

밝은 미래를
만들어 가는
롯데칠성음료

2020 지속가능경영보고서



ABOUT THIS REPORT

About this report

롯데칠성음료는 회사의 지속가능성을 내·외부 이해관계자들에게 알리고, 보다 많은 이해관계자들의 기대와 요구에 귀기울이기 위해 첫 보고서 발간(2013년 9월) 이래 두 번째 지속가능경영보고서를 발행합니다. 이번 보고서에는 ESG 경영을 포함한 비재무적 성과와 재무적성과를 한 권에 통합하여 보고함으로써 투자자 및 그밖의 이해관계자들이 롯데칠성음료의 경영 현황과 기업 가치를 보다 분명하게 파악할 수 있도록 기획하였습니다.

보고기간 및 범위

보고기간은 2018년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지이며, 이해관계자들에게 중요한 정보라고 파악되는 경우에는 2021년의 활동 성과를 담았습니다. 정량적인 성과의 경우 추세 파악을 위해 최근 3개년도 데이터를 기재하였습니다. 연간변화가 있는 데이터는 회계결산일(12월 31일)을 기준시점으로 하였고, 별도 데이터 수집기간에 대한 정보공개가 필요할 경우 이를 명시하였습니다. 본 보고서는 롯데칠성음료의 경제, 환경, 사회 성과를 중점적으로 다루고 있으며, 공개된 데이터의 일부는 해외법인, 자회사, 공급망의 성과를 포함하고 있습니다.

보고 원칙

본 보고서는 지속가능경영 성과를 보다 투명하게 공개하기 위하여 국제 지속가능경영보고 지침인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards의 핵심적 부합 기준(Core Option)을 준수하였으며, 유엔글로벌 콤팩트 원칙과 ISO 26000의 주요 아젠다, SASB, TCFD를 반영하여 보고서를 구성하였습니다. 재무성과의 경우, 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따라 보고하였습니다. 또한, 보고 내용에 대한 신뢰성과 공정성을 확보하기 위해 제3자 검증기관을 통해 검증을 받았으며 그 결과는 검증의견서에 수록하였습니다.

추가 정보

롯데칠성음료의 지속가능경영보고서는 홈페이지(<https://company.lottechilsung.co.kr/>)를 통해서 열람 및 다운로드 받을 수 있으며, 보다 상세한 내용이나 궁금한 점이 있으시면 아래의 연락처로 문의해 주시기 바랍니다. 이해관계자 여러분의 다양한 의견을 기다립니다.

롯데칠성음료 ESG팀

홈페이지 <https://company.lottechilsung.co.kr/>
인스타그램 <https://www.instagram.com/lottechilsung/>
이메일 djp833@lotte.net
전화 02-3479-9137

본 보고서는 독자의 편의성을 위하여 관련 웹사이트 및 페이지로 쉽게 이동할 수 있는 인터랙티브 PDF로 제작되었습니다.



COVER STORY

탄산이 터져 나오는 물방울 형상에 별을 잡는 아이들의 모습으로 롯데칠성의 아이덴티티와 밝은 미래를 향한 희망을 나타냄.

CONTENTS

P. 02

- 02 CEO Message
- 04 롯데칠성음료 ESG Highlights

P. 06

INTRODUCTION

- 08 롯데칠성음료 소개
- 10 경영목표와 철학
- 12 롯데칠성음료 71년사
- 14 사업부문 소개
- 18 롯데칠성음료 ESG 경영
- 20 이해관계자 커뮤니케이션
- 24 중대성 평가

P. 26

ESG Commitments

- 28 환경경영을 위한 노력
- 40 고객만족을 위한 품질
- 50 직원가치를 위한 지원
- 61 동반성장을 위한 상생과 사회공헌

P. 66

ESG MANAGEMENT

- 68 이사회 및 지배구조
- 71 윤리경영
- 74 리스크 관리

P. 78

Appendix

- 80 경제성과
- 82 ESG Data Center
- 88 제3자 검증의견서
- 90 GRI Index
- 93 수상 및 인증 내역
- 95 독자의견 설문서



CEO Message



롯데칠성음료를 사랑해 주시는 이해관계자 여러분, 안녕하십니까?

지난해 국내외 경제는 코로나19의 여파로 외환위기 이후 처음으로 마이너스 경제 성장률을 기록하였고 이러한 경제여건과 대외변수는 당사의 매출에도 영향을 주었습니다. 음료사업은 민간 소비가 위축되고 사회적 거리두기 강화로 인한 외식, 야외활동이 감소함에 따라 영향을 받았으나 배달 및 푸드퍼어링 트렌드와 건강 및 다이어트에 대한 관심 고조, 홈코노미 트렌드 확산에 대응하며 선전하였습니다. 주류사업 또한 사회적 거리두기 강화로 인하여 매출에 영향을 받았으나 신제품 발매와 가정채널의 마케팅활동 강화로 매출 감소폭을 줄였고 주류사업 ZBB Project로 고정비 절감과 낭비요소를 제거하였습니다. 그 결과 2020년 롯데칠성음료는 매출 2조 2,580억원과 영업이익 972억원을 기록하였습니다.

이렇듯 불확실성이 커져가는 대내외 경영환경 속에서 ESG경영이라는 새로운 패러다임은 기업에게 위기극복을 위해 선택이 아닌 필수적인 요소로 대두되고 있습니다. 1950년 5월 창립한 이후 71주년을 맞이한 롯데칠성음료는 떠오르는 지속가능성이라는 화두를 놓치지 않고 선제적으로 회사의 지속가능전략 및 방향성을

검토해 왔습니다. 그리고 지난 2020년은 롯데칠성음료가 그 방향성을 가지고 국민건강과 산업발전에 기여할 만한 ESG경영을 추진해 온 한해였습니다. 8년만에 새로이 발간하는 지속가능경영보고서에서 그 결과와 성과를 알려드리고 앞으로의 다짐들을 약속 드리고자 합니다.

첫째, 탄소중립 달성을 추진하고 플라스틱 순환 경제를 구축하겠습니다.

롯데칠성음료는 친환경 제품 디자인인 국내 최초 무라벨 생수 “아이시스8.0 ECO”를 출시하였으며 “아이시스8.0 ECO”는 환경부의 착한포장 공모전에서 최우수상을, 2020 굿 디자인 어워드에서는 산업통상자원부장관상을 수상 하였습니다. 롯데칠성음료는 이러한 자원 순환 성과를 위해서 사내 부서뿐만 아니라 협력업체와도 긴밀하게 협의하여 자원순환 개선 프로세스를 추진 중에 있으며 플라스틱 순환경제 구축을 위한 포장재 개선과 플라스틱 회수 및 rPET 확대 등의 구체적 성과를 통해 자원순환과 폐기물 저감에 앞장서겠습니다. 또한 기후변화의 리스크에 대응하기 위해서 전기 에너지의 100%를 재생에너지로 전환하고 온실가스 감축활동으로 탄소중립을 달성하며 환경적 이슈에 선제적으로 대응하겠습니다.

“

70년 간 이어지며
국민건강과 환경을 생각하는
대한민국 대표 종합음료 기업,
끊임없는 혁신을 통해
우리 사회와 환경을 더불어 생각하는
글로벌 기업시민으로
한 발 더 전진해 나가겠습니다.

”

**둘째, 고객 및 임직원, 이해관계자의 가치를 높이기 위한
상생프로그램을 도입하겠습니다.**

롯데칠성음료는 여러분에게 받은 사랑에 보답하고 나아가 기업시민으로서의 책임을 다하기 위해 “사람과 자연을 소중히 여기고, 맑고 깨끗한 세상을 만들어 나갑니다.”라는 사회공헌 추진 비전을 수립하였습니다. “나눔, 환경, 상생”이라는 세 가지 전략 방향을 세워 사회적 가치를 창출하고 있으며 이러한 기업 이념을 실천하기 위해 ‘지속가능한 공동체’, ‘맑고 깨끗한 환경’, ‘이해관계자와의 상생’을 중점 영역으로 설정하여 적극적으로 추진해 나가도록 하겠습니다.

**셋째, 컴플라이언스 준수 및 투명한 기업정보 공개를 통하여
신뢰받는 경영을 실현하겠습니다.**

롯데칠성음료는 지난 5월 기업지배구조헌장을 제정하여 공표하였습니다. 전문성과 독립성을 갖춘 이사회와 감사, 경영진 책임 경영을 수행하고 주주와 이해관계자를 위해 건전한 지배구조를 확립하고 발전시켜 나가겠다는 선언적 의미를 담았습니다. 아울러 공정거래자율준수 프로그램을 도입하고 업계최초 국제표준 부패방지 시스템 인증인 ISO 37001을 취득하여 회사의 컴플라이언스 준수를 강화하고 있습니다. 앞으로 공정공시와 자율공시를 점진적으로

확대하고 대외 홈페이지의 콘텐츠 다양화 등을 통해 기업공개정보의 투명성을 확대해 나가도록 하겠습니다.

롯데칠성음료는 지난 8월 노사가 함께 공동으로 ESG경영을 선언하였습니다. 임직원이 함께 참여하는 ESG 활동을 통해 사회적 가치를 확장하고, 친환경 경영, 사회적 책임 경영, 윤리 경영을 적극 실천하여 누구나 인정하고 자랑스러워 하는 대한민국 대표 ESG 기업이 되겠습니다.

앞으로도 롯데칠성음료는 ESG 경영을 책임감 있게 추진하여, 우리 사회와 함께 성장하고 올바른 미래세대를 육성하는 진정한 가치를 실현하는 기업으로 발전해 나갈 것입니다. 더 밝은 미래를 위한 롯데칠성음료의 도전에 이해관계자 여러분의 변함없는 관심과 성원을 부탁드립니다.

2021년 11월
롯데칠성음료 대표이사

박윤기



롯데칠성음료 ESG Highlights



국내 최초 무(無)라벨 생수 아이시스8.0 ECO 출시

아이시스8.0 ECO는 개봉 및 음용 후 바로 분리 배출할 수 있어 페트병에서 라벨을 떼어내는 번거로움과 라벨 사용량은 줄이고, 분리배출 편의성과 페트병 재활용 효율을 높인 친환경 제품입니다. 롯데칠성음료는 바쁜 일상으로 분리배출 실천이 어려운 현대인에게 편리함과 분리배출 참여에 대한 만족감을 제공하여, 친환경 생수로서 필(必)환경경영에 동참하고 있습니다.



델몬트주스, 22년 연속 '한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 주스부문 1위 선정

델몬트주스는 '2020 한국산업의 브랜드파워(Korea-Brand Power Index, K-BPI)'에서 1999년부터 올해까지 22년 연속 부동의 1위를 지켜오고 있습니다. 델몬트주스는 '주스의 정통성(Originality)'과 '가족의 사랑과 행복'이 연상되는 제품으로 브랜드 인지도 및 고객 충성도 부문에서 높은 평가를 받았습니다.



National Customer Satisfaction Index



2020 NCSI 음료 부문 8년 연속, 소주 부문 5년 연속 1위 기업 선정

롯데칠성음료는 음료 부문에서 친환경을 위해 라벨 없는 무라벨 생수 '아이시스', 칠성사이다의 신제품 '청굴, 복숭아' 등의 제품이 다양한 소비자 욕구에 부응하였고, 소주 부문에서는 '처음처럼'이 저도화 트렌드를 이끌어 가는 것과 더불어, 독창적인 마케팅 활동으로 고객의 요구를 충족시켰다는 평가를 받아 NCSI (National Customer Satisfaction Index, 국가고객만족지수)에서 높은 평가를 받았습니다.



필리핀 펩시 및 롯데주류 일본법인 인수

롯데칠성음료는 2020년 10월 10일, 롯데지주로부터 '필리핀 펩시(Pepsi-Cola Products Philippines Inc, 이하 PCPPI)'와 '롯데주류 일본법인(Lotte Liquor Japan Co., Ltd.)' 등 해외법인 2곳을 총 919억원에 인수하였습니다. 해외법인 인수를 통해 음료 및 주류사업에 대한 소유와 운영 주체를 일치시킴으로써 경영 효율성 증대와 함께 기업가치를 제고하고, 필리핀 PCPPI와 시너지 창출을 통해 지속적인 실적 향상을 이끌어 내고자 합니다.



칠성사이다와 함께하는 도심 녹화 프로젝트 실시

롯데칠성음료는 서울시와 '버스정류장 쉼터(Shelter) 녹화사업' 업무협약을 체결 하였습니다. 버스정류장 쉼터 녹화사업은 버스정류장 주변 환경 개선을 위해 쉼터를 자연 친화적으로 탈바꿈하고 녹색 문화를 확산시키고자 기획되었으며, 양화신촌로 중앙버스 정류장 18개소를 선정하고 쉼터의 지붕, 벽면 및 주변 펜스에 공기 정화식물을 심은 '바이오 월(Bio wall)'을 설치해 해당공간을 녹색 청정구역으로 개선하였습니다.



코로나19 극복을 위한 서울지역 국공립병원 음료 지원

롯데칠성음료는 종합음료기업으로서 역량을 살려 코로나19 확산으로 어려움을 겪고 있는 지역사회 이웃을 돕기 위해 이온음료 게토레이를 포함해 아이시스 8.0, 칠성사이다 등 음료 지원을 꾸준히 이어오고 있습니다. 특히, 전국에 위치한 생산공장을 중심으로 코로나19로 큰 어려움을 겪고 있는 장애인, 노인, 어린이 등 재난 취약계층을 위한 긴급 음료 지원 활동도 함께 펼치고 있습니다.



ESG 경영 추진을 위한 노력

롯데칠성음료는 ESG경영을 위한 조직문화 개선과 사회, 환경에 기여하는 ESG활동을 강화하고 있습니다. 그리고 2020년 12월 취임한 박윤기 대표이사는, ESG투자에 대한 투자방침을 홈페이지를 통해 선언하였으며, 2021년 하반기에는 이사회 산하 ESG위원회 및 ESG추진위원회를 신설하여 ESG경영을 위한 노력을 기울여 나가고 있습니다.



업계를 선도하는 자원순환 활동

롯데칠성음료는 패키징 자원순환을 위한 활동을 적극 개선하며 자원순환의 인식 확산 및 저변 확대에 기여 하고 있습니다. 특히 페트병 경량화와 라벨 없는 제품 국내 최초 도입, NB캔 직접 인쇄 등을 추진하여 연간 플라스틱 6천여톤의 감축 효과를 달성하고 이러한 성과를 바탕으로 2020년 「착한포장 공모전 환경부 장관상」과 2021년 자원순환 부문 「대한민국 환경대상」을 수상하였습니다.

INTRODUCTION

끊임없는 혁신과 변화를 통해,
더 큰 미래를 향해 나아갑니다.

롯데칠성음료 소개

경영목표와 철학

롯데칠성음료 기년사

사업부문 소개

롯데칠성음료 ESG 경영

이해관계자 커뮤니케이션

중대성 평가





LOTTE
CHILSUNG BEVERAGE





롯데칠성음료 소개

맑고 깨끗한 기업,
롯데칠성음료

롯데칠성음료는 1950년 5월 창립 후 국내 종합음료 시장의 발전에 기여하며 대한민국과 함께 성장하여 왔습니다. 70년 동안 국내 최장수 음료 브랜드인 <칠성사이다>를 시작으로 <펄시콜라>, <델몬트>, <칸타타> 등의 음료 제품과 <처음처럼>, <클라우드>, <마주앙>, <스카치블루> 등의 주류 제품을 생산하며 우리나라 음료 산업을 이끌어왔습니다. 앞으로도 끊임없는 도전과 혁신으로 국민들에게 더 큰 기쁨과 행복을 줄 수 있는 건강한 제품을 만들뿐만 아니라, 양질의 일자리를 통해 고용을 증진하고 산업을 일으켜 국가 경제 발전에 기여하고자 합니다.

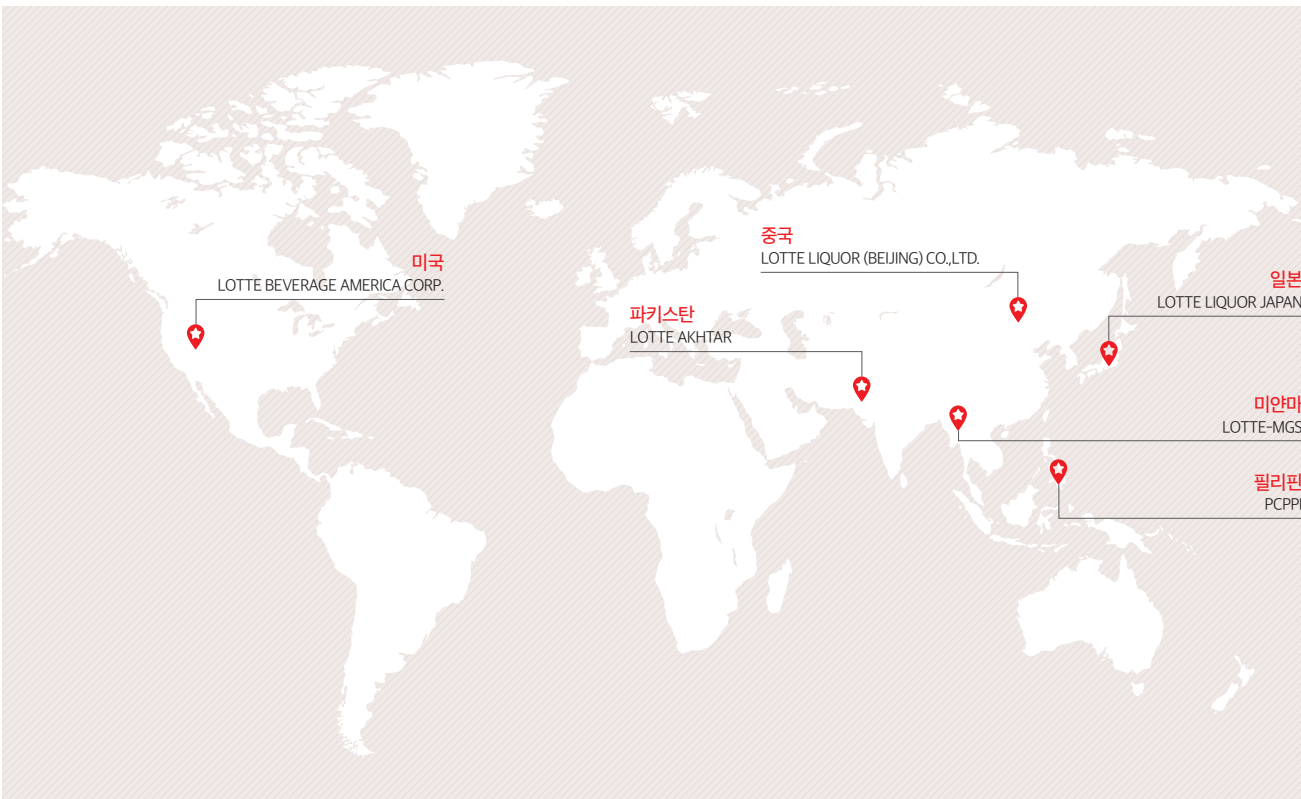
(2020.12월말 기준)

회사 개요

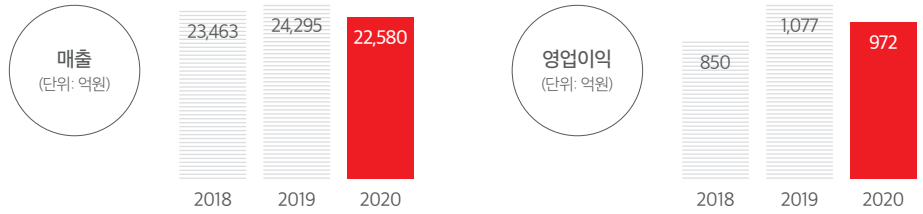
설립일	1950.05.09	자산총계	3조 4,661억원 (연결기준)
업종	음료 제조업	자본금	4,875백만원 (연결기준)
대표이사	박윤기	임직원 수	5,834명
본사주소	서울특별시 서초구 서초대로70길 15	신용등급	AA (기업어음), A1(회사채)

롯데칠성음료
Global Network

미래성장동력을 확보하기 위해 일찌감치 해외시장에 진출한 롯데칠성음료는 러시아, 중국, 동남아를 넘어 중남미까지 지속적으로 수출시장을 확대하는 한편, 2005년 부터는 중국, 필리핀, 미얀마에 현지 법인을 설립 및 인수하여 글로벌 사업 성장에 더욱 박차를 가하고 있습니다.



3개년 매출 및 영업이익
(연결기준)



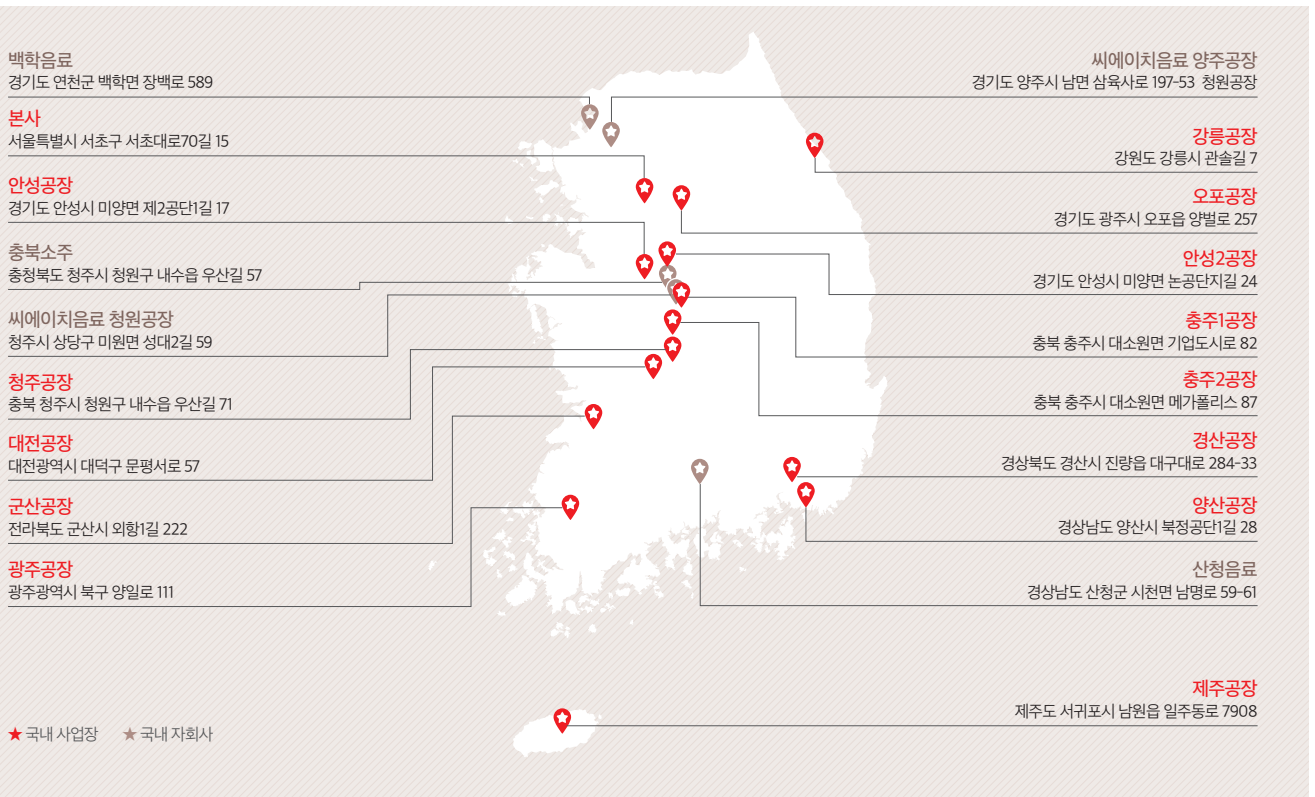
ESG평가
(한국기업지배구조원)



롯데칠성음료
국내 사업장 현황

자회사 포함 전국 18개의 공장에서 100여종의 음료 및 주류가 생산되고 있으며, 전국 각지에 영업망을 갖추고 있습니다.

*영업망 현황(20년말 기준) | 음료 | 지점 89개, 대리점/가맹점 1,079개 | 주류 | 지점 50개, 직매장 17개



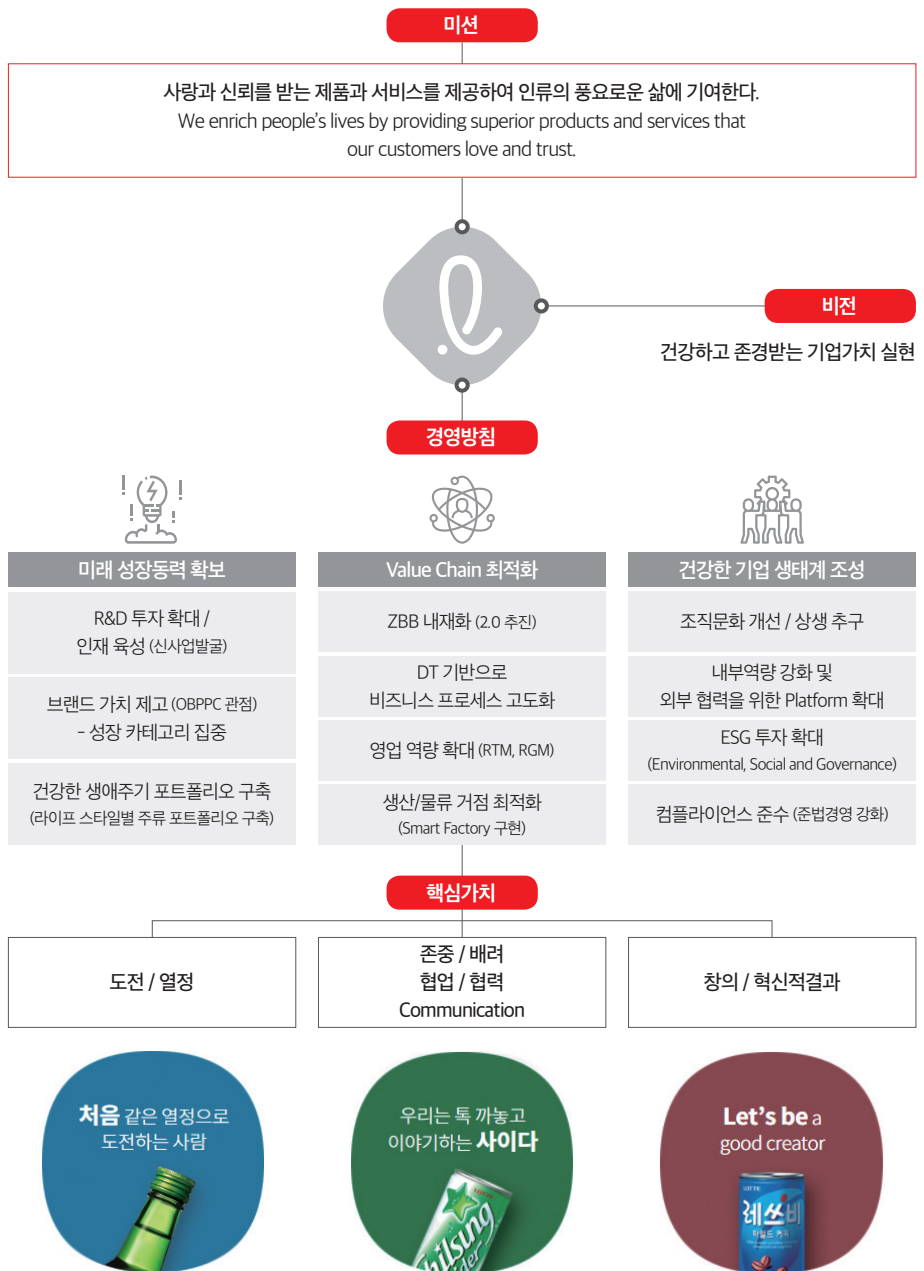


경영목표와 철학

롯데칠성음료는 건강하고 행복한 삶에 기여합니다.

우리에게 가장 소중하고 필요한 '물'을 통해 소비자들의 건강하고 행복한 삶에 기여하는 '건강하고 존경받는 회사'로 도약하고자 합니다. '사람'과 '브랜드'와 '시스템'이라는 3가지 가치를 최우선으로 미래가치 창출을 위한 지속적인 투자를 통해 소비자의 풍요로운 삶에 기여하는 기업, 최고의 제품으로 신뢰받는 기업, 사회와 함께 더불어 성장하는 기업이 되기 위해 최선을 다하겠습니다.

미션 및 비전



사업부문 성장과제



조직도

롯데칠성음료는 음료 / 주류의 통합을 통한 One Company 조직체계를 구성하고 있습니다. 또한 21년 7월부터 ESG 전담조직을 신설하고 HR부문을 “ESG부문”으로 변경하여 ESG 경영을 강화해 나가고 있습니다.





롯데칠성음료 기년사

1950-1976

1950

1950.05.
동방청량음료합명회사 설립
(용산구 갈월동 2번지)



1967.06.
한미식품공업주식회사 설립



1969.04.
주한 미 8군 P.X 군납계약 체결

1977-1995

1977.12.
제주도 서귀포에 감귤
착즙·농축공장 준공

1978.06. 경남 양산공장 준공



1979.10. 경기도 오포공장 가동



1982.12.
미국 델몬트사와 주스생산 및
판매기술 제휴 체결



2000-2009

2000.08.
음료업계 최초 월 매출
1,000억 원 돌파

2000.10. 경기도 안성공장 준공



2001.11.
스포츠음료 게토레이 최종 인수 계약



2002.12.
음료업계 최초 2년 연속
순 매출 1조 원 돌파

2005.09.
롯데칠성 중국 진출,
롯데후이방음료유한공사 설립

2010-2014

2010.09. 필리핀 PCPPI 주식 인수

2011.10. 롯데주류 합병
- 통합 롯데칠성음료(주) 출범



2011.11. 롯데장백음료유한공사 설립
- 백두산 생수사업 추진



2011.12.
48회 무역의 날 '1억 불 수출의 탑' 수상

2013.01.
국내 최초 페트병 라벨에 친환경
수용성 접착제 사용



2015-2020

2015.10. 청주공장 준공

2015.12. 가족친화 우수기업 선정



2016.05.
남녀고용평등 우수기업 선정



2017.06. 충주2공장 준공



롯데칠성음료 70년, 그 빛나는 순간들

롯데칠성음료는 1950년 <칠성사이다>를 시작으로 오늘날까지 최고 품질의 제품을 꾸준히 개발, 공급하여 명실상부한 국민음료기업으로 성장해 왔습니다. 특히 2011년 음료 제품 중심이던 사업영역을 주류 분야로 확장하면서 종합음료기업으로서 격동의 변화를 만들어냈습니다.

1970.01. 동방청량음료 흡수합병
1970.04. 서초동공장 준공



1973.03. 칠성음료공업과 한미식품공업 합병



1973.06. 증권거래소 주식 상장

1974.12. 롯데칠성음료(주) 상호변경

1976.07. 미국 펩시콜라와 생산 판매 재계약 체결



1984.10. 광주공장 준공



1985.11. 86아시안게임 및 88올림픽 공식음료 계약 체결

1987.03. 국내 청량음료업계 최초로 KS인증 획득

1992.01. 93대전 엑스포 공식음료업체 선정

1993.06. 대전공장 준공



1995.12. 업계 최초 전공장, 전제품 ISO 9001 획득



2005.11. 롯데오더리음료유한공사 설립



2007.10. 경기 안성공장에 어셉틱 라인 가동



2009.01. 두산주류BG 인수



2009.10. 롯데광명물류센터 건립



2013.03. 롯데칠성물 오픈



2013.08. 음료업계 최초 지속가능경영보고서 발간



2014.01. 미얀마 합작법인 'LOTTE MGS' 설립



2014.04. 충주공장 준공식



2018.04. 처음처럼 숲 조성 식수식 진행



2018.06. 제23회 환경의 날 대통령 표창 수상



2018.10. 파키스탄 합작법인 'LOTTE AKHTAR BEVERAGES' 설립

2019.05. 롯데칠성음료 주식 10대1 액면 분할

2020.01. 음료 주류 주요부서 통합





세대를 아우르는, 음료 사업 부문

칠성사이다

칠성사이다는 반세기 이상의 역사를 지닌 대한민국 No.1 오리지널 탄산음료입니다. 청량감이 느껴지는 탄산과 상큼한 레몬라임향이 특징으로 일상 생활 중 기분전환, 갈증해소가 필요한 야외활동에 적합합니다. 맑고 깨끗한 칠성사이다의 명성을 유지하기 위해 Pure, Clear, Caffeine Free의 3가지 원칙을 지키고 있습니다.



칠성사이다 누적판매량 (340ml병 기준)
롯데칠성음료의 시작이자 주력 제품인 '칠성사이다'의 2019년까지 누적 판매량은 약 230억 병이다. 꾸준한 판매량을 자랑하는 칠성사이다는 회사 창립 시 첫 제품으로 출시된 후 현재까지 롯데칠성음료의 주력 제품 중 하나로 생산, 판매되고 있다.



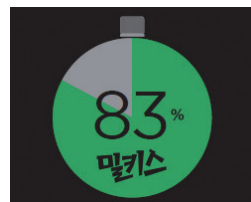
펩시콜라

100년 이상의 재미 그리고 상쾌함! 펩시는 세계에서 가장 아이코닉하고 전세계적으로 인정 받는 브랜드 중 하나입니다. 현재 펩시, 펩시 제로슈가, 제로 카페인 등 다양한 포트폴리오를 보유하고 있습니다.



밀키스

밀키스는 우유의 부드러움과 탄산의 상쾌함 그리고 달콤함이 자연스럽게 어우러지는 맛의 대표적인 탄산음료입니다. 발매 초창기 중화권 스타 주윤발의 '사랑해요 밀키스' CF로 대히트에 성공하였으며, 현재 대한민국뿐만 아니라 해외(러시아, 미국, 홍콩 등)에서도 사랑받는 제품입니다.



밀키스 시장점유율

<밀키스(MILKIS)>는 유성탄산음료 시장을 주도하기 위해 매우 주유발이 출연한 광고를 선보였다. 한 편의 영화 같았던 화려한 연출에 사람들은 열광했고 누구나 '사랑해요 밀키스'를 외치는 이른바 밀키스 신드롬이 일어났다. 이에 힘입어 <밀키스>는 1994년 선별주자였던 경쟁 브랜드를 제치고 판매량 1위에 올라섰고, 이후에도 그 자리를 지키고 있다.

델몬트

델몬트는 물 한방울 넣지 않은 프리미엄 착즙 주스인 파머스주스바, 냉장유통주스의 대명사 콜드, 과일 이외의 설탕을 첨가하지 않은 델몬트 프리미엄 등 과즙 100%주스부터 저렴한 가격에 누구나 즐길 수 있는 저과즙 드링크팩 제품까지 전 세대를 아우르는 다양한 제품군을 보유하고 있습니다.



델몬트주스, 22년 연속 '한국산업의 브랜드파워' 주스부문 1위

<델몬트주스>는 1983년부터 <델몬트 오렌지주스 100%> 제품으로 국내에 첫선을 보인 이후 가족을 생각한 건강한 프리미엄 주스로 고객의 입맛과 라이프 스타일에 맞게 제품군을 다양화하고 맛과 패키지를 지속적으로 발전시켜 대표 주스 브랜드로 성장했다.



칸타타

언제 어디서나 즐길 수 있는 국내 최초 프리미엄 원두 캔커피, 칸타타! 바흐의 명곡 '커피 칸타타'에서 유래한 '칸타타'는 원두 캔커피 시장을 선도하는 1위 브랜드입니다. 최고의 비율로 배합한 아라비카 원두를 약 25℃ 물로 차갑게 한 번, 약 95℃ 물로 다시 한 번 내리는 '더블드립' 방식으로 추출하여 깊고 그윽한 원두커피의 맛과 향을 그대로 느낄 수 있습니다.

핫식스

핫식스는 청춘과 열정, 젊음을 대표하는 에너지 음료입니다. '6시간 지속되는 핫한 에너지'라는 뜻을 가진 핫식스는 대한민국 에너지 음료 시장을 선도하는 브랜드로, 과다량의 새콤달콤함과 톡톡 튀는 탄산이 어우러져 색다른 상쾌함을 즐길 수 있습니다. 특히 카페인과 타우린을 함유하고 있어 업무, 공부, 게임, 스포츠 등 지치지 않는 에너지가 필요한 상황에서 마실 수 있습니다.



데일리C

데일리 C는 상큼하고 트렌디한 과즙이 함유되어 언제든지 가볍게 즐길 수 있는 비타민 음료입니다. 1일 권장량 10배 분량의 비타민 C 1,000mg이 함유되어 하루 한 병으로 내 몸에 필요한 비타민 C를 상큼하게 충전할 수 있는 리프레쉬 음료입니다.

레쓰비

1991년 2월 처음 출시된 레쓰비는 지난 30여년 동안 대한민국 국민커피로서 소비자들의 꾸준한 사랑을 받아왔습니다. Let's be together에서 시작된 브랜드명처럼 레쓰비(Let's Be)는 달콤한 커피가 필요한 순간, 언제 어디서든 소비자들의 곁을 늘 변함없이 지켜온 음료입니다.



<아이시스 8.0>

아이시스8.0은 평균 pH8.0의 천연 약 알칼리수 먹는샘물 브랜드입니다. 아이시스8.0의 수원지는 엄격한 수질관리기준을 통해 선별되며, 지속적으로 관리되어 믿고 마실 수 있습니다. 국내 최초 무라벨 생수인 아이시스ECO를 출시하는 등 지속가능한 환경을 위해 꾸준히 노력하고 있습니다.



2020 '아이시스8.0 에코' 굿 디자인 어워드 산업통상자원부장관상 수상
2020-굿 디자인 어워드

2% 부족할때

인체의 수분 중 2%만 부족해도 우리는 심한 갈증을 느끼게 됩니다. 여기서 유래된 이름의 "2% 부족할 때"는 과즙이 들어있어 기분까지 산뜻하게 해주고 물처럼 깔끔하게 마실 수 있는 미과즙 음료입니다.





함께 즐기는, 주류 사업 부문

처음처럼

대한민국 소주시장에 새 바람을 일으킨 소주입니다. 소주의 80%를 차지하고 있는 물은 제품의 맛과 품질을 좌우하는 중요한 요소입니다. 대관령 기슭 암반수로 만들어 술맛이 부드럽고 목 넘김이 좋은 특징을 가지고 있습니다.



처음처럼 국가고객만족도

소주 부문 5년 연속 1위

2006년 출시 이후 대한민국을 대표하는 소주로 자리 잡은 <처음처럼>은 '부드러운 소주 = 처음처럼'이라는 마케팅 콘셉트를 일관되게 추구한 점과 소주 시장 트렌드에 적극 대응한 점이 주효해 소비자의 신뢰를 바탕으로 한 국가고객만족도에서 소주 부문 5년 연속 1위에 선정됐다.



청하

깔끔한 맛과 향을 자랑하는 청하는 1986년 출시 이래 차게 마시는 청주의 대명사로 오랫동안 사랑받고 있습니다. 세 번 깎은 쌀의 속살을 12~15도 사이의 저온에서 한 달간 서서히 발효시켜, 잡미, 잡향이 없으며, 냉각 여과장치를 이용해 쓴맛과 알코올 냄새를 제거해 더욱 부드러운 술입니다.



스카치블루

스카치블루는 엄선한 스코틀랜드 위스키 원액을 한국인의 입맛에 맞게 블렌딩해 보다 부드러운 맛과 풍부한 향을 살린 프리미엄 위스키입니다.

ESCORT by 스카치블루는 부드러움의 새로운 가치를 제공하고자 정통 스코틀랜드의 위스키 제조 노하우를 바탕으로 만들어진 제품입니다.

마주앙

'마주 앉아서 즐긴다.'라는 의미를 지닌 마주앙은 1977년 출시돼 당시 불모지나 다름없던 국내 전통 와인 시장을 개척하고 분위기를 즐기는 음주문화를 전파하면서 고객의 라이프 스타일을 변화시키는 데 큰 몫을 담당해왔습니다.

현존하는 국내 최장수 와인 브랜드이며 시판과 동시에 로마 교황청의 승인 하에 한국천주교 미사주로 봉헌되어 현재까지 미사에 사용되고 있습니다.





클라우드

100% 발효원액에 추가로 물을 타지 않은 오리지널 그라비티 공법으로 만들어 맛이 깊고 풍부한 맥주입니다. 최고 품질의 원료를 엄선해 유럽 정통 맥주의 맛을 구현했습니다. 'Korea'의 'K'와 맥주 품질을 좌우하는 요소인 거품을 형상화한 구름 'Cloud'를 합성한 'Kloud'는 한국을 대표하는 맥주로 거듭나고자하는 의지를 제품명에 담았습니다.

클라우드 생 드래프트

기존 클라우드와 동일한 독일 정통 제조 방식인 오리지널 그라비티(Original Gravity)공법과 100% 올몰트(All Malt)맥주의 우수성을 유지하면서, 비열처리 공법 적용과 탄산의 증량을 통해 신선하고 청량한 생맥주의 맛을 구현한 제품으로 어떤 음식과도 잘 어울리는 제품입니다. 알코올 도수는 4.5도로 생맥주의 느낌을 그대로 디자인에 적용하였습니다.



'클라우드 생 드래프트' 국제 주류 품평회 IBC 은상 수상
2020.12-국제 주류 품평회 IBC



순하리 레몬진(津)

레몬진(津)은 통 레몬 그대로 담은 신선한 레몬 전문 탄산주이며 레몬 침출 기술로 통레몬 그대로 침출하여 레몬 본연의 맛을 살린 제품입니다. 신선한 레몬의 맛을 맥주 도수로 즐길 수 있는 4.5도 레귤러 제품과 배부르지 않고 가성비 좋게 즐길 수 있는 7.0도 스트롱 제품 2종으로 출시하여 다양한 소비자들의 선호를 반영하였습니다



미림

국내 최초이자 국내 정통 맛술인 미림은 일반 조미료와 달리 14%의 쌀발효 알코올을 더해 식재료 본연의 식감을 올려주고 잡냄새까지 잡아주는 요리주입니다. 1인 가구와 맞벌이 가구 증가로 가정 간편식이 대세를 이루면서 미림의 매출도 지속적으로 증가하고 있습니다.

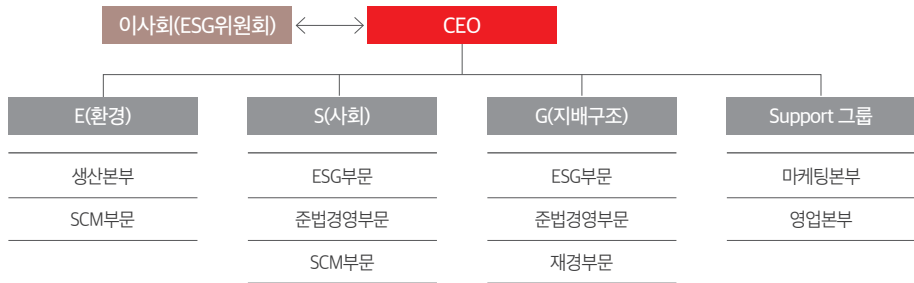




롯데칠성음료 ESG 경영

ESG 추진 체계 및 조직

롯데칠성음료는 글로벌 선진기업 수준의 ESG 경영을 지속가능경영의 목표로 정하고 고객 및 이해관계자들과 함께 ESG 경영을 추진해 나가고 있습니다. 지속적이고 발전적인 ESG 추진을 위하여 전원 사외이사로 구성된 ESG 위원회와 대표이사를 위원장으로 하는 ESG 추진위원회를 신설하여 ESG 경영을 위한 최고 의사결정 기구를 운영하고 있습니다.



ESG 추진 방향

롯데칠성음료는 '환경에 이롭게, 사회를 새롭게, 기업을 건강하게'라는 ESG 슬로건을 바탕으로 환경, 사회, 지배구조 전반의 ESG 경영을 적극적으로 추진해 나가고 있습니다. 특히 기업의 지속가능성에 영향을 미치는 ESG 요소를 고려하여 장기적이고 능동적인 관점에서 전략을 도출하였습니다. 롯데칠성음료는 지속가능발전목표를 ESG경영의 출발점으로 삼아 사회적 책임을 다하는 기업이 되고자 노력하고 있습니다.

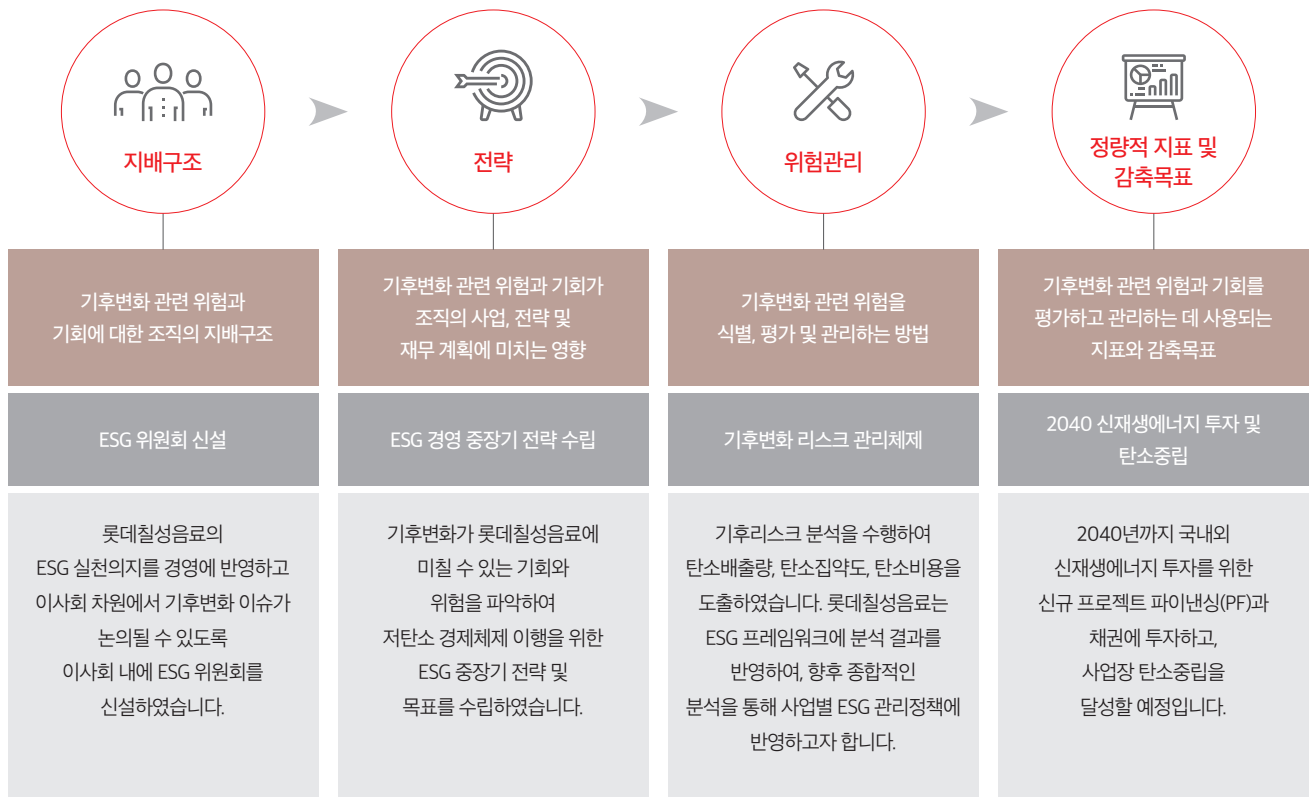


지속가능한 미래를 위한 ESG 추진 전략

롯데칠성음료는 대내·외 경영환경의 변화를 반영하고, 중장기 경영목표에 대한 이해관계자의 수용도 및 인지도를 높이기 위하여 ESG 경영비전과 핵심가치를 정립하였습니다. 3대 전략방향과 3단계의 추진 로드맵을 근간으로 고객·사회·임직원 등 각 이해관계자를 위한 핵심가치를 실현하여 기업가치 향상과 함께 인류의 풍요로운 삶에 기여할 수 있도록 노력해 나가겠습니다.

추진 기반 구축 (2023년)	역량 내재화 (2025년)	ESG 경영 실현 (2030년)
추진 체계 전문성 확보	ESG 성과 관리 실행	비즈니스 통합 ESG 전략 구축
ESG 채권 발행	ESG 운영프로그램 다각화	CSV 차원의 사업 연계 확장
정보 공개 강화	사업전략과 ESG이슈 연계	해외 법인 ESG경영 추진

롯데칠성음료 TCFD Guideline 대응 활동





이해관계자 커뮤니케이션

롯데칠성음료 이해관계자 커뮤니케이션 전략

롯데칠성음료는 다원화된 이해관계자와의 효과적인 소통을 위해서 이해관계자별 특성에 부합하는 합리적인 소통채널 및 운영프로그램을 구성하여 운영하고 있습니다. 특히 제품과 서비스를 이용하는 고객과 기업의 가치를 주식으로 구입하는 주주에게는 상시 소통채널을 오픈하고, 정보를 공시하고 있습니다. 이해관계자 특성 및 관심사항에 따라 소통전략을 실행하기 위하여 사업에 대한 이해도와 협력정도를 기준으로 이해관계자를 분류하고 있으며, 이해관계자 특성을 고려한 공유채널 및 프로그램을 운영하여 대내·외 이해관계자의 비전 및 전략 공감도를 향상시키고 있습니다.



이해관계자 특성별 효과적인 소통을 통한 성과

롯데칠성음료는 사업 추진 시 발생할 수 있는 갈등요인을 이해관계자 참여를 통해 선제적으로 해소하고, 이해관계자의 불편을 최소화하기 위하여 이해관계자 별 특성을 고려한 효과적인 소통을 진행함으로써 이해관계자들이 경영의 전과정에 직·간접적으로 참여할 수 있도록 노력하고 있습니다.

이해관계자 인터뷰

지속가능경영보고서는 기업 내·외부의 이해관계자가 원하는 정보를 최우선적으로 보고하는 하나의 커뮤니케이션 채널 역할을 합니다. 롯데칠성음료는 고객, 협력업체, 정부, 노동조합, NGO, 지역사회, 주주 및 투자자, 그리고 내부 임직원 등 우리 사업에 직·간접적으로 영향을 주고 받는 주요 이해관계자 그룹이 있습니다. 이에 따라 롯데칠성음료는 주기적으로 이해관계자 그룹의 특성에 맞는 다양한 방식의 커뮤니케이션 활동을 진행하고 있으며 그들의 의견과 요구사항으로부터 사업의 장기적인 방향성을 수립하는데 도움을 얻고 있습니다. 아래 인터뷰 내용은 내외부 이해관계자 그룹의 대표들과 소통한 내용을 간략한 형식으로 표현한 것이며, 각각에 대한 롯데칠성음료의 대응 노력을 지속가능경영보고서에 투명하게 담았습니다.

INTERVIEW : NGO



정민희
대한적십자사 인도주의사업본부 본부장

비즈니스 연계의
지속적이고
진정성 있는
사회공헌활동으로
사회적 가치를 실현

롯데칠성음료와 어떤 관계를 맺고 활동하고 계신가요?

대한적십자사와 롯데칠성음료는 2006년 사회공헌협약을 체결한 이래 사랑의 도시락 나눔, 이재민 구호활동, 물사랑 운동, 헌혈운동 협약 등 적십자 인도주의 사업 전반에서 파트너십을 맺고 소외된 이웃을 위해 함께 사회공헌을 실천하고 있습니다. 특히 양사는 코로나 19로 소외된 이웃과 선별 진료소 의료진을 위해 롯데칠성음료의 제품을 활용한 사회공헌활동을 함께 추진하는 등 각종 재난과 위기상황에서 상호협력을 하고 있습니다.

롯데칠성음료의 고객 만족을 위한 주요 강점이 있다면?

기업의 사회공헌 활동은 곧 마케팅 활동이며 동시에 기업의 당연한 책임이라고 생각합니다. 주주들의 이익만을 대변하는 기업이 아닌 상생을 통해 지역사회의 지속가능성에 기여하고 가지고 있는 자원을 활용함과 동시에 NGO/NPO와의 지속적 파트너십 연계를 강화하여 장기적인 조직가치를 제고하며, 사회적 가치를 실현하고 있다고 생각합니다.

INTERVIEW : 파트너사

롯데칠성음료의 전반적인 이미지를 설명해주세요.

50년 창업 종합 음료 회사인 롯데칠성음료는 한길만 걷는 기업입니다. 가치 제고를 통한 성장동력 확보 및 인재 육성을 위한 기업문화가 자리잡고 있으며, 비옥하고 행복한 일터를 만들기 위한 조직문화 개선과 환경에 기여하는 ESG 역량 강화의 중점에 들어섰다고 생각합니다. 고객 친화를 중시하는 기업이며 밝은 미래를 만들어가는 기업입니다.

소비자에게 어필이 되는 롯데칠성음료만의

기술력이 있다면 소개해주세요.

환경 사회 제품 및 서비스를 제공하기 위해 사회적 이슈가 되고 있는 비만, 당뇨, 심장질환 및 발암가능성 등의 건강 적신호에 대한 대처 방안으로 무화과, 포도 등에 들어있는 단맛 성분인 '알룰로스'를 제로사이다에 사용하는 등 국민건강을 생각 할 수 있는 기술력을 가지고 있다고 생각합니다.

건강함을 약속하는
국민 음료 소통 창구



이의도
원재료 삼양사 팀장

INTERVIEW : 파트너사



전현성
포장재 삼화왕관 팀장

급변하는 시장 속
가치 상생의
모범적인 모델 강화

롯데칠성음료와 어떤 관계를 맺고 활동하고 계신가요?

롯데칠성음료에서 협력사의 에너지 절감 및 지원을 위해 한국에너지공단과 MOU를 맺는 기회를 주어 실질적으로 에너지 운용 측면에서 많은 비용을 절감할 수 있었습니다. 또한 에너지 관리에 대한 시스템을 제공하는 등 협력사가 함께 성장할 수 있도록 지원해주고 있다고 생각합니다.

롯데칠성음료 기업에게 바라는 점이 있다면?

롯데칠성음료가 사회적 책임을 이행하는 기업으로서 장기거래처에 대한 지원과 육성을 강화했으면 좋겠습니다. 특히 최근 코로나19로 인해 어려움을 겪은 취약계층을 위한 일자리 창출과 수익 환원 등의 지원을 한다면 좋을 것 같습니다. 중소 협력사와 영속적 관계를 통한 책임 모델 구축으로 더욱 선진적으로 나아가는 롯데칠성음료의 모습을 기대합니다.

롯데칠성음료와 어떤 협력적인 이슈 활동을

하고 계신가요?

저희 회사는 검사기를 제작해서 납품하고 있는 캠텍이라고 합니다. 롯데칠성음료와의 가장 큰 이슈는 설계, 개발, 제조 및 유통 등 전 과정에 디지털 자동화 솔루션이 결합된 정보통신기술(ICT)을 적용하여 생산성, 품질, 고객만족도를 향상시키는 스마트팩토리라고 생각합니다. 롯데칠성음료와 거래를 시작하고 30년이 흐르는 동안 다소 경직적인 분위기에서 젊은 기업의 모습으로 변화해가는 과정이 인상깊었습니다.

롯데칠성음료만의 강점이 있다면?

롯데칠성음료는 기계 설치 및 시공 부분에서 발주 시스템이 아주 잘 갖춰져 있습니다. 특히 검토과정에서 공장과 기술지원팀 구매가 일목요연하게 소통하는 것이 큰 강점이라고 생각합니다. 더불어 롯데칠성음료 만큼 협력업체들을 격려하는 기업은 없다고 생각합니다.

4차 산업혁명에
뚜렷히 조명하는
기업 이미지



김정중
투자MRO 캠텍 CEO



송경선
상품소싱 푸드웰 부장

개방적
기업문화와
유연한
상생협력

롯데칠성음료가 변화하고 있는 점이 있다면?

2010년 부터 시작된 인연으로 현재까지 동반 협력사로서 함께 가고 있습니다. 롯데칠성음료는 젊고 개방된 느낌의 정책과 가족 친화적인 제도를 도입하여 앞서 나가는 기업의 모습을 보여주고 있습니다. 일례로 남성 육아 휴직 제도 도입 초반에는 부담스러워하던 기억이 있는데, 지금은 제도가 확실히 자리잡혀 남성직원들이 자연스럽게 육아 휴직을 사용하고 있습니다. 이처럼 자연스럽게 변화를 이끌어가고 있는 기업이라고 생각합니다.

ESG 경영에 체감되는 부분이 있다면 소개해주세요.

소비자에게 동일한 품질의 제품을 제공하고 공정한 계약 및 조달을 하기 위해 노력하고 있습니다. 협력회사의 안정적인 생산 기획을 위해 미리 계획서를 제공하고 협력하는 것이 가장 큰 강점입니다. 가공금액이 변동되는 경우나 임금, 전기료, 도시가스 비용 등 원가가 올라가는 경우에도 사전에 내부검토를 통해 비용에 대한 부분을 유연하게 협의하는 등 ESG트렌드에 맞춰 협력사와 함께 나아가는 기업이라고 생각합니다.

INTERVIEW : 임직원

회사의 근무 환경에 만족스러운 부분을 소개해주세요.

저는 자율복장제도, 결재판 폐지 등으로 인한 근무환경변화가 현재 임직원들의 자율성 및 업무효율성을 높여주고 있다고 생각합니다.

효율적으로 업무를 처리하여 남는 시간에는 자기계발을 하거나 창의적인 아이디어를 고민 할 수 있을 것입니다. 이는 회사의 업무성과로도 이어질 수 있기 때문에 회사와 임직원 모두 WIN-WIN 할 수 있는 슬기로운 변화라고 봅니다.

최근 지원받은 제도가 무엇이 있는지 소개해주세요.

남성 육아휴직제도를 통해 가족친화적인 복지를 체감하고 있습니다. 또한 유연근무제도를 통해 자녀 등하원 시간을 보장 받는 등 일과 가정의 양립을 위한 제도들로 인해 가정에서 인정받게 되었고 더욱 만족하여 회사 업무에 몰입할 수 있었습니다.

일과 삶의
슬기로운
균형



채병훈
HR지원팀

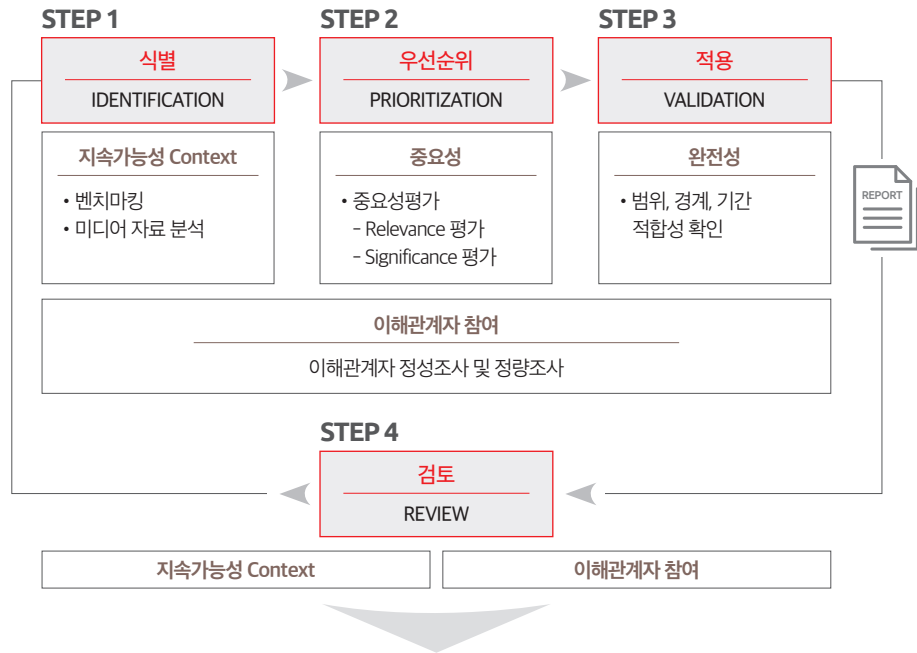


중대성 평가

롯데칠성음료는 회사 운영 전반에서 환경·사회·지배구조 측면의 이슈들을 폭넓게 반영하여 지속가능한 발전을 추구하고 있습니다. 롯데칠성음료와 이해관계자에게 보다 중요한 이슈를 선별하여 집중적으로 관리 및 보고하기 위해 GRI와 ISO 26000에서 권고하는 중대성 평가 방법에 따라 지속가능경영 핵심 이슈를 선정하였습니다.

중대성 평가 프로세스

롯데칠성음료는 지속가능경영 중요이슈를 도출하기 위해 국제보고 기준인 GRI에서 제시하고 있는 지속가능성 배경(Context), 중요성, 완전성 원칙 및 이해관계자 참여에 근거하여 내·외부 환경 분석 및 중대성 평가를 실시하였습니다.



- STEP 1 식별(Identification)**
 - 지속가능성 배경(context) 및 이해관계자 참여에 의거하여 조직의 경영활동 및 이해관계자들의 의사결정에 영향을 주는 Aspects 도출
 - 조직 경계 내·외부에서 발생하는 impacts 식별 및 관련 이슈 도출
- STEP 2 우선순위 도출(Prioritization)**
 - 중요성 원칙 및 이해관계자 참여에 의거하여 측면(Aspects) 및 관련 이슈가 어느 정도 중요하지에대한 우선순위를 평가
 - 환경·사회·지배구조 및 경제 측면에서의 중요성(Significance) 평가
- STEP 3 적용(Validation)**
 - 완전성 원칙 및 이해관계자 참여에 의거하여 중요 측면을 보고서 내용에 적용
 - 중요 측면을 표준공시안(MA 및 성과지표)으로 구성
- STEP 4 검토(Review)**
 - 지속가능성 context 및 이해관계자 참여에 의거하여 발간된 보고서를 검토
 - 향후 보고서 발간 시 검토결과 적용

벤치마킹

국내·외 기업 중 지속가능경영을 우수하게 추진하는 기업의 지속가능경영보고서를 토대로 GRI 보고 원칙에 따라 근거로 지속가능성과를 분석하였습니다. 이를 통해 롯데칠성음료가 대응하고 추진해야 할 이슈를 추가적으로 파악하였습니다.

미디어 분석

롯데칠성음료의 지속가능경영 주요 이슈에 대한 대외적 인식을 객관적으로 파악하기 위하여 2020년 1월부터 2020년 12월까지의 기사를 분석하여 관련 이슈를 도출하였습니다.

전문가 인터뷰

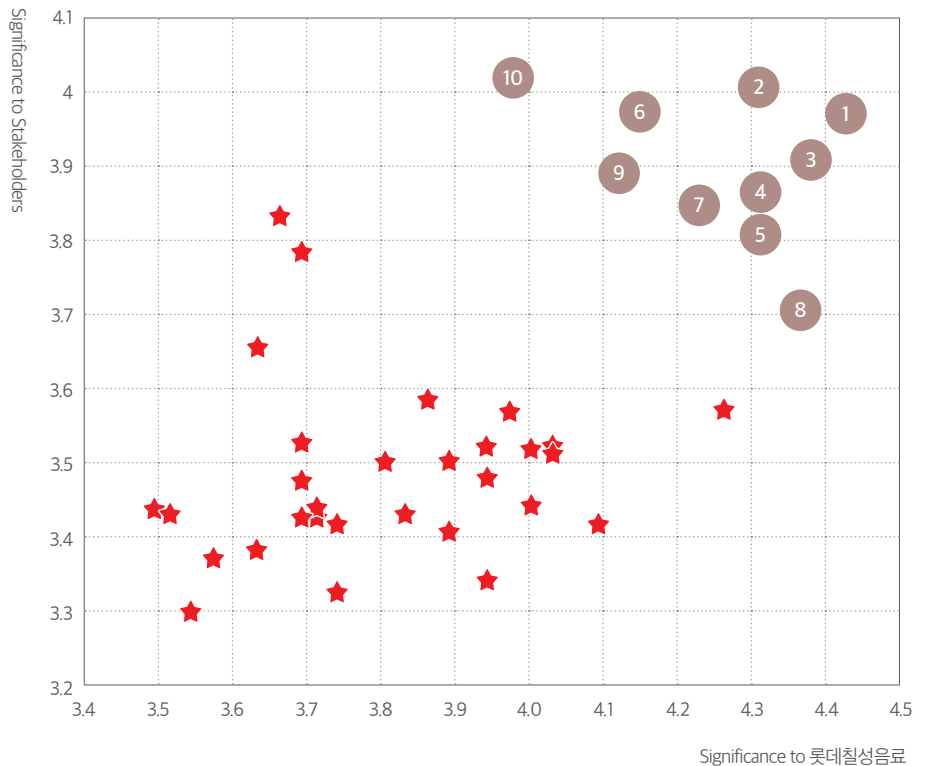
가치창출흐름에 따라 정의된 롯데칠성음료의 이해관계자 그룹을 대상으로 전문가 인터뷰를 진행하였습니다. 인터뷰 대상자는 해당 그룹을 대표할 수 있는 내·외부 전문가로 구성하여 이해관계자의 요청사항 및 공유가치를 보다 면밀히 파악하여 핵심 이슈 도출에 반영하였습니다.

이해관계자 설문조사

롯데칠성음료의 경영에 대한 법적·재무적·운영상 책임 및 영향도 여부를 고려하여 임직원, 고객, 협력업체 및 지역사회 등 주요 이해관계자 그룹을 대상으로 설문조사를 통하여 각각의 이해관계자들이 바라보는 롯데칠성음료의 지속가능경영 이슈를 도출하고 중대성 평가에 반영하였습니다.

중대성 평가

No.	중요이슈
①	친환경경영
②	윤리경영
③	고객가치 창출
④	리스크관리
⑤	지배구조
⑥	이해관계자 커뮤니케이션
⑦	인재경영
⑧	수자원보호
⑨	정보보호
⑩	지역사회 참여와 발전



ESG Commitments

언제 어디서나, 모든 순간
고객의 곁에서 함께 합니다.

환경경영을 위한 노력
고객만족을 위한 품질
직원가치를 위한 지원
동반성장을 위한 상생과 사회공헌





환경경영을 위한 노력



기후변화 대응



패키징 자원순환



환경 보호



이슈의 중요성



추진 조직

- 전략기획부문
- 마케팅본부
- 글로벌본부
- 준법경영부문
- ESG부문
- SCM부문
- 재경부문
- 영업본부

대표이사

생산본부장

생산지원부문장

품질보증팀 EHS담당

강릉	군산	경산	오포	양산	안성
청주	충주	충주2	대전	광주	안성2

지구의 미래를 고민하고, 기후 변화에 대한 인식과 대응에 있어 기업의 책임이 어느 때보다 무겁습니다. 이에 롯데칠성음료는 다양한 환경적 이슈에 선제적으로 대응하고, 기후변화 대응, 수자원관리, 기타 환경오염물질 저감 및 지속가능 패키징 확대를 목표로 환경정책 로드맵을 적극 추진하기 위한 조직 개편 및 실무를 이행하고 있습니다.

접근방법



- 탄소중립 추진을 위한 다자간 협력
- Recycling 중심의 친환경 정책
- 기후변화 대응 전략 및 실천

주요성과



- 무색 PET 전환
- ECO 절취선 및 ECO 탭 적용
- 국내 최초 무라벨 제품 발매
- 업계 최초 rPET 품질, 기술 검증
- 온실가스 배출량 관리(전산 시스템)



필(必)환경관리 체계

필(必)환경경영 전략 및 로드맵

롯데칠성음료는 친환경에서 必(필) 환경시대로 변화하는 환경이슈를 인지하고, 당사만의 새로운 환경전략 및 로드맵을 추진하고자 합니다.

롯데칠성음료 환경경영 전략

	기후변화 대응	패키징 자원순환	환경 보호
전략과제	2040년 재생에너지 100%, 2040년 탄소중립 달성 및 기후변화 리스크 대응	재활용 용이성 지속 증진과 재생원료 사용 확대	물환경 보호 및 사업장 환경오염 감축 활동 추진
과제내용	<ul style="list-style-type: none"> • 재생에너지 전환 <ul style="list-style-type: none"> - 2040년까지 전기에너지의 100%를 재생에너지로 전환 • 다양한 온실가스 감축 활동으로 2040년 탄소중립 <ul style="list-style-type: none"> - 폐열 회수 - 고효율 에너지 설비, 장치 - 영입 차량 에너지 전환 	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 설계부터 환경 고려 <ul style="list-style-type: none"> - 경량화, 무라벨 • 회수 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 판매채널, 지자체 협업 등 • PET Bottle to Bottle <ul style="list-style-type: none"> - rPET 도입 및 확대 	<ul style="list-style-type: none"> • 용수 사용 저감과 재이용 <ul style="list-style-type: none"> - 폐수처리 선진화 新 기술 • 환경오염물질 감축 <ul style="list-style-type: none"> - Digital 연계 Smart 관리 • 수원지 보호활동 <ul style="list-style-type: none"> - 1사 1하천, 숲가꾸기 - 강, 해양 정화활동 등

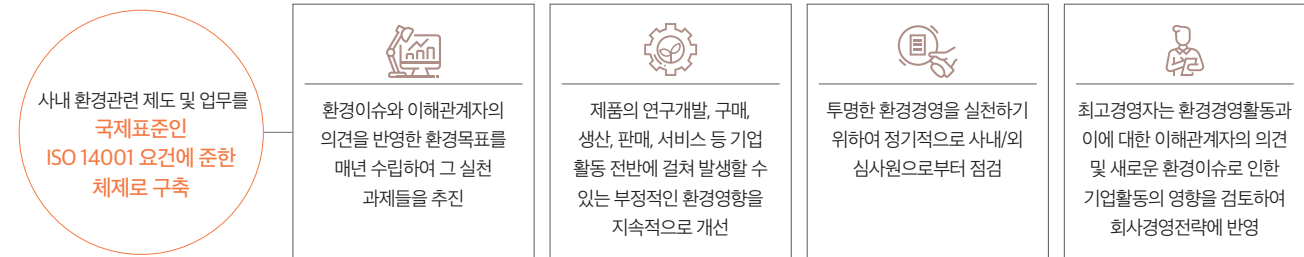
환경관리 정책 로드맵

Recycling / 친환경 정책		Reuse / 기후변화 대응	
1단계 (~2015년)	2단계 (~2021년)	3단계 (~2025년)	4단계 (~2040년)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 플라스틱 저감 활동 <ul style="list-style-type: none"> PET 경량화 ✓ 플라스틱 저감 활동 <ul style="list-style-type: none"> 고효율 LED교체 인버터 설치 ✓ 폐열회수 ✓ 열효율 향상 ✓ 환경정화 활동 <ul style="list-style-type: none"> • 1공장 1하천 가꾸기 • 숲 조성(별 내리는, 처음처럼) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 자원 선순환 활동 <ul style="list-style-type: none"> ECO텀 무라벨 ✓ PET 회수 서비스 ✓ 소비자 참여 캠페인 활동 <ul style="list-style-type: none"> • IoT 분리수거함 설치 • 올바른 분리배출 활동/교육 버스정류장 셀터 녹화사업 ✓ Upcycling <ul style="list-style-type: none"> 에코백 제작/기부 근무복 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 플라스틱 회수생태계 구축 <ul style="list-style-type: none"> 수거 → 재사용 → 생산 → 유통 → 소비 ✓ 재생에너지 확대 <ul style="list-style-type: none"> 재생에너지100% 추진을 위한 상호협력 MOU MOU 체결 ✓ 온실가스 배출량 저감 <ul style="list-style-type: none"> 물류네트워크 최적화 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 재생에너지 100% 달성 <ul style="list-style-type: none"> • 전 공장 태양광패널 설치 • 에너지저장시스템(ESS) 구축 ✓ 탄소중립 실현 <ul style="list-style-type: none"> • 실질적 배출량 제로 달성 • 친환경 차량 보급 100% ✓ 친환경 공급망 구축 <ul style="list-style-type: none"> • 자체 친환경 평가제도 • 녹색 공급망 파트너 관리

필(必)환경관리 정책

기후변화 위기 대응을 위한 환경정책 로드맵을 바탕으로 당사 사업 영위에 의한 환경 영향 최소화, 제품으로 인한 환경편익 극대화를 동시에 추진할 계획입니다. 온실가스 저감과 자원 순환을 통해 국가 차원의 탄소중립 달성에 기여 할 수 있도록 노력하겠습니다.

★ 환경경영시스템(Environment Management System)



환경경영 교육

롯데칠성음료는 지속적인 환경교육을 통해, 전사 임직원이 참여하는 환경경영을 추진하고자 합니다. 환경 담당자 전문성 강화를 위해 매년 환경교육계획을 수립하고 있습니다. 또한 주요 환경 이슈에 대해 분기마다 세미나를 실시함으로써, 업무 이해도를 향상시켜왔습니다. 2020년에는 제3차 계획기간 온실가스 배출권 거래제, 대기오염물질 총량관리제도 등에 대한 세미나를 실시하였습니다. 또한 환경경영검토 및 재포장 금지 제도 등 환경 이슈를 회사 전사 공지 게시판에 배포함으로써, 모든 임직원들이 좀 더 쉽게 환경경영에 접근할 수 있도록 하였습니다.

대기오염물질 총량관리제도 교육자료



환경경영시스템 인증서(Environment Management System Certification)



환경경영시스템 인증 현황

2020 달성률



* 사업장: 오폐공장, 양산공장, 안성공장, 대전공장, 광주공장, 안성2공장
주류 사업장: 강릉공장, 군산공장, 경산공장, 청주공장, 충주1공장, 충주2공장



자원 순환 성과

플라스틱 재활용 전략 및 로드맵

플라스틱 재활용 용이성 개선을 위해 1992년 리우지구정상회의를 시작으로 기업 경영의 패러다임이 지속가능한 개발(SDGs) 및 실천으로 변경되었고, 이제는 ESG 경영이 필수요소로 등장하였습니다. 롯데칠성음료는 환경 문제에 대해 지속적으로 인식하고, 이러한 시대적 요구에 부응하여 환경 개선을 위한 폐기물 원천 감소, 포장재 재질·구조 개선 등의 친환경 활동을 꾸준히 전개해 오고 있습니다. 최근에는 자사물을 통한 투명페트병 회수를 시작하고, rPET Pilot 생산 테스트를 완료하는 등 자원 순환 체계를 구축하기 위해 노력하고 있습니다.

롯데칠성음료 플라스틱 재활용 로드맵



친환경을 위한 포장재 개선 활동

필(必)환경이라는 말처럼 환경의 보호와 개선은 기업의 선택이 아니라 필수가 되었습니다. 롯데칠성음료는 친환경을 위해 페트병 몸체에 라벨을 없앤 아이시스8.0 ECO를 출시하였으며, 소주 '처음처럼'도 기존의 녹색 페트를 무색으로 바꿔 생산하고 있습니다. 또한 페트병 경량화, 라벨 분리배출이 용이한 에코캡 도입 등을 실시했으며, 질소가스 충전을 통한 페트병 경량화를 검토하는 등 친환경을 위한 포장재 개선 활동에 적극적으로 나서고 있습니다.

친환경을 위한 무라벨 및 투명 페트 제품

투명페트병 주요 제품



편리한 라벨 분리배출



폐기물 감소를 위한
경량화 추진


롯데칠성음료는 폐기물의 원천적인 감소를 위해 포장재의 경량화를 지속적으로 추진하였습니다. 대표적으로 아이시스 8.0 2.0L 제품의 경우 2008년 페트병 몸체 기준 51g에서 36g으로 경량화하였고, 생수 300ml 제품을 17g에서 10.5g으로, 500ml 제품을 20g에서 13g으로, 탄산제품을 28g에서 24g으로 경량화하였습니다. 또한 2020년에는 ‘처음처럼’ 400ml 페트병을 32g에서 24g으로, ‘클라우드’ 1.6L를 53g에서 48g으로 경량화하였습니다. 대상 제품들은 2020년 기준 경량화 이전 대비 연간 약 6천여톤의 포장 폐기물을 절감하였습니다.

자원순환 선언문

자원순환 선언문

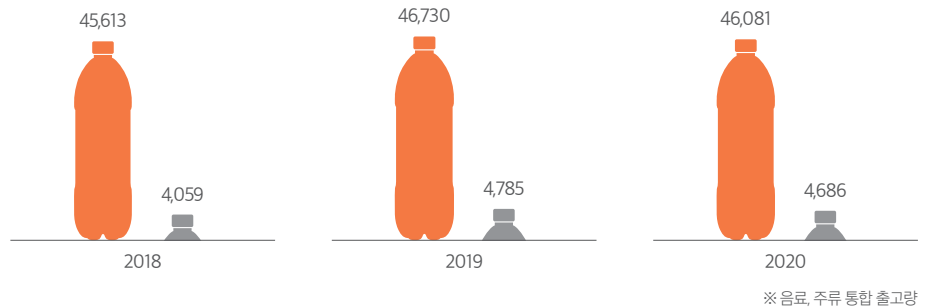
최근 재활용품 수거 거부 사태와 같은 자원 순환에 대한 필요성이 증가 되고 있다. 생산측면에서도 효율적으로 자원 재활용 가능하도록 하는 활동이 필요하다. 당사는 이러한 시대적 요구에 부응하기 위하여 지속적으로 환경을 생각하고 자원의 순환이용을 촉진함으로써 자원이 순환되는 사회에 공헌하고자 재질구조 개선을 위해 다음과 같이 선언하고 실천한다.

- 당사는 페트병에 대하여 재질구조개선을 실시한다.
- 당사는 향후 페트병 라벨의 수용성 접착제 도입 확대, 페트병 절취선 도입 등의 재질구조 개선을 통하여 재활용이 쉬운 포장재 사용을 확대한다.
- 당사는 재질구조 평가에 대한 내부 프로세스를 수립하고, 순환성평가를 실시한다.
- 경량화 제품의 품질/유통상 문제점이 발생하지 않는 한, 지속적으로 모든 탄소배출 절감 및 폐기물 감량을 위해 포장재의 경량화에 대한 연구 및 개선을 위해 적극 노력한다.


롯데칠성음료 대표이사

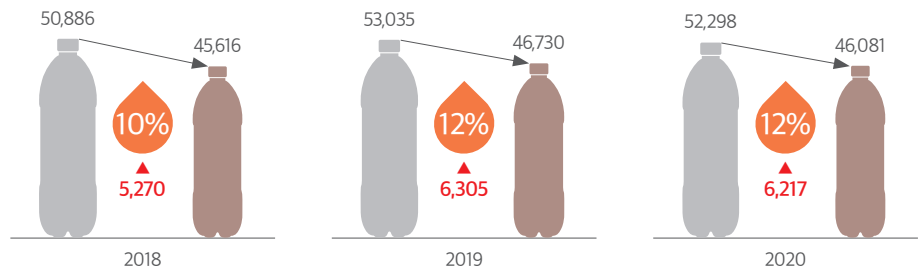
플라스틱 출고량

- 페트병(톤)
- 기타합성수지(톤)



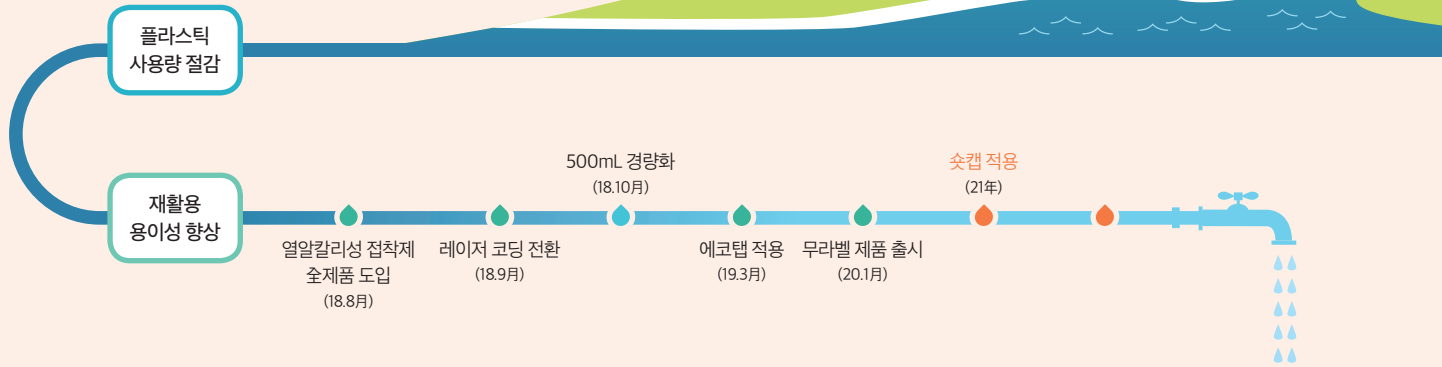
페트병 경량화

- 미감축시 중량(톤)
- 총 출고중량(톤)
- 감축 비율
- 감축량(톤)

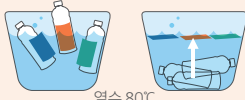





SPECIAL PAGE

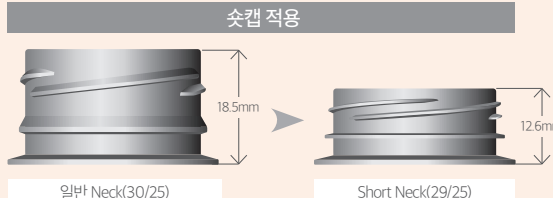
먹는샘물 친환경 History



친환경 실적

<p>열알칼리성 접착제 사용</p>  <p>열수 80℃, 수산화나트륨 2%에서 분리</p> <ul style="list-style-type: none"> • 국내 최초 적용(13年) → 전 제품 확대(18年) • 재활용 세척 공정에서 라벨 분리 	<p>에코캡 적용</p>  <ul style="list-style-type: none"> • 국내 최초 도입(19年) • 라벨 끝부분접착제 미도포로 라벨 분리 시 편의성 향상 • 재활용 등급 상향 : 보통 → 우수 	<p>무라벨 제품 출시</p>  <ul style="list-style-type: none"> • 국내 최초 도입(20年) • 아이시스 ECO 3관왕 수상 - 2020년 자원순환 착한포장 공모전 환경부 장관 최우수상 - 2020년 우수 디자인 산업통상지원부장관상 - 제14회 대한민국 패키징 대전 한국생산기술연구원장상 • 재활용 최고 등급 : 최우수
<p>레이저 코딩 전환</p>  <ul style="list-style-type: none"> • 기존 : 잉크 코딩(유해화학물질 포함) → 변경 : 레이저 코딩 	<p>500 mL 경량화</p> <ul style="list-style-type: none"> • 14g → 13.1g • 국내 최경량 사각 PET 	

친환경 계획



숏캡 적용

- 플라스틱 사용량 8백 톤/년 절감 (8억 원/년 절감)

자원순환 개선활동

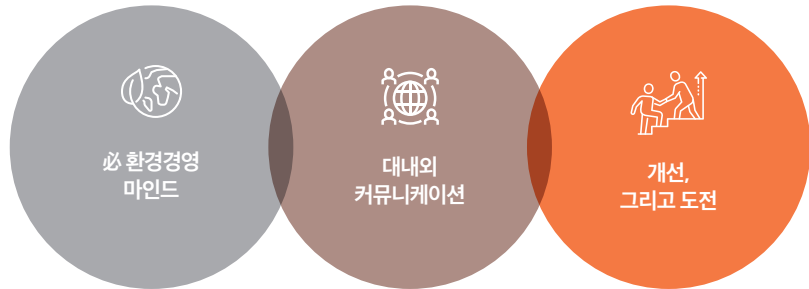
롯데칠성음료는 상호 협력을 통해 자원순환 활동을 추진하고 있습니다. EHS, 품질, 브랜드, 디자인, SCM, 영업 부서 뿐만 아니라 협력업체와도 긴밀하게 협의하여 제품 설계 단계에서 생산, 재활용까지 전반적인 프로세스에서 必환경경영 활동을 진행하고 있습니다. 기술적인 한계를 넘어 개선하고 도전하여 업계를 선도하는 성과 도출을 위해 노력하고 있습니다.

폐자판기의 재활용 체계 구축

오늘날 폐기되는 음료 보관용 전기·전자제품은 연간 3,000t에 이르고 있습니다. 그러나 이들 제품엔 온실가스인 냉매 가스를 비롯해 납, 수은 등 인체 유해물질이 들어 있어 제대로 수거·처리하지 않으면 환경오염을 일으킬 수 있습니다. 반면 이들 제품을 재활용할 경우 환경오염을 방지하는 한편, 제품에 포함된 철 등의 금속을 재활용하여 환경오염을 예방하고, 자원으로도 활용할 수 있어 롯데칠성음료는 환경부 및 타기관과 함께 ‘폐전기·전자제품 신(新) 회수체계 구축’ 협약을 통해 못 쓰는 자판기를 재활용하는 데 힘을 보태고 있습니다.



회수 중인 폐자판기



서울시와 18개 버스정류장 녹색 쉼터 조성

롯데칠성음료는 서울시와 협업을 통해 양화·신촌로의 18개 버스정류장을 맑고 깨끗한 녹색 쉼터로 조성하였습니다. 친환경 버스 정류소 조성은 2020년 2월 체결된 ‘버스정류장 쉼터(Shelter) 녹화 사업’ 업무협약에 따라 진행된 것으로, 미세먼지를 비롯한 각종 대기오염 물질에 노출되는 버스정류장을 녹색 청정구역으로 만들어 환경 개선 문화를 확산시키고자 기획 되었습니다. 롯데칠성음료는 이번 캠페인을 통해 버스 정류소 상부에 사계절 내내 푸른 식물인 상록기린초, 수호초 등을 심고, 벽면에는 공기 정화식물로 맑은 공기를 만들어주는 친환경 공기청정기 ‘바이오 월(Bio Wall)’을 설치하였습니다. 이와 더불어, 버스 정류소 상부, 벽면, 좌·우측 펜스와 하단에 꽃과 식물을 배치해 삭막한 버스정류장을 쾌적한 녹색 쉼터로 탈바꿈시켰습니다. 또한, 롯데칠성음료는 더 많은 시민들에게 쾌적한 공간을 제공할 수 있도록 합정부터 홍대 입구, 신촌, 아현에 이르는 양화·신촌로(6.2km) 중앙 버스정류장 18개소를 연속성 있게 녹화해 하나의 거대한 친환경 도로를 조성하였습니다. 롯데칠성음료는 친환경 캠페인을 통해 녹색 문화를 확산시키고 맑고 깨끗한 세상을 만드는 활동을 지속해서 실천해 나가고자 합니다.



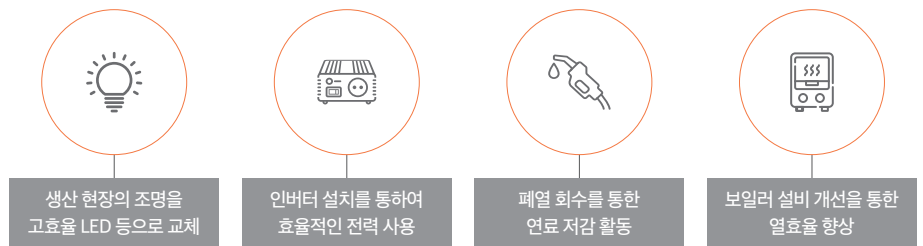
신촌오거리, 2호선 신촌역 버스정류장



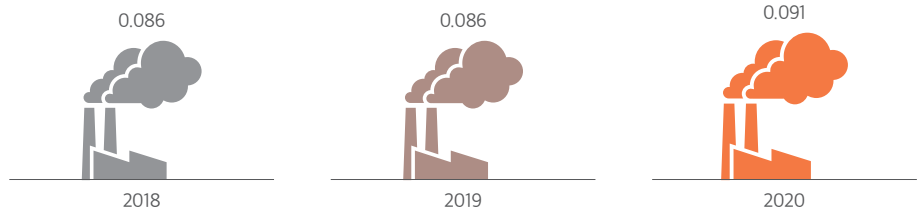
기후변화 대응

기후변화 대응활동

롯데칠성음료는 2040 탄소중립을 목표로 온실가스를 감축하기 위해 노력하고 있습니다. 각 사업장별로 온실가스 감축 목표와 에너지 원단위 목표를 설정하여 이를 달성하기 위해 LED 조명 교체, 고효율 설비 교체, 폐열 회수 등 적극적인 온실가스 및 에너지 효율 개선활동을 추진해왔습니다. 특히 2018년에는 Lean-Production TF 조직을 신설하고, OPCM 설치 등 신규 에너지 절감 아이템을 발굴함으로써 보다 적극적으로 기후변화에 대응하고 있습니다. 또한 충주2공장, 안성공장에 태양광 발전 설비를 투자함으로써 탄소중립의 화두인 재생에너지 확대에 앞장서고 있습니다.

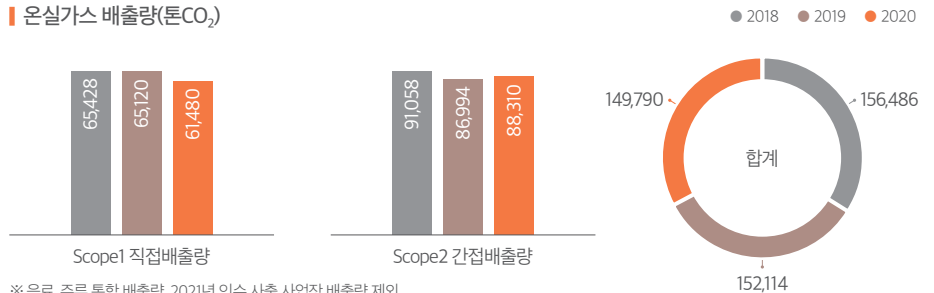


온실가스 원단위(톤CO₂/kl)



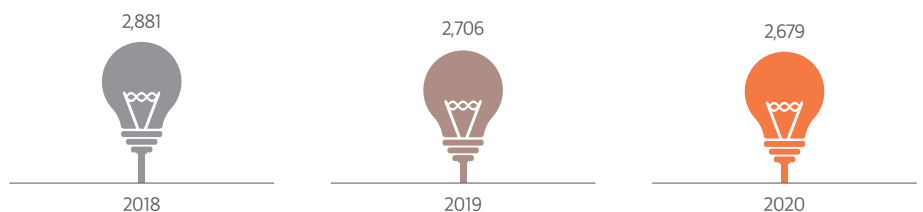
※ 생산 사업장 배출량 기준(음료, 주류)
 ※ 개선 방안 : 고효율 설비 도입, LED등 교체 등을 통한 온실가스 배출량 저감

온실가스 배출량(톤CO₂)



※ 음료, 주류 통합 배출량, 2021년 인수 사출 사업장 배출량 제외

에너지 사용량(TJ)



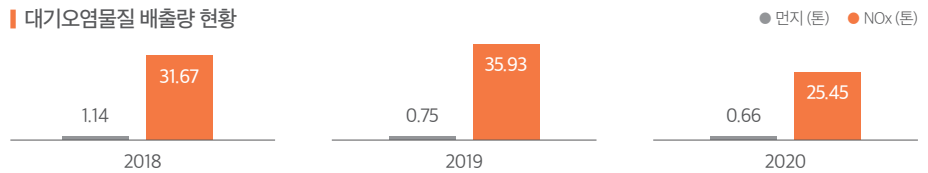
※ 음료, 주류 통합 사용량



환경오염물질 관리

대기오염 예방

롯데칠성음료는 LNG 보일러와 원재료 저장 탱크가 주요한 대기오염물질 배출시설로, 타 업종 대비 대기오염물질 배출이 낮은 편입니다. 주요 오염물질은 질소산화물과 먼지이며, 이를 저감하기 위해 저녹스버너, 여과집진시설 등의 대기방지시설을 설치·운영함으로써, 법적 배출허용기준보다 낮은 농도로 대기오염물질을 배출하기 위해 노력하고 있습니다. 특히 2020년에는 안성공장 고효율 저녹스 버너 5대 추가 설치를 통해 질소산화물을 전년대비 큰 폭으로 저감하는 성과를 냈습니다. 또한 대기오염물질 자가 측정을 통해 주기적으로 배출 농도를 모니터링하고, 대기방지시설 일상 점검 및 유지보수를 통해 환경영향을 최소화하고 있습니다.



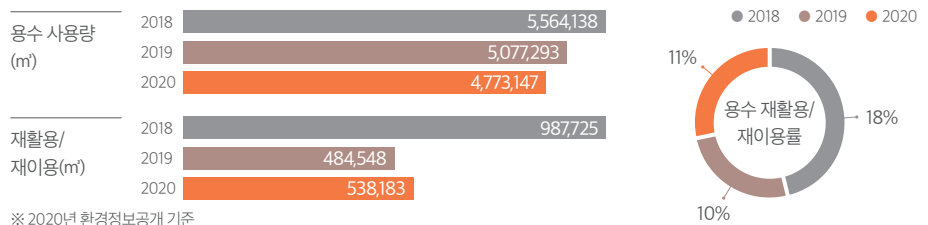
수질오염 배출

롯데칠성음료는 수질오염물질 배출을 최소화하기 위해 활성오니법 등 다양한 폐수처리공법을 운영하고 있습니다. 특히 사업장에서 발생하는 고농도 폐수 처리를 위해 IC Reactor 등의 혐기성 소화조를 도입함으로써 오염물질 제거능력을 향상시켰습니다. 또한, 수질오염물질 배출에 대한 사내 운영기준을 법적 허용 기준보다 강화된 내부 기준으로 운영하고 있으며, 오폐수공장과 추수공장은 수질자동측정기기(TMS, Water Tele-Monitoring System)를 운영함으로써 실시간으로 오염물질 배출농도를 모니터링하고 있습니다. 또한 사업장의 수질오염물질 배출농도가 내부기준을 초과하는 등 이슈 발생시 즉시 보고하고 개선하는 프로세스를 운영중이며, 문제 원인을 파악하여 동일 문제가 재발하지 않도록 관리하고 있습니다.



용수 재활용/재이용

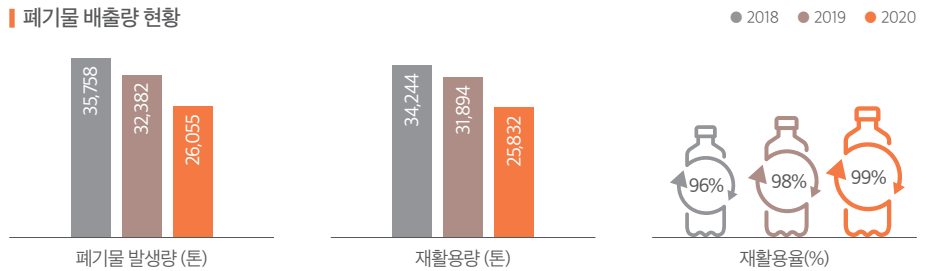
롯데칠성음료는 용수 사용량 자체를 저감하거나, 재활용/재이용을 높이는 다양한 활동들을 추진해왔습니다. CIP 자동밸브를 설치함으로써 오버플로우 되는 용수량을 절감하였으며, 음료를 담은 신규 용기를 세척한 물을 회수하여 식품과 직접적으로 닿지 않는 다른 설비의 보충수로 재이용 하는 등 다양한 절감 활동을 추진하였습니다. 또한 군산공장의 경우 법적 기준을 만족하는 최종방류수를 여과하여 탈수기 청소 등에 재활용하고 있습니다. 21년에는 더 적극적인 용수 절감을 위해 CIP 방법 개선 및 표준화를 추진하는 등 지속적인 노력을 확대하고 있습니다.



폐기물 배출 및 재활용

롯데칠성음료는 사업장에서 발생된 폐기물의 90% 이상을 재활용하는 재활용 우수 기업입니다. 재활용 방법으로는 시멘트 제조 원료, 지렁이 먹이, 비료 원료 활용 등으로 다양합니다. 또한 폐기물 원천 발생 저감을 위해 포장재 경량화 등을 지속적으로 추진해왔으며, 탈수기 교체·보수 등을 통해 폐수처리 과정에서 발생하는 슬러지를 저감하고 있습니다. 이외에도 자원순환관리사업장의 경우 전년도 보다 높은 재활용 목표를 설정하고 이를 달성하기 위해 노력하고 있습니다.

폐기물 배출량 현황



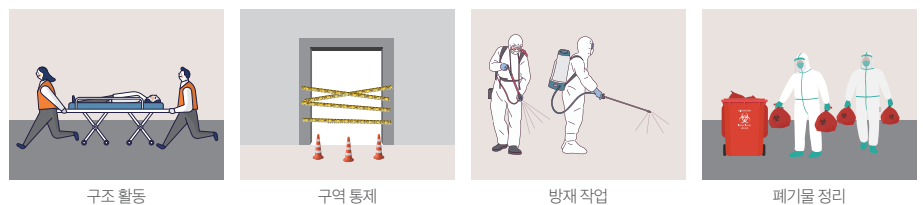
유해화학물질 관리

롯데칠성음료는 매주 1회 유해화학물질 취급시설 자체점검을 실시함으로써 취급 시설에서의 누출 리스크를 사전에 제거하고 있습니다. 또한 화학물질 누출 대응 시나리오를 제·개정하고, 매년 2회 이상 화학물질 누출 훈련을 실시함으로써 비상사태에 신속하게 대처할 수 있도록 내재화하고 있습니다. 또한 파트너사와의 협업을 통해 CIP 효과성 검증을 거쳐 CIP 약품을 비유해화학물질로 변경하는 등 유해화학물질 배출을 저감하기 위해 노력하고 있습니다.

비상사태 훈련 업무 분장표

최고책임자	비상상황에 대한 보고를 받아 필요 시 의사결정을 한다.
종합상황실	종합적인 상황을 수집하고 최고책임자에게 보고한다.
언론대응반	정보 및 방안에 대해 언론에 적절하게 대응한다.
상황전파반	상황을 주기적으로 파악하고 업데이트한다.
초기대응팀	방재반 : 누출 등 확산 방지, 조기진화, 맨홀차단 지원반 : 인원구조, 물품지원, 섭외, 비용관리, 폐기물관리 통제반 : 사고접수, 비상연락, 사고주변 통제

비상사태 훈련 활동





기타 환경 인증, 수상

녹색기업 인증

롯데칠성음료는 강릉, 군산, 경산 사업장에 대해 녹색경영 실천 의지를 인정받아 녹색기업으로 지정되었으며, 사전 예방적인 환경관리를 수행하고 지속적인 환경개선을 실천하고 있습니다.



환경성적표지 인증 취득





롯데칠성음료는 제품 환경성적표지 인증을 득하고 갱신 관리하고 있습니다. 환경성적표지는 제품이나 서비스의 원료 채취, 생산, 수송, 유통, 사용, 폐기 등 제품 주기 전 과정에서 발생하는 환경영향을 계량화하여 표시하는 인증으로, 탄소발자국은 온실가스 발생량을 이산화탄소 배출량으로 환산한 것입니다. 당사는 2020년 기준 칠성사이다 3종에 탄소발자국 인증을 보유하고 있으며, <칠성사이다> 1.5ℓ 제품은 1단계 인증에서 탄소 배출량을 436[Gco2/개]으로 받은 이후 356[Gco2/개]으로 18% 감소시켜 '2단계 저탄소제품' 인증을 받았습니다. 2021년에는 기존 제품의 인증 갱신 뿐 아니라, 신규 제품으로 인증을 확대하여 소비자에게 상품의 환경성 정보를 제공하는 동시에 탄소배출량 감축을 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.



종이팩 원지 FSC (국제산림협의회) 및 스트로우 친환경 인증

대부분의 종이팩 제품에 FSC(국제 산림관리 협의회) 인증 제품을 사용함으로써 산림 자원과 지구환경 보호에 기여하고 있습니다. 또한, 스트로우 협력업체와 공동 검토하여 스트로우에 '사탕수수' 바이오매스 30% 적용 후 친환경인증을 취득하였으며, 2020년 12월부터 종이팩 전 제품의 스트로우를 친환경 스트로우로 적용 하였습니다.

환경경영 수상

<p></p> <p>대한민국 환경대상 자원순환부문 대상</p> <p>대한민국 환경대상위원회</p> <p>2021년 7월 사업장: 전사</p>	<p></p> <p>환경보전 유공 환경부장관상</p> <p>환경부</p> <p>2020년 12월 사업장: 오폐</p>	<p></p> <p>무라벨 자원순환 최우수 환경부장관상</p> <p>환경부</p> <p>2020년 11월 사업장: 전사</p>	<p></p> <p>환경제도 적극 이행 환경부장관상</p> <p>환경부</p> <p>2020년 9월 사업장: 전사</p>
---	--	---	--



환경보호 활동

1사 1하천

당사는 1980년부터 지역사회와 협력하여 1사 1하천 가꾸기 활동을 꾸준히 실시하고 있습니다. 이를 통하여 해당 공장 및 사업장 주변의 대형 하천 정화에 이바지하고 있습니다.



처음처럼 숲조성 사업

2018년 처음 시작한 '처음처럼 숲 조성 사업'은 새로운 관점의 환경보호 프로그램으로서 롯데칠성음료의 대표적 친환경 사회공헌 프로그램으로 자리를 잡아가고 있습니다. 숲이 대기 환경을 개선하고 수질정화 등에 크게 기여하는 생명의 터전이자 자연의 일부라는 인식에서 출발한 이 사업은, 2018년 4월 대형 산불 피해 지역인 강원도 삼척 건의령에서 시민들과 함께 나무 심기 행사를 시작하여, 2만여㎡에 이르는 이 숲을 다시 처음으로 되돌리자는 의미에서 '처음처럼 숲 1호'로 명명하고 현판식을 가졌습니다.

현재까지 처음처럼 숲은 인천 수도권 매립지에 2호, 강원도 삼척시 도계읍 산불피해 지역에 3호가 조성되었습니다. 이는 연간 약 2억 2,500만ℓ의 빗물을 흡수할 수 있는 규모로, 약 84만 8,000kg의 이산화탄소를 흡수하고 416만kg의 산소를 생산하며, 208만 9,000kg의 미세먼지를 저감하는 생태학적 가치가 있다고 평가되고 있습니다.

2019년 4월 5일 식목일에는 서울 문정동 소리공원에서 '롯데칠성음료 별 내리는 숲' 조성행사를 통해 약 1,300㎡의 면적에 약 3,000여 그루의 나무를 식재하였습니다. 롯데칠성음료는 이처럼 환경보전을 위해 다양한 활동을 펼친 공로를 인정받아 2018년 6월 5일 환경의 날에 대통령 표창을 수상하기도 하였습니다.

■ 녹지조성 사업

구분	1차	2차	3차	4차
명칭	처음처럼숲1호	처음처럼숲2호	처음처럼숲3호	별내리는숲
조성년도	2018년	2018년	2019년	2019년
면적	20,000㎡	3,300㎡	20,000㎡	1,300㎡



고객만족을 위한 품질



건강한 복지



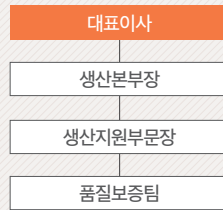
깨끗한 물과 위생



지속가능한 소비·생산



추진 조직



이슈의 중요성



건강에 대한 관심이 높아지면서 제품의 원재료 생산, 제조, 가공, 보존, 유통 등 각 단계에서 식품안전에 대한 관리가 필수요소로 자리잡았습니다. 롯데칠성음료는 설계·제조·판매 뿐만 아니라 CSR, 홍보 등 간접 부문까지 포함해 체계화함으로써 종합적으로 품질을 관리하여 고객만족을 달성하고자 합니다

접근방법



- 제품 전주기 위생관리체계를 구축
- 식품안전체계 구축
- 건강과 웰빙을 위한 음료 개발
- 온오프라인 고객소통체계 구축

주요성과



- 음료업계 최초 HACCP 도입
- 식품안전경영시스템(FSSC22000) 인증
- 무균 충전화 어셉틱 라인 적용
- 웰빙건강 트렌드 반영한 기능성음료 출시



고객만족을 위한 품질

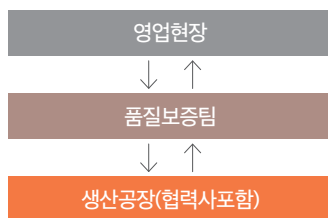
품질안전 센터 운영

롯데칠성음료는 안전성 확보 및 품질수준 향상을 위해 품질안전센터를 중심으로 시스템, 현장관리, 분석 등에 대한 업무를 맡아 고객만족을 위한 품질을 위해 노력하고 있습니다. 품질보증에서는 Claim개선, 제품 SPEC 관리, 신제품 품질 검토, 원부자재 품질관리 등을 담당하고 있으며, 품질혁신에서는 식품관련 법규 및 한도건본, 외주업체 품질관리, 해외 사업/수입제품 품질관리 및 통합시스템, 인증관리, audit, recall, 제안관리, 실험기기 투자를 담당하고 있습니다.

롯데칠성음료는 통합관리시스템을 통해 FSSC 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. 롯데칠성음료는 품질에 대해 철저히 관리하여 앞으로도 기업 활동 전 과정에서의 제품의 안전 영향에 대해 점검 및 개선하여 소비자에게 안전한 제품을 제공하도록 노력하겠습니다

찾아가는 영업현장 품질지원

롯데칠성음료는 2020년 8월 전국 18개CT (코로나19로 인한 축소, 19년 실적 하위 30% 선정, 19년도 58개 CT점검)를 방문하여 하절기 제품취급 및 보관요령 교육과 장기간 장마에 따른 제품 보관상태점검을 실시하였습니다. 점검결과 비래해충 등의 유입으로 인한 제품 품질유지관리가 필요하다는 지적사항이 발견되었습니다. 이에 롯데칠성음료는 유통제품 품질관리를 위한 전국 CT 방충제어 시스템을 구축하고, 소비자 불만 접수 CT (광주 등 8곳)를 우선 적용하여 효과 검증 후 전국 CT 확대를 추진 중에 있습니다.



식품안전 경영방침(Food Safety Management Policy)

롯데칠성음료주식회사는 음료를 통하여 생활의 즐거움과 정감을 제공함으로써 건강하고 쾌적한 생활창조에 공헌하기 위하여 맛있고 안전한 최고 품질의 제품과 서비스를 고객에게 드리고자 식품안전 경영방침을 아래와 같이 제정한다.

1. 국제규격의 경영시스템(FSSC 22000, HACCP)을 기반으로 식품안전 경영시스템을 구축한다.
2. 고객제일주의를 견지하고 고객만족을 최우선하는 제품 공급에 의해 수요를 창출한다.
3. 제품의 기획·개발·설계단계부터 생산·물류·판매·서비스에 이르기까지 안전성 확보를 위해 필요한 조치를 강구한다.
4. 제품의 안전 확보를 위해 필요한 사내·외의 법규 및 규정을 준수함은 물론, 언제나 더 높은 안전성을 목표로 한다.
5. 제품의 안전교육과 적절한 관리 및 오·음용 방지를 주지·계몽하고 고객의 의견을 경청한다.















본 방침은 정기적인 경영검토를 통해 당사 사업목적에 부합되는지 평가되며 대표이사에 의해 개정되고 홈페이지 등을 통해 사·내외에 홍보한다. 「안전」, 「맛」, 「서비스」 확보차원에서 식품안전시스템을 실행·유지하며 지속적인 개선 노력으로 고객으로부터 신뢰받는 기업문화를 구현한다.

동절기 제품 취급요령

롯데칠성음료는 탄산제품이 동결될 경우 내용물에 포함되어 있는 탄산가스가 빠져나가 탄산의 청량감이 사라지며 CAN, PET의 경우 부피팽창에 의한 라벨터짐, 뚜껑 돌출 등의 문제가 발생 할 수 있습니다. 이와 같은 문제를 방지하고자 동절기 온장고 보관 가능 제품만 온장고에 보관하여 적정온도(50~60도)에서 2주 이상 보관되지 않도록 제품포장박스에 표시하고 있습니다.



온장 판매 가능 제품

						
칸타타 스위트 아메리카노	칸타타 프리미엄 라떼	칸타타 Cold Brew 블랙	레쏘비 마일드 커피	레쏘비 모카라떼	칸타타 에스프레소 블랙	옥수수 수염차
						
레쏘비 카페타임 모닝	레쏘비 카페타임 라떼	레쏘비 카페타임 아메리카노	레쏘비 카페타임 연유커피	레쏘비 카페타임 솔트커피	립톤 밀크티	
						
칸타타 스위트 아메리카노	칸타타 프리미엄 라떼	칸타타 카라멜 마키아토	칸타타 콘트라베이스 Cold Brew Black	칸타타 Cold Brew 흑당라떼	칸타타 땅콩크림라떼	
						
고려홍삼	گل홍삼	따뜻한 허니레몬&배	허니 애플&시나몬	참두유 검은콩	참두유 스위트	



고품질 음료

음료업계 최초 HACCP 도입



HACCP 인증서

롯데칠성음료는 ISO 14001 인증 취득부터 시작하여 2000년부터 단계적으로 HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point, 식품위해요소 중점관리기준)을 구축하였습니다. HACCP은 식품의 원재료 생산에서부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 각 단계에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요소가 해당 식품에 혼입되거나 오염되는 것을 방지하기 위한 위생 관리 시스템을 의미합니다. 2000년 HACCP 도입 추진부터 시작하여 1단계로 오폐공장의 과채주스음료, 양산공장의 탄산음료, 대전공장의 차음료 등을 대상으로 HACCP을 구축하였으며, 그 후 각 공장별·품목별로 확산해 나갔습니다.

또한, 현장점검을 통한 위생 관리 실태 진단을 실시하고, 진단 결과에 따라 시설 및 설비 개선대책을 수립하여 공정 설비와 작업환경 개선을 위한 활동을 전개하였습니다. 이에 따라 롯데칠성음료는 제품의 생산, 저장, 유통 등 각 단계에 대해 조직적인 위생관리체계를 구축하고 있음을 인정받아 소비자들로부터 더 높은 신뢰를 받을 수 있게 되었습니다.

식품안전경영시스템 (FSSC 22000) 인증



FSSC 22000 인증서



충주2공장 FSSC22000 획득(19.08)

HACCP을 도입하여 식품안전의 수준을 크게 높인 롯데칠성음료는 식품안전경영시스템(FSSC 22000) 인증도 획득하여 최고 수준의 식품안전체계를 구축하였습니다. FSSC 22000은 글로벌 식품회사(Nestle, Kraft 등)를 중심으로 GFSI(국제식품안전협회)에서 제정한 글로벌 표준으로서 소비 시점에서 식품이 안전하다는 것을 보장하기 위해 식품의 원재료 생산, 제조, 가공, 보존,

유통 등 각 단계에서 식품 안전 위해 요소를 관리하는 식품안전경영시스템입니다.

롯데칠성음료는 인증 획득을 위해 경영책임, 자원관리, 안전한 제품의 기획 및 실현, 식품안전경영 시스템 검증 및 개선에 대한 사항 등을 적용 분야로 설정하고 그 이후에는 위해 요소에 대한 실행 및 준수 기준을 마련하고 이를 실천하기 위한 관리프로그램을 구축하였습니다. 인증을 취득하는 과정에서 롯데칠성음료는 생산, 관리 등 각 업무 분야의 업무 일관성을 유지하고, 책임 명확화 및 투명한 운영 체계를 확립하는 등 회사 전반의 경영시스템을 개선하는 성과를 거두었습니다.

무균 충전화 아셉틱 라인 적용 확대

롯데칠성음료는 더욱 안전하고 맛있는 음료를 고객에게 제공하기 위해 아셉틱 라인을 음료업체 최초로 도입하여 운영해 왔습니다. 오염 가능성의 원천 제거를 통해 품질 안전성을 강화시키고 열처리 공정 시 감소할 수 있는 고유의 향과 영양 성분의 손실을 최소화 한 가치 있는 제품을 고객에게 제공 할 수 있었습니다. 차류 및 커피제품을 시작으로 기능성음료 및 주스 탄산 제품까지 적용하여 운영하고 있으며 지속적으로 라인업을 확대 할 예정입니다.

어린이기호식품 품질인증

어린이 기호식품 품질인증제도는 안전하고 영양을 고루 갖춘 어린이 기호식품의 제조·가공·유통·판매를 권장하기 위해 식품의약품안전처장이 정한 기준에 적합한 품질인증을 해주는 제도입니다.



트로피카나 퓨어 오렌지, 포도, 사과



유기농 사과&당근, 레드비트 & 배&토마토
적포도 & 보라당근, 오렌지 & 망고&호박

유기가공인증

농림축산식품부장관 및 해양수산부장관이 유기가공식품의 산업 육성과 소비자 보호를 위하여 유기가공식품의 제조·가공에 필요한 인증기준을 준수하여 생산하는 제품에 대하여 인증 해주는 제도입니다.



유기농 100% 석류주스



유기농 사과&당근, 레드비트 & 배&토마토
적포도 & 보라당근, 오렌지 & 망고&호박

HALAL 인증

할랄 인증은 ‘허락된 것’을 뜻하는 아랍어로 무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람율법에 따라 도살·처리·가공된 식품에만 부여되는 인증으로 이슬람 국가에 제품을 수출하기 위해 반드시 취득해야 합니다.



칠성사이다



밀키스 6종



알로에베라주스, 알로에베라주스 슈가프리

음료류 품질인증기준

칠성사이다
(HACCP 취득)

+

식품첨가물
(합성보존료 사용불가)

+

영양
(영양성분 기준 충족)

음료류 품질인증기준

Hazard Analysis Critical Control Point

HACCP(식품안전관리인증기준)

식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통단계를 거쳐 최종소비자가 섭취하기 전까지 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 규명하고, 이를 체계적으로 중점 관리하여 사전 예방하는 식품안전시스템



SPECIAL PAGE

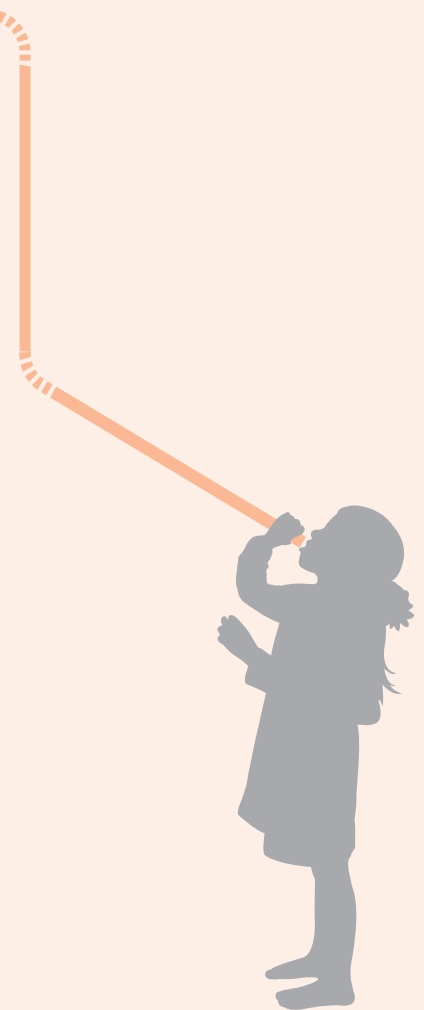
미래를 이끌어갈
건강 지향 음료 출시



롯데칠성음료는 건강과 저당 음료에 대한 소비자 니즈에 발맞춰 기능성 제품의 라인업을 확대하고 있습니다. 일찌감치 소비자의 제로 탄산음료에 대한 관심도 증대에 주목하여, 21년 1월 롯데칠성음료의 대표 브랜드 “칠성사이다”의 계열 확대 제품인 <칠성사이다 제로>를 출시하였습니다. “제로 칼로리”지만 기존 제품의 맛과 향은 그대로 유지하면서, 시장의 큰 호응을 얻고 있습니다. 또 비타민 드링크 <레몬비타1000>의 제형 리뉴얼과 함께, 피부 미용에 관심이 많은 20~30대 젊은 여성층을 타겟으로 <석류콜라겐 500>신제품을 개발하여 건강 음료에 대한 접근성을 높였습니다.

롯데칠성음료는 기존 숙취 해소 음료 시장 제품과 달리 탄산과 제주 원료라는 차별성을 앞세워 <깨수깡>을 발매하였습니다. 깨수깡은 입증된 “특허 원료” 사용과 “새로움”이라는 컨셉이 소비자들에게 전달되면서, 1년 만에 숙취 해소제 시장 점유율 4위라는 성과를 달성하였습니다. 이외에도 농약과 화학비료를 사용하지 않은 토양에서 재배한 유기농 과일과 야채 만을 담은 프리미엄 어린이 주스 <오가닉(O’rganic)>브랜드를 선보였습니다. 사과&당근, 레드비트&배&토마토에 이어 20년 적포도&보라당근의 라인업을 추가하면서, 발매 2년 만에 2,600만개 판매를 돌파하는 등 어린이들에게 많은 사랑을 받고 있습니다. 아울러 아이, 엄마 모두 안전한 無 카페인 루이보스를 함유한 <핑크퐁루이보스보리차>를 선보임으로써 건강 먹거리의 기호성을 확대했습니다.

롯데칠성음료는 인류의 미래를 책임질 건강 지향성 제품을 신성장 동력으로 삼고, 연구 역량 및 소재 개발 강화를 통해 향후 헬스케어 산업에도 진출할 계획입니다.



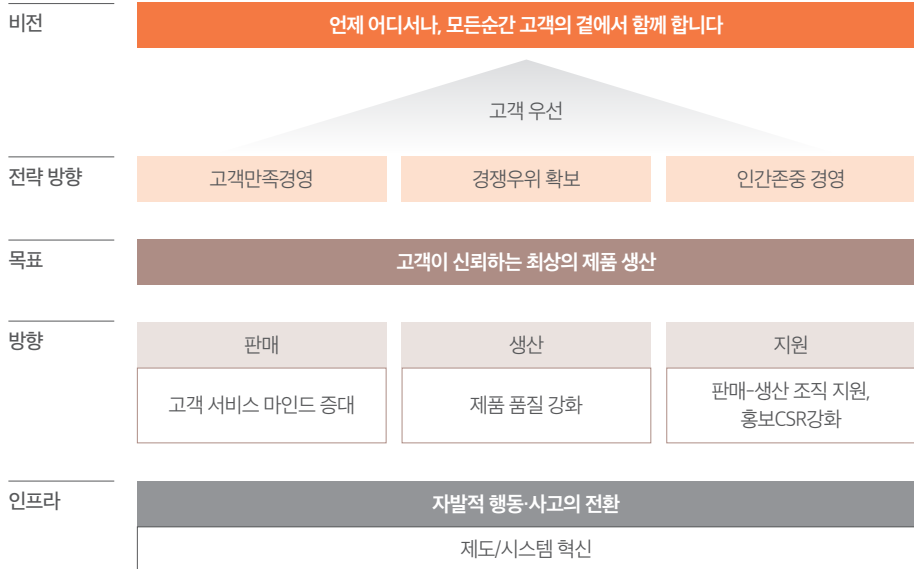


고객요구에 대응

고객만족경영 실천

롯데칠성음료는 업(業)의 특성상 매 순간 소비자와 직접 만나고 있습니다. 때문에 창업 초기부터 고객이 곧 경영의 기본이며, 고객이 만족해야 경영성과는 물론 기업의 영속적인 성장도 가능하다는 사실을 인식하고 있습니다. 소비자들의 주권의식이 높아진 것도 고객에 대한 인식을 새롭게 하는 동기가 되었습니다. 이에 롯데칠성음료는 일찍이 1994년부터 창립 44주년 기념식을 겸한 고객만족경영 선포식을 갖고 ‘고객만족경영(CSM, Customer Satisfaction Management)’을 정식으로 선언하였습니다. 롯데칠성음료는 고객만족도 조사를 실시해 고객만족 경영전략을 수립하고 있으며, 전 사원에 대한 집중적인 교육 및 세부적인 업무 프로세스 혁신활동을 추진하고 있습니다.

고객만족경영 추진 체계



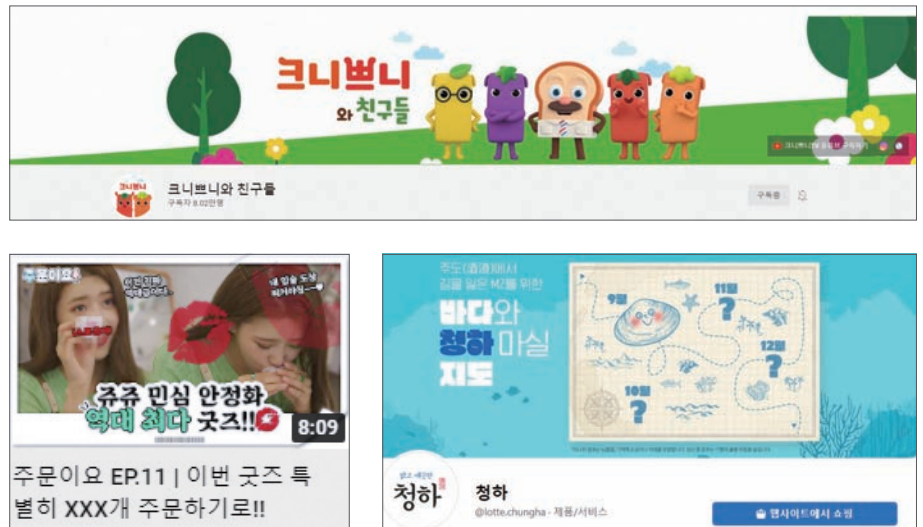
고객만족경영 활동, 조직문화로 내재화

롯데칠성음료는 ‘언제 어디서나, 모든순간 고객의 곁에서 함께 합니다.’라는 비전에서 출발하여, “전략·조직·사고행동의 혁신을 추진하면서 제품·서비스와 업무 프로세스의 향상을 통한 고객만족을 실현함으로써 지속적인 경쟁우위를 확보한다.”는 전략방향을 실천하였습니다. 본 비전과 전략 방향에 따라 3단계로 나눠 고객만족경영을 추진하여, 1단계는 외부 고객 만족도 조사, 임직원 만족도 조사, 업무 프로세스 개선점 파악, CSM 교육 프로그램 및 체계 개발 등을 추진하였습니다. 2단계는 실질적인 혁신활동 단계로서, CSM체계 및 전략 수립, 업무 프로세스 재설계, 벤치마킹 등을 실시하였고, 3단계는 사후관리 단계로, 정기적인 CS행사 개최, 사내외 홍보활동, 부문별·계층별 개선활동 등을 실시하였습니다.

디지털 고객소통
추진체제 구축

효과적인 고객소통을 전개하기 위해 롯데칠성은 다양한 종류의 온라인 채널을 구축하였습니다. 특히 SNS채널과 유튜브에 주목하여, 모든 브랜드를 소비자 관점에서 통합 운영하는 새로운 디지털 마케팅 창구를 구축하였습니다. 음료 부문은 공식 인스타그램 (Instagram)과 유튜브(Youtube)를 통해 SNS를 통한 커뮤니케이션을 진행하고 있으며, 브랜드의 새로운 소식을 전하는 창구 역할을 하고 있습니다. 유튜브 ‘크니쁘니와 친구들’은 어린이 음료 ‘오가닉 어린이 주스’를 형상화한 캐릭터를 주인공으로 영아 타겟의 애니메이션을 연재하고 있으며, 계정 운영을 시작한지 3개월 만에 구독자 7만 명을 기록하기도 했습니다.

주류 부문 역시 브랜드의 특성을 살린 브랜드 페이지를 개설하고 본격적인 온라인 고객소통을 진행하고 있습니다. <처음처럼>, <청하>, <클라우드>, <미림> 등 브랜드별 독립적인 SNS 채널을 운영하며, 롯데칠성주류 공식 유튜브 채널 외 <렛주기릿>이라는 이름 하에 MZ세대 맞춤형 주류 전문 콘텐츠 유튜브 채널을 운영 중입니다. 주류에 대한 웹 예능, 웹 드라마 등 최신 트렌드를 빠르게 반영하여 타깃 소비자와 꾸준히 소통하고 있으며, 소비자가 요청한 브랜드 굿즈 제작이라는 새로운 방식의 콘텐츠를 업계 최초로 진행하였습니다. 그 외에도 페르소나를 활용한 <처음처럼>, <청하>의 경우 B급 감성과 2030세대 공감형 컨셉을 꾸준히 유지하여 수많은 카피 콘텐츠를 만들어내기도 하였습니다.



제품 및 위생의 안전,
소비자의 보건 및 건강을 위한
정보제공

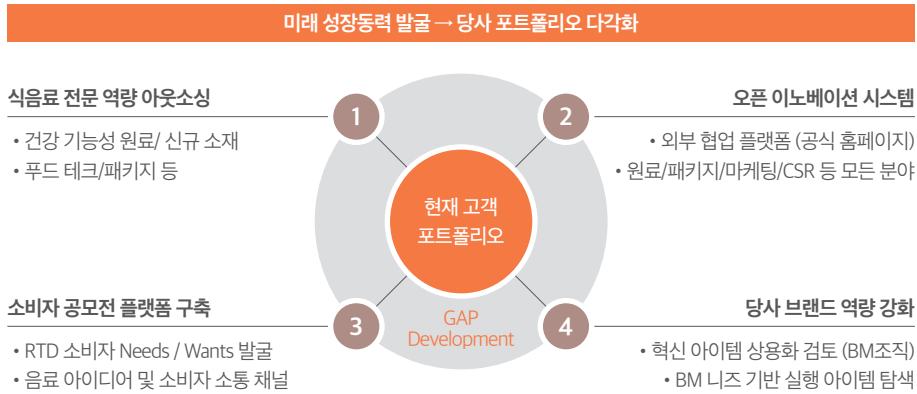
롯데칠성음료는 고객 여러분이 신뢰할 수 있는 정보를 제공하기 위하여 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 정보제공에 대한 법규 준수 뿐만 아니라 자체적인 엄격한 원재료 정보제공 지침을 통해 신선한 원재료에 대한 정보를 고객에게 제공하고 있습니다. 그리고 원재료뿐만 아니라 내부 위생상태, 소방시설 등의 현황 정보를 관리하고 있습니다. 향후에는 보다 강화된 글로벌 기준을 적용하여 건강한 식품과 소비자가 원하는 제품정보를 제공하고자 합니다.

OPEN INNOVATION

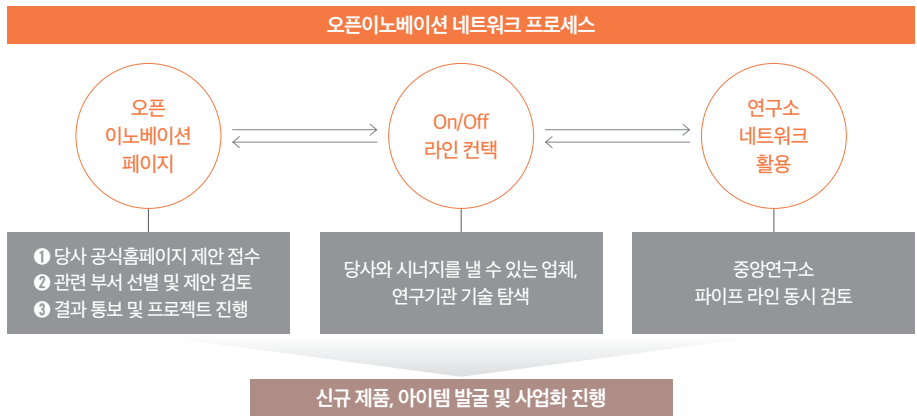
오픈 이노베이션

오픈 이노베이션(OPEN INNOVATION)이란 기업이 필요로 하는 기술이나 아이디어를 외부에서 조달하거나, 내부자원을 외부와 공유하면서 새로운 제품이나 서비스를 만들어내는 것입니다. 롯데칠성음료는 홈페이지에 외부협업 플랫폼을 제작하여 원료, 패키지, 마케팅, CSR 등 모든 분야에 대해 협업가능한 다양한 아이디어를 발굴하고 지원하고 있습니다. 그결과 2020년에는 제안건수가 173건으로 2018년도 55건에 비해 3배 이상 급등하였습니다. 오픈 이노베이션을 통한 주요사례로는 숙취해소 원료 파트너사 발굴 통한 숙취해소음료 "깨수강" 개발, 칠성 커스터마이즈 분리수거함 설치 및 소비자 참여형 프로모션 진행, 구강건강 식품 전문 스타트업 주식회사 바른 과의 협업을 통한 건강기능식품 발매, 소비자가 직접 제품을 기획하는 프로슈머 마케팅을 추진하는 "음료학교"가 있습니다.

추진목적



네트워크 프로세스



주요성과



제1회 모두의 음료, 신제품 아이디어
제품
2018년 11월



SPECIAL PAGE

지속가능한 제품정보 제공



점자 표기 확대를 통한 장애인의 소비자 권리 제고

- '08년 캔 음료 제품 '음료' 삽입
- '14년 캔 맥주 제품 '맥주' 삽입
- '17년 캔 탄산 제품 '탄산' 삽입
- '21년 음료 페트 제품 브랜드명 삽입
: '칠성사이다', '펄시콜라', '이프로', '게토레이'
- 소주 페트 제품 유형 및 제품명 삽입
: '소주, 처음처럼'



점자제품 표기 사진

제품표시규정 준수 강화

- '18년 100% 표시 제품의 첨가물 100% 표시 근처에
같은 크기로 표시
알러겐 '자' 표시 대상 확대
- '19년 장평·자간 및 원산지 진한글씨 기준 적용
- 전 제품 적용 완료
- '20년 기능성표시제 신설
- 21년 內 기표식 신제품 발매 예정
- '21년 액상차 영양정보 의무 표시
- 21년 內 적용 완료 예정



구분	식품전반	식품표시광고	기타 표시법	건강기능식품
법규	식품위생법	식품표시광고법	원산지표시법 자원재활용법 친환경농어업법 어린이식생활법	건강기능식품법
주요내용	식품 공전 규격 및 식품 전판 규제	세부 표시 규정 및 표시 광고 실증	원산지, 용기포장재질, 친환경·유기농 식품, 어린이보호식품 관련 규제	건강기능식품 전반 규제

직원가치를 위한 지원



양질의 교육



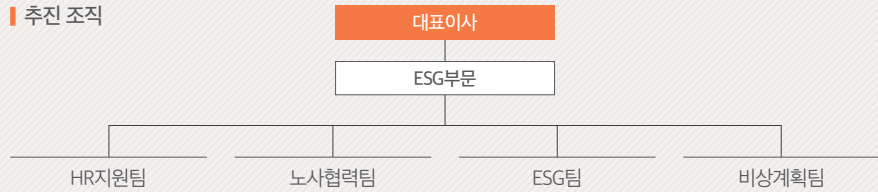
성평등



좋은 일자리와 경제 성장



추진 조직



이슈의 중요성



빠르게 변화하는 환경에 적응하기 위해 우수한 인재 채용과 양성의 중요성이 부각되고 있습니다. 특히 많은 기업들이 국내 및 해외 사업의 지속적인 성장을 위해 인력의 양적·질적 성장을 추진하고 있습니다. 이에 따라, 롯데칠성음료에서는 스펙타클 채용 도입 등을 통해 공정하고 투명한 평가로 인재를 채용하고 교육지원·순환보직·워라벨 확산 등을 통해 일하기 좋은 기업이 되기 위해 노력하고 있습니다.

접근방법



- 다양성을 반영하는 채용 프로세스
- 창의성을 발휘할 수 있는 수평적 조직
- 신뢰와 상생의 노사관계 정립
- 디지털 혁신을 통한 워라벨 실현

주요성과



- 인재상을 반영한 취약계층 채용
- 신(新)그레이드제 적용
- '특까놓는 사이' 커뮤니케이션 추진
- 인공지능 어드바이저 '샬롯' 구축

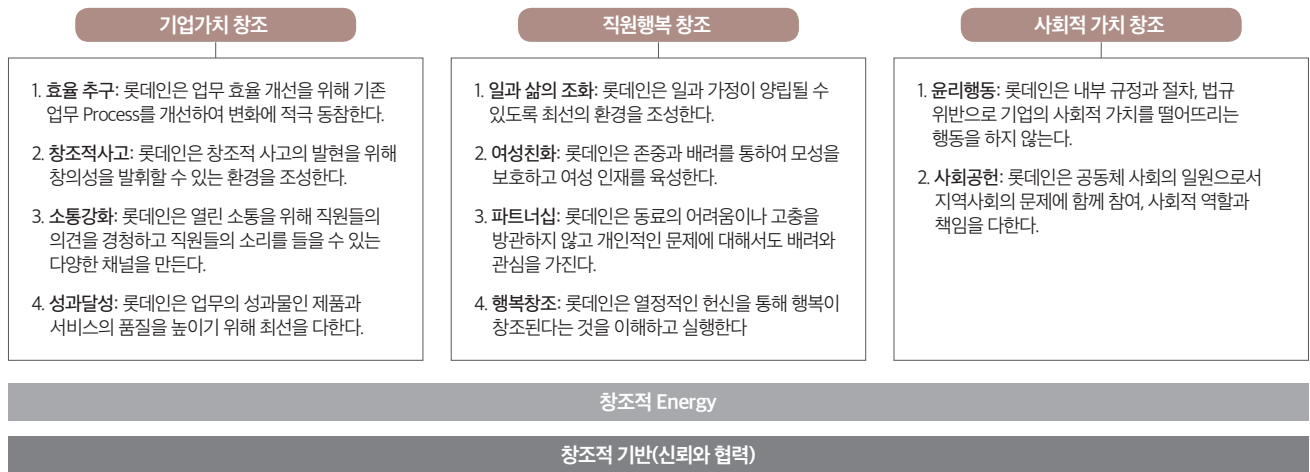


직원가치를 위한 지원

신뢰와 상생의 모범적 노사문화 조성

롯데칠성음료는 ‘창조적 노사문화’라는 비전의 실현을 위하여 노사헌장과 실천서약을 포함하는 ‘롯데의 창조적 노사문화 체계’를 수립하였으며, 노사가 신뢰와 협력을 기반으로 기업의 성장과 직원의 행복, 나아가 사회적 기여를 목표로 노사공동 프로그램을 지속적으로 실천하고 있습니다. 향후에도 노사 공동의 창조적 활동을 통해 지속적인 성장을 달성하고, 그로 인해 직원 행복이 창조되는 선순환 구조를 달성하여 임직원과 사회의 행복을 위한 노사문화를 정착시키겠습니다.

‘신뢰와 협력을 기반으로 한’ 창조적 노사문화



일과 삶의 균형

롯데칠성음료는 기업문화위원회 TFT 설치를 기점으로 새 조직문화를 조성하기 위한 전사적 활동을 추진하였습니다. 기업문화위원회는 ‘사랑받는 롯데, 사회와의 신뢰 회복’을 목표로 롯데의 기업문화를 발전시키고 직원 복지향상을 도모하기 위한 기구로서, 정기적인 간담회와 기업문화를 새롭게 재정립하기 위한 아이디어와 실천 방안을 도출하는 활동을 벌이고 있습니다. 이를 통해 주택 보조금 현실화, 직원 종합검진 확대, 여성 휴게공간 개선, 남성 육아 휴직 활성화 등 직원들의 복지 향상을 도모하고, 관리자 UP Day 도입, PC Off 제도 확대 등 근무환경 개선과 직원 사기진작에 도움이 되는 개선활동을 다양하게 전개하였습니다.

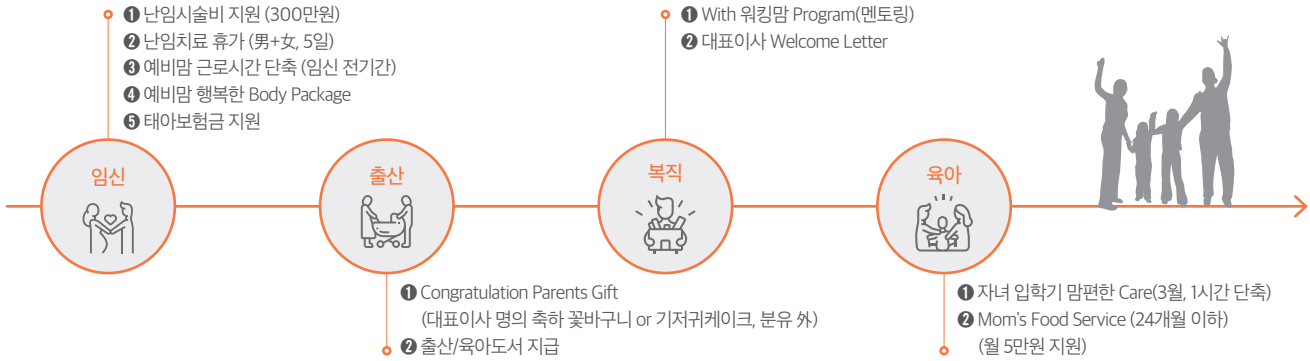
임신·출산·육아로 인한 여성인재의 경력단절을 예방하고자 모성보호성 휴직 제도를 도입하는 등 직원들의 생애주기에 맞춰 다양한 지원 제도를 구비하였고, 동시에 남성 직원들도 육아휴직제도를 활용할 수 있도록 하여 2017년 남성 직원들의 육아휴직제도가 도입된 이후 2020년 까지 매년 200명 이상의 대상자들이 이 제도를 활용하였습니다.

남성 육아 휴직

“ 다시 돌아오지 않을 소중한 순간 ”

목적	일 & 가정 양립 지원		
대상	2017.01.01 이후 자녀 출산자(남성)		
기간	구분	외벌이	맞벌이
	시점	자녀 출산 1년 內	자녀 출산 2년 內
	기간	최소 1개월 이상 사용	
급여지원	첫 달 통상임금 100% 보전		

일과 삶의 균형을 위한 가족 친화 제도 확대



노사 성장의 가치 프로그램

구분	대의원대회	대의원 교육	영업,생산 노무 워크샵	교섭위원 워크샵
일시	年 1회	年 1회 / 2박 3일	年 2회 / 1박 2일	年 2회
대상자	대표이사 외 노사 간부	노조간부 및 대의원, 사측 임원	현장관리자	노사 교섭위원
20년 이후	-	코로나로 인한 중단(중식 시 재개)		

임직원 커뮤니케이션

롯데칠성음료는 건강한 조직 문화를 내재화하기 위한 활동도 활발하게 진행하고 있습니다. 주니어 보드를 통하여 CEO가 핫라인으로 회사의 비전 및 변화의 방향에 대해 임직원들과 공유하고 정기적으로 열린 소통을 실시하고 있으며, 사내 익명 소통게시판 '특 끼놓는 사이'를 통하여 부서 간의 소통의 장벽을 없애고 자유롭게 발전적인 의견을 교류하는 문화를 조성하였습니다. 또한 가족 초청 프로그램, 롯데 가족 한마음 대회 등을 통해 전 직원이 하나되는 교류의 장을 마련하고, 롯데 가족으로서의 자긍심을 키워나갈 수 있도록 하였습니다.



주니어보드



특 끼놓는사이 : 본사와 현장 간의 소통의 장

가족과 함께 한마음 칠성

<p>서울연합 축구대회</p> <p>노사가 체육활동을 통해 화합과 상생의 일체감 조성</p> <p>일정 매년 4월</p>	<p>노사화합 한마음 단합대회</p> <p>전사 임직원과 가족의 화합과 단결 도모의 행사</p> <p>일정 매년 10월</p>	<p>노사협력 우수사원 해외연수</p> <p>창조적 노사문화에 기여한 노사협력우수사원 대상 해외연수 기회 부여</p> <p>일정 매년 10~11월</p>	<p>롯데가족 한마음 대축제</p> <p>노사 전 가족이 함께 어울리고 즐기는 모두의 축제</p> <p>일정 매년 11월</p>
---	--	---	---

슬기로운 직장생활



all day 자율복장



영업현장 스마트 오피스

롯데칠성음료는 웹툰을 통한 직원 흥미유도 및 올바른 기업문화 정착을 위해 ‘슬기로운 직장 생활’이란 웹툰을 만들어서 공개하고 있습니다. 상호 존중 문화 만들기, 우리가 꿈꾸는 미래, 우리가 지켜야 할 것들 등의 다양한 주제를 바탕으로 on line, off line 에서 공개하고 있습니다. 또한 출장여비 개정 및 회계전결 개정을 통해 업무 효율화 향상을 위해 노력하고 있습니다.

2018년 2월부터는 전 임직원 대상으로 유연한 근무, 자율성, 창의성 극대화를 위해 all day 자율복장 문화를 정착시키고 있습니다.

일하는 방식 효율화를 통한 생산성 향상을 위해 보고 및 결재 시 결재판 사용을 폐지하고, one page report 활용, 반복적 업무 전자결재 활용을 통해 업무 향상을 위해 노력하고 있습니다. 또한 시 외곽지역의 물류와 사무실을 분리 운영하여 영업현장 활동력 증대, 영업과 배송 활동 이원화 운영(사무실/창고)을 통한 효율적 조직관리 시행, 사무 환경 개선을 통한 직무 만족도 향상을 위해 노력하고 있습니다.



인권경영 실행 및 정착

롯데칠성음료는 “롯데칠성음료 인권경영 헌장”을 수립하여 인권보호와 증진을 위해 사회적 책임과 역할을 다하는 동시에, 롯데칠성음료의 사업 및 밸류체인 전체에서 발생할 수 있는 인권침해를 사전에 예방함으로써 지속가능한 기업으로 성장해 나가고자 합니다. 또한, 롯데칠성음료는 종합음료 기업으로서 ‘UN 세계 인권선언’, ‘ILO 협약’, ‘OECD 다국적기업 가이드라인’, ‘UN 기업과 인권 이행원칙’ 등 인권 및 노동과 관련한 글로벌 기준을 공식적으로 지지하고 있으며, UNGC의 인권, 노동, 환경, 반부패의 4대 분야 10대 원칙을 경영전반에 걸쳐 적극적으로 실천하고 있습니다. 롯데칠성음료가 존중하는 인권은 국제적으로 인정된 인권을 의미합니다. 국제적으로 인정된 인권에는 세계인권선언과 「시민적 및 정치적 권리에 관한 국제규약(자유권 규약)」, 「경제적·사회적 및 문화적 권리에 관한 국제규약(사회적 규약)」, 국제노동기구의 핵심협약(결사의 자유, 강제노동금지, 아동노동금지, 차별금지에 관한 8개의 핵심협약)이 있습니다.

롯데칠성음료 인권경영 헌장

롯데칠성음료 인권경영 헌장

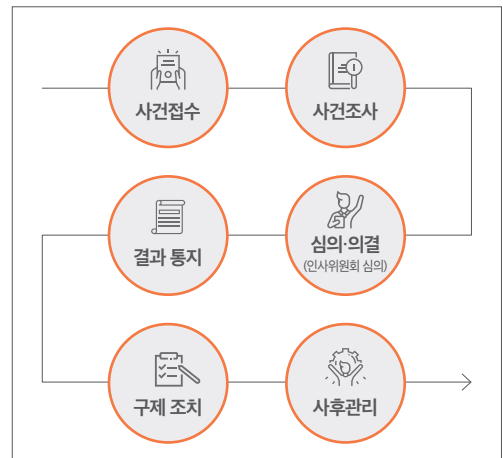
우리는 건강하고 존경받는 회사로 도약하기 위해 세계인권선언 등 주요 국제인권규범을 존중하고 실천함으로써 회사의 임직원 및 모든 이해관계자들의 인권을 보호하고자 한다. 이를 위해 롯데칠성음료는 모든 임직원이 지켜야 할 행동과 가치판단의 원칙으로서 다음과 같이 “인권경영헌장”을 선포하고 인권경영의 정착과 확산을 위해 노력한다.

- 하나 우리는 UN 세계인권선언을 비롯하여 인권에 대한 국내·외 기준과 규범을 지지하고 준수한다.
- 하나 우리는 임직원을 포함한 모든 이해관계자에 대하여 인종, 종교, 장애, 성별, 출생지, 정치적 견해 등을 이유로 차별하지 않는다.
- 하나 우리는 직원의 인권보호와 증진을 위해 결사 및 단체교섭의 자유를 보장한다.
- 하나 우리는 어떠한 형태의 강제노동과 아동노동을 허용하지 않는다.
- 하나 우리는 안전하고 위생적인 작업환경을 조성하여 산업안전 및 건강권을 보장한다.
- 하나 우리는 협력사와의 상생발전을 위해 노력하며, 인권경영을 실천하도록 지원하고 협력한다.
- 하나 우리는 사업활동 영위 지역에서 현지 주민의 인권을 존중하고 보호한다.
- 하나 우리는 국내외 환경 관련 법규를 준수하고, 환경보호와 환경재해 예방을 위해 노력한다.
- 하나 우리는 사업활동에 있어서 국민의 안전에 위해가 되지 않도록 노력하고, 업무상 수집한 개인정보를 보호하며 정보 접근권을 보장한다.
- 하나 우리는 사업활동에서 발생하는 인권침해에 대해 신속하고 적절한 구제조치를 제공한다.

우리는 임직원을 비롯한 모든 이해관계자의 인권을 보호하기 위해 노력하며, 인권경영의 정착과 확산을 위해 최선을 다할 것을 다짐한다.

롯데칠성음료 임직원 일동

인권침해 구제 절차



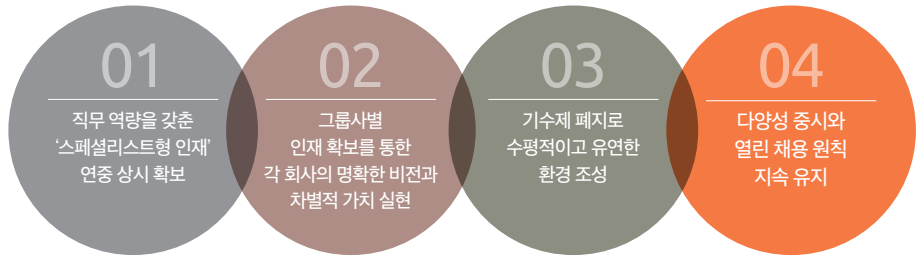


열린 인재 채용

공정한 기회를 제공하는 채용 프로세스

롯데칠성음료는 직원 채용에 있어 공정한 프로세스를 통해 모집부문에 적합한 역량 및 적성을 보유한 지원자를 선발하고 있습니다. 선발된 인원은 다양한 교육과 현장 체험을 통해 당사에 적합한 인재로 거듭날 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한, 기업시민의 일원으로서 우리 사회의 취약계층을 위한 다양한 채용을 진행하고 있습니다. 또한 스페셜리스트형 적격 인재를 채용하기 위해 2021년 3월부터 연 2회 그룹 차원에서 진행되어 온 정기 공채를 폐지하고, 필요한 시기별로 수시 채용을 진행하고 있습니다.

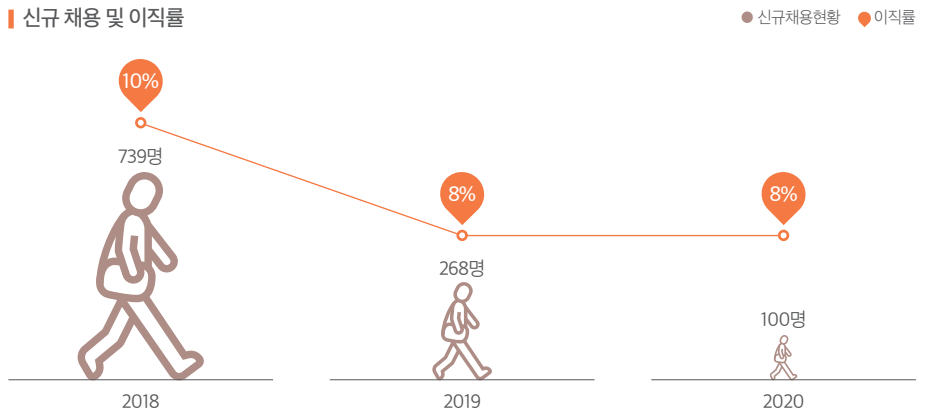
상시 채용 전면 도입을 통한 정책 개편



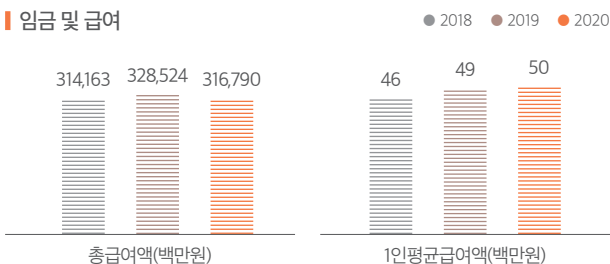
직무역량 중심 수시채용 전환

롯데칠성음료는 급변하는 시장 환경에 대응하고, 현업에 필요한 인재를 적시에 확보하기 위해 수시채용을 통해 지원자를 선발하고 있습니다. 또한 다양한 선발 방식과 Tool을 활용해 개별 직무의 요구 역량에 가장 적합한 인재를 채용하고 있습니다.

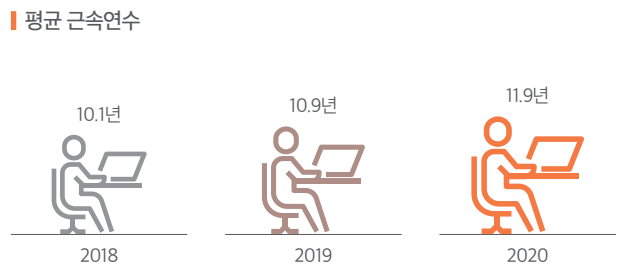
신규 채용 및 이직률



임금 및 급여



평균 근속연수



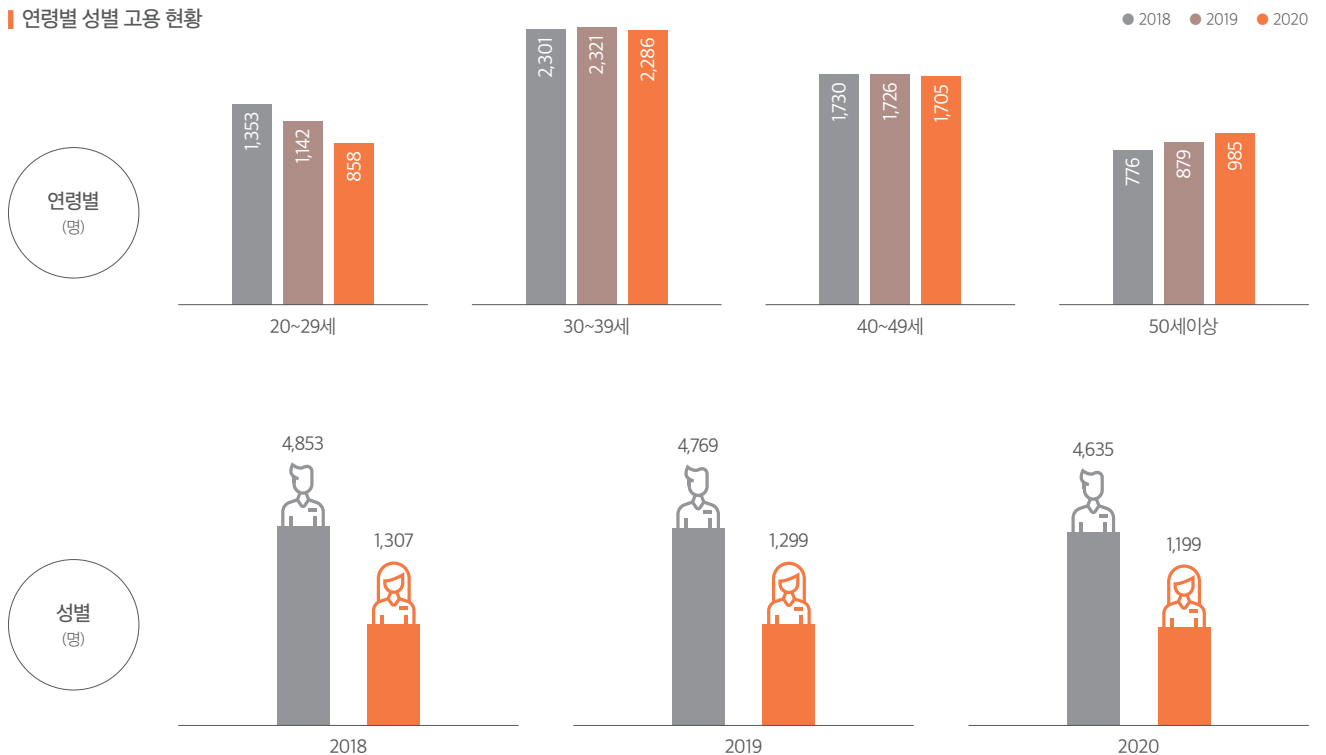
롯데칠성음료 인재상

롯데칠성음료는 사람이 세상을 바꾸는 가장 큰 경쟁력임을 믿어 의심치 않습니다. '고객에게 LifeTime Value를 제공할 수 있는 신뢰의 롯데 칠성인'이라는 비전을 달성하기 위해 6대 핵심가치, 즉 '도전', '열정', '존중과 배려', '협업/협력', 'Communication', '창의와 혁신적 결과'에 부합하는 인재를 적극적으로 채용하고 있습니다.

고객에게 Life Time Value를 제공할 수 있는 신뢰의 롯데 칠성인



연령별 성별 고용 현황





우수한 인재 육성

인재 양성 프로그램

롯데칠성음료는 직급체계와 조직구조의 개편을 단행한 데 이어 인적자원의 대외 경쟁력을 높인다는 취지에서 인재 양성을 위한 제도도 다양하게 운영하고 있습니다. 각 계층별 수행능력 향상 및 변화관리를 통한 기본역량을 강화해 주는 '계층교육', 직무 수행의 기본 지식을 습득하고 성과 향상을 지원하는 '직무교육', 전략적 사고능력 배양 및 개인경쟁력을 극대화 시키는 '핵심인재교육' 등의 프로그램을 운영하며 인재양성에 힘을 쏟고 있습니다. 특히, 최근에는 4차 산업혁명 시대에 대응하기 위해 데이터 분석 인재를 집중 육성하는 프로그램을 운영하고 있습니다. 사내강사를 활용한 자체 Study 과정에서부터 전문대학원 교육과정에 이르기까지 단계별로 지원하며, 지속적으로 DT분야 인재를 육성해 나가고 있습니다.

그 밖에도 2~6명의 구성원이 자발적으로 학습의 주제와 방식을 결정하고 자유롭게 연구하는 '학습공동체' 프로그램과, 역량 있는 젊은 직원들의 감각을 활용하여 미래 신사업의 불씨를 지피기 위해 운영되는 청년 이사회 조직인 '주니어보드(Junior Board)' 가 운영되고 있습니다.

인재 양성 프로그램



비대면 교육체계 구축

롯데칠성음료는 팬데믹 상황 속에서도 지속적이고, 효과적인 교육을 실시할 수 있도록 비대면 교육체계로의 신속한 전환을 실시하였습니다. 이를 통해 현업에서 자발적으로 참여하여, 양방향으로 소통하는 온라인 교육이 활성화되고 있습니다.



사내벤처제 운영

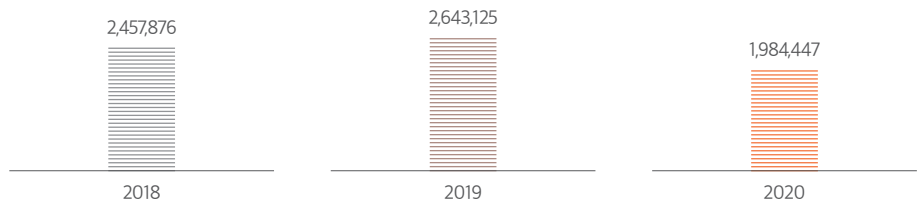
롯데칠성음료는 2018년에 내부 임직원의 혁신적 아이디어를 모아 신사업 기회를 만들고 능동적이고 도전적인 기업문화를 확산시킨다는 취지에서 '사내벤처(Corporate Venture)' 제도를 도입하였습니다. 연 1회 경진대회 성격의 '사내벤처 스타트 데이'를 열어 임직원이 제안한 아이디어를 심사하고, 선정된 아이디어에 대해서는 효과적으로 사업을 진행할 수 있도록 급여, 운영자금, 사업 초기 투자금 등을 지원하고 있습니다.



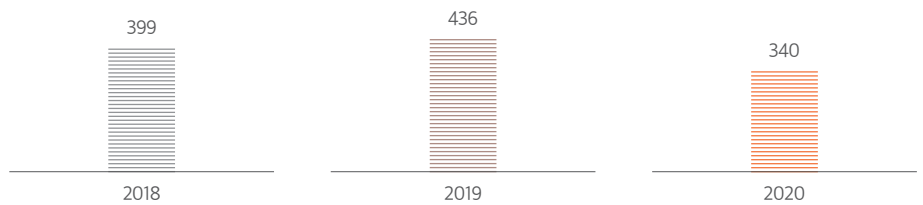
사내벤처 제도

임직원 교육 현황

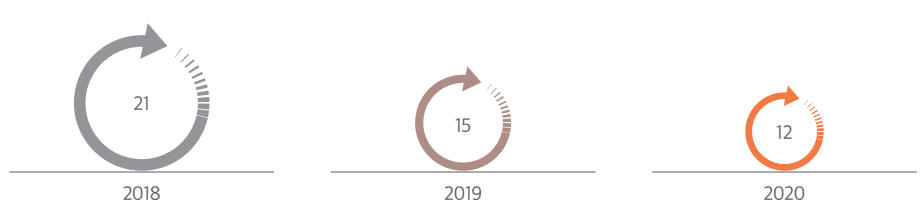
총교육비(천원)



인당교육비(천원)



인당교육시간(시간)



디지털 전환을 통한
업무 프로세스 혁신 추진

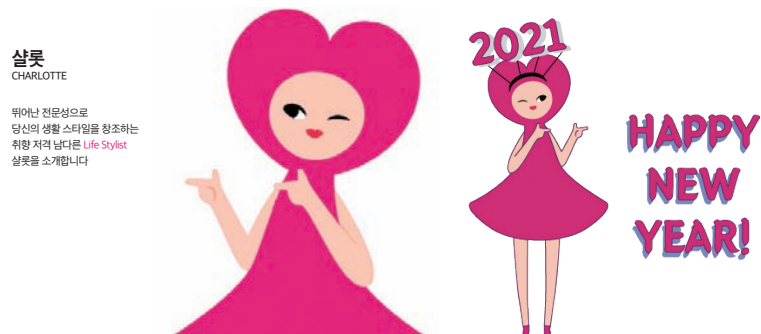
롯데칠성음료는 4차 산업혁명 시대를 맞이하여 2018년부터 본격적으로 디지털 전환에 착수하였습니다. 이를 위해 우선적으로 생산, 공급망 관리(SCM), 영업부문의 업무 프로세스를 혁신하는 데 중점을 두고 디지털 전환을 추진하였습니다. 2020년 1월 'DT추진팀'을 발족하여 1단계로 디지털 시스템을 구축하여 정보가 유기적으로 흐르는 정보 통합 체계를 구축하고, 2단계로는 생산성 혁신, SCM 시스템화, 스마트 세일즈 등을 실현하여 디지털 리더로 도약한다는 단계적 추진방안도 마련하였습니다.

이에 따라 생산부문은 원거리에 있는 생산설비들의 운영 관련 데이터를 중앙 서버로 전송하고 전송된 데이터를 통해 설비 운영 현황 및 생산 흐름을 한눈에 볼 수 있도록 모니터링 하는 시스템을 구축하여 안성공장에서 운영하고 있습니다. SCM 및 생산부문에서는 수요예측, 재고운영, 생산계획에 이르는 업무 프로세스를 자동화·중앙화한 S&OP 전산 시스템을 도입하였습니다. 이를 통해 수요예측에 기반을 둔 수요 계획을 작성하고, 시스템 기반으로 통합적인 재고관리가 가능해졌습니다. 영업부문에서는 기존 영업사원들에 대한 모바일 업무지원 시스템인 'SFA'를 2.0으로 업그레이드하여 영업, 배송, 물류, 신유통, 파트너사 등 사용자 업무별로 최적화된 맞춤형 애플리케이션을 제공하게 되었습니다.



인공지능 영업 어드바이저
샬롯 구축

롯데칠성음료는 SFA 시스템에 인공지능(AI) 영업 어드바이저인 '샬롯'을 구축하여 판매 실적, 판촉 현황, 날씨 등 영업 관련 빅데이터 분석을 통해 영업 활동 가이드 메시지를 전송하는 솔루션을 운영하고 있습니다. 단순 실적 현황 뿐만 아니라 제품 추천, 거래처별 미수 알림 등 빅데이터로 분석된 메시지를 매일 제공함으로써 현장의 영업사원들이 실시간으로 영업활동에 대한 코치를 받을 수 있도록 하였습니다. 향후에도 빅데이터를 기반으로 소비자 니즈를 분석하고 이를 반영한 마케팅을 전개하여 고객 가치를 제고해나가고자 하며, 그 효과를 면밀히 분석하여 회사 전반의 디지털 전환도 적극적으로 추진하고자 합니다.





안전관리

안전보건경영시스템

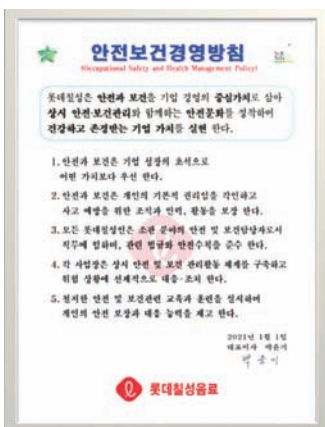
롯데칠성음료는 법에서 규정한 산업안전보건 요구사항보다 더 엄격한 안전보건 방침을 자체적으로 수립, 운영하고 있습니다. 이를 바탕으로 안전 최우선 경영방침과 안전 정책을 PDCA(Plan-Do-Check-Action) 사이클에 기반하여 체계적으로 수행하는 한편, 공정안전관리(PSM, Process Safety Management)와 연계한 안전보건경영시스템을 구축하여 지속적으로 개선하고 있습니다. 당사의 안전보건경영시스템은 향후 본사 및 각 사업장 뿐만 아니라 협력사의 예방대책, 안전활동, 재해감소 및 사고관리 등에도 확대를 추진하고 있습니다.

안전보건 환경방침

롯데칠성음료는 안전과 보건을 기업경영의 중심가치로 삼아 안전문화를 정착시키고 건강하고 존경받는 기업가치를 실현하기 위해 지속적인 개선을 추구하고 있습니다. 사업장의 경우, 안전사고의 발생이 많은 이들에게 직접적으로 영향을 미치는 만큼 보다 예방 중심의 능동적이고 선제적인 안전보건관리를 위해 노력하고 있습니다. 또한 안전보건 정책 및 원칙을 수립하여 안전보건 중요성에 대한 직원들의 인식을 제고하고 실행력을 높이고 있습니다. 당사의 안전보건 방침, 정책 및 원칙은 홈페이지 내 안전보건에서 자세히 확인할 수 있습니다.

안전보건 거버넌스

롯데칠성음료는 안전보건 문화 정착을 위해 예방대책, 안전활동, 재해감소 및 사고관리를 실행과제로 선정하여 노력하고 있습니다. 각 사업장별로 산업안전보건위원회를 운영하고 있으며, 위원회는 분기 1회 노사 간의 의사소통 자리를 마련하여 산업안전보건법에 따라 안전보건 중요사항에 대해 의사결정을 하고 있습니다. 또한 재난(사고)발생 시 안전하고 신속한 사고 수습과 피해 최소화를 위해 재난(사고)대책본부(반)를 각 사업장별로 운영하고 있습니다.



구분	권한과 책임
대표이사	<ul style="list-style-type: none"> 전사 재난 및 안전관리에 관한 지휘/감독 안전보건관리에 관한 지침 수립 및 관리, 감독 재난상황 발생 시 재난대책본부 설치/운영
안전보건관리 책임자	<ul style="list-style-type: none"> 관할구역 내의 안전보건 관리를 지휘/통제 사업장 자율 재난예방활동을 수립/시행 자체 안전보건에 관한 계획 수립/시행 → 이행여부 관리/감독(교육훈련 포함) 재난상황 발생 시 재난대책반 설치/운영 사고 및 재난피해에 대한 조사 실시, 조치계획 수립/시행
관리감독자	<ul style="list-style-type: none"> 구역 내의 시설과 직원에 대한 안전 책임 관련자에 대한 지도, 교육과 필요한 조치 시행 관할하는 구역 또는 작업과 관련된 기계·기구 또는 설비의 안전/보건 점검 각 근로자에 대한 특정 관리구역 할당, 관리사항 점검/감독
산업(보건)안전 관리자	<ul style="list-style-type: none"> 안전(보건)에 관한 기술적 사항에 대해 안전보건관리책임자 보좌 산업안전보건위원회에서 심의 의결한 직무와 당해 사업장의 안전보건규정에서 정한 직무 수행 관할 구역에 대한 일일 또는 정기 순찰활동 실시 → 사고예방 조치
현장안전관리 담당자	<ul style="list-style-type: none"> 관리감독자에 의해 할당된 특정 관리구역에 대한 안전관리/통제 불안전 요소 발견 시 즉각 작업중지 및 개선 지시

안전 및 보건관리 목표

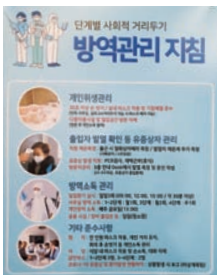
기업성장의 초석이 되는 안전관리	
예방대책	재난안전계획
안전활동	
현장위주 책임제 안전관리	
재해감소 사고관리	
재발방지를 위한 사고관리	

구분	권한과 책임
노무를 제공하는 자	<ul style="list-style-type: none"> 모든 업무활동에 있어 안전규칙 준수 위험요소 발견 시 경고하고 지체없이 담당자에게 보고 안전에 관하여 안전관리자 또는 직무상 관리감독자의 정당한 지시 이행 소관 업무(작업)에 안전 책임자로 상시 확인/조치
비상계획팀장	<ul style="list-style-type: none"> 회사 전체의 안전보건관리 및 소방등 재난예방에 관한 계획 수립 각 단위 사업장의 안전관리 활동 지도/감독 소방 및 산업안전에 관한 보호구 등의 예산 편성 및 집행 감독 재난 상황 발생 시 상황을 고려 재난대책본부 설치 건의 및 총괄조정통제관 역할 수행 전사 사업장에 대한 정기 및 수시 안전관리 점검과 평가활동 시행 사업장 안전보건관리책임자에 대한 안전조치 요청/지시 각종 안전관리 자료를 수집, 현장에서 활용할 수 있도록 제공

사업장 안전관리 평가

롯데칠성음료는 2020년 음료 및 주류, 생수 생산공장 등 17개 사업장을 대상으로 소방, 산업안전, 화학물, 전기 등 9개분야에 대해 사업장 안전관리 평가를 실시하였습니다. 또한 음료 영업사업장(57개소), 주류 직영직매장(3개소), 평가 저조사업장 재검검 (7개소) 지도방문을 실시하였습니다. 평가 결과 전분야 90% 수준의 탁월수준을 유지하고 있는것으로 나타났습니다. 매년 안전관리 목표 수준을 상향 조정하여 사업장 뿐만 아니라 임직원의 관리 역량도 향상시킬 수 있도록 할 계획입니다.

코로나 19 대응



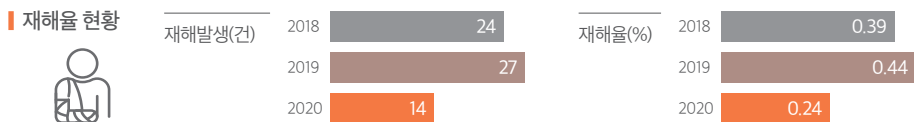
본사 배너, 화상 체온계

롯데칠성음료는 코로나19로 인한 팬데믹 위기를 슬기롭게 극복 하고자 효율적이고 강력한 대응 전략을 수립하였습니다. 또한 신속하고 체계적인 대응을 위해 CEO를 본부장으로 하는 비상대책본부를 상설 조직으로 가동하여 대응 전략을 실현하고 있습니다.

롯데칠성음료는 근무지 내 코로나19 유입 및 전파를 원천 차단하기 위해 선제적인 조치를 실시하고 있습니다. 출입자 전원에게 대한 발열체크 및 마스크 상시 착용 등 개인 방역 수칙 준수와 더불어 주기적인 방역과 구내식당 칸막이 설치, 재택근무 확대 실시 등 생활 속 거리두기를 철저히 준수하여 안전한 사업장을 구축하고 있습니다. 롯데칠성음료는 대응 전략과 임직원의 숙선수범으로 코로나19 위기를 극복하고, 협력사 및 지역사회가 필요로 하는 안전 및 보건 지원 활동을 통해 사회적 책임을 다하는 기업이 되고자 합니다.

철저한 안전관리로 무재해 달성

롯데칠성음료는 '인간중중 기업 문화 정착' 이념을 바탕으로 안전보건환경을 기업의 핵심 가치로 인식하여 임직원의 안전과 건강을 위해 만전을 기하고 있습니다. 이를 실천하기 위해 산업안전보건위원회를 통하여 산업안전 및 보건에 관한 사항을 노사가 함께 심의, 의결하고 있습니다. 또한 임직원의 안전(산업재해 예방)과 건강 확보를 위해 노사가 협력하고 있으며, 건강과 재해예방을 위해 매년 효율적 안전보건 투자관리로 안전한 작업환경 조성에 힘쓰고 있습니다. 특히 생산현장의 보건안전을 담보하기 위해 각 공장별로 무재해 운동을 전개하여 부평공장이 600일간의 무재해 목표를 달성한 이래, 광주공장은 2,120일간의 무재해를 달성하기도 하였습니다.



동반성장을 위한 상생과 사회공헌



빈곤종식



기아해결



좋은 일자리와
경제 성장



지속가능한 도시와
공동체



이슈의 중요성



2020년 들어 COVID-19 예방을 위해 국민 모두 장기간 고강도의 사회적 거리두기를 실천하며 힘든 시간을 함께 견디고 있습니다. 불가피하게 위축된 경제활동으로 사업이 어려워지고 소상공인과 서민층이 생계의 위협을 받는 등 일부 이웃들은 재난에 의해 더 큰 타격을 받기도 합니다. 롯데칠성음료는 다양한 상생 프로그램을 마련하여 어려운 이웃들과 함께 재난을 극복해나가고자 합니다.

접근방법



- 지역사회와 함께 발전하는 상생협력
- 단순 봉사활동이 아닌 CSV 추진
- 업과 연계된 사회공헌 활동 실천
- 지속가능한 공동체 실현

주요성과



- 동반성장을 위한 현지구매 실시
- 교육/금융 등 협력사 지원 강화
- 물사랑 지원사업 실시
- 사회적 책임을 실천하는 사회공헌 활동



지속가능한 구매

동반성장을 위한 현지 구매 실시

롯데칠성음료의 와인 <마주앙>은 첫 출시할 때부터 지역 농가와 계약을 맺고, 지역 농가로부터 직접 원료용 포도를 공급받으며 40여년간 지역 농가들과의 협력관계를 구축해 왔습니다. 또한 제주특별자치도와 협약을 맺고 제주의 감귤 농가들로부터 가공용 감귤의 수매량을 대폭 늘려 연 15천톤 이상의 원과를 수매하고 있습니다. 이를 토대로 <롯데 제주사랑 감귤사랑>, <씩씩제주감귤> 등 제품을 운영 중입니다. 또한 지리산 인근 지역의 매실원과로 제조한 농축액을 사용한 <델몬트 매실> 제품도 운영중에 있습니다. 이러한 현지 구매를 통해 지역 농민들은 우수한 지역 특산품으로 소득을 증대시키고 롯데칠성음료는 고품질의 제철 과실로 만든 주스를 소비자에게 제공하는 상생의 가치를 실현하고 있습니다.

협력사 지원 강화

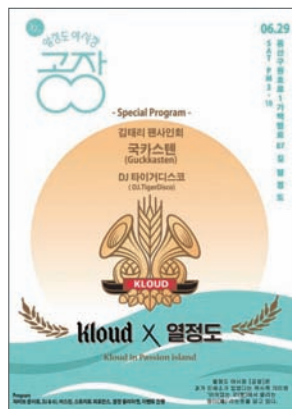
파트너사의 경쟁력 강화를 위하여 온라인 교육 등 다양한 맞춤형 교육의 기회를 제공하고 있습니다. 경쟁우위 창출을 위한 생산관리, 회계, 법무, 경영 뿐만 아니라 인문학, 외국어까지 롯데칠성음료의 교육과 복지혜택을 함께하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 파트너사의 자금조달이 원활하게 이루어질 수 있도록 '상생협력 특별펀드'를 조성하여 금융지원을 실시하고 있습니다.

교육지원

구분	년도	교육과정명	횟수	인원
협력사 교육지원	2018	성과리더십	3회	171명
	2019	경영외	2회	86명
	2020	인문학외	2회	76명
	2021	생산관리	10회	7명

※ 2021년 하반기 교육 미포함

지역사회와 상생하는 CSV 활동



'클라우드 스트리트'를 알리는 포스터 이미지

롯데칠성음료는 CSV(Creating Shared Value)프로그램을 추진하여 봉사활동을 통해 지역사회와 함께 기업의 비즈니스 기회를 창출하고, 기업과 지역사회가 구조적으로 상생하고 있습니다. 특히 2019년 서울시 용산구 남영역 뒤편의 이른바 열정도 골목에 '클라우드 스트리트'를 조성하고, 이곳에 자리 잡은 청년사업가들과 상생 프로젝트를 진행하였습니다. 이 프로젝트는 <클라우드>가 마련한 다양한 이벤트와 콘텐츠로 상권을 활성화함으로써 골목상권을 살리고 <클라우드>의 판매도 촉진하는 협업 프로그램이었습니다. 클라우드 스트리트 개장 첫날인 6월 29일에는 <클라우드>의 광고모델 김태리가 방문해 프로젝트의 성공을 기원하기도 하였습니다.

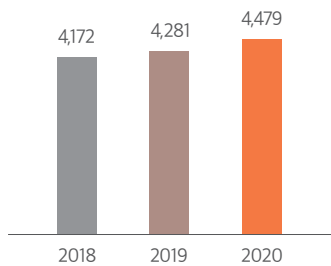


지역사회 참여 강화

'물'의 소중함 일깨우 '물 사랑' 지원사업



희망나눔 부문 보건복지부 장관상 수상



생물다양성 보존 활동과 사회적 약자 배려 실천

롯데칠성음료는 음료업체라는 업(業)의 특성을 살린 사회공헌 활동을 진행하고 있습니다. 대표 프로그램으로 '어린이 물 사랑 교육사업', 물 부족 국가 어린이를 위한 '생명수 나누기' 등 물을 테마로 하여 사회공헌 활동을 전개하였습니다. 이러한 활동의 일환으로 국제아동구호기금인 유니세프(UNICEF) 한국위원회와 협약을 맺고, 'Clean Water For Children' 캠페인을 전개하였습니다. <처음처럼> 홈페이지를 통해 모금운동을 펼치고, 모금된 기금을 초록우산 어린이재단을 통해 깨끗한 물이 없어 어려움을 겪는 나라에 우물이나 워터펌프 설치, 식수와 위생교육 등에 사용하도록 기부하였습니다.

샤롯데봉사단도 '물'을 다양한 봉사활동의 중요한 테마로 잡고, 1980년 이후 계속돼 온 '1사 1하천 사업', 'EM(효공 던지기)', '연안정화활동' 등 다채로운 활동을 펼치고 있습니다. 1사 1하천 사업은 각 공장이 인근 6개 하천을 각각 담당하여 환경정화활동을 펼치는 사업이며, 2018년부터 시작된 EM(Effective Microorganisms)효공 던지기는 전국의 공장 및 지점 인근 17개 하천을 대상으로 연 2회 이상 운영하고 있습니다. 2019년에는 진도 가계 해수욕장에서 진행된 '제19회 국제 연안정화의 날' 환경 캠페인에 참여하여, 연안정화 활동과 해양환경 개선홍보 활동을 진행하였습니다.

사회공헌 비용 현황

구분(백만원)	2018	2019	2020
사회복지	3,271	2,506	3,075
의료보건	33	11	54
교육, 학교및학술연구	174	308	215
문화예술및체육	687	1,235	1,120
환경	7	221	14
합계	4,172	4,281	4,479

롯데칠성음료의 지구환경보호 활동은 과거에는 <칠성사이다>의 TV 광고 캠페인을 중심으로 맑고 깨끗한 환경의 가치를 널리 알리는 데 비중을 두어 왔지만, 현재에 들어와서는 지구환경을 건강하게 가꾸어 후손에게 물려주는 다양한 환경사업으로 확대되어 실질적인 효과를 거두고 있습니다. 특히 생태계 보존과 생물다양성 실천을 위해 국립공원관리공단과 협약을 맺고 국립공원 환경정화 캠페인, 수질보호 캠페인, 국립공원 내 티켓 캠페인, 멸종 위기종 복원 사업 등을 진행하였습니다. 또한 환경부 및 국립공원관리공단과 '생태관광 바우처 프로그램 후원협약'을 체결하고, 공단 운영위원회에서 추천한 사회적 약자(장애인, 다문화가정, 사회복지시설, 65세 이상 저소득 노인 등)를 대상으로 국립공원 생태관광 서비스를 제공하였습니다.

사회적 책임을 이행하는
나눔 활동

롯데칠성음료는 소외되거나 어려운 환경에 처한 취약계층을 돕는 나눔 활동에도 관심을 기울이고 있습니다. 과거에는 특정한 목적에 맞춰 기부금을 기탁하거나 희귀난치병 환자, 소년소녀 가장 등에게 후원금을 전달하는 데 중점을 두어 왔지만, 근래 들어서는 직접 나눔 활동에 참여하는 방식으로 활동 범위를 넓히고 방법도 다양화하였습니다.

특히 2020년에는 칠성사이다 70주년과 6.25 70주년의 공통사항을 모티브로 하여 민간 협력 사회공헌 프로그램을 실시하였습니다. 칠성사이다 스트롱 제품에 6.25전쟁 영웅의 이미지를 삽입하는 스페셜에디션 제품을 출시하여 6.25전쟁에서 헌신한 참전용사들을 기억하고 감사하는 마음을 되새겼으며, 또한 판매수익금의 15%를 기념사업 및 국가유공자 가정의 생수지원에 사용하는 등 호국보훈문화 확산에 기여하였습니다.

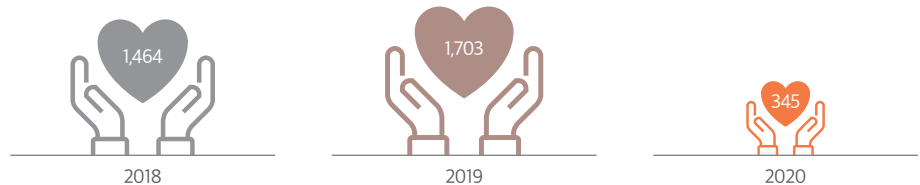
롯데칠성음료는 2017년부터 사회공헌 활동을 전담하는 조직을 만들었으며, 현재는 ESG부문 내 ESG팀을 중심으로 기업전략과 연계하여 체계적이고 다양한 프로그램의 사회 공헌 활동을 전개해나가고 있습니다.



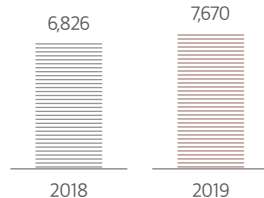
625 70주년 기념사업

임직원 자원봉사 현황

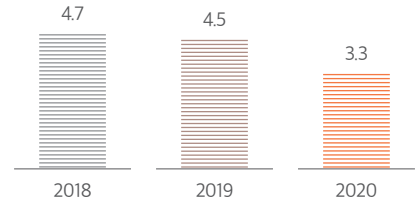
연인원(명)



총시간



1인당시간



**코로나19 시대를 반영한
임직원 언택트 봉사활동 진행**

롯데칠성음료는 COVID-19 상황을 반영하여 사회적 기업과 협업하여 다양한 언택트 봉사활동을 실시하였습니다. 롯데칠성음료는 사회적 기업인 '동구밭'과 함께 친환경 비누 만들기, '담심포'와는 점자촉각책 키트 만들기, '터치포굿'과는 자사 폐현수막 업사이클링 에코백 만들기 등 다양한 임직원 언택트 봉사를 기획하여 실행하고 있습니다.



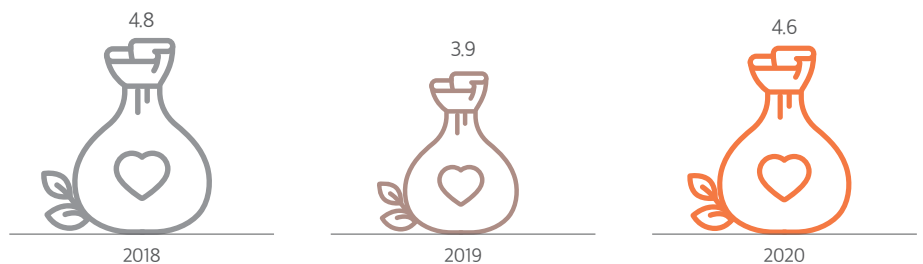
코로나 19 대응 언택트 봉사활동

**그린리본 캠페인과
'지속 가능한 공동체'**

2020년에는 아동권리보장원 실종아동전문센터와 협업하여 실종아동 찾기 '그린리본 캠페인'을 추진하였습니다. 그린리본 캠페인은 롯데칠성음료의 전국 50여 개 지점, 225대의 영업차량에 실종아동의 신상정보가 기재된 자석 패넬을 부착하고, 실종아동을 사랑하는 가족의 품으로 돌려보내는 캠페인입니다.

롯데칠성음료는 전사적 CSR 활동뿐만 아니라, 각 공장을 중심으로 한 개별 지역사회의 소외계층에 대한 나눔 활동도 이어가고 있습니다. 공장 소재 인근 지역의 독거노인이나 복지 재단 등을 찾아 위문품을 전달하고 직접 봉사활동을 펼치고 있으며, 특히 각 공장별로 결성된 샤토테봉사단은 성금 기탁에서부터 하천 및 거리 환경정화활동, 복지 기관 봉사활동, 마을회관 시설 교체 및 일손 돕기, 김장 나누기 등 다양한 활동을 연중 지속적으로 전개해 롯데칠성음료와 지역사회가 소통하고 연대감을 높이는 데 크게 기여하고 있습니다.

영업이익 대비 기부금 비율



ESG Management

맑고 깨끗한 제품으로
건강한 생태계 환경을 만듭니다.

이사회 및 지배구조
윤리경영
리스크 관리





LOTTE
CHILSUNG BEVERAGE





이사회 및 지배구조

이사회 구성 및 운영 원칙

사외이사 중심의 이사회 구성을 통한 독립성 및 투명성 강화

롯데칠성음료는 이사회의 독립성과 투명성을 강화하기 위해 이사회 내 사외이사 비율이 과반수 이상이 되도록 구성하여 사외이사를 중심으로 이사회를 운영하고 있습니다. 이에 대표이사과 이사회 의장을 분리하지 않더라도 이사회 내 사외이사 비중이 높기 때문에 독립적인 의사결정이 가능합니다. 또한, 사외이사후보추천위원회를 통해 독립성이 검증된 사외이사를 선임하고 이사회가 경영진에 대해 감독하고 적절히 견제할 수 있도록 하여 투명성을 제고하고 있습니다. 이사회의 결의사항은 정관과 이사회 규정에 따라 심의·의결되고 있으며, 이사회 규정에 따라 특별한 이해관계가 있거나 기타 이해상충 가능성이 있는 이사는 의결권의 행사를 제한합니다.

한편, 이사회에서는 이사 개개인의 이해관계에 따른 영향을 최소화하고, 계열사간 내부거래가 투명하고 공정한 조건으로 이행될 수 있도록 상법에서 규정하는 「이사 등과 회사간의 거래」와 공정거래법에서 규정하는 「대규모 내부거래」, 「특수관계인과의 거래」 등에 대해 심의를 진행하고 있습니다.

<2021.09.30 기준>

이사회 및 위원회명	구성	소속이사명
이사회	사내이사 4명 사외이사 5명	박윤기(이사회 의장), 이동진, 임준범, 송효진 백원선, 한보형, 문정훈, 임경구, 조현욱
감사위원회	사외이사 5명	백원선, 한보형, 문정훈, 임경구, 조현욱
ESG위원회	사외이사 5명	백원선, 한보형, 문정훈, 임경구, 조현욱
보수위원회	사외이사 5명	백원선, 한보형, 문정훈, 임경구, 조현욱
사외이사후보추천위원회	사외이사 5명	백원선, 한보형, 문정훈, 임경구, 조현욱
내부거래감시위원회	사내이사 1명 사외이사 5명	박윤기 백원선, 한보형, 문정훈, 임경구, 조현욱
경영위원회	사내이사 4명	박윤기, 이동진, 임준범, 송효진

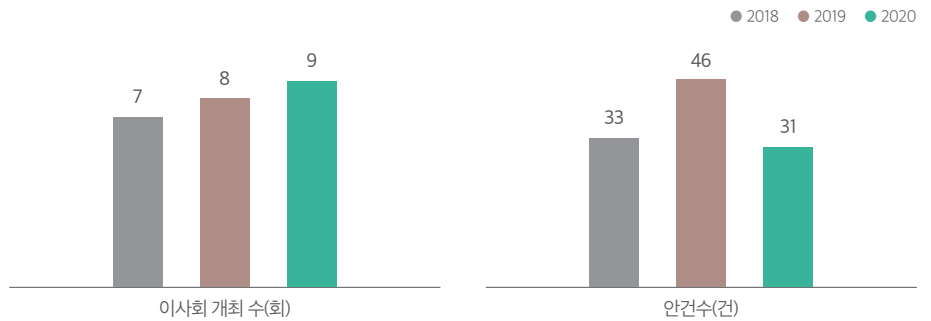
다양한 배경의 사외이사 선임을 통한 이사회의 전문성 강화

급변하는 경영환경 속에서 이사회의 전략적인 판단이 지속적으로 요구되며, 이를 위해 각 이사의 전문성과 다양성이 필요합니다. 롯데칠성음료 사업과 관련하여 사내 최고 전문가가 사업을 총괄하고 있으며, 이사회에 참여하고 대표이사를 맡아 책임경영을 실현하고 있습니다. 다양한 이해관계자를 대변하기 위해 이사진이 특정 배경에 편중되지 않도록, 회계·세무·식품·법률·과학 등 여러 전문 분야에 경험이 있는 사외이사들로 이사회를 구성하고 있습니다.

사외이사는 각자 보유한 전문지식을 바탕으로 다양한 관점에서 이사회에 참여함으로써, 객관적으로 경영을 감독하고 조언하고 있습니다. 특히, 감사위원회는 회계·재무 분야 전문가 1인이 대표감사위원을 맡고 있으며, 회사의 회계 및 업무에 관한 감독 역할을 충실히 수행할 수 있는 전문성을 갖추고 있습니다.

이사회 운영

롯데칠성음료 이사회는 주주총회에서 선임한 이사로 구성하고 있으며, 현재 사내이사 4인과 사외이사 5인이 참여하고 있습니다. 사내이사는 이사회가 적합한 인물을 후보로 물색하여 추천하며, 사외이사는 보다 면밀하고 객관적인 검토를 위해 사외이사후보추천위원회가 별도의 결의 과정을 통해 후보를 추천하고 있습니다. 관련 정보는 주주총회에 앞서 공시되는 참고자료와 주주총회 소집통지서를 통해 주주에게 충실히 제공하고, 주주총회 당일에 주주의 승인을 받고 있습니다. 2020년에는 총 9회의 이사회를 개최하여 이사 등과 회사 간의 거래 승인 및 분기별 주요경영활동 보고 등 총 31개의 안건에 대한 의결 및 보고가 이루어졌습니다.



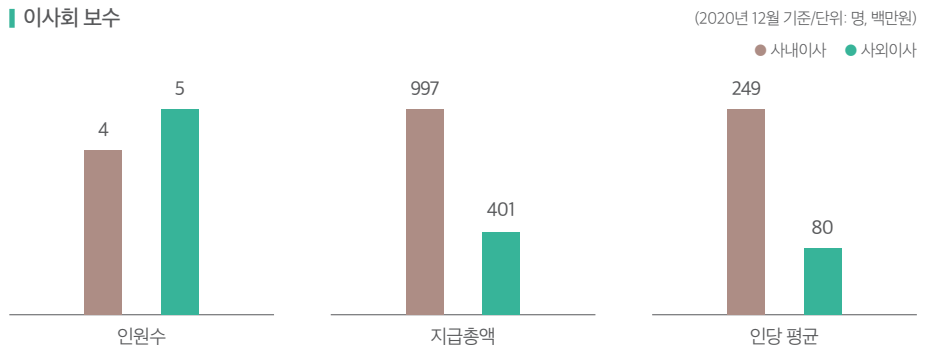
*매년말 사업보고서 기준임

이사회 성과 평가 및 보상

롯데칠성음료는 매년 임기 만료 대상자 및 현직 사외이사 전원에 대해 독립적인 평가를 실시하고 있습니다. 평가는 이사회 기여도, 대내외 영향력, 업무 전문성 등을 반영하며, 연임 결정에 활용하고 있습니다. 이사의 보수는 이사회 내 보수위원회를 통해 이사의 보수 한도 및 개별 보수액 등을 투명하고 공정하게 관리하고 있습니다. 이사의 보수 한도는 보수위원회 의결 과정을 거쳐 주주총회 승인을 받고 있으며, 개별 보수액은 사업성과, 지속가능경영 기여, 준법경영 등 당사의 주요 지향 가치를 반영하여 책정됩니다. 사외이사 보수는 주주총회에서 승인받은 이사의 보수 한도 내에서 모든 사외이사에게 동일한 금액으로 지급됩니다. 다만 감사위원회 위원의 경우, 감사위원의 법적 책임 및 시간과 노력을 감안하여 보수위원회에서 별도로 정한 업무수행비를 지급합니다.

2020년 주주총회에서 승인받은 이사 보수 한도는 45억 원이며, 지급된 이사 보수 총액은 13억 9,800만 원입니다. 5억 원 이상의 이사 및 감사의 개인별 보수는 관계 법령에 따라 사업보고서에 공개하고 있습니다.

이사회 보수



기업 지배구조 현장 도입

롯데칠성음료는 투명한 지배구조 확립에 대한 의지를 명확히 표현하기 위해 2021년 기업지배구조 현장을 제정하고, 이를 홈페이지에 공시하고 있습니다. 롯데칠성음료는 기업지배구조 현장과 더불어 회사 정관, 이사회 및 위원회 규정 등을 통해 이사회 독립성, 투명성, 전문성, 다양성 기준을 제시하고 있습니다.

기업 지배구조 현장

전문
 롯데칠성음료 주식회사(이하 회사)는 사랑과 신뢰를 받는 제품과 서비스를 제공하여 인류의 풍요로운 삶에 기여하고자 노력한다. 회사는 국민으로부터 사랑받고, 사회적 책임을 다하는 기업으로서 회사 가치의 지속적 성장을 지향한다. 회사는 지속 성장의 바탕이 되는 건전한 지배구조 구축을 위하여 아래 기업지배구조 현장을 제정하고 지배구조에 공정성, 투명성, 독립성을 확보하여 상호 견제 및 균형있는 지배구조 체제를 운영하고자 한다.

제1장 주주

제1조 주주의 권리

① 주주는 상법 및 관련 법령이 정하는 이익 분배 참여권, 주주총회 참석 및 의결권 등 기본적인 권리를 가진다.
 ② 회사의 존립 및 주주권에 중대한 변화를 가져오는 사항은 주주의 권리를 최대한 보장하는 방향으로 결정되어야 한다.
 ③ 회사는 주주가 최대한 참가할 수 있도록 주주총회의 일시와 장소를 결정하고, 주주총회의 일시, 장소 및 의안에 관한 정보를 충분한 기간 전에 주주에게 제공하여야 한다.
 ④ 주주는 상법 등 관련 법령에 따라 주주총회의 의안을 제안할 수 있고 주주총회에서 의안에 대하여 질의하고 설명을 요구할 수 있다.

제2조 주주의 공평한 대우

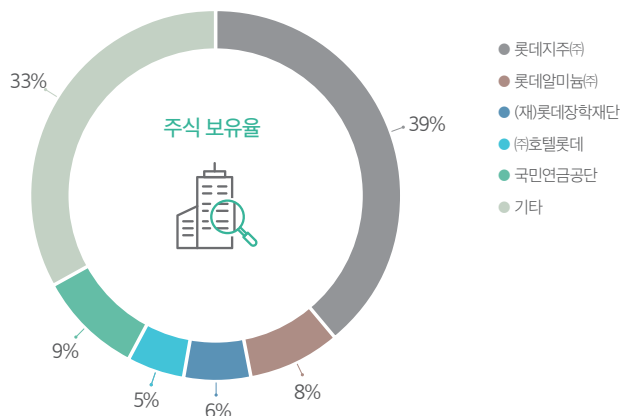
① 주주는 보통주 1주마다 1의결권을 가진다. 다만, 법률이 정하는 바에 따라 특정 주주에 대한 의결권을 제한할 수 있다.
 ② 회사는 주주에게 필요한 정보를 적시에 공평하고 충분하게 제공하여야 한다. 또한 공시의무가 없는 정보를 공개할 경우에도 모든 주주에게 공평하게 제공한다.
 ③ 회사는 지배주주 등 다른 주주의 부당한 내부거래 및 자기거래로부터 주주를 보호한다.

⋮

투명한 공시

롯데칠성음료는 회사 경영사항 전반에 관하여 주주와 시장의 이해관계자들에게 정확한 정보를 적시에 제공하고자 노력하고 있습니다. 주주총회에서 주주의 충분한 권리행사를 보장하고자 법령상의 소집기한을 상회하는 기간에 충분한 정보를 담아 소집을 공고하고 있습니다. 또한 이사회가 회사의 주요 경영사항에 관해 결정을 하거나 투자판단에 중대한 영향을 미칠 수 있는 사실이 발생할 때, 이를 즉시 시장에 공시하고 있습니다. 최근 금융시장의 ESG 요구에 부응하고자 지구 환경 측면에서 지속가능하고, 사회와 공동체에 기여하며, 투자자의 권익을 보호하는 당사의 경영활동을 시장에 적극적으로 알리고 소통하고자 노력하겠습니다.

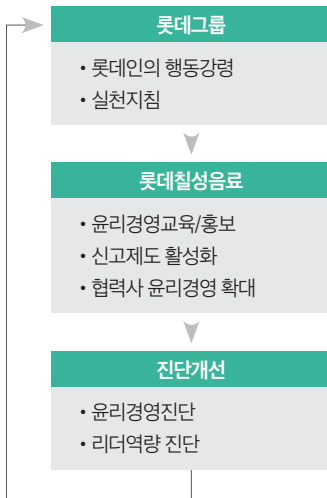
2020년 말 기준 롯데지주(주)가 39.26%, 롯데알미늄(주) 7.90%, (재)롯데장학재단 5.59%, (주)호텔롯데 5.28%, 국민연금공단 8.72%의 주식을 소유하고 있습니다.





윤리경영

윤리경영 체계



롯데칠성음료는 조직 구성원들이 경제적, 법적, 윤리적으로 올바른 의사결정과 행동을 할 수 있도록 행동강령(Code of Conduct)을 마련하고 업무수행 과정에서 적용되는 관련 법령 및 사규와 함께 준수하고 있습니다. 나아가 협력사 등 다양한 비즈니스 파트너들이 회사의 행동강령과 유사한 수준의 기준을 준수하며, 이러한 기준 준수 여부는 회사가 해당 조직과 함께 일을 해 나갈 것인지를 결정할 때 가장 중요하게 고려하는 요인 중 하나입니다.

이와 함께 윤리경영이 회사 내 조직문화로 올바르게 정착될 수 있도록 윤리경영 추진 체계와 관리 시스템을 구축하여 임직원이 업무를 수행함에 있어 따라야 할 기본적인 절차와 기준을 제시하고 있습니다. 앞으로도 이러한 견고한 윤리경영 체계를 기반으로 불공정한 업무처리, 비윤리적인 사항을 사전에 예방하고, 개선이 필요한 사항을 도출 및 관리하여 윤리경영을 조직문화로 올바르게 정착시켜 나가겠습니다.

윤리경영 행동강령

제1장 고객

- 1-1 고객은 회사존립의 원천이다. 모든 경영활동을 고객의 편에서 생각하고, 결정하며, 가치를 창출하여 고객에게 봉사한다.
- 1-2 고객에게 정직하고, 고객의 의견을 존중하며, 고객과의 약속은 반드시 지킨다.
- 1-3 고객의 사전 동의 없이 고객의 정보를 목적과 다른 용도로 사용하지 않는다.

제 2장 주주

- 2-1 롯데임직원은 창의와 혁신을 통한 성실경영으로 주주의 시장가치를 높이는데 최선을 다한다.
- 2-2 기업경영에 관한 법령과 원칙을 지키고 투명성을 유지한다.
- 2-3 소액주주의 정당한 의견을 경청한다.

제 3장 임직원

- 3-1 임직원은 실직법은 물론 사회의 규범, 높은 윤리적 가치관에 따라 바르게 행동을 함으로써 회사의 명예와 개인의 품위를 유지하고 동료들이나 거래처로부터 존경과 신뢰를 받도록 한다.
- 3-2 임직원은 일에 대한 사명감을 가지고 과감한 도전과 혁신, 상호 협조와 화합을 통하여 능동적, 창조적으로 회사에 공헌한다.
- 3-3 임직원은 지연, 학연 및 성별 등에 관계없이 능력과 실적에 따라 공정한 대우를 받는다.
- 3-4 임직원은 회사의 재산을 개인용으로 사용하지 않고, 업무상 알게 된 회사의 정보를 누설하지 않는다. 직원 상호간의 선물제공, 금전대차나 연대보증 행위를 하지 않고, 무리한 연동이나 성희롱 등을 금해서 밝은 직장분위기를 만들어 나간다.
- 3-5 임원은 사회적 책임을 명심하여 기회와 위기에 적극적으로 대처하고, 기업경영에 관한 국제적 기준에 따라 행동하는 모범을 보인다.
- 3-6 회사는 임직원 개개인의 인간으로서의 존엄과 가치를 깊이 인식하고, 근로생활의 질을 높이는 데 힘쓴다.

제 4장 협력회사

- 4-1 협력회사들에게 평등한 기회를 제공하고, 정당한 상품을, 정당한 가격으로 투명하게 거래하여 서로가 이익이 되도록 한다.
- 4-2 회사의 우월적 지위를 이용하여 부당한 요구를 하거나, 부정한 금품과 향응을 받지 않는다. 협력회사들에게도 이 강령의 취지와 정신을 설명하고, 이에 따를 것을 권장한다

제 5장 국가와 사회

- 5-1 롯데는 국가와 사회의 가치관을 존중하며 관련법규를 준수하고, 건전한 기업활동을 통하여 회사를 발전시킴으로써 사회적 부를 창출하고 국민생활의 질을 향상시켜 국가발전에 이바지한다.
- 5-2 롯데는 정치에 관여하지 않는다.
- 5-3 롯데는 환경친화적 제품의 개발과 판매, 폐자재의 재활용, 물자절약과 교육을 통하여 환경과 자원보호에 노력한다.
- 5-4 롯데는 지역사회, 고객, 임직원의 안전을 위해 항상 노력하며, 교육과 훈련을 통해 사고예방에 힘쓴다.

윤리경영 제보 채널 운영

제보방법

	이메일 윤리경영 핫라인 jebo@lotte.net
	연락처 02-3479-0798
	위 치 서울특별시 송파구 올림픽로269 롯데캐슬골드 3층 롯데칠성음료 경영개선팀 신문고 담당자 앞

컴플라이언스 경영

롯데칠성음료는 임직원과 협력사 관계자의 불공정한 업무 처리, 비윤리적인 사항, 개선해야 할 모습 등에 대한 의견을 듣고자 제보 창구인 홈페이지 온라인 '신문고' 및 그룹 '신문고'를 운영하고 있습니다. 접수된 제보는 처리 프로세스에 따라 조사를 진행하고, 조사 결과 부정행위가 확인된 경우에는 징계, 프로세스 개선, 윤리경영 교육 등 재발 방지를 위한 사후조치가 취해집니다. 제보자에게 제보로 인한 불이익이 발생하지 않도록 제보자 신원 및 제보 내용은 공개되지 않도록 철저하게 비밀을 유지하며, 관련 정보를 보호합니다. 또한, 제보와 관련하여 제보자 외에 제보 내용에 대하여 진술, 자료제공 기타의 방법으로 협조한 자 또한 동일하게 보호하며, 신고 제보자 보호 위반행위 발생 시 사내 공익 신고 규정 제 14조 공익신고자 등의 비밀보장 의무 조항에 의거 징계 등 필요한 조치를 취하고 있습니다. 위반행위 제보 내용이 제보자와 관련된 경우에는 그 위반행위 제보자에 대하여 징계 등에 있어서 이를 경감 또는 면제할 수 있습니다.

롯데칠성음료는 CEO 직속으로 준법경영 부문 내 컴플라이언스팀 설치·운영을 통해 컴플라이언스 시스템을 구축하여 경영활동 전반에 걸쳐 컴플라이언스 리스크를 관리하고 있습니다. 글로벌 스탠더드에 부합하는 컴플라이언스 시스템으로 진화하기 위하여 컴플라이언스 중장기 비전을 수립하였으며, 준법경영 문화의 자회사 확산을 위한 표준모델을 개발, 이해관계자에게 신뢰받는 준법경영문화 확립을 목표로 Action Plan을 실행하고 있습니다. 롯데칠성음료는 컴플라이언스 시스템을 통해 준법경영현장 및 준법경영규정, 반부패 및 공정거래 분야 관련 규정 등 각종 내부규정을 정비하고 온·오프라인 교육 등 주기적인 교육을 진행하고 있습니다. 2019년에 획득한 부패방지경영시스템 인증(ISO 37001)의 유지를 위해 매년 사후심사 및 갱신심사를 진행할 예정입니다. 이에 더해 국내 자회사 및 해외 사업장으로서의 컴플라이언스 시스템 확산을 위한 현황 파악 조사 및 글로벌 스탠다드와의 비교 분석을 통해 글로벌 컴플라이언스 시스템 모델을 개발할 계획입니다.

컴플라이언스 시스템

감사 및 재발 방지	• 롯데인의 행동강령 • 실천지침
내부 규정 정비	• 준법경영현장 및 준법경영규정 제정공표 • 반부패분야 및 공정거래 관련 각종 규정 수립 • 임직원들이 현장에서 활용 및 참고가능한 핸드북, 체크리스트 운영
전담조직 설치 및 운영	• CEO 직속의 준법경영 부문 내 컴플라이언스팀 설치 운영
내부신고, 모니터링 및 위험감지	• 내부 신고 채널 운영 • 전산 모니터링 시스템을 통한 감지, 소명 및 처리
주기적 교육, 상시적 상담	• 온라인 오프라인 교육실시 • 상시 준법 자문
내부회계 관리 제도	• 유효한 내부 회계 관리 제도 운영

컴플라이언스 프로그램

임직원 준법인식 제고를 확고히 하고자 업무별·주제별·사업장별 컴플라이언스 집합교육을 실시하고 있으며, 전 임직원을 대상으로 온라인 교육도 시행하고 있습니다. 또한 컴플라이언스 뉴스레터를 발간하여 인트라넷을 통해 전사적으로 공지하고 있습니다. 기업에 대한 법적·사회적 규제 및 법규가 강화됨에 따라 국내외 법규 변화에 발 빠르게 대응하기 위해 공정거래 및 반부패 등 준법 관련 자문을 확대하고 있으며, 주요 계약서에는 표준 반부패 조항을 의무화하고 있습니다. 롯데칠성음료는 국내외 외부평가 지표에 대한 대응을 강화하여 글로벌 스탠다드 준수는 물론 기업의 사회적 책임에 대한 요구에 적극 부응하기 위해 노력하고 있습니다.

컴플라이언스 문화 내재화

롯데칠성음료는 직원들의 윤리경영 내재화를 위해 온라인 및 집합교육 등 다양한 방식으로 윤리경영 교육을 실시하고 있습니다. 계층별·주제별 맞춤형 콘텐츠를 제공하여 교육의 실효성을 확보하고, 윤리경영의 실천 필요성, 제보 사이트 이용방법 등을 필수적으로 교육하고 있습니다. 이를 통해 전사에 윤리경영의 중요성을 전파하고 기업윤리에 대한 임직원의 윤리 마인드를 강화하고 있습니다. 컴플라이언스, 윤리경영 의식 제고 및 리스크 예방을 위하여 2018년 초부서 관리자 대상으로 교육을 진행 한 이래 매년 대상자를 확대하였고, 2020년에는 전 임직원을 대상으로 윤리·컴플라이언스 집합교육을 실시한 바 있습니다. 또한 컴플라이언스 유관 부서에 대하여 2019년부터 집중 교육을 실시하여 롯데칠성음료 직원들의 컴플라이언스 문화 내재화를 위해 최선을 다하고 있습니다.

컴플라이언스(공정거래&반부패) 교육현황

구분	단위	2018	2019	2020
전 임직원 대상 교육	교육과정 수	개	1	1
	총교육시간	시간	2	2
	교육이수인원/대상	명(%)	637/ 653(98%)	3,513/ 3,551(99%)
컴플라이언스 유관부서 집중교육	교육과정 수	개	-	2
	총교육시간	시간	-	2
	교육이수인원/대상	명(%)	-	1,045/ 1,045(100%)

공정거래 자율준수 프로그램

롯데칠성음료는 공정거래 관련 법규를 자율적으로 준수하기 위해 2006년 공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program, CP)을 도입하여 불공정 거래 행위 예방과 공정거래 문화 구축에 힘쓰고 있습니다. CP란 공정거래 관련 법규를 자율적으로 준수하기 위해 내부적으로 제정, 운영하는 준법 시스템이자 행동규범입니다.

롯데칠성음료는 공정거래와 관련된 모든 업무에 대한 총괄부서의 역할을 수행하는 준법경영팀을 중심으로 부문별 컴플라이언스 담당자가 협력하여 체계적, 효율적으로 CP를 운영하고 있습니다. 공정거래 편람을 작성·배포하여 업무 매뉴얼로 활용하고 있으며, 현업 부서를 대상으로 관련 법규의 개정 내용 등에 대한 정기적인 교육도 실시하고 있습니다. 주요 사업부에 대해서는 사내 진단을 실시하고 있으며, 신규 사업, 영업, 구매 등 사업 전반에 대하여 사내 공정거래 전문가의 사전 검토를 받아 법규 위반 가능성을 사전에 예방하고 점검할 수 있는 내부 시스템을 갖추고 있습니다.

협력사 대상 공정거래
자율준수 지침

신규 협력사와 거래 관계를 맺을 경우 계약서에 반부패 준수 조항을 필수적으로 삽입하여 작성하도록 하고 있습니다. 아울러 각 법인별 주요 언어로 번역된 별도의 협력사 행동지침을 제정하여 공급망 내에서의 윤리인식 확산을 주도하고 있습니다. 임직원뿐만 아니라 협력사 근로자의 윤리경영에 대한 인식 제고를 위해 협력사 임직원을 대상으로 한 윤리교육 자료를 제공하고 있습니다.



리스크 관리

리스크 관리체계

롯데칠성음료는 경영활동에 중대한 영향을 미칠 수 있는 시장의 불확실성 및 대내외적 위험과 기회 등을 리스크로 정의해 관리하고 있습니다. 특히 리스크를 재무, 사업 연속성, 경영이라는 3가지로 구분하고 리스크의 영향력과 발생 가능성을 고려하여 주요 리스크를 정의하였습니다. 또한 주요 리스크는 발생원인을 사전에 파악하여 선제적인 대응이 가능하도록 예방체계를 끊임없이 정비하고 있습니다.

리스크 관리조직

롯데칠성음료는 리스크 관리 조직을 구성하여 사업 수행의 전 단계에서 회사가 영향을 받을 수 있는 리스크 요인을 파악하고 관리 및 대응 전략을 수립하고 있습니다. 또한 리스크 관리에 대한 경영진의 관심과 의지를 바탕으로 2021년 8월 노사공동 ESG경영을 선포하고 ESG부문을 신설하여 전사 ESG리스크 주체를 명확히하고 부서 간 적절한 역할 분담을 통해 전사적인 환경·사회·지배구조 등에 관한 리스크 관리체계를 구축하고 있습니다. 또한 롯데칠성음료는 앞으로 당사의 이사회 산하 ESG 위원회 신설을 통하여 전사적 리스크를 위원회에서 대응할 수 있도록 프로세스를 수립하여 당면할 수 있는 리스크를 체계적이고 강화된 대응을 통하여 관리·운영할 예정입니다.

내부회계관리제도

내부회계관리제도는 기업회계기준에 따라 작성·공시되는 회계정보의 신뢰성 확보와 재무제표 오류 및 부정비리를 막기 위해 기업내부에 설치하는 회계 통제 시스템입니다.

롯데칠성음료는 「주식회사 등의 외부감사에 관한 법률」(이하 ‘외감법’) 제8조 제4항에 의거 내부회계관리제도 운영실태를 매 사업연도마다 주주총회, 이사회 및 감사위원회에 보고하고 있습니다. 이와 더불어 외감법 제8조 제5항에 의거 회사의 감사위원은 내부회계관리제도의 운영실태를 평가하여 이사회에 사업연도마다 보고하고 있으며 외감법 제8조 제7항에 의거하여 외부 감사인은 당사 내부회계관리제도에 대하여 감사를 실시하고 감사의견을 감사보고서에 표명하고 있습니다.



리스크 관리 분야

롯데칠성음료는 재무 리스크뿐 아니라 사업연속성에 영향을 주는 항목과 경영 일반에 영향을 주는 항목으로 구분하여 리스크를 관리하고 있습니다.

분야	구분	정의	
재무리스크	환리스크	• 환율변동에 따른 재무적 손실 위험	
	유동성 리스크	• 예상하지 못한 유동성 악화로 인한 재무적 손실 위험	
	금리 리스크	• 금리변동에 따른 재무적 손실 위험	
사업연속성 리스크	공급망 리스크	• 원재료 수급 및 생산 연속성 확보 실패 등으로 인한 제품 납기 지연 리스크 • Scope 3 포함 협력사의 ESG 역량 강화 관리 부족에 따른 평판 하락	
	재난 및 안전리스크	• 지진, 화재 등 재난 발생 또는 작업장 내 안전 사고 등으로 인해 발생할 수 있는 인명 피해 혹은 재무적 손실	
	기후변화 리스크	• 온실가스 감축 실패로 고객의 요구 대응 실패 • 산업에서 요구하는 배출량 감소 달성을 위한 원가 상승 리스크	
사업연속성 리스크	환경리스크	• 온실가스 및 유해물질 배출 등 환경 규제에 대한 부적합한 대응으로 인한 법적 제재 및 벌금 발생의 리스크 • 환경규제를 준수하지 않아 기업의 평판 하락 위험	
	산업 변화 리스크	• 친환경 소비의 중요성이 점차 증가함에 따라 재활용 소재 및 친환경 소재 기술 보유 유무 등 산업 변화에 따라 발생하는 사업적 리스크	
경영리스크	경영일반 리스크	• 담당자 혹은 시스템 오류로 인한 운영상의 리스크	
	윤리 리스크	• 불공정거래 부정부패 이슈로 회사 평판 하락	
	법률 리스크	• 사업에 불리한 계약체결 및 소송을 진행해야 할 리스크 • 법률 위반으로 인한 각종 제재를 받을 위험	
	평판 리스크	• 부정적 커뮤니케이션으로 인한 기업 이미지 하락 등의 리스크	
	보안 리스크		• 외부로부터의 사이버 테러 혹은 내부 데이터 유출에 따른 정보 분실 발생 등의 리스크
			• 정보 유출로 인한 기업의 핵심역량 약화 위험



분야별 리스크 관리 활동

지속가능조달 리스크

선정에서부터 정기 모니터링 및 평가 등 전 과정에서 지속가능성을 고려한 관리를 하고 있습니다. 품질, 가격, 경영 성과 외 환경, 안전, 윤리경영, 인권 등 ESG 관련 평가 기준을 강화하였고 협력사 행동지침 준수서약서를 수취하여 자율적 이행을 촉구하고 있습니다.

특히, 최근에는 기후변화대응 관련 에너지 부문의 역량 강화를 위해 협력사와 에너지 동행 사업 등 지원 프로그램을 운영하고 있습니다.

안전/보건 리스크

안전/보건 리스크 관리를 위해 정기적인 위험성 평가를 진행하고 있습니다. IT 기반의 화학물질 관리 시스템을 운영하고 있습니다. 지속적인 안전교육, 비상대응훈련체계 관리 및 실질적 훈련을 통해 임직원의 안전 보건 리스크 관련 대응력을 높이고 있으며 특히 사업장별 비상대응조직 및 상황별 프로세스는 매년 훈련을 통해 실효성을 확인하여 업데이트하고 있습니다.

화재의 경우, 민관 합동으로 매년 소방훈련을 진행하며, 재난 관련 대피 훈련을 진행하고 있습니다. 또한, 연 2회 공장장 주도의 안전 점검을 통해 사고 발생 리스크를 최소화하고 있습니다.

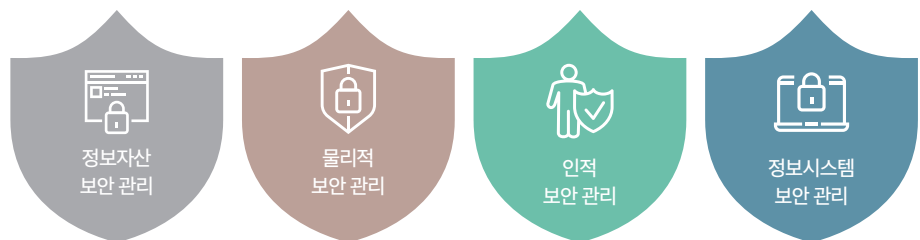
환경 리스크

환경영향평가를 통해 환경리스크에 대응하고 있습니다. 예상되는 환경 리스크의 구체적 관리방법과 사고 발생 시 R&R 등을 명확하게 확립했으며, ISO 14001 인증 갱신 시 내외부 검증을 통해 부적합 사항은 시정하고 있습니다. 또한 사업장별로 환경사고의 위험과 그 예방법에 대한 지속적 교육을 실시하고 있으며 특히 설비 이상으로 인한 누수, 폐수 누출, 유독물질 누수 등 구체적인 예상 시나리오별 대응 훈련을 통해 리스크를 최소화하고 있습니다.

보안 리스크

사업과 관련한 모든 영업비밀과 보유하고 있는 핵심기술, 연구개발정보, 고객정보, 개인정보 등을 보호하기 위해 체계적인 정보보안 관리체계를 수립하여 적용하고 있습니다. 외부 침해 대응을 위해서는 관리적/물리적 통제를 통해 사무 영역과 공정 설비 영역까지 상시 또는 정기적으로 보안 관리를 실시하고 있습니다. 또한, 해킹 등을 포함한 외부 보안 공격에 실시간으로 대비하기 위해 정기적으로 보안 취약 점검 및 임직원 대상 모의훈련을 실시하여 보안 수준 및 대응 역량을 지속적으로 높이고 있습니다. 또한 연1회 이상 임직원들을 대상으로 정보보안 교육을 실시하여 보안에 대한 임직원의 인식 수준을 향상시키고 있습니다.

정보보안관리 4대부문



윤리 리스크

공정거래자율준수 선언, UNGC 반부패서약과 같은 최고경영진 윤리경영 강화 의지 및 교육과 캠페인 등 인식제고를 활동을 통해 리스크를 사전 예방하고자 합니다. 정기적인 준법 Compliance의 이사회 보고를 통해 윤리경영 리스크 관리 현황을 최고경영진에게 보고하고 있습니다. 또한, 감사/인사/법무/총무와 협업하여 윤리 이슈에 대한 사내 점검을 통해 개선 필요 사항을 사전에 파악하고 있습니다. 2020년 기준 글로벌 사업장의 82%에서 윤리경영 관련 내부 감사 및 사전 리스크 평가를 진행하였습니다.

COVID-19 리스크 관리

COVID-19를 극복하기 위해 전사가 긴밀한 협업을 바탕으로 대응 및 예방 활동을 추진해 왔습니다. 특히 전사적으로 회식, 해외 및 국내 출장을 자제하는 등 대면 접촉을 최소화하기 위해 노력하였습니다. 공장에서는 외부 방문객과의 미팅, 동호회 모임 및 행사, 사업장 내 집단교육 등을 자제하도록 행동지침 마련하여 운영하였습니다. 또한, 사회적 거리두기 실천으로 국내외 사업장에서 임직원의 재택 근무를 실시하고 이를 지원하기 위해 내부 프로세스와 시스템을 개편하였습니다. 출퇴근 시에는 반드시 발열을 체크하고, 의심증상이 발생될 경우에는 즉시 비상계획팀에 보고 후 후속조치를 받을 수 있도록 하여 감염 확산에 철저히 대비하도록 하였습니다.

Appendix

주주 및 투자자 분들에게 보다 정확하고 빠른 정보를 제공하고자 합니다.

경제성과

ESG Data Center

제3자 검증의견서

GRI Index

수상 및 인증 내역

독자의견 설문서





경제성과

재무상태표(연결기준)

(단위 : 원)

	제 54 기(2020년)	제 53 기(2019년)	제 52 기 (2018년)
자산			
유동자산	893,273,738,535	788,387,955,913	688,715,672,624
현금및현금성자산	158,849,601,868	199,410,280,331	98,388,437,105
단기금융상품	165,000,000,000	5,000,000,000	10,000,000,000
매출채권및기타채권	247,110,448,883	255,708,301,365	265,113,158,208
기타금융자산	4,301,121,711	4,412,156,155	3,976,263,376
만기보유금융자산	11,605,000	245,805,000	112,055,000
재고자산	257,369,471,186	273,940,057,416	257,098,970,295
반품권자산	3,955,544,037	1,707,521,890	1,865,206,874
당기법인세자산	4,875,218,011	1,803,381,856	1,692,016,737
기타자산	51,800,727,839	46,160,451,900	50,469,565,029
비유동자산	2,572,839,164,390	2,468,122,036,258	2,622,564,354,037
장기금융상품	66,058,729,947	5,760,200,399	5,541,626,431
장기매출채권및기타채권	6,724,842,404	6,274,527,234	5,813,234,370
기타금융자산	52,569,666,699	52,788,630,010	49,704,435,855
당기손익-공정가치금융자산	473,412,391	335,184,376	193,925,174
기타포괄손익-공정가치금융자산	19,935,913,437	25,112,169,914	36,403,369,105
만기보유금융자산	1,795,300,000	1,649,390,000	1,820,934,050
이연법인세자산	401,542,376	131,080,695	
관계기업및공동기업투자	130,563,634,058	23,002,553,970	56,727,720,284
유형자산	1,939,744,908,385	2,014,589,018,624	2,165,689,913,481
사용권자산	78,006,151,446	80,548,058,491	
투자부동산	135,508,526,578	136,766,982,165	146,716,726,693
무형자산	116,565,138,073	118,580,731,417	151,697,343,776
기타자산	11,621,665,025	2,583,508,963	2,255,124,818
순확정급여자산	12,869,733,571		
자산총계	3,466,112,902,925	3,256,509,992,171	3,311,280,026,661
부채			
유동부채	864,944,909,992	941,629,484,452	689,030,411,472
매입채무및기타채무	330,889,582,345	272,502,008,006	339,460,758,332
차입금및유동성사채	383,664,841,402	536,403,005,743	199,752,537,295
유동성리스부채	25,494,581,647	24,454,828,092	835,297,536
기타금융부채	7,817,871,739	8,518,918,128	15,752,610,960
당기법인세부채	402,409,222	3,537,327,909	13,237,871,740
유동성충당부채	16,121,038,273	3,639,603,943	2,828,344,999
기타부채	100,554,585,364	92,573,792,631	117,162,990,610
비유동부채	1,296,281,906,581	1,086,875,619,764	1,384,834,565,824
장기매입채무및기타채무	2,995,000,000		
차입금및사채	1,121,149,196,455	898,807,562,019	1,209,902,436,980
리스부채	51,773,354,361	56,766,694,490	3,162,256,027
기타금융부채	20,074,273,796	15,302,270,538	24,810,097,511
순확정급여부채	1,134,159,919	1,997,668,642	16,702,649,542
이연법인세부채	67,917,087,947	80,443,449,350	101,870,178,866
충당부채	1,852,092,843	11,178,464,912	9,810,348,406
기타부채	29,386,741,260	22,379,509,813	18,576,598,492
부채총계	2,161,226,816,573	2,028,505,104,216	2,073,864,977,296
자본			
지배기업의 소유주지분	1,294,627,755,325	1,212,136,194,493	1,227,269,970,030
자본금	487,216,500	4,384,385,000	4,384,385,000
신종자본증권	149,459,980,000	149,459,980,000	
기타자본	-714,290,627,700	-846,759,594,444	-846,654,614,749
기타포괄손익누계액	-21,659,335,701	-3,230,608,536	-13,723,534,778
이익잉여금	1,876,242,522,226	1,908,282,032,473	2,083,263,734,557
비지배지분	10,258,331,027	15,868,693,462	10,145,079,335
자본총계	1,304,886,086,352	1,228,004,887,955	1,237,415,049,365
부채및자본총계	3,466,112,902,925	3,256,509,992,171	3,311,280,026,661

손익계산서(연결기준)

(단위: 원)

	제 54 기(2020년)	제 53 기(2019년)	제 52 기(2018년)
매출	2,257,973,300,939	2,429,527,266,539	2,346,277,858,505
매출원가	1,349,522,459,201	1,445,899,659,206	1,417,441,204,815
매출총이익	908,450,841,738	983,627,607,333	928,836,653,690
판매비와관리비	812,394,287,534	871,442,872,602	841,050,921,186
대손상각비(대손충당금 환입)	-1,173,755,570	4,518,959,927	2,833,868,849
영업이익	97,230,309,774	107,665,774,804	84,951,863,655
기타수익	44,814,036,645	24,699,580,322	9,014,180,609
기타비용	125,019,682,860	228,986,926,215	127,472,080,159
이자수익	3,096,265,542	5,741,530,741	3,761,339,265
금융수익	4,723,250,248	1,543,749,852	1,466,920,757
금융원가	40,061,990,804	39,399,562,218	43,848,596,773
관계기업및공동기업투자지분법손익	-7,704,534,472	-9,179,753,369	3,200,554,699
법인세비용차감전순이익(손실)	-22,922,345,927	-137,915,606,083	-68,925,817,947
법인세비용(이익)	-6,120,503,583	6,090,097,514	-18,912,380,254
당기순이익(손실)	-16,801,842,344	-144,005,703,597	-50,013,437,693
지배기업의 소유주	-12,512,118,041	-142,432,425,123	-48,050,263,946
비지배지분	-4,289,724,303	-1,573,278,474	-1,963,173,747
기타포괄손익	-11,743,443,180	3,710,593,039	-11,847,846,044
당기손익으로 재분류되지 않는 항목	4,171,803,378	6,835,482,387	-5,705,025,587
순확정급여부채 재측정요소	6,947,767,658	5,491,812,659	4,801,484,625
관계기업 순확정급여부채의 재측정요소 중 지분해당액	435,369,335	-37,559,161	-225,199,470
기타포괄손익-공정가치금융자산평가손익	-3,211,333,615	1,381,228,889	-10,281,310,742
후속적으로 당기손익으로 재분류될 수 있는 항목	-15,915,246,558	-3,124,889,348	-6,142,820,457
파생상품평가손익	-1,774,983,861		-14,373,046
관계기업 기타포괄손익 중 지분해당액	-9,952,658,497	-216,583,652	1,560,474,023
해외사업환산손익	-4,187,604,200	-2,908,305,696	-7,688,921,434
당기총포괄손익	-28,545,285,524	-140,295,110,558	-61,861,283,737
지배기업의 소유주	-23,062,513,162	-137,470,298,167	-58,426,845,977
비지배지분	-5,482,772,362	-2,824,812,391	-3,434,437,760
주당이익(손실)			
보통주 기본 및 희석주당순이익(손실)	-2,104	-17,939	-5,853
우선주 기본 및 희석주당순이익(손실)	-2,099	-17,934	-5,848

ESG Data Center

Environment Data

온실가스 원단위

구분	2018	2019	2020
원단위(톤CO ₂ /kl)	0.086	0.086	0.091

※ 생산 사업장 배출량 기준(음료, 주류)

※ 개선 방안 : 고효율 설비 도입, LED등 교체 등을 통한 온실가스 배출량 저감

온실가스 배출량(톤CO₂)

구분	2018	2019	2020
Scope1 직접배출량	65,428	65,120	61,480
Scope2 간접배출량	91,058	86,994	88,310
합계	156,486	152,114	149,790

※ 음료, 주류 통합 배출량, 2021년 인수 사출 사업장 배출량 제외

에너지 사용량

구분	2018	2019	2020
사용량(TJ)	2,881	2,706	2,679

※ 음료, 주류 통합 사용량

대기오염물질 배출량 현황

구분	2018	2019	2020
먼지(톤)	1.14	0.75	0.66
NOx(톤)	31.67	35.93	25.45

용수 재활용/재이용

구분	2018	2019	2020
용수 사용량(m)	5,564,138	5,077,293	4,773,147
재활용/재이용(m)	987,725	484,548	538,183
용수 재활용/재이용률	18%	10%	11%

※ 2020년 환경정보공개 기준

폐기물 배출량 현황

구분	2018	2019	2020
폐기물 발생량(톤)	35,758	32,382	26,055
재활용량(톤)	34,244	31,894	25,832
재활용률(%)	96%	98%	99%

플라스틱 출고량

구분	2018	2019	2020
페트병(톤)	45,616	46,730	46,081
기타합성수지(톤)	4,059	4,785	4,686

※ 음료, 주류 통합 출고량

페트병 경량화

구분	2018	2019	2020
미감축시 중량(톤)	50,886	53,035	52,298
총 출고중량(톤)	45,616	46,730	46,081
감축량(톤)	▲ 5,270	▲ 6,305	▲ 6,217
감축 비율	▲ 10 %	▲ 12 %	▲ 12 %

※ 기준: 경량화 추진 전후 중량 반영 (2010년 대비 감축 효과)

녹지조성 사업

구분	1차	2차	3차	4차
명칭	처음처림숲1호	처음처림숲2호	처음처림숲3호	별내리는숲
조성년도	2018년	2018년	2019년	2019년
면적	20,000㎡	3,300㎡	20,000㎡	1,300㎡

Social Data

신규 채용 및 이직률

구분	2018	2019	2020
신규채용현황(명)	739	268	100
이직률(%)	10	8	8

임금 및 급여

구분	2018	2019	2020
총급여액(백만원)	314,163	328,524	316,790
1인평균급여액(백만원)	46	49	50

평균 근속연수

구분	2018	2019	2020
평균근속연수(년)	10.1	10.9	11.9

ESG Data Center

Social Data

연령별 성별 고용 현황

구분(명)	2018	2019	2020	
연령별	20~29세	1,353	1,142	858
	30~39세	2,301	2,321	2,286
	40~49세	1,730	1,726	1,705
	50세이상	776	879	985
성별	남성	4,853	4,769	4,635
	여성	1,307	1,299	1,199

연령별 성별 퇴직 현황

구분(명)	2018	2019	2020	
연령별	20~29세	295	196	138
	30~39세	207	171	165
	40~49세	78	81	116
	50세이상	32	28	58
성별	남성	451	307	260
	여성	161	169	217

육아 휴직 현황

구분(명)	2018	2019	2020	
육아휴직자	남성	217	184	160
	여성	46	48	44
	계	263	232	204
복귀율(%)	70	69	66	

복리후생비 현황

구분	2018	2019	2020
총복리후생비(억원)	825	863	831
인당복리후생비(백만원)	15	15	15

임직원 교육 현황

구분	2018	2019	2020
총교육비(천원)	2,457,876	2,643,125	1,984,447
인당교육비(천원)	399	436	340
인당교육시간(시간)	21	15	12

재해율 현황

구분	2018	2019	2020
재해발생(건)	24	27	14
재해율(%)	0.39	0.44	0.24

협력사 교육지원

구분	년도	교육과정명	횟수	인원
협력사 교육지원	2018	성과,리더십	3회	171명
	2019	경영외	2회	86명
	2020	인문학외	2회	76명
	2021	생산관리	10회	7명

※ 2021년 하반기 교육 미포함

사회공헌 비용 현황

구분(백만원)	2018	2019	2020
사회복지	3,271	2,506	3,075
의료보건	33	11	54
교육,학교및학술연구	174	308	215
문화예술및체육	687	1,235	1,120
환경	7	221	14
합계	4,172	4,281	4,479

임직원 자원봉사 현황

구분	2018	2019	2020
연인원(명)	1,464	1,703	345
총시간	6,826	7,670	1,147
1인당시간	4.7	4.5	3.3

영업이익 대비 기부금 비율

구분	2018	2019	2020
기부금비율(%)	4.8	3.9	4.6

노조 가입 비율

구분	2018	2019	2020
임직원수(명)	5,388	5,334	5,139
노조가입인원수(명)	2,582	2,636	2,661
비율(%)	47.9	49.4	51.8

ESG Data Center

Governance Data

이사회 운영

구분	2018	2019	2020
이사회 개최 수(회)	7	8	9
안건수(건)	33	46	31

* 매년말 사업보고서 기준임

이사회 보수

구분	인원수	지급총액	인당 평균
사내이사	4	997	249
사외이사	5	401	80

주주구성

2021년 9월 16일 기준, 단위: 주

성명	보통주/주식주	지분율(%)
특수관계인	6,136,914	66.14
롯데지주(주)	4,023,194	43.36
기타 주주	3,141,970	33.86
외국인 투자자	786,044	8.47
합계	9,278,884	100.0

주식분포 현황

최대주주 및 특수관계인 주식소유현황

2021년 9월 16일 기준, 단위: 주

성명	보통주		우선주		합계	
	주식수	지분율(%)	주식수	지분율(%)	주식수	지분율(%)
롯데지주(주)	4,023,194	43.36	64,890	8.37	4,088,084	40.66
롯데알미늄(주)	708,870	7.64	30,500	3.93	739,370	7.35
(재)롯데장학재단	501,680	5.41	39,650	5.11	541,330	5.38
(주)호텔롯데	473,450	5.10	37,470	4.83	510,920	5.08
(주)롯데홀딩스	109,830	1.18	-	-	109,830	1.09
신동빈	43,367	0.47	63,862	8.24	107,229	1.07
신영자	247,073	2.66	48,213	6.22	295,286	2.94
신동주	26,020	0.28	27,445	3.54	53,465	0.53
(재)롯데문화재단	-	-	9,200	1.19	9,200	0.09
이영구	930	0.01	-	-	930	0.01
박윤기	500	0.01	-	-	500	0.00
합계	6,136,914	66.14	321,230	41.43	6,458,144	64.23

5% 이상 주주 주식소유현황

2021년 9월 16일 기준, 단위: 주

주주명	보통주		비고
	주식수	지분율(%)	
롯데지주(주)	4,023,194	43.36	
롯데알미늄(주)	708,870	7.64	
(재)롯데장학재단	501,680	5.41	
(주)호텔롯데	473,450	5.10	
국민연금공단	830,779	8.95	2021.08.03 보고서

*국민연금공단의 주식수는 주식등의 대량보유상황보고서 등의 공시를 바탕으로 주식보유 현황을 작성하였으며, 소유현황과는 다를 수 있습니다.

컴플라이언스(공정거래&반부패) 교육현황

구분		단위	2018	2019	2020
임직원 대상 교육	교육과정 수	개	1	1	1
	총교육시간	시간	2	2	2
	교육이수인원/대상	명(%)	637/653(98%)	3,513/3,551(99%)	5,075/5,193(98%)
컴플라이언스 유관부서 집중교육	교육과정 수	개	-	2	1
	총교육시간	시간	-	2	1
	교육이수인원/대상	명(%)	-	1,045/1,045(100%)	2,341/2,341(100%)

제3자 검증의견서

롯데칠성음료 이해관계자 귀중

한국품질재단은 롯데칠성음료의 요청에 의해 2020롯데칠성음료 지속가능경영보고서(이하 '보고서')에 대한 검증을 수행하였습니다. 한국품질재단은 하기 명시한 검증 기준 및 범위에 따라 독립적으로 보고서에 대한 제3자 검증 의견을 제시할 책임이 있으며, 본 보고서의 작성에 대한 책임은 롯데칠성음료 경영자에게 있습니다.

검증 기준 및 범위

본 검증은 보고서에 공개된 조직의 활동과 성과 검증을 목적으로, 국제적인 검증 표준인 Accountability사의 AA1000AS v3, AA1000APS(2018)에 따라 계획 및 수행되었습니다. 검증팀은 4대 Accountability원칙(포괄성, 중대성, 대응성, 영향성)에 대한 준수 여부를 평가하는 "Type 1"과 제한적으로 수집된 근거에 기반하는 "중간수준(Moderate Level)" 검증을 이행하였습니다. 또한 GRI Standards 핵심적 방식(Core Option)에 해당하는 하기 보고 요구사항의 충족 여부도 함께 평가하였습니다.

- GRI standards 보고 원칙
- 공통 표준(Universal Standards)
- 특정주제표준(Topic Specific Standards)
 - 특정주제표준 경영접근방식(Management Approach)
 - 반부패(Anti-Corruption): 205-1, 205-2
 - 반경쟁적 행위(Anti-Competitive Behavior): 206-1
 - 에너지(Energy): 302-1, 302-4, 302-5
 - 배출(Emissions): 305-1, 305-2, 305-5, 305-7
 - 폐기물(Waste): 306-2, 306-3
 - 산업안전보건(Occupational Health and Safety): 403-1, 403-2, 403-3
 - 훈련 및 교육(Training and Education): 404-1, 404-2
 - 차별금지(Non-Discrimination): 406-1
 - 지역사회(Local Communities): 413-2
 - 고객 보건안전(Customer Health and Safety): 416-1
 - 제품 및 서비스 라벨링(Marketing and Labeling): 417-2, 417-3

검증 방법

검증팀은 상기 기준을 적용하여 보고서 내용의 타당성을 확인하기 위해 관련 절차, 시스템 및 통제의 방식과 가용한 성과 데이터에 대하여 검토하였습니다. 비재무 정보는 롯데칠성음료에서 제공한 데이터와 직전년도 지속가능경영보고서, 공시된 사업보고서, 언론 및 인터넷을 통해 조사된 자료 등을 비교 검토하였습니다. 재무 정보는 금융감독원 전자공시시스템 (<http://dart.fss.or.kr/>)에 공개된 재무제표에서 적절히 추출되었는지 확인하였습니다. 본 검증은 현장방문을 제외한 서면검증으로만 진행되었습니다. 보고서 내 중대성 평가 절차, 이해관계자를 고려한 이슈 선정, 데이터 수집·관리 및 보고서 작성 절차의 유효성과 서술 내용의 타당성을 서면 질의를 통해 평가하였습니다. 이후 상기 단계에서 발견한 일부 오류, 부적절한 정보, 불명확한 표현들은 롯데칠성음료가 제공하는 최종 보고서에서 적절히 보완되었음을 확인하였습니다.

적격성 및 독립성

본 검증의 심사팀은 한국품질재단 내부 규정에 의거하여 적격하게 구성되었습니다. 한국품질재단은 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 외에 롯데칠성음료의 사업 전반에 걸쳐 검증의 독립성 및 공정성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 없습니다.

제한 사항

보고서에 제시된 성과 데이터에 대한 완전성 및 대응성은 해당 데이터의 특성과 수치를 확정, 계산, 추정하는 방법에 따라 고유의 한계를 가지고 있습니다. 검증팀은 계약에 의거하여 제공된 정보 및 근거에 대해 비교 검토를 수행하였으며 원본 데이터의 신뢰성 확인은 수행하지 않았습니다.

발견사항 및 검증 결론

상기 검증 활동을 수행한 결과, 검증팀은 본 보고서의 내용이 GRI Standards의 'Core option'에 대한 요구사항을 충족하며 하기 원칙에 따라 AA1000AS v3의 Type 1 보증 수준을 입증할 수 있는 합리적 근거를 확보하였다고 판단하였습니다. 또한 본 보고서의 내용 중 중대한 오류나 원칙 준수와 관련한 부적절한 사항을 발견하지 못하였습니다.

포괄성(Inclusivity)

적극적으로 이해관계자를 식별하고, 조직의 중요한 지속가능성 주제 선정 및 관련 대응전략 도출에 이해관계자가 참여하도록 하는지 여부

- 롯데칠성음료는 소비자 상담실, 노사협의회, 협력회사 간담회, 주민간담회와 같은 적절한 채널을 통하여 고객, 주주, 임직원, 정부, 지역사회 등 다양한 이해관계자의 의견을 수렴하고 있습니다. 보고서에서 언급된 것 이외에 누락된 주요 이해관계자가 있다는 증거는 발견하지 못하였습니다.

중대성(Materiality)

각 지속가능성 주제가 조직과 이해관계자에게 미치는 영향을 고려하여, 주제 별 우선순위를 부여하고 해당 내용들이 경영 활동 전반에 고려되고 있는지 여부

- 롯데칠성음료는 이해관계자 관심도와 비즈니스 영향도 관점에서 관련 이슈의 중대성평가를 수행한 후 우선순위를 부여하는 방식으로 중대 이슈를 파악하고 있습니다. 중대성평가 과정을 통해 파악된 이슈는 누락 없이 보고서 내에 공개되었음을 확인하였습니다.

대응성(Responsiveness)

지속가능성 성과에 영향을 미치는 이해관계자의 요구와 관심 및 기대사항에 대해 시의적절하게 대응하고 있는지 여부

- 롯데칠성음료는 이해관계자로부터 수렴한 요구와 주요 관심사항에 적시 대응하기 위해 노력하고 있습니다. 중요 이슈에 대한 조직의 대응 활동 및 성과가 부적절하게 보고되었다는 증거는 발견하지 못하였습니다.

영향성(Impact)

이해관계자의 우려사항에 대한 이해를 바탕으로 중대 주제의 영향을 충분히 고려하고 있는지 여부

- 롯데칠성음료는 경영활동 전반에서 이해관계자 관련 중요 이슈의 영향을 식별 및 모니터링하고 있으며, 가능한 범위 내에서 보고하고 있음을 확인하였습니다.

개선을 위한 권고

향후 지속가능경영 체계화와 보고서의 효과적인 성과 공개를 위하여 다음의 발전적인 접근을 권고 드립니다.

- 2040 탄소중립 목표를 달성하기 위한 온실가스 감축 활동을 지속적으로 공개함으로써, 롯데칠성음료가 기후변화를 중대한 이슈로 관리하고 있다는 사실을 이해관계자가 인지할 수 있기를 기대합니다.
- 향후 보고서부터는 올해 신설된 ESG위원회의 활동 및 의결 내용을 공개하여 이해관계자들이 롯데칠성음료의 전사적인 지속가능경영전략을 명확히 이해할 수 있기를 기대합니다.



2021년 12월 13일

서울, 대한민국

한국품질재단 대표 송지영

Ji Young Song

GRI Index

공개 지표	ISO 26000	검증	
		Page	Omissions/Comments
조직프로필			
102-1		8	
102-2		11,14~17	
102-3		9	
102-4		8~9	
102-5		86	
102-6		8~9	
102-7	6.3.10/6.4.1-6.4.2/ 6.4.3/6.4.4/6.4.5/ 6.8.5/7.8	9	
102-8		55,84	
102-9		9	
102-10		GRI STANDARDS INDEX	중대한 변화 없음
102-11		10	
102-12		About This Report	
102-13		53,93	
전략			
102-14	4.7/6.2/7.4.2	2~3	
윤리 및 청렴도			
102-16	4.4/6.6.3	71	
지배구조			
102-18	6.2/7.4.3/7.7.5	68	
이해관계자 참여			
102-40		20	
102-41		50~53	단체협약 적용률 100%
102-42	5.3	20	
102-43		20~25	
102-44		24~25	
중대 이슈 및 보고경계 도출			
102-45		사업보고서	
102-46		24~25	
102-47		25	
102-48		GRI STANDARDS INDEX	중대한 변화 없음
102-49		About This Report	
102-50		About This Report	
102-51	5.2/7.3.2/ 7.3.3/7.3.4	About This Report	첫 보고서 2013년 9월 발간
102-52		GRI STANDARDS INDEX	매년 발간
102-53		About This Report	
102-54		88~89	
102-55		90~92	
102-56		88~89	

공개 지표	ISO 26000	검증	
		Page	Omissions/Comments
조달 관행			
103	Management Approach 6.4.3/6.6.6/ 6.8.1-6.8.2/6.8.7	62	
반부패			
103	Management Approach	71	
205-1	사업장 부패 위험 평가	72	
205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	72~73	
공정경쟁			
103	Management Approach	73	
206-1	경쟁저해행위, 독과점 등 불공정한 거래행위에 대한 법적 조치	6.6.1-6.6.2/6.6.5/6.6.7 GRI STANDARDS INDEX	위반사례 없음
에너지			
103	Management Approach	35	
302-1	조직 내 에너지 소비	35	
302-4	에너지 소비 감축	6.5.4/6.5.5 35	
302-5	제품 및 서비스의 에너지 요구량 감축	38	
배출			
103	Management Approach	35	
305-1	직접 온실가스(GHG) 배출 (SCOPE 1)	35	
305-2	에너지 간접 온실가스(GHG) 배출 (SCOPE 2)	6.5.3/6.5.5 35	
305-5	온실가스(GHG) 배출 감축	35	
305-7	NOx, SOx 및 기타 중요한 대기 배출물	36,82	
폐기물			
103	Management Approach	37	
306-2	유형 및 처리방법별 폐기물	6.5.3/6.5.4 37	
306-3	유해물질 유출	37	
노사관계			
103	Management Approach	6.4.3/6.4.4 51	
보건 및 안전			
103	Management Approach	59	
403-1	산업보건안전 운영시스템	6.4.6/6.8.8 59	
403-2	작업 위험인식, 리스크 평가 및 사고 조사	60	
403-3	작업 보건 서비스	59-60	
훈련 및 교육			
103	Management Approach	56	
404-1	임직원 1인당 평균 교육 시간	6.4.7 57	
404-2	임직원 역량 강화 및 전환 지원을 위한 프로그램	56-57	
다양성과 평등한 기회			
103	Management Approach	6.2.3/6.3.7/ 6.3.10/6.4.3 54	

GRI Index




공개 지표	ISO 26000	검증	
		Page	Omissions/Comments
차별금지			
103	Management Approach	53~55	
406-1	차별 사건 및 이에 대한 시정조치	GRI STANDARDS INDEX	차별사례 없음
인권평가			
103	Management Approach	50~53	
지역사회			
103	Management Approach	63~65	
413-2	지역실질적이거나 잠재적으로 사회에 중대한 부정적 영향을 미치는 사업장	GRI STANDARDS INDEX	부정적 영향을 미치는 사업장 없음
공급망의 사회적 평가			
103	Management Approach	62	
고객 보건안전			
103	Management Approach	41	
416-1	제품 및 서비스군의 안전보건 영향 평가	43~44	
제품 및 서비스 라벨링			
103	Management Approach	31~33, 38	
417-2	제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건	GRI STANDARDS INDEX	위반사항 없음
417-3	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규정 위반	GRI STANDARDS INDEX	위반사항 없음

수상 및 인증 내역

수상 내역

					
'클라우드 생드래프트' 국제 주류 품평회 IBC 은상 수상	음료 부문 8년 연속 1위 기업 선정, 소주 부문 5년 연속 1위 기업 선정	'2020 함께하는 기업 어워드 & CSR 필름 페스티벌' 희망 나눔 부문 보건복지부장관상 수상	델몬트주스, 22년 연속 한국산업의 브랜드파워 (K-BPI) 주스부문 1위 선정	2020 '아이스8.0 예코' 굿 디자인 어워드 산업통상자원부장관상 수상	2020 '롯데칠성음료 70년사' IBA(국제비즈니스대상) 출판 부문 '금상' 수상
2020.12 국제 주류 품평회 IBC	2020.11 NCS(국가고객만족지수)	2020.11 함께하는 기업 어워드&CSR 필름 페스티벌	2020.03 KMAC(한국능률협회컨설팅)	2020 굿 디자인 어워드	2020.09 IBA(국제비즈니스대상)
					
'엘로우테일, 3년 연속 세계 와인 파워 지수 1위 선정	독일 레드닷 디자인 어워드 2019 분상 수상(요랄라 요구르트맛 스파클링, 델몬트 주스 소병 제품)	2019 한국산업의 브랜드파워 21년 연속 주스부문 1위 (Korea Brand Power Index)	순하리 딸기(수출용), 캐나다 주류품평회 리큐르부문 심사위원상 수상	2018 K-CSBI 1위 브랜드 칸타타 (프리미엄 원두커피 부문)	2018 한국산업의 브랜드파워 20년 연속 주스부문 1위 (Korea Brand Power Index)
2020 와인 인텔리전스	2019.08 Red Dot Award(레드닷 어워드)	2019.03 KMAC(한국능률협회컨설팅)	2019 Alberta Beverage Awards(ABA)	2018.04 K-CSBI 1위 평가위원회	2018.03 KMAC (한국능률협회컨설팅)
					
처음처럼, 인터넷소통대상 기업부문 대상	클라우드, 소셜미디어 주류부문 대상, 디지털콘텐츠 기업부문 대상	처음처럼, 마이라벨 캠페인, 프로모션 부문 대상, 디자인 부문 은상	IF Design awards 2018 빈티지 철성사이다	IF Design awards 2018 Self Barista (셀프바리스타)	2018 굿디자인 어워드 칸타타 콘트라베이스
2018 제11회 인터넷소통대상-소셜미디어대상	2018 - 제11회 인터넷소통대상-소셜미디어대상	2018 대한민국 광고대상	2018 IF Design award	2018 IF Design award	2018 산업통상자원부 kidp한국디자인진흥원
					
2017 스타 브랜드 대상 (콜드브루 부문)	2017 굿디자인 어워드 뉴트리밀	2017 굿디자인 어워드 실론티 콜드브루 블랙티	2017 대한민국 패키지디자인대전 칸타타 겨울시즌 리미티드 에디션	2017 대한민국 패키지디자인대전 레쓰비 겨울시즌 리미티드 에디션	2017 대한민국 패키지디자인대전 실론티 콜드브루 블랙티
2017.12 매경미디어그룹 (매경비즈-매경닷컴)	2017 산업통상자원부 kidp한국디자인진흥원	2017 산업통상자원부 kidp한국디자인진흥원	2017 kpda 한국패키지디자인협회	2017 kpda 한국패키지디자인협회	2017 kpda 한국패키지디자인협회

기타 수상

		
2018 일자리 유공 정부 포상 대통령 표창	2018 환경의 날 기념 대통령 표창	2018 노사문화대상 국무총리상
고용노동부	환경부	고용노동부

인증 내역

				
대한민국 일자리 으뜸기업	노사문화 우수기업	여가친화기업	가족친화 우수기업	남녀고용평등 우수기업
고용노동부	고용노동부	문화체육관광부	여성가족부	고용노동부

제작에 도움 주신 분들

「롯데칠성음료」 8년만의 지속가능경영보고서 발간은 전사적인 협업을 통해 진행되었습니다.
본 보고서 제작과 관련하여 적극적인 협력과 관심을 가져주신 모든 분들께 감사의 말씀을 드립니다.

강길목	김화언	서은지	이경성	장동인	천영태
강영진	김홍수	서한솔	이상민	장민영	최영래
강태광	나상민	소연지	이상우	장새미	최은영
고태영	나지훈	손민호	이석채	장용호	최재진
곽동찬	류영석	송문수	이성식	장재영	최지수
권민철	문상진	신해모	이채홍	장현진	한영민
김대일	박민지	신항하	이태형	정민기	허주현
김동욱	박신재	안선근	이홍은	정우현	현나윤
김수영	박 원	양문영	임근탁	정진섭	홍용표
김창현	박인혁	우태식	임성환	주현정	홍종현
김태우	서유진	윤영신	임요한	채병훈	황원재

이해 관계자 인터뷰에 응해주신 분들

김정중, 송경선, 이의도, 전현성, 정민희

기획

롯데칠성음료 ESG부문 정찬우 상무

롯데칠성음료 ESG팀 민창윤, 박동진, 이청산, 김명석, 추은선

발행일	2021년 11월
발행처	롯데칠성음료(주)
편집	한국경영인증원
검증	한국품질재단
디자인	(주)디자인어백플러스

롯데칠성음료의 지속가능경영보고서를 읽어주신 독자 여러분 감사합니다.
 롯데칠성음료는 향후 보다 나은 지속가능경영보고서 제작을 위해 지속가능경영보고서에 대해 독자 여러분을 포함한 다양한 이해관계자 여러분의 소중한 의견을 청취하고자 합니다. 다음 내용을 작성하시어 우편이나 이메일을 통해 보내주시기 바랍니다.

1. 귀하는 다음 중 어느 그룹에 속하십니까?

- 고객 임직원
- 정부 지역주민
- 사업파트너 NGO 및 시민단체
- 전문기관 기타()

2. 귀하는 본 보고서를 어떤 경로를 통해 알게 되었습니까?

- 롯데칠성음료 홈페이지
- 신문 등 언론매체
- 웹서핑
- 롯데칠성음료 임직원
- 세미나/강의
- 기타()

**3. 귀하는 본 보고서를 어떠한 목적으로 활용하십니까?
(복수응답 가능)**

- 롯데칠성음료에 대한 정보를 얻기 위해
- 롯데칠성음료의 ESG경영 활동을 파악하기 위해
- 롯데칠성음료가 속한 업종의 특성을 비교, 분석하기 위해
- 연구 및 교육 활용의 목적으로
- 기타()

4. 다음 중 본 보고서에서 가장 관심 있는 이슈는 무엇입니까?(복수응답 가능)

- 롯데칠성음료 소개 및 ESG 경영전략
- 환경경영을 위한 노력
- 고객만족을 위한 품질
- 직원가치를 위한 지원
- 동반성장을 위한 상생과 사회공헌
- 이사회 및 지배구조
- 윤리경영/리스크 관리

5. 본 보고서에서 보완이 필요하다고 생각되는 부분이 있다면 무엇입니까?(복수응답 가능)

- 롯데칠성음료 소개 및 ESG 경영전략
- 환경경영을 위한 노력
- 고객만족을 위한 품질
- 직원가치를 위한 지원
- 동반성장을 위한 상생과 사회공헌
- 이사회 및 지배구조
- 윤리경영/리스크 관리

6. 본 보고서는 귀하가 롯데칠성음료의 ESG경영 활동을 이해하는데 도움이 되었습니까?

- 매우 도움됨 도움됨 보통 도움안됨
- 전혀 도움안됨

7. 본 보고서에 대한 평가는?

- 정보의 이해도**
- 매우 만족 만족 보통 불만족 매우 불만족
- 정보의 정확성**
- 매우 만족 만족 보통 불만족 매우 불만족
- 정보의 양**
- 매우 만족 만족 보통 불만족 매우 불만족
- 디자인 구성**
- 매우 만족 만족 보통 불만족 매우 불만족

8. 롯데칠성음료의 ESG 경영 활동에 대한 의견이나 보고서의 전체적인 구성 및 내용에 대한 의견을 자유롭게 적어주세요.



본 보고서는 친환경용지에 콩기름으로 인쇄되었습니다.



(06618) 서울특별시 서초구 서초대로70길 15 대표전화 02-3479-9114 <https://company.lottechilsung.co.kr>