

For your Family

2020 롯데하이마트 지속가능경영보고서

About This Report

보고서 개요

2020 롯데하이마트 지속가능경영보고서는 롯데하이마트가 발간하는 첫 번째 지속가능경영보고서로, 롯데하이마트의 지속가능경영을 위한 ESG (환경, 사회, 지배구조) 각 분야별 세부적인 활동과 노력을 소개하고 있습니다. 롯데하이마트는 앞으로도 매년 지속가능경영보고서를 통해 중·장기적 ESG 경영 전략과 그에 따른 활동 및 성과를 이해관계자 여러분께 투명하게 알려드리고자 합니다.

보고서 작성 원칙

본 보고서는 지속가능경영 국제 보고 가이드라인 GRI (Global Reporting Initiative) Standards의 핵심(Core Option)에 부합하도록 작성되었으며, SASB (Sustainability Accounting Standards Board) 정보공개 표준과 UN 지속가능발전목표(UN SDGs, Sustainable Development Goals) 달성을 위한 각종 활동을 포함하여 보고하였습니다.

보고 기간

본 보고서는 2020년 1월부터 2021년 6월까지의 활동을 바탕으로 작성되었으며, 일부 내용은 2021년 하반기 주요 성과를 포함하고 있습니다. 정량적 성과의 경우, 추세 변화를 보다 쉽게 파악할 수 있도록 2018년부터 2020년까지 3개년 수치를 제공하고 있습니다.

보고 경계

롯데하이마트 본사 및 전국 지사, 지점, 물류센터

보고서 검증

본 보고서는 작성된 내용의 신뢰도와 투명성을 보장하기 위하여 독립된 제3자 전문기관인 (주)컨트롤유니온코리아를 통한 검증을 진행하였습니다. 검증 결과는 부록의 제3자 검증 의견서에서 확인하실 수 있습니다.

문의처

서울특별시 강남구 삼성로 156 롯데하이마트 빌딩 롯데하이마트 ESG팀

Tel. 02-2050-5082 E-mail. hyunjoo.hwang@lotte.net

Contents

Overview

Digital Lifestyle Partner

- 04 CEO Message
- 06 Business Overview
- 12 ESG Strategy
- 14 중대성 평가

Beyond Customer Expectation

고객의 기대를 뛰어넘다

- 18 온·오프라인을 경계를 넘나드는 고객가치 창출
- 20 자원순환을 통한 환경책임 이행
- 22 상호 신뢰와 소통 기반의 동반성장
- 24 코로나19 극복 지원 활동

Challenge

Environmental 환경

- 28 환경경영
- 33 자원 선순환 체계 구축
- 39 기후변화 대응

Respect

Social 사회

- 42 개인정보보호
- 45 고객만족경영
- 51 롯데하이마트인 이야기
- 64 파트너사 동반성장
- 73 Hi 사회공헌 활동

Originality

Governance 거버넌스

- 80 지배구조
- 82 주주권리 보호
- 83 준법경영
- 85 리스크 관리

Appendix

부록

- 88 Data Center
- 94 GRI Content Index
- 99 SASB Index
- 100 제3자 검증 의견서
- 102 가입협회 및 수상내역

CEO Message



“ 존경하는 이해관계자 여러분!
항상 롯데하이마트를 믿고 응원해 주심에
감사의 말씀을 전합니다. ”

이번 지속가능경영보고서 발간을 통해 롯데하이마트가 그간 실천해 온 사회적·환경적 책임경영 활동과 성과를 이해관계자 여러분과 공유하게 되었습니다. 지난 2020년은 갑작스러운 코로나19 바이러스의 세계적 대유행으로 전례 없는 위기를 겪은 한 해였습니다. 국내에서도 생산 활동과 소비가 크게 위축되면서 경기침체는 물론 일상생활에서도 크고 작은 변화와 고통을 겪었습니다. 아울러 기후변화에 따른 이례적 이상기후 현상이 코로나19와 맞물려 안전 보건 및 환경에 대한 정부 정책의 급격한 변화를 가져오면서 사회 구성원으로서 기업의 역할과 책임이 더욱 강조되고 있습니다.

롯데하이마트는 어려운 경영환경 속에서도 성장의 기회를 모색하여, 모든 구성원의 열정과 헌신을 바탕으로 끊임없는 체질 개선을 이루고자 하였습니다. 오프라인 매장 효율화와 온라인 쇼핑몰 콘텐츠 확대에 꾸준히 노력한 결과, 안정적인 영업 실적을 이어갈 수 있었습니다. 또한 2020년을 시작으로 ESG 경영에 더욱 박차를 가하며 국내 최고 가전 유통 업체로서의 위상을 공고히 하고 있습니다.

롯데하이마트는 그간 고객과 사회로부터 꾸준히 받아온 사랑과 신뢰에 보답하고, 위기를 기회로 전환하는 장기적인 안목으로 환경과 조화로운 성장을 이루기 위해 다음과 같은 노력을 이어갈 것입니다.

환경을 고려하는 기업이 되겠습니다.

롯데하이마트는 환경공단, 한국전자제품자원순환공제조합과 협업하여 폐가전 수거에 적극 참여해왔습니다. 더 나아가 2021년 환경경영시스템 국제표준 'ISO 14001' 인증을 취득하여, 체계적인 환경경영 실천 기반을 닦았습니다. 또한 친환경 포장재 적용을 확대하고 자체 브랜드 '하이메이드'의 친환경 제품 라인을 개발하는 등 제품 및 서비스의 친환경성을 강화하여 친환경 기업으로 거듭나고자 합니다.

사회적 책임을 성실히 이행하는 기업이 되겠습니다.

롯데하이마트는 2020년 코로나19 확산으로 큰 타격을 입고 생활이 어려워진 주변의 이웃들에게 가전제품을 지원하고, 대표 사회공헌 활동 '찾아가는 Hi 과학교실'을 비대면으로 진행하는 등 업과 연계한 롯데하이마트만의 차별화된 사회공헌 활동을 이어왔습니다. 아울러 파트너사와 상호 신뢰, 협력에 기반한 관계를 강화하여 공정거래 문화 조성에 앞장서고 파트너사와 함께하는 컨설팅, 교육 및 판로지원 프로그램을 통해 동반성장을 이루겠습니다.

건전한 기업지배구조를 바탕으로 진정성 있는 ESG 경영을 지속하는 기업이 되겠습니다.

롯데하이마트는 2018년 부패방지경영시스템 국제표준 ISO 37001 인증을 취득하여 국제 규격에 부합하는 준법경영을 추진해오고 있습니다. 또한 더욱 체계적인 ESG 경영을 위하여 2021년 9월 ESG위원회를 발족하고 협력사 ESG 지원사업에 참여하여 ESG 경영 문화 확산에도 노력을 기울이고 있습니다. 롯데하이마트는 건실한 지배구조를 기반으로 ESG 경영을 선도해 나가겠습니다.

앞으로도 롯데하이마트가 가진 고유의 특성을 바탕으로 ESG 경영을 실천하고, 고객과 함께하는 ESG 문화 확산에 앞장서겠습니다. 2021년을 기점으로, 매년 발간할 지속가능경영보고서를 통해 지속 가능한 기업으로 성장해갈 롯데하이마트의 행보에 여러분의 관심과 조언을 부탁드립니다.

감사합니다.

2021년 12월

대표이사 **황영근**



Business Overview

롯데하이마트 소개

롯데하이마트는 지난 2000년 출범 이후, 국내 1위 카테고리킬러¹⁾ 가전제품 전문점으로 등극하며 국내 가전 유통시장을 선도하고 있습니다. 당사는 전국 450여 개 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰을 운영하며, 5천여 개에 이르는 전 세계 다양한 브랜드를 취급하고 있습니다. 또한 자체 PB상품 개발과 차별화된 배송 및 고객 서비스를 통해 국내 최고 가전 유통업체로서의 위상을 더욱 확고히 하고 있습니다.

1) 카테고리킬러(Category Killer): 전자제품 등 특정 품목을 집중적으로 판매하는 소매 형태

일반현황 (2020년 12월 기준)

기업명	롯데하이마트(주)	설립일	1987년
업종	가전제품 도·소매업	본사주소	서울시 강남구 삼성로 156
대표이사	황영근		롯데하이마트 빌딩

임직원 수 3,915명	총자산 33,492억 원	영업이익 161,076백만 원
A1 한국신용평가(KIS)	국내신용등급 AA- 한국신용정보(NICE)	AA- 한국기업평가(KR)

 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상* 10년 연속 수상	 소비자가 뽑은 가장 신뢰하는 브랜드 대상* 11년 연속 수상	 프리미엄 브랜드 지수* 8년 연속 수상
* 2020년 기준		



롯데하이마트 본사

주요 연혁

2000. 01

- (주)하이마트 출범:
전국 200여 개 직영점
네트워크
- 전국 1일 배송시스템 구축

2000. 07

인터넷 쇼핑몰:
www.e-himart.co.kr 개설

2002. 10

오페라 광고,
대한민국 광고 대상
수상

2003. 05

직영 서비스센터 오픈

2004. 12

전자유통업계 최초
POS 시스템 도입

2005. 06

유통업계 최초 사내 자격증
제도 '세일즈마스터' 자격증
노동부 공식 인증

2009. 11

국가품질경영대회
서비스품질 우수기업
지식경제부장관 표창 수여

2014. 04

하이마트 봉사단 창단

2013. 07

산업통상자원부와
고효율 가전제품 보급 확산
업무협약 체결

2012. 11

롯데하이마트주식회사로
사명 변경

2011. 06

유가증권시장 상장

2010. 12

전자유통업계 사상 최초
매출 3조 원 돌파

2015. 03

고용노동부 고용창출 100대
우수기업 선정

2015. 12

롯데하이마트, 여성가족부
'가족친화기업' 인증 획득

2017. 06

온라인 전용 물류센터 오픈

2018. 01

롯데하이마트 구리역점에
온·오프라인 결합형 매장
'옴니스토어' 오픈

2020. 01

국내 최대 규모 오프라인 가전매장
'메가스토어' 잠실점 오픈



롯데하이마트 비전·핵심가치

롯데하이마트는 2000년 출범 이후, 줄곧 고객의 행복과 인류 전체의 더 나은 미래를 추구해왔습니다. 슬로건 'For Your Family: 우리 가족 최고의 순간에 늘 함께하는 롯데하이마트'에 걸맞은 세 가지 핵심가치 **Challenge: 도전**, **Respect: 존중**, **Originality: 독창성**을 추구함으로써 고객의 기대를 뛰어넘고, '고객의 스마트한 문화생활을 제안하는 디지털 라이프스타일 파트너'가 되고자 노력하고 있습니다.



비전

고객의 스마트한 문화생활을 제안하는 디지털 라이프스타일 파트너

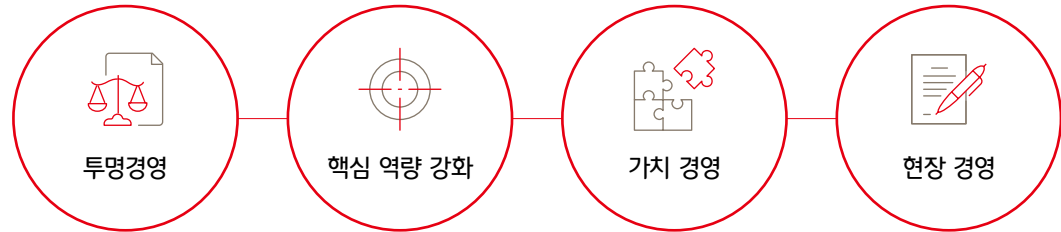
롯데하이마트인의 역할

얼리어답터
기술발전과 함께 고객에게
트렌드를 선도하는
신상품 발굴 및 소싱

큐레이터
고객의 다양한
라이프스타일에 맞는
개인화된 상품과 서비스를 제안

인플루언서
환경과 사회적 가치
실현 추구를 통해
고객에게 선한 영향력 전파

경영방침



핵심가치

BEYOND CUSTOMER EXPECTATION

우리는 고객이 요구를 충족하는데 머무르지 않고,
고객의 기대를 뛰어넘는 가치를 창출해낸다.

CHALLENGE

우리는 업무의 본질에 집중하며 끊임없는 도전을 통해 더 높은 수준의 목표를 달성해 나간다.

RESPECT

우리는 다양한 의견을 존중하며 소통하고, 원칙을 준수함으로써 신뢰에 기반한 공동체를 지향한다.

ORIGINALITY

우리는 변화에 민첩하게 대응하고, 경계를 뛰어넘는 협업과 틀을 깨는 혁신을 통해 쉽게 모방할 수 없는 독창성을 만든다.

브랜드 및 사업부문

서비스 브랜드

하이메이드

하이메이드는 롯데하이마트의 자체 브랜드(PB²⁾)로, 2016년 론칭 이후 2020년까지 연평균 22%의 지속적인 성장세를 이루었습니다. 하이메이드 상품은 전문 제조업체와의 협업으로 생산되며, 소비자의 다양한 니즈와 라이프스타일을 충족시키기 위해 헤어드라이기, 선풍기 등 소형 생활가전은 물론 TV, 냉장고 등의 대형가전과 데스크톱, 노트북과 같은 IT가전까지 제품군을 점차 확대하고 있습니다.

하이메이드는 2021년 4월, 4개의 세부 브랜드를 론칭하고 각 브랜드 컨셉에 맞춘 상품을 제공하고 있습니다. 경쟁 상품과 동급의 상품을 더욱 저렴하게, 또한 동일한 가격대에서 고급화한 상품을 제공하는 전략으로 현재까지 총 200여 개 상품을 선보였습니다. 최근 제품 친환경성에 대한 관심이 높아짐에 따라 친환경 PB 상품 라인을 확대할 예정입니다.

2) PB: Private Brand의 약자, 유통업체에서 직접 만든 자체브랜드 상품을 의미

하이메이드 브랜드



홈케어서비스

홈케어서비스는 전문 인력과 장비를 통해 가전제품에서 주거공간까지 케어해드리는 사후관리 서비스입니다. 가전제품의 경우 에어컨, 세탁기, 공기청정기 등 지속적으로 관리가 필요한 총 15개 품목에 대해 전문 클리닝 교육을 수료한 CS마스터가 가정을 방문하여 살균과 세척을 진행합니다. 아울러 매트리스, 입주청소, 방충망 시공 등 총 22개 품목에 대해 주거공간 케어 서비스도 함께 제공하고 있습니다.

3) CS마스터: Customer Satisfaction Master, 전문 교육을 수료한 배송·설치 전문 기사



하이메이드 시리즈를 소개하는 직원들



홈케어서비스 홍보자료

오프라인 매장

급변하는 고객 니즈와 라이프스타일에 발맞추어 오프라인 매장의 경쟁력 강화를 위해 점포 다변화를 진행하고 있습니다.



옴니스토어
Introduction of Lifestyles
온라인과 오프라인이 교차하는 곳.
다양한 라이프스타일과 문화를 만나는 공간

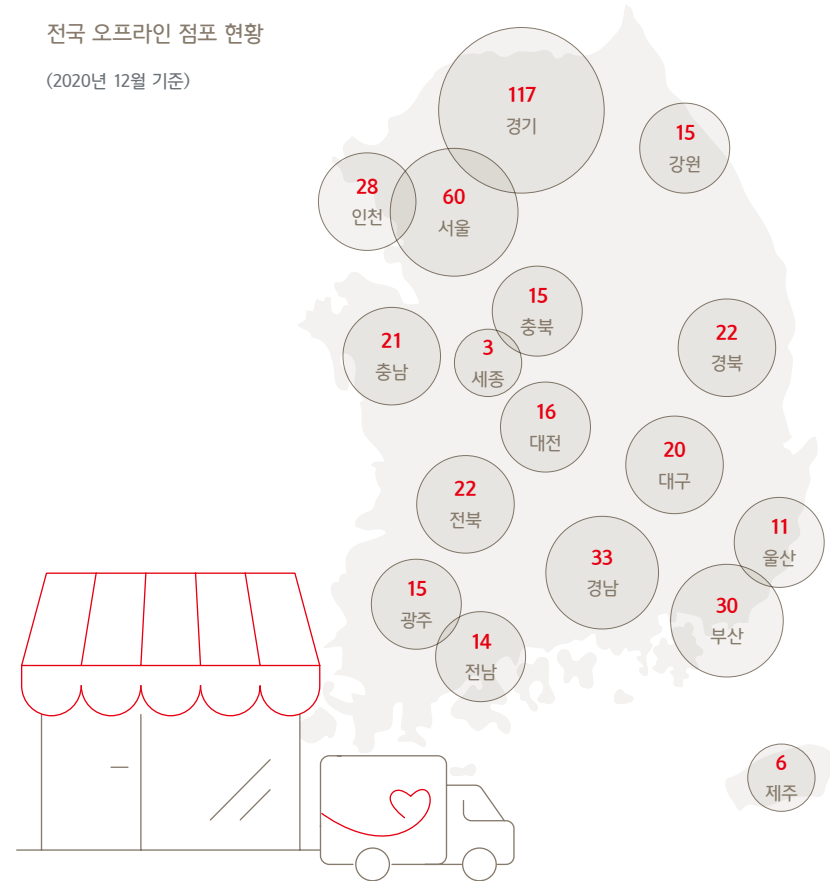


메가스토어
Mega Collective
어디에서도 체험하지 못하는 다양한 경험의 집합.
고객이 원하는 모든 것이 있는 새로운 공간



프리미엄
Salon De Noble
차별화된 브랜드 가치를 전달할 수 있는 곳.
백화점내에서 고객이 편하게 휴식을 즐기고 오래 머물 수 있는 공간

전국 오프라인 점포 현황
(2020년 12월 기준)



2021 독일 디자인 어워드(GDA)

스페셜 맨션 수상

* 본상 가운데 최고 등급의 상으로, 커뮤니케이션 디자인 부문 브랜드 정체성 분야 수상

온라인 쇼핑몰

롯데하이마트 온라인 쇼핑몰은 2000년 첫 개설 이후 2015년 리뉴얼을 거쳐 지금의 모습을 갖추게 되었습니다. 2017년 6월 온라인 전용 물류센터를 오픈, 온라인 배송의 효율화를 도모함으로써 온라인 기반 가전유통 판매를 강화했습니다. 온라인 쇼핑몰은 현재까지 고객과의 주요 소통 채널이자 주력 사업 터전으로서의 역할을 다하고 있습니다. 다양한 이벤트 및 기획전, 고객 편의를 위한 AR 가상 배치 서비스 등 디지털 혁신기술을 더하여 끊임없는 쇄신을 거듭하고 있습니다. 롯데하이마트는 온라인 쇼핑몰을 적극 활용하여 온오프라인을 아우르는 가전유통 플랫폼으로 자리매김하고 있습니다.

온라인 쇼핑몰 주요 콘텐츠

<p>하이홈</p>	<p>홈인테리어</p>	<p>하트라이브</p>	<p>하트ON TV</p>
<p>고객이 직접 참여/체험 가능한 콘텐츠를 통해 쇼핑 경험과 홈리빙 관련 서비스를 제공하는 홈리빙 서비스 전문관</p>	<p>인테리어 사례, 시공 포트폴리오 등 인테리어 정보 및 시공 상담 신청 중개 서비스를 제공하는 플랫폼</p>	<p>신상품, 이슈 상품, 단독상품 등을 실시간 라이브 방송 콘텐츠를 활용하여 판매하는 모바일 생방송 플랫폼</p>	<p>상품 리뷰, 가전 동화, 랜선 홈투어 등의 콘텐츠를 통해 상품 관련 정보 제공 및 판매하는 동영상 콘텐츠 플랫폼</p>
<p>하트마켓</p>	<p>AR/VR*</p>	<p>A/S 앱</p>	<p>영상상담서비스</p>
<p>개인 간의 중고거래 중개 및 오프라인 매장의 진열 상품, 부가서비스 등을 연계 판매하는 플랫폼</p>	<p>신기술 도입을 통한 고객 체험 및 참여 확대를 유도하는 플랫폼</p>	<p>A/S 접수, 소모품 신청, 수리비 계산 등 A/S 관련 된 편의를 제공하며 고객이 보유한 제품에 대하여 다양한 관리 정보를 제공하는 플랫폼</p>	<p>상품 시연, 개인별 맞춤 상담 등 전문 상담원과 영상 채팅을 통해 실시간으로 상담받을 수 있는 원격 상담 플랫폼</p>

* AR (증강현실) : 상품 가상 배치 체험 기능 제공
 VR (가상현실) : 뷰어를 통한 온라인 360도 주거공간 투어 콘텐츠 제공



롯데하이마트 온라인 쇼핑몰



경기도 이천의 롯데하이마트 온라인 전용 물류센터

ESG Strategy

롯데하이마트는 지속 가능한 기업활동을 위해 ESG 경영 전략을 구체화하였습니다. 모든 이해관계자의 행복을 위한 친환경 경영, 사회적 책임 및 지배구조 개선 등 ESG 경영활동을 적극적으로 추진합니다. 롯데하이마트는 앞으로도 모두의 안녕(安寧)과 보다 나은 미래를 위해 내실 있고 진정성 있는 ESG 경영활동에 앞장서겠습니다.

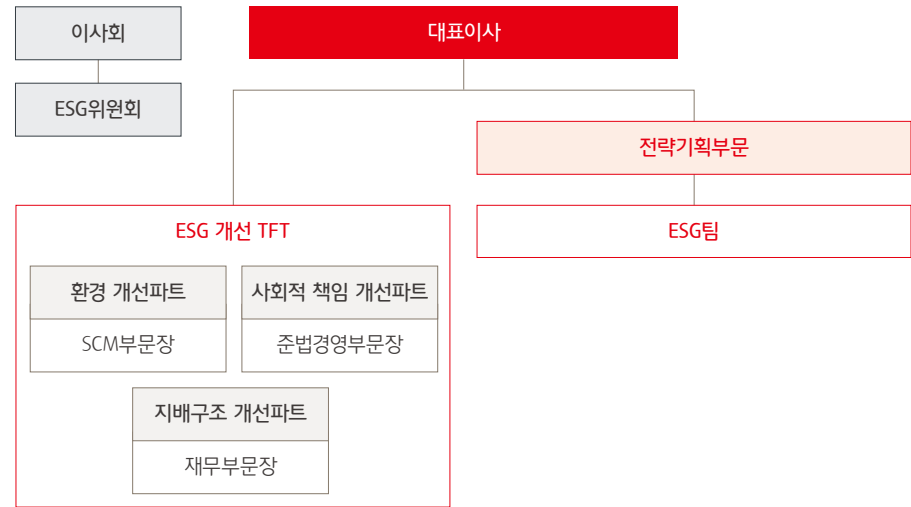
ESG 전략체계



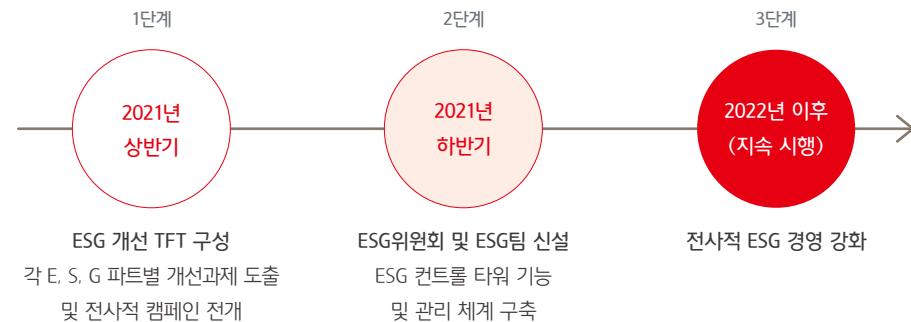
ESG 경영 전담 조직

2021년 상반기 ESG 개선 TFT 및 ESG 전담 조직인 ESG팀을 구성하고, 9월 이사회 산하 ESG위원회 설립을 통해 ESG 추진 조직체계를 확립하였습니다. ESG위원회는 ESG 경영을 총괄하는 최고 의사결정 기구로 ESG 경영 전략 및 정책을 수립하며, 성과를 관리·감독하게 됩니다.

ESG 경영 전담 조직 체계도

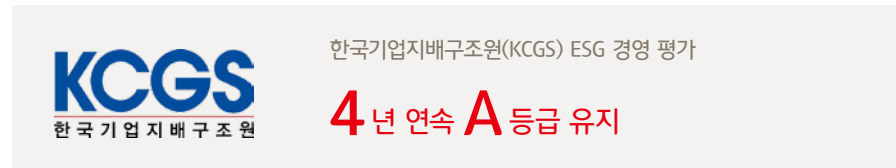


ESG 경영 추진 계획

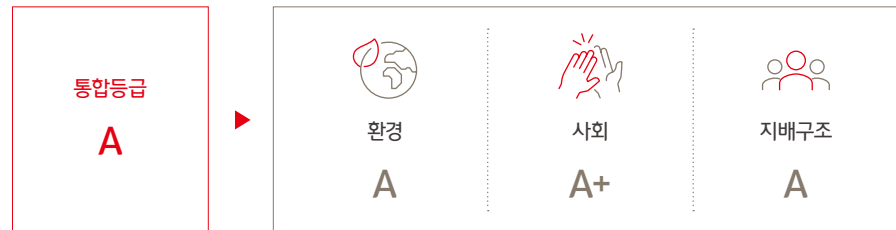


ESG 역량 강화

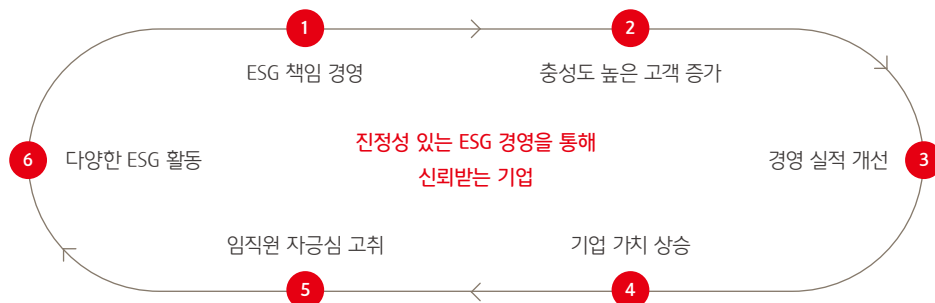
지속적인 ESG 경영의 전제조건은 임직원 모두 ESG 경영 필요성과 주요 정책 및 전략적 방향성을 인식하고, 업무 전반에서 실현하는 것입니다. 롯데하이마트는 진정성 있는 ESG 경영을 통해 단순한 브랜드 이미지 제고가 아닌, 파트너사와 소비자, 투자자와 같은 모든 이해관계자들이 인정하는 기업이 되고자 합니다. 이를 위해, ESG 경영 이해도를 높이고자 임직원 대상 사내 교육을 진행합니다. 조직 전반의 ESG 인식 제고를 목표로, 다양한 플랫폼을 활용하여 직원 참여도를 높이고 있습니다.



2021년 KCGS ESG 평가 등급



ESG 경영 선순환 구조



ESG 리더 교육⁴⁾

ESG 경영 내재화를 위하여 전 임원 및 지사장, 팀장을 대상으로 의식교육을 진행하였습니다. ESG의 이론적 관점 및 방향성에 대한 이해도 제고를 목표로, 2021년 4월부터 월 1회에 걸쳐 외부 전문가(사외이사)가 교육을 이끌었습니다.

4) 코로나19 확산으로 비대면 화상 교육 진행

전 구성원 ESG 의식 교육

효과적인 ESG 경영에는 전 임직원의 공감대 형성과 동참이 필수적입니다. 롯데하이마트는 전 임직원의 인식 변화 및 회사의 ESG 방향성을 공유하고자 2021년 5월에서 6월까지, 약 2개월 동안 2회의 ESG 교육을 실시하였습니다. ESG 경영의 필요성, 기업의 환경/사회적 책임, 그린 캠페인 추진 전략에 대한 이해도 증진을 목적으로 사내 모바일 비대면 교육 플랫폼 '터치클래스⁵⁾'를 활용한 교육으로, 높은 참여율을 보였습니다.

5) 모바일 사내 교육 플랫폼



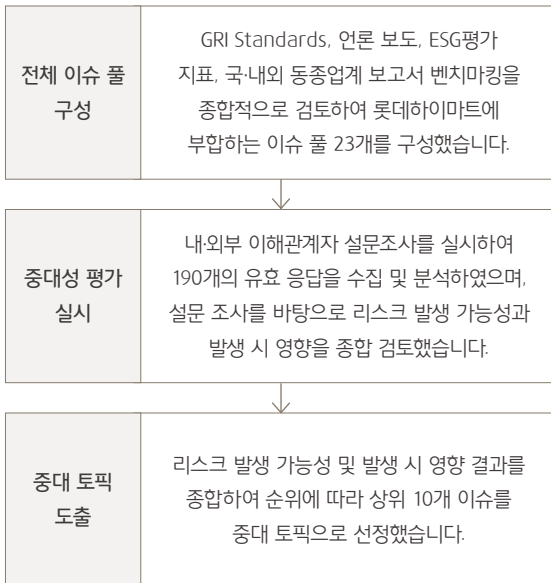
터치클래스를 활용한 ESG 교육



중대성 평가

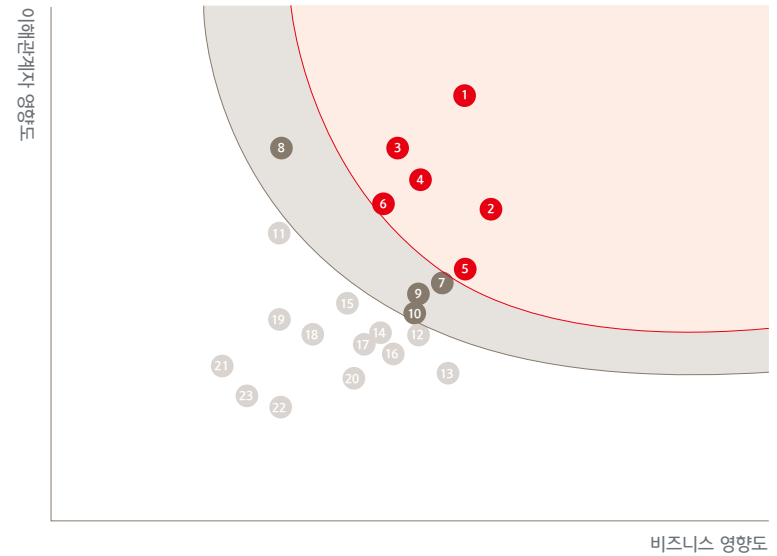
국제 수준에 부합하는 ESG 경영 공시를 위해 글로벌 지속가능경영 보고 가이드라인 GRI (Global Reporting Initiative)에 따라 중대성 평가를 실시했습니다. 평가는 내·외부 이해관계자 설문조사, 언론 보도 분석, 국내외 기업 벤치마킹, 글로벌 지속가능경영 표준 및 평가 지표 등을 종합적으로 고려하여 실시됩니다. 롯데하이마트는 매년 중대성 평가를 진행하여 이해관계자들이 선정한 '중대 이슈'를 파악하고, 그에 따른 ESG 경영 성과와 전략을 점검하고 개선 및 강화해 나가고자 합니다.

중대성 평가 프로세스



- High | 핵심대응영역
 - Middle | 전략적대응영역
 - Low | 중장기대응영역
- | | |
|----------------------|-------------------|
| 1 고객 개인정보 보호 | 11 온실가스 배출 저감 |
| 2 폐기물 발생 저감 | 12 안전한 입터 보장 |
| 3 윤리경영 | 13 사회공헌 활동 |
| 4 투명하고 효율적인 지배구조 | 14 임직원 인권 보호 |
| 5 제품 안전 및 품질 보장 | 15 공정한 거래질서 확립 |
| 6 환경자원 절약 | 16 지역사회 발전 기여 |
| 7 고객 만족도 및 접근/편의성 향상 | 17 공급망 ESG 리스크 관리 |
| 8 건전한 노사관계 구축 | 18 임직원 다양성 및 포용성 |
| 9 중소협력사 상생 | 19 전문인력 육성 |
| 10 친환경 제품 및 서비스 제공 | 20 일과 삶의 균형 보장 |
| | 21 환경오염 방지 |
| | 22 디지털 혁신 |
| | 23 주주 권리 보호 |

중대성 평가 결과



ESG 중요도 순위

중대 토픽			
순위	분야	토픽명	페이지
1	고객/지역사회	고객 개인정보 보호	42~43p
2	환경	폐기물 발생 저감	33~38p
3	지배구조	윤리경영	83~84p
4	지배구조	투명하고 효율적인 지배구조	80~82p
5	고객/지역사회	제품 안전 및 품질 보장	45~50p
6	환경	환경자원 절약	28~32, 39~40p
7	고객/지역사회	고객 만족도 및 접근/편의성 향상	18~19, 45~50p
8	임직원	건전한 노사관계 구축	53~54p
9	고객/지역사회	중소협력사 상생	64~72p
10	환경	친환경 제품 및 서비스 제공	34~38p

롯데하이마트의 UN SDGs

기업이 기여하고 또 지향해야 할 UN SDGs (지속가능발전 목표)에 대한 이해관계자의 인식을 파악하고자 설문조사를 실시하였습니다. 조사 결과, 롯데하이마트가 가장 크게 기여하고 또 추구해야 할 UN SDGs 1순위로 8번 '양질의 일자리 창출 및 경제성장 기여'가 선정되었습니다. 롯데하이마트는 ESG 경영 전략과 UN SDGs를 연계하여 지속가능경영 전략을 고도화하고 국제 사회 문제 해결에 이바지하고자 합니다.

이해관계자가 선정한 UN SDGs 기여 목표 Top5

SDGs	
	Goal 8. 양질의 일자리 창출 및 경제성장 기여
	Goal 12. 천연 자원 낭비 및 폐기물 발생 감소
	Goal 1. 빈곤취약계층 경제적 지원
	Goal 5. 성평등 달성과 모든 여성, 여아의 권익 신장
	Goal 9. 사회기반시설 구축 및 산업화/혁신 증진

롯데하이마트 활동
<ul style="list-style-type: none"> • 2016년 일하기 좋은 100대 기업 선정 • 여성이 일하기 좋은 기업 대상 선정 • 신규 채용인원 확대, 여성인재 채용 비율 확대 • 사회적 취약계층 채용, 시간선택제 근로자 및 장애인 고용 확대
<ul style="list-style-type: none"> • 대국민 중소형 폐가전 수거 캠페인 • 폐유니폼 업사이클링 봉사활동 진행 • 임직원 동참형 캠페인
<ul style="list-style-type: none"> • 조손가정 결연아동 입학 격려 지원금 전달 • 보호 종료 결연아동 사회진출 응원 선물 전달 • 농어촌 독거노인 냉방용품·위생키트 지원
<ul style="list-style-type: none"> • 워킹맘 대상 'mom편한 하이드림' 진행 • '세일즈 여성 리더 과정' • 여성 현장 관리자 대상 맞춤형 교육
<ul style="list-style-type: none"> • 동반성장 프로그램 운영으로 기술, 산업 발전 기여 • 파트너사 유통·마케팅·경영·제조·기술 분야 컨설팅 지원 • 동반성장 아카데미(파트너사 임직원 역량 강화)




이해관계자 참여

이해관계자 소통채널

구분	주요 이슈	채널
 임직원	<ul style="list-style-type: none"> 구성원 복지 개선 세대 간 소통 영업현장 의견 수렴 업무 아이디어 제안 및 공유 사내외 소식 공유 	<ul style="list-style-type: none"> 노사협의회(분기 1회) 주니어보드 체인지 에이전트 기업문화담당 사보(매월), 인트라넷(상시)
 고객	<ul style="list-style-type: none"> 서비스 품질 조사 매장 운영, 제품 안내 	<ul style="list-style-type: none"> 고객만족도 조사 (구매고객 대상 상시) VOC 채널
 정부 및 유관기관	<ul style="list-style-type: none"> 환경 이슈 협의 (폐기전 회수 협의회) 사회공헌 	<ul style="list-style-type: none"> 환경부, 환경공단 공청회(분기 1회) 독거노인종합지원센터 (보건복지부 산하기관, 연 1회)
 주주/투자자	<ul style="list-style-type: none"> 투명한 정보 공개 재무 건전성 제고 기업 가치 	<ul style="list-style-type: none"> 정기주총 임시주총(필요시) 공시자료(상시) 국내 NDR(분기 1회) 기업설명회(필요시)
 파트너사	<ul style="list-style-type: none"> 상생 협력 	<ul style="list-style-type: none"> 찾아가는 간담회(상시) 동반성장 간담회
 지역사회	<ul style="list-style-type: none"> 사회공헌 	<ul style="list-style-type: none"> 샤롯데 봉사단(상시) 조손가정 결연(상시)

이해관계자 ESG 경영 설문조사

롯데하이마트는 2021년 ESG 경영 이해관계자 설문조사를 실시하여 당사가 나아가야 할 방향과 기대사항을 수렴했습니다. 이해관계자 의견을 검토하여 ESG 경영 전략을 점검하고 개선해 나가고자 합니다.

 E	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 제품 확대를 위해 해당 제품 구매 또는 서비스 이용고객에 혜택 제공 진열 및 반품 제품 재판매 루트를 통해 환경자원 낭비 최소화 친환경 배송 차량(수소 or 전기) 도입 광고지 등 일회성 판촉물 사용 절감, 일회성 현수막, POP, 출력물 등을 줄여 사내 폐기물 절감 제품 포장 최소화 폐가전 회수 및 수거함 설치 확대
 S	<ul style="list-style-type: none"> 파트너사를 위한 상생 프로그램 및 동반성장 활성화 고객만족도 개선을 위한 CS 향상 프로그램 활성화 사회공헌 활동 홍보 및 ESG 경영 홍보 확대 여성 책임자 육성 및 임직원 교육 프로그램 다양화 및 체계화 PC-On/Off 제, 재택근무 등의 제도 실효성 강화 및 지속적인 관리
 G	<ul style="list-style-type: none"> 강력한 전사적 ESG 캠페인 추진 중장기적(10~20년) 기업 지속가능경영 전략 수립 ESG 경영 성과 측정 및 사후 관리 보여주기식 ESG 경영이 아닌 당사과 사회 모두 만족할 수 있는 활동 전개

BEYOND CUSTOMER EXPECTATION

온오프라인의 경계를 넘나드는 고객가치 창출	18
자원순환을 통한 환경책임 이행	20
상호 신뢰와 소통 기반의 동반성장	22
코로나19 극복 지원 활동	24



온·오프라인의 경계를 넘나드는 고객가치 창출

2020년 코로나19 팬데믹에 기인한 언택트 문화의 확산으로 온라인, 모바일 기반 쇼핑이 유통산업 전반의 새로운 패러다임으로 등장하게 되었습니다. 롯데하이마트는 비대면 온라인 플랫폼의 접근성에 주목하여 편의를 추구하는 고객은 물론, 매장 방문에 어려움을 겪는 고객에게도 다양한 콘텐츠를 통한 상품 및 서비스 정보를 제공하고자 노력합니다.

롯데하이마트는 지난 2015년 온라인 쇼핑몰 리뉴얼 이후, 온·오프라인 특장점을 연계한 '옴니채널 서비스' 구축으로, 온·오프라인의 경계를 넘나드는 최상의 쇼핑 경험을 선사하여 왔습니다. 2020년 롯데하이마트가 가지고 있는 제품 시연, 친절한 상담과 같은 오프라인 매장의 강점과 온라인 쇼핑의 편의성을 연계하는 각종 서비스를 강화함으로써 꾸준한 매출 실적과 고객 가치를 높일 수 있었습니다.

온라인 여정



18.10

하이홈즈

모바일 앱 고객 참여형 양방향 소통채널 상품 제안 및 구매연계 플랫폼 구축

20.04

라이브커머스

라이브 방송으로 실시간 소통 및 판매 가능한 하트라이브와 제품의 사용법부터 후기까지 경험을 공유하는 하트온TV

20.06

VR/AR 서비스

가상/증강 현실 기술을 활용하여 메가스토어 둘러보기, 제품 가상 배치 체험 가능한 서비스

20.10

방문 예약 상담 서비스

고객 사전 방문 예약 시간 및 고객 니즈를 사전에 파악하여 고객 맞춤형 상담 가능

21.09

오프라인 비대면 영상상담 서비스

고객이 매장 방문하지 않고 약속된 시간에 오프라인 상담원과 1:1 영상 상담 가능

20.10

A/S 화상 상담 서비스

전화 대신 화상으로, 보면서 듣는 CS마스터 친절 상담 서비스

21.06

하이메이드 섬

메타버스 게임 속 롯데하이마트 PB 쇼룸 오픈

오프라인 여정



18.01

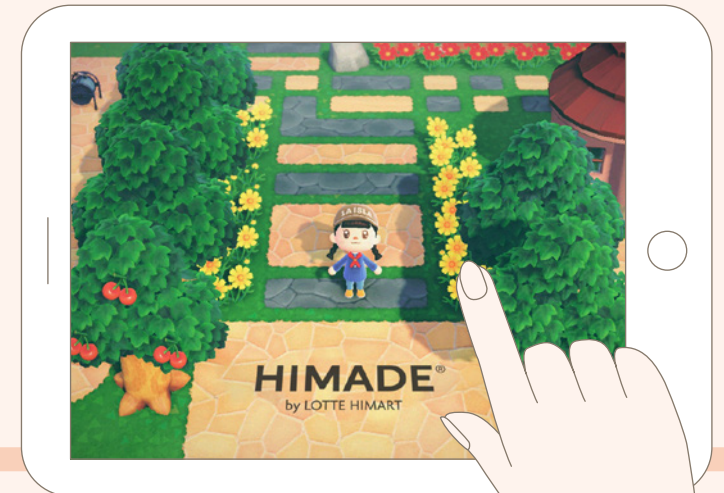
옴니스토어

온라인/오프라인 결합형 매장으로 오프라인에서 온라인 상품 및 복합 문화 공간을 경험할 수 있는 매장

20.10

세일즈툴 고도화

판매 세일즈 툴에서 아파트 평면도 및 고객 설치 정보 활용 스마트한 상담 가능



롯데하이마트
이석영 미래전략팀장

**Q. 미래전략팀은 어떤 업무를 하는 부서인가요?
간략히 소개 부탁드립니다.**

롯데하이마트 미래전략팀은 회사의 지속가능성을 위하여 중장기 관점에서 전략을 수립하고 이를 수행하는 역할을 담당하고 있습니다. 이를 위해 국내외 Trend를 수집하여 전사에 공유(Trend Report, Trend Talk 등)하고, 직원들의 다양한 아이디어를 듣기 위해 노력(다이너마이트 TF, 이상한 게시판 등)하고 있습니다. 또한 DT를 사내 적용하기 위해 세일즈툴 고도화, 영상상담, 고객 행동 데이터 등을 개발 및 테스트하고 있습니다. 이외에도 새로운 서비스나 신규 사업 관련 제휴, 투자 등의 업무도 지속적으로 진행하고 있습니다.

**Q. 유통업계에서 DT¹⁾의 중요성이 강조되고 있고,
롯데하이마트도 DT를 강화하고 있다고 들었습니다.
롯데하이마트의 DT에 대해 알려주실 수 있나요?**

롯데하이마트도 DT의 중요성을 인식하고 일찍부터 준비하고 있습니다. 이를 위해 온·오프라인 결합 매장인 옴니스토어 뿐 아니라 고객과의 스마트한 상담을 지원하는 세일즈툴, 고객 니즈를 파악해 고객 맞춤형 상담이 가능한 예약 방문 서비스, 그리고 고객이 방문하지 않아도 매장 상담원과 상담 가능한 영상상담 서비스 등을 오픈하였습니다. 최근에는 고객 행동 데이터를 수집하여 MD전개 및 프로모션 등에 활용하는 프로젝트를 진행하고 있습니다.

1) Digital Transformation: 사물 인터넷(IoT), 클라우드 컴퓨팅, 인공지능(AI) 등 디지털 기술을 모든 비즈니스 영역에 적용하여 기존 전통적인 운영 방식과 서비스를 혁신하는 것

Q. 고객 가치 창출의 측면에서 가장 성공적이었던 DT혁신 서비스는 어떤 서비스이며, 어떤 특징점을 가지고 있나요?

최근 롯데하이마트의 고객 가치 창출에 가장 큰 성과를 내고 있는 DT 서비스는 영상 상담 서비스라고 생각합니다. 영상 상담 서비스는 크게 3가지로 나눌 수 있습니다. 첫째, 비대면 영상상담 서비스는 매장에 방문하지 않아도 사전 예약을 통해서 매장 전문상담원과 직접 영상상담을 통해서 1:1 상담은 물론 영상을 통해 제품의 특징이나 색상 등도 편리하게 확인 가능합니다. 둘째, 온라인 영상상담 서비스는 고객이 당사 앱에서 원하는 상품에 대하여 실시간으로 상담원과 1:1 영상상담이 가능한 서비스입니다. 셋째, AS 영상상담 서비스는 고객이 영상을 통해 수리 접수된 상품의 상태와 설명은 물론 수리 진행 여부도 확인할 수 있는 서비스입니다. 아직 초기이기는 하지만 이러한 영상상담 서비스가 더욱 활성화된다면 고객의 시간과 선택 측면에서 큰 효용을 제공할 수 있다고 생각합니다.

Q. 향후 롯데하이마트 미래전략팀의 계획은 어떻게 되나요?

앞서 말씀드린 것처럼 미래전략팀은 지속가능기업이 되기 위해 계속 노력해 나갈 예정입니다. 이와 더불어 현재 진행하고 있는 롯데벤처스에서 운영하는 스타트업 펀드에 투자하고 있습니다. 향후에는 이를 더욱 확대하여 직접 협업을 확대하여 서로가 윈윈 할 수 있는 방법을 모색할 뿐 아니라 투자 시 친환경적 역량 등도 고려하여 사회적 기업이 되는데 일조하겠습니다. 또한 최신 트렌드에 맞는 컨셉 매장을 테스트하여 고객이 공감하고 새로운 가치를 제공할 수 있는 매장을 만들어 나가겠습니다. 이를 위해 향후에도 다양한 아이디어를 공유하고 소통할 수 있는 채널을 강화해 나가겠습니다.



자원순환을 통한 환경책임 이행

국내 전자제품 유통업체는 “전기·전자제품 및 자동차의 자원순환에 관한 법률”에 따라, 폐가전 및 신제품 포장재를 일정 비율 이상 의무적으로 회수해야 합니다. 롯데하이마트는 2011년부터 성실한 EPR²⁾ 이행을 인정받아 2014년 한국전자제품자원순환공제조합 주관 ‘폐가전 회수 우수기업’에 선정되었습니다. 또한, 가전제품 폐기에 따른 소비자 고충을 해결하기 위해 민·관 협약을 통한 폐가전 무상 수거, 매장에서의 폐가전 배출 등 회수체계 구축에 힘썼습니다. 나아가, 폐기물 재활용 파트너사와 협업하여 회수 배송 폐기물 재처리 및 재활용에 앞장서는 등 폐기물 배출 책임을 이행하고 있습니다.

자원순환 활성화를 위해 롯데하이마트는 대형가전 구매고객에 대한 설치 배송 시, 기존 제품을 무상으로 수거하고 있으며, 이외에도 기존 사용 제품에 대한 이전 설치 서비스, 제품에 대한 세척 및 정기 점검을 제공하는 가전케어십과 A/S제도의 확대를 통해 제품을 오래 쓸 수 있도록 지원하여, 폐기물 발생을 원천적으로 차단하기 위한 노력을 이어가고 있습니다.

2) Extended Producer Responsibility, 생산자책임재활용제도

대국민 중소형 전자제품 수거 캠페인 홍보영상

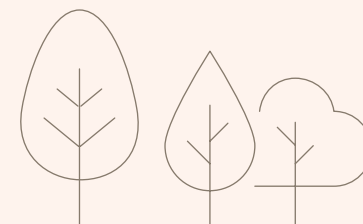
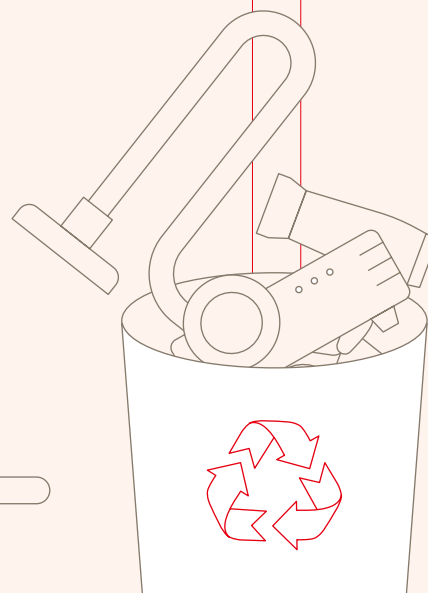


2014년 한국전자제품자원순환공제조합 선정

• 폐가전 회수 **우수기업**

2020년

• 약 **57**만대 회수



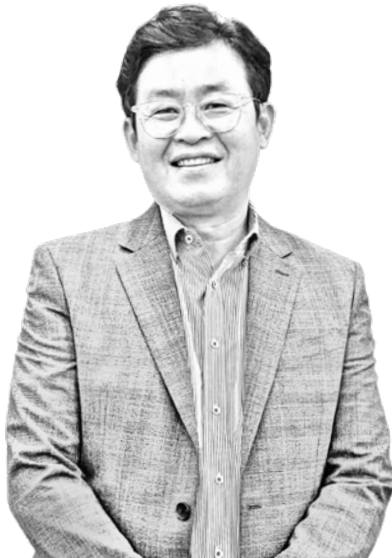
한국전자제품자원순환공제조합
송효택 기획조정실장

Q. 먼저 한국전자제품자원순환공제조합에 대한 소개 부탁드립니다.

한국전자제품자원순환공제조합은 비영리 공익법인으로 전기전자제품 재활용의무생산자와 판매자가 정부의 자원순환정책에 적극 동참하여 폐전기전자제품의 회수, 재활용 의무를 보다 친환경적이고 실용적이며 건전한 방식으로 이행할 수 있도록 선도하여, 궁극적으로 자원순환사회를 구축하기 위해 힘쓰고 있습니다.

Q. 자원순환에 있어서 공제조합의 역할은 무엇인가요?

각 제조 및 유통업체는 단독적으로 재활용 의무를 수행하기 어렵기 때문에, 조합에 가입하고 분담금을 지불하고 있습니다. 공제조합은 이 분담금을 활용하여 회수 및 재활용 업무를 진행하며, 이를 통한 모든 성과는 정량적으로 수치화하여 회원사들에게 그대로 돌아갈 수 있도록 하고 있습니다.



Q. 2021년 6월 롯데하이마트와 '민·관 합동 폐전기·전자제품 회수체계 구축' MOU를 체결하여 협력체계를 구축함으로써 어떤 시너지 효과가 있나요?

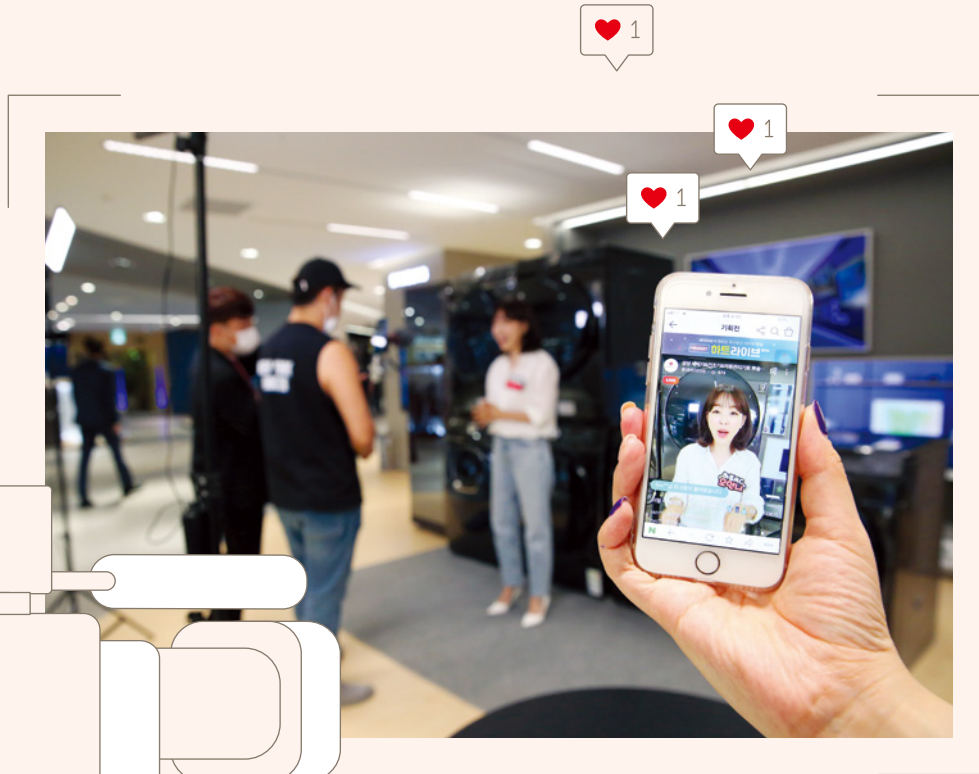
이번 협약 체결을 통해 롯데하이마트가 보여준 적극성과 노력은 타 회원사에게 좋은 선례가 되었습니다. 특히 매장을 단순한 전자제품 판매처로만 인식하지 않고 사용 후 폐기하는 전자제품의 전국적인 수거 거점이 될 수 있도록 장소를 제공하여, 조합과 회원사 간 공유 인프라를 조성한 것이 상징적이라고 할 수 있습니다. 비록 롯데하이마트가 단독적으로 할 수 있는 ESG 경영은 제한적 일지 몰라도, 국내 최대 전자제품 유통업체로서 친환경 경영에 앞장서는 모습이 모든 생산업체들에게 미치는 영향과 파급력은 대단할 것입니다.

Q. 향후 롯데하이마트와 협력을 이어가는 과정에서 롯데하이마트에 기대하는 점은 무엇인가요?

이번 롯데하이마트와 업무협력을 통해 느낀 점은 거창하고 막연한 계획보다 지금 당장, 가까운 곳에서부터 실천할 수 있는 일부러 작은 씨앗을 뿌리는 마음으로 시작했던 것이 전 국민에게 선한 영향력을 펼칠 수 있다는 점이었습니다. 앞으로 기대하는 점이 있다면 이런 영향력이 다른 유통판매 업계에도 확산되는 것입니다. 또 가전제품뿐 아니라 수거가 잘 이루어지지 않는 무선 이어폰과 같은 초소형 제품 까지도 수거될 수 있도록 소통과 협력을 이어갈 수 있길 기대합니다.

상호 신뢰와 소통 기반의 동반성장

롯데하이마트는 중소 파트너사와 함께 성장함과 동시에 고객에게도 다양하고 우수한 제품을 선보이기 위해 노력하고 있습니다. 또한 전형적인 중소 협력사 지원프로그램의 틀에서 벗어나 롯데하이마트만의 강점을 접목하여 파트너사의 판로 확대를 지원하고 있습니다.

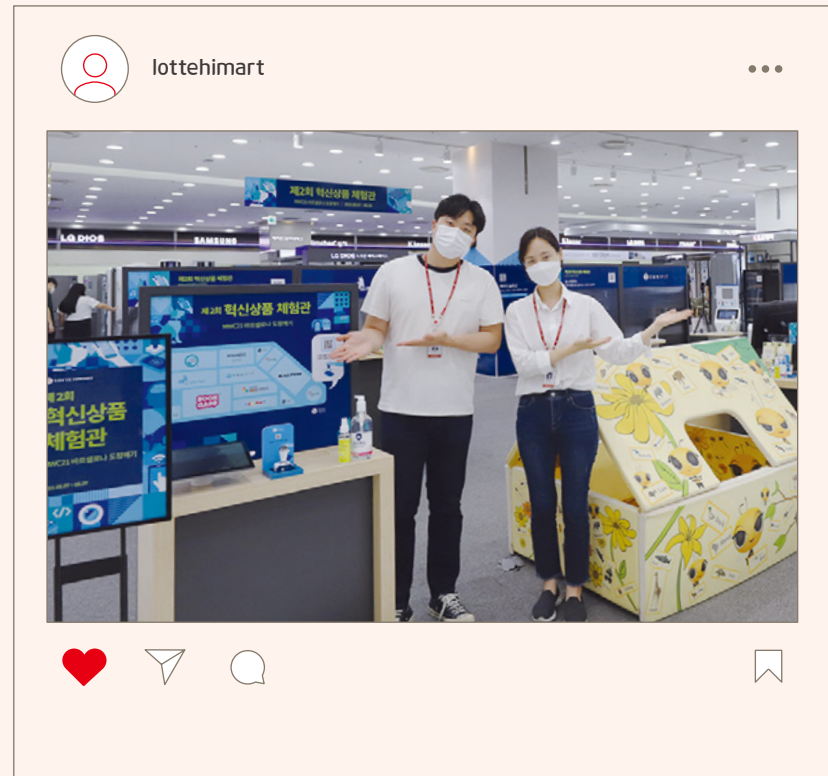


#하트라이브: 동행 프로젝트

동행 프로젝트는 롯데하이마트의 모바일 생방송 플랫폼 '하트라이브'를 활용한 중소 파트너사 및 소상공인 판로 확대 지원 콘텐츠입니다. 동행 프로젝트는 라이브커머스의 일종으로 우수 중소 파트너사 제품 홍보와 동시에 판매가 가능하여 협력사의 매출 상승은 물론 높은 고객 만족도를 보이고 있습니다.

#2021 혁신상품 체험관

혁신상품 체험관은 세계 유명 가전/전자제품 전시회에서 선보인 국내 기업의 우수 제품을 고객에게 소개함과 동시에 혁신적인 국내 스타트업, 중소기업의 판로 확대 기회를 제공하고자 기획되었습니다. 행사는 상품기획자(MD)를 통해 CES 2021, 2021 모바일월드콩그레스(MWC)에 출품된 기업 중 선정된 기업을 대상으로 진행되었으며, 우수 기업에게는 롯데하이마트 입점 기회가 제공되는 등 중소기업·스타트업의 판로 확대 효과를 기대하고 있습니다.



주식회사 쓰리아이(3i)
(좌) 안수진 과장
(우) 맹예린 대리

**Q. 쓰리아이는 어떤 회사인가요?
대표적인 제품에 대한 소개도 부탁드립니다.**

쓰리아이(3i)는 2017년 1월에 시작한 스타트업 기업입니다. 회사의 대표적인 제품은 피보(Pivo)라는 제품이 있는데, 오토 트래킹 기술을 활용해서 고가 전문 장비와 촬영 인력 없이도 여러 각도에서 움직이는 대상을 따라다니며 촬영할 수 있도록 해주는 제품입니다.

Q. 롯데하이마트와는 어떻게 협력관계를 맺게 되신 건지 궁금합니다.

아주 좋은 기회를 통해서 피보가 '2021 모바일월드콩그레스(MWC)³⁾'에 출품하게 되었는데, 당시 롯데하이마트와 KOTRA 관계자분들께서 우리 제품을 보시고 먼저 연락을 주셨어요. 그렇게 롯데하이마트 월드타워점에서 열린 '혁신상품 체험관'에 선보일 제품으로 선정되었고, 롯데하이마트 MD 분들과 소비자분들이 좋게 봐주신 덕에 롯데하이마트에 입점까지 하게 되었습니다.

3) 매년 2월 스페인 바르셀로나에서 열리는 모바일 산업 및 컨퍼런스를 위한 세계 최대 박람회



Q. 롯데하이마트의 파트너사로 선정되어서 가장 좋았던 점이 무엇인가요?

피보는 온라인상 소개 글로 접하는 것보다 제품을 직접 체험하면 그 강점을 알 수 있는 상품입니다. 하지만 주로 해외시장에서 온라인 위주 판매를 이어온 탓에 오프라인 창구가 없었고, 국내 소비자분들에게 많이 생소한 제품이었습니다. 그런데 이번 2021년 4월 롯데하이마트 혁신상품 체험관을 통해 처음으로 소비자들이 우리 제품을 직접 체험해 볼 수 있는 공간이 생겼고, 이를 통해 국내 소비자들에게도 훨씬 더 가깝게 다가갈 수 있었던 기회가 된 것 같습니다. 또 롯데하이마트에서 전문성을 가지고 있는 오프라인 상품 진열, 마케팅에 대한 노하우나 협력사 네트워크를 공유해주신 덕분에 훨씬 수월하게 오프라인 진출이 진행되었어요.

Q. 롯데하이마트의 파트너사로서 향후 롯데하이마트의 중소기업 협력 프로젝트에 대한 기대사항 또는 개선점이 있다면 말씀 부탁드립니다.

롯데하이마트와 같이 상대적으로 큰 대기업이 규모가 비교적 작은 중소기업과 파트너십을 맺고 적극적으로 지원하기가 쉽지 않을 것이라 생각합니다. 그런 만큼 롯데하이마트와 중소기업 양측에게 좋은 기회라고 생각하는데요. 사람들이 잘 모르는 혁신상품을 발굴하여 홍보하는 것이 일회성 이벤트에 그치기보다 더 많은 소통과 협력을 통해 진정한 비즈니스 파트너로 동반 성장할 수 있는 계기로 만들어 가길 바랍니다.

코로나19 극복 지원 활동

코로나19의 전 세계적 확산은 개인의 삶뿐만 아니라 사회 전반에 걸쳐 크고 작은 변화를 초래하였습니다. 롯데하이마트는 이러한 위기 속에서도 고객, 임직원, 파트너사 및 지역사회 일원 모두의 건강을 최우선 가치로 삼아, 코로나19 극복을 위한 각종 지원을 지속하고 있습니다.

사업장



임직원

방역수칙을 준수하며, 철저한 개인위생 관리로 코로나19의 사내외 확산 방지에 기여하였습니다. 롯데하이마트는 근무 중 전염병 확산 방지를 위해 회의 및 보고를 비대면으로 전환하고, 재택근무를 활성화했습니다. 또한, 유증상 임직원에 대해 즉시 귀가 조치 및 유급 휴가를 제공하고, 백신 접종 독려 및 휴식권 보장을 위해 '코로나19 백신 휴가'를 실시하였습니다.



본사 입구 체온 측정

고객

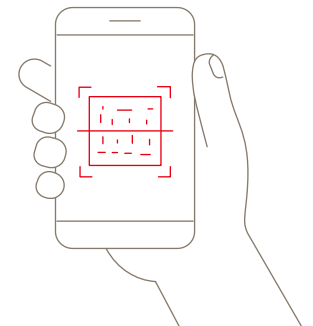
코로나19로 인한 고객 피해를 막기 위해 전 사업장 전자출입명부 및 QR체크인을 도입하였습니다. 코로나19 확산세가 급증했던 2020년 1월부터 코로나19 대응 전담 조직을 구성, 즉각적 상황 공유와 체계적 대응이 가능하도록 하였습니다. 특히 본사, 지사별 코로나19 관련 상황 발생 대응 매뉴얼을 제작, 공유하였습니다. 그밖에 매장 POS기에 가림막을 설치하는 등 임직원 및 고객의 안전을 위해 노력하였습니다.

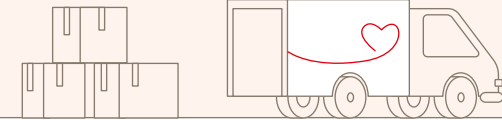
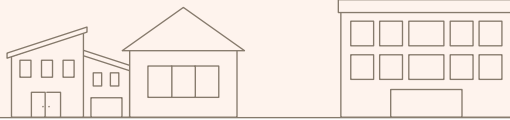
신종 코로나바이러스 대응 매뉴얼

1단계 예방조치 시행	2단계 상관내 확진 발생	3단계 확진 환자 방문시	4단계 직원 확진 시
마스크 착용 (신 직원)	비상대응 T/F 연락 시점	감염관리본부 통보 및 협조	임시 휴업 및 소독 시행
직원 및 고객을 손세균제 비치	직원 건강상태 수시 점검	임시 휴업 및 소독 시행	확진자 격리 (환시까지 병기)
개인 위생관리 일차	단체행사, 모임 차제	해당점 직원 검진 실시 및 자가격리(14일)	해당점 직원 검진 실시 및 자가격리(14일)

• 2단계 부터는 반드시 비상대응 T/F 연락바랍니다.
연락처 : 영업총괄팀(8000-5983), 사원복지팀(8000-5096)

단계별 대응 지침





파트너사



동반성장 협약사 및 거래 중인 중소 파트너사를 대상으로 방역 지원에 나섰습니다. 재택근무가 어려운 중소 파트너사에 해당 무상 방역 서비스를 지원한 결과, 총 100여 사업장 2,000만 원 상당의 방역 서비스가 이루어졌으며, 파트너사 직원들은 안전한 환경에서 근무할 수 있었습니다.



파트너사 방역 지원

지역사회

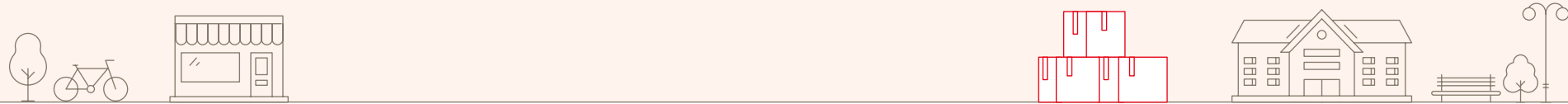


취약계층 방역 및 위생키트 지원

면역 취약 아동들이 주로 생활하는 전국 아동복지 시설 총 100개소에 방역을 실시하였습니다. 또한, 2020년 3월과 4월 대구, 경북 등 코로나19로 큰 어려움을 겪고 있는 취약계층에 위생키트를 지원했습니다. 6월에는 노인전용 심터의 휴관으로 여름철 폭염에 노출된 전국 독거노인 200가구에 1,200만 원 상당의 선풍기와 코로나19 예방 위생키트 200여 개를 전달했습니다.



지역아동센터 방역



지역사회



지난 2020년 4월, 롯데하이마트 사료대봉사단은 회사 창립 20주년을 기념하여 전국 소외계층 아동을 위한 위생키트 제작 봉사활동을 진행했습니다. 임직원은 개별 발송된 필터 교체형 면 마스크, 손 소독제, 손 세정제 총 3가지로 구성된 위생용품 키트를 제작함으로써 비대면 봉사를 실시했습니다. 완성된 600여 개 위생키트는 초록우산 어린이재단과 협업하여 위생에 취약한 국내 소외계층 아동들에게 전달했습니다.



소외계층 아동 코로나19 예방 위생키트 기증

선별진료소 힐링 키트 증정

롯데하이마트는 2020년 9월, 코로나19 증식을 막기 위해 명절 기간에도 장시간 강도 높은 근무를 지속해온 선별진료소 의료진들에게 약 1,200만 원 상당의 힐링 키트를 기증하였습니다. 힐링 키트는 목-어깨 안마기와 마사지건, 홍삼, 한과 등 간식으로 구성되었으며, 서울, 부산, 전남을 비롯한 전국 10개 선별진료소 의료진에게 전달되었습니다.



코로나19 선별진료소 힐링 키트 기증



CHALLENGE

환경경영	28
자원 선순환 체계 구축	33
기후변화 대응	39

Environmental Management

환경경영



UN SDGs 연계



BACKGROUND

인류는 산업화를 통해 많은 사회·경제적 혜택을 누리게 되었으나, 동시에 환경오염과 기후변화로 대두되는 전 세계적 위기를 마주하게 되었습니다. 특히 상품 생산과 유통 과정에서 사용한 석탄연료 및 각종 폐기물로 인한 환경파괴에 기업의 사회적 책임이 높아지고 있습니다. 이에 세계 각국 정부는 온실가스 감축목표를 설정하고 환경오염물질 배출에 대한 규제를 강화하고 있습니다.

APPROACH

롯데하이마트는 기후변화와 환경오염 피해를 줄이기 위한 전 세계적 노력에 동참하고 있습니다. ISO 14001 신규 인증을 획득하여 국제적 기준의 환경경영체계를 수립하였고, 전사적 교육과 캠페인으로 환경경영 기반을 다지고 있습니다. 아울러, 높은 환경경영 인식을 가진 임직원과 다양한 활동을 전개함으로써 당면한 환경 위기에서도 새로운 가치를 창출하는 기업이 되고자 합니다.

ACTIVITIES



환경경영 전담조직 운영

→ 29 page



환경경영시스템 국제표준 'ISO 14001' 인증 획득

→ 30 page



임직원 동참형 친환경 캠페인

→ 32 page

환경경영 추진체계

환경경영위원회

환경경영 역량을 강화하기 위해 환경경영위원회를 운영하고 있습니다. 환경경영위원회는 전 사업장의 환경영향 저감을 위한 관련 규정을 제정하며, 환경경영의 전반적인 방향성을 결정합니다.

환경경영 전담 조직 구성

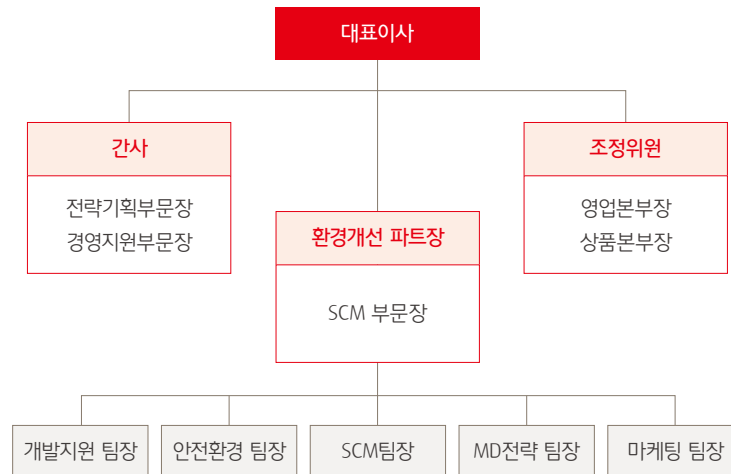
기업의 환경영향과 이에 대한 책임이 확대됨에 따라, 2021년 2월 환경경영 전담 조직을 구성하였습니다. ESG 개선 TFT¹⁾ 내에 새로 구성된 환경 개선파트는 친환경 경쟁력 확보를 위한 세부 정책을 수립하고 이를 전사에 공유하는 역할을 담당합니다. 이외에도 전사 차원 캠페인을 추진하고, 관련 기관과의 업무협약을 맺거나 환경인증을 취득하는 등 환경경영과 관련된 전반적인 사항을 총괄하게 됩니다.

1) Task Force Team, 특정 사업 목표 달성을 위해 한시적으로 운영하는 조직

환경경영위원회 조직도



ESG 개선 TFT 환경 개선파트



환경경영 슬로건

사회적 책임 및 친환경 경영 캠페인 '그린캠페인'의 목적과 방향성을 내재화하고 실천의지를 대외적으로 선포하기 위하여 환경경영 슬로건을 제작하였습니다. Green U Smile은 사회적 책임을 위한 친환경경영 실천에 대한 롯데하이마트의 약속이며, 이를 통해 사회와 기업이 공생의 가치를 실현하여 함께 웃을 수 있음을 의미합니다.

슬로건 의미




친환경 쇼핑백 적용 사례

4-Green 추진전략

롯데하이마트는 친환경 경영의 지속적이고 성공적인 정착을 위해 총 4가지 ①정책 ②매장 ③상품 ④문화 영역에 대한 실행계획을 수립하여 친환경 경영 실현을 위해 노력하고 있습니다. 또한 2021년 3월 18일 환경경영방침을 선포하여 환경경영과 사회적 책임 실천의지를 다졌습니다. 환경경영방침은 환경 법규 준수, 파트너사 친환경 경영 지원, 친환경 제품 구매/유통/제조 활성화 등 영업활동 전 과정에서의 친환경적 정책 방향성을 내포하고 있습니다.

4-Green 전략

정책 • 환경경영 체계 확립 • 직원역시 변화 추진	 Policy	 Store	매장 • 고객대상 캠페인 홍보 • 영업현장 친환경 실천
상품 • 친환경 상품 기획 및 판매	 Product	 Culture	문화 • 환경경영 문화 확산 • 임직원 동참 캠페인 진행



환경경영 방침 키워드

환경경영방침

임직원	전 임직원은 환경영향을 줄이고 에너지 절감으로 환경보호를 위해 노력한다.	경영활동 전반	<ul style="list-style-type: none"> • 친환경 목표 및 추진계획 수립 • 환경경영 성과 평가를 통한 지속적 개선 • 체계적 관리시스템 운영 및 성과 향상 • 친환경 경영에 필요한 물적 자원 지원 • 영업활동 과정에 소요되는 자원/에너지 사용량 개선 • 친환경 제품 구매, 유통, 제조에 일조
파트너사	파트너사가 친환경 경영에 동참할 수 있도록 회사의 방침을 공유하고, 지원 프로그램을 통해 지속적 상생관계를 유지하고 책임경영을 실천한다.		

HIGHLIGHT

ISO 14001 인증 획득




2021년 8월 17일 환경경영시스템 국제표준 'ISO 14001⁽²⁾' 인증을 획득했습니다. 이번 인증 획득으로 국제적 표준에 부합하는 내부 환경경영 시스템을 확립하였습니다. 또한 각 물류센터, 지사 등에 환경담당자를 지정 및 운영을 통해 환경경영을 실천하고 연 1회 성과를 평가하고 있습니다. 앞으로도 롯데하이마트는 가전유통기업으로서 환경 위험성을 효율적으로 관리하며 다양한 친환경 경영활동을 전개할 예정입니다.

2) ISO 14001은 국제표준화 기구(ISO)에서 제정한 환경경영에 대한 국제인증으로, 환경경영이 경영 방침에 적용되어 있는지, 구체적인 실행 목표 수립과 실행 이력 등을 평가하여 인증하는 제도



환경경영시스템(ISO 14001) 인증 수여식

ISO 14001 핵심 운영 내용

 에너지절감 전기, 용수 등 에너지 절감 및 친환경 설비 사용	 교육/훈련 임직원 친환경 교육 및 비상조치 훈련 시행	 매뉴얼 법 개정, 이슈에 따른 매뉴얼 및 절차서 제/개정
--	--	--

환경경영 교육 체계

환경경영 교육

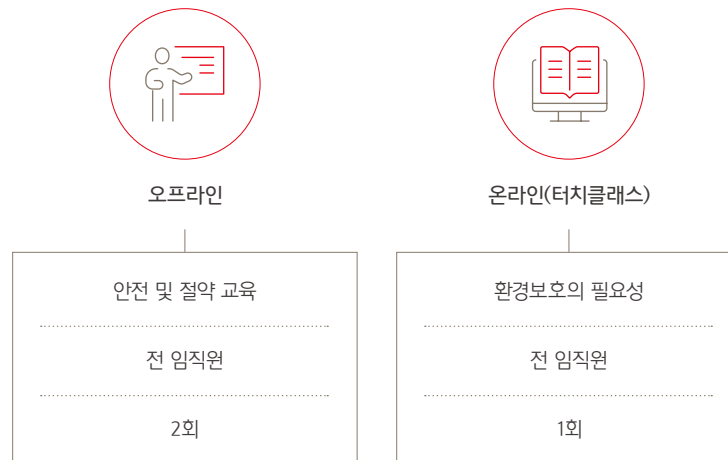
모든 임직원이 환경경영의 주체로서 회사의 전략적 방향성 및 관련 내용을 잘 숙지하고 업무에 활용할 수 있도록 단계별 교육을 실시했습니다. 교육은 비대면 실시간 화상강의, 모바일, 지류 등 다양한 매체를 활용하여 전국 450여 개 매장 전 임직원을 대상으로 교육했습니다. 이외에도 환경사고 대응 역량 강화를 위한 모의 훈련을 주기적으로 실시하고 있습니다. 아울러 2021년 상반기 중점적으로 진행되었던 설문조사, 슬로건 제정 및 각종 친환경 활동 영상자료를 제작하여 사내 홈페이지에 업로드하는 등 적극적인 홍보를 통해 임직원들의 환경경영 동참을 이끌어내고 있습니다.

폐가전 수거교육

‘대국민 중소형 폐가전 수거 캠페인³⁾’의 원활한 진행을 위하여 지점 직원을 대상으로 폐가전 수거교육을 실시했습니다. 캠페인 기간 동안 직원들은 폐가전 수거 접수 절차와 매장 내 수거함 연출 방법을 숙지하여, 성공적인 캠페인이 될 수 있었습니다. 이외에도 캠페인 대외 홍보 및 이용고객 안내를 위한 홍보영상 제작과 배포 등 친환경 경영문화 확산에 힘쓰고 있습니다.

3) 2021년 7월~8월 2개월 간 진행되었던 롯데하이마트의 대표적인 민/관 합동 폐가전 수거 캠페인

환경교육 프로그램*



*2020년 성과 기준



폐가전 수거 교육

임직원 친환경 활동

폐유니폼 업사이클링 봉사활동

자원 절약과 폐기물 발생 최소화는 물론 직원들의 환경 감수성을 높이기 위해 임직원 참여 업사이클링 봉사활동을 진행했습니다. 디자인 변경으로 발생한 폐유니폼 재고를, 임직원이 에코백으로 업사이클링하여 소외계층에 전달하는 방식입니다. 또한, 자투리 가죽을 활용하여 환경보호 메시지를 담은 에코백을 제작, 해외 결연 아동들에게 전달했습니다. 앞으로도 롯데하이마트는 친환경성을 연계한 다양한 봉사활동을 전개할 예정입니다.

임직원 미사용 물품 기부

임직원의 미사용 또는 중고 물품 기부를 통해 미사용 제품의 효용성을 높이고, 사회적 책임을 실현하였습니다. 롯데하이마트는 임직원이 기부한 미사용 물품과 회사에서 기부한 가전제품을 함께 굿윌스토어⁴⁾에 기부하였습니다. 기부 물품은 장애인이 운영하는 굿윌스토어 소매점에서 판매하고, 발생한 수익금은 다시 장애인 지원 사업에 사용함으로써 환경과 장애인 복지 지원 모두에 앞장설 수 있었습니다.

4) 장애인이 직접 운영하는 중고제품 소매점. 장애인들이 물류, 영업 등 소매 유통 전문 경력을 쌓을 수 있는 기회를 제공하여 재정적 자립을 지원하고, 장애인 고용을 확대한다.

HIGHLIGHT

임직원 동참형 친환경 캠페인

임직원이 전사적 환경경영 의지에 동참하고, 일상생활에서 에너지 절약과 환경보호를 실천할 수 있도록 다양한 임직원 참여형 캠페인을 진행하고 있습니다.

① 제로웨이스트 캠페인: 해당 캠페인은 임직원이 사내에서 식사와 휴식 시간 등에 실천할 수 있는 폐기물 절감 활동으로, 상시 진행하고 있습니다. 점심 도시락 수령/반납 시 팀별 에코백으로 비닐 폐기물을 줄이고, 개인 텀블러 사용으로 일회용 컵 사용 줄이기에 앞장섰습니다.

② 그린데이: 대기전력 절감으로 에너지를 절약하기 위한 그린데이(Green Day)를 연중 시행하고 있습니다. 매주 금요일 본사와 지사에서 전 임직원이 멀티탭 전원을 끄고 퇴근함으로써 대기전력을 효과적으로 줄이고, 에너지 절약을 일상화하고 있습니다.



제로웨이스트 캠페인, 그린데이 사내 홍보자료



Circular Economy

자원 선순환 체계 구축



UN SDGs 연계



BACKGROUND

자원순환이란 폐기물 발생을 억제하고 발생한 폐기물을 적절하게 재활용 또는 처리하여 환경영향을 줄이는 것을 의미합니다. 최근 코로나19 영향으로 비대면 활동이 권장됨에 따라 전 세계적으로 일회용품과 포장재 등 폐기물 발생이 빠르게 증가하여 폐기물 발생 저감과 재활용의 중요성이 부각되고 있습니다. 이와 더불어 제품의 친환경성에 대한 소비자들의 관심이 증가하고 있어, 플라스틱과 같은 폐기물 발생을 줄이기 위한 기업들의 자발적 참여가 요구되고 있습니다.

APPROACH

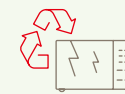
자원 선순환 체계를 구축하여 유통·판매 과정 전반에서 발생하는 폐기물을 줄이고 자원낭비를 막고자 노력하고 있습니다. PB제품 포장재 개선, 매장과 배송 과정에서 발생하는 폐기물 수거 확대, A/S 및 가전케어십을 통한 제품 수명 연장 등 다양한 방안으로 재활용을 활성화하고, 폐기물 발생을 최소화합니다. 아울러, 폐기물 저감을 위한 정부의 노력에 동참하기 위해 공공기관 및 파트너사와 협업을 통해 폐가전제품 회수 및 재활용 체계를 구축하였습니다.

ACTIVITIES



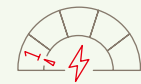
민·관 합동 폐전기·전자제품
회수체계 구축 MOU 체결

→ 36 page



대국민 중 소형 전자제품
수거 캠페인

→ 37 page



에너지 고효율
가전제품 판매

→ 38 page

폐기물 발생 저감

일반폐기물 수거 및 재활용 체계

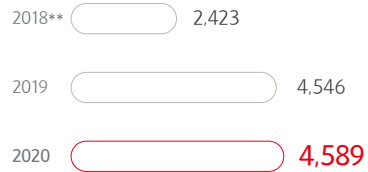
가전제품 보호를 위해 사용하는 박스 및 스티로폼의 배송 폐기물을 효과적으로 수거, 재활용하는 자원 선순환 체계를 구축하고 있습니다. 롯데하이마트의 자원 선순환 체계는 전국 매장 및 물류센터 네트워크와 파트너사와의 긴밀한 협업을 통해 이루어집니다. 매장 내 파지 수거함 또는 배송 과정에서 수거하는 모든 폐기물은 지역 단위 물류 센터를 거쳐 폐기물 재활용 파트너사에 전달되며, 이후 재활용지 또는 건설용 스티로폼 자재로 재활용하고 있습니다.

CS마스터, 배송 폐기물 수거

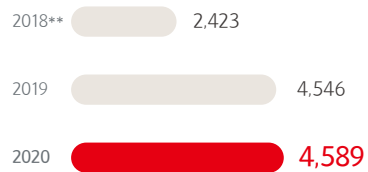
롯데하이마트는 제품 배송 단계에서 발생하는 폐기물을 배송과 동시에 수거하고 있습니다. 특히 대형 가전제품의 경우, 포장재의 부피와 무게가 커서 고객이 직접 배출하기 어렵습니다. 이에 CS마스터를 통해 배송/설치가 이루어지는 가전제품의 포장 폐기물을 모두 수거하고, 수거한 포장재, 배송 폐기물은 전국 유통망을 통해 폐기물 재활용 파트너사에 전달, 재활용 및 친환경 처리에 노력하고 있습니다.

전국적 네트워크를 활용한 폐기물 재활용 체계

폐기물 발생량* (단위: ton)

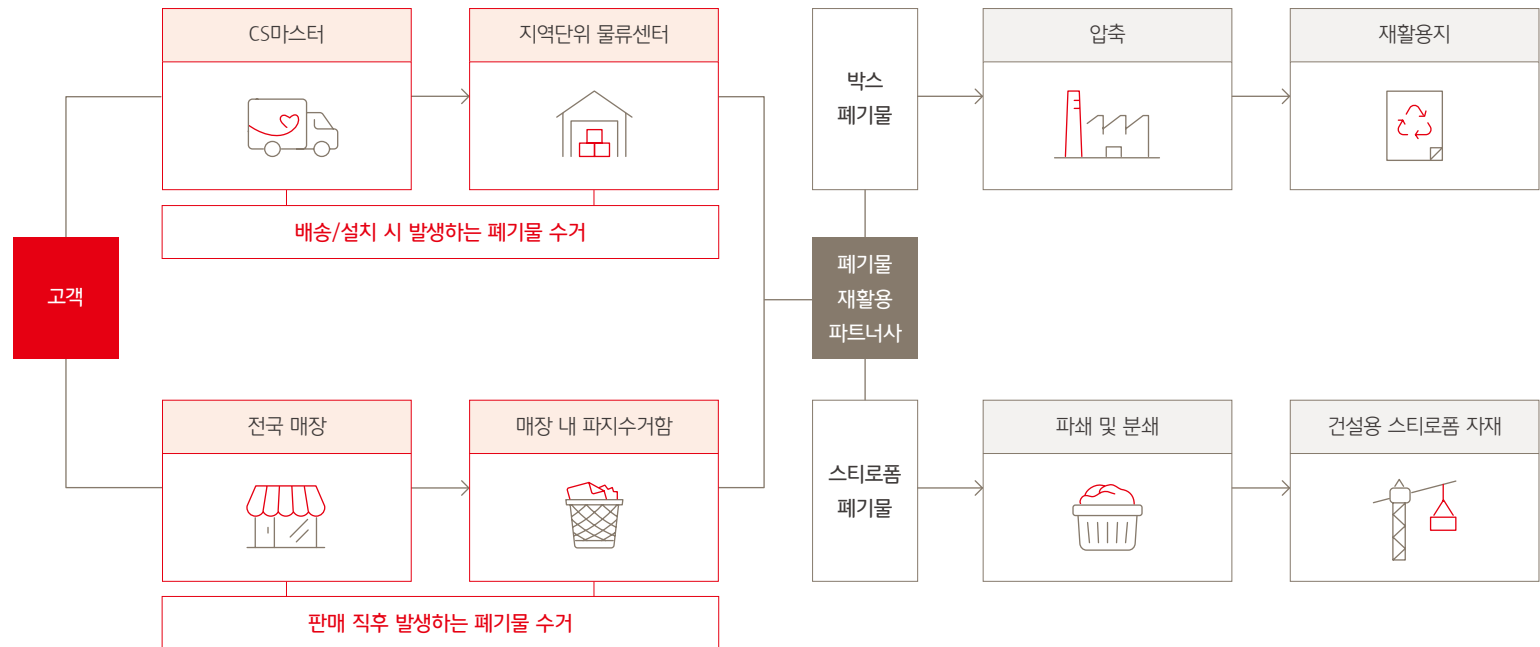


연도별 폐기물 수거 및 재활용량 (단위: ton)



* 일반폐기물 발생량

** 2018년 6월 부 집계(상반기 데이터 포함하지 않음)



가전 케어십 서비스

가전 케어십 서비스⁵⁾ 확대로 제품 수명을 연장, 폐기물 발생을 줄이는 데 기여하고 있습니다. 고객은 가전 케어십 서비스를 통해 세탁기, 공기청정기 등 사후 관리가 까다로운 가전제품의 내외부 세척을 제공받을 수 있습니다. 서비스 시행에 따른 제품 수명 연장 효과는 가전제품의 폐기율을 낮추게 되는 선순환을 이루게 됩니다. 롯데하이마트는 고객 서비스 혁신을 통해 고객과 함께하는 친환경 가치 창출에 앞장서고 있습니다.

5) 고객이 새로 구매하는 가전제품에 대한 가전클리닝, A/S 기간을 연장해주는 롯데하이마트의 제품 관리 서비스 상품

A/S 서비스 강화로 제품 수명 연장

가전케어십 서비스를 통한 제품 관리 서비스와 함께 기존 가전제품에 대한 차별화된 A/S 서비스로 고객이 제품을 오래 사용할 수 있도록 돕고 있습니다. 롯데하이마트의 A/S 서비스는 전국 롯데하이마트 지점 또는 모바일 앱을 통해 접수가 가능하며, 롯데하이마트 유통 상품 외에도 다수 메이커의 정식 서비스를 대행하고 있습니다. 더욱 확대된 A/S 서비스를 통해 고객들은 사용하던 제품의 수명을 연장하고, 불필요한 소비와 폐기물 발생을 줄일 수 있습니다.

이전 설치 서비스

롯데하이마트는 고객이 사용하고 있는 전자제품을 지속적으로 사용할 수 있도록 제품 이동 및 재설치를 위한 이전 설치 서비스를 제공하고 있습니다. 부피가 크고 무거운 가전제품부터 전문 장비 및 기술이 필요한 벽걸이 TV, 에어컨 등 고객의 편의 및 제품 수명연장을 위해 노력하고 있습니다.

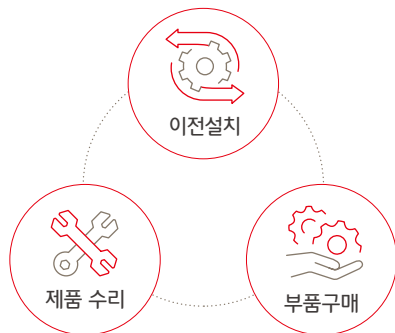
친환경 포장재 사용 확대

포장재를 절약하고 친환경 포장재 사용을 확대함으로써 폐기물 배출을 줄여가고 있습니다. 자체 브랜드(PB) 상품 '하이메이드'의 포장재를 기존 코팅 박스에서 친환경 재질 박스로 교체하였으며, 2021년 6월 기준 총 61개 품목에 대해 친환경 포장재를 사용, 향후 3년 이내 전 PB모델 적용을 검토하고 있습니다. 또한 온라인 전용 택배 발송 상품에 종이테이프 및 완충재 사용을 확대하고, 매장 고객용 쇼핑백을 친환경 재질로 교체하였습니다.

친환경 포장재 적용



서비스 영역



전자 가격표 및 영수증

불필요한 종이 낭비를 줄이기 위하여 2018년부터 전 매장에 전자 가격표를 도입하고, 2020년 5월부터 전자영수증을 발급하고 있습니다. 기존 아크릴 가격표는 상품 규격 및 가격 변동에 따른 잦은 교체로 비용 지출이 컸습니다. 또한 종이영수증의 경우에도 특수 화학 코팅으로 재활용이 어려워 환경에 미치는 영향이 컸습니다. 롯데하이마트는 상품정보를 실시간 업데이트하는 전자 가격표를 활용하고, 매장 구매 시 전자영수증 우선 발급을 시행하여 자원 낭비를 줄이는 것은 물론 업무 효율성을 높일 수 있었습니다.



전자영수증 발급

폐가전 회수 서비스

롯데하이마트는 고객이 처리하기 어려운 대형 폐가전을 신제품 설치/배송 시 함께 무상으로 수거하는 서비스를 제공하고 있습니다. 가정을 방문한 CS마스터가 수거한 폐가전은 친환경 절차에 따라 분해 및 처분됩니다. 또한 중소형 가전의 배출을 돕고자 2019년 12월 전국 지점을 한국자원순환정보센터 사이트 '소형 폐가전 수거처'에 등록하였습니다. 이외에도 전국 241점에 민팅(인공지능 기반 중고폰 매입 ATM 기기)을 설치하여 폐 휴대폰이 버려지지 않도록 기여하고 있습니다.

민·관 합동 폐전기·전자제품 회수체계 구축 MOU

2021년 6월 18일, 롯데하이마트는 한국환경공단, 한국전자제품자원순환공제조합과 함께 폐가전 수거 및 재활용 활성화를 위한 MOU를 체결했습니다. 협약을 바탕으로 폐전기·전자제품 회수체계를 구축함으로써 자원 선순환 구조 형성에 기여하게 되었습니다. 롯데하이마트는 정부와 함께 환경오염을 유발하는 폐기물 처리 문제 해결을 위해 최선을 다하겠습니다.

자원재순환을 위한 민·관 합동 MOU 내용

롯데하이마트	<ul style="list-style-type: none"> • 중소형 폐가전 회수 인프라 구축 • 폐가전 배출 고객 대상 리워드 제공
한국환경공단	<ul style="list-style-type: none"> • 중소형 폐가전 수거 시범 캠페인 운영 및 관리 • 시범 캠페인 홍보 및 보도자료 배포
한국전자제품자원순환공제조합	<ul style="list-style-type: none"> • 중소형 폐가전 수거캠페인 홍보물 및 경품 지원 • 인계된 폐가전 재활용 및 모니터링



민·관 합동 폐전기·전자제품 회수체계 구축 MOU 체결식

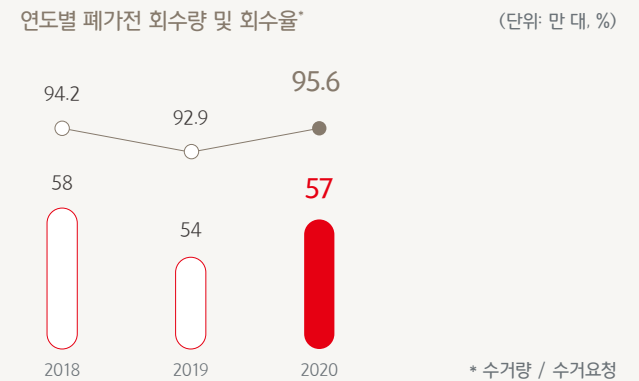
HIGHLIGHT

대국민 중소형 전자제품 수거 캠페인

롯데하이마트는 대형 폐가전은 물론 중소형 폐가전의 수거를 강화하기 위해 2019년 12월 한국자원순환정보센터 사이트 '소형 폐가전 수거처'에 전 지점을 등록하고 매장에 수거함을 운영했습니다. 이와 더불어 2021년 7월부터 2개월 동안 대국민 수거 캠페인을 진행하여, 매장 이용객은 물론 다른 고객들도 중소형 폐가전을 배출할 수 있도록 적극적인 홍보에 나섰습니다. 캠페인 참여율을 높이기 위해 참여 고객을 대상으로 포인트 적립 및 추첨을 통한 경품, 에코백 증정 등 다양한 혜택을 마련했으며, 캠페인의 원활한 진행을 위해 지점 전 직원 대상 사내 교육 및 대내외 홍보에 주력하였습니다. 그 결과, 전년도 대비 회수량은 6,034대, 일평균 회수량은 97대 증가하는 효과를 거두었습니다. 아울러 행사 진행 전 과정에서 폐기물 발생을 줄이기 위한 노력 또한 아끼지 않았습니다. 매장 폐가전 수거함으로는 플라스틱이 아닌 목재를 사용하고, 고객 증정용 에코백은 행사에 쓰인 현수막을 활용했습니다. 특히 폐현수막 에코백 제작은 업사이클링 기업 '터치포굿'과의 제휴를 통해 진행하였으며, 멸종위기종 보호 메시지를 담아 더욱 뜻깊은 활동이 되었습니다. 롯데하이마트의 꾸준한 폐가전 회수 활성화 노력을 인정받아 한국전자제품자원순환공제조합으로부터 '2014년 폐가전 회수 우수 기업'으로 선정되기도 하였습니다. 앞으로도 롯데하이마트는 폐가전 회수를 통한 자원 선순환 체계 구축에 동참하는 것은 물론, 정부 기관, 파트너사, 고객과 임직원 모두가 참여할 수 있는 다양한 친환경 캠페인을 전개해 나가겠습니다.



대국민 중소형 전자제품 수거 캠페인 홍보영상



지속 가능한 소비 장려

친환경 하이메이드(PB) 제품 개발

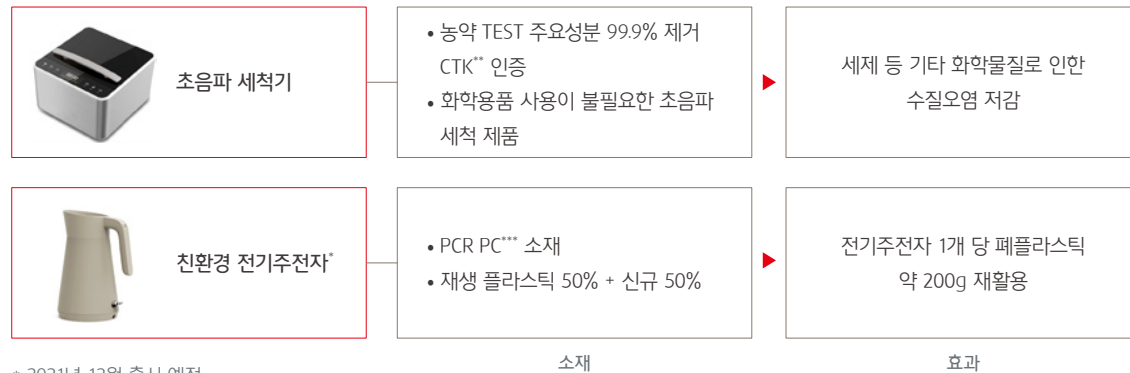
자체 PB제품의 성능 및 소재의 친환경성을 강화하여 제품을 통한 환경가치 창출을 실현하고 있습니다. 2021년 6월 출시된 초음파 세척기는 세제 대신 초음파를 통해 소형 식기류와 과일, 식자재 등을 세척할 수 있어 개인위생은 물론 제품 친환경성에 관심이 높은 고객을 겨냥한 제품입니다. 또한 현재 개발 중인 전기주전자 모델의 경우, 재생플라스틱을 50% 사용하여 제품 1개당 폐플라스틱 약 200g을 재활용할 수 있을 것으로 기대합니다. 롯데하이마트는 고객의 요구사항은 물론, 고유 비즈니스 모델을 통한 환경경영 실현을 위해 친환경 PB제품 개발을 확대하고 있습니다.

에너지 고효율 가전제품 판매

에너지 고효율 가전제품 구매비용 환급 사업⁶⁾은 소비자들이 고효율 제품 접근성을 높일 수 있도록 구매비용의 10%를 정부에서 환급해 주는 제도입니다. 사업 시행으로 에너지 소비 절감을 통한 환경보호 효과와 에너지 고효율 제품 제조 및 소비 촉진 효과를 기대할 수 있습니다. 롯데하이마트는 사업 원년인 2016년부터 에너지 고효율 제품을 중심으로 상담했으며, 2022년에는 환급 사업 대상 제품 구매고객에게 포인트 적립과 같은 추가 혜택을 마련하는 등 적극적 홍보와 참여에 힘을 모았습니다.

6) 산업통상자원부에서 실시, 기존 저소득층, 다자녀가구 대상 사업에서 2020년 코로나19로 인해 소비촉진을 목표로 전 국민 대상 지급

친환경 하이메이드 제품



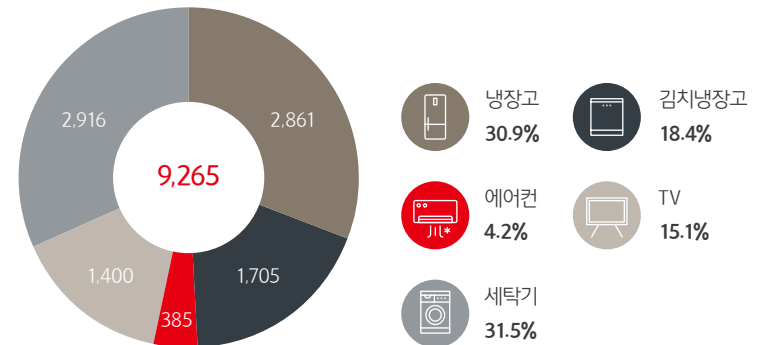
* 2021년 12월 출시 예정

** CTK: 잔류농약 안정성 검사기관

*** Post-Consumer Recycled Polycarbonate, 포스트 컨슈머 리사이클 폴리카보네이트는 사용 후 버려진 플라스틱을 회수/재활용하여 우수한 투명성, 내열/내구성을 지닌 엔지니어링 플라스틱의 일종

품목별 에너지 고효율 가전제품 2020년 판매 실적

(단위: 억 원)



Response to Climate Change

기후변화 대응



UN SDGs 연계



BACKGROUND

기후변화는 산업화 이후 급증한 화석연료 사용과 이로 인한 지구온난화 현상으로 이례적인 폭염, 가뭄, 홍수 등 이상 기후가 나타나는 것을 의미합니다. 국제사회는 1997년 교토의정서에 이어 2016년 11월 파리협정을 발효하여 기후변화로 인한 피해를 완화하고자 노력하고 있습니다. 각국은 탄소중립을 선언하고 온실가스 감축을 진행 중이며, 이에 따라 사회의 구성원으로서 기업이 기후변화에 대해 가지는 역할과 책임이 더욱 강조되고 있습니다.

APPROACH

롯데하이마트는 기후변화와 기업의 책임 이행에 대한 기대와 관심에 부응하고자 합니다. 따라서 자체적인 온실가스 감축을 위한 목표를 설정하고, 매장 에너지 효율화를 진행하였습니다. 아울러 관련된 성과를 이해관계자들에게 투명하게 공시하여 소통과 협력을 기반으로 한 지속 가능한 발전을 이루도록 노력할 것입니다.

ACTIVITIES



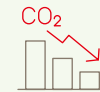
LED 조명 교체를 통한
에너지 절감

→ 40 page



냉난방 사용 효율화를 통한
전력 과부하 방지

→ 40 page



온실가스 연도별
감축 진행

→ 40 page

에너지 및 온실가스 감축

조명 교체 사업

에너지 효율 개선을 위해 매장 및 물류센터의 조명시설을 고효율 LED 조명으로 교체하고 있습니다. 2016년부터 시행된 조명 교체 사업은 매년 사업성 분석과 대상 점포 선정을 통해 진행되며, 신축/리뉴얼 매장의 경우 LED 조명 설치를 표준화하여 사업장 조명 효율화 달성을 목표로 사업을 지속했습니다. 아울러 한국전력공사 효율향상 사업⁷⁾ 지원 대상에서 획득한 지원금으로 조명을 추가 구매하여 교체한 결과, 2020년 말 기준 전국 328점에 LED 조명을 설치하여 연간 약 4%의 에너지 절감 효과를 얻을 수 있었습니다.

7) 일반 조명기기를 고효율 또는 1등급 LED로 교체하는 개인 및 기업에게 지원금을 지급하는 사업



매장 내 LED 조명 교체

냉난방 효율화를 통한 전력 사용 절감

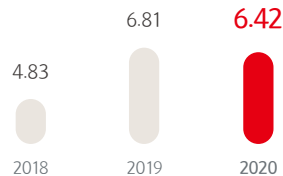
냉난방기는 조명시설과 함께 전력소비에 영향을 미치는 요소 중 하나입니다. 롯데하이마트는 2020년 전국 총 28개 매장 및 물류센터의 노후 전기식 냉난방기를 고효율 인버터 냉난방기로 교체하였습니다. 또한 매년 에너지 절감을 위하여 냉난방 사용 효율화 활동을 진행하고 있습니다. 계절별 전력 사용량이 가장 많은 여름과 겨울에는 실내 적정온도를 유지하기 위한 전사적 캠페인을 진행하여 피크 시간대 전력사용 및 전력비용을 절감하고, 전력 과부하를 방지하였습니다.

온실가스 배출 감축

온실가스 배출 감축을 위하여 에너지 절감 캠페인을 통해 전사적으로 에너지 사용 절감을 위한 노력 중이며, 에너지 사용량 측정 장치 설치, 전기 과설비 예방 등의 조치를 단계적으로 시행할 예정입니다. 또한 현재 롯데하이마트에서 진행 중인 환경을 위한 노력과 각종 성과는 물론, 해마다 측정된 전기/용수 사용량 및 온실가스 배출량을 롯데하이마트 공식 홈페이지에 투명하게 공시하고 있습니다. 또한, 2022년부터는 환경부 산하 한국환경산업기술원에서 운영하는 환경정보시스템 홈페이지에 공시하여 더욱 투명성을 확보할 예정입니다. 이처럼 이해관계자와 투명한 소통을 이어나감으로써 친환경 가전제품 유통 기업으로 거듭나고자 합니다.

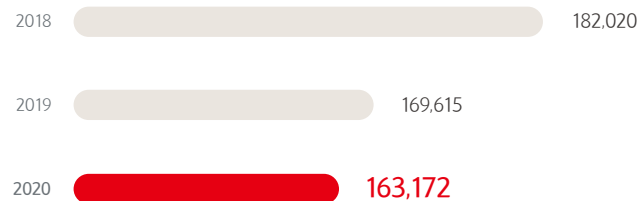
환경투자비 (단위: 억 원)

총 투자액*

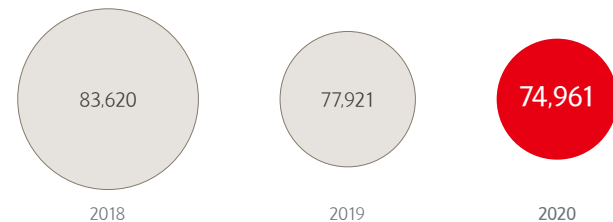


*LED, 교체 포함

에너지 사용량 (단위: MWh)



온실가스 배출량* (단위: tCO₂e)



*Scope 2 간접 배출에 해당. 본사, 지사, 물류센터 및 영업점 일부 데이터 포함

RESPECT

개인정보보호	42
고객만족경영	45
롯데하이마트인 이야기	51
파트너사 동반성장	64
Hi 사회공헌 활동	73



Social

Data Security

개인정보보호



UN SDGs 연계



BACKGROUND

전 세계가 4차 산업혁명 시대로 진입하면서 개인정보와 같은 데이터는 기업에게 또 다른 부가가치를 창출할 수 있는 자산으로 높이 평가되고 있습니다. 한편, 개인정보의 범위와 영역이 확장됨에 따라 개인정보 유출, 도용, 악용 사례로 인한 피해가 더욱 증가하며, 개인정보 보호의 중요성과 이에 대한 기업의 역할과 책임이 강조되고 있습니다.

APPROACH

롯데하이마트는 사내 정보보안체계를 확립하고, 고객 개인정보의 수집, 이용 및 파기 전 과정에서의 사고 예방과 대응에 대한 각종 대책을 구비하고 있습니다. CEO 직속 정보보호협의체를 운영하고, 법적 기준에 따른 고객 개인정보 수집, 이용에 대한 명확한 범위와 사용 목적을 고객에게 공개하고 있습니다. 또한 개인정보 유출로 인한 당사와 모든 이해관계자에 대한 피해를 예방하기 위해 수준 높은 정보보호 관리체계를 수립 후, 대외적으로 ISMS 인증 또한 취득하여 유지하고 있습니다. 이외에도 지속적인 교육과 캠페인, 정기점검 등을 통해 높은 전사적 보안의식 수준을 유지하고 있습니다.

ACTIVITIES



개인정보 보안 사고
발생 현황

→ 43 page



정보보호 교육
결과

→ 44 page



보안사고 대응
절차

→ 44 page

정보보호 체계

정보보호 조직 운영

정보 보안활동 전반에 대한 효과적인 관리감독을 위하여 정보보호협의체를 구성, 운영하고 있습니다. 협의체는 정보보호 관련 업무에 대한 의사결정, 업무협의 등의 활동을 통하여 전사적 보안체계를 확립하고 있으며, 임원진으로 구성된 정보보호위원회는 정보보호 현황 및 중요 정책 결정 등을 진행하고 있습니다. 정보보호실무위원회는 팀장 및 매니저급 간부들로 구성된 실무조직으로 각 부서별 공동 대응, 사고 사례 및 동향을 공유합니다. 롯데하이마트는 이와 같은 정보보호협의체 구성을 통해 사내 보안 수준을 지속적으로 제고하고 있습니다.

정보보호 규정

ISMS¹⁾에 부합한 정보보호 규정 및 지침을 수립하여 이를 준수하고 있습니다. 또한 최신 그룹 규정, 개인정보보호법 및 시행령 등 개정사항을 규정에 반영하여 개선합니다. 특히 매년 갱신이 필요한 ISMS 인증제도의 진단 사항을 반영하고, 최근에는 클라우드 보안 및 비대면 업무 관련 보안 지침을 마련하였습니다.

1) Information Security Management System, 기업 정보 보호 관리체계의 기준 적합성을 심사하여 인증하는 제도(연 1회 인증 갱신)

정보보호 시스템 구축

롯데하이마트는 보안 사고의 선제적 예방을 위하여 통합계정관리 솔루션을 구축하였습니다. 통합계정관리 솔루션은 직원 인사 발령 시 정책에 따라 업무, 보안 시스템 상의 적합한 권한을 부여하고 회수하는 업무를 자동화한 것입니다. 이를 통해 기존 수동/자동 시스템을 병용하고, 계정을 수기로 관리했던 것에 비해 누락, 지연, 관리 누수 등의 오류를 최소화할 수 있었습니다. 이 외에도 서버 접근 및 운영 통제를 강화하고, 법률 개정에 따른 시스템 개선 조치를 완료하여 사내 보안 수준을 향상하였습니다.

정보보호 관리체계 인증

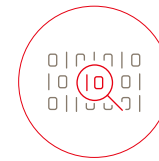
2015년 정보통신망법 제47조에 따라 ISMS 인증 획득 이후, 이에 부합하는 정보자산 관리체계를 유지하고 관련 개선활동을 지속하고 있습니다. ISMS 기반으로 사내 보안을 강화하고, 관리적·물리적·기술적·인적 보안 운영을 통해 고객 개인정보보호는 물론 정보보안 의식을 제고했습니다. 이외에도 그룹 정보보호 위원회 주관 정기점검과 내부 자체 현장 점검을 실시하고, 파트너사 정보보호 점검을 진행하는 등 전 사업장에서 정보보안을 강화하고 있습니다.

정보보호위원회 조직도



개인정보 보안 사고 발생 현황

(2021년 6월 30일 기준)



기업데이터/개인정보
유출 및 도난

0건



고객 개인정보
유출 및 도난

0건



정보보호 관련
불만사항

1건

정보보호 역량 강화

정보보안 의식 내재화

임직원 보안 인식 제고와 실무 보안 역량 강화를 목표로 임직원 대상 정보보호 행사와 교육을 진행하고 있습니다. 매월 진행되는 '정보보호의 날' 행사와 비정기적인 '정보보호 교육'을 통해, 보안 업무를 생활화하고 보안 인식을 내재화하고 있습니다.

정보보호의 날 행사

정보보호의 날 행사는 매월 첫째 주 월요일, 임직원이 다양한 보안 업무를 수행하도록 하고 있습니다. 임직원들은 고객 정보 문서 파기, 법정 필수교육(개인정보보호) 수강, 정보보호 인식 설문조사 참여 등 전사적 정보보호 역량을 고취할 수 있는 다양한 활동에 참여합니다.

정보보호 교육

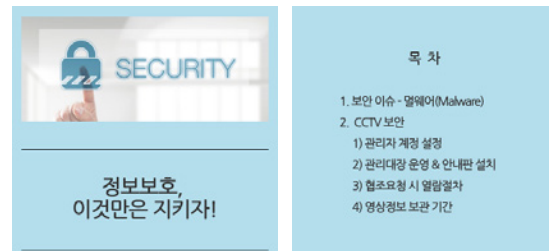
전 임직원을 대상으로 온·오프라인 정보보호 수시 교육을 실시하여 전사적 보안 의식 수준을 제고하였습니다. 특히 신입사원은 물론 인턴사원과 CS마스터까지 담당업무 수행 시 보안 유의사항을 내재화할 수 있도록 하였습니다. 또한 터치클래스²⁾, 원격교육 사이트를 이용하여 교육 접근성을 개선하였습니다.

2) 모바일 사내 교육 플랫폼



정보보호의 날 행사 안내문

2020년 정보보호 교육 결과



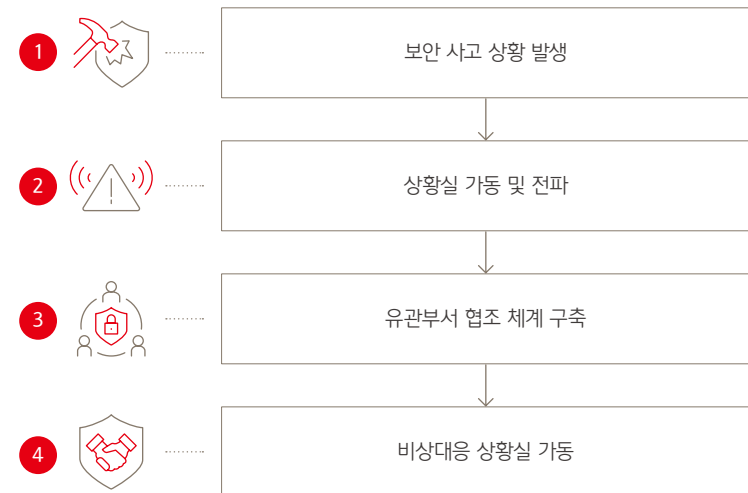
정보보호 교육 자료 화면

보안사고 대응훈련 및 진단³⁾

선제적인 정보보안 사고 예방을 목적으로 분기 1회 전 임직원 대상의 정보보호 훈련을 진행하고 있습니다. 모의 바이러스 메일을 임직원에게 발송하고 악성링크 및 첨부파일 실행 및 이를 통한 감염 여부 추적으로 임직원 보안의식 수준을 평가합니다. 또한 각 지점 대상 월 2회, 사무실 대상 분기 1회의 현장 점검을 실시하고 있으며, 그룹 차원의 보안 수준 진단, 내부회계관리 감사를 통한 보안성 점검 등 정기 진단을 활용, 우수한 정보보호 수준을 유지하고 있습니다.

3) 훈련 및 정보보호 수준 진단은 그룹 정보보호위원회 주관으로 진행

보안사고 대응 절차



Customer Satisfaction

고객만족경영



UN SDGs 연계

BACKGROUND

고객만족경영은 고객의 만족을 최고의 경영목표로 추구하는 경영 전략을 의미합니다. 최근 기업의 ESG 경영과 비재무적 성과로 인한 기업 브랜드 가치가 고객만족도에 미치는 영향이 커지고 있는 만큼, 고객만족을 위한 기업의 전방위적 노력이 요구됩니다. 특히 고객만족도 제고를 통한 주주 이익의 극대화는 물론 고객, 직원, 파트너사 등 모든 이해관계자의 공유 가치 향상을 추구하는 것으로 고객만족의 영역과 범위가 확장되고 있습니다.

APPROACH

롯데하이마트는 슬로건 'For Your Family; 우리 가족 최고의 순간에 늘 함께하는 롯데하이마트'에 걸맞도록 제품 및 서비스 개발부터 마케팅, A/S에 이르는 고객 여정 전반에서 고객의 만족을 최우선 가치로 삼고 있습니다. 고객만족도 향상을 위한 제품 및 서비스 다양화, 오프라인 점포 다변화, 온라인 쇼핑몰 강화에 힘쓰고 있으며, 나아가 접근성 향상으로 잠재 고객과의 접점을 확대해 나가고 있습니다.

ACTIVITIES



설치 배송 서비스의
다양화

→ 48 page



A/S 화상 상담
서비스

→ 49 page



안전한 제품 및 친절한
서비스 보장

→ 50 page

고객만족경영

고객만족경영 전략

롯데하이마트는 고객만족을 경영 전략 최우선 과제로 설정하고, 고객가치를 높이기 위한 다양한 정책을 수립하여 추진하고 있습니다. 그간의 노력으로 2020년 6년 연속 고객 서비스 품질지수 1위 브랜드의 지위를 유지하였으며, 앞으로도 고객 중심 유통 플랫폼으로 미래의 가전 유통시장을 이끄는 선도기업이 되고자 노력하겠습니다.

고객만족 CS관리

전자제품 전문점의 성공에는 다양한 가격대의 브랜드 제품에 대한 상담원의 친절하고 전문적인 상담이 중요한 요소입니다. 롯데하이마트는 철저한 CS교육과 관리를 통해 고객 서비스 품질 향상과 고객 감동 경영을 실천하고 있습니다. 롯데하이마트는 체계적인 교육 프로그램으로 표준화된 고객 서비스를 제공합니다. 2020년 코로나19 확산의 어려움 속에서도 비대면 화상교육으로 전

직원 대상 고객응대 교육을 진행하는 등 지속적인 직원 CS교육에 집중하고 있습니다. 또한 매장을 이용하는 고객의 여정을 고려하여 고객 입장에서 영업 현장 진단을 실시하고, 미흡한 사항은 코칭과 교육으로 개선해 나가고 있습니다.

유통판매 역량 강화

브랜드 다양화

롯데하이마트는 카테고리 킬러⁴⁾형 가전제품 전문점으로, 다양한 브랜드 제품의 성능과 가격대를 비교하며 구매할 수 있다는 장점이 있습니다. 이러한 장점을 강화하기 위해 취급하는 브랜드 종류를 지속적으로 확대하고 있습니다. 2020년 기준 5,000여 개 브랜드를 취급하고 있으며, 글로벌 브랜드, 삼성, LG 전자와 같은 대기업 제품은 물론 국내 중소형 브랜드와 자체 브랜드(PB) 상품까지 다양한 브랜드 상품을 구성하여 고객의 제품 선택폭을 넓히고 있습니다.

4) 카테고리 킬러: 전자제품 등 특정 품목을 집중적으로 판매하는 소매 형태



2020년 한국능률협회 서비스품질지수 고객접점 부문

6회 연속 1위 브랜드 선정



2020년 한국표준협회 서비스품질지수 전자제품전문점 부문

3년 연속 1위 브랜드 선정

오프라인 점포 다변화

2020년 기준 전국 448개 점포에서 고객에게 체험을 통한 상품 구매 경험을 제공하고 있습니다. 오프라인 점포는 온라인 쇼핑몰과 달리, 다양한 제품을 직접 시연해보고 구매할 수 있다는 강점이 있습니다. 점포 접근성은 물론, 편리한 주차공간과 넓은 매장 규모 등을 확보하여 쾌적한 쇼핑 경험을 제공하고자 합니다. 또한 2020년에는 비효율 점포의 폐점 및 동일 상권 내 점포 통합을 적극 추진하고 경쟁력이 우수한 대형점 비중을 확대, 오프라인 매장 운영 효율화를 도모하였습니다. 아울러 초대형 체험형 매장 메가스토어를 오픈하는 등 변모하는 고객 니즈를 반영하여 다변화된 오프라인 점포를 구성하고 있습니다.



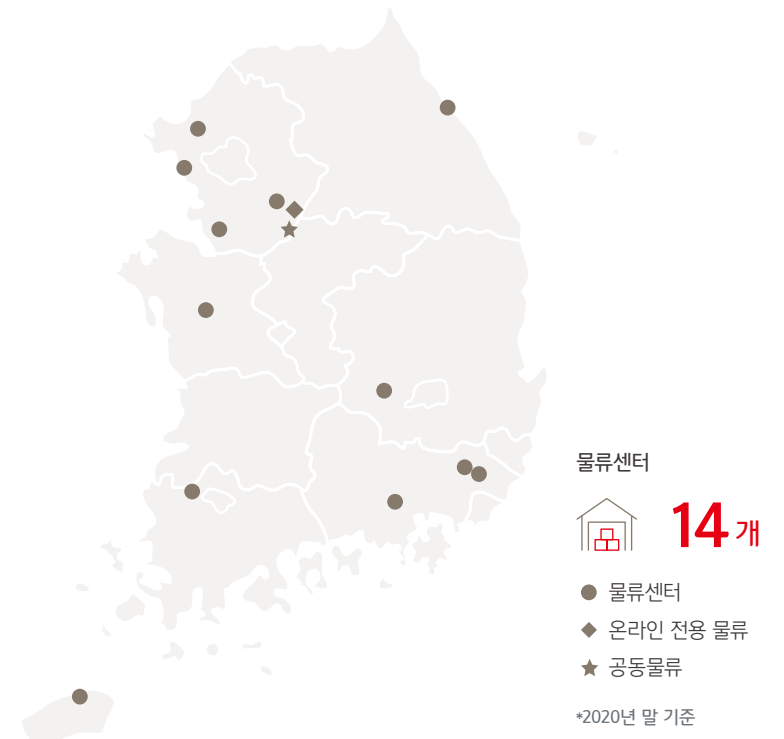
오픈스토어	
	온오프라인의 경계 없이 오프라인 매장에 설치된 키오스크나 태블릿 PC를 통해 진열상품 외 상품을 검색, 주문할 수 있는 매장
메가스토어	
	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 새롭게 선보인 초대형 체험형 매장 • 500평 이상의 규모로 매장 내 카페, 캠핑존, 1인 미디어존, 인테리어존 등 고객의 다양한 니즈를 충족시킬 수 있는 제품 및 서비스의 총 집합체
프리미엄 스토어	
	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 내 프리미엄 제품 구성을 강화한 매장 • 문화휴식공간을 조성하여 고객들이 앉아서 쉴 수 있는 카페와 휴게실을 운영함으로써 고품질 제품과 서비스를 통해 고객만족을 선사

전국적 물류 네트워크

롯데하이마트는 전국 총 14개 물류센터⁵⁾를 보유하고 있습니다. 전국에 위치한 매장, 물류센터 및 서비스센터는 모두 직영으로 운영되고 있으며, 가전제품에 특화되어 있습니다. 2020년 하반기 진행된 배송/설치 서비스 고객 만족도 조사 결과, '파손 없는 신속/정확한 상품 배송'이 롯데하이마트의 강점으로 꼽히기도 했습니다. 이와 더불어 롯데하이마트는 2017년 온라인 전용 물류센터를 오픈하여 온·오프라인을 아우르는 배송 서비스를 제공하고 있습니다.

5) 2020년 기준

롯데하이마트 전국적 물류 네트워크



고객중심 설치 배송 서비스



월 평균 설치 건수
약 19만건*

*2020년 월 평균 기준

다양한 설치 배송 서비스 운영

롯데하이마트 고객 서비스의 핵심은 전국 물류 네트워크를 활용한 빠른 배송과 전문 설치팀에 의한 무상 설치 서비스입니다.

①오늘배송 ②스마트픽 ③2시간 퀵배송 ④프리미엄 배송 ⑤희망일 배송 총 5가지 맞춤형 배송서비스를 통해 편리한 가전제품 쇼핑경험을 제공합니다. 전국 14개 물류센터(온라인 전용 물류센터 1개)를 활용한 직매입⁶⁾ 구조로 안정적인 출고 및 재고관리가 가능하여 다양한 배송서비스를 통해 고객만족에 한층 더 다가서고 있습니다. 또한 자체 물류 시스템으로 주문/배송은 물론 설치까지 책임지고 있어 유통 경쟁력의 우위를 선점하고 있습니다.

6) 미리 구매한 제품을 자체 물류센터에 보관하는 방식, 재고 파악 및 배송 일정 조율이 쉽고 빠르다는 장점이 있음

CS마스터 설치 전문성 강화

전문 설치 배송 인력인 CS마스터를 통해 고객에게 안전하고 편리한 제품 배송과 설치 서비스를 제공합니다. CS마스터는 고객 만족도 제고의 핵심인력으로서, 2020년 기준 총 2,940명의 CS마스터가 사전/사후 고객 서비스를 위해 활약하고 있습니다. 최근 강화되고 있는 홈케어서비스에서도 CS마스터의 역할이 중요해짐에 따라 전문적인 인력을 확충하여 운용할 예정입니다. 2021년 3월에는 보다 체계적인 CS마스터 교육을 위한 총 66평 규모의 가전설치 전문 교육장을 신설하였습니다. 교육장은 가전/에어컨/홈케어 통합 실습 진행이 가능하여 CS마스터의 설치 전문성을 강화할 것으로 기대되고 있습니다.

롯데하이마트의 설치 배송 서비스

 오늘배송	<ul style="list-style-type: none"> • 주문 당일 배송 및 설치 • 전국 11개 물류센터에서 직접배송 	 스마트픽	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인에서 제품 구매 후 가까운 롯데하이마트 매장, 세븐일레븐, 롯데리아에서 수령
 2시간 퀵배송	<ul style="list-style-type: none"> • 구매 후 2시간 이내 원하는 장소에 도착 • 배송 중 퀵기사 위치 확인 가능 	 프리미엄 배송	<ul style="list-style-type: none"> • 최우수 전문설치팀의 설치서비스 • 희망일에 배송 • 프리미엄 배송 고객 전용 상담서비스 제공 • 추가 사은 혜택 제공
 희망일 배송*	<ul style="list-style-type: none"> • 원하는 날짜에 전국 무료 설치 배송 		

* 주말/공휴일 포함, 물류 휴무일 제외



설치 실습 교육

차별화된 A/S 서비스

서비스 센터 인프라 확대

롯데하이마트는 서비스 센터 인프라 확충을 통해 평균 수리기간을 단축하고 고객 접점을 확대하고 있습니다. 기존 제공하던 중소형 가전 위주 자체 A/S 서비스와 더불어, 신규 고객과의 접점을 확대하기 위해 애플 서비스 센터 입점을 늘리고 있습니다. 또한 오프라인 A/S 서비스를 개선하여 온라인 플랫폼에 익숙하지 않은 고령 고객층의 사용이 편리하도록 하는 등 서비스 개선을 통해 고객 편의를 극대화하고 있습니다.

A/S 화상 상담 서비스

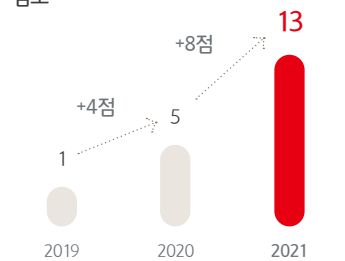
A/S 서비스의 전화 상담은 제품의 고장 증상과 원인을 고객이 쉽게 파악하기에 어려움이 따랐습니다. 롯데하이마트는 코로나19 확산으로 인한 비대면 서비스 강화와 고객 편의성을 높이기 위해 지난 2020년 12월 A/S 화상 상담 서비스를 시작하였습니다. A/S 접수 후 제품이 서비스센터에 도착하면 CS마스터가 점검 후 원격 화상 상담을 진행합니다. 이를 통해 고객은 제품 고장 원인, 수리 내역, 주의사항을 직접 보면서 설명을 들을 수 있어 고객 신뢰도와 만족도가 높아질 것으로 기대합니다.

A/S 플랫폼 어플리케이션

롯데하이마트는 2019년 12월 모바일 A/S 플랫폼을 구축하였습니다. A/S 플랫폼을 통해 고객은 수리 예상 비용을 미리 파악하고, 수리 진행 과정을 확인할 수 있으며, 별도의 A/S 커뮤니티에서 제품 관리 방법 등 다양한 상품 관련 정보를 공유할 수 있습니다. A/S 의뢰 상품은 가까운 롯데하이마트 지점 방문, 택배, 또는 CS마스터 방문회수를 통한 접수로 고객 편의를 높였습니다. 현재 모바일 앱을 통해 A/S 신청이 가능한 품목은 전기밥솥, 청소기, 면도기 등 48개 품목으로, 추후 서비스 가능 품목을 확대하고 다양한 기능을 추가하여 고객 만족도를 제고할 예정입니다.

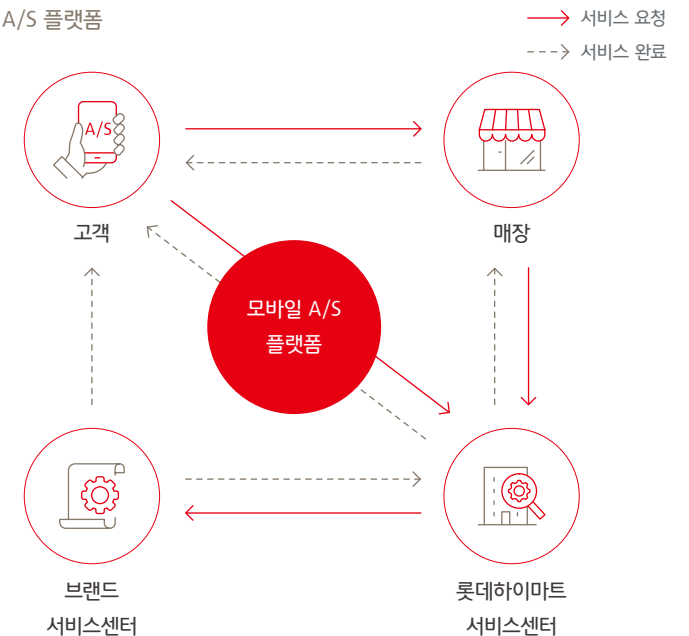


애플 서비스센터 입점 현황 (단위: 점포)



롯데하이마트 대면서비스 센터

모바일 A/S 플랫폼

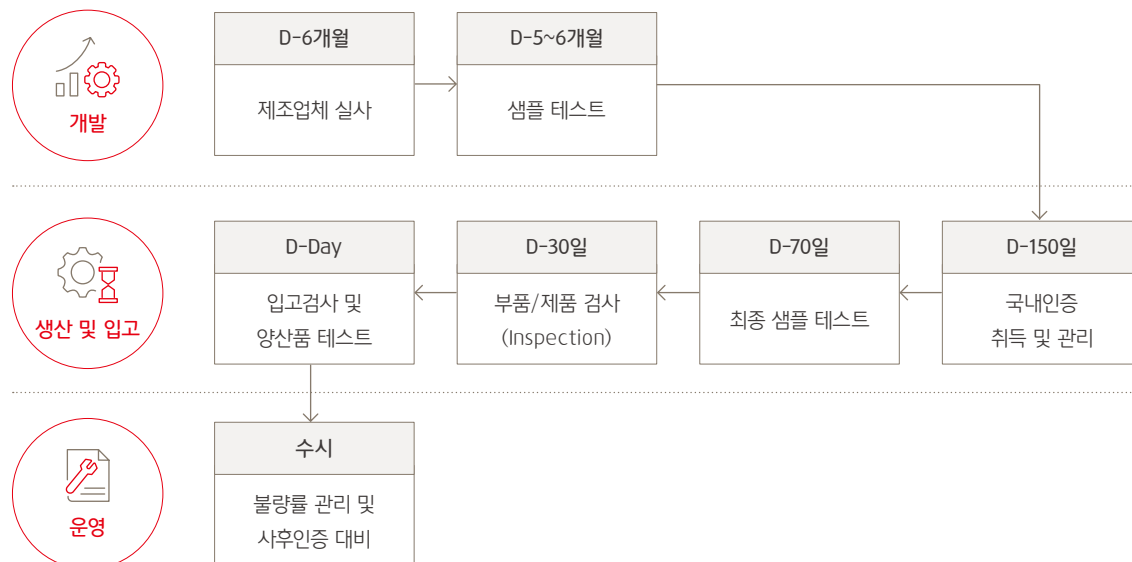


제품 및 서비스 품질 관리

PB제품 전 과정 품질관리

고객에게 양질의 PB제품을 제공하기 위해 상품 기획부터 론칭 및 운영까지 전 과정에서 품질 관리 7단계 프로세스를 도입했습니다. 개발 단계에서는 품질, 환경, 물류, 기술 부문 등에 대한 제조업체 평가를 실시하고, 샘플 테스트를 통해 기준을 충족하는 제조업체를 선정합니다. 제조업체 선정 후 제품 론칭 이전까지 KC, 전자파, 에너지 효율 등 국내인증을 취득하고 성능 검토를 반복하며 제품 신뢰성을 확보합니다. 제품 론칭 후에는 매월 불량률을 점검하고 불량사항에 대해서는 제조업체 개선을 요청하며, 이 외에도 연 1회 KC 인증부품 동일성 및 에너지 효율 적합여부를 확인하는 등 사후관리에도 최선을 다합니다.

PB제품 품질관리 7단계 프로세스

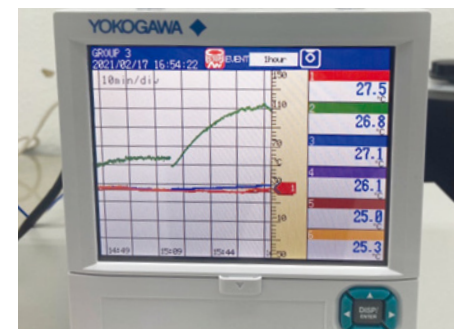


제품 품질안전 테스트

해외 소싱 제품의 품질안전 관리를 위해 외국 품질관리기관에 의뢰, 품질 테스트를 진행하고 있습니다. 무작위로 선정된 샘플 제품으로 제품 성능 및 외관 등의 결함 확인 후 테스트하여 검수 성적서를 관리합니다. 아울러 자체 브랜드 PB제품에 대해 엄격한 품질관리를 실시하고 있습니다. 마감 불량, 얼룩, 스크래치와 같은 외관 불량사항과 제품 작동 시 화상 위험, 기능 불량 등을 확인하고 개선하여 품질안전을 확보하고 있습니다.

고객 클레임 대응 가이드 마련

친절 서비스 역량을 강화하고, 고객 불만 사항을 효율적으로 처리하기 위하여 클레임 매뉴얼을 마련하였습니다. 2021년 7월 부로 시행된 이번 매뉴얼은 클레임 종류, 처리 프로세스, 클레임별 보상 기준 등을 명확히 하여 다양한 상황에 직원이 적절하게 대응할 수 있도록 합니다. 또한 불만 고객 응대 스킬과 효과적인 고객 응대 방법을 교육하고, 클레임 사례 모음집을 마련하여 고객과 직원의 관점 차이를 고려한 적절한 응대가 이루어질 수 있도록 노력하고 있습니다.



PB제품 품질 테스트



클레임 사례 모음집

Our People

롯데하이마트인 이야기



UN SDGs 연계



BACKGROUND

구성원의 행복도와 건설적인 기업문화는 곧 회사의 생산성 향상과 성장으로 직결되는 핵심 요소입니다. 임직원은 안전하고 행복한 일터, 개인의 삶을 위한 충분한 휴식과 개인 성장의 기회를 제공받을 때 높은 업무 몰입도를 갖게 됩니다. 또한 기업의 핵심가치에 대해 구성원들이 높은 유대감을 형성하고, 이를 바탕으로 한 건강한 조직문화가 자리잡음으로써 더욱 우수한 인재를 확보해 나갈 수 있습니다.

APPROACH

롯데하이마트는 임직원이 행복하게 일할 수 있는 일터를 조성하고, 개인적인 성장을 이룰 수 있는 각종 지원제도를 마련하고 있습니다. 임직원은 체계적이며 실질적인 직무 교육을 통해 유통 전문 인력으로 성장하는 것은 물론, 각종 온-오프라인 교육, 위탁 사내대학을 통해 개인적인 성장을 이룰 수 있습니다. 또한 채용과정의 차별을 근절하고 능력에 따른 평가와 보상으로 우수한 인재를 확보하고자 합니다. 롯데하이마트의 슬로건 'For Your Family'의 핵심 가치를 이어가기 위해 가족친화적 조직 문화를 조성하고 임직원에게 일과 삶의 균형을 제공하고자 합니다.

ACTIVITIES



사회 형평적 채용
확대

→ 52 page



VR 안전체험교육장

→ 58 page



자기주도학습 채널
'Touch Class' 운영

→ 60 page

균등한 채용 및 기회보장

유통전문 인재 확보

우수한 유통전문 인재 확보를 위해 '다양성 중시'와 '열린 채용'의 원칙으로 투명하고 공정한 채용절차를 운영하고 있습니다. 채용절차는 서류, L-TAB⁷⁾ 인적성검사, 실무/임원진 면접 등으로 이루어지며, 지원자의 직무역량은 물론 인성, 가치관 및 발전 가능성을 종합적으로 심사합니다. 또한 해당 직무/부서 결원 발생 시 채용공고가 없어도 수시 지원이 가능한 상시 지원제도를 운영하여 지원자들에게 더 많은 기회와 편의를 보장하고 있습니다.

7) LOTTE Talent Assessment Battery, 롯데그룹의 인적성 검사

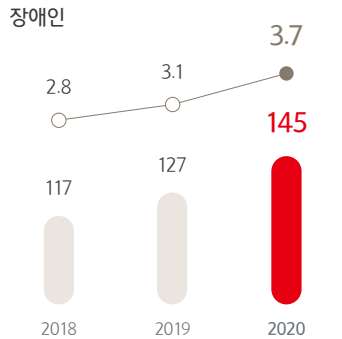
사회형평적 인력 채용

채용 시 지원자들이 성별, 장애로 인한 차별을 받지 않도록 직무역량을 중심으로 선발하고 있습니다. 국가보훈대상자 및 외국인의 경우, 관련 법규 우대정책으로 형평성을 보장하여 많은 지원자들에게 채용 기회를 제공합니다. 2020년 장애인 고용률은 3.88%로, 의무고용률 3.10% 대비 0.78%를 초과 달성하였습니다. 이외에도 지점 영업직 채용 시 지역별 채용을 확대하는 등 양질의 일자리 제공을 위한 노력을 아끼지 않았습니다.

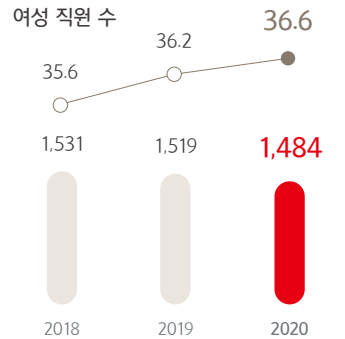
롯데하이마트 인재상



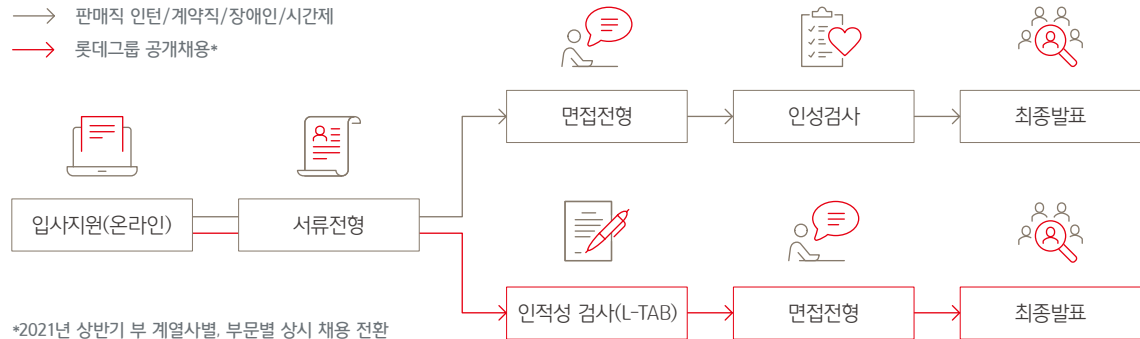
사회형평적 채용 현황 (단위: 명, %)



여성인재 인원 현황 (단위: 명, %)



채용 절차



직원 인권 및 노사관리

롯데하이마트 인권 경영 방침

롯데하이마트는 취업규칙, 인사규정 내 임직원 인권 보호 및 차별 방지를 위한 원칙을 포함하고 있습니다. 원칙에 따라 롯데하이마트 임직원들은 교육, 배치, 승진은 물론 정년, 퇴직, 해고에 있어서 성별에 의한 차별이 이루어지지 않도록 하고 있습니다. 또한 채용에 있어서 공개 경쟁을 통해 공정성을 유지하며, 취업 보호 대상자 선발을 우대하는 등 사내외 인권 보호 및 차별 금지를 위해 노력하고 있습니다.

임직원 인권교육

인권침해 사고를 예방하고, 임직원의 인권의식을 제고하기 위해 인권교육을 실시하고 있습니다. 전 직원 대상 연간 1회 이상 온라인 교육 및 예방 가이드 배포를 통한 수시 교육 등의 방식으로 제공됩니다. 직장 내 괴롭힘, 직장 내 성희롱, 장애인 인식개선 교육으로 구성된 인권교육 프로그램을 통해 임직원은 법적 의무교육과 더불어 높은 인권의식을 내재화하고 있습니다.

롯데하이마트 인권 경영 방침*

취업규칙 제10장 제39조(기본원칙)

① 회사는 직원의 교육, 배치 및 승진에 있어서 남녀를 차별하지 아니한다.
 ② 회사는 직원의 정년, 퇴직 및 해고에 있어서 남녀를 차별하지 아니한다.

인사규정 제3장 제20조(채용원칙)

① 직원을 공개경쟁시험에 의하여 채용함을 원칙으로 한다.

채용공고 中
 [채용절차 공정화 법률, 취업보호 대상자 선발 우대]

*각 사내 규정에서 발췌



직장 내 괴롭힘 예방 포스터

인권교육 프로그램

직장 내 성희롱	직장 내 괴롭힘	장애인 인식개선
연간 1회 이상	연간 1회	연간 1회
예방 가이드 배포	성희롱 레터 배부	현장 순회 교육

소통 기반의 노사문화

회사 슬로건인, 'For Your Family'를 중심으로 한 가족사랑과 소통 기반의 노사화합 문화를 추구합니다. 분기별 노사협의회 운영으로 업무 효율화를 높이고 근무환경을 개선하는 등 포용적 노사문화를 통한 노사 소통을 최우선으로 하고 있습니다.

노사협의회는 근로자 대표 5명, 사용자 대표 5명, 총 10명이 참석하고 근로 조건, 복리후생 등 다양한 주제로 협의가 이루어집니다. 특히 업무현장에서 겪는 애로사항을 중점적으로 다루어 현장 중심의 노사협의회를 지향하고 있습니다. 노사협의회를 통해 노사간 소통과 직원 친화적인 업무환경을 만들기 위해 노력하고 있습니다.

퇴직예정자 지원제도

비자발적 퇴사자를 대상으로 면담과 취업 알선 서비스를 제공함으로써 퇴사 후 삶에 대한 적응을 돕고 있습니다. 총 5회, 1:1 대면 상담과 10회의 취업 알선 서비스로 퇴직예정자의 실질적 생활을 돕고, 인권 제고에도 앞장서고 있습니다.

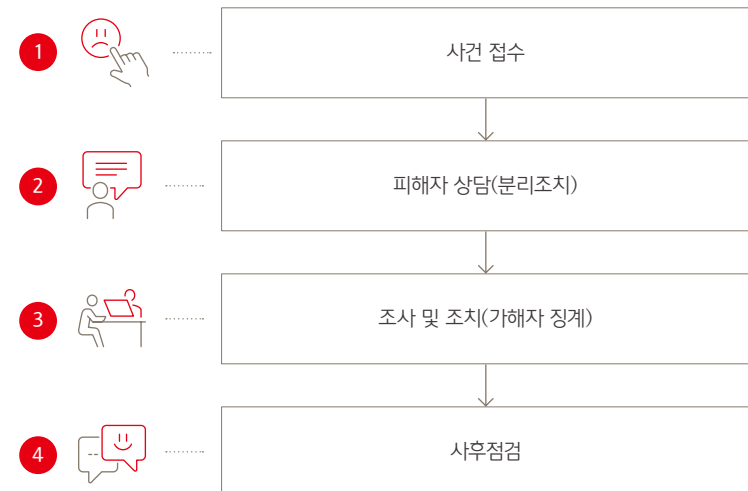
고충처리 제도



고충처리제도 운영

임직원 고충처리제도 운영을 통해 건강한 조직문화를 조성함과 동시에 사내 인권침해 사고에 적극 대응하고 있습니다. 원활한 고충처리제도 운영을 위해 여성 전문 상담위원(사내 변호사 2명) 및 고충처리 상담위원(사내 노무사 1명 포함 사원복지팀 총 3명)을 선임, 운영합니다. 관련 제보는 사내 전산 시스템(HIPPLE) 또는 Hot-Line 등의 경로에서 이용 가능하며, 내담자 신분 및 상담내용은 엄격한 보안 절차에 따라 철저히 비공개 처리됩니다. 또한 접수된 고충 및 인권침해 사항은 5일 이내 신속, 공정하게 처리되며 조치 내용은 사후에도 지속적으로 점검, 관리됩니다.

사내 고충처리 프로세스



사업장 안전보건

안전보건경영 체계

롯데하이마트는 임직원, 고객 및 모든 이해관계인의 안전보건을 최우선의 가치로 삼고 있습니다. 산업안전보건법에 따라 산업안전보건위원회를 운영하고 있으며, 분기별 회의에서 사업장 안전보건을 위한 각종 활동 심의 및 현황을 공유합니다. 또한 대안산업보건협회 위탁으로 안전/보건 관리 전문가를 관리자로 임명, 전사적 산업재해예방을 위한 활동을 총괄하고 이를 지속적으로 관리하고 있습니다. 그 결과, 효과적인 안전보건 체계를 확립할 수 있었습니다.

산업안전보건위원회

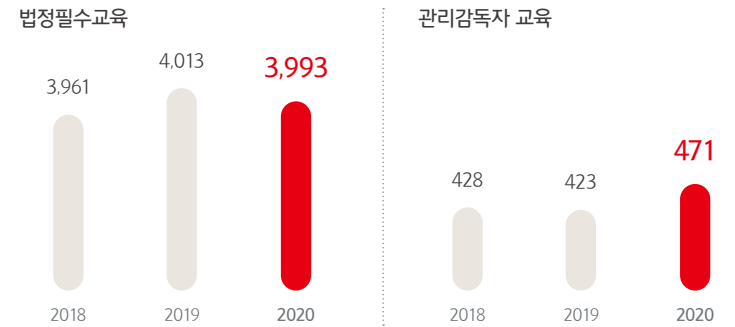
산업안전보건위원회 위원은 산업안전보건법에 따라 5명의 사용자위원, 5명의 근로자위원 총 10명으로 구성되어 있습니다. 위원회는 분기 1회 산업재해 'ZERO'를 목표로, 각종 산업재해 예방 정책 및 교육방안 등을 심의하고 결정합니다.

산업안전보건 교육

산업안전보건 교육은 산업안전보건법 제31조에 따라 전 임직원 대상, 분기별 1회 실시합니다. 지점장의 경우, 연 1회 별도 관리감독자 교육을 수료하였습니다.

산업안전보건 교육 이수현황

(단위: 명)

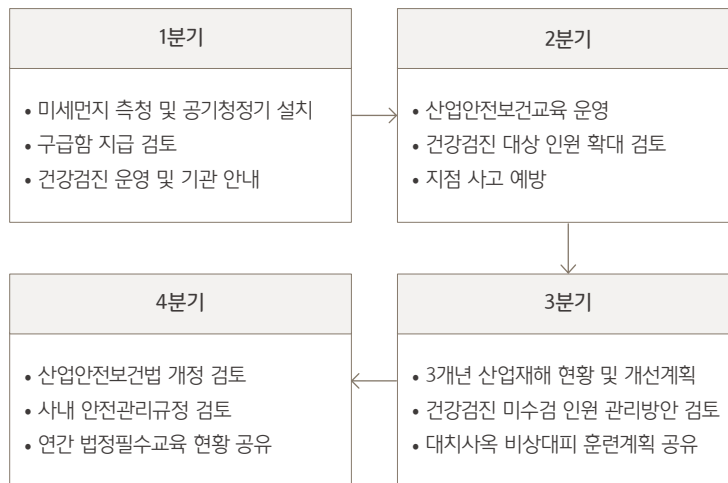


연도별 재해 발생 현황*

산업재해율	(단위: %)		
	0.04	0.01	0.04
	2018	2019	2020
재해건수	(단위: 건)		
	2	1	2
	2018	2019	2020
사망자수	(단위: 건)		
	0	0	0
	2018	2019	2020

*2020년 고용노동부 산업재해를 통계 0.57%

2020년 산업안전보건위원회 회의 안건



롯데하이마트 안전보건 경영방침

- ① 안전보건 최우선 가치
회사의 주요 정책 결정 시 안전보건을 우선으로 고려하여 진행
- ② 사전 예방 문화 정착
전 사업장의 사전 잠재위험 요인 발굴 및 개선으로 선제적 위험 예방 문화 정착
- ③ 임직원의 능동적 참여
안전보건 환경 개선을 위하여 지속적 자원 제공 및 임직원의 능동적 참여 도모
- ④ 신속한 대응 체계 정착
지속적인 교육과 훈련으로 비상 상황 발생 시 정확, 신속한 대응 체계 확립
- ⑤ 법규 및 규정 준수
안전보건 관련 대내외 법규 및 규정 철저히 준수

안전보건 사고 예방



사업장 시설물 방문 점검

월 평균 **40** 점

안전사고 예방점검

안전·보건 관리자의 순회 점검을 통해 전 영업현장의 안전사고 및 자연재해 피해를 예방하고 있습니다.

지점 및 물류센터 안전 점검

직매입을 통한 유통판매업의 특성상 매장과 물류센터에는 상품 적재, 이동 등으로 안전사고가 발생할 가능성이 있습니다. 또한 다수의 불특정인이 방문하는 영업장의 파지장과 같이 화재 발생 가능성이 있는 취약지점은 특별 관리가 필요합니다. 이에 매장 및 물류센터의 소방/전기시설 작동 점검 및 파지장 화재 예방 점검을 실시, 안전사고에 선제적으로 대응하고 있습니다.

공사 현장 점검

신축/리뉴얼 또는 지점 유지보수 등 공사/작업 현장 근로자의 안전을 보장하기 위해 수시 점검을 진행합니다. 특히 공사장 3대 기본기(보호구 착용, 금연, 추락방지)를 서약서에 명시하여, 이를 이행하지 않을 시 엄중히 제재하고 있습니다.

물류센터 유류유출 사고 대응 훈련

유류저장고가 있는 물류센터 사고 발생 시 사업장 및 지역사회에 미치는 피해를 최소화하기 위해, 2020년 사고 대응 훈련을 실시하였습니다. 물류센터 환경사고 대응 시나리오, 대응 조직체계 등을 점검하였으며 향후 전국 물류센터 사고 대응을 위한 선례가 되었습니다. 이외에도 기후변화에 따른 풍수해, 한파 등으로 영업장 피해 위험이 커지고 있는 만큼 각종 시설물에 대한 점검을 진행하고 있습니다.

재해예방대책 캠페인

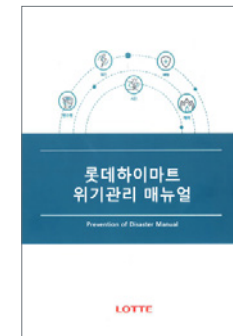
대형가전제품 운반 등 재해 위험에 상시 노출되어 있는 근로자의 안전을 위해 매주 재해예방대책 캠페인을 진행하고 있습니다. 근로자에게 안전 근로수칙을 주지 시켜 사고 예방은 물론 전사적 인식 개선을 통한 안전 일터 조성을 목표로 진행합니다.

안전관리 매뉴얼 제정 및 운영

롯데하이마트는 사업장 특성을 고려하여 자체 정립한 안전/위기관리 매뉴얼을 운영하고 있습니다. 매뉴얼은 비상시 보고체계 및 대응절차, 사전 안전점검 사항, 화재 및 재난 발생 시 행동요령 등을 포함합니다. 특히 2020년 코로나19 확산을 막기 위해 사업장 감염병 예방 매뉴얼을 추가하는 등 임직원 안전관리에 적극 대응하고 있습니다.



근골격계 질환 예방을 위한 사내 캠페인



롯데하이마트 위기관리 매뉴얼

임직원 건강 지원 제도

롯데하이마트는 건강한 근로자가 바로 건강한 가족, 기업 그리고 사회에 필수적임을 인식하고 있습니다. 이에 임직원의 신체적·정신적 건강을 위한 각종 건강 지원제도를 마련하였습니다.

임직원 건강검진

연 1회 전 직원 대상 정기 종합건강검진을 실시하고 있습니다. 검진 결과, 이상 소견자는 주기적 점검이 가능하도록 함으로써 건강으로 인한 업무 손실 방지는 물론 근로자의 삶의 질 향상을 위해 노력합니다. 2020년 4개월 동안 전 직원 대상 건강검진을 실시하였으며, 지점장급 이상 직책자와 40세 이상의 직원 및 그 배우자까지 건강검진을 확대하여 건강하고 행복한 일터 조성에 앞장서고 있습니다.

단체상해보험가입

매년 재직자 대상 단체보험 가입을 진행하고 있으며, 실손을 포함한 넓은 보장범위를 제공하여 사고 발생 시 보상을 강화하고 있습니다.

고객응대 근로자 지원제도

고객응대가 많은 업종 특성상 고객응대 근로자에 대한 각종 지원제도를 마련 하였습니다. 약성민원 소비자 대응 매뉴얼을 제작, 보급하여 고객응대 근로자 가 효과적으로 대응할 수 있도록 하였으며, 근로자 보호용 POP 홍보물 제작 으로 고객응대 근로자의 권익 보호에 실질적인 지원에 힘썼습니다.

HI-MIND(하이마인드) 심리상담 프로그램 운영

HI-MIND(하이마인드)는 롯데하이마트의 EAP⁸⁾로 임직원의 전반적인 스트레스에 따른 맞춤형 심리상담 서비스를 제공합니다. 외부 전문 상담가를 통한 무상 심리상담 서비스로, 직무는 물론 개인 심리, 가정, 법률자문에 대한 상담이 가능합니다. 상담은 대면 또는 전화로 진행하며, 2020년 코로나19로 인한 비대면 상황에서도 직원 개인의 삶의 질을 향상시키고 업무 생산성을 높일 수 있었습니다.

8) Employee Assistance Program, 근로자지원서비스

종합건강검진 지원 현황



*SA, M은 직급 체계로 SA는 대리급, M은 책임급을 의미



고객응대 근로자 보호 캠페인 포스터



HI-MIND 사내 홍보물

세이프 마스터 운영

사업장의 안전보건을 위해 안전관리 사내 자격제도를 운영하고 있습니다. 세이프 마스터는 업계 최초 한국산업인력공단 인증을 획득한 자격 제도로 소방, 전기 등 시설물 관리와 안전교육, 화재대응 전문인력을 육성하기 위해 시행합니다. 2021년 변경된 응시 기준에 따라 기존 응시 대상인 신입 지점장 및 판매부장은 물론 응시 희망자까지 연 1회 응시할 수 있습니다. 세이프 마스터 자격증은 취득 3년 후 재시험을 통해 갱신해야 하며, 2021년 6월 기준 총 1,013명의 세이프 마스터가 활동 중입니다. 롯데하이마트는 세이프 마스터 제도를 확대하여 전 직원의 안전의식과 전문성 제고에 노력하겠습니다.



세이프 마스터 실기 시험 현장

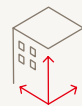
HIGHLIGHT

VR 안전체험교육장

롯데하이마트는 2019년 7월 경기도 이천 물류센터에 유통업계 최대 규모 VR 안전체험교육장을 신설하였습니다. 2020년 11월에는 시설, 인력, 장비의 세 가지 심사기준을 모두 충족하여 산업안전보건공단으로부터 '안전체험교육장'으로 공식 인정받았습니다. VR 교육장은 지게차 작업, 고소 작업, 도로 운전 등 사고 위험이 높은 총 5가지의 물류 업무 상황에 가상으로 노출, 안전의식을 생활화할 수 있습니다. 롯데하이마트 CS마스터는 교육을 통해 안전수칙을 내재화하여 고품질 배송 서비스를 제공하게 됩니다. 롯데하이마트는 교육 이수 희망 직원 및 여러 파트너사에도 교육 기회를 제공하는 등 사내외 안전의식 확립에 노력을 기울이고 있습니다.



VR안전체험교육에 참가 중인 CS마스터



동종업계 최대 시설면적

총 **119**평 규모



물류센터 전 직원 이용 가능

약 **2,800**여 명



안전체험교육장 인정서 수여식

롯데하이마트인 역량 강화

유통 전문가 육성 체계

롯데하이마트의 유통 전문 인력 육성 과정은 크게 직무역량 개발과 경력개발 과정으로 나눌 수 있습니다. 직무역량 개발 과정은 상품 학습 및 판매역량 강화를 위한 '세일즈 역량 교육'과 고객응대 역량 강화를 위한 'CS⁹⁾ 역량 교육'이 진행되고 있습니다. 또한 경력개발 과정으로는 계층·직책별 교육 및 여성 리더 육성을 위한 '세일즈 여성리더 과정'을 운영합니다. 이외에도 개인역량 개발을 위해 위탁 사내대학제도를 실시하여 직원의 자기개발 및 학위 취득을 지원하고 있습니다. 이처럼 롯데하이마트는 다양하고 체계적인 교육 프로그램 운영을 통해 고객에게 최상의 서비스와 가치를 제공할 수 있는 유통 전문 인력 양성에 앞장서고 있습니다.

9) Customer Service, 고객 서비스

직급·직책별 교육과정

신입 인턴부터 신입 직책자 및 관리자에 이르기까지 전 직원 직급별 생애주기에 걸친 교육과정을 운영하고 있습니다. 신입 인턴 입문 과정부터 예비 직

책자 교육(예비 지점장 교육, 예비 판매부장 교육), 신입 직책자 교육(신입 지사장 교육, 신입 지점장, 신입 판매부장) 및 지점장 보수교육을 운영합니다. 롯데하이마트는 직급 및 직책에 적합한 맞춤형 교육을 통해 직원의 개인역량 개발과 업무 몰입도를 높이고 있습니다.

고객 중심 교육 과정

고객이 전 지점 동일하게 높은 수준의 서비스를 경험할 수 있도록 유능한 롯데하이마트인을 양성하고 있습니다. 최고의 상담을 통해 고객에게 알맞은 제품을 추천할 수 있도록 상품 교육과 함께 판매 우수사례를 공유하고 학습하고 있습니다. 본사에서 진행하는 우수사례 특별 화상 교육뿐 아니라 직원이 직접 참여하는 R/P경진대회를 통해 전 지점의 영업 경쟁력을 강화시키기 위해 노력하고 있습니다. 또한 고객의 관점에서 서비스 품질을 높이기 위한 체계적인 CS교육과 진단/평가를 진행함으로써 고객 만족도 향상을 추구하고 있습니다.

2020년 임직원 교육 현황



임직원 1인당 평균 교육 시간

78.7 시간



2020년 교육 투자 비용

2,254 백만 원

인재육성 체계도



2021년 제2회 R/P 경진대회

2020년 터치클래스 운영 현황



학습 콘텐츠
163개



일평균 학습자
427명

자기주도학습 채널 'Touch Class' 운영

임직원의 자기주도학습 및 역량 개발 지원을 위해 모바일 기반 교육 플랫폼 'Touch Class (터치클래스)'를 운영하고 있습니다. 터치클래스는 직무, 법정 필수 교육은 물론 사내 이벤트, 트렌드 교육까지 다양한 콘텐츠가 준비되어 있어 언제든지 편하게 학습할 수 있습니다. 그중 '구독잼' 프로그램은 임직원의 인문학 소양을 높이고 직무 트렌드를 학습할 수 있는 교육 이벤트입니다. 신청 및 추첨을 통해 독서 플랫폼, 직무 지식 플랫폼 구독권을 지원하여 모바일 앱으로 쉽고 편리하게 주도적인 학습이 가능합니다.

성평등 교육 과정 운영

여성 직원이 전담했던 POS 업무를 남성 직원도 가능할 수 있도록 성평등 교육 과정을 운영하고 있습니다. 2020년 7월부터 전 지점 캐셔 없는 매장을 운영하여 직무에 대한 성별 구분을 줄여가고, 나아가 다재다능한 롯데하이마트인을 육성하기 위해 노력하고 있습니다. 여성 직원 대상 판매직 전환 교육 '여성인재

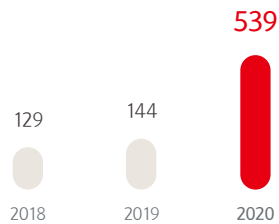
마인드셋'과 남성 직원 대상 전산활용 역량 교육 'POS심화과정'을 운영합니다. 여성인재 마인드셋 교육은 '여성인재를 위한 지원제도 안내 및 세일즈/상품교육'으로 구성되어 인사정책 변경에 따른 여성 직원의 판매직 적응 및 성장을 지원합니다. 아울러 남성 직원 대상 전산 활용 교육도 병행함으로써 업무에 따른 교차 투입이 가능한 롯데하이마트인 육성에 앞장서고 있습니다.

위탁사내대학 운영

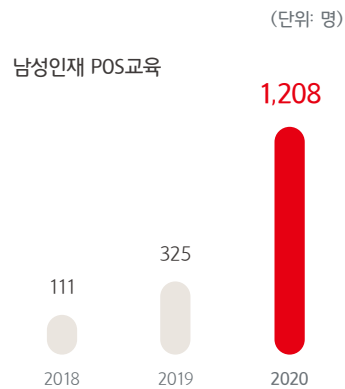
임직원의 교육기회를 확대하고 자기계발 및 MBA를 취득할 수 있도록 위탁사내대학을 운영하고 있습니다. 위탁사내대학은 직원 개개인의 자기 계발은 물론 롯데하이마트의 핵심인재로 성장할 수 있는 기회이기도 합니다. 2016년 명지전문대/영진전문대와 전문학사과정을 시작으로, 2017년 경희대/충남대 동아대와 학사과정 도입 협약을 맺어, 임직원이 할인된 금액으로 부담 없이 학위를 취득할 수 있도록 지원하고 있습니다.

연도별 교육 참여 현황*

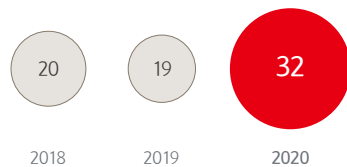
여성인재 마인드셋



남성인재 POS교육



연도별 학위취득현황* (단위: 명)



2019년 2월 경희대 학위수여식*
*2020년 코로나19로 학위수여식 미실시

공정한 성과 평가 및 보상

성과평가 및 보상 제도

임직원이 업무 성과에 대한 합리적 평가와 그에 합당한 보상을 받을 수 있도록 공정한 성과평가 및 보상체계를 운영하고 있습니다. 성과평가는 상하반기 별 1회씩 진행되며, MBO 기반 개인 업무 성과평가 50%, 잠재역량 가치관 등 정성적 역량평가 50%를 반영하고 있습니다. 2015년부터 상향평가, 이의제기 제도, 중간면담 및 동료평가 등 선진적 인사고과제도를 도입하여 효과적인 성과평가를 통한 동기부여와 생산성 증대를 위해 노력하고 있습니다.

MBO¹⁰⁾ 시스템

MBO 시스템의 도입은 조직목표와 개인목표의 연계성을 강화하여 생산성을 향상할 수 있는 목표 위주 성과 관리 제도입니다. 이때 관리자와 피관리자 사이에 합리적인 목표를 설정하고 지표화된 결과 도출을 통해 성과평가에 대한 공정성을 확보할 수 있습니다. 또한 목표 수립 과정, 평가과정에 공식적 중간 면담을 통한 세밀한 목표를 설정함으로써 높은 업무 몰입도를 기대할 수 있습니다.

10) Management by Objective, 목표에 의한 관리

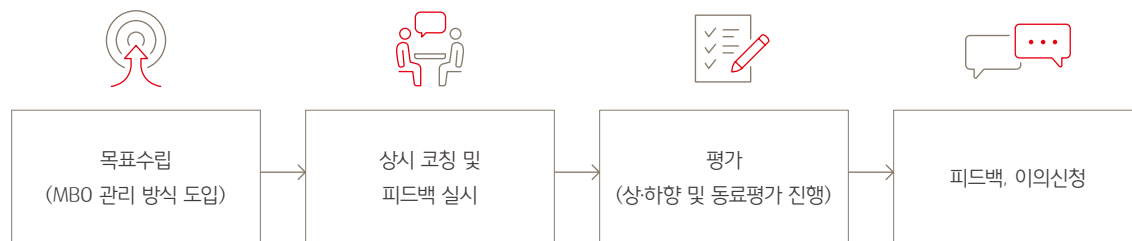
360도 다면 평가제도

롯데하이마트는 조직의 효율성과 평가 공정성을 제고하기 위해 다면화된 상호 평가 방식의 고과평가제도를 실시하고 있습니다. 상하향 평가가 가능하도록 노무역량 평가를 진행하여, 상하급자 간 피드백이 가능해 생산성을 높일 수 있었습니다. 또한 2020년 동료직원 서로의 직무역량, 업무 태도 등을 평가할 수 있도록 동료평가 제도를 도입하였습니다. 이를 통해 부서원 및 타 부서 상호 평가와 피드백으로 개인 성장의 기회를 제공하고 있습니다.

합리적 임금 및 보상제도

롯데하이마트의 임금 체계는 성과에 대한 보상은 물론, 역할 및 책임에 따른 차등적 수당 지급을 통해 보람찬 일터가 될 수 있도록 설계되었습니다. 지사장, 지점장의 경우 관할 지역 및 점포 규모에 따라 차등적으로 직책수당을 지급하고 있습니다. 팀장 및 매니저 또한 생산성 향상을 도모하고자 구분하여 직책수당을 지급하고 있습니다. 이외에도 임금 피크제 적용 직무를 확대하여 고령 근로자의 고용 안정과 함께 신규 일자리 창출에도 앞장서고 있습니다.

롯데하이마트인 성과관리 체계



롯데하이마트 평가제도 주요 변경 사항

2015년 하반기	상향평가 도입
2016년 하반기	이의제기제도 도입
2019년 하반기	상시 코칭 도입
2020년 하반기	동료평가 도입

임직원 행복

기업문화 개선

롯데하이마트는 임직원이 일하고 싶은 일터, 행복한 일터 조성을 위해 조직문화 개선을 통한 다양한 정책을 시행하고 있습니다.

기업 문화 개선 캠페인

2018년 하반기부터 일과 삶의 균형을 보장하기 위한 직원 인식 개선 캠페인을 진행하고 있습니다. 불필요한 업무 폐지, 장시간 근로 방지, 퇴근 시간 준수 등 업무 효율성 개선을 포함한 다양한 분야 인식개선 캠페인을 진행 중이며, 매주 업무연락 및 모바일 안내를 시행하고 있습니다.

동호회 활동 지원

임직원의 여가생활을 돕고 즐거운 직장생활 문화 조성을 위해 사내 동호회를 운영하고, 분기별 지원금을 지급하고 있습니다. 2020년 기준, 사내 동호회는 낚시, 등산, 구기 종목을 포함한 7개 종목 총 35개 동호회가 활동 중입니다.



롯데하이마트 기업문화 개선 캠페인 홍보자료

다양한 사내 소통채널 운영

임직원 소통을 활성화하고 사내 아이디어 제안 및 업무 개선사항 도출을 위해 익명 게시판 'Let's Talk'을 운영합니다. 사보를 활용하여 임직원 미담사례, 우수매장 사례, 우수사원 포상 소식 등을 널리 알리고, 업무 관련 각종 상식과 노하우를 공유하고 있습니다.

클래스 있는 날

참가 희망 임직원에게는 매월 원데이 클래스를 제공하여 직원 소통/친목 도모는 물론 업무 스트레스 해소가 가능하도록 지원하고 있습니다. 또한 사보를 통해 참여 임직원 인터뷰와 원데이 클래스 관련 정보를 공유합니다. 롯데하이마트는 직원 개인 삶의 질 향상에 대한 다양한 활동을 지원하고 있습니다.



롯데하이마트 사보



사보 내 소개된 클래스 있는 날

가족친화적 근무환경 조성

롯데하이마트 슬로건인 'For Your Family'에 부합하는 가족친화적 기업문화 조성을 위해 가족사랑 실천 연차 활성화 제도, 가족사랑 초청행사 등 각종 제도를 지원합니다. 또한 일과 양육을 병행하는 임직원을 위해 직장 어린이집을 운영하고 있습니다. 롯데하이마트는 이와 같은 가족 친화적 제도를 인정받아 2015년 여성가족부 주관 가족친화기업으로 인증받았으며, 이후 2018년 업계 최초로 가족친화 우수기업으로 재인증을 획득, 2020년에도 인증을 유지하였습니다. 앞으로도 롯데하이마트인과 그 가족을 위한 지원제도를 확대하여 가족친화적 기업으로서 입지를 굳혀갈 것입니다.

가족 사랑 실천 연차 활성화 제도

본인, 배우자 생일 및 결혼기념일 시는 물론 부모, 자녀 관련 연차 사용을 적극 권장하며, 연차 사용 시 소정의 선물을 전달하고 있습니다.

하이 파이브 데이(Hi-Five Day) 운영



본인, 배우자 생일 및
결혼기념일 시

오후 5시 퇴근



2015년 가족친화 우수기업 인증

가족사랑 연차 활성화 제도



일과 삶의 균형

지점 휴무 확대 및 영업시간 단축

2018년 3월 도입된 지점 휴무 제도를 매년 확대 적용해오고 있습니다. 휴무 제도 확대로 삶의 질 개선은 물론 주 52시간 근무제 적용에 대한 사전 대응을 완료할 수 있었습니다. 이외에도 2018년 9월부터 로드점 영업시간을 단축 운영하는 등 임직원 여가와 개인 시간을 보장하는 각종 제도를 강화하고 있습니다.

PC-ON/OFF 제도 전면 확대 시행

2017년 9월 최초, PC-ON/OFF제도를 도입한 이후 적용 범위 및 제도를 확대 운영하고 있습니다. 근로시간 준수 문화 정착을 위해 임직원의 출퇴근 예비시간을 사전에 설정하여 PC On/Off 상태를 제어하며, 휴일/연차/휴가에는 PC 사용을 차단함으로써 개인 시간 보장을 위해 노력합니다.

유연근무제도 운영

2018년 3월부터 주 52시간 근무제를 도입하고 이를 강화하기 위해 출퇴근 시간 유연근무제 및 연장근무 보상휴가 제도를 운영하고 있습니다.

Mutual Growth

파트너사 동반성장



UN SDGs 연계

BACKGROUND

기업이 당면한 글로벌 경영환경은 기업 스스로의 능력만으로 성과를 이룰 수 없기에 파트너사와의 상호 협력으로 네트워크 경쟁력을 보유하여야 합니다. 또한 동반성장과 공정거래의 실천은 대기업의 시장독과점과 양극화를 완화하여 협력 중소기업은 물론 지역사회 등 외부 이해관계자와 가치를 공유할 수 있게 됩니다. 따라서 협력과 공정거래 문화 조성은 사회 정의 실현에 대한 기업의 사회적 책임이라고 할 수 있습니다.

APPROACH

롯데하이마트의 제품 및 서비스는 롯데하이마트와 긴밀한 협력관계를 유지하고 있는 중소 파트너사를 통해 고객에게 제공되고 있습니다. 롯데하이마트는 이와 같은 중소 파트너사의 중요성을 인식하고, 롯데하이마트가 가진 우수한 온-오프라인 유통 네트워크를 통해 중소 파트너사의 판로 개척을 지원합니다. 이외에도 파트너사 임직원의 역량강화를 바탕으로 중소 파트너사의 혁신과 기술력 향상을 적극 후원하며, 최근 협력사 ESG 지원사업에 참여하여 파트너사의 지속 가능한 경영 문화 확산에 앞장서고 있습니다.

ACTIVITIES



중소벤처기업부 장관상 수상

→ 67 page



하트라이브 '동행 프로젝트'를 통한 판로 지원

→ 68 page



협력사 ESG 지원사업

→ 72 page



파트너사 상생협력

파트너사 현황

롯데하이마트는 가전제품 제조사 및 물류 파트너사 등 사업에 필수적인 재화와 서비스를 제공하는 1,603개¹¹⁾ 파트너사와 긴밀한 상생협력관계를 맺고 있습니다. 롯데하이마트 파트너사 직원들은 매장 및 물류센터에서 재고 관리, 고객/배송, A/S 담당, 판매 등 다양한 업무를 수행하고 있습니다.

11) 2020년 마감 기준

상생협력 추진 조직

2016년 동반성장 전담조직을 신설하여 파트너사와의 동반성장 활동을 더욱 확대하였습니다. 현재는 동반성장실에서 파트너사와 상생을 위한 다양한 상생프로그램을 운영하고 있습니다.

4C 상생협력 추진체계



2020년 동반성장주간
'대·중소기업 상생협력기금 부문'

중소벤처기업부 장관상 수상

상생협력 추진전략

롯데하이마트는 4C 추진체계를 통해 파트너사와 동반자적 관계를 형성하고, 경쟁력 강화를 지원하고 있습니다. 이는 롯데하이마트의 전국 유통망을 통해 파트너사의 매출 성장을 가져오며, 파트너사의 우수한 제품 및 기술 혁신은 곧바로 롯데하이마트의 고객 창출로 이어집니다. 앞으로도 파트너사와의 긴밀한 협력으로 파트너사 역량 강화와 성장은 물론, 건전한 협력사 네트워크를 통한 기업 경쟁력을 확보하고자 합니다.

파트너사와의 협력을 통한 지속성장

파트너사 역량 강화



2017년 이후 누계
컨설팅 비용 투자 금액

총 4.6 억 원

컨설팅 지원

중소 파트너사의 생산성 향상 및 역량 강화를 위한 컨설팅 지원 프로그램을 2017년부터 운영하고 있습니다. 파트너사는 유통, 마케팅, 경영, 제조, 기술 등 희망분야에 대해 전문 컨설턴트에 의한 맞춤형 컨설팅을 제공받을 수 있으며 컨설팅 비용 전액을 지원받게 됩니다. 2020년 기준 총 18개 파트너사가 컨설팅 지원을 받았습니다.

동반성장 아카데미

파트너사의 지속적인 성장과 혁신에는 임직원의 역량 강화가 필수적입니다. 롯데하이마트는 2016년부터 동반성장 아카데미를 운영하여 중소기업이 활용할 수 있는 다양한 교육 프로그램을 제공하고 있습니다. 교육은 경영·어학 등 200여 개 온라인 강좌와 외부기관과 연계한 오프라인 교육과정으로 구성되어 있으며, 교육비 전액을 롯데하이마트에서 지원하고 있습니다.

2020년 동반성장 아카데미 운영실적



금융지원

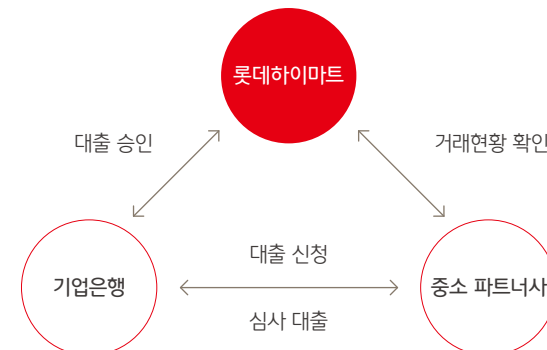
대금지급 조건 개선

중소 파트너사의 재정 부담을 줄이고 원활한 자금 운용을 돕기 위해 상품 대금 전액을 현금으로 지급하고 있습니다. 또한 공정거래협약을 체결한 중소기업의 대금지급 조건을 개선하고, 2020년 총 305개 파트너사를 대상으로 제도를 확대하였습니다. 이외에도 매년 설, 추석 명절을 앞두고 상품 대금을 선지급하는 등 파트너사가 상품 소싱과 품질 향상에 매진할 수 있도록 지원을 아끼지 않고 있습니다.

금융 솔루션 제공

파트너사의 원활한 자금운용을 지원하기 위해 각종 금융 솔루션을 제공하고 있습니다. 롯데하이마트는 기업은행과의 공동으로 조성한 총 500억 규모의 동반성장 펀드를 통해 파트너사가 은행 대출 시 우대금리를 제공합니다. 중소기업은 0.65%p 이상 우대금리를 통해 대출이자 감면 등의 혜택을 받고 있습니다. 이외에도 네트워크론을 통해 중소기업이 쉽게 대출할 수 있도록 돕고 있습니다.

동반성장 펀드 절차



HIGHLIGHT

대·중소기업 상생협력 유공 포상_대·중소기업 상생협력기금 유공_중소벤처기업부 장관상 수상

롯데하이마트는 2020년 '대·중소기업 상생협력기금' 부문 중소기업벤처기업부 장관상을 수상하였습니다. 해당 부문은 중소기업의 경쟁력 향상 및 기업 격차 해소를 위해 기금을 출연한 단체나 개인을 대상으로 하며, 동반성장 및 상생협력을 위해 다양한 활동을 펼치고 있는 롯데하이마트가 그 공로를 인정받아 수상할 수 있었습니다. 특히 상생협력기금 출연과 운용을 확대하여 중소기업의 성장에 지속적으로 도움을 주었던 점이 높이 평가받았습니다. 앞으로도 롯데하이마트는 파트너사의 성장을 실질적으로 뒷받침할 수 있는 프로그램을 발굴하여 파트너사와 시너지를 도모하며 지속 가능한 성장을 이루고자 노력할 것입니다.



동반성장주간 상생협력 유공포상 수여식

PB상품 공동개발 중소기업 파트너사 공모

롯데하이마트는 다양한 기술력을 갖춘 자체 브랜드(PB) 상품 개발로 고객 만족도를 높임과 동시에 중소기업 파트너사 판로 확대를 위해, PB상품 개발 중소기업 파트너사를 공개 모집했습니다. 2021년 상반기에는 요장판류, 가습기, 히터류 등 겨울상품 개발에 참여할 파트너사를 공모하여, 동년 겨울 새로운 상품을 선보였습니다. 또한 최고의 품질과 기술력을 가진 상품 개발을 위해 차별화된 기능과 디자인을 갖춘 아이디어 상품의 제안도 함께 받았습니다. 선발된 파트너사는 개발 일정, 사양 변경 등 논의 과정을 거쳐 제품을 출시하였습니다. 아울러 모든 PB상품과 동일하게 환경 친화적 포장 디자인 GP인증¹⁾ 적용을 검토함으로써 제품의 친환경성까지 고려하여 진행되었습니다.

1) GP, Green Packaging 친환경 포장 인증 마크

롯데하이마트

롯데하이마트 하이메이드(PB) 개발
중소 파트너사 공개모집
- 21~22년 겨울상품 대상 -

대상품목 요장판류 / 히터류 / 가습기

접수기간 2021.05.10(월) ~ 2021.05.21(금)

접수 하이마트 파트너사 관리 사이트(<https://hiweb.himart.co.kr/propose>)

파트너사 판로 확대

온라인 판로 지원

국내외 가전시장의 온라인 매출은 지속적으로 성장하고 있습니다. 따라서 온라인 판로 확보는 중소 파트너사 경쟁력의 필수 요소입니다. 롯데하이마트는 중소 파트너사의 판로 확대를 위해 온라인쇼핑몰 기획전과 라이브커머스 홍보 등 다양한 활동을 통해 지원하고 있습니다. 매달 진행되는 동반성장 기획전의 경우, 중소 파트너사가 희망하는 제품을 선보이고 있습니다. 앞으로도 롯데하이마트는 중소 파트너사의 뛰어난 기술력과 제품을 소비자와 연결시켜주는 유통 판매 플랫폼으로서의 역할을 더욱 강화할 예정입니다.

온라인 판로 지원 내용

온라인 기획전	온라인 쇼핑몰에 우수 중소기업 상품 별도 페이지 운영(동반성장 기획전)
라이브커머스	온라인 실시간 방송 플랫폼 '하트라이브'에서 중소 파트너사 상품 홍보 및 판매 지원
콘텐츠 마케팅	쇼핑몰 앱에 상품 가상 배치 기능(AR), 파트너사 브랜드 홍보, 상품 추천 큐레이션 등 콘텐츠를 통한 매출 확대 지원

HIGHLIGHT

하트라이브 '동행 프로젝트' 진행, 중소 파트너사 판로 지원

'하트라이브: 동행프로젝트'는 롯데하이마트만의 차별화된 중소협력사 및 소상공인 지원 프로그램입니다. 2020년 9월부터 모바일 생방송 플랫폼 하트라이브를 통해 진행하고 있는 동행 프로젝트는 코로나19로 어려워진 소상공인과 우수 파트너사의 판로 확대를 돕고 있습니다. 하트라이브는 매주 월·수·금 저녁 6시 롯데하이마트 모바일 앱에서 시청 가능한 라이브커머스로, 하트라이브를 통해 중소 파트너사의 상품을 소개함과 동시에 판매가 이루어지도록 하여 중소 파트너사의 제품 홍보 및 판매를 지원하였습니다. 대표적인 상품으로 서울전자의 소형냉장고(벨), 경안글로벌의 러닝머신(홈트레킹), 벤틀코리아의 가습기(에어워셔) 등 중소 파트너사의 뛰어난 상품을 소개하고, 고객은 이를 저렴하게 구매할 수 있는 좋은 기회가 되었습니다.

이외에도 파트너사의 매출 확대를 위해 방송 콘텐츠 기획, 파트너사 전문가 및 전문 쇼호스트를 섭외, 라이브커머스에서 파트너사 상품을 홍보하고 있습니다. 롯데하이마트는 중소 파트너사의 판로 확대를 지원하며 동시에 고객만족도를 제고하고자 노력하고 있습니다.

'하트라이브' 운영 실적*



방송 수

총 **8** 회 방송



누적 시청자 수

약 **4** 만명



방송일 누적 매출

약 **75** 백만 원

*방송 중 기준



파트너사 정보공유 및 소통 강화

파트너사 소통 프로그램

중소 파트너사와 긴밀한 소통을 유지하여 지속적인 동반성장을 달성하기 위해 각종 간담회, 문화/교류 행사를 운영하고 있습니다. 2020년에는 코로나19 확산으로 국내외 모든 활동이 위축되었음에도 롯데하이마트는 파트너사와의 협력관계를 위한 노력을 멈추지 않았습니다. 소통을 위한 '찾아가는 간담회', '동반성장 간담회' 활동과 함께 파트너사 임직원의 삶의 질 향상과 양사 임직원 간 교류를 활발히 하기 위한 문화행사 초청 등 다양한 교류활동을 진행했습니다.

파트너사 문화지원 및 교류 프로그램

중소 파트너사 임직원 삶의 질 향상을 위해 파트너사 임직원과 가족을 문화 행사에 초청하고 있습니다. 연 1회 야구 경기 관람, 등반 대회, 공연관람 등 파트너사와 소통할 수 있는 교류의 장을 마련했습니다.

소통 강화 프로그램



찾아가는 간담회

동반성장 간담회*

파트너사 프렌드십*

문화행사 초청



찾아가는 간담회

*간담회는 코로나19 방역수칙을 준수하여 진행했습니다.

파트너사 간담회 운영

중소 파트너사의 애로사항을 파악하여 조치하기 위한 간담회를 진행하고 있습니다. 중소 파트너사를 직접 방문하는 '찾아가는 간담회'는 롯데하이마트가 제공하는 다양한 동반성장 프로그램을 홍보하고 동시에 파트너사의 고충을 파악, 이에 대한 개선사항을 전달하고자 진행합니다. 연 1회 개최되는 동반성장 간담회의 경우, 양사간 직원 교류를 활성화함은 물론 내년도 사업 방향성을 공유하고 의견을 청취하는 자리입니다. 2020년 코로나19 확산으로 찾아가는 간담회는 축소되고 동반성장 간담회는 진행하지 못했으나, 앞으로도 정기적인 간담회를 지속함으로써 파트너사와의 유기적 유대 관계를 유지하고자 합니다.

파트너사 윤리진단 평가

롯데하이마트는 매년 파트너사를 대상으로 외부기관을 통한 윤리진단 평가를 실시하고 있습니다. 해당 평가는 롯데하이마트의 윤리의식을 진단하고 파트너사와 동반성장 강화 방안을 모색하기 위해 이루어집니다. 설문은 1차 온라인 설문, 2차 심층 인터뷰를 통해 진행되며, 윤리경영, 공정거래, 소통, 비효율 및 갑질 행위 4가지 평가 분야를 통해 개선사항을 도출할 수 있습니다. 2020년 종합지수는 95점으로 높은 점수를 보인 반면 소통 부족 및 권한 남용 분야의 개선이 필요한 것으로 파악되었습니다.

*코로나19로 미진행

공정거래

공정거래 자율준수 프로그램(CP¹²⁾) 운영

공정거래 자율준수 프로그램(CP)은 공정거래관련 법규를 준수하기 위해 기업이 자체적으로 수립 및 운영하는 내부 준법 시스템입니다. 롯데하이마트는 자율준수 프로그램의 필수 요소 8가지¹³⁾를 모두 충족하여, 2016년부터 자율준수 프로그램을 도입하여 운영하고 있습니다.

12) Compliance Program(규범 자율준수 프로그램)의 약자
 13) 기업이 CP도입을 인정받기 위한 충족 요건으로, CP 운영 담당 자율준수관리자 임명, 자율준수편람 제작/활용, 내부 감시체계 구축 등이 있다.

CP 담당 조직

롯데하이마트는 공정거래위원회 규정에 따라 CP 담당조직을 운영하고 있습니다. CP 총 책임자인 자율준수관리자는 명확한 책임과 권한 부여를 위해 이사회를 통해 선임하도록 하였으며, 준법경영부문장이 임명되었습니다. 또한 자율준수CP 담당 조직은 기본방침 및 제재 기준을 설정하고 위법 행위를 사전 예방하기 위한 교육과 점검을 실시하며, 위반행위에 대한 제재 심의 등을 총괄하고 있습니다.

2020년 동반성장 분야 성과



동반성장지수 평가

2년 연속 **우수** 획득



2020년 국가지속가능발전 동반성장상

3년 연속 수상

CP 담당 조직



공정거래 준수원칙

투명하고 공정한 거래문화 확립을 위해 롯데하이마트의 거래환경에 부합하는 공정거래 준수원칙을 규정하고 이를 임직원에게 지속적으로 교육하고 있습니다. 또한 공정거래 문화를 확립하기 위해 홈페이지에 준수원칙을 공개함으로써 파트너사 입점 상담 시 공정거래 문화 조성에 동참하도록 하고 있습니다.

사내 공정거래 교육

공정거래법 해설 및 업무 가이드라인을 개정하여 임직원을 대상으로 공정거래 자율준수의 필요성 및 실천방법을 지속적으로 교육하고 있습니다. 임직원이 실무에서도 공정거래 준수를 생활화할 수 있도록 2020년 반기 1회 공정거래 교육을 실시하였습니다.

롯데하이마트 공정거래 행동준칙

- 하나, 경쟁사업자와 상품에 대한 정보를 교환하거나 협의하지 않는다.
- 하나, 거래상대방에게 롯데하이마트의 지위를 남용하여 거래하지 않는다.
- 하나, 판매촉진행사를 실시하기 전에 파트너사와 합리적인 비용 부담 기준 등을 정한다.
- 하나, 파트너사에게 경제적 이익을 요구하지 않는다.
- 하나, 고객에게 상품 정보 및 거래기준을 명확하게 고지한다.
- 하나, 이 모든 항목의 적극적 실천을 위하여 능동적, 자발적인 자세로 최선의 노력을 다 한다.

공급망 CSR 관리

파트너사 환경 리스크 관리

롯데하이마트는 파트너사와 환경 및 안전 관련 파트너십을 구축하여 환경영향 강화를 위한 다양한 활동을 진행하고 있습니다.

유해화학물질 관리

유해화학물질의 안전한 관리와 유출 방지를 위해 파트너사에 대한 지속적인 교육 및 점검활동을 진행하고 있습니다. 전기/소방 파트너사의 경우, 관리 시스템 개선 및 절연유와 기타 유해물질 배출 방지를 목적으로 합동 점검활동을 시행합니다. 또한 각 물류센터를 대상으로 취급 가능한 유해/위험 물질의 종류 및 최대 용량을 명시하고 MSDS¹⁴⁾를 부착하도록 권고하고 있습니다. 이와 더불어 연 2회 이상 취급 화학물질에 대한 수시 검사를 진행하는 등 지속적인 교육 및 모니터링을 통해 환경영향을 줄이기 위해 노력하고 있습니다.

14) Material Safety Data Sheet, 물질안전보건자료

안전환경 교육 간담회

환경 유해물질을 배출할 가능성이 있는 파트너사를 대상으로 연 1회 안전환경 교육 간담회를 진행하고 있습니다. 간담회는 오염물질 배출 방지의 필요성 및 방법을 공유하고, 아울러 파트너사별 환경오염 위험 요소를 사전 파악하고 이에 대한 지원방안을 마련하고자 실시합니다.

파트너사 환경성과 평가관리 체계

파트너사의 환경성과를 평가하여 우수 파트너사에 혜택을 제공함으로써 파트너사의 자발적인 환경경영 동참을 이끌어내고 있습니다. 파트너사는 안전 점검 및 환경성과 모니터링의 평가 결과에 따라 계약 연장, 교육지원, 감사패 전달 등 각종 혜택을 받게 되며, 개선사항을 도출하여 환경경영에 더욱 힘쓸 수 있습니다.



안전환경 교육 간담회

HIGHLIGHT

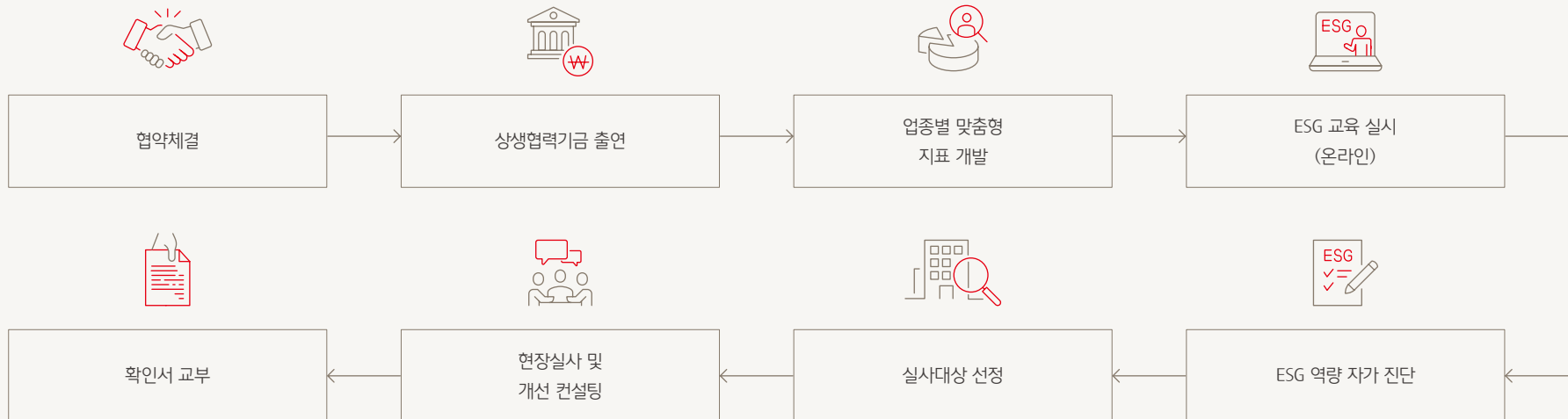
협력사 ESG 지원사업

롯데하이마트는 2021년 6월 중소 파트너사의 ESG 대응역량 제고를 위해 동반성장위원회 협력사 ESG 지원 사업 협약을 체결했습니다. 협력사 ESG 지원사업은 예산인력 부족으로 ESG 대응에 어려움을 겪는 중소 파트너사를 대상으로 다양한 지원활동을 통해 ESG 경영 체계를 확립하고 역량을 강화할 수 있도록 지원하는 사업입니다. 롯데하이마트는 상품 제조, 물류, 홈케어서비스 사업 연관 파트너사 중 안전, 환경, 노동, 인권 분야 등 ESG 경영 체계 개선을 희망하는 파트너사를 대상으로 사업을 진행하였습니다. 이번 사업의 참여 파트너사는 임직원 ESG 교육, 유통업계 맞춤형 ESG 평가지표를 통한 자가진단 및 결과에 따라 우수 20여 개 기업이 현장 실사/컨설팅을 받게 됩니다. 롯데하이마트는 이번 협약을 통해 당사의 ESG 경영 강화는 물론 파트너사의 ESG 역량 강화를 통해 지속 가능한 공급망을 조성하고, 파트너사와 더불어 기업으로서 사회적 책임을 다 할 수 있도록 노력할 것입니다.



협력사 ESG 지원사업 협약 체결식

ESG 지원사업 추진 절차



Hi Social Contribution

Hi 사회공헌 활동



UN SDGs 연계



BACKGROUND

기업에겐 경영활동 전반에서 이해관계자와 사회에 끼치는 영향에 대한 책임을 감당하며, 사회적 가치와 환경적 측면에서의 지속 가능한 사업 모델을 구축하는 역할이 요구되고 있습니다. 또한 이와 같이 진정성 있는 사회적 책임을 이행한 기업은 브랜드 가치 제고를 통해 많은 이익과 투자지원 등 궁극적으로 더 큰 경제적 이익을 누리게 된다는 것이 증명된바 있습니다. 따라서 많은 기업들이 경제적 영역을 넘어 법적, 윤리적 책임을 다하고 사회 구성원으로서 사회로부터 얻은 이익을 나누고 있으며, 이를 통해 새로운 가치를 창출해내고 있습니다.

APPROACH

롯데하이마트는 업의 특성을 살린 사회공헌 활동과 임직원이 적극 동참하는 나눔활동 및 직·간접 기부를 통해 기업의 사회적 책임을 이행하고 있습니다. 롯데하이마트의 샐러드봉사단은 임직원의 자발적인 동참으로 창단 이래 전국 단위 봉사활동을 활발히 하고 있습니다. Hi 과학교실, Hi 과학콘서트, mom편한 하이드림과 같이 다양한 사회공헌 활동을 발굴하여 지속적으로 추진해오고 있습니다. 롯데하이마트는 회사가 가지고 있는 책임과 역할을 인식하고 있으며, 진정성 있는 활동을 통해 나눔문화를 지속적으로 확산해 나가겠습니다.

ACTIVITIES



mom편한 하이드림
(Hi, Dream!)

→ 75 page



Hi 과학콘서트 &
과학교실

→ 76 page



코로나19 극복
사회공헌 활동

→ 78 page

사회공헌 추진체계

사회공헌 추진방향

도움이 필요한 이웃에게 관심을 가지고, 그들이 더 좋은 환경에서 생활할 수 있도록 우리 주변 다양한 계층에 대한 사회공헌 활동을 추진하고 있습니다. 가전판매업의 특성을 살린 경제적 지원과 교육 활동을 중심으로, 지역사회가 어려움에 처했을 때 실질적인 도움이 되는 사회공헌 활동을 전개합니다.

또한 조직 구성원의 나눔문화 내재화를 위해 다양한 임직원 봉사활동을 진행하고 있습니다. 창립기념일이 있는 매년 4월 전국 임직원이 참여하는 봉사활동을 실시하며, 다양한 NGO 등 사회공헌 전문기관과 협력하여 사회공헌 효과를 극대화하기 위해 노력하고 있습니다.

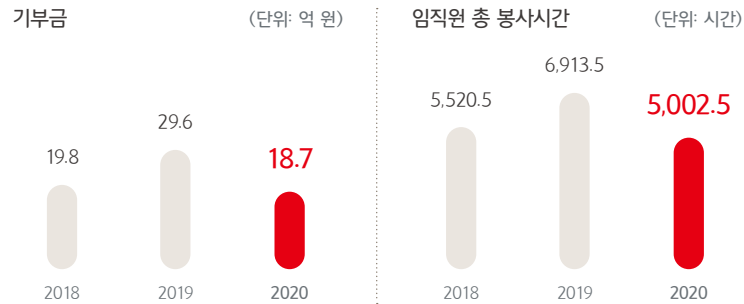
롯데하이마트 샷데봉사단

사내외에 나눔문화를 지속적으로 확산시키기 위해 2014년부터 롯데하이마트 샷데봉사단을 운영해왔습니다. 봉사단에는 전국 448개 매장과 본사에서 근무하는 직원 4천여 명이 참여하고 있으며, 지역사회의 소외아동, 노인 등 도움이 필요한 이웃을 위한 봉사활동을 펼치고 있습니다.

Hi

“도움이 필요한 이웃들에게 다가가 먼저 인사(Hi)합니다. 어려운 이웃들이 보다 **질 높은(High)** 환경에서 생활할 수 있도록 돕습니다.”

사회공헌 주요 성과



2020년 봉사활동 성과



주요 사회공헌 활동 협력기관 및 NGO



샷데봉사단 아동복지시설 과학교실 봉사활동

사회공헌 활동

mom편한 하이드림(Hi, Dream!)

워킹맘과 아이들의 꿈을 지원하기 위해 'mom편한 하이드림' 사회공헌 활동을 추진하고 있습니다.

'mom편한 하이드림'은 꿈을 이루기 위해 노력하는 사연에 대해 관련 가전 제품을 지원하는 사회공헌 활동입니다. 요리사를 희망하는 엄마에게 오븐을 선물하고 바리스타를 꿈꾸는 아이에게 커피 머신을 선물하는 등 꿈을 포기하지 않고 이룰 수 있도록 롯데하이마트가 지원합니다. 임직원의 자발적 기부금으로 예산을 편성해 2020년 총 17가정에 약 4천 4백만 원 상당의 가전 제품을 전달했습니다.



꿈 지원 가정

17가정



지원 규모

4,358만원



수혜 가구

560가구



지원 규모

3,600만원



'mom편한 하이드림'으로 오븐을 전달받은 가정



독거노인을 위한 여름철 대비 냉방용품 기증

Hi 과학콘서트 & 과학교실

아이들이 과학에 대한 호기심과 꿈을 이어 나갈 수 있도록 전자제품을 활용한 과학교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 아동 누구나 참여 가능한 'Hi 과학콘서트'와 지역사회 소외계층 아동을 위한 'Hi 과학교실'은 실생활에서 자주 접하는 가전제품을 활용하여 과학을 쉽고 흥미롭게 배울 수 있도록 기획했습니다. 스피커를 활용하여 스피커 원리와 소리를 배우고, 나아가 스피커 만들기 체험 활동 등 흥미를 유발하는 교육으로 재미와 교육 효과를 높일 수 있었습니다. 코로나19 확산에도 사회공헌 활동을 지속하기 위해 2020년 1월 대면 행사로 'Hi-과학교실'을, 하반기에는 온라인 'Hi-과학콘서트 & 과학교실'을 진행했습니다.



참여 학생 수
550여명



교육 횟수
총 3회



온라인 'Hi 과학콘서트&과학교실'

행복 3대 캠페인

조손가정 결연아동을 지원하기 위해 '행복 3대 캠페인'을 2006년부터 매년 실시하고 있습니다.

'행복 3대 캠페인'은 임직원의 자발적 기부로 부모님 없이 조부모와 생활하는 소외아동에게 경제적 도움을 제공하는 활동입니다. 결연아동에게 매월 정기 후원 및 입학선물 등을, 자립을 시작하는 보호 종료 아동¹⁵⁾에게는 사회진출에 도움이 되는 밥솥, 태블릿PC 등 가전제품을 제공하였습니다. 롯데하이마트는 2020년 총 220명에게 2억 1,762만 원을 기부하였으며 나눔의 가치를 공유하여 선순환 나눔문화를 확산하고자 합니다.

15) 보호 종료 아동: 아동복지법상 만 18세가 되어 보호시설에서 퇴소하는 청소년



총 누적 수혜 아동
1,451명



기부 누적액 (21.02 기준)
91억 원



보호 종료 결연학생 사회진출 응원 가전제품 지원

코로나19 예방 위생키트 만들기 봉사활동

롯데하이마트는 창립 20주년을 맞아 4월 한 달간 임직원이 참여하는 전국 단위 나눔 봉사활동을 진행했습니다. 코로나19의 위험으로부터 취약한 전국 저소득 가정 아동들을 위해 필터 교체형 먼 마스크, 손 소독제, 손 세정제가 담긴 '3중 위생키트 만들기'를 진행했습니다. 봉사활동은 안내에 따라 깨끗한 환경 속에서 비대면으로 제작했습니다. 완성된 600여 세트의 키트는 초록우산 어린이재단과 협업하여 위생에 취약한 국내 저소득 가정 아동들에게 전달 하였습니다.



참여 임직원 수

630여명



지원 규모

1,687만 원



임직원이 직접 제작한 코로나19 예방 3중 위생키트

학습지원 키트 만들기 봉사활동

해외 결연아동의 교육권을 보장하기 위해 해외 결연아동에 교육키트를 지원했습니다. 임직원 445명은 자투리 가죽 등을 활용하여 필통, 에코백 등 총 1,200만 원 상당의 학용품 200여 세트를 제작하여, 롯데하이마트와 결연을 맺고 있는 베트남 결연아동 100명을 비롯해 롯데하이마트가 지역 도서관을 건립한 케냐 미카메니지역 호산나 학교 아동 100여 명에게 전달했습니다. 이번 프로그램으로 국제사회의 흐름인 지속가능발전목표 양질의 교육 보장에 동참할 수 있었습니다.



참여 임직원 수

445명



지원 규모

1,200만 원



해외 소외아동을 위한 학습지원키트 제작 봉사

HIGHLIGHT

코로나19 극복 사회공헌 활동

청각장애인 소통 지원 '마음방역 힐링 키트' 제공

롯데하이마트는 청각장애인의 원활한 의사소통을 위해 투명 마스크를 포함한 '마음방역 힐링 키트'를 전달하였습니다. 코로나19로 마스크가 일상이 된 상황은 입 모양을 눈으로 확인 해야 하는 청각장애인에게 소통을 막는 장애물이 되었습니다. 따라서 청각장애인에게 어려움을 해결하고자 롯데하이마트는 입 모양이 보이는 립뷰 마스크를 청각장애인 100명에게 제공하였습니다. 또한 손소독제와 천연비누 제작키트도 함께 지급함으로써 코로나19로 어려움을 겪고 있는 청각장애인에게 실질적인 지원이 되고자 노력하였습니다.



청각장애인을 위한 립뷰 마스크 전달

코로나19 선별진료소 의료진에 추석맛이 힐링 키트 기증

명절임에도 코로나19와 사투를 벌이며 선별진료소를 떠나지 못하는 의료진을 위해 롯데하이마트가 힐링 키트를 지원했습니다. 열악한 여건 속에서 장시간 근무로 쌓인 피로 해소에 도움이 될 목·어깨안마기, 마사지건과 더불어, 명절을 느낄 수 있도록 한과세트와 홍삼 등 간식키트도 함께 기증했습니다. 코로나19 방어 최전선에서 헌신하는 의료진을 위한 기증품은 서울, 부산, 전남 등 전국 10개 의료시설 의료진에게 감사의 마음을 담아 전달되었습니다.



코로나19 의료진 힐링 키트 기증

저소득 취약계층, 아동복지시설 및 중소 파트너사

코로나19 지원

롯데하이마트는 2020년 3월 코로나19 바이러스가 급속도로 확산되어 가는 시점에 어려움을 겪고 있는 저소득 취약계층과 아동복지시설, 중소 파트너사에 코로나19 예방키트 및 방역을 지원했습니다. 마스크를 구하기 어려운 저소득 취약계층 200가구에 개인위생에 필요한 손세정제, 손소독제, 마스크로 구성된 코로나19 예방키트를, 면역 취약 대상인 지역아동센터, 보육원 등 전국 100개 어린이 보호시설에 전문 방역업체를 통한 방역서비스를 지원하였습니다. 동반성장 협약사 및 거래 중소 파트너사 사업장 200여 곳에도 무상 방역을 지원했으며, 특히 어려움을 겪고 있던 대구·경북지역에 최우선 지원하여 도움의 손길을 보냈습니다.



어린이 보호시설 코로나19 방역 지원

ORIGINALITY

지배구조	80
주주권리 보호	82
준법경영	83
리스크 관리	85

Governance

지배구조

이사회 구성 및 운영

이사회는 최고이사결정기구로 회사 경영 기본방침 및 중요사항을 의결하고 있으며 사내이사 4명, 사외이사 5명 총 9명의 이사로 구성되어 있습니다. 3인 이상의 이사와 이사 총수의 과반을 사외이사로 하는 상법상 법률을 충족하고 있습니다.

이사회는 정관 제31조에 의거, 이사회 의장이 소집하며 분기별 1회 개최를 원칙으로 합니다. 필요시 임시이사회를 개최하여 운영하고, 이사회 결의는 정함이 있는 경우를 제외, 정관 제 32조 및 이사회 규정 제7조에 따라 이사의 과반수 출석과 출석이사 과반수로 결의합니다. 특별한 이해관계가 있는 이사는 의결권 행사를 제한하여 이해상충 가능성을 제도적으로 차단하고 있습니다. 2020년에는 정기이사회 7회와 임시이사회 2회를 개최하여 총 9건의 결의 및 보고 안건을 의결했습니다.

이사회 구성

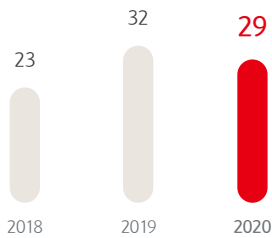
(2021. 06.30 기준)

성명	성별	직위	주요 경력	임기	
황영근	남	• 대표이사 • 이사회 의장	• 現롯데하이마트 대표이사(전무) • 前롯데하이마트 영업본부장	• 前롯데하이마트 상품본부장 • 前롯데하이마트 가전본부장	2019.03.29 ~2023.03.19
정부옥	남	• 사내이사 • 사외이사후보추천위원회 위원장	• 現롯데제주 HR혁신실장(부사장) • 前롯데케미칼 폴리머사업본부장	• 前롯데케미칼 SM/BTX 부장 • 前호남석유화학 HR부부장	2019.03.29 ~2023.03.19
맹중오	남	• 사내이사 • 상품본부장	• 現롯데하이마트 상품본부장 • 前롯데하이마트 SCM부부장	• 前롯데하이마트 재무부부장 • 前롯데하이마트 회계팀장	2021.03.19 ~2023.03.19
하영수	남	• 사내이사 • 영업본부장	• 現롯데하이마트 영업본부장 • 前롯데하이마트 마케팅부부장	• 前롯데하이마트 MD전략부부장 • 前롯데하이마트 상품개발부부장	2021.03.19 ~2023.03.19
성낙송	남	• 사외이사 • 감사위원회 위원장	• 現법무법인 지헌 대표변호사 • 前사법연수원 원장	• 前수원지방법원 법원장	2020.03.27 ~2022.03.27
김춘순	남	• 사외이사 • 보상위원회 위원장	• 現순천향대학교 특임부총장 • 現사행산업 통합감독위원회 위원장	• 前국회 예산정책처 처장 • 前국회 예산결산위원회 수석전문위원	2020.03.27 ~2022.03.27
이희욱	남	• 사외이사 • 투명경영위원회 위원장	• 現성균관대학교 중국연구소 소장 • 現성균관대학교 정치외교학과 교수	• 前현대 중국학회 회장 • 前한국정치학 부회장	2020.03.27 ~2022.03.27
정도진	남	• 사외이사	• 現중앙대학교 경영학부 교수 • 現한국거래소 민간위원	• 前한국 조세재정연구원 소장 • 前금융위원회 감리위원	2020.03.27 ~2022.03.27
유원상	남	• 사외이사	• 現고려대학교 경영대학 교수 • 現한국 마케팅학회 이사 • 現한국 유통학회 이사	• 現한국 소비자학회 이사 • 前고려대학교 경영전문대학원 부원장	2020.03.27 ~2022.03.27

이사회 운영

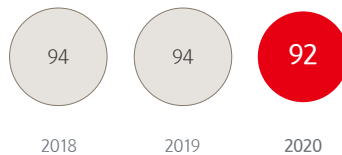
논의 안건 수

(단위: 건)



참석률

(단위: %)



이사 선임 절차

사내이사는 상법 제382조에 따라 주주총회에서 선임하며, 사내이사는 이사회에서 경험과 능력, 청렴성 등을 평가해 후보를 추천하고 이사회 의결을 거쳐 최종 선임하고 있습니다.

사외이사는 사외이사추천위원회에서 받은 후보 중 금융, 법률, 회계 등 관련 분야 전문지식과 실무경험이 풍부한 자로 추천하여 이사회 결의를 거쳐 선임됩니다. 이사의 임기는 2년이며 성과에 따라 재선임 여부를 결정하고 있으며, 재선임시 임기를 2년으로 하고 있습니다.

이사회 전문성

이사 선임 시 금융, 법률, 회계 등 관련분야 전문지식과 실무경험이 풍부한 자로 선임하고 있으며, 이사회 내 위원회를 설치하여 이사회 전문성을 도모하고 있습니다. 이사회 내 위원회는 각 설치 목적에 부합하는 경력과 지식을 갖춘 전문가들로 구성하여 의사결정의 전문성을 높이고 있습니다. 아울러 사외이사 비중을 과반 이상으로 구성함에 따라 사외이사 전문성 강화를 위해 연 1회 이상 외부 전문가 교육을 지원하고 있으며, 당사 내 지원 조직(경영지원팀 등)이 전문적 업무 수행을 보조하고 있습니다.

이사회 투명성 및 독립성

경영진과 지배주주로부터 독립적 이사회 기능을 수행할 수 있도록, 정관 제 26조에 의거하여 이사회 과반 이상을 사외이사로 구성하고 있습니다. 특히 이사회 소위원회의 감사위원회와 투명경영위원회, 보상위원회 구성원 전원을 사외이사로 선임하였으며, 중대한 이해관계가 없는 사외이사를 선임하여 투명성과 독립성을 확보하고 있습니다. 아울러 정기보고서, 수시공시 등 공시의무 성실 이행으로 기업정보를 투명하게 알리고, 중요한 기업정보의 공개범위나 시기에 특정인을 우대하거나 차별하지 않습니다.

감사기구

감사위원회는 지배주주로부터 독립적으로 감사 업무를 수행할 수 있도록 전원을 사외이사로 구성하고 있습니다. 감사기구의 전문성을 확보하기 위해 위원 중 1명 이상은 회계 또는 재무전문가로 선임해 전문성을 확보하고 있습니다. 아울러 감사기구 전문성 강화를 위해 내부회계관리제도 교육을 실시하고, 내부 회계팀 등의 지원 조직이 업무 수행을 지원합니다.

외부감사인

독립된 외부 감사인이 정기 감사를 실시하여 회계 정보의 공정성과 투명성을 확보하고 있습니다. 2020년 12월 삼정회계법인을 외부감사인으로 선정했으며, 회계 감사 의견은 '적정'입니다.



2020년 사외이사 교육 지원 횟수

2 회

이사회 개최

9



2018

8



2019

(단위: 회)

9



2020

이사회 내 소위원회

구분	주요 역할	구성
ESG위원회	• ESG 경영 실천으로 지속가능경영 및 기업가치 제고	• 정도진(위원장), 이희욱, 맹중오 • 사내이사 1인, 사외이사 2인
감사위원회	• 재무제표 등 회계 관련 서류 및 회계법인의 감사절차와 감사결과 검토	• 성낙송(위원장), 김춘순, 정도진 • 사외이사 3인
사외이사후보 추천위원회	• 사외이사후보 추천	• 정부옥(위원장), 이희욱, 유원상 • 사내이사 1인, 사외이사 2인
투명경영위원회	• 대규모 내부거래 심사·승인 및 이사회 보고	• 이희욱(위원장), 성낙송, 유원상 • 사외이사 3인
보상위원회	• 임원 성과보상 산정 및 지급 기준 제·개정	• 김춘순(위원장), 정도진, 유원상 • 사외이사 3인

이사회 평가 및 보수

사외이사의 경우 이사회 기여도, 영향력, 전문성, 적극성을 객관적으로 평가하고 있으며, 법령과 내규에서 요구하는 역할과 책임 수행 여부를 정기 검토하여 경영진 견제 역할을 제대로 수행할 수 있도록 지원하고 있습니다. 보상위원회에서 임원 성과보상을 산정하고 지급 기준을 재개정하고 있으며, 보수는 주주총회의 승인을 받은 금액 내에서 임원보수규정 등에 따라 해당 직위, 경영성과 등을 감안하여 지급하고 있습니다. 등기임원의 보수는 임원보수 지급 규정에 따라 기본 연봉과 변동급으로 구성되며, 변동급은 계량지표와 비계량지표를 종합적으로 평가하여 지급합니다.

보수 지급액*

(단위: 천 원)

구분	인원	보수 총액	1인당 평균 보수액
사내이사	4	1,073,070	268,267
사외이사	2	133,834	66,917
감사위원회 위원	3	201,373	67,124

* 2020년 1월 1일 ~ 12월 31일 기준

주주권리 보호

주주 권리 보호

주주총회 관련 사항을 주주총회 2주 전까지 공고하여 의안을 충분히 검토 후 의결권을 행사하도록 지원하고 있습니다. 매년 1회 정기주주총회를 개최해오고 있으며, 2021년에는 주주총회 집중일을 피해 이사회를 개최하여 주주가 최대한 참여하여 의견을 개진할 수 있도록 지원했습니다. 아울러 주주환원정책의 일환으로 지난 3년간 연 1회 현금 배당을 실시해 왔으며, 지난 2018년부터 배당성향¹⁾ 30% 수준을 유지하기 위해 노력했습니다. 배당정책 및 주주환원정책은 정관 및 기업공시를 통해 투명하게 공개하고 있습니다.

1) 배당성향: (배당금 / 당기순이익) × 100

전자투표제 시행

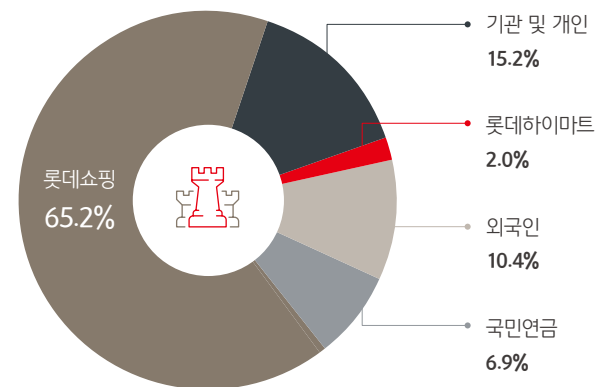
소액주주의 의결권 보장을 위해 2016년부터 전자투표제를 시행해왔습니다. 전자투표제는 주주가 주주총회에 참여하지 않고 인터넷 등의 전자적 방법으로 의결권을 행사할 수 있는 제도입니다.

발행 주식 및 주주 현황

롯데하이마트가 2011년 6월 상장하여 발행한 주식은 2021년 6월 30일 기준 보통주 23,607,712주입니다. 최대주주는 롯데쇼핑으로 지분 65.3%를 소유하고 있습니다.

주주구성 현황

(2021년 6월 30일 주주명부 기준)



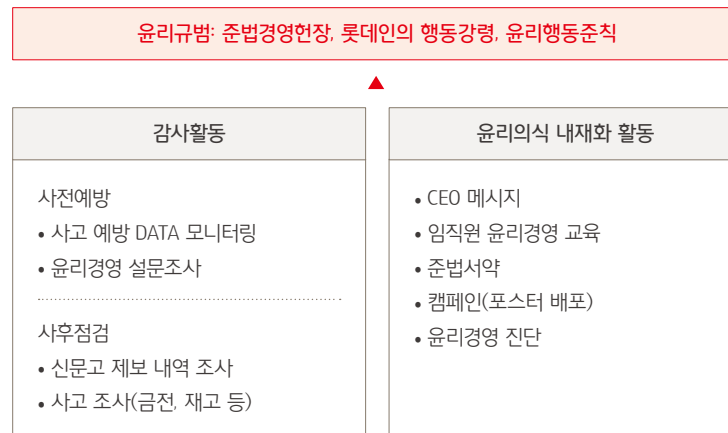
준법경영

윤리경영 추진체계

롯데하이마트는 부패방지경영시스템(ISO 37001)²⁾인증을 취득해 국제 규격에 부합하는 준법경영을 추진하고 있습니다. 윤리경영팀은 윤리경영을 총괄하는 전담 조직으로서, 사내 윤리의식을 높이고자 윤리교육, 윤리 실천 서약, 준법 경영 CEO메시지 등을 시행하고 있으며, 대외 확산을 위해서 클린 캠페인, 파트너사 윤리경영 설문조사 등을 추진하고 있습니다. 2020년에는 파트너사 및 사내 비윤리행위 신고채널을 신설하여 윤리경영을 강화했습니다.

2) 부패방지경영시스템(ISO 37001): 국제표준화기구(ISO)가 2016년 제정한 국제표준 인증으로 경영진 리더십과 업무절차, 반부패 제도-운영 등 기업의 부패방지 인프라를 평가

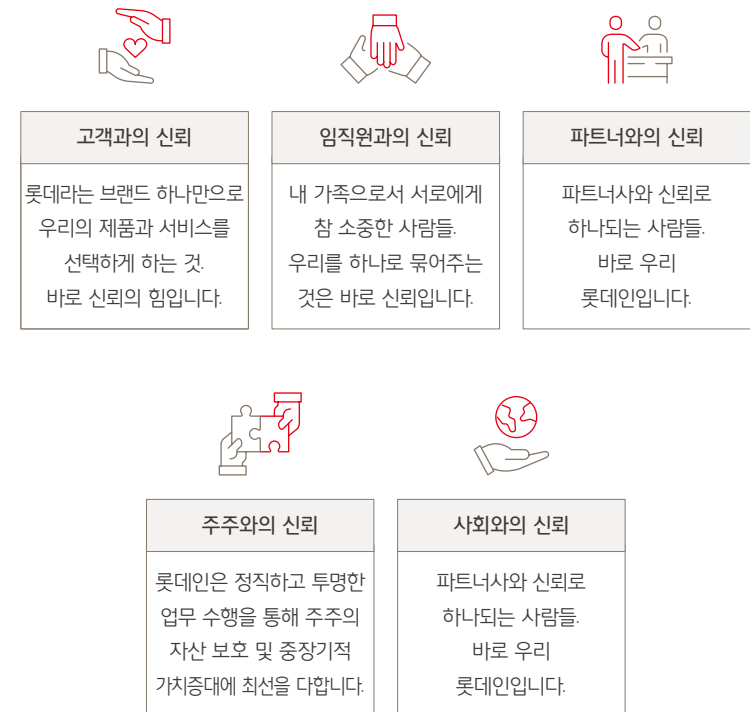
윤리경영 운영체계



감사 및 윤리 모니터링

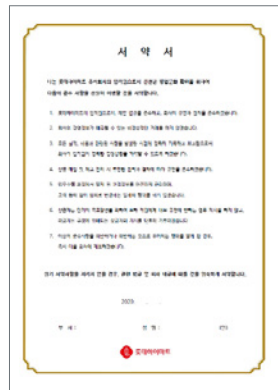
윤리경영팀 정기감사 및 특별감사를 실시하여 회계 규정 및 윤리행동강령 이행 여부를 점검하고 있습니다. 채용 프로세스 점검, 법인카드 사용내역 점검, 현장점검 등 감사활동을 시행합니다. 아울러 임직원 및 파트너사를 대상으로 윤리경영 설문조사를 실시하여 당사의 윤리경영 척도를 점검하고 있습니다.

롯데하이마트인의 행동강령



윤리교육 이수
임직원 수*
2,469명

* 2020년 기준



롯데하이마트인 윤리 서약

윤리행동준칙, 행동강령 및 윤리 서약

롯데하이마트는 윤리행동준칙 및 행동강령을 제시하여 임직원에게 올바른 행동과 가치 판단 기준을 제공하고 있습니다. 아울러 행동강령 주제별(고객과의 신뢰, 임직원과의 신뢰 등) 윤리 서약을 실시하여 윤리행동강령을 환기시키고 실천력을 높이고 있습니다.

윤리교육 및 캠페인

롯데하이마트는 윤리교육과 윤리 캠페인으로 준법의식을 내재화하고 있습니다. 윤리교육은 전 임직원 대상 온라인 윤리교육과 직책자 윤리교육으로 나누어 진행합니다. 특히 신규 직책자의 윤리교육 사각지대가 발생하지 않도록 유관부서와 협업하여 직책에 맞춘 상시 교육을 실시합니다. 아울러 매월 윤리 캠페인(행동강령원칙 준수 캠페인, 직원 간 금전거래 금지 캠페인 등)으로 임직원 준법의식을 확립하기 위해 노력하고 있습니다. 특히 캠페인 효과를 높이기 위해 월별 상황에 맞춰 규정과 추석이 포함된 달에는 선물 주고받기 금지 캠페인 등을 진행하여 임직원이 공감할 수 있는 캠페인이 되도록 노력하고 있습니다.

윤리행동기준* 내용

구분	내용
제4조	고객신뢰창조
제7조	규범준수
제11조	공정한 거래
제13조	부정 청탁 금지
제14조	파트너사에 대한 비윤리적 행위 금지
제19조	환경보호
제21조	다양성 존중
제23조	안전관리 및 사고예방

*롯데하이마트 윤리행동준칙 중 일부 발췌

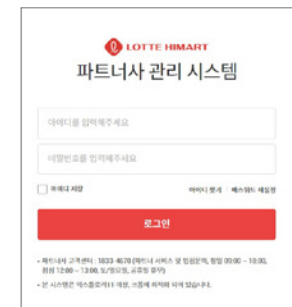


공정거래 캠페인 포스터

비윤리행위 신고채널 실효성 및 접근성 강화

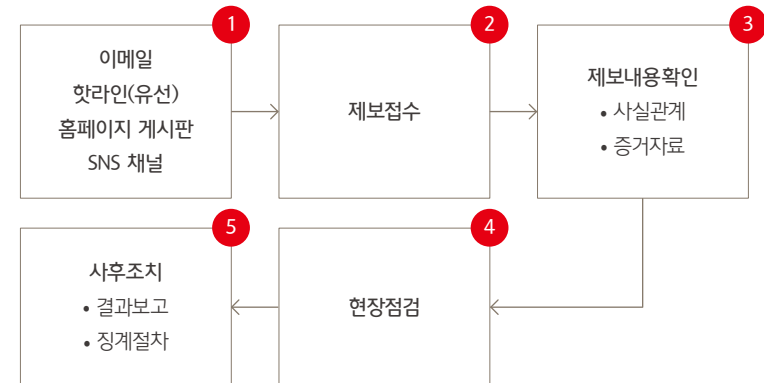
건전한 기업문화 정착을 위해 다양한 신고채널로 접근성과 실효성을 강화하고 있습니다. 롯데하이마트 홈페이지에 비윤리행위 신고채널을 운영하여 누구나 신고 가능하도록 지원하고 있습니다. 신고제도 실효성을 높이기 위해 제보자의 신변 보호와 비밀 조사를 보장하고 있으며, 신고 및 처리 결과를 당사자에게 투명하게 공개합니다. 2021년 파트너사와 공정한 거래질서 확립을 위해 파트너사 전용 비윤리행위 신고채널을 Hiweb³⁾ 내에 마련했으며, 사내 전용 모바일 신고채널을 신설, 접근성을 강화했습니다.

3) Hiweb: 롯데하이마트의 파트너사 상품 관리 시스템



파트너사 윤리신고채널 Hiweb

제보처리절차



리스크 관리

유형별 리스크 관리

롯데하이마트는 경영활동을 통해 파악된 위험요소를 재무/비재무적 유형별로 분류하고 있으며, 각 유형별 주요 리스크에 대한 대응 방안을 수립하고 있습니다. 재무적 리스크에는 유동성, 신용, 이자율 관련 리스크를 중점적으로 관리하고 있으며 발생 가능성이 낮은 외환 리스크, 자본 리스크에 대해서도 대응 전략을 마련하고 있습니다. 비재무적 리스크 중에는 고객과 관련된 안전사고로 인한 리스크 및 개인정보보호 관련 리스크를 특별히 강조하여 관리하고 있으며, 이외에도 전산장애, 컴플라이언스 및 대외적 평판과 관련된 리스크에 대응하고 있습니다.

리스크 관리 체계

외부 환경 변화에 따른 다양한 재무적, 비재무적 리스크에 대응하기 위한 관리체계를 구축하고 있습니다. 리스크 유형에 따라 담당 부서가 체계적으로 분석·관리하며, 리스크 상황 발생 시 유관부서 위주 위기관리 TFT가 운영됩니다. 발생한 사고의 유형에 따라 위기관리 TFT 팀장은 사고 발생 시 대응책 수립, 지원 업무 수행 등 전반적인 업무 총괄을 담당하며, 사고 발생 후 종료 시점까지 매일 CEO에게 상황보고를 하게 됩니다.

내부회계관리

내부회계관리제도는 기업회계기준에 따라 작성, 공시되는 회계정보의 신뢰성 확보와 부정비리를 막기 위해 기업 내부에 설치하는 회계 통제 시스템입니다. 롯데하이마트는 “주식회사 등의 외부감사에 대한 법률”(이하 ‘외감법’) 제8조에 의거 내부회계관리제도를 설치 및 운영하고 있으며, 이를 운영하는 전담조직을 갖추고 있습니다. 감사위원은 외감법 제8조 5항에 의거하여 내부회계관리제도 운영실태를 매 사업연도마다 점검하여 주주총회, 이사회 및 감사위원회에 보고하고 있습니다. 또한, 외감법 제8조 7항에 의거하여 외부감사인인 당사 내부회계관리제도에 대하여 감사를 실시하고 감사의견을 감사보고서에 표명하고 있습니다.

주요 리스크 유형별 대응 방안

구분	리스크 유형	내용	대응 전략
 <p>재무리스크</p>	<p>유동성위험</p>	<ul style="list-style-type: none"> 자산 유동성 확보에 실패하여 경제 환경 변화에 대한 능동적인 대응 차질 	<ul style="list-style-type: none"> 중·장기 자금관리계획 수립 등
	<p>신용위험</p>	<ul style="list-style-type: none"> 거래 및 투자활동 간 거래상대방 또는 고객의 계약상 의무 불이행으로 인한 재무손실 발생 	<ul style="list-style-type: none"> 금융자산 회수 지연 현황 모니터링 및 회수대책 마련
	<p>이자율위험</p>	<ul style="list-style-type: none"> 시장 금리 변동에 따른 순이자소득에 불리한 영향 발생 	<ul style="list-style-type: none"> 고금리 차입금 감축, 장·단기 차입구조 개선 국내외 금리동향 모니터링 등
	<p>기타 (환위험, 자본위험)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 해외 직소싱 확대, 해외사업 진출 시 환율 변동에 따른 손실 발생 자본구조 건전성, 재무 안정성 약화로 인한 자본 고갈 및 사업손실 부담 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 환율 변동으로 인한 불확실성과 손익 변동 최소화 재무비율 모니터링 및 개선방안 실행
 <p>비재무 리스크</p>	<p>화재·안전사고</p>	<ul style="list-style-type: none"> 지점 및 물류센터 화재/안전 사고로 시설 및 인원 피해 발생 	<ul style="list-style-type: none"> 전사 상황 공유 사고 관련 언론 기사 확인 및 대응 피해 발생 시설물 응급조치 및 복구 지원 피해 발생 보험 업무 지원 및 사후 처리
	<p>정보보호</p>	<ul style="list-style-type: none"> 고객정보 유실/손상으로 피해발생 	<ul style="list-style-type: none"> 개인 정보 유출 발생 시 피해액 산정 온오프라인 콜센터 운영, 고객응대
	<p>전산장애</p>	<ul style="list-style-type: none"> 전산 장애로 매출 및 배송관련 업무 차질 	<ul style="list-style-type: none"> 매출 관련 대응방안 수립 및 피해액 산정 오프라인 콜센터 운영, 클레임 및 서비스 업무 관련 대응
	<p>기타 (컴플라이언스, 대외적 평판)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 사회경제적 법규 위반으로 발생한 과징금/벌금으로 인한 재무적 손실 규제위반, 악성보도에 따른 기업 이미지 실추 	<ul style="list-style-type: none"> 인식 강화를 위한 교육/홍보 실시 관리·모니터링 시스템 구축 및 운영

APPENDIX

Data Center	88
GRI Content Index	94
SASB Index	99
제3자 검증 의견서	100
가입협회 및 수상내역	102

Data Center

재무 성과

연결 재무상태표

(단위: 백만 원)

구분	2018	2019	2020
자산총계	3,117,064	3,107,565	3,349,190
유동자산	915,423	715,664	988,777
비유동자산	2,201,641	2,391,901	2,360,413
부채총계	1,055,205	1,185,666	1,423,236
유동부채	538,120	589,513	845,840
비유동부채	517,085	596,153	577,396
자본총계	2,061,859	1,921,899	1,925,954
납입자본	1,163,253	1,163,253	1,163,253
기타자본구성요소	10,459	10,459	10,459
기타포괄손익누계액	(187)	(187)	(187)
이익잉여금	888,332	748,372	752,427
부채 및 자본총계	3,117,064	3,107,565	3,349,190

포괄손익계산서

(단위: 백만 원)

구분	2018	2019	2020
매출액	4,112,678	4,026,464	4,051,729
매출이익	1,072,906	1,000,701	1,006,457
판매관리비	886,434	890,845	845,281
영업이익	186,481	109,857	161,076
기타수익	4,422	2,885	8,905
기타비용	56,417	182,936	87,909
금융수익	0	0	24
금융비용	16,794	20,833	23,260
법인세비용차감전순이익	126,902	-83,913	64,999
법인세비용	41,439	15,995	36,277
당기순이익	85,463	-99,907	28,721

환경

환경경영

구분	단위	2018	2019	2020
환경교육 참여 임직원 수*	명	-	-	3,968
환경투자비	억 원	4.83	6.81	6.42

* '18년, '19년 교육 미시행, '20년 5월 전 임직원 대상 실시

폐기물 발생

구분	단위	2018	2019	2020
폐기물 총 발생량*	톤	2,423	4,546	4,589

* 배송 시 또는 물류센터에서 발생하는 스티로폼, 박스 등 폐기물량

폐기물 처리

구분	단위	2018	2019	2020
폐기물 총 처리량	톤	2,423	4,546	4,589
폐기물 재활용량*	톤	2,423	4,546	4,589
폐기물 소각	톤	0	0	0
폐기물 매립	톤	0	0	0
기타	톤	0	0	0

* 폐기물 전량 재활용

용수 사용

구분	단위	2018	2019	2020
용수 사용량*	톤	491,757	461,591	459,324

* 산출기준: 연도별 수도요금 지출 총합 / 한국수자원공사 평균 수도요금(739원)

* 본사, 지사, 물류센터 및 일부 매장 포함('18년 337점, '19년 340점, '20년 343점)

에너지 사용

구분	단위	2018	2019	2020
총 에너지 소비량	MWh	182,020	169,615	163,172
전기 사용량	MWh	182,020	169,615	163,172

* 산출기준: 연도별 전기요금 지출 총합 / 한국전력공사 기본공급약관 내 '월간 전기요금표' 中 고압 전력 A 값의 평균(87.6원)

* 본사, 지사, 물류센터 및 일부 매장 포함('18년 354점, '19년 363점, '20년 369점)

온실가스 배출

구분	단위	2018	2019	2020
총 온실가스 배출량(Scope 2)	tCO ₂ -eq	83,620	77,921	74,961

* 전기 사용량을 온실가스 배출량으로 환산

사회

임직원 정보

구분	단위	2018	2019	2020
총 근로자 수	명	4,112	4,110	3,915
정규직 여성 전체 근로자 수	명	1,464	1,489	1,432
비정규직 여성 전체 근로자 수	명	67	30	52
정규직 남성 전체 근로자 수	명	2,408	2,521	2,417
비정규직 남성 전체 근로자 수	명	137	35	14

신규채용

구분	단위	2018	2019	2020
여성 신규 채용 근로자 수	명	301	137	59
여성 신규 채용 근로자 비율	%	41	39	55
남성 신규 채용 근로자 수	명	428	216	49
남성 신규 채용 근로자 비율	%	59	61	45
사회적 약자 채용 인원 (장애인, 보훈 등)	명	31	45	30

임직원 유지

구분	단위	2018	2019	2020
전체 임직원 이직률*	%	1.0	0.7	0.7
자발적 이직률	%	0.8	0.6	0.5
비자발적 이직률**	%	0.2	0.1	0.1
평균 근속 연수	-	약 7년	약 7년 7개월	약 8년 7개월
남성 평균 근속 연수	-	약 7년 9개월	약 8년 6개월	약 9년 5개월
여성 평균 근속 연수	-	약 5년 6개월	약 6년 3개월	약 7년 3개월

* (보고 연도에 조직을 떠난 임직원 수 / 보고 연도 말 전체 임직원 수) × 100

** (권고사직, 계약만료, 본인사망, 해고, 정년퇴임 등에 따라 보고 연도에 조직을 떠난 임직원 수 / 보고 연도말 전체 임직원 수) × 100

급여

구분	단위	2018	2019	2020
임원직 기본급 여성 평균 급여*	원	-	-	270,000,000
임원직 기본급 남성 평균 급여*	원	254,000,000	251,000,000	237,000,000
관리직 기본급 여성 평균 급여**	원	39,490,500	39,810,000	39,876,000
관리직 기본급 남성 평균 급여**	원	39,278,085	39,795,774	39,107,384
비관리직 여성 평균 급여***	원	29,717,230	30,402,556	31,679,447
비관리직 남성 평균 급여***	원	37,989,538	39,109,191	39,818,555
근로자 평균 시간당 임금***	원	19,482	20,173	20,357

* 해당 연도 보임 기준(1월 퇴사자 제외), 임원직 여성이 없었던 '18년, '19년 데이터 없음

** 해당 연도 연말 재직 중인 직책자 기준(팀장, 지사장, 지점장) (성과급 제외)

*** 해당 연도 연말 재직자 기준(성과급 제외)

육아휴직

구분	단위	2018	2019	2020
육아휴직권을 가진 임직원 수(남성)	명	188	135	121
육아휴직권을 가진 임직원 수(여성)	명	85	84	60
육아휴직 사용자(남성)	명	136	126	113
육아휴직 사용자(여성)	명	80	84	65
육아휴직을 마친 후 업무에 복귀한 임직원 수(남성)	명	163	131	103
육아휴직을 마친 후 업무에 복귀한 임직원 수(여성)	명	96	91	81
육아휴직 종료 후 직장에 복귀하여 12개월 간 근속한 임직원 수(남성)	명	150	121	93
육아휴직 종료 후 직장에 복귀하여 12개월 간 근속한 임직원 수(여성)	명	77	84	76
육아휴직 복귀율(남성)*	%	185.2	96.3	81.7
육아휴직 복귀율(여성)*	%	110.3	113.8	96.4
복귀 후 유지율(남성)**	%	92.0	74.2	71.0
복귀 후 유지율(여성)**	%	80.2	87.5	83.5

* 산출기준: (직전년도 육아휴직 사용자 / 보고 연도 업무 복귀한 임직원 수) × 100

** 산출기준: (직전년도 업무 복귀한 임직원 수 / 보고 연도 복귀 후 12개월 근속한 임직원 수) × 100

노동조합

구분	단위	2018	2019	2020
단체협약 적용 비율	%	100	100	100

임직원 다양성

구분	단위	2018	2019	2020
총 관리직 중 여성 수	명	43	52	56
총 관리직 중 여성 비율	%	6.6	7.7	8.3
여성 임원 수	명	0	0	1
총 임원 수 대비 여성 임원 비율	%	-	-	5.6
장애인 임직원 수	명	117	127	145
총 임직원 수 대비 장애인 임직원 비율	%	2.8	3.1	3.7
국가보훈자 임직원 수	명	8	10	11
총 임직원 수 대비 국가보훈자 임직원 비율	%	0.2	0.2	0.3

인재육성*

구분	단위	2018	2019	2020
임직원 총 교육 시간	시간	223,322	207,568	289,378
임직원 총 교육 비용	백만 원	3,811	3,857	2,254
임직원 1인당 평균 교육 시간	시간	57.7	54.3	78.7
임직원 1인당 평균 교육 비용	원	984,030	1,008,043	613,084

* 임직원 1인당 평균 교육비용 및 시간은 남·여 동일

안전보건

구분	단위	2018	2019	2020
산업재해율	%	0.04	0.01	0.04
재해건 수	건	2	1	2
사망자 수	명	0	0	0

인권교육

구분	단위	2018	2019	2020
인권 관련 총 교육 시간	시간	1	3	3
인권 관련 교육 이수자 수*	명	3,961	4,013	3,993

* 대상: 전 직원

사회공헌

구분	단위	2018	2019	2020
사회공헌 기부 현황*	억 원	19.8	29.6	18.7
사회공헌 활동 참여 임직원 수**	명	1,264	1,388	1,563
총 사회공헌 활동 시간	시간	5,520.5	6,913.5	5,002.5

* 현금 및 현물

** 중복 인원 포함

공급망

구분	단위	2018	2019	2020
협력회사 수	개 사	1,214	1,454	1,603
주요 협력회사 수	개 사	37	37	38
주요 협력회사 매출비율	%	92.1	92.4	92.1
총 구매비용 중 주요 협력회사에 지불하는 비용 비중	%	93.8	93.9	92.7
협력회사 금융지원 금액	백만 원	284,296	317,176	336,838
등반성장펀드	백만 원	39,496	32,942	27,916
지급조건 개선	백만 원	224,800	251,234	252,422
명절맞이 상품대금 조기 지급	백만 원	20,000	33,000	56,500

고객 만족

구분	단위	2018	2019	2020
고객 만족도 조사*	점	92.9	93.6	98.4
고객 의견 및 불만사항 접수 건 수	건	6,790	4,684	4,516
고객 의견 및 불만사항 처리 건 수	건	6,790	4,684	4,516

* '18년: 2월까지의 해피콜, 3월부터 알림톡으로 변경, 대품/소품으로 구분하여 만족도 조사

'19년: 10만 원 이상 판매 건에 한해 만족도 조사

'20년: 50만 원 이상/미만 구분하여 만족도 조사

고객 안전보건

구분	단위	2018	2019	2020
제품 및 서비스의 안전보건 법규를 위반하여 벌금 또는 처벌을 받은 사건의 수	건	0	0	0
제품 및 서비스의 안전보건 법규를 위반하여 경고를 받은 사건의 수	건	0	0	0

개인정보보안

구분	단위	2018	2019	2020
고객 개인정보보호 위반으로 외부 당사자가 제기하고 조직 내부에서 입증된 불만사항의 수	건	0	0	1
고객 개인정보보호 위반으로 규제기관으로부터 제기된 불만사항의 수	건	0	0	0
고객정보 유출, 도난, 분실의 수	건	0	0	0

이사회 구성*

구분	단위	2018	2019	2020
사내이사 수	명	4	4	2
사내이사 비율	%	50	45	29
여성 사내이사 수	명	0	0	0
전문성을 갖춘 사내이사 수	명	4	4	2
사외이사 수	명	4	5	5
사외이사 비율	%	50	55	71
전문성을 갖춘 사외 이사 수	명	4	5	5

* 사내이사 수, 전문성을 갖춘 사내이사 수 항목의 '20년 수치는 '20년 말 기준으로, 평시 사내이사 4명보다 적은 2명으로 기재됨

이사회 운영

구분	단위	2018	2019	2020
이사회 개최횟수	회	9	8	9
이사회 평균 참석률	%	94	94	92
논의 안건 수	건	23	32	29

반부패

구분	단위	2018	2019	2020
반부패 교육을 받은 근로자 수*	명	1,067	1,348	2,496
부패방지 및 윤리경영 서약 근로자 비율**	%	100	100	100
반부패 정책이 공유된 협력회사 수***	개 사	755	1,163	1,279
반부패 정책이 공유된 협력회사 비율	%	100	100	100

* '18년, '19년 비대면 교육, '20년 온라인 교육 실시

** 매년 전 임직원 부패방지, 윤리경영 서약 실시

*** 계약서 체결 기준 협력회사 수(계약 체결 시 '청렴거래 및 준법경영 준수에 관한 합의서' 필수 작성)

부패사례 발생

구분	단위	2018	2019	2020
부패 사례 발생 수	건	0	0	0

사회경제적 법규 위반

구분	단위	2018	2019	2020
경쟁저해행위나 독점 규제 법률 위반행위에 대한 법적 조치의 수	건	0	0	1
불완전판매로 인해 금융당국으로부터 벌금, 제재, 경고를 받은 건 수	건	0	0	0

경제적 가치 배분

구분	단위	2018	2019	2020
주주(배당금)	백만 원	40,133	23,608	28,329
구성원(급여 및 상여금)	백만 원	1,820	2,013	1,955
구성원(복리후생비)	백만 원	456	481	411
구성원(퇴직급여)	백만 원	63	41	56
정부 및 공공기관(법인세 및 기타 제세공과금)	백만 원	41,415	21,994	34,187
지역사회(사회공헌 투자금액)	억 원	21.2	31.9	19.8

GRI Content Index

공통주제(Universal Standards)

주제	Disclosure		보고 페이지 및 내용	검증	ISO 26000
조직 프로필	102-1	조직명	6p	●	6.3.10/ 6.4.1-6.4.2/ 6.4.3/6.4.4/ 6.4.5/6.8.5/ 7.8
	102-2	활동 및 주력 브랜드, 제품 및 서비스	9~11p	●	
	102-3	본사 위치	6p	●	
	102-4	사업장 위치	6p	●	
	102-5	조직 소유 및 법적 형태	6p	●	
	102-6	시장 영역	6p	●	
	102-7	조직 규모	6p	●	
	102-8	임직원 및 근로자에 대한 정보	6p	●	
	102-9	조직 공급망	당사에 납품하는 가전제품 제조업체, 물류센터 내 재고 관리/ 고객배송 담당 물류 파트너사 및 A/S 협력업체	●	
	102-10	조직 및 공급망의 중요한 변화	11p	●	
	102-11	사전예방 접근법이나 원칙	85~86p	●	
	102-12	외부 이니셔티브	Appendix, 가입협회 및 수상내역	●	
	102-13	가입협회	Appendix, 가입협회 및 수상내역	●	
전략	102-14	최고의사결정권자 성명	4~5p	●	4.7/6.2/
	102-15	주요 영향 위기 및 기회	85~86p	●	7.4.2
윤리 및 청렴성	102-16	조직의 가치, 원칙, 표준 및 행동규범	8p	●	4.4/6.6.3
	102-17	윤리에 대한 자문 및 고충처리 제도	54, 84p	●	
거버넌스	102-18	거버넌스 구조	80p	●	6.2/7.4.3/ 7.7.5
	102-22	최고의사결정기구 및 위원회 구성	80~81p	●	
	102-23	최고의사결정기구 의장	80p	●	
	102-28	최고의사결정기구의 성과에 대한 평가	82p	●	
	102-36	보수 결정 절차	82p	●	

주제	Disclosure		보고 페이지 및 내용	검증	ISO 26000
이해관계자 참여	102-40	이해관계자 그룹 목록	16p	●	5.3
	102-41	단체협약	91p	●	
	102-42	이해관계자 파악 및 선정	16p	●	
	102-43	이해관계자 참여 방식	16p	●	
	102-44	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 토픽 및 관심사	14~15p	●	
보고관행	102-45	조직의 연결재무제표에 포함된 주체 목록	사업보고서 5p	●	5.2/7.3.2/ 7.3.3/7.3.4
	102-46	보고내용 및 주제경계 정의	14~15p	●	
	102-47	중대 주제 목록	15p	●	
	102-48	이전 보고서에 기록된 정보 수정	-	●	
	102-49	중대 주제 및 주제범위에 대한 변화	-	●	
	102-50	보고 기간	About This Report	●	7.5.3/7.6.2
	102-51	가장 최근 보고서 발간일자	About This Report	●	
	102-52	보고 주기	About This Report	●	
	102-53	보고서에 대한 문의처	About This Report	●	
	102-54	GRI Standards에 따른 보고 방식	About This Report	●	
	102-55	GRI Content Index	GRI Content Index	●	
102-56	외부 검증	제3자 검증 의견서	●		

특정표준 공개(Topic-specific Disclosures)

주제	Disclosure		보고 페이지	검증	ISO 26000
Topic 1: 고객 개인정보 보호					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	42~44p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
고객 개인정보보호	418-1	고객 개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만사항	92p	●	6.7.1-6.7.2/6.7.7
Topic 2: 폐기물 발생 저감					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	33~34p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
폐수 및 폐기물	306-2	유형 및 처리방법별 폐기물	34p	●	6.5.3
Topic 3: 윤리경영					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	83~85p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
반부패	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	84p	●	6.6.1-6.6.2/6.6.3
	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	93p	●	
Topic 4: 투명하고 효율적인 지배구조					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	80~82p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
일반공개	102-22	최고 거버넌스 기구와 그 위원회의 구성	80p	●	6.2/7.4.3/7.7.5
	102-24	최고의사결정기구 추천 및 선정	81p	●	
	102-28	최고의사결정기구 성과평가	82p	●	
	102-36	보수 결정 절차	82p	●	
사회경제적 법규 위반	419-1	사회 및 경제 측면의 관련 법규 및 자발적 규칙 위반으로 인한 벌금 및 제재 건수	93p	●	4.6/6.7.1-6.7.2/6.7.6

주제	Disclosure		보고 페이지	검증	ISO 26000
Topic 5: 제품 안전 및 품질 보장					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	45~46, 92p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
고객 안전보건	416-2	제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건	92p	●	4.6/6.7.1-6.7.2/6.7.4/ 6.7.5/6.8.8
Topic 6: 환경자원 절약					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	28~31p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
에너지	302-1	조직 내 에너지 소비량	40, 89p	●	6.5.4
Topic 7: 고객 만족도 및 접근/편의성 향상					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	8~11, 18~19, 45~50, 92p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
간접경제효과	203-2	중요한 간접 경제효과	18~19, 48~49p	●	6.3.9/6.6.6/6.6.7/ 6.7.8/6.8.1-6.8.2/ 6.8.5/6.8.7/6.8.9
-	-	고객 만족도 조사	92p	●	
Topic 8: 건전한 노사관계 구축					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	16, 51~52p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
이해관계자 참여	102-41	단체협약이 적용되는 임직원 비율	91p	●	5.3
결사 및 단체교섭의 자유	407-1	결사 및 단체교섭의 자유	53~54, 71p	●	6.3.3/6.3.4/6.3.5/6.3.8 /6.3.10/6.4.5/6.6.6

주제	Disclosure		보고 페이지	검증	ISO 26000
Topic 9: 중소기업사 상생					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	16, 64~65, 69, 72p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
조달관행	204-1	현지 공급업체에 지급하는 지출 비율	92p	●	6.4.3/6.6.6/ 6.8.1-6.8.2/6.8.7
Topic 10: 친환경 제품 및 서비스 제공					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	16, 33~38p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
원재료	301-3	판매된 제품 및 그 포장재의 재생 비율	89p	●	6.5.4
-	-	환경투자비	89p	●	-
중대성 평가 결과 하위토픽					
배출	305-2	에너지 간접 온실가스(GHG) 총 배출량(Scope 2)	89p	●	6.5.5
산업안전보건	403-9	업무 관련 상해	91p	●	6.4.6
인권평가	412-2	인권 정책 및 절차에 대한 임직원 교육	92p	●	6.3.5
고용	401-3	성별에 따른 육아휴직 이후의 업무 복귀 및 근속 비율	91p	●	6.4.4

SASB Index

SASB (Sustainability Accounting Standards Board)는 미국 지속가능성 회계기준 위원회가 제정한 지속가능성 회계기준으로 산업별 특성을 반영한 총 77개 산업별 기준에 따라 재정적인 분야에 대한 공시를 권장하고 있습니다. 롯데하이마트는 그 중 유통 산업 분야에 해당하는 Multiline and Specialty Retailers & Distributors 표준에 따른 사항을 보고하고 있습니다.

지속가능성 공시 주제 및 회계 지표 - Sustainability Disclosure Topics & Accounting Metrics

토픽	공시 코드	공시 지표	보고 페이지
소매&유통업 내 에너지 관리 (Energy Management in Retail & Distribution)	CG-MR-103a.1	(1)총 에너지 사용량 (2)그리드 전력 비율 (3)재생에너지 전력 비율	89p
데이터 보안 (Data Security)	CG-MR-230a.1	데이터 보안 리스크를 식별하고 해결하는 방법에 대한 설명	85~86p
	CG-MR-230a.2	(1)데이터 침해 건수 (2)개인 식별 가능 정보(PII)의 백분율 (3)영향을 받는 계정 보유자 수	92p
노동 관행 (Labor Practices)	CG-MR-310a.1	(1)평균 시간당 임금 (2)지역별 최저임금 수급 받는 매장 내 직원의 백분율	90p
	CG-MR-310a.2	매장 내 직원의 (1)자발적 이직률 (2)비자발적 이직률	90p
	CG-MR-310a.3	노동법 위반으로 초래된 법적 절차로 인한 경제적 손실	93p
구성원 다양성 및 포용성 (Workforce Diversity & Inclusion)	CG-MR-330a.1	(1)경영진 및 (2)경영진 외 전 직원의 성별, 인종적 다양성에 대한 백분율	91p
	CG-MR-330a.2	임직원 차별행위로 초래된 법적 절차로 인한 경제적 손실	-
제품 조달, 포장 & 마케팅 (Product Sourcing, Packaging & Marketing)	CG-MR-410a.1	친환경성/사회적 지속가능성에 대해 제3자 인증을 받은 제품의 판매수익	89p
	CG-MR-410a.2	제품 내 화학물질과 연관된 위험을 식별, 관리하는 방법에 대한 설명	50p
	CG-MR-410a.3	제품 포장으로 인한 환경영향을 줄이는 방법에 대한 설명	35p

활동 지표 - Activity Metrics

공시지표	공시코드	보고내용
(1) 소매점, (2) 물류센터 수	CG-MR-000.A	(1) 소매점: 448점 (2) 물류센터: 14개
(1) 소매점, (2) 물류센터 총 면적	CG-MR-000.B	(1) 소매점: 측정 불가 (2) 물류센터: 521,805㎡

제3자 검증 의견서

컨트롤유니온서티피케이션 B.V. (Control Union Certifications B.V. 이하 컨트롤유니온)은 롯데하이마트 주식회사(이하 "롯데하이마트")로부터 2020 롯데하이마트 지속가능경영보고서(이하 "보고서")에 대한 독립적인 검증을 요청 받았습니다. 검증사 컨트롤유니온은 하기 명시된 기준 및 범위에 따라 독립적인 검증의견서를 발급하고, 독립적인 검증에 대한 의견을 제시할 책임이 있으며, 롯데하이마트의 모든 이해관계자들에게 그 정보를 제공하는데 있습니다. 컨트롤유니온은 보고서의 작성에 관여하지 않았으며, 보고서의 작성에 대한 책임은 롯데하이마트 경영진에게 있습니다.

검증 범위 및 기준

롯데하이마트 지속가능경영보고서 검증팀은 국제적 검증 기준 AA1000AS v3 검증 기준을 적용하였습니다. 검증은 Type 2, Moderate Level로 수행되었습니다. 검증 프로세스는 아래 내용과 같습니다.

- AA1000 AccountAbility의 포괄성, 중요성, 대응성 및 영향성 원칙의 준수 평가
- 보고서가 GRI 표준(Core Option)에 의거하여 작성되었는지에 대한 확인
- 아래 지표들에 대한 데이터 및 정보의 정확성 및 신뢰성 평가:
 - GRI 102: 일반표준공개 / GRI 102: General Disclosures
 - Special Issue 1, 고객 개인정보 보호: GRI 103-1~3, GRI 418-1
 - Special Issue 2, 폐기물 발생 저감: GRI 103-1~3, GRI 306-2
 - Special Issue 3, 윤리경영: GRI 103-1~3, GRI 205-1~2
 - Special Issue 4, 투명하고 효율적인 지배구조: GRI 103-1~3, GRI 102-22, 24, 28, 36
 - Special Issue 5, 제품 안전 및 품질 보장: GRI 103-1~3, GRI 416-2
 - Special Issue 6, 환경자원 절약: GRI 103-1~3, GRI 302-1
 - Special Issue 7, 고객 만족도 및 접근/편의성 향상: GRI 103-1~3, GRI 203-2
 - Special Issue 8, 건전한 노사관계 구축: GRI 103-1~3, GRI 102-41, GRI 407-1
 - Special Issue 9, 중소기업사 상생: GRI 103-1~3, GRI 204-1
 - Special Issue 10, 친환경 제품 및 서비스 제공: GRI 103-1~3, GRI 301-3
 - 중대성 평가 하위 톱픽: GRI 305-2, GRI 403-9, GRI 412-2, GRI 401-3

포괄성

포괄성은 지속가능성에 대한 조직의 의사결정과정에서 이해관계자를 참여토록 하는 것을 의미합니다.

롯데하이마트는 이해관계자를 임직원, 고객, 정부 및 유관기관, 주주/투자자, 협력사, 지역사회 로 구분하여 정의하고 있으며, 이들의 의견을 의사결정에 반영하고 있습니다. 또한 2021년 ESG 경영 이해관계자 설문조사, 노사협의회, 주니어보드, 정기주총 등 통해 이해관계자와 소통하고 있으며, 검증팀은 이 과정에서 제외된 중요한 이해관계자 그룹이 있음을 발견하지 못하였습니다.

중요성

중요성은 이해관계자에게 적합하고 의미 있는 중요한 이슈 식별 및 존재 여부 파악을 의미합니다. 여기서 중요한 이슈는 조직 혹은 이해관계자들의 의사결정과 행동 및 성과에 영향을 끼칠 수 있는 것을 말합니다.

롯데하이마트는 앞서 언급한 다양한 이해관계자 커뮤니케이션 채널과 설문조사 및 자체적인 중대성 평가 프로세스를 통해 이슈들의 중요성을 파악하고 있습니다. 도출된 핵심 이슈들은 보고서에 구분되어 기술되었으며, 검증팀은 이 프로세스와 핵심 이슈풀에서 제외된 중요한 이슈를 발견하지 못했습니다.

대응성

대응성은 조직의 의사결정, 행동, 성과, 이해관계자와의 커뮤니케이션 등을 통해 지속가능성 이슈에 대응하고 피드백을 제공하는 것을 의미합니다.

롯데하이마트는 2021년 ESG 경영을 위한 개선 TFT와 ESG 전담 조직, 이사회 산하 ESG위원회 설립 등을 통해 ESG 추진 조직체계를 확립했습니다. 또한 폐기물 발생 저감, 노사관계, 중소기업 상생 등의 중요한 이해관계자 이슈에 대해서 적절하게 대응하고 있음을 확인하였습니다. 검증팀은 중요한 이해관계자 이슈에 대해서 롯데하이마트의 대응 활동들이 보고서에 부적절하게 기재되었다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

영향성

영향성이란 조직의 활동이 경제, 환경, 사회, 이해관계자, 조직 자체에 미치는 영향에 대한 모니터링, 측정, 책임 등을 다하는 것을 의미합니다.

롯데하이마트는 중소기업과의 상생협력을 위해 동반성장 전담조직을 신설하여 운영하고 있고 이를 바탕으로 대기업-중소기업 간 상생협력기금을 조성하는 등의 노력을 본 보고서에 서술하고 있습니다. 또한 소비자와 맞닿아 있는 회사의 특징을 바탕으로 한 가전제품을 활용한 경제적 지원과 교육 등의 사회공헌 전략을 수립하고 이를 수행하고 있습니다. 결과적으로 롯데하이마트는 업의 특성을 반영하여 사회공헌활동을 수행하고, 사회에 긍정적인 영향을 최대화하기 위해 노력하고 있습니다.

컨트롤유니온의 검증 방법

- 롯데하이마트의 보고서에 제시한 내용/수치에 대한 내외부적 문서 및 관련 기록 검토
- 회사 차원에서의 데이터 수집 접근 방식 검토
- 데이터 샘플에 대한 검토를 및 보고서에 제시된 데이터에 대한 검토
- 서울시에 위치한 롯데하이마트 본사를 방문하여 ESG 관련 핵심 인원들과 면담

컨트롤유니온의 자격 및 독립성

컨트롤유니온은 당사의 글로벌 범위 및 운영을 다루는 ISO 17021-1:2015/ISO 17065:2012 에 따라 인증되었습니다. 위 인증에는 운영 전반에 걸쳐 객관성 뿐만 아니라 윤리적, 법적 요건에 대한 준수, 문서화된 정책과 절차를 포함한 포괄적인 품질 관리 시스템을 유지해야 하는 등의 필요성이 포함됩니다. 컨트롤유니온은 내부적인 자격, 훈련 및 경험에 근거하여 적절한 자격을 부여 받은 검증 심사원을 선정하고 있습니다. 또한 적용된 접근 방법과 검증이 엄격히 지켜지고 투명하게 운영될 수 있도록 경영진에 의해 검토되고 있습니다.

결론 및 개선권고사항

상기 검증 활동을 수행한 결과, 적용된 기준에 기반했을 때 본 보고서에 제시된 내용들과 수치가 불공정하게 기재되었다고 판단되는 사항은 발견하지 못하였습니다. 또한 포괄성, 중요성, 대응성, 영향성에 대한 적용을 적절하게 반영하고 있음을 확인하였습니다.

검증결과에 영향을 미치지 않는 범위에서 다음 의견을 제시합니다.

롯데하이마트는 국내 최대의 가전제품 전문점으로 한국의 가전 유통시장을 선도하는 기업입니다. 본 보고서를 검증하는 과정에서 롯데하이마트에게 중요한 이슈인 고객 개인정보 보호, 폐기물, 윤리경영, 중소기업 상생 등의 이슈가 충분히 중요하게 다뤄지고 있음을 확인할 수 있었습니다. 또한 한국의 소비자들에게 친숙한 브랜드인 만큼 소비자와 맞닿아 있는 다양한 사회공헌 활동을 수행하고 있음을 알 수 있었습니다. 하지만 더욱 엄격해지는 환경 관련 법규와 규제에 대응할 수 있도록 조금 더 명확한 관리 시스템을 구축할 필요가 있습니다. 또한 지속가능경영보고서를 꾸준히 발간하여 롯데하이마트의 ESG 성과를 추적하고 관리할 필요가 있습니다.



Martin(Sooyong) Lee

Managing Director of
Control Union Korea Co., Ltd

이 수용

On behalf of Program manager Jon Heinrichs

2021년 11월 29일

가입협회 및 수상내역

협회 및 조합 가입 현황

단체명	최초가입일
서울상공회의소	1999년
한국무역협회	1999년
한국경영자총협회	2015년
한국광고주협회	2001년
한국상장회사협의회	2011년
한국IR협의회	2012년
한국전자제품자원순환공제조합	2012년
한국포장재재활용사업 공제조합	2016년
한국온라인쇼핑협회(KOLSA)	2017년
건설기술인협회	2018년
전국이동통신유통협회	2019년

수상내역

시기	상명	주최기관	비고
2020년 1월	소비자가 뽑은 가장 신뢰하는 브랜드 대상	디지털조선일보	
2020년 4월	고객감동브랜드지수	브랜드경영협회	
	국가브랜드대상	중앙일보	
2020년 5월	한국의 가장 사랑받는 브랜드	조선비즈	
	착한브랜드 대상	동아일보	
2020년 7월	소비자가 선정한 품질만족대상	디지털조선일보	
	프리미엄브랜드지수 전자전문점부문 1위	한국표준협회	
2020년 10월	하이스트브랜드	브랜드스탁	
2021년 1월	소비자가 뽑은 가장 신뢰하는 브랜드 대상	디지털조선일보	12년 연속
2021년 4월	국가브랜드대상	중앙일보	6년 연속
2021년 5월	한국의 가장 사랑받는 브랜드	조선비즈	11년 연속
2021년 7월	프리미엄브랜드지수 전자전문점부문 1위	한국표준협회	9년 연속



2020 롯데하이마트 지속가능경영보고서

이 보고서는 롯데하이마트 홈페이지에서
PDF 파일로 다운받아 보실 수 있습니다.

(06288) 서울특별시 강남구 삼성로 156 롯데하이마트 빌딩 ESG팀
Tel. 02-2050-5082 E-mail. hyunjoo.hwang@lotte.net
<https://company.himart.co.kr>



본 보고서는 FSC 인증을 받은 친환경용지에
공기를 잉크를 사용하여 인쇄되었습니다.