

# LOTTE SHOPPING

2021 SUSTAINABILITY REPORT





# Contents

## 1



<b>LETTER From CEO</b>	<b>004</b>
<b>Our Business</b>	<b>010</b>
롯데쇼핑 개요	012
사업 소개	014
[2021 Highlight] Key Figure	016

## 2



<b>Our Commitments</b>	<b>018</b>
롯데쇼핑 ESG 경영체계	020
롯데쇼핑 ESG 5대 과제	022
중대성 평가	028
[Special Feature] Sustainable Business	030

## 3



<b>Material Highlights</b>	<b>032</b>
Material Issue 1. 온실가스 배출량 관리 및 감축	034
Material Issue 2. 지속가능한 공급망 구축	039
Material Issue 3. 인권 중심 경영	048
[Special Feature] 코로나19 대응	055

## 4



<b>ESG Factbook</b>	<b>056</b>
<b>Environment</b>	
환경경영시스템	058
기후변화 대응	060
원재료 조달관리 및 자원순환	064
<b>Social</b>	
우수인력 확보	068
임직원 역량 강화	069
협력적 노사 관계 구축	071
사업장 안전문화 확산	073
고객 만족 및 서비스 강화	076
사회공헌활동	078



<b>Governance</b>	
건전한 지배구조	080
주주 친화경영	083
정보보호 관리체계	084
준법경영	087
통합 리스크 관리	089

## 5



<b>Appendix</b>	<b>090</b>
ESG Data	092
GRI Index	100
UN SDGs	103
가입협회	104
제3자 검증	105

# LETTER From CEO

## “Dream Together for Better Earth”

롯데쇼핑은 2021년 ESG 경영을 선포하고 유통업계 ESG 경영을 선도해 나가고 있습니다.



존경하는 이해관계자 여러분, 지속가능경영보고서 발간을 통해 고객, 주주, 협력사, 임직원 여러분께 인사를 드리게 되어 반갑습니다. 지난 2년간 COVID-19 팬데믹의 영향으로 경기 침체 및 불확실성이 확대되고 있으며, 회사의 지속가능성에 대한 이해관계자의 요구도 커져감에 따라 ESG 경영은 선택이 아닌 필수가 되었습니다.

롯데쇼핑은 체계적인 ESG 경영 추진을 위해 2021년 이사회 내 ESG 위원회를 신설하고 롯데쇼핑의 백화점/마트/슈퍼/e커머스 각 사업부별 전담 조직을 구성하였습니다.

또한, ESG를 단순히 대응해야 하는 리스크가 아닌 롯데쇼핑의 새로운 경쟁력 확보를 위한 기회로 삼기 위해, ‘Dream Together for Better Earth(다시 지구를 새롭게, 함께 더 나은 지구를 위해)’라는 비전을 발표하고 고객 중심의 사업모델과 연계된 RE:EARTH 등 ESG 5대 과제를 선정하여 실행해 나가고 있습니다. 이 과제들을 수행함으로써 ESG 경영을 실천하는 동시에 새로운 성장 동력을 확보해 나갈 예정입니다. 이와 더불어, 롯데쇼핑은 협력사, 고객 등 다양한 이해관계자들과 상호작용하는 유통 기업으로서 책임을 다하기 위해 다음 과제들을 중점적으로 추진해 나가겠습니다.

첫째, 2040 탄소중립 추진 및 자원 순환 체계를 구축하겠습니다. 롯데쇼핑은 탄소배출에 따른 기후변화 위기의 심각성을 인식하여 2040년 탄소중립 목표를 세웠으며, 이를 달성하기 위한 ‘2040 탄소중립 로드맵’을 수립하고 있습니다. 특히, 현재 87개 점포에 운영하고 있는 태양광 설비를 지속 확대하고, PPA(친환경 전력 구매 계약) 추진을 통해 신재생에너지 전환을 계획하고 있습니다. 또한, 전기차 충전소를 확대 도입하고 친환경 브랜드인 RE:EARTH 브랜드를 통해 폐플라스틱을 재활용한 의류, 침구 및 무라벨 생수 등 친환경 상품을 개발하여 폐기물 발생을 최소화하는 등 자원 순환 체계를 구축해 나가고 있습니다.



둘째, 협력사와 지속가능한 공급망을 구축하여 함께 성장하는 생태계를 만들겠습니다. 롯데쇼핑은 상품의 생산, 유통, 소비에 이르는 전 공급망에 ESG 가치를 확산시키고자 협력사 지원을 추진하고 있습니다. 2021년 4월에는 유통업계 최초로 1,700억 규모의 ESG채권을 발행했으며, ESG 경영 지원이 필요한 협력사를 대상으로 교육 및 컨설팅을 지속 추진하고 있습니다. 또한, 협력사 자가진단표를 개발하여 협력사가 자체적으로 ESG 수준을 점검하고 내재화를 할 수 있도록 지원하고 있습니다. 앞으로도 저희 롯데쇼핑은 협력사와 함께 성장할 수 있는 공급망 체계를 구축하기 위해 지속적으로 노력해 나가겠습니다.

셋째, 건전한 지배구조 구축과 컴플라이언스 준수를 통해 신뢰받는 기업이 되겠습니다. 롯데쇼핑은 투명한 지배구조 체계를 구축하기 위해 2021년 5월 지배구조 원칙과 정책을 담은 기업지배구조헌장을 제정하였으며, 전문성과 독립성을 가진 사외이사 중심의 이사회를 구성하는 등 책임 경영을 시행하고 있습니다. 또한, ESG 경영 기반이 되는 준법, 윤리경영 확산을 위해 국제표준 부패방지 시스템인 ISO 37001을 취득했습니다. 앞으로도 지배구조 건전성과 투명성을 제고하기 위해 이해관계자와의 소통을 강화하여 준법 시스템을 지속 보완, 고도화해 나가겠습니다.

롯데쇼핑은 고객을 위한 더 좋은 지구, 행복한 미래를 만들어 가기 위해 이해관계자분들과 진심 어린 소통을 지속해 나가겠습니다. 여러분의 아낌없는 관심과 성원 부탁드립니다.

감사합니다.

롯데쇼핑(주)

대표이사 부회장 김 상 현






**LOTTE SHOPPING**

#고객의 첫번째 쇼핑 목적지 #롯데리테일 #ESG5RE

롯데백화점은 ESG 라이프스타일  
큐레이터(Lifestyle Curator)로서 고객과 함께하는  
여정에 지속가능한 가치를 담겠습니다.



#뉴롯데 #따뜻한 카리스마 #전략적 사고

존경하는 이해관계자 여러분, 안녕하십니까. 롯데백화점 대표이사 정준호입니다.

코로나19 팬데믹은 삶 전반에 영향을 주었을 뿐만 아니라, 기업에는 경영 목표의 근본적인 고민을 안겨 주었습니다. 이에 롯데백화점은 변화의 필요성과 지속가능한 미래의 중요성을 절감하고, 이번 지속가능경영 보고서를 통해 변화의 의지와 더 나은 미래의 약속을 담았습니다.

2021년, 롯데백화점은 '프리미엄 라이프스타일 큐레이터(Premium Lifestyle Curator)'라는 비전을 수립하고, 경쟁력 있는 상품과 서비스를 통해 쇼핑 품격을 높여 새롭고 차별화된 라이프스타일을 고객에게 큐레이션하겠다는 목표를 실천하고 있습니다. 더불어 롯데백화점은 지속가능한 미래를 실현하기 위해 ESG경영에 다양한 노력을 기울였습니다. FSC인증을 받은 친환경 쇼핑백 도입, 온실가스 에너지 관리를 위한 MRV시스템 구축, 고효율 매장조명 기술투자, 엘리베이터 패열 활용장치 운영 등을 통해 환경경영에 기여했습니다. 또한, 여성인재비율 60%를 달성해 여성인재 채용과 육성에 앞장서고, 코로나19로 어려움을 겪는 협력사의 위기를 함께 이겨내고자 임대료를 인하하며 힘을 보였습니다.

그리고 2022년, 롯데백화점은 '리조이스(RE:JOICE)'와 '리얼스(RE:EARTH)'의 두 날개로 ESG경영에 박차를 가하겠습니다. 먼저 심리상담 CSR캠페인 리조이스(RE:JOICE)를 재정비해 더 나은 사회를 위한 우리 모두의 자존감, 꿈과 희망을 응원하는 메시지를 전달하겠습니다. 또한, 유통업계 최초로 환경경영 가치를 선포한 그린 롯데(Green LOTTE)를 계승해 리얼스(RE:EARTH)로 새롭게 런칭하고, 지속가능한 미래를 위한 롯데백화점만의 환경보호 프로젝트를 정례화하겠습니다. 다가오는 여름, 해양쓰레기 이슈에 대응하고자 강원과 제주에서 비치코밍 프로젝트를 시작으로 하반기에는 친환경 ISP를 도입하여 고객 경험 전반에 친환경 메시지를 전달하고자 합니다.

ESG경영은 과거의 답습에서 벗어나 오늘의 변화로 지속가능한 미래를 이끌어 내야 합니다. 롯데백화점의 ESG경영 목표도 이와 같습니다. 이를 롯데백화점의 근간이자 지향점인 이해관계자 여러분의 응원과 관심으로 이루어 내겠습니다. 롯데백화점의 미래와 함께 해주십시오.

감사합니다.

롯데쇼핑(주) 롯데백화점

대표이사 정준호

주주, 고객, 파트너사 그리고 임직원 여러분,  
롯데마트에 항상 큰 관심과 응원을 보내주셔서 감사합니다.

롯데마트는 고객의 일상 생활과 밀접하게 연결되는 생필품을 판매하는 대한민국 대표 유통사로서 상품의 제조 단계에서부터 구매 후 폐기에 이르는 전 과정에 대한 무한한 책임과 사명감을 갖고 있으며, 코로나19 팬데믹 위기 속에서도 롯데마트의 지속가능한 경영을 위하여 다양한 활동을 진행해 나가고 있습니다.

먼저 2022년 1월, ESG팀을 신설하여 친환경 전략 및 중장기 목표를 수립하였고, 지속가능한 삶을 지향하는 롯데마트의 친환경 브랜드인 'RE:EARTH' 고도화 작업을 통하여 초이스엘 무라벨 생수, 페플라стик을 활용한 티셔츠·우산 등 포장재와 원재료를 개선한 친환경 상품을 선도적으로 출시하고 있습니다.

또한, 기후 변화 대응을 위하여 전기·용수·폐기물 등 환경 성과를 체계적으로 관리하는 환경경영시스템을 도입하였으며, 전국 영업점 옥상·주차장 부지를 활용한 태양광 발전설비 설치 및 전기차 충전소 확대 등 탄소배출 저감 및 신재생에너지 도입에도 박차를 가하고 있습니다. 나아가 지역사회 일원으로서 사회적 책임을 다하고자 리조이스 심리상담소 운영 및 각종 재해구호 활동, 중소기업 ESG 컨설팅 및 국내외 판로 지원 등 사회공헌 활동을 지속적으로 펼쳐가고 있습니다. 이러한 노력의 결과로서 롯데마트는 2022년 4월, 소비자 리서치를 통해 품질, 디자인, 사용자 환경 등 다양한 친환경성을 인정받은 상품 및 서비스에 부여되는 'GREEN STAR' 인증을 획득하였습니다.

이해관계자 여러분, 롯데마트는 주주, 고객, 파트너사를 비롯한 다양한 이해관계자의 ESG 경영에 대한 요구가 확대되고, 기업의 본질과 역할에 대한 인식의 전환이 필요한 시점임을 잘 알고 있습니다. 이러한 기대에 부응하기 위하여 단기적인 재무성과 보다는 장기적으로 지속 가능한 기업 가치를 추구하는 ESG 관점의 업무 방식을 내재화하고, 상품을 만드는 과정부터, 판매하고 사용되어 버려지는 과정까지 모든 과정에서 지구를 이롭게 할 수 있도록 변화와 혁신을 지속해 나가겠습니다. 저희의 열정과 노력이 더 큰 결실을 맺을 수 있도록 변함없는 응원과 지지를 부탁드립니다.

고맙습니다.

롯데쇼핑(주) 롯데마트  
대표이사 강 성 현

롯데마트는 친환경 선도기업으로 상품의 제조, 유통, 소비 등 모든 과정에서 지구를 이롭게 할 수 있도록 "RE:EARTH"를 실천하겠습니다.



#리얼스 #자전거 출퇴근 #Re New All #한섬



#FRESH&DELI #퇴근길 직장맘 #1등 슈퍼마켓 #얼리어답터

## 대한민국 직장맘을 위해 남김 없는 한끼, 고민 없는 식사 준비를 위해 최대한 노력하겠습니다.

존경하는 이해관계자 여러분, 안녕하십니까. 롯데슈퍼 대표 남창희입니다.

저희 롯데슈퍼는 대한민국 국민의 식생활 개선을 위해 끊임없이 노력하는 기업입니다. 이를 위해 식품 안전성 향상은 물론, 국민 생활 불편을 해소하기 위한 다양한 활동을 하고 있습니다. 더불어, 지속 가능한 성장을 위하여 사회적 책임을 다하고, 고객과 주주를 위한 가치창출에 최선을 다하고 있습니다.

먼저, 기후변화 위기에 선제적으로 대응하기 위해 태양광발전 및 에너지효율 시스템을 구축하여 탄소배출저감을 추진하고, 전기차를 활용한 배송서비스와 고객에게 친환경 안심 먹거리를 언제든지 제공할 수 있는 스마트팜 농작물을 확대하는 등 환경 보전을 위한 다양한 활동을 하고 있습니다.

이와 더불어 공정거래, 부패방지 및 투명경영, ESG경영 강화를 위해 전 직원이 실행을 다짐하고 있으며 또한, 중대 재해를 예방하기 위한 전담 조직 및 전문인력을 확보하여 사업장 내 근로자의 안전까지도 철저히 관리하고 있습니다.

앞으로도 롯데슈퍼는 고객감동의 상품과 서비스, 지속가능한 경영 실천을 위해 최선의 노력을 다할 것을 약속 드립니다.

감사합니다.

롯데쇼핑(주) 롯데슈퍼  
대표 남창희



## 쇼핑을 새롭게, 세상을 이롭게, 온-오프라인을 잇는 롯데ON에서 ON(진행) 중입니다.

존경하는 이해관계자 여러분, 안녕하세요. 롯데e커머스 대표 나영호입니다

롯데e커머스는 한국 최초의 온라인 쇼핑몰 롯데닷컴부터 현재의 롯데ON까지 친환경, 친사회적 상품을 포함한 중소 상공인의 상품과 브랜드를 고객에게 소개하고, 그 가치를 함께 나눌 수 있도록 돕는 가교 역할을 해오고 있습니다. 올해부터는 비건, 업사이클링과 같이 지구에 이로운 경영활동을 펼치는 브랜드와 상품의 가치를 고객들에게 알리는 이로운(ON) 프로젝트 등을 매월 진행하고 있습니다. 앞으로도 롯데 e커머스는 고객-브랜드-판매자가 함께 ESG를 실현할 수 있는 플랫폼 생태계를 만들기 위해 최선을 다할 것입니다.

또한, 롯데e커머스는 한국e커머스 프론티어 기업답게 내부적으로도 수평적이고 자율적인 문화 속에서 혁신을 만들어 내고 있습니다. 자유소통채널을 설치하고, 대표와 임직원 간 직접 소통(먼데이레터)을 통해 수평적인 조직문화를 조성하고 있습니다. 또한, 선택적 근로시간제 운영으로 워라벨을 확대하고, 커리어 레벨제를 도입해 수직 직급을 폐지하고 직원 개인에게 8단계 레벨을 부여함으로써 7년 안에 최고 레벨에 도달할 수 있게 하는 등 플랫폼 경쟁력인 핵심인재 확보와 육성을 위해 유연하고 수평적인 일터를 만들고자 Digital Transformation을 과감하게 진행 중입니다.

‘Dream Together for better earth’를 목표로 고객, 브랜드, 임직원과 함께 가치 소비에 앞장서는 Lifestyle platform으로 성장해 나갈 롯데e커머스를 따스한 격려 속에 지켜봐 주시기 바랍니다.

고맙습니다.



#롯데ON #홈즈 #이로ON #디지털DNA #먼데이레터

롯데쇼핑(주) e커머스  
대표 나영호

# OUR BUSINESS

12

롯데쇼핑 개요

14

사업 소개

16

[2021 Highlight] Key Figure

## 고객을 먼저 생각하는 대한민국 대표 유통기업

'고객의 첫 번째 쇼핑 목적지가 되는 것'. 롯데쇼핑이 걸어왔고 나아갈 길입니다.

1979년 창립 이후 앞선 인프라와 서비스, 차별화된 제품과 서비스를 통해 대한민국 대표 유통기업으로 성장해 온 롯데쇼핑은 백화점, 할인점, 슈퍼, e커머스 등 온·오프라인에 걸친 다양한 유통 사업을 운영하고, 새로운 도전에 앞장서며 고객만족과 대한민국 유통업 발전에 기여하고 있습니다.



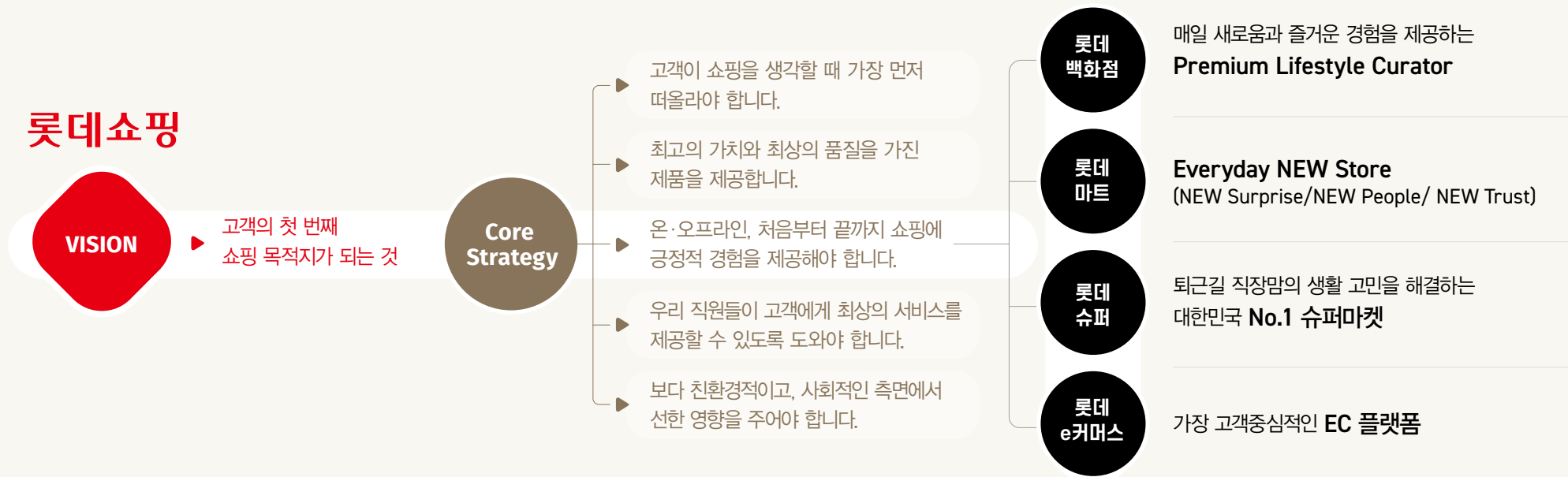
# 롯데쇼핑 개요

## 기업 소개

롯데쇼핑은 1979년 창립 이후 40년이 넘는 기간 동안 앞선 인프라와 시스템을 바탕으로 고객에게 차별화된 제품과 서비스를 제공하여 대한민국을 대표하는 유통기업으로 성장해 왔습니다. 백화점에서 할인점, 슈퍼마켓, 전자제품 전문점, 홈쇼핑, 컬처웍스, e커머스까지 새롭고 다양한 유통 채널과 점포 포맷을 도입하고, 모바일 사업을 확대하여 확고한 성장 기반을 갖추므로써 보다 진화된 유통을 실현하고 있습니다.

회사명	롯데쇼핑(주)	임직원 수	21,042명
설립일	1979년 11월	총 자산	33.4조
대표이사	김상현	자기자본	11.8조
본사위치	서울시 중구 남대문로 81	신용등급	KIS AA, Korea Rating AA, NICE AA, JCR A negative
업종	대규모 소매업		

## 비전



## 롯데쇼핑

VISION

▶ 고객의 첫 번째  
쇼핑 목적지가 되는 것

Core Strategy

▶ 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.

롯데 백화점

매일 새로움과 즐거운 경험을 제공하는  
Premium Lifestyle Curator

롯데 마트

Everyday NEW Store  
(NEW Surprise/NEW People/ NEW Trust)

롯데 슈퍼

퇴근길 직장맘의 생활 고민을 해결하는  
대한민국 No.1 슈퍼마켓

롯데 e커머스

가장 고객중심적인 EC 플랫폼



사업 범위

BUSINESS UNITS

롯데 백화점

매출 2조 8,880억원(64개점)  
국내 60개(아웃렛 22개, 쇼핑몰 6개 포함),  
해외 4개

롯데 마트

매출 5조 7,160억원(175개점)  
국내 112개(하이퍼마켓 106개, MAXX 6개),  
해외 63개(베트남 14개, 인도네시아 49개)

롯데 슈퍼

매출 1조 4,523억원(400개점)  
상품공급업 점포 수 제외 기준

롯데 e커머스

매출 1,082억원



롯데쇼핑

KEY SUBSIDIARIES

롯데 하이마트

매출 3조 8,700억원(427개점)  
지분율 65.3%

롯데 홈쇼핑

매출 1조 1,027억원  
지분율 53.5%

롯데 컬처웍스

매출 2,348억원(199개 영화관)  
국내 143개, 해외 56개  
지분율 86.4%

수상 내역

백화점



광장거래위원회 | 한국소비자원

2009~2021  
소비자중심경영



2003 ~ 2021  
한국고객만족도  
백화점부문



2004 ~ 2021  
국가브랜드 경쟁력지수  
백화점 업종

마트



2011~2021  
국가고객만족도  
대형마트 부문



2017 ~ 2021  
한국고객만족도  
대형마트 부문



대형마트 최초  
'그린스타' 인증 취득  
(2022.4.21)

슈퍼



최고의 브랜드 대상  
1위 (포브스 코리아)  
2021 최고의 브랜드 대상



2012~2021  
국가브랜드 경쟁력지수  
대형슈퍼마켓 업종



위해상품 차단시스템  
우수 운영매장 (우수)

e커머스



2015~2021  
국가브랜드 경쟁력지수  
인터넷쇼핑몰 업종



## 사업 소개

### 롯데백화점

롯데백화점은 명실상부한 국내 No.1 백화점으로 내부적으로는 조직문화의 혁신을, 외부적으로는 철저하게 고객만족 실천을 위한 변화를 이끌고 있습니다. 롯데백화점은 2020년 코로나 팬데믹 이후의 위기 속에서도 대한민국 유통 산업을 이끌어 가기 위해 고객을 위한 더 나은 라이프스타일을 지속적으로 제시했습니다. 2022년은 롯데백화점의 변화와 혁신의 원년입니다. 롯데백화점이 지속 가능한 지구를 위해 ESG 경영 실천에 앞장서겠습니다.



#### 사업추진 방향

롯데백화점은 2021년 예기치 못한 코로나 팬데믹의 극복을 위해 '비전'을 새롭게 수립했습니다. 새롭게 수립된 비전에는 우리의 본원적 경쟁력인 백화점의 격에 맞는 상품과 서비스를 통해 고객의 쇼핑 품격을 높이고, 앞으로 새롭게 차별화된 경험과 라이프스타일을 고객에게 큐레이션하겠다는 방향성이 담겨 있습니다. 또한, 새롭게 수립한 비전에 따라 롯데백화점만의 아이덴티티 구축을 위한 다양한 체험 MD를 구현하고, 핵심 고객을 MZ세대로 타겟해 고객 개인별 맞춤 프로모션을 강화했습니다. 그뿐만 아니라 방문예약 플랫폼 등 디지털 기술을 활용해 쇼핑 편의를 극대화했고, 내부적으로는 창의적이고 도전적인 조직문화 조성을 위해 전 직원이 노력하고 있습니다.

#### 점포 현황

구분	국내			해외	계
	백화점	아울렛	쇼핑몰		
매장 수	32	22	6	4	64

### 롯데마트

롯데마트는 1998년 1호점 강변점을 시작으로, 현재 국내외 175개점을 운영하는 글로벌 유통기업으로 자리매김하고 있습니다. 2021년에는 새로운 비전 'Everyday NEW Store'를 수립하고, 고객에게 항상 새로운 상품과 경험을 제공하기 위한 노력을 기울이고 있습니다. 또한, 사회적 기업으로서의 책임을 다하고자, 친환경 캠페인 'RE:EARTH' 등 모든 이해관계자와 함께 성장하는 ESG 경영을 실천하고 있습니다.



#### 사업추진 방향

롯데마트는 변화하는 고객의 니즈에 맞춰, 기존의 전통적 할인점 형태에서 벗어나 핵심 경쟁력으로 신선 식품 등 그로서리를 집중 강화하는 동시에, 비식품에 대해서는 선택과 집중을 기반으로 카테고리 전문 매장을 추진하고 있습니다. 또한, 창고형 할인점 MAXX, 온·오프라인 통합 매장 Smart Store, 주류 전문매장 Bottle Bunker 등 새로운 유형의 매장을 적극적으로 확장하고 운영하는 도전을 통해 시장 경쟁 역량을 확보하겠습니다.

#### 점포 현황

구분	국내	베트남	인도네시아	계
매장 수	112	14	49	175

### 롯데슈퍼

롯데슈퍼는 '최근길 직장맘의 생활 고민을 해결하는 대한민국 No.1 슈퍼마켓'이라는 비전 아래 근거리 상권을 기반으로 한 고객중심의 유통채널로서 늘 고객 곁에 함께하고자 합니다. 이를 위해 상품 콘텐츠를 전문화하고, 운영 능력을 제고하기 위한 시스템 기반의 스토어 기능 고도화, 고객과 파트너사와 실시간 연계되는 옴니 네트워크 구축을 위해 노력하고 있습니다.



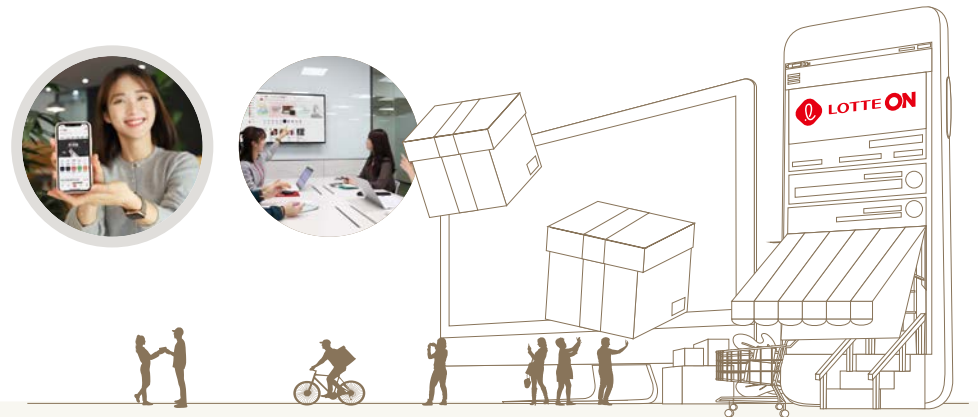
#### 사업추진 방향

롯데슈퍼는 안심하고 구매할 수 있는 '신뢰 기반' 상품 Line Up 구성을 위해 신선식품은 친환경, 프리미엄, 무항생제, 스마트 작물 중심으로 확대해 나가고 있습니다. 더불어 신상품이 가장 빠른 매장을 추구하며, 급격한 물가 상승에 대비한 뛰어난 가성비와 NPB, PB개발도 강화하고 있습니다. 아울러 직장맘의 시간 절약을 위한 '식사준비', '가사노동'을 대체하는 목적 구매 채널로서, 남김 없는 한끼 해결을 위한 Delica 또한 지속 확대해 나가고 있습니다. 그 외에도 지속 가능한 효율화를 위해 물류네트워크 재편과 함께 자동화 시스템 및 데이터 표준화를 위해 노력하고 있으며, 친환경 패키징과 탄소배출 규제 대응 및 기업의 사회적 역할 수행에도 최선의 노력을 다하고 있습니다.

점포 현황	구분	직영점	가맹점	상품공급업	계
	매장 수	280	120	398	798

### 롯데e커머스(롯데ON)

롯데e커머스는 국내 유통 1위 기업이자, 1996년 6월1일 국내 최초의 온라인 종합쇼핑몰을 탄생시킨 기업인 롯데가 온라인 세상에서도 1위의 위상을 이어갈 수 있도록 고객에게 최적의 쇼핑 솔루션을 제공하고 있습니다. 또한, 친환경 경영, 협력적인 기업문화 구축, 파트너사 동반성장 추진 등 환경 및 사회 분야에서의 투자를 지속적으로 확대하며 ESG경영을 실천하고 있습니다.



#### 사업추진 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. 온·오프라인 상품 데이터 통합 등 온·오프라인 시너지를 강화하고, 그룹 자산을 활용해 고객 및 트래픽 확보 기회를 발굴하고 있습니다. 롯데e커머스는 이러한 노력을 토대로 고객에게 타 플랫폼과 차별화된 쇼핑경험을 제공할 것입니다.

사업 현황	사업 분야	마켓플레이스, LECS(브랜드 온라인스토어), 그룹사 EC
	설립일	2018년 8월(2000년 1월 ㈜롯데닷컴 설립)
	주요 상품	뷰티, 패션, 명품, 식품, 리빙, 가전

# [2021 Highlight] Key Figure

## 롯데마트, 대형마트 최초 '그린스타' 인증 취득



롯데마트는 2022년 4월, 대형마트 최초로 '그린스타' 인증을 취득했습니다. 그린스타는 한국경영인증원이 전문 조사기관 한국리서치의 소비자 리서치를 통해 품질, 디자인, 사용자 환경 등 다양한 친환경성을 인정받은 상품 및 서비스를 발굴해 인증을 부여하는 제도입니다. 롯데마트의 PB상품을 중심으로 한 친환경 원재료와 포장재 도입, 태양광 설비 확대, 매장 내 환기시스템 운영 등 한 발 앞선 친환경 경영을 인정받고 있습니다.

## ESG 위원회 신설

롯데쇼핑은 2021년 11월을 ESG 경영의 원년으로 선포하고, 체계적이고 투명한 ESG 경영을 위해 ESG 위원회를 신설했습니다. ESG 위원회는 환경 및 사회 이슈는 물론, ESG 리스크 관리와 신규 사업을 추진하는 ESG 경영 최고 협의체입니다.

\* 2022년 1분기 기준

### ESG 위원회 구성



## 환경 전문가 육성

롯데쇼핑은 환경 담당자들을 환경 전문가로 육성하여 기후위기에 힘껏 대응하고 있습니다.



## ESG 채권 발행 및 협력사 지원

롯데쇼핑은 2021년 4월, 중소기업과 함께 성장하는 생태계를 구축하기 위해 유동 업계 최초로 ESG 채권을 발행했습니다. 이를 통해 롯데쇼핑과 거래하는 중소기업 파트너사를 대상으로 자금부담 경감과 사업 경쟁력 강화에 힘쓰고 있습니다.



## 지속가능한 경영을 위한 기준 구축

롯데쇼핑은 차별 금지와 다양성을 존중하는 포용적인 인권경영을 추진하고, 체계적인 인권경영 강화를 위해 행동강령, 인권정책을 수립했습니다. 또한 협력사 ESG 자가진단표를 마련해 협력사를 포함한 공급망 ESG 체계를 구축함으로써 ESG 리스크에 대응합니다.



### 에너지 효율 제고로 탄소 감축



롯데쇼핑은 각 사업부별로 고효율 설비를 구축하고, 기존의 장비를 교체 하는 등 에너지 효율화 작업을 통해 매장에서 사용되는 에너지를 줄이고, 배출되는 탄소를 감축시켰습니다.



### 글로벌 준법경영

롯데백화점에서는 2018년 9월부터 현재까지 부패방지경영시스템에 관한 국제 표준인 ISO 37001 인증을 취득 및 유지하고 있으며, 2021년 9월에는 백화점 외 마트, 슈퍼, e커머스 전 사업부가 부패방지 시스템 인증을 취득했습니다.



롯데쇼핑 전 사업부

2022년 예정

# ISO 37001 ISO 37301

인증 취득 및 유지

\* 부패방지경영시스템 관련 국제표준

인증 취득 진행 중

\* 컴플라이언스 경영시스템 관련 국제표준



### 안전경영

롯데마트는 대형마트 최초로 안전보건 경영시스템 국제표준인 ISO 45001 인증을 취득했습니다. 이로써 롯데마트의 안전보건 시스템 글로벌 기준에 부합함을 인정받았습니다.

대형마트 최초 인증 취득

# ISO 45001

\* 안전보건 경영시스템 관련 국제표준

### 정보보호 조직 강화



롯데쇼핑은 정보보호 관리체계 운영을 위해 국내 정보보호 관련 법률에 따라 정보보호 최고 책임자(CISO)를 임명하고, 정보보호 조직을 구성했습니다. 또한, 사업부별로 개인정보보호 최고 책임자(CPO)를 임명해 고객 및 임직원의 개인정보를 관리하고 있습니다.

정보보호 최고 책임자(CISO) 임명  
사업부별 개인정보보호 최고 책임자(CPO) 임명  
사업부별 정보보호 조직 분리 개편 (2022년 6월 기준)

### 기업지배구조헌장 도입

롯데쇼핑은 세계적 수준의 선진적 기업지배구조를 추구하고, 기업의 사회적 책임을 다하며 지속적인 성장을 지향하기 위해 2021년 5월 13일, 이사회를 통해 지배구조의 원칙과 정책을 담은 최상위 규정인 '기업지배구조헌장'을 도입했습니다.



### 기업지배구조헌장 도입

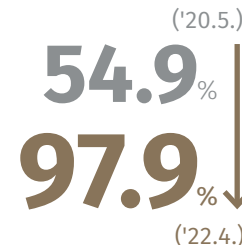
지배구조의 공정성, 투명성, 독립성 확보

### 고객 만족 및 서비스 강화

롯데쇼핑은 고객들의 만족을 높이고, 보다 나은 서비스를 제공하기 위해 끊임없는 노력을 기울이고 있습니다. 고객 중심의 관점으로 최고의 고객경험을 제공하기 위해 강화된 서비스를 운영하고 있습니다.

고객센터 번호 단일화 + 챗봇&채팅 상담 채널 신설

고객 응대율 향상



# OUR COMMITMENTS

20  
롯데쇼핑 ESG 경영체계

22  
롯데쇼핑 ESG 5대 과제

28  
중대성 평가

30  
[Special Feature] Sustainable Business

## 롯데쇼핑의 새로운 경쟁력, ESG 경영

모두를 위해 가야할 탄소중립의 시대. 롯데쇼핑은 본격적인 ESG 경영을 통해 사회와 기업의 지속가능한 성장과 새로운 경쟁력을 확보하는 계기를 마련하고자 합니다.

롯데쇼핑은 '다시 지구를 새롭게, 함께 더 나은 지구를 위해'라는 슬로건과 함께 2021년을 본격적인 ESG 원년으로 선포하고, 체계적으로 ESG 경영을 추진하고 있습니다.





# 롯데쇼핑 ESG 경영체계

## ESG 비전 및 5대 과제 선언

롯데쇼핑은 종합 유통회사로서 ESG를 새로운 경쟁력으로 활용할 수 있는 길을 모색했습니다. 그 결과, 2021년 11월을 ESG 원년으로 선포하고, '다시 지구를 새롭게, 함께 더 나은 지구를 위해'라는 슬로건을 발표하였으며 본격적인 ESG 경영을 추진해 나가고 있습니다. 책임 있는 상품 유통, 지속가능한 환경 조성, 다양한 포용 사회 구축, 함께 가는 파트너십 강화, 기업 투명성

제고라는 구체화된 ESG 방향을 설정했고, 실행 과제인 RE:EARTH 5대 프로젝트를 선언하였습니다. 롯데쇼핑의 RE:EARTH 프로젝트를 기반으로 ESG 가치 창출에 더욱 주력함으로써 이해관계자들로부터 신뢰받고, 지속가능한 미래로 나아가는 회사로 성장해가겠습니다.



롯데쇼핑  
Vision

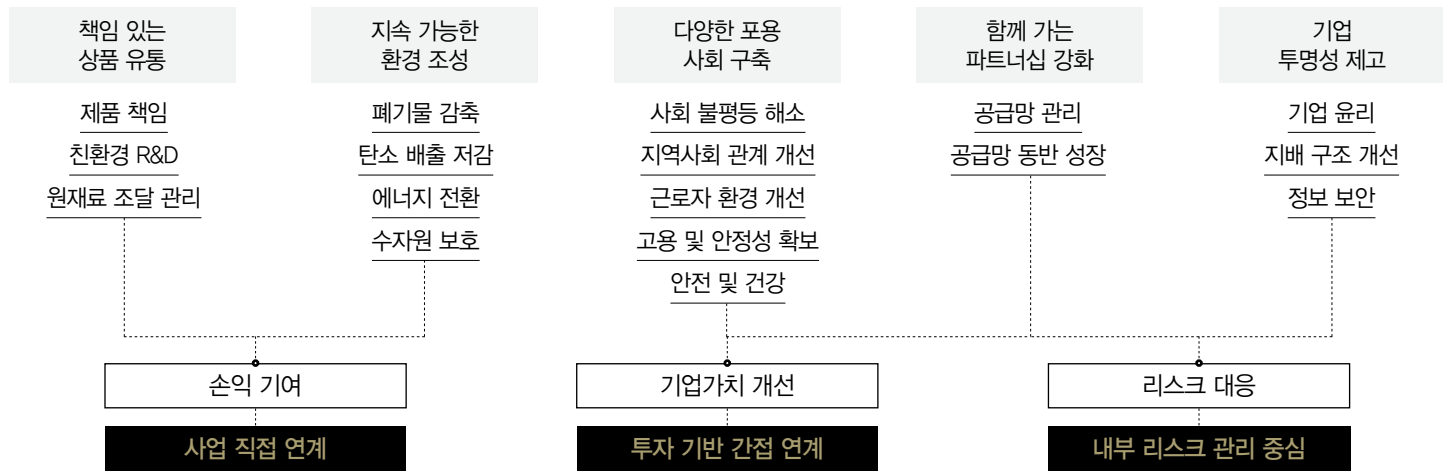
ESG  
Slogan &  
Priority

Main  
Initiatives

ESG 목표  
유형 및 세부  
전략

### 고객의 첫 번째 쇼핑 목적지가 되는 것

Dream Together for Better Earth





### ESG 위원회

롯데쇼핑은 2021년 11월 체계적이고 투명한 ESG 경영을 위해 ESG 위원회를 신설했습니다. ESG 위원회는 여성 사외 이사 2명과 사내 이사 1인으로 구성되어 있고, 환경 및 사회 관련 이슈를 다룰 뿐만 아니라 ESG 리스크 관리와 신규 사업을 추진하는 ESG 경영 최고 협의체입니다. ESG 위원회를 통해 롯데쇼핑의 ESG 비전과 RE:EARTH 5대 과제 프로젝트를 검토 및 의결했고, 향후 추진 과제들에 대한 객관적인 의사결정을 수행하고 있습니다.

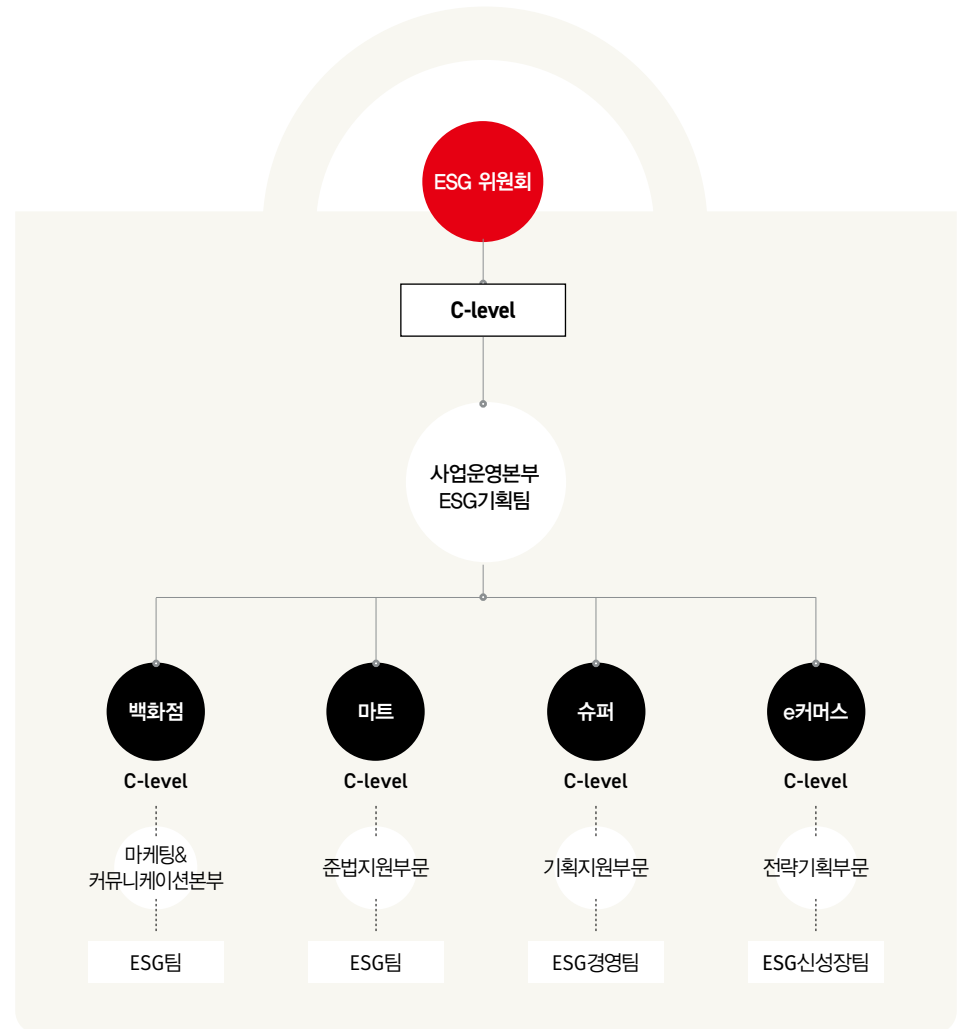
ESG 위원회 개최 현황		
회차	일시	의결안건
1회	2021.11.11.	의결안건 : ESG 위원회 위원장 선정의 건, ESG 전략 승인의 건
2회	2022.3.8.	보고사항 : 쇼핑 지속가능경영보고서 발간 계획 의결안건 : 연간 ESG 추진계획 수립의 건, PPA 추진의 건
3회	2022.6.9.	보고사항 : 롯데쇼핑 이해관계자의 ESG관련 요구사항 의결안건 : 롯데쇼핑 인권정책 수립의 건, 임직원 교육체계 고도화 수립의 건

ESG 위원회 구성 현황		
이름	직책	목적 및 권한사항
전미영(위원장)	사외	목적 - ESG 리스크와 기회 관리 - ESG 전략 의사결정
심수옥		권한 - 환경, 사회, 지배구조 정책과 ESG 활동에 필요한 제반 사항 심의 - 정책/전략 수립 및 ESG 경영 중장기 목표 및 연간계획 설정 - ESG 추진 성과 및 이행결과에 관한 사항
강성현	사내	- 주요 비재무 리스크 관리 및 대응 - 이해관계자 커뮤니케이션

\* 2022년 1분기 기준

### ESG 관리체계

롯데쇼핑은 ESG 경영을 강화하고 지속성을 갖기 위해 각 사업부별로 ESG팀을 신설했습니다. ESG 전담 조직 간 실무 협의체를 운영하고 있으며, 이를 통해 ESG 경영 전략을 공유하고 유기적으로 협력하며 ESG 경영을 강화해 나가고 있습니다.



# 롯데쇼핑 ESG 5대 과제

## 다시 지구를 새롭게! 함께 더 나은 지구를 위해!

롯데쇼핑의 ESG 5대 과제는 Dream Together for Better Earth 슬로건을 기반으로 백화점, 마트, 슈퍼, e커머스 쇼핑 4개 사업부를 아우를 수 있는 공통된 메시지와 ESG 경영을 구체화하는 실행 과제를 담고 있습니다. 5대 과제를 통해 친환경 상품 및 전용 공간 개발, 친환경 에너지 도입, 자원 선순환, 다양한 사회 구성원의 포용, 협력사와의 상생 등 다양한 ESG 활동을 추진하고 확대해 나가, 모든 이해관계자들로부터 인정받는 ESG 선도기업을 만들어가겠습니다.



### ESG 세부 활동

ESG 캠페인  
브랜드 및 슬로건

**RE: EARTH**  
Dream Together for Better Earth

ESG Priorities



5대 과제



리스크 관리

책임 있는 조달 정책 수립	판매/유통 탄소 배출량 목표 수립	직무/직급별 교육체계 고도화	협력사 ESG 가이드라인 수립	행동강령 및 정보 보호 정책 수립
친환경 제품 확대	업스트림 탄소 배출량 측정	인권 정책 수립	협력사 ESG 리스크 관리체계 구축	이사회 구성 검토

### 5대 과제 소개

- RE: EARTH** 지구를 위한 친환경 브랜드! 친환경 PB 및 소싱상품과 친환경 상품 전용 공간에 리얼스 브랜드를 적용하는 프로젝트
- RE: NERGY** 지구에 상충하지 않는 녹색 에너지! 탄소중립 로드맵 수립 및 추진을 위한 신재생 에너지 사용, 전기차 충전소 도입, 에너지 절감 설비 확충 등 에너지 절감과 친환경 에너지 구축 프로젝트
- RE: USE** 모두의 힘을 모아서 중고 거래 활성화를 통해 소비자가 일상에서 쉽게 폐기물 감축에 기여할 수 있는 기회를 지속적으로 제공하는 프로젝트
- RE: JOICE** 마음 심리 상담소! 롯데쇼핑의 통합 사회공헌 캠페인 명칭을 이어 받아 모두의 자존감, 꿈과 도전을 응원하는 마음 치유 프로젝트
- RE: VIVE** 함께 가는 생태계 만들기! 자원선순환 활성화를 위한 중고거래 관련 기업 투자 및 협력사 자금 지원을 위한 ESG 채권 발행 등 건전한 밸류체인 조성을 위한 프로젝트

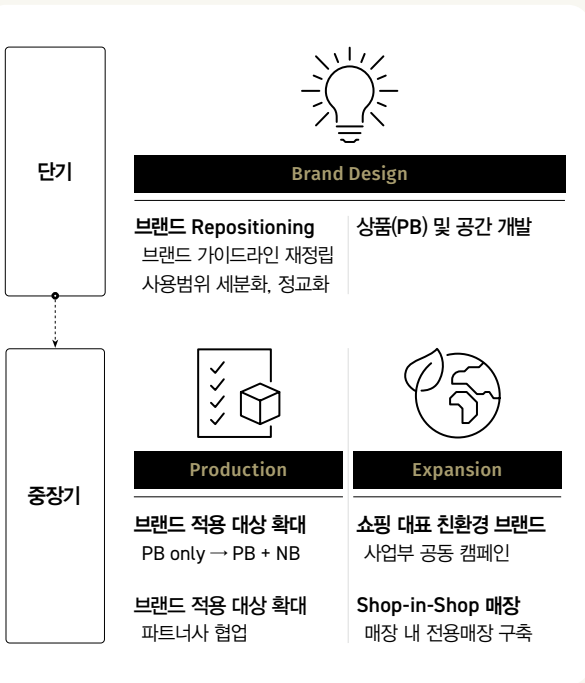
## RE:EARTH 롯데쇼핑의 사업 경쟁력을 창출하는 통합 ESG 브랜드

RE:EARTH는 롯데마트에서 2021년 8월 론칭한 친환경 캠페인 브랜드로, 2021년 11월 열린 '롯데쇼핑 ESG 경영 선포식'에서 롯데쇼핑을 대표하는 ESG 브랜드로 확대되었습니다. RE:EARTH는 롯데쇼핑이 진행하는 ESG 캠페인 명칭이자, 친환경 상품 및 공간을 확대해 나가는 프로젝트의 명칭이기도 합니다.

RE:EARTH는 롯데쇼핑의 본업인 유통업과 긴밀하게 연계되는 프로젝트로, 친환경 자체 브랜드(PB: Private Brand) 상품을 기획, 확대해 전용 판매공간을 조성할 예정입니다. 더 나아가 중장기적으로는 PB뿐만 아니라 제조업 브랜드(NB: National Brand) 상품 중 RE:EARTH의 가치를 공유하는 상품에 대해 RE:EARTH 브랜드를 적용하고, 롯데쇼핑 매장 내 샵인샵 매장을 조성해 친환경 상품에 대한 소비자의 니즈에 대응해 나갈 계획입니다.



### 중장기 계획



### 출시 상품



친환경 노트

나무를 자르지 않고 사탕수수 부산물을 활용해 만든 노트입니다. 스프링, 본드 대신 실로 제본했고, 공기름으로 인쇄해 친환경성을 높인 제품입니다.



무라벨 생수

무라벨로 폐기물 배출량을 줄이고, 분리수거 과정의 번거로움 없애 재활용 효율을 높인 생수입니다. 일주일에 2L 기준 12병의 생수를 무라벨로 바꾸면 연간 약 21,800kg의 폐기물을 절감할 수 있습니다.



밀키트

기존의 플라스틱 트레이를 종이 패키지로 전환해 출시한 요리하다 PB 밀키트입니다. 새롭게 출시하는 상품 외에 이미 출시한 상품에 대해서도 패키지를 리뉴얼해 친환경성을 높여가고 있습니다.

**RE:ENERGY**

**에너지 절감 및 친환경 에너지 인프라 확충**

RE:ENERGY는 친환경 에너지 확대 및 에너지 절감을 목적으로 하는 프로젝트입니다. 태양광 설비 설치, 전기차 및 전기차 충전소 도입, 에너지 절감 설비 구축 등을 통해 친환경 인프라를 적극적으로 구축하고, 범지구적 문제인 기후위기에 대응하기 위한 노력을 기울이고 있습니다.

앞으로도 지속적으로 신재생에너지 도입을 가속화하고, 에너지 사용을 절감하기 위한 다양한 활동을 추진해 나갈 계획입니다.

**신재생에너지**

롯데쇼핑은 신재생 친환경 에너지 확산을 위해 2009년 롯데마트 평택점을 시작으로 87개점 사업장에서 옥상 및 주차장 등 유휴 공간을 활용해 태양광 발전 설비를 확대했습니다. 현재 발전 설비의 연간 생산량은 6.1GW규모이며, 이는 2,802tCO<sub>2</sub>-eq의 온실가스를 저감하는 효과입니다. 또한, PPA(전력 구매계약)를 통한 신재생 에너지 도입을 적극 검토하고 있으며, 정부에서 추진하는 태양광 설비 지원사업에 참여해 태양광 등 친환경 에너지 설비를 지속 확대해 나가고 있습니다.



**전기차 충전소**

롯데쇼핑은 탄소배출 저감과 늘어나는 전기차 수요 대응을 위해 전기차 충전소 설치를 확대하고 있습니다. 2017년 롯데백화점 대구점을 시작으로 2021년까지 전기차 충전설비 총 424기를 운영하고 있고, 충전소의 확대뿐만 아니라 포인트 결제 및 프로모션 제공, 렌터카 이용 등 다양한 서비스와 연계해 고도화된 전기차 충전소 인프라를 구축할 계획입니다.

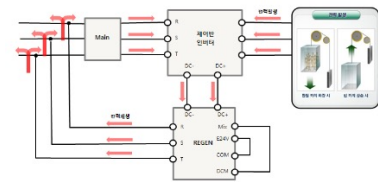


**고효율 설비 확대**

롯데쇼핑은 매장에서 발생하는 에너지 소비를 최소화하기 위해 다양한 설비를 도입하고 있습니다. 고효율 LED 및 인버터 설비 교체 등과 같은 고효율 설비 확대를 통해 에너지 절감을 진행하였으며, 2022년에도 냉장 쇼케이스 도어 설치 등 에너지를 절감하기 위한 다양한 사업을 추진하고 있습니다.

**엘리베이터 폐열 활용 장치 설치**

롯데백화점은 엘리베이터 가동 시 발생하는 운동에너지를 전기에너지로 변환하는 전력 회생장치를 설치해 운영하고, 이를 통해 변환된 전기에너지는 조명, 전열, 전기기기 등 영업점 운영에 필요한 곳에 사용하고 있습니다. 본점 등 23개점에 246개소를 설치한 결과 엘리베이터 기계실 발열이 감소해 기계실 내 냉방기기를 가동할 필요가 없어짐에 따라 2,793MWh/년의 전력량과 3.7억 원의 비용을 절감했고, 기계실 내 판발 온도가 떨어짐에 따라(181.2℃ → 38.7℃) 기기 수명도 연장되었습니다.



〈E/L 폐열 회수 전력생산장치 계통도〉



**RE:USE** 자원순환을 통한 폐기물 감축 및 순환경제 구축

RE:USE는 상품의 제조, 유통, 소비에 이르는 모든 밸류체인 단계에서 발생하는 폐기물의 감축과 재활용 및 재사용을 목적으로 하는 프로젝트입니다.

폐기물 감축에 기여하기 위해 폐기물의 발생을 최소화하는 상품 기획, 자원 순환 소재의 상품 개발, 그리고 중고 유통 플랫폼과의 협업을 통한 자원 재사용 등과 같은 다양한 프로젝트를 진행하고 있습니다. 앞으로도 지속가능한 순환경제를 만들어 가기 위해 RE:USE 프로젝트를 활성화시켜 나가겠습니다.



**폐기물 최소화**

“폐기물은 애초부터 만들지 않는 것이 답”이라는 생각으로, 상품의 기획단계부터 불필요한 폐기물이 발생하지 않도록 고심하며 자체 브랜드 상품에 적용하고 있습니다.

플라스틱 뚜껑이 없는 햄 통조림, 비닐 라벨을 제거한 스파클링 워터/생수, 물로만 채운 아이스팩 등 불필요한 폐기물이 발생하지 않는 제품을 출시하며 환경에 끼치는 악영향과 자원 낭비를 최소화하고 있습니다.



**리사이클링 상품 제작**

깨끗한 지구를 만들기 위한 자원 순환 활동의 일환으로 버려지는 폐기물을 재활용해 다양한 리사이클링 상품을 만들고 있습니다.

2021년에는 PET병을 재활용한 의류/침구/발 매트를 출시했으며, 버려지는 자투리 스펀지를 재활용해 거실화를 출시하였습니다.

앞으로도 다양한 리사이클링 상품을 출시해 자원 선 순환을 이뤄가겠습니다.



**중고거래 플랫폼 운영**

사회적 낭비를 줄이고자 비대면 중고거래 플랫폼 ‘파라바라’와 2020년부터 제휴해 중고상품을 판매하고 있습니다.

중고거래 플랫폼 파라바라는 판매자와 구매자가 지역 내 매장에 방문해 상품을 거래할 수 있고, 구매자가 중고상품의 상태를 직접 확인한 후 구매할 수 있다는 점에서 고객에게는 중고거래의 신뢰성과 안전성을 보장합니다. 지역사회 중심의 거래 플랫폼 역할을 수행하고 있는 파라바라는 2021년 기준 총 롯데마트 4개점(중계점, 양평점, 광고점, 강변점)에서 운영되고 있습니다.



**폐기되는 조리식품 절감**

롯데마트에서는 조리식품 코너의 점포 내 생산상품을 당일생산, 당일판매, 당일폐기를 원칙으로 운영하고 있습니다. 당일 생산된 식품의 폐기 절감을 위해 마감 할인 식음료 커머셜 플랫폼인 ‘라스트오더’와 제휴해 2021년 기준, 전국 롯데마트 38개점에서 서비스를 제공하고 있습니다.

협업을 통해 2021년 한 해 동안 약 4,200여건, 4,200만원 상당의 상품 폐기를 줄였고, 고객에게는 최대 50%의 가격할인 혜택을 제공하며 식품 폐기 절감과 매출 목표를 동시에 달성했습니다.

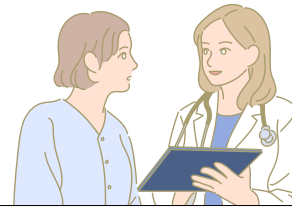




**RE:JOICE 롯데쇼핑 고객을 위한 특별한 심리상담소**

RE:JOICE는 롯데백화점이 2017년에 론칭한 우울증 인식 개선 캠페인으로 2021년부터 여성의 자존감, 꿈과 도전을 응원하는 롯데쇼핑 통합 캠페인으로 확대 운영되고 있습니다. 캠페인 초기에는 롯데백화점의 내부 임직원을 대상으로 심리상담 및 케어 서비스를 제공했으나, 2020년 롯데백화점 센텀시티점 내 심리상담소 1호점 오픈을 기점으로 사회공헌의 일환으로서 일반 고객을 대상으로 한 심리상담 서비스를 타 상담소 대비 저렴한 상담요금으로 제공하고 있습니다. 2022년 6월 기준, 롯데백화점 센텀시티점, 롯데백화점 동탄점, 롯데마트 잠실점, 롯데마트 수지점 등 총 4개 심리상담소를 운영 중이며, 2021년 한 해에만 2,050건의 상담이 진행되었습니다.

롯데쇼핑은 RE:JOICE 프로젝트를 통해 심리 케어에 관한 일반 고객의 인식을 개선시키기 위해 문화센터와 연계해 참여형 원데이 클래스 등을 운영하고, 외부 심리상담 전문가와 연계해 상담 콘텐츠를 고도화하며, 심리상담 인력을 강화해 나갈 예정입니다. 또한, 향후 신규 심리상담소 오픈 시에는 뷰티 브랜드와 협업 및 티 브랜드를 유치하여 '종합 치유 공간(Total Healing Zone)'을 조성함으로써 고객의 내/외면을 종합적으로 케어하는 원스톱 서비스 공간으로 거듭날 것입니다.



RE:JOICE 심리상담소 운영 현황

진행	백화점		마트	
	센텀시티점	동탄점	잠실점	수지점
개점일	'20. 9. 25.	'21. 8. 20.	'21. 4. 30.	'21. 11. 19.
위치	B1F	B2F	6F	2F
매장 구성	심리 상담소 + 라이니네세 카페	카페 복합 심리 상담소	심리 상담소 +The Caffe	키즈 특화 심리 상담소



Interview

40대의 맞벌이 워킹맘

“직장에서 받는 스트레스를 아이와 남편에게 풀고 있는 제 모습을 발견하고 리조이스 심리상담소를 찾았습니다. 다른 사람들은 상담 이력을 절대 알 수 없다고 해서 마음 편히 문을 두드릴 수 있었습니다.

전문 상담사의 조언에 따라 직장과 가정을 분리해서 생각하는 법과 특히, 퇴근 후 집에 들어가기 전에 스트레스를 해소할 저만의 방법을 찾기 위해 노력 중입니다. 상담을 받기 전까지는 특별한 스트레스 해소법이나 취미를 만들어야 할 것 같아 염두가 안 났는데, 상담 이후 집에 들어가기 전 10분간 산책하며 마음을 안정시키기 등 가벼운 방법들이 많다는 걸 알았습니다. 지금은 좀 더 부드러운 말투로 대화하고 행동하는 방법을 학습하고 있어 가족과 관계를 회복하는 데 큰 도움이 되고 있습니다.”

미래가 막연히 두려운 30대 직원

“미래에 대한 막연한 두려움이 늘 있었어요. 대학교 입학에 위해 열심히 공부했고, 졸업하고선 취업 준비를 열심히 해서 원하던 회사에 당당히 합격해 지금도 성실히 일하고 있습니다. 그런데 돌아보면 허무함과 무기력이 뒤따랐습니다. 왜 자꾸 이런 마음이 드는지 스스로는 알 수 없어 상담의 도움을 받게 되었습니다.

상담사님이 상담을 통해 제 성장 과정부터, 성향, 기질 등을 파악해 주셨고, 그 속에서 왜 제가 최근 공허함을 느끼는지 알 수 있게 되었습니다. 또한 상담사님은 저의 장점과 강점을 찾아 위로해 주셨고, 긍정적인 마음을 가지고 살아갈 수 있도록 용기를 불어넣어 주셨습니다.”

## RE:VIVE 함께 성장하는 생태계 만들기

RE:VIVE는 순환경제 활성화를 위해 생산부터 판매에 이르는 산업 생태계 전반의 건강한 밸류체인 조성을 목적으로 하는 프로젝트입니다. 롯데쇼핑은 중고거래 관련 기업에 투자하고, 협력사들을 대상으로 ESG 채권을 발행하는 등 ESG 기반 조성 및 강화를 위한 노력을 기울이고 있습니다. 롯데쇼핑은 앞으로도 지속적으로 협력사를 포함한 여러 이해관계자들이 만족할 수 있는 상생의 산업 생태계를 조성할 수 있도록 적극적인 투자와 지원을 이어 나가겠습니다.



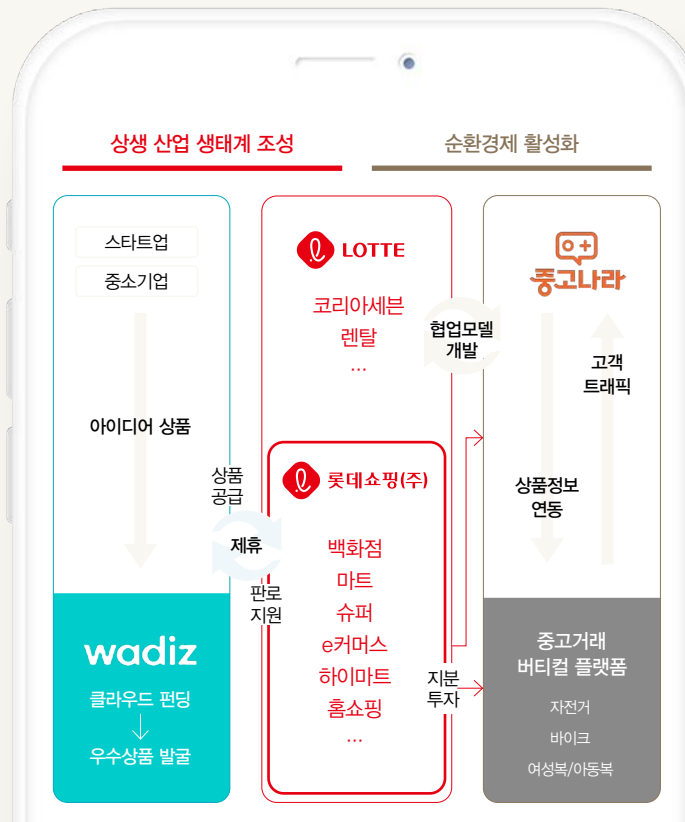
### 중고거래 활성화 및 자원 선순환 실천을 위한 ESG 관련 기업 투자 확대

롯데쇼핑은 중고거래 활성화 및 자원 선순환 실천을 위한 ESG 관련 기업 투자를 활발하게 실시하고 있습니다. 지난 2021년 7월, 국내 최대 규모의 중고거래 플랫폼인 '중고나라'의 지분 인수를 시작으로, 아동복, 여성복, 자전거 등 다양한 중고거래 전문 버티컬 플랫폼사에 투자를 진행했습니다.

롯데쇼핑은 투자를 진행한 중고거래 플랫폼사 간의 협업과, 더 나아가 유통 비즈니스 모델과의 연계를 통해 중고거래를 활성화할 수 있는 방안을 수립하고 추진 중에 있습니다. 그 결과, 중고거래가 활발한 중고나라 플랫폼 내에 아동복, 여성복, 자전거 등 중고거래 플랫폼의 매물을 연결해 중고거래를 활성화하는 등 플랫폼사 간 협업 시너지를 추진하고, 지난 2022년 3월에 체결한 중고나라와 코리아세븐과의 MOU를 통해 비대면 중고거래 서비스 도입, 유통기한 임박상품 판매 등 협업 모델을 구축하고 있습니다. 향후 롯데쇼핑은 순환경제 활성화를 위해 다양한 협업 방안을 모색하고 관련 기업에 대한 투자를 활발히 진행해 나갈 계획입니다.

또한, ESG 상품 발굴과 스타트업, 중소기업과 함께하는 생태계를 더욱 공고히 구축하기 위해 지난 2021년 11월 펀딩기업 '와디즈'와 업무협약을 체결했습니다. 롯데쇼핑은 자사의 온/오프라인에 걸친 다양한 유통채널과 축적된 데이터 분석을 통해 역량 있는 기업과

브랜드를 발굴하고 함께 성장하기 위한 다양한 활동을 지속적으로 추진하고 있습니다.



### 상생의 생태계 구축 위한 ESG 채권 발행

롯데쇼핑은 중소기업과 함께 성장하는 생태계를 구축하기 위해 유통 업계 최초로 2021년 4월, 1,700억원의 ESG 채권을 발행했습니다.

발행된 ESG 채권은 중소 파트너사 금융지원 자금으로 투입되었으며, 저금리 대출 지원(동반성장 펀드)에 700억원, 대금 지급주기 단축으로 1,000억원이 투입되었습니다. 이를 통해 중소기업 기본법 시행령에 의거, 당사와 거래하며 상생지원이 필요한 중소 파트너사를 대상으로 자금 부담 경감과 사업 경쟁력 강화에 힘쓰고 있습니다. 앞으로도 ESG와 관련된 지속적인 채권 발행과 ESG 활동 지원을 통해 파트너사들과 함께하는 ESG 생태계의 기반을 구축해 나갈 계획입니다.

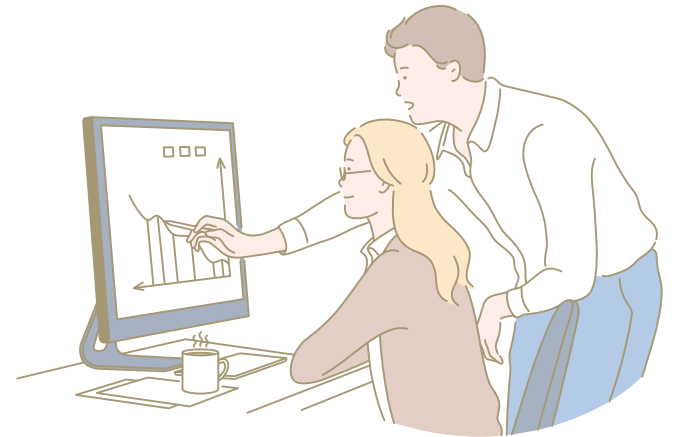
**ESG 채권**  
환경·사회·지배구조 개선 등과 같은 사회적 가치 창출을 목적으로 발행되는 채권으로, 발행 목적 및 기준에 따라 녹색채권, 사회적채권, 지속가능채권으로 구분한다.



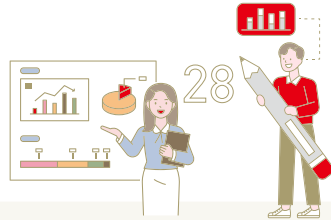
# 중대성 평가

## 중대성 평가 개요

롯데쇼핑은 ESG 경영을 위한 핵심 이슈를 선정하기 위해 중대성 평가를 실시했습니다. 이를 위해 지속가능경영보고서 글로벌 작성 가이드라인인 GRI Standards와 기업의 사회적 책임 표준인 ISO 26000, UN의 지속가능발전목표(SDGs) 등을 기반으로, 다양한 이해관계자의 공통적인 관심도와 롯데쇼핑의 사업에 영향을 미치는 이슈를 분석해 중대성 평가를 실시하고, 이슈 풀과 함께 주요 이슈를 도출했습니다.



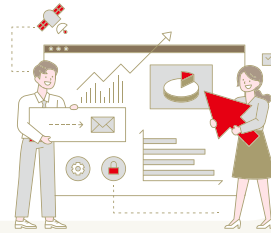
## 중대성 평가 프로세스



### Step 1.

#### 이슈 풀(Pool) 구성

경영활동 전반에 대한 경제·환경·사회적 영향과 이해관계자 관심도에 기반해 국제표준 분석, 동종 산업 벤치마킹, 미디어 리서치, 내부자료 검토, 현업 인터뷰 등을 통해 잠재이슈 풀(Pool) 28개를 구성했습니다.



### Step 2.

#### 이슈 우선순위 결정

도출된 잠재이슈 풀(Pool)의 우선순위를 파악하기 위해 고객, 임직원, 협력사, 지역사회 등 이해관계자를 대상으로 설문조사를 실시했습니다. 이를 기반으로 롯데쇼핑의 지속가능경영 수준과 영향을 파악했고, 비즈니스 영향도와 이해관계자 관심도를 바탕으로 중요성 평가를 실시했습니다.

### Step 3.

#### 중대성 평가 진행

##### 비즈니스 영향도

- 동종 산업 벤치마킹: 지속가능경영 우수기업 및 동종 산업에 대한 벤치마킹 실시
- GRI Standards, ISO 26000, UN SDGs 검토

##### 이해관계자 관심도

- 이해관계자 설문조사 결과 활용
- 미디어 리서치: 2021년 미디어에 노출된 약 1,595건의 기사 분석



### Step 4.

#### 핵심이슈 선정

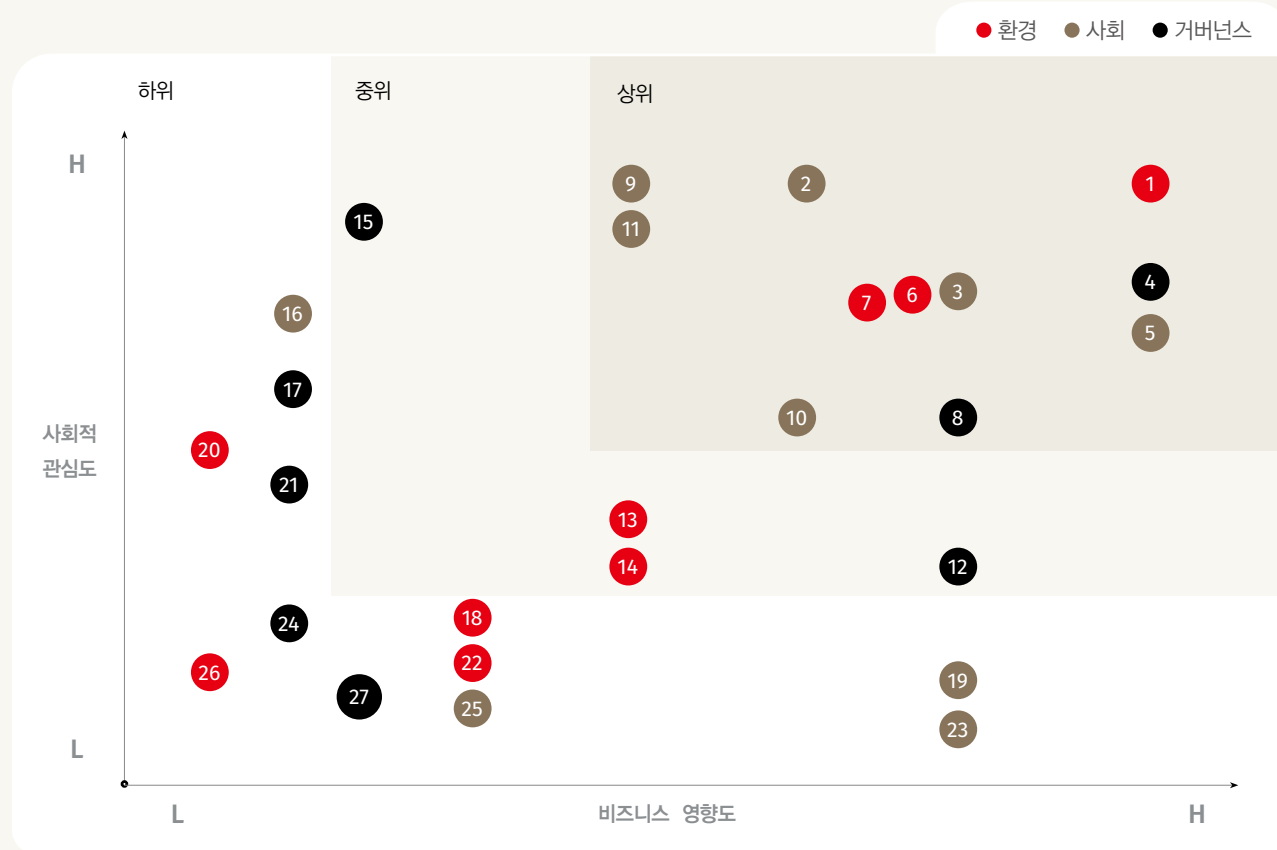
GRI Standards에서 정의한 경제, 환경, 사회주제 지표와 연계해 최종적으로 중요도 'High' 영역에 속한 8개 이해관계자 관심이슈를 확인했고, 의미, 범위, 영향, 보고 기간 및 한계 등을 고려해 핵심 이슈를 선정했습니다.



### 중대성 평가 결과

대내외 분석을 통해 도출된 28개 이슈 중 중대성 평가를 통해 3개의 주요 이슈를 확정했습니다. 확정된 이슈의 의미, 범위, 보고 경계, 보고 기간, 보고 한계 등을 고려해 보고서 목차에 구조화했습니다. 이를 통해 롯데쇼핑의 ESG경영 활동이 환경·사회·지배구조에 미치는 영향을 균형적으로 보고하고자 노력했습니다. 중대성 평가결과 도출된 중요 이슈에 대한 사업적 연관성, 접근 방법, 향후 계획, 주요 성과에 대해서도 보고하고 있습니다.

No.	주요 이슈	주요 이해관계자 구분				보고 페이지
		임직원	협력사	고객	지역 사회	
1	온실가스 배출량 관리 및 감축	●	●	●	●	34, 35, 36, 37, 38
2	공급망 동반성장 정책 및 활동 강화		●	●	●	39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47
3	인권정책(차별금지 및 다양성 존중 외)	●	●	●	●	48, 49, 50, 51, 52, 53, 54



순위	ESG 이슈
1	온실가스 배출량 관리 및 감축
2	공급망 동반성장 정책 및 활동 강화
3	인권정책(차별금지 및 다양성 존중 외)
4	불공정 행위 및 부정부패 방지
5	사업장 안전문화 확산
6	에너지 소비 효율 향상
7	용수 사용 관리 및 폐수 배출 최소화
8	정보보안
9	임직원 건강 및 보건 관리
10	임직원 역량 개발
11	노사 소통 활성화
12	이사회의 지속가능경영 이슈 관리 강화
13	폐기물 관리 및 순환경제
14	오염물질 배출 감축
15	지배구조의 건전성 확보

# [Special Feature] Sustainable Business

## 백화점

### 문화사업 확산 위한 '아트콘텐츠실' 신설

롯데백화점은 중장기 관점의 아트비즈니스 디렉팅을 추진하고 고객의 문화 경험을 다각화하기 위해 2021년 9월 아트콘텐츠실 조식을 신설했습니다. 아트콘텐츠실은 롯데가 추구해온 가치를 문화와 예술의 맥락에서 풀어냄으로써 고객의 경험 속으로 체화시키는 역할을 합니다.

아트콘텐츠실 산하 아트갤러리팀에서는 2022년 3월 '세계 여성의 날'을 맞아, 여성의 행복한 삶을 응원하는 롯데쇼핑의 대표적인 ESG프로그램 RE:JOICE를 테마로 <Rejoice>전을 진행했습니다.

'미술과 여성, 그 빛나는 이름들'을 공동 테마로 선정하고 본점(Bulletproof, Still Life, Rising Names), 잠실점(추상의 표정), 동탄점(Be you!, 꿈을 그리다), 인천점(푸룻푸룻 · 반짝반짝 · 보송보송), 광주점(자수 일상)의 다섯 개 지점에서 8개 전시를 진행했습니다.

앞으로도 아트콘텐츠실은 다양한 문화 콘텐츠를 통해 가치 있는 고객 경험을 제공할 것이며, 여성의 날을 기념하는 <Rejoice>전을 매년 정기 프로그램으로 추진할 계획입니다.



## 마트

### 당신이 원하는 것은 다 있다, '제타플렉스' 리뉴얼 오픈



롯데마트는 2021년 12월, 기존의 잠실점을 '제타플렉스 (ZETTAPLEX)'로 리뉴얼해 오픈했습니다.

제타플렉스는 '당신이 원하는 것은 다 있다'는 콘셉트로 롯데마트의 새로운 비전을 제시하는 플래그십 매장으로서, 롯데마트 매장 중 가장 큰 약 4,300평의 규모를 자랑합니다. 와인, 리빙, 펫, 식료품의 구색을 강화하고, 고객중심의 체험형 매장 ESG 요소를 결합한 새로운 쇼핑 공간입니다.

#### 보틀병커 매장

제타플렉스 보틀병커 매장은 약 400평 규모의 국내 최대 와인 전문점으로, 총 4,000여 종의 와인을 판매하고, 80여 종의 와인을 시음할 수 있는 '테이스팅탑'이 마련되어 있습니다. 직원이 상황과 취향에 어울리도록 와인을 제안해 와인 초보자도 쉽게 와인에 친숙해질 수 있도록 서비스를 제공하고 있습니다.

#### 리필스테이션

제타플렉스에서는 고객이 재활용 가능한 리필 용기에 상품을 담아 구매할 수 있는 리필스테이션을 운영합니다. 리필 용기가 없는 경우에도 매장에 상시 비치된 종이봉투를 이용해 상품을 소분할 수 있습니다. 리필 상품은 정상가에서 20% 할인된 가격에 판매함으로써 환경 친화적이면서 경제적인 쇼핑이 가능합니다.

#### 친환경 아쿠아포닉스

제타플렉스는 유통업계 최초로 친환경 농법인 아쿠아포닉스를 도입했습니다. 아쿠아포닉스는 물고기와 작물을 함께 길러 수확하는 방식으로, 물고기를 키우면서 발생하는 유기물을 이용해 식물을 수경 재배하고, 다시 이 물을 물고기 사육수로 환원합니다. 이를 통해 자원의 낭비 없이 건강한 상품을 제공합니다.

## 슈퍼

### 스마트팜 브랜드 '내일농장' 출시

롯데슈퍼는 2022년 4월, 국내 유통사 최초로 스마트팜 브랜드 '내일농장'을 출시해 신선식품 차별화를 시작했습니다. 내일 농장은 "스마트팜에서 생산하여 더 깨끗하고 싱싱합니다"라는 슬로건에서 드러나듯, 고객에게 더욱 신선하고 안전한 먹거리를 제공하는 것이 목표입니다.

스마트팜이란 사물인터넷, 빅데이터 등을 활용해 농수축산물의 생육환경을 자동으로 제어하는 첨단 농장으로, 이를 통해 코로나19 장기화 등으로 인해 건강하고 안전한 먹거리에 대한 고객의 수요에 맞춰 건강한 먹거리를 안정적으로 공급할 수 있게 되었습니다.

내일농장의 첫 상품은 고객의 구매빈도가 가장 높은 계란으로 선정했고, '내가 처음 접는 무항생제 계란'(15입, 대란)은 최첨단 스마트팜 '가농 바이오'와 협업해 출시했습니다. 가농바이오는 빅데이터를 기반으로 최적화된 사육환경을 조성해 닭이 우수한 상품을 산란할 수 있도록 합니다. 특히, 산란 이후 포장까지 전 과정을 자동화한 '풀 콜드체인시스템'(Full Cold-Chain System)으로 생산해 소비자가 상품을 선택하기 직전까지 단 한 번도 사람의 손을 거치지 않아 외부 오염 요소를 철저히 차단함으로써 상품의 안전성과 신선도를 높였습니다.

이밖에도 버섯, 쌈채소, 방울토마토 등 지속적으로 다양한 채소와 과일 상품을 내일 농장의 브랜드로 출시할 예정이며, 소비자들의 안전한 먹거리 선택 폭을 넓혀 나갈 예정입니다.



## e커머스

### 중소 브랜드 동반성장 플랫폼 온.친.소 운영

롯데e커머스는 중소 브랜드와 동반성장 할 수 있는 플랫폼 '온.친.소'(롯데온의 새로운 친구를 소개합니다)를 기획 및 운영하고 있습니다.

온.친.소는 롯데온에 입점했으나 좋은 상품임에도 홍보가 되지 않아 잘 알려지지 않은 중소 브랜드들을 대상으로 영입팀의 추천을 받아 브랜드의 스토리텔링, 소개, 할인행사&리뷰어 이벤트, 고객 참여 댓글 행사 등을 지원함으로써 미들급 브랜드로 도약할 수 있는 계기를 마련하고, 고객에게는 브랜드별 프로모션을 통해 혜택을 제공하는 상생 플랫폼입니다.

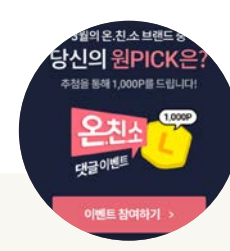
2022년 2월 첫 프로모션을 진행한 온.친.소는 매월 2주차에 8개의 선정된 브랜드를 소개하는 방식으로 진행하고 있습니다. 실제 온.친.소에 참여한 브랜드는 상당한 수준의 매출 증대 효과를 거두었고, 전체 참여 브랜드 거래액이 목표 대비 크게 상회하는 등 눈에 띄는 성과로 이어졌습니다. 이를 통해 중소기업의 단거리 성과는 물론, 브랜드 홍보를 통해 중장기적인 성장동력을 창출할 수 있는 기회를 제공했습니다.

총 참여업체 수

34개

거래액 신장률

평균 300% (행사 당월과 행사 직전 월의 거래액 비교)



# Material Highlights

**34** —  
**Material Issue 1**  
– 온실가스 배출량 관리 및 감축

**39** —  
**Material Issue 2**  
– 지속가능한 공급망 구축

**48** —  
**Material Issue 3**  
– 인권 중심 경영

**55** —  
[Special Feature] 코로나19 대응

## ESG 경영 효율 극대화를 위한 주요 이슈 중심의 역량 집중

롯데쇼핑은 국내를 대표하는 유통기업으로서 ESG 경영의 성과와 실효성을 극대화하기 위해 우선적으로 실행되어야 할 주요 이슈를 선정하고, 성과 창출에 노력을 집중했습니다.

이에 따라 '온실가스 배출량 관리 및 감축', '지속가능한 공급망 구축', '인권경영' 등 주요 이슈를 집중 관리하고, 의미 있는 성과를 창출하기 위해 전사적 역량을 기울였습니다.



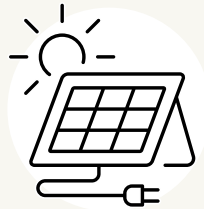
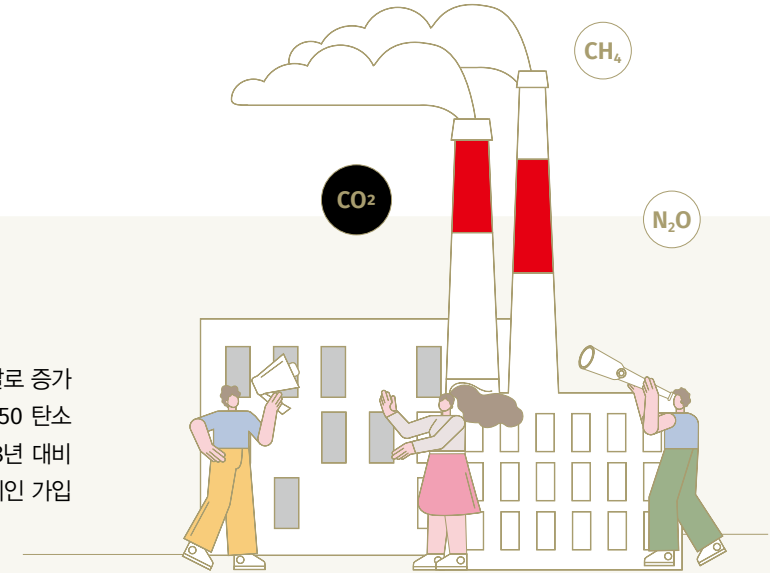


## Material Issue 1 온실가스 배출량 관리 및 감축

### Management Approach

#### 이슈의 중요성

온실가스로 인한 기후변화는 이제 한 국가, 한 기업의 문제가 아닌 인류의 생존을 위협할 범 지구적 문제로 심화되며 그 중요성이 날로 증가하고 있습니다. 정부는 기후변화에 대응하기 위해 2021년 탄소중립기본법을 제정하고, 2022년 3월 부로 해당 법안을 시행하며 2050 탄소중립 비전을 법제화했습니다. 이에 따라 '2050 탄소중립'을 국가 비전으로 선언하고, 2030년까지 온실가스 감축 목표(NDC)를 2018년 대비 40%로 명시하는 등 온실가스 배출 규제가 지속적으로 강화될 예정입니다. 또한 EU의 탄소세 도입 검토, 다국적 기업의 RE100 캠페인 가입 확산 등 기후변화에 대응하기 위한 중장기적 온실가스 감축의 요구가 국내외적으로 강화되고 있습니다.



#### 2021년 주요 활동

##### 온실가스 저감을 위한 인프라 구축

사업장 에너지 효율화

- ① 고효율 LED로 교체 진행
  - ② 노후 설비 교체 작업 추진 (보일러, 냉동기, 냉온수기)
- 태양광 발전소 및 전기차 충전소 확대 운영

##### 탄소배출 저감을 위한 대외 연계 사업 추진

에너지 전문 업체와 협약 체결  
(캡코에너지솔루션, 한국에너지공단)

2040 탄소중립 이행을 위한 사회적 협약식 참여  
(마트/슈퍼)

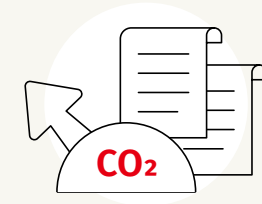


#### 2021년 주요 성과

##### 18년 대비 온실가스 배출량 12.5% 감축

태양광 발전소 87개소 운영  
전력 6.1GW 생산 및 온실가스 2,802톤 저감 효과

##### 온실가스 감축 배출권 3.5만톤 판매



#### 2022년 목표 및 계획

2040 탄소중립 계획 수립 및 선언  
연도별 탄소절감 목표 및 실행 방안 수립  
(2030년 목표 : 2018년 배출량 대비 35% 감소)

2040 NET-ZERO 선언

신재생 에너지 확대 도입 추진  
제 3자 PPA / 자가발전 등 재생에너지 도입 추진

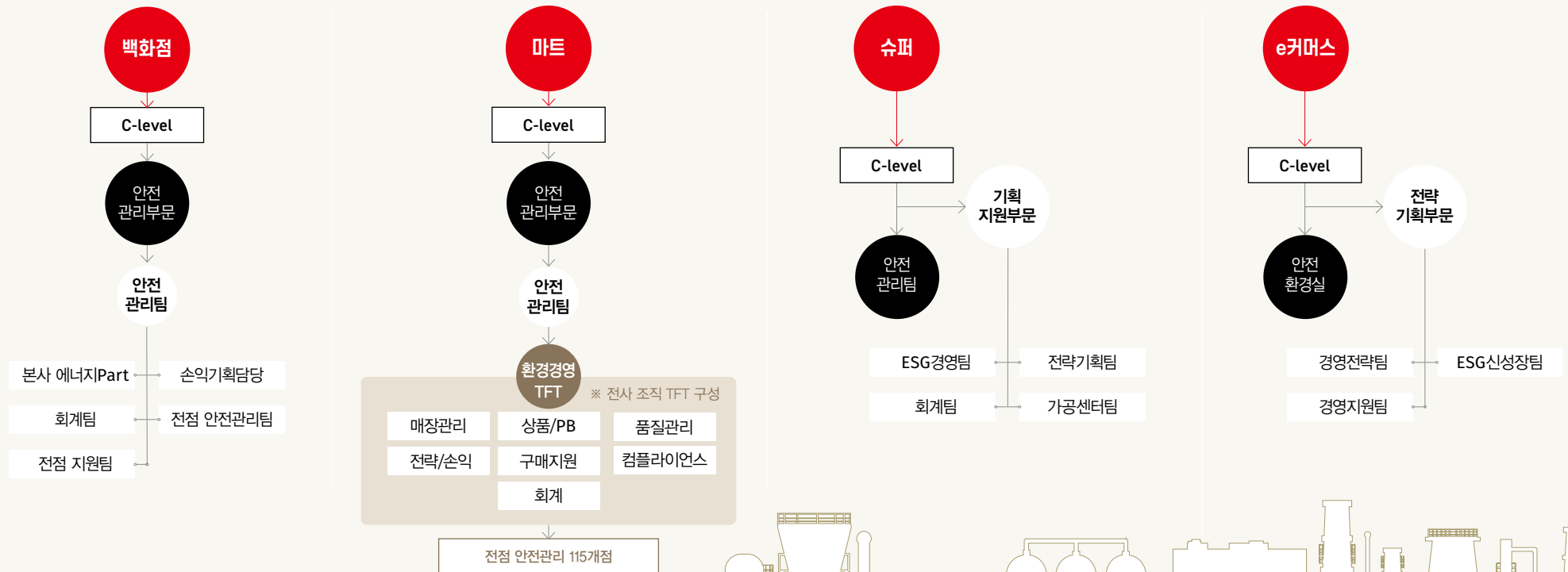
## 온실가스 배출량 관리

롯데쇼핑은 백화점, 마트, 슈퍼, 이커머스 각 사업부별 환경담당 부서를 조직해 체계적으로 온실가스를 관리하고 있고, 배출량이 많은 백화점과 마트를 중심으로 환경 관련 전문인력을 지속적으로 육성하고 있습니다. 또한 롯데환경에너지통합서비스(LOTTE Environment & Energy Total Service, LETS)를 통해 온실가스 배출량과 에너지/용수 사용량을 관리하고 있으며, 환경경영 목표를 수립하여 전 사업장의 온실가스 및 에너지 절감 현황을 지속적으로 모니터링하고 실효성을 분석하는 등 관리 체계를 고도화해 나가고 있습니다.

## 환경경영 조직 구성

환경을 체계적으로 관리하기 위해 각 사업부별 환경경영 운영조직을 구성하고, 담당조직 및 담당자별 업무 내용을 명확히 설정해 온실가스부터 용수, 폐기물 등 환경경영 리스크를 관리하고 있습니다. 특히, 환경 리스크가 큰 백화점과 마트에서는 조직을 팀에서 부문으로 격상해 관리를 강화했습니다.

환경경영 운영 조직도



### 롯데환경에너지통합시스템(LETS) 활용

롯데환경에너지통합시스템(LOTTE Environment & Energy Total Service, LETS)은 롯데 지주에서 구축한 롯데그룹 환경 시스템으로 환경경영/온실가스/수질/대기오염/폐기물/에너지절감/용수/ISO인증/페플라스틱 등 환경관련 저감 활동 계획 및 실적을 기록하고 평가하는 시스템입니다. 롯데쇼핑은 LETS 시스템에 전 사업장의 매월 온실가스 배출량을 기록, 연간 목표를 설정, 증감 사유를 분석하고, 지주의 외부 검증을 통해 온실가스 절감 체계를 고도화하고 있습니다.

### 환경 전문가 육성 및 역량 강화

롯데쇼핑은 환경 담당자들이 온실가스 관리기사 및 에너지에 관련된 다양한 자격증을 보유하도록 적극적으로 장려하고 있으며, 이를 통해 환경 전문가를 지속적으로 양성하고 있습니다.

구분	쇼핑 합계	백화점	마트
온실가스 관리기사 / 온실가스 관리산업기사	15	13	2
온실가스 외 환경 관련 자격증	10	3	7

### 온실가스 감축 배출권 판매 현황

롯데쇼핑은 2015년부터 정부가 온실가스 배출권 거래제를 시행한 이래 매년 지속적으로 할당량 대비 배출량을 감축하며 잉여량을 발생 시켰습니다. 2019년 6월 7일부터 시행된 「온실가스 배출권의 할당 및 거래에 관한 법률」에 따라 감축한 온실가스 배출권에 대해 의무 판매제도가 실시되었고, 롯데쇼핑은 2020년 온실가스 감축량 중 3.5만톤을 판매했습니다.

진행	'15년	'16년	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년 (e)
롯데쇼핑 할당량	860,971	842,554	819,895	809,185	707,966	679,878	770,535
배출량	806,687	833,836	849,398	801,340	744,228	672,199	679,969
판매량	0	0	177,640	30,462	35,347	35,604	22,729

\* 배출량은 Scope3 포함된 수치입니다.

### ISO 인증 취득

\* 최초 인증 취득 연도 : 백화점(2018년), 마트(2019년), e커머스(2020년)

롯데백화점과 롯데마트에서는 에너지 효율 향상 및 절감활동을 통합적이고 체계적으로 수행하고 있음을 인증하는 국제표준 인증서 ISO 50001을 취득하고 유지하며 국제 기준에 따라 사업장을 관리하고 있습니다. 또한 롯데e커머스에서도 환경경영시스템인 ISO14001 인증을 취득해 친환경 운영 체계를 구축하고, 친환경 경영을 실천하고 있습니다.

### 온실가스 배출량 현황

롯데쇼핑은 정부의 2010년 에너지 관리목표 제도 시행 이전부터 자발적으로 에너지 효율화를 진행하고 있으며, 오프라인 매장의 다양한 온실가스 감축 활동을 통해 2019년 대비 2020년 온실가스 배출량을 9.9% 감축했습니다.

구분	'18년	'19년	'20년	'21년 (e)
직접 온실가스 배출량 (Scope1)	83,201	70,942	56,104	61,094
간접 온실가스 배출량 (Scope2)	677,071	632,411	577,281	583,114
기타 간접 온실가스 배출량(Scope3)	41,068	40,875	38,815	35,761
총계(Scope1+Scope2+Scope3)	801,340	744,228	672,199	679,969
온실가스 배출량 집약도(tCO <sub>2</sub> e/억원)	8.1	7.7	7.7	8.1

\* 2018년 시네마 배출량 포함. 시네마 제외 시 총 배출량 777,301 tCO<sub>2</sub>e



## 온실가스 감축 활동

롯데쇼핑은 기후변화가 영업환경에 중대한 영향을 미침을 인식하고, 온실가스 감축을 위한 인프라 구축을 추진해 왔습니다. 매장/물류 센터 내 유휴공간을 활용해 태양광 발전기 등 신재생 에너지 설비를 도입하고, 전기차 충전소 확대를 통해 고객 편의성을 높임과 동시에 친환경 녹색 매장을 구축하고 있습니다. 또한 고효율 LED 교체를 통해 에너지 효율을 개선하는 등 다방면으로 온실가스 절감 활동을 진행하고 있습니다.

## 신재생에너지 설비 도입

롯데쇼핑은 신재생에너지 확산을 위해 2009년 마트 평택점을 시작으로 옥상 및 주차장 등 유휴공간 내 태양광 발전 설비 도입을 확대하며, 연간 6.1GW의 사용 가능한 전력을 생산하고 있습니다.

이와 같은 녹색매장의 확대를 통해 롯데쇼핑이 추구하는 환경경영을 실천하며 저탄소 사회 전환에 기여해 나가고 있습니다.

녹색매장 수	
마트	55

## 에너지 감축 활동 강화

LED 조명 및 인버터 설비 교체, 냉동기, 냉온수기 세관 공사 등 에너지 효율 향상을 위한 다방면의 기술 투자를 진행하는 한편, 에너지 사용량을 감축하기 위한 구체적인 활동을 강화해 실천하고 있습니다.

### 백화점 관리 강화 활동

- ① 일별 전력사용량 관리    한전 i-smart를 활용해 전력사용량(5일 단위)을 전 점과 공유하며 사용량 관리
- ② 에너지 현장 지원       오픈 전 매장 점등 현황 및 쇼케이스 운영상태 점검, 조명·자동제어 스케줄 관리 상태 점검 및 지도
- ③ 에너지 절감 TFT 구성   백화점 구역별 에너지 담당자 지정 및 에너지 절감 TFT 구성을 통한 에너지 절감 유도
- ④ 전력수요관리           정부 시행 전력수요관리 참여를 통해 전기 사용량을 관리하고, 절감 활동 진행 월별 에너지 실적 관리를 통한 원인 분석, 대응방안 모색 등 신속한 대응 진행

## 전기차 충전소 도입

롯데쇼핑은 탄소 배출 저감에 기여하고 늘어나는 전기차 수요에 대응하기 위해 전기차 충전소 설치를 확대하고 있습니다. 2017년 백화점 대구점을 시작으로 2021년 163개 점에서 전기차 충전소 총 424기를 운영중으로, 향후 충전소의 확대뿐만 아니라 롯데멤버스와 연계해 충전소 내 포인트 결제 및 매장 프로모션 제공, 렌터카 이용 등 다양한 서비스를 제공함으로써 전기차 이용을 장려할 계획입니다.

구분	점포 수	설치 완료	추가확대 계획
마트	106	240	762
백화점	57	184	1,486

## 에너지 절약 협력 활동

롯데마트와 롯데슈퍼는 2021년 6월 28일 온실가스 감축 등 기후변화에 대응하기 위해 산업통상부 주관 에너지 절약을 위한 「사회적 협약서」를 체결하였습니다. 협약서 선언 이후 다양한 LED 투자를 통한 에너지 효율사업에 더욱 활발히 참여하고 있습니다.

특히, 롯데마트에서는 에너지 효율화 및 온실가스 저감 목적으로 설립된 한국전력의 자회사인 캡코에너지 솔루션과 MOU를 체결하고, 2022년 2월까지 94개 매장의 마트 LED 등기구를 초고효율 LED로 교체했습니다. 이를 통해 8,701MWh/년간의 에너지가 절감될 것으로 예상됩니다.



### 기후변화 대응 중장기 전략

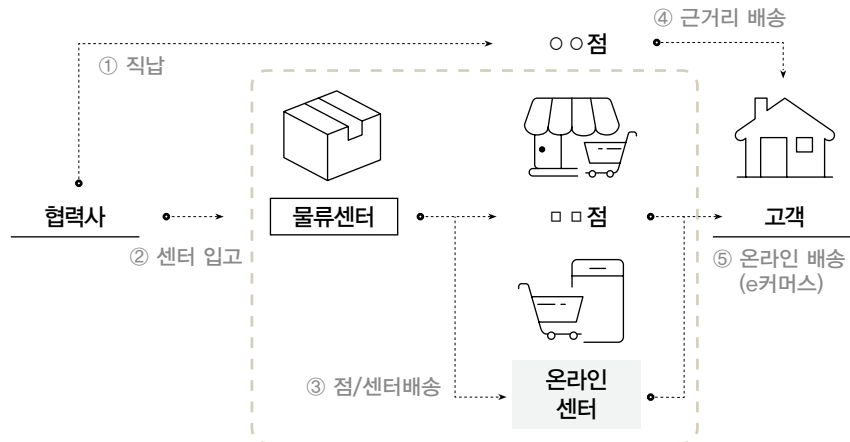
롯데쇼핑은 기후변화 리스크에 적극적으로 대응하고 각 사업부별 동일한 목표와 명확한 계획을 추진하기 위해 중장기 전략을 수립하고 있습니다. 특히, 롯데그룹의 친환경 비전인 '2040년 탄소중립'을 실현하기 위해 단기적으로는 에너지 효율화, 중장기적으로는 신재생에너지 및 친환경 사업 확대 등 체계적인 방안을 수립하며 지속가능한 친환경 체계를 구축해 나가고 있습니다.

### Scope3 배출량 측정

롯데쇼핑은 직간접 온실가스 배출량 측정을 통한 절감 추진 뿐만 아니라 지속적으로 협력사와의 Scope3 배출량까지 측정하기 위해 추진하고 있으며, 이를 통해 전 단계에서의 온실가스 감축을 위해 노력하고 있습니다. 롯데마트와 롯데슈퍼에서는 물류 협력사와 연계하여 [센터 → 점] 배송물류 단계 배출량을 2018년부터 측정하고 있으며, 차량이 최적의 경로로 운행할 수 있도록 배차를 조정하고 있습니다. e커머스에서도 온라인 배송 차량의 운행거리를 측정하고 있으며, 배송 차량이 최적의 경로로 운행하여 효율적인 배송이 이뤄지도록 물류업체와 협업을 진행하고 있습니다.

또한, 2022년에는 마트 PB 상품 대상으로 환경성적표지 인증 상품을 개발 중에 있으며, 이를 통해 제품/생산 단계에서의 온실가스 배출량 측정 범위도 지속적으로 확대해 나가고 있습니다.

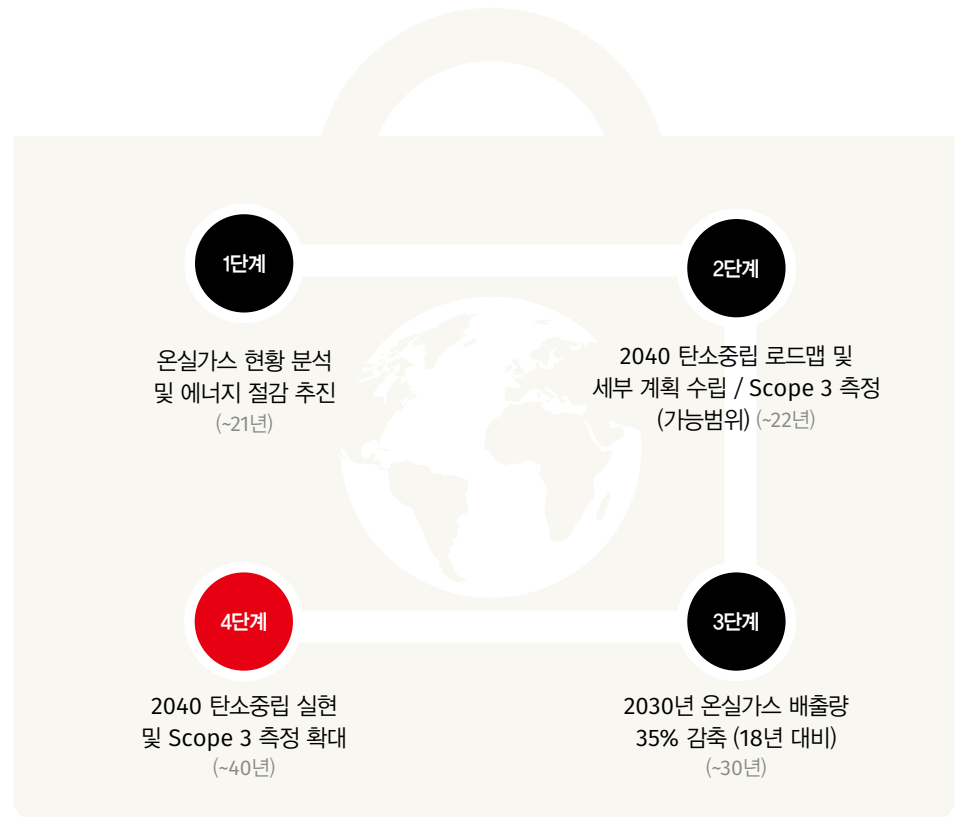
#### 물류단계



구분	'18년	'19년	'20년	'21년 (e)
기타 간접 온실가스 배출량(Scope3)	41,068	40,875	38,815	35,761

#### 환경성적표지 인증 상품 2022년 취득 계획

구분	'22년	비고
환경성적 표지 인증 취득계획	4sku	초이스엘 세이브워터 ECO / 2sku Only Price 미네랄워터 ECO / 2sku

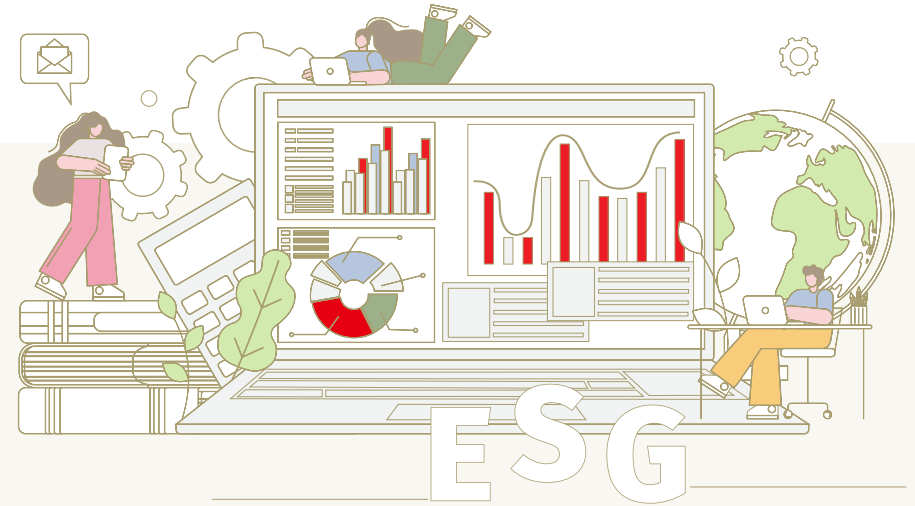


## Material Issue 2 지속가능한 공급망 구축

### Management Approach

#### 이슈의 중요성

ESG 경영 이슈는 개별 기업의 범위를 넘어 주요 이해관계자인 협력사와의 공급망 ESG로 그 범위가 확대되고 있습니다. 글로벌 공급망의 리스크가 커지고 있는 상황에서 제품, 서비스 강화와 거래관계 유지를 통한 동반성장을 위해서는 책임 있는 공급망 ESG 관리가 필수적인 부분으로 자리잡고 있습니다. 미국 캘리포니아 주의 공급망 투명성법, EU의 24년 공급망 실사법 발효 등 국제적으로도 공급망 ESG가 강조되며 그 중요성이 점점 커지고 있는 상황입니다



#### 2021년 주요 활동

**협력사 ESG 경영 지원**  
ESG 온라인 교육 및 컨설팅 지원

**협력사 대상 ESG 채권 발행**  
(발행 금액 : 1,700억원)

**전 직원 대상 공정거래 교육 진행 및 CP 8대 과제 수행**  
공정거래 핸드북 발간 및 Daily Quiz 진행



#### 2021년 주요 성과

**협력사 ESG 온라인 교육 참여 (83개 협력사) 및  
컨설팅 진행 (15개 협력사)**

**ESG 채권 1,700억원 전액 협력사 금융지원**  
(저금리 대출 지원 700억원, 대금 지급주기 단축 1,000억원)

**동반성장지수 우수등급 (백화점, 마트, 슈퍼)**  
\* 2020년 기준, 2021년 2020년 평가 진행



#### 2022년 목표 및 계획

**협력사 ESG 컨설팅 및 온라인 교육 확대**

**협력사 자금지원 지속 시행**

**협력사 ESG 자가진단표 도입 및 행동강령 수립 전파**

### 공급망 ESG 체계 구축

롯데쇼핑이 지속가능경영을 수행하는 데 협력사는 중요한 이해관계자입니다. 당사의 ESG 추진 방향에 대해 협력사와 공유하고, 공급망 리스크와 기회를 관리하고자 협력사의 ESG 역량을 키우기 위한 다양한 활동을 추진하고 있습니다. 협력사에서 ESG 수준을 자체적으로 진단할 수 있는 자가진단표를 만들고, ESG 관련 온라인 교육을 지원하며, 다양한 동반성장 프로그램을 통해 협력사와 함께하는 ESG 공급망 체계를 구축해 나가고 있습니다.

롯데쇼핑은 협력사의 상품 생산부터 유통에 이르는 전 과정을 공급망 관리 범위로 삼고, 밸류 체인에 포함된 모든 협력사의 ESG 체계 구축을 목표로 공급망을 관리하고 있습니다.

### 협력사 ESG 자가진단표

롯데쇼핑은 공급망에서 발생할 수 있는 리스크를 최소화하기 위해 협력사 ESG 자가진단표를 만들었습니다. 협력사는 총 4항목, 29문항으로 이루어진 자가진단표를 통해 윤리, 인권, 환경, 안전 등 전 ESG 영역에 대해 자사의 ESG 수준을 자체적으로 점검할 수 있도록 구성되어 있습니다. 향후 롯데쇼핑은 협력사들이 자율적으로 진단한 자가진단표 결과를 기반으로 협력사들의 ESG 리스크에 적극적으로 대응할 계획입니다.

협력업체 ESG 평가 항목



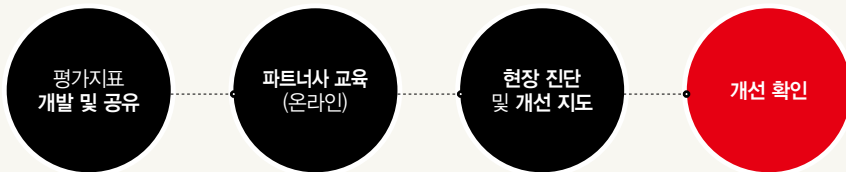
구분	윤리경영	인권경영	환경경영	안전경영
평가항목	공정거래법 위반 사항	근로기준법 위반 사항	환경 관련 법규 위반 사항	산업안전보건법 위반 사항
	하도급법 위반 사항	근로시간 관리	에너지 사용	산업재해율 현황
	개인정보보호법 위반 사항	초과근무 동의	온실가스(Scope1&2) 배출	작업환경 정기평가
	윤리강령 및 행동지침 운영	법정휴무	폐기물 관리	산업재해 리스크 평가
	윤리 이슈 제보 채널	4대보험 가입	유해물질 관리	필수 안전장비 착용 여부
	지적 재산 보호 절차 운영	인도적 대우	물 관리	
	합리적 징계절차 및 공개	인권규정 시행		
	윤리 이슈 제보 익명성	고충처리		
	개인정보보호 정책	차별 금지		

### 협력사 ESG 교육 및 지원

롯데쇼핑은 협력사 임직원의 ESG 및 직무 역량 강화를 위해 온라인 교육 플랫폼을 개설하고, 이를 통해 83개 협력사를 대상으로 ESG 이론 및 실제, 개정 세법 등에 대한 교육을 지원했습니다. 또한, 동반성장 위원회 및 전문 ESG 컨설팅 업체와 함께 총 15개 파트너사를 선정해 ESG 컨설팅 지원사업을 진행하고 있고, 설정된 ESG 가이드라인 중심의 현장 실사 진단 및 개선 컨설팅을 통해 취약점 발견 및 개선을 진행하고 있습니다. 향후 협력사 ESG 교육 프로그램을 고도화하고 지속적인 컨설팅 지원을 통해 협력사의 ESG 경영 확대를 추진하고 있습니다.



#### ESG 컨설팅 프로세스



### 협력사 행동규범

롯데쇼핑은 ESG 경영을 통해 협력사들과 함께 지속가능한 성장과 사회적 가치를 창출하기 위해 협력사 행동규범을 마련했습니다. ESG 경영의 가치 아래 작성된 본 규범은 규범 작성의 배경과 작성 근거를 제시한 서문을 포함, 환경 보호, 인권 존중, 안전 관리, 준법·윤리경영, 경영 체계의 측면에서 롯데쇼핑이 협력사들에게 요청하는 바를 제안하는 내용으로 구성되어 있고, 모든 협력사의 준수와 동참을 촉구하고 있습니다. 본 내용을 기반으로 추후 위원회에 상정해 협력사 행동규범을 수립할 예정입니다.

#### 환경 보호

- 가. 법규 준수
- 나. 환경 영향 검토
- 다. 기후위기 대응
- 라. 자원 선순환
- 마. 수자원 관리
- 바. 대기오염 및 유해화학 물질 관리

#### 안전 관리

- 가. 법규 준수
- 나. 안전 진단
- 다. 안전 관리 체계 구축
- 라. 안전교육

#### 준법·윤리경영

- 가. 불법적 이익의 금지
- 나. 경영의 투명성 제고
- 다. 불공정 거래 방지
- 라. 하도급 거래법 준수
- 마. 개인정보 보호
- 바. 지식재산권 보호
- 사. 윤리 이슈 신고 및 신원보호

#### 인권 존중

- 가. 노동 법규의 준수
- 나. 차별 금지
- 다. 임금 및 복리후생
- 라. 근로시간 관리
- 마. 인도적 대우
- 바. 결사의 자유
- 사. 미성년 근로자의 보호
- 아. 강제노동의 금지

#### 경영 시스템

- 가. 지속가능한 경영의 표명
- 나. 지속가능한 경영을 위한 프로그램
- 다. 위험 관리





## 파트너사 동반성장

롯데쇼핑은 파트너사의 성장이 롯데쇼핑의 성장이라는 생각으로 파트너사와 상생할 수 있는 실질적인 지원 활동을 진행하고 있습니다

2001년 업계 최초로 공정거래 자율준수 선포 및 관련 프로그램을 도입하고, 파트너사와의 협력 체계를 구축하기 위한 '롯데백화점 컨벤션'을 개최하는 등 당사와 파트너사 간의 상생을

위한 다양한 노력을 지속하고 있습니다. 중소기업중앙회와 함께 중소기업의 판로를 지원하는 업계 최초의 중소기업 전문관 '드림플라자(2014년~)', 해외 시장 개척을 지원하는 '해외 시장 개척단(2016~)', 중소기업 파트너사와의 소통을 위한 '힐링캠프' 등 다양한 프로그램을 운영하고 있으며, 파트너사의 자금 지원을 위한 '동반성장 펀드/기금'과 직·간접적으로 파트너사의 경영,

복리후생 지원을 위한 '대중소기업 간 상생협력을 통한 임금 격차 해소 협약' 등을 통해 다양한 혜택을 제공하고 있습니다.

### 지원 프로그램 및 운영 현황



#### 금융 지원

자금지원을 통한 파트너사의 경영 안정과 원활한 현금 흐름 유지

- 동반성장기금 : 파트너사 긴급 자금 지원을 위해 당사가 직접 무이자로 자금 지원(재원규모 1,000억원)
- 동반성장펀드 : 파트너사의 은행 대출 시 대출 금리 우대 감면 혜택 제공(1,150억원 규모)



#### 판로 지원

파트너사의 신규 판로개척 및 해외시장 진출 지원

- 드림플라자(상설 중소기업 상생관) : 유통업계 최초 중소기업의 판로 지원을 위해 조성한 상설 중소기업 상생관(2014년~), 입점 시 중소기업 상생 마진 적용, 인건비/판촉비 등 기타 비용 지원
- 중소기업인 기획전(e커머스) : 롯데온을 통해 중소기업인 기획전 진행(2021년~). 한국생산성본부, 중소기업중앙회, 중소기업 유통센터 등 공공기관과 연계해 18번의 기획전 진행(76.8억원 매출)
- 해외시장개척단 : 해외거점 점포(베트남, 인도네시아)를 활용해 중소기업의 해외판로 개척을 지원하는 프로그램(2016년~). 수출 기업화 아카데미 지원(관세사 컨설팅, 현지시장 강의 등), 현지 우수 바이어 초청 구매 상담회, 현지 유통사트렌드 조사 등



#### 경영 지원

파트너사와 성과공유 및 복리후생 지원

- 성과공유 : 대기업과 중소기업의 협력을 통한 성과를 나누는 '성과 공유 제도' 실시
- 복리후생 지원 : 근로자의 날 기념 파트너사 감사 선물 증정, 점포 매장 근로자/용역사원 중식비 일부 지원



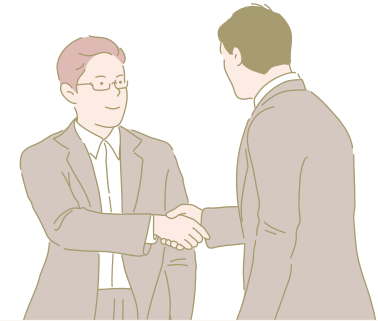
#### 교육 지원

파트너사 임직원의 실무역량 강화를 위한 직무별 맞춤 교육 프로그램 지원

- 컨설팅 지원 : ESG 역량 진단 및 개선 컨설팅 제공, 롯데멤버스 연계 중소파트너사 마케팅/상품개발 위한 빅데이터 컨설팅 제공
- 맞춤형 교육 지원 : 식품 상품군 파트너사 대상 위생 진단 실시 및 관련 교육 제공, 최신 트렌드/직무 맞춤형 전문가 교육 제공, 상품군 별 소통의 장 '힐링캠프' 운영(연간2-3회)

## 공정거래 체계

롯데쇼핑은 유통회사로 다양한 협력사와 거래를 하고 있으며, 이 과정에서 거래상 불공정한 행위가 발생하지 않도록 부단히 노력하고 있습니다. 이를 위해 공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program, CP)을 운영하며 공정거래법 위반 행위를 사전에 예방하고, 임직원의 준법의식을 확립하고 있습니다.

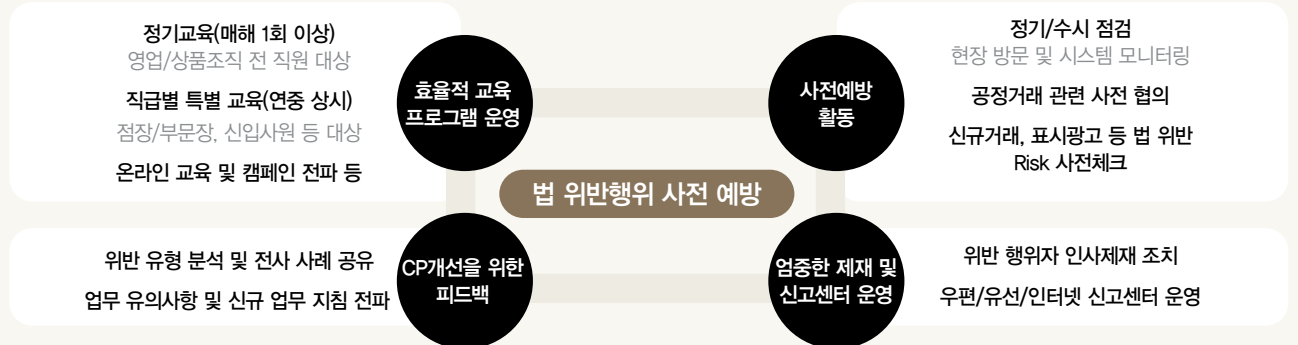


### 사업부별 조직도



## 공정거래 강화 주요 활동

롯데쇼핑은 공정거래 법 위반을 예방하기 위해 C-level을 포함한 전 임직원을 대상으로 교육을 진행하고 있으며, 정기/수시 점검 및 공정거래 가이드북을 배포하여 공정거래 리스크를 최소화하고자 노력하고 있습니다.



## 공정거래 자율준수 프로그램 구축 및 운영

준법경영은 파트너사와 고객의 신뢰와 상생을 기반으로 지속가능한 기업 경영을 실현하기 위해 가장 기본이 되는 요소입니다. 롯데쇼핑은 공정거래에 관한 일체의 법령을 준수하고, 질서를 유지하기 위해 효율적인 교육, 감독, 제재 및 피드백을 통해 공정거래 자율준수 활동을 하고 있습니다.

### 공정거래 자율준수 프로그램 구축

롯데쇼핑은 임직원들이 공정거래 관련 법령을 준수함으로써 지속가능한 기업 경영의 기반을 확고히 하고, 파트너사와의 동반성장을 통해 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 공정거래 자율준수 프로그램을 구축했습니다.

법률환경과 제도변화를 반영해 공정거래에 관한 내부규정을 정비하고, 임직원을 대상으로 정기적인 교육을 실시해 경영 리스크를 예방합니다.

또한, 수시 모니터링 및 신고채널을 운영함으로써 내부감시를 강화하고, 재발방지 및 업무매뉴얼 수립, 제재위원회 운영을 통해 위법 활동 발생 시 강력하고 체계적으로 대응할 수 있는 시스템을 마련했습니다.

### 롯데쇼핑 준법경영선언문

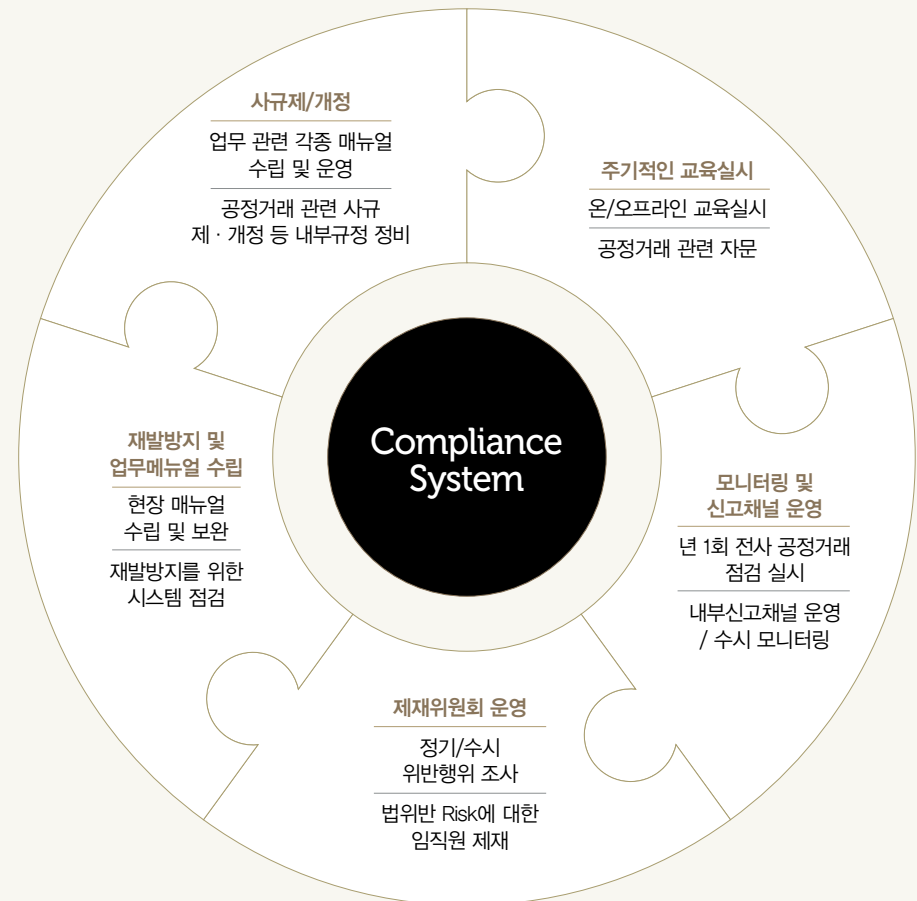
하나,  
우리는 회사의 업무를 수행함에 있어 국내외 법령 및 사내 규정을 성실히 준수하며 어떠한 경우에도 위법한 행위를 하지 아니한다.

하나,  
모든 파트너사는 우리 회사와 더불어 동반성장하는 대상임을 인식하며, 공정한 거래 문화 정착을 위해 노력한다.

하나,  
우리는 회사의 준법경영실천활동에 적극 동참하며, 과거의 관행을 혁신하고, 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 노력한다.

### 공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program, CP)이란?

: 공정거래 관련 법령을 준수하기 위한 내부 준법 시스템으로, 명확한 행동규범의 정립을 통해 법 위반 행위를 사전에 예방하고 임직원의 준법의식을 확립할 수 있는 기반을 제공합니다.



공정거래 자율준수 프로그램 8대 과제별 운영 현황

구분	내용
1	<p>CP 기준과 절차 마련 및 시행</p> <p>전 임직원 대상 분기별 공정거래 테마 캠페인 진행('21년간) 공정거래 데일리 퀴즈 시행('21년간) • 1일 1문제 풀이(해설 포함), 오답률 상위 해설 및 우수자/팀 포상</p> <p>공정거래 핸드북 제작 및 배포('21.6.) 공정거래 준수를 위한 사규 및 업무지침 운영('21년간) • MD(매장 이동 및 입퇴점) 관련 공정거래지침 배포('21.1. / 7.) • 설 명절 Risk 분야별 업무수칙 안내('21.1.) • 공정위 상생방안 지침 안내('21.2.) • 점포 영업종료 및 계약종료에 따른 파트너사 서면통지 관련 안내('21.3.) • 공정거래 레터 안내('21.4.) • 동료사원 관련 공정거래 현장지침 안내('21.6.) • 브랜드 인테리어 공사 관련 공정거래 현장지침 안내('21.7.) • 표시, 광고 관련 업무 유의사항 안내('21.7.) • 판촉사원 파견 관련 공정거래 업무지침 안내('21.9.)</p> <p>ISO 37001 인증('21.9.)</p>
2	<p>최고경영자의 자율준수 의지 및 지원</p> <p>쇼핑 대표이사 컴플라이언스 경영방침 선언('21.5.) CEO 메시지 전파(쇼핑 대표이사 및 백화점 대표) 전 임직원 준법·윤리경영 실천서약서 서명('21.1.) '21년 영업점 공정거래 KPI 평가기준 내 공정거래 평가항목 반영('21.1.) 공정거래 자율준수 관련 연간 예산 계획 수립('21.1.)</p>
3	<p>CP 운영 담당 자율준수 관리자 임명</p> <p>백화점 자율준수 관리자 임명 및 이사회 결의('19.9.) ※ 현재 기준 변동사항 없음</p> <p>자율준수 관리자의 책임 및 권한 보장 관련 공정거래 사규 명시 ※ 제5조(자율준수관리자의 선임) 및 제6조(직무)</p> <p>각 사업부(영업조직)와 분리된 별도 준법 조직 운영(독립성 보장)</p>
4	<p>자율준수편람의 제작 및 활용</p> <p>공정거래 핸드북 제작 및 배포('21.6.)</p>

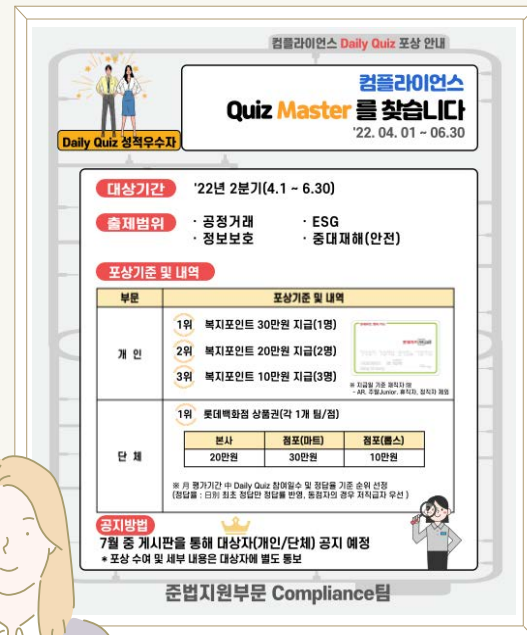
구분	내용
5	<p>지속적이고 체계적인 자율준수교육 실시</p> <p>'21년 공정거래 연간 교육계획 수립('20.12.) 공정거래 데일리 퀴즈 시행('21년간) 공정거래 핸드북 제작 및 배포('21.6.) CEO 대상 공정거래 교육 진행('21.9.) 공정거래 관련 상시/수시 사내 교육 진행 • 경영정보 수집/교환 관련 유의사항 교육 ('21.3.) • 신규 오픈점포(동탄점) 공정거래 교육('21.3. / '21.6.) • 예비점장 공정거래 교육 ('21.4.) • 쇼핑몰MD 공정거래 교육('21.5.) • 동료사원 업무지침 교육('21.6.) • 신규 오픈점포(타임빌라스점) 공정거래 교육('21.8.) • 공정거래 핸드북 교육('21.9.)</p>
6	<p>내부감시체계 구축</p> <p>내부감독체계 구축 및 모니터링 제도 시행(공정거래 업무규정) '20년 CP 프로그램 운영 결과 및 '21년 운영계획안 이사회 보고/의결('21.5.) 공정거래 자율준수공시('21.5.) 공정거래 현장점검 시행 안내('21.4. / '21.9.) MD 관련 공정거래팀 사전 검토 및 합의 시행('21년간)</p>
7	<p>공정거래 관련 법규 준수 독려</p> <p>공정거래 법률 위반에 대한 제재 절차 사규 운영 공정거래 데일리 퀴즈 우수자/팀 포상 ('21년간) '20년 공정거래 점검결과 전파('21.1.)</p>
8	<p>효과성 평가와 개선조치</p> <p>'20년 공정거래 자율준수 프로그램 운영 관련 모바일 설문조사 실시('20.12.) • 항목별 효과성 분석진행 (업무지침/시스템/ 교육 등)</p> <p>전사 컴플라이언스 Risk 평가 및 개선계획 수립('21.4.) 현장 점검 및 클리닉 진행('21년간) 공정거래 시스템 고도화('21.9.)</p>

## 공정거래 교육 및 캠페인

롯데쇼핑은 파트너사와 공정한 거래문화 정착과 직책별 공정거래 전문성 강화를 위한 다양한 교육을 실시하며, 주요 규제 법규별 업무 가이드라인 제작/배포 및 공정거래 메시지 전파, 컴플라이언스 경각심 제고를 위한 캠페인을 진행하고 있습니다.



〈공정거래 캠페인 활동〉



〈데일리 퀴즈(공정거래) 성적우수자 포상〉

구분	일시	주요 점검 내용
준법·윤리 문화정착	2021.1.	2021년 1분기 공정거래 테마 캠페인 시행 1분기 테마(경영정보제공요구 금지) 관련 교육자료 배포, 게시판 팝업, 업무 안내 등 진행
	2021.1.-2.	2021년 설 명절 Risk 예방 캠페인 시행 분야별(공정거래/윤리경영/정보보호) 업무수칙 안내 및 중점사항 Daily Quiz 시행
	2021.3.	거래 종료 관련 파트너사 서면통지 가이드라인 전파 참고사례 및 필수절차 안내를 통한 법 위반 Risk 사전 예방
	2021.4.	공정거래 Daily Quiz 롯데마트/롯데슈퍼 확대 시행 주요 법규/업무지침 등 숙지를 통한 공정거래 마인드 제고
	2021.5.	2021년 2분기 공정거래 테마 캠페인 시행 2분기 테마(상품의 반품 금지) 관련 교육자료 배포, 게시판 팝업, 업무 안내 등 진행
	2021.6.	2021년 「공정거래 핸드북」 제작 및 배포 사업부별 거래형태 및 특성에 맞는 실무 적합한 컨텐츠 구성으로 현장 이해도 및 실용성 제고
	2021.6.-7.	동료사원 관련 공정거래 현장지침 전파 동료(판촉)사원 관련 업무 유의사항 안내 및 교육자료 배포
	2021.7.	표시·광고 관련 업무 규정 및 가이드라인 전파 참고사례 및 업무 체크리스트 안내를 통한 법 위반 Risk 사전 예방
	2021.8.	2021년 3분기 공정거래 테마 캠페인 시행 3분기 테마(판촉비용의 부당전가 금지) 관련 교육자료 배포, 게시판 팝업, 업무 안내 등 진행
	2021.10.	2021년 4분기 공정거래 테마 캠페인 시행 4분기 테마(경제적 이익제고 요구 금지) 관련 교육자료 배포, 게시판 팝업, 업무 안내 등 진행
2021.10.	신규 오픈점 및 리뉴얼점 동료사원 인력지원 지침 전파 신규 오픈 및 리뉴얼 시 동료사원 지원 절차 및 유의사항 안내	



구분	일시	주요 점검 내용
보육	2020.10. ~2021.1.	롯데백화점 영업점 현장관리자 대상 컴플라이언스 역량강화 교육 실시 ※ 준법통제기준 사규 제14조(준법교육 및 훈련프로그램 운영)
	2021.3.	롯데마트, 롯데슈퍼 대표/임원 대상 현장 소통 및 공정거래 교육 실시 ※ 준법통제기준 사규 제14조(준법교육 및 훈련프로그램 운영)
	2021.5.	롯데e커머스 상품/마케팅부문 대상 공정거래 교육 실시 롯데슈퍼 상품팀 MD 대상 공정거래 교육 실시 ※ 준법통제기준 사규 제14조(준법교육 및 훈련프로그램 운영)
	2021.6.	롯데백화점 영업점 영업기획팀장 대상 공정거래 교육 실시 롯데마트 전 직원 대상 공정거래 교육 실시 ※ 준법통제기준 사규 제14조(준법교육 및 훈련프로그램 운영)
	2021.9.	롯데백화점 본사 MD담당 및 영업점 현장관리자 대상 공정거래 교육 실시 ※ 준법통제기준 사규 제14조(준법교육 및 훈련프로그램 운영)
	2021.9.	쇼핑 대표이사 및 유통계열사 대표 공정거래 교육 실시 ※ 준법통제기준 사규 제14조(준법교육 및 훈련프로그램 운영)
	2021.10.	롯데마트 전 점장 대상 공정거래 교육 실시 ※ 준법통제기준 사규 제14조(준법교육 및 훈련프로그램 운영)
	2021.4. ~12.	동료사원 관련 공정거래 현장지침 전파 ※ 준법통제기준 사규 제17조(준법지원인의 준법점검)

### 교육용 공정거래 핸드북 제작

롯데쇼핑은 공정거래 핸드북을 매년 제작해 직원들에게 배포 및 교육하고 있으며, 핸드북 내용을 바탕으로 공정거래 데일리 퀴즈를 진행하며 공정거래에 대한 직원들의 인식 제고를 위해 노력하고 있습니다.



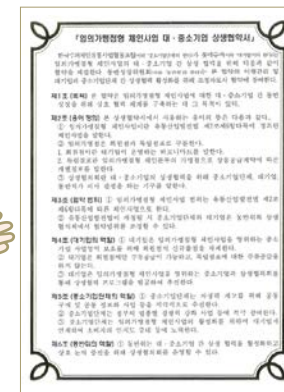
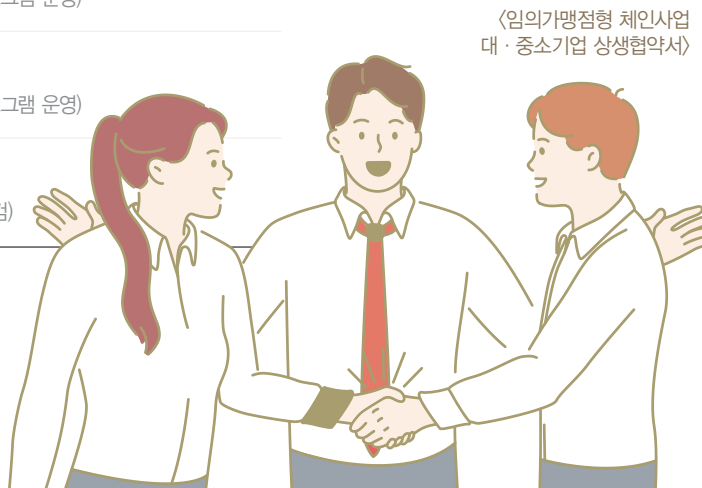
#### 주요 내용

- 공정거래 자율준수 프로그램 개념
- 대규모유통법 실천 가이드
- 하도급법 실천 가이드
- 공정거래법 실천가이드/표시광고법 실천가이드
- 전자상거래법 실천가이드

〈공정거래 핸드북〉

### 임의가맹점형 체인사업 대·중소 기업 상생협약서 체결

롯데슈퍼는 임의가맹점형 체인사업의 대·중소기업 간 동반성장을 위해 상생협약서를 체결했습니다. 임의가맹점형 체인사업을 영위하는 중소기업의 사업영역을 보호할 수 있는 방향으로 경영 활동을 추진하고, 상호 간의 활발한 상생 협력을 기울임으로써 동반성장에 기여합니다.

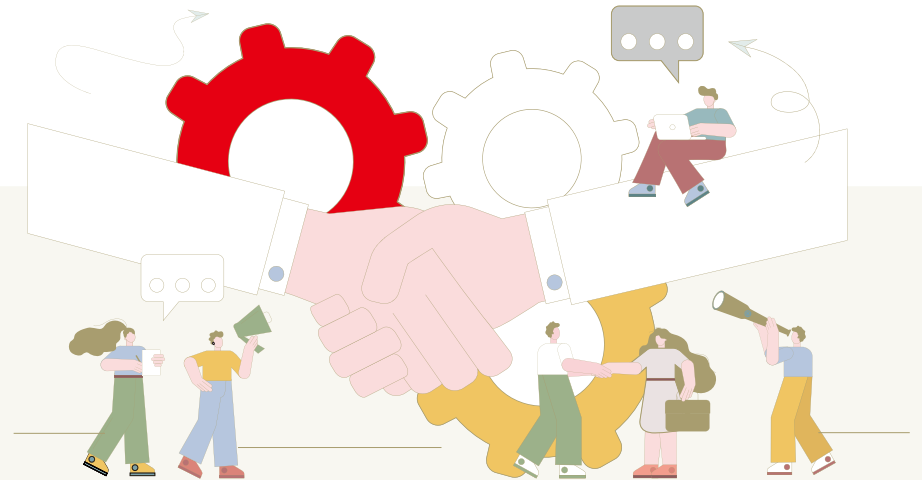


## Material Issue 3 **인권 중심 경영**

### Management Approach

#### 이슈의 중요성

급변하는 기업 환경 속에서 지속가능한 경영 환경을 만들어 가기 위해서는 기업 구성원의 인권을 존중하고, 성장과 행복을 추구할 있는 근무환경을 조성하는 인권 경영이야말로 가장 기본적이고 중요한 가치입니다. 또한, 국내의 인권정책기본법 제정안 통과와 EU의 소셜 텍소노미 최종안 발표에서 기업의 인권 존중 의무를 강조하는 등 기업에 대한 대외적 인권 경영의 요구는 사회적으로 점점 커지고 있는 상황입니다. 인권 경영은 기업의 지속가능성을 담보하기 위해 당연히 지켜나가야 할 책무로서 중요성이 날로 확대되고 있습니다.



#### 2021년 주요 활동

##### 글로벌 인권정책 수립

ILO, UN SDGs 등 글로벌 인권 수준과 유통업에 맞는 인권정책 수립  
(고객, 임직원, 협력사, 지역사회)

##### 전 직원 대상 인권 교육 시행

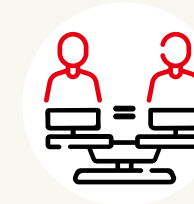
(장애인 인식 개선, 직장 내 괴롭힘, 성희롱 예방 교육)



#### 2021년 주요 성과

##### 글로벌 인권 정책 도입

고객 : 고객안전, 고객 의견 청취, 고객 정보보호  
 임직원 : 공평한 기회 부여, 공정한 대우, 상호존중, 다양성 존중, 안전한 근무환경  
 협력사 : 공정거래, 파트너사 존중, 공정한 경쟁, 합법적인 정보수집, 반부패  
 지역사회 : 환경보호, 사회공헌, 인권존중, 문화적 다양성 존중, 현지법령 준수



#### 2022년 목표 및 계획

##### 협력사 인권 경영 교육 지원

(차별 금지 및 다양성 존중 등)

##### 인권 정책 내재화 및 인권 실사 체계 고도화 추진

## 인권정책

롯데쇼핑은 2007년 1월 업계 최초로 UN 글로벌 컴팩트에 가입했고, 인권과 노동기준, 환경, 반부패와 관련해 UN의 10대 원칙을 전적으로 지지하고 있습니다. 차별 금지와 다양성을 존중하는 포용적 인권경영을 추진하고 있는 롯데쇼핑은 롯데인의 행동강령을 기반으로 자체적인 글로벌 인권정책을 수립하며 인권 중심의 경영체제를 구축하기 위한 기반을 마련했습니다.

### 롯데인의 행동강령

롯데쇼핑은 업무 수행과정에서 적용되는 관련 법규, 사규 및 롯데인의 행동강령을 준수하며, 비즈니스 파트너들도 우리의 행동강령과 유사한 수준의 기준을 따르기를 기대하며, 이 기준의 준수 여부는 해당 파트너사와 함께할 것인지를 결정하는 주요 요인 중 하나입니다.

롯데인의 행동강령을 기반으로 인권경영 및 윤리경영을 제시하고 있으며, 임직원에게 지속적인 교육과 실천을 통해 내재화될 수 있도록 노력하고 있습니다.



### 인권정책 수립

세계인권선언, UN기업과 인권에 관한 이행원칙, UNGC, OECD 다국적 기업 가이드라인 등을 적극 실천하며, 이를 바탕으로 글로벌 수준에 맞는 인권 정책을 수립했습니다. 아동 노동 및 강제 노동 금지, 결사의 자유 등 글로벌 기준에 맞게 인권 경영을 추진하며 인권 침해가 발생하지 않도록 엄격하게 관리하고 있습니다. 또한, 임직원 이외에도 전 이해관계자의 인권이 침해 받지 않도록 공급망 인권 관리도 힘쓰고 있습니다.

<b>롯데인의 행동강령</b>	<a href="https://www.lotte.co.kr/compliance/coc.do">https://www.lotte.co.kr/compliance/coc.do</a>
<b>고객과의 신뢰</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>최고의 제품과 서비스 제공/정직한 마케팅</li> <li>고객 정보보호/브랜드 보호</li> </ul>
<b>임직원과의 신뢰</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>공정한 기회와 공정한 대우/양성 평등</li> <li>구성원간 상호존중/안전한 근무환경</li> <li>자산 보호/지식재산권 보호/정보유출 방지</li> </ul>
<b>파트너와의 신뢰</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>공정거래 법령 준수/파트너 존중</li> <li>공정한 경쟁/합법적인 정보수집</li> <li>부패 및 부정청탁 금지</li> </ul>
<b>주주와의 신뢰</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>주주 가치 제고/이해 상충 방지</li> <li>회계 투명성 제고/내부자 거래 금지</li> </ul>
<b>사회와의 신뢰</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>환경 보호/사회적 가치 창출 및 사회공헌</li> <li>인권 존중/문화적 다양성 존중/법령 준수</li> <li>정치와 경제의 분리</li> </ul>

구분	내용	
<b>I. 인권경영 선언문</b>	· 제정 목적, 국내외 가이드라인/법규 준수, 적용 대상, 시스템 구축 등	
<b>II. 기본 원칙</b>	<b>고객 인권</b>	· 고객 안전 / 고객 의견 청취 / 고객 정보보호
	<b>임직원 인권</b>	· 공정한 기회 / 공정한 대우 / 상호존중 / 다양성 존중 / 안전한 근무환경
	<b>협력사 인권</b>	· 공정거래 / 파트너사 존중 / 공정한 경쟁 / 합법적인 정보수집 / 반부패
	<b>지역사회 인권</b>	· 환경보호 / 사회공헌 / 인권존중 / 문화적 다양성 / 현지법령 준수
<b>III. 부록 (참고문헌)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>UN 세계인권선언, UNGC 10대 원칙, ILO 선언, UN 반부패협약, OECD 다국적기업 가이드라인, UN 기업과 인권 이행원칙, UN SDGs</li> </ul>	

## 인권경영 체계화

롯데쇼핑은 인권경영을 체계화하고 강화함으로써 지속가능한 기업 경영의 근간을 단단하게 구축하고 있습니다. 직장 내 모든 구성원들의 인권이 존중받고, 다양성을 인정받는 환경을 조성하기 위해 차별금지 활동, 정기적인 인권 교육 시행, 인권침해 예방 및 구제를 위한 시스템 등을 마련하고 운영함으로써 구성원들의 삶의 질을 보장하고, 사회적 가치를 창출하기 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

## 차별금지 활동

롯데쇼핑은 차별 없는 사업장을 만들기 위해 채용 단계부터 고용형태, 고용유지까지 전 과정에서 차별 없는 경영을 추구하고 있습니다. 이를 위해 각 사업부별로 다양한 차별 금지 활동을 추진하고 있습니다.

백화점	마트	슈퍼	e커머스
사규 내 균등대우, 인권중심 경영에 대한 내용 명시 (균등대우, 채용원칙, 모성보호)	공정채용가이드 수립 및 운영을 위한 활동 강화	공정채용가이드 준수 철저	인턴 및 신입사원 채용 시 학교/학과/학점을 공개하지 않는 블라인드 모집 시행
채용 시 공정채용 서약서 작성	공고된 지원일자 외 엄격한 적용을 통해 공정한 채용기회 부여	채용 시 학교/학과, 성별, 연령 등 차별 요소 발생 정보 블라인드 채용 원칙 및 자체 채용감사 진행	모든 지원자를 대상으로 코딩 테스트와 인적성검사 후 해당 성적외에만 합격자 선발
매년 준법윤리경영실천 서약서 작성	서류전형 시 시가 접목된 지주 채용 시스템 활용으로 채용 심사의 공정성 확보	정규직/ 비정규직에 관계없이 경조사금, 명절선물 등 동일한 복리후생 제공	정규직/비정규직에 관계없이 동일한 복리후생 제공
팀장 이상 직책자 중 여성 비율 지속적 제고 ('21년 8.7% → '22년 계획 13% 이상)	면접전형 시 채용인원 대비 최소 3배수 이상의 면접 위원 풀 확보 및 면접위원 후보자와 해당 부서장 간 면접위원 관련 정보 공유 금지	인권 강화 및 다양성 존중을 위한 전 직원 년 단위 근무 서약서 서명 및 업무상 차별금지 교육 진행	성별에 관계없이 능력에 따른 임금 지급
전국 주요 지역에 지점이 분포돼 있는 만큼 지역인재에게 넓은 취업의 기회 제공 추진 : 지방권역 신입사원의 리텐션과 온보딩을 위해 다양한 활동 진행	면접 결과 작성 이후 수정 원천 금지	다양성을 존중하는 기업문화 확보를 위해 남성의무 육아 휴직, 난임휴가, 초등자녀돌봄 휴가 시행	여성근로자의 경력단절 최소화를 위해 자녀마다 2년의 육아휴직 및 초등학교 입학 시 1년의 휴직 추가 부여
정기적으로 인사담당자 점포 방문 : 신입사원과 대면 간담회를 통한 정서 케어 및 현장의 목소리 반영, 입사 100일 시점에는 온보딩 행사와 축하 선물 제공	면접관 대상 공정채용서약서 작성		남편의 육아 참여 향상을 위해 출산 후 3개월 이내 최소 1개월 이상의 육아휴직 권고
신입채용 불합격자 결과 피드백 : 지원자는 자신의 강점과 약점을 분석하여 필요 역량을 개발할 수 있게 피드백 제공	공정채용가이드 위반 시 마트 경영개선팀에 채용정탁 신고		
채용 종료 후에는 공정채용가이드에 따라 컴플라이언스 부서에서 채용감사를 의무적으로 진행			

### 다양성 존중

롯데쇼핑은 다양한 구성원이 각자의 역량을 발휘할 수 있는 환경을 조성하고 있습니다. 특히, 장애인 고용 및 여성 리더 확보 등에 힘쓰며 사회적 다양성을 추구하고 실현하는 기업이 되기 위해 노력하고 있습니다. 또한, 직장 내 사회적 다양성을 강화하기 위한 제도적 지원을 확대해 나가며 공정하고 평등한 사내문화 조성에 힘쓰고 있습니다.

### 직장 내 다양성 강화 제도 지원

롯데슈퍼는 직장 내 사회적 다양성을 강화하기 위한 다양한 제도를 운영하며 공정한 사내문화 및 근로환경 조성을 위해 노력하고 있습니다.

난임휴가 제도(최대 30일간의 무급휴가) 및 남성의 육아휴직과 출산휴직 제도(10일간의 유급휴가), 초등자녀 돌봄 휴가제도(초교 입학 예정 자녀 입학 준비 및 등하교 적응기간 제공, 2~4주간 무급휴가) 등을 운영하며 구성원의 일과 가정의 균형 잡힌 생활을 지원하고 있습니다. 또한, 여성인재 멘토(여성임원)와 여성 멘티(여성팀장/후보)와의 교류를 지원하며 직장 내 여성 직원들의 역량 강화와 상호 발전의 기회를 제공하고 있습니다.

### 장애인/보훈직원/외국인 고용 현황

(단위 : 명, %)

구분	2018	2019	2020	2021
백화점	214(3.4)	199(3.5)	186(3.4)	176(3.3)
마트	377(2.7)	410(3.1)	397(3.3)	364(3.1)
슈퍼	163(2.3)	167(2.5)	140(2.6)	125(2.6)
e커머스	18(2.9)	23(2.9)	18(2.4)	27(2.8)

\* 괄호 안의 수치는 전체 임직원 대비 소수그룹 고용률을 뜻합니다.

### 여성 임직원 비율

(단위 : %)

구분	2018	2019	2020	2021
백화점	61.9(17.8)	61.5(19.8)	61.3(21.9)	60.4(23.2)
마트	71.5(13.8)	71.3(13.3)	70.7(12.7)	70.8(12.6)
슈퍼	67.1(2.6)	71.1(3.7)	68.7(3.2)	69.3(2.3)
e커머스	54.2(40.7)	51.8(36.6)	51.4(38.6)	52.1(39.2)

\* 괄호 안의 수치는 전체 관리자 중 여성 직원 비율을 뜻합니다.

### 재취업 지원 서비스 운영

롯데마트와 롯데슈퍼는 「고용상 연령차별금지 및 고령자 고용 촉진에 관한 법률 시행령」에 따라 1년 이상 재직한 50세 이상 근로자(비자발적 퇴직자 중 희망자에 한해)에게 '재취업 지원 서비스'를 제공하고 있습니다. 퇴직자의

불안감 완화 및 경력설계 기회 부여 등을 목적으로 퇴직 이후의 새로운 삶을 꿈꿀 수 있도록 진로설계 및 취업알선 등의 서비스를 운영 중입니다.

종류	내용	운영	비고
진로설계	퇴직 이후 변화관리 등에 관한 교육을 포함, 소질과 적성, 경력에 관한 진단과 상담을 바탕으로 향후 생애와 직업에 관한 진로 설계	16시간 이상의 교육과 상담 제공 및 개인별 진로 설계서 작성	대상자 전체 제공 / 마트, 슈퍼
취업알선	취업 알선 및 상담 (이력서, 자기소개서 작성요령 등 취업지원서비스 제공 포함)	퇴직 전 3개월 이내 2회 이상 취업 알선 (1회 이상 대면 서비스)	일부 추가 제공(Senior) / 마트



**인권 교육 시행**

롯데쇼핑은 법정필수교육인 장애인 인식 개선 및 직장 내 괴롭힘 예방, 성희롱 예방에 대해 전 직원 대상 교육을 실시하고 있습니다. 지속적인 온/오프라인 학습을 통해 임직원들의 인권에 대한 인식을 높이고 있으며 이를 통해 성희롱, 직장 내 괴롭힘, 장애인 차별 등 인권 문제가 발생하지 않도록 예방에 최선을 다하고 있습니다.



구분			2018	2019	2020	2021
백화점	직장 내 장애인 인식 개선 교육	인당 교육 시간	1	1	1	1
		교육 이수 인원	4,580	4,454	5,487	4,302
	직장 내 성희롱 예방 교육	인당 교육 시간	1	1	1	1
		교육 이수 인원	5,739	4,462	5,614	4,307
	직장 내 괴롭힘 방지 교육	인당 교육 시간	-	1	1	1
		교육 이수 인원	-	4,462	4,270	4,307
마트	직장 내 장애인 인식 개선 교육	인당 교육 시간	1	1	1	1
		교육 이수 인원	4,581	4,521	4,473	4,475
	직장 내 성희롱 예방 교육	인당 교육 시간	1	1	1	1
		교육 이수 인원	4,581	4,521	4,473	4,475
	직장 내 괴롭힘 방지 교육	인당 교육 시간	1	1	1	1
		교육 이수 인원	4,581	4,521	4,473	4,475
슈퍼	직장 내 장애인 인식 개선 교육	인당 교육 시간	2	2	2	2
		교육 이수 인원	6,689	6,793	5,572	4,772
	직장 내 성희롱 예방 교육	인당 교육 시간	2	2	2	2
		교육 이수 인원	6,689	6,793	5,572	4,772
	직장 내 괴롭힘 방지 교육	인당 교육 시간	-	1	1	1
		교육 이수 인원	-	6,793	5,572	4,772
e커머스	직장 내 장애인 인식 개선 교육	인당 교육 시간	1	1	1	1
		교육 이수 인원	736	900	840	853
	직장 내 성희롱 예방 교육	인당 교육 시간	2	2	1	1
		교육 이수 인원	1,282	908	840	853
	직장 내 괴롭힘 방지 교육	인당 교육 시간	-	1	1	1
		교육 이수 인원	-	915	840	853

### 인권침해 처리 및 구제 체계 구축

롯데쇼핑은 직장 내에서 인권침해 사례가 발생하지 않도록 노력을 기울이는 한편, 인권침해 사례가 발생할 시 이를 신속하게 처리하고, 제보자 및 피해자의 신변 보호 및 피해를 최소화하기 위한 구제 체계를 사업부별로 구축 및 운영하고 있습니다.

구분	백화점	마트	슈퍼	e커머스
접수처 접수방법	백화점 윤리 사무국 핫라인 <a href="https://ethics.lotteshopping.com/bbs/estimate/write">https://ethics.lotteshopping.com/bbs/estimate/write</a> 롯데그룹 신문고 <a href="http://www.lotte.co.kr/compliance/inquiry.do">http://www.lotte.co.kr/compliance/inquiry.do</a>	행복상담실 Martgo@lottemart.com, 카카오토티 롯데마트 채널유선 및 우편 접수	기업 윤리 상담 및 신고를 위한 신문고 운영 cleansuper@lotte.net, 내선, 이메일, SNS, 문자 등	직장 내 성희롱 및 괴롭힘 발생 시 임직원이 즉시 신고할 수 있는 신고채널 운영 OPEN@lotte.net
절차	사례 접수(백화점 윤리 핫라인 및 그룹 신문고) → 제보자 면담 및 사실확인 조사 → 인사위원회 상정 → 인사조치 및 징계 → 결과통지 및 재발방지	직원행복팀 인권침해 사례 접수 → 상담 및 조사 → 사실 확인 및 조치 → 인사위원회 상정 → 인사조치 및 징계 → 결과통지 및 재발방지	사례 접수 → 유선 면담 및 현장 조사 → 인사위원회 회부 → 징계조치 → 해당 사례 전파 및 재발 방지 교육 진행	사례 접수 → 상담 및 조사 → 인사위원회 상정 및 소집 → 인사위원회 심의 → 결의 후 결의사항 승인 및 확정 → 처분 통고* → 처분사항 공고 및 종결 * 처분 통고 받은 날로부터 14일 이내 재심청구 가능

### 일과 생활 균형 지원

롯데쇼핑은 구성원들의 업무 만족도를 높이고 역량을 발휘할 수 있도록 각 사업부별 근무제도 및 다양한 복지혜택을 제공하고, 생애주기를 고려한 복지제도를 통해 직원들이 일과 생활의 균형을 이룰 수 있도록 지원하고 있습니다.

백화점	마트	슈퍼	e커머스
<b>근무제도</b> 선택적 근로시간제(유연근무제) : 1개월의 기준근무시간을 정해 놓고 근로자가 그 범위 내에서 출퇴근 시간 및 근로일수를 자유롭게 조정 시차 출퇴근제 : 육아 및 가사, 자기개발, 업무특성을 감안하여 1일 8시간의 근무시간을 유지 출퇴근 시간 조정 근로시간 단축제도: 자녀육아, 가족돌봄, 본인건강, 은퇴준비, 학업을 위해 근로시간을 주 15~30시간으로 단축 <b>실버케어 간병비 및 의료비 지원</b>	<b>모성보호제도 운영</b> 임직원의 임신부터 출산, 육아에 이르는 Life cycle care를 위한 모성보호제도를 운영(임신 축하선물/근로시간 단축/유연근무제/어린이집 운영/초등학교 돌봄휴직) <b>의료비 지원 및 5대 조사 장려서비스 지원</b> <b>원거리 대상자 지원 제도</b> 비연고 수당, 부임수당, 단신부임자 교통비 제공	<b>임직원 출산 및 입학 혜택 제공</b> 자녀 출산 선물 지급 및 초등학교 입학 시 선물 지급 <b>직원 불우사우 지원(우수리 제도)</b> 자녀/직계 가족 희귀성 질병, 중대 사고, 천재 지변 등 불우사우 지원 제도 <b>원거리 대상자 지원 제도</b> 원거리 교통비, 사택지원금, 부임여비 지원	<b>선택적 근로시간제</b> 스스로 일하는 문화 일환으로 월 근로시간 내 의무근로시간 (10~15시)을 제외한 시간 자유롭게 출퇴근 결정 <b>안식휴가 운영</b> 임직원의 재충전과 충분한 휴식보장을 위해 근무 매 3년마다 10일간 안식휴가 제공



# [Special Feature] 코로나19 대응

## 코로나19 극복을 위한 대내 활동

### 임직원 대상 코로나19 대응체제 운영

롯데쇼핑은 코로나19로 인한 임직원들의 피해를 예방하고, 업무 효율을 유지할 수 있도록 다양한 제도적 대응과 운영 등 각고의 노력을 기울였습니다. 롯데백화점은 출근 시 발열을 체크하고, 상시 마스크를 착용하며, 발열 등의 의심증상이 나타나는 경우 즉시 퇴근 및 진단검사를 받을 수 있도록 직원들을 독려했습니다. 또한, 사내 근로 문화를 코로나19 대응체제에 맞게 전환하며 대면보고 및 회의를 지양하고, 화상회의를 확대하며 비대면으로 소통할 수 있도록 전자 차원의 정책을 시행했습니다. 다양한 임직원들이 만나는 직원 식당에서는 전자출입명부 작성, 의자 일렬 배치 및 띄어 앉기를 통해 사회적 거리두기를 준수했습니다. 이 외에도 현장근무가 필수적인 영업점은 사무실 내 거리두기 준수, 주휴 교차 근무를 통해 코로나 확산을 예방하고, 업무 공백을 방지했습니다. 본사의 경우 근무조를 나누어 원격근무를 실시했습니다.

롯데슈퍼는 확산되는 코로나 양상에 따라 재택근무를 시행했습니다. 본사 인원의 50%가 재택근무를 할 수 있도록 권고하고, 전 직원에게 노트북을 지급했습니다. 2021년에는 비대면 소통 활성화를 위한 별도의 1:1 화상회의실 마련, 사무실 레이아웃 변경을 통한 좌열좌석제 전환 등으로 코로나19에 효과적으로 대응했습니다.

### 백신휴가 장려

롯데슈퍼는 임직원들의 건강과 휴식권을 보장하기 위해 백신휴가를 적극 장려하는 등 코로나19로부터 임직원을 보호하는 일에 집중했습니다. 롯데백화점과 롯데슈퍼는 백신 접종당일 1일 휴가 및 이상 증세 발현 시 접종 1회당 최대 2일을 추가로 백신휴가를 사용할 수 있도록 운영하고, 이상증세로 추가 휴식을 취할 때는 별도의 의사 소견서 없이 개인의 판단에 따라 자유롭게 신청할 수 있도록 장려했습니다. 또한, 롯데슈퍼는 동거인 확진 시 정부의 지침(별도 격리 기간 없음)과 무관하게 해당 직원의 3일간 자가격리 기간을 두고, 4일 차에 자가진단 결과 음성판정 시 출근하도록 함으로써 임직원들의 건강 보호를 최우선하고 있습니다. 이 외에도 코로나19 확진자 증가 확산에 따라 1개월의 유급휴가 제도를 운영하며 일과 건강의 균형을 유지할 수 있는 제도적 환경을 마련했습니다.



## 코로나19 극복을 위한 대외 활동



### 국내외 기부 활동

롯데쇼핑은 코로나19로 인한 사회적 피해를 회복하고, 신속한 정상화에 기여하고자 국내외적으로 기부 활동을 추진했습니다. 롯데백화점은 자체적으로 지역자치단체, 기부금단체와 협업하며 204건의 CSR 활동을 통해 모금된 기부금 약 1억 3천만원을 집행했습니다. 또한, 롯데백화점과 롯데마트가 힘을 합쳐 베트남의 코로나19로 인한 피해복구를 지원하며 기부금 1억 6천만원을 기부했습니다.

성격	구분	2020년		2021년	
		건수	금액(백만원)	건수	금액(백만원)
점별 CSR 활동	백화점	261	121	204	129

성격	구분	금액(백만원)	합계(백만원)
베트남 코로나19 피해 복구	백화점	115	160
	마트	45	

### 메타버스 채용 설명회

코로나19로 인해 언택트 문화가 빠르게 확산되면서 기업 경영 차원에서도 변화하는 사회 분위기에 맞춰 경쟁력을 확보하기 위한 발 빠른 대응이 요구되었습니다. 이에 따라 롯데백화점과 롯데슈퍼는 장소에 구애 받지 않고 비대면으로 진행 가능한 '메타버스 채용 설명회'를 시행했습니다. 각 주요 대학이나 별도의 장소를 찾아가 채용 부스 등을 설치해 진행하던 기존의 채용 설명회와 달리 장소와 시간으로부터 비교적 자유로운 메타버스 채용 설명회를 진행함으로써 더욱 다양한 지원자들이 채용설명회에 참석하고, 코로나19로 인한 악재에도 불구하고 유능한 인재 채용의 기회를 확보할 수 있었습니다. 앞으로도 디지털 전환이라는 시대의 흐름에 맞춰 메타버스를 이용한 채용 설명회 등을 확대해 나갈으로써 코로나19 등과 같은 위기 상황에 효과적으로 대응할 수 있는 역량을 강화할 계획입니다.

# ESG Factbook

58  
Environment

68  
Social

80  
Governance

## 시대의 요구에 부응할 수 있는 ESG 경영 모범 기업을 향한 행보

롯데쇼핑은 ESG 경영을 통해 지속가능한 비즈니스 모델을 구축하고, 고객만족과 사회적 가치를 창출하는 기업의 역할을 강화하고자 합니다. 환경, 사회, 지배구조 각 부문에서 시대의 요구에 부응할 수 있도록 사업부별로 치열한 노력을 기울인 결과, 가치 있는 성과를 거둘 수 있었습니다.

롯데쇼핑은 이와 같은 성과를 기반으로 ESG 선도 기업으로 나아가겠습니다.





RE:   
EARTH

다시 지구를 새롭게

# Environment

## 환경경영 시스템

롯데쇼핑은 2004년 4월 업계 최초로 환경가치경영을 선포한 이래 환경보호의 가치를 확산해 나가고 있습니다. 각 사업부에서는 모든 경영활동에서 환경에 미치는 영향을 최소화하고자 노력하고 있으며, 임직원, 고객, 협력사 등 이해관계자와 함께 다양한 환경보호 활동을 진행하고 있습니다. 또한, 시스템을 활용해 내부 진단을 매년 진행하고 있으며, 안정적이고 전문화된 환경 규제 대응으로 잠재적 환경 리스크를 관리하고 있습니다.

## 환경경영 추진 방향 및 방침

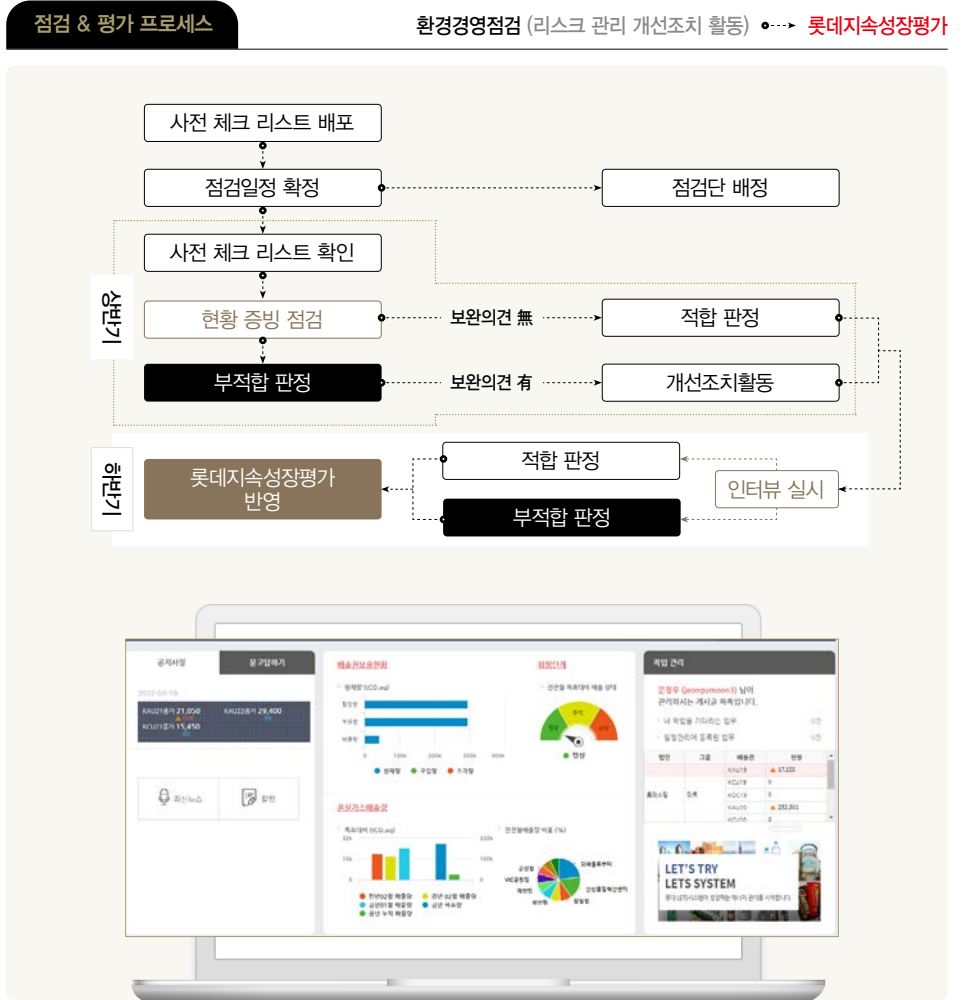
기업 내적 추진 방향 : 환경을 기업의 의사결정 과정에서 최우선 가치기준으로 설정  
 기업 외적 : 고객과 소비자, 사람과 자연을 위해 필요한 환경가치 창출

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.

## 롯데환경에너지통합서비스 (LOTTE Environment & Energy Total Service, LETS) 시스템

롯데쇼핑은 제주에서 운영하는 LETS 시스템을 통해 지속적으로 환경 관련 조적을 점검하고 온실가스, 용수, 폐기물, 대기오염, 수질오염 등 환경 관련 목표를 수립해 실적을 점검하고 있습니다. 환경업무 경험

과 유관 자격증을 보유하고 있는 환경경영점검단을 통해 상반기/하반기에 걸쳐 연 2회 데이터를 관리하고, 현장감사 등 환경경영점검을 진행하며 평가 내용을 반영해 매년 롯데지속성장평가를 진행하고 있습니다.



사업부별 환경점검 시스템

롯데백화점 MRV 시스템 운영

롯데백화점은 온실가스 배출량과 에너지 사용량을 보다 효율적으로 파악하기 위해 '온실가스 에너지 목표 관리 시스템(MRV-SYSTEM)'을 운영하고 있습니다. 이는 온실가스가 배출되는 원인을 규명하고, 각 배출원에서 나오는 온실가스 배출량을 체계적으로 관리하는 시스템입니다.



주요기능

- 온실가스 배출량 월 단위 관리 [할당량 / 전년대비 증감 유무 확인]  
※ LETS 시스템과 병행관리로 온실가스 배출량 오류 검토 관리
- 지점별 수광비 사용량 관리

백화점 에너지 관리 시스템 고도화 진행(SE-FMS)

온실가스 배출량 정확도 향상 및 산업안전보건 매뉴얼, 지침 준수 여부 등의 종합 관리 프로그램 구축 예정

환경경영 매뉴얼 · 절차서

롯데쇼핑은 각 사업부별로 대기/수질/에너지관리/온실가스 배출 권거래/용수관리/폐기물관리 등 환경 관련 주요 항목에 대해 절차서를 작성하고 절차서에 맞춰 점검을 시행하고 있습니다.



<롯데마트 절차서>



<롯데백화점 매뉴얼>

롯데마트 FEMS 시스템 운영

롯데마트는 2018년 FEMS(시설관리통합)시스템을 도입하여 전사적인 시설물의 안전점검과 최적의 에너지 사용·유지·관리를 통해 효율적인 사업장 운영을 하고 있습니다. 각 지점별 에너지 사용량을 주기별로 파악하고, 이슈가 있는 사업장에 대해 사전 감지해 환경관련 리스크를 최소화하고 있습니다.



주요기능

- 시설물 데이터베이스 구축 및 변동 이력 관리
- 스마트 기기 도입으로 점검 일지 전산화
- 에너지 관리(목표 수립 및 사용량 검침), 태양광 발전 실적 관리

## 기후변화 대응

롯데쇼핑은 미래 세대를 위한 지속가능한 환경을 만들기 위해 임직원, 협력사 등 이해관계자와 함께 기후변화 대응에 전사적으로 노력을 기울이고 있습니다. 환경경영 시스템을 기반으로 온실가스, 에너지, 폐기물, 수자원, 대기 등 기후에 영향을 줄 수 있는 요소들을 관리하고 디지털 기술을 활용하며 폐기물 발생을 최소화하고 있습니다.

### 온실가스 감축

태양광 발전 설비 및 전기차 충전소 확대 등 온실가스 감축을 위한 설비 인프라 구축을 진행하고 있으며, 에너지 사용량 관리 강화를 통해 온실가스 배출을 최소화하고 있습니다. 또한, 원료, 제조, 유통, 사용, 폐기, 재사용 등 제품의 생산 및 판매에 이르는 전 과정에서 환경에 미치는 영향이 적은 녹색제품 구매에 적극적으로 참여하고, 환경부의 녹색매장을 확대해 나가는 등 온실가스 감축에 적극적인 노력을 기울이고 있습니다.

#### 마트 환경마크 인증상품 운영현황

(단위 : SKU, 천원)

2020		2021			
녹색구매 아이템	녹색구매 금액	녹색구매 아이템	녹색구매 금액	녹색제품 판매아이템	녹색제품 판매금액
191	5,175,003	213	8,555,000	157	38,790,796



## 에너지 효율

롯데쇼핑은 각 사업부별로 매장에서 사용하는 에너지의 절감을 위해 고효율 설비를 구축하고 있으며, 시스템을 통해 각 사업장의 월별 사용량을 관리함으로써 에너지 절감 계획을 이행하고 있습니다.

#### 고효율 LED 조명 설치

롯데백화점은 에너지효율이 높은 LED전구로 조명 교체작업을 진행했습니다. 2021년 13개 점포에서 15,619개의 조명을 LED로 교체했고, 이에 기존 사용량인 3,260,527kW대비 1,731,849kW를 절감해 개선 후 1,528,678kW의 사용량으로 줄였습니다.

롯데마트에서는 한전 사회사와의 연계를 통해 표준 조도 이하 매장의 LED를 고효율 LED로 교체했고, 이를 통해 조도 개선 및 소비전력을 37.8% 절감했습니다.

#### 쇼케이스 도어 설치

롯데마트는 동종 업계 최초로 상품의 안정성 확보와 에너지 사용 절감을 위한 냉장 쇼케이스 도어 설치 시범사업을 진행하고 있습니다. 이로 인해 별도의 쇼케이스 교체 없이 도어 설치로 상품의 안전성을 확보하고, 냉기 유출에 따른 에너지 손실 또한 방지 할 수 있게 되었습니다. 또한, 가공식품 온도 법적 규제에 선제적인 대응이 가능합니다.

'22. 1.

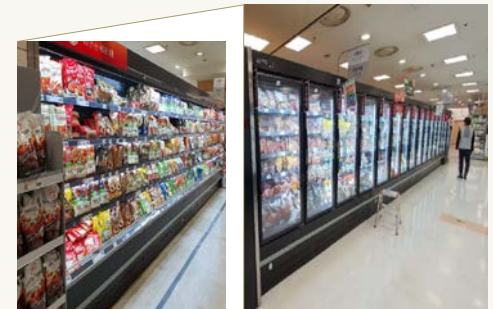
대형할인점 단독 MOU체결 협의

'22. 3.

롯데마트 청량리점 샘플 파일럿 테스트 진행  
효과성 확인

'22. 3.

식약처 MOU 체결식 진행,  
롯데마트 제타플러스 냉장 쇼케이스 도어 설치



<개선 전>

<개선 후>



노후 설비 교체

롯데백화점에서는 노후 설비(보일러, 냉동기) 교체 공사를 통해 매장의 냉난방 공급 효율을 높이고 에너지 사용량을 개선시키는 작업을 지속적으로 진행하고 있습니다.



<대구점 보일러 설치>

<포항점 보일러 설치>

<잠실점 기존 냉동기>

2021년 에너지 효율 현황

롯데쇼핑은 고효율 LED 조명 교체 및 매장 내 냉장 설비인 쇼케이스 도어 설치 등 다양한 방법을 통해 에너지 효율을 추진하고 있습니다. 2021년에는 4개 사업부에서 에너지 효율화를 통해 총 13,737톤의 온실가스를 저감하는 성과를 거두었습니다.

구분		대상점 (개점)	전기요금 절감/년 (억원)	탄소 배출 감축/년(톤)
백화점	LED조명 교체	13	▲2.5	▲807
	개문 냉방 관리	7	▲1	▲371
	공조기 가동시간 관리	전 점	▲12	▲5,617
	인버터 교체	19	▲5.2	▲1,861
마트	LED조명 교체	전 점	▲12.2	▲3,998
	냉장다단 쇼케이스도어 설치	2	▲0.3	▲107
슈퍼	LED조명 교체	16	▲0.4	▲142
	쇼케이스도어 설치	62	▲0.8	▲284
	쇼케이스 선반 LED 램프 교체	75	▲1.5	▲533
e커머스	PC 교체(데스크탑→노트북)	본사	▲0.6	▲16.8
계		-	▲36.5	▲13,737

구분	교체 수량	평균 사용연한	기존 용량 (TON, RT)	교체 용량 (TON, RT)	개선 용량 (TON, COP)	설치점포
보일러	25	15.4년	87.5	30.9	▲56.6 (▲65%)	일산점 외 12점
냉동기	5	21.2년	10,820	6,450	▲4,370 (▲40%)	잠실점 외 4점

에너지 효율 분야 대외 수상

롯데백화점 중동점은 탄소배출량 5개년 감축 목표를 달성하여 2020년 한국에너지대상 '국무총리 표창'을 수상했습니다. (2015년 3,984TOE → 2019년 3,236TOE) 또한, 2021년에는 롯데백화점 일산점이 효과적인 에너지 절감을 통해 산업통상부장관상을 수상하였습니다.





### 용수 사용량 절감

롯데백화점과 롯데마트에서는 매월 용수 사용량 데이터를 산출합니다. 전 사업장의 월 사용량을 취합하고 자체 시스템을 활용해 전년, 전월 대비 사용량 증감 분석 현황을 파악함으로써 적절한 용수 사용 기준을 마련하고 있습니다. 각 사업장에서도 현장 관리를 통해 용수 사용 실적 및 비용을 정산하고, 분기별 사용량 증감 분석을 통해 용수 사용량을 지속적으로 절감하고 있습니다.

롯데백화점에서는 중수설비 설치를 통해 용수 사용을 절감하고 있습니다. 본점, 잠실점 등 19개 점에 중수설비가 설치되어 있고, 일 11,040톤의 중수를 재활용할 수 있습니다. 또한 상인점, 중동점 등 6개점에는 6,151톤의 빗물저장소가 설치되어 있어 강우 시 재활용수를 모아 재사용하고 있습니다. 롯데마트에서는 절제된 물 사용을 통한 에너지 절약과 수질오염 방지를 위해 절수형 양변기 1,700개를 도입해 연간 용수 사용량 감축에 힘쓰고 있습니다.

롯데쇼핑 용수사용량 (2018~2021년)

(단위 : ton)

구분		2018	2019	2020	2021	
사용량	취수량	상수도	8,389,358	8,313,043	6,660,885	6,282,642
		지하수	444,536	364,562	322,092	282,921
	소계		8,833,894	8,677,605	6,982,977	6,565,563
	재활용량	중수	136,043	185,108	167,495	170,223
		빗물	-	-	-	338
	소계		136,043	185,108	167,495	170,561
합계		8,969,937	8,862,713	7,150,472	6,736,124	

\* 사용량과 방류량은 동일하기 때문에 방류량 표기는 제외

롯데백화점 용수 재활용 설비 설치 용량

구분	설치 용량	설치 점포
중수 설비	11,040톤/일	본점, 잠실점 외 19개점
빗물 저장소	6,151톤	상인점, 중동점 외 6개점

### 친환경 소재 사용

#### 친환경 광고용지 사용

백화점은 업태 특성상 시시각각 변하는 상품광고를 고객에게 제공해야 할 의무가 있습니다. 그러나 이는 많은 종이 낭비를 야기합니다. 이에 롯데백화점 식품관에서는 환경에 미치는 부담을 줄이기 위해 100% 사탕수수 부산물로 만든 친환경 종이를 광고지로 사용하고 있습니다.



#### 우수고객 라운지 친환경 종이 빨대 사용

롯데백화점은 2019년 5월부터 우수고객 라운지와 VIP bar에서 사용하는 플라스틱 빨대를 친환경 종이 빨대로 교체해 사용하고 있습니다. 이를 통해 플라스틱 쓰레기 배출을 줄여 환경에 미치는 악영향을 줄여나가고 있습니다.



#### FSC 산림 인증 친환경 쇼핑백

롯데백화점은 2년 친환경 쇼핑백을 도입하여 4종 쇼핑백 모두 FSC 산림 인증을 받은 종이에 콩기름잉크로 인쇄한 쇼핑백입니다. 또한 식품관에서는 크라프트지 쇼핑백을 제공하고 있어 분리배출에 용이합니다. 뿐만 아니라 롯데백화점은 22년 하반기 과일바구니를 친환경으로 포장재를 개발, 친환경 와인 기프트 박스를 개발할 계획입니다.



### 폐기물 절감

롯데마트와 롯데슈퍼에서는 매장에서 발생하는 폐기물을 폐기물 처리 전문업체를 통해 처리하고, 발생하는 폐기물 중 재활용 가능한 합성수지, 음식물, 폐유, 폐지방 등을 재활용하며 폐기물을 절감하고 있습니다. 또한 사업장별 폐기물/재활용 현황을 시스템을 통해 체계적으로 관리하고 있습니다. 유통 매장에 적합한 모바일 영수증, 모바일 결제 시스템 등 디지털 기술을 활용한 매장 내 폐기물 절감 활동도 추진하고 있습니다.

#### 자체 PB제품 생산 전 과정 탄소배출 관리

롯데쇼핑은 일상 속에서 직간접적으로 발생시키는 이산화탄소 총량을 줄이기 위해 PB제품 생산 전 과정을 관리하며 온실가스 감축에 힘쓰고 있습니다.

- 용기 구조 개선(불필요한 플라스틱 포장 제거, 플라스틱 뚜껑 제거) • 패키징 PVC 사용 중단(펄프트레이 대체)
- 리무버블 스티커 적용 등

#### PB 친환경 패키지/상품 운영 현황

구분	개선내용	상세내용	저감실적(SKU)		증감	
			2020	2021		
친환경 패키지 확대	재활용 용이성 개선	리무버블 스티커 적용	787	821	+34	
		불필요 플라스틱 포장, 뚜껑 제거	2	4	+2	
	용기 구조적 개선 (친환경적)	無라벨 패키지 적용	2	6	+4	
		종이패키지 전환	-	15	+15	
		PVC 소재 패키지 개선	펄프 트레이 적용	3	98	+95
			재생 PP소재 사용	-	8	+8
	생분해 소재 적용(PLA)	7	19	+12		
친환경 소재 상품 확대	환경친화적 소재 상품 개발	자연소재 사용 (사탕수수 등)	-	7	+7	
		업사이클 소재 사용 (Pet섬유 등)	5	7	+2	
친환경적 상품 사용성 개선	상품 재사용성 개선	세척 후 재사용	-	2	+2	

#### 폐기물 절감 위한 디지털 기술 활용

롯데백화점은 불필요하게 인쇄되는 종이를 절감하기 위해 2017년 '모디'라는 앱과 함께 모바일 영수증을 도입했고, 2018년 '롯데백화점 APP' 오픈 이후 별도의 앱 없이 백화점 자체 앱에서 영수증을 확인 할 수 있도록 고객 편의성을 높였습니다. 그 결과, 롯데백화점은 2019년 대비 영수증 구매수량의 80%를 줄였고, 2022년 5월까지 누적 500만 명의 고객이 모바일 영수증을 이용하여 영수증 제작, 폐지 과정에서 발생하는 온실가스 감축에 기여하고 있습니다.

모바일 영수증 활성화를 목적으로 자사 앱에서 모바일 영수증 발급 시 푸시알림을 발신하는 서비스를 제공하고 있습니다. 모바일 영수증과 광고성 푸시알림을 구분해 알림 수신 확대를 유도하고, 모바일 영수증 발급이 친환경적 활동임을 고객이 인지할 수 있도록 돕고 있습니다.

롯데백화점은 앞으로도 모바일 영수증의 지속적인 개선을 통해 고객 유입을 활성화할 계획입니다. 먼저 고객 편의를 위해 모바일 영수증 조회기간을 기존 3개월에서 최대 1년까지 가능하도록 개선하고 있습니다. 또한 모바일 영수증 구매 데이터에 기반해 리뷰서비스를 도입하고, 업체에 맞는 추천 서비스를 기획하고 있습니다. 또한, 지류 상품권으로 프로모션을 펼치는 대신 롯데백화점 전점에서 자유롭게 쓸 수 있는 모바일 상품권으로 전환을 시도하고 있습니다. 특히 2022년 4월 정기세일에서는 모든 사은행사를 지류를 사용하지 않고 모바일 상품권으로만 진행했습니다. 모바일 상품권은 롯데백화점 APP을 통해 금액을 실시간으로 확인할 수 있고, 원하는 금액을 자유롭게 사용할 수 있어 고객의 편의성 향상에도 기여합니다.

롯데백화점은 그 외에도 브로슈어 제작 및 폐지 과정에서 발생하는 온실가스 감축에 기여하기 위해 지류로 인쇄하던 문화센터 브로슈어를 2021년 10월부로 디지털로 전면 전환했습니다. 또한, 문화센터를 이용하는 고객에게 발급하던 수강증을 2020년부터 롯데문화센터 홈페이지를 통해 확인할 수 있도록 함으로써 환경보호에 기여하는 한편, 고객의 편의성을 높여나가고 있습니다.



### 원재료 조달관리 및 자원순환

롯데쇼핑은 고객에게 안전한 상품을 유통하기 위해 체계적인 품질검사를 진행하고 있으며, 지속가능한 상품 유통을 위해 상품 운영 가이드라인을 마련해 상품 개발 시 가이드라인에 맞는 상품을 도입하도록 장려하고 있습니다. 자체 상품인 PB상품을 취급하는 롯데마트와 롯데슈퍼를 중심으로 가이드라인을 더욱 체계화해 지속가능한 상품이 유통될 수 있도록 원재료 조달 정책을 수립 중입니다.

### 품질 검사

롯데마트는 직매입상품과 PB상품에 대해 롯데중앙연구소 안전센터와 연계해 엄격한 안전검사를 진행하고 있고, 검사 진행이 불가한 항목에 대해서는 외부 검사기관과 연계해 품질검사를 진행하고 있습니다.



#### 상품 검사

롯데마트는 출시 전 상품 및 유통 상품에 대한 체계적인 검사를 진행함으로써 고객에게 안전하고 지속가능한 상품을 제공하기 위한 노력을 기울이고 있습니다.

#### PB 품질 검사

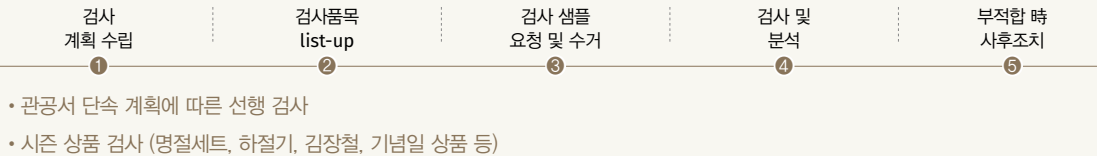
롯데마트는 소비자가 안심하고 PB제품을 사용할 수 있도록 PB제품에 대한 자체 관리를 실시하고 있습니다. 제품 안전관리를 위한 품질방침 및 품질 기준서를 마련해 위탁제조사에서 안전기준을 확인하고 상품을 제조할 수 있도록 지원하고 있습니다. 개발되는 PB제품은 전 성분 유효성 사전 검토를 실시하고 있으며, 유통 중인 판매제품은 매년 수거해 안전기준 시험검사를 진행하고 있습니다. 또한 위탁제조사가 위생적이고 안전하게 제품을 생산할 수 있는 제조환경을 갖추었는지 연 1회 전문 점검기관을 통해 점검 및 관리합니다.

#### 신규 상품 안전성 검사

##### 신규 개발

- 법적기준 : '식품의 기준 및 규격', '전기용품 및 생활용품 안전관리법' 등
- 자사기준 : 선제적 관리를 위한 '법규 비관리 대상 자체 기준 설정'

##### 기회 검사



##### 이슈 검사



#### 화학제품 품질관리

인체에 유해한 6종의 화학성분(MIT, CMIT, PHMG, PHMB, PGH, Triclosan)을 모든 PB 상품에 대해 사용을 금지하고 있으며, 항균(살균)처리 제품의 경우 제품에 처리된 항균제 전 성분을 확인하고 있습니다. 또한, 임직원과 위탁제조사를 대상으로 제품 안전관리 책임의식을 제고하고 안전관리 능력을 향상시키기 위한 교육을 실시하고 있습니다.

### 친환경 인증 상품 확대

롯데쇼핑은 지구를 이롭게 하는 지속가능한 상품을 공급하기 위해 노력하고 있습니다. 친환경 상품 기준을 자체적으로 수립해 친환경 기준에 부합한 상품이 유통될 수 있도록 장려하고 있으며, 고객과 친환경 상품을

통한 소통을 확대해 나가고 있습니다. 앞으로도 지속적인 친환경 상품 도입을 확대해 지구와 고객의 건강에 기여하겠습니다.

#### 축산물

롯데마트는 축산물 이력제를 활용해 철저히 원산지 관리를 하고 있습니다. 이력(육음)번호 관리로 사육농가, 사육지, 출하 정보 등을 확인하고 있고, 친환경 인증 제도(고유번호) 확인이 가능해 해당 축산물의 친환경 관련 제품 확인이 용이합니다.

약 40%. 돼지고기는 해당 카테고리 매출의 약 3%를 차지하고 있습니다. 2020년 01월에는 먹거리의 고급화 트렌드에 발맞춰 엄격한 무항생제 인증을 거친 명품 '지리산 순수한 한우' 브랜드를 출시해 현재 모든 점포에서 판매 중이며, 한우 카테고리 매출의 약 10%를 차지하고 있습니다.

동물복지 닭은 2015년 10월 유통사 최초로 출시했고, 이어 2020년 4월 동물복지 돼지고기를 도입해 현재 모든 지점에서 운영 중입니다. 건강한 먹거리에 대한 소비자의 관심이 높아지며 동물복지 상품은 2021년 기준 전체 닭고기 매출 비중의

또한, 명절기간 버려지는 선물세트 패키지의 재활용성을 높이기 위해 2022년 01월부터 재사용 가능한 보냉가방, 종이 부자재, 물 아이스팩 등이 적용된 친환경 선물세트 패키지를 운영하고 있습니다.

동물복지 축산물 판매현황

(단위 : EA, 억원)

구분	취급 SKU		매출	
	2020	2021	2020	2021
닭고기	27	57	128	147
돼지고기	30	39	21	40

무항생제 축산물 판매현황

(단위 : EA, 억원)

구분	취급 SKU		매출	
	2020	2021	2020	2021
한우	71	70	110	117
오리고기	13	11	13	22

친환경 부자재 사용 선물세트 현황

(단위 : EA, 억원)

구분	취급 SKU		매출	
	2020	2021	2020	2021
선물세트	56	69	126	147



<동물복지 닭고기 매장>



<동물복지 돼지고기 매장>



<무항생제 지리산 순수한 한우 선물세트와 친환경 부자재>



수산물

롯데마트는 지속가능한 수산물 자원 유지 및 무분별한 어획 방지를 위해 국제 인증을 취득한 상품군 운영을 확대하고 있고, MSC/ASC 협회에서 인증받은 연어, 명란, 홍어, 전복을 취급하고 있습니다. 또한, 수산물 이력정보를 기록 및 관리해 수산물의 생산, 가공, 유통 이력을 조회할 수 있는 수산물 이력제 상품인 건멸치 3종, 미역다시마 3종을 취급하고 있습니다.



친환경 기준

친환경 인증	친환경 원재료	친환경 제조방식	친환경포장재	기타 환경성을 개선한 제품
<p>환경부 '환경성적표지' 인증 상품 환경성적표지(탄소발자국, 물발자국 등)/ 저탄소 인증</p> <p>환경부, 글로벌 친환경 인증마크 획득 상품 신선 : 농산(무농약, 유기농 인증)/ 수산(ASC 인증, MSC 인증)/축산(유기농 인증, 무항생제 인증)/동물복지 인증 가공 : 유기가공식품(유기인증)/ 팜오일(RSPO 인증) 비식품 : 섬유(RCS인증, GRS인증)/ 종이(FSC 인증)/목재(FSC 인증) * 상품화 원료단계에서 인증이 유효한 상품에 한함</p>	<p>동물성/화학성 식품을 대체하는 식물성/자연 기반 식품 육류 대체품(인공육 등), 식물성 계란, 동물복지 상품, 유제품 대체품 등</p> <p>생분해 소재 원료로 대체한 상품 생분해 소재(PLA) 티백, 필터 등</p>	<p>무농약/유기농/친환경 공법으로 제조한 식품</p> <p>환경부 선정 친환경 제조 공장 또는 클린팩토리 공장에서 생산된 원재료 및 상품</p>	<p>기존 합성수지, 플라스틱 포장 → 종이 또는 생분해성(PLA) 포장으로 대체한 상품 종이 포장재, 생분해 비닐, 생분해 펄프 등</p> <p>재활용 용이성에 기여한 상품 및 재사용 패키지 리무버블 스티커 적용 상품 등</p>	<p>기존 대비 폐기물 발생을 억제한 상품 무라벨 생수, 씻어 쓰는 롤크리너, 플라스틱 뚜껑 제거 상품 등</p> <p>오염물질, 독성물질 저감으로 환경과 건강에 기여한 상품 유해성분을 줄인 에탄올 잉크로 생산된 패키지, 잉크 사용량을 줄인 패키지 등</p> <p>매장 내 친환경 커뮤니케이션 리필 스테이션, 비닐 롤백 감축, 에코 페트 수거함 등</p>

\* 현재 일부상품에 대해 적용 중이며 점차 확대 예정

롯데마트 친환경 PB 상품 2022년 출시 계획

구분	친환경 인증		친환경 원재료		친환경 제조방식		친환경 포장재		기타 환경성 개선 제품		계
	식품	비식품	식품	비식품	식품	비식품	식품	비식품	식품	비식품	
SKU	10	1	8	16	1	-	42	34	6	61	179
내용	환경성적표지 및 무항생제 상품 인증		비건 및 자연소재 원재료 적용		자연발효 방식 적용		종이포장 및 PLA(생분해) 포장 적용		재생원료 및 업사이클 소재 적용		



### 자원순환

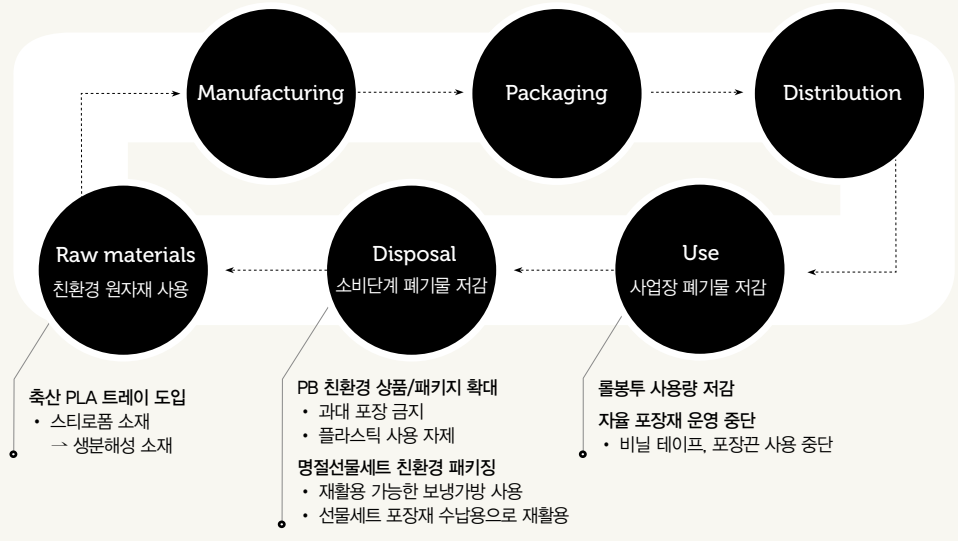
롯데쇼핑은 국내 최대 유통기업으로서 상품의 생산, 유통, 판매 과정에서 발생하는 비닐, 플라스틱 등의 폐기물을 저감하고, 재사용 및 재활용을 강화하는 자원순환 활동을 강화해 나가고 있습니다. 지속가능한 경영을 위해 사업부 특성에 맞춰 다양한 자원순환 활동을 실천하며 환경 보호에 기여하고, 순환경제를 실현합니다.

#### 환경 선순환 프로젝트 추진

롯데마트는 최근 환경 분야의 주요 이슈로 시급한 개선이 요구되고 있는 비닐과 플라스틱 저감 등을 주요 목적으로 환경 선순환 프로젝트 '함께 가요! 환경 5RE'를 추진하고 있습니다.

플라스틱 선순환 체계 구축, 친환경 패키징 확대, 식품 폐기물 감축을 3대 과제로 설정하고, Reduce(감축), Replace(대체), Redesign(재설계), Reuse(재사용), Recycle(재활용)이라는 5RE 실행 전략을 수립했습니다. 부서별로 업무를 명확하게 분장해 실행력과 업무 효율성을 높이고, 일상적인 업무 속에서 환경 경영을 내재화할 수 있도록 구체적인 환경 목표를 수립하고 이를 공유했습니다. 더 나아가 계열사 간 협력 가능한 과제는 적극 협력함으로써 시너지 효과를 창출할 수 있는 환경을 구축하고 있습니다.

#### 환경 선순환 프로젝트 활동 프로세스



#### 친환경 PB 브랜드 론칭

롯데백화점은 사회적으로 환경에 대한 관심이 높아짐에 따라 이에 부응하기 위해 2021년 9월, 친환경 PB 브랜드 'OOTT\*'를 론칭했습니다. 친환경 OOTT 브랜드는 롯데백화점이 직접 개발에 참여하며 트렌디하면서도 새롭게 개발한 친환경 소재 및 자체 원단을 사용함으로써 환경 친화적인 제품을 선보였습니다.

특히 OOTT 브랜드로 선보인 6가지 제품은 재활용 원료를 적극 사용한 업사이클링 제품입니다. 페트병을 녹여 폴리 에스테르 형태로 만들어 실을 뽑아낸 재활용 원단을 6가지 제품 제작에 사용했습니다. 또한, 옷에 달린 가격표와 쇼핑백을 재활용하는 RE:USE 캠페인을 함께 진행했고, 인천터미널점에 첫 선을 보인 오프라인 매장은 재활용 소재를 활용한 친환경 매장으로 운영하고 있습니다.

\* OOTT는 Only One This Time의 약자로, 지금 이 순간 오직 여기에서만 구매 가능한 상품이라는 의미이며, 친환경 콘셉트의 고품질 백화점 PB 브랜드입니다.

#### 자원재활용 활성화

e커머스에서는 친환경적인 라스트 마일 포장방식 매뉴얼을 수립해 자원재활용 활성화에 기여하고 있습니다. 전 점포 대상 100% 물로 된 아이스팩과 친환경 종이봉투를 사용하고, 패키징된 상품을 이동할 때는 저온비닐을 사용하며, 하단에는 냉장 및 냉동을, 상단에는 상온상품을 비치해 배송합니다. 또한, 고객이 소유하고 있는 보냉백과 장바구니 사용을 유도함으로써 자원재활용 활성화를 촉진하고 있습니다.



# Social

## 우수인력 확보

롯데쇼핑은 대한민국을 대표하는 유통기업으로서 국내 유통 산업의 지속가능한 혁신과 성장을 주도해 나갈 우수한 전문인력을 확보하기 위해 다방면으로 노력을 기울이고 있습니다. 채용에 관한 공정하고 신뢰할 수 있는 제도를 수립하고 운영함으로써 공정한 채용 문화를 조성하고, 합리적인 성과 평가 등을 통해 우수한 인재가 역량을 충분히 발휘할 수 있도록 다양한 평가제도를 운영하는 등 변화하는 시대의 속도에 발맞춰 나가고 있습니다.

## 상시 채용

롯데쇼핑은 우수한 전문 인재를 적시에 채용하기 위해 2021년 부터 상시 채용 제도를 도입해 운영하고 있습니다. 채용 절차의 공정성 및 투명성 확보 강화를 통해 우수한 인재들을 채용하고, 공정한 채용 문화가 확립될 수 있도록 다양한 활동을 진행하고 있습니다.

구분	내용
인적성 진단 L-Tab	인적성 진단인 엘탭(L-Tab)을 통해 가상 업무 상황에서 경험할 수 있는 다양한 과제를 해결하는 방식을 도입해 지원자들의 대처 능력 및 업무 수행 평가 능력을 검증
신입채용 불합격자 피드백	채용과정에서 공정성을 확보하기 위해 평가 점수를 왜곡됨 없이 투명하게 결과로 산정하고 있으며, 불합격 지원자에게 결과 피드백을 진행
공정한 면접관 양성	면접위원 인증과정을 통해 명확한 역량 평가 및 바른 태도를 가진 면접관을 양성하고, 면접관 Pool 운영을 통해 면접관 육성

## 공정한 평가 제도

### 수시평가 제도 운영

롯데쇼핑은 2019년부터 수시평가 제도를 도입해 '상시성과 시스템'을 구축했습니다. 직원들은 수시로 발생하는 업무 성과를 '상시성과게시판'에 기록하고, 부서는 이에 대해 실시간으로 피드백 및 평가함으로써 과정에 대한 수시 평가 및 개선 방향성을 제시하고, 직원 역량 개발 기회를 제공하고 있습니다.



## 공정 채용 가이드 전파 및 서약

롯데마트는 상시 채용 전환에 따른 부정 청탁 및 불공정 채용에 대한 경각심 고취 및 비리 방지 등 공정 채용 문화가 확립될 수 있도록, 공정 채용 가이드를 전파하고 있습니다. 채용 공고, 지원서 접수, 서류 전형, 면접 전형, 합격자 선정 등의 항목에 대해 명확하고 구체적인 가이드를 제공 및 전파하고, 면접 진행 시 면접관 서약을 통해 지속적으로 관련 내용을 상기하며 준수하고자 노력하고 있습니다.

## 메타버스 채용 설명회

롯데백화점에서는 사회 전반의 빠른 변화에 따라 장소에 구애받지 않는 '메타버스 채용 설명회'를 2021년도 하반기에 그룹사 최초로 도입했습니다.

기존 각 주요 대학에 채용 부스를 설치해 설명회를 진행하던 것과는 달리 장소나 시간에 구애받지 않는 시스템을 구축함으로써 더 다양한 지원자들이 채용설명회에 참석할 수 있도록 기획했습니다.

특히, 신규 오픈 점포인 타임빌라스를 모토로 맵을 구성해 신규 점포에 대한 소개 및 기대감을 주었고, 백화점의 주요 산업과 관련된 소개관을 구성해 보다 입체적이고 다각적으로 설명회를 진행했습니다.

### 다면평가 제도 운영

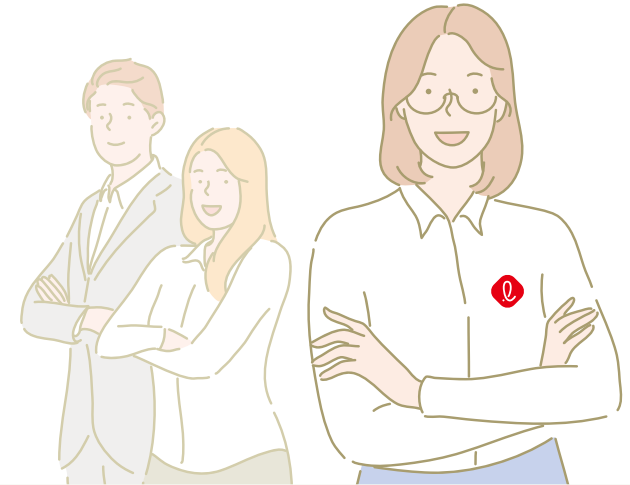
롯데쇼핑은 상사 중심의 일방향적 평가에서 탈피하고자 함께 일하는 동료 및 상사에 대한 평가를 도입해 함께 일하는 조직문화를 조성하고 있습니다. 다면평가를 연 2회 진행하고, 이를 통해 조직 내 건전한 긴장감을 부여하고 있습니다.

### 임직원 역량 강화

롯데쇼핑은 임직원들의 역량 강화를 위한 다양한 제도적 지원과 프로그램 등을 운영하며 임직원이 직급 및 직무에 맞는 능력과 시대의 변화에 대응할 수 있는 역량을 갖추어 수 있도록 지속적으로 노력을 기울이고 있습니다. 역량 강화에 기반이 되는 교육 체계를 구축하고, 직급 체계 및 연봉 체계를 역할과 성과 중심으로 개선하며 임직원이 자발적으로 역량 강화에 힘을 쏟을 수 있도록 동기 부여할 수 있는 근무환경을 조성했습니다.

#### 교육 체계 구축

롯데쇼핑은 임직원들이 역량을 강화하고, 최고의 성과를 창출할 수 있도록 사업부별로 효과적이고 체계적인 교육 시스템을 구축해 운영하고 있습니다. 직급 및 직무별 교육과정을 구성해 진행하고, 다양한 학습 콘텐츠를 운영하며, 인재 육성과 역량 강화에 힘쓰고 있습니다. 체계적인 교육 시스템을 통해 교육 성과의 효율성을 높이고 변화하는 시대상에 맞는 인재를 육성해 나갑니다.



구분	백화점	마트	슈퍼	e커머스
리더십	<p>리더십 개발 프로그램 [팀장 리더십 향상 트레이닝]</p> <p>▲</p> <p>[리더 인식변화 지원]</p> <p>▲</p> <p>[新리더십 모델 확립]</p>	<p>팀/점장 리더십 코스 체계화 [팀장/점장 리더십 코칭]</p> <p>▲</p> <p>[신임 팀장/점장 과정]</p> <p>▲</p> <p>[예비점장 교육]</p>	<p>직책자 코칭 및 피드백 강화 교육 [코칭]</p> <p>▲</p> <p>[평가 Review]</p> <p>▲</p> <p>[목표설정 / 팀원 합의]</p>	<p>[임원 노하우 과정] [면접관 교육(직무특화)]</p>
직무	<p>[사내 전문가 클래스] [영업점 직무 교육]</p>	<p>MD 교육의 체계화 [Lv. 3 심화단계]</p> <p>▲</p> <p>[Lv. 2 입문단계]</p> <p>▲</p> <p>[Lv. 1 사전단계]</p>	<p>체계적 직무 역량 향상 과정 운영 [점장 역량 향상 과정] 점장 Level Up 과정</p> <p>▲</p> <p>점장 예비자 과정 + 점장 점포 운영관리 지침 [주요 직무 역량 향상 교육] MD, DT, 온라인 직무 등 (자격증 취득 지원) [경력직/ 신입 입문 과정]</p>	<p>[영업/마케팅 과정] [Product 과정] [AWS 교육]</p>
특화 프로그램	<p>[대표 소통 타운홀 미팅] [예비점장 교육] [큐레이팅 콘텐츠 운영]</p>	<p>[임원 역량 강화] [직무 매뉴얼 및 가이드북 제공]</p>	<p>[올바른 직장문화 교육] [안전관리/수칙 교육] [공정거래교육] [MD 식품안전교육] [영업 식품위생교육] [POG 교육]</p>	<p>[OKR 타운홀 미팅] [롯데.바.시(경력직 강의)]</p>

### 성과 중심의 개별연봉제 운영

롯데쇼핑은 성과 중심의 개별연봉제를 통해 임직원들의 자발적인 성장을 유도하고, 성과 창출에 따라 합리적인 보상이 뒤따라도록 평가 및 보상제도를 개편했습니다. 사업부별 직무와 조직의 특성을 기반으로

합리적인 제도의 도입과 개선, 평가 인원비율 조정, 급여 차등 지급 등 임직원의 성과 극대화 및 만족도를 높일 수 있는 최적의 제도를 마련하고 운영했습니다.

구분	백화점	마트	슈퍼	e커머스
주요 변경항목	보상체계를 개선해 승진에 관계없이 성과를 내는 직원에 고연봉 지급 연봉 차등 제도 : 성과평가 결과를 반영해 연봉등급 산정 및 기본급/업적가급 누적식 차등	M Grade(간부 사원) 이상 사원 대상 성과 중심 차등 보상 강화 승진 초임 제도 폐지 평가 우수자 비율 확대 : 10% → 15% 평가 결과에 따라 매년 기준급 및 상여금 차등 누적	평가 인원비율 및 등급 명칭 변경 : 평가 우수등급 비율 확대로 성과 향상에 대한 구성원 동기부여 확대 (기본급) 평가에 따른 기본급 인상 차등 운영 (상여금) 동일 Grade 장기체류자의 상여금 차등 운영	피드백의 양과 질을 높여 결과의 수용도를 높이고 성장을 촉진하기 위해 수시 피드백을 도입 조직별, 평가 등급별 배분 폐지 및 절대 평가 도입 평가 객관성 확대 : 타 부서 팀장, 부문장과 논의하고 토론해 평가 등급 확정 평가 등급에 따른 보상 차등 강화

### 역할 중심의 직급체계 구축

롯데쇼핑은 역할 중심으로 직급체계를 구축하고 직급 통합 작업을 통해 직급을 간소화했습니다. 이를 통해 승진에 대한 과도한 피로도를 낮추고, 승진 연한을 축소하는 등 차세대 리더를 육성할 수 있는 환경을 조성했습니다. 제도 개선 과정에서 설명회 및 동의절차를 진행하며 임직원들의 공감대를 확보했고, 불이익을 당하는 직원들이 없도록 필요한 경우 적절한 보상을 실시했습니다.

현행		개선		
Grade	호칭	Grade	호칭	역할
S1(3년)	수석(7년)	S(7년)	수석(7년)	팀 리더
S2(4년)		* 5년 차 임원 대상		
M(6년)	책임(6년)	M(6년)	책임(6년)	플레이코칭
SA(4년)	대리(4년)	SA(4년)	대리(4년)	실무자
A(3년)	사원(3년)	A(3년)	사원(3년)	

[5단계 직급] 표준 연한 20년

[4단계 직급] 표준 연한 20년, 최소 연한 18년

### 역량 강화 교육

롯데쇼핑은 체계적인 교육체계를 바탕으로 임직원에게 다양한 교육 기회를 제공해 임직원 역량이 향상될 수 있도록 추진하고 있습니다.

(단위 : 명, 시간, 백만원)

구분	백화점	마트	슈퍼	e커머스
총 인원	3,868	2,253	3,418	856
총 시간	101,694	24,393	43,183	17,383
총 비용	2,613	670	87	780



### 협력적 노사 관계 구축

롯데쇼핑은 노사 간의 신뢰를 기반으로 노사 관계 및 공동체 의식을 통한 근로환경 개선을 지속적으로 진행하고 있습니다. 각 사업부별 노사협의체를 정기적으로 진행해 소통을 확대하고 있으며, 본사 차원 및 점 단위의 협의체를 통해 사업장에 맞는 노사 간 공동의 이익이 되는 합의점을 찾고자 노력하고 있습니다. 또한, 실질적 근로환경 개선을 위해 연간 점검을 진행하고 있으며, 이를 통해 노사간 화합 및 현장 실행력을 높이고 있습니다.

#### 노사 간 의사소통 활성화

롯데마트는 노사 간의 이해와 관계를 향상시키고, 다양한 직군/직급의 의견을 청취함으로써 노사 간의 의사소통을 활성화하기 위한 노력을 지속적으로 기울이고 있습니다. 이를 위해 '노사합동간담회'와 '현장 공감미팅'을 운영하고 있습니다.

##### 노사합동간담회

개최 횟수	연 1회
참여 인원	(사용자) 지원부부장, 노무팀장 및 노무 실무자 (근로자) 노동조합위원장 및 간부(대위원, 상무집행위원)
내용	접수 내용 공유, 회사의 전반적인 사업 및 비전과 노사환경 이슈 공유

##### 현장공감미팅

개최 횟수	연 3회
참여 인원	(사용자) 지원부부장, 인사팀장, 노무팀장, 교육팀장 (근로자) 다양한 직군 및 직급으로 구성
내용	권역별 사업장을 직접 방문해 제도 안내, 구성원 면담을 통한 의견 청취

#### 노사협의회 현황

롯데쇼핑은 사업부, 사업장별로 노동관계법령에 근거해 노사협의회를 설치하고 운영함으로써 노동자와 사용자 간의 협력 관계를 높이고 있습니다. 노사협의회를 통해 임직원의 근로조건 향상 등을 위한 다양한 안건을 논의하고 협의하며, 발전적인 노사 관계를 구축하고 있습니다.

구분	백화점	마트		슈퍼	e커머스
		본사	지점		
개최 횟수	분기 1회 (연 4회)	분기 1회 (연 4회)	분기 1회 (연 4회)	분기 1회 (연 4회)	분기 1회 (연 4회)
참여 인원 사용자/근로자	3인/3인	3인/3인	3인/4인	4인/6~9인	4인/4인
비고	필요 시 임시회의 수시 개최	-		본사와 점포 인원 동시 참석	필요 시 임시회의 수시 개최

#### 노무 관련 대외 수상

롯데백화점과 롯데e커머스는 노사 간의 활발한 소통과 협의를 통해 근로환경 및 근로조건 향상을 위한 지속적인 노력을 펼친 결과, 대외적으로 그 성과를 인정받고 있습니다.

롯데백화점에서는 기업 노사 문화 개선을 통해 2020년 고용노동부에서 주관하는 노사문화 우수기업 인증을 취득하였습니다.

롯데e커머스에서도 2015년 고용노동부에서 주관한 제15회 남녀 고용평등 우수기업 대통령 표창을 시작으로 노사문화, 워라밸 등의 분야에서 노사 간의 상생과 건강하고 발전적인 근로환경을 조성하기 위한 노력을 인정받았습니다.

구분	연도	주관	분야	수상 등급
백화점	2020	고용노동부	노사문화우수기업 인증	
	2018	고용노동부	하우투 워라밸 공모전	최우수상
e커머스	2017	고용노동부	노사문화 대상	국무총리상
	2015	고용노동부	제15회 남녀고용평등 우수기업	대통령 표창



협력적 조직문화 조성

롯데쇼핑은 노사 간 협력적인 조직문화를 조성하기 위해 다양한 프로그램을 적극적으로 운영하고 있습니다. 임직원들을 대상으로 기존의 조직 운영이 가진 문제점을 도출하고, MZ세대들과 적극적으로 소통할 수 있는 커뮤니케이션 창구를 마련하며, 유연하고 균형 잡힌 조직문화를 조성함으로써 일하기 좋은 일터를 만들고, 인재 육성의 기반을 마련하며 지속가능한 기업경영의 토대를 구축하고 있습니다.



주니어보드 운영

롯데쇼핑은 MZ세대 사원들의 의견을 경영진이 청취하는 열린 의사소통 채널인 '주니어보드'를 사업부별로 운영했습니다. MZ세대를 중심으로 하는 구성원들의 의견을 경영진이 직접 듣고, 이에 대해 답변하는 내용을 게시판 공지 및 동영상 제작 등을 통해 전사적으로 공유하며 조직문화 개선을 위해 힘쓰고 있습니다. 롯데백화점은 수평적 조직문화를 대변할 페르소나로 '김말랑 이사'를 도입하고, 조직문화 개선을 위한 다양한 프로젝트를 수행하며 이를 사내 그룹웨어 내 '말랑Talk' 게시판을 통해 공유했습니다.

체인지 에이전트 운영

롯데쇼핑은 사업부별로 기업문화 혁신을 주도하는 TFT로서 '체인지 에이전트'를 구성해 운영했습니다. 롯데백화점은 현재 조직의 문제에 대한 객관적인 데이터 수집을 위해 직원 FGI, 인터뷰 기반 설문조사를 진행했습니다. 또한, 도전적이고 성장하는 문화를 형성하기 위해 오픈이노베이션 사내 스타트업 제도인 '두썸밍챌린지' 활동을 추진했습니다. 롯데마트는 체인지 에이전트를 통해 불필요하고 비합리적인 업무를 줄여나가는 '삼질 업무 퍼내기' 프로젝트를 추진하며 총 12건의 업무를 개선했습니다.

소통혁신 TFT 개설

롯데백화점은 현장과의 적극적인 소통을 위해 2021년 2월 소통혁신 TFT를 개설하고 전사적 이슈 개선에 적극적으로 동참했습니다. 소통혁신 TFT는 주요 추진과제로 직장 내 괴롭힘, 갑질을 예방 및 관리했습니다. 이를 위해 신고센터를 운영하고 기업문화리포트를 발간했습니다. 또한, 현장 진단을 통해 문제점을 직접 개선했습니다. 다양한 직무가 존재하는 백화점의 특성상 임직원이 직무에서 어려움을 겪지 않도록 직무 분석을 통한 교육 과정을 제공했고, 비효율 업무는 제거해 문제점을 개선했습니다. 그 외에도 타사 HR 우수사례 분석을 통해 이슈 개선 역량을 강화했습니다.

Monthly Super 소리 운영

롯데슈퍼는 매월 대표 주관으로 사업의 방향성을 공유하고, 임직원 간의 소통을 활성화하기 위해 'Monthly Super 소리'를 진행하고 있습니다. Monthly Super 소리는 사업부 대표와 임직원 간 실시간으로 진행되며, 이를 통해 사업부 전략, 윤리경영, 공정거래 교육 등의 내용을 전달하고, 사내 익명 게시판 '임귀당귀'에 올라온 내용에 대해 답변하고 소통했습니다. 임직원 간의 소통을 활성화함으로써 조직문화 개선은 물론, 구성원들의 입장에서 근무환경을 개선해 나가기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

## 사업장 안전문화 확산

롯데쇼핑은 중대산업재해 예방 및 사업장 안전관리를 위해 본사를 포함한 전 사업장에 안전 관리 조직을 구성하고, 각 사업부별 안전 관련 경영방침을 수립해 이를 기준으로 안전관리 점검과 교육을 진행하며 안전에 더욱 만전을 기하면서 산업재해 발생을 최소화하도록 최선을 다하고 있습니다.

### 사업부별 안전 경영방침

#### 백화점

- I. 안전에 대해 결코 타협하지 않으며, 임직원의 건강한 근무환경 조성을 위해 최선을 다하겠습니다.
- II. 안전보건과 관련된 모든 법규 및 회사 규정을 준수하고, 파트너사 및 이해관계자의 의견을 적극 수용하겠습니다.
- III. 안전보건 경영체계 발전을 위해 매년 개선된 안전보건 계획을 설정하고, 지속적인 위험예방 및 개선활동을 통한 성숙한 안전보건 문화 정착에 앞장 서겠습니다.

#### 마트

- I. 인명존중 : 고객 및 임직원의 안전을 최우선으로 한다.
- II. 예방 및 교육훈련 : 평소 재해 예방 활동에 최선을 다하고, 재해 발생 시 피해 최소화를 위해 주기적으로 교육 훈련한다.
- III. 사회적 책임 : 재해 지역의 신속한 영업 정상화로 기업과 사회구성원 모두에게 이익이 되도록 책임을 다한다.

#### 슈퍼

- I. 롯데슈퍼 전 임직원은 직원과 고객의 안전을 기업경영의 최우선 과제로 삼고, 지속적인 사고 예방과 위험요인을 제거하여 안전한 근무환경을 조성하겠습니다.
- II. 매년 차년도 경영계획 수립 시 안전·보건 추진 계획을(항목, 예산 등) 동시에 수립하여 시행하겠습니다.
- III. 근로자가 안전·보건과 관련된 규정을 철저히 준수할 수 있도록 정기교육 및 실행을 독려하겠습니다.

#### e커머스

- I. 안전에 대해 결코 타협하지 않으며, 임직원의 건강한 근무환경 조성을 위해 최선을 다하겠습니다.
- II. 안전보건과 관련된 모든 법규 및 회사 규정을 준수하고, 파트너사 및 이해관계자의 의견을 적극 수용하겠습니다.
- III. 안전보건 경영체계 발전을 위해 매년 개선된 안전보건 계획을 설정하고, 지속적인 위험예방 및 개선활동을 통한 성숙한 안전보건 문화 정착에 앞장 서겠습니다.

## 안전 경영방침 및 조직 강화

안전한 근무환경 조성 및 중대재해 예방을 위해 안전 경영방침을 제정했고, 안전관리 조직을 대표 직속으로 편성해 의사결정 단계를 최소화하고 독립성을 확보함으로써 실효적인 안전보건 경영 체계를 구축했습니다.

### 안전관리 조직

백화점/마트 사업부는 안전관리 조직을 팀에서 대표 직속 부문으로 격상해 독립성을 확보함으로써 실효적인 안전 관리 체계를 수립했습니다.



### 안전관리 활동

롯데쇼핑은 시설점검, 시스템을 포함한 유지보수, 안전보건 강화, 중대산업재해 예방 등 안전관리를 위해 매출액의 2% 이상을 안전관리 비용으로 사용하며 안전사고 예방에 주의를 기울이고 있습니다. 2022년에는 관련 예산을 10% 이상 증액해 중대산업재해 최소화를 위한 다양한 활동을 진행할 계획입니다.

(단위 : 억원)

구분	시설점검	유지보수	안전보건 강화	기타	합계	2022년 계획
롯데 쇼핑	1,353	478	14	9	1,854	2021년 대비 10% 이상 증액
백화점	957	266	2	3	1,228	
마트	285	165	11	3	464	
슈퍼	111	47	0.6	2.4	161	
e커머스	0.3	-	0.7	0.5	1.5	

### 정기적 점검 활동

롯데쇼핑은 사업부별로 상황에 맞는 정기적 점검활동을 진행하고 있습니다. 내부 점검은 물론, 외부 점검도 지주의 안전관리 시스템인 '롯데세이프티'를 통해 연 1회 진행하며 안전 사고가 발생하지 않도록 예방하고 있습니다.

<b>백화점</b>	안전클리닉(연 3회)/정기점검(연 2회)/소방정기점검(연 2회)
<b>마트</b>	정기점검(연 2회)/특별점검(수시)
<b>슈퍼</b>	순회점검(격월 1회)/정밀점검(자가/단독)/자체점검(월 1회)
<b>e커머스</b>	안전점검(월 1회)/위험성 평가(연 1회)
<b>롯데세이프티</b>	롯데쇼핑 4개 사업부는 롯데세이프티 시스템을 통해 안전 컨설팅을 연 1회 평가 실시하고 있고, 이를 통해 사업장 내외부 전반의 안전관리 상태, 시설물 운영 상태, 훈련상태 등을 점검하고 있습니다.

### 안전 점검

롯데쇼핑은 안전상 재해가 발생할 수 있는 주요 시설물을 정기적으로 점검하고, 전문 인력을 통해 관리하고 있습니다. 주요 시설물에 대한 정기적인 점검을 통해 중대산업 재해가 발생하지 않도록 주의를 기울이고 있습니다.

### 주요 위험 시설물 현황

(단위 : 개소)

사업장별 추락/화재/감전/질식 위험이 있는 위치를 파악하고 사전 점검 및 안내를 통해 재발하지 않도록 조치하고 있습니다.

구분	추락위험요소	화재위험요소	감전위험요소	질식위험요소
롯데쇼핑	3,995	972	5,432	1,096
백화점	1,416	150	2,979	644
마트	1,782	155	2,124	236
슈퍼	797	667	329	216

### 전문인력

(단위 : 개사, 명)

롯데쇼핑은 안전관련 전문 파트너사와 협업을 통해 전문인력이 상주하며 위험 요소를 관리하고 있습니다.

구분	전문 파트너사	전문인력	비고
롯데쇼핑	64	2,819	시설, 승강기 점검, FMS 지속운영
백화점	21	1,615	
마트	10	752	
슈퍼	33	452	

### 취약시기별 안전관리 강화

롯데쇼핑은 해빙기, 집중 호우 등 안전사고에 노출되기 쉬운 취약시기별로 안전관리를 강화하기 위해 안전관리 취약 시기 안내 및 대책 등을 전파하며 집중적인 예방 및 대응을 통해 어떤 시기에도 안전관리에 소홀하지 않도록 운영하고, 이를 통해 미연에 사고를 방지하고자 최선을 다하고 있습니다.

구분	설/추석 명절대비	해빙기	하절기	동절기
백화점	<ul style="list-style-type: none"> <li>화재예방</li> <li>공사장 안전관리</li> <li>승강기 시설 안전 여부 점검</li> <li>인테리어 마감재 고정상태 등 점검</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>시설물 균열 및 침하 여부</li> <li>소방시설 배관 누수 유무</li> <li>외부 분전반 절연저항 측정</li> <li>옥외 대형 현수막,사인물 고정상태 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>냉각탑, 분수대 등</li> <li>레지오넬라균 관리 및 수질검사</li> <li>에어컨 실외기 열화상 점검 등 화재예방 관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>소방 안전교육 및 훈련(비상대피 훈련 등)</li> <li>취약시설 위험요소 점검 및 개선</li> <li>건축물 외벽 외기 침입 유무 점검 및 조치</li> </ul>
마트	<ul style="list-style-type: none"> <li>명절대비(설/추석) 안전관리 강화대책 통보 명절당일 전 2주간 안전관리 강화</li> <li>명절대비 특별점검 실시 지역별 4~5개점 SPOT 점검 실시 (2022년 설 38개 점 실시)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해빙기 안전관리 강화지침 통보 당해 10월 3주~익년 2월 말까지</li> <li>안전관리 트레이너 지역별 3~4개점 SPOT 점검 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>하절기 안전관리 강화 지침 통보 당해 5월 말 ~ 풍수해 종료시까지(10월 중순)</li> <li>안전관리 트레이너 정기점검 시 특이사항 여부 점검</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>동절기 안전관리 강화지침 통보 당해 10월 3주~익년 2월 말까지</li> <li>안전관리 트레이너 지역별 3~4개점 SPOT 점검 실시</li> </ul>
슈퍼	<ul style="list-style-type: none"> <li>명절 화재예방 점검 시행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해빙기 안전관리 점검 시행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>풍수해 대비 안전관리 점검 시행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한파/동파 방지 안전관리 점검 시행</li> </ul>
e커머스	<ul style="list-style-type: none"> <li>2회/년 실시(구정, 추석)</li> <li>명절 전/후 사업장 점검 실시</li> <li>임직원 대상 교육 실시(사고발생시 보고체계)</li> <li>비상연락망 가동(일단위 보고)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해당 없음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해당 없음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1회/년 실시(매년 12월)</li> <li>동절기 전 시설물 사전점검 실시</li> <li>한파경보 시 특별점검 실시</li> <li>임직원 대상 교육 실시(화재예방)</li> <li>안전행사 실시(캠페인)</li> </ul>

### 안전 관련 대외 수상 및 인증 취득

롯데쇼핑은 체계적인 안전관리 시스템을 구축하여 체계를 구축하여 안전분야에서 업계에서 선도하고 있으며, 시스템 구축을 통해 더욱 고도화된 안전 관리를 하고 있습니다.

#### 대외 수상

롯데마트는 안전감찰업무를 성실하게 수행하며 안전한 일터 조성을 위해 노력한 성과를 인정받아 안전감찰업무 유공 및 다중이용시설 유공 행정안전부 장관 표창을 받았습니다.

#### 인증 취득

롯데마트는 대형마트 최초로 안전보건 경영시스템 국제 표준인 ISO 45001 인증을 취득했습니다. ISO 45001은 사업장의 각종 위험 요인을 사전에 예측 및 예방해 조직 내 안전보건체계를 관리하기 위한 국제 표준 인증제도로, 롯데마트의 안전보건 시스템이 글로벌 기준에 부합함을 인정받았습니다.



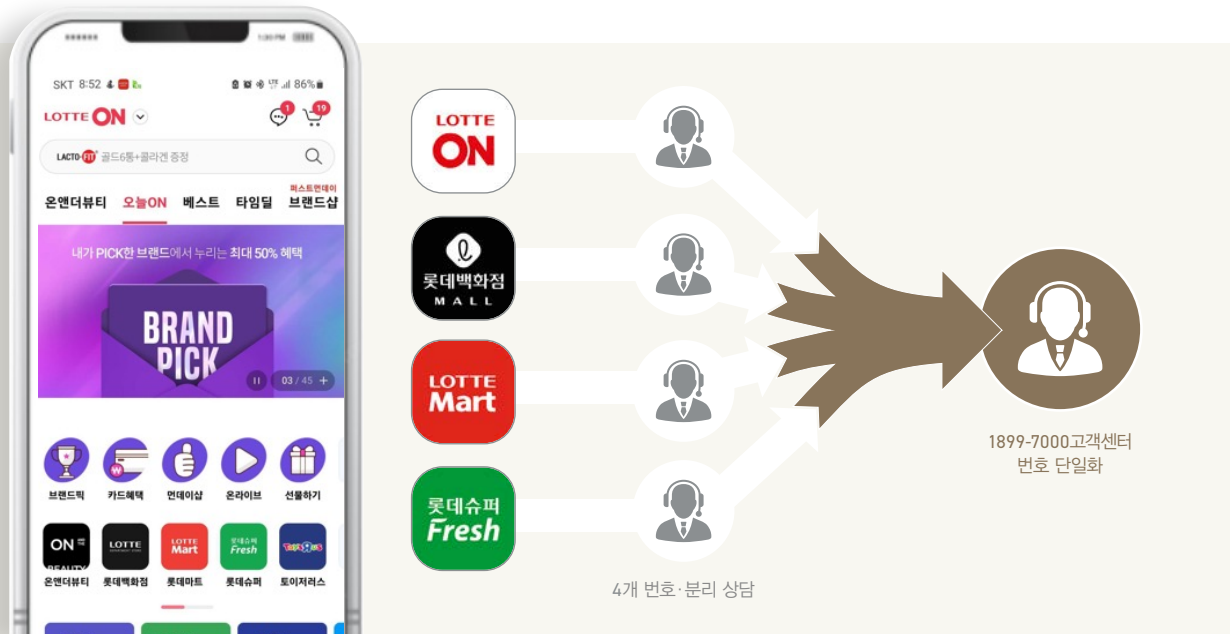
## 고객 만족 및 서비스 강화

롯데쇼핑은 '사랑과 신뢰를 받는 제품과 서비스를 제공하여 인류의 풍요로운 삶에 기여한다'는 미션을 달성하기 위해 무엇보다 끊임 없이 고객들의 만족을 높이고, 보다 나은 서비스를 제공하려는 노력을 기울이고 있습니다. 일상에서 소비자와 최일선에서 만나는 롯데쇼핑은 상품의 품질은 물론, 배송 및 상담 등 상품 구매 전반에 관해 고객의 입장에서, 고객을 중심으로 생각하며 최고의 고객경험을 선사하기 위해 차별화된 서비스를 제공하고 있습니다.

### 고객센터 상담서비스 강화

롯데쇼핑은 높은 수준의 고객 만족 서비스를 제공하기 위해 고객센터 상담서비스를 강화해 나가고 있습니다. 각 사업부별로 분리되어 있던 고객센터 번호를 단일화해 상담서비스를 통합 운영합니다. 이를 통해 사업부별로 분리된 상담서비스를 이용해야 했던 고객들의 불편을 해소하고, 상담서비스 대응 체계의 효율성을 높여 고객들이 보다 편리하게 상담서비스를 이용할 수 있는 시스템을 마련했습니다.

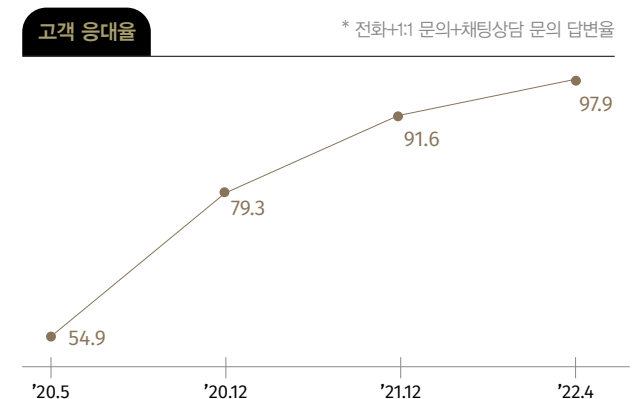
또한, 코로나19로 인한 상담서비스 운영의 어려움이 서비스의 질적 하락으로 이어지지 않도록 상담사들의 재택 상담 운영 및 확대, 성과가 높은 상담사 유지 프로그램 강화 및 수탁사 평가 반영 등을 시행하며 고객의 응대율을 개선하고 상담서비스의 품질을 향상시켰습니다. 이 외에도 상담서비스 채널을 다각화하며 고객의 접근성과 편의성을 향상시켰습니다. 챗봇&채팅 상담 채널을 신설해 운영하고, 업계 최초로 음성메시지 상담(2020.11.) 서비스를 운영해 제공하고 있습니다.



### 새로운 서비스 운영

롯데쇼핑은 고객 만족도 향상을 위해 다양한 서비스를 새롭게 선보이며 운영하고 있습니다. 택배 업체와 연계해 구매한 상품의 도착 일정 확률을 알려주는 서비스인 '롯데ON 도착확률제'를 도입해 (2021.3.) 고객들이 상품 도착 일정을 가늠할 수 있도록 돕고 있습니다. 해당 서비스의 운영을 통해 월간 약 6천 건의 배송문의가 감소하며 배송문의 폭주로 인한 운영 부담을 낮추고 고객 만족도 향상에 기여했습니다.

향후 신선도가 떨어지는 상품을 수령할 경우, 회수하지 않고 즉시 반품하는 '신선품질ON', 해외직구로 구매한 상품의 배송추적과 고객에게 강화된 배송알림 메시지를 제공하는 등의 새로운 서비스를 제공하기 위해 준비하고 있고, 끊임 없이 고객 만족 향상을 위해 고객 중심의 수준 높은 서비스를 제공해 나갈 계획입니다.





### 고객의 소리(VOC) 관리 강화

롯데슈퍼는 고객의 소리(VOC) 관리 체계를 강화함으로써 고객의 요구와 불만에 적극 대응하고, 서비스의 질을 높여 나가고 있습니다. 고객센터를 통해 접수된 VOC 속보를 이메일로 공유하던 기존의 방식을 롯데

슈퍼 시스템 내에서 공유할 수 있도록 개선했습니다. 또한 매월 VOC 우수점과 친절사원을 선정해 포상함으로써 직원들의 적극적인 업무 수행을 유도하고 있습니다.

#### VOC 속보 공유 변경 체계

등록	Alarm	확인/처리	Warning	관리	리포트
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영업정보 시스템 등록(고객지원팀) 파일 일괄 업로딩 &amp; DB 저장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해당 점포(점장)에 카톡 발송</li> <li>• 알람 미적용 분류의 경우 개별 확인 오후 4시 이후 일별 데이터 등록 완료</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해당 점포 VOC 확인 사실 관계 및 상세 내용 파악</li> <li>• 확인된 내용 수정/반영(등록일 기준 D+2일 내 요청)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경고장 발송 대상자 전산 입력 카톡 알람&amp;경고장 발송</li> <li>• 상시 확인 가능으로 워닝 관리 편리 도모</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 누적건수 저장/관리 유형별 점별·인별 자동 집계 (경고장 발부 집계 포함)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 경영정보 리포트 데이터 반영 점별 유형별 발생 트렌드 분석을 통한 개선 방안 수립</li> </ul>

### DT 혁신 추진

롯데슈퍼는 고객 서비스 극대화를 위해 매장 내 디지털 기술을 도입을 통한 다양한 서비스 혁신을 추진했습니다.

#### 디지털 피킹 카트 도입

롯데슈퍼는 피킹 간소화를 위해 디지털 피킹 카트를 도입해 피킹 시간을 단축시켰습니다. (주문 건당 10분 이내) 또한, 피킹 카트 태블릿을 통해 실시간으로 재고 현황 및 상품코드를 연동해 피킹 오류를 방지했습니다. 이를 통해 고객들의 불편을 최소화하는 것은 물론, 업무 간소화로 직원들의 피로도를 낮춰 고객대응에 집중할 수 있는 여건을 마련했습니다.



\* 피킹: 물류 창고 등에 보관 중인 상품을 보관장소에서 꺼내는 일

#### 고객 행동 데이터 분석

고객 맞춤형 서비스를 제공하기 위해 슈퍼 내 고객 동선, 진열 곤도라에 고객 행동 데이터 분석 카메라를 설치해 고객들의 쇼핑 동선과 주요 구매 상품 등에 대한 데이터 분석을 시행하고 있습니다. 분석 결과에 따라 매장 내 상품 진열 위치 등을 최적으로 변경해 쾌적한 점포 환경을 제공합니다. 테스트점에서 시범사업을 진행 중이고, 차후 지속적으로 확대해 나갈 계획입니다.

#### 키오스크 설치 확대




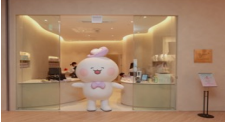

코로나19 이후 언택트 쇼핑이 급증하고, 고객들이 대면 접촉 없이 안전하게 쇼핑하고 계산할 수 있도록 셀프 키오스크 설치를 확대하고 있습니다. 키오스크 확대를 통해 소량 상품 구매 시 계산하기 위해 줄을 설 필요가 없어짐에 따라 고객이 직접 계산할 수 있는 환경을 제공함으로써 고객 편의를 향상시켰습니다. 향후 키오스크 확대를 지속적으로 확대해 나갈 예정입니다.

### 사회공헌활동

롯데쇼핑은 국가 및 지역사회 발전에 선도적으로 공헌하는 기업이 되기 위해 사회공헌활동을 기업의 전략 차원에서 다루고 있습니다. 일회성 또는 단순기부 형태의 사회공헌활동을 지양하고, 장기적인 목표 하에 유통업의 특성 및 내부역량을 가장 효과적으로 활용할 수 있고, 기업전략과 연계될 수 있도록 사회공헌 전략 및 프로그램을 개발하고 있습니다. 임직원 봉사 활동, 지역사회 파트너십, 환경보호활동 등 사회, 환경 분야를 중심으로 추진하고 있으며 특히, 2021년에는 모든 사람들의 자존감과 꿈과 도전을 응원하기 위한 심리상담 프로젝트 RE:JOICE(리조이스) 캠페인을 확대해 추진했습니다.

### RE:JOICE 프로젝트 활성화

롯데쇼핑은 여성, 청년, 소외 계층 등 다양한 사람들의 자존감, 꿈과 도전을 응원하기 위해 2017년부터 추진해온 여성 우울증 개선을 위한 리조이스 캠페인을 꿈과 도전을 응원하는 캠페인으로 전환하고, 2020년 8월 롯데백화점 센텀시티 심리 상담소 오픈을 시작으로 심리 상담과 연계된 사회공헌활동을 지속적으로 진행하고 있습니다.

주요 활동		내용	비고
사내	여성의 날 맞이 캠페인송 발표	 2021년 3월, 세계 여성의 날(3월 8일)을 기념해 유명 아티스트와 함께 캠페인 테마곡 '빛나는 당신을 위해'를 발표했습니다. 음원수익의 일부는 어려운 이웃을 돕기 위한 기부금으로 사용했습니다. 또한 롯데백화점 전국 매장과 임직원의 퇴근 시 사무실에 음원을 송출하고 있습니다.	〈참여 아티스트〉 적재, 권진아, 이진아
	여성 명사 강연 진행	 리조이스 캠페인을 임직원들이 먼저 경험해볼 수 있도록 롯데쇼핑은 2021년부터 최고의 반열에 오른 여성 명사를 선정해 여성의 자존감과 도전을 주제로 총 5회(이수정 교수, 최이나 대표, 김이나 작사가, 김현숙 배우, 양재진 전문의)의 릴레이 강연을 개최했습니다.	참여 임직원 270명
	찾아가는 사내 심리상담소 운영	 롯데쇼핑은 전문 심리상담사가 지방 점포를 직접 방문해 임직원의 심리상담 및 힐링클래스를 진행했습니다. 강원 원주, 경기 이천, 전남 목포/무안, 경북 포항 등 상대적으로 접근성이 높지 않은 총 9개 점포(백화점, 마트, 슈퍼 포함)를 방문해 지방 거주 임직원의 만족도를 높였습니다.	참여 임직원 150여 명
사외	'마음돌봄' 프로그램 진행	 저소득 취약계층 여성들을 위한 '마음돌봄' 프로그램을 진행하고 있습니다. 2020년 상반기 1기를 시작으로, 2021년 3, 4기를 운영하는 동안 누적 참여기관 37개 기관, 961명의 여성들이 다양한 심리 케어 활동에 참여했고, 참여기관들의 만족도가 매우 높은 것으로 평가되었습니다.	참여 기관 37개, 참여 여성 961명
	리조이스 심리상담소 운영	 고객 누구나 롯데백화점, 롯데마트 등 주변에 위치한 매장에 방문해 심리상담을 받을 수 있는 '리조이스 심리상담소'를 운영하고 있습니다. 심리상담소 방문 고객은 일반 심리상담센터 보다 적은 비용으로 성격검사, 가족 및 양육 상담, 미술심리 상담, 아동 지능 검사 등을 받을 수 있습니다. 수익금 전액은 저소득 취약계층 여성을 위한 리조이스 캠페인 기금으로 환원됩니다.	누적 상담건수 2,050건
	'리조이스 온 클라우드 펀딩' 추진	 롯데ON과 협업해 학업과 가족 병간호를 동시에 해야 하는 청년(영케어러)을 대상으로 지원 사업을 진행했습니다. 고객 참여형 온라인 모금을 통해 클릭 1회당 롯데쇼핑이 1천 원을 기부함으로써 총 3천만 원의 기부금이 모였고, 총 30명의 영케어러에게 자기계발, 심리상담을 위한 1백만원 상당을 지원했습니다.	총 영케어러 30명, 1명당 1백만 원 지원

## 지역사회 대상 주요 활동

### 사룻대봉사단

롯데마트에서는 꿈나무에게 미래를 이라는 슬로건 아래 2011년부터 현재까지 전국 112개 점포와 지역 아동복지시설이 1:1 결연을 맺고 봉사활동을 진행하고 있습니다. 물품지원뿐만 아니라 아이들과 다양한 활동을 함께하며, 아이들이 사회에 잘 적응할 수 있도록 적극적으로 지원하고 있습니다.

### 물품 기부활동

롯데백화점에서는 매월 엘롯데 온라인 반품 상품을 모아 물품 기부 활동을 진행하고 있습니다. 롯데마트에서는 Food 행복나눔 캠페인을 통해 2016년부터 전국 112개 점포에서 매월 신선식품을 기부하고 있습니다. 전국 푸드뱅크와 연계해 지역 소외계층에 필요한 과일과 채소, 수산 등 신선식품을 전달하고 있고, 2022년 5월까지 누적된 기부액은 총 56.7억 원입니다.

## 환경 및 해외 대상 주요 활동

### 장기보유재고 리사이클링

롯데쇼핑에서는 장기보유재고를 선도적으로 기부하며, 폐기되는 상품을 최소화하는 동시에 리사이클링을 통한 환경 보호 활동을 실천하고 있습니다. 롯데마트에서는 송파구청과 협업해 '나눔대축제'를, 환경부와 협업해 '친환경 대전 바자회' 등을 개최했고, 이를 통해 총 10.2억 원의 장기보유재고를 기부했습니다.

### 베트남 식수 개선 활동 참여

롯데마트에서는 2018년부터 2021년까지 5년째 친환경 무라벨 PB 세이브워터 판매 수익금의 10%를 기부하고 있습니다. 2021년에는 세계 물의 날을 맞아 국제민간구조단체인 '세이브더칠드런'과 함께 베트남 식수 위생사업을 지원하고 있고, 빗물 집수 및 정수 장치 보급을 지원해 깨끗하고 위생적인 물을 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 현재까지 누적된 기부액은 총 4.5억 원입니다.

### 재해구호활동

롯데쇼핑에서는 대규모 재난 발생 시 즉각적인 구호 활동을 진행하기 위해 2018년부터 5년간 30억 원 규모의 재해 구호협회와 민관 대응 협력체계를 구축하고, 소외 가정을 대상으로 구호 키트 지원 및 물품 지원 활동을 진행하고 있습니다. 2021년에는 폭염, 한파 발생 대비 쪽방촌 센터에 선풍기, 폭염키트, 한파키트를 제공했고, 폭우, 산불, 태풍 등 재해 현장 발생 시 세탁 구호차량, 이동식 화장실 및 샤워실 등 간이 시설과 생필품을 지원했습니다.

### 유통 Dream 메이커스

롯데쇼핑에서는 2019년부터 소외계층 청년을 대상으로 유통 전문 취업/창업 코칭 프로그램을 지원하고 있습니다. 유통 실무 강의 및 현장 실습, 멘토링 및 취업과 면접 관련 컨설팅을 진행하고 있고, 현재까지 총 274명을 후원한 가운데 그 중 167명이 취업으로 이어졌습니다.



### 베트남 코로나19 예방 및 방지 자금 기부

롯데쇼핑에서는 코로나19의 급격한 확산으로 어려움을 겪고 있는 베트남에 코로나19의 예방 및 방지 지원을 위해 1.6억 원의 기금을 기부했습니다.



# Governance

## 건전한 지배구조

롯데쇼핑은 장기적인 주주 가치 제고와 이해관계자의 균형 있는 권익 증진을 도모하기 위해 세계적인 수준의 선진적 기업 지배 구조를 추구하고, 사회적 책임을 다하는 기업으로서 회사 가치의 지속적인 성장을 지향하기 위해 2021년 5월 13일 이사회를 통해 지배구조의 원칙과 정책을 담은 최상위 규정인 「기업지배구조헌장」을 도입했습니다. 이를 통해 지배구조에 공정성, 투명성, 독립성을 확보해 상호 견제 및 균형 있는 지배구조 체제를 운영하고 있습니다.

## 이사회 구성

롯데쇼핑 이사회는 주주총회에서 선임된 9명의 이사로 구성되어 있으며, 독립적인 판단과 의사결정을 할 수 있도록 9명의 이사 중 과반수인 5명을 사외이사로 구성하여 경영진과 지배주주로부터 독립적인 이사회 기능을 수행하고 있습니다. 전문적이고 객관적인 전문 경영진으로 구성된 사내이사와 독립적인 사외이사로 구성되어 있어 경영진을 감독하고 조언하는 역할을 통해 견제와 균형이 조화된 이사회를 구성하고 있습니다. 특히, 당사의 이사회 내 위원회 중 하나인 감사위원회는 전원 사외이사로 구성되어 독립성과 투명성을 제고하고 있습니다. 보고서 작성 기준 22년 6월 현재 9명의 이사 중 사외이사는 5명(전체 구성원 대비 55.6%)으로 구성되어 있습니다.

사내 이사는 이사회가 적합한 인물을 물색하여 후보를 추천하며, 사외 이사는 보다 면밀하고 객관적인 후보 추천 및 검증을 위하여 사외이후보추천위원회가 자격요건과 관련하여 상법 제 382조 제 3항, 상법 제 542조의 8를 준용하고 있으며, 별도의 안건 결의 과정을 거쳐 후보를 추천하며 이러한 절차를 거쳐 추천된 이사 후보자는 주주총회에서 선임, 이 중 이사회 의장은 이사회 결의를 통해 선임하고 있습니다. 사외이사는 법률, 금융, 회계, 공공부문 등 다양한 분야의 전문지식 및 경험이 풍부한 외부 전문가들로 구성되어 있습니다.

## 이사회 의사결정 체계

롯데쇼핑의 본업인 유통업은 다변화된 유통 채널과 지속적으로 급변하는 소비 환경 및 국내외 이슈 사항에 큰 영향을 받습니다. 이에 따라 유통 산업에 높은 이해도와 전문성을 갖춘 이사의 전략적이고 신

속한 의사결정을 통해 사업 경쟁력을 유지하기 위해 대표이사를 사내이사 및 이사회 의장으로 선임하고 있습니다. 당사의 경영 및 유통업의 전문가가 의사결정에 함께 참여하도록 함으로써 책임경영을 실현하고, 사외이사는 법률, 금융, 회계, 공공부문 등의 전문가로서 다양하고 객관적인 시각으로 이사회에 참여해 객관적으로 기업 경영에 대한 감독 기능을 수행하고 있습니다.

### 대표이사 유고 시 권한 대행 체계

대표이사가 유고 시 정관 제36조에 의거 부사장이, 부사장이 유고할 시에는 전무이사 순으로 그 직무를 대리할 수 있도록 규정하고 있습니다. 대표이사 퇴임시에는 이사회에서 확정받은 후보가 주주총회에서 사내이사로 선임될 때까지 승계 준비를 진행함으로써 경영의 연속성과 안정성을 확보하도록 하고, 퇴임 대표이사는 「상법령 제 운영규정, 제3조에 의거 고문으로 위촉해 사후 승계가 원만하게 이루어질 수 있도록 하고 있습니다.

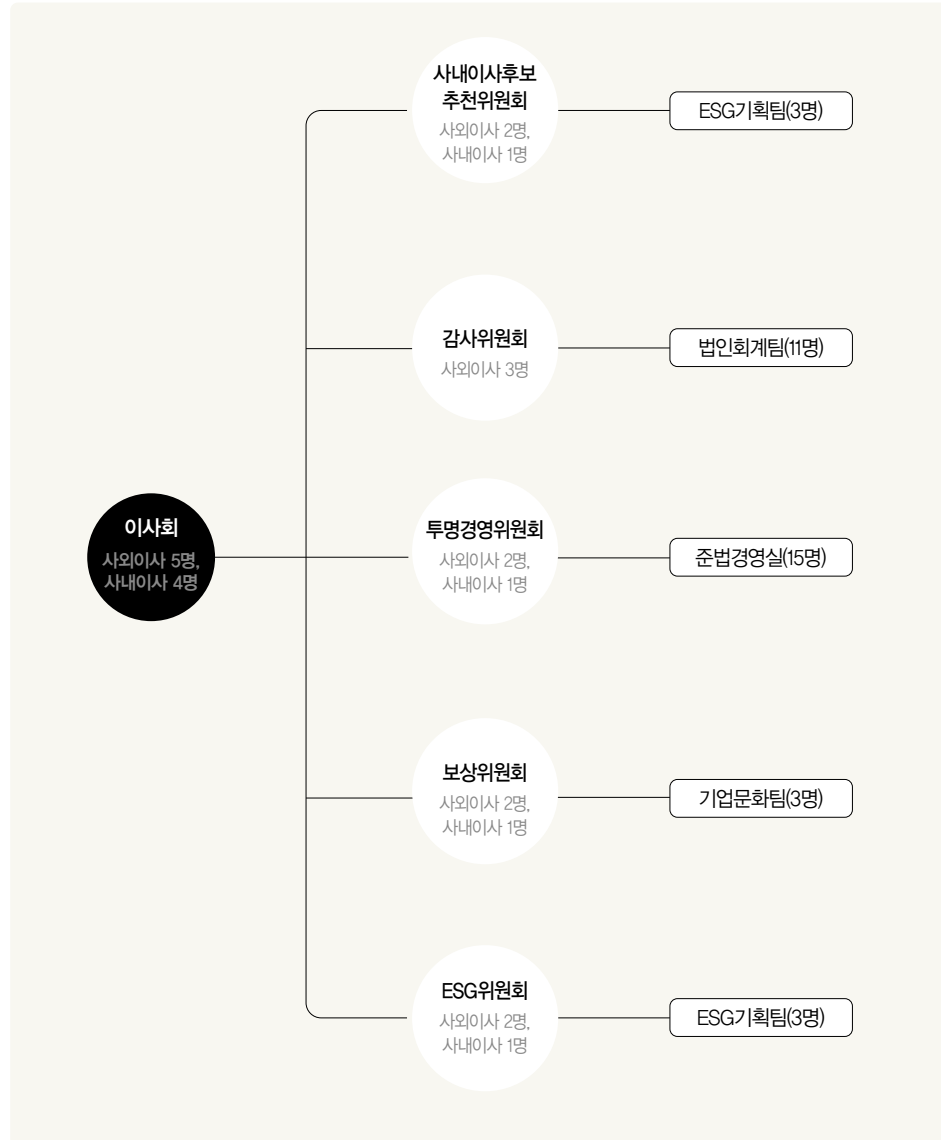
## 이사회 평가 및 보수

롯데쇼핑은 기업지배구조 헌장 제 11조에 따라 이사회 의 경영활동 평가 결과를 보수에 적정하게 반영하며, 이사의 보수 또는 업무상 필요한 경비는 주주총회의 결의로 정한 지급한도 범위 내에서 이사회가 지급 여부 및 금액을 정합니다. 사외이사의 보수는 상법 제 388조와 정관 제 42조 「이사회 규정」 제 11조에 의거해 주주총회의 의결로 한도 내에서 지급하고, 회사의 임원 보수관련 사항을 보상위원회를 통해 결정해 경영의 투명성을 강화해가고 있습니다.

구분	인원수 (명)	보수총액 (백만원)	1인당 평균보수액 (백만원)
사외이사*	2	148	74
감사위원회 위원	3	239	80

\* 감사위원회 위원 제외

이사회 조직도



이사회 구성 현황

구분	성명	직책	주요경력
사외	김도성	이사	금융감독원 금융투자업인가 외부평가위원, 서강대 국제처장, (현) 한국 FP 학회 부회장, (현) 서강대 경영학회 경영학 전공 교수, (현) 한국거래소 분쟁조정심의위원
	김용대	이사	미국 국립보건원 연구원, 한국외국어대 정보통계학과 조교수, 이화여대 통계학전공 조교수, (현) 서울대 통계학과 교수
	전미영	이사	중앙이코노미 고정 칼럼리스트, 서울대 생활과학대 소비자학과 연구교수, (현) 서울대생활과학연구소 소비트렌드분석센터 연구위원, (현) 트렌드코리아컴퍼니 주식회사 대표이사
	심수옥	이사	삼성전자 영상디스플레이사업부/글로벌마케팅실장 전무, 삼성전자 글로벌마케팅 실장 부사장, 성균관대학교 경영대학 산학교수, (현) 성균관대학교 경영전문대학원 교수
	조상철	이사	대전지방검찰청 검사장, 서울서부지방검찰청 검사장, 서울고등검찰청 검사장, (현) 법무법인 삼양 대표 변호사
	사내	김상현	대표이사 이사회 의장
정준호		대표이사	신세계 인터내셔널 해외패션본부장, 롯데 GFR 대표이사, (현) 롯데쇼핑(주) 백화점 사업부 대표이사
강성현		대표이사	롯데쇼핑 H&B 사업부(롭스) 대표, 롯데 네슬레코리아 대표이사, (현) 롯데쇼핑(주) 마트 사업부 대표이사
장호주		이사	롯데백화점 재무부문장, 롯데쇼핑(주)쇼핑HQ 재무총괄본부장, (현) 롯데그룹 유통군 HQ 재무혁신본부장



### 이사회 운영 현황

롯데쇼핑은 이사회 및 이사회 내 위원회 규정을 두고 있고, 정기 이사회는 월 1회 개최를 원칙으로 하며, 이사회의 성립 및 결의는 이사 전원의 과반수 이상의 출석, 출석이사의 과반수 이상의 찬성으로 결정됩니다. 또한, 긴급 사안 발생 시 수시로 임시이사회를 개최하고 있습니다.

구분	개최 횟수	논의 안건 수	사외이사 참석률
이사회	16	60	97.5%

\* 2021년 기준

### 이사회 내 위원회

롯데쇼핑은 이사회 운영에 있어 전문성과 효율성을 제고하기 위해 이사회 내 위원회를 설치해 운영하고 있습니다. 이사회 내 위원회는 감사위원회, 사외이사후보 추천 위원회, 투명경영위원회, 보상위원회,

ESG위원회의 5개 위원회가 있고, 2022년 6월 보고서 작성기준 현재 5개 위원회는 모두 50% 이상 사외이사로 구성되어 있습니다.

위원회	구성	위원장	위원	역할
감사위원회	3인 이상 (사외이사 2/3 이상)	김도성 사외이사	김도성 사외이사 김용대 사외이사 심수옥 사외이사	① 위원회는 회사의 회계와 업무를 감사한다. ② 위원회는 위원회의 성과와 위원회 규정의 적절함을 매년 검토하고, 필요한 경우 그 개정을 이사회에 건의한다. ③ 위원회는 제1항 내지 제2항 외에 법령 또는 정관에 정하여진 사항과 이사회가 위임한 사항을 처리한다.
사외이사후보 추천위원회	2인 이상 (사외이사 1/2 이상)	-	김용대 사외이사 전미영 사외이사 장호주 사내이사	① 위원회는 주주총회에서 선임할 사외이사후보를 추천한다. ② 위원회는 사외이사 후보를 추천함에 있어 상법 제542조의6 제2항의 권리를 행사할 수 있는 주주가 추천한 사외이사 후보를 포함시켜야 한다. ③ 위원회는 제1항 내지 제2항 외에 법령 또는 정관에 정하여진 사항과 이사회가 위임한 사항을 처리한다.
투명경영위원회	3인 이상 (사외이사 2/3 이상)	김상현 사내이사	김상현 사내이사 김도성 사외이사 조상철 사외이사	① 회사와 회사의 특수관계인 간 일정규모 이상 계약 시 거래상대방 선정 기준을 제시함으로써 공정한 거래질서를 유지한다. ② 건설/물류/광고/시스템통합 분야에서 계열회사와 50억 이상 수의계약 체결 시, 비등기임원 등 거래 (본인 또는 친인척과 직간접적으로 관련)로서 회사와 이해상충 우려가 있는 수의계약 체결 시 심의 및 승인할 수 있다. ③ 건설/물류/광고/시스템통합 분야의 계열회사와 내부거래 현황 및 준법경영, 사회공헌 활동과 관련된 주요 정책 및 이행내역 관련 보고사항에 대한 시정, 권고 및 필요시 이사회 안건 상정을 요청할 수 있다.
보상위원회	3인 이상 (사외이사 2/3 이상)	조상철 사외이사	조상철 사외이사 전미영 사외이사 정준호 사내이사	① 등기이사 보수한도 / 성과급 ② 임원 직급별 보수구간 / 기타 이사회 위임사항
ESG위원회	3인 이상 (사외이사 2/3 이상)	전미영 사외이사	전미영 사외이사 심수옥 사외이사 강성현 사내이사	① 회사 의사결정 내 지속가능성 내재화 및 환경/사회/지배구조(ESG) 리스크 및 기회를 관리한다. ② 회사 ESG 정책 및 활동에 필요한 제반사항을 심의한다.

## 주주 친화경영

롯데쇼핑은 기업의 성장과 더불어 주주들의 권리와 이익이 제고될 수 있도록 주주 친화적 경영을 시행하고 있습니다. 적극적이고 투명하게 정보를 공개하고, 활발한 의사소통을 통해 주주의 신뢰를 높여 나갈 수 있도록 지속적으로 주주 친화경영을 강화해 나가겠습니다.

### 주주 현황

롯데쇼핑은 기업지배구조헌장 제2조 제1항과 정관 24조에 따라 주주총회에서 주주 의결권은 1주에 1개임을 명시하며 공평한 의결권을 부여하고 있습니다.

보고서 작성일 기준 기명식 우선주 발행내역은 없으며, 2022년 6월 기준 발행한 주식수는 28,288,755 주이고, 상법상 의결권이 제한된 자기주식을 제외한 의결권이 있는 주식은 28,270,640주(발행주식 대비 99.94%)입니다.

구분	발행주식 수(주)	비고
발행주식 수	28,288,755	자기주식 (18,115주)
의결권 행사 가능 주식 수	28,270,640	발행주식의 99.94%



## 주주 친화정책

### 주주 권리보호

롯데쇼핑은 많은 주주들의 의견을 반영하고 주주의 참여도를 높이기 위해 노력하고 있습니다. 2021년 주주총회부터 주주 의결권 행사가 보다 용이하게 이뤄질 수 있도록 전자투표제를 도입했고, 2022년 주주총회부터는 전자고지서를 발송해 보다 많은 주주들이 참여할 수 있도록 진행했습니다. 2018년부터 주주총회 분산 자율준수 프로그램에 참여 하며 주주총회 집중일이 아닌 분산 개최를 추진하고 있습니다. 2020년에는 주요 경영활동 관련 일정 및 원활한 주주 총회 운영을 위해 불가피하게 주주총회 집중예상일에 진행되었으나, 2021년, 2022년 주주총회는 주주총회 집중일이 아닌 분산 개최를 통해 주주 참여도를 높이고 있습니다.

주주총회 개최일 2주전까지 일시, 장소, 회의의 목적 등 금융감독원 전자공시시스템을 통해 공고해 주주들이 충분히 검토하고 의결권을 행사할 수 있도록 돕고, 직접 참석할 수 없는 주주들은 주주총회 개시 전 위임장을 제출해 대리 인으로 하여금 의결권을 행사할 수 있도록 정관 제 27조 규정을 두고 있습니다.

### 주주 의사소통

지배구조 운영과 관련된 정보는 투명하게 공개되고 있습니다. 롯데쇼핑은 투명한 지배구조 구현을 위하여 당사 IR 홈페이지(www.lotteshoppingir.com)를 통해 정관을 비롯한 이사회 구성원 소개, 이사회 규정 및 운영현황, 이사회 내 위원회 규정 및 운영현황 등 지배구조와 관련된 다양한 정보를 공개하고 있습니다.

구분	제52기 주주총회 (2022년)	제51기 주주총회 (2021년)	제50기 주주총회 (2020년)
정기주주총회 집중일	2022.3.25. 2022.3.30. 2022.3.31.	2021.3.26. 2021.3.30. 2021.3.31.	2020.3.13. 2020.3.20. 2020.3.26. 2020.3.27.
정기주주총회일	2022.3.23.	2021.3.23.	2020.3.27.
정기주주총회 집중일 회피 여부	예	예	아니오
전자투표 실시여부	예	예	아니오
의결권 대리행사 권유여부	예	예	아니오

### 정보보호 관리체계

날로 복잡해지고 고도화되는 보안 위협에 대응하기 위해 롯데쇼핑은 정보보호 관리체계를 구축해 복합적인 위협에 대응하고 있습니다. 해킹, 랜섬웨어 등의 사이버 공격으로부터 정보자산 및 개인정보를 보호하기 위해 매년 전문 컨설팅을 진행하고, 진단 결과에 따라 도출된 개선 과제를 적극적으로 수행하며 정보보호 관리체계를 강화하고 있습니다. 또한, 그룹 정보보호

위원회 주관으로 매년 전 그룹사를 대상으로 진행하는 롯데그룹의 정보보호 수준진단 활동과 함께 롯데쇼핑의 자체적인 진단 및 평가를 진행하고 이를 개선하는 활동을 수행하며 정보보호 관리체계를 강화해 나가고 있습니다.

### 정보보호 인증

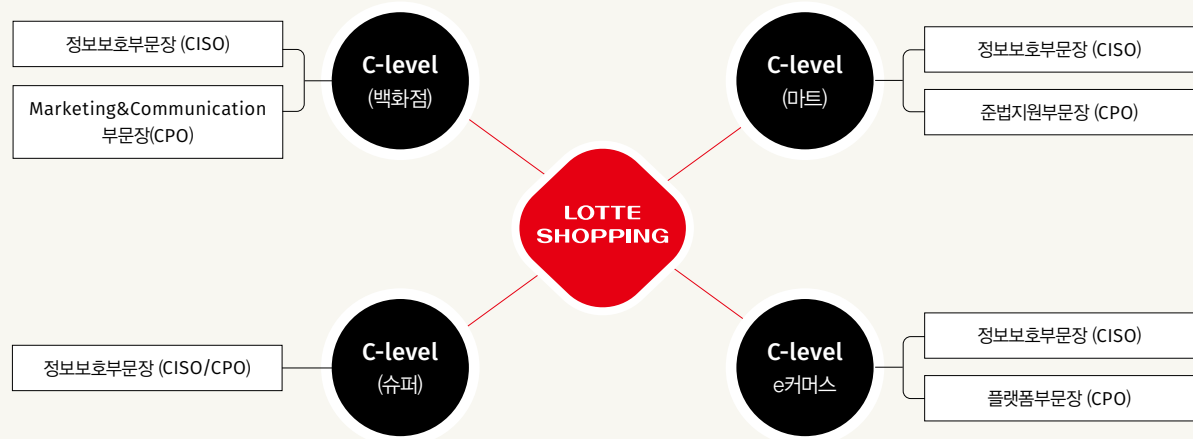
롯데쇼핑은 정보보호 관련 법률에 의거해 정보보호 인증(ISMS)을 획득 및 유지하고, 매년 인증 갱신 및 사후관리를 위한 인증심사를 진행하고 있습니다.

구분	유효기간	인증범위
백화점사업부	2021년 10월 ~ 2024년 10월	롯데백화점 온라인 서비스 운영(홈페이지, 문화센터, 웨딩)
마트사업부	2020년 11월 ~ 2023년 11월	롯데마트 문화센터 온라인 서비스 운영
슈퍼사업부	2022년 2월 ~ 2025년 2월	롯데슈퍼 온라인 서비스(대표홈페이지, 동반성장사이트, 영업정보시스템, 파트너포털)
e커머스사업부	2022년 2월 ~ 2025년 2월	인터넷 쇼핑몰 서비스 운영(롯데온, 콘란샵, 무지, 모바일상품권, e쿠폰)

### 정보보호 조직

롯데쇼핑은 정보보호 관리체계를 운영하기 위해 국내 정보보호 관련 법률에 따라 정보보호 최고 책임자(CISO)를 임명하고, 전담 정보보호 조직을 구성해 롯데쇼핑의 정보보호를 총괄적으로 관리하고 있습니다. 또한, 사업부별로 개인정보보호 최고 책임자(CPO)를 임명해 사업부별 특성에 맞춰 고객 및 임직원의 개인정보를 관리하고 있습니다. '22년 6월부터 사업부별 특성에 맞게 정보보호를 관리하도록 사업부별 정보 보호 조직을 분리하는 조직 개편을 시행하였습니다. 이 외에도 정보 보호 실무협의회를 구성하고 분기별로 1회씩 실무협의회를 진행해 관련 현업부서 및 담당자들과 함께 정보보호 주요 현안 및 최신 보안 이슈들을 공유하고, 정보보호 강화 방안 등을 협의하며 운영하고 있습니다.

(2022.6.2 기준)



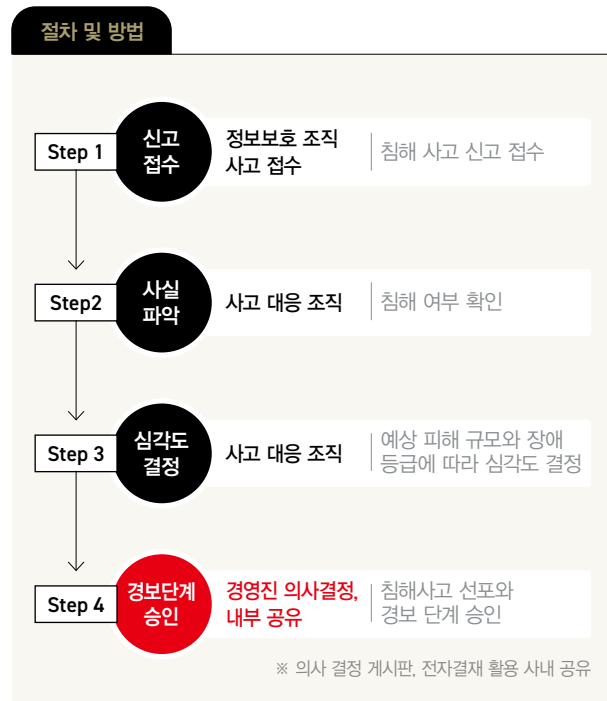
### 정보보호 정책

롯데쇼핑은 정보보호 및 개인정보보호와 관련된 법과 제도를 준수하고, 정보보호 관리체계가 지속적으로 유지될 수 있도록 정보보호 정책 및 지침을 수립하고 최상위 정보보호 정책을 사내 규정으로 제정해 임직원이 함께 준수할 수 있도록 운영하고 있습니다. 정보보호 정책 및 지침, 매뉴얼은 최신 법률 및 관련 제도, IT기술 및 비즈니스 환경변화 등을 반영해 매년 개정하고, 모든 임직원이 언제나 열람할 수 있도록 그룹웨어 및 게시판에 게시하고 있습니다. 롯데쇼핑 정보보호 정책은 총 13장 68조로 구성되어 있고, 지침은 쇼핑 통합 지침 총 9종, 사업부별 개인정보보호 지침 1종으로 구성되어 있습니다.

롯데쇼핑 정보보호 정책(규정)				
롯데쇼핑 정보보호 지침 9종			사업부별 개인정보 지침 1종	
관리영역(5)	물리영역(1)	기술영역(3)	개인정보 영역(1)	
정보보호 조직 운영, 정보자산 관리 인적 보안, 임직원 관리, 외주 관리	물리보안	IT보안, 클라우드 운영, 전자금융보안 관리	개인정보보호 지침 (내부관리계획)	

### 보안사고 대응체계

다양한 형태의 사이버공격에 대응하기 위해 롯데쇼핑은 침해사고 대응체계를 수립해 운영하고, 그룹 보안관제(CERT)팀과 협조해 침해사고를 방지하기 위한 보안 모니터링, 침해사고 예방 조치 등 상시 대응체계를 운영하고 있습니다. 또한, 바이러스 메일 수신을 통한 해킹을 방지하기 위해 한국인터넷진흥원(KISA) 및 그룹 정보보호 위원회와 협의한 모의 바이러스 메일 훈련을 진행하고, 롯데쇼핑의 자체 훈련을 포함해 최소 분기 1회 이상 모의 훈련을 시행하고 있습니다. 롯데쇼핑은 정보자산을 보호하기 위해 EDR, 암호화, 네트워크/서버 접근제어, 매체제어 등의 다양한 솔루션과 방화벽, 침입 차단솔루션(IPS), 네트워크와 이메일 APT(Advanced Persistent Threat) 등의 정보보호 시스템을 구축하고, 365일 24시간 보안관제 서비스를 이용해 모니터링하고 있습니다. 매년 보안 취약점 진단 및 모의해킹을 통해 인프라 및 서비스 전반에 대한 취약점을 진단하고, 개선사항을 도출하고 있습니다. 또한, 주요시스템의 연속성을 확보하기 위해 재해복구시스템을 구축해 운영하고, 연1회 이상 재해복구 시스템 및 복구 체계의 실효성을 판단하고 개선하기 위한 재해복구 훈련을 시행하고 있습니다.



### 임직원 보안인식 제고

롯데쇼핑은 임직원의 정보보호 인식 향상을 위해 매년 전 임직원을 대상으로 정보보호 필수교육을 진행하고, 시스템 운영 및 개발자들을 대상으로 직무별 심화교육을 시행해 정보보호 관련 업무 담당자들의 역량을 강화하고 있습니다. 또한, 매월 그룹 정보보호 위원회와 연계한 정보보호 캠페인을 진행해 시의성 있는 보안이슈를 임직원과 공유하고, 매년 새롭게 발간되는 정보보호 포스터를 사무실 및 영업점에 비치하며 임직원의 정보보호에 대한 관심을 지속적으로 환기시키고 있습니다. 고객과 직접 만나는 영업점에서 실질적인 정보보호 업무를 진행할 수 있도록 매년 현장에서 직접 점검 및 코칭 활동을 진행하며 임직원의 정보보호 수준향상을 유도하고 있습니다.



2021년

2022년

## 고객 개인정보 보호

### 개인정보보호 관리체계

롯데쇼핑은 고객의 개인정보를 보호하기 위하여 사업부별 특성을 반영하여 개인정보 내부관리 계획을 수립하고 있으며, 개인정보 수집·이용·처리 및 관리적·기술적 보호조치에 대한 내용을 포함한 개인정보보호 지침 제정하여 임직원들이 언제든지 확인 할 수 있도록 그룹웨어 및 게시판에 게시하고 있습니다. 또한 롯데쇼핑 사업부별 개인정보보호 최고 책임자(CPO)를 지정하여 고객 개인정보 관리를 위한 업무를 총괄하고 있습니다.

개인정보의 안전한 관리를 위해서 데이터베이스 암호화 저장 및 접근제어, 파일 암호화 저장(DRM), 사용자 추가 인증, 개인정보 마스킹 등의 보안 솔루션을 운영하고 있으며, 개인정보 접속 및 조회 기록 등을 주기적으로 모니터링하여 비인가 접근 및 이상 징후에 대한 점검을 진행하고 있습니다.

### 개인정보 컴플라이언스

롯데쇼핑은 개인정보 보호법, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률, 전자금융거래법, OECD가이드 등 국내외 법령을 준수하고 있습니다.

롯데쇼핑은 신규 고객 서비스 및 시스템 개발/도입 시 개인정보보호와 관련한 컴플라이언스 준수를 위해 관리분야, 기술분야, 법률분야 등 다각도로 컴플라이언스 보안성 검토를 실시하고 있습니다. 또한 매년 그룹 정보보호 수준진단을 통해 컴플라이언스 준수 여부를 모니터링하고 있습니다.

### 개인정보 이용 공개와 권리보장 준수

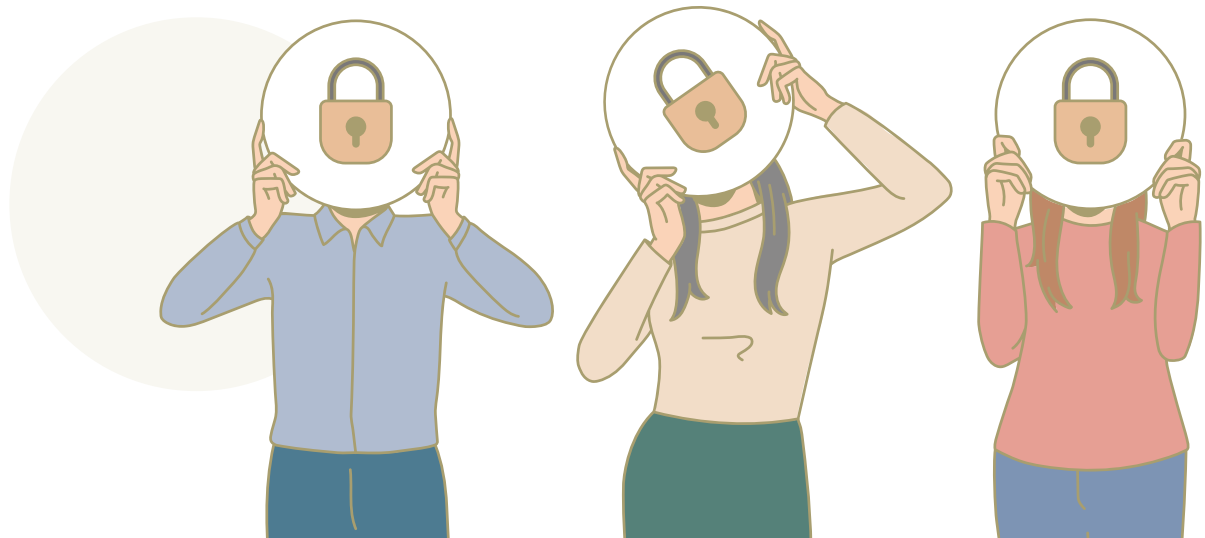
롯데쇼핑은 개인정보 수집 시 최소한의 정보만을 수집·이용하고 있으며, 고객의 개인정보의 수집과 활용, 보유기간, 제공사항, 위탁 현황 등을 정리하여 개인정보 처리방침으로 홈페이지를 통해 공개하고 있습니다.

### 개인정보보호 교육

임직원의 개인정보보호 수준 향상을 위해 매년 전 임직원을 대상으로 개인정보보호교육을 필수로 시행하고 있으며, 개인정보를 취급하는 임직원은 직무별 특성에 맞춰 추가교육을 시행하여 개인정보 관리수준을 향상시킬 수 있도록 하고 있습니다.

### 개인정보 수탁사 관리

롯데쇼핑은 다양한 서비스 제공을 위해 개인정보를 위탁 관리하고 있습니다. 개인정보 수탁사가 롯데쇼핑이 원하는 수준의 개인정보 관리를 할 수 있도록 개인정보 위탁 시 수탁사에 대한 점검, 교육, 기술보안 등 법령의 요구사항을 준수하여 관리하고 있습니다. 또한 수탁사의 개인정보 관리수준이 유지될 수 있도록 연회 개인정보보호 교육과 점검을 주기적으로 진행하고 있습니다.





## 준법경영

롯데쇼핑은 ‘사랑과 신뢰를 받는 제품과 서비스를 제공하여 인류의 풍요로운 삶에 기여한다’라는 미션을 근간으로 지속가능한 성장을 달성하기 위해 준법경영 실천을 항상 최우선 과제로 삼고, 기업활동의 기본이 되는 사회적 책임을 다하고자 합니다. 이에 당사는 미래가치를 향상시키고, 지속가능경영을 강화하기 위한 노력의 일환으로 공정거래, 부패방지 등 기업활동과 관련된 일체의 법령을 준수하고자 법률환경 및 제도 변화를 상시 감지하고, 이에 대한 임직원 교육을 시행함으로써 경영 리스크를 예방하고 있고, 정기적인 모니터링 및 평가결과 분석을 통해 내부통제기준을 체계화해 시행하고 있습니다. 앞으로도 회사의 준법통제를 위한 준법지원인과 실무조직을 구성해 컴플라이언스 활동 계획 및 실적을 지속적으로 이사회에 보고할 것입니다.

## 준법경영방침

롯데쇼핑은 다음과 같은 준법경영방침을 수립하여 이를 임직원 및 파트너사와 공유하고 있습니다. 또한, 이에 대한 성과를 전 임직원에게 공표하고, 이행 확산을 위한 지속적인 교육 및 검토를 진행할 계획입니다.

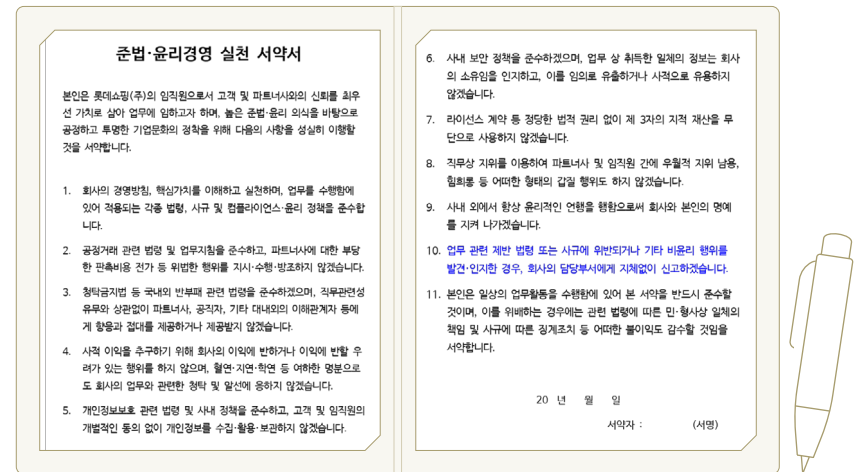
### 롯데쇼핑 준법경영 선언문

- 하나,** 우리는 회사의 업무를 수행함에 있어 국내외 법령 및 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 기반한 경쟁력 강화를 위한 반부패 환경 조성 및 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 노력한다.

## 준법경영 조직문화 구축

### 준법·윤리경영실천 서약서 작성

매년 임직원 개개인의 준법의식을 제고하기 위해 전 임직원으로 하여금 다음과 같은 준법경영 선언문을 기초로 한 준법·윤리경영 실천 서약서를 작성하도록 함으로써 준법·윤리경영 실천을 다짐하고 있습니다.



### 경영진 이해상충 리스크 관리

당사는 경영진의 이해상충 리스크 관리를 위해 임원(사외이사 포함)이 본인 또는 본인의 친인척과 직간접적으로 관련된 거래를 ‘특수관계인등 거래’로 규정하고, 관련된 모든 잠재적 특수관계인등 거래에 관해 준법경영실에 의무적으로 통지하도록 내부 절차를 운영하고 있습니다. 그뿐만 아니라 본 절차에 대한 사항을 매년 이사회에 보고하고, 모든 임원이 연 1회 특수관계인등 거래에 대한 현황을 스스로 체크하여 확인서를 제출하도록 관리하고 있습니다.

### 준법교육 실시

우리는 사내 준법의식 강화 및 컴플라이언스 문화 정착을 위해 매년 모든 임직원을 대상으로 컴플라이언스 시스템, 부패 RISK·이해충돌을 예방하기 위한 내부 통제 제도 및 관련 제반 법규 등에 대한 내용을 포함한 준법경영 교육을 정기적으로 실시하고 있습니다. 또한 개인정보, 공정거래, 성희롱 등 회사의 고위험 리스크 영역에 대해서는 별도의 심화 교육을 실시하고 있습니다.

### 준법경영 관련 제도

롯데쇼핑은 2019년 1월 법무부 및 한국상장회사협의회에서 개정·배포한 상장회사 표준준법통제기준을 반영한 「준법통제기준」을 이사회 승인을 거쳐 도입 및 운영하고 있습니다. 이는 준법지원인의 해임과 관련한 엄격한 절차와 임기보장 규정을 통해 독립적 직무수행을 보장하고, 준법교육 및 점검 등 준법지원인의 전반적인 업무에 대해 규정함으로써, 상법상 준법지원인 제도가 사내에서 실효적으로 운영될 수 있도록 함을 목적으로 하고 있습니다.

이러한 시스템 구축의 결과물로 현재 당사는 각종 준법 리스크를 예방하기 위한 기본 규정으로 「컴플라이언스 업무규정」을 비롯해 「공정거래 업무규정」, 「부패방지경영시스템 운영지침」 등을 포함한 각종 컴플라이언스 분야의 사규정 및 정책/체크리스트를 수시로 제·개정해 운영하고, 준법·윤리 위반 행위에 대한 공식 제보 채널로서 당사 홈페이지 내 컴플라이언스 위반 인터넷 신고센터(<https://www.lotteshopping.com/pr/kor/respon/compliance>) 및 윤리 핫라인 (<http://ethics.lotteshopping.com/bbs/estimate/write>) 등을 운영하고 있습니다. 실무적으로는 접대비, 기부금, 협찬 진행, 신규거래, 내부거래와 같은 중점 관리영역에 대한 컴플라이언스 내부 제도와 절차를 운영하고 있으며, 이에 그치지 않고 정기적인 모니터링 활동을 통해 임직원이 회사의 컴플라이언스 내부 제도와 절차를 준수하는지를 점검하고, 미비한 사항에 대한 개선활동을 수행하고 있습니다.

### 투명경영위원회

회사의 내부거래를 심의하기 위해 설치된 투명경영위원회는 계열회사와의 대규모 수의계약에 대해 심사 및 승인할 권한, 심의를 위해 필요한 자료를 요청할 권한, 부의 안건 외의 계열회사 간 내부거래 현황을 요청할 권한, 개선조치를 권고할 권한과 그 활동에 대한 책임을 가지고 있습니다.

투명경영위원회는 필요한 경우 수시로 개최하고, 투명경영위원회의 위원은 주주총회에서 선임된 이사 중 내부거래에 대하여 관련 법령을 근거로 심의 검토하여 당사의 준법경영에 기여할 수 있는 자를 이사회 결의를 통해 선임합니다. 현재는 사내이사 1명과 사외이사 2명을 구성원으로 두고 있습니다.

투명경영위원회는 2012년 6월부터 현재까지 총 31회 개최되어 회사의 내부거래 사안 등을 직접 검토했습니다. 롯데쇼핑은 앞으로도 회사와 이해상충 우려가 있는 주요 사안들에 대해서는 투명경영위원회의 사전 심의 절차를 통해 회사의 경영활동이 투명하게 이루어질 수 있도록 노력할 것입니다.

### 글로벌 준법경영 체계 구축

롯데쇼핑은 2017년 본격적인 컴플라이언스 프로그램 구축을 위해 국내외 법무법인 등을 통해 컨설팅을 진행했고, 이를 토대로 당사의 백화점 사업부는 2018년 9월부터 현재까지 부패방지경영시스템에 관한 국제 표준인 ISO 37001 인증을 취득 및 유지하고 있으며, 2021년 9월에는 백화점 외 마트, 슈퍼, 이커머스 전 사업부의 부패방지시스템 인증을 취득했습니다. 2022년에는 공정거래, 산업안전 등 RISK 영역을 확대하여 컴플라이언스 경영시스템 관련 국제 표준인 ISO 37301 인증의 취득을 진행할 예정입니다.



### 민·관, 국제기구 연계 반부패 공동노력 참여

당사는 2007년 부터 UNGC(UN Global Compact Network Korea)의 회원사로서 활동하며, 다수의 민·관, 국제기구 등과 연계하여 반부패 공동노력을 위해 힘쓰고 있습니다. UNGC는 UN산하 기관으로, 인권·노동·환경·반부패 분야에 있어서의 세계적 협의 및 협약의 내용을 기업의 운영과 경영전략에 내재화시키고, 지속가능성과 기업시민의식을 고취시킬 실질적 방안을 제시하는 세계 최대의 자발적 기업시민 이니셔티브입니다. 당사는 2018년 Fair Player Club 에 참여하였고, 2019년부터 현재까지는 매년 반부패 워킹그룹을 통해 회원사간 컴플라이언스 시스템 운영 사례를 공유하고 반부패 법령 및 정책의 제·개정 등 주요 이슈에 대한 다각적인 소통을 진행함으로써 회사의 지속가능한 경영활동을 위한 노력을 기울이고 있습니다.

## 통합 리스크 관리

롯데쇼핑은 급변하는 대외 환경변화 속에서 리스크를 선제적으로 감지하고 대응하기 위해 전사적 노력을 기울이고 있습니다. 이를 위해 경영활동에 중대한 영향을 미칠 수 있는 재무적/비재무적 리스크를 구분해 관리하고, 잠재된 위험 요인을 사전에 발굴해 리스크를 예방하며,

리스크 발생 시 최적의 대응을 통해 리스크를 최소화 할 수 있도록 관리체계를 구축했습니다. 또한, 리스크 관리 범위를 협력사, 고객 등 모든 이해관계자의 밸류체인으로 확대해 나가고 있습니다.

## 리스크 관리체계

롯데쇼핑은 리스크 관리 조직을 구성해 사업 수행 전 단계의 리스크 요인을 파악하고, 관리 및 대응 전략을 수립하고 있습니다. 환경, 사회, 거버넌스 등에 대한 리스크를 더욱 체계적으로 관리하고자 2021년을 ESG 경영 원년으로 선포하고, 본격적인 ESG 경영체계를 구축했습니다. 2021년 9월에는 ESG 위원회를 신설하고, 각 사업부 별 ESG 전담팀을 구성했습니다. 이를 통해 ESG 리스크에 대해 정의하고, 리스크 관리 부서를 명확히 구분해 리스크 관리 체계를 구축하고 있습니다. 또한, 전사적 리스크 관리 프로세스를 수립해 체계적으로 리스크를 관리할 수 있는 운영 기반을 구축해 나갈 계획입니다.

## 내부회계관리제도

롯데쇼핑은 「내부회계관리규정」을 두어 내부회계관리제도를 설계 및 운영하고, 「주식회사 등의 외부감사에 관한 법률(이하 '외부감사법') 제 8조 제4항에 의거 내부회계관리제도 운영실태를 매 사업연도마다 주주총회, 이사회 및 감사위원회에 보고하고 있습니다. 또한, 외부감사법 제 8조 제5항에 의거 회사의 감사위원회는 내부회계관리제도의 운영실태를 평가해 이사회에 사업연도마다 보고하고, 외부감사법 제 8조 제7항에 의거 외부감사인은 당사 내부회계관리제도에 대한 감사의견을 감사보고서에 표명하고 있습니다. (2018년 11월 1일 개정된 외부감사법에 따라 2019년부터 자산 2조원 이상인 상장회사는 내부회계관리제도에 대한 감사인 인증이 검토에서 감사로 상향되었습니다.)

## 리스크 관리 분야

롯데쇼핑은 경영활동에 중대한 영향을 미칠 수 리스크를 재무적/비재무적 리스크로 구분했고, 세부적으로는 금융, 환경, 공급망 ESG리스크, 인권, 안전, 정보보호, 컴플라이언스로 분류했습니다. 각 유형별 리스크를 정의하고 대응 전략을 수립하며 리스크를 최소화하기 위한 노력을 기울이고 있습니다.

구분	리스크 유형	정 의	대응 전략
재무리스크	금융	• 유동성, 신용, 이자율 등 재무리스크	• 중·장기 자금 관리 계획 수립 및 유관 부서 상시 모니터링
	환경	• 온실가스 및 유해물질 배출 등 환경 규제 강화로 인한 법적 제재 및 비용 리스크	• 환경경영시스템 운영 및 정기 평가 시행 • 에너지 사용량 저감 활동 및 신재생에너지 설비 확대
비재무 리스크	공급망	• 협력사 환경, 사회, 거버넌스 등 ESG 리스크로 인한 평판 하락 및 재무 리스크	• 협력사 자가진단표 및 행동강령 수립 운영 • 협력사 ESG 교육 및 활동 지원
	인권	• 임직원 인권 및 인재 유출 리스크	• 인권 정책 수립 운영 및 임직원 인권 교육 시행 • 임직원 교육체계 고도화 및 성과 연동 평가 제도 운영
	안전	• 사업장 내 안전사고 발생으로 인한 손실 및 법적 리스크	• 안전 관리 체계 구축 및 전문인력 운영 • 사업장 정기적 안전점검 실시
	정보보호	• 고객 정보 유출 및 보안 사고 리스크	• 정보보호 관리체계 운영 및 정기적 내·외부 점검 시행 • 임직원 대상 교육 시행
	컴플라이언스	• 불공정 거래 부정부패 이슈로 인한 평판 및 재무 리스크 • 법률 위반으로 인한 각종 제재 리스크	• 준법경영 제도 및 프로세스 운영 • 임직원 대상 교육 및 상시 모니터링 운영

# Appendix

92

ESG Data

100

GRI Index

103

UN SDGs

104

가입협회

105

제3자 검증





# ESG Data

## Environment

### 에너지 소비량

구분	단위	2018	2019	2020	2021
조직 내 재생 불가능한 총 연료 소비량	TJ	2,168	1,929	1,610	1,689
에너지 사용량	전기	13,432	12,553	11,456	11,745
	열	-	-	-	-
	냉방	-	-	-	-
	스팀	261	212	199	71
에너지 판매량	전기	41	40	40	37
	열	-	-	-	-
	냉방	-	-	-	-
	스팀	-	-	-	-
총 에너지 사용량	TJ	15,861	14,694	13,265	13,505
매출액	백만원	9,864,386	9,695,325	8,708,083	8,408,202
에너지 집약도	TJ/백만원	0.16%	0.15%	0.16%	0.16%

### 에너지 소비 절감량

구분	단위	2018	2019	2020	2021	
에너지 절감량	TJ	백화점	320	377	220	333
		마트	-	897	898	954
		슈퍼	9	12	9	13
		e커머스	-	-	-	0.15
		총합	329	1,286	1,127	1,300

\* 마트 사업부의 경우 에너지 절감량 2019년부터 전산화 관리 진행

### 온실가스 배출량(Scope 1&2&3, 국내)

구분	단위	2018	2019	2020	2021	
직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	tCO <sub>2</sub> eq	백화점	44,665	40,648	30,691	37,724
		마트	33,650	29,008	24,464	22,527
		슈퍼	1,507	1,286	949	843
		e커머스	-	-	-	-
		시네마	3,380	-	-	-
간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	tCO <sub>2</sub> eq	백화점	313,118	300,145	277,340	306,569
		마트	270,025	261,068	238,918	224,369
		슈퍼	72,967	70,176	60,079	50,788
		e커머스	303	1,022	943	1,388
		시네마	20,658	-	-	-
기타 간접 온실가스 배출량 (Scope 3)	tCO <sub>2</sub> eq	백화점	58	50	72	66
		마트	28,128	28,170	27,417	25,489
		슈퍼	12,881	12,607	11,286	10,207
		e커머스	-	48	40	-
		시네마	-	-	-	-
총 배출량 (Scope 1&2&3)	tCO <sub>2</sub> eq	백화점	357,841	340,843	308,103	344,359
		마트	331,802	318,246	290,799	272,385
		슈퍼	87,355	84,069	72,314	61,837
		e커머스	303	1,070	983	1,388
		시네마	24,039	-	-	-
총합	801,340	744,228	672,199	679,969		
온실가스 배출 집약도	tCO <sub>2</sub> eq/억원	8.1	7.7	7.7	8.1	

탄소배출량 현황 및 목표(국내)

구분	단위	2018	2019	2020	2021	
온실가스 배출량	tCO <sub>2</sub> eq	백화점	357,841	340,843	308,103	344,359
		마트	331,802	318,246	290,799	272,385
		슈퍼	87,355	84,069	72,314	61,837
		e커머스	303	1,070	983	1,388
		총합	801,340	744,228	672,199	679,969
온실가스 배출 목표량	tCO <sub>2</sub> eq	백화점	373,369	359,156	318,771	362,729
		마트	374,144	347,456	303,554	285,919
		슈퍼	85,833	80,019	67,288	60,665
		e커머스	-	1,154	1,048	1,389
		총합	833,346	787,785	690,661	710,702

\* 2018년 배출량은 시네마 배출량 24,039tCO<sub>2</sub>eq 포함

폐기물 배출량(국내)

구분	단위	2018	2019	2020	2021	
일반 폐기물	톤	백화점	26,307	25,020	20,358	-
		마트	26,227	26,944	20,140	17,901
		슈퍼	350	279	193	180
		총합	52,883	52,242	40,691	-
건설 폐기물	톤	백화점	5	-	10	-
		마트	-	-	-	-
		슈퍼	-	-	-	-
폐기물 합계	톤	백화점	26,312	25,020	20,368	-
		마트	26,227	26,944	20,140	17,901
		슈퍼	350	279	193	180
		총합	52,888	52,242	40,701	-

\* 백화점 2021년 수치의 경우 2022년 11월 확정치 확인 가능, 마트의 경우 재활용 폐기물 수치만 관리 중

폐기물 재활용 비율(국내)

구분	단위	2018	2019	2020	2021	
재활용량	톤	백화점	16,093	21,992	17,987	-
		슈퍼	171	167	100	79
		총합	16,264	22,159	18,087	79
재활용 비율	%	백화점	61.20	87.90	88.30	-
		슈퍼	48.90	60.00	52.00	44.10
		총합	61.00	87.59	87.97	44.10

\* 백화점 2021년 수치의 경우 2022년 11월 확정치 확인 가능

사업장별 우수 사용량

구분	단위	2018	2019	2020	2021		
취수량	지하수	백화점	444,536	364,562	322,092	282,921	
		마트	-	-	-	-	
		상수도 또는 기타 물 공급 시스템	4,981,638	5,185,404	4,114,218	4,084,092	
		상수	3,407,720	3,127,639	2,546,667	2,198,550	
	공업용수	백화점	4,981,638	5,185,404	4,114,218	4,084,092	
		마트	3,407,720	3,127,639	2,546,667	2,198,550	
	합계	백화점	-	-	-	-	
		마트	-	-	-	-	
	재활용량	톤	백화점	5,426,174	5,549,966	4,436,310	4,367,013
			마트	3,407,720	3,127,639	2,546,667	2,198,550
중수		백화점	136,043	143,772	132,258	116,617	
		마트	-	41,336	35,237	53,606	
빗물		백화점	-	-	-	338	
		마트	-	-	-	-	
합계	백화점	136,043	143,772	132,258	116,955		
	마트	-	41,336	35,237	53,606		
총계	백화점	5,562,217	5,693,738	4,568,568	4,483,968		
	마트	3,407,720	3,168,975	2,581,904	2,252,156		

롯데마트 - 신선품질혁신센터 수질오염물질 배출 현황

구분	단위		2018	2019	2020	2021
BOD (생화학적 산소요구량)	배출량	mg/L	8.6	19.8	17.4	10.95
	법적기준	mg/L	120	120	120	120
COD (화학적산소 요구량)	배출량	mg/L	13	21	27.15	17.85
	법적기준	mg/L	130	130	130	130
SS (부유물질)	배출량	mg/L	18.4	56.8	26.95	17.4
	법적기준	mg/L	120	120	120	120
T-N (총 질소)	배출량	mg/L	6.6	7	6.65	24.5
	법적기준	mg/L	60	60	60	60
T-P (총 인)	배출량	mg/L	2.48	2.91	1.713	1.7795
	법적기준	mg/L	8	8	8	8
총 대장균군	배출량	mg/L	불검출	2,700	310	-
	법적기준	개/mL	3,000	3,000	3,000	3,000

롯데마트 - 오산 물류센터 수질오염물질 배출 현황

구분	단위		2018	2019	2020	2021
PH (수소이온)	배출량	mg/L	7.2	7.6	7.85	8
	법적기준	mg/L	5.9-8.6	5.9-8.6	5.9-8.6	5.9-8.6
SS (부유물질)	배출량	mg/L	24.4	20.9	13.4	38.45
	법적기준	mg/L	80	80	80	80
COD (화학적산소 요구량)	배출량	mg/L	9.8	8.4	5.5	4
	법적기준	mg/L	90	90	90	90
N-H (광유류)	배출량	mg/L	0.2	0.3	0.45	0.8
	법적기준	mg/L	5	5	5	5
N-H (동식물유류)	배출량	mg/L	0.4	0.5	1.3	1.2
	법적기준	mg/L	30	30	30	30
ABS (음이온계면 활성)	배출량	mg/L	0.06	0.04	0.045	0.035
	법적기준	mg/L	5	5	5	5
T-N (총 질소)	배출량	mg/L	1.9	2	3.2	3
	법적기준	mg/L	60	60	60	60
T-P (총 인)	배출량	mg/L	0.157	0.153	0.3105	0.144
	법적기준	mg/L	8	8	8	8

## Social

### 산업안전보건경영시스템 구현 여부

구분		단위		2018	2019	2020	2021
안전 보건 경영 시스템	취득 사업장 수	개	마트	-	-	-	116
	취득 대상 사업장 수	개	마트	-	-	-	116
	인증률 (전체)	%	마트	-	-	-	100

### 임직원 안전환경 교육 현황

구분	단위		2018	2019	2020	2021
교육시간	연간 총 시간 (인당)	백화점	24	24	24	24
		마트	24	24	24	24
		슈퍼	24	24	24	24
		e커머스	12	12	12	12
참석률	%	백화점	100.0	100.0	100.0	100.0
		마트	100.0	100.0	100.0	100.0
		슈퍼	100.0	100.0	100.0	100.0
		e커머스	100.0	100.0	100.0	100.0

\* 인당 평균 교육횟수 4회

### 임직원 현황

구분		단위	2018	2019	2020	2021
성별 총 임직원 수	남성	명	7,982	7,901	7,352	6,840
	여성		17,101	17,397	15,439	14,202
직급별 총 임직원 수	사원	남성	5,530	5,398	4,999	4,665
		여성	16,279	16,495	14,617	13,701
	관리자	남성	2,197	2,236	2,133	2,083
		여성	408	456	468	491
	임원 이상	남성	107	106	96	92
		여성	9	9	7	10
고용 계약별	정규직	남성	7,804	7,723	7,214	6,829
		여성	16,451	16,811	15,033	14,149
	비정규직	남성	30	17	14	11
		여성	245	149	59	53
연령별 총 직원 수	30세 미만	남성	1,036	881	665	558
		여성	1,355	1,071	773	850
	30~50세 미만	남성	6,224	6,183	5,884	5,608
		여성	8,144	7,366	6,335	5,555
	50세 초과	남성	574	676	679	674
		여성	7,197	8,523	7,984	7,797

\* 2018~2020년 직급별 총 임직원수, 고용계약별, 연령별 총직원수 롬스 인원 제외 산정

\*\* 롬스 인원: 2018년 553명 / 2019년 598명 / 2020년 471명

신규채용 및 이직

구분			단위	2018	2019	2020	2021
신규 채용 인원	연령별	30세 미만	명	1,390	650	266	529
		30~50세		1,809	1,063	402	812
		50세 초과		877	600	314	399
	성별	남성	명	1,332	635	247	392
		여성		2,744	1,678	735	1,348
	총 신규 채용인원			명	4,076	2,313	982
이직 임직원 수	연령별	30세 미만	명	1,176	568	360	367
		30~50세		2,004	1,465	1,419	1,380
		50세 초과		1,146	1,114	1,588	1,306
	성별	남성	명	1,316	779	716	746
		여성		3,010	2,368	2,651	2,307
	총 이직 임직원 수			명	4,326	3,147	3,367

제품 및 서비스군의 안전보건 영향 평가

구분	단위	2018	2019	2020	2021	
안전보건 영향을 평가한 주요 제품 및 서비스 비율	%	백화점	100.0	100.0	100.0	100.0
		마트	100.0	100.0	100.0	100.0
		슈퍼	100.0	100.0	100.0	100.0
		e커머스	100.0	100.0	100.0	100.0
		총합	100.0	100.0	100.0	100.0

\* 영위하는 사업의 특성상 판매하는 모든 상품은 검증을 통해서만 판매가 가능

규정 위반 사건

구분		단위	2018	2019	2020	2021
비윤리 조치내역	백화점	건	31	20	25	19
	마트		10	50	21	10
	슈퍼		17	16	32	26
	e커머스		5	5	6	6
	소계		63	91	84	61
신고센터 제보건수	백화점	건	41	65	50	36
	마트		6	22	8	5
	슈퍼		13	20	22	7
	e커머스		3	7	10	11
	소계		63	114	90	59

차별 사건 및 이에 대한 시정조치

구분	단위	2018	2019	2020	2021
차별 건수	건	0	0	0	0

사회적 영향평가 및 내부 평가를 통해 스크리닝된 신규 협력회사

구분	단위	2018	2019	2020	2021
신규 협력회사 비율	%	100.0	100.0	100.0	100.0

\* 영위산업 특성상 입주 기업 등의 협력회사는 검증을 통해 일정 수준을 득해야 협력사 등록이 가능

사회적, 경제적 영역의 법률 및 규제 위반

구분	단위	2018	2019	2020	2021
벌금의 재무적 가치	백만원	31.3	88.07	43,388	29.4
비금전적 제재 건수	건	1	-	1	-

\* 증권발행 및 공시 등에 관한 규정 제4-3조(사업보고서등의 기재사항)라함 제재현황에 맞춰서 사업보고서 기재 내용 활용



부패 위험을 평가한 사업장 수 및 비율

구분	단위	2018	2019	2020	2021
사업장 수	건	56	56	54	59
사업장 비율	%	97	97	93	100

\* 마트와 슈퍼 사업부는 인사, 예산 편성 등과 관련한 독립적인 권한이 없어, 사업부 본사 조직을 하나의 사업장으로 간주해 사업장 모수 기준 산정

거버넌스 기구 및 임직원 다양성, 남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율

구분	단위	2018	2019	2020	2021
여성 직원 비율	전체 임원 대비	7.8	7.8	6.8	9.8
	전체 근로자 대비	68.1	68.7	67.6	67.5
	전체 관리자 대비	15.7	16.9	18.0	19.1
	정규직 대비	67.8	68.5	67.6	67.4
남성 대비 여성 임직원의 기본급/보상 비율	백화점	57.5	62.6	66.2	68.7
	마트	56.4	61.5	69.5	55.9
	슈퍼	21.2	21.4	18.5	19.0
	e커머스	50.8	45.8	44.6	43.1

단체 협약

구분	단위	2018	2019	2020	2021
임직원 수	명	25,083	25,298	22,791	21,042
조합원 수	명	6,641	7,109	7,284	6,744
조합원 가입 비율	%	26.5	28.1	32.0	32.1
단체협약 적용 대상 비율	%	52.3	51.4	54.8	52.9

소수자 그룹 근로 현황

구분	단위	2018	2019	2020	2021	
백화점	장애인 근로자 수	경증	117	112	100	93
		중증	47	46	42	42
	보훈 직원	48	39	42	39	
	외국인	2	2	2	2	
전체 임직원 수 대비 소수자 그룹 고용률	%	3.4	3.5	3.4	3.3	
마트	장애인 근로자 수	경증	91	97	93	82
		중증	183	209	198	176
	보훈 직원	102	103	105	105	
	외국인	1	1	1	1	
전체 임직원 수 대비 소수자 그룹 고용률	%	2.7	3.1	3.3	3.1	
슈퍼	장애인 근로자 수	경증	85	88	68	61
		중증	69	71	54	50
	보훈 직원	8	8	17	13	
	외국인	1	-	1	1	
전체 임직원 수 대비 소수자 그룹 고용률	%	2.3	2.5	2.6	2.6	
e커머스	장애인 근로자 수	경증	6	8	7	8
		중증	3	6	3	5
	보훈 직원	9	9	8	14	
	외국인	-	-	-	-	
전체 임직원 수 대비 소수자 그룹 고용률	%	2.9	2.9	2.4	2.8	

\* 사업부별로 고용률 산정 방식 상이

성과평가를 받은 임직원 비율

구분		단위	2018	2019	2020	2021
백화점	남성	%	93.8	94.2	94.1	93.5
	여성	%	71.1	70.7	72.1	68.0
	사무직	%	79.9	79.8	80.6	78.3
	기술직/생산직	%	-	-	-	-
마트	남성	%	81.0	86.1	88.7	83.5
	여성	%	12.4	13.2	13.9	15.2
	사무직	%	32.5	34.3	35.9	35.9
	기술직/생산직	%	-	-	-	-
슈퍼	남성	%	78.4	80.3	84.9	96.3
	여성	%	6.5	6.6	7.1	94.0
	사무직	%	95.9	76.3	90.2	90.4
	기술직/생산직	%	-	-	-	-
e커머스	남성	%	100.0	100.0	100.0	100.0
	여성	%	100.0	100.0	100.0	100.0
	사무직	%	100.0	100.0	100.0	100.0
	기술직/생산직	%	-	-	-	-

임직원 1인당 평균 교육 시간

구분		단위	2018	2019	2020	2021
임직원 1인당 평균 교육 시간	백화점	시간	25.8	47.7	20.3	23.4
	마트		30.7	34.0	33.1	35.7
	슈퍼		20.1	16.2	7.9	19.7
	e커머스		59.0	77.0	22.0	20.3

육아휴직 사용 현황

구분		단위	2018	2019	2020	2021
육아휴직을 사용한 총 임직원 수	남성	명	381	377	348	363
	여성		374	353	352	360
육아휴직 종료 후 업무에 복귀한 총 임직원 수	남성	명	340	328	302	304
	여성		268	247	237	235
육아휴직 종료 후 업무에 복귀해 12개월 간 근속한 총 임직원 수	남성	명	308	290	247	258
	여성		188	195	193	196
육아휴직 받은 임직원 복귀율	남성	%	89.2	87.0	86.8	83.7
	여성		71.7	70.0	67.3	65.3
육아휴직 종료 후 업무에 복귀해 12개월 간 근속한 구성원 비율	남성	%	90.6	88.4	81.8	84.9
	여성		70.1	78.9	81.4	83.4

임직원 법정 의무교육 이수 시간 및 인원

구분		단위	2018	2019	2020	2021
직장 내 장애인 인식 개선 교육	인당 교육 시간	시간	1.4	1.4	1.3	1.3
	교육 이수 인원	명	16,586	16,668	16,372	14,402
직장 내 성희롱 예방 교육	인당 교육 시간	시간	1.4	1.5	1.3	1.3
	교육 이수 인원	명	18,291	16,684	16,499	14,407
직장 내 괴롭힘 방지 교육	인당 교육 시간	시간	1.0	1.0	1.0	1.0
	교육 이수 인원	명	4,581	16,691	15,155	14,407

업무상 부상 및 질병

구분	단위	2018	2019	2020	2021	
업무상 부상 건수 및 비율	건(%)	백화점	2(0.2)	7(0.7)	-	4(0.4)
		마트	64(2.2)	61(2.2)	60(2.3)	82(3.2)
		슈퍼	28(2.0)	31(2.6)	16(1.6)	23(2.6)
		e커머스	7(5.6)	3(1.8)	1(0.6)	1(0.5)
		총합	101(1.8)	102(2.0)	77(1.6)	110(2.4)
업무 관련 재해로 인한 사망 건수 및 비율	건(%)	백화점	-	-	-	-
		마트	-	-	-	-
		슈퍼	-	-	-	-
		e커머스	-	-	-	-
		총합	-	-	-	-
업무상 질병 건수	건(%)	백화점	-	-	1	-
		마트	1	4	4	4
		슈퍼	4	2	2	-
		e커머스	-	-	-	-
		총합	5	6	7	4
업무 관련 질병으로 인한 사망자 수	건(%)	백화점	-	-	-	-
		마트	-	-	-	-
		슈퍼	-	-	-	-
		e커머스	-	-	-	-
		총합	-	-	-	-
총 근로시간	건(%)	백화점	10,969,920	10,610,080	10,079,680	9,276,800
		마트	29,749,824	28,054,368	26,659,584	25,246,008
		슈퍼	14,335,728	11,963,556	9,807,996	8,688,504
		e커머스	1,246,560	1,638,104	1,544,152	1,987,776
		총합	56,302,032	52,266,108	48,091,412	45,199,088

협력사 동반성장 실적

구분	단위	2018	2019	2020	2021	
교육훈련 (중소파트너사 직무 교육)	개사	백화점	357	531	350	396
		마트	477	310	51	116
		슈퍼	-	-	-	-
		e커머스	-	-	-	49
		총합	834	841	401	561
금융지원 (동반성장펀드, 기금 운영 실적)	억원	백화점	905	914	1,055	735
		마트	217	256	426	421
		슈퍼	105	146	103	105
		e커머스	-	-	-	1
		총합	1,227	1,316	1,584	1,262
기술지원 (중소파트너사 컨설팅 지원 실적)	개사	백화점	10	1	8	18
		마트	3	16	25	19
		슈퍼	-	-	-	-
		e커머스	-	-	-	-
		총합	13	17	33	37
구매/판매협력	억원	백화점	14,024	13,955	7,570	6,322
		마트	886	1,336	766	532
		슈퍼	687	480	257	325
		e커머스	-	-	-	114
		총합	15,597	15,771	8,583	7,293

# GRI INDEX

구분	지표	지표 내용	ISO 26000	페이지
GRI 100: 공통주제 (Universal Standards)				
GRI 102: 일반보고 (General Disclosure)				
조직 프로필	102-1	조직명		12
	102-2	활동, 브랜드, 제품, 서비스		12-15
	102-3	본사 위치		12
	102-4	사업장 위치		14-15
	102-5	소유 및 법적 형태		13
	102-6	제품과 서비스가 제공되는 지리적 위치, 관련 산업, 고객과 수혜자 유형	6.3.10/6.4.1/ 6.4.2/6.4.3/ 6.4.4/6.4.5/	14-15
	102-7	조직 규모	6.8.5/7.86.4.2/	12-13
	102-8	임직원 및 근로자 정보	6.4.3/6.4.4/ 6.4.5/6.8.5/7.8	51, 95-97
	102-9	공급망		39-47
	102-10	조직과 공급망의 중대한 변화		39-43
	102-11	사전예방의 원칙과 접근 방법		89
	102-12	외부 이니셔티브		104-105
	102-13	가입 협회		105
전략	102-14	의사결정자 성명서	4.7/6.2/7.4.2	4-9
	102-15	핵심 영향, 위험, 기회		29
윤리성과 청렴성	102-16	가치, 원칙, 표준, 행동규범	4.4/6.6.3	41, 49, 87
	102-17	윤리에 대한 자문과 신고 메커니즘		53, 88
거버넌스	102-18	거버넌스 구조		80-82
	102-19	권한 위임		21, 80, 82
	102-21	이해관계자와 경제, 환경, 사회적 토픽 협의		20, 28
	102-22	최고 거버넌스 기구와 그 위원회 구성	6.2/7.4.3/7.7.5	80-82
	102-23	최고 거버넌스 기구 의장		80-82
	102-24	최고 거버넌스 임명과 선정		80
	102-25	이해관계 상충		83
	102-26	목적, 가치, 전략 수립에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할		80

구분	지표	지표 내용	ISO 26000	페이지
거버넌스	102-27	최고 거버넌스 기구의 총체적 지식		80-82
	102-28	최고 거버넌스 기구의 성과 평가		80
	102-29	경제, 환경, 사회적 영향 파악과 관리		40, 80
	102-30	위험관리 프로세스의 효과		89
	102-31	경제, 환경, 사회적 토픽 검토		16, 40, 80-82
	102-32	지속가능성보고에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	6.2/7.4.3/7.7.5	16, 80-82
	102-33	중요사항 보고		28-29
	102-34	중요사항의 성격과 보고 횟수		28-29
	102-35	보수 정책		80
	102-36	보수 결정 절차		80, 98
	102-37	보수와 관련된 이해관계자의 참여		80-81
	102-38	연간 총 보상 비율		70, 80, 97
	이해관계자 참여	102-40	이해관계자 집단들의 목록	
102-41		단체 협약		71, 97
102-42		이해관계자 파악 및 선정	5.3	28-29
102-43		이해관계자 참여방식		28, 83
102-44		제기된 핵심 토픽과 관심사		28
보고 관행	102-46	보고서 내용의 결정 및 토픽 경계	5.2/7.3.2/7.3.3/7.3.4	28
	102-47	중대 토픽 목록(List of material topics)		29
	102-50	보고기간		2
	102-51	최근 보고서의 보고 일자		2
	102-52	보고 주기		2
	102-53	보고서 관련 문의 시 연락처	7.5.3/7.6.2	2
	102-54	GRI Standard에 부합하는 보고 방법		2
	102-55	GRI 인덱스		100-102
	102-56	외부검증		105

구분	지표	지표 내용	ISO 26000	페이지
<b>GRI 103: 경영 접근방식 (Management Approach)</b>				
경영 접근방식	103-1	중요 토픽과 그 경계에 대한 설명	6.2.3, 6.3.7,	29, 34, 39, 48
	103-2	경영 접근법과 그 구성 요소	6.3.10, 6.4.3,	29, 34, 39, 48
	103-3	경영방식 평가	6.5.4, 6.5.5,	29, 34, 39, 48
<b>GRI 200: 경제 (Economic Performance)</b>				
경제 성과	201-1	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	6.8.1-6.8.2/6.8.3/ 6.8.7/6.8.9	13
	201-2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	6.5.5	38
간접 경제효과	203-1	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원활동	6.3.9, 6.8.1-6.8.2, 6.8.7, 6.8.9	78-79
	203-2	중요한 간접적 경제 파급효과 및 영향	6.3.9, 6.6.6-6.6.7, 6.7.8, 6.8.1-6.8.2, 6.8.5, 6.8.7, 6.8.9	78-79, 96
반부패	205-1	사업장 부패 위험 평가	6.6.1-6.6.3,	87-88, 97
	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	6.6.6	88, 97
	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	6.6.1-6.6.3	해당사례 없음
불공정 거래	206-1	경쟁저해행위, 독과점 등 불공정한 거래행위에 대한 법적 조치	6.6.1-6.6.2, 6.6.5, 6.6.7	해당사례 없음
<b>GRI 300: 환경 (Environment Performance)</b>				
원재료	301-2	사용된 원료 중 재생 원료의 투입	6.5.4	23, 64-67
	301-3	제품 및 포장재 재생 원료	-	64-67
에너지	302-1	조직 내부 에너지 소비	6.5.4	60-61, 92
	302-3	에너지 집약도		92
	302-4	에너지 소비 절감		24, 37, 60-61, 92
	302-5	제품 및 서비스의 에너지 요구량 감축	6.5.4-6.5.5	24, 37, 58-59
수자원 & 폐수	303-2	방류수 관련 영향 관리	6.5.4	62
	303-3	용수 취수량		62, 93
	303-4	용수 방류량	-	62, 93-94

구분	지표	지표 내용	ISO 26000	페이지
수자원 & 폐수	303-5	용수 사용량	-	62
	배출	305-1	직접 온실가스 배출량(scope 1)	
305-2		간접 온실가스 배출량(scope 2)	-	34-36, 92-93
305-3		기타 간접 온실가스 배출량(scope3)		34-36, 93
305-4		온실가스 배출 집약도	6.5.5	36, 92
305-5		온실가스 배출 감축	-	34-36, 60, 93
폐기물	306-1	폐기물 발생 및 중대한 폐기물 관련 영향	6.5.3-6.5.4	63
	306-2	중대한 폐기물 관련 영향 관리		25, 63, 67
	306-3	폐기물 발생량	6.5.3	93
	306-4	폐기물 재활용		25, 93
환경법규 위반	307-1	환경 법규 위반과 비금전적 제재조치	4.6	해당사례 없음
<b>GRI 400: 사회 (Social Performance)</b>				
고용	401-1	신규채용과 이직	6.4.3	68, 95
	401-2	비정규직 직원 혹은 파트타임 직원에게는 제공되지 않는 정규직 직원 대상의 보상	6.4.4, 6.8.7	68-72
	401-3	육아휴직	6.4.4	51, 53, 98
산업 안전 보건	403-1	산업안전보건 경영시스템	6.4.6	73-75, 95
	403-2	위험 식별/평가 및 사고 조사	6.4.6, 6.8.8	74-75, 89, 96, 99
	403-3	산업보건 서비스	6.4.6	73-75, 96
	403-4	산업안전보건에 대한 근로자 참여, 협의 및 소통	6.4.6, 6.8.8	73-75
	403-5	산업보건 및 안전에 대한 근로자 교육		73-75, 98
	403-6	근로자 건강증진		53, 73
	403-7	비즈니스 관계와 직접적으로 연결된 산업보건 및 안전 영향 예방 및 완화	6.4.6	73-75, 89
	403-8	산업 안전보건 관리 시스템 적용 받는 근로자		73-75
	403-9	업무상 부상		73-75, 99
	403-10	업무상 질병		73-75, 99



구분	지표	지표 내용	ISO 26000	페이지
훈련 및 교육	404-1	임직원 1인당 평균 교육 시간	6.2.3, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.7	68-70, 98
	404-2	임직원 역량 강화 및 전환 지원을 위한 프로그램	6.3.6-6.3.7, 6.3.10, 6.4.3-6.4.4, 6.4.7, 6.8.5	68-70, 98
	404-3	정기적 성과 및 경력 개발 리뷰를 받은 임직원 비율	6.4, 6.4.6	98
다양성과 기회 균등	405-1	거버넌스 기구 및 임직원 다양성	6.3.6-6.3.7, 6.3.10, 6.4.3	51, 97
	405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	6.3.7, 6.3.10, 6.4.3-6.4.4	51, 97
차별금지	406-1	차별 사건 및 이에 대한 시정조치	6.3.6, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3	50, 96
결사 및 단체교섭의 자유	407-1	근로자의 결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 사업장 및 협력회사	6.3.3-6.3.5, 6.3.8, 6.3.10, 6.4.5, 6.6.6	46
아동 근로	408-1	아동 노동 발생 위험이 높은 사업장 및 협력회사	6.3.3-6.3.5,	49
강제 노동	409-1	강제 노동 발생 위험이 높은 사업장 및 협력회사	6.3.7, 6.3.10, 6.6.6, 6.8.4	42, 49
보안 관행	410-1	사업과 관련된 인권 정책 및 절차에 관한 훈련을 받은 보안요원의 비율	-	52-53
원주민 관리	411-1	원주민의 권리 침해사고 건수와 취해진 조치	-	96
인권 관리 평가	413-1	지역사회 참여, 영향 평가 그리고 발전프로그램 운영 비율	6.3.9, 6.5.1-6.5.3, 6.8	78-79, 96
	413-2	지역사회에 중대한 실질적/잠재적인 부정적 영향이 존재하는 사업장	-	96
지역 사회	414-1	사회적 영향평가를 통해 스크리닝된 신규 협력회사	6.3.5, 6.6.1-	96
	414-2	공급망 내 주요한 부정적인 사회 영향과 이에 대한 시행 조치	6.6.2, 6.6.6, 6.8.1-6.8.2, 7.3.1	40-42
고객 안전보건	416-1	제품 및 서비스군의 안전보건 영향 평가	-	96
	416-2	제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건	6.7.4	96

구분	지표	지표 내용	ISO 26000	페이지
제품 및 서비스 라벨링	417-1	제품 및 서비스 정보와 라벨링	-	96
	417-2	제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건	4.6, 6.7.1-6.7.5, 6.7.9	96
	417-3	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규정 위반	4.6, 6.7.1-6.7.3	96
고객 개인 정보보호	418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	6.7.1-6.7.2, 6.7.7	84-86
사회 법규 위반	419-1	사회 경제적 영역과 관련된 법규 위반 사례	4.6, 6.7.1-6.7.2, 6.7.6	96

# UN SDGs

2015년 제70차 UN총회에서 2030년까지 달성하기로 결의한 의제인 지속가능발전목표(SDGs, Sustainable Development Goals)는 지속가능발전의 이념을 실현하기 위한 인류 공동의 17개 목표입니다. 롯데쇼핑은 그 중 12개 목표를 기업의 전략과 활동에 연계하여 실질적인 사회적 가치를 창출하고 지속가능발전 목표 달성에 기여하고자 노력하고 있습니다.

SDGs	활동내용	SDGs	활동내용
 <b>1 No poverty</b> 빈곤 해소	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나19 피해 복구를 위해 자체적으로 지역사회단체에 기부금 집행</li> <li>코로나19 로 어려워진 입점 브랜드의 임대료 인하</li> </ul>	 <b>7 Affordable and clean energy</b> 지속가능한 에너지	<ul style="list-style-type: none"> <li>87개 사업장 옥상 주차장 부지 활용한 태양광 발전 설비</li> </ul>
 <b>2 Zero hunger</b> 기아 종식	<ul style="list-style-type: none"> <li>Food 행복나눔 캠페인: 신선식품 기부 (누적 기부액 56.7억원)</li> </ul>	 <b>8 Decent work and economic growth</b> 양질의 일자리와 경제성장	<ul style="list-style-type: none"> <li>소외계층 청년 대상 유동 전문 취업/창업 코칭 프로그램 지원</li> <li>중소 협력사의 경영안정을 위한 동반성장펀드 및 대금 지급주기 단축의 내용을 담은 ESG채권 발행</li> </ul>
 <b>3 Good health and well-being</b> 건강한 삶과 복지	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나19 예방을 위한 방역 지원, 백신휴가 장려 및 코로나 유급 휴가 제도</li> <li>종합 건강 검진 리뉴얼 · 지원대상자 확대 및 검진서비스 개선</li> <li>찾아가는 사내 심리상담소 운영</li> </ul>	 <b>9 Industry, innovation and infrastructure</b> 사회기반 시설 구축 및 산업화 증진	<ul style="list-style-type: none"> <li>고객 서비스 극대화를 위한 매장 내 디지털 기술 도입 - 디지털 피킹 카드 도입, 키오스크 설치 확대 등</li> <li>협력사의 판로 지원 위한 드림플라자, 해외시장 개척단 운영</li> </ul>
 <b>4 Quality education</b> 양질의 교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>임직원들의 역량 강화를 위한 직급 및 직무별 교육과정 구성, 다양한 학습 콘텐츠 제공</li> <li>사룻데봉사단 - 복지시설 아동들과 다양한 활동 및 교육 진행</li> </ul>	 <b>10 Reduced inequalities</b> 불평등 완화	<ul style="list-style-type: none"> <li>공정 채용 가이드 전파 및 서약</li> <li>인권영향 평가 및 인권경영시스템 인증</li> <li>장애인 인식 개선 교육 시행</li> <li>남성 육아휴직 권고 및 난임휴가, 초등자녀돌봄 휴가 등 시행</li> </ul>
 <b>5 Gender equality</b> 양성 평등	<ul style="list-style-type: none"> <li>가족 친화기업 인증, 여가친화기업인증</li> <li>남녀고용평등 우수기업 대통령 표창 수상(15)</li> <li>여성인재 멘토링</li> </ul>	 <b>12 Responsible consumption and production</b> 지속가능한 소비와 생산	<ul style="list-style-type: none"> <li>친환경 PB 브랜드 론칭</li> <li>리사이클링 제품 제작 및 친환경 포장재 활용</li> <li>중고 유통 플랫폼과의 협업을 통한 자원 재사용</li> </ul>
 <b>6 Clean water and sanitation</b> 지속가능한 물 및 위생관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>중수설비와 빗물 저장소 설치 용수 사용 절감 및 용수 재사용</li> <li>용수 사용량 절감과 수질오염 방지를 위한 절수형 양변기 도입</li> </ul>	 <b>13 Climate action</b> 기후변화 대응	<ul style="list-style-type: none"> <li>탄소배출 저감을 위한 대외 연계 사업 추진</li> <li>온실가스 저감을 위한 인프라 구축(사업장 에너지 효율화)</li> <li>전기차 충전소 424기 운영 · 에너지 절감 위한 고효율 설비 확대</li> <li>2018년 대비 온실가스 12.5% 감축</li> </ul>

## 가입협회

협회명	협회 설명	비고
한국윤리경영협회	윤리경영에 관련된 학술연구의 진흥과 기업경영에 관련되는 도덕적 성격, 실무적 적용 및 그 기반을 탐구하는 학문을 중심으로 윤리경영의 발전과 국가발전에 기여함을 목적으로 하는 학회	-
한국인사관리협회 (한국인사관리자&교육연수담당자)	기업경영의 핵심인 인적자원의 효과적인 관리와 개발/육성 및 활용 등에 관한 지원/협력 활동을 주된 사업으로 창립된 인사관리 전문기관	-
한국 백화점 협회	백화점 업계의 발전을 위한 회원 간 정보 교환 및 유대 강화를 통한 공정거래질서 확립을 목적으로 설립한 협회로, 국내 총 5개사 가입 * 가입사 : 롯데, 신세계, 현대, 갤러리아, AK	-
KPRC (사)한국포장물 재활용사업공제조합	KPRC(Korea Packaging Recycling Cooperative, (사)한국포장재재활용사업공제조합), '자원의 재활용 촉진 및 환경 친화적 재활용 기술의 개발을 위한 연구 및 기술개발 수행을 · 지원하며, 제품 · 포장재의 제조 · 수입 · 판매업자의 재활용 의무 대행을 목적으로 하는 기구	-
공정경쟁연합회	공정거래문화 확산과 기업의 공정경쟁역량 강화를 지원하고, 공정거래제도 시행과 관련한 공익적 활동 등을 수행하기 위하여 1994년 11월 30일 경제기획원장관의 인가를 받아 설립된 협회	-
UN Global Compact 한국협회	UN에서 운영하는 CSR 국제 이니셔티브로 글로벌 BP사례 공유 및 국제 공조 등의 활동을 하고 있음	-
한국체인스토어협회	유통지식네트워크, KOCA 한국체인스토어협회, 한국체인스토어협회는 슈퍼마켓, 대형마트, H&B스토어, 카테고리킬러 전문점 등 유통기업과 제조 및 설비업체 등 유통 협력업체가 회원으로 활동하고 있는 비영리단체	-

## 제3자 검증

### 제3자 검증의견서

롯데쇼핑 지속가능경영보고서 2021 독자 귀중

#### 서문

한국경영인증원(KMR)은 롯데쇼핑 지속가능경영보고서 2021 (이하 "보고서")의 제3자 검증을 요청 받았습니다. 보고서 작성과 정보에 대한 책임은 롯데쇼핑 경영자에게 있으며, 본 한국경영인증원의 책임은 계약 및 합의된 업무를 준수하고 검증의견서를 발급하는 데 있습니다.

#### 검증 범위 및 기준

롯데쇼핑은 보고서에서 지속가능성과 관련한 조직의 성과와 활동에 대해 기술하고 있습니다. 검증팀은 국제적 검증 기준인 AA1000AS v3 및 KMR 검증 기준인 SRV1000을 적용하였으며, Type 2 방법 및 Moderate 수준의 보증 형태로 검증을 수행하였습니다. 즉, 검증팀은 AA1000AP(2018)에서 제시하는 포괄성(Inclusivity), 중요성(Materiality), 대응성(Responsiveness) 및 영향성(Impact) 원칙의 준수여부와 보고서에 기재된 하기 GRI 지표에 대한 데이터와 정보의 신뢰성 및 품질을 평가하였습니다. 이때 중요성 기준은 검증팀의 전문가적 판단(Professional Judgment)이 적용되었습니다.

GRI Standards의 핵심적 방식(Core Option) 보고 요구사항 만족 여부에 대한 확인이 검증 범위에 포함되었으며, 중대성 평가 절차를 통해 도출된 중요주제의 세부지표는 다음과 같음을 확인하였습니다.

- GRI Standards 보고 원칙
- 공통 표준(Universal Standards)
- 특정주제 표준(Topic Specific Standards)
  - 하기 특정주제 표준 경영접근방식(Management approach)
  - GRI 305: 배출(Emissions)
  - GRI 405: 차별과 기회균등(Diversity and Equal Opportunity)
  - GRI 406: 차별금지(Non-discrimination)

보고서의 보고경계 중 조직 외부 즉, 롯데쇼핑의 협력사, 계약자 등에 대한 데이터와 정보는 검증범위에서 제외되었습니다.

#### 검증방법

한국경영인증원 검증팀은 합의된 검증 범위에 대해 상기 기술된 검증기준에 따라 검증하기 위해 아래와 같이 검증을 진행했습니다.

- 보고서에 담긴 내용에 대한 전반적인 검토
- 중대성 평가 방법 및 결과 검토
- 지속가능경영 전략 및 성과정보 시스템, 프로세스 평가
- 보고서 작성에 대해 책임 있는 담당자와의 인터뷰
- 보고서 성과정보에 대한 신뢰성 평가, 데이터샘플링
- 금융감독원 전자공시시스템 등 독립적인 외부 출처 및 공공 데이터베이스를 기반으로 한 정보의 신뢰성 평가

#### 제한사항 및 극복방안

검증은 롯데쇼핑에서 제공한 데이터 및 정보가 완전하고 충분하다는 가정을 기반으로 실시되었습니다. 데이터 검증은 롯데쇼핑에서 수집한 데이터에 대한 질의 및 분석, 제한된 형태의 표본추출방식을 통해 한정된 범위에서 실시되었습니다. 이를 극복하기 위해 전자공시시스템, 국가온실가스 종합관리시스템 등 독립적인 외부 출처 및 공공 데이터베이스를 참고하여 정보의 품질 및 신뢰성을 확인하였습니다.

#### 검증결과 및 의견

검증팀은 문서검토 및 인터뷰 등의 결과를 토대로 롯데쇼핑과 보고서 수정에 대해 여러 차례 논의하였으며, 수정 및 개선권고 사항 반영을 확인하기 위해 보고서의 최종판을 검토하였습니다. 검증결과, 롯데쇼핑의 보고서는 GRI Standards의 핵심적 방식(Core Option)에 따라 작성되었으며, AA1000AP(2018)에서 제시하고 있는 원칙 준수와 관련하여 부적절한 부분을 발견할 수 없었습니다. 원칙에 대한 본 검증팀의 의견은 다음과 같습니다.

#### 포괄성 원칙

롯데쇼핑은 이해관계자에 대한 조직의 책임에 대해 공약하고 이를 실천하기 위해 다양한 형태와 수준의 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 개발하여 운영하고 있습니다. 검증팀은 이 과정에서 누락된 주요 이해관계자 그룹을 발견할 수 없었으며, 그들의 견해 및 기대 사항이 적절한 조직의 전략에 반영되도록 노력하고 있음을 확인하였습니다.

#### 중요성 원칙

롯데쇼핑은 조직의 지속가능성 성과에 미치는 주요 이슈들의 중요성을 고유의 평가 프로세스를 통해 결정하고 있으며, 검증팀은 이 프로세스에서 누락된 중요한 이슈를 발견하지 못하였습니다.

#### 대응성 원칙

롯데쇼핑은 도출된 주요 이슈의 우선순위를 정하여 활동성과 대응사례 그리고 향후 계획을 포괄적이고 가능한 균형 잡힌 방식으로 보고하고 있으며, 검증팀은 롯데쇼핑의 대응 활동들이 보고서에 부적절하게 기재되었다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

#### 영향성 원칙

롯데쇼핑은 중대성 평가를 통해 파악된 주요 주제들의 직간접적인 영향을 파악하여 모니터링하고 있으며 가능한 범위 내에서 해당 영향을 정량화된 형태로 보고하고 있음을 확인하였습니다.

#### 특정 지속가능성 성과정보의 신뢰성 및 품질

검증팀은 AA1000AP(2018) 원칙 준수 여부에 더해 지속가능성 성과와 관련된 경제, 환경, 사회 성과 정보에 대한 신뢰성 검증을 실시하였습니다. 해당 정보 및 데이터의 검증을 위해 담당자와 인터뷰를 실시하였으며, 데이터 샘플링 및 근거 문서 그리고 외부 출처 및 공공 데이터 베이스를 통해 신뢰할 수 있는 데이터임을 확인하였습니다. 검증팀은 지속가능성 성과 정보에서 의도적 오류나 잘못된 기술을 발견하지 못하였습니다.

#### 적격성 및 독립성

한국경영인증원은 ISO/IEC 17021:2015(경영시스템의 심사 및 인증을 제공하는 기관에 대한 요구사항)에 따라 문서화된 방침과 절차를 포함한 포괄적인 품질관리시스템을 유지하고 있습니다. 검증팀은 지속가능성 전문가들로 구성되어 있으며, 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 이외에 롯데쇼핑의 사업활동에 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺지 않은 독립성을 유지하고 있습니다.

2022.07. 대한민국, 서울

# LOTTE SHOPPING

2021 SUSTAINABILITY REPORT

 롯데쇼핑(주) 2021 지속가능경영보고서

## 제작 부서

유통군HQ 사업운영본부 ESG 기획팀

김상수, 엄선웅, 윤지환, 이세환, 신민규, 장휘범, 박성진, 한유진, 신현섭

## 보고서 제작에 도움주신 분들

백화점 사업부 ESG팀 윤재원, 조아람, 황혜진

슈퍼 사업부 ESG경영팀 고현호, 홍준형, 송영우, 윤재근

마트 사업부 ESG팀 김혜영, 변승섭, 최재민

e커머스 사업부 ESG신성장팀 강혜린, 유주상, 전은주







