

About This Report

보고서 개요

2021 롯데하이마트 지속가능경영보고서는 롯데하이마트가 발간하는 두 번째 지속가능경영보고서로, 롯데하이마트의 지속가능경영을 위한 ESG (환경, 사회, 지배구조) 각 분야별 세부적인 활동과 성과를 소개하고 있습니다.

롯데하이마트는 매년 지속가능경영보고서를 통해 중·장기적 ESG 경영전략과 그에 따른 활동 및 성과를 이해관계자 여러분께 투명하게 공유드리고자 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 2021년 1월부터 2021년 12월까지의 활동을 바탕으로 작성되었으며, 일부 내용은 2022년 상반기 주요 성과를 포함하고 있습니다. 정량적 성과의 경우, 추세 변화를 보다 쉽게 파악할 수 있도록 2019년부터 2021년까지 3개년 수치를 제공하고 있습니다.

보고 범위

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 ESG 경영팀

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

Contents

Overview

Digital Lifestyle Partner

- 04 CEO 메시지
- 05 ESG 위원장 메시지
- 06 Business Overview
- 12 ESG Strategy
- 14 중대성 평가

Creating Customer Value

고객의 가치를 창출하다

- 18 온-오프라인 경계없는 영상상담 서비스
- 19 안전한 중고거래 플랫폼, 하트마켓
- 20 파트너사 ESG 지원사업
- 21 코로나 19 대응 활동

Environmental

환경

- 23 환경경영
- 28 자원 선순환 체계 구축
- 34 기후변화 대응

Social

사회

- 37 개인정보보호
- 40 고객만족경영
- 46 행복한 조직문화 조성
- 60 파트너사 동반성장
- 68 사회공헌 활동

Governance

거버넌스

- 75 지배구조
- 77 주주권리 보호
- 78 준법경영
- 80 리스크 관리

Appendix

부록

- 83 Data Center
- 90 GRI Content Index
- 95 SASB Index
- 96 제3자 검증 의견서
- 98 가입협회 및 수상내역

CEO 메시지



“ 과감한 변화와 혁신을 바탕으로 위기를 극복하고 트렌드를 선도하는 기업으로 도약하겠습니다. ”

코로나19 대유행과 이후 엔데믹까지, 지난 2년여 시간이 지나는 동안 시장 환경과 소비자 트렌드는 이전과는 크게 달라졌습니다. 특히 국내 가전 유통시장은 온-오프라인을 구분하지 않는 치열한 경쟁과 마주하고 있습니다. 롯데하이마트는 장기간 동안 국내 가전유통업계를 선도하며 끊임없이 변화하고 성장해 왔기 때문에, 모든 역량을 총동원하여 이러한 위기를 극복하고 재도약하는 기회로 삼고자 다음과 같은 노력을 이어 나가겠습니다.

고객 중심의 현장 실현

롯데하이마트는 상담부터 판매, 사후 관리까지 항상 고객을 위한 영업 현장을 만들고 있습니다. 고객을 매장으로 이끌 수 있는 콘텐츠를 강화하고자 가구, 리빙 등 다양한 라이프스타일을 반영한 새로운 컨셉을 적용하고 브랜드 다양화를 실현하고 있습니다. 아울러 고객의 니즈와 최신 트렌드를 반영해 상품을 소싱하고, PB 역시 변화를 시도해 제품 개발 단계에서부터 고객의 의견을 반영하고 있습니다.

임직원들의 행복 추구

임직원들의 행복을 위해서는 유연한 조직문화를 만들어야 합니다. 이에 원활하고 즉각적인 소통이 가능한 일터를 만들기 위해 롯데하이마트는 임직원들이 자유롭게 의견을 나누고 수용할 수 있도록 이상한 게시판 등 다양한 소통채널을 운영하고 있습니다. 아울러 격려와 칭찬으로 서로 존중하고 응원하는 근무

환경을 조성하기 위해 지점 응원 이벤트, 감사 릴레이 등을 운영하고 있습니다. 앞으로도 항상 임직원들의 행복을 생각하는 조직 문화를 만들어 나가겠습니다.

ESG 경영을 통한 사회적 책임 이행

롯데하이마트는 환경과 사회적 책임 경영, 지배구조 개선을 아우르는 ESG 경영을 위한 여러 활동들을 전개하고 있습니다. 2021년 발족한 이사회 산하 ESG위원회를 중심으로 하여 자원 순환을 위한 폐가전 수거와 파트너사 ESG 컨설팅 지원 등을 실시하며 ESG 경영을 더욱 강화해 나가고 있습니다. 또한 기업 경영 리스크를 줄이기 위해 임직원의 법규 준수와 윤리경영을 체계적으로 관리하고자 힘쓰고 있습니다.

앞으로도 롯데하이마트는 '포스트 코로나' 시대를 대비해 달라진 환경에 맞춰 끊임없는 혁신과 도전을 통해 성장해 나가겠습니다. 전 사회 구성원에게 사랑받는 기업으로 거듭날 수 있도록 롯데하이마트의 행보에 여러분의 관심과 조언을 부탁드립니다.

감사합니다.

2022년 6월

대표이사 **황영근**



ESG 위원장 메시지

기업 경영 활동이 수많은 법과 규제에 맞닿아 있는 만큼 이해관계자들은 윤리적 신념, 공정 및 안전 등 ESG 이슈를 기업의 성장에 핵심적인 가치로 여기고 있습니다. 이에 따라 롯데하이마트는 2021년 9월 ESG 경영을 총괄하는 최고 의사결정 기구인 ESG 위원회를 공식 발족함으로써 전사적인 ESG 경영을 선포하고 다음과 같은 세가지 ESG 활동에 주력하였습니다.

친환경 문화 정착

2021년에는 롯데하이마트 영업활동 전 과정에 걸친 친환경 정책 방향성을 담은 환경경영방침을 선포하였습니다. 이와 더불어 2019년부터 지속해온 중소형 폐가전 수거 캠페인을 2021년에는 전국민을 대상으로 확대 진행하여 전년 대비 폐가전 회수량이 증가하는 효과를 거두었습니다. 또한 온실가스 감축 노력의 일환으로 매장에서는 냉난방과 에너지 효율을 높이는 등 일상생활에서의 기후변화 대응 활동에 힘쓰고자 노력하고 있습니다.

지역사회 및 파트너사와의 상생

생활이 어려운 이웃들에게 가전제품을 지원하거나, 비대면 과학교실 진행 등 과학을 테마로 여성과 아동을 위한 사회공헌 활동을 전개하고 있습니다. 아울러 파트너사의 사업 역량 강화를 위해 컨설팅 및 금융지원 등 동반성장 활동을 지속하고 있으며, 2021년에는 전 가치사슬에서 ESG 경영문화를 확산하기 위해

ESG 진단 및 교육, 실사 등 파트너사를 대상으로 한 ESG 컨설팅 지원사업에 8개월 간 참여하였습니다.

전 사업장에서의 준법경영 실현

국제규격에 부합하는 준법경영을 추진하기 위해 롯데하이마트는 2018년 부패방지경영시스템 국제표준 ISO 37001 인증을 취득하였습니다. 체계적인 시스템을 기반으로 윤리경영 내재화에 힘쓰고 있으며, 윤리경영 교육과 캠페인 뿐만 아니라 파트너사의 윤리진단 평가를 통해 전 사업장에서 발생가능한 윤리 리스크를 관리하며 준법경영 실현에 노력을 기울이고 있습니다.

2021년 지속가능경영보고서에는 롯데하이마트의 ESG 경영 체계와 활동 및 성과들이 담겨 있습니다. 향후 지속가능경영 보고서를 발간하여 당사의 ESG 활동을 이해관계자 여러분들께 투명하게 공개해 나가겠습니다. 앞으로 롯데하이마트가 지속 가능하고 투명한 기업으로 성장해 나갈 수 있도록 많은 관심과 격려를 부탁드립니다.

감사합니다.

2022년 6월

ESG 위원회 위원장 이희욱

이희욱

“ 모든 업(業)의 밑바탕에 ESG라는 가치를 두고 역량을 집중해 나가겠습니다. ”



Business Overview

롯데하이마트 소개

롯데하이마트는 지난 2000년 출범 이후, 국내 1위 카테고리킬러형¹⁾ 가전제품 전문점으로 등극하며 국내 가전 유통시장을 선도하고 있습니다. 당사는 전국 430여 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



한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상*

11년 연속 수상



소비자가 뽑은 가장 신뢰하는 브랜드 대상*

12년 연속 수상



프리미엄 브랜드 지수*

9년 연속 수상

* 2021년 말 기준

일반현황

(2021년 12월 기준)

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

임직원 수	3,650명
총자산	29,435억 원
영업이익	106,835백만 원
국내신용등급	AA-
	한국신용평가(KIS), 한국신용정보(NICE), 한국기업평가(KR)

롯데하이마트 본사



주요 연혁

2000-2009

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

2010-2014

2010. 12

전자유통업계 사상 최초 매출 3조 원 돌파

2011. 06

유가증권시장 상장

2012. 11

롯데하이마트주식회사로 사명 변경

2013. 07

산업통상자원부와 고효율 가전제품
보급 확산 업무협약 체결

2014. 04

하이마트 봉사단 창단

2015-2019

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-

2020. 01

국내 최대 규모 오프라인
가전매장 '메가스토어' 잠실점 오픈

2020. 06

조선비즈 주관 한국의 가장
사랑받는 브랜드 10년 연속 수상

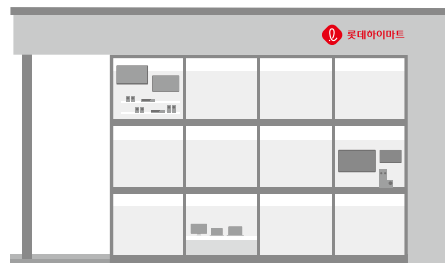
2021. 06

동반성장위원회와 '협력사 ESG 지원사업'
협약식 진행

2021. 09

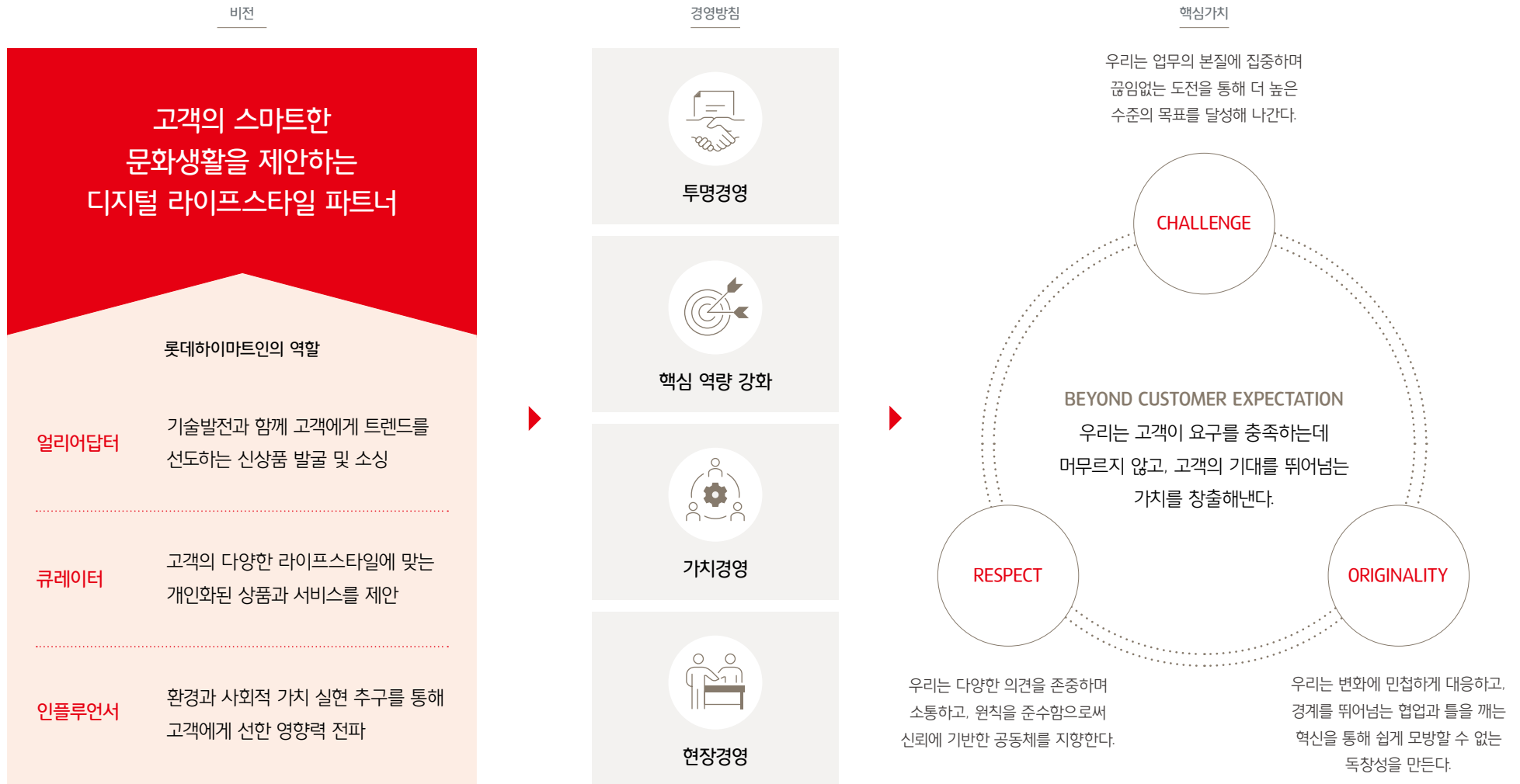
이사회 산하 ESG 위원회 신설

2021. 12

지속가능경영보고서
'For Your Family' 첫 발간

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 핵심 가치 **Challenge: 도전, Respect: 존중, Originality: 독창성**을 추구함으로써 고객의 기대를 뛰어넘고, '고객의 스마트한 문화생활을 제안하는 디지털 라이프스타일 파트너'가 되고자 노력하고 있습니다.



브랜드 및 사업부문

서비스 브랜드

하이메이드

하이메이드는 롯데하이마트의 자체 브랜드(PB¹⁾)로, 2016년 론칭 이후 2021년까지 연평균 23%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 280여 개 상품을 선보였습니다. 최근 캠크닉 시리즈, 펄가전 시리즈, IoT 시리즈 등 새로운 라이프스타일에 맞춘 신규 품목들을 런칭해왔고, 최근 제품 친환경성에 대한 관심이 높아짐에 따라 친환경 PB 상품 라인을 확대할 예정입니다.

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

하이메이드 브랜드



하이메이드 시리즈를 소개하는 직원들

홈케어서비스

홈케어서비스는 전문 인력과 장비를 통해 가전제품에서 주거 공간까지 케어해드리는 사후관리 서비스입니다. 가전제품의 경우 에어컨, 세탁기, 공기청정기 등 지속적으로 관리가 필요한 총 19개 품목에 대해 전문 클리닝 교육을 수료한 CS마스터²⁾가 가정을 방문하여 살균과 세척을 진행합니다. 아울러 매트리스, 입주청소, 방충망 시공 등 총 26개 품목에 대해 주거공간 케어 서비스도 함께 제공하고 있습니다.

2) CS마스터: Customer Satisfaction Master, 전문 교육을 수료한 배송설치 전문 기사



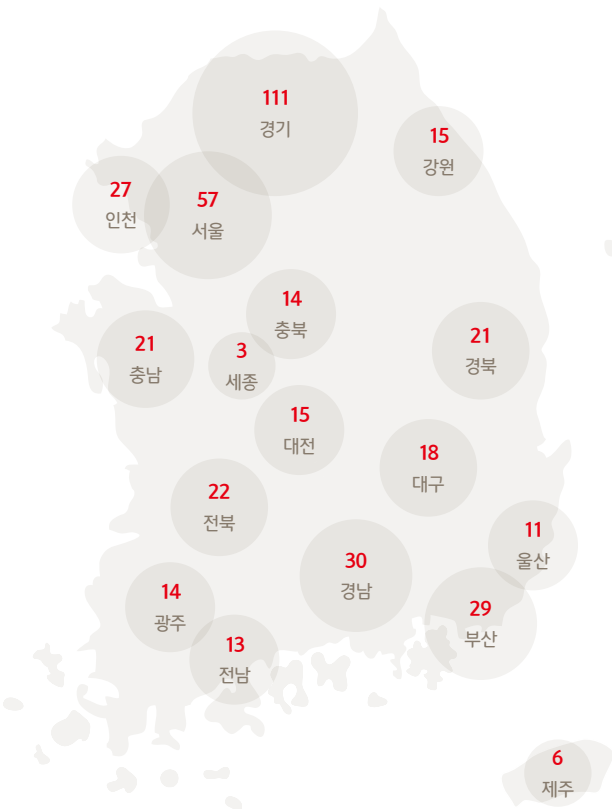
홈케어서비스 홍보자료

오프라인 매장

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

전국 오프라인 점포 현황

(2021년 12월 기준)



◀ 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, 백화점 내에서 고객이 편하게 휴식을 즐기고 오래 머물 수 있는 공간

온라인 쇼핑몰

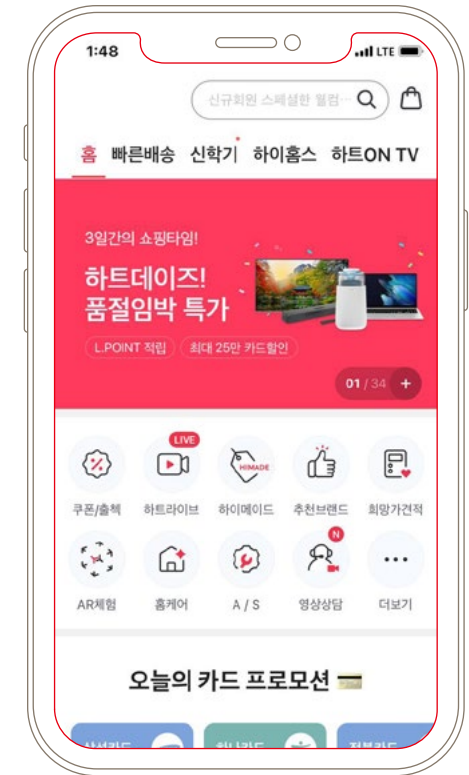
롯데하이마트 온라인 쇼핑몰은 2000년 첫 개설 이후 2015년 리뉴얼을 거쳐 지금의 모습을 갖추게 되었습니다. 2017년 6월 온라인 전용 물류센터를 오픈, 온라인 배송의 효율화를 도모함으로써 온라인 기반 가전유통 판매를 강화했습니다. 온라인 쇼핑몰은 현재까지 고객과의 주요 소통 채널이자 주력 사업 터전으로서의 역할을 다하고 있습니다. 다양한 이벤트 및 기획전, 고객 편의를 위한 AR 가상 배치 서비스 등 디지털 혁신기술을 더하여 끊임없는 쇄신을 거듭하고 있습니다. 롯데하이마트는 온라인 쇼핑몰을 적극 활용하여 온오프라인을 아우르는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

온라인 쇼핑몰 주요 콘텐츠

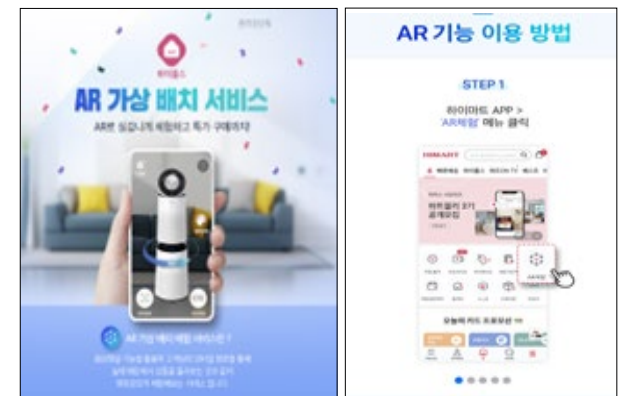
 <p>하이홈스</p> <p>고객이 직접 참여/체험 가능한 콘텐츠를 통해 쇼핑 경험과 홈리빙 관련 서비스를 제공하는 홈리빙 서비스 전문관</p>	 <p>홈인테리어</p> <p>인테리어 사례, 시공 포트폴리오 등 인테리어 정보 및 시공 상담 신청 중개 서비스를 제공하는 플랫폼</p>	 <p>하트라이브</p> <p>신상품, 이슈 상품, 단독상품 등을 실시간 라이브 방송 콘텐츠를 활용하여 판매하는 모바일 생방송 플랫폼</p>	 <p>하트ON TV</p> <p>상품 리뷰, 가전 동화, 랜선 홈투어 등의 콘텐츠를 통해 상품 관련 정보를 제공 및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



AR 가상 배치 서비스

ESG Strategy

롯데하이마트는 지속가능한 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



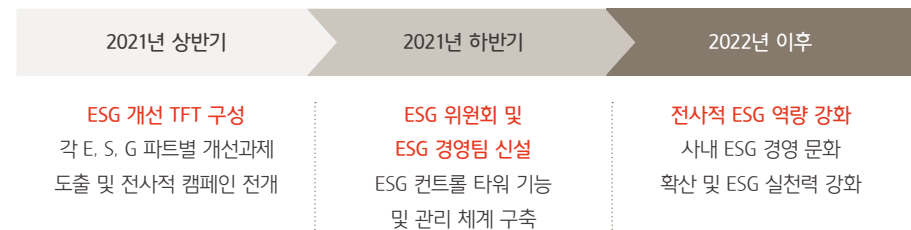
ESG 경영 전담 조직

2021년 2월 ESG 개선 TFT를 조직한 후 6월에는 ESG 전담 조직인 ESG 경영팀을 구성하였으며, 9월에는 이사회 산하 ESG 위원회 설립을 통해 ESG 추진 조직체계를 확립하였습니다. ESG 위원회는 ESG 경영을 총괄하는 최고 의사결정 기구로 ESG 경영 전략 및 정책을 수립하며, 성과를 관리·감독하게 됩니다. ESG 위원회는 기후변화 대응을 포함한 환경 영역을 중점 분야 중 하나로 삼고 있습니다. '22년부터 연 1회 정기회의를 개최하고, 필요시 임시 회의를 소집하여 논의된 결과를 이사회에 보고할 예정입니다.

ESG 경영 전담 조직 체계도



ESG 경영 추진 계획



ESG 경영 문화 확산

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. 또한 전 임직원 대상으로 회사의 ESG 경영 방향을 공유하고 ESG 실천력을 강화하기 위해 '2022 롯데하이마트 ESG ACTION Plan'을 공표하고 전 임직원이 서명을 진행했습니다.

KCGS 한국기업지배구조원
한국기업지배구조원(KCGS) ESG 경영 평가
4년 연속 A 등급 유지

ESG 리더 교육

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

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, 그린캠페인 추진 전략에 대한 이해도 증진을 목적으로 사내 모바일 비대면 교육 플랫폼 '터치클래스'를 활용한 교육으로, 높은 참여율을 보였습니다.

ESG 정보 제공

임직원들이 ESG 관련 정보를 접하고 관심을 유도하기 위하여 월2회 격주로 ESG 소식지 '롯데하이마트 ESG FOCUS'를 발행하고 있습니다. ESG FOCUS를 통해 ESG 트렌드와 타사 우수 사례를 소개하고, 당사 ESG 관련 소식을 전하고 있습니다. 또한 매월 발행되는 사보 내에도 ESG를 소개하는 코너를 기획하여 임직원들에게 관련 정보를 전달하는데 힘쓰고 있습니다.

2021년 KCGS ESG 평가 등급

통합등급 A

▼

환경 A	사회 A+	지배구조 A
------	-------	--------

'22년 롯데하이마트 ESG Action Plan

롯데하이마트는 지속가능한 사회를 위한 사회-환경적 책임 경영의 필요성을 인식하고 미래 가치 창출을 위해 다음과 같이 ESG 경영을 실천하겠습니다.

- 다 음 -

우리는 친환경 경영 활동을 통해 고객과 미래 세대를 위한 'Green U Smile'의 가치를 실현하겠습니다.

1. 친환경 제품과 서비스를 제공하여 고객에 친환경 가치 실현에 기여하겠습니다.
2. 폐기물 수거와 같은 자원-순환 활동을 지속하여 환경오염 최소화를 위해 노력하겠습니다.
3. 기후변화에 대응하기 위한 탄소배출 감축 활동과 친환경 혁신에 힘쓰겠습니다.

실현 역시 친환경 상품 개발, 폐기물 회수, 에너지 사용 절약, 물밀고 백업 사용, 일회용품 사용 최소화 등

우리는 모든 이해관계자의 행복을 위해 신뢰와 배려를 바탕으로 사회적 책임을 다하겠습니다.

1. 고객의 건강하고 스마트한 라이프 스타일을 위한 고객충실경영을 실천하겠습니다.
2. 구성원간 존중과 배려의 문화를 바탕으로 즐겁고 포용적인 일터를 만들겠습니다.
3. 파트너사 및 지역사회와 소통하며 상생의 가치를 실현하겠습니다.

실현 역시 안전한 영안장 조성, 기업문화 개선, 중소 우수 파트너사 발굴, 일직제 운영 등

우리는 준법경영의 원칙을 준수하고, 건전한 지배구조를 확립하여 기업의 신뢰를 구축하겠습니다.

1. 법의 본질에 충실한 ESG 경영을 추진하여 지속가능한 발전을 위해 노력하겠습니다.
2. 주주의 권리를 보호하고 장려하고 투명한 경영 활동을 실천하겠습니다.
3. 높은 윤리준수로 건전한 기업문화 조성에 앞장서겠습니다.

실현 역시 공평거래 정책 준수, 파트너사 상호 존중, 지속가능경영보고서 발간, 기업 정보 공개 등

상기 내용과 같이 ESG 경영 실천을 위해 최선의 노력을 다 할 것을 다짐합니다.

롯데하이마트 ESG Action Plan

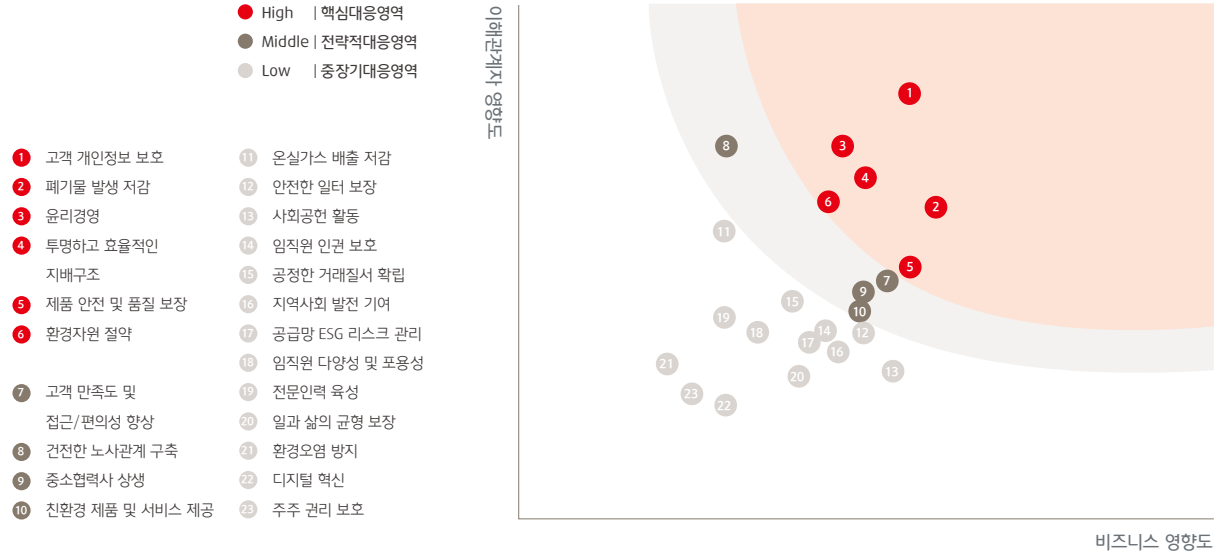
중대성 평가

국제 수준에 부합하는 ESG 경영 공시를 위해 글로벌 지속가능 경영 보고 가이드라인 GRI (Global Reporting Initiative)에 따라 중대성 평가를 실시했습니다. 평가는 내외부 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



중대성 평가 결과



ESG 중요도 순위

중대 토픽			
순위	분야	토픽명	페이지
1	고객/지역사회	고객 개인정보 보호	37~38p
2	환경	폐기물 발생 저감	28~33p
3	지배구조	윤리경영	78~79p
4	지배구조	투명하고 효율적인 지배구조	75~77p
5	고객/지역사회	제품 안전 및 품질 보장	40~45p
6	환경	환경자원 절약	23~27, 34~35p
7	고객/지역사회	고객 만족도 및 접근/편의성 향상	18~19p, 40~45p
8	임직원	건전한 노사관계 구축	48~49p
9	고객/지역사회	중소협력사 상생	20, 60~67p
10	환경	친환경 제품 및 서비스 제공	20~33p

롯데하이마트의 UN SDGs

기업이 기여하고 또 지향해야 할 UN SDGs (지속가능발전목표)에 대한 이해관계자의 인식도를 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



Goal 8.
양질의 일자리 창출 및
경제성장 기여

- 여성이 일하기 좋은 기업 대상 선정
- 신규 채용인원 확대, 여성인재 채용 비율 확대
- 사회적 취약계층 채용, 시간선택제 근로자 및 장애인 고용 확대
- 비자발적 퇴사자 대상 면담 및 취업 알선 서비스 제공



Goal 12.
천연 자원 낭비 및
폐기물 발생 감소

- 대국민 중소형 폐기물 수거 캠페인
- 가전 케어십, A/S 서비스를 통한 제품수명 연장
- 임직원 동참형 친환경 캠페인
- 녹색소비 활성화 관련 제품 판매, 올해의 녹색상품 기획전 운영



Goal 1.
빈곤취약계층
경제적 지원

- 시각장애인을 위한 전자도서 제작
- 조손가정 결연아동 입학 격려 지원금 전달
- 코로나 19 결식아동을 위한 SAFE BOX 지원
- 농어촌 독거노인 냉방용품 위생키트 지원



Goal 5.
성평등 달성과 모든
여성, 여아의 권익 신장

- 워킹맘 대상 'mom편한 하이드림' 진행
- 여성인재 멘토링 과정 운영
- '세일즈 여성 리더 과정' 운영
- 여성 사외 이사 선임



Goal 9.
사회기반시설 구축 및
산업화/혁신 증진

- 동반성장 프로그램 운영으로 기술, 산업 발전 기여
- 파트너사 유통·마케팅·경영·제조·기술 분야 컨설팅 지원
- 동반성장 아카데미 (파트너사 임직원 역량 강화)
- 중소기업스타트업 국내 판로 확대 기회 제공




이해관계자 참여

이해관계자 소통채널

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

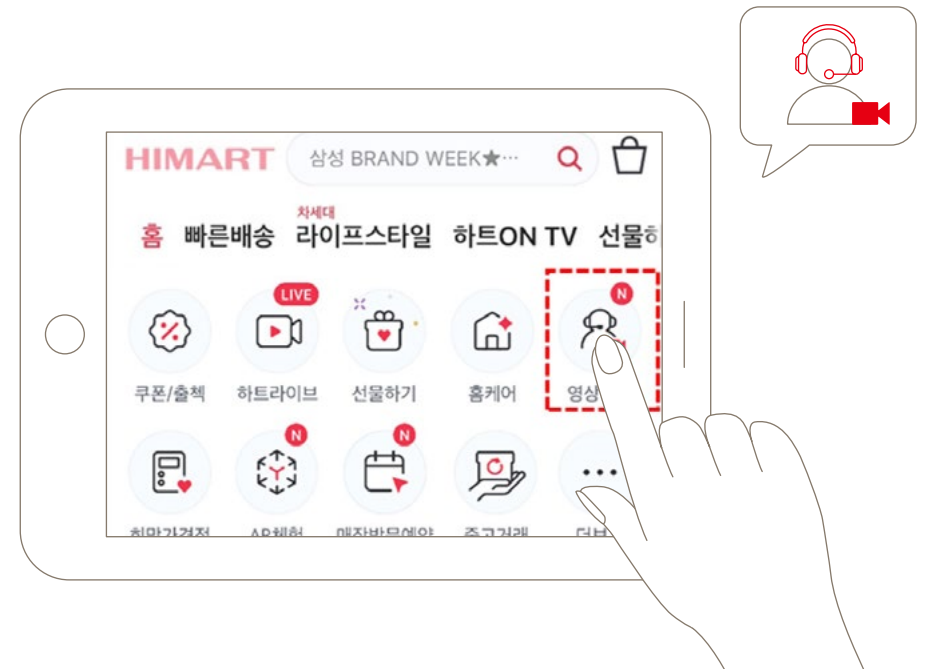
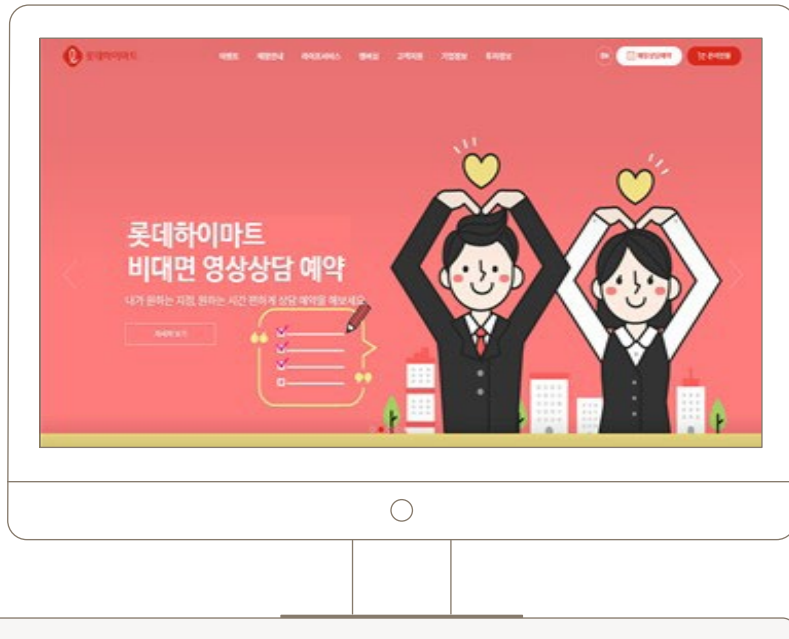
CREATING CUSTOMER VALUE

온·오프라인 경계없는 영상상담 서비스	18
안전한 중고거래 플랫폼, 하트마켓	19
파트너사 ESG 지원사업	20
코로나 19 대응 활동	21

온·오프라인 경계없는 영상상담 서비스

롯데하이마트는 디지털 전환(DT, Digital Transformation)을 통해 소비자라면 누구나 온·오프라인 경계없이 편리하게 상품 탐색부터 결제 및 사후 서비스까지 이용할 수 있는 쇼핑 경험을 제공하고자 노력하고 있습니다. 지난해 10월 '사후서비스(A/S) 화상 상담 서비스' 실시 이후, 2021년에는 매장 방문이 어려운 소비자들을 위해 실시간으로 매장에 근무하는 가전제품 전문 상담원과 비대면으로 연결해주는 서비스인 '비대면 영상 상담 서비스'를 도입하였습니다. 오프라인 매장에서는 물론 온라인 쇼핑물에서도 2021년 9월부터 비대면 영상상담서비스를 제공하고 있습니다. 온라인 쇼핑물에서 고객들은 실시간으로 전문 상담원과 연결되어 상품과 관련된 상담 서비스를 받을 수 있습니다. 고객들이 온라인 쇼핑물 이용 시 구매하고자 하는 브랜드 상품을 정한 후 영상 상담을 선택하면 전문 상담원과 실시간으로 연결되고, 전문 상담원은 상담 중 각종 보조 자료 등을 활용해 소비자들이 제품에 대한 특징점이나 사용법을 알기 쉽게 안내합니다. 롯데하이마트는 온라인 쇼핑물에서 비대면 영상상담 서비스를 받을 수 있는 브랜드와 상품을 지속 늘려나 가면서 고객들에게 경계를 넘나드는 최상의 쇼핑 경험을 선사하기 위한 노력을 이어나가도록 하겠습니다.

온라인몰 영상상담 서비스 화면



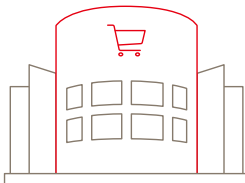
안전한 중고거래 플랫폼, 하트마켓

2020년 코로나19 팬데믹 이후 소비 심리가 위축된 반면, 중고거래 시장 규모가 크게 성장하면서 중고거래플랫폼 이용이 새로운 패러다임으로 등장하게 되었습니다. 이에 롯데하이마트는 전국 430여 개 롯데하이마트 오프라인 매장을 활용하여 온오프라인 연계를 통해 차별화된 중고 플랫폼 서비스를 제공하고자 안전한 중고거래 플랫폼인 '하트마켓'을 출범하였습니다. 하트마켓에서는 고객들이 당사 온라인 쇼핑몰에 가입하여 중고물품을 직접 직거래를 할 수 있으며, 중고물품과 함께 온라인에서 접하기 어려웠던 당사 오프라인 매장의 진열상품을 온라인상에서 구매할 수 있습니다. 또한 고객들이 매장을 방문하여 거래 공간(테이블)에서 거래를 실시할 수 있는 하트테이블과, 판매자와 구매자가 개별 매장 방문하여 대면거래 우려를 해결함과 동시에 중고거래를 할 수 있는 하트박스도 운영하고 있습니다.

오프라인 매장



온라인 매장



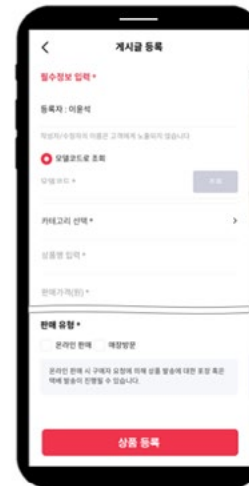
플랫폼 서비스 매장 입구



하트테이블 (고객 간 중고 거래 공간)



하트박스 (고객 간 거래 상품 보관 장소)



하트마켓 내 매장 상품 온라인 판매



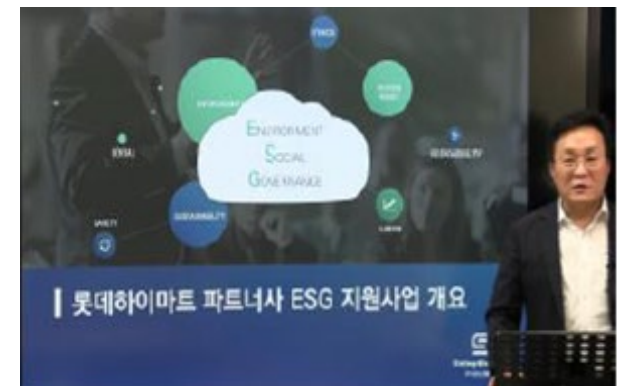
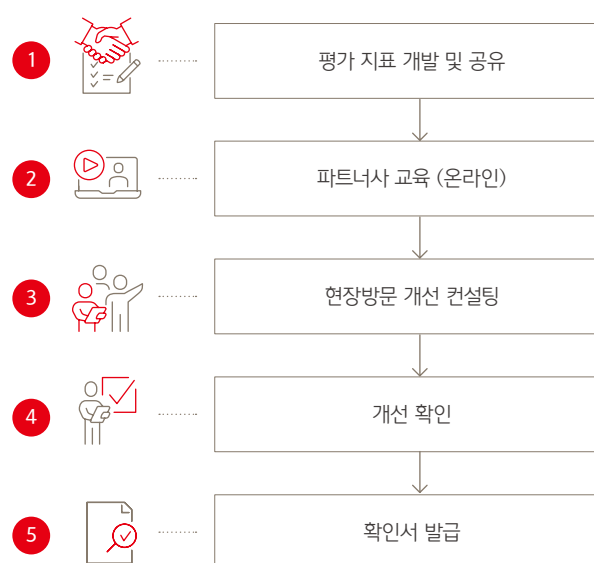
파트너사 ESG 지원사업

글로벌 경영환경의 변화와 협력사 리스크 관리의 필요성이 전세계적으로 높아지면서 EU국가를 중심으로 한 공급망 실사의무제도 법 제화 등 기업의 협력사 ESG 관리가 요구되는 상황입니다. 롯데하이마트는 파트너사 ESG 지원사업에 참여하여, 파트너사가 글로벌 ESG 경영 요구수준에 대응할 수 있는 맞춤형 ESG 지표를 개발하고 현장 개선을 지도하며 파트너사의 ESG 역량을 강화하고자 힘쓰고 있습니다. 롯데하이마트 2021년 6월 유통업계 최초로 동반성장위원회와 업무협약을 체결한 후, 2021년 7월부터 2022년 2월까지 총 8개월 간 선정된 파트너사들을 대상으로 리스크 관리와 개선을 위한 교육, ESG 지표개발, 현장개선 컨설팅 등을 실시하였으며, 현장실사를 통해 우수 기업으로 선정된 파트너사들 대상으로는 확인서 발급과 현판식을 추진하고, 그 외 파트너사들에게는 재도전 기회와 추가적인 지원을 통해 개선 목표를 달성할 수 있도록 지원하고 있습니다. 롯데하이마트는 향후에도 사업 참여 파트너사 확대, 파트너사 ESG 가이드라인 업데이트 등 협력사 ESG 지원사업을 이어 나가면서, 파트너사들의 ESG 이해와 리스크 관리를 통해 협력사의 역량을 강화하고 진정한 비즈니스 파트너로서 동반 성장하기 위해 노력하겠습니다.

파트너사 ESG 지원사업 운영 내용

맞춤형 지표 개발	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 업종의 파트너사를 위한 롯데하이마트 맞춤형 지표 도출 • 중소기업 현장 개선 활용 가능한 ESG 가이드라인 개발
교육 및 역량진단	<ul style="list-style-type: none"> • 집합/온라인 교육 실시 • 파트너사 역량진단 (자가진단) 지표 작성 및 회신
현장실사 (컨설팅)	<ul style="list-style-type: none"> • 파트너사 현장진단 및 개선 컨설팅 진행 • 개선사항 이행여부 확인 및 컨설팅 결과 보고서 작성 후 보고

파트너사 지원사업 진행 절차



파트너사 ESG 가이드라인 교육(인강)

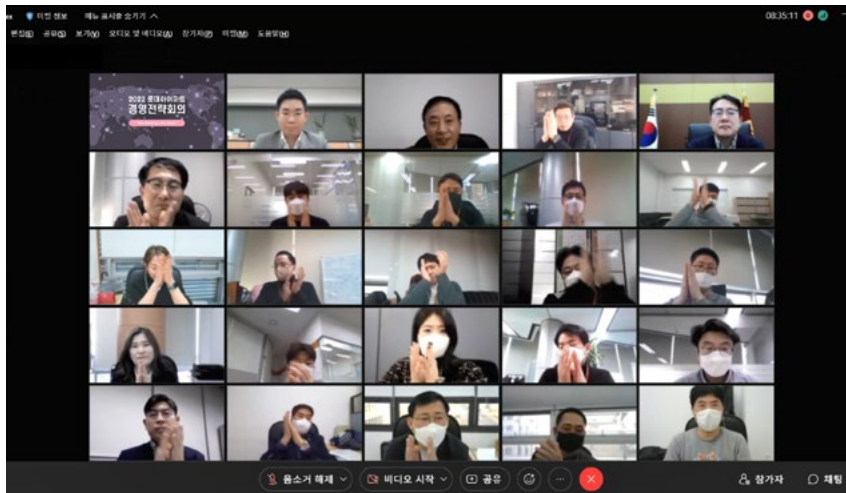
코로나19 대응 활동

롯데하이마트는 지속되고 있는 코로나19 확산 위기 속에서 고객과 임직원 등 모든 이해관계자들의 건강을 최우선 가치로 하여 각종 지원활동을 시행하고 있습니다.

임직원



임직원들은 기본적인 방역수칙 준수와 철저한 개인 위생 관리로 코로나 19의 사내 확산 방지에 기여하였습니다. 롯데하이마트는 재택근무의 활성화는 물론 사내 근무 중에는 비대면 회의 및 보고로 전환하고 있습니다. 아울러 코로나19 백신 유급휴가 실시, 백신 접종 후 임직원들의 휴직권 보장 등을 준수하며 백신 접종을 독려하고 있습니다.



비대면 화상회의 활성화

고객



방문하시는 고객들의 코로나19 피해를 막고자 2020년부터 본사와 영업본부 모두 코로나19 대응 전담 조직을 구성해 즉각적으로 위기상황을 공유 및 대응하고 있습니다. 매장 내에서는 고객과 임직원의 안전을 위해 전직원들의 마스크 착용과 손세정제 비치를 통한 기본적인 조치를 실행하고 있습니다. 또한 매장 내 POS기와 고객과의 상담을 위한 가림막을 설치하여 안전한 매장 환경을 만들고자 노력하였습니다.



매장 내 POS기와 고객 상담을 위한 가림막 설치

환경경영	23
자원 선순환 체계 구축	28
기후변화 대응	34

Environmental



Environmental Management

환경경영



UN SDGs 연계



BACKGROUND

현재 인류는 급격한 도시화 진행과 동시에 과도한 화석연료 사용 및 각종 폐기물 배출로 인한 환경파괴로 심각한 환경오염과 기후변화 위기에 마주하게 되었습니다. 세계 각국 정부는 온실가스 감축목표를 설정하고 환경오염물질 배출에 대한 규제를 강화하고 있습니다. 이에 따라 기업들에게도 환경보전을 기반으로 한 경영체계 개선과 전략수립이 필수적이게 되었습니다.

APPROACH

롯데하이마트는 기후변화와 환경오염 피해를 줄이기 위한 전세계적 노력에 동참하고 있습니다. 친환경 경영을 위한 조직, 정책, 추진계획 수립은 물론 ISO 14001인증을 획득하여 국제적 기준의 환경경영체계를 확립하였습니다. 아울러, 전사적인 환경교육 시행과 폐가전 수거, 미사용 물품기부 등 다양한 임직원 참여형 친환경 캠페인을 전개함으로써 당면한 환경 위기에서도 사회와 기업이 공생하며 새로운 가치를 창출하는 기업이 되고자 합니다.

ACTIVITIES



환경경영 전담 조직 운영

→ 24 page



환경경영시스템 국제표준 'ISO 14001' 인증 획득

→ 25 page



임직원 미사용 물품 기부

→ 27 page

환경경영 추진체계

환경경영위원회

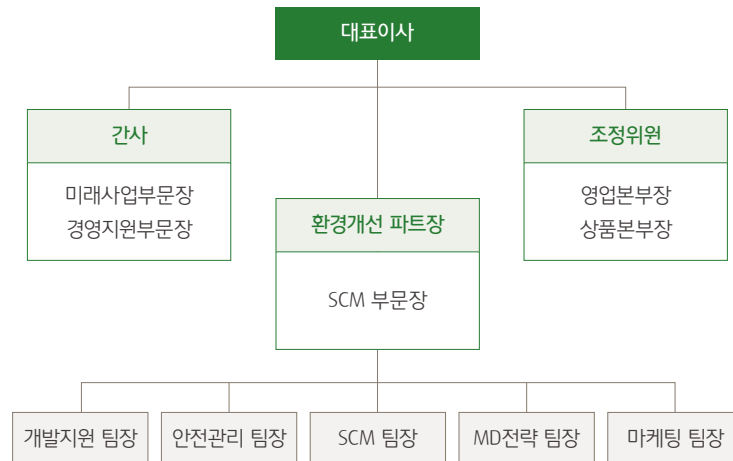
환경경영 역량을 강화하기 위해 환경경영위원회를 운영하고 있습니다. 환경경영위원회는 전 사업장의 환경영향 저감을 위한 관련 규정을 제정하며, 환경경영의 전반적인 방향성을 결정합니다. 대표이사는 환경경영위원회의 위원장으로서 중장기 온실가스 감축목표 수립 및 주요 감축사업 투자 결정 등 기후변화와 관련된 리스크와 기회를 지속적으로 관리감독하고 있습니다.

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

ESG 개선 TFT 환경 개선파트



환경경영위원회 조직도

위원장 대표이사
위원 각 부분 임원



* 안전관리팀은 환경경영 전담부서로 환경변화 대응, 에너지 관리, 환경교육, 친환경 시스템 운영 등 환경 업무를 총괄합니다.

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, 환경경영방침을 선포하여 환경경영과 사회적 책임 실천의지를 다졌습니다. 환경경영방침은 환경법규 준수, 파트너사 친환경 경영 지원, 친환경 제품 구매/유통/제조 활성화 등 영업활동 전 과정에서의 친환경적 정책 방향성을 내포하고 있습니다.

4-Green 전략



환경경영 방침 키워드

정책 • 환경경영 정책 수립 • 환경경영시스템 인증	 Policy	 Store	매장 • 고객대상 캠페인 홍보 • 영업현장 친환경 실천
상품 • 친환경 상품 기획 및 도입 • 친환경 서비스 강화	 Product	 Culture	문화 • 환경경영 문화 확산 • 임직원 동참 캠페인 진행

환경경영방침

임직원	전 임직원은 환경영향을 줄이고 에너지 절감으로 환경보호를 위해 노력한다.	경영활동 전반	• 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.		

ISO 14001 인증 획득

2021년 8월 17일 환경경영시스템 국제표준 'ISO 14001'¹⁾ 인증을 획득했습니다. 이번 인증 획득으로 국제적 표준에 부합하는 내부 환경경영 시스템을 확립하였으며 주요 환경위험 및 기회요인을 식별/평가하는 내부 프로세스를 구축하였습니다. 또한 각 물류센터, 지사 등에 환경담당자 지정 및 운영을 통해 환경경영을 실천하고 연 1회 성과를 평가하고 있습니다. 앞으로도 롯데하이마트는 가전유통기업으로서 환경 위험성을 효율적으로 관리하며 다양한 친환경 경영활동을 전개할 예정입니다.

1) 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

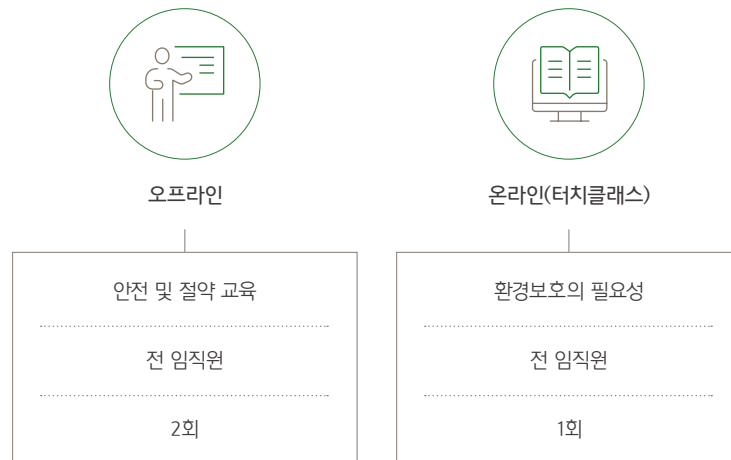
모든 임직원이 환경경영의 주체로서 회사의 전략적 방향성 및 관련 내용을 잘 숙지하고 업무에 활용할 수 있도록 단계별 교육을 실시했습니다. 교육은 비대면 실시간 화상강의, 모바일, 지류 등 다양한 매체를 활용하여 전국 430여 개 매장 전 임직원을 대상으로 교육했습니다. 이외에도 환경사고 대응 역량 강화를 위한 모의 훈련을 주기적으로 실시하고 있습니다. 아울러 2021년 상반기 중점적으로 진행되었던 설문조사, 슬로건 제정 및 각종 친환경 활동 영상자료를 제작하여 사내 홈페이지에 업로드하는 등 적극적인 홍보를 통해 임직원들의 환경경영 동참을 이끌어내고 있습니다.

폐가전 수거교육

‘대국민 중소형 폐가전 수거 캠페인¹⁾’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.

1) 2021년 7월~8월 2개월 간 진행되었던 롯데하이마트의 대표적인 민/관 합동 폐가전 수거 캠페인

환경교육 프로그램*



* 2021년 성과 기준



폐가전 수거교육

임직원 친환경 활동

임직원 동참형 친환경 캠페인

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

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.

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

HIGHLIGHT

임직원 미사용 물품 기부

2021년도부터 진행한 임직원 물품기증 캠페인 굿사이클링(Good-cycling)은 자원순환을 통해 장애인의 일자리를 만들고 환경을 보호하는 롯데하이마트의 지속가능한 ESG 캠페인입니다. 2021년에는 임직원들이 사용하지 않는 물품을 굿윌스토어¹⁾에 기증하였으며, 굿윌스토어에서는 기증한 물품을 판매하여 발생한 수익으로 장애인 직원들에게 소중한 급여를 지급하였습니다. 일회성 기증에 그치는 것이 아닌 장애인들의 완전한 자립을 위한 일자리를 만들어가는 지속가능한 장애인 고용창출과 환경보호에 함께 하였습니다. 캠페인에서 임직원 물품기증으로 기증된 물품 수량은 총 1,352점(의류비중이 약 2/3)으로 자원재순환을 통한 환경보호 효과를 볼 수 있었습니다. 아울러 당사 재고 기증품은 굿윌스토어 13개 매장에 지원하여 장애 직원 272명의 경제적 자립에 기여하였습니다.

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

임직원 물품기증을 통한 환경보호 효과



온실가스 저감 효과

이산화탄소 저감 7,436kg*



소나무 식재 효과

1,127 그루**



물 절약 효과

3,650,400L***

* 총 기증수량 x 이산화탄소 5.5kg(폴리에스테르 티셔츠 1벌당 이산화탄소 배출량)

** 물품 기증(자원 재순환)을 통한 이산화탄소 저감효과(kg) ÷ 6.6

*** 총 기증수량 x 2,700L (티셔츠 한 장 제작에 필요한 물의 양)

Advancing Resource Circularity

자원 선순환 체계 구축



UN SDGs 연계

BACKGROUND

자원순환이란 폐기물 발생을 억제하고 발생한 폐기물을 적절하게 재활용 또는 처리하여 환경오염 영향을 줄이는 것을 의미합니다. 코로나 19의 영향으로 늘어난 비대면 소비로 인해 일회용품, 폐지 등 폐기물 발생이 빠르게 증가하여 폐기물 배출저감과 재활용의 중요성이 부각되고 있습니다. 이와 더불어 제품의 친환경성에 대한 소비자들의 인식 변화와 폐기물 없는 사회를 목표로 하는 제로웨이스트에 대한 전세계적인 관심으로, 기업들은 제품의 생산단계부터 오염물질 최소화와 같은 자원순환활동에 대한 사회적 책임을 요구받고 있습니다.

APPROACH

롯데하이마트는 전국 매장 및 물류센터 네트워크, 파트너사들 간의 협업을 통해 자원 선순환 체계를 구축하여 유통·판매 과정 전반에서 발생하는 폐기물을 줄이고 자원낭비를 막고자 노력하고 있습니다. PB제품의 친환경 포장재 사용 확대, A/S 및 가전케어십을 통한 제품 수명 연장, 중소형 전자제품 수거 캠페인 등 다양한 방안으로 재활용을 활성화하고, 폐기물 발생을 최소화합니다. 아울러, 녹색소비 활성화를 위한 정부의 노력에 동참하기 위해 유통사, 은행 등과의 협업으로 환경표지 인증제품 상품 판매와 친환경 상품 기획전을 운영하고 있습니다.

ACTIVITIES



민·관 합동 폐전기·전자제품 회수체계 구축 MOU 체결

→ 31 page



대국민 중소형 전자제품 수거 캠페인

→ 32 page



녹색소비 활성화 방안

→ 33 page

폐기물 발생 저감

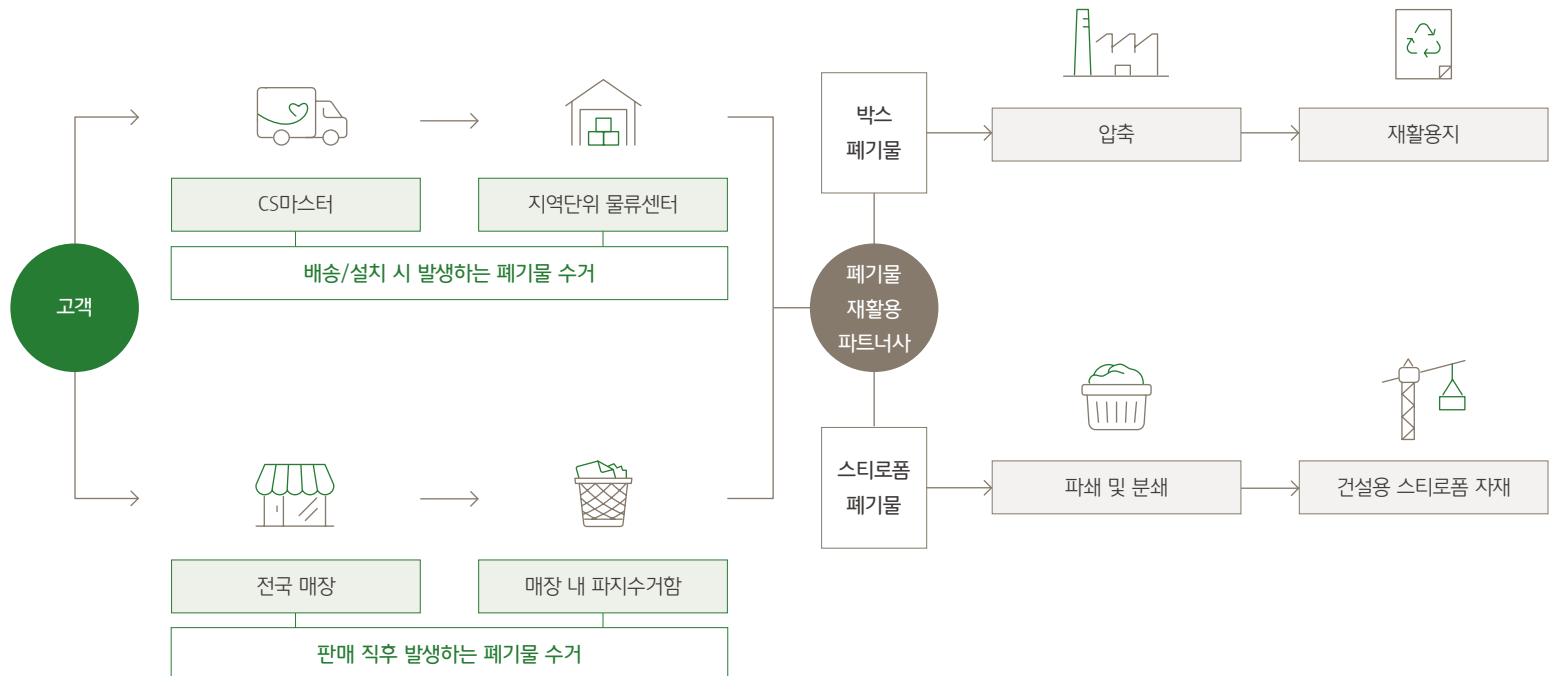
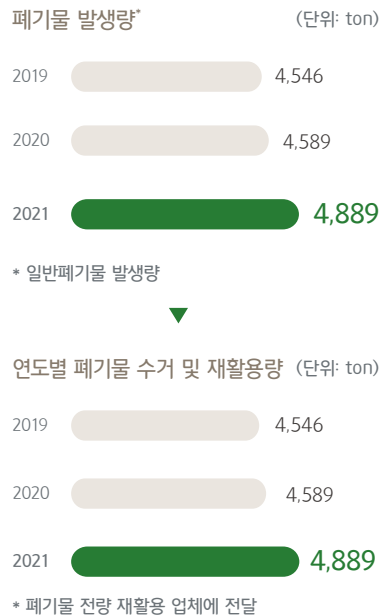
일반폐기물 수거 및 재활용 체계

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



가전 케어십 서비스

가전 케어십 서비스¹⁾ 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.

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

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 257점에 민팅(인공지능 기반 중고폰 매입 ATM 기기)을 설치하여 폐 휴대폰이 버려지지 않도록 기여하고 있습니다.

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.

전자 가격표 및 영수증

불필요한 종이 낭비를 줄이기 위하여 2017년부터 2019년까지 전 매장에 전자 가격표를 도입하였으며, 2018년 10월부터 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, 전자영수증 우선 발급을 시행하여 자원 낭비를 줄이는 것은 물론 업무 효율성을 높일 수 있었습니다.

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 12월 기준 총 107개 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

변경 전	변경 후
하이메이드	
	
온라인 배송 포장	
	

HIGHLIGHT

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. 2022년 8월부터 소형폐가전 회수 활성화를 위해 롯데하이마트 전체 매장에서 프로모션, 경품과 같은 캠페인을 진행할 계획입니다. 또한 기존 50개의 회수 대상 품목을 모든 폐전자제품으로 확대하여 더욱 확장된 회수 체계를 갖출 예정입니다.

자원재순환을 위한 민·관 합동 MOU 내용

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



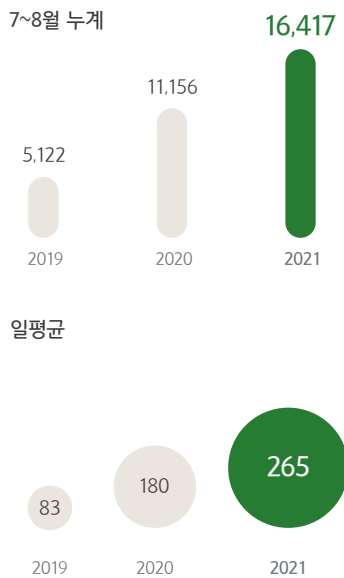
민관 합동 MOU 체결

대국민 중 소형 전자제품 수거 캠페인

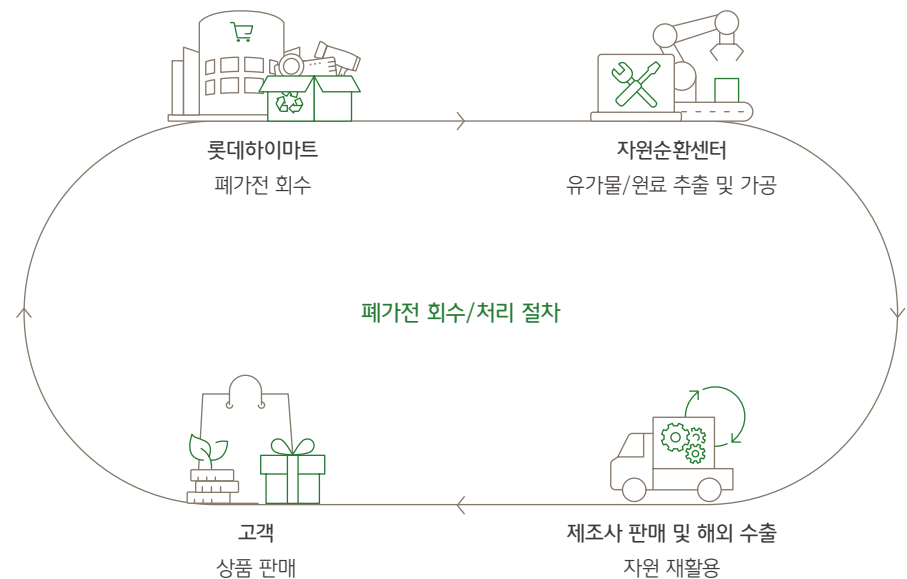
롯데하이마트는 대형 폐가전은 물론 중 소형 폐가전의 수거를 강화하기 위해 2019년 12월 한국자원순환정보센터 사이트 '소형 폐가전 수거처'에 전 지점을 등록하고 매장에 수거함을 운영했습니다. 이와 더불어 2021년 7월부터 2개월 동안 대국민 수거 캠페인을 진행하여, 매장 이용객은 물론 다른 고객들도 중 소형 폐가전을 배출할 수 있도록 적극적인 홍보에 나섰습니다. 캠페인 참여율을 높이기 위해 참여 고객을 대상으로 포인트 적립 및 추첨을 통한 경품, 에코백 증정 등 다양한 혜택을 마련했으며, 캠페인의 원활한 진행을 위해 지점 전 직원 대상 사내 교육 및 대내외 홍보에 주력하였습니다. 그 결과, 전년 대비 회수량은 5,261대, 일평균 회수량은 85대 증가하는 효과를 거두었

습니다. 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. 앞으로도 롯데하이마트는 폐가전 회수를 통한 자원 선순환 체계 구축에 동참하는 것은 물론, 정부기관, 파트너사, 고객과 임직원 모두가 참여할 수 있는 다양한 친환경 캠페인을 전개해 나가겠습니다.

중소형가전 연도별 회수 실적 (단위: 대)



대국민 중 소형 전자제품 수거 캠페인 홍보영상



지속가능한 소비 장려

에너지 고효율 가전제품 판매

에뮬효율 가전제품 구매비용 환급 사업¹⁾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, 2021년에는 환급 사업 대상 제품 구매고객에게 포인트 적립과 같은 추가 혜택을 마련하는 등 적극적 홍보와 참여에 힘을 모았습니다.

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

HIGHLIGHT

녹색소비 활성화 방안

롯데하이마트는 2021년 12월 유통사, 은행, 카드사 등과 함께 환경부 주관 녹색소비 활성화를 위한 녹색소비-ESG 얼라이언스 MOU를 체결했습니다. 롯데하이마트에서는 온라인 쇼핑몰을 중심으로 환경표지²⁾ 상품 구매에 대한 인센티브 및 홍보를 활성화하고자 환경표지 인증제품 입점(전용관) 확대, 할인 및 적립 이벤트 확대 등을 시행하고 있습니다.

아울러 2021년에는 한국녹색구매네트워크와 함께 '녹색상품 기획전'을 운영하였습니다. 롯데하이마트는 8월 12일 발표된 올해의 녹색상품³⁾ 수상 상품을 9월부터 온오프라인 상에서 포인트 및 혜택 지급 등의 프로모션과 함께 판매하였습니다. 오프라인에서는 '올해의 녹색상품' 중 총 105개의 롯데하이마트 운영 상품에 '올해의 녹색상품 TAG'를 부착하여 판매하였으며, 온라인에서는 녹색상품 및 친환경 상품 기획전을 함께 운영하였습니다.

- 2) 같은 용도의 다른 제품에 비해 '제품의 환경성'을 개선했을 때 해당 제품에 환경표지를 표시하여 소비자들에게 관련 정보를 제공하고, 기업이 친환경제품을 개발 및 생산할 수 있도록 유도하는 인증제도
- 3) 전문가와 소비자가 함께 상품의 환경개선효과를 직접 평가한 후 뽑힌 최고의 녹색상품을 의미



녹색소비 업무협약서와 올해의 녹색상품 기획전 포스터

Response to Climate Change

기후변화 대응



UN SDGs 연계



BACKGROUND

2016년 11월 발효된 파리기후변화협정에 따라 참가국들은 국가 온실가스 감축목표를 설정하였습니다. 우리나라는 기후변화 대응 노력을 위해 2050년 탄소중립 목표 실현과 2030년까지 2018년 총 배출량 대비 40% 감축을 목표로 하고 있습니다. 이에 사회의 구성원으로서 기업이 기후변화에 대해 가지는 역할과 책임이 더욱 강조되면서, 많은 기업들이 탄소중립을 선언하고 온실가스 배출량, 에너지 소비 등에 대한 관리 및 공시를 강화하고 있습니다.

APPROACH

롯데하이마트는 기후변화와 기업의 책임 이행에 대한 기대와 관심에 부응하고자 합니다. 따라서 자체적인 온실가스 감축을 위한 목표를 설정하고, 매장 및 물류센터의 에너지 효율 개선을 위해 LED 조명과 고효율 인버터 냉난방기로의 교체를 진행하고 있습니다. 아울러 관련된 기후변화 대응 성과를 모든 이해관계자들에 투명하게 공시하여 소통과 협력을 기반으로 한 지속가능한 발전을 이루도록 노력하고자 합니다.

ACTIVITIES



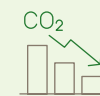
LED 조명 교체를 통한
에너지 절감

→ 35 page



냉난방 사용 효율화를 통한
전력 과부하 방지

→ 35 page



온실가스 연도별
감축 진행

→ 35 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 사업¹⁾ 지원 대상에서 획득한 지원금으로 조명을 추가 구매하여 교체한 결과, 2021년 말 기준 전국 318점에 기존 형광등 조명을 소비전력이 적은 LED 조명으로 24.6만개 교체 설치하여 에너지 절감 효과를 얻을 수 있었습니다. 또한, 2021년 10월부터 시행한 ESCO²⁾ 사업을 통해 2022년 상반기까지 롯데마트 내 하이마트 총 64개 점포 6,517개의 구형 LED를 고효율 LED로 교체하여 조명 전력을 연 1,593 kWh에서 1,032kWh로 35%가량 절감할 예정입니다.

- 1) 일반 조명기기를 고효율 또는 1등급 LED로 교체하는 개인 및 기업에게 지원금을 지급하는 사업
- 2) Energy Service Company, 에너지 전문기업이 에너지 시설에 선 투자 후, 발생하는 에너지 절감액으로 투자비를 회수하는 사업

냉난방 효율화를 통한 전력 사용 절감

냉난방기는 조명시설과 함께 전력소비에 영향을 미치는 요소 중 하나입니다.

롯데하이마트는 2021년 전국 총 48개 매장 및 물류센터의 노후 전기식 냉난방기 교체대상 71대를 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.

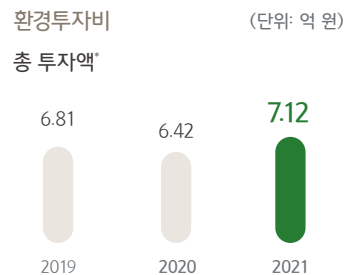
온실가스 배출 감축

온실가스 배출 감축을 위하여 전사적으로 에너지 절감 캠페인을 시행하고 있습니다. 에너지 사용량 측정 장치 설치, 전기 과소비 예방과 같은 조치들도 단계적으로 시행해 나갈 예정입니다. 또한 매장에는 신재생에너지 발전을 이용한 에너지 전력구입계약(PPA)³⁾ 방식을 사용하거나 물류센터 옥상에 발전기 설치와 같은 계획을 검토 중입니다. 2022년부터는 환경부 산하 한국환경산업기술원에서 운영하는 환경정보시스템 홈페이지에 공시하여 환경 정보에 대한 투명성을 강화할 예정입니다. 이처럼 이해관계자와 투명한 소통을 통해 친환경 가전제품 유통 기업으로 거듭나고자 합니다.

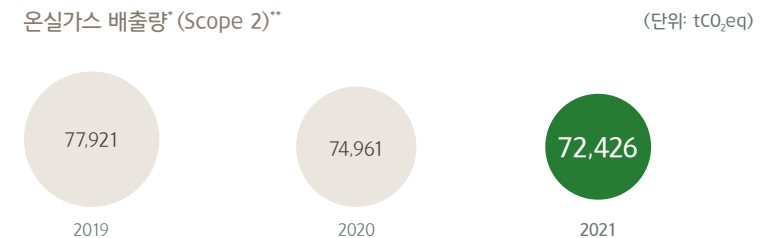
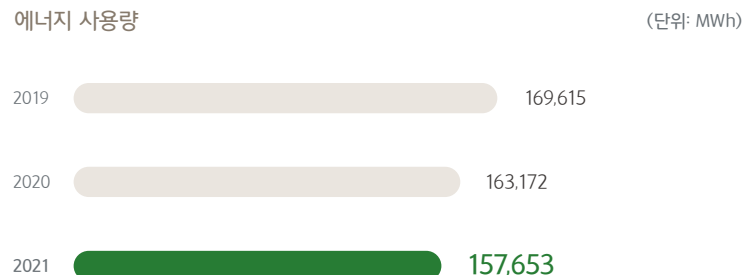
- 3) Power Purchase Agreement. 신재생에너지 발전사업자와 한국전력공사 간 전력거래계약을 체결하고 계약 상 전력을 거래하는 제도



매장 내 LED 조명 교체



* LED 교체 포함



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

** Scope 1은 상대적으로 배출량이 적게 발생하고 있으며, 추후 데이터 산정하여 보고 예정입니다

개인정보보호	37
고객만족경영	40
행복한 조직문화 조성	46
파트너사 동반성장	60
사회공헌 활동	68

Social



Information Security

개인정보보호



UN SDGs 연계

BACKGROUND

소비자 개인정보와 관련된 데이터들은 기업들에게 부가가치 창출을 위한 핵심 자산인 반면, 빅데이터, 인공지능과 같은 데이터 활용 서비스의 발전에 따라 개인정보 유출, 도용, 악용 사례로 인한 피해도 점차 증가하고 있습니다. 이는 그 자체로도 심각한 문제이며, 기업의 이미지 저하와 신뢰도 하락에 영향을 미칠 수 있습니다. 따라서 기업들은 전사적으로 개인정보 보호의 중요성과 위험도를 인식하고, 개인정보 유출로 인한 피해가 발생하지 않도록 취약점 분석 및 모의 훈련을 통해 보안체계를 마련하고 있습니다.

APPROACH

롯데하이마트는 사내 정보보안체계를 확립하고, 고객 개인정보의 수집, 이용 및 파기 전 과정에서 사고 예방과 대응에 대한 각종 대책을 구비하고 있습니다. CEO 직속 정보보호협의체를 운영하고, 법적 기준에 따른 고객 개인정보 수집과 이용에 대한 명확한 범위와 사용 목적을 고객에게 공개하고 있습니다. 또한 당사와 파트너사를 포함한 모든 이해관계자들의 개인정보 유출로 인한 피해를 예방하기 위해 수준 높은 정보보호 관리체계를 구축해 보안수준을 강화시켰으며, 대외적으로는 ISMS 인증 또한 취득하여 유지하고 있습니다. 이외에도 정보보호 역량 강화를 위한 지속적인 교육 및 활동, 보안사고 대응훈련 및 정기점검 등을 통해 높은 전사적 보안의식 수준을 유지하고 있습니다.

ACTIVITIES



개인정보 보안 사고
발생 현황

→ 38 page



정보보호 교육
결과

→ 39 page



보안사고 대응
절차

→ 39 page

정보보호 체계

정보보호 조직 운영

정보 보안활동 전반에 대한 효과적인 관리·감독을 위하여 정보보호협업체를 구성, 운영하고 있습니다. 협업체는 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.

아울러 개인정보보호 사고예방을 위해 CRM¹⁾팀과 정보보호팀을 함께 운영하며 사내 보안 수준을 지속적으로 강화해 나가고 있습니다.

1) Customer Relationship Management

정보보호 규정

롯데하이마트는 정보보안 관련 사고 '0'건을 목표로 하며, ISMS²⁾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 그룹 규정 체계와의 일관성 확보를 위한 규정 1종, 지침 4종(관리적, 물리적, 기술적, 개인정보) 체계로 전면 개편하였습니다. 모든 임직원들에게는 매년 개정되는 개인정보보호와 관련된 내부정책을 공유하여 정보보호에 대한 인식을 강화하고 있습니다.

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

개인정보 보안 사고 발생 현황

(2021년 기준)

기업데이터/개인정보 유출 및 도난

0건

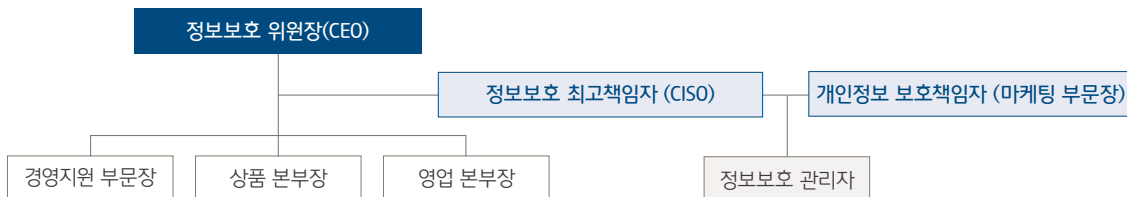
고객 개인정보 유출 및 도난

0건

정보보호 관련 불만사항

0건

정보보호위원회 조직도



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.

개인정보 현장 점검 실시

롯데하이마트는 개인정보보호 사고 예방을 위해 그룹 정보보호위원회 주관 정기점검과 내부 자체 현장 점검을 실시하고 파트너사 정보보호 점검을 진행하는 등 전 사업장에서 정보보안을 강화하고 있습니다. 2021년에는 영업 현장의 개인정보보호 강화를 위해 전국 단위 지점의 개인정보 점검을 최초 진행하였습니다. (59개 지점 표본 조사) 2022년에는 전국 420여개 지점 전수 조사를 위해 지사 자체점검을 분기 1회 마다 진행하고 있으며, 본사에서 전국 80개 지점을 점검 할 예정입니다.

정보보호 역량 강화

정보보안 의식 내재화

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 비정기적으로 온-오프라인 정보보호 수시 교육을 실시하여 전사적 보안 의식 수준을 제고합니다. 특히 신입사원은 물론 인턴사원과 CS마스터까지 담당업무 수행 시 보안 유의사항을 내재화하고 있습니다. 또한 터치클래스¹⁾, 원격교육 사이트를 이용하여 교육 접근성을 개선하고 있습니다.

1) 모바일 사내 교육 플랫폼

2021년 정보보호 교육 결과

총 교육 횟수
19회

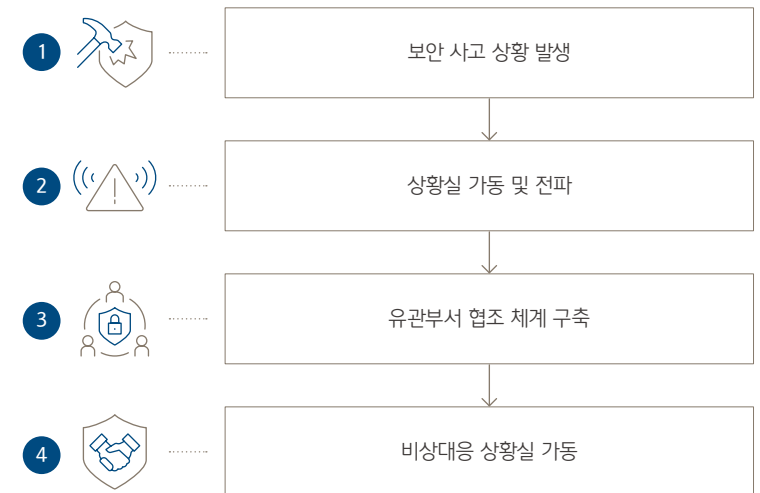
전 임직원 교육 완료
3,486명

보안사고 대응훈련 및 진단²⁾

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, 본-지사 대상 분기 1회의 현장 점검을 실시하고 있으며, 그룹 차원의 보안 수준 진단, 내부회계관리 감사를 통한 보안성 점검 등 정기 진단을 활용하여 우수한 정보보호 수준을 유지하고 있습니다.

2) 훈련 및 정보보호 수준 진단은 그룹 정보보호위원회 주관으로 진행

보안사고 대응 절차



Customer Satisfaction

고객만족경영



UN SDGs 연계



BACKGROUND

이제 고객만족경영은 기업들에게는 필수적인 비즈니스 전략 중 하나이며, 고객의 만족도가 기업의 브랜드 가치로도 이어집니다. 최근 코로나19의 장기화와 비재무적 가치를 중시하는 소비 트렌드의 변화로 인해 기업들의 고객만족 역량강화를 위한 전방위적 노력이 요구됩니다. 특히 고객, 직원 등 모든 이해관계자들의 가치 향상 추구는 물론 주주들의 이익도 고려해야 되기에 기업들의 경영활동에 적용되는 고객만족의 영역과 범위가 확장되고 있습니다.

APPROACH

롯데하이마트의 슬로건 'For Your Family; 우리 가족 최고의 순간에 늘 함께하는 롯데하이마트'에 맞춰 제품 및 서비스 개발부터 마케팅, A/S에 이르는 고객 여정 전반에서 고객의 니즈만족을 최우선 가치로 삼고 있습니다. 고객만족도 향상을 위해 제품 및 서비스 다양화, 오프라인 점포 다변화, 온-오프라인 물류 네트워크 확보, 설치 배송서비스 강화, 제품 품질관리에 힘쓰고 있으며, 나아가 접근성 향상으로 잠재고객과의 접점을 확대해 나가고 있습니다.

ACTIVITIES



고객만족 CS 관리

→ 41 page



A/S 방문수거 서비스

→ 44 page



제품 품질 관리

→ 45 page

고객만족경영

고객만족경영 전략

롯데하이마트는 고객만족을 경영 전략 최우선 과제로 설정하고, 고객가치를 높이기 위한 다양한 정책을 수립하여 추진하고 있습니다. 그간의 노력으로

2021년 '프리미엄브랜드지수'에서 9년 연속 1위 브랜드로 선정되었으며, 앞으로도 고객 중심 유통 플랫폼으로 미래의 가전 유통시장을 이끄는 선도기업이 되고자 노력하겠습니다

HIGHLIGHT

고객만족 CS 관리

전자제품 전문점의 성공에는 다양한 가격대의 브랜드 제품에 대한 상담원의 친절하고 전문적인 상담이 중요한 요소입니다. 롯데하이마트는 철저한 CS 교육과 관리를 통해 고객 서비스 품질 향상과 고객 감동 경영을 실천하고 있습니다.

직원 CS 교육

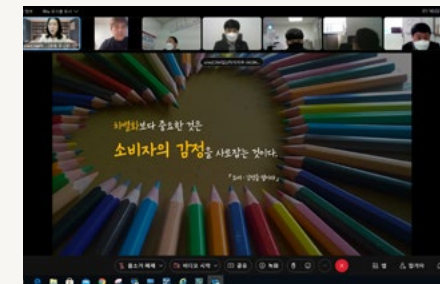
코로나19 확산의 어려움 속에서도 비대면으로 전직원 대상 화상교육, CS R/P평가, 사례 공유 등 고객응대 교육을 운영하고 있습니다. CS 교육은 반기 단위로 전 직원 대상 실시됩니다. 상반기에는 CS 마인드 및 고객 응대 매뉴얼 위주의 공통 교육, 하반기에는 고객 공감 및 질문 방법 등 고객 만족을 향상시킬 수 있는 직급별 특화 교육으로 실시하고 있습니다.

또한 CS R/P 평가를 위해 CS 강사가 직접 지점에 방문하여 판매 매니저들을 대상으로 평가를 실시하고 있습니다. 평가는 연 2회, 상하반기 각 1회씩 진행되며, 고객의 구매 여정에서 전반적인 고객 응대 역량을 평가하고 미흡사항에 대해 CS 강사의 현장 코칭과 더불어 개선 교육을 하고 있습니다.

정기적으로 CS 레터와 VOC 사례 모음집을 배포하여 오프라인 매장에서의 고객 응대와 관련된 다양한 사례와 고객들의 의견을 공유하고 있습니다.

CS 품질 조사/관리

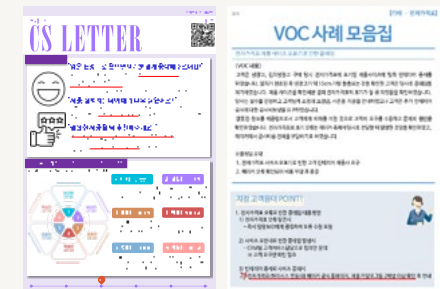
당사는 CS 역량 강화를 위해 서비스 품질 진단을 하고 있습니다. 매장을 이용하는 고객의 여정을 고려하여 고객 입장에서 사내 CS 품질 평가와 미스터리 쇼퍼를 통해 수시 현장 점검을 실시하고 있습니다. 우수/미흡 사항을 파악하고 이를 교육에 반영하여 미흡사항을 신속히 개선해 나가고 있습니다.



CS 화상교육 화면



CS R/P 평가



CS Letter와 VOC 사례모음집



디지털조선일보 주관

'소비자가 뽑은 가장 신뢰하는 브랜드 대상'

12년 연속 수상



2021년 한국표준협회

'프리미엄브랜드지수(KS-PBI)'

9년 연속 **1위** 브랜드 선정



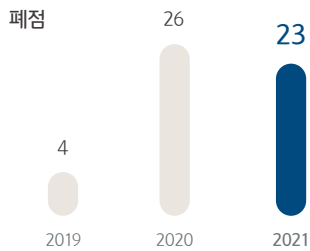
클레임 사례 모음집

고객 클레임 대응 가이드 마련

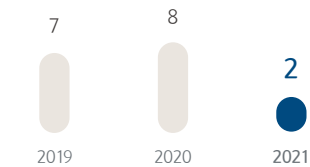
친절 서비스 역량을 강화하고, 고객 불만 사항을 효율적으로 처리하기 위하여 클레임 매뉴얼을 마련하였습니다. 2021년 7월 부로 시행된 이번 매뉴얼은 클레임 종류, 처리 프로세스, 클레임별 보상 기준 등을 명확히 하여 다양한 상황에 직원이 적절하게 대응할 수 있도록 합니다. 또한 불만 고객 응대 스킬과 효과적인 고객 응대 방법을 교육하고, 클레임 사례 모음집을 마련하여 고객과 직원의 관점 차이를 고려한 적절한 응대가 이루어질 수 있도록 노력하고 있습니다.

점포 운영 효율화

(단위: 점)



신설



유통판매 역량 강화

브랜드 다양화

롯데하이마트는 카테고리 킬러형 가전제품 전문점으로 다양한 브랜드 제품의 성능과 가격대를 비교하며 구매할 수 있다는 장점이 있습니다. 2021년 기준 5,000여 개 브랜드를 취급하고 있으며, 글로벌 브랜드, 삼성, LG전자와 같은 대기업 제품은 물론 국내 중소형 브랜드와 자체 브랜드(PB) 상품까지 다양한 브랜드 상품을 구성하여 고객의 제품 선택폭을 넓히고 있습니다.

오프라인 점포 다변화

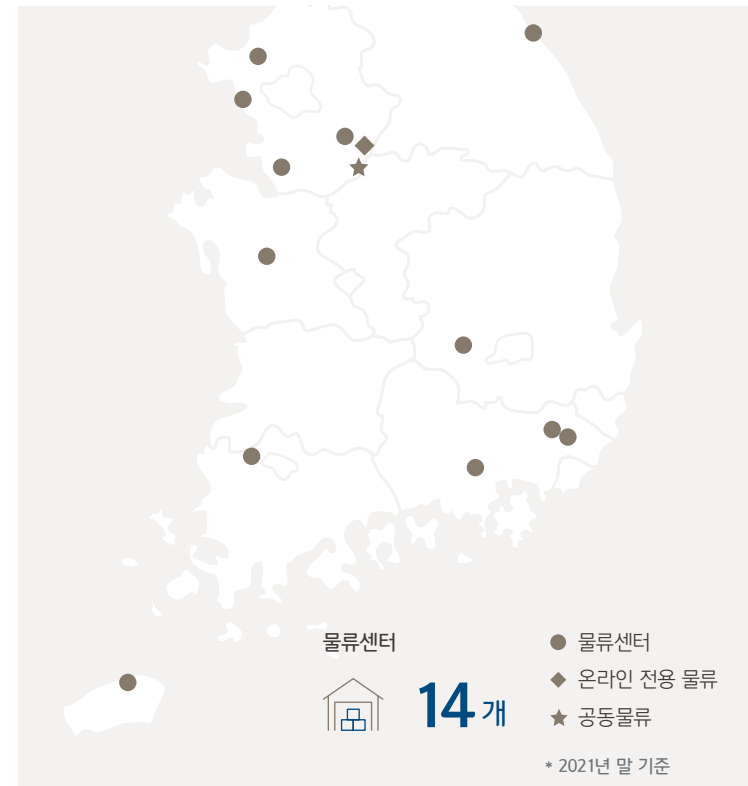
롯데하이마트는 2021년 기준 전국 427개의 오프라인 점포를 운영하고 있습니다. 2021년에는 비효율 점포의 폐점 및 동일 상권 내 점포 통폐합을 적극 추진하고 경쟁력이 우수한 대형점 비중을 확대, 오프라인 매장 운영 효율화를 도모하였습니다. 아울러 초대형 체험형 매장 메가스토어를 오픈하며 변모하는 고객 니즈에 따라 다변화된 오프라인 점포를 운영하고 있습니다.

전국적 물류 네트워크

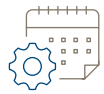
롯데하이마트는 전국 총 14개 물류센터¹⁾를 보유하고 있습니다. 전국에 위치한 매장, 물류센터 및 서비스센터는 모두 직영으로 운영되고 있으며, 가전제품에 특화되어 있습니다. 2021년 하반기 진행된 배송/설치 서비스 고객 만족도 조사 결과, '파손 없는 신속/정확한 상품 배송'이 롯데하이마트의 강점으로 꼽히기도 했습니다. 이와 더불어 롯데하이마트는 2017년 온라인 전용 물류센터를 오픈하여 온·오프라인을 아우르는 배송 서비스를 제공하고 있습니다.

1) 2021년 기준

롯데하이마트 전국적 물류 네트워크



고객중심 설치 배송 서비스



월 평균 설치 건수
약 **19**만건*

* 2021년 12월 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 직매입¹⁾ 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. 2021년 2월부터는 배송전날 알림톡을 통해 고객이 직접 배송일자를 변경할 수 있는 서비스를 제공하고 있습니다.

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

CS 마스터 설치 전문성 강화

전문 설치 배송 인력인 CS 마스터를 통해 고객에게 안전하고 편리한 제품 배송과 설치 서비스를 제공합니다. CS 마스터는 고객 만족도 제고의 핵심인력으로서, 2021년 기준 총 2,715명의 CS 마스터가 사전/사후 고객 서비스를 위해 활약하고 있습니다. 최근 강화되고 있는 홈케어서비스에서도 CS 마스터의 역할이 중요해짐에 따라 전문적인 인력을 확충하여 운용할 예정입니다. 2021년 3월에는 보다 체계적인 CS 마스터 교육을 위한 총 66평 규모의 가전설치 전문 교육장을 신설하였습니다. 교육장은 가전/에어컨/홈케어 통합 실습 진행이 가능하여 CS 마스터의 설치 전문성을 강화할 것으로 기대되고 있습니다. 서비스 마인드 교육, 신입 CS 마스터 교육, 에어컨 CS 마스터 자격증 교육, 명장 CS 마스터 보수교육, 가전 신제품 교육 등 CS 강사, 설치전문강사를 통해서 고객만족도 및 설치품질 향상에 노력하고 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 설치 서비스 • 희망일에 배송 • 프리미엄 배송 고객 전용 상담 서비스 제공 • 추가 사은 혜택 제공
 희망일 배송*	<ul style="list-style-type: none"> • 원하는 날짜에 전국 무료 설치 배송 • 알림톡 통한 고객 배송일자 직접 변경서비스 제공(21년 2월 24일부) 		

* 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.



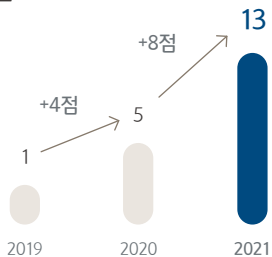
A/S 화상 상담 서비스

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 CS 마스터가 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 방문수거 서비스

A/S 방문수거 서비스는 CS 마스터가 직접 소비자 집을 방문해 수리가 필요한 밥솥, 청소기, 면도기, 다리미 등 소형가전을 수거하고, 수리 후 직접 배송해주는 서비스입니다. 롯데하이마트의 콜센터나 전국 430여 개 매장에 유선으로 방문수거를 신청할 수 있어 소비자들은 직접 매장방문 또는 택배이용 없이 편리하게 A/S 서비스를 이용할 수 있습니다.

애플 서비스센터 입점 현황 (단위: 점포)



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 CS 마스터 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.



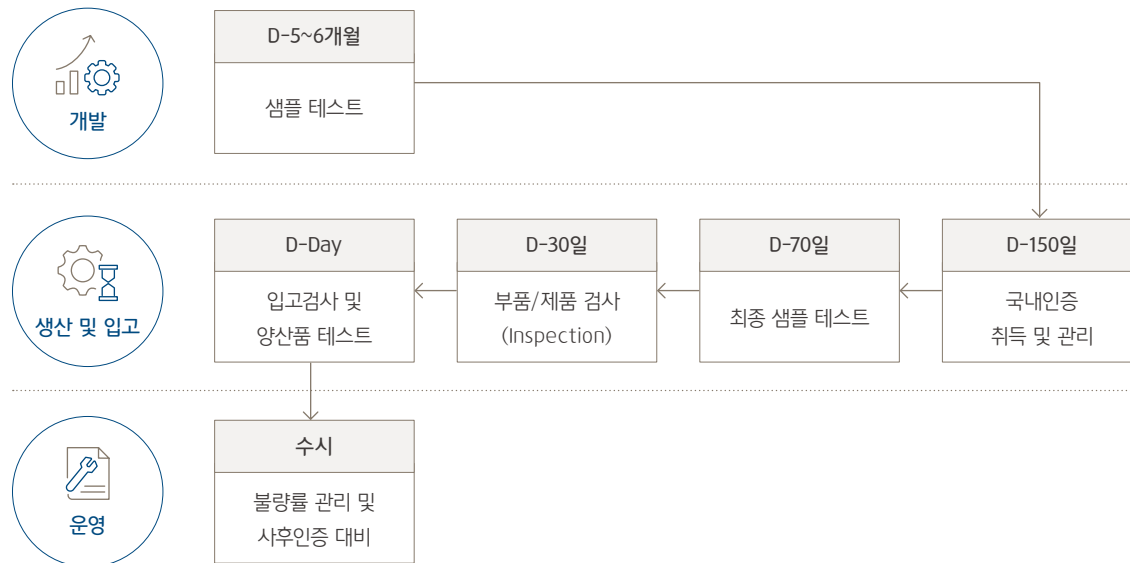
A/S 방문수거 서비스

제품 품질 관리

PB제품 전 과정 품질관리

고객에게 양질의 PB제품을 제공하기 위해 상품 기획부터 론칭 및 운영까지 전 과정에서 품질 관리 6단계 프로세스를 도입했습니다. 개발 단계에서는 자체 품질 실험실에서 진행하는 샘플 테스트를 통해 기준을 충족하는 상품을 선정합니다. 이후 제품 론칭 이전까지 KC, 전자파, 에너지 효율 등 국내 인증을 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 적합 여부를 확인하는 등 사후관리에도 최선을 다합니다.

PB제품 품질관리 6단계 프로세스



제품 품질안전 테스트

해외 소싱 제품의 품질안전 관리를 위해 외국 품질관리기관에 의뢰, 품질 테스트를 진행하고 있습니다. 무작위로 선정한 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.

품질 실험실 운영

PB 제품의 품질 관리를 강화하기 위해서는 다양한 품질 테스트를 실시할 수 있는 넓은 장소가 필요합니다. 이에 2021년 창동 사옥 품질 실험실을 확장 이전하여 기존의 4.5평(14.8㎡)보다 넓은 8.7평(28.7㎡)의 공간에서 품질 테스트를 실시하게 되었으며, 기존의 소비전력 및 전류 측정뿐만 아니라 감전 및 화재 위험 점검, 제품 구조 및 내부 부품 점검도 실행할 수 있습니다. 총 9개의 자체 품질 테스트 장비를 구비하여 외부 업체 의뢰 비용을 절감하였고, 이와 함께 품질검사 강화 및 품질 점검항목을 확대하였습니다. 또한 자체 테스트 장비 구비로 인해 외부업체에게 테스트를 의뢰한 경우에 대비해 비용도 절감할 수 있습니다.



PB제품 품질 테스트

Creating a Happy Organizational Culture

행복한 조직문화 조성



UN SDGs 연계

BACKGROUND

기업의 생산성 향상과 성장을 이룰 수 있는 핵심요소는 구성원의 행복도와 건설적인 기업문화입니다. 임직원들은 안전하고 행복한 일터에서 개인의 성장기회와 적절한 보상을 제공받을 때 높은 업무 몰입도를 갖게 됩니다. 또한 기업의 핵심가치에 대한 임직원들의 자긍심과 책임감을 바탕으로 건강한 조직문화를 자리잡음으로써 더욱 우수한 인재를 확보해 나갈 수 있습니다.

APPROACH

롯데하이마트는 임직원의 인권 존중과 안전보건 경영을 기반으로 일하고 싶은 일터를 조성하고, 개인적인 성장을 이룰 수 있는 각종 지원제도를 마련하고 있습니다. 공정한 채용 과정을 통해 우수한 인재를 확보하며, 임직원들은 체계적이며 실질적인 직무 교육을 통해 유동 전문 인력으로 성장할 수 있습니다. 또한 임직원 개인의 능력에 따른 평가와 보상제도는 물론 기업문화 개선을 위한 캠페인 실행, 다양한 사내 소통채널도 운영하고 있습니다. 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

→ 47 page



중대재해처벌법 대응

→ 51 page



기업문화 개선

→ 57 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-TAB¹⁾ 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 편익을 보장하고 있습니다.

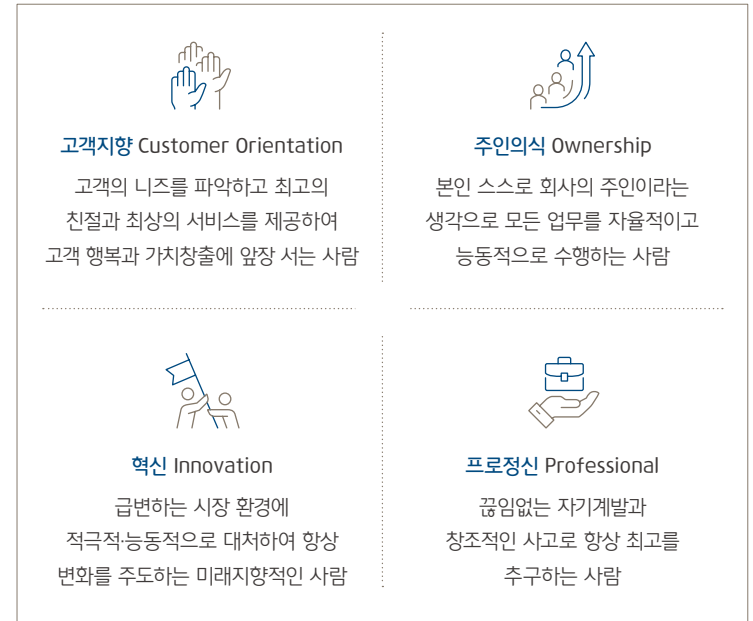
1) LOTTE Talent Assessment Battery, 롯데그룹의 인적성 검사

사회형평적 인력 채용

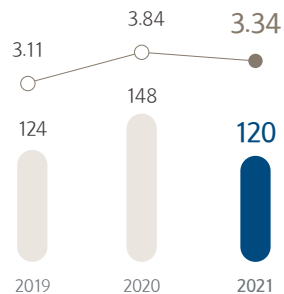
채용 시 지원자들이 성별, 장애로 인한 차별을 받지 않도록 직무역량을 중심으로 선발하고 있습니다. 국가보훈대상자 및 외국인의 경우, 관련 법규 우대정책으로 형평성을 보장하여 많은 지원자들에게 채용 기회를 제공합니다. 2021년 여성인재는 전체 직원의 37.9%에 해당하는 1,387명이며 성별과 관계 없이 신입/경력직 우수 인력을 확보하기 위해 노력하고 있습니다. 2021년 장애인 고용률은 3.34%로, 의무고용률 3.10% 대비 0.24%를 초과 달성하였습니다.

니다. 이외에도 지점 영업직 채용 시 지역별 채용을 확대하는 등 양질의 일자리 제공을 위한 노력을 아끼지 않았습니다.

롯데하이마트 인재상

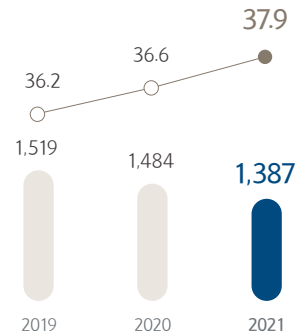


장애인 채용 현황 (단위: 명, %)



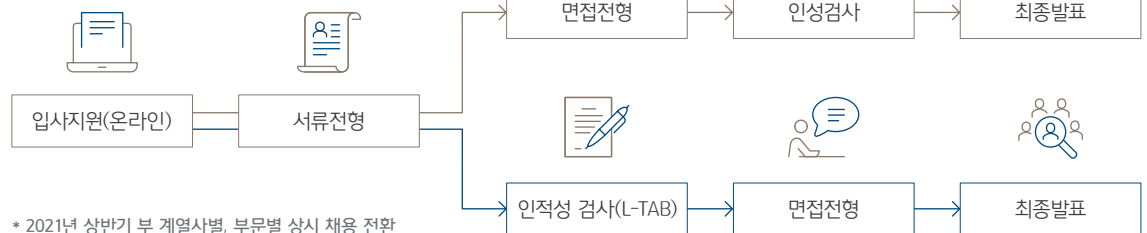
* 평균인원 기준
** 산정식: 장애인 상시근로자/전체 상시근로자

여성인재 인원 현황 (단위: 명, %)



채용 절차

- 판매직 신입/계약직/장애인/시간제
- 롯데그룹 공개채용*



* 2021년 상반기 부 계열사별, 부문별 상시 채용 전환

직원 인권 및 노사관리

롯데하이마트 인권경영헌장 제정

인권 존중 및 개선은 사회 구성원으로서 기업의 기본적인 책무입니다. 롯데하이마트는 사업의 운영 과정에서 발생가능한 임직원 및 모든 이해관계자들의 인권 침해 리스크를 제거하기 위해 인권경영헌장을 제정하여 2022년 5월부터 시행하고 있습니다.

롯데하이마트 인권경영헌장

제 1장 총칙	<ul style="list-style-type: none"> • 목적 • 기준 	<ul style="list-style-type: none"> • 적용범위 • 롯데하이마트의 의무
제 2장 인권존중 원칙	<ul style="list-style-type: none"> • 동등 지위 • 법령 준수 • 차별 금지 • 폭행/강제근로 금지 • 아동노동 금지 • 신분보장 • 여성과 소년 보호 • 괴롭힘 금지 • 안전/보건 	<ul style="list-style-type: none"> • 결사의 자유 • 대표권 • 성적 자기결정권 • 정보보호 • 고객 인권보호 • 지역주민 인권 보호 • 공급망 관리 • 미열거 사항
제 3장 고충처리	<ul style="list-style-type: none"> • 고충처리 채널 운영 • 고충처리 대상 • 고충처리 진행 	<ul style="list-style-type: none"> • 절차 및 방법 • 비밀 준수
제 4장 인권경영 체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 인권경영 계획 수립 • 인권경영 주관부서 	<ul style="list-style-type: none"> • 협력사 지원 • 대표자 보고
제 5장 보칙	<ul style="list-style-type: none"> • 준용 	

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.

아울러 지역별 기업문화개선 담당을 배정하여 지점을 순회하면서 책임자와 직원에 대한 인권 교육을 진행하고 점검하고 있습니다.



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	현장 순회 점검	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 근로조건, 복리후생 등 다양한 주제로 협의가 이루어집니다. 특히 업무 현장에서 겪는 애로사항을 중점적으로 다루어 현장 중심의 노사협의회를 지향하고 있습니다. 노사협의회를 통해 노사간 소통과 직원 친화적인 업무환경을 만들기 위해 노력하고 있습니다. 특히, 2021년에는 코로나 19 확산으로 인해 발생할 수 있는 혼란을 사전에 예방하고 대응하는 체계를 노사간의 소통으로 정착시켰으며, 정부 코로나 방역지침에 따른 당사 맞춤 가이드를 함께 논의하여 전사에 적용하였습니다.

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.

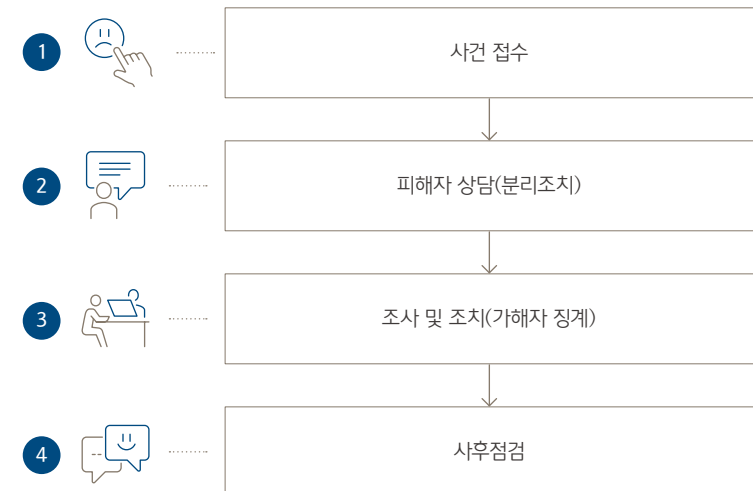
고충처리제도

사내전산시스템(HIPPLE) 및 제보 메일	윤리사무국 Hot-Line
익명 고충 제보 게시판 (Let's Talk)	사외 전문 심리/재무상담 제공

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 1명) 및 고충처리 상담위원(사내 노무사 1명 포함 기업문화팀 총 3명)을 선임, 운영합니다. 관련 제보는 사내 전산 시스템(HIPPLE) 또는 Hot-Line 등의 경로에서 이용 가능하며, 내담자 신분 및 상담 내용은 엄격한 보안 절차에 따라 철저히 비공개 처리됩니다. 또한 접수된 고충 및 인권침해 사항은 5일 이내 신속, 공정하게 처리되며 조치 내용은 사후에도 지속적으로 점검, 관리됩니다. 2021년에는 지역별 기업문화개선 담당 내 직원을 통해 고충을 사전에 접수하여 해소하고, 사후관리하는 프로세스를 정립하였습니다.

사내 고충처리 프로세스



사업장 안전보건



안전보건경영 체계

롯데하이마트는 임직원, 고객 및 모든 이해관계인의 안전보건을 최우선의 가치로 삼고, 재해 건수 제로화를 목표로 합니다. 산업안전보건법에 따라 산업안전보건위원회를 운영하고 있으며, 분기별 회의에서 사업장 안전보건을 위한 각종 활동 심의 및 현황을 공유합니다. 또한 대한산업보건협회 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

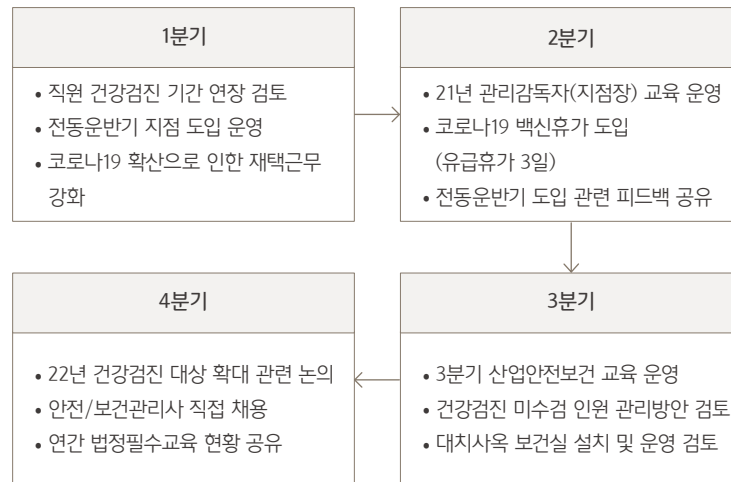
산업안전보건위원회 위원은 산업안전보건법에 따라 4명의 사용자위원, 4명의 근로자위원 총 8명으로 구성되어 있습니다. 위원회는 분기 1회 산업재해 'ZERO'를 목표로, 각종 산업재해 예방 정책 및 교육방안 등을 심의하고 결정합니다.

연도별 재해 발생 현황*

산업재해율	(단위: %)		
	0.01	0.04	0.04
	2019	2020	2021
재해건수	(단위: 건)		
	1	2	2
	2019	2020	2021
사망자수	(단위: 명)		
	0	0	0
	2019	2020	2021

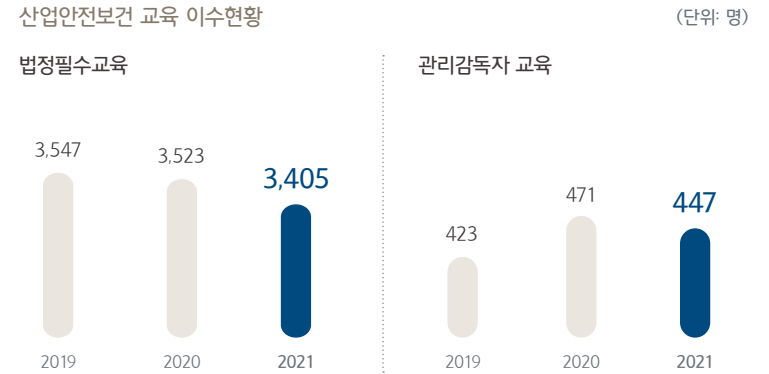
* 2021년 고용노동부 산업재해율 통계 0.57%

2021년 산업안전보건위원회 회의 안건



산업안전보건 교육

근로자에 대한 산업안전보건 교육은 산업안전보건법 제 29조에 따라 전 임직원 대상, 분기별 1회의 (3시간 이상) 산업안전보건 교육을 실시합니다. 지점장의 경우, 연 1회(연간 16h 이상) 별도 관리감독자 교육을 수료하고 있습니다. 2021년에는 산업안전보건교육 내용을 개선하고 응답형 교육(퀴즈) 비중을 높여 교육 효과를 증대하였습니다.



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

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. 안전관리팀은 주 1회 이상, 지사는 주 1~2회, 그리고 지점은 일 3회 합동 점검을 시행하고 있습니다. 특히 공사장 3대 기본기(보호구 착용, 금연, 추락방지)를 서약서에 명시하여, 이를 이행하지 않을 시 엄중히 제재하고 있습니다.

권역별 안전담당자 신규 선임

기존에는 본사에서만 전국 사업장(매장/물류센터)을 순회 점검하여 안전 사고 각지대가 발생할 수 있었습니다. 더욱 촘촘한 안전관리를 위하여 전국을 6개 권역으로 나누고 각 권역에 1명씩 안전 담당자를 배치하였습니다. 권역별 안전 담당자는 현장 안전 점검 위주의 업무를 수행하며 안전사고 예방에 힘 쏟고 있습니다. 이를 통해 사업장 시설물 방문 점검 횟수가 기존 월 40점에서 150점으로 대폭 상승하였습니다.



안전점검의 날 포스터

안전점검의 날

매월 둘째 주 수요일을 안전점검의 날로 지정하여 사업장 자체적으로 안전점검을 실시하고 위험요인을 조기에 발굴, 개선하고 있습니다. 본사에서 전사적으로 가장 위험요인이 높은 TOP RISK를 선정하여 매월 1개씩 집중적으로 제거하고 있습니다. 또한 지점과 안전관리팀이 합동으로 소방훈련을 진행하고 있습니다.

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 2021년 코로나19 확산을 막기 위해 사업장 감염병 예방 매뉴얼을 추가하는 등 임직원 안전관리에 적극 대응하고 있습니다.

중대재해처벌법 대응

중대재해처벌법이 2022년 1월 27일부터 시행되었습니다. 이에 대한 대응책으로서 롯데하이마트에서는 발생할 수 있는 중대재해사고 (중대산업재해¹⁾와 중대시민재해²⁾)를 예방하고자 안전보건관리체계 규정화를 통해 주기적으로 안전보건을 점검 및 보고하는 시스템을 운영하고 있습니다. 2021년에는 사업장 내의 위험성 평가를 실시하고 안전 기획 및 점검 전담 조직을 신설하는 등 중대재해처벌법 대응 활동을 진행하였습니다.

- 1) 근로자와 노무제공자가 보호대상으로 도급, 용역 등 업무 중에 발생가능한 재해
- 2) 이용자와 일반시민이 보호대상으로 롯데하이마트에서 판매하는 제품, 서비스 등을 이용하는 이용자에게 발생가능한 재해

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. 2021년 5개월 동안 전 직원 대상 건강검진을 실시하였으며, 지점장급 이상 직책자와 40세 이상의 직원 및 그 배우자까지 건강검진을 확대하여 건강하고 행복한 일터 조성에 앞장서고 있습니다. 2021년에는 대치사옥에 보건실을 설치하고 보건관리사(간호사)를 채용하여 임직원 건강관리 및 건강검진 사후관리를 강화하였습니다.

단체상해보험가입

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

종합건강검진 지원 현황

	검진 I	검진 II	프리미엄 검진
대상*	<ul style="list-style-type: none"> • 본인 • SA 이하, 만 40세 미만 	<ul style="list-style-type: none"> • 본인 및 배우자 • M 이상, 지점장, 만 40세 이상 	<ul style="list-style-type: none"> • 본인 및 배우자 • 만 50세 이상
검진 항목	기본검진 + 선택검진 (CT, 초음파)	기본검진 + 선택검진 (CT, 초음파, 대장내시경)	기본검진 + 선택특화검진 (CT, 초음파, 대장내시경, MR)

* SA, M은 직급 체계로 SA는 대리급, M은 책임급을 의미

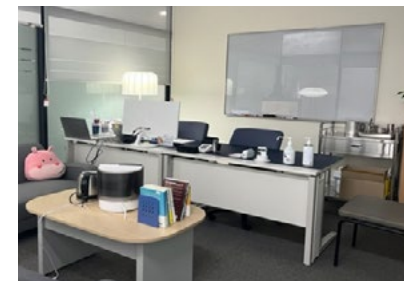
고객응대 근로자 지원제도

고객응대가 많은 업종 특성상 고객응대 근로자에 대한 각종 지원제도를 마련하였습니다. 악성 민원 소비자 대응 매뉴얼을 제작, 보급하여 고객응대 근로자가 효과적으로 대응할 수 있도록 하였으며, 근로자 보호용 POP 홍보물 제작으로 고객응대 근로자의 권익 보호에 실질적인 지원에 힘썼습니다.

HI-MIND(하이마인드) 심리상담 프로그램 운영

HI-MIND(하이마인드)는 롯데하이마트의 EAP¹⁾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, 2021년 코로나19로 인한 비대면 상황에서도 직원 개인의 삶의 질을 향상시키고 업무 생산성을 높일 수 있었습니다. 이외에도 심리상담자 중 고위험군 직원을 구분하여 지속 상담을 이어가 상황이 개선될 수 있도록 전문 상담 기관과 협력을 강화해 나가고 있습니다.

1) Employee Assistance Program, 근로자 지원서비스



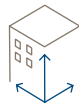
대치사옥 내 보건실



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. 특히, 2021년은 코로나19 상황으로 인해 비대면 평가를 실시하였습니다. 비대면의 한계를 극복하기 위해 응시자가 근무하는 지점의 위험요인을 발굴하고 개선방안을 도출하는 개별 맞춤 평가를 실시했습니다. 세이프 마스터 자격증은 취득 3년 후 재시험을 통해 갱신해야 하며, 2021년 12월 기준 총 1,241명의 세이프 마스터가 활동 중입니다. 롯데하이마트는 세이프 마스터 제도를 확대하여 전 직원의 안전의식과 전문성 제고에 노력하겠습니다.



동종업계 최대 시설면적

총 **119**평 규모



2021년 교육 이수인원 (파트너사 직원 포함)

약 **650**여 명

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 CS 마스터는 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.



안전벨트 체험 예상 투시도

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 CS 역량 교육'이 진행되고 있습니다. 또한 경력개발 과정으로는 계층·직책별 교육 및 여성리더 육성을 위한 '세일즈 여성리더 과정'을 운영하고 있으며, 판매직 직원 대상 전산 활용 교육 및 평가를 통한 학습을 병행함으로써 업무에 따른 교차 투입이 가능한 롯데하이마트인 육성에 앞장서고 있습니다. 이외에도 개인역량 개발을 위해 위탁 사내대학제도를 실시하여 직원의 자기계발 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.

직급·직책별 교육과정

신입 인턴부터 신입 직책자 및 관리자에 이르기까지 전 직원 직급별 생애주기에 걸친 교육과정을 운영하고 있습니다. 신입 인턴 입문 과정부터 예비 직책자 교육(예비 지점장 교육, 예비 판매부장 교육), 신입 직책자 교육(신입 지사장 교육, 신입 지점장, 신입 판매부장) 및 지점장 보수교육을 운영합니다. 또한 여성 관리자 확대를 위해 여성리더 멘토링, 판매 멘토링, 세일즈 여성리더 과정 등 육성 로드맵을 구축, 운영하고 있습니다. (여성간부 총 92명, 13.4%) 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 교육뿐만 아니라 직원이 직접 참여하는 R/P경진대회를 통해 전 지점의 영업 경쟁력을 강화시키기 위해 노력하고 있습니다. 또한 고객의 관점에서 서비스 품질을 높이기 위한 체계적인 CS 교육과 진단/평가를 진행함으로써 고객 만족도 향상을 추구하고 있습니다.

2021년 임직원 교육 현황



임직원 1인당 평균 교육 시간

28.6시간



2021년 교육 투자 비용

2,219백만 원

인재육성 체계도



2021년 Touch Class 운영 현황



학습 콘텐츠

236개



일 평균 학습자

403명

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. 매월 신청 및 추첨을 통해 독서 플랫폼, 마인드 케어 플랫폼 구독권을 지원하여 모바일 앱으로 쉽고 편리하게 주도적인 학습이 가능합니다.

2021년 판매직 여성인재 멘토링 현황



판매직 여성인재 멘토링

36명

성평등 인재육성 프로그램

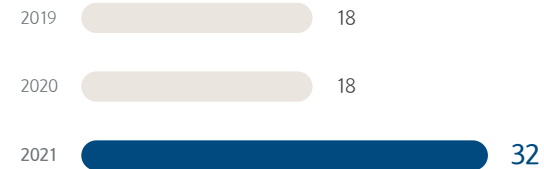
성별에 따른 직무 구분을 줄이기 위한 성평등 교육과정을 운영하고 있습니다. 2020년 7월부터 전 지점에 캐시 없는 매장을 운영하여 직무에 대한 성별 구분을 줄이고 여성 직원이 전담했던 POS 업무를 남성 직원도 가능할 수 있도록 교육하여 성별에 관계없이 다재다능한 롯데하이마트인을 육성하기 위해 노력하고 있습니다. 판매직 전환 여성인재 대상으로 진행되는 '판매직 여성인재 멘토링' 교육은 여성인재 간 멘토-멘티 그룹을 구성하여 15주간 진행하는 프로그램으로, 여성인재 간 네트워킹을 구축하고 세일즈 노하우를 전수받을 수 있는 든든한 멘토를 구성하여 인사정책 변경에 따른 여성 직원의 판매직 적응 및 성장을 지원합니다. 이러한 노력의 결과로 여성인재의 세일즈 역량이 강화되고, 판매 업무에 집중할 수 있는 환경이 조성되어, 21년 여성인재의 인당 판매 성과가 전년대비 44% 개선되는 효과를 보였습니다.

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 학위취득현황

(단위: 명)



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, 이익제기 제도, 중간면담 및 동료평가 등 선진적 인사과제도를 도입하여 효과적인 성과평가를 통한 동기부여와 생산성 증대를 위해 노력하고 있습니다.

MBO¹⁾ 시스템

MBO 시스템의 도입은 조직 목표와 개인 목표의 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.

1) Management by Objective, 목표에 의한 관리

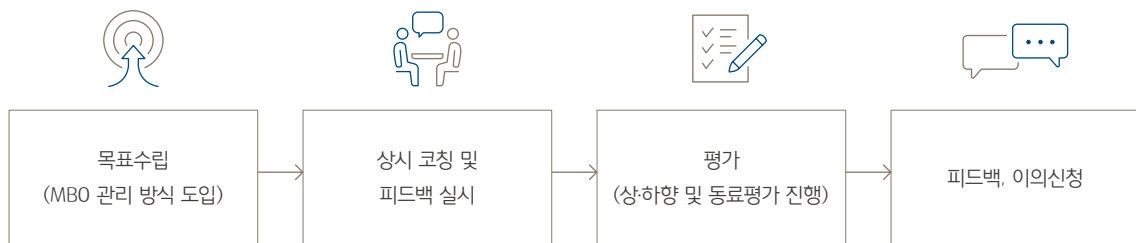
360도 다면 평가제도

롯데하이마트는 조직의 효율성과 평가 공정성을 제고하기 위해 다면화된 상호 평가 방식의 고과평가제도를 실시하고 있습니다. 상하향 평가가 가능하도록 노무역량 평가를 진행하여, 상하급자 간 피드백을 통한 생산성을 높이고 있습니다. 또한 2020년 동료직원 서로의 직무역량, 업무 태도 등을 평가할 수 있도록 동료평가 제도를 도입해 부서원 및 타 부서 상호 평가와 피드백을 통한 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	이익제기제도 도입
2019년 하반기	상시 코칭 도입
2020년 하반기	동료평가 도입

임직원 행복

기업문화 개선

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.

상호존중과 소통의 조직문화 실현

롯데하이마트는 조직문화를 개선하고자 본/지사 간 감사릴레이 운영, 지점 응원 이벤트 개최, Fearless Leader 선발을 시행하고 있습니다.

감사릴레이 운영

본사/지사와 지점 간 상호 존중 문화 확산과 서로 간의 인정과 격려를 통해 업무 동기를 부여하고자 감사릴레이를 운영하고 있습니다. 협업 우수성과 비즈니스 매너 우수성을 기준으로 홀수달은 지점직원, 짝수달은 본사/지사 직원을 서로 추천하여 감사릴레이 대상자를 선정하고 있습니다. 선정된 대상자



롯데하이마트 기업문화 개선 캠페인 홍보자료



들은 소속 부문장의 격려메시지와 상장을 받게 되며, 선정된 직원의 자긍심 고취를 해당 내용을 전사적으로도 공지하고 있습니다.

지점응원 이벤트

영업부문 현장 직원들을 응원하고자 '커피트럭 이벤트'를 2021년 8월부터 11월까지 월 1회 진행하였습니다. 추첨을 통해 선정된 4개 지사를 방문해 각 지사당 총 음료 200잔을 배달하였으며, 방문 시에는 주니어보드가 현장 의견을 함께 청취하는 등 현장 개선을 위한 활동을 실시하였습니다.

Fearless Leader

Fearless Leader는 구성원들 사이에서 공감형 리더십을 기반으로 혁신적인 리더를 선발하고 격려하기 위해 연 6회 시행되는 프로그램입니다. 전직원이 모바일 설문을 통해 리더(매니저-임원)를 추천한 후 주니어보드 5명을 포함한 심사평가단이 평가 및 선발하여 시상하고 있습니다.



영업부문 격려 이벤트



Fearless Leader 선발 포스터

HIGHLIGHT

다양한 사내 소통채널 운영

임직원 소통을 활성화하고 사내 아이디어 제안 및 업무 개선사항 도출을 위해 사보 제작, 트렌드톡, 다이너마이트 프로젝트, 익명 게시판인 '이상한 게시판', 주니어보드를 운영하고 있습니다.

롯데하이마트 사보

사보를 활용하여 임직원 미담사례, 우수매장 사례, 우수사원 포상 소식 등을 널리 알리고, 업무 관련 각종 상식과 노하우를 공유하고 있습니다.

트렌드톡

MZ세대에 해당되는 사원과 대리급 임직원들을 대상으로 진행되는 트렌드톡은 서로 간의 아이디어와 국내외 최신 트렌드를 자유롭게 공유하며 인사이트를 함양하기 위한 소통 채널입니다. 2021년에는 총 2회의 트렌드톡이 시행되었습니다.

이상한(IDEAL) 게시판

익명으로 운영되는 이상한(IDEAL) 게시판에서는 사내 임직원들이 상시적으로 하이마트 캐릭터제작, 새로운 컨셉 매장 제안과 같은 아이디어를 공유하며 소통하고 있습니다. 월평균 게시글이 20건, 평균 댓글 수가 2.7개에 달하며, 제안된 주요 아이디어들은 사내 업무 개선에 활용하고 있습니다. 아울러 게시판에 참여한 임직원들을 대상으로 최우수 참여자, 이슈 IDEA 최우수상, 얼리버드상 등 다양한 종류의 시상도 진행하고 있습니다.

다이너마이트 프로젝트

임직원들은 다이너마이트 프로젝트를 통해 소속이나 직급에 관계없이 개인 혹은 팀을 구성하여 롯데하이마트의 개선방안 및 신규 사업 아이디어를 제안합니다. 2020년 1기를 시작으로 하여 2021년에는 2~4기가 운영되었습니다. 프로젝트 운영팀은 대표이사 소속의 TF팀으로서 매장 개선, 업무 및 운영 개선 등과 관련된 한 개의 주제를 선정하여 프로젝트 수행계획서를 작성합니다. 두 차례의 평가(팀장 및 임원 평가)를 통해 우수한 한 팀을 채택 후 시상하며, 해당 팀의 프로젝트 결과는 업무 프로세스 개선을 위해 활용하고 있습니다.

주니어보드 운영

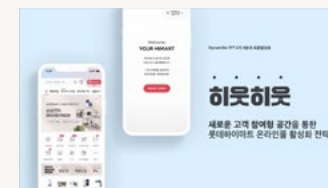
대표이사의 '하이라인' 직속 소통 조직인 주니어보드는 2021년 4월 기준 대리급(SA) 5명 이내로 구성되어 있습니다. 주니어보드 구성원들은 대표이사와 월 1회 회의를 진행하고 있으며, 회의 결과에 대한 내용이 담긴 리더스 메시지를 게재합니다. 대표이사와의 회의에서는 현장 방문을 통해 파악한 현장의 목소리를 전달하거나, 매월 다양한 주제를 선정하여 새로운 아이디어와 관점을 제시하고 있습니다.



롯데하이마트 사보



상반기 시행된 메타버스를 활용한 트렌드톡



다이너마이트 프로젝트 TF팀 발표자료

일과 삶의 균형잡힌 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 임직원들의 워라벨을 위해 유연근무제도 운영 등 다양한 제도들도 시행하고 있습니다.

가족친화 우수기업

롯데하이마트는 가족친화적 제도를 인정받아 2015년 여성가족부 주관 가족친화기업으로 인증받았으며, 이후 2018년 업계 최초로 가족친화 우수기업으로 재인증을 획득, 2021년에도 인증을 유지하였습니다. 앞으로도 롯데하이마트인과 그 가족을 위한 지원제도를 확대하여 가족친화적 기업으로서 입지를 굳혀갈 것입니다.



가족친화 우수기업 인증



전직원 가족 격려 행사

가족사랑실천 연차 활성화 제도

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

가족 격려 행사

롯데하이마트는 임직원들이 가족들에게 전하지 못하는 감사의 마음을 대신 전달해 조직 몰입도를 높이고, 사내 가족 행사를 통해 업무 긴장도 해소 및 가족 사랑 실천을 독려하고자 '전직원 가정의 달 격려 행사'를 진행하고 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 예비 시간을 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

기업들은 당면한 글로벌 경영환경에서 경영활동의 동반자인 파트너사들과 수평적인 관계를 구축하고 상호 협력을 통해 성과를 창출하여야 합니다. 또한 동반성장과 신뢰를 기반으로 한 공정거래의 실천은 대기업의 시장 독과점과 양극화를 완화하여 협력사인 중소기업은 물론 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 인지하여 상생협력 전담조직을 구축하고 상생협력 전략을 수립하였으며, 상생협력 자체브랜드 상품 공동개발을 위한 중소기업 모집, 롯데하이마트가 가진 우수한 온오프라인 유통 네트워크를 통한 판로개척 지원확대 등 각 전략에 해당되는 파트너사 역량강화 프로그램을 운영하고 있습니다. 이외에도 파트너사 임직원의 역량강화를 바탕으로 중소 파트너사의 혁신과 기술력 향상을 적극 후원하며 환경 및 안전 관련 파트너십을 맺고 환경성과평가, 안전교육 등 파트너사의 환경경영 지원에도 앞장서고 있습니다.

ACTIVITIES



파트너사
품질관리

→ 63 page



KOTRA와 상호협력
증진 업무협약 체결

→ 63 page



2021 혁신상품
체험관

→ 63 page



파트너사 상생협력

파트너사 현황

롯데하이마트는 가전제품 제조사 및 물류 파트너사 등 사업에 필수적인 재화와 서비스를 제공하는 1,513개¹⁾ 파트너사와 긴밀한 상생협력관계를 맺고 있습니다. 롯데하이마트 파트너사 직원들은 매장 및 물류센터에서 재고 관리, 고객/배송, A/S 담당, 판매 등 다양한 업무를 수행하고 있습니다.

1) 2021년 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



파트너사와의 협력을 통한 지속성장

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.

파트너사 역량 강화



2021년 누계 컨설팅
비용 투자 금액

총 **6.92**억 원

2021년 동반성장 아카데미 운영실적

(누적)

온라인

경영일반/직무/어학 등 200여 개 강좌

531개사 1,234명 수강 지원

오프라인

회계재무/마케팅/물류 등

249개사 355명 수강 지원

컨설팅 지원

당사와 거래 중인 중소 파트너사의 사업 효율성 강화를 위한 컨설팅 지원 프로그램을 2021년부터 운영해오고 있습니다. 컨설팅은 파트너사 ESG 지원사업과 빅데이터 컨설팅 지원으로 구성되어 있으며, 파트너사 ESG 지원사업에서는 안전·환경, 노동·인권, 공정거래 등에 대한 맞춤형 컨설팅과 비용을 제공하고 있습니다. 아울러 코로나19 유형에 따른 소비 형태 및 소비자 기호 변화, 빅데이터 기반의 서비스 확대의 필요성으로 인해 롯데하이마트는 무상으로 파트너사들의 빅데이터 컨설팅도 진행하고 있습니다. 사업 대상으로 선정된 파트너사들은 빅데이터를 바탕으로 새로운 마케팅 전략을 수립하고, 신규 및 잠재 고객 확보에 필요한 데이터 분석 역량에 대한 컨설팅을 제공받습니다. 2021년에는 총 33개의 파트너사가 해당 컨설팅 프로그램에 참여하여 지원을 받았습니다.

동반성장 아카데미

파트너사의 지속적인 성장과 혁신에는 임직원의 역량 강화가 필수적입니다. 롯데하이마트는 2016년부터 동반성장 아카데미를 운영하여 중소 파트너사가 활용할 수 있는 다양한 교육 프로그램을 제공하고 있습니다. 교육은 경영·어학 등 200여 개 온라인 강좌와 외부기관과 연계한 오프라인 교육과정, 외부 전문 강사 초청 특강으로 구성되어 있습니다. 교육비 전액을 롯데하이마트에서 지원하고 있습니다.

금융지원

대금지급 조건 개선

중소 파트너사의 재정 부담을 줄이고 원활한 자금 운용을 돕기 위해 상품 대금 전액을 현금으로 지급하고 있습니다. 또한 공정거래협약을 체결한 중소 파트너사의 대금지급 조건을 개선하고, 2021년 총 356개 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.

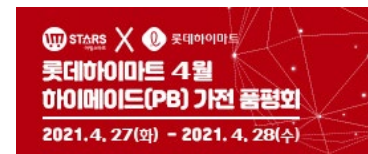
금융 솔루션 제공

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. 중소 파트너사는 0.65%p 이상 우대금리를 통해 대출이자 감면 등의 혜택을 받고 있습니다. 이외에도 네트워크론을 통해 중소 파트너사가 쉽게 대출할 수 있도록 돕고 있습니다.

PB상품 공동개발 중소 파트너사 공모

롯데하이마트는 다양한 기술력을 갖춘 자체 브랜드(PB) 상품 개발로 고객 만족도를 높임과 동시에 중소 파트너사 판로 확대를 위해, PB상품 개발 중소 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

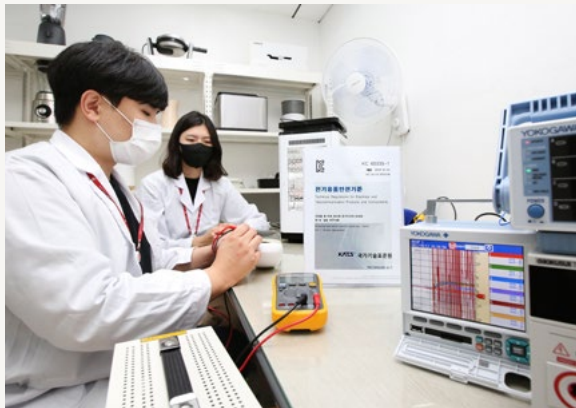


PB 가전 품평회

HIGHLIGHT

파트너사 품질관리

롯데하이마트는 2021년 11월부터 매월 중소 파트너사의 제품 품질 향상을 위한 컨설팅 지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 동반성장 활동의 일환으로 파트너사의 제품 품질 개선사항 점검과 당사의 품질관리 노하우를 전수하고 있습니다.



파트너사 품질컨설팅 지원

KOTRA와 상호협력 증진 업무협약 체결

롯데하이마트는 2021년 8월 KOTRA (대한무역투자진흥공사)와 상호협력 증진을 위한 업무협약을 체결하였습니다. 업무협약을 통해 롯데하이마트는 KOTRA와 함께 해외전시회 한국관과 연계된 체험관을 확대 운영합니다. 중소기업과 스타트업을 포함해 체험관에 참가하는 기업들에게는 롯데하이마트 입점기회 제공, 국내 판로 개척 관련 노하우 공유 등 동반성장을 위한 각종 기회를 제공하여 적극적으로 협력할 계획입니다.



KOTRA와의 업무협약식

2021 혁신상품 체험관

CES, MWC 등 세계 유명 박람회 출품된 상품을 월드타워점에 있는 혁신상품 체험관에 전시하여 고객이 해당 상품들을 직접 체험할 수 있도록 운영하고 있습니다. 2022년 1월 기준 총 43개의 혁신 상품을 선보였으며 이 중에서 29개 상품이 롯데하이마트 판매채널을 통해 판매되고 있습니다. 체험관 종료 후 상품기획자와 해당 상품 기업이 입점 여부를 결정하는 프로세스로 혁신상품 체험관을 운영하고 있습니다.



혁신상품 체험관

파트너사 판로 확대

온라인 판로 지원

국내외 가전 시장의 온라인 매출은 지속적으로 성장하고 있습니다. 따라서 온라인 판로 확보는 중소 파트너사 경쟁력의 필수 요소입니다. 롯데하이마트는 중소 파트너사의 판로 확대를 위해 온라인 쇼핑몰 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

'하트라이브' 운영 실적

방송 수
총 **10**회 방송

누적 시청자 수
약 **6.6**만명

방송일 누적 매출
약 **89**백만 원

* 방송 중 기준, 21년

하트라이브 '에쓰위의 ESG편' 진행, 중소 파트너사 판로 지원

'하트라이브: 에쓰위의 ESG편'은 롯데하이마트만의 차별화된 중소협력사 및 소상공인 지원 프로그램입니다. 2020년 9월부터 모바일 생방송 플랫폼 하트라이브를 통해 진행하고 있는 에쓰위의 ESG편은 코로나19로 어려워진 소상공인과 우수 파트너사의 판로 확대를 돕고 있습니다. 하트라이브는 매주 월수금 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 소형 냉장고(벨), 경안글로벌의 러닝머신(홈트레킹), 벤탐코리아의 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 에쓰위의 ESG편

파트너사 정보공유 및 소통 강화

파트너사 소통 프로그램

중소 파트너사와 긴밀한 소통을 유지하여 지속적인 동반성장을 달성하기 위해 각종 간담회, 문화/교류 행사를 운영하고 있습니다. 2021년에는 코로나19 확산으로 국내외 모든 활동이 위축되었음에도 롯데하이마트는 파트너사와의 협력관계를 위한 노력을 멈추지 않았습니다. 소통을 위한 '찾아가는 간담회', '비대면 동반성장 간담회' 활동과 함께 파트너사 임직원의 삶의 질 향상과 양사 임직원 간 교류를 활발히 하기 위한 다양한 교류활동을 진행했습니다.

파트너사 문화지원 및 교류 프로그램

중소 파트너사 임직원 삶의 질 향상을 위해 파트너사 임직원과 가족을 위한 문화행사에 초청하고 있습니다. 2021년에는 코로나19로 인해 야구경기 관람, 공연관람 등 파트너사와 소통할 수 있는 문화 행사 진행에 제약이 발생하여, 도서지원 위주로 시행하였습니다. 향후에는 문화 행사를 재개하여 지속해 나갈 계획입니다.

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. 2021년에도 코로나로 인하여 오프라인 동반성장 간담회는 진행하지 못하였으나, 2021년 12월 온라인 실무자 간담회를 주최하여, 내년도 사업방향을 공유하고 상호간 소통할 수 있는 교류의 장을 마련하였습니다.

파트너사 윤리진단 평가

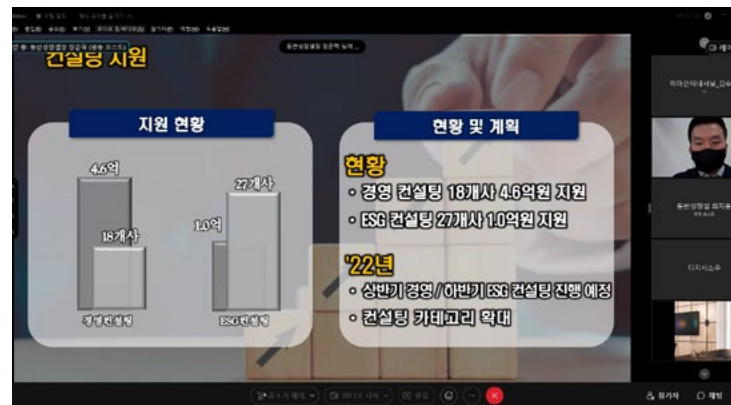
롯데하이마트는 매년 파트너사를 대상으로 외부기관을 통한 윤리진단 평가를 실시하고 있습니다. 해당 평가는 온라인 설문으로 진행하며, 갑질행위 유무, 금품향응 수수 등을 포함한 윤리경영, 공정거래와 임직원 친절도를 포함한 거래 만족도 평가 분야를 통해 개선사항을 도출할 수 있습니다. 2021년 종합지수는 6.1점(7점 척도)으로 높은 점수를 보인 반면 잦은 담당자 변경에 따른 소통 부족 및 거래절차 간소화를 위한 개선이 필요한 것으로 파악되었습니다.

소통 강화 프로그램



찾아가는 간담회
동반성장 간담회*
파트너사 프렌드십*
문화행사 초청

* 코로나19로 미진행



찾아가는 간담회*

* 간담회는 코로나19 방역수칙을 준수하여 진행하였음.

공정거래

공정거래 자율준수 프로그램(CP¹⁾) 운영

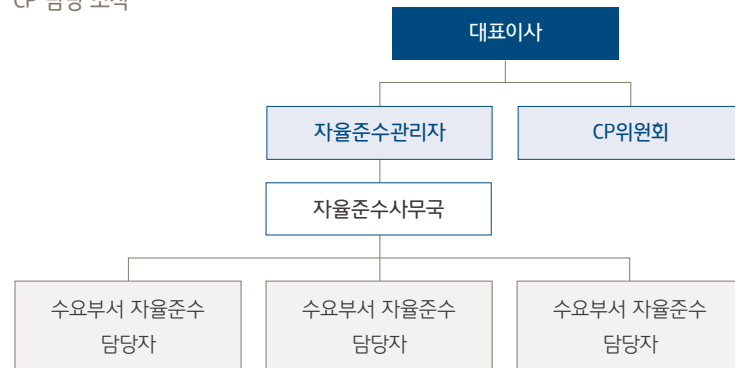
공정거래 자율준수 프로그램(CP)은 공정거래관련 법규를 준수하기 위해 기업이 자체적으로 수립 및 운영하는 내부 준법 시스템입니다. 롯데하이마트는 자율준수 프로그램의 필수 요소 8가지²⁾를 모두 충족하여, 2016년부터 자율준수 프로그램을 도입하여 운영하고 있습니다.

- 1) Compliance Program (규범 자율준수 프로그램)의 약자
- 2) 기업이 CP도입을 인정받기 위한 충족 요건으로, CP기준과 절차 마련/시행, 최고경영자의 자율준수 의지/지원, CP 운영 담당 자율준수관리자 임명, 자율준수편람 제작/활용, 지속적/체계적 자율준수교육 실시, 내부 감시체계 구축, 공정거래 관련 법규 위반 임직원 대한 제재, 효과성 평가 및 개선 조치가 있음.

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.

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 2021년 반기 1회 공정거래 교육을 실시하였습니다. 또한 직책자 교육 시 공정거래 교육을 포함하여 진행하고 있습니다.

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 최소화를 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 MSDS¹⁾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.

1) 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. 코로나19 발생 이후에는 간담회를 개최하는 대신 지속적인 커뮤니케이션, 공문 발송 등으로 대체하고 있습니다.

파트너사 환경성과 평가관리 체계

파트너사의 환경성과 평가는 파트너사 ESG 지원사업 내에서 진행되고 있습니다. 파트너사 ESG 지원사업에서는 파트너사 맞춤형 ESG 지표 개발과 컨설팅을 시행하고 있습니다. ESG 지표 중 환경 분야에서는 글로벌 ESG 지표 분석을 통해 기후변화 대응, 에너지 절감, 환경목표 수립이라는 주제를 도출하여 지표 개발에 적용하고 있습니다. 컨설팅을 통해 파트너사의 환경성과를 평가하여 우수 파트너사에 혜택을 제공함으로써 파트너사의 자발적인 환경경영 동참을 이끌어내고 있습니다.



안전환경 교육 간담회

Social Contribution

사회공헌 활동



BACKGROUND

기업은 기업 경영활동 전반에서의 경제적 성과 창출 뿐만 아니라, 사회적 가치와 환경적 측면에서의 지속가능한 사업 모델을 구축하는 역할을 요구 받고 있습니다. 이와 같이 진정성 있는 사회적 책임을 이행한 기업은 브랜드 가치 제고를 통해 많은 이익과 투자지원 등 궁극적으로 더 큰 경제적 이익을 누리게 됩니다. 최근 코로나19로 인한 사회적 거리두기로 기업들은 사회공헌 프로그램 추진에 어려움을 겪고 있지만 취약계층 지원, 교육 지원과 같은 사회공헌 사업들은 지속적으로 시행되고 있습니다. 따라서 많은 기업들은 경제적 영역을 넘어 법적, 윤리적 책임을 다함과 동시에 사회 구성원으로서 사회로부터 얻은 이익을 나누고 가치를 창출하고 있습니다.

APPROACH

롯데하이마트는 업(業) 특성을 살려 지역사회의 어려운 이웃을 위한 경제적인 지원과 NGO 등 전문기관들과 함께 사회공헌 활동을 시행하며 기업의 사회적 책임을 이행하고 있습니다. 창단 이래 전국 단위의 임직원들이 자발적으로 동참하고 있는 롯데하이마트의 샐러드봉사단이 활발히 활동하고 있습니다. mom편한 하이드림, 독거노인 냉/난방 가전 지원, 시각장애인을 위한 전자도서 제작 봉사활동 등 다양한 사회공헌 활동들을 지속적으로 추진해오고 있습니다. 롯데하이마트는 회사가 가지고 있는 사회적 책임과 역할을 인식하고 있으며, 진정성 있는 활동을 통해 지역사회와 상생하는 나눔문화를 지속적으로 확산해 나가겠습니다.

ACTIVITIES



mom편한 하이드림
(Hi, Dream!)

→ 70 page



Hi 과학콘서트 &
과학교실

→ 71 page



코로나19 극복
사회공헌 활동

→ 73 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.

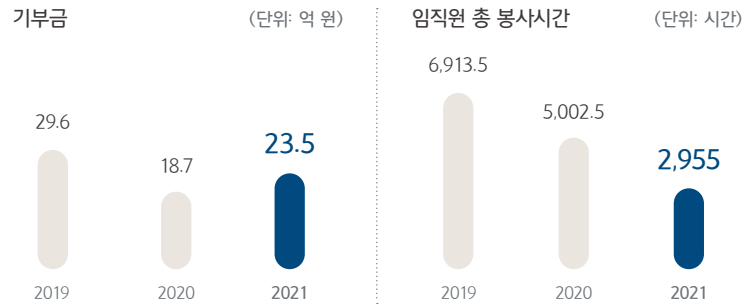
롯데하이마트 샷데봉사단

사내외에 나눔문화를 지속적으로 확산시키기 위해 2014년부터 롯데하이마트 샷데봉사단을 운영해왔습니다. 봉사단에는 전국 427개 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.”

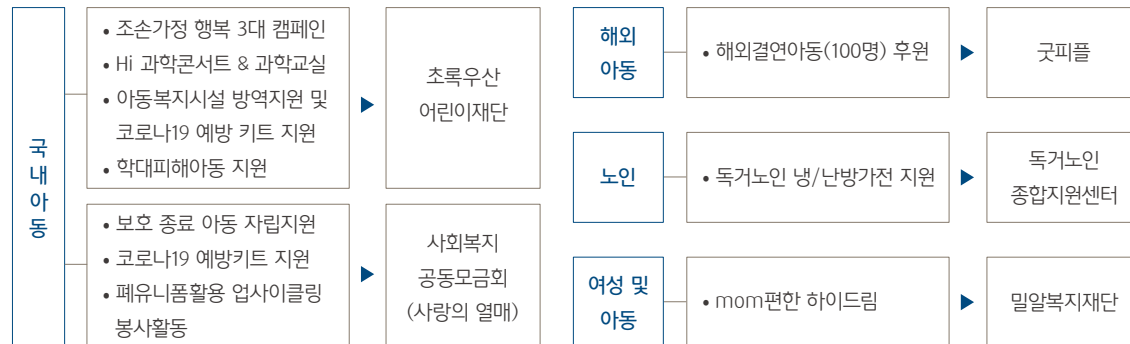
사회공헌 주요 성과



2021년 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. 연간 6회 진행되는 맘편한 하이드림에서 3회는 아이와 엄마의 꿈을 응원하고, 나머지 3회는 워킹맘을 응원하는 자녀의 사연을 받아 꿈을 포기하지 않고 이룰 수 있도록 지원하고 있습니다. 임직원의 자발적 기부금으로 예산을 편성해 2021년 총 18가정에 약 6천 6백만 원 상당의 가전 제품을 전달했습니다. 2021년 수혜가정 중 3가정의 이야기는 당사 공식 유튜브 사이트¹⁾에서 영상으로 확인할 수 있습니다.

1) https://youtu.be/pnzl6-UA_7A



꿈 지원 가정
18가정



지원 규모
6,800만 원



수혜 가구
500가구



지원 규모
2,200만 원



'mom편한 하이드림'으로 태블릿PC를 전달받은 가정



독거노인을 위한 겨울철 대비 난방용품 기증

독거노인 냉/난방 가전 지원

롯데하이마트는 2014년부터 독거노인을 위한 가전제품 기증 사업을 실시하고 있습니다. 고령자는 체온 조절 기능이 원활하지 않아 온열질환 발생 비율이 높습니다. 이에 독거노인의 폭염과 혹한 대비를 위해 2021년 여름, 전국 15개 농어촌 지역 독거노인 200가구에 선풍기를, 겨울에는 농어촌 15개 지역 독거노인 300가구에 난방용품을 제공하였습니다. 또한 코로나19 확산 예방을 위해 코로나19 위생키트도 함께 지원하였습니다. 롯데하이마트는 지역 사회의 복지 사각지대에 놓인 독거노인을 위해 업 특성을 살린 사회공헌 활동을 지속해 나갈 계획입니다.

Hi 과학콘서트 & 과학교실

Hi 과학콘서트 & 과학교실은 가전제품에 적용된 과학 원리를 아이들이 재미 있게 배울 수 있도록 돕기 위해 전자제품을 활용한 과학교육 프로그램입니다. 배움의 격차가 없는 세상을 꿈꾸며, 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. 코로나19 확산에도 사회공헌 활동을 지속하기 위해 비대면 온라인 'Hi-과학콘서트 & 과학교실'을 지난해 여름과 겨울 아동들의 방학시즌에 맞춰서 각 1회씩 연 2회 진행하였습니다.



온라인 'Hi 과학콘서트&과학교실'



보호 종료 결연학생 사회진출 응원 가전제품 지원

행복 3대 캠페인

롯데하이마트는 2006년부터 조손가정의 아동과 결연을 맺고 정기적으로 지원하는 '행복 3대 캠페인'을 시행하고 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 아동¹⁾에게는 사회진출에 도움이 되는 밥솥, 태블릿 PC 등 가전제품을 제공하였습니다. 롯데하이마트는 2021년 총 220명에게 2억 1,508만 원을 기부하였으며 나눔의 가치를 공유하여 선순환 나눔문화를 확산하고자 합니다.

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

시각장애인을 위한 전자도서 제작 봉사활동

롯데하이마트는 창립 21주년을 맞아 4월 한 달간 임직원이 참여하는 전국 단위 나눔 봉사활동을 진행했습니다. 코로나19로 인해 소외계층 장애인들의 외출이 어려워진 가운데 시각장애인을 위한 전자도서 제작 봉사활동을 진행했습니다. 롯데하이마트 본사 및 지사 임직원 560여명이 참여하였으며, 코로나19 상황을 고려해 비대면 온라인 방식으로 봉사활동을 진행하였습니다. 청소년 필독도서, 베스트셀러 등 총 145권의 일반 도서를 전자도서로 제작하였으며, 전자도서는 시각장애인 전용 온라인 도서관에 기증되었습니다. 임직원들이 제작한 145권의 전자도서는 시각장애인들이 모바일 앱을 통해 확대 화면으로 읽거나 음성으로 들을 수 있으며, 전자도서 파일을 다운받아 점자기기에서 점자책으로도 활용할 수 있습니다.



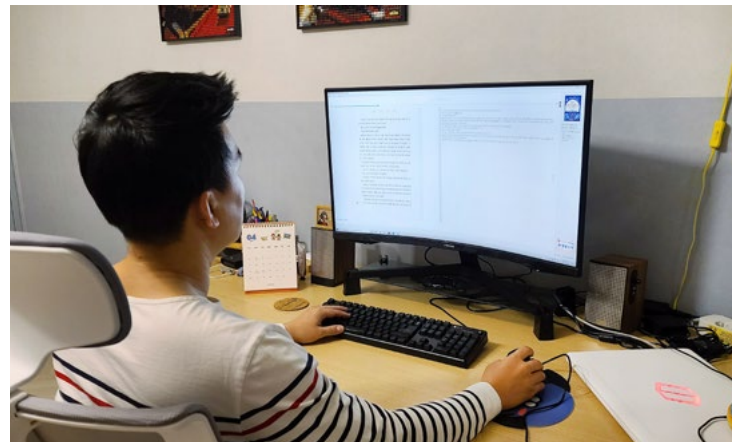
참여 임직원 수

560여 명



지원 규모

1,200만 원



시각장애인을 위한 전자도서 제작 봉사활동

해외 결연아동에 직접 만든 친환경 랜턴 기증

롯데하이마트는 해외 에너지 빈곤국가의 소외계층 아동들을 위해 태양광 랜턴을 전달했습니다. 베트남 반득 초등학교를 다니는 100명의 해외 결연 아동들에게 단순 후원을 넘어 직접적인 도움을 주고자 기획하였으며, 기증품인 친환경 태양광 랜턴 '솔라미'는 롯데하이마트 임직원들이 비대면 봉사활동을 진행해 제작했습니다. 한 달간 임직원 봉사자 110여 명이 만들기 키트를 수령해 자택에서 직접 만들었으며, 여기에 코로나19 예방을 위해 손소독제 키트 300개를 함께 기증하였습니다.



참여 임직원 수

110여 명



지원 규모

1억 3,740만 원



해외 결연아동에 직접 만든 친환경 랜턴 기증

HIGHLIGHT

코로나19 극복 사회공헌 활동

코로나19 결식아동을 위한 SAFE BOX 지원

롯데하이마트는 코로나19로 인해 돌봄 사각지대에 놓인 전국 6개 지역의 아동 600명에게 총 3,000만원 상당의 SAFE BOX를 지원했습니다. 아이들의 안전하고 건강한 일상 생활을 지원하기 위해 롯데하이마트 임직원들의 기부금으로 마련된 SAFE BOX는 집에서 간단하게 만들어 먹을 수 있는 가정 간편식, 영양간식, 곰탕, 소고기 죽, 라면 등 즉석식품과 코로나19 확산 예방을 위한 마스크, 손세정제 등 방역용품으로 구성했습니다. 2021년 1월 코로나19 확산으로 지역사회 복지관과 지역아동센터의 휴관 및 겨울방학의 시작으로 급식제공이 중단된 결식 우려 아동을 위해 마련했으며, 완성된 600여 세트의 키트는 초록우산 어린이재단과 협업하여 위생에 취약한 국내 저소득 결식 아동들에게 전달하였습니다.



코로나19 결식아동을 위한 SAFE BOX 키트 전달

학대 피해 아동 위탁가정 및 보호 쉼터 지원

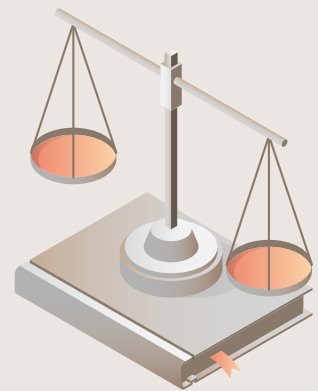
코로나19로 사회적 교류가 줄어 가정 내 고립이 늘어나게 되면서 아동학대의 사건 발생 빈도가 증가하였습니다. 롯데하이마트는 학대 피해 아동 보호를 돕기 위해, 학대아동쉼터 및 학대 피해 아동 위탁 가정에 학대 피해 아동 치료와 보호를 위한 지원금 5천 여 만원을 전달하였습니다. 지원금은 전국 학대 피해 아동 쉼터 5곳과 위탁가정 18곳으로 학대 피해 아동의 안정적인 양육 환경 조성을 위한 지원금으로 사용되었습니다. 지난해 전국 76개 학대 피해 아동센터 중 지원이 시급한 대구, 강원, 강원동부, 전남, 광주 등 5곳의 아동 보호 전문 기관에 전달되어 아동을 위한 생필품 마련에 사용되었습니다. 또한 학대 피해 아동을 보호하고 있는 18곳 위탁가정에는 2021년 12월까지의 아동 보육비, 생활 안정비, 심리치료비, 법률 관련 진행비 등으로 지원이 되었습니다. 사회 안전망에서 아이들을 지킬 수 있도록 실질적으로 필요한 지원으로 롯데하이마트가 도움이 되고자 노력하였습니다.

보호종료아동 자립지원금 지원

아동복지법상 만 18세가 되어 보육 시설에서 퇴소해야 하는 청소년을 보호 종료 아동이라고 합니다. 보호종료아동은 갑작스럽게 독립적인 성인으로 자립해야 하는 과정에서 경제·심리·주거·범죄·편견 등과 같은 여러 어려움과 위험에 노출되어 안정적인 자립을 하는데 큰 장애물이 됩니다. 코로나19로 취업문턱이 더 좁아진 보호종료아동들을 위해, 롯데하이마트는 2021년 한해 일시적 지원이 아닌 중장기적 지원으로 보호 종료 아동들이 앞으로 사회에 나와 맞이하는 처음 1년간 1천만 원을 매달 일정한 자립지원금으로 분할하여 지원을 했습니다. 본 사업을 통해 보호종료아동에게 생활비 지원과 유선 사례관리를 한 결과, 지원을 받은 보호종료아동들은 모두 취업을 하여 실질적 자립을 하였으며, 생활 삶의 만족도 향상되었습니다.

Governance

지배구조	75
주주권리 보호	77
준법경영	78
리스크 관리	80



지배구조

이사회 구성 및 운영

이사회는 최고이사결정기구로 회사 경영 기본방침 및 중요사항을 의결하고 있으며 사내이사 4명, 사외이사 5명 총 9명의 이사로 구성되어 있습니다.

2022년에는 여성 사외이사 1명이 선임되었습니다. 3인 이상의 이사와 이사 총수의 과반을 사외이사로 하는 상법상 법률을 충족하고 있습니다.

이사회는 정관 제31조에 의거, 이사회 의장이 소집하며 분기별 1회 개최를 원

칙으로 합니다. 필요시 임시이사회¹⁾를 개최하여 운영하고, 이사회 결의는 정함이 있는 경우를 제외, 정관 제32조 및 이사회 규정 제7조에 따라 이사의 과반수 출석과 출석이사 과반수로 결의합니다. 특별한 이해관계가 있는 이사는 의결권 행사를 제한하여 이해상충 가능성을 제도적으로 차단하고 있습니다. 2021년에는 정기이사회 9회와 임시이사회 2회를 개최하여 총 37건의 결의 및 보고 안건을 의결했습니다.

1) 임원 인사 및 자기주식 취득 등 긴급하게 결정될 사항이 있을 경우 개최되는 이사회

이사회 구성

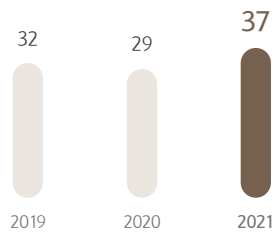
(2022. 03 기준)

성명	성별	직위	주요 경력	임기
황영근	남	• 대표이사 • 이사회 의장	• 現롯데하이마트 대표이사(전무) • 前롯데하이마트 영업본부장 • 前롯데하이마트 상품본부장 • 前롯데하이마트 가전부문장	2019.03.29 ~2023.03.19
맹중오	남	• 사내이사 • 상품본부장	• 現롯데하이마트 상품본부장 • 前롯데하이마트 SCM부문장 • 前롯데하이마트 재무부문장 • 前롯데하이마트 회계팀장	2021.03.19 ~2023.03.19
하영수	남	• 사내이사 • 영업본부장	• 現롯데하이마트 영업본부장 • 前롯데하이마트 마케팅부문장 • 前롯데하이마트 MD전략부문장 • 前롯데하이마트 상품개발부문장	2021.03.19 ~2023.03.19
박상윤	남	• 사내이사 • 재무부문장	• 現롯데하이마트 재무부문장 • 前롯데정정보통신 재무부문장 • 前롯데지주 재무혁신실1팀장 • 前롯데정책본부 재무1팀	2022.03.22 ~2024.03.22
김춘순	남	• 사외이사 • 보상위원회 위원장	• 現순천향대학교 특임부총장 • 現사행산업 통합감독위 위원장 • 現기획재정부 공기업 경영평가 위원 • 現 감사원 정책자문위원 • 現 의정논총(KCI) 편집위원장 • 前국회 예산정책처 예산분석실장	2020.03.27 ~2024.03.22
이희욱	남	• 사외이사 • ESG위원회 위원장	• 現성균관대학교 중국연구소 소장 • 現성균관대학교 정치외교학과 교수 • 現(재)세종연구소 비상임이사 • 現(사)한중우호협회 부회장 • 現한국정치학회 부회장	2020.03.27 ~2024.03.22
정도진	남	• 사외이사 • 감사위원회 위원장	• 現중앙대학교 경영학부 교수 • 現한국거래소 민간위원 • 前국제공공부문 회계기준위원 • 前한국 조세재정연구원 소장 • 前금융위원회 감리위원	2020.03.27 ~2024.03.22
유원상	남	• 사외이사 • 투명경영위원회 위원장	• 現고려대학교 경영대학 교수 • 現한국마케팅학회 부회장 • 現한국유통학회 부회장 • 現한국 소비자학회 이사	2020.03.27 ~2024.03.22
최혜리	여	• 사외이사 • 사외이사후보추천위원회 위원장	• 現법무법인 산지 변호사 • 前국가인권위원회 상임위원 • 前서울법원 조정센터 상임조정위원 • 前법무법인 바른 변호사	2022.03.22 ~2024.03.22

이사회 운영

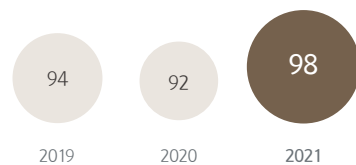
논의 안건 수

(단위: 건)



참석률

(단위: %)



이사 선임 절차

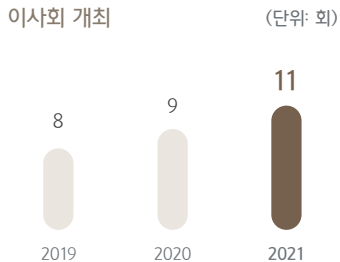
사내이사는 상법 제382조에 따라 주주총회에서 선임하며, 사내이사는 이사회에서 경험과 능력, 청렴성 등을 평가해 후보를 추천하고 이사회 의결을 거쳐 최종 선임하고 있습니다. 사외이사는 사외이사추천후보위원회에서 받은 후보 중 금융, 법률, 회계 등 관련분야 전문지식과 실무경험이 풍부한 자로 추천하여 이사회 결의를 거쳐 선임됩니다. 이사의 임기는 2년으로 성과에 따라 재선임 여부를 결정하고 있으며, 재선임시 임기를 2년으로 하고 있습니다.

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 구성하고 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 공시의 무 성실 이행으로 기업정보를 투명하게 알리고, 중요한 기업정보의 공개범위나 시기에 특징인을 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 외부감사인이 정기 감사를 실시하여 회계 정보의 공정성과 투명성을 확보하고 있습니다. 2021년 12월 증권선물위원회로부터 주기적 외부감사인 지정제도에 따라 외부감사인을 삼정회계법인에서 안진회계법인으로 변경하였습니다. 2021년 삼정회계법인으로부터 받은 회계 감사 의견은 '적정'입니다.

이사회 내 소위원회

구분	주요 역할	구성
ESG위원회	<ul style="list-style-type: none"> 환경/사회/지배구조(ESG) 리스크 및 기회 관리 ESG 정책 및 활동에 필요한 제반사항 심의 	<ul style="list-style-type: none"> 이희욱(위원장), 정도진, 맹중오 사내이사 1인, 사외이사 2인
감사위원회	<ul style="list-style-type: none"> 재무제표 등 회계 관련 서류 및 회계법인의 감사절차와 감사결과 검토 	<ul style="list-style-type: none"> 정도진(위원장), 김춘순, 최혜리 사외이사 3인
사외이사후보추천위원회	<ul style="list-style-type: none"> 사외이사후보 추천 	<ul style="list-style-type: none"> 최혜리(위원장), 이희욱, 유원상 사외이사 3인
투명경영위원회	<ul style="list-style-type: none"> 대규모 내부거래 심사·승인 및 이사회 보고 	<ul style="list-style-type: none"> 유원상(위원장), 이희욱, 최혜리 사외이사 3인
보상위원회	<ul style="list-style-type: none"> 임원 성과보상 산정 및 지급 기준 제·개정 	<ul style="list-style-type: none"> 김춘순(위원장), 정도진, 유원상 사외이사 3인

주주권리 보호

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 제 개정하고 있으며, 보수는 주주총회의 승인을 받은 금액 내에서 임원보수규정 등에 따라 해당 직위, 경영성과 등을 감안하여 지급하고 있습니다. 등기이사의 보수는 임원보수 지급 규정에 따라 기본 연봉과 변동급으로 구성되며, 변동급은 계량지표와 비계량지표를 종합적으로 평가하여 지급합니다.

주주 권리 보호

주주총회 관련 사항을 2022년 2월 28일 주주총회 개최 3주 전에 공고를 진행하여 주주들이 의안을 충분히 검토 후 의결권을 행사하도록 하였습니다. 매년 1회 정기주주총회를 개최해오고 있으며, 2021년과 2022년에는 주주총회 집중일을 피해 주주총회를 개최하여 주주가 최대한 참여하여 의견을 개진할 수 있도록 지원했습니다. 아울러 주주환원의정책의 일환으로 지난 3년간 연 1회 현금 배당을 실시해 왔으며, 2017년~2021년 평균 배당성향은 일회성 요인을 제거시 28.4%입니다. 배당정책 및 주주환원의정책은 정관 및 기업공시를 통해 투명하게 공개하고 있습니다.

자기주식 매입

2021년 5월 주주가치 제고를 위해 창사 이래 첫 회사 차원의 자사주 매입을 추진하였습니다. 자사주 472,000주를 장내매수방식으로 취득하였으며, 이는 약 185억원 규모로 발행 주식수 대비 2%에 해당됩니다.

보수 지급액

(단위: 명, 천 원 / 2021년 12월 31일 기준)

구분	인원	보수 총액	1인당 평균 보수액
사내이사*	4	1,062,170	354,057
사외이사	2	132,000	66,000
감사위원회 위원	3	216,000	72,000

* 인원수는 21.11.30. 사임한 무보수 1명을 포함하고, 1인당 평균보수액은 무보수 이사를 제외한 3명으로 나눈 금액

전자투표제 시행

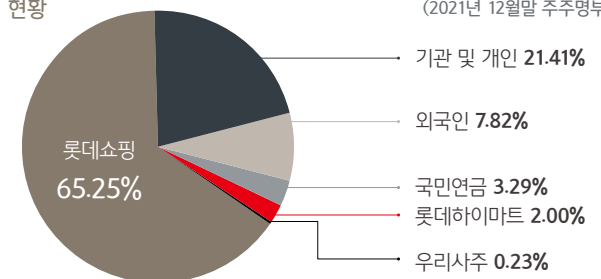
소액주주의 의결권 보장을 위해 2016년부터 전자투표제를 시행해왔습니다. 전자투표제는 주주가 주주총회에 참여하지 않고 인터넷 등의 전자적 방법으로 의결권을 행사할 수 있는 제도입니다.

발행 주식 및 주주 현황

롯데하이마트가 2011년 6월 상장하여 발행한 주식은 2021년 12월 31일 기준 보통주 23,607,712주입니다. 최대주주는 롯데쇼핑으로 지분 65.25%를 소유하고 있습니다.

주주구성 현황

(2021년 12월말 주주명부 기준)



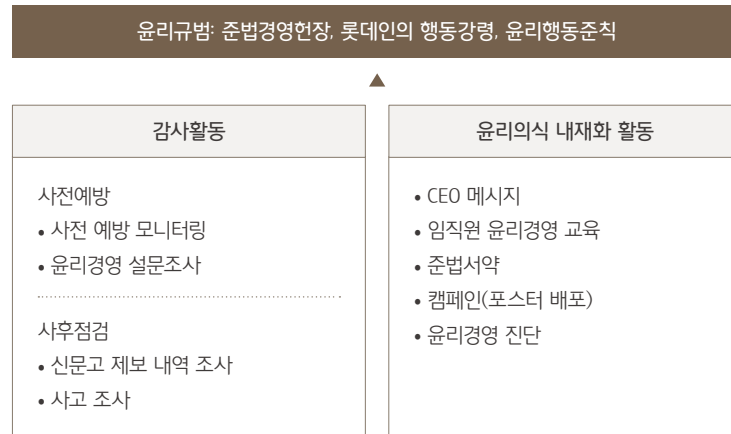
준법경영

윤리경영 추진체계

롯데하이마트는 부패방지경영시스템(ISO 37001)¹⁾ 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. 2021년에는 파트너사 및 사내 비윤리행위 신고채널을 신설하여 윤리경영을 강화했습니다.

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

윤리경영 운영체계



감사 및 윤리 모니터링

윤리경영팀에서는 정기감사 및 특별감사를 실시하고 있습니다. 이를 통해 법령뿐만 아니라 윤리강령 등 제규정 준수 여부를 점검하고 있습니다. 아울러 임직원 및 파트너사를 대상으로 윤리경영, 공정거래, 금품/향응/편의 제공 경험, 기타 개선 요청사항 등에 대해 내외부 윤리경영 설문조사를 실시하여 당사의 윤리경영 척도를 객관적으로 점검하고 있습니다.

준법경영 방침 개정

2022년 4월 7일 이사회 승인을 받아 준법경영 관련 방침을 개정하였습니다. 부패방지 및 준법경영 방침에는 자금세탁 금지, 급행료 수수 금지, 제3자 관리 규정 명문화에 대한 규정을 새롭게 신설하였습니다. 부정청탁 금지 등 반부패 준법규정에는 2022년 6월부터 시행 예정인 「부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률」의 개정사항이 반영되어 부정청탁 금지범위와 경조사비의 범위가 확대되었습니다.

롯데하이마트인의 행동강령

고객과의 신뢰	임직원과의 신뢰	파트너와의 신뢰
롯데라는 브랜드 하나만으로 우리의 제품과 서비스를 선택하게 하는 것. 바로 신뢰의 힘입니다.	내 가족으로서 서로에게 참 소중한 사람들. 우리를 하나로 묶어주는 것은 바로 신뢰입니다.	파트너사와 신뢰로 하나되는 사람들. 바로 우리 롯데인입니다.
주주와의 신뢰	사회와의 신뢰	
롯데인은 정직하고 투명한 업무 수행을 통해 주주의 자산 보호 및 중장기적 가치증대에 최선을 다합니다.	사회의 일원으로서 사회에 공헌하고 모범이 되어 사회로부터 신뢰받는 기업을 지향합니다.	



윤리교육 이수
임직원 수*

2,924명

* 2021년 기준



롯데하이마트인 윤리 서약



윤리 캠페인 포스터

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 윤리 교육으로 나누어 진행합니다. 특히 신규 직책자의 윤리교육 사각지대가 발생하지 않도록 유관부서와 협업하여 직책에 맞춘 상시 교육을 실시합니다. 아울러 매월 행동강령원칙 준수 캠페인 등 윤리 캠페인으로 임직원 준법의식을 확립하기 위해 노력하고 있습니다. 특히 캠페인 효과를 높이기 위해 월별 상황에 맞춰 규정과 추석이 포함된 달에는 '선물 안주고 안받기' 캠페인 등을 진행하여 임직원 및 파트너사가 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 일부를 발췌함.

비윤리행위 신고채널 실효성 및 접근성 강화

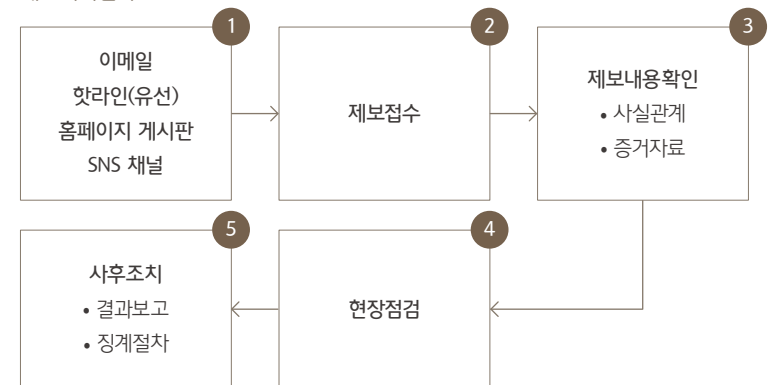
건전한 기업문화 정착을 위해 다양한 신고채널로 접근성과 실효성을 강화하고 있습니다. 롯데하이마트 홈페이지에 비윤리행위 신고채널을 운영하여 누구나 신고 가능하도록 지원하고 있습니다. 신고제도 실효성을 높이기 위해 제보자의 신분 보호와 비밀 조사를 보장하고 있으며, 신고 및 처리 결과를 당사자에게 투명하게 공개합니다. 2021년 파트너사와 공정한 거래질서 확립을 위해 파트너사 전용 비윤리행위 신고채널을 Hiweb¹⁾ 내에 마련했으며, 사내 전용 모바일 신고채널을 신설, 접근성을 강화했습니다.

1) Hiweb: 롯데하이마트의 파트너사 상품 관리 시스템



카카오톡 제보채널

제보처리절차



리스크 관리

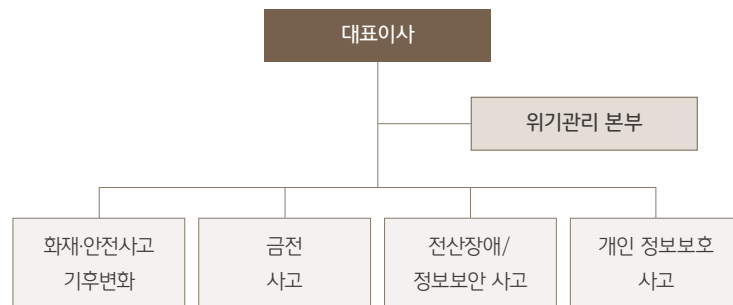
유형별 리스크 관리

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.

위기관리 TFT 구성



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.

기후변화 리스크·기회 요인 분석

기후변화 리스크·기회		기후변화 리스크·기회의 재무적 영향
전환리스크·기회	정책/규제	친환경 규제 강화 신규 정책 미대응으로 인한 사업 운영 위험 발생 → 신규 정책 선제 대응을 통한 환경경영 경쟁력 제고
	기술	저탄소 기술 전환 온실가스 감축 위한 설비 투자 비용 증가 → 사업장 온실가스 배출 저감 및 에너지 비용 절감 → 재생에너지 사용을 통한 에너지 비용 절감
	법률	소송 위험 법률 미준수로 인한 기업 이미지 하락 → 환경 법률 선제 대응을 통한 환경경영 경쟁력 제고
	시장	고객 선호도 변화 고객 친환경 제품 선호 기대 미충족 → 친환경 제품 SKU 증대를 통한 충성고객 확보
	평판	시장 기대 부응 실패 평판 하락으로 인한 매출 및 투자 감소 → 환경경영 실천을 통한 친환경 기업 이미지 제고
물리적리스크·기회	급성	태풍·홍수 등 이상 기후 자연재해 예방에 대한 설비 투자 비용 증가 → 자연재해 예방 설비를 통한 중장기적 리스크 해소
	만성	극심한 날씨 변동성 냉난방 설비 운영에 따른 에너지 비용 증가 → 에어컨, 공기청정기, 건조기 등 계절상품 매출 증대

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 금융자산 회수 지연 현황 모니터링 및 회수대책 마련 고금리 차입금 감축, 장·단기 차입구조 개선 국내외 금리동향 모니터링 등 환율 변동으로 인한 불확실성과 손익 변동 최소화 재무비율 모니터링 및 개선방안 실행
	<p>신용위험</p>	<ul style="list-style-type: none"> 거래 및 투자활동 간 거래상대방 또는 고객의 계약상 의무 불이행으로 인한 재무손실 발생 	
	<p>이자율위험</p>	<ul style="list-style-type: none"> 시장 금리 변동에 따른 순이자소득에 불리한 영향 발생 	
	<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 	
 <p>비재무 리스크</p>	<p>기후변화 및 환경오염</p>	<ul style="list-style-type: none"> 폐기물 배출로 인한 환경파괴로 심각한 환경오염 발생 과도한 에너지 사용으로 인한 온실가스 배출 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 폐가전제품 수거 등 자원순환 활동 강화 고효율 에너지 설비 전환 친환경 상품 및 서비스 확대 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 개인 정보 유출 발생 시 피해액 산정 온오프라인 콜센터 운영, 고객응대 매출 관련 대응방안 수립 및 피해액 산정 오프라인 콜센터 운영, 클레임 및 서비스 업무 관련 대응 인식 강화를 위한 교육/홍보 실시 관리·모니터링 시스템 구축 및 운영
	<p>화재·안전사고</p>	<ul style="list-style-type: none"> 지점 및 물류센터 화재/안전 사고로 시설 및 인원 피해 발생 	
	<p>정보보호</p>	<ul style="list-style-type: none"> 고객정보 유실/손상으로 피해발생 	
	<p>전산장애</p>	<ul style="list-style-type: none"> 전산 장애로 매출 및 배송관련 업무 차질 	
<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 		

APPENDIX

Data Center	83
GRI Content Index	90
SASB Index	95
제3자 검증 의견서	96
가입협회 및 수상내역	98

Data Center

재무 성과

연결 재무상태표

(단위: 백만 원)

구분	2019	2020	2021
자산총계	3,107,565	3,349,190	2,943,545
유동자산	715,664	988,777	682,918
비유동자산	2,391,901	2,360,413	2,260,627
부채총계	1,185,666	1,423,236	1,116,187
유동부채	589,513	845,840	575,563
비유동부채	596,153	577,396	540,624
자본총계	1,921,899	1,925,954	1,827,358
납입자본	1,163,253	1,163,254	1,163,254
기타자본구성요소	10,459	10,460	(8,201)
기타포괄손익누계액	(187)	(187)	(187)
이익잉여금	748,372	752,427	672,492
부채 및 자본총계	3,107,565	3,349,190	2,943,545

포괄 손익계산서

(단위: 백만 원)

구분	2019	2020	2021
매출액	4,026,464	4,051,729	3,869,749
매출이익	1,000,701	1,006,457	932,719
판매관리비	890,845	845,281	825,938
영업이익	109,857	161,076	106,835
기타수익	2,885	8,905	23,634
기타비용	182,936	87,909	150,124
금융수익	0	25	0
금융비용	20,833	23,260	18,955
법인세비용차감전순이익	-83,913	64,999	(33,458)
법인세비용	15,995	36,277	23,994
당기순이익	-99,907	28,721	(57,452)

환경

환경경영

구분	단위	2019	2020	2021
환경교육 참여 임직원 수*	명	-	3,968	3,650
환경투자비**	억 원	6.81	6.42	7.12

* '19년 교육 미시행, '20년, '21년 전 임직원 대상 실시

** 친환경 제품 및 서비스 구매액

폐기물 발생

구분	단위	2019	2020	2021
폐기물 총 발생량*	톤	4,546	4,589	4,889

* 배송 시 또는 물류센터에서 발생하는 스티로폼, 박스 등 폐기물량

폐기물 처리

구분	단위	2019	2020	2021
폐기물 총 처리량*	톤	4,546	4,589	4,889
폐기물 재활용량**	톤	4,546	4,589	4,889
폐기물 소각	톤	0	0	0
폐기물 매립	톤	0	0	0

* 폐기물 전량 재활용 업체에 전달

** 폐기물 전량 재활용

용수 사용

구분	단위	2019	2020	2021
용수 사용량*	톤	461,591	459,324	412,328

* 산출기준: 연도별 수도요금 지출 총합 / 한국수자원공사 평균 수도요금(719원)

* 본사, 지사, 물류센터 및 일부 매장 포함('19년 340점, '20년 343점, '21년 342점)

* 영업용수

에너지 사용

구분	단위	2019	2020	2021
총 에너지 소비량*	MWh	169,615	163,172	157,653
전기 사용량	MWh	169,615	163,172	157,653

* 산출기준: 연도별 전기요금 지출 총합/한국전력공사 기본공급약관 내 '월간 전기요금표' 中 고압 전력 A 값의 평균(92.1원)

* 본사, 지사, 물류센터 및 일부 매장 포함('19년 363점, '20년 369점, '21년 368점)

온실가스 배출*

구분	단위	2019	2020	2021
총 온실가스 배출량(Scope 2)**	tCO ₂ -eq	77,921	74,961	72,426
온실가스 배출 집약도	tCO ₂ -eq /억 원	1.94	1.85	1.87

* 전기 사용량을 온실가스 배출량으로 환산 에너지법 시행규칙[별표] 에너지열량 환산기준(kWh→ 9.6MJ)

Scope 1은 상대적으로 배출량이 적게 발생하고 있으며, 추후 데이터 산정하여 보고 예정임

** 2021년은 전기사용량 절감과 같은 노력으로 배출량이 줄어들었음

환경 법규 위반 현황

구분	단위	2019	2020	2021
환경 법규 위반	건	-	-	-

사회

임직원 정보

구분	단위	2019	2020	2021
총 근로자 수	명	4,075	3,915	3,650
정규직 전체 근로자수	명	4,010	3,849	3,540
정규직 남성	명	2,521	2,417	2,206
정규직 여성	명	1,489	1,432	1,334
정규직 여성 근로자 고용비중	%	37.1	37.2	37.7
비정규직 전체 근로자수	명	65	66	110
비정규직 남성	명	35	14	57
비정규직 여성	명	30	52	53
비정규직 전체 근로자 고용 비중	%	1.6	1.7	3.0
여성 전체 근로자수	명	1,519	1,484	1,387
여성 전체 근로자 비율	%	36.2	36.6	37.9
해외사업장 전체 근로자 수	명	0	0	0

신규채용

구분	단위	2019	2020	2021
여성 신규 채용 근로자 수	명	137	59	62
여성 신규 채용 근로자 비율*	%	39	55	44
남성 신규 채용 근로자 수	명	216	49	79
남성 신규 채용 근로자 비율*	%	61	45	56
사회적 약자 채용 인원 (장애인, 보호 등)	명	45	30	21

* (보고 연도 성별 신규채용 근로자수/보고 연도 말 전체 신규채용 임직원 수)×100

임직원 유지

구분	단위	2019	2020	2021
총 이직자	명	347	307	382
자발적 이직	명	301	251	319
비자발적 이직	명	46	56	63
전체 임직원 이직률*	%	0.7	0.7	0.9
자발적 이직률	%	0.6	0.5	0.7
비자발적 이직률**	%	0.1	0.1	0.1
평균 근속 연수	년	약 7년 7개월	약 8년 7개월	약 9년 6개월
남성 평균 근속 연수	년	약 8년 6개월	약 9년 5개월	약 10년 4개월
여성 평균 근속 연수	년	약 6년 3개월	약 7년 3개월	약 8년 4개월

* (보고 연도에 조직을 떠난 임직원 수/보고 연도 말 전체 임직원 수/12(月))×100

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

급여

구분	단위	2019	2020	2021
임원직 기본급 여성 평균 급여*	원	0	270,000,000	0
임원직 기본급 남성 평균 급여*	원	251,000,000	237,000,000	233,000,000
관리직 기본급 여성 평균 급여**	원	39,810,000	39,876,000	42,512,500
관리직 기본급 남성 평균 급여**	원	39,795,774	39,107,384	39,435,752
비관리직 여성 평균 급여***	원	30,402,556	31,679,447	33,733,437
비관리직 남성 평균 급여***	원	39,109,191	39,818,555	41,703,062
여성근로자의 남성근로자 대비 임금 수준***	%	86	84	85
근로자 평균 시간당 임금***	원	20,173	20,357	20,695
전체 임직원 중 연간 성과급 지급 대상 임직원 비중	%	97	97	97

* 해당 연도 보임 기준(1월 퇴사자 제외), 임원직 여성이 없었던 '19, '21년 데이터 없음

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

*** 해당 연도 연말 재직자 기준(성과급 제외)

임직원 삶의 질

구분	단위	2019	2020	2021
육아휴직권을 가진 임직원 수	명	219	181	203
남성	명	135	121	130
여성	명	84	60	73
육아휴직 사용자 수*	명	210	178	210
남성	명	126	113	134
여성	명	84	65	76
출산 휴가 사용자 수	명	131	150	166
남성	명	47	89	99
여성	명	84	61	67
육아휴직을 마친 후 업무에 복귀한 임직원 수	명	222	184	187
남성	명	131	103	123
여성	명	91	81	64
육아휴직 종료 후 직장에 복귀하여 12개월 간 근속한 임직원 수	명	227	205	169
남성	명	150	121	93
여성	명	77	84	76
육아휴직 복귀율 (남성)**	%	96.3	81.7	108.8
육아휴직 복귀율 (여성)**	%	113.8	96.4	98.5
육아휴직 복귀 후 유지율 (남성)***	%	92.0	92.4	90.3
육아휴직 복귀 후 유지율 (여성)***	%	80.2	92.3	93.8

* 2021년에는 전년도 휴직자 수도 포함됨

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

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

노동조합

구분	단위	2019	2020	2021
단체협약 적용 비율	%	100	100	100

* 물류센터의 경우 롯데하이마트 임직원만 해당됨

임직원 다양성

구분	단위	2019	2020	2021
총 관리직 중 여성 수	명	77	84	90
총 관리직 중 여성 비율	%	10.9	12.1	13.2
여성 임원 수	명	0	1	0
총 임원 수 대비 여성 임원 비율*	%	0	5.6	0
장애인 임직원 수**	명	124	148	120
총 임직원 수 대비 장애인 임직원 비율***	%	3.11	3.84	3.34
국가보훈자 임직원 수	명	29	28	22
총 임직원 수 대비 국가보훈자 임직원 비율	%	0.7	0.7	0.6

* 산출식: 여성 임원 수/전체 임원 수

** 총 임직원 중 장애인 임직원 수

*** 산출식: 장애인 상시근로자/전체 상시근로자

고용 형태별 근로자

구분	단위	2019	2020	2021
기간제	명	65	34	87
단시간	명	35	41	31
파견	명	228	192	190
도급	명	181	131	129

인재육성 및 역량개발

구분	단위	2019	2020	2021
연간 교육과정 참가자 수*	명	71,322	239,732	255,979
임직원 총 교육 시간	시간	207,568	289,378	100,944
임직원 1인당 평균 교육 시간**	시간	54.3	78.7	28.6
임직원 총 교육 비용	백만원	3,857	2,254	2,219
임직원 1인당 평균 교육비용***	백만원	1.01	0.61	0.63
임직원 성과 평가 실시 비율	%	100	100	100

* 사외 교육과정을 제외한 자체 교육과정 기준

** 1) 산출식: 각 종류별 교육시간의 합(각 개별 과정의 교육시간x참가자 수)/정규직 구성원 수
사내 및 사외 과정을 모두 포함한 총 교육시간 기준

2) 임직원 1인당 평균 교육비용 및 시간은 남·여 동일

*** 산출식: 인당 교육투자비 = 교육실적(전사 교육훈련비+부문 교육훈련비)/정규직 구성원 수

안전보건

구분	단위	2019	2020	2021
산업재해율	%	0.01	0.04	0.04
재해건 수	건	1	2	2
사망자 수	명	0	0	0
산업안전보건 법정필수교육 이수	명	3,547	3,523	3,405
산업안전보건 관리감독자교육 이수	명	423	471	447
총 근로손실재해율(LTIR)*	-	0.02	0.04	0.04

* 산출식: 총 근로손실재해 건 수 (구성원)/총 근로시간 (구성원) X 200,000

인권교육

구분	단위	2019	2020	2021
인권 관련 1인당 교육 시간	시간	3	3	3
인권 관련 교육 이수자 수*	명	4,013	3,993	3,780

* 대상: 전 직원

사회공헌

구분	단위	2019	2020	2021
사회공헌 기부 현황*	억 원	29.6	18.7	25.8
사회공헌활동 참여 임직원 수**	명	1,388	1,563	1,054
봉사활동 참여 구성원 비중***	%	34.1	39.9	28.9
총 사회공헌활동 시간****	시간	6,913.5	5,002.5	2,955.0

* 현금 및 현물, SAP상 사회공헌관련 부서 운영 기부금

** 중복 인원 포함

*** 산출식 : 봉사활동 참여 구성원 수/전체 구성원 수

 봉사활동 참여 구성원 수 산출 기준: 1시간 이상 봉사활동 참여 구성원 수

**** 봉사활동 참여인원 전체 인정시간: 중복인원 포함

공급망

구분	단위	2019	2020	2021
협력회사 수*	개 사	1,454	1,603	1,513
주요 협력회사 수	개 사	37	38	49
주요 협력회사 매출비율	%	92.4	92.1	83.5
총 구매비용 중 주요 협력회사에 지불하는 비용 비중	%	93.9	92.7	94.2
협력회사 금융지원 금액	백만원	317,176	336,838	314,430
동반성장펀드	백만원	32,942	27,916	37,018
지급조건 개선**	백만원	251,234	252,422	231,389
명절맞이 상품대금 조기 지급	백만원	33,000	56,500	46,023
ESG 리스크 평가 협력사 수	개 사	0	0	27

* 거래금액이 발생한 협력회사 수

** 2021년의 경우 협력사의 매출감소와 상품매입 방법 변경으로 전년도에 비해 감소함

고객 만족

구분	단위	2019	2020	2021
고객 만족도 조사*	점	93.6	98.4	98
고객 의견 및 불만사항 접수 건 수	건	4,684	4,516	4,180
고객 의견 및 불만사항 처리 건 수	건	4,684	4,516	4,180

* '19년: 10만 원 이상 판매 건에 한해 만족도 조사
'20년~'21년: 50만 원 이상/미만 구분하여 만족도 조사

고객 안전보건

구분	단위	2019	2020	2021
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	2019	2020	2021
고객 개인정보보호 위반으로 외부 당사자가 제기하고 조직 내부에서 입증된 불만사항의 수	건	0	1	0
고객 개인정보보호 위반으로 규제기관으로부터 제기된 불만사항의 수	건	0	0	0
고객정보 유출, 도난, 분실의 수	건	0	0	0
개인식별정보(PII) 유출 비중	%	0	0	0
개인정보가 유출된 고객 수	명	0	0	0
정보 보안 정책 및 시스템 감사 빈도	회	연 2회	연 2회	연 2회

거버넌스

이사회 구성*

구분	단위	2019	2020	2021
사내이사 수	명	4	2	3
사내이사 비율	%	45	29	38
여성 사내이사 수	명	0	0	0
전문성을 갖춘 사내이사 수	명	4	2	3
사외이사 수	명	5	5	5
이사회 내 사외이사 비율	%	55	71	63
전문성을 갖춘 사외 이사 수	명	5	5	5
이사회 내 여성이사 비율	%	0	0	0
등기임원 중 최대주주 및 특수관계인이 아닌 여성 임원의 수	명	0	0	0

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

이사회 운영

구분	단위	2019	2020	2021
이사회 개최횟수	회	8	9	11
이사회 평균 참석률	%	94	92	98
출석률이 저조한(75% 미만) 사외이사 수	명	0	0	0
논의 안건 수	건	32	29	37
사외이사가 반대 또는 수정의견을 제시한 안건 수	건	0	0	0
사외이사후보추천위원회의 개최횟수	회	1	2	0
보상위원회 개최횟수	회	2	4	3
감사위원회 개최횟수	회	5	7	5
외부감사인에 지급한 감사용역보수 대비 비감사용역보수 수준	%	0	9	19
특수관계 법인 거래 규모	백만원	145,621	152,914	156,041
이사회 개최 전 이사회 소집통지 기한	일 전	7	7	7

반부패

구분	단위	2019	2020	2021
반부패 관련 규제 위반 건 수*	건	0	0	0
반부패 교육을 받은 근로자 수**	명	1,348	2,496	2,924
부패방지 및 윤리경영 서약 근로자 비율***	%	100	100	100
반부패 정책이 공유된 협력회사 수****	개 사	1,163	1,279	1,591
반부패 정책이 공유된 협력회사 비율	%	100	100	100

* 前 대표이사의 배임혐의 유죄 판결과 같은 사건의 재발 방지를 위해 롯데하이마트는 ISO37001 인증 취득, 윤리교육, 윤리 실천 서약, 준법경영 등을 실시하고 있음

** '19년 비대면 교육, '20년, '21년 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)

사회경제적 법규 위반

구분	단위	2019	2020	2021
경쟁저해행위나 독점 규제 법률 위반행위에 대한 법적 조치의 수*	건	0	1	0
불완전판매로 인해 금융당국으로부터 벌금, 제재, 경고를 받은 건 수	건	0	0	0

* 2020년의 경우 공정위와의 소송 진행 내용이 포함됨

경제적 가치 배분

구분	단위	2019	2020	2021
주주 (배당금)	백만원	23,608	28,329	23,136
구성원 (급여 및 상여금)*	백만원	2,013	1,955	1,940
구성원 (복리후생비)**	백만원	481	411	396
구성원 (퇴직급여)***	백만원	41	56	102
정부 및 공공기관 (법인세 및 기타 제세공과금)	백만원	21,994	34,187	30,441
지역사회 (사회공헌투자금액)****	억원	31.9	19.8	27

* 해당 연도 연말 재직자 기준(급여 및 성과급 포함)

** 사업보고서 판매비와 관리비 기준

*** 해당 연도 DB형 및 IRP 미대상자 지급 기준

**** SAP상 기부금 항목으로 분류된 모든 금액 - 협찬비('19년부터 모바일협회 월 100만원 기부)

주주권리 보호

구분	단위	2019	2020	2021
IR(기업설명회) 횟수	회	4	4	4

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	6, 10, 42p	●	
	102-5	조직 소유 및 법적 형태	6p	●	
	102-6	시장 영역	6p	●	
	102-7	조직 규모	6, 10, 42p	●	
	102-8	임직원 및 근로자에 대한 정보	6, 75p	●	
	102-9	조직 공급망	87p	●	
	102-10	조직 및 공급망의 중요한 변화	12, 87p	●	
	102-11	사전예방 접근법이나 원칙	81p	●	
	102-12	외부 이니셔티브	98p	●	
	102-13	가입협회	98p	●	
전략	102-14	최고의사결정권자 성명	4p	●	4.7/6.2/
	102-15	주요 영향, 위기 및 기회	81p	●	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	48~49, 65p	●	

주제	Disclosure		보고 페이지 및 내용	검증	ISO 26000
거버넌스	102-18	거버넌스 구조	75, 77p	●	6.2/7.4.3/ 7.7.5
	102-22	최고의사결정기구 및 위원회 구성	76p	●	
	102-23	최고의사결정기구 의장	75p	●	
	102-28	최고의사결정기구의 성과에 대한 평가	77p	●	
	102-36	보수 결정 절차	77p	●	
이해관계자 참여	102-40	이해관계자 그룹 목록	16p	●	5.3
	102-41	단체협약	86p	●	
	102-42	이해관계자 파악 및 선정	16p	●	
	102-43	이해관계자 참여 방식	16p	●	
	102-44	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 토픽 및 관심사	15~16p	●	
보고관행	102-45	조직의 연결재무제표에 포함된 주제 목록	사업보고서 7p	●	5.2/7.3.2/ 7.3.3/7.3.4
	102-46	보고내용 및 주제경계 정의	About This Report	●	
	102-47	중대 주제 목록	14p	●	
	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	90-94p	●	
102-56	외부 검증	제3자 검증의견서	●		

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	37p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
고객 개인정보보호	418-1	고객 개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만사항	37~38p	●	6.7.1-6.7.2/6.7.7
Topic 2: 폐기물 발생 저감					
GRI 103: Management Approach 2020	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	28p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
폐수 및 폐기물	306-3	폐기물 발생량	84p	●	6.5.3
Topic 3: 윤리경영					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	4, 78~79p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
반부패	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	78-79p	●	6.6.1-6.6.2/6.6.3
	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	78-79p	●	
Topic 4: 투명하고 효율적인 지배구조					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	75~77p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
거버넌스	102-22	최고 거버넌스 기구와 그 위원회의 구성	75p	●	6.2/7.4.3/7.7.5
	102-24	최고의사결정기구 추천 및 선정	76p	●	
	102-28	최고의사결정기구 성과평가	77p	●	
	102-36	보수 결정 절차	77, 89p	●	
사회경제적 법규 위반	419-1	사회 및 경제 측면의 관련 법규 및 자발적 규칙 위반으로 인한 벌금 및 제재 건수	89p	●	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	44~45p, 88p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
고객 안전보건	416-2	제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건	88p	●	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	29~33p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
에너지	302-1	조직 내 에너지 소비량	35, 84p	●	6.5.4
Topic 7: 고객 만족도 및 접근/편의성 향상					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	41~45p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
이해관계자 참여	102-44	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 토픽 및 관심사	15~16p	●	5.3
-	-	고객 만족도 조사	87p	●	
Topic 8: 건전한 노사관계 구축					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	48~49p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
이해관계자 참여	102-41	단체협약이 적용되는 임직원 비율	86p	●	5.3
결사 및 단체교섭의 자유	407-1	결사 및 단체교섭의 자유	48p	●	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: 중소협력사 상생					
GRI 103: Management Approach 2016	103-1	중대토픽 및 경계에 대한 설명	60~67p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
조달관행	204-1	현지 공급업체에 지급하는 지출 비율	87p	●	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	31-33p	●	-
	103-2	경영접근방식 및 구성		●	
	103-3	경영접근방식 평가		●	
원재료	301-3	판매된 제품 및 그 포장재의 재생 비율	31p	●	6.5.4
-	-	환경투자비	35p	●	-
기타 일반 보고 이슈					
배출	305-2	에너지 간접 온실가스(GHG) 총 배출량(Scope 2)	84p	●	6.5.5
산업안전보건	403-9	업무 관련 상해	87p	●	6.4.6
인권평가	412-2	인권 정책 및 절차에 대한 임직원 교육	87p	●	6.3.5
고용	401-3	성별에 따른 육아휴직 이후의 업무 복귀 및 근속 비율	86p	●	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	84p
데이터 보안 (Data Security)	CG-MR-230a.1	데이터 보안 리스크를 식별하고 해결하는 방법에 대한 설명	80~81p
	CG-MR-230a.2	(1)데이터 침해 건수, (2)개인 식별 가능 정보(PII)의 백분율, (3)영향을 받는 계정 보유자 수	88p
노동 관행 (Labor Practices)	CG-MR-310a.1	(1)평균 시간당 임금 (2)지역별 최저임금 수급 받는 매장 내 직원의 백분율	85p
	CG-MR-310a.2	매장 내 직원의 (1)자발적 이직률, (2)비자발적 이직률	85p
	CG-MR-310a.3	노동법 위반으로 초래된 법적 절차로 인한 경제적 손실	89p
구성원 다양성 및 포용성 (Workforce Diversity & Inclusion)	CG-MR-330a.1	(1)경영진 및 (2)경영진 외 전 직원의 성별, 인종적 다양성에 대한 백분율	86p
	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	84p
	CG-MR-410a.2	제품 내 화학물질과 연관된 위험을 식별, 관리하는 방법에 대한 설명	45p
	CG-MR-410a.3	제품 포장으로 인한 환경영향을 줄이는 방법에 대한 설명	31p

활동 지표(Activity metrics)

공시지표	공시코드	보고내용
(1) 소매점, (2) 물류센터 수	CG-MR-000.A	(1) 소매점: 427점 (2) 물류센터: 14개
(1) 소매점, (2) 물류센터 총 면적	CG-MR-000.B	(1) 소매점: 측정불가 (2) 물류센터: 521.805㎡

제3자 검증 의견서

컨트롤유니온서티피케이션 B.V. (Control Union Certifications B.V. 이하 “컨트롤유니온”)은 롯데하이마트 (주) (이하 “롯데하이마트”)로부터 2021 롯데하이마트 지속가능경영보고서 (이하 “보고서”)에 대한 독립적인 검증을 요청받았습니다. 검증사인 컨트롤유니온은 다음과 같이 명시된 검증 범위 및 기준에 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

컨트롤유니온의 검증팀은 국제적 검증 기준인 AA1000AS v3에 따라 검증을 계획하고 수행하였습니다. 이 때, 검증의 종류는 Type 2, 수준은 Moderate Level로 수행되었습니다. 보고서는 GRI (Global Reporting Initiative) 표준을 사용하여 작성되었으며, 검증 과정은 보고 내용이 GRI Standards에 부합하는지 확인하고, 데이터의 정확성 및 신뢰성 평가하는 방식으로 수행되었습니다. 검증 프로세스는 AA1000AS AccountAbility의 4대 원칙인 포괄성, 중요성, 대응성 및 영향의 준수 평가를 따랐습니다. 검증 프로세스는 아래 내용과 같습니다.

- GRI 102: 일반 사항 보고
- Material Topic 1, 고객 개인정보 보호: GRI 103-1~3, GRI 418-1
- Material Topic 2, 폐기물 발생 저감: GRI 103-1~3, GRI 306-3
- Material Topic 3, 윤리 경영: GRI 103-1~3, GRI 205-2~3
- Material Topic 4, 투명하고 효율적인 지배구조: GRI 103-1~3, 419-1
- Material Topic 5, 제품 안전 및 품질 보장: GRI 103-1~3, GRI 416-2
- Material Topic 6, 환경자원 절약: GRI 103-1~3, GRI 302-1
- Material Topic 7, 고객 만족도 및 접근/편의성 향상: GRI 103-1~3, GRI 102-44
- Material Topic 8, 건전한 노사관계 구축: GRI 103-1~3, GRI 102-41, GRI 407-1
- Material Topic 9, 중소기업사 상생: GRI 103-1~3, GRI 102-41, GRI 204-1

- Material Topic 10, 친환경 제품 및 서비스 제공: GRI 103-1~3, GRI 301-3
- Other Topic, 배출 GRI 305-2, 산업안전보건 GRI 403-9, 인권 평가 GRI 412-2, 고용 GRI 401-3

포괄성

포괄성은 지속가능성에 대한 조직의 의사결정과정에서 이해관계자를 참여토록 하는 것을 의미합니다.

롯데하이마트는 이해관계자를 임직원, 고객, 주주 및 투자자, 파트너사, 지역사회, 정부 및 유관기관으로 구분하여 정의하고 있으며, 이들의 의견을 의사결정에 반영하고 있습니다. 검증팀은 노사협의회(매분기), 주니어 보드, 체인지 에이전트, 기업문화담당, 사보(매월), 인트라넷(상시), 고객만족도 조사(구매고객 대상 상시), VOC 채널, 환경부 및 환경공단 공청회(매분기), 독거노인 종합지원센터(매년), 정기 및 임시 주총(필요시), 공시자료(상시), 국내 NDR (매분기), 기업설명회(필요시), 찾아가는 간담회(상시), 동반성장 간담회, 사롯데 봉사단(상시), 조손가정 결연(상시) 등을 통해 이해관계자와 소통하는 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 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 ESG 친화적인 경영체계를 구축하기 위해 분산되어 있는 ESG 분야별 활동가치를 ESG 경영 플랫폼에 연결하고 확장하여 이해관계자와 투명하게 소통할 수 있는 체계를 마련하였습니다. 또한 비재무적 성과를 반영한 기업가치 통해 다양한 이해관계자와 소통하고 있는 것을 확인했습니다.

영향성

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

롯데하이마트는 환경경영위원회 및 전담조직 운영, 환경경영 슬로건 4-green 선언, ISO14001 인증획득, 환경경영 교육, 폐기전 수거 교육, 임직원의 환경친화적 활동, 자원순환체계 구축, 제품수명 연장, 이전설치 서비스, 전자영수증 등 환경영향 최소화를 위한 노력에 최선을 다하고 있습니다. 특히 롯데하이마트는 온라인 중고거래 플랫폼, 원격상담, AS, 증강현실, 가상현실 등 독자적 기술력을 바탕으로 고객만족도 제고와 고객의 개인정보 보호, 탄소중립사회로의 전환을 위해 끊임없는 연구개발과 기술혁신을 추구하고 있습니다. 롯데하이마트가 창단 초기부터 직원들과 적극 협력해 온 샐러드 봉사단, 엄마의 편안함을 위한 하이드림, 독거노인을 위한 냉난방기기, 시각장애인을 위한 전자책 제작 등을 통해 롯데하이마트가 지역사회에 긍정적인 영향을 미치기 위해 노력하고 있음을 확인했습니다.

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
- 서울시 강남구에 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 17065:2012에 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 부여받은 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 가전 소매시장에서 전국적인 공급/물류/판매 네트워크를 보유하고 있는 국내 최대 기업입니다. 보고서 검증 과정에서 고객 개인정보 보호, 폐기물 저감/윤리경영, 거버넌스의 투명성과 효율성, 안전과 품질관리, 환경과 자원절약, 접근성 및고객만족도 제고, 노동 경영 관계, 파트너와의 상생 관계, 친환경 제품 및 서비스가충분히 중요하게 다루어지고 있음을 확인할 수 있었습니다. 또한 국내 가전 관련 소비자 기업으로서 지역사회 기반의 사회공헌 활동을 강화하고 있음도 확인됐다.

그러나, 지금 발간되는 '2021 롯데하이마트 지속가능성 보고서'는 롯데하이마트의 2번째 지속가능성 보고서입니다. 향후 더욱 강조될 영향 측정, ESG 관리 내재화, ESG관련 성과 보고 이슈에 대응하기 위해서는 관련 데이터의 추적, 관리, 보고가 필요할것입니다. 또한, 롯데하이마트의 ESG 성과를 추적하고 관리하기 위해서는 향후에도꾸준히 지속가능경영보고서를 발간할 필요가 있습니다.



Martin(Sooyong) Lee

Managing Director of
Control Union Korea Co., Ltd

이 수용

On behalf of Program manager Jon Heinrichs

2 June, 2022

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
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
2021년 11월	하이스트 브랜드 1위	브랜드스타	7년 연속



2021 롯데하이마트 지속가능경영보고서

이 보고서는 롯데하이마트 홈페이지에서
PDF 파일로 다운받아 보실 수 있습니다.

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



본 보고서는 FSC 인증을 받은 친환경용지에
공기름 잉크를 사용하여 인쇄되었습니다.