

Think Tomorrow

인간존중, 친환경, 풍요로운 문화생활
롯데가 추구하는 미래입니다

롯데백화점





Readers' Guide

1. 2009 보고서 작성 기준

본 보고서는 Sustainability Reporting Guidelines by Global Reporting Initiative(G3)에 의거하여 작성되었습니다. 이 보고서에는 G3 프로필 공시 사항이 모두 포함되었으며, 각 지표별주에 대한 경영방식 공시와 G3 핵심성과 지표를 중요성의 원칙에 따라 최대한 담고 있습니다.

2. 2009 보고서의 내용 및 범위

본 보고서는 롯데백화점의 경제, 환경, 사회 전 범위를 담고 있습니다. 보고서에 기재된 내용은 롯데백화점 본사와 29개 점포(영플라자, 아울렛 포함)를 기준으로 하고 있으며, 29개 점포 중에는 2008년에 오픈한 스타시티점, 아울렛 광주점, 아울렛 김해점이 포함되어 있음을 알려드립니다. 단, 롯데백화점은 롯데쇼핑(주)의 주요 사업부문으로서 회사개요 및 IPO 관련 사항 및 재무 관련 사항은 롯데쇼핑(주)을 기준으로 작성되었으며, 일부 해외 활동내역이 포함되어 있음을 알려드립니다.

3. 2009 보고서의 대상 기간

본 보고서의 보고대상 기간은 2008년 1월 1일부터 2008년 12월 31일까지이며, 계속 기업의 원칙에 따라 2009년 상반기에 수행된 지속가능경영 활동 내용을 일부 포함하고 있습니다. 이런 이유로 보고서 명칭은 '2009년 지속가능성보고서'로 하였습니다. 수치 및 그래프 등은 최근 3년간의 데이터를 기본으로 제시하여 트렌드를 분석할 수 있도록 하였습니다.

참고로 롯데백화점의 직전 지속가능성보고서는 '2007 보고서'임을 알려드립니다.

4. 2009 보고서의 검증

본 보고서의 모든 정보는 독립적인 외부검증기관인 Solability의 검증 심사를 거쳤으며, 그 결과는 제3자 검증의견서에 수록하였습니다.

보고서 추가 정보

본 보고서에 대한 추가적인 정보가 필요하거나 더 자세한 사항을 알고 싶으신 경우 다음의 연락처로 문의해주시기 바랍니다.

롯데백화점 경영기획팀 사회공헌담당

- 주소 서울특별시 중구 소공동 1번지 롯데쇼핑센터빌딩 17층
- 전화 02-2118-2030~3
- 팩스 02-2118-2280
- 이메일 acii@lotteshopping.com
- 홈페이지 www.lotteshopping.com, www.lottegreen.co.kr

**롯데백화점
지속가능경영**

- 03_ 롯데백화점 경영이념
- 04_ CEO's message
- 05_ 회사 개요
- 06_ 조직 운영
- 07_ 기업 지배구조
- 09_ 윤리경영
- 11_ 시장환경 분석
- 12_ 브랜드의 경쟁력
- 13_ 이해관계자 참여
- 15_ 리스크 관리
- 17_ 지속가능경영 현황

**Think
Society**

- 43_ UN 글로벌 컴팩트
- 44_ 임직원 현황
- 45_ 인재상과 역량 개발
- 49_ 성과 보상 제도
- 50_ 직원 권익 존중
- 52_ 일과 삶의 균형
- 53_ 소통을 통한 열린 경영
- 54_ 상생의 노사 관계
- 55_ 파트너십 경영
- 57_ 공정거래 자율 준수
- 59_ 사회공헌 활동
- 65_ 지역사회와 함께

**Think
Economy**

- 21_ 경제적 성과 지표
- 22_ 글로벌 초일류 유통기업으로
- 25_ 사업다각화 전략
- 27_ 경영혁신 활동

**Think
Environment**

- 71_ 환경가치경영
- 73_ Green Company
- 76_ Green Partnership
- 77_ Green Product
- 79_ Green 캠페인
- 82_ 롯데 Green 기금 집행 실적
- 83_ 환경경영 주요 Data

**Think
Customer**

- 31_ 가치MD 구현
- 33_ 고객 중심 경영
- 35_ 서비스 역량 강화
- 36_ 고객과의 커뮤니케이션
- 37_ 상품 안전 관리
- 39_ 고객 정보 보호
- 40_ 안전하고 쾌적한 쇼핑공간

APPENDIX

- 85_ 제3자 검증의견서
- 87_ GRI INDEX



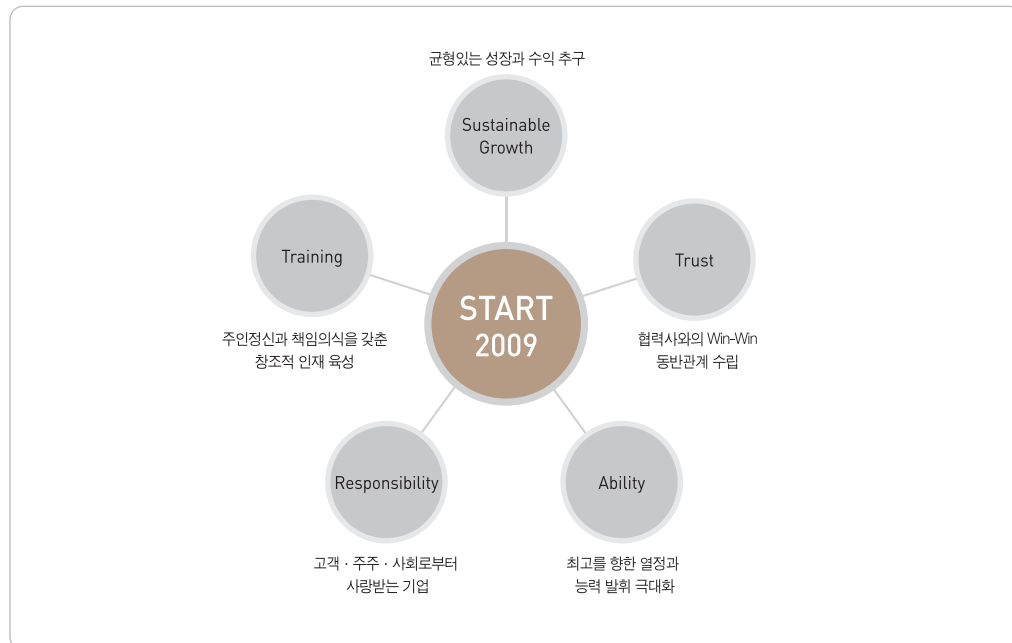
롯데백화점 경영이념

經營理念

社 是	우리 회사의 주인은 고객입니다.
經 營 目 標	인간존중, 친환경, 문화생활을 지향하는 21세기 세계적인 유통기업
使 命	<ul style="list-style-type: none"> ○ 바른 경영으로 사회 경제발전에 이바지한다. ○ 좋은 상품과 서비스로 생활의 풍요로움을 가꾼다. ○ 서로 돕고 더불어 커가는 기업문화를 만든다.
일하는 姿勢	우리는 고객중심으로 일하고 열정적으로 행동한다.

Slogan **Always with you** _ 언제나 고객과 함께

2009年 Catchphrase : START 2009



CEO's message



사회적 책임을 다하는 '글로벌 초우량 유통기업' 이 되겠습니다

롯데백화점은 모든 이해관계자들이 보다 풍요로운 생활을 누리도록 하는 것을 경영목표로 하며, 바른 경영으로 기업의 건강한 성장을 이루기 위해 노력해 왔습니다.

올해는 롯데백화점이 창립 30주년을 맞는 뜻깊은 해입니다. 그동안 끊임없는 변화와 혁신을 통해 한국 유통산업의 선진화를 이끌어 온 롯데백화점은 이제 국내를 넘어 세계적인 초우량 유통기업으로의 도약을 시작하고 있습니다. 우리가 추구하는 '글로벌 초우량 기업'이란 지속 가능한 경영 전략을 기반으로 하는 성숙하고, 사회적 책임을 다하며, 누구나 일하고 싶어하는 기업, 즉 '존경받는 기업'이 되는 것입니다.

롯데백화점은 이러한 비전을 달성하기 위해서 고객과 임직원, 협력회사, 주주, 지역사회, 정부 등 수많은 이해관계자와의 관계에서 나오는 다양한 요구에 관심을 기울이고, 기업의 책임을 충실히 수행해 나갈 것입니다. 또한 그 과정과 성과에 대해서 지속적인 커뮤니케이션을 해 나갈 것입니다.

올해 초에는 다우존스 지속가능성지수(DJSI) 아시아/태평양 부문에 롯데쇼핑이 국내 유통업계 최초로 등재되었습니다. 당사의 지속가능경영 성과가 글로벌 스탠다드 수준의 평가에서도 인정받기 시작한 것입니다. 롯데백화점은 건전하고 지속가능한 경영에 전사적인 자원과 역량을 집중해 글로벌 초우량 유통기업의 꿈에 한 발 더 다가서고 있습니다. 앞으로도 성실한 사회적 책임 수행을 통해 유통업계 지속가능경영의 모범이 되며, 세계에서 인정받고 존경받는 대표적인 유통기업으로 도약할 수 있도록 전력을 다하겠습니다.

감사합니다.

2009년 7월

롯데쇼핑(주) 대표이사

사 장

李 柱 雨

회사소개

회사 개요



회 사 명 : 롯데쇼핑 주식회사 (롯데백화점은 롯데쇼핑 주식회사의 사업부문입니다)
 설 립 일 : 1979년 11월 15일
 주 소 : 서울시 중구 소공동 1번지
 사업분야 : 대규모 소매업
 주요상품 : 의류, 잡화, 가정용품, 스포츠용품, 아동용품, 식품 등
 자 본 금 : 1,452억원 (롯데쇼핑 기준, 2008년 12월 현재)
 종업원수 : 6,004명 (롯데백화점 정규직, 비정규직)
 점 포 수 : 29개점 (영플라자, 아울렛 포함)

점포 현황

롯데백화점은 1979년 12월 소공동에 1만9천 제곱미터 매장의 본점을 개점한 이래 현재 전국적으로 백화점 25개점, 영플라자 2개점, 아울렛 2개점, 면적으로는 총 8십만 제곱미터에 이르는 매장을 구축·운영하고 있습니다.

[점포별 주요 현황]-2008년 12월 기준

(단위 : 명, m², 대)

지점	점별 위치	개점일	직원수 (동료사원포함)	1일 입점고객수	매장면적	주차대수
본점	서울 중구 소공동	1979.12.17	5,716	106,301	64,982	2,702
잠실점	서울 송파구 잠실동	1988.11.12	3,770	54,593	49,108	4,087
영등포점	서울 영등포구 영등포동	1991.05.04	2,548	21,166	32,445	1,206
청량리점	서울 동대문구 전농동	1994.03.18	1,420	26,000	16,324	345
부산본점	부산 부산진구 부전동	1995.12.08	4,339	55,563	46,416	2,629
관악점	서울 관악구 봉천동	1997.10.31	1,216	11,000	21,712	592
광주점	광주 동구 대인동	1998.09.18	2,184	21,374	28,430	1,448
분당점	경기 성남 분당구 수내동	1999.04.01	1,890	16,671	27,875	1,318
부평점	인천 부평구 부평동	1999.08.27	1,252	9,880	15,481	540
일산점	경기 고양 일산구 장항동	1999.10.15	1,966	14,295	26,632	884
대전점	대전 서구 과정동	2000.03.17	2,046	19,467	31,700	1,447
강남점	서울 강남구 대치동	2000.06.16	1,794	25,988	26,099	641
포항점	경북 포항 북구 학산동	2000.12.08	1,490	10,075	20,992	840
울산점	울산 남구 삼산동	2001.08.24	1,909	29,519	30,803	1,446
동래점	부산 동래 온천동	2001.11.02	1,966	17,717	31,041	1,678
창원점	경남 창원 상남동	2002.02.28	2,126	21,200	26,096	1,053
안양점	경기 안양 안양동	2002.05.10	1,724	20,000	24,506	800
인천점	인천 남동구 구월동	2002.08.23	1,709	21,410	32,576	753
노원점	서울 노원구 상계동	2002.09.03	2,979	44,580	33,630	1,073
대구점	대구 북구 칠성동	2003.02.27	2,477	23,613	33,854	1,055
상인점	대구 달서구 상인동	2004.02.20	1,606	9,196	22,347	635
전주점	전북 전주시 완산구 서산동	2004.05.28	1,985	19,599	23,262	882
미아점	서울 강북구 미아동	2006.12.20	1,692	18,775	27,240	552
센텀시티	부산시 해운대구 우동	2007.12.07	1,917	14,294	32,911	1,279
스타시티	서울 광진구 자양동	2008.10.30	1,120	15,000	25,410	629
영플라자 대구	대구 중구 사일동	2007.08.22	379	2,590	7,200	92
영플라자 청주	청주시 상당구 남문로 2가	2007.02.23	420	3,900	6,221	192
아울렛광주	광주 서구 풍암동	2008.10.24	730	21,760	17,554	1,305
아울렛김해	경남 김해 장유면 관광유통단지	2008.12.17	824	10,451	26,843	2,000
계			57,194	685,977	809,689	34,103

※ 사업장별 직원수는 지역사회 고용 창출을 고려하여 동료사원수를 포함하였습니다.

롯데백화점 조직 운영



기업지배구조

투명하고 신뢰받는 기업지배구조 구축

2006년 서울과 런던에서 동시 상장한 롯데쇼핑은 세계적인 수준의 투명하고 건전한 지배구조를 정립하는데 노력하고 있습니다. 롯데쇼핑 이사회는 현재 6명의 사외이사를 포함하여 전체 11명으로 구성되어 있으며, 현재 이사회 내에 감사업무를 담당하는 감사위원회와 사외이사후보 추천위원회 등 두 개의 위원회를 운영하고 있습니다.

사내이사진은 롯데쇼핑 이철우 대표이사를 포함하여 대표이사 4명, 상근이사 1명으로 구성됩니다. 사외 이사진은 강전웅 전 롯데그룹 임원, 연세대학교 경영대학 손성규 교수, 경기개발연구원 좌승희 원장, 김세호 전 건교부 차관, 법무법인 율촌 윤세리 변호사, 고려대 경영정보대학원 임종인 학장 6명으로 구성되며 롯데쇼핑 경영활동에 대한 모니터링과 자문을 제공합니다.

롯데쇼핑 이사회

1. 이사회 구성

이사회는 정관 및 이사회 규정에 따라 주주총회를 통해 선임된 11명의 이사로 되어 있으며, 임기는 2년입니다. 현재 롯데쇼핑 이사회 의장은 이사회 규정 5조에 의거하여 현재 이철우 대표이사가 이사회 의장직을 수행하고 있습니다. 참고로 롯데쇼핑은 사외이사의 자격요건과 관련하여 증권거래법 191의6조 3항, 동법 54의5조 4항, 동시행령 37의6조 2항, 3항을 준용하고 있으며, 이사의 보수한도는 주주총회의 승인을 득하도록 되어 있습니다.

2. 이사회회의 권한

이사회는 경영진의 성과와 관련하여 필요시 관계임직원 또는 외부인사를 출석시켜 의견을 청취할 수 있으며, 전문가의 자문을 구할 수 있습니다. 또한 담당업무를 집행함에 있어서 법령 또는 정관의 위반, 기타 부당성의 염려가 있을 경우에는 관련자료를 제출, 조사 및 설명을 요구할 수 있으며, 해당업무의 중지 또는 변경을 요구할 수 있습니다. (이사회 규정 13조, 14조)

3. 이사회 의견도출 과정

정기이사회는 월 1회 개최함을 원칙으로 하며, 이사회의 성립 및 결의는 이사 전원의 과반수 이상이 출석, 출석이사의 과반수 이상 찬성으로 결정합니다. 또한 모든 이사가 동영상 및 음성을 동시에 송·수신하는 통신수단에 의하여 결의에 참가하는 것이 허용되며, 이 경우 당해 이사는 이사회에 직접 출석한 것으로 인정됩니다. 이외에 이사회의 결정권은 대리로 행사 할 수 없으며, 특정사안에서 특별한 이해관계가 있는 이사는 의견권을 행사할 수 없습니다. (이사회 규정 7조, 9조, 10조)

4. 감사위원회와 사외이사 후보 추천 위원회

롯데쇼핑은 기업의 투명성과 경제, 환경, 사회 활동과 관련한 경영진의 관리능력 및 전문성을 감독하기 위하여 증권거래법에 따라 이사회내 사외이사 추천위원회와 감사위원회를 두고 있습니다. 사외이사 추천위원회는 주주의 이익을 대표하는 사외이사후보의 추천을 통해 경영의 투명성 강화에 힘쓰고 있습니다.

[2008년 롯데쇼핑 이사회 보수 현황]

(단위 : 천원)

구분	지급총액	인원	1인당 평균지급액	주총승인금액
이사	3,452,500	동기이사 4.5명	767,222	11,000,000
사외이사	135,000	사외이사 3.5명	38,571	
감사위원	131,000	감사위원인 사외이사 3.5명	37,429	

이사회회의 보수는 주주총회에서 승인한 이사보수한도 내에서 지급됩니다. 2008년 주주총회 승인금액은 110억원이었으며, 실제 지급액은 3,718백만원이었습니다.

사외이사의 자격조건

롯데쇼핑은 사외이사의 자격요건 관련 증권거래법 191의6 ③, 54의5 ④, 시행령 37의6 ②, ③를 준용하고 있습니다.



주주총회

주주총회는 주주들만으로 구성되는 필요적 상설기관으로서 법률 또는 정관에 정하여진 사항을 결의하는 주식회사의 최고의 의결기관입니다. 주주총회는 상법 또는 정관에 정해 놓은 사항에 한하여 결의할 수 있으며, (상법 제 361조) 이밖에 특별법으로 정해 놓은 사항에 대해서도 결의할 수 있습니다. 또한 주주총회는 주주의 의견을 이사회에 전달하는 자리로서의 역할을 하고 있습니다.

- 1) **주주 제안권** _ 발행주식총수의 100분의 30이상(상법 363조의 2) 또는 당사의 경우 발행주식총수의 1,000분의 50이상 (행사시점으로 부터 6개월 이상 소유 - 증권거래법 191조의 14)을 소지하고 있는 자의 경우, 일정사항을 주주총회의 목적사항으로 할 것을 제안할 수 있음.
- 2) **주주 의결권** _ 주주는 주주 본인 또는 대리인을 통하여 총회에 출석하여 토의에 참가하고 질문하며, 그 의결권수(주식수)에 따라서 결의할 수 있음.

정기주주총회는 매 결산기가 끝난 후 3개월 이전에 소집하고 임시주주총회는 필요에 따라 이사회 결의 등을 통해 수시로 소집하고 있습니다. 주주총회 소집이 결정되면 일시, 장소 및 목적사항을 2주 전부터 금융감독원 전자공시 Site에 공시하고 또 일간 한국경제신문과 매일경제신문을 통해 2회 이상 공고함으로써 주주에게 총회소집 사실을 알리고 있습니다. 주주의 의결권은 1주마다 1개를 제공하고 있습니다. 또한 주주총회 참석이 어려운 경우 대리인을 통해 의결권을 행사할 수 있도록 하고 있습니다. 주주총회 결의기준은 보통결의의 경우 출석한 주주의 의결권 과반수와 발행주식 총수의 4분의 1 이상의 수로 정하고 있고, 특별결의의 경우 출석한 주주의 의결권 3분의 2 이상의 수와 발행주식 총수의 3분의 1 이상의 수로 정하고 있습니다.

[최대주주 및 그 특수관계인의 주식소유 현황]

- 2008.12.31 기준

구 분	관계	소유주식수(주)	지분율(%)	구 분	관계	소유주식수(주)	지분율(%)
신동빈	본인	4,237,627	14.59	롯데정보통신(주)	계열사	1,515,653	5.22
신동주	친인척	4,235,883	14.58	롯데칠성(주)	계열사	1,237,272	4.26
신격호	친인척	426,511	1.47	롯데건설(주)	계열사	300,019	1.03
신영자	친인척	228,962	0.79	(주)부산롯데호텔	계열사	246,720	0.85
(주)호텔롯데	계열사	2,697,201	9.29	최대주주등 계		20,139,843	69.34
후지필름(주)	계열사	2,474,543	8.52	우리사주		230,648	0.79
롯데제과(주)	계열사	2,474,543	8.52	국내외투자자		8,672,883	29.86
				발행주식총수		29,043,374	100.00

주주의 권익보호

롯데쇼핑은 주주의 권익 보호를 위하여 투자자 전담부서인 IR팀을 설치하였습니다. IR팀은 회사의 최신정보를 주주들에게 알리고, 동시에 주주의 의견을 수렴하여 경영진에 전달하는 메신저의 역할을 하고 있습니다. 특히 분기별로 컨퍼런스를 통해 국내·외 주주들과 최고 경영진이 분기별 실적분석 및 향후 방향에 대해 의견교환의 장을 마련하고 있으며, 또한 IR 홈페이지 등의 채널을 통해 주주의 의견을 수렴하여 주주의 권익보호에 앞장서고 있습니다. 이렇게 모여진 주주의 의견은 대표이사 및 이사회에 직접 전달되고 있습니다.

[이사회 개최 및 사외이사 참석율 현황]

회차	1	2	3	4	5	6	7	총 개최회수
개최일	08.01.24	08.02.14	08.03.07	08.04.23	08.05.21	08.06.25	08.07.30	14회
참석인원	4/4	5/5	6/6	6/6	5/6	6/6	6/6	
회차	8	9	10	11	12	13	14	평균참석율
개최일	08.08.27	08.09.19	08.10.06	08.10.29	08.11.20	08.12.18	08.12.26	93%
참석인원	5/6	6/6	5/6	5/6	6/6	5/6	6/6	

윤리경영

롯데백화점은 'Global Standard'를 충족하고 세계적인 유통기업으로 거듭나기 위해 전 임직원이 법적 책임 준수 뿐 아니라 윤리적 업무 수행을 생활화하도록 하고 있습니다. 윤리경영의 체계적 실천을 위한 전담 조직 운영, 가이드라인 배포, 지속적 예방활동 등을 통해 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다.

윤리행동준칙 및 세부지침 제정

롯데백화점은 올바른 윤리적 가치관 정립을 위해 2001년 '롯데쇼핑 윤리행동준칙'을 제정하고 구체적인 행동기준이 되는 '윤리행동 세부지침'을 수립하였습니다.

롯데쇼핑(주)은 언제나 고객과 함께하는 초일류 우량기업으로 영속, 발전하기 위하여 바르게 생각하고, 판단하고, 행동함으로써 기업의 사회적 책임을 다하고 이해관계자 및 국가와 인류의 공동이익을 추구한다. 이를 위하여 사회와 임직원이 지켜야 할 윤리행동준칙을 제정하고 그 실천을 다짐한다.



윤리사무국

윤리사무국은 윤리위원회의 실무를 집행하며, 윤리경영의 대내외 홍보, 윤리강령과 윤리행동준칙의 실천을 평가하고, 효과적인 윤리준법 프로그램 개발하여 효율적으로 운영할 수 있도록 하는 업무를 수행합니다. 또한 기업윤리교육을 통해 비윤리적 행위를 예방함으로써 기업윤리 실천의 나침반 역할을 하고 있습니다.

윤리경영신고센터 : 직원 비리와 부당행위, 직장 내 성희롱 및 품위손상, 비윤리적 거래행위, 윤리경영을 위한 제도개선 사항 등을 접수할 수 있는 신고센터를 운영하고 있습니다. (홈페이지 내 운영)

다양한 제보 채널

임직원, 협력사, 고객이 기업 윤리에 저촉되거나 부조리한 사항 등에 대해 신고하거나 제언할 수 있도록 다양한 제보 접수 채널을 운영하고 있습니다.

- ① 인터넷 접수: 그룹신문고, 윤리사무국, 쓴소리단소리(상품본부·ED)홈페이지-협력업체접속)
- ② 서면 접수: 편지, 등기 등으로 익명 또는 기명으로 제보
- ③ 전화 접수: 제보자가 MR팀으로 직접익명 또는 기명으로 전화 제보
- ④ 정보 활동: 윤리사무국 조사자가 각 점 및 본사 부문 직영 및 동료사원으로부터 정보획득



내부신고자보호

내부신고제도의 원활한 운영을 위하여 내부신고자 보호제도를 마련하여 신고자의 정보를 절대 누설하지 않으며 어떠한 신분상 불이익 처분이 나 차별도 받지 않도록 하고 있습니다. 제보된 사항에 대해서는 조사 및 확인 절차를 거쳐 그에 상응하는 책임을 묻고 있습니다.

윤리경영 위반시 처리 절차

윤리강령 및 윤리행동준칙에 저촉되는 행위가 발생하였을 때는 윤리위원회의 의결에 따라 해당자를 징계할 수 있으며, 징계 등급 및 처벌에 관한 사항은 회사의 징계 관련 규정을 따르고 있습니다.

윤리경영의 구체적 실천 및 지속적 예방 활동

부서별 자기진단을 통해 업무 수행 과정의 리스크를 발굴하고 개선할 수 있는 매뉴얼을 통해 윤리경영을 실천하고 있습니다.

- ① 부서별 업무상 Weak Point 선별
- ② 윤리경영 위반 리스크 발굴(부서별 주요 리스크 정의)
- ③ 리스크 관리 실태 및 리스크 제거를 위한 개선 과제 이행여부 점검
- ④ 점검 결과 Feed-Back을 통한 지속적 윤리경영 실천 독려

윤리경영 저해 행위 사전 예방 활동

정기 점검

- 명절 : 금품수수, 상품 배송, 상품권 판매와 관련된 사항의 점검
- 세일 : 불공정 행위, 상품준비, 전단/DM 등 점검
- 위생 : 상품관리, 위생관리 실태 점검
- 정보보안 : PC 보안설정, 주요 문서 관리 상황 등 점검

캠페인

- 밝고 건전한 명절 문화 캠페인 실시
- 이동시 철저하고 신속한 인수인계 절차 확립

윤리경영 교육 진행

- 윤리경영 입문과정, 성희롱예방교육, 업무효율화과정, 공정거래법교육 등

협력회사 클린경영 협약서

롯데백화점은 윤리경영의 실천이 거래하고 있는 협력회사에서도 정착될 수 있도록 '글로벌 클린 경영 협약서'를 제정하여 모든 거래업체와 협약을 맺고 있습니다. 협약서는 인권, 노동, 환경, 반부패의 기업윤리 4대 분야 10대 원칙의 실천에 동참한다는 내용으로 구성되어 있습니다. 또한 표준계약서 상에 '윤리경영을 위한 의무' 조항을 두어 윤리경영과 투명한 거래에 대한 상호 의무를 준수할 것과 위반시의 불이익 등이 명시되어 있습니다.

정치불개입의 원칙

롯데쇼핑은 윤리행동준칙 제18조에서 정치에 관여하지 않는다는 정치불개입의 원칙을 표명하고 있습니다.

시장환경 분석

백화점 업계 현황

백화점은 타 유통업종에 비해 의류, 잡화, 홈패션, 식품 등 풍부한 상품 구색을 갖추고 있어, 원스톱 쇼핑이 가능한 특징을 가집니다. 이와 더불어 레스토랑, 시네마, 엔터테인먼트 등 서비스 시설 및 다양한 문화 강좌와 각종 이벤트 행사로 고객들의 라이프스타일을 선도하는 도시 생활의 한 부분을 차지하고 있습니다. 백화점은 유통채널의 다변화와 신업태의 성장에 따라 성숙기에 접어들었습니다. 그러나 저가 유통채널 등의 확대에도 백화점이 차지하는 비중은 유지되고 있습니다. 2004년 4분기 이후 소비회복 분위기가 고조되면서 매년 3~4%대의 신장율을 유지, 2008년에는 전년보다 4.0% 신장한 19.5조원의 시장규모를 유지하고 있습니다.

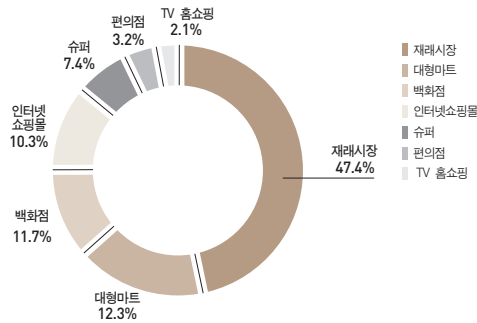
[백화점 시장규모 추이]

(단위:조원)

구분	2005년	2006년	2007년	2008년
시장규모	17.2	18.1	18.7	19.5
증가율	4.2%	5.2%	3.3%	4.0%

※ 자료출처 : 통계청

[국내 소매시장 업태별 매출구성비]



백화점 업계의 매출특성

향후 백화점 산업은 신규 경쟁자의 출현이 제한적이며, 수도권 신도시, 지방상권 등 신흥상권이 계속 생겨나고 있고, 구조조정 과정을 거치면서 살아남은 업체들의 경쟁력이 강화되었다는 점 등의 요인으로 규모와 입지를 선점한 기존 백화점의 성장은 지속될 것입니다. 또한 최근 할인점, 홈쇼핑, 인터넷 쇼핑 등 신업태의 출현으로 업태간 경쟁이 강화되고 있으나, 백화점은 고유의 고객기반을 확보하고 있어 현재의 시장 점유율을 유지할 것으로 예상됩니다. 또한 수익성 측면에서는 소매업태 중 계속 가장 우수한 업태가 될 것입니다.

롯데백화점의 업계 위상

롯데백화점은 백화점 업계에서 점포수 측면에서 32.1%, 매출 측면에서 42.7%를 차지하는 등 업계 최고 수준의 점유율을 유지하고 있습니다.

[롯데백화점 점포수 현황]

(단위: 개)

구분	2006년	2007년	2008년
롯데백화점	23	24	25
백화점 전체	77	79	78
점유율	29.9%	30.4%	32.1%

※ 자료출처 : 통계청

[롯데백화점 매출액 및 시장점유율 현황]

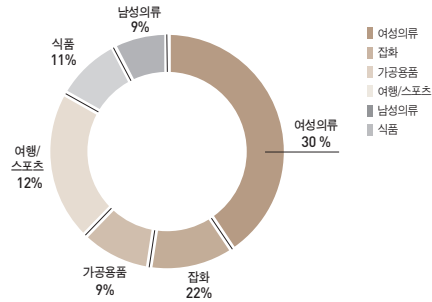
(단위: 억원)

구분	2006년	2007년	2008년
롯데백화점	76,507	77,956	83,071
백화점 전체	181,179	187,102	194,558
점유율	42.2%	41.7%	42.7%

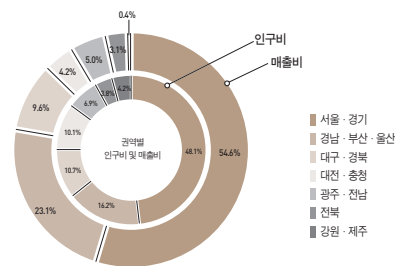
※ 자료출처 : 통계청, 당사자료

(롯데백화점 매출액은 롯데미도파, 롯데역사를 포함한 롯데백화점 기준으로 작성)

[상품군별 매출구성비]



[롯데백화점 권역별 인구비 및 매출비]



롯데백화점의 브랜드 가치

롯데백화점은 1979년 창립 이래 30년동안 대한민국 대표 백화점의 자리를 지키고 있습니다. 롯데백화점은 롯데만의 차별화된 서비스와 경쟁력있는 MD를 통해 브랜드의 가치를 높이고 있으며, 2004년부터는 업계 최초로 환경가치경영을 선포하여 다양한 사회공헌 활동을 펼치며 사회적으로 존경받는 기업 만들기에 적극적으로 나서고 있습니다. 그 결과 한국생산성본부, 한국능률협회 등이 매년 조사 발표하는 각종 브랜드 경쟁력 지수에서 1위로 선정되고 있습니다.

또한 롯데백화점은 국내 1위의 자리에 안주하지 않고 러시아, 중국, 베트남 등 해외시장을 적극 공략하여 글로벌 유통기업으로서의 경쟁력 확보에 나서고 있습니다.

[브랜드 가치 관련 외부 인증내역]



인증내용	주관	조사방법	발표시기	비고
국가고객만족도(NCSI)	한국생산성본부/조선일보	설문조사	2008.12	6회 연속 수상
국가브랜드경쟁력지수(NBCI)	한국생산성본부/중앙일보	설문조사	2008.08	6회 연속 수상
고객만족도(KCSI)	한국능률협회	설문조사	2008.09	
브랜드파워	한국능률협회	설문조사	2009.03	11회 연속 수상
서비스품질지수	한국표준협회	설문조사	2008.09	
한국서비스대상	한국표준협회	서류 및 현장심사	2008.06	
브랜드스타대상	(주)브랜드스톡/한국경제신문	설문조사	2009.04	10회 연속 수상

산업정책연구원 기업브랜드 가치평가 결과

2008년 롯데백화점 기업브랜드 가치 : 1,273,729백만원 / 백화점 부문 1위

(재무적 측면에서는 매출액을 기준으로 하여 계산된 브랜드 매출액에 미래 가치를 현재로 할인하여 적용, 마케팅적 측면에서는 브랜드 인지도, 브랜드 연상, 시각된 품질, 기타자산 등을 기준으로 도출)

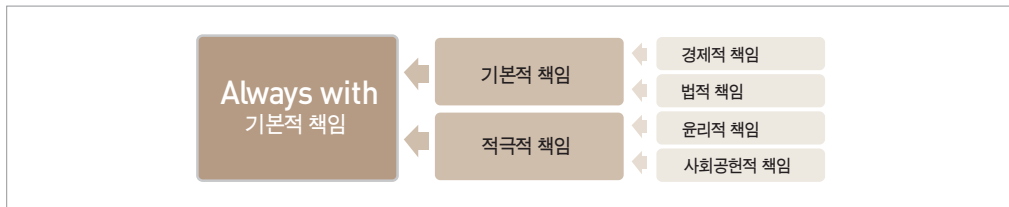
Always with you

늘 한결같이 진실하고 정직한 마음에서 우러나오는 진정한 서비스를 통해 고객의 만족과 신뢰를 추구하는 "고객중심 경영"이 롯데백화점의 기본 정신입니다.

롯데백화점의 약속 'Always with'

'Always with you'에서 'Always with'는 롯데백화점의 역할과 책임을 의미합니다.

여기서 롯데백화점은 경제적 책임, 법적 책임, 윤리적 책임, 사회공헌 책임이라는 4가지 역할과 책임에 충실할 것을 약속하고 있습니다.



롯데백화점의 경제적 책임

기업의 부실화는 기업의 기본적인 책무를 소홀히 하는 것으로 지역사회와 국민경제에 악영향을 끼칩니다. 기업은 경제활동에 종사하는 주체로서 지속적으로 이윤을 창출해야 합니다. 롯데백화점은 국내 1위의 시장점유율, 최대 규모의 점포 네트워크, 국내 최대 협력회사 보유 및 바잉파워, 국내 최대 매장 면적, 고용 창출 등을 통해 경제적 책임을 다하고 있습니다.

롯데백화점의 법적 책임

기업은 법적 테두리 안에서 공정하게 기업활동을 해야만 그 지위를 인정받을 수 있으며, 이는 기업의 안정적 이윤 창출을 위한 보호막이 되어 줍니다. 롯데백화점은 2001년 9월 유통업계 최초 공정거래 전담조직을 구성하고 공정거래 자율준수를 선포, 지속적인 감사와 감독, 교육, 평가활동 실시를 통해 법적 책임을 다하고 있으며, 위생교육 및 식품법규 수첩을 배포하는 등 체계적인 품질관리 시스템을 구현, 법적 책임을 다하고 있습니다.

롯데백화점의 윤리적 책임

윤리경영은 그 기업이 사회적으로 정당한 역할이나 활동을 하여 시장으로부터 지속적인 신뢰를 얻는데 기여합니다. 2001년 '윤리행동준칙'을 선포한 롯데백화점은 윤리의식 개선을 위한 자기신고제를 마련하고, 자기서약서를 작성하도록 하고 있으며, 명절선물 안주고 안받기 캠페인, 고운말 고운행동 캠페인, 금연 캠페인, 절약 캠페인 등 윤리경영 마인드의 확립을 위해 힘쓰고 있습니다.

롯데백화점의 사회공헌 책임

기업은 사회와의 상호작용을 통해 사회가 필요로 하는 상품이나 서비스를 생산하는 것을 목적으로 움직이고 있습니다. 사회공헌은 이 사회의 일원으로서 기업이 살아가는 수단이며 지속적인 발전을 위한 사회적 투자이자 전략입니다. 롯데백화점은 기부 및 봉사활동, 문화예술지원, 소외계층 생활기반 제공, 환경가치경영을 통해 사회적 책임을 다하고 있습니다.

여러분과 함께 합니다 'You'

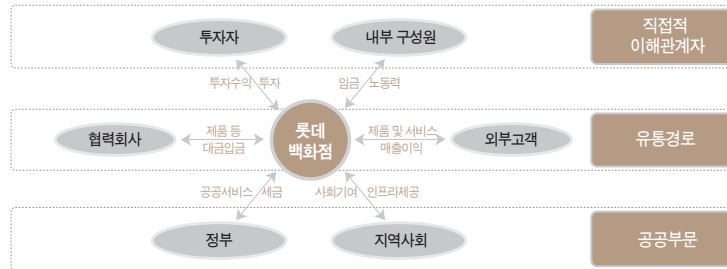
롯데백화점의 'You'는 단순한 구매고객의 이상의 의미를 지니고 있습니다. 내부고객, 협력회사 및 주주, 정부와 지역사회 등 롯데백화점을 둘러싸고 있는 핵심적 이해관계자 모두를 포함하며 그 의미를 미래 세대가 환경에 대한 고려까지도 확장하고 있습니다.



이해관계자 참여

롯데백화점의 이해관계자

롯데백화점은 주주, 내부구성원, 고객, 협력회사, 지역사회, 정부 등을 주요 이해관계자로 규정하고 있습니다. 롯데백화점의 지속가능경영은 회사를 둘러싼 다양한 이해관계자들과의 관계 속에서 책임을 다하고, 각 이해관계자들에게 필요한 가치를 제공하기 위한 활동입니다.



이해관계자와의 소통

롯데백화점은 다양한 소통의 채널을 마련하여 이해관계자의 의견과 요구사항들을 수렴하고 경영에 반영하고 있으며, 또한 회사의 주요한 정책이나 경영 활동 등의 현황이 이해관계자들에게 바르게 전달될 수 있도록 노력하고 있습니다. 고객, 종업원, 협력업체 만족도 조사와 같은 정기적인 내외부 설문조사를 실시하여 이해관계자들의 불만족 요인이나 리스크 요인 파악에 활용하고 있으며, 고객상담실이나 직원 나눔자리 등의 직접적인 문제 해결 채널, 협력회사 칸벤션 및 간담회, 직원 간담회와 같은 요구사항 수렴 및 경영 정보 전달 채널을 마련하고 있습니다. 또한 온라인 홈페이지를 통한 커뮤니케이션, 사내 인트라넷을 활용한 자유로운 쌍방향 커뮤니케이션의 비중을 늘려 누구나 쉽게 의견을 제시할 수 있고 수시로 즉각적인 피드백이 이루어질 수 있도록 하였습니다. 주주들과는 컨퍼런스콜 등 각종 IR활동, 온라인 공시시스템 등을 통해 커뮤니케이션 하고 있습니다.

[이해관계자별 소통 채널]

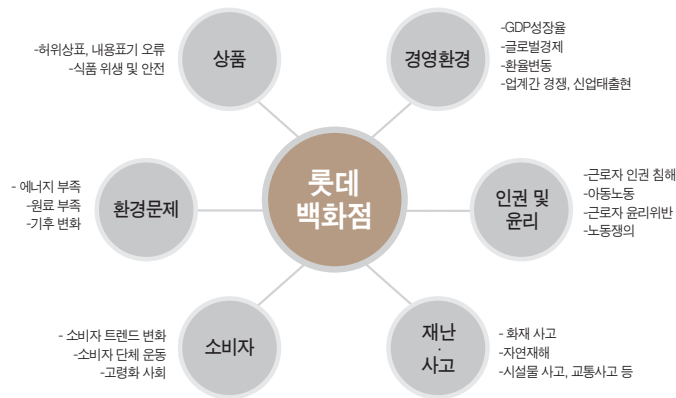
구분	소통채널	관심영역	보고서 반영
고객	고객만족도조사	고품질 서비스 제공	31~33 P
	VOC 시스템	상품의 품질 및 안전성	34~36 P
	고객상담실	고객 안전	34~36 P
	CRM 시스템 고객관리	정보 보호	37 P
	고객의견함		
직원	고객 멘토제도		
	종업원만족도조사	일과 삶의 균형	59~61 P
	나눔자리 상담실	교육훈련 및 자기개발 기회	53~56 P
	인트라넷	공정한 평가와 보상	57~58 P
	사보	인권, 권익	59~60 P
협력회사	아이디어찾라인		
	노사협의회		
	대표이사 직원 간담회		
	협력업체만족도조사	협력사와의 상생	62~64 P
	협력업체 칸벤션	공정거래	65~66 P
주주	대표이사 협력업체간담회	환경경영 확산	77 P
	협력업체 만족도 조사		
	All-in day 현장근무		
	실무자 워크샵		
	동료사원열린쪽지		
지역사회	정기주주총회	경제적 성과	19~26 P
	정기이사회	브랜드 가치	11~12 P
	IR 활동		
	공시시스템		
	컨퍼런스콜		
정부	Annual report		
	사회공헌활동	지역사회 기여	41~48 P
	환경가치경영	일자리 창출	41 P
	지역사회활동 리포트	지역사회 공헌 활동	45~47 P
		친환경 경영 활동	69~81 P
정부		친환경 경영 활동	69~81 P
		사회 공헌 활동	41~48 P
		경제적 기여	19~26 P

리스크 관리

리스크 관리 경영

롯데백화점이 기업 활동을 영위해 나가는데 있어서는 내외부적으로 다양한 위험 요소가 있습니다. 롯데백화점은 이러한 유무형의 모든 위험 요소를 '리스크'로 규정하고 이의 사전 예방에 만전을 기하고 있습니다.

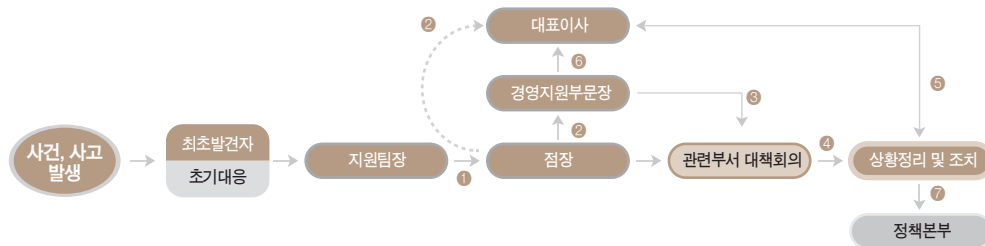
[롯데백화점을 둘러싼 리스크]



위기관리 지침수립

대표적인 소매산업인 백화점의 특성상 각종 재난이나 사고가 일어날 경우 그 영향력과 파급 효과가 매우 큼니다. 롯데백화점은 사고 발생시 유형별로 신속한 대응을 위한 행동지침 및 관리방안을 구축하고 지속적인 교육을 실시하고 있습니다. 또한 위기관리 관련 명확한 업무체계 수립을 통하여 실제 위기상황 발생시 신속한 대응이 가능하도록 하고, 사고예방 및 피해를 최소화할 수 있도록 위기관리지침을 마련하여 전 사에 배포하였습니다.

[사고발생시 대응체계도]



구분	내용	비고
①	현장보전, 사고내용 파악, 상황판단	지원팀장(영업총괄팀 연계)
②	대표이사, 경영지원부문장 구두보고(사고내용, 조치예정)	점장
③	화재원인 및 피해상황 조사, 대책수립 지시	경영지원부문장
④	관련부서 대책회의	대책회의 참석자
⑤	종합적인 상황정리 및 조치후 재발방지책 보고	관련부서 팀장
⑥	대표이사 보고	경영지원부문장
⑦	대표이사 보고 후 정책본부 통보	관련부서 팀장



리스크 정의와 관리 체계

롯데백화점은 리스크를 유형별로 정의하고 각 위험 요소의 발생가능성, 영향력 등을 분석하고 위험을 최소화 시키기 위한 전략 및 시스템을 운영하고 있습니다.

위험요소	위험 정의	영향력	위험감소 · 최소화 전략 및 시스템
상품			
허위 상표/ 내용표기 오류	상품상의 내용/성분 표기/유통기한일자 등의 표기오류	상품에 대한 고객 신뢰 상실 브랜드 충성도 약화	점별 상품 품질 검사 진행 롯데 상품시험연구소와 업무 협력 협력회사 검증 시스템
식품 안전	관공서 위생관리 점검시의 적발 하절기 식중독 등 고객의 건강상 문제 발생	고객 신뢰 상실 부정적 언론 보도 등으로 명성에 영향	품질평가사의 식품위생 월별 중점 테마 관리 HACCP등 위생 관련 공인인증 시스템 구축 식품 생산이력 관리 등
사고 및 재난			
화재 사고	고객 부주의 또는 관리자 부주의로 인한 화재 사고	고객 및 임직원의 안전과 생명과 직결 사회적 이미지 실추 및 계속적 사업 영위에 타격 재산상의 피해	위기관리지침 제정 사고 유형별 주관부서 및 대응 체계도 마련 지속적인 사전 예방 교육
교통 사고/ 시설물 관련 사고	차량의 입출차시의 사고 발생 에스컬레이터, 엘리베이터 등 고객 이용 시설물 에서의 인명 사고	고객 및 임직원의 안전과 생명과 직결 시설물 관리에 문제가 있을 경우 기업 이미지 타격	위기관리지침 제정 사고 유형별 주관부서 및 대응 체계도 마련 지속적인 사전 예방 교육
경영환경			
GDP 성장	GDP 성장률과 민간소비가 둔화 전망	소매업의 특성상 국민소득 수준과 매출이 밀접한 연관을 가짐 매출 감소, 저성장지의 위험	경제 변화에 따른 시나리오 경영 시스템 구축
글로벌 경제	글로벌 경제 저성장 국면 유지 전망	중국, 러시아, 인도네시아, 베트남 등 신흥개발도 상국에서의 사업에 악영향 다만, 전체 사업에서 해외 매출 비중은 아직 크지 않음	경제 변화에 따른 시나리오 경영 시스템 구축
환율 변동	경기 변동에 따른 급격한 환율 변동	내수위주의 사업구조에서 직접적 영향은 없음 다만, 해외사업 확장에 따른 해외자금 유입시 위 험요소	경제 변화에 따른 시나리오 경영 시스템 구축
업계간 경쟁	국내 백화점 3사간의 경쟁 심화	소비자 요구를 파악하고 차별화하지 못할 경우 고객 이동	지속적인 우위 선점을 위한 서비스 수준 업그레이드 및 상품 강화
신규 사업	백화점과 할인점 시장의 포화 신규 수익원 창출 선점 경쟁	경쟁사의 신규사업 진출 또는 시장 선점의 위험	중장기적 전략 수립 및 신속한 의사결정을 통한 신규 및 해외사업 진행
소비자			
소비자 트렌드	소비자 트렌드의 급속한 변화 소비자 요구에 부합하는 상품, 매장 구성 실패	트렌드 대응, 차별화된 상품과 서비스 제공 실패 시 고객충성도 약화, 매출 하락	지속적인 트렌드 분석 및 외부 기관 컨설팅, 교육 진행 (MD, 직원교육, 관련 리포트 발간 등) 시MD 별도 조직 운영
소비자 단체	소비자 권익에 위배되는 경영 행위 소비자 단체의 불매 운동	고객 신뢰 실추 시민 단체 여론화, 언론 보도 등으로 기업 이미지 손상	소비자 권익 보호를 위한 실정법 준수 및 관련사항 직원교육을 통한 의식 제고
저출산 · 고령화 사회	총인구 대비 65세 이상 인구가 7% 이상인 사회 주요 소비층인 젊은 연령층, 중년층의 감소	주요 소비 주체인 젊은 연령층 및 중년층이 감소 소비층 변화에 대응하지 못할 경우 매출 하락	중장기적 전략 수립 및 지속적인 트렌드 조사를 통한 향후 위험요소 대비
인권 및 윤리			
아동노동	협력사에서의 아동 대상 노동 착취	사회적인 파급효과 및 기업 이미지 손상	노동 및 인권에 대한 실정법 준수 및 준수 여부 지속적 관리 감독
근로자 인권	근로자 인권 침해	사회적 파급효과 및 기업 이미지 손상	노동 및 인권에 대한 실정법 준수 및 준수 여부 지속적 관리 감독
근로자 윤리	근로자의 부패 및 윤리 위반 행위, 공정거래 위반 행위 등	기업 이미지 손상 및 고객 신뢰 상실 직접적 경제적 손실도 가능	윤리행동준칙 제정 및 윤리경영 시스템 강화 지속적인 사전 예방 교육
노동 쟁의	근로조건에 대한 의견 불일치 노사 분규 발생	정상적 영업활동 불가로 인한 경제적 손실 기업 신뢰도 하락	상생 노사 관계 정립을 위한 커뮤니케이션 강화 워크숍 및 경영현황 설명회 개최 노사합동연수 및 사회봉사활동 등 전개
환경변화			
에너지/원료 부족	유가등의 에너지가 상승 및 그에 따른 원자재가 상승	협력회사들의 제조원가 상승에 따라 당사 판매 가격 상승	에너지 절감 계획 수립 및 목표 관리 에너지 절감 운동 등 전자적 캠페인 전개
기후 변화	환경 파괴에 의한 생태계 파괴, 온난화 환경 관련 기업 활동 규제 강화	CO ₂ 배출 등에 대한 규제 소비 패턴의 변화	환경경영시스템 정착 협력사 및 소비자에 전파 (그린파트너십, 환경교 육 등 진행)

지속가능경영현황

롯데백화점, 업계 최초 DJSI(다우존스 지속가능성지수) 편입

지속가능 경영 성과 인정받아

2009년 2월 28일 신설된 다우존스 지속가능성 지수(DJSI) Asia / Pacific에 롯데쇼핑주(주)가 국내 유통업계 최초로 등재되었습니다. 다우존스 지속가능경영 지수(DJSI)는 세계 최대 금융정보 제공기관인 다우존스와 스위스 지속가능경영 평가 기관인 SAM사가 공동으로 세계 기업들의 지속가능경영 수준을 평가하고 우수 기업을 선정, 발표하여 사회책임투자(SRI)의 기초자료로 제공하는 세계 최고 권위의 지속가능경영 평가 지표입니다.

DJSI Asia / Pacific은 기존의 통합 운영되던 DJSI 시스템을 대륙별로 세분화한 Index로 북미, 유럽에 이어 09년 2월에 아시아/태평양이 추가되었습니다. DJSI 아/태 지수는 아시아 태평양 상위 600개의 기업을 평가하여 상위 120개의 기업을 등재하였습니다. 기존 DJSI 편입기업 3개사 외에 4개의 한국 기업이 등재되어 총 7개의 한국기업이 등재되어 있습니다.

롯데백화점은 포춘 지속가능경영 상위 국내 20대 기업에서도 높은 순위를 차지하기도 했습니다. 지속가능경영 상위 국내 20대 기업 순위는 포춘 글로벌 100대기업 지속가능경영 순위를 발표하는 투투모로우와 어카운트어빌리티사에서 주관하여 국내 매출 상위 기업들의 지속가능경영 수준을 포춘 글로벌 100대기업 지속가능경영 평가와 같은 방식으로 평가하여 발표하는 순위입니다. 롯데백화점은 국내 유통업계 중 유일하게 상위권에 순위를 기록하고 있으며 G100 평균에 근접한 점수를 획득하였습니다.

롯데백화점의 DJSI 등재와 포춘 지속가능경영 국내기업 순위 등록은 국내 유통기업 최초로 지속가능경영 성과가 Global Standard의 수준에서 높은 평가를 받았다는 것을 의미합니다.





롯데백화점 환경사랑 5년 실적

2004년 환경가치경영 선포 이후 다양한 환경보호 활동을 펼치고 있는 롯데백화점은 지난 5년간 총 4만7000톤에 달하는 이산화탄소(CO₂)를 줄였습니다. 이는 잣나무 약 1000만 그루를 살린 것과 같은 효과입니다.

롯데백화점은 5년 동안 △노원점·일산점·부산센텀시티점에 옥상생태공원을 조성해 건물 에너지 효율을 높여 1만2000톤 △신재생에너지 시설투자를 통해 1만1200톤 △쿨·웜비즈 캠페인 및 다양한 에너지 절감 활동을 통해 1만800톤 등 총 3만4000톤에 달하는 이산화탄소 발생을 줄였습니다. 또 친환경 전단을 제작해 1만3000톤에 달하는 이산화탄소 배출 감축을 유도했습니다. 연간 5억부 이상 발행되는 백화점 전단을 친환경 마크 인증을 받은 재생용지로 만들고, 공기를 잉크를 사용해 환경오염 가능성을 줄인 것입니다. 친환경 전단은 일반 전단에 비해 장당 5g의 탄소 배출을 저감해주는 효과가 있어, 롯데백화점 연간 발행부수 5억부로 환산하면 연간 2,600톤의 배출량을 저감하는 것과 같습니다.

국립산림과학원에 따르면 30년생 잣나무 한 그루당 연간 이산화탄소 흡수량은 4.6kg으로 흡수량이 늘어날수록 나무 건강에 악영향을 주게 됩니다. 롯데백화점은 5년간 4만7000톤의 이산화탄소 발생을 줄임으로써 잣나무 1000만 그루가 연간 흡수해야 하는 이산화탄소를 감축했습니다.

그 밖에도 고객들을 대상으로 에코백이라 불리는 환경장바구니 증정 캠페인을 벌여 180만장의 비닐봉투를 줄였으며, 상품권 판매액의 일정액을 환경기금으로 기부하는 캠페인으로 37억원의 환경기금을 마련하여 다양한 환경보전 캠페인을 진행해 왔습니다.

숫자로 보는 롯데백화점 환경사랑 실천 성과

10,000,000그루



잣나무 1천만 그루를
살렸습니다.

47,000톤



온실가스 4만 7천톤을
저감했습니다

2,000,000개



장바구니 2백만개를
배포하였습니다

1,800,000개



비닐백 1백 8십만장을
줄였습니다

40,040,000,000원



녹색구매를 통해 400억
상당의 환경상품 구매를
실천 했습니다

3,700,000,000원



환경상품권 판매를 통해
37여억원의 기부금을
적립했습니다

2,500명



어린이 환경학교 졸업생
2,500명을 배출했습니다.

25개 점포



국제 환경경영 시스템
(ISO 14001) 인증을 획득한
점포 수입니다



Think **Economy**





2009

Sustainability Report

대한민국 경제의 내일을 만들어갑니다

대한민국 경제발전의 지속가능한 성장 발전,
그 중심에 롯데백화점이 함께 하고 있습니다.
주주와 투자자의 이익 극대화로 대한민국의 희망을 키워가겠습니다.



경제적 성과 지표

재무실적

1. 대차대조표

(단위 : 백만원)

항목	금액	항목	금액
자산	13,303,683	부채	4,473,021
Ⅰ.유동자산	1,940,403	Ⅰ.유동부채	3,147,474
당좌자산	902,518	Ⅱ.비유동부채	1,325,547
재고자산	1,037,885		
		자본	8,830,662
Ⅱ.비유동자산	11,363,280	Ⅰ.자본금	145,217
투자자산	3,263,979	Ⅱ.자본잉여금	4,650,895
유형자산	7,060,981	Ⅲ.자본조정	-16,271
무형자산	131,530	Ⅳ.기타포괄손익누계액	45,943
기타비유동자산	906,790	Ⅴ.이익잉여금	4,004,878
자산 총계	13,303,683	부채와 자본 총계	13,303,683

2. 손익계산서

(단위 : 백만원)

항목	2006	2007	2008
매출액	9,055,880	9,768,132	10,553,792
매출이익	2,672,340	2,923,239	3,221,472
영업이익	749,372	756,671	768,989
법인세비용차감전순이익	989,060	957,870	926,975
당기순이익	742,517	692,134	742,825

안정성 · 수익성 · 활동성 · 성장성 지표 (2006~2008년)

구 분		2006	2007	2008
안정성 지표	유동비율	102.58%	65.40%	61.65%
	부채비율	57.97%	46.10%	50.65%
	차입금의존도	10.96%	4.61%	7.10%
활동성 · 성장성 지표	매출액증가율	5.21%	7.87%	8.04%
	영업이익증가율	8.79%	0.97%	1.63%
	당기순이익증가율	35.28%	-6.79%	7.32%
	총자산증가율	41.63%	0.75%	11.40%
수익성 지표	매출액영업이익률	8.27%	7.75%	7.29%
	매출액순이익률	8.20%	7.09%	7.04%
	총자산순이익률	7.34%	5.82%	5.88%
	자기자본순이익률	13.85%	8.83%	8.74%

경제적 성과 창출 및 배분 (EVG&D)

GRI 가이드라인 지표		비 고	2006	2007	2008
창출된 직접적인 경제가치			9,055,880	9,768,132	10,553,792
a) 수입	순 매출과 금융투자 및 자산매각 수입	매출액	9,055,880	9,768,132	10,553,792
분배된 경제적 가치			7,269,884	7,775,891	8,250,595
b) 영업비용	구매비용, 비전략적 투자, 로열티 및 운영비용	매출원가	6,383,540	6,844,893	7,332,320
c) 임금 및 복지	직원에게 지급되는 총 금액	급여, 복리후생비 등	457,497	521,620	591,763
d) 자본비용	자본 제공자에게 제공되는 모든 비용	이자비용 등	87,318	36,524	28,839
e) 세금	총 납세액	법인세비용	337,696	359,326	292,515
f) 지역사회투자	자발적 공헌 및 자금투자(기부금 등)	기부금	3,833	13,526	5,158
잉여 경제적 가치			1,785,996	1,992,242	2,303,198

a) 수입 : 매출액 b) 영업비용 : 매출원가 c) 임금 및 복지 : 급여+퇴직급여+복리후생비
d) 자본비용 : 이자비용+사채이자 e) 세금 : 법인세비용+법인세추납액+세금과공과 f) 지역사회투자 : 기부금

글로벌 초일류 유통기업으로 도약

롯데백화점은 21세기 글로벌 초일류 기업으로의 도약을 목표로 해외 시장으로의 진출을 시작했습니다. 국내에서의 확고한 위상과 30년간 구축한 유통 노하우를 바탕으로 한 글로벌화 전략은 향후 롯데백화점의 지속성장을 견인하는 잠재력이 될 것입니다.

글로벌 출점 전략 - VRICs

투자매력도, 잠재력, 성장율을 기준으로 러시아, 중국, 베트남, 인도 (VRICs: Vietnam, Russia, India, China)를 4대 전략 시장으로 선정하였으며, 2007년 9월 러시아 모스크바에 해외 1호점을, 2008년 8월 중국 베이징에 2호점을 오픈하면서 본격적인 해외시장 공략에 나섰습니다. 모스크바점은 국내 백화점업계 최초의 해외진출 사례이자 동양권에서 서양권으로 진출한 첫번째 백화점으로서 의미를 가지며, 베이징점 또한 한국 백화점으로서의 첫번째 중국 진출입니다. 롯데백화점은 이로써 한국 최고 백화점을 넘어 MD, 상품, 마케팅, 서비스가 어우러진 '한국형 유통'의 세계화 시대를 열어가고 있습니다.

[4대 전략시장 - VRICs]



러시아와 중국에서는 이미 오픈한 점포를 전초기지로 삼아 다점포화를 구축할 예정이며, 2단계로 베트남 호치민(2006년 10월)과 인도의 뉴델리(2006년 11월)에 각각 주재사무소를 열고 주재원을 파견하여 출점부지 검토 및 현지 조사를 활발하게 하고 있습니다. 철저한 준비와 계획으로 세계적인 점포망을 가진 세계 10위권의 글로벌 유통기업으로 거듭날 것을 목표로 하고 있습니다.

[세계 백화점 순위]

(2007년 기준)

순위	업체명	국가	매출액(억원)	순위	업체명	국가	매출액(억원)
1	Sears	美	472,552	10	Bailian Group(백련그룹)	中	83,190
2	Coles Myer	濠	257,223	11	Nordstorm	美	82,277
3	Federated	美	245,237	12	Takashimaya	日	79,024
4	El Corte Ingles	Spain	189,559	13	롯데백화점	韓	78,093
5	JC Penney	美	185,095	14	J Front Retailing	日	70,142
6	Marks & Spencer	英	168,804	15	Dillard's Inc	美	67,169
7	Kohl's Corp	美	153,538	16	Isetan	日	63,954
8	John Lewis Partnership	英	112,968	17	Mitsukoshi	日	59,555
9	Karstadt Quelle AG	獨	107,599				

글로벌 초일류 유통기업으로 도약

롯데백화점은 2007년 모스크바점, 2008년 북경점을 오픈하며 해외시장 개척을 성공적으로 시작했습니다. 이를 전진기지로 삼아 앞으로 러시아와 중국 내에는 점포를 추가로 개설하여 다점포화를 구축할 계획입니다. 또한 인도, 베트남 등 이머징 마켓을 적극적으로 공략할 계획으로 철저한 사전 조사 및 준비, 인재 육성 등에 힘을 기울이고 있습니다

모스크바점 현황

모스크바의 중심, 크레믈린 궁과 인접한 곳에 위치한 모스크바점은 '롯데플라자'라는 이름으로 백화점 외에도, 호텔, 오피스 등이 들어서는 복합단지 내에 있습니다. 모스크바점은 연면적은 38,530㎡, 영업면적은 23,130㎡에 식품부터 명품, 패션, 가전, 가구까지 갖춘 한국형 Full-line 백화점으로 기존 러시아에서는 볼 수 없었던 one-stop 쇼핑이 가능한 신개념의 백화점입니다. 현지의 점장 및 직원을 채용해 한국형 매장, 서비스에 러시아의 문화를 접목시키는 등 현지화에도 박차를 가하고 있습니다.



점포일반현황

개점일	2007년 09월 02일
위치	러시아 모스크바
매장면적	23131㎡
직원수	565명(동료사원포함)
주차대수	450대
1일 입점고객수	3500명

북경점 현황

롯데백화점은 2008년 8월 중국 베이징의 최대변화가 왕푸징 거리에 중국 1호점을 오픈했습니다. 이번 중국 진출은 중국기업인 은태(銀泰)그룹과의 조인트벤처를 통해 이루어진 것이며 합작 비율은 50대 50입니다. 백화점 상호는 중문으로 낙천은태백화(樂天銀泰百貨), 영문으로 Intime-Lotte Department Store입니다. 베이징점의 컨셉은 현대적인 시설과 서비스를 지향하는 최고급 도심 백화점으로 고소득전문직, 정부/기업체 간부 등 상류층을 타겟으로 프리미엄 라이프스타일을 제안합니다. 이를 위해 상품 고급화 뿐만 아니라 Lotte 백화점의 차별화된 마케팅과 서비스 노하우를 현지에 적용하며, 현대적이고 독특한 외관, 고품격 시설과 인테리어로 주변 중국 백화점들과의 차별화를 꾀하고 있습니다. 롯데백화점은 중국을 향후 유통업이 성장할 수 있는 잠재력이 매우 큰 시장으로 보고 베이징점 오픈을 시작으로 중국 주요도시로 점포를 확대해 나갈 계획입니다.



점포일반현황

개점일	2007년 08월 01일
위치	중국 북경시 왕푸징 (천안문에서 직선 1.5km, 보행가 상권)
매장면적	36060㎡
직원수	2046명(동료사원포함)
주차대수	395대
1일 입점고객수	7500명

해외 현지채용 인력운영 현황

롯데백화점은 해외점포 현지화 및 글로벌 백화점으로서의 위상 강화를 위해 해외 점포에서의 현지 채용 인력을 확대하고 있습니다. 현지채용은 각 해외점포 현지 recruiting 회사를 통해 공고 후 엄격한 심사를 거쳐 선발, 채용하고 있습니다. 또한 장기 현지화 인력 확보를 위해 현지 대학생 공채와 국내에서의 외국인 유학생 채용을 확대하고 있습니다.

(단위 : 명)

구분	본사파견	현지채용	인력 직무내용	현지 형태
러시아	6	39	점장, 마케팅, 영업관리, 재무, 지원, 인사, 전산 등	법인
중국	15	277	점장, 부점장, 마케팅, 영업관리, 재무, 지원, 인사, 전산 등	법인, 대표사무소
인도	2	1	시장 및 부지조사, 사무 등	대표사무소
베트남	4	1	시장 및 부지조사, 사무 등	대표사무소

[해외사업 조직 현황]



글로벌 마인드를 지닌 간부사원 육성

쇼핑몰, GF사업본부 등 신입태로의 사업확대 및 러시아, 중국, 베트남 등 해외점포 진출이 가시화 됨에 따라 글로벌 감각을 갖춘 간부사원 육성을 위해 최선을 다하고 있습니다. 이를 위해 간부사원 승진대상자에 대해서 SEPT(영어 말하기 능력시험)을 승진시 반영토록 하였으며, SEPT 레벨 7 이상자는 어학능력 유지보강을 위한 고급영어 회화 과정을 지원하고 있습니다. 또한 해외 파견 인력 pool을 관리하여 해당 인원을 대상으로는 지속적인 글로벌 비즈니스 교육과 어학 교육을 실시하고 있습니다.

중장기 해외사업 전략

글로벌 기업으로의 도약을 위해 해외사업 추진에 있어서 집중화, 현지화, 차별화를 전략으로 하고 있습니다.

[중장기 해외사업 전략]



사업다각화 전략

롯데쇼핑은 국내에서 백화점과 할인점 시장이 성숙기에 들어감에 따라 해외 진출과 신업체 개발 전략으로 미래의 유통환경에 대응하고 있습니다. 아울렛, 쇼핑몰, 카테고리킬러 등의 유통 신업체를 개발하고, 해외 브랜드 도입 등 패션사업도 확대해가고 있습니다.

프리미엄 아울렛 사업

선진국에서는 국민소득 2만 달러를 넘으면서 교외형 아울렛 시장이 크게 확대되고 유통산업 성장을 주도하는 모습을 보이고 있습니다. 국내에서도 가처분소득 증가로 명품 소비층이 늘어나고 교외로 나가 여가를 즐기는 가족중심 문화가 보편화되면서 쇼핑 형태가 변하고 있으며 한편으로는 소비층이 분화되면서 고가의 백화점과 저가의 할인점 사이에 새로운 시장이 형성되고 있습니다. 롯데쇼핑은 백화점과 할인점의 '틈새시장'이라고도 할 수 있는 아울렛을 통해 신규 시장을 개척해 가고 있습니다.

광주 아울렛

2008년 10월 광주월드컵경기장에 아울렛 1호점이며 도심형 아울렛인 광주 아울렛을 오픈했습니다. 광주 아울렛은 젊은 층을 중심으로 유명 브랜드를 선호하면서도 가격에 민감한 고객층을 공략합니다. 백화점에서 얻은 노하우를 바탕으로 한 고급화된 서비스와 편의시설, 쾌적한 환경 등으로 기존 아울렛 업체와도 차별화하고 있습니다.

- ▶ 주소 : 광주광역시 서구 풍암동 월드컵경기장
- ▶ 영업면적 : 약 17,100㎡
- ▶ 매장구성 : 1~2F
- ▶ 브랜드 수 : 180여개
- ▶ 고객상담실, 유아휴게실, 1층 만남의 장소 등 다양한 고객편의시설로 차별화



김해 아울렛

2008년 12월에는 김해관광유통단지 교외형 프리미엄 아울렛을 오픈했습니다. 고소득층 및 가족고객을 주타겟으로 고급화된 상품과 다양한 복합시설을 특징으로 하며 넓은 부지에 식당가, 엔터테인먼트, 휴게시설 등 각종 편의시설이 함께 구성되어 있습니다. 프리미엄 아울렛은 단순한 쇼핑공간이 아니라 가족과 함께 여가와 휴식까지 즐기며 하루를 보낼 수 있는 곳으로 자리잡고 있습니다.

- ▶ 주소 : 김해시 장유면 신문리 관광유통단지
- ▶ 연면적 : 46,700㎡ / 영업면적 : 26,800㎡
- ▶ 매장구성 : 1~2F
- ▶ 브랜드수 : 140개
- ▶ 주차대수 : 2,000대
- ▶ 넓은 부지에 엔터테인먼트와 편의시설이 함께 조성



복합쇼핑몰 확대

롯데쇼핑은 국내 백화점 시장에서도 5개 이상의 백화점을 더 오픈할 계획입니다. 2007년 12월에는 부산 센텀시티점을 2008년 10월에는 25번째 점포인 건대 스타시티점을 오픈하였습니다. 2009년에는 부산의 네번째 점포인 광복점을 오픈합니다. 광복점은 초고층 빌딩과 관광, 쇼핑, 오락을 동시에 즐길 수 있는 복합 타운으로 개발중입니다. 서울에서는 청량리에 새롭게 조성되는 민자역사를 중심으로 대형 백화점과 마트가 입점하여 지역 최대의 복합문화공간으로 거듭날 계획입니다. 또한 잠실에는 해외백화점, 스트리트형 쇼핑몰 등 새로운 쇼핑개념을 적용한 제2롯데월드를 조성할 계획입니다.



[센텀시티점]
개점일 : 2007년 12월
위 치 : 부산광역시 해운대구 우동 (센텀시티 UEC단지)
특 징 : 차별화된 디자인과 인테리어, 편의시설, 대규모 명품관을 갖춘 고품격 매장



[스타시티점]
개점일 : 2008년 10월
위 치 : 서울 광진구 자양동 (주거+상업시설 복합단지)
특 징 : 대학가 상권내 젊은 감각을 지향하며 시네마, 대형 서점 등이 연결되는 복합문화공간

패션사업과 PB 확대

롯데쇼핑은 사업다각화의 한 축으로 패션사업 강화에도 적극적으로 나서고 있습니다. 빠르게 바뀌는 소비자의 욕구에 부응하기 위해 시즌별로 상품을 기획·생산하는 SPA형 브랜드를 도입하여 성공을 거두고 있습니다. 2005년 일본 파스트리테일링사와의 합작으로 '유니클로'를 런칭하였으며, 2008년에는 스페인에서 세계적인 파스트패션 브랜드 '자라'를 들여왔습니다. 이와는 별도로 롯데백화점 내의 한 조직으로 GF사업부문을 운영하고 있습니다. GF사업부문은 2005년 8월 MD의 차별화, 패션전문성 강화를 위해 출범하여 PB브랜드 운영, 해외 신규 브랜드 도입을 통해 롯데백화점 패션사업의 양적, 질적 향상을 꾀하고 있습니다. 현재 타스타스, 홀라, 제라르다렐, 제이프레스 등 브랜드를 운영하고 있습니다.



카테고리킬러

롯데쇼핑은 카테고리킬러 사업을 위해 세계 최대 완구 카테고리 킬러인 '토이저러스'와 라이선스 계약을 맺고 2007년 12월에 롯데마트 구로점에 1호점 오픈했으며, 08년 1월 롯데마트 구리점에 2호점, 08년 4월 인천 삼산점에 3호점을 오픈했습니다. 향후 2012년까지 20개 이상의 '토이저러스' (1,000여평 규모의 단독매장) 오픈을 목표로 하고 있습니다. 또한, 2011년까지는 90여개 이상의 '토이박스(50여평 규모의 숭입숍 형태)' 매장을 운영한다는 계획입니다.

경영혁신 활동

유통산업의 경쟁력을 강화하고 저성장시대에 대응하여 수익구조 개선과 효율경영을 제고하기 위해 다양한 경영혁신 활동을 펼치고 있습니다. 전사적인 지식경영 기반의 구축을 위해 사내의 다양한 아이디어를 수렴하는 IDEA 시스템을 활성화하고 있습니다. 또한 양적성장애 상응한 조직의 유연성과 기동성을 제고하기 위하여 simple하고 speedy한 process를 만들어 나가고 있습니다. 경영환경 변화에 대응하여 효과적인 정보화와 IT 시스템 혁신에도 힘을 기울이고 있습니다.

창조경영

2008년 경영화두로 '창조와 도전, 섬김의 경영'을 선포했습니다. 창조경영은 개선이나 혁신을 뛰어넘는 신개념으로 이전에는 없던 새로운 가치를 창조하여 고객 가치중심의 성과를 창출하기 위한 일련의 활동을 의미합니다. 이는 하루가 다르게 변하는 경영환경 속에서 기존의 경영방식으로 1위의 자리를 고수할 수 없다는 위기 의식에서 출발했습니다. 창조경영의 초기 정착과 활성화는 임직원의 창의적 아이디어가 조직 구성원의 자발적 참여에서 출발한다는 판단아래 개방된 아이디어 수렴 창구인 그룹웨어 내에 '아이디어 핫라인'을 개설했습니다. 2009년 6월부터는 이를 더 활성화하고 지식경영의 기반을 구축하기 위하여 '아이디어팝콘'이라는 시스템을 구축하여 운영하고 있습니다. 누구나 자유롭게 아이디어를 제안하고 아이디어와 관련된 실무부서에서 아이디어를 검토, 실행하며, 심사 결과에 따라 개인에게 마일리지를 지급하고 있어 오픈 두달만에 2천건이 넘는 아이디어가 등록되었습니다. 전직원이 창조경영 마인드를 공유하고 수평적 커뮤니케이션이 활성화되어 가치창조와 지식공유의 장을 마련하는데 기여하고 있습니다.



[아이디어 팝콘 시스템]

Speed 경영

경기침체에 따른 위기를 극복하고 경쟁력을 더욱 강화하기 위해서 회사 전반에 걸쳐 강도 높은 경영혁신 활동을 실시하여 비효율·낭비요소를 최소화하고 있습니다. 사내에 구축된 IT 시스템을 활용한 "결재시간 Speed-up" 캠페인과 "One-pager" 캠페인 등과 같이 사내 임직원들이 쉽게 참여 할 수 있는 디지털 기반의 업무개선 캠페인 활동들을 진행하여 전사적인 업무 효율성을 제고시키고 있습니다. 특히 2008년 한해동안 진행된 "Speed-Up" 캠페인(결재시간 단축캠페인)을 통해 의사결정 시간을 전년에 비해 평균 51% 단축하였으며, 불필요한 부서간 합의절차도 72% 감소시켜서 월평균 3천 여건에 달하는 사내 의사결정 과정에 소요되는 연간 100만여의 시간을 단축함으로써, 국내 유통업계 최초로 24시간 내 의사결정 프로세스를 완성하였습니다. "One-pager" 캠페인은 매장 고객접점 현장근무에 장애요소로 작용하는 각종 서류업무와 회의 관련 업무를 간소화시키고 직원 스스로 당월 문서 산출량을 모니터링하여 기존의 업무관행을 타파하고 기업체질을 전환 시킬 수 있는 계기로 활용될 예정입니다. 문서 출력량 30%감축을 목표로 매월 팀별 현황을 Feed-back하여 캠페인 목표달성을 위해 총력을 기울이고 있습니다. 현재 임직원들의 호응 및 기대가 높아 09년 상반기까지 불필요한 회의 및 Paper-Work가 감소될 것으로 기대를 모으고 있습니다.



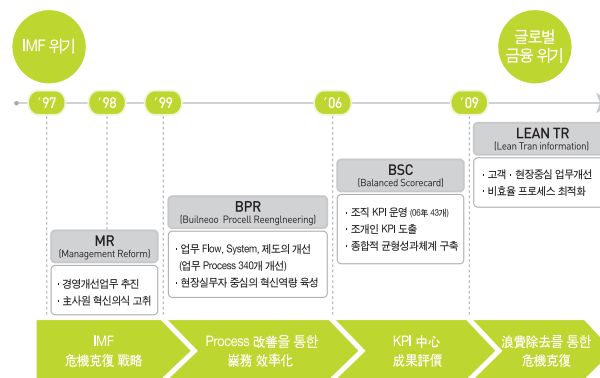
[Speed-up 캠페인]

이와 같은 일련의 혁신 활동은 고객중심의 효율경영을 통해 지속적인 유통업계 선두자리를 굳건히 지키고, 현재 글로벌 경제 위기 상황에서 조직의 유연성 및 효율성을 극대화시켜 기업의 체질을 개선시키는 촉매제 역할을 할 것입니다.

가치혁신 경영

당사는 지난 97년 IMF위기 당시 MR을 통해 경영 개선 업무를 추진하였고 이후 업무 프로세스 개선을 통해 IT 시스템 구축 등의 BPR 활동과 핵심 성과 지표 중심으로 조직과 개인의 균형된 평가체제 구축을 위한 BSC활동을 지속적으로 전개해 왔습니다. 2008년에는 글로벌 금융 위기로 인한 세계 경제 위기 상황을 극복하기 위해 LEAN 트랜스포메이션(TR)을 도입하였습니다. 린 트랜스포메이션은 'LEAN'의 '간결함'이란 의미처럼 업무체질을 한단계 업그레이드 시키기 위한 업무혁신 활동의 일환이며 불필요한 업무와 낭비요소를 제거하여 고객가치를 극대화 시키는 가치 혁신 활동입니다.

[LEAN TR 도입]



BSC 성과관리

각 조직별 책임경영 및 목표중심의 성과문화를 정착시키기 위해서 균형성과표(BSC)를 도입하였습니다. BSC성과관리란 점 자율책임경영에 적합한 성과관리를 위해 기존의 단기적 재무성과 중심의 상대평가가 아닌 목표 중심의 핵심성과지표(KPI)를 활용한 균형적 성과관리 체계를 의미합니다. 2008년 하반기부터는 기존 조직단위 KPI관리에서 전 직원 KPI까지 확대 적용하여, 조직 및 개인별 목표중심의 성과문화를 정착 시키는데 기여하였습니다.

IT시스템 혁신

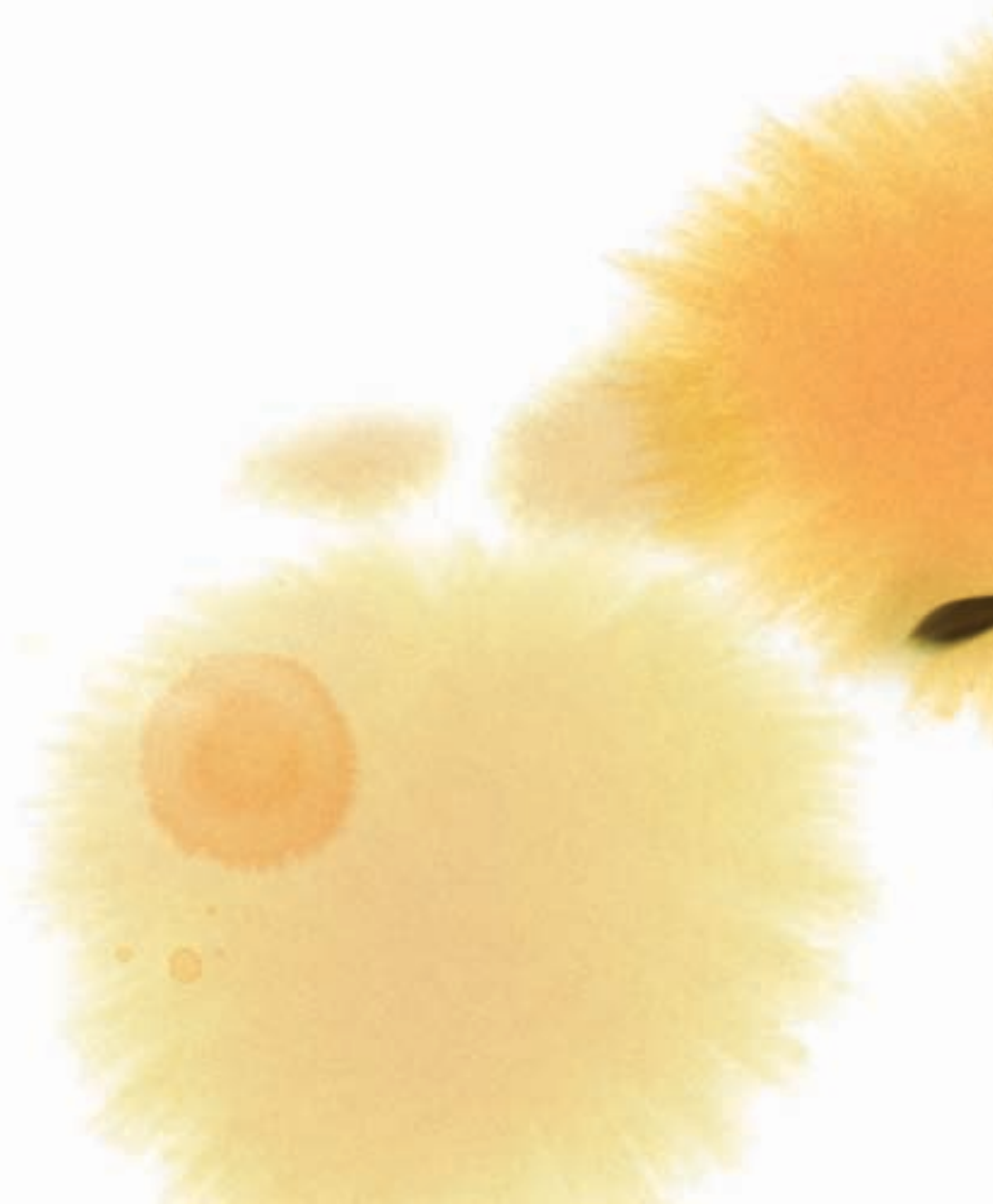
IT 자원을 활용한 업무 효율성의 극대화를 위해 단계별로 개선과제를 도출, 분석하고 System을 구축하여 Digital 업무환경을 구축하고 있으며, 시스템에 대한 만족도나 활용도를 주기적으로 조사하여 사용자 중심의 환경을 만들고 있습니다.

[연도별 주요 성과]

연 도	추진 사례
2001년	SAP(재무, 구매 등) 도입
2002년	RIS(Retail Information System), EDI(Electronic Data Interchange), 사은전산시스템
2003년	VOC(Voice of Customer)시스템, 카드정보충합시스템
2004년	PDA POS도입, CRM시스템, AMS시스템
2005년	멤버십 시스템, 통합콜센터시스템, 신문화센터 시스템
2006년	BSC 시스템, 직매입 단품관리 시스템, 약물관리 시스템, 내부회계 시스템
2007년	신인사시스템, 재해복구 시스템
2008년	SSO(Single sign on) 사내시스템 통합접속



Think **Customer**





2009

Sustainability Report

고객님 무엇을 도와드릴까요?

늘 고객의 입장에서 생각하는 롯데백화점
진실하고 정직한 으뜸 서비스로 언제나 고객과 함께하겠습니다.



가치 MD 구현

MD(Merchandising)란, 고객에게 상품을 판매하는데 필요한 활동으로 수요에 적합한 상품과 서비스를 알맞은 시기와 장소에 적정가격으로 유통시키기 위한 일련의 활동을 통칭합니다. 보통 점포의 운영관리에서 lay-out, 상품구성, 상품의 매입, 판매 재고의 관리, 판매촉진과 디스플레이 등으로 구성되어 있습니다. 롯데쇼핑의 진정한 가치는 MD에 있다고 할 수 있으며, 이를 통해 지속가능경영을 실현하고 있습니다.

차별화 MD

1. 편집매장

편집매장이란 하나의 공간에 2개 이상의 브랜드를 모아 판매하는 형태의 매장으로 단일 브랜드로 구현할 수 없는 다양한 스타일을 한 곳에서 제안할 수 있습니다. 고객들은 쇼핑시간이 부족해짐에 따라 원스탑 쇼핑공간을 선호하고 있습니다. 또한 브랜드 네임보다는 컨셉을 중시하여 상품을 선택하고 개성있게 연출하려고 하는 경향이 커지면서 편집매장이 글로벌 패션시장에서도 main stream으로 부상하고 있습니다. 당사에서는 올리브하트샵, 팝캐스트, Shoe Clip, Via Galerie, Luxury Stationery, THE PLACE 등 '08년 12월 현재 28개 샵, 67개 매장을 운영중입니다.

2. PB/NPB 확대

롯데에서만 만날 수 있고, 고객들에게 롯데만의 가치를 전해줄 수 있는 우수한 단독 브랜드를 확대하고 있습니다. 신규 유망 브랜드를 발굴하여 체계적인 지원을 제공하고 단독 브랜드화함으로써 MD의 차별화를 실현하고 있습니다. 2008년에는 베네팢아이브로우바, 질바이질스투어트, 브룩스 브라더스, 드팜, 블루마린 홈컬렉션 등 우수한 브랜드 20개를 발굴하여 NPB로 입점, 경쟁력을 강화하였습니다.

3. Emerging M/D

롯데쇼핑은 협력사와의 전략적 제휴를 통해 신 성장 상품군을 주도적으로 개발하고 있습니다. 기존 상품군과 시장 분석을 통해 수요가 증가하고 있는 니치마켓을 찾아내고, 이 상품군에 해당하는 브랜드들을 선점하여 새로운 zone을 구성하는 것입니다.

영 고객들의 고감도캐주얼에 대한 수요 증가를 예상해 주시꾸뛰르, 산드로, 마누쉬 등 Young Contemporary Zoning을 신설했으며, 20대 남성을 겨냥한 트렌디 상품군인 Urban casual Zoning을 확대하여 시스템웜, 클럽모나코, T.포맨 등을 입점시켰습니다.

_ MD : 고객에게 상품을 판매하는데 필요한 활동으로 수요에 적합한 상품과 서비스를 알맞은 시기와 장소에 적정가격으로 유통시키기 위한 일련의 활동

_ PB : 상품의 기획, 생산, 판매 과정에서 유통업체가 직접 참여하는 형태 (Private Brand)

_ NPB : 기획, 생산, 재고는 제조업체에서 담당하고 판매는 지정 유통업체 한곳에서 전담하는 형태 (National Private Brand)



Green Price 제도

롯데백화점은 2007년 8월부터 남성정장 시티케 주얼, 셔츠 등 상품군에 대해 'Green Price'를 시행하고 있습니다. 그린 프라이스는 일부 상품군의 임의 할인판매로 인한 소비자들의 가격불신을 없애고 합리적인 가격을 제안할 것을 목적으로 시작되었습니다.

고객들에게 가장 중요하고 또 가장 피부에 와 닿는 것은 상품의 가격입니다. 백화점에서 좋은 서비스와 쾌적한 쇼핑 환경을 제공한다 하더라도 가격 신뢰도가 떨어지면 백화점에 대한 믿음도

함께 약해질 수 밖에 없습니다. 롯데백화점은 협력업체와의 협의를 통해 상품의 정상가를 기존보다 30% 정도 낮추도록 하고, 대신 정해진 시즌오프 기간 외에는 임의 할인이나 수시 세일 없이 '정찰제'를 준수하도록 하였습니다.

이 제도 시행 이후 고객들은 합리적인 가격의 정상상품을 구매할 수 있게 되었고, 백화점 상품 가격에 대한 신뢰도 또한 회복되면서 해당 상품군의 판매율이 증가하고 있습니다. 정상상품 매출이 높아진다는 것은 업체 입장에서 재고 비용의 부담을 덜고 이익을 높일 수 있다는 것입니다.

그린프라이스는 소비자에게 합리적인 가격으로 상품을 공급할 수 있고, 제조업체와 유통업체에서는 정상 판매율을 높여 수익구조를 개선할 수 있으며 브랜드 이미지와 소비자 신뢰를 회복할 수 있는 모두가 윈윈할 수 있는 제도입니다.

※ 와인으로 그린프라이스 제도 확대

2009년 6월부터는 그린프라이스 대상 품목을 와인으로도 확대하였습니다. 와인 역시 할인 경쟁이 치열해지면서 고객들이 가격에 대한 혼란을 겪었던 품목입니다. 롯데백화점의 그린프라이스 시행으로 고객들은 믿음 가는 가격에 와인을 구입할 수 있으며, 롯데백화점에서 직접 산지를 방문해 소싱하는 단독 와인도 구입할 수 있게 되었습니다.



다비드프로젝트

2008년 가을에는 남성복 시장의 침체된 상황을 극복하기 위해 협력업체들과의 공동 기획을 통한 '다비드 프로젝트'를 선보였습니다. 그린 프라이스 시행으로 할인을 통한 가격소구는 없어졌지만, 정상매출의 활성화를 통해 채산성을 높여 상품개발에 재투자가 가능해진 것입니다. 완벽한 남성의 외모를 상징하는 '다비드상'에서 모티브를 딴 다비드 프로젝트는 백화점과 의류 브랜드에서 남성 고객들에게 새로운 패션 트렌드를 제시함으로써 침체된 시장에 활기를 불어넣기 위한 캠페인입니다. "Slim & Stylish" 패션을 표방하는 상품을 기획하여 출시하고 동시에 슬림하고 세련된 착장법을 제안하는 캠페인을 펼쳐 남성 패션시장에 큰 변화를 가져왔습니다. 남성정장의 백화점 매출 신장율은 다비드 프로젝트 시행 후 크게 개선되었으며, 정장을 구매하는 고객층도 기존의 30~40대에서 20대의 젊은층까지 크게 확대된 것으로 나타나고 있습니다.

다비드프로젝트는 고객들에게는 새로운 패션 스타일로 가치를 제공하고, 협력회사와 함께 시장을 확대해 가는 롯데백화점만의 전략입니다.



고객 중심 경영

롯데쇼핑의 모든 직원들은 고객의 입장에서 생각하고 고객이 원하는 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 초일류 유통기업 도약이라는 비전에 따라 세계 최고 수준의 서비스 제공을 위해 제도와 규정을 혁신적으로 개선하고 있습니다.

MVG/VIP 고객 서비스

롯데백화점 전 점포에서는 최우수 고객을 대상으로 한 각종 서비스와 마케팅을 진행하고 있습니다. 2009년 롯데백화점은 MVG(Most Valuable Guest) 고객에 대한 혜택을 더 강화하고 대상 고객수도 늘렸습니다. 매년 구매력이 높아가는 상위고객을 유치하기 위한 경쟁도 치열해지고 있어 편리한 서비스와 혜택을 받는 고객수를 늘리고, 정해진 등급에 따라 세분화된 관리를 함으로써 롯데백화점에 대한 로열티를 제고하기 위한 것입니다. 새로운 MVG 명칭은 MVG-P(Prestige), MVG-C(Crown), MVG-A(Ace)으로 각 등급별로 일정 구매금액에 도달하면 MVG로 선정됩니다. MVG 선정 여부와 관련해서는 홈페이지 내의 'My Position 서비스' 제공으로 고객이 직접 MVG 기준에 도달/미달 여부를 확인할 수 있게 되었으며 MVG인원도 기존보다 약 5천명 증가시켰습니다.



MVG(Most Valuable Guest)의 기본 서비스로는 ①전용 주차장 및 Valet 서비스 ②명절 및 기념일 선물 증정 서비스 ③MVG 라운지 이용 서비스 ④쿠폰 소지 여부와 상관없는 할인 혜택 제공 등이 있습니다. 이 외에도 각 점별로 포터서비스, 쇼핑가이드 전담제, 명절 선물상담 서비스, 시은선물 증정 등의 다양한 혜택을 제공하고 있습니다.

My position 서비스 : 롯데백화점에서 지난 1년간 구매한 금액을 확인하여 본인이 제공받을 수 있는 서비스 혜택을 쉽게 알 수 있도록 한 서비스로, 롯데백화점 홈페이지 또는 각 매장 내 키오스크에서 확인할 수 있습니다.

CRM 시스템을 통한 고객 가치 제고

CRM(Customer Relationship Management)은 단어 그대로 "고객 관계 관리"로 고객을 가족처럼 만들어가는 전략을 의미합니다. 즉, 고객특성에 맞는 차별화된 가치를 제공하는 활동입니다.

롯데백화점은 지난 2004년 11월 업계 최초로 CRM시스템을 도입했으며, 구매실적 중심에서 한단계 발전한 고객의 구매행동, 로열티, 라이프스타일, 잠재구매력 등 다양한 데이터를 과학적으로 분석해 타겟마케팅을 실현하고 있습니다. 또한 CRM 데이터에 지리적 정보를 접목시킨 AMS(APT Map Solution)를 자체 개발해 상권관리를 거리개념에서 매장까지 소요시간, 접근성 등 고객관점으로 전환시켰습니다. 2007년에는 '제8회 테라데이터 유니버스 콘퍼런스'에서 한국 기업으로는 최초로 CRM 마케팅 성공사로 선정되기도 했습니다. 또 2005년 11월 멤버스 프로그램을 백화점에 도입한 이후 현재는 롯데그룹 17개사로 확대해 1천 4백만에 달하는 멤버십 회원을 확보한 상태입니다.

CRM 정의에서 고객은 연령, 직업, 거주지 등 인구통계학적인 요소 이외에 구매력, Loyalty, Life stage, 행사 시기별 구매가능성 등의 특성을 활용 목적에 따라 세분화 할 수 있습니다. 롯데백화점에서는 CRM을 활용한 마케팅, 영업지원 활동으로 DM, SMS 등 타겟 고객에 대한 정보 전달 외에 고객 참여형의 문화마케팅, 고객 기념일 마케팅, 1:1 마케팅의 한 방법인 고객초대회 등을 실시하고 있으며 서비스활동으로 MVG/VIP 차별화 서비스, 더 나아가 상관별 구매 패턴 분석을 통한 MD전략 수립 등 중요한 의사결정에도 반영하고 있습니다.

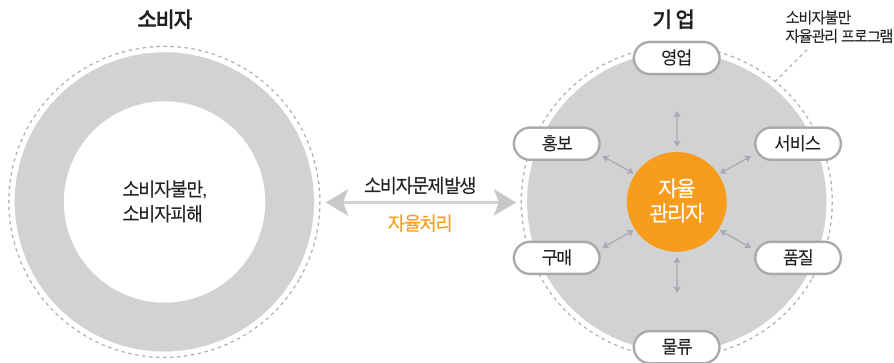
CCMS 인증 획득 CCMS : Consumer Complaints Management System, 소비자불만 자율관리 프로그램

CCMS는 공정거래위원회에서 기업에게 도입·운영을 권장하는 프로그램으로, 고객불만을 사전에 예방하고 부득이 하게 발생한 불만은 신속하게 고객 입장에서 해결하는 자율관리 실행체계를 의미합니다.

당사는 2008년 6월 CCMS 도입선포식을 가진 후 고객불만 사전예방 내부통제체제 및 고객불만 사후처리 자율관리 시스템을 전사적으로 구축하여, 2009년 6월 백화점업계 최초 CCMS 인증획득을 이루어냈습니다. 특히 이번 CCMS 평가에서 당사는 타기업 대비 CEO의 고객지향적 서비스 정신에 대한 확고한 의지와 전임직원의 높은 관심도 및 체계적인 VOC 시스템 운영 등에서 매우 높은 평가를 받았습니다.



[CCMS 운영]



[고객불만 자율관리 실행지침서]

[단계별 자율관리 프로그램]



제1단계 : 실행체계의 구축

- 최고경영자에 의한 자율관리 방침의 천명
- 자율관리자의 임명
- 적절한 권한과 책임의 부여
- 자율관리시스템의 구축
- 내부통제체제의 구축
- 자율관리 교육의 실시

제2단계 : 자율관리 프로그램의 운영

- 사전예방차원의 운영절차 확립
- 사후구제차원의 운영절차 확립 · 기업내부해결
- 사후구제차원의 운영절차 확립 · 기업외부해결

제3단계 : 자율관리 유지, 촉진 및 개선

- 소비자불만의 기록 · 분석 및 활용
- 프로그램에 대한 소비자 만족도 측정
- 프로그램 점검 및 평가
- 프로그램의 지속적 개선

서비스 역량 강화

롯데백화점은 판매사원과 매장 영업관리자의 역량 강화를 통해 고객 서비스가 향상된다는 판단 아래 서비스명장제, 쇼핑어드바이저 등 등의 교육 및 포상 제도를 운영하고 있습니다.

서비스명장제

고객서비스가 우수한 동료사원을 선발하여 '서비스명장'으로 임명하고 포상하는 제도를 운영하고 있습니다. 매년 점별로 서비스 평가 점수가 우수한 동료사원 45명을 선정하며 선정된 인원들에게는 대표이사의 상장과 포상금, 해외 연수의 기회가 주어지고 있습니다. 이런 제도 시행을 계기로 동료사원들 사이에 자긍심이 고취되고 고객중심의 서비스를 제공하고자 더욱 노력하고 있습니다.

쇼핑어드바이저

쇼핑 고객에 대한 중요한 서비스 중의 하나는 정확한 상품 정보와 지식을 가지고 상품 선택에 도움을 드리는 것입니다. 롯데백화점은 고객의 쇼핑에 도움을 드릴 수 있는 전문가 육성을 위해 2008년부터 매장의 영업관리자들을 대상으로 '쇼핑어드바이저' 자격 제도를 운영하고 있습니다. 여성패션, 런제리, 골프, 베이비, 와인 상품군의 매장 관리자에게 일정시간의 상품 전문지식 교육을 받도록 하고 자격을 부여하는 형태입니다. 이 제도를 통해 고객이 원하는 상품을 고객의 입장에서 제안하고 의문점에 대해 정확한 답변을 드릴 수 있어 구매 만족도가 상승하는 효과를 가져오고 있습니다.

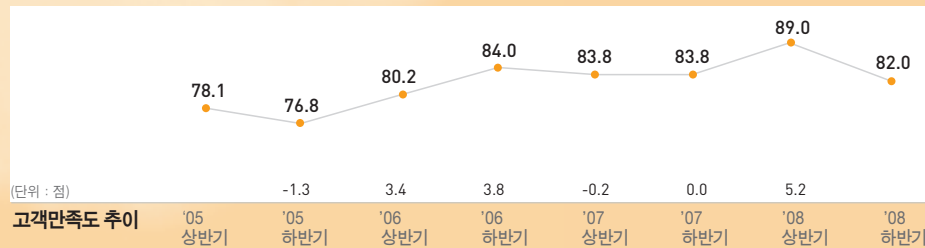
고객만족도 조사

고객만족도 조사는 롯데백화점의 현재 고객만족도 수준을 지속적으로 점검하고, 향후 고객만족도 증진을 위한 전략적 개선 방향을 모색하기 위하여 반기별로 실시하고 있습니다.

고객만족도 조사 사례

2008년 하반기 고객만족도(CSI) 조사
 조사기간 : 2008. 8. 1~8. 11
 조사대상 : 조사당일 롯데백화점 이용 고객 중 월1회이상 구매고객
 조사방법 : MVG라운지, 주차장, 문화센터에서 1대1 개별면접 조사
 표본수 : 총 3,595표본 (전국 롯데백화점 점포에서 점포 규모 고려하여 할당)
 조사내용 : 매장환경, 상품, 서비스태도, 편의시설, 이벤트, 정보제공, 전반적 이미지 만족도 등
 결과활용 : 점포별, 조사항목별, 고객분류별 결과 분석 및 개선과제 도출, 실행

[고객만족도 추이]



※ 2008년 하반기 조사부터 배점기준을 조정하였으므로 절대 점수로 이전 조사결과와 비교할 수 없습니다.

VOC 민원처리

롯데백화점은 전 점포의 고객상담실에서는 고객의 의문사항이나 불편 및 불만사항을 고객의 입장에서 신속히 상담, 처리하고 있습니다. 시간이나 장소에 관계없이 문의사항이나 의사표현이 가능한 인터넷 홈페이지 VOC 시스템은 접수된 모든 사항을 해당되는 팀의 담당자에게 전송하여 24시간 이내에 답변하도록 하여 신속한 민원처리가 가능합니다. 문제나 불만을 제기한 고객에 대해서는 단순한 문제 해결 뿐 아니라 고객의 불만 요인을 분석하여 롯데백화점 서비스 개선에 적용하고 있습니다.

[온라인 VOC 민원처리현황]

고객민원 유형	문의	만족	약속불이행	응대미숙	교환환불	상품불량	위생불량	계
2006년	8,576	1,673	1,612	5,320	1,510	1,582	246	20,519
2007년	10,206	1,826	1,710	7,705	924	970	242	23,583
2008년	14,082	1,348	642	5,493	539	1,234	135	23,473

Want slip

롯데백화점은 고객 접점에서 발생하는 불만이나 의견을 수렴하여 경영개선 활동에 적용할 수 있도록 Want slip 캠페인을 진행하고 있습니다. 「고객의 작은 소리도 귀담아 들겠습니다.」라는 캐치프레이즈 아래 전 점포의 직원들이 현장에서 들리는 고객의 목소리에 귀 기울이고 그 내용들을 모아 개선으로까지 연결하는 시스템을 만들어 시행하고 있습니다.



VIP 고객 멘토 제도

롯데백화점은 백화점 업무의 핵심인 MD와 상품개발에 고객의 의견을 수렴하여 반영하고 있습니다. VIP 고객 중 패션 트렌드에 민감한 고객을 대상으로 고객 멘토를 선정하여 1년간 멘토로 활동합니다. 고객 멘토들은 사전에 주제를 전달받고 해당 내용에 대한 Focus Group Interview를 통해 의견을 제시하게 됩니다. 2008년에는 집화, 여성, 남성, 가정 등 상품군별로 3~6명씩 총 27명의 고객이 고객멘토로 활동하였습니다.

MD 제안제도

롯데백화점은 온라인을 통해 언제나 MD에 대한 제안을 할 수 있는 채널을 운영하고 있습니다. 롯데백화점 홈페이지 회원이면 누구나 등록 가능하며 매장이나 브랜드, 신상품에 대한 아이디어, 제안, 해외의 선진 사례 등에 대해 자유롭게 서술하면 기간별로 우수 아이디어를 선정하여 포상하며 해당팀은 현업에의 적용을 검토하게 됩니다. 2008년 6월부터 시행된 이 제도를 통해 매일 약 60건의 상품 관련 아이디어가 등록되고 있습니다.

주부 고객 평가단 운영

점별로 고객의 소리를 직접 듣고 반영하기 위해 주부 평가단을 운영합니다. 점포를 방문해 매장온도, 상품구색, 편의시설, 상품 등을 고객 입장에서 확인하고 불편한 사항을 체크한 후 월별 실적 보고, 점장 간담회 등을 통해 전달하고 여기서 지적받은 사항들은 개선 조치하고 있습니다.

상품 안전 관리

롯데백화점은 식품 안전과 위생에 대한 리스크 관리 및 대응체계를 구축하여 사전에 위해요소를 제거하고 효율적인 위생 관리를 시행하고 있습니다.

품질평가사 제도

롯데백화점은 2003년 8월에 품질평가사 제도를 처음 도입하였으며 도입 당시 4명으로 시작하여 현재는 전점으로 확대되었습니다. 품질평가사는 식품매장의 위생 관리, 식품관련 법규 위반사항 점검(유통기한, 원산지 표시 등), 개인 위생 점검(작업자, 조리자), 위생 취약지대인 냉장/냉동 창고 및 후방지역 등의 개선에 노력하고 있습니다. 또한 식당가 위생점검도 함께 진행하고 있습니다. 점검은 월별 집중 관리 테마를 정해 진행하며 상품시험연구소에 연계하여 검사를 시행하고 있습니다. 또한 위생 교육을 정기적으로 실시하여 고객이 안심하고 이용할 수 있도록 식품 위생 관리를 철저하게 하고 있습니다.

[2008년 월별 점검포인트]

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월
내용	<p>설행사 관공서 집중단속 대비</p> <p>-원산지 및 표시사항 준수</p> <p>-각종서류, 냉장/냉동 온도</p>	<p>선물 세트 점검</p> <p>-과대포장, 허위문구 사용</p> <p>-표시사항 점검</p>	<p>원산지 및 농산물 잔류농약 검사</p> <p>-원산지 표시 단속</p> <p>-잔류농약 점검대비</p>	<p>봄나물 원산지 점검</p> <p>-수입건나물 표시사항 확인</p> <p>Take-Out 제품 위생점검</p>	<p>하절기 식중독 집중단속</p> <p>-초밥, 김밥, 도사락, 냉면육수 등</p>	<p>관공선 집중 수거검사</p> <p>-개인, 작업장, 조리기구, 위생점검</p>
구분	7월	8월	9월	10월	11월	12월
내용	<p>장마철 개인 위생 철저</p> <p>-수인성 전염병 예방</p> <p>-식중독 주의</p>	<p>식중독 중점 관리의 달</p> <p>-개인위생 및 조리도구 위생</p> <p>-원재료 보관 상태 등</p>	<p>추석 관공서 집중 점검 대비</p> <p>-상품수거, 원산지표시, 표시사항, 유통기한 등</p> <p>초밥 식중독 점검</p> <p>-07년 백화점 식중독균 검출</p>	<p>위생시각지대 관리</p> <p>-조리도구, 진열대, 시식대, 후방냉장, 냉동쇼케이스, 작업장 등</p> <p>수입식품 표시사항 점검</p> <p>-원산지 표시 등</p>	<p>김장 시즌 집중 점검</p> <p>-농·수산물 원산지 표시점검</p> <p>-젓갈류, 배추, 무우 등</p>	<p>생탄절 및 연말 선물세트 점검</p> <p>-농·수산물 원산지 표시점검</p> <p>-젓갈류, 배추, 무우 등</p>

식품위생 예방활동

구분	내용
위생시설 기준 강화	<p>정육 작업장 HACCP 인증</p> <p>델리/스넥 작업장내 위생 시설 기준 표준화 (세정대, 종이타월, 칼, 도마, 소독기 등)</p>
위기 상황별 응대 매뉴얼 제작	보고시스템, 응대요령, 보상기준 매뉴얼화
위생 법규 지식 함양	매장 관리자 위생 법규 test 정기적 시행
식품 위생 업무 개선	위생 교육 강화 (분기별 1회, 식약청 연계)
하절기 식품 위생 관리	<p>하절기 식중독 발생 우려 품목 중점관리를 위한위생 사고 방지</p> <p>식중독 발생 우려 품목 판매 중단 (매년 5~9월)</p>



HACCP 인증

(Hazard Analysis Critical Control Point)

롯데백화점 축산 매장은 2008년 12월 백화점업계 최초로 위해요소중점관리기준 (HACCP) 국가공인인증을 받았습니다. HACCP는 식품의 원재료 생산에서부터 제조, 가공, 보존, 유통단계를 거쳐 최종 소비자 도달 시점까지 각 단계에서 발생 가능한 위해 요소를 차단하고 체계적인 관리를 통해 식품의 안전성을 확보하기 위한 위생관리 체계입니다. 롯데백화점은 2008년 5월부터 5개점(잠실점/영등포점/스타시티점/광주점/동래점)에서 HACCP추진 TF팀을 구성하여 인증 심사를 위한 본격적인 준비를 거쳤으며, 농림부 산하 '축산물 위해요소 중점관리 기준'의 인증심사를 거쳐 인증을 받게 되었습니다. 롯데백화점은 HACCP인증 받은 축산물 매장에서 모든 작업자부터 판매사원까지 중점관리 기준 매뉴얼에 의해 행동하게 됩니다. 작업장 출입일지, 작업장 온도규정, 위생복장, 착용기준, 각종 미생물검사, 위생교육, 조리도구 살균관리 등 내외부로부터 오염될 수 있는 위해요소를 차단하기 위한 위생 관리 프로그램을 운영합니다. 지금까지는 롯데백화점 협력업체의 도축장과 가공장만 인증을 받았지만, 이번 인증을 계기로 매장안에서까지 위해요소를 완전 차단시킬 수 있게 되어 위생적인 면이 강화된 상품 공급으로써 차별화를 이룰 수 있게 되었습니다. 롯데백화점은 고객들이 안심하고 구매할 수 있는 먹을거리 문화를 선도할 수 있도록 자율적인 관리를 더욱 강화하고 전사 차원에서 단계적으로 점포를 확대시킬 계획입니다.

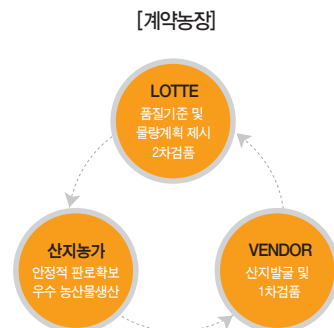


한우생산이력시스템

쇠고기이력제란 모든 소에 개체식별번호가 기록된 귀표를 부착하고 축산물 등급판정소의 이력지원 시스템에 등록하고 등록된 소의 도축과 가공, 판매 등 전과정에 걸친 정보를 표시 관리하는 제도입니다. 롯데쇼핑은 2008년 5월부터 식품매장에서 판매하는 쇠고기에 대해 송아지 생산에서 쇠고기 유통까지의 전과정을 전산시스템화하여 고객들이 안전한 한우를 안심하고 구입할 수 있도록 하고 있습니다.

계약농장 운영

롯데백화점은 최상의 상품을 안정적으로 공급받기 위하여 산지 농가와 협약체결을 통해 계약 농장을 운영하고 있습니다. 현재 전국 21곳에 계약체결 농가가 있으며, 사과, 배, 포도, 토마토, 메론 등 주요 과일을 계약농장에서 최고의 상품으로 공급받고 있습니다. 계약농가는 안정적인 판로와 가격을 보장받고 백화점에서는 높은 품질을 보장받는 '원원전락'의 하나라고 할 수 있으며, 롯데에서 30년간 축적해 온 산지 정보를 토대로 전국에서 최고로 인정받는 농가와의 계약을 확대해가고 있습니다. 향후에도 지속적인 농가 발굴을 통해 산지 계약농장의 공급물량을 확대할 예정입니다.



고객정보보호

롯데백화점은 1천 4백여만에 달하는 롯데멤버스 회원을 비롯하여, 롯데백화점을 이용하는 모든 고객의 개인정보를 가장 안전하고 효과적으로 취급하기 위하여 노력하고 있습니다. 특히 최근 빈발하고 있는 대기업의 고객정보 유출사고를 거울삼아, 고객정보의 유출 및 침해사례를 사전 방지하기 위해 만전의 노력을 기울이고 있습니다.

고객정보 취급 방침

롯데백화점은 '정보통신망 이용 촉진 및 정보보호 등에 관한 법률'의 모든 법규를 준수하기 위하여 '개인정보취급방침'을 제정하고 이에 준수하여 업무를 수행합니다. '개인정보취급방침'에는 개인정보 수집·이용·위탁 및 파기 등 개인정보 취급의 전 과정에 대한 지침을 명시하였으며, 이를 공지하여 고객이 언제나 용이하게 열람할 수 있도록 하고 있습니다. 롯데백화점의 개인정보취급방침과 개인정보관리책임자에 대한 내용은 롯데백화점 홈페이지 (www.lotteshopping.com)에서 확인하실 수 있습니다.

전사적인 고객정보보호 관리

롯데백화점은 연 4회 정보보호위원회를 소집하여 전사적인 정보보호 실태를 논의하고 개선방향을 모색하고 있습니다. 특히 고객 개인정보보호와 관련하여, 내부 관리계획을 통해 관리책임자를 지정하고 기술적·관리적 대책 마련을 위해 힘쓰고 있습니다. 해킹 등 외부 침입에 대비하여 시스템적인 보안 대책을 강구하고, 입사 시 전 직원의 보안서약서를 통하여 사람에 의한 정보 유출을 사전 방지하고 있습니다.

교육 및 모니터링 시스템

롯데백화점은 전국 영업점에서 고객과 만나는 모든 직원들이 고객개인정보 보호에 만전을 기울일 수 있도록 지속적인 교육을 실시하고 있습니다. 반기 1회 이상 고객정보취급자를 대상으로 하여 고객정보보호 교육을 실시하고 있으며, 고객정보 유출사고를 사전예방하고자 자체적으로 고객정보 관리실태를 현장점검을 실시하고 있습니다. 고객정보를 취급하는 영업팀, 시은행사장, MVG라운지 등 모든 점점에서의 고객정보 관리실태를 점검하고 개선대책을 논의합니다.

향후계획

향후 롯데백화점은 좀 더 체계적이고 전문적인 고객정보보호 활동을 전개하기 위하여 정보보호관리체계 인증을 획득할 계획입니다. 또한 지속적인 교육 및 점검을 강화하여 사람을 통한 고객정보 유출사고가 발생하지 않도록 노력을 계속할 것입니다.

안전경영

많은 고객들이 방문하는 유통시설에서는 안전이 무엇보다 중요한 문제입니다. 롯데백화점은 고객들이 안전하게 쇼핑할 수 있는 공간을 만들기 위해 섬없는 점검 및 개선활동, 직원 교육과 훈련을 실시하고 있습니다.

[계절별 안전점검]

1~3월	① 전기 열화상 측정(1차) : 적외선 카메라를 이용한 전기 접촉불량 및 과열상태 확인 ② 해빙기 및 봄맞이 점검 : 해빙기 동파여부 점검 및 환경개선 작업 진행 확인
4~6월	① 소방·가스 작동 점검 : 소방 및 가스시설의 정상작동 상태 점검 ② 발전기 가동상태 점검 : 기상 정전을 통한 발전기 무부하 자동 가동상태 점검 ③ 에스컬레이터 점검 : 에스컬레이터 안전장치 및 장비의 청결상태 점검
7~9월	① 풍수해 대비 안전점검 : 하절기 풍수해로 인한 피해방지 장비 점검 및 행동지침 확인 ② 전기 열화상 측정(2차) : 적외선 카메라를 이용한 전기 접촉불량 및 과열상태 확인
10~12월	① 동절기 화재예방 점검 : 취락지역의 안전관리 및 난방기기 사용상태 점검 ② 전기 열화상 측정(3차) : 적외선 카메라를 이용한 전기 접촉불량 및 과열상태 확인 ③ 소방경진대회 시행(10월 中) : 정별 4~7팀을 구성하여 화재사고 대처사항 평가 보고 ④ 화재예방 특별 교육 : 정장 중심의 화재 및 안전사고 예방교육을 통한 직원의식 고취

안전관리 강화

2008년에는 고객들의 안전사고가 잦은 곳인 출입문 관리를 강화하고 안전장치를 보완하였습니다. 26개 점포 220개의 유리 자동문에 안전센서를 보강하고 충격보호대를 설치, 주의 및 경고표시 부착 등을 통해 고객사고를 예방하고 있습니다. 또한 일반 매장 출입문에 대해서도 탈락하는 등의 사고를 방지하기 위하여 년 1회 출입문 방사전 검사를 실시하여 육안으로 점검이 어려운 부속의 상태를 점검하고 불량한 부분은 사전에 교체하고 있습니다.



[에스컬레이터 점검]



[소방점검]



[소방경진대회]

백화점내 공기질 관리

백화점은 많은 사람들이 방문하는 다중이용시설로서 실내 공기질 관리가 매우 중요합니다. 롯데백화점은 고객과 임직원의 건강을 위하여 법정기준보다 강화된 자체적인 실내공기질 관리기준을 마련하여 엄격하게 관리하고 있습니다. 지난 2008년 실시된 실내 공기질 점검 결과는 다음과 같습니다.

[전점 공기질 측정 결과]

(조사시점 : 2008년 10월)

구분	측정항목	단위	롯데백화점 수치			법정기준치	법정기준치 대비	롯데백화점 관련 분석		
			최저	최고	평균			주요 발생원	인체에 미치는 영향	저감대책
매장	미세먼지	μg / m³	37.0	62.8	47.60	150	31.7%	의복, 외부유입	규폐증, 진폐증	적절한 환기, 공조필터 관리철저
	일산화탄소	ppm	0.1	0.5	0.20	10	2.0%	인체, 배기가스	만성호흡기질환	환기강화, 연소기구 사용제한등
	포름알데히드	μg / m³	8.0	71.4	35.10	120	29.3%	건축마감재	기침, 설사, 어지러움	환기강화, 발생원제거, 적절한 실내온도유지
	이산화탄소	ppm	418.0	758.5	526.80	1000	52.7%	인체의 호흡	호흡곤란, 두통	환기강화, 양압유지, 재질자 분산자리배치
주차장	미세먼지	μg / m³	37.0	92.6	70.30	200	35.2%	바닥먼지, 외부유입	규폐증, 진폐증	적절한 환기, 주차장 청결유지
	일산화탄소	ppm	0.3	6.0	2.00	25	8.0%	자동차 배기가스	만성호흡기질환	환기강화, 차량공회전금지
	포름알데히드	μg / m³	3.0	47.5	19.00	120	15.8%	건축마감재	기침, 설사, 어지러움	환기강화, 발생원제거, 적절한 실내온도유지
	이산화탄소	ppm	402.0	592.0	479.50	1000	48.0%	자동차 배기가스	호흡곤란, 두통	환기강화, 자동차 공회전금지



Think **Society**



2009

Sustainability Report

사회 속에서 '조화' 라는 울타리를 만들어 갑니다

함께하는 공동체 사회 속에서 기업의 사회적 책임을 다하고
지역사회 발전을 위해 노력하는 롯데백화점,
언제나 믿을 수 있고 든든한 사회의 울타리가 되겠습니다.

UN글로벌컴팩트

롯데백화점은 2007년 1월 업계 최초로 UN글로벌컴팩트에 가입하고 인권, 노동기준, 환경, 반부패와 관련하여 UN의 목적을 전적으로 지지하며, UN 글로벌컴팩트의 10개 원칙이 실제 기업전략, 기업문화, 기업경영의 일부분이 되고 있음을 선언합니다.

The Ten Principles of UN Global Compact

Human Rights

Principle 1 : Businesses should support and respect the protection of internationally proclaimed human rights; and

Principle 2 : make sure that they are not complicit in human rights abuses.

Labour Standards

Principle 3 : Businesses should uphold the freedom of association and the effective recognition of the right to collective bargaining;

Principle 4 : the elimination of all forms of forced and compulsory labour;

Principle 5 : the effective abolition of child labour; and

Principle 6 : the elimination of discrimination in respect of employment and occupation.

Environment

Principle 7 : Businesses should support a precautionary approach to environmental challenges;

Principle 8 : undertake initiatives to promote greater environmental responsibility; and

Principle 9 : encourage the development and diffusion of environmentally friendly technologies

Anti-Corruption

Principle 10 : Businesses should work against all forms of corruption, including extortion and bribery.

UN 글로벌컴팩트 10개원칙

1. 인권

원칙 1 : 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중한다.

원칙 2 : 기업은 인권 학대에 연루되지 않을 것을 확실히 한다.

2. 노동 기준

원칙 3 : 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지한다.

원칙 4 : 기업은 모든 형태의 강제 노동을 배제한다.

원칙 5 : 기업은 아동 노동을 효과적으로 철폐한다.

원칙 6 : 기업은 고용 및 업무에서 차별을 배제한다.

3. 환경

원칙 7 : 기업은 환경 문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.

원칙 8 : 기업은 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행한다.

원칙 9 : 기업은 환경 친화적인 기술의 개발과 확산을 촉진한다.

4. 반부패

원칙 10 : 기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.

고용형태별 인원 현황

롯데백화점은 신규 채용시 성별, 나이 등의 제한을 배제하고 균등한 취업의 기회 제공을 하고 있습니다. 2008년 말 현재 롯데백화점 전체 직원 수는 6,004명입니다. 전체 직원 중 정규직 직원의 비율은 73.5%이며, 정규직 인원 중 남녀 구성비는 남성이 46.1%, 여성이 53.4%를 차지하고 있습니다. 여성의 비율이 점포 영업관리직에서 높게 나타나는 관계로 관리직급 인원 구성비는 여성이 3.3%를 나타내고 있으나 해마다 구성비가 높아지고 있으며 신규채용 또한 여성인력이 52.4%로 절반 이상을 차지하고 있습니다.

[인원 현황]

구분		2006년	2007년	2008년
전체인원	(명)	6,614	6,215	6,004
정규직	(명)	4,656	4,471	4,410
비정규직	(명)	1,958	1,744	1,594
퇴직인원	(명)	271	318	224
퇴직율	(%)	0.5	0.6	0.4
신규채용	(명)	112	158	143
- 남		63	77	68
- 여		49	81	75
여성인력비율	(%)	52.7	53.4	53.4
- 관리직급		2.8	2.7	3.3
- 신규채용		43.8	51.3	52.4
장애인고용	(명)	152	152	154
장애인고용율	(%)	2.1	2.2	2.4

장애인 고용 비율은 2.4%로 법정 장애인 의무고용비율인 2%를 초과하고 있으며, 장애인고용우수기업으로 표창을 받기도 했습니다. (2007년 9월 노동부, 장애인고용촉진공단 주관 'True Company' 금상 수상, 2008년도 광주광역시 장애복지시설 우수 표창장)

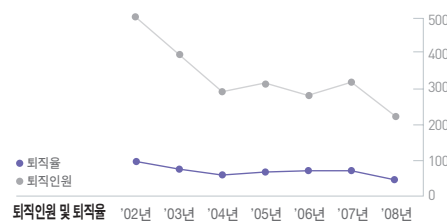
퇴직율은 최근 3년간 평균 0.5%이며, 직원복지 확대와 성과중심의 공정한 보상제도 강화를 통해서 퇴직율이 지속적으로 감소하는 추세입니다.

[퇴직인원 및 퇴직율]

기 한	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
퇴직인원	497	393	291	313	279	318	224
월평균 퇴직율	0.80%	0.63%	0.49%	0.56%	0.51%	0.60%	0.40%

[연령별 성별 퇴직건수(2008년)]

구분	남	여
30세 미만	6	57
30세~50세	90	40
50세 초과	11	1
전체	107	98

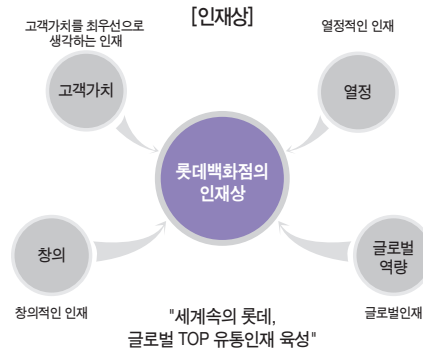


인재상과 역량개발

롯데백화점이 '초우량 글로벌 유통기업'의 비전을 달성하기 위해서는 이 비전을 실현할 수 있는 인재의 육성이 무엇보다 중요하다고 판단하고 인재상을 정립, 단계별 역량 개발 프로세스 구축, 공정한 평가 및 성과 보상 체계 구축 등에 노력을 기울이고 있습니다.

인재상

롯데백화점은 창조와 도전정신을 바탕으로 21세기 세계적인 유통기업으로 도약하기 위해 인적자원 개발에 적극적인 투자를 하고 있습니다. 롯데백화점의 인재상은 고객가치를 최우선으로 하는 인재, 열정적인 인재, 창의적인 인재, 글로벌 역량을 갖춘 인재입니다. 이를 바탕으로 글로벌 top 유통인재를 키우기 위해 노력하고 있습니다.

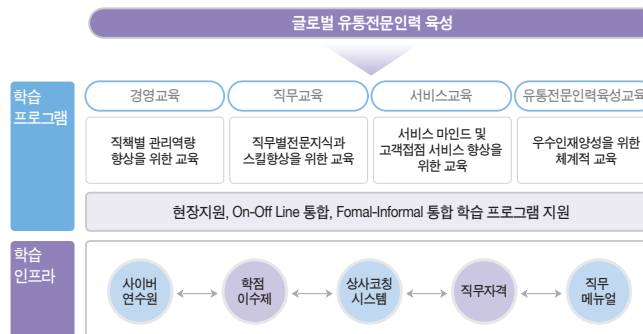


역량기반 구조화 면접 도입

롯데백화점은 평가기준의 구조화를 통해 당사의 인재상에 적합한 인재를 채용하고 채용 면접 과정의 객관성과 공정성을 높이기 위하여 역량 기반 구조화 면접을 실시하고 있습니다. 롯데백화점 조직의 비전 달성과 성과 창출을 위해 요구되는 구성원의 행동 특성들을 추출하며, 이러한 행동 특성의 보유 여부를 파악하기 위해 구조화된 질문과 평가 척도 및 면접가이드를 개발하였습니다. 면접관 교육을 통해 평가 역량을 숙지하고 스킬을 훈련한 면접관들은 객관적인 기준에 따라 평가를 하게 됩니다. 이 시스템에서는 평가 과정에서 면접관의 개인적인 판단이 개입되지 않고 평가의 일관성이 확보되며 조직의 성장 발전을 위한 맞춤 인재의 선발이 가능합니다.

역량개발 교육 프로세스

초우량 유통기업이라는 경영 목표를 달성하기 위해 역량에 기반한 학습 위주의 인재육성 프로그램을 실시하고 있습니다. 글로벌화, 변화와 혁신, 전문성에 대한 요구와 같은 외부 경영환경과 고객중심, 열정, 창의, 글로벌 인재라는 당사의 인재상에 기반하여 비전과 가치를 실현할 수 있는 인재를 육성하기 위하여 공통역량, 리더십역량, 직무역량의 3대 역량체계를 중심으로 교육을 실시하고 있습니다.



자율적 자기개발 지원

학점 이수제/e-Campus

창의적 인재 육성을 위해서는 자율적인 학습과 자기개발활동에 대한 지원이 필요합니다. 롯데백화점은 개인별 학점이수제를 통해 주도적 자기개발 환경을 조성하고 있습니다. 집합교육, 독서교육, 사이버교육을 통해 직급별/직무별 필요 역량을 개발하고 있습니다. 또한 다양한 지식과 정보, 학습자료를 제공할 수 있는 사이버 교육 시스템인 e-Campus를 구축하였습니다. e-Campus에서는 직원들이 필요로 하는 학습 니즈를 최대한 수용하여, 최적의 학습 프로그램과 정보를 제공하고 있으며 현장 중심의 교육과 현업의 학습을 병행하는 상시학습체제를 지향하고 있습니다.

[교육훈련비 증가 추이]

구분	2006	2007	2008
총 교육훈련비(백만원)	2,640	3,200	3,800
1인당 교육훈련비(천원)	413	525	638
총 교육시간(H)	876,800	939,400	957,950
1인당 교육시간(H)	137	154	161
총 교육과정수	620	690	710

[2008년 사이버교육, 독서교육 수강인원]

구분	사이버교육	독서교육
과정수	249	267
교육인원	12,033	6,107

유통전문인력 육성

유통전문인력의 육성을 위해서 각 직책별로 교육과정을 구성한 유통전문인력 육성체계를 운영하고 있습니다. 임원 대상의 E-MBA, 2급 대상의 유통대학원, 3~4급 사원을 대상으로 한 유통대학 과정이 개설되어 있습니다. 2008년에는 유통대학원 23명, 유통대 38명의 유통전문인력을 배출하였습니다. 유통대는 16년 전통으로 '08년까지 461명의 졸업생을 배출하였으며, 유통대 졸업생을 대상으로 더욱 심화된 학습을 진행하는 유통대학원은 총 70명의 졸업생을 배출했습니다. 유통대는 총 4학기로 구성되어 1학기에서는 마케팅, 인사조직, 소비자행동론 등의 경영 기초 학문과 2학기에서는 유통관리실무, 영업기획실무 등 유통실무 심화학습 및 3학기 주제연구, 4학기 해외 연수 등의 과정을 진행합니다. 유통대학원에서는 강의와 토론, 조별 해외연수를 실시 후 제출한 리포트 심사를 통해 졸업자격을 부여하고 있습니다.

구분	교육과정	2008년 이수인원	누적인원
임원 / 점장	유통MBA	12	23
팀장			
매니저	유통대학원	23	93
사원 3~4급	유통대학	38	499

평생교육 지원

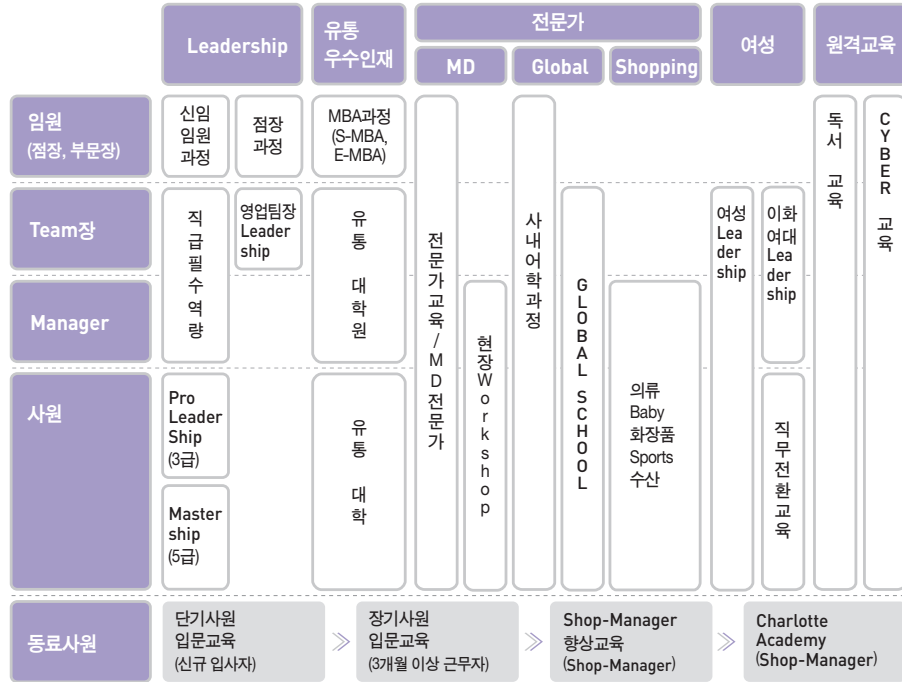
직원들의 학업 욕구를 충족시켜 주기 위하여 2년제 전문학사 학위 소지 사원들을 대상으로 4년제 위탁 사내대학과, 고졸 사원들을 대상으로 2년제 전문학사 정규과정을 운영하고 있습니다. 동료사원에게도 교육기회를 제공하여 근무의욕 고취 및 장기근속을 유도하고 있습니다. 2006년부터 경희대학교와 제휴하여 경영학과를 운영하고 있으며 34명이 졸업, 85명이 재학중에 있습니다. 2년제 전문학사 과정은 수도권 지역의 명지전문대, 부산의 경남정보대, 대구의 영진전문대학, 광주의 동강대학 등과 제휴하여 과정을 운영하고 있으며, 유통경영, 사회복지, 패션비즈니스 비즈니스 일본어, 패션마케팅 등 학과에 직영사원과 동료사원 221명이 졸업, 480명이 재학하고 있습니다.

[위탁사내대학]

구분	4년제	2년제
학교	경희대	명지전문대, 경남정보대, 영진전문대, 동강대
학과	경영학과	유통경영, 사회복지, 비즈니스일본어, 패션비즈니스, 패션마케팅 등
시행일	2006년 9월	2003년 3월
재학인원	85명	480명
졸업인원	34명	221명

인재상과 역량개발

직급별 교육 체계



서울대AFP-롯데백화점 인문학과정 개설

롯데백화점은 2009년 8월 서울대 인문대와 협의를 통해 국내 기업 최초로 '서울대AFP-롯데백화점 인문학 과정'을 개설했습니다. 서울대 인문학 최고지도자과정(AFP: Ad Fontes Program)은 사회 각계 지도자에게 창조정신과 인문학적 지식을 고양시킨다는 목표로 진행되고 있는 교육과정입니다. 롯데백화점은 글로벌 기업으로 성장하기 위해서는 거시적인 안목과 창의성을 발휘할 수 있는 인문학적 소양이 중요하다는 판단에서 이와 같은 교육을 시작했습니다. 현재 롯데백화점의 임원 및 팀장 66명이 교육 과정에 참여하고 있습니다.

[인문학과정 프로그램]

구분	내용
기간	· 2009년 6월~8월(1차), 8월~10월(2차) · 매주 토요일 진행
대상	· 본사 임원 및 팀장 총 66명
교육내용	· 문학, 예술, 역사, 철학 교수 및 전문가 강의 · 독서과제 및 토론, 오페라 및 국악 등 체험프로그램

롯데 MD 아카데미

고객에게 좋은 상품을 제안하는 MD의 역할은 백화점의 핵심 역량 중 하나입니다. 롯데백화점은 2008년부터 MD 역량 강화를 위한 외부 전문 교육기관(코오롱패션연구소, FIK)과의 연계 교육을 진행하고 있습니다. 주요 교육 내용은 패션 머천다이징, 원가 계산, 브랜드 런칭 등입니다. 강사진은 패션 브랜드 임원, 대학 교수 등으로 구성되어 있으며 2개월 과정으로 진행됩니다. 이를 통해 바잉 능력과 차별화 자주 MD 구현 능력의 향상을 꾀하고 있습니다.

[2008년 MD역량 개발 교육 현황]

구 분	인 원	내 용
직무전문가 과정	CMD	<ul style="list-style-type: none"> 패션 전문가 과정 (패션정보, 소재, 원가분석, MD실무) 마케팅 전문가 과정 (판촉, CRM마케팅 등)
전문가 초청	상품본부 전원	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 트렌드 설명회 패션 마켓 트렌드 설명회
백화점 협회 MD 향상 과정	MD	<ul style="list-style-type: none"> 식품과정 : 위생안전 법률, 원산지 관리 등 패션과정 : 트렌드, 상품분석기법 등
MD 아카데미	MD	<ul style="list-style-type: none"> 잡화, 의류, GF부문 MD 패션 머천다이징, 편집샵, 생산공정, 마케팅 등
사외위탁교육	CMD, MD	<ul style="list-style-type: none"> 중앙대 산업연구원 외식산업전문가 (벨리CMD), 와인 (주류 CMD) FIK 개설 MD 과정 패션(1명), 영업(1명), 직매입 (15명)

쇼핑어드바이저

매장에서 고객을 응대하는 영업관리자를 대상으로는 '쇼핑어드바이저' 양성 교육을 실시하고 있습니다. 관리하는 상품군에 대한 전문적인 지식을 갖추어 업무 능력을 향상시키고 고객에게 차별화된 서비스를 제공하는 것이 목적입니다. 2008년 12월부터 각 점포에 패션, 라제리, 골프, 베이비, 와인 등의 상품군에 대한 전문 교육을 이수한 '쇼핑어드바이저'들이 서비스를 시행하고 있으며 향후 대상 상품군을 더 확대해 모든 매장 관리자들이 어드바이저 또는 컨설턴트 역할을 하도록 할 계획입니다.



글로벌스쿨

해외 진출을 본격화하고 해외사업 지원을 강화하기 위해 어학실력과 글로벌 비즈니스 감각을 갖춘 글로벌 인재 육성 교육을 진행하고 있습니다. 당사 진출 대상 국가별로 나누어 진행하며 6개월에 걸쳐 글로벌 경영전략, 글로벌 비즈니스 에티켓, 국제 계약 실무, 한국외대 위탁 집중 어학교육, 대상국 경영환경 이해 등으로 구성됩니다.

성과 보상 제도

차별없는 공정한 보상

롯데백화점은 남녀 동일한 직급체계를 갖고 있습니다. 연봉에 있어서도 직급별로 여성의 평균 연봉이 남직원의 99% 이상으로 차이가 없으며 호봉이나 경력 등에 따른 약간의 차이는 나타날 수 있습니다.

[직급별 평균연봉]

(단위 : 만원)

직급	성별	평균연봉
2급	남	4,794
	여	4,785
3급	남	3,847
	여	3,818
4급	남	3,099
	여	3,093

[신입사원 임금과 최저임금 비교]

구분	통상임금	통상시급	최저임금	대비율
신입사원	131,700	6,271	3,770	166%

성과 보상 제도

롯데백화점은 능력과 업적 중심의 연봉제 임금체제를 수립하고 있습니다. 기본 급여와 상여금 이외에 개인 성과와 목표 달성률 등을 감안한 성과급을 지급하고 있으며, 한해 동안의 기업성과를 종합 검토하여 특별 성과급을 지급하고 있습니다.

개인의 실적이 직접적으로 반영된 고과결과로 연봉등급을 산정하고 그 연봉등급에 따라 급여를 차등 지급하고 있으며, 2008년에는 실적에 따른 보상 강화를 통해 위기 경영 상황에서 성과 향상의 동기를 부여하고자 '08년 추가성과급을 차등 지급하였습니다. 연봉차등은 3급이상 전 사원이 대상이며 '08년 추가성과급 차등은 2급이상 간부사원 대상입니다.

[평가보상제도]

롯데백화점은 개인 및 팀 업적과 회사 기여도에 대한 공정한 평가와 상응하는 보상을 실시합니다.



성과관리 프로세스

롯데백화점의 성과평가는 공정한 평가가 이루어질 수 있도록 개인별로 합의된 목표와 척도에 따라 평가를 하고 있으며, 개인들의 목표 달성 여부와 실적이 직접적으로 반영된 고과 결과에 따라 차등적인 보상 체계를 갖추고 있습니다. 성과관리란 반기별로 고과자인 리더와 피고과자인 팀원이 면담과 협의를 통해 이루어집니다. 모든 구성원들은 회사와 조직의 성과 목표에 맞추어 개인별로 정량화된 목표와 척도를 갖게 되며, 이에 따라 공정한 평가가 이루어지게 됩니다.

[성과관리 프로세스]

(단위 : 원)

목표 협의 면담	목표 등록	목표 승인	평가	피드백
- 조직 목표 확인	- 조직 목표 달성을 위한	- 입력된 목표 고과자 승인	- 개인 실적 입력	- 평가 피드백 면담
- 평가 척도 결정	개인별 실적 목표		- 1차고과자 평가	- 코칭
	- 개인 역량/지질 개발 목표		- 2차고과자 평가	
			- 다면평가	

균등대우와 인권 존중

롯데백화점 직원은 취업규칙 제4조에 따라 성별, 국적, 신앙 또는 사회적 신분을 이유로 근로적 조건에 차별을 받지 않으며 노동 기준에 있어 UN글로벌compact 원칙을 준수하고 있습니다. 인사이동, 보직, 승진에 대해서는 불합리한 차별적 요소를 배제하고 인사관리상 불만을 예방할 수 있도록 주기적인 모니터링을 실시하고 있습니다. 또한 모성보호를 위해 임신중이거나 출산 후 1년이 경과되지 않은 직원의 야간근무를 제한하고 산전 및 산후 휴가는 90일을 보장하고 있습니다.

고충처리제도

롯데백화점은 임직원의 고충처리를 위해 '나눔자리'라는 고충상담 제도를 운영하여 정규직, 비정규직 및 동료사원 등 전사원의 고충을 해결하고 조직내에 각종 불합리한 문화를 개선하는데에 노력하고 있습니다. 고충상담은 방문, 전화, 인터넷, 전자메일 등 다양한 채널을 통하여 직원들의 불명, 불만, 애로사항 등을 수시 점검, 상담을 진행하여 근로자들의 사기를 높이고 나아가 생산성을 향상시키는 제도입니다. 나눔자리는 2001년 4월 1일 결성하여 2009년 현재 점차 신망이 높고 상담 능력이 뛰어난 30명의 상담원이 구성되어 점별로 근무하고 있습니다. 월 4회이상 직급별, 직책별 순환상담, 직장내 성희롱 상담센터, 퇴직상담, 사내강사 활동과 봉사활동 등의 업무를 진행하여 지난 2001년부터 2008년까지 6만여명의 상담을 추진하였으며, 업무개선 제도개선, 복리실태 등 이행실태를 모니터링하여 업무에 반영하고 있습니다. 2007년11월에는 사내 온라인 상담시스템을 구축하여 가동중에 있으며 특히 2008년 도에는 심리상담제도를 도입하여 심리상담전문가의 심리상담을 선 시행하면서 나눔자리 상담원 전원이 심리상담사 자격증을 취득하여 현업에 활용하고 있습니다.



심리상담센터 오픈

2008년 7월부터는 직원들의 스트레스 관리와 심리적 건강을 위해 '심리 상담센터'를 운영하고 있다. '심리 상담센터'에서는 외부 심리상담 전문가와 연계하여 직무 관련 스트레스 뿐 아니라 가정문제, 분노조절, 우울증 등의 심층 상담을 받을 수 있습니다. 전 직원은 온라인을 통해 언제든지 심리상담을 받을 수 있으며, 일대일 대면 상담이나 심층상담을 원하는 직원들은 예약을 통해 일주일에 한 번 전문가와 직접 만날 수 있습니다. 또한 자기진단, 적성검사 등의 검사도 받아 볼 수 있습니다. 통계를 보면 여성이 87.5%로 대다수를 차지했으며 30대가 52.8%로 과반수를 차지했습니다. 상담내용으로는 가정문제가 35.6% 가장 많았고 성격(22.5%) 대인관계(9.7%)가 그 뒤를 이었습니다.

성희롱 예방교육 실시

직장에절대관련 '성희롱 사전 예방' 교육을 통하여 '직장내 밝고 건강한 직장문화 만들기'를 실시하고 있습니다. '08년의 경우 본사는 8월에 48개점 760명을 대상으로 진행했으며 각 점에서는 8월~10월에 걸쳐 총 51,808명을 대상으로 '성희롱 예방교육'을 실시하였습니다. 성희롱 예방교육은 직장내 성희롱 바로알기라는 주제로 성희롱 예방 및 대처방안을 제시하고, 성희롱 사례 분석을 통해 현장 중심 교육을 실시하고 있습니다. 또한, '성희롱 없는 일터 GO! GO! VTR시청(15분)(노동부제직) 후 토론 및 피드백을 통해 성희롱에 대한 문제의식을 키워주고 있습니다. 향후 밝고 건전한 직장 문화를 위해 '성희롱 예방교육'은 년 1회 이상 지속적으로 실시할 계획입니다.

주요 복리후생제도

롯데백화점은 일하기 좋은 회사, 직원들이 안심하고 일할 수 있는 환경을 만들기 위해 각종 지원제도를 운영하고 있습니다. 직원들의 재정지원을 위해 각종 대출제도를 운영 중이며 유치원부터 대학교까지 학자금을 전액지원하고 있습니다. 또한 직원들의 여가 생활을 위해 콘도 및 동호회를 운영하며 비용을 지원하고 있습니다. 지방점 이동자들에게는 현지 정착을 위한 사택지원금, 이사비용 등을 지원하고, 연고지방문을 위한 교통비를 지원하고 있으며 직원들과 가족들의 사고 및 질병에 대비 최대 2억까지 보상 받을 수 있는 상해보험 가입과 회사 차원의 의료비 지원제도, 종합건강검진 제도를 운영하고 있습니다. 특히 비정규직원들에게도 의료비 지원, 상해보험가입, 콘도이용 혜택 등 주요 복리제도에있어 정규직에 준하는 복리후생 혜택을 제공하고 있습니다. 또한 직장내 안전교육 강화를 통한 산재건수 줄이기에도 힘쓰고 있습니다. 최근에는 외부 기관과의 제휴를 늘려 펜션, 의료 분야, 부동산 서비스 등에 대해서도 다양한 혜택을 부여하고 있습니다.

[직원 의료비 지원금액]

(단위 : 백만원)

기 간	04년	05년	06년	07년	08년
건 수	168건	212건	229건	268건	386건
지원금액	194	230	211	253	397

※ 정규직, P/T, 장기 A/R까지 직원 의료비 지원

[직원용 콘도 구좌수]

(단위 : 백만원)

구 분	02년	03년	04년	05년	06년	07년	08년	09년
구좌수	95	162	162	182	163	163	163	173

※ 06년 19구좌를 롯데마트에 양도

[산재 건수 추이]

〈본사 포함 25개점 기준〉

구 분	04년	05년	06년	07년	08년
산재건수	7	4	4	2	1

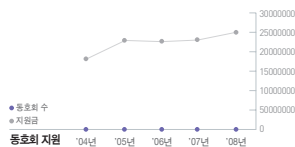
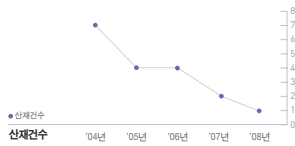
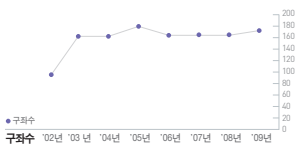
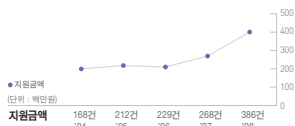
출처 : 근로복지공단

[동호회 지원]

(단위 : 개, 백만원)

구 분	04년	05년	06년	07년	08년
동호회 수	64	74	70	67	72
지원금	182	230	225	233	254

※ 동호회 수는 누적되는 경향이 있으므로, 실제 활동중인 동호회 수만 취합하였습니다.



퇴직자 지원

퇴직금과 관련하여, 매월 퇴직급여 총당금을 적립하고 있습니다. 퇴직금은 3개월의 평균급여와 2개월의 평균상여로 구성된 평균임금에 재직 기간을 승하여 계산하며, 퇴직금 보장을 위해 사외에 퇴직보험을 가입 운용하고 있습니다. 또한, 향후 퇴직연금제도 도입을 검토중에 있습니다. 퇴직자에게는 그동안의 근속에 대한 배려와 감사의 마음을 전달하는 의미로 재직기념패를 수여하고 있으며, 각종 증명서 신청시 무료 우편발송하는 서비스를 하고 있습니다.

전직 지원프로그램 실시 (Outplacement)

2008년부터 퇴직자에 대한 체계적 관리와 지원을 목적으로 아웃플레이스먼트 제도를 실시하고 있습니다. 재취업 및 창업 관련 컨설팅 및 역량강화 교육 프로그램, 전문가 심리상담, 자산관리 상담 등의 서비스를 제공하고 있습니다.

가족친화경영

롯데백화점은 직원들이 일과 가정의 균형을 찾을 수 있도록 다양한 가족친화 프로그램을 운영하고 있습니다. 출산과 육아에 대한 지원, 생활 지원, 상담 프로그램 운영, 가족의 날 휴가 등의 제도를 통해 직원 만족도를 높이고 가족친화의 문화가 정착되고 있습니다.

출산장려제도

롯데백화점은 국가적 차원에서도 문제가 되고 있는 저출산 문제의 해결에 적극적으로 나서고 있습니다. 임직원 및 동료사원 참여 출산을 제고 프로젝트 도입하고, 출산과 육아에 대한 사원 복지를 강화하여 직원들이 자녀를 갖는데 따르는 부담을 줄여나가고 있습니다. 특히 여성 직원이 상대적으로 많은 서비스 업체의 특성을 살려 육아와 일자리를 양립할 수 있도록 근로조건을 개선하고 올해 하반기부터는 직원들을 위한 어린이집 등 육아 시설을 도입할 계획입니다.

[출산·육아관련 사원복지제도]

	세부 항목		주요내용
출산	경조금 지원	자녀출산시 경조금 지급	_ 자녀출산시 임직원 대상 경조금 지원 : 직급 무관 100천원 / 휴가 3일
	출산 휴가	자녀 출산시 휴가제도 시행	_ 자녀 출산 전후 총 3개월(90일간) 휴가 실시 → 출산직후 45일간 휴가 법적 보장 _ 가중 급여 지급 → 60일 : 정상급여 지급 (시간외 수당 제외) → 30일 : 정부 고용지원센터 보조금 지급
육아	학자금 지원	임직원 자녀 대상 학자금 지원	_ 유치원 / 중·고등학교 / 대학교 자녀 대상 (초등학교 제외) _ 최대 자녀 3명 / 해당교육과정별 교육비 실비 지원
	의료비 지원	임직원 가족 대상 의료비 지원	_ 임직원 의료보험증상에 등록된 배우자 및 자녀 대상 _ 지원대상액 : 근속연수별 5백만원~최대 10백만원(년간) 지원
	가족 수당	직원 급여중 가족 수당 지원	_ 대상 : 3급 이하 직원 대상 _ 자녀 1명당 1만원 지급 (최대 2명 / 2만원 지급)
	육아 휴직	자녀 육아를 위한 휴직제도 시행	_ 대상 : 만 3세 아동 대상 자녀를 둔 여직원 _ 자녀 1명당 최대 1년간 육아휴직 가능 (1회限 분할 사용 가능) _ 휴직중 정부 고용지원센터 보조금 지급 (50만원/월)
기타	직원 선물	임직원 대상 어린이날/연말 선물 지급	_ 대상 : 전임직원 및 동료사원 대상 _ 지급 시기 : 연 2회 (어린이날, 연말)

생활 지원 서비스

롯데백화점은 직원들의 가정 생활에서 필요한 여러가지 서비스를 회사를 통해 편리하게 이용할 수 있도록 지원하고 있습니다. 경조사 물품 지원, 무료 법률 상담, 부동산 중개수수료 할인, 이사 할인 등의 다양한 생활 지원을 제공하고 있습니다.

가족기념일 휴가 제도

직원들의 가족 행사, 배우자 생일이나 자녀 입학/졸업 등의 다양한 기념일에 휴가를 사용하도록 권장하고 기념일 등록 및 휴가 사용시에는 기념일 선물을 지급하는 제도를 운영하고 있습니다. 또한 휴가를 사용하여 회사 콘도를 이용하는 직원들에게는 추가로 지원금액을 확대 적용하고 있습니다. 이런 제도를 통해 가족과 함께 하는 여가 시간을 늘릴 수 있도록 지원하고 있습니다.

가족상담 가능한 전문 심리상담센터 운영

전 점포에 전문 심리상담센터를 운영하여 업무상의 고충 뿐 아니라, 일상 생활과 가정 문제에 대한 전문적인 상담을 받을 수 있도록 하고 있습니다. 실제로 가족 문제에 대한 상담이 가장 높은 비중을 차지하고 있습니다.

소통을 통한 열린경영

감성경영 프로그램

롯데 백화점은 임직원이 함께 하는 단체 야구 경기 관람, 롯데월드 임직원 초대 행사 등을 수시로 진행하고 있습니다. 이 행사에는 임직원 및 동료사원의 가족들을 함께 초청하는 감성경영 프로그램을 시행하여 긍정적인 효과를 얻고 있습니다.



[야구경기 단체 관람 행사]

직원 커뮤니케이션

롯데백화점은 직원 상호간 원활한 커뮤니케이션이 이루어지고 다양한 의견과 아이디어를 자유롭게 제안하도록 지원하며, 직원들의 의견이 경영에 반영될 수 있도록 노력하고 있습니다.

그룹웨어 · 메신저

2006년부터 그룹웨어 시스템 및 전용 메신저를 오픈하여, 전직원에 대한 실시간 업무 공지가 가능해졌으며, 사원 개개인의 경조사 관련 게시, 온라인 동호회 및 커뮤니티 운영, 업무 및 자료 공유 등의 직원 편의를 제고시켰습니다. 또한 롯데 메신저를 통해 자유롭고 즉각적인 의사소통이 가능하게 하여 업무 중의 부서간 협조 및 정보 공유를 원활하게 하였습니다.

아이디어 제안

롯데백화점은 직원들이 자유롭게 아이디어를 제안할 수 있고, 즉각 평가를 거쳐 현업에 반영할 수 있는 시스템을 운영하고 있습니다. 각 점 내에는 지원팀 내에 직원 제안 담당 직원이 점 내에서 아이디어를 활용하고 있습니다. 전사에서 활용가능한 아이디어에 대해서는 본사 총무팀에서 취합하여 각 부문의 심사를 통해 실용성을 평가하고 현장에 반영하고 있습니다. 온라인을 통해서도 아이디어 핫라인 시스템에 접속하여 쉽게 아이디어를 제안할 수 있습니다. 등록된 아이디어는 해당 부서의 담당자에게 연결되어 열흘내에 평가가 이루어지며 실행 가능한 좋은 아이디어에 대해서는 롯데포인트를 적립하는 제도를 운영중입니다. 그밖에도 문자메시지를 통해 마케팅 아이디어를 제안할 수 있는 '비타민폰', 실무자들을 중심으로 월별 주제를 정해 자율토론을 진행하는 '상상라운지' 제도 등이 운영되고 있습니다.

CEO와의 대화

2008년에는 상반기, 하반기로 나누어 롯데쇼핑 대표이사가 전점을 순회하는 형식으로 전 점에서 'CEO와의 대화'를 실시하였습니다. 매장 근무시 발생할 수 있는 각종 고충이나 불만을 현장에서 이야기하고 해법을 찾고 풀어나가기 위해서 이와 같은 시간을 갖고 있습니다. 간담회에 참석한 직원들은 매장에서의 고충, 복지, 각 점포에 맞는 마케팅 전략, 백화점이 앞으로 나아 가야할 방향 등에 대해 의견을 제시하였고 그 내용은 점 내부 경영진과 본사의 유관부서에 빠짐없이 전달되었습니다. 또한 간담회 내용에 대해서는 반드시 해당부서에서 피드백 하고 조치 결과를 보고하도록 하고 있습니다. (2008년 간담회 총 참여 인원 24개점, 867명)



롯데백화점 노사는 신뢰와 대화, 상호 존중 및 노사 자율, 참여와 협력이라는 노사 철학을 공유하고 이를 발전시키기 위하여 지속적으로 노력하고 있습니다. 2년에 한번 하는 단체 협약이나 매월 또는 분기별 노사협의회를 통하여 노사간 현안과 갈등을 해결하고 있고, 매년 1~2회 노사상생 워크숍을 개최하여 경영현황설명회를 갖고 있습니다. 매년 노사합동 연수단을 해외에 파견하여 우수업체의 모범 경영사례를 연구하고 체험하며, 당사에 적용할 수 있는 방안도 함께 모색함으로써 인사노무관리제도 발전에 기여 하고 있습니다. 이러한 노력으로 롯데백화점 노사는 현재까지 무분규 기록을 이어가고 있으며 신노사문화 우수기업에 선정되기도 하였습니다. 앞으로도 상생의 노사관계가 기업발전에 밑거름이 된다는 마음가짐으로 지속적인 노력을 다하고 있습니다.

롯데백화점 노조가입 현황 (2008년 12월 기준)

가입대상 : 2,757명
 ※ Open Shop (4급이하 직원 개별가입, 3급이상 자동탈퇴)
 가입인원 : 1,902명
 상근인원 : 10명
 소속된 단체 : 한국노총, 전국연합노동조합연맹
 기 타 : 인사, 노무, 총무, 기획, 회계, 안전, 감사, 방송, 전산직 제외

노사합동 해외연수단

2007년 12월 글로벌 마인드 함양과 노사 화합의 계기를 만들기 위하여 노사 합동 해외연수를 실시했습니다. 북경 롯데백화점 신축 현장 및 상권 탐방을 진행하였으며 총 80명이 참가하여 최초의 중국 진출 점포를 보며 자부심을 갖고 노사간 친숙한 대화의 시간을 갖는 기회가 되었습니다.



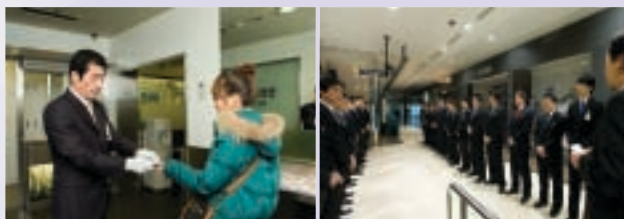
노사합동 봉사활동

2008년 8월부터는 사회공헌을 통한 노사화합을 도모하며 노동조합 집행부와 합동 봉사활동을 실시하고 있습니다. 년 2회 인근 사회복지시설을 방문하여 합동 봉사활동을 진행하고 있습니다.



롯데백화점 안전요원 교육

롯데백화점은 정월로 월 1~2회씩 안전요원대상 서비스 및 안전관리 교육을 하고 있습니다. 교육의 주된 내용으로는 비상사태시를 대비한 체포술 특별교육, 사고예방 교육, 고객응대 교육 등이 이루어지며, 특히 고객 및 입점직원들에 대한 인권교육 및 친절 서비스 교육이 함께 이루어 지고 있습니다.



파트너십 경영

롯데백화점은 세계적 유통기업으로 성장하기 위해 윤리적 책임과 사회적 책임을 다하며 협력업체들과 상생경영을 강화해 왔습니다. 파트너십 강화를 위한 컨벤션과 간담회, 환경경영지원, 교육 지원, 금융/자금 지원, 커뮤니케이션 채널 확대 등 다양한 방법을 통해 상생경영을 실시하고 있습니다.

협력회사 초청 컨벤션

롯데백화점은 매년 협력회사 관계자들을 초청하여 감사의 마음을 전하고 상호 신뢰와 상생의 관계를 다지는 자리를 마련하고 있습니다. 2009년 2월에도 협력회사 대표 200여명을 초청하여 '2009 롯데백화점 컨벤션'을 개최하였습니다. 행사에서는 24개 우수 협력회사에게 믿음, 우정, 희망, 감사의 패를 전달하고, 전국 각 점포의 협력사원 중 어려운 환경에도 모범적으로 근무하고 있는 30명을 선발해 총 6000만원의 '롯데 사랑나눔 장학금' 및 장학증서를 전달했습니다.

특히 올해 행사에는 롯데쇼핑 창립 30주년을 맞아 협력사들과 함께 발전한 지난 30년을 되돌아보고 감사의 뜻을 전했으며, 향후 롯데백화점의 비전을 함께 공유하고 WIN-WIN할 수 있는 동반자적 관계를 재확인하였습니다.



커뮤니케이션 활성화

롯데백화점은 협력업체들과 의사소통을 위한 다양한 채널을 마련하고, 제도개선에 반영하고 있습니다. 반기별로 상품군별 협력회사의 대표자들을 초청해 간담회를 실시하여 의견을 수렴하고 업무에 반영하고 있습니다. 2008년에는 6월과 12월 CEO 120여명을 대상으로 실시하였으며 평가제도 개선, 커뮤니케이션 강화 및 정보지원, 브랜드 육성, 수익성 보장 등에 대한 제안사항을 받아 업무 개선에 반영하였습니다.

이외에도 협력업체들의 고충을 해소하기 위해서 매년 실시하던 만족도 설문조사를 1년에 2회로 확대하고 결과를 분석하여 제도 개선에 반영하고 있습니다.



2008년 협력회사 CEO 간담회 결과 _2008년 6월 12월 각 7회씩 실시 (총 122명 참석)

[간담회 건의사항 및 개선조치]

구분	2008년1차	2008년2차	개선조치 사례
MD평가	27	7	평가제도 개선
커뮤니케이션	15	2	정보교류 워크숍 시행
브랜드육성	14	4	현장품평회 확대, 신규브랜드 지원 확대
수익성	11	14	매출연동마진조정제
기타	21	16	-
계	88	43	-

동료사원 섬김경영

전국의 점포에서 판매를 담당하는 동료사원(협력회사 파견근무자)은 롯데백화점 고객서비스의 최전선에 위치하며 당사 인력의 80%를 차지하는 중요한 구성원입니다. 롯데백화점은 동료사원들이 애사심과 소속감을 가지고 근무할 수 있도록 다양한 지원 제도를 시행하고 있습니다.

심리상담 서비스

유통업계 최초로 외부의 심리상담 전문가가 점포를 방문하여 동료사원의 심리상담 및 스트레스 관리를 돕고 있습니다. 또한 전문 상담자격을 가지고 있는 각 점의 나눔자리 상담요원들은 동료사원 휴게실이나 현장 등을 찾아가며 실질적인 애로사항을 듣고 고충상담을 실시하고 있습니다.



[심리상담]

법률상담 서비스

2008년 7월부터 동료사원의 고충 해결을 위해 전화나 이메일을 활용하여 민사, 가사, 부동산 등 법률문제 전반에 대한 상담 서비스를 실시하고 있습니다.

교육 지원

동료사원 중 우수인력을 육성하고 롯데백화점에 대한 소속감을 강화하기 위해 직무 스킬, 감성 교양 교육, 롯데백화점의 비전과 가치에 대한 교육을 지원하고 있습니다.

- 신입 판매사원 역량강화 교육 : 매월 진행, 연간 12,500명
- 판매사원 사이버교육 : 고객관리, 판매회화 등, 연간 4,400명 교육 실시
- 판매사원 독서통신교육 : 판매스킬 리더십 등, '07년 8월부터 교육 실시
- 점 서비스강사를 활용한 현장 교육 : 연간 30,000명



[동료사원 간담회]

열린 쪽지

동료사원이 매장 근무시 느끼는 전반적인 불편과 요구사항을 무기명 쪽지 방식으로 전달할 수 있는 제도를 마련하였습니다. 동료사원 휴게실 내 열린쪽지함을 비치하고 매월 취합된 내용을 바탕으로 피드백 및 환경 개선 조치를 실시하고 있습니다.

동료 사원의 날

전 점포에서는 매월 하루를 '동료사원의 날'로 지정하여 관리자들이 동료사원을 위해 이벤트를 마련하고 생일축하, 특식제공 등과 함께 자제적으로 소속감과 동료애를 증진하는 행사를 진행하고 커뮤니케이션의 장을 마련하고 있습니다.



[동료사원의 날]

협력회사 금융/자금 지원

롯데백화점은 중소 협력업체의 자금난을 해결하기 위해 금융, 자금 지원 프로그램을 실시하고 있습니다. 구매자금이 초기에 많이 드는 식품, 축산업체를 대상으로 2006년부터 구매자금을 선지급하고 있으며, 2008년에 현재 4개업체에 60여억원 가량 선지급하였습니다. 농/수산 영세 업체에게는 월 2회 10일이내에 현금으로 대금을 선지급하고 있습니다. 또한 금융기관과 연계하여 대출 프로그램을 개발해 협력업체가 운전자금이나 시설, 인테리자금 마련시에 시중금리보다 0.8%~1.5%정도 낮은 수준으로 금융기관에 연결해주고 있습니다.

매출연동 마진 조정제

롯데백화점은 협력업체의 자기 진작과 매출 활성화를 위해 매출연동 마진조정제를 시행하여 매출목표 초과분에 대한 이익을 공유하고 있습니다. 1차로 2007년 6월부터 8월까지 시행하였으며 5차까지 총 2063개 브랜드가 참여해 456개 브랜드가 목표를 달성하여 이익을 공유하였습니다.

공정거래 자율 준수

롯데백화점은 2001년 9월 19일 유통업계 최초로「공정거래 자율준수 선포식」을 개최하여 공정거래 자율준수의지를 대내외에 천명하였습니다. 또한 자율준수관리자 직속 관리하에 전담부서인「공정거래자율준수담당」을 조직하여 교육 및 점검, 제재, 이사회 보고, 외부 공시 등을 전담하도록 하고 있습니다. 롯데백화점은 공동판촉 행사·매장이동·인테리어공사 시 협력회사와 사전협의를 의무화하고 있으며, 중대사안의 경우 사전스크리닝과 심층적인 법률 검토를 함으로써 불공정거래행위 및 부패행위를 시스템적으로 예방하고 있습니다. 이러한 노력의 결과 2005년「공정거래위원장상」을 수상하였고 보고서 대상기간 동안 공정거래 위원회로부터 법위반행위로 지적된 사례가 없을 뿐만 아니라, 2006년「CP 등급평가」에서「AA 등급」을 획득하였습니다.

※ CP : Compliance Program 자율준수 프로그램

공정거래 자율준수 시스템

법 위반행위 사전예방 System

롯데백화점은 공정거래 위반행위를 사전 예방하기 위하여 업무 지침서인「자율준수편람」과「업무 Manual」을 매년 정기적으로 제작·배포하고 있습니다. 자율준수편람은 대규모소매점업고시 등 각종 법규·심결사례·Q&A·제재위원회를 포함한 자율준수지침 등을 수록하고 있고, 업무 매뉴얼은 입퇴점·판촉행사·인테리어·표시광고·경품행사 등 현업에 직접 적용될 수 있는 업무지침을 수록하고 있습니다. 롯데백화점은 제작된 편람 및 매뉴얼을 영업본부·상품본부 등 법위반 가능성이 높은 직원들에게 배포하고, 직원 누구나 접근 가능하도록 홈페이지·사내 게시판 등 온라인 상에도 게시하여 상시 이용 가능하도록 하였습니다.

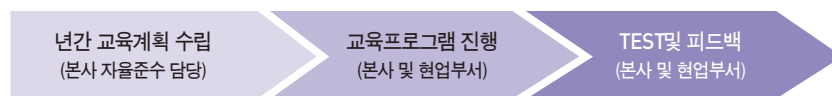
※ 2008년 사전예방활동 내용

- 자율준수편람(통권 7호) 및 업무 매뉴얼 배포
- 표시·광고 관련 업무지침 배포
- 공정거래자율준수 캠페인 실시 (포스터, 리플렛 배포 및 홍보)
- 공정거래자율준수 서신 통보 및 전사원 서약 실시

교육 및 평가 System

롯데백화점은 전직원을 대상으로 신입사원 교육·사내 공정거래 전문가 양성교육·공정거래위원회 초빙교육 등의 Off-Line 교육과, 사이버 교육·독서통신 교육 등의 On-Line 교육을 체계적으로 수립하여 실시하고 있습니다. 특히 영업본부 및 상품본부의 직원들에 대해서는 분기별 1시간 이상 의무교육을 이수하도록 하였습니다. 또한 전직원의 공정거래법 이해 정도 및 교육 효과를 평가하기 위하여 년 2회 공정거래법 Test를 실시하여 교육 후 실질적인 확인이 가능하도록 시스템화하고 있습니다.

교육 운영 Flow



교육프로그램 체계

의무교육	계층별 특별교육	사이버 교육	TEST
<ul style="list-style-type: none"> · 영업본부 전직원 · 상품본부 전직원 (반기 2시간) 	<ul style="list-style-type: none"> · CP담당자 Workshop · 신입사원 입문교육 · 점장/부문장 특별교육 · 공정원 초빙교육 외 	<ul style="list-style-type: none"> · 롯데사이버캠퍼스 	<ul style="list-style-type: none"> · 분기별 1회 실시 · 부진자 재교육 및 레포트 제출 · 수시 전화모니터

공정거래 감시·감독 System

롯데백화점은 효율적인 감시·감독을 위해 백화점 업체 특성상 法위반 가능성이 높은 항목 위주로 점검을 시행하고 있습니다. 상품군 조정시 입퇴점 및 인테리어 관련 불공정행위, 계약기간중 마진 인상행위, 판촉행사 등 참여 강요행위, 소비자 오인 가능성 있는 표시 광고 행위 등을 집중적으로 점검하여 협력회사 및 고객에게 불이익이 발생하지 않도록 최선을 다하고 있습니다. 이러한 정기 또는 수시점검을 통해 위반행위가 발생하였을 경우 관련자에 대한 인사징계, 협력회사의 불이익 해소 등의 자진시정 조치를 하고 있습니다.

공정거래 의견수렴 System

롯데백화점은 매년 외부 전문 리서치 업체를 통해「협력회사 만족도 조사」를 실시하여 당사의 자율준수 활동을 협력회사로부터 평가받고 있습니다. 또한 유선신고, E-Mail, 인터넷 홈페이지 상 공정거래 신문고 등의 다양한 채널을 운영하여 협력회사 및 동료사원·내부 임직원들이 공정거래 위반사항에 대해 자유롭게 제보 할 수 있도록 하고 있습니다. 이러한「협력회사 만족도 조사」와「공정거래 신문고」등을 통해 협력회사의 의견을 수렴하여 업무개선에 반영하고 있습니다.

※ 2008년 감시·감독 활동

- 바겐세일시 부당한 표시·광고행위
- 상품군 조정시 입퇴점 절차·인테리어공사
- 판촉행사·할인행사 등 참여 강요행위
- 계약기간중 부당한 계약변경 행위
- 고유 판매업무 외 업무수행
- 판매촉진과 관련 없는 비용부담

※ 협력회사 만족도 조사

- 조사 주체 : 한국리서치
- 조사 대상 : 롯데백화점 입점 협력회사 임직원
- 조사 항목 : 롯데백화점 제도, 직원, 공정거래 차원별 협력회사 만족도
- 조사 방법 : PI(Personal Interview)에 의한 설문조사

구분	세부항목
제도 차원	업체 입·퇴점 평가제도의 공정성, 매장 배치기준의 공정성 등
직원 차원	매입 및 매장 직원의 전문성, 친절성, 윤리의식 등
공정거래 차원	각종 부당강요 정도, 표준거래 계약이행 정도 등

공정거래위원회 주관「CP 등급평가」에서「AA」등급 획득

롯데백화점은 2006년 공정거래위원회에서 주관한「CP 등급평가」에서 60여개 참가기업중 최고 등급인「AA」등급을 받았습니다. 이는 롯데백화점의 공정거래 자율준수 활동이 가장 실질적이고 모범적으로 운용되고 있음을 대내외적으로 인정받은 것입니다. CP 등급평가란 기업이 자율적으로 운용하는 공정거래 자율준수 프로그램에 대하여 최고경영자의 자율준수 실천의지·교육·제재시스템 등을 실질적으로 운용하는지 여부를 평가하여 등급을 부여하는 제도입니다.

구분	내용
평가주관	공정거래위원회(용역수행 : 공정경쟁연합회)
평가기간	'06. 7~ 10월(4개월)
평가방법	CP평가단(경제정책, 법률, 회계, 경영분야 전문가)이 CP도입기업에 대하여 설문평가, 인터뷰평가, 현장방문평가
평가항목	① 최고 경영자의 자율준수방침 선언 ② 자율준수관리자 임명 ③ 자율준수에 대한 내부감사·보고시스템 구축 ④ 위법책임자 인사제재 규정운영 ⑤ 관련문서 관리시스템 구축 ⑥ 자율준수편람 작성 배포 ⑦ 공정거래 교육시스템 운영
평가등급	총 8등급(AAA, AA, BBB, BB, B, C, D)
참여기업	총 60개 기업(제조, 유통 금융 등)

사회공헌 활동

롯데백화점은 사회적 책임과 국가에 대한 공헌을 주요 경영방침으로 하며 이에 따라 여러가지 사회공헌 활동을 진행하고 있습니다.

글로벌 스탠다드 사회공헌 실천

롯데백화점은 글로벌 스탠다드에 걸맞는 국가 사회공헌 실천을 위해 '08년 업계 최초로 사회공헌 (CSR) 전담부서를 설치하고 '09년에는 조직을 더욱 강화하였습니다. 또한 전사적인 사회공헌 통합화 및 활성화를 위해 본사 주요 Staff 부서를 통합한 사회공헌 TF팀 조직을 도입하여 전사적으로 유기적인 사회공헌 실천에 노력하고 있습니다.


이를 위해 사회적 책임의 3대 분야인 사회, 환경, 윤리의 책임 경영을 균형있게 실천해 나갈 방침이며, 특히 업계를 선도하고 있는 환경 분야에서는 Green Lotte 실천을 더욱 강화하고, 사회분야에서는 전사 임직원 봉사활동을 더욱 활성화하면서 출산 장려, 소외이웃 돕기 등 국가 사회공헌에 기여해 나갈 방침입니다. 윤리 분야에서는 글로벌 스탠다드 수준의 지속가능성 구축이라는 목표를 갖고 글로벌 수준의 Clean 경영을 실천해 나갈 계획입니다.

출산장려 캠페인

최근 저출산 문제가 심각한 국가 경쟁력 저하 요인이며 위기 수준에까지 이르렀다는 공감대가 형성되고 있습니다. 지난해 국내 출산율은 1.19명 수준이었으며, 현 추세대로라면 2016년부터 생산가능인구가 감소하고 노동력이 부족하게 될 것이라고 합니다. 저출산은 결국 노동력 부족, 고령층에 대한 부담 부담 증가, 소비와 투자 위축 등으로 국가 경제에 심각한 영향을 미치게 됩니다. 정부에서는 적극적인 출산장려 정책과 제도를 마련하고 있습니다.

롯데백화점은 대한민국의 대표적인 유통기업으로서 국가 경쟁력 향상을 제고하는 출산장려 캠페인에 적극 동참하고 있습니다. 내부적으로 직원들에 대한 복지 강화를 통해 일과 가정이 양립할 수 있는 문화를 만들기에 노력하고 있습니다. 또한 롯데백화점은 고객과 함께 출산의 가치를 알리고 혜택을 나누는 다양한 행사를 준비하고 있습니다. 롯데백화점의 다양한 광고 홍보채널을 이용하여 가족이 주는 행복을 알리는 정기적인 캠페인을 진행하며, 유아 출산 관련한 고객 서비스와 편의를 늘려갈 계획입니다. 정부와 각 지역과 연계한 행사도 진행합니다. 현재 롯데백화점은 보건복지 가족부가 주관하는 제3회 영국리아 공모전을 후원하여 출산 장려를 위한 다양한 의견과 아이디어를 모집하고 있으며, 다자녀 가구 대상 장학 사업을 진행하고 있습니다. 향후 각 지방자치단체별로 진행하는 다둥이 가족 회원을 대상으로 실질적인 혜택을 줄 수 있는 우대 혜택을 제공하며, 정부가 주도하는 출산 장려 캠페인에 적극 동참할 예정입니다.

[출산장려캠페인 로고]



직원들의 제안과 투표를 통해 선정된 출산장려 캠페인 슬로건과 로고입니다. 특히 어린이(아이)가 당신(you)을 사랑한다는 아이디어가 돋보입니다. 롯데백화점은 슬로건과 로고를 사내캠페인, 대외협력, 고객캠페인 등 다양하게 활용할 계획입니다.

롯데백화점 임직원 해외 어린이 아빠, 엄마 되다

- 해외 빈곤 어린이 1대1 자매결연 후원 실시 -

롯데백화점은 2009년부터 해외 빈곤 어린이들과 직원들의 1대1 자매결연 프로그램을 진행하고 있습니다. 롯데백화점 직원들은 해외 빈곤어린이들의 후원자가 되어 어린이들의 직접적인 생활문제를 해결하고 정상적인 생활을 할 수 있도록 금전적인 후원을 하고 있습니다. 뿐만 아니라 어린이들의 정신적인 멘토가 되어 다른 나라의 생활과 문물을 알 수 있도록 서신과 선물을 교환합니다.

롯데백화점은 직원들의 자율 기부 문화 활성화를 위해 직원들이 기부한 금액만큼 회사에서도 기부하는 매칭그랜트 시스템을 도입하였습니다. 직원들이 월 1만 5천원을 기부하면 회사도 동일한 금액을 기부하여 어린이에게는 월 3만원이 후원되는 시스템입니다.

이번 행사를 통해 캄보디아 어린이와 자매결연을 맺은 롯데백화점 직원은 '어린이가 우물과 멀지 않은 곳에 살고 있어 다행이고, 특히 가사와 노동에서 벗어나 다시 학교를 다니게 되었다는 것이 무엇보다 기쁘다'며 '가슴으로 낳은 새 자식인 만큼 어린이가 끝까지 바르게 자랄 수 있도록 관심과 사랑을 보내겠다'고 말했습니다. 이 자매결연 프로그램에 참여하는 직원들은 어린이가 18살 까지 무사히 학교를 마칠 수 있도록 후원하게 되며, 여름 휴가기간 등을 이용해 해당 국가에서 이루어지는 봉사활동에 참여하고 어린이와 만나는 기회도 마련할 계획입니다.



사회공헌 활동

2008년 12월 현재 롯데백화점은 전국 29개 점포를 운영하고 있습니다. 롯데백화점의 출점은 해당 지역사회에 큰 파급효과를 가져오게 됩니다. 출점과 함께 지역 기반시설이 확충되며, 지하철 역사 주변 등 교통 요충지에 위치하여 유동인구가 증가하고 상권이 확대됩니다. 지역 소비를 촉진시켜 경제를 활성화 하는 역할을 하는 경기부양 효과는 물론 해당 지역의 지역 세수입 증대 효과까지 가져옵니다. 또한 각 점포는 지역사회와의 파트너십을 통해 경제, 사회, 환경 모든 측면에서 긍정적인 역할을 수행하고자 노력하고 지역사회 문화 발전에도 기여하고 있습니다.

지역 세수입 증대를 통한 지역사회 발전 기여

롯데백화점은 390억 이상의 지방세 납부를 통해 지역사회 발전에 이바지하고 있습니다.

[2008년 지방세 납부 현황]

(단위 : 백만원)

구분	주민세	사업소세	재산세	자동차세	면허세	계
금액	19,930	1,386	18,221	2	7	39,546

현지고용 정책

현재 롯데백화점의 신규 대졸공채는 전원 그룹공채를 통해 이루어져 점포별 자체 고용은 없습니다. 그러나 그 외의 점포 운영 인력은 지역사회 내에서 고용이 이루어지기 때문에 롯데백화점의 출점은 지역내에 고용창출의 효과가 매우 큽니다. 점포 하나가 오픈하게 되면 파트타임사원, 용역직, 동료사원까지 신규 고용 인력이 평균 1500~2000명에 이릅니다.

2008년 롯데백화점은 스타시티점(1,700여명), 프리미엄아울렛 광주월드컵점(700여명), 프리미엄아울렛 김해점(800여명)을 오픈하면서 총 3,200여명의 인력을 신규 고용했습니다. 특히 프리미엄아울렛 김해점은 지역사회 일자리 제공에 기여하여 현재 직영사원 및 용역사원의 63%, 협력사원 중 57% 정도가 김해 지역에 거주하고 있습니다. 또한 여성 일자리 창출에도 기여하고 있습니다. 판매직이 많은 유통업 특성상 김해점 전체 직원의 절반 이상인 420여명이 여성입니다.

스타시티점, 광진구와 우선 고용 MOU 체결

스타시티점은 지역사회의 발전과 활성화를 위한 다양한 노력을 하고 있습니다. 오픈 전인 2008년 6월에는 광진구청과 서울지방 노동청에서 주관한 채용 박람회에 참여하여 우수한 채용실적으로 감사패를 받았으며, 인력 채용시 지역 주민을 최대한 수용하는 MOU를 체결하기도 하였습니다. 또한 지역친화 마케팅 활동을 벌여 2008년 10월 지역 축제로 자리잡은 아차산 고구려 축제 개최와 관련하여 적극적인 행사 홍보와 참여를 통해 지역구청과의 협력 관계를 다지기도 했습니다.



롯데백화점 문화센터

롯데백화점은 고객의 자기개발 및 여가생활 업그레이드를 지원하는 평생교육기관으로서 문화센터를 운영하여 지역사회 내에서 문화적 생활을 보다 쉽게 접하고 참여할 수 있는 기회를 제공합니다. 롯데백화점 문화센터는 1988년 잠실점을 시작으로 현재는 전국 25개점에서 운영하고 있으며 업계 최고 수준의 프로그램과 시설, 최대 강좌수와 회원수를 확보하고 있습니다. 고객과 가장 가까운 곳에서 문화 체험과 교육, 정보 공유의 장을 제공함으로써 지역사회 문화 발전의 중심이 되고 있습니다.



[롯데백화점 문화센터 현황]

_ 서울·수도권 : 14개점 / 지방권 : 11개점 (총 25개점)
 (07~08년 신규 OPEN : [07년 12월] 센텀시티점, [08년 10월] 스타시티점)

연도	문화센터 수	총강좌수	총회원수(연간)
2008년	25	41,860	417,515
2007년	24	39,790	396,616
2006년	23	39,100	402,709

문화센터의 프로그램은 문화예술 교육부터 여가, 어학, 재테크, 스포츠, 유아동 교육까지 다양한 영역을 포함하고 있으며 사회적, 시대적 트렌드를 반영하여 사회적 이슈에 대한 대안을 제시하기도 합니다. 또한 무료 강좌와 저렴한 가격의 특강 개최, 정기 발표회 및 전시회, 공연 티켓 및 할인권 제공 등으로 지역내 문화 참여 기회 확대에 기여하고 있습니다.

※ 2008년 문화센터 프로그램 소개

- ① 안전한 먹거리 요리강좌 증설
 - 멜라민 파동으로 인한 안심 먹거리 관련 요리강좌 증설
- ② 아동 성범죄 예방 강좌 신설
 - 어린이 납치/성범죄 예방을 위한 인형극 및 강좌 진행
- ③ 정서 순화 및 우울증 예방 관련 강좌 개설
 - 잇따른 연예인 자살사건으로 인한 자살충동 방지 관련 정서 순화 및 우울증 예방 강좌 개설
- ④ 고유가·고환율 등 경제한파에 따른 참여 기회 확대
 - 무료 및 저렴한 가격의 특강 개최를 통한 문화적 참여 기회 강화

롯데백화점 환경미술대회

롯데백화점은 매년 봄 어린이들에게 환경의 중요성을 알리며, 가족단위의 야외 활동과 교육의 장으로 만들 수 있는 '어린이 환경미술대회'를 개최하고 있습니다. 2008년 4월에도 29회째를 맞는 '롯데 어린이 환경미술대회'를 개최하였습니다. 서울과 수도권, 부산권 등 전국 8개 권역으로 나누어 점포별로 지역 주민들의 신청을 받아 진행되었으며, 총 1만명 이상의 어린이들이 참가하였습니다. 2008년 대회는 '지구야, 아파하지만, 우리가 지켜줄게'라는 테마로 열렸으며, 이번 행사에 참여한 고객의 참가비인 1인당 2천원은 태안 환경 살리기 기금으로 환경운동연합에 전달되어 그 어느 해보다 더욱 뜻깊은 행사가 되었습니다.



[2008년 환경미술대회 대상수상작품]



[롯데백화점 환경미술대회]

사회공헌 활동

롯데백화점은 전국 주요 시도의 지역 1번점으로서 지역사회 내 사회적책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다. 지역적 특성을 고려한 이벤트 진행, 고객이 함께 참여하는 바자회 방식을 통한 기증상품 판매, 모금 및 기부 활동 등을 전개하고 기업의 이익을 지역사회 및 소외계층과 나누고 있습니다.

사랑의 바자회

롯데백화점은 수익금의 일부를 사회에 환원하고자 대한적십자사, 한국복지재단 등과 연계하여 각종 바자회를 전개하고 있습니다. 바자를 통해 소외계층에 대한 관심과 각종 재난으로 피해를 본 이재민을 위한 구호사업을 진행하며 지속적인 사회공헌에 힘을 기울이고 있습니다.

[2008년 백화점 점포별 지역사회 기부금 내역]

(단위 : 백만원)

구분	본사, 본점	잠실점	청량리점	부산본점	관악점	광주점	분당점	부평점	일산점	대전점	강남점	포항점
기부금액	2,511	42	1	32	10	70	2	3	13	43	7	11
울산점	동래점	창원점	안양점	인천점	상인점	전주점	미아점	센텀시티점	창주영플라자	총합계		
14	5	2	7	8	15	5	14	7	1	2,823		

지역 환경보전 활동

롯데백화점은 환경기지경영을 표방하며 전점의 지역환경 보전을 위해 노력하고 있습니다. 본점의 경우 2005년 청계천 복원과 더불어 청계천 환경가꾸기 활동을 해왔으며, 전국의 각 점포가 지역내의 산과 강을 한 곳씩 지정하여 '점산천' 가꾸기를 진행해오고 있습니다.



울산점 환경캠페인으로 환경부장관상 수상

롯데백화점 울산점장은 2008년 10월 '자연보호헌장선포 제30주년 기념식'에서 환경부장관상을 수상했다. 울산점은 수시로 백화점과 터미널 주변 단지를 돌며 쓰레기 수거활동을 실시했으며 직원들과 함께 지역 인근 산을 등산하며 등산로 주변 환경캠페인을 벌여왔다. 또한 1점산천 가꾸기를 통해 매월 태화강 주변 정화를 하고 새롭게 화단을 조성하기도 하여 지역 주민들과 함께 더 쾌적한 환경을 나누기 위해 노력을 기울였다.

롯데백화점은 직원들의 자발적인 나눔과 봉사활동을 통해 지역사회의 어려운 이웃들과 함께 하고 있습니다. 2008년 롯데백화점의 자원봉사 참여인원은 총 6,543명이며, 총 횟수는 550건, 자원봉사시간은 총 18,513시간이었습니다. 또한 점포별 지역사회 기부금, 환경기금, 문화예술 지원금 등을 더한 총 사회기부금액은 8,957,390원 입니다.

매칭그랜트로 사회봉사기금 적립

롯데백화점은 봉사활동을 지속적이고 체계적으로 실시하기 위해 사내 사회봉사기금을 조성하고 사회봉사기금 운영회를 운영하고 있습니다. 사회봉사기금을 모으기 위해 롯데백화점은 단체협약시 노사 합의에 따라 2007년 6월부터 직원들의 급여 중 1000원 미만 단위를 공제한 후 동일한 금액만큼은 회사에서 출연하여 기금으로 사용하는 매칭 그랜트 제도를 도입했습니다.

사회자원봉사

2007년 12월 발생한 서해안 기름 유출사고는 국내 최대의 해양오염사고로 심각한 환경 피해와 인근 주민들의 경제적 어려움이 예상되었습니다. 롯데백화점은 바자 행사 및 생태계 보전 기금 기부를 통해 물적 자원을 제공하고 임직원 400여명이 함께 참여하여 방제 작업 지원에 힘을 더했습니다. 또한 사회봉사기금을 활용한 다양한 사회봉사활동을 진행하고 있습니다.

- _ 태안 기름유출사고 복구 활동 : 2007년 12월, 직원 400명 참여, 방제 작업, 생태계 보전기금 1억원 기부
- _ 사랑의 연탄 나눔운동 : 2008년 11~12월, 직원 160명 참여, 저소득층 연탄 12,400장 지원 및 배달



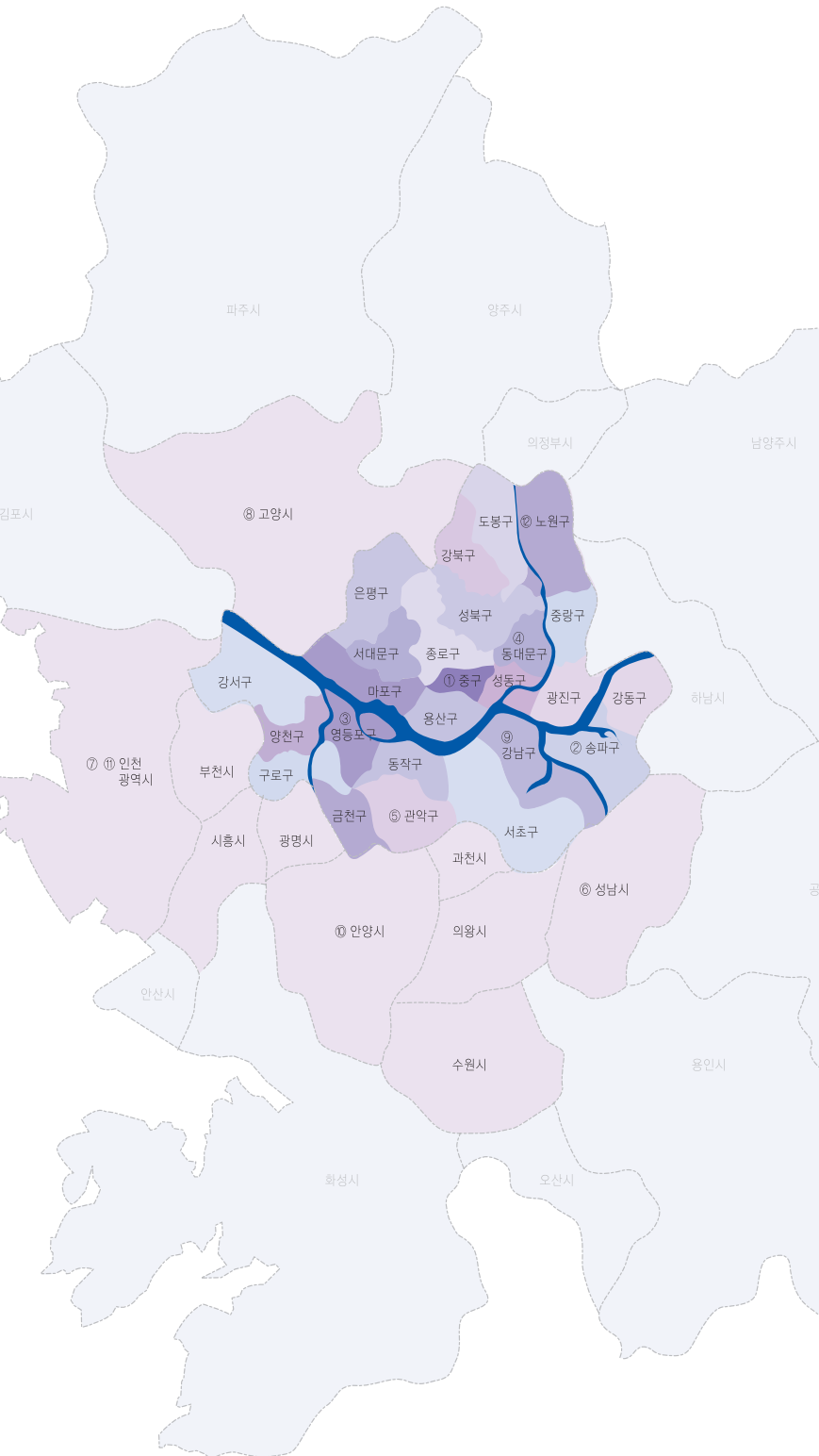
점별 봉사조직

롯데백화점 전 점포에는 임직원들이 주체가 되어 자발적으로 봉사활동을 하는 동호회가 운영되고 있습니다. 2008년 현재 26개의 봉사동호회 8,021명이 지역사회의 소외된 주민들을 찾아 자원봉사를 하고 있습니다. 점별 봉사활동 활성화를 유도하기 위하여 동호회별 활동회수, 가입/활동인원, 지원내역, 홍보사례 등을 수치화하여 포상을 실시하고 있습니다.






봉사활동 인증센터 지정

롯데백화점은 2006년 4월 한국사회복지협의회장으로 부터 사회복지 봉사활동 인증센터로 지정을 받았습니다. 사회복지 봉사활동 인증 관리 규정에 의하여 자원봉사자 양성 관리, 사회복지 봉사활동 인증관리 DB시스템 구축, 전국 자원봉사자들의 사회봉사활동 실적 인증서 발급등의 업무를 담당합니다. 전 점포의 나눔자리 상담원들이 인증 요원으로 위촉되어 이러한 업무를 수행하고 있습니다.

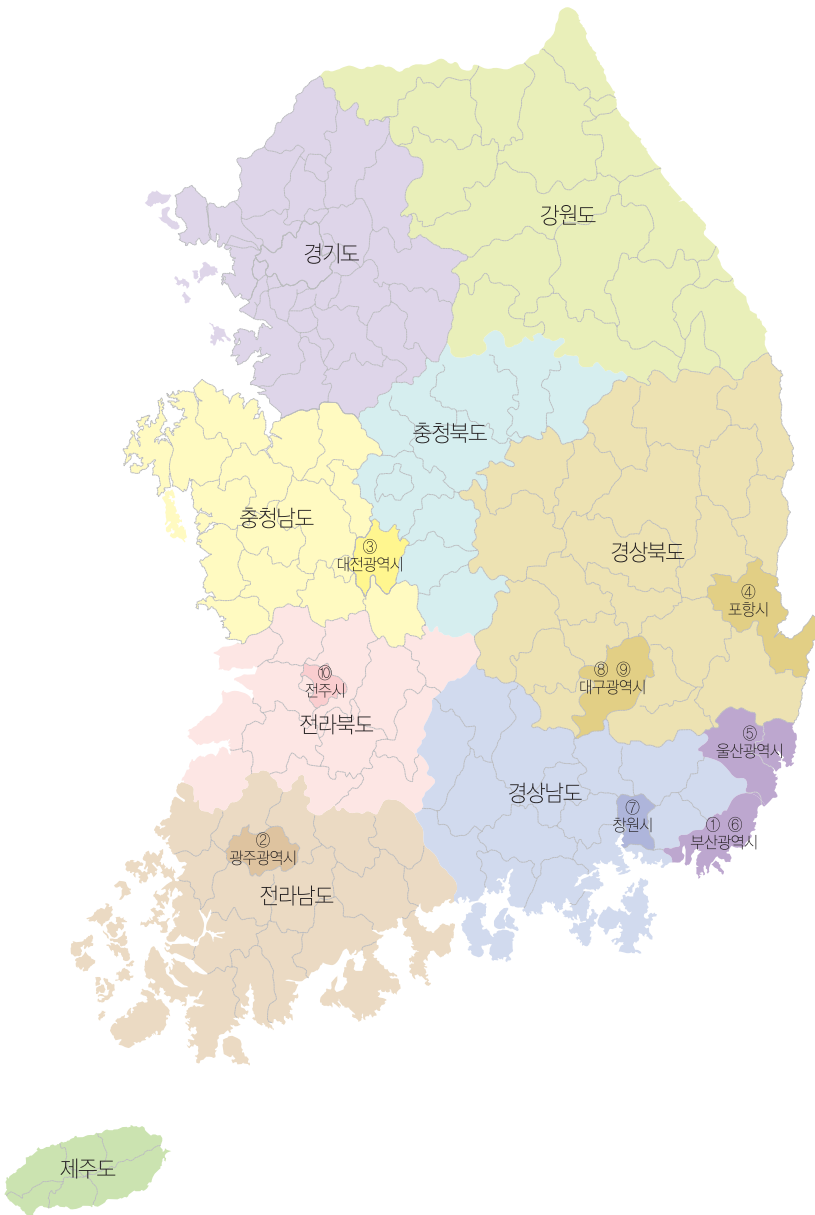
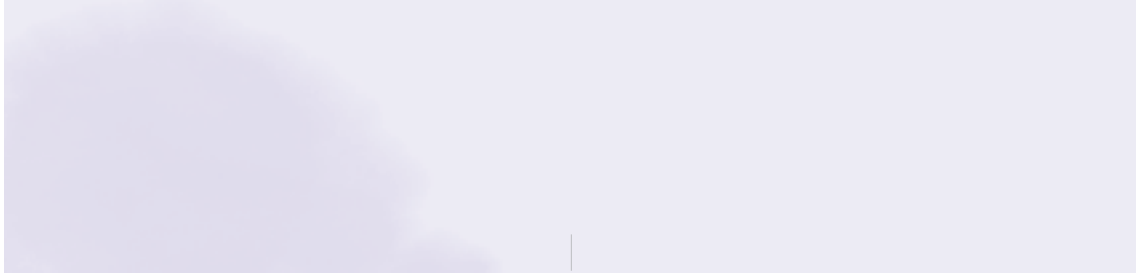
지역사회와 함께











점포명 관련사진	지역사회활동 내용
① 본점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 사나사 - 용산사랑의집 결손 노인 방문 봉사 - 모자가족센터 후원 - 중구청 1洞社 이웃사랑 후원 1店1山川 활동 - 청계천 환경 정화 활동
② 잠실점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 샬롯데봉사단 - 성남시 외국인노동자의 집 점심식사 제공 - 송파구 무지개재활원 방문 봉사 - 강동구 사랑의 쉼터 방문 봉사 - 성남 수정노인복지관 방문 봉사 1店1山川 활동 - 아차산 환경 정화 활동
③ 영등포점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 작은사랑 큰사랑 - 성로원 아기집 방문 도우미 - 영등포지역 독거노인 도시락 배달 - 영등포지역 결식가정 쌀 배달 1店1山川 활동 - 안양천 환경 정화 활동
④ 청량리점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 다소미 - 동대문 노인복지관 배식 도우미 - 송가원 방문 장애아동 도우미 - 동대문 종합사회복지관 치매어른 나들이 - 우리사랑복지관 쌀 기증 1店1山川 활동 - 배봉산 환경 정화 활동
⑤ 관악점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 관악사랑 - 동명원 정기 방문 청소 및 급식 봉사 - 대화동 온달의 집 크리스마스 행사 후원 1店1山川 활동 - 보라매공원 정화 활동

점포명 관련사진	지역사회활동 내용
⑥ 분당점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 성심회 - 용인 요한의 집 방문 봉사 - 분당지역 독거노인 도시락 배달 1대1산리 활동 - 불곡산 및 탄천 정화 활동
⑦ 부평점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 나눔사랑 - 정신지체장애인 시설 예림원 방문 봉사 - 부평1동 독거노인 말벗도우미 및 생필품 지원 - 부평공원 '사랑의 밥차' 봉사 1대1산리 활동 - 철마산 환경 정화 활동
⑧ 일산점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 한울다리 - 장애인시설 벤엘의 집 방문 봉사 - 노인요양시설 행복의 집 방문 봉사 - 주간장애인센터 지적장애인 견학 도우미 - 지역 청소년 봉사단 합동 봉사 활동 1대1산리 활동 - 정발산 환경 정화 활동
⑨ 강남점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 햇빛사람 - 독거노인 가구 후원금 전달 - 독거노인 초청 팔손 구순 잔치 진행 - 강원도 홍천 명동보육원 어린이 초청 문화체험 1대1산리 활동 - 대모산 및 양재천 환경 정화 활동
⑩ 안양점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 사랑마루회 - 안양 노인복지센터 봉사활동 - 결식아동 사랑나눔 걷기대회 1대1산리 활동 - 삼성산, 안양천 환경 정화 활동

점포명 관련사진	지역사회활동 내용
⑪ 인천점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 참사랑 - 인천 노인복지 협의회 방문 봉사 - 인천 남구 장애인 복지관 방문 봉사 - 백혈병 소아암 협회 경인지부 방문 봉사 1대1산리 활동 - 남동구 올림픽공원 정화 활동
⑫ 노원점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 천사모 - 중계동 동천의 집 방문 봉사 - 중계종합사회복지관 방문 봉사 - 중계동 평화의 집 밥짓기 봉사 1대1산리 활동 - 수락산 및 불암산 환경 정화 활동
⑬ 미아점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 아름세상 - 강북구 장애인복지관 방문 봉사 - 장애인의 날 체육대회 참가 및 후원 - 독거노인 가족 김장김치 배달 1대1산리 활동 - 삼각산 환경 정화 활동
⑭ 스타시티점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 다사랑 - 광진 노인보호센터 목욕봉사 및 청소 - 광진종합노인복지관 방문 봉사 - 광진광장 '저소득층을 위한 김장담그기' 행사 진행 1대1산리 활동 - 아차산 환경 정화 활동



점포명(동호회) 관련사진	행 사 내 용
① 부산본점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 사랑나눔미 - 진구 사회복지관 방문 봉사 - 매실보육원 방문 봉사 - 마리아영아원 방문 봉사 1店1山/川 활동 - 백양산, 진구 일원 정화 활동
② 광주점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 빛고를 나눔 봉사단 - 광주 영아일시보호소 방문 봉사 - 광주 행복재활원 방문 봉사 - 지역내 저소득 독거노인 주거환경 개선 '러브하우스' - 지역내 다문화가정 및 결손가정 초청 행사 1店1山/川 활동 - 지역내 문화재 '만귀정' 보호 활동
③ 대전점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 다사랑 - 성애 노인요양원 방문 봉사 - 한마음의 집 시각장애인 나들이 도우미 - 늘사랑아기집 방문 봉사 - 서구노인종합복지관 방문 봉사 1店1山/川 활동 - 갑천 환경 정화 활동
④ 포항점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 사랑희 - 지역내 무의탁 독거노인 방문 봉사 - 학산동 사랑의 김장나누기 지원 1店1山/川 활동 - 북부해수욕장 및 형산강 정화 활동

점포명(동호회) 관련사진	행 사 내 용
⑤ 울산점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 동행 - 지역 무료급식소 식사 및 설거지 봉사 - 울산 아동보호기관 사랑의 집 방문 봉사 - 태연 재활원 방문 봉사 1店1山川 활동 - 태화강 및 신선산 환경 정화 활동
⑥ 동래점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 한울사랑 - 지역내 독거노인 방문 봉사 - 성애원 어린이 방문 봉사 - 보육원 어린이 백화점 초대 이벤트 1店1山川 활동 - 온천천 환경 정화 활동
⑦ 창원점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 나누미 - 창원시 성심원 방문 봉사 - 지역내 복지시설 시설물 보수 및 생필품 기증 1店1山川 활동 - 우포늪 및 주남저수지 정화 활동
⑧ 대구점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 사나사 - 대구 장애인종합복지관 방문 봉사 - 대구 굿네이버스 방문 봉사 - 지역 장애인초청 영화관람 및 식사 제공 1店1山川 활동 - 팔공산 환경 정화 활동

점포명(동호회) 관련사진	행 사 내 용
⑨ 상인점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 다솜회 - 상인지역 독거노인세대 가사 도우미 - 대구 저소득 결연 아동 후원 - 독거노인 만수상 차리기 초청 행사 - 대구 장애인복지관 연계 체육대회 1店1山川 활동 - 주흘산 환경 정화 활동
⑩ 전주점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 온고을봉사단 - 전주 결손어린이공부방 시설 보수 봉사 - 전주 노인요양원 방문 봉사 - 노인요양원 행복의 집 미용 봉사 1店1山川 활동 - 모악산 환경 정화 활동
⑪ 센텀시티점 	직원참여 봉사활동 - 동호회명 : 인향 - 성심원 방문 봉사 - 해운대 및 수영 지역 사회복지시설 연계 봉사 활동 1店1山川 활동 - 해운대 환경 정화 활동



Think **Environment**

더 풍요로운 삶, 친환경 경영으로 실천합니다.

녹색경영이 세상을 바꿉니다.

더 나은 내일을 위해

환경을 생각하는 green LOTTE를 실천합니다.



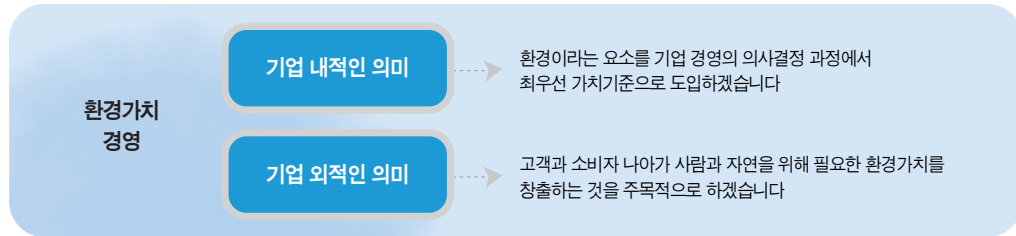
2009

Sustainability Report



환경가치경영

환경문제는 기업경영활동에 있어 핵심가치로 떠오르고 있습니다. 롯데백화점은 2004년 유통업계 최초로 '환경가치경영'을 선포하고 사람과 사회를 위해 기여하는 친환경백화점으로 거듭나고 있습니다.



롯데백화점 환경가치경영방침

고객중심의 경영이념을 바탕으로 한국유통업을 이끌어온 롯데백화점은, 사회와 기업의 친환경적인 발전을 위하여 다음과 같이 환경가치경영 방침을 선언합니다.

1. 환경가치경영을 통해 국내유통시장을 보다 친환경적으로 변화시키며, 세계적인 친환경 유통기업으로 자리매김한다.
2. 고객에게 환경의 가치를 알리는 다양한 상품과 생활문화를 제공하고, 친환경적인 소비생활을 권장한다.
3. 환경가치경영을 협력회사와 공유함으로써, 협력회사의 환경경영을 선도한다.
4. 환경폐기물과 자원절감을 위해 적극 노력하여, 지속적인 환경개선활동이 이루어지게 한다.
5. 환경법규를 준수하고, 법규보다 강화된 내부기준을 수립·실천하도록 한다.
6. 환경기금을 조성하여 다양한 환경보전활동에 참여하며, 특히 조류보호 캠페인을 통해 환경의 소중함을 고객과 사회에 알린다.

전사 환경경영 시스템 구축

롯데백화점은 2008년 12월 본사와 25개 전점에 대한 국제 환경경영시스템(ISO14001)에 대한 인증 갱신 심사를 완료했습니다. ISO14001은 환경경영에 대한 국제 시스템 규격으로 기업의 활동으로 인한 환경 부하를 지속적으로 모니터링하고 줄여나가는 선진 경영 시스템입니다. 제조업체에서는 많은 기업들이 도입하고 있지만, 유통업계에는 롯데백화점 등 일부 업체만 도입하고 있습니다. 지난 2005년 전사 환경경영 시스템 인증을 획득한 롯데백화점은 인증 갱신 심사를 세계 최대 국제 인증 기관 SGS인증원으로부터 받았습니다.



[ISO14001인증서]

녹색 유통 선도를 위한 실천 – Green LOTTE

롯데백화점의 환경경영 슬로건은 Green LOTTE입니다. 이는 대한민국 최대 대표 유통기업으로서 롯데백화점이 갖고 있는 네트워크를 통해 Green Value를 확산해 나간다는 환경 경영의 취지를 담고 있는 말입니다.

롯데백화점의 비즈니스는 크게 두 개의 바운더리 즉, 협력회사와의 파트너십이 형성되는 Buy Side, 소비자에게 상품 판매가 이뤄지는 Sell Side에서 이루어지며, 백화점은 두 측면이 만나는 접점이 되고 있습니다. Buy Side의 협력회사는 의류 산업을 비롯하여 식품, 가정용품, 잡화, 가전제품 등 전 B2C 산업군을 포함하고 있으며 아웃소싱, 용역 등 운영 관리 업체까지 포함하여 3천여 업체와 비즈니스 관계를 맺고 있습니다. Sell Side 측면에서 롯데백화점은 국내 최대 오프라인 소비자 접점으로서 전국 29개 점포를 운영하고 있으며 연간 2억명의 소비자가 매장을 방문하고 있습니다. 인터넷 홈페이지를 통해서도 월 200만명의 소비자가 롯데백화점과 만나고 있습니다.

이러한 사업 구조를 감안하여 롯데백화점의 Green LOTTE 실천은 협력회사와 소비자를 대상으로 환경사랑의 의지를 확산하는 그린 허브의 역할을 다하는 것이라 할 수 있습니다.

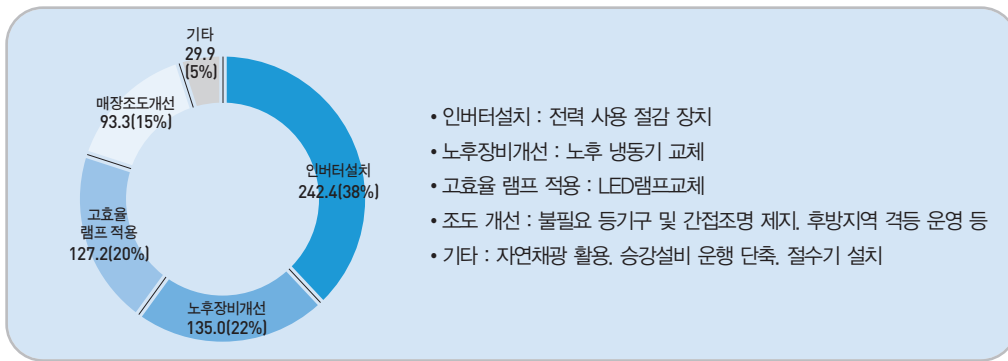
이를 위해 Buy side 측면에서는 Green 파트너십을 실천하며, Sell Side 측면에서는 고객과 함께하는 Green 캠페인에 힘쓰고 있습니다.



지구 온난화의 심각성이 전세계적으로 이슈가 되고 있고 이에 따른 탄소 배출에 대한 규제가 시작될 것으로 보입니다. 여기에 대한 첫 단계의 대응은 바로 에너지 절감입니다. 롯데백화점은 매년 에너지 절감량에 대한 목표를 세우고 시설 교체, 에너지 관리 기준 강화, 사내 캠페인 전개 등을 진행하여 에너지 사용량과 CO2 배출량을 줄여가고 있습니다.

에너지 절감 실적

다양한 에너지 절감 활동의 결과로 2008년 연간 에너지 비용은 총 522,3억원으로 연간 절감금액은 628백만원입니다. 전년에 비해 1.6% 감소했으며, 당초 연간 목표 대비 4.5% 절감한 금액입니다. 또한 CO2 발생량은 롯데백화점 28개점 기준 227,064ton으로, 3.3㎡당 연간 0.945ton의 이산화탄소를 배출하고 있습니다. 면적당 이산화탄소 발생량은 지속적으로 모니터링하며 줄여가고 있으며, 2008년 실적은 2004년 환경기치경영 선포 이후 약 12% 절감된 수치입니다.



인버터시스템 도입

롯데백화점은 2008년부터 점포의 공조 모터와 냉각수 순환펌프 등에 전력 절감 장치인 인버터 시스템을 사용하였습니다. 인버터 시스템은 동력 부하를 사용량에 적합한 회전수로 제어함으로써 운전전력 절감 및 운전효율 개선 효과를 가져옵니다. 2008년 10개점에 이 시스템을 적용하여 연간 242백만원의 에너지 비용을 절감했습니다. 2009년에는 추가로 7개점에 확대 적용하여 에너지 사용량을 더 줄여나갈 계획입니다.

[점별 시설 설치수량 및 절감액]

점포	설치시기	수량	설치용량	점포	설치시기	수량	설치용량
본 점	3월	17대	305kW	강남점	11월	85대	7,800kW
광주점	6월	15대	312kW	안양점	11월	43대	
관악점	11월	27대	7,800kW	인천점	11월	28대	
분당점	10월	66대		노원점	10월	28대	
부평점	11월	23대		미아점	10월	84대	

고효율 조명기기 적용

2008년 3월 전기공사 지침 개정하여 매장 내 조명을 고효율 조명기기인 CDM램프, T5램프, LED램프로 교체하고있습니다. 불필요한 스팟 조명을 제거하고 고광도 방전램프인 HQI 150W 제품을 세라믹 계열 70W급 제품으로 대체하고 있습니다. 아울러 각 매장의 조도를 측정하여 불필요한 지역의 조명을 조정하고 간접조명을 조정하여 에너지를 절감하고 있습니다. 2008년 조명기기 조정을 통해 절감한 에너지 비용은 약 1억3천만원 입니다.

노원점 신재생 에너지 시설

롯데백화점 노원점에는 2008년 8월 국내 백화점 최초로 친환경 에너지인 태양열 에너지 시설을 설치하였습니다. 옥상에 설치된 평판모듈을 통해 점포 내 식당가와 화장실 등에서 사용하는 온수 약 3150톤을 생산할 수 있으며 연간 750만원의 에너지 절감 효과가 있습니다. 특히 이 시설은 노원점 옥상공원과 연계하여 방문고객과 어린이들에게 환경 체험학습의 공간으로도 활용되고 있습니다.

[친환경 시설 현황]



하절기 에너지 절감 캠페인

롯데백화점은 에너지 소비가 많은 하절기(6~8월)에 각 건물의 에너지 사용량을 줄이고 절감한 금액을 모아 소외계층을 위한 사회공헌 캠페인을 진행하고 있습니다. 에너지 절감을 위해 전국의 점포에서 냉방온도 조절, 조명 소등시간 조정 등에 대한 기준을 마련하고 점검 활동을 하고 있습니다.

[에너지 절감활동 점검사항]

점검대상	점검내용
매장	표준 점,소등 스케줄에 의한 조명제어
	폐점후 필요 부분만 점등 (공사 · 행사준비 등)
	냉,난방 운영기준에 의한 실내온도 유지
	PC · OA기기 · 집기조명 전원차단 및 콘센트 분리
사무실	팀 · 담당별 사무실 에너지관리 책임자 정 · 부 운영
	조명 · OA · 전열기기 소등 및 전원차단, 콘센트 분리
	식사시간 실내 조명 소등
주차장	층별 순차적 입차 유도로 주차구역별 점등
	자연채광 가능한 지역은 주간 소등
	주차장 배기설비 가동 기준 준수
창고 · 후방	창고 담당자 소등 확인
	격등제 실시 및 미사용 공간은 전체 소등
외부조명	가로등 · 쇼윈도 등 외부시설 단계별 제어

옥상 녹화 사업

롯데백화점 일산점 옥상에는 “자연생태공원”이 조성되어있습니다. 2006년 개장 당시 국내 최대 옥상 생태공원으로 최다 수종을 식재한 자연 생태공원은 개장 후 3년이 지난 지금 국내 최대 옥상공원의 자리를 내주기는 했지만, 자연 생태공원의 조성 목적인 “주변의 자연과 조화를 이루는 생태경관다리”의 모습에는 더욱 충실해졌습니다.

2008년 봄에는 자연 생태공원 주변 고봉산, 정발산에서 자라던 개망초, 별꽃, 제비꽃, 할미꽃 등의 야생화들이 옥상공원에도 피어났으며, 기존에 식재한 식물들과 어우러져 하나의 완결된 생태계(Biotope)의 아름다운 모습이 더욱 돋보입니다.

2007년 가을에는 일본 ‘도시녹화기술개발기구’가 주관하는 ‘2007 옥상, 벽면, 특수녹화기술 컨테스트(이하 옥상 컨테스트)’에서 도시녹화기술개발기구 이사장상을 수상하기도 했습니다. 옥상컨테스트 수상은 해외 옥상 공원에 대한 최초의 포상 사례로 기록되어 일산점 자연생태공원의 우수성을 입증하는 쾌거라고 할 수 있습니다.

롯데백화점은 2007년 12월 오픈한 센텀시티점 옥상에도 초대형 생태공원을 조성하여 국내 최대 생태공원의 기록을 스스로 갱신하였습니다. 롯데백화점의 옥상 공원은 일반적인 가든형 옥상과 달리 생태계 순환을 고려한 Biotope 생태공원으로 조성되어, 고객, 직원에게 생태 휴식공간을 제공하고 어린이들의 환경 체험교육의 장으로 활용할 수 있어 활용도가 높으며, 도시의 열섬 현상을 막아주고 건물의 에너지 효율을 약15% 이상 개선하여 온실가스 배출을 감소하는 효과가 탁월합니다.



[하늘애빌톱]



[금낭화]



[할미꽃]



그린파트너십

롯데백화점은 유통업계 최초로 '협력회사 그린파트너십' 프로젝트를 진행하고 있습니다. 각 상품군별 대표 협력회사 22개사가 참여하고 있으며, 전 협력회사의 환경경영 확산을 목표로 '환경경영 시스템 구축', '청정생산 프로세스 구축', '그린마케팅 홍보툴 개발' 등을 진행하여, 롯데백화점의 환경사랑과 상생경영을 실천합니다.

그린파트너십 프로젝트 성과 1 - 환경경영 시스템 구축

롯데백화점은 그린파트너십 프로젝트에 참여하는 기업들이 환경경영시스템을 구축할 수 있도록 전문 컨설팅 회사를 통한 사내개선 컨설팅을 지원하고 있습니다. 그린파트너십 프로젝트를 통해 총 18개의 기업이 국제환경경영 시스템 인증(ISO14001)을 획득하였습니다. (기존 인증 획득회사 4개사 포함 전 참여업체 인증 획득)



[그린파트너십 협약식]

그린파트너십 프로젝트 성과 2 - 지속가능경영 보고서 발간

그린파트너십 참여업체가 비재무적 요소의 파악과 분석 시스템을 갖출 수 있도록 컨설팅을 진행하고 지속가능성 보고서 제작을 위한 제작비를 지원하였습니다. 그린파트너십 참여기업 중 총 11개사가 "지속가능성 보고서"를 발간하였습니다.

그린파트너십 프로젝트 성과3 - 생산, 물류 프로세스 개선

에너지 절약, 폐기물 절감, 수송 및 보관 프로세스의 개선을 통한 원가절감을 지원하고 있습니다. 총 4개 기업의 청정 물류 개선 과제를 도출하여 개선하기 위한 로드맵을 확정하였으며, 에너지 절감을 위한 개선 계획을 수립하였습니다.

그린파트너십 프로젝트 성과4 - 환경경영 매뉴얼 제작

그린파트너십 프로젝트는 프로젝트에 참여한 22개 기업에만 혜택을 주는 캠페인이 아니며, 롯데백화점과 함께하는 1500여 협력회사 모두를 위한 상생 프로젝트입니다. 이를 위해 그린파트너십 프로젝트에는 각 상품군별 대표 협력회사들이 선정되었으며, 각각 다양한 분야를 대표하고 있습니다. 롯데백화점은 그린파트너십 프로젝트를 통해 각 상품군별 환경경영 체제 도입을 위한 표준화 작업을 진행하였습니다. 2008년 12월에는 '의류산업 친환경 매뉴얼'을 제작하여 롯데백화점과 거래하는 700개 의류 제조업체에게 무료로 배포하였습니다. 추가적으로 물류, 캐터링, 식품 등 타 업종의 친환경 매뉴얼을 제작 배포하기위한 추가 작업을 진행하고 있습니다.

그린파트너십 프로젝트 성과5 - 협력회사 Green School 운영

환경의식 제고와 환경경영 이해를 위한 동료사원 그린스쿨을 전국 순회 진행하여 총 2,500여명의 동료사원들이 과정수료를 마쳤습니다. 또한 사이버 교육과정을 제작하여 협력회사 임직원들이 쉽게 환경정보를 접할 수 있도록 하였습니다.

그린파트너십 프로젝트 성과6 - 소비자를 위한 환경정보 제공

소비자들과 협력업체에게 친환경 정보를 전달하는 롯데그린 홈페이지(www.lottegreen.co.kr)를 개발하여 고객에게는 친환경 상품에 관한 정보를 제공하고 협력업체에는 제품 친환경성을 알리는 홍보채널의 역할을 할 수 있게 하였습니다. 아울러 자연, 생태에 관한 일반 정보와 환경 이벤트 및 소식란도 갖추어 소비자들에게 유익한 정보를 제공하고 있습니다. 또한 환경경영을 실행하는데 필요한 각종 서식과 자료를 제공하여, 협력업체 직원들에게도 도움이 될 수 있도록 구성되었습니다. 온라인 홈페이지 외에, 그린쇼핑 가이드 책자를 발간하여 친환경 상품에 대한 정보를 제공하고 있으며, 롯데백화점의 친환경 그린라벨 제도를 통해 제품의 친환경성에 대한 검증을 실시하고, 올바른 정보를 제공하기위해 노력하고 있습니다.

Green Product

친환경 상품 확대를 위한 쇼핑정보 제공

롯데백화점은 고객들에게 친환경 쇼핑의 정보를 제공하는 친환경 쇼핑 가이드북을 제작하여 배포하고 있습니다. 친환경쇼핑 가이드북은 친환경적인 소비의 중요함을 알리고 기후변화를 막는 실천방안을 제시하고 있으며, 롯데백화점의 대표적인 친환경 브랜드와 친환경상품을 소개하고 있습니다. 친환경 쇼핑 가이드북에서 소개하는 브랜드는 아베다, 록시땅, 숨37°, 프레쉬, 오리진스, 후르초앤패션, 비비하우스, 맨스타, 폴햄, 크로커다일 레이디, BCBG, 예작, 핑, 에코숍, 푸룸, 올가, 채과원, 무인양품, 내추럴시티 등이며 롯데백화점의 관리영역을 도와주는 우지기업과 JJ캐터링의 친환경 개선 사례를 살펴볼 수 있습니다. 친환경 쇼핑 가이드북은 롯데백화점 전국 전점에 1만부가 제작되어 각 점의 안내데스크와 친환경 브랜드 매장을 통해 배포하였으며 롯데그린 홈페이지(www.lottegreen.co.kr)를 통해 온라인 서비스도 제공합니다.

롯데 그린 라벨 도입

롯데백화점은 의류업계 환경경영 확산과 친환경 패션 상품 활성화를 위한 그린 라벨 제도를 도입하였습니다. 국가가 지원하는 친환경상품 마크 인증제도와 Good Recycle 마크 인증제도는 주로 공산품 중심의 규격으로 이루어져 백화점의 주력 상품인 의류와 식품에는 적용되지 않는 경우가 많았습니다. 롯데백화점의 '그린라벨 제도'는 의류 상품을 대상으로 개발된 국내 최초의 친환경 그린 라벨 제도이며, 친환경 의류에 대한 가이드라인이 취약한 국내 의류 업계에 유통업체가 친환경 스탠다드를 제시한 최초 사례입니다.

'롯데 그린라벨 인증제'는 상하반기 각 1회씩 총 2회에 걸쳐 환경 경영 실천 협력회사가 판매하는 상품을 대상으로 친환경성을 검증하여 요구수준을 만족시키는 친환경 우수 제품에 그린 라벨을 부여하는 제도입니다. 기업의 환경 경영 실천 수준은 ISO 14001, 오가닉 코트 인증 등 국제 환경 인증 수준, 친환경 상품 관련 정책 등을 기준으로 평가하며, 상품의 친환경성은 포름알데히드, 중금속 등 환경 유해성과 염색견뢰도를 비롯한 품질 우수성, 라벨표시 적법성 등을 검증하며, 유럽과 한국의 기준을 100% 만족해야만 합격 판정을 받을 수 있도록 하였습니다. 롯데백화점은 합격판정을 받은 상품에는 롯데백화점 '그린라벨'을 부착하여 소비자에게 상품의 우수성을 알리고 있으며, 그린 라벨을 부여받은 기업에 대해 인센티브를 줄 수 있는 제도적 지원을 마련하고 있습니다.



롯데백화점 친환경 브랜드 소개

식품

유전자 변형 식품, 인공첨가물, 화학비료, 항생제, 광우병 문제 등 환경을 생각하지 않는 먹거리가 우리 가족의 건강을 위협하고 있습니다. 친환경 식생활은 환경을 위한 것일 뿐 아니라 우리의 건강한 미래를 위하여 더 이상 미룰 수 없는 문제입니다. 롯데백화점은 고객의 건강과 우리 후손의 미래를 위하여 친환경 식품 브랜드의 강화에 적극적으로 노력하고 있습니다.

푸룸(수도권 전점) 푸룸(Purum)은 Pure(순수)의 라틴어로 "순수하고 깨끗한 먹거리"를 이미지화한 롯데백화점 친환경식품 전문 브랜드입니다. 다양한 라인을 갖추고 있어 One-Stop 쇼핑이 가능하고, 100여 가지의 신선하고 맛있는 채소와 과일, 30여 가지의 다양한 잡곡류와 유기농식품만을 엄선하여 가공된 300여 가지의 가공식품을 만날 수 있습니다.

올가(수도권, 지방 23개점) 올가는 유기농을 뜻하는 'ORGANIC'이라는 단어의 앞 네 글자를 줄인 것으로, 친환경농법으로 재배한 곡식·채소·과일에서부터, 항생제와 성장촉진제를 사용하지 않은 순수 혈통 한우, 화학조미료·합성착색료·합성보존료가 무첨가된 가공식품, 건강기능식품, 아토피 전용 제품, 친환경소재 생활용품까지 건강과 환경을 생각한 3,000여 가지 다양한 상품을 만날 수 있습니다.



[푸룸]



[올가]

화장품

피부건강과 직접적인 연관을 갖고 있는 메이크업은 전통적으로 친환경성과 자연주의를 표방해 왔습니다. 롯데백화점의 메이크업 브랜드들은 유기농 천연성분 원료의 사용, 인공첨가물 사용의 금지 등 자연친화적인 메이크업 제품의 개발에 노력하고 있습니다. 또한 친환경적인 포장과 신재생에너지의 사용 등 제조과정 측면에서도 최첨단의 친환경공법을 사용하고 있습니다.

아베다 아베다는 살아있는 생명체인 천연성분들을 혁신적이고 과학적인 과정을 통해 자연의 효능을 입증하는 고기능의 제품으로 전달합니다. 아베다는 전제품에 최고 100%부터 최소 91%까지 천연 원료를 최대한 사용하고 있으며, 에센셜 오일의 90%, 식물 성분의 89%를 유기농 성분으로 사용합니다. 제품 패키지 또한 소비자 재활용 용기와 공기를 잉크를 사용하는 등 환경 이념을 실천하고 있습니다.

록시땅 자연적인 성분들을 함유한 제품을 만들어온 록시땅은 최근 '에코서트(국제적인 유기농 인증 및 규제 기구)'의 인증을 획득한 100% 유기농 제품 5가지(100% 퓨어 시어 버터, 리벤더 바디 로션, 리벤더 사워 젤, 에센셜 오일 블렌드 2종)와 '시어 코트' 페이스 케어 라인을 출시하는 등 자연친화적인 제품을 선보였으며, 앞으로도 점진적으로 유기농 제품들에 대한 개발을 해나갈 것입니다.



패션

최근에 등장한 패션 에코백에 대한 폭발적인 반응은 새로운 것을 창출하는 새로운 트렌드로서의 친환경 상품의 가능성을 보여주었습니다. 또한 이러한 친환경 패션 트렌드의 지속적인 창출은 환경보호에도 이바지하게 됩니다. 롯데백화점은 쿨비즈 패션쇼와 웜비즈 패션 캠페인 등 친환경적인 패션 트렌드를 창출하고자 노력해 왔습니다. 또한 롯데백화점의 많은 패션 브랜드들은 친환경 소재의 제품개발 및 친환경 캠페인에 적극적입니다. 오가닉코튼이나 대나무 소재의류나 숯, 녹차, 알로에 첨가 의류의 개발은 친환경적인 트렌드를 창출하고자 하는 작은 노력입니다.

BCBG 전통적이고 품격있는 스타일의 BCBG의 의류는 천연섬유인 면과 마 소재의 의류로 특화되어 있으며, 친환경 소재와 디자인이 조화를 이룬 고품격 의류의 비중을 지속적으로 높여 고객의 건강과 환경보호를 실천하고 있습니다. 또한 전문 환경 컨설턴트 지도로 친환경공정 개선을 통하여 원재료 및 에너지 절감과 탄소배출 감축을 위한 공정개선을 지속적으로 시행하고 있습니다.

폴햄 트레이디셔널 룩과 신세대 라이프스타일의 스포티브한 감성을 접목시킨 폴햄은 에너지 및 환경 공해요소 절감을 위한 7-SAVE 캠페인, 지구온난화를 막고 환경을 보호하기 위한 7가지 행동강령 등을 제시하고 CARE 티셔츠 판매수익금의 일부를 세계적인 환경단체 '알고어재단'에 기부하는 등 환경보호에 참여하는 다양한 기회를 만들고 있습니다.



친환경 에코숍

친환경 상품은 사람과 자연 모두를 위한 자연친화적 상품입니다. 그러나 아직 우리사회에는 친환경상품은 질이 낮고 디자인이 촌스럽고 비싸다는 인식이 퍼져있어 유럽에 비해 친환경상품 구매율이 낮으며, 제조업자도 생산을 하지 않는 악순환이 반복되고 있습니다.

롯데백화점 본점 8층에 오픈한 친환경 '에코숍'은 전세계의 친환경 상품 중에서 디자인이 우수하고 품질이 뛰어난 상품을 엄선하여 소개하고 있습니다. 롯데백화점은 에코숍에서 발생하는 수익을 다시 환경기금으로 환원하여 적립하고 있습니다.

Green 캠페인

지구온난화는 지금도 계속 진행되고 있습니다. 온난화의 주원인은 CO2와 같은 온실가스의 배출입니다. 유통업체에서 실질적으로 CO2를 가장 많이 줄일 수 있는 부분은 공조, 조명, 냉장/냉동시설에서 소비되는 에너지를 절감하는 것이며, 롯데백화점은 이 부분에서 다양한 에너지 절감 활동을 하고 있습니다. 또한 롯데백화점은 매일 수많은 고객들이 방문하는 곳으로 일상의 소비 패턴이나 라이프스타일과 밀접한 관련이 있으며 큰 영향을 끼치기도 하는 공간입니다. 따라서 롯데백화점은 자체적인 에너지 절감 노력 뿐 아니라, 누구나 쉽게 실천할 수 있는 이산화탄소 절감 방법을 찾아 이를 고객들의 생활습관으로 확산하는 다양한 캠페인을 진행하고 있습니다.

쿨비즈 워미즈 캠페인

롯데백화점은 2008년 6월 환경재단과 공동으로 '2008 쿨비즈 캠페인 패션쇼'를 개최하였습니다. 쿨비즈 캠페인은 여름철 직장인들이 불필요한 넥타이나 겹옷을 벗고 근무하여 실내 냉방온도를 2°C정도 높이면 연간 160만톤에서 290만톤 정도의 이산화탄소 배출량을 줄일 수 있다는 데서 착안한 운동입니다. 롯데백화점은 2005년부터 환경재단과 함께 국내에 쿨비즈 캠페인을 처음 선보였으며, 에너지 절약과 친환경 라이프스타일의 제안을 선도적으로 실천해나가고 있습니다. Cool Biz는 단순히 남성들의 의상에서 넥타이를 제거하자는 노타이 캠페인에서 벗어나, 보다 적극적으로 Cool Biz패션과 친환경 상품을 통해 멋진 라이프 스타일을 연출하고자 하는 캠페인입니다. 겨울철에는 이와 반대 개념의 워미즈 패션 캠페인을 진행하고 있습니다. 따뜻한 착장을 통해 실내 난방 온도를 낮추고 에너지를 절감하는 캠페인입니다. 롯데백화점은 그냥 따뜻한 옷 한벌이 아니라 옷을 여러겹으로 겹쳐 입음으로써 실내와 실외 온도에 모두 적응할 수 있는 새로운 비즈니스 착장법을 제안하고 있습니다.



에코 패밀리 커뮤니티 운영

롯데백화점은 고객과 함께 하는 환경 보호를 실천하고 친환경 라이프스타일을 확산하기 위하여 'eco-family' 커뮤니티를 운영하고 있습니다. 커뮤니티 홈페이지에는 '탄소 가계부'를 설치하여 월간 발생한 이산화 탄소의 양을 직관적으로 알 수 있게 하였습니다. 각자 가정의 전기요금, 가스요금, 교통 사용량 등을 입력하면 월간 이산화탄소 배출량을 추정할 수 있으며, 지난달 혹은 작년 동월의 발생량과 비교할 수도 있습니다. 에너지 절감을 위해 노력한 가정은 적립된 포인트를 활용하여 환경 봉사활동, 에코맘 스쿨 등 에너지 절감을 위한 활동에 참여하실 수 있습니다. 에코패밀리 회원들에게는 친환경 생활 아이디어를 담은 에코패밀리 가이드북을 제작하여 증정하였습니다. 가이드북에는 지구를 지키는 12가지 생활습관이라는 주제로 가까운 곳에서 실천할 수 있는 다양한 아이디어를 제시하고 있으며, 기후변화와 관련한 다양한 교재와 교양서적을 소개하고 있습니다. 에코패밀리 홈페이지(www.ecofamily.kr)에서 e-book으로 보실 수도 있습니다.



에코백 캠페인

롯데백화점은 환경장바구니를 보급하여 일회용품 사용을 줄이기위한 활동을 하고 있습니다. 해마다 직원들이 참여하는 품평회를 통해 세련되고 편리한 디자인으로 개선하며, 해마다 40만개가 넘는 장바구니를 보급하고 있습니다. 2004년 환경장바구니 도입 이후 2008년까지 약 280만장의 장바구니를 제작 배포하였으며, 식품매장에서는 장바구니를 가지고 쇼핑하는 고객에게 개당 50원을 할인하는 장바구니 할인 제도를 운영하고 있습니다. 장바구니 보급에 따라 일회용품 사용율은 연간 약 15% 수준으로 줄어들고 있었으나, 2008년 7월 "자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률" 시행규칙 개정 이후 일회용 종이쇼핑백 사용량이 다시 늘어나고 있습니다. 이에 따라 롯데백화점은 쇼핑백 재질개선, 장바구니 대여정책 등 일회용품 수요를 억제할 대안을 모색하고 있습니다.

eco 전단

롯데백화점은 연간 5억부 이상 발행되는 백화점 전단을 친환경화하여 CO2 배출을 줄이고 지구환경 보전에 기여하고 있습니다. 인쇄용지로 일반 용지가 아닌 친환경 마크 인증을 받은 재생용지를 업계 최초로 도입하였습니다 또한 인쇄시 공업용 솔벤트 잉크를 사용하지 않고 미국 대두유 협회 인증을 받은 Soy (콩기름) 잉크를 사용하여 환경오염을 최소화하고 있습니다. 친환경 전단 발행은 일반전단보다 20% 이상 추가비용이 소요되지만, 일반 전단에 비해 장당 5g의 탄소 배출을 저감해주는 효과가 있으며, 롯데백화점 연간 발행부수 5억부로 환산하면 연간 2,600톤의 배출량 저감 효과가 있습니다. (5년간으로 환산하면 총 13,000톤의 저감효과, 30년생 잣나무 400만 그루를 살리는 효과)

또한 2009년부터는 주중에 발행되던 전단을 모두 인터넷 eco 전단으로만 발행하면서 종이 사용량과 탄소 배출량을 줄여나가기 위한 캠페인도 함께 하고 있습니다.



[에코전단]

롯데 어린이 환경학교

롯데백화점은 고객과 함께하는 환경 캠페인으로 롯데어린이 환경학교를 운영하고 있습니다. 롯데어린이 환경학교는 2004년 시작되어 2008년까지 5년간 총 7기 1,300여명의 졸업생을 배출하였습니다. 학생들은 자연환경캠프, 환경농업마을 체험 견학, 탐조 여행 등 다채로운 체험학습 프로그램에 참여할 뿐만 아니라 방학을 이용하여 캐나다 빙하, 홍콩 친환경 습지, 일본 지구온난화 방지시설 연수 등 해외 환경 체험 연수를 진행하였습니다. 매년 주요 환경 이슈에 맞춰 진행되는 롯데어린이 환경학교 프로그램은 교육 프로그램의 질이 높기로 유명하여, 매년 수천명의 지원자가 몰리는 국내 최고의 어린이 환경교육 프로그램입니다.

지구를 살리는 롯데 Green 봉사대

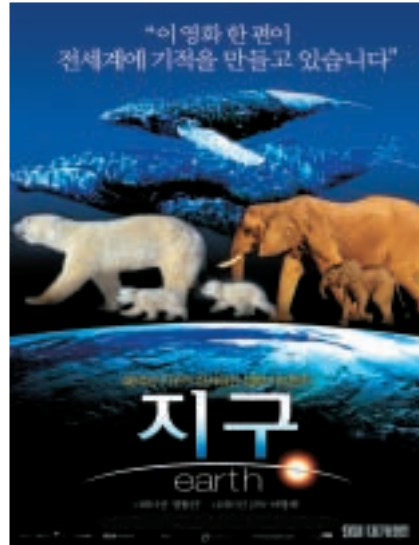
롯데백화점은 2008년 하반기 전국 전점에서 고객들과 함께하는 환경봉사활동을 진행하였습니다. 전국 각점의 주요환경이슈 지역을 찾아 해당지역의 주요 환경 NGO 들과 함께하는 환경봉사활동 및 현장 방문을 통해 지역의 환경 현안을 이해하고 환경보전의 당위성을 체험하고 느끼는 프로그램입니다. Green 봉사 캠페인은 전국 24개점에서 개최되어, 16개 지역 환경단체가 참여하였으며, 총 700여명의 고객들께서 참가하였습니다.



[어린이환경학교]

환경영화 후원

롯데백화점은 제7회 서울환경영화제 초청작 '지구'의 개봉을 기념하는 홍보캠페인을 진행하였습니다. 환경 다큐멘터리 영화 '지구'는 지켜야 할 지구환경과 자연의 아름다움을 보여주는 영화로 영화배우 장동건씨가 나레이션에 참여하고 환경재단이 배급한 영화입니다. 롯데백화점은 기후변화 리더십 과정에 참여한 사회 오피니언 리더들에게 이 영화를 상영할 수 있도록 후원하였으며, 임직원들이 참여하는 직원 시사회를 개최하여 큰 호응을 얻었습니다. 전국 24개 매장에서 영화 상영을 알리는 홍보물을 배포하고 입장권을 증정하였습니다.



[영화 '지구' 포스터]

Design Deco Market

롯데백화점에서는 매장 장식에 사용된 인테리어 소품을 모아 디자인 데코 마켓 행사를 진행하고 있습니다. 분기별로 롯데백화점 매장 인테리어 소품으로 활용된 디자인 상품을 판매하는 이 행사는 본점, 잠실점, 영등포점 특설 매장에서 진행되며 롯데백화점의 수준 높은 인테리어 소품을 저렴한 가격에 구입할 수 있는 기회일 뿐 아니라, 재활용을 통해 폐기물을 줄이는 친환경 캠페인입니다.

데코마켓의 판매금액은 전액 소외된 이웃을 위해 기부됩니다. 2008년 여름의 제1회 데코마켓 판매금액은 캄보디아 물부족 지역 어린이들을 위한 '생명의 우물' 캠페인에 쓰였으며, 겨울에 진행된 제2회 데코마켓 판매금액은 인도, 네팔, 스리랑카 등 겐지스강 지역에서 하루 1달러 이하로 살아가는 어린이들을 위한 '나마스페, 겐지스' 사업에 전달되었습니다.



[디자인데코마켓]

기후변화 전문교사 양성

롯데백화점은 조선일보, 기후변화센터와 함께 현직 선생님들을 초청해 기후변화 교사 프로그램을 진행하였습니다. 기후변화 교사 프로그램은 참여하신 선생님들의 재량수업을 통해 기후변화의 심각성을 전달하고 생활에서 실천하기 위한 과제를 제시할 수 있도록 커리큘럼과 교재 등을 제공하였습니다. 국내외 유명 강사들과 함께 토론회로 진행하였으며, 지원하신 선생님들 중 추천을 통해 동아시아 환경 평화 크루즈 프로그램 '2008 Peace & Green Boat'에 초대하기도 했습니다.

롯데 Green 기금 집행 실적

친환경 상품권 캠페인

2004년 롯데백화점이 환경가치경영을 선포한 이후 상품권 판매금액의 일정 부분을 환경기금으로 환원하는 환경상품권 캠페인을 진행하고 있습니다. 환경상품권 캠페인은 소비자의 상품권 구매액이 환경보전사업에 사용됨으로써 소비의 결과가 궁극적으로 풍요로운 환경이라는 혜택을 소비자에게 돌아가는 선순환의 환경보전활동입니다.

환경상품권 캠페인은 쉽게 참여할 수 있는 환경기부의 장을 마련하여 수많은 고객들이 환경보전에 동참하실 수 있도록 하고 있습니다. 롯데백화점은 지난 2004~2008년간 36억 9천5백만원의 환경상품권기금을 조성하여 환경단체에 기부하였으며, 사용 내역은 다음과 같습니다.

[상품권 캠페인 기금 사용 내역]

04년 상품권기금 총 6억원	제1회 환경영화제	200백만	환경선진국 리서치	50백만
	겨울새보전캠페인	75백만	어린이 환경교육도서 발간	100백만
	새사랑장학금	150백만	기타	25백만

05년 상품권기금 총 6억 5천만원	어린이 환경학교	150백만	제2회 환경영화제	200백만
	가족 환경교육 프로그램	30백만	어린이 환경체험 프로그램	50백만
	동경 환경박람회	50백만	조류보호캠페인 외	170백만

06년 상품권기금 총 8억	어린이 환경학교	200백만	제3회 환경영화제	200백만
	친환경 패션 캠페인	80백만	환경선진국 리서치	80백만
	환경장학금	80백만	국제환경운동 후원 외	160백만

07년 상품권기금 총 9억8천만원	어린이 환경학교	170백만	조류정보DB구축	280백만
	새사랑 캠페인	135백만	환경커뮤니티 지원	130백만
	지구온난화방지캠페인	170백만	지구의날 행사 외	95백만

08년 상품권기금 총 6억7천5백만원	태안 환경재해지역 복구	100백만	어린이 환경학교	200백만
	고객 참여 전국 환경 봉사	80백만	탄소계산기 개발	35백만
	신재생에너지 시설	90백만	환경 교육과정 개발 지원	170백만

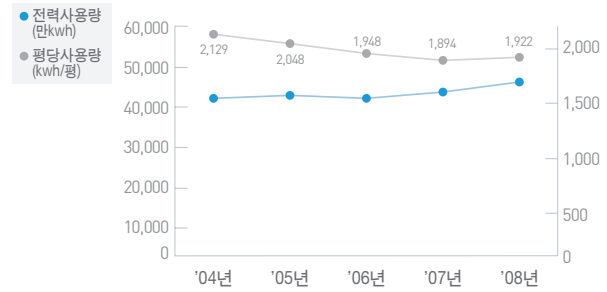
환경 경영 주요 Data

에너지 / 온실가스 관리 현황

롯데백화점은 다양한 에너지 절감활동을 통해 매년 전력, LNG, 수도 사용량을 줄여나가고 있습니다. 2008년 에너지 사용실적을 분석해 본 결과 2004년과 대비하여 평당 전력사용량은 207kwh/평, LNG사용량은 18.5Nm3/평, 수도 사용량은 2.8ton/평이 감소하였습니다. 그 결과 CO2 배출량은 평당 0.945ton이 감소하였으며, 5년간 약 12%를 절감한 수치입니다.

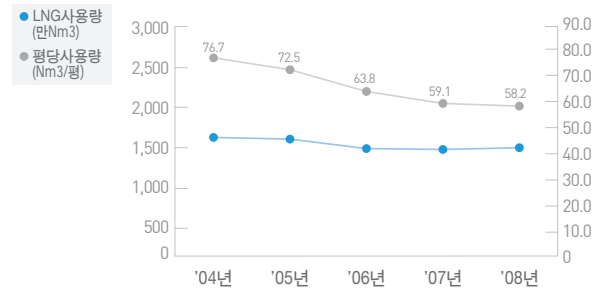
[전력사용량]

구분	점포수	전력사용량 (만kwh)	평당사용량 (kwh/평)
2004년	22	42,254	2,129
2005년	22	42,740	2,048
2006년	23	42,335	1,948
2007년	26	43,823	1,894
2008년	29	46,193	1,922



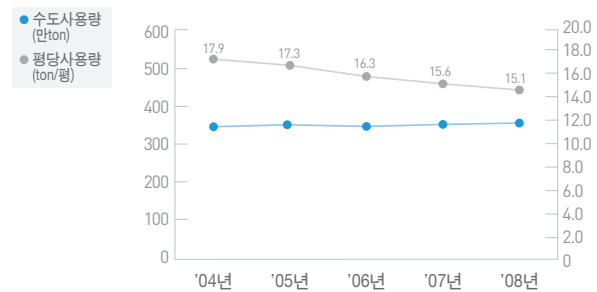
[연료사용량]

구분	점포수	LNG사용량 (만Nm3)	평당사용량 (Nm3/평)
2004년	22	1,523	76.7
2005년	22	1,513	72.5
2006년	23	1,387	63.8
2007년	26	1,367	59.1
2008년	29	1,399	58.2



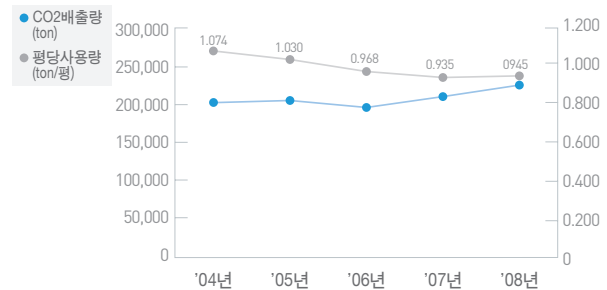
[수도사용량]

구분	점포수	수도사용량 (ton)	평당사용량 (ton/평)
2004년	22	354	17.9
2005년	22	360	17.3
2006년	23	353	16.3
2007년	26	360	15.6
2008년	29	363	15.1



[CO2 배출량]

구분	점포수	CO2 배출량 (ton)	평당배출량 (ton/평)
2004년	22	213,128	1.074
2005년	22	214,966	1.030
2006년	23	210,438	0.968
2007년	26	216,301	0.935
2008년	29	227,064	0.945



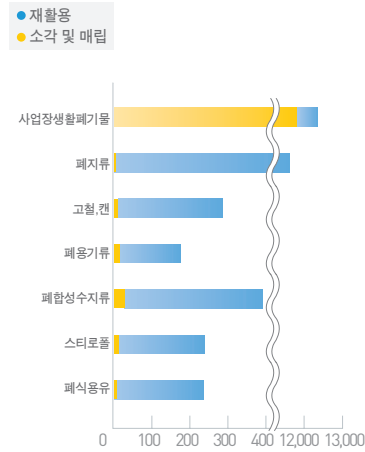
폐기물 관리 현황

롯데백화점에서 발생하고 있는 폐기물은 주로 매장에서 나오는 생활 폐기물입니다. 2008년 총 폐기물 발생량은 24,770ton 이며, 재활용량은 13,089ton으로 총량의 약 53% 입니다.

[폐기물 종류별 처리량]

(단위 : ton)

구분		2006년	2007년	2008년
사업장 생활계폐기물	소각 및 매립	8552.3	10156.9	11565.2
	재활용	-	956.3	815
폐지류	소각 및 매립	525	89	79
	재활용	9789.6	11155	10989.2
고철, 캔	소각 및 매립	3	3.1	3.5
	재활용	356.4	281.8	282.7
폐용기류	소각 및 매립	33.2	8.8	8.4
	재활용	229.3	174.2	165.2
폐합성수지류	소각 및 매립	71.8	4.5	20.8
	재활용	307.9	339.8	370
스티로폼	소각 및 매립	16.1	2.8	3.9
	재활용	254.6	254.5	232.8
폐식용유	소각 및 매립	0.1	0.2	0.2
	재활용	282.4	232.8	234.1
합계	소각 및 매립	9201.5	10265.2	11680.9
	재활용	11220.3	13394.3	13089



※ 자료의 효과성을 위하여 'kg'으로 가정하였음을 알려드립니다.

수자원 재활용량 / 오수발생량

(단위 : ton,%)

구분	수도 사용량	중수 사용량	중수 사용비율	생활오수 발생량	세관수 발생량
2006년	3,532,134	793,062	22.5	3,927,822	286
2007년	3,598,911	712,529	19.8	2,850,730	105
2008년	3,631,829	719,860	19.8	3,160,259	129

냉매 방출량

(단위 : kg)

구분	중앙공조용 냉동기 냉매방출량				
	프레온123	프레온22	R11	기타	계
2006년	3,550	7,279	1,950	220	12,999
2007년	2,450	8,453	4,110	371	15,384
2008년	2,350	7,699	4,760	266	15,075

하론 소화기 보유 비율

(단위:대,%)

구분	하론 소화기	기타	계	하론 소화기 비율
2006년	6,158	12,180	18,338	33.6
2008년	6,614	14,043	20,657	32.0

제3자 검증의견서

슬라빌리티(이하 '검증인' 이하 함)는 롯데백화점으로부터 보고서의 전 내용에 대한 독립적인 제3자 검증을 요청 받았습니다. 롯데백화점 2008 지속가능보고서 (이하 '보고서' 라 함)는 롯데백화점이 정보 수집과 내용작성을 하였고 보고서의 내용에 대한 책임은 롯데백화점에 있습니다. 본 검증의 목적은 롯데백화점이 작성한 보고서의 정보 및 주장에 중대한 오류나 편견을 담고 있는지와 정보수집시스템의 작동여부에 대하여 독립적인 의견을 제시하는데 있습니다.

검증기준 (Assurance Methodology)

본 검증은 AA 1000AS, GRI G3 Index, ISAE 3000을 포함한 국제적으로 통용되는 보고서 검증기준에 의거하여 이루어 졌으며, 본 보고서 검증의견서는 AA 1000AS에서 정의하는 다음의3대 기준을 따라 작성되었습니다.

중대성(Materiality)
완전성(Completeness)
대응성(Responsiveness)

검증범위 (Scope of this assurance engagement)

본 검증인이 수행한 검증범위는 다음과 같습니다.

- 재무 정보가 재무제표에 대한 외부 감사보고서에서 적절히 추출되었는지 여부 검토
- 비재무 정보가 적절하고 중대한 오류나 편견을 담고 있는지 검토

검증 과정 및 검증방법 (Assurance process and works undertaken)

본 검증인은 롯데백화점 이해관계자들에게 검증 의견서를 제공하기 위해 다음과 같은 과정을 진행하였습니다.

- 보고서에 포함된 중대 이슈와 이해관계자의 요구정보를 비교하기 위하여 롯데백화점과 관련된 언론보도내용 검토와 안 전, 사회, 윤리, 환경 분야 성과와 관련된 그룹 문건 검토
- 롯데백화점에 영향을 미칠 수 있고 이해관계자의 관심의 대상이 되는 지속가능경영 이슈 검토
- 보고서에 수록할 중요이슈에 대한 롯데백화점의 의사결정과정 검토
- 롯데백화점 임직원 인터뷰
- 각 지점 및 전사차원의 지속가능경영 관련 정책, 가이드라인 및 관리 시스템 검토
- 롯데백화점 지점 및 전사단위의 정보 수집 과정과 데이터관리 방안 검토
- 비 재무 지표에 대한 내부성과 관련 문건 검토
- 본사 및 현장검증과 관련 담당자 인터뷰를 수행하고 점별 자료 생성과정과 관리시스템 검토
- 전 점에 걸친 고객, 직원, 환경, 건강, 안전 관련 자료의 검토와 각 자료들이 전사 데이터로 집계되는 과정이 적절하게 수행 되었는지 검토 동종 업계 글로벌 선진 지속가능보고서 벤치마킹

검증대상제한 (Limitations of this assurance engagement)

본 검증의 대상은 롯데백화점 본사와 국내 29개점 중 1개 점에 대한 현장검증 내용으로 제한되며 롯데백화점 해외지점 혹은 롯데백화점이 이해관계를 맺고 있는 국내외 사업 내용에 대한 검증 작업은 이루어지지 않았습니다. 자료 생성 과정에 대한 검증은 고객, 환경, 환경, 건강, 안전, 사회 분야의 데이터를 포함하고 있으며 본사 및 현장 검증한 지점 자료에 한해 검토되었습니다.



검증결과 (Findings)

본 검증인은 보고서 초안에 수록된 내용을 검토하고 의견을 제시하였으며, 필요한 경우, 보고서의 수정이 이루어 졌습니다. 수행된 검증활동에 근거하여 본 검증인은 본 보고서에 롯데백화점의 지속가능성 성과가 부적절하게 기술된 부분을 발견할 수 없었습니다.

검토의견 (Our conclusions)

본 검토의견은 앞서 기술된 “검증과정 및 방법”과 “검증대상제한”의 범위 내에서 해석되어야 하며 검증결과에 영향을 미치지 않는 범위에서 다음의견을 제시합니다.

중대성 (Materiality): 본 보고서는 롯데백화점 지속가능 성과와 관련된 중대한 이슈들을 사업 운영 및 이해관계라는 측면에서 균형있게 포괄하고 있는가?

- 본 검증인은 보고서가 롯데백화점 지속가능경영 및 성과와 관련된 중요 정보를 포함하고 있다고 판단합니다.
- “검증기준”에 기술한 바와 같이, 보고서에 명시된 중대 이슈에 대한 롯데백화점의 의사결정과정에서 문제가 될 만한 부분은 발견되지 않았습니다.

완전성 (Completeness): 본 보고서에 수록된 정보가 오류가 없고 완전하며, 이를 뒷받침하는 수집시스템이 완전하고 타당한 정보 수집 시스템에 근거하고 있는가?

- 본 검증인은 보고서에 포함된 롯데백화점 지속가능 활동 내역이나 관련된 정보가 오류나 편견을 담고 있지 않은 것으로 파악합니다.
- 보고서에 언급된 건강, 환경, 안전 데이터 가운데 운영 수준에서 보고된 정보의 수집 과정이 부적절했다고 판단을 내릴 만한 근거는 발견되지 않았습니다.

대응성 (Responsiveness): 본 보고서는 롯데백화점의 이해관계자에게 중요한 정보를 적절히 공개하고 있는가?

- 본 검증인은 보고서의 보고 영역 및 내용이 이해관계자들의 관심을 적절히 반영하였으며 이해관계자에게 중요이슈를 포함하고 있다고 판단합니다. 다만, 향후 보다 심층적으로 이해관계자의 관심이슈를 반영하기 위해 이해관계자 그룹을 대상으로 설문조사를 실시하고 롯데백화점 내부에서 파악한 지속가능경영 이슈와 일치하는지를 고려하여 보고내용을 구성할 것을 권고합니다.

향후 고려되어야 할 사항 (Issued for further consideration)

- 본 검증인은 롯데백화점이 운영활동 전반에 걸쳐 지속가능경영 체계를 지속적으로 개선하고 발전시켜 나갈 것을 권고합니다. 특히, 전사 차원의 중장기적 지속가능성 목표 및 핵심성과지표(KPI)를 설정하여 지속가능경영 성과를 체계적으로 관리할 것을 권고합니다. 또한, 이해관계자 참여 프로세스를 통해 다양한 이해관계자의 의견을 수렴하고 보고서에 반영할 것을 권고합니다.

독립성 (Our independence)

본 검증인은 본 보고서에 포함된 주요 사항에 대한 작성에 참여하지 않았으며, 롯데백화점의 어떠한 이해관계, 영향력, 이해상충으로부터 거리를 둘 수 있는 독립성과 자율성을 지니고 있습니다. 독립적 검증 기관으로서, 본 검증인은 2008년 한 해에 걸쳐 롯데백화점과 독립성과 자율성을 저해하는 어떠한 이해관계도 맺지 않았음을 확인합니다.



2009. 7. 22

솔라빌리티(주) 대표이사 Andy Gelhardt

GRI G3 Content Index

● : 보고서에 공개됨, ① : 보고서에 일부 공개, ○ : 보고서에 공개안됨, N/A : Not available

G3 조항번호	내용	페이지	보고수준	비고
전략 및 프로파일				
프로파일				
1.1	최고의사결정권자가 보고 조직 및 전략과 지속가능성의 연관성을 밝힌 선언문	4	●	
1.2	주요 영향, 리스크, 기회에 대한 설명	11,15,16	●	
조직 프로파일				
2.1	조직명	5	●	
2.2	대표 브랜드, 제품 및/또는 서비스	5	●	
2.3	조직의 운영구조	6	●	
2.4	본사/본부 위치	5	●	
2.5	해외사업장의 위치 및 국가수, 주요 사업장이 있거나 보고서에서 다루는 지속가능성 이슈사항과 구체적인 연관성을 가진 국가명	22,23	●	
2.6	소유구조 특성 및 법적 형태	7,8	●	
2.7	활동 시장형태	5,11	●	
2.8	보고조직의 규모	5,6,11	●	
2.9	보고기간동안의 규모, 구조, 소유구조상의 중대한 변화	7,8,25,26	●	
2.10	보고기간동안의 수성내역	12	●	
보고 파라미터				
3.1	보고기간	1	●	
3.2	최근 보고서의 발간일자	1	●	
3.3	보고주기	1	●	
3.4	보고서 및 보고서 내용에 대한 문의처	1	●	
3.5	보고 내용 정의/결정을 위한 프로세스	1,13,14	●	
3.6	보고범위	1	●	
3.7	보고 범위 및 경계에 대한 구체적인 제한사항	1	●	
3.8	합작회사, 자회사, 외주운영사 등 기간별 및/또는 조직간의 비교가능성에 영향을 줄 수 있는 보고 기준	1	●	
3.9	성과 지표 등 기타 정보 수집 과정에서 적용된 예측을 뒷받침하는 가정과 기법을 포함한 데이터 측정 기법 및 계산 기준	1	●	
3.10	이전 보고서에서 제시한 정보의 재기술 결과 및 사유	1	○	
3.11	이전 보고기간대비 범위, 경계, 측정방법의 변경사항	1	①	
3.12	보고서내의 표준공시 사항의 위치를 나타내는 표	85,86,87	●	
3.13	보고서의 외부 검증에 대한 정책 및 현재 관행	88,89	●	
지배구조, 위원회, 참여				
4.1	조직의 지배구조	7,8	●	
4.2	이사회 의장의 임원 겸직 여부를 기술하고 임원인 경우 경영진 내에서의 역할 및 의장 임명 이유 기술	7	●	
4.3	이사회가 일원화된 조직의 경우, 이사회에서 독립적인 또는 임원이 아닌 구성원의 수	7	●	
4.4	주주와 직원들이 이사회에 조언을 하거나 방향을 제시하는 메커니즘	7	●	
4.5	이사회 구성원, 고위관리자, 임원들에 대한 보상과 조직의 성과간의 관계	7	●	
4.6	이사회내 이해관계상의 충돌방지를 위한 프로세스	7	●	
4.7	경제, 환경, 사회에 대한 조직의 전략을 보조하기 위한 이사회 구성원의 자격 및 전문성을 결정하는 프로세스	-	○	
4.8	경제, 환경, 사회성과 및 활동과 관련하여 내부에서 개발된 미션 또는 핵심가치에 대한 진술문, 행동강령 및 원칙	3,9,10,43, 57,58,71	●	
4.9	이사회내의 경제, 환경, 사회성과 파악 및 관리를 위한 절차	-	○	



● : 보고서에 공개됨, ① : 보고서에 일부 공개, ○ : 보고서에 공개안됨, N/A : Not available

G3 조항번호	내용	페이지	보고수준	비고
4.10	이사회 자체 성과평가 프로세스	-	○	
4.11	사전예방 접근방법 또는 원칙의 채택여부 및 채택방식	15~16	●	
4.12	조직이 가입하거나 지지하고 있는 외부에서 개발된 경제, 환경, 사회 헌장, 원칙 또는 기타 이니셔티브	43	●	
4.13	협회, 국내/국제 단체에서의 주 회원자격	89	●	
4.14	참여한 이해관계자 목록	13,14	●	
4.15	참여한 이해관계자 파악 및 선별기준	13,14	①	
4.16	형태, 이해관계자 그룹별 참여빈도를 포함한 이해관계자 참여방식	13,14	①	
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 주요 주제와 관심사 및 이에 대한 대처방안	13,14	①	경영접근방식 및 성과지표
경제				
EC1	직접적인 경제적 가치 창출 및 배분	21	●	
EC2	기후변화에 대한 재무적인 영향과 사업 활동에 대한 기회 및 리스크	16	①	
EC3	연금혜택 계획에 의한 조직의 보상범위	51	①	
EC4	정부보조금 수혜 실적	-	N/A	해당 사항 없음
EC5	주요 사업장의 현지 법정최저임금 대비 신입사원 임금비율	51	①	
EC6	주요 사업장의 현지 구매 정책, 관행 및 비율	-	○	
EC7	주요 사업장의 현지인 고용 절차 및 고위관리자 비율	24	①	
EC8	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 자원 활동과 효과	61~68	●	
환경				
EN1	무게 또는 부피 기준 원료 사용량	-	N/A	유통업 특성상 직접적 원료 사용 없음
EN2	사용되는 원료 중 재활용되는 비율	-	N/A	유통업 특성상 직접적 원료 사용 없음
EN3	1차 에너지원별 직접에너지 소비량	83	●	
EN4	1차 에너지원별 간접에너지 소비량	83	●	
EN5	절약 및 효율향상으로 절감된 총 에너지량 에너지 효율적인 또는 재생가능한 에너지를 사용하는 제품 및 서비스를	72	①	
EN6	제공하기 위한 이니셔티브 및 이러한 이니셔티브 결과로써 나타나는 에너지 감축량	72	①	
EN7	간접에너지 소비를 줄이기 위한 이니셔티브 및 성과	72	①	
EN8	공급원별 총 취수량	83	①	
EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	83	●	
EN11	생태계 보호지역 또는 인근지역에 있는 소유, 임대, 관리 토지 위치 및 크기	-	N/A	해당 사례 없음
EN12	생태계 보호지역 또는 인근지역에서의 기업활동, 제품 또는 서비스로 야기되는 중요한 영향	-	N/A	해당 사례 없음
EN16	직,간접 온실가스 총 배출량	83	●	
EN17	기타 간접 온실가스 배출량	83	①	
EN19	오존층파괴물질 배출량	83	○	
EN20	NOx, SOx 및 기타 주요 대기오염 물질 배출량	-	N/A	LNG 사용에 따른 대기오염 물질 규제 면제 대상
EN21	최종 배출지별 총 폐수 배출량 및 수질	83	①	
EN22	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	83	●	
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	-	N/A	법규 준수, 해당 사례 없음
EN26	제품 및 서비스의 환경 영향을 저감하기 위한 이니셔티브와 영향 감소의 정도	75~79	①	
EN27	제품 카테고리별 판매된 제품 및 관련 포장재의 재생비율	76	○	
EN28	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전적 제재 건수	-	N/A	해당 사례 없음

GRI G3 Content Index

● : 보고서에 공개됨, ① : 보고서에 일부 공개, ○ : 보고서에 공개안됨, N/A : Not available

G3 조항번호	내용	페이지	보고수준	비고
사회: 노동 및 관행				
LA1	고용 유형, 고용 계약 및 지역별 인력 현황	5,44	●	
LA2	연령별, 성별, 지역별 이직 건수 및 비율	44	①	
LA4	단체 교섭 적용 대상 직원 비율	54	●	
LA5	조직운영의 중요한 변동사항에 대한 최소 통지기간, 단체 협약에 이의 명시 여부	54	○	단체협약상 해당조항은 없으나 업무 협조전, 메신저, 게시판 등을 통해 수시 통보
LA7	지역별 부상, 직업병, 손실 일수, 결근 및 업무 관련 재해 건수	51	①	
LA8	심각한 질병에 관하여 직원 및 가족, 그리고 지역 주민을 지원하기 위한 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험 관리 프로그램	51	①	
LA10	종업원 직급별 일인당 연평균 교육시간	46	●	
LA11	기술관리와 직원들의 지속적인 고용가능성을 지원하고 퇴직관리를 돕는 평생 교육 프로그램	46,51	●	
LA12	정기적으로 성과 및 경력 개발 평가를 받는 직원 비율	49	●	
LA13	성별, 연령별, 소수그룹멤버십, 기타 다양성관련 지표별 거버넌스 기구의 구성 및 종업원 수	44	●	
LA14	종업원 카테고리별 남녀 직원 간의 기본 임금 비율	49	●	
사회: 인권				
HR1	인권 보호 조항이 포함되거나 인권 심사를 통과한 주요 투자 협약 건수 및 비율	-	○	
HR2	주요 공급업체 및 계약 업체에 대한 인권 심사 비율	-	○	
HR4	총 차별 사고 건수 및 관련 조치	49~50	①	
HR5	결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 사업장(업무분야) 및 해당 권리를 지지하기 위한 조치	54	●	
HR6	아동노동 발생 위험이 높은 사업장(업무분야) 및 아동 노동 근절을 위한 조치	43	●	
HR7	강제노동 발생 위험이 높은 사업장(업무분야) 및 강제 노동 근절을 위한 조치	43	●	
사회: 사회				
SO1	업무 활동의 시작, 운영, 종료 단계에서 지역사회에 미친 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	63~68	①	
SO2	부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율	57~58	①	
SO3	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	57	①	
SO4	부패 사건에 취해진 조치	10,58	①	
SO5	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비 활동 참여	75,79	①	
SO8	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재	-	○	
사회: 제품책임				
PR1	개선을 목적으로 한 제품 및 서비스 사용기간 동안 고객의 건강 및 안전 영향 평가 절차, 해당 평가가 실시된 주요 제품 및 서비스의 비율	37~38	①	
PR3	절차상 요구되는 제품 및 서비스 정보 유형, 그러한 정보 요건이 적용되는 주요 제품/서비스의 비율	37~38	①	
PR5	고객 만족도 조사 결과를 포함한 고객 만족 관련 활동	34~35	●	
PR6	광고, 판촉, 스폰서십 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 준수 프로그램	57~58	●	
PR9	제품 및 서비스 공급 및 사용에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 액수	-	○	

Contact us

서울특별시 중구 소공동 1번지 롯데쇼핑센터빌딩 17층
경영기획팀 사회공헌담당

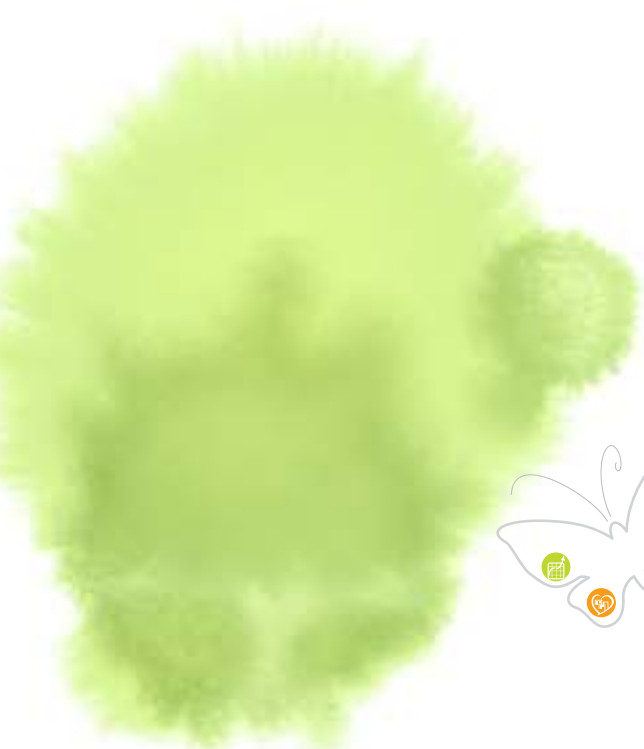
TEL 02-2118-2030~3

FAX 02-2118-2280

E-MAIL aoui@lotteshopping.com

※ 본 보고서는 100% 친환경 용지와 공기를 잉크로 인쇄되었습니다.





Think Tomorrow

서울특별시 중구 소공동 1번지 우편번호 100-721

1 Sogong-dong, Joong-gu, Seoul, 100-721 Korea Tel 02 · 771 · 2500