비스/재혼휴가 신설 - 경조화환 L.Point로 대체 옵션 신설 - 근속 5년차 리프레쉬 휴가/워케이션
마트	근로조건, 복리후생제도 개선 - 임직원 학위 취득 지원 제도 신설(축하금 100만원)
슈퍼	근로조건, 복리후생제도 개선 - 각종 복리후생 제도 신설 및 개선, 영업 시스템 개선 등
e커머스	복리후생 관련 12건 안건 개선 - 출산선물 선택권 확대, 경조휴가 유연성 확대 등

인재경영

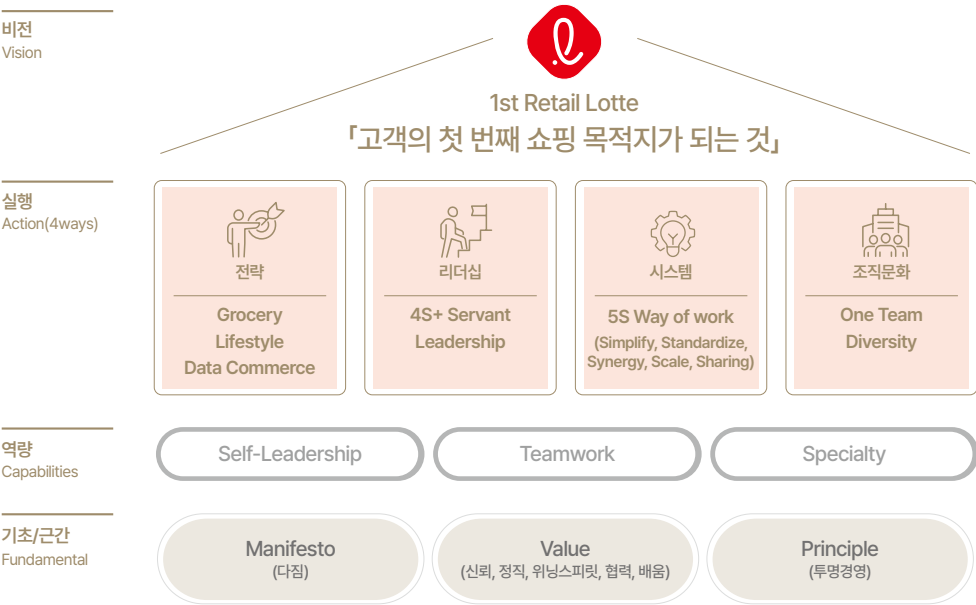
인재경영 추진 전략

인재경영 비전 및 미션

인재경영 전략모델

롯데쇼핑은 지속가능한 성장을 위한 기반으로 '인재'를 핵심 경쟁력으로 정의하고, 체계적인 인재경영 전략 모델을 수립하였습니다. 본 전략은 '고객의 첫 번째 쇼핑 목적지가 되는 것'을 비전으로 삼고 있으며, 이를 실현하기 위한 실행 축으로 '전략', '리더십', '시스템', '조직문화'의 네 가지 요소를 제시하고 있습니다. 또한 롯데쇼핑은 이 전략을 뒷받침할 인재상으로 '셀프 리더십', '팀워크', '스페셜티(Specialty)'를 핵심 역량으로 선정하였습니다. 이를 통해 모든 구성원이 자율적으로 목표를 설정하고 실행하며, 유기적인 협업을 통해 시너지를 창출하고, 각자의 전문 역량을 기반으로 조직 성과에 기여할 수 있도록 지원하고 있습니다. 롯데쇼핑은 이러한 전략적 인재경영 모델을 바탕으로 고객 중심 가치를 실현함과 동시에, 지속 가능한 조직 성장의 토대를 다져가고 있습니다.

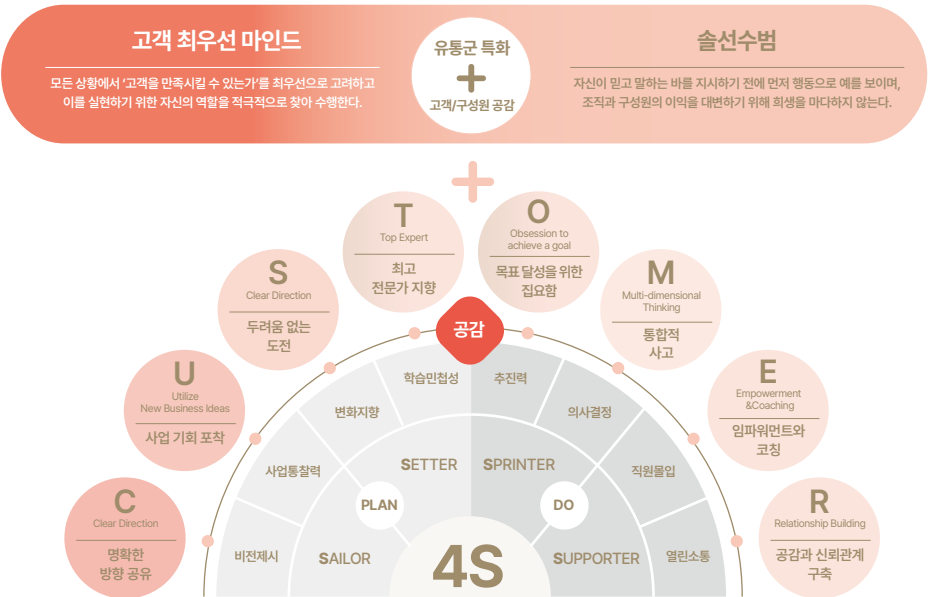
• 유통군 HPO(High Performance Organization) House Model



리더십 모델

롯데쇼핑은 인재경영 전략의 일환으로 조직 내 리더십 역량을 체계적으로 강화하기 위해 '4S+ 리더십 모델'을 수립하였습니다. 이 모델은 변화와 도전을 이끄는 네 가지 리더십 유형인 'Sailor(항해자)', 'Setter(설계자)', 'Sprinter(실행가)', 'Supporter(지원가)'를 중심으로 구성되며, 각 역할을 통해 리더들이 조직의 방향성을 설정하고, 전략을 실행하며, 팀과 동료의 성장을 촉진할 수 있도록 설계되었습니다. 여기에 '고객 최우선 마인드'와 '술선수법'이라는 핵심 가치를 더한 '4S+' 모델은 롯데쇼핑이 추구하는 리더의 행동 기준을 명확히 하고, 조직 전반에 건강한 리더십 문화를 확산시키는 기반이 되고 있습니다. 롯데쇼핑은 해당 리더십 모델을 통해 변화에 민첩하게 대응하고, 구성원과 함께 성장하는 조직을 만들어가고자 합니다.

• 유통군 4S+ 리더십 모델



인재경영

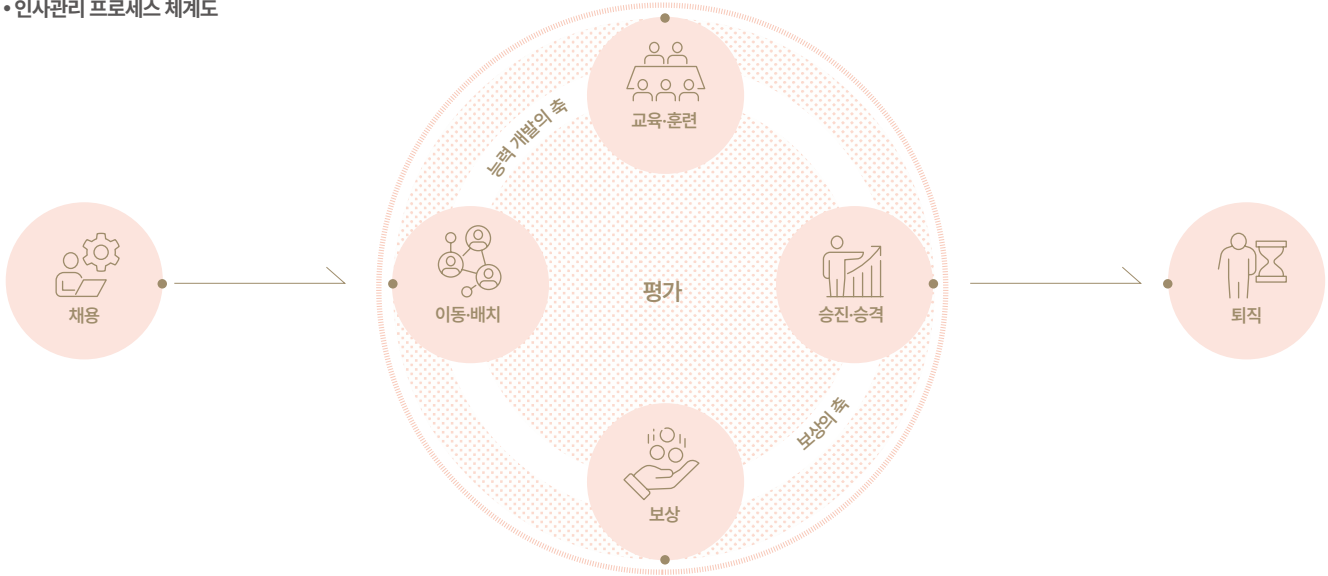
인재경영 추진 전략

다각적 인사관리

인사관리 시스템

롯데쇼핑은 채용부터 퇴직까지의 전 과정을 아우르는 7가지 인사 기능 (HR Function)으로 구성된 인사 시스템을 운영하며 체계적인 인재 관리를 실천하고 있습니다. 채용 이후에는 효율적인 ‘교육·훈련’과 ‘이동·배치’를 통해 임직원의 역량을 개발하고, 적절한 ‘승진·승격’과 ‘보상’을 통해 우수 인재의 확보 및 유지에 집중하고 있습니다. 또한 매년 각 인사 기능에 대한 사업부별 세부 지표를 수립하여, 롯데쇼핑의 통합적인 인재 경영 체계 하에서 각 사업부의 특성을 반영한 맞춤형 인재 관리가 이루어질 수 있도록 운영하고 있습니다. 이를 통해 롯데쇼핑은 보다 효율적이고 시의적절한 인재 관리를 실현하며, 지속가능한 성장과 조직의 경쟁력 강화를 도모하고 있습니다.

• 인사관리 프로세스 체계도



• 사업부별 인사관리 추진 전략

구분	이동·배치	교육·훈련	승진·승격	보상
백화점	• Job Posting 경력개발계획을 통한 개인 희망 반영	• 직무/직급별 체계적인 교육 운영을 통한 전문 역량 강화 • 역할별 리더십 함양 • 준비된 미래형 인재 양성	• 다면평가 반영 • 토의형 심사를 통한 공정성 확보	• 성과중심 개별 연봉제 운영 • 개인별 성과평가에 따른 보상 • 누적식 차등제도 운영
마트·슈퍼	• 직원 개개인과 조직 전체의 성장을 고려한 인재 배치	• 체계적 직무역량과정 운영을 통한 우수인재 Pool 확보 • 리더십 강화 • 예비리더 육성	• 성과중심 승진제도 운영 • 절차적 투명성 및 공정성 제고	• 성과중심 개별 연봉제 운영을 통한 직원 동기부여 강화
e커머스	• 사업 전략에 따른 Agile 조직 운영 및 개인의 성장, 성과 창출을 고려한 역량 기반 이동/배치	• 생산성 향상을 위한 교육 기획 및 운영 • 직무 역량 향상 지원을 통한 성과 창출	• 사내 역할 가이드에 따른 성과 및 역량 기반 레벨업	• 성과중심 개별 연봉제 운영

인재경영

인재경영 추진 전략

다각적 인사관리

인재 채용

롯데쇼핑은 대한민국을 대표하는 유통 기업으로서 고객 가치를 최우선으로 고려하며, 지속가능한 성장을 주도할 역량을 갖춘 인재를 확보하기 위해 노력하고 있습니다. 이러한 목표를 실현하기 위해 롯데쇼핑은 오랜 경험을 바탕으로 공정하고 체계적인 채용 프로세스를 개발하여 핵심 인재를 선발하고 있습니다. 특히 2021년부터 다양한 상시 채용 프로그램을 도입하여, 우수한 인재를 적시에 채용할 수 있도록 운영하고 있습니다.

롯데백화점은 'Potential 전형'과 'I'M 전형'을 통해 A Grade 신입사원을 선발하고 있습니다. 'Potential 전형'은 채용 연계형 인턴십 과정을 통해 잠재력과 미래 성장 가능성을 갖춘 인재를 선발하는 방식이며, 실무 적응력을 높이기 위한 프로그램과 연계되어 운영되고 있습니다. 또한 2024년부터 새롭게 도입된 'I'M 전형'은 직무 수행 역량, 열정, 비전 등을 중점적으로 평가하여 실무역량이 특히 중요한 직군의 채용에 활용되고 있습니다.

롯데백화점, 롯데마트는 능력 중심의 채용을 강화하고, 다양한 관점에서 인재를 평가하기 위해 면접관 구성을 확대 및 개선하였습니다. 기존에는 실무 10년 차 이상의 간부급 임직원이 면접관으로 참여했으나, 이제는 실무 3~5년 차의 MZ세대 사원을 면접관으로 포함하여 보다 균형 잡힌 시각에서 인재를 선발하고 있습니다. 저연차 면접관의 부족한 심사 경험을 보완하기 위해, 기본 면접위원 양성과정 외에도 면접 전 사전 교육을 제공하여 공정성을 확보하고 있습니다. 경력직 채용의 경우 전형의 특성을 고려하여 인사팀 뿐만 아니라 실무를 담당하는 유관 부서가 직접 면접을 진행하여 보다 적합한 인재를 선발할 수 있도록 운영하고 있습니다. 아울러 공정한 채용을 위해 지원자에게 객관적인 평가 결과를 제공하는 피드백 시스템을 운영하고 있습니다. 채용 결과 조회 시, 면접 유형별 전체 평균 점수와 합격자 평균 점수, 그리고 지원자 본인의 점수를 그래프로 제공하여 지원자가 자신의 결과를 직접 확인할 수 있도록 하고 있습니다.

핵심인재 육성 시스템

롯데백화점은 미래 기업가치 향상과 임직원 개인의 성장을 위해 입사 초기부터 인재에 대한 체계적인 투자와 전문인력 육성 프로그램을 운영하고 있습니다. 신규 입사자에게는 입사 형태 및 전형별 특성에 맞춘 온보딩 프로그램을 제공하여 조직에 빠르게 적응할 수 있도록 지원하며, 이후 멘토링 제도, 외부 전문교육을 통해 각 분야의 전문가로 성장할 수 있는 기회를 마련하고 있습니다. 또한 직무별 전문가 육성을 위한 로드맵 프로그램을 운영하고 있으며 MD, 마케팅, 디자인 등 직무를 세분화하여 전문성을 갖춘 인재를 확보하고 체계적으로 육성하고 있습니다. 아울러 사내 Job Posting 제도를 통해 임직원의 경력 개발을 지원하고, 직무 전문성 뿐만 아니라 관심 역량과 성장 가능성을 고려하여 다양한 직무 경험 기회를 제공합니다. 특히 예비점장 교육, 신입점장 교육, 예비주재원 교육 등 직무 전문성 기반의 핵심인재 선발 및 육성 프로그램을 운영하여 우수 인재의 커리어와 역량 개발을 적극 지원하고 있으며 각 역할에 필요한 리더십 역량을 정의하고 주니어급 실무진, 팀장, 점장, 임원을 대상으로 리더십 내재화 교육을 실시하여 전 계층에 걸친 리더십 개발에도 힘쓰고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 신입사원부터 최고경영자(CEO)에 이르기까지 체계적인 역량 개발을 지원하는 인재 육성 시스템인 '커리어 저니(Career Journey)'를 운영하고 있습니다. '커리어 저니'는 각 단계별 커리어 성장에 필요한 전문성과 리더십 역량을 고려하여 맞춤형 교육을 제공하는 인재 육성 로드맵입니다. 특히 SA Grade 승진 이후에는 직무 특성에 따라 예비 점장 과정, 예비 주재원 과정, 예비 팀장 과정 등 다양한 프로그램을 통해 직무 전문성과 성장 가능성, 리더십 역량을 균형 있게 개발할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한 팀장 및 점장 대상 리더십 과정을 수료한 인재에게는 Junior HiPO, Senior HiPO, GIANTS 등 지주사 주관의 차세대 CEO 육성 프로그램이 제공되며 이는 국내외 신규 사업 및 도전적인 미션 중심의 실전 과제를 통해 전략적 리더십을 강화하는 데 초점을 맞추고 있습니다.

롯데e커머스는 신규 입사자가 조직에 빠르게 적응하고 성과를 창출할 수 있도록 체계적인 온보딩 프로그램을 운영하고 있으며, 이를 통해 개인과 조직이 함께 성장할 수 있는 기반을 마련하고 있습니다. 온보딩 프로그램의 일환으로 운영 중인 '버디버디 프로그램'은 신규 입사자가 조직 내에서 원활하게 협업할 수 있도록 동료 및 타 부서와의 연결점을 제공하며, 조직 적응도를 높이고 업무 몰입도를 극대화하는 데 기여하고 있습니다. 또한 공통교육, 역량향상교육, 입문교육, 계층교육, 핵심인재교육 등 5개 부문으로 구분된 체계적인 교육 체계를 통해, 입사 초기부터 경력 개발 전반에 이르기까지 임직원의 성장과 역량 강화를 지속적으로 지원하고 있습니다.



온보딩 로드맵

사내 공모제도 운영

롯데마트·슈퍼는 임직원의 경력 개발을 지원하기 위해 사내 공모제도를 운영하고 있습니다. 이 제도는 조직 내 공석이 발생할 경우 우선적으로 임직원의 지원을 받아 직무 이동을 시행하는 방식으로, 내부 인재의 성장 기회를 확대하는 데 목적을 두고 있습니다. 지원자는 해당 부서와 직무에 대한 적합성을 심사받으며, 직무에 대한 열정과 역량을 종합적으로 평가하여 배치됩니다. 직무 전문성과 외국어 능력을 보유한 직원은 해외 주재원으로 선발되거나, 영업 지식과 세일즈 테크닉을 갖춘 직원은 Sales Master 직무로 이동하는 등 사내공모제도를 통해 다양한 역량 기반의 직무 이동이 이루어지고 있습니다.

인재경영

인재경영 리스크 관리

인재경영 리스크 관리

핵심리더 양성 및 리더십 함양

롯데쇼핑은 조직의 지속가능한 성장과 리더 역량 강화를 위해 체계적인 리더십 프로그램을 운영하고 있습니다. 임원 승진 시에는 축하 이벤트와 함께 커리어 특강, 리더십 토크 등 다양한 프로그램을 통해 리더로서의 역할 인식을 제고하고, 조직 내 긍정적인 리더십 문화를 확산하고자 합니다. 또한 서번트 리더십 함양을 위한 평가 피드백과 리더십 평가 등 HRM과 연계된 실질적인 프로그램도 함께 운영하고 있으며, 실제 사례를 기반으로 한 리더십 시뮬레이션 및 조직관리 시뮬레이션을 통해 현업 중심의 문제 해결 능력을 강화하고 있습니다. 아울러 롯데쇼핑 및 리더 육성 중점 계열사를 대상으로 유통군 특화 리더십 진단 및 디브리핑을 실시하고 있으며, 그룹 리더십 모델과 연계된 8가지 세부 역량과 유통군 특화 2가지 서번트 역량을 중심으로 리더 개인의 역량 수준을 진단하고 성장 방향을 제시하고 있습니다. 이와 함께 여성 리더의 성장을 지원하기 위한 '여성 리더 워크숍'도 운영하고 있으며, CEO 특강, 멘토링, 강점 코칭 등을 통해 비전을 제시하고 네트워크를 형성하는 한편, 리더로서의 고충을 공유하고 실질적인 극복 방안을 모색할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.



신임 임원 교육

롯데백화점은 구성원의 역할과 직책에 맞는 리더십 역량 강화를 위해 사원부터 임원까지 각 직급별로 필요한 리더십을 단계적으로 개발할 수 있도록 지원하며, 특히 팀장 중심의 조직문화에 적합한 교육 과정에 집중하고 있습니다. 대표적으로는 '팀장 리더십 Level UP 교육'을 통해 신임 팀장을 위한 리더 기본 교육과, 실질적인 고민과 과제를 안고 있는 다년차 팀장을 위한 심화 과정을 운영하여 리더십 전환기와 성장기에 필요한 역량을 집중적으로 개발하고 있습니다. 또한 롯데백화점은 전문성과 실행력을 갖춘 점포 경영자 양성을 위한 예비점장 양성과정도 운영하고 있습니다. 경영자 마인드셋과 점포 운영 역량을 교육하고, 실무 중심의 현장 실습과 멘토링을 병행하여 실질적인 경영 리더로 성장할 수 있도록 지원하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 유연하고 역량 있는 리더를 양성하기 위해 직급과 역할에 맞춘 맞춤형 리더십 교육을 운영하고 있습니다. 예비 점장 및 팀장을 대상으로 한 '예비 리더 교육'은 약 4개월간의 집중 과정을 통해 리더로서의 기본 역량과 점포 운영에 필요한 실무 능력을 체계적으로 강화하는 데



예비 리더 교육(롯데마트·슈퍼)

중점을 두고 있습니다. 임원을 대상으로는 연 3회에 걸쳐 다양한 주제로 교육을 실시하고 있으며, 'Amazon의 혁신문화(Culture of Innovation)', '일하는 방식의 변화', '임원을 위한 AI 교육' 등 최신 경영 트렌드와 기술 변화에 대응할 수 있는 인사이트를 제공합니다. 이와 함께 점장 및 팀장을 위한 연 1회의 정기 리더십 교육도 운영하고 있으며, 최근에는 '생성형 AI의 이해와 활용', '1:1 코칭 스킬 향상' 등 실질적인 리더십 역량 강화와 커뮤니케이션 기술 향상에 초점을 맞춘 교육 과정을 제공하고 있습니다. **롯데e커머스**는 신규 보임한 팀장을 대상으로 '신임 팀장 교육'을 운영하고 있습니다. 본 교육은 팀장으로서 반드시 알아야 할 HR 제도를 파악하고, 자신의 강점을 객관적으로 살펴본 뒤 이를 어떻게 활용할 수 있을지 고민해보는 과정을 통해 개인의 리더십을 개발할 수 있도록 구성되어 있습니다. 또한 팀원과 상위 리더의 평가를 바탕으로 더 나은 리더로 성장할 수 있도록 지원하고 있습니다.



신임 팀장 교육(롯데e커머스)

인재경영

인재경영 리스크 관리

인재육성 및 역량 강화

전사 워크숍 실시

롯데쇼핑은 전 사업부의 실행력 강화를 도모하고 'One Team' 조직문화를 정착시키기 위한 전사 차원의 소통과 협업 프로그램인 유통군 '청바지 워크숍'에 참여했습니다. 이번 워크숍은 팀원부터 팀장, 대표 및 임원에 이르기까지 전 임직원이 함께 참여하여, 사업부 간 경계를 넘는 유기적 협력을 체감하고 실질적인 성과 창출로 이어지는 실행력을 높이는 계기가 되었습니다. 프로그램은 효과적인 커뮤니케이션 역량 강화를 위한 소통 스킬 교육, 사내 강사의 실무 중심 강의, 팀 간 유대감을 다지는 팀빌딩과 네트워킹 활동 등으로 다채롭게 구성되어, 구성원 개개인의 성장과 함께 조직 전체의 시너지를 극대화하는 데 중점을 두었습니다.

AI 역량강화 및 기술활용 교육

롯데쇼핑은 유통군 전 임직원을 대상으로 실시하는 AI 역량 강화와 기술 기반의 업무 생산성 제고 교육에 참여했습니다. 교육은 생성형 AI를 활용한 프롬프트 엔지니어링 기법을 비롯해 AI의 실무 적용 사례, 코딩 기초 등 다양한 주제로 구성되었으며, 변화하는 디지털 환경 속에서 임직원들이 AI 기술을 실질적인 업무 도구로 활용할 수 있도록 지원하는 데 중점을 두었습니다.



청바지 워크숍

Top Team Insight 포럼

롯데백화점은 2023년부터 대표이사를 포함한 임원, 팀장, 주니어 레벨 사원에 이르기까지 전 직급이 함께 참여하는 정기 조찬 포럼을 운영하고 있습니다. 동일한 주제를 중심으로 다양한 직급 간 소통을 유도하며, 경제·경영 및 리테일 트렌드부터 인문 교양에 이르는 폭넓은 주제의 특강을 통해 임직원들의 통찰력을 넓히고 있습니다. 본 포럼은 수평적 커뮤니케이션과 지속적인 자기계발의 기회를 제공함으로써 조직 내 지식 공유 문화를 확산시키는 데 기여하고 있습니다.

직무 전문성 강화

롯데백화점은 임직원의 직무 전문성 강화를 위해 다양한 맞춤형 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 디자인 및 마케팅 직무 구성원에게는 생성형 AI 관련 교육을, 영업관리 및 MD 직무 구성원에게는 CAD 교육을 제공하는 등 각 직무에 적합한 특화 교육을 실시하고 있습니다. 또한 Site 개발, PM 마스터 과정 등 외부 전문 교육과정 수강도 적극 지원하여 임직원들이 실무 역량을 지속적으로 강화할 수 있도록 돕고 있습니다.

공통 역량 강화 교육

롯데e커머스는 임직원의 공통 역량 강화를 위해 SQL¹⁾ 교육 과정을 운영하고 있습니다. 사내 데이터를 효과적으로 다룰 수 있도록 기초부터 심화까지 단계적으로 구성된 자체 커리큘럼을 개발하였으며, 사내 강사가 직접 강의하는 방식으로 교육을 진행하고 있습니다. 본 교육은 실무에 즉시 적용 가능하도록 설계되어 있어, 업무 효율 향상은 물론 직원 개인의 데이터 활용 역량 강화를 목표로 하고 있습니다.

1) Structured Query Language

MD 직무 역량 강화 교육

롯데마트·슈퍼는 신입 MD의 기본 소양 및 실무 역량 향상을 도모하기 위한 교육 커리큘럼을 운영 중입니다. MD 업무를 위한 기초 지식을 시작으로, 상품 개발과 시스템 사용과 같은 실무 영역, 공정거래법 및 표시광고법 등과 같은 관련 법규까지 교육합니다. 이와 더불어 롯데중앙연구소와 협업을 통해 상품의 품질 관리 및 위생 관련 교육도 진행합니다. 이외에도 매년 유통 트렌드와 상품 소싱 및 마케팅 등과 같은 온라인 교육 과정도 제공하며 MD 직무 역량 향상에 힘쓰고 있습니다.

롯데e커머스는 상품기획자(MD)의 역량 강화를 위해 다양한 맞춤형 프로그램을 운영하고 있습니다. 주니어 MD를 대상으로 한 'MD 멘토링 프로그램'을 통해 실무 노하우를 효과적으로 습득할 수 있도록 지원하고 있으며, 전사 MD를 대상으로 한 'MD 노하우 쉐어 밋업'을 격월로 개최하여 성공 사례와 실무 지식을 공유하고 있습니다. 또한, 실무 중심의 '신규 MD 교육'을 통해 시스템 활용법, 마케팅 협업 절차, 컴플라이언스 이슈 등 현업에 즉시 적용 가능한 내용을 교육하고 있습니다. 아울러, 내부 전문성 강화를 위해 사내 강사 육성에도 지속적으로 힘쓰고 있습니다.



MD 직무 역량 강화교육(롯데e커머스)

인재경영

인재경영 리스크 관리

성과평가 및 보상

성과평가 제도

롯데쇼핑은 공정한 성과평가를 통한 개인별 성과 기반 보상체계를 운영 중입니다. 임직원이 납득하고 수용할 수 있도록 다각화된 평가에 기반하여 수립된 보상체계는 근속 기간과 같은 절대적인 기준보다는 좋은 성과를 보여준 직원이 더 많은 보상을 받을 수 있도록 설계되었습니다. 이를 통해 임직원들의 더욱 강력한 동기 부여와 업무 몰입이 가능한 환경을 조성하고자 합니다.

롯데백화점은 연 2회 정기 인사고과를 실시하고 사업부의 특성에 맞춰 개발된 OKR(Objectives and Key Results) 기반 성과관리시스템을 운영 하여 업무 효율성을 높이고 목표 중심의 업무 문화를 정착시키고 있습니다. 조직장은 조직의 목표와 추진 과제를 설정하고 구성원들과 업무 진행 상황을 공유하며, OKR 진행 상황 및 상시 성과 피드백을 통해 성과에 대한 방향성을 제시하고 있습니다. 또한 정기 인사고과에서는 '동료 피드백'과 팀원이 조직장을 평가하는 '리더십 평가'를 포함한 다면 평가를 실시하여 보다 입체적인 성과 분석과 맞춤형 코칭을 제공하고 있습니다.

롯데마트, 롯데슈퍼는 연 2회 역량평가와 월 단위의 성과평가를 통해 평가제도가 단순히 업무 결과에 대한 통보가 아니라 구성원의 역량 향상과 성장을 지원하는 기회가 될 수 있도록 운영하고 있습니다. 평가에 앞서 조직장과 구성원 간 사전 면담을 통해, 평가 방향에 대한 의견을 교환하고 역량 및 성과에 대한 강점과 보완점을 피드백합니다. 또한 평가 결과 공개 후에는 추가 면담을 통해 구체적인 설명과 함께 향후 경력 개발 계획 및 성과 목표를 논의하는 과정을 거칩니다. 아울러 평가 결과 재검토 절차를 운영하여 구성원이 자신의 실적을 기반으로 평가를 재검토 받을 수 있는 기회를 제공하고 있으며, 재검토 심의 이후 개별 안내를 통해 평가 결과의 투명성과 수용도를 높이고 있습니다. 조직장을 대상으로는 연 2회 리더십 진단을 실시하며 코칭 및 리더십 교육을 제공하여 리더로서의 역량 강화를 지원하고 있습니다. 아울러 국가적/사회적 공적으로 회사의 명성을 드높인 임직원에게 적절한 보상을 제공하기 위해 대외기관 표창 심사제도를 운영하고 있습니다. 심의위원회에서 업무 연관성과 기여도를 심사하여, 공적이 인정된 직원에게는 승진 가점 반영 및 포상금을 지급합니다.

롯데e커머스는 직급 제도를 폐지하고 역할 중심의 'Level 제도'와 성과 중심의 개별 연봉제를 운영하고 있습니다. 이와 함께 목표 지향적인 문화를 정착시키기 위해 OKR 기반 성과관리시스템을 운영하고, 리더-팀원 간 정기 1:1 면담을 적극 권장하여 목표와 방향성의 상시 점검이 이루어질 수 있도록 하고 있습니다.

아울러 1차 평가 결과를 여러 평가자가 함께 논의하여 조율하는 'Talent Review' 제도를 운영하여 보다 객관적이고 공정한 성과 평가가 이루어질 수 있도록 하고 있으며, 해당 Talent Review 진행 조직 및 일정, 프로세스 또한 전 구성원에게 안내함으로써 평가 제도의 공정성 및 투명성을 높이고 있습니다.

평가가 완료된 후에는 전체 평가자를 대상으로 '피드백 가이드라인'에 따른 피드백 완료 확인서 및 의견을 수렴하여 전 구성원에게 가이드라인에 따른 적절한 피드백이 주어졌는지 점검하고, 평가자의 의견을 반영하여 평가 수용도를 높이고 평가 제도를 지속적으로 고도화하고 있습니다.

• 성과평가 제도 운영 현황

구분		2022	2023	2024	구분		2022	2023	2024
백화점	성과평가 대상 임직원	3,852	3,993	3,701	슈퍼	성과평가 대상 임직원	1,239	1,120	1,078
	성과평가 받은 임직원	3,852	3,993	3,701		성과평가 받은 임직원	1,239	1,120	1,078
	성과평가 받은 임직원 비율	100%	100%	100%		성과평가 받은 임직원 비율	100%	100%	100%
마트	성과평가 대상 임직원	4,345	4,153	4,161	e커머스	성과평가 대상 임직원	1,000	955	674
	성과평가 받은 임직원	4,345	4,153	4,161		성과평가 받은 임직원	1,000	955	674
	성과평가 받은 임직원 비율	100%	100%	100%		성과평가 받은 임직원 비율	100%	100%	100%

인재경영

인재경영 리스크 관리

업무 몰입도 증진

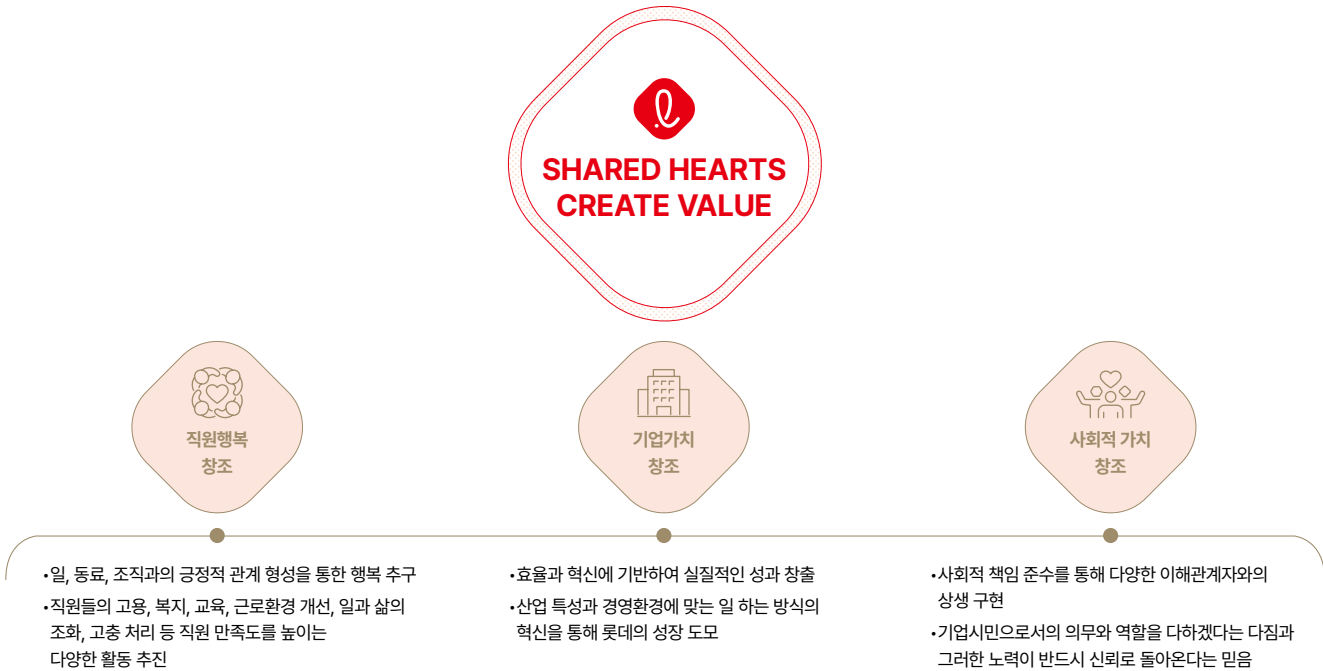
가치창조문화

롯데쇼핑은 인재, 기업문화, 리더십을 중심으로 기업의 미래가 사람에게 달려있다는 믿음 아래, 지속가능한 가치를 창출하는 기업이 되고자 합니다. 이를 실현하기 위해 서로 다른 라이프스타일을 존중하며 '직원 행복'을 증진하고, 다양한 아이디어의 융합과 혁신을 통해 '기업 가치'를 높이며, 여러 이해관계자와의 상생을 통해 '사회적 가치'를 창출하는 롯데그룹만의 가치 창조 문화 구축에 적극 동참하고 있습니다.

조직문화 진단

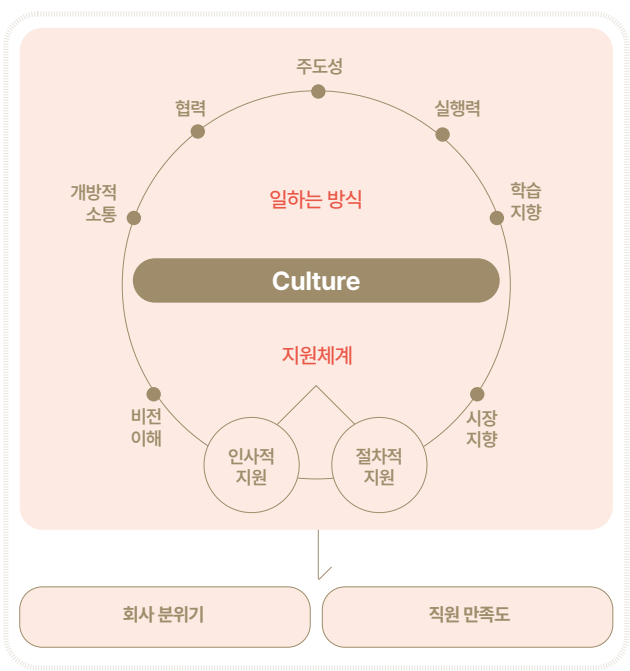
롯데쇼핑은 조직문화 진단을 통해 임직원이 체감하는 조직문화 수준과 만족도를 정기적으로 점검하고 있습니다. 본 진단은 조직 내 바람직한 문화의 모습을 '일하는 방식(행동 및 가치 중심)'과 '지원체계(제도 및 시스템 기반)'로 구분하여 진단하며, 이에 더해 직원이 인식하는 회사 분위기 및 업무·조직·직무에 대한 만족도를 함께 확인하고 있습니다. 진단 결과는 각 사업부의 조직문화 현황을 분석하고, 임직원 경험 개선 및 건강한 조직문화 구축을 위한 기반을 강화하는 데 활용하고 있습니다.

•가치창조문화 확산 비전



롯데e커머스는 정기적으로 자체 조직문화 설문조사를 실시하여 리더십, OKR, 조직문화 등 제도 전반에 대한 임직원의 의견을 수집하고 있습니다. 해당 설문을 통해 현행 제도를 점검하고 개선하여, 보다 효과적이고 만족도 높은 조직문화를 조성하는 데 활용하고 있습니다.

•조직문화 진단 Frame



인재경영

인재경영 리스크 관리

업무 몰입도 증진

조직문화 개선

롯데백화점은 전 영업점을 대상으로 ‘소통 카운슬러 제도’를 운영하여 건강한 조직 문화를 조성하고 있습니다. 성희롱 및 젠더 갈등, 직장 내 괴롭힘 등 비윤리적 행위를 예방하기 위해 유관 부서에 고충처리 전담 인력을 배치하고, 수시 모니터링 체계를 구축하여 신속한 대응이 이루어 질 수 있도록 관리하고 있습니다. 또한 외부 기관과 연계한 직무 교육을 실시하여 카운슬러의 전문성을 지속적으로 강화하고 있습니다. 더불어 서로 응원하고 칭찬하는 문화 형성을 위한 ‘감자합니다’라는 칭찬 제도를 운영하고 있으며, 건전한 조직문화 정착과 업무 효율을 높이기 위해 ‘Working Culture Survey’를 시행하여 업무를 진단하고 비효율 Process를 개선하는 활동을 진행하고 있습니다.

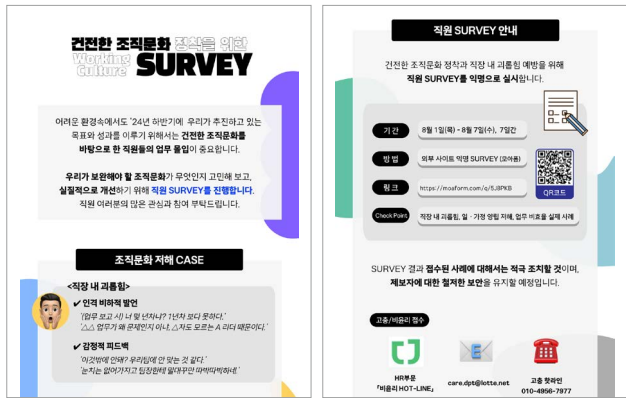
특히 우리 팀명 N행시라는 주제로 진행했던 ‘Connecting the Team’이 이벤트와 같이 Teamwork를 다지는 다양한 조직 활성화 프로그램 운영을 통해 업무에 몰입할 수 있는 환경을 조성하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 임직원의 일과 삶의 균형을 지원하기 위해 시차 출근제를 도입·운영하고 있습니다. 자녀 양육, 자기개발 등 개인의 라이프스타일에 맞춰 총 4가지 유형의 출근 시간 중 자유롭게 선택할 수 있도록 하여 근무 유연성을 높였습니다. 이와 함께 직원의 사기 진작과 활기찬 조직문화 조성을 위해 연간 약 5회에 걸쳐 임직원 참여 프로그램을 운영하고 있으며, 누구나 쉽게 참여할 수 있는 퀴즈 이벤트를 통해 다양한 상품과 상품권을 제공하는 등 구성원의 만족도 제고에 힘쓰고 있습니다.

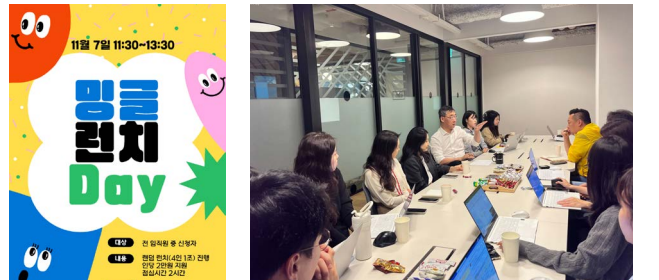
또한 업무 효율성을 높이고 불필요한 시간 소모를 줄이기 위해 각 점포의 오전 회의를 폐지하여 실무 준비에 더욱 집중할 수 있도록 지원하고 있으며, 간결한 양식을 활용해 핵심 내용만 한 장 분량으로 작성하는 ‘One-page 보고 제도’를 도입하여 보다 효율적인 업무 환경을 조성하고 있습니다.

롯데e커머스는 건강한 조직문화를 조성하고 임직원의 자발적 참여를 유도하기 위해 다양한 조직문화 개선 활동을 펼치고 있습니다. 매월 탁월한 성과를 창출한 구성원을 선정해 시상하는 ‘M.O.M(Member of the Month)’ 포상 제도를 운영하여 성과 중심의 문화를 정착시키는 한편, 우수 사례를 조직 내에 공유함으로써 효율적인 업무 방식 확산에도 기여하고 있습니다. 또한 CEO 주도의 소통 강화를 통해 조직 내 유연하고 수평적인 커뮤니케이션을 활성화하고자, 온·오프라인으로 진행되는 ‘Floor Meeting’과 직무별로 CEO와 자유롭게 대화할 수 있는 ‘CEO 커피챗’을 정기적으로 운영하고 있습니다.

아울러 팀 간 경계를 넘어 구성원 간 교류를 확대하기 위한 ‘밍글 런치 Day’도 운영 중입니다. 이는 다양한 직무의 임직원들이 함께 식사하며 상호 이해를 높이고 네트워크를 형성하는 기회를 제공하는 프로그램으로, 점심시간 연장과 식사 비용 지원을 통해 자율적 참여를 독려하고 있습니다. 이 외에도 임직원의 정서적 만족과 일상 속 소소한 즐거움을 더하기 위해 복날, 뽀빠로데이 등 시기별 이벤트를 기획·운영하는 ‘Small Pleasure’ 프로그램도 함께 진행하고 있습니다.



조직문화 서베이(롯데백화점)



밍글런치데이(롯데e커머스)

CEO Floor Meeting(롯데e커머스)

인재경영

인재경영 리스크 관리

업무 몰입도 증진

복리후생 제도

롯데백화점은 임직원의 생애주기를 고려한 맞춤형 복지제도를 운영하며, 입사 초기부터 출산·육아기, 장년기에 이르기까지 다양한 Life-Style 지원 프로그램을 제공하고 있습니다. 특히 저출산이라는 사회적 문제 해결에 기여하고자 산전검사 및 태교여행 지원, 남성 자동 육아휴직 제도(3개월)를 새롭게 도입하여 실질적인 가족 친화 문화를 조성하고 있습니다. 이와 함께, 임직원이 직접 복지 항목을 설계할 수 있는 ‘웰페어 월렛(Welfare Wallet)’ 제도를 통해 선택권을 확대하고, 개별화된 복지 경험을 제공함으로써 보다 만족도 높은 조직문화를 만들어가고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 사업부 통합에 따라, 기존 롯데마트 사업부에서만 운영하던 현금성 복지포인트 제도를 롯데슈퍼 사업부까지 확대 적용하였습니다. 이에 따라 복지포인트 사용처 또한 기존 롯데마트에서 롯데슈퍼까지 확대되었으며, 임직원들은 마트 및 슈퍼 전 매장에서 자유롭게 복지포인트를 사용할 수 있도록 개선하였습니다.

롯데마트는 긴급하거나 중대한 경제적 위기를 겪는 임직원을 대상으로 생계비, 의료비, 자녀 교육비, 격려비 등을 지원하는 금전적 지원 제도를 운영하고 있으며, 이는 직원 사원 뿐만 아니라 파트너사, 용역 사원 등 전 임직원을 아우르는 제도로 운영되고 있습니다.

롯데슈퍼는 사택이 없는 지역 근무자를 위한 거주 지원금, 이사비 및 교통비 지원을 비롯해 임직원의 건강과 생활 안정을 위한 단체보험을 제공하고

있습니다. 또한 하계 휴가 기간 동안 제휴 휴양시설을 이용할 수 있도록 지원하는 하계휴양소 운영을 통해 여가 복지 역시 강화하고 있습니다.

롯데e커머스는 임직원의 일과 삶의 균형을 지원하고 가족과 함께하는 건강한 삶을 응원하기 위해 다양한 복리후생제도를 운영하고 있습니다. 특히 가족친화적인 제도를 중심으로 구성원의 만족도를 높이고 있으며, 5세부터 7세까지 자녀를 둔 임직원을 대상으로 유아학자금을 지원하고, 초등학교에 입학하는 자녀에게는 축하 선물을 제공하여 자녀 성장의 소중한 순간을 함께 기념하고 있습니다. 또한 결혼기념일에는 유급휴가를 부여해 가족과 함께 의미 있는 시간을 보낼 수 있도록 배려하고 있습니다.

• 복리후생제도 운영 현황

구분	복리후생제도	구분	복리후생제도
전 사업부	• 재취업지원서비스 : 은퇴예정자, 정년퇴직자 및 희망퇴직자 대상, 전문교육업체와의 위탁계약을 통해 전문성 있는 진로 설계 교육과 상담 지원. 재취업 희망자 대상, 경력 기반 다양한 분야의 컨설팅 및 교육 제공		
백화점	• 업무 Insight 확장 : 내 맘대로 설계하는 Self-Design 복지제도 ‘웰페어월렛’, 5년차 직원 몰입을 위한 위케이션 및 Refresh 휴가 • 가족친화 및 저출산 극복 지원 : 예비아빠 태아검진휴가, 기혼자 대상 실질적인 저출산 지원을 위한 예비부모 산전검사 지원 제도, 태교여행, 자녀돌봄입학휴가, 자녀학교입학선물(초/중/고), 난임휴직 및 시술비 지원, 자녀학자금, 다자녀차량렌탈 • 다양한 Life-Style Care : 반려동물 장례휴가, 1인가구 홀안심 서비스, 재혼휴가, 미혼자 경조, 부임수당 및 단신부임교통비지원, 의료비 및 간병비, 사택 및 전세보증금 지원 등 • 기타 : 임직원 에누리(20%), 롯데패밀리에누리(퇴직자), 정년퇴직Care, 콘도 및 리조트 운영, 사내주택자금대출 등	마트·슈퍼	• 금전적 지원제도 : 긴급하거나 중대한 경제적 위기를 겪는 직원에게 상황에 맞는 생계비, 의료비, 자녀교육비, 격려비 등 지원 (직원 사원, 파트너사, 용역 사원 등 전 임직원 대상) • 복지포인트 제도 : 마트 및 슈퍼에서 자유롭게 사용할 수 있는 현금성 포인트 지급 • 거주지원금 : 이사비, 교통비와 함께 사택이 없는 지역일 경우 거주 지원금 지급 • 임직원 단체보험 : 건강관리 및 생활보장 지원 • 하계휴양소 : 하계 휴가 시 제휴 시설 이용 지원 • 복지포인트 제도 : 마트 및 슈퍼에서 자유롭게 사용할 수 있는 현금성 포인트 지급
		e커머스	• 가족친화제도 : 유아학자금(5세~7세 자녀 대상) 지급, 임직원 초등학교 입학 자녀 축하 선물 지급, 결혼기념일 유급휴가 지급 등

안전보건경영

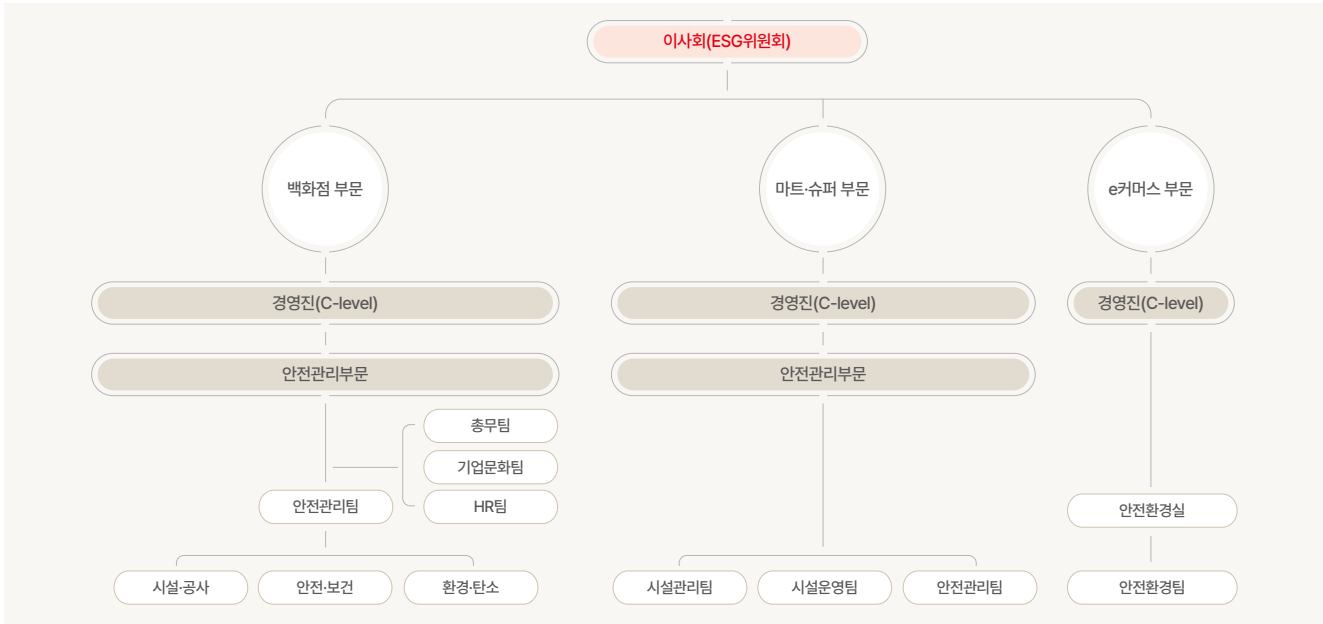
안전보건 거버넌스

거버넌스 역할과 책임

이사회 역할

롯데쇼핑의 이사회는 전사적인 안전보건경영의 최상위 의사결정 기구로서 안전보건 정책과 전략 방향을 심의·승인하고 주요 이슈와 리스크에 대한 관리체계 강화를 감독하는 역할을 수행하고 있습니다. 또한 각 사업부에서 보고된 안전보건 관련 주요 현황과 개선 과제를 정기적으로 점검하며 중대재해 예방 및 임직원·고객의 안전 확보를 위한 전사 차원의 대응 방향을 수립하는 데 핵심적인 역할을 하고 있습니다. 이와 함께 관련 법령 및 규제 준수를 기반으로 안전보건성과를 관리하고 지속적인 개선이 이루어질 수 있도록 책임을 다하고 있습니다.

• 안전보건경영 거버넌스



경영진 역할

롯데쇼핑의 경영진은 전사 안전보건경영 체계가 현장에서 효과적으로 작동할 수 있도록 실질적인 실행과 운영을 총괄하는 핵심 역할을 수행하고 있습니다. 각 사업부의 안전보건관리책임자를 중심으로 현장 리스크를 점검하고 예방 중심의 관리방안을 수립·이행하며, 임직원과 고객의 안전을 확보하기 위한 정책과 프로그램을 적극 지원하고 있습니다. 또한 안전보건 관련 법령과 규제에 대한 준수 여부를 지속적으로 모니터링하고 주요 실적 및 계획은 매년 이사회에 보고하여 투명하고 책임 있는 경영이 이루어질 수 있도록 관리·감독하고 있습니다.

실무조직 역할

롯데쇼핑은 고객과 임직원을 포함한 모든 이해관계자의 안전을 최우선으로 고려하여 전사적인 안전보건 체계 강화와 지속적인 안전보건 관리 활동을 적극 추진하고 있습니다. 임직원의 건강 증진과 근로환경 개선, 그리고 고객의 안전 확보를 위해 본사를 비롯한 전 사업장에 안전관리 전담 조직을 설치하고 있으며, 정기적이고 전문적인 안전 진단을 통해 위험 요인을 사전에 발굴하고 신속하게 개선 조치를 이행하고 있습니다. 또한 안전보건 관련 법령 및 규제 동향을 면밀히 모니터링하여 철저히 준수하고 있으며 고객과의 접점에 있는 임직원의 실무 역량을 높이기 위해 다양한 안전보건 교육 프로그램도 함께 운영하고 있습니다.

산업안전보건 협의체

롯데백화점, 롯데마트·슈퍼는 분기별로 산업안전보건위원회를 운영하며, 사업장 내 안전·보건과 관련된 중대 이슈를 심의하고 있습니다. 위원회 운영 시에는 현장 업무 종사자의 의견을 적극 청취하여 실질적인 리스크와 개선사항을 반영하고 있으며 이를 통해 보다 현실적이고 실행력 있는 안전보건 대책을 마련하고 있습니다. 각 사업부에서 심의된 안전보건 이슈 및 관련 리스크는 분기별 1회 롯데쇼핑 안전보건협의체를 통해 전사 안전보건 담당 조직과 공유되며, 이를 기반으로 전사 차원의 일관된 안전보건 관리체계를 구축하고 대응 역량을 지속적으로 강화해 나가고 있습니다.

INTRODUCTION

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

- 인권경영
- 인재경영
- **안전보건경영**
- 품질경영
- 지속가능한 공급망
- 사회공헌

GOVERNANCE

APPENDIX

안전보건경영

안전보건 추진 전략

안전보건 관리 기반 조성

안전보건경영 정책

롯데마트·슈퍼는 조직과 역할을 체계적으로 정립하고, 작업장 내 위험요소를 효과적으로 제거·관리하기 위해 안전보건경영 정책을 제정하여 운영하고 있습니다. 본 정책은 임직원은 물론 파트너사를 포함한 사업장 내 모든 구성원에게 적용되며, 파트너사에도 정책의 적극적인 이행을 권고하고 있습니다. 해당 정책은 대표이사의 승인 하 제·개정이력을 관리하고 있으며 홈페이지에 투명하게 공개하고 있습니다.

롯데백화점, 롯데e커머스 또한 임직원, 파트너사, 고객 등 다양한 이해관계자의 안전을 최우선 가치로 두고, 안전한 근로환경 조성을 목표로 안전보건경영 방침을 수립하였습니다. 이를 기반으로 사전에 위험요소를 식별하고 체계적으로 관리하는 안전보건 활동을 전개하고 있으며 지속적인 모니터링과 개선을 통해 실질적인 안전 수준 향상을 추구하고 있습니다.

LINK 롯데백화점 안전보건경영 방침

LINK 롯데마트·슈퍼 안전보건경영 정책

LINK 롯데e커머스 안전보건경영 방침



안전보건 교육 실시

롯데쇼핑은 임직원 모두가 안전에 대한 올바른 인식을 바탕으로 실질적인 대응 역량을 갖출 수 있도록 산업안전보건 교육을 전 임직원 필수 과정으로 운영하고 있습니다. 이는 단순한 법적 준수를 넘어 근로환경 전반에 걸친 리스크 예방과 사고 대응 능력 강화를 위한 핵심적인 기반으로 작용하고 있습니다.

롯데백화점은 사업장 내 안전사고 예방과 근로자 보호를 위한 안전보건 역량 강화를 목적으로 다양한 수준의 교육 프로그램을 체계적으로 운영하고 있습니다. 전 임직원을 대상으로 한 법정 안전보건교육을 전원 이수 완료하였으며 각 팀장을 대상으로 한 관리감독자 교육, 점장 및 안전관리부문을 대상으로 한 안전보건관리책임자 교육 등 직책별 교육을 병행하여 역할에 맞는 안전관리 역량을 높이고 있습니다.

또한 ISO 45001 내부심사원 양성교육을 통해 현장의 자율적 점검 및 개선 역량을 강화하고 있으며, 사업장 안전보건관리(담당)자 간담회 및 직무교육도 정기적으로 운영하여 실무자 간 정보 공유 및 실질적 문제 해결 방안을 모색하고 있습니다.



소방 법정교육(롯데백화점)

롯데마트·슈퍼는 산업재해 예방을 위해 산업안전보건 교육을 정기적으로 실시하고 있습니다. 2024년에는 전 임직원을 대상으로 분기별 정기 근로자 교육을 포함해 신규 채용 시에도 안전보건 관련 교육을 필수 이수하도록 하여 근무 초기부터 안전 의식을 내재화하고 있습니다. 또한 분기별로 안전관리부문 직무교육을 실시하여 담당자의 안전관리 전문성을 높이고 있으며, 관리책임자 및 관리감독자를 대상으로 한 법정 교육도 각각 2년 1회, 연 1회 주기로 운영하고 있습니다. 이와 더불어 위험성평가 담당자 교육을 통해 사업장 내 안전사고 발생 위험성을 사전에 식별, 예방할 수 있는 역량을 제고하고 있습니다.

롯데e커머스는 안전보건 담당자의 전문성 강화를 위해 ISO 45001 심사원 교육 및 내부심사원 교육을 이수하도록 하고 있으며, 이를 통해 안전보건경영시스템의 운영 역량을 확보하고 있습니다. 또한 신규 및 경력 입사자를 대상으로 '소방안전교육'을 필수 교육 과정으로 운영하여 임직원이 비상 상황 발생 시 신속하고 적절하게 대응할 수 있는 역량을 갖출 수 있도록 지원하고 있습니다.



분기별 안전관리부문 직무교육(롯데마트·슈퍼)

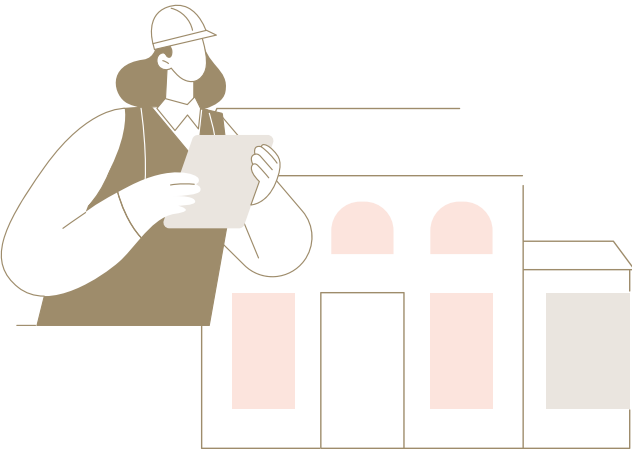
안전보건경영

안전보건 추진 전략

안전보건 관리 기반 조성

안전보건경영 추진 목표

롯데쇼핑은 체계적인 안전보건경영을 위해 롯데백화점, 롯데마트·슈퍼, 롯데e커머스를 포함한 전 사업부에서 2024년부터 2026년까지의 중장기 안전보건 추진 목표를 수립하고 관리하고 있습니다. 각 사업부는 자사 운영 특성과 리스크 요인을 고려하여 연간 목표를 설정하고 이를 기반으로 안전보건 관리 체계를 강화하고 있으며, 전사 차원에서는 목표 이행 현황을 정기적으로 점검하고 성과를 분석하여 조직 전반에 안전보건경영이 실질적으로 내재화될 수 있도록 지원하고 있습니다. 이를 통해 롯데쇼핑은 모든 구성원이 일상 속에서 안전을 체감할 수 있는 근무환경을 조성해 나가고 있습니다.



• 중장기 안전보건 목표

구분	2024년	2025년	2026년
	안전보건 활동 고도화	안전보건 지속성장형 체계 구축	스마트 안전보건체계 정착
백화점	• 위험성평가 상시 평가 전환으로 전 사업장 분기 1건 이상 유해-위험요인 개선 • ISO 45001 인증 취득 • 인공지능(AI) 화재감시 시스템 확대 도입: 29개 사업장, 221개 채널 • 전기화재 예방을 위한 아크차단기 1,200개 시범 적용	• ISO 45001 인증 사업장 확대 (54개 지점 → 67개 사업장) • 해외 사업장(4개 지점) 안전보건체계 구축 • 전문 산업안전관리 대행업체 일원화(23개 지점) • 인명사고 예방을 위한 이산화탄소 소화설비 안전장치 설치(8개 지점) • 전기차 화재 진압용 살수시설 설치(2개 지점)	• ISO 45001 내부심사원 교육 수료(67개 사업장 담당자) • 해외사업장(4개 지점) 산업안전보건 수행현황 평가 실시 • 산업안전보건 법정서류 지류 작성·관리문서 전산화 - 대상 항목: 위험성평가, MSDS, 순회점검 • 위험 기계기구 사용 시 휴먼에러 예방을 위한 LOTO(Lock-Out, Tag-Out) 시스템 적용
	지점 안전보건관리 체계 강화	지점 안전보건관리 소통 및 교육 강화	안전보건체계 생활화
마트·슈퍼	• KPIs 내 안전보건관리 평가 대상 항목 확대 • ISO 45001 심사원 교육 및 자격 취득 확대 • 파트너사 합동 위험성 평가 실시 • 스마트 안전관리: 스마트 에어백조끼 지급, VR 교육 등 • 임직원 건강증진활동 확대 실시 • 임직원 응급의료기기 보급	• ISO 45001 인증: 마트·슈퍼 통합심사 진행 • 위험성 평가 동영상 매뉴얼 제작 및 배포 • 취약 구역 근로자 온열 질환 대비 보냉장구 보급 • 임직원 대상 전문 심리상담 서비스 제공 • 관리감독자 대상 심폐소생술 교육 및 자격취득 지원	• ISO 45001 인증 사후 심사 • 도급사 순회점검 및 합동점검 강화 • 사업장 중앙통합관제 시스템 도입 • 검품장 온열질환 예방을 위한 휴게부스 확대 도입 • 작업장 내 유해물질 관리 강화(MSDS, 교육 등) • 작업장 질병 발생률 감소 대책 추진
	안전보건경영 시스템 도입 및 운영	안전보건 지속가능 체계 구축	안전보건관리 체계 강화
e커머스	• ISO 45001 인증 취득 • 건강관리실 상시 운영	• 안전보건조직 전문화 교육 이수 • 종사자 의견청취 채널 운영(안전신문고)	• 테마별 점검 제도 수립(화재, 넘어짐, 떨어짐, 근골격계질환 등) • 안전보건경영시스템 매뉴얼 고도화 • ISO 45001 갱신 심사(~2027)

안전보건경영

안전보건 리스크 관리

안전보건 관리 활동

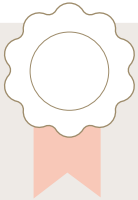
안전보건경영시스템 제3자 인증

롯데마트·슈퍼는 사업장 및 전 점포를 대상으로 국제표준 안전보건경영시스템인 ISO 45001 인증을 취득하고 이를 지속적으로 유지하며 운영하고 있습니다. ISO 45001은 근로자의 안전과 건강을 보호하고 산업재해 및 직업병을 예방하기 위한 글로벌 표준으로, 롯데마트·슈퍼는 인증을 통해 체계적인 안전보건경영체계를 구축하고 각 점포와 사업장의 위험 요인을 사전에 식별·관리하는 프로세스를 정착시켰습니다. 또한 정기적인 내부 심사와 외부 인증기관의 사후 심사를 통해 안전보건 시스템의 실효성과 지속 가능성을 점검하고 있으며 이를 바탕으로 근로자와 고객 모두가 안심할 수 있는 사업장 환경을 조성하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

• ISO 45001 인증 취득 현황

인증규격
ISO 45001: 2018

인증기관
한국국제규격인증원



인증범위 및 기간

롯데백화점 · 범위: 백화점, 아울렛, 쇼핑몰의 운영
· 기간: 2024.09.09 ~ 2027.09.08

롯데마트 · 범위: 식품품, 생활용품의 판매
· 기간: 2024.12.23 ~ 2027.12.26

롯데e커머스 · 범위: 전자상거래 플랫폼 운영, 온라인 쇼핑센터 및 물류센터 운영
· 기간: 2024.09.02 ~ 2027.09.01

사업장 안전진단

롯데쇼핑은 임직원과 고객의 안전을 최우선으로 고려하여, 안전관리 전문 인력을 배치해 주요 시설물에 대한 정기적인 점검 및 관리를 실시하고 있습니다. 또한 중대재해처벌법 시행령 제4조 제5호에 따라 전 사업장을 대상으로 반기 1회 이상 안전관리 현황을 평가하고 그 결과와 개선 사항을 대표이사에게 보고함으로써 체계적인 안전관리 체계를 구축하고 지속적으로 고도화해 나가고 있습니다.

롯데백화점은 매년 반기별로 백화점 29개 점포와 아울렛 21개, 쇼핑몰 4개 점포를 대상으로 산업안전보건 이행 현황을 점검하고 식별된 유·위험요인에 대해 적절한 개선 조치를 이행하고 있습니다. 해당 점검을 통해 각 사업장의 안전보건 업무 이행 상태를 확인하고 종사자 의견을 수렴하는 등 실질적인 안전보건 관리 활동을 수행하고 있습니다.

• 2024 사업장 안전진단 결과

롯데백화점 ¹⁾						
구분	백화점		아울렛		쇼핑몰	
	상반기	하반기	상반기	하반기	상반기	하반기
S등급 (95점 이상)	22개	17개	16개	11개	2개	0개
A등급 (90점 이상)	8개	12개	5개	10개	2개	3개
B등급 (90점 미만)	0개	0개	0개	0개	0개	1개

1) 위험요인 발굴 지점 수 기준

2024년 하반기 평가 결과, 총 28개 지점이 S등급을 취득하였으며 일부 미흡사항이 발견된 사업장에 대해서는 즉시 개선조치 이행 계획을 수립하였습니다.

롯데마트·슈퍼는 전 사업장의 안전 수준을 지속적으로 점검하고 개선하기 위해 매년 정기적인 위험성 평가와 안전진단을 실시하고 있습니다. 진단을 통해 발굴된 위험요인은 위험도에 따라 3단계로 분류하여, 고위험 및 중위험 요인은 신속히 개선 조치를 완료하고, 저위험 요인은 지속적으로 모니터링하여 상황 변화에 신속히 대응할 수 있도록 관리하고 있습니다. 또한, 구조적 개선이 필요한 항목에 대해서는 단계별 중장기 개선계획을 수립하여 체계적으로 관리하고 있습니다. 이를 통해 롯데마트·슈퍼는 근로자의 안전을 최우선으로 고려한 근무환경을 조성하고, 산업재해 예방을 위한 선제적 대응체계를 강화해 나가고 있습니다.

롯데마트·슈퍼 ²⁾				
구분	마트		슈퍼	
	상반기	하반기	상반기	하반기
위험성평가	839건	922건	126건	114건
안전진단	총 114점 점포당 평균 9.8건		총 197점 점포당 평균 3.9건	

2) 위험요인 발굴 건수 기준

안전보건경영

안전보건 리스크 관리

안전보건 관리 활동

시설안전 통합관리 시스템

롯데백화점은 안전보건과 시설안전의 통합적인 관리를 위해 SE-FMS를 도입하여 운영하고 있습니다. 학습형 인공지능(AI)을 활용해 화재 감시 기능을 고도화하였으며, 특히 지하주차장 내 화재 발생 시 자동으로 배기 팬이 작동하도록 설계되어 화재 확산을 최소화하고 신속한 초기 대응이 가능하도록 하고 있습니다. 또한 전기차 화재의 특수성을 고려하여 롯데백화점은 차량 하부에 직접 물을 분사할 수 있는 직수 장치를 자체적으로 제작·설치하였습니다. 이를 통해 일반 차량보다 어려운 전기차 화재 진화 작업을 보다 빠르고 효과적으로 수행할 수 있도록 대응 체계를 강화하고 있습니다.

롯데마트는 시설관리 통합시스템(FEMS)을 통해 시설물의 점검과 안전 관리 전 과정을 체계화하여, 사업장 내 안전사고를 사전에 예방하고 있습니다.

안전관리 투자

롯데백화점, 롯데마트·슈퍼는 안전한 사업장 환경 조성과 임직원의 건강 증진을 위해 매년 안전보건 관련 예산을 편성하고 체계적으로 집행하고 있습니다. 각 사업부는 시설물 정기 점검, 노후 설비 개선, 안전장비 확충 등 현장 중심의 안전관리 투자는 물론, 근로자 건강 관리를 위한 프로그램 운영 및 의료 지원 등 건강 증진 활동에도 적극적으로 예산을 투입하고 있습니다.

구분	백화점	마트·슈퍼
시설점검	1,364.0	431.5
시설 및 안전보건 투자	333.4	138.5
안전보건 관리체계	0.5	0.5
중대(시민)/산업재해 예방	65.7	73.9
안전보건 교육	0.4	1.4

임직원 건강증진

롯데쇼핑은 임직원의 건강한 근무환경 조성과 질병 예방을 위해 정기 건강 검진을 지원하고 있으며 검진 결과 유소견자로 판정된 임직원에 대해서는 사후 관리까지 체계적으로 운영하고 있습니다. 유소견자에게는 추가 정밀 검사 안내 및 전문의 상담 연계 등을 통해 건강 상태를 지속적으로 점검할 수 있도록 지원하고 있으며 이를 통해 질환의 조기 발견과 예방은 물론 임직원의 건강 증진과 복지 향상에 기여하고 있습니다.

롯데백화점은 새롭게 개편한 복지제도 웰페어월렛을 통해 임직원 본인의 건강검진 뿐만 아니라 가족 대상으로 건강검진 혜택을 확대하였으며, 리조이스 심리상담소와 연계하여 임직원 본인 및 가족들의 심리건강을 위한 다양한 프로모션을 제공하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 임직원의 심리적 안정과 건강한 근무환경 조성을 위해 전문 심리상담 서비스를 제공하고 있으며, 정기적인 직무스트레스 평가 및 교육을 통해 스트레스 요인을 사전에 파악하고 해소할 수 있도록 지원하고 있습니다.

롯데e커머스는 임직원은 물론 파트너사 직원을 대상으로도 상시 운영 되는 건강관리실을 통해 다양한 건강상담 및 응급 대응 서비스를 제공하고 있으며, 매월 ‘월간 건강백서’를 정기 발간하여 계절별 질병 예방, 생활 건강 팁 등 실용적인 건강 정보를 안내하고 있습니다.

계절별 안전관리

롯데백화점은 계절별 주요 사고 유형에 대비해 다양한 현장 중심의 점검 및 교육 활동을 전개하고 있습니다. 동절기에는 점장 주관 특별교육과 소방 시연회를 통해 화재 예방 및 대응 역량을 강화하고, 동파 방지를 위한 취약지역 난방시설 점검도 병행하고 있습니다. 하절기에는 풍수해 안전대책을 마련하고, 냉동·냉장 설비의 위생 및 안전 관리를 집중적으로 시행하고 있으며, 해빙기에는 구조물 고정 상태와 도로·인도의 침하 여부 등 각종 낙하 및 전도 위험 요인을 사전에 점검하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 계절별 근로자 건강 보호와 작업환경 개선에 중점을 두고 있습니다. 동절기에는 방한장갑, 귀덮개, 넥워머, 핫팩 등 방한용품을 제공하고, 하절기에는 쿨링 조끼, 쿨토시, 이동식 에어컨 등 온열질환 예방을 위한 보호 장비를 지급하고 있습니다. 또한 여름철 고온 환경 속 근로자의 건강 보호를 위해 작업장 내 체감온도계를 자체 개발하여 배포하는 등 작업환경 안전 위험 요인 모니터링을 강화하고 있습니다.

비상상황 대비 조치

롯데백화점은 각종 비상상황에 신속하고 효과적으로 대응하기 위해 실전 훈련 및 기술 기반의 예방 체계를 구축하고 있습니다. 전 점포에서는 정기적으로 비상대기조 출동훈련, 승강기 내 인명 구출훈련, 풍수해 대응 훈련, 비상 대피훈련, 심폐소생술 실습 등을 실시하여 실제 상황 발생 시 대응 역량을 강화하고 있습니다. 또한 전기차 화재 대응 체계 고도화를 위해 초동조치 장비를 보강하고, AI 기반 기술을 도입하여 CCTV 영상 분석을 통해 실시간으로 연기나 불꽃을 감지하는 등 화재의 조기 인지와 대응 시스템을 한층 정교화하고 있습니다. 이와 함께 정전 및 화재 예방을 위한 전기설비 정밀 진단을 주기적으로 실시하고 있으며, 전기 사고 예방을 위한 아크 차단기를 도입하는 등 설비 중심의 예방 조치 또한 강화하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 매장 내 안전사고 예방과 비상상황 대응 역량 강화를 위해 다양한 현장 중심의 안전관리 활동을 전개하고 있습니다. 화재 및 폭발 위험 예방을 위해 매장 및 물류 후방 공간에 배터리 보관함을 지급하여, 배터리의 안전한 보관 및 관리 체계를 구축하고 있으며, 이를 통해 화재 발생 가능성을 사전에 차단하고 있습니다. 또한 비상상황 발생 시 즉각적인 초기 대응이 가능하도록 점장 및 본사 임원을 대상으로 심폐소생술 교육을 실시하고 있으며, 전 지점 안전관리자에게 심폐소생술 강사 자격을 취득하게 함으로써 위급 상황에서 생명을 구할 수 있는 기본 응급조치 역량을 갖추 수 있도록 지원하고 있습니다.

품질경영

품질경영 거버넌스

거버넌스 역할과 책임

경영진 역할

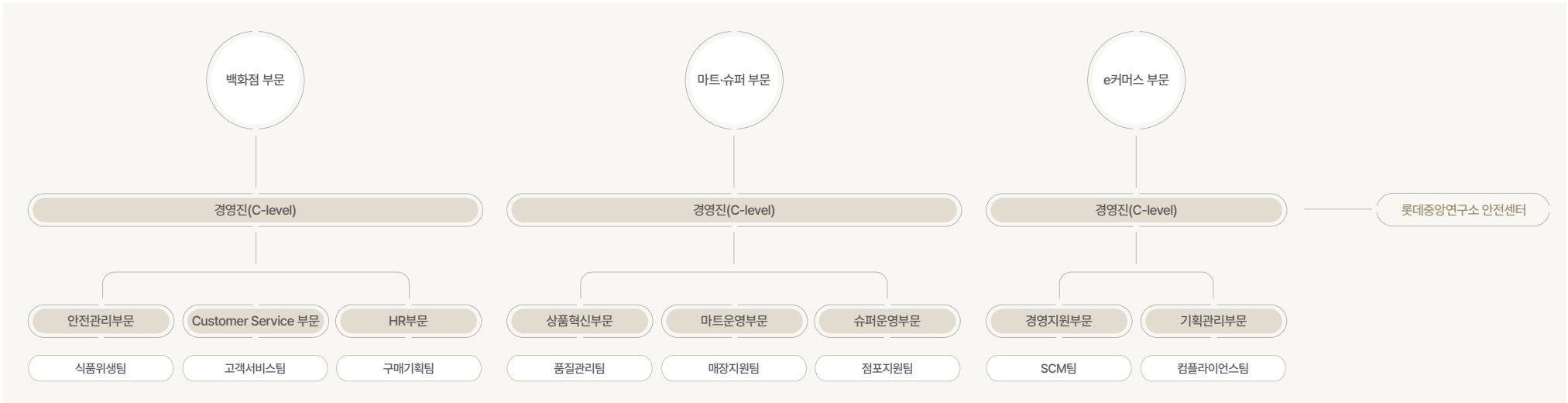
롯데쇼핑의 경영진은 유통 전과정에 대한 최종 결정권자로서 회사가 제공하는 상품 및 서비스가 고객과 지역사회의 안전, 건강, 편의에 직접적인 영향을 미친다는 사실을 인지하고 있습니다. 이에 따라 상품 및 서비스의 품질, 안전과 관련된 평가 프로세스를 구축하고 이행하도록 관리하고 있으며, 철저한 품질 경영을 실천하기 위해 적극 지원하고 있습니다.

실무조직 역할

롯데쇼핑은 상품·서비스의 품질 향상과 안전성 확보를 위해 유통 전과정에 걸친 평가 및 관리 프로세스를 구축하여 이행하고 있습니다. 상품의 매입부터 유통, 판매에 이르기까지 각 단계마다 적절한 품질·안전 점검을 실시하고 있으며, 롯데중앙연구소 안전센터와의 협업을 통해 점검 및 관리 수준을 고도화해 나가고 있습니다. 또한 고객과의 접점 관리를 통해 고객의 이익과 권리를 보호하고, 혁신적인 고객 경험 제공을 위한 상품·서비스 전략을 기획, 운영하고 있습니다.



• 품질경영 거버넌스



품질경영

품질경영 전략

품질관리 체계

품질·안전관리 프로세스

롯데쇼핑은 각 사업부의 품질안전관리 담당부서와 롯데중앙연구소 안전센터(이하 롯데안전센터)를 중심으로 유통 전반에 걸친 통합 품질·안전 관리체계를 구축하고 있습니다. 롯데쇼핑이 유통하는 모든 상품은 엄격한 검증 절차를 거쳐 매입되며, 자체 기획 상품(PB)의 경우 원재료 수급부터 제조, 유통, 판매에 이르기까지 모든 단계에서 품질·안전 점검을 실시하고 있습니다. 또한 각 사업부와 롯데안전센터, 정부기관 간 긴밀한 협력 체계를 통해 유통 및 소비 전 과정을 실시간으로 모니터링하고 있으며, 품질·안전 관련 이슈가 발생할 경우 즉각적인 대응이 가능하도록 관리하고 있습니다.

● 상품 주기별 품질·안전관리



1) 각 사업부의 유통체계에 따라 별도 시행

품질경영 기반 조성

롯데안전센터

롯데쇼핑은 보다 안전한 상품 유통을 위해 롯데안전센터와 협력하고 있습니다. 롯데안전센터는 롯데그룹 유통 계열사의 매장 위생 및 상품 안전성을 확보하기 위한 전문 연구기관으로, 2009년 정식 출범 이후 지속적인 투자와 인재 육성을 통해 국내 유통업계 최고 수준의 상품 분석 인프라를 구축하고 있으며, 상품 점검, 분석, 교육 등 다양한 분야에서 우수한 전문 연구 인력을 보유하고 있습니다. 롯데안전센터는 국내 관련 법규 및 국제 식품안전경영시스템에 기반한 독자적인 위생·안전관리 체계를 구축하고 있으며, 이를 바탕으로 정기적인 현장 점검을 통해 매장의 위생 상태를 진단하고 개선을 지원하고 있습니다. 또한 데이터 기반의 다양한 DT 시스템의 개발 및 도입과 지속적인 연구를 통해 PB 상품에 대한 사전 검사, 정기 및 기획 검사 등의 상품 안전성 검사 수준을 고도화해 나가고 있습니다. 롯데쇼핑은 2024년 한 해 동안 롯데안전센터를 통해 총 14,586건의 상품 안전성 검사를 수행했으며, 엄격한 품질 및 안전 기준의 적용과 신뢰성 제고를 위해 동일한 상품이라도 정기적으로 안전성 검사를 실시하고 있습니다.

● 안전성 검사 현황

구분	2022	2023	2024
식품	4,684	7,703	6,892
비식품	12,528	8,994	7,694
합계	17,212	16,697	14,586

스마트 안전관리 시스템

롯데쇼핑은 스마트 안전관리 시스템을 도입하여 매장의 위생 및 상품안전 관리 수준을 체계적으로 점검, 개선하고 있습니다. 롯데안전센터의 식품 위생 점검 및 안전정보 통합 플랫폼 'Hi Genie'를 활용해 매장별 데이터를 수집하고 관리 수준과 리스크를 분석, 관리합니다. 또한 2024년 개발, 도입한 생활용품 안전 셀프체크앱 'L.Scan'을 통해 매장 직원이 상품을 스캔하면 안전 인증 정보, 유효기간, 리콜 이력 등을 즉시 확인할 수 있어 상품 안전성을 수시로 점검하고 리스크를 신속하게 식별·대응할 수 있도록 지원합니다. **롯데마트**는 냉장·냉동고에 IoT 기반 스마트 센서를 설치해 온도, 문 열림, 전력 사용량 등을 중앙 관제실에서 실시간으로 관리하고 있으며, 유통사 최초로 스마트 HACCP 인증을 획득했습니다. 또한 매장 내 즉석조리 시설에도 스마트 모니터링 시스템을 적용해 실시간으로 작업 안전성을 점검, 관리하고 있습니다.

품질·안전 교육

롯데쇼핑은 글로벌 시장의 품질·안전 기준 고도화 요구에 대응하기 위해 품질·안전 직무를 대상으로 교육을 실시하고 있습니다. 상품의 위생·안전 관련 법·규제 동향, 품질 관련 인증체계, 수출제품 품질·안전 관리, 파트너사 관리 등 직무 역량 강화를 위해 필요한 내용으로 구성하고 있으며, 2024년 2,415명을 대상으로 실시했습니다. **롯데마트·슈퍼**는 2024년 OEM 파트너사를 대상으로 품질·안전 법규와 롯데쇼핑의 품질 기준 준수사항을 공유함으로써 리스크를 예방하기 위해 온오프라인 교육을 실시했습니다.

품질경영

품질경영 리스크 관리

제품 품질관리

품질위생 지도

롯데백화점은 전국 백화점, 쇼핑몰, 아울렛에 입점해있는 파트너사를 대상으로 지점 및 지역별로 지정된 품질평가사를 통해 품질위생 지도를 시행하고 있습니다. 품질위생 지도는 롯데중앙연구소 안전센터와의 협력을 통해 각 지점과 파트너사의 운영 특성에 맞춘 평가 계획을 수립하여 실시됩니다. 안전센터와 품질평가사의 교차 점검을 통해 평가, 개선 계획 수립, 개선조치 이행 및 점검에 이르는 전 과정이 체계적으로 관리되고 있으며, 위생·안전 점검 통합 플랫폼 'Hi Genie'에 점검 결과를 등록하고 있습니다.

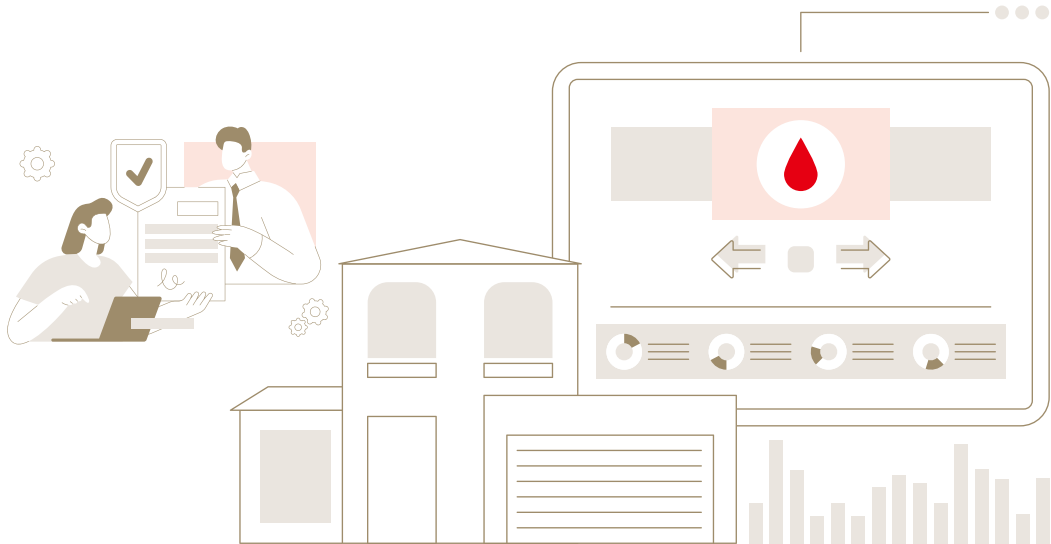
• 2024 품질위생 지도 현황

구분	단위	2024
품질평가사	명	43
평가 대상 파트너사	개사	2,285
품질위생 지도	회	2,667
	시간	106,680



이물질 혼입 검사

롯데쇼핑은 식품에 이물질이 혼입되는 것을 방지하기 위해 롯데안전센터의 이물질 표준 분석절차에 따라 점검하고 있습니다. 동·식물조직의 DNA 분석과 플라스틱류의 Pyrolyzer GC/MS 신규 분석 기술을 적용하여 판별할 수 있는 이물질의 범위를 확대해 검사를 실시하고 있으며, 매장에서 이물질 관련 이슈에 신속하고 정확하게 대응할 수 있도록 이물질 분석 사례집을 공유하고 있습니다.



명품 검증시스템

롯데e커머스는 롯데ON의 브랜드 신뢰도를 바탕으로 해외 유명 명품 브랜드 상품을 취급하고 있습니다. 담당 MD가 최신 트렌드를 반영하여 엄선한 브랜드와 상품을 중심으로 이탈리아, 프랑스 등 브랜드의 현지 파트너사와 직접 계약을 맺고 상품을 매입합니다. 이렇게 직매입된 상품은 다시 한번 물류센터에서 전수 검사를 거쳐 진품 여부를 확인한 후, 롯데ON이 직접 매입하고 검증한 상품임을 표기하여 판매되고 있습니다. 그 결과 2023년에 이어 2024년에도 상품의 신뢰성 이슈 또는 컴플레인 한 건도 발생하지 않았습니다.

품질경영

품질경영 리스크 관리

제품 품질관리

신선식품 품질 개선 프로젝트, ‘신선을 새롭게’

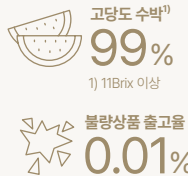
롯데마트는 2022년부터 고객에게 최상의 맛과 품질을 갖춘 신선식품을 안정적으로 제공하기 위해 Lead Fresh TF를 구축하여 ‘신선을 새롭게’ 프로젝트를 추진하고 있습니다. 이 프로젝트는 산지에서 종자 선택 단계부터 상품의 수확, 유통, 진열에 이르기까지 전 과정을 철저히 분석하고 품질 저하 요인을 발굴해 개선함으로써 엄선된 최고 품질의 상품만을 고객에게 제공하는 것을 목표로 합니다.

2022년 프로젝트 시작 이후 과일·축산물·수산물 등 45개 품목을 대상으로 총 220건의 개선 과제를 도출하여 이행하고 있으며, 2024년 연말 기준 31개 품목에 대한 리뉴얼을 완료했습니다. 또한 베트남 법인까지 프로젝트 범위를 확대하고 사과, 연어 등 7개 품목에 대해 50건의 개선 과제를 도출하여 이행하고 있습니다. 앞으로도 롯데마트는 ‘신선을 새롭게’ 프로젝트와 더불어 국내외 사업장의 특성에 맞춘 다양한 Lead Fresh 캠페인 활동을 기획, 진행할 계획입니다.

Case 2 삼겹살

롯데마트는 삼겹살 품질보증을 위해 2024년 2월 POC 테스트를 실시하고, 2025년 1월부터는 ‘SAFE AI’를 활용하여 모든 상품을 직접 검수한 후 판매함으로써 일관성 있는 기준에 따라 고품질의 상품을 제공하고 있습니다. 신선혁신센터에서 삼겹살의 단면을 촬영하고 인공지능(AI) 학습 기술을 적용하여 과지방 상품 판매를 사전에 차단하고 있으며, 입고 시 샘플 상품의 검사 횟수를 두 배로 확대했습니다. 또한 지속적으로 품질을 유지할 수 있도록 AI 선별 검사를 통해 얻은 상품의 이력정보를 관리하고 있으며, 고객이 상품의 상태를 눈으로 직접 확인할 수 있도록 모두 펼쳐서 포장하고 있습니다.

Case 1 과일



롯데마트는 고품질 상품의 유통을 위해 현지 유통센터와 협력하여 인공지능(AI) 기반 선별 시스템을 도입·운영하고 있습니다. 이 시스템은 기존 비파괴 당도 선별기에 딥러닝 기술을 접목한 자동화 농산물 품질검사 시스템으로, 선별 기준의 객관성과 정밀도를 높여 품질 신뢰도를 한층 강화했습니다. 2022년에는 유통업계 최초로 AI 선별 기술을 적용한 멜론과 사과를 출시하였으며, 현재는 기계 선별이 가능한 품목 중 90% 이상에 해당 기술을 적용해 일정 수준 이상의 맛과 품질을 안정적으로 유지하고 있습니다¹⁾ 앞으로도 롯데마트는 AI 선별 시스템 적용 품목을 확대하고 과일의 품종 선택, 재배, 선별, 보관, 진열 등 유통 전 과정을 정밀하게 분석하고 개선해 나감으로써 신선식품 전반의 품질 경쟁력을 강화해 나가고자 합니다.

1) 수박, 참외, 복숭아, 포도 등 9개 품목



Case 3 한우

롯데마트는 축산 부문의 유통 구조 혁신을 통해 고품질의 한우를 합리적인 가격에 제공하고 있습니다. 산지 공판장에서 MD가 직접 경매에 참여해 유통 단계를 줄이고 품질 관리를 강화했습니다. 유통 구조 개선의 대표적인 성과로 2022년 론칭한 하이엔드 한우 브랜드 ‘마블나인’은 1++ 등급 중에서도 최고 수준의 BMS No.9 등급만을 취급하고 있습니다. 2024년 2월 마블나인의 한우 등심은 한국축산품질평가원의 2월 소비자 가격 평균 대비 약 14% 저렴한 가격에 판매됐습니다. 또한 롯데마트는 친환경 무항생제 한우와 ‘깨끗한 축산농장’ 인증 상품도 운영하고 있으며, 축산농장 상품의 경우 축산환경관리원과 농림축산식품부의 엄격한 검증을 거친 원물과 사육환경을 갖춘 농가의 한우만을 취급하고 있습니다.

Case 4 샤인머스켓

국내에 이어 베트남으로 Lead Fresh 활동을 확대하면서 한국 농산물 수출 활성화를 위해 현지 고객에게 인기가 높은 한국산 샤인머스켓을 공급했습니다. 한국 법인과 베트남 법인의 통합 소싱을 통해 고품질의 샤인머스켓을 합리적인 가격에 제공하고 있으며, 2024년 하반기 샤인머스켓 매출은 약 4.9억 원으로 전년 대비 60% 증가했습니다. 앞으로도 배, 참외 등 통합 소싱 품목을 확대해 한국 농산물의 수출 경쟁력을 높여갈 계획입니다.

품질경영

품질경영 리스크 관리

제품 안전관리

식품군 안전관리

롯데마트·슈퍼는 철저한 식품 안전관리를 통해 고객이 신뢰할 수 있는 먹거리를 제공하고 있으며, 특히 기온 및 습도가 급격히 상승하는 하절기에는 위생 리스크에 선제적으로 대응하기 위해 관리 수준을 강화하고 있습니다. 하절기 식품군 중점 관리 기간을 설정하고 롯데안전센터와 협력하여 위해도에 따라 3단계로 구분된 위생관리 등급 체계를 활용해 고위험 식품군을 집중 관리하고 있습니다. 특히 초밥, 김밥 등 즉석 섭취 식품의 경우 유통시간을 단축해 신선도를 유지하고 있으며 매장 불시 점검을 통해 정리정돈, 위생 등 매장 관리 기준 준수여부를 철저히 확인하고 있습니다.

조리시설 위생관리

롯데마트·슈퍼가 그랑그로서리 전문 매장으로의 전환을 통해 신선식품 및 조리식품군을 확대하면서 매장 내 조리시설의 위생 및 안전관리의 중요성이 더욱 커지고 있습니다. 이에 따라 조리시설에서 생산되는 상품의 품질안전을 확보하기 위해 정기적인 위생 점검을 실시하고 있습니다. 롯데안전센터와 함께 조리시설의 위생 상태와 관련 법·규제 준수 여부를 상시로 확인하고, 원재료 및 완제품에 대한 상시 모니터링을 수행합니다. 또한 매장마다 품질감독관(QSV)을 선임하여 정기 위생 점검을 실시하고 있습니다. 품질감독관은 점검 결과를 위생·안전 점검 통합 플랫폼 'Hi Genie'에 등록하여 관련 이슈 발생 또는 잠재적 위험요인 식별 시 즉각적으로 대응할 수 있도록 하고 있습니다.

유통길목 검사

롯데마트·슈퍼는 즉석 섭취 식품의 안전성 확보를 위해 물류센터에서 매장에 입고 되기 전 유통길목 검사를 실시하고 있습니다. 식품에 사용된 원재료를 대상으로 대장균 및 식중독균 등 주요 미생물에 대한 검사를 수행하고 있으며, 특히 생굴의 경우 유통사 최초로 양식장별 이력관리 체계를 수립하여 유전자 분석기법을 통해 노로바이러스를 엄격하게 관리하고 있습니다. 또한 신선품질혁신센터를 통해 입고 단계에서 철저한 잔류농약 검사를 진행하여 기준치를 초과하는 농산물이 발견될 경우 해당 상품의 유통을 즉시 중단하고 개선을 통해 안전성이 확보된 이후 유통을 재개하고 있습니다.

생활화학제품 관리

롯데마트·슈퍼가 고객에게 안전하고 적절한 생활화학제품을 제공하기 위해 상품의 규격과 성분 등을 엄격하게 제한, 검토하고 있습니다. 특히 PB 상품의 경우, 국내 법·규제를 기반으로 상품 특성에 따른 위해도, 사용 연령, 안전성 관련 최신 이슈 등을 고려하여 관리 등급을 설정하고 상품 유형별 기준을 수립하여 높은 안전성을 확보하고 있습니다. 2024년 연말 기준, 롯데마트·슈퍼의 PB 상품 중 '오늘좋은' 4종이 생활물질저감 우수 제품으로 인증을 받았습니다.¹⁾ 또한 2017년부터 생활화학제품 안전관리 자발적 협약에 참여해 안전성에 대한 기업의 책임의식을 제고하고, 상품 전 성분을 환경부 홈페이지에 공시하여 소비자에게 투명하게 정보를 전달하고 있습니다.

1) '오늘좋은' 과탄산소다, 베이킹소다, 습기제거제, 에탄올 워셔액

온라인 상품 관리

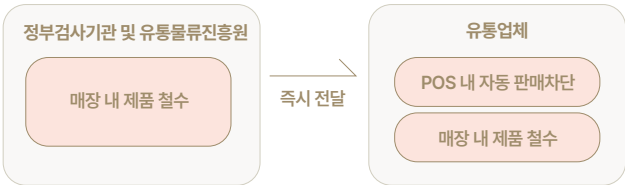
롯데e커머스는 입점 파트너사의 상품 등록 시, 전기제품/어린이제품/생활화학제품 등 안전 관련 인증 정보를 필수로 등록해야 하는 상품의 유효성 검증 절차를 진행하고 있습니다. 특히 전기제품과 어린이제품에 대해서는 롯데안전센터와 협력하여 KC 인증 여부를 확인하고 있습니다. RPA¹⁾ 시스템을 활용해 판매 시작 후 3일 이내에 모니터링이 완료되도록 하고 있으며 롯데안전센터의 2차 검증을 통해 부적합 상품을 식별합니다. 부적합 판정을 받은 상품이 있을 경우 판매자 및 영업 담당자에게 즉시 수정 및 보완요청 알림을 발송하고 있으며, 기한 내 시정 조치가 이루어지지 않을 경우 판매가 중단됩니다.

1) Robotic Process Automation

위해상품 판매차단

롯데쇼핑은 고객의 안전한 소비생활을 위해 2009년 유통업계 최초로 위해상품 판매차단 시스템을 도입했습니다. 이 시스템은 국가기술표준원, 환경부, 식품의약품안전처 등 관계기관이 상품을 수거하여 위해성을 판정하고 관련 정보를 유통사에 전달하면, 매장에서 즉시 해당 상품의 판매가 차단되도록 설계되어 있습니다. 롯데쇼핑은 RPA를 활용해 판매 차단 알림 절차를 자동화하고, 관계기관과의 긴밀한 협조체계를 유지하여 위해상품에 대한 신속한 판매 차단과 함께 후속조치의 효과성을 높이고 있습니다.

• 위해상품 판매차단 프로세스



품질경영

품질경영 리스크 관리

고객 소통

통합 고객센터 운영

롯데쇼핑은 고객 문의에 신속하고 효율적으로 대응하기 위해 온라인 고객센터를 통합하여 운영하고 있습니다. 또한 챗봇, 채팅, 음성 등 다양한 상담 채널을 구축하여 고객의 접근성과 이용 편의성을 높였습니다. 통합 고객센터를 통해 접수된 문의 및 불만 사항에 대한 신속한 대응과 함께, 고객의 입장에서 문제를 미리 찾아내는 선제적 리스크 식별 활동을 병행하여 서비스 품질을 지속적으로 개선하고 고객 중심의 차별화된 서비스 경험을 제공하기 위해 힘쓰고 있습니다.

롯데백화점은 보다 정교하고 개인화된 고객 응대를 위해 통합 고객센터와 더불어 백화점 전용 온라인 VoC¹⁾ 채널을 별도로 운영하고 있습니다. 각 지점에서 접수되는 VoC는 고객상담실을 통해 매일 실시간으로 1:1 상담이 이루어지며, 접수된 사안에 대해서 100% 처리 및 답변하고 있습니다.

1) Voice of Customer

• 통합 고객센터 운영 현황

구분	단위	2024
VoC 접수	건	1,219,740
VoC 처리율	%	100

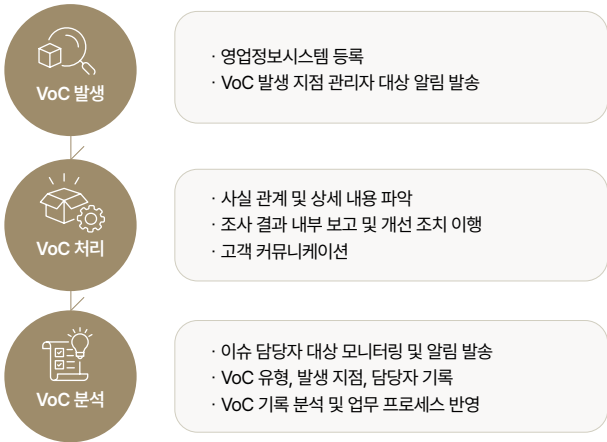
• 온라인 주문 대비 서비스 결함률

구분	2021	2022	2023	2024	2025 목표
서비스 결함률	0.54	0.45	0.39	0.30	0.25

VoC 관리 시스템

롯데쇼핑은 VoC 관리 시스템을 통해 고객의 요구와 불만 사항에 적극적으로 대응하고 서비스 품질의 지속적인 향상을 도모하고 있습니다. 고객센터를 통해 접수된 VoC는 시스템을 통해 즉시 해당 점포에 공유되며, VoC 등록 후 2일 이내에 사실관계를 파악하고 조치하는 것을 원칙으로 운영하고 있습니다. 또한, VoC의 유형, 지점, 발생부서 등 다양한 항목별로 발생 이력을 관리하고 있으며, VoC 분석 보고서를 통해 개선 방안을 수립, 이행하고 있습니다.

• VoC 대응 프로세스



VoC 기반 서비스 개선

롯데백화점은 고객 만족도 제고를 위해 VoC 월별 캘린더를 작성하여 시준별, 상황별 주요 VoC 유형을 식별하고 있습니다. 식별된 VoC는 중대 이슈와 일반이슈로 구분하여 개선 계획을 수립하고 이행합니다. 2024년에는 '서비스 불만족'을 중대이슈로 선정하고, 전 지점에 서비스 전문 강사를 파견해 현장 상황에 맞춘 밀착 코칭과 서비스 개선 지도를 실시했습니다. 그 결과 2024년 관련 VoC가 전년 대비 약 11% 감소했습니다.

롯데e커머스는 고객의 신뢰 회복과 서비스 만족도 향상을 위해 고객센터로 접수된 민원에 신속하게 대응하고 있습니다. 가품, 식품 이물질 혼입·변질, 개인정보 침해 등 상품 및 서비스 품질과 직결된 민감 이슈에 대해서는 관련 부서가 즉시 내용을 확인하고, 영업일 기준 2일 이내 해결하도록 대응체계를 운영합니다. 또한 하자나 불량으로 인해 반품율이 기준치를 초과하는 상품에 대해서는 해당 정보를 실시간으로 MD에게 공유하며, MD는 판매 중단 또는 대체 상품 소싱 여부를 신속히 판단하여 유사한 문제가 반복되지 않도록 조치하고 있습니다.

• 백화점 서비스 불만족 관련 VoC 접수 현황

구분	단위	2023	2024
VoC 접수	건	7,442	6,630

고객만족도 조사

롯데백화점은 고객의 요구를 정확히 파악함으로써 기대에 부응하고 서비스 품질을 지속적으로 개선하기 위해 2023년부터 연 2회 고객만족도 조사를 실시하고 있습니다. 설문 대상은 백화점 이용 빈도와 구매 금액 등의 데이터를 바탕으로 선정하고 있으며, 2024년에는 약 3만 명의 고객이 만족도 조사에 참여했습니다. 고객만족도 조사를 통해 지점별 방문 경험과 서비스 이용 과정에서의 불편사항, 개선 제안 등을 수렴하고 있으며, 이를 기반으로 고객 중심의 서비스 개선 활동을 추진하고 있습니다.

품질경영

품질경영 리스크 관리

고객경험 개선

익일 배송시스템, '내일온(ON)다'

롯데e커머스는 배송 서비스 고도화 작업을 통해 고객 중심의 쇼핑 환경을 구현하고 있습니다. 특히 2024년 3월, 약 1만 개의 상품을 대상으로 론칭했던 익일 배송 서비스 '내일온(ON)다'의 적용 품목을 현재 46만 개 까지 확대하여 운영하고 있습니다¹⁾ 적용 대상 선정 기준 고도화 및 배송 데이터 최적화를 통해 배송 효율성과 정확도를 높이고 있으며, 현재 전체 상품 중 약 55%의 상품에 '내일온(ON)다' 서비스를 적용하고 있습니다. 이와 더불어 당일 배송 서비스인 '오늘온(ON)다'의 도입도 검토 중이며, 고객의 다양한 생활 패턴에 맞춘 맞춤형 배송 서비스 제공을 통해 편의성을 지속적으로 제고하고 있습니다.

아울러 2023년 3월부터는 고객이 직접 배송 일자를 선택할 수 있는 '희망일 배송' 서비스를 운영하고 있습니다. 고객은 최대 30일까지 원하는 날짜를 지정할 수 있으며, 별도의 상담 없이도 지정일에 상품을 수령할 수 있어 대형 상품이 많은 가구 카테고리에서 높은 이용률을 보이고 있습니다. 롯데e커머스는 이와 같은 배송 서비스 개선 노력을 바탕으로 고객의 기대에 부응하는 차별화된 쇼핑 경험을 제공하고자 지속적으로 노력하고 있습니다.

1) 2025년 4월 기준

청약 철회 프로세스 개선

롯데e커머스는 2024년 고객의 쇼핑 편의성을 제고하고 소비자 권익 보호를 위해 청약 철회(주문 취소) 프로세스를 개선했습니다. 고객센터를 거치지 않고도 애플리케이션 내에서 손쉽게 주문을 취소할 수 있도록 방침을 개정했으며, 구매 후에도 배송주소와 상품 옵션을 변경할 수 있도록 개선했습니다.

SCO(Self Check-Out) 시스템 접근성 강화

롯데마트·슈퍼는 고객의 쇼핑 편의성과 이용 경험을 향상시키기 위해 무인계산대(Self Check-Out, 이하 SCO) 기능을 지속적으로 고도화 하고 있습니다. 2024년에는 SCO에서 바로 주차 요금을 결제할 수 있는 주차선정산 기능을 도입하여 고객 동선을 간소화하고, 외국인 고객을 위한 간편결제 서비스를 확대했습니다.

특히 매장에 방문하는 모든 고객이 SCO를 보다 쉽고 편리하게 이용할 수 있도록 정보 접근성과 사용 편의성 제고를 위한 시스템 개선을 추진 하고 있습니다. 2025년 2월부터 배리어프리(Barrier-free) 키오스크를 시범 운영하고 있으며 이를 시작으로 다양한 이용 환경을 고려한 포용적 쇼핑 서비스를 구현해 나가고자 합니다. 앞으로도 롯데마트·슈퍼는 고객 중심의 쇼핑 환경을 조성하고, 누구나 편리하게 이용할 수 있는 유통 공간을 실현하기 위해 지속적으로 노력하겠습니다.



현금·상품권 SCO 정산기

현금·상품권 SCO 정산기 도입

롯데마트·슈퍼는 2024년 현금, 카드, 상품권, 수표 등 다양한 결제수단을 하나의 기기에서 사용할 수 있는 현금·상품권 SCO 정산기를 도입했습니다. 기존에는 현금 또는 상품권 등으로 결제하기 위해 대면 계산대나 현금 전용 SCO를 이용해야 했던 것과 달리 결제 방식에 관계없이 이용할 수 있게 되면서 결제 대기 시간이 줄고 결제 오류 또한 감소했습니다. 자동정산 기능이 탑재된 ATM형 정산기를 통해 현금·상품권의 투입부터 결제, 잔돈 반환까지의 과정이 5초 이내에 이루어지며, 모든 거래 내역은 매장과 본사, 시스템 업체에 실시간으로 집계되어 매우 높은 정확도를 보이고 있습니다.

롯데마트·슈퍼의 현금·상품권 SCO 정산기는 현장 직원의 아이디어에서 시작되어 약 2년간의 연구 끝에 롯데마트·슈퍼의 니즈에 정확히 부합하도록 개발된 것으로, 운영 효율성과 고객 편의성 개선을 동시에 달성한 사례로 평가받고 있습니다. 2025년 3월 기준 롯데마트 10개 지점에서 시범 운영 중인 현금·상품권 SCO 정산기는 마트에 도입을 확대한 후, 슈퍼에도 점진적으로 적용할 계획입니다.

• 현금·상품권 SCO 정산기 운영 현황¹⁾

(단위: %)		
구분	도입 전 ²⁾	도입 후
양평점	82.1	99.6
금천점	78.3	98.6
월드타워점	69.8	96.1
김포공항점	73.0	90.5
안산점	68.4	86.4

1) 월별 매출처리 구성비, 도입 시기는 지점별 상이하며, 도입 후 성과는 2025년 3월 기준으로 작성됨.

2) 카드 SCO 정산기 운영 기준

지속가능한 공급망

공급망 관리 거버넌스

거버넌스 역할과 책임

이사회 역할

롯데쇼핑은 지속가능한 공급망 구축과 책임 있는 경영 실현을 위해 이사회 차원의 감독 체계를 운영하고 있습니다. 공급망 관리와 관련된 중요한 정책과 전략 방향은 ESG 관련 안건으로 이사회에 보고되며 이사회는 이를 바탕으로 리스크 식별, 정책의 적정성, 실행 수준 등을 점검하고 감독하는 역할을 수행합니다. 특히 파트너사 ESG 리스크, 공정거래 이슈, 공급망 내 인권 및 환경 문제 등 지속가능성과 직결된 핵심 사안에 대해 이사회가 적극적으로 검토하고, 필요 시 경영진에 개선을 권고함으로써 공급망 전반의 투명성과 책임성을 제고하고 있습니다.

경영진 역할

롯데쇼핑의 경영진은 실질적인 실행 책임을 갖고 공급망 관리 전반을 주도하고 있습니다. 경영진은 관련 정책과 전략이 현장에서 효과적으로 이행될 수 있도록 각 사업부 및 유관 부서와의 협업을 총괄하며, 공급망 내 발생할 수 있는 재무·비재무 리스크에 대한 사전 예방과 실무 적용 수준 관리에 집중하고 있습니다. 파트너사 ESG 평가 체계 운영, 개선 과제 도출 및 피드백, 공정거래 이행 점검 등 현장 중심의 실행력을 확보하는 역할을 수행하며 지속가능한 공급망 구축을 위한 구체적인 과제의 설계와 실행을 책임지고 있습니다. 또한 공급망 이슈 발생 시 신속한 조치와 의사결정을 통해 리스크 확산을 방지하고, 전사적 차원의 책임 있는 공급망 관리를 정착될 수 있도록 지속적으로 체계를 고도화하고 있습니다.

실무조직 역할

롯데백화점은 공급망 내 상생협력을 강화하기 위해 ESG공정거래팀 내 동반성장 파트가 실무 조직으로서 핵심적인 역할을 수행하고 있습니다. 동반성장 파트는 파트너사와의 상생을 위한 다양한 지원제도를 총괄합니다. 또한 동반성장위원회 및 중소기업유통센터 등 외부 유관기관과의 협업을 통해 공동 프로그램을 기획·운영하고 있으며, 대외적으로는 동반성장지수 평가 대응을 담당하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 공급망의 지속가능성과 공정성을 강화하기 위해 부문별 실무 조직을 통해 공급망 관리 업무를 수행하고 있습니다. SC혁신부문 기준정보팀은 신규 파트너사 프로세스 모니터링 및 상품/파트너사 마스터를 관리하며, 상품혁신부문 상품전략팀은 계약 가이드 수립 및 파트너스 데이 운영을 통해 파트너사와의 소통을 담당합니다. 재무부문 구매지원팀은 구매·용역 파트너사의 계약과 ESG 리스크를 관리하고, 준법지원부문 컴플라이언스팀은 공정거래 관련 계약 모니터링을 수행합니다. ESG팀은 동반성장 정책 운영과 함께 펀드, 판로, 교육 등 지원 사업을 통해 공급망 내 파트너사의 ESG 역량 강화를 지원하고 있습니다.

롯데e커머스의 SCM팀은 파트너사의 입점 정책과 운영 프로세스를 수립하고, 관련 약관 개정과 행동규범 제정을 통해 거래의 공정성과 책임 있는 공급망 문화를 조성하는 역할을 담당하고 있습니다. 식품팀은 외부기관과의 협업을 통해 동반성장펀드를 운영하며, 정부지원 사업자 등을 대상으로 교육을 실시하는 등 파트너사의 역량 강화를 지원하고 있습니다.

• 공급망 관리 거버넌스



지속가능한 공급망

공급망 관리 추진 전략

경영 안정성 제고

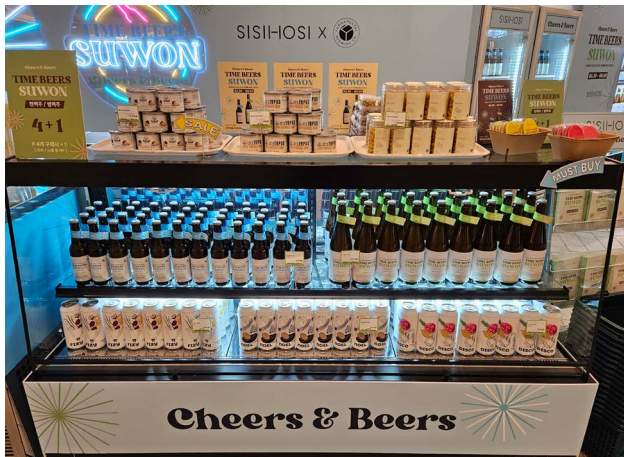
파트너사 지속가능경영 지원

롯데백화점은 파트너사의 지속가능한 성장 기반을 강화하기 위해 동반 성장위원회와 4년 연속으로 파트너사 ESG 지원사업 협약을 체결하고 이를 바탕으로 다양한 맞춤형 컨설팅 프로그램을 운영하고 있습니다. 본 프로그램은 파트너사의 ESG 경영 체계 구축을 지원하기 위해 환경·사회·지배구조 전반에 대한 진단 및 개선 과제 도출, 자문 및 실행 계획 수립 등 실질적인 지원으로 구성되어 있으며, 파트너사가 자율적인 지속가능 경영 역량을 확보할 수 있도록 돕고 있습니다. 롯데백화점은 앞으로도 파트너사와의 상생을 바탕으로 공급망 전반의 지속가능성을 높이고, 책임 있는 유통 생태계 조성을 위한 노력을 지속해 나갈 계획입니다.

롯데마트·슈퍼 또한 동반성장위원회와 협력하여 파트너사의 ESG 역량 강화를 위한 ESG 경영 지원사업을 운영하고 있습니다. 2024년도 사업을 통해 파트너사의 ESG 평가지표 준수율은 평균 35% 향상되었으며, 약 27억 1,800만 원 규모의 과태료 및 과징금 부과를 사전에 예방하는 성과를 거두었습니다. 아울러 ESG 우수 파트너사에 대해서는 동반성장 펀드 지원, 현금 포상 등 다양한 인센티브를 제공하고 있으며, 동반성장 위원회와 공동으로 파트너사 '은하수산'의 지속가능경영보고서 발간을 지원하는 등 실질적인 ESG 경영 내재화를 위한 지원 활동을 지속 확대 하고 있습니다.

L-LAB

롯데백화점의 'L-LAB'은 기술 협력을 바탕으로 파트너사의 전반적인 연구개발 과정을 지원하는 롯데백화점의 대표적인 동반성장 프로그램 입니다. 롯데백화점과 협업 상품을 기획 중인 중소 파트너사를 대상으로 상품 개발에 필요한 비용을 지원하고 있으며, 품질 향상을 위한 국가 인증 자격 취득 등 실질적인 성장을 돕기 위한 다각적인 지원을 제공하고 있습니다. 기획, 디자인, 품질 개선, 유통에 이르기까지 상품 개발의 전 과정에 걸친 맞춤형 컨설팅을 통해 파트너사가 독자적인 경쟁력을 갖출 수 있도록 실질적인 동반성장의 기반을 마련하고 있습니다.



지속가능한 공급망

공급망 관리 추진 전략

경영 안정성 제고

식품안전 컨설팅

롯데백화점은 식품 파트너사의 품질 경쟁력 제고와 안전관리 체계 강화를 위해 식품안전 컨설팅 프로그램을 운영하고 있습니다. 기술 지원과 더불어 전문 연구원과의 멘토링 프로그램을 통해 식품안전 분야의 보다 전문화된 컨설팅을 제공하고 있습니다. 이번 컨설팅은 음식점 위생등급제 등 국가 인증 취득을 위한 컨설팅, 식품안전정책 및 식품위생법 등 관련 법규에 대한 기본 교육, 표시·광고법 기반의 표시사항 및 허위·과대광고 예방 교육 등으로 구성되어 있으며 파트너사의 실무 역량 강화와 안전한 유통환경 조성에 기여하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 파트너사의 식품안전 역량 강화를 위해 식품안전 컨설팅을 운영하고 있으며, 성과공유제 계약을 통해 실질적인 인센티브도 제공하고 있습니다. 위생등급제를 취득한 파트너사를 대상으로 1개사당 10만 원의 현금 인센티브를 지급하였으며, 2024년 기준 총 67개사가 이에 해당되어 식품위생 수준 제고와 자발적인 위생 관리 참여를 유도하는 성과를 거두었습니다. 본 컨설팅은 파트너사의 위생 개선과 제도 이행을 장려함으로써 공급망 전반의 식품안전 수준을 높이는 데 기여하고 있습니다.



파트너사 위생점검(롯데백화점)



식품안전 컨설팅(롯데마트·슈퍼)

환경성적표지 인증 지원

롯데마트·슈퍼는 중소 PB 제조 파트너사의 환경경영 역량 강화를 위해 환경성적표지 인증에 대한 무상 컨설팅을 지원하였습니다. 환경성적표지 인증은 제품 및 서비스의 원재료 조달부터 생산, 유통, 폐기에 이르기까지 전 과정에서 발생하는 환경 영향을 수치화하여 표시하는 제도로, 소비자의 친환경 소비를 유도하고 기업의 지속가능경영을 촉진하는 제도입니다. 본 인증 지원을 위해 파트너사가 제조하는 상품의 탄소배출량 산정 데이터를 기반으로 제조시설 실사를 진행하였으며, 이를 통해 파트너사가 인증을 취득할 수 있는 실질적인 기반을 마련하고 환경 중심의 제조 역량이 현장에 내재화될 수 있도록 적극적으로 지원하고 있습니다.

전북 파트너사 생산성 향상 장비 지원

롯데마트·슈퍼는 전북을 납품하는 주요 중소 파트너사를 대상으로 수조 내 수온, 용존산소, 수위를 통합 관리할 수 있는 스마트 시스템 장비를 지원했습니다. 완도군청과 어촌계, 전북양식 어가 약 1,200명이 공동 출자한 회사를 지원함으로써 전북 어가 및 고객까지 선순환의 영향이 미치도록 하기 위함이었습니다. 기존에는 급변하는 기후, 날씨 등으로 전북 보관 수조를 통합 관리하기 어려웠으나 ‘스마트 수조 시스템’을 통해 수조의 컨디션을 실시간 모니터링 할 수 있게 되면서 전북 폐사율이 기존 대비 4.1%p 개선되고, 그로 인해 고객에게도 더욱 신선한 전복을 제공할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

ON DREAM 프로젝트

롯데e커머스는 중소상공인의 온라인 시장 진입을 지원하고 파트너사의 자생적 사업 운영 및 유통 역량 강화를 위해 중소상공인 상생 제휴 프로젝트 ‘ON DREAM’을 운영하고 있습니다. 본 프로젝트는 중소상공인 판매자들이 온라인 유통에 안정적으로 진입할 수 있도록 입점, 상품 등록, 프로모션, 판로 확대 등 판매 전 과정에 걸친 종합 지원을 제공하고, 실무 중심의 컨설팅과 교육 프로그램을 통해 유통 실무 역량 강화를 함께 도모하고 있습니다. 더불어 홈페이지 및 홍보물 제작, 해외 진출 지원, 기업 브랜딩, 세무·회계 자문 등 사업 운영에 필요한 서비스를 롯데 ON 제휴업체와 연계하여 최대 30% 할인된 금액으로 제공하는 ‘롯데 ON Partner.ship’ 서비스도 함께 운영하고 있습니다.

파트너사 마케팅 역량강화

롯데e커머스는 2021년부터 내부 MD의 전문성을 활용하여 중소벤처 기업부 및 다양한 공공기관, 지자체와 협력해 파트너사를 위한 역량 강화 컨설팅 프로그램을 지속적으로 운영하고 있습니다. 이 프로그램은 일반 중소상공인을 비롯해 여성기업, 청년기업, 사회적기업 등 다양한 형태의 기업을 대상으로 진행되며, e커머스 판매 활성화를 위한 실질적인 노하우를 실무자의 관점에서 전달하는 데 중점을 두고 있습니다.

지속가능한 공급망

공급망 관리 추진 전략

판로개척 및 시장진출 지원

브랜드 엑스포

롯데백화점, 롯데마트슈퍼는 매년 롯데그룹이 주최하는 '대한민국 브랜드 엑스포'에 참여하며 국내 중소기업의 해외 진출을 적극 지원하고 있습니다. 2024년 멕시코와 중동 지역에서 열린 브랜드 엑스포에 롯데지주를 비롯한 유통군 6개 계열사 및 식품군 계열사가 함께 참여하여, 중소기업 100개사를 대상으로 수입 상담회를 운영, 현지 시장 진출을 위한 실질적인 기회를 제공하였습니다. 또한 국내 중소기업과 현지 바이어 간의 1:1 매칭 수출 상담회를 통해 해외 시장 입점 전략 및 제품 현지화 방안에 대한 맞춤형 컨설팅을 지원하였으며 현지 소비자를 대상으로 한 소비재 판촉전도 병행 개최하여 제품 인지도 제고와 시장 반응 확보에 기여하였습니다.



2024 대한민국 브랜드 엑스포

중소기업 품평회

롯데백화점은 중소기업중앙회와 협력하여 국내 중소기업의 판로 확대를 지원하기 위한 품평회를 개최하였습니다. 식품, 화장품, 라이프스타일, 패션잡화 등 4개 상품군을 대상으로 롯데백화점 바이어 6명이 참여해, 사전 서류 심사를 통해 선정된 약 120여 개 기업을 대상으로 대면 심사를 진행하였습니다. 우수한 평가를 받은 중소기업에게는 롯데백화점의 중소기업 전용 편집숍인 '드림플라자' 입점 기회가 제공될 예정이며, 입점이 확정될 경우 인건비, 인테리어 비용, 상생 마진 등 다양한 지원도 함께 제공됩니다.

롯데마트슈퍼 또한 국내 소비재 제조 중소기업의 판로 확대를 지원하기 위해 중소기업 대상 품평회를 개최하였습니다. 품평회에서는 분야별 전문 상품기획자(MD)와의 대면 심사를 통해 유통 채널 입점 기회를 제공하며, 선정된 기업에는 입점 수수료 인하 등의 다양한 혜택이 주어집니다. 롯데마트슈퍼는 본 행사를 통해 유망 중소기업의 성장을 지원하고, 고객에게는 다양한 상품 선택의 기회를 확대하고자 합니다.



2024 롯데백화점 중소기업 품평회

B.Startup 롯데백화점 밋업 데이

롯데백화점은 창업 7년 미만의 유망 스타트업을 대상으로 입점 상담 프로그램을 운영하며 스타트업의 판로 확대와 유통 진출을 적극 지원하고 있습니다. 이 프로그램을 통해 롯데백화점 바이어들은 스타트업과 1:1 맞춤형 컨설팅을 진행, 입점에 필요한 역량을 진단하고 보완사항을 함께 점검하며 실질적인 입점 연계를 지원하였습니다. 2022년 첫 시행 이후 누적 100여 개의 스타트업이 참여해 '드림플라자', '식품관' 등 다양한 매장에 입점하는 성과를 거두었으며, 이번에도 선정된 기업들은 롯데백화점의 라이프스타일 큐레이션 매장 '시시호시'와 상생 편집 매장 '드림플라자' 등 주요 유통 채널에 입점할 수 있는 기회를 제공받게 됩니다.



2024 롯데백화점 밋업 데이

지속가능한 공급망

공급망 관리 추진 전략

판로개척 및 시장진출 지원

중소기업 상생 판매관

롯데백화점은 중소 파트너사의 판로 개척을 지원하고 유통 진입 장벽을 낮추기 위해 2014년부터 중소기업 전용 상생 판매관 ‘드림 플라자(Dream Plaza)’를 운영하고 있습니다. ‘드림 플라자’는 상품 경쟁력을 갖추고 있으나 판로 확보에 어려움을 겪는 브랜드를 선별해 편집매장 형태로 구성되며, 매장 인테리어 비용과 판매사원 인건비 등 운영에 필요한 제반 비용을 롯데백화점이 전액 부담함으로써 실질적인 지원이 이루어지고 있습니다.

또한 라이프스타일 큐레이션숍 ‘시시호시’를 통해 로컬푸드 RE패키징 지원 사업을 진행하고 있습니다. 롯데백화점은 강원도 인제군과 협력하여 1년간 시장 조사를 진행하고 품평회를 통해 지역 특산물을 활용한 로컬푸드 5가지를 최종 선정해 디자인 전문 스타트업 기업과 함께 디자인 패키지를 개선해 ‘시시호시’ 매장을 통해 판매하고 있습니다. 더불어 더 많은 지역의 로컬 브랜드와 협업해 지역 식품의 우수성을 알리고 소상공인의 유통 기회를 확대하는 데에도 힘쓰고 있습니다.



롯데백화점 드림플라자(Dream Plaza)

경기도 중소기업 유통판로 활성화

롯데마트슈퍼는 경기도주식회사와 경기도 중소기업 유통판로 활성화를 위한 판로지원 업무협약을 체결하였습니다. 본 협약은 경기도 내 중소기업의 온-오프라인 판로 개척과 마케팅 지원을 목적으로 추진되었으며, 도내 중소기업 물품 기획전 등 다양한 유통 협력 프로그램을 진행했습니다. 롯데마트슈퍼는 이번 협약을 통해 우수 중소기업 제품의 유통 진입 기회를 확대하고, 지역 경제 활성화에 기여하는 한편, 파트너사와의 상생 기반을 더욱 강화해 나갈 방침입니다.

한국문화상품관 BOMUL

롯데마트슈퍼는 중소기업과 전통 문화 예술 상품의 판로 확대를 지원하기 위해 제타플러스 서울역점에 대형마트 최초로 한국문화상품관 ‘보물(BOMUL)’을 오픈하였습니다. 본 매장은 중소기업 및 전통 문화 예술가들에게 제품 홍보와 유통 진출 기회를 제공하기 위한 취지로 마련되었으며, 소비자들에게는 차별화된 한국 고유의 문화상품을 소개하는 창구 역할을 수행하고 있습니다.



2024 대한민국 동행축제 with LOTTE

롯데마트슈퍼는 중소벤처기업부와 협력하여 ‘2024 대한민국 동행축제 with LOTTE’를 베트남에서 개최 하면서 중소기업 80개사 대상 베트남 판로 개척을 지원했습니다. 행사기간 진행한 수출상담회에서는 상담건수 421건, 상담액 174억원을 기록했으며 중소기업 상품 베트남 롯데마트 입점 행사를 통해 5.1억동의 매출을 올렸습니다. 본 행사는 현지 점포 및 MD 등 롯데마트슈퍼가 베트남에 보유한 인프라를 심분 활용하여 중소기업 및 소상공인 대상으로 베트남 롯데마트 진출에 대한 구체적인 솔루션을 제시했다는 점에서 의미가 있습니다.

[LINK 2024 대한민국 동행축제 with LOTTE](#)

Step up to Export

롯데백화점, 롯데마트슈퍼는 한국무역협회와 협력하여 우수 소비재 기업의 해외 진출을 지원하기 위해 수출상담회 및 현지 판촉전을 개최하였습니다. 2024년 11월, 베트남 내 16개점에서 온라인 및 오프라인 매장 현지 판촉전을 진행하였고, 이 중 4개점에는 별도 행사부스를 배치하여 성공적인 프로모션을 진행하였습니다. 이를 통해 시장성이 우수한 기업에게는 베트남 판로 개척의 기회를 제공함으로써, 실질적인 수출 성과로 이어질 수 있도록 지원하였습니다.

온라인 쇼핑몰 판매지원

롯데e커머스는 중소벤처기업부가 주관하는 ‘2024년 온라인쇼핑몰 판매지원 사업’에 참여하여, 소상공인의 온라인 시장 진입과 매출 증대를 위한 판로 확대 지원에 적극 나서고 있습니다. 본 사업은 「소상공인기본법」에 따른 소상공인을 대상으로 하며, 약 7,000개 업체를 지원 대상으로 운영될 예정입니다. 선정된 소상공인은 온라인 쇼핑몰과의 1:1 매칭을 통해 단독딜, 기획전 노출, 프로모션 지원 등 다양한 혜택을 제공받게 되며, 이를 통해 온라인 유통 채널에서의 브랜드 노출 확대와 실질적인 매출 성과 창출을 기대할 수 있습니다.

지속가능한 공급망

공급망 관리 추진 전략

자금 유동성 확보

동반성장 펀드·기금

롯데쇼핑은 거래 파트너사의 재무적 안정을 지원하고, 지속가능한 상생 협력 관계를 구축하기 위해 동반성장펀드를 운영하고 있습니다. 본 펀드는 파트너사가 필요 자금을 보다 낮은 금리로 이용할 수 있도록 금융기관과 연계하여 운영되며 운영자금, 시설투자 등 실질적인 경영활동에 활용할 수 있도록 설계되어 있습니다. 롯데쇼핑은 동반성장펀드를 통해 파트너사의 유동성 확보와 금융 비용 부담 완화를 적극 지원하고 있으며 이를 통해 공급망 전반의 안정성과 경쟁력 제고에 기여하고 있습니다.

롯데백화점은 긴급 자금이 필요한 파트너사를 대상으로 무이자 대출을 지원하는 별도 동반성장기금을 운영하며 파트너사의 경영상 위기 상황에 실질적인 도움이 될 수 있도록 지원 범위를 확대하고 있습니다. 이는 기존 동반성장펀드의 금융지원과 더불어, 자금 운용 여력이 부족한 중소 파트너사에게 직접적이고 즉각적인 재정 지원을 제공하는 제도로, 파트너사의 안정적인 사업 운영과 거래 지속 가능성을 높이는 데 기여하고 있습니다.

상생결제제도

롯데쇼핑은 파트너사의 재무 건전성과 유동성 확보를 지원하기 위해 전 사업부에 '상생결제제도'를 도입하여 운영하고 있습니다. 상생결제제도는 대기업의 신용을 활용해 납품 대금을 현금 또는 조기 지급하는 제도로, 중소 파트너사의 자금 회전을 높이고 금융 비용을 절감하는 데 실질적인 효과를 제공합니다. 롯데백화점, 롯데마트·슈퍼, 롯데e커머스를 포함한 전 유통 사업부는 상생결제를 통해 납품 대금의 안정적 회수 환경을 조성하고 파트너사가 보다 안정적으로 경영 활동을 영위할 수 있도록 지원하고 있으며, 1차 파트너사를 대상으로 프로그램의 세부 내용과 운영 방향에 대한 교육을 진행하였습니다. 롯데쇼핑은 앞으로도 상생결제제도를 포함한 다양한 금융지원 프로그램을 통해 파트너사와의 지속가능한 성장 기반을 구축하고, 책임 있는 유통 파트너로서의 역할을 강화해 나가겠습니다.

상생마진제도

롯데백화점은 중소 파트너사와의 상생협력을 강화하고자 '상생마진제도'를 운영하고 있습니다. '상생마진제도'는 유통 거래 과정에서 파트너사의 수익성을 실질적으로 제고하기 위한 핵심 제도로 판매수수료율(마진율) 인하를 통해 실질적인 경영 안정 효과를 제공합니다. 본 제도는 품질과 경쟁력을 보유한 우수 중소 파트너사를 대상으로 하며 최대 5%포인트까지 판매수수료율을 인하하는 방식으로 운영되고 있습니다. 2024년 기준 약 15억 원 규모의 마진 인하 혜택이 제공되었으며 이를 통해 거래 파트너사의 수익 구조 개선과 재무 건전성 확보를 지원하였습니다. 롯데백화점은 상생마진제도를 통해 일시적인 혜택을 넘어 장기적인 파트너사 경쟁력 강화와 자생적 성장 기반 마련을 도모하고 있으며, 이는 단순한 거래 관계를 넘어선 전략적 동반자 관계 구축의 일환으로 평가됩니다.

인도네시아 공급업체 금융지원

롯데마트는 인도네시아 현지 공급업체의 금융 부담을 완화하고 지속가능한 상생 협력을 실현하기 위해 UOB은행 인도네시아와 협력 관계를 구축하였습니다. 이번 협력을 통해 롯데마트는 인도네시아 전역의 48개 매장에 상품을 공급하는 약 1,400개 납품업체를 대상으로 저금리 대출 혜택을 제공하며, 파트너사의 자금 유동성 확보를 적극 지원하고 있습니다. 현지 공급업체는 UOB은행 인도네시아가 운영하는 디지털 बैं킹 플랫폼 'UOB 인피니티(UOB Infinity)'를 통해 간편하게 대출을 신청할 수 있으며, 납품 대금 조기지급 서비스도 함께 제공받을 수 있습니다. 롯데마트는 앞서 현지 가맹점주를 대상으로 한 금융 지원에 이어 공급업체로 지원 대상을 확대함으로써 글로벌 사업장에서도 동반성장 가치를 실현하고 있습니다.

파트너사 대금 조기지급

롯데백화점은 명절 기간 중 파트너사의 자금 수요 증가에 선제적으로 대응하고자 전국 4,400여 개 파트너사를 대상으로 설, 추석 명절 기간 판매대금 약 6,000억 원을 조기 지급하였습니다. 이번 조치는 정산 예정일을 최대 8일 앞당겨 시행된 것으로 추석을 앞두고 상여금, 원부자재 결제 등으로 일시적 자금 운용 부담이 커지는 중소 파트너사의 금융 안정성을 제고하기 위한 취지에서 마련되었습니다. 롯데백화점은 매출 규모와 관계없이 모든 파트너사를 대상으로 공정하고 투명한 거래 환경을 조성하고 있으며, 결제대금 조기 지급과 같은 실질적인 상생 지원을 통해 파트너사의 안정적인 사업 운영을 적극 지원하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 파트너사의 자금 부담을 줄이기 위해 명절 기간 대금 조기지급을 실시하고 있습니다. 2024년 설, 추석 명절을 맞이하여 약 2,050여 개 파트너사를 대상으로 지급일을 최대 19일 앞당겨 약 530억 원을 조기지급 하였습니다. 이를 통해 파트너사의 유동성 확보와 경영 안정을 지원하며 상생 협력 강화를 지속하고 있습니다.

현금결제 모니터링

롯데백화점, 롯데마트·슈퍼는 직접적인 거래관계에 있는 1차 파트너사는 물론, 1차 파트너사와 거래관계에 있는 2차 파트너사와의 상생 협력 강화를 위해 '현금결제 모니터링 시스템'을 무상으로 제공하고 있습니다. 본 시스템은 1차 파트너사가 2차 파트너사와 계약 체결 시 약정한 대금 지급일 기준으로 실제 지급이 이루어진 시점을 모니터링할 수 있도록 설계되어 있으며 이를 통해 지급 현황 및 지급일자 이행 여부를 체계적으로 관리하고 있습니다.

지속가능한 공급망

공급망 관리 추진 전략

교육제공 및 지역사회 소통

협약사 동행 워크숍

롯데백화점은 파트너사와의 신뢰 기반을 강화하고 실질적인 동반성장을 도모하기 위해 2014년부터 중소 파트너사와의 1박 2일 워크숍을 매년 정기적으로 운영하고 있습니다. 본 프로그램은 '공정거래 협약사 동행 워크숍'이라는 이름으로 진행되며 롯데백화점에 입점한 중소 파트너사 약 300여 개사와 백화점 소속 직원 30여 명이 함께 참여하여 다양한 주제의 소통과 교류를 이어가고 있습니다. 워크숍에서는 롯데백화점의 자금 지원 제도, 입점 정책, 운영 지원 방안에 대한 설명이 이루어지며, 파트너사에게는 백화점 MD-바이어 등 주요 담당자와 직접 소통하며 애로 사항을 전달하고 협력 방안을 논의하는 기회를 제공합니다. 또한 참가자 간의 상호 이해와 유대를 강화하기 위한 다양한 교류 프로그램도 함께 운영되고 있으며, 2024년에는 플로깅 활동을 추가하여 ESG 가치를 실천하는 자리로 확대하였습니다.



2024 명동 페스티벌

지역상권 활성화

롯데백화점은 서울시, 중구청과 협력하여 '2024 명동 페스티벌'을 개최하고, 명동을 다시 대한민국 대표 쇼핑·관광 상권으로 회복시키기 위한 지역상권 활성화에 적극 나서고 있습니다. 본 행사는 2023년 처음 기획되어 외국인 관광객 유입 확대와 코로나19로 위축된 지역경제 회복을 목표로 추진되었으며, 총 11일간 약 44만 명이 방문하는 등 높은 관심을 이끌어낸 바 있습니다. 특히 행사 기간 중 롯데백화점 본점의 외국인 매출은 전년 동기 대비 약 800% 증가하였고, 행사 전과 비교해도 일평균 매출이 약 30% 상승하는 등 실질적인 상권 활성화 성과를 기록하였습니다. 롯데백화점은 앞으로도 지자체와의 협업을 통해 지역상권과의 동반성장을 도모하고, 도심경제 회복을 위한 다양한 활동을 지속적으로 전개해 나갈 계획입니다.

파트너사 온라인 교육

롯데백화점은 중소 파트너사의 역량 강화와 자생력 제고를 위해 '동반성장 아카데미'를 운영하고 있으며, 윤리경영·공정거래 등 정책 교육부터 리더십, 직무, IT 등 실무 중심의 교육까지 다양한 과정으로 구성되어 파트너사 임직원의 직무 전문성 향상과 지속가능한 경영 기반 마련을 지원하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 파트너사의 자생력 제고와 지속가능한 성장을 지원하기 위해 2021년부터 파트너사 임직원을 대상으로 온라인 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 본 교육은 파트너사의 사업 운영에 실질적으로 도움이 될 수 있도록 경영, 유통, 법무, ESG 등 다양한 주제를 중심으로 구성되어 있으며, 시간과 장소에 구애받지 않고 수강이 가능한 온라인 형태로 제공함으로써 현장 업무와 병행 가능한 학습 환경을 조성하고 있습니다.



롯데백화점 공정거래 협약사 동행 워크숍



지속가능한 공급망

공급망 관리 추진 전략

교육제공 및 지역사회 소통

농어촌 신선식품 경쟁력 제고

롯데마트·슈퍼는 신선식품 유통 구조의 혁신을 통해 지역 농산물의 판로를 확대하는 동시에 신선식품 경쟁력 제고를 도모하고 있습니다. 대표적으로 장거리 운송이나 다단계 유통 과정을 거치지 않고 반경 50km 이내에서 생산된 지역 농산물을 판매하는 '로컬푸드' 프로그램을 운영하고 있으며, 이를 통해 산지의 신선함을 그대로 전달하는 유통 체계를 구축하고 있습니다. 또한 로컬 MD를 통해 생산 농가와의 직접 네트워크를 형성하고, 롯데마트만의 자체 품질 기준인 'L-GAP'을 적용하여 품질이 검증된 로컬푸드를 안정적으로 공급받고 있습니다.

아울러 롯데마트·슈퍼는 국내 농업의 지속가능한 발전과 농가와의 상생을 위해 2021년부터 'K-품종 프로젝트'를 운영하고 있습니다. 이 프로젝트는 외국산 품종 사용에 따른 로열티 부담을 줄이고 국산 품종 농산물의 경쟁력을 높이기 위한 것으로, 고객에게는 더 건강한 먹거리를 제공하고 농가에는 실질적인 수익 개선 효과를 가져다주고 있습니다.



2025 롯데마트&슈퍼 파트너스 데이

파트너스 데이

롯데마트·슈퍼는 파트너사와의 상호 신뢰를 바탕으로 동반성장과 지속가능한 유통 생태계 조성을 위해 '파트너스 데이'를 개최, 실질적인 소통의 장을 마련하였습니다. 본 행사는 신선/델리, 가공/일상, 주류, 자체브랜드(PB), 생활잡화 등 총 5개 부문으로 나누어 5회에 걸쳐 부문별로 진행되었으며 각 상품군의 특성과 시장 환경을 고려한 맞춤형 논의가 이루어졌습니다. 행사에서는 상품군별 주요 현안, 유통 트렌드, 운영상 애로사항에 대해 심도 있는 의견이 오갔으며, 상호 발전을 위한 협력 방안과 실질적 개선 방향에 대한 논의도 함께 이뤄졌습니다. 금번 '파트너스 데이'를 통해 파트너사와의 질적 성장 및 경쟁력 강화를 위한 협력 체계를 더욱 공고히 하였으며, 앞으로도 지속적인 소통과 협업을 통해 상생 기반을 강화해 나갈 계획입니다.



살맛나는 행복쇼핑 동행축제

롯데e커머스는 중소기업인의 우수 상품 홍보와 매출 증대를 지원하기 위해 '살맛나는 행복쇼핑 동행축제'에 정기적으로 참여하고 있습니다. 롯데e커머스는 자사 플랫폼인 롯데온(LOTTE ON)을 통해 중소기업인 제품의 온라인 판매 확대를 위한 할인쿠폰 발급 등 실질적인 판촉 지원을 제공하며 중소기업인의 상품 경쟁력을 효과적으로 부각시키고 있습니다.

판매자 교육센터

롯데e커머스는 롯데쇼핑이 보유한 유통 역량과 자사 온라인 플랫폼 운영을 통해 축적된 전문성을 기반으로, 중소기업의 경쟁력 제고와 자생력 강화를 위한 교육 및 컨설팅 프로그램을 지원하고 있습니다. 특히 교육 부문에서는 창업 준비, 셀러오피스, 마케팅 전략, 온라인 판매 노하우, 특화 교육 과정 등 실무 중심의 콘텐츠를 제공하고 있으며 온라인 유통 환경에서 중소기업이 안정적으로 성장할 수 있도록 단계별 맞춤형 학습 기회를 마련하고 있습니다.



지속가능한 공급망

공급망 ESG 리스크 관리

리스크 관리 기반 조성

파트너사 행동규범

롯데쇼핑의 파트너사 행동규범은 자사와 재화·용역을 제공하거나 기타 거래 관계에 있는 모든 파트너사가 반드시 준수해야 할 기준으로, 준법·윤리, 인권, 환경, 안전, 지속가능한 경영체계 구축 등 분야별 경영 원칙과 실행 방안을 포괄적으로 규정하고 있습니다. 롯데쇼핑은 파트너사와의 계약 체결 시 본 행동규범의 준수 의무를 명확히 명시하고 있으며 지속 가능한 동반성장 및 사회적 가치 창출을 위한 모든 경영 활동에서 본 규범을 이행할 것을 권장하고 있습니다. 아울러 파트너사에게는 롯데쇼핑의 ESG 리스크 진단과 이에 따른 개선 조치에 적극적으로 참여하고 협력할 것을 요구하고 있습니다.

LINK 롯데쇼핑 파트너사 행동규범

• 파트너사 행동규범 원칙



파트너사 자가진단표

롯데쇼핑은 파트너사의 ESG 경영 수준 점검을 지원하기 위해 '파트너사 자가진단표'를 정기적으로 제공하고 있습니다. 본 진단표는 준법·윤리, 인권, 환경, 안전 등 주요 ESG 분야를 포괄하는 29개 문항으로 구성되어 있으며, 파트너사가 자사의 지속가능경영 현황을 자체적으로 점검할 수 있도록 설계되어 있습니다.

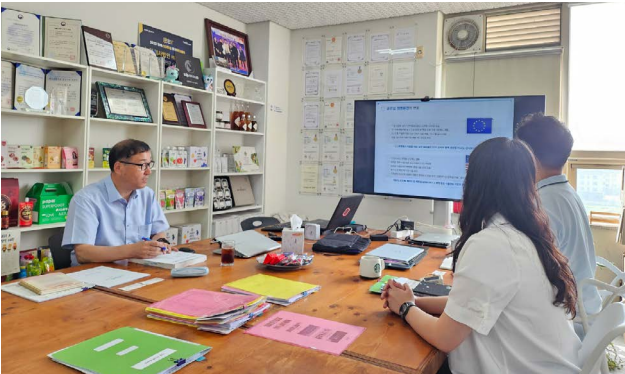
LINK 롯데쇼핑 파트너사 자가진단표

파트너사 선정 및 평가

롯데쇼핑은 지속가능한 공급망 구축을 위해 거래 기준, 선정 기준, 평가 기준을 체계적으로 수립하고, 이를 바탕으로 파트너사를 선정 및 평가하고 있습니다. 재무 건전성과 신용 등급을 기반으로 최소 거래 기준을 설정하고 있으며, 거래 제한 기준을 통해 잠재적인 리스크를 사전에 식별하고 예방하고 있습니다. 제품 및 서비스의 품질 향상을 위해 입찰 가격 외에도 다양한 평가 항목을 종합적으로 고려하고 있으며, 계약 형태에 따라 정기평가와 입고평가를 병행하여 파트너사의 역량과 이행 수준을 면밀히 점검하고 있습니다. 또한 2023년부터 파트너사의 안전보건 역량을 평가하는 SH(Safety & Health) 평가를 신규 공사 및 용역 업체의 거래 기준에 도입하였습니다. SH 평가는 기업신용평가 전문기관을 통해 안전 보건과 관련된 주요 활동 내역을 심사하는 방식으로 진행됩니다. 아울러 **롯데마트·슈퍼**는 구매 및 용역 파트너사를 대상으로 품질안전 및 ESG 평가를 별도로 실시하고 있으며, 특히 파트너사의 안전보건관리체계, 교육 훈련, 시설 점검 참여도, 임직원 복지제도 이행 여부 등을 엄격하게 점검하고 있습니다. **롯데e커머스**는 오픈마켓 플랫폼의 특성을 반영하여 별도의 입점 심사 기준을 운영하고 있으며, 저작권·지식재산권 침해 여부, 법령 위반 상품 보유 여부, 청소년보호 인증 여부, TNS 이슈 현황 등을 종합적으로 평가하고 있습니다.

공급망 ESG 관리체계 구축

롯데마트·슈퍼는 공급망 전반의 지속가능성을 제고하고 책임 있는 유통 환경을 구축하기 위해 체계적인 공급망 ESG 관리체계 수립을 추진하고 있습니다. 이를 위해 전 파트너사의 거래 규모, 거래 유형, 거래 품목 및 각 기업 규모 등을 분석하고 이를 바탕으로 ESG 리스크 영향도가 높은 파트너사를 선별을 통해 핵심 파트너사 선정 기준을 마련할 계획입니다. 또한 향후 공급망 ESG 서면 평가지표를 개발하여 핵심 파트너사를 중심으로 ESG 리스크를 점검하고, 더 나아가 현장 실사 등 컨설팅을 통한 역량 강화 및 개선 활동을 점진적으로 진행할 예정입니다. 더불어 이같은 프로세스에 기반한 공급망 ESG 관리 정책을 제정하고 대외에 공시함으로써 정책의 투명성과 신뢰성을 제고할 방침입니다.



롯데마트·슈퍼 파트너사 ESG 컨설팅

사회공헌

사회공헌 거버넌스

거버넌스 역할과 책임

이사회 역할

롯데쇼핑의 ESG위원회는 각 사업부의 전반적인 사회공헌 활동 방향성과 전략을 수립, 검토합니다. 각 사업부의 대표이사는 사회공헌 활동 예산의 편성과 집행에 대한 책임이 있으며, 전략에 부합하는 사회공헌 활동이 이행되고 있는지 계획과 성과를 검토합니다.

실무조직 역할

롯데쇼핑의 사회공헌 계획 수립 및 활동 이행은 각 사업부의 ESG 담당 부서에서 담당하고 있습니다. 유통군HQ의 사회공헌 전략에 부합하는 세부 활동을 기획하고 ESG 실무협의체에서 방향성을 점검하여 ESG 위원회에 보고합니다.

• 사회공헌 거버넌스



사회공헌 추진 전략

사회공헌 추진 방향

사회공헌 중장기 전략

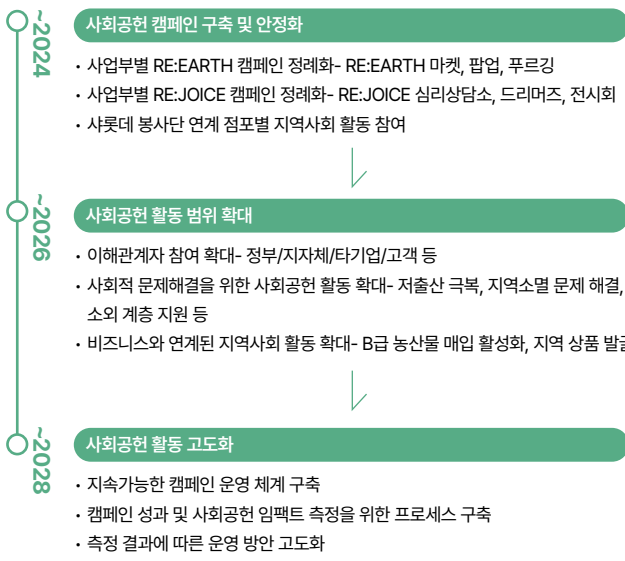
롯데쇼핑은 고객 및 지역사회와의 밀접한 관계를 맺고 있는 유통업의 특성과 롯데쇼핑의 역량을 바탕으로 사회와 환경에 긍정적인 가치를 창출하기 위한 전사적인 사회공헌 전략을 수립하고 있습니다. 롯데쇼핑은 ESG 경영체계와 5대 과제를 기반으로 'RE:EARTH'와 'RE:JOICE'를 사회공헌의 두 축으로 삼고 있습니다. RE:EARTH는 지속가능한 환경을 위한 캠페인으로, 친환경 문화 확산과 환경 보호 활동을 중심으로 진행됩니다. RE:JOICE는 모두의 자존감과 꿈을 응원하는 캠페인으로 다양한 이해관계자들이 몸과 마음이 모두 건강한 삶을 살 수 있도록 지원하고 있으며, 지역사회와의 상생 및 동반성장을 위한 다양한 지원활동을 포함합니다.

• 사회공헌 캠페인 브랜드



이 밖에도 여성과 장애인, 청년 작가 등 문화·예술의 주체적 다양성을 존중하고 시민들이 이를 향유할 수 있는 기회를 확대하기 위한 지원도 이어가고 있습니다. 롯데쇼핑의 각 사업부는 이러한 사회공헌 전략을 바탕으로 각 부문의 특성에 맞는 사회공헌 계획과 목표를 수립하고 프로그램을 기획, 운영하고 있습니다. 앞으로도 롯데쇼핑은 임직원, 고객, 파트너사, 지역사회, 정부기관 등과의 지속적인 소통 및 협력을 통해 실질적이고 유의미한 변화를 이끌어낼 수 있는 사회공헌 활동을 추진하기 위해 노력하겠습니다.

• 사회공헌 중장기 목표



사회공헌

사회공헌 추진 전략

환경

어린이 환경 미술대회

롯데백화점은 환경보전의 중요성을 알리기 위해 1979년부터 매년 ‘롯데 어린이 환경 미술대회’를 개최하고 있습니다. 올해 42회를 맞이한 미술 대회는 접근성을 제고하기 위해 전국 16개 권역에서 동시에 진행되어 약 1만여 명의 어린이와 학부모가 참가했습니다. ‘지구가 행복해지기 위해서는 어떻게 해야할까요?’라는 주제로 자연의 소중함과 환경 보전의 필요성을 마음껏 그림으로 표현하도록 하고, 업사이클링 굿즈 제작, 컬러링 수업 등 다양한 체험 부스를 운영했습니다. 대회 참가비의 일부는 환경재단에 기부됩니다.



제 42회 롯데 어린이 환경 미술대회

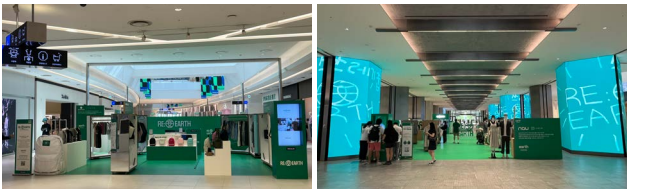
사롯데 에코 드리머즈

롯데백화점의 사롯데 에코 드리머즈는 환경과 CSR, 유통에 관심있는 대학생들이 직접 환경 캠페인을 기획, 콘텐츠를 제작하는 국내 유통업계 유일의 대학생 서포터즈 프로그램입니다. 2024년 모집한 에코 드리머즈 10기는 베트남 웨스트레이크 하노이물 1주년을 기념하여 베트남 국적의 대학생들을 포함해 총 30명이 선발되었습니다. RE:EARTH 캠페인을 홍보하는 온오프라인 콘텐츠를 제작하고, 팀별 리얼스마켓 프로젝트를 기획하여 실제로 5개의 팝업을 운영했습니다. 최우수팀은 베트남 웨스트레이크하노이물에서 종이의 순환성을 주제로 한 리얼스 팝업스토어를 기획, 운영했습니다.

[LINK 2024 사롯데 에코 드리머즈](#)



2024 사롯데 에코 드리머즈 10기



RE:EARTH 팝업, 타임빌라스 수원점(좌)/동탄점(우)

RE:EARTH 팝업

롯데백화점은 세계 환경의 날을 기념하며 타임빌라스 수원점과 동탄점에서 지속가능 라이프스타일 큐레이션 전문관 ‘무신사 어스’와 협업한 리얼스 팝업스토어를 운영했습니다. 팝업스토어를 통해 지속가능성을 추구하는 다양한 친환경 브랜드들이 소개되었으며, 팝업에 사용된 행거와 진열집기, 모니터가 삽입되는 백월(Back wall), 글자 조형물 등은 허니콤보드와 강화 골판지 등의 친환경 종이 보드로 제작되었습니다. 약 23,000여 명의 방문객들이 다녀간 이번 리얼스 팝업에서는 브랜드 굿즈와 친환경 퀴즈 이벤트 상품 역시 모두 업사이클링, 비건 제품 등으로 구성되어 지구를 위한 친환경 캠페인이라는 RE:EARTH의 핵심 가치를 전파했습니다.

환경정화 봉사활동

롯데백화점은 매년 각 지점별로 지역사회 내 환경적으로 중요한 장소나 사업장 근처, 지역 행사 등에서 환경정화 봉사활동을 진행하고 있습니다. 2024년에는 전주천, 울산 태화강, 진해군항제 등에서 활동을 진행했으며 특히 태화강 플로깅에서 사용한 집기와 봉투, 현수막, 표지판 등은 모두 자연에서 생분해되는 재질로 제작되었습니다. 태화강은 울산을 가로지르는 하천으로, 과거 산업화로 인해 오염되었으나 지역사회의 노력으로 생태계를 회복하여 현재는 국가정원으로 지정된 중요한 생태 관광지입니다. 앞으로도 롯데백화점은 지역사회의 특성과 요구에 맞는 환경정화 봉사활동을 실시할 계획입니다.

INTRODUCTION

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

- 인권경영
- 인재경영
- 안전보건경영
- 품질경영
- 지속가능한 공급망
- **사회공헌**

GOVERNANCE

APPENDIX

사회공헌

사회공헌 추진 전략

환경

세계 물의 날 하천 플로깅

롯데마트·슈퍼는 3월 22일 세계 물의 날을 기념하며 송파구 본사 근처에 위치한 성내천 정화 활동을 실시했습니다. 2000년대 초 성내천 바닥의 콘크리트를 걷어내고 수생식물과 야생화 등을 심으며 자연 하천으로 복원된 성내천에는 가시박, 단풍잎 돼지풀과 같은 생태계 교란식물, 외래식물이 함께 서식하고 있습니다. 번식력이 강한 이 식물들은 생태계를 교란시키고 토종 식물의 생육에 부정적인 영향을 미치기 때문에 빠른 제거 및 관리가 필요합니다. 이에 따라 2024년 롯데마트·슈퍼의 임직원으로 구성된 사롯데봉사단과 송파구 시설관리공단, 지역 공공기관 임직원 등 총 120명이 플로깅에 참여했으며, 성내천 돌레길을 따라 돌면서 쓰레기를 수거하고 1톤 가량의 외래식물을 제거했습니다.



성내천 플로깅

Save Race, Run for Every Child 공식 파트너사

롯데마트·슈퍼는 '달리기를 통해 지구와 미래세대를 지원한다'는 취지로 개최된 나눔 마라톤 행사 '2024 Save Race, Run for Every Child'에 단독 공식 파트너사로 참여했습니다. 유니세프한국위원회와 카카오뱅크가 공동 주최한 이번 행사의 참가비 전액은 기후 위기 상황에 놓인 국가와 어린이들을 지원하는 데 사용됩니다. 롯데마트는 행사 참가자에게 제공할 물, 멀티비타민, 단백질바 등 '오늘좋은'(PB) 상품과 친환경 장바구니, 모바일 상품권을 협찬했습니다. 또한 현장에서 리얼스 부스를 운영하여 롯데마트·슈퍼의 지속가능경영 실천을 위한 다양한 활동을 소개하고, 기후 위기 관련 퀴즈 이벤트를 통해 재활용 소재로 제작한 우산과 양말을 증정하며 친환경과 나눔의 가치를 알렸습니다.



리얼스 부스, 2024 Save Race, Run for Every Child



사회공헌

사회공헌 추진 전략

마음건강

리조이스 심리상담소

롯데백화점, 롯데마트는 ‘RE:JOICE’ 캠페인의 일환으로 고객과 임직원을 위한 심리상담소를 운영하고 있습니다. 2020년 롯데백화점 센텀시티점에 1호점을 개설한 이후 지속적으로 범위를 확대해 현재 4개 지점에서 심리상담소를 운영중입니다. 김남욱 전문의를 자문위원으로 두고 있는 리조이스 심리상담소는 일반 상담소 대비 약 50% 낮은 비용으로 심리상담 서비스를 제공하며, 미술심리상담과 아동지능검사 등 아동 특화 프로그램을 포함해 다양한 고객층이 이용할 수 있도록 운영되고 있습니다. 특히 2024년 4월 오픈한 타임빌라스 수원 리조이스 심리상담소는 인근 지역 내 육아 중인 여성 고객이 많은 점을 고려하여 아이들의 놀이 치료가 가능한 별도의 공간을 구성했습니다. 롯데마트는 업무로 바쁜 임직원을 위해 2024년 상반기 10개 점포를 대상으로 ‘찾아가는 사내 심리상담소’를 운영했으며, 하반기부터는 전 임직원을 대상으로 한 심리상담 프로그램을 도입해 운영하고 있습니다.

•리조이스 심리상담소 운영 현황 (단위: 건)			
구분	2023	2024	합계 ¹⁾
RE:JOICE 심리상담소	2,304	2,068 ²⁾	10,030
찾아가는 사내 심리상담소	128	52 ³⁾	180

1) 2024년 연말 기준 누적 수치
2) 2024년 센텀시티점 매각 이슈로 심리상담소 퇴점
3) 2024년 하반기 심리상담 프로그램 도입 이전까지의 수치



RE:JOICE 심리상담소

찾아가는 사내 심리상담소

마음돌봄 프로그램

롯데백화점은 2020년부터 전국 사회복지관과 연계해 저소득층 및 취약계층에게 심리상담을 제공하는 마음돌봄 프로그램을 운영하고 있습니다. 2024년에는 전국 11개 기관에서 283명에게 상담 프로그램을 제공했으며, 지속적인 케어를 통한 프로그램 효과성 제고를 위해 기존에 참여했던 복지관도 재참여할 수 있도록 기회를 열어두고 있습니다. 특히 2024년 진행한 마음돌봄 프로그램 7기의 경우, 다문화 가정과 독거 중년 남성들도 참여하면서 이전보다 참여 유형이 다양해졌으며, 다른 기수 대비 4개월 가량 길게 진행되어 참여자들의 프로그램 만족도가 높았습니다.

•마음돌봄 프로그램 운영 현황

구분	단위	5기	6기	7기	합계 ¹⁾
수혜기관	개	10	12	11	70
참여인원	건	286	609	283	2,139

1) 1~7기 누적 수치



마음돌봄 프로그램 7기

리조이스 드리머즈

롯데백화점은 질병, 장애 등의 문제가 있는 가족 구성원을 직접 돌보느라 자신의 학업 및 진로개발에 어려움을 겪는 가족돌봄청소년을 지원하고 있습니다. 2021년 클라우드 펀딩 형태로 조성된 장학금 제공이 최초의 지원 방식이었다면, 이제는 장학금 지원 뿐만 아니라, 학습 코칭, 진로 설계 코칭, 대인관계 코칭 프로그램을 제공하고 있습니다. 캠페인 운영 비는 크리스마스 마켓 리얼스 굿즈 판매 수익금 및 에비뉴엘 고객 포인트 기부제 등 고객의 관심과 참여와 함께 마련되고 있습니다. 다가오는 2025년에도 롯데백화점은 리조이스 드리머즈 3기 청소년들에 대한 아낌없는 지원을 할 예정입니다.



리조이스 드리머즈 2기

사회공헌

사회공헌 추진 전략

지역사회

찾아가는 토이저러스

롯데마트·슈퍼의 토이저러스는 국내 최대 장난감 전문 매장으로, 소외 계층 어린이들을 위한 기부 및 지원 사업을 꾸준히 진행하고 있습니다. 2024년에는 어린이날과 크리스마스를 맞아 야외 활동이 어려운 장애 아동들을 대상으로 찾아가는 토이저러스 행사를 진행했습니다. 하남 보바스 어린이의원에 입원 중인 어린이 450여 명에게 연령대별 인기 캐릭터 장난감을 선물하고 풍선아트쇼와 마술쇼 등을 기획해 선보였으며, 특히 크리스마스에는 롯데 제주 대학생 봉사단 '밸류 for ESG'와 함께 아이들과 병원 의료진을 대상으로 소원 쓰기, 포토존 설치, 경품 추첨 등의 행사를 진행했습니다.

전국의 롯데마트/슈퍼 지점에서도 5월과 12월 한 달간 각 지역 내 아동 복지기관 등과 연계하여 소외계층 아동을 위한 지원 사업을 실시했습니다. 아동센터를 방문해 어린이날 행사를 진행하고, 결연기관의 아동을 토이저러스 매장으로 초청해 다양한 체험과 더불어 장난감을 선물하는 등 일상 속 특별한 경험을 통해 모든 아이들이 즐거운 시간을 보낼 수 있도록 지원했습니다.



2024 찾아가는 토이저러스 with 밸류 for ESG

베트남 아동 문화·정서 지원사업 'Good Today'

롯데마트는 현재 활발한 사업활동을 펼치고 있는 베트남 하노이의 아이들에게 다양한 문화적 경험을 제공하고 긍정적 자아 형성과 미래의 꿈을 응원하기 위한 문화·정서 지원사업 'Good Today'를 진행했습니다.

현지 네트워크 및 인프라를 바탕으로 희망친구 기아대책과 협업을 통해 베트남 북부에 위치한 박장지역 초등학교를 방문했습니다. 박장 성은 하노이와 지리적으로는 가깝지만, 보수적인 지역 환경, 개발 지연 등으로 인해 개발이 더딘 지역으로, 문화·예술 관련 경험을 쉽게 얻기 힘든 점을 고려해 장난감을 선물하고 마술쇼와 풍선아트 등의 체험활동을 진행했습니다. 또한 기아대책이 지원하고 있는 박장 희망학교의 학생들을 하노이에 위치한 롯데몰 웨스트레이크에 초청해 직접 학용품과 장난감 등을 구매해보고 아쿠아리움을 방문하는 시간을 가졌습니다. 앞으로도 롯데마트는 국내뿐만 아니라 해외에서도 지역사회의 소외계층을 지원하기 위한 다양한 프로그램을 운영할 계획입니다.



베트남 아동 문화·정서 지원사업 'Good Today'



사랑의 김장 나눔 행사

샤롯데 봉사단

롯데마트·슈퍼는 지역별 맞춤형 사회공헌 활동을 실현하기 위해 전국 지점별로 '샤롯데봉사단'을 운영하고 있습니다. 각 지점은 지역 내 취약 계층 복지시설과 1:1 결연을 맺고 정기적인 봉사활동을 실시하고 있으며, 2024년에는 처음으로 마트·슈퍼의 통합 운영을 통해 활동의 체계성과 실행력을 높였습니다. 또한 엔데믹 이후 대면 봉사 활성화를 위해 우수 지점 및 구성원에 대한 포상을 실시하고 있으며, 격월로 복지시설에 필요한 물품을 전달하는 것은 물론, 커피박 화분 만들기, 민속놀이 체험, 삼계탕 요리 등 결연기관과 함께하는 다양한 테마의 참여형 봉사활동을 이어가고 있습니다.

소외계층 식품지원, '푸드뱅크'

롯데마트·슈퍼는 소외계층의 식생활 안정을 위해 전국푸드뱅크사업과 협약을 체결하고 매달 유통기한이 임박한 신선식품과 가공식품을 기부하고 있습니다. 협약 체결 이후 지금까지 누적 256만 개, 약 58.7억 원 상당의 식품을 지원했습니다.

사랑의 김장 나눔

롯데쇼핑은 지역사회와의 상생을 위해 다양한 나눔 활동을 진행하고 있습니다. 롯데백화점 중동점은 '2024년 부천시 사랑의 김장 나눔' 행사에 참여해 지역 내 취약계층 733가구에 김치를 지원했습니다. 또한 롯데 아울렛 대구울하점은 롯데그룹 유통 계열사 임직원 및 지역 자원봉사자들과 함께 '사랑의 김장 나눔 행사'를 개최하여 직접 담근 김치를 홀몸노인과 결식아동 등 취약계층에 전달했습니다.

사회공헌

사회공헌 추진 전략

지역사회

Hope Cup

롯데마트·슈퍼는 희망친구 기아대책이 주관한 ‘2024 HOPE CUP’에 공식 후원사로 참여했습니다. ‘HOPE CUP’은 전 세계에서 온 결연 아동들이 축구를 통해 교류하고 희망과 단합의 가치를 나누기 위한 행사로, 롯데마트·슈퍼는 이번 행사에 참가한 10개국 160명의 참가자에게 ‘오늘 좋은’(PB) 간식 14종과 음료를 지원했습니다. 또한 베트남과 남아프리카 공화국 아동 30명을 대상으로는 롯데마트 제타플러스 잠실점과 잠실 롯데월드를 방문해 한국문화를 체험할 수 있는 기회를 제공하며 후원과 더불어 실질적인 문화 교류의 장을 마련하고자 했습니다.



2024 Hope Cup

국가유공자 우선주차구역 설치

롯데백화점 인천점은 인천 지역 민간시설 중 처음으로 국가유공자 우선 주차구역을 설치하였습니다. 이는 국가유공자 및 보호가족의 이동 편의를 개선하기 위한 조치로, 고객 이용이 가장 많은 주요 주차 구역에 전용 공간을 마련했습니다. **롯데마트·슈퍼** 역시 대형마트 최초로 국가유공자 우선 주차구역을 설치했습니다. 내비게이션 애플리케이션 ‘티맵’과의 업무 협약을 통해 해당 주차구역 안내 서비스도 함께 제공할 예정이며, 현재 11개의 지점에 설치를 완료했습니다.¹⁾

롯데백화점과 롯데마트·슈퍼는 앞으로도 보호 대상자, 사회적 약자를 포함해 영업점을 방문하는 다양한 고객들의 편의 증진을 위한 노력을 이어 갈 계획입니다.

1) 2025년 3월 기준



국가유공자 우선주차구역

소방의 날 맞이 소화기 기부

롯데마트·슈퍼는 11월 9일 소방의 날을 맞아 화재 취약계층과 소방서를 대상으로 분말 소화기 400여 대를 기부했습니다. 이번 기부는 화재 위험에 노출된 가정과 시설의 초기 대응 역량을 강화하고 안전의식을 제고하기 위해 추진되었습니다. 기부된 소화기는 전국재해구호협회를 통해 롯데마트와 롯데슈퍼 영업점 인근 소방서, 다문화 가정, 재난 피해 가구 등에 전달되었습니다.

지적장애인 자립센터 지원

롯데백화점 울산점 샐러드봉사단은 울주군 지적장애인지립센터를 방문해 갑티슈, 물티슈, 커피, 두루마리 휴지, 생수, 청소용품 등 생필품을 기부했습니다. 해당 물품은 자립센터를 통해 울주군 내 장애인 가정에 전달되었습니다.



취약계층 소화기 기부

자립센터 생필품 기부

사회공헌

사회공헌 추진 전략

문화·예술

롯데백화점 키즈 오케스트라

롯데백화점은 클래식에 관심 있는 유소년들이 실제 오케스트라 경험을 쌓고 세계적인 연주자의 지도를 받을 수 있도록 롯데백화점 키즈 오케스트라를 운영하고 있습니다.

2024년에는 72명의 2기 단원을 선발해 1기를 성공적으로 이끈 이민형 음악감독과 전 한국예술영재교육원 이성주 원장을 비롯한 전문 강사진과 정기 교육을 진행했습니다. 또한 세계적으로 유명한 '메트로폴리탄 오페라 오케스트라'와의 마스터 클래스를 통해 단원들에게 수준 높은 음악 교육 기회를 제공하기도 했습니다. 8월에는 롯데콘서트홀에서 '리조이스 콘서트'를 개최하고 공연 수익금 전액을 희망친구 기아대책에 기부하는 나눔 활동도 함께 진행했습니다. 또한 서울광장 야외무대와 노들섬 잔디광장에서 '스타워즈', '알라딘'과 같이 시민들에게 익숙한 영화와 애니메이션 음악을 연주하는 '찾아가는 음악회'도 개최했습니다.

앞으로도 롯데백화점은 키즈 오케스트라를 통해 아이들에게 체계적인 음악 교육을 통한 성장 기회를 제공하는 것은 물론, 시민들이 쉽게 클래식 공연을 접할 수 있는 기회를 확대해 나가기 위해 노력하겠습니다.



롯데백화점 키즈 오케스트라 2기 마스터클래스



롯데백화점 키즈 오케스트라 2기 시청광장공연

장애인 작가 전시회

롯데백화점은 장애인 예술가들의 창작 활동을 지원하고 작품을 널리 알리기 위한 다양한 프로젝트를 진행하고 있습니다. 작년 마산점에 이어 올해는 창원점에서 '경남 발달장애인 특별전'을 개최했으며, 이번 전시는 발달장애인의 권리 보호와 사회적 참여 확대를 목표로 하는 비영리 기관 (사)두레원발달장애인협회와 함께 기획했습니다. 올해는 공모 대상을 경북과 울산까지 확대해 총 45명의 발달 및 지체 장애인 작가들이 참여했으며, 각자의 시각과 감정을 담은 개성 있는 작품을 선보였습니다. 앞으로도 롯데백화점은 장애 예술가들의 창작 활동을 지원하고 보다 많은 사람들이 다양한 문화·예술 전시를 경험할 수 있도록 지원을 이어 나갈 계획입니다.



이지용 작가, '클락월드'



김도은 작가, '탐험가가 된 단디와 베리'

RE:JOICE 전시회

롯데백화점은 매년 세계 여성의 날을 기념해 여성 작가들의 작품을 담은 'RE:JOICE 전시회'를 개최하고 있습니다. 2024년에는 '포용을 고취하라 (Inspire Inclusion)'라는 테마 아래, 영감과 포용을 주제로 국내 여성 작가들의 독창적인 작품을 선보였습니다. 전국 롯데갤러리 5곳에서 열린 제 3회 RE:JOICE 특별 전시회에서는 도자기, 인물화, 다육 식물 작품 등 다양한 장르를 통해 세대를 초월한 여성의 강인함과 주체적인 삶을 응원하는 메시지를 전했습니다. 또한 2월 28일부터 4월 21일까지 잠실 에비뉴엘 아트홀에서 우리나라의 달항아리를 전 세계에 알린 대표적인 여성 작가인 박영숙 도예가의 대표 작품들을 전시하며, RE:JOICE 전시회의 의미를 배가시켰습니다.



2024 RE:JOICE 전시회

사회공헌

사회공헌 리스크 관리

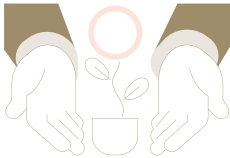
사회공헌 모니터링

투명한 기부금 활용

롯데쇼핑은 체계적이고 효율적인 기부금 집행을 위해 '기부 업무 규정'에 따라 기부금 집행 기준을 마련하고, 수혜기관의 신뢰성, 지원 분야, 지원 대상 등을 종합적으로 검토하고 있습니다. 기관의 기금 운영 내역, 기부자 및 수혜자와의 소통 적극성, 집행 후 모니터링 역량 등을 평가하며, 기부금 집행 계획과 결과가 당초 목적에 부합하는지 점검하여 운영 효과성을 관리하고 있습니다.

또한 기부를 가장한 중죄를 방지하기 위해 기부의 정당성 검토 내역을 기록으로 보관하고 있으며, 기부 시에는 사전 체크리스트 작성, 기부 품의 절차 이행, 리스크 관리 부서의 합의 절차를 거치는 등 단계별 모니터링을 실시하고 있습니다. 아울러, 롯데쇼핑은 「정치자금법」 제31조에 따라 정치자금, 투표 관련 선거자금, 정치단체 로비 자금 등의 제공을 엄격히 금지하고 있으며, 해당 사항을 기부 업무 규정에 명시하여 준수하고 있습니다.

롯데쇼핑은 투명한 기부금 집행을 위해 실제 활동 예산과 기부금 내역을 회계 처리 기준 및 감사 절차에 따라 관리하고 있으며, 다양한 이해관계자가 확인할 수 있도록 대외 공시자료를 통해 관련 정보를 공개하고 있습니다.



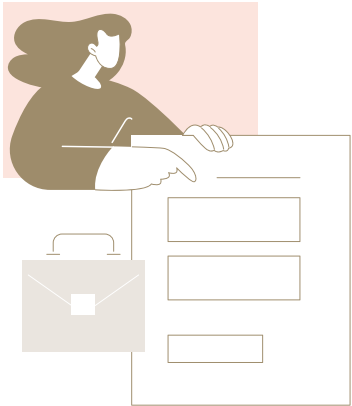
•기부금 집행 현황

(단위: 백만 원)

구분	2022	2023	2024
기부금	17,489	15,759	17,540

사회공헌 효과성 관리

롯데백화점은 반기 단위로 사회공헌비용 집행의 효과성을 모니터링하여 활동 및 기금 활용의 적절성을 판단하고 향후 사회공헌 프로그램 기획 및 예산 편성 등에 반영하고 있습니다. 리조이스 상담소는 상담소별 월 1회 미팅을 통해 운영비와 상담 건수, 상담자 만족도, 특이사항 등에 대해 검토하고 있습니다. 마음돌봄 프로그램의 경우, 수혜기관별 1대1 모니터링을 실시하고 있으며, 프로그램 종료 후 활동 평가를 통해 기부금이 적절하게 사용되고 있는지 점검합니다.



롯데마트·슈퍼는 사회공헌 활동별로 비용 집행의 효과성을 모니터링하여 활동 및 기금 활용의 적절성을 판단하고 있습니다. 또한 집행 내역을 연도별, 분야별, 이해관계자별로 구분하여 분석하고, 이를 향후 사회공헌 프로그램 기획 및 예산 편성에 반영하고 있습니다. 아울러, 각 사회공헌 사업의 수행기관을 대상으로 1대1 모니터링을 실시하고, 결과보고서를 수령하여 기금이 사업 목적에 맞게 투명하게 사용되었는지를 점검하고 있습니다.



INTRODUCTION

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

GOVERNANCE



097	이사회
102	주주 친화 경영
104	윤리·준법 경영
109	리스크 경영
112	정보보호

이사회

이사회 구성

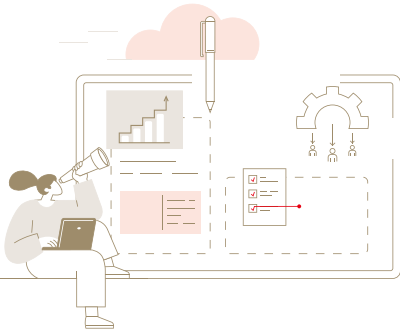
이사회 구성

롯데쇼핑의 이사회는 주주총회에서 선임된 총 11명의 이사로 구성되며, 이사회의 독립적인 판단과 객관적인 의사결정을 보장하기 위해 과반수 이상인 6명을 사외이사로 구성하고 있습니다.

이사회는 전문성과 경험을 갖춘 사내이사 5인과 독립성을 갖춘 사외이사 6인으로 구성되어 있으며, 회사의 주요 경영 현안을 심의·의결하고 경영진에 대한 감독과 자문 기능을 수행합니다. 경영진 및 지배주주로부터 이사회의 독립성과 투명성을 확보하기 위해 2024년 3월 선임이사제도를 도입하였으며, 견제와 균형의 원칙 아래 책임 있는 이사회 운영을 지향하고 있습니다.

이사의 선임

롯데쇼핑은 전문성과 책임감을 갖춘 이사회 구성을 위해 투명하고 체계적인 검증 및 선임 절차를 운영하고 있습니다. 사내이사는 이사회의 추천을 통해 후보가 선정되며, 사외이사는 상법 제382조 제3항 및 제542조의8에 따라 자격 요건을 충족하는 인사 중에서 사외이사후보추천위원회의 심의를 거쳐 균형 있게 추천됩니다. 이사 후보자는 주주총회의 승인 절차를 통해 결격사유가 없는 자로 최종 선임되며, 이사회 의장은 이사회 결의를 통해 선출됩니다.



• 이사회 구성 현황

구분	성명	직위	주요 경력	성별	(2025년 3월 31일 기준)	
					국적	최초 선임년도
사내이사	신동빈	대표이사	(현) 롯데지주 대표이사 (현) 롯데그룹 회장 (현) 롯데케미칼, 롯데웰푸드 대표이사	남	한국	2025
	김사무엘상현	대표이사 이사회 의장	(현) 롯데그룹 유통군HQ 총괄대표 부회장 (전) DFI 홍콩 싱가포르 법인 대표 (전) 한국 P&G 대표이사, 아세안 총괄사장	남	미국	2022
	정준호	대표이사	(현) 롯데쇼핑(주) 백화점 사업부 대표이사 (전) 롯데 GFR 대표이사 (전) 신세계 인터내셔널 해외패션본부장	남	한국	2022
	강성현	대표이사	(현) 롯데쇼핑(주) 마트·슈퍼 사업부 대표이사 (전) 롯데 네슬레코리아 대표이사 (전) 롯데쇼핑 H&B 사업부(롭스) 대표	남	한국	2021
	김원재	사내이사	(현) 롯데유통군HQ 재무지원본부장 (전) 롯데쇼핑(주) 재무본부장 (전) 롯데지주 재무혁신실 재무2팀장	남	한국	2025
사외이사	심수옥	선임사외이사	(현) 성균관대학교 경영전문대학원 교수 (전) 삼성전자 글로벌마케팅 실장 부사장 (전) 삼성전자 영상디스플레이사업부 전무	여	한국	2022
	조상철	사외이사	(현) 법무법인 태평양 변호사 (전) 서울고등검찰청 검사장 (전) 서울서부지방검찰청 검사장	남	한국	2022
	한재연	사외이사	(현) BnH세무법인 회장 (전) 대전지방국세청장 (전) 국세청 소득지원국장·징세법무국장	남	한국	2024
	조현근	사외이사	(전) 풀무원생물 대표이사 (전) 디아지오 아시아태평양 일본 대표이사 (전) 필립모리스 아시아 총괄	남	한국	2025
	카나히로유키	사외이사	(전) Tokiwa Corporation CEO (전) Henkel 일본법인 대표 (전) P&G 서울 영업부장	남	일본	2025
	정창국	사외이사	(전) 에코비트 최고재무책임자(CFO) (전) ADT 캄스 최고재무책임자(CFO) (전) 아쿠쉬네트코리아 최고재무책임자(CFO)	남	한국	2025

이사회

이사회 구성

이사회 독립성

롯데쇼핑은 이사의 독립성을 보장하기 위해 전체 이사 11명 중 6명을 사외이사로 구성하고 있으며, 경영진으로부터의 독립성을 보장하고 감독 및 견제 기능을 강화하기 위해 2024년 3월 선임사외이사제도를 도입했습니다. 선임사외이사는 사외이사회회의의 소집 권한이 있으며, 사외 이사의 효율적이고 독립적인 업무 수행을 위한 제반사항을 지원합니다. 또한 이사회 및 위원회의 기능과 활동 성과를 검토하고, 필요한 경우 경영진에게 현안에 대한 보고 및 자료 공유를 요청할 수 있습니다.

롯데쇼핑의 사외이사는 사외이사후보추천위원회의 심의를 거쳐 추천되며, 후보자는 상법 제382조 제3항 및 제542조의8에 따른 자격 요건을 충족한 인사로 구성됩니다. 또한 상법에 따라 사외이사의 겸직을 제한하고 있으며, 롯데쇼핑 외 2개 이상의 회사에서 이사, 집행임원 또는 감사로 재직할 수 없습니다. 선임된 사외이사는 이사회 규정을 준수하며, 회사의 독립적이고 투명한 의사결정 체계를 유지하는 데 기여하고 있습니다.

• 사외이사 겸직 현황

(2025년 3월 31일 기준)		
성명	겸직 여부	겸직 현황
심수옥	○	(주)풀무원 사외이사
조상철	○	(주)바이넥스 사외이사
한재연	○	(주)휴스틸 사외이사
조현근	-	-
카나이히로유키	-	-
정창국	-	-

이사회 전문성

롯데쇼핑은 이사의 전문성 강화를 통해 주요 경영 현안에 대한 심도 있는 심의와 전략적 자문 기능이 원활히 수행될 수 있도록 하고 있습니다. 법률, 회계, 재무, ESG, 글로벌 경영 등 각 분야의 전문성과 실무 경험을 갖춘 이사들을 선임함으로써 이사의 기능적 완성도를 제고하고 있습니다. 특히 국내외의 주요 기업에서의 경영 및 재무 경험을 보유한 전문가 중심의 이사회 구성을 통해, 급변하는 시장 환경에 대한 통찰력과 실행력을 겸비한 자문 체계를 구축하고 있습니다. 이를 기반으로 롯데쇼핑은 중장기 경영 전략의 수립과 리스크 대응 역량을 지속적으로 강화해 나가고 있습니다.

이사회 다양성

롯데쇼핑은 다양한 이해관계자의 권익을 균형 있게 반영하고, 급변하는 경영 환경에 유연하게 대응하기 위해 이사회 내 다양성 확보를 중요하게 고려하고 있습니다. 기업지배구조헌장에서 정한 기준에 따라 이사회 구성 시 성별, 국적, 산업 분야, 경력 등 다양한 배경을 반영할 수 있도록 지속적으로 노력하고 있습니다.

현재 롯데쇼핑의 이사회에는 여성 이사 1인, 외국인 이사 1인이 포함되어 있어 성별 및 문화적 다양성 또한 고려된 구조를 갖추고 있습니다. 또한 2025년에는 유통, 소비자, 글로벌 비즈니스 등 실무 기반의 전문성을 보유한 인사를 사외이사로 새롭게 선임하여 시장 중심의 시각과 실행력을 강화했습니다. 롯데쇼핑은 이를 바탕으로 다양한 관점에서의 의사결정과 균형 잡힌 거버넌스를 실현해 나가고 있습니다.

• 이사회 역량구성표(BSM)



이사회

이사회 운영

이사회 역할

롯데쇼핑의 이사회는 최고 의사결정기구로서 법령 또는 정관에서 정한 사항, 주주총회로부터 위임받은 사항, 회사경영의 기본방침 및 업무집행에 관한 주요사항을 심의, 의결하며 경영진에 대한 감독 기능을 수행합니다. 중장기적인 사업방향과 목표를 수립하고 사업운영과 관련된 다양한 재무, 비재무 리스크를 관리, 감독하고 있으며 기후변화 대응, 인권, 안전보건 등 기업의 지속가능경영 관련 이슈를 관리합니다.

이사회 소집 및 개최

롯데쇼핑의 이사회는 이사회 규정에 따라 의장 또는 의장이 지정한 이사가 소집할 수 있으며, 소집 일주일 전 각 이사에게 소집을 통지하도록 하고 있습니다. 다만 이사 전원의 동의가 있는 경우 별도의 소집절차 없이 언제든지 이사회를 개최할 수 있습니다. 정기이사회는 월 1회 개최하는 것을 원칙으로 하며, 필요에 따라 수시로 임시 이사회를 개최합니다. 이사회는 이사 전원의 과반수가 출석하여야 성립되며, 결의는 출석이사의 과반수 찬성으로 성립됩니다. 다만, 상법 제397조의2(회사가회유용금지), 398조(자기거래 금지)에 해당하는 사안일 경우 이사 3분의 2 이상이 찬성해야 결의됩니다. 이사는 음성을 동시 송수신할 수 있는 상황에서 비대면으로 참석할 수 있으나, 사안에 대해 특별한 이해관계가 있는 이사는 의결권을 행사할 수 없습니다.

● 2024 이사회 개최 현황

개최 횟수	보고 안건	의결 안건	사내이사 참석률	사외이사 참석률
15	25	62 ¹⁾	100	95.7

1) 원안 가결 60건, 보류 2건

이사회 평가

롯데쇼핑은 '기업지배구조헌장'에 명시된 평가 규정에 따라 이사회 구성원의 경영활동을 평가하고 있습니다. 특히 사외이사의 경우 적극적인 직무수행 독려를 위해 이사회 및 위원회 참석률, 이사회 및 위원회 안건에 대한 의견 개진 및 기여도, 특정 분야 전문가로서의 효과적인 자문제공 여부, 감사위원으로서 회사의 재무적 리스크에 대한 내부통제 관련 기여도 등을 매년 종합적으로 검토하여 향후 이사회 구성에 반영하고 있습니다. 또한 2024년부터 이사회와 위원회의 구성 적정성 및 운영 효율성을 점검하기 위해 사외이사가 이사회 평가를 실시하고 있습니다. 평가 항목은 이사회의 역할과 책임, 구조, 운영 등으로 구성되어 있으며, 평가 결과 및 개선 계획을 이사회에 보고하고 있습니다.

이사회 보수

롯데쇼핑은 이사의 보수를 상법 제 388조와 정관 제 42조에 따라 정기주주총회에서 승인된 보수한도 내에서 임원보수규정에 의거하여 이사회 결의를 통해 결정합니다. 이후 보수 결정 과정의 투명성을 제고하기 위해 보상위원회의 검토와 승인을 거쳐 지급하고 있습니다. 대표이사의 보수는 재무적 성과 뿐만 아니라 리더십, 윤리경영, 기타 회사 기여도, ESG 경영 관련 핵심성과지표(KPIs) 달성 수준 등 비재무적 성과를 종합적으로 고려하여 결정하고 있습니다.

● 2024 이사회 보수 지급 현황

(단위: 백만 원)			
구분	인원	보수 총액	1인당 평균 보수
등기이사	4	4,026	1,027
사외이사	2	148	74
감사위원회 위원	3	245	82

이사회 교육

롯데쇼핑은 사외이사가 기업에 대한 충분한 이해를 바탕으로 전문적인 의사결정을 내리고 책임 있는 역할을 수행할 수 있도록 다양한 교육을 제공하고 있습니다. 사외이사가 독립적인 입장에서 주요 경영 의사결정에 참고할 수 있도록, 사업 전략, 산업 및 사업 현황, 신사업 추진 방향, ESG 공시 및 평가 제도 등 다양한 주제를 다루는 교육을 실시하고 있습니다. 특히 감사위원회를 대상으로는 내부회계관리제도, 준법감독 및 내부통제, 회계기준, 지속가능성 보고기준 등에 대한 교육을 실시하여, 독립적이고 책임 있는 감사 기능을 충실히 수행할 수 있도록 지원하고 있습니다.

● 2024 사외이사 교육 현황

교육 일시	교육 대상	주요 교육 내용
2024.02.08	심수옥, 김도성, 김용대, 조상철, 전미영	• '23년 소핑 경영계획 대비 실적 및 중장기 계획 • 특수관계인 등 거래확인서 작성 안내
2024.03.06		• 연결/별도 내부회계관리제도 • 운영실태 및 평가
2024.03.26	김도성, 심수옥, 한재연, 조상철, 전미영	• 이사회 관련 KCGS 평가 항목 안내 • e커머스 전략 방향
2024.05.09		• 이사회 역량구성표 수립
2024.06.04		• Ocado Project 진행경과 및 계획 공유 • 롯데쇼핑 이사회 평가 진행의 건
2024.08.07	김도성, 심수옥, 한재연	• 내부회계관리제도 주요 변화사항과 최신 동향
2024.10.10	심수옥, 김도성, 조상철, 전미영	• 「기업가치 제고 계획서」 보고
2024.11.22	김도성, 심수옥	• 이사와 감사위원의 준법 감독(국내외 주요 판례 분석)과 통합 내부통제 • 기업 밸류업 프로그램과 이사회의 역할
2024.12.12	심수옥, 김도성, 조상철, 전미영	• 롯데쇼핑 차입금 커버넌트 및 유동성 현황

이사회

이사회 산하 위원회

감사위원회

롯데쇼핑의 감사위원회는 회사의 감사기능 독립성과 투명성을 확보하기 위해 상법 및 내부 감사위원회 규정에 따라 주주총회에서 선임된 이사들 중에서 구성되며, 전원 사외이사로 이루어져 있습니다. 현재 위원장은 회계·재무 분야의 전문가인 정창국 사외이사가 맡고 있습니다. 감사위원회는 이사회 및 경영진의 업무 수행과 재무 활동의 적법성과 건전성을 감사하고, 재무보고의 정확성을 검토하는 역할을 수행합니다. 또한 자 회사를 포함한 회사 전체의 업무 및 자산 상태를 조사하고 영업보고를 요구할 수 있으며, 감사인의 선임·변경·해임에 대한 검토와 내부회계관 리제도 운영실태 평가를 담당하고 있습니다.

2025년에는 내부감사부서 구성원 임면 시 감사위원회의 동의를 요하 도록 규정을 개정하여 감사조직의 독립성과 내부 통제 체계의 실효성 및 대외 신뢰도를 한층 강화하였습니다.

● 감사위원회 구성 현황		(2025년 3월 31일 기준)
구분	직위	성명
위원장	사외이사	정창국
위원	사외이사	심수옥
위원	사외이사	한재연

사외이사후보추천위원회

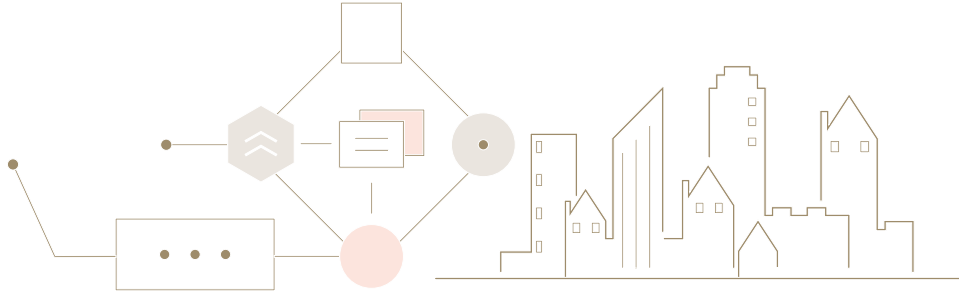
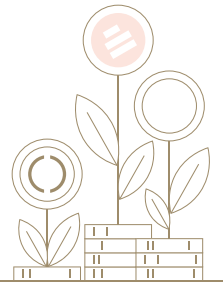
롯데쇼핑의 사외이사후보추천위원회는 상법, 정관 및 이사회 규정에 따라 전원 사외이사로 구성되어 운영하고 있습니다. 사외이사후보추천위원 회는 주주총회에서 선임할 사외이사 후보를 추천하는 역할을 수행하며, 사외이사 후보군을 구성하고 연 1회 이상 정기적으로 검토합니다. 후보 자의 전문성과 역량을 기반으로 회사와 주주의 이익에 부합하는지 판단 하고, 독립성 관련 법령상 자격요건 충족 여부를 심사해 적합한 후보를 선정, 추천합니다. 이 외에도 추천을 위한 제반 사항과 이사회로부터 위임 받은 안건을 심의, 의결하고 있습니다.

● 사외이사후보추천위원회 구성 현황		(2025년 3월 31일 기준)
구분	직위	성명
위원장	사외이사	조현근
위원	사외이사	조상철
위원	사외이사	카나이히로유키

투명경영위원회

롯데쇼핑의 투명경영위원회는 윤리적 기업문화 조성과 투명경영의 실현 을 목적으로 전원 사외이사로 구성되어 운영하고 있습니다. 투명경영위 원회는 계열회사 간 내부거래, 준법경영, 사회공헌 활동과 관련된 주요 정책 및 이행 내역을 점검하고, 거래 방식, 상대방 선정기준, 세부 거래 조건 등 사업 관련 자료를 검토하여 필요한 경우 시정 및 개선을 권고할 수 있습니다. 또한, 법령 또는 사규 위반 사실이 있거나 위반 우려가 있는 경우에는 위반의 중대성, 회사에 미치는 영향, 개선조치의 필요성 등을 고려해 거래조건 조정, 거래 중단 등 필요한 조치를 요청할 수 있습니다.

● 투명경영위원회 구성 현황		(2025년 3월 31일 기준)
구분	직위	성명
위원장	사외이사	심수옥
위원	사외이사	조상철
위원	사외이사	한재연



이사회

이사회 산하 위원회

보상위원회

롯데쇼핑의 보상위원회는 임원 보수의 공정성과 투명성을 제고하기 위해 설치되었으며, 전원 사외이사로 구성되어 운영되고 있습니다. 보상위원회는 주주총회에 제출되는 등기이사 보수한도의 적정성을 검토 하고, 등기이사에 대한 성과급을 포함한 개별 보수, 비등기 임원의 직급 별 보수 한도 등을 심의, 의결하는 역할을 수행합니다.

●보상위원회 구성 현황			(2025년 3월 31일 기준)
구분	직위	성명	
위원장	사외이사	조상철	
위원	사외이사	조현근	
위원	사외이사	정창국	

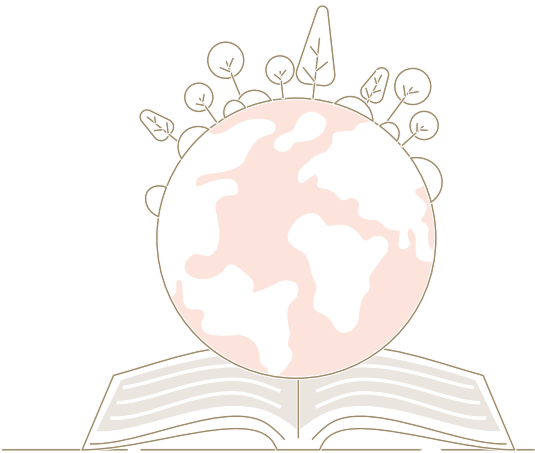
ESG위원회

롯데쇼핑의 ESG위원회는 전원 사외이사로 구성되어 있으며, 롯데쇼핑의 ESG 정책과 활동에 관한 제반 사항을 심의·의결하는 한편, 체계적인 ESG 경영을 위한 최고 협의기구로서의 역할을 수행하고 있습니다. ESG위원회는 ESG 경영의 중장기 목표를 수립하고, 이행 현황과 추진 성과를 점검하며, ESG 관련 주요 이슈 및 리스크를 식별하고 관리하는 기능을 담당합니다. 2024년에는 총 4차례 위원회를 개최하였으며, 국내외 ESG 추진 계획 및 경과, 탄소중립 이행 추진 계획 및 경과, 임직원 교육체계 고도화 중 장기 계획 등과 관련된 안건을 심의, 의결했습니다.

●ESG위원회 구성 현황			(2025년 3월 31일 기준)
구분	직위	성명	
위원장	사외이사	한재연	
위원	사외이사	조현근	
위원	사외이사	카나이히로유키	

● 2024 ESG위원회 운영 현황

구분		안건
2024.03.06	의결	롯데쇼핑 ESG 중대 이슈 선정의 건
	의결	사업부별 '24년 ESG 추진 계획 수립의 건
2024.04.18	의결	임직원 교육체계 고도화 중장기 계획
	의결	탄소중립 이행 추진 계획
	의결	정보보호 강화 추진 계획
	의결	해외 ESG 중장기 목표 및 경영방침 수립의 건
2024.08.22	보고	롯데쇼핑 '24년 ESG 추진 경과
	의결	롯데쇼핑 PPA 추진 계획
2024.09.12	보고	임직원 교육체계 고도화 추진 경과
	보고	환경경영 추진 경과
	보고	정보보호 강화 추진 경과



주주 친화 경영

주주권 행사

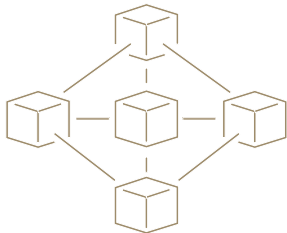
주주총회 소집 및 개최

롯데쇼핑은 대표이사가 이사회 결의를 거쳐 매 결산기 종료 후 3개월 이내에 정기주주총회를 개최하며, 필요에 따라 임시주주총회를 소집합니다. 주주총회를 소집할 경우 회사는 총회일 2주 전까지 일시, 장소 및 회의 목적사항을 기재한 소집통지서를 각 주주에게 서면 또는 전자문서로 발송합니다. 일정 기준 이하의 주식을 소유하고 있는 주주¹⁾에 대해서는 한국거래소 전자공시시스템 또는 일간지 공고 등의 방법으로 소집 통지를 갈음할 수 있습니다. 롯데쇼핑은 이와 같은 절차를 통해 모든 주주에게 주주총회 관련 정보를 적시에 제공하고 있으며, 투명하고 공정한 의사결정 기반을 마련하고자 노력하고 있습니다.

1) 발행주식총수의 100분의 1 이하 보유자

의결권 행사

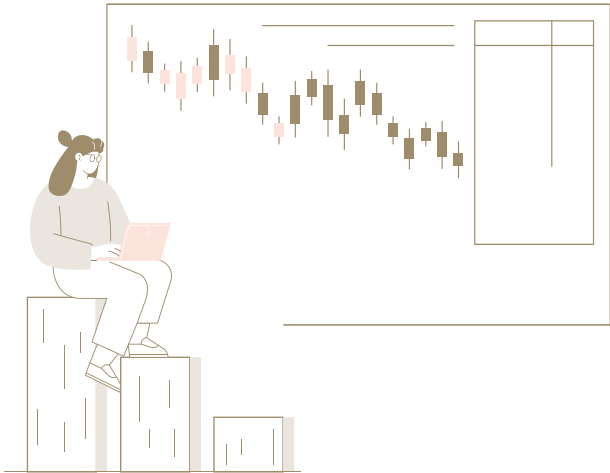
롯데쇼핑의 주주는 보유 주식 1주당 1개의 의결권을 보유하며, 주주총회의 결의는 관련 법령 및 정관에 따라 출석한 주주의 의결권 과반수이자 발행주식총수의 4분의 1 이상의 수로 이루어집니다. 주주의 원활한 의결권 행사를 지원하고 참여 기회를 확대하기 위해 정기주주총회를 집중일이 아닌 날에 개최하고 있으며, 최근 4개 기수 모두 이에 따라 분산 개최했습니다. 전자투표제를 도입해 주주의 접근성과 편의성을 높이고 전자 고지서를 통해 주주총회 관련 정보를 신속하게 제공하고 있습니다. 또한 일정 지분 요건을 충족한 주주에게 주주총회 안건을 제안할 수 있는 권리를 보장합니다. 직접 참석이 어려운 주주의 의결권 보장을 위해 정관 제27조에 따라 대리인을 통한 의결권 행사를 허용하고 있습니다. 주주는 정해진 양식에 따라 위임장을 제출함으로써 총회 개시 전까지 대리인을 통해 의결권을 행사할 수 있으며, 회사는 자본시장법 제153조에 따라 위임장과 참고서류를 전자공시시스템을 통해 제공하고 있습니다. 또한 롯데쇼핑은 주주총회 종료 후 홈페이지를 통해 안건별 출석주식수 대비 찬성률을 공개함으로써 주주총회 의사결정 과정의 신뢰성과 투명성을 제고하기 위해 노력하고 있습니다.



주식발행 현황 (2024년 12월 31일 기준)			
구분	발행주식 수	발행비율(%)	의결권이 있는 주식 수 ¹⁾
보통주	28,288,755	4715	28,226,062

1) 의결권 행사가 제한된 자기주식, 계열 공익법인 보유 주식 제외

주식소유 현황 (2024년 12월 31일 기준)		
구분	소유 주식 수	지분율(%)
롯데지주(주)	11,315,503	40.00
신동빈	2,893,049	10.23
(주)호텔롯데	2,507,158	8.86
국민연금공단	1,819,362	6.43
우리사주조합	15,728	0.06

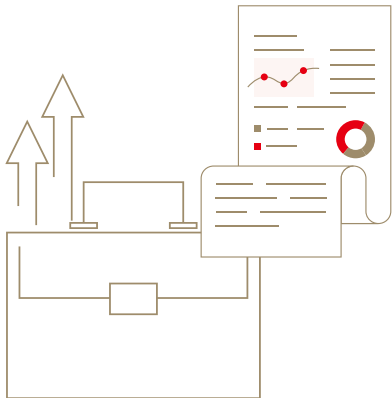


주주 친화 경영

주주이익 보호

주주환원 정책

롯데쇼핑은 주주가치 제고를 위해 지속적으로 배당을 실시하고 있으며, 안정적이고 예측 가능한 배당 정책의 확립을 위해 노력하고 있습니다. 2024년 10월 발표한 기업가치 제고 계획을 통해 2024년부터 2026년까지의 주주환원을 35% 이상을 목표로 설정하고, 최소 주당 배당금(DPS) 3,500원 이상을 제시했습니다. 또한 배당 예측 가능성을 제고해 주주가 정보를 기반으로 합리적인 투자 결정을 내릴 수 있도록 배당액을 먼저 확정하고 배당기준일을 지정하는 방식으로 전환했습니다. 실제로 2024년 결산기(제55기)부터 '선 배당액 확정, 후 배당기준일 지정' 방식을 실시했으며 앞으로도 선진적인 배당 정책을 통해 주주의 권리와 이익을 보호할 수 있도록 노력하겠습니다.



주주와의 의사소통

롯데쇼핑은 분기별 실적 발표와 함께 CFO가 주관하는 국내 기업설명회(Non-Deal Roadshow, NDR)를 개최하고 있으며, 컨퍼런스 콜 형식의 실적 발표를 통해 주주의 접근성과 편의성을 제고하고 있습니다. 2023년 주주 및 투자자와 경영진 간의 소통 강화를 위해 'CEO IR DAY'를 시작하고 2024년 10월 유통업계 중 처음으로 기업가치 제고 계획을 발표하며 국내외 IR 활동을 확대해 나가고 있습니다. 2024년 'CEO IR DAY'를 통해 대표이사가 직접 주요 재무지표 현황과 경영실적, 연결 법인 자산재평가 결과 등을 설명하고 롯데쇼핑의 중장기 사업전략과 Value-Up 목표 및 계획에 대해 소개했으며 홍콩과 싱가포르에서도 현지 투자자를 대상으로 진행했습니다. 롯데쇼핑은 향후에도 CEO 및 CFO가 직접 참여하는 정기적 소통 채널을 통해 주주와 투자자가 합리적인 판단을 할 수 있도록 재무·비재무 정보를 투명하게 제공할 예정입니다.

● 2024 주요 IR 일정

일시	장소	일정
2024.05.09	국내	2024 1/4분기 실적발표 컨퍼런스콜
2024.05.13~14, 16		2024 1/4분기 NDR
2024.08.07	국내	2024 2/4분기 실적발표 컨퍼런스콜
2024.08.09, 12		2024 2/4분기 NDR
2024.10.11	국내	2024 CEO IR DAY
2024.10.15	싱가포르	2024 CEO IR DAY
2024.10.16	홍콩	2024 CEO IR DAY
2024.11.07	국내	2024 3/4분기 실적발표 컨퍼런스콜
2024.11.11~12		2024 3/4분기 NDR
2025.02.06	국내	2024 4/4분기 실적발표 컨퍼런스콜
2025.02.10~12		2024 4/4분기 NDR

투명한 정보공시

롯데쇼핑은 사업 운영과 관련된 재무적·비재무적 정보를 금융감독원 전자공시시스템(DART), 한국거래소 공시시스템 및 당사 공식 홈페이지 등을 통해 제공하고 있습니다. 해외 투자자와 글로벌 이해관계자를 위한 영문 홈페이지도 별도로 운영하고 있으며, IR 자료, 공시 일정, 경영 관련 주요 이슈 등을 상시 게시함으로써 이해관계자들이 사업 운영과 관련된 정확한 정보를 시의적절하게 확인할 수 있도록 하고 있습니다. 아울러 내부 경영진을 대상으로는 월간 IR 레터를 발행하여 경영 전반의 주요 현안을 공유하고, 투명한 정보공시의 중요성에 대한 인식을 제고하기 위해 노력하고 있습니다.



윤리·준법 경영

윤리경영 추진 전략

윤리경영 기반 조성

윤리강령 및 윤리행동준칙

롯데쇼핑은 바르게 생각하고, 판단하고, 행동함으로써 기업의 책임을 다하고 지속가능한 성장을 도모하기 위해 회사와 임직원, 파트너사가 지켜야 할 윤리강령과 윤리행동준칙을 수립해 운영하고 있습니다. 윤리강령은 고객, 주주, 임직원, 협력회사 등 다양한 이해관계자의 관점에서 지켜야 할 원칙을 포함하며, 윤리행동준칙은 경영활동 전반에 있어 고객에 대한 다짐, 주주에 대한 책임과 의무, 임직원의 기본윤리, 협력회사와의 올바른 관계, 국가와 사회에 대한 가치판단의 기준과 이행 절차를 제시하고 있습니다.



윤리문화 확산

롯데백화점은 윤리적 가치에 기반한 기업문화를 확산하기 위해 '사외출강 Clean 나눔' 제도를 운영하고 있습니다. 임직원이 회사에서 축적한 전문 지식과 경험을 활용해 외부 기관에서 강의한 경우, 강의료의 일부를 복지단체에 기부함으로써 윤리의식 함양과 사회적 책임 이행을 함께 실현하고자 합니다. 롯데백화점은 윤리경영이 단순한 규정 준수를 넘어 일상 업무와 외부 활동 전반에 걸쳐 자율적으로 실천되는 문화로 자리 잡을 수 있도록 다양한 내재화 활동을 지속해 나가고 있습니다.

윤리교육

롯데쇼핑은 임직원의 윤리의식 제고와 윤리경영 문화 내재화를 위해 윤리강령과 행동준칙에 대한 기본 교육을 포함해 실무에서 발생할 수 있는 윤리적 이슈에 대한 전사 윤리교육을 실시하고 있습니다.

롯데백화점, 롯데마트·슈퍼는 윤리경영의 중요성을 이해하고, 롯데쇼핑의 윤리원칙과 규정 등을 숙지할 수 있도록 신입사원 교육에 해당 내용을 포함하고 있습니다. 또한 명절기간 발생할 수 있는 비윤리행위, 불공정거래 예방을 위해 연 2회 전 임직원을 대상으로 중점 관리 사항과 선물 자진 신고 절차, 비윤리행위 제보 채널 안내 등의 내용을 교육합니다.

롯데마트·슈퍼는 비윤리행위의 재발 방지를 위해 현업부서 및 지점 관리자를 대상으로 위반 사례와 관련 규정, 향후 리스크 관리 방안에 대한 교육을 진행해 전사에 전파하도록 하고 있으며, 신입 직책자를 대상으로 업무별 주요 리스크와 관리 방안 등에 대해 교육을 실시하고 있습니다.

롯데e커머스는 「특정 금융거래정보의 보고 및 이용 등에 관한 법률」에 근거하여 전 임직원을 대상으로 자금세탁 방지교육을 실시하고 있습니다. 교육은 자금세탁 및 테러자금 조달 행위에 대한 이해와 의심거래 인지 방법, 고객 정보 확인 절차, 내부 보고 체계 등 업무상 준수해야 할 주요 사항을 중심으로 구성되어 있습니다.

윤리경영 리스크 관리

비윤리행위 예방 활동

윤리·준법경영 실천서약

롯데쇼핑의 모든 임직원은 매년 윤리·준법경영 실천서약서를 작성하고 있습니다. 서약서는 컴플라이언스 경영방침을 기반으로 작성되었으며 국내외 법령 및 행동강령, 사내 규정을 성실히 준수하겠다는 내용을 담고 있습니다.

윤리위반 모니터링

롯데백화점은 이해관계자로부터 임직원이 부득이하게 선물을 받은 경우 반송을 원칙으로 하되, 반송이 어려운 경우에는 복지단체에 기부하는 'Clean 센터' 제도를 운영하고 있습니다. 금품 수수에 대한 내부 통제 기준을 명확히 함으로써 파트너사와의 건전한 관계 구축 및 공정한 업무 문화 확산을 위해 노력하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 명절 기간 중 발생할 수 있는 윤리위반 행위를 사전에 예방하고 임직원의 윤리의식을 제고하기 위해, 영업점을 대상으로 무단 반출, 금품 수수 등 주요 항목에 대한 불시 현장 점검을 연 2회 실시하고 있습니다. 또한 임직원의 법인카드 사용 내역을 정기적으로 모니터링하여 사적 사용, 지침 위반 등 부정 집행 여부를 점검 하고 있으며, 투명한 비용 집행 문화 정착을 목표로 하고 있습니다.

익명제보 시스템

롯데쇼핑은 윤리문화 확립과 비윤리행위에 대한 내부 모니터링을 위해 익명제보 시스템을 구축해 운영하고 있습니다. 컴플라이언스 경영시스템 운영지침에 따라 제보 접수부터 조사, 처리에 이르기까지의 절차를 수립하고 있으며, 전화, 우편, 온라인 홈페이지 등을 통해 제보가 가능하도록 하고 있습니다. 사내 게시판 등을 통해 제보 채널과 절차를 안내하고 있으며, 파트너사 또한 비윤리행위 제보가 가능한 내부 시스템을 마련하고 적절한 조치를 이행할 것을 권장하고 있습니다.

제보자와 제보 내용을 엄격히 비밀로 유지하고 이로 인한 불이익이 없도록 보장하고 있으며, 시스템 운영 현황은 연 1회 대표이사에게 보고됩니다.

● 비윤리행위 신고 절차



윤리·준법 경영

준법경영 거버넌스

거버넌스 역할과 책임

이사회 역할

롯데쇼핑의 이사회는 준법경영 체계가 경영 전반에 내재화될 수 있도록 관련 정책과 운영 현황을 보고받고, 전사 차원의 운영 실태를 점검하는 관리·감독 기능을 수행하고 있습니다. 각 사업부의 대표이사는 윤리·준법경영 이행 전략을 검토하고, 리스크의 발생을 예방, 완화하기 위한 활동 성과를 점검합니다.

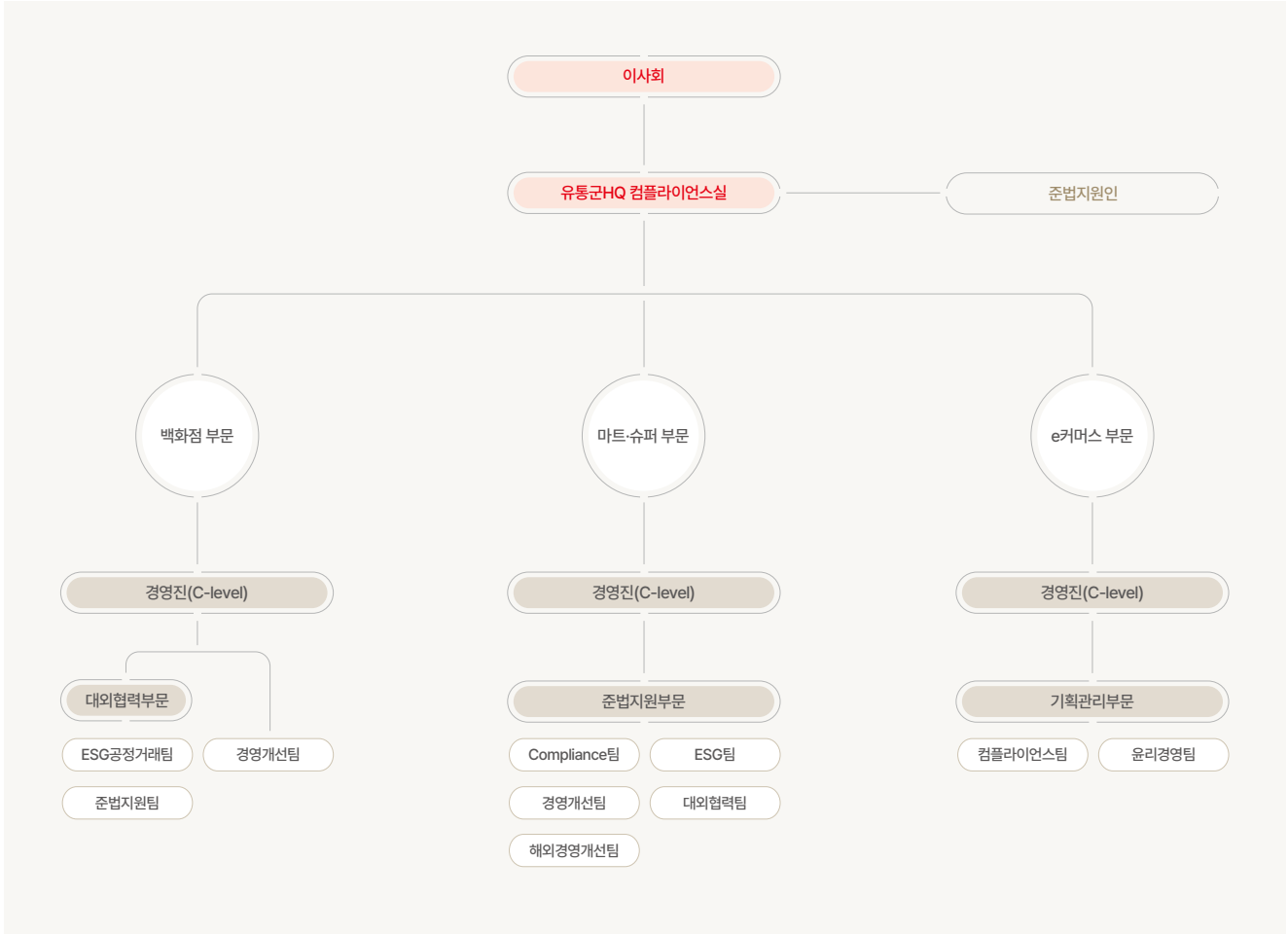
준법지원조직 역할

롯데쇼핑은 유통군HQ 컴플라이언스실장을 준법지원인으로 선임하고, 회사의 법적 리스크 식별 및 예방을 위한 준법지원 활동을 계획, 이행하여 결과와 주요 이슈를 이사회에 보고하도록 하고 있습니다. 준법경영 전략 추진과 리스크 식별을 통한 대응전략의 수립 및 이행을 담당하고 있으며, 공정거래 자율준수 프로그램의 운영 실효성을 평가, 관리합니다. 이를 위해 유통군HQ 컴플라이언스실과 각 사업부 준법경영 실무 조직을 지원조직으로 구성하여 전사적인 준법통제활동을 수행하도록 하고 있습니다.

실무조직 역할

롯데쇼핑은 유통군HQ 컴플라이언스실의 관리 하에, 사업 특성에 맞는 준법 리스크의 식별 및 예방, 대응 활동을 계획, 이행합니다. 현장 중심의 준법경영 실현을 위해 자가점검 체크리스트 개발, 관리자 및 실무자 교육 등을 실시하고, 주요 이슈 발생 시 유통군HQ와의 협의를 통해 신속하고 체계적인 대응체계를 구축하고 있습니다. 특히 공정거래 관리, 감독을 위해 이사회에서 사업부별 공정거래 자율준수관리자를 선임하고 독립적인 활동을 보장하고 있습니다. 자율준수관리자는 사업부 전반의 공정거래 자율준수 이행현황과 자율준수담당자가 수행하는 교육 및 개선조치의 효과성을 감독하고, 운영 실적과 향후 계획을 대표이사에게 보고합니다.

• 준법경영 거버넌스



윤리·준법 경영

준법경영 추진 전략

준법경영 기반 조성

컴플라이언스 경영방침 및 운영지침

롯데쇼핑은 윤리적이고 공정한 기업문화를 정착시키기 위해 컴플라이언스 경영방침을 수립하고, 이를 모든 임직원이 준수할 수 있도록 체계적으로 관리하고 있습니다. 부패 방지, 불공정 거래 금지 등 핵심 원칙에 기반해 연간 컴플라이언스 목표를 설정해 이행합니다. 롯데쇼핑은 앞으로도 책임 있는 준법경영을 기반으로 조직 전반의 공정성과 투명성을 제고하고, ESG 경영 체계의 실행력을 지속적으로 강화해 나갈 계획입니다.



• 컴플라이언스 경영방침

하나. 우리는 회사의 업무를 수행함에 있어 국내외 법령 및 행동강령, 사내 규정을 성실히 준수하며, 어떠한 경우에도 위법한 행위를 하지 아니한다.

하나. 모든 파트너사는 우리 회사와 더불어 동반 성장하는 대상임을 인식하며, 공정한 거래문화 정착을 위해 노력한다.

하나. 우리는 회사의 준법경영 실천 활동에 적극 동참하며, ESG에 기반하여 경쟁력 강화를 위한 반부패 환경 조성 및 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 노력한다.

준법 교육

롯데쇼핑은 컴플라이언스 경영 방침의 내재화를 위해 연 1회 전 임직원을 대상으로 준법교육을 실시하고 있습니다. 교육은 컴플라이언스 경영시스템, 행동강령, 반부패 및 이해충돌 방지, 계열사 간 내부거래 관리 등 주요 준법 리스크를 중심으로 구성되며, 각 사업부별 특성과 직무별 리스크 노출 수준을 고려한 맞춤형 교육으로 진행됩니다. 개인정보 보호, 공정거래, 성희롱 등 고위험 영역에 대해서는 별도의 심화 교육을 통해 실효성을 제고하고 있습니다.

2024년에는 준법경영에 대한 경영진의 책임 의식을 제고하기 위해 유통군HQ 대표이사 및 임원을 대상으로 컴플라이언스 교육을 실시했으며, 대표이사가 전 임직원을 대상으로 직접 컴플라이언스 행동강령 강의를 진행해 조직 전반의 준법문화 확산을 독려했습니다.

파트너사 준법문화 확산

롯데쇼핑은 파트너사의 준법의식 제고와 관련 법·규제 준수를 위해 '파트너사 행동규범'을 마련하고, 거래 관계 전반에서 책임 있는 경영을 위한 기본 원칙을 안내하고 있습니다. 해당 규범에는 법령 준수, 공정거래 질서 유지, 부패 방지 등 주요 준법 항목이 포함되어 있으며, 모든 파트너사가 이를 이행하도록 요구하고 있습니다. 아울러 자가진단표를 통해 파트너사가 스스로 윤리·준법경영 이행 수준을 점검할 수 있도록 하고 있으며, 이를 통해 공급망 전반에 준법문화를 정착시키고 책임경영의 기반을 강화하고 있습니다.

공정거래 교육

롯데쇼핑은 공정거래 인식 제고와 실천력 강화를 위해 사업부별 직급과 직무 특성을 반영한 교육을 운영하고 있습니다.

롯데백화점은 전 임직원을 대상으로 하는 공정거래 필수교육과 함께 영업 유관 부서 임원, 본사 및 지점별 자율준수담당자, MD 등 공정거래 이행의 책임이 있는 직무를 중심으로 직무 특화 교육을 추가로 실시하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 전체 임직원 대상의 공정거래 필수 교육과 더불어 상품·가맹·영업 관련 부서를 대상으로 실무 중심의 공정거래 교육을 실시하고 있습니다. 2024년에는 판촉행사 심사지침 개정, 영업점 자가점검 안내, 가맹사업 전반에 대한 교육 등 주요 이슈에 대해 교육을 실시했습니다.

롯데e커머스는 파트너사의 유형이 다양하고, 거래관계 변동 폭이 넓은 오픈마켓의 특성을 고려해 공정거래 관련 법령과 업무 유의사항을 퀴즈 형식으로 구성된 교육자료를 배포하고 있습니다. 또한 다크패턴, 표시광고법, CS 분쟁 조정 및 오픈마켓 행정처분 사례 등 실무에 필요한 업계 주요 동향에 대해 교육을 실시했습니다.

준법 뉴스레터

롯데쇼핑은 임직원의 준법 인식 제고와 리스크 사전 예방을 위해 유통군HQ 컴플라이언스실 주관으로 월간 준법 뉴스레터를 발행하고 있습니다. 뉴스레터는 유통 관련 주요 이슈와 법·규제 동향, 업무상 유의사항 등을 중심으로 구성되며, 계약, 광고, 행사 운영 등 사업 전반에서 발생할 수 있는 법적 리스크에 대한 가이드라인을 함께 제공합니다. 이를 통해 실무 현장의 법규 준수를 지원하고 사전 대응 역량을 강화하고 있습니다.

윤리·준법 경영

준법경영 리스크 관리

반부패, 공정거래 준수

준법경영시스템 제3자 인증

롯데쇼핑은 국제 기준에 부합하는 준법경영체계 확립을 목표로 글로벌 수준의 준법경영시스템을 구축해 나가고 있습니다. 2018년 롯데백화점이 백화점 업계 최초로 부패방지경영시스템 국제 표준인 ISO 37001 인증을 취득했으며, 현재는 전 사업부가 인증을 취득하여 부패방지 시스템을 경영 전반에 체계적으로 내재화해 나가고 있습니다. 2024년에는 제3자 검증기관으로부터 부패 관련 중대한 리스크가 없고, 시스템이 효과적으로 운영되고 있다는 평가를 받았습니다.

또한 반부패는 물론 공정거래, 산업안전 등 주요 컴플라이언스 리스크 전반에 대한 통합적인 관리체계를 구축하여 2022년 컴플라이언스 경영 시스템 국제 표준인 ISO 37301 인증을 취득했습니다. 롯데쇼핑은 이를 기반으로 각 사업부의 준법 감시체계를 지속적으로 고도화하고, 글로벌 수준의 준법경영 내재화를 추진해 나가고 있습니다.

공정거래 자율준수 프로그램

롯데쇼핑은 공정하고 투명한 시장질서 확립과 건전한 거래 문화 정착을 위해 공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program, CP)을 운영하고 있습니다. CP는 공정거래법을 비롯한 관련 법령 위반을 예방하고 임직원의 준법의식을 높이기 위한 전사적 관리체계로, 주요 리스크 영역에 대한 사전 점검과 교육, 제도 개선 활동을 중심으로 운영되고 있습니다. 법령과 제도 변화에 따라 준법경영 관리 기준과 프로세스를 지속적으로 정비하고 있으며, 모니터링과 신고채널 운영을 통해 리스크 발생 시 신속하고 체계적으로 대응할 수 있는 기반을 마련하고 있습니다. 롯데쇼핑은 앞으로도 공정거래 문화 확산과 책임 있는 준법경영 실현을 위해 CP 운영의 실효성을 지속적으로 제고해 나가겠습니다.

준법리스크 모니터링

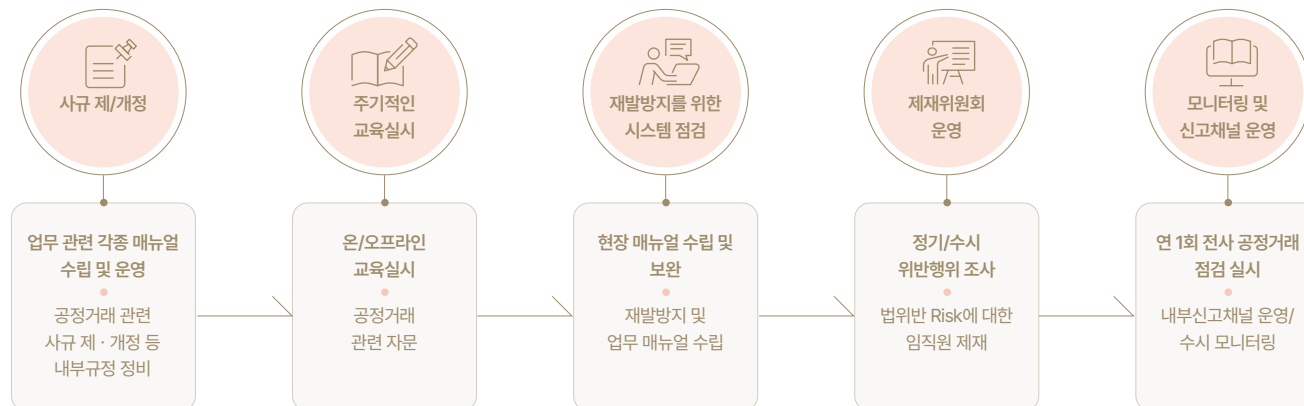
롯데쇼핑은 유통군HQ 컴플라이언스실장을 준법지원인으로 선임하여, 법적 리스크를 사전에 예방하기 위한 준법지원 활동을 기획하고 그 이행 결과를 이사회에 보고하고 있습니다. 각 사업부의 준법경영 실무 조직은 공정거래 자율준수 프로그램을 중심으로 관련 활동을 수행하며, 전사 차원의 체계적인 관리를 지원하고 있습니다.

2024년에는 주요 리스크 항목을 중심으로 계약 체결 내역, 반품 이슈, 진열장려금, PB 하도급 단가 변경, 가맹계약 사전 교부 문서 등에 대한 모니터링을 실시하고, 공정거래 자가점검 및 현장 점검을 통해 개선사항을 도출하고 조치하였습니다. 특히 영업점에서 자체적으로 실시하는 공정거래 자가점검 활동에 대한 관리, 감독을 통해 임직원의 준법 인식을 제고하고 실무 기반의 대응 체계를 지속적으로 고도화하고 있습니다.

이해상충 리스크 관리

롯데쇼핑은 임원의 직·간접적인 이해관계가 경영 판단에 영향을 미치지 않도록 본인 또는 친인척과 관련된 거래를 '특수관계인 등 거래'로 규정하고, 이에 대한 사전 신고 및 확인 절차를 운영하고 있습니다. 사외이사를 포함한 모든 임원은 해당 거래 발생 시 유통군HQ 컴플라이언스실에 이를 의무적으로 신고해야 하며, 연 1회 '특수관계인 등 거래' 현황 확인서를 직접 제출하고 있습니다. 이와 같은 사항은 정기적으로 이사회에 보고되며, 이를 통해 신뢰 기반의 의사결정 문화를 지속적으로 강화하고 있습니다.

• Compliance Program



윤리·준법 경영

준법경영 리스크 관리

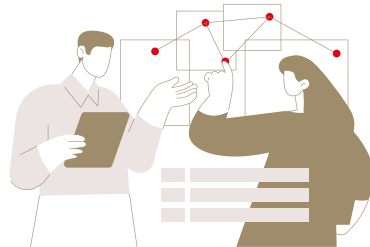
반부패, 공정거래 준수

불공정거래 신고채널

롯데쇼핑은 공정거래법 위반 행위의 예방과 감시 강화를 위해 내부 임직원을 대상으로 한 비윤리행위 제보 시스템과 함께, 파트너사를 위한 불공정거래 신고채널을 운영하고 있습니다. 파트너사는 전화, 이메일, 온라인 홈페이지를 통해 거래 과정에서 발생한 불공정 행위나 피해 사례를 신고할 수 있으며, 접수된 신고는 관련 규정에 따라 사실관계를 확인하고, 필요한 경우 인사 제재 등 후속 조치를 취하고 있습니다. 또한 **롯데백화점**은 해외 파트너사의 접근성을 높이기 위해 영어, 베트남어, 인도네시아어 제보 채널을 운영함으로써 글로벌 거래 환경에서의 공정거래 기반을 강화하고 있습니다.

판촉행사 사전합의제

롯데백화점은 판촉행사 관련 업무 진행시 「대규모유통업에서의 거래 공정에 관한 법률」 준수 여부를 확인하기 위해 「판촉행사 사전합의제」를 운영하고 있습니다. 공정거래 담당 부서 주관으로 판촉행사의 기획 초기 단계에서부터 절차 준수 여부를 검토하고 있으며, 이를 통해 판촉행사 관련 내부 통제 활동을 강화하고 불공정 행위 발생 가능성을 줄이고 있습니다.



공정거래 자가점검

롯데마트·슈퍼는 공정거래 실무 전반에 내재된 리스크를 상시 점검하고, 기존의 사후 대응 중심에서 벗어나 이를 현장에서 사전에 식별·관리할 수 있도록 공정거래 자가점검 제도를 운영하고 있습니다. 공정거래 자가점검 항목은 계약서 및 공문서 보존, 판촉사원 관리, 반품 및 판촉행사 진행 시 업무 절차 준수 여부, 표시광고 등 실무 전반의 공정거래 준수 여부를 점검할 수 있는 문항으로 구성되어 있으며, 영업점에서는 자가점검을 진행하여 월 1회 시스템에 등록합니다. 본사는 영업점 점검 결과를 확인하고 리스크를 검토하여 피드백을 진행, 점검결과를 토대로 영업점 불시 현장점검을 실시하여 본사 차원의 관리와 영업점별 자율점검을 병행하여 준법 문화를 정착시켜 나가고 있습니다.

공정거래 가이드라인, 핸드북

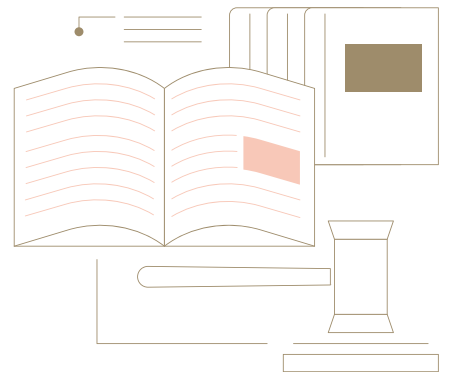
롯데쇼핑은 공정거래 리스크를 사전에 예방하고 법령 및 제도 변화에 효과적으로 대응하기 위해 사업부별 공정거래 가이드라인을 수립·운영하고 있습니다. 또한 명절 등 특수 기간 중 발생할 수 있는 리스크에 대응하기 위해 별도 업무 수칙을 제작해 배포하고, 그린워싱 등 표시광고 관련 유의사항과 판촉행사 운영 가이드를 지속적으로 제공함으로써 현장의 실무 대응 역량을 강화하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 공정거래법, 대규모유통업법, 하도급법, 표시광고법 등 사업과 관련된 법률을 기반으로 공정거래 가이드라인을 수립하고 공정거래 핸드북을 제·개정하고 있습니다. 핸드북을 통해 관련 법령의 개정 사항과 주요 유의사항 등을 공유하여, 계약 및 운영 과정 전반의 리스크 예방과 관리를 지원합니다.

컴플라이언스 내재화 프로그램

롯데쇼핑은 임직원의 준법 의식 제고와 관련 법·규제에 대한 이해도를 높이기 위해, 교육 외에도 다양한 컴플라이언스 프로그램을 운영하고 있습니다. 그중 하나로, 반부패, 공정거래 등 주요 리스크 분야와 성희롱, 직장 내 괴롭힘 등 법정의무교육 항목을 아우르는 '컴플라이언스 퀴즈 대회'를 전 임직원을 대상으로 실시하고 있습니다. 우수 참가자에 대한 포상과 오답률이 높은 문항에 대한 별도 해설 제공을 통해 임직원의 참여를 유도하고 교육 내용의 내재화를 도모하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 전 임직원을 대상으로 '공정거래 데일리퀴즈'를 운영하고 있습니다. 사내 업무 시스템 로그인 시 공정거래, 대규모유통업법, 하도급법 등 업무 시 유의해야 할 이슈와 관련된 문제를 풀어야 시스템 접근이 가능하도록 구성해 일상 업무 속에서 자연스럽게 준법 인식을 높이고 있습니다.



리스크 경영

리스크 경영 거버넌스

거버넌스 역할과 책임

이사회 역할

롯데쇼핑의 이사회는 급변하는 대내외 경영환경에 적응하고 사업 안정성을 확보하기 위해 사업운영과 관련된 리스크를 식별, 관리하기 위한 프로세스 전반에 대해 감독하고 있습니다. 유통군HQ의 컴플라이언스실을 통해 전사적인 리스크 관리현황에 대해 보고받고 있으며, 사업 운영에 있어 중대한 영향을 행사할 것으로 예상되는 리스크의 경우, 사안의 중대성을 파악하고 대응 전략의 수립 및 이행에 대해 직접 심의, 의결하고 있습니다. 또한 ESG 관련 리스크의 식별 및 대응을 위해 ESG위원회에서 ESG 실무협의체를 통해 안건을 보고받고 있으며, 주요 안건은 이사회에 상정하고 있습니다.

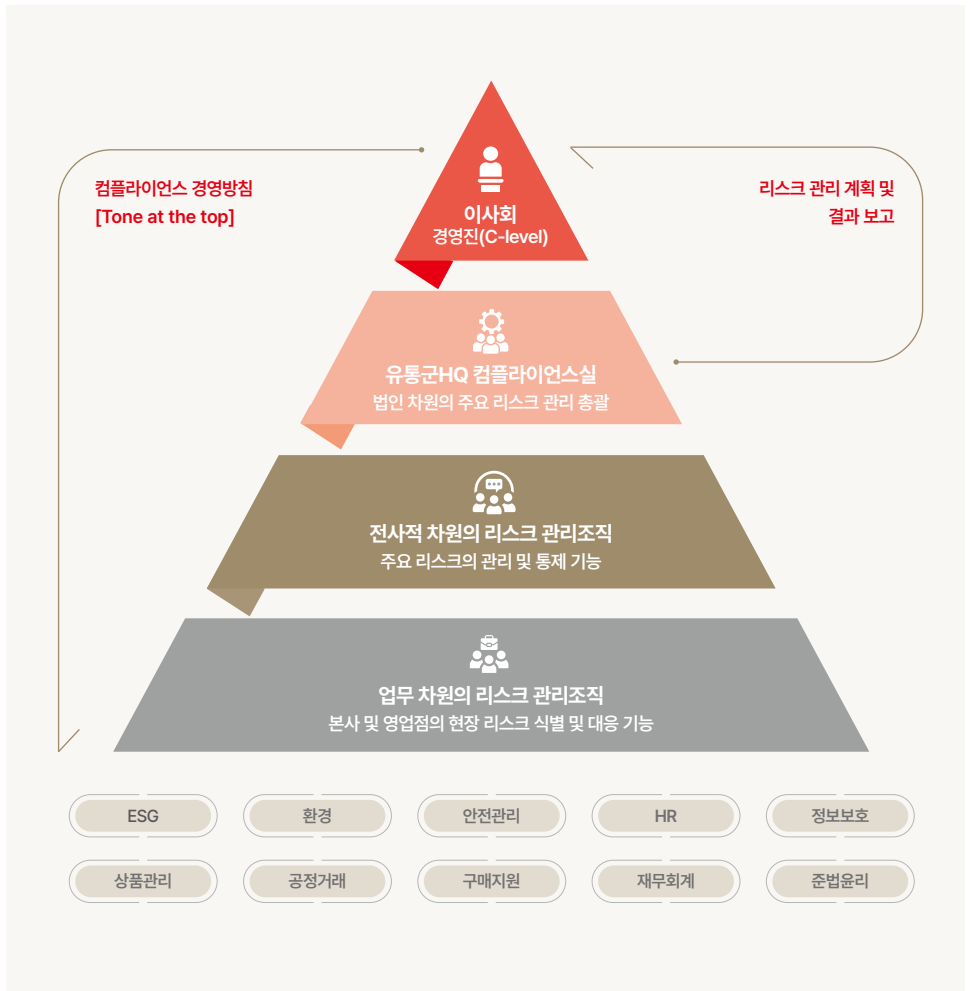
유통군HQ 역할

롯데쇼핑은 유통군HQ 컴플라이언스실을 전사 리스크 총괄 조직으로 지정하고, 법인 차원의 주요 리스크 전반에 대해 관리하고 있습니다. 2024년 조직 개편을 통해 법무, ESG, 대외 커뮤니케이션 영역을 총괄하고 있는 유통군HQ 컴플라이언스실은 사업 운영과 관련된 재무, 비재무 리스크를 식별하고, 중대성 평가를 통해 선별된 주요 리스크에 대해 사업부별 리스크 관리·감독을 담당하는 통제 부서와, 리스크 식별 및 대응 활동을 수행하는 실무 부서를 지정합니다. 각 사업부의 리스크 관리현황을 모니터링하여 대응 전략의 적절성을 검토하고 역량 강화를 위한 교육을 지원하며, 리스크 관리현황 및 개선계획에 대해 연 1회 이상 이사회에 보고하고 있습니다.

사업부 역할

롯데쇼핑의 각 사업부는 본사 및 영업점에서 발생하는 리스크를 식별하고 대응하는 실무 부서와 현장에서 식별된 리스크에 대한 대응 전략을 수립하고, 실무 부서의 활동을 지원하는 통제 부서를 운영하고 있습니다. 일반 리스크의 경우 실무 부서에서 직접 리스크 관리 목표를 수립하고 이행 현황을 모니터링하여 교육 및 개선조치를 이행하고 있으며, 주요 리스크의 경우 전사적인 리스크 대응체계에 따라 통제 부서를 지정해 대응 수준을 강화하고 있습니다.

•리스크 경영 거버넌스



리스크 경영

리스크 관리 전략

리스크 관리 프로세스

리스크 식별 및 평가

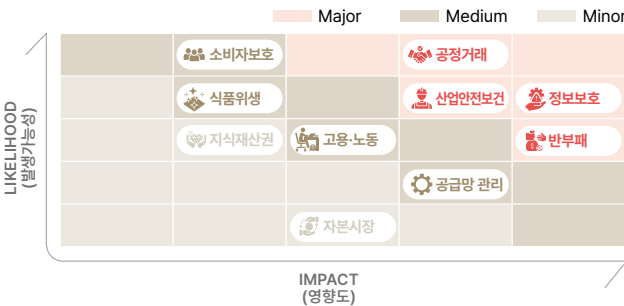
롯데쇼핑은 그룹 행동강령 실천사항을 기반으로 전사적 리스크를 식별하고, 10개 분야 30개 항목으로 구성된 최종 리스크 Pool을 도출합니다. 리스크별 발생 가능성이 있는 부서(실무 부서)와 이에 대한 통제 책임이 있는 부서(통제 부서)를 지정해 위험성 평가를 실시합니다. 또한 유관 부서의 업무 분석을 통해 리스크 발생 상황과 원인, 영향을 받는 이해관계자 범위를 구체화하고, 이를 반영한 평가 Tool을 통해 발생가능성과 영향도를 정량적으로 평가합니다. 리스크는 위험성 평가 결과에 따라 Major, Medium, Minor로 분류되며, 고위험 항목이 집중된 분야를 핵심 리스크 영역(Red Zone)으로 지정해 우선 관리¹⁾합니다.

1) 주요 리스크: Major, 일반 리스크: Medium, Minor

리스크 대응 전략 수립

리스크 위험성에 따라 HQ, 사업부, 현장 차원의 대응 전략을 적용하며, 주요 리스크는 유통군HQ 컴플라이언스에서 통제 부서와 실무 부서를 지정해 Two-Track 전략을 수립하여 관리, 감독합니다. 일반 리스크는 실무 부서에서 자체적으로 관리 목표를 수립하고 대응합니다.

• 컴플라이언스 리스크 중대성 평가 결과



리스크 모니터링

롯데쇼핑은 사업 운영과 관련된 주요 리스크에 대해, 리스크 유형 및 사업부별 특성을 고려하여 연간 모니터링 계획을 수립하고 이를 이행하고 있습니다. 유통군HQ 컴플라이언스실은 각 사업부와 협력하여 공정 거래, 정보보호, 안전보건, 품질 등 주요 리스크의 관리 현황을 점검하고 있으며, 주요 법령 개정, 업계 동향, 이머징 리스크 등 외부 환경 변화를 반영하여 모니터링 시스템을 지속적으로 고도화하고 있습니다.

리스크 관리 교육

롯데쇼핑은 전사 리스크 관리체계를 기반으로 식별된 주요 리스크에 대해, 리스크 유형과 사업부별 특성을 반영한 연간 교육 계획을 수립하고 이를 실행하고 있습니다. 리스크 교육은 운영 목적과 대상에 따라 정기교육, 전문분야교육, 업무 특화교육, 법정 필수교육으로 구분되며, 윤리·준법, 공정거래, 정보보호, 안전보건, 품질 등 사업 운영과 관련된 다양한 리스크를 포함하고 있습니다. 리스크의 영향 범위에 따라 전사 공통과정과 사업부별 과정으로 구성되며, 실무 조직의 리스크 인식 수준을 높이고 대응 역량을 강화하기 위한 체계적인 교육 프로그램을 운영하고 있습니다.

• 주요 리스크 통제 및 대응 전략

구분	공정거래	반부패	산업안전보건	정보보호
주요 위반유형	인테리어/판촉비용 부담 전가 경영정보 제공 요구 파트너사에 대한 불공정행위	부정청탁 및 금품제공 뇌물공여	안전보건 조치 의무 미이행 법정책임자 및 관리자 미선임 위험성 평가 미실시	개인정보 무단사용 개인정보 안전성 확보 조치 미흡 영업비밀 유출
전사적 통제	공정거래 자율준수관리자 선임 점장 및 실무자 대상 공정거래 교육 실시 공정거래 제보채널 운영 상품/영업부서 현장 클리닉 실시 (대규모유통업법, 하도급법, 표시광고법 등)	전 임직원 대상 부패방지 교육 실시 준법·윤리 서약 징구 본사/영업점 현장 모니터링 실시 반부패 제보 채널 운영	안전보건 전담 조직 구성 안전보건 관리 계획 수립 전 임직원 대상 안전보건 교육 실시 사업장 위험성평가 실시 및 개선조치 이행	개인정보/영업비밀 서약서 징구 전 임직원 개인정보보호법 교육 개인정보 취급자, IT개발자 교육 정보보호 솔루션/개인정보 파일 파기 현황 관리/시스템 로그 점검
주요 관리방안				
업무현장 통제	MD 임퇴점/이동 체크리스트 작성 전자계약 시스템(ECS) 통제 영업점 내 자율준수 담당자 지정	반부패 예방 체크리스트 작성 및 사전 합의 (점대비/기부금 집행, 외부행사 참석 등)	영업점 내 안전관리 전문인력 배치 임직원 및 파트너사 의견 청취 (산업안전보건위원회, 안전도급협의체 운영)	개인정보 접근 및 파기, IT시스템 및 프로그램 사용 등에 대한 사전 합의 퇴사 시 자료 삭제 및 폐기 점검

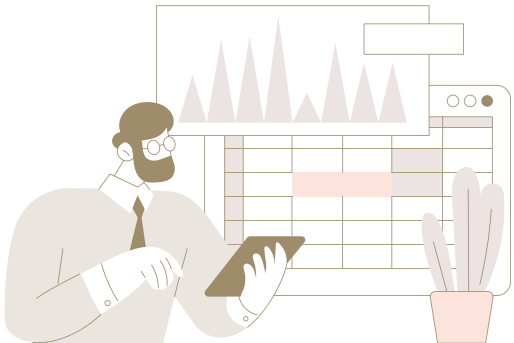
리스크 경영

리스크 관리 전략

재무 리스크 관리

해외 사업 리스크

롯데쇼핑은 국내 뿐만 아니라 베트남, 인도네시아 등에서 사업을 운영하는 글로벌 유통 기업으로서, 해외 사업장의 규모, 인력 구성, 현지 법률 등을 종합적으로 고려해 리스크를 관리하고 있습니다. **롯데백화점**의 경우, 각 사업장이 독립된 개별 법인으로 운영되고 있어 지점별 리스크 대응 역량 강화를 위해 본사 차원에서 현장 실사 및 현지 법률·리스크 검토를 실시하고 있습니다. **롯데마트**는 모든 해외 사업장을 대상으로 한 컨트롤타워를 구축하고, 국가별 준법 조직을 편성해 체계적인 준법 시스템을 운영하고 있습니다. 또한, 사업장별 특성을 반영한 업무 매뉴얼과 내부 규정을 수립하여 고의 또는 과실로 인한 리스크를 사전에 예방하고 있습니다.



조세 리스크

롯데쇼핑은 경영 활동 전반에서 발생할 수 있는 세무 리스크를 사전에 차단하고, 조세 관련 국내 법령과 국제 기준을 철저히 준수하는 것이 지속 가능한 경영의 필수 요소임을 인식하고 있습니다. 고객과 주주의 가치를 보호하고 국가 재정에 기여하기 위해 세무 담당 조직과 외부 전문가의 자문을 바탕으로 납세 의무를 성실히 이행하고 있으며, 세무 리스크를 체계적으로 검토하고 지속적으로 모니터링하고 있습니다.

환 위험 리스크

롯데쇼핑은 해외 사업 운영 과정에서 USD(미국 달러), CNY(중국 위안) 등 외화에 대한 환 노출이 있어 이에 대한 관리 필요성이 있습니다. 이에 따라 환율 변동 가능성에 대해 지속적으로 모니터링하고 있으며, 환율 변동이 세전 손익에 미치는 영향을 정기적으로 측정하고 있습니다. 주요 외화의 환율이 10% 변동할 경우 세전 손익에 미치는 영향은 다음과 같습니다.

• 환율 변동에 따른 세전손익 민감도 분석			(단위: 천 원)
구분	10% 상승 시	10% 하락 시	
USD	(888,364)	888,364	
CNY	401,827	(401,827)	

회계 리스크

롯데쇼핑은 내부회계관리규정에 따라 내부회계관리제도를 운영하고 있으며, 「주식회사 등의 외부감사에 관한 법률」(이하 ‘외부감사법’)에 따라 매년 해당 제도의 운영실태를 주주총회, 이사회 및 감사위원회에 보고하고 있습니다. 감사위원회는 제도의 운영실태를 평가하여 이사회에 보고하고 있으며, 외부감사인인 감사보고서를 통해 내부회계관리제도에 대한 감사의견을 제시하고 있습니다.

내부회계관리제도의 실효성을 높이기 위해 내부회계팀을 중심으로 제도의 운영 상태를 수시로 모니터링하고 회계 관련 리스크를 식별하여 내부 통제 프로세스를 지속적으로 개선하고 있습니다.

이자율 리스크

롯데쇼핑은 변동금리부 금융상품 보유에 따라 발생할 수 있는 이자수익 및 이자비용의 변동 위험을 관리하고 있습니다. 이자율이 변동할 경우 기업의 재무적 불확실성이 커질 수 있으므로, 롯데쇼핑은 순이자비용의 변화를 최소화하고 기업가치를 안정적으로 유지하기 위한 관리 체계를 운영하고 있습니다. 기준금리가 1%포인트(100bp) 변동할 경우, 1년간 발생하는 이자수익 및 이자비용에 미치는 영향은 다음과 같습니다.

• 기준금리 변동에 따른 이자손익 민감도 분석			(단위: 천 원)
구분	100bp 상승 시	100bp 하락 시	
이자수익	268,382	(268,382)	
이자비용	21,387,903	(21,387,903)	

정보보호

정보보호 거버넌스

거버넌스 역할과 책임

경영진 역할

롯데쇼핑은 체계적인 정보보호 거버넌스를 구축 및 운영하고 있습니다. 국내 정보보호 관련 법령에 따라 각 사업부별로 정보보호 최고 책임자 CISO¹⁾와 개인정보보호 최고 책임자 CPO²⁾를 지정하여 정보보호 정책 수립, 위험요소 점검, 정보보안 조직의 운영 및 활동 계획 수립, 보안 리스크 관리를 총괄하고 있습니다. 또한 정기적으로 보안 관련 이슈를 점검하고 있으며, 필요 시 경영진 및 이사회에 보고 체계를 통해 주요 현안을 공유하고 있습니다.

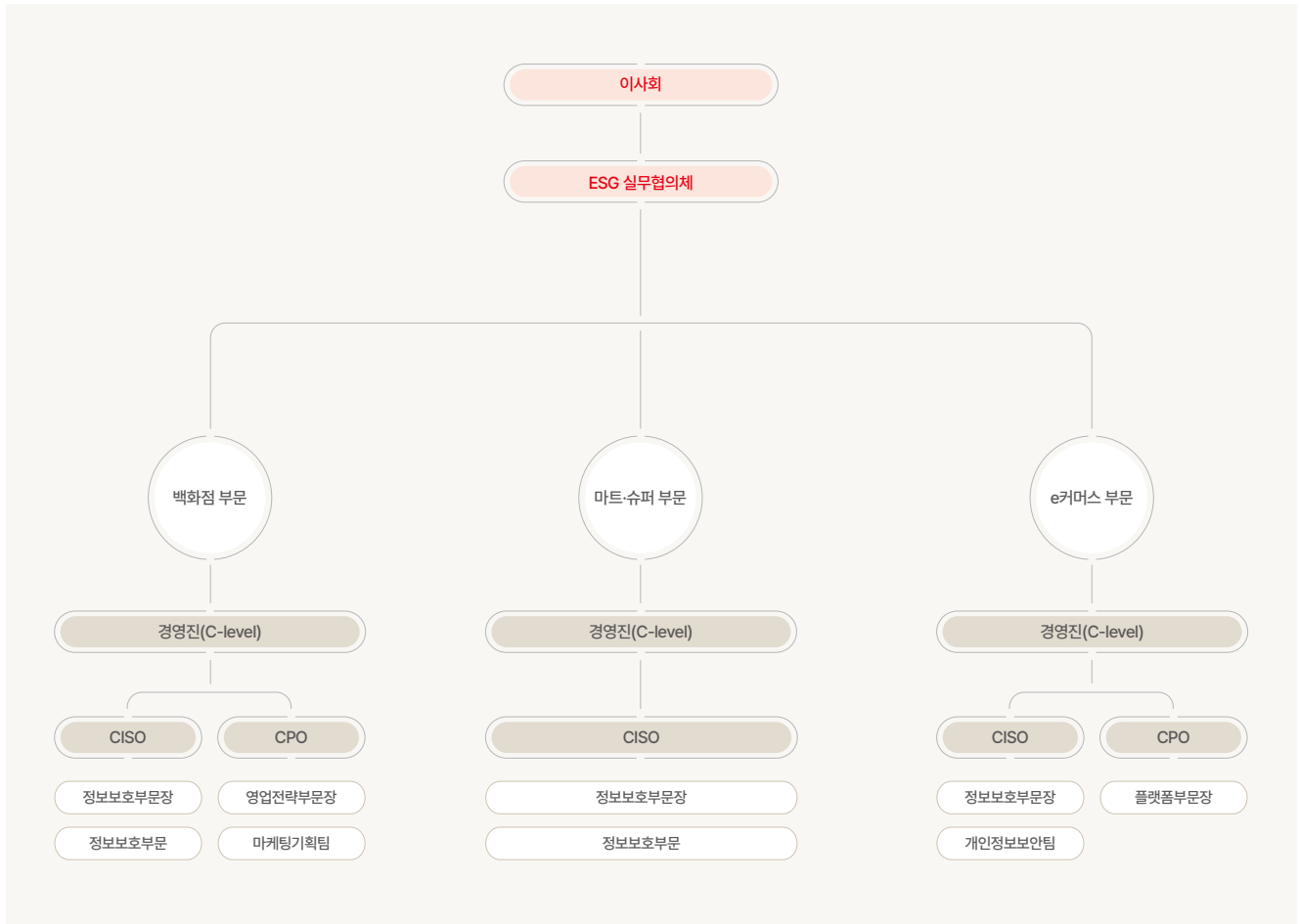
실무조직 역할

롯데쇼핑은 고객의 개인정보와 기업의 핵심 정보를 안전하게 보호하는 것을 최우선 과제로 삼고, 정보 유출, 해킹 등 사이버 위협에 선제적으로 대응하기 위해 본사 및 사업부별로 정보보호 전담조직을 운영하고 있으며, 체계적인 보안 정책 수립과 실행을 통해 보안 리스크를 사전에 예방하고 있습니다. 또한 관련 법령 및 개인정보보호 규제 동향을 면밀히 모니터링하며 이를 철저히 준수하고 있으며, 고객 접점에서 발생할 수 있는 정보 보안 이슈에 신속히 대응할 수 있도록 실무 담당자의 보안 역량 강화를 위한 교육과 점검도 병행하고 있습니다.

정보보호 협의체

롯데쇼핑은 체계적인 정보보호 관리체계를 운영하기 위해 CPO가 참여하는 정보보호위원회를 운영하고 있습니다. 정보보호위원회는 전사적 정보보호 전략 수립 및 주요 사안에 대한 의사결정을 담당하는 협의체로서, 정보보호 거버넌스의 핵심 역할을 수행하고 있습니다. 또한 실무 차원의 실행력을 강화하기 위해 영업점의 정보보호 업무를 담당하는 영업기획(지원)팀장을 중심으로 분기별 실무협의회를 운영하고 있으며, 이를 통해 각 부문 간 정보보호 이슈 공유 및 실질적인 대응 방안을 마련하고 있습니다.

• 정보보호 거버넌스



1) Chief Information Security Officer

2) Chief Privacy Officer

정보보호

정보보호 추진 전략

보안의식 내재화

정보보호 정책

롯데쇼핑은 롯데그룹의 정보보호 정책을 준거로 하여 자체적인 사업부 정보보호 정책 및 지침을 수립·운영하고 있습니다. 각 사업부의 정보보호 정책은 정보보호 조직, 정보자산 관리, 인적 보안, IT 보안, 물리적 보안, 임직원 보안, 외주관리, 클라우드 운영, 개인정보 보호 등 세부 영역별 지침으로 구성되어 있으며, 매년 관련 법령·제도의 개정, IT 기술 변화, 비즈니스 환경 변화 등을 반영하여 정책을 지속적으로 개정하고 있습니다. 아울러 모든 임직원이 관련 내용을 손쉽게 열람할 수 있도록 사내 그룹웨어 및 게시판을 통해 정책을 공유하고 있습니다.

• 정보보호 정책 체계



개인정보보호 지침

롯데쇼핑은 임직원, 파트너사, 고객사 등 모든 이해관계자의 개인정보를 보호하기 위해 노력하고 있습니다. 체계적인 보호 및 관리를 위해 개인정보 수집·이용·처리 및 관리·기술적 보호조치에 대한 내용을 담은 개인정보처리방침을 제정하여 사내 그룹웨어 및 게시판에 게시하고 있습니다.

롯데마트·슈퍼는 이용자가 개인정보처리방침을 쉽게 이해할 수 있도록 홈페이지에 방침 전문 외에도 ‘알기 쉬운 개인정보처리방침’과 ‘고정형 영상 정보처리기기 관리방침’을 별도 게시하고 있습니다. 또한 개인정보 고충처리 부서를 명시하여 이용자의 제보 및 문의에 적극 대응하고 있습니다. 롯데백화점과 롯데e커머스는 고객이 개인정보처리방침을 보다 쉽게 읽고 이해할 수 있도록 라벨링 기능을 적용해 제공하고 있습니다.

- [LINK 롯데백화점 개인정보처리방침](#)
- [LINK 롯데마트·슈퍼 개인정보처리방침](#)
- [LINK 롯데e커머스 개인정보처리방침](#)

정보보호 훈련

롯데쇼핑은 정보보안의 중요성을 인식하고, 보안사고를 사전에 예방하기 위해 다양한 훈련 프로그램을 운영하고 있습니다. 악성코드가 포함된 이메일을 통한 해킹 사고에 대응하기 위해 연 2회(롯데백화점의 경우 연 4회) ‘바이러스 메일 모의 훈련’을 실시하고 있으며, 이를 통해 해킹 메일 인지력과 대응 절차 숙련도를 제고하고 있습니다. 훈련 과정에서는 디도스(DDoS) 공격 상황에 대한 대응 역량도 함께 점검하고 있습니다. 이와 함께, 그룹 차원의 정보보안 훈련에도 매 분기 참여하고 있으며, 각 사업부에서는 자체 모의 훈련을 기획·실행함으로써 실효성 있는 보안 대응 체계를 강화하고 있습니다.

정보보호 교육

롯데쇼핑은 임직원의 보안의식 제고를 위해 전 임직원을 대상으로 개인 정보보호 교육을 실시하고 있으며, 개인정보를 직접 취급하거나 IT 관련 업무를 수행하는 임직원에게는 별도의 정보보호 전문 교육을 추가로 제공하고 있습니다.

롯데e커머스는 온라인 플랫폼 기반의 디지털 비즈니스 특성을 고려하여 임원 및 리더 그룹을 대상으로 한 정보보호 특화 교육도 운영하고 있습니다. 이를 통해 보다 높은 수준의 정보보호 역량을 전사적으로 확보할 수 있도록 노력하고 있습니다.

• 2024년 정보보호 교육 현황

구분	교육대상	교육 이수 인원	교육 이수 시간
백화점	전체	5,602	5,602
	개인정보 취급자	25	25
	IT 직무자	101	101
	정보보호 직무자	4	98
	정보보호 교육 이수율	100%	100%
마트·슈퍼	전체	14,061	14,061
	개인정보 취급자	196	392
	IT 직무자	28	28
e커머스	전체	686	686
	개인정보 취급자	277	277
	IT 직무자	257	257

정보보호

정보보호 리스크 관리

보안 위험완화

보안관제시스템

롯데쇼핑은 그룹 보안관제팀(CERT¹⁾)과 연계하여 보안사고 예방을 위한 모니터링과 신속한 대응을 위한 상시 관제 프로그램을 운영하고 있습니다. 정보자산을 보호하고 사이버 위협에 선제적으로 대응하기 위해 다양한 보안 솔루션과 정보보호 시스템을 구축하고 있으며, 해킹 시도, 악성코드 유입 등 각종 보안 공격에 대해 365일 24시간 보안관제 서비스를 통해 실시간으로 모니터링하고 있습니다.

1) Computer Emergency Response Team(CERT)

보안 수준진단

롯데쇼핑은 보안 수준을 정기적으로 점검하고 강화하기 위해 매년 보안 취약점 진단 및 모의해킹 점검을 실시하고 있습니다. 이를 통해 주요 인프라 및 서비스 전반에 대한 보안 상태를 면밀히 평가하고, 진단 결과를 바탕으로 개선 과제를 도출하여 단계적으로 이행하고 있습니다.



보안사고 대응 프로세스

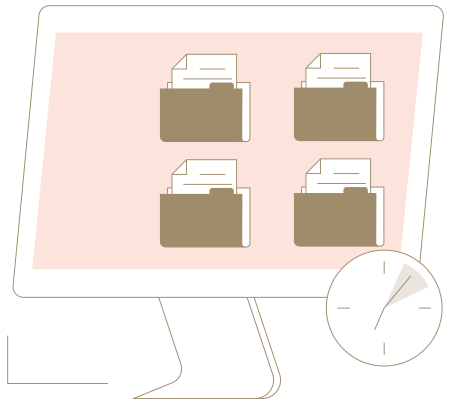
롯데쇼핑은 보안사고 발생 시 신속하고 체계적인 대응이 이루어질 수 있도록 단계별 보안사고 대응 프로세스를 운영하고 있습니다. 보안사고 발생 시, 정보보호 전담 조직이 침해사고 신고를 접수하고, 이후 사고 대응 조직이 사실관계를 파악하여 침해 여부를 확인합니다. 이후 예상 피해 규모와 시스템 장애 수준 등을 고려해 사고의 심각도를 결정하고, 필요 시 경영진이 사고 선포 여부 및 대응 단계 승인을 통해 최종 판단을 내립니다. 이와 같은 체계적인 대응 절차를 통해, 롯데쇼핑은 보안사고에 대한 전사적 대응 역량을 강화하고, 정보자산의 안전성과 업무 연속성을 확보하고 있습니다.

• 보안사고 대응 프로세스

단계	주관 부서	핵심 조치사항
1 신고 접수	정보보호 전담 조직	침해 사고 신고 접수
2 사실 파악	사고 대응 조직	침해 여부 확인
3 심각도 결정	사고 대응 조직	예상 피해 규모와 장애 등급에 따라 심각도 결정
4 경보단계 승인	경영진	침해사고 선포와 경보 단계 승인

재해복구시스템

롯데쇼핑은 정보보안 리스크를 체계적으로 관리하기 위해 각 사업부별 재해복구시스템을 구축·운영하고 있습니다. 재해복구시스템은 시스템 장애, 사이버 공격 등 예기치 못한 상황에서도 핵심 시스템을 신속하게 복구하고 업무 연속성을 유지하기 위한 기반 체계입니다. 전사 정보시스템을 대상으로 중요도를 분류하여, 재난 발생 시 우선적으로 복구해야 하는 시스템을 선별하고 있으며, 복구 시점 목표(RPO, Recovery Point Objective)와 복구 시간 목표(RTO, Recovery Time Objective)를 설정하여 복구 전략을 수립하고 있습니다. 또한 재난 및 침해사고 발생을 가정하여 시나리오를 작성하고 이에 따른 대응 및 복구 활동을 포함한 정기적인 모의훈련과 점검을 통해 시스템 복구 절차의 실효성을 검증하고 있습니다.



정보보호

정보보호 리스크 관리

보안 위험완화

개인정보 관리시스템

롯데쇼핑은 개인정보를 안전하게 보호하기 위해 접근 권한을 최소화하고, 데이터베이스 암호화 저장 및 접근제어, 파일 암호화 저장, 사용자 추가 인증 등의 다양한 보안 솔루션을 통해 정보 유출을 방지하고 있습니다. 또한 개인정보 조회, 수정, 다운로드 등의 접근 내역을 주기적으로 모니터링하여 비인가 접근 및 이상 징후에 대해 점검하고 사전 예방 중심의 관리시스템을 강화하고 있습니다.

개인정보 컴플라이언스 모니터링

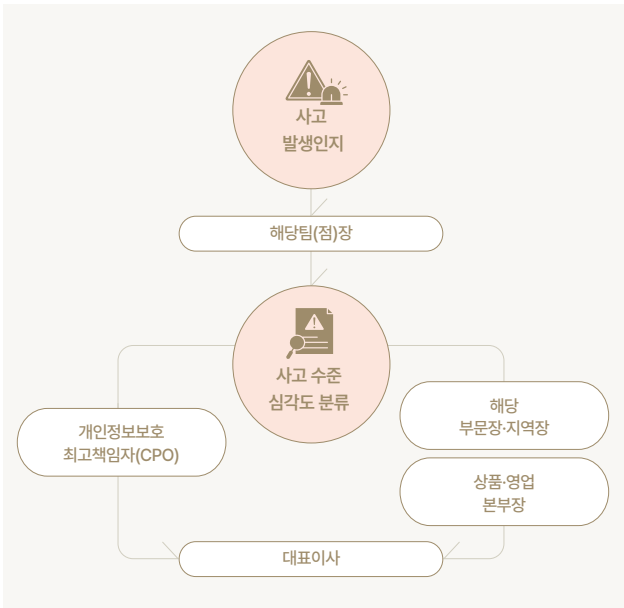
롯데쇼핑은 개인정보 보호법, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률, OECD가이드라인 등 국내외 개인정보 보호 관련 법령을 충실히 준수하고 있습니다. 신규 고객 서비스 및 시스템 개발·도입 시에는 관리·기술·법률적 측면에서 개인정보 컴플라이언스 요건을 다각도로 검토하고 있습니다. 또한 매년 그룹 차원의 정보보호 수준 진단을 통해 컴플라이언스 준수 여부를 주기적으로 모니터링하고 있습니다.



개인정보 침해사고 대응 프로세스

롯데쇼핑은 개인정보 침해사고 발생 시 신속하고 체계적인 대응이 이루어질 수 있도록 단계별 대응 체계를 수립하여 운영하고 있습니다. 침해사고 발생이 인지되면, 해당 팀 또는 점포의 책임자가 즉시 사실을 보고하고, 사고 수준에 따라 심각도를 분류합니다. 이후 사고의 영향도 및 대응 필요성에 따라 대응 경로가 구분되며, 중대 사고로 판단되는 경우에는 대표이사에게 보고되어 전사 차원의 대응이 이뤄질 수 있도록 하고 있습니다. 이 같은 대응 프로세스를 통해 롯데쇼핑은 개인정보 침해사고에 대한 신속하고 일관된 대응 체계를 강화하고 있습니다.

• 개인정보 침해사고 대응 프로세스

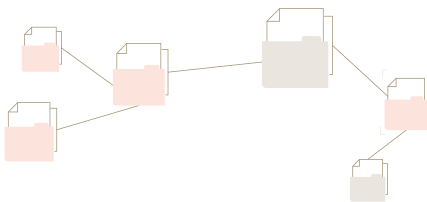


개인정보 수탁사 점검

롯데쇼핑은 모든 개인정보 처리 수탁사를 대상으로 연 1회 정기 점검을 진행하고 있습니다. 점검 항목에는 보안 관리 및 개인정보 파기 관리 등이 포함됩니다. 점검 결과 개선이 필요한 사항이 확인된 수탁사에 대해서는 보완 조치 교육 등을 시행하고 있습니다. 롯데e커머스는 서면 점검뿐 아니라 현장 방문 점검을 병행하고 있습니다. 2025년 전체 수탁사 중 50%에 대해 현장 점검을 실시하는 것을 목표로 매년 점검 비율을 확대하고 있습니다.

• 2024년 개인정보 수탁사 점검 현황

구분	대상 수탁사	점검 완료율
백화점	44개 사	100%
마트·슈퍼	76개 사	100%
e커머스	68개 사	100%



정보보호

정보보호 리스크 관리

보안 위험완화

정보보호시스템 제3자 인증

롯데쇼핑의 전 사업부는 국내 정보보호관리체계 인증제도인 ISMS¹⁾ 인증을 취득하고 이를 지속적으로 유지하고 있습니다. ISMS는 기업이 보유한 정보자산을 안전하게 보호하고 보안 위협으로부터의 피해를 예방하기 위한 국내 표준으로, 롯데쇼핑은 이 인증을 통해 체계적인 정보보호관리체계를 구축하고 개인정보 유출, 해킹 등 다양한 사이버 리스크를 사전에 차단할 수 있는 기반을 마련하였습니다. 또한 정기적인 내부 점검과 외부 인증기관의 심사를 통해 시스템의 실효성과 운영 안정성을 점검하고 있으며, 이를 바탕으로 고객과 임직원이 안심할 수 있는 정보보호 환경 조성을 위해 지속적인 개선 활동을 추진하고 있습니다.

1) Information Security Management System(ISMS)

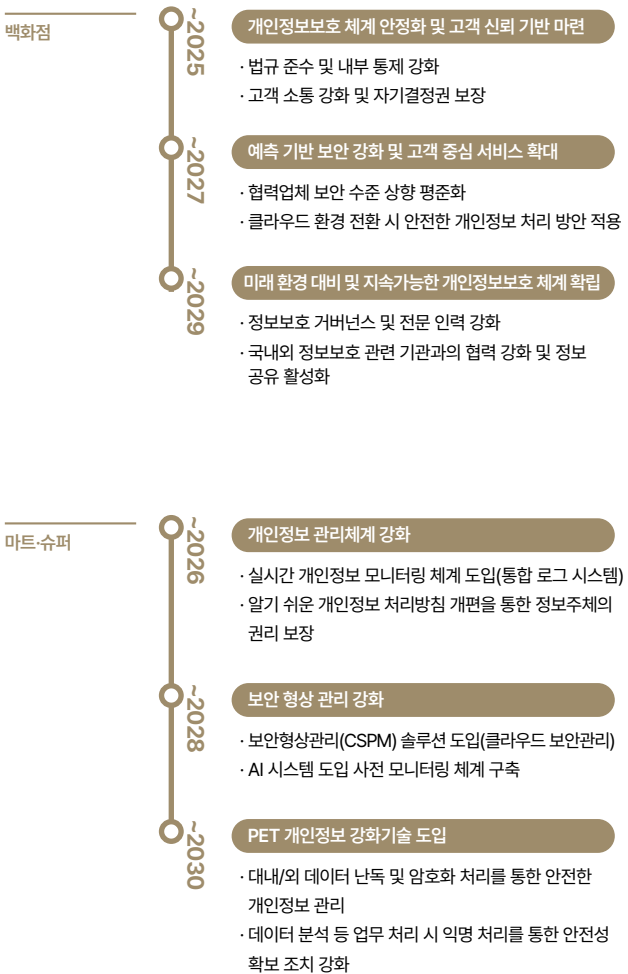
개인정보보호 중장기 목표

롯데백화점, 롯데마트·슈퍼는 개인정보를 포함한 보안 사고 방지 및 고도화를 위하여 중장기적 목표를 수립하여 운영하고 있습니다. 이를 통해 정보보호에 대한 조직 전반의 인식을 제고하고, 지속가능한 보안 체계를 구축하기 위한 방향성을 명확히 하고자 합니다. 아울러 변화하는 디지털 환경과 고객의 기대에 선제적으로 대응할 수 있도록 정보보호 수준을 단계적으로 향상시키며, 안정적이고 신뢰받는 데이터 관리 환경을 조성해 나가고 있습니다.

●정보보호시스템 제3자 인증 현황

구분	인증규격	인증 범위	유효기간
백화점	ISMS	롯데백화점 온라인 서비스 운영 (홈페이지, 문화센터, 웨딩)	2024.10.06 ~ 2027.10.05
마트·슈퍼	ISMS	롯데마트 온라인 서비스 (회사소개, 롯데마트GO, 문화센터, 채움, 협력사포털, 보틀병커)	2023.11.15 ~ 2026.11.14
	ISMS	롯데마트·슈퍼 온라인 서비스 (회사소개, 롯데마트GO, 보틀병커, 문화센터, 채움, SRM(협력사포털))	2024.12.18 ~ 2027.12.17
e커머스	ISMS	인터넷 쇼핑몰 운영(롯데ON)	2025.03.05 ~ 2028.03.04

●사업부별 개인정보보호 중장기 목표



INTRODUCTION

ESG IMPACT

ENVIRONMENTAL

SOCIAL

GOVERNANCE

APPENDIX

APPENDIX

118	ESG DATA
131	INITIATIVE INDEX
140	검증의견서
143	가입협회 및 수상내역
144	제작부서

ESG Data

경제

연결 재무상태표			
(단위: 백만 원)			
구분	제55기	제54기	제53기
자산총계	39,003,045	30,644,699	31,703,576
유동자산	5,516,938	5,563,803	6,179,514
비유동자산	33,486,107	25,080,896	25,524,062
부채총계	21,969,427	19,808,249	20,668,459
유동부채	9,836,042	10,903,416	10,622,586
비유동부채	12,133,385	8,904,833	10,045,873
자본총계	17,033,617	10,836,450	11,035,117
지배기업 소유주지분	15,503,955	9,493,521	9,567,654
비지배지분	1,529,663	1,342,928	1,467,463
부채및자본총계	39,003,045	30,644,699	31,703,576

연결 포괄손익계산서			
(단위: 백만 원)			
구분	제55기	제54기	제53기
매출	13,986,578	14,555,864	15,476,036
매출원가	(7,251,356)	(7,781,159)	(8,662,606)
매출총이익	6,735,222	6,774,705	6,813,429
판매비와관리비	(6,249,345)	(6,263,902)	(6,424,519)
대손상각비	(12,763)	(2,398)	(2,685)
영업이익	473,114	508,405	386,226
기타수익	225,525	181,663	158,256
기타비용	(1,271,508)	(334,285)	(783,082)
기타의대손상각비	(42,222)	8,732	(2,849)
금융수익-유효이자율법에 따른 이자수익	144,824	161,344	117,381
금융수익-기타	239,096	250,814	225,426
금융비용	(932,685)	(739,853)	(798,363)
관계기업투자 손익에 대한 지분	142,626	147,141	129,663
법인세비용차감전이익(손실)	(1,021,230)	183,961	(567,342)
법인세수익(비용)	27,155	(14,780)	248,650
당기순이익(손실)	(994,075)	169,180	(318,692)
기타포괄손익	7,191,635	(176,781)	(330,686)
후속적으로 당기손익으로 재분류되지 않는 항목	7,108,910	(111,804)	(300,297)
후속적으로 당기손익으로 재분류되는 항목	82,724	(64,977)	(30,389)
총포괄손익	6,197,559	(7,600)	(649,378)
당기순이익의 귀속			
지배기업 소유주지분	(968,016)	174,404	(324,571)
비지배지분	(26,059)	(5,223)	5,878
총포괄손익의 귀속			
지배기업 소유주지분	6,188,851	20,820	(474,546)
비지배지분	8,708	(28,421)	(174,832)
주당이익(손실)			
기본주당이익(손실) ¹⁾	(34,674)	5,794	(11,772)
희석주당이익(손실) ¹⁾	(34,674)	5,794	(11,772)

1) 단위: 원

ESG Data

환경

온실가스 배출량 (Scope 1 & 2, 국내 사업장)

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	총 배출량	tCO ₂ eq	386,633	384,081	389,064
	직접 배출 (Scope 1)	tCO ₂ eq	41,599	40,285	40,472
	간접 배출 (Scope 2)	tCO ₂ eq	345,034	343,796 ²⁾	348,591
	배출량 집약도 ¹⁾	tCO ₂ eq/억 원	11.84	11.51	11.72
마트	총 배출량	tCO ₂ eq	278,539	272,972	273,523
	직접 배출 (Scope 1)	tCO ₂ eq	49,485	46,340	46,789
	간접 배출 (Scope 2)	tCO ₂ eq	229,054	226,632	226,734
	배출량 집약도	tCO ₂ eq/억 원	4.72	4.76	4.90
슈퍼	총 배출량	tCO ₂ eq	56,629	52,503	52,485
	직접 배출 (Scope 1)	tCO ₂ eq	10,069	9,346	9,141
	간접 배출 (Scope 2)	tCO ₂ eq	46,561	43,156	43,344
	배출량 집약도	tCO ₂ eq/억 원	4.22	4.02	4.05
e커머스	총 배출량	tCO ₂ eq	829	493	550
	직접 배출 (Scope 1)	tCO ₂ eq	107	70	82
	간접 배출 (Scope 2)	tCO ₂ eq	722	423	468
	배출량 집약도	tCO ₂ eq/억 원	0.73	0.38	0.46

1) 연결 종속기업 영업부문 변경에 따른 2022-2023년 매출액 수정
2) 오기재로 인해 2023년 데이터 정정

온실가스 배출량 (Scope 3, 국내 사업장)

구분		단위	2022	2023	2024
총 배출량		tCO ₂ eq	32,684,595	30,674,573	30,020,667
Upstream	1. 구매한 상품 및 서비스	tCO ₂ eq	20,452,475	19,867,509	19,633,442
	2. 자본재	tCO ₂ eq	1,071	1,218	358
	3. 연료 및 에너지	tCO ₂ eq	61,184	62,906	63,606
	4. 업스트림 운송 및 유통	tCO ₂ eq	8,455,974	7,261,874	7,143,375
	5. 사업장 발생 폐기물	tCO ₂ eq	4,399	2,765	2,461
	6. 출장	tCO ₂ eq	1,027	1,405	1,318
	7. 통근	tCO ₂ eq	20,791	25,188	20,448
	8. 임대 자산	tCO ₂ eq	2,597	3,072	2,948
Downstream	9. 다운스트림 운송 및 유통	tCO ₂ eq	12,438	9,492	7,153
	11. 판매 제품의 사용	tCO ₂ eq	3,212,397	2,988,281	2,719,849
	12. 판매 제품의 폐기	tCO ₂ eq	226,030	201,616	182,703
	14. 프랜차이즈	tCO ₂ eq	9,482	10,174	12,778
	15. 투자	tCO ₂ eq	224,730	239,072	230,227

에너지 소비량

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	총 소비량	TJ	8,074	8,039	8,143
	전력	TJ	7,040	6,984 ²⁾	7,076
	열	TJ	819	793	796
	스팀	TJ	215	262	271
	에너지 증감량	TJ	1,017	-35	104
	사용량 집약도 ¹⁾	TJ/억 원	0.247	0.241	0.245
마트	총 소비량	TJ	5,618	5,538	5,547
	전력	TJ	4,725	4,665	4,680
	열	TJ	818	786	795
	스팀	TJ	75	88	72
	에너지 증감량	TJ	109	-80	9
	사용량 집약도	TJ/억 원	0.095	0.097	0.099
슈퍼	총 소비량	TJ	1,120	1,038	1,038
	전력	TJ	972	901	905
	열	TJ	147	136	132
	스팀	TJ	1	1	1
	에너지 증감량	TJ	-104	-82	1
	사용량 집약도	TJ/억 원	0.083	0.079	0.080
e커머스	총 소비량	TJ	17	9	11
	전력	TJ	15	9	10
	열	TJ	2	1	1
	스팀	TJ	-	-	-
	에너지 증감량	TJ	-12	-8	1
	사용량 집약도	TJ/억 원	0.015	0.007	0.009

1) 연결 종속기업 영업부문 변경에 따른 2022-2023년 매출액 수정
2) 오기재로 인해 2023년 데이터 정정

ESG Data

환경

폐기물

구분		단위	2022	2033	2024
백화점	총 폐기물 발생량	ton	26,878	25,178	28,358
	재활용 폐기물	ton	25,582	24,431	27,742
	일반	ton	25,582	24,431	27,742
	지정	ton	0	0	0
	비재활용 폐기물	ton	1,296	748	616
	매립	ton	206	42	159
	소각	ton	1,090	706	457
	기타	ton	0	0	0
	재활용 비율	%	95.2	97.0	97.8
	총 폐기물 발생량	ton	19,917	20,931	21,188
마트	재활용 폐기물	ton	19,157	20,623	20,899
	일반	ton	19,150	20,616	20,887
	지정	ton	7	7	12
	비재활용 폐기물	ton	758	309	289
	매립	ton	79	47	98
	소각	ton	574	244	191
	기타	ton	105	18	0
	재활용 비율	%	96.2	98.5	98.6
	총 폐기물 발생량	ton	172	123	157
	재활용 폐기물	ton	110	70	52
슈퍼	일반	ton	110	70	52
	지정	ton	0	0	0
	비재활용 폐기물	ton	62	53	105
	매립	ton	0	0	0
	소각	ton	62	53	105
	기타	ton	0	0	0
	재활용 비율	%	64.2	56.9	33.0

용수

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	총 취수량	ton	4,742,524	5,180,329	5,400,007
	지하수	ton	233,667	223,326	280,844
	우수(빗물)	ton	824	720	245
	상수	ton	4,508,033	4,956,283	5,118,918
	총 방류량	ton	4,742,524	5,180,329	5,400,007
	하수 방류	ton	4,742,524	5,180,329	5,400,007
	총 재활용량	ton	559,494	732,728	581,648
	중수	ton	558,670	732,008	581,403
	우수(빗물)	ton	824	720	245
	재활용 비율	%	11.8	14.1	10.8
마트	총 취수량	ton	2,207,651	2,186,497	2,203,320
	상수	ton	2,207,651	2,186,497	2,203,320
	총 방류량	ton	2,207,651	2,186,497	2,203,320
	하수 방류	ton	2,207,651	2,186,497	2,203,320
	총 재활용량	ton	50,776	47,521	33,685
	중수	ton	50,776	47,521	33,685
	재활용 비율	%	2.3	2.2	1.5
	총 취수량	ton	4,517	4,558	5,258
	지하수	ton	1,757	1,818 ²⁾	2,635
	상수	ton	2,760	2,740	2,623
e커머스 ¹⁾	총 방류량	ton	4,517	4,558	5,258
	하수 방류	ton	4,517	4,558	5,258
	총 재활용량	ton	2,414	2,608	2,551
	중수	ton	2,414	2,608	2,551
	재활용 비율	%	53.4	57.2	48.5

1) 롯데월드타워 전체 면적 대비 e커머스 사업장 면적 기준, 임대 오피스는 산정 범위에서 제외

2) 데이터 오기재로 인해 2023년 데이터 정정

ESG Data

환경

친환경 판매 실적

구분		단위	2022	2023	2024
백화점 ¹⁾	친환경 인증 상품	SKU	4,393	4,393	4,393
	매출	백만 원	7,454	7,929	8,013
마트	친환경 인증 상품	SKU	1,477	1,684	1,536
	친환경 원재료	SKU	867	919	706
	친환경 제조·가공	SKU	153	190	193
	친환경 소비·폐기	SKU	457	575	637
	매출	백만 원	208,670	215,918	223,059
슈퍼	친환경 인증 상품	SKU	317	377	475
	친환경 원재료	SKU	194	217	236
	친환경 제조·가공	SKU	46	74	105
	친환경 소비·폐기	SKU	77	86	134
	매출	백만 원	65,909	72,142	81,919
e커머스	친환경 인증 상품	SKU	66,304	117,633	107,433
	매출	백만 원	3,923	2,854	2,956

1) 데이터 산정 기준 변동으로 인해 2022-2023년 데이터 재산정

친환경 구매 실적

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	총 구매 금액	백만 원	119,300	126,200	135,300
	친환경 인증 제품 구매 금액	백만 원	2,462	2,329	3,189
	구매 비율	%	2.06	1.85	2.36
마트	총 구매 금액	백만 원	110,139	87,298	94,829
	친환경 인증 제품 구매 금액	백만 원	6,071	4,595	1,443
	구매 비율	%	5.51	5.26	1.52
슈퍼	총 구매 금액	백만 원	28,296	21,717	15,059
	친환경 인증 제품 구매 금액	백만 원	12	27	25
	구매 비율	%	0.04	0.13	0.17
e커머스	총 구매 금액	백만 원	39,824	32,031	11,302
	친환경 인증 제품 구매 금액	백만 원	2	73	72
	구매 비율	%	0.01 ¹⁾	0.23 ¹⁾	0.64

1) 오기제로 인해 2022-2023년 데이터 정정

환경법규 위반

구분		단위	2022	2023	2024
롯데쇼핑	법규 위반	건	0	1 ¹⁾	0
	위반으로 인한 벌금/과태료	원	0	0	0
백화점	법규 위반	건	0	0	1 ²⁾
	위반으로 인한 벌금/과태료	원	0	0	0
마트	법규 위반	건	0	0	1 ³⁾
	위반으로 인한 벌금/과태료	원	0	0	0
슈퍼	법규 위반	건	0	0	0
	위반으로 인한 벌금/과태료	원	0	0	0
e커머스	법규 위반	건	0	0	0
	위반으로 인한 벌금/과태료	원	0	0	0

1) 온실가스 배출권 할당 취소사유 통보서 제출 기한 미준수로 인한 과태료 부과 (운영이 종료된 롯데쇼핑 7개 사업장 대상)

2) 폐기물 인계인수 내역 입력 지연으로 인한 과태료 처분

3) 「대기환경보전법」에 따른 대기배출 자가측정 미실시로, 측정 후 재신고하여 기소유에 처분

ESG Data

사회

국내 임직원

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	총 임직원 수	명	4,566	4,609	4,286
	성별				
	남성	명	1,698	1,700	1,592
	관리자 직급 이상 ¹⁾	명	779	829	800
	여성	명	2,868	2,909	2,694
	관리자 직급 이상 ¹⁾	명	283	342	392
	여성 관리자 비율	%	26.65	29.21	32.89
	고용형태				
	정규직	명	4,563	4,598	4,271
	비정규직	명	3	11	15
	연령				
	30세 미만	명	581	582	567
	30세 이상 50세 미만	명	3,237	3,151	3,003
	50세 이상	명	748	876	716
	다양성				
	장애인	명	174	173	169
	총 임직원 수	명	11,397	10,616	10,348
	성별				
	남성	명	3,444	3,321	3,306
	관리자 직급 이상 ¹⁾	명	867	916	988
마트	여성	명	7,953	7,295	7,042
	관리자 직급 이상 ¹⁾	명	112	122	170
	여성 관리자 비율	%	11.44	11.75	14.68
	고용형태				
	정규직	명	11,395	10,614	10,347
	비정규직	명	2	2	1
	연령				
	30세 미만	명	428	399	349
	30세 이상 50세 미만	명	4,834	4,692	4,608
	50세 이상	명	6,135	5,525	5,391
	다양성				
	장애인	명	232	215	205
	국가 보훈자	명	102	94	90
	외국인	명	2	3	4

* 사업보고서 기준 임직원이 아닌 근로자 수 9,397명
1) M Grade 이상

구분		단위	2022	2023	2024
슈퍼	총 임직원 수	명	3,752	3,481	3,511
	성별				
	남성	명	1,164	1,064	1,041
	관리자 직급 이상 ¹⁾	명	226	225	245
	여성	명	2,588	2,417	2,470
	관리자 직급 이상 ¹⁾	명	21	19	22
	여성 관리자 비율	%	8.50	7.79	8.24
	고용형태				
	정규직	명	3,750	3,481	3,511
	비정규직	명	2	0	0
	연령				
	30세 미만	명	198	141	120
	30세 이상 50세 미만	명	1,551	1,425	1,413
	50세 이상	명	2,003	1,915	1,978
	다양성				
	장애인	명	79	72	65
	국가 보훈자	명	8	4	4
	외국인	명	1	1	3
	총 임직원 수	명	1,000	970	688
	성별				
	남성	명	460	425	315
e커머스	관리자 직급 이상 ¹⁾	명	220	226	185
	여성	명	540	545	373
	관리자 직급 이상 ¹⁾	명	147	181	161
	여성 관리자 비율	%	40.05	44.47	46.53
	고용형태				
	정규직	명	949	927	673
	비정규직	명	51	43	15
	연령				
	30세 미만	명	219	159	86
	30세 이상 50세 미만	명	728	753	573
	50세 이상	명	53	58 ²⁾	29
	다양성				
	장애인	명	11	7	4
	국가 보훈자	명	12	10	8
	외국인	명	0	0	0

2) 오기제로 인해 2023년 데이터 정정

ESG Data

사회

해외 임직원, 백화점¹⁾²⁾

구분		단위	2022	2023	2024
총 임직원 수		명	412	551	497
하노이	총 임직원 수	명	196	175	174
	성별				
	남성	명	-	-	29
	관리자 직급 이상	명	-	-	2
	여성	명	-	-	145
	관리자 직급 이상	명	-	-	14
	여성 관리자 비율	%	-	-	87.5
하노이 웨스트레이크	총 임직원 수	명	N/A	155	109
	성별				
	남성	명	N/A	-	14
	관리자 직급 이상	명	N/A	-	1
	여성	명	N/A	-	95
	관리자 직급 이상	명	N/A	-	7
	여성 관리자 비율	%	N/A	-	87.5
호치민	총 임직원 수	명	139	135	130
	성별				
	남성	명	-	-	52
	관리자 직급 이상	명	-	-	6
	여성	명	-	-	78
	관리자 직급 이상	명	-	-	8
	여성 관리자 비율	%	-	-	57.1
자카르타	총 임직원 수	명	77	86	84
	성별				
	남성	명			41
	관리자 직급 이상	명	-	-	5
	여성	명	-	-	43
	관리자 직급 이상	명	-	-	7
	여성 관리자 비율	%	-	-	58.3

1) 해외 사업 이관으로 인해 2024년부터 세부 지표를 관리하여 2022-2023년 일부 데이터 미기재
2) 2024년 6월 청두점 영업 종료로 인해 해당 데이터 삭제 및 2022-2023년 데이터 재산정

해외 임직원, 마트

구분		단위	2022	2023	2024
총 임직원 수		명	7,166	7,424	6,888
베트남	총 임직원 수	명	2,493	2,738	2,657
	성별				
	남성	명	971	1,093	1,063
	관리자 직급 이상	명	30	29	31
	여성	명	1,522	1,645	1,594
	관리자 직급 이상	명	29	35	39
	여성 관리자 비율	%	49.15	54.69	55.71
인도네시아	총 임직원 수	명	4,673	4,686	4,231
	성별				
	남성	명	3,367	3,340	3,018
	관리자 직급 이상	명	71	76	73
	여성	명	1,306	1,346	1,213
	관리자 직급 이상	명	25	23	29
	여성 관리자 비율	%	26.04	23.23	28.43

ESG Data

사회

채용 및 이직

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	총 채용 인원	명	126	103	103
	성별				
	남성	명	48	44	36
	여성	명	78	59	67
	연령				
	30세 미만	명	85	57	66
	30세 이상 50세 미만	명	39	46	34
	50세 이상	명	2	0	3
	직급				
	관리자 직급 이상	명	19	22	21
	관리자 직급 미만	명	107	81	82
	총 이직률	%	4.3	3.4	7.4
	자발적 이직률	%	4.3	3.2	2.3
마트	총 채용 인원	명	384	32	66
	성별				
	남성	명	250	28	30
	여성	명	134	4	36
	연령				
	30세 미만	명	238	7	48
	30세 이상 50세 미만	명	145	24	16
	50세 이상	명	1	1	2
	직급				
	관리자 직급 이상	명	12	4	4
	관리자 직급 미만	명	372	28	62
	총 이직률	%	6.2	6.7	4.2
	자발적 이직률	%	4.4	4.0	2.9

구분		단위	2022	2023	2024
슈퍼	총 채용 인원	명	72	4	21
	성별				
	남성	명	42	4	13
	여성	명	30	0	8
	연령				
	30세 미만	명	52	0	15
	30세 이상 50세 미만	명	20	4	6
	50세 이상	명	0	0	0
	직급				
	관리자 직급 이상	명	3	0	0
	관리자 직급 미만	명	69	4	21
	총 이직률	%	25.7	3.9	5.1
	자발적 이직률	%	13.3	7.0	3.1
e커머스	총 채용 인원	명	196	30	32
	성별				
	남성	명	105	11	22
	여성	명	91	19	10
	연령				
	30세 미만	명	81	4	11
	30세 이상 50세 미만	명	114	26	21
	50세 이상	명	1	0	0
	직급				
	관리자 직급 이상	명	56	12	14
	관리자 직급 미만	명	140	18	18
	총 이직률	%	18.3	13.5	25.0
	자발적 이직률	%	14.5	10.8	23.0

ESG Data

사회

급여

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	전체 임직원 평균 급여				
	남성	만 원	8,236	8,737	9,139
	여성	만 원	5,352	5,716	6,057
	최저임금 대비 신입사원 평균 급여				
	남성	%	235.4	232.5	233.8
	여성	%	235.4	232.5	233.8
	남성 대비 여성 급여 ¹⁾				
		%	100	100	100
마트	전체 임직원 평균 급여				
	남성	만 원	6,479	6,839	6,530
	여성	만 원	3,974	4,403	3,648
	최저임금 대비 신입사원 평균 급여				
	남성	%	182.4	177.6	178.9
	여성	%	182.4	177.6	178.9
	남성 대비 여성 급여 ¹⁾				
		%	100	100	100
슈퍼	전체 임직원 평균 급여				
	남성	만 원	5,953	6,634	6,079
	여성	만 원	4,790	5,537	4,845
	최저임금 대비 신입사원 평균 급여				
	남성	%	150.0	148.1	164.1
	여성	%	150.0	148.1	164.1
	남성 대비 여성 급여 ¹⁾				
		%	100	100	100
e커머스	전체 임직원 평균 급여				
	남성	만 원	8,005	7,997	7,395
	여성	만 원	6,212	6,242	6,516
	최저임금 대비 신입사원 평균 급여				
	남성	%	184.1	193.6	188.8
	여성	%	184.1	193.6	188.8
	남성 대비 여성 급여 ¹⁾				
		%	100	100	100
최고 연봉자의 연간 총 보수		백만 원	1,377	1,603	1,677
임직원 연간 총 보수의 평균값		백만 원	51	55	53

1) 정규직 신입사원 기본급 기준, 동일 직급 동일 연차 내 성별 차등 없음

교육

구분		단위	2022	2023	2024
백화점 ¹⁾	총 교육 시간	시간	408,346	358,852	332,212
	1인당 교육 시간	시간	89.4	77.9	77.5
	총 교육 비용	만 원	367,279	298,135	324,719
	1인당 교육 비용	만 원	80	65	76
마트	총 교육 시간	시간	129,039	147,786	152,162
	1인당 교육 시간	시간	27.7	30.5	33.0
	총 교육 비용	만 원	227,522	225,824	251,314
	1인당 교육 비용	만 원	49	47	55
슈퍼	총 교육 시간	시간	70,638	51,709	33,675
	1인당 교육 시간	시간	55.0	44.7	30.2
	총 교육 비용	만 원	87,243	72,305	64,399
	1인당 교육 비용	만 원	68	62	58
e커머스	총 교육 시간	시간	9,789	5,535	1,243
	1인당 교육 시간	시간	10.4	6.1	1.9
	총 교육 비용	만 원	64,900	52,954	42,403
	1인당 교육 비용	만 원	69	58	64

1) 데이터 산정 기준 변동으로 인해 2022-2023년 데이터 재산정

정기적 성과평가를 받은 임직원¹⁾

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	남성	%	100	100	100
	여성	%	100	100	100
마트	남성	%	100	100	100
	여성	%	100	100	100
슈퍼	남성	%	100	100	100
	여성	%	100	100	100
e커머스	남성	%	100	100	100
	여성	%	100	100	100

1) 평가 대상 인원 대비 평가 인원

ESG Data

사회

육아휴직

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	육아휴직 사용 인원				
	남성	명	67	55	48
	여성	명	113	84	108
	육아휴직 종료 후 복귀율				
	남성	%	91.2	94.6	92.9
	여성	%	92.7	93.2	91.8
	육아휴직 종료 후 복귀 유지율				
	남성	%	96.2	92.5	92.5
	여성	%	98.8	98.8	92.8
	육아휴직 사용 인원				
마트	남성	명	137	107	75
	여성	명	103	83	70
	육아휴직 종료 후 복귀율				
	남성	%	96.2	92.7	93.0
	여성	%	82.4	95.0	97.6
	육아휴직 종료 후 복귀 유지율				
	남성	%	97.6	90.4	83.8
	여성	%	79.7	86.5	85.0
	육아휴직 사용 인원				
	남성	명	48	27	21
슈퍼	여성	명	12	14	11
	육아휴직 종료 후 복귀율				
	남성	%	62.5	76.0	79.3
	여성	%	47.4	46.7	100
	육아휴직 종료 후 복귀 유지율				
	남성	%	66.0	69.8	89.5
	여성	%	75.0	33.3	87.5
	육아휴직 사용 인원				
	남성	명	18	20	22
	여성	명	27	24	30
e커머스	육아휴직 종료 후 복귀율				
	남성	%	83.3	100	100
	여성	%	88.9	85.7	97.0
	육아휴직 종료 후 복귀 유지율				
	남성	%	100	60.0	50.0
	여성	%	100	91.7	67.0

인권 리스크 관리

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	고충 접수	건	27	32	22
	고충 처리	건	27	32	22
마트	고충 접수	건	92	48	32
	고충 처리	건	92	48	27 ¹⁾
슈퍼	고충 접수	건	3	11	10
	고충 처리	건	3	11	10
e커머스	고충 접수	건	0	2	5
	고충 처리	건	0	2	5

1) 2024년 마감 기준 조사 진행 중 (5건)

단체협약

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	노동조합 가입 인원	명	512	507	390
	노동조합 가입 비율	%	57.0	58.0	48.4
마트	노동조합 가입 인원	명	6,564	6,368	6,149
	노동조합 가입 비율	%	72.9	78.1	82.3

* 슈퍼, e커머스 사업부: 노사협의체 운영

ESG Data

사회

산업재해 현황

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	총 근로손실재해	건	4	6	4
	부상	건	2	6	4
	질병	건	2	0	0
	근로손실재해율(LTIFR) ¹⁾	%	0.35	0.52	0.37
마트	근로손실재해	건	99	80	60
	부상	건	96	79	58
	질병	건	3	1	2
	근로손실재해율(LTIFR)	%	4.74	3.93	2.57
슈퍼	근로손실재해	건	11	17	14
	부상	건	10	14	14
	질병	건	1	3	0
	근로손실재해율(LTIFR)	%	1.73	2.87	2.18
e커머스	근로손실재해	건	1	0	0
	부상	건	1	0	0
	질병	건	0	0	0
	근로손실재해율(LTIFR)	%	0.48	0	0

1) 백만 시간 당 발생한 근로손실재해

안전보건교육

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	산업안전보건교육				
	교육 이수인원	명	5,537	5,660	5,754
	교육 이수시간	시간	132,894	135,840	138,096
마트	산업안전보건교육				
	교육 이수인원	명	10,614	10,877	10,538
	교육 이수시간	시간	254,724	261,036	309,808
	관리감독자 교육 ¹⁾				
	교육 이수인원	명	2,031	1,287	1,156
	교육 이수시간	시간	32,496	20,592	18,496
슈퍼	산업안전보건교육				
	교육 이수인원	명	3,757	3,448	3,306
	교육 이수시간	시간	45,084	77,664	74,904
	관리감독자 교육 ²⁾				
	교육 이수인원	명	243	210	206
	교육 이수시간	시간	3,888	3,360	3,296
e커머스	산업안전보건교육 ³⁾				
	교육 이수인원	명	1,058	1,010	967
	교육 이수시간	시간	12,696	12,120	11,604

1) 교육대상: 파트장, 부점장, 안전관리매니저
2) 교육대상: 점장, 센터장
3) 데이터 산정 기준 변동으로 인해 2022-2023년 데이터 재산정

ESG Data

사회

파트너사 관리 현황

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	전체 파트너사 수	개사	7,404	7,848	8,081
	기존 파트너사	개사	7,044	7,487	7,761
	신규 파트너사	개사	360	361	320
	신규 파트너사 ESG 리스크 평가				
	사회영향평가를 받은 파트너사	개사	360	361	320
	부정적 영향이 발견된 파트너사	개사	0	0	0
	파트너사 ESG 역량강화				
	교육	건	5	20	21
	컨설팅	건	1	20	20
	파트너사 동반성장 실적				
	교육지원	개사	316	1,192	1,000
	기술지원	건	8	23	45
	금융지원	백만 원	73,876	77,250	69,090
	전체 파트너사 수	개사	1,553	1,496	1,419
	기존 파트너사	개사	1,333	1,367	1,300
	신규 파트너사	개사	220	129	119
마트	파트너사 ESG 역량강화				
	컨설팅 ¹⁾	건	10	19	25
	파트너사 동반성장 실적				
	교육지원 ¹⁾	개사	251	280	283
	기술지원 ¹⁾	건	3	10	12
	금융지원	백만 원	48,056	65,344	76,531
슈퍼	전체 파트너사 수	개사	731	799	769
	기존 파트너사	개사	593	608	667
	신규 파트너사	개사	138	191	102
	파트너사 동반성장 실적				
	금융지원	백만 원	9,829	10,640	13,950
e커머스	전체 파트너사 수	개사	52,074	93,375	128,802
	기존 파트너사	개사	29,420	43,640	93,375
	신규 파트너사	개사	22,654	49,735	35,427
	파트너사 동반성장 실적				
	교육지원	건	59	167	24

1) 롯데마트·슈퍼 합산 수치, 2023년 사업부 통합으로 인해 공동 진행

2) 2024년 데이터 산정 및 작성

파트너사 고충 처리

구분		단위	2022	2023	2024
백화점	고충 접수	건	0	0	0
	고충 처리	건	0	0	0
마트	고충 접수	건	5	1	6
	고충 처리	건	5	1	6
슈퍼	고충 접수	건	0	1	1
	고충 처리	건	0	1	1
e커머스	고충 접수	건	23	15	2
	고충 처리	건	23	15	2

사회공헌

구분		단위	2022	2023	2024
롯데쇼핑	기부금 ¹⁾	백만 원	17,489	15,759	17,540
	임직원 모금액	백만 원	58	62	60
백화점	봉사활동 ²⁾				
	참여 인원	명	-	-	79
	참여 시간	시간	-	-	518
마트·슈퍼	봉사활동				
	참여 인원	명	997	884	450 ³⁾
	참여 시간	시간	1,994	1,768	1,500 ³⁾

1) 사업보고서 기준

2) 2022-2023년 봉사활동 실시했으나 데이터 미관리로 인해 미기재

3) 롯데마트·슈퍼 합산 수치, 2023년 사업부 통합으로 인해 공동 진행

ESG Data

거버넌스

경제적 가치창출 및 배분

구분	단위	2022	2023	2024
이해관계자				
임직원 ¹⁾	백만 원	1,664,724	1,610,846	1,714,565
주주/투자자 ²⁾	백만 원	647,748	744,967	764,530
정부 ³⁾	백만 원	-24,802	214,551	164,643
지역사회 ⁴⁾	백만 원	17,489	15,759	17,540

1) 급여 및 복리후생

2) 배당금 및 이자비용

3) 세금 및 법인세

4) 기부금

이사회 구성

구분	단위	2022	2023	2024
총 인원	명	9	9	8
사내이사	명	4	4	3
사외이사	명	5	5	5
여성 등기임원 수	명	2	2	2
CEO와 이사회 의장의 분리 여부		X	X	X

이사회 활동

구분	단위	2022	2023	2024
이사회 운영				
이사회 개최 횟수	회	16	15	15
사내이사 참석률	%	96.4	95.0	100
사외이사 참석률	%	92.5	94.7	95.7
이사회 총 안건	건	75	68	87
ESG 관련 중대사항 보고 안건	건	28	23	33

윤리·준법교육

구분	단위	2022	2023	2024
마트	총 교육 이수 시간	시간	21,179	36,818
	총 교육 이수 인원	명	11,955	13,380
슈퍼 ¹⁾	총 교육 이수 시간	시간	10,446	32,766
	총 교육 이수 인원	명	1,741	5,122
e커머스	총 교육 이수 시간	시간	1,317 ²⁾	7,191
	총 교육 이수 인원	명	1,122	2,001

1), 2) 오기제로 인해 2023년 데이터 정정

윤리규범 위반

구분	단위	2022	2023	2024
백화점	윤리규범 위반	건	28	14
	조치 현황 ¹⁾	건	20	15
마트	윤리규범 위반	건	5	6
	조치 현황 ¹⁾	건	4	4
슈퍼	윤리규범 위반	건	5	4
	조치 현황 ¹⁾	건	8	4
e커머스	윤리규범 위반	건	12	1
	조치 현황 ¹⁾	건	5	1

1) 윤리규범 위반으로 인해 징계 조치를 받은 임직원의 수

부패리스크 평가

구분	단위	2022	2023	2024
대상 팀 ¹⁾	팀	59	59	56
전체 사업장 대비 비율	%	100	100	100

1) 마트와 슈퍼 사업부는 사업부 본사 조직을 하나의 사업장으로 간주하여 사업장 모수 기준 산정

2) 2023년 제3자 검증을 통해 확인된 부패 관련 중대 리스크 0건

ESG Data

거버넌스

정보보안 교육

	구분	단위	2022	2023	2024
백화점	개인정보보호교육				
	총 교육 이수 시간	시간	6,072	6,234	5,602
	총 교육 이수 인원	명	6,072	6,234	5,602
	개인정보취급자 교육				
	총 교육 이수 시간	시간	375	32	25
	총 교육 이수 인원	명	375	32	25
	IT 직무자 특화 교육				
	총 교육 이수 시간	시간	0	103	101
	총 교육 이수 인원	명	0	107	101
마트	개인정보보호교육				
	총 교육 이수 시간	시간	11,460	10,707	10,554
	총 교육 이수 인원	명	11,460	10,707	10,554
	개인정보취급자 교육				
	총 교육 이수 시간	시간	304	228	314
	총 교육 이수 인원	명	152	114	157
슈퍼	개인정보보호교육				
	총 교육 이수 시간	시간	3,781	3,467	3,507
	총 교육 이수 인원	명	3,781	3,467	3,507
	개인정보취급자 교육				
	총 교육 이수 시간	시간	124	58	78
	총 교육 이수 인원	명	62	29	39
e커머스	개인정보보호교육				
	총 교육 이수 시간	시간	1,072	1,004	686
	총 교육 이수 인원	명	1,072	1,004	686
	개인정보취급자 교육				
	총 교육 이수 시간	시간	104	98	27
	총 교육 이수 인원	명	104	98	27
	IT 직무자 특화 교육				
	총 교육 이수 시간	시간	323	760	257
	총 교육 이수 인원	명	323	380	257

개인정보보호 리스크 관리

	구분	단위	2022	2023	2024
백화점	고객 개인정보의 유출, 도난, 분실사고	건	0	0	0
마트	고객 개인정보의 유출, 도난, 분실사고	건	0	0	0
슈퍼	고객 개인정보의 유출, 도난, 분실사고	건	0	0	0
e커머스	고객 개인정보의 유출, 도난, 분실사고	건	0	0	1

법규 및 규제 위반

	구분	단위	2022	2023	2024
제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한 법률 및 자율규정 위반					
	백화점	건	0	0	0
	마트	건	2	2	0
	슈퍼	건	0	0	0
	e커머스	건	0	0	0
마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법률 및 규정 위반					
	백화점	건	0	0	0
	마트	건	0	0	0
	슈퍼	건	0	0	0
	e커머스	건	0	0	0
경쟁저해 및 독과점 금지에 관한 법률 및 규정 위반					
	백화점	건	0	1	0
	마트	건	0	0	0
	슈퍼	건	1	0	0
	e커머스	건	0	0	0
제품 및 서비스 안전보건 영향에 대한 법률 위반					
	백화점	건	0	0	0
	마트	건	1	0	0
	슈퍼	건	0	0	0
	e커머스	건	0	0	0

Initiative Index

GRI Standards Index

Universal Standards

GRI 1: Foundation 2021

구분	보고 사항
Statement of use	롯데쇼핑은 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지의 기간동안, 지속가능경영 내용을 보고함에 있어 GRI Standards 기준을 적용하여 해당 정보를 보고하고 있습니다.
GRI 1 used	GRI 1 : Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standard(s)	2025년 6월 발간일 기준, 롯데쇼핑에 해당되는 산업군의 기준서가 발표되지 않음

GRI 2: General Disclosures 2021

구분	인덱스	보고 사항	보고 위치
조직 및 보고 관행	2-1	조직 정보	10
	2-2	지속가능성보고서 내 주체	2
	2-3	보고 주기, 빈도, 문의처	2
	2-4	정보 수정	119-129
	2-5	외부 검증	141-142
활동 및 근로자	2-6	활동, 가치 사슬, 기타 비즈니스 관계	13-19
	2-7	임직원	122-123
	2-8	임직원이 아닌 근로자	122
지배구조	2-9	거버넌스 구조 및 요소	97
	2-10	최고 거버넌스 임명 및 선정	97, 100
	2-11	최고 거버넌스 기구의 의장	97
	2-12	영향 관리에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	97, 100-101
	2-13	영향 관리를 위한 책임 위임	97
	2-14	지속가능성보고에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	21, 25, 101
	2-15	이해관계 상충	98, 107

GRI 3: Material Topics 2021

구분	인덱스	보고 사항	보고 위치
중요 주제 공시	3-1	중요 주제 결정 절차	25
	3-2	중요 주제 목록	26
	3-3	중요 주제 관리	27-28

구분	인덱스	보고 사항	보고 위치
지배구조	2-16	중요사항 보고	99
	2-17	최고 거버넌스 기구의 종합적 지식	98
	2-18	최고 거버넌스 기구 성과 평가	99
	2-19	보수 정책	99
	2-20	보수 결정 절차	99
	2-21	연간 총 보상 비율	125
	2-22	지속가능 개발 전략에 관한 성명서	5-9
전략, 정책, 관행	2-23	정책 이행 약속	51, 87
	2-24	정책 약속 내재화 방법	51, 55-56, 80-83, 85-86
	2-25	부정적 영향 저감 프로세스	104-108
	2-26	자문과 신고를 위한 매커니즘	55, 104, 108
	2-27	법률 및 규정 준수	121, 129-130
	2-28	가입 협회	143
이해관계자 참여	2-29	이해관계자 참여 방식	29
	2-30	단체 협약	126

Initiative Index

GRI Standards Index

Topic-Specific Standards

중대이슈 1: 제품·서비스 환경영향 관리

구분	인덱스	보고 사항	보고 위치
주요 주제 공시	3-3	중요 주제 관리	27

중대이슈 2: 제품·서비스 품질 및 안전

구분	인덱스	보고 사항	보고 위치
주요 주제 공시	3-3	중요 주제 관리	27
고객 안전보건	416-1	제품 및 서비스군의 안전보건 영향 평가	73
	416-2	제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건	130

중대이슈 3: 동반성장

구분	인덱스	보고 사항	보고 위치
주요 주제 공시	3-3	중요 주제 관리	27

중대이슈 4: 기후변화 대응

구분	인덱스	보고 사항	보고 위치
주요 주제 공시	3-3	중요 주제 관리	28
경제성과	201-2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	34-36

중대이슈 5: 온실가스·에너지 관리

구분	인덱스	보고 사항	보고 위치
주요 주제 공시	3-3	중요 주제 관리	28
에너지	302-1	조직 내부 에너지 소비	119
	302-2	조직 외부 에너지 소비	119
	302-3	에너지 집약도	119
	302-4	에너지 소비 절감	119
배출	305-1	직접 온실가스 배출량(scope 1)	33, 119
	305-2	간접 온실가스 배출량(scope 2)	33, 119
	305-3	기타 간접 온실가스 배출량(scope3)	33, 119
	305-4	온실가스 배출 집약도	33, 119
	305-5	온실가스 배출 감축	33, 119

Initiative Index

GRI Standards Index

Topic-Specific Standards

Non-Material Topics (GRI 200-400)

구분	인덱스	보고 사항	보고 위치
경제성과	201-1	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	129
	202-1	사업장의 현지 법정최저임금 대비 신입사원 임금 비율	125
시장지위	202-2	주요 사업장의 현지 출신 고위 관리자 비율	122-123
	203-1	공약을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원활동	88-94
간접경제효과	203-2	중요한 간접적 경제 파급효과 및 영향	80-86
	205-1	사업장 부패 위험 평가	107, 129
반부패	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	106, 108
	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	129
경쟁저해행위	206-1	경쟁저해행위, 독과점 등 불공정한 거래행위에 대한 법적 조치	130
조세	207-2	조세 구조, 통제 및 위험관리	111
	303-3	용수 취수	120
용수	303-4	용수 방류	120
	303-5	용수 사용량	120
생물다양성	304-2	활동, 제품, 서비스가 생물다양성에 미치는 중대한 영향	48
	304-3	보호 또는 복원된 서식지	48
폐기물	306-1	폐기물 발생 및 폐기물 관련 중대한 영향	43
	306-2	폐기물 관련 중대한 영향 관리	43-45
	306-3	폐기물 발생	120
	306-4	폐기물 재활용	120
	306-5	폐기물 처리	120
고용	401-1	신규채용과 이직	124
	401-2	비정규 직원 혹은 파트타임 직원에게는 제공되지 않는 정규직 직원 대상의 보상	66, 126
	401-3	육아휴직	126

구분	인덱스	보고 사항	보고 위치
산업안전보건	403-1	산업안전보건 관리시스템	70
	403-2	위험 식별, 위험 평가, 사고 조사	70
	403-3	산업안전보건 서비스	71
	403-4	산업안전보건에 대한 근로자 참여, 협의, 커뮤니케이션	67
	403-5	산업안전보건에 대한 근로자 훈련	68, 71
	403-6	근로자 건강 증진	71
	403-7	비즈니스 관계와 직결된 산업안전보건 영향 예방 및 완화	69-71
	403-8	산업안전보건 관리시스템의 적용을 받는 근로자	70
	403-9	업무 관련 상해	127
	403-10	업무 관련 질병	127
훈련 및 교육	404-1	임직원 1인당 평균 교육 시간	125
	404-2	임직원 역량 강화 및 전환 지원을 위한 프로그램	60-62
	404-3	정기적 성과 및 경력 개발 리뷰를 받은 임직원 비율	63, 125
다양성과 기회균등	405-1	거버넌스 기구와 임직원의 다양성	97, 129
	405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	125
차별금지	406-1	차별 사건 및 이에 대한 시정조치	55, 126
결사 및 단체교섭의 자유	407-1	근로자의 결사 및 단체 교섭의 자유가 침해될 수 있는 사업장 및 협력회사	57, 126
아동노동	408-1	아동 노동 발생 위험이 높은 사업장 및 협력회사	51
강제노동	409-1	강제 노동 발생 위험이 높은 사업장 및 협력회사	51
지역사회	413-1	지역사회 참여, 영향 평가, 발전프로그램 운영	88
공급업체 사회적 평가	414-1	사회 기준 심사를 거친 신규 공급업체	128
	414-2	공급망에서의 부정적 사회영향 및 이에 대한 조치	128
공공정책	415-1	정치적 기부	95
	417-1	제품 및 서비스 정보와 라벨링	73, 76
마케팅 및 라벨링	417-2	제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한 규정 위반 사건	130
	417-3	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규정 위반	130
고객정보보호	418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	130

Initiative Index

ESRS Index

중대이슈 1: 제품·서비스 환경영향 관리

인덱스		보고 사항	보고 위치
영향/위험/ 기회 관리	ESRS 2 IRO-1	지속가능성 이슈의 영향·위험·기회를 식별 및 평가하는 프로세스	42
	ESRS E5-1	자원 사용 및 순환경제 관련 정책	40-41
	ESRS E5-2	자원 사용 및 순환경제 관련 조치 및 투입 자원	43-46
지표 및 목표	ESRS E5-3	자원 사용 및 순환경제 관련 목표	40-43
	ESRS E5-4	자원 유입	41
	ESRS E5-5	자원 유출	43
	ESRS E5-6	자원 사용 및 순환경제 관련 영향, 리스크, 기회로 인한 예상 재무적 영향	-

중대이슈 2: 제품·서비스 품질 및 안전

인덱스		보고 사항	보고 위치
전략	ESRS 2 SBM-2	조직의 사업운영 관련 이해관계자의 의견을 수렴·반영하는 절차와 방식	77
	ESRS 2 SBM-3	지속가능성 이슈가 조직의 사업전략 및 사업모델에 미치는 영향·위험·기회	27-28
영향/위험/ 기회 관리	ESRS S4-1	소비자 및 최종 사용자와 관련된 정책	73
	ESRS S4-2	소비자 및 최종 사용자와의 영향 관련 소통 절차	77
	ESRS S4-3	부정적 영향의 시정 절차 및 소비자·최종 사용자의 우려 제기 채널	77
지표 및 목표	ESRS S4-4	소비자 및 최종 사용자에 대한 중대한 영향 대응 조치, 관련 중대한 리스크 관리 및 기회 추구 접근방식, 그리고 그 조치의 효과성	73-78
	ESRS S4-5	중대한 부정적 영향의 관리, 긍정적 영향의 증진, 그리고 중대한 리스크와 기회의 관리를 위한 목표	73-78

중대이슈 4: 기후변화 대응

인덱스		보고 사항	보고 위치
거버넌스	ESRS 2 GOV-3	최고경영진을 포함한 경영층의 성과평가지표(KPIs)에 포함된 지속가능성 주제	31
전략	ESRS E1-1	기후변화 완화를 위한 전환 계획	32-33
	ESRS 2 SBM-3	지속가능성 이슈가 조직의 사업전략 및 사업모델에 미치는 영향·위험·기회	27-28
영향/위험/ 기회 관리	ESRS 2 IRO-1	지속가능성 이슈의 영향·위험·기회를 식별 및 평가하는 프로세스	34-35
	ESRS E1-2	기후변화 완화 및 적응 관련 정책	40
	ESRS E1-3	기후변화 관련 정책에 따른 조치 및 자원	36-38
지표 및 목표	ESRS E1-4	기후변화 완화 및 적응 관련 목표	32
	ESRS E1-5	에너지 소비량 및 에너지 믹스	119
	ESRS E1-6	온실가스 배출량: Scope 1, 2, 3 및 총 배출량	33, 119
	ESRS E1-7	온실가스 제거 및 탄소크레딧을 통한 온실가스 감축 프로젝트	33, 37-38
	ESRS E1-8	내부 탄소가격제(internal carbon pricing)	-
	ESRS E1-9	중대한 물리적 리스크 및 전환 리스크, 그리고 잠재적 기후 관련 기회로 인한 예상 재무적 영향	35

중대이슈 5: 윤리·준법경영 강화

인덱스		보고 사항	보고 위치
거버넌스	ESRS 2 GOV-1	최고의사결정기구의 구성 현황, 영향·위험·기회 요인을 관리·감독하는 책임과 역할	105
영향/위험/ 회 관리	ESRS 2 IRO-1	지속가능성 이슈의 영향·위험·기회를 식별 및 평가하는 프로세스	107-108
	ESRS 2 G1-1	기업윤리 정책 및 조직 문화	104, 106
	ESRS 2 G1-2	공급업체와의 관계 관리	87
	ESRS 2 G1-3	부패 및 뇌물 수수의 예방 및 적발	106-108
	ESRS 2 G1-4	부패 또는 뇌물 수수 사건 발생 현황	129
지표 및 목표	ESRS 2 G1-5	정치적 영향력 행사 및 로비 활동	해당 없음
	ESRS 2 G1-6	지급 관행 (지급 기한, 지연 지급 등)	84

* 중대 이슈 '동반성장': ESRS 미해당 이슈

Initiative Index

TCFD Index

구분	보고 사항	보고 위치
Governance	a. 기후변화와 관련된 위험과 기회에 대한 이사회의 감독 설명	31
	b. 기후변화와 관련된 위험과 기회를 평가하고 관리하는 경영진의 역할 설명	
Strategy	a. 조직이 단기, 중기 및 장기간에 걸쳐 파악한 기후변화와 관련된 위험과 기회 설명	32-33
	b. 기후변화와 관련된 위험과 기회가 조직의 사업, 전략 및 재무계획에 미치는 영향 설명	
	c. 파리기후변화 협정의 2°C 시나리오를 포함하여 다양한 기후변화와 관련된 시나리오를 고려한 조직 전략의 회복 탄력성	
Risk Management	a. 기후변화와 관련된 위험을 식별하고 평가하기 위한 조직의 프로세스 설명	34-37
	b. 기후변화와 관련된 위험을 관리하기 위한 조직의 프로세스 설명	
	c. 기후변화와 관련된 위험을 식별, 평가 및 관리하는 프로세스가 조직의 전반적인 위험 관리에 어떻게 통합되는지 설명	
Metrics & Targets	a. 조직이 전략 및 위험 관리 프로세스에 따라 기후변화와 관련된 위험과 기회를 평가하기 위해 사용된 지표를 공개	33
	b. Scope 1, Scope 2, 그리고 해당되는 경우 Scope 3 온실가스(GHG) 배출량 및 관련 위험 공개	
	c. 기후변화와 관련된 위험, 기회 및 목표 대비 성과를 관리하기 위해 조직이 사용하는 대상 설명	

Initiative Index

SASB Index

롯데백화점 | Multiline and Specialty Retailers & Distributors

Accounting Metrics

Topic	Code	측정 지표	2024 Data	보고 위치	비고
Energy Management in Retail & Distribution	CG-MR-130a.1	(1) 총 에너지 사용량	8,143TJ	-	
		(2) 그리드 전력 비율	0	-	
		(3) 재생에너지 전력 비율	0.31%	-	
Data Security	CG-MR-230a.1	데이터 보안 리스크를 식별하고 해결하는 방법에 대한 설명	-	114	
	CG-MR-230a.2	(1) 전체 데이터 침해사고 수	0	-	
		(2) 개인정보 침해사고 비율	0	-	
		(3) 개인 정보가 침해당한 고객의 수	0	-	
Labour Practices	CG-MR-310a.1	(1) 평균 시간당 임금	28,325원	-	
	CG-MR-310a.2	(2) 지역별 최저임금을 받는 매장 내 직원의 백분율	0	-	
		(1) 매장 내 직원의 자발적 이직률	2.30%	-	
Workforce Diversity & Inclusion	CG-MR-310a.3	노동법 위반으로 초래된 법적 절차로 인한 경제적 손실	0	-	
	CG-MR-330a.1	(1) 경영진(고위 관리자) 중 여성 비율	16.30%	-	
		(2) 비상임 경영진(고위 관리자) 중 여성 비율	28.60%	-	
		(4) 위 (1)~(3)에 해당하지 않는 기타 임직원 중 여성 비율	63.40%	-	
Product Sourcing, Packaging & Marketing	CG-MR-330a.2	임직원 차별행위로 초래된 법적 절차로 인한 경제적 손실	0	-	
	CG-MR-410a.1	친환경성/사회적 지속가능성에 대해 제3자 인증을 받은 제품의 판매수익	801,309만 원	-	
	CG-MR-410a.2	제품 내 화학물질과 관련된 위험성 및/또는 유해성 평가 및 관리 절차 논의	-	73, 76	
	CG-MR-410a.3	제품 포장으로 인한 환경영향을 줄이는 방법에 대한 설명	-	43-45	

Activity Metrics

Topic	Code	측정 지표	2024 Data	보고 위치	비고
Activity Metrics	CG-MR-000.A	소매점	59	-	국내 사업장 기준
		물류센터 수	1	-	
	CG-MR-000.B	소매점 면적	4,156,931m ²	-	국내 사업장 기준
		물류센터 면적	7,091m ²	-	

Initiative Index

SASB Index

롯데마트 | Food Retailers & Distributors

Accounting Metrics

Topic	Code	측정 지표	2024 Data	보고 위치	비고
Energy Management	FB-FR-130a.1	(1) 운영 에너지 소비	5,547TJ	-	
		(2) 그리드(grid) 전력 비율	0	-	
		(3) 재생 가능 에너지 비율	0.05%	-	
Food Waste Management	FB-FR-150a.1	발생된 음식물 쓰레기의 양	9,303ton	-	
		재사용된 비율	100%	-	
Data Security	FB-FR-230a.1	(1) 전체 데이터 침해사고 수	0	-	
		(2) 개인정보 침해사고 비율	0	-	
		(3) 개인 정보가 침해당한 고객의 수	0	-	
Food Safety	FB-FR-230a.2 FB-FR-250a.1 FB-FR-250a.2	데이터 보안 위험을 식별하고 해결하기 위한 접근 방식에 대한 설명	-	114	
		고위험 식품안전 위반율	0	-	
		(1) 리콜 수	2건	-	
Product Health & Nutrition	FB-FR-260a.1 FB-FR-260a.2	(2) 리콜된 제품 수	2 SKU	-	
		건강 및 영양 특성을 홍보하기 위해 라벨이 부착 및/또는 판매되는 제품의 수익	2,202백만 원	-	
		소비자의 영양 및 건강 문제와 관련된 제품 및 성분을 식별하고 관리하는 프로세스에 대한 논의	-	73-74, 76	
Product Labelling & Marketing	FB-FR-270a.1 FB-FR-270a.2	라벨링 또는 마케팅 관행 및 규정을 준수하지 않은 사고 건수	0	-	
		라벨링 또는 마케팅 관행 및 규정 관련 법적 절차로 인한 총 금전적 손실액	0	-	
Labour Practices	FB-FR-310a.1 FB-FR-310a.2 FB-FR-310a.3	(1) 평균 시간당 임금	17,947원	-	
		(2) 지역별 최저임금을 받는 매장 내 직원의 백분율	0	-	
		단체 협약의 적용을 받는 임직원 비율	99.70%	-	
Management of Environmental & Social Impacts in the Supply Chain	FB-FR-310a.4 FB-FR-430a.1 FB-FR-430a.2	작업 중단 횟수	0	-	
		업무 중단으로 인한 총 유휴 일수	0	-	
		(1) 노동법 위반 또는 (2) 고용 차별과 관련된 법적 절차로 인한 총 금전적 손실액	38백만 원	-	
	FB-FR-430a.3 FB-FR-430a.4	환경 또는 사회적 지속 가능성 소싱 표준에 대해 제3자 인증을 받은 제품의 수익	116,374백만 원	-	
		케이지가 없는 환경에서 생산된 달걀의 수익 비율 (사육환경번호 1,2번)	0.31%	-	
		gestation crates(임신통, 임신용 우리 등의 케이지)가 없는 환경에서 생산된 돼지고기의 수익 비율	0.05%	-	
		동물 복지를 포함한 공급망 내 환경 및 사회적 위험 관리 전략 논의	-	48	
		포장이 환경에 미치는 영향을 줄이기 위한 전략 논의	-	43-45	

Activity Metrics

Topic	Code	측정 지표	2024 Data	보고 위치	비고
Activity Metrics	FB-FR-000.A	소매점	110	-	
		물류센터 수	3	-	
	FB-FR-000.B	소매점 면적	950,006m ²	-	
		물류센터 면적	203,726m ²	-	
	FB-FR-000.C	보유하고 있는 업무용 차량 수	29대	-	
	FB-FR-000.D	이동한 거리	683,921km	-	

Initiative Index

SASB Index

롯데슈퍼 | Food Retailers & Distributors

Accounting Metrics

Topic	Code	측정 지표	2024 Data	보고 위치	비고
Energy Management	FB-FR-130a.1	(1) 운영 에너지 소비	1,038TJ	-	
		(2) 그리드(grid) 전력 비율	0	-	
		(3) 재생 가능 에너지 비율	1.15%	-	
Food Waste Management	FB-FR-150a.1	발생된 음식물 쓰레기의 양	52ton	-	
		재사용된 비율	100%	-	
		(1) 전체 데이터 침해사고 수	0	-	
Data Security	FB-FR-230a.1	(2) 개인정보 침해사고 비율	0	-	
		(3) 개인 정보가 침해당한 고객의 수	0	-	
		데이터 보안 위험을 식별하고 해결하기 위한 접근 방식에 대한 설명	-	114	
Food Safety	FB-FR-250a.1	고위험 식품안전 위반율	0	-	
		(1) 리콜 수	0	-	
		(2) 리콜된 제품 수	0	-	
Product Health & Nutrition	FB-FR-260a.1	건강 및 영양 특성을 홍보하기 위해 라벨이 부착 및/또는 판매되는 제품의 수익	45백만 원	-	
		소비자의 영양 및 건강 문제와 관련된 제품 및 성분을 식별하고 관리하는 프로세스에 대한 논의	-	73-74, 76	
		라벨링 또는 마케팅 관행 및 규정을 준수하지 않은 사고 건수	0	-	
Product Labelling & Marketing	FB-FR-270a.1	라벨링 또는 마케팅 관행 및 규정 관련 법적 절차로 인한 총 금전적 손실액	0	-	
		(1) 평균 시간당 임금	16,461원	-	
		(2) 지역별 최저임금을 받는 매장 내 직원의 백분율	26.50%	-	
Labour Practices	FB-FR-310a.2	단체 협약의 적용을 받는 임직원 비율	-	-	노사협의회 운영
		작업 중단 횟수	0	-	
		업무 중단으로 인한 총 유휴 일수	0	-	
Management of Environmental & Social Impacts in the Supply Chain	FB-FR-310a.4	(1) 노동법 위반 또는 (2) 고용 차별과 관련된 법적 절차로 인한 총 금전적 손실액	57만 원	-	
		환경 또는 사회적 지속 가능성 소싱 표준에 대해 제3자 인증을 받은 제품의 수익	57,306백만 원	-	
		케이지가 없는 환경에서 생산된 달걀의 수익 비율 (사육환경번호 1,2번)	0.32%	-	
	FB-FR-430a.2	동물 복지를 포함한 공급망 내 환경 및 사회적 위험 관리 전략 논의	-	48	
		포장이 환경에 미치는 영향을 줄이기 위한 전략 논의	-	43-45	

Activity Metrics

Topic	Code	측정 지표	2024 Data	보고 위치	비고
Activity Metrics	FB-FR-000.A	소매점	352	-	
		물류센터 수	6	-	
	FB-FR-000.B	소매점 면적	159,370m ²	-	
		물류센터 면적	75,951m ²	-	
	FB-FR-000.C	보유하고 있는 업무용 차량 수	32대	-	
	FB-FR-000.D	이동한 거리	874,598km	-	

Initiative Index

SASB Index

롯데e커머스 | E-Commerce

Accounting Metrics

Topic	Code	측정 지표	2024 Data	보고 위치	비고
Hardware Infrastructure Energy & Water Management	CG-EC-130a.1	(1) 총 에너지 사용량	11TJ	-	
		(3) 재생에너지 전력 비율	0	-	
	CG-EC-130a.2	(1) 총 취수량	5,258ton	-	
Data Privacy & Advertising Standards	CG-EC-220a.1	2차 목적으로 사용되는 정보 사용자의 수	0	-	
	CG-EC-220a.2	맞춤형(타겟) 광고 및 사용자 개인정보와 관련된 정책 또는 관행에 대한 설명	-	-	
Data Security	CG-EC-230a.1	데이터 보안 위험을 식별하고 해결하기 위한 접근방식에 대한 설명	-	114	
Employee Recruitment, Inclusion & Performance	CG-EC-330a.1	임직원 참여 비율(임직원 대상 설문조사, 의견수렴 프로그램의 참여율)	45.4%	-	
	CG-EC-330a.2	전체 임직원의 자발적 이직율	23%	-	
	CG-EC-330a.3	(1) 경영진(고위 관리자) 중 여성 비율	0	-	
		(2) 비상임 경영진(고위 관리자) 중 여성 비율	0	-	
		(3) 기술직 중 여성 비율	22%	-	기준: IT 직무
		(4) 위 (1)~(3)에 해당하지 않는 기타 임직원 중 여성 비율	54%	-	
	CG-EC-330a.4	취업 비자가 필요한 기술직 직원의 비율	0	-	
Product Packaging & Distribution	CG-EC-410a.2	제품 배송이 환경에 미치는 영향을 줄이기 위한 전략	-	37, 46	

Activity Metrics

Topic	Code	측정 지표	2024 Data	보고 위치	비고
Activity Metrics	CN0404-A	이용자(소비자) 활동 지표: 2024년 APP 월간 활성 사용자(MAU)	2,212,502명	-	
	CN0404-C	연간 배송 건수	19,955,293건	-	

제3자 검증의견서

온실가스 검증의견서

롯데쇼핑(주) MOC-25-017

검증 범위

한국표준협회는 롯데쇼핑(주)의 온실가스 배출량 명세서의 직접배출(Scope1) 및 간접배출(Scope2)에 대한 검증을 수행하였습니다.

검증 기준 및 절차

- 한국표준협회는 다음의 기준 및 절차에 따라 검증을 수행하였습니다.
- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부고시 제2024-155호)
- 온실가스 배출권거래제 운영을 위한 검증지침(환경부고시 제2024-169호)
- 2006 IPCC Guidelines, KS I ISO 14064-1: 2018 및 KS I ISO 14064-3:2019

검증 수준

롯데쇼핑(주)의 온실가스 배출량에 대한 중요성 평가 결과 합리적 보증수준 (총배출량의 ±2.5% 미만)을 만족하고 있습니다.

검증 결론

검증팀 검증결과 명세서에 중대한 오류, 누락 및 허위사실이 발견되지 않았으며, 온실가스 배출량 데이터가 적절하게 산정되었음을 확인합니다.

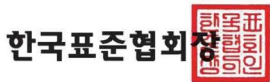
2024년 온실가스 배출량(Scope1, Scope2)

(단위 : tCO₂e)

연도	직접배출	간접배출	총량
2024	96,481.87	621,262.099	717,550

* 참고 : 온실가스 배출량은 사업장별로 소수점단위 이하를 절사하여 합산하므로 종류별 배출량 합계와 차이가 있습니다.

2025년 06월 04일



GHG Emission Verification Opinion

LOTTE SHOPPING Co., Ltd. MOC-25-017

Verification Scope

Korean Standards Association has conducted verification for GHG emissions based on GHG report provided by LOTTE SHOPPING Co., Ltd. which includes Scope1 and Scope2 emissions.

Verification Standards and Guidelines

- To conduct verification activities, verification team applied verification standards and guidelines. The standards and guidelines are as follows.
- Guidance for reporting and verification of GHG emissions trading scheme (No. 2024-155 provided by Ministry of Environment, Republic of Korea)
 - Verification Guidelines for the Operation of the Greenhouse Gas Emission Trading System (No. 2024-169 provided by Ministry of Environment, Republic of Korea)
 - For matters not specified in other guidelines, refer to 2006 IPCC Guidelines, KS I ISO 14064-1: 2018 and KS I ISO 14064-3: 2019

Level of Assurance

LOTTE SHOPPING Co., Ltd.'s GHG emissions satisfies the under Reasonable Assurance (less than ±2.5% of total emissions).

Verification Conclusion

As a result of verification activities, verification team has found no significant errors, omissions, and misstatements. Therefore, Korean Standards Association confirms that following emissions data are adequately quantified.

2024 GHG Emissions(Scope1, Scope2)

(Unit tCO₂e)

Year	Scope 1	Scope 2	Total
2024	96,481.87	621,262.099	717,550

* Decimal place is not considered when calculating the emission of each workplace.

June 04, 2025

Dongmin Moon

KOREAN STANDARDS ASSOCIATION

제3자 검증의견서

제3자 검증의견서

롯데쇼핑 경영진 및 이해관계자 귀중

NICE평가정보(이하 ‘검증인’)는 롯데쇼핑으로부터 ‘롯데쇼핑 2024 지속가능경영보고서(이하 ‘보고서’)'에 대한 독립적인 검증 제공을 요청받았습니다. 본 보고서에 수록된 모든 정보 및 주장에 대한 책임은 롯데쇼핑에 있고, 롯데쇼핑이 보고서에 공시한 데이터와 정보에 기반한 검증 결과로 독립적인 검증 의견이 작성되었습니다.

검증 기준 및 범위

검증은 국제검증기준인 AA1000AS v3 검증표준(Type 2)을 적용하여 Moderate 수준으로 수행하였습니다. 또한 GRI(Global Reporting Initiatives) Standards 2021에 따른 작성에 대한 검토가 포함되었습니다.

- AA1000AP(2018) 포괄성Inclusivity, 중요성Materiality, 대응성Responsiveness, 영향성Impact 검토
- 보고서 및 성과지표의 신뢰성 검토
- GRI Standards 2021 보고 원칙 검토
- GRI Standards 2021 준수(reporting in accordance with the GRI Standards) 여부 검토

중대성 평가를 통해 도출된 중요 주제와 연결된 GRI Standards 2021의 주제별 표준Topic-specific Standards은 다음과 같음을 확인하고 검증하였습니다.

No.	중요 주제	Topic-specific Standard	
		해당지표	보고지표
1	제품·서비스 환경영향 관리	N/A	N/A
2	제품·서비스 품질 및 안전	416	416
3	동반성장	N/A	N/A
4	기후변화 대응	201-2	201-2
5	온실가스-에너지 관리	302, 305	302-1~302-4,
			305-1~305-5

검증 대상 및 방법

검증인은 상기 기술된 검증기준에 따라 해당 내용에 대하여 다음과 같이 검증을 이행하였습니다.

- 보고서에 수록된 내용에 대한 품질 검토
- 핵심 이슈의 선정 방법 및 결과의 적합성 확인을 위한 중대성 평가 프로세스 검토
- 도출된 중대 이슈와 연관된 보고자료 신뢰성 및 성과지표 검토
- 보고서에 기재된 지속가능성 측면의 전략, 약속, 계획과 관련된 담당자와의 인터뷰
- 보고서에 수록된 정보의 신뢰성 확인을 위한 공시자료(사업보고서, 홈페이지 등) 검토
- 보고된 성과의 데이터 생성, 관리, 보고 과정 등 내부 관리 시스템 확인(샘플링 방식)
- 지속가능성 데이터와 정보의 근거 적합성 확인을 위한 현장검증(롯데쇼핑 본사 방문)

제한 사항

검증인은 상기의 검증 기준 및 범위에 따라 보고서에 기술된 정보를 다음과 같이 확인하였습니다. 보고된 데이터의 일부는 사업보고서 및 전자공시시스템 등 외부공시 출처를 통해 확인하였으며, 그 외 외부에 게시된 자료는 검증 범위에 포함되지 않았습니다. 검증인은 검증 활동 중 외부 이해관계자 면담은 별도로 실시하지 않았으며, 현장검증 시 각 성과 담당자를 통한 근거 확인 및 인터뷰를 수행하였습니다. 데이터 검증은 롯데쇼핑에서 제공한 관리 프로세스 및 데이터가 정확하다는 가정 하에 제한된 범위 내에서 진행하였으며, 보고서에 명시된 보고 경계 외의 협력회사, 계약자 또는 제3자에 관한 데이터 및 정보는 검증 범위에 포함되지 않습니다.

검증 결과 및 의견

검증을 수행한 결과, 검증인은 검증 기준 및 범위, 대상에 따른 방법에 근거하여 보고서에 수록된 정보 및 데이터에 있어 부적절한 부분을 발견하지 못했습니다. 각 원칙에 따른 검증인의 의견은 다음과 같습니다.

· 포괄성(Inclusivity)

롯데쇼핑은 경영 활동에 영향을 미치는 주요 이해관계자를 고객, 임직원, 파트너사, 지역사회, 주주 및 투자자로 정의하고 각 그룹별 특성을 고려한 이해관계자 참여 프로세스를 구축하고 있습니다. 이러한 프로세스로 이해관계자의 의견을 청취, 수렴하여 경영에 반영하고 있음을 확인하였습니다.

제3자 검증의견서

제3자 검증의견서

•중요성(Materiality)

롯데쇼핑은 이중 중대성 평가를 이행하여 중대 이슈를 선정하였으며, 이를 위하여 글로벌 지표 및 대내·외 환경 분석, 위험 및 기회요인 식별, 이해관계자 의견 수렴, 전문가 인터뷰 등의 프로세스를 토대로 중대 이슈를 선정하고 있는 것을 확인하였습니다. 중대성 분석을 통해 도출된 상위 5개 핵심 이슈는 보고서에 누락없이 반영되었음을 확인하였습니다.

•대응성(Responsiveness)

롯데쇼핑은 ESG 경영을 고도화하기 위해 이사회 산하 ESG위원회를 중심으로 ESG 관련 주요 이슈 및 전략에 대한 심의를 진행하고 있으며, 각 사업부 ESG 전담 조직 간 실무협의체를 운영하고 있음을 확인하였습니다. 또한 이해관계자의 관심 사항과 기대를 반영하기 위하여 VOC 채널 운영(온라인, 콜센터), 임직원 소통채널(노사협의회, 간담회), 파트너사 소통채널(미팅, 간담회, 신고채널), 지역사회 소통채널(협력 채널 및 미팅) 등의 내·외부 소통 채널을 운영하면서 수렴된 의견을 적극적으로 관리하고 있습니다.

•영향성(Impact)

롯데쇼핑은 중대 이슈들의 직·간접적인 영향을 파악 및 관리하기 위하여 위험 및 기회 요소와 발생 영역으로 구분하여 각 이슈별 영향 및 대응 현황과 계획을 보고하고 있으며, 정량지표를 설정하여 그에 따른 모니터링을 진행하고 있습니다. 조직의 활동이 지속가능성 측면에서 이해관계자에게 미치는 영향을 측정하고 있으며, 중·장기적인 관점에서 이해관계자들에게 파급되는 가치를 분석하여 그 영향도를 고려하고 있음을 확인하였습니다.

•성과정보의 신뢰성

검증인은 롯데쇼핑의 중대이슈를 중심으로 데이터 샘플링과 근거 자료 등에 기반하여 성과 정보에 대한 신뢰성을 검증한 결과, 의도적인 오류나 잘못된 정보는 발견하지 못하였습니다. 롯데쇼핑은 지난 3개년의 지속가능성 성과를 보고하여 시계열 비교가 가능하도록 정보를 공개하고 있으며 검증 과정 중에 발견된 일부 오류 등은 보고서 발간 전 수정된 것을 확인하였습니다.

권고 사항

검증인은 롯데쇼핑이 이사회 산하 ESG위원회를 구성하고 전담 조직인 ESG실무협의체를 운영하는 등 전사 차원에서 ESG 전략을 이행하고, 체계적인 ESG거버넌스를 구축하여 대내·외 ESG경영 요구에 선제적으로 대응하고 있는 점이 우수하다고 판단됩니다. 특히 2040 탄소중립 로드맵 수립 이후 감축목표에 대한 과학적 타당성을 지속적으로 검증받아 최종적으로 SBTi(Science Based Targets initiative, 과학 기반 감축 목표 이니셔티브)의 승인을 취득하고 온실가스 배출을 체계적으로 감축하기 위해 사업장 및 공급망 전반의 단계별 전략을 실행하고 있는 점을 높이 평가합니다.

검증인은 향후 롯데쇼핑의 지속가능성 성과 개선을 위해 다음 내용을 권고합니다.

- 1. 이중 중대성 평가를 통해 도출된 이슈의 관리는 기업 환경 변화의 대응성 측면과 리스크 관리 관점에서 중요하므로 도출된 중대 이슈별 핵심 KPI를 설정하고 성과를 지속적으로 관리할 것을 권고합니다.
- 2. 중대 이슈별 재무 성과를 측정하여 실질적인 재무적 영향도를 분석하고 대응 방안을 마련할 것을 권고합니다.

적격성 및 독립성

롯데쇼핑으로부터 검증을 의뢰받은 NICE평가정보는 영국 어카운트어빌리티사의 AA1000 라이선스를 보유한 검증기관입니다. 본 검증은 ESG에 대한 충분한 지식과 검증에 대한 전문성을 갖춘 검증팀에 의해 이루어졌으며, 보고서 작성에 관련된 업무는 수행하지 않았고 독립성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않습니다.

검증팀장 정진슬, ACSAP

Jung

2025. 06.
NICE평가정보 대표이사

김종윤

Kim Jong-yun

NICE 평가정보



AA1000
Licensed Report
000-984/V3-FLSSE

가입협회 및 수상내역

가입협회

사업부	협회
롯데쇼핑(주)	UN Global Compact 한국협회
	한국윤리경영협회
	KPRC, (사)한국포장물 재활용사업공제조합
	한국공정경쟁연합회
	CONCERT, 사단법인 한국침해사고대응팀협의회
백화점	한국인사관리협회(한국인사관리자&교육연수담당자)
	Intercontinental Group of Department Stores (IGDS, 대륙간백화점협회)
	한국체인스토어협회
	유통산업연합회
	한국능률협회
마트	KPI 한국인사관리협회
	한국체인스토어협회
	유통산업연합회
슈퍼	대중소기업 유통분야 상생협의체
	한국온라인쇼핑협회
e커머스	한국인터넷기업협회
	한국핀테크산업협회

수상내역

사업부	수상일	주관	수상내역
백화점	2024.05	고용노동부	대통령 표창
	2024.06	국가보훈부	국가보훈부 장관상
	2024.07	행정안전부	산업재해예방 산업포장 (대통령)
	2024.11	행정안전부	행정안전부 장관상
	2024.11	산업통상자원부 한국에너지공단	국무총리 표창
마트·슈퍼	2024.02	iF Design Award	Winner(본상)
	2024.04	MONDE SELECTION	금상: '요리하다' 1종, '오늘좋은' 3종
			은상: '요리하다' 3종, '오늘좋은' 2종
			동상: '요리하다' 1종
	2024.04	한국경영인증원	그린스타 인증
	2024.04	중소기업중앙회 外	중소벤처기업부 장관 표창
마트·슈퍼	2024.11	환경부, 한국폐기물협회	환경부 장관 표창
	2024.11	한국표준협회	2024 대한민국 지속가능성 지수 hal인점 부문 1위
	2024.12	산업통상자원부	국무총리 표창
	2025.01	대 · 중소기업 · 농어업협력재단	2024년 농어촌 ESG실천 인정기업

제작부서

롯데 유통군HQ

컴플라이언스실

이영노, 이혜미, 임세제

롯데백화점

ESG공정거래팀

정대광, 윤재원, 조아람

ESG공정거래팀	정아미, 한승욱, 이민석
경영개선팀	김학형
고객서비스팀	한태욱, 고영서
구매기획팀	박재희, 이혜원
기업문화팀	류호찬
기획팀	황예인
안전관리팀	김태중, 박종훈, 임형인, 최기훈
인재육성팀	김지한
정보보호부문	박지은
HR기획팀	김정호
마케팅기획팀	장민경
Visual전략팀	정아진
식품위생팀	이석호

롯데마트·슈퍼

ESG팀

김혜영, 권영인, 박태순, 이수지, 서주연

전략기획팀	김세윤, 윤재근
인사혁신팀	김영상, 김지윤
인재개발팀	서지혜
노사전략팀	강수민
슈퍼기업문화팀	김동기
경리팀	김태호, 김명숙
구매지원팀	박진영, 김일록
Compliance팀	김유미
경영개선팀	박지은, 고선나
안전관리팀	이영구, 최현석
시설운영팀	김성종, 김태훈
시설관리팀	김형두, 임태원
정보보호부문	최하나, 윤희성
LEAD FRESH TF	이용호
품질관리팀	양주희, 이영심, 소영
커뮤니케이션디자인팀	고경선, 박정인

롯데e커머스

전략기획팀

김근만, 남호진

개인정보보안팀	유신, 최은진, 김시현
식품팀	이정주, 최혜리
안전환경실	김선우
윤리경영팀	송진영, 손찬배
SCM팀	김진수, 김보균
HR팀	서한주, 가소연, 방채린, 송연주, 최서울
컴플라이언스팀	문소윤, 김정혜
경영지원팀	오상훈

LOTTE SHOPPING

2024 Sustainability Report

Dream Together for Better Earth