

2024 GS리테일 지속가능경영보고서

GREEN LIFE TOGETHER

About This Report

보고서 개요	GS리테일은 ESG 성과 및 활동을 이해관계자들에게 투명하게 공개하고 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.
보고서 작성 기준	본 보고서는 국제 지속가능성 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021 기준에 부합(in accordance with)하게 작성되었으며, SASB(Sustainability Accounting Standards Board)에서 발간한 Food Retailers & Distributors 산업 공시 지표를 고려하고, TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosure)의 권고안을 반영하였습니다. 재무성과는 별도 언급이 없을 경우, 한국채택국제회계기준(K-IFRS) 연결기준으로 작성하였습니다.
보고 범위	GS리테일의 재무성과는 연결재무제표 기준, 비재무성과는 별도 기준의 ESG 경영활동 성과를 보고하였으며, 일부 환경 정성적 성과에 대해서는 GS네트웍스 등의 종속회사 성과가 포함되어 있습니다. 환경성과 보고 범위 사육(자가,임차), 물류센터, 편의점/수퍼 직영점 등
보고 기간	본 보고서는 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지의 경제·환경·사회적 성과를 담고 있습니다. 일부 성과에 대해서는 2025년 3월까지의 정보를 수록하고, 중요 활동에 대해서는 2024년 1월 1일 이전의 내용 또한 포함하고 있습니다. 정량적 성과는 연도별 추세 파악이 가능하도록 최근 3개년(2022년~2024년) 수치를 작성하였습니다.
보고서 검증	본 보고서는 이해관계자에게 지속가능경영 활동을 더욱 투명하게 전달하고자 한국경영인증원(KMR)으로 부터 제3자 검증을 받았습니다. 적용된 검증 기준은 AA1000AS v3 Moderate Level, Type 2이며, 검증의견서는 본 보고서 111-112페이지에서 확인할 수 있습니다.

지속가능경영보고서 담당

담당부서 : 정책지원팀 ESG파트

Contact

GS리테일은 이해관계자 여러분의 의견을 적극 수렴하여 지속가능경영보고서에 담고자 합니다. 필요한 사항에 대해 아래 메일로 보내주시면 향후 2025년도 발간 보고서에 중대성 평가를 통해 해당 내용을 반영하도록 하겠습니다.

Email | esg@gsretail.com

Address | (주)GS리테일 서울시 강남구 논현로 508(역삼동 679번지 GS타워)

Contents

OVERVIEW

- 04 CEO Message
- 05 GS리테일 At a Glance
- 08 Our Business

SUSTAINABILITY STRATEGY

- 11 GS리테일 ESG 전략
- 14 Sustainable Value Chain
- 15 2024-2025 ESG 하이라이트
- 16 이중중대상 평가
- 19 이해관계자 참여

TCFD 보고서

- 21 지배구조
- 22 전략
- 30 위험 관리
- 31 지표 및 목표

MATERIAL TOPICS

- 33 친환경 제품 및 서비스
- 37 건강하고 책임있는 상품 및 서비스
- 42 지역사회 기여
- 50 컴플라이언스

GENERAL TOPICS

- 56 **Environmental**
- 57 환경경영 체계
- 58 환경경영 현황
- 62 녹색 물류
- 64 환경교육 및 캠페인
- 65 **Social**
- 66 인재경영
- 68 함께 성장하는 조직
- 70 인권 존중
- 72 안전한 일터
- 76 지속가능 공급망
- 82 고객만족 경영
- 86 고객정보 보호

Governance

- 89 이사회
- 93 윤리경영
- 95 리스크 관리

APPENDIX

- 98 ESG Performance Data
- 105 SASB Index
- 106 GRI Standards Index
- 108 UN SDGs 연계활동
- 109 온실가스 검증의견서
- 111 제3자 검증의견서
- 113 지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들
- 113 이니셔티브 및 협회 가입 현황
- 113 수상내역

OVERVIEW

SUSTAINABILITY STRATEGY

TCFD REPORT

MATERIAL TOPICS

GENERAL TOPICS

APPENDIX

OVERVIEW

- 04 CEO Message
- 05 GS리테일 At a Glance
- 08 Our Business

OVERVIEW

CEO MESSAGE

GS리테일 AT A GLANCE

OUR BUSINESS

SUSTAINABILITY STRATEGY

TCFD REPORT

MATERIAL TOPICS

GENERAL TOPICS

APPENDIX

CEO Message



GS리테일에 보내주시는
이해관계자 여러분의
변함없는 관심과 성원에
깊은 감사의 말씀을 드립니다.



안녕하십니까. GS리테일 대표이사 허서홍입니다.

2024년은 지구 기온이 산업화 이전 대비 1.5도를 초과한 첫 해로 기록되며, 폭염과 열대야가 일상화되고 폭우가 잦은 긴 여름을 보냈습니다. 봄, 가을에는 기후변화로 건조해진 대기탓에 더욱 확산되는 산불이 우리 산림을 불태우기도 했습니다. 이러한 기후변화로 인한 이상기후는 지속되어온 내수 침체를 더욱 가속화하였고 유통 기업 경영에도 큰 도전이 따랐습니다.

이러한 변화는 소비패턴, 에너지 비용, 공급망 등 여러 측면에서 기업들에게 새로운 해법을 요구했습니다. 이에 GS리테일은 책임 있는 상품과 서비스를 기반으로 본질적인 경쟁력을 강화하고, 끊임없는 변화와 혁신을 통해 지속 가능한 경영 체계를 구축해 왔습니다.

GS리테일은 ‘Green Life Together’라는 ESG 미션 아래, ESG 경영을 실천하며 의미 있는 성과를 이어가고 있습니다. 환경측면에서는 매장 에너지 효율화를 위해 스마트에너지관리시스템(SEMS)을 설치하고 8천여 점포에 에코커버를 설치하였습니다. 또한, 전력거래소와 업무협약을 통해 자동 수요반응(Auto DR) 시스템을 도입해 국가적 에너지 절감에 동참하는 한편 이 성과를 통해 2,300만원 상당의 인센티브가 가맹점에 지급되었습니다.

사회적가치 창출을 위해서는 시니어 스토어와 늘봄 스토어 등 2백여개의 사회공헌형 매장을 운영하며 취약계층의 자립을 적극 지원하고 있습니다. 또한 2013년부터 중소기업의 유통 판로 확대를 돕기 위해 홈쇼핑 판매 방송 지원사업을 운영하여 누적매출 530억원을 달성하기도 했습니다.

투명한 지배구조 확립의 노력과 더불어 GS리테일 임직원들이 함께한 이러한 성과들이 모여 2024년은 GS리테일이 ESG 경영에서 괄목할 만한 성과를 거둔 한 해였습니다. 한국ESG기준원 평가에서 평가 대상 764개 기업 중 최상위 2.5%에 해당하는 통합 A+ 등급을 획득했으며, 서스틴베스트로부터 최고 등급인 AA를 받아 ‘ESG 베스트컴퍼니’로 선정되는 영예를 안았습니다.

GS리테일은 이제 변화를 넘어 혁신을 통한 지속가능한 성장을 이루고자 노력하고 있습니다. 고객에 집중한 핵심사업에 대한 본원적인 경쟁력을 강화하고, 더 큰 도약을 위해 새로운 여정을 시작하고 있습니다.

존경하는 이해관계자 여러분,
GS리테일의 지속가능경영 활동에 계속해서 많은 관심과 성원 부탁드립니다.
감사합니다.

2025년 6월

GS리테일 대표이사 **허서홍**

OVERVIEW

CEO MESSAGE

GS리테일 AT A GLANCE

OUR BUSINESS

SUSTAINABILITY STRATEGY

TCFD REPORT

MATERIAL TOPICS

GENERAL TOPICS

APPENDIX

GS리테일 At a Glance

Company Profile

GS리테일은 대한민국을 대표하는 Lifestyle Platform기업으로 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 되고자 노력하고 있습니다.

일반 현황

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

주요 재무성과

구분	
매출액	116,269
영업이익	2,391

(단위: 억 원, 2024년 12월 31일 기준)

기업 연혁

1971~1987

유통업의 기반을 다지다

- '71 금성전공 설립
- '74 럭키수퍼 1호점 개점
- '75 회성산업(주)로 상호변경
- '78 금성사 광고부문 인수
- '80 럭키체인(주) 합병
- '84 회성제지(주) 합병

1990~1997

종합유통사로서의 도약

- '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

1999~2002

새로운 유통업 강자로의 발돋움

- '00 종합 인터넷 쇼핑몰 오픈
- '02 LG그룹 유통3사 통합
LG25 1천호점 개점
월간조선 '한국의 50대 기업' 선정

2004~2010

업계 최고 차별화 경쟁력 확보

- '04 헬스&뷰티 전문기업 GS왓슨스 설립
- '05 GS리테일로 사명변경
GS25 2,000호점 돌파
- '06 홈쇼핑 전용 물류센터 개소
- '08 (주)후레쉬서브 설립
- '09 통합브랜드 GS SHOP 출범
고객만족 경영대상 종합대상 수상
- '10 모바일 웹/앱 서비스 개시

2011~2018

글로벌 시장진출

- '11 GS SHOP 태국시장 진출
- '12 GS리테일 중소파트너사 동반성장 세미나 진행
GS SHOP 중국, 베트남, 인도네시아 시장 진출
- '14 말레이시아 시장 진출
- '16 통합PB 브랜드 론칭
GS25, 1만점 돌파
- '17 아시아태평양 유통산업 어워드 수상
- '18 GS25 베트남 점포 오픈

2019~현재

라이프스타일 플랫폼으로 도약

- '19 친환경 배송서비스 도입
- '20 배달플랫폼 '우딜' 론칭
- '21 GS25 몽골 진출
ESG추진위 출범
업계 최초 ISO14001:9001 동시 인증
GS리테일-GS홈쇼핑 합병
- '22 서울시 아동급식카드 온라인 결제 시스템 론칭
700만불 수출의 탑 수상
- '23 GS25 편의점 업계 최초 ESG 환경분야 평가 A+획득
'2023 대한민국 일하기 좋은 기업' 선정
환경부 장관상 수상(2년 연속)
- '24 베트남 GS25 300호점 돌파
'시 라이프스타일 커머스' 앱으로 개편
동방성장지수 '최우수' 등급 획득
KCGS ESG통합 'A+' 등급, 서스틴베스트 ESG 평가 'AA' 획득



고객의 모든 경험을 연결하고,
데이터로 공감하며,
상품과 서비스로 신뢰받는 플랫폼

OVERVIEW

CEO MESSAGE

GS리테일 AT A GLANCE

OUR BUSINESS

SUSTAINABILITY STRATEGY

TCFD REPORT

MATERIAL TOPICS

GENERAL TOPICS

APPENDIX

GS리테일 At a Glance

글로벌 네트워크

GS리테일은 국내 본사를 거점으로, 중국, 베트남, 인도네시아 등 아시아 지역을 중심으로 선진 유통 노하우를 바탕으로 현지 사업을 운영하고 있으며, 합작투자 등을 통해 중소기업 상품의 수출 판로 지원 역할을 수행하고 있습니다

구분	지역	비고	(2024년 12월 31일 기준)
GS25	베트남	호치민 및 호치민 근교 / 354점	
	몽골	울란바토르 / 267점	
GS THE FRESH	인도네시아	자카르타 8점	
GS SHOP	HUMAI(중국)	중국 내 홈쇼핑 사업 영위 가능한 라이선스 보유 사업자와 합작	
	TRUE GS(태국)	태국 재계 1위 그룹으로, 합작사 주주인 TRUE VISION은 최대 유료 방송사업자	

- 📍

본사
- 📍

GS25 / GS THE FRESH
- 📍

GS SHOP



ESG 평가 결과

GS리테일은 ESG 평가 등급을 투명하게 공개하고, 지속가능경영 실현을 위해 노력하고자 합니다.



종합 A+

AA

Climate Change B

OVERVIEW

CEO MESSAGE

GS리테일 AT A GLANCE

OUR BUSINESS

SUSTAINABILITY STRATEGY

TCFD REPORT

MATERIAL TOPICS

GENERAL TOPICS

APPENDIX

GS리테일 At a Glance

Mission & Vision

GS리테일은 데이터 기반의 유통 혁신을 실현시켜 최고의 제품과 진실된 서비스를 제공하고 고객과의 신뢰를 구축합니다.

GS Value & GS Way

GS리테일은 구성원들이 함양해야 할 GS Value와 GS Way를 내재화하고 실천하여 압도적인 고객 만족 실현을 지향하고 있습니다.



GS 경영이념

고객과 함께 내일을 꿈꾸며 새로운 삶의 가치를 창조한다.

GS리테일의 약속

진심을 담은 서비스와 공감의 디지털 기술로 당신만의 더 나은 일상을 함께합니다.

우리의 비전

고객의 모든 경험을 연결하고, 데이터로 공감하며, 상품과 서비스로 신뢰받는 플랫폼



고객의 모든 경험을
연결하는 플랫폼

데이터로 고객을
공감하는 플랫폼

상품과 서비스로
신뢰받는 플랫폼

GS Value



Fair

공정함을 지키고,
사회와 환경에
기여합니다.



Friendly

다양성을 인정하고
서로를 존중합니다.



Fresh

창의와 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.

OVERVIEW

CEO MESSAGE

GS리테일 AT A GLANCE

OUR BUSINESS

SUSTAINABILITY STRATEGY

TCFD REPORT

MATERIAL TOPICS

GENERAL TOPICS

APPENDIX

Our Business

사업소개 및 주요 성과

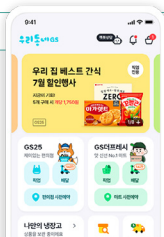
GS25

GS25는 1990년 1호점을 시작으로 지난 30년간 대한민국 편의점 문화를 선도해 왔습니다. 신선특화점, 체험형점포, 플래그십스토어를 통해 차별화된 '고객 경험'을 제공하고 업계 표준이 되는 '차별화된 상품과 서비스'로 편의점의 기준을 제시합니다.



주요 사업 성과

- 국내 편의점 최초 연간 취급액 11조 돌파
- 국내 18,000호점 오픈, 글로벌 600호점 오픈(베트남, 몽골)
- 체험형 점포 '그라운드블루49' 스마트 스토어 오픈
- 프로야구단 특화점 타임월드점(한화이글스) 잠실타워점(LG트윈스) 오픈
- 자립준비청년 운영 '해피스토어' 1호점 오픈
- 편의점 최초 피자 협업, 신선특화 편의점 전개, '무신사' 의류 도입
- 동반성장지수 '최우수' 달성(2024년)
- '한국산업의 고객만족도(KCSI)' 22년 연속 1위, '한국서비스 품질지수(KS-SQI)' 12년 연속 1위, 한국에서 가장 존경받는 기업(KMAC) 21년 연속 1위
- YOUUS, CAFE25, 헤자로운 등 업계를 선도하는 PB상품 및 브랜드 지속 출시
- 배달, 와인25+, 반값택배 등 O4O(Online for Offline) 서비스 확대



GS리테일은 우리동네GS, 지역배달플랫폼 등 제휴사와 전국 오프라인 점포를 활용하여 O4O 시너지를 창출하고, GS25, GS THE FRESH의 상품을 고객이 신속 편리하게 배달/픽업할 수 있는 '주문 플랫폼 서비스'를 제공하고 있습니다.

GS THE FRESH

GS THE FRESH는 고객의 생활에 늘 가까이 있는 점포로서 신선, 맛, 서비스에 대해 대한민국 NO.1을 약속하며 동시에 고객에게 더욱 친근한 서비스를 바탕으로 신속하고 편리하며 즐거운 쇼핑 환경을 제공하기 위해 최선을 다하고 있습니다.



주요 사업 성과

- 매출액 : 16,080억 원
- 531개 수퍼마켓 운영
- GS THE FRESH 가맹 사업 점포 수 확대 및 우리동네GS와 연계한 주문 배달 및 픽업 서비스 제공을 통한 고객의 접근성 제고
- 농·축·수산물, 유제품 및 즉석 간편식과 PB상품 '리얼프라이스' 등의 고객 맞춤 상품 지속 출시
- 한국서비스품질지수(KS-SQI) 대형 수퍼마켓 부문 9년 연속 1위
- 수산식품 민간 참여 이력제 시범사업 업무협약 체결

주요 사업 성과

- GS 주문건과 뷰티스토어, 프랜차이즈 푸드, 꽃 배달 등의 제3자 물류(3PL) 배달 확대 진행
- 전국 오프라인 점포 16,240점¹⁾ 배달/픽업 운영으로 O4O 시너지 확대

1) 편의점 15,721점, 수퍼 519점

OVERVIEW

CEO MESSAGE
GS리테일 AT A GLANCE

OUR BUSINESS

SUSTAINABILITY STRATEGY

TCFD REPORT

MATERIAL TOPICS

GENERAL TOPICS

APPENDIX

Our Business

사업소개 및 주요 성과

GS SHOP

GS SHOP은 정보와 재미를 통해 제품의 가치를 전달하는 생방송 TV홈쇼핑(SHOP Live), 녹화방송과 VOD가 결합된 큐레이션형 데이터 홈쇼핑(GS MYSHOP), 실시간 상호작용을 기반으로 고객과 소통하는 쌍방향 쇼핑(Shoppo Live) 등 다양한 콘텐츠와 상품을 제공하는 모바일 커머스 채널을 운영하는 종합 커머스 플랫폼입니다.

단독 패션 브랜드부터 프리미엄 가전, 리빙, 잡화 등의 차별화된 고품질 상품을 제공하고 데이터에 기반한 고객 니즈에 맞춘 활동을 진행해 고객 만족을 실현합니다.



주요 사업 성과

- 취급액 : 4,051,400 백만 원
- 시장 점유율 : 35.85%¹⁾
- 유니크 브랜드 및 PB 개발, 직매입 고도화, 파트너사 육성 등 지속 추진
- 라이브커머스 등의 차별화된 고객 경험 플랫폼 운영
- 고객 Lock-in, engagement 활동 진행
- 데이터에 기반한 판매 활동과 모바일 쇼핑의 사용성 개선
- 숏픽 등 신규 콘텐츠 지속 개발 및 모바일 콘텐츠 기술서를 통한 모바일 쇼핑경험 개선

1) 모바일인덱스(종합쇼핑, 홈쇼핑 분류), 2025년 3월 기준

부동산 개발 사업

다양한 부동산 개발 및 상업시설을 운영하고 있으며, 개발 기획, Project Management/인허가, MD기획, 자산관리 및 매각 등 부동산 개발 전 영역의 업무를 수행하고 있습니다.

또한, 전략적 파트너와의 네트워크, 유통 플랫폼 운영 경험 및 다양한 상업시설 운영 Know-how를 바탕으로 차별화된 경쟁력을 확보하고 있습니다.



주요 사업 성과

- 매출액 : 35,985 백만 원
- 부동산개발 전 영역 업무경험을 바탕으로, 최적의 자산매각 전략 등을 제안하여 투자자의 최대 이익 실현
- 물류/호텔/주거/데이터센터 등 용도별, 규모별 광범위한 개발 진행
- 쇼핑몰, 병원상업시설, 지하철상업시설 등 다양한 상업시설 운영 Know-how를 통하여 안정적인 운영 서비스 제공

OVERVIEW

SUSTAINABILITY STRATEGY

TCFD REPORT

MATERIAL TOPICS

GENERAL TOPICS

APPENDIX

SUSTAINABILITY STRATEGY

- 11 GS리테일 ESG 전략
- 14 Sustainable Value Chain
- 15 2024-2025 ESG 하이라이트
- 16 이중중대성 평가
- 19 이해관계자 참여

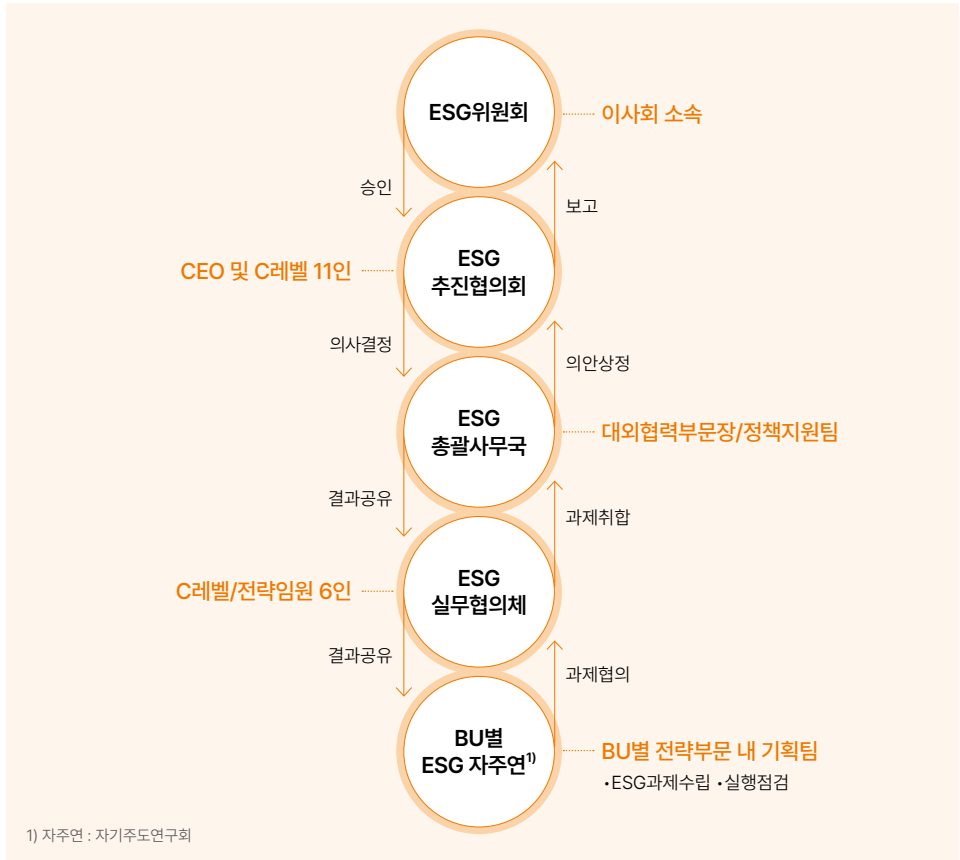
GS리테일 ESG 전략

ESG 경영 체계

ESG 추진조직

GS리테일은 ESG위원회, ESG 추진협의회, 실무협의체 및 자주연 등의 조직을 운영하며 체계적인 ESG 경영을 추진합니다. ESG위원회에서 환경, 사회, 지배구조와 관련된 전사 ESG리스크와 회사의 지속가능경영 전반을 검토 및 승인하고, CEO가 주관하는 ESG추진협의회에서는 주요 ESG 현황과 이슈를 논의합니다.

또한, 실질적인 ESG경영 추진을 위해 실무자로 구성된 ESG자주연 조직을 운영하고 있으며, 실무협의체에서 ESG 실행과제를 점검하고 이슈사항을 논의하고 있습니다.



중장기 ESG 전략

GS리테일은 지속가능경영을 위해 'Green Life Together' ESG전략체계를 수립하고, 경영 전반에 내재화하기 위해 환경·사회 2대 Pillar(Green Together, Life Together)와 균형있는 7개의 전략과제를 선정해 매년 세부 실행과제를 점검 및 보완하고 있습니다.



GS리테일 ESG 전략

ESG 경영 체계

주요 ESG 추진 성과 및 목표

GS리테일은 2024년 국내 대표 평가기관인 한국ESG기준원의 ESG평가에서 통합 A+등급을 획득했습니다. 이는, 전사 ESG자주연 조직을 통해 ESG 실행과제를 수립하고 그 실행 결과를 ESG실무협의체를 통해 적극 점검, 피드백 및 개선한 결과입니다. 또한, C레벨 임원을 비롯해 부문장 이상 모든 임원 KPI에 ESG 실행평가를 반영하여 인센티브와 연동하는 등 리더십을 강화하고 있습니다.

추진 전략	전략 과제	2024년 목표	2024년 주요 성과	중장기 계획
Green Value-chain	환경경영 기반 강화	· 사내-외 친환경 캠페인 기획	· 탄소중립실천주간, 어스아워 캠페인 등 경영주, 임직원 및 고객 참여형 환경 캠페인 진행	· 친환경 캠페인 지속 추진 및 대내-외 이해관계자 인식 개선 기여
	기후변화 대응	· 2023년 대비 Scope 1&2 온실가스 원단위 배출량 3% 감축 · 친환경 매장 및 친환경 물류 운영방안 고도화	· 2023년 대비 온실가스 Scope 1&2 원단위 배출량 6.6% 감축 · 우리동네딜리버리서비스 고도화 및 태양광 설비 설치를 통한 녹색물류 확대 · 재생에너지 전환 및 에너지 효율화를 통한 녹색매장 운영 제고	· 기준연도(2022년) 대비 Scope 1&2 온실가스 원단위 배출량 25% 감축(2030년 기준)
Green Product	지속가능한 제품 확대	· 친환경 포장재 적용률 41.4% 달성 · 친환경 소비문화 전파를 위한 캠페인 참여 · 친환경 달성을 위한 협력사 지원	· 친환경 포장재 적용률 40.0% 달성 · ‘녹색소비주간’ 캠페인 참여 · 협력사 환경표지인증 획득 지원 · 친환경 매출액 6,389억 원 달성 · 친환경 인증 제품 248 SKU ¹⁾ 운영	· 환경표지인증, 저탄소 인증 제품군 확대 · 친환경 매출액 증가 · 포장재 경량화 및 표준화 지속 추진
	책임있는 원재료 조달	· 사회적 책임 제품의 매출 확대	· 동물복지, GAP ²⁾ , 무항생제, 수산물이력제, Vegan 등 인증 원재료 조달 및 약 450억 원 매출 달성	· 책임있는 원재료, 인증 원재료 기반의 사회적임 제품군 확대
Green Store	친환경 매장 확대	· SEMS 설치 확대 · 재생에너지 전력 생산 증대 · 매장 내 에너지 절감 설비 지속 도입 · 2023년 대비 에너지 원단위 사용량 3% 감축	· 총 16,938개 점 SEMS ³⁾ 설치 및 확대 · 태양광 설비 운영을 통해 연간 132,505.7kWh 전력 자가 생산 · 냉장비 내 쇼케이스 도어, 워크인쿨러 도어 히터, 에코커버 설치 · 2023년 대비 에너지 원단위 사용량 6.8% 감축	· 2028년 SEMS 설치 전 점포 대상 AURO DR 도입(16,000여 점) · 기준연도(2022년) 대비 에너지 원단위 사용량 25% 감축(2030년 기준)
	자원가치 재창출	· 순환경제 활성화 · 음식물 및 폐기물 저감 · 2023년 대비 폐기물 원단위 배출량 3% 감축	· 탄소중립포인트 및 그린카드 제도 운영을 통한 환경부 장관상 수상 · 총 12,041개 점 마감시간 할인서비스 운영 · 2024년 폐합성수지 541톤, 폐식용유 467톤 재활용 · 2023년 대비 폐기물 원단위 12% 감축	· 자원순환 활동 지속 전개 · 기준연도(2022년) 대비 폐기물 원단위 배출량 25% 감축(2030년 기준)

1) SKU: Stock Keeping Unit (재고 관리 단위, 제품이나 상품을 식별하기 위해 사용되는 고유한 코드)
2) GAP: Good Agricultural Practices(농산물우수관리제도)
3) SEMS: Smart Store Energy Management System(스마트스토어 에너지 관리 시스템)

GS리테일 ESG 전략

ESG 경영 체계

주요 ESG 추진 성과 및 목표

추진 전략	전략 과제	2024년 목표	2024년 주요 성과	중장기 계획
Together with Employees	인권경영 기반 확대	· GS Value & GS Way 핵심가치 내재화 · 일과 삶의 균형을 존중하는 기업문화 구축	· 임직원 및 위원회 대상 DEI 교육(DEI 특강, ZX 링크 교육 등) 진행 · 조직문화 히어로팀 프로그램 기획 및 포상 진행, 자발적 참여 유도 · 일·가정 양립 우수기업 선정	· GS Value & GS Way 정착 고도화 · 컬처커미티 기반 조직 내 제안활동을 통한 다양성 및 포용성 문화 구축 · 인권영향평가 참여율 10% 확대(2027년 기준)
	안전보건경영 체계 고도화	· 중대재해처벌법 대응 · 안전보건 체계 고도화	· BU별 산업안전보건위원회 4회 개최 · 안전관리 취약 분야 집중관리 및 사고예방 활동 · 정기 위험성평가 및 부문/사업장 별 정기 안전점검 실시 · 응급처치, VR 장비교육 등 임직원 안전보건 교육 전개	· 2024년 대비 사업장 안전사고율 20% 감축(2025년 기준) · 위험요소 발굴, 개선 및 위험성평가 100% 실행 유지 · 안전보건 캠페인 등 안전문화 확산
Together with Partners	지속가능한 공급망 운영	· 신규 협력사 ESG 실행 설문 이행률 90% 이상 달성 · 협력사 ESG 평가체계 고도화 · 우수협력사 식별 및 혜택 제공 · 환경성적표지 인증 지원 진행	· 홈쇼핑 기준 신규 협력사 약 96% ESG 이행 현황 점검 · 42개 협력사 국내 판로 지원 · 3개 협력사 환경성적표지 인증 지원 · 동반성장 지수 최우수 및 우수 등급 획득	· 협력사 ESG 실사 체계 고도화 · 협력사 동반성장 지속 추진
	공정거래 관리체계 강화	· 공정거래를 위한 관리 체계 고도화 · 지속가능한 가치사슬 강화	· Compliance System 운영 체계 고도화 및 자율준수편람 개정·배포 · 직무별 맞춤 공정거래 관련 교육 지속 실시 · 동반성장 지수 최우수 및 우수 등급 획득	· 공정거래 교육 정례화 및 효과성 검토를 통한 임직원 인식 개선 · 컴플라이언스 대응 고도화
Together with Customers	고객만족 극대화	· VOC 처리율 개선 · 상담시스템 및 고객응 챗봇 고도화 · 고객 취향을 반영한 건강 및 고물가 대응 식품 개발	· Real VOC 협의체 운영 및 VOC 인사이트 구성 추진 · VOC 효과성 평가를 통한 처리 프로세스 개선 · 편의점, 수퍼, 홈쇼핑 사업부문 KS-SQI 1위 달성	· GS SHOP 고객센터 응답률 92% 이상 달성 · 상담시스템 및 고객응 챗봇 개선 · 응답 처리 만족도 개선 및 불만 VOC 접수건수 10% 축소 · 고물가 대응 및 고객 선호 맞춤 상품 지속 출시
	진심을 담은 마케팅 실천	· 마케팅 정책 및 교육 확대	· 마케팅 정책 실행 점검 및 유관 부서 교육 실시	· 책임있는 마케팅 교육 및 리스크 교육 강화
	정보보호 강화	· 전사 및 수탁사 대상 보안 체계 고도화	· 전사 및 수탁사 위험 사전식별 및 관리, 효과성 측정 실시 · 개인정보 침해사고 대응 프로세스 거버넌스 및 체계 정립 · 중장기 목표에 기반한 정보보호 투자 진행	· 개인정보보호 및 정보보안 체계 재수립 · 정보보호 담당 실무조직의 실행력 강화 · 위험관리 범위 90% 이상 확대를 통한 정보보안 리스크 발생 최소화
Together with Communities	지역사회 상생발전 도모	· 사회적 약자 자립 지원 및 기회 확대 · 지역 특산물 매입액 전년 대비 7.5% 신장 · 지역 특산물 활용한 상품 개발 확대	· 내일스토어 109개점, 시니어스토어 66개점 운영 · 청년 자립 지원을 위한 해피스토어 개점 · 전남창조경제혁신센터 10년 누적 830억 원의 경제효과 창출 · 지역 특산물 매입액 전년 대비 32.1% 신장 및 1,413억 원 달성	· 지역사회 사회공헌 수혜자 확대 · 상생나눔플랫폼 점포 수 확대 · 지역 밀착형 공헌활동 지속 및 지역경제 관련 분야 지속 지원

Sustainable Value Chain

OVERVIEW

SUSTAINABILITY STRATEGY

GS리테일 ESG 전략

SUSTAINABLE VALUE CHAIN

2024-2025 ESG 하이라이트

이중중대성 평가

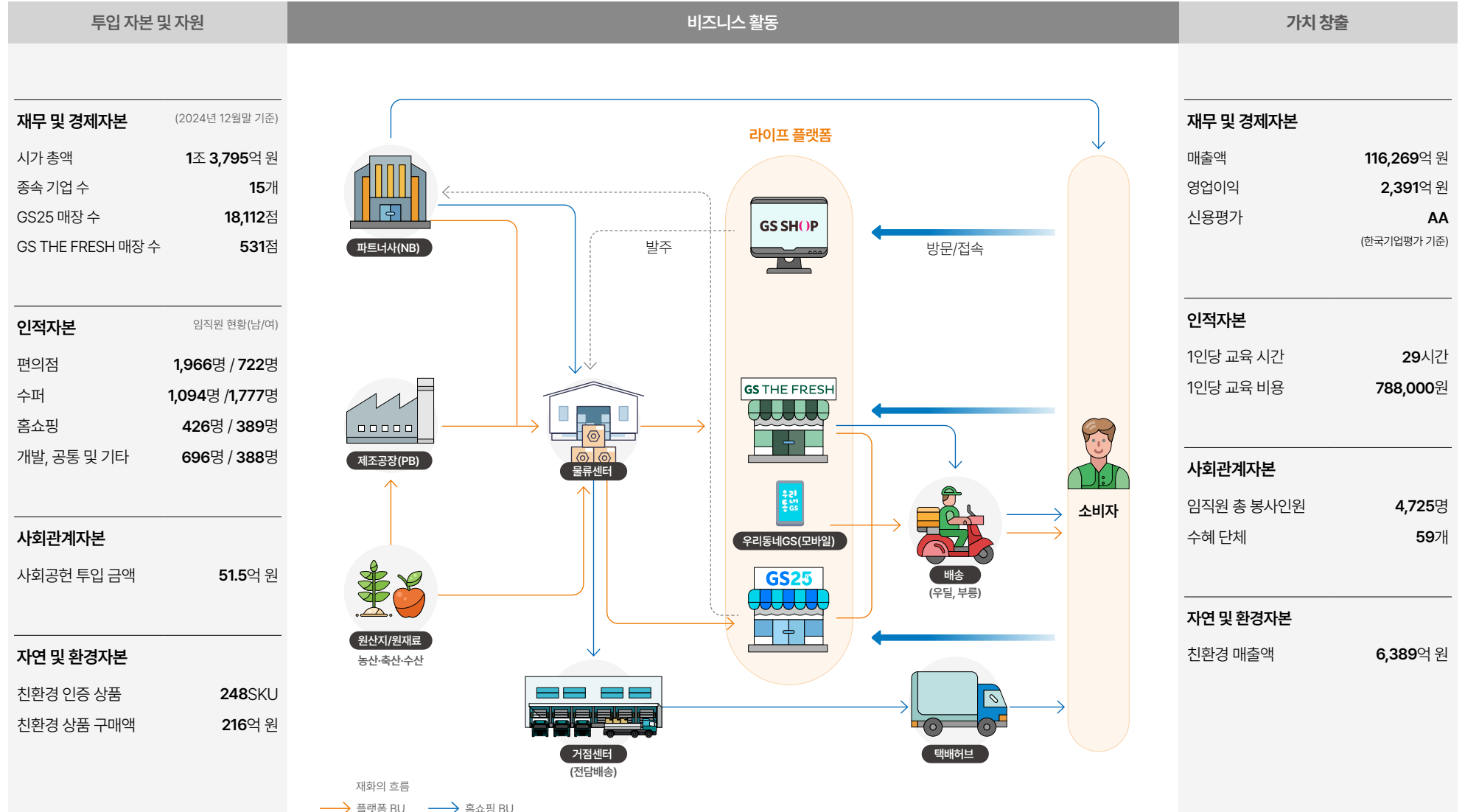
이해관계자 참여

TCFD REPORT

MATERIAL TOPICS

GENERAL TOPICS

APPENDIX



2024-2025 ESG 하이라이트

GS25 - 동반성장지수 '최우수' 등급 선정

GS리테일은 2024년 동반성장위원회가 발표한 동반성장지수 평가에서 GS25가 '최우수' 등급을, GS SHOP이 '우수' 등급을 획득하였습니다. GS25는 인센티브 제도 확대와 점포 운영지원금 지급 등 상생 제도 측면에서, GS SHOP은 중소기업 판로 확대의 지원에서 우수한 평가를 확보하고 있습니다.



일·가정 양립 우수기업 선정

GS리테일은 2024년 9월 저출산고령사회위원회에서 선정한 '일과 가정이 양립하는 대표 기업'으로 선정되었습니다. 출산 축하, 학자금 및 자녀 보육비 지원 등 출산 장려 및 자녀 생애주기별 지원 제도를 운영하고 있으며, 남성 직원의 유아휴직 활성화화를 위한 '아이사랑휴직 제도'를 운영하고 있습니다.



해피스토어 1호점 개점

GS리테일은 지난 2024년 12월, 서울시 강서구에 자립준비청년의 사회 진출을 지원하는 상생형 플랫폼인 '해피스토어' 1호점(GS25 화곡타운점)을 개점했습니다.



Auto DR을 통한 에너지 혁신

GS리테일은 GS25 가맹점의 전력량을 일괄 관리하는 자동 수요반응 (Auto DR) 시스템을 전국 12,400여점에 신규 도입하였습니다. 수요 제어 시 자동 시스템을 통해 효율성을 제고하며, 연간 약 336MWh의 사용량 절감이 예측됩니다.



환경부 장관상 수상

GS리테일은 2024년 탄소중립포인트 및 그린카드 제도 운영에 기여한 공로로 2년 연속 환경부 장관상을 수상하였습니다. 적극적인 제도 운영 및 적립 시스템 개선을 통해 전기 대비 133% 증가한 포인트 적립금을 기록하였고, 소비자 인식 확대에 기여하고 있습니다.



책임있는 원재료 판매 확대

GS리테일은 농산물우수관리 인증제도(GAP) 등 공인 인증 기반의 책임있는 원재료 조달 및 판매를 확대하고 있습니다. 2024년 8월 GAP인증 농산물 할인 행사를 개최하여 책임있는 원재료의 홍보 및 판매를 실천하고 있으며, 2024년 책임있는 원재료 인증 상품의 매출은 전기 대비 50.5%가 상승한 450억 원을 기록하였습니다.



에코커버 설치 지원

GS리테일은 2024년 전국 24시간 영업 편의점 4,634점에 50억 원을 투자하여 냉장 진열대의 냉기를 보호하고 전기 사용량을 감소시키는 투명 스크린인 '에코커버'를 설치하였습니다. 2025년에는 1,200여 개소에 추가 설치를 계획하고 있으며, 에코커버 설치를 통해 매장 당 연 최대 2,500kWh 에너지를 절감하고자 합니다.



글로벌 수출액 900만불 및 500호점 달성

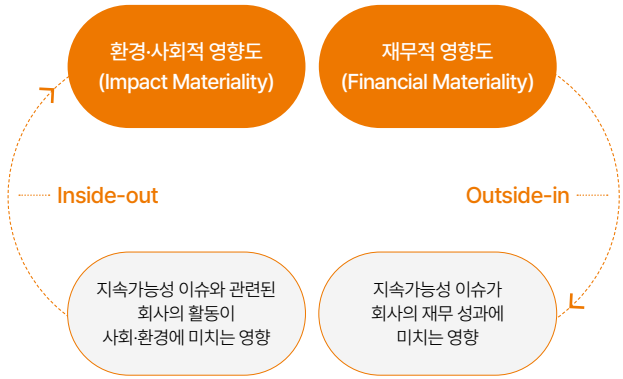
GS리테일은 2024년 누적 수출액 900만불을 돌파하였고, 수출 대상국 및 상품 라인업 확대를 추진하고 있습니다. 또한 글로벌 GS25 500호점을 돌파하는 성과를 달성했습니다.



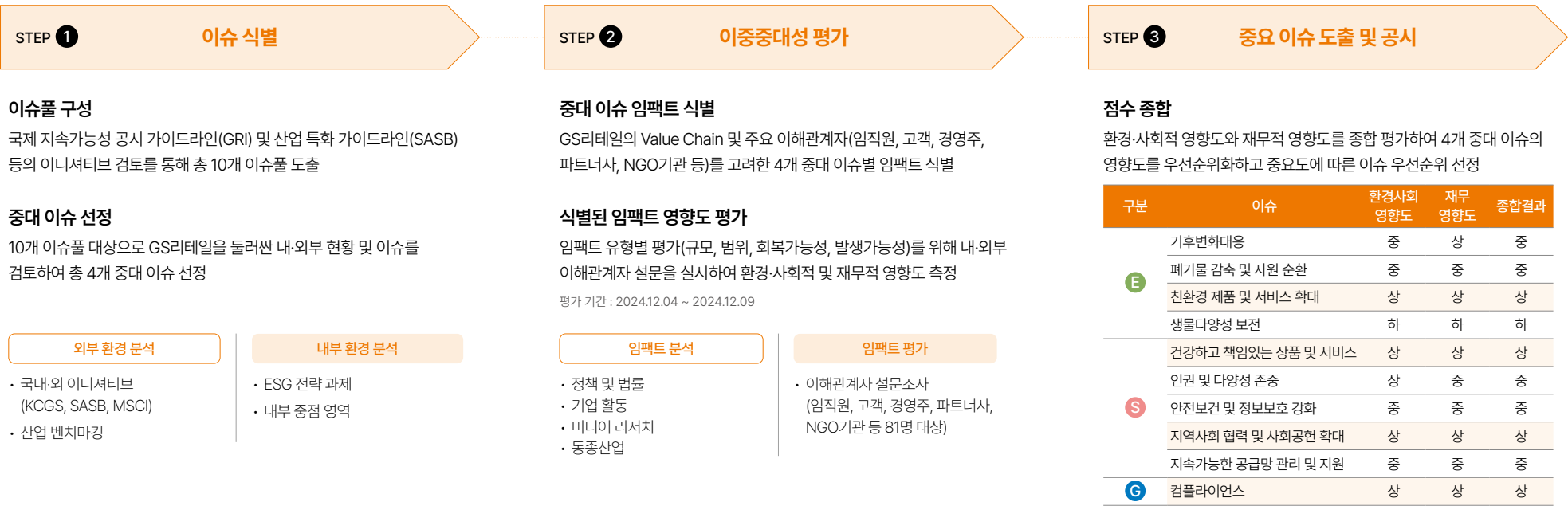
이중중대성 평가

GS리테일은 중대성 평가를 실시하여 회사 및 이해관계자와 관련성이 높은 지속가능한 비즈니스 모델을 식별합니다. 전체 10개의 ESG 이슈폴 중 GS리테일의 지속가능한 사업 활동을 위해 4개의 중대 ESG 이슈들을 도출하였으며, 선별된 중대 ESG이슈에 대해서는 이중중대성 방법론을 반영하여 각 이슈의 환경·사회적 및 재무적 영향을 포괄적으로 측정하였습니다.

환경·사회적 영향은 각 ESG 이슈에 대해 기업이 환경·사회에 미치는 긍정 또는 부정적 영향으로 정의하며 규모, 범위, 발생가능성 및 교정가능성을 평가하였으며, 재무적 영향은 각 ESG 이슈가 기업에 미치는 긍정 또는 부정적 영향을 파악하기 위해 수익 및 비용 측면의 영향도를 분석하였습니다. GS리테일은 이중중대성 평가를 기반으로 식별한 중대 이슈와 영향을 심도 있게 분석하고 결과를 기업 경영활동에 적극적으로 반영해 나가고자 합니다.



평가 프로세스



이중중대성 평가

Impact Table

Low

High

구분	중요 이슈	환경 사회	재무	Impact			Risk & Opportunity				대응 전략
				영향명	유형	환경사회 영향도	위험/기회명	유형	발생 시점	재무적 영향도	
E	친환경 제품 및 서비스 확대	상	상	친환경 인증을 획득한 고품질 제품 판매로 소비자 녹색소비 장려 및 인식 제고	긍정	●●●○	소비자의 친환경 제품 수요 증대에 따른 친환경 제품 및 서비스 매출 증가	기회	중기	●●●○	Green Product
				지속가능한 포장재 개발 실패 또는 미도입 시 폐기물 발생에 따른 환경오염	부정	●●●○	플라스틱 사용 규제 강화에 따른 포장재 전환 및 재활용 시스템 구축 비용 증가	위험	단기	●●●●	
S	건강하고 책임있는 상품 및 서비스	상	상	상품 안전성 및 품질 관리 이슈 발생 시, 소비자 불신 및 국민 건강 악화	부정	●●●○	제품 품질 문제 발생 시, 제품 신뢰도 및 브랜드 가치 하락으로 매출 감소	위험	중기	●●●○	Green Product, Together with Customer
				다양한 계층의 접근 가능한 제품 출시를 통한 사회적 불평등 감소 기여	긍정	●●●○	다양한 소비층 확보를 통한 매출 증대	기회	단기	●●●●	
	지역사회 협력 및 사회공헌 확대	상	상	소외계층 지원과 일자리 창출 등을 통한 사회적 불평등 감소 및 취약계층 생활 안정 기여	긍정	●●●○	지역사회 기여 활동을 통한 기업 브랜드 이미지 제고 및 매출 확대	기회	중기	●●●○	Together with Community
				지역상품 판매 연계 및 무료 홀소핑 판매 방송을 통한 지역균형 발전과 중소기업, 소상공인 판로 확대 기여	긍정	●●●●	공급망 다각화를 통한 원재료 조달 안전성 확보 및 매출 증대	기회	중기	●●●○	
G	컴플라이언스	상	상	법적 요구사항 미준수 시 사회적 불평등 확산	부정	●●●○	법적 비용 증가 및 과징금 부과	위험	단기	●●●●	Together with Partners
				불공정 거래 발생 시 시장 불균형 심화	부정	●●●○	공정위 제재 및 평판 하락으로 인한 매출 감소	위험	단기	●●●○	

이중중대성 평가

경영접근방식

주요 이슈	이슈 정의	이슈 선정 이유	관리 방안	보고 위치
친환경 제품 및 서비스 확대	친환경 제품 및 포장재 적용 확대, 녹색소비 촉진 확대	소비자의 친환경 제품/원재료에 대한 수요 증가, 정부 차원의 포장재/원재료 대상 규제 강화에 따른 시스템 도입의 필요성	- 친환경 상품 및 포장재 개발/도입 - 체계적인 친환경 PB상품 관리 시스템 운영 - 친환경 인증 관련 목표 및 실적 모니터링 - 친환경 원재료, 제품 도입 및 포장재 적용에 대한 리스크 식별 – 점검 – 완화 활동 - 친환경 제품 관련 지표 및 목표 설정, 관리	33-36
건강하고 책임있는 상품 및 서비스	고객의 건강과 만족을 고려한 상품 및 서비스 제공, 차별화된 고객만족 제공	제품 및 서비스 품질관리 문제 발생 시 브랜드 평판 및 신뢰도에 위험, 차별화된 제품 제공을 통한 소비층 확보와 매출 증대 가능성 확보	- 부문 별 품질관리 방향성 및 세부 대응방안 정립 - 가치사슬 전 과정을 아울러 품질 및 안전성 검사 실시 - PB상품, 나트륨 저감상품 등 차별화된 제품 판매 - GAP 인증 상품, 책임있는 원재료 판매 - GS리테일 및 협력사 생산과정 전반의 리스크 식별 – 점검 – 완화 활동 - 품질관리 전반 지표 및 목표 설정, 관리	37-41
지역사회 협력 및 사회공헌 확대	기업의 사회적 책임 및 지역사회에 기여 활동 확대	사회공헌 활동을 바탕으로 한 브랜드 이미지 제고와 매출 확대 필요성 증대, 지역사회 내 공급망 다각화 기반의 원재료 조달을 통한 안전성 확보와 중소기업/소상공인 판로 확대 목표	- 다양한 이해관계자 대상 사회공헌 활동 전개 - 상생나눔플랫폼 제도 기반 상생협력 모델 운영 - 지역사회 특산물 조달 및 상품 개발 - 지역사회 기여활동 및 활성화 사업에 대한 리스크 식별 – 점검 – 완화 활동 - 지역사회 기여 성과에 대한 지표 및 실적 관리	42-49
컴플라이언스	공급망의 공정거래 준수 및 사업 영역 전반과 관련된 국내·외 법·규제 준수	법·규제 미준수 시 발생하는 리스크 및 법적 비용의 사전 완화 필요, 제재에 따른 평판 하락 방지	- 준법경영시스템 강화(ISO 37301 인증) - 컴플라이언스 운영협의회 및 분과별 실무협의체 운영 - 자율준수편람 개정 및 배포 - 공정거래 교육 및 결과 이사회 보고 - 리스크 식별 – 평가 – 개선 – 내재화 – 모니터링 프로세스 운영 - 컴플라이언스 관련 세부 지표 관리	50-54

이해관계자 참여

이해관계자 커뮤니케이션

GS리테일은 임직원, 고객, 경영주, 파트너사, 지역사회, 주주, 정부·지역자치단체·NGO를 주요 이해관계자로 정의하였으며, 이해관계자별 다양한 커뮤니케이션 활동을 통해 주요 이슈를 관리하고 있습니다. 대면 및 비대면 형태의 다양한 커뮤니케이션 채널을 통해 이해관계자의 의견을 수렴하고 당사의 주요한 계획 및 활동을 공유하고 있습니다. 나아가 이해관계자들의 의견을 청취하여, GS리테일의 중장기 전략 입안에 반영하고 있습니다.

						
	임직원	고객	경영주 (가맹점주)	파트너사	지역사회, 정부 및 NGO	주주
커뮤니케이션 채널	· 대면 채널 타운홀 미팅, 노사협의회, 모꼬지 활동, 비전미팅 등 · 비대면 익명 채널 CEO에게 말한다, 레드휘슬 등	· 대면 채널 고객 자문단 · 비대면 채널 고객만족 설문 및 참여형 이벤트, 홈페이지 및 SNS채널(유튜브, 인스타그램), VOC 인사이트 및 CEO에게 말한다, 고객용 챗봇 및 모바일/PC 1:1 상담, 고객 간담회 (온라인 인터뷰) 및 고객 의견조사	· 대면 채널 경영주 열린아카데미, 경영주협의회, 발전위원회, 자율분쟁조정위원회 · 비대면 채널 카카오톡 플러스친구, GS25챗봇지니(경영주, 스토어매 니저와의 소통플랫폼), 경영주매거진	· 대면 채널 자문위원, 간담회, 리스닝투어, 파트너사 시상식 · 비대면 채널 CEO에게 말한다, 레드휘슬, 윤리경영핫라인, 정도경영/파트너사 목소리	· 지역사회 민원 수렴 · 지자체 및 지역 관공서 협의회 · 동반성장간담회, ESG간담회 등	· 주주소통담당이사 · 주주총회 · IR 공시(기업 홈페이지, DART)
커뮤니케이션 내용	· 소통 활성을 통한 상호간의 이해 증진 · 자유로운 의견 개진을 통한 수평적 조직문화 정착 · 임직원 권리 보호 · 공정한 평가와 보상 · 일과 삶의 균형 유지 · 행복하고 안전한 일터 만들기	· 신속한 고객의견 청취 및 불만 처리 · 고객의 제안/문의사항 유관부서 전달 및 답변 확인 · 주요 접수 내용에 대한 이슈 발굴 및 인사이트 제공 · 책임있는 제품 및 서비스의 제공 · 고객 니즈 파악 및 공감감을 주는 마케팅 · 내·외부 제보(조직가치 위반 및 불공정 사례, 직장내 괴롭힘, 성희롱)에 대한 사실 확인 및 결과 보고	· 지속적인 상생 방안 모색 · 경쟁력 있는 상품 및 서비스의 제공 · 실질적인 점포 운영 지원 활동 · 소통을 통한 고충청취 및 개선 · 우수 경영주 선발 및 소개를 통한 자긍심 향상 기여	· 동반성장을 위한 상생 가치 창출 · 공정거래 문화 조성 · 지속가능한 기술 전파, 판로개척 등 역량 강화 및 지원	· 지역경제 활성화를 위한 판로개척, 방송사업 활동 · 지역 환경영향 저감 및 사회적 책임 활동(동반성장 및 상생 등) · 정부 부처 협업 기반 사회적 책임 활동(환경인식 개선 등)	· 경영 성과 및 주주가치 극대화 · 건전하고 지속가능한 지배구조 운영 · 윤리경영 및 통합 리스크 관리

OVERVIEW

SUSTAINABILITY STRATEGY

TCFD REPORT

MATERIAL TOPICS

GENERAL TOPICS

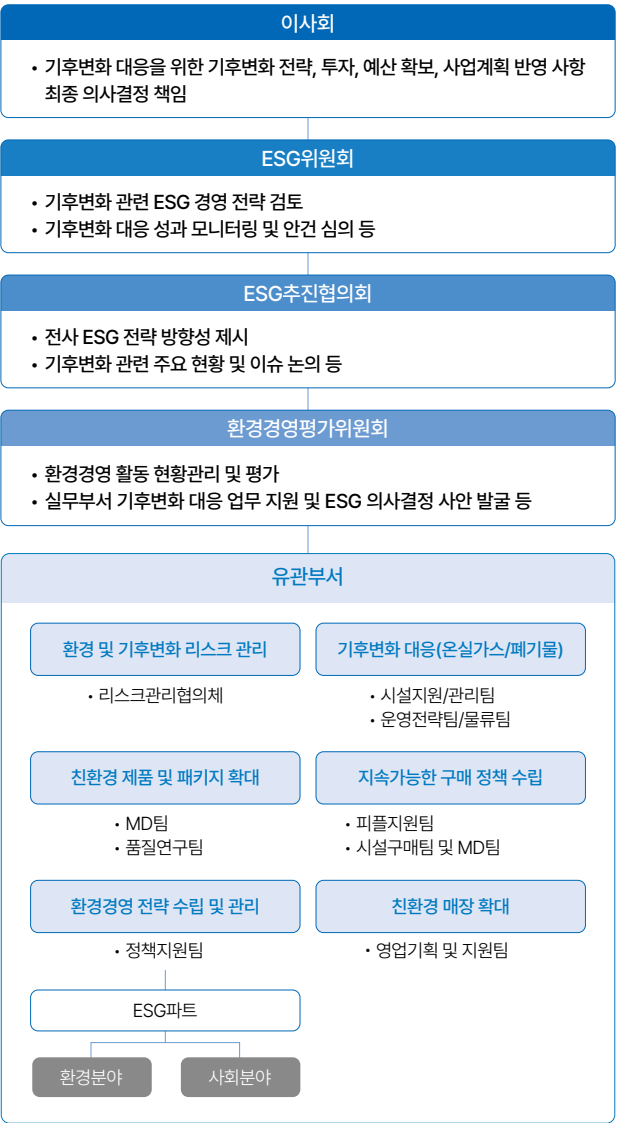
APPENDIX

TCFD REPORT

- 21 지배구조
- 22 전략
- 30 위험 관리
- 31 지표 및 목표

지배구조

기후변화 대응 조직



이사회의 역할

이사회는 회사 전반의 경영 사안에 대해 관리, 감독하는 최고 의사결정 기구로서, 기후변화 전략, 투자 및 상세 활동 등 관련 목표와 실적을 바탕으로 기후 변화 대응 활동을 관리, 감독하고 있습니다. 또한, 전사적 기후변화 대응 거버넌스 역량을 강화하기 위해 총 3명의 사외이사와 1명의 비상무이사로 구성된 이사회 산하의 ESG 위원회를 설치하여 운영하고 있으며, 기후변화를 포함한 ESG 관련 주요 결정사항을 논의하고 있습니다.

ESG위원회

2024년에는 ESG위원회를 4회 개최하여 기후변화를 포함한 ESG 전략 및 실행 계획을 검토하고, 관련 성과를 주기적으로 모니터링하였습니다. 또한, 전사 리스크 관리 현황과 실적 및 향후 계획 등을 이사회에 보고함으로써 기후변화 관련 이슈가 이사회 의사결정과 전사 리스크 관리 체계에 반영될 수 있도록 지원하고 있습니다.

관리감독 사항

GS리테일은 2024년 ESG위원회 개최를 통해 기후변화 및 ESG전략 전반의 실행 계획안 논의를 목적으로, 주요 안전 의결 및 보고사항 논의를 진행하였습니다.

일자	내용
03.05	2024년 ESG 전략 및 실행 계획안 승인 2023년 환경경영평가위원회 실적 및 2024년 계획 승인 - 사회공헌사업 승인 2024년 리스크 관리 협의체 운영기준 변경 승인 2023년 하반기 준법 점검 결과 및 2024년 계획 보고 2023년 하반기 자율준수프로그램 운영실적 보고 2023년 사회공헌사업 결과 및 2024년 계획 보고 2024년 전사 리스크 관리 업무 계획 보고
03.21	- ESG위원회 위원장 선임 승인 2024년 환경경영평가위원회 상반기 실적 및 하반기 계획 승인 2024년 ESG 상반기 실적 및 하반기 계획 보고
08.08	2024년 상반기 전사 리스크 관리 현황 보고 2024년 상반기 준법 점검 결과 보고 2024년 상반기 자율준수프로그램 운영실적 보고
12.19	2024년 ESG 운영결과 및 중대성 평가 승인 - 사회공헌사업 승인 2024년 전사 리스크 관리 주요 실적 및 2025년 업무 계획 보고

경영진의 역할

GS리테일의 CEO는 기후변화 대응을 포함한 환경경영 활동 전반에 대한 책임과 최종 의사결정 권한을 가지며, 분기별 1회 이상 ESG 추진협의회를 통해 환경경영 활동 주요 현황과 이슈를 논의하고 기후변화 관련 전략 정책 및 리스크를 평가 검토합니다.

또한 C-level 임원의 KPI에 환경 분야 평가 등급과 온실가스 감축 등의 성과를 반영하여 GS리테일의 환경경영 활동을 강화해 나가고 있습니다.

ESG추진협의회

CEO 주관의 ESG 추진협의회를 설치하여 주요 경영진에게 전사 경영전략과 연계된 ESG 방향성을 제시하고 연계된 ESG 방향성을 제시하고 반기별 1회 이상 정기적인 회의를 통해 주요 현황과 이슈를 논의합니다.

전담 조직

GS리테일은 기후변화 대응 전담 조직으로 정책지원팀 내 ESG파트를 중심으로 유관 실무부서와 협업하여 환경경영 전략과제를 수립 및 관리하고 있습니다.

또한, 리스크관리협의체를 운영하여 분기 1회 Business 분과 기후변화 위험 점검 및 분석 회의를 진행하고 있습니다.

환경경영평가위원회

환경경영평가위원회는 환경경영 활동에 대한 진행사항 등 현황관리와 평가를 진행하며, 진행 내용은 ESG추진협의회 및 ESG위원회에 보고하도록 운영하고 있습니다.

위험·기회 평가

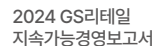
GS리테일은 TCFD 권고안의 위험·기회 분류체계에 따라 동종업계의 기후 정보 공시 현황을 검토하여 유통 산업에 주요하게 작용할 기후변화 관련 요인 Pool을 도출하였습니다. Pool은 총 21개 요인으로 구성되며, 물리적 위험(만성, 급성) 2개, 전환 위험(정책 및 법률, 기술, 시장, 평판) 9개, 기회(자원 효율, 에너지원, 제품 및 서비스) 10개로 세분화됩니다.

GS리테일은 모든 기후변화 관련 위험 및 기회요인이 잠재적으로 비즈니스에 미칠 수 있는 영향에 대한 정성 분석을 실시하였습니다. 또한, 3개 요인(PR1. 급성 자연재해 및 기상이변과 PR2. 강수 및 기상패턴 변화, TR1. 온실가스 배출 가격 인상)에 대해서는 정량 분석을 추가적으로 수행하였습니다. 향후에는 정량 분석 대상 요인을 점진적으로 확대하여, 궁극적으로 전체 요인에 대한 정량 분석을 수행하고자 합니다.

GS리테일은 기후변화 관련 위험 및 기회 요인의 영향도와 발생가능성을 기반으로 중대성 평가를 실시합니다. 영향도는 각 요인이 당사 Value-chain 및 사업 부문에 미치는 영향을 의미합니다. 발생가능성은 물리적 위험의 경우, 기후 모델링 Tool을 통해 확인된 각 요인의 발현 가능성과 동종업계의 공시 현황을 종합적으로 고려하여 평가합니다. 전환 위험 및 기회요인의 발생가능성 평가에 있어서는, 각 요인 관련 법적 도입 전망과 동종업계의 공시 현황을 검토하였습니다.

GS리테일은 중대성 평가 결과를 순위화(Rank)하여 검토한 후, 당사 비즈니스에 중대한 영향을 미칠 것으로 예상되는 요인 총 14개(물리적 위험 2개, 전환 위험 6개, 기회 6개)를 도출하였습니다. 나아가, 주요 위험-기회에 선제적으로 대응하고자 당사 ESG 추진 전략인 Green Product, Green Store, Green Value-chain과 연계된 대응 전략을 수립하였으며, 이를 통해 조직의 기후변화에 대한 회복력을 강화하고 있습니다.

기후변화 위험·기회 식별 및 평가 프로세스



OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
지배구조
전략
위험 관리
지표 및 목표
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS
APPENDIX

전략

위험·기회 평가

GS리테일은 각 요인의 영향도 및 발생가능성을 종합적으로 고려하여 중대성 평가를 실시한 후, 각 요인을 중요도 순위에 따라 High(1~7위), Medium(8~14위), Low(15~21위) 그룹으로 분류하였습니다. 중요도가 High 및 Medium인 총 14개 요인(물리적 위험 2개, 전환 위험 6개, 기회 6개)을 주요 기후변화 위험·기회 요인으로 확정하고, 각 요인의 발현에 따른 잠재적 재무영향을 공개하고 있습니다.



구분		요인
물리적위험	급성	PR1 급성 자연재해 및 기상이변(홍수, 태풍, 산불, 폭우/폭설, 가뭄 등)
	만성	PR2 강수 및 기상패턴 변화(이상고온 등)
전환위험	정책 및 법률	TR1 온실가스 배출 가격 인상
		TR2 온실가스 배출량 보고의무 강화
		TR3 폐기물 처리 및 친환경 냉매 사용 등의 의무 사항 및 규제 도입
		TR4 그린워싱 소송 위험 노출
	기술	TR5 신기술 투자 실패
	시장	TR6 고객 행동 변1화
		TR7 시장의 불확실성
	평판	TR8 친환경 이미지 저하에 따른 소비자 불만 확산
		TR9 이해관계자의 우려
기회	자원효율성	O1 고효율 배송, 생산 및 물류 시스템 이용
		O2 폐가전제품 재활용 및 친환경 포장재 활용
		O3 고효율 건물
	에너지원	O4 저탄소 에너지원 사용
		O5 국가 재생에너지 정책 인센티브 활용
	제품 및 서비스	O6 친환경 인증 제품 도입 확대
		O7 소비자 친환경 제품 선호도 변화
	시장	O8 신규 시장에 대한 접근성 증가
	회복 탄력성	O9 신재생에너지 프로그램 참여
		O10 대체자원 확보 및 다각화

GS리테일 주요 위험·기회(총 14개)

OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
지배구조
전략
위험 관리
지표 및 목표
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS
APPENDIX

전략

위험·기회 평가

GS리테일 주요 위험·기회 도출

물리적 위험			기간			재무 영향 경로	예상 재무 영향
			단기	중기	장기		
급성	PR1	급성 자연재해 및 기상이변	●	●	●	• 태풍, 홍수 등 자연재해로 인한 오프라인 매장, 물류센터, 홈쇼핑 전산망 등 인프라·설비 손상 • 농축수산 산지피해 발생에 따른 원자재, 공산품 등 제품 운송 차질 • 천재지변으로 인한 배송 지연, 고객 이동 제약 발생 등 고객 서비스 이용 차질 • 자연재해로 인한 임직원 안전의 위험성 증가 및 근로생산성 저하	• 인프라·설비 복구비용 발생 • 원자재 및 공산품 조달 비용 증가 • 서비스 이용률 감소로 직접 매출 및 수익 감소 • 임직원 안전 및 생산률 개선 목적의 직접 추가 운영 비용 발생
만성	PR2	강수 및 기상패턴 변화 (이상고온 등)			●	• 해수면 상승, 강수패턴 변화로 촉발된 침수 피해로 오프라인 매장, 물류센터, 홈쇼핑 전산망 등 인프라·설비 손상 • 강수 및 기온 상승에 취약한 자산 증가 • 농수산물 재배·어획지 변화에 따른 농수산물 재배·어획량 변동	• 인프라·설비 복구비용 발생 • 고위험 자산 보험료 및 냉난방 비용 증가 등 추가 운영 비용 발생 • 원자재 조달 비용 증가 및 매출 감소

전환 위험			기간			재무 영향 경로	예상 재무 영향
			단기	중기	장기		
정책 및 법률	TR1	온실가스 배출 가격 인상		●	●	• 온실가스 목표관리제 등 온실가스 관련 규제 대상 업종 확대 • 에너지 전환 정책 확대에 따른 화석연료 사용 규제 강화로 전기요금 상승	• 규제 대상 업종 편입에 따른 대응 목적의 운영 비용 증가 • 전력 단가 상승을 고려한 2050년 전력 구매비용 약 186억 원 이상 예상
	TR2	온실가스 배출량 보고의무 강화		●	●	• 탄소중립기본법 및 온실가스 배출량 보고의무를 명시하는 규제 도입 가능성 증가	• 온실가스 배출량 측정 및 감축 이행 비용 발생
	TR3	폐기물 처리 및 친환경 냉매 사용 등의 의무 사항 및 규제 도입		●		• 폐기물 처리에 관한 법규 및 자원순환 정책 강화 • 글로벌 냉매 사용 규제 강화	• 폐기물 처리 비용 증가 및 신규 포장재 적용 비용 발생 • 친환경 냉매 사용 냉장비 구입 비용 발생
시장	TR6	고객 행동 변화	●	●	●	• 친환경 제품(저탄소, 대체육 식품 등) 수요증가 • 친환경 물류 서비스 수요 증가	• 친환경 제품 수요 대응 실패로 회사 경쟁력 저하 및 매출 감소 • 친환경 물류 서비스 수요에 대한 소극적 대응으로 매출 감소
평판	TR8	친환경 이미지 저하에 따른 소비자 불매운동 확산		●	●	• 기업의 친환경 활동에 대한 소비자 요구사항 증가	• 소비자 요구사항 미충족 시 기업 이미지 악화 및 매출 감소
평판	TR9	이해관계자의 우려		●	●	• 이해관계자의 지속가능경영에 대한 우려 발생 및 부정적인 피드백 발생	• 신뢰 훼손, 투자 축소로 인한 자본 가용성 감소

전략

위험·기회 평가

GS리테일 주요 위험·기회 도출

기회		기간			재무 영향 경로	예상 재무 영향
		단기	중기	장기		
자원효율	O1	고효율 배송, 생산 및 물류 시스템 이용	●	●	• 에너지·자원 효율이 높은 시스템(물류에너지 관리 시스템, 절수형 혼합수전 교체 등) 도입 • 편의점, 수퍼 매장의 에너지관리시스템 전지점으로 확대 • 물류시스템의 운영 효율 개선 지원	• 에너지·자원 이용 효율 개선으로 운영 비용 절감 • 에너지관리를 통한 운영 비용 절감 • 물류 유통 비용 절감
	O2	폐가전제품 재활용 및 친환경 포장재 활용	●	●	• 리사이클링 센터 운영 확대 등으로 폐점 점포 냉장비 재활용 • 친환경 포장재 적용률 확대	• 냉장비 재활용에 따른 신규 투자 비용 약 85억 원 절감 (2024년 기준) • 친환경 포장재 적용 제품 매출 증가
에너지원	O4	저탄소 에너지원 사용	●	●	• 태양광 발전 설비 구축 등으로 친환경 에너지 자체 생산 • 온실가스 배출량 감축을 통한 친환경 기업 이미지 구축	• 에너지 조달 비용 및 탄소 배출 비용 절감 • 자본 가용성 개선
	O5	국가 재생에너지 정책 인센티브 활용	●	●	• 태양광 패널 설치 지원사업 참여	• 신재생에너지 전환 비용 및 에너지 조달 비용 절감
제품 및 서비스	O6	친환경 인증 제품 도입 확대	●	●	• 친환경 인증제품 판매 확대 및 친환경 기업 인식 제고	• 친환경 제품 매출 증가 (2024년 기준 친환경 인증 제품 매출액: 6,389억 원)
	O7	소비자 친환경 제품 선호도 변화	●	●	• 친환경 소비 문화 확산에 대응한 친환경 제품 개발 및 도입 확대	

전략

위험·기회 평가

시나리오 기반 물리적 위험 재무영향 분석결과

GS리테일은 기후변화 관련 물리적 위험이 비즈니스에 미치는 재무영향을 S&P Climamomics® Hazard Modeling의 4가지 기후변화 시나리오를 활용하여 분석하였습니다. 분석 대상으로는 국내 소재 215개 사업장을 선정하였으며, 2020년부터 2050년까지 10년 단위로 8대 자연재해(해안침수, 도시 홍수, 하천 범람, 태풍, 이상기온, 가뭄, 물 부족, 산불)의 발현에 따른 예상 자산가치 손실률을 산출하였습니다.

물리적 위험 재무영향 분석 개요

분석 대상 자연재해(급성 4개, 만성 4개)

급성	해안침수	만성	이상기온
	하천범람		가뭄
	도시홍수		물 부족
	태풍		산불

대상 사업장

국내 총 17개 행정구역에 소재한 215개 주요 사업
(행정구역별 고매출 사업장(105개),
고위험 사업장(107개), 본사(2개), 물류센터(1개))

분석 기간

2020년~2100년
(10년 단위로 위험 분석, 2020~2050년 동안의
위험 분석 결과를 공개)

대상 사업장

IPCC¹⁾ 제6차 보고서에 제시된 4개 SSP²⁾ 시나리오를 적용

시나리오	2100년 지구 평균 온도 상승폭 ³⁾	설명	가정
SSP1-2.6	1.8°C	• 탄소 저배출 시나리오 • 2050년 온실가스 배출 Net-Zero 달성, 2100년 지구 평균 온도 상승폭 파리 기후협약 목표에 부합	• 재생에너지 기술 발달에 의한 화석연료 사용 최소화 • 친환경적이며 지속가능한 경제성장
SSP2-4.5	2.7°C	• 중간 수준의 탄소 배출 시나리오 • 2050년까지 온실가스 배출 현 수준에서 유지, 이후 2100년까지 배출 저감	• 중간 수준의 기후변화 완화 및 사회경제 발전
SSP3-7.0	3.6°C	• 탄소 배출량이 중간보다 높으나 고배출 시나리오보다는 낮은 시나리오 • 2100년 온실가스 배출량 현재 대비 2배 증가	• 소극적인 기후변화 완화 정책 도입, 더딘 산업기술 개발
SSP5-8.5	4.4°C	• 탄소 고배출 시나리오 • 2050년 온실가스 배출량 현재 대비 3배 수준으로 증가	• 빠른 산업 발전을 위한 화석연료 의존도 높음, 도시 위주의 무분별한 개발 확대

1) 기후변화에 관한 정부간 협의체(IPCC; Intergovernmental Panel on Climate Change)

2) 공통사회경제경로(SSP; Shared Socioeconomic Pathway)

3) 산업화 이전(1850~1900년) 대비 상승폭

전략

위험·기회 평가

시나리오 기반 물리적 위험 재무영향 분석결과

1

8대 자연재해별
자산손실률 분석 결과

















구분	해안침수			하천범람			도시홍수			태풍			이상기온			가뭄			물 부족			산불		
	'~30년	'~40년	'~50년	'~30년	'~40년	'~50년	'~30년	'~40년	'~50년	'~30년	'~40년	'~50년	'~30년	'~40년	'~50년	'~30년	'~40년	'~50년	'~30년	'~40년	'~50년	'~30년	'~40년	'~50년
SSP1-2.6 시나리오 – 탄소 저배출 시나리오																								
SSP5-8.5 시나리오 – 탄소 고배출 시나리오																								

연평균 자산손실률

0% ~0.1% ~2.0% ~5.0% >5.0%

GS리테일은 주요 사업장의 자산 손실률을 8대 자연재해 요인으로 세분화하여 분석했습니다. 분석 결과, 급성 위험으로는 도시 홍수, 만성 위험으로는 이상기온이 주요 재해 요인으로 식별되었습니다. 재해로 인한 재무 손실을 야기하는 요인으로는 사업장 및 제반 시설의 복구 및 청소 비용 증가, 사업 운영 중단, 임직원 생산성 저하 등이 있으며, 손실률이 가장 높게 분석된 이상기온에서는 임직원 생산성 저하로 인한 재무 손실이 가장 클 것으로 예상됩니다. 이에 대한 대응 방안으로 SEMS 도입을 통해 운영 효율성을 향상시키고자 스마트폰을 통한 매장 내 냉난방 기기와 실내조명을 손쉽게 관리하고, 날씨경영을 도입하여 기상 데이터를 활용하여 발주 시스템과 연계함으로써 급성 자연재해에 따른 손실을 최소화하고 있습니다. 국내 다양한 지역으로부터의 원자재 조달 및 주요 위험 지역에 대한 지속적인 모니터링을 통해 특산물 조달에도 활용하고 있습니다. 또한, GS리테일 편의점은 사업장의 풍수해 피해를 최소화하기 위해 사전적 대응의 중요성을 인식하고, 위험 예방 활동을 진행하고 있습니다. 정기적으로 향후 3개월간의 풍수해 발생 전망을 확인하며, 특정 지역에서 풍수해가 예상될 시 해당 지역 POS기를 통해 에너지 절감 및 안전사고 예방 안내문을 공지하고 있습니다.

SSP1-2.6 시나리오 – 탄소 저배출 시나리오

급성 위험의 경우, 도시 홍수를 제외한 각 자연재해의 자산 손실률이 0.1% 미만으로 확인되며, 중장기적으로 손실률이 소폭 증가하거나 현재와 유사한 수준으로 유지될 것으로 보입니다. 만성 위험의 경우, 가뭄, 물 부족, 산불 모두 자연재해 발생에 따른 손실률이 전 기간 동안 0.05% 이하로 유지되며, 중대한 변화가 발생하지 않을 것으로 전망됩니다. 이상기온은 전 기간 동안 가장 큰 손실을 발생시키는 요인으로, 자산 손실률이 점진적으로 증가하여 단기 약 2.9%에서 중기 약 3.5%, 장기적으로는 약 4.5% 수준까지 늘어날 것으로 예상됩니다.

SSP5-8.5 시나리오 – 탄소 고배출 시나리오

급성 위험의 경우, SSP1-2.6 시나리오와 동일하게 이상기온 발현에 따른 자산 손실률이 가장 높으며, 손실률은 전 기간 동안 2%를 초과할 것으로 예상됩니다. 한편, 이상기온 이외의 재해 요인 발현에 따른 손실률은 저배출 시나리오와 동일하게 1% 이하 수준으로 유지되어 GS리테일의 자산 손실에 유의미한 영향을 미치지 않을 것으로 예상됩니다.

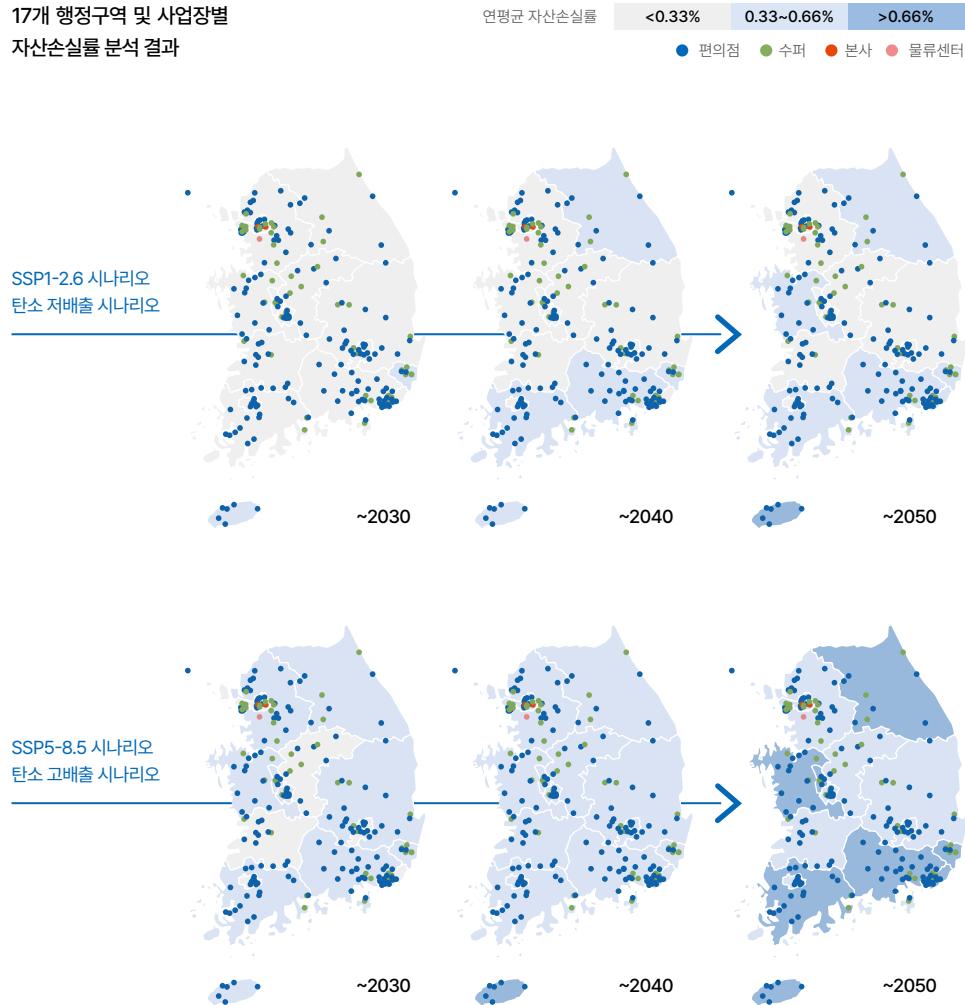
전략

위험·기회 평가

시나리오 기반 물리적 위험 재무영향 분석결과

2

17개 행정구역 및 사업장별
자산손실률 분석 결과



GS리테일은 지속가능한 경영을 위해 물리적 위험에 취약한 지역을 식별하고 관리 방안을 모색하고자, 주요 사업장별 자산 손실률을 기반으로 17개 행정구역의 자산 손실률을 산출했습니다. 분석에는 물리적 리스크를 직접적으로 야기하는 7대 자연재해(해안침수, 도시 홍수, 하천 범람, 태풍, 가뭄, 물 부족, 산불)를 고려했습니다. 이상기온은 여러 기후 현상과 결합하여 다른 자연재해의 발생을 증폭시키는 간접적인 재해로 분류하여, 분석에서 제외했습니다.

전국적으로 SSP1-2.6 및 SSP5-8.5 시나리오에서 도시홍수, 태풍 및 산불에 따른 손실률이 공통적으로 확인되었습니다. 특히, SSP5-8.5 시나리오에서 2031년 이후 전체 17개 중 14개 행정구역에서 도시홍수로 인한 손실률이 0.33% 이상으로 증가할 것으로 예측됩니다. 2041년부터는 모든 지역에서 손실률이 0.33%를 초과할 것으로 예상되며, 급성 재해요인인 도시홍수로 인한 자산 손실률이 총 손실률의 70% 이상을 차지하여 도심지에 위치한 사업장에 큰 영향을 미칠 것으로 분석되었습니다.

GS리테일은 날씨경영 정보시스템을 활용하여 기후 변화에 선제적으로 대응하고자 합니다. SEMS 등과 연계하여 급성 자연재해로 인한 손실을 최소화하고, 전사적 차원의 날씨경영 전략을 수립할 계획입니다. 또한, 주요 위험 지역에 대한 지속적인 모니터링을 통해 원자재 조달 및 공급망 관리의 안정성을 확보하고자 합니다.

[주요 사업장] 행정구역별 고매출 사업장 및 고위험 사업장

17개 행정구역별 고매출 및 고위험 사업장 총 212개를 분석한 결과, 전 지역에서 2050년까지 물리적 리스크에 따른 재무 손실률이 지속 증가할 것으로 확인되었습니다. 손실률의 상승 추세는 SSP1-2.6 및 SSP5-8.5 시나리오에서 일관되게 관찰되었습니다. SSP1-2.6 및 SSP5-8.5 시나리오에서 제주도 소재 사업장의 손실률이 가장 높을 것으로 예상되며, 도시홍수와 태풍이 손실률 상승에 가장 큰 영향을 미치는 자연재해로 확인됩니다. 또한, 울산 지역 소재 사업장의 경우, 타 행정구역 대비 하천범람에 따른 손실률이 고위험 지역에서 높게 책정되었으며, 강원 지역 소재 사업장에서는 도시홍수 및 하천범람, 산불에 따른 손실률이 높게 식별되었으나, 타 행정구역 대비 상대적으로 태풍으로 인한 손실률이 낮게 분석되었습니다. 전남 지역 소재 사업장의 경우, 타 행정구역에 위치한 사업장 대비 해안침수로 인한 자산가치 손실률이 높게 책정되었습니다. 반면, 서울, 인천, 광주 소재 사업장의 자산가치 손실률은 양 시나리오에서 모두 낮은 수준을 유지할 것으로 보입니다.

[기타 주요 사업장] 본사(GS타워, 강서타워) 및 군포 물류센터

본사(GS타워, 강서타워) 및 군포 물류센터의 경우, SSP1-2.6 및 SSP5-8.5 시나리오에서 자산 손실률이 전 분석 기간 동안 0.66% 이하 수준으로 유지됩니다. 또한, 손실률은 강서타워, 군포 물류센터, GS타워 순으로 높게 나타났으며, 이러한 추세는 양 시나리오에서 전체 분석 기간 동안 일관되게 나타났습니다. 시간 경과에 따른 손실률 상승 추세가 가장 두드러지는 사업장은 강서타워로, 손실률이 SSP1-2.6 시나리오에서는 0.28%에서 0.42%로, SSP5-8.5 시나리오에서는 0.29%에서 0.54%로 증가할 것으로 예상됩니다.

전략

위험·기회 평가

GS리테일 주요 위험·기회 대응 방안 수립

GS리테일은 중장기 사업 전략과 기후변화 대응 추진 방안을 연계하여 기후변화에 따른 위험 및 기회에 전략적으로 대응하고 있습니다. GS리테일은 지속가능한 제품에 대한 이해관계자의 기대사항을 충족하기 위해 친환경 인증 제품을 개발 및 확대하고 있으며, 기후변화 관련 정부 규제/정책에 선제적으로 대응하고 에너지·폐기물 처리 관련 운영 비용 절감을 위해 녹색매장을 확충하고, 온실가스 배출원(Scope)별 배출량 저감 활동 전개, 협력사 친환경 인증 획득 지원 등 Value Chain 전반의 온실가스 배출량 저감을 위한 노력을 실천하고 있습니다.

위험 및 기회		
물리적 위험	PR1	급성 자연재해 및 기상이변
	PR2	강수 및 기상패턴 변화
전환 위험	TR1	온실가스 배출 가격 인상
	TR2	온실가스 배출량 보고의무 강화
	TR3	폐기물 처리 및 친환경 냉매 사용 등의 의무 사항 및 규제 도입
	TR6	고객 행동 변화
	TR8	친환경 이미지 저하에 따른 소비자 불매운동 확산
	TR9	이해관계자의 우려
기회	O1	고효율 배송, 생산 및 물류 시스템 이용
	O2	폐가전제품 재활용 및 친환경 포장재 활용
	O4	저탄소 에너지원 사용
	O5	국가 재생에너지 정책 인센티브 활용
	O6	친환경 인증 제품 도입 확대
	O7	소비자 친환경 제품 선호도 변화

1) 기준연도(2022년) 대비
2) BAU 대비

대응방안		
Green Product TR3TR6TR8TR9O2O6O7	목표	· 환경표지인증, 저탄소 인증 제품군 확대
	세부전략	· 친환경 제품 홍보 및 녹색소비 촉진 활동 진행
Green Store PR1PR2TR1TR2TR8TR9O1O2O4O5	목표	· 2030년까지 에너지 원단위 사용량 25% 감축 ¹⁾ · 2030년까지 폐기물 원단위 배출량 25% 감축 ¹⁾
	세부전략	· 2027년 이후 모든 냉장비 친환경 냉매 장비 도입 · 2028년 SEMS 설치 전 점포 AUTO DR 참여(16,000여 점) · 2029년까지 GS수퍼 냉장비 친환경 냉매 장비로 전환 · 파트너십 기반 순환경제 활성화 및 폐전자제품 등 폐기물 재활용 확대
Green Value-Chain TR3TR6TR8TR9	목표	· 2030년까지 온실가스 원단위 배출량 25% 감축 ¹⁾ · 2025년까지 녹색물류 배출량 약 5% 감축 ²⁾
	세부전략	· 온실가스 인벤토리 고도화 · 친환경 이미지 인식 제고 및 사업 강화 · 연 1회 이상 국내·외 환경 캠페인 참여 · 협력사 환경표지인증 획득 지원

위험 관리

관리 프로세스

위험 식별

GS리테일은 연 1회 정기적으로 경영 전반에 영향을 미치는 위험 및 기회요인을 식별하고 있습니다. 전사 위험 관리 차원에서는 빅데이터를 활용하여 기후변화 관련 위험을 선제적으로 파악하고 있습니다. 또한, 매분기 리스크관리협의체는 사내 Business 분과에서 분석된 위험을 점검하고 논의하는 회의를 개최하고 있습니다. 한편, ESG 자주연 및 ESG 실무협의체는 상시 기후변화 대응 관련 활동(친환경 제품 생산, 친환경 매장 확충, 친환경 물류 운영, 친환경 구매) 수행 과정에서 발생할 수 있는 위험을 확인하고 있습니다.

위험 평가 및 분석

리스크관리협의체는 분기 회의에 보고된 기후변화 관련 위험 수준을 평가합니다. 위험 수준에 따라 인지, 주의, 심각 및 비상으로 분류합니다. 또한, 환경경영평가위원회에서는 경영 활동에 대한 평가와 기후변화 대응 관련 실무부서의 업무 현황을 정기적으로 검토하여 당사의 기후변화 회복력을 평가하고 있습니다.

대응 전략 수립 및 이행

리스크관리협의체는 국내 기업의 주요 기후변화 관련 이슈 및 위험 관리 사례를 조사하여 벤치마크 포인트를 도출하고 있습니다. 이를 기반으로 앞선 단계에서 식별된 기후 위험을 방지하거나 완화하기 위한 대응 전략을 수립하는 데 참고하고 있습니다. 또한, 기후변화 관련 부서를 대상으로 업무 특성을 고려한 대응 교육을 실시하고 있습니다. 한편, ESG 자주연 및 ESG 실무협의체는 위험 평가 결과에 기반한 이행 과제 및 목표를 수립하는 역할을 수행하고 있습니다.

모니터링 및 보고

리스크관리협의체는 식별된 기후변화 관련 주요 위험과 대응 방안을 ESG위원회에 전달하며, ESG 위원회는 보고 받은 위험을 바탕으로 ESG 경영 전략에 대한 검토를 수행합니다. 기타 기후변화 위험 모니터링 주체로는 C-level 경영진으로 이루어진 ESG 추진협의회와 ESG 실무협의체가 있습니다. ESG 추진협의회는 반기마다 ESG 관련 안전에 대한 의사결정을 수행하며, ESG 실무협의체는 ESG 추진 과제의 진척 현황을 주기적으로 점검합니다.

기후변화 위험 관리 프로세스



지표 및 목표

지표

온실가스 배출 현황

GS리테일은 전사적인 온실가스 감축 전략에 따라, 측정 가능한 환경 지표를 설정하고 체계적으로 관리하고 있습니다. 온실가스 배출량뿐만 아니라 에너지, 용수, 폐수, 폐기물 등 기후변화에 간접적으로 영향을 미치는 지표도 주기적으로 모니터링하고 있습니다. 또한, 기후변화 관련 환경 지표에 대한 정기적인 분석을 통해, 비즈니스 전반에서 발생 가능한 환경 영향을 평가하고 있으며, 전 임원의 KPI 중 5%에 ESG 평가 및 실행 과제를 반영하여 책임성과 실질적 이행력을 높이고 있습니다.

GS리테일은 사업장 내에서 발생하는 직·간접 배출량(Scope 1, 2)뿐만 아니라, 공급망 전반의 업·다운스트림 활동을 포함하는 Scope 3 배출량까지 온실가스 프로토콜 기준(Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard)에 의거하여 산정 및 공개하고 있습니다. 특히, 2024년에는 Scope 3 산정 범위를 확대하여, 보다 정밀한 공급망 배출량 분석을 수행하였습니다. 그 결과, 전체 온실가스 배출량(Scope 1, 2, 3) 중 Scope 1 및 Scope 2의 비중은 약 2%에 불과하며, 약 98%는 GS리테일의 유통업의 특성으로 인한 원재료 구매, 프랜차이즈 운영 등 공급망 활동에서 발생하는 Scope 3 배출로 확인되었습니다. GS리테일은 앞으로도 Scope 3 배출량의 정교한 산정 및 관리를 통해 기후변화 대응 역량을 강화하고 지속가능한 가치사슬 구축에 기여할 계획입니다.

2024년 Scope 3 온실가스 배출량 (카테고리별, 단위: tCO₂eq)

2024년 신규 산정 카테고리

업스트림



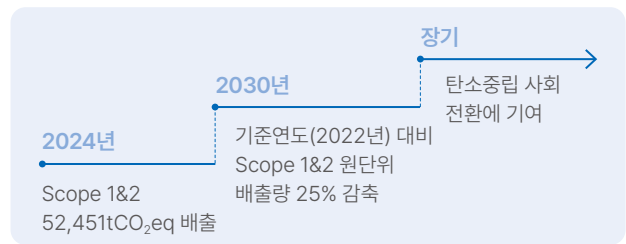
다운스트림



목표

온실가스 감축 목표

GS리테일은 2024년부터 온실가스 목표관리제 대상 업체로 지정되어 연도별 온실가스 감축 목표 설정 및 감축 이행 계획을 작성할 예정입니다. 직전연도 대비 Scope 1, 2 온실가스 배출 원단위 3%를 감축하여 2030년까지 기준연도 (2022년) 대비 배출 원단위를 25% 감축하고자 합니다.



온실가스 감축 세부전략

구분	활동	보고 페이지
Scope 1&2	고효율 LED 교체	58-59, 63
	태양광 설비 운영	58-59, 63
	쇼케이스 도어	59
	SEMS 활용	57-60
	Auto DR 기반 스마트 조명 관리	15, 58-60
Scope 3	에코커버	15, 58-59
	우리동네 딜리버리 서비스	63
	폐전자제품 회수 및 처리	61
	반값 택배 사업 확대	40

OVERVIEW

SUSTAINABILITY STRATEGY

TCFD REPORT

MATERIAL TOPICS

GENERAL TOPICS

APPENDIX

MATERIAL TOPICS

- 33** 친환경 제품 및 서비스
- 37** 건강하고 책임있는 상품 및 서비스
- 42** 지역사회 기여
- 50** 컴플라이언스

친환경 제품 및 서비스

거버넌스

GS리테일은 고객이 손쉽게 친환경 상품을 접할 수 있도록 BU별 유관부서로 구성된 거버넌스를 운영하고 있습니다. 친환경 제품 및 서비스 활동을 전담하는 조직을 구성 및 운영하고 있으며, 환경경영평가위원회를 통해 친환경 제품 및 서비스 연계 전략 과제의 진행 현황을 관리하고 영향 평가를 실시하고 있습니다. 또한 이사회 산하 ESG위원회를 설립하여 환경경영 체계를 구축하고 환경경영평가위원회 운영 실적과 결과를 ESG위원회에 보고하여 친환경 상품 및 포장재 전반의 진행 상황을 감독합니다.

전략

환경사회 영향

구분		내용	발생가능성	심각성
친환경 상품	긍정	친환경 인증 획득 고품질 제품 판매로 소비자 녹색소비 장려 및 인식 제고	●●●	●●○
친환경 포장재	부정	지속가능한 포장재 개발 실패 또는 미적용 시 폐기물 발생에 따른 환경오염	●●○	●●●

재무 영향

구분		내용	발생시점 ¹⁾	심각성
친환경 상품	기회	소비자의 친환경 제품 수요 증대에 따른 친환경 제품 및 서비스 매출 증가	중기	●●○
친환경 포장재	리스크	플라스틱 사용 규제 강화에 따른 포장재 전환 및 재활용 시스템 구축 비용 증가	단기	●●●

1) 단기: 3년 이내, 중기: 3~5년, 장기: 5년 이후

대응 전략 및 활동

GS리테일은 친환경 상품 관련 이슈에 효과적으로 대응하고 지속가능 제품 확대와 친환경 포장재 전환을 위한 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

위험 관리

프로세스

GS리테일은 내부 관리 체계에 의거하여 친환경 제품과 포장재를 개발 또는 도입하여 친환경 소비 문화 활성화에 기여하고 있습니다.



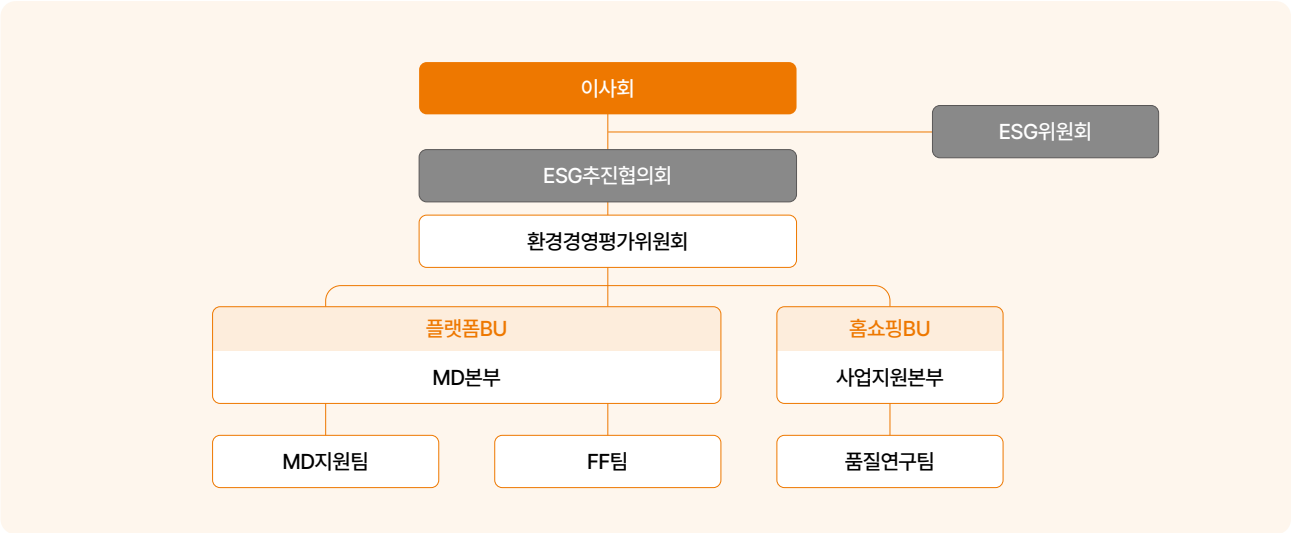
지표 및 목표

GS리테일은 친환경 포장재와 친환경 제품 SKU 관련 지표와 목표를 모니터링하며 지속가능한 소비문화 확산에 기여하고자 합니다.

- 친환경 포장재 적용률
- 환경성적표지 인증 등 친환경 제품 SKU
- 친환경 용기 활용 전용 신상품
- 친환경 매출액

친환경 제품 및 서비스

거버넌스



감독 기구

GS리테일은 이사회 산하 ESG위원회를 설립하여 환경경영 체계를 구축하였습니다. ESG위원회와 ESG추진협의회는 환경경영평가위원회를 통해 친환경 제품 및 서비스 연계 전략 과제의 진행 현황을 관리하고, 영향 평가를 실시합니다. 또한, 환경경영평가위원회는 주기적으로 친환경 매출 실적 등을 검토하고 있습니다.

관리감독 사항

개최일자	의안내용
2024.03.05	보고 사항 -2024년 ESG 전략 및 실행 계획안 보고 -2023년 환경경영평가위원회 실적 및 2024년 계획 보고
2024.08.08	보고 사항 -2024년 ESG 상반기 실적 및 하반기 계획 보고

경영진 역할

GS리테일은 CEO 주관 ESG추진협의회 운영을 통해 보다 효율적으로 친환경 인증 제품 및 패키징 확대를 추진하고 관리하고 있습니다. 경영전략에 중대한 영향을 미칠 수 있는 주요한 의사결정 시 친환경 제품 이슈를 고려하고, 중장기 목표와 추진 전략을 포함한 주요 추진 활동과 실적을 모니터링 하고 있습니다.

전담 조직

GS리테일은 각 BU별 전담 조직을 설정하여 친환경 인증 제품과 친환경 패키징 확대를 위한 전략과제를 매년 설정하여 추진하고 있습니다. MD지원팀은 친환경 PB상품, 친환경 인증 상품 판매 실적을 관리하며, FF팀과 품질연구팀은 친환경 포장재 사용 확대를 위한 친환경 포장재 적용 실적을 관리하고 있습니다.

전략

친환경 제품 판매

GS리테일은 취급 제품 또는 원재료에 대해 제3자 친환경 인증을 획득한 제품을 '친환경 상품'으로 정의하고, 합산 매출액이 500만 원 이상인 친환경 상품의 실적을 관리합니다.
편의점 및 수퍼에서 판매하는 공산품과 수퍼의 신선식품, 홈쇼핑 상품 등이 친환경 인증 기준을 충족하는지 평가하고, 이에 부합하는 상품을 선별하여 관리합니다. 이를 통해 소비자들에게 신뢰할 수 있는 친환경 상품을 제공하고, 친환경 제품 소비 문화에 기여하고자 합니다.

친환경 제품 인증 기준



친환경 PB상품 관리 시스템

GS리테일은 지속가능한 제품을 체계적으로 관리하기 위해 PB 상품 관리 시스템을 운영하고 있습니다. 본 시스템을 통해 제품별 제3자 인증 여부, 인증 유형 및 유효기간 등을 종합적으로 모니터링하고, 지속적인 사후관리를 수행하여 제품의 신뢰성을 확보하고 있습니다.
아울러, 신상품 등록 시 지속가능성 관련 정보를 입력할 수 있는 기능을 도입하여 친환경 PB상품을 관리하고 있습니다. 향후, 축적된 데이터를 기반으로 시스템을 고도화하고 분석 역량을 높여 지속가능한 제품 포트폴리오를 확대하고 품질 관리를 체계화할 계획입니다.

친환경 제품 및 서비스

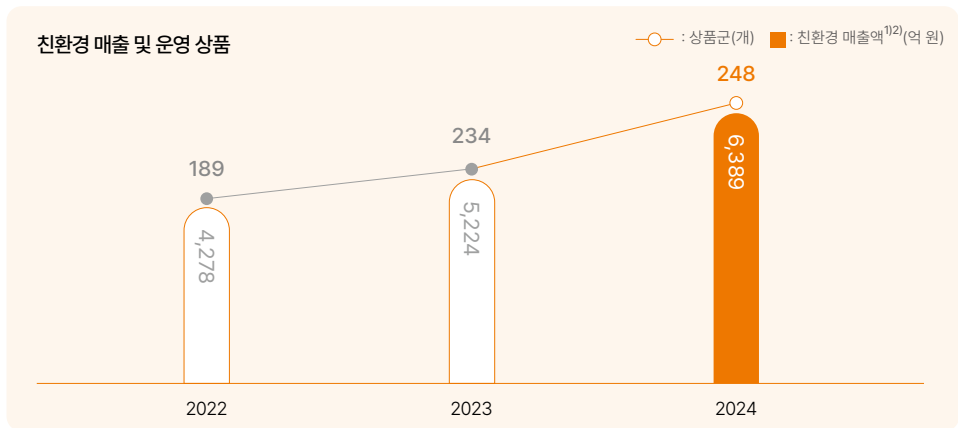
전략

주요 성과

친환경 인증 제품

GS리테일은 환경경영 방침에 따라 친환경 인증제품 판매를 확대하고 고객의 녹색 제품 접근성을 제고하기 위해 노력합니다.

2024년에는 전기 기준 6% 상승한 248개의 친환경 인증 상품을 판매하였으며, 이를 통해 약 6,389억 원의 친환경 매출을 기록하였습니다. 이는 2023년 대비 약 22% 증가한 매출 실적이며, 앞으로도 친환경 상품 및 매출 확대를 위해 다양한 친환경 인증 상품 개발 및 확보 활동을 진행할 예정입니다.



1) 친환경 매출액에 포함된 홈쇼핑 사업부 금액은 출고금액 기준임
2) 집계방식 변경으로 인해 2022년, 2023년 데이터를 정정함

녹색소비주간 캠페인

GS리테일은 환경부가 주관하는 2024 녹색소비주간 캠페인에 참여하여, 녹색제품 및 탄소중립 녹색제품 소비와 탄소중립 사회 전환을 촉진하는 캠페인에 동참하였습니다.

GS25는 친환경 인증 상품의 1+1, 2+1 할인 행사를 진행하였고, GS THE FRESH에서는 친환경/유기농 상품 구매 시 포인트를 증정하며 녹색 제품 소비를 유도하였습니다.

또한 GS SHOP에서는 녹색소비 홍보영상을 송출하는 등, 적극적으로 홍보하여 보다 많은 고객에게 친환경 인증 상품을 알리고 녹색소비를 장려할 수 있었습니다.



목표 대비 추진 실적

GS리테일은 인증 및 친환경 용기 개발 등의 목표와 이에 대한 추진 실적을 모니터링하여 친환경 제품 공급 확대를 위한 노력을 전개합니다.

2024년 계획	2024년 실적
- 비식품 PB상품 환경성적표지 인증 지원 - 간편식품부문 친환경 용기 신상품 개발	- 환경성적표지 인증 획득(8SKU) - FSC¹⁾ 인증 펄프 및 발포 PP 출시(23SKU)

1) FSC: Forest Stewardship Council(산림관리협회)

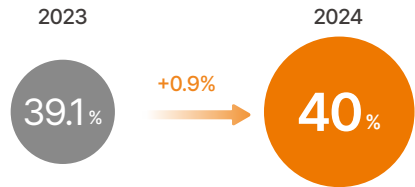
지속가능한 포장재

GS리테일은 사전 승인단계에서 국내·외 친환경 인증을 획득한 친환경 상품을 점검 및 관리하고 있으며, 친환경 포장재를 적용해 환경영향 저감에 기여하고 있습니다.
2024년 친환경 포장재 적용률은 40%로, 앞으로도 친환경 포장재를 더 확대하고 지속적으로 개발하고자 합니다.

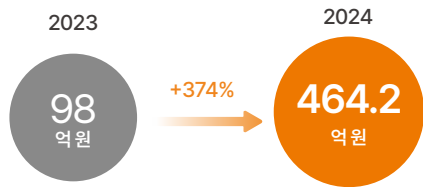
발포 PP 용기

GS리테일은 바이오 PP 용기를 활용한 도시락과 PLA 용기를 활용한 샌드위치를 출시하며 다양한 제품에 친환경 용기를 적용하고 있습니다.
2024년에는 친환경 용기를 적용한 15개 상품을 약 960만 개 판매하여 약 464억 원의 매출을 달성하였습니다.

방송(Live) 판매 상품 친환경 포장재 적용률



친환경 용기 적용 상품 매출액



친환경 제품 및 서비스

위험 관리

관리 프로세스

GS리테일은 지속가능 제품에 대한 유통 프로세스를 구축하고 범위를 확장하여 고객의 지속가능한 제품에 대한 접근성을 높이고 있습니다. 시장 환경을 분석해 고객의 니즈를 파악하고, 개발 품목을 선정한 후 품질실사 과정 등을 통해 친환경 인증을 획득한 파트너사와 지속가능 제품 생산을 추진합니다.

또한, 지속가능한 경영을 강화하기 위해 친환경 포장재 적용을 적극 추진하고 있습니다. 이를 위해 친환경 포장재와 관련된 신기술 및 혁신 사례를 지속적으로 모니터링하고 있으며, 경제성과 작업성을 종합적으로 분석하여 신규 포장재 적용 여부를 의사결정합니다. 특히, 포장재의 친환경성뿐 아니라 물류·보관·운송 과정에서의 실효성을 고려하여 최적의 대안을 도출하고 있으며, 친환경 포장재 적용 범위 확대 방안을 모색할 계획입니다.



지표 및 목표

관리 지표

GS리테일은 자체 친환경 PB 상품 관리 시스템을 기반으로 친환경 매출 실적과 운영 상품을 모니터링하고 있으며, 친환경 포장재와 친환경 용기 사용 비율 및 SKU를 매년 점검하여 지속 가능한 소비 문화 확산을 위한 관리 활동을 전개합니다.



추진 목표 및 계획

GS리테일은 지속가능한 소비를 촉진하기 위해 친환경 제품의 상품군 확대 및 관련 매출 목표를 수립하여 운영하고 있습니다. 또한, 온라인 유통 과정에서 발생하는 포장재 사용을 줄이고 환경 영향을 최소화하기 위해 친환경 포장재 적용 목표를 설정하여 이를 적극적으로 추진하고 있습니다.

	2025년	2026~2027년
친환경 제품	• 친환경 판매 상품 SKU 증가	
	• 친환경 매출액 증가 • 환경성적표지 인증 제품군과 친환경 용기를 활용한 전용 신상품 지속 확대	
친환경 포장재	• 친환경 포장재 적용률 40.8% 달성	
	• 포장재 경량화, 포장재 표준화 지속 추진 • 뷰티&푸드 PB상품 친환경 포장재 적용 확대	

건강하고 책임있는 상품 및 서비스

거버넌스

GS리테일은 고객에게 언제나 건강하고 책임있는 상품 및 서비스를 제공하기 위해 의사결정 기구를 통해 효율적으로 운영하며, 주요 사안에 대해서는 이사회에 보고하고 있습니다.

각 BU별 본부장(C-level)이 제품 및 서비스의 품질관리를 총괄하며, 플랫폼BU의 경우 MD본부장이 상품개발 및 출시를 관리하고 홈쇼핑BU의 경우 사업지원본부장이 대량 판매 품목에 대한 원재료 내역 등을 관리합니다.

또한, GS리테일은 전담 조직을 구성하여 평상시 품질관리뿐 아니라 품질 관련 이슈에도 선제적으로 대응하고 있습니다.

전략

환경사회 영향

구분		내용	발생가능성	심각성
품질	부정	상품 안전성 및 품질 관리 이슈 발생 시, 소비자 불신 및 국민 건강 악화	●●○	●●●
접근성	긍정	다양한 계층의 접근 가능한 제품 출시를 통한 사회적 불평등 감소 기여	●●○	●●○

재무 영향

구분		내용	발생시점 ¹⁾	심각성
품질	리스크	제품 품질 문제 발생 시, 제품 신뢰도 및 브랜드 가치 하락으로 매출 감소	중기	●●●
접근성	기회	다양한 소비자층 확보를 통한 매출 증대	단기	●●●

1) 단기: 3년 이내, 중기: 3~5년, 장기: 5년 이후

대응 전략 및 활동

GS리테일은 품질 관련 이슈에 효과적으로 대응하고 제품 품질 관리와 안전하고 고품질의 상품 제공을 위한 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

🔍 제품과 서비스 안전을 위한 제도

위험 관리

GS리테일은 제품 생산 및 유통 과정에서의 안전/위생/선도/품질을 확보하기 위해 안전성 검사 등을 수행하고, 상품 및 서비스 전반에 걸친 리스크 요인을 사전에 식별하고 대응하기 위한 체계를 운영합니다.



지표 및 목표

GS리테일은 품질관리 전반의 주요 지표를 지속적으로 관리하고 있으며, 소비자 편의 증진을 주요 현안으로 설정하고 중장기 목표를 설정하여 향후 나아갈 품질관리의 장기적인 방향성을 설정하고 있습니다.

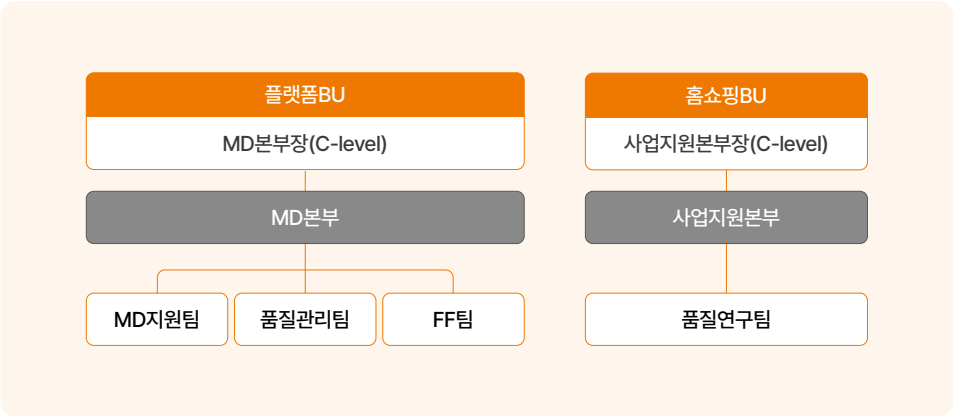
- 안전검사 수행 상품군 수
 - FF상품 이화학(맛 수치) 검사 수
 - 센터 입고검사 및 양품화 검사 수
- 반품률¹⁾
 - 품질 불량률²⁾
 - 책임있는 원재료 매출액

1) 반품 수량 / 총 출고 수량
2) 불량 반품 수량 / 총 출고 수량

OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
친환경 제품 및 서비스
건강하고 책임있는 상품 및 서비스
지역사회 기여
컴플라이언스
GENERAL TOPICS
APPENDIX

건강하고 책임있는 상품 및 서비스

거버넌스



감독 기구

GS리테일은 BU 별로 품질 관리 전담 조직을 운영하여 제품의 품질과 고객 안전과 직결된 사안을 체계적으로 관리하고 있습니다. 품질 관련 이슈가 발생할 경우, 신속한 대응 체계를 가동하여 문제를 해결하기 위해 노력합니다. 특히, 고객 안전에 중대한 영향을 미칠 가능성이 있는 사안에 대해서는 필요 시 이사회 보고 여부를 검토하여 보다 면밀한 대응 방안을 마련하고 있습니다.

경영진 역할

GS리테일은 각 BU별 본부장(C-level)이 제품 및 서비스의 품질관리를 총괄하고 있습니다. 플랫폼 BU에서는 MD본부장이, 홈쇼핑 BU에서는 사업지원본부장이 품질 관리 프로세스를 주도하며, 주요 품질 이슈를 면밀히 검토합니다. 특히, 대량 판매되는 상품의 원물 및 원료, 신상품에 대해서는 금액 기준에 따른 정밀 모니터링이 이루어지며, 이와 관련된 주요 사항은 C-level에 보고하여 보다 효율적인 품질 관리를 추진합니다.

전담 조직

GS리테일은 안전하고 고품질의 상품을 제공하기 위해 각 BU별 전담 조직을 설정하여 품질을 철저히 관리하고 있습니다. 품질관리팀은 식품 제조 품질/위생관리를 담당하고 있으며, FF팀은 주로 신선식품 관련 다양한 간편식을 개발하고 관리합니다. 품질연구팀의 경우, 홈쇼핑BU에서 판매하는 상품승인-생산/제조-배송 전 검사-판매 후 관리까지 QA(Quality Assurance) 품질보증 업무를 담당하고 있습니다.

전략

추진 방향

GS리테일은 안전하고 고품질의 상품을 위해 BU별 전략을 수립했습니다. 플랫폼BU는 혁신, 위생, 품질관리에 집중하며, 홈쇼핑BU는 리스크 관리, 사회적 가치 창출, 디지털 전환, 협력사 상생, 품질 혁신을 추진하고 있습니다.

미션	방향성	역할
안전하고 고품질의 상품 제공	플랫폼 BU	
	선도혁신	신선 식품 선도 차별화 • 입고기준 및 판매기한 등 선도기준 수립 • 선도교육 및 가이드 제공 • 수퍼, 편의점, 물류 현장 점검 및 지원 • 수퍼, 편의점 외주 선도 모니터링 운영 • 파트너사 선도 점검
	환경위생	안전한 상품 제공 • 법·개정 사항 확인, 안내 • 위생 클리닉 • 위생 교육 및 Q&A • 관공서 단속 대응 • 파트너사 위생 Audit • 편의점, 수퍼 현장 방문 • 상품 안전성 검사
	품질관리	최고 품질과 맛 제공 • FF제조 및 자회사 품질 위생 관리 • FF상품 개발 및 양산화 품질 관리 • HACCP 관리 및 교육 • 원재료 및 고객 불만 관리 • 법규 및 표시사항 관리
	홈쇼핑 BU	
	Risk 관리	사전예방 및 신속대응 • 신개념 상품 사전 Risk 점검 • 대량판매상품 Risk 정기점검
	품질관리	상품 품질력 강화 • 불량, 불만영역 품질 관리 • 데이터 기반 품질 수준 관리
	사회적 가치창출	영업 Core 비즈 지원 • 협력사 상생교육 및 기술 지원 • 친환경 포장 적용 확대
	일하는 방식의 변화(DT)	업무 효율성 증대 • 디지털 상품 QA자동화 • 품질 지표 RPA 자동화

건강하고 책임있는 상품 및 서비스

전략

품질 관리

주요 성과

목표 대비 추진 실적

GS리테일은 안전하고 고품질의 제품을 지속 제공하기 위해 매년 품질 및 안전 관련 목표를 수립하고 이에 대한 추진 실적을 관리합니다.

구분	2024년 계획	2024년 실적
직매입 의류 반품률	15.7%	15.0%
일반식품 상품 평점 4.0 미만 상품 비중	17.2%	11.3%

품질 및 안전성 검사

GS리테일은 제품 및 서비스의 전 생산 과정에 걸친 품질보증 체계로 ISO 9001 인증을 취득하였으며, 국제 표준에 부합하는 체계적인 품질 관리활동을 이행하고 있습니다. 파트너사에서 점포 및 고객에 도달하는 전 과정에서 오프라인 및 온라인 상품을 각각의 프로세스에 따라 관리합니다. 가령 오프라인 상품의 경우 품질 관리, 선도 점검, 위생 및 안전이라는 세 가지 영역을 각 단계에서 진행하고 있습니다. 온라인 상품의 경우, 파트너사 대상 평가부터 최종 VOC 대응에 이르기까지의 단계별 검사를 진행하고 있습니다.

SMART HACCP

GS리테일의 FRESH FOOD 제조공장인 자회사 후레쉬서브는 2025년 2월 SMART HACCP 인증 취득을 완료하였습니다. 체계적인 데이터 수집 및 실시간 모니터링을 바탕으로, 식품 안전성 및 위생 관리의 신뢰성을 제고하고, 위해 요소를 사전에 예방하고자 합니다.



	오프라인 상품			온라인 상품	
파트너사	품질 관리	• 원재료 협력사 점검 및 등급 관리	총 185개	• 법적 서류 및 샘플 검토 후 전산 관리, 안전성 확인, 기능/성능점검, 포장 검사 후 상품 승인	총 102,571건
	선도 ¹⁾	• 신선식품 입고기준 전파 및 점검 • 선도 3진 아웃제 및 혁신 회의 운영	총 61회		
	위생/안전	• PB 및 NB상품 제조사별 평가	총 159개	• 파트너사 제조시설의 평가 및 공정지도/검사 생산 수량점검, 초도품 검사, 배송 전 검사	총 5,308건
제조공장 및 물류센터	품질 관리	• FF 제조공장 점검 및 안전성 검증	품질 위생 점검 : 144회		
	선도	• 신선식품 입고기준 전파 및 점검 • 선도 3진 아웃제 및 혁신 회의 운영	물류점검 : 95회 입고차단 : 716건	• 센터 입고검사 및 양품화 ²⁾ 검사	총 200,756개
	위생/안전	• PB 및 NB상품 제조사 별 평가	총 477개		
점포 및 고객	품질 관리	• FF 상품 맛, 품질 등 이화학 검사	맛품질 검사 : 1,051건 이화학 검사 : 3,861건		
	선도	• 신선식품 입고기준 전파 및 점검 • 선도 3진 아웃제 및 혁신 회의 운영	선도 코칭 : 815회 모니터링 : 6,491회	• 판매 후 품질지표 확인 및 VOC 대응 • 모니터링검사 • 대량 판매 상품 리스크 점검	총 239건
	위생/안전	• 위생클리닉 실시(법적서류, 원산지, 소비기한 등 점검)	총 891회		

1) 오프라인 선도 점검 방향성이 파트너사에서 점포로 변경됨에 따라 검수 실적이 2023년 대비 감소 및 증가될 수 있음
2) 제품의 품질 요건을 충족하는 지 상태를 확인한 후 재고로 재분류하는 과정

건강하고 책임있는 상품 및 서비스

전략

상품 개발

책임있는 원재료 판매

GS리테일은 소비자의 건강과 안전을 최우선으로 고려하여 엄격한 품질 관리 시스템을 통해 검증된 원재료만을 조달하고 있습니다. 특히 신선식품 분야에서는 국내·외 공인된 제3자 인증을 획득한 제품을 중점적으로 취급하여 식품 안전성과 윤리적 소비 가치를 동시에 충족시키고 있습니다.

인증 기준



주요 성과

목표 대비 추진 실적

GS리테일은 고객의 니즈와 시장 트렌드에 맞춘 상품 개발을 위해 목표 대비 실적을 지속적으로 관리합니다.

2024년 계획

- 고물가 대응 상품 지속 출시
- FY23 대비 제3자 인증 원재료 판매액 증가

2024년 실적

- 헤자로운 시리즈, 리얼프라이스 등 PB 제품군 확대
- FY23 대비 제3자 인증 원재료 매출액 50.5% 증가

주요 고객 맞춤 상품 및 서비스

GS리테일은 사회적 요구와 시장 트렌드에 맞춰 안전하고 건강한 제품·서비스를 제공합니다.

고물가 시대에 대응해 '반값택배 서비스'를 운영하고, 합리적 가격의 필수 소비재를 출시합니다. 또한, 원재료 인증 기반의 책임 있는 제품을 선보이며, 건강을 고려한 고단백·저나트륨 식품 등 다양한 제품을 공급합니다.

STEP 1

고물가

헤자로운 시리즈

GS리테일이 출시한 '헤자브랜드'는 2024년 2월, 재출시 약 1년 만에 2,800만 개의 판매량을 기록하였고, '합리적인 가격'으로 소비자에게 든든한 한 끼를 제공하고 있습니다. 향후에도 고물가 여파에 따른 초가성비 상품 수요에 맞춰 제품 개발을 지속하고자 합니다.

반값택배 서비스

GS리테일은 고객 및 수령인이 인근 GS25에서 직접 택배 접수·수령하는 '반값택배' 서비스를 업계 최초로 운영합니다. 물류 인프라를 바탕으로 연중무휴 수거 제도를 운영하고, 제주↔내륙과 도서지역(울릉도,연평도,백령도)에 서비스를 확대 론칭하여 고객의 접근성을 제고하고 있습니다.

- ▶ **안전하고 편리한 서비스** : 고객 및 수령인이 GS25 매장을 통해 자유롭게 택배 접수 및 수령을 진행하여 안전하고 편리한 서비스를 제공합니다.
- ▶ **고객 만족도 제고** : 고물가 시대에 상대적으로 저렴한 가격의 택배 서비스를 제공하며, 연중무휴의 원칙으로 택배 서비스를 제공합니다.

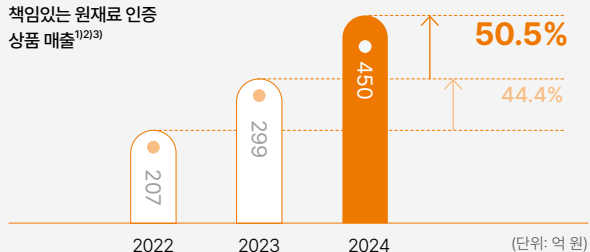
STEP 2

책임있는 원재료

GAP 인증 상품

GS리테일은 2024년 8월, 농림축산식품부와 협업하여 농산물우수관리 인증제도(GAP, Good Agricultural Practices) 인증 농산물 할인행사를 개최하였습니다. 농산물 시세 상승에 대응하고, 휴가 시즌에 고객들이 고품질 농산물을 저렴하게 구매할 수 있도록 전국 각지에서 생산 및 수확된 제철 과일을 제공하였습니다.

책임있는 원재료 인증
상품 매출¹⁾²⁾³⁾



- 1) 산정범위: 책임있는 원재료 인증 기준 5종
- 2) 매출액에 포함된 홀소핑 사업부 금액은 출고금액 기준임
- 3) 집계방식 변경으로 인해 2022년, 2023년 데이터를 정정함

STEP 3

건강 상품

나트륨 저감상품

GS리테일은 건강한 먹거리 제공을 위해 식약처와 협업하여 4년 연속 나트륨 저감 상품을 출시하고 있습니다. 2024년에는 식약처 평균 대비 나트륨이 20% 낮은 아삭오이 크림치즈 샌드위치와 10% 낮은 스리라차 마요 비프버거를 출시했습니다.

건강기능식품

GS리테일은 2025년 1월, 10g의 단백질을 함유한 단백질 강화 주먹밥 2종을 출시하여 풍부한 단백질을 함유한 제품을 출시하였습니다. 향후 잡곡 등 다양한 원재료 사용을 통해 소비자의 건강을 책임지는 상품 출시를 지속 추진하고자 합니다.

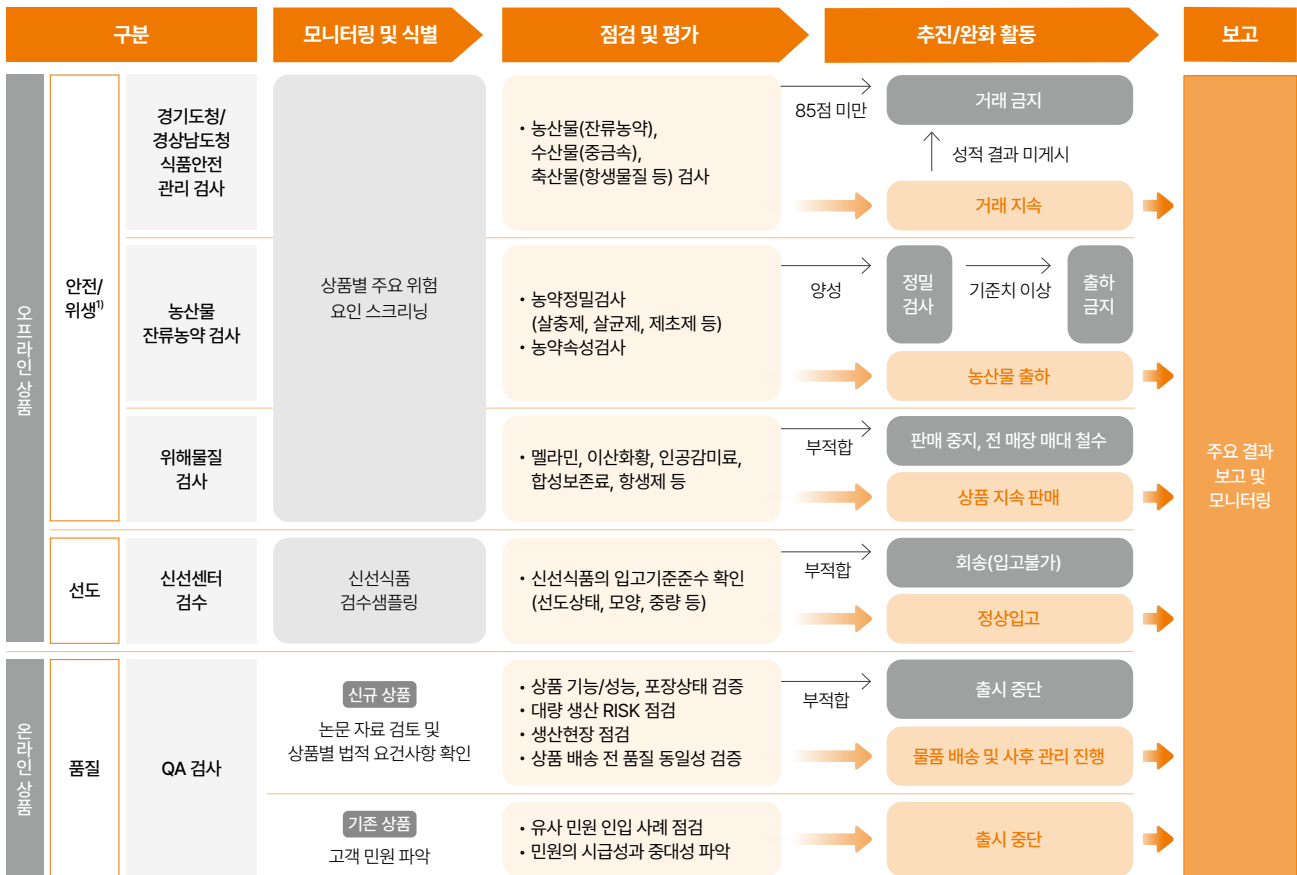
건강하고 책임있는 상품 및 서비스

위험 관리

관리 프로세스

GS리테일은 안전/위생부문 및 선도 부문 등의 품질 검사 프로세스를 바탕으로 안전한 고품질 상품을 제공합니다.

협력사의 생산 과정을 지속적으로 모니터링 및 평가하며 관련 법규의 충족 여부를 판단하고 현장의 관리 수준을 점검하고 있습니다. 또한 식품안전 관리 검사, 잔류농약검사, 위해물질 검사를 통해 적극적으로 위생 및 안전 관리 수준을 향상시키고 있으며 선도 부문에서의 입고상품 관리 프로세스를 운영하여 책임있는 제품을 제공하기 위해 노력합니다.



1) GS리테일이 진행하고 있는 추가 안전/위생 제도는 [홈페이지](#) 참고

지표 및 목표

관리 지표

GS리테일은 건강하고 책임있는 상품 및 서비스의 제공을 위해 주요 지표 및 목표를 설정하고 있습니다.

책임있는 원재료 매출액 2024년 실적 450억 원	안전검사 수행 상품군 수 (합계) 2024년 실적 2,493건
FF상품 이화학(맛 수치) 검사 2024년 실적 3,861건	센터 입고검사 및 양품화 검사 2024년 실적 200,756개
반품률 2024년 실적 18.9%	품질 불량률 2024년 실적 1.00%

중장기 목표

GS리테일은 상품 및 서비스의 제공과 관련한 중장기적 관점의 목표를 계획하고 실행하고자 하며, 지속적으로 혁신을 도모할 예정입니다.

2025년	Food QR 도입
• 원재료, 영양성분 등 식품 관련 정보 확인을 위해 제품 내 QR코드 부착 • 제품 안전성 공유 및 소비자 권익보호 확대	
2026년~2027년	SMART HACCP
• FF 제조처 SMART HACCP 확대를 통한 안심 먹거리 브랜드 이미지 확립 • 상품 품질의 개선과 휴먼 에러 방지를 통한 식품 사고 예방	

지역사회 기여

거버넌스

GS리테일은 이사회 산하 ‘사회공헌심의위원회’ 기구를 설치하여 사회공헌 사업의 공익성에 대한 검토를 진행합니다. 본 위원회는 사회공헌 관련 주요 결정사안을 논의하여 이사회에 보고하며, 보고된 안건은 이사회의 승인을 받습니다. 사회공헌심의위원회의 위원장은 연초에는 사회공헌사업 계획을 수립하고, 연말에는 그 결과를 ESG위원회에 보고하며 사회공헌사업 전반의 진행 상황을 감독합니다.

아울러, 플랫폼BU 및 홈쇼핑BU의 각 사업본부장은 사회공헌 활동과 지역별 특산물 매입 현황에 대한 모니터링을 담당합니다. 주요한 의사결정의 경우 경영지원부문장과 윤리경영팀장, 커뮤니케이션 팀장, 세무팀장과 외부위원으로 구성된 사회공헌심의위원회에서 감독하며, ESG위원회의 승인을 받아 진행합니다.

또한, 푸드팀, MD지원팀, ESG파트, 방송사업지원팀은 사회공헌 활동 전반의 의사결정 및 실무 진행에 참여하는 전담 조직을 구성하여 사회공헌 활동을 추진하고 있습니다.

전략

환경사회 영향

구분		내용	발생가능성	심각성
사회공헌	긍정	소외계층 지원과 일자리 창출 등을 통한 사회적 불평등 감소 및 취약계층 생활 안정 기여	●●○	●●●
지역경제	긍정	지역상품 판매 연계 및 무료 홈쇼핑 판매 방송을 통한 지역균형 발전과중소기업, 소상공인 판로 확대 기여	●●●	●●●

재무 영향

구분		내용	발생시점 ¹⁾	심각성
사회공헌	기회	지역사회 기여 활동을 통한 기업 브랜드 이미지 제고 및 매출 확대	중기	●●●
지역경제	기회	공급망 다각화를 통한 원재료 조달 안전성 확보 및 매출 증대	중기	●●●

1) 단기: 3년 이내, 중기: 3~5년, 장기: 5년 이후

대응 전략 및 활동

GS리테일은 주요 사회문제 해결과 지역사회 발전을 위한 지속 가능한 발전을 위해 다양한 사회공헌 활동을 펼치고 있습니다.

 나눔경영 소개

위험 관리

GS리테일은 국내·외에서 수행하는 모든 기부활동을 투명하고 합리적인 기준과 절차에 따라 집행하고 있습니다. 이를 위해 이사회 내 ESG위원회의 산하기구로 사회공헌심의위원회를 운영하고 있으며, 해당 위원회를 통해 GS리테일의 모든 사회공헌사업의 공익성에 대한 검토를 실시하고 있습니다.

또한, 지역경제 활성화에 기여하기 위한 특산물 조달 및 중소 협력사 판로 확대 지원을 내부 절차에 따라 진행합니다.



지표 및 목표

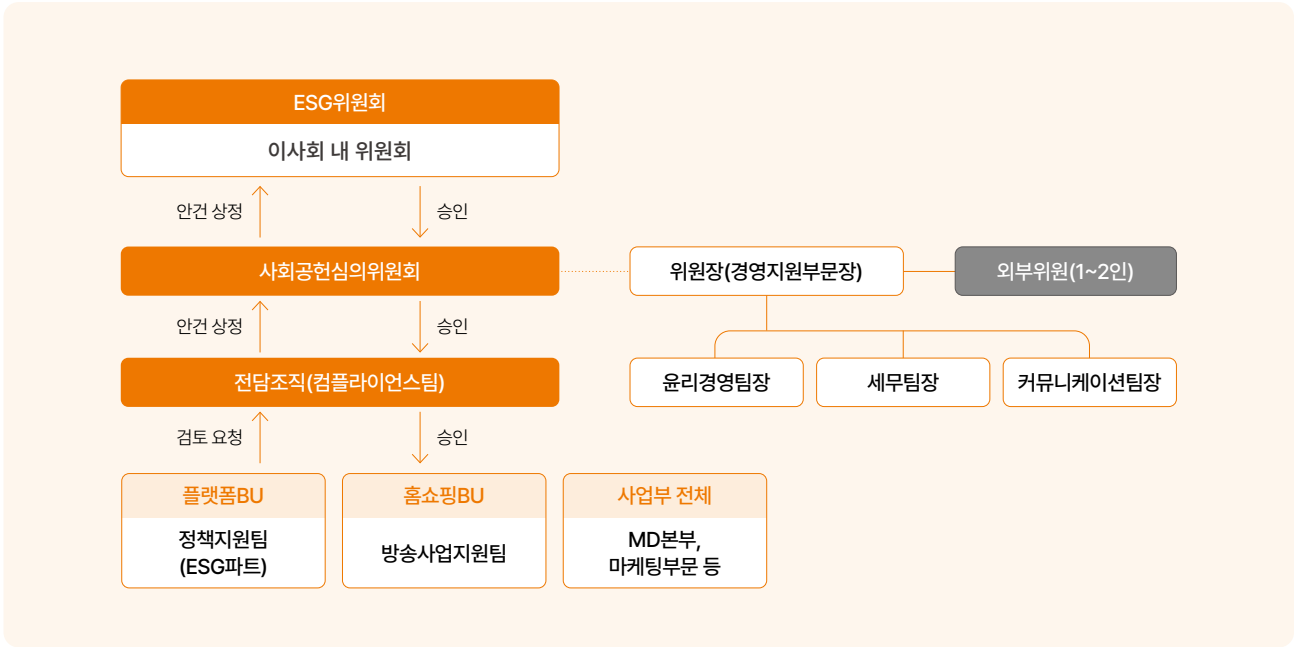
GS리테일은 지역사회 기여 관련 주요 지표를 지속적으로 관리하고 있으며, 상생발전과 지역 특산물을 활용한 상품 개발 확대를 위한 중장기 목표를 설정하고 추진하고 있습니다.

- 기부 금액¹⁾
- 봉사 인원
- 특산물 구매액
- 상생나눔플랫폼 운영 스토어

1) 공익사업 및 동반성장 합산 실적

지역사회 기여

거버넌스



감독 기구

GS리테일은 ESG위원회를 이사회 내 위원회로 구성하여, 사회공헌 사업 전반의 주요 의사결정, 보고 안건 및 의결 과정을 진행하고 있습니다. ESG위원회는 3억 원 이상의 기부금 등 사회공헌 집행 활동에 대해, 사회공헌심의위원회의 보고를 통해 승인을 진행하며, 해당 과정에서 사회공헌 활동의 향후 공익성 및 효과 등을 고려합니다. 또한, 지역 특산물 매입의 경우에도 지역 경제 활성화 및 제품 품질 등을 주요 매입 검토 기준으로 상정하고 있습니다. 품질연구팀의 경우, 홈쇼핑BU에서 판매하는 상품승인-생산/제조-배송 전 검사-판매 후 관리까지 QA(Quality Assurance) 품질보증 업무를 담당하고 있습니다.

관리감독 사항

GS리테일은 2024년 ESG위원회에서 사회공헌사업 추진과 향후 계획 수립을 위해 두 차례의 의결 안건과 한 차례의 보고 안건을 논의하였습니다.

개최일자	의안내용
	-사회공헌사업 승인
2024.03.05	보고 사항 -2025년 사회공헌심의집행기준 개정 보고 -2024년 사회공헌사업 실적 및 2025년 계획 보고
2024.12.19	-사회공헌사업 승인

경영진 역할

GS리테일은 ESG위원회의 산하기구로서 사회공헌심의위원회를 설치 및 운영하고 있습니다. 사회공헌심의위원회는 GS리테일에서 실시하는 전 사회공헌 사업의 공익성에 대한 검토를 진행하며, 본 위원회에서 보고된 안건은 이사회의 승인을 받습니다. 사회공헌심의위원회의 위원장은 연초에는 사회공헌사업 계획을 수립하고, 연말에는 그 결과를 ESG위원회에 보고하며 사회공헌사업 전반의 진행 상황을 감독합니다. 또한 집행 간 추진 활동과 실적을 모니터링하고 있습니다. 기업 전략과 연계된 특산물 매입, 대규모 계약 및 주요 의사결정의 경우, 사회공헌심의위원회 및 유관 부서의 검토를 바탕으로 의사결정을 진행합니다.

전담 조직

GS리테일은 지역사회 기여를 위한 전담조직을 구성하고 있습니다. 해당 전담 조직은 지역사회 내 존재하는 다양한 기업들의 시장 진출 및 판로 개척을 지원합니다. 전담 조직을 형성하는 각 부서는 각 BU별 유관부서로 구성되어 있습니다. ESG파트는 전사 내 사회공헌 활동을 총괄하며, MD지원팀 및 푸드팀의 경우 각 지역별 특산물 선정 및 방송 판매 등을 담당하고 있습니다. 방송사업지원팀의 경우, GS SHOP 방송 재승인 사업계획을 수립하고, 방송 관련 대외 협력 업무를 담당하고 있습니다.

지역사회 기여

전략

사회공헌

추진 방향

GS리테일은 기업의 사회적 책임을 다하고 환경까지 고려하는 다양한 사회공헌 활동을 전개하여 사회 및 환경과의 동반성장을 추진합니다.

다양한 이해관계자의 요구와 지역사회에 대한 기여를 고려해, 미래세대·환경·지자체를 비롯한 지역사회에 대한 테마로 사회공헌 전략을 수립하고 있습니다.

Green Life Together	
Green Life Together	환경
• 친환경 실천 참여 • 친환경 인식 개선 및 제고	
Together with Communities	사회
• 취약계층 자립 확대 • 지역사회 지원 및 기부 • 안전 플랫폼 구축 기여 • 사회적기업 양성 및 지원	
Together with Partners	사회
• 동반성장 • 미디어 산업 발전 • 방송사업 및 소비자 지원	

주요 성과

목표 대비 추진 실적

GS리테일은 지역사회봉사, 기부 및 사회적 기업 지원을 통해 함께하는 나눔을 실천하고, 계획 대비 실적을 지속 모니터링하여 관리 체계를 확립하고 있습니다.

2024년 계획	• 지역사회 긴급 구호 지원(산불, 가뭄 등) • GS나눔미 봉사 활동 지속 진행(환경정화, 복지기관 봉사 등) • 사회변화에 따른 적극적이고 선제적 사회공헌 사업 전개 (다문화시민 관련 등)
2024년 실적	• 전북 익산시 수해 피해 이재민 지원 활동 실시 • 릴레이 연탄 봉사 및 김장 나눔 실시 • 다문화 가정 교육문화 지원 활동 다독임 사업 실시 • 아동문화 정서지원 무지개상자 사업 실시

주요 지원 기관

GS리테일은 다양한 지역사회 기관과의 협력을 통해 지속가능한 지역사회 발전에 기여하고 있으며, 지원 금액과 수혜 인원 등을 고려하여 주요 협력기관을 선정하고 관리합니다.

희망친구 기아대책	누적 실적 (2005년~2024년)
취약계층 아동 대상, 문화 정서 및 식사지원 사업	금액 수혜 인원/기업 67.4억 원 17,791명
언더독스	누적 실적 (2018년~2024년)
환경 소셜벤처 양성을 위한 유망한 예비 창업팀을 발굴 및 단계별 맞춤형 성장 지원	금액 수혜 인원/기업 17.7억 원 65개
환경재단	누적 (2019년~2024년)
실천가능한 ESG 활동 영상 콘텐츠 제작 및 지원	금액 수혜 인원/기업 19.6억 원 460명
서울시소방재단본부	누적 실적 (2015년~2024년)
물품소방관 희망나눔 달력을 제작하여 후원 및 판매 수익 전액 기부	금액 수혜 인원/기업 11억 원 271명
굿네이버스	누적 실적 (2022년~2024년)
GS25 아동안전지킴이집 운영, 저소득/학대아동의 심리상담과 정서 지원	금액 수혜 인원/기업 1.7억 3,682명

주요 사회공헌 활동

GS리테일은 환경, 미래세대, 지역사회, 임직원 참여로 주요 사회공헌 추진 부문을 세분화하였으며, 각 부문에서 매 해 지역사회에 유의미하게 기여할 수 있는 사회공헌 활동을 시행합니다. 이에 주요 이해관계자와 소통할 수 있는 다양한 사회공헌 활동을 추진하고 있습니다.

주요 활동	설명
환경	
업사이클링 친구 캠페인	기부물품 업사이클링 및 환경키트 제작 기부
에코크리에이터	환경 테마 영상 미디어 콘텐츠 제작 지원
에코소셜임팩트	에코 제조 분야의 소셜벤처 발굴 성장 지원
미래세대	
다독임	다문화 아동 지원
무지개상자	음악을 통한 아동 정서 지원
리얼러브 장학금	영등포구 저소득가정 청소년 지원
러브러브펀드	임직원과 회사가 함께하는 소외계층 아동 식사 지원
곰나무 아동지킴이	학대피해 아동 정서/심리 지원
나눔키트	한부모, 조손가정 물품키트 지원
지역사회	
물품기부 바자회	물품기부 및 바자회로 지역사회 소외계층 지원
긴급 재해재난 지원	자연재해 피해 지역 주민 대상 긴급 재해재난 지원 활동 전개
장애인 인식개선 사업	시각장애인의 인식개선을 위한 교육 콘텐츠 제작 및 제공
임직원 참여	
GS나눔미	임직원 봉사활동
헌혈캠페인	헌혈, 헌혈증 기부
숨은나눔천사	임직원, 경영주 등의 선행 활동 홍보 및 자긍심 제고

지역사회 기여

전략

주요 성과



업사이클링 친구 캠페인

GS리테일 임직원 및 고객이 직접 물품을 기부하면 업사이클링 환경교육키트로 제작하여 취약계층 아동에게 전달하는 ‘친환경으로 지구 구하기’ 캠페인을 진행하고 있습니다.

2024년 GS리테일은 총 1,704명으로부터 46,789개의 물품을 기부 받아 331명의 아동에게 환경교육 자료를 전달하였습니다. 이를 통해 소나무 967그루를 심은 효과를 창출했습니다.

기부물품 46,789개

저감 탄소량 33,328 kgCO₂e



에코크리에이터

환경재단과 협업하여 영상미디어 콘텐츠 분야의 ESG 활동을 실천하고 청소년 및 일반 시민들의 환경 영상 제작 지원을 위해 멘토링, 전문가 강연 등 다양한 기회를 제공하고 있습니다.

2020년 부터 현재까지 18억을 지원하여 460명의 에코 크리에이터를 양성하였으며, 10만 명 이상의 지역사회 시민과 친환경 캠페인을 진행해 환경부 우수환경 프로그램으로도 지정되었습니다. 또한 서울시교육청과 연계한 전국 17개 시·도교육청에 환경교육을 진행하였고 서대문 자연사박물관 외 지역사회 환경활동에도 기여하였습니다.

누적 실적 (2020년~2024년)

양성 에코 크리에이터 460명

우수 환경영화 제작 180점



에코소셜임팩트

지속 가능한 에코제조 분야의 소셜벤처를 양성하기 위해 창업팀을 발굴하고 사업화를 위한 맞춤 성장을 지원하고 있습니다.

2018년부터 현재까지 20억 5천만원을 기부하고 65개의 5년 미만 창업기업에 맞춤형 창업교육, 시제품 제작 지원금, GS리테일 임직원 및 전문가 멘토링 코칭 등을 제공하여 소규모 에코 제조 기업의 브랜드 정체성 확립, 판로 확대 및 라인업 확장에 기여하였습니다. 또한 참여기업간 협업과 네트워킹, 멘토링 지원과 상품평평회 등을 통해 차별화된 GS리테일의 연계형 인큐베이팅 및 유통 판로의 개척을 지원하고 있습니다.

누적 실적 (2018년~2024년)

수혜 기업 65개

신상품 런칭 284개



지역사회 기여

전략

주요 성과



다독임

다독임 사업은 다문화 시대를 맞이하여 2024년부터 시작한 다문화 가정의 교육문화활동 지원사업입니다. 한국 문화에 대한 이해와 언어발달 및 한글 문해력이 증진될 수 있도록 동화책을 녹음하여 들을 수 있는 오디오북 담뱃이를 12개 지역아동센터와 12개 가정에 전달하였고, 100여명의 아동들과 임직원이 함께하는 동식물 체험, 요리활동, 박물관 관람 등의 체험형 활동을 서울, 부산, 대구 등 5개 지역에서 함께하며 다양성이 존중되는 의미 있는 활동을 진행하였습니다. 또한 FC서울 스카이박스 경기 관람, 연극관람, 스포츠 활동으로 다양한 문화적 경험을 제공하고 있습니다.



긴급 재해재난 지원



GS리테일은 자연재해에 피해를 입은 지역 주민을 대상으로 긴급 재해재난 지원 활동을 전개합니다. 재해 시 생필품 지원을 매년 진행하고 있으며, 2024년에는 전북 익산시 수해 피해 이재민에게 지원 활동을 실시하였습니다.



무지개상자

올해로 20주년을 맞이한 무지개상자는 아동문화 정서지원 사업입니다. 음악을 통한 정서적 지지를 제공하고, 재능 발굴, 문화예술 체험의 기회를 제공하고 있으며 2024년 까지 누적 744개 센터, 약 13,000명의 취약계층 아동들에게 교육 및 문화 격차 해소, 음악전공생의 진로 개발 등 다양한 성장의 기회를 지원하였습니다.



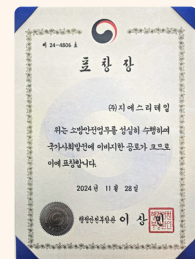
러브러브펀드

러브러브펀드는 충분한 영양섭취에 어려움을 겪는 취약계층 아동들에게 신선한 먹거리와 과일 등 '든든한 한 끼'를 지원하는 프로그램입니다. 임직원과 회사가 매칭 그랜트 후원을 통해 사내의 기부 문화를 형성합니다. 또한 지역아동센터와 연계하여 기초생활수급가정 및 야간 돌봄을 이용하는 아동들과 만나 든든한 식사를 바탕으로 장차 건강하게 성장할 수 있도록 지원하고 있습니다.



우리동네소방서

GS리테일은 24시간 운영되는 편의점의 특성을 기반으로 소방청과 MOU를 체결하고 전국 점포에 소화기 등 화재 진압용품을 비치하여 화재 발생 시 공유 소화기를 활용해 화재 조기 진압에 기여하고 있습니다. 전국 곳곳의 GS25는 초기 화재 대응 플랫폼으로 기능하며, 우리 사회의 안전망 허브 역할을 수행하고 있습니다. 더욱이 주택에서의 화재 위험이 높아지는 설·추석 명절 기간에는 계산대 화면과 점포내 홍보용 모니터에 주택용 소방시설 의무설치를 홍보하여 화재 사고를 예방하기 위해 노력하였습니다. GS25 베스트 판매 PB상품 패키지에도 '차량용 소화기 비치 의무화' 이미지를 삽입하여 전국민 대상 인식 개선에 동참하였습니다. 이러한 노력을 인정받아, 2024년 11월에는 행정안전부장관 표창을 수상하였습니다. 이외에도 전국 188개 점포에 자동심장충격기(AED)를 설치하였고, '우리동네GS'앱에서 설치 매장 검색 기능을 제공하며, 심폐소생술 교육을 수료한 점포 근무자를 GS안전지킴이로 임명해 심정지 등의 긴급 환자가 발생한 상황에서도 신속하게 대처할 수 있도록 지원하고 있습니다.



지역사회 기여

전략

주요 성과

GS리테일은 '상생나눔플랫폼' 제도를 바탕으로 사회 취약 계층의 자립을 돕는 '지속 가능한 상생협력 모델'을 제시하고 기업의 사회공헌 역할 및 책임을 다하고자 합니다. 지자체 및 공공기관과의 협력을 바탕으로, 안정적 수익 창출과 사회적 가치 창출을 동시에 달성할 수 있도록 앞으로도 상생나눔플랫폼 점포를 확대해갈 예정입니다.

109점

"내일스토어"는 지역 사회 취약계층을 채용하여 운영하는 점포로, 자활사업에 참여하고 있는 주민 중 근무 희망자를 선정하여 점포 창업 등의 자립 활동을 제공하는 사회공헌형 편의점입니다.

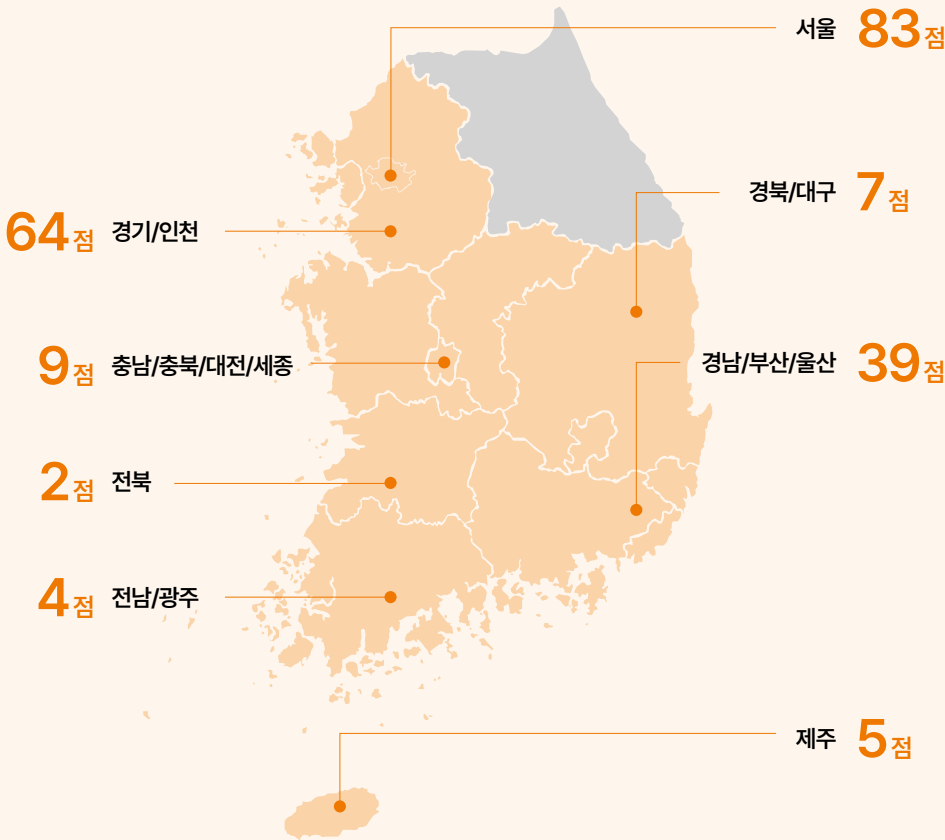
28점

"자활기업"은 내일스토어에서 자활 참여를 경험한 후, 자립에 성공한 근무자가 직접 창업한 점포를 의미합니다.

6점

"늘봄스토어"는 직업재활이 필요한 장애인에게 편의점 매장 관리 전반에 대한 교육을 제공하여 취업 기회와 자립을 지원하는 직업 훈련형 편의점입니다.

"늘봄 창업지원제도"는 GS리테일이 대한장애인 체육회와 협력하여 장애인 선수들의 창업 장벽을 낮추고 은퇴 선수의 제2의 인생을 지원하는 제도입니다.



66점

"시니어스토어"는 어르신들의 일자리 창출을 목표로 편의점 매장 운영 수익을 통해 어르신들의 인건비와 사업 운영비로 활용하는 민간형 노인 일자리 사업입니다.

3점

"청년드림스토어"는 GS리테일과 한국자활복지 개발원이 협력하여 자활이 필요한 만 39세 이하 청년들에게 편의점 및 수퍼 창업 기회를 제공함으로써 일자리 창출과 경제적 자립을 지원하는 사업입니다.

1점

"해피스토어"는 자립준비가 필요한 청년이 사회로 원활히 진출할 수 있도록 직업 교육과 실무 기회를 제공합니다.

지역사회 기여

전략

지역경제

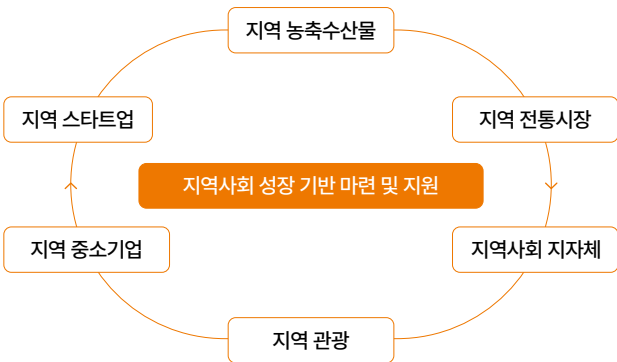
지역사회 참여 정책

GS리테일은 지역사회 참여 정책을 제정하고, 유통업의 특성을 살린 다양한 판로 지원 활동을 통해 상생의 문화를 구축해 나가고 있습니다.

지역사회 참여정책

추진 방향

GS리테일은 지역경제 활성화 및 성장 기반 마련을 목적으로 다양한 이해관계자와 연계한 전략을 수립하고 실행하고 있습니다.



주요 성과

목표 대비 추진 실적

GS리테일은 TV 광고 효과를 활용하여 지역 강소 기업들의 상품 출시를 지원하고, 다양한 혜택과 기회를 제공하고 있습니다. 또한, 목표 및 계획 대비 추진 실적을 모니터링하여 효과적으로 관리하고 있습니다.

2024년
계획

- 연 50개 이상 지역 및 우수 중소기업, 소상공인 연계상품 런칭
- 지역 특산물 매입액 FY23 대비 7.5% 신장

2024년
실적

- 연계상품 총 57건 런칭
- 지역 특산물 매입액 FY23 대비 32.1% 신장 (FY23) 1,070억 원 → (FY24) 1,413억 원

지역 스타트업

2024년 GS리테일은 유통 산업의 혁신을 위해 6개의 스타트업을 선정하고 협업을 추진합니다.

선정된 스타트업들은 물류, 데이터 분석, 친환경 솔루션, AI 기술 등 다양한 분야에서 활동 중이며, GS리테일은 이들과의 협력을 통해 사업 경쟁력을 강화하고 신규 서비스 개발을 모색할 계획입니다.



지역 관광

2024년 GS리테일은 제주도, 울릉도, 순천/여수, 화순, 담양, 제천, 화천, 태백 등 국내 여행 상품을 개발하고, 이를 홈쇼핑을 통해 방송 판매하였습니다.

TV 홈쇼핑은 광고 효과와 함께 지역 관광지를 소비자에게 알리는 간접 홍보 역할도 수행합니다. 또한, 지역 농협 및 전통시장과 연계하여 축제, 먹거리, 체험 프로그램, 시장 방문 등을 포함한 다양한 관광 코스를 기획하며 지역 경제 활성화에 기여하고 있습니다.

전남창조경제혁신센터와 10년 동행

GS SHOP과 전남창조경제혁신센터와의 2015년부터 2024년까지 10년 협업을 통해 여행상품 130억 원, 전남 기업 우수 상품 판매 700억 원 등 총 약 830억 원의 경제 효과를 창출했습니다. 또한, 전라남도 13개 지자체와 70여 개 여행상품을 개발하고, 2천 개 이상의 기업과 100개의 전남 기업 우수 상품을 발굴하고 홈쇼핑 방송을 통해 소개하였습니다.

지역 농축수산물

GS리테일은 채소, 과일 축산 및 수산 등 각지역별 특산물을 조달하여 지역경제 활성화에 기여할 뿐 아니라, 다양한 소비자에게 상품의 접근성을 제고하기 위한 노력을 지속하고 있습니다. 2024년에는 충청남도, 전라남도, 경상남도, 제주도 등 여러 지역에서의 농축수산물 산지 직거래를 확대하고 있으며, 이를 통해 GS THE FRESH 특산물 매입 금액은 전기 대비 약 9% 증가 하였습니다. 또한, 경북 청송 사과 산지의 안정적 물동 운영을 지원하기 위해 40억 원의 선매입을 진행하였습니다.

구분	주요 조달 품목
채소	상추, 깻잎, 부추, 고구마, 대파 등
과일	수박, 사과, 배, 매실, 무화과, 밀감 등
축산	한우, 돈육, 계란, 오리 등
수산	전복, 꽃게, 굴비, 김, 갈치 등
가공일상	PB 상품 등

지역사회 지자체

GS리테일은 건전한 기부문화 조성과 지역 경제 활성화에 기여하기 위해 '고향사랑기부제' 참여를 지원하고 있습니다.

전용 모바일 애플리케이션 '우리동네GS'를 통해 이용자가 자신의 고향 지자체에 기부할 수 있도록 안내하고 있으며, 기부금은 해당 지자체의 주민 복지 증진과 지역 경제 활성화에 활용됩니다.

지역 중소기업

GS리테일은 방송 지원, 해외 수출 지원 등 다양한 중소기업의 판로 개척을 위한 지원 활동을 전개합니다.

지역사회 기여

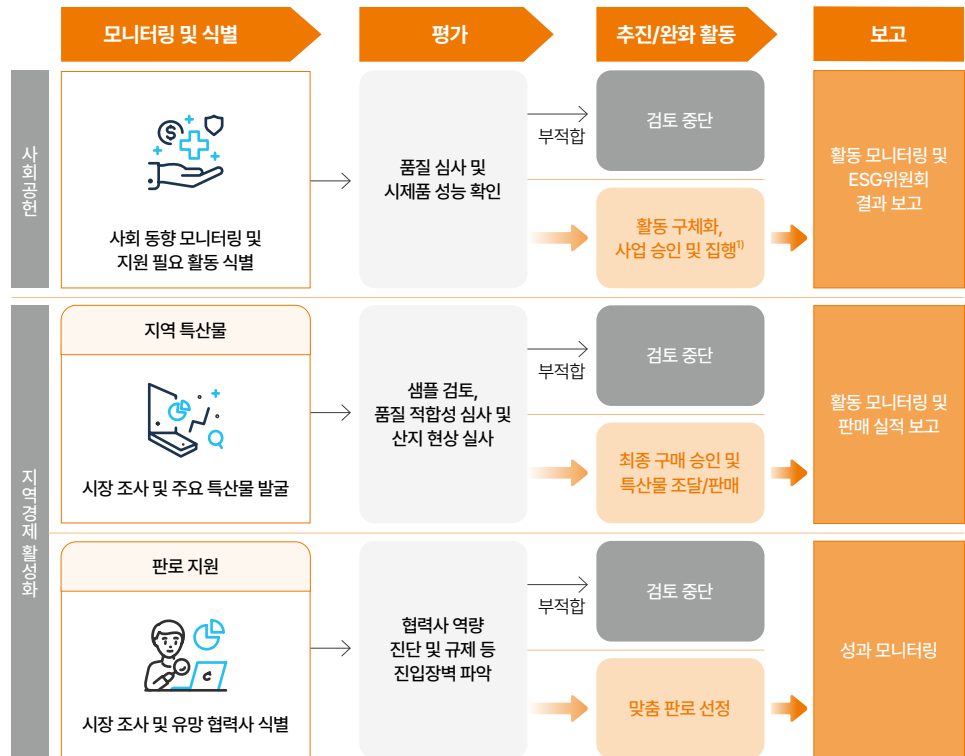
위험 관리

관리 프로세스

GS리테일은 국내·외에서 수행하는 지역사회 기여 활동과 지역경제 활성화 사업을 합리적인 기준과 절차에 따라 진행하고 있으며, 이를 통해 고객만족은 물론 지역사회와의 동반 성장을 추진합니다.

기부 활동과 사회공헌 활동은 활동의 자선성과 공익성 등을 검토하여 사업 추진 여부를 결정하고, 기부금액이 3억 원을 초과하는 경우 ESG위원회의 승인을 득하여 진행합니다.

지역경제 활성화를 위해 지역의 특산물을 조달하고 있으며, 조달 전 철저한 품질검사를 수행하고 필요시 산지 현장 실사 등을 진행해 상품의 안전성 등을 확보합니다. 또한 지역경제를 움직이는 중소기업 협력사의 성장을 도모하기 위해 내부 관리 프로세스에 따라 판로 확대를 지원합니다.



1) 연간 집행 금액이 3억 원을 초과하는 사업의 경우 ESG위원회의 승인을 득하고, 3억 원 이하일 경우 사회공헌심의위원회에서 승인 및 집행함

지표 및 목표

관리 지표

GS리테일은 당사의 지역사회 기여 성과를 확인할 수 있는 실질적인 지표 및 실적을 매년 관리 및 모니터링하고 있습니다.

기부 금액	봉사인원
2024년 실적 51.5억 원	2024년 실적 4,725명
수퍼 특산물 구매액	상생나눔플랫폼 운영 스토어
2024년 실적 141,348 백만 원	2024년 실적 213개

중장기 목표

GS리테일은 지역사회와의 지속 가능한 동반 성장을 실현하기 위해 중장기 전략을 수립하고 체계적으로 운영하고 있습니다. 또한, 지역사회 발전에 실질적으로 기여할 수 있는 다양한 방안을 모색하며, 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 적극적으로 노력하고 있습니다.

	2025년(단기)	2026년(중기)	2027년(장기)
핵심목표	• 지역사회 이슈 관련 공동해결 노력	• 지역사회 밀착형 기여활동 확대	• 지역사회와 함께 사회적가치 확산
지역사회 지원	• 지역사회 이슈 관련 선제적 사회공헌 사업 전개 • 지역사회 재해재난 관련 긴급 구호 확대 • 상생나눔플랫폼 점포 운영 220개 이상	• 지역 밀착형 사회공헌활동 발굴 • 지역사회 사회공헌 수혜자 10%이상 확대	• GS나누미를 통한 사회복지기관 봉사 및 환경정화 등 지역 밀착형 공헌활동 지속 • 정부 협업을 통한 지역사회 가치 발굴 • 지역사회 사회공헌 수혜자 '25년 대비 15%이상 확대
지역경제 활성화	• 지역연계 여행상품 연 6개 이상 발굴 • 지역 농수산물 원물 또는 가공상품 연 20개 이상 발굴 운영	• 지역 관광상품/지역 특산물 가공 식품 TV연계판매로 홍보효과를 통한 간접지원 확대	• 전통시장, 중소기업, 관광·체험, 농수축산물, 스타트업, 지자체 등 지역 경제를 위한 6개 분야 지속 지원

컴플라이언스

거버넌스

GS리테일은 대표이사를 중심으로 체계적인 컴플라이언스 거버넌스를 운영하고 있습니다. 최고 의사결정 기구로 이사회 및 이사회 내 ESG위원회를 두고 있으며, 준법지원인 및 컴플라이언스 책임자가 이를 지원하고 있습니다. 컴플라이언스 관리 체계는 주관부서인 컴플라이언스팀과 CP(Compliance Program) 부서로 구성되어 있으며, 각 부서는 내부 통제 및 준법 감시 기능을 수행하고 있습니다. 또한, 최고경영진 협의체인 컴플라이언스 운영협의회를 통해 주요 정책과 규제 준수 사항을 점검하고 있으며, 사내 조직 전반에 준법 문화를 정착시키기 위해 협력하고 있습니다. 컴플라이언스팀이 주관하여 플랫폼BU, 홈쇼핑BU 등 각 사업 부문의 실무 부서장과 법규 준수 방안을 사전 협의하는 분과별 실무협의체를 운영하고 있으며, 이를 통해 사업 특성을 반영한 준법 감시 및 내부 통제 체계를 강화하고 있습니다.

전략

GS리테일은 법규 준수/위반과 공정거래 관행이 환경과 사회에 미칠 수 있는 영향과 회사 재무에 미칠 수 있는 영향을 분석합니다.

환경사회 영향

구분		내용	발생가능성	심각성
법규 준수/위반	부정	법적 요구사항 미준수 시 사회적 불평등 확산	●●○	●●●
공정거래 관행	부정	불공정 거래 발생 시 시장 불균형 심화	●●○	●●●

재무적 영향

구분		내용	발생시점 ¹⁾	심각성
법규 준수/위반	리스크	법적 비용 증가 및 과징금 부과	단기	●●●
공정거래 관행	리스크	공정위 제재 및 평판 하락으로 인한 매출 감소	단기	●●○

1) 단기: 3년 이내, 중기: 3~5년, 장기: 5년 이후

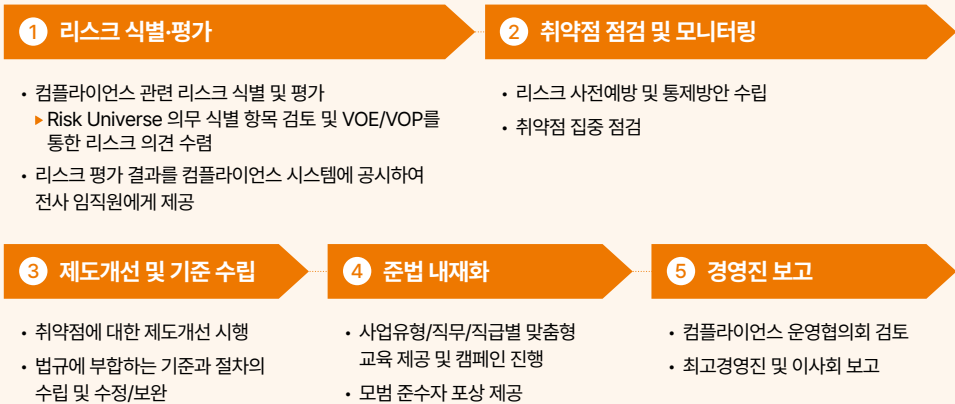
대응 활동

GS리테일은 사업 과정에서 발생할 수 있는 다양한 컴플라이언스 이슈에 효과적으로 대응하고 준법 경영을 실천하기 위해 다양한 관리 활동을 전개하고 있습니다.

📌 제도경영 지침

위험 관리

GS리테일은 효과적인 위험 관리 프로세스를 운영하며 리스크 식별, 완화, 모니터링 활동을 수행하고 있습니다. 리스크 식별을 통해 사업 운영 전반에서 발생할 수 있는 잠재적 위험 요소를 분석하고, 이를 기반으로 대응 전략을 수립합니다. 이후 리스크 완화 단계를 거쳐 내부 통제 및 정책 개선 등의 조치를 시행하여 리스크 영향을 최소화하고, 리스크 모니터링을 통해 지속적인 점검과 보완을 진행하며, 변화하는 환경에 신속하게 대응할 수 있도록 관리하고 있습니다.



지표 및 목표

GS리테일은 컴플라이언스 관련 세부 지표와 목표를 설정하고 이를 관리하여 보다 체계적인 준법경영을 추진하기 위해 노력하고 있습니다.

- 리스크 식별, 취약점 점검 및 제도/기준 개선 사례
- 임직원 준법 교육
- 부패 사건 및 반경쟁행위로 인한 법적 조치 건

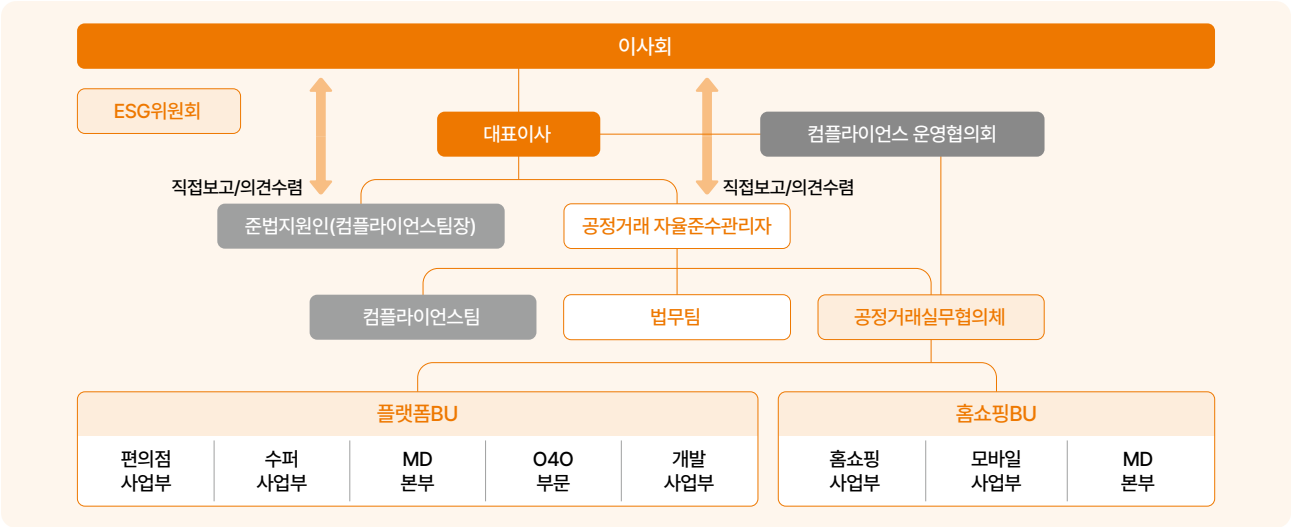
MATERIAL TOPICS

- 친환경 제품 및 서비스
- 건강하고 책임있는 상품 및 서비스
- 지역사회 기여

컴플라이언스

컴플라이언스

거버넌스



감독 기구

이사회는 회사의 주요 의사결정 사항을 심의하고 경영진의 직무 집행을 감독하는 최고 의사결정 기구입니다. 컴플라이언스 운영협의회는 대표이사를 의장으로 상임위원과 비상임위원으로 구성되며, 하위에 실무 부서장 및 사무국 주관부서로 구성된 분과별 실무협의체를 운영하고 있습니다.

관리감독 사항

GS리테일은 2024년 ESG위원회회의 개최 중, 준법점검 결과와 계획 및 자율준수프로그램 운영실적 보고를 목적으로 두 차례의 보고 안건을 논의하였습니다.

개최일자	의안내용
2024.03.05	보고 사항 -2023년 하반기 준법 점검 결과 및 2024년 계획 보고 -2023년 하반기 자율준수프로그램 운영실적 보고
2024.08.08	보고 사항 -2024년 상반기 준법 점검 결과 보고 -2024년 상반기 자율준수프로그램 운영실적 보고

경영진 역할

최고경영진과 이사회는 연간 4회 분기별 개최되는 컴플라이언스 운영협의회를 통해 컴플라이언스 취약점 발견사항, 제도개선 계획 및 결과를 검토하고 있습니다. 자율준수 프로그램 운영 결과 및 준법점검 결과는 이사회에 보고되는 안건에 포함되며 컴플라이언스 리스크를 모니터링하고 조직 내에서 준법경영이 선순환 구조로 작동할 수 있도록 노력하고 있습니다. 아울러, 조직 책임자의 정도경영 실천과 윤리규범에 대한 관심을 고취시키고 실천을 담보하기 위해 전체 리더평가에 정도경영 항목을 반영하고 있으며, 앞으로도 컴플라이언스 시스템의 운영 효과성을 정기적으로 점검할 계획입니다.

보상 연계

GS리테일은 리더 핵심성과지표(KPI, Key Performance Indicator)에 정도경영 항목을 5% 반영하여 보상에 연계하고 있으며, 이를 통해 조직 전반에 걸쳐 컴플라이언스 내재화를 추진합니다.

전담 조직

컴플라이언스 운영협의회 및 분과별 실무협의체

GS리테일은 2024년부터 준법경영의 효과적인 실행과 운영을 위해 컴플라이언스 운영협의회를 운영하고 있습니다. 컴플라이언스 운영협의회는 회사의 준법경영에 대한 의지로서, 컴플라이언스팀이 정기적으로 준법 관련 이슈를 최고경영진에게 보고하는 최고경영진 협의체입니다.

또한, 컴플라이언스 운영협의회회의 하위에 공정거래 및 규제대응, 개인정보, 식품안전, 정도경영, 인사노무, 산업안전, 재무/회계 등 7개 주제별 분과별 실무협의체를 설치하여 준법 관련 이슈가 높은 사안에 대해 월 1회 이상 협의하고 있습니다.

2024년에는 공정거래 및 규제대응 주제와 관련하여 공정위 판촉행사 가이드라인, 단위가격 표시 오류, 부당한 할인판매 표시, 주류광고 표시 의무 준수 등을 주제로 개선 방안에 대한 논의가 이루어졌습니다.

아울러, 유관부서와의 상시 협의 채널을 통해 현장 중심의 이슈를 발굴하고 관련 법령 개정사항과 규제동향을 공유하고 있습니다.



컴플라이언스

전략

추진 방향

자율준수 프로그램

GS리테일은 상호 신뢰와 협력으로 공동 발전을 추구하기 위해 자율적으로 공정거래를 실천하고 있습니다. 투명한 거래 질서를 확립하고 공정거래 문화를 정착시키기 위해 자율준수프로그램을 운영하고 있습니다.

CP기준과 절차 마련 및 시행	전사 구성원 대상 공정거래 관련 법규 준수를 위한 업무기준 및 절차 제공
최고경영자의 자율준수 의지 및 지원	회사 내 전 구성원, 고객, 이해관계자가 접근 가능하도록 자율준수의지를 최고경영자가 공개적으로 표명하며 CP운영을 적극 지원
CP의 운영을 담당하는 자율준수관리자 임명	이사회 등 최고 의사결정기구에서 조직 내 자율준수관리자 임명, CP운영에 대한 책임 및 권한의 부여
자율준수편람의 제작·활용	- 구성원이 쉽게 이해하고 실천할 수 있는 공정거래 관련 법규 및 CP 기준과 절차가 포함된 자율준수편람 제작 - 배포(E-book 형태 포함) 및 구성원의 적극적 활용
지속적이고 체계적인 자율준수교육 실시	공정거래 관련법규 준수 사항 등에 대하여 최고 경영자를 포함한 전 구성원 대상의 정기교육 실시
내부감사체계 구축	- 내부감사체계를 통한 취약점 식별 - 제도개선을 통한 투명한 공정거래 환경 구축
공정거래 관련 법규 위반 임직원에 대한 제재	- 공정거래 관련 법규 위반의 정도에 상응하는 제재 조치를 규정한 사규 운영 - 공정거래법규 위반 발견 시 적극 대응 및 예방활동 전개
효과성 평가와 개선조치	- CP의 기준, 절차 및 운용 등에 대한 점검과 평가 실시 - 제도개선 조치 시행

주요 성과

목표 대비 추진 실적

GS리테일은 기업 경영의 모든 영역에서 발생할 수 있는 리스크를 체계적으로 관리하기 위해 목표 수립과 실적 관리를 철저히 시행하고 있습니다. 특히 컴플라이언스 영역에서는 법적 위험 관리, 모니터링, 제도 개선, 준법교육 등의 분야별로 명확한 목표를 설정하고 이에 대한 추진 실적을 정기적으로 점검함으로써 준법경영의 수준을 지속적으로 높여가고 있습니다.

	2024년 계획	2024년 실적
법적 위험 식별 및 평가	- Risk Universe (의무 식별항목) - Risk 청취(VOE/VOP)	- 컴플라이언스 시스템 신설 64개 법령에 1,016개 식별 및 평가 결과 임직원 대상 공유 - 전사 MD 직군 대상 준법 자율점검 (PBU 155명, HBU 226명)
취약점 점검 및 모니터링	- 자율점검 및 식별 Risk 평가 - 고위험 Risk 부서 모니터링 - 계열사 거래활동 점검	- 컴플라이언스 운영협의회, 분과별 실무협의체 설립 및 운영 - HBU MD 대상 리스크 점검활동 확대 - 온라인 주류광고 시 준수사항 점검 및 모니터링
제도개선 및 기준 수립	- 취약점 제도 개선 - 준법기준 수립 - 컴플라이언스 운영 - 협의회 운영	- 불공정제도 개선 9건, 표준계약서 제개정 11종 - PBU OFC 상황별 대응가이드 수립 - HBU 방송지원인력 대상 제도 개선
준법교육 및 내재화	- 컴플라이언스 교육 진행 - 컴플라이언스 확산 캠페인 진행 - 사내규정 체계화	- 사업유형/직무/직급별 준법교육 실시 및 효과성 평가 - 준법 문화 확산을 위한 CEO 리더 정례화, 컴플라이언스 준법 뉴스레터, 컴플라이언스 공정거래 가치전파 메시지 신설 및 실행 - 자율준수편람 전면 개정 - CP 가이드북 공정거래법 2종(MD/계약담당자), 대규모유통업법 3종(편의점/수퍼/홈쇼핑) 제정 및 배포

컴플라이언스

전략

주요 성과

공정거래 교육

GS리테일은 임직원의 공정거래에 대한 이해도를 제고하기 위해 연간 계획과 준법통제기준에 따른 정기 준법교육, 직무 배치 전 준법교육, 고 리스크 부서 대상 특별 준법교육을 운영합니다. 2024년에는 온라인 교육영상 및 카드뉴스 등 다양한 콘텐츠를 제작·활용하여 온라인 콘텐츠 교육 총 7회, 오프라인 교육 총 20회 공정거래 교육을 실시하고, 공정거래 교육 계획 및 결과는 반기 1회 이상 이사회에 보고하여 공정거래 문화 조성을 위해 노력합니다.

2024년 공정거래 교육 현황

구분	내용	대상
정기교육	컴플라이언스 일반론, 공정거래법 교육	전사
	표시광고법 교육	전사MD, 마케팅, 쿼커머스 등
	하도급법 교육	전사MD 등
	대규모유통업법 교육	전사 MD
	전자상거래법 교육	HBU MD, 쿼커머스 등
	가맹사업법 교육	OFC, RFC
임원교육	전사 임원 공정거래 교육	전사 임원
직무 전 배치 교육	PBU, HBU, 전사 신입 준법교육	신입사원
직무교육	PBU MD기본 및 향상과정	MD 1년차 미만
	PBU MD 공통과정	PBU MD 및 지원
	PBU MD 신입 리더 교육	PBU 신입MD리더
	PBU MD 리더 공통과정	PBU MD 리더
	HBU 상반기 준법교육 과정	HBU MD

CP 가이드북 제정 및 배포

GS리테일은 임직원의 업무 수행 시 공정거래 관계법령을 철저히 준수할 수 있도록 직무 맞춤형 공정거래 CP가이드북을 새로 제정하여 배포하였습니다.

CP가이드북은 편의점, 수퍼, 홈쇼핑 등 각 사업부에서 임직원들이 반드시 숙지해야 할 공정거래법, 대규모유통업법, 가맹사업법 등의 내용을 수록하고 있습니다. 특히 정기 교육과 거래 단계별 Do & Don't 콘텐츠 등을 제공하여 업무 수행 과정에서 발생할 수 있는 법규 위반 리스크에 대한 인식을 제고하였습니다.

효과성 평가

GS리테일은 업계 특성상 공정거래 관련 컴플라이언스 리스크를 주요 위협으로 식별하고, 이를 방지하기 위해 고도화된 관리체계를 운영하고 있습니다. 2024년에는 컴플라이언스 운영협의회를 신규 설립하고, 월 1회 이상 분과별 실무협의체를 통해 준법 관련 이슈가 높은 사안에 대해 점검하고 개선하기 위해 노력하고 있습니다. 또한, CP 가이드북을 배포하고 자율준수편람을 개정하여 전국 사업장에 활용법을 배포하였습니다. 이러한 노력의 결과로 2023년에는 공정거래위원회로부터 1건의 과징금 부과가 발생하였으나, 2024년에는 공정거래위원회로부터 과징금을 부과받은 제재 내역이 없습니다.

공정거래위원회 과징금 부과

1건



0건

취약점 점검 및 모니터링

- MD대상 대규모유통업법 준수 점검
- 계열사 거래활동 점검
- 다크패턴 관련 점검
- MD대상 리스크 자가점검
- 협력사 대상 공정거래 현황 설문
- 온라인 주류광고 가이드 준수 점검

제도개선

- 홈쇼핑 적립금 프로세스 개선
- 파견사원 약정 제도 개선
- 홈쇼핑 방송 게스트 약정 프로세스 개선
- 편의점 구독서비스 약관 개선
- OFC대상 상황별 대응가이드 수립
- 편의점 미송금 프로세스 개선
- 수퍼 단위가격 및 할인판매 표시 개선

기준수립

- 각종 표준계약 제·개정
- 컴플라이언스 운영기준 제정
- 준법경영방침 제정
- 공정거래 자율준수 프로그램 운영기준 개정
- 컴플라이언스 교육지침 제정
- 컴플라이언스 리스크 평가지침 제정
- 자율준수편람 개정
- 공정거래업무기준 개정

컴플라이언스

위험 관리

공정거래 체제

GS리테일은 대표이사를 중심으로 전 임직원과 파트너사가 참여하는 공정거래 체제를 구축하여 지속가능한 성장을 추진하고 있습니다. 대표이사의 공정거래 실천 의지 및 방침을 표명하고 있으며, 명확한 규정과 전담 조직도 함께 운영하고 있습니다. 앞으로도 공정거래 4대 가이드라인 및 공정거래 업무기준을 준수하고, 자율준수편람 개정 및 정기적인 준법교육을 실시할 계획입니다.

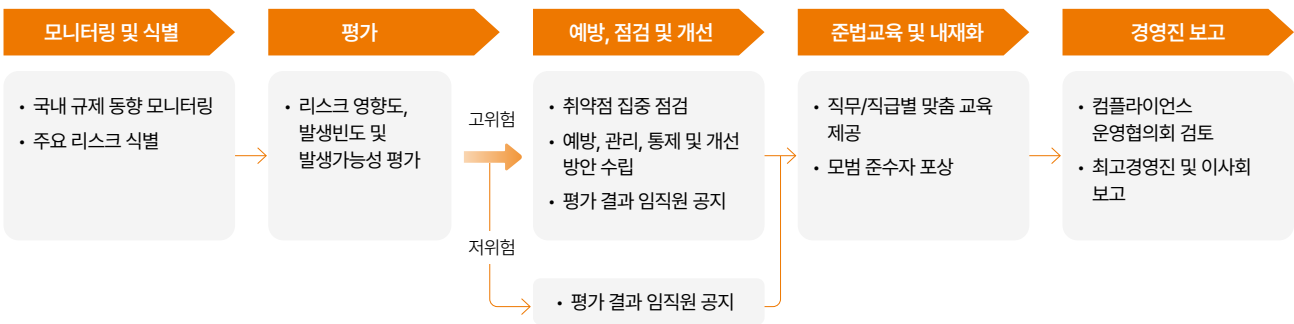
자율준수편람

내부통제시스템

GS리테일은 컴플라이언스 리스크 예방을 위해 주요한 재무계정이나 주요 경영 활동에 대한 이상 징후를 발견하는 알부투스(상시모니터링 시스템)를 운영하고 있습니다. 또한, 조직 책임자의 정도경영 실천과 윤리규범에 대한 관심을 고취시키고 실천을 담보하기 위해 전체 리더평가에 정도경영 항목을 반영하고 있습니다. 앞으로도 회사의 주요 의사결정과 행동에 있어 최우선 기본 가치로 정도경영을 두고 윤리적인 환경을 만들어 나가고자 합니다.

관리 프로세스

GS리테일은 고객과의 신뢰를 제고하고 지속가능한 경쟁력을 확보하기 위해 준법경영 시스템을 강화하여 법적 리스크 모니터링 및 식별, 평가, 사전 예방 및 취약점 점검, 제도 개선 및 기준 수립, 준법 내재화, 리스크 모니터링 등 5단계 프로세스를 운영하고 있습니다. 특히, 식별 단계에서 리스크의 영향도와 발생빈도, 발생가능성을 검토하여 고위험으로 분류된 리스크에 대해서는 집중 점검 및 관리 활동을 진행하고 있으며, 저위험으로 분류된 리스크에 대해서도 임직원에게 공지하며 준법 경영의 중요성을 고취시키고 있습니다.



지표 및 목표

관리 지표

GS리테일은 컴플라이언스 관련 주요 지표를 관리하며 준법경영 체계를 고도화하기 위해 노력하고 있습니다.

컴플라이언스 제도/기준 개선

2024년 실적 13건



임직원 컴플라이언스 교육

2024년 실적 27회



부패 사건 및 반경쟁행위로 인한 법적 조치 건

2024년 실적 0건



추진 목표 및 계획

GS리테일은 준법경영을 실천하기 위해 각 영역별 세부 목표와 계획을 수립해 관련 활동을 추진하고 있습니다.

구분	내용
법적 위험 식별 및 평가	· 준법 자율점검활동 정례화 · 2025년 CP 등급평가 실시
취약점 점검	· 편익점 OFC ¹⁾ /RFC ²⁾ 업무기준 점검 · 취약점에 대한 정기 집중점검 과제 선정
제도개선 및 기준 수립	· 편익점 OFC/RFC 대상 업무기준 재수립 · GS SHOP(온라인 쇼핑몰) 대상 공정거래 점검/개선활동 · Dos&Don'ts CP 가이드북 배포
준법교육 및 내재화	· 최고 경영진 대상 컴플라이언스 전문교육 확대(연 2회) · 준법 인식 개선 활동의 효과성 측정 강화 · 전사 구성원 참여 확대를 위한 준법 캠페인 다각화

1) OFC: Operation Field Counselor, 영업관리
2) RFC: Recruiting Field Counselor, 점포개발

OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS
ENVIRONMENTAL
SOCIAL
GOVERNANCE
APPENDIX

GENERAL TOPICS

56	Environmental
65	Social
89	Governance

- 환경경영 체계
- 환경경영 현황
- 녹색 물류
- 환경교육 및 캠페인

GS리테일은 종합 유통 플랫폼으로서 사업 밸류체인 전반에서 발생가능한 환경영향을 저감하여 비즈니스 및 환경을 위한 지속가능한 솔루션을 제공합니다.

기후위기 등 외부 환경변화가 사업 및 내·외부 이해관계자에게 미칠 수 있는 부정적 영향을 최소화하고, 자원 선순환 체계를 구축하여 탄소중립 실천에 기여하고자 합니다.

Approach

SEMS, 친환경 냉매를 사용한 냉장비 등을 기반으로 재생에너지 전환 및 에너지 효율화를 동시에 진행하며, 녹색 매장 확대를 추진하고 있습니다.

또한 태양광 발전 설비 도입과 출하 시스템 개선을 바탕으로 물류 과정 전반의 온실가스 배출을 최소화하였습니다.

더불어, 임직원 및 소비자를 포함한 이해관계자들이 환경경영 활동에 적극 동참할 수 있도록 사내외 교육 및 환경 캠페인을 진행하고 있습니다.



온실가스 Scope 1&2
원단위 배출량

6.6% 감축

탄소중립포인트 제도 운영을 통한

환경부 장관상
수상

친환경 매출액

6,389억 원 달성

친환경 포장재 적용률

40.0% 달성

친환경 인증 제품

248 sku 운영

ENVIRONMENTAL

OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS
ENVIRONMENTAL
환경경영 체계
환경경영 현황
녹색 물류
환경교육 및 캠페인
SOCIAL
GOVERNANCE
APPENDIX

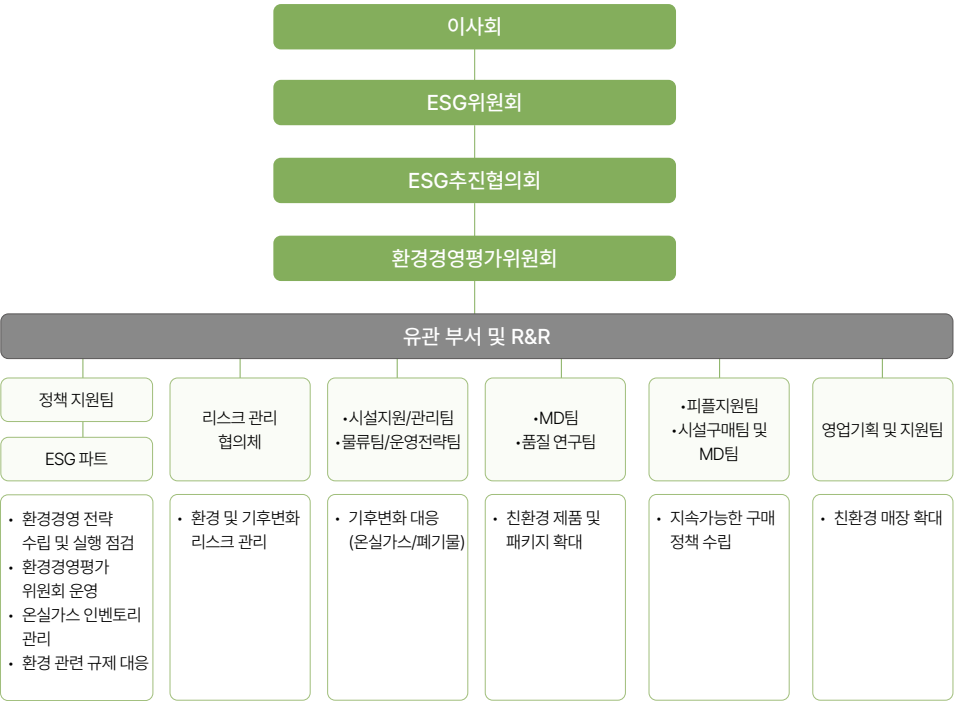
환경경영 체계

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 전사 차원의 환경경영 체계를 구축·운영하며, 환경성 성과를 체계적으로 관리하고 있습니다. 환경경영은 유관 부서로 구성된 '환경경영평가위원회'를 중심으로 운영되며, 주요 활동의 추진 현황을 주기적으로 공유합니다. 식별된 주요 안건은 CEO가 주관하는 'ESG추진협의회'에서 전략적 방향성을 중심으로 논의·검토되고, 이후 'ESG위원회'를 포함한 이사회에서 최종 승인됩니다.

이러한 체계 아래, GS리테일은 자원순환 및 폐기물 감축 활동을 확대하고 친환경 매장 운영을 통해 환경영향 저감에 힘쓰고 있습니다. 플랫폼BU는 상생협력팀과 시설지원팀을 중심으로 고객 및 경영주의 자발적인 친환경 활동 참여를 지원하며, 시설구매팀과 점포표준화팀은 편의점 및 수퍼 매장에 에너지 효율이 뛰어난 냉장비 도입을 통해 에너지 사용량을 절감하고 자원순환을 위한 여러가지 노력을 시행하고 있습니다. 또한, 홈쇼핑BU 피플지원팀은 태양광 발전 등 친환경 인프라를 구축하고 있으며, LED 월로 구성된 디지털스튜디오를 도입해 세트 전환에 따른 폐기물 발생을 줄이고 있습니다.



환경경영 방침

GS리테일은 종합 유통 플랫폼으로서, 전 이해관계자가 마주하는 밸류체인 및 경영활동 전반의 환경 영향을 파악 및 최소화하고자 노력하고 있습니다. 또한 미래 지구 환경 보존을 위해 환경경영 실천의지를 표명한 환경방침을 수립하여 운영하고 있습니다.

 환경경영 방침

지속가능한 구매방침

GS리테일은 온·오프라인을 연계하는 라이프스타일 플랫폼으로서, 소모품 구매와 원재료 유통 및 조달 과정에서의 환경영향을 저감하고자 지속가능한 구매 정책을 수립하고 이를 준수하고 있습니다.

고객, 파트너사 및 협력사 등 이해관계자가 구매 방침에 동참할 수 있도록 녹색구매 프로세스를 운영하고 있으며, 모든 구매활동에서 친환경 원재료 조달에 우선순위를 두고, 친환경 구매 및 소비에 앞장서고 있습니다.

 지속가능한 구매방침

환경경영시스템(ISO 14001)

GS리테일은 환경경영 국제표준인 ISO 14001을 획득하였습니다. 또한 내부심사원 육성을 통해 환경 관련 추진 계획 및 실행조치를 매년 점검하고 있습니다.

환경성과 평가

GS리테일은 2022년부터 C-level 임원의 성과 평가지표에 ESG 평가를 도입하였으며, 2023년부터는 부문장 이상 전 임원 대상으로 KPI의 5%를 ESG 실행 실적과 연계하였습니다. 이로써 ESG 기반의 의사결정 구조에 경영진의 참여도를 극대화하고 있으며, 평가체계를 지속 고도화하여 GS리테일의 밸류체인 및 경영활동 전반에서 ESG 실행력을 강화해 나가고자 합니다.

환경 규제 대응

GS리테일은 ESG 추진협의회 및 환경영향평가위원회를 통해 관련 규제 동향을 파악하고 대응 체계를 구축하였으며, 2024년 환경 법규 위반 사항은 없었습니다. 또한 비재무 리스크에 환경 및 기후변화 리스크를 포함하여 관련 리스크에 대응하고 있습니다.

아울러 GS리테일은 2024년부터 온실가스 목표관리제 대상 업체로 지정되어 연도별 온실가스 감축 목표 설정 및 감축 이행 계획을 작성할 예정입니다. 향후, 전사적인 온실가스 배출량 감축 추진 전략을 기반으로 적극적으로 대응에 나서고자 합니다.

환경경영 현황

실천 방안

추진방향

GS리테일은 사업 운영 시 발생하는 환경영향을 최소화하기 위해 환경부 인증을 받은 녹색매장을 운영하고, 순환경제 체계를 확립하고 있습니다. 오프라인 매장과 홈쇼핑 사옥 및 스튜디오 에너지 효율을 강화하기 위한 시설 및 장비를 도입하고, 폐기물 처리 및 자원 순환 체계를 확립하여 기업의 환경영향을 저감하기 위한 노력을 전개합니다.

녹색 매장	
편의점/수퍼	홈쇼핑
- 태양광 설비 - SEMS - 친환경 냉매 사용 냉장비 - 냉장비 스윙 도어 - 스마트 조명 - 워크인쿨러 히터 통제 - 오픈쇼케이스 에코커버	- 태양광 설비 - LED 조명 - 공조 설비 - 전기차 충전소 - 디지털 스튜디오
자원 관리	
자원순환	폐기물 감축
- Recycle Center - 매장 폐전자제품 재활용 - 폐합성수지 폐기물 재활용 - 무인공병회수기	- 마감시간 할인서비스 - 음식물쓰레기 자체처리기 - LED스크린월 설치

국내·외 환경 이니셔티브 참여

GS리테일은 BNPB 이니셔티브에 참여하며 환경부, 해양수산부 등 정부기관 및 다양한 기업들과의 정책 간담회를 통해 생물다양성 보호를 위한 실질적이고 지속 가능한 방안을 모색하고 있습니다. 또한, UNGC에 가입하고, TCFD 보고서를 정기적으로 발간하며 기업의 환경 및 사회적 책임과 투명한 정보 공개를 실천하고 있습니다.

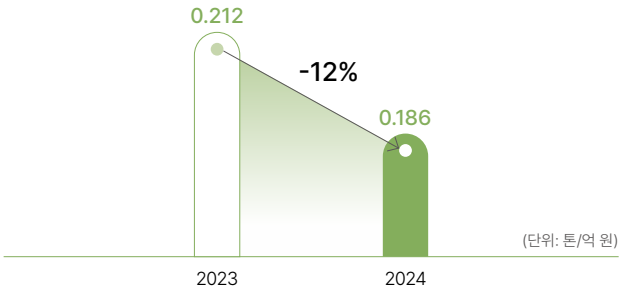
특히, 2024년에는 CDP에 참여하여 기후변화 대응 전략과 온실가스 감축 성과를 체계적으로 공개하였으며, 그 결과 Climate Change B 등급을 획득하고 CDP 탄소경영 특별상을 수상하였습니다.

폐기물 감축 목표

GS리테일은 폐기물 배출 저감을 위해 매년 폐기물 원단위 배출량을 3%씩 감축하는 것을 목표로, 2030년까지 2022년 대비 25% 감축을 중장기 목표로 수립하였습니다.

2024년에는 전년 대비 폐기물 원단위 배출량을 약 12% 감축하였으며, 앞으로도 2030년 중장기 목표 달성을 위해 폐기물 감축 방안을 지속적으로 모색하고, 효율적인 처리 활동을 전개하고자 합니다.

폐기물 원단위 배출량



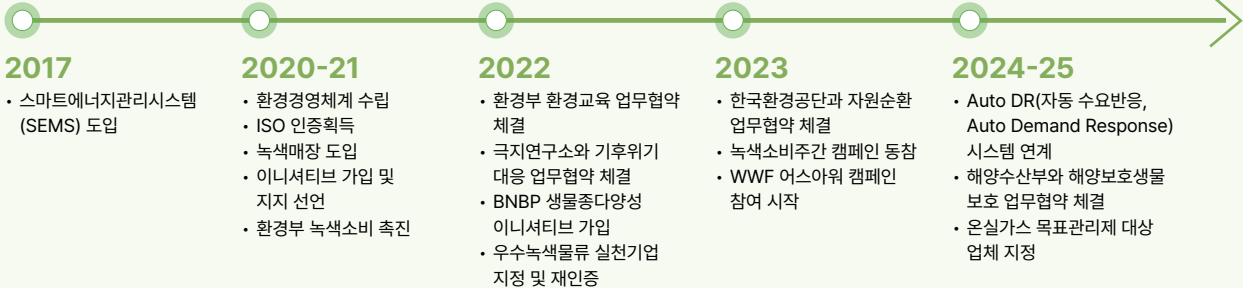
녹색매장 인증제도 참여

GS리테일은 환경영향 저감과 친환경 소비 문화 확산을 위해 환경부의 녹색매장 인증제도에 자발적으로 참여하고 있습니다. 2025년 5월 기준, 전국 16개의 점포가 환경경영, 에너지 효율 관리, 친환경 제품의 판매 및 소비자의 지속가능한 소비 유도 등 다양한 항목에서 환경부의 기준을 충족하여 녹색매장 인증을 획득하였습니다.

앞으로도 친환경 인프라를 기반으로 녹색매장 인증 점포를 지속적으로 확대하여, 온실가스 저감과 환경 보호에 기여할 계획입니다.



환경경영 히스토리



환경경영 현황

에너지 효율화

재생에너지 확대

GS리테일은 효율적인 에너지 인프라 구축을 위해 수퍼, 편의점, 홈쇼핑 등 사업장에 태양광 설비 설치를 확대하고 있으며 이를 통해 재생에너지 자체 발전량을 지속적으로 늘려가고 있습니다.

재생에너지 전환

태양광 설비

편의점 수퍼 홈쇼핑

GS THE FRESH 청주점과 진천점에 태양광 발전설비를 신규 도입하여 2024년 기준 편의점 1곳, 수퍼 3곳 등 총 4곳에서 태양광 설비를 운영 중에 있습니다.
또한, 문래동 사옥인 N타워 내 태양에너지시스템 2대를 설치 운영하여 자체적으로 전력을 생산 및 사용하고 있습니다.

2024년 태양광 발전량

(단위: kWh)



2,541.7 ● 편의점
87,661 ● 수퍼
42,303 ● 홈쇼핑



에너지 사용 절감

GS리테일은 편의점과 수퍼 매장에 지구온난화지수(GWP)가 낮은 R290 친환경 냉매를 사용하는 냉장 설비를 도입하고 있으며, 홈쇼핑 방송 스튜디오에는 LED 조명 교체 및 미디어월 전환을 추진하는 등 에너지 사용을 줄이고 환경 영향을 최소화하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

에너지 사용 저감 및 에너지 효율화

SEMS

편의점

IoT 기술 기반의 스마트 에너지 관리 시스템 활용 및 전력 사용량 관리

설치 점포 수

16,938점

쇼케이스 도어

편의점 수퍼

기존 오픈형에서 도어형으로 교체하여 전기 사용량 절감, 10개점 테스트 설치 완료

전기 사용량 절감 효과

30%

워크인쿨러 도어히터

편의점

도어히터 통제 스위치 추가 및 운영기준 개선을 통해 전기 사용량 절감

연간 전기 사용량 절감 효과

4,336kW

조명

홈쇼핑

강서타워 비상계단/부속실, N타워 주차장 차량 램프(경사로) 친환경 LED 조명 교체를 통한 에너지 절감

LED 조명 교체 수

292개¹⁾

1) 강서타워 256개, N타워 36개

전등

편의점

Auto DR(자동수요반응)제도 연계 에너지절감 실증사업 업무협약을 체결하여 스마트 조명 조도 관리

참여 점포 수

12,400여점

친환경 냉매

편의점

점포 내 친환경 R290 냉매가 적용된 수직형 냉장고/냉동고를 전환하여 에너지 절감에 기여

R290 냉매 적용 효과

3,922GWP

에코커버

편의점

야간시간대 중 오픈쇼케이스에 나이트커버를 부착, 전기사용량 감소 추진

연간 전기 사용량 절감 효과

2,447kW

공조 설비

홈쇼핑

N타워 남/여 휴게실에 개별 냉난방기설치, 기존 공조기 운행 대비 연간 12백만원 비용 절감 및 에너지 절감

에너지 절감량

전기 13,939kW / 가스 8,712m³

환경경영 현황

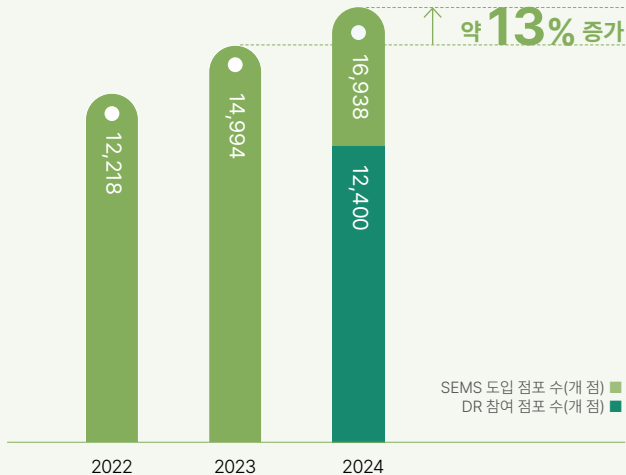
에너지 효율화

Case 01 | 스마트에너지관리시스템(SEMS)

GS리테일은 IoT 기반의 에너지 관리 시스템(SEMS)을 통해 점포 내 에너지 사용을 효율적으로 관리하고 있습니다. 2024년 기준, SEMS를 도입한 점포는 총 16,938점으로, 전년 대비 약 13% 증가하였습니다.

또한, SEMS 도입 점포 중 12,400점이 자동 수요반응(Auto DR) 시스템을 통해 점포의 냉·난방기, 조명설비 등을 자동으로 제어해 주는 방식으로 DR제도에 참여하고 있습니다. 앞으로도 GS리테일은 에너지 사용량 절감과 점포 운영 효율성 증대를 위해 지속적인 노력을 이어갈 것입니다.

SEMS 도입 현황



SEMS 활용을 통한 에너지 절약

SEMS가 제공하는 다양한 서비스를 통해 에너지 사용량을 효과적으로 저감하고 있습니다. 이를 통해 경영주들은 실질적인 비용 절감과 운영 효율성 향상을 경험하고 있습니다. 앞으로도 GS리테일의 지속가능한 경영을 실현하는 데 SEMS를 적극 활용하고자 합니다.



GS25는 전력 사용량이 높은 특정 시간대에 전력거래소의 권고에 따라 전력 사용을 절감하고, 절감량에 따라 인센티브를 지급받는 Auto DR 시스템을 도입하였습니다. 2024년 약 26백만원의 인센티브를 가맹점에 지급하여 점포 운영 효율성 및 수익성 개선과 더불어 전기 사용량 절감에 기여하였습니다.

예상 연 평균 전기 절감량
약 336 MWh

전기 장비를 본부의 메인 서버와 연동하여 원격으로 관제하고, 피크 제어 기능을 통해 냉난방기의 초과 전력 사용을 방지합니다. 또한, 냉장비 온도 이상 발생 시, 푸시 알림이 발송되어 경영주와 근무자는 스마트폰을 통해 매장의 냉난방 기기와 실내조명을 손쉽게 관리할 수 있습니다.

전력 감소량¹⁾
37,011 kWh

기상 데이터를 활용하여 발주 시스템과 연계함으로써 기상에 따른 예측 수요 변화에 맞춰 발주량을 조절하여 날씨 민감 상품의 폐기량을 최소화하고 있습니다. 또한, 날씨에 따라 간판을 자동으로 점등하는 기능을 도입하여 점포 가시성을 개선하였습니다.

1) 3개월('24.06~08) 기준 피크제어 6,663 kWh, 온도제어 30,348 kWh 합산

OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS
ENVIRONMENTAL
환경경영 체계
환경경영 현황
녹색 물류
환경교육 및 캠페인
SOCIAL
GOVERNANCE
APPENDIX

환경경영 현황

자원순환 강화

순환경제

GS리테일은 편의점 및 수퍼 점포운영을 비롯한 GS SHOP 판매 과정에서 발생하는 폐기를 저감을 위해 자원 선순환 체계를 운영하며, 신기술과 파트너십을 기반으로 재활용률을 높여 탄소중립 실현에 기여하고 있습니다.



OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS
ENVIRONMENTAL
환경경영 체계
환경경영 현황
녹색 물류
환경교육 및 캠페인
SOCIAL
GOVERNANCE
APPENDIX

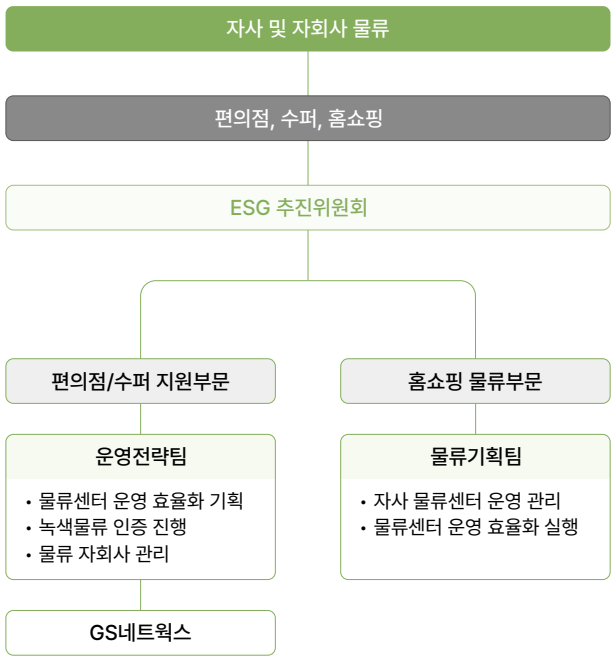
녹색 물류

관리 체계

거버넌스

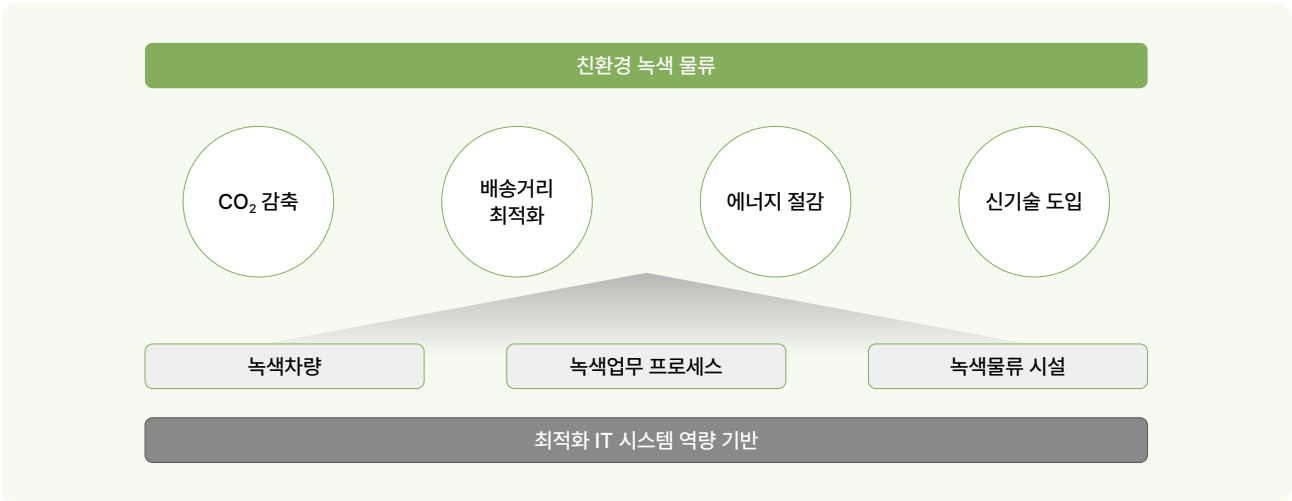
GS리테일은 친환경 물류 운영과 환경영향 저감을 위해 ESG 추진위원회를 설립해 운영하고 있으며, 각 사업별 진행사항 등은 ESG추진협의회 및 ESG위원회에 보고됩니다.

향후 플랫폼 및 홈쇼핑 BU 산하의 전담 부서 간 긴밀한 논의를 지속하며, 환경 친화적인 물류 활동을 지속적으로 추진할 예정입니다.



추진 방향

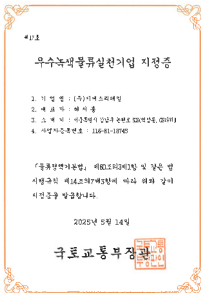
GS리테일은 자회사이자 물류 플랫폼 파트너인 GS네트웍스와 함께 녹색물류를 실천하고 있습니다. 고도화된 IT 시스템 역량을 기반으로 녹색차량 운영, 녹색업무 프로세스 구축, 녹색물류 시설 도입 등을 지속적으로 추진하고 있습니다. 또한 적극적으로 친환경 녹색 물류를 확대하고자 합니다.



우수녹색물류실천기업 지정

GS리테일은 물류 에너지 목표관리제에 참여하여 온실가스 감축 실적을 인정받아 국토교통부 주관 우수녹색물류실천기업으로 지정되었으며, 2025년 재인증을 취득하였습니다.

앞으로도 지속적인 녹색물류 실천을 통해 온실가스 저감과 환경 보호에 기여할 계획입니다.



물류센터 에너지 효율화 사업 참여

2025년 1월, GS리테일 자회사 GS네트웍스는 한국동서발전과 협력하여 용인남사센터에서 ‘물류센터 에너지 효율화 사업’ 준공식을 진행했습니다.

해당 사업은 스마트 조명 솔루션을 산업체 건물로 확대하여, 고효율 스마트 LED 및 맞춤형 제어 솔루션을 바탕으로 사업장의 전기 사용량 및 요금을 줄일 수 있는 방안으로 기획되었습니다.

향후 GS네트웍스의 인천 및 용인남사센터에는 고효율 스마트 LED 2,600개와 모니터링 제어 시스템이 설치될 예정으로, 절감 비용은 사업장 환경 개선에 활용될 수 있을 것으로 전망됩니다.

녹색 물류

친환경 물류사업

추진 성과

GS리테일은 친환경 녹색 물류 확대를 위해 물류센터 내 설비 및 시스템을 지속적으로 개선하고 있습니다. 또한, 효율적인 배송 프로세스를 운영하여 배송 과정에서 발생하는 환경 영향을 최소화하고 있습니다.



1) 산정 근거: 배달 1건당 이동 거리 - 3km 가정, 오토바이 탄소 배출량 - 145g/km

- 환경경영 체계
- 환경경영 현황
- 녹색 물류
- 환경교육 및 캠페인

환경교육 및 캠페인

환경인식 개선

임직원 환경 교육

GS리테일은 전 임직원이 환경경영에 동참할 수 있도록 정기적으로 환경교육 및 ESG 교육을 진행하고 있으며, 대면 및 비대면 수업을 병행하여 미이수자, 신규 입사자 등의 교육 접근성을 제고하고 있습니다.

2024년에는 기후위기를 주요 강의테마로 설정하여, 기후변화로 인한 지구 환경 내 이상 기후 현상을 다루는 '지구환경변화와 지속가능한 미래' 교육을 진행하였습니다.

2024년 환경교육 및 ESG 교육 진행 현황 (단위 : 명)		
강의테마	세부주제	수강인원
기후위기	지구환경변화와 지속가능한 미래	71
	ESG 경영의 이해	80
	전사 ESG교육(온라인)	2,466

이해관계자 참여 캠페인

탄소중립실천주간 임직원

GS리테일은 환경재단과의 협업을 통해, 2024년 8월 26일부터 9월 11일까지 2주 간 임직원 대상 탄소중립 실천주간을 진행하였습니다. 해당 주간에는, 사내에서 지속 실천 가능한 환경 초성 퀴즈, 탄소중립 실천 미션, 토크콘서트 등 다채로운 콘텐츠가 진행되었습니다.

참여 임직원들은 비건 도시락 체험, 폐 현수막 업사이클링을 통한 카드지갑 제작 등 환경과 관련한 고민을 나누고 실천까지 이어갔습니다.

어스 아워 캠페인 경영주

GS리테일은 지난 2025년 3월 22일, 기후위기 대응 활동의 일환으로 세계자연기금(WWF)이 개최하는 '어스 아워(Earth Hour)' 캠페인을 실시하여 3년 연속 참여하였습니다.

전국 3,122개 점포의 간판 및 GS타워, GS강서타워, 강서N타워를 원격 제어를 통해 간판 및 건물 조명을 일시적으로 소등하였습니다.



바다거북이 종이백 고객

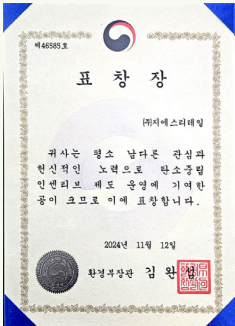
GS리테일은 2024년 해양수산부와 MOU를 체결하고 생물종다양성 보존 활동을 전개하였습니다. 바다거북이와 해양보호생물 보존 메시지를 담은 GS리테일 종이백을 2025년 1월부터 전국의 GS25, GS THE FRESH에서 전개하였습니다. 또한 바다거북 보호를 위한 수중 해양쓰레기 정화 활동과, 바다거북의 산란지인 제주해역의 기후변화 지표종 관찰 및 연구를 지원하였습니다.



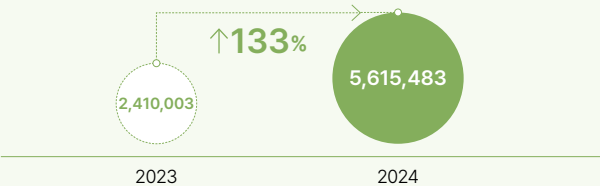
우리 바다 푸르게X쓰담쓰담 캠페인 고객

GS리테일의 2024년 해양쓰레기 문제 해결을 위한 환경 보호 캠페인으로서 '우리 바다 푸르게X쓰담쓰담' 캠페인을 전개하였습니다. 해당 캠페인을 통해 전국 동해안 및 남해안의 해수욕장과 제주지, 전남 담양군 등 전국 지자체의 관광지에 쓰레기통을 배치하고 올바른 쓰레기 처리를 유도하면서 해안 쓰레기에 대한 경각심을 알렸습니다. 이를 통해 일회성 폐기물 수거에 그치지 않고 각 지역 주민과 관광객들에게 환경 문제를 알릴 수 있었습니다.

탄소중립포인트 제도 고객



GS리테일은 '탄소중립포인트(녹색 생활 실천)제도'를 운영하고 있습니다. '우리동네GS'앱을 통해 매장 구매 시 영수증을 모바일로 발급하고 포인트 제도와 연계합니다. 적극적인 고객 참여 유도를 통해, 2024년에는 전기 대비 2배 이상의 탄소중립포인트 지급 실적을 기록하였습니다.

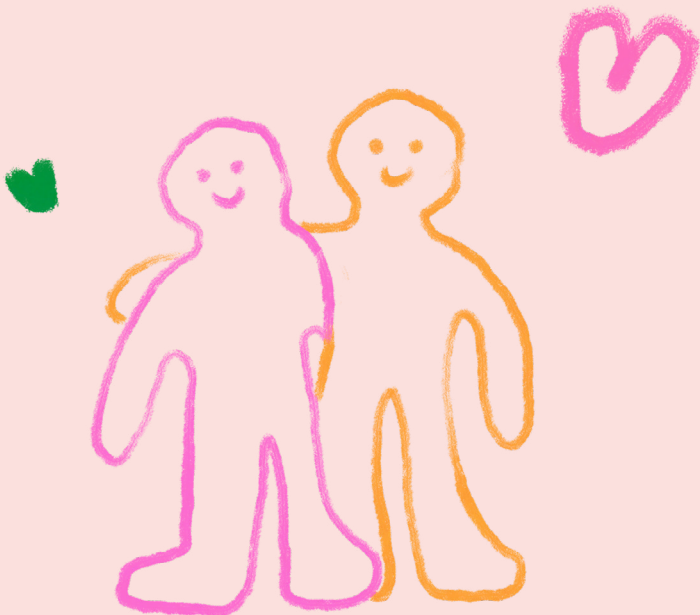


- 인재경영
- 함께 성장하는 조직
- 인권 존중
- 안전한 일터
- 지속가능 공급망
- 고객만족 경영
- 고객정보 보호

GS리테일은 경영활동이 고객, 임직원, 파트너사, 지역사회 등 다양한 이해관계자와 사회 전반에 미칠 영향에 대한 이해를 기반으로 함께 성장하는 사회적 가치를 창출하고자 노력합니다.

Approach

임직원의 역량 성장을 위한 교육 프로그램과 복리후생을 적극 제공하며, 건강한 조직문화 조성 및 안전한 일터를 만들기 위한 노력을 지속하고 있습니다. 경영주, 파트너사를 위한 다양한 지원 프로그램을 통해 동반성장 체계를 강화하고, 고객 최우선 원칙에 기반한 고객만족 경영을 실행하고 있습니다.



무료방송 판매 지원

한국서비스품질지수(KS-SQI)

42개 파트너사

사업부문별 1위 달성

지역 특산물 매입액

인증 획득

1,413억 원 달성

가족친화기업
인증 기업
(2020년 최초 인증)

SOCIAL

OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS
ENVIRONMENTAL
SOCIAL
GOVERNANCE
APPENDIX

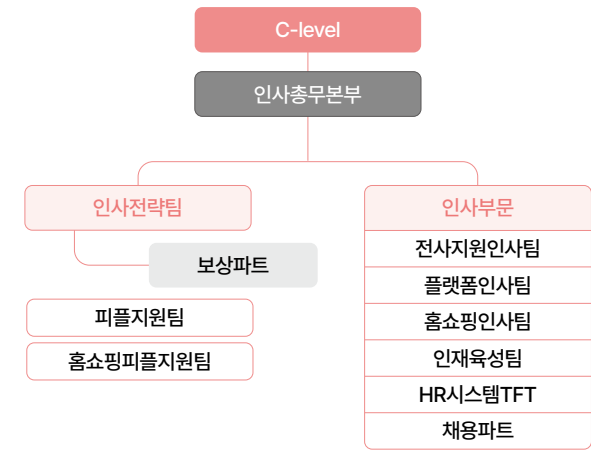
- 인재경영
- 함께 성장하는 조직
- 인권 존중
- 안전한 일터
- 지속가능 공급망
- 고객만족 경영
- 고객정보 보호

인재경영

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 우수한 인재관리 및 육성을 위한 거버넌스를 운영하고 있으며, 인재상에 부합하는 인재를 사전에 확보하고 전문 역량을 함양하기 위해 노력합니다.

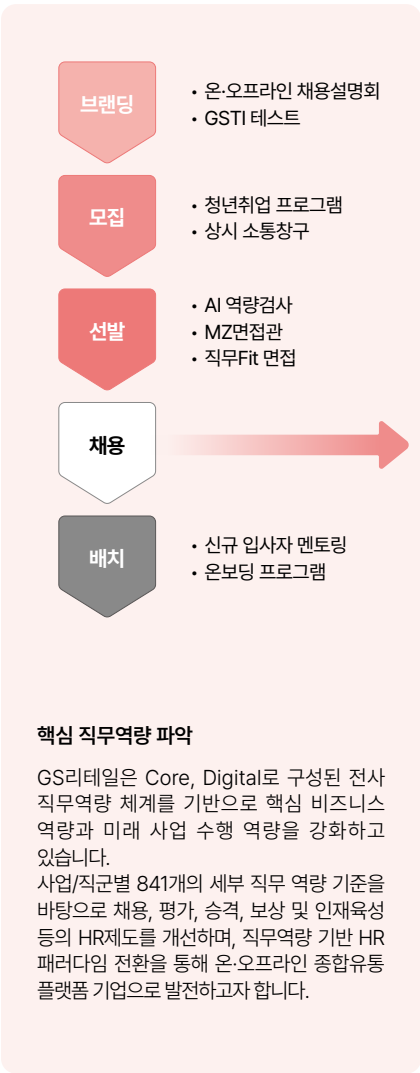


중장기 목표

GS리테일은 다양한 인적 자원을 확보하고, GS Way를 실천하는 인재를 양성하기 위해 단·중장기 목표를 수립해 운영하고 있습니다.



인사 제도



채용

GS리테일은 우수 인재 확보를 위해 성별, 연령, 사회적 신분, 출신 지역에 따른 차별 없이 데이터 기반과 지원자 중심의 채용 프로세스를 운영합니다. 매년 인턴십을 포함한 신입 공채를 진행하며, 2025년부터는 '스펙초월 전형'을 신설해 혁신적인 방식으로 인재 확보를 추진합니다. 또한, 채용설명회와 박람회를 운영하며, User-Friendly 채용 브랜딩 활동을 강화하고 있습니다.

공정채용 우수기업 '고용노동부 장관상' 수상

지방 캠퍼스 리쿠르팅, AI 역량 검사, MZ 면접관 도입 성과 등 전 부문에서 높은 평가를 받아 2024년 고용노동부 장관상 수상

체험형 채용 설명회 '인사이드 GS리테일' 도입

현직자와 인사담당자와 함께 GS25 직영점과 본사를 투어 하고 채용 관련 질의응답 시간을 갖는 체험형 프로그램 운영

평가

GS리테일은 성과목표 기반 MBO 평가와 개인 역량 중심 GS Way 평가를 운영합니다. 팀원-직책자 상시 코칭과 피드백 제도를 통해 개인의 강점과 보완점을 파악하고, 팀장급 직책자에게 성과관리 리더십 교육을 제공합니다. 분기별 성과 면담과 이의조정 절차를 통해 공정성과 구성원의 수용성을 확보합니다.

보상

GS리테일은 연공서열이 아닌 성과, 직책, 역량 중심으로 경쟁력 있는 보상을 제공합니다. 매년 대외환경, 동종업계 임금 경쟁력 등을 고려해 임금을 조정하고, 전 구성원을 대상으로 설명회와 연봉 동의 절차를 진행합니다. 또한, 회사/BU/개인 성과를 가시화하여 공유하고, 맞춤형 성과급을 제공하여 목표 달성 동기 부여와 직원 몰입을 강화합니다.

인재경영

함께 성장하는 조직

인권 존중

안전한 일터

지속가능 공급망

고객만족 경영

고객정보 보호

인재경영

인적자원 개발

육성 방향

GS리테일은 핵심역량(직무/리더십/GS Way)을 갖춘 인재를 육성하기 위해 인재 육성 체계를 수립해 운영하고 있습니다. 전 구성원을 대상으로 직무 별 맞춤 교육, 단계별 리더십 교육, 핵심가치 내재화 교육, 자기주도 학습 교육 등 온·오프라인 맞춤형 역량강화 교육을 제공하고 있습니다.

인재 육성 체계



1) 리더십/직무/GS Way

교육 훈련 성과

GS리테일은 구성원의 자기계발을 위해 BU별 자기주도학습 제도를 운영하고 있습니다. 플랫폼BU 및 지원부서 임직원을 대상으로는 연간 30시간의 자기주도 학습 프로그램을 운영하고 있으며, 홈쇼핑BU에서는 사외 교육을 자유롭게 수강할 수 있도록 연간 일정 교육비를 지원하고 있습니다. 앞으로도 자기주도학습 제도를 고도화하고 구성원의 역량 강화를 적극 지원하고자 합니다.

효과성 측정

GS리테일은 고유의 일하는 방식인 ‘GS Way’를 내재화한 인재양성을 통해 업무 상 비효율을 최소화하고 있으며, 유통 산업 특성상 데이터 분석을 통한 빠른 의사결정과 고객 맞춤형 서비스 제공을 위해 임직원의 생성형 AI 활용 역량을 강화하고 있습니다. 2024년 관련 교육 제공 후 인식 개선, 실제 업무시간 단축, AI 역량진단을 통해 교육의 효과성을 확인하였으며, 2025년에는 전사 구성원 대상 VOD 교육, Gen AI Academy, BIZ AI 과정, Use-Case 멘토링 과정 등으로 AI 교육을 확대 운영할 계획입니다.

GS Way 인식 개선을 통한 업무 효율화



GS Way는 GS리테일만의 일하는 방식을 정립한 것으로, 데이터 중심의 의사결정, 신속한 판단과 실행, 적극적인 소통과 협업 등 총 8가지 항목을 포함합니다. GS리테일은 임직원의 GS Way에 대한 인식을 제고하여 핵심 가치 기반의 의사결정을 도모하고, 협업 및 소통을 활성화하여 업무 효율성을 제고하기 위해 노력합니다. 2024년, 직책자를 대상으로 GS Way에 기인한 성과창출 방향에 대해 교육하였으며, 비직책자를 대상으로도 GS Way 챗린지 자발적 참여 교육을 진행하였습니다. 이를 통해 GS Way에 대한 인식도가 교육 전 대비 약 4% 상승하였으며, 임직원의 GS Way 실천을 통해 업무 효율 개선과 성과창출로 이어질 것으로 기대합니다.

2024년 GS Way 교육 전후 인식도 변화

구분	참여인원	교육 효과성
직책자	536명	GS Way 인식도 약 4% 상승
비직책자	4,038명	

생성형 AI 교육을 통한 역량 강화



GS리테일은 AI 역량 강화를 통한 조직 경쟁력 제고를 목표로 생성형 AI 실습기반 스킬교육을 도입하였습니다. 생성형 AI 활용방법과 코드생성 기능 등을 중심으로 7시간에 걸쳐 교육을 진행하고, 교육 전후로 인터뷰와 역량진단을 실시하였습니다.

2024년 생성형 AI 교육 전후 역량진단 결과

구분	참여인원	교육 효과성
Senior 매니저	122명	스킬 점수 1.6점* 상승 * 2.36점 → 3.96점

또한, 습득한 AI 역량을 바탕으로 직무별 생성형 AI 활용사례 총 479건을 발굴하고, 프롬프트 5건을 개발하여 실무에 적용하였습니다. 그 중 대표 사례로, 데이터 분석에 필요한 SQL¹⁾ 쿼리 자동화를 통해 월 평균 약 36시간의 업무시간을 단축하였습니다.

2024년 생성형 AI 교육 실무 적용 사례

구분	내용	업무 생산성
SQL 쿼리 자동화	GPT'S를 활용하여 데이터 분석, 시각화, 예측모델링 자동화	월 평균 업무시간 36시간 단축

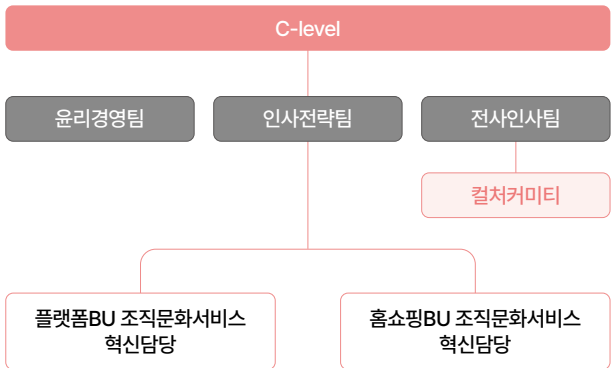
1) Structured Query Language의 약어로 데이터베이스에서 데이터를 검색하거나 조작하기 위해 사용하는 언어

함께 성장하는 조직

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 전 구성원들에게 우리의 가치관과 일하는 방식을 내재화하고, 건강한 조직문화를 조성하기 위해 전담 조직인 인사전략팀을 운영하고 있으며, 컬처커미티 운영을 통한 조직문화 개선을 위해 노력하고 있습니다. 특히 편의점 및 슈퍼 사업부에서는 전국 오프라인 거점에 조직문화서비스혁신 담당자를 각 사업부장 소속으로 편성하여 가치전파, 임직원 소통, 자긍심 함양 활동, 조직 진단 및 개선을 주도하고 현장의 목소리가 경영진에 전달될 수 있도록 지원합니다.



컬처커미티

GS리테일은 조직문화 및 업무방식 개선을 위해 컬처커미티를 운영하고 있습니다. 5가지 Agenda(일하는 방식, 근무환경 개선, 영업/지원간 소통, 공채/경력 시너지, 세대간 이해)를 기반으로, 각 조직 별 커미티는 1) 제안 - 2) 파일럿(제안 실행) - 3) 적용(확산) 프로세스를 통해 구성원이 변화를 주도하는 조직문화를 만들고 있습니다.

컬처커미티

편의점 커미티

슈퍼 커미티

홈쇼핑 커미티

지원부서 커미티

조직문화 확립

GS Value & GS Way 전파

핵심가치 내재화

GS리테일은 경영이념 및 비전을 실천하기 위해, 고유의 가치관인 GS Value 및 일하는 방식인 GS Way를 전 임직원에게 내재화 및 실천하는 데 집중하고 있습니다.

GS Value



Fair



Friendly



Fresh



Fun

GS Way

- 1 고객 최우선
- 2 트렌드 선도
- 3 최고 지향 목표 설정
- 4 데이터 중심 의사결정
- 5 신속한 판단과 실행
- 6 적극적인 소통과 협업
- 7 비효율 개선
- 8 기본에 충실

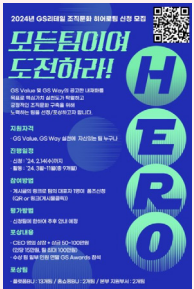
조직문화 진단

2024년 GS리테일은 건강한 조직문화 형성을 목표로 임직원 및 슈퍼 스토어매니저를 대상으로 전사 차원의 조직문화 진단을 진행했습니다. 그 결과, 임직원이 생각한 GS리테일 조직문화의 강점은 GS Value 및 GS Way 기반의 '정도경영', '존중/배려', '고객 최우선', '즐거운 분위기', '강한 실행력'으로 나타났습니다.

한편, GS리테일은 임직원이 업무를 통한 조직과 개인의 성장 추구에 대한 니즈를 갖고 있음을 동시에 확인하였으며, 이에 GS리테일은 임직원이 업무 과정에서 자연스럽게 성장을 체감할 수 있는 '조직문화 히어로팀'과 같은 프로그램을 실행하였습니다.

조직문화 히어로팀

GS리테일은 핵심가치(GS Value & GS Way)의 내재화 강화를 목표로, 전사 차원에서 '2024년 GS리테일 조직문화 히어로팀' 프로그램을 기획 및 운영하였습니다. '조직문화 히어로팀' 프로그램은 2024년 3월부터 11월까지 총 9개월 간, 전사 희망 조직을 대상으로, GS Value 및 GS Way 실천 수준과 미션의 완성도를 평가하여 선정 팀에 포상을 진행하는 방식으로 진행되었습니다. 실천 수준 평가의 경우, '리더실천다짐' 실천도 설문, GS Value/Way 실천도 설문 및 임직원/동료 간 다면평가를 합산하여 설문진행 기반의 핵심가치 실천 및 준수율을 환기하는 방향으로 진행되었습니다. 미션 완성도의 경우 GS Value를 주제로 한 팀 과제 수행 및 GS Way 강의 수강의 점수 합산을 통해 평가되었습니다. 그 결과, 17개 팀이 수상하며 핵심가치 내재화에 따른 성과를 도출하였습니다. GS리테일은 앞으로도 전사 구성원이 자원하여 당사의 핵심가치를 실천할 수 있는 프로그램을 기획할 예정입니다.



참여 부서 함께

165개팀

포상 수혜율

10.3%

함께 성장하는 조직

조직문화 확립

복지후생 프로그램

GS리테일은 각 구성원들의 실질적 복지후생 수준을 높이고, 일과 삶의 균형을 이룰 수 있도록 다양한 복지후생 프로그램을 운영하고 있습니다. 또한 ‘GS리테일 Well-being 제도’를 바탕으로 경조, 포상, 출산/육아 지원, 역량개발 등 각종 영역에서 업계 최고수준의 복지 서비스를 제공하고 있습니다.

분류	프로그램	내용
ENGAGEMENT	심리상담 지원	임직원 본인 및 배우자, 자녀, 부모 대상 심리 상담 및 법률/세무, 재무, 코칭 등 상담 서비스 제공
	장기근속 포상	장기 근속 구성원 대상 포상 제도 운영
	임직원 할인 제공	GS SHOP, GS THE FRESH 최대 25% 할인 제공
	축하 선물 지급	새해 및 추석 복지포인트 지급, 출산 축하금 및 선물 지원
LEISURE	스포츠 티켓 지원	FC서울 축구, GS칼텍스 배구, LG트윈스 야구 경기 티켓 지원
	GROW-UP DAY	자기개발 및 Well-being을 위한 여름 휴가제도
	휴양 시설	연중 무료 또는 저렴한 가격에 휴양시설 이용 지원
	인포털	조직 생활을 영위하도록 돕는 동호회 활동비 지원
	휴가(연차) 보상	잔여연차 보상으로, 75% 휴가축진제를 실시하여 개인연차 중 25%범위 내 미사용분에 대해 1.5배 보상
LIFE	자녀 교육비 지원	근속 년수에 따라 국내·외 고등학생, 대학생 자녀가 있는 임직원에게 입학금과 등록금 지원
	경조사 지원	본인 및 가족의 결혼, 사망 시 경조금과 휴가 부여
	건강검진 지원	전 사원 대상 일반 정기 검진, 근속년수에 따라 임직원 및 배우자 대상 종합검진 지원
	재해 지원	임직원 본인 혹은 직계 존비속, 가옥 침수, 농지 피해 및 화재피해 등에 대한 지원금 지급
	의료비 지원	질병, 사고에 대해 본인 및 배우자까지 의료비 지원
	사내 어린이집 운영	임직원 자녀 대상 사내 어린이집 운영
	어학 지원	자기개발 지원을 위해 어학 시험 응시료 및 어학 학습비 지원
WORK	통근버스 운영	GS타워 근무자와 수도권 거주자 대상 통근버스 및 셔틀버스 지원
	대학원 학위취득 지원	직무 연관 전공분야 학위 취득을 위한 대학원 학비 지원
	원거리 지원금	업무로 인해 친인척이 없는 지역으로 원거리 발령되는 경우, 지원금
	자격증 학습비 지원	직무 관련 자격증 취득비용 지원

가족친화제도

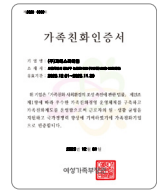
GS리테일은 구성원이 일과 삶의 균형을 안정적으로 형성할 수 있도록 가족친화제도를 운영하고 있으며, '가족친화기업' 인증을 2020년 최초 인증받은 이후 지속 유지하며 우수성을 인정받고 있습니다.

가족친화제도

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



GS리테일 푸르니 어린이집



가족친화 기업인증서



초등학교 입학 자녀 대상 새싹키트 제공

일·가정 양립 우수기업

GS리테일은 양질의 일자리 창출을 비롯하여, 전 임직원의 일과 삶의 균형을 주요한 지점으로 인지하고 있습니다. 향후에도 구성원의 행복을 보장하며 건강한 조직문화 확립을 적극 추진할 예정입니다.

2023

2023 대한민국 일하기 좋은 기업

GPTW 코리아 주최, 2023 대한민국 일하기 좋은 기업 선정
- 믿음/존중/공정성/자부심/동료애 등 5가지 범주 대상 평가에서 종합 환산점수 60% 이상 획득
- '아시아에서 가장 일하기 좋은 기업' 선정

2023 대한민국 일자리 대상

행정안전위원회장 수상
- 일자리 질 개선 및 확충 공로에 따른 수상

2024 대한민국 일하기 좋은 기업

GPTW코리아 주최, 2년 연속 선정

2024 일·가정 양립 우수기업

GS리테일은 임직원에게 일과 가정이 양립할 수 있는 복지 제도와 혜택을 구축하여, 2024년 저출산고령사회위원회가 선정한 '일·가정 양립' 우수기업에 선정되었습니다.
전 임직원 대상 출산 지원, 육아휴직 장려 및 임직원 자녀의 생애주기 맞춤 지원 등 우수한 평가를 받았습니다.

일·가정 양립
기업이 앞장서고 정부가 함께 합니다

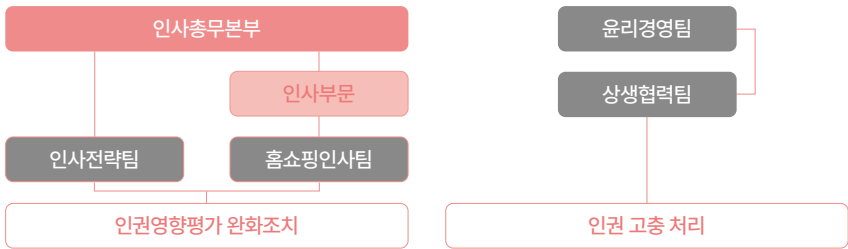
일·가정 양립 우수기업 시상식

인권 존중

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 인사부문, 인사전략팀을 중심으로 인권경영을 실천하고 있습니다. 인사전략팀은 인권영향평가 등 인권 체계 구축 활동을 전개하고, 인사부문은 유관 부서와의 협의 및 리더와의 소통을 전개합니다.



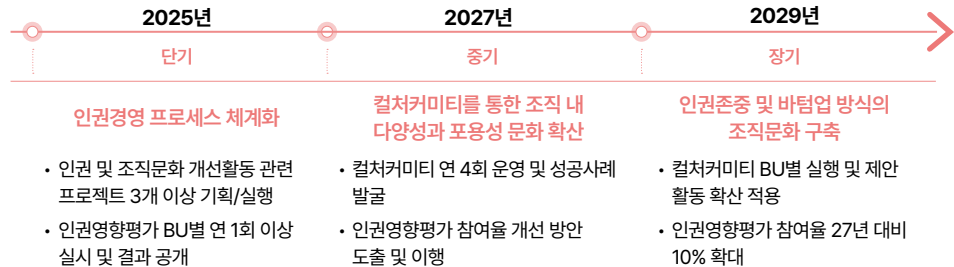
인권경영 방침

GS리테일은 구성원과 상품/서비스 제공 등의 경영 활동 과정에서 영향을 미치는 모든 이해관계자의 가치와 존엄성을 보장하고, 임직원들이 존중받고 일할 수 있는 환경을 조성하기 위해 인권경영 방침을 수립해 운영하고 있습니다. GS리테일은 세계인권선언(Universal Declaration of Human Rights)과 UNGC 10대 원칙(UN Global Compact), 국내·외 노동 및 인권 관련 표준과 가이드라인을 지지하고 준수하며 회사의 경영 활동에서 발생할 수 있는 모든 인권 관련 문제에 대한 방지와 해결을 위해 최선의 노력을 다하겠습니다.

➕ 인권경영 방침

중장기 목표

GS리테일은 단, 중장기 인권 관련 목표를 수립 및 운영하며 인권경영 문화가 조직 내 정착될 수 있도록 최선을 다합니다.



인권 고충 처리 프로세스

GS리테일은 내·외부 이해관계자의 인권 관련 의견 청취를 위한 채널 운영과 고충 처리 프로세스를 구축하고 있습니다. 조직가치 및 규정에 위배되는 인권 문제 발생 시 신고 의무를 부여하고 있으며, 제보 접수 후 후속조치(분리조치 등) 및 빠른 사실 확인을 통해 2차 피해를 예방하고 있습니다.

특히 직장 내 괴롭힘, 성희롱 건에 대해서는 접수 즉시 CEO 직접 보고 및 위기대응 협의체에 내용을 전달하고, 이후 윤리위원회를 통해 징계 또는 재발 방지 조치를 취하며, 신입/경력, 신입리더 교육 및 연 1회 리더 서약서를 받아 예방활동을 진행하고 있습니다.

내·외부 이해관계자별 인권 관련 의견 청취 채널

구분	소통 채널			
임직원	• CEO에게 말한다	• 정도경영의 목소리	• 레드휘슬	• BU별 조직문화담당
고객	• CEO에게 말한다	• 고객간담회	• 고객의 소리	
경영주	• 경영주협의회	• 자율분쟁조정위원회	• 발전위원회	
파트너사	• 파트너사 간담회 • 파트너사 자문위원	• 윤리경영 핫라인	• 파트너사 목소리	• 레드휘슬

2024년 'CEO에게 말한다' 접수 내역

(단위: %)



파트너사	0.8%	퇴직자	2.5%
익명 접수	1.3%	임직원	9.3%
경영주	0.8%	고객	85.4%



인권 교육

GS리테일은 성희롱 예방 교육과 장애인 인식 개선 교육을 비롯한 법정 의무교육을 성실히 이행하고 있습니다. 또한, DEI 조직문화 확산을 위한 DEI 교육을 함께 실시하고 있습니다.

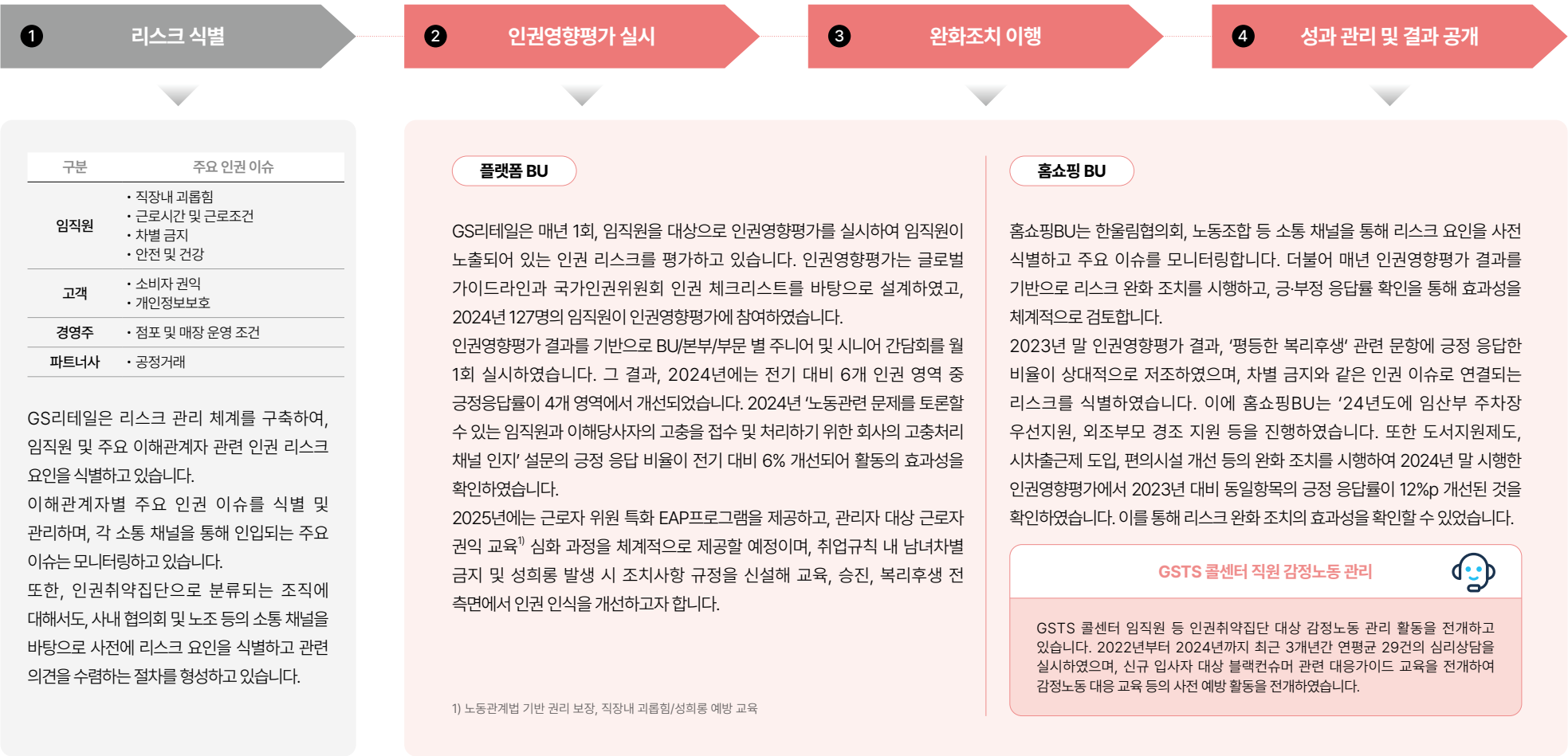
GS리테일은 2024년에 DEI 인식 확대의 기초를 바탕으로, 총 1,189명의 구성원, 직책자 및 팀장을 대상으로 DEI 관련 이터닝 교육, 특강, ZX링크 교육 등 인권을 주제로 한 다양한 교육을 제공 및 이수하도록 지원하였습니다. 이로써, 전사 차원에서 DEI 개념 및 조직문화 확대의 필요성을 공유하였으며, 향후에도 실질적인 행동 변화 및 조직 내 문화를 정착시키기 위한 프로그램과 행사 등을 기획 및 운영하고자 합니다.

인권 존중

인권 리스크 관리

관리 프로세스

GS리테일은 임직원 등 이해관계자의 인권 리스크를 체계적으로 관리하기 위해 관련 프로세스를 구축해 운영하고 있습니다.
매년 리스크 식별, 완화 조치 이행, 인권영향평가 실시, 성과 관리 및 결과 공개 등 잠재적인 인권 리스크를 파악하고 이를 예방하기 위한 프로세스를 구축하고 있습니다.

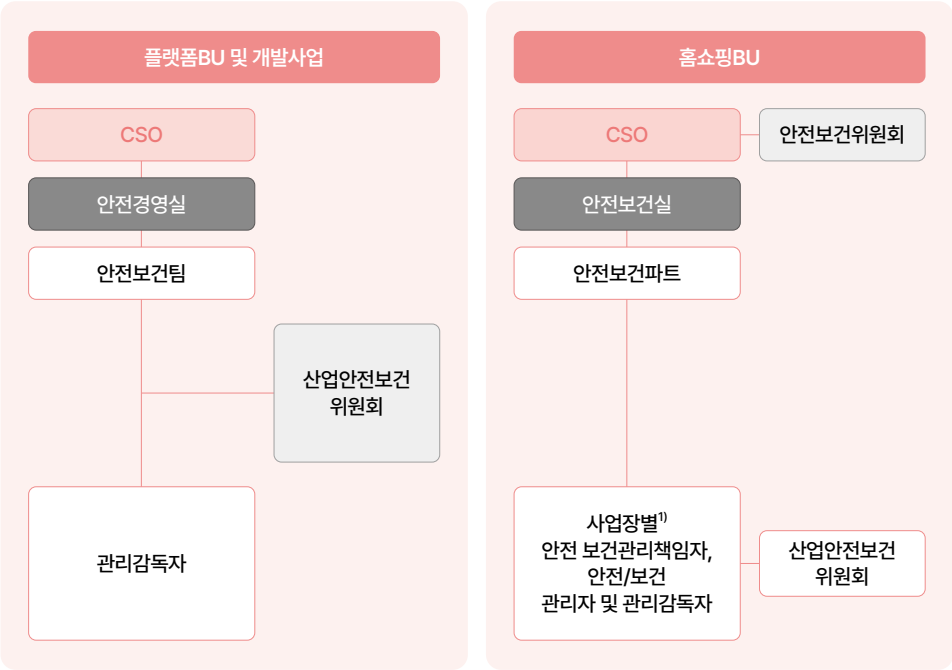


안전한 일터

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 전사 안전보건을 총괄하는 안전보건경영책임자(CSO)를 지정하고 CSO 직속으로 BU별 전담조직을 운영하고 있습니다. 플랫폼BU는 안전경영실이 안전 보건관리 업무를 총괄하는 컨트롤타워 역할을 수행하고 산하 안전보건팀을 운영하고 있습니다. 또한 사업장 별 관리 감독자를 지정하여 안전한 근무환경 조성을 위해 노력하고 있습니다. 홈쇼핑BU는 안전보건실 내 안전보건파트에서 안전보건관리 업무를 총괄하는 컨트롤타워 역할을 수행하며, 각 사업장의 안전/보건관리자가 실무를 담당하고 있습니다.



1) 강서, N타워, 군포 물류센터, 이천 물류센터

안전보건경영 방침

GS리테일은 모든 구성원(임직원, 협력사), 시민(고객, 일반시민)의 건강한 삶의 질 향상을 위해 안전·보건경영 방침을 적극 실천하고 있습니다.

안전보건경영 방침

1

회사는 산업안전보건법과 안전보건관리규정 등 관련 법규를 준수한다.

2

회사는 안전중심의 경영의지와 실적이 최고 수준에 도달하도록 노력한다.

3

회사는 안전보건업무를 경영의 한 요소로 인식하여 필요한 자원과 기술을 제공하고 안전·보건활동을 지속적으로 전개한다.

4

회사는 구성원(임직원, 협력사), 시민(고객, 일반 시민)의 참여 및 의견을 적극 반영하고 불안정한 행동, 환경 등 사업장의 유해·위험 요소를 지속적으로 점검·제거하여 사고 및 재해를 예방하기 위해 노력한다.

5

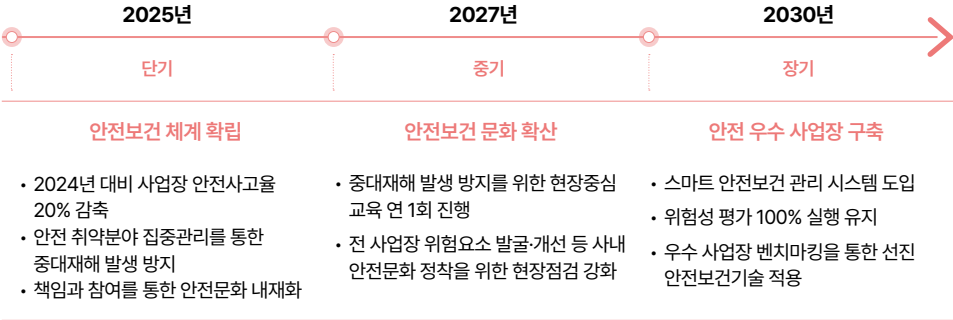
회사는 매년 사업장의 안전·보건 관련 법규 준수 상태를 확인하고 필요한 인력, 예산 등을 편성하여 집행한다.

6

회사의 전 구성원은 본부의 안전·보건 활동 계획과 안전·보건 매뉴얼을 준수하여 중대재해 및 산업재해 예방활동에 적극 동참한다.

중장기 목표

GS리테일은 안전한 근무 환경과 문화를 조성하고, 사고와 재해를 예방하기 위해 지속적으로 안전관리 체계를 고도화 하고자 합니다.

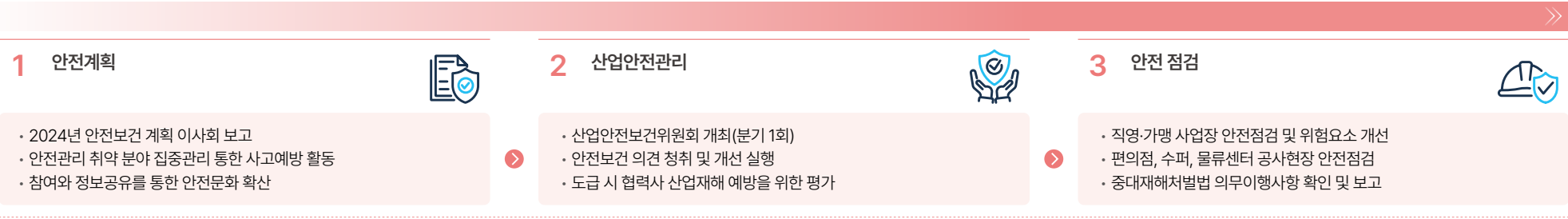


안전한 일터

안전한 근무환경 조성

안전보건경영 진단

GS리테일은 매년 안전보건 계획을 수립하고 이사회에 보고하고 있습니다. 또한, 조직책임자의 KPI에 안전보건관리 지표를 연계하여 역할을 강화하고 위험성 평가를 통해 도출된 즉시 개선 필요 사항에 대해서는 100% 개선하고자 합니다.



안전관리 취약 분야 집중관리

GS리테일은 안전사고가 발생한 점포를 대상으로, 취약 분야를 식별 및 집중 관리하는 프로세스를 매년 계획하고 있습니다. 사고 재발방지 프로그램을 계획 및 실시하고자, 주요 점포에 대한 수시 위험성 평가를 진행하며, 재발방지 계획서 작성을 지원하고 있습니다. 또한 각 점포의 유해 위험요소를 점검하고, 적합한 개선 활동을 통한 사고예방 활동을 계획 및 실행하였습니다. 아울러, 홈쇼핑BU 또한 안전계획을 통한 취약 분야의 사전 집중관리를 진행하고 있습니다. 2024년 어린이집 및 스튜디오 조리실 내에 '주방 자동 소화 장치'를 설치하여 화재 진압에 필요한 설비를 구축하였습니다. 또한 2025년에는 강서/N타워 내 직원식당에도 소화장치를 설치할 계획을 수립하였습니다.

산업안전보건위원회 개최

산업안전보건위원회는 경영자측 위원 6명, 근로자측 위원 6명으로 구성되어 정기적으로 분기 별 1회 개최하고, 안전보건관련 사항에 대해 심의·의결하고 있습니다. 또한, 홈쇼핑BU는 보다 강화된 안전보건 증진 및 관리 활동을 추진하기 위해 CSO 주최로 전 홈쇼핑BU 안전보건관계자가 참석하는 별도의 안전보건 위원회를 설립해 운영하고 있습니다.

위원회 개최 현황

구분	오프라인 점포	홈쇼핑
회의 개최 건수(회)	4	4
안전 건수(건)	12	11
심의 의결 건수(건)	12	11
2024년 주요 안전	2024년 안전보건 주요계획 - 풍수해, 동절기 안전사고 예방 - 산업재해 발생점포 재발방지 지원 - 안전사고 사례공유 - 근로자 의견 청취·심의 - 안전보건 정보 공유 등	

사업장별 정기 안전점검

각 사업장과 전사 안전보건 전담조직에서는 정기적으로 안전점검을 시행해 임직원의 안전을 확보하고 있습니다.

안전점검 항목

구분	내용	빈도
편의점 및 수퍼	전사 직영·가맹 사업장 안전점검	연 1회
	수퍼 영업팀장 안전점검	월 1회
	편의점, 수퍼, 물류 공사현장 안전점검	오픈 시
	산업재해 발생 시 사고예방 점검	발생 시
	유해·위험요소 점검 및 개선	반기 1회
홈쇼핑	개발사업 임대 사업장 안전점검	연 1회
	위험성 평가	연 1회
	테마 점검	월 1회
	AED 정기점검	월 1회
	도급사업주 순회점검	주 1회
	도급사업주 합동점검	분기 1회

안전한 일터

안전한 근무환경 조성

안전보건경영 진단

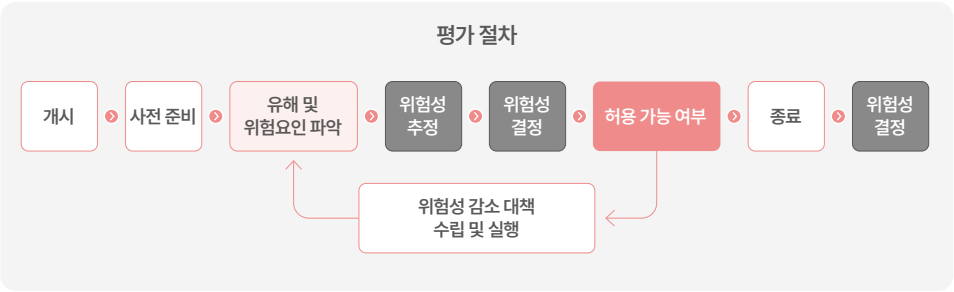
4 위험성 평가

- 위험성 평가 절차서 마련
- 직영 사업장 위험성 평가 교육 및 실행

정기 위험성평가 실시

GS리테일은 사업장별로 최대 연 1회 유해-위험 요소를 발굴하고 개선 활동을 수행하며, 발생 가능성과 문제의 중대성을 종합적으로 고려하여 위험성을 식별합니다.

특히, 매장과 물류센터 등 각 사업장에서 위험성 평가를 수행하여 사업장별 주요 위험 요인을 도출하고, 안전 조치 및 예방 대책을 수립하여 근로자의 안전과 건강을 보호하는 데 주력하고 있습니다.



2024년 위험성 평가 결과

구분	내용
홈쇼핑	· 강서/N타워, 포천심소원, 군포, 이천 센터 위험성 평가 진행 · 위험성 평가에 따른 19건의 위험요인 개선 완료
편의점 및 수퍼	· 150점에 대해 하역, 창고, 운반, 진열 관리 과정 중 발생 가능한 위험성 평가 및 개선

Case ❶

특정 사업장에서 물품 하역 과정에서 위험성 12단계 수준에 해당하는 “롤테이너에 끼임 발생”의 위험성을 식별하였습니다. 이에 상품 하역 시 반드시 2인 1조로 이동하는 프로세스를 구축하고 적용하였고, 관련 안전교육을 실시하여 위험성을 3단계로 감소하였습니다.

Case ❷

특정 사업장에서 위험성 12단계 수준에 해당하는 튀김기 식용유 과열로 인한 화재 위험성을 식별하였습니다. 이에, 튀김기 식용유 과열 방지를 위해 식용유 최소유량 준수 활동과 상시 및 정기적 화재 교육을 병행하여 발생가능성을 최하 수준으로 감소시켰습니다.

● : 허용 가능한 위험 수준

가능성	단계	중대성			
		최대	대	중	소
최상	5	20	15	10	5
상	4	16	12	8	4
중	3	12	9	6	3
하	2	8	6	4	2
최하	1	4	3	2	1

안전한 일터

안전한 근무환경 조성

안전보건경영 진단

5 안전 교육



- 근로자 정기 안전보건 교육 실시(12시간/반기)
- 관리 감독자 안전보건 교육 실시(16시간/년)
- 신규 채용 근로자 안전보건 교육 실시(8시간)

정기 안전보건 교육 실시

GS리테일은 반기마다 정기 안전보건 교육을 실시하고 있으며, 2024년 기준 100% 이수율을 기록하였습니다.

아울러 국민안전원과의 협업을 바탕으로 임직원 및 협력회사 직원을 대상으로 응급처치(CPR 등) 교육을 진행하였습니다. 또한 물류센터 내에서 임직원 및 협력사 직원 대상 VR 장비 교육을 진행해 작동 준비 및 확인 전반 훈련을 실시하였습니다. 향후에도 GS리테일은 중대산업재해 사고 예방 교육을 실시하는 등의 안전 인식 고취 활동을 전개할 예정입니다.

정기 안전보건 교육 진행 현황¹⁾

구분	2022	2023	2024
이수율(%)	100	100	100

1) 근로자 대상(해당 사업장의 사무직, 비사무직, 관리감독자 직책의 구성원 대상 교육 실시)



6 기타 활동



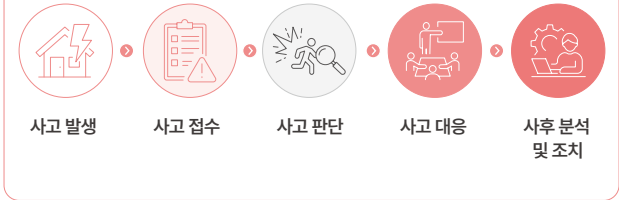
- 조직 책임자 안전관리 평가
- 안전 홍보물 게시, 안전보건 캠페인, 가치전파 쪽지
- 신입사원 사고예방 안전교육 실시 등

안전 사고 대응

GS리테일은 사고 발생 시, 체계적인 사고 및 수습 처리 프로세스를 구축하기 위해 환경 및 안전 사고 대응 매뉴얼을 수립해 운영 중입니다.

사고 발생 시 화재, 풍수해, 화학물질, 식품안전, 고객안전 등의 사고 유형을 상급자에 신속히 보고합니다. 또한, 인명피해, 내·외부 재산피해, 사회적 영향도 등 내부 기준에 따라 사고 규모를 파악하고, 필요 시 사고 대응반을 구성해 대응하고 있습니다.

대응 프로세스



중대재해 사고 대응

화재, 사망 및 상해 사고 발생 시, GS리테일은 중대재해 대응체계를 가동하여 운영합니다.

응급 조치 및 인명 구조를 최우선적으로 실시하고, 관리감독자 및 담당 부서가 사고 유형별(초기) 대응 지침에 따라 처리한 후 재발 방지 대책을 수립하고 있습니다.

중대재해 대응 프로세스



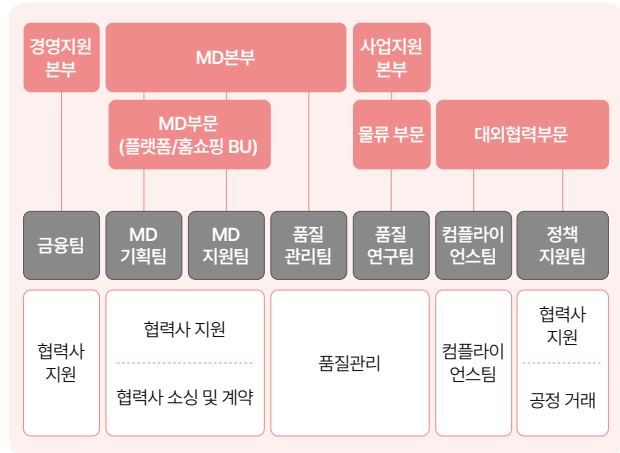
지속가능 공급망

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 전 공급망에 걸쳐 다양한 파트너사와의 관계를 형성하고 있습니다. 이에 공급망 관련 리스크 및 기회를 관리하고자, 공급망 관리 거버넌스를 수립하여 체계적으로 운영하고 있습니다. 파트너사 선정 시, 유관 부서를 선정 과정에 포함시켜 선정 및 평가에 투입합니다. BU별 담당 부서가 선정 및 평가 프로세스에 임하며, 품질관리 및 지원 활동을 구축하고 공정거래 여부를 지속적으로 모니터링해 지속가능한 공급망을 구축하기 위해 노력합니다.

GS리테일은 향후 파트너사 관리 및 모니터링 체계를 고도화하고, 지원을 확대하며 협력사와의 지속적인 상생과 동반성장을 향해 나아가겠습니다.



공급망 지속가능성 관리 정책

GS리테일은 공급망의 ESG역량과 경쟁력 향상은 물론, 지속가능성과 관련된 리스크와 기회를 관리하기 위해 공급망 지속가능성 관리 정책을 수립하고 실천하고 있습니다. GS리테일은 파트너사와의 계약 체결 시 파트너사 행동규범을 준수할 것을 권고하고 있으며, 윤리실천서약서를 수령하여 사회적 책임을 이행할 것을 요구하고 있습니다.

공급망 지속가능성 관리 정책

선정 프로세스

GS리테일은 파트너사 선정 전반의 과정에서 자율준수프로그램 절차에 기반하여, 객관성을 확보함으로써 거래의 공정성을 제고하고 있습니다. 입점 희망 파트너사 식별 시 공정하고 투명한 평가를 최우선 원칙으로 상정하고 있으며, 파트너사가 지속가능한 경영에 임할 수 있도록 '자가 ESG 평가 체크리스트'를 신규 파트너사에게 제공하고 있습니다.

또한, 소비자에게 안전한 상품을 제공하기 위해 최종 선정 과정까지 엄격한 기준을 적용하고 있습니다.



지속가능 공급망

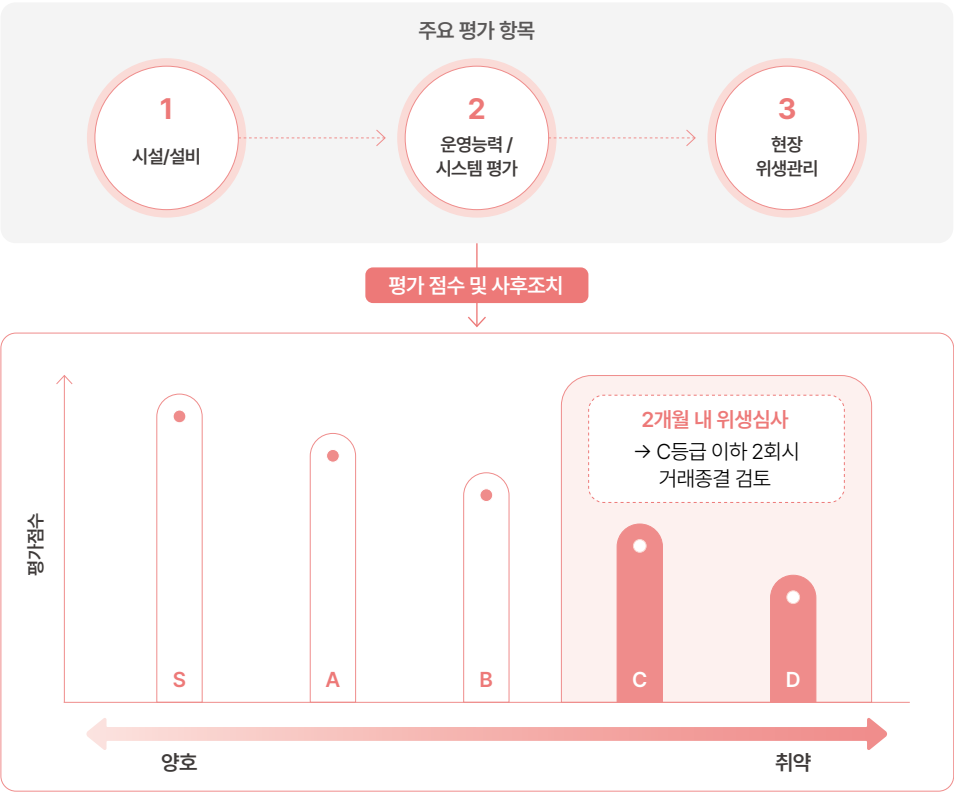
공급망 관리

파트너사 평가

GS리테일은 매년 정기적으로 제품을 공급하거나 공급을 희망하는 파트너사를 대상으로 위생, HACCP인증 등 관련 법규 위반 여부를 점검하고 평가 결과를 바탕으로 관리하고 있습니다.

2024년에는 159개 업체를 대상으로 검증 심사를 실시하였고, 7개 업체에서 개선조치가 필요한 사항이 확인되었으며 이 중 6개 업체에서는 피드백을 기반으로 개선조치를 완료하였고, 1개 업체는 개선 피드백 미수취로 인해 불합격하여 거래가 종결되었습니다. 앞으로도 체계적인 파트너사 평가 절차 운영을 통해 지속가능한 공급망을 구축하고자 합니다.

파트너사 평가 등급



ESG 평가

GS리테일은 파트너사의 ESG 경영 현황을 파악하고 발생 가능한 리스크를 최소화하기 위해 자가진단 체크리스트 조사 및 ESG 평가를 수행하고 있습니다.

계약 시 ESG 자가 체크리스트 또는 ESG 이행 평가 설문을 필히 첨부하여 결재를 진행합니다. 계약 후에도 상품을 납품하는 협력사를 대상으로 자가 체크리스트 제출을 요구하고 있습니다.

협력사는 환경, 안전보건, 노동 및 인권, 윤리규범 등 총 4개 분야로 이루어진 체크리스트 또는 설문을 진행하여 자사의 ESG 수준을 자체 점검하고 매년 재계약 시 정기적으로 평가하고 있습니다. 2024년, 홈쇼핑BU는 1,603여개의 신규 협력사 중 약 96%인 1,540개 협력사의 ESG 이행 현황을 파악하였습니다. 아울러 플랫폼BU는 2024년부터 전체 신규 협력사 대상으로 평가를 진행하기 시작하였으며, 338개의 협력사가 자체 체크리스트를 이행하였습니다.

ESG 평가 결과가 낮은 파트너사에 대해서는 각 부문장의 결재를 통해 입점을 진행하고 있으며, ESG 이행이 우수한 협력사는 매년 말 우수 파트너사로 선정해 상금, 상패를 비롯한 다양한 혜택을 제공하고 있습니다.

ESG 자가 체크리스트 항목

영역	주요 사항
환경	운영체계 환경관리 담당부서 운영
	실적 및 성과 환경법규 위반 사례
안전보건	정책 및 제도 안전사고 예방 교육 진행
	운영체계 안전평가, 담당부서, 비상매뉴얼 보유
노동 및 인권	정책 및 제도 주휴제도 등 법적 사항 준수, 차별 금지, 근로계약서 작성, 임신부 보호 규정 준수, 최저임금 지급 등
	실적 및 성과 법규 위반 사례, 아동근로자 미고용
윤리규범	정책 및 제도 비윤리 활동에 대한 처벌 및 처리 절차 운영, 부정부패 및 뇌물 수수 금지, 선물 허용 기준 보유 등
	실적 및 성과 윤리규범 관련 법규 위반 사례

OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS
ENVIRONMENTAL
SOCIAL
GOVERNANCE
APPENDIX

- 인재경영
- 함께 성장하는 조직
- 인권 존중
- 안전한 일터
- 지속가능 공급망
- 고객만족 경영
- 고객정보 보호

지속가능 공급망

동반성장

동반성장 철학

GS리테일은 국내 유일의 종합유통사로서 'Together with Partners'라는 동반성장 비전을 수립해 운영하고 있습니다. 밸류체인에 포함된 협력 중소기업, 파트너사, 가맹경영주 등 다양한 이해관계자의 성장을 지원하기 위해 '동반성장 핵심과제'를 선정하고 지속 실천하고 있습니다. 특히, 파트너사의 고품질 제품 개발을 위한 교육 및 인증 획득 등을 지원하고, 성장한 파트너사는 GS리테일 유통경쟁력의 핵심 역할을 담당하며 선순환 고리를 구축하고 있습니다. GS리테일은 향후에도 건전한 기업 생태계 조성에 앞장서고, 협업문화 정착에 기여해 기업의 사회적 책임을 다하고자 합니다.



소통 제도

GS리테일은 편의점, 수퍼, 홈쇼핑 등 다양한 유통분야에서 업계의 발전을 이끌어 나가고 있습니다. 이러한 발전은 GS리테일만의 노력이 아닌, 가맹점주, 중소기업, 소상공인 등 사업 전반을 구성하는 참여자의 노력을 통해 이뤄졌습니다. GS리테일은 이러한 구성원들과 함께 지속가능한 발전을 이루고자, 업의 특성을 살린 동반성장 활동을 진행해 오고 있습니다.

채널	내용
파트너사 간담회	각 시기/업종별 상품 정책 방향 논의 및 협의
파트너사 자문위원	자문위원(파트너사 대표) 임명, 고충 수렴 및 해결
파트너사 시상식	우수 파트너사 선정 및 시상
리스닝투어	파트너사 방문, 불만/건의/문제점 청취, 조사 및 제도 개선
파트너사 목소리	익명 파트너사 고충 및 개선제안 제보 채널 운영
레드휘슬	이해관계가 없는 소통창구를 통해 협력사 의견 및 제보 수렴

고충 처리 현황

파트너사의 인권 관련 고충을 포함한 다양한 의견을 청취하고 이를 경영 전반에 반영하기 위해 노력하고 있습니다. 2024년, '파트너사 목소리' 채널을 통해서 총 46건의 파트너사 고충을 확인하고, 100% 처리 완료하였습니다.

구분	2022	2023	2024
건수(건)	52	57	46
처리율(%)	100	100	100

동반성장지수 '최우수', '우수' 등급 획득



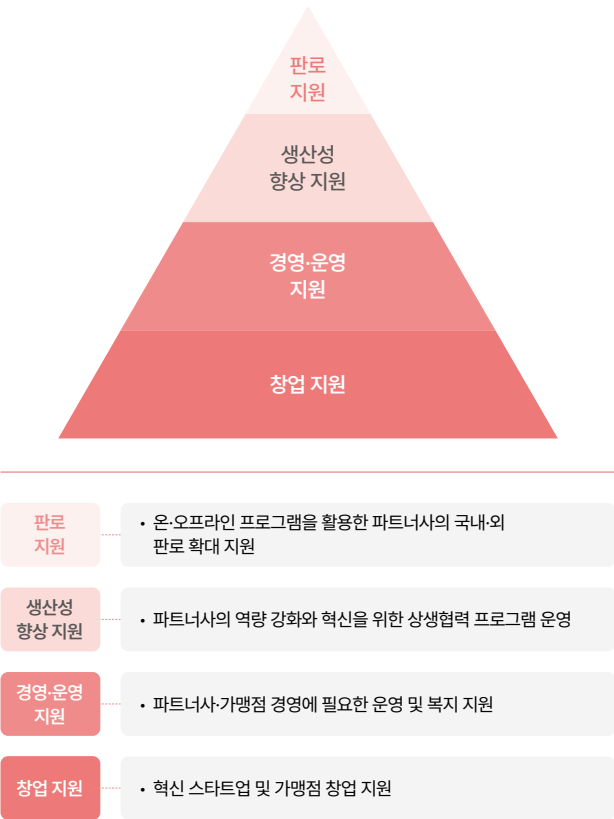
GS리테일의 GS25, GS SHOP은 동반성장위원회의 동반성장지수 평가에서 각각 '최우수'와 '우수' 등급을 획득했습니다. 동반성장지수는 대·중소기업 간 동반성장을 촉진하기 위해 동반성장의 수준을 평가하여 계량화한 지표입니다. GS25는 어려운 경영환경 속에도 경영주 수익성 향상을 위한 인센티브 제도 확대, 재고처리한도 증액, 점포운영지원금 지급, 출산용품 지급 등 상생 제도를 운영한 것을 평가받았으며, GS SHOP은 중소기업 판로 지원, 소셜벤처·소상공인 창업 및 사업화 지원 협력사 ESG 활동 지원 등 파트너사를 위한 동반성장, 생산성 향상 활동 등이 반영되었습니다.

지속가능 공급망

동반성장

파트너사 지원 사업

GS리테일은 가맹점주, 중견·중소기업, 소상공인 등 사업 전반에 걸친 파트너사와 함께 지속가능한 성장을 이루기 위해 노력하고 있습니다. 다양한 분야에서의 지원이 가능하도록 동반성장 프로그램을 운영해 함께 발전해가고자 합니다.



사업별 운영 프로그램

GS리테일은 판로 지원, 생산성 향상 지원, 경영 운영 지원, 창업 지원에 걸쳐 협력사와의 상생을 목표하는 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다. 다양한 형태의 금융 및 비금융 지원 활동을 바탕으로, 협력사와의 동반성장을 지속 추진하고자 합니다.

지원 사업	프로그램	내용
판로 지원	case 무료방송 사업	중소파트너사 및 사회적경제기업 무료 방송 지원
	해외수출 지원	우수중소기업 대상 공동수출상담회 및 해외 JV 협력 방송 진행
	중소기업/소상공인온라인 판촉전	중소기업/ 소상공인 온라인 전용 물 운영 및 지원 방송 운영
	동반성장 세미나	파트너사 직무역량 강화 교육
생산성 향상 지원	파트너사 임직원 ESG 교육	모두가 알아야 할 ESG, 한방에 이해하기 외 2개의 ESG 기초과정 교육진행
	품질전문가 양성 교육	수집된 주요 고객 VOC를 기반으로 상품과 관련된 발생가능한 문제와 원인 해결방안, 기본 법령 및 산업 동향 등에 대한 교육
	case 숙련도 검사 및 교육	· 미생물 이론/분석 실험 교육, 병원성 미생물 숙련도 평가 등 · 이화학 검사, 법률 사항 검토
	표기사항교육	표기사항 교육 및 제품 검토 지원
	안전/선도/위생 교육	· 식품위생법 및 원산지관리법 교육 지원 · 사전 위생 심사, 개선/교정 사항 도출 및 컨설팅 지원 · 납품 파트너사 대상 사후 지원
		파트너사 임직원 교육1) 실시
	HACCP 인증	FF공장 및 파트너사 등 HACCP 대응 문서 기술 지원 및 개선 검증 지원
	case ISO 및 환경표지인증	협력사 및 파트너사 ISO, 환경성적표지 인증 취득을 위한 교육, 컨설팅 및 비용 등 지원
	CCM 인증	중소파트너사 CCM 인증 취득 지원
	스마트러닝	중소 파트너사 임직원 대상 ESG, 역량개발 등 교육 지원
경영·운영 지원	혁신 파트너십	파트너사 스마트공장, 설비, 체계 구축 컨설팅 및 지원
	상생 펀드	중소 협력사/파트너사의 저금리 사업자금 대출 지원
	수수료페이백	분기별 기준에 따른 방송 판매 부진 상품에 대한 수취 판매 수수료 일부 환급
	명절대금 조기 지급	연 2회 명절에 물품대금 및 정산금 조기 지급
창업 지원	검사비용 감면	· 5대 검사 기관 MOU · 의류, 섬유, 화장품, 생활화학에 대한 시험 분석 비용 지원
	case 가맹점 운영 지원	수퍼, 편의점 경영주의 원활한 점포 운영을 위한 지원
	인서트 영상 지원	홈쇼핑 진출 중소기업의 영상 제작 컨설팅 및 제작 비용 지원
	오픈 이노베이션 사업	유통 관련 유망 스타트업 식별 및 양성 지원
창업 지원	청년창업지원 제도	청년 예비경영주 대상 창업 지원금 지급
	에코소셜 임팩트 사업	지속가능한 환경제조 분야의 소셜벤처/소상공인 창업/사업화 지원

지속가능 공급망

동반성장

파트너사 지원 사업

무료방송 사업

GS리테일은 GS SHOP ‘아이러브중소기업’ 등 다양한 상생 프로그램을 운영하며 경쟁력 있는 중소 협력사의 국내 판로 확대에 기여하고 있습니다.

소상공인, 중소파트너사 및 사회적경제기업을 대상으로 매일 30분 간 무료 방송을 제공하여 홍보, 판로 확대를 통한 매출 확대에 기여하였으며, 2024년 총 42개 신규 협력사를 지원해 방송판매 매출 46.2억 원 및 수수료 11억 원의 감면 효과를 창출하였습니다.

향후에도 TV홈쇼핑을 통해 판로 확장을 희망하는 중소 협력사를 지원하고 함께 성장하여 차별화된 경쟁력을 확보해 나갈 계획입니다.



국내 판매 지원 협력사

42개사

지원 효과¹⁾

약 11억 원

1) 중소기업수수료액 - 무료방송수수료액

ISO 및 환경표지인증

GS리테일은 중소 협력사와의 동반 성장을 위해 동반성장기금을 운영하고 있습니다. 2024년에는 3개 협력사가 8개 제품에 대해 환경성적표지 및 저탄소 인증을 획득하였습니다.

GS리테일은 ISO 인증 획득 초기 단계에서 컨설팅사를 배정하여 협력사별 맞춤 인증 획득 전략 수립을 지원하며, 환경성적표지 인증 획득에 기여하였고 2024년에는 대표적으로는 매장 내에서 판매하는 티슈, 보호밴드 등의 품목에서 환경성적표지 인증을 지원하였습니다. 향후에도 GS리테일은 협력사와의 동반성장을 위한 지속적인 인증 획득을 지원하고자 합니다.

환경성적표지 인증
지원 협력사

3개사

지원 제품 수

8개

숙련도 검사 및 교육

미생물 숙련도

GS리테일은 자회사 공장과 협력사 공장의 검사 인원을 대상으로 미생물 이론 및 실습 교육과 이화학 숙련도 검사를 지속 수행하여 역량 개선에 기여하고 있습니다. 미생물 숙련도 검사에 대한 집합 교육 후 숙련도 평가를 수행하여 불합격 공장에 대해서는 재교육을 진행하고 있으며, 2024년 100점을 획득하지 못한 2개 공장에 대해 2025년 상반기 미생물 검사 교육을 추가 진행하여 검사 역량을 개선할 계획입니다.

2024년 숙련도 평가 결과

98.5점

2025년 숙련도 평가 목표

100점

이화학 숙련도

맛에 대한 객관적 평가를 수행하고 분석값 편차를 최소화하기 위해서는 체계적인 이화학 기준 수립이 필요합니다.

GS리테일은 월 단위 이화학 검증을 진행하고, 숙련도 평가를 수행하여 불합격 공장에 대해 재교육을 실시합니다. 2024년 부적합 판정을 받은 1개 공장에 대해서는 측정기 검·교정과 재교육 등을 진행하여 파트너사와 FF 공장의 역량을 강화하고자 합니다.

2024년 숙련도 평가 합격률

87.5%

2025년 숙련도 평가 합격률 목표

100%

지속가능 공급망

동반성장

파트너사 지원 사업

가맹경영주 지원

편의점

구분	프로그램	내용	비고
판촉비	G-ESPA	상권 및 고객분석 등 점포 수익 개선 활동 지원	
	신규점 단품관리 판촉	신규/양수도점 초기 단품관리 지원	금융 지원
	인센티브 제도	점포 경쟁력/수익성 강화를 위한 인센티브 제공	
가맹점 보험	필수형	재산종합, 현금도난 영업배상	본부 부담 경영주 부담
	선택형	건물화재, 동산, 횡령, 화재배상, 욕외도난 횡령,안심상해, 택배도난, 전화사기 피해보상	경영주 부담 본부 부담
기타 복리후생 및 지원	가맹점 포상	장기 및 우수 가맹점 포상 및 비용 지원	
	자연재해 위로금	자연재해에 따른 피해 보상 비용 지원	
	경영주 출산 선물	출산 건당 70천 원 상당의 물품 지원	금융 지원
	GS히어로 포상	사회적 귀감이 되는 경영주 및 스토어매니저 우수 사례 선정, 포상금 시상	
	경조사 지원	경조사 휴무, 경조금, 점포운영지원금 지원	
	상담 서비스	법률 및 노무 관련 상담 지원	
	구인 플랫폼 서비스	스토어매니저 채용 구인 플랫폼 제공	
	원격관리 앱	무인 편의점 모바일 관리 앱	비금융 지원
	상품전시회	신규 상품 소개 및 소비 트렌드 설명	
	경영주 소통채널	편의점 경영주 대상 소통 채널 운영	

GS히어로 포상

GS히어로 포상 제도는 인명 구조, 화재 진압, 나눔 봉사 등 사회적 귀감이 되는 선행을 실천한 경영주 및 스토어매니저를 격려하고, 이를 통해 긍정적인 사회적 영향을 확산하는 것을 목표로 하고 있습니다.

2024년 8월, 김OO 경영주께서는 점포 내에서 의식을 잃고 쓰러진 고객을 신속히 발견하고 구조 요청 및 심폐소생술을 실시하여 고객이 안전하게 병원으로 이송될 수 있도록 도우셨습니다. GS리테일은 이러한 선행을 기리기 위해 '귀감상', '모범상', '나눔상'을 수여하며, 선한 영향력 확산에 앞장서고 있습니다.



“안전교육 등을 통해 평소 심폐소생술
방법을 숙지하고 있었던 것이 도움이 된
것 같습니다.”
- 경영주 김 OO -

수퍼

구분	제도	내용	비고
발주/ 판매	영업활성화	신선식품 할인 금액 지원(한도: 200만 원)	금융 지원
	조리운영 지원	점내 조리 매출 최대 13% 활성화 지원금 지급	금융 지원
	FF 발주/폐기 지원	FF 가맹본부 제안 상품 발주 및 이슈 상품 폐기 지원	금융 지원
안정화	신규/양수도 폐기 지원	신규점 초기 안정화를 위한 폐기 지원 신선 50% 7일간, 냉장/유제 50% 15일간	금융 지원
재고 처분	부진 재고처분	가맹본부 지정 상품 처분 지원	금융 지원
	POG(표준 진열) N 처분	양수도/환경개선에 따른 POG N 상품 처분 지원	금융 지원
운영 지원	퀵커머스 배달	퀵커머스 자체배달 시 지원금 지급	금융 지원
	경영주 소통채널	수퍼 가맹점주 대상 소통 채널 운영	비금융 지원
	법률상담	무료 법률 상담 서비스 제공	비금융 지원
	경조사	경영주 결혼 축하금 및 조위 위로금 제공	금융 지원
	구인 플랫폼 서비스	스토어매니저 채용 구인 플랫폼 제공	비금융 지원

경영주 소통채널

GS리테일은 다양한 소통채널을 운영하며 경영주의 불편사항을 수렴하고 이를 효과적으로 해결하며 경영주의 권익과 인권을 보호하기 위해 노력합니다.

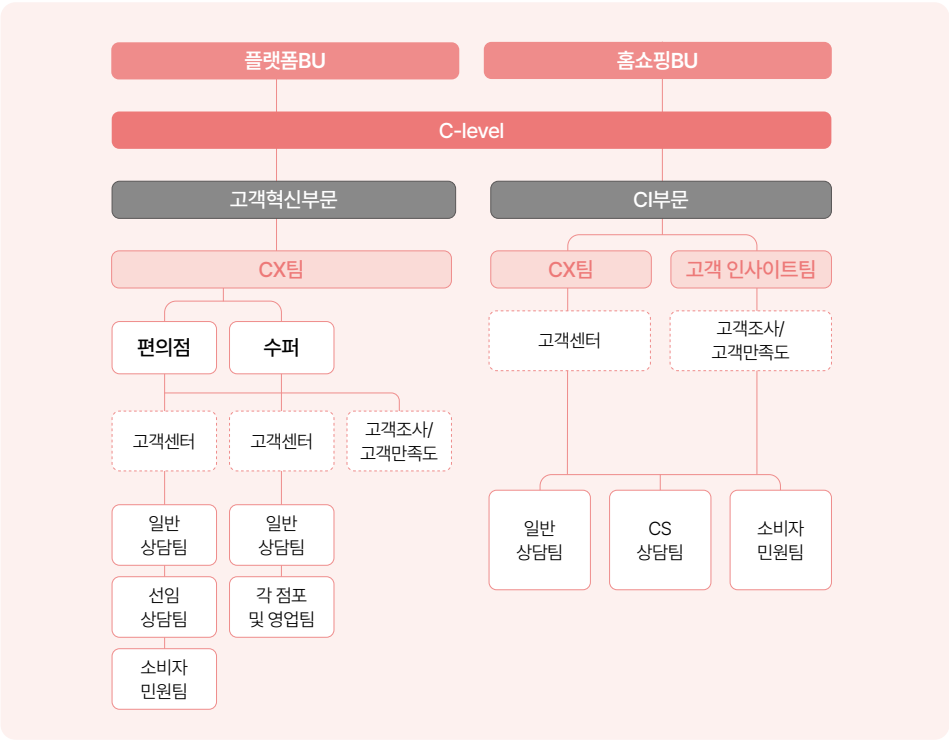
채널	내용	경영주	GS 리테일
경영주 참여 위원회	발전위원회 등 경영주 참여 소통 채널	상품군별 표준 진열도 내 김치 상품군이 많아 할인 및 폐기가 과다함.	
경영주 열린제안	경영주 아이디어 공유 채널	가맹점 맞춤 상품군별 표준 진열도 도입 및 냉장식품 등 상품군별 표준 진열도 이원화 추진	
스토어매니저 특목	점포 개선 관련 스토어매니저 아이디어 공모전 채널		
경영주 열린아카데미	본사-경영주간 LIVE 소통 채널		
챗봇조이, 동수	편의점, 수퍼 긴급문의와 VOC 해결 채널	경영주	IT시스템, 상품, 행사/마케팅 관련 점포 운영 개선 방안 제안
모바일점포경영/ 스토어매니저 앱	점포의 효율적인 운영과 원활한 소통을 지원하는 채널	총 3,000건의 제안사항 확인 및 도입 여부 검토	

고객만족 경영

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 고객만족 경영을 총괄하는 CRO를 임명하고 BU별 고객 중심의 전담조직을 운영하고 있으며, 2025년에는 PBU 내 고객혁신부문을 신설하여 고객 경험 향상을 위한 체계를 고도화하고 있습니다.



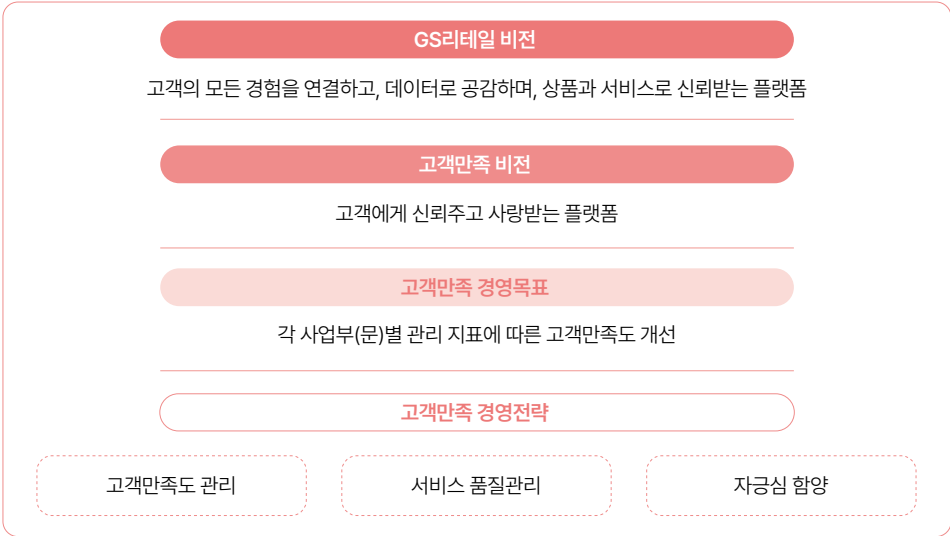
소비자 권익보호 정책

GS리테일은 모든 임직원이 경영활동에서 당면할 수 있는 다양한 소비자 권익 보호 관련 이슈에 효율적으로 대응하고 이를 체계적으로 관리하기 위해 소비자권익보호 정책을 수립 및 실천하고 있습니다.

 소비자 권익보호 정책

고객만족경영 목표 및 전략

GS리테일은 고객 최우선의 원칙에 따라 모든 사업을 운영하고 있으며, 고객의 관점에서 상품/서비스를 제공하고 고객 이용 경험을 체계적으로 개선하고자 합니다. 이를 위해, 각 사업별로 고객 만족도 조사를 진행 중이며, 다양한 채널을 통해 수집하는 VOC 데이터를 적극 활용하여 상품/서비스 수준을 지속 개선하고 있습니다.



중장기 계획

GS리테일은 상담 프로세스 및 품질과 챗봇 시나리오를 지속적으로 개선하여 고객 문의/불만 VOC 접수-처리 과정에서 고객 만족도를 높이고, 장기적으로 고객 경험을 개선하기 위해 개선 과제를 도출, 실행하고 있습니다.

2025년	2026년	2027년
단기	중기	장기
VOC 접수/처리/활용구조 개선	VOC 기반 CX 개선 고도화	CX개선, 불만 축소를 통한 고객만족 우수 기업 달성
• 브랜드 별 고객센터 운영 통합(배달/픽업 고객센터 응답률 개선) • GS SHOP 고객센터 응답률 92% 이상 달성 • PBU 공통 이슈에 대한 고객 응대 가이드 통합 구축 • 고객관점 분류체계 재수립	• VOC 기반 10건 이상의 주요 CX 개선과제 도출 및 서비스 별 고객 경험 향상 • 불만 VOC 접수건수 5% 축소 • 고객센터 상담품질 향상을 위한 전문화된 상담 제공	• 세부 부문별 홈쇼핑 만족도 조사 1위 유지 • 불만 VOC 접수건수 10% 축소

고객만족 경영

고객 의견 수렴

VOC 관리

GS리테일은 고객의 문의와 불편사항을 신속하게 해결하기 위해 다양한 VOC 소통 채널을 운영하고 있습니다. 또한, VOC 접수 고객을 대상으로 체계적인 만족도 조사를 진행하여 고객의 Pain Point를 개선하기 위해 노력하며, 이를 통해 2024년 목표 7.3점 대비 0.3점 상승한 7.6점을 달성하였습니다.

2025년에는 플랫폼BU 구성원이 고객의 의견을 한번에 확인할 수 있도록 'VOC 인사이트(대시보드)'를 구성 및 활용할 예정이며, 이를 통해 고객 Pain Point를 식별하고 이를 효과적으로 해결할 계획입니다. 또한 홈쇼핑BU에서는 Real VOC 협의체를 운영하여 VOC를 접수 및 해결하는 과정은 물론, 다양한 영역에서의 발생 가능한 문제를 미리 감지하고 사전 대비 활동을 실행하여 고객 경험을 실질적으로 향상하고자 합니다.

소통채널

구분	주요 내용
고객용 챗봇	우리동네GS 앱 고객용 챗봇 상시 운영
우리동네GS	우리동네GS 1:1 문의 접수
콜센터	사업부별 ¹⁾ 맞춤 콜센터 운영
홈페이지	GS리테일 공식 홈페이지 접수 채널 운영

VOC 효과성 평가

GS리테일은 상품에 대한 고객의 의견을 적극 수렴하고 이를 제품 개발 및 서비스 제공에 반영하여 고객의 실질적인 니즈를 해결하고 있습니다.

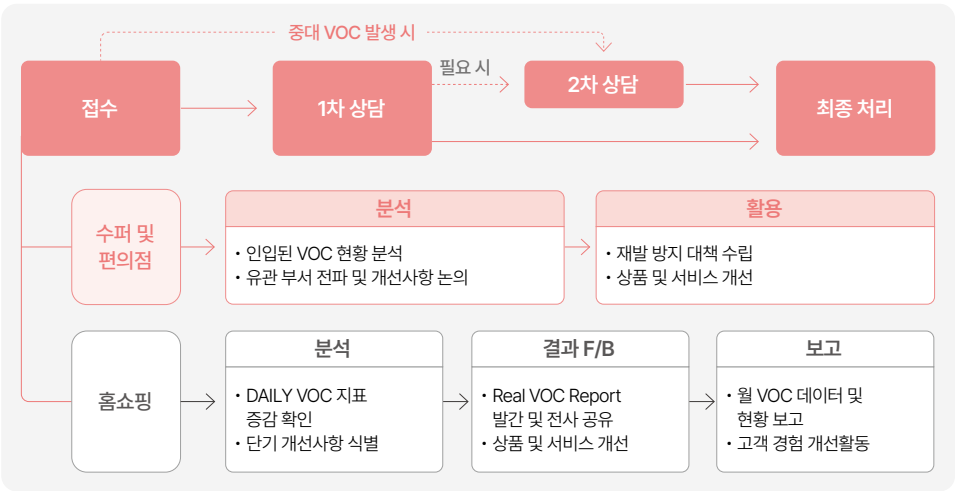
Case ① 쿠팡두유제조기			Case ② 모르간원피스		
이슈	사용법 정보 부재로 인한 불량 SR ²⁾ 증가		이슈	착용시 불편함에 따른 반품률 증가	
개선 사항	사용방법 영상 및 리플렛 보조안내 실시		개선 사항	불만족 사항 점검 및 치수 개선 등의 실질적인 조치 이행	
효과성	(전) 10.2%	SR 인입률 ▼2.7%p (후) 7.5%	효과성	(전) 41.21%	제품 반품률 ▼8.44%p (후) 32.77%

1) GS25, GS SHOP, GS THE FRESH, 쿼커머스
2) Service Request, 문의/불만/교환/환불 요청사항

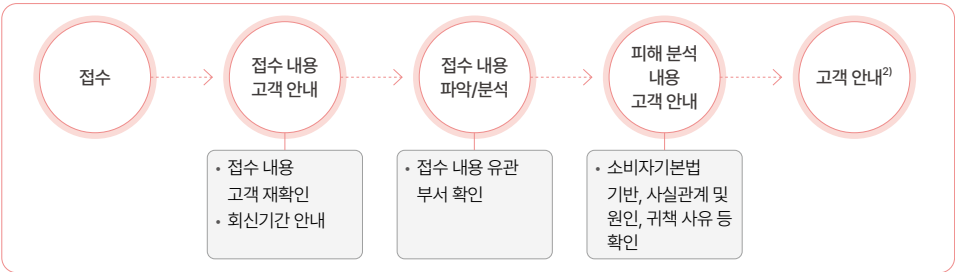
VOC 및 소비자 피해 대응

GS리테일은 내·외부 다양한 채널을 통해 인입된 VOC 맞춤 상담을 진행하며, 1차 상담을 통해 처리되지 않는 VOC 건은 내부 기준에 따라 담당자와 전담 조직¹⁾에 즉시 이관하고 있습니다. 또한, 사업부별 맞춤 VOC 운영 프로세스를 운영하여 소비자의 불편사항을 해결하고, 체계적인 피해 및 분쟁해결 절차를 수립/운영하며 소비자 권익을 보호하기 위해 노력합니다.

VOC 운영 프로세스



피해대응 절차



1) 수퍼/편의점 : CS전담 상담사, CS전담팀, 유관 부서
홈쇼핑 : 소비자민원팀, CX팀, 유관부서 등
2) GS리테일의 책임 확인 시 사업부 기준에 따른 보상조치 실시, GS리테일의 책임 확인 불가 시, 설득 등을 통해 소비자 분쟁을 조속히 해결하기 위해 노력

- 인재경영
- 함께 성장하는 조직
- 인권 존중
- 안전한 일터
- 지속가능 공급망
- 고객만족 경영
- 고객정보 보호

고객만족 경영

고객만족 실현

만족도 조사

GS리테일은 고객중심의 품질경영시스템을 구축하고, 경영전반 혁신활동을 통한 지속적인 성장과 고객만족을 추구합니다. 플랫폼 부문은 구매고객대상 CSP 조사(고객 만족도 및 선호도 조사, Customer Satisfaction&Preference)를 실시하여 고객 피드백을 빠르게 청취하고 있습니다. 2024년에는 오프라인 점포를 대상으로 모니터링 조사를 연 2회 진행하였고, 미비점 확인 시 방문교육을 통해 신속한 개선을 진행했습니다. 홈쇼핑 부문은 고도화된 고객만족도 조사를 바탕으로 강화 요소를 선별하고 있습니다. 향후 상품 차별화, 주문과정 개선, 배송 정확도 강화에 집중해 나갈 계획입니다.

만족도 조사 및 주요 결과

구분	평가 방법	내용	진단 항목
편의점 및 수퍼	모니터링 조사	일반 구매 고객 대상 고객 서비스 만족도 평가	• 고객 응대 • 내/외부 청결 관리 • 홍보물 부착 관리 • 상품 결품 여부
	온라인 설문조사 및 Focus Group Interview	편의점/수퍼 채널 이용 형태 조사	• 고객 라이프스타일/쇼핑행동 변화 파악 • 이용만족도 평가
	모바일 설문조사	구매고객대상 CSP 조사, 우리동네GS앱 활용 설문 조사 진행	• 신상품 및 서비스 출시 후 피드백 • 앱 이용행태와 서비스 만족도 등
홈쇼핑	모바일 설문조사	고객인사이드팁 주관, GS리테일 및 경쟁사 상품 구매 고객 대상 만족도 조사 진행	• 상품 품질/구색 • 배송 기간 • 전반적인 고객 서비스 만족도
	Focus Group Interview	품질/배송/고객센터 등에 대한 고객 의견을 직접 청취하고 정성분석 진행	• 품질/배송/배송/서비스 등의 만족/불만족 요인 심화 분석

고객 여정 지도

GS리테일은 고객 만족을 실현하기 위해 각 사업 영역에서의 고객 여정을 면밀히 고려하고 있습니다. 홈쇼핑에서는 고객의 주문 전 정보 탐색, 주문 및 결제 절차, 배송, 제품 수거 및 사용 경험에 이르기까지 전반적인 과정에서 고객의 편리함과 신뢰를 우선시합니다. 각 단계에서 명확한 정보 제공과 효율적인 시스템을 통해 원활한 경험을 보장하고, 사후 관리까지 철저히 반영합니다. 수퍼·편의점에서는 매장 방문부터 상품 탐색, 결제, 상품 사용까지 고객의 모든 접점을 고려하여 최적의 쇼핑 환경을 제공합니다. 매장 환경의 접근성, 상품 배치, 결제 시스템의 편리성, 그리고 상품 품질과 고객 피드백을 반영하여 전 과정에서의 고객 만족을 실현하기 위해 노력합니다.



- 인재경영
- 함께 성장하는 조직
- 인권 존중
- 안전한 일터
- 지속가능 공급망
- 고객만족 경영
- 고객정보 보호

고객만족 경영

고객만족 실현

CCM 인증

GS리테일은 고객 중심 경영 철학을 실현하기 위해 소비자중심경영(CCM, Consumer Centered Management) 인증을 획득하고, 소비자 만족 경영의 선도적 모델을 구축하고 있습니다. 이를 위해 CCO(Chief Customer Officer)의 역할을 전략적으로 강화하고, 전담 운영사무국을 통해 고객 관련 전략을 체계적이고 정교하게 관리하고 있습니다.

2024년 GS리테일은 소비자중심경영의 확산을 위해 3개 협력사를 대상으로 CCM 교육 프로그램을 집중 지원하여 고객 중심 경영 문화를 성공적으로 전파했습니다. 이를 통해 협력사의 고객 서비스 역량을 실질적으로 향상시키고, 동반성장의 기반을 마련했습니다.

2025년에는 2개 협력사에 대한 CCM 인증 컨설팅을 계획하여 중소기업의 고객 서비스 역량을 더욱 강화하고, 지속 가능한 동반성장 생태계를 조성할 예정입니다. 이러한 전략을 통해 GS리테일은 고객, 협력사, 기업이 상호 이익을 창출하는 혁신적인 경영 모델을 구축하고, 장기적으로 GS리테일은 협력사와의 CCM Value Chain을 구축하고 선순환 구조를 확립하고자 합니다.



GS ALL 멤버십 론칭



GS리테일은 고객 경험의 혁신을 위해 GS ALL 멤버십을 론칭하며, 통합적이고 차별화된 서비스를 제공하고 있습니다.

GS ALL 멤버십은 GS25, GS THE FRESH, GS SHOP 등 다양한 브랜드를 아우르는 통합 멤버십 서비스로, 단일 가입을 통해 고객에게 일관되고 맞춤형 혜택을 제공합니다. 빅데이터 분석 기반의 개인화된 혜택, 온·오프라인 연계 쇼핑 경험, 실시간 고객 피드백 반영 등 고객 중심의 혁신적인 전략을 통해 차별화된

서비스를 구현하고 있으며, 고객 구매 패턴과 선호도를 정교하게 분석하여 개인별 맞춤형 프로모션과 할인 혜택을 제공합니다. 앞으로도 GS리테일은 GS ALL 멤버십을 지속적으로 발전시키며, 고객 가치 중심의 통합 서비스를 강화해 나갈 계획입니다.

수상 실적

2024년 주요 수상 실적

GS25	GS THE FRESH	GS SHOP
• KS-SQI • KS-PBI • KMAC • KCSI • NCSI • 소비자종합 만족도	• KS-SQI • KMAC • KCSI • KSQI	• KS-SQI

2024년 한국서비스품질지수(KS-SQI) 1위

2024년 한국서비스 품질지수(KS-SQI)에서 GS리테일의 사업부는 각 부문에서 우수한 성과를 기록했습니다.

편의점부문 12년 연속 1위 (총 21회)	대형수퍼마켓부문 9년 연속 1위 (총 10회)	홈쇼핑 부문 3년 연속 1위 (총 10회)
GS25	GS THE FRESH	GS SHOP

'대한민국 가치경영대상' 수상

GS리테일은 소비자 맞춤형 서비스 제공, 무인점포 및 모바일 결제 시스템 확대 효율적인 재고 관리와 신속 배송 시스템 구축 등을 추진하며 고객 경험을 극대화하고 있습니다. 이를 통해 2025년 제12회 대한민국 가치경영대상에서 고객만족 경영을 실현한 기업으로 선정되었습니다.

- 인재경영
- 함께 성장하는 조직
- 인권 존중
- 안전한 일터
- 지속가능 공급망
- 고객만족 경영
- 고객정보 보호

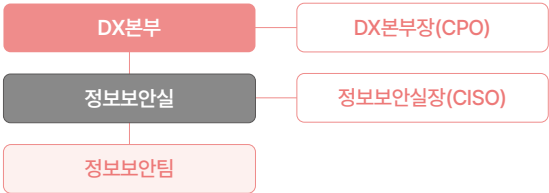
고객정보 보호

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 고객 개인정보 보호를 위한 전사 차원의 거버넌스를 운영하고 있으며, 개인정보보호책임자(CPO)는 DX본부장이 역임하여, 고객 개인정보 보호를 총괄하고 있습니다.

CPO 산하의 정보보안실은 정보보호 및 개인정보보호 업무를 수행하는 조직으로, 정보보안실장을 중심으로 운영되며, 해당 실장이 정보보호 최고책임자(CISO)의 역할을 수행하고 있습니다.



침해사고 대응 거버넌스

GS리테일은 중요 이슈를 관리하기 위해 전사 단위의 리스크관리협의체를 운영하고 있습니다. 본 협의체는 개인정보 유출, 민감정보 및 고유식별정보 유출, 외부 해킹에 따른 유출 발생 시 운영되며, 침해 사고의 경우 Legal/Compliance 분과 내 개인정보보호&정보보안 부문에서 대응하고 있습니다.



정보보호 정책

GS리테일은 정보보호 정책, 정보보호지침, 매뉴얼을 기반으로 개인정보보호 & 정보보안 활동을 정의하고 있으며, 이를 바탕으로 각종 활동을 수행합니다. 사내 게시판 내 정책, 지침 및 매뉴얼을 게재하며, 매년 개인정보보호법 등 관련 법령의 개정을 확인하여 정책, 지침, 매뉴얼을 제·개정하고 있습니다. 또한 GS리테일은 홈페이지 내 '알기 쉬운 개인정보처리방침'을 게시하여, 고객의 정보를 보호하고 있는 당사의 방안을 투명하게 공개하고 있습니다.

🔍

알기 쉬운 개인정보처리방침

📄

정보보호 정책

정보보호 정책, 지침 및 매뉴얼



중장기 계획

GS리테일은 2025년 개인정보보호 & 정보보안 체계의 재수립을 목표하고 있습니다. 신규 정립된 체계에 맞춰 중장기 계획을 수립할 예정이며, 2027년까지 이행하고자 합니다.

2025년	2026년	2027년
단기	중기	장기
정보보안 체계 재수립	정보보호 담당 실무조직의 실행력 강화	정보보안 리스크 발생 최소화
개인정보, 정보보안 거버넌스 체계 정비	거버넌스 후속과제 수행 정보보안 및 개인정보 보호 전담조직 R&R 재정립 및 인력 증원 정보보안 및 개인정보 보호 관리체계 고도화	거버넌스 후속과제 수행 제3자 보안 리스크 관리체계 고도화 및 실행력 강화 거버넌스 이행 현황 검토 및 재 설계
개인정보 모니터링 시스템 70% 이상 중앙관리 적용 (전년도 제출계획)	위험관리 범위 70% 이상 확대	위험관리 범위 90% 이상 확대

정보보호 투자

GS리테일은 개인정보보호 & 정보보안을 중대 사안으로 고려하고 있습니다. 거버넌스&정책&중장기 목표에 맞춰 정보기술 부문 투자액 일부를 정보보호 부문에 투자하고 있으며, 2024년의 경우 중장기 목표에 부합하는 투자를 진행하였습니다. 또한, 정보보호 투자 활동은 정보보호 공시 제도에 의거하여 투명하게 공개하고 있습니다.

2024년 정보보호 투자 영역



ISMS-P 인증

GS리테일은 정보보호 및 개인정보보호 관리체계의 적정성과 적합성을 입증하기 위해 ISMS-P 인증을 획득하였으며, 매년 사후심사를 통해 적합성을 검증하고 관리, 기술, 물리적 리스크를 감소시키기 위해 노력하고 있습니다.



인증의 범위

GS리테일 온라인 서비스

유효기간

2022.04.06 ~ 2025.04.05

- 인재경영
- 함께 성장하는 조직
- 인권 존중
- 안전한 일터
- 지속가능 공급망
- 고객만족 경영
- 고객정보 보호

고객정보 보호

정보보안 리스크 관리

위험 식별

전사 위험 식별 및 관리

GS리테일은 정보보호 수준을 체계적으로 관리 및 강화하기 위해 위험 식별 활동을 정기적으로 진행하고, 인프라, 웹, 모바일 등 다양한 영역의 위험을 파악하고 대응하고 있습니다.

식별된 위험에 대해 즉각적인 조치를 시행하고, 개선이 필요한 항목에 대해서는 일정 기간 내 보완 조치를 요구하고 있습니다. 또한, 개선 이행 여부를 지속적으로 점검하며, 조치 전후의 정보보호 수준을 비교 분석하여 효과성을 평가하고 있습니다.

수탁사 위험 식별 및 관리

GS리테일은 수탁사(온라인몰 입점 판매자)가 개인정보보호 관련 법령을 준수할 수 있도록 체계적으로 관리하고 있습니다.

개인정보 보호조치 가이드를 판매자에게 제공하고 위험 파악을 위해 현장점검을 실시하고 있습니다. 현장점검 시 파악된 위험 요소나 미흡 사항에 대해서는 개선을 독려하고, 최대 2주의 보완조치 기간을 부여하고 있습니다. 이후 개선 여부를 확인하고, 조치 전후의 개인정보보호 수준을 비교하여 효과성을 평가합니다.

대응 프로세스 구축

개인정보 침해사고 대응 프로세스

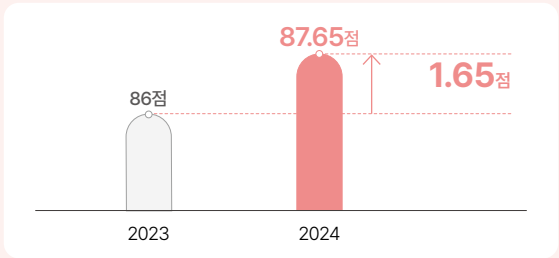
GS리테일은 개인정보 유·노출 대응을 위한 'RACI' 체계를 정립하였습니다. 'RACI'는 실행(Responsible), 결정(Accountable), 협의(지원, Consulted), 정보수신&공유(Informed)를 의미하여, 침해사고 발생 시 대응이 요구되는 유관 부서 별 역할과 권한 범위를 정의하는 체계입니다. 사고 발생 시 심각성(규모, 민감 정보 및 고유식별정보 유출, 외부 해킹공격)을 기준으로 신고 여부를 결정하며, 각 유관부서 혹은 위기대응협의체에서는 대응 단계별로 사전 지정된 역할 및 권한에 따라 신속히 조치합니다.

효과성 측정

GS리테일은 2024년 관리 및 기술영역 전반에 걸쳐 위험 요인 확인 및 관리를 진행하였으며, 그 결과 전년 대비 관리 점수가 1.65점 상승하였습니다.

앞으로도 위험관리 활동을 적극적으로 개선하여, 위험 요인을 엄밀히 식별하고 대응 방안을 마련해 나가고자 합니다.

위험요인 관리실적¹⁾



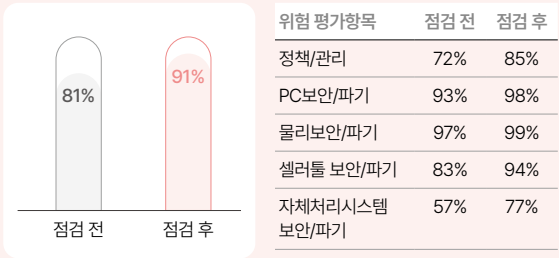
1) 관리영역과 기술영역 각 부문의 점수를 평균으로 도출

효과성 측정

GS리테일은 개인정보보호 수준 향상을 위해 현장 점검 등의 활동을 수행하고 개인정보처리 수탁사 대상 보안 가이드를 연 1회 이상 공유하고 있습니다.

2024년도 개인정보보호협회에서 실시한 위수탁 점검에서, 점검 전 대비 개인정보 보호 수준이 약 10% 개선되어 효과성을 확인하였습니다.

개인정보 수탁사 점검



개인정보 유·노출 대응 STEP

탐지

- 이슈를 최초 감지한 즉시, 현업 팀 및 담당 IT팀 공유

초기 대응

- 이슈 확인, 초동조치 수행
- 유관부서 지원 요청
- 리스크관리협의체 필요 여부 확인

분석

- 사고 원인 분석 및 범위 확인
- 원인 제거 및 조치, 법무 검토
- 신고여부, 피해자구제 등 결정

통지 및 신고

- 고객 통지
- 사고 신고(신고 대상일 경우)
- 대외 대응

사후 대응

- 고객 민원 대응, 법적 대응
- 재발방지 대책 수립 및 시행
- 사례전파, 교육, 규제기관 대응

GS리테일은 투명한 기업 경영을 통해 본질적인 기업 경쟁력을 확보하고, 이해관계자의 가치를 창출하여 공동의 발전을 목표로 합니다.

또한, 고도화된 리스크 관리 역량을 바탕으로 경영 차원의 불확실성에 대응하며, 정도경영을 가치판단 및 의사결정의 중심에 두고 지속가능한 성장을 위해 힘쓰고 있습니다.

Approach

지배구조 운영 기준과 각 위원회의 활동 현황을 공개하며, 이사회와 독립성 및 전문성을 제고하기 위한 교육 프로그램을 운영하고 이사회 평가를 통해 효율성을 제고하고 있습니다.

또한, 전사 차원에서 정도경영의 중요성을 전파하며, 주주 환원 활동을 제도 기반으로 이행하며 기업가치 제고를 위해 노력하고 있습니다.



이사회 참석률

윤리경영 교육 이수율

98.8%

100%

개정

운영

CP 가이드북

컴플라이언스
운영협의회

GOVERNANCE

OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS
ENVIRONMENTAL
SOCIAL
GOVERNANCE
이사회
윤리경영
리스크 관리

APPENDIX

이사회

이사회 구성

이사회 구성 현황

GS리테일의 이사회는 운영의 효율성과 의사결정의 합리성·공정성을 고려하여 사내이사 2인, 사외이사 4인 및 기타 비상무이사 1인으로 총 7인으로 구성되어 있습니다.

사외이사의 구성은 상법 등 관계법령에 따라 이사 총수의 과반수 요건을 충족하고 있으며 사외이사는 경영, 금융, 회계, IT 등 다양한 전문성과 배경을 갖추고 있습니다. 이사회는 관계법령 및 정관, 이사회 규정 등에 따라 회사 경영의 기본방침 및 업무집행에 관한 중요한 사항을 의결하고 감독하며, 이사회 중심의 경영으로 안정적인 경영기반을 구축하고자 노력하고 있습니다.

또한, 이사회 내 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 내부거래위원회, ESG위원회, 보상위원회 5개의 위원회를 설치하여 운영하고 있으며, 각 위원회 활동을 통해 이사회외의 전문성 및 운영 효율성을 제고하고 있습니다.

전문성 및 다양성

GS리테일은 이사회 구성의 전문성 및 다양성을 증진시키기 위해 노력하고 있습니다.

당사가 영위하는 주요 사업 분야인 편의점, 슈퍼, 홈쇼핑, 신사업 등은 각 분야의 사내 최고 전문가가 사업을 총괄하고 있으며, 이들은 사내이사, 대표이사로서 이사회에 참여함으로써 전문성을 강화하고 있습니다. 또한, 사외이사들은 경영, 회계, 재무, 금융, 신사업 등 다양한 분야에서 전문성을 갖춘 인원들로서 이사회외의 구성 및 다양한 분야의 전문성을 보다 강화하고 있습니다.

GS리테일은 이사회 구성 시 성별, 연령, 정치, 종교, 문화 등에 따른 차별 없이 다양성과 전문성을 종합적으로 고려하고 있습니다. 아울러, 2021년 7월 여성 사외이사인 윤종원 이사를 최초 선임하였으며 이후 2025년 3월 윤종원 이사의 사임에 따라, 동년 개최된 제54기 정기주주총회에서 여성 사외이사인 윤윤진 이사를 신규 선임하였습니다.

(2025년 5월 기준)

구분	성명	분야	주요경력	성별	이사회 내 위원회 직책
사내이사	허서홍 ¹⁾	전사 경영 전반	전) (주)GS리테일 경영전략Service Unit장 현) (주)GS리테일 대표이사	남성	—
	오진석	플랫폼 경영 전반	전) (주)GS리테일 전략부문장 현) (주)GS리테일 플랫폼BU장	남성	보상위원회 위원
기타 비상무이사	홍순기	그룹사 연계	전) (주)GS CFO 현) (주)GS 대표이사	남성	ESG위원회 위원
사외이사	이성락	금융/경영	전) (주)신한은행 부행장 현) (주)GS리테일 이사회 의장	남성	이사회 의장 / 내부거래위원회 위원 / 사외이사후보추천위원회 위원 / 감사위원회 위원
	이인무	재무/금융	전) 한국은행 외화자산운용원 자문역 현) 카이스트 경영대학 교수	남성	감사위원회 위원장 / ESG위원회 위원장 / 사외이사후보추천위원회 위원 / 보상위원회 위원
	윤윤진 ¹⁾	IT/리스크 관리	전) 국토안전관리원 비상임이사 현) 카이스트 건설 및 환경공학과 교수	여성	보상위원회 위원장 / 감사위원회 위원 / 내부거래위원회 위원 / ESG위원회 위원
	이상규	경영/유통	전) LG전자(주) 한국영업본부장, 사장 현) 숙명여자대학교 석좌교수	남성	내부거래위원회 위원장 / 사외이사후보추천위원회 위원장 / ESG위원회 위원

1) 허연수 사내이사 및 윤종원 사외이사가 일신상의 사유로 사임('25.3.20)함에 따라, '25.3.20. 개최된 제54기 정기주주총회에서 허서홍 사내이사 및 윤윤진 사외이사를 신규 선임하였습니다.

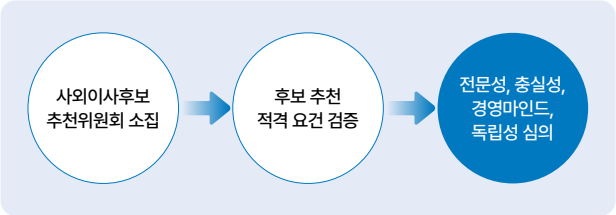
독립성 및 전문성

GS리테일은 이사회의 독립성 강화 및 지배구조의 건전성 제고를 위해 사외이사(이성락 사외이사)를 이사회 의장으로 선임하여 이사회를 운영하고 있으며, 이사회 내 위원회 위원장을 모두 사외이사로 선출하여, 사외이사 중심의 운영체계를 확립하였습니다. 이사회 내 사외이사 구성 비율은 약 57.1% 이며, 투명하고 독립적인 방법으로 사외이사를 선출하기 위해, 사외이사 전원으로 구성된 사외이사후보추천위원회를 설치하여 운영하고 있습니다.

사외이사 선임

GS리테일은 회사의 발전과 기업가치를 향상시킬 수 있는 사외이사의 선임을 위해 공정하고 투명하게 절차를 진행하고 있습니다. 사외이사 후보자에 대한 사전 인터뷰 및 레퍼런스 체크 등을 진행하고 상법 등 관련 법률과 공직자 윤리법을 고려해 사외이사 자격요건 준수 여부를 최우선적으로 검증합니다. 그 후, 이사회 내 위원회인 사외이사후보추천위원회에서 사외이사 후보자에 대한 심도 깊은 심의와 심사를 거쳐 주주총회에 추천할 후보를 확정합니다. 후보 확정을 위한 사외이사후보추천위원회의 심의 시에는 전문성, 경영마인드, 충실성(Commitment), 독립성 등의 평가 척도와 이사회 구성의 다양성, 경영 환경, 신규 선임 사외이사의 역할을 종합적으로 고려합니다. 이사의 임기는 3년으로, 임기 만료가 도래하는 경우 주주총회 개최 및 안건 상정을 통해 이사의 재선임을 승인 받고 있으며, 사외이사의 임기는 상법 시행령에 따라 6년으로 제한하고 있습니다.

선임 프로세스



이사회

이사회 산하 위원회

위원회 운영 현황

GS리테일은 이사회 내 위원회로 총 5개의 전문위원회를 운영하고 있습니다. 위원회 운영의 독립성 보장 및 전문성 제고를 위해 모든 위원회의 위원장은 사외이사로 선임하여 운영하고 있으며, 감사위원회와 사외이사후추천위원회, 내부거래위원회는 전원 사외이사로 구성하여 공정성과 투명성을 보장하고 있습니다.

모든 위원회는 3인 이상의 이사로 구성되어 있으며, 각 위원회의 위원 중 과반수는 사외이사로 선임하여 독립성과 객관성을 보장하고 있습니다. 위원회의 결의사항에 대해 이사회에 보고토록 하고 있으며, 필요 시 위원회의 결의 사항을 이사회에서 재심의 하여 의사결정에 대한 적합성을 제고하고 있습니다. 또한, 각 위원회에서 심도 있게 다뤄진 사안의 경우에는 이사회에서 추가 보고하고 있습니다. 단, 감사위원회가 결의한 사항은 재심의 대상에서 제외하여, 감사위원회의 독립성을 보장하고 있습니다.

(2025년 5월 기준)

구분	구성원	역할
감사위원회	·이인무 사외이사(위원장) ·이성락 사외이사 ·윤윤진 사외이사	·회계, 재무 등 주요 업무 관리 감독, 내부회계관리제도 운영 실태 보고 및 내부회계관리제도 평가보고서 승인 ·내부감시장치에 대한 감사의 평가의견서 승인
사외이사후보추천위원회	·이상규 사외이사(위원장) ·이인무 사외이사 ·이성락 사외이사	·사외이사 후보자의 심의 및 추천 등 사외이사 선출의 독립성 및 투명성 향상
내부거래위원회	·이상규 사외이사(위원장) ·이성락 사외이사 ·윤윤진 사외이사	·독점규제 및 공정거래 관한 법률, 상법 등 관련 법령이 정하는 특수관계인과의 일정 규모 이상 거래 또는 특수관계인을 위한 일정 규모 이상 거래 행위 안전 사전 심의 ·회사와 이사 등과의 거래에 대한 안전 사전 심의
ESG위원회	·이인무 사외이사(위원장) ·이상규 사외이사 ·윤윤진 사외이사 ·홍순기 기타비상무이사	·이사회 위임에 따라 회사의 ESG 관련 업무 계획의 결정 및 승인, ESG 활동에 대한 관리, 감독, 평가, 검토 ·환경, 사회, 지배구조 관련 제반 활동 관리 및 의사결정, 회사의 위험 발생 가능성 최소화
보상위원회	·윤윤진 사외이사(위원장) ·이인무 사외이사 ·오진석 사내이사	·등기이사 보수의 한도, 집행임원 인사관리 규정 내 기본연봉 산정, 기타 보상 관련 검토

이사회 개최

GS리테일의 이사회는 매년 8회 개최하는 정기 이사회와 필요에 따라 수시로 개최되는 임시 이사회로 구분됩니다. 상정 안건에 대한 승인은 이사 총원 과반수 출석과 출석이사 과반수의 동의로 진행됩니다. 단, 상법 제398조(이사 등과 회사 간의 거래) 등 관계 법령이 정하는 사항의 경우에는 이사 3분의 2 이상의 동의로 상정 안건에 대한 승인이 이루어집니다. 이사회는 환경(E), 사회(S), 거버넌스(G)를 고려한 합리적인 의사결정을 통하여, 지속가능한 가치 창출에 기여하고 있으며, 주요 경영 활동에 대하여 관리, 감독을 수행함으로써 경영 건전성 제고에 이바지 하고 있습니다.

구분	2022년	2023년	2024년
개최 횟수	10회	8회	12회
심의/보고 안건	20/33건	23/31건	34/30건
평균 참석률	100%	100%	98.8%

이사회 역량 강화

GS리테일은 이사회 구성원의 적극적인 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 이사에게 사전에 공유함으로써, 각 안건에 대한 이사회 구성원의 충분한 이해도를 바탕으로 밀도 있는 심의를 진행하여, 합리적인 의사결정이 도출될 수 있도록 이사회를 운영하고 있습니다. GS리테일은 이사회 구성원에 대한 전문성 제고 및 사업에 대한 이해도 증진을 위해, 대내·외 교육에 대한 참가를 지원하고 있습니다. 특히, 주요 사업 및 신사업 분야에 대해서는 규정에 따른 이사회 부의 또는 보고사항 외 별도보고를 편성하여, 이사회 구성원이 회사가 영위하고 있는 사업분야에 대한 전문적인 식견을 강화할 수 있도록 지원하고 있습니다.

구분	내용
5월	GS리테일 IT 보안 현황
6월	감사 및 감사위원을 위한 2024년 제1회 정기포럼
7월	제10회 ACI 세미나: 사이버보안, IT통제, 디지털 감사
	PT.GSRETAIL INDONESIA에 대한 운영자금 조달 관련 별도 보고
	GS25 베트남JV 증자 관련보고
	GS25 근접출점 관련 ESG관점 리스크 검토 보고
12월	GS홈쇼핑 사업전략 보고

이사회

이사회 평가 및 보수

평가 프로세스

GS리테일은 이사회 운영의 효율성을 높이고 개선사항을 도출하기 위하여, 매 사업년도 1회 이사회 평가를 실시하고 있습니다. 이사회 관련 제도 및 운영 수준을 이사회 전원이 자체적으로 평가하고 있으며, 사외이사 중심의 투명하고 공정한 이사회 운영을 위해 사외이사만을 대상으로 하는 자가평가를 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 반영하여 보다 발전된 이사회 운영을 도모하고 있습니다.

2024년 이사회 평가 결과

구분	평가 결과
이사회 성과	4.5 / 5.0
이사회 운영 효율성	4.7 / 5.0
위원회 활동	4.4 / 5.0
사외이사 자가 평가	4.7 / 5.0

보수 지급 기준

GS리테일은 상법 제388조에 의거하여 이사 보수한도를 주주총회 결의로 정하고 있으며, 승인된 보수한도 범위 내에서 ESG 이행 수준 강화 등 직무수행의 책임, 위험성, 투입시간 등을 고려하여 집행하고 있습니다. 사내이사의 보수는 주주총회에서 승인된 이사 보수 한도 범위 내에서 임원 인사관리규정과 임원의 역할, 기여도 및 전문성 등을 종합적으로 고려하여 결정합니다. 성과급은 정량(매출액, 영업이익) 및 정성(재무/ 비재무 성과 목표 달성도, 리더십) 평가 결과, 회사 경영환경 등을 종합적으로 고려하여 지급 수준을 결정합니다. 사외이사의 보수는 업무영역, 전문성, 대내·외 경영 환경, 동종업계 보수 수준 등을 고려하여 결정하고 있습니다.

2024년 주주총회 승인 금액 및 보수 지급금액

구분	비고
인원 수	7명 사내이사 / 기타비상무이사 / 사외이사(감사위원회 위원 포함)
주주총회 승인금액	6,000 백만 원 2024년 정기주주총회 승인
보수총액	2,820 백만 원 중도 퇴임 및 신규 선임 사외이사의 지급 보수 포함
1인 평균 보수액	403 백만 원

* 상세 내용은 금융감독원 전자공시시스템에 공시된 2024년 사업보고서를 참고바랍니다.

주주 가치 제고

주주 현황

2024년 12월 말 기준, GS리테일의 총 발행주식수는 보통주 83,607,415주이며, 1주 1의결권 원칙하에 단일의결권제를 채택하고 있습니다. 또한, 대주주, 특수관계인 및 5% 이상 주주의 주식 소유에 대한 현황은 투명하게 공시하고 있습니다.

(2024년 12월 31일 기준)				
구분	주주명	소유 주식수	지분율(%)	비고
5% 이상 주주	(주)GS	49,009,387	58.62	-
	국민연금공단	6,993,059	8.36	위탁운용지분 포함
자기주식	(주)지에스리테일	41,825	0.05	-
1% 이상 주주	(주)대한항공	2,025,380	2.42	-
	J.P.MORGAN SECURITIES PLC	886,412	1.06	-
기타주주	-	24,651,352	29.48	1% 미만 주주
합 계		83,607,415	100.0	-

주주 친화 제도

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

주주 의결권 행사 의결성 제고



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

주주와의 소통 및 정보 접근성 강화



- 분기별 잠정 영업실적을 전자공시시스템(DART) 및 당사 홈페이지에 발표
- 국내·외 투자자 등 대상 Non-Deal Roadshow 실시, 증권사 주회 컨퍼런스 참여, 국내·외 기관투자자 등 대상 연 100회 이상 투자자 미팅 진행

주주 소통 담당 이사 선임



- 이사회 결의를 통한 주주 소통 담당 이사 선임
- 주주 및 이해관계자와의 건설적인 소통 활성화를 통해 지배 구조 건전성과 투자자의 신뢰성 제고

기타



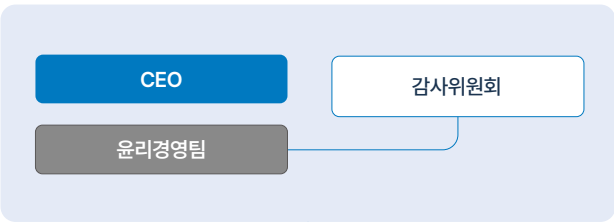
- 사외이사 선임 시 주주추천제 도입
- 사외이사 연임 최대 기간 및 이사회 소집 통기 기간 정관 내 명문화
- 이사회 및 설치 위원회 규정 공개, 임직원 윤리 규정 및 기업지배구조 헌장 제정
- 기업지배구조와 모범규준 차이 공개

윤리경영

관리 체계

거버넌스

CEO 및 감사위원회의 직할 조직으로서 윤리경영 추진 주체인 윤리경영팀을 운영하고 있으며, 타 조직과 독립적으로 구성되어, 윤리경영을 추진하는 체계를 구축하고 있습니다.



- 모회사 및 자회사 업무 진단 및 기준 준수 여부 점검
- 비리, 부정, 불법행위, 기타 위반 행위에 대한 발생 원인 조사 및 사고 예방활동 전개

윤리경영 지침

윤리경영 실천을 위해서 당사는 ‘윤리규범 실천지침’, ‘윤리규범 실천지침 해설서’, ‘청렴규정’을 운영하고 있습니다.

‘윤리규범 및 실천지침’은 임직원이 준수해야 할 올바른 행동과 가치판단의 기준을 제공하고 있으며 ‘윤리규범 실천지침 해설서’는 임직원의 준수해야 할 기본 윤리에 관한 사항을 구체적으로 해설하고 실천이 용이하도록 하였습니다. ‘청렴규정’은 ‘부정청탁 및 금품 등 수수금지에 관한 법률’(약칭: 청탁금지법) 법규 준수를 위해 제정 후 운영하고 있으며, 내부 임직원의 금품 및 접대, 경조금, 외부 강의 사례금 등에 대한 명확한 행동 기준을 마련하였습니다.

+ 윤리규범 및 실천지침

세부 실천 지침

GS리테일 임직원의 공정한 직무수행을 위해 ‘이해관계자로부터 사례를 받는 행위’, ‘이해관계자의 공동투자, 공동자산 취득, 거래업체에 대한 부당 지분 참여’, ‘회사 자산을 불법으로 사용하는 행위’, ‘불량한 직무수행’, ‘직무를 이용한 사리도모’, ‘문서 계수의 조작 및 허위 보고’, ‘성희롱 금지’, ‘직장내 괴롭힘 금지’, 회사의 명예를 실추시키는 행위’ 등의 9개 항목을 비윤리적 행위로 규정하고 이에 대한 세부 실천 지침을 운영 및 공개하고 있습니다.

+ 세부실천지침

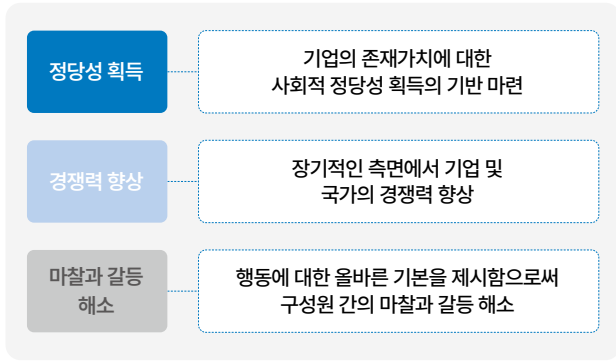
목표 및 방향성

GS리테일은『고객과 함께 내일을 꿈꾸며 새로운 삶의 가치를 창조한다』는경영이념을 전 임직원에게 공유하고 있습니다.

자유롭고 공정한 경쟁을 지향하는 자유 시장경제 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 실천하고 있으며, 윤리규범의 자율 준수활동에 필요한 전반적인 제도의 정비, 교육 및 전파 관리 체계 수립을 위해 CEO와 윤리경영 전담조직으로 구성 된 윤리위원회 사무국을 운영하고 있습니다.

대외적으로는 회사와 거래하는 이해관계자에게도 거래 시 정도경영 실천서약서를 받고 있으며 해당 되는 내용을 이해시키고 적극적인 동참을 권유하고 있습니다.



윤리경영

임직원 윤리인식

윤리경영 교육

GS리테일은 전 임직원 대상으로 정도경영 교육을 실시하고 있습니다. 금품수수 및 접대, 부정청탁 등에 대하여 집중적으로 교육하고 있으며, 전사 교육뿐만 아니라 신규 사원, 리더 등의 직급별 맞춤 교육을 통해 임직원의 정도경영 의식 함양에 최선을 다하고 있습니다.

또한, 리더와 임원의 평가항목에 정도경영 실천에 관한 항목을 비중 있게 다룸으로써 조직이 준법경영을 실천하고, 선도하는 체제를 구축하고 있습니다.

임직원의 개인별 정도경영 실천성을 담보하기 위해 '정도경영 실천서약서'도 연 1회 수취하고 있습니다. 정도경영 결과에 대해서는 사내 홈페이지, 게시판, 정기교육, 미팅 등 여러 채널을 통한 전파를 통해 임직원의 경각심을 높이는 동시에 실천에 동참을 촉구하고 있으며, 실질적인 윤리적인 갈등 상황 발생 시 참고하고 판단할 수 있도록 지원하고 있습니다. 이외에도 금품수수신고센터 운영, 선물 안주고 안받기 운동, 임직원 및 파트너사 설문 등 다양한 정도경영을 실천하고 있습니다.

윤리경영 교육 이수율 (단위 : %)				
구분	2022	2023	2024	
이수율	97	99.8	100.0	

제보 채널

GS리테일은 모든 이해관계자들이 비윤리적 행위에 대해 손쉽게 제보할 수 있도록 'CEO에게 말한다', 정도경영 목소리, 파트너사 목소리, 핫라인과 IP 추적방지 기술이 적용된 레드휘슬을 운영하고 있습니다.

신고 및 처리 과정에서 본인 동의 없이 제보자의 신분을 공개하는 행위는 금지하고 있으며, 철저히 익명성을 보장하고 있습니다. 위반 시 전사윤리위원회에 상정하여 엄격하게 처벌하고 신고자가 일체의 불이익을 받지 않도록 세심한 주의를 기울이고 있습니다.

제보 채널		내용	2024년 제보 건수(건)
CEO에게 말한다	CEO에게 직접 불공정행위, 청산, 건의사항 등 제보		1,590
정도경영 목소리	임직원, 파트너사 불공정 행위 제보		260
파트너사 목소리	GS리테일 거래 간 고충 및 개선사항 청취		46
레드휘슬	청탁금지법 위반 사항 제보 및 윤리경영을 위한 의견 청취		12

신고 접수 및 징계 현황 (단위 : 건)				
구분	2022	2023	2024	
금품수수 신고	83	64	72	
징계	24	30	28	

리스크 관리

관리 체계

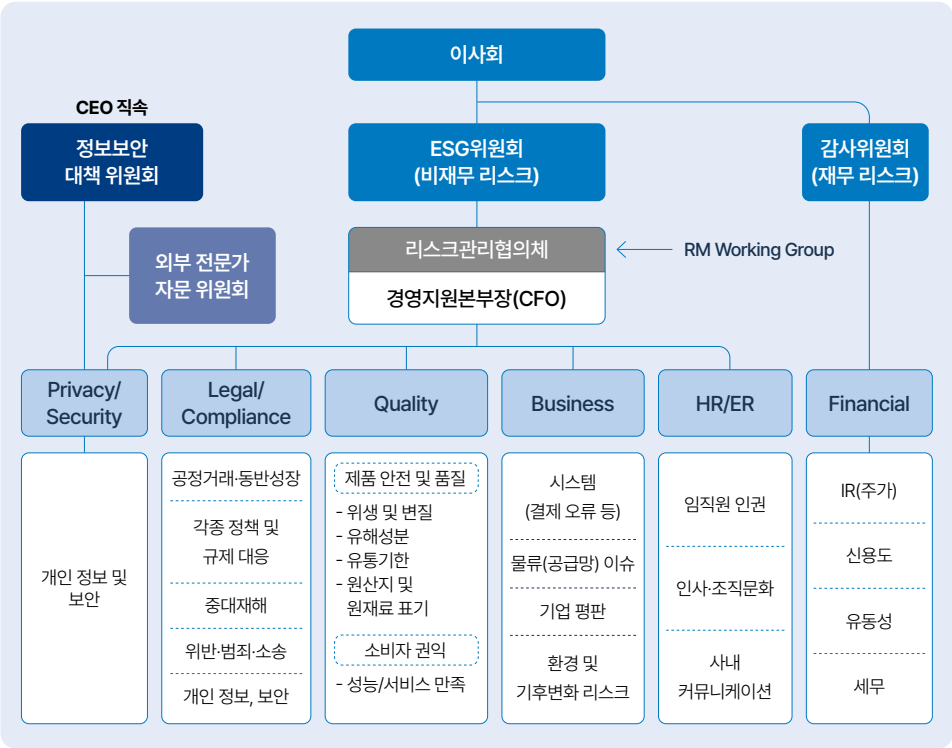
거버넌스

GS리테일은 재무 및 비재무 리스크를 효과적으로 관리하기 위해 분야별 담당 조직을 이사회 산하의 ESG위원회와 감사위원회로 지정해 운영하고 있습니다.

사업 운영 상 발생 가능한 개인정보/보안(Privacy/Security), 법률/정책(Legal/Compliance), 품질(Quality), 경영(Business), 인사/노무(HR/ER), 재무(Financial) 리스크를 핵심 영역으로 규정하고 관리합니다.

특히 비재무 리스크 영역별 주관부서가 참여하는 분과를 운영해 관리의 효율성을 제고하고, 지속가능경영부장, 법무팀, 커뮤니케이션팀 등으로 구성된 RM Working Group이 리스크관리협의체를 지원하고, 각 영역별 분과와 분기별로 이슈 점검 Committee를 진행해 리스크 발생을 사전에 대비하고 지속 모니터링합니다.

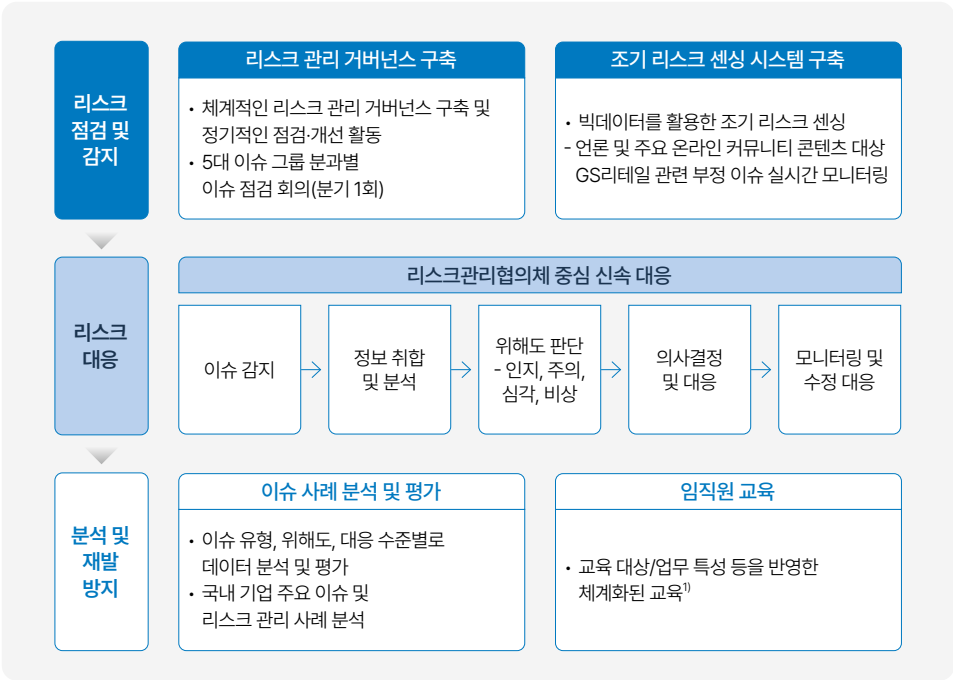
특히 개인정보 및 보안과 관련된 이슈의 경우, CEO 직속의 정보보안 대책 위원회를 별도로 운영하며 이슈 예방을 위해 노력하고 있습니다.



리스크 관리 프로세스

GS리테일은 다양한 유관부서와 협력해 리스크 점검, 대응, 분석 및 재발 방지 등의 리스크 관리 프로세스를 운영하고, 경영 차원에서 발생 가능한 다양한 불확실성을 효과적으로 평가하고 관리하기 위해 최선을 다합니다.

분과별 이슈 점검 회의와 빅데이터 기반의 리스크 센싱 체계를 구축하여 전사 차원에서 사전에 리스크를 식별하는 시스템을 구축하였습니다. 아울러, 리스크관리협의체를 중심으로 한 신속한 대응 프로세스를 활용하고 있으며, 리스크 발생 시 해당 사례에 대한 분석과 재발 방지를 위한 임직원 교육을 체계적으로 실시하고 있습니다.



1) 전직원 대상: 리스크 관리 사례 교육(분기 1회)
경영진 대상: 리스크 관리 리더십 교육(연간 1~2회)
마케팅·디자인 직군 대상: 리스크 예방 가이드라인 교육(분기 1회)

리스크 관리

관리 체계

리스크 정의 및 대응 활동

GS리테일은 개인정보/보안(Privacy/Security), 법률/정책(Legal/Compliance), 품질(Quality), 경영(Business), 인사/노무(HR/ER), 재무(Financial) 영역 내 핵심 리스크를 정의하고 이에 대한 관리 활동을 전개하고 있습니다.

비재무 리스크에는 비즈니스 운영 과정에서 발생 가능한 개인정보·보안, 안전보건, 소비자 권익, 물류(공급망), 마케팅·디자인, 평판, 환경 및 기후변화, 공정거래·동반성장, 정책·규제, 중대재해, 임직원 인권 리스크를 포함하고, 재무 리스크에는 IR, 신용도, 유동성 및 세무 리스크를 포함해 체계적으로 관리해 나가고자 합니다.

주요 리스크 정의 및 대응 현황

구분	리스크 분류	리스크 유형	내용	대응/관리 활동
비재무 리스크	Privacy/Security	개인정보·보안 리스크	시스템 오류·피싱·스미싱·해킹 등으로 인한 고객 개인정보 및 정보 유출	• 고객정보 보호 정책 지속 점검 및 개선
	Legal/Compliance	공정거래·동반성장 리스크	파트너사·경영주 등 이해관계자와의 공정한 거래 및 동반 성장과 관련된 이슈	• 자율준수 프로그램(CP) 체계 구축 및 임직원 교육 • 공정거래협약 관련 개선 및 이행 점검
		정책·규제 리스크	환경 정책 및 법규 포함, 정부 기관 주요 입법 정책 미준수 및 규제 사항 위반으로 인한 이슈 발생	• 주요 규제사항 입법 전 선제 대응 • 정책 및 규제변화 사전 인지 역량 강화 • KBCSD 가입 및 활동
		중대재해 리스크	중대재해처벌법 시행에 따른 위반행위로 인한 리스크 발생	• 중대재해 예방 대책 수립 및 적극 이행 • 시설물 등 안전 현황 상시 모니터링 • 임직원 안전 최우선 의식 내재화
	Quality	안전보건 리스크	제품 변질이나 위생, 위해물질 검출, 유통기한 경과, 원산지 오류 등으로 인한 이슈	• 품질 관련 이슈 정기 모니터링 및 교육 • PB상품 품질 및 관리 프로세스 지속적 개선
		소비자 권익 리스크	제품 성능이나 서비스에 대한 소비자 불만족	• 고객 만족 최우선의 통합적이고 선제적인 CX 개선 활동 지속
	Business	물류(공급망) 리스크	사고·재해·파업 등과 관련된 물류 공급망 이슈	• 물류 이슈 대응을 위한 비상 계획(contingency plan) 수립 및 임직원 교육
		마케팅·디자인 리스크	유통업의 특성을 반영한 마케팅·디자인 등과 관련된 부정적 이슈	• 마케팅·디자인 업무 가이드라인 및 유사 이슈발생 사례 지속 교육 및 커뮤니케이션
		평판 리스크	실적 부진, 사회적 물의, 민감한 민원 이슈 발생, 중대한 소송 등으로 인한 부정적 여론 및 대외 이미지 악화	• 기업 이미지 개선을 위한 홍보 콘텐츠 지속 발굴 • 부정 콘텐츠(기사, SNS, 커뮤니티) 지속 모니터링 • 기업 관련 오정보에 대한 능동적 대응(보도자료 정정 등)
		환경 및 기후변화 리스크	기후 변화, 친환경 규제 강화로 인한 품질·물류·점포 등과 관련된 이슈	• SEMS 설치, 친환경 매장 확대 및 녹색물류 구축 등을 통한 에너지 사용 절감 • 친환경 인증 취득 확대 • 음식물 처리기 설치 및 Recycle Center 운영 • 온실가스 인벤토리 구축 및 배출량 관리
	HR/ER	임직원 인권 리스크	직장내 부정행위로 인한 인간의 존엄성 및 자유·권리 가치 침해	• 부정행위 제보채널 운영 • 성비위·직장내 괴롭힘 등 대응 거버넌스 운영
재무 리스크	Financial	IR, 신용도, 유동성, 세무	주가 하락, 신용도 저하, 세금 관련 이슈 등	• 사업부·업무별 주요 재무 리스크 요인 상시 모니터링 및 선제적 관리

APPENDIX

- 98 ESG Performance Data
- 105 SASB Index
- 106 GRI Standards Index
- 108 UN SDGs 연계활동
- 109 온실가스 검증의견서
- 111 제3자 검증의견서
- 113 지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들
- 113 이니셔티브 및 협회 가입 현황
- 113 수상내역

ESG Performance Data

재무성과

요약 연결재무상태표

구분	단위	2022	2023	2024
[유동자산]	백만 원	1,366,113	1,857,062	1,481,156
현금 및 현금성 자산	백만 원	390,477	431,766	93,289
매출채권 및 기타채권	백만 원	566,159	896,914	847,044
기타 유동금융자산	백만 원	83,072	129,395	136,061
재고자산	백만 원	226,962	304,289	307,139
기타	백만 원	99,443	94,698	97,623
[비유동자산]	백만 원	8,466,310	8,184,954	6,100,488
장기매출채권 및 기타 채권	백만 원	1,323,209	1,079,024	1,069,962
기타 비유동금융자산	백만 원	783,985	765,671	686,859
공동기업 및 관계기업 투자	백만 원	630,374	451,173	409,894
유형자산	백만 원	2,767,448	2,831,191	1,542,036
투자부동산	백만 원	1,076,320	1,067,280	474,653
무형자산	백만 원	255,085	244,146	232,544
사용권자산	백만 원	1,470,667	1,588,054	1,524,117
기타	백만 원	159,222	158,415	160,423
자산총계	백만 원	9,832,423	10,042,016	7,581,643

구분	단위	2022	2023	2024
[유동부채]	백만 원	2,204,416	2,688,039	1,898,446
[비유동부채]	백만 원	3,208,022	2,920,238	2,501,679
부채총계	백만 원	5,412,417	5,608,276	4,400,124
[지배기업소유주지분]	백만 원	4,049,139	4,058,375	3,206,849
자본금	백만 원	102518	104,718	83,607
자본잉여금	백만 원	1,208,991	1,209,098	979,864
기타자본항목	백만 원	(126,578)	(100,778)	(691,803)
기타포괄손익누계액	백만 원	52,903	72,238	121,312
이익잉여금	백만 원	2,809,104	2,773,099	2,713,869
[비지배지분]	백만 원	370,868	375,365	(25,330)
자본총계	백만 원	4,420,006	4,433,740	3,181,519

요약 연결손익계산서¹⁾

구분	단위	2022	2023	2024
매출액	백만 원	10,666,846	11,134,149	11,626,920
영업이익	백만 원	289,962	291,782	239,105
계속영업이익	백만 원	103,087	14,175	(30,132)
당기순이익	백만 원	47,610	22,148	9,791
지배기업의 소유주지분	백만 원	40,438	17,678	2,548
비지배지분	백만 원	7,171	4,469	7,244

1) 지분 매각, 특정 사업부의 영업 종료 등으로 관련 손익이 중단영업에 해당됨에 따라 2022년, 2023년 재무성과를 재분류함. 자세한 내용은 사업보고서 참고

ESG Performance Data

비재무성과

환경 성과

온실가스 ¹⁾					
구분	단위	2022 ²⁾	2023 ²⁾	2024	
Scope 1	tCO ₂ eq	2,071.723	2,037.664	2,208.986	
Scope 2	tCO ₂ eq	56,781.675	51,686.781	50,242.011	
총 배출량(Scope 1+2)	tCO ₂ eq	58,847	53,718	52,444	
온실가스 집약도(Scope 1, 2)	tCO ₂ eq/억 원	0.565	0.493	0.461	
온실가스 감축률(Scope 1, 2 원단위 기준)	%	1.3	12.7	6.6	
Scope 3	카테고리 1 (구매한 제품 및 서비스)	tCO ₂ eq	220	211	2,235,721
	카테고리 2 (자본재)	tCO ₂ eq	-	-	16,649
	카테고리 3 (구매 전력 및 에너지)	tCO ₂ eq	4,519	4,118	7,874
	카테고리 4 (원자재 운송)	tCO ₂ eq	2,133	1,325	1,518
	카테고리 5 (폐기물 발생)	tCO ₂ eq	6,632	6,711	7,463
	카테고리 6 (임직원 출장)	tCO ₂ eq	-	-	249
	카테고리 7 (임직원 통근)	tCO ₂ eq	-	-	54
	카테고리 8 (업스트림 임차 자산)	tCO ₂ eq	1,307	1,059	1,080
	카테고리 9 (다운스트림 운송 및 유통)	tCO ₂ eq	-	-	56,962
	카테고리 11 (판매제품의 사용)	tCO ₂ eq	-	-	65,944
	카테고리 12 (판매제품의 폐기)	tCO ₂ eq	-	-	23,997
	카테고리 13 (다운스트림 임대자산)	tCO ₂ eq	33	59	63
	카테고리 14 (프랜차이즈)	tCO ₂ eq	551,770	607,809	675,196
	합계	tCO ₂ eq	566,614	621,292	3,092,770

1) 소수점 절사로 인한 합계와 하위 항목 합산 데이터 간 일부 상이
2) 2024년 온실가스 목표관리제 신규 편입에 따라 조직경계 및 산정기준을 최신 지침에 맞춰 재설정하여 2022년, 2023년 데이터를 정정함

에너지 ¹⁾						
구분		단위	2022 ²⁾	2023 ²⁾	2024	
합계		TJ	1,215	1,110	1,081	
조직 내 사용량	직접에너지	소계	TJ	37.84	36.90	40.00
		휘발유	TJ	8.39	9.66	10.66
		경유	TJ	0.40	0.19	0.09
		LNG	TJ	28.29	26.80	29.63
	간접에너지	프로판	TJ	0.76	0.25	0.18
		소계	TJ	1,186.71	1,080.24	1,050.03
		전력	TJ	1,186.71	1,080.24	1,050.03
에너지 집약도		TJ/억 원	0.0117	0.0102	0.0095	
에너지 감축률(원단위 기준)		%	1.4	12.6	6.8	
조직 외 사용량 ³⁾		TJ	11,603	12,752	14,980	
재생에너지 발전 및 사용량		TJ	0.228	0.450	0.477	

1) 소수점 절사로 인한 합계와 하위 항목 합산 데이터 간 일부 상이
2) 산정범위 변동에 따라 2022년, 2023년 데이터를 정정함
3) 데이터 중복 산정으로 인한 2022년, 2023년 데이터를 정정함

ESG Performance Data

비재무성과

환경 성과

폐기물					
구분		단위	2022 ¹⁾	2023 ¹⁾	2024
폐기물 총 발생량		톤	19,386	23,032	21,176
	재활용	톤	12,818	6,283	13,024
일반폐기물 (위탁업체 처리)	소각	톤	1,932	2,116	2,427
	매립	톤	1,847	1,066	2,156
	기타	톤	2,789	3,567	3,569
폐기물 재활용률		%	66	71	62
폐기물 집약도		톤/억 원	0.186	0.212	0.186

1) 산정범위 변동에 따라 2022년, 2023년 데이터를 정정함

용수 및 폐수					
구분		단위	2022	2023	2024
합계		톤	940,810	893,824	896,864
	상하수도	톤	932,285	890,923	894,326
	담수	톤	0	0	0
	지하수	톤	8,525	2,901	2,538
방류량 ¹⁾		톤	940,810	893,824	896,864
용수 집약도		톤/억 원	9.038	8.210	7.882

1) 데이터 집계 오류로 2022년, 2023년 데이터를 정정함

환경 경영					
구분		단위	2022	2023	2024
환경 교육	이수 인원	명	5,177	5,294	2,617
	이수 시간	시간	7,449.5	3,035	1,100.5

친환경 제품·서비스					
구분		단위	2022	2023	2024
제품·서비스 구매액	전체 ¹⁾	억 원	935.2	999.4	1,059.9
	친환경 ²⁾³⁾	억 원	163.4	226.6	216.0
친환경 제품·서비스 매출액 ⁴⁾		억 원	4,278.2	5,224.4	6,389.0

1) 전체 구매비용 산정범위: 사무용품, 사무기기, 소모품, 냉동장비, 쇼핑백, 봉투, 용기 등 소모품
2) 친환경 구매비용 산정범위: 사무용품, 사무기기, 소모품, 냉매(R290) 적용 냉장비, 쇼핑백, 봉투, 용기 등 소모품
3) 집계 방식 변경으로 인해 2022년, 2023년 데이터를 정정함
4) 친환경 매출액에 포함된 홈쇼핑 사업부 금액은 출고금액 기준임

친환경 매장					
구분		단위	2022	2023	2024
SEMS	설치 점포	개 점	12,218	14,994	16,938
녹색매장	점포수	개 점	27	27	27

ESG Performance Data

비재무성과

사회 성과

임직원 현황¹⁾

구분		단위	2022	2023	2024
합계		명	7,816	7,370	7,460
성별	남성	명	4,266	4,167	4,184
	여성	명	3,550	3,203	3,276
지역	한국	명	7,808	7,359	7,448
	태국	명	1	1	1
	중국	명	1	1	1
	말레이시아	명	1	0	0
	인도네시아	명	2	4	3
	베트남	명	3	3	4
	몽골	명	0	2	3
	30세 미만	명	1,576	1,433	1,467
	30세 이상 50세 이하	명	4,755	4,572	4,437
연령	50세 초과	명	1,485	1,365	1,556
	정규직	남성	3,729	3,591	3,522
		여성	1,327	1,583	1,543
	기간제,한시적근로자	남성	537	576	662
		여성	2,223	1,620	1,733
	정규직	국내	5,048	5,163	5,053
		국외	8	11	12
	기간제,한시적근로자	국내	2,760	2,196	2,395
		국외	0	0	0
고용 형태	상근	남성	3,828	3,653	3,592
		여성	1,808	1,712	1,725
	시간제	남성	435	514	592
		여성	1,745	1,491	1,551
여성 인력	관리자 ²⁾	관리자 수(임원) ³⁾	명	35	33
		여성 관리자 수(임원) ³⁾	명	5	6
	사외이사	사외이사 수	명	4	4
		여성사외이사 수	명	1	1
		여성사외이사 비율	%	25	25
소속 외 근로자	파견 근로자	명	20	6	20
	기준 인원 ⁴⁾	명	7,392	6,973	6,751
장애인 인력	장애인 직원 수 ⁵⁾	명	208	217	210
	장애인 직원 비율	%	2.8	3.1	3.1

1) 지주사와 임직원 집계 기준 통일로 인해 2022년, 2023년 데이터를 정정함
2) 관리자: 임원을 GS리테일의 관리자로 기준함
3) 사외이사 및 기타 비상근이사 제외
4) 상시근로자 기준으로 산정
5) 한국장애인고용공단 신고 기준

신규채용¹⁾

구분		단위	2022	2023	2024
합계		명	912	585	274
성별	남성	명	575	368	170
	여성	명	337	217	104
지역	국내	명	912	585	274
	국외	명	0	0	0
연령	30세 미만	명	530	400	201
	30세 이상 50세 이하	명	371	177	69
	50세 초과	명	11	8	4

1) 부당당을 제외한 정규직,전문직,전문계약직,계약직 기준

근속연수

구분		단위	2022	2023	2024
남성		년	8.8	8.1	8.4
여성		년	5.5	5.5	5.5

이직 현황¹⁾

구분		단위	2022	2023	2024
합계		명	660	523	325
성별	남성	명	373	366	247
	여성	명	287	157	78
지역	국내	명	660	523	325
	국외	명	0	0	0
연령	30세 미만	명	156	129	57
	30세 이상 50세 이하	명	478	365	207
	50세 초과	명	26	29	61
자발적 이직률		%	8.4	7.1	4.4

1) 부당당 및 인턴 등을 제외한 정규직 인원 기준

OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS

APPENDIX

ESG PERFORMANCE DATA

- SASB INDEX
- GRI STANDARDS INDEX
- UN SDGS 연계활동
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서
- 지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들
- 이니셔티브 및 협회 가입 현황, 수상내역

ESG Performance Data

비재무성과

사회 성과

인재개발

구분		단위	2022	2023	2024
교육 ¹⁾	시간	이수 인원	명	4,165	4,368
		이수 시간	시간	249,210	230,740
		인당 교육 시간 ²⁾	시간/명	32	31
	투자	총 교육 훈련비	천원	4,657,000	5,831,677
		직원 평균 교육훈련비 ²⁾	천원/명	596	791
				596	788
정기 성과평가 ³⁾	성별	남성 수	명	3,045	2,985
		남성 비율	%	77	78
		여성 수	명	904	866
		여성 비율	%	23	22
	직급별	관리자	명	533	378
		팀장 이상 비율	%	13	10
		매니저	명	3,416	3,473
		매니저 비율	%	87	90

1) 시간제, 단기, 프리랜서를 제외한 GS리테일 소속의 정규, 계약, 전문, 전문계약, 파견직 등 BU별 교육제도를 적용받는 인원을 포함하고 있음
2) 데이터 집계 방식 변경에 따른 2022년, 2023년 데이터를 정정함
3) 정규직 인원을 대상으로 정기 성과평가를 실시하고, 입사 일자에 따라 정규직 인원은 정기 성과평가 대상자에서 제외될 수 있음

휴가 및 휴직, 복리후생

구분		단위	2022	2023	2024
출산휴가	본인	명	64	63	67
	배우자	명	183	170	148
육아휴직	사용 인원	남성	명	64	90
		여성	명	92	61
	복귀자	남성	명	52	41
		여성	명	64	121
	복귀 후 12개월 근무 비율		%	86	88
				86	89
단축 근로	임신기 단축근로자	명	51	44	16
	육아기 단축근로자	명	23	18	18
정년 재고용	정년재고용자	명	56	36	59

노사협의회

구분	단위	2022	2023	2024
개최 횟수	회	20	16	16
안전 처리 현황	건	136	141	181

인권¹⁾

구분	단위	2022	2023	2024
교육	이수율	%	100	100
	이수 인원	명	4,913	4,737
	이수 시간	시간	9,108	9,882
	인당 교육 시간	시간/명	1.9	2.1
				2.5

1) 인턴 등을 제외한 법정 의무교육 이수 대상자(매니저 이상의 전임직원) 기준

동등기회

구분	단위	2022	2023	2024
여성 급여 비율	남성 대비	플랫폼BU 및 전사지원	%	71.3
		홈쇼핑BU	%	71.4
	조직 평균 대비	플랫폼BU 및 전사지원	%	77.0
		홈쇼핑BU	%	98.4
1인 평균 급여액	남성	플랫폼BU 및 전사지원	백만 원	65
		홈쇼핑BU	백만 원	84
	여성	플랫폼BU 및 전사지원	백만 원	47
		홈쇼핑BU	백만 원	60

안전보건

구분	단위	2022	2023	2024
산업재해	산업재해자 수	건	35	36
	산업재해율 ¹⁾	%	0.00	0.00
	사망만인율 ¹⁾	%	0.00	0.00
교육	이수율	%	100	100
	이수 인원	명	3,656	3,181
	이수 시간	시간	51,672	47,768
	인당 교육 시간	시간/명	14	15

1) 데이터 집계 방식 변경에 따른 2022년, 2023년 데이터를 정정함

OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS

APPENDIX

ESG PERFORMANCE DATA

SASB INDEX
GRI STANDARDS INDEX
UN SDGS 연계활동
온실가스 검증의견서
제3자 검증의견서
지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들
이니셔티브 및 협회 가입 현황, 수상내역

ESG Performance Data

비재무성과

사회 성과

공급망 평가

구분		단위	2022	2023	2024
영향 평가	신규 계약 업체 수 ¹⁾	개 사	1,923	1,518	1,603
	ESG 진단 업체 수 ²⁾	개 사	1,839	1,469	1,878
	환경사회 영향 평가 업체 수 ³⁾	개 사	222	207	159
	부정적 환경사회 영향이 확인되어 신규 계약이 체결되지 않은 업체 수	개 사	0	0	0
	부정적 영향이 확인된 업체 수	개 사	7	7	7
	개선 조치 시행에 대해 동의한 업체 수 ⁴⁾	개 사	7	7	7
	중대한 부정적 영향이 확인되어 계약이 종료된 업체	개 사	0	0	0

1) 2023년부터는 홈쇼핑BU 기준으로, 플랫폼BU는 시스템 개선을 완료하여 별도 숫자를 관리하고 있지 않음
2) ESG 자가 진단 평가에 참여한 신규 계약 업체 수로 전사 기준
3) 환경 위생 안전을 점검한 업체 수
4) 환경사회 영향 평가 시, C/D 등급을 받아 일반적으로 재심사를 실행한 업체 수

동반성장

구분		단위	2022	2023	2024
자금 지원	상생펀드	지원 금액	억 원	1,074.1	1,403.7
	방송수수료	환급 수수료	억 원	5.2	7.7
	환급제도	수혜 협력사/파트너사	개 사	104	113
판로 개척	아이러브 중소기업	취급액	억 원	34.7	32.6
		방송횟수	횟수	463	472
		수혜 협력사/파트너사	개 사	51	62
	프라임 편성우대	데이터 홈쇼핑	%	61.9	60.3
		TV홈쇼핑	%	51.9	51.3
경쟁력 강화 지원	방송준비 지원	지원 금액	억 원	10.6	10.6
	생산성혁신 파트너십	지원 금액	억 원	2.6	3
		수혜 협력사/파트너사	개 사	10	9
	CCM 인증 지원	지원 금액	억 원	0.1	0.3
		수혜 협력사/파트너사	개 사	1	3
	검사비용 감면 지원	지원 금액	억 원	8.8	6.6
		수혜 협력사/파트너사	개 사	596	621
	협력사 임직원 ESG 교육	지원 금액	억 원	0.1	0.13
		수혜 협력사/파트너사	개 사	691	588

제품·서비스

구분		단위	2022	2023	2024
안전보건	안전보건 영향 평가	평가 시행 제품군 비율	%	-	-
	법규 및 조직 내부 규정 위반	과태료 부과 사건	건	0	0
		경고 조치 사건	건	0	0
		규정 위반 사건	건	18	19
마케팅 및 라벨링	정보·라벨링 위반	과태료 부과 사건	건	0	1
		경고 조치 사건	건	1	1
	마케팅 커뮤니케이션 위반	규정 위반 사건	건	20	14
		과태료 부과 사건	건	0	0
		경고 조치 사건	건	0	0
		규정 위반 사건	건	0	0

고객 만족

구분	단위	2022	2023	2024
핵심 VOC 건수	건	7,961	7,330	8,733

정보보안

구분		단위	2022	2023	2024
정보보안 관련 인증		-	ISMS, ISMS-P	ISMS, ISMS-P	ISMS-P
교육 ¹⁾	이수율	%	100	100	100
	이수 인원	명	5,007	4,661	6,999
	이수 시간	시간	5,007	4,661	3,500
	인당 교육 시간	시간/명	1	1	0.5

1) 현장 점포 부담당 인원을 제외한 수치임

사회공헌

구분		단위	2022	2023	2024
사업 실적 ¹⁾	공익사업	억 원	33.6	35.1	34.1
	동반성장	억 원	14.4	13.8	17.4
임직원 봉사		명	2,598	3,861	4,725

1) 데이터 집계 오류로 2022년, 2023년 데이터를 정정함

OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS

APPENDIX

ESG PERFORMANCE DATA

- SASB INDEX
- GRI STANDARDS INDEX
- UN SDGS 연계활동
- 온실가스 검증의견서
- 제3자 검증의견서
- 지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들
- 이니셔티브 및 협회 가입 현황, 수상내역

ESG Performance Data

비재무성과

지배구조 성과

이사회 현황

구분		단위	2022	2023	2024
합계		명	7	7	7
구성	사내이사	명	2	2	2
	기타비상무이사	명	1	1	1
	사외이사	명	4	4	4
	성별	남성	명	6	6
		여성	명	1	1
	연령별	만 30세 미만	명	0	0
		만 30세 이상	명	0	0
		만 50세 미만	명	0	0
		만 50세 이상	명	7	7
운영	평균 사외이사 참석률		%	100	100
	개최 횟수		회	10	8
	안전 수	결의	건	20	23
		보고	건	33	31

이사회 위원회

구분		단위	2022	2023	2024
감사위원회	사외이사 비율	%	100	100	100
	개최 횟수	회	8	6	8
	안전 수	결의	건	7	6
		보고	건	17	17
내부거래위원회	사외이사 비율	%	100	100	100
	개최 횟수	회	5	7	7
	안전 수	결의	건	30	13
		보고	건	0	0
사외이사후보 추천위원회	사외이사 비율	%	100	100	100
	개최 횟수	회	1	1	2
	안전 수	결의	건	1	1
		보고	건	0	0
보상위원회	사외이사 비율	%	67	67	67
	개최 횟수	회	1	2	3
	안전 수	결의	건	1	2
		보고	건	0	0
ESG위원회	사외이사 비율	%	75	75	75
	개최 횟수	회	3	4	4
	안전 수	결의	건	7	7
		보고	건	4	9

컴플라이언스

구분		단위	2022	2023	2024
일반	금전적 제재(벌금 등)로 인한 피해액	억 원	254	16	0
	비금전적 제재(행정처분 등) 발생 건 수	건	2	3	0
	분쟁 해결 매커니즘을 통해 제기된 사건 수	건	89	96	86
환경	금전적 제재(벌금 등)로 인한 피해액	백만 원	0	0	0
	비금전적 제재(행정처분 등) 발생 건 수	건	0	0	0
	분쟁 해결 매커니즘을 통해 제기된 사건 수	억 원	0	0	0

반부패 및 공정거래

구분		단위	2022	2023	2024
반부패 윤리강령 서명 협력회사 수		개 사	1,415	1,454	1,407
부패 (윤리 위반) 사건	징계 건수	건	24	30 ²⁾	28
	면직	건	0	0	0
	파트너 계약 파기 건수	건	0	0	0
	법적 조치 건수	건	0	0	0
반경쟁행위	진행 중	건	2	1	1
	종결	건	0	0	0
제보	정도경영 목소리 ¹⁾	제보 건수	145	271	260
		처리율	%	100	100
	레드휘슬	제보 건수	5	21	12
		처리율	%	100	100
	파트너사 목소리	제보 건수	52	57	46
		처리율	%	100	100
	기타(대면, 전화 등)	제보 건수	1	11	14
		처리율	%	100	100

1) 임직원 및 협력업체 직원의 불공정행위 및 성희롱, 직장내 괴롭힘 등 인권관련 이슈를 포함한 정도경영 건수
2) 징계 오류로 인해 2023년 데이터를 정정함

정도경영¹⁾

구분		단위	2022	2023	2024
교육	이수율 ²⁾	%	100	99.8	100.0
	이수 인원	명	5,820	7,050	6,999
	이수 시간	시간	2,462	3,416	3,725
	인당 교육 시간	시간/명	0.4	0.5	0.5

1) 반부패 교육 실적 포함
2) 산정 오류로 2022년 데이터를 정정함

SASB Index

Sustainability Disclosure Topics

Industry: Food Retailers & Distributors

구분	코드	항목	보고 페이지	비고
에너지 관리 (Energy Management)	FB-FR-130a.1	에너지 소비량	60,62,99	1,081TJ
		전력 사용량		1,050.03TJ
		재생에너지 발전량		0.477TJ
음식물 쓰레기 관리 (Food Waste Management)	FB-FR-150a.1	음식물 쓰레기 배출량	64,100	
		폐기 과정 중 회수된 비율		
정보보안(Data Security)	FB-FR-230a.2	데이터 보안 위험을 식별하고 해결하기 위한 접근 방식에 대한 설명	86-88	
제품 건강 및 영양 (Product Health & Nutrition)	FB-FR-260a.2	소비자들 사이에서 영양 및 건강 문제와 관련된 제품 및 성분을 식별하고 관리하는 프로세스에 대한 논의	37-41	
제품 라벨링 & 마케팅 (Product Labeling & Marketing)	FB-FR-270a.1	산업 또는 규제 라벨링 및/또는 마케팅 코드를 준수하지 않은 사건의 수	103	
	FB-FR-270a.2	마케팅 및/또는 라벨링과 관련된 법적 소송으로 인한 총 금전적 손실	103	
노동 관행(Labor Practices)	FB-FR-310a.1	평균 시급	N/A	9,860원
		최저임금을 받는 매장 및 물류센터 직원 비율	N/A	100%
	FB-FR-310a.2	단체교섭협약을 적용받는 임직원 비율	N/A	0%
		파업 횟수	N/A	0회
	FB-FR-310a.3	파업으로 인한 총 유휴일수	N/A	0일
		노동법 위반	N/A	0회
	FB-FR-310a.4	고용 차별과 관련된 법적 소송으로 인한 총 금전적 손실액	N/A	0원
공급망에서의 환경 및 사회 영향 관리 (Management of Environmental & Social Impacts in the Supply Chain)	FB-FR-430a.1	환경 또는 사회적 지속가능한 조달 표준에 대해 제3자 인증을 받은 제품의 매출액	35	친환경 매출액 6,389.0억 원
		케이지 프리 달걀 매출액 비율	45	동물복지 인증 상품 판매액 약 59.6억 원
	FB-FR-430a.2	임신용 우리를 사용하지 않고 생산된 돼지고기로부터의 매출액 비율		
		동물 복지를 포함한, 공급망 내 환경 및 사회 리스크 관리 전략 논의	77	
	FB-FR-430a.4	포장재의 환경 영향을 줄이기 위한 전략 논의	35	

Activity Metrics

구분	코드	항목	보고 페이지	비고
Activity Metrics	FB-FR-000.A	총 점포 수	GS 25	14
			GS THE FRESH	14

GRI Standards Index

Universal Standards

General Disclosures

구분	지표 명	페이지	비고
조직 및 보고 관행	2-1 조직 세부 정보	5-7	
	2-2 조직 내 지속가능경영보고에 포함된 법인	2	
	2-3 보고 기간, 주기 및 문의처	2	
	2-4 보고 내용의 변화	98-104	
	2-5 외부 검증	109-112	
기업 활동 및 임직원	2-6 기업의 활동, 밸류체인 및 기타 사업 관계	5-9, 14	
	2-7 임직원	69, 101-102	
	2-8 임직원이 아닌 근로자	101	
거버넌스	2-9 지배구조 및 구성	90, 104	
	2-10 최고의사결정기구의 임명 및 선정	90	
	2-11 최고의사결정기구의 의장	90-91	
	2-12 최고의사결정기구의 역할	91	
	2-13 기업의 영향 관리에 대한 책임 위임	91	
	2-14 지속가능성 보고에 있어 최고의사결정기구의 역할	11, 91, 95-96	
	2-15 이해관계의 상충	90	
	2-16 중요 사안에 대한 커뮤니케이션	11, 21, 91, 95	
	2-17 최고의사결정기구의 전문성	90	
	2-18 최고의사결정기구의 활동에 대한 평가	92	
	2-19 보수 정책	92	
	2-20 보수 결정 절차	92	
	2-21 연간 총 보상 비율	92	
	2-22 지속가능한 발전 전략에 대한 성명서	4	
	2-23 정책 선언	48, 57, 72, 76, 82, 86, 93	
전략, 정책 및 실행	2-24 책임 있는 비즈니스 행동을 내포하는 정책 내재화	48, 57, 72, 76, 82, 86, 93	
	2-25 부정적 영향 완화 절차	70, 83	
	2-26 제기된 우려사항 및 자문에 대한 메커니즘	19, 70, 76, 94	
	2-27 컴플라이언스	105	
	2-28 단체 협약	113	
	2-29 이해관계자 참여 및 소통	19	
	2-30 전체 직원의 단체교섭 비율	105	

Material Topics & Topic Standards

구분	지표 명	페이지	비고
중대성 이슈 공개	3-1 중대성 평가 수행 과정	16-18	
	3-2 중대성 이슈 리스트	16-18	
친환경 제품 및 서비스 확대			
Material Topics	3-3 중대성 이슈 관리	16-18, 33	
Non-GRI		16-18, 33	
건강하고 책임있는 상품 및 서비스			
Material Topics	3-3 중대성 이슈 관리	16-18, 37	
고객안전보건	416-1 안전보건 영향을 평가를 실시한 주요 제품 및 서비스군의 비율	37, 39, 41, 103	
	416-2 제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건	103	
마케팅 및 라벨링	417-1 제품 및 서비스의 정보 및 라벨링 절차에 따라 요구되는 정보유형	정보 불완전성	향후 관리 예정
지역사회 협력 및 사회공헌 확대			
Material Topics	3-3 중대성 이슈 관리	16-18, 42	
간접경제효과	203-1 인프라 투자 및 서비스 제공	42-49	
	203-2 중요한 간접적 경제 파급효과 및 영향	14, 42-49, 63	
지역사회	413-1 지역사회 참여, 영향 평가 및 개발 프로그램을 운영하는 사업장 비율	44-48	
	413-2 지역사회에 실질적이거나 잠재적으로 중대한 부정적 영향을 미치는 사업장	정보 불완전성	향후 관리 예정
컴플라이언스			
Material Topics	3-3 중대성 이슈 관리	16-18, 50	
반부패	205-1 부패와 관련된 위험을 평가한 사업장	정보 불완전성	향후 관리 예정
	205-2 반부패 정책과 관련된 커뮤니케이션 및 훈련 절차	50-54, 104	
	205-3 확인된 부패 사건과 그에 대한 조치	104	
독점 행위	206-1 반경쟁 행위, 반독점 및 독점 행위에 대한 법적 조치	104	
마케팅 및 라벨링	417-2 제품 및 서비스 정보 라벨링과 관련된 법규 위반 사례	104-105	
	417-3 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법규 위반 사례	104-105	

GRI Standards Index

Other GRI Index

구분	지표 명	페이지	비고
경제 성과	201-1	직접적 경제 가치의 창출 및 배분	14, 98
	201-2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	21-31
	201-3	조직의 확정급여형 연금제도 채무 총당	사업보고서 p.334 참고
	201-4	정부 지원 보조금 수혜 실적	사업보고서 p.46 참고
시장 지위	202-1	사업장의 현지 법정최저임금 대비 성별 신입사원 임금 비율	102, 105
독점 행위	206-1	반경쟁 행위, 반독점 및 독점 행위에 대한 법적 조치	104
조세	207-2	세금에 대한 거버넌스, 통제 및 리스크 관리	95-96
용수 및 폐수	303-1	수자원 사용 및 관리 현황	100
	303-3	용수 취수량	100
	303-4	용수 배출량	100
	303-5	용수 소비량	100
	305-1	직접 온실가스 배출량(Scope 1)	99
배출	305-2	간접 온실가스 배출량(Scope 2)	99
	305-3	기타 간접 온실가스 배출량(Scope 3)	99
	305-4	온실가스 배출 집약도	99
	305-5	온실가스 배출 감축	12, 31, 99
	305-6	오존층 파괴 물질의 배출	59
	306-1	폐기물 발생 및 주요 폐기물 관련 영향	61
폐기물	306-2	주요 폐기물 관련 영향 관리	58, 61
	306-3	폐기물 발생	100
	306-4	재활용된 폐기물	100
	306-5	폐기 처리된 폐기물	100
공급망 환경평가	308-1	환경성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	77, 103
	308-2	공급망 내 실질적 또는 잠재적인 중대한 부정적 환경영향 및 그에 대한 조치	77, 103

구분	지표 명	페이지	비고
고용	401-1	신규 채용 및 이직자	101
	401-2	상근직 근로자에게만 제공되는 혜택	69
	401-3	육아휴직	102
산업안전보건	403-1	산업보건안전관리시스템	72-75
	403-2	위험 식별, 위험 평가 및 사고 조사	72-75
	403-3	사업장 보건 서비스	72-75
	403-4	사업장 안전 보건 관련 임직원 참여 및 소통	72-75
	403-5	근로자 산업 안전보건 교육	75, 102
	403-6	임직원 건강 증진 활동	69
	403-7	비즈니스 관계와 직접 연계된 작업 건강 및 안전 리스크 예방 및 완화	72-75
	403-8	산업안전보건경영시스템의 적용을 받는 임직원	72-75
	403-9	업무 관련 상해	102
	403-10	업무 관련 건강상태(작업과 관련된 질병)	102
훈련 및 교육	404-1	임직원 1인당 평균 교육 시간	102
	404-2	임직원 역량 강화 및 전환 지원을 위한 프로그램	67
	404-3	정기 성과평가 및 경력개발 점검을 받은 임직원 비율	102
다양성과 기회 균등	405-1	이사회 및 구성원의 다양성	90, 101, 104
	405-2	남성 대비 여성의 기본급여 및 보수 비율 (근로자 범주별, 주요 사업장별)	102
차별금지	406-1	차별 사건 및 이에 대한 시정 조치	102
보안 관행	410-1	인권 정책 및 절차에 대한 훈련을 받은 보안 요원	70-71
공급망 사회평가	414-1	사회 영향 평가기준을 이용하여 심사를 거친 신규 협력회사	77, 103
	414-2	공급망 내 주요한 부정적인 사회 영향과 이에 대한 시행 조치	77, 103
고객정보보호	418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	105

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		주요 활동
	식량안보 및 지속가능한 농업 강화	- 인증 원재료 조달 - 수산물 방사능 안전 검사 - 고물가 대응 상품 출시
	건강하고 행복한 삶 보장	- 건강검진 및 의료비 지원 등의 임직원 복리후생 프로그램 운영 - 사업장 안전점검 및 위험성 평가 실시 - 원재료 안전성 관리 및 건강한 식품 개발
	성평등 보장	- 인재육성 프로그램 운영 - 가족친화기업 인증 취득(출산지원금 지급, 육아 휴 직 제도 및 사내 어린이집 운영)
	건강하고 안전한 물 관리	- 절수형 혼합수전 도입
	에너지의 친환경적 생산과 소비	- 태양광 패널 설치 및 운영 - SEMS 도입 매장 확대, 친환경 냉매 사용 냉장비, 스윙도어, 오픈쇼케이스 에코커버 등 도입 확대 - 친환경 LED 조명
	좋은 일자리 확대와 경제성장	- 취약계층 일자리 창출 - 파트너사 지원 활동 - 가맹점주와 상생협약 체결 - 협력사 상품 판매 판로 지원
	산업의 성장과 혁신 활성화 및 사회기반시설 구축	- 혁신 점포 및 매장 운영 - 오프라인 점포의 사회적 안전망 역할 확대 - 스마트 물류시스템 운영
	모든 종류의 불평등 해소	- 취약계층 일자리 창출 - 인권영향평가 실시 및 완화활동&효과성평가 진행 - 인권 고충 전담 채널 운영

UN SDGs 목표 추진 방향		주요 활동
	지속가능한 생산과 소비	- 디지털 스튜디오 구축 - 친환경 제품 개발 및 확대 - 폐합성수지 폐기물 및 매장 폐전자제품 재활용 - Recycle Center 운영 - 음식물 쓰레기 퇴비화 - 업사이클링 및 물품 기부 캠페인 진행 - 탄소중립포인트 제도 시행
	기후변화와 대응	- ISO14001 인증 획득한 환경경영시스템 운영 - SEMS 도입 매장 확대 - Scope 별 온실가스 저감 활동 진행 - 녹색물류시스템 운영
	해양생태계 보전	- 환경 보호 캠페인 전개 - 해양수산부와 협업해 생태계 보호 캠페인 전개
	육상생태계 보전	- 동물복지 및 유기농 등 인증 상품 판매 확대 - 생물종 다양성 보존활동 진행 - 산림경영인증(FSC) 종이박스 사용
	평화·정의·포용	- 학대 아동 및 가족 심리상담 지원
	지구촌 협력 강화	- 기아대책, 굿네이버스 등과 사회공헌 활동 협력 - 세계자연기금(WWF) 개최 '어스아워(Earth Hour)' 캠페인 동참 - 보건복지부와 협업해 사회공헌형 점포 운영

OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS

APPENDIX

ESG PERFORMANCE DATA
SASB INDEX
GRI STANDARDS INDEX
UN SDGS 연계활동

온실가스 검증의견서

제3자 검증의견서
지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들

이니셔티브 및 협회 가입 현황, 수상내역

온실가스 검증의견서(Scope 1, 2)

검증 범위

(주)지에스리테일의 운영통제 하에 있는 사업장 및 배출시설을 대상으로 검증
- 본사 및 사옥, 물류센터, GS25 및 GS THE FRESH 직영 매장

검증 기준

- ISO 14064-1:2018, ISO 14064-3:2019
- IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories(2006)
- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침
- 온실가스 배출권거래제의 운영을 위한 검증 지침
- 온실가스 목표관리 운영 등에 관한 지침

검증 절차

검증은 리스크 분석 접근법 및 데이터 평가 기반 현장 검증을 수행하였으며 온실가스 배출량 산정에 적용된 데이터 및 인자는 객관적 증거에 입각하여 적정여부를 파악하였습니다. 검증팀은 검증지침에 근거하여 보고기간 동안의 온실가스 배출량을 합리적 방법으로 검증하였습니다.

검증 독립성

(주)한국경영인증원은 피검증기관과 이해관계를 맺고 있지 않으며, 편향된 의견 및 시각으로 검증을 수행하지 않습니다. 검증은 검증기준에 근거하여 독립적이고 객관적인 검증결론을 도출하였으며, 내부심의를 통하여 검증의 전 과정 검증 수행 내역을 검토하였습니다.

검증 한계

검증은 피검증기관에서 제시한 관련 보고서, 정보 및 데이터를 샘플링 또는 전수조사 방법으로 검증하였습니다. 이에 따른 많은 고유 한계가 있으며, 적합성 해석상의 이견이 존재할 수 있습니다. 검증기준에 부합하는 충실한 검증을 수행하고자 노력했지만, 발견하지 못한 오류, 누락, 허위진술이 잠재되어 있을 수 있음을 한계로 제시합니다.

검증 의견

- 온실가스 배출량 검증은 검증기준에 의해 합리적 보증수준을 만족하도록 수행되었습니다.
- 검증과정 중 배출량 산정에 중대한 오류가 발견되지 않았으며, 관련 활동자료와 증빙이 적절하게 관리되어 산정되었음을 표명합니다. 최종 "적정" 의견을 제시합니다.
- 중요도 : 5% 미만 기준 충족

온실가스 배출량 및 에너지 사용량

검증년도	직접배출	간접배출	총량(tCO ₂ eq)
2021	1,246.208	50,981.714	52,220
2022	2,071.723	56,781.675	58,847
2023	2,037.664	51,686.781	53,718
2024	2,208.986	50,242.011	52,444

검증년도	연료사용량	전기사용량	스팀사용량	총량(TJ)
2021	23.155	1,065.511	0	1,079
2022	37.836	1,186.713	0	1,215
2023	36.904	1,080.238	0	1,110
2024	40.004	1,050.026	0	1,081

※ 참고 : 온실가스별 배출량 및 사업장별 배출량 합계는 차이가 있습니다.(사업장 단위 소수점 절사 배출량을 업체 단위로 합함)

종합 의견

주요배출시설의 배출량은 누락 없이 산정 보고되었음을 검증을 통해 확인하였습니다.

2025년 5월 20일



KMR 대표이사

황은과

APPENDIX

온실가스 검증의견서

제3자 검증의견서

지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들

이니셔티브 및 협회 가입 현황, 수상내역

온실가스 검증의견서(Scope 3)

검증 범위

(주)지에스리테일의 운영통제 하에 있는 사업장 및 배출시설을 대상으로 검증
- 본사 및 사옥, 물류센터, GS25 및 GS THE FRESH 직영 매장

검증 기준

- ISO 14064-1:2018, ISO 14064-3:2019
- IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories(2006)
- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부, 2024-155호)
- WRI/WBCSD GHG Protocol(2013)

검증 절차

검증은 리스크 분석 접근법 및 데이터 평가 기반 현장 검증을 수행하였으며 온실가스 배출량 산정에 적용된 데이터 및 인자는 객관적 증거에 입각하여 적정여부를 파악하였습니다. 검증팀은 검증지침에 근거하여 보고기간 동안의 온실가스 배출량을 합리적 방법으로 검증하였습니다.

검증 독립성

(주)한국경영인증원은 피검증기관과 이해관계를 맺고 있지 않으며, 편향된 의견 및 시각으로 검증을 수행하지 않습니다. 검증은 검증기준에 근거하여 독립적이고 객관적인 검증결론을 도출하였으며, 내부심의를 통하여 검증의 전 과정 검증 수행 내역을 검토하였습니다.

검증 한계

검증은 피검증기관에서 제시한 관련 보고서, 정보 및 데이터를 샘플링 또는 전수조사 방법으로 검증하였습니다. 이에 따른 많은 고유 한계가 있으며, 적합성 해석상의 이견이 존재할 수 있습니다. 검증기준에 부합하는 총실한 검증을 수행하고자 노력했지만, 발견하지 못한 오류, 누락, 허위진술이 잠재되어 있을 수 있음을 한계로 제시합니다..

검증 의견

- 온실가스 배출량 검증(Scope 3)은 검증기준에 의해 제한적 보증수준을 만족하도록 수행되었으며, 검증 결과에 대해 중대한 왜곡은 발견되지 않았습니다.
- KMR의 접근방식에 따르면, (주)지에스리테일이 모든 중요한 측면에서 정확하고 신뢰할 수 있는 데이터와 정보를 공개하지 않았다고 판단할 만한 어떠한 사항도 발견되지 않았습니다.

온실가스 배출량

(단위: tCO₂eq)

카테고리	Scope 3	2021	2022	2023	2024
1	구매한 제품 및 서비스	212	220	211	2,235,721
2	자본재	-	-	-	16,649
3	Scope 1,2에 포함되지 않은 연료 및 에너지 사용	4,028	4,519	4,118	7,874
4	업스트림 운송 및 물류	1,808	2,133	1,325	1,518
5	운영과정에서 발생된 폐기물	6,029	6,632	6,711	7,463
6	출장	-	-	-	249
7	직원 통근	-	-	-	54
8	업스트림 임대자산	1,011	1,307	1,059	1,080
9	다운스트림 운송&물류	-	-	-	56,962
11	판매된 제품/서비스의 사용	-	-	-	65,944
12	판매된 제품의 폐기	-	-	-	23,997
13	다운스트림 임대자산	15	33	59	63
14	프랜차이즈	530,713	551,770	607,809	675,196
합계		543,816	566,614	621,292	3,092,770

* 참고 : 온실가스별 배출량 및 사업장별 배출량 합계는 차이가 있습니다.(사업장 단위 소수점 절사 배출량을 업체 단위로 합함)

종합 의견

주요배출시설의 배출량은 누락 없이 산정 보고되었음을 검증을 통해 확인하였습니다.

2025년 5월 20일



KMR 대표이사

황은과

🏠📖🔄 111
OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS
APPENDIX
ESG PERFORMANCE DATA
SASB INDEX
GRI STANDARDS INDEX
UN SDGS 연계활동
온실가스 검증의견서
제3자 검증의견서
지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들
이니셔티브 및 협회 가입 현황, 수상내역
2024 GS리테일 지속가능경영보고서

제3자 검증의견서

서문

한국경영인증원(KMR)은 2024년 12월 31일로 종료하는 사업연도에 대한 2024 GS리테일 지속가능경영보고서의 제3자 검증을 요청 받았습니다. 보고서 작성과 정보, 내부통제에 대한 책임은 GS리테일 경영자에게 있으며, 본 한국경영인증원의 책임은 합의된 업무를 준수하고 독립적인 검증결론을 GS리테일 경영자에게 보고하는데 있습니다.

검증대상

GS리테일의 보고서에서 기술한 다음의 지속가능성 관련 조직의 성과와 활동을 대상으로 하였습니다.

- 2024 GS리테일 지속가능경영보고서

준거기준

- GRI Standards 2021 : 2023 (GRI)

검증기준

검증팀은 국제표준 ISO 17029와 KMR EDV 01의 프로세스에 따라 글로벌에서 널리 사용되는 검증기준인 AA1000AS v3 및 KMR 검증기준인 SRV1000을 적용하고, 보증수준과 중요성수준은 아래와 같이 설정하여 검증심사를 수행하였습니다. AA1000AS v3에서는 AA1000AP : 2018에서 제시하는 포괄성(Inclusivity), 중요성(Materiality), 대응성(Responsiveness) 및 영향성(Impact) 원칙의 준수여부와 보고서에 기재된 GRI 지표에 대한 데이터와 정보의 신뢰성 및 품질을 평가하고, SRV1000에서는 데이터오류 제로를 목표로 입체적 심사를 수행했으며, 중요성 기준은 전문가적 판단을 적용하였습니다.

- ISO 17029 : 2019, ISO 14065 : 2020, AA1000AS v3 : 2020 (AccountAbility), AA1000AP : 2018 (AccountAbility), SRV1000 : 2022 (KMR), KMR EDV 01 : 2024 (KMR)

- 보증수준/중요성수준 : AA1000AS v3 – Type 2/Moderate

검증범위

GRI Standards 2021의 보고 요구사항 만족 여부에 대한 확인이 검증 범위에 포함되었으며, 중요성 평가 절차를 통해 도출된 중요주체의 세부지표는 다음과 같음을 확인하였습니다.

- GRI Standards 2021 보고 원칙
- 공통표준(Universal Standards)
- 특정주제 표준(Topic Specific Standards)
 - GRI 205: 반부패(Anti-Corruption)
 - GRI 206: 경쟁저해행위(Anti-competitive Behavior)
 - GRI 413: 지역사회(Local Communities)
 - GRI 416: 고객안전보건(Customer Health and Safety)
 - GRI 417: 마케팅 및 라벨링(Marketing and Labeling)

보고서의 보고경계 중 조직외부 즉, GS리테일의 협력사, 계약자 등에 대한 데이터와 정보에 대한 데이터는 검증범위에서 제외되었습니다.

검증방법

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

- 지속가능성 정보 작성 근거로 사용한 준거기준의 적합성, 중요성 평가 프로세스 신뢰성 및 결과 평가
- 질문으로 데이터 관리 통제환경과 프로세스, 정보시스템을 이해(통제활동 효과성을 테스트하지 않음)
- 추정치 도출 방법이 적절하고 일관적인지 평가(단, 기초데이터 테스트나 검증인 자체추정치 미도출)
- 본사를 방문하였으며 방문현장은 현장의 지속가능성 정보 기여도, 이전 기간 이후 예상치 못한 변동가능성 등을 기준으로 선정하여 데이터 샘플링, 방문한 현장에서 제한된 수의 원천기록을 실사
- 보고서 작성에 대해 책임 있는 담당자와의 인터뷰
- 지속가능성 정보의 표시 및 공시가 정확하고 명확한 범위로 표현되었는지 고려
- 기초정보 간 비교 및 대사와 재계산, 분석, 역추적 등을 통한 오류 포함여부 식별
- 독립적인 외부 출처 및 공공 데이터베이스, 보도자료 등을 기반으로 한 정보의 신뢰성과 균형 평가

OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS
APPENDIX
ESG PERFORMANCE DATA
SASB INDEX
GRI STANDARDS INDEX
UN SDGS 연계활동
온실가스 검증의견서
제3자 검증의견서
지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들
이니셔티브 및 협회 가입 현황, 수상내역
2024 GS리테일 지속가능경영보고서

제3자 검증의견서

제한사항 및 극복방안

검증심사의 고유한계로써 비재무 데이터를 평가하고 측정하기 위해 일반적으로 인정한 보고체계나 충분히 확립된 관행이 존재하지 않으며, 다양한 측정치와 측정방법이 허용됩니다. 따라서 비재무 데이터는 기업들 간 비교가능성에 영향을 미칠 수 있으며, 검증팀은 이에 대해 전문가적 판단에 따랐습니다. 본 검증범위에서는 ISO 17029에서 규정하는 과거의 사실에 근거한 정보를 감안하여 주장의 진실성을 확인하는 결과검증을 포함하며, 예측이나 가설의 의도된 주장의 실현가능성을 확인하는 계획검증은 본문에 내용이 있더라도 검증범위에 포함하여 타당성 여부를 확인하지는 않았습니다. 제한적 보증에서는 GS리테일이 검증대상 지속가능성 정보를 작성하기 위해 사용한 기준의 적합성 평가, 부정이나 오류로 인한 검증대상 지속가능성 정보의 중요 왜곡표시 위험에 대한 평가, 위험에 대응, 검증대상 지속가능성 정보의 공시를 평가하며, 내부통제에 대한 이해를 포함하여 위험평가 절차와 평가된 위험에 대응하여 수행된 절차의 범위가 합리적 보증보다 제한적입니다. 검증심사팀은 GS리테일에서 제공한 데이터 및 정보가 완전하고 충분하다는 가정을 기반으로 GS리테일에서 수집한 데이터에 대한 질의 및 분석, 제한된 형태의 표본추출방식을 통해 한정된 범위에서 실시하였습니다. 이를 극복하기 위해 전자공시시스템, 국가 온실가스 종합관리시스템 등 독립적인 외부 출처 및 공공 데이터 베이스를 참고하여 정보의 품질 및 신뢰성을 확인하였습니다.

검증결과 및 의견안

검증팀은 문서검토 및 인터뷰 등의 결과를 토대로 GS리테일과 보고서 수정에 대해 여러 차례 논의하였으며, 수정 및 개선권고 사항 반영을 확인하기 위해 보고서의 최종판을 검토하였습니다. 검증결과, GS리테일의 보고서는 GRI Standards 2021에 따라(in accordance with)작성되었으며, AA1000AP : 2018에서 제시하고 있는 원칙 준수와 관련하여 부적절한 부분을 발견할 수 없었습니다. 원칙에 대한 본 검증팀의 의견을 다음과 같습니다.

포괄성 원칙

GS리테일은 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

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

대응성 원칙

GS리테일은 도출된 주요 이슈의 우선순위를 정하여 활동성과와 대응사례 그리고 향후 계획을 포괄적이고 가능한 균형 잡힌 방식으로 보고하고 있으며, 검증팀은 GS리테일의 대응 활동들이 보고서에 부적절하게 기재되었다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

영향성 원칙

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

특정 지속가능성 성과정보의 신뢰성과 품질

검증팀은 AA1000AP(2018) 원칙 준수 여부에 더해 지속가능성 성과와 관련된 온실가스 배출량, 에너지 사용량, 폐기물 발생량, 임직원 현황, 장애인, 신규채용, 근속연수 등 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.

검증인 적격성 및 독립성과 품질관리시스템

한국경영인증원은 대한민국 국가기술표준원(KOLAS)에서 인정한 ISO/IEC 17029 : 2019 (적합성평가 - 계획검증과 결과 검증기관에 대한 일반원칙과 요구사항 : ISO 14067, 추가 인정기준 ISO 14065) 및 대한민국 한국인정지원센터(KAB)에서 인정한 ISO/IEC 17021 : 2015(경영시스템의 심사 및 인증을 제공하는 기관에 대한 요구사항), 대한민국 환경부 산하 국립환경과학원이 인정한 온실가스 배출권거래제 검증기관입니다. 또한, 한국경영인증원은 IAASB ISQM1 : 2022 (국제감사인증표준위원회의 국제품질관리기준서)에 준하고 ISO/IEC 17029 요구사항에 근거한 KMR EDV 01 : 2024 (ESG공시 검증업무시스템)의 문서화된 방침과 절차를 포함한 포괄적인 품질관리시스템을 유지하고 있습니다. 아울러, 한국경영인증원은 IESBA Code : 2023 (국제공인회계사 윤리기준)에 준하는 성실, 공정, 전문가적 적격성과 정당한 주의, 비밀유지 및 전문가적 품위의 윤리적 요구사항을 준수했습니다. 검증팀은 지속가능성 전문가들로 구성되어 있으며, 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 이외에 GS리테일의 사업활동에 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺지 않은 독립성을 유지하고 있습니다.

이용제한 및 유의사항

본 검증의견서는 조직의 지속가능경영 성과와 활동에 대한 이해를 돕기 위해 GS리테일의 경영진을 위하여 작성되었으며, GS리테일의 경영진 이외의 제3자 사용에 대하여 당 법인은 어떠한 책임도 지지 않습니다. 이 검증의견서를 아래 검증일 현재로 유효합니다. 아래 검증일 이후 이 보고서를 열람하는 시점 사이에 본 보고서에 중대한 영향을 미칠 수 있는 사건이 발생하고 이로 인하여 이 검증의견서가 수정될 수도 있으므로 GS리테일의 홈페이지 등을 통해 가장 최신 보고서인지 확인을 권장합니다.

2025년 6월 20일



한국경영인증원
Korea Management Registrar

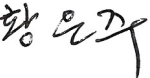


SRV1000
Sustainability Committee Assurance



AA1000
Licensed Report
000-129/V3-UOUC9

KMR 대표이사



OVERVIEW
SUSTAINABILITY STRATEGY
TCFD REPORT
MATERIAL TOPICS
GENERAL TOPICS
APPENDIX
ESG PERFORMANCE DATA
SASB INDEX
GRI STANDARDS INDEX
UN SDGS 연계활동
온실가스 검증의견서
제3자 검증의견서
지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들
이니셔티브 및 협회 가입 현황, 수상내역

지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들

(가나다 순)

강민지	김승철	류경민	유진숙	임용운
강승원	김시연	류지훈	육군정	장호준
강용	김영철	문경진	이강환	전선준
구근모	김원준	박민정	이동우	전언정
권보건	김윤석	박세익	이세원	정지현
권한솔	김재욱	박세현	이정도	조현욱
김건희	김준희	박정효	이지민	지병주
김광태	김진희	박주호	이치승	한운대
김대현	김참	백승태	이현민	호재현
김동인	김현우	손상준	이현우	홍민규
김선광	김형진	송용석	이현정	황지현
김성민	남창호	신지수	이혜경	황혜성
김수현	노종호	안형주	이황호	

총괄 – 정책지원팀 ESG파트

박경량	정준우	권수진
-----	-----	-----

이니셔티브 및 협회 가입 현황

전국경제인연합회	한국경영자총협회	한국편의점산업협회	체인스토어협회
한국상장사협의회	대한상공회의소	KRX한국거래소	한국유통법학회
한국프랜차이즈학회	(사)한국유통학회	유엔글로벌콤팩트(UNGC)	창원 이니셔티브(산림청)
생물다양성 이니셔티브 (BNBP)			

수상 내역

2024.11	2024 공정채용 우수기업 어워즈 – 고용노동부 장관상 수상	고용노동부
2024.10	GS리테일, ESG 종합 등급 'A+' 획득	한국기업지배구조원
2024.10	동반성장지수 '최우수' 등급 획득	동반성장위원회
2024.09	일·가정 양립 우수기업 선정	저출산고령사회위원회
2024.09	KCSI GS THE FRESH 대형슈퍼마켓부문 1위(총 11회 1위)	한국능률협회컨설팅
2024.09	KCSI GS25 편의점부문 20년 연속 1위(총 25회 1위)	한국능률협회컨설팅
2024.07	2024 한국서비스 품질지수(KS-SQI) 1위(GS SHOP 연속 3년 총 10회)	한국표준협회
2024.07	2024 한국서비스 품질지수(KS-SQI) 1위(GS THE FRESH 연속 9년 총 10회)	한국표준협회
2024.07	2024 한국서비스 품질지수(KS-SQI) 1위(GS25 연속 12년 총 21회)	한국표준협회
2024.03	2024 한국에서 가장 존경받는 기업 슈퍼마켓 부문 1위(총 2회)	한국능률협회컨설팅
2024.03	2024 한국에서 가장 존경받는 기업 편의점 부문 1위(21년 연속)	한국능률협회컨설팅
2024.02	2024 대한민국 일하기 좋은 기업 선정	월간파워코리아
2024.02	2024 대한민국을 빛낸 인물(기업/기관) 브랜드 대상	월간파워코리아
2024.01	환경부 장관상 수상(2년 연속)	환경부

