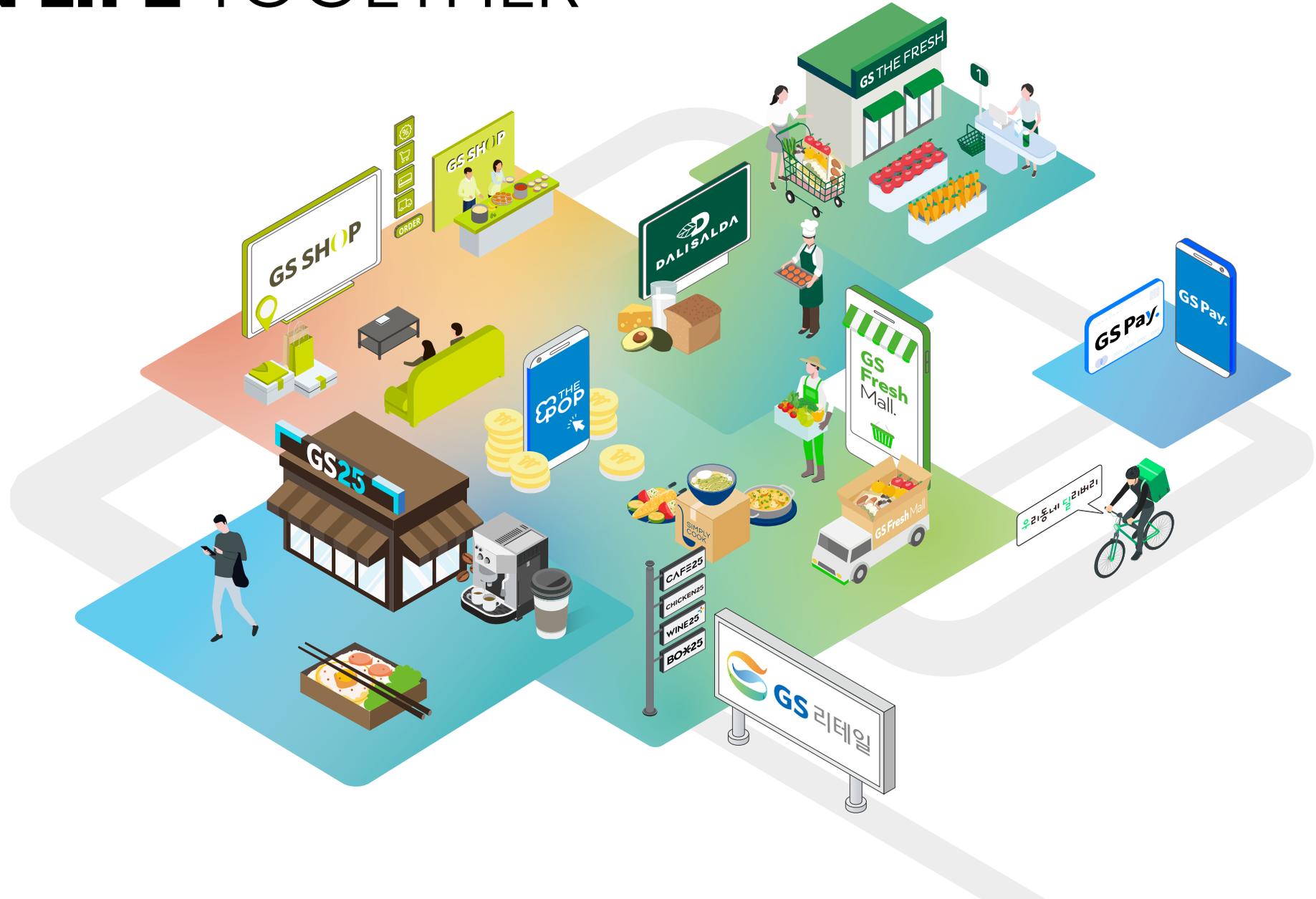


2021 GS 리테일 지속가능경영보고서

GREEN LIFE TOGETHER



About this Report

GS리테일은 ESG 성과 및 활동을 이해관계자들에게 투명하게 공개하고 GS리테일의 ESG 경영 가치 창출을 위한 전략과 목표, 경영 현황을 공유하고자 지속가능경영보고서를 발간하고 있습니다. GS리테일은 앞으로도 매년 지속가능경영보고서를 발간하며 이해관계자들과 소통하고 ESG 성과 및 활동을 투명하게 공개하겠습니다.

보고범위

GS리테일의 재무성과는 연결재무제표 기준, 비재무성과는 ESG 경영활동 성과를 중심으로 보고하였습니다. 일부 환경 및 사회 성과의 경우, 주요 계열회사의 성과를 포함하고 있으며, 데이터의 보고 범위가 상이한 경우 해당 정보의 보고 범위를 주석에 별도 표기하였습니다.

보고기간

보고 기간은 2021년 1월 1일부터 2021년 12월 31일까지입니다.
2022년 상반기 정보가 일부 포함되었으며, 보고서 내 별도 표기하였습니다.
정량 성과의 경우, 2019년부터 2021년까지 최근 3개년 데이터를 제공하고 있습니다.

보고서 작성기준

본 보고서는 국제 지속가능성 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards의 Core Option과 미국 지속가능성 회계기준인 SASB(Sustainability Accounting Standards Board)의 Food Retailers & Distributors 기준에 따라 작성하였으며, 재무성과는 별도 언급이 없을 경우, 한국채택국제회계기준(K-IFRS) 연결기준으로 작성하였습니다.

보고서 검증

GS리테일은 보고서 작성 프로세스와 공개된 정보의 신뢰성 확보를 위해 독립된 검증 기관인 경영인증원으로부터 제3자 검증을 받았습니다.

담당부서

GS리테일 컴플라이언스실

E-mail

esg@gsretail.com

Contents

03 Overview

- 04 CEO Message
- 05 GS리테일 At a Glance

08 Our Business Value

- 09 Our Business
- 13 2021 Value Creation

14 Sustainability Strategy

- 15 GS리테일 ESG 전략
- 16 Sustainable Value Chain
- 17 종대상 평가
- 18 경영 접근 방식
- 19 2021 Special Issues
- 20 이해관계자 커뮤니케이션

21 Sustainability Progress

- 22 Environment
 - 22 환경경영 관리 체계
 - 24 Green Product
 - 26 Green Store
 - 30 Green Value Chain
- 33 Society
 - 33 Together with Employees
 - 40 Together with Partners
 - 46 Together with Customers
 - 53 Together with Communities

59 Governance

- 59 투명한 지배구조
- 62 윤리경영
- 64 리스크 관리

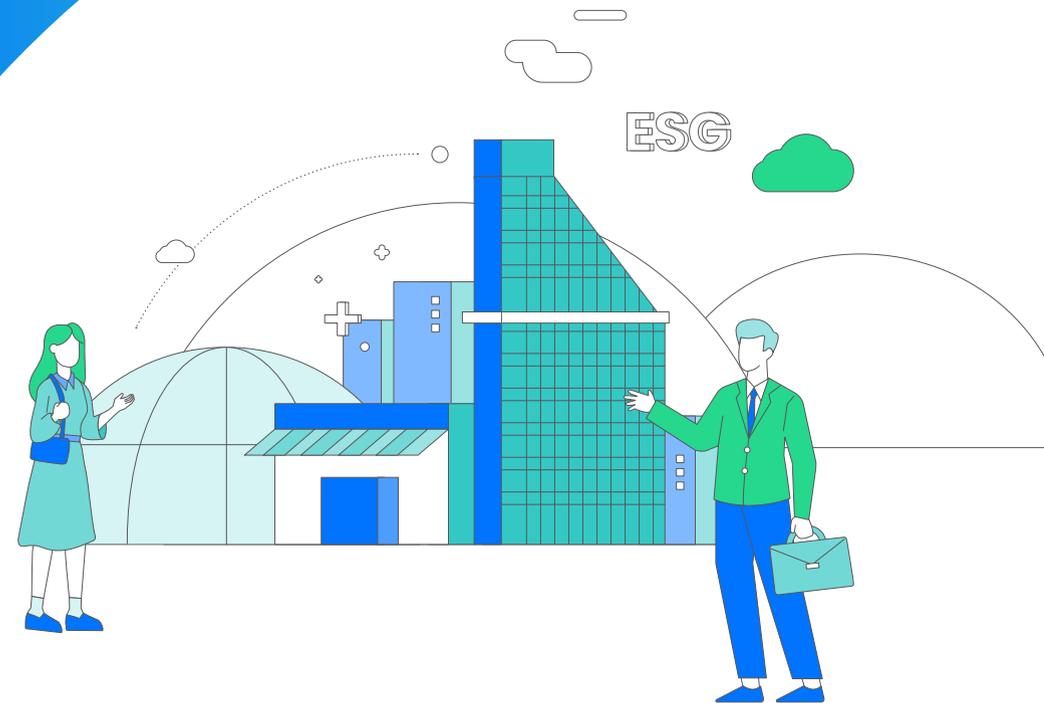
65 Appendix

- 66 ESG Performance Data
- 72 GRI Standard Index
- 74 SASB Index
- 76 TCFD Index
- 77 UN SDGs 연계활동
- 78 이니셔티브 및 협회 가입 현황, 수상 내역
- 79 독립된 제3자 검증 의견서

Overview

04 CEO Message

05 GS리테일 At a Glance



CEO Message



GS리테일은 미래 환경 투자와 사회적 책임 경영 그리고, 투명하고 정직한 지배 구조를 바탕으로 실질적이고 꾸준한 ESG 경영을 실천하겠습니다.

안녕하십니까 GS리테일 대표이사 허연수입니다.

존경하는 이해관계자 여러분!

함께 힘을 모아주신 임직원 여러분과 변함없이 회사를 지지해주신 고객, 주주, 협력사 분들께 감사의 말씀을 전합니다.

전례없이 지속중인 코로나19 팬데믹 상황 속에서도 GS리테일은 GS홈쇼핑과의 합병을 통해 강력한 온·오프라인 통합 플랫폼으로 도약하였으며 비재무적 가치인 ESG 전략체계를 구축하고 실행해 지속가능한 성장의 모멘텀을 확보한 한해를 보냈습니다.

실질적인 ESG 경영을 위해 의사결정의 체계와 실행의 체계를 먼저 갖추었는데, 이사회 내 ESG 최고 의사결정기구인 ‘ESG위원회’를 설립하였으며 C레벨 7인으로 구성된 ‘ESG추진협의회’를 매월 진행하고 있습니다. 또한, ‘Green Life Together’ 라는 슬로건 하에 ESG 실무부서를 중심으로 ‘ESG자기주도연구회(자주연)’를 구성하고 실무 단계의 이슈를 협의할 수 있는 ‘ESG실무협의체’를 신설하여 의사결정 기구와 연계한 체계를 갖추며 ESG 추진 실행력을 강화하고 있습니다.

GS리테일은 종합 유통사로서 환경에 미칠 수 있는 사업의 밸류체인을 규명하고, 환경 친화적인 매장과 친환경 인증제품을 확대하고 고객의 녹색 소비를 지원하는 등 기후변화 대응과 더불어 환경적 책임을 다할 수 있는 전략과제 및 목표를 수립하여 실행하고 있습니다.

기업의 사회적 책임을 다하기 위해 다수의 오프라인 매장을 사회적 안전망 플랫폼으로 여성안심지킴이·아동안전지킴이 등으로 운영 중에 있으며 내일스토어·늘봄스토어 등 사회적 약자의 일자리 창출 기회를 제공하고 있습니다. 또한, 지난해부터 ESG 경영의 범위를 협력사로 확대했으며 ESG 교육을 비롯한 ESG 실행 관련 지원 및 인센티브를 실행하고 있으며, 공정한 동반성장을 위해 노력하고 있습니다. 고객에게는 안전한 먹거리를 제공하고자 나트륨 저감 등의 상품을 개발하고 임직원에게는 안전한 근무 환경을 조성하고자 그 책임을 다하고 있습니다.

임직원들의 ESG 내재화를 통해 이러한 ESG 과제들이 실행될 수 있도록 지속적인 교육을 실행하고 행동의 기준이 되는 인권경영방침, 마케팅방침, 녹색구매방침 등 여러 행동강령을 제정 및 개정하여 일관된 기준과 생각을 공유하고 있습니다.

그리고, 거버넌스 투명성 제고를 위해 2020년부터 이사회 의장을 분리하고 이사회 중심의 경영을 실천하고 있습니다. 이사회 내 위원회로 사외 이사후보추천위원회를 운영해 사외이사 선출의 독립성을 높이고, 사외 이사를 과반수 이상으로 구성하여 의사결정의 투명성을 강화하고 있습니다. 계열사간 내부거래 심사 등을 위한 내부거래 위원회를 운영하는 등 건전한 지배구조 확립을 위해 계속 노력하고 있습니다.

앞으로도 GS리테일은 실질적이고 꾸준한 ESG 경영을 위해 최선의 노력을 다할 것이며, 탄소저감 등 기후변화에 대응할 수 있는 방안을 비롯해 유통사로서 사회적 책임을 다할 수 있는 역할들을 확대해가겠습니다.

GS리테일을 향한 관심과 사랑에 감사드리며, 많은 이해관계자분들과 소통하며 지속가능한 GS리테일을 만들어 갈 수 있도록 많은 관심과 아낌없는 조언을 부탁드립니다.

감사합니다.

2022년 7월
GS리테일 CEO 허연수

GS리테일 At a Glance

모두가 선망하는 Value NO.1 GS리테일

GS리테일은 정직하고 공정합니다.

최고의 제품과 진심어린 서비스로 고객만족을 통한 높은 수익을 창출하고, 지속가능한 경영활동을 이어가고 있습니다. 탁월한 조직역량과 경영으로 성장과 이익의 균형잡힌 성과를 달성하여, 모두가 함께 일하고 싶어하는 기업이 되었습니다.



Company Profile

GS리테일은 대한민국을 대표하는 Lifestyle Platform 기업으로 고객의 Lifestyle을 선도하는 다양한 플랫폼을 운영하고 있습니다. 장기적인 관점에서 사회와 공감하고 지속적인 가치를 창출하기 위해 지속가능경영을 실천하고 있으며, 차별화된 상품과 서비스의 제공을 통해 고객에게 사랑받는 회사가 되도록 노력하고 있습니다.

일반 현황

기업명	GS리테일
설립일	1971년 2월
대표이사	허연수, 김호성
신용등급(회사채)	AA(한국신용평가)
주요사업	소매유통업
소재지	서울특별시 강남구 논현로 508 GS타워

주요 재무 성과

	2019	2020	2021
매출액	2019 90,069 억원	2020 88,623 억원	2021 97,657 억원
영업이익	2019 2,388 억원	2020 2,526 억원	2021 2,085 억원
당기순이익	2019 1,436 억원	2020 1,545 억원	2021 8,013 억원

기업 연혁

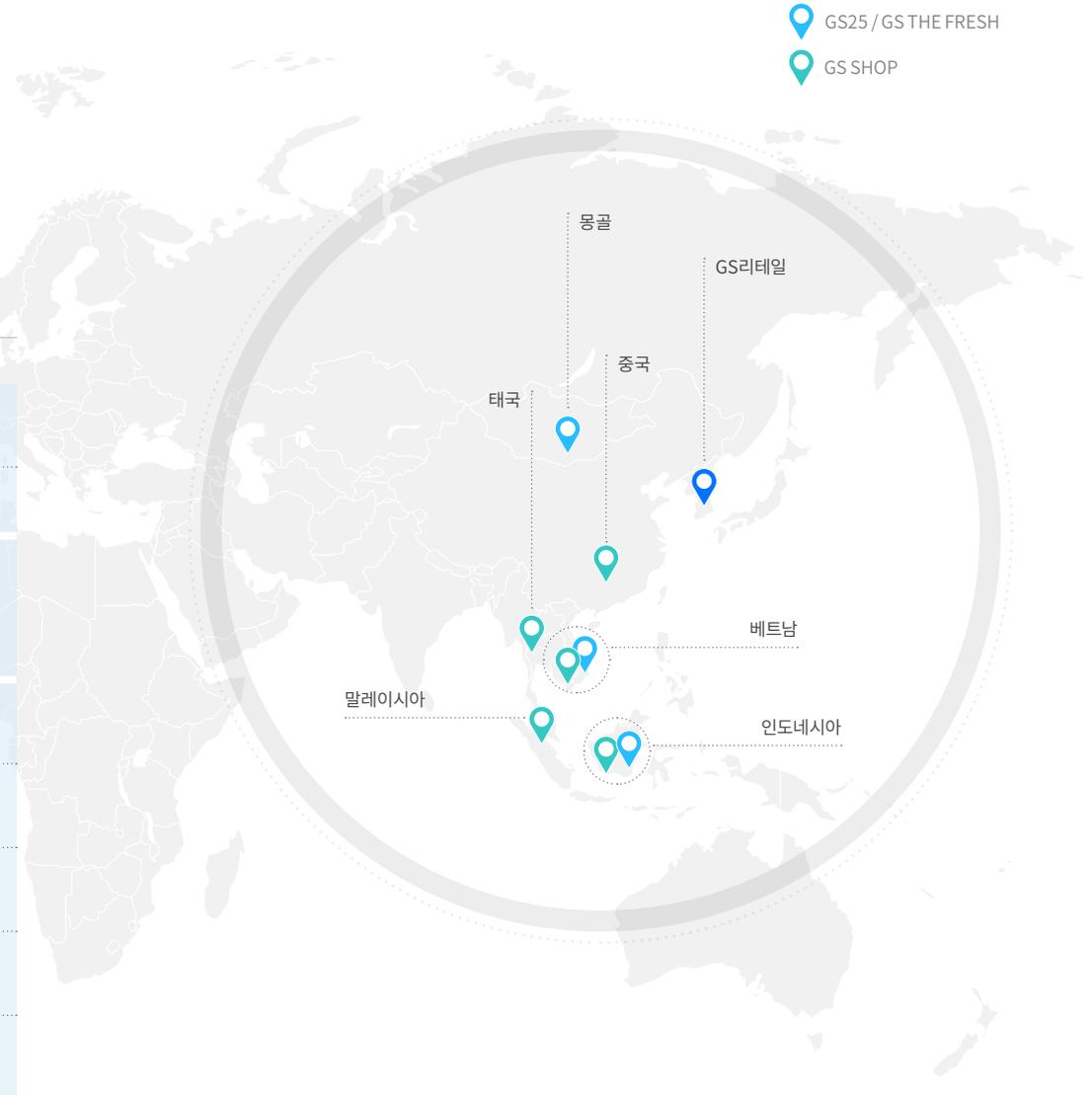
1971~1994	1995~2002	2004~2009	2009~2018	2019~2020	2021~현재
종합유통사로의 도약	새로운 유통업 강자로의 발돋움	업계 최고 경쟁력 확보	글로벌 시장진출	라이프스타일 플랫폼으로의 확대	온·오프라인 통합 플랫폼으로의 도약
'71 금성전공 설립 '74 럭키슈퍼 1호점 개점 '75 회성산업(주) 상호 '78 변경 금성사 광고부문 인수 '80 럭키체인(주) 합병 '90 LG25 1호점 개점 '91 (주)LG유통으로 상호 변경 '92 LG백화점 1호점 개점 '94 한국홈쇼핑 설립	'95 대한민국 최초 TV홈쇼핑 개시 '96 LG마트 1호점 개점 '00 종합 인터넷 쇼핑물 오픈 '02 LG그룹 유통3사 통합 LG25 1,000호점 개점 월간조선 '한국의 50대 기업' 선정	'04 헬스&뷰티 전문기업 GS왓슨스 설립 '05 GS리테일로 사명변경 GS25 2,000호점 돌파 '06 홈쇼핑 전용 물류센 터 개소 즉석식품 제조 전문 회사 '09 통합 브랜드 GS SHOP 출범 (주)후레쉬서브 설립	'09 GS SHOP 인도시장 진출 '11 GS SHOP 태국시장 진출 '12 GS리테일 중소파트 너사 동반성장 세미 나 진행 '14 GS SHOP 중국, 베트남, 인도네시아 시장 진출 '16 말레이시아 시장 진출 '18 통합PB 브랜드 론칭 GS25 베트남 점포 오픈	'19 '늘봄스토어' 오픈 일괄형 슈퍼 오픈 친환경 배송서비스 도입 '20 드론 배송 시범서비스 진행 배달플랫폼 '우딜' 론칭 '내일스토어' 오픈 유기농전문물 '달리살다' 오픈	'21 GS25 몽골 진출 ESG추진위 출범 업계 최초 ISO14001-9001 동시 인증 GS리테일- GS홈쇼핑 합병

글로벌 네트워크

GS리테일은 국내 본사를 거점으로, 중국·베트남·인도네시아 등 아시아 지역 중심의 선진 유통 노하우를 바탕으로 현지 사업을 운영하고 있으며, JV 등을 통해 중소기업 상품의 수출 판로 지원 역할을 수행하고 있습니다.

GS25 / GS THE FRESH
 GS SHOP

구분	유형	지역	비고
GS25 	MFC ¹⁾	베트남	호치민 및 호치민 근교 / 157점 (직영 155 / 가맹 2)
		몽골	울란바토르 / 34점
GS THE FRESH 	MFC	인도네시아	자카르타 7점
GS SHOP 	JV ²⁾	HUMAI(중국)	중국 내 홈쇼핑 사업 영위 가능한 라이선스 보유 사업자와 합작
		ASTRO GS SHOP (말레이시아)	말레이시아 내 위성 Pay TV 독점 사업권 보유
		TRUE GS(태국)	태국 재계 1위 그룹으로, 합작사 주주인 TRUE VISION은 최대 유료 방송사업자
		VIVI Trading(베트남)	부동산, 리테일 사업 운영 중으로 GS SHOP 및 GS25 중심 운영
		MNC GS SHOPPING (인도네시아)	인도네시아 최대 미디어 그룹으로 4개 공중파 채널 및 60여개 지역방송사 보유



1) 마스터 프랜차이즈: 프랜차이즈 사업 유형 중 하나로 중간가맹사업자가 가맹희망자에게 가맹점 운영권을 판매할 수 있는 권리를 부여하는 것

2) 합작투자(Joint Venture): 2개국 이상의 기업·개인·정부기관이 특정 기업체 운영에 공동으로 참여하는 해외투자방식

Mission & Vision

GS리테일 가치체계

GS리테일은 2021년 GS그룹 유통 부문 통합법인으로 거듭나며, ‘고객의 모든 경험을 연결하고, 데이터로 공감하며, 상품과 서비스로 신뢰받는 플랫폼’으로 거듭나겠다는 새 비전을 선포하였습니다.



GS Vision

모두가 선망하는 Value No.1

GS리테일의 약속

진심을 담은 서비스와 공감의 디지털 기술로 당신만의 더 나은 일상을 함께 합니다.

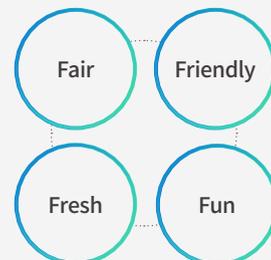
우리의 비전

고객의 모든 경험을 연결하고, 데이터로 공감하며 상품과 서비스로 신뢰받는 플랫폼

GS Way

고객 최우선	신속한 판단과 실행
트렌드 선도	적극적인 소통과 협업
최고 지향 목표 설정	비효율 개선
데이터 중심 의사결정	기본에 충실

GS Value



GS Value & GS Way

새로운 GS리테일의 약속과 비전을 선포함과 동시에, GS리테일 구성원들이 함양해야 할 GS Value와 GS Way를 내재화하고 실천하여 압도적인 고객 만족 실현을 지향하고 있습니다.

Fair

공정함을 지키고, 사회와 환경에 기여합니다.

Friendly

다양성을 인정하고 서로를 존중합니다.

GS Value

Fresh

정의와 도전을 장려하여 회사와 개인이 함께 성장합니다.

Fun

유연하고 자율적인 환경에서 즐겁게 일합니다.

GS Way

- 1 고객 최우선**
모든 생각과 의사결정의 기준은 고객입니다.
- 2 트렌드 선도**
트렌드를 감지하고 고객이 느끼는 차이를 만듭니다.
- 3 최고 지향 목표 설정**
적당한 타협보다 가슴 설레는 목표를 지향합니다.
- 4 데이터 중심 의사결정**
근거는 언제나 데이터로부터 찾습니다.
- 5 신속한 판단과 실행**
신속히 판단하고 즉시 실행합니다.
- 6 적극적인 소통과 협업**
소통으로 시작해서, 협업으로 완성합니다.
- 7 비효율 개선**
익숙한 비효율은 바로 개선합니다.
- 8 기본에 충실**
핵심에 다가가기 위해 본질에 집중합니다.

Our Business Value

09 Our Business

13 2021 Value Creation



Our Business

1 Lifestyle Platform

GS25는 고객에게 다양한 상품과 서비스 기능을 제공하는 "플랫폼 비즈니스"로 사업 영역을 확대/성장하고 있습니다. 또한 점포를 운영하는 경영주와 본사의 파트너십 구축이 프랜차이즈 성공을 결정짓는 가장 중요한 요소 중 하나라는 생각으로 끊임없이 경영주와 소통하고 다양한 상생 제도를 운영하며, "수익을 낼 수 있는 가맹점을 늘린다."는 프랜차이즈의 대원칙을 고수하고 있습니다.

앞으로도 고객, 경영주와 끊임없이 소통하며 끈끈한 파트너십을 구축하고 함께 성장해 나가는 "대한민국 No.1 Lifestyle Platform GS25" 가 되겠습니다.



‘한국산업의 고객만족도(KCSI)’ 19년 연속 1위, 한국서비스 품질지수(KS-SQI) 1위 총 18회 수상, 유통업계 동반성장지수 2년 연속 '최우수' 수상. GS25는 대한민국 최초의 토종 편의점 브랜드로 고객 만족과 경영주 중심의 상생경영을 실천하며 그 성과를 당당히 인정받고 있습니다.

GS25

2 GS수퍼마켓의 새로운 이름

1974년 대한민국 최초의 현대식 슈퍼 체인인 럭키슈퍼체인(주)로 출범한 LG수퍼마켓은 2005년 GS그룹의 출범에 따라 GS수퍼마켓으로 변경되고, 이후 2019년 ‘삶의 가치를 누리는 라이프스타일 마켓’으로의 변화를 위해 “GS THE FRESH”로 새롭게 태어나게 되었습니다.

고객 최우선의 가치를 통해 GS THE FRESH는 한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 대형 슈퍼마켓 부문 11년 연속 1위, 한국서비스품질지수(KS-SQI) 대형 슈퍼마켓 부문 6년 연속 1위 수상 등 경쟁사 대비 압도적인 고객 서비스 역량을 유지하고 있습니다.

또한 2020년, 업계최초로 모바일 App을 통한 빠른 배달 서비스 (퀵커머스)를 도입하여 차별화된 주문배달서비스를 고객에게 제공하고 있으며 가맹 경영주와 동반 성장하는 가맹사업의 확대를 통해 지속성장이 가능한 사업 구조를 확립하고 있습니다.

GS THE FRESH는 고객의 생활에 늘 가까이 있는 점포로서 신선하고 다양한 상품을 제공하며 동시에 더욱 친근한 서비스를 바탕으로 고객과 함께하는 친숙하고 신속하며, 편리하고 즐거운 쇼핑 환경을 제공하기 위해 최선을 다하고 있습니다.

GS THE FRESH



Our Business

3 Designing Life Together

GS SHOP

TV쇼핑

GS SHOP '진정성 있는 브랜드 쇼핑 채널'을 지향하는 GS SHOP LIVE는 1995년 24시간 홈쇼핑 방송을 시작하였고 방송채널과 모바일 채널(GS SHOP APP)에서 고객이 언제 어디서나 편리하게 쇼핑할 수 있습니다. 패션, 뷰티, 식품, 리빙 등 고객 라이프스타일 전반에 필요한 품질 좋은 상품을 방송에서 정확하게 소개하고 방송 중 진행되는 라이브톡 채팅을 통해 고객과 소통하여 고객 신뢰를 높이고 있습니다. SJ와니, 쏘울, 라빠아프, 모르간 등 단독 패션 브랜드부터 프리미엄 가전, 리빙, 잡화 등 고품질의 차별화된 상품 제공으로 고객 니즈를 충족시키고 있습니다.

또한 '쇼미더트렌드', '더컬렉션', '똑소리 살림법' 등의 다양한 형식의 고정 프로그램과 가상의 사물, 공간을 스튜디오에 재현해 고객에게 쇼핑의 재미와 정보를 제공하고 있습니다. 그리고 전담 택배, VIP 1:1 상담 등 고객 맞춤형 서비스 제공으로 고객 편의를 더하고 있습니다. GS SHOP LIVE는 연간 570만명 이상의 고객이 구매하고 있으며 고객이 지금보다 더 나은 라이프스타일을 디자인할 수 있도록 좋은 상품과 서비스를 지속 제공하고 중소기업을 포함한 파트너의 성장을 함께 합니다.



대표 프로그램
쇼미더트렌드, 더컬렉션,
똑소리 살림법, W, 뷰티시그널 등

대표 브랜드
SJ와니, 쏘울, 모르간, 라빠아프,
VU, 심플바이오 등

모바일&인터넷

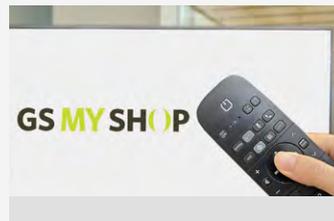
GS SHOP 모바일 커머스 GS SHOP 모바일 커머스는 "브랜드 커머스"를 지향하고 있습니다. 약 450개의 KBP(Key Brand Partner)를 선정하여 관리하고 있으며, 각 브랜드의 제 2의 자사몰을 목표로 마케팅 자원과 역량을 집중하고 있습니다.



- 고도화된 Data Dashboard (GIP(GS Insight Platform)) 기반 성과 및 이슈를 파악하고, 이슈 영역별 다각도의 광고/마케팅 솔루션 통해 실질적 성과를 개선하도록 지원합니다.
- 브랜드의 신제품의 성공적 런칭을 위한 "신상품 full package" 통해 브랜드별 맞춤형 통합 마케팅 활동을 집중 지원을 하고 있으며, 각 카테고리별 성공사례를 보유하고 있습니다.
- 마케팅 목적별 다양한 광고 지면을 제공하여 파트너의 판매 성과를 극대화하고, 고객에게는 브랜드 상품 및 개인화된 관심 상품 노출로 상품(광고) 연관성을 높여 고객의 니즈를 알고 반응해 주는 쇼핑몰로 자리매김하고 있습니다.

데이터 홈쇼핑

GS SHOP 데이터 쇼핑 GS리테일 데이터 홈쇼핑 채널 'GS MY SHOP'은 합리적 가치 쇼핑 채널로서 매년 지속 성장하고 있습니다. 니치 브랜드, 실속형 상품, 생활 편의 아이디어 상품 등 마이샵 고객에 맞는 차별화된 상품을 제안하여 고객의 세분화된 니즈를 충족시키고 있습니다. 패션, 식품, 뷰티, 리빙 등 다양한 카테고리 상품을 방송을 통해 소개하고 있으며 '간편식탁', '더스타일' 등 카테고리별 고정 프로그램을 운영, 진정성 있는 방송으로 고객의 신뢰를 높이고 있습니다. 또한 방송 중 모바일 채팅 서비스인 '라이브톡'과 핸드폰 번호만 입력하면 ARS가 걸려오는 '걸려오는 ARS' 도입 등을 통해 고객의 쇼핑 편의를 꾸준히 개선하고 있습니다.



GS MY SHOP은 고객에게 양방향 서비스를 제공하는 채널입니다. TV 속 모바일처럼 리모컨으로 고객이 원하는 상품을 선택, 시청, 구매할 수 있도록 VOD 중심의 Curation 매장을 화면내에 구현하여, TV시청 고객에게 차별화된 경험을 제공하고 있습니다.

라이브 커머스

Shopy Live (라이브 커머스)

"Shopping is happy,
고객과 소통하는 모바일 라이브"

Shopy Live는 GS SHOP App에서 진행되는 라이브 커머스 방송입니다. 고객과 실시간 소통을 통해 상품에 대한 다양한 정보를 제공하고 있으며, 고객과의 라이브 채팅을 통해 비대면 온라인 쇼핑의 단점을 보완하고 단순한 쇼핑 그 이상의 행복한 쇼핑경험을 고객에게 제공합니다.

High Quality의 방송을 위해 라이브 경험이 풍부한 홈쇼핑 PD와 쇼핑호스트가 직접 라이브 방송을 진행합니다. 현재 한 달에 방송 프로그램 누적 약 400만명 이상의 고객들이 시청하고 있습니다.



Our Business

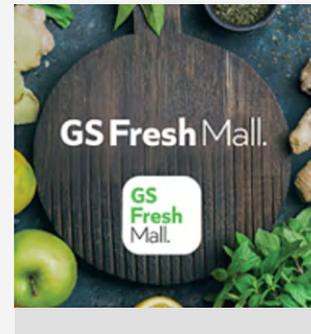
4 신선함과 맛을 보장하는 인터넷 식품 쇼핑물 NO.1

GS Fresh Mall은 언택트 소비 트렌드 확산 속에서 빠르게 성장하고 있는 국내 최대 신선 장보기물 입니다.

친환경 지정농장에서 건강하게 키운 우월한우, 간편 밀키트 심플리쿡, 매일 직접 선별한 가락시장 채소 과일 등 엄격한 품질 기준으로 엄선된 상품을 오늘 주문하면 당일배송, 밤 11시 전 주문 시 아침 7시 전 새벽배송으로 최고의 서비스와 가치를 제공하고 있습니다. 이는 2019년 대한민국 브랜드대상 대통령상, 2019~2020년 국가 브랜드 대상 2년 연속 수상 등 공신력 있는 대외 기관의 평가 결과로 이어지고 있습니다.

앞으로도 보다 질 좋은 다양한 상품을 보다 빠르게 모바일로 쇼핑하실 수 있도록 항상 고객의 소리에 귀 기울여서 고객에게 사랑 받는 '대한민국 신선 장보기 쇼핑물 No.1'이 되도록 최선을 다하겠습니다.

GS Fresh Mall.



5 오가닉 라이프 스토어, 오늘부터 달리살다

달리살다는 건강한 라이프를 지향하는 가치소비 플랫폼으로 2020년 10월 런칭하였습니다.

'달리살다'의 브랜드명은 매일 먹고 소비하는 것이 달라지면 우리의 생활도 달라질 수 있다는 믿음으로, 자신만의 건강한 라이프스타일을 찾도록 지원하고 일상에 건강한 변화를 드리하고자 하는 의미를 담고 있습니다.



DALISALDA

상품 차별화 1

건강 지향, 가치소비 라이프 트렌드에 맞추어 건강한 먹거리와 친환경 생활용품을 중심으로 나와 우리 가족, 나아가 동물과 지구를 건강하게 하는 상품을 소개하고 있습니다. 공식 품질 인증을 비롯한 개개인의 식습관과 라이프스타일에 맞는 78가지의 가치 속성(Essential Value)을 기준으로 그에 부합하는 상품을 엄선, 고객에게 신뢰할 수 있는 상품을 제공하는 것이 다른 이커머스와의 차별화된 포인트입니다.

상품 차별화 2

각 지역의 트렌디한 상품을 달리살다 앱으로 편하게 만나볼 수 있습니다. 달리살다는 숨어있는 로컬 가게, 소규모 업체의 좋은 상품을 발굴하여 소개합니다. 소규모 업체의 경우 상품화를 지원하여 판로를 열어드리는 등 동반성장을 위한 노력을 기울이고 있습니다.

6 You Be the chef



심플리쿡은 밀키트부터 HMR(Home Meal Replacement, 가정간편식)을 아우르는 토탈 밀솔루션 브랜드입니다. 그러나 심플리쿡은 단순히 음식을 만드는 것이 아닌, 고객 생활 가장 가까이에서 고객에게 꼭 맞는 식생활을 만들어가는 라이프스타일 브랜드로 역할 하고자 합니다.

심플리쿡이 고객 생활 속에 즐거움이 되도록, 변화하는 고객 생활에 맞춰 다채로운 시도를 해나가겠습니다.

심플리 쿡이 전하는 다섯가지 가치



Like a Chef
심플리쿡으로
당신도 셰프가
됩니다



Effort-Free
심플리쿡은
시간을 절약해
드립니다



Quality Meal
심플리쿡은
믿을 수
있습니다



Trendy Lifestyle
심플리쿡은
생활을
변화시킵니다



Care For the Lovers
심플리쿡은
따뜻함을
전합니다



Our Business

7 개발사업부문

개발사업부문은 2008년 평촌 복합시설 개발을 시작으로 다양한 부동산 개발 및 운영을 통해 지속 성장하고 있습니다. 입지발굴부터 투자자문, 컨설팅에 이르는 개발기획, 인허가, PM, MD기획, 임대차 및 시설 관리, 마케팅 등의 운영, 자산관리 및 매각에 이르기까지 부동산 개발의 전 영역에 걸쳐 사업을 진행하고 있습니다.

개발의 경우, 상업시설 뿐만이 아니라 물류/호텔/주거/데이터센터 등 용도별, 규모별 광범위한 개발을 진행해오고 있으며, 파르나스 호텔/GS네트웍스 등 자회사와 연계한 개발로 시너지를 창출하고 있습니다.

대표적인 상업시설에는 오시리아 테마파크 쇼핑몰(미식일상) 및 판교 복합시설(파미어스몰), 안녕인사동이 있으며 개발/운영 외에 개발단계에 공간기획, MD컨설팅, 임차인 모집 등 부가적인 용역 제공을 통해 임대인 및 고객에게 가치 있는 상업공간을 제공합니다. 쇼핑몰 외에도 병원, 지하철 신분당선/9호선 등 다중이용시설 상업시설도 개발/운영하고 있으며 800여개의 컨텐츠 파트너사와 협업하고 있습니다. 또한, 개발 후 운영단계에서 체계적인 운영관리 프로세스를 통해 철저한 계약 관리, 임차인 유지 등 안정적인 자산 관리를 위한 서비스를 제공하며, 당사의 개발 주 영역의 경험과 역량을 활용한 최적의 자산매각 전략을 제안하여 투자자의 최대 이익을 실현 합니다.



8 퀵커머스 (우리동네 딜리버리)

2020년 8월 론칭된, 우리동네 딜리버리 '우딜'은 업계 최초로 자체 오프라인 인프라를 활용한 배달 플랫폼 사업입니다.

일반 우딜 이용자 누구나 배송자로 참여하여, 도보를 통한 배송을 함으로써 환경 친화적인 배송 서비스이기도 합니다.

또한, 우리동네 GS25·우동마트 상품 등을 손쉽게 주문하고, 편하게 집에서 받아볼 수 있는 주문 서비스도 함께 제공하고 있습니다. 해당 주문을 우딜 배송자가 배송함으로써 퀵커머스 시장에 유통업계 배달시장에 새 바람을 불러 일으키고 있습니다.



2021 Value Creation

디지털 기술 혁신

GS리테일 전략 방향



신성장 동력 창출

GS리테일은 사업 간 시너지를 극대화하고 신성장 동력을 확보하기 위해 디지털 커머스와 인프라 구축, 신사업 등의 영역에 투자를 계획하고 있습니다. 당사는 2021년 11월 쿼커머스 사업자인 요기요를 인수하며, GS25, GS THE FRESH 등 1만6000여 소매점과 60여 물류 센터망이 결합된 도심형 마이크로 풀필먼트를 통해 쿼커머스 시장에서 오프라인과의 시너지 창출을 구체화 하였고, 디지털 커머스 전용 물류센터인 ‘프라임센터’를 운영하며 신성장 동력 창출에 힘쓰고 있습니다. 유통업계 최대 이슈인 MZ세대에 대한 전략으로는 이커머스 플랫폼 ‘쿠팡마켓’을 운영하는 쿠팡을 인수하며 MZ세대 고객을 불러 모을 수 있는 기회로 여기고 있습니다. 당사는 카카오모빌리티에 지분 인수계약을 체결하며 전략적 투자를 통해 카카오모빌리티의 플랫폼을 적극 활용하고, 전기차 기반 친환경 물류, 유통에서 소비자 집 앞 마지막 최종 구간을 뜻하는 ‘ラスト 마일’ 등 사업확대에 신기술을 접목할 방침입니다. 추가로 라이브커머스 시장의 빠른 성장에 적극 대응하고, 역량 확보 및 강화를 위해 라이브커머스 핵심 기술을 보유하고 있는 ‘요쿠스’에 신규 투자하며 GS리테일만의 차별적인 경쟁력을 확보하고자 노력하고 있습니다.

디지털 기반 스마트 물류시스템 도입

2021년 김포에 위치한 ‘GS리테일 프라임센터’가 본격적으로 가동되면서 스마트 물류를 향한 교두보를 마련하여 ‘GS Fresh Mall’, ‘달리살다’ 등 GS리테일이 운영하는 대표적인 디지털커머스의 배송 서비스를 전담하고 있습니다. GS리테일은 첨단 자동화 설비 구축을 위해 총 300억원을 투자했으며 물류 전문가로 구성된 풀필먼트 조직을 신설하여 스마트 물류 체계 구축에 박차를 가하고 있습니다. 해당 센터에 적용된 고성능 피킹 방식인 GTP 피킹 시스템(Goods to Person Picking)은 기존 대비 약 3배 이상의 작업 속도를 높였으며, 작업자가 상품을 찾아 움직일 필요없이 상품이 작업자를 찾아오는 혁신적인 피킹 방식으로 작업자의 노동 강도 또한 획기적으로 낮췄습니다.

이 밖에도 재고 보관 자동 창고, 출고 자동 창고와 고회전 자동 보충 시스템 등 상품 입고에서부터 하차, 적치, 보관, 피킹, 포장 및 분류, 상차까지 첨단 물류 시스템을 적용하여 고객 주문 처리 능력을 획기적으로 향상시키며 해당 센터의 전체적인 생산성이 기존 대비 200% 이상 향상되었습니다. 또한 기존 센터 대비 약 2배 이상 확대 운영됨에 따라 고객에게 더욱 다양한 상품을 선보이고 있고, 식품의 선입 선출과 유통기한 통제 관리가 자동화되면서 이에 따른 보관 상품 폐기 및 파손율도 축소되었으며, 상품 피킹이 완료된 고객 배송 박스가 컨베이어를 타고 이동 중 자동으로 중량이 측정돼 검수되는 시스템(중량 측정 검수 시스템)이 적용되어 오피킹으로 인한 고객 재배송도 현격히 줄었습니다.



Sustainability Strategy

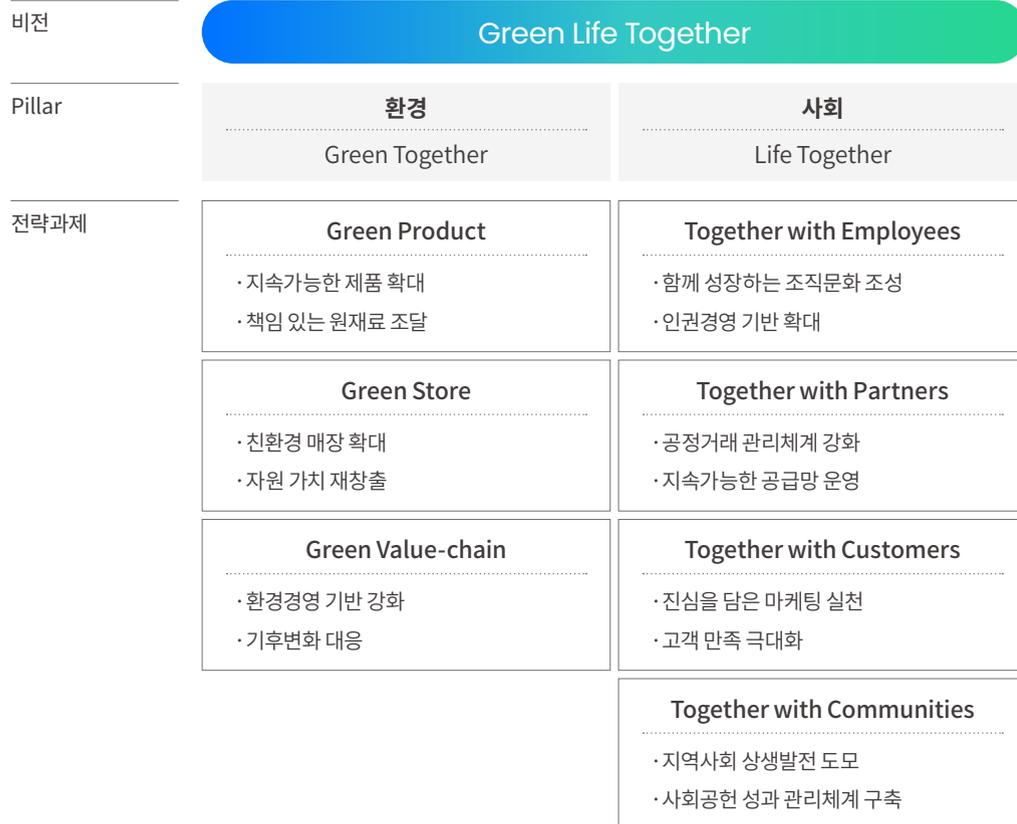
15	GS리테일 ESG 전략
16	Sustainable Value Chain
17	중대성 평가
18	경영 접근 방식
19	2021 Special Issues
	Issue 1. 지속가능제품
	Issue 2. 차별화된 고객 가치
	Issue 3. 사회적 책임 및 역할
20	이해관계자 커뮤니케이션



GS리테일 ESG 전략

중장기 ESG 전략

GS리테일은 단순한 재무적 성과뿐만 아니라, 장기적 관점에서 지속가능한 가치 창출을 이뤄내기 위하여 2021년 새로운 ESG 전략체계를 수립하였습니다. 'Green Life Together'라는 지속가능경영 중장기 비전 아래, 이를 실현하기 위한 환경·사회 2대 Pillar (Green Together, Life Together)와 균형있는 7개의 전략과제를 선정하였습니다. 앞으로 GS리테일은 성공적으로 ESG 전략과제를 추진하고 지속가능경영을 경영 전반에 내재화할 수 있도록 기반을 마련하고, 이행 현황과 지속가능한 경영 성과를 모든 이해관계자들과 투명하게 소통할 것입니다.



ESG 추진 성과

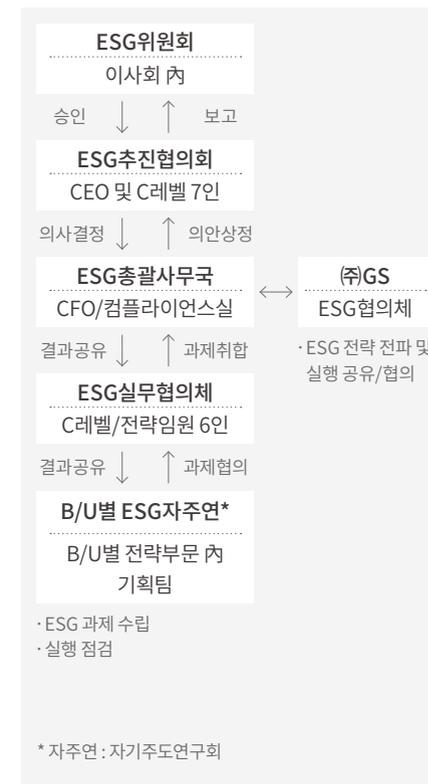
GS리테일은 2021년 국내 대표 평가기관인 한국기업지배구조원의 ESG 평가에서 통합 A등급을 획득하였습니다. 세부적으로 환경, 사회, 지배구조 부문에서 모두 A등급을 받았습니다. 이는 작년 (종합 B등급) 대비 두 단계 상승한 등급으로서 GS리테일의 꾸준한 ESG 경영을 위한 노력의 결과입니다.

뿐만 아니라 대기업과 중소기업 간 동반성장을 촉진하기 위해 평가되는 동반성장지수에서 2년 연속 '최우수' 등급을 획득하며 다년간 경영주와 축적해온 신뢰관계를 인정받았으며, 거래처와의 모범적인 거래 문화를 선도하고 있습니다.

ESG 추진 조직

지속가능한 경영을 효과적으로 실천하기 위하여 이사회 산하에 ESG위원회를 운영하고 있습니다. ESG위원회는 환경, 사회, 지배구조와 관련된 회사의 주요 결정사항을 검토하고 승인함으로써 전사 ESG 리스크를 관리하고 있습니다. 또한 주요 경영진으로 구성된 ESG추진협의회에서 전사 경영전략과 연계된 ESG의 방향성을 제시하고 월 1회 이상 정기적인 회의를 통해 주요 현황과 이슈를 논의하고 있습니다. 특히, 컴플라이언스실이 총괄사무국으로서 ESG 평가 대응 및 임직원 ESG 교육을 담당하고 있습니다. 나아가 ESG추진협의회에서 의사결정된 사항들을 ESG실무협의체에 공유하며 이행을 위한 자문을 제공하는 등 이해관계자들의 소통 창구 역할을 수행하고 있습니다.

ESG실무협의체에서는 각 B/U별로 성공적으로 과제를 이행할 수 있도록 실행 상황을 점검하며 실적을 관리합니다. 특히 여러 B/U로 구성된 GS리테일의 비즈니스 모델을 고려하여, 각 B/U별 ESG자기주도연구회('자주연') 운영을 통해 과제 이행 진척도를 점검하고 신규 안건들을 발굴합니다. 자주연은 또한 자체적인 스터디를 통해 실무 단계에서의 ESG 역량을 자체적으로 강화해 ESG 경영에 대한 임직원의 내재화를 진행하고 있습니다.

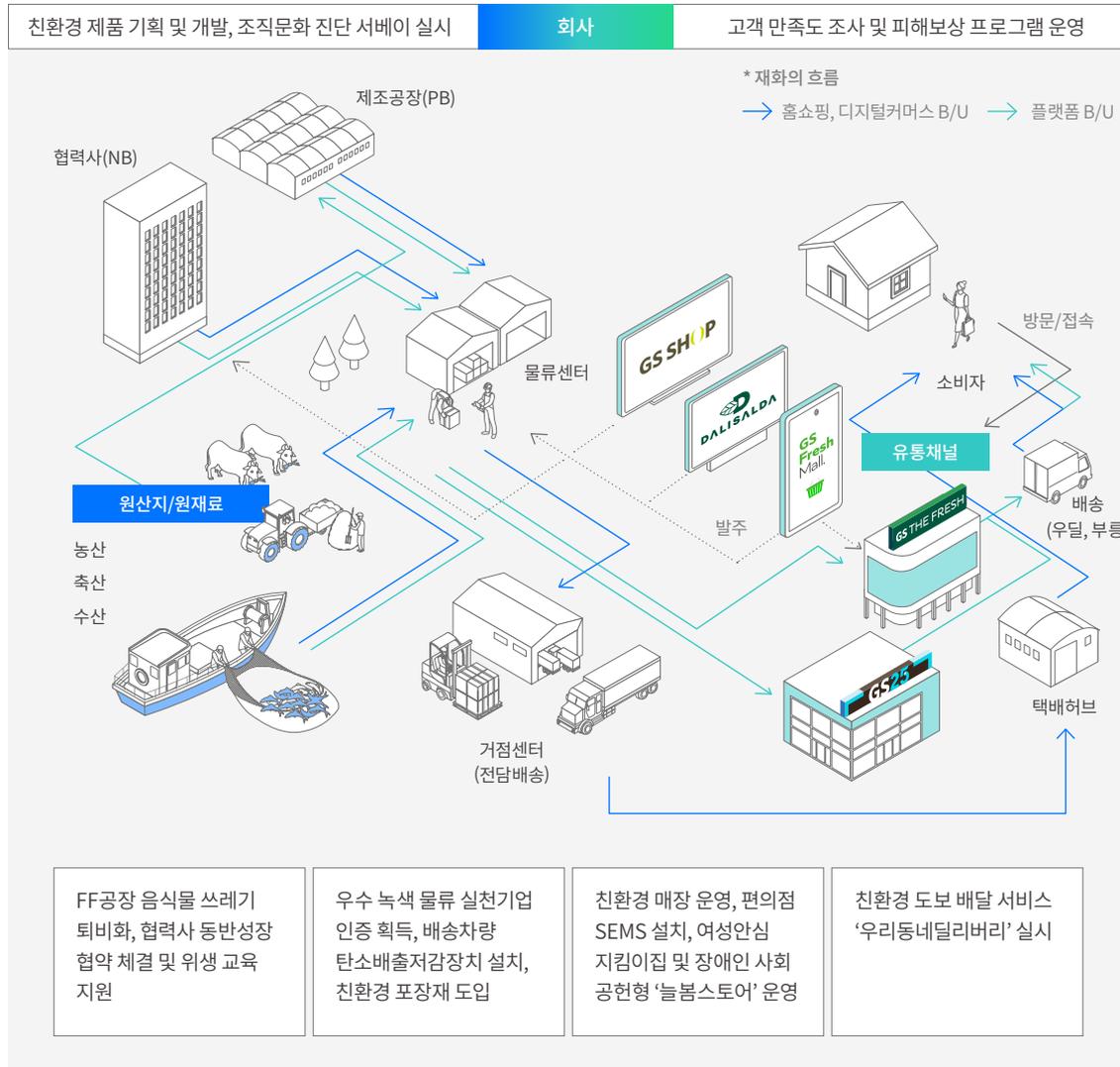


Sustainable Value Chain

GS리테일은 생산 및 제조, 유통, 매장 운영 등 기업의 모든 활동에 걸쳐 환경과 사회에 미치는 부정적인 영향을 최소화할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다. 기업 활동에 투입되는 자본을 통해 Value Chain의 전 과정에서 창출된 경제·환경·사회적 가치를 이해관계자에게 분배함으로써 지속가능경영을 실천하고 있습니다.

(2021년 12월 말 기준)

투입 자본 및 자원	
재무 및 경제자본	
시가 총액	3조 1,834억원
종속 기업 수	17개
GS25 매장 수	15,499점
GS THE FRESH 매장 수	341점
인적자본	
임직원 현황(남/여)	
편의점	슈퍼
1,813명 / 595명	920명 / 2,010명
홈쇼핑	개발, 공통 및 기타
622명 / 447명	662명 / 779명
사회관계자본	
사회공헌 투입 금액	48억원
자연 및 환경자본	
환경경영시스템 (ISO14001) 인증 획득	
환경 투자 금액	5,534백만원



(2021년 12월 말 기준)

가치 창출	
재무 및 경제자본	
매출액	9,765억원
영업이익	2,085억원
신용평가 (한국기업평가 기준)	AA
인적자본	
1인당 교육 시간	59시간
1인당 교육 비용	528,102원
사회관계자본	
임직원 총 봉사인원	1,405명
수혜 인원	4,708명
수혜 업체	174개사
자연 및 환경자본	
SEMS 설치	
에너지 절감비용	에너지 절감량
5,396백만원	4,530MWh

1) FF : Fresh Food(신선식품)
 2) SEMS : Smart store Energy Management System(스마트스토어 에너지 관리 시스템)

중대성 평가

GS리테일은 사업과 관련된 지속가능경영 이슈를 식별하고 전사 경영 전략 및 목표에 반영하기 위해 중대성평가를 실시하였습니다. 내·외부 현황 및 이슈를 검토하여 이슈를 구성하였으며, 사회적 관심도와 비즈니스 영향도를 종합 평가하여 회사가 중점적으로 관리해야 하는 10개의 중대 이슈를 선정하였습니다. 향후 정기적으로 중대성평가를 실시하며 환경, 사회 및 지배구조 이슈를 평가하고 중대 이슈들을 집중적으로 관리해나갈 예정입니다.

중대성 평가 프로세스

Step 1. 이슈플 구성

GS리테일을 둘러싼 내·외부 현황 및 이슈를 검토하여 23개 이슈플을 구성하였습니다

외부 환경 분석	<ul style="list-style-type: none"> · 국내외 이니셔티브 검토 (MSCI, SASB, KCGS) · 미디어 리서치 (GS리테일 관련 기사 5,784건 분석) · 산업 벤치마킹 (동종 산업 9개사 선정)
내부 환경 분석	<ul style="list-style-type: none"> · 2021년 경영 전략 · 이사회 및 ESG 위원회 안건 · CEO Letter

Step 2. 중대성 평가 수행

23개 이슈를 대상으로 내·외부 이해관계자들의 사회적 관심도와 비즈니스 영향도를 파악하였습니다.

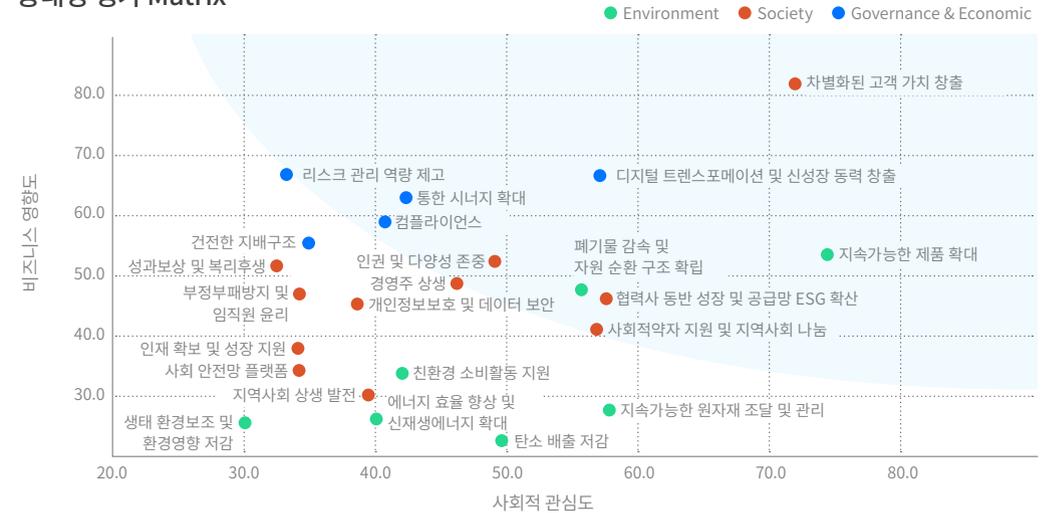
사회적 관심도	<ul style="list-style-type: none"> · 외부 이해관계자(협력사, 고객, ESG 전문가) 설문조사 (2021.12.07 ~ 2021. 12.13) · 글로벌 이니셔티브 분석 (GRI, SASB, MSCI, KCGS, ISO26000, UNGC, SDGs) · 산업 벤치마킹, 미디어 리서치 등 사회적 관심도 점수화 반영
비즈니스 영향도	<ul style="list-style-type: none"> · 내부 이해관계자(임직원) 설문조사 (2021.12.07 ~ 2021. 12.13) · 내부 지속가능경영 이슈 점수화 반영

Step 3. 중대 이슈 선정

23개 이슈에 대해 사회적 관심도와 비즈니스 영향도를 종합 평가하여 상위 10개의 중대 이슈를 선정하였습니다. 또한 환경, 사회, 경제 및 지배구조 각 영역별 중대 이슈를 정의하고 보고서에 반영하였습니다.

Environment	Social	Governance
<ul style="list-style-type: none"> · 지속가능한 제품 확대 · 폐기물 감축 및 자원 순환 구조 확립 	<ul style="list-style-type: none"> · 협력사 동반성장 및 공급망 ESG 확산 · 인권 및 다양성 존중 · 사회적 약자 지원 및 지역사회 나눔 	<ul style="list-style-type: none"> · 차별화된 고객 가치 창출 · 디지털 트랜스포메이션 및 신성장 동력 · 통합 시너지 확대 · 컴플라이언스 · 리스크 관리 역량 제고

중대성 평가 Matrix



순위	이슈	상세 순위		순위	이슈	상세 순위	
		사회적 관심도	비즈니스 영향도			사회적 관심도	비즈니스 영향도
1	차별화된 고객 가치 창출	2	1	12	건강한 지배구조	17	12
2	지속가능한 제품 확대	1	2	13	지속가능한 원자재 조달 및 관리	3	13
3	디지털 트랜스포메이션 및 신성장동력 창출	6	3	14	성과보상 및 복리후생	22	14
4	통합 시너지 확대	12	4	15	개인정보보호 및 데이터 보안	16	15
5	협력사 동반성장 및 공급망 ESG 확산	4	5	16	부정부패방지 및 임직원 윤리	20	16
6	폐기물 감축 및 자원 순환 구조 확립	7	6	17	친환경 소비활동 지원	11	17
7	컴플라이언스	13	7	18	인재 확보 및 성장 지원	19	18
8	인권 및 다양성 존중	9	8	19	탄소 배출 저감	8	19
9	리스크 관리 역량 제고	21	9	20	사회 안전망 플랫폼	18	20
10	사회적약자 지원 및 지역사회 나눔	5	10	21	지역사회 상생발전	15	21
11	경영주 상생	10	11	22	에너지 효율 향상 및 신재생에너지 확대	14	22
				23	생태 환경보호 및 환경영향 저감	23	23

경영 접근 방식

Core Issue	이슈 정의	이슈 선정 이유	관리 방안	보고 페이지	보고 경계
차별화된 고객 가치 창출	제품 품질 개선 및 차별화된 고객 경험 제공, 적극적인 고객 소통 등을 통한 고객 만족 극대화	고객의 니즈에 부합하는 제품 및 서비스 제공을 통한 고객 만족도 증진 및 시장에서의 우위 위치 확보 필요	고객·빅데이터 분석을 강화하고, 고객 니즈를 지속 발굴, 환경·사회적 가치를 고려한 상품 및 서비스를 개발	19, 25	고객, 주주
지속가능한 제품 확대	안전하고 건강한 제품 뿐만 아니라 친환경 제품을 시장에 공급함으로써 지속가능한 생산 및 소비에 기여	지속가능한 제품에 대한 시장의 요구 및 소비자의 관심 증대, 원재료의 지속가능성에 대한 규제 강화 추세	대내·외 친환경 인증 상품 및 패키지 개선에 대한 기준을 포괄한 지속가능제품 체계를 정립 및 운영	19, 24	고객, 주주
디지털 트랜스포메이션 및 신성장동력 창출	디지털 전환을 통한 일하는 방식 및 사업관련 혁신, 기존 사업영역 외 포트폴리오 및 새로운 사업영역 진출	디지털 기반의 운영 혁신을 통한 고객의 편의성 및 판매 역량 강화, 신사업 발굴을 통한 비즈니스 기회 확대 필요	신성장 동력 창출을 위한 디지털 트랜스포메이션 임직원 역량 강화 및 신사업 발굴에 대한 노력 지속	13	임직원, 주주
통합 시너지 확대	B/U(Business Unit)별 기존 사업 간 통합을 통한 시너지 창출	2021년 GS리테일과 GS홈쇼핑 합병 이후 온·오프라인 통합 서비스 확대를 통한 시장 경쟁력 강화 필요	고객의 경험을 연결하는 채널 간 연계는 물론 고객 통합을 통한 다양한 서비스 접점의 확대를 진행	13	임직원, 주주
협력사 동반성장 및 공급망 ESG 확산	대기업과 중소기업 간 동반성장을 촉진, 협력사 ESG 역량 강화를 위한 지원 강화	다양한 협력사와 함께 일하는 유통사 특성 상 협력사와의 상생은 지속가능경영에 필수 요소	협력사 교육 및 컨설팅 지원 등을 통한 ESG 역량 강화는 물론, ESG 평가와 인센티브 제공 진행	40~43	협력사
폐기물 감축 및 자원 순환 구조 확립	폐기물의 적정 처리를 통해 자연환경에 미치는 영향 최소화, 자원 재활용을 위한 순환 구조 확립	음식물 쓰레기, 플라스틱 포장재 등 폐기물 절감에 대한 사회적 요구 증대	음식물쓰레기의 친환경적 처리방식 도입 및 폐기물 저감에 대한 실행은 물론 자원 선순환을 확대할 계획	29	지역사회
컴플라이언스	사업 운영 시 관련 국내의 규제 준수 및 공급망의 공정한 거래 질서 확립	온라인 유통시장에 대한 규제 강화 등 유통사에 대한 국내의 컴플라이언스 규제 대응 필요	기업 운영에 필수가 되는 각종 규제 및 법규에 사전 대응 할 수 있도록 컴플라이언스 체계를 갖추어 대응	44, 62, 63	정부, 주주
인권 및 다양성 존중	기본권 침해를 방지하고 인권을 존중하는 근무여건 조성, 인종·성별·종교·기타 소수자 등에 대한 다양성 보장	인권과 다양성을 존중하는 근로환경 조성에 대한 중요성이 커지고 있으며 임직원 역량 발휘를 위한 환경 조성을 위한 핵심 요소	인권경영방침 수립 및 인권영향평가를 실행하고 있으며, 평가를 통한 개선안 수립 및 운영	35	임직원, 지역사회
리스크 관리 역량 제고	재무 및 비재무 리스크 관리 역량을 강화하여 위기 요인 관리 및 예방	변동성이 높아진 기업환경 속에서 리스크를 선제적으로 파악함으로써 기업 활동의 연속성을 확보하고 조직의 탄력성 구현 필요	리스크 대응 체계 수립 및 대응은 물론 이사회 보고 등 거버넌스를 구축하고 체계적 대응	64	임직원, 주주
사회적 약자 지원 및 지역사회 나눔	소외계층과 사회적 기업의 상품개발 및 판로개척 지원, 소외계층 일자리 창출, 사회공헌 운영 및 평가 시스템 수립	플랫폼 사업의 인프라를 활용하여 지역 사회를 위한 공익적 역할 수행하고 지역사회와의 시너지 창출 필요	UN SDGs와 연계한 체계적인 사회공헌 활동을 계획하고 실질적인 지원이 되는 지원 및 나눔 활동 지속	19, 56	고객, 지역사회

2021 Special Issues

2 차별화된 고객 가치



힙(HIP)해진 GS25, 갓생기획

하루하루 최선을 다해 살아가는 MZ세대와 소통하고 공감대를 형성하기 위해 팀원 전원이 MZ세대로 이루어진 '갓생기획' 프로젝트를 출범하였습니다. 카페노티드 등과 협업하여 감성적 디자인과 차별화된 맛으로 MZ세대에 마음을 사로잡으며 큰 인기를 끌고 있습니다.

구독경제서비스

GS25는 카페, 도시락, 생리대 등의 구독경제서비스를 제공하고 있으며, 최근 MZ세대를 공략한 맥주구독보험을 출시하며 유통가트렌드센터 역할에 앞장서고 있습니다.

AI기술, 미래형점포

디지털 데스크와 스마트 키오스크를 기반으로 인공지능(AI) 은행원, 바이오인증 등 첨단 기술을 접목한 혁신점포를 스텝인샵(shop in shop) 형태로 운영하고 있습니다.



1 지속가능 제품



GS리테일은 2021년 다양한 지속가능한 제품들을 출시했습니다. 기존 제품 대비 환경에 미치는 영향도 적고 인체에도 무해한 지속가능한 제품들을 앞으로 더 활발히 개발하고 확대해 나갈 것입니다.

GS리테일은 PB(자체브랜드) 상품 무라벨 생수 '유어스DMZ맑은샘물'을 출시하였습니다. 해당 상품 판매로 2021년 약 4.6톤의 비닐 폐기물을 절감하였습니다. 또한 고객들이 더욱 편리하게 빈 페트병을 분리배출하도록 기여하고 있습니다. 히트 상품인 '오모리김치찌개라면'을 비롯하여 총 8종 PB상품의 포장재를 분리수거와 재활용이 가능한 소재로 변경하였습니다. 상품에는 그린세이프 디자인을 적용하여 친환경 포장재가 적용됐는지 쉽게 확인이 가능하도록 하였습니다. GS25에 자연 분해가 되는 친환경 봉투를 도입했습니다. 환경부 환경표지 인증을 획득한 이 봉투는 100% 생분해되는 원료로 제작되어 탄소배출 저감에 크게 기여합니다.

GS리테일은 소비자들이 지속가능 제품을 쉽게 살펴보고 구매할 수 있는 '달리살다' 온라인 플랫폼을 운영하고 있습니다. 유기농 인증, 비건 인증 등 지속가능 기준에 따른 제3자 인증을 획득한 제품들을 선보이고 있습니다.



3 사회적 책임 및 역할



사회공익플랫폼

GS리테일은 아동 및 여성 안전, 시민 구조, 미아방지, 치매어르신 보호 등의 활동을 하며 오프라인 점포의 사회 안전망 역할을 수행하고 있으며, 최근 이슈가 되고 있는 구글기프트카드 피싱 예방을 위해 가맹경영주들과 함께 적극 노력하며 공익플랫폼으로서 역할을 더욱 강화해 나가고 있습니다.



사회공헌형 점포

GS리테일은 사회적 약자와 취약계층의 자립지원을 위해 사회공헌형 점포를 운영하고 있습니다. 내일스토어 운영을 통해 사회취약계층 자활을 위한 일자리를 창출시키며, 늘봄스토어를 통해서도 장애인 취업과 자활을 지원합니다. 시니어스토어는 노인들에게 일할 수 있는 기회를 마련하며, 청년드림스토어는 취약계층 청년들의 자립을 위한 일자리를 제공하고 있습니다.



이해관계자 커뮤니케이션

이해관계자 정의 및 커뮤니케이션

GS리테일은 임직원, 고객, 경영주, 파트너사, 지역사회, 주주, 정부·지역자치단체·NGO를 주요 이해관계자로 정의하고, 이해관계자별 주 커뮤니케이션 이슈들을 관리하고 있습니다. 다양한 커뮤니케이션 채널을 통해 이해관계자들의 의견을 수렴하고 당사의 주요 계획과 활동을 적극적으로 공유하고 있습니다. 나아가 이해관계자들의 의견을 GS리테일의 중장기 전략에 반영할 계획입니다.

구분	임직원	고객	경영주(가맹점주)	협력사/파트너사	지역사회 및 정부·NGO간담회	주주
커뮤니케이션 채널	<ul style="list-style-type: none"> · 익명 소통채널 '동수, 아리' (전국 영업조직이 있는 편의점, 슈퍼) · 임직원 게시판 및 사보 · 현직 조직문화 담당의 고충 청취 · 익명제보시스템: CEO에게 말한다, 레드휠슬 · 타운홀 미팅, 노사협의회 	<ul style="list-style-type: none"> · CEO에게 말한다 및 고객의 소리 (사업부별 콜센터 및 홈페이지) · 고객만족설문 및 참여형 이벤트 · GS25 영마켓터 등 고객 자문단 · 홈페이지 및 SNS 채널 (유튜브, 인스타그램, 제페토) · 전화 및 모바일/PC 1:1 상담 (홈-24시간 운영) · GS SHOP 고객 간담회 (온라인 인터뷰) 및 고객 의견조사 	<ul style="list-style-type: none"> · 창업설명회 및 경영주 교육 · 경영주협의회, 발전위원회, 자율분쟁조정위원회 · 카카오톡 플러스친구-GS25햇보지니 (경영주, 스토어매니저와의 소통플랫폼) · 경영주매거진 (점포 운영관련 정보 및 소통 채널) 	<ul style="list-style-type: none"> · CEO에게 말한다 · 익명제보시스템: 레드휠슬, 윤리경영 핫라인, 정도경영/파트너사 목소리 · 동반 성장을 위한 주기적 간담회 등 진행 	<ul style="list-style-type: none"> · 지역사회 민원 수렴 · 지자체 및 지역 관공서 협의회 · 동반성장 간담회, ESG 간담회, 을지로위원회 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 주주소통담당이사 · 주주총회 · IR 공시(기업 홈페이지, DART)
커뮤니케이션 내용	<ul style="list-style-type: none"> · 소통 활성을 통한 상호간의 이해 증진 · 자유로운 의견제안 통한 수평적 조직문화 정착 · 임직원 권리 보호 · 공정한 평가와 보상 · 일과 삶의 균형 유지 · 행복하고 안전한 일터 만들기 	<ul style="list-style-type: none"> · 신속한 고객의견 청취 및 불만 처리 · 고객의 제안/문의사항 유관부서 전달 및 답변 확인 · 주요 접수 내용에 대한 이슈 발굴 및 인사이트 제공 · 내·외부 제보(조직가치 위반 및 불공정 사례, 직장내 괴롭힘, 성희롱)에 대한 사실 확인 및 결과 보고 · 책임있는 제품 및 서비스의 제공 · 고객의 니즈 파악 및 공감을 주는 마케팅 	<ul style="list-style-type: none"> · 지속적인 상생 방안 모색 · 경쟁력있는 상품 및 서비스의 제공 · 실질적인 점포 운영 지원 활동 · 소통을 통한 고충 청취 및 개선 · 우수 경영주 선발 및 소개를 통한 자긍심 향상 기여 	<ul style="list-style-type: none"> · 동반성장을 위한 상생 가치 창출 · 공정거래 문화 조성 · 지속가능한 기술 전파, 판로개척 등 역량강화 및 지원 	<ul style="list-style-type: none"> · 지역경제활성화 · 지역 환경영향 저감 및 사회적 책임 활동 (동반성장 및 상생 등) 	<ul style="list-style-type: none"> · 경영 성과 및 주주가치 극대화 · 건전하고 지속가능한 지배구조 운영 · 윤리경영 및 통합 리스크 관리

Sustainability Progress

22 Environment

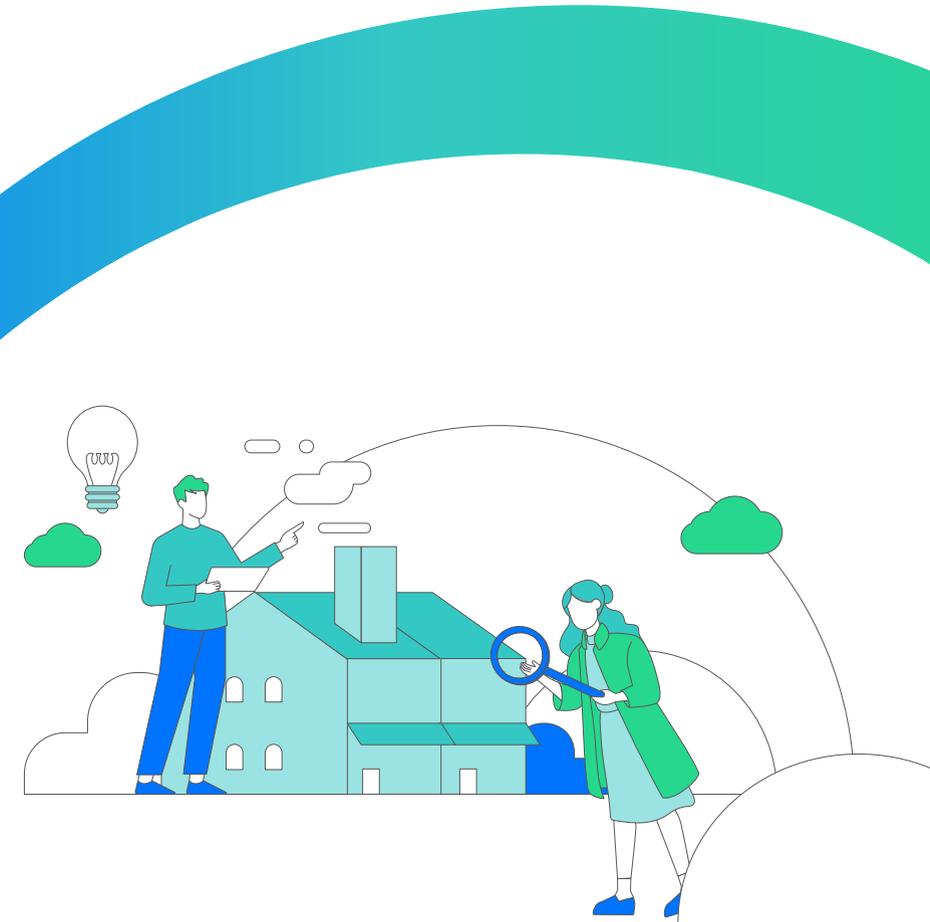
- 22 환경경영 관리 체계
- 24 Green Product
- 26 Green Store
- 30 Green Value Chain

33 Society

- 33 Together with Employees
- 40 Together with Partners
- 46 Together with Customers
- 53 Together with Communities

59 Governance

- 59 투명한 지배구조
- 62 윤리경영
- 64 리스크 관리



Sustainability Progress

Environment

GS리테일은 고객의 소비 최접점에 있는 온·오프라인 종합 유통 플랫폼으로써 고객이 경험하는 모든 밸류체인의 환경 영향요인을 파악하고 저감하기 위해 노력합니다.

친환경 인증 상품 및 녹색매장의 확대와 더불어, 녹색물류를 구현하고자 최선을 다하며 환경경영 역량강화를 위한 교육을 강화하고 있습니다.

또한, 고객·경영주·파트너사와 함께하는 환경 보호 활동을 통해 공감하고 실천하는 환경경영을 전개하고 있습니다.

SEMS 설치 점포 수

11,241 점



녹색매장 수

3 점



녹색물류 인증

획득



환경경영 관리 체계

환경경영 기반 강화

환경경영 방침

GS리테일은 경영활동 전반에 걸쳐 발생가능한 환경영향도를 최소화하여 환경을 보호하고, 유통사로서의 사회적 책임을 다하고자 환경경영의 기반이 되는 환경 방침을 수립했습니다.

GS리테일 환경경영 방침



환경관련 법령 준수

환경관련 법령을 준수할 수 있도록 주기적인 모니터링 및 임직원 교육을 진행하여 발생가능한 리스크를 최소화 하고 있습니다.



환경 성과의 체계적 관리

의사결정 과정에서 환경을 최우선으로 생각하며 환경 경영시스템이 체계적으로 관리되도록 최선을 다합니다.



에너지 저감 및 폐기물 관리

본사를 비롯한 매장에서 에너지의 효율적 사용방안을 모색하고 확대하며, 폐기물 재사용 및 축소를 통해 환경 영향을 축소하겠습니다.



친환경 제품의 확대

유통사로서 고객이 손쉽게 친환경 상품을 접할 수 있도록 친환경 상품의 정의 및 확대를 지속하겠습니다.



환경정보공개

관계 법령에 따라 환경 정보를 대중에 공개하여 투명한 환경경영을 실천합니다.

환경경영 인증

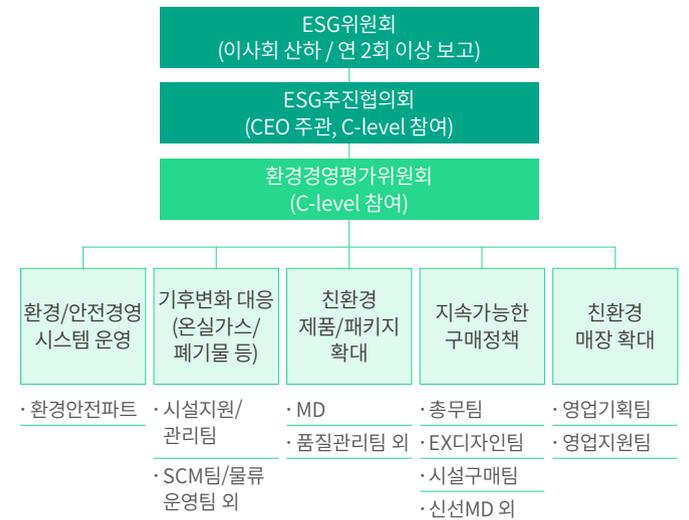
GS리테일은 2021년 5월 환경경영체제에 관한 국제표준인 ISO14001을 획득했습니다.



전사 밸류체인상의 환경영향 요인을 규정하고 관리하고 있으며, 나아가 저감 활동을 위한 노력 까지 지속하고 있습니다. 또한, 내부심사원 육성을 통해 환경관련 추진계획 및 실행조치에 대해 점검하고 매년 환경경영시스템이 체계적으로 유지될 수 있도록 점검하고 있습니다.

환경경영 전담조직

환경경영의 체계적인 실행을 위해 환경안전 전담부서를 신설하였으며, 환경영향 저감 및 환경경영 실행을 위한 실무부서를 정의하고 역할을 부여하였습니다. 또한, 환경경영 평가위원회를 개최하여 환경경영 활동에 대한 진행사항 등 현황관리와 평가를 진행합니다. 환경경영 평가위원회의 진행내용은 ESG추진협의회(CEO주관) 및 ESG위원회(이사회 산하)에 진행사항을 보고하도록 환경경영 거버넌스를 구축하였습니다.



임직원 환경 인식 제고

환경 캠페인

GS리테일은 임직원의 환경 인식 제고를 위해 환경 캠페인을 실시하고 있습니다. 특히 문래동에 위치한 강서 사옥의 경우 일회용 종이컵을 사용하지 않고 머그컵을 사용하도록 하고 있습니다. 특히 임직원의 캠페인 참여를 독려하기 위해 사내 커피숍에서 머그컵을 사용하여 커피 구매 시 할인 혜택을 제공하고 있습니다. 또한 한달에 한번 GS E(Earth) day를 운영하여 머그컵 사용 참여를 적극 독려하고 있습니다.



임직원 환경 교육

GS리테일은 임직원의 환경 인식 제고를 위해 Micro-learning 활용 및 외부 전문가사를 초빙하여 강의를 진행하고 있습니다. 특히, 최신 트렌드에 맞는 환경교육을 지속 업로드 하고 있으며, 年 1회 ESG 전문가사를 초빙하여 유통업계 ESG 이슈 및 행동지침에 대한 교육을 진행하는 등 적극 기여하고 있습니다.

환경경영 실천 및 목표

2021년 주요 환경경영 활동의 경우, 지속가능경영 슬로건인 'Green Life Together'를 바탕으로 도출한 환경 분야의 3가지 전략과제 (① Green Product / ② Green Store / ③ Green Value-chain)를 중심으로 기후변화 대응 및 제품, 매장 관련 친환경 활동에 주력하였습니다. 또한, 당사가 인증받은 ISO14001의 환경경영시스템에 따라 연 1회 내부심사를 진행하여 체계를 점검하고 개선해 가고 있습니다. 환경 관련 C-Level 임원의 KPI에 환경 분야 평가 등급을 연계하여 환경경영 활동을 선도하고자 노력하고 있습니다. 2022년에도 환경경영활동을 선도할 수 있도록 GS리테일은 최선을 다하겠습니다.

구분	2021년 주요 목표	2021년 주요 실적	2022년 계획
Green Value-Chain			
환경경영 기반 강화	· 환경경영 컨트롤타워 구축 · 친환경 관련 투자/사회공헌 확대 및 이행 모니터링	· 환경경영 체계 및 거버넌스 구축 · 친환경 연계 사회공헌사업 실행 · 환경경영평가위원회를 통한 이행 모니터링 · 환경경영관련 임직원 교육 및 내재화 활동 진행	· 친환경 연계 사회공헌 사업 추진 · 환경 제조 소셜 벤처 교육 및 창업 지원 · 바자회 및 물품기부 · Upcycling 캠페인 등
기후변화대응	· 온실가스 배출현황 관리 · 온실가스 감축 노력 및 목표 수립 · 전사 녹색물류 관리체계 수립	· Scope 1, 2 온실가스 배출현황 파악 및 관리 · 녹색물류 인증 획득 · 온실가스 감축 노력 진행 - 지하주차장 LED조명 교체 - 무선마이크 충전식 변경 - 친환경 소모품 도입 (아이스팩, 포장재 등) - 우밀(도보배달 서비스) 활성화를 위한 시스템 개발 및 투자	· (사옥/매장) 탄소배출 저감 - 공조주장비 저녹스 버너 교체 - LED등 교체 - 사옥 비품 집기 및 매장 친환경 소모품 도입 - 홈쇼핑 방송 스튜디오 디지털(친환경) 스튜디오로 전환 · (물류) 친환경 소모품 사용 확대 · (물류) 친환경 도보배달 활성화
Green Product			
지속가능제품 확대	· 지속가능제품 매출 목표 수립 및 관리 · 지속가능제품 확대	· 지속가능제품의 체계구축 · 친환경 인증 제품 및 패키지 개선 등 지속가능제품 분류	· 지속가능제품 DB구축 · SKU 및 매출 확대 방안 수립 · 친환경 인증 제품 확대 및 상품/배송 패키지 개선
책임있는 원재료 조달	· 인증 원재료 현황 파악 및 중장기 목표 수립 · 원산지 이력 시스템 구축	· 원재료를 포함한 지속가능 구매정책 수립 · 인증 원재료 현황파악 · 원산지 이력시스템 기존 현황 파악 및 확장여부 검토	· 지속가능 구매 실행
Green Store			
친환경 매장	· 매장 탄소절감 프로그램 도입 (신재생 에너지, SEMS 등)	· 친환경 녹색매장 시범 도입(등두천 송내점) · 친환경 점포 홍보 콘텐츠 및 홍보물 제작 · 편의점 및 슈퍼 SEMS 1만 1천여점 설치 및 운영	· 친환경 매장 확대(편의점) · 에너지 절감 매장 전환(슈퍼)
자원가치 재창출	· 음식물 쓰레기 저감 및 재활용 확대 · 파트너쉽 기반 자원 선순환 프로그램 개발	· GSE-DAY 운영 · 편의점 FF 편변경으로 인한 음식쓰레기 폐기물 저감 · 블랙야크 MOU를 통한 페트병 자원선순환 · 카페25 커피찌꺼기 재활용 인센스 배포 · 유니폼 업사이클링을 통한 반려동물 굿즈 제작	· 편의점 음식물 처리기 신규 도입 추진 · 슈퍼 무인공병 회수기 추가 도입 추진 · 월 1회 GSE-DAY 운영 · 임직원 분리수거 캠페인

Green Product

지속가능한 제품

자원낭비와 환경오염을 줄이고 인체에 유해한 영향이 없는 지속가능한 제품에 대한 여러 이해관계자들의 관심과 요구가 증가하고 있습니다. 이러한 사회적 요구를 만족하고 제품의 제조, 유통 등 전 과정에서 환경에 미치는 영향을 최소화하기 위해 GS리테일은 적극적으로 지속가능한 제품을 개발하고 확대해 나가고 있습니다.

지속가능 제품 정의 및 개발 프로세스

GS리테일은 취급하고 있는 제품 중 제품 본연의 특성 혹은 패키징에 대해 지속가능 기준에 따른 제3자 인증을 획득한 제품을 지속가능한 제품으로 정의하고 있습니다. 다른 제품에 비해 제품의 원재료, 패키징, 또는 제품의 전 생애주기에서 발생하는 환경영향이 적고, 이를 증명하는 제3자 인증을 획득한 제품들이 해당됩니다.

상품과 패키징에 대한 인증을 취급품목에 따라 개별적으로 관리하고 있으며, 관계법령에 근거하여 공식적으로 인정받는 친환경 인증을 최우선으로 하고 있습니다. 국내 대표적인 친환경 인증인 환경표지 및 탄소발자국 인증 뿐만 아니라 국외 권위 있는 인증들도 제품의 지속가능성 여부 판단에 고려하고 있습니다.

GS리테일 인증 기반 친환경 제품 관리체계

구분	취급 인증
상품	농식품부 유기농, 무농약, 무항생제 인증 등
	환경부 녹색인증, 환경표지, 저탄소 인증 등
	해수부 유기수산, 유기가공, 무항생제 인증 등
국외	FSC, MSC, ASC, EU Ecolabel 등
패키지	환경표지, 녹색인증, 저탄소제품 인증 등

지속가능 제품 개발 프로세스



지속가능 제품 확대

지속가능 제품 관리 시스템 구축

당사는 지속가능 제품 유통 강화와 소비자들의 친환경 소비 증대를 위해 많은 노력을 기울이고 있습니다. 유통 제품의 국내외 친환경 인증 여부를 체계적으로 관리하고 있으며, 2022년에는 친환경 인증 상품 관리 시스템을 구축하여 보다 체계적으로 지속가능한 제품 품목과 매출을 관리함으로써 지속가능 제품을 확대하도록 하겠습니다.

그린세이브

그린세이브(Green Save)는 GS리테일의 친환경 경영과 관련된 모든 활동을 지칭하는 GS리테일의 친환경 활동 통합 아이덴티티입니다. 2019년 7월부터 그린세이브 엠블럼을 제작해 지속가능 제품에 적용시킴으로써 그린 컨슈머와 적극적으로 소통해오고 있습니다.

현재는 친환경 인증 획득 또는 패키징의 친환경성 등을 개선한 제품 대상으로 내부 기준에 의거하여 그린세이브 마크를 적용하고 있으며, 그린세이브 상품의 확대를 통하여 환경 보호에 기여해 나가겠습니다.



그린세이브

구분	취급 인증
캠페인	친환경 캠페인 또는 친환경 매장 관련 활동 등
제품	지속가능 제품 친환경 인증을 획득한 원재료를 사용한 제품 등
패키지 개선	친환경 인증 받은 재질, 접착제, 잉크 등 사용, 쓰레기 줄이기 위해 불필요한 포장물 제거/축소, 재활용이 용이한 단일 재질로 변경, 재활용 분리가 쉽도록 포장타입 변경 등

책임 있는 원재료

지속가능한 구매 정책

GS리테일은 온·오프라인을 연계하는 라이프스타일 플랫폼으로서, 소모품의 구매과정을 비롯해 유통되는 원재료 조달과정에서 사회적 책임을 다하고자 지속가능 구매 정책을 수립하고 준수하고자 노력하고 있습니다.

지속가능한 구매 방침

녹색구매활동을 통한 ESG 경영을 적극적으로 실천하기 위해 아래 방침을 준수한다.

첫째, 적극적인 녹색구매활동을 통해 환경경영을 정착하고 확대하여 친환경의 가치를 고객에게 제공하는 등 친환경 선도 기업으로 사회적 책임과 역할을 다한다.

둘째, 당사의 녹색구매방침을 파트너사/협력사에게 공유 및 장려한다.

셋째, 모든 구매활동은 녹색구매를 우선으로 검토한다. 단, 녹색구매가 불가능한 경우(공급불가, 품질저하, 친환경/녹색 제품 부재 등)는 예외로 한다.

넷째, 녹색구매활동에 대해 정기적인 모니터링 및 평가를 실시하며 개선 필요 시 보완한다.

구매 방침

지속가능한 구매 절차

녹색구매 검토	녹색제품 도입 가능성 검토	녹색구매 이행/계약	실적관리 및 공시
·구매필요 품목 중 녹색구매에 포함되는 인증 제품 여부 파악	·도입하고자 하는 녹색제품의 시범 운영 실시 ·시범 운영 결과 보고 및 운영안 협의	·녹색구매 제품 계약 체결 및 발주	·구매 제품별 품질, 서비스 등에 대한 모니터링 및 점검 ·점검에 따른 보안 및 실적 관리

인증 원재료 소싱 확대

GS리테일은 지속가능한 구매 방침에 따라 책임 있는 원재료를 구매하는 것을 중요하게 인식하고 있습니다. 특히 PB(자체 브랜드) 상품의 경우, 지속가능한 기준에 의해 제3자 인증을 획득한 원재료를 사용하여 제조된 상품 포트폴리오를 확대하기 위해 노력하고 있습니다.

GS Fresh Mall에서 PB상품으로 출시한 ‘순백목장 요거트’의 경우 무항생제 인증을 획득한 원유만을 사용하여 동물복지 인증을 받은 ‘제주 아침미소목장’과 협력하여 생산됩니다. 가격 또한 시중 일반 상품 대비 20% 이상 저렴하여 지난해 요거트 카테고리에서 매출 1위를 차지하였습니다. ‘순백목장 요거트’ 열풍을 시작으로 축산물·수산물·팜유 등 다양한 카테고리에 대해 지속가능한 인증을 획득한 원재료를 사용한 PB상품군을 늘려갈 것입니다.

원산지 관리 체계 구축

GS리테일은 상품의 원산지 관리를 통해 상품의 품질을 보장하며 고객들에게 안전한 쇼핑환경을 제공하고 있습니다. 뿐만 아니라 전체 공급망을 추적하고 기록함으로써 지속가능한 공급망 구축을 위한 기반을 마련하고 있습니다. 특히, 유통과정에 블록체인 기술을 혁신적으로 적용하여 신선식품의 이력을 효율적으로 관리하고 있으며, 국내외 제조원에 방문하여 재배지의 진위 및 생산 공정과정을 직접 확인하고 있습니다.

블록체인 기술을 활용한 농산물 이력 관리 체계

유통업 최초로 블록체인 기술을 농작물에 적용하여 제품의 생산단계부터 입고, 포장 그리고 출고까지 전체 이력을 체계적으로 관리하고 있습니다. 기록의 위조가 불가능하고 추적이 가능하다는 블록체인의 장점을 활용하여 고객에게 공급망 전 과정에 대한 정보를 투명하게 제공하고 원산지 진위를 보장합니다.

‘산지에 사과’에 최초로 적용된 이 기술을 통해 소비자는 사과에 붙여진 QR코드 스캔을 통해 사과의 원산지, 재배자, 재배·보관·선별·포장환경을 확인할 수 있습니다. 대형 저온창고에 사물인터넷 (Internet of Things, IoT) 설비가 부착되어 산지에서의 온도, 습도 등의 데이터가 시스템으로 자동 전송되며 이 정보가 QR코드에 담기게 됩니다.

이처럼 제품의 원산지 및 이력 관리를 통해 원산지 조작, 위조 상품 등을 예방하고 있으며 상품 추적을 통해 안전한 쇼핑환경을 소비자에게 제공하고 있습니다. 이외, 축산·수산물에 대해서도 일부 원산지 추적 시스템을 적용하고 있습니다.



산지에사과 생산유통과정

산지에사과 블록체인 방송화면

대량판매상품 원산지 및 제조원 실사

판매금액 50억 이상인 제품의 경우 국내외 제조사에 대한 점검이 실시되며, 특히 건강기능식품의 경우 원재료에 대한 점검을 이행합니다. 통상적으로 제조지에 직접 방문하여 점검이 이뤄지나 2021년의 경우 COVID-19로 인하여 원격점검이 이뤄졌습니다. 건강기능식품에 포함된 원재료의 재배지 진위, 재배환경의 오염 우려, 생산 공정 등을 확인하기 위해 아르헨티나, 그리스, 인도, 미국 등에 위치한 해외 현지 제조원을 원격으로 점검하였습니다. 원재료와 관련하여 제3자 인증을 획득한 경우, 인증서 및 성적서에 대하여 추가적으로 점검하였습니다.

Green Store

친환경 매장

GS리테일은 매장에서의 환경영향을 줄이기 위한 친환경 매장 구축에도 힘쓰고 있습니다. 매장 건물 자체의 친환경성 뿐만 아니라 매장 운영 시 발생하는 환경영향도 고려하고 있으며 나아가 소비자들의 친환경 소비 활성화에도 기여하고 있습니다. 친환경 매장 내·외부 전반에는 친환경 기술, 자재 및 디자인이 도입되는데, 3가지 테마(에너지 Saving & 자연 Recycle, 안전 안심 Tech, Green Eco 디자인)를 주제로 적용했습니다.

친환경매장 3가지 테마



에너지 Saving & 자연 Recycle

태양광 발전기, SEMS, 병렬형 에너지 절감 장치, 매장 조명 및 조도 자동 센서, 고효율 에너지 절감형 냉장비, 로이 유리 적용



안전 안심 Tech

친환경 자재, 살균 소독기, 공기청정기, 친환경 냉매 적용된 냉장비, 미생물 음식물 처리기, 장애인 도움벨 설치



Green Eco 디자인

친환경 조형물, 친환경 식물(스칸디아모스), 사이니지 내 그린 활동 영상 송출 등 적용

녹색 매장 및 녹색 건축 인증 매장

2021년 12월 기준, GS리테일 3개 점포가 녹색 매장 인증을, 그리고 1개의 점포가 녹색 건축 인증을 획득하였습니다. 녹색 매장 인증은 환경부 산하 한국환경산업기술원에서 친환경적인 소비 활성화에 기여한 점포를 인증하는 제도이며, 녹색 건축 인증이란 우수 건축물을 대상으로 환경 성능이 뛰어난 건물에 주어지는 인증입니다. 특히 GS25 동두천송내점의 경우, 리모델링 민간분야 최초로 녹색 건축 인증의 가장 높은 등급인 '최우수(그린1등급)' 을 획득한 사례입니다. GS리테일은 앞으로도 선도적으로 이러한 친환경 매장을 전국적으로 확산시켜 나갈 것입니다.



친환경 매장 내 적용 항목

구분	친환경 적용 항목	친환경 기능 및 효과
친환경 자재	공기정화 식물(스칸디아모스)	친환경 홍보 이미지 연출 및 공기정화
	친환경 간판 및 사이니지 적용	친환경 홍보 이미지 연출
	내/외부 친환경 페인트 적용	유해물질이 없으며 곰팡이 억제 및 항균 기능 보유
	가구 친환경 자재(E0등급)적용	포름알데히드(인체 유해 물질) 방출량 최소
	냉장/냉동 인버터 및 친환경 냉매 사용	에너지 절감과 냉매 가스의 지구온난화지수(GWP) 최소화
기능개선	리사이클 자재 사용	친환경 코르크 바닥 및 폐목재를 재활용한 LPM벽체 사용
	창호 로이유리 설치	유리 사이 공기 층으로 인한 단열 기능 강화, 냉난방 효율 향상
	절수형 수전	센서 및 압력을 이용한 수도물 절수 방식(절수형 양변기, 절수형 수전)
신기술 및 추가시설	SEMS(에너지관리시스템)	원격 에너지 관리 및 점내 모니터링 (점내 조도 조절기능 추가)
	태양광 발전 패널	12.56kWh/일 평균 전력 생산 (21.11.02 ~ 22.01.26 측정치 평균)
	음식물 처리기 도입	미생물액상발효 방식(하수도로 20%이내로 분해해서 배출)
	디지털 사이니지	날씨 및 공기질등 친환경 홍보 정보를 고객에게 제공
	공간살균기	공간 내 공기 중의 바이러스, 박테리아 등 유해균을 사멸

편의점 공간 살균기 도입

코로나 바이러스 멸균 및 식중독균 등을 사멸시키는 친환경 공간 살균기 도입하여 소비자들에게 안전한 쇼핑환경을 제공하고 있습니다.

SEMS 및 태양광 패널 설치

점포 내 냉장비, 간판 등 전력을 사용하는 장비에 대해 원격 모니터링 하여 전기 사용량을 줄이며 태양광 패널을 설치하여 자체적으로 전력을 생산합니다.

친환경 바닥재 및 벽체 사용

리사이클 소재로 만들어진 코르크 자재로 내부 바닥을 조성하였습니다. 코르크의 방음과 단열 성질로 인해 난방 사용을 절감시켰습니다. 또한 폐목재를 재활용하고 가공 시 접착제를 사용하지 않아 친환경 등급을 획득한 LPM벽체를 사용했습니다.

냉장비 친환경 냉매 기술 적용

냉동·냉장 장비에 인버터장비와 친환경 냉매를 동시 적용하여 에너지를 절감하고 기존 대비 GWP 21.7% 개선된 친환경 냉매를 적용시켰습니다.



매장 내 공기정화 식물 설치

북유럽 천연 이끼를 채취한 공기정화 식물인 스칸디아모스를 설치하여 실내 습도를 적정 수준으로 유지하고 공기를 정화합니다.



용수 절감형 수전 교체

매년 수도 사용량 절감을 위해 절수효과가 높은 절수형 혼합수전으로 교체하고 있습니다.

친환경 가구 및 로이유리 적용

유럽·미국의 강화된 친환경 등급기준을 만족하는 친환경 자재를 적용하여 발암물질인 포름알데히드 방출을 최소화하였습니다. 또한 단열 성능이 높은 로이유리를 사용하여 실내 열 환경을 개선하고 에너지를 절약합니다.

2021 설치수량

84 개

2021 비용

11,978 천원

GS25 녹색매장을 소개합니다!



GS25 동두천송내점

녹색 건축 기술을 이용한 친환경 자재, 페인트, 태양광 등의 에너지 절감 시스템을 이루고 있는 동두천송내점은 민간부문 최초 녹색 건축인증과 환경부의 녹색 매장 인증 제도 모두 인증받았습니다.



GS25 건국점

GS25가 편의점 업계 최초로 세탁세제, 섬유유연제 등을 리필하여 구매할 수 있는 리필 스테이션을 GS25 건국점에 론칭하였습니다. 뿐만 아니라 환경부의 녹색 매장 인증을 받아 친환경 소비에 대한 인식을 개선하고, 소비자의 자발적 실천을 확산하는데 앞장서고 있습니다.

GS25 강남프리미엄점

도시의 지속가능성과 깊은 관계를 갖고 있는 GS25 강남프리미엄점은 유동 인구의 주요 소비계층인 20대~30대가 가장 많은 곳에 위치하여 소비자에게 친환경적인 소비 생활을 유도하고 있습니다. 환경표지제품, 저탄소 제품, 환경표지 인증 소모품 등을 사용하여 녹색 제품 활성화에 기여하고 있습니다. 점포에서 판매되는 페트병 16개로 만든 유니폼을 착용하고, 생분해 스트로우, 쇼핑백을 사용하고 있습니다.

SEMS

SEMS(Smart store Energy Management System)는 4차 산업 기술 시대의 IoT기술을 점포에 있는 전기 장비, 기기에 접목한 스마트 에너지 관리 시스템으로, 해당 시스템을 활용해 본부의 메인 서버를 통해서 혹은 매장 경영주 및 근무자가 스마트폰을 통해서 언제 어디서든 매장의 전력량을 관리할 수 있습니다.

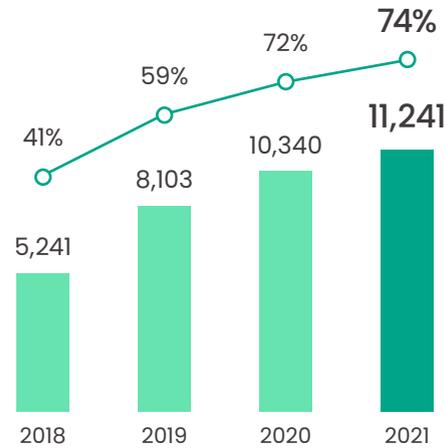
매년 새롭게 발전하는 디지털 트랜스포메이션과 접목하여 SEMS를 고도화시키기 위한 작업을 지속적으로 진행하고 있습니다. 기존 SEMS는 냉난방기의 원격 관리를 통한 실내 온도를 관리하며 전력 이상 발생 시 PUSH 알람을 활용한 에너지 총량을 관리합니다. 2022년의 SEMS는 여기서 한 발 더 나아가, 주요 냉장비의 온도 센서를 통해 전달되는 이상 온도 PUSH 알람을 통해 점포 근무자보다 먼저 A/S 발생을 인지하고 확인·조치하며, 점포별 전기사용량 분석을 통해 점포의 적정 전기 사용량을 제공 및 관리하는 스마트 원격 운영관리시스템으로 고도되어 환경 경영에 매우 중요한 역할을 기대 하고 있습니다.

2015년 편의점 300여 점포를 시작으로 설치된 SEMS는 2021년 12월 약 1.1만개 점포에 설치되어 운영중입니다. 현재까지 SEMS 확산을 위해 GS리테일은 누적 기준 약 150억원을 투자하였으며, 앞으로 2025년 전 점포 설치를 목표로 하고 있습니다.



SEMS 도입 점포 수/비율

(단위: 점)



날씨경영 정보시스템 도입

GS리테일은 한국기상산업기술원과 협력하여, 기상정보와 연동할 수 있는 날씨경영 정보시스템을 구축하였습니다. 지역별, 시간대별, 기상요소별로 세분화된 정확한 기상정보를 활용하여 영업, 물류, 상품관리 등 전사적 차원의 날씨경영 전략을 수립할 예정입니다. 뿐만 아니라 이를 바탕으로 날씨상황에 민감한 신선식품 발주 예측 가이드를 개발하여 상품 폐기량을 최소화하여 자원 낭비를 줄이는데 기여할 것입니다.



자원 가치 재창출

폐기물 감축 활동

음식물 쓰레기 감축

편의점에서는 잔반을 포함하여 매일 약 2~5kg 내외 음식물 쓰레기가 발생하고 있습니다. 이는 자원 낭비 뿐만 아니라 음식물 처리를 위한 비용 발생, 점포 운영 시 악취로 인한 불편함 등의 문제가 있습니다. 이러한 음식물 쓰레기 절감을 위해 직·가맹점 11개점에 미생물 액상발효방식의 음식물 처리기를 설치하였습니다. 그 결과 매일 발생하는 음식물의 82%를 감축하는 큰 성과를 얻었으며, 2022년 상반기 중 전국 직영점 대상 음식물 처리기 설치를 확대할 계획입니다.

슈퍼에서도 직영점 131개점에 액상용 음식물 처리기를 도입하여 음식물의 84%를 감축하는 큰 성과를 얻었습니다. 일반 음식물의 일부는 퇴비 공장으로 운반되어 90% 이상 재활용됩니다. 또한 폐식용유의 경우 별도 수거 후 정제유 가공 공장으로 입고되어 93%가량 재활용되고 있습니다.

공병 회수 활동

빈 용기 보상금 제도에 따라 빈 용기의 회수와 재사용을 촉진시키기 위해 2021년에 무인공병회수기 14대를 도입하여 운영하고 있습니다. 무인공병회수기 도입 이후 공병 회수율이 동기간 대비 최대 200% 증가하여 자원 재활용에 크게 기여하였으며, 2022년 7월 중 28대를 추가 도입하여 운영할 계획입니다.



Recycle Center 운영

폐점이 발생하면, 본부가 지원한 집기는 가맹사업의 특성 상 대부분 버려지는 경우가 많습니다. 점포 상황에 따라 냉장비·가구·간판·소형 가전 등의 효율적 활용을 위해 실시간 철거, 정비, 입고 등의 프로세스를 구축하여 재사용을 극대화하고 있습니다. 연간 Recycle Center를 통해 절감하는 금액은 2019년에 36.4억원, 2020년에 53.5억원, 2021년에 68.7억원으로 지속적으로 증가하고 있습니다.

업사이클링을 활용한 폐기물 감축

자원 재활용을 넘어서 업사이클링을 통해 새로운 가치를 더한 제품으로 탄생시킴으로써 폐기물을 감축하고 있습니다. GS SHOP의 경우, 기존에 사용하는 부직포 의류커버를 업사이클링하여 가방으로 탄생시켜 고객들에게 제공하고 있습니다. 특히 부직포는 재활용되지 않는 소재로 연간 31만장 이상의 부직포가 일반쓰레기로 폐기되었으나, 예코백으로 업사이클링하여 연간 폐기량의 20%를 감축하는 것을 목표로 추진하고 있습니다.

GS25의 경우 카페25 원두 커피 판매 시 발생하는 원두 찌꺼기를 업사이클링한 굿즈 증정 행사를 진행했습니다. 행사는 소비자들이 친환경 소비에 참여할 수 있도록 카페25 구매 시 개인 텀블러를 활용하는 고객을 대상으로 증정되었습니다. 연간 국내 커피 찌꺼기 발생량은 약 30만톤 이상으로, 폐기 시 발생하는 비용과 처리 과정의 환경문제 해결에 앞장서겠습니다.



생활폐기물 100% 재활용

기존 지자체별 종량제 봉투를 사용하여 생활폐기물을 소각 처리하는 방식에서 벗어나, 재활용 처리 공장의 수집운반 업체와의 계약을 통해 생활폐기물을 수거하여 100% 재활용할 수 있도록 추진하고 있습니다. 현재 GS THE FRESH 11개점에서 해당 방식을 도입하여 매장에서 배출되는 모든 생활폐기물이 재활용되도록 운영하고 있습니다.

파트너십 기반 자원 선순환 프로그램

무라벨 생수병 업사이클링한 GS25 유니폼

GS리테일이 아웃도어 기업 BYN블랙아크(‘블랙아크’)와 협업하여 투명 페트병 재활용 확대를 위한 친환경 사업 제휴를 진행하였습니다. 2021년 1톤의 무라벨 생수 페트병이 블랙아크의 페트병 자원 순환 기술을 거쳐 일부가 GS25 유니폼 50벌로 재탄생했고 이를 우선 직영점에 확대하고 내구성 검증 후 전 점포 확대를 전개월 예정입니다.

AIoT 투명 페트병 수거함 도입

환경테크 스타트업 '오이스터 에이블'과 손잡고 2021년 6월 투명 페트병 수거함을 시범 도입했습니다. 이 수거함은 인공지능(AI)과 사물인터넷(IoT)기술이 탑재되어 소비자가 투명 페트병을 반납 시 해당 정보를 바탕으로 '오늘의 분리수거' 앱에서 포인트로 보상을 제공받을 수 있습니다. 이러한 투명 페트병 수거함을 가까운 편의점에 도입함으로써 재활용 분리배출에 대한 국민의 자발적 동참을 이끌어내고 동시에 자원순환율을 높이는 데 기여할 것으로 예상됩니다.

음식물 쓰레기 퇴비화

GS리테일은 음식물 쓰레기를 다시 자원으로 활용하는 자원 선순환 구조를 정착시켜 나가고 있습니다. F/F 공장에서 발생한 음식 폐기물을 퇴비화하여 GS THE FRESH 협력 농가에 공급하고 있으며, 해당 퇴비를 이용하여 재배된 포도와 배는 다시 매입되어 판매되고 있습니다. 이렇게 재배된 과일에 대한 소비자들의 반응 또한 긍정적으로 폐기물을 절감할 뿐만 아니라 친환경 소비에 대한 관심 또한 증가되는 효과를 보이고 있습니다.



프로세스 개선을 통한 폐기물 감축

F/F 신상품을 대상으로 유관부서 이슈사항 파악과 사업부 의견을 수렴하여 발주 프로세스(발주 요일 변경)를 개선 하였으며, 그 결과 비교기간 대비 폐기율이 평균 17.2% 감소하는 큰 효과를 얻었습니다.

또한 F/F 상품 편변경으로 예측생산을 제거하여 연 환산 8.8억원의 폐기로스 감소를 기대하고 있으며, 편변경과 함께 통합 생산을 적용하여 청결 및 장비 재정비 시간을 확보하고 이를 통한 상품 품질 개선 및 향상을 기대하고 있습니다.

Green Value Chain

녹색물류

GS리테일은 제조사로부터 물류센터를 거쳐 편의점, 슈퍼, 최종적으로 소비자에게 상품을 전달하는 효율적이며 안정적인 물류시스템을 구축하였습니다. 매일 배송차량들이 전국에 위치한 15,000점 이상의 점포를 방문하며 401,000km를 주행하는데 이는 하루에 지구를 10바퀴 도는 만큼의 거리입니다. GS리테일은 유통업에서 중요한 물류단계에서 발생하는 환경 영향을 줄이기 위해 친환경 물류 시스템을 구축하고 온실가스 감축 목표를 수립하였으며, 이를 달성하기 위한 다양한 사업을 단계적으로 추진하며 이행 실적을 관리하고 있습니다.

2010년 물류에너지 목표관리제 자발적 협약을 체결한 이후, 친환경 녹색물류 기반을 구축하였습니다. 2015년 최초로 국토교통부가 주관하는 우수녹색물류실천기업 지정증을 취득하였으며 2022년 1월 재인증을 받아 당사의 환경친화적인 물류 활동과 온실가스 감축 실적을 인정받았습니다.

녹색물류 전담조직

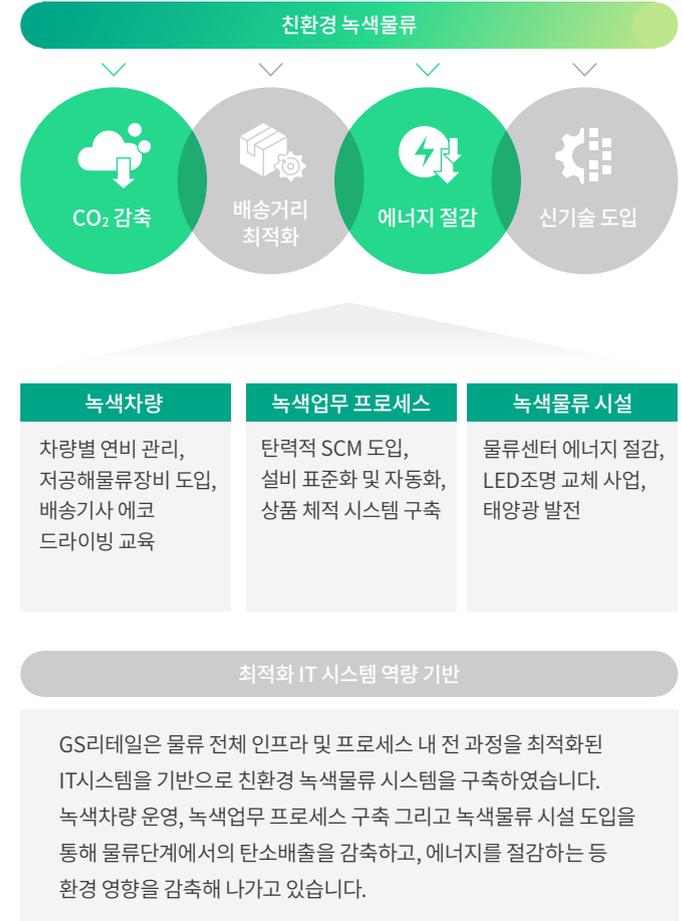


녹색물류 관리 범위

GS리테일의 녹색물류는 지역별 상온 및 저온 통합 물류센터 34개소의 시설과 2,511대의 배송차량 등을 관리범위로 하고 있습니다.



녹색물류 관리 범위



녹색물류 추진 사업 현황

사업 구분	추진활동	세부 내용
녹색차량	저공해물류 장비 도입	기존 디젤 사용 장비에서 전기지게차 등 전력사용 장비로 전환 (전환율 78%)
	에어스포일러 장착	탑차의 공기저항 감소 장치인 에어스포일러를 장착하여 연비 향상 및 온실가스 감축에 기여
	에코드라이빙 교육	잘못된 운전습관 안전교육 진행을 통해 효율적인 에코드라이빙 운전방식 도입
	차량 대형화	저온 상품 배송차량을 1톤에서 2.5톤으로 전환하여 배송 횟수 축소 및 탄소배출량 절감
녹색업무 프로세스	24시간 물류센터 구축	남양주 센터 외 5개 거점을 24시간 운영. 기존 센터 운영 효율화에 따라 필요 거점 수 축소 (연간 6.5t CO ₂ 절감 효과)
	저온상품 통합 배송프로세스 구축	저온 상품 1일 3회 배송을 2회로 횟수 축소하여 운행거리 및 탄소배출량 절감. 2년 전 대비 점포수가 19% 증가했음에도 불구하고 점포당 주유량 및 탄소배출량 15% 절감
	배송루트 최적화	전국 상온·저온 차량의 배송루트별 운행거리 절감을 위해 루트 효율화를 진행함. 1년 간 점포수가 13% 증가했으나 점포당 8% 주유량 및 탄소배출량 절감
	물류 에너지 관리 시스템 도입	물류센터 및 배송 차량에 대한 에너지 현황 및 탄소배출량 모니터링 시스템
녹색물류 시설	태양광 설비 설치	공주/진주 물류센터 유휴 공간을 활용하여 태양광 발전설비 착공 후 전력 생산 진행 (연간 전력 생산력 1,884MWh)
	LED조명 교체	물류센터의 메탈등 및 형광등을 고효율 LED 조명장비로 교체
	조도 센서 도입	조도센서를 도입하여 자동 조도제어 및 미사용 시 전등이 꺼져 에너지 효율을 높임
기타	프레시백 도입	1회성 사용이 아닌 회수 후 재사용 가능한 포장재
	FSC 인증 종이박스 사용	국제 산림경영인증시스템인 FSC(Forest Stewardship Council) 인증을 획득한 종이박스 사용

녹색물류 목표 및 실적

GS25 편의점 출점 증가 속도에 맞춰 2021년 이후 연간 2% 증가값을 BAU로 설정하고, 2025년까지 BAU 대비 5% 감축, 원단위는 전년 목표대비 1% 감축을 목표로 설정하였습니다.

BAU 설정

(단위: tonCO₂eq)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Scope 1	51,983	53,023	54,084	55,165	56,269	57,394	58,542	59,713
Scope 2	16,298	17,946	18,305	18,671	19,045	19,426	19,814	20,211
합계	68,282	70,970	72,389	73,837	75,313	76,820	78,356	79,923

배출 목표 설정

(단위: tonCO₂eq)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Scope 1	49,384	50,372	51,379	52,407	53,455	54,524	55,615	56,727
Scope 2	15,483	17,049	17,390	17,738	18,093	18,455	18,824	19,200
합계	64,867	67,421	68,769	70,145	71,548	72,979	74,438	75,927

원단위 목표설정

(단위: kgCO₂/ton.km, kgCO₂/m³)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Scope 1	0.37	0.37	0.38	0.37	0.37	0.36	0.36	0.36
Scope 2	51.7	55.4	56.5	55.9	55.4	54.8	54.3	53.7

배출량 및 감축목표 달성률

(단위: tonCO₂eq)

배출실적	2018	2019	2020	2021
Scope 1	49,508	47,579	48,916	49,267
Scope 2	15,522	17,092	16,409	16,640
합계	65,030	64,671	65,326	65,908
감축목표 달성률	100%	104%	105%	106%

배출실적(달성율)

(단위: tonCO₂eq)

2018	65,030(100%)
2019	64,671(104%)
2020	65,326(105%)
2021	65,908(106%)

주) 녹색물류인증 취득시의 배출실적 및 감축목표 달성률



지역사회 환경영향 저감

GS리테일은 지역사회와 함께 성장해 나가는 기업으로서 지역사회에 미치는 부정적인 환경 영향을 최소화하는데 집중하고 있습니다. 산림청 주관의 창원 이니셔티브에 참여하였으며, 지방자치단체와 협력을 통한 아이스팩 재활용 등 파트너십을 바탕으로 환경영향을 실천하기 위한 프로그램을 진행하고 있습니다. 앞으로도 지역의 여러 환경문제를 해결하기 위해 여러 이해관계자들과 협력관계를 구축하고 다양한 활동들을 전개해 나갈 예정입니다.

창원 이니셔티브

2011년도 제10차 유엔사막화방지협약(United Nations Convention to Combat Desertification, UNCCD) 당사국 총회가 경상남도 창원에서 성공적으로 개최되었으며 성과 사업으로서 ‘창원 이니셔티브’가 출범하였습니다. 창원 이니셔티브는 UN 지속가능 발전 목표(Sustainable Development Goal; SDG) 15.3에 해당하는 토지황폐화 중립에 기여하는데 중요한 역할을 하며 산림복원 사업의 추진을 지원하고 있습니다.

GS리테일은 2021년 10월 창원 이니셔티브 출범 10주년을 맞이하여, 토지황폐화 방지에 지지와 참여를 선언하였습니다. 뿐만 아니라 산림청 그리고 UNCCD 사무국과 업무협약을 체결하여 토지황폐화를 방지하기 위한 활동들에 참여하고 있습니다. 구체적으로 마을 공동숲 조성 등 황사와 가뭄을 억제하기 위한 지역사회 참여 프로그램을 실시했습니다. 정부, 기업, 국제기구 및 시민단체와의 파트너십을 통해 산림 복원 사업을 시행함으로써 보다 효과적으로 지역의 환경을 개선하고 생물다양성을 보전하는데 기여하고 있습니다.



지자체와의 협력을 통한 아이스팩 재활용

GS THE FRESH는 지방자치단체와 협력관계를 구축하여 아이스팩을 재활용하고 있습니다. 서울시 서초구 청소행정과 재활용팀에서 아이스팩을 수거하여 슈퍼에 공급하면, 다시 고객에게 제공하는 방식으로 재활용이 이루어지고 있습니다. 현재 서초구 뿐만 아니라 의정부시, 포항시와도 협력을 실시할 예정이며, 2023년까지 모든 점포에서 재활용 아이스팩 제공을 목표로 하고 있습니다. 64개의 점포에 매달 약 16,000개 이상의 아이스팩이 무상 공급되고 있으며, 이로 인해 월 3.4백만원이 절감되어 환경보호와 더불어 비용절감이라는 긍정적인 효과가 있습니다.



지역사회 연계를 통한 플로깅 활동 전개

부산권 GS25 및 GS THE FRESH의 임직원과 가족이 함께 부산 수영구청과 연계하여 광안리 해수욕장과 같은 오염이 발생하기 쉬운 해변가 환경정화 봉사활동을 진행했습니다.

GS리테일은 지역사회 연계를 통한 플로깅 활동을 지속 확대해왔는데, 최근 코로나19로 인해 대면 봉사활동을 진행하는데 많은 어려움이 있었으나 그 활동을 지속해 가고 있습니다.



강원도 숲 조성 프로젝트

GS25는 식목일을 기념하여 환경과 자연보호에 대한 인식 개선을 돕고 자 클라우드펀딩 서비스 운영업체(주)트리플래닛과 함께 숲 조성 프로젝트를 고객 동참 방식으로 진행하였습니다.

GS25에서 카페25를 소비한 고객이 산림 조성 프로젝트에 동참의사를 밝히면, GS25에서 트리플래닛의 나무를 구매해 고객에게 분양하고, 트리플래닛은 해당 수익금을 활용하여 나무를 심는 방식으로 진행되었습니다.

고객에게 제공된 화분은 수거 플라스틱으로 업사이클링한 제품으로 만들어 제공하였으며, 초보자도 재배하기 쉬운 커피나무로 분양하였습니다. 산림 조성 프로젝트의 수익금은 동참한 고객들의 이름으로 강원도에 500그루의 나무를 식재했습니다.



Sustainability Progress

Society

GS리테일은 고객, 임직원, 파트너사 등 이해관계자와 함께 더 나은 일상을 만들고자 사회적책임경영을 실천하고 있습니다.

모두를 향한 인권경영을 실천하고자, 인권경영방침을 제정하고 인권영향평가를 실시했습니다. 또한, 불확실한 경제 상황을 이겨내고자 파트너사, 경영주 지원 활동 등을 통해 동반성장을 진행하였으며, 고객 만족을 위해 소통 및 개선활동을 거듭해 나가고 있습니다.

기존의 사회적 약자 지원 활동은 물론, 어민 및 지역 농가 지원 등 친환경 실천활동 등 지역사회 상생발전 기반 사회공헌 활동을 확대해가고자 노력하겠습니다.

사회공헌형 점포

55 점



동반성장 지원 (단순지원금액 포함)

1,494.9 억원



사회공헌사업 실적

34.3 억원



Together with Employees

인재경영

인사제도 및 정책

GS리테일은 우리의 가치관의 핵심인 Fair, Friendly, Fresh, Fun의 4가지 Value와 우리의 일하는 방식인 GS Way를 기반으로 인사제도와 정책을 운영하고 있습니다. 기존 개인 성과중심의 운영에서 현업 가치중심의 운영으로 전환하며 수평적 소통과 협업을 장려하기 위해 노력하고 있으며, 평가 및 보상 체계는 각 B/U 특성을 고려하여 운영하고 있습니다.



직급 체계

수평적 문화, 열린 소통을 위해 기존의 전통적인 직급제를 폐지하고 ‘매니저’로 호칭을 일원화하였습니다.

평가 체계

절차/결과의 공정성, 구성원의 수용성은 평가제도의 운영 기반이며, 이를 합리적인 보상과 연계하여 동기부여를 제공하고 개개인의 역량을 발휘할 수 있도록 합니다. 성과목표 중심의 MBO평가, 개개인의 업무역량 발현을 최대화 시키는 GS Way로 평가를 중심으로 역할과 책임에 부합하도록 평가 비율을 차등 적용하고 있습니다.

평가제도는 평가 종류에 따라 절대평가와 상대평가로 운영되며, 수행 업무를 통한 성장을 지원하기 위해 팀원-직책자와의 상시 코칭 및 피드백을 실시하고, 이에 대한 성과관리 리더십 교육을 팀장급 직책자들에게 정기적으로 실시하고 있습니다.

또한 상시 성과 면담 및 이의조정 절차, 평가자에 대한 피평가자의 면담충실도 점검 제도를 통해 평가자-피평가자간 긍정적 상호작용이 이루어지도록 다양한 관점에서 구성원 개개인의 강점과 보완할 점을 진단하고 개선할 수 있도록 지원하고 있습니다.

보상 체계

보상제도는 연공서열이 아닌 개인의 성과, 직책, 역량 중심으로 성과와 보상의 연계성을 강화하여 구성원들의 몰입과 동기부여를 강화하는 방향으로 운영하고 있습니다.

매년 경영성과에 대해 회사가 영위하는 사업 특성을 고려한 합리적인 성과급제도를 통해 목표달성에 대한 의지를 고취하고 있습니다. 업계 동향, 물가상승률, 개별 연봉등급, 지급여력을 고려하여 매년 급여조정을 진행하고 전 구성원 설명회 진행 및 개개인의 동의 절차를 진행하고 있습니다.

인재 확보 육성 방향

GS리테일은 '진심어린 서비스와 창의적 사고로 고객에게 사랑받는 최고의 전문가'를 육성하기 위해 B/U단위로 교육 프로그램을 운영하여 각 구성원 직무 특성에 맞는 교육을 지원하고 있습니다. 기본역량, 리더역량, 직무역량, DX역량 교육 및 그 외 특화 프로그램을 운영하며 구성원 역량 강화에 힘쓰고 있습니다.



자율적으로 교육에 참여할 수 있는 환경을 구축하기 위해 구성원들에게 알맞은 교육 프로그램을 큐레이션하고 교육 가이드 및 Q&A를 제공하는 서비스를 자체적으로 개발하여 운영하고 있습니다. MD, RFC 등 전문 직무 대상으로 인재육성형 Career Development Path를 구축하여 직무 정체성을 인식하고, 역할 단계별 요구 능력을 체계적으로 향상시킬 수 있도록 운영하고 있습니다.

인재육성 프로그램

구분	플랫폼B/U	홈쇼핑B/U
기본역량	· 당사 핵심가치 교육 프로그램	· 신입사원 온보딩 프로그램 · 업무 기본 지식 교육 · 주니어 직무 교육
직무역량	· CDP 고려 단계별 직무교육 (연중 상시 운영, 사외교육 지원)	· 직무 필수 공통 교육(교육설계 각 사업부 주관) · 핵심인재 지원 프로그램(사외교육 지원) · 자기주도학습제도
리더역량	· 직책 중심 단계별 교육 운영 - 차세대 리더 과정 (리더십 진단, 직무 역량 교육) - 신입 팀장 온보딩 과정 (보임 초기 리더십 역량 지원) - 팀장 리더십 플러스 과정 (리더십/DX 역량 심화 교육)	· 리더십 과정 그룹별 코칭 - Next leader (시뮬레이션 방식 운영, 1:1 코칭) - Chief Professional (Facilitation 역량강화 교육 실시)
DX역량	· 고객경험혁신/데이터활용 교육 (직책자/비직책자 구분)	· 디지털 아카데미(AI 교육 등)
그 외	· 재능공유 프로그램 운영 · 사외 강사 초빙 교육 운영	· 배움공방 · 온라인 취미클래스 지원 (클래스101 제휴)

함께 성장하는 조직

조직문화 조성 체계

GS리테일은 자랑스러운 조직가치와 문화, 그 가치를 지켜온 구성원들을 기반으로 성장해 왔습니다. 2021년 7월 통합 GS리테일 출범 이후 온·오프라인 사업의 모든 구성원들을 하나의 정서로 아우를 수 있도록 기존 가치체계를 보완하여 GS Value(가치관)와 GS Way(일하는 방식)라는 새로운 핵심가치를 수립하였습니다. GS Value와 GS Way는 GS리테일이 고객과의 약속을 지켜 나가고 비전을 향해 나아가게끔 하는 원동력이 될 것입니다.



조직문화 전담 조직 운영

GS리테일 통합법인 출범 이후 온·오프라인 사업의 확장과 전국 단위의 구성원들에게 우리의 가치관과 일하는 방식을 내재화하고, 올바른 조직문화를 이끌어 가기 위해 조직문화조성 전담 조직을 운영하고 있습니다.

① CEO 직할조직(조직문화서비스팀) ② B/U 및 자회사 조직문화담당 (플랫폼B/U 17명, 디지털커머스B/U 1명, 홈쇼핑B/U 1명)으로 구성되어 있으며, 정기 협의체를 통해 구성원들의 근무환경 개선과 GS리테일의 건강한 문화 확산을 위한 다양한 협업을 진행하고 있습니다.

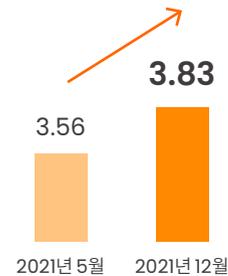


조직문화 진단

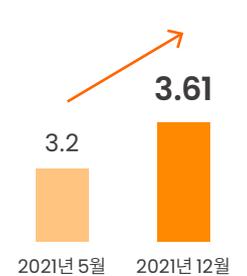
통합 시너지 진단

GS리테일은 통합 과정에서 구성원들의 기대감과 불안감에 대해 통합 이전(2021년 5월)과 이후(2021년 12월) 통합 시너지 진단 서베이를 진행하였습니다. (2022년 3월 3차 조사 진행) 서베이는 GS리테일 구성원을 대상으로 회사/개인의 성장 및 시너지, 조직활성화프로그램에 대한 서베이를 진행하였고, 통합 전 대비 회사/개인에 대한 긍정 인식이 개선된 것을 확인할 수 있었습니다. GS리테일은 지속적인 통합 시너지 창출을 위해 구성원들의 의견을 수렴하고 개선해 나갈 예정입니다.

회사의 장기적인 발전
(단위: 점, 5점 만점 기준)



개인의 성장에 긍정
(단위: 점, 5점 만점 기준)



조직문화 진단

GS리테일의 건강한 조직문화 정착을 위해 상호 존중하는 건강한 조직문화 실천을 독려하고 있으며, 시대의 변화에 적극 대응하는 Agile한 조직운영을 지원하고자 연 1회 '건강한 조직문화 만들기' 서베이를 진행하고 있습니다. 조직문화 진단은 무기명으로 진행하며, 진단 항목은 GS Value (우리의 가치관)·GS Way(우리의 일하는 방식) 실천, 행동규범 준수, 직장 내 괴롭힘 금지법 준수 등으로 구성되어 있습니다. 통합 이후 전사적으로 더 나은 조직문화 구축을 위해 조직문화 진단 관련 서베이를 확대할 계획입니다.

건강한 조직문화 조성

직급체계 개편

사내 수평적이고 유연한 조직문화 구축을 위해 기존 직급체계(최대 9단계로 구성)를 단일 직급으로 통합하고, 호칭을 ‘매니저’로 일원화하였습니다. 구성원 간 커뮤니케이션을 원활히 하고, 보고체계 단순화로 효율적인 업무추진을 기대하고 있으며, 동시에 구성원 피드백을 정기적으로 모니터링하며 변화관리를 위해 노력하고 있습니다.

회의문화 개선

타운홀 미팅을 실시하며 경영진이 직접 경영전략/경영상황을 공유하고 구성원들의 목소리를 청취하여 이를 기반으로 개선함으로써 선순환의 조직문화를 구축하고자 노력하고 있습니다.

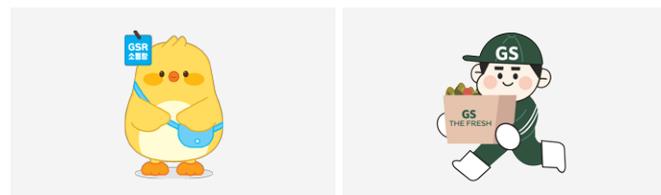
알쓸통잡(알고보면 쓸만한 통합 GS리테일 잡학사전)

통합 이후 플랫폼B/U와 홈쇼핑B/U간 업무 용어, 한가죽 언어 사용, 각 B/U에 공극한 점과 답변들을 정리 후 게시하여 구성원들의 상호 이해를 돕고 있습니다.

GS리테일 임직원 소통채널

이슈에 선제적으로 대응 하기 위해 구성원의 애로사항, 고충, 개선 요청 사항을 받아 의견을 수렴하여 개선·조치하고 있습니다.

구분	임직원 소통채널
팀즈(아리, 동수)	MZ세대 구성원의 공감과 소통 강화를 위해 가상 캐릭터를 운용하여 사내 무기명 소통채널을 운영하고 있습니다.
현장조직문화담당 (총 19명)	구성원 심층인터뷰, 리더십 지원활동, 애로사항 청취, 사업부 이슈 및 개선안 도출, 사업부 대표 직속보고 등을 통해 CEO - 임원 - 구성원간의 소통의 중간역할을 하고 있습니다.



인권 존중

인권경영 방침과 목표

GS리테일은 구성원과 상품/서비스/경영활동 등을 통해 만나는 모든 이해관계자들의 가치와 존엄성을 보장하고 존중받고 일할 수 있는 환경을 조성하기 위해 인권존중의 경영을 실천하고 있습니다. 세계인권선언(Universal Declaration of Human Rights)과 UNGC 10대 원칙(UN Global Compact), 국내외 노동 및 인권 관련 표준과 가이드라인을 지지하고 준수하며 회사의 경영활동에서 발생할 수 있는 모든 인권 관련 문제에 대한 방지와 해결을 위해 최선의 노력을 다하겠습니다.

GS리테일 인권경영방침

- 1 강제노동 금지**
임직원의 자유의사에 반하는 모든 종류의 강제노동(채무노동, 노예노동 등)을 금지한다.
- 2 아동노동 금지**
국가별 노동 관련 법규에서 정한 최저 고용 연령을 준수하며, 아동 노동을 원칙적으로 금지한다. 또한, 만 18세 미만의 청소년 고용 시 안전보건 상 유해한 업무를 부여하지 않는다.
- 3 차별 금지**
인종, 국적, 성별, 나이, 장애, 종교, 임신, 노조가입 여부, 결혼여부, 성적 지향, 사회적 신분 등의 이유로 채용, 보상, 승진, 교육, 임금 등에 있어 차별하지 않는다.
- 4 결사의 자유 보장**
회사와 모든 근로자 간의 자유로운 의사소통 기회를 제공하고 나아가 결사의 자유를 보장한다. 또한 노동조합 가입 및 결성 등을 이유로 해당 근로자에게 불이익을 주지 않는다.
- 5 근로조건 준수**
국가별 노동 관련 법규에서 명시한 최저임금, 초과 근로수당 지급, 사회보험 가입, 휴식/휴가 등을 준수하며 모든 임직원의 삶의 질과 근로조건 향상을 위해 최선을 다한다.
- 6 보건 및 산업안전 보장**
임직원에게 안전하고 청결한 근무환경을 제공하고 이를 정기적으로 점검하며 관리한다. 임직원의 근로 중 발생할 수 있는 신체적/정신적 리스크에 대한 선제적 예방조치 실시 등 안전사고 예방을 위해 노력한다.

인권영향평가

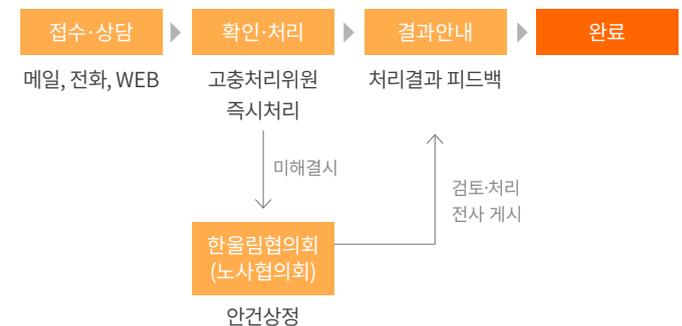
당사의 활동이 인권에 미칠 수 있는 잠재적이고 실제적인 리스크를 파악하기 위해 임직원, 노사협의회 근로자위원 등을 대상으로 인권영향평가를 시행하였습니다. 평가 결과 초과 근로, 근로 조건, 고충처리 채널 관련 이슈가 인권 취약 영역으로 확인되었으며 이를 개선하기 위한 조치들을 추진하고 있습니다. 기존 전사 인권교육과 더불어 정기적인 인권영향평가 실시를 통해 당사의 인권경영을 강화하며 모든 임직원의 인권이 존중받을 수 있도록 최선을 다할 것입니다.

인권영향평가 결과

주요 이해관계자	인권 이슈	개선 계획
임직원, 노사협의회 근로자위원	초과근로	PC-OFF 제도 운영, 회의문화 간소화
	근로조건	업무개선 및 자동화 프로그램 운영, 시차/재택근무제 운영
	고충처리 채널 및 매커니즘	노사협의회 근로자위원 확충 및 소통 채널 다양화, 노사협의회 시 고충처리 진행

인권 고충 처리 프로세스

GS리테일은 ‘CEO에게 말한다’, ‘정도경영 목소리’ 등 직장 내 괴롭힘·성희롱 등의 문제를 상담 및 신고할 수 있는 전담채널을 운영 중입니다. 한울림협의회(노사협의회) 산하 고충처리위원회를 통해 구성원들로부터 고충사항을 수렴, 조언하고 스스로 문제를 해결 할 수 있도록 지원하고 있습니다.



소통하는 노사관계

노사화합과 안정을 위한 활동

수평적인 조직문화를 바탕으로 모두가 선망하는 Value No.1 GS리테일이 되기 위해 구성원들과 끊임없이 소통하고 있으며, 노사간 화합을 위한 노사 협의체인 한울림협의회를 운영하고 있습니다. 노사협의회는 사업 부문별 구성원들의 니즈가 다름을 반영하여 각 부문의 특성에 맞게 총 5개로 구분하여 분기별 1회를 운영하고 있습니다. 노사협의회는 건전한 운영을 위해 근로자 위원은 구성원 전자투표를 통해 선출하고 있으며 노사의 상호 발전과 활발한 협의회 운영을 위해 구성원들과 소통하며 힘쓰고 있습니다.

노사협의회 운영현황

구분	2020	2021
협의 안전수(건)	60	99

2021년 주요 안전

구분	협의 안전수(건)	주요 안전 및 협의 사항
1분기	16	휴양시설 예약 오류 개선 요청
2분기	10	임직원 식대보조비 개선 요청
3분기	43	고객VOC 이관 프로세스 개선 요청
4분기	30	통합 복리후생 제도 개선 요청

안전하고 행복한 일터 조성

가족친화기업 인증

GS리테일은 행복한 일터를 조성하고 구성원이 출산과 육아 등의 부담을 덜고 업무에 집중할 수 있도록 가족친화제도를 운영하고 있으며, ‘가족친화기업’ 인증을 획득하며 제도의 우수성을 검증받았습니다.

구분	가족친화제도
자녀 양육 지원	보육비, 유치원보조비 지급
의료비 지원	배우자 의료비 지원
출산 지원금	다자녀 출산 지원금
휴직 지원 제도	육아 휴직 제도
푸르니 어린이집	사내 어린이집 운영



육아휴직 장려

GS리테일은 남성 구성원의 육아휴직을 지속적으로 장려하고 있습니다. 남성 구성원의 육아휴직 사용 비율은 지속적으로 증가 추세이며, 2021년 기준 107명(남성 근로자 62명, 여성 근로자 45명)의 구성원들이 육아 휴직을 사용하였습니다.

퇴직자 지원 및 재고용 정책

GS리테일은 구성원의 퇴직 이후의 새로운 삶을 응원하는 취지로 퇴직자 창업 지원제도, 정년자 재고용 제도를 운영하고 있습니다.

퇴직자 창업 지원제도

지원항목	지원 내용
창업 비용 지원	퇴직 후 당사 가맹점 최초 창업에 비용 지원
자녀 학자금 지원	자녀수와 관계 없이 재직시 학자금 지원 기준으로 지급
창업 금리 지원	퇴직후 당사 가맹점 창업시 대출 이자 지원
창업교육/훈련지원	당사 창업을 희망하나, 현장 운영 경험이 없는 퇴직 예정자에게 가맹점 오픈전 최대 1년까지 현장 체험, 훈련 과정을 지원

정년자 재고용 제도

지원항목	지원 내용
재고용 대상자	정년 퇴직자
재고용 대상 직무	· 회사가 추진중인 사업에 일시적 특수/전문성이 필요한 경우 · 회사가 추진 중인 사업에 일시적 네트워크가 필요한 경우 · 회사가 추진 중인 사업에 일시적 Know-How가 필요한 경우 · 기타 회사가 필요하다고 판단되는 경우
재고용시 처우	별도 기준에 따라 협의 하에 작성
재고용 기간/계약형태	최대 1년간 재고용 가능/계약직

다양한 복지 제도

GS리테일은 2021년 7월 통합 이후 각 구성원들의 실질적 복리후생 수준을 높이고, 일과 삶의 균형을 이룰 수 있도록 다양한 복리후생 프로그램을 운영하고 있습니다.

경조사 지원 	본인 및 가족의 결혼, 사망 시 경조금과 휴가를 부여하고 있습니다.
자녀 교육비 지원 	근속 년수에 따라 국내외 고등학생, 대학생 자녀가 있는 임직원에게 입학금과 등록금을 지원합니다.
의료비 지원 	건강보험으로 처리할 수 있는 질병, 사고에 대해 진단서 첨부 시 본인부담 의료비와 약제비를 지원합니다.
사내 어린이집 운영 	자녀 보육 걱정없이 근무할 수 있도록 임직원의 자녀들을 대상으로 사내 어린이집을 운영하고 있습니다.
스포츠 티켓 지원 	GS의 가족이라면 누구나 함께할 수 있는 FC서울 축구경기 티켓을 지원하고 있습니다.
PC-OFF 제도 	구성원의 일과 삶의 균형을 위해 정식 퇴근을 장려하기 위한 PC-OFF 제도를 운영하고 있습니다.
어학 지원 	구성원의 자기개발 지원을 위해 어학 시험 응시료 및 어학 학습비를 지원하고 있습니다.
통근버스 및 셔틀버스 운영 	GS타워 근무자의 경우, 수도권 거주자를 대상으로 통근버스 및 셔틀버스를 이용하실 수 있도록 지원하고 있습니다.
휴양시설 	연중 무료 또는 저렴한 가격에 휴양시설을 이용하실 수 있도록 지원하고 있습니다.
건강검진 	일반 정기 검진: 전 사원 대상 지원 종합검진: 근속년수에 따라 임직원 및 배우자 대상 지원

안전하고 행복한 일터 조성

안전보건경영 방침

GS리테일은 임직원의 안전을 최우선으로 두고 있습니다. 이러한 당사의 의지를 담은 안전·보건 경영방침에 따라 안전한 근무환경 조성과 건강한 삶의 질 향상을 위해 최선을 다하고 있습니다.

안전·보건 경영방침

GS리테일은 안전한 근무환경을 조성하여 사고 및 재해를 예방하고, 모든 임직원의 건강한 삶의 질 향상을 위해 경영방침을 적극 실천한다.

- 1 회사는 산업안전보건법과 안전보건관리규정 등 관련 법규를 준수한다.
- 2 회사는 안전중심의 경영의지와 실적이 최고수준에 도달하도록 노력한다.
- 3 회사는 안전보건업무를 경영의 한 요소로 인식하고 필요한 자원과 기술을 제공하고 안전·보건활동을 지속적으로 전개한다.
- 4 회사는 근로자(당사, 협력사 등)의 참여 및 의견을 적극 반영하고 불안정한 행동, 환경 등 사업장의 유해·위험 요소를 지속적으로 점검·제거하여 사고 및 재해를 예방하기 위해 노력한다.
- 5 회사는 매년 사업장의 안전·보건 관련 법규 준수 상태를 확인하고 필요한 인력, 예산 등을 편성하고 집행한다.
- 6 회사의 전구성원은 본부의 안전·보건 활동 계획과 안전·보건 매뉴얼을 준수하여 중대재해 및 산업재해 예방활동에 적극 동참한다.

2022.03.23
(주)GS리테일 대표이사 허연수

안전한 작업 환경 구축 - 안전보건 거버넌스



*자문 조직 : HRC노무법인, 대한산업안전협회, 다온건강검진센터

산업안전보건위원회

산업안전보건위원회는 경영자와 근로자 상호간에 이해와 협조를 통하여 노사공동으로 쾌적한 작업환경을 조성함으로써 GS리테일의 발전과 근로자의 안전과 보건을 유지, 증진함을 목적으로 하고 있습니다. 본 위원회는 경영자측 위원(5명) 및 근로자측 위원(5명)으로 구성되어 있으며, 근로자 사고 예방 중심의 안전 및 활동을 실시하고 있습니다.

구분	오프라인 점포 및 물류센터	홈쇼핑
회의 개최 건수(회)	4	4
안전 건수(건)	12	15
심의 의결 건수(건)	12	15
2021년도 주요 안전	<ul style="list-style-type: none"> · 중대재해처벌법 대응 · 슈퍼 화재/돌출 간판 사고 사례 공유 및 예방활동 · 동절기 화재 및 산업재해예방 캠페인 · 슈퍼 조리코너 튀김기 화재 예방 조치 · 슈퍼 전기배선 화재 사고 대응안 	<ul style="list-style-type: none"> · 안전보건교육 및 비상대피훈련에 대한 사항 · 감염병(COVID-19) 예방 관리 지침 · 2022년도 안전보건 예산 및 안전보건계획 수립 · 정기안전보건교육에 대한 사항

안전하고 행복한 일터 조성

안전한 작업 환경 구축 - 주요 활동

안전한 작업 환경 구성을 위해 안전 계획, 산업 안전 관리, 안전 교육, 위험성 평가, 안전 점검 실시 등을 통해 안전관리 기준 준수 여부 및 리스크를 관리 하고 있습니다.

<p>안전계획</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 전사 안전관리 규정 및 지침 기준 수립 · 각 B/U 별 안전사고예방 매뉴얼 및 가이드 · 화재, 안전사고 시 조사 및 재발 방지 대책 수립
<p>산업안전</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 안전보건 관리체제 구축 · 산업안전보건법 이슈 파악 및 실행 · 산업안전보건위원회 운영
<p>위험성평가</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 슈퍼, H&B, 디지털커머스 연1회 위험성 평가 실시
<p>안전교육</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 근로자 정기 안전보건교육 실시(분기당 3시간) · 관리감독자 안전교육 실시(16시간) · 신규채용자 대상 안전 교육 실시
<p>안전점검</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 전사 안전점검실시 및 위험요소 개선(연1회) - 산업안전보건법, 직원/고객 안전사고 예방 등 · 공사현장 안전점검 실시 - 공사현장 협력사 안전사고 예방 · 이슈사항 특별 안전점검(간판, 노후 차단기 등)
<p>기타 활동</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 안전의식 향상 가치전파 쪽지(2개월 1회) · 안전사고예방활동 캠페인 실시(분기1회) · 조직 책임자 안전관리 평가 등

GS리테일 안전가이드 활용

점포 자율안전점검 실행/관리를 위해 각 공정별 모바일 안전가이드를 제작하여 제공하고 있음



안전보건 경영진단

안전경영실 주관 하에 안전보건계획 이행여부와 사업장 현장 위험요소를 점검(점검항목 66개) 하고, 점검 결과에 따른 유해·위험 요인 및 리스크를 개선해 나가고 있습니다.

<p>안전보건계획</p>	안전관리 조직운영	산업안전보건위원회, 안전보건협의체 등
	안전보건교육	정기안전보건교육, 채용시교육, 관리감독자교육 등
	안전관리 투자	안전난간대, 트랜치커버, 차수판 지게차 충돌예방 시스템 등
	안전보건점검	대행업체 업무현황점검, 산업안전보건법 이행여부 등
<p>현장 위험요소</p>	지게차, 트럭 야드 등	방호장치, 충전기 관리, 시건관리, 보행자 통로 확보 등
	화재예방	소화기/소화전 관리, 인화성 물질관리 등
	작업장 위험요소	고소작업대, 안전수칙, 안전난간, 시설물 방호장치 등
	기타 안전보건	출입관리, 방역관리, 근로자 건강관리 등

임직원 건강 증진

GS리테일은 구성원들의 건강증진을 위해 매년 건강검진, 심리상담 서비스 지원, 사내 피트니스센터, 보건실(보건관리자 상주)을 운영함으로써 구성원들의 건강증진을 지원하고 있습니다. 전 구성원을 대상으로 단체 상해보험 가입을 지원하고 있으며, 구성원 본인과 배우자를 대상 의료비 지원 프로그램을 운영하고 있습니다.

<p>근골격계 운동 (매일 비전 미팅시)</p>	<p>심리상담 서비스 (스트레스 관리)</p>	<p>보건 목표 지수 관리</p>	<p>정기/수시 매일 안전 진단</p>
<p>종합검진 실시</p>	<p>금연 활동 지원</p>	<p>위험성 평가 안전 교육 활동</p>	

사내 건강 캠페인

구성원의 신체 건강 증진을 위해 정기적으로 헬스트레이너가 건강 캠페인을 진행하고 있으며, 2021년에는 COVID-19로 인해 비대면 홈트레이닝 프로그램을 실시 하였습니다.



상담 프로그램

사내 심리상담실에서 희망하는 직원 누구나 전문가에게 개별 심리상담을 받을 수 있습니다. 심리상담실을 통해 자신의 문제를 다양한 관점에서 진단하고, 조직에 대한 막연한 부정적 감정을 갖지 않도록 원인 분석과 함께 문제해결에 도움을 주고 있습니다.

화학물질 관리

국제적으로 화학물질에 대한 규제가 강화되면서 화학물질 관리에 대한 필요성이 강조됨에 따라 GS리테일에서 사용되는 화학물질의 유해성을 인지하고 있습니다.

유해화학물질의 오용은 임직원의 안전에 문제가 되며 환경오염의 원인이 될 수 있기에, 화학물질 안전관리 매뉴얼을 제작하여 보다 체계적으로 화학물질을 관리하고 있습니다.

화학물질 안전관리 매뉴얼에는 당사가 사용하는 모든 화학물질의 인벤토리와 더불어 화학물질 관리 프로세스가 담긴 물질안전보건자료(Material Safety Data Sheet, MSDS)에 대한 내용이 포함되어 있으며 쉽게 열람할 수 있도록 점포와 사업장에 비치되어 있습니다. 화학물질을 취급하는 임직원을 대상으로 정기적인 교육(3년 1회)을 실시하고 있습니다.

또한 시설관리 위험성 평가에 화학물질 항목이 포함되어 있으며, 주기적인 실사가 이루어지고 있습니다. 편의점 및 슈퍼의 경우 환경안전 부서 관리 하에 안전점검표 운영 등 자체적으로 실시하고 있습니다. 연 2회 안전점검 실사가 시행되는 것이 원칙이나 2021년의 경우 COVID-19로 인해 불가피하게 1회 시행되었습니다. GS리테일은 주기적으로 당사의 화학물질 관리 프로세스를 점검하고 평가결과를 모니터링하여 관리체계를 고도화시킬 계획입니다.

화학물질 안전 관리 매뉴얼

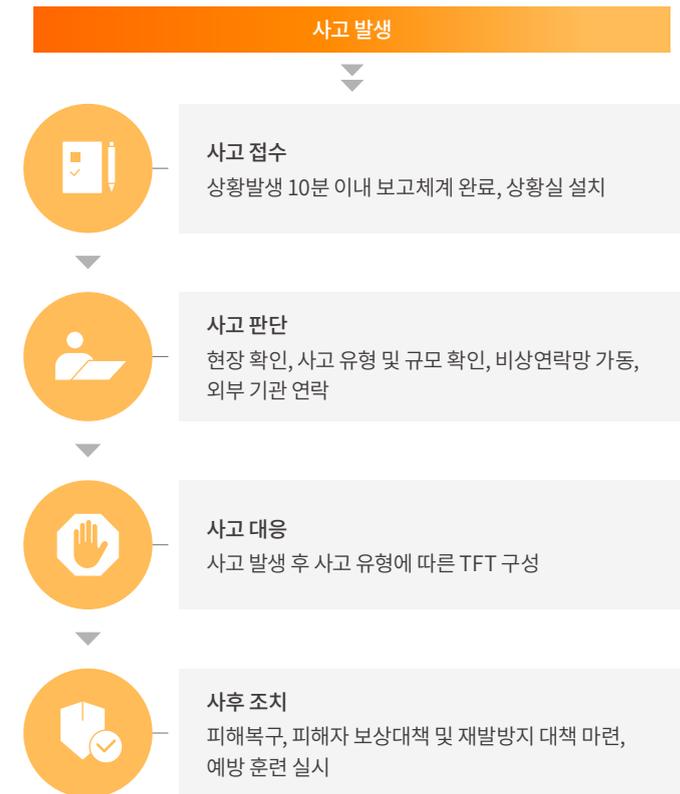
환경사고 대응 체계

GS리테일은 발생 가능한 사고에 대해 크게 5가지 유형으로 구분하여 사고 대응 체계에 대한 가동 준비를 하고 있습니다.



사고 발생 시 체계적으로 대응하기 위하여 위기사고 대응 체계도 및 조직도를 운영하고 있으며 연간 2회의 건물대피훈련을 실시하고 있습니다. 2020년부터는 COVID-19로 인해 실제 훈련을 실시하지 못해 구성원별 역할과 임무 숙지로 대체하고 있으며, COVID-19 상황이 완화되면 훈련을 재개할 계획입니다.

사고 대응 체계도



사고(환경, 안전) 대응 매뉴얼

Together with Partners

지속가능 공급망

GS리테일은 지속가능한 공급망 구축을 위해 파트너사와 함께 노력하고 있습니다. 공급망에서 발생할 수 있는 ESG 리스크를 관리하여 비즈니스 영향을 최소화 하고, 공급망 역량 강화를 위해 파트너사에게 교육 및 컨설팅을 지원하며 사회적 책임과 건전한 공급망 체계 구축을 위해 힘쓰고 있습니다.

파트너사 선정 절차

GS리테일은 파트너사 선정시 자율준수프로그램 절차에 따라 객관성을 확보함으로써 거래의 투명성과 공정성을 높이고 있습니다. 당사는 사회적 책임을 다하는 목적하에 수평적 위치에서 사업자간 공정 경쟁을 유도하고 소비자에게 안전한 상품을 제공하기 위해 파트너사 선정에 신중을 기하고 있습니다. 2021년부터는 신규 파트너사를 대상으로 '자가 ESG 평가 체크리스트'를 도입하며 파트너사가 지속가능경영 강화에 매진할 수 있도록 지원하고 있습니다.

파트너사 ESG 행동규범

파트너사 역시 ESG 경영을 실천해 갈 수 있도록 노동/인권, 안전보건, 환경보호, 윤리경영, 경영시스템 등에 대한 ESG 행동규범을 제정하여 파트너사 사이트 등을 통해 안내하고 있습니다. GS리테일은 파트너사의 사회적 책임 이행을 위해 ESG 행동규범을 준수할 것을 권고하고 있으며, 정기적으로 준수 여부에 대해 모니터링하고 있습니다.

협력사 행동규범

협력사 ESG 체크리스트

분야	주요 사항
환경	· 환경경영 및 성과관리 · 환경성과 모니터링
안전보건	· 산업안전보건 교육 · 안전사고 예방
노동 및 인권	· 법적 의무사항 준수 · 성별, 종교, 연령 등 차별금지
윤리규범	· 윤리경영 · 준법경영

파트너사 ESG 평가

GS리테일은 한해 동안 함께 협력하고 성장해온 파트너사의 노고에 감사를 표하고 축하하는 취지로 'Best 파트너사' 시상식을 진행하고 있습니다. 사회적 책임 이행을 위해 2021년부터는 베스트 파트너사 선정 시 ESG 평가를 반영하며 당사와 파트너사가 함께 지속가능경영 강화를 위해 노력하고 있습니다.

협력사 사회적 책임 이행 - 위생검증

GS리테일은 유통회사로서, 제품의 유통도 중요하지만, 이에 대한 제품의 안정성과 고객 안전이 중요합니다. 특히, 식품의 경우, 제품 생산 과정에서의 위생과 품질관리는 고객의 안전과 직결되며, 품질이 좋고 안전한 상품을 제공하는 것은 고객 만족을 넘어 사회적 책임을 이행하는 것이라 할 수 있습니다.



이를 위해 GS리테일은 제품을 공급하거나 공급을 원하는 협력업체를 대상으로 위생, 원산지, HACCP인증 및 위생용품 등 관련 법규 위반 여부를 점검하고, 문제사항이 발생할 경우 개선 피드백을 요청합니다. 2021년에는 225개 업체를 대상으로 검증 심사를 시행했으며, 이 중 7.1%가 개선조치가 필요한 것으로 확인되어 개선책을 마련하도록 합의하여 조치를 이행하였습니다.



파트너사 ESG 역량 지원

GS리테일은 다양한 역량 강화 프로그램 운영과 컨설팅 지원을 통해 파트너사의 사회적 책임 이행을 위해 노력하고 있습니다.

역량 강화 프로그램

프로그램명	시기	주요 내용
동반성장 세미나	반기1회	외부전문교육기관 통한 직무역량 교육 및 GS리테일의 동반성장 가치 공유 세미나(중소 파트너사 임원, 담당자 대상)
식품위생안전 다짐대회	년1회	위생, 품질 향상 직무역량 교육 및 식품안전 실천을 다짐하는 대회(식품 관련 중소파트너사 임원 및 담당자 대상)
스마트러닝(온라인)	상시	온라인 교육 프로그램 지원(중소파트너사 임직원 대상), 2021년부터는 비대면으로 ESG 교육 실시
안전/위생 교육	반기1회	식품 협력사의 품질관리 능력 향상을 위해 식품위생법, 원산지 관리법 등의 교육 지원
HACCP 아카데미	년1회	HACCP 운영 역량 향상 위한 위생 관리 및 법규 교육 지원(중소 PB 파트너사 대상)
선도·위생관리 코칭 및 지원	상시	사전 위생 심사를 통한 개선과 코칭 및 컨설팅 진행, 입점 이후에도 사후 지원활동을 수행(상품 납품 파트너사 대상)

* 2021년 COVID-19로 인해 동반성장 세미나, 식품위생안전다짐대회, 안전/위생 교육, HACCP 아카데미는 미실시하였으며, 선도 위생 관리 코칭 및 지원 강화 및 파트너사와 주기적인 미팅 진행을 통한 역량 강화를 지원하였음

역량 지원 활동

구분	활동명
컨설팅	친환경 폐수처리 설비 도입을 통한 식품 폐슬러지 저감
	친환경 포장재 패키지 개발을 위한 시제품 제작
	포장재 패키지 규격 및 물류 작업 적합성 개선
	구성품 누락방지 활동으로 고객 Claim 감소

동반성장

동반성장 방침

GS리테일은 국내 유일의 종합유통사로서 'Together with Partners'라는 동반성장 비전을 바탕으로 밸류 체인에 속한 다양한 이해관계자들(협력 중소기업, 파트너사, 가맹경영주)의 동반 성장을 지원하고, 보다 실질적이고 추진력 있는 동반성장 프로그램 운영을 위해 '동반성장 5대 중점 추진과제'를 선정하여 운영 중에 있습니다. 당사는 파트너사에게 제품 개발, 품질 경쟁력 등을 지원하고, 지원을 받아 성장한 파트너사는 당사 유통경쟁력의 핵심 역할을 담당하며 선순환 고리를 구축하고 있습니다. 앞으로도 건강한 기업 생태계 조성에 앞장서며 GS리테일과 이해관계자들이 동반성장할 수 있도록 기업의 사회적 역할을 위해 노력 하겠습니다.



* 2021년 COVID-19로 인해 동반성장 세미나, 식품위생안전다짐대회, 안전/위생 교육, HACCP 아카데미는 미실시하였으며, 선도 위생 관리 코칭 및 지원 강화 및 파트너사와 주기적인 미팅 진행을 통한 역량 강화를 지원하였음

동반성장 주요 성과

GS리테일은 중소협력사, 파트너사, 가맹경영주에 재무적·비재무적 지원을 확대해 나가며 지속가능한 유통산업의 성장과 발전을 위해 힘쓰고 있습니다.

동반성장 주요 프로그램

구분	프로그램	주요 내용
파트너사 	직·간접 자금지원	·상생펀드 ·방송 수수료 환급 제도
	국내·외 판로지원	·중소협력사/파트너사 방송 지원 ·푸드 제조 스타트업 발굴 및 육성 지원(넥스트 푸디콘) ·중소협력사/파트너사 해외 수출지원
	경쟁력 강화 지원	·생산성향상/신상품 개발 컨설팅 및 설비 지원 ·CCM 인증지원
	소통제도 운영	·파트너사 간담회 ·파트너사자문위원회
가맹 경영주 	금융지원	·일상회복 상생지원금 ·G-EPISA 및 매출재난지역 판촉 지원
	비금융지원	·상생협약 체결 ·자율분쟁 조정위원회 ·경영주 법률 자문 서비스
	소통제도 운영 프로그램	·경영주 발원위원회

파트너사 동반성장 활동

직·간접 자금지원

상생펀드, 네트워크/패밀리론, 친환경농수산물펀드 등을 통한 간접적 자금 지원 뿐만 아니라, 명절 조기지급, 방송판매수수료환급제도, 선급금지급 등의 제도를 통해 유동성 문제를 겪는 협력사/파트너사를 지원하기 위해 노력하고 있습니다.

상생펀드

중소 협력사/파트너사의 사업자금 대출 지원과 저금리 대출을 통해 협력사/파트너사가 부담하는 이자비용을 최소화 할 수 있도록 상생펀드를 출연·운영하고 있습니다.

방송 수수료 환급제도

TV홈쇼핑 방송 및 데이터홈쇼핑 방송 판매 부진 시, 해당 협력사의 고통 분담을 위해 분기별로 정해진 기준에 따라, 수취한 판매수수료의 일부를 환급해 주는 제도를 운영하고 있습니다.

상생파트너론

자금 유동성 문제 등으로 상환부담을 겪는 협력사/파트너사를 대상으로 상환청구권 없는 외상 매출채권 담보 대출을 제공하여 협력기업의 상환 부담을 경감시켜드리고 있습니다.

명절대금 조기지급

원활한 자금 유동성 확보를 위해 연2회 명절에 물품대금 및 정산금을 조기 지급하고, 연중 물품 대금 지급을 10일 단위 100% 현금으로 결제하고 있습니다.

선급금 지급

FF 생산공장의 재료 수급과 공급의 안정성 및 설비 관리를 위한 단기 자금 조달 등 지원을 위해 파트너사에 선급금을 지원하고 있습니다.

교육/복리후생 및 R&D 지원

외부교육기관 및 GS리테일의 전문 부서 등이 참여하여 중소협력사/파트너사 임직원의 직무역량 향상을 위해 각종 교육 프로그램을 정기적으로 지원하고 있습니다.

동반성장지수

GS리테일(GS25)은 동반성장위원회와 공정거래위원회가 함께 평가하는 동반성장지수평가에서 가맹, 유통업계 최초로 2년 연속 '최우수 등급'을 달성하였습니다(평가대상 210개사 중 36개사 최우수 등급). COVID-19로 인해 어려운 유통 산업 환경 속에서도 지속적으로 점포의 환경 개선 투자를 진행 하고, 다양한 상생지원제도를 도입해 가맹경영주의 운영 만족도를 제고하였습니다. 앞으로도 다년 간 구축해온 경영주와의 돈독한 신뢰 관계를 바탕으로 차별화된 상생 지원을 지속하고, 거래처와의 공정한 거래를 위한 업계의 모범적인 거래 문화를 선도하도록 최선을 다하겠습니다.



국내·외 판로지원

중소협력사/파트너사 방송 지원

아이러브중소기업 : 중소기업 대상 무료 방송지원

도네이션 방송 : 사회적 경제기업(행복나래, 아름다운가게) 대상 무료 방송 지원

프라임 편성 우대 : 중소기업의 매출 확대를 위해 프라임 시간대에 중소기업 상품을 50% 이상 편성

방송준비지원 : 당사의 전문가들이 상품 스타일링부터 디스플레이, 패널제작 등을 지원하여 방송 준비에 대한 부담을 덜어드리는 제도

넥스트 푸디콘

푸드 제조 스타트업을 발굴 및 육성 하고 판로를 지원하기 위해 푸드 제조 스타트업과 당사가 함께 신상품을 개발하는 프로젝트로 상품기획부터 제조, 마케팅 전략 방안을 공동기획 하고 향후 GS리테일의 온, 오프라인 채널에서 판매할 수 있도록 지원하고 있습니다.

중소협력사/파트너사 해외 수출 지원

파트너사의 해외 판로개척 및 중소기업 우수제품의 해외수출을 지원하기 위해 매년 해외수출 설명회와 상담회를 개최하고 있으며, 2021년에는 홍콩, 대만, 베트남, 몽골, 중국 등 25개국으로 파트너사의 상품을 수출하였습니다.

상품개발지원 및 현지화

GS리테일은 수출경험이 없는 우수 중소기업의 수출 지원과 현지화를 위해 현지 통관규정에 맞는 상품을 공동으로 개발 진행 중이며, 국내 상품개발본부와 협력하여 상품개발 노하우 및 기술을 지원하고 있습니다.

한국무역협회 공동수출간담회 & 상품개발지원 및 현지화

GS리테일은 산업자원통상부-한국무역협회 공동주관으로 해외수출 판로개척에 어려움이 있는 우수중소기업 대상 공동수출상담회 및 현지 판촉전을 진행하였으며, 최종 선정된 기업을 대상으로 제품 수출을 지원하였습니다.

전문무역상사

2021년 7월 '전문무역상사' 지위를 취득하며 다방면에서 중소기업상품의 수출을 지원하고 있습니다.

-FTA 지원

-파트너사 대금 지급 애로사항 해소 및 보험료 할인(무역보험공사제도 활용)

-카탈로그 및 영상제작을 통한 중소기업 상품 홍보 지원

경쟁력 강화 지원

생산 경쟁력 강화

생산성혁신 파트너십, 산업혁신 파트너십 : 생산성 향상/ 신상품 개발 컨설팅 및 설비 지원

상품 경쟁력 강화

CCM 인증지원 : 중소기업 협력사의 CCM 인증 취득을 위한 컨설팅 지원

검사비용 감면지원 : 원사직물시험연구원 등 4개 기관 연계하여 의류, 섬유, 화장품, 생활화학에 대한 시험 분석 비용을 감면 받을 수 있도록 지원

소통제도 운영

다양한 소통과 교류의 장을 마련하여 중소기업파트너사의 고충 및 건의사항을 수렴하고 적극 개선하고자 소통제도를 운영하고 있습니다.

프로그램명	시기	주요 사항
파트너사간담회	분기1회	MD팀장 주관하에 각 시기별, 업종별 이슈에 맞추어 상품정책 추진방향을 함께 고민하고 협의해 나가는 소통제도
파트너사자문위원	분기1회	구매담당 임원 주관하에 파트너사의 대표를 GS리테일의 자문위원으로 위촉하고 파트너사의 고충 및 건의사항을 적극 수렴/해결해 나가는 제도
패밀리데이	연1회	GS리테일의 전체MD와 파트너사의 임직원 모두가 야외 단체활동을 통해 화합 및 단합의 시간을 가질 수 있는 문화교류 제도
Best파트너사 시상식	연1회	한해 동안 GS리테일과 함께 협력하고 성장해온 파트너사를 선정하여, 그 노고에 감사하고 축하하는 제도



가맹경영주와의 동반성장 활동

금융지원

일상회복 상생지원금 지급	2021년 12월 동종 업계 최초로 가맹점의 조속한 정상화와 영업활동 매진을 위해 약 30.2억원 규모의 '일상회복 상생지원금'을 가맹점에 일괄 지급하였습니다.																	
G-ESPA 및 매출재난지역 판촉 지원	<p>G-ESPA(Excellent Store Performance Aid) 상권분석, 고객분석 등을 통한 점포수익개선 활동(판촉행사, 레이아웃 변경, 서비스 개선 등)입니다.</p> <p>매출재난지역판촉 COVID-19 확산세가 지속됨에 따라 매출이 급격히 하락한 점포를 대상으로 판촉행사 지원하고 있습니다. 2022년에는 '일상회복 지원 판촉'으로 명칭을 변경하여 판촉비 지원을 계획하고 있습니다.</p> <p>가맹경영주 판촉 지원 실적 (단위: 천원)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>2020</th> <th>2021</th> <th>2022(계획)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>G-ESPA 판촉</td> <td>498,646</td> <td>466,629</td> <td>660,000</td> </tr> <tr> <td>매출재난지역판촉 (일상회복지원 판촉)</td> <td>81,526</td> <td>-</td> <td>160,000</td> </tr> </tbody> </table>			구분	2020	2021	2022(계획)	G-ESPA 판촉	498,646	466,629	660,000	매출재난지역판촉 (일상회복지원 판촉)	81,526	-	160,000			
	구분	2020	2021	2022(계획)														
G-ESPA 판촉	498,646	466,629	660,000															
매출재난지역판촉 (일상회복지원 판촉)	81,526	-	160,000															
가맹점 보험	<p>GS리테일은 점포 운영시 발생할 수 있는 만일의 상황에 대비하고 가맹점주의 부담을 덜어 드리기 위해 가맹점 보험을 운영 중에 있으며, 2022년에 '전화 사기 피해 보상 보험(POSA, 카드 등)'의 도입을 계획하고 있습니다.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>보험명</th> <th>보험비 부담</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>본부 상생 지원보험</td> <td>단체 안심 상해, 횡령, 택배도난</td> <td>본부</td> </tr> <tr> <td>필수형 보험</td> <td>재산종합, 현금도난</td> <td>본부</td> </tr> <tr> <td></td> <td>영업배상</td> <td>본부, 경영주</td> </tr> <tr> <td>선택형 보험</td> <td>건물화재, 동산, 화재배상, 옥외도난, 횡령</td> <td>경영주</td> </tr> </tbody> </table>			구분	보험명	보험비 부담	본부 상생 지원보험	단체 안심 상해, 횡령, 택배도난	본부	필수형 보험	재산종합, 현금도난	본부		영업배상	본부, 경영주	선택형 보험	건물화재, 동산, 화재배상, 옥외도난, 횡령	경영주
구분	보험명	보험비 부담																
본부 상생 지원보험	단체 안심 상해, 횡령, 택배도난	본부																
필수형 보험	재산종합, 현금도난	본부																
	영업배상	본부, 경영주																
선택형 보험	건물화재, 동산, 화재배상, 옥외도난, 횡령	경영주																
그 외 지원제도	<ul style="list-style-type: none"> · 본부임차점 재계약 지원금 인상 · 재계약 담보 설정 금액 인하 · 경조사 지원 · 야간매출활성화지원금 / 24시간 영업장려금 																	

비금융지원

경영주와의 소통채널	<p>발전 위원회 사업본부와 경영주 간 발전적·선제적 과제를 공동으로 논의하고 경영주 의견을 정책에 반영하기 위한 소통 채널</p> <p>경영주 협의회 가맹점 운영시 애로사항과 의견을 본부에 전달·대변하고 경영주들 간 친목도모를 위한 자체 기구</p>	<p>경영주 매거진 인권이나 가맹경영주를 위한 법률 톱, 경영활동에 도움이 되는 정보를 매거진을 통해 매월 제공</p> <p>소통채널 운영 현황 (단위: 회)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>2019</th> <th>2020</th> <th>2021</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>발전위원회</td> <td>9</td> <td>3</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>경영주협의회</td> <td>11</td> <td>6</td> <td>8</td> </tr> </tbody> </table> <p>*COVID-19 이슈로 인해 '20년, '21년 운영 횟수 감소</p>	구분	2019	2020	2021	발전위원회	9	3	8	경영주협의회	11	6	8
	구분	2019	2020	2021										
발전위원회	9	3	8											
경영주협의회	11	6	8											
상생협약 체결	<p>상호협력을 통한 공동 성장을 목적으로 본부와 경영주 간 상생협약을 자발적으로 체결하고 있으며, 가맹점의 영업 활동을 독려하기 위해 본부임차점 재계약 지원금 인상, 안심운영지원 상향, 재계약 담보 설정 금액 인하 등 상생 지원제도를 운영중입니다. 2022년 상반기에는 전화 사기 피해 보상 보험 도입, ESG 포인트 제도 등을 추가 지원하여 점포 경쟁력 제고에 힘쓰고 있습니다.</p>	<p>상생협약 체결률</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>연도</th> <th>체결률</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2020</td> <td>97%</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>93%</td> </tr> <tr> <td>2022(E)</td> <td>99%</td> </tr> </tbody> </table>	연도	체결률	2020	97%	2021	93%	2022(E)	99%				
연도	체결률													
2020	97%													
2021	93%													
2022(E)	99%													
자율분쟁 조정위원회	<p>가맹사업 관련 분쟁, 잠재적 갈등의 신속한 해결, 가맹경영주와 신뢰 구축을 목적으로 자율분쟁조정기구를 운영하고 있습니다. 위원장의 경우 외부 전문가를 선임하고 있습니다.</p>	<p>자율분쟁조정위원회</p>												
경영주 법률 자문서비스	<p>가맹경영주가 일상생활에서 법률적 도움이 필요한 경우를 대비하여 변호사를 통한 법률 자문서비스(비용 본부 부담)를 제공하고 있습니다. 점포 상황에 따라 방문, 유선, 서면, 이메일 등을 통해 상담받을 수 있습니다.</p>	<p>법률상담건수 (단위: 건)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>2019</th> <th>2020</th> <th>2021</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>상담건수</td> <td>227</td> <td>252</td> <td>199</td> </tr> </tbody> </table>	구분	2019	2020	2021	상담건수	227	252	199				
구분	2019	2020	2021											
상담건수	227	252	199											
노무콜센터 운영	<p>전문 노무 법인을 통해 가맹경영주의 노무 문의를 상담하는 'GS25 노무상담 콜센터(비용 본부 부담)'를 운영하고 있습니다. 채용, 근로계약, 최저임금, 4대보험, 해고, 고용노동부, 4대 보험공단 등의 노무 관련 문의를 상담하고 있습니다.</p>													
그 외 지원제도	<ul style="list-style-type: none"> · 엔젤지원서비스 · 명절 당일 자율휴무 / 경조사 자율 휴무 													

공정거래 준수

공정거래 지침

GS리테일은 공정거래 체제 구축으로 지속가능한 성장기반을 마련하고 있습니다. 이를 위해 대표이사를 중심으로 전 임직원과 협력사가 모두 참여하는 공정거래 프로그램 운영으로 공정거래 문화 정착을 위해 노력하고 있습니다. 공정거래지침은 각 B/U(Business Unit)의 특성에 맞추어 구분하여 수립/운영하고 있습니다.

당사는 예방-통제-점검-제보-개선 6단계 공정거래 프로그램을 운영하고 있으며, 예방 체계 구축을 위하여 대표이사의 실천 의지 표명, 명확한 규정의 운영, 전담 조직운영을 실시하고 있습니다. 또한 교육 및 캠페인 진행, 공정한 상벌제도 운영, 투명한 서면관리를 운영하고 있습니다. 공정거래 규정의 내재화를 위하여 3개의 공정거래 규정과 9개의 지침을 운영 및 공개하고 있습니다.

GS리테일은 책임을 바탕으로 한 자유경쟁의 원칙에 따라 상호 신뢰와 협력으로 공동의 발전을 도모하기 위해 자율적으로 공정거래를 실천하고 있습니다.

공정거래 준수 활동

GS리테일은 책임을 바탕으로 한 자유경쟁의 원칙에 따라 상호 신뢰와 협력으로 공동의 발전을 도모하기 위해 각 B/U별 자율적으로 공정거래를 실천하고 있습니다.

GS리테일은 투명한 거래질서 확립과 자율준수프로그램의 지속적인 실천을 위해 공정거래 4대 가이드라인을 도입·적용하고 있으며, 7가지 중점 예방/통제 활동에 대한 점검을 실시하고 있습니다. 2021년에는 점검 활동의 결과로 사업과 관련한 주요 프로세스에 대한 개선 조치를 완료하였습니다.

플랫폼B/U 공정거래 4대 가이드라인

[바로가기](#)

- 파트너사 선정, 운영 가이드라인
- 서면 발급, 보존 가이드라인
- 하도급 거래 심의위원회 운영규정
- 계약 체결 가이드라인

자율준수관리자 선임

GS리테일은 공정거래 문화의 정착 및 내재화를 위하여 공정거래자율준수 프로그램을 운영하고 있으며, 대표이사로부터 권한과 책임을 위임받아 공정거래를 비롯한 대내외 Risk 통제 역할을 수행하는 대외부문장 임원을 자율준수관리자로 이사회에서 의결/임명하여 선임하였습니다. 자율준수관리자는 법규 준수 여부에 대한 감독/감사 역할을 수행하면서, 자율준수편람 제작 및 운영, 자율준수 교육을 지휘/감독합니다. 자율준수 활동에 대한 경과 및 결과는 반기 1회 이사회에 보고 하고 있습니다.

자율준수 관리자 선임절차



GS리테일 자율준수 프로그램 운영

①	공정거래 실천 선포식 (매년)	매년 3월30일 깨끗하고 투명한 공정거래 실현을 위한 ‘GS리테일 공정거래 선포식’을 실시합니다.
②	자율준수관리자 선임	자율준수관리자 선임 시준 및 절차에 따라 이사회에서 임명하고, 공정거래 게시판을 통해 모든 임직원에게 안내합니다.
③	자율준수편람 배포	자율준수편람 포켓북을 제작하여 관련 업무를 수행하고 있는 담당자들에게 배포하여 책임있는 공정거래 실천을 지속하고 있습니다. (2021년 3월 개정)
④	자율준수 교육 실시	내년 상·하반기 각 1회 이상 공정거래/자율준수와 관련된 대화식/맞춤형 교육을 통해 법규 위반에 대해 사전 예방활동을 지속하고 있습니다.
⑤	공정거래 법규 위반 임직원 제재	위반 가능성이 있는 공정거래 법규에 대하여, 임직원을 제재하고 계도할 수 있는 윤리위원회 규정을 마련하여 운영하고 있습니다.

Together with Customers

고객만족 경영

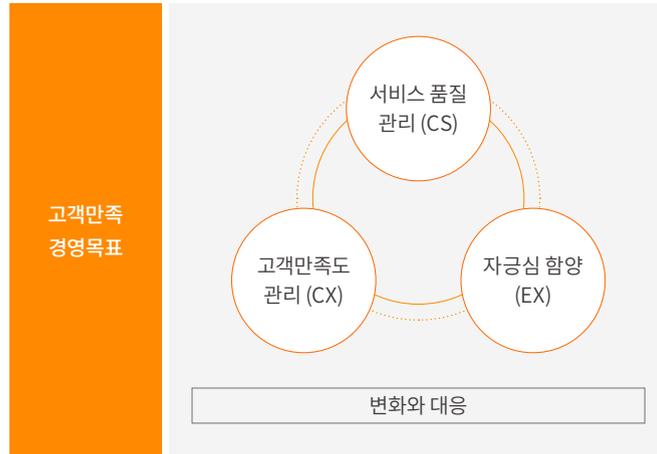
고객만족경영 전략 및 목표

GS리테일은 각 사업부문별 특성에 맞는 고객패널진단 항목을 수립하여 제품 및 서비스 수준 제고에 힘쓰고 있으며, 임원 KPI 지표와 연계해 체계적으로 고객만족도를 관리해 나가고 있습니다.

GS리테일 비전	고객의 모든 경험을 연결하고, 데이터로 공감하며, 상품과 서비스로 신뢰받는 플랫폼
----------	---

고객만족 비전	고객에게 신뢰주고 사랑받는 플랫폼
---------	--------------------

고객만족 경영목표	각 사업부(문)별 관리 지표에 따른 고객만족도 관리 수행
-----------	---------------------------------



고객만족경영 주요 성과

고객만족도 조사

GS리테일은 고객의견조사, CES 평가, 배송원 만족도 조사를 통해 고객만족도 조사를 수행하며, 고객의견에 귀기울이고 있습니다.

고객의견조사	모바일앱 고객을 대상으로 설문, 채팅 등을 쉽고 빠르게 할 수 있는 Tool(CSP-Connected Service Platform)을 이용한 조사
CES 평가 ¹⁾	고객이 직접 상담내용을 평가하는 조사
배송원 만족도 조사	고객이 직접 배송기사를 평가하는 조사

1) Customer Effort Score

고객만족평가

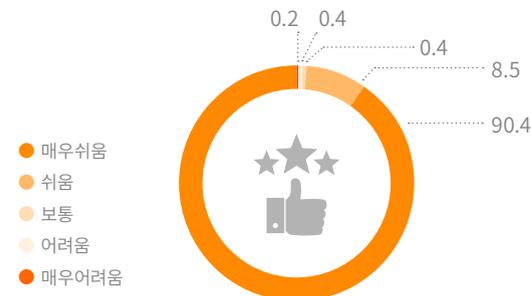
GS25, GS THE FRESH 홈페이지 및 모바일웹을 통해 매월 실제 이용 고객 대상 고객만족평가를 진행하고 있습니다. 평가결과를 토대로 매장 서비스 등 전반적인 고객의 의견을 청취하고 개선하고 있습니다.

고객만족평가 건수

(단위: 건)

구분	2019	2020	2021
GS25	82,438	1,500	2,110
GS THE FRESH	-	56	117

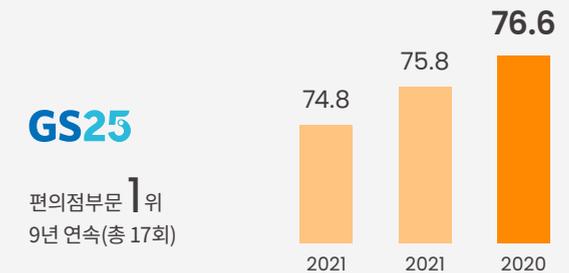
2021년 CES 평가



서비스 대의 인증 수상 실적

- 2017 ○ 고객만족경영대상 명예의전당 헌액
- 2019 ○ 한국서비스대상 명예의전당 헌액
- 2021 ○ 한국서비스품질지수(KS-SQI) 편의점, 대형슈퍼마켓 부문 1위
한국에서 가장 존경받는 기업 편의점, 대형슈퍼마켓 부문 1위
한국산업의 서비스품질지수(KSQI) 편의점, 대형슈퍼마켓 부문 1위
한국산업의 고객만족도(KCSI) 편의점 부문 1위

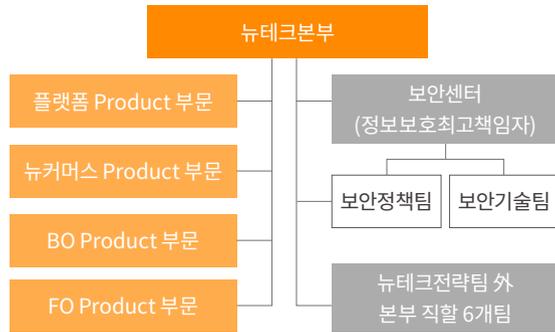
한국서비스품질지수(KS-SQI)



고객정보 보호

정보보호 운영 체계 수립

GS리테일은 고객 정보보호를 매우 중요시하며, 이를 실천하기 위한 다양한 활동을 진행하고 있습니다. 2021년 통합 법인 출범 이후 기존 IT부문 산하의 IT보안팀에서 양사 정보보안팀을 통합한 뉴테크본부 직할 보안센터를 신설하고, 인원확충 및 기능별 전담부서 생성을 통해 전문성을 강화하였습니다. 뿐만 아니라 통합법인 정보보안 정책과 지침서를 재정비하였으며 클라우드보안 정책 수립을 통해 변화하는 업무환경 변화에 선제 대응하고 있습니다.



정보보호 관리체계(ISMS) 인증

GS리테일은 통합 이후 심사를 통해 정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증인 'ISMS-P'를 획득하였습니다.



정보보호 및 개인정보보호를 위한 일련의 조치와 활동이 인증기준에 적합함을 인터넷 진흥원 또는 인증기관이 증명하는 제도

인증의 범위 : GS리테일 온라인 서비스

유효기간 : 2022. 04. 06 ~ 2025. 04. 05

정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증서

인증번호: 2022-04-06-001-001

인증일: 2022.04.06

인증기관: 한국인터넷진흥원

인증대상: GS리테일 온라인 서비스

인증유효기간: 2025.04.05

*ISMS-P(정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증) : Personal Information & Information Security Management System

정보보호 활동

정보보호 리스크 사전 대응

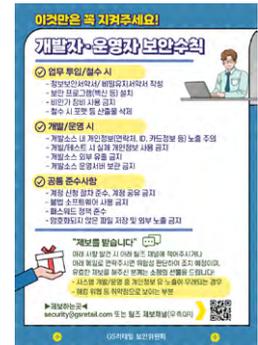
GS리테일은 매월 사무실 물리 보안점검(개인정보, 사내문서, 외장매체), 업무용 PC 점검(비업무 소프트웨어)을 실시하고, 분기마다 악성메일 모의훈련을 통해 악성코드 및 정보탈취(랜섬웨어) 피해를 사전 대응하고 있습니다. 기존 시스템 추가개발 및 신규 서비스(시스템)도입시 취약점 점검, 모의해킹 필수진행을 통해 고객정보 유출이나 해킹 공격 등 정보 침해 사고에 대응 하고 있습니다. 업계 최초로 오프라인 POS용 백신 자체 개발 및 특허 획득을 통해 고객 결제 정보에 대한 악성코드를 사전 차단 하고 있습니다.

보안 서약 전자화

자체 개발한 외부 업체 전자서명 시스템을 통하여 외부 프로젝트 인원 투입시와 고객 정보처리 업무를 위탁받는 수탁 협력사에 대한 정기점검시 본인 서명을 통한 보안 서약을 전자화 하고 있습니다.

임직원 정보보호 인식 제고

GS리테일은 업무(편의점, 슈퍼 등 점포영업 및 마케팅, IT) 맞춤형 교육을 매년 직접 제작하고 있습니다. 신입사원 및 경력사원 입사 시 필수로 정보보안교육을 이수하고 있으며, IT직무자에 대해 기술적, 관리적 보호조치 기준 심화교육을 추가적으로 진행하고 있습니다. 정보보호의 날 기념 이벤트 등 수시로 임직원 정보보호 인식 제고를 위한 캠페인을 진행하고 있습니다.



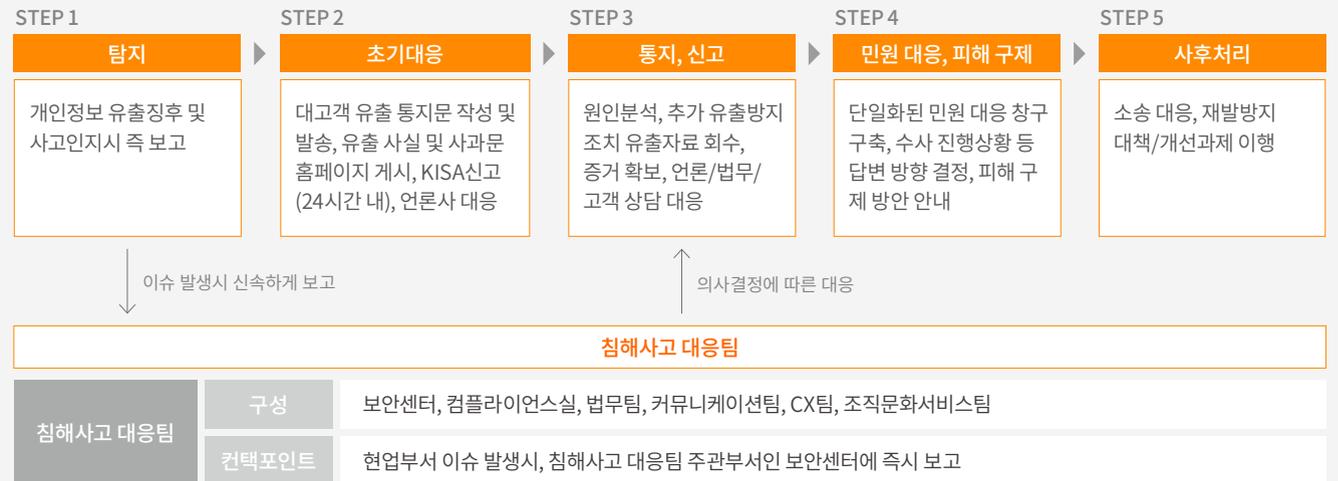
임직원 정보보호교육 이수율

(단위: %)

구분	2019	2020	2021
임직원 정보보호교육 이수율	98.6	99.0	99.6

1) 19년, 20년의 경우 합병 이전 GS리테일 기준

개인정보 침해사고 대응 프로세스



진심을 담은 마케팅

진심을 담은 마케팅 정책

급변하는 고객의 니즈와 경영 환경 속에서 마케팅이 사회에 미치는 영향력이 커짐에 따라, GS리테일은 당사가 판매하는 모든 제품들에 적용되는 진심을 담은 마케팅 정책들을 정립하였습니다.

이 원칙들을 기준으로 다양한 현안 이슈들에 대한 위기 상황을 사전에 예방할 것입니다. 또한 위기 발생시 체계적인 대응을 위해 사장단/임원 및 주요 현업 부서를 대상으로 위기 관리 교육을 지속적으로 진행중에 있습니다.



1 우리는 홍보, 판매와 관련된 법령 및 소비자 권익 보호 등의 국가가 정한 방침에 근거하여 책임을 다하겠습니다.

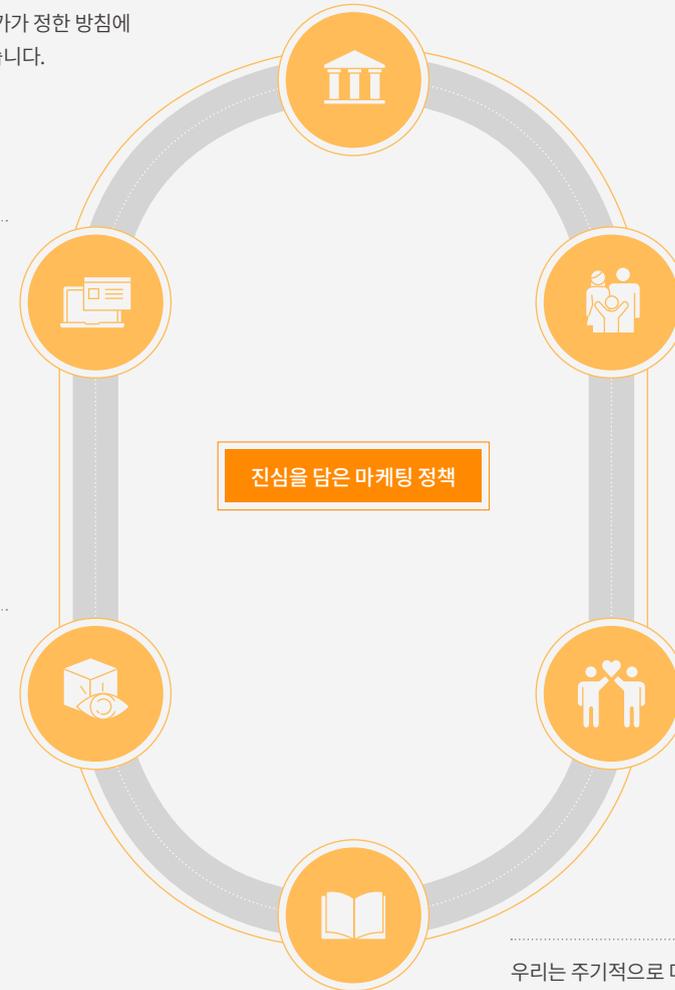
2 우리는 상품 구매, 서비스 등 고객과 만나는 모든 과정에서 정확하고 일관된 정보를 제공하고, 이해하기 쉬운 단어를 사용합니다.

3 우리는 공정한 경쟁의 원칙을 준수하고 상품/서비스에 대한 균형 잡힌 시각을 제공할 수 있도록 하겠습니다.

4 우리는 소비자 특히 유아·아동·청소년에게 신체적 또는 심리적으로 해가 가는 마케팅을 하지 않도록 유의하겠습니다.

5 우리는 특정 계층에 편중되거나 갈등을 조장하지 않으며, 인권을 존중하는 마케팅을 하겠습니다.

6 우리는 주기적으로 마케팅 관련 부서를 대상으로 진심을 담은 마케팅 정책에 대한 교육을 실시하겠습니다.



품질경영

GS리테일은 진심을 담은 제품과 서비스를 통해 고객과 소통하고 있습니다. 당사는 품질경영의 강화를 위해 ISO9001 인증을 획득하였으며, ISO9001에 입각한 품질 관리 프로세스 및 관리체계를 구축하여 다양한 활동들을 수행하고 있습니다. ISO9001 인증은 제품 및 서비스에 이르는 전 생산 과정에 걸친 품질보증 체계를 의미하며, 제품 및 서비스 자체에 대한 품질인증이 아니라 제품을 생산·공급하는 품질경영시스템을 평가하여 인증합니다.



ISO9001 인증서

품질경영 - 오프라인 점포

STEP 1. 파트너사 품질경영

제조파트너사 위생관리

GS리테일은 신규 파트너사의 위생 관리 및 위생 상태 점검을 위해 현장 심사를 진행하고 있습니다. PB상품, NB상품으로 구분하여 심사하고 있으며, 위생 관리 프로세스에 따른 평가 등급(점수)은 상이하게 운영중입니다.

PB상품: 입점시 의무 진행 및 연 1회 사후 방문
*심사: 본사 선도위생혁신팀 또는 외주 위탁 심사기관

NB상품: HACCP 미인증 파트너사 또는 시즌별 이슈 발생시 특별 심사

컴플레인 다빈도 발생시 외주 전문 심사원이 현장을 방문하여 발생 원인 및 가능성을 추적하고 개선사항을 코칭하고 있습니다. 추가로 QA승인 시스템을 통해 위생심사를 진행하고 서류를 등록하여 관리하고 있습니다.

신선식품 파트너사 선도관리

GS리테일은 고품질의 신선한 식품을 공급하기 위해 산지 → 물류 → 점포 입고 → 판매까지 전단계에서 상품의 선도를 관리 하고 있습니다.

1. 신선식품은 GS리테일 입고 기준(상품판단기준표) 이상의 고품질 상품만 입고되도록 관리하고 있습니다.
2. 물류센터에서 입고 기준 미달된 상품은 교환 및 회송을 진행하고 있습니다.
3. 점포 입고 기준에 미달된 상품은 해피콜 접수를 통해 교환 및 회송을 진행하고 있습니다.

STEP 2. 물류 품질경영

물류센터 선도·위생관리

GS리테일은 연계된 물류센터의 선도·위생관리 수준을 진단하고 입고, 보관, 배송에 이르는 전 단계에서 콜드체인 준수 여부를 물류센터별로 연 6회 집중 점검 하고 있습니다.

- 신선센터 및 저온센터 법규 준수 여부
- 작업장 위생 및 상품 관리
- 배송차량 청결 및 온도 준수 여부

STEP 3. 점포 품질경영

점포 선도·위생관리

GS리테일은 오프라인 점포 전단계(입고, 보관, 판매)에서의 품질관리를 위해 정기적으로 매장에 방문하여 법규 및 선도 준수 여부를 점검하고 있습니다. 근무자 및 가맹 경영주의 위생·선도 인식 제고를 위해 지속적으로 교육 및 위생관리 캠페인을 진행하고 있습니다.

위해상품 판매차단 시스템

GS리테일은 국가기술표준원에서 주관하고 환경부, 식품의약품안전처 등이 공동 지원하고 있는 '위해상품 판매차단 시스템'을 운영하고 있으며 위해 상품 발생시 전국 모든 점포에서 즉시 상품 판매가 중단되어 고객에게 안전한 구매 정보를 제공하고 있습니다.

상품 안전성 검사

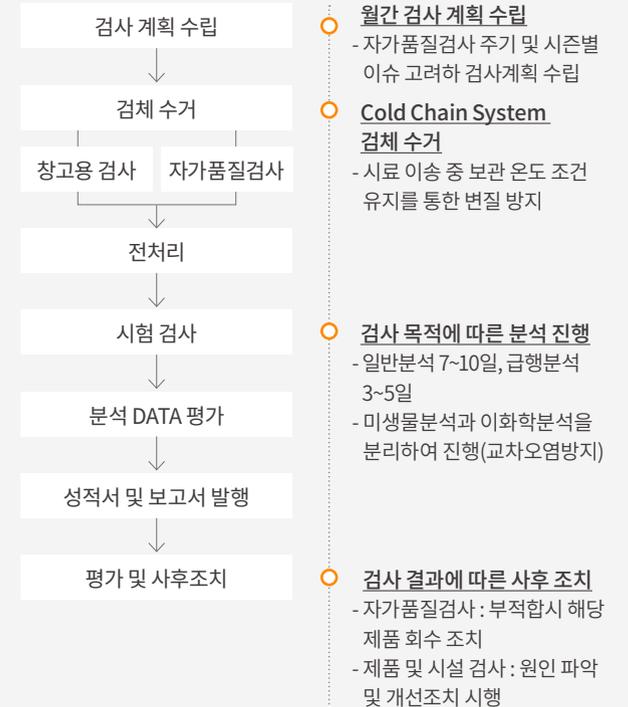
GS리테일은 품질 안전성 확보 및 이력관리를 위해 PB상품(정기)과 이슈 상품(비정기)을 대상으로 상품 안전성 검사를 수행하고 있습니다. 수행 결과 부적합 상품은 재검사 및 개선 피드백을 확인하여 사후 관리하고 있습니다. 물류센터로 입고되는 신선식품(농,축,수산물)은 식약처 및 경기도청이 주관하는 사전 검사를 통해 잔류 농약 검출시 회수되는 시스템을 운영중이며(이천신선센터), 신선식품 및 가공식품을 대상으로 간이 방사능검사를 진행하여 고객의 건강과 최상의 품질을 위해 최선을 다하고 있습니다.

2021년 안전성검사 수행 상품군수

(단위: 건)

식품	화장품	위생용품	기구용기	펫푸드	합계
1,976	43	23	18	7	2,067

상품 안전성 검사 프로세스



품질경영 - Fresh Food 제조업체

품질 위생 관리 시스템

GS리테일은 당사 Fresh Food (이하 FF) 제품의 우수한 맛과 품질, 안전한 제품을 고객에게 제공하기 위하여 자사의 철저한 품질·위생 관리 기준을 바탕으로 상품의 원재료부터 제조, 유통 전 단계를 엄격하게 관리하고 있습니다.

제품의 이화학, 관능, 미생물 검사를 주기적으로 수행하고 있으며, FF 제조업체에서 관리 업무 지원을 신청 받아 매월 1회 이상의 품질, 위생 점검 및 제품, 제조 환경 검사를 진행하고 있습니다.

HACCP 업무 지원

FF제조업체는 HACCP을 취득 필수 조건으로 취득 운영되고 있습니다. FF제조업체 및 자회사의 HACCP 취득과 원활한 운영을 위해 HACCP 컨설팅을 시작으로 연간 2회의 HACCP 외부 검증 업무를 진행하여 레포트 제공과 개선 업무를 지원하고 있습니다.

HACCP 외부검증 요약 REPORT

1. 검증기간 : 2021. 06. 02(1일)
2. 검증자 : 2명
3. 검증결과

항목	주요내용	판정	취득점수	결과	부적합 사항
선행요건	영업장관리, 위생관리, 용수, 검사관리	92/100	92점	적합	7건
HACCP	위해요소분석, 중요관리점 결정, 한계기준 결정	170/200	192점	적합	5건
계		255/300	284점	적합	12건

4. 조치 : 22건의 문제점을 7월 16일까지 개선 요청 함

원재료 안전성 관리

FF상품에 사용되는 모든 원재료는 원산지 이력관리, 미생물 검사를 진행하여 검증된 원재료만을 사용하고 있습니다.

FF 원재료 관리 기준

- 미생물 관리 기준 : 법적 허용 기준내 적합 원재료 사용(검사 3회 이상)
- 법규 관리 기준 : 품목보고, 원산지 표기 등의 법규관리 항목 확인
- 제조처 관리 기준 : 인허가 관리, 행정처분 이력에 대한 사전 확인 및 매년 1회 AUDIT를 진행 / 적합 판정 업체와 거래 진행

협력사 동반성장을 위한 지원

GS리테일은 협력사 동반성장을 위해 FF제조업체 및 자회사를 대상으로 매년 식품 관련 법률 재개정 사항 공유, 정기 현장 방문 및 지원 업무, 미생물 검사 및 검사실 직원 교육 등을 통해 협력사 품질 관리 업무를 지원하고 있습니다.

품질경영 - 방송상품

GS리테일은 모든 방송 상품의 품질관리를 위해 제품 안전성 및 원산지 관리 등의 자료를 검토 후 전산관리하고 있습니다.

제품 관련 자료 검토

- 농산물 원산지 증명서
- 축산물 도축 증명서
- 수산물 수매 증명서
- 수입식품 수입신고서
- 화장품 통관 예정 보고서
- 수입신고필증
- 수입화장품 제조 증명서
- 성적서 등 법적 필수서류

검토자료 전산 관리

- 상품별 전산 코드 관리
- 관련 자료 전산 등록 시스템화

대량판매상품 품질경영

국내의 대량판매상품을 대상으로 공유 앱 'Trello'를 이용하여 RISK 재점검을 수행하고 있습니다.



Trello 기반 리스크 점검 수행

점검 및 운영기준

- 상품 판매 금액 기준 50억, 100억, 500억 단계별 Risk 재평가
- 원물, 원료, 제조 전과정 별 Risk 가설 수립 및 검증 체크 활동

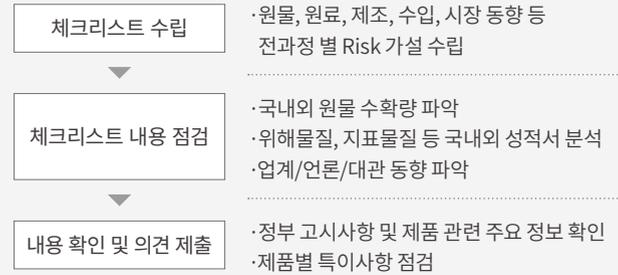
상품 안전성 검사

대량판매상품 모니터링을 위해 무작위로 상품을 구매 후, 공인기관에 직접 시험 의뢰하여 상품 안전성을 재 점검하고 있습니다.

구매검사

구분	2020	2021	당사 연계 공인기관
이미용	92	106	KTR / KOTITI
식품	112	100	한국식품과학연구원
리빙	46	8	KCL / KOTITI
의류	-	68	KATRI / FITI / KOTITI
잡화	23	22	KATRI / FITI / KOTITI
합계	273	304	-

리스크 관리 프로세스



Risk 가설 체크리스트 운영 예시

단계	Risk 구분	주요 점검 사항
원물	원산지	수확량, 생산지역 등 정보
원료	법규, 안전성	관련 법적 기준 준수 해외 시험 성적서
수입	원산지, 법규	정밀 통관 서류 및 성적서
제조	법규, 안전성 법규	법적 공인 시험 성적서 HACCP, GMP 등 품질시스템
방송	방송소구표현진위	방송 소구 실증 자료 검증
고객	인체적용 미디어	부작용 특이 지표 확인 판매 상품 특이 동향 확인

신선연구소

신선식품 큐레이션 서비스 ‘신선연구소’는 농·수·축산물 총 172개 상품을 대상으로 고객의 니즈를 충족하기 위해 민감도가 높은 신선식품 정보를 제공하고 있습니다. 신선식품 전문 MD가 전국 산지를 직접 방문해 상품의 재배 환경, 상품 품질, 맛 등을 직접 확인하는 절차와 함께 해당 산지의 상품에 대한 기존 고객 평가 등을 고려해 1



차 검증을 수행하고, 이후 산지 직배송으로 운영되는 서비스 특성을 반영해 1차 검증을 통과한 상품을 각기 다른 지역으로 주문한 후 배송 시 품질 유지 상태 등을 비교하는 최종 검증 절차로 운영되고 있습니다. 해당 검증 절차는 영상으로 기록되어 추후 '신선연구소' 상품을 구매하는 고객의 영상 큐레이션 콘텐츠로 활용되고 있습니다. 신선하고 품질 유지가 가능한 상품을 소개함으로써 고객과는 두터운 신뢰를 쌓아가고, 산지에 국내 농·축·수산물 판로를 확대해주며 동반 성장할 수 있도록 지속 육성할 방침입니다.

사회적 책임을 고려한 제품

GS리테일은 제품의 품질 및 위생 뿐만 아니라 건강과 영양까지 고려하는 제품을 출시함으로써 사회적 책임을 이행하고 있습니다. 고객에게 균형 잡힌 건강한 식단을 제공하기 위해 홈페이지를 통해 고객의 의견을 청취하고 고객의 요구사항을 분석하여 상품개발에 반영하고 있습니다. 이를 통해 나트륨저감·칼로리저감·당저감·채소식재 확대 등의 기준을 수립해 영양 밸런스가 높은 상품을 지속적으로 개발하며 노력하고 있습니다.

나트륨 저감 활동

당사는 FF제품의 나트륨 관리 기준을 수립하였으며 (도시락의 경우 평균 1,300mg 이하), 전체 상품에 대한 나트륨 데이터베이스를 관리하고 있습니다. 2021년에는 식품의약품안전처 나트륨 저감 지원 사업 및 서울시 희망 급식 바우처 사업에 참여하며 나트륨 저감 상품을 출시하였으며, 도시락의 경우 기존 대비 평균 20% 나트륨 저감을 하며 균형잡힌 제품을 고객에게 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 당사는 전체 원재료·제품 등의 나트륨 정보 제공 및 신소재 발굴 등을 통해 지속적으로 나트륨 저감을 위한 활동을 수행하며 노력하겠습니다.

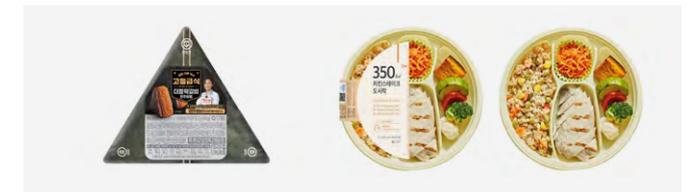


식약처 공동개발 나트륨 저감 상품

양질의 먹거리 제공

당사는 서울시 교육청이 진행하는 희망급식 바우처 지원사업을 적극 지원하며 나트륨, 칼로리, 단백질 함량 등 영양 기준에 부합되는 도시락을 준비하였고, 양질의 먹거리를 제공하고자 일반 삼각김밥 대비 반찬 중량을 두배 높은 ‘더큰더블떡갈비전주비빔’ 상품을 출시하였습니다.

칼로리를 낮춘 저칼로리 도시락, 밥급남·이찬원·금돼지식당 등 MZ세대를 중심으로한 유명인사 및 맛집과의 콜라보 도시락을 선보이며 우수한 품질의 먹거리를 제공하는데 앞장서고 있고, 채식 먹거리 확대 등 신성장 카테고리 선정하여 건강하고 다양한 먹거리 개발을 위한 투자를 계속해 나가고 있습니다.



(좌)더큰더블떡갈비전주비빔(김민지영양사개발), (우)저칼로리 도시락

채식 간편식 확대

환경보호, 동물복지 등 특별한 가치에 따라 채식을 선택하는 소비자와 건강을 위해 콜레스테롤, 포화지방 등이 높은 육류 대신 대체육을 찾는 소비자 등 채식 수요가 급히 늘어나고 있는 최근 트렌드를 반영해 100% 식물성 대체육, 비건 인증 면, 소스 등을 사용한 상품을 출시했습니다. 당사는 채식을 추구하는 소비자들의 선택권을 넓히고 채식 먹거리도 맛있다는 인식 확대 및 대중화에 앞장서 나갈 계획입니다.



Together with Communities

사회공헌

사회공헌 전략체계

ESG 비전	Green Life Together		
Pillar	환경	사회	
	Green Together	Life Together	
		Together with Communities	Together with Partners
사회공헌 중점영역	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 실천을 위한 참여 친환경 인식 개선 및 제고 	<ul style="list-style-type: none"> 임직원/고객 참여 소외계층 지원 사회안전플랫폼 구축 	<ul style="list-style-type: none"> 동반성장 방송사업 및 소비자 지원

사회공헌심의위원회

GS리테일은 국내·외 수행하는 모든 기부활동에 대해서 명확하고 합리적인 기준과 절차에 따라 투명하게 집행하고 있습니다. 이를 위해 이사회 내 ESG위원회의 산하기구로 사회공헌심의위원회를 운영하고 있으며, 해당 위원회를 통해 당사의 모든 사회공헌사업의 자선성과 공익성에 대한 검토를 실시하고 있습니다.

특히 기관별 연간 3억원을 초과하는 기부금이 발생하는 사업의 경우, ESG위원회의 승인을 받아 진행될 수 있도록 규정하고 있습니다. 또한 사회공헌심의위원회 위원장이 연초 사회공헌사업 계획 및 전년도 실적/결과를 ESG 위원회에 보고하여 보다 체계적으로 사회공헌 사업을 진행, 감독하고 있습니다. 2021년 총 8차례 위원회가 진행되었으며 약 50개 이상의 사회공헌 사업을 검토 및 승인하였습니다.



공공기관, 전문 NGO 파트너십 강화

저소득층 음악교육 지원사업(무지개상자)

NGO기구 '기아대책'과 협업을 통해 2005년부터 아동 문화정서지원 사업으로 저소득가정 아동에게 클래식 악기와 음악 교육을 지원하며 2021년 기준 누적 금액 49.6억원, 12,289명의 아동을 후원하였습니다. 2021년에는 임직원 재능기부가 더해진 '무지개상자 오케스트라 X GS리테일 임직원'이 함께하는 원하트(ONE HEART) 온라인 콘서트를 진행하였습니다.



무지개상자 오케스트라 연주회

사회적기업 판로지원

한국사회적기업진흥원, 행복나래, 아름다운가게와 2011년부터 4차 협약을 맺고 도움이 필요한 사회적경제기업의 판로 확대 지원에 힘쓰고 있으며 2021년 기준 누적 573회, 156개 사회적기업 대상으로 14억원 후원을 하였습니다.



몸뚱소방관 희망나눔 달력

저소득 중증화상환자 지원

2014년부터 서울시 소방재난본부, 한림화상재단과 협업을 통해 '몸뚱소방관 희망나눔 달력' 제작 후원 및 판매를 진행하고 있습니다. 지난 8년간 95,250부가 판매되었고, 이에 따른 판매 수익과 기부금 등은 2021년 기준 누적 8억 8,334만원의 판매수익 및 기부금이 화상환자의 치료를 위해 전액 기부되었으며, 누적 200명의 저소득 중증화상환자가 화상 치료를 지원 받았습니다.

기부 연계 상품 공동 개발

사랑의 열매와 MOU를 체결하고 콜라보 상품 공동 기획 및 홍보와, 기획 상품을 통한 기부 참여를 약속했습니다. 이를 통해 윤리적 소비를 즐기는 MZ세대 소비자들의 나눔 문화 형성에 기여하였으며, 기획 상품 판매를 통해 얻어지는 판매 수익금의 10%를 사랑의열매 측에 기부 할 예정입니다.

임직원 장려정책

구분	장려 제도	
사회공헌 참여격려	<ul style="list-style-type: none"> GS나눔미 봉사활동 참여, 리더참여 우수 봉사자, 우수 봉사단 포상 	<ul style="list-style-type: none"> 북드림캠페인 참여 포상 헌혈캠페인 참여 포상
자긍심 부여	<ul style="list-style-type: none"> 사회공헌 참여 현황 자기소개 표기를 통한 선행칭찬 사내 게시판/홈페이지 등 구성원 홍보 	<ul style="list-style-type: none"> 우수 봉사자 부문장 칭찬 영패 포상 숨은 나눔천사 소개/기사 홍보

사회공헌 활동

	전략체계	사회공헌 활동
Green Together 	친환경 실천을 위한 참여	<ul style="list-style-type: none"> · 업사이클링 친구 캠페인 (아름다운 가게) · 동물이 행복한 숲 (노을공원) · 바자회&물품기부 (행복한 나눔, 아름다운 가게)
	친환경 인식 개선 및 제고	<ul style="list-style-type: none"> · 에코 크리에이터 · 에코 소셜 임팩트 · 친환경캠페인 (SNS 친환경 활동 홍보)
Together with Communities 	임직원/고객 참여	<ul style="list-style-type: none"> · GS나눔미 봉사단 · 대학생/시니어 봉사단 (기아대책) · 북드림캠페인
	소외계층 지원	<ul style="list-style-type: none"> · 무지개상자 (기아대책) · 몸짱 소방관 나눔 달력 (한림화상재단) · 다문화가정 아동 축구교실 (다문화지원센터)
	사회 안전 플랫폼 구축	<ul style="list-style-type: none"> · 아동안전·여성안전·치매어르신 지킴이 · 미니 소방서 · 장애인 도움벨 설치
Together with Partners 	동반성장	<ul style="list-style-type: none"> · 협력이익공유제 · 인서트 영상 제작비 지원사업 · 해외 홈쇼핑 기획전
	방송사업 및 소비자 지원	<ul style="list-style-type: none"> · 미디어 사회적기업 지원 · 미디어 나눔버스 · 소비자 리더 장학금 · 방송콘텐츠 리더 장학금



친환경 실천을 위한 참여

고객 참여 물품기부_Upcycling 친구 캠페인 | 더 이상 입지 않는 셔츠나 청바지를 업사이클링 제품으로 새롭게 사용할 수 있는 Upcycling & Re;design 환경 보호 캠페인을 진행하였습니다. 고객 1천명이 참여하고, 생활 속 환경보호 활동으로 23.5만톤의 탄소절감 효과를 냈습니다.

Green Save 캠페인 | 경영주 및 스토어매니저가 친환경 활동을 점포에서 직접 실천하고 개인 SNS에 활동 내용을 홍보하여 지역사회 주민에게 친환경에 대한 긍정적 인식 개선을 이끌어내는 그린 세이버 캠페인을 진행하고 있습니다. 2022년 1기 Green Saver는 매주 점포에서 에너지 절약, 친환경 활동 등을 개인 SNS에 게시하여 적극 홍보하고 있으며 이러한 활동을 통해 총 900kg에 달하는 이산화탄소를 절감하고 있습니다.



친환경 인식 개선 및 제고

에코 크리에이터 : 환경 영상 제작 지원 | 젊은 그린리더, 글로벌 청소년 환경 활동가들의 연대의 장을 마련하고 환경 문제에 대한 인식 확장을 위해 환경 영상 제작을 지원하고 있습니다(2021년 20팀 선발, 영상제작). 또한 환경부 우수환경 프로그램으로 지정되며 환경 인식 개선 및 제고에 앞장서고 있습니다.

에코 소셜임팩트 : 환경분야 제조 소셜벤처 창업지원 | 지속가능한 환경제조 분야 소셜벤처를 창업하고 싶은 예비 창업자 혹은 초기 스타트업을 돕는 사회공헌 활동으로 누적 39개 소셜벤처 기업, 69명의 청년을 지원하였습니다. 2021년에는 타이어를 재활용한 신발을 만든 팀, 해양폐기물 활용한 다이어트 식품을 만든 팀, 커피 마대자루를 업사이클링한 팀 등 총 10개팀을 선정하여 육성하였습니다.

에코소셜임팩트 사례

다정한 마켓 | 상품성이 낮아 버려지는 농산물(당근, 고구마)을 반려동물 간식으로 제조 후 상품화하여 농산물로 인한 환경문제에 기여하고 있습니다. 2021년 GS SHOP 아이러브중소기업 방송을 통해 판로지원을 받았습니다.

토티컴퍼니 | 여성과 자연을 위한 제품과 서비스를 개발하는 펌테크(Femme Tech)기업으로 단순히 위생용품만 판매하는 것이 아니라 여성의 건강 향상과 주체적 삶에 기여할 수 있고, 자연 환경 보호에도 일조할 수 있는 유기농 순면제품을 개발하고 제공하는 것을 목표를 하고 있습니다. 2022년 GS SHOP 아이러브중소기업 방송을 통해 판로를 확대했습니다.

임직원/고객 참여

전국 70개 GS나눔미 봉사단 | GS나눔미 봉사단은 2004년부터 전국 임직원, 경영주, 고객이 함께 참여하며 어르신발벗, 아동봉사, GS팻러버 유기견 봉사 등 사회소외계층을 위한 따뜻한 나눔을 실천하고 있습니다. 누적 62,988명 참여하였으며 COVID-19 이슈로 2020~2021년은 평년보다 적극적인 참여의 어려움이 있었지만 개인봉사활동 및 외부 사회공헌활동을 실천하는 분들의 지속적인 지원이 있었습니다. 임직원이 자발적으로 기부한 물품의 판매 수익금과 이에 대한 매칭그랜트를 회사에서 기부하여 백혈병소아암협회에 어린이 마스크, 다문화가정 아동과 가출청소년을 위한 도시락·먹거리 등을 기부하고 있으며, 사랑의 열매와 협업한 상품의 판매 수익금 기부, 용산 쪽방촌 어르신을 위한 도시락 나눔봉사, 어려운 가정의 소녀들을 위한 생리대 기부 행사 등 다양한 활동을 수시로 진행하고 있습니다.

연말 테마 봉사 | 전국 봉사단이 매년 연말 테마 봉사를 통해 따뜻한 나눔을 전하고 있습니다. 2019~2020년은 사랑의 떡국나눔, 2021년은 사랑의 연탄나눔을 진행하였으며, 2022년은 친환경 테마로 어려운 우리 이웃들의 따뜻한 연말을 위한 활동을 계획 중에 있습니다.

GS팻러버 등 유기견 봉사 | 유기견 보호소 환경정화, 유기견 입양캠페인, 유기견 산책 봉사 등을 수행하며 반려동물 인구 1천만시대 따뜻한 봉사를 실천하고 있습니다.

임직원 헌혈캠페인 | 대한적십자사와 연 2~3회 전국 단위 헌혈캠페인을 진행하며 헌혈증을 기부하고 백혈병소아암환자, 위급한 임직원 및 가족에게 현재까지 10,383명의 나눔을 전하고 있습니다.

임직원 매칭 그랜트 후원 GS러브러브펀드 | 임직원 매칭그랜트 기부 프로그램 'GS러브러브 펀드'는 임직원 1명이 매월 5000원씩 기부할 때마다 회사 역시 동일 금액을 후원금으로 내는 매칭 그랜트(Matching Grant) 방식으로 운영되는 나눔펀드입니다. 조성된 기금으로는 지역아동센터 아동들의 토요 돌봄과 장애인생활시설인 엘리엘동산의 문화활동비로 사용됩니다. 코로나 시대에 교육 KIT를 제공하여 저소득 아동들이 교육 격차가 벌어지지 않도록 도왔습니다.

대학생봉사단 리얼러브 12기, 시니어봉사단 액티브러브 3기 | 대학생 봉사단 리얼러브 240명과 시니어봉사단 액티브러브30명은 서울과 경기, 대구, 부산 등에서 선발된 봉사단으로 전국 지역 아동센터에서 봉사프로그램을 실행하였습니다. 특히 코로나로 돌봄과 교육의 공백이 커진 소외 받은 아동들을 위해 비대면으로 교육과 정서교감 프로그램을 진행하여, 아동과 직접 소통하는 사회안전망 역할을 하였습니다. 지금까지 총 누적 3,175명의 봉사단이 활동하였습니다.

북드림캠페인 | 도서기부단체 '땡스기브'와 함께 임직원과 경영주, 고객이 참여하는 도서 기부 캠페인입니다. 기부된 도서는 지역사회 어려운 이웃을 위한 도서관에 기부되고 있으며, 2021년은 기아대책과 연계하여 지역아동센터를 위한 도서관 건립도 함께 전개 중에 있습니다. 매년 2만권 이상 기부 중입니다. (연간 90백만원 수준 상당)



소외계층 지원

푸드뱅크 기부 | 보건복지부 산하 기관 푸드뱅크와 어려운 이웃을 위한 먹거리와 생필품을 지역사회에 기부하고 있습니다. 지역 푸드뱅크 기관과 연계하여 슈퍼 및 편의점을 통해 어려운 이웃에게 따뜻한 식사를 지원하고 있습니다. (2021년 당해년도 812백만원 기부)



나눔KIT BOX_ HAPPY GS SHOP DAY 시즌2 | 2020년부터 2년 연속 진행되는 ESG 캠페인으로, 첫 지원 해인 2020년에는 집중 호우 등으로 수해를 겪은 경기 연천군, 충북 제천시, 전남 담양군 내 한부모 조·손 가정 200가구에 긴급 생필품 키트를 지원했습니다. 2021년에는 코로나19 상황으로 아동 양육 부담이 가중되었을 서울시, 강원도 춘천시, 전남 진도군 내 한부모 조·손 가정 250가구를 대상으로 지원을 확대하였습니다. 총 3개월 간 '맛있는 하루(식료품), 재밌는 하루(놀이용품), 건강한 하루(위생 및 건강식품)'의 컨셉에 따라 다양하게 구성된 생필품과 식료품, 응원 엽서, 제작 선물 등을 총 3회에 나눠 지원했습니다.



지역사회 상생발전



친환경도시락 출시 | 국립공원공단과 업무협약 체결하여 친환경 도시락을 출시하였습니다. 관광객 감소 등으로 어려움을 겪고 있는 농촌의 경제 활성화를 위해 수천킬로그램의 농산물을 매입하여 소비 촉진에 기여하였으며, 판매 수익금(2021년 2월)의 일부를 지역 도시락업체를 위한 사업 지원금으로 전달하였습니다.



어민 지원 | COVID-19로 지역 축제가 취소되거나 축소 운영된 탓에 판로가 막혀 어려움을 겪고 있는 어민 지원 행사를 진행했습니다. 전어축제, 여수새꼬막 페스티벌 등을 기획·운영하였으며, 관광객이 급감한 구룡포지역의 과메기 10만 마리를 매입해 판로를 지원하여 소비 촉진 행사를 진행하였습니다. 나아가 여름철 수온 상승으로 피해가 예상되는 전라남도 양식 어민들의 피해를 최소화하기 위하여 '전라남도 수산 소비 촉진' 행사를 진행하였습니다. 2020년 전라남도와 1500억원 규모 농수축산물 구매 약정서를 체결하고 공동으로 개발한 가정간편식을 선보이는 등 지자체와의 상생모델 구축에 지속적으로 힘쓰고 있습니다.



지역 농가 지원 | GS리테일은 지역 농산물의 활성화와 중소 농가의 육성을 위해 밀양시와 업무협약을 체결하였습니다. 월 3회 이상 상품 개발자의 산지 방문 및 적극적인 상품 개발 논의, 중소농가를 위한 물류, 포장, 전산 등 시스템 보완, 자연 재해로 피해 입은 농가 상품 우선적 매입 등을 지원하며 3년째 지역 경제 활성화를 위해 노력하고 있습니다.



농림축산펀드 투자 | GS리테일은 장래가 유망한 농림, 축산 벤처기업 중 친환경, 친바이오(BIO) 등 ESG 강화 활동을 통한 지속가능경영을 실천하는 20여 곳을 발굴하고 투자를 집행하는 목적으로 운용되는 펀드에 투자자로 참여하였습니다. 펀드 참여를 통해 지역 불균형 해소와 지역 고용 창출에 기여하고, 지속적으로 지역의 우수한 기업 발굴에 앞장서며 지속가능경영 강화에 매진하겠습니다.

전통주 발굴 프로젝트 | GS리테일은 국내 소규모 양조장을 지원하고, 그곳에서 생산되는 지역 전통주를 널리 알리기 위해 2019년부터 '전통주' 발굴 프로젝트를 진행하고 있습니다. 앞으로도 GS25는 우리나라 지역의 특산물과 정서가 가득한 멋진 전통주들을 지속적으로 선보일 계획입니다.

농가돕기 상생스낵 | GS리테일은 국산 우리밀과 국내산 보리를 활용한 상생스낵 2종을 출시하였습니다. 상생스낵은 COVID-19로 인해 경기침체와 소비감소, 저가 외국산 곡물로 어려움을 겪는 농가를 돕기 위해 기획되었습니다.

전주시 시내버스 정기권 판매 | GS리테일은 전주시와 MOU 체결을 통해 전주시 '시내버스 정기권' 판매 및 충전 서비스 도입하였습니다. 관광객의 편의 확대와 시내버스 이용 확대를 목적으로 지역 경제 활성화에 기여하고자 노력하고 있습니다.

지자체 MOU 체결을 통한 판로 확대 및 지원

GS리테일은 전국 산지에서 생산된 각종 제철 신선 상품을 고객에게 직접 공급하고, 지자체 상품 판로 확대 및 농가 지원을 위해 꾸준한 업무협약을 확대해 가며 상생 경영을 펼치고 있습니다. 현재 밀양시, 고창군, 부여시, 충남도 등의 지역과 업무협약을 맺고 지역산물을 매입하며 ESG 경영의 선봉장으로 나서고 있습니다.

MOU 체결 지역상품 매입액

(단위: 억원)

구분	2020	2021	비고
광역지자체	411	435	충청남도, 제주도
기초지자체	467	489	밀양시, 산청군 등 17곳
총계	878	924	-

GS25-고양시 관광 활성화 MOU

GS리테일은 지역 사회와 상생하며 함께 성장하는 지역특화형 플랫폼으로 거듭나기 위해, 고양시와 MOU를 체결하고 지역 특화형 매장을 준비하고 있습니다. GS25 지역 특화 매장은 고양시 마스코트인 '고양고양이' 캐릭터를 활용해 점포 디자인 및 전용 포토 공간을 마련하고, 고양시를 방문하는 여행객을 위한 관광지 소개, 관광 테마, 여행 이야기 등 관광정보센터 기능도 추가하여 운영할 계획입니다.



사회적 약자 자립 지원

내일스토어

보건복지부와 협업으로 지역자활센터와 연계하여 취약계층을 대상으로 일자리 창출이 가능한 사회공헌형 점포를 운영하고 있습니다. 지역사회 구성원과 함께하는 적극적 사회통합과 상생을 위해 가맹비 면제, 교육 확대 운영 등의 지원을 하고 있으며 2022년에는 슈퍼의 경우 2개점, 편의점의 경우 10~20개점을 추가로 더 오픈할 계획입니다



시니어스토어

보건복지부 산하 한국노인인력개발원과의 업무 제휴를 통해 양질의 노인 일자리 창출이 가능한 사회공헌형 점포 '시니어스토어'를 운영하고 있습니다. 가맹비와 예치보증금 면제 등을 지원하고 있습니다.



청년드림스토어, 꿈채우미

만 39세 이하 청년층과 고등학생 등 우리 사회 미래를 이끌어갈 주역들이 경제적 자립을 할 수 있게 하고, 직업체험을 통해 미래를 준비할 수 있도록 보건복지부와 협업하여 지원하고 있습니다.



늘봄스토어

발달, 정신장애인들이 직업훈련을 통하여 경제적 자립과 사회에서 역할을 할 수 있도록 지원하는 장애인 직업훈련형 편의점입니다. 2021년 교육부와의 협약을 통해 장애인을 위한 훈련점포를 더욱 많이 계획하여 사회적 자립을 할 수 있도록 지원하고 있습니다.

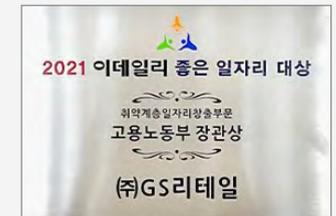
푸르메재단(소셜팜) 업무협약

GS리테일은 발달장애 청년이 양질의 일터에서 자립할 수 있도록 푸르메소셜팜에서 생산하는 상품의 경쟁력 개선 및 상품 유통의 전반적인 프로세스/노하우를 전수하는 업무협약을 푸르메재단(소셜팜)과 체결하였습니다. 푸르메소셜팜에서 생산하는 농산물의 판로 개척/확대를 통해 안정적인 수익 창출 모델을 수립하는데 기여하고, 이를 통해 유통업계 선두주자로서 사회적 책임 및 환원 활동에 충실함을 목적으로 하고 있습니다.

나눔경영 성과

좋은 일자리 창출 관련 고용노동부 장관상 수상

‘좋은 일자리가 대한민국의 희망이다’ 일하고 싶은 사람이 일할 수 있는 사회 그 시작과 끝에는 기업이 있다. 이에 따라 이데일리는 좋은 일자리를 만든 기업이 존중받는 사회를 만들기 위해 매년 좋은 일자리 대상 시상식을 개최합니다. GS리테일은 내일스토어, 청년드림스토어 등 상생나눔 플랫폼(사회공헌형 편의점) 활성화를 통한 사회취약계층 일자리 창출한 공로를 인정받아 2021년 취약계층 일자리 창출 부문 고용노동부 장관상을 수상하였습니다.



대한민국 일자리 유공 표창 시상식

대통령 직속 일자리위원회는 상생형 일자리 확산과 지역 균형 뉴딜을 통한 일자리 창출에 공로가 있는 민간기업, 지방정부, 공공기관에게 일자리 유공 표창을 수여합니다. GS리테일은 시니어스토어, 늘봄스토어 등 상생나눔 플랫폼(사회공헌형 편의점) 활성화를 통해 사회취약계층 일자리 창출한 공로를 인정받아 2021년 대한민국 일자리 유공 표창을 수상하였습니다.



사회적 안전망

아동안전·여성안전·치매어르신 지키기

GS리테일은 경찰청과 함께 오프라인 점포의 사회안전망 역할을 적극적으로 전개하고 있습니다. 위기 상황의 아동 및 여성이 점포에 도움을 요청하면 신속한 연락을 경찰에 취해 안전하게 귀가할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한 치매어르신 및 길을 잃은 아동을 보호하여 경찰에 신속 연락하고 가족에게 무사히 인계할 수 있도록 지원합니다.

실종장애인 미야방지 캠페인

부산광역시장애인가족지원센터 및 경찰청과 협업을 통해 실종장애인 및 미야방지를 위한 캠페인을 전개하였습니다. 매장 내 나무젓가락과 원두커피 컵홀더에 경찰청의 ‘안전드림’ 앱 QR코드와 ‘실종자 발견 시 경찰서로 연락주세요’ 문구를 삽입하여, 하루에도 수십 개씩 사용되는 매장 내 소모품을 통해 고객들의 주의를 환기시키며 사회공헌 홍보 플랫폼의 역할을 수행하였습니다.



아동보호체계 강화 MOU 체결

GS리테일은 주민들이 일상생활 속 가깝게 이용할 수 있는 편의점을 위기사각지대 아동의 선제적 발견 및 신고의 역할을 하는 공간으로 활용하고자 창녕군과 업무협약을 체결하였습니다. 위기사각지대 아동 발견 시 보호와 신속한 신고, 각 지점(GS25 편의점)을 아동안전지킴이 집으로 지정하고 예방 홍보활동에 동참하며 아동보호와 연계된 활동에 적극 협조해 나갈 계획입니다.



미니 소방서

소방청과 관련 업무 협약(MOU)을 체결하고 전국 1만 6천여개의 매장에 소화기 등 화재진압용품을 비치하였습니다. GS리테일은 이번 업무 협약을 통해 주택용 화재경보기 보급 및 설치 확대를 위한 협업, 화재 및 안전사고 발생 시 편의점 GS25를 통한 초기 대응 시스템 구축, GS리테일 온·오프라인 플랫폼을 통한 소방정책 대국민 캠페인 등의 공동 사업을 추진하며 우리 사회 안전망 허브 역할을 충실히 수행하고 있습니다.



장애인 도움벨 설치

GS리테일은 대구시와 '장애인 편의점 접근성 개선'에 대한 업무 협약(MOU)을 체결하였습니다. 거동이 불편한 장애인이 GS25 매장 외부에 설치된 버튼을 누르면 직원이 나와 편의점 이용을 돕고 있습니다. 도움벨 설치 사업의 실효성 증대를 위해 편의점 근무자를 대상으로 장애인 응대 교육을 진행하고 있으며, 장애인 실종 예방 캠페인과 장애인 편의점 접근성 개선 사업 등을 펼치며 지속적으로 오프라인 점포의 사회적 역할에 최선을 다하고 있습니다.



시민 구조

GS25에서 일하는 간호학 전공 스토어매니저가 심장마비 증세를 보인 50대 여성을 심폐소생술로 구해냈습니다. 손님은 퇴원 후 경영주를 통해 고마움을 전했고, GS리테일은 매니저에게 감사장과 꽃다발, 포상금 100만원을 건넸습니다.



Sustainability Progress

Governance

GS리테일은 투명하고 건전한 지배구조 확립을 통해 지속가능한 의사결정 체계를 마련하고 있습니다. 대표이사와 이사회 의장을 분리하여 이사회 독립성을 강화하고, 이사회 산하에 위원회를 두어 전문성을 제고하고 있습니다.

특히, 2021년에는 ESG위원회를 신설하여 비재무 리스크 관리체계를 견고히 하고 위기관리시스템을 운영하고 있습니다. 또한, 부패 근절을 위해 임직원 윤리규정을 제정하고 이를 준수할 수 있도록 정기적으로 교육을 진행하여 투명하고 장기적 관점의 기업 가치를 향상시키고 있습니다.

사외이사 참석률

98.6%



반부패 윤리경영 서명 (협력사 수)

2,052 개사



임직원 정도경영 서약

100%



투명한 지배구조

이사회 구성

GS리테일은 주주 및 이해관계자 등의 가치 제고 및 권익 보호를 위해 지배구조의 투명성, 건전성, 안정성을 확보함과 동시에 지속가능한 성장을 위해 독립성과 전문성을 겸비한 지배구조를 확립하여 운영하고 있습니다. GS리테일의 지배구조는 최선의 경영 목표를 수립하고, 전략을 수행하는 경영진에 대한 효과적인 관리·감독을 위하여, 최고 의사결정기구인 이사회를 중심으로 운영되고 있습니다. GS리테일 이사회는 대표이사의 선임, 중요한 재무에 관한 사항, ESG 관련 사항, 사업계획의 수립 등 주요 경영 사항에 대한 의사결정 및 집행을 관리 감독하고 있으며, 이사회의 세부적인 역할은 정관과 이사회 규정 및 이사회 내 위원회 규정 등을 통해 규정하고 있습니다.

구성 현황

GS리테일의 이사회는 회의 운영과 의사결정의 효율성을 고려하여 사내이사 2인, 사외이사 4인 및 기타비상무이사 1인으로 총 7인으로 구성되어 있습니다. 사외이사 구성은 상법 제 542조의 8에 의거, 자산 총액 2조원 이상 상장회사에 적용되는 “①3인 이상, ②이사 총수의 과반수” 요건을 충족하고 있으며, 사외이사는 경영, 회계, 신사업, IT TECH 등의 분야에서 전문성을 보유하고 있습니다.

이사회 구성

('22년 3월 기준)

구분	성명	분야	주요경력	성별	이사회 내 위원회 직책
사내이사	허연수	전사 경영 전반	(前) (주)GS리테일 MD본부장 (現) (주)GS리테일 대표이사 부회장	남성	
	김호성	홈쇼핑 사업 전반	(前) (주)GS홈쇼핑 대표이사 사장 (現) (주)GS리테일 대표이사 사장	남성	
기타비상무이사	홍순기	그룹사 연계	(前) (주)GS CFO (現) (주)GS 대표이사 사장	남성	ESG위원회 위원
사외이사	임춘성	산업공학	(前) 연세대 공학원장 (現) 연세대 산업공학과 교수	남성	이사회 의장 / 내부거래위원회 위원장 / 사외이사후보추천위원회 위원
	이성락*	금융/경영	(前) (주)신한은행 부행장 (現) (주)라이프시맨틱스 감사	남성	감사위원회 위원 / 내부거래위원회 위원 / 사외이사후보추천위원회 위원 / ESG위원회 위원
	이인무	재무/경영	(前) 한국은행 외화자산운용원 자문역 (現) 카이스트 경영대학 교수	남성	사외이사후보추천위원회 위원장 / ESG위원회 위원장 / 감사위원회 위원
	윤종원	재무/회계	(前) 한국공인회계사회 심리 및 연구위원 (現) 대주회계법인 회계사	여성	감사위원회 위원장 / 내부거래위원회 위원 / ESG위원회 위원

* 사외이사 신동윤이 일신상의 사유로 중도 퇴임('22.3.25)함에 따라, 2022년 3월 25일 개최된 제51기 정기주주총회에서 감사위원회 위원이 되는 사외이사로 이성락을 신규 선임하였습니다.

독립성

GS리테일은 지배구조 건전성 제고 및 이사회 독립성 강화를 위해 사외 이사를 이사회 의장으로 선임하여 운영하고 있으며, 이사회 내 위원회(감사위원회, 내부거래위원회, ESG위원회, 사외이사후보추천위원회)의 위원장을 모두 사외이사로 선출하여 사외이사 중심의 이사회 운영 체계를 확립하였습니다. 또한, GS리테일은 투명하고 독립적으로 사외이사를 선출하기 위해, 사외이사로 구성된 이사회 내 위원회인 사외이사후보추천위원회를 설치하여 운영하고 있습니다.

다양성 및 전문성

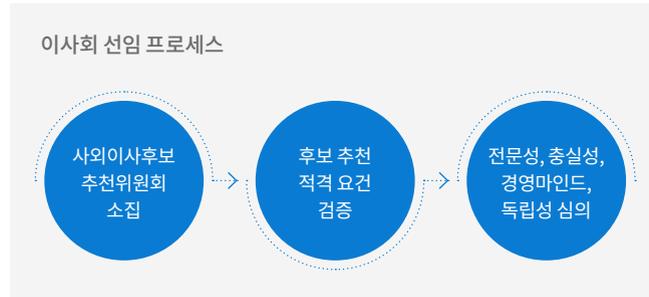
GS리테일은 주력 사업부분인 편의점, 슈퍼, 홈쇼핑 등 해당 분야의 사내 최고 전문가가 사업을 총괄하며, 이들은 사내이사이자 대표이사로서 이사회에 참여하여 전문성을 강화하고 있습니다. 또한, 사외이사는 경영, 회계, 재무, 신사업, 디지털, IT TECH 등 다양한 분야에서 전문성을 갖춘 이사를 선임함으로써 이사회의 구성을 보다 다양화하고 있습니다.

GS리테일은 이사회 구성 시 성별, 연령, 정치, 종교, 문화 등에 따른 차별을 두지 않고 다양성, 전문성 등을 종합적으로 고려하고 있으며, 2021년 7월 여성 사외이사인 윤종원을 선임하여 이사회 구성의 다양성을 제고하고자 노력하고 있습니다.

이사 선임

GS리테일은 기업가치를 제고할 수 있는 공정하고 투명한 사외이사 선임을 위해, 사외이사 후보자에 대한 사전 인터뷰 및 레퍼런스 체크를 진행하여, 상법이나 공직자윤리법 등 관련 법령에서 요구하는 사외이사 적격요건에 대한 부합 여부를 최우선적으로 검증합니다. 그 이후 사외이사후보추천위원회에서 후보에 대한 심도 깊은 심의를 거쳐 주주총회에 추천할 후보를 확정합니다. 후보 확정을 위한 위원회 내 심의 시에는 전문성, 경영마인드, 충실성(Commitment), 독립성 등의 평가 척도와 이사회 구성의 다양성, 경영 환경 등을 종합적으로 고려하고 있습니다.

이사의 임기는 3년으로, 임기 만료 후 주주총회 안건 상정을 통해 이사의 재선임을 승인 받고 있으며, 상법에 따라 사외이사의 임기는 6년으로 제한하고 있습니다.



이사회 산하 위원회

GS리테일은 이사회 내 위원회로 총 4개의 전문위원회(감사위원회, 내부거래위원회, ESG위원회, 사외이사후보추천위원회)를 운영하고 있습니다. 위원회 운영의 독립성 보장 및 전문성 제고를 위해 모든 위원회의 위원장은 사외이사가 맡아 운영하고 있습니다.

각 위원회는 3인 이상의 이사로 구성되며, 위원 중 과반수 이상은 사외이사로 선임하여, 객관성을 보장하고 있습니다. 위원회의 결의사항에 대해서는 결의 즉시 이사회에 보고토록 하고, 필요 시 위원회의 결의사항에 대해 이사회에서 재심의가 가능하도록 체계를 구축함으로써 의사결정에 대한 적합성을 제고하고 있습니다. 단, 감사위원회가 결의한 사항은 재심의 대상에서 제외하여 감사위원회의 독립성을 보장하고 있습니다.

감사위원회	내부거래위원회	ESG위원회	사외이사후보추천위원회
위원장 윤종원 사외이사	위원장 임춘성 사외이사	위원장 이인무 사외이사	위원장 이인무 사외이사
이인무 사외이사 이성락 사외이사	이성락 사외이사 윤종원 사외이사	이성락 사외이사 윤종원 사외이사 홍순기 기타비상무이사	임춘성 사외이사 이성락 사외이사
회계, 재무 등 주요 업무 관리 감독	내부거래 검토 심사 및 시정 건의	환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 관련 제반 활동 관리	사외이사 후보자 의 심의 및 추천

이사회 운영

이사회 활동

이사회는 매년 8회 소집하는 정기 이사회와 필요에 따라 수시로 소집하는 임시 이사회로 구분 됩니다. 상정 안건에 대한 승인은 이사 총원 과반수 출석과 출석이사 과반수 이상 동의로 이루어 집니다. 단, 상법 제398조(이사 등과 회사 간의 거래) 등 관계 법령이 정하는 사항에 대해서는 이사 3분의 2 이상의 동의로 상정 안건에 대한 승인이 이루어 집니다.

이사회는 환경(E), 사회(S), 거버넌스(G)를 고려한 합리적인 의사결정을 통해 지속가능한 가치창출에 기여하고 있으며, 주요 경영 활동에 대하여 객관적인 관점으로 관리, 감독을 수행함으로써 경영 건전성 제고에 이바지하고 있습니다.

이사회 활동	2019	2020	2021
개최횟수 ¹⁾	9회	13회	18회
심의/보고 안건	15/17건	19/25건	43/48건
평균 참석률	98.4%	97.8%	98.4%

1) '20년 지속가능경영보고서 오기재로 데이터 오류 정정

이사회 역량 강화

GS리테일은 이사회 구성원의 적극적 참여를 바탕으로 이사회 중심의 경영 활동을 적극 실천하고자 매년 말, 차기 년 전체 이사회 일정을 이사회에 공유하여, 이사회 구성원의 적극적인 이사회 참여를 지향하고 있습니다. 또한, 매 이사회 개최 전 전체 안건의 주요 내용을 각 이사에 사전에 공유함으로써, 각 안건에 대한 이사회 구성원의 충분한 이해도를 바탕으로 밀도 있는 심의를 진행하여, 가장 합리적인 의사결정이 도출될 수 있도록 이사회를 운영하고 있습니다. GS리테일은 이사회 구성원에 대한 전문성 제고 및 사업에 대한 이해도 증진을 위해, 대내외 교육에 대한 참가를 지원하고 있습니다. 특히, 주요 사업 및 신사업 분야에 대해서는 제규정에 따른 이사회 부의 또는 보고 사항 외 별도 보고를 편성하여, 이사회 구성원이 회사가 영위하고 있는 사업분야에 대한 전문적인 식견을 강화할 수 있도록 지원하고 있습니다.

2021년 주요 교육 내용

02월	· 베트남 시장 환경 및 국내 PET산업 현황
04월	· 감사 및 감사위원을 위한 정기포럼
06월	· (주)GS리테일 사업 현황
08월	· 이사회와 감사위원회 권한과 기능 · 2021년 회계기준 전개방향 및 ESG 동향
09월	· 모회사 이사의 자회사 경영에 대한 권한과 의무 · 감사위원회와 내부감사조직 · 감사 및 감사위원을 위한 정기포럼
10월	· 기업지배구조 개요 및 현황 · 부동산 개발사업 개요 및 현황 · 감사 및 감사위원을 위한 정기포럼
11월	· 보험업 개관, (주)GS리테일 PET 사업 현황
12월	· 물류 및 개발사업 현황 · 신사업 및 디지털커머스 사업 현황 · 개정 ESG 모범규준의 의의와 내용 · 감사 및 감사위원을 위한 정기포럼

이사회 평가 및 보수

이사회 평가

GS리테일은 이사회 운영 개선 및 지배구조 신뢰성 제고를 위하여, 매 사업년도 1회 이사회 평가를 실시하고 있습니다. 관련 제도 및 운영 수준을 이사회 전원이 자체적으로 평가하고 있으며, 사외이사 중심의 투명한 이사회 운영을 위해 사외이사만을 대상으로 하는 자가 평가를 별도로 실시하고 있습니다. 이사회 및 사외이사 평가 결과는 이사회 보고 후 본 보고서 및 홈페이지 등을 통해 공개하고 있으며, 평가 결과 도출된 개선점은 향후 이사회 운영에 반영하며 사후 대처를 강화하고 있습니다.

2021년 이사회 평가 결과

구분	평가결과	참여자
운영 효율성	4.5 / 5.0	이사 전원 (7명)
성과	4.6 / 5.0	
위원회 활동	4.3 / 5.0	
사외이사 자가 평가	3.4 / 4.0	사외이사 전원 (4명)

이사회 보수

GS리테일은 상법 제388조에 의거하여 이사 보수한도를 주주총회 결의로 정하고 있으며, 승인된 보수한도 범위 내에서 직무수행의 책임, 위험성, 투입시간 등을 고려하여 집행하고 있습니다.

사내이사

사내이사의 보수는 주주총회에서 승인된 이사보수한도 범위 내에서 집행임원인사관리규정과 임원의 역할, 기여도 및 전문성 등을 종합적으로 고려하여 기본급 수준을 결정합니다. 성과급은 정량(매출액, 영업이익) 및 정성(재무/비재무 성과 목표 달성도, 리더십) 평가결과, 회사 경영환경 등을 종합적으로 고려하여 지급 수준을 결정합니다.

사외이사

사외이사의 보수는 업무영역, 전문성, 대내·외 경영환경, 동종업계 보수 수준 등을 고려하여 보수 수준을 결정하고 있습니다.

2021년 주주총회 승인 금액 및 보수 지급금액

사내이사 / 기타비상무이사 / 사외이사(감사위원회 위원 포함)

인원수 7명	주주총회 승인금액 5,000백만원
보수총액 2,943백만원	1인평균보수액 420백만원

* (주)GS리테일과 (주)GS홈쇼핑간 합병에 따라, 양 사 사업의 충분한 이해를 통한 이사회 운영의 정착성 제고를 위해, '21.7.1 기준 (주)GS홈쇼핑의 사내이사 김호성, 사외이사 이민우, 사외이사 윤종원을 선임하고, 그룹사간 시너지 강화를 위해 기타비상무이사 홍순기를 선임하였습니다. 기존 (주)GS리테일의 사내이사 조윤성, 사외이사 하용득, 사외이사 최효성, 기타비상무이사 김석환은 동일자로 사임 하였습니다. 상기 보수총액에는 사내이사 조윤성, 사외이사 하용득, 사외이사 최효성, 기타비상무이사 김석환의 퇴임('21.7.1) 전까지 지급된 보수가 포함되어 있습니다.

주주 권리 보호

주주 현황

2021년 12월말 기준 GS리테일의 총 발행주식수는 보통주 104,717,922주며, 1주 1의결권 원칙하에 단일의결권제를 채택하고 있습니다. 총 발행주식 수의 1% 미만 주식을 소유한 소액주주는 전체 발행 주식의 34.86%를 소유하고 있으며, 이외 대주주, 특수관계인 및 5% 이상 주주의 주식 소유에 대한 현황은 관련 공시를 통해 구체적으로 안내하고 있습니다.

구분	주주명	소유주식수	지분율(%)	비고
5% 이상 주주	(주)GS	60,633,923	57.9	-
	국민연금공단	8,916,609	8.5	위탁운용 지분 포함
소액주주		35,167,390	33.6	

* 소액주주는 발행주식 총수(104,717,922주)에서 최대주주(주)GS 및 국민연금공단(위탁운용지분 포함)을 제외한 5% 미만의 주식을 소유한 주주를 기준으로 작성(2021년 12월 31일 기준)

주주 권리 보호 활동

GS리테일은 상법 및 관련 법령이 정하는 바에 따라 주주의 공평한 의결권 보장 및 주주 권리의 보호를 위해 적극 노력하고 있습니다. 또한 컨퍼런스, NDR 등의 IR활동 및 공시를 통해 모든 주주에게 필요한 정보를 적시에 충분히 이해하기 쉽게 제공하고 있습니다.

주주 의결권 행사 용의성 제고

- 이사회 결의를 통해 전자투표제를 도입 (2020년 12월)
- 전체 주주 대상 의결권 대리 행사 권유를 채택
- 물리적 제약의 구애 없이 평등하게 의결권 행사 가능

주주와의 소통 및 정보 접근성 강화

- 분기별로 잠정 영업실적을 전자공시시스템(DART) 및 당사 홈페이지에 발표
- 국내외 투자자 등 대상 Non-Deal Roadshow 실시, 증권사 주최 컨퍼런스 참여, 국내외 기관투자자 등을 대상 연간 약 100회 이상 투자자 미팅 진행

주주 소통 담당 이사 선임

- 이사회 결의를 통해 주주 소통 담당 이사 선임 (2021년 12월)
- 역할: 주주 및 이해관계자와의 건설적인 소통 활성화를 통해 지배 구조 건전성과 투자자의 신뢰성 제고

기타

- 사외이사 선임 시 주주추천제 도입, 사외이사 후보 분리 선출, 사외이사 연임 최대 기간 및 이사회 소집 통기 기간 정관 내 명문화, 이사회 및 설치 위원회 규정 공개, 임직원 윤리 규정 및 기업지배구조 현장 제정, 기업지배구조와 모범규준 차이 공개, 배당금 증가 (2019년 : 750원, 2020년 : 900원, 2021년 : 1,200원)

윤리경영

GS리테일은 「고객과 함께 내일을 꿈꾸며 새로운 삶의 가치를 창조한다」는 GS 경영이념을 공유하고 고객중심, 혁신, 파트너십의 공유가치를 통한 'Value No.1 GS리테일'을 달성하기 위해 투명하고, 공정하며, 합리적인 사고와 실행력을 통해 윤리경영을 최우선 기본 가치로 실현합니다.

윤리/정도 경영

정당성 획득	기업의 존재가치에 대한 사회적 정당성 획득의 기반 마련
경쟁력 향상	장기적인 측면에서 기업 및 국가의 경쟁력 향상
마찰과 갈등 해소	행동에 대한 올바른 기본을 제시함으로써 구성원간의 마찰과 갈등 해소

자유롭고 공정한 경쟁을 지향하는 자유시장경제 질서를 존중하고 상호 신뢰와 협력을 토대로 모든 이해관계자와 공동의 이익을 추구함으로써 모두가 선망하는 'Value No.1, 기업으로 영속적인 발전을 추구합니다. 모든 임직원이 지켜야 할 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리규범을 제정하여 실천하고 있으며, 윤리규범의 자율 준수활동에 필요한 전반적인 제도의 정비, 교육 및 전파 관리 체계 수립을 위해 CEO와 윤리경영 전담조직으로 구성이 된 윤리위원회 사무국을 운영하고 있습니다. 대외적으로는 회사와 거래하는 이해관계자에게도 거래 시 정도경영 실천서약서를 받고 있으며 해당 되는 내용을 이해시키고 적극적인 동참을 권유하고 있습니다.

윤리규범

정도경영 지침 - 윤리 규정

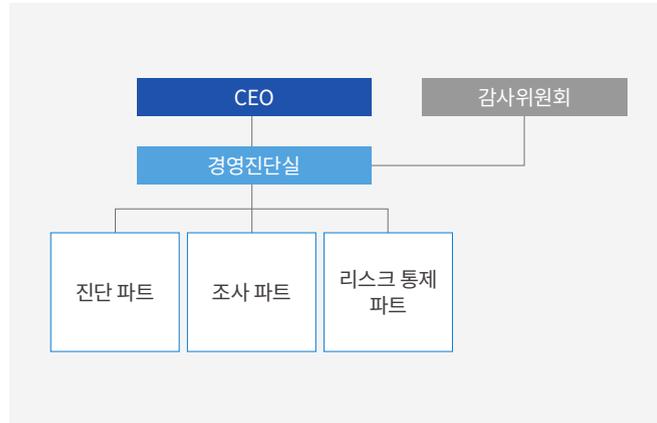
고객에 대한 책임과 의무, 공정한 경쟁, 공정한 거래, 임직원의 기본윤리, 임직원에 대한 책임, 국가와 사회에 대한 책임 총 6개의 윤리규범을 제정하여 GS리테일 임직원이 윤리규범을 올바르게 이해하고 실천할 수 있고, 업무수행과정에서 발생할 수 있는 윤리적 갈등상황에 대한 의사결정과 행동판단기준을 제공 하고 있으며, 이와 관련한 총 9개 항목 23개 세부 행동강령을 마련하여 전 임직원의 실천이 용이하도록 하였습니다. '부정청탁 및 금품등 수수금지'에 관한 법률' 준수를 위한 '청렴규정'을 제정하여 임직원의 금품 및 접대, 경조금, 외부강의 사례금 등에 대한 명확한 행동 기준을 마련하였습니다.

윤리경영 세부 실천 지침

- 1 이해관계자로부터 사례를 받는 행위** 이해관계자가 금품을 줄 경우에는 즉시 거절하거나 되돌려 주어야 하며, 금품을 받았을 경우에는 신고 절차에 따라 반드시 신고를 하여야 한다.
- 2 이해관계자의 공동투자, 공동자산취득, 거래업체에 대한 부당 지분 참여** 이해관계가 있는 거래업체의 상장·비상장 증권에 대한 부당한 지분 취득은 절대 안된다. 이해관계자와의 공동투자 및 공동재산 획득은 부당한 행위이며, 이를 위반하는 경우 실질 지분 소유관계에 근거하여 지분에 해당하는 금액을 이해관계자로부터 수취한 것으로 간주한다.
- 3 회사 자산을 불법으로 사용하는 행위** 회사의 유·무형자산 및 기밀 정보 등은 회사의 중요한 자산으로 이들 자산은 회사의 사업활동 및 승인된 목적으로만 사용되어야 하며, 임직원들은 자산의 분실, 오용 및 도난에 대비할 책임이 있다. 회사의 비용은 공공으로서 건전한 기업활동을 위해 사용되어야 한다. 따라서 정해진 목적에 맞게 사용되어야 하며 회사의 기준을 준수하여야 한다.
- 4 불량한 직무수행** 임직원들은 선량한 관리자로서의 주의의무를 다하여야 하며 이를 위반함으로써 회사에 손실을 끼치거나 명예를 손상시키는 행위를 해서는 안된다.
- 5 직무를 이용한 사리도모** 임직원은 직무를 이용하여 획득한 정보 또는 지식을 개인의 영리 목적으로 사용하면 안되며, 직무를 이용하여 업무상 영향력을 미치는 이해관계자에게 부당한 지시나 요구를 해서는 안된다. 직위·직무를 이용하거나 그로 인하여 획득한 정보 또는 지식을 활용하여 개인의 영리를 목적으로 자기 사업의 영위나 타인의 업무에 종사하는 행위를 하여서는 안된다.
- 6 문서 계수의 조작 및 허위보고** 모든 정보의 기록과 보고는 정확하고 정직하게 이루어져야 한다. 임직원의 고의 또는 부주의로 인한 사실과 다른 문서, 계수의 조작·변조는 상급관리자나 관련부서의 의사결정 및 판단을 흐리게 하거나 오판을 하게 함으로써 회사의 이익을 크게 해칠 수 있는 명백한 불법행위임을 인식해야 한다.
- 7 성희롱 금지** 임직원은 개인의 인권을 침해하고 근무 분위기를 저해할 수 있는 일체의 성희롱 행위를 포함하여, 다른 사람에게 불쾌감을 주는 언어적, 육체적, 시각적 행위를 하지 않는다.
- 8 직장 내 괴롭힘 금지** 임직원은 직장에서의 지위 또는 관계 등의 우위를 이용하는 업무상 적정 범위를 넘어 다른 근로자에게 신체적 정신적 고통을 주거나 근무환경을 악화시키는 행위를 하여서는 안된다.
- 9 회사의 명예를 실추시키는 행위** 불량한 직무수행 및 개인의 이익을 위하여 대외적으로 회사의 명예를 실추시키는 행위를 해서는 안된다.

윤리경영 제도

윤리경영 전담 조직



CEO 직할 조직인 경영진단실은 총 3개의 파트로 구성되어 독립적인 위치에서 윤리경영 업무를 수행하고 있습니다.

진단 파트는 GS리테일과 자회사의 정기적인 업무진단을 통해 법규 및 회사의 업무기준 준수 여부를 점검하여 위험의 노출을 식별하고 평가하여 위험관리 및 업무효율성을 개선하는데 공헌하고 있습니다.

조사 파트는 임직원의 비위, 부정, 각종 불법행위 및 기타 회사의 업무기준 등을 위반한 행위에 대한 사실관계를 밝히고 책임을 명확하게 하여 사고 재발을 방지하며, 리스크통제 파트는 외부감사법의 내부회계관리제도에 근거하여, 재무적 영향도가 높은 리스크 요인을 도출하고, 이를 근원적으로 축소하기 위해 내부 통제활동을 설계하고 운영하고 있습니다. 전사, 업무, IT 등 세 가지 관점에서 적정하게 관리되고 있는지 점검하고 있습니다.

임직원 윤리 교육

GS리테일은 "공정함을 지키고 사회와 환경에 기여하겠다"는 가치를 지키기 위해 윤리경영교육과 함께 다양한 활동을 하고 있습니다.

신규 입사 및 신입리더 보임 시 필수적으로 윤리경영교육을 받고 있으며, 직무별로 맞춤 교육을 운영하고 있습니다.

전 임직원은 연 1회 필수적으로 청렴문화를 조성하기 위해 금품 및 접대, 경조금, 부정청탁의 명확한 기준과 대처방안에 대한 청탁금지법 교육을 이수하고 있으며, 구성원들이 이해하기 쉽고 실천할 수 있도록 직무별 사례와 대응 가이드라인을 만들어 게시하고 있습니다.

윤리경영 활동으로는 실제 회사 내 발생한 사고사례 전파를 통해 임직원의 경각심을 높이고 있으며, CEO와 윤리경영 전담조직인 경영진단실로 구성된 윤리위원회 사무국을 운영을 통해 임직원과 소통하면서 윤리적 의사 결정을 돕고 있습니다.

외부적으로는 올바른 상거래 문화 정착 및 명절선물 등의 금품수수 예방을 하기 위해 연 2회 '선물 안받기 운동'을 진행하고 있으며, 임직원 뿐만 아니라 GS리테일과 거래하고 있는 모든 협력업체에 서신을 발송하여 정도경영실천에 앞장서고 있습니다.

내부통제시스템 (윤리 진단)

ACL(상시모니터링 시스템)을 도입하여, 주요한 재무계정이나 주요 경영 활동에 대한 이상 징후를 발견하는 모니터링 시스템을 갖추고 있으며, 조직 책임자의 정도경영 실천과 윤리규범에 대한 관심을 고취시키고 실천을 담보하기 위해 전체 리더평가에 정도경영 항목을 반영하고 있습니다.

비윤리 행위 제보 시스템

제보 채널

GS리테일은 "정도경영목소리", "CEO에게 말한다"의 핫라인을 통해 내부 외부 구성원의 부정, 비윤리적 행위에 대한 제보를 받고 있으며, 제3자 전문가에 의해 위탁 운영되는 익명제보시스템 '레드휘슬'을 추가 운영(IP추적 방지기술 등이 적용)하여 신고자의 익명성을 보장하고 있습니다. 또한, "파트너사 목소리"를 통해 협력사의 거래상 고충, 개선요청 사항 제안 목소리에 귀를 기울여 반영하고 있습니다.

신고자 보호 제도

다음과 같은 임직원 행동규범을 신설/직원 교육 등을 통하여, 제보자의 비밀유지를 강화하고 있습니다.

① 제보자 신분누설 및 색출행위 금지

제보와 관련된 사실을 확인하는 경영진단실은 제보자 본인의 동의 없이 제보자 및 조사 협조자의 신분 공개 또는 암시를 금지하고, 직무상 또는 우연히 제보자의 신분을 인지한 임직원은 누구든지 제보자의 신분 누설을 금합니다. 피제보자 또는 피제보자의 소속 부서 및 기타 관련 부서에서 경영진단실 등에 제보자의 신분에 대한 문의, 제보자를 알아내기 위한 탐문 활동 등 제보자의 신분노출이 가능한 모든 행위를 금지합니다. 그럼에도 신분 보호 의무반(인사상/거래상 불이익)시 관련자는 윤리위원회에 정하여 처벌하고 있습니다. 제보를 한 임직원 및 업체에 대한 불이익 조치를 금지하며, 해당 불이익 조치를 행한 임직원에 대해서는 윤리위원회에 상정합니다.

② 제보자 신분노출이 예상되는 경우

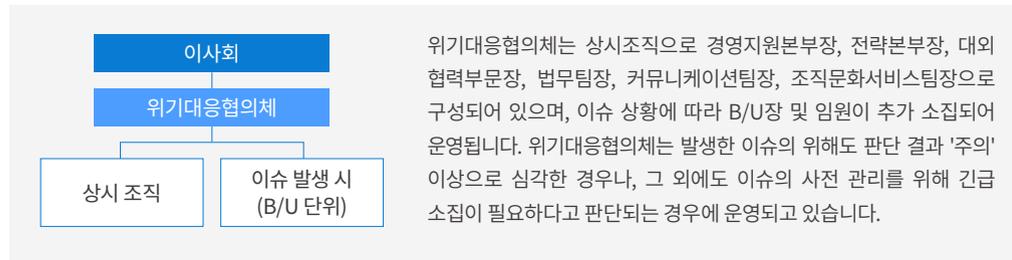
제보자 신분노출(예상)시, 당사자는 경영진단실에 통보하고, 경영진단실은 신분노출 경로를 조사하여, 관련자를 전사 윤리위원회에 상정하여 처리합니다. 제보자 본인이 원할 경우, 경영진단실 면담을 요청할 수 있으며, 이 경우 경영진단실은 CEO 보고 후, 해당 색출 시도 임직원에게 대해 즉시 보직변경/이동 발령 등 인사조치 권고 하도록 하고 있습니다. 이를 통해 철저한 제보자 보호 활동을 하고 있습니다.

리스크 관리

전사 리스크 관리 체계

리스크 관리 거버넌스

GS리테일은 사업 운영 과정에서 발생 가능한 대내외 리스크를 분류하여 관리하고 있습니다. 유통업의 특성을 고려하여 경제, 환경, 사회, 거버넌스를 포괄하는 8개 주요 리스크를 정의하여 기민하게 대응할 수 있도록 단계별 세분화 및 매뉴얼화하여 관련 현업 부서에서 관리 및 대응하고 있으며, 이슈 상황 발생 시 신속하고 체계적으로 대응하기 위해 위기대응협의체를 운영하고 있습니다.



GS리테일 위기관리시스템

구분	주요 내용	위해도 판단 기준
이슈 정의	· 발생한 이슈 유형 정의 · R&R, 핵심 이해관계자, 대전략 정의	Blue(인지)
위해도 판단	· 주관부서에서 위해도 판단 및 내부 공표	Yellow(주의)
R&R/프로세스 기반 실행	· 주/유관부서 및 오프라인 점포	Red(심각)
		Black(비상)

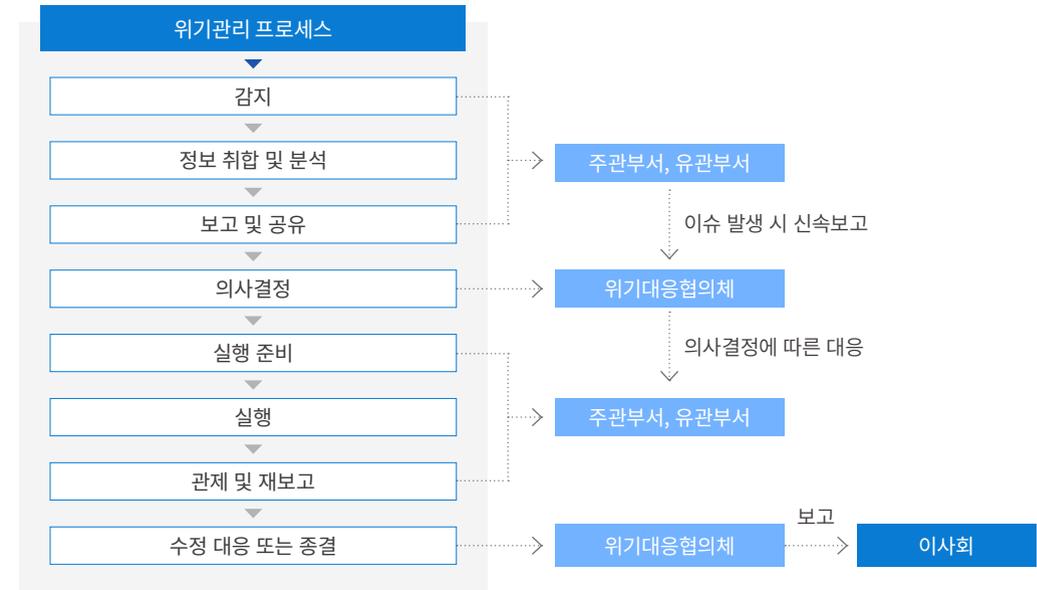
위해도 판단 기준: Blue(인지), Yellow(주의), Red(심각), Black(비상). 위기대응 협의체

전사 매뉴얼 관리 대상 8대 이슈 분류

인직원	인사, 기업문화, 사내 커뮤니케이션	재난	자연재해 발생
비즈니스	고객/협력사/경영주 커뮤니케이션, 홍보/마케팅 전반	사규	개인정보 침해, 보안 유출 사규 위반, 횡령
환경·제품·서비스	제품 안전, 위생, 원산지/원재료	행정부	공정위 하도급법
범법	상해/폭행, 성범죄, 기타 범법 행위	결제	결제 시스템 등

리스크 관리 프로세스

GS리테일의 위기관리 프로세스는 감지부터 최종 종결까지 총 8단계로 구성되어 있으며, 이슈를 빠르게 감지하고 신속하게 의사 결정하여 효율적인 대응이 가능합니다. 또한, 위기대응협의체를 중심으로 대응 체계를 일원화하여 체계적인 대응이 가능하도록 프로세스를 구축하였습니다.



임직원 위기관리 교육

GS리테일은 전 임직원과 유관부서를 대상으로 위기관리 교육을 실시하고 있습니다. 2022년에는 3회이상의 교육을 계획하고 있으며, 전사 위기관리 프로세스 및 매뉴얼 소개, 디자인·마케팅 관련 이슈 예방 가이드라인 교육, 전사 위기관리 사례 교육 등을 실시할 예정입니다.

구분	2021
GS그룹 & GS리테일 위기관리 교육	GS그룹 디지털 위기관리 교육 GS리테일 계열사 사장 및 중역 회의 위기관리 시스템 교육 GS그룹 사장단 회의 위기관리 교육 위기관리 매뉴얼 프로젝트 유관부서 사전교육 I 위기관리 매뉴얼 프로젝트 유관부서 사전교육 II

Appendix

66	ESG Performance Data
72	GRI Standard Index
74	SASB Index
76	TCFD Index
77	UN SDGs 연계활동
78	이니셔티브 및 협회 가입 현황, 수상 내역
79	독립된 제3자 검증 의견서



ESG Performance Data / 재무성과

요약 연결 재무상태표

구분	단위	2019	2020	2021
[유동자산]	백만원	800,434	923,272	1,183,933
현금 및 현금성 자산	백만원	57,748	36,848	91,362
매출채권 및 기타채권	백만원	420,558	397,945	627,334
기타 유동금융자산	백만원	40,223	206,001	50,614
재고자산	백만원	183,354	188,692	193,041
매각예정자산	백만원	-	-	131,760
기타	백만원	98,551	93,786	89,822
[비유동자산]	백만원	6,249,224	6,254,496	8,272,040
장기매출채권 및 기타채권	백만원	1,349,544	1,336,206	1,346,627
기타 비유동금융자산	백만원	191,299	209,979	911,649
공동기업 및 관계기업 투자	백만원	61,665	64,570	664,474
유형자산	백만원	2,296,900	2,298,889	2,734,687
투자부동산	백만원	919,255	878,505	1,109,092
무형자산	백만원	136,413	111,786	278,188
사용권자산	백만원	1,245,596	1,287,899	1,126,260
기타	백만원	48,551	66,661	101,065
자산총계	백만원	7,049,658	7,177,767	9,455,973
[유동부채]	백만원	1,777,084	1,682,198	2,055,199
[비유동부채]	백만원	2,705,479	2,828,390	2,986,388
부채총계	백만원	4,482,563	4,510,589	5,041,587
[지배기업소유주지분]	백만원	2,190,100	2,304,494	4,069,022
자본금	백만원	77,000	77,000	104,718
자본잉여금	백만원	155,531	156,071	1,205,490
기타자본항목	백만원	-632	-5,989	-112,591
기타포괄손익누계액	백만원	-10,366	-5,840	18,273
이익잉여금	백만원	1,968,566	2,083,252	2,853,132
[비지배지분]	백만원	376,996	362,684	345,364
자본총계	백만원	2,567,096	2,667,179	4,414,386

요약 연결손익계산서

구분	단위	2019	2020	2021
매출액	백만원	9,006,929	8,862,319	9,765,695
영업이익	백만원	238,836	252,567	208,469
계속영업당기순이익	백만원	143,624	154,522	801,276
당기순이익	백만원	143,624	154,522	801,276
지배기업의 소유주지분	백만원	133,126	168,428	815,212
비지배지분	백만원	10,498	-13,906	-13,937
기본계속영업주당이익	원	1,729	2,187	9,096
기본주당이익	원	1,729	2,187	9,096

ESG Performance Data / 비재무성과

Environment

구분		단위	2019	2020	2021	비고	
환경 경영							
임직원 환경교육	교유 이수율	%	100	100	100	'19년, '20년의 경우, 통합 이전 GS리테일 기준	
	교육 대상 인원	명	4,050	3,788	4,997		
	교육 이수 인원	명	4,050	3,788	4,997		
환경 컴플라이언스							
금전적 제재(벌금 등)로 인한 피해액		백만원	0	0	0		
비금전적 제재(행정처분 등) 발생 건		건	0	0	0		
분쟁 해결 매커니즘을 통해 제기된 사건 수		건	0	0	0		
친환경 제품·서비스							
친환경 제품·서비스 구매액		억원	14	30	49		
친환경 제품·서비스 매출액		억원	1,814	1,758	3,245		
친환경 매장							
SEMS	설치 점포	점	8,103	10,340	11,241	누적 기준	
	설치 비율	%	59	72	74		
녹색매장		점	-	-	3		
폐기물							
폐기물 처리량	자체처리	Ton	-	-	-		
	위탁처리	슈퍼	Ton	-	-	594	위탁 수행 점포 11개 기준
		사옥	Ton	141	163	155	강남, 강서사옥 기준
		물류	Ton	65	153	177	군포, 이천 물류센터 기준
폐기물 재활용량	자체처리	Ton	-	-	3,912	음식물자체처리기 도입 점포 기준	
	위탁처리	슈퍼	Ton	-	-	834	폐식용유, 음식물 퇴비가공 등
		사옥	Ton	N/A	N/A	N/A	
		물류	Ton	42	137	221	군포, 이천 물류센터 기준
용수 사용							
용수 사용량	편의점(직영점)	Ton	-	8,444	6,885	편의점 직영점 20개 점포	
	슈퍼(직영점)	Ton	302,748	198,832	244,862		
	본사	Ton	73,046	63,054	67,912		
	물류	Ton	117	2,501	3,544	군포, 이천 물류센터 기준	

구분		단위	2019	2020	2021	비고
온실가스 관리¹⁾						
온실가스 집약도		tCO ₂ eq /억원	1.35	1.30	1.24	매출액 기준 산정
온실가스 감축량	편의점(직영점)	tCO ₂ eq	-	-482	30	전년대비 감축량
	슈퍼(직영점)	tCO ₂ eq	-	-7,536	-1,052	
	사옥	tCO ₂ eq	-	-86	138	
	물류	tCO ₂ eq	-	2,061	4,789	
Scope 1 배출량	편의점(직영점)	tCO ₂	-	-	-	
	슈퍼(직영점)	tCO ₂	-	-	-	
	사옥	tCO ₂	1,258	1,186	1,351	강남, 강서사옥 기준
Scope 2 배출량	편의점(직영점)	tCO ₂ eq	3,685	3,203	3,233	
	슈퍼(직영점)	tCO ₂ eq	44,999	37,463	38,515	
	사옥	tCO ₂ eq	4,557	4,543	4,515	강남, 강서사옥 기준
Scope 1+2 배출량	편의점(직영점)	tCO ₂ eq	3,685	3,203	3,233	
	슈퍼(직영점)	tCO ₂ eq	44,999	37,463	38,515	
	사옥	tCO ₂ eq	5,815	5,728	5,866	
	물류	tCO ₂ eq	67,116	69,177	73,967	
Scope 3 배출량		tCO ₂ eq	-	-	-	
에너지 사용량						
에너지 소비량	LNG	TJ	24.9	23.7	27.0	강남, 강서사옥 및 물류센터 기준
	LPG	TJ	1.1	0.9	0.8	
	경유	TJ	692.9	712.4	769.2	
전력 사용량			1,519.4	1,366.7	1,407.3	편의점, 슈퍼, 사옥, 물류센터 대상 구매 전기 기준
에너지 집약도		TJ/억원	0.0249	0.0237	0.0226	매출액 기준 산정

1) 물류센터의 경우, '19년 24개, '20년 25개, '21년 29개 기준

2) 환경 데이터는 국내 모든 사업장을 대상으로 공시

ESG Performance Data / 비재무성과

Social

구분	단위	2019	2020	2021	비고	
임직원 현황¹⁾						
성별에 따른 임직원 수	남성	명	2,706	3,390	4,017	
	여성	명	4,576	3,571	3,831	
지역에 따른 임직원 수	한국	명	-	-	7,837	
	태국	명	-	-	1	
	중국	명	-	-	1	
	말레이시아	명	-	-	1	
	인도네시아	명	-	-	3	
	베트남	명	-	-	3	
	몽골	명	-	-	2	
	연령별 임직원 수	30세 미만	명	-	-	1,658
	30세 이상~50세이하	명	-	-	4,563	
	50세 초과	명	-	-	1,627	
고용계약에 따른 성별 임직원 수	기간의 정함이 없는 근로자	남성	명	-	-	3,605
		여성	명	-	-	1,651
	기간제, 단시간 근로자	남성	명	-	-	412
		여성	명	-	-	2,180
고용계약에 따른 지역별 임직원 수	기간의 정함이 없는 근로자	국내	명	-	-	5,245
		국외	명	-	-	11
	기간제, 단시간 근로자	국내	명	-	-	2,592
		국외	명	-	-	-
고용형태에 따른 성별 임직원 수	상근	남성	명	-	-	3,604 월급제, 연봉제
		여성	명	-	-	1,464
	시간제	남성	명	-	-	413 시급제
	여성	명	-	-	2,367	
여성 인력 (팀장급 이상)	여성 관리자 인원수	명	-	-	33 파트장, 점장, 온라인센터장 제외	
	여성 관리자 비율	%	-	-	7	
장애인 임직원 수	장애인 임직원 수	명	227	224	236 한국장애인고용공단 신고 기준	
	장애인 임직원 비율	%	2.6	3.2	3.2 '19년, '20년의 경우, 통합 이전 GS리테일 기준	

1) '19년, '20년의 경우, 통합 이전 GS리테일 기준

구분	단위	2019	2020	2021	비고
신규 채용					
신규채용 임직원	총	명	-	-	621 부담당 제외
	남성	명	-	-	360
	여성	명	-	-	261
이직률					
이직 인원	명	-	-	596	부담당 제외
이직률	%	-	-	12	
자발적 이직률	%	-	-	74	이직인원 내 자발적 이직률
근속연수					
근속연수	남성	연	-	-	8.9 부담당 제외
	여성	연	-	-	5.4
인재개발					
교육시간	인당 평균 교육시간	시간/명	43	44	59 정규직 기준
	총 교육시간	시간	175,365	167,808	303,505 '19년, '20년의 경우, 통합 이전 GS리테일 기준
	교육대상인원	명	4,050	3,788	5,115
교육 비용	인당 평균 교육비용	천원/명	415	164	527 정규직 기준
	총 교육비용	천원	1,680,912	621,318	2,697,015 '19년, '20년의 경우, 통합 이전 GS리테일 기준
	교육대상인원	명	4,050	3,788	5,115
정기적 성과평가	정기적 성과평가를 받은 정규직 비율	%	-	-	91 부담당 제외
	정기적 성과평가를 받은 인원	명	-	-	4,446
	성과평가 대상인원	명	-	-	4,900
임직원 만족도					
조직문화 진단 서베이 점수		점	-	-	3.83/5 2021년 12월 통합시너지 진단 서베이
		점	-	-	3.61/5
동등 기회					
남녀 1인 평균 급여액 비율	%	-	-	70	남성 대비 여성 1인 평균 급여액 비율 시급제·단시간 근로자 제외

ESG Performance Data / 비재무성과

Social

구분	단위	2019	2020	2021	비고
인권					
임직원 인권 교육	교육 이수율	%	100	100	100 '19년, '20년의 경우, 통합 이전 GS리테일 기준
	교육 이수 인원	명	4,050	3,788	5,115
	교육 대상 인원	명	4,050	3,788	5,115
노사 협의회					
안전 처리 현황	건	-	60	123	'19년, '20년의 경우, 통합 이전 GS리테일 기준
휴가 및 휴직, 복귀 후생¹⁾					
출산 휴가	본인	명	45	39	52 '19년, '20년의 경우, 통합 이전 GS리테일 기준
	배우자	명	153	178	163
육아 휴직	육아휴직 사용인원	명	35	37	75 '19년, '20년의 경우, 통합 이전 GS리테일 기준
	남성	명	56	63	62
	여성	명	-	-	38
	육아휴직 복귀자	명	-	-	38
	남성	명	-	-	38
	여성	명	-	-	38
	육아휴직 복귀 후 12개월 근무 비율	%	-	-	68
임신 및 출산으로 인한 단축근로	임신기 단축근로 사용자	명	37	35	37 '19년, '20년의 경우, 통합 이전 GS리테일 기준
	육아기 단축근로 사용자	명	3	11	16
퇴직자 지원 및 정년 재고용 현황	New Start Program 대상자	명	12	6	2
	정년 재고용자	명	45	23	43 정년 퇴직 후 재입사자 기준으로 '20년 지속가능경영보고서 대비 변경
사업장 안전·보건					
산업재해 현황	산재 건수	건	34	18	31 데이터 오류 정정으로 '20년 지속가능경영보고서 대비 변경
	상시 인원	명	9,921	7,752	8,221
	재해율	%	0.343	0.232	0.377
업무 관련 사망자 수	명	0	0	0	0

1) '19년, '20년의 경우, 통합 이전 GS리테일 기준

구분	단위	2019	2020	2021	비고	
동반 성장						
임직원 공정거래 교육 이수율	%	-	-	100	공정거래 교육 필수 대상자 이수율	
직·간접 자금지원	지원 금액 (플랫폼B/U)	억 원	3	2.9	5.4 단순지원금액	
	지원 금액 (홈쇼핑B/U)	억 원	594	683	808 대출일 일할 계산 지원금액	
상생파트너론	지원 금액	억 원	167	161	164.9 단순지원금액	
방송수수료 환급제도	환급 수수료	억 원	4.7	33.9	8.66	
	수혜 협력사/파트너 수	개 사	54	220	100	
명절 조기 지급	파트너사 지급 금액	억 원	N/A	N/A	258.2	
	가맹점주 지급 금액	억 원	N/A	N/A	33.2	
선급금 지급	지급 금액	억 원	N/A	N/A	158	
판로 개척	아이러브 중소기업	취급액	억 원	30.7	33	29.6
	방송 횟수	횟수	450	463	366	
	수혜협력사/파트너사	개 사	39	31	59	
프라임 편성우대	프라임 방송 편성 비중 (TV 홈쇼핑)	%	54.7	50.8	51.3	
	프라임 방송 편성 비중 (데이터 홈쇼핑)	%	N/A	60.60	58.6	
방송준비 지원	지원 금액	억 원	N/A	9.2	10 방송준비지원 전담 조직 운영	

ESG Performance Data / 비재무성과

Social

구분		단위	2019	2020	2021	비고
동반 성장						
경쟁력 강화 지원	생산성혁신	지원 금액	억원	5	8	9
	파트너쉽/ 산업혁신운동	수혜 협력사/ 파트너 수	개사	2	2.6	3
	CCM인증지원	지원 금액	억원	N/A	N/A	0.3
		수혜 협력사/ 파트너 수	개사	N/A	N/A	2
검사비용감면 지원	지원 금액	억원	N/A	8.5	9.6	
	수혜 협력사/ 파트너 수	개사	N/A	598	758	
고객 만족						
고객 VOC 관리	고객의 소리 (소비자민원(불만)접수)	건수	6,499,856	6,039,093	5,861,134	데이터 오류 정정으로 '20년 지속가능경영보고서 대비 변경
	CEO에게 말한다	일반문의 건수	1,369	1,685	1,752	
		처리율	%	100	100	100
고객만족도조사(KS-SQI)		편의점	점	74.8	75.8	76.6
		슈퍼	점	72.1	72	72.1
정보 보안						
정보보안 관련 인증			ISMS	ISMS	ISMS, ISMS-P	
임직원	교육 이수율	%	98.6	99.0	99.6	'19년, '20년의 경우, 통합 이전 GS리테일 기준
정보보호 교육	교육 이수 인원	명	3,881	3,808	4,593	
	교육 대상 인원	명	3,938	3,847	4,611	
제품·서비스 안전보건						
제품·서비스 안전보건 관련 법·규정 위반 사례	법 위반으로 과태료 부과된 사건 수	건	-	-	-	
	법 위반으로 경고 조치를 받은 사건 수	건	-	-	-	
	조직 내부 규정을 위반한 사건 수	건	41	51	60	

구분		단위	2019	2020	2021	비고
제품·서비스 마케팅 및 라벨링						
제품·서비스 정보 및 라벨링 관련 법·규정 위반 사례	법 위반으로 과태료 부과된 사건 수	건	-	-	3	
	법 위반으로 경고 조치를 받은 사건 수	건	-	-	2	
	조직 내부 규정을 위반한 사건 수	건	24	10	15	
마케팅 커뮤니케이션 관련 법·규정 위반 사례	법 위반으로 과태료 부과 된 사건 수	건	-	1	-	
	법 위반으로 경고 조치를 받은 사건 수	건	-	1	-	
	조직 내부 규정을 위반한 사건 수	건	4	5	9	
사회경제 컴플라이언스						
금전적 제재(벌금 등)로 인한 피해액	억원	-	10.6	54		
비금전적 제재(행정처분 등) 발생 건	건	-	-	1	'21년 경고 1건	
분쟁 해결 매커니즘을 통해 제기된 사건 수	건	72	83	73		
사회 공헌						
사회공헌사업 실적	공익사업	억원	-	-	34.3	
	동반성장	억원	-	-	13.7	동반성장 추진 사업 중 사회공헌 실적 기준
임직원 봉사	참여 인원	명	8,516	2,007	1,405	
사회 공헌형 점포						
내일 스토어	점	25	39	41	연도별 신규 오픈 기준	
시니어 스토어	점	4	7	13		
늘봄 스토어	점	-	-	1		

ESG Performance Data / 비재무성과

Governance

구분		단위	2019	2020	2021	비고	
이사회 현황							
이사회 구성	사내이사	명	2	2	2		
	기타비상무이사	명	1	1	1		
	사외이사	명	4	4	4		
	소계	명	7	7	7		
	성별	남성	명	7	7	6	
	여성	명	0	0	1		
이사회 운영	개최 횟수	회	9	13	18	'20년 지속가능경영 보고서 오기재로 데이터 오류 정정	
	평균 사외이사 참석률	%	97.2	100	98.6	평균 사외이사 참석률 = (참석 사외이사 수) / (전체 사외이사 수) * 100	
	안건 수	결의	건	15	19	43	
		보고	건	17	25	48	
	이사회 내 위원회						
감사위원회	사외이사 비율	%	100	100	100		
	위원회 개최 횟수	회	5	6	9		
	안건 수	결의	건	5	8	11	
		보고	건	12	15	16	
내부거래위원회	사외이사 비율	%	100	100	100		
	위원회 개최 횟수	회	4	7	11		
	안건 수	결의	건	10	18	36	
사외이사후보 추천위원회	보고	건	0	0	0		
	사외이사 비율	%	66.7	66.7	100		
추천위원회	위원회 개최 횟수	회	1	2	2		
	안건 수	결의	건	1	2	2	
		보고	건	0	0	0	
	ESG위원회	사외이사 비율	%	-	-	75	'21년 위원회 출범
위원회 개최 횟수		회	-	-	3		
안건 수		결의	건	-	-	3	
		보고	건	-	-	3	

구분		단위	2019	2020	2021	비고	
윤리 경영							
임직원 반부패 윤리경영 교육 이수율	이수율	%	99	98	92	'20년 COVID-19로 직무수행교육은 미 실시 하였으나, 정도경영교육은 일부(리더, 신입사원 대상) 진행하였음	
	이수 인원	명	4,232	997	4,199		
	대상 인원	명	4,286	1,015	4,565		
반부패 윤리강령 서명 협력회사 수	회사 수	개사	3,778	3,411	4,459		
부패(윤리 위반) 사건	총 부패(윤리 위반) 사건 수	건	-	-	-		
	부패(윤리 위반) 로 인한 징계	건	68	38	26		
	로 인한 징계 면직	건	-	-	-		
	부패(윤리 위반)로 인한 파트너 계약 파기 건	건	-	-	-		
반경쟁행위	부패(윤리 위반)로 인한 법적 조치 건	건	-	-	-		
	반경쟁행위로 인한 법적 조치 건	건	0	1	2		
정도경영목소리	정도경영목소리 제보건수	건	260	300	242	단순 문의 건수 포함	
	처리율	%	100	100	100		
	레드휘슬	제보건수	건	20	13	7	
		처리율	%	100	100	100	
	기타 (유선, 메일 등)	제보건수	건	6	9	14	
		처리율	%	100	100	100	
파트너사 목소리	제보건수	건	66	88	111	단순 문의 건수 포함	
	처리율	%	100	100	100		
임직원 정도경영 서약 작성률	작성률	%	100	100	100	현장 인원(직영점 스토어 매니저), 파견 및 프리랜서 제외	

GRI Standards Index

Universal Standards

Disclosure	설명	페이지
GRI 102 : General Disclosures		
102-1	조직 명칭	5
102-2	활동, 브랜드, 제품 및 서비스	9~12
102-3	본사의 위치	5
102-4	사업장의 위치	5, 6
102-5	소유 구조 특성 및 법적 형태	62
102-6	대상 시장	6
102-7	조직의 규모	66, 67
102-8	임직원 등에 대한 정보	68
102-9	공급망	40
102-10	조직과 공급망의 중대한 변화	9~12
102-11	예방적 원칙 또는 접근방법	64
102-12	외부 이니셔티브	78
102-13	협회 멤버십 현황	78
102-14	최고 의사결정권자의 성명	4
102-15	핵심 영향, 위험과 기회	64
102-16	핵심가치, 행동 강령 및 원칙	7, 62
102-17	윤리에 대한 자문 메커니즘	63
102-18	조직의 지배구조	59~61
102-19	위임 권한	59, 60
102-20	경제, 환경, 사회 토픽에 대한 경영진의 책임	15
102-21	경제, 환경, 사회 토픽에 대한 이해관계자의 협의	20
102-22	이사회 내 기구 및 위원회 구성	59, 60
102-23	이사회 의장	59, 60
102-24	이사회 추천 및 선정	59
102-25	이해상충	59~61
102-26	조직의 목적, 가치, 전략 수립 시 이사회 역할	59, 60
102-27	이사회 의 집단의 지식, 역량	60
102-28	이사회 성과 평가	61
102-29	이사회 의 경제, 환경, 사회 영향 파악 및 관리	59, 60
102-30	리스크 관리 절차의 효과성	64

Disclosure	설명	페이지
102-31	경제, 환경, 사회 토픽에 대한 검토	15
102-32	지속가능성 보고에 대한 이사회 역할	15
102-33	주요 사항에 대한 커뮤니케이션	59, 60
102-34	주요 논의 사항 건수 및 특성	60
102-35	보수 정책	61
102-36	보수 결정 절차	61
102-37	보수 정책에 대한 이해관계자 참여	61
102-38	연간 총 보수 비율	61
102-39	연간 총 보수 비율 증가율	61
102-40	이해관계자 그룹 목록	20
102-41	단체 협약	75
102-42	이해관계자 식별 및 선정	20
102-43	이해관계자 참여에 대한 접근방법	20
102-44	이해관계자에 의해 제기된 중요 토픽 및 우려사항	20
102-45	연결재무제표에 포함된 법인	사업보고서
102-46	보고 내용 및 토픽의 경계 정의	18
102-47	중요 토픽의 목록	18
102-48	정보의 재기술	-
102-49	보고방식의 변화	18
102-50	보고 기간	2
102-51	최근 보고서 발간년도	2
102-52	보고 주기	2
102-53	보고서 및 관련 내용에 대한 문의처	2
102-54	GRI Standard 적용 옵션	2
102-55	GRI Content Index	72, 73
102-56	외부 검증	79
GRI 103 : Management Approach		
103-1	중요 토픽과 그 경계에 대한 설명	18
103-2	경영방침 및 구성	18
103-3	경영방침 평가	18

GRI Standards Index

Topic-specific Standards

Disclosure	설명	페이지
GRI 200 : Economic		
201-1	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분 (EVG&D, economic value generated and distributed)	66
201-2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	76
203-1	인프라 투자 및 서비스 제공	53~57
203-2	중요한 간접적 경제 파급효과 및 영향	16, 53~57, 69
205-1	부패와 관련된 위험을 평가한 사업장	63
205-2	반부패 정책과 관련된 커뮤니케이션 및 훈련 절차	62, 63, 71
205-3	확인된 부패사건과 이에 대한 조치	71
206-1	반경쟁 행위, 반독점 및 독점 행위에 대한 법적 조치	71
GRI 300 : Environmental		
302-1	조직 내 에너지 소비	74
302-2	조직 외부 에너지 소비	74
302-5	제품 및 서비스의 에너지 요구량 감축	67
303-1	공유 자원으로서 용수의 상호작용	-
303-3	취수	67
303-4	폐수 배출	-
303-5	용수 소비	67
305-1	직접 온실가스 배출량(Scope 1)	67
305-2	간접 온실가스 배출량(Scope 2)	67
305-3	기타 간접 온실가스 배출량(Scope 3)	-
305-4	온실가스 배출 집약도	67
305-5	온실가스 배출 감축	67
305-6	오존층 파괴 물질의 배출	74
305-7	질소산화물, 황산화물 그리고 다른 주요 대기 배출물	-
306-1	폐기물 발생 및 폐기물 관련 중대한 영향	29
306-2	폐기물로 인한 중대한 영향의 관리	29
306-3	폐기물 발생	67
306-4	폐기 처리되지 않은 폐기물	67
306-5	폐기 처리된 폐기물	67
307-1	환경 법규 위반	67
308-1	환경 부문에 대해 평가를 실시한 신규 공급업체	40, 41
308-2	공급망 내 부정적 환경영향 및 이에 대한 조치	40, 41

Disclosure	설명	페이지
GRI 400 : Social		
401-1	신규 채용 및 이직자	68
401-2	상근직 근로자에게만 제공되는 혜택	36
401-3	육아휴직	69
403-1	산업안전보건 관리 시스템	37~39
403-2	위험성 파악, 리스크 평가, 사고 조사	37~39
403-3	산업보건 서비스	37~39
403-4	산업안전보건 관련 임직원 참여 및 소통	37~39
403-5	산업안전보건 관련 교육	38~39
403-6	근로자 건강 증진	38
403-7	비즈니스 관련 안전보건 간접 영향에 대한 경감	37~39
403-8	산업안전보건 시스템 적용 범위	37~39
403-9	업무 관련 산업재해	39, 69
403-10	업무 관련 질병	69
404-1	1인당 교육 시간	68
404-2	직원 역량 향상 및 지속적인 고용가능성 지원 프로그램	33
404-3	정기 성과평가 및 경력개발 점검을 받은 임직원 비율	68
405-1	이사회 및 구성원의 다양성	71
405-2	남녀 기본급 및 보수의 비율	68
406-1	차별 사건과 시정 조치	35
412-1	인권관련 점검 및 평가를 받은 사업장	35
412-2	인권 정책 또는 절차에 대해 교육 받은 임직원	35, 69
413-1	지역사회에 대한 참여, 영향평가 및 개발 프로그램을 실시한 사업장	52~57
414-1	사회 부문에 대해 평가를 실시한 신규 공급업체	40, 41
414-2	공급망 내 부정적 사회영향 및 이에 대한 조치	40, 41
415-1	정치적 기부	-
416-1	제품 및 서비스의 안전보건 영향 평가	50~52
416-2	제품 및 서비스의 안전보건 관련 법규 위반 사례	70
417-1	제품 및 서비스의 정보 및 라벨링 절차에 따라 요구되는 정보유형	-
417-2	제품 및 서비스 정보 라벨링과 관련된 법규 위반 사례	70
417-3	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법규 위반 사례	70
418-1	고객 개인정보보호 위반 및 고객 데이터 진실과 관련하여 제기된 불만	47
419-1	사회 경제적 영역과 관련된 법규 위반 사례	70



SASB Index

Sustainability Disclosure Topics

구분	코드	항목	단위	2019	2020	2021	비고	
수송연료 관리 (Fleet Fuel Management)	FB-FR-110a.1	소비된 수송 연료량	경유	L	18,330,097	18,845,339	20,349,371	
		재생가능 연료 비율		%	-	-	-	- 데이터 없음
냉각으로 인한 대기 배출 (Air Emissions from Refrigeration)	FB-FR-110b.1	냉매로 인한 총 Scope 1 배출량		tCO ₂ eq	-	-	-	- 데이터 없음
	FB-FR-110b.2	오존층 파괴 가능성이 없는 냉매 사용 비율		%	48	60	73	직영 편의점 대상으로 2016년 장비부터 R404/R410 냉매 적용
	FB-FR-110b.3	평균 냉매 배출 비율		%	-	-	-	- 데이터 없음
에너지 관리 (Energy Management)	FB-FR-130a.1	에너지 소비량	LNG	TJ	24.9	23.7	27.0	
			LPG	TJ	1.1	0.9	0.8	
			경유	TJ	692.9	712.4	769.2	
		전력 사용량	TJ	1,519.4	1,366.7	1,407.3		
		재생에너지 비율	kWh	49,629	53,093	50,013	강서사옥 태양광시스템	
음식물 쓰레기 관리 (Food Waste Management)	FB-FR-150a.1	음식물 쓰레기 배출량					28페이지	
		폐기 과정 중 회수된 비율					28페이지	
정보보안 (Data Security)	FB-FR-230a.1	정보 보안 침해 수		-	-	-	- 미공시	
		개인정보 관련 침해 비율		-	-	-	- 데이터 없음	
		영향받은 고객 수		-	-	-	- 데이터 없음	
	FB-FR-230a.2	데이터 보안 위험을 식별하고 해결하기 위한 접근 방식에 대한 설명					47페이지	
식품 안전 (Food Safety)	FB-FR-250a.1	고위험 식품안전 위반율		건	0	0	0	
	FB-FR-250a.2	리콜 수		건	10	12	43	자발적 리콜 포함
		리콜된 제품 수		건	48	89	36	자발적 리콜 포함
		PB제품 중 리콜된 제품 비율		%	-	-	0.89	자발적 리콜 포함
제품 건강 및 영양 (Product Health & Nutrition)	FB-FR-260a.1	건강 및 영양 속성을 홍보하기 위해 라벨 및 마케팅 된 제품 매출액		만원	-	-	-	- 데이터 없음
	FB-FR-260a.2	소비자들 사이에서 영양 및 건강 문제와 관련된 제품 및 성분을 식별하고 관리하는 프로세스에 대한 논의						51페이지

SASB Index

Sustainability Disclosure Topics

구분	코드	항목	단위	2019	2020	2021	비고
제품 라벨링 & 마케팅 (Product Labeling & Marketing)	FB-FR-270a.1	산업 또는 규제 라벨링 및/또는 마케팅 코드를 준수하지 않은 사건의 수	-	-	-	-	데이터 없음
	FB-FR-270a.2	마케팅 및/또는 라벨링과 관련된 법적 소송으로 인한 총 금전적 손실	백만원	0	0	0	
	FB-FR-270a.3	유전자변형식품으로 라벨링된 제품 매출액 비유전자변형식품으로 라벨링된 제품 매출액	백만원	-	-	-	데이터 없음
노동 관행 (Labor Practices)	FB-FR-310a.1	평균 시급	원	-	-	8,744	시급을 받는 직원 대상 평균 시급 (통상시급)
		최저임금을 받는 매장 및 물류센터 직원 비율	%	-	-	98.4	시급을 받는 직원 대상
	FB-FR-310a.2	단체교섭협약을 적용받는 임직원 비율	%	-	-	2.0	
	FB-FR-310a.3	파업 횟수 파업으로 인한 총 유휴일수	회 일	-	-	0	
	FB-FR-310a.4	노동법 위반 고용 차별과 관련된 법적 소송으로 인한 총 금전적 손실액	회 백만원	-	-	0	
	FB-FR-430a.1	환경 또는 사회적 지속가능한 조달 표준에 대해 제3자 인증을 받은 제품의 매출액	억원	89.8	134.0	173.0	
	FB-FR-430a.2	케이지 프리 달걀 매출액 비율	GS25, GS THE FRESH 달리살다	%	10.5	10.2	9.1
공급망에서의 환경 및 사회 영향 관리 (Management of Environmental & Social Impacts in the Supply Chain)		임신용 우리를 사용하지 않고 생산된 돼지고기로부터의 매출액 비율	%	N/A	N/A	N/A	데이터 없음
	FB-FR-430a.3	동물 복지를 포함한, 공급망 내 환경 및 사회 리스크 관리 전략 논의		40페이지			
	FB-FR-430a.4	포장재의 환경 영향을 줄이기 위한 전략 논의		24페이지, 28페이지			

Activity Metrics

구분	코드	항목	단위	2019	2020	2021	비고	
Activity Metrics	FB-FR-000.A	총 점포 수	GS 25	점	11,577	12,289	13,767	-
			GS THE FRESH	점	320	318	332	-
			총 물류센터 수	개	24	25	29	-
	FB-FR-000.B	점포 총 면적	GS 25	m ²	9,998	9,584	9,929	전용면적 기준
			GS THE FRESH	m ²	182,454	180,430	185,387	영업면적 기준
			물류센터 총 면적	m ²	337,763	378,521	386,654	-
FB-FR-000.C	상업용 차량 수	대	2,309	2,323	2,974	-		
FB-FR-000.D	주행 거리	km	128,780,818	129,577,136	136,896,040	-		

TCFD Index

Sustainability Disclosure Topics

TCFD 권고안	CDP 연계지표	GS리테일 대응활동
지배구조: 기후변화와 관련된 위험과 기회에 대한 거버넌스 공개		
A. 기후변화 관련 위험과 기회에 대한 이사회 감독 권한을 설명	C1.1	p.22
B. 기후변화와 관련된 위험과 기회를 평가하고 관리하는 경영진의 역할	C1.2	p.22
전략: 조직의 사업, 전략, 재무적 계획에 영향을 미치는 기후변화와 관련된 위험과 기회의 실제 및 잠재적 영향을 공개		
A. 조직이 단기, 중기 및 장기에 걸쳐 파악한 기후변화 관련 위험과 기회 설명	C2.1	n/a
	C2.3	
B. 기후변화 관련 위험과 기회가 조직의 사업, 전략, 재무 계획에 미치는 영향 설명	C2.4	n/a
	C3.1	
C. 2°C 이하의 시나리오를 포함하여 다양한 기후변화와 관련된 시나리오를 고려한 조직 전략의 회복탄력성을 설명	C3.2	n/a
위험 관리: 기후변화 관련 위험을 확인하고, 평가하며 관리하는 방법을 공개		
A. 기후변화 관련 위험을 확인하고 평가하는 조직의 프로세스에 대해 설명		p.64
B. 기후변화 관련 위험을 관리하는 조직의 프로세스에 대해 설명	C1.2	p.64
	C2.2	
C. 기후변화 관련 위험을 확인하고, 평가하고, 관리하는 프로세스가 어떻게 조직의 전체 리스크 관리에 통합되는지 설명		p.64
지표와 감축목표: 기후변화 관련 위험과 기회를 평가하고 관리하는데 사용된 지표와 감축 목표를 공개		
A. 조직의 전략 및 위험 관리 프로세스에 따라 기후변화와 관련된 위험과 기회를 평가하기 위해 사용한 지표 공개	C4	p.23, 30
B. Scope 1, 2, 3(가능할 경우) 배출량과 관련 위험을 공개	C6	p.67
	C8	
C. 기후변화와 관련된 위험과 기회 및 목표 대비 성과를 관리하기 위해 조직에서 사용하는 목표 설명	C11	p.23, 31

UN SDGs 연계 활동

GS리테일은 UN 글로벌 컴팩트 회원사로서 지속가능발전을 실현하기 위한 인류의 공동 목표인 UN SDGs(Sustainable Development Goals; 지속가능발전목표) 달성을 지지합니다. 나아가 GS리테일은 사업과 연계성이 높은 목표를 선정하여 해당 목표들을 달성하기 위한 활동들을 전 밸류체인에 걸쳐 추진하고 있습니다.

UN SDGs 목표 추진 방향	GS리테일 대응활동	UN SDGs 목표 추진 방향	GS리테일 대응활동
 <p>건강하고 행복한 삶 보장</p>	<p>모든 연령층을 위한 건강한 삶 보장과 웰빙 증진에 힘쓰겠습니다. 또한 임직원의 안전한 근무활동을 조성하기 위해 노력하겠습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> · 사업장 안전보건 관리체계 구축 · 전사 안전점검 및 안전교육 실시 · 사내 건강 캠페인 및 상담 프로그램 운영 · Fresh Food 원재료 안전성 관리 및 나트륨 저감화 	 <p>모든 층위의 불평등 해소</p>	<p>나이·성별·장애유무·종교·경제적 지위 또는 기타 지위와 관계없이 임직원들에게 동등한 기회를 제공하도록 인권경영을 강화하겠습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> · 인권경영방침 공포 · 인권영향평가 실시 · 인권 고충 수렴 채널 운영
 <p>성평등 보장</p>	<p>임직원 채용과 인사정책에서의 성평등을 보장하고 여성들이 살기 좋은 사회를 만드는 데 기여하겠습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> · 인재육성 프로그램 운영 · 가족친화기업 인증 취득(출산지원금 지급, 육아 휴직 제도 및 사내 어린이집 운영) 	 <p>지속가능한 생산과 소비</p>	<p>자원의 재활용을 장려하며 순환경제를 통한 자원의 가치를 재창출하기 위해 힘쓰겠습니다. 또한 지속가능한 원재료 소싱을 확대하여 책임있는 공급망을 구축하겠습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> · 음식물 쓰레기 퇴비화 · 공병 회수 및 Recycle Center 운영 · 생활폐기물 100% 재활용 · 페트병 및 기타 폐기물 업사이클링
 <p>에너지의 친환경적 생산과 소비</p>	<p>지속가능한 에너지에 대한 접근을 보장하고 신재생 에너지 사용을 확대하겠습니다. 나아가 사업장의 에너지 효율성을 향상시키기 위해 힘쓰겠습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> · 편익점 SEMS 운영을 통한 에너지 관리 · 편익점 및 물류센터 태양광 패널 설치 · 물류센터 LED 조명 교체 및 조도 센서 도입 	 <p>기후변화와 대응</p>	<p>기후변화 리스크에 효과적으로 대응하기 위한 관리 체계를 구축하고 온실가스 배출을 저감하도록 힘쓰겠습니다. 뿐만 아니라 친환경 제품을 개발하고 장려하여 사업의 탄소발자국을 줄이겠습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> · ISO14001 인증 획득한 환경경영시스템 운영 · 지속가능 제품 개발 및 확대 · SEMS 운영 · 녹색물류시스템 운영 (저공해 물류 장비 도입, 배송루트 최적화 등)
 <p>좋은 일자리 확대와 경제성장</p>	<p>지속가능한 경제성장을 이루고 모두를 위한 양질의 일자리 창출에 최선을 다하겠습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> · 파트너사 지원(자금, 교육, 복리후생, 판로 지원 등) · 가맹경영주와 상생협약 체결 	 <p>육상생태계 보전</p>	<p>지속가능한 육상생태계 이용을 보호하고 증진시키기 위해 생물다양성에 미치는 영향을 최소화하고 서식지 보호에 앞장서겠습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> · 동물복지 인증 상품 매입 및 판매 · 산림청 주관 창원이니셔티브 참여 · 강원도 숲 조성 프로젝트 실시
 <p>산업의 성장과 혁신 활성화 및 사회기반시설 구축</p>	<p>모두를 위한 지속가능한 사회기반시설을 구축하고 산업화를 증진시키기 위해 노력하겠습니다. 나아가 디지털 트랜스포메이션을 통한 혁신을 장려하겠습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 점포의 사회적 안전망 역할 확대 · AI기반 시스템 및 빅데이터 플랫폼 구축 	 <p>지구촌 협력 강화</p>	<p>지속가능한 발전을 위해 여러 다양한 이해관계자와 협력하며 글로벌 파트너십을 활성화하겠습니다.</p> <ul style="list-style-type: none"> · 산림청 주관 창원이니셔티브 참여 · 지자체와 협력하여 아이스팩 재활용 · گیا대책과 협업하여 아동 문화정서지원 사업 운영 · 보건복지부와 협업으로 사회공헌형 점포 운영

이니셔티브 및 협회 가입 현황, 수상내역

이니셔티브 및 협회 가입 현황



수상 실적

2021.12	○ GS리테일, 2021 대한민국 일자리 유공 표창 시상식 대한민국 일자리 유공 표창	대통령 직속 일자리위원회
2021.11	○ GS25, KCSI GS25 편의점부문 18년 연속 1위(총 22회 1위)	한국표준협회
2021.10	○ GS SHOP, 2021 대한민국 문화경영대상 장학사업부문 대상	월간파워코리아
2021.09	○ GS25, 유통업계 유일 2년 연속 동반성장지수 '최우수'	동반성장위원회
2021.07	○ GS리테일 2021 한국서비스 대상 종합대상(총 7회)	한국표준협회
	GS25 및 GS THE FRESH, 2021 한국서비스 품질지수(KS-SQI) 수상 (GS25 연속 9년 총 18회, GS THE FRESH 연속 6년 총 7회)	한국표준협회
2021.06	○ GS Fresh Mall, 국가서비스대상 신선식품 소포물 부문 대상 (3년 연속)	산업정책연구원
2021.05	○ GS리테일, 2021 대한민국 현식인물(기업/기관)·브랜드 대상	월간파워코리아
2021.04	○ GS리테일, IF디자인 어워드 2021 커뮤니케이션 부문 본상	인터내셔널 포럼 디자인
	GS25, 2021년 대한민국 가치경영대상 사회공헌부문 대상	월간파워코리아
2021.02	○ GS25, GS THE FRESH 2021 한국에서 가장 존경받는 기업 편의점 부문/슈퍼마켓 부문 1위	한국능률협회컨설팅(KMAC)
2021.01	○ GS25, 2021년 대한민국을 빛낸 인물 브랜드 대상 사회공헌부문 대상 수상	월간파워코리아

독립된 제3자 검증 의견서

2021 GS 리테일 지속가능경영보고서 독자 귀중

서문

한국경영인증원(KMR)은 2021 GS 리테일 지속가능경영보고서 (이하 “보고서”)의 제3자 검증을 요청 받았습니다. 보고서 작성과 정보에 대한 책임은 GS 리테일 경영자에게 있으며, 본 한국경영인증원의 책임은 계약 및 합의된 업무를 준수하고 검증의견서를 발급하는 데 있습니다.

검증 범위 및 기준

GS 리테일은 보고서에서 지속가능성과 관련한 조직의 성과와 활동에 대해 기술하고 있습니다. 검증팀은 국제적 검증 기준인 AA1000AS v3 및 KMR 검증 기준인 SRV1000을 적용하였으며, Type 2 방법 및 Moderate 수준의 보증 형태로 검증을 수행하였습니다. 즉, 검증팀은 AA1000AP(2018)에서 제시하는 포괄성(Inclusivity), 중요성(Materiality), 대응성(Responsiveness) 및 영향성(Impact) 원칙의 준수여부와 보고서에 기재된 하기 GRI 지표에 대한 데이터와 정보의 신뢰성 및 품질을 평가하였습니다. 이때 중요성 기준은 검증팀의 전문가적 판단(Professional Judgment)이 적용되었습니다.

GRI Standards의 핵심적 방식(Core Option) 보고 요구사항 만족 여부에 대한 확인이 검증 범위에 포함되었으며, 중대성 평가 절차를 통해 도출된 중요주제의 세부지표는 다음과 같음을 확인하였습니다.

- GRI Standards 보고 원칙
- 공통 표준(Universal Standards)
- 특정주제 표준(Topic Specific Standards)
 - 하기 특정주제표준 경영접근방식(Management approach of Topic Specific Standards)
 - GRI 205: 반부패(Anti-Corruption)
 - GRI 306: 폐수 및 폐기물(Effluents and Waste)
 - GRI 412: 인권평가(Human Rights Assessment)
 - GRI 413: 지역사회(Local Communities)
 - GRI 414: 공급업체 사회평가(Supplier Social Assessment)

보고서의 보고경계 중 조직 외부 즉, GS 리테일의 협력사, 계약자 등에 대한 데이터와 정보는 검증범위에서 제외되었습니다.

검증방법

한국경영인증원 검증팀은 합의된 검증 범위에 대해 상기 기술된 검증기준에 따라 검증하기 위해 아래와 같이 검증을 진행했습니다.

- 보고서에 담긴 내용에 대한 전반적인 검토
- 중대성 평가 방법 및 결과 검토
- 지속가능경영 전략 및 성과정보 시스템, 프로세스 평가
- 보고서 작성에 대해 책임 있는 담당자와의 인터뷰
- 보고서 성과정보에 대한 신뢰성 평가, 데이터샘플링
- 금융감독원 전자공시시스템 등 독립적인 외부 출처 및 공공 데이터베이스를 기반으로 한 정보의 신뢰성 평가

제한사항 및 극복방안

검증은 GS 리테일에서 제공한 데이터 및 정보가 완전하고 충분하다는 가정을 기반으로 실시되었습니다. 데이터 검증은 GS 리테일에서 수집한 데이터에 대한 질의 및 분석, 제한된 형태의 표본추출방식을 통해 한정된 범위에서 실시되었습니다. 이를 극복하기 위해 전자공시시스템, 국가온실가스 종합관리시스템 등 독립적인 외부 출처 및 공공 데이터베이스를 참고하여 정보의 품질 및 신뢰성을 확인하였습니다.

독립된 제3자 검증 의견서

검증결과 및 의견

검증팀은 문서검토 및 인터뷰 등의 결과를 토대로 GS 리테일과 보고서 수정에 대해 여러 차례 논의하였으며, 수정 및 개선권고 사항 반영을 확인하기 위해 보고서의 최종판을 검토하였습니다. 검증결과, GS 리테일의 보고서는 GRI Standards의 핵심적 방식(Core Option)에 따라 작성되었으며, AA1000AP(2018)에서 제시하고 있는 원칙 준수와 관련하여 부적절한 부분을 발견할 수 없었습니다. 원칙에 대한 본 검증팀의 의견은 다음과 같습니다

포괄성 원칙

GS 리테일은 이해관계자에 대한 조직의 책임에 대해 공약하고 이를 실천하기 위해 다양한 형태와 수준의 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 개발하여 운영하고 있습니다. 검증팀은 이 과정에서 누락된 주요 이해관계자 그룹을 발견할 수 없었으며, 그들의 견해 및 기대 사항이 적절히 조직의 전략에 반영되도록 노력하고 있음을 확인하였습니다.

중요성 원칙

GS 리테일은 조직의 지속가능성 성과에 미치는 주요 이슈들의 중요성을 고유의 평가 프로세스를 통해 결정하고 있으며, 검증팀은 이 프로세스에서 누락된 중요한 이슈를 발견하지 못하였습니다.

대응성 원칙

GS 리테일은 도출된 주요 이슈의 우선순위를 정하여 활동성과 대응사례 그리고 향후 계획을 포괄적이고 가능한 균형 잡힌 방식으로 보고하고 있으며, 검증팀은 GS 리테일의 대응 활동들이 보고서에 부적절하게 기재되었다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

영향성 원칙

GS 리테일은 중대성 평가를 통해 파악된 주요 주제들의 직간접적인 영향을 파악하여 모니터링하고 있으며 가능한 범위 내에서 해당 영향을 정량화된 형태로 보고하고 있음을 확인하였습니다.

특정 지속가능성 성과정보의 신뢰성 및 품질

검증팀은 AA1000AP(2018) 원칙 준수 여부에 더해 지속가능성 성과와 관련된 경제, 환경, 사회 성과 정보에 대한 신뢰성 검증을 실시하였습니다. 해당 정보 및 데이터의 검증을 위해 담당자와 인터뷰를 실시하였으며, 데이터 샘플링 및 근거 문서 그리고 외부 출처 및 공공 데이터베이스를 통해 신뢰할 수 있는 데이터임을 확인하였습니다. 검증팀은 지속가능성 성과 정보에서 의도적 오류나 잘못된 기술을 발견하지 못하였습니다.

적격성 및 독립성

한국경영인증원은 ISO/IEC 17021:2015(경영시스템의 심사 및 인증을 제공하는 기관에 대한 요구사항)에 따라 문서화된 방침과 절차를 포함한 포괄적인 품질관리시스템을 유지하고 있습니다. 검증팀은 지속가능성 전문가들로 구성되어 있으며, 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 이외에 GS 리테일의 사업활동에 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺지 않은 독립성을 유지하고 있습니다.

2022. 06. 대한민국, 서울

대표이사

