



롯데칠성음료
2012 지속가능경영보고서

Sustainability Report 2012



보고서 개요

롯데칠성음료는 사회적 책임을 다하는 기업이 되고자 노력하고 있으며, 이의 일환으로 그간의 성과와 향후 목표를 담아 이해관계자분들과 공유하고자 2013년 처음으로 지속가능경영보고서를 발간 하였습니다. 앞으로도 이해관계자와의 활발한 커뮤니케이션을 위해 지속적으로 발간할 예정입니다.

보고서 기간 및 범위 | 본 보고서의 보고기간은 2012년 1월 1일부터 2012년 12월 31일까지입니다. 보고범위는 서울 본사 및 음료, 주류 공장 10개를 포함한 전 사업장을 기준으로 하고 있으며, 일부 해외 데이터를 포함하고 있습니다. 일부 성과지표의 경우 추세 분석을 위해 최근 3개년의 성과를 나타 내었으며, 의미가 있다고 판단되는 이슈에 대해서는 2011, 2013년의 성과도 포함하였습니다.

보고서 작성 기준 | 본 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative) G3.1 가이드라인 및 식품지표(Food Processing Sector) 기준을 적용하여 작성되었으며, 사회적 책임에 대한 국제 표준인 ISO 26000 핵심 주제에 의거하여 구성하였습니다. 또한, 이해관계자들의 이해를 돕고자 부록에 가이드라인별 Index를 수록하였습니다.

보고서 특징 | 본 보고서는 중요성 평가를 통해 도출된 핵심 이슈에 대해 Special Page로 별도 보고하고 있으며, 중요성 평가 결과의 각 항목에 대해 해당 페이지를 명시하였습니다.

보고서 검증 | 보고 내용의 신뢰성과 정확성을 확보하고자 독립적인 외부 전문가로부터 제 3자 검증을 받았습니다. 검증은 AA 1000AS(2008) 및 AA 1000APS(2008) 기준에 따라 수행되었으며, 검증의견서는 62~63페이지에 수록하였습니다.



COVER STORY

'맑고 깨끗한'이란 의미를 담고 있는 물의 이미지를 서로 이끌어주는 화합의 형상으로 표현하여 지속 가능한 경영을 바탕으로 세계로 도약하고자 하는 기업의 의지를 나타냄.

CONTACT INFORMATION

본 보고서에 대한 이해관계자 여러분의 의견을 기다립니다. 문의사항이 있으신 분은 아래로 연락주시기 바랍니다.

서울특별시 송파구 올림픽로 269
 Tel 02-3479-9114
 E mail JJ_2742@lottechilsung.co.kr
 Homepage http://company.lottechilsung.co.kr
 Contact Us 롯데칠성음료 기술지원팀

CONTENTS

보고서 개요		02
CEO 메시지		04
2012 HIGHLIGHT		06
이해관계자 커뮤니케이션		08
지속가능경영 전반	· 기업 소개	12
	· 경영목표 체계	14
	· 주요 제품	16
	· 지배구조	18
	· Special Page 1. 윤리경영	19
지속가능경영 성과	경제성과	22
	· 경제적 가치 창출	23
	· Special Page 2. 신규사업 개발 및 신시장 개척	26
	사회성과	30
	· 임직원	31
	· 고객	38
	· 지역사회	40
	· 동반성장	42
	· Special Page 3. 제품 안전성 및 제품 책임	44
	환경성과	48
	· 녹색경영	49
	· Special Page 4. 환경친화경영	54
참고자료	· 경제성과 DATA	57
	· 사회성과 DATA	58
	· 환경성과 DATA	59
부록	· 제 3자 검증 의견서	62
	· GRI Index / ISO 26000	64
	· 수상실적 / 학회 및 협회 가입현황	69

CEO 메시지 Message from the CEO



“
사랑과 신뢰를 받는
제품과 서비스를 제공하여
인류의 풍요로운 삶에 기여한다
”

롯데칠성음료는 “사랑과 신뢰를 받는 제품과 서비스를 제공하여 인류의 풍요로운 삶에 기여한다”라는 롯데그룹 미션을 바탕으로, 사회구성원들과 함께 성장하는 지속가능하고 건강한 회사 발전을 위해 다양한 활동을 실천하고 있습니다. 이번 지속가능경영보고서 발간을 통해 그동안의 성과와 향후 롯데칠성음료가 나아갈 방향을 이해관계자 여러분과 공유하고자 합니다.

롯데칠성음료는 지난 2010년 창립 60주년을 기점으로 세계적인 종합음료기업이라는 비전을 선포하였습니다. 이후 주류회사 인수와 합병을 통해 종합 음료 및 주류회사로 탈바꿈하여 국내 동종업계뿐만 아니라 글로벌 시장에서의 경쟁력을 강화하고 있습니다. 음료산업의 경우 커피 및 생수시장 등이 꾸준한 성장세를 보이고 있고, 기능성 음료 시장의 활성화 및 차별화된 제품 마케팅을 통한 시장성장을 기대하고 있습니다. 주류산업도 소주, 맥주를 중심으로 한 주류시장의 점유율 증가와 함께 와인 및 수입청주의 비중이 늘어나는 추세로 전체 주류시장의 성장을 주도할 것으로 전망됩니다.

롯데칠성음료의 2012년 매출액은 2조 158억 원으로 꾸준히 증가하고 있으며, 지속적인 성장을 위해 기존 핵심사업 확장 및 신사업 창출에 주력하고 있습니다.

롯데칠성음료는 음료업계 1위 기업으로서의 책임을 다하고 소비자에게 안전하고 정직한 제품을 제공하기 위해 생산 단계에서부터 철저히 품질을 관리하고 있습니다.

2002년 음료업계 최초로 식품위해요소중점관리기준(HACCP, Hazard Analysis and Critical Control Point) 적용 업소로 지정되었으며, 2010년까지 전 음료공장에 대한 HACCP인증 취득을 완료하였습니다. 그리고 환경경영체제인 ISO 14001 인증을 획득하고 위해요소에 대한 통합적인 시스템 구축 및 전 공장에 식품안전경영에 대한 국제표준인 식품안전경영 시스템(ISO 22000)을 운영하고 있습니다. 또한, 외주업체의 위생점검 및 식품안전경영 시스템 인증을 지원하고 있으며, “2018 ASIA GREEN COMPANY”라는 녹색경영전략을 바탕으로 업계 최초 ‘탄소성적표지 제품군 사전검증체계’를 공인받아 저탄소제품 및 탄소성적표지 인증, 온실가스 배출 저감활동 등을 펼치고 있습니다.

롯데칠성음료는 ‘협력업체의 성장이 곧 회사의 성장이다’라는 가치아래 동반성장을 위한 상생협력활동을 전개하고 있습니다. 2010년 동반성장추진 사무국을 출범하여 협력업체와 ‘공정거래 및 동반성장협약’을 체결하고, 동반성장펀드 운영을 통해 중소기업업체에 약 100억 원의 자금을 저리로 지원하는 등 동반성장 정책을 적극 추진하고 있습니다. 또한, 공정거래 자율준수프로그램(CP, Compliance Program)을 운영하여 윤리경영과 공정거래 질서 확립을 위해 노력하고 있습니다.

다양한 장학활동과 푸드뱅크 기탁 등을 통해 소외계층과의 나눔 경영에도 앞장서고 있으며, 전국의 10개 공장과 100여 개 지점에서는 지역 내 인력채용을 우선하여 지역경제 활성화에 이바지하고 있습니다. 더불어 노사간의 원활한 소통을 위한 다양한 노사화합프로그램과 제안제도 등을 운영하여 노사문화 우수기업으로 평가 받고 있습니다.

롯데칠성음료는 앞으로도 세계적인 종합음료기업이라는 큰 비전을 달성함에 있어 사회와 함께 성장하는 지속가능경영에 더욱 매진할 것이며, 이를 위해 다양한 이해관계자와 활발하고 투명하게 소통할 것입니다. 이번에 처음으로 발간하는 지속가능경영보고서가 지속가능경영의 주춧돌이 되리라 확신합니다.

마지막으로 롯데칠성음료에 아낌없는 사랑과 관심을 주시는 이해관계자 여러분께 깊은 감사의 말씀 드리며, 우리사회와 소비자, 그리고 롯데칠성음료가 모두 건강한 미래를 맞이하길 기원합니다.

감사합니다.

2013년 8월

롯데칠성음료 대표이사 **이재혁**

이재혁

2012 HIGHLIGHT

롯데칠성음료는 2012년에도 지속가능경영을 위한 다양한 활동을 전개하여 소비자가 뽑은 좋은 광고상을 수상하였고, 대한민국 최고 안전 식품 기업으로 선정되는 등 다양한 성과를 이루었습니다.

77개 협력업체와
공정거래 및
동반성장 협약 체결

‘칠성사이다’ 캠페인,
소비자가 뽑은
좋은 광고상 수상

2012
대한민국 최고
안전 식품 기업 선정

해양환경 서포터즈
‘아라미’
후원

소주 제조업 부문,
국가고객만족도
5년 연속 1위

2012.01

2012.03

2012.06

2012.07

2012.12

2008년부터 동반성장 협약을 추진해 온 롯데칠성음료는 2010년 10월 대표이사를 위원장으로 하는 동반성장추진사무국을 발족하고, 2011년 11월 77개 협력업체와 공정거래 및 동반성장 협약을 체결하였습니다. 협약식에는 일부 협력업체 대표이사과 롯데칠성음료 대표이사, 임원진이 참석하여 공정한 거래질서 확립과 협력 지원을 통한 중소대기업간 동반성장의 선진문화를 다짐하였습니다.

롯데칠성음료는 2012년 1월부터 본격적으로 동반성장을 위한 활동에 착수하여 전개해왔으며, 1차 협력사뿐만 아니라 2차, 3차 협력사까지 확대하여 상생경영을 이어나갈 계획입니다.



롯데칠성음료의 ‘칠성사이다’ 캠페인이 제 20회 소비자가 뽑은 좋은 광고상에서 문화체육관광부장관상을 수상하였습니다. 소비자가 뽑은 좋은 광고상은 한국광고주협회와 문화체육관광부가 공동 주최하고 소비자가 직접 광고를 심사해 수상작을 선정하는 행사로, ‘칠성사이다 소지도’ 편은 우리나라의 맑고 깨끗한 자연을 광고에 담아 일관성 있게 환경보호 캠페인을 지속해서 전개해왔다는 점을 높이 평가받았습니다.

롯데칠성음료는 앞으로도 칠성사이다의 ‘맑고 깨끗한’ 브랜드 자산을 지켜나갈 것입니다.



전국 소비자 1,000명이 뽑은 2012 대한민국 최고 안전 식품 기업으로 롯데칠성음료가 음료 부문에서 3년 연속 1위를 차지했습니다. 업계 최초로 무균 상태에서 멸균 용기에 내용물을 바로 충전하는 ‘무균 충전 시스템’을 도입하는 등 식품 안전을 선도해 왔다는 평을 받았습니다. 본 조사는 환경비즈니스 주최하에 전국 소비자 1,000명을 대상으로 종합식품, 제과, 음료, 베이커리 등 10개 부문에서 이루어 졌습니다.

롯데칠성음료는 해양환경관리공단(KOEM)이 운영하는 해양환경 서포터즈 ‘아라미’의 깨끗한 바다 만들기 활동에 동참하고 있습니다. 대학생 홍보단인 ‘아라미’의 갯벌 대장정, 해양쓰레기 모니터링 등과 같은 후원 및 온·오프라인 활동으로 바다 환경 보전의 중요성을 널리 알리는 역할을 하고 있습니다.



롯데칠성음료의 주류BG는 국가고객만족지수(NCSI) 소주 제조업 부문에서 5년 연속 1위 기업에 선정되었습니다. 2012년 국가고객만족도 조사에서 알카리 소주인 ‘처음처럼’으로 소주 시장을 선도하고 차별화된 마케팅으로 소비자 만족도를 높인 점을 인정받아, 고객 인지 품질, 고객 충성도 등 모든 평가 항목에서 높은 점수를 획득하여 2008년 이래 5년 연속 1위를 차지하였습니다.



이해관계자 커뮤니케이션

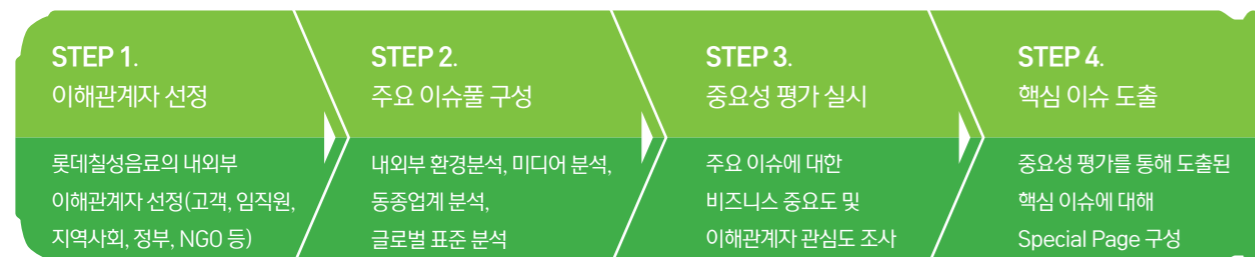
롯데칠성음료는 주주, 고객, 임직원, 협력회사, 지역사회, 정부를 이해관계자로 정의하고 이해관계자들의 의견을 수렴해 경영활동에 반영하고자 다양한 커뮤니케이션 채널을 운영하고 있습니다. SNS 채널 등을 활용하여 실시간으로 의견을 청취하고 있으며, 이해관계자와의 커뮤니케이션을 강화하고자 첫 번째 지속가능경영보고서를 발간하였습니다.

롯데칠성음료는 향후에도 지속해서 보고서를 발간하여 이해관계자들에게 경영활동을 투명하게 공개함으로써 사회적 책임을 다하는 기업으로서의 입지를 다져나가고자 합니다.



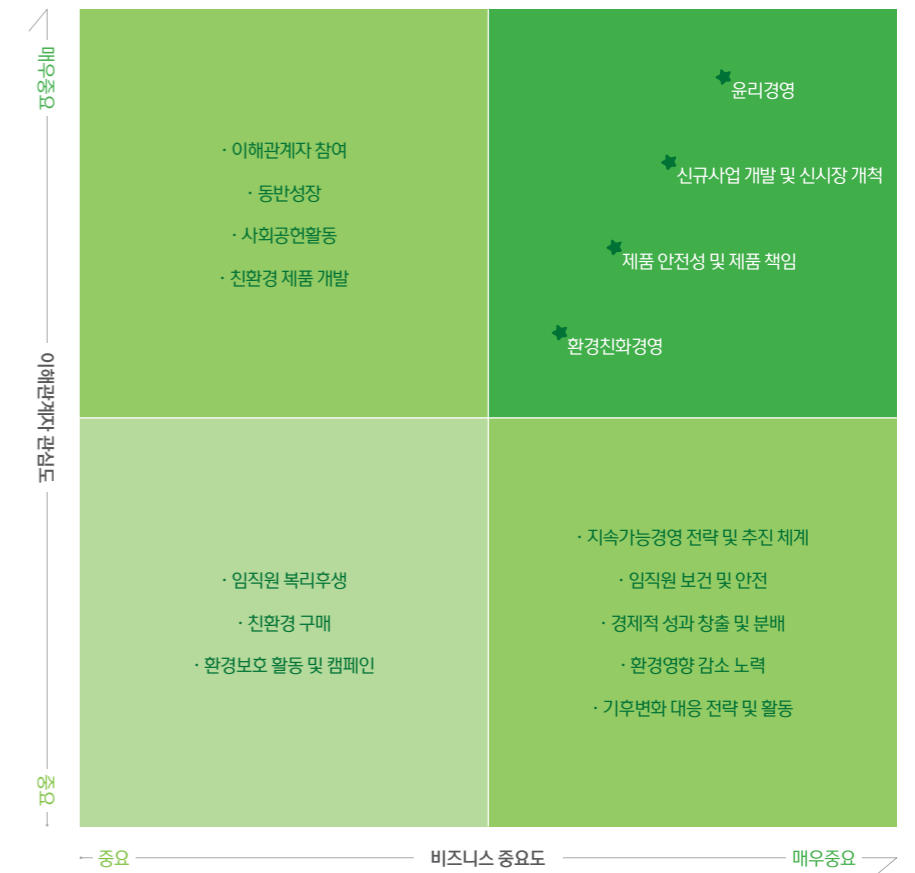
중요성 평가 프로세스

롯데칠성음료는 첫 번째 보고서를 발간하기에 앞서 이해관계자들의 의견을 듣고자 2013년 4월 30일부터 5월 10일까지 11일간 이해관계자 설문조사를 실시하였습니다. 일반, 경제, 사회, 환경 네 부문으로 나누어 각 항목에 대해 주요 이해관계자의 관심도와 기업의 경영활동에 미치는 영향력을 조사하고, 이를 통해 도출된 핵심이슈를 Special Page로 별도 구성하였습니다.



중요성 평가 결과

내외부 환경분석 및 롯데칠성음료의 성과지표를 검토하여 구성된 이슈풀에 대해 내·외부 이해관계자 총 3,083명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 총 252명이 참여하였습니다. 비즈니스 중요도 및 이해관계자 관심도에 따라 일반, 경제, 사회, 환경 부문별 관심도를 분석하였으며, 본 보고서에서는 핵심이슈의 성과를 우선적으로 보고하고자 합니다.



구분	페이지	구분	페이지
윤리경영	19	지속가능경영 전략 및 추진 체계	14~15
신규사업 개발 및 신시장 개척	26~29	임직원 보건 및 안전	36
제품 안전성 및 제품 책임	44~47	경제적 성과 창출 및 분배	23~24
환경친화경영	54~55	환경영향 감소 노력	50~55
이해관계자 참여	8~9	기후변화 대응 전략 및 활동	48~55
동반성장	42~43	임직원 복리후생	34
사회공헌활동	40~41	친환경 구매	51
친환경 제품 개발	52, 54	환경보호 활동 및 캠페인	50~51



SUSTAINABILITY MANAGEMENT OVERVIEW

지속가능경영 전반



기업소개



롯데칠성음료는 1950년 창립 이래 환경을 생각하는 맑고 깨끗한 제품을 생산하기 위해 노력해왔으며, 창립 60주년이 되던 해인 2010년을 제 2 도약의 원년으로 삼고, '2018년 매출 7조 원의 종합음료회사'라는 비전을 수립하여 전사적으로 공유하였습니다.

2011년 10월 롯데주류와의 법인통합을 통해 롯데칠성음료는 종합 음료 및 주류 회사로 탈바꿈하였으며 주류의 시너지 효과를 통한 비용 절감 및 동종업계 시장에서의 경쟁력을 강화하고 있습니다.

롯데칠성음료의 주요 제품은 '칠성사이다', '펍시콜라', '밀키스', '칸타타', '아이시스' 등의 음료 제품과 '처음처럼', '청하', '설화' 등의 주류 제품이며, 일본, 중국, 러시아 등 세계 여러 국가에 수출하고 있습니다. 또한, 최근 롯데아사히주류의 와인사업 부문을 주류BG(Business Group) 사업으로 인수하였습니다.

롯데칠성음료는 사회적 책임을 다하고, 이해관계자에게 신뢰받는 제품을 제공함으로써 음료업계 1위 기업으로서의 입지를 다져나가고 있습니다.

기업 현황



- 설립일 : 1950년 5월
- 대표이사 : 이재혁
- 기업소재지 : 서울특별시 송파구 올림픽로 269
- 인원수 : 4,442명(음료 3,289 / 주류 1,153)
- 사업분야 : 음료 / 주류
- 매출액 : 2조 158억 원(음료 15,134억 / 주류 5,024억)
- 영업이익 : 1,542억 원(음료 1,088억 / 주류 454억)

· 국내 사업장(공장) 소재지

사업장명	소재지
● 안성공장	경기 안성시 미양면 제2공단1길 17
● 오포공장	경기 광주시 오포읍 양별로 257
● 양산공장	경남 양산시 북정공단1길 28
● 대전공장	대전 대덕구 문평서로 57
● 광주공장	광주 북구 양일로 111
● 제주공장	제주 서귀포시 남원읍 일주동로 7908
● 강릉공장	강원 강릉시 관솔길 7
● 군산공장	전북 군산시 외항1길 222
● 경산공장	경북 경산시 진량읍 대구대로 284-33
● 부평공장	인천 부평구 부평대로313번길 27

· 중속회사 현황

국내	해외	2012.12.31 기준
(주)롯데아사히주류	롯데우아방음료유한공사	중국
씨에이치음료(주)	롯데오더리음료유한공사	중국
롯데와인판매	롯데장백음료유한공사	중국
(주)충북소주	롯데주업(북경)유한공사	중국
(주)에이치유아이	LOTTE LIQUOR JAPAN	일본
	LOTTE Beverage America Corp	미국

회사 연혁

연도	주요 사건
1950.05	동방청량음료 합명회사 설립
1974.12	롯데칠성음료(주)로 상호변경
1995.12	업계최초 전 공장, 전 제품 ISO 9001 획득
2001.11	음료업계 최초 연매출 1조 원 돌파
2004.09	NCSI(국가고객만족도) 음료산업부문 1위

연도	주요 사건
2005.02	롯데칠성 중국진출, 롯데화방음료 유한공사 설립
2009.03	두산주류BG 인수
2010.10	필리핀 PCPPI (Pepsi Cola Products Philippines, Inc.) 주식 인수(34.4%)
2011.10	롯데주류 합병, 롯데칠성음료(주) 출범
2012.04	롯데장백음료 유한공사 설립, 백두산생수사업 추진

경영목표 체계

롯데칠성음료는 '2018년 매출 7조 원의 종합음료회사'라는 비전 아래 핵심역량 강화, 현장 경영, 인재 양성, 브랜드 경영, 내실 경영의 5가지 경영방침을 토대로 음료, 주류, 해외사업 등 각 사업부문의 성장과제를 수립하였습니다.

2018년 비전 목표를 달성하기 위해 전략과제를 수립하고 이를 추진하는 전사 위원회로 비전추진위원회를 운영하고 있으며, 내외부 경영활동의 진단 및 과제별 추진현황을 모니터링하고 있습니다. 또한, 매출확대와 원가절감, 인원 및 인건비, 경비, 에너지 등의 절감을 통해 전사적인 손익을 개선함으로써 내부경영의 효율화를 목표로 비상경영추진위원회를 운영하고 있습니다.

롯데칠성음료는 '2018 아시아 TOP10 글로벌그룹'이라는 그룹 차원에서의 목표 실현과 환경을 생각하는 책임있는 기업으로써 친환경 음료개발, 탄소성적표지 제품 확대, 에너지 재활용 및 고효율 설비 도입 등을 추진하고 있으며, 지역사회와 환경을 고려하는 친환경 활동도 전개해나가고 있습니다.

미션 Mission 사랑과 신뢰를 받는 제품과 서비스를 제공하여 인류의 풍요로운 삶에 기여한다.
We enrich people's lives by providing superior products and services that our customers love and trust.

비전 Vision 2018년 매출 7조 원의 종합음료회사

경영방침 Business Policy	핵심역량 강화
	<ul style="list-style-type: none"> 주력 사업 분야에 역량을 집중하여 최고의 경쟁력 확보 기존 사업과 시너지를 창출할 수 있는 연관 사업으로 확장
	현장 경영
	<ul style="list-style-type: none"> 현장의 의견을 지속적으로 파악하여 사업 전략에 반영 현장의 아이디어를 전 임직원이 공유, 경영 전략에 반영
	인재 양성
	<ul style="list-style-type: none"> 체계적 교육, 차별화된 경력 개발로 미래 성장을 주도할 인재 양성 당사 인재들을 최고 수준의 산업, 지역, 직무전문가로 양성
	브랜드 경영
	<ul style="list-style-type: none"> 고객 만족 및 신뢰 확보를 통해 글로벌 프리미엄 브랜드로 도약 브랜드 가치 제고로 국내 대표를 넘어 글로벌 대표 브랜드로 육성
	내실 경영
	<ul style="list-style-type: none"> 원가절감 의식을 바탕으로 관행, 습관성 비용 축소 효율적인 투자로 경영 효율성 향상

핵심가치 Core Value

고객중심

협력

열정

창의성

책임감

목표의식

사업부문별 성장과제

구분	내용	2018 매출목표
음료사업	탄산사업 및 주스 브랜드 경쟁력 강화	7조 원
	커피음료사업 매출 확대	
	생수·다류시장 M/S 1위 확보	
주류사업	소주 및 기존주류 시장지배력 강화	
	맥주시장 성공적 정착	
신사업	글로벌 시장 확대	
	해외(중국, 러시아, 동남아) 사업 확장 및 진출	
	원두커피사업 확대	
	신사업 발굴	

조직도

롯데칠성음료는 2011년 롯데주류와의 합병 이후 사업 영역을 음료BG와 주류BG로 나누고 합병 이전 양사가 수행했던 역할을 대부분 유지하여 관리하고 있습니다. 지원, 구매, 재경을 담당하는 지원본부와 윤리경영, 홍보, 기획, 해외사업부문이 있으며, 음료BG와 주류BG 모두 영업 및 생산본부와 함께 각각 6개, 10개 부문으로 구성되어 있습니다. 음료BG는 안성, 오포, 양산, 대전, 광주, 제주 등 6개 공장, 주류BG는 강릉, 군산, 경산, 부평 등 4개 공장을 운영하고 있으며, 각 생산본부에서 담당하여 관리하고 있습니다.



주요 제품 - 음료

BEVERAGE



[탄산] ① 칠성사이다, ② 펄스콜라, ③ 미린다, ④ 마운틴듀, ⑤ 스파클링, ⑥ 밀키스



[주스] ① 엘몬트, ② 콜드, ③ 트로피카나, ④ 제주감귤

[커피] ① 칸타타, ② 레쓰비, ③ 레쓰비 카페타임, ④ 칸타타 스틱커피



[차] ① 실론티, ② 립튼, ③ 오늘의차, ④ 네이처티, ⑤ 티스파클링, ⑥ 아마존시크릿



[기능성] ① 핫식스, ② 데일리C 비타민워터, ③ 솔의논, ④ 비타파워

[기타] ① 참두, ② 참두 뉴트리빈, ③ 2%부족알매, ④ 잔치집식혜



[스포츠] ① 게토레이

[생수] ① 아이시스 8.0, ② 백두산, ③ DMZ, ④ 트레비, ⑤ 에비앙, ⑥ 볼빅

주요 제품 - 주류

ALCOHOL



① 처음처럼, ② 산저렴, ③ 담금소주, ④ 경월, ⑤ KU



① 설중매, ② 설중매 골드, ③ 설중매 스파클링, ④ 리믹스 스파클링, ⑤ 인삼주



① 청하, ② 청하DRY, ③ 백외수북, ④ 설화, ⑤ 국양



① 스카치 블루 30년, ② 스카치 블루 21년, ③ 스카치 블루 17년, ④ 스카치 블루 인터네셔널, ⑤ 스베드카



① 마주앙, ② 카르멘, ③ 반피, ⑤ 옐로우 테일

지배구조

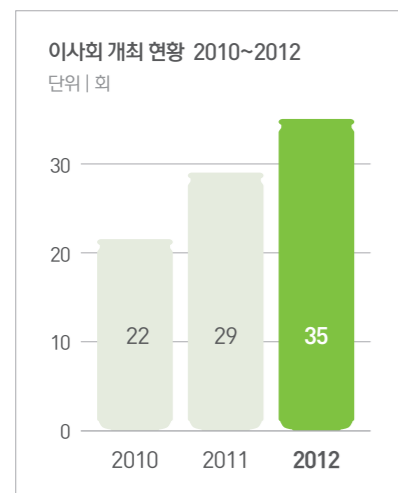
이사회 구성

롯데칠성음료 이사회는 법령이나 정관에 규정된 사항, 주주총회로부터 위임받은 사항과 회사 경영의 기본 방침 및 업무집행에 관한 중요사항을 심의 결정하는 최고 의사 결정기구입니다. 이사회는 대표이사를 포함하여 사내이사 2명, 사외이사 3명으로 구성되어 있으며, 의장은 이사회 규정에 의거하여 대표이사가 겸직하고 있습니다. 또한, 전체 이사회회의 60%를 사외이사로 구성하여 경영진에 대한 견제기능 확보와 함께 투명한 이사회 활동을 위한 기반을 마련하고 있으며, 사외이사의 경우 사외이사후보추천위원회를 운영하여 본 위원회의 규정에 따라 자격을 검증해 선임하고 있습니다. 사외이사후보추천위원회는 사외이사 3명으로 이루어져있는 비상설 기구로, 상법에 따라 운영하고 있습니다.

이사회 구성현황 2012.12.31 기준

구분	성명	성별	직책
사내이사	이재혁	남	롯데칠성음료 대표이사
	이상철	남	롯데칠성음료 주류BG 영업본부장
사외이사	김남문	남	세무법인 (명인) 회장
	신종대	남	법무법인 (청림) 대표
	임정호	남	(주)에코지텍 대표

이사회 운영 및 보상



롯데칠성음료는 매월 1회 정기이사회를 개최, 긴급을 요하는 부의 사항이 있을 시 의장이 임시 이사회를 소집하며, 이사회 성립은 이사 전원의 과반수가 출석하도록 하고 있습니다. 이사회 소집에 앞서 일정에 대한 사항을 1주 전에 통지하며, 이사회 참석이 어려울 경우 동영상 및 음성을 동시에 송수신하는 통신수단을 통해 결의에 참가하는 것을 허용함으로써 참여를 독려하고 있습니다. 또한, 이사회의 결의에 관해 특별한 이해관계가 있는 이사는 의결권을 행사하지 못하도록 규정하고 있습니다. 2012년 총 35회의 이사회를 개최하였고, 이사회 참석률은 100%를 유지하고 있습니다. 이사회를 통해 진행된 의안으로는 맥주 사업추진을 위한 투자협약 체결, 이사회 운영규정 개정, 공장 신설 승인 등이 있습니다. 이사의 보수는 주주총회 결의로 결정하며, 퇴직금의 경우 임원 퇴직금 지급규정에 따라 지급하고 있습니다.

이사회 개최 현황

구분	2010	2011	2012
이사회 개최(회)	22	29	35
이사회 참여율(%)	80	89	100

감사위원회 운영

롯데칠성음료는 독립성 강화를 위해 이사회와는 별도로 사외이사의 구성이 과반수 이상을 차지하는 감사위원회를 운영하고 있습니다. 감사위원회는 회계와 업무를 감사하며, 이사회를 통해 임시 총회를 소집할 수 있도록 하고 있습니다. 감사위원회는 재무제표 검토 및 감사위원장 선임과 관련하여 2010년과 2011년에 각1회, 2012년에 2회 개최되었습니다.

01 SPECIAL PAGE

윤리경영

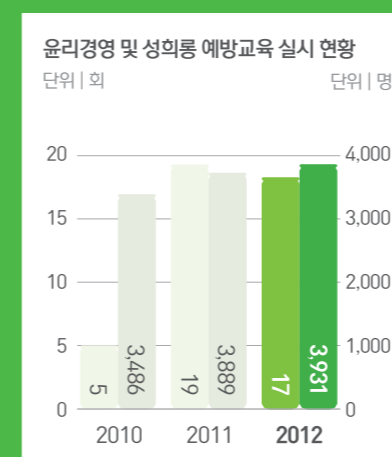
롯데칠성음료는 윤리경영을 '투명한 경영과 사회적 책임을 통한 기업의 이익 추구하고 함께 외부 이해관계자인 고객, 협력업체, 주주뿐만 아니라 국가와 사회로부터 신뢰를 얻는 경영'이라 정의하고, 2001년 롯데윤리강령 선포식 이후 지속적으로 기업윤리를 경영철학으로 실천하고 있습니다.

윤리경영 활동



롯데칠성음료는 윤리경영 실현을 '기업 기본윤리 제정', '윤리경영에 대한 공감대 조성', '기본윤리 준수 여부 감독 조직'이라 정의하고 이를 위해 다양한 활동을 전개하고 있습니다. 임직원이 지켜야 할 윤리 강령, 행동 준칙을 제정하고 윤리경영에 대한 교육을 진행함으로써 임직원의 인식 제고 및 윤리경영 내재화를 위해 힘쓰고 있으며, 불법, 부당 사례 및 비윤리적인 행위를 신고할 수 있도록 신고 및 제도를 운영하고 있습니다. 제보 및 신고는 롯데칠성음료 임직원은 물론 협력업체 등 이해관계자 누구나 이용이 가능합니다. 접수된 사건에 대해서는 타당성 검토 후 점진적인 개선 및 이행계획을 수립하여 처리하고 있습니다.

윤리경영 교육



롯데칠성음료는 윤리경영 인식 확산을 통한 바람직한 기업문화 정착을 위해 전사적으로 윤리경영 교육을 실시하고 있습니다. 매월 온라인 및 오프라인에서 롯데인재개발원 사이버교육과 영업 현장조직 지점별 순회 교육 등을 진행하여 윤리경영의 필요성을 인식시키고 세부적인 윤리경영 실천방안을 업무 현장에 적용할 수 있도록 하고 있습니다. 교육 내용에는 임직원 윤리행동 가이드뿐만 아니라 반부패 정책 관련 내용, 협력업체와의 공존 경영, 건전한 근로 환경 조성을 위한 성희롱 예방 교육이 포함되어 있으며, 윤리경영 실천 서약서 제출을 통해 윤리경영 실천의지를 높이고 있습니다.

윤리경영 및 성희롱 예방교육 실시 현황 * 윤리경영 교육은 모든 정규직을 대상으로 실시

구분	2010	2011	2012
교육 실시 횟수(회)	5	19	17
교육 수료자(명)	3,486	3,889	3,931

공정거래 자율준수

롯데칠성음료는 공정한 거래를 기반으로 투명한 경쟁질서 확립을 위해 2010년부터 공정거래 자율준수프로그램(CP, Compliance Program)을 도입해 운영하고 있습니다. 자율준수관리자와 담당자로 구성된 자율준수담당조직이 자체적으로 모니터링 하고 있으며, 위반 행위를 사전에 예방하고자 최고 경영자 및 필요한 부서 단위로 표시광고 특화 공정거래 교육, 공정거래협약 평가기준 선진화 세미나 등 주기적인 교육을 진행하고 있습니다. 또한, 공정거래 자율준수 매뉴얼에 따라 자율준수관리자는 기업의 제반 활동을 감사하고, 그 결과를 최고 경영자 및 이사회에 보고함으로써 경영자와의 협의를 통해 개선방안을 수립하여 추진하고 있습니다. 2012년 공정거래법 위반으로 인한 제재 건수는 없습니다.



SUSTAINABILITY PERFORMANCE

지속가능경영 성과

- 경제성과 ○ 경제력기저 창출 · 23
- Special Page 2 신구사업 개발 및 신시장 개척 · 26
- 사회성과 ○ 임직원 · 31
- 고객 · 38
- 지역사회 · 40
- 동반성장 · 42
- Special Page 3 제품 안전성 및 제품 책임 · 44
- 환경성과 ○ 녹색경영 · 49
- Special Page 4 환경친화경영 · 54



경제성과
ECONOMY

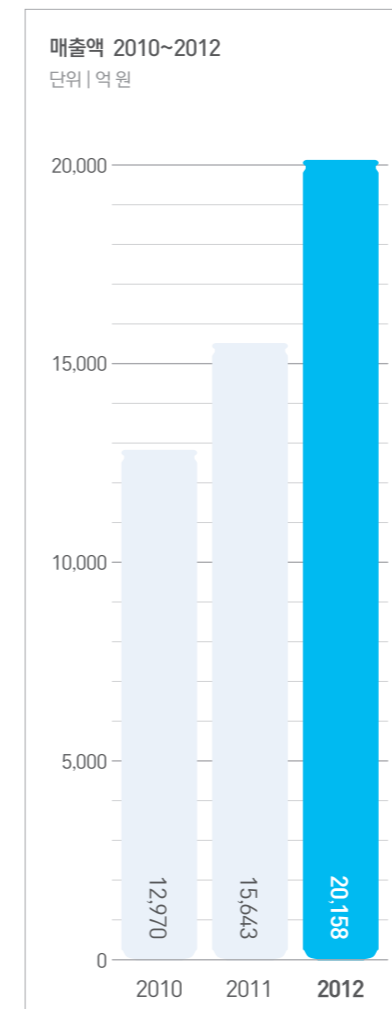
경제적 가치 창출

롯데칠성음료는 2018년까지 매출 7조 원 목표 달성을 위해 사업부문별로 중장기 재무계획을 수립하고, 기존 사업의 활성화뿐만 아니라 신사업 창출 및 해외시장 진출에 집중하고 있습니다. 회계 및 세무 업무 프로세스를 개선하고 법인카드 관리 체계화, 예산 실적 보고를 통해 비용 절감 및 재무 안전성을 실천하고 있습니다.

경제적 가치 창출

롯데칠성음료는 음료 및 주류, 해외사업 부문별로 브랜드 사업의 확대, 신시장 개척, 성장동력 확보 등 다양한 중장기 성장과제를 수립하였습니다.

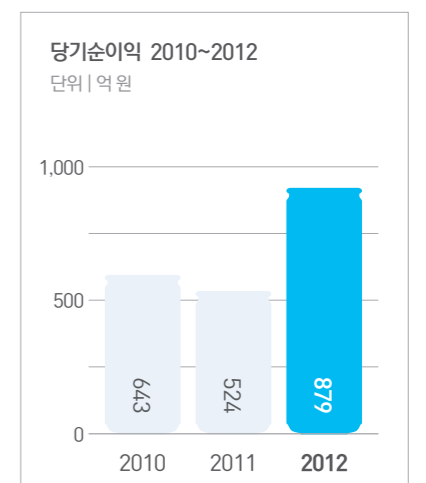
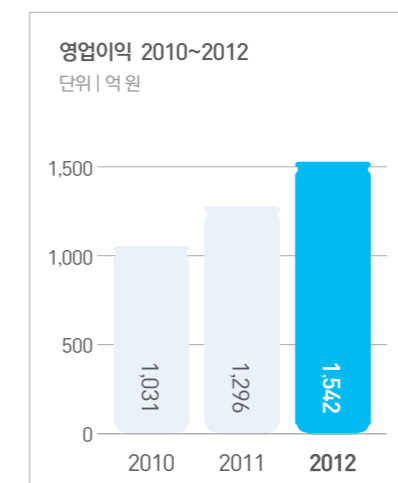
2012년 음료 제품 '핫식스'의 매출성과가 500억 원을 넘어섰고, 주류 제품 '처음처럼'의 소주시장 점유율이 15%를 돌파하는 등의 성과를 이루었으며, 2012년 매출액은 2조 158억 원으로 전년대비 약 29% 증가하였습니다.



경제적 가치 창출(2010~2012)

단위: 억 원

구분	2010	2011	2012
매출액	12,970	15,643	20,158
영업이익	1,031	1,296	1,542
당기순이익	643	524	879



경제적 가치의 분배

롯데칠성음료는 기업 활동을 통해 창출한 경제적 가치를 주주, 임직원, 협력회사, 지역사회, 정부, 공공기관 등 다양한 이해관계자에게 분배하고 있습니다. 사업 강화를 통해 매출확대와 성장동력을 확보함으로써 더 많은 가치를 분배할 수 있도록 노력하겠습니다.

경제적 가치 분배

단위 | 억 원

구분	2011	2012
협력회사 투자비, 원부재료, 외주가공비, 용역비 등	10,455	10,973
임직원 급상여, 퇴직급여, 복리후생, 교육훈련 등	1,930	2,279
정부, 공공기관 법인세 및 제세공과금	405	402
채권자 공시 현금흐름표	216	239
지역사회 사회공헌비용 (기부금, 푸드뱅크 등)	42	51
주주 배당금	41	48

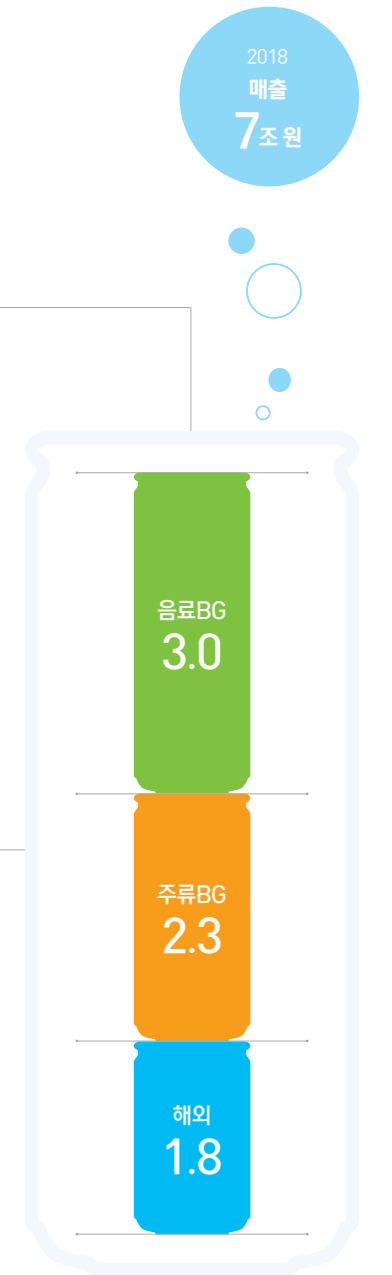
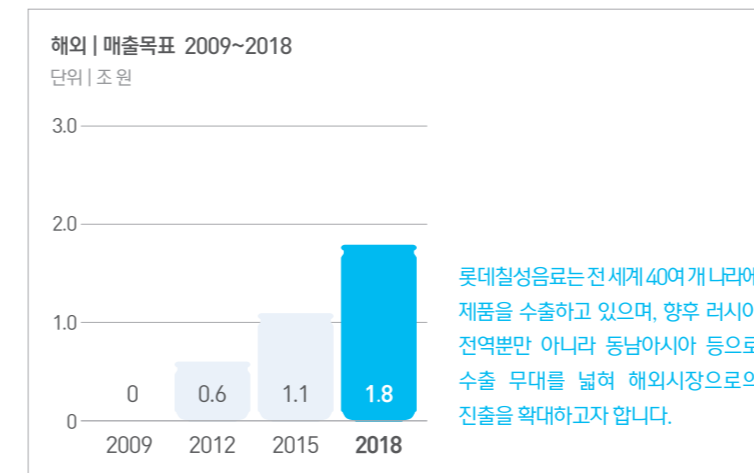
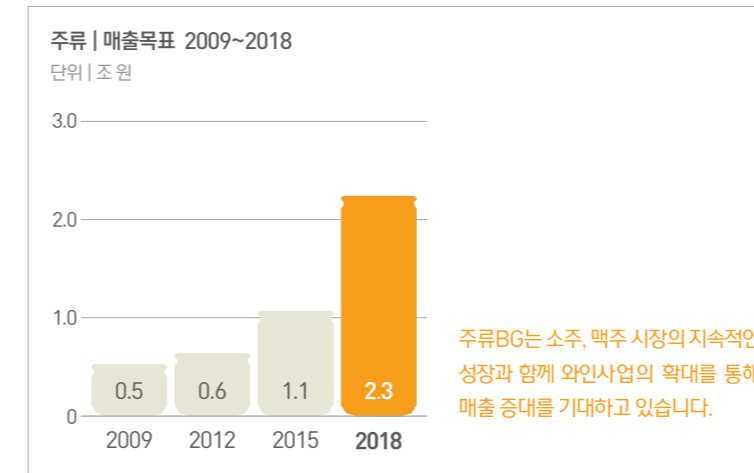
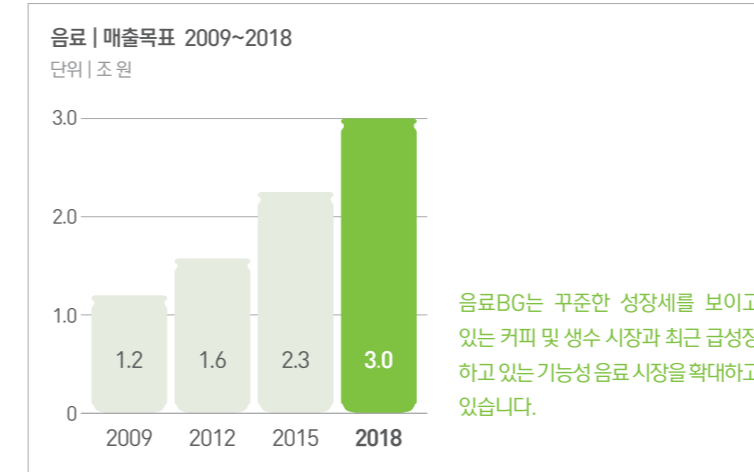
※ 2011년 주류BG와의 합병을 기준으로 경제적 가치 분배를 나타냄.

간접적 가치 창출

롯데칠성음료는 해외 사업장에서 현지인 채용을 실시하여 일자리 창출에 기여하고 있습니다. 중국 사업장은 100% 현지인을 채용하였으며, 국가 법규에 근거하여 공급업체를 선정하고 있습니다. 원자재 구매는 '원자재 구매 분류 명세표'에 따라 진행하며, 정기적 공급업체 평가를 통해 불합격한 공급업체에 대해서는 원료공급자격을 취소하고 있습니다.

일본 사업장의 경우도 현지인 채용 절차에 따라 공정하게 진행하며, 상급관리자는 본사에서 파견하고 있습니다. 2012년 현지인 비율은 70%입니다.

사업부문별 2018년 매출목표



02 SPECIAL PAGE

신규사업 개발 및 신시장 개척

롯데칠성음료는 신규사업 개발 및 신시장 개척, 해외 시장 점유율 확대를 통해 글로벌 기업으로서의 입지를 다져가고 있습니다. 동남아 진출의 교두보를 마련한 필리핀 펩시의 점유율 강화와 러시아 시장의 판매법인 설립, 중국 음료 시장에서 중국 자회사 품질 강화 및 매출 증대 등 신사업 역량을 강화하여 미래의 성장 기반을 마련하고 있습니다. 뿐만 아니라 소비자의 니즈를 반영한 신제품 개발 및 리뉴얼 등 브랜드 가치 제고를 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

신제품 개발 및 신사업 착수

롯데칠성음료는 시사각각 변화가는 소비자의 트렌드에 발맞춰 신제품 개발 및 신시장 개척에 힘쓰고 있습니다. 2011년 12월 롯데아사히주류의 와인사업 부문을 양수하여 700여개가 넘는 와인 브랜드를 가지게 되어, 프랑스, 이탈리아, 호주, 칠레 등 신·구대륙을 아우르는 균형 있는 브랜드 포트폴리오를 구축할 수 있었습니다.

또한, 2012년 1월 충주시와 맥주공장 설립에 관한 투자 협약을 체결하여 2017년까지 충주 신산업 단지에 9만 9천m² 규모의 맥주공장을 설립할 계획입니다. 이로써 롯데칠성음료는 지역건설업체 참여 및 생산자재·장비 현지 구매 확대, 지역 인재 채용을 통한 고용창출로 지역 경제 활성화에 기여하고 있습니다.

롯데칠성음료는 앞으로도 지속적인 트렌드 분석 및 소비자 니즈 파악을 통해 경쟁력 있는 제품을 개발하고 신사업 확장에 주력하여, 시장 점유율 확대 및 매출성장을 위해 노력할 것입니다.



충주 맥주공장

아이시스8.0, 백두산 하늘샘



롯데칠성음료는 백두산 자연보호 구역 내에서 생산되는 프리미엄급 천연 광천수(Natural Mineral Water) '백두산 하늘샘'을 2012년 12월에 출시하였습니다. '백두산 하늘샘'은 백두산 기슭의 알칼리성 화산암층을 통과하며 오랜 기간 자연 정화된 약알칼리성 천연 광천수로 칼슘, 마그네슘, 규소 등 몸에 좋은 각종 천연미네랄이 풍부하게 들어 있고 깔끔한 맛을 가지고 있습니다.

또한, 2012년 7월 충북 청원군 소재 암반대수층의 천연 광천수로 생산한 평균 pH 8.0의 약알칼리성 생수 '롯데 아이시스 8.0'을 리뉴얼 하였습니다. '롯데 아이시스 8.0'은 경도가 50~60으로 마실 때 목 넘김이 부드러운 것이 특징이며, 서구식 식생활로 산성화된 우리 몸의 미네랄 밸런스와 건강을 생각한 균형 있는 미네랄 구성의 약알칼리성 천연 광천수로 많은 소비자로부터 사랑 받고 있습니다.

레쓰비 카페타임



롯데칠성음료는 2012년 12월, 기존 '레쓰비'의 프리미엄급 제품으로 용량이 240mL로 늘어난 '레쓰비 카페타임'을 출시하였습니다. 당분을 낮추고 부드러운 목넘김과 커피 본연의 맛과 향에 집중한 '레쓰비 카페타임'은 인기 걸그룹인 씨스타와 배우 이상우를 모델로 하여 제품 리뉴얼과 함께 새로운 TV광고를 선보였습니다. 또한, 직장인에게 활력을 주고 비즈니스를 응원하는 다양한 이벤트를 진행하였습니다.

칸타타 스틱 커피



2012년 6월에 출시된 '칸타타 스틱 커피'는 미세분쇄 원두 가루가 함유되어 원두커피 본연의 맛과 향을 풍부하게 재현함으로써 기존 커피믹스와 차별화를 이루는 데 성공하였습니다.

커피 크림과 설탕이 들어가는 일반형 제품인 '마일드골드', '리치골드'와 커피 전문점의 아메리카노 커피를 재현한 고급형 제품 '아메리카노 스위트', '아메리카노 블랙' 등 총 4종으로 구성된 '칸타타 스틱 커피'는 모두 100% 아라비카 커피를 추출해 ARS(Aroma System, 향미 재보강 시스템) 방식으로 제조하여 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있습니다.

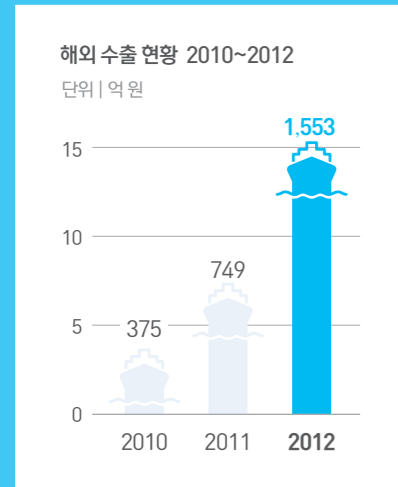
처음처럼



2007년부터 시작된 흔들러 캠페인은 소비자들에게 '처음처럼'의 특징을 지속적으로 전달하여 부드러운 소주의 대명사를 인식시키고 있습니다. 2013년에는 100% 천연암반수인 '처음처럼'의 물을 표현하고자 대명령 산기슭과 물방울을 형상화한 '해피워터(Happy Water)' 로고를 도입 하였습니다.

'처음처럼'은 주력 제품인 '부드러운 처음처럼'(알코올 도수 19도), 프리미엄급 소주 맛을 자랑하는 '진한 처음처럼'(알코올 도수 21도), 순한 저도 소주 '순한 처음처럼'(알코올 도수 16.8도)의 세가지 종류로 다양한 소비자의 입맛을 사로잡고 있습니다.

해외시장 진출



* 양미(Ready To Serve)제품
일음을 넣은 글라스에 각종 과일을 포함한 내용물을
따라서 최적의 맛과 밸런스를 구현한 스피릿츠 또는
리큐르 제품

롯데칠성음료는 1966년 칠성사이다 제품의 베트남 수출을 시작으로 2012년 전 세계 40여 개 나라에 '처음처럼', '서울막걸리', '청하' 등 다양한 주류 제품과 함께 '밀키스', '레쓰비'와 같은 음료 제품을 수출하고 있습니다.



롯데칠성음료의 주류 제품 중 최대 수출 품목은 소주로, 2005년부터 2010년까지 6년 연속 수출 1위를 기록하였습니다. 일본에만 연간 약 1억 병의 소주를 수출하였고, '처음처럼'은 한국 소주 최초로 영국에 진출하였습니다. 일본에 수출하고 있는 소주 제품의 경우 편의성을 추구하는 여성과 20대의 젊은층을 대상으로 '혼와리경월'이라는 향미제품*을 개발하여 일본주류시장에서의 새로운 카테고리 성장을 주도하고 있습니다. 음료 제품에서는 '밀키스'의 매출이 가장 크며, 특히 러시아 시장에서 연평균 50%의 매출 성장율을 이루는 등의 성과를 거두었습니다.

롯데칠성음료는 다양한 현지와 노력과 함께 글로벌 마케팅을 전개해 나가고 있으며 모스크바, 시베리아 등 러시아 전역뿐만 아니라 동남아시아 등으로 수출을 확대할 계획입니다.

동남아 진출의 교두보,
필리핀 펩시



필리핀 펩시의 모습



필리핀 펩시대학

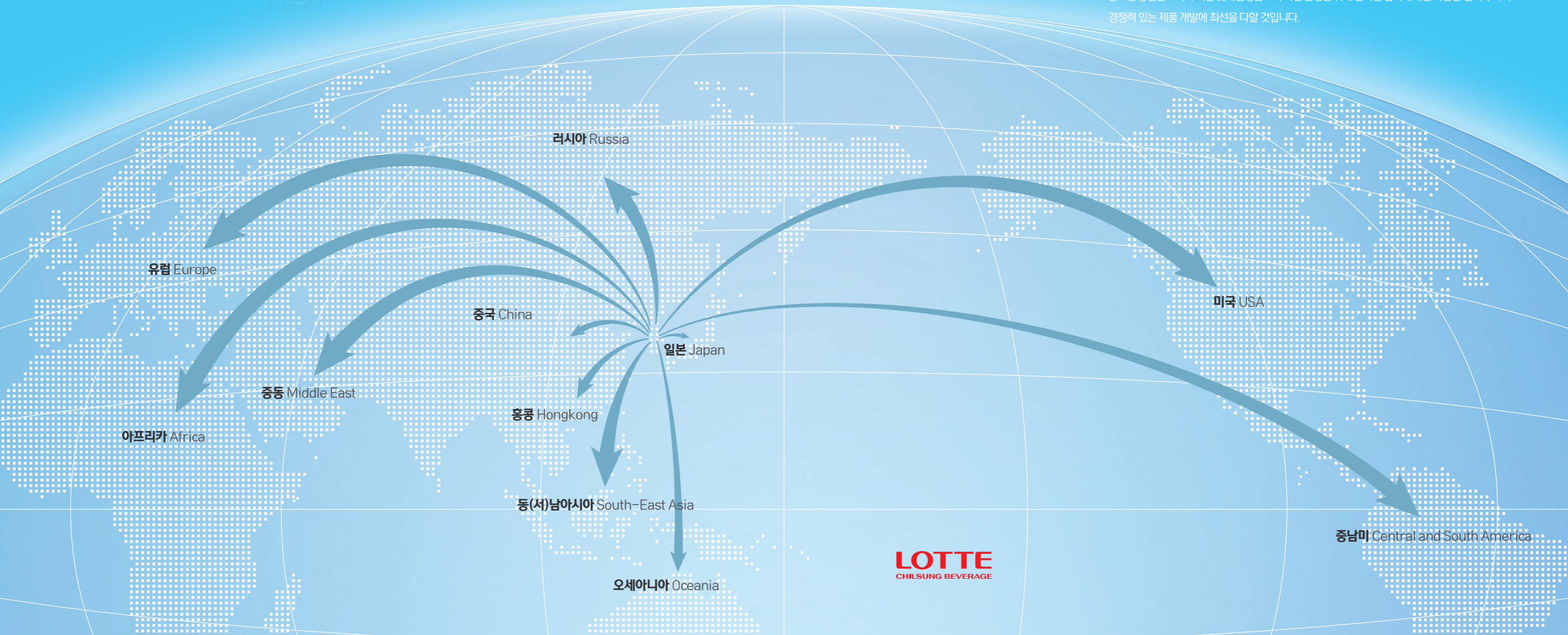
필리핀 펩시 PCPPI(Pepsi Cola Products Philippines Inc.)는 1965년 설립되어 펩시의 필리핀 독점 보틀러로 운영되고 있는 47년 전통의 음료회사로, 2010년 롯데칠성음료가 인수하여 동남아 진출의 발판이 되었습니다.

필리핀 펩시는 약 4,700명의 필리핀 현지 직원으로 운영되고 있으며, 주요 도시 총 11개 공장 및 28개의 생산라인 가동으로 연간 약 1억 2,736만 C/S의 제품을 생산하고 있습니다. 주요 생산 및 판매 제품은 '펩시콜라', '마운틴듀', '게토레이', '립톤' 등입니다.

롯데칠성음료는 필리핀 펩시에 대한 지속적인 설비 투자와 경쟁력 있는 제품군 확장, 직원의 역량 강화를 통해 필리핀 내 음료시장 점유율을 확대하고자 힘쓰고 있습니다. 2012년 산 페르난도 공장, 잠보앙가 공장의 시설을 증축하여 탄산 및 비탄산음료의 최첨단 보틀링 라인을 구축하였고, 비탄산 음료시장의 제품군 확대를 위해 PPPC社(Peter Paul Philippines Corp.)와의 제휴를 맺는 등 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

더불어 2005년 3월 설립된 '펩시대학'을 통해 직원들의 역량을 강화함으로써 필리핀 펩시의 경쟁력을 향상시키고 있습니다.

롯데칠성음료는 '2018년 아시아 Top 10 글로벌그룹'이라는 롯데그룹 비전과 '2018년 매출 7조 원의 글로벌 종합음료회사'라는 롯데칠성음료의 비전 달성을 위해 필리핀 펩시에 대한 과감한 설비 투자와 경쟁력 있는 제품 개발에 최선을 다할 것입니다.





사회성과
SOCIETY

임직원

롯데칠성음료는 임직원의 인권을 존중하고, 다양성을 고려해 채용하고 있습니다. 성별, 학력, 종교 등에 의한 차별은 없으며, 국제 노동법에 따라 강제 노동 및 아동 노동을 금지하고 있습니다. 또한, 직원들의 의견을 수렴하여 복리후생에 적극적으로 반영함으로써 직원의 일과 삶의 균형을 위해 노력하고 있습니다.

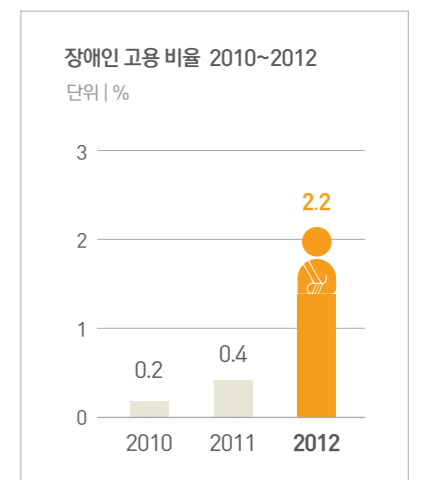
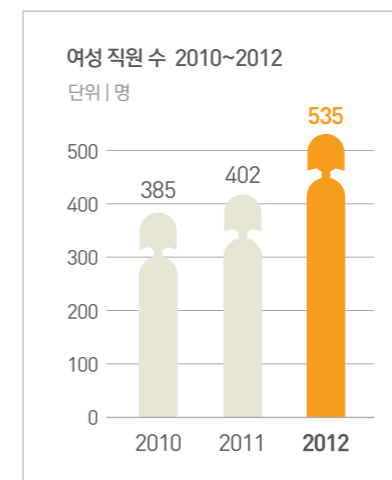
롯데칠성음료의 총 직원 수는 4,442명입니다. 그 중 남녀비율은 각각 88%, 12%이며, 음료BG 3,289명, 주류BG 1,153명으로 구성되어 있습니다.

2012년 정규직 여성 채용 비율은 29.4%로 2013년 제정·발표한 그룹차원의 '다양성 헌장'에 따라 향후 신입사원의 35% 이상을 여성으로 채용할 계획입니다.

롯데칠성음료의 2012년 장애인 고용 비율은 2.2%이며 이는 전년대비 1.8% 증가한 수치로, 점차 장애인 고용 비율을 확대해 나갈 계획입니다. 2012년 육아휴직 복직률은 100%로 신청자는 모두 여성입니다.

임직원 현황

구분		2010	2011	2012
고용 현황	전체 직원 수(명)	4,250	4,176	4,442
	계약직 비율(%)	13.2	11.5	13.5
	여성 직원 비율(%)	9.1	9.6	12.0
신규 채용	장애인 고용 비율(%)	0.2	0.4	2.2
	여성 신규 채용 비율(%)	38.3	31.9	29.4
퇴직	퇴직률(%)	14.3	11.9	11.2
육아휴직	육아휴직 신청 수(명)	-	3	5
	육아휴직 복직률(%)	-	66.7	100



※ 총 직원 수에는 정규직 및 계약직만 포함되어 있으며, 파견직 및 기타 인원은 제외하였습니다.

※ 2012년 롯데칠성음료의 장애인 의무 고용률은 2.5%입니다.

임직원 인권 보장

롯데칠성음료의 남녀 신입사원 기본급은 2012년 법적 최저임금 대비 270%~290% 수준입니다. 성별, 인종, 종교 등에 의한 차별은 없으며, 장애인 고용의 경우 그룹사 및 장애인고용공단과 연계하여 장애인 특별채용을 실시하고 있습니다.

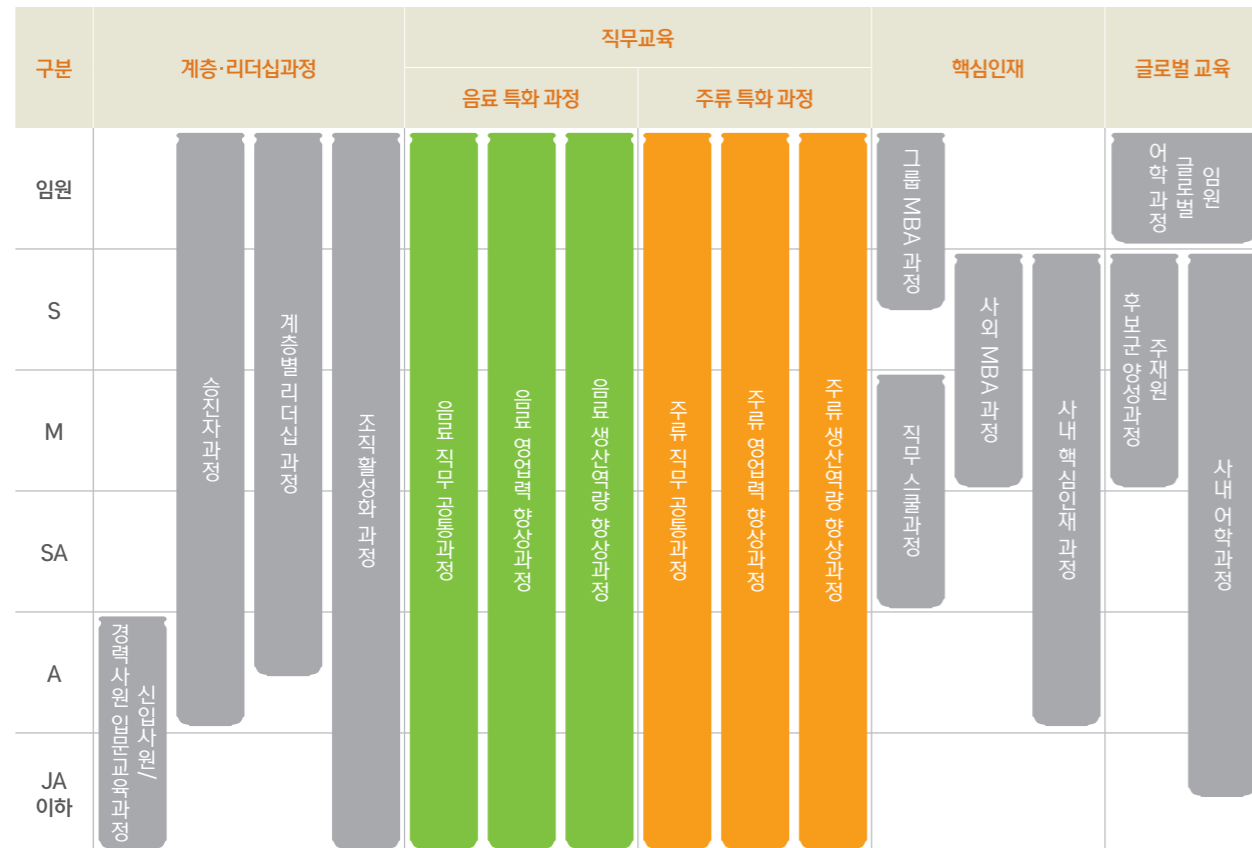
롯데칠성음료는 강제 노동 및 아동 노동 금지 원칙을 준수하고 있으며, 2012년 강제 노동 및 아동 노동, 차별 관련 위반 사항은 없습니다.

핵심인재 양성 프로그램

롯데칠성음료는 핵심인재 양성을 위한 다양한 교육 프로그램을 통해 임직원의 역량을 강화하고 있습니다. 직무의 전문성 및 영업·생산 역량을 강화하기 위한 교육 프로그램과 글로벌 우수 인재를 양성하고자 글로벌 어학 과정 및 사내 어학과정 등을 운영하고 있습니다. 사내 교육뿐만 아니라 사외위탁교육도 실시하고 있으며, 체계적인 계층별 교육을 제공하고 있습니다.

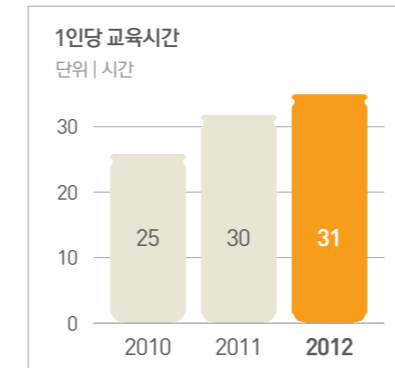
롯데칠성음료는 향후에도 직원들의 직무 역량을 강화하기 위한 교육 프로그램을 운영하고, 다양성을 고려하여 여성직원을 위한 교육을 확대해 나갈 계획입니다.

교육 체계도



※ S: Senior Manager / M: Manager / SA: Senior Assistant / A: Assistant / JA: Junior Assistant

임직원 교육 현황



구분		2010	2011	2012
교육시간(hr)	총	107,803	126,006	138,418
	1인당	25	30	31
교육비(천 원)	총	1,378,371	2,063,067	2,350,379
	1인당	324	494	529

EMBA 및 직무스쿨 운영

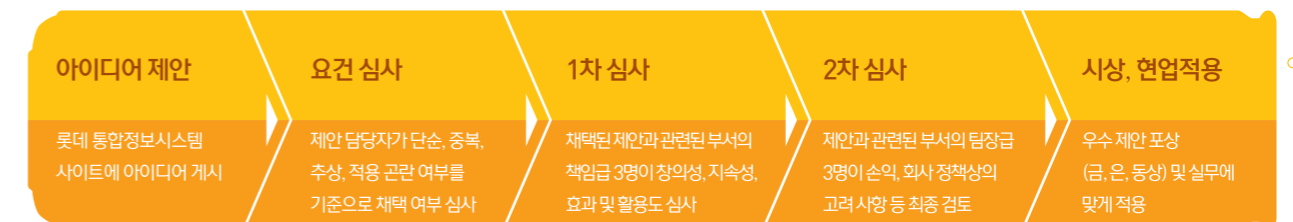
음료BG는 Making Policy 정책에 따라 인재육성 체계를 구축하여 직무능력 향상 교육 및 글로벌 인재 양성을 위한 외국어 교육을 실시하고 있습니다. 또한, 직책별로 EMBA, 직무스쿨, 주니어스쿨 등의 전문가 과정을 거친 우수인력을 선발하여 국내 일부 MBA 학위를 지원하는 차세대 리더과정을 진행합니다.

V팀 및 클럽 과정

주류BG는 2009년부터 핵심인재 양성과정의 일환으로 주니어 핵심인재를 대상으로 하는 클럽과, 시니어 핵심인재를 대상으로 하는 V팀을 운영하고 있습니다. 클럽은 과제 워크숍을 통한 혁신 아이디어 창출과 체계적 학습을 통한 인재 육성을, V팀은 회사의 중, 장기 성장 동력 사업 발굴을 통해 시니어급 핵심인재를 전사적 리더로 육성하는 것을 목적으로 운영되고 있습니다. 각 과정은 프로그램에 참여하고자 하는 지원자 중 대상자를 선발하며, 교육 및 장기간의 프로젝트를 완수한 이후에는 해외 연수를 실시하고 있습니다. 더불어 맥주 사업의 기반을 다지기 위해 전사적으로 맥주관련 기본 교육을 실시하고, 팀장 및 관리자를 위한 맥주 마스터과정과 각 담당자별 영업 마스터 과정을 진행하고 있습니다.

내부제안제도 운영

롯데칠성음료는 임직원들의 창의적인 아이디어를 통해 개인과 조직의 역량을 강화하고, 대내외 경영환경 대응 능력 및 직원들의 소속감과 만족도를 향상시키기 위해 '제안제도'를 운영하고 있습니다. 사내 사이트를 통해 접수된 제안에 대해 1, 2차 심사를 진행하고 채택된 제안은 해당 실무 부서와 긴밀하게 연동되어 현업에 적용하고 있습니다. 본 제도는 임직원들의 동기부여와 자발적인 참여유도를 위해 포상제도를 도입하고, 핵심성과지표(KPI)와 연계하여 운영하고 있습니다. 또한, 제안 현황에 대한 정기 보고를 통해 전사가 공유하고 있습니다.



필리핀 펩시콜라 임직원 한국 연수(롯데 어워즈) 실시

롯데칠성음료는 2012년 2월 필리핀 펩시콜라 임원을 초대하여 한국 연수인 롯데 오리엔테이션 (LOTTE ORIENTATION)를 실시하였습니다. 2010년 필리핀 펩시콜라 인수 이후 처음으로 이루어진 연수로, 3박 4일 동안 롯데칠성음료 본사와 안성공장, 광명물류센터 등을 방문하여 생산, 물류시스템을 견학하는 시간을 가졌습니다. 2013년 상반기부터 시작한 롯데 어워즈(LOTTE AWARDS)는 필리핀 펩시콜라 우수직원을 대상으로 매년 1회 연수를 실시하며, 중국법인에서도 2013년 하반기에 시행할 예정입니다. 이는 한국에서의 롯데의 위상을 알리고, 롯데칠성음료와의 활발한 교류를 통해 동남아 시장 진출의 교두보가 될 것으로 기대하고 있습니다.

가족친화형 복리후생

롯데칠성음료는 임직원의 안정적인 건강을 지원하기 위해 정직원 및 계약직간 차별 없는 다양한 복리후생 프로그램을 운영하고 있습니다. 의료 및 건강, 생활안정, 주거, 여가활동 등 안정적인 생활을 보장하기 위한 지원이 이루어지고 있으며, 직원들의 의견을 프로그램에 적극 반영하고 있습니다. 음료BG는 근속연수에 따라 복리후생 지원이 차등 지급되고 있으며, 임직원들이 스스로 필요한 복지를 설계할 수 있도록 운영하고 있습니다.

또한, 지점의 안정과 성장이 곧 기업의 성장으로 이어진다는 것을 인식하고 영업 현장의 최전점에서 고객과 소통하는 영업사원들의 역량을 강화하고자 각 지점별로 다양한 지원활동을 전개하고 있습니다. 이를 통해 매출 상승 및 거래처와의 신뢰도를 확보하였습니다.

향후에는 카페테리아식 복리후생제도를 추진할 계획이며, 주류BG의 경우 주택자금 규정을 개정하여 직원들에게 폭넓은 제도를 지원할 예정입니다.



공정한 성과평가 및 보상

롯데칠성음료는 연 1회 개인의 업무 성과에 대한 평가를 통해 공정하게 보상하고 있습니다. 상용직 전체를 대상으로 역량 및 업적평가를 실시하여 성과금을 차등 지급하며, 평가 결과에 이의가 있을 경우 이의신청서를 제출해 면담을 진행하고 있습니다. 면담을 통해 차등보상 기준에 대한 설명을 들을 수 있으며, 재평가를 요구할 수 있습니다. 또한, 경력개발에 필요한 직무, 직군의 정보 등을 제공하고 희망부서 및 개발계획 등에 대한 경력개발 계획서를 작성하여 부서 이동을 원활하게 함으로써 개인의 역량을 충분히 발휘할 수 있도록 경력개발 프로그램을 운영하고 있습니다. 정기 평가는 모든 임직원이 받고 있으며, 경력개발프로그램은 중점관리직 30%, 일반직 26.8%가 참여하였습니다.

안정적인 퇴직지원

롯데칠성음료는 안정적인 퇴직금 지급을 위해 롯데손해보험에서 확정급여형 퇴직연금제도를 운영하고 있으며, 대상은 1년 이상 근속 시로 퇴직금 운용 지침에 명시하고 있습니다.

롯데칠성음료는 퇴직임원의 성공적인 은퇴를 위해 전직지원 차원에서 아웃플레이스먼트 프로그램을 운영하고 있습니다. 퇴직 후 제 2의 인생을 설계할 수 있도록 6개월 간 개인별 1대1 컨설팅 및 그룹강의를 혼합한 체계적인 퇴직관리 프로그램을 지원하고 있으며, 2012년 퇴직임원 3명에 대해 시행하였습니다.

※ 확정급여형도 가입되어 있으나 임금피크제 적용자만을 대상으로 함



건강증진 프로그램

롯데칠성음료는 임직원의 건강 증진을 위한 프로그램으로 다이어트 & 금연 펀드를 실시하고 있습니다. 두 펀드 모두 1구좌(7만원)씩 가입하여 신체검사 기준 체지방 5% 이상 감량 성공 시, 니코틴 미발견 시 회사 지원금과 함께 실패자들의 가입액까지 배당하여 인센티브로 지급합니다. 이를 통해 임직원들의 건강에 대한 관심을 유도하고, 일과 삶의 균형 있는 생활을 지원하고 있습니다. 2012년에는 총 108명의 인원이 참가, 그중 52명이 성공하여 성공금을 지급 받았습니다.

롯데칠성음료는 앞으로도 임직원의 건강 및 일과 삶의 균형을 위해 다양한 프로그램을 운영해 나가겠습니다.

보건 및 안전을 위한 활동

롯데칠성음료는 임직원의 건강증진과 근무환경의 안전 및 보건을 위해 산업안전보건위원회를 운영하고 있습니다. 분기별로 위원회를 개최하여 안전점검결과에 대해 공유하고, 전 사업장을 대상으로 위험성 평가를 실시하여 그에 따른 개선 방안을 마련해 추진하고 있습니다. 각 사업장별로 안전·보건·환경 경영방침, 환경 위생 안전에 관한 선언, 산업안전보건 업무 지침 등을 두고 임직원 안전관리를 위한 지속적인 개선활동을 전개하고 있습니다.

2012년 롯데칠성음료의 재해율은 총 26건으로 0.6% 입니다. 골절, 염좌, 인대 파열 등의 부상이 있었으며, 재해사고 예방을 위해 각종 교육 및 훈련 등을 실시하고 있습니다.

롯데칠성음료는 화재 및 안전사고를 사전에 예방하고자 전 임직원을 대상으로 안전수칙 및 화재 예방 등의 교육을 실시하고 있으며, 사고사망재해 위험이 높은 사업장에 대해서는 각별한 주의를 요구하는 등의 특별관리가 이루어지고 있습니다. 또한, 중대산업 사고 예방을 위해 중대재해예방 센터에 공정안전보고서를 제출하고 있으며, 임직원을 대상으로 근골격계질환 유해요인 조사를 실시하고 있습니다. 전 음료공장에서는 현수막 설치, 금연교실 등의 금연프로그램을 추진해 금연공장으로 운영하고 있습니다.



금연교실 운영



금연 현수막 제작 및 설치

고충처리시스템 운영

롯데칠성음료는 노사협의회, 고충처리시스템 등을 통해 임직원들의 건의사항 및 기타 다양한 의견을 청취하고 적극적으로 해결해나가고 있으며, 분기별로 노사협의회를 개최하여 직원들의 의견을 수렴해 조속한 시일 내에 개선하고 있습니다.

또한, 고충처리시스템을 통해 직무 관련 및 개인적인 고민이나, 여성고충, 퇴직 등의 상담이 이루어지고 있으며, 모든 고충에 피드백하고 있습니다. 2012년 고충 건수는 총 131건으로 근무 환경과 개인적인 고충 상담이 가장 많았으며, 그 중 인권관련 고충은 없었습니다.

고충처리 실적

구분		2010	2011	2012
고충건수 (건)	직무·근무 환경	60	2	61
	건의·문의 사항	20	1	47
	여성·고충상담	5	-	-
	퇴직 상담	12	1	20
	인원 및 기타	10	-	3
	계	107	4	131

합리적인 노사관계

롯데칠성음료 임직원 결사 자유의 권리를 존중하고 기업의 재규정 및 운영상의 변동사항이 있을 경우 사전에 상호 통보하고 있으며, 열린 소통을 통해 신뢰를 기반으로 하는 새로운 파트너십을 확립하고자 다양한 의사소통 채널을 구축해 운영하고 있습니다. 2010년 창립 60주년을 맞아 '1등 기업에 걸맞은 합리적이고 생산적인 新노사문화 창조'라는 노사문화 비전을 선포하고, 파트너십 구축, 감성경영, 노사협력의 BEST 시너지 창출이라는 3가지의 모토와 실행과제를 수립해 추진하고 있습니다. 감성경영 프로그램을 통해 직원 만족도 제고를 위한 활동을 중점적으로 지원하고 있으며, 2010년부터 현장 영업사원들뿐만 아니라 전국 지점 및 직사를 직접 방문하여 야식을 제공함으로써 소속감과 화합을 다졌습니다.

또한, 매년 노사화합 한마음 단합대회를 개최하여 조합원들의 노고를 치하하고, 노사간 화합하는 시간을 가지고 있습니다.

노동조합은 인사, 노무, 경리, 재무 담당자, 감사업무 종사자, 경비 근무자 등을 제외한 노사협의로 정한 조합원들로 구성되며, 롯데칠성음료의 2012년 노조가입율은 약 47%입니다.

롯데칠성음료 산업분야의 노사 간에는 유기적으로 소통이 잘 이루어져 파업이 없었으며, 이로 인한 작업 손실 또한 없었습니다.



노사단합대회

고객

롯데칠성음료는 체계적인 품질관리를 통한 제품의 안전성 확보를 최우선으로 고려하고 있으며, 제품에 대한 신뢰도 향상 및 고객 만족을 목표로 하고 있습니다. 또한, 다양한 커뮤니케이션 채널을 운영하여 고객의 의견을 적극적으로 수렴하고, 이를 제품 개발 및 생산에 반영함으로써 소비자 니즈를 충족하는 제품을 생산하고자 노력하고 있습니다.

고객 커뮤니케이션

롯데칠성음료는 고객에게 다가가는 커뮤니케이션 채널로 SNS(Social Networking Service) 마케팅을 전개하고 있습니다. SNS를 통해 각종 이벤트를 전개하고, 제품에 대한 정보 및 새로운 소식들을 전함과 동시에 소비자들의 다양한 의견을 청취하고 있습니다. '칠성사이다', '핫식스', '칸타타', '처음처럼', '청하', '스카치 블루' 등 제품의 SNS 채널로 브랜드 인지도를 넓힘과 동시에 소비자들과의 소통을 강화하고 있습니다. 소셜미디어에 접수되는 의견은 실시간으로 확인 및 대응하여 소비자의 의견이 빠르게 반영될 수 있도록 노력하고 있습니다. 더불어 제품에 대한 소비자 선호도를 조사하여 소비자의 니즈를 파악함으로써 고객 만족도를 향상시키고 있습니다.

소셜미디어 운영 현황

음료 BG		구분	주소	주류 BG		구분	주소	
음료 BG	블로그	롯데칠성	blog.naver.com/echilsung	주류 BG	블로그	처음처럼	www.firstsoju.com	
		트위터	twitter.com/sparkling_7star			미림	www.ilovemirim.com	
	페이스북	칠성사이다	www.facebook.com/LotteChilsungCider		페이스북	트위터	처음처럼	twitter.com/first_soju
		핫식스	www.facebook.com/hot6ix			처음처럼	www.facebook.com/firstsoju	
		칸타타	www.facebook.com/CANTATACOFFEE			청하	www.facebook.com/lotte.chungha	
		데일리C 비타민 워터	www.facebook.com/dailycvitaminwater			와인	ww.facebook.com/LotteWine	
	유튜브	www.youtube.com/user/Lotte7star	스카치블루		www.facebook.com/whiskyscotchblue			
	기타 인터넷 채널	롯데칠성 브랜드 사이트 칸타타 홈페이지, 롯데칠성 웹사이트	브랜드 사이트		처음처럼	www.soju.co.kr		
					청하	www.chungha.com		
					청주	www.cheong-ju.co.kr		
		설중매스파클링		www.s-sparkling.co.kr				
		와인	www.wine.co.kr					
		유튜브	처음처럼	www.youtube.com/user/firstsojutv				

국내 최초 생수 홈서비스 실시

롯데칠성음료는 국내 최초로 생수를 가정으로 배달하는 서비스를 시행하고 있습니다. 생수 가정 배달 서비스는 원하는 시간과 장소에 생수를 직접 배달해드리는 서비스로, 배달 사이트(http://mall.lottechilsung.co.kr)를 통해 간편하게 주문할 수 있으며 판매상품으로는 일반 생수(아이시스, 아이시스 8.0, 아이시스 DMZ, 아이시스 주니어)와 프리미엄 생수(에비앙, 볼빅)가 있습니다. 인터넷뿐만 아니라 전화 접수(080-466-2000)를 통해서도 생수 제품을 주문할 수 있습니다.

롯데칠성음료는 더 많은 고객에게 본 서비스를 알리고자 2011년 11월 롯데홈쇼핑을 통해 생수 제품을 판매하였습니다. TV 홈쇼핑을 통한 생수 판매는 국내 최초로, 이 방송을 통해 롯데칠성음료가 상시 운영하는 생수 가정 배달 서비스를 소개하고, 상담 고객 전원에게 아이시스 DMZ 청정수 2L 1박스를 무료 증정하는 특별 프로모션을 진행하였습니다.

고객 대점점 마케팅 실시 (SEED TF)

롯데칠성음료는 2011년부터 SEED TF를 상설조직으로 운영하여 현장중심의 고객 커뮤니케이션을 펼치고 있습니다. 선정된 점포를 지속적으로 모니터링하여 시장상황 및 고객의 니즈를 파악, 이를 신제품 개발, 용기 및 맛의 확대, 진열방법 개선 등에 활용하고 있습니다.

SEED TF는 고객과의 커뮤니케이션 확대 및 강화와 함께 고객 니즈에 맞는 제품을 개발함으로써 고객의 행복을 증대시키는 것을 목표로 추진하고 있습니다.

고객 클레임 개선사례

롯데칠성음료는 고객으로부터 접수된 불만에 대해 관련 부서와 협의하여 개선활동을 전개하고 있습니다. 2012년 주요 개선사례는 2건으로 탄산병 품질 개선과 원료 대체에 대한 사항으로 고객 클레임 사례는 전사 공유를 통해 적극적으로 대처하고 있습니다.

클레임 개선사례

구분	불만사항	개선 사례
탄산병 품질 개선	탄산제품 유리병 재사용에 따른 공병 손상 누적으로 고객 불만 발생	공정 개선을 통한 공병 백화 진행율 40% 감소
일본산 원료 대체	일본 후쿠시마 원자력 발전소 사고에 따른 일본산 원료에 대한 소비자 불안 증대	일본 수입 수 원료의 원산지 교체를 통해 소비자 불안 개선 및 제품 안전성 확보

고객 정보보호

롯데칠성음료는 고객의 정보보호 및 정보 유출사고를 방지하기 위해 정보보호위원회를 두고 개인 정보 취급방침을 운영하고 있습니다. 고객 개인정보의 유출, 변조, 훼손 등을 사전에 방지하고자 기술 및 관리 대책을 세워 정보보호에 만전을 기하고 있습니다. 또한, 영업본부, 지원본부를 대상으로 개인정보 침해사고 공유 및 개인정보보호법의 주요 내용에 대한 교육을 실시하여 직원들에게도 고객 정보보호에 대한 필요성을 인식시키고 있습니다. 2012년 고객 개인 정보보호 위반 관련 및 분실, 사생활 침해 사례는 없습니다.

개인정보보호 안전성 확보를 위한 조치사항

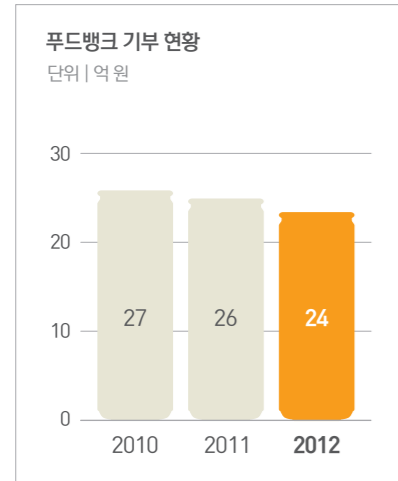
관리적 측면	기술적 측면
내부관리계획 수립 및 시행	DB암호화 및 접근제어 (안전한 저장·전송)
개인정보 처리방침 수립/운영/공개	개인 PC에 백신 등 보안프로그램 설치
개인정보보호 책임자 지정 (임원, 팀장, 담당자)	개인정보 시스템 취약점 진단 및 조치
개인정보 처리관련 법적 준수여부 모니터링	침입 차단·탐지 시스템 적용된 시설 보관
개인정보 접근권한 제한 및 통제	
주기적인 개인정보보호 교육	



지역사회

롯데칠성음료는 지역사회 경제 및 문화 발전에 기여하고 사회적 기업으로서 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다. 사업장의 활동으로 인한 지역주민의 불편을 해소하기 위해 주기적으로 민원을 수렴하여 대응하고 있으며, 이에 따라 일부 공장에서 방음벽 설치와 악취방지 시설을 설치하였습니다. 또한, 전 사업장에서 물품 기증, 장학금 기탁 등 지역사회의 소외된 계층뿐만 아니라 주변 환경까지 고려하는 다양한 활동들을 적극적으로 추진하고 있으며, 점차 확대해나갈 계획입니다.

푸드뱅크 기부



푸드뱅크는 식품제조·유통기업 및 개인으로부터 여유식품 등을 기부받아 식품 및 생활용품의 부족으로 어려움을 겪고 있는 결식아동, 독거 어르신, 재가 장애인 등 지역사회의 저소득계층에 식품을 지원하는 사회복지분야의 물적자원 전달 체계입니다. 롯데칠성음료도 매년 기부를 통해 푸드뱅크 기부 운동에 참여하고 있습니다.

푸드뱅크 기부 현황

연도	2010	2011	2012
연간 기부액(억 원)	27	26	24

국제·국가 행사 지원



2012 여수세계 박람회 음료 부분 후원

롯데칠성음료는 2012년 5월부터 8월까지 3개월간 개최된 여수 세계 박람회에 음료 공식 후원을 하였습니다. 약 100여 개 국가와 10개 국제기구가 참여하고 약 820만 명이 관람한 국제 행사에 공식 후원함으로써 건강한 지역사회를 만드는 데 일조하였고, 다양한 사회환원 활동으로 국가 이미지 향상에 기여하고 있습니다.



2013 오송화장품 뷰티세계 박람회 후원

2013년 5월 약 한달간 진행된 오송화장품 뷰티세계박람회에는 국내외 약 360개 기업이 참가 하고 약 100만 명이 관람하였습니다. 롯데칠성음료도 박람회의 성공적인 진행이 가능하도록 행사에 적극적으로 참여하였습니다.

사랑의 연탄배달



롯데칠성음료 노사는 2012년 1월 사회복지법인 밥상공동체 연탄 은행에 연탄 4만 장을 기부하였습니다. 또한, 연탄 배달이 어려운 서울시 노원구 백사마을 8가구에 직접 리어카와 지게로 연탄 2천 장을 배달하여 이웃과의 나눔을 실천하였습니다.

지역 문화재 보전활동



롯데칠성음료는 다양한 문화재 보전활동을 추진하고 있습니다. 유형 문화재인 강릉 선교장에서 1사 1문화재 지킴이 활동을, 무형문화재인 강릉단오제에서는 단오제의 성공적 개최를 위한 행사 주관위원 및 보전 활동을 전개하였습니다.

이웃돕기 물품 및 기금 전달



롯데칠성음료는 '사랑실천-처음처럼' 프로그램의 일환으로 불우이웃돕기 물품 및 기금을 전달하고 있습니다. 불우이웃돕기 기금의 경우는 해당 지역에서 판매된 '처음처럼' 1병당 30원씩의 기금을 적립해 조성한 것으로 불우이웃돕기뿐만 아니라 인재육성 장학금으로도 활용되고 있습니다. 물품 및 기금은 춘천, 원주, 영월, 화천, 군산 등에 전달하였으며, 이 밖에도 다양한 후원활동을 진행하고 있습니다.

'나눔 명패' 협약



롯데칠성음료는 2012년 2월 대한적십자사와 '나눔으로 만나는 좋은 친구 명패달기 운동'의 협약을 체결하여 강원도 내 150번째 나눔명패 가입 사업장이 되었습니다. 나눔명패 운동은 강원적십자사가 매월 3만 원 이상 후원을 약속하는 사업체를 대상으로 명패를 부착하여 나눔실천을 홍보하는 운동입니다. 적립된 후원금은 도 내 저소득 계층과 재난 이재민 구호활동 등에 사용될 예정입니다.

동반성장

롯데칠성음료는 대중소기업간 동반성장 정책을 수립하고 이를 실행하기 위해 동반성장추진위원회를 운영하는 한편, 협력사와의 상생경영을 위해 다양한 협력업체 지원 및 교육 프로그램을 전개하고 있습니다. 더불어 매일 한 차례씩 협력사를 방문하여 애로사항 및 의견 수렴과 경영 자문을 위한 임원 간담회 개최 등을 통해 상생을 위한 실천 방안을 모색하고 있습니다.

동반성장 프로그램 운영

롯데칠성음료는 협력업체와의 동반성장 및 상생협력을 위해 다양한 지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 그 중 호응도가 높은 정책인 동반성장펀드는 협력관계인 중소기업에 저리로 운영자금을 지원하는 프로그램으로, 롯데쇼핑, 롯데제과 등 여러 롯데그룹 계열사가 동참하고 있습니다. 또한, 2010년 1월부터 중소기업 납품대금을 100% 현금으로 결제하여 중소기업의 투자 활성화 및 자금 흐름 원활화에 도움을 주고 있습니다.

롯데칠성음료는 경영자문을 위한 협력회사 간담회를 마련하여 협력업체와의 활발한 커뮤니케이션을 통해 동반성장의 기반을 마련하고 있으며, 협력업체의 설비지원 및 품질지원 등을 실시할 예정입니다.

동반성장 프로그램 운영 현황

구분	프로그램명	세부 내용	관리 지표	실적	
				2011	2012
금융 지원	동반성장 펀드	· 운영자금 및 투자금액 저금리 대출(기본 2% 인하)	지원 금액	100억 원	100억 원
	현금성 결제	· 중소기업 납품분 100% 현금성 결제	현금 결제율	100%	100%
인력 양성	동반성장 아카데미	· CEO 세미나, CEO 특강 · 정책과정(윤리경영, 공정거래, 환경경영, 롯데핵심가치) · 직무과정(재무, 마케팅, 생산관리, IT 등) · 2차 협력사까지 지원대상 확대	교육 실적	57명	145명
				1,404시간	2,583시간
생산성 향상	기술지도 지원	· 자산관리, 현장점검을 통한 교육, 품질안정성 확보를 위한 점검 지도	기술 지도지원 건수	129건	128건



동반성장 아카데미 개원식



동반성장 아카데미 홈페이지

동반성장 아카데미 운영

롯데칠성음료는 협력업체의 인재양성을 위해 2011년 2월 동반성장 아카데미 개원식을 갖고 체계적인 교육자원을 시작하였습니다. 동반성장 아카데미는 롯데그룹의 전 협력사 임직원을 대상으로 윤리경영, 공정거래(하도급법), 환경경영, 동반성장 CEO 세미나 등 다양한 과정의 교육프로그램을 운영하고 있으며, 홈페이지를 통해 신청을 받아 무료로 진행하고 있습니다. 2011년 57명, 2012년에는 총 145명의 협력업체 임직원이 교육을 받았습니다. 롯데칠성음료는 동반성장 아카데미 지원 대상을 2차 협력업체까지 확대하여 진행할 계획입니다.

중소기업사 수출활로 개척

롯데칠성음료는 중소기업과의 상생발전 및 동반성장을 위해 협력업체를 방문하여 임직원의 애로사항을 청취하고 작업현장을 둘러보는 등의 활동을 전개하고 있습니다. 더불어 1차 협력사 뿐만 아니라 2차, 3차 협력사의 성장을 위해 중소기업과의 상생경영을 장기적으로 이어나갈 계획입니다.

롯데칠성음료는 가장 활발하게 수출을 하고 있는 일본뿐만 아니라 기타 수출국인 중국, 러시아, 베트남, 인도네시아 등의 점포망을 활용하여 협력업체들의 해외 진출 시 글로벌 경쟁력을 갖출 수 있도록 지원할 예정이며, 이미 해외시장에 진출해있는 협력업체들의 경우 현지에서 안정적인 운영을 할 수 있도록 지속해서 협력할 계획입니다.



사례1. 협력사 기술 개발 협조 <신성이노텍 방문>

롯데칠성음료는 2012년 4월 협력업체 신성 이노텍을 방문하여 생산 현장을 둘러보고, 직원들과 소통하는 시간을 가졌습니다. 신성 이노텍은 롯데칠성음료에 페트 뚜껑, 라벨, 수축 필름 등 포장재를 공급하고 있습니다. 롯데칠성음료는 신성이노텍의 기술 개발에 적극적으로 협조하여 신규 페트병 뚜껑 개발 및 적용에 힘을 쏟을 것을 약속하였습니다.



사례2. 협력사 수출 지원 <서울장수(주) 방문>

롯데칠성음료는 동반성장 기업문화를 정착하고자 2012년 2월 협력업체인 서울장수(주)를 방문 하였습니다. 서울장수(주)는 국내 최대 막걸리 업체인 서울탁주제조연합회의 자회사로, 롯데 칠성음료와 협력하여 일본으로 '서울막걸리'를 수출하고 있습니다. '서울막걸리'는 서울탁주 제조연합회가 제품을 생산하고 롯데칠성음료에서 R&D지원 및 수출, 일본 현지 마케팅을 담당하고 있습니다.

협력업체 선정

롯데칠성음료는 신규 구매업체에 대해 내부기준에 적합한 업체를 선정·평가하여 거래처 등록 자격을 부여하고 있습니다. 당사가 요구하는 기술 및 생산설비 유무와 품질보증 체계 확립 및 관리 활동 등에 대한 항목이 선정기준이며, 윤리경영 실시 여부도 검토하고 있습니다. 이 중 환경친화업체, 중소기업, 장애인 운영(고용) 업체가 우선 고려 대상이며, 본 업체에 대해서는 실태 조사 및 서류 심사 등을 실시하여 평가 결과에 따라 협력업체를 선정하고 있습니다.

보안 업체 선정 시, 교육 계획 및 시행 여부를 선정 기준에 포함하여 보안 업체의 교육에 대해서도 관리하고 있습니다.

03
SPECIAL
PAGE

제품 안전성 및 제품 책임

롯데칠성음료는 제품의 품질을 향상하고 안전성을 확보하기 위해 환경, 위생 및 안전 부문에 적극적인 노력을 기울이고 있습니다. 2010년 7월, 오염 가능성을 원천적으로 제거하여 안전하고 깨끗한 페트병 확보를 위해 최첨단 인플란트(IN-PLANT) 설비를 구축하였습니다. 페트병 제조 설비를 공장 내부에 갖춘 인플란트는 하루에 약 80만 개의 페트병을 생산하는 최신시설입니다. 더불어 설비에 적극적으로 투자하여 최근 전 사업장이 자동화 시스템 구축을 완료하였으며, 이에 대한 지속적인 관리 및 점검을 통해 환경·위생·안전문제가 발생하지 않도록 사전에 방지하고 있습니다.

롯데칠성음료는 안전성 확보 및 품질수준 향상을 위해 품질보증담당, 제조안전담당, 생수품질담당, 공장품질보증담당, 제품안전센터 등 품질보증팀을 구성하여 각 담당별로 시스템, 현장관리, 분석 등에 대한 업무를 맡아 품질관리 시스템을 운영하고 있습니다.

특히 제품안전센터에서는 상수도 및 지하수 등의 수질을 주기적으로 분석하고 있으며, 자사뿐만 아니라 먹는샘물 생산 협력업체의 수질에 대해서도 동일한 분석을 실시하고 있습니다. 더불어 제품 원료의 잔류농약, 환경호르몬, 곰팡이 독소 및 기타 이슈 물질들에 대해 철저히 관리하고 있으며, 제품에 대한 이슈항목인 니켈, 크롬, 비소 등과 먹는 물 감시항목인 포름알데히드, 벤조피렌 등에 대해서도 추가적으로 분석하고 있습니다. 각 공장에는 별도 분석실을 두어 포장재, 첨가물 등 모든 원료와 완제품의 위해요소를 분석하고 평가를 진행하고 있습니다.

롯데칠성음료는 통합관리시스템을 통해 ISO 22000/HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point, 식품위해요소중점관리기준)에 대한 관리 및 사후관리, 협력업체 자율평가 시스템 관리, 제품안전경영시스템 관리 및 신규인증시스템 도입에 대한 체계를 구축하여 운영하고 있습니다. 또한, 유통 제품에 대한 품질관리를 위해 지사장, 지점장, 영업사원을 대상으로 방문교육을 실시하고, 영업사원들에게 유통품질교육자료를 배포함으로써 유통 품질 확보 및 영업 조직과의 소통을 강화하고 있습니다.

이러한 노력의 결과로 2012년 델몬트 콜드 오렌지, 델몬트 프리미엄 포도 등 5개 제품이 영양을 고려하고 안전하게 만든 제품임을 인정받아 식약처에서 인증하는 어린이 기호식품 품질인증을 획득하였으며, 2013년 3개 제품을 추가인증 받을 예정입니다.

롯데칠성음료는 품질에 대해 철저히 관리하여 제조 불량에 대한 클레임 제로를 달성하였으며, 앞으로도 기업 활동 전 과정에서 제품의 안전 영향에 대해 점검 및 개선하여 소비자에게 안전한 제품을 제공하도록 노력하겠습니다.

품질관리 시스템



이물질관리시스템 운영

롯데칠성음료는 고객의 건강 및 안전을 위해 제품의 위해도를 줄이고자 생산 공장에서의 이물을 차단하는 시스템인 이물질관리시스템(Foreign Material Control System)을 운영하고 있습니다. 현장이물질정보를 수집, 리스크를 분석하여 품질개선협의체를 통해 정보를 공유하고 논의된 방지 대책을 현장에 적용하여 효과성을 검증하고 있습니다.

롯데칠성음료는 이 시스템을 통해 외부 이물질의 유입을 원천적으로 차단하고, 이를 통해 깨끗하고 안전한 제품을 생산하여 고객이 믿을 수 있는 제품을 제공하고자 지속적으로 노력하고 있습니다.

이물질관리시스템 프로세스



사업장 인증 현황

롯데칠성음료는 2002년 국내 음료 업계 최초로 식품위해요소중점관리기준 적용 업소로 지정 받아 2010년까지 전 음료공장에 대한 HACCP를 구축하였으며, 자체 기술력을 통해 환경경영체제인 ISO 14001 인증을 획득하였습니다. 2007년 업계 최초로 안전공장에 무균 충전화 생산 시스템*을 도입하고, 위해요소에 대한 통합적인 시스템 구축을 위해 전 공장에 식품 안전 경영에 대한 국제 표준인 식품안전경영시스템(ISO 22000)을 운영하고 있습니다. 또한, 2012년 말 기준으로 전 음료 공장에 FSSC 22000*(Food Safety System Certification) 인증을 획득하였습니다. 주류공장의 경우 2013년부터 HACCP 구축을 시작하였으며, 2015년까지 전 주류공장 구축을 목표로 추진하고 있습니다.

롯데칠성음료는 당사뿐만 아니라 외주업체에 대해서도 체계적으로 품질을 관리하고자 HACCP 및 식품안전경영시스템 인증을 추진하고 있습니다. 총 23개 업체 중 7개 업체가 식품안전경영시스템을 운영하고 있으며, 9개 업체가 HACCP를 구축하였습니다. 또한, 먹는샘물업체의 식품안전경영시스템 인증을 지원하기 위해 2013년 3월, 5개 협력사에 대해 순회교육을 실시하였습니다.

롯데칠성음료는 2020년까지 전 식품제조가공업소의 50%에 대한 HACCP 지정을 목표로 하여 품질관리를 강화해나갈 계획입니다.

* 무균 충전화 생산 시스템
무균 상태에서 멸균 용기에 내용물을 바로 충전하는 방식

* FSSC 22000
다국적 식품제조회사에서 만든 단체규격으로 국제 식품안전협회에서 인정하였으며, 식품 분야별 특정 요구사항을 고려해 작성한 규격

올바른 정보공개

롯데칠성음료는 고객에게 제품의 올바른 정보를 공개하기 위해 롯데그룹 차원에서의 '롯데 상품 이력관리 시스템'을 운영하여 제품의 생산부터 소비단계까지 전 제품에 대해 원재료 이력정보, 영양성분, 원료별 품질검사 정보를 제공하고 있습니다. 더불어 음료 제품 중 식품표시기준 의무 대상이 아닌 41개 제품에 대해서도 성분 정보를 공개하고 있으며, 18개 제품에 영양성분전면 표시제*를 도입해 운영하고 있습니다.

*영양성분전면표시제

각 영양소의 함량과 1일 권장량 대비 섭취 비율을 큰 활자와 다양한 색상, 그래픽을 이용하여 눈에 띄고 보기 쉽도록 제품 전면에 배치함으로써 소비자의 식별력을 높이는 방안으로 현재 식품표시기준 상 권장 사항

*액상과당, 설탕 사용량 및 열량 저감 스펙 개발 사례	46개 제품
*감미료를 전혀 첨가하지 않은 100% 과즙 제품	13개 제품
*비타민 함량을 증가시킨 신제품 개발 사례	8개 제품
*필수영양성분(단백질)을 강화시킨 신제품 개발 사례	6개 제품
*식이섬유를 보강한 제품 개발 사례	2개 제품
*전연 유래 원료 사용을 컨셉으로 한 제품 개발 사례 (합성 첨가물 및 색소 무첨가)	4개 제품

*자세한 사항은 롯데상품 이력관리 (www.lotteallsafe.com) 홈페이지를 통해 보실 수 있습니다.

위기관리 모의훈련



위기관리위원회

롯데칠성음료는 고객에게 제품의 올바른 정보를 공개하기 위해 롯데그룹 차원에서의 '롯데 상품 이력관리 시스템'을 운영하여 제품의 생산부터 소비단계까지 전 제품에 대해 원재료 이력정보, 영양성분, 원료별 품질검사 정보를 제공하고 있습니다. 더불어 음료 제품 중 식품표시기준 의무 대상이 아닌 41개 제품에 대해서도 성분 정보를 공개하고 있으며, 18개 제품에 영양성분전면 표시제*를 도입해 운영하고 있습니다.

롯데칠성음료는 광고 자율 심의 기구의 자율 준수 프로그램에 자발적으로 참여하고 있으며, 2012년 모든 광고는 사전 자율 심의 기구의 점검에 따라 방영되었습니다.

롯데 상품이력관리 시스템



영양성분전면표시 (사례 : 제주감귤 100)



롯데칠성음료는 식품안전사고 발생 시 효과적으로 대응하기 위해 전사 위원회인 위기관리위원회를 운영하고 있습니다. 정보분석, 미디어 및 현장 대응, 운영지원 등 기능별로 조직이 구성되어 있으며, 위기상황 발생 시 소속팀장에게 보고 후 유관부서에 전파하여 위기발생 관련 내용 접수 6시간 이내 위기대응팀을 소집, 논의를 통해 신속하게 대응하고 있습니다. 뿐만 아니라 위기관리시스템 평가를 통해 위기대응 조직 및 체계, 역할의 재점검을 실시하고, 2차 대응 및 사후관리로 위기대응 매뉴얼을 점차 강화하고 있습니다. 1년에 3~4회 위기대응 모의훈련을 진행하고 있으며, 식품안전 사고와 관련한 사항은 즉각적으로 처리하고 있습니다.

* 최근 3년간 제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반 사항은 없으며, 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙, 제품 서비스 정보 및 라벨링과 관련된 규제 및 자발적 규칙 위반 사례 또한 없습니다.

위해정보지 발간

롯데칠성음료는 매월 위해정보지를 발간하여 식품안전뉴스, 식품안전정책 동향, 기타 식품안전 관련 정보를 공유하고 있습니다. 제조안전담당에서 위해정보지를 작성하고 이를 전사적으로 공유하여 식품안전과 관련한 사항들에 대해 점검함으로써 위해관리에 각별한 주의를 기울이고 있습니다.

품질관리 우수상 수상



원료업체 품질 평가 및 관리

롯데칠성음료는 구매업무 절차를 표준화하여 규정에 따라 원부자재, 기타 자재 및 위탁생산제품 등을 구매하고 있습니다. 자체 규격에 맞는 품질 및 환경친화적인 자재를 조달하여 생산 제품의 품질 향상을 목적으로 추진하고 있으며, 표준화된 기준에 따라 원료업체의 품질 평가 및 관리를 수행합니다. 연 1회 원부자재 업체의 위생점검을 실시하고, 원료업체 위생점검 대상 기준서에 근거하여 품질, 식품 안전 관리 능력을 평가해 개선을 유도하고 있습니다. 또한, 롯데중앙연구소와 연계하여 전 협력업체를 대상으로 연 2회 식품안전 추가 점검을 실시하여 품질 및 위생관리 수준을 향상시키고 있습니다.

품질 평가 및 관리 체계도



공공정책 간담회 참석

롯데칠성음료는 다양한 품질 관련 공공정책 간담회에 참석하여 기업의 의견을 적극 개선하고 있습니다. 2012년에는 총 6개 회의 및 간담회에 참석하여 기업의 의견을 전달하였고, 롯데칠성음료 제품의 정보 자료를 제출하였습니다.

공공정책 간담회 참여 내역

2012.06.19	「아황산염의 알레르기 유발물질 표시 관련 회의」 참석
2012.07.11	「어린이 식생활 안전관리특별법」 개정 관련 정책 간담회 참석
2012.07.13	「카라멜색소사용」 관련 간담회 참석 : 12개 제품 카라멜 색소 삭제
2012.09.07	「식품 영양표시 정책 간담회」 참석
2012.09.20	「에너지드링크 비교정보사업 기업체 간담회」 참석 : 제품 정보 자료 제출
2012.12.14	「국회 카페인 함유식품 안전관리 정책토론회 대응방안 협의 회의」 참석

롯데칠성음료는 매월 위해정보지를 발간하여 식품안전뉴스, 식품안전정책 동향, 기타 식품안전 관련 정보를 공유하고 있습니다. 제조안전담당에서 위해정보지를 작성하고 이를 전사적으로 공유하여 식품안전과 관련한 사항들에 대해 점검함으로써 위해관리에 각별한 주의를 기울이고 있습니다.

롯데칠성음료는 식품안전 관련 규제 및 정책 동향을 파악하고, 안전사고를 사전에 방지하기 위해 위해 요소의 체계적인 관리를 지속적으로 진행할 예정입니다.

롯데칠성음료는 2012년 펩시 제품을 생산하는 아시아 회사들을 대상으로 하는 PepsiCo Asia Pacific Bottler Award에서 품질 대상을 수상하였습니다.

또한, 음료BG 5개 공장은 펩시가 시행하는 품질관리, 식품안전관리 평가에서 우수한 점수를 기록하여 품질 우수상(QEA, Quality Excellent Award)을 수상하였습니다. 이 평가는 펩시가 매월 무작위로 샘플링한 펩시 제품의 품질을 분석하고, 식품안전 국제기관이 직접 생산 현장을 찾아가 환경·위생 관리를 점검하여 가장 우수한 공장을 시상합니다. 안성, 양산, 광주공장이 식품안전부문 금상을, 오포, 대전공장이 식품안전부문 은상을, 안성공장이 품질부문 은상을 수상하였습니다.

롯데칠성음료는 구매업무 절차를 표준화하여 규정에 따라 원부자재, 기타 자재 및 위탁생산제품 등을 구매하고 있습니다. 자체 규격에 맞는 품질 및 환경친화적인 자재를 조달하여 생산 제품의 품질 향상을 목적으로 추진하고 있으며, 표준화된 기준에 따라 원료업체의 품질 평가 및 관리를 수행합니다. 연 1회 원부자재 업체의 위생점검을 실시하고, 원료업체 위생점검 대상 기준서에 근거하여 품질, 식품 안전 관리 능력을 평가해 개선을 유도하고 있습니다. 또한, 롯데중앙연구소와 연계하여 전 협력업체를 대상으로 연 2회 식품안전 추가 점검을 실시하여 품질 및 위생관리 수준을 향상시키고 있습니다.

롯데칠성음료는 다양한 품질 관련 공공정책 간담회에 참석하여 기업의 의견을 적극 개선하고 있습니다. 2012년에는 총 6개 회의 및 간담회에 참석하여 기업의 의견을 전달하였고, 롯데칠성음료 제품의 정보 자료를 제출하였습니다.

공공정책 간담회 참여 내역

2012.06.19	「아황산염의 알레르기 유발물질 표시 관련 회의」 참석
2012.07.11	「어린이 식생활 안전관리특별법」 개정 관련 정책 간담회 참석
2012.07.13	「카라멜색소사용」 관련 간담회 참석 : 12개 제품 카라멜 색소 삭제
2012.09.07	「식품 영양표시 정책 간담회」 참석
2012.09.20	「에너지드링크 비교정보사업 기업체 간담회」 참석 : 제품 정보 자료 제출
2012.12.14	「국회 카페인 함유식품 안전관리 정책토론회 대응방안 협의 회의」 참석



녹색경영

롯데칠성음료는 기업활동에 있어 환경영향을 최소화하고 친환경적인 기업으로 거듭나고자 2010년 녹색경영전략을 수립하여 지속적으로 추진해오고 있습니다. '2018 ASIA GREEN COMPANY'를 비전으로 하여 '환경, 고객, 효율을 지향하는 녹색기업 지위 확보'라는 전략목표 아래 5대 전략 방향에 따른 과제를 설정하고, Green Process, Green Culture, Green Product 3단계에 걸쳐 전략방향별 과제 로드맵을 수립하였습니다.

롯데칠성음료는 수립된 과제들을 체계적으로 관리해나감으로써 순매출액 대비 1% 원가절감, 배출전망치(BAU)* 대비 CO₂ 20% 감축 목표를 달성하고자 노력하고 있습니다.

*배출전망치(BAU, Business As Usual): 특별한 조치를 취하지 않을 경우 배출될 것으로 예상되는 미래 전망치

녹색경영전략



친환경 물류

롯데칠성음료는 수송부문의 온실가스 배출을 감축하고자 2010년 에너지관리공단과 협약을 체결 하였습니다. 수송부문 에너지·온실가스 감축 협력 사업을 통해 온실가스 배출 현황을 파악하고 배출량 산정 방법 및 대응능력을 향상시키고 있으며, 롯데칠성음료를 비롯한 롯데그룹 6개사가 본 협약에 참여하였습니다.

롯데칠성음료는 수송부문의 에너지 절감 및 온실가스 방법론과 함께 MRV(산정, 보고, 검증)방법론을 개발함으로써 에너지관리 및 현황을 파악하고 에너지 절감 및 온실가스 감축 방안을 모색하여 수송 수단에 대한 모니터링을 진행하고 있습니다.

향후 롯데칠성음료는 지속적으로 관련 정보를 교류하고 상호 간 협력을 통해 수송부문 에너지를 절감하고자 노력할 계획입니다.

전력 사용 및 원가절감

롯데칠성음료는 산업통상자원부(구 지식경제부)의 동절기 절전규제 시행에 따라 각 공장별로 특별 절감활동을 실시하였습니다. 비상발전기, 냉·난방기 가동 중단, 전기 히터 및 전등 사용 최소화, 대용량 전력절감장치 설치 등 주요 대표 절감활동을 통한 2012년 전력 절감량은 약 112만 kWh입니다.

더불어 원료 및 포장재 단가의 급등으로 인한 소비자의 부담을 줄이기 위해 원가절감 및 비용축소 등의 활동을 전개하고 있습니다. 제품 생산에 들어가는 효소 변경, 포장방법 개선 등과 함께 기기의 운전방법을 개선하여 원료비뿐 아니라 운영비용도 절감하고 있습니다.

롯데칠성음료는 향후 공기압축기를 적정용량으로 교체하고 전력 피크 시간 대 냉동기 및 냉·난방 부하 조정 등의 절감활동을 추진할 계획이며, 환경영향을 줄이기 위해 설비개선 투자를 지속적으로 시행할 예정입니다.

롯데칠성음료는 사업장 부지 선정에 앞서 사전환경영향평가를 수행하여 주변 생태계 및 환경 영향을 검토하고 있으며, 사업장 주변의 환경을 보호하고자 수생식물 식재 등 지천 수생태계 건강성 회복을 위한 1사 1하천 운동을 전개하고 있습니다. 양산공장은 2010년 낙동강유역환경청, 민간단체 및 지자체 등과 함께 1사 1하천 운동 협약식을 갖고 환경정화활동을 지속적으로 추진 해오고 있으며, 셋강 및 실개천을 살리기 위해 1사 1하천 운동을 범국민 운동으로 확산하고자 노력 하고 있습니다.

‘팔당호 상수원 수질보전 특별대책지역’에 입지한 오폐공장은 팔당수계 수질보전을 위한 활동 외에 식생관리의 필요성을 인식하고 2011년부터 1사 1하천 운동을 전개하고 있습니다. 더불어 안성공장과 함께 각각 광주시, 안성시와 양해각서(MOU)를 체결하고 도로입양사업을 진행하고 있습니다. 본 사업은 국도나 지방도 등의 일정구간을 자원봉사 신청에 의해 책임 관리하는 것으로 각 사업장에서는 월 1회 이상 환경정비를 실시해 지역사회의 깨끗하고 쾌적한 도로환경 조성에 기여하고 있습니다.

롯데칠성음료는 향후에도 각 사업장에서 환경과 지역사회를 고려한 다양한 환경활동을 전개할 계획입니다.

1사 1하천 운동 전개



환경·위생·안전의 날 운영

EH & S Day: Environment, Health & Safety Day

롯데칠성음료는 환경·위생·안전의 날(EH & S Day: Environment, Health & Safety Day)을 지정하여 모든 사업장에서 월 1회 안전 관련 선언문을 낭독하고, 2013년부터 일부 공장에서는 ‘에코힐링 캠페인’으로 명칭을 변경하여 공장 내 입주업체 환경정화청소, 영산강 정화활동 등을 실시하고 있습니다.

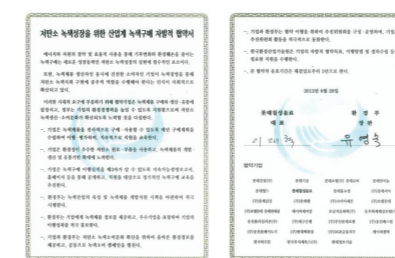


환경정화활동



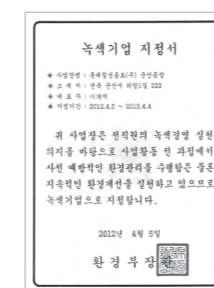
안전 관련 선언문 낭독

녹색구매 자발적 협약



산업계 녹색구매 자발적 협약서

녹색기업 인증



주류BG 녹색기업 인증서

롯데칠성음료는 2009년부터 환경부 주관 산업계 녹색구매 자발적 협약에 참여하여 녹색생산 및 구매 활성화에 적극적으로 동참하고 있습니다. 녹색구매 가이드라인을 제정·시행하고, 제품 구매 시 친환경 물품 여부를 파악할 수 있도록 녹색구매 시스템을 구축해 녹색구매를 적극적으로 이행하고 있습니다. 2012년 녹색구매실적은 약 1천 3백억 원으로 환경마크를 획득한 제품 및 친환경성 상품을 구입하고 있습니다.

롯데칠성음료는 향후에도 협약을 체결하여 녹색제품 구매를 확대해 나갈 계획입니다.

롯데칠성음료 주류BG 강릉, 군산, 경산공장은 환경부에서 지정한 녹색기업 인증을 획득 하였습니다. 본 인증은 환경개선에 기여하는 사업장이 대상이며, 각 공장은 반기별로 환경 개선 워크샵 개최, 전직원 ISO 14001 교육 실시, 협력업체 대상 환경방침 교육 진행, 녹색기업 협의회 개최, 에너지 자발적 협약 등 각종 환경 및 에너지 관련 활동을 전개하여 녹색기업 인증을 취득하였습니다.

이처럼 롯데칠성음료는 단순한 규제 중심적 환경정책에서 벗어나 사업장 스스로가 환경을 평가 하고 개선계획을 실행하는 등 자율적인 환경관리 체제를 구축하고자 노력하고 있습니다.

‘그린 보틀’ 출시



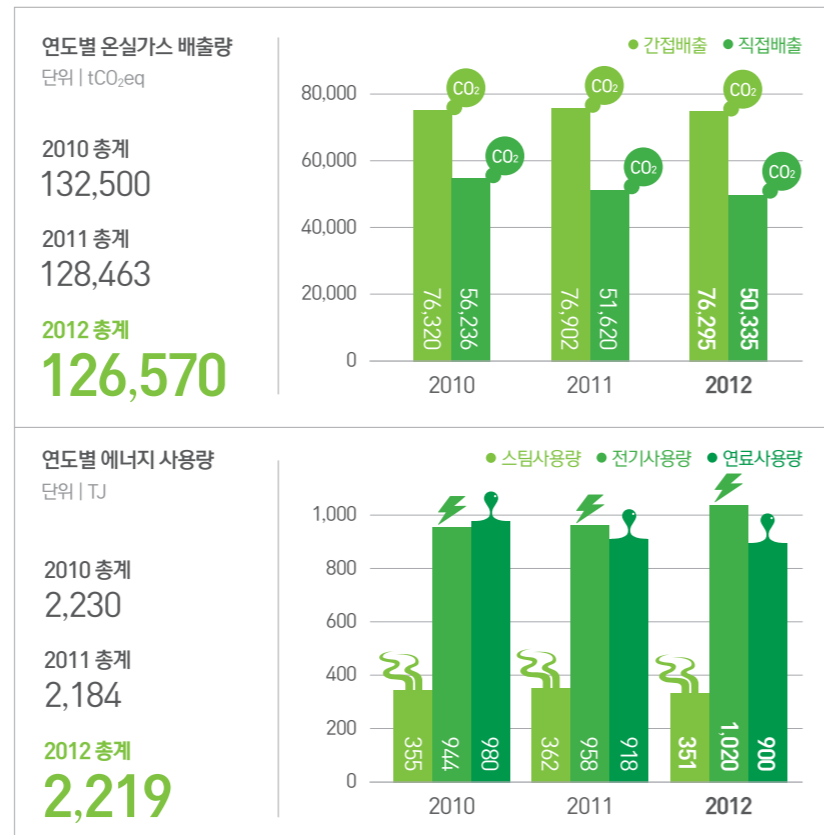
롯데칠성음료는 2012년 6월 식물성 원료로 만든 ‘그린 보틀’을 사용한 펩시콜라 페트병 제품을 출시하였습니다. 페트병에 식물성 원료가 30% 정도 함유된 제품으로 사탕수수 추출 원료를 사용함으로써 제조 과정에서의 탄소배출량을 줄였고, 100% 재활용이 가능한 자연 친화적 포장 기술을 적용하였습니다.

향후에는 오렌지, 감자, 귀리 껍질 등의 식물 소재 사용량을 늘리고, ‘그린 보틀’ 적용 제품을 확대해 나갈 계획입니다.

온실가스 배출량 및 에너지 사용량 현황

롯데칠성음료의 2012년 온실가스 총 배출량은 126,570 tCO₂eq로 전년대비 약 1.5% 감소하였으며, 에너지 사용량은 2,219 TJ로 전년대비 1.6% 증가하였습니다. 환경부의 ‘온실가스·에너지 목표 관리 운영 등에 관한 지침’에 의거하여 롯데칠성음료는 2012년도에 관리업체로 지정 되었으며, 2013년 3월 온실가스 배출량 및 에너지 사용량을 정부에 보고하였습니다.

롯데칠성음료는 2012년 온실가스 통합 인벤토리를 구축하여 체계적인 관리 시스템을 갖추었고, 목표관리제 대응을 위한 내부교육을 실시하여 실무자들의 역량을 강화하였습니다. 롯데칠성음료는 향후 녹색경영 추진 전담조직을 운영하여 온실가스·에너지 목표관리제도뿐 아니라 그 외의 정부 제도도 신속히 대응할 계획입니다.

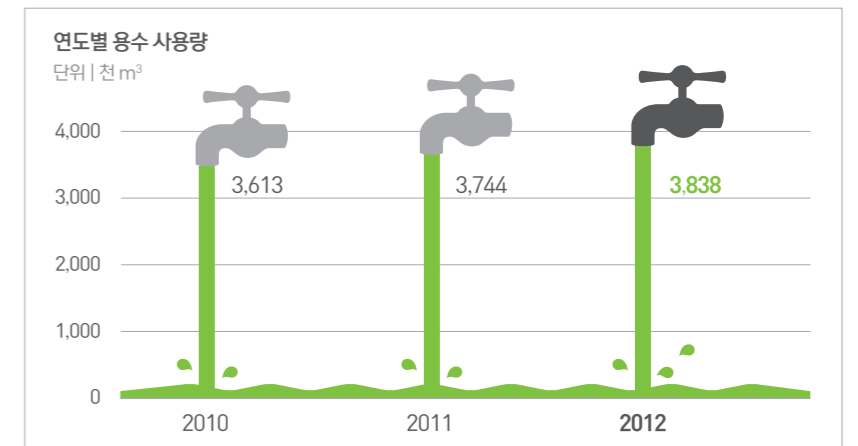


* 연도별 온실가스 배출량 및 에너지 사용량은 환경부의 ‘온실가스·에너지 목표관리 운영’ 등에 관한 지침에 따라 작성 후 외부기관으로부터 검증받았습니다. 온실가스 배출량의 경우, 사업장별 자료 취합 시 소수점 이하 절사로 인해 Scope 1, 2 부분 배출량과 총 배출량간 약간의 차이가 있습니다. 본 수치는 10개 공장 및 물류센터, 각 지점을 포함한 전 사업장을 기준으로 산정하였습니다.

용수 사용량 및 절감량

롯데칠성음료는 상수, 지하수, 하천수 등을 사용하고 있으며, 2012년 용수 사용량은 3,838 천m³으로 제품 생산량의 증가와 2011년 롯데주류와의 법인통합으로 사용량이 다소 증가하였습니다.

롯데칠성음료는 제품 생산 시 많은 양의 물을 사용하기 때문에 각 사업장별로 용수 재활용에 힘쓰고 있습니다. 사업장 내 노즐 수를 절반 가까이 줄이고, 병라인의 경우 세병기를 세척한 물을 재활용하고 있으며, 시수 Sand 및 탄소(Carbon) 여과기 역세수를 재활용함으로써 적극적으로 용수를 재사용하고 있습니다. 이러한 노력을 통한 2012년 용수 절감량은 43,300 m³입니다.



폐기물 관리



롯데칠성음료는 환경공단과 함께 2007년부터 2010년까지 사업장 폐기물의 원천적 감량과 발생된 폐기물의 재활용을 촉진하기 위한 ‘사업장 폐기물 감량 자발적 협약’을 체결하여 실천 하였습니다. 이 협약을 통해 오폐, 양산, 안성, 대전, 광주, 부평 등 6개 공장은 환경관리 목표, 비용 절감 방안 및 폐기물 관리 체계 표준화 방안 등을 수립하였으며, 생산자책임 재활용제도, 빈용기 보증금제도 등을 통해 제품 포장재 및 용기의 재활용을 추진함으로써 폐기물 발생을 최소화하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

롯데칠성음료는 ‘폐기물 관리 방침’에 따라 폐기물을 처리하고 있으며, 폐기물의 종류는 폐수처리 오니, 폐합성수지, 분진, 폐유리 등으로 재활용, 매립 또는 매각하여 처리하고 있습니다.

2012년 폐기물 배출량은 약 29,720 ton입니다.

* 2012년 바젤협약 부속서에 규정된 유해 폐기물은 발생하지 않았습니다.

유해화학물질 관리

롯데칠성음료는 유해화학물질을 철저히 관리하고 있습니다. 위기상황 대처 프로세스를 구축하고 각 사업장 별 대응방안을 마련하여 유해화학물질 유출사고를 사전에 방지하고 있습니다. 사고가 발생 했을 경우를 대비하여 비상대응훈련을 진행하고 있으며, 이러한 노력의 결과로 최근 3년동안 전 사업장에서 발생한 중대안 유해물질 유출사태는 없습니다.

환경법규 준수

롯데칠성음료는 전 사업장에서 수질, 대기 및 폐기물 등 관련 법규를 준수하고 있습니다. 최근 3년간 환경 사고 발생 및 법규 위반 사항은 없습니다.

04 SPECIAL PAGE

환경친화경영

탄소성적표지인증 제품

롯데칠성음료는 식음료 업계 최초로 환경부와 한국환경산업기술원으로부터 '탄소성적표지 제품군 사전검증체계'를 공인 받았습니다. '탄소성적표지 제품군 사전검증체계'란 '내부 심사원 보유'와 '검증 시스템 구축' 등 2가지 자격요건을 갖춘 기업이 제품의 생산부터 유통, 폐기에 이르는 과정에서 발생하는 탄소의 배출량을 직접 심사하고 인증만 공인기관으로부터 받는 체계입니다. '칠성사이다', '펍시콜라', '핫식스' 등이 포함된 '탄산음료 제품군'에 대해 공인을 받았습니다.

또한, 롯데칠성음료는 소비자에게 제품의 생산 전 과정에서 발생하는 온실가스 배출량 정보를 공개하는 탄소성적표지 제도에 참여하여 2009년 10월부터 2013년 상반기까지 '칠성사이다', '칠성사이다 제로', '아이시스 8.0' 등 총 23개 제품에 대해 탄소성적표지를 인증받았으며, 2012년 6월 칠성사이다 250mL 캔 제품은 탄산음료류 최소탄소배출량 기준(43g/100mL)을 충족하여 저탄소제품 인증을 받았습니다.

롯데칠성음료는 소비자에게 제품에 대한 환경정보를 공개하고 친환경 기업으로 거듭나고자 친환경 제품 개발 및 생산을 확대할 계획입니다.

※ 탄소성적표지 인증 대표 제품

총 23종: 칠성사이다 3종, 칠성사이다 제로 3종, 델몬트 콜드 9종, 아이시스 2종, 홈플러스 종은 상품 맑은샘물 2종, 초이스엘제주감귤 1종, 초이스엘 먹는샘물 2종, 펍시콜라 1종



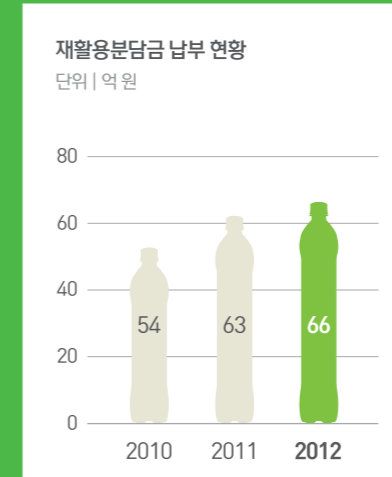
저탄소제품 칠성사이다 250mL 캔



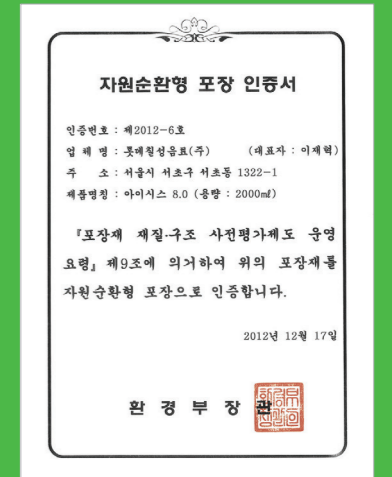
자원 재활용

롯데칠성음료는 적극적으로 자원 재활용 활동을 펼치고 있습니다. 제품 생산자에게 제품 포장재 폐기물에 일정량의 의무를 부여해 재활용하게 하는 '생산자책임 재활용제도'에 2003년부터 참여하고 있습니다. 이는 환경부에서 폐자원 회수 확대를 위해 시행하는 제도로 롯데칠성음료는 매년 재활용분담금을 납부하고 있으며, 2012년에 납부한 분담금은 약 66억 원입니다. 또한, 빈용기 보증금제도를 통해 용기를 재활용하고 있으며, 2012년에 재사용한 제품의 용기는 약 21억 병으로 연간 판매 제품의 약 91%에 달하는 수치입니다. '처음처럼'은 용기순환협회가 주관하는 '빈 병 재사용 캠페인'에 동참하여 제품의 보조 라벨에 빈병 재사용 문구를 표기함으로써 소비자들에게 빈 병 재사용의 중요성을 알리고 있습니다.

롯데칠성음료는 2011년부터 국내 최초로 친환경 수용성 접착제를 사용해 비닐 라벨이 100% 제거되는 제품을 선보이고 있습니다. 친환경 라벨이 적용된 제품은 생수 '아이시스 8.0' 2L 제품이며, 환경부와 한국페트병자원순환협회가 운영 중인 '포장재 재질·구조 사전평가제도'에서 자원순환형 포장 인증제품으로 심의의결을 받았습니다. 물에 녹는 수용성 접착제를 사용하면 페트병과 라벨이 완전히 분리되고, 접착성분이 남지 않아 재활용성을 크게 증대시킬 수 있어, 페트병 재활용 시 고품질의 페트병 포장재를 얻을 수 있는 장점이 있습니다.



재활용 분담금 납부 현황



자원 순환형 포장 인증서 : 아이시스 8.0 2L 페트

*빈병 재사용 비율은 높으나, 생산량의 증가로 매년 재활용 분담금은 증가하고 있습니다.

그린카드 제도



롯데칠성음료의 칠성사이다 제품(250mL 캔, 500mL 페트, 1.5L 페트)은 2011년 12월부터 그린카드 제도에 참여하여 소비자의 친환경 녹색 생활 정착에 기여하고 있습니다. 그린카드 제도란, 국민의 녹색 생활과 신용카드의 포인트 제도를 연계하여 환경부가 도입한 제도로, 소비자가 녹색매장(그린 POS 설치매장)에서 칠성사이다 제품을 그린카드로 구매하면 용기 구분 없이 1개당 10포인트씩 에코머니가 적립되어 현금처럼 사용이 가능합니다. 해당 제품 라벨에는 탄소성적표지 마크와 에코머니 마크가 인쇄되어 있으며, 그린카드를 이용해 모인 포인트는 환경 보호금으로도 기부할 수 있습니다.

롯데칠성음료는 TV 광고를 통해 그린카드 제도를 홍보함으로써 소비자들의 녹색제품 구매를 유도하고 있으며, 지속해서 그린카드 제도에 참여할 예정입니다.

경제성과 DATA

재무상태표

단위 | 원

구분		2010	2011	2012
자산	유동자산	338,453,413,946	553,776,577,160	645,854,150,617
	비유동자산	2,898,429,727,622	2,937,375,669,794	3,027,999,942,433
	자산총계	3,236,883,141,568	3,491,152,246,954	3,673,854,093,050
부채	유동부채	319,249,710,389	804,873,739,372	504,776,327,567
	비유동부채	735,984,373,487	547,328,689,728	892,909,650,905
	부채총계	1,055,234,083,876	1,352,202,429,100	1,397,685,978,472
자본	자본금	11,675,056,660	40,908,695,784	40,611,465,270
	이익잉여금	1,612,205,473,572	1,662,502,641,294	1,738,487,469,537
	자본총계	2,181,649,057,692	2,138,949,817,854	2,276,168,114,578
부채 및 자본총계		3,236,883,141,568	3,491,152,246,954	3,673,854,093,050

손익계산서

단위 | 원

구분	2010	2011	2012
수익(매출액)	1,297,014,350,824	1,564,310,970,052	2,015,764,731,982
매출원가	780,485,202,511	936,343,915,449	1,197,635,328,475
매출총이익	516,529,148,313	627,967,054,603	818,129,403,507
판매비와관리비	413,432,811,884	498,407,928,914	663,923,400,496
영업이익(손실)	103,096,336,429	129,559,125,689	154,206,003,011
기타영업외이익	10,451,334,694	9,932,072,811	12,536,827,840
기타영업외비용	9,719,049,326	11,555,064,010	21,825,018,412
법인세비용차감전순이익(손실)	87,114,609,857	91,650,020,256	124,199,209,668
법인세비용	22,793,037,450	39,262,145,849	36,267,906,133
당기순이익(손실)	64,321,572,407	52,387,874,407	87,931,303,535
주당이익	-	-	-

DATABOOK

참고자료

- 경제성과 DATA 57
- 사회성과 DATA 58
- 환경성과 DATA 59

사회성과 DATA

성별 단위 | 명

구분	2010	2011	2012
남자	3,865	3,774	3,907
여자	385	402	535
합계	4,250	4,176	4,442

계약유형별 직원수 및 상근직/시간제 현황 단위 | 명

구분	구분	2010	2011	2012
상근직	정규직	3,690	3,696	3,712
	계약직	560	480	600
시간제	임시직	-	-	130
합계		4,250	4,176	4,442

음료BG 지역별 현황 단위 | 명

구분	2010	2011	2012
서울	911	743	752
인천	90	96	103
경기	844	959	967
강원	70	62	44
대전	249	251	246
충남	76	69	73
충북	46	41	45
대구	136	121	117
경북	103	103	96
부산	205	194	184
울산	54	57	46
경남	317	305	322
광주	152	179	157
전북	67	79	62
전남	60	49	61
해외	21	16	14
합계	3,401	3,324	3,289

주류BG 지역별 현황 단위 | 명

구분	2010	2011	2012
서울	307	316	474
경기도	98	104	149
충청도	20	26	46
강원도	189	182	186
전라도	154	152	162
경상도	81	68	125
제주/기타	0	4	11
합계	849	852	1,153

환경성과 DATA

연도별 폐수 배출량 단위 | 천 m³ 연도별 폐기물 배출량 단위 | ton

구분	연도	음료BG			주류BG		
		안성공장	오포공장	양산공장	대전공장	광주공장	부평공장
음료BG	2010	494	490	306	187	70	
	2011	536	498	265	176	70	
	2012	592	477	266	254	66	
	2010	385	337	15	5		
	2011	501	362	14	6		
2012	558	367	18	4			
합계		2,289	2,428	2,602			

구분	연도	음료BG			주류BG		
		안성공장	오포공장	양산공장	대전공장	광주공장	부평공장
음료BG	2010	6,333	2,900	2,335	4,348	881	
	2011	5,690	2,231	3,041	4,789	930	
	2012	5,556	1,880	2,390	4,230	651	
	2010	13,620	2,822	191	368		
	2011	11,900	4,202	129	289		
2012	11,847	2,783	175	209			
합계		33,797	33,200	29,720			

*제주공장의 경우 필요 시에만 가동하기 때문에 환경데이터에서 제주공장 데이터는 제외하였습니다.

취수원별 용수 사용량 단위 | 천 m³

구분	연도	합계	음료BG					주류BG				
			안성공장	오포공장	양산공장	대전공장	광주공장	강릉공장	군산공장	경산공장	부평공장	
취수원별 사용량	상수	2010	1,189	256	315	234	221	88	-	35	22	17
		2011	1,238	309	341	239	182	87	-	42	20	17
		2012	1,382	375	368	245	207	94	-	51	27	15
	시수	2010	569	60	-	-	127	-	-	382	-	-
		2011	654	110	-	-	129	-	-	416	-	-
		2012	573	65	-	-	156	-	-	352	-	-
	지하수	2010	1,508	388	424	354	60	17	266	-	-	-
		2011	1,376	361	400	308	52	17	239	-	-	-
		2012	1,364	379	362	290	74	2	257	-	-	-
하천수	2010	347	-	-	-	-	-	347	-	-	-	
	2011	476	-	-	-	-	-	476	-	-	-	
	2012	518	-	-	-	-	-	518	-	-	-	
총계	2010	3,613	704	739	588	408	105	613	417	22	17	
	2011	3,744	780	741	547	363	104	715	458	20	17	
	2012	3,838	819	730	535	437	97	776	403	27	15	

* 시수: 시에서 산업단지에 입주한 공장 등에 공급하는 물로서, 응집, 침전, 필터 공정을 거쳤으나, 소독 처리만 거치지 않은 물

연도별 에너지 사용량

* 에너지 사용량의 경우, 사업장별 자료 취합 시 소수점 이하 절사로, 에너지 사용량과 연료별 총 에너지 사용량 간 차이가 있습니다.

단위 | TJ

구분	2010	2011	2012
연료	980	918	900
전기	944	958	1,020
스팀	355	362	351
합계	2,230	2,184	2,219

지속가능경영 활동 의사결정기구

구분	부문별 의사결정 기구명	기구별 성격
경제부문	비전추진 위원회	경영전략
	비상경영추진 위원회	경영효율화
사회부문	동반성장추진 위원회	상생협력
	정보보호 위원회	정보보호
	자율준수담당 조직	공정거래
환경부문	환경경영추진 위원회	녹색경영
	위기관리 위원회	품질안전

대기오염 물질 및 수질 오염물질 배출 현황

* 각 사업장별로 대기 및 수질 오염물질 배출 시 법적 기준에 따라 엄격하게 관리하고 있으며, 양산공장의 경우 배출 허용 기준이 원폐수인 관계로 데이터베이스에서 제외하였습니다.

* 오존층 파괴물질은 냉동기 수리 시 충전하는 등 별도 충전 실적을 관리하고 있지 않았으나, 2013년 5월부터는 공기 조화기 냉매 관리 기준(대기환경보전법 규정)에 의거 '냉매관리기록부'를 통해 관리하고 있습니다.

구분	연도	음료BG				주류BG			
		안성공장	오포공장	대전공장	광주공장	강릉공장	군산공장	경산공장	부평공장
BOD (mg/L)	2010	31.8	0.8	35.0	16.5	19.5	-	2.0	-
	2011	12.8	1.0	10.5	12.3	19.0	-	1.5	-
	2012	12.3	1.0	13.4	16.8	28.5	-	3.4	-
COD (mg/L)	2010	44.4	5.6	46.9	24.0	27.8	-	7.6	-
	2011	24.4	6.2	34.2	17.6	28.2	-	7.3	-
	2012	21.1	7.0	26.2	25.6	40.8	-	7.4	-
SS (mg/L)	2010	25.9	1.3	34.9	10.5	18.3	-	4	-
	2011	16.1	1.2	17.6	13.8	21.4	-	5.1	-
	2012	13.0	1.4	11.7	20.2	27.4	-	5.3	-
T-N (mg/L)	2010	10.4	5.6	8.0	2.8	1.7	-	-	-
	2011	5.8	3.8	10.2	6.7	2.4	-	-	-
	2012	2.0	5.6	6.5	5.1	4.9	-	-	-
T-P (mg/L)	2010	0.8	0.1	1.8	0.5	1.0	-	-	-
	2011	0.6	0.1	2.4	0.3	0.4	-	-	-
	2012	0.8	0.1	1.7	1.0	0.8	-	-	-
먼지 (mg/m³)	2010	8.5	13.9	7.6	-	-	5.4	-	-
	2011	7.1	13.5	6.4	-	-	4.9	-	-
	2012	7.8	12.7	5.8	-	-	4.5	-	-

APPENDIX

부록

· 제 3자 검증 의견서	62
· GRI Index / ISO 26000	64
· 수상실적 / 학회 및 협회 가입현황	69



롯데칠성음료 「2012 지속가능경영보고서」에 대한

제 3자 검증 의견서

한국품질재단은 『롯데칠성음료 2012 지속가능경영보고서(이하 ‘보고서’라 함)』에 대한 검증을 수행하였습니다. 이 보고서 작성 기준에 대한 결정은 롯데칠성음료에게 있으며, 한국품질재단은 보고서에 대한 검증 의견을 제공하는 책임이 있습니다.

지속가능경영보고서 작성 기준은 국제적으로 폭넓게 받아들여지고 있는 GRI(Global Reporting Initiative)의 「Sustainability Reporting Guidelines G3.1」와 「Food Processing Sector Supplement G3.0」에 따라 적용되었습니다.

본 보고서의 독자는 롯데칠성음료와 관련된 다양한 이해관계자를 대상으로 하고 있습니다.

검증의 독립성

한국품질재단은 제 3자 검증 서비스를 제공하는 업무 이외에 롯데칠성음료의 사업 활동 전반에 걸쳐 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 없습니다. 또한, 롯데칠성음료의 어떤 이해관계자에 대해서도 편향된 의견을 갖고 있지 않습니다.

검증 기준

한국품질재단은 다음의 기준에 따라 검증을 계획하고 수행하였습니다.

- AA 1000 Assurance Standard 2008
- AA 1000 Accountability Principles Standard 2008
- GRI의 「Sustainability Reporting Guidelines G3.1(GRI G3.1)」
- GRI의 「Food Processing Sector Supplement G3.0(FPSS G3.0)」
- ISO 26000

검증 범위

본 보고서에 대한 한국품질재단의 검증 범위는 다음과 같습니다.

- 보고서에 담겨있는 롯데칠성음료의 본사, 음료 및 주류공장을 포함한 국내 전 사업장과 일부 해외사업장에서의 지속가능경영 활동과 성과
- GRI G3.1 및 FPSS G3.0 에 대한 A+ 적용수준 확인
- GRI G3.1에 따른 보고서의 보고내용 정의 및 보고품질 보증 원칙의 적절성 평가
- AA 1000 Accountability Principles Standard 2008 과 AA 1000 Assurance Standard 2008에 따른 Accountability 원칙 및 지속가능 성과정보의 평가(Type 2, 중간수준의 보증)
- ISO 26000 핵심주제에 대한 적용 확인

검증 절차

검증 절차는 보고서에 중대한 오류나 부적정한 정보가 없는 지에 대해 합리적인 확신을 가질 수 있도록 계획되었으며, 다음과 같이 보고 내용의 신뢰성과 보고된 데이터 생성 및 보고서 작성을 위한 내부 프로세스 및 시스템을 확인하였습니다.

문서 검토	현장 검증	확인 심사
GRI의 가이드라인, 언론 및 인터넷을 통해 조사된 자료 등과 보고서를 비교함으로써 롯데칠성음료의 지속가능성 관점에서 다루어진 정도를 평가하였습니다. 재무 정보에 대한 검증은 이미 감사를 받은 '2012 재무제표'상의 정보와 일치하는 지를 비교하는 방식으로 수행하였습니다.	이 보고서에 수록된 지속가능경영 활동과 성과 데이터의 신뢰성을 확인하고 보고서 작성 프로세스의 유효성을 평가하기 위해 본사, 안성공장 및 강릉공장을 대상으로 현장검증을 실시하였습니다. 정보의 중요성 원칙을 고려한 샘플링 원칙에 근거하여 내부 문서와 정보 담당자 인터뷰 등을 통해 증거를 수집하고, 이러한 정보를 관리하기 위한 시스템과 보고서 작성 프로세스를 분석하였습니다.	상기 단계들에서 발견한 일부 오류, 부적정한 정보, 애매모호한 표현들은 적절하게 시정되어 최종보고서에 반영되었음을 확인하였으며, 최종보고서에 대하여 GRI 가이드라인 대비 GAP 분석을 재실시하였습니다.

고려 및 제약사항

이 보고서에 나타난 성과 데이터에 대한 완전성 및 대응성은 해당 데이터의 특성과 수치를 확정, 계산 그리고 추정하는 방법에 따라 고유의 한계를 가지고 있습니다.

검증 결론

상기 검증 활동을 통해 한국품질재단은 이 보고서가 GRI 가이드라인에서 요구하는 ‘A+’ 적용수준을 만족하고 있음을 확인하였습니다. AA 1000 Accountability Principles Standard 2008 과 AA 1000 Assurance Standard 2008에 따라 포괄성, 중요성과 대응성 원칙 및 지속가능 성과 정보를 평가하고 다음의 확인을 통해 중간수준의 보증수준을 제시할 수 있는 합리적인 근거를 확보 하였다고 봅니다.

1. 롯데칠성음료는 지속가능경영 이슈와 관련된 이해관계자들을 정의하고 보고서에 제시된 다양한 의사소통 채널을 통해서 이해관계자의 의견을 수렴 및 참여를 확대해 나가고 있었습니다.
2. 롯데칠성음료는 지속가능경영과 관련된 중요성평가 프로세스에 따라 이해관계자 선정 및 주요 이슈를 구성하고, 이해관계자 설문조사를 토대로 중대성평가를 실시하여 핵심이슈 도출하였습니다.
3. 롯데칠성음료는 파악된 핵심이슈를 중심으로 이해관계자의 기대와 요구사항에 대한 적극적인 대응과 노력을 전개하고 있었으며 이로 인한 성과가 지속적으로 개선되고 있는 것을 확인할 수 있었습니다. 그러한 지속가능 활동 및 성과는 보고서에 적절하게 수록되었습니다.
4. 롯데칠성음료는 보고서에 공개된 성과 정보 및 데이터의 생성, 수집, 분석을 위한 내부 시스템을 유효하게 실행하고 있었으며, 한국품질재단은 인터뷰, 내.외부 공시자료 비교, 현장확인 등을 통하여 성과 정보의 신뢰성을 확인하고 왜곡된 부분을 발견하지 못 했습니다.

개선을 위한 제안

GRI G3.1 및 FPSS G3.0 작성기준에 부합되는 수준의 성과지표를 개발하고 이들 성과를 지속가능성 맥락에서 계속적으로 고찰하기 바라며, 이해관계자의 관점에서 보고 주제의 중요성을 감안하여 긍정적, 부정적 영향도 모두 포괄할 수 있는 다양한 부문별 노력 및 성과가 보다 균형있게 다루어 지기를 제안합니다.

또한, 여러 채널을 통해 이해관계자의 요구사항을 지속적으로 파악하고 분석하여 롯데칠성음료의 지속가능경영에 중요한 기초 정보로써 보다 효과적으로 활용해 나아가시기를 제안합니다.

검증팀의 적격성

한국품질재단은 지속가능경영 분야의 다양한 검증업무를 수행하여 왔으며, 금번 롯데칠성음료 지속가능경영보고서 검증을 위해 전문능력과 검증경험을 보유한 지속가능경영 전문가들로 구성하여 검증업무를 수행하였습니다.

2013년 8월 / 대한민국, 서울

한국품질재단 대표 **남대현**

GRI G3.1 Index

● 모두 보고 ○ 일부 보고 ○ 보고 안함 N/A 해당없음

GRI G3.1 Index		보고여부	해당페이지	비고
전략 및 분석				
1.1	지속가능성과 관련된 조직, 전략에 관한 최고이사결정자의 선언	●	4~5	
1.2	주요 위험 및 기회요소	○	4~5	
조직 프로필				
2.1	조직 명칭	●	12	
2.2	대표 브랜드, 제품 및 서비스	●	16~17, 26~28	
2.3	조직의 운영구조	●	13, 15	
2.4	본사/본부 소재지	●	13	
2.5	주요 사업장이 위치한 국가	●	28~29	
2.6	소유 구조와 법적 형태	●	13, 18	
2.7	대상 시장	●	15	
2.8	조직의 규모 (직원수, 순매출, 총자산, 제품 또는 서비스 등)	●	13, 23	
2.9	기업 규모, 조직 구조, 소유 구조를 고려한 보고기간 중의 주요 변화	●	12	
2.10	수상내역	●	6, 69~70	
보고 매개변수				
3.1	보고 기간	●	2	
3.2	최근 보고서 발간일자	●	2	
3.3	보고 주기	●	2	
3.4	보고서와 관련 내용에 대한 문의처	●	2	
3.5	보고 내용 정의 프로세스(중요성, 우선순위 결정)	●	8~9	
3.6	보고범위	●	2	
3.7	보고 범위 또는 보고 경계상의 제한사항	●	2	
3.8	조직간의 비교에서 중요한 사항에 대한 보고 근거	●	12, 31	
3.9	데이터 측정방법과 계산 기준	●	31, 52	
3.10	이전 보고서에 제공한 정보의 재조정	●	N/A	첫 발간
3.11	이전 보고 대비 보고범위, 경계, 혹은 측정방법 등의 중대한 변화	●	N/A	첫 발간
3.12	GRI 대조표	●	64~68	
3.13	외부검증 관련 정책 및 활동, 검증 범위 및 기준, 보고 조직과 검증기관의 관계	●	62~63	
지배구조, 책임, 참여				
4.1	조직 지배구조	●	18	
4.2	이사회 의장과 CEO 겸임 여부	●	18	
4.3	이사회 구성(사외이사 혹은 독립이사의 수)	●	18	
4.4	이사회에서 주주와 직원의 의견 반영 메커니즘	●	18	
4.5	기업 성과와 이사, 경영진에 대한 보상 간 연계	●	18	
4.6	이해관계 간 갈등을 피하기 위한 이사회 수준의 프로세스	●	18	
4.7	경제, 환경, 사회 부문 전략을 가이드하는 이사의 전문성을 결정하는 프로세스	●	18	
4.8	경영 원칙	●	18	
4.9	이사회가 경제, 환경, 사회 성과를 관장하는 절차	●	18	
4.10	이사회와 성과, 특히 경제, 환경, 사회 성과를 평가하는 프로세스	●	18	
4.11	예방 접근이나 원칙을 천명하고 있는지, 어떤 방식으로 언급하고 있는지에 대한 설명	●	44~45, 50	
4.12	자발적인 경제적, 환경적, 사회적 헌장과 일련의 원칙들, 또는 이니셔티브 중 참여하고 있는 내용	●	51, 70	

● 모두 보고 ○ 일부 보고 ○ 보고 안함 N/A 해당없음

4.13	협회, 국가, 국제 조직내 주요 회원	●	70	
4.14	조직에서 활동 중인 이해관계자 리스트	●	8	
4.15	주요 이해관계자들의 파악과 선정에 대한 근거	●	8	
4.16	영태별, 이해관계자 그룹별 협의의 빈도로 본 이해관계자 협의에 대한 접근 방식	●	8	
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기되어온 중요 이슈 대응 방법 및 결과	●	8~9	

GRI G3.1 Index		보고여부	해당페이지	비고
외주				
경영방식 공시		○	42~43	
FP1	조직의 납품정책을 준수하는 공급자로부터 구매한 비율	○	47	
FP2	표준에 의해 세분화되고 국제적으로 알려지고 신뢰가능한 책임있는 생산 표준에 의해 검증된 구매 비율	●	44~45	
경제				
경영방식 공시		●	14, 23	
EC1	경제가치 창출과 분배	●	23~24	
EC2	기후변화로 인한 조직활동의 재무적 영향과 다른 위험과 기회요인	○	49	
EC3	연금지도에서 사측부담 범위	●	35	
EC4	정부지원금	●	-	정부보조금 지원 실적 없음
EC5	주요사업지역에 대해서 현지의 최저임금과 비교한 신입사원의 임금	●	31	
EC6	주요사업지역에서 현지조달 정책, 실적, 비중	●	24, 26	
EC7	현지고용절차와 상급관리자의 현지인 비율	●	24, 26, 29	
EC8	공공이익을 위한 투자와 서비스 제공	●	40~43	
EC9	간접 경제 영향	●	24, 29	
환경				
경영방식 공시		●	49	
EN1	중량 또는 부피 기준 원료 사용량	●	59~60	
EN2	재생 원료 사용 비율	●	53, 55	
EN3	1차 에너지원별 직접 에너지 소비량	●	52	
EN4	1차 에너지원별 간접 에너지 소비량	●	52	
EN5	절약 및 효율성 개선으로 절감한 에너지량	●	50	
EN6	에너지 효율적이거나 에너지 기반 제품/서비스 공급 노력 및 에너지 감축량	●	50	
EN7	간접 에너지 절약 사업 및 성과	●	50	
EN8	공급원별 총 취수량	●	53, 59	
EN9	취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원	●	50	
EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	●	53	
EN11	생물다양성 가치가 높은 구역 또는 주변지역에 소유, 임대, 관리하고 있는 토지	●	50	
EN12	생물다양성 가치가 높은 구역에서의 활동, 제품, 서비스로 인하여 미치는 영향	●	50	
EN13	보호 또는 복원된 서식지	●	50	
EN14	생물다양성 관리 전략, 이행 조치 및 향후 계획	●	50	
EN15	국제자연보존연맹 (IUCN) 지정 멸종위기종 (Red List)과 국가지정 멸종위기종의 수	○	50	
EN16	직·간접 온실가스 총 배출량	●	52	
EN17	기타 간접 온실가스	○	50, 54	

● 모두 보고 ○ 일부 보고 ○ 보고 안함 N/A 해당없음

EN18	온실가스 감축사업 및 성과	○	50	
EN19	오존층 파괴 물질 배출량	●	60	
EN20	NOx, SOx 및 기타 주요 대기오염물질 배출량	●	60	
EN21	최종 배출지별 폐수 배출량 및 수질	●	59	
EN22	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	○	59	
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	●	53	
EN24	바젤 협약 부속서에 규정된 폐기물의 운송/처리량 및 해외반출된 폐기물비율	●	53	
EN25	폐수 방출로 인해 영향을 받는 수역 및 관련 서식지의 상태/생물다양성 가치	●	50	
EN26	제품 및 서비스의 환경 영향 저감 활동과 성과	●	54	
EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	○	53, 55	
EN28	환경 법규 위반으로 부과된 벌금액 및 제재 건수	●	53	
EN29	제품 및 원자재 운송과 임직원 이동의 중대한 환경 영향	●	50	
EN30	환경보호 지출 및 투자 총액	○	50	

GRI G3.1 Index		보고여부	해당페이지	비고
노동				
경영방식 공시		●	31~37	
LA1	고용유형, 고용계약 및 지역별 인력현황	●	31, 58	
LA2	나이, 성별, 지역에 따른 종업원 수 및 이직률	○	31	
LA3	상근직에게만 제공되는 혜택	●	34	
LA15	육아휴직 후 복귀 비율(성별)	●	31	
LA4	단체협상결과와 적용을 받는 종업원의 비율	●	37	
LA5	운영상의 변화에 사전 고지기간	●	37	
FP3	산업 분쟁, 파업, 폐쇄에 기인한 작업손실 시간 비율	●	37	
LA6	보건과 안전 프로그램 평가 및 개선을 돕는 노사가 공동으로 참여하는 안전 및 보건위원회로 대표되는 인력의 비율	○	36	
LA7	부상, 질병, 결근률과 작업관련 사상자수	○	36	
LA8	심각한 전염성 질병에 노출된 종업원과 그 가족, 지역사회 구성원들을 돕기 위한 교육, 훈련, 예방, 위험 관리 프로그램	○	36	
LA9	노동조합과의 정식 협약 대상인 보건 및 안전사항	●	36	
LA10	종업원 유형별 1인당 한해 평균 훈련 시간	○	33	
LA11	지속적인 고용가능성 및 경력관리를 지원하는 기술개발 및 평생교육을 위한 프로그램	●	34~35	
LA12	정기적 성과 및 경력개발 리뷰를 받은 종업원의 비율	●	34	
LA13	성별, 나이, 소수자 등 다양성 지표에 따른 종업원과 지배기구의 구성	●	18, 31	
LA14	종업원 유형별 남녀의 평균 임금 비율	●	32	
인권				
경영방식 공시		●	32, 42~43	
HR1	인권 조항을 포함하거나 인권심사를 통과한 주요투자협약	○	43	
HR2	인권 심사를 받은 주요 공급자나 협력사의 비율	○	43	
HR3	인권관련정책 및 절차에 대한 종업원의 교육상태	●	19	
HR4	총 차별 건수 및 관련 조치	●	32	
HR5	결사 및 단체협상의 자유 침해 위험 분야 및 예방 조치	●	37	
HR6	아동노동 발생위험이 높은 사업분야 및 아동노동 근절을 위한 조치	●	32	

● 모두 보고 ○ 일부 보고 ○ 보고 안함 N/A 해당없음

HR7	강제노동 발생위험이 높은 사업분야 및 강제노동 근절을 위한 조치	●	32	
HR8	인권 관련 정책 및 절차에 대해 훈련 받은 보안 인력의 비율	○	43	
HR9	원주민 권리 침해 건수 및 관련 조치	○	-	
HR10	인권 검토, 영향 분석 운영 총 건수 및 비율	○	32	
HR11	인권 분야 고충처리 건수	○	37	
사회				
경영방식 공시		○	19, 40~41	
S01	지역사회에 대한 참여, 영향평가 및 개발프로그램을 실시한 사업의 비율	●	40~41	
S09	지역사회에 상당한 잠재력을 가졌거나 또는 실질적으로 부정적 영향을 미치는 운영	●	40~41	
S010	지역사회에 상당한 잠재력을 가졌거나 또는 실질적으로 부정적 영향을 미치는 운영을 예방하고 완화 하기 위한 조치	●	40~41	
FP4	Nature, scope 및 건강한 라이프스타일, 만성질병의 예방, 건강과 영양을 위한 알맞은 음식에 대한 접근, 지역사회가 필요로 하는 향상된 복지를 촉진하는 프로그램 및 사례(연물기부, 자원봉사, 지식이전, 협력 및 제품개발)	●	40~41	
S02	부패 위험 관리를 위한 감사프로세스 및 감사 조치결과	●	19	
S03	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	●	19	
S04	부패 사건에 대한 조치	●	19	
S05	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비 활동 참여	●	47	
S06	정당, 정치인 및 관련 기관에 대한 국가별 연금 / 연물 기부 총액	●	-	사례없음
S07	부당 경쟁행위 및 독점행위에 대한 법적 조치건수 및 그 결과	●	19	
S08	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재 건수	●	19	
제품책임				
경영방식 공시		●	44~47	
PR1	제품 및 서비스의 전과정에서 고객의 건강과 안전을 향상하기 위한 절차	●	44~47	
PR2	제품 및 서비스의 고객 건강과 안전 관련 규제 위반 사례의 횟수와 형태	●	44~47	
FP5	국제적으로 인정된 식품안전관리시스템 표준에 기준하여 독립된 제 3자에 의해 인증된 현장에서 제조된 생산량의 비율	●	44	
FP6	추가된 설탕, 나트륨, 트랜스지방, 포화지방이 낮아진 소비자 제품의 총 판매량의 비율	●	27, 46	
FP7	증가된 기능성식품첨가물 또는 식물화학물질, 미네랄, 비타민, 섬유가 포함된 소비자 제품의 총 판매량의 비율	●	27, 46	
PR3	절차상 필요한 제품 및 서비스 정보 유형, 그러한 정보요건에 해당되는 주요 제품 및 서비스의 비율	○	44, 46	
FP8	법적 요구사항 외에 재료와 영양정보에 대한 고객과의 의사소통의 정책과 사례	●	46	
PR4	제품/서비스 정보 및 라벨링과 관련된 법규 및 자발적 규칙 위반	●	46	
PR5	고객 만족도 설문조사의 결과를 포함한 고객만족과 관련된 절차	●	7, 38~39	
PR6	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법, 표준, 자발적 규범을 지키기 위한 절차와 프로그램	●	46	
PR7	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션에 관한 규제 위반 사례의 횟수와 형태	●	46	
PR8	고객개인 정보 보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만건수	●	39	
PR9	고객 사생활 침해에 관한 제기된 불만사항 수	●	39	
동물 보호				
경영방식 공시		N/A	N/A	
FP9	종 그리고 교배형태에 의해 분류하고, 사육 그리고/또는 가공한 동물의 총수와 비율	N/A	N/A	
FP10	종 그리고 교배형태에 따라 분류하고, 마취약의 사용 및 물리적 변화에 관련된 정책 및 사례	N/A	N/A	
FP11	종 그리고 교배형태에 의해 분류하고, 축사 형태당 분류, 사육 그리고/또는 가공한 동물의 수와 비율	N/A	N/A	
FP12	종 그리고 교배형태에 의해 분류하고, 성장촉진처리 그리고/또는 오르몬, 소염제, 항생제에 따른 정책 및 사례	N/A	N/A	
FP13	살아있는 지상 및 수생동물에 대한 도축, 관리, 이송사례에 관련된 자발적 표준 준수와 법률 및 규정제에 대한 불이행의 내용에 대한 총 수	N/A	N/A	

ISO 26000

핵심주제	쟁점	페이지
조직 거버넌스	의사결정 과정과 구조	18
인권	실사	37
	인권위협상황	-
	공모회피	-
	고충처리	37
	차별과 취약집단	31~32
	시민의 권리와 정치적 권리	32
	경제, 사회 및 문화적 권리	32
	직장에서의 기본원칙과 권리	19, 32
노동관행	고용과 고용관계	31~32
	근로조건과 사회적 보호	31~32, 34~35
	사회적 대화	32
	직장에서의 보건과 안전	36
	인적개발과 직장 내 교육	32~33
환경	오염방지	50~53
	지속가능한 자원 이용	50, 52, 55
	기후변화 완화와 적응	50~55
	환경보호와 자연서식지 복원	50
공정운영 관행	부패방지	19
	책임있는 정치 참여	47
	공정경쟁	19
	영향력 범위 내에서의 사회적 책임 촉진	42~43
	재산권 존중	-
소비자 이슈	공정 마케팅	39
	소비자 보건과 안전 보호	44~47
	지속가능한 소비	52, 54
	소비자 서비스, 자원 및 불만과 분쟁 해결	39, 44~46
	소비자 정보보호와 개인정보보호	39
	필수서비스에 대한 접근	-
	교육과 인식	46~47
커뮤니티 참여 및 개발	지역사회 참여	40~41
	개발	40~41
	고용창출과 스킬개발	26
	기술개발과 접근	-
	부과 소득 창출	-
	보건	50
	사회적 투자	40~41

수상실적 / 학회 및 협회 가입현황

음료BG 수상실적

연론사명	수상내역	수상브랜드
아시아경제신문	소비자대상	
파이낸셜뉴스	조이브랜드대상	2% 부족할 때
한국능률협회컨설팅	제 14회 한국산업의 브랜드파워 (K-BPI)	델몬트
스포츠경향	2012 파워브랜드	2% 부족할 때
스포츠서울	2012 브랜드대상	2% 부족할 때
일간스포츠	2012 네티즌 파워브랜드	2% 부족할 때
한국광고주협회	제20회 소비자가 뽑은 좋은 광고상	칠성사이다 소지도편
파이낸셜뉴스	2012 fn 탑프라이드	델몬트콜드
일간스포츠	제12회 마케팅 대상	게토레이
아시아경제신문	2012 상반기 히트상품	데일리C
서울경제신문	상반기 서경베스트히트상품	데일리C
머니투데이	상반기 머니투데이히트상품	칸타타
아주경제	베스트프라이드 상품	데일리C
스포츠경향	리얼히트상품	게토레이
국민일보	2012 상반기히트상품	델몬트콜드
서울신문	2012 상반기 히트상품	데일리C 비타민워터
경향신문	2012 상반기 히트상품	칸타타
스포츠서울	파워브랜드	델몬트콜드
매일경제	2012 상반기 매경히트상품	칸타타
헤럴드경제	2012 상반기 고객만족 베스트브랜드	칸타타
아시아투데이	2012 상반기 베스트브랜드	델몬트콜드
일간스포츠	2012 상반기 히트상품	데일리C 비타민워터
스포츠동아	2012 상반기 히트상품	게토레이
스포츠월드	2012 상반기 히트상품	데일리C
스포츠조선	2012 상반기 고객만족도1위 상품	게토레이
한국경제신문	2012 상반기 환경소비자대상	칸타타
한국일보	2012 상반기 히트상품	칸타타
아시아투데이	2012 한국 소비자 신뢰대상	
스포츠서울	2012 브랜드대상	데일리C
소비자가만드는신문 / 한국리서치	소비자가 뽑은 브랜드대상	델몬트
한국소비자브랜드위원회	2012 올해의 브랜드 대상	핫식스
서울경제신문	2012 서울경제 광고대상	칠성사이다
이투데이	2012 이투데이 광고대상	칸타타 스틱커피
문화일보	2012 문화광고 그랑프리	칸타타 스틱커피
파이낸셜뉴스	2012 fn 광고대상	칠성사이다
스포츠서울	2012 스포츠서울 광고대상	칠성사이다
스포츠동아	2012 스포츠동아 광고대상	칸타타 스틱커피
일간스포츠	2012 일간스포츠 광고대상	칠성사이다
스포츠조선	2012 스포츠조선 광고대상	칠성사이다
스포츠경향	2012 스포츠경향 광고대상	칸타타 스틱커피
서울경제신문	2012 서경 베스트히트상품	칸타타 스틱커피

아시아경제신문	제1회 아시아 KPB대상 (Korea Private Brand Award)	
한국일보	2012 하반기 히트상품	데일리C
머니투데이	히트상품	칸타타 스틱커피
매일경제	2012 하반기 매경 히트상품	데일리C
아시아경제신문	아시아경제 올해의 히트상품	스카치블루
아주경제	best pride	스카치블루
파이낸셜뉴스	2012 fn 탑프라이드 총결산	칸타타
중앙일보	올해의 히트식품	칸타타
내일신문	2012 히트상품	데일리C 비타민워터
서울신문	2012 하반기 히트상품	델몬트 골드
경향신문	2012 하반기 히트상품	델몬트 골드
스포츠월드	2012 스포츠월드 광고대상	칠성사이다
이투데이	2012 하반기 히트상품	백두산 하늘샘
아시아투데이	2012 하반기 히트상품	스카치블루

주류BG 수상실적

업권사명	수상내역	수상브랜드
중앙일보	제13회 와인 컨슈머 리포트 '1만~2만9900원 칠레 와인'	산타리타 120 메를로
아주경제	2012 아주경제 상반기 히트상품	처음처럼
한국생산성본부	국가고객만족지수(NCSI)	처음처럼
스포츠한국	2012 스포츠한국 광고대상	처음처럼
중앙일보, 와인나라	제 23회 와인 컨슈머 리포트 '2012년 왕중왕 10'	산타리타 120 메를로 2011 카르멘 리제르바 카베르네 소비뇽2009
브랜드스탁	2012년 대한민국 100대 브랜드	처음처럼
매일경제	2012 히트상품	처음처럼
한국경제	2012 하반기 한경 소비자 대상	처음처럼
헤럴드경제	2012 하반기 헤경 베스트 브랜드	처음처럼
스포츠조선	2012 고객만족도 1위 상품	처음처럼
머니투데이	2012 히트상품	처음처럼
이투데이	2012 하반기 히트상품	처음처럼
파이낸셜뉴스	2012년 fn 탑프라이드 상품	처음처럼
아시아투데이	2012 베스트 브랜드	처음처럼
아시아경제	2012 아시아경제 히트상품	처음처럼
파이낸셜뉴스	2012년 fn 탑프라이드 상품	처음처럼
아시아투데이	2012 베스트 브랜드	처음처럼
아시아경제	2012 아시아경제 히트상품	처음처럼

협회 가입 현황

대한산업안전협회	한국식품산업협회
대한상공회의소	한국쌀가공식품협회
전국경제인연합회	한국용기순환협회
한국경영자총협회	한국유리병재활용협회
한국경제연구원	한국종이팩자원순환협회
한국광고주협회	한국주류산업협회
한국금속캔자원협회	한국페트병자원순환협회
한국상장회사협의회	한국플라스틱자원순환협회

발행일	2013년 8월
발행처	롯데칠성음료(주)
기획	지속가능경영 발간 TF
편집	(주)에코시안
검증	한국품질재단
디자인	(주)슬로워크

롯데칠성음료(주)

서울특별시 송파구 올림픽로 269

TEL 02-3479-9114

BRAND SITE www.lottechilsung.co.kr



본 보고서는 친환경 용지를 사용하고 공기를 잉크로 인쇄되었습니다. 표지 및 내지는 FSC™(Forest Stewardship Council) 마크를 받은 친환경 용지입니다.

FSC™마크는 친환경적으로 개발되고 관리된 삼림 내에서 길러진 나무를 사용한 제품에만 부착됩니다. 또한, 공기를 잉크는 석유계 잉크보다 친환경적이며 휘발하지 않기 때문에 대기오염을 줄일 수 있습니다.