

2025 GS리테일 지속가능경영보고서

GREEN LIFE TOGETHER



About This Report

보고서 개요

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

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 기준으로, 비재무성과는 별도 기준으로 ESG 경영활동 성과를 보고하였으며, 환경성과의 경우 사옥(자가 및 임차), 물류센터, 편의점·수퍼 직영점 등을 보고 범위로 하되 일부 환경성과에 대해서는 GS네트웍스 등 종속회사의 성과를 포함하였습니다.

보고 기간

본 보고서는 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지의 경제·환경·사회적 성과를 담고 있습니다. 일부 성과에 대해서는 2026년 3월까지의 정보를 수록하고, 중요 활동에 대해서는 2025년 1월 1일 이전의 내용 또한 포함하고 있습니다. 정량적 성과는 연도별 추세 파악이 가능하도록 최근 3개년(2023년~2025년) 수치를 작성하였습니다.

보고서 검증

본 보고서는 이해관계자에게 지속가능경영 활동을 더욱 투명하게 전달하고자 한국경영인증원(KMR)으로부터 제3자 검증을 받았습니다. 적용된 검증 기준은 AA1000AS v3 Moderate Level, Type 2이며, 검증의견서는 본 보고서 119-120페이지에서 확인하실 수 있습니다.

지속가능경영보고서 담당

담당부서 : 정책지원팀 ESG파트

Contact : GS리테일은 이해관계자 여러분의 의견을 적극 수렴하여 지속가능경영보고서에 담고자 합니다. 필요한 사항에 대해 아래 메일로 보내주시면 향후 2026년도 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

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

SUSTAINABILITY STRATEGY

- 11 GS리테일 ESG 전략
- 14 Sustainable Value Chain
- 15 GS리테일의 ESG Story
- 16 2025-2026 ESG 하이라이트
- 18 이종종대성 평가
- 20 이해관계자 참여

ESG MANAGEMENT

Environmental

- 24 기후변화 대응 TCFD
- 35 환경경영
- 39 녹색 사업장 및 자원순환
- 43 친환경 제품 및 서비스
- 46 녹색 물류

Social

- 50 건강하고 책임있는 상품 및 서비스
- 54 인재경영
- 60 인권존중
- 63 안전보건
- 68 지속가능 공급망
- 75 고객만족 경영
- 79 데이터 보안 및 정보보호
- 83 지역사회

Governance

- 92 이사회
- 95 주주
- 96 윤리·준법경영
- 100 리스크 관리

APPENDIX

- 103 ESG Performance Data
- 112 SASB Index
- 113 GRI Standards Index
- 116 UN SDGs 연계활동
- 117 온실가스 검증의견서
- 119 제3자 검증의견서
- 121 지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들
- 121 이니셔티브 및 협회 가입 현황
- 121 수상내역

OVERVIEW

CEO Message	05
GS리테일 At a Glance	06
Our Business	08

CEO Message



“ **GS리테일에 대한 지속적인 관심과 성원에 감사드립니다.** ”

안녕하십니까. GS리테일 대표이사 허서홍입니다.

2025년은 기후 위기가 먼 미래의 과제가 아닌 현재의 실질적인 리스크임을 확인한 한 해였습니다.

길어진 폭염과 강수 양극화, 불안정한 국제 정세로 내수 부진이 심화되는 등 유통업계는 본질적인 경쟁력을 증명해야 하는 도전적인 환경에 직면해 있습니다.

이러한 불확실성 속에서도 당사는 고객 중심 방향성을 견지하며 데이터와 AI 기반의 AX 실행을 통해 시대적 요구에 부응하는 한편, 본질에 충실한 혁신과 책임 있는 성장으로 내실을 다져왔습니다.

우리의 이러한 노력으로 한국ESG기준원(KCGS) 평가에서 업계 최초 2년 연속 통합 A+ 등급을 획득하였으며, 서스틴베스트로부터 2년 연속 최고 등급(AA)을 받는 등 국내 최고 수준의 ESG 역량을 입증했습니다.

이는 단순한 규제 대응을 넘어 유통 생태계의 긍정적인 변화를 주도해 온 결과입니다.

자원순환 성과를 인정받아 '제17회 자원순환의 날 국무총리표창'을 수상하였고, 업계 최초 동반성장지수 최우수 등급 2년 연속 획득 및 '1,000만불 수출의 탑' 수상을 통해 상생 경영의 글로벌 경쟁력과 선도적 지위를 공고히 했습니다.

또한 업계 최초로 공정거래 자율준수프로그램(CP) 우수 등급(AA)을 획득하며 신뢰받는 경영 체계를 성공적으로 정착시켰습니다.

GS리테일은 'Green Life Together'라는 ESG미션 아래 매년 지속가능경영보고서를 발간하며 이해관계자 여러분과 투명하게 소통해 왔습니다.

GS리테일은 앞으로도 혁신과 내실 경영을 조화시켜 유통 생태계 전반에 긍정적인 변화를 주도하는 기업으로 도약하겠습니다. 고객과 주주, 사회의 기대에 부응하는 진정성 있는 행보에 변함없는 신뢰와 성원을 부탁드립니다.

감사합니다.

2026년 6월
GS리테일 대표이사 **허서홍**

GS리테일 At a Glance

Company Profile

GS리테일은 편의점·홈쇼핑·수퍼마켓·온라인 커머스 등 다양한 유통 채널을 통해 고객의 일상에 가치를 더하는 기업입니다. 1971년 창립 이래 반세기 이상 국내 유통산업을 선도해 왔으며, 차별화된 상품과 서비스, 투명한 경영을 바탕으로 고객·협력사·지역사회와 함께하는 지속가능한 성장을 추구하고 있습니다. 앞으로도 사회와 환경에 대한 책임을 다하며 신뢰받는 기업이 되고자 합니다.

기업현황

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

ESG 평가 현황

GS리테일은 2025년 한국ESG기준원 종합 A+, 서스틴베스트 AA 등급을 획득하였으며, CDP 기후변화 부문 A-등급을 받았습니다. ESG 평가 결과를 투명하게 공개하고, 평가 지표를 경영 개선의 기준으로 삼아 지속가능경영 수준을 지속적으로 높여 나가겠습니다.




한국ESG기준원
Korea Institute of Corporate
Governance and Sustainability

통합등급 **A+**



SUSTINVEST

AA



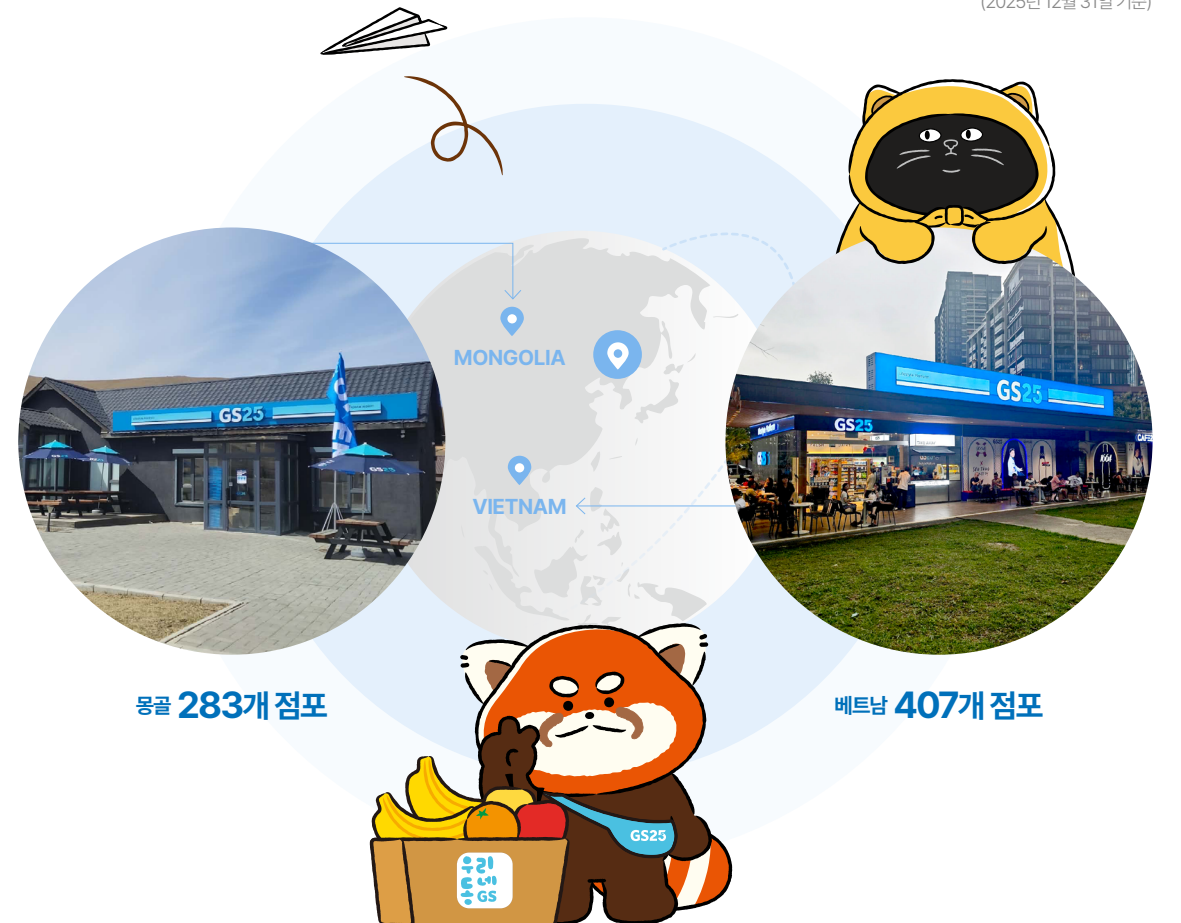
CDP

Climate Change **A-**

글로벌 네트워크

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

(2025년 12월 31일 기준)



GS리테일 At a Glance

우리의 비전

GS리테일은 고객의 모든 경험을 연결하고, 데이터로 공감하며, 상품과 서비스로 신뢰받는 플랫폼을 지향합니다. 편의점·홈쇼핑·수퍼마켓·온라인 커머스로 이어지는 유통 채널 전반에서 고객의 일상에 최적화된 가치를 제공하며 사회와 환경에 책임을 다하는 지속가능한 기업으로 성장해 나가겠습니다.

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



GS Value

GS리테일은 공정함(Fair), 상호 존중(Friendly), 도전과 성장(Fresh), 자율과 즐거움(Fun)을 GS리테일 고유의 가치관으로 삼고 있습니다. 이 4가지 가치는 구성원의 일하는 방식과 조직 문화 전반에 내재화되어 지속가능한 성장의 토대가 되고 있습니다.

GS리테일 고유의 가치관

 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

GS리테일은 고객 최우선의 사고, 성장 마인드, 열린 소통, AX 실행력을 GS Way로 정의하고 구성원 모두가 실천하도록 내재화하고 있습니다. 고객에서 시작해 데이터로 결정하고 하나의 팀으로 해내는 일하는 방식은 GS리테일 경쟁력의 근간입니다.

GS리테일의 일하는 방식



 고객 최우선 Customer First	 성장 마인드 Growth Mindset	 열린 소통 Open Communication	 AX 실행력 AI Savvy
 업무의 시작과 끝을 고객으로 연결합니다.	 작고 빠르게 시도하며 성공 경험을 만듭니다.	 명확한 목표와 과정 공유로 눈높이를 맞춥니다.	 설득과 결정 모두 데이터가 기준입니다.
 고객을 위해, '되는 방법'을 먼저 찾습니다.	 매일의 성장과 변화를 추구합니다.	 치열하게 논의하고, One Team으로 해냅니다.	 디지털/AI 톨로 업무 방식을 개선합니다.

Our Business

사업소개 및 주요 성과

GS리테일은 편의점·홈쇼핑·수퍼마켓 등 소매유통을 주력으로 하며 부동산 개발사업과 물류 회사 등을 통해 유통 전반의 경쟁력을 강화하고 있습니다.



GS25

1990년 1호점을 시작으로 지난 30여 년간 대한민국 편의점 문화를 선도해온 GS25는 고객 신뢰를 바탕으로 업계 최고 수준의 매출과 브랜드 지위를 공고히 하고 있습니다. 가맹 경영주와의 굳건한 상생 파트너십을 바탕으로 고객에게 최고의 가치와 만족을 제공하겠습니다.



GS THE FRESH

GS THE FRESH는 고객의 생활에 늘 가까이 있는 점포로서 신선·맛·서비스 대한민국 NO.1을 약속하며, 친근한 서비스를 바탕으로 편리하고 즐거운 쇼핑 환경을 제공하고 있습니다. 또한 차별화된 상품과 서비스로 국내 수퍼마켓 업계를 선도하고 있습니다.

주요 사업 성과

- 국내 18,005점, 해외(몽골, 베트남) 690점 운영으로 글로벌 영토 확장
- 신선통화형 매장 773점 돌파로 근거리 장보기 플랫폼 역할 강화
- 반값택배 이용건수 '5,382만 건' 및 금융ATM 거래액 8조 6,213억 원 달성
- 동반성장지수 2년 연속 '최우수' 등급 및 ESG 통합 A+ 등급 획득
- NCSI(국가고객만족도) 편의점 부문 1위, KCSI(한국산업 고객만족도) 23년 연속 1위 (총 26회 1위), KS-SQI(한국서비스품질지수) 13년 연속 1위 (총 22회 1위)
- 자사 앱 "우리동네GS" 월간 활성 이용자 수(MAU) 431만명
- 배달/픽업, 주류 스마트 오더 "와인25플러스" 등 고객 편의 O4O 서비스 제공
- 유어스(YOUUS), 리얼프라이스, 헤자로운 집밥 등 다양한 상품군을 아우르는 PB브랜드 포트폴리오 구축

주요 사업 성과

- 매출액: 17,425억 원
- 585개 수퍼마켓 매장 운영 (업계 최대 가맹점포 운영)
- 배달, 픽업, 사전예약 등 '우리동네GS' 앱 기반의 차별화된 O4O 서비스 확대
- 고객 지향적 PB상품 "리얼프라이스" 지속 출시
- 지자체 MOU 확대를 통한 농축수산물 판로 개척 지원
- 한국서비스품질지수(KS-SQI) 대형 수퍼마켓 부문 10년 연속 1위



GS리테일은 모바일 애플리케이션 '우리동네GS'를 중심으로 배달·픽업 등 O4O(Online for Offline) 서비스를 확대하며 온·오프라인 연계 고객 경험을 고도화하고 있습니다. GS25 및 GS THE FRESH의 점포 인프라를 기반으로, 배달·픽업 서비스, WINE25+, 반값택배 등 차별화된 O4O 서비스를 제공하여 가맹점 경쟁력과 오프라인 플랫폼의 활용도를 함께 강화하고 있습니다.

주요 사업 성과

- 우리동네GS 오프라인 유통 앱 이용자 기반 업계 1위
- 전국 오프라인 점포 배달·픽업 운영으로 O4O 시너지 확대



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 양방향 쇼핑(모바일 라이브) 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.

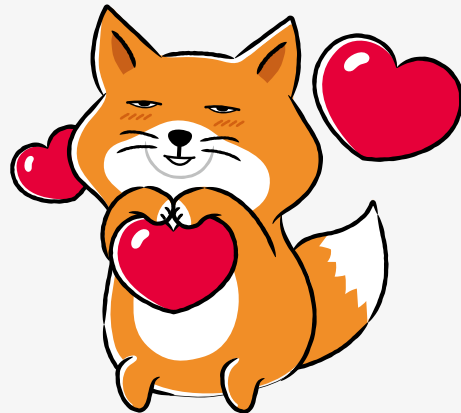


부동산 개발 사업

다양한 부동산 개발 및 상업시설을 운영하고 있으며, 개발 기획, Project Management/인허가, MD기획, 자산관리 및 매각 등 부동산 개발 전 영역의 업무를 수행하고 있습니다. 더 나아가 전략적 파트너와의 네트워크, 유통 플랫폼 운영 경험 및 다양한 상업시설 운영 Know-how를 바탕으로 차별화된 경쟁력을 확보하고 있습니다.

주요 사업 성과

- 취급액: 37,852억 원
- 시장 점유율: 29.55%¹⁾
- 유니크 브랜드 및 PB개발, 직매입 고도화, 파트너사 지속 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 모바일콘텐츠 기술서를 통한 모바일 쇼핑경험 개선



1) 모바일인덱스(종합쇼핑, 홈쇼핑 분류), 2026년 2월 기준

주요 사업 성과

- 매출액: 34,265백만 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



SUSTAINABILITY STRATEGY

GS리테일 ESG 전략	11
Sustainable Value Chain	14
GS리테일의 ESG Story	15
2025-2026 ESG 하이라이트	16
이중 중대성 평가	18
이해관계자 참여	20

GS리테일 ESG 전략

ESG 경영 체계

ESG 추진조직

GS리테일은 ESG위원회, ESG추진협의회, ESG 총괄사무국, 실무협의체, BU별 자기주도연구회(자주연)의 5단계 추진 체계를 통해 ESG 경영을 체계적으로 실행하고 있습니다. 이사회 산하 ESG위원회가 전사 ESG 리스크와 지속가능경영 전반을 검토 및 승인하며, CEO 주재의 추진협의회가 경영진 9인과 함께 핵심 현황과 이슈를 논의합니다. ESG 총괄사무국이 의사결정 사항을 현장에 전달하고, 실무협의체와 자주연이 BU별 실행과제를 직접 점검, 이행함으로써 경영진과 실무조직이 하나로 연결된 ESG 추진 구조를 갖추고 있습니다.



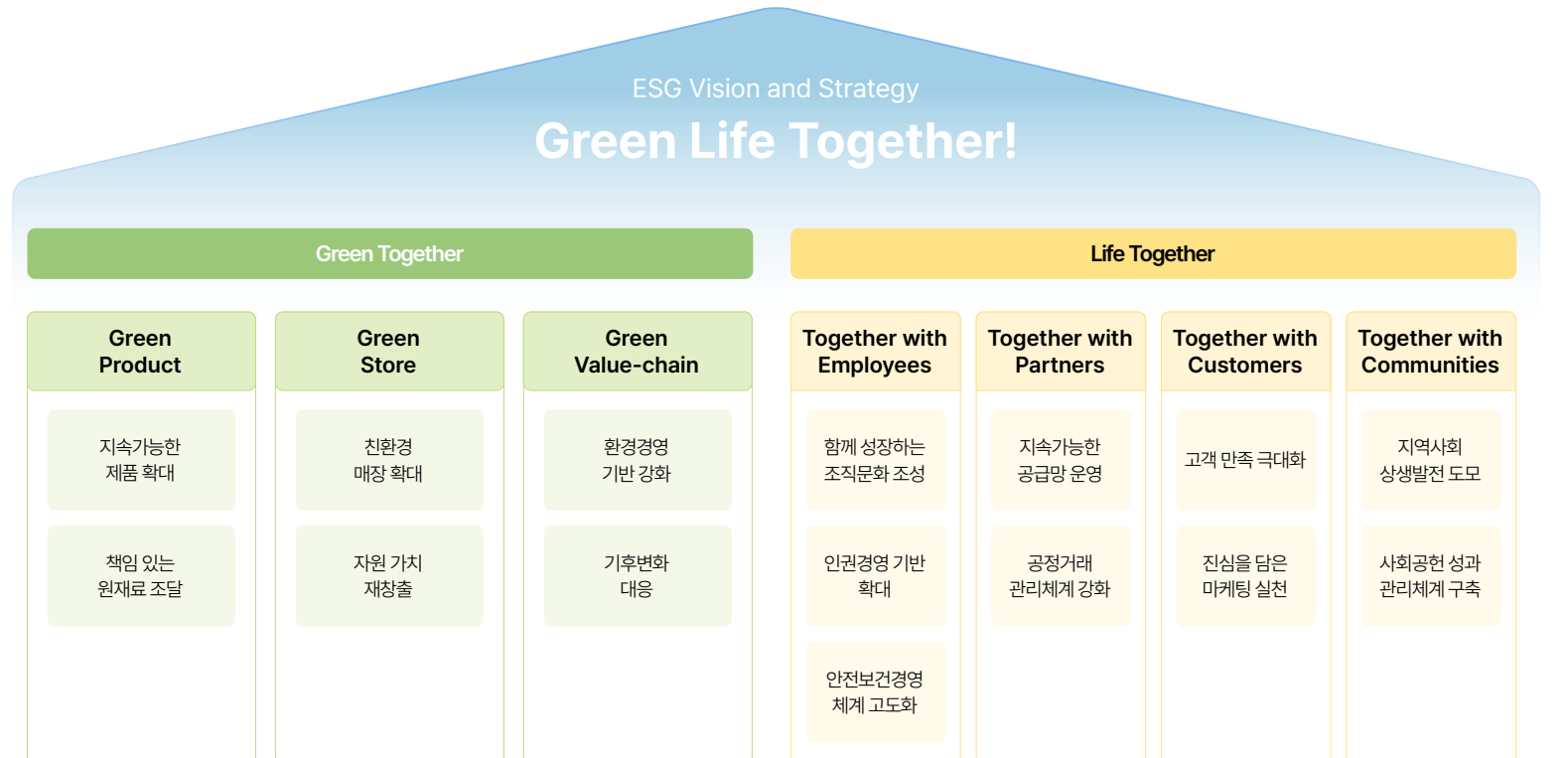
1) 자주연: 자기주도연구회

중장기 ESG전략

GS리테일은 'Green Life Together'를 ESG 비전으로 삼고, 환경과 사회 2개 Pillar를 중심으로 중장기 ESG 전략체계를 수립하고 있습니다.

환경 Pillar인 'Green Together'는 지속가능한 제품 확대와 책임 있는 원재료 조달(Green Product), 친환경 매장 확대와 자원 가치 재창출(Green Store), 환경경영 기반 강화와 기후변화 대응(Green Value-chain)의 3개 전략과제로 구성됩니다.

사회 Pillar인 'Life Together'는 임직원과 함께하는 조직문화 조성(Together with Employees), 공정거래와 지속가능한 공급망 운영(Together with Partners), 고객 만족 극대화(Together with Customers), 지역사회 상생 도모(Together with Communities)의 4개 전략과제를 통해 이해관계자와 함께 성장하는 경영을 실천하고 있습니다.



GS리테일 ESG 전략

ESG 경영 체계

주요 ESG 추진 성과 및 목표

GS리테일은 중장기 목표 달성을 위해 2025년에도 전사적인 ESG 실행 과제를 추진하였습니다. BU별 ESG 자주연 조직이 현장 밀착형 과제를 주도하고, C레벨 임원부터 부문장 이상 전 임원의 성과평가에 ESG 지표를 연동하는 방식으로 실행력과 책임 경영을 동시에 강화하고 있습니다. 앞으로도 실행 중심의 ESG 체계를 고도화하며 환경·사회 전 영역에서 지속가능한 성장 기반을 강화해 나가겠습니다.

Green Together

추진 전략	전략 과제	2025년 목표	2025년 주요 성과	중장기 계획
Green Product	지속가능한 제품 확대	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 포장재 적용률 목표 달성 및 인증제품 SKU¹⁾ 확대 간편식품 친환경용기 신상품 개발 확대 PB상품 친환경 인증 취득 지속적 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 포장재 적용률 45.1% 달성(목표 대비 111% 이상) PB 친환경 인증 7 SKU 신규 취득 간편식품 친환경용기 적용 상품 14 SKU 출시 	<ul style="list-style-type: none"> 환경표지인증, 저탄소 인증 제품군 확대 친환경 매출액 증가 포장재 경량화 및 표준화 지속 추진
	책임있는 원재료 조달	<ul style="list-style-type: none"> 책임있는 원재료 기반 제품 매출 확대 녹색소비주간 홍보 활동 전개 	<ul style="list-style-type: none"> 책임있는 원재료 인증 상품 매출 474억 원 달성 녹색소비주간 채널 홍보 및 사업장 내 캠페인 전개 	<ul style="list-style-type: none"> 책임있는 원재료-인증 기반의 사회책임 제품군 확대
Green Store	친환경 매장 확대	<ul style="list-style-type: none"> SEMS²⁾ 확대 설치를 통한 스마트 에너지 관리 고도화 Auto DR 참여 확대로 가맹점 경영주 인센티브 제고 에코커버 추가 설치를 통한 에너지 절감 인프라 강화 에너지 원단위 사용량 전년대비 3% 감축 	<ul style="list-style-type: none"> SEMS 17,227점 운영, 국민DR 참여 12,458점으로 약 2.2억 원 규모 인센티브 지급 에코커버 6,076점 설치 운영 기상청 API 연동 간판 점·소등 자동화 완료 에너지 원단위 사용량 전년대비 6.0% 감축 	<ul style="list-style-type: none"> 기준연도(2022년) 대비 에너지 원단위 사용량 25% 감축(2030년 기준)
	자원가치 재창출	<ul style="list-style-type: none"> 폐전자제품-폐합성수지-폐식용유 자원순환 활동 지속 공병 회수기 등 순환경제 인프라 운영 폐기물 원단위 배출량 전년대비 3% 감축 	<ul style="list-style-type: none"> 폐전자제품 1,900톤 이상 수거재활용 공병 회수기 35대 운영, 연간 약 110만 개 공병 순환 폐기물 원단위 배출량 전년대비 13% 감축 태양광 발전 시스템 설치-운영 (편의점 1점·수퍼 3점, 총 4개 점포), 연간 약 2,500만 원 규모 전기요금 절감 기여 	<ul style="list-style-type: none"> 자원순환 활동 지속 전개 기준연도(2022년) 대비 폐기물 원단위 배출량 25% 감축(2030년 기준)
Green Value-chain	환경경영 기반 강화	<ul style="list-style-type: none"> 환경 소셜벤처 육성 및 성과공유 체계 운영 아름다운가게-행복한나눔 연계 물품기부 및 캠페인 전개 전사 친환경 캠페인 지속 추진 	<ul style="list-style-type: none"> 업사이클링 캠페인 고객 및 임직원 3,790명 참여(기부물품 172,404개 접수) 지역아동센터 아동 환경교육 연계 나눔 진행 환경 소셜벤처 10개 기업 성과공유 	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 캠페인 지속 추진 및 대내외 이해관계자 인식 개선 기여
	기후변화 대응	<ul style="list-style-type: none"> 온실가스 목표관리제 규제 대응 완료 GS타워-GS강서타워 환경정보공개 이행 에너지 절감을 통한 사옥 탄소배출 저감 추진 온실가스 원단위 배출량 전년대비 3% 감축 	<ul style="list-style-type: none"> 온실가스 목표관리제 규제 이행 사옥 재생감지센서 설치를 통한 에너지 절감 및 전기료 연간 15백만 원 절감 친환경 인증 사무용품 구매 지속 운영 온실가스 원단위 배출량 전년대비 6.2% 감축 	<ul style="list-style-type: none"> 2030년까지 기준연도(2022년) 대비 Scope 1,2 온실가스 원단위 배출량 25% 감축
	기후변화 대응 (물류)	<ul style="list-style-type: none"> 우친 수행 건수 확대 및 시니어 일자리 창출 연계 녹색물류실천기업 지정 유지 	<ul style="list-style-type: none"> 우수녹색물류실천기업 지정 취득(국토교통부) 우친³⁾ 134만 건 수행, 시니어 우친 전국 4개 지역 제휴 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 2030년까지 기준연도(2022년) 대비 Scope 1,2 온실가스 원단위 배출량 25% 감축

1) SKU(Stock Keeping Unit): 재고 관리 단위로써 제품이나 상품을 식별하기 위해 사용되는 고유 코드

2) SEMS(Smart Store Energy Management System): 스마트 스토어 에너지 관리 시스템

3) '우리동네 딜리버리 친구'의 줄임말로, 일반인이 도보로 GS25 편의점이나 GS더프레시 상품을 배달해 주는 친환경 배달 플랫폼

GS리테일 ESG 전략

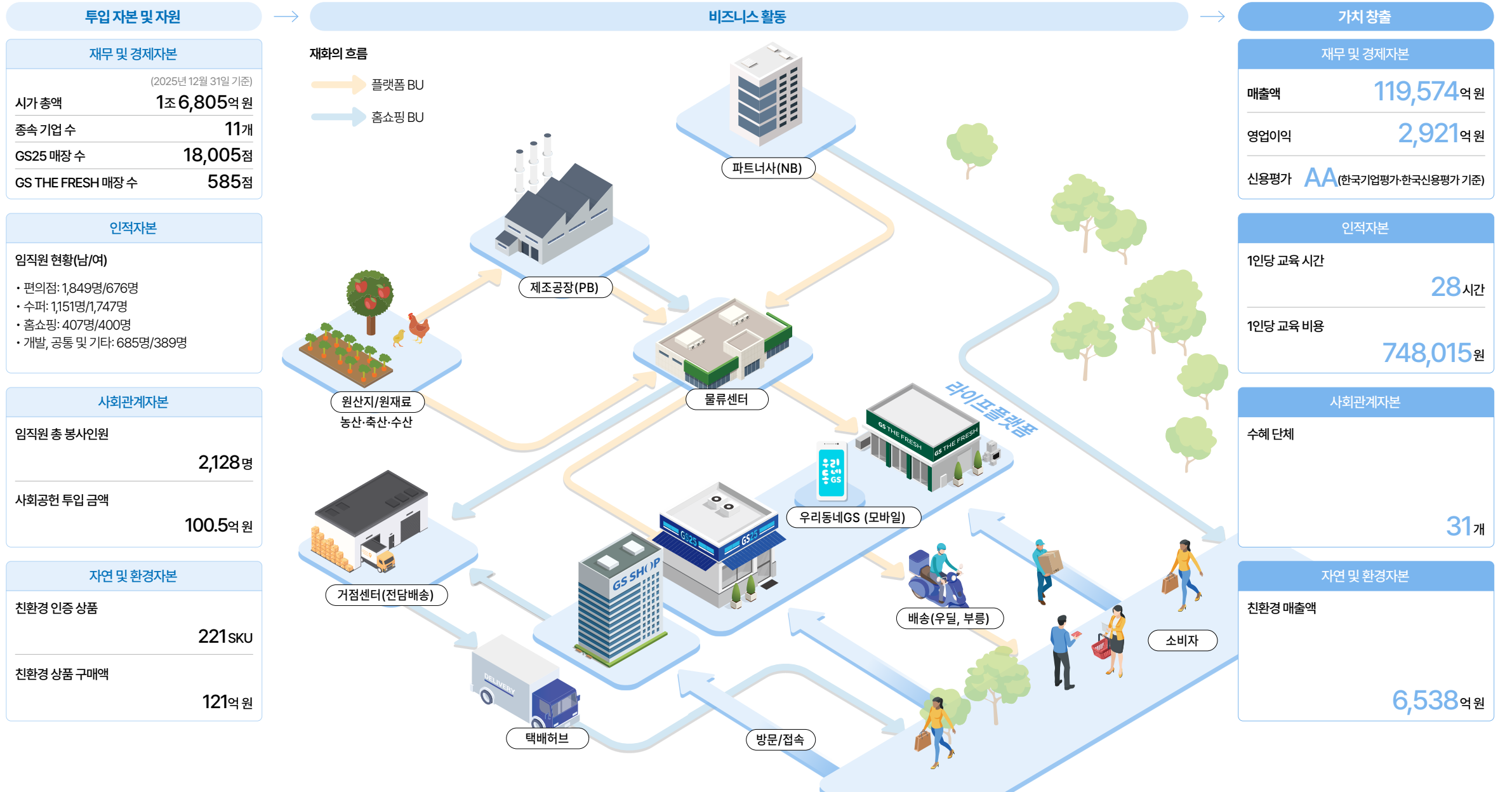
ESG 경영 체계

주요 ESG 추진 성과 및 목표

Life Together

추진 전략	전략 과제	2025년 목표	2025년 주요 성과	중장기 계획
Together with Employees	인권경영 기반 확대	<ul style="list-style-type: none"> 인권영향평가 참여 규모 확대 CEO 경영철학 기반 핵심가치 전파 강화 조직문화 프로그램 다양화 및 임직원 자긍심 향상 	<ul style="list-style-type: none"> 인권영향평가 573명 실시 완료 전사 조직문화 캠페인 8건 이상 운영 및 임직원 자긍심 향상 초청행사 전개 컬처데이 등 세대 간 소통-조직 적응 지원 프로그램 운영 	<ul style="list-style-type: none"> GS Value & GS Way 정착 고도화 컬처커미티 기반 다양성 및 포용성 문화 구축 인권영향평가 참여율 10% 확대(2027년 기준)
	안전보건경영 체계 고도화	<ul style="list-style-type: none"> 2024년 대비 사업장 안전사고율 20% 감축 안전 취약분야 집중관리를 통한 중대재해 발생 방지 책임과 참여를 통한 안전문화 내재화 	<ul style="list-style-type: none"> 외부 전문기관 안전 컨설팅을 통한 개선 로드맵 수립 수퍼 110점 소망 대피 훈련 실시를 통한 화재사고 대응 역량 강화 신규 및 저성과 사업장 “안전관리 밀착 코칭” 시행 	<ul style="list-style-type: none"> AI기반 스마트 안전기술 도입 위험성평가 근로자 참여 강화 및 100% 실행 관리 스스로 안전을 챙기는 자율 안전문화 정착
Together with Partners	지속가능한 공급망 운영	<ul style="list-style-type: none"> 신규 협력사 ESG 이행 설문 수취율 제고(95% 이상) 협력사 판로 지원 확대 협력사 동반성장 제도 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 홈쇼핑 신규 협력사 ESG 이행 설문 응답률 95% 달성 협력사 54개사 무료판매방송 지원 생산성 혁신 프로그램 20개사 운영 	<ul style="list-style-type: none"> 협력사 ESG 실사 체계 고도화 협력사 동반성장 지속 추진
	공정거래 관리체계 강화	<ul style="list-style-type: none"> 공정거래를 위한 관리 체계 고도화 	<ul style="list-style-type: none"> 공정거래 자율준수프로그램 운영 고도화 및 문화 확산 교육, 캠페인 지속 실시 공정거래 자율준수프로그램(CP) 등급평가 업계 최고 'AA' 등급 획득 	<ul style="list-style-type: none"> 공정거래 교육 정례화 및 효과성 검토를 통한 임직원 인식 개선 컴플라이언스 대응 고도화
Together with Customers	고객만족 극대화	<ul style="list-style-type: none"> 사업부문별 고객 VOC 처리 만족도 개선 CS모니터링 등급 향상 고객 소통 채널 고도화(우리동네GS 리뷰 시스템 정착) 	<ul style="list-style-type: none"> 편의점 VOC 만족도 7.6점-수퍼 CS모니터링 92.0점 달성 우리동네GS 매장 후기 시스템 공개 전환 및 정착 홈쇼핑 CCM 인증 협력사 교육 완료(3개사) 	<ul style="list-style-type: none"> 응답 처리 만족도 개선 및 불만 VOC 접수 건수 10% 축소 고물가 대응 및 고객 선호 맞춤 상품 지속 출시
	진심을 담은 마케팅 실천	<ul style="list-style-type: none"> 마케팅 정책 및 교육 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 마케팅 정책 실행 점검 및 유관 부서 교육 실시 	<ul style="list-style-type: none"> 책임있는 마케팅 교육 및 리스크 교육 강화
	정보보호 강화	<ul style="list-style-type: none"> Cloud-On-Prem 통합 보안 운영 체계 고도화 머신러닝 기반 이상징후 분석으로 실제 위협 가능성을 조기 식별하는 선제적 탐지-대응이 가능한 보안 운영체계 유지 개인정보 모니터링 시스템 70% 이상 중앙관리 적용 	<ul style="list-style-type: none"> 개인정보 접속기록 시스템 기능 고도화를 바탕으로 개인정보 보호 강화 외부 전문업체 침투 테스트 및 버그바운티 운영 웹 방화벽 솔루션 추가 도입 	<ul style="list-style-type: none"> 정보보호 및 개인정보보호 체계 재수립 정보보호 담당 실무조직의 실행력 강화 위험관리 범위 90% 이상 확대를 통한 정보보안 리스크 발생 최소화
Together with Communities	지역사회 상생발전 도모	<ul style="list-style-type: none"> 사회공헌형 점포 오픈 활성화(40점 목표) 지역 특산물 연계 상품 확대 중소기업-소상공인 판로 지원 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 사회공헌형 점포 52점 오픈으로 취약계층 자립 기반 지원(목표 130% 달성) 지역 특산물 MOU 매입 1,555억 원 기록(전년비 10% 성장) 무지개상자 아동음악교육-홈쇼핑 중소기업 판로지원 등 지역사회 연계 활동 전개 	<ul style="list-style-type: none"> 사회적 약자 자립 지원 및 기회 확대 지역 특산물 매입액 지속 성장

Sustainable Value Chain



GS리테일의 ESG Story

GS리테일의 ESG 여정은 2020년말부터 본격적인 ESG거버넌스 체계를 갖추면서 시작되었습니다. 이후 이사회 내 ESG위원회 설립과 추진협의회 출범을 통해 경영 체계의 토대를 구축하고, 친환경 매장 확대, 온실가스 감축, 동반성장 생태계 조성 등 환경·사회·지배구조 전 영역에서 실질적인 성과를 축적해 왔습니다. 이러한 노력은 국내외 주요 ESG 평가에서 꾸준히 인정받는 결과로 이어졌습니다. GS리테일은 앞으로도 지속가능경영 체계를 고도화하고, 이해관계자와의 투명한 소통을 강화하며 ESG 경영의 실질적 성과를 지속적으로 확대해 나갈 것입니다.



2025-2026 ESG 하이라이트



Green Together

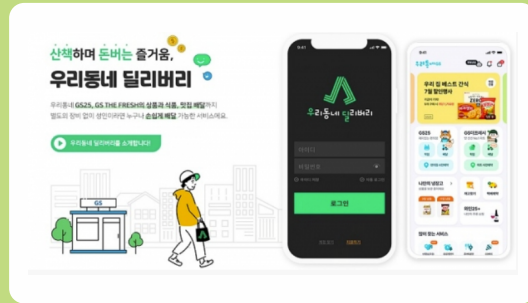
온실가스 원단위 배출량 6.2% 감축

GS리테일은 매장 및 사업장의 에너지 효율 개선을 위한 체계를 고도화하여 전년 대비 원단위 배출량 6.2% 감축을 달성하였습니다. 특히, 스마트 에너지 관리 시스템(SEMS) 도입을 확대하고 친환경 R290 냉매 설비 전환 및 에코커버 설치 등 다각적으로 온실가스 배출 저감을 위해 노력하고 있습니다.



걷는 배달 '우리동네 딜리버리', 탄소 절감과 시니어 일자리의 동행

GS리테일은 반경 1.5km 이내를 도보로 배달하는 친환경 플랫폼 '우리동네 딜리버리'를 통해 연간 탄소 583.83톤을 감축하였습니다. 60대 이상 시니어가 전 연령대 중 가장 높은 배달 건수를 기록하고 있으며, 서울·부산·천안 등 지자체와의 협약을 기반으로 한 시니어 우친(우리동네 딜리버리 친구) 프로그램은 고령층의 사회 참여와 경제적 자립을 동시에 지원하고 있습니다.



폐전자제품 자원화로 국무총리표창 수상, 바다숨 프로젝트로의 선순환

GS리테일은 2025년 제17회 자원순환의 날에서 국무총리 표창을 수상하며 3년 연속 정부 포상을 달성하였습니다. 폐전자제품 자원화로 조성한 약 1억 3,700만 원의 기부금은 해양 NGO 단체의 바다숨 프로젝트에 활용되어, 폐가전 수거에서 해양 생태계 보전으로 이어지는 자원 선순환 구조를 실현하고 있습니다.



PB상품 친환경 인증 7 SKU 신규 취득

GS리테일은 협력사 인증 비용을 직접 지원하는 방식으로 2025년 PB상품 친환경 인증 7 SKU를 신규 취득하였습니다. 환경성적표지 인증 4 SKU와 저탄소 인증 3 SKU로, 고객의 일상 소비 단계에서의 탄소 저감에 기여하고 있습니다.



2025-2026 ESG 하이라이트

Life Together



상생나눔플랫폼 52점 오픈

GS리테일은 2025년 시니어스토어 17점·내일스토어 29점·자활기업 6점 등 사회공헌형 점포 52점을 신규 오픈하며 연간 목표를 130% 달성하였습니다. 취약계층의 경제적 자립을 지원하는 상생나눔플랫폼은 누계 운영 점포를 지속 확대하며 지역사회 일자리 창출에 기여하고 있으며, 2025년 기준 누적 운영 점포 수는 총 244개입니다.



무지개상자 아동음악교육

GS리테일은 미래인재 육성을 위한 여러 활동을 진행하고 있습니다. 특히, 2005년부터 행복한 꼬마음악가 프로그램을 21년간 진행했으며 2025년에는 11개 센터 195명의 아동에게 음악교육을 지원하였습니다. 무지개상자 오케스트라 단원들은 평창 대관령 음악제 여름 멘토링에 참여하며 전문 음악가와의 교류 기회를 가졌고, 2026년 1월 GS아트센터 로비스테이지 공연을 통해 그 성과를 대내외에 선보였습니다.



Co:어촌 프로젝트로 지역 상생 확대

GS리테일은 해양수산부, 한국어촌어항공단, 경상남도, 경남청년어업인연합회와 업무협약을 체결하고 어촌·기업 상생 모델 'Co:어촌' 프로젝트에 참여하였습니다. 경남 청년 어업인이 생산한 우수 수산물의 안정적인 판로를 확보하고, 전국 GS더프레시 매장과 우리동네GS 앱을 통해 지역 수산물을 고객과 연결하며 지역사회와 함께 성장하는 상생 구조를 넓혀가고 있습니다.



무료방송 사업

GS SHOP 무료방송 프로그램 운영을 통해 소상공인, 중소기업 파트너사, 사회적경제기업 대상 매일 30분 방송 기회를 제공하고 있습니다. 2025년 총 54개 신규 협력사를 지원하여 방송판매 매출 37.4억 원, 수수료 7억 원 감면 효과를 창출하였습니다.

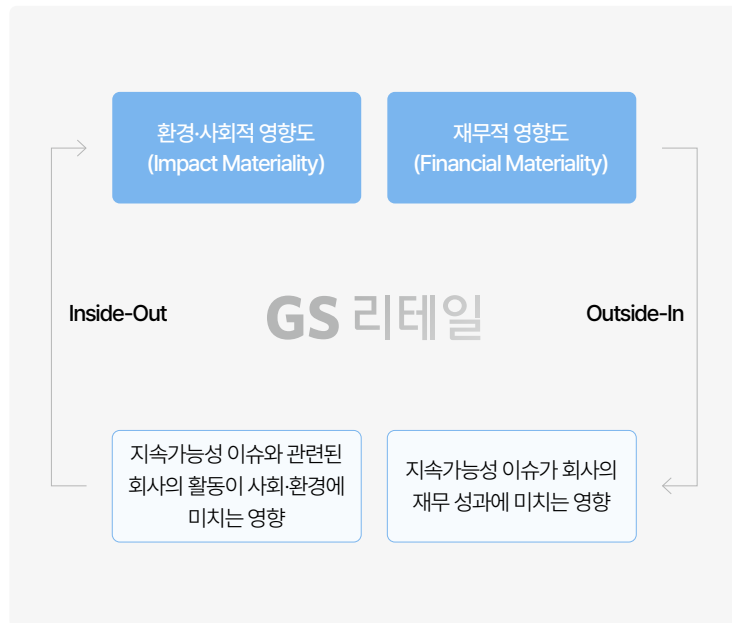


이중 중대성 평가

이중 중대성 평가 개요

GS리테일은 지속가능경영에 중요한 영향을 미치는 이슈를 체계적으로 식별하기 위해 이중 중대성(Double Materiality) 방법론을 적용하여 중대성 평가를 수행합니다. 이중 중대성 평가는 GS리테일의 사업활동이 환경·사회에 미치는 영향(영향 중대성, Inside-Out)과 외부 환경의 변화가 GS리테일의 재무적 성과에 미치는 영향(재무 중대성, Outside-In)을 함께 고려하는 평가 방법론으로, 두 관점을 통합하여 중대 이슈를 선정하고 관련 정보를 이해관계자에게 투명하게 공개합니다.

2025년 중대성 평가에서는 GRI Standards 및 ESRS 이슈 분류 체계를 기반으로 이슈 풀을 구성하고, 환경·사회적 영향과 재무적 영향을 이슈별로 사전에 식별한 후 영향도를 평가하는 방식으로 평가 체계를 고도화하였습니다. 또한, 설문조사와 함께 현업 담당자 대상 심층 인터뷰(FGI)를 병행하여 내부 이해관계자의 참여도와 평가 신뢰도를 높였습니다.



Step 1

이슈 풀 구성

GRI Standards, ESRS, SASB 등 국내외 ESG 공시 이니셔티브를 분석하여 22개 이슈 Long-list 구성

+

내부 환경 분석

CEO 신년사, ESG실무협의체 전략과제, 이사회 보고자료, 전기 중대 이슈 및 대외 요구사항(MSCI·SASB·투자자 요구사항) 종합 검토

+

외부 환경 분석

국내·외 동종기업 10개사 중대 이슈 벤치마킹 및 미디어 기사 분석 반영

GS리테일의 업(業) 특성과 경영환경을 기준으로 8개 이슈 Short-list 선정

· 8개 이슈별로 GS리테일 비즈니스 활동 및 가치사슬 전반을 고려한 환경·사회적 영향(Impact)과 재무적 위험(Risk) 및 기회(Opportunity) 식별

환경·사회 영향 평가

심각성

발생 가능성

규모

범위

복구 가능성

재무 영향(위험·기회) 평가

정량·정성적 규모

발생 가능성

Step 2

Step 3

영향·위험·기회(IRO) 식별

영향도 평가

· 식별된 IRO를 바탕으로 내·외부 이해관계자 대상 5점 척도 설문 및 심층 인터뷰(FGI¹⁾ 실시

· 평가 결과는 정규분포화·평균화 방식으로 산정

1) FGI(Focus Group Interview): 특정 주제와 관련된 표적 집단을 구성하여 진행자의 진행 하에 심층적인 의견과 인식을 도출하는 정성적 조사 기법으로, 각 이슈별 유관부서를 대상으로 심층 인터뷰를 진행

Step 4

Step 1

중대 이슈 선정 및 보고

· 환경·사회 영향 평가와 재무 영향 평가 결과를 종합하여 이슈별 우선순위 산정

· 내부 경영진 검토를 거쳐 최종 5개 중대 이슈 확정

· 이사회 ESG위원회 검토 및 승인 완료, 본 보고서를 통해 이해관계자에게 투명하게 공개

중대 이슈

지속가능한 상품

데이터 보안 및 개인정보보호

공급망 관리

인적 자원

윤리·준법경영

이중 중대성 평가

이중 중대성 평가 결과

GS리테일은 이중중대성 평가 프로세스를 기반으로 각 이슈가 환경 및 사회, 재무적 측면에 미치는 영향을 종합적으로 평가하여 총 5개 핵심 이슈를 선정하였습니다. 전년도 대비, 데이터 보안 및 개인정보보호·공급망 관리·인적자원 이슈가 핵심 이슈로 새롭게 선정되었으며, 지역사회 이슈는 제외되었습니다. 이러한 중요 이슈와 관련 영향을 지속적으로 모니터링하고 체계적으로 관리해 나갈 예정입니다.

구분	중요 이슈	이슈 정의	환경·사회 영향		재무 영향		대응 전략	보고 페이지
			영향도	영향도	Risk / Opportunity	영향도		
E	지속가능한 상품	환경친화적 설계·생산을 통해 탄소배출을 저감하고, 전 생애주기에서 안전성과 품질을 확보하여 지속가능한 소비를 지원하는 활동	긍정/실재 친환경 제품 확산과 안전한 상품 제공으로 고객 건강 개선 및 지속가능한 소비문화 확산	기회/중기~장기 친환경 포트폴리오 확대와 프리미엄 품질관리 체계 구축으로 고부가가치 상품 매출 증대 및 시장 점유율 확대	●●●	●●●	· 친환경 포장재 적용률 목표 대비 111% 달성 · PB상품 친환경 인증 신규 취득 (환경성적표지·저탄소 인증) · 친환경 용기 적용 간편식품 출시 · 친환경 상품 매출 확대 · 녹색소비주간 캠페인 운영	43-45
			부정/실재 제품 정보 관리 부족과 안전성 검증 체계 미비로 소비자 신뢰 저하 및 건강 리스크 증가 가능성	위험/중기 품질 이슈 발생 시 리콜·소송 비용 발생 및 브랜드 평판 하락으로 매출 감소 위험	●●●	●●○		
S	데이터 보안 및 개인정보보호	관련 법규를 준수하고 데이터 전 생애주기에서 개인정보 보호와 정보보안을 강화하는 활동	긍정/실재 체계적 개인정보보호로 고객 디지털 서비스 이용 안전성 강화 및 정보보안 신뢰도 향상 기여	기회/단기~중기 정보보안 신뢰도 향상을 기반으로 고객 디지털 서비스 이용 확대 및 고객 유지·신규 유입 기회 창출	●●●○	●●●○	· 정보보안·개인정보 조직 통합 운영 (CISO-CPO) · ISMS-P 인증 유지 및 매년 사후심사 수행 · 임직원 정보보호 교육 이수 · 악성메일·개인정보 유출 및 노출 모의훈련 운영	79-82
			부정/실재 개인정보 유출로 인한 고객 권익 침해 및 디지털 서비스 신뢰도 저하	위험/단기~중기 개인정보 유출 사고 발생 시 배상비용·과징금 부담, 정보보호 투자비 지속 증가로 재무 손실 위험	●●●○	●●●○		
S	공급망 관리	공급망 전반에 ESG 기준을 적용하고 인권실사 및 협력사 관리를 통해 지속가능성과 회복탄력성을 제고하는 활동	긍정/실재 가맹점주 경영안정성 향상과 중소 협력사 지속가능 역량 강화로 공정한 상생 생태계 구축	기회/단기 공급망 안정성 확보와 브랜드 신뢰도 향상으로 운영비용 절감 및 장기적 매출 성장 동력 확보	●●●●	●●●●	· 신규 협력사 ESG 이행 설문 및 자가진단 실시 · 협력사 무료판매방송·생산성 혁신 프로그램 운영 · 협력사 동반성장 추진 및 ESG 실사 체계 고도화	68-74
			부정/실재 공급망 ESG 관리 미흡 시 협력사가맹점 근로자 인권 침해, 환경 기준 미달 등 부정적 사회 영향 확산 가능성	위험/단기~중기 공정거래법 위반·가맹점 분쟁 발생 시 과징금·소송비용 부담, 공급망 내 ESG 문제 표면화 시 브랜드 평판 하락으로 매출 감소 위험	●●●●	●●●●		
S	인적 자원	공정한 채용과 인재 육성, 다양성 및 포용성 강화, 안전보건 관리를 통해 임직원의 역량과 근무환경을 개선하는 활동	긍정/실재 공정 채용·다양성 존중 문화 확산으로 사회적 포용성 증진, 체계적 인권관리로 건전한 노동문화 조성 기여	기회/중기~장기 고용브랜드 강화를 통한 우수 인재 유치·유지, 이직률 감소로 채용비용 절감, 다양성 기반 조직 혁신력 강화로 장기 사업 경쟁력 확보	●●●○	●●○○	· 인권영향평가 실시 및 인권이슈 개선 도출 · CEO 경영철학 기반 핵심가치 전사 캠페인 운영 · 컬처데이 프로그램 운영 (세대 간 소통·조직 적응) · 컬처커미티 기반 다양성·포용성 문화 구축	54-62
			부정/실재 인재관리 미흡 및 안전관리 체계 부족 시 근로자 권익 침해와 산업재해 발생 가능성	위험/중기~장기 핵심 인력 이탈 시 채용·교육비 증가, 중대재해 발생 시 법적 제재비용·보상비용 발생, 브랜드 평판 훼손으로 매출 하락 위험	●●●○	●○○○		
G	윤리·준법경영	윤리·준법 체계를 기반으로 법적·윤리적 리스크를 관리하고 임직원의 윤리의를 제고하는 활동	긍정/실재 윤리경영 조직 운영과 다층적 제보채널 구축을 통한 투명경영 문화 확산 및 이해관계자 권익 보호 기여	기회/중기~장기 투명경영 신뢰도 향상을 기반으로 ESG 평가 등급 개선, 투자자·기관 신뢰 확보, 우수 협력사 파트너십 강화로 사업 경쟁력 제고	●○○○	●●●●	· 대표이사 의장 컴플라이언스 운영협의회 운영 (분과별 실무협의체 포함) · CP 등급평가 AA 취득 · 정도경영 목소리·레드휘슬 제보채널 운영 · 사업부문별 특성을 반영한 준법 제도 개선	96-99
			부정/실재 준법 체계 미흡 시 공정거래·소비자 보호 관련 부정적 사회 영향 확산 가능성	위험/중기~장기 규제 위반 시 과징금·소송비용 발생 및 평판 훼손으로 재무 손실 위험	●○○○	●●●●		

이해관계자 참여

이해관계자 커뮤니케이션

GS리테일은 임직원, 고객, 경영주, 파트너사, 지역사회, 주주, 정부, 지방자치단체 및 NGO를 주요 이해관계자로 정의하고 있습니다.

대면 및 비대면 커뮤니케이션 채널을 통해 이해관계자의 의견을 체계적으로 수렴하고 주요 계획과 활동을 공유하고 있으며, 이를 주요 이슈 관리와 중장기 전략 수립에 반영하고 있습니다.

커뮤니케이션 채널	커뮤니케이션 내용
임직원	
<ul style="list-style-type: none"> 대면 채널: 타운홀 미팅, 노사협의회, 모꼬지 활동, 비전미팅 등 비대면 익명 채널: HR핫라인, 정도경영 목소리, 레드취슬 등 	<ul style="list-style-type: none"> 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
고객	
<ul style="list-style-type: none"> 대면 채널: 고객 자문단 비대면 채널: 고객만족 설문 및 참여형 이벤트, 홈페이지 및 SNS, 채널(유튜브, 인스타그램), VOC 인사이트, 고객용 챗봇 및 모바일/PC 1:1 상담, 고객 간담회(온라인 인터뷰) 및 고객 의견조사 	<ul style="list-style-type: none"> 신속한 고객의견 청취 및 불만 처리 고객의 제안/문의사항 유관부서 전달 및 답변 확인 주요 접수 내용에 대한 이슈 발굴 및 인사이트 제공 책임있는 제품 및 서비스의 제공 고객 니즈 파악 및 공감을 주는 마케팅
경영주(가맹점주)	
<ul style="list-style-type: none"> 대면 채널: 경영주 열린아카데미, 경영주협의회, 자율분쟁조정위원회 비대면 채널: 카카오톡 플러스친구- GS25챗봇지니 (경영주, 스토어매니저와의 소통플랫폼), 경영주 매거진, 해피콜 	<ul style="list-style-type: none"> 지속적인 상생 방안 모색 경쟁력 있는 상품 및 서비스 제공 실질적인 점포 운영 지원 활동 소통을 통한 고충청취 및 개선 우수 경영주 선발 및 소개를 통한 자긍심 향상 기여



커뮤니케이션 채널	커뮤니케이션 내용
파트너사	
<ul style="list-style-type: none"> 대면 채널: 자문위원, 간담회, 리스닝투어, 파트너사 시상식 비대면 채널: 레드취슬, 정도경영 목소리 	<ul style="list-style-type: none"> 동반성장을 위한 상생 가치 창출 공정거래 문화 조성 지속가능한 기술 전파, 판로개척 등 역량 강화 및 지원
지역사회, 정부	
<ul style="list-style-type: none"> 지역사회 민원 수렴 지자체 및 지역 관공서 협의회 동반성장간담회, ESG간담회 등 	<ul style="list-style-type: none"> 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)
주주	
<ul style="list-style-type: none"> 주주 소통 담당이사 주주총회 IR 공시(기업 홈페이지, DART) 	<ul style="list-style-type: none"> 경영 성과 및 주주 가치 극대화 건전하고 지속가능한 지배구조 운영 윤리경영 및 통합 리스크 관리

ESG MANAGEMENT

Environmental	22
Social	48
Governance	91

Environmental

기후변화 대응	24
환경경영	35
녹색 사업장 및 자원순환	39
친환경 제품 및 서비스	43
녹색 물류	46

Environmental

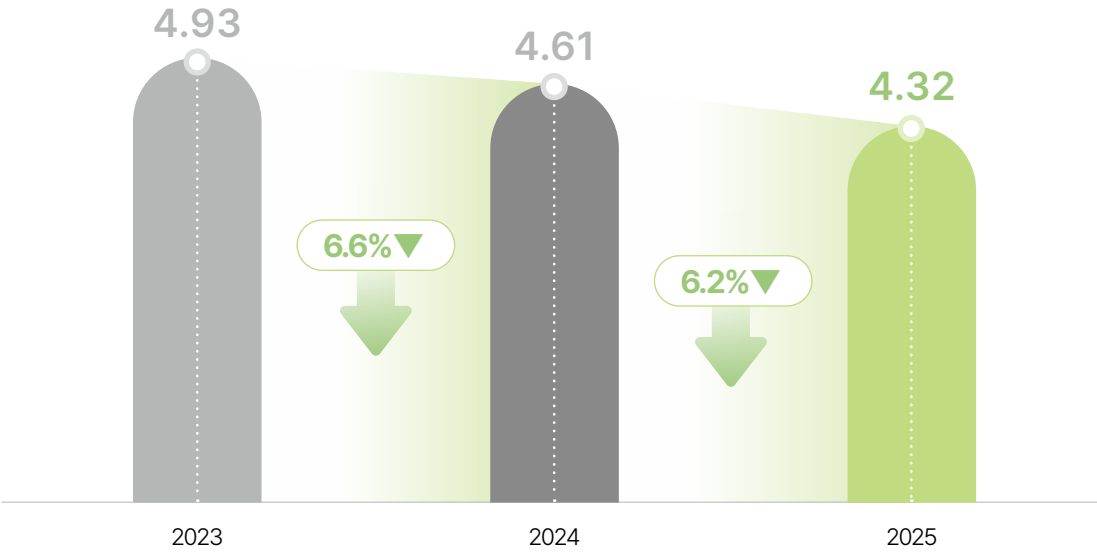
GS리테일은 전사 밸류체인 전반에서 발생하는 환경 영향을 체계적으로 관리하기 위해, 기후변화 대응을 포함한 환경경영 체계를 구축하고 실행하고 있습니다. 이사회와 ESG위원회를 중심으로 기후변화 대응 거버넌스를 운영하며, 전사 차원의 온실가스 감축 목표 수립과 이행을 지속적으로 추진하고 있습니다.



관리지표

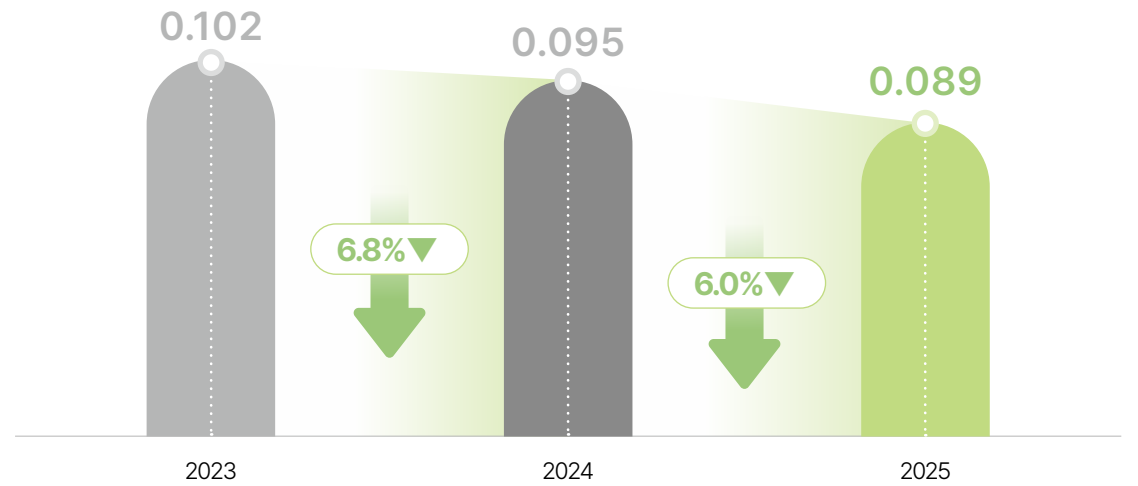
온실가스 집약도 (Scope 1,2)

(단위: tCO₂eq/십억 원)



에너지 집약도

(단위: TJ/십억 원)



기후변화 대응

거버넌스

GS리테일은 기후변화 대응을 위한 체계적인 거버넌스 구조를 구축하고 있습니다. 최종 의사결정기구인 이사회가 기후변화 관련 중요사항을 검토·승인하며, 이사회 산하 ESG위원회는 기후변화 관련 ESG 경영 전략 검토 및 대응 성과 모니터링 등 주요 안건을 심의합니다. 경영진 차원에서는 ESG추진협의회가 전사 ESG 전략 방향성을 제시하고, 환경경영평가위원회가 환경경영 활동 평가 및 실무부서 기후변화 대응을 지원합니다. 또한 실무 차원에서는 유관부서가 유기적 협업을 통해 온실가스 감축 활동 계획을 수립하고 실행을 추진하고 있습니다.

기후 관련 의사결정 기구



기구별 역할 및 책임

이사회	이사회	기후변화 전략, 투자, 예산 확보 등 최종 의사결정 책임
	ESG위원회	ESG 경영 전략 검토, 기후변화 대응 성과 모니터링 및 안건 심의
경영진	ESG추진협의회	전사 ESG 전략 방향성 제시, 기후변화 주요 현황·이슈 논의
	환경경영평가위원회	환경경영 활동 평가, 실무부서 기후변화 대응 업무 지원
실무	유관부서	온실가스 감축, 친환경 제품 확대, 지속가능 구매 정책 수립

기후 관련 보상 체계

GS리테일은 기후변화 대응에 대한 경영진의 책임성과 실행력을 강화하기 위해, 전 임원의 KPI 중 5%를 ESG 평가 및 기후변화 대응 실행 과제와 연계하여 운영하고 있습니다. 이를 통해 온실가스 감축, 친환경 매장 전환 등 기후 관련 목표의 달성 여부가 경영진 평가 및 보상에 반영되도록 하고 있으며, 기후변화 대응에 대한 전사적 실행력을 제고하고 있습니다.

기후변화 대응

거버넌스

이사회 및 경영진

이사회의 역할

이사회는 회사 전반의 경영 사안을 관리·감독하는 최고 의사결정기구로서 기후변화 전략과 관련 투자, 목표 및 실적을 바탕으로 기후변화 대응 활동 전반을 관리·감독하고 있습니다. 이사회 산하에는 총 3명의 사외이사와 1명의 비상무이사로 구성된 ESG위원회를 설치·운영하고 있으며, 기후변화를 포함한 ESG 관련 주요 사항에 대해 심의·논의하고 있습니다.

ESG위원회

2025년에는 ESG위원회를 5회 개최하여 기후변화를 포함한 ESG 전략 및 실행 계획안을 검토하고, 관련 성과를 주기적으로 모니터링 하였습니다. 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.

ESG위원회 활동 내역

일자	내용
25.03.05	<ul style="list-style-type: none"> 2025년 ESG 전략 및 실행 계획안 승인 2024년 환경경영평가위원회 실적 및 2025년 계획 승인 사회공헌사업 승인 2025년 사회공헌심의집행 기준 개정 보고 2024년 사회공헌사업 실적 및 2025년 계획 보고 2024년 하반기 준법 점검 결과 및 2025년 상반기 계획 보고 2024년 하반기 자율준수프로그램 운영실적 및 2025년 상반기 계획 보고
25.03.20	<ul style="list-style-type: none"> 사회공헌사업 승인
25.04.29	<ul style="list-style-type: none"> 사회공헌사업 승인
25.08.07	<ul style="list-style-type: none"> 2025년 환경경영평가위원회 상반기 실적 및 하반기 계획 승인 2025년 ESG 상반기 실적 및 하반기 계획 보고 2025년 상반기 전사 리스크 관리 현황 보고 2025년 상반기 준법 점검 결과 및 하반기 계획 보고 2025년 상반기 자율준수프로그램 운영실적 및 하반기 계획 보고 2025년 사회공헌사업 보고
25.12.05	<ul style="list-style-type: none"> 2025년 ESG 운영결과 및 2026년 업무계획 보고 2025년 전사 리스크 관리 주요 실적 및 2026년 업무계획 보고

경영진의 역할

GS리테일의 CEO는 기후변화 대응을 포함한 전사적 경영 활동에 대한 최종 책임과 의사결정 권한을 보유하고 있습니다. 분기별 1회 이상 개최되는 ESG추진협의회를 통해 환경경영 전반의 주요 추진 현황과 핵심 이슈를 점검하며 기후변화와 관련된 전략·정책 및 리스크를 종합적으로 논의·검토합니다.

ESG추진협의회

CEO 주관의 ESG추진협의회를 설치하여 주요 경영진과 함께 전사 경영전략과 연계된 ESG 추진 방향을 설정하고, 분기 1회 이상 정기적인 회의를 통해 ESG 관련 주요 추진 현황과 핵심 이슈를 논의하고 있습니다.

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.

기후변화 대응

전략

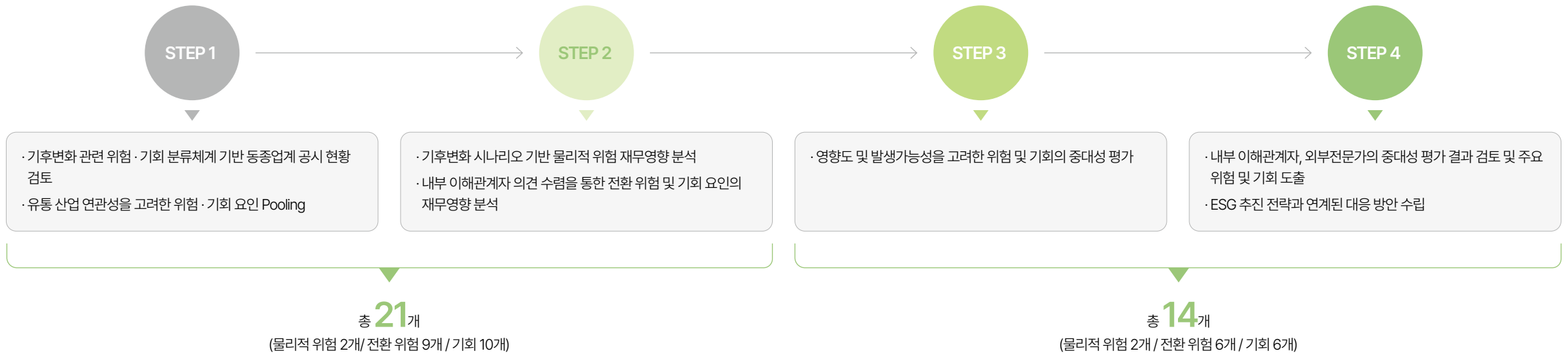
위험·기회 Pool 확보

GS리테일은 기후변화 관련 위험·기회 분류체계를 기반으로 동종업계의 기후 정보 공시 동향을 분석하고 유통 산업에 주요하게 작용할 것으로 예상되는 기후변화 관련 요인 Pool을 도출하였습니다. 해당 Pool은 총 21개 요인으로 구성되며, 물리적 위험(만성·급성) 2개, 전환 위험(정책·법률, 기술, 시장, 평판) 9개, 기회(자원 효율, 에너지원, 제품 및 서비스) 10개로 세분화되어 있습니다.

위험·기회 재무영향 분석

GS리테일은 기후변화 관련 위험 및 기회요인이 잠재적으로 비즈니스에 미칠 수 있는 영향에 대해 매년 정성 분석을 실시하고 있습니다. 또한 3개 요인(PR1. 급성 자연재해 및 기상이변과 PR2. 강수 및 기상패턴 변화, TR1. 온실가스 배출 가격 인상)에 대해서는 정량 분석을 병행하여 지속가능경영보고서를 통해 공개하고 있습니다. 특히, 시나리오 분석을 통한 전환 위험 분석에서 TR1. 온실가스 배출 가격 인상에 대해서는 2025년도에 분석 및 정량 데이터를 재산정하였습니다. 향후에는 정량 분석 대상 요인을 점진적으로 확대하여, 궁극적으로 전체 요인에 대한 정량 분석을 수행하고 이와 관련한 지표들을 관리해 나가고자 합니다.

기후변화 위험·기회 식별 및 평가 프로세스



위험·기회 중대성 평가 실시

GS리테일은 기후변화 관련 위험 및 기회 요인의 영향도와 발생가능성을 기준으로 중대성 평가를 실시하고 있습니다. 영향도는 각 요인이 당사 Value-chain 및 사업 부문에 미치는 영향을 의미합니다. 발생가능성의 경우 물리적 위험은 기후 모델링 Tool을 통해 확인된 가능성과 동종업계 공시 현황을 종합적으로 고려하여 평가하였습니다. 전환 위험 및 기회요인에 대해서는 관련 법적 도입 전망과 시장 및 공시 동향을 중심으로 발생가능성을 판단하였습니다.

주요 위험·기회 도출 및 대응 방안 수립

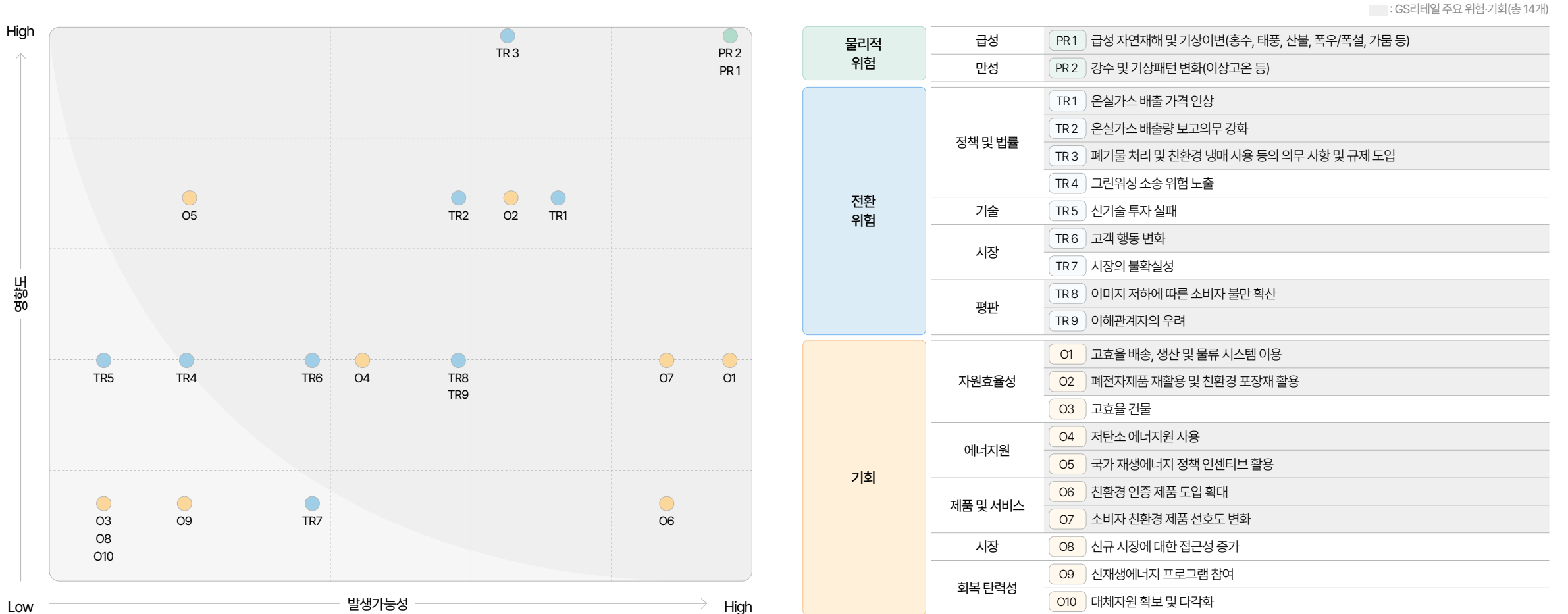
중대성 평가 결과를 바탕으로 요인을 순위화하여 검토한 결과, 당사 비즈니스에 중대한 영향을 미칠 것으로 판단되는 요인 총 14개(물리적 위험 2개, 전환 위험 6개, 기회 6개)를 최종 도출하였습니다. 아울러, 주요 위험·기회에 선제적으로 대응하기 위해 GS리테일의 ESG 추진 전략인 Green Product, Green Store, Green Value-chain과 연계한 대응 전략을 수립하고 있으며, 이를 통해 기후변화에 대한 조직의 회복력을 강화하고 있습니다.

기후변화 대응

전략

주요 위험·기회 도출

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 당사의 주요 기후변화 위험·기회 요인으로 확정하고 각 요인의 발현에 따른 잠재적 재무영향을 공개하고 있습니다.



기후변화 대응

전략

주요 위험·기회 도출

요인		기간	재무 영향 경로	예상 재무 영향		
물리적 위험	급성	PR 1	급성 자연재해 및 기상이변	단기-장기	<ul style="list-style-type: none"> 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 안전 위험 증가 및 근로생산성 저하 	<ul style="list-style-type: none"> 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	PR 2	강수 및 기상패턴 변화 (이상고온 등)	장기	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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	정책 및 법률	TR 1	온실가스 배출 가격 인상	중기-장기	<ul style="list-style-type: none"> 온실가스 목표관리제 등 온실가스 관련 규제 대상 업종 확대 에너지 전환 정책 확대에 따른 화석연료 사용 규제 강화로 전기요금 상승 	<ul style="list-style-type: none"> 규제 대상 업종 편입에 따른 대응 목적의 운영 비용 증가 전력 단가 상승을 고려한 2050년 전력 구매비용 약 186억 원 이상 예상
		TR 2	온실가스 배출량 보고의무 강화	중기-장기	<ul style="list-style-type: none"> 탄소중립기본법 및 온실가스 배출량 보고의무를 명시하는 규제 도입 가능성 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 온실가스 배출량 측정 및 감축 이행 비용 발생
	시장	TR 3	폐기물 처리 및 친환경 냉매 사용 등의 의무 사항 및 규제 도입	중기	<ul style="list-style-type: none"> 폐기물 처리에 관한 법규 및 자원순환 정책 강화 글로벌 냉매 사용 규제 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 폐기물 처리 비용 증가 및 신규 포장재 적용 비용 발생 친환경 냉매 사용 냉장비 구입 비용 발생
		TR 6	고객 행동 변화	단기-장기	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 제품(저탄소 등 친환경인증제품) 수요증가 친환경 물류 서비스 수요 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 제품 수요 대응 실패로 회사 경쟁력 저하 및 매출 감소 친환경 물류 서비스 수요에 대한 소극적 대응으로 매출 감소
		TR 8	친환경 이미지 저하에 따른 소비자 불매운동 확산	중기-장기	<ul style="list-style-type: none"> 기업의 친환경 활동에 대한 소비자 요구사항 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 소비자 요구사항 미충족 시 기업 이미지 악화 및 매출 감소
TR 9	이해관계자의 우려	중기-장기	<ul style="list-style-type: none"> 이해관계자의 지속가능경영에 대한 우려 발생 및 부정적인 피드백 발생 	<ul style="list-style-type: none"> 신뢰 훼손, 투자 축소로 인한 자본 가용성 감소 		
기회	자원 효율	O1	고효율 배송, 생산 및 물류 시스템 이용	중기-장기	<ul style="list-style-type: none"> 에너지·자원 효율이 높은 시스템(물류에너지 관리 시스템, 절수형 혼합수전 교체 등) 도입 편의점, 슈퍼 매장의 에너지관리시스템 전지점으로 확대 물류시스템의 운영 효율 개선 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 에너지·자원 이용 효율 개선으로 운영 비용 절감 에너지관리를 통한 운영 비용 절감 물류 유통 비용 절감
		O2	폐전자제품 재활용 및 친환경 포장재 활용	단기-장기	<ul style="list-style-type: none"> 리사이클링 센터 운영 확대 등으로 폐점 점포 장비 재활용 친환경 포장재 적용률 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 장비 재활용에 따른 신규 투자 비용 약 55.6억 원 절감 (2025년 기준) 친환경 포장재 적용 제품 매출 증가
	에너지원	O4	저탄소 에너지원 사용	중기-장기	<ul style="list-style-type: none"> 태양광 발전 설비 구축 등으로 친환경 에너지 자체 생산 온실가스 배출량 감축을 통한 친환경 기업 이미지 구축 	<ul style="list-style-type: none"> 에너지 조달 비용 및 탄소 배출 비용 절감 자본 가용성 개선
		O5	국가 재생에너지 정책 인센티브 활용	중기-장기	<ul style="list-style-type: none"> 태양광 패널 설치 지원사업 참여 	<ul style="list-style-type: none"> 신재생에너지 전환 비용 및 에너지 조달 비용 절감
	제품 및 서비스	O6	친환경 인증 제품 도입 확대	단기-장기	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 인증제품 판매 확대 및 친환경 기업 인식 제고 친환경 소비 문화 확산에 대응한 친환경 제품 개발 및 도입 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 제품 매출 증가(2025년 기준 친환경 인증 제품 매출액: 6,538억 원)
		O7	소비자 친환경 제품 선호도 변화	단기-장기		

기후변화 대응

전략

시나리오 기반 물리적 위험 재무영향 분석 개요

GS리테일은 기후변화 관련 물리적 위험이 사업장에 미치는 재무영향을 파악하기 위해 S&P Climanomics® Hazard Modeling을 활용하여 분석을 수행하였습니다. IPCC의 SSP 시나리오를 적용하여 국내 17개 행정구역에 소재한 215개 주요 사업장을 대상으로 2020년부터 2050년까지 8대 자연재해 요인에 따른 자산가치 연평균 손실률(Modeled Average Annual Loss, MAAL)을 산출하였습니다. 본 보고서에는 탄소 저배출 시나리오(SSP1-2.6)와 탄소 고배출 시나리오(SSP5-8.5)에 따른 물리적 리스크를 종합적으로 분석한 결과를 공시하였습니다.

STEP 1 분석 대상 식별

- 분석 대상 물리적 위험
8대 자연재해 요인(급성 4개, 만성 4개)



- 분석 대상 사업장
- 국내 총 17개 행정구역에 소재한 215개 주요 사업장
(행정구역별 고배출 사업장(105개), 고위험 사업장(107개), 분사(2개), 물류센터(1개))

STEP 2 시나리오 선정

- 분석 적용 기후변화 시나리오
IPCC 제6차 보고서¹⁾에 제시된 4개 SSP 시나리오²⁾ 적용

STEP 3 시나리오 기반 재무영향 분석

- 분석 기간
2020년~2100년(10년 단위로 분석, 2020~2050년 분석 결과 공개)

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

기후변화 대응

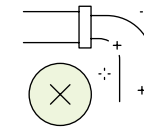
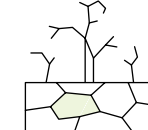
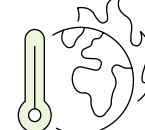
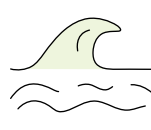
전략

위험·기회평가

시나리오 기반 물리적 위험 재무영향 분석결과

① 8대 자연재해별 자산손실률 분석 결과

연평균 자산손실률 0% ~0.1% ~2.0% ~5.0% >5.0%



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																									

GS리테일은 주요 사업장의 자산 손실률을 8대 자연재해 요인으로 세분화하여 분석하였습니다. 분석 결과, 급성 위험 요인으로는 도시홍수가, 만성 위험 요인으로는 이상기온이 주요 재해 요인으로 식별되었습니다. 재해로 인한 재무적 손실 요인으로는 사업장 및 제반 시설의 복구·청소 비용 증가, 사업 운영 중단, 임직원 생산성 저하 등이 도출되었으며, 손실률이 가장 높게 나타난 이상기온의 경우 임직원 생산성 저하에 따른 재무적 영향이 가장 클 것으로 예상됩니다.

이러한 위험에 대응하기 위해 GS리테일은 SEMS 도입을 통해 매장 운영 효율성을 제고하고, 스마트폰 기반으로 매장 내 냉난방 기기와 실내 조명을 손쉽게 관리하고 있습니다. 또한 날씨경영 정보화 시스템을 도입하여 기상 데이터를 발주 체계와 연계함으로써 급성 자연재해로 인한 손실을 최소화하고 있습니다. 아울러 국내 다양한 지역으로부터의 원자재 조달 구조를 구축하고 주요 위험 지역에 대한 지속적인 모니터링을 수행하고 있으며, 이를 특산물 조달에도 활용하고 있습니다.

한편 GS리테일 편의점은 사업장의 풍수해 피해를 최소화하기 위해 사전적 대응의 중요성을 인식하고 위험 예방 활동을 추진하고 있습니다. 정기적으로 향후 3개월간의 풍수해 발생 전망을 점검하고, 특정 지역에서 풍수해가 예상될 경우 해당 지역 POS를 통해 에너지 절감 및 안전사고 예방을 위한 안내를 공지하고 있습니다.

SSP1-2.6 시나리오-탄소 저배출 시나리오

급성 위험의 경우, 도시홍수를 제외한 각 자연재해 요인의 자산 손실률은 0.1% 미만으로 확인되었으며, 중장기적으로 손실률은 소폭 증가하거나 현재와 유사한 수준을 유지할 것으로 전망됩니다. 만성 위험의 경우 가뭄, 물 부족, 산불 모두 자연재해 발생에 따른 손실률이 전 분석 기간 동안 0.05% 이하로 유지되어 중대한 변화는 나타나지 않을 것으로 예상됩니다. 한편, 이상기온은 전 기간에 걸쳐 가장 큰 손실을 유발하는 요인으로 식별되었으며, 자산 손실률이 점진적으로 증가하여 단기 약 2.9%에서 중기 약 3.5%, 장기적으로는 약 4.5% 수준까지 확대될 것으로 예상됩니다.

SSP5-8.5 시나리오-탄소 고배출 시나리오

만성 위험의 경우, SSP1-2.6 시나리오와 유사하게 이상기온에 따른 자산 손실률이 가장 높게 나타나며, 손실률은 전 분석 기간 동안 2%를 초과할 것으로 예상됩니다. 한편, 급성 위험을 포함한 이상기온 외 기타 재해 요인에 따른 손실률은 저배출 시나리오와 동일하게 1% 이하 수준을 유지할 것으로 전망되며 GS리테일의 자산 손실에 미치는 영향은 제한적일 것으로 분석됩니다.

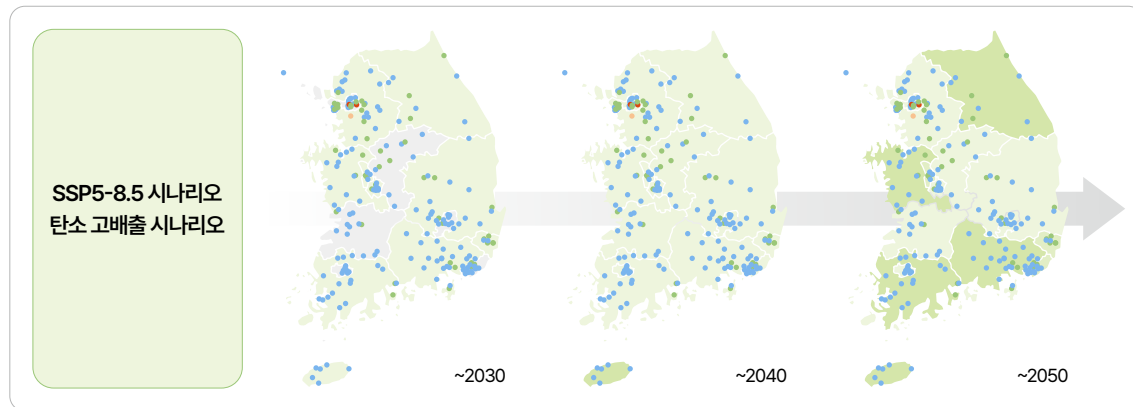
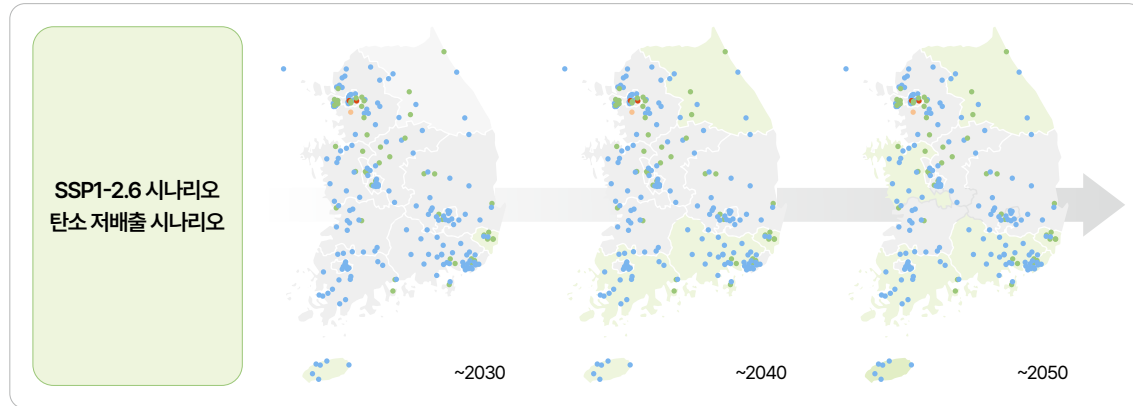
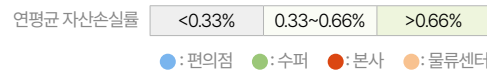
기후변화 대응

전략

위험·기회평가

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 산출하였습니다. 분석 과정에서는 물리적 리스크를 직접적으로 유발하는 7대 자연재해(해안침수, 도시 홍수, 하천 범람, 태풍, 가뭄, 물 부족, 산불)를 고려했습니다. 한편 이상기온은 다른 기후 현상과 결합하여 간접적으로 영향을 미치는 요인으로 분류하여 본 분석에서는 제외하였습니다. 분석 결과, SSP1-2.6 및 SSP5-8.5 시나리오 모두에서 도시홍수, 태풍, 산불로 인한 자산 손실률 증가가 공통적으로 확인되었습니다. 특히 SSP5-8.5 시나리오에서는 2031년 이후 전체 17개 행정구역 중 14개 지역에서 도시홍수로 인한 자산 손실률이 0.33% 이상으로 상승할 것으로 전망됩니다. 또한 2041년 이후에는 모든 지역에서 손실률이 0.33%를 초과할 것으로 예상되며, 급성 재해 요인인 도시홍수로 인한 자산 손실이 전체 손실률의 70% 이상을 차지함에 따라 도심지에 위치한 사업장에 미치는 영향이 클 것으로 분석되었습니다. GS리테일은 날씨경영 정보시스템을 활용하여 기후변화에 선제적으로 대응하고자 합니다. SEMS 등 기존 운영 시스템과의 연계를 통해 급성 자연재해로 인한 자산 손실을 최소화하는 한편, 전사 차원의 날씨경영 전략을 단계적으로 수립해 나갈 계획입니다. 아울러 주요 위험 지역에 대한 지속적인 모니터링을 통해 원자재 조달 및 공급망 관리 전반의 안정성을 확보하고자 합니다.

[주요 사업장] 행정구역별 고매출 사업장 및 고위험 사업장

17개 행정구역에 분포한 고매출 및 고위험 사업장 총 212개를 대상으로 분석한 결과, 전 지역에서 2050년까지 물리적 리스크로 인한 재무적 손실률이 지속적으로 증가할 것으로 확인되었습니다. 이러한 손실률 상승 추세는 SSP1-2.6 및 SSP5-8.5 시나리오 전반에서 일관되게 관찰되었습니다. 두 시나리오 모두에서 제주도 소재 사업장의 손실률이 가장 높을 것으로 예상되며, 도시홍수와 태풍이 손실률 상승에 가장 크게 기여하는 주요 자연재해 요인으로 분석되었습니다. 울산 지역 소재 사업장의 경우, 타 행정구역 대비 하천범람에 따른 손실률이 고위험 지역에서 상대적으로 높게 산정되었습니다. 또한 강원 지역 소재 사업장에서는 도시홍수, 하천범람, 산불에 따른 손실률이 높게 식별된 반면, 태풍으로 인한 손실률은 타 행정구역 대비 상대적으로 낮은 수준으로 분석되었습니다. 전남 지역 소재 사업장의 경우에는 해안침수로 인한 자산가치 손실률이 다른 행정구역에 위치한 사업장 대비 높게 산정되었습니다. 반면, 서울·인천·광주 소재 사업장의 자산가치 손실률은 두 시나리오 모두에서 비교적 낮은 수준을 유지할 것으로 전망됩니다.

[기타 주요 사업장] 본사(GS타워, 강서타워) 및 군포 물류센터

본사(GS타워, 강서타워) 및 군포 물류센터를 대상으로 한 분석 결과, SSP1-2.6 및 SSP5-8.5 시나리오에서 자산 손실률은 전 분석 기간 동안 0.66% 이하 수준을 유지하는 것으로 나타났습니다. 손실률 수준은 강서타워, 군포 물류센터, GS타워 순으로 높게 나타났으며, 이러한 경향은 두 시나리오 전반에 걸쳐 일관되게 확인되었습니다. 시간 경과에 따른 손실률 증가 추세가 가장 뚜렷한 사업장은 강서타워로 SSP1-2.6 시나리오에서는 손실률이 0.28%에서 0.42%로 SSP5-8.5 시나리오에서는 0.29%에서 0.54%로 상승할 것으로 예상됩니다.

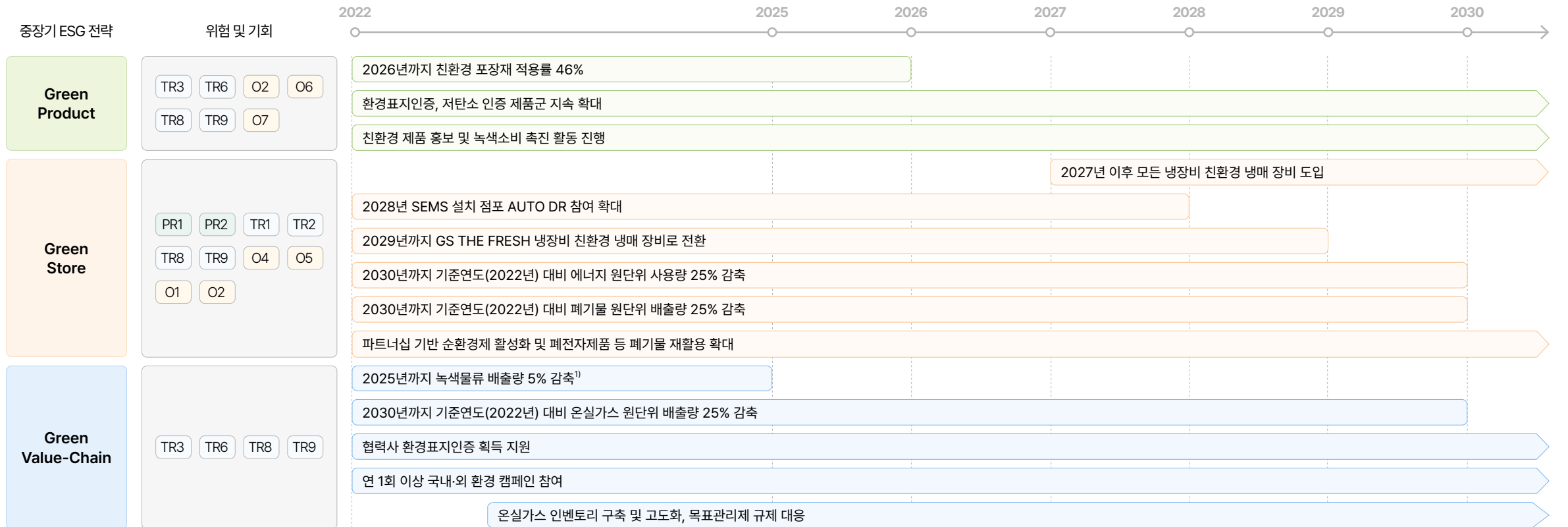
기후변화 대응

전략

위험·기회평가

주요 위험·기회 대응 방안 수립

GS리테일은 중장기 사업 전략과 기후변화 대응 추진 방안을 연계하여 기후변화로 인한 위험과 기회에 전략적으로 대응하고 있습니다. 지속가능한 제품에 대한 이해관계자의 기대에 부응하기 위해 친환경 인증 제품의 개발과 확대를 추진하는 한편, 기후변화 관련 정부 규제 및 정책 변화에 선제적으로 대응하고 있습니다. 또한 녹색매장을 통해 녹색소비를 촉진하고, 온실가스 배출원별로 온실가스 배출저감 활동 및 자원순환 활동을 전개하며, 협력사의 친환경 인증 획득을 지원하는 등 Value Chain 전반에서 온실가스 배출량 저감을 위한 노력을 지속적으로 실천하고 있습니다.



1) BAU(Business As Usual) 대비: 별도의 감축 활동을 하지 않았을 경우의 예상 배출량을 기준으로 산정

기후변화 대응

위험 관리

관리 프로세스

위험 식별

GS리테일은 연 1회 정기적으로 경영 전반에 영향을 미치는 위험 및 기회 요인을 식별하고 있습니다. 전사적 위험관리 차원에서는 빅데이터를 활용하여 기후변화 관련 위험을 선제적으로 파악하고 있으며, 매분기 리스크관리협의체를 통해 사내 Business 분과에서 분석한 주요 위험 요인을 점검·논의하고 있습니다. 한편 ESG실무협의체는 친환경 제품 생산, 친환경 매장 확대, 친환경 물류 운영, 친환경 구매 등 기후변화 대응 관련 활동을 상시적으로 수행하는 과정에서 발생할 수 있는 위험을 지속적으로 확인하고 있습니다.

위험 평가 및 분석

리스크관리협의체는 분기 회의에 보고된 기후변화 관련 위험 수준을 평가하고, 그 결과에 따라 위험을 인지, 주의, 심각 및 비상 단계로 분류하여 관리하고 있습니다. 또한 환경경영평가위원회에서는 경영 활동 전반에 대한 평가와 함께 기후변화 대응과 관련된 실무부서의 업무 추진 현황을 정기적으로 검토함으로써 당사의 기후변화 대응 역량 및 회복력을 평가하고 있습니다.

대응 전략 수립 및 이행

리스크관리협의체는 국내 기업의 주요 기후변화 관련 이슈 및 위험 관리 사례를 조사·분석하여 벤치마킹 포인트를 도출하고 있습니다. 이를 바탕으로 앞선 단계에서 식별된 기후변화 관련 위험을 방지하거나 완화하기 위한 대응 전략을 수립하는 과정에 참고하고 있습니다. 또한 기후변화 관련 부서를 대상으로 업무 특성을 고려한 맞춤형 대응 교육을 실시하고 있습니다. 한편 ESG실무협의체는 위험 평가 결과를 기반으로 이행 과제와 목표를 설정하는 역할을 수행하고 있습니다.

모니터링 및 보고

리스크관리협의체는 식별된 기후변화 관련 주요 위험과 대응 방안을 ESG위원회에 보고하며, ESG위원회는 이를 바탕으로 ESG 경영 전략 전반에 대한 검토를 수행하고 있습니다. 또한 기후변화 위험에 대한 상시적인 모니터링 주체로서 C-level 경영진으로 구성된 ESG추진협의회와 ESG실무협의체를 운영하고 있습니다. ESG추진협의회는 반기별로 ESG 관련 주요 안건에 대한 의사결정을 수행하며, ESG실무협의체는 ESG 추진 과제의 이행 및 진척 현황을 주기적으로 점검하고 있습니다.

기후변화 위험 관리 프로세스



기후변화 대응

지표 및 목표

지표

온실가스 배출 현황

GS리테일은 전사적인 온실가스 감축 전략에 따라 측정 가능한 환경 지표를 설정하고 체계적으로 관리하고 있습니다. 온실가스 배출량 외에도 에너지-용수-폐기물 등 기후변화 관련 환경 지표를 주기적으로 모니터링하며, 관리 수준을 지속적으로 고도화하고 있습니다.

온실가스 프로토콜 기준(Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard)에 따라 사업장 내에서 발생하는 직접-간접 배출량(Scope 1, 2)뿐만 아니라, 공급망 전반의 업-다운스트림 활동을 포함하는 Scope 3 배출량까지 산정-공개하고 있습니다. 특히 2025년에는 전체 온실가스 배출량(Scope 1, 2, 3) 중 Scope 1 및 Scope 2의 비중은 약 2% 수준에 그쳤으며, 약 98%는 GS리테일의 유통업 특성에 따른 원재료 구매, 프랜차이즈 운영 등 공급망 활동에서 발생하는 Scope 3 배출로 확인되었습니다. 향후에도 Scope 3 배출량의 정교한 산정과 관리를 통해 기후변화 대응 역량을 강화해 나갈 계획입니다.

Scope 1,2 배출량

(단위: tCO₂e)

구분	2023	2024	2025
총계(Scope 1+2)	53,718	52,444	50,891
Scope 1	2,037.66	2,208.99	2,250.68
Scope 2(지역기반)	51,686.78	50,242.01	48,649.68
Scope 2(시장기반)	51,686.78	50,242.01	48,649.68

Scope 3 배출량

(단위: tCO₂e)

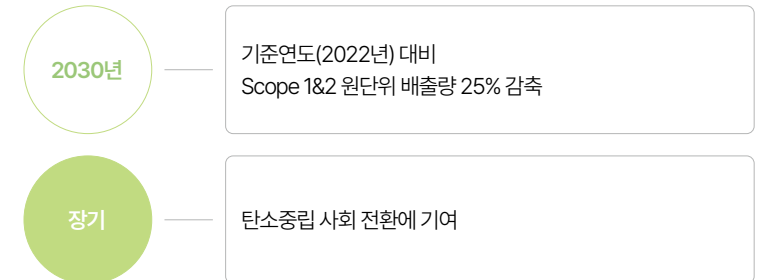
구분	2023	2024	2025
총계(Scope 3)	621,292	3,092,770	2,895,745
카테고리 1) 구매한 제품 및 서비스	211	2,235,721	2,101,782
카테고리 2) 자본재	-	16,649	10,272
카테고리 3) 구매 전력 및 에너지	4,118	7,874	7,631
카테고리 4) 원자재 운송	1,325	1,518	1,605
카테고리 5) 폐기물 발생	6,711	7,463	6,776
카테고리 6) 임직원 출장	-	249	2,049
카테고리 7) 임직원 통근	-	54	60
카테고리 8) 업스트림 임차 자산	1,059	1,080	703
카테고리 9) 다운스트림 운송 및 유통	-	56,962	57,421
카테고리 11) 판매제품의 사용	-	65,944	12,570
카테고리 12) 판매제품의 폐기	-	23,997	3,886
카테고리 13) 다운스트림 임대자산	59	63	60
카테고리 14) 프랜차이즈	607,809	675,196	690,930

목표

온실가스 감축 목표

GS리테일은 2024년부터 온실가스 목표관리제 대상 업체로 지정되어, 연도별 온실가스 감축 목표를 설정하고 감축 이행 계획을 수립하였습니다. 직전 연도 대비 Scope 1, 2 온실가스 배출 원단위를 3% 감축하여, 2030년까지 기준연도(2022년) 대비 배출 원단위를 25% 감축하는 것을 목표로 하고 있습니다.

2025년에는 직전 연도 대비 온실가스 배출 원단위 6.2%감축의 실적을 달성하였습니다.



온실가스 감축 세부전략

구분	Scope 1&2	Scope 3
활동	<ul style="list-style-type: none"> · 고효율 LED 교체 · 태양광 설비 운영 · 쇼케이스 도어 · SEMS 활용 · Auto DR 기반 스마트 조명 관리 · 에코커버 	<ul style="list-style-type: none"> · 우리동네 딜리버리 서비스 · 폐전자제품 회수 및 처리 · 반값 택배 사업 확대
보고 페이지	39-41, 47	16, 39, 42, 47, 53

환경경영

관리체계

거버넌스

GS리테일은 '환경경영평가위원회'를 핵심 운영 조직으로 두고 전사 환경경영을 체계적으로 실행하고 있습니다. 환경경영평가위원회는 매년 반기 1회 개최되며, 유관부서가 참여하여 주요 활동의 추진 현황 및 성과를 정기적으로 검토하고 점검하고 있습니다. 식별된 핵심 안건은 CEO 주관의 ESG추진협의회에서 전략적 방향성을 논의한 뒤 이사회 산하 'ESG위원회'에서 최종 승인됩니다.

이러한 거버넌스 체계를 기반으로 부서별 역할에 따라 환경 활동을 분담합니다. 편의점, 수퍼BU는 상생협력팀과 시설지원팀을 중심으로 경영주의 자발적 친환경 활동 참여를 지원하고, 시설기획팀과 시설지원팀은 편의점 및 수퍼 매장에 고효율 냉장비를 도입하여 에너지 사용량을 절감하고 있습니다. 홈쇼핑BU는 태양광 발전 설비 구축과 LED 월 기반 디지털스튜디오 운영을 통해 세트 전환에 따른 폐기물 발생을 최소화하며 친환경 사업장 조성에 앞장서고 있습니다.



유관 부서 및 R&R					
정책 지원팀	리스크 관리 협의체	· 시설기획팀 · 시설지원팀 · 물류기획팀 · 운영전략팀	· MD팀 · 품질연구팀	· 피플지원팀 · 시설기획팀 · MD팀	· 상생협력팀 · 영업지원팀 · 시설지원팀
ESG 파트	· 환경 및 기후변화 리스크 관리	· 기후변화 대응 (온실가스/폐기물) · 자원가치 창출	· 친환경 제품 및 패키지 확대	· 지속가능한 구매 정책 수립	· 친환경 매장 확대
· 환경경영 전략 수립 및 실행 점검 · 환경경영평가 위원회 운영 · 온실가스 인벤토리 관리 · 환경 관련 규제 대응					

환경성과 평가

GS리테일은 2022년 C-level 임원을 대상으로 ESG 평가지표를 도입한 데 이어 2023년부터는 부문장 이상 전 임원의 KPI에 ESG 실적을 5% 비중으로 반영하였습니다. 평가 대상을 단계적으로 확대함으로써 ESG 기반의 의사결정이 경영진 전반에 걸쳐 실질적인 책임 구조로 자리잡을 수 있도록 하였습니다. GS리테일은 앞으로도 평가체계를 지속 고도화하여 밸류체인 및 경영활동 전반에서 ESG 실행력을 더욱 강화해 나갈 계획입니다.

환경경영방침

GS리테일은 지속가능한 환경경영을 위해 환경경영 방침을 수립하고, 이를 경영활동의 실천 기준으로 운영하고 있습니다. 본 방침은 환경 관련 법령 준수부터 에너지·폐기물 관리, 친환경 제품 확대, 환경정보 공개에 이르기까지 GS리테일이 지향하는 환경경영의 원칙과 방향을 담고 있습니다.

환경경영방침

- 하나 환경관련 법령 준수: 환경관련 법령을 준수할 수 있도록 주기적인 모니터링 및 임직원 교육을 진행하여 발생 가능한 리스크를 최소화 하고 있습니다.
- 하나 환경 성과의 체계적 관리: 의사결정 과정에서 환경을 최우선으로 생각하며 환경경영시스템이 체계적으로 관리되도록 최선을 다합니다.
- 하나 에너지 저감 및 폐기물 관리: 본사를 비롯한 매장에서도 에너지의 효율적 사용 방안을 모색하고 확대하며, 폐기물 재사용 및 축소를 통해 환경영향을 축소하겠습니다.
- 하나 친환경 제품의 확대: 유통사로서 고객이 손쉽게 친환경 상품을 접할 수 있도록 친환경 상품의 정의 및 확대를 지속하겠습니다.
- 하나 환경정보공개: 관계 법령에 따라 환경 정보를 대중에 공개하여 투명한 환경경영을 실천합니다.

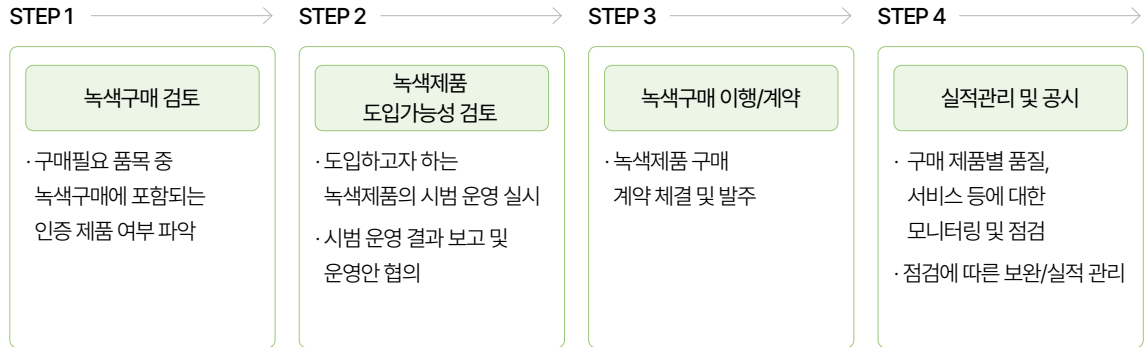
환경경영

관리체계

지속가능한 구매방침

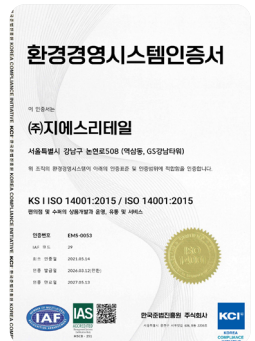
GS리테일은 온-오프라인을 연계하는 라이프스타일 플랫폼으로서 점포 운영 및 사무 환경 전반에서 활용하는 소모품과 자재의 구매 과정에서 발생하는 환경영향을 저감하고자 지속가능한 구매 방침을 수립하고 이를 준수하고 있습니다. 녹색구매 검토, 도입 가능성 검토, 계약 이행, 실적 관리의 4단계 프로세스를 기반으로 모든 구매활동에서 녹색구매를 우선 고려하는 것을 원칙으로 하며, 이 방침을 파트너사-협력사와 공유하여 공급망 전반에서 친환경 구매 문화를 확산하고 있습니다.

 지속가능한 구매 정책



환경경영시스템(ISO 14001)

GS리테일은 환경경영 국제표준인 ISO 14001을 취득하여 환경경영 체계의 적정성과 실행력을 대외적으로 인정받고 있습니다. ISO 14001은 환경 목표 수립부터 실행, 점검, 개선에 이르는 전 과정을 체계적으로 관리하기 위한 국제 인증으로 GS리테일은 이 기준에 따라 환경경영 활동을 운영하고 있습니다. 또한 내부심사원 육성을 통해 환경 관련 추진 계획과 실행 조치를 매년 점검하며 인증 체계의 실효성을 지속적으로 유지하고 있습니다.



국내-외 환경 이니셔티브 참여

GS리테일은 BBNP(Biz N Biodiversity Platform)에 참여하며 환경부-해양수산부 등 정부기관 및 유관 기업들과의 정책 간담회를 통해 생물다양성 보호를 위한 실질적 방안을 모색하고 있습니다. 또한 본 보고서의 기후변화 대응 파트에서 TCFD 4대 핵심 요소(거버넌스, 전략, 위험관리, 지표 및 목표)를 기반으로 기후변화 관련 정보를 체계적으로 공개하고 있으며, 이러한 활동을 바탕으로 한국ESG기준원 ESG 평가에서 환경 영역 A+ 등급을 획득하였습니다. 나아가 2024년부터는 CDP에 참여하여 기후변화 대응 전략과 온실가스 감축 성과를 체계적으로 공시한 결과 CDP 탄소경영 특별상을 수상하고, 2025년에는 Climate Change A- 등급을 획득하였습니다.



환경 법규 준수 및 규제 대응

GS리테일은 ESG추진협의회 및 환경경영평가위원회를 통해 환경 관련 규제 동향을 상시 모니터링하고 대응 체계를 운영하고 있습니다. 환경정보공개제도에 따라 GSE타워, GS강서타워의 환경정보를 매년 제출하고 현장 검증에 대응하고 있으며, 2025년 환경 법규 위반 사항은 없었습니다. 또한 비재무 리스크 관리 체계 내 환경 및 기후변화 리스크를 포함하여 잠재적 규제 리스크에 선제적으로 대응하고 있습니다. GS리테일은 2024년부터 온실가스 목표관리제 대상 업체로 지정되었습니다. 온실가스 목표관리제는 온실가스 다배출 업체를 대상으로 정부가 연도별 감축 목표를 부과하고, 업체는 온실가스 배출량 명세서 제출, 감축 목표 협의, 이행계획 수립, 이행실적 보고의 절차를 매년 이행해야 하는 제도입니다. GS리테일은 2025년 상반기 과거 4개년 온실가스 명세서 제출을 완료하였으며, 하반기에는 이행계획서를 제출하는 등 제도 이행에 적극 대응하고 있습니다.

환경경영

주요 활동

환경인식 개선

임직원 환경 교육

GS리테일은 전 임직원이 환경경영에 동참할 수 있도록 환경 및 ESG 관련 교육을 정기적으로 운영하고 있습니다. ESG전반을 비롯한 해양환경 보전에 대한 인식제고 교육을 실시하였으며, 폐가전 수거캠페인 등 참여형 행사를 병행하여 내재화를 위해 노력했습니다. 기업의 ESG 대응에 필요한 핵심 키워드와 전략 수립을 중심으로 한 교육을 통해 임직원의 ESG 이해도와 환경, 사회 이슈에 대한 인식을 제고하였습니다.

2025년 임직원 환경 교육 현황

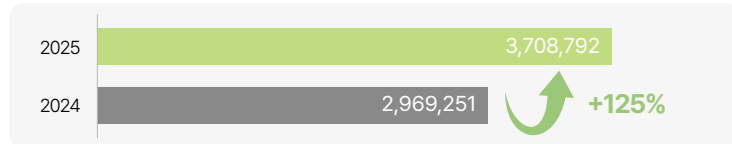
강의테마	세부주제	수강인원
ESG	전사 ESG교육(온라인)	207
	해양환경 보전 방법과 사례(오프라인)	26

탄소중립포인트 제도

GS리테일은 환경부 '탄소중립포인트(녹색생활 실천)' 제도와 연계하여 '우리동네GS' 앱 기반의 모바일 영수증 발급 서비스를 운영하고 있습니다. 매장 구매 시 종이 영수증을 대신해 모바일로 영수증을 수령하면 탄소중립포인트가 적립되는 구조로 고객의 일상적인 소비 행동을 친환경 실천으로 자연스럽게 연결하고 있습니다.

그 결과 2025년 1월부터 7월까지의 탄소중립포인트 지급 실적이 전년 동기 대비 120% 이상 증가하였습니다. GS리테일은 앞으로도 디지털 서비스와 환경 정책의 연계를 강화하여 고객과 함께하는 탄소중립 실천 문화를 확산해 나갈 계획입니다.

탄소중립포인트 지급 현황¹⁾



1) 1월~7월까지 동기간 실적 비교

Case 이해관계자 참여 캠페인

어스아워 캠페인 경영주 임직원

GS리테일은 세계자연기금(WWF)이 주관하는 글로벌 자연보전 캠페인 '어스아워(Earth Hour)'에 4년 연속 참여하고 있습니다. 어스아워는 매년 3월 마지막 주 토요일 저녁 8시 30분부터 1시간 동안 전 세계가 동시에 소등하며 기후 위기에 대한 경각심을 높이는 캠페인으로 현재 180여 개국이 참여하는 세계 최대 자연보전 캠페인입니다. 2026년에는 전국 점포 5,000여 점의 간판과 GS강서타워, 강서N타워를 원격 제어 방식으로 일제히 소등하며 기후위기 대응 의지를 실천으로 이어갔습니다.



에코크리에이터 운영 지역사회

GS리테일은 환경재단과 함께 시민이 직접 환경 메시지를 영상 콘텐츠로 제작·확산하는 참여형 프로그램 '에코크리에이터'를 2019년부터 공동 운영하고 있습니다. 2025년 7기에는 총 3억 2,000만 원의 제작 지원 기금을 전달하였으며, 청소년 참가 팀을 기존 10팀에서 20팀으로 확대하는 등 총 40개 팀을 선발하였습니다. 참가팀은 SI 기반 영상 제작 교육과 전문가 멘토링을 통해 역량을 키웠으며 이번 7기를 통해 202명의 친환경 창작자를 배출하였습니다. 2019년 출범 이후 현재까지 총 600명의 환경 크리에이터를 배출하고 약 10만 명의 시민과 온·오프라인 환경 캠페인을 이어오고 있습니다.



Case 바다숨 프로젝트

GS리테일은 해양생태계 보호와 생물다양성 보전을 위해 '바다숨 프로젝트'를 추진하여 멸종위기종 보호 및 해양오염 저감을 위한 다양한 활동을 이행하였습니다. 편의점, 슈퍼 점포 등에서 배출되는 폐전자제품뿐만 아니라 임직원 참여를 통해 모인 폐가전을 수거하고 이를 기금화하여 바다숨 프로젝트 해양생태계 보호 활동을 지원하였습니다. 전문 다이버팀과 협력하여 바다거북 서식지를 포함한 수중생태계 11개소를 조사 및 정화하고, 페어구 및 플라스틱 해양쓰레기를 제거하는 등 해양 생태계 보전에 기여하였습니다. 또한 전국 9개 환경단체와 협력하여 14개 주요 해안을 정화하고, 국제연안정화(ICC) 기준에 따라 '오션 클라우드' 디지털 플랫폼을 활용해 활동 데이터를 체계적으로 기록함으로써 데이터 기반으로 관리·검증할 수 있는 체계를 구축하였습니다. 이를 통해 암반 지역에서 발생하는 해양생물 얽힘 피해를 예방하고, 13,773.5kg의 해양쓰레기를 수거하였습니다.



협력단체 전국 협력단체-전문 다이버팀과 함께한 해안·수중 정화

2024~2025년 바다숨 프로젝트를 통해 전국 11개 단체, 267명이 참여하여 수중 정화 17회, 해안 정화 19회를 실시하였으며, 총 13,773.5kg의 해양쓰레기를 수거하고 누적 정화 해안선 3,283m를 달성하였습니다. 수중 정화는 강원 양양·속초, 제주 서섬 등에서 4개 단체가 참여하여 2,954.5kg를 수거하였으며, 어업용 밧줄(41%), 스프링통발(25%), 그물(11%) 순으로 높은 비중을 차지하였습니다.



임직원 임직원이 직접 참여한 제주 연안 현장 정화

2025년 5월, 제주지역 4개 지역팀 임직원 29명이 제주 동북 환해장성 연안에서 정화 활동을 전개하였습니다. 폐현수막 재활용 마대를 활용한 '제로 웨이스트' 방식으로 운영하여 스티로폼 부표, 페어구, 낡은 밧줄 등 116.6kg를 수거하였습니다. 또한 이러한 해양생태계 보호 활동 성과를 인정받아 해양수산부 장관 표창을 수여받기도 하였습니다.



지역사회 예술과 체험으로 전달한 해양생태계 보전의 가치

2025년 8월, 부산 해운대플랫폼에서 20일간 해양생물다양성 전시회 '바다숨'을 개최하였습니다. 해양쓰레기 활용 설치작품, 수중 생태계 사진, 미세플라스틱 분류 체험 등 참여형 프로그램을 운영하여 총 1,315명이 관람하였습니다. 또한 전시회 관련 인플루언서 콘텐츠 전파를 통해 보전의 가치가 15만회 확산되는 효과를 거두었습니다.



녹색 사업장 및 자원순환

관리체계

녹색 사업장

GS리테일은 편의점, 슈퍼마켓, 홈쇼핑 등 전 사업 영역에 걸쳐 사업장의 환경 영향을 체계적으로 관리하기 위해 환경부 인증 녹색매장을 운영하고 있습니다. 오프라인 매장과 홈쇼핑 사옥, 스튜디오에 효율화 시설 및 장비를 단계적으로 도입하여 사업장의 환경 영향 저감을 추진하고 있습니다.

녹색 사업장	편의점/수퍼	홈쇼핑
	<ul style="list-style-type: none"> 태양광 설비 SEMS 친환경 냉매 사용 냉장비 냉장비 스윙 도어 스마트 조명 워크인클러 도어히터 오픈쇼케이스 에코커버 	<ul style="list-style-type: none"> 태양광 설비 LED 조명 공조 설비 전기차 충전소 디지털 스튜디오

자원관리

GS리테일은 사업 운영 전반에 걸쳐 순환경제 체계 구축을 추진하고 있습니다. 오프라인 매장과 홈쇼핑 사옥·스튜디오를 포함한 사업장 전반에서 폐기물 감량과 자원순환 체계를 고도화하여 환경 영향 저감에 힘쓰고 있습니다.

자원 관리	자원순환	폐기물 감축
	<ul style="list-style-type: none"> Recycle Center 매장 폐전자제품 재활용 폐합성수지 폐기물 재활용 무인 공병 회수기 	<ul style="list-style-type: none"> 마감할인 서비스 친환경 음식물 처리기 LED스크린월 설치

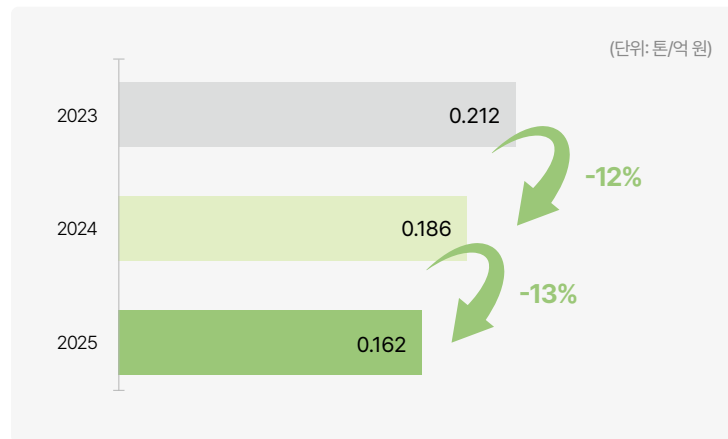
추진 목표 및 계획

GS리테일은 폐기물 배출 저감을 위해 매년 폐기물 원단위 배출량을 3%씩 감축하는 것을 목표로 2030년까지 기준연도(2022년) 대비 25% 감축을 중장기 목표로 수립하였습니다. 2025년에는 전년 대비 폐기물 원단위 배출량을 약 13% 감축하였으며, 폐기물 집약도는 매출액 대비 0.162톤/억 원을 달성하였습니다.

아울러 GS리테일은 매장 운영 단계에서의 환경 영향을 최소화하기 위해 에너지 사용 효율을 고려한 녹색 사업장 운영을 강화하고 있습니다. SEMS 기반의 에너지 관리 체계를 통해 매장 에너지 사용을 체계적으로 관리하는 한편, 전력 수요 관리(DR) 참여 확대를 통해 에너지 효율과 운영 안정성을 함께 제고하고 있습니다. 2026년에는 SEMS 기반 Auto DR 운영을 통해 DR 참여 점포를 12,000점 이상으로 확대하고, 운영-정산 프로세스 개선을 통해 참여 기반을 강화할 계획입니다.

앞으로도 GS리테일은 폐기물 감축과 에너지 효율 개선을 병행하여 자원순환과 녹색 사업장 운영을 강화하고, 2030년 중장기 목표 달성을 위한 친환경 매장-운영 관리 활동을 지속적으로 전개해 나갈 계획입니다.

폐기물 원단위 배출량

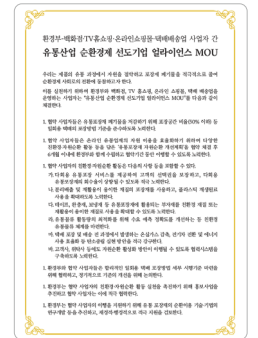


녹색매장 인증제도 참여

GS리테일은 환경영향 저감과 친환경 소비 문화 확산을 위해 환경부의 녹색매장 인증제도에 자발적으로 참여하고 있습니다. 2025년 5월 기준, 전국 16개의 점포가 환경경영, 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.

유통산업 순환경제 선도기업 얼라이언스 MOU 참여

GS리테일은 2024년 3월 환경부 주관 '유통산업 순환 경제 선도기업 얼라이언스' MOU에 참여하여 유통포장재 자원순환 개선계획을 수립하였습니다. 2025년에도 환경부 및 관계 전문기관과의 정기 공동 점검과 중간 공유회 참여를 통해 이행 현황을 체계적으로 관리하고 있으며, 방송 상품 사전 QA 단계에서 과대포장 여부를 점검하는 자체 프로세스를 운영하며 포장폐기물 저감과 자원순환 확대를 지속 추진하고 있습니다.



녹색 사업장 및 자원순환

주요 활동

에너지 효율화

재생에너지 확대

GS리테일은 에너지 효율을 높이고 친환경 에너지 사용을 확대하기 위해 수퍼, 편의점, 홈쇼핑 등 주요 사업장에 태양광 설비 도입을 확대하고 있습니다. 이를 통해 사업장 내 재생에너지 자체 발전 기반을 강화하고, 재생에너지 생산량을 지속적으로 확대해 나가고 있습니다.

재생에너지 전환

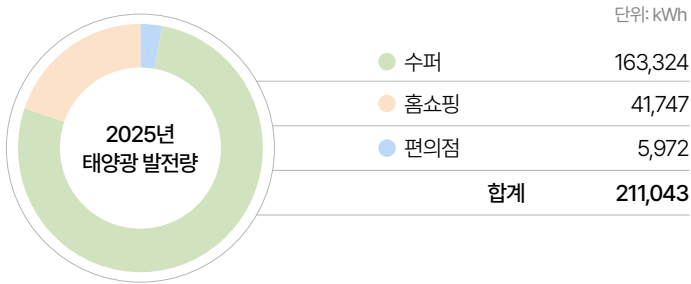
태양광 설비

편의점

수퍼

홈쇼핑

2025년 기준 편의점 1곳, 수퍼 3곳 등 총 4곳에서 태양광 설비를 운영 중에 있습니다. 또한, 문래동 사육인 N타워 내 태양에너지시스템 2대를 운영하여 자체적으로 전력을 생산 및 사용하고 있습니다.



수퍼

수퍼 부문은 2025년 기준 태양광 발전을 통해 163,324kWh의 재생에너지를 생산하였으며, 약 25,260천 원의 비용 절감 효과를 달성하였습니다. 이는 외부 전력 사용을 대체함으로써 탄소배출 저감과 동시에 경제적 효율성을 제고하는 성과입니다.

에너지 사용 절감

GS리테일은 수퍼 및 편의점 매장에 기존 대비 지구온난화지수(GWP)가 낮은 R290 친환경 냉매 기반 냉장 설비를 도입하고, 홈쇼핑 사업장에는 조명 재실감지센서를 적용하는 등 에너지 효율을 제고하고 있습니다. 이를 통해 에너지 사용량을 절감하고 환경 영향을 최소화하기 위한 노력을 지속하고 있습니다.

에너지 사용 절감 및 에너지 효율화

SEMS 편의점 IoT 기술 기반의 스마트 에너지 관리 시스템 활용 및 전력 사용량 관리 설치 점포 수 17,227점	국민DR 참여 편의점 Auto DR(자동수요반응)제도 연계 에너지절감 실증사업 업무협약을 체결하여 스마트 냉난방기 제어 및 관리 가입 점포 수 12,458점 절감량 151,088kWh
쇼케이스 도어 수퍼 편의점 수퍼 32점, 편의점 34점 대상으로 쇼케이스 설치 및 운영 전기 사용량 절감 효과 375,720kWh	친환경 냉매 수퍼 편의점 점포 내 친환경 R290 냉매가 적용된 수직형 냉장고/냉동고를 전환하여 에너지 절감에 기여 지구온난화지수(GWP) 비교 (기존) R404A: 3,922 → (변경) R290: 3 R290 냉매 적용 감축 효과 282.3tCO₂e
워크인클러 도어히터 편의점 도어히터 운영방식 개선(하절기 상시 가동에서 기본적으로 OFF 상태 및 필요 시 1일 1시간 가동)을 통해 전기 사용량 절감 연간 전기 사용량 절감 효과 11,511,040kWh	에코커버 편의점 야간시간대 중 오픈쇼케이스에 나이트커버를 부착, 전기사용량 감소 추진 연간 전기사용량 절감 효과 16,633,050kWh
조명 재실감지센서 화장실에 재실감지센서를 설치하여 미사용 시 조명을 자동 소등함으로써 에너지 사용을 절감. 감지 시 즉시 점등되고 움직임이 추가로 감지되면 점등 시간이 자동 연장되어 이용 편의성을 유지하며, 점등 유지시간은 기본 20분으로 설정되어 있고 필요 시 조정 가능 재실감지센서 설치 수 76개 소¹⁾ 연간 절감 효과 — 전기사용량 100,055kWh , 전기료 15백만 원 , 온실가스 46tCO₂e	홈쇼핑  MS-4B센서

1) 강서타워 52개소(남 25개소, 여 27개소), N타워 24개소(남 12개소, 여 12개소)

녹색 사업장 및 자원순환

주요 활동

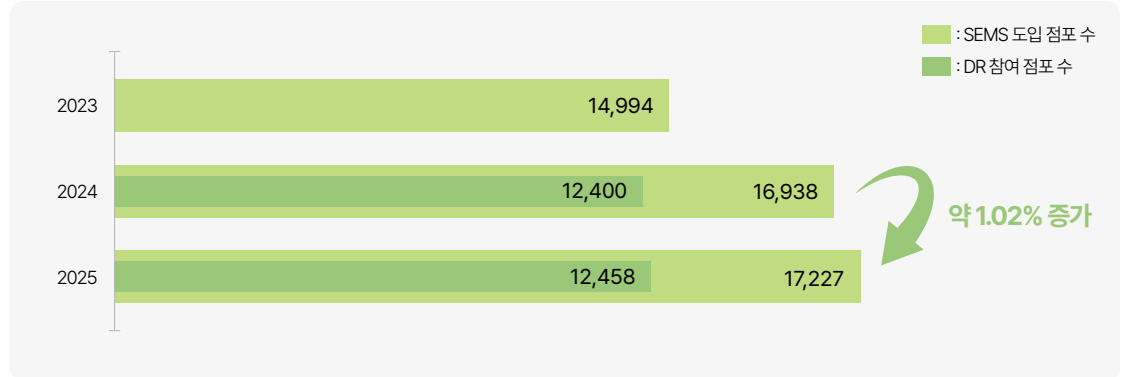
녹색 매장

Case 1 스마트에너지관리시스템(SEMS)

GS리테일은 IoT 기반의 에너지 관리 시스템(SEMS)을 통해 점포 내 에너지 사용을 체계적이고 효율적으로 관리하고 있습니다. 2025년 기준, SEMS를 도입한 점포는 총 17,227점으로 전년 대비 약 1.02% 증가하였습니다.

또한 SEMS 도입 점포 중 12,458점은 자동 수요반응(Auto DR) 시스템에 참여하고 있으며, 이를 통해 냉난방기를 자동으로 제어하여 에너지 사용을 최적화하고 있습니다. 앞으로도 GS리테일은 에너지 사용량 절감과 점포 운영 효율성 향상을 위해 SEMS 활용을 지속적으로 확대해 나갈 계획입니다.

SEMS 도입 현황



AUTO DR

GS리테일은 IoT 기반의 자동 수요반응(Auto Demand Response, Auto DR) 시스템을 통해 전력 수요를 효율적으로 관리하고 있습니다. 이를 통해 전력 시스템의 안정성을 제고하는 동시에 에너지 비용 절감과 환경 영향 저감에 기여하고 있습니다. 2025년 1월부터 12월까지 약 218백만 원의 경영주 인센티브를 지급하였으며, 앞으로도 가입 점포를 지속적으로 늘려 Auto DR 참여 규모를 확대할 계획입니다.

SEMS 활용을 통한 에너지 절약

GS리테일은 SEMS가 제공하는 다양한 기능을 활용하여 점포 내 에너지 사용량을 효과적으로 저감하고 있습니다. 이를 통해 경영주에게 실질적인 비용절감과 함께 운영 효율성 향상을 제공하고 있습니다. 앞으로도 GS리테일은 지속가능한 경영 실현을 위해 SEMS 활용을 지속적으로 확대해 나갈 계획입니다.

1 Auto DR 연동

GS25는 전력 사용량이 높은 특정 시간대에 전력거래소의 권고에 따라 전력 사용을 절감하고, 절감량에 따라 인센티브를 지급받는 Auto DR 시스템을 도입하였습니다. 2025년 약 218백만 원의 인센티브를 가맹점에 지급하여 점포 운영 효율성 및 수익성 개선과 더불어 전기 사용량 절감에 기여하였습니다.

예상 연 평균 전기 절감량
151,088 kWh

2 피크 제어 기능 제공

전기 설비를 본부의 메인 서버와 연동하여 원격으로 통합 관제하며 피크 제어 기능을 통해 냉난방기의 과도한 전력 사용을 방지합니다. 또한 냉장 설비의 온도 이상 발생 시 푸시 알림을 통해 즉각적으로 상황을 인지할 수 있으며, 경영주와 근무자는 스마트폰을 활용해 매장의 냉난방기와 실내 조명을 효율적으로 관리할 수 있습니다.

전력 감소량
45,199 kWh

3 기상데이터 연계

기상 데이터를 발주 시스템과 연계하여 날씨 변화에 따른 수요를 예측하고, 이에 맞춰 발주량을 조절함으로써 날씨 민감 상품의 폐기량을 최소화하고 있습니다. 또한 기상 조건에 따라 간판을 자동으로 점등하는 기능을 도입하여 점포의 가시성과 운영 효율성을 함께 향상시키고 있습니다.

녹색 사업장 및 자원순환

주요 활동

자원순환 강화

순환경제

GS리테일은 점포 운영 및 판매 과정에서 발생하는 폐기물 저감을 위해 자원 선순환 체계를 구축하고, 재활용 인프라를 강화하여 지속가능한 점포 운영을 추진하고 있습니다.

세계자연기금(WWF) 원더플 캠페인 참여

GS리테일은 2025년 10월부터 12월까지 세계자연기금(WWF) 등 8개 기업 및 기관이 협력하는 '원더플 캠페인' 시즌6에 파트너로 참여하였습니다. 원더플 캠페인은 사용된 투명 음료 페트병을 수거해 다시 새 페트병으로 재탄생시키는 '보틀 투 보틀(Bottle to Bottle)' 자원순환 캠페인으로 GS리테일은 GS25 반값택배 서비스를 활용한 페트병 수거를 통해 목표 대비 약 5.5배를 초과한 1.1톤을 달성하였습니다.



음식물 처리기 설치
친환경 기술 기반 음식물 처리기 설치를 통해 음식물-상품 쓰레기 82% 이상 압축 처리

운영 점포 수 **총 71점**

마감할인 서비스
'우리동네GS' 앱을 통해 소비기한이 임박한 프레스시 푸드를 최대 45% 할인된 가격에 판매

적용 대상 점포 수 **약 1만점**

무인공병회수기 설치
점포 인근 비대면 무인공병회수기 설치를 통해 공병 수거 및 처리 효율화

설치 무인공병회수기 **35대**

폐합성수지 폐기
2025년 수도권·영남권 수퍼 약 59개 점포에서 수거한 폐합성수지를 파쇄·분쇄 처리하여 고품 연료로 재가공, 공장 연료로 활용

폐합성수지 재활용량 **591톤**

폐식용유 처리
실시간 단가 확인 기능 개선을 통해 수거량을 확대하고 정제공장으로 운반하여 바이오디젤로 재활용

폐식용유 재활용량 **461톤**

친환경 제품 및 서비스

관리체계

거버넌스

GS리테일은 고객이 손쉽게 친환경 상품을 접할 수 있도록 BU별 유관부서로 구성된 거버넌스를 운영하고 있습니다.

감독기구

GS리테일은 이사회 산하 ESG위원회를 설립하고 환경영향평가위원회를 구축하여 환경경영 체계를 운영하고 있습니다. 환경영향평가위원회는 친환경 제품 및 서비스 연계 전략 과제의 진행 현황을 관리하고 영향 평가를 실시하며 ESG위원회에 보고하여 친환경 상품 및 포장재 전반의 진행 상황을 감독합니다. 또한 친환경 매출 실적 등을 주기적으로 검토하고 있습니다.

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 의사결정 시 친환경 제품 이슈를 고려하고, 중장기 목표와 추진 전략을 포함한 주요 추진 활동과 실적을 모니터링 하고 있습니다.

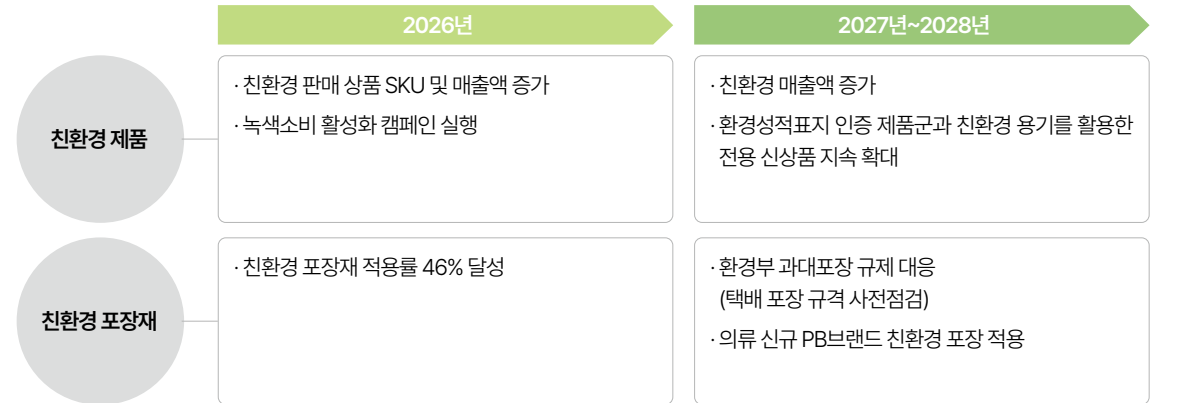
전담 조직

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



추진 목표 및 계획

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



단기 목표 대비 추진 실적

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

2025년 계획	2025년 실적
· 식품/비식품 PB상품 환경성적표지/저탄소 인증 지원	· 환경성적표지 4 SKU, 저탄소제품 3 SKU 인증 획득
· 친환경 포장재 적용률 40.8% 달성	· 친환경 포장재 적용률 45.1% 달성
· 패션/뷰티 상품 종이테이프 적용 확대	· 패션/뷰티 상품 종이테이프 적용 수량 약 480만개 (전년 대비 약 20% 확대)

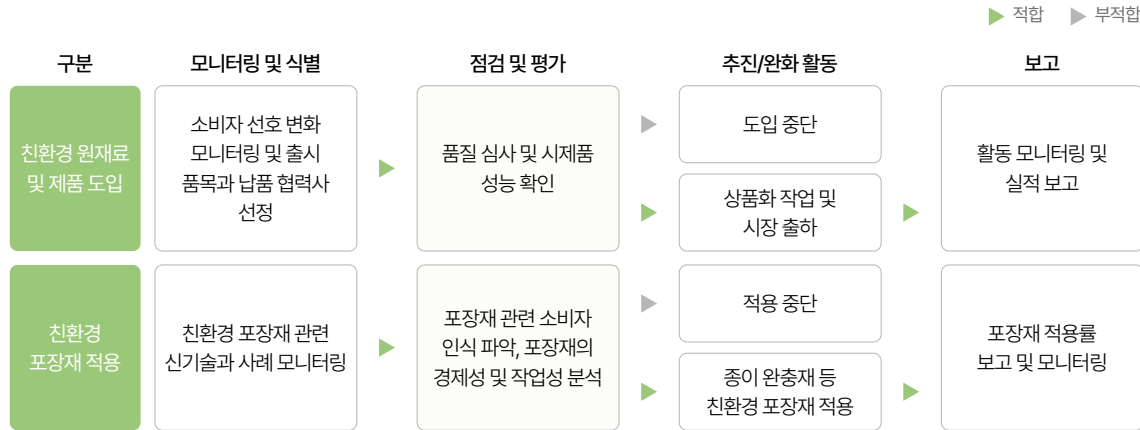
친환경 제품 및 서비스

관리체계

위험 관리

관리 프로세스

GS리테일은 지속가능한 제품의 유통 프로세스를 구축하고 범위를 확장하여 고객의 지속가능한 제품에 대한 접근성을 제고하고 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 도입을 적극 추진하고 있습니다. 이를 위해 친환경 포장재와 관련된 신기술 및 혁신 사례를 지속적으로 모니터링하고 있으며, 경제성과 작업성을 종합적으로 분석하여 신규 포장재 적용 여부를 결정합니다. 특히 포장재의 친환경성 뿐 아니라 물류·보관·운송 과정에서의 실효성을 고려하여 최적의 대안을 도출하고 있으며, 친환경 포장재 적용 범위 확대 방안을 모색할 계획입니다.



고객 불편도 조사 기반 친환경 포장재 신규 개발

GS리테일은 친환경 포장재 적용 관리 프로세스에 따라 포장재 관련 소비자 인식과 신기술·사례를 지속적으로 모니터링하고 있습니다. 2025년에는 방송 의류 상품의 배송 포장 과정에서 개선이 필요한 고객 불편 요인이 식별됨에 따라 고객인사이드팀과 협업하여 방송 의류 포장 불편도 조사를 실시하였습니다. 조사 결과를 바탕으로 친환경 포장재의 경제성과 작업성을 종합적으로 분석하고, 고객 편의성과 친환경성을 동시에 고려한 신규 포장재를 개발·적용하였습니다. 이를 통해 단순한 소재 전환을 넘어 고객의 사용 경험을 반영한 고객 중심의 친환경 포장 체계를 한 단계 고도화하였습니다.

친환경 제품 판매

GS리테일은 취급 제품 또는 원재료에 대해 제3자 친환경 인증을 획득한 제품을 '친환경 상품'으로 정의하고, 합산 매출액 500만 원 이상인 친환경 상품의 실적을 체계적으로 관리하고 있습니다. 편의점·수퍼의 공산품과 신선식품, 홈쇼핑 상품 등을 대상으로 친환경 인증 기준 충족 여부를 평가하여 부합하는 상품을 선별·관리하며, 2025년에는 221개의 친환경 인증 상품을 판매하여 전년 대비 약 2.3% 증가한 약 6,538억 원의 친환경 매출을 기록하였습니다. 앞으로도 다양한 친환경 인증 상품의 개발 및 확보를 통해 소비자에게 신뢰할 수 있는 친환경 상품을 제공하고, 친환경 소비 문화 확산에 기여해 나가겠습니다.

친환경 제품 인증 기준



친환경 PB상품 관리 시스템

GS리테일은 친환경 PB상품을 체계적으로 관리하기 위해 자체 시스템을 구축·운영하고 있습니다. 해당 시스템에서는 제품별 제3자 인증 현황, 인증 유형, 유효기간 등을 통합적으로 추적·점검하며, 사후관리 프로세스를 체계화하여 제품 신뢰성을 지속적으로 확보하고 있습니다. 운영 상품군에 대해서는 별도로 친환경 인증 관련 정보를 입력·관리할 수 있도록 설계하여 친환경 제품 데이터를 체계적으로 축적하는 구조를 마련하였습니다. 향후에는 누적 데이터를 활용한 분석 기능을 고도화하여 친환경 제품 포트폴리오를 확대하고, 데이터 기반의 품질 관리 정교화를 추진할 계획입니다.

친환경 제품 및 서비스

주요 활동

친환경 포장재

포장재 적용 확대

바이오 PP¹⁾ 용기

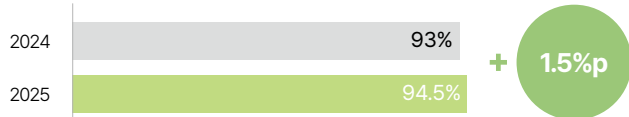
GS리테일은 석유 기반 플라스틱 사용 저감을 위해 바이오매스 기반의 바이오 PP 용기를 도입하였으며, 이를 통해 기존 용기 대비 이산화탄소 배출량을 약 30% 감축하였습니다. 2025년에는 대표 PB 상품인 헤자 시리즈를 포함한 14개 상품에 바이오 PP 용기를 적용하였으며, 2026년에는 간편식 카테고리까지 단계적으로 확대 적용할 계획입니다.

1) PP(Polypropylene, 폴리프로필렌): 가볍고 내열성·내화학성이 우수하여 포장재, 용기, 섬유 등 다양한 용도로 사용되는 플라스틱 소재

물 아이스팩

GS리테일은 냉장·냉동식품 배송 시 미세플라스틱 등 환경오염 우려가 있는 젤 아이스팩 대신 물 아이스팩 사용을 확대하고 있습니다. 2025년에는 물 아이스팩 적용률 94.5%를 달성하였으며, 젤 아이스팩을 사용하는 파트너사에도 물 아이스팩 전환을 지속 권장하고 있습니다.

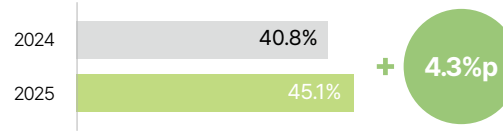
물 아이스팩 적용률



지속가능한 포장재

GS리테일은 재생 소재 전환, 이중 포장 축소 등을 통해 자원 절감과 순환성 강화를 추진하고 있습니다. 2025년 기준 친환경 포장재 적용률은 45.1%를 달성하였으며, 향후에도 친환경 포장재 적용 범위를 지속적으로 확대해 나가겠습니다.

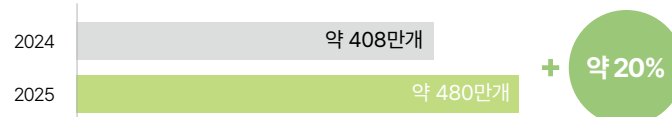
방송(Live) 판매 상품 친환경 포장재 적용률



종이테이프

GS리테일은 패션·뷰티 상품의 배송 포장에 플라스틱 테이프 대신 종이테이프를 적용하여 포장 폐기물의 재활용 용이성을 높이고 있습니다. 2025년에는 적용 수량 480만 개를 달성하며 전년 대비 약 20% 확대하였으며, 향후에도 적용 카테고리 및 물량을 지속적으로 넓혀 나갈 계획입니다.

패션/뷰티 상품 종이테이프 적용 수



녹색소비 장려

녹색소비주간 캠페인

GS리테일은 환경부가 주관하는 2025 녹색소비주간 캠페인에 참여하여 녹색제품 소비와 탄소중립 사회 전환을 촉진하는 캠페인에 동참하였습니다. GS25, GS THE FRESH, GS SHOP 등 주요 사업 채널을 통해 할인 행사, 포인트 증정, 홍보 콘텐츠 운영 등을 진행하며 많은 고객에게 친환경 인증 상품을 알리고 녹색소비를 장려하였습니다.



녹색 물류

관리체계

거버넌스

GS리테일은 ESG추진위원회를 중심으로 친환경 물류 활동을 체계적으로 관리하며, 물류 전 과정에서 발생하는 환경 영향 저감을 위한 전사적 추진 체계를 운영하고 있습니다. 각 사업부문의 친환경 물류 이행 현황은 ESG실무협의체 및 ESG추진협의회에 정기적으로 보고되어 전사 차원의 점검과 의사결정이 이루어지고 있습니다.

앞으로도 관련 부서 간 유기적 협업을 강화하고 지속적인 개선 과제를 발굴하여 물류 운영 전반의 친환경 전환을 가속화해 나갈 계획입니다.



추진 방향

GS리테일은 자회사이자 물류 플랫폼 파트너인 GS네트웍스와 협력하여 4가지 주요 녹색물류 목표를 중심으로 친환경 물류 활동을 추진하고 있습니다. 또한 최적화된 IT 시스템을 기반으로 녹색차량 운영, 친환경 업무 프로세스 구축, 녹색물류 시설 도입 등을 추진하며 친환경 물류 체계 구축에 노력하고 있습니다.



주요 활동

녹색 물류 추진 성과

물류센터 에너지 효율화 사업 참여

2025년 1월, GS리테일 자회사 GS네트웍스는 파트너사와 협력하여 용인남사센터에서 '물류센터 에너지 효율화 사업' 준공식을 개최하였습니다. 해당 사업은 IoT 기반 스마트 조명 시스템을 도입하여 기존 LED를 고효율 스마트 LED로 교체하고, 맞춤형 제어 시스템을 통해 사업장 전력 사용량을 절감하는 것을 핵심으로 합니다. 파트너사와 협력을 통해 공주·양산·진주 물류센터를 시작으로 추진된 본 사업은 2025년 용인남사·인천센터까지 적용 범위를 확대하였으며, 현재까지 총 10개 물류센터에 스마트 조명 시스템 도입을 완료하여 물류센터 에너지 효율 개선을 지속적으로 이행하고 있습니다.

우수녹색물류실천기업 지정

GS리테일은 물류에너지 목표관리제 참여를 통해 물류 운영 전 과정의 에너지 효율화와 온실가스 저감 활동을 체계적으로 추진하고 있습니다. 우수녹색물류실천기업은 국토교통부가 에너지·온실가스 저감 실적이 우수한 물류·화주기업을 지정하는 제도로 GS리테일은 이러한 노력을 인정받아 우수녹색물류실천기업으로 지정되었으며 2025년 5월 재인증을 취득하였습니다. 앞으로도 물류 부문 환경 성과를 지속적으로 제고하며 지속가능한 물류 체계 구축에 기여해 나갈 계획입니다.



녹색 물류

주요 활동

친환경 물류사업

GS리테일은 물류센터 설비 고도화와 운영 시스템 개선을 통해 에너지 효율을 제고하고, 친환경 물류 체계 구축에 적극 나서고 있습니다. 아울러 물류 전 과정에서 발생하는 환경 영향을 단계적으로 저감해 나가고 있습니다.



물류센터

<p>IoT 조명시스템 도입 공주·양산·진주 물류센터 스마트 조명시스템 도입을 통해 기존 LED 대비 전력 사용량 54% 절감</p>	<p>연간 전력 절감량/배출량 2,417 MWh (1,110tCO₂)</p>
<p>물류 에너지 관리 시스템 도입 물류센터 에너지 사용량 모니터링을 통한 에너지 사용 효율성 제고</p>	<p>도입 물류센터 수 27개</p>
<p>저공해물류 장비 도입 기존 디젤 장비의 전기지게차 등 저공해 물류 장비 전환을 통한 현장 온실가스 배출 저감</p>	<p>전기지게차 전환율 99%</p>
<p>출하 프로세스 개선 반송 물품 사전 처리 및 적재 효율화를 통한 불필요한 차량 이동 저감</p>	<p>일별 출하 방지 물품 일 평균 200개</p>

우리동네딜리버리

GS리테일의 '우리동네딜리버리'는 지역 주민이 도보와 자전거로 생필품 및 식료품을 배송하는 근거리 친환경 배달 플랫폼입니다. 2025년에는 제3자 물류 영역으로 서비스를 확장하여 연간 134.2만 건의 배달을 수행하였으며, 이를 통해 약 583.83tCO₂의 탄소 배출을 감축하여 나무 64,157그루가 흡수하는 환경적 효과를 창출하였습니다. 아울러 안전보건교육 모바일 수강 체계 도입 및 서버 효율화 등 시스템 개선을 통해 이용 편의성을 제고하고, 친환경 근거리 배송 서비스의 지속적인 확대를 추진해 나갈 계획입니다.

수행 건수	연간 탄소절감량 ¹⁾
134.2만 건	583.83tCO ₂ eq

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

Social

건강하고 책임있는 상품 및 서비스	50
인재경영	54
인권존중	60
안전보건	63
지속가능 공급망	68
고객만족 경영	75
데이터 보안 및 정보보호	79
지역사회	83

Social

GS리테일은 임직원, 협력사, 고객 등 주요 이해관계자와의 지속가능한 동반성장을 위해 사회적 책임을 다하고 있습니다. 임직원이 안전하고 건강하게 일할 수 있는 근무 환경을 조성하고, 고객에게 신뢰받는 안전한 상품과 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있으며, 협력사와의 상생협력을 바탕으로 건강한 산업 생태계 구축에 기여하고 있습니다. 앞으로도 안전-품질 관리와 공급망에 대한 체계적인 운영을 통해 사회적 가치를 지속적으로 창출해 나가겠습니다.



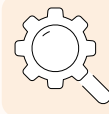
관리 지표

2025년 주요 실적



상생나눔플랫폼(사회공헌형 점포)
운영 스토어

244개



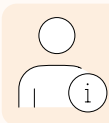
품질 불량률

1.10%



인권영향평가
주요 성과

비차별 인식 5%▲

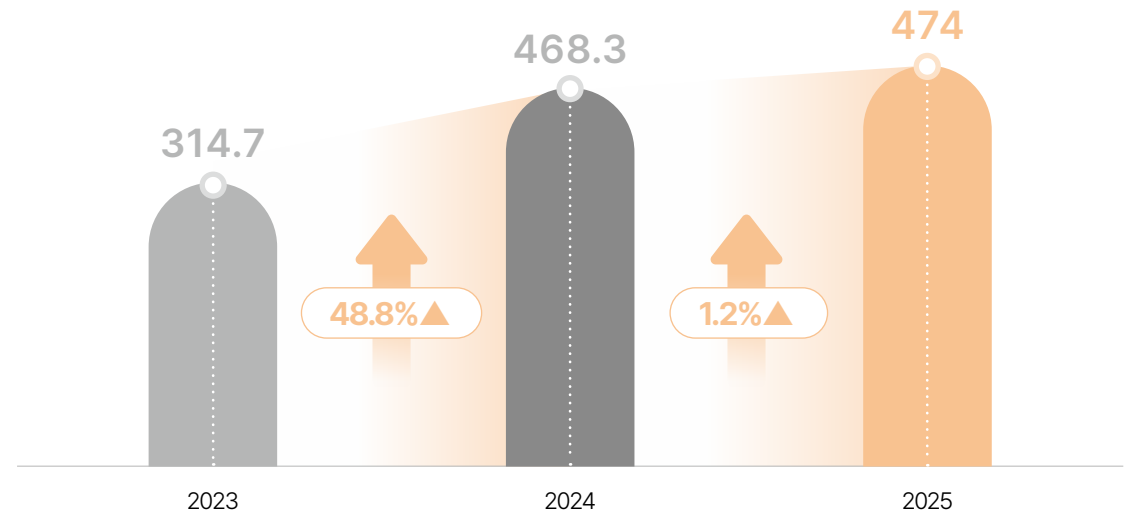


주요 채널별 인권 관련
제보 처리율

100%

책임있는 원재료 인증 상품 매출액

(단위: 억 원)



건강하고 책임있는 상품 및 서비스

관리체계

거버넌스

GS리테일은 고객에게 안전하고 책임 있는 상품·서비스를 제공하기 위해 감독 기구·경영진 역할·전담 조직으로 구성된 품질관리 거버넌스를 구축·운영하고 있습니다. 플랫폼SU와 홈쇼핑BU 각 본부장(C-level)이 품질관리를 총괄하며 BU별 전담 조직을 통해 제품 생산부터 판매 후 관리에 이르는 전 과정의 품질·위생·안전을 체계적으로 관리하고 있습니다.

감독 기구

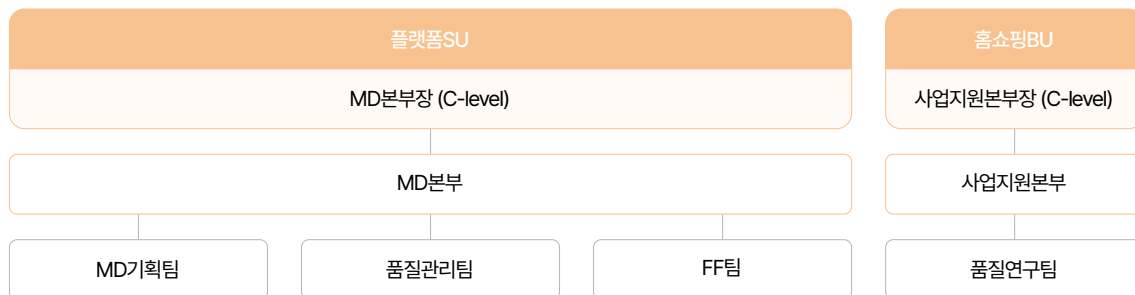
GS리테일은 BU별 품질관리 전담 조직을 운영하여 제품 품질 및 고객 안전과 직결된 사안을 체계적으로 관리하고 있습니다. 품질 관련 이슈 발생 시 신속한 대응 체계를 가동하여 문제를 해결하고 있으며, 고객 안전에 중대한 영향을 미칠 수 있는 사안에 대해서는 필요 시 이사회 보고를 통해 면밀한 대응 방안을 수립하고 있습니다.

경영진 역할

GS리테일은 각 BU별 본부장(C-level)이 제품 및 서비스의 품질관리를 총괄하고 있습니다. 플랫폼SU는 MD본부장이, 홈쇼핑BU는 사업지원본부장이 품질관리 프로세스를 주도하며 주요 품질 이슈를 검토하고 있습니다. 특히 대량 판매 상품의 원물·원료 및 신상품에 대해서는 금액 기준에 따른 정밀 모니터링을 실시하고, 관련 주요 사항은 C-level에 보고하여 품질관리의 실효성을 높이고 있습니다.

전담 조직

GS리테일은 안전하고 고품질의 상품을 제공하기 위해 BU별 전담 조직을 운영하며 품질을 체계적으로 관리하고 있습니다. 품질관리팀은 식품 제조 품질·위생 관리를 담당하고 FF팀은 신선식품 기반 간편식의 개발 및 관리를 수행합니다. 품질연구팀은 홈쇼핑BU에서 판매하는 상품의 승인·생산 및 제조·배송 전 검사·판매 후 관리에 이르는 전 단계의 QA(품질보증) 업무를 담당하고 있습니다.



추진 방향

GS리테일은 안전하고 높은 품질의 상품을 위해 BU별 전략을 수립했습니다. 플랫폼SU는 혁신·위생·품질관리에 집중하며 홈쇼핑BU는 리스크 관리·사회적 가치 창출·디지털 전환·협력사 상생·품질 혁신을 추진하고 있습니다.

미션	안전하고 높은 품질의 상품 제공							
방향성	플랫폼SU			홈쇼핑 BU				
	1 선도 혁신	2 환경 위생	3 품질관리	1 Risk 관리	2 품질관리	3 사회적 가치창출	4 DX 활동	
	신선 식품 선도 차별화	안전한 상품 제공	최고 품질과 맛 제공	사전예방 및 신속대응	상품 품질력 강화	영업 Core 비즈 지원	업무 효율성 증대	
역할	<ul style="list-style-type: none"> · 입고기준 및 판매기한 등 선도기준 수립 · 파트너사 선도 점검 · 선도교육 및 가이드 제공 · 편의점, 슈퍼 외주 선도 모니터링 운영 	<ul style="list-style-type: none"> · 법개정 사항 확인, 안내 · 관공서 단속 대응 · 편의점, 슈퍼 현장 방문 · 위생 클리닉·파트너사 위생 Audit · 상품 안전성 검사 · 위생 교육 및 Q&A 	<ul style="list-style-type: none"> · FF제조 및 자회사 품질 위생 관리 · HACCP 관리 및 교육 · 법규 및 표시사항 관리 · FF상품 개발 및 양산화 품질 관리 · 원재료 및 고객 불만 관리 · 편의점, 슈퍼 물류 현장 점검 및 지원 	<ul style="list-style-type: none"> · 신개념 상품 사전 Risk 점검 · 대량판매 상품 Risk 정기점검 	<ul style="list-style-type: none"> · 불량, 불만 영역 품질 관리 · 데이터 기반 품질 수준 관리 	<ul style="list-style-type: none"> · 협력사 상생교육 및 기술 지원 · 친환경 포장 적용 확대 	<ul style="list-style-type: none"> · 고객 맞춤형 의류 사이즈 비교 안내 서비스 오픈 · AI 활용 리스크 사전 센싱을 위한 개선사례 DB 구축 	

건강하고 책임있는 상품 및 서비스

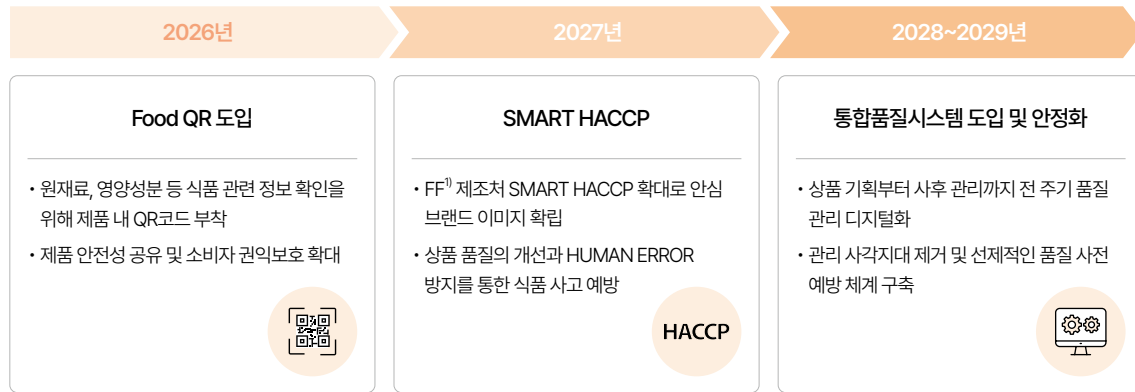
관리체계

품질 검사 프로세스

GS리테일은 안전·위생·선도 부문의 품질 검사 프로세스를 기반으로 안전한 고품질 상품을 제공하고 있습니다. 협력사의 생산 과정을 지속적으로 모니터링·평가하여 관련 법규 준수 여부를 확인하고 현장 관리 수준을 점검하고 있으며 식품안전 관리 검사, 잔류농약 검사, 위해물질 검사를 통해 위생 및 안전 관리 수준을 제고하고 있습니다. 아울러 입고 상품 선도 관리 프로세스를 운영하여 책임 있는 상품 공급 체계를 유지하고 있습니다.

중장기 목표

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



목표 대비 추진 실적

구분	2025년 계획	2025년 실적
책임 있는 원재료 매출액	전년 대비 매출액 증가	전년 대비 매출액 1.2% 증가
직매입 불량률 반포률	1.40%	1.45%
(리빙/뷰티/푸드) PB/단독상품 불량률반포률	0.215%	0.142%

1) FF: Fresh Food, 신선식품



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

건강하고 책임있는 상품 및 서비스

주요 활동

품질 및 안전성 검사

GS리테일은 제품 및 서비스 전 생산 과정에 걸친 품질보증 체계로 ISO 9001 인증을 취득하였으며 국제 표준에 부합하는 체계적인 품질관리 활동을 이행하고 있습니다. 파트너사에서 점포·고객에 이르는 전 과정에서 오프라인·온라인 상품을 각각의 프로세스에 따라 관리하고 있습니다. 오프라인 상품은 품질관리·선도 점검·위생 및 안전 3개 영역을 전 단계에 걸쳐 점검하며, 온라인 상품은 파트너사 평가부터 최종 VOC 대응에 이르기까지 단계별 검사를 수행하고 있습니다.

	오프라인 상품		온라인 상품		
파트너사	품질관리	원재료 협력사 점검 및 등급 관리	총 103개	법적 서류 및 샘플 검토 후 전산 관리, 안전성 확인, 기능/성능점검, 포장 검사 후 상품 승인	총 100,232건
	선도	신선식품 입고기준 전파 및 점검 선도 3진 아웃제 및 혁신 회의 운영	총 10회		
	위생/안전	PB 및 NB상품 제조사별 평가	총 191개	파트너사 제조시설의 평가 및 공정지도/검사 생산 수량점검, 초도품 검사, 배송 전 검사	총 6,054건
제조공장 및 물류센터	품질관리	FF 제조공장 점검 및 안전성 검증	품질 위생 점검: 135회	센터 입고검사 및 양품화 ¹⁾ 검사	총 210,679개
	선도	모니터링 및 물류 선도위생점검 3단계 입고관리(개선, 주의, 경고)	물류점검: 104회 입고관리: 4,928건		
	위생/안전	FF, PB상품 표시사항 검토	총 401건 (FF 320건, PB 81건)		
점포 및 고객	품질관리	FF상품 맛, 품질 검사 실시	맛품질 검사: 1,403건	· 판매 후 품질지표 확인 및 VOC 대응 · 모니터링검사 · 대량판매상품 리스크 점검	총 323건
	선도	신선식품 입고기준 전파 및 점검 선도 3진 아웃제 및 혁신 회의 운영	선도 코칭: 625회 모니터링: 7,311회		
	위생/안전	위생클리닉 실시 (법적서류, 원산지, 소비기한 등 점검)	총 625회		

1) 제품의 품질 요건을 충족하는지 상태를 확인한 후 재고로 재분류하는 과정

콜드체인 기반 신선 품질 관리 체계 강화

GS25는 신선강화형매장(FCS, Fresh Concept Store)을 2025년 12월 기준 773점까지 확대했습니다. 당초 연말 목표(700점)는 3개월 앞당겨 달성하였으며, FCS 매장은 일반 편의점 대비 농·축·수산물, 조미료, 두부, 간편식 등 장보기 상품을 300~500종 이상 확대 운영합니다.

신선도 유지를 위해 물류부터 진열·판매에 이르는 전 과정에 콜드체인 시스템을 적용했으며 GS더프레시와의 통합 구매 체계를 통해 가격 경쟁력도 함께 확보하고 있습니다. 신선식품 매출은 2023년 23.7%, 2024년 25.6%, 2025년 1~9월 27.4%로 3년 연속 두 자릿수 성장세를 이어가고 있으며, GS리테일은 2026년까지 FCS 1,000호점 출점을 중장기 목표로 설정했습니다.



건강하고 책임있는 상품 및 서비스

주요 활동

고객맞춤 상품 및 서비스 운영

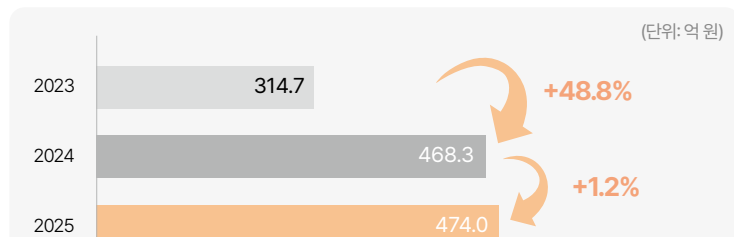
GS리테일은 사회적 요구와 소비 환경의 변화에 대응하여 고객의 일상에 실질적인 가치를 제공하는 안전하고 건강한 상품과 서비스를 선보이고 있습니다. 원재료 인증을 기반으로 한 책임 있는 제품을 출시하고, 고단백·저나트륨 등 건강 요소를 고려한 상품 라인업을 강화하여 다양한 고객 니즈를 충족하고 있습니다. 아울러 고물가 상황 속에서도 고객의 부담을 완화하기 위해 '반값택배 서비스'를 운영하고 합리적인 가격의 필수 소비재를 지속적으로 확대하고 있습니다.

책임있는 원재료 인증

신선식품 분야에서는 국내의 공인된 제3자 인증을 획득한 제품을 중심으로 상품을 선별·운영하며, 식품 안전성과 윤리적 소비 가치를 함께 제고하고 있습니다.



책임있는 원재료 인증 상품 매출¹⁾²⁾³⁾



1) 산정범위: 책임있는 원재료 인증 기준 5종
 2) 매출액에 포함된 홈쇼핑BU 금액은 출고금액 기준임
 3) 일부 누락 데이터의 소급 반영으로 인해 2023년, 2024년 데이터를 조정함

편의점 업계 최초 스마트 HACCP 인증 획득

GS리테일의 간편식 전문 제조 자회사 후레쉬서브 오산공장은 2025년 4월, 한국 식품안전관리인증원으로부터 즉석섭취식품 전 공정(금속 검출·가열·세정)에 대한 스마트 HACCP 인증을 획득했습니다. 이는 편의점 업계 최초의 성과로, IoT 기술을 활용해 중요관리점(CCP) 모니터링 데이터를 실시간 자동 기록·관리하며 데이터 위·변조를 방지합니다. 특히 취반 공정에서 국내 최초로 밥이 완전히 익은 상태(미반)의 온도를 자동 측정·전송하는 시스템을 도입하는 등 생산설비 전반에 스마트 센서를 설치했습니다. GS25는 이를 통해 '생산-유통-소비' 전 과정을 보다 위생적·체계적으로 관리할 수 있는 기반을 마련했습니다.



건강기능식품

GS리테일은 제약사 협업을 통해 비타민·유산균 등 30여 종의 건강기능식품을 본격 출시하였습니다. 인지도 높은 브랜드 상품을 소용량·합리적 가격으로 구성하여 소비자 접근성을 높였으며 2025년 상반기 건강 지향 상품 매출은 전년 동기 대비 98.6% 증가하였습니다. 향후에도 프리미엄 신상품 확대 등을 통해 소비자의 건강을 책임지는 상품 라인업을 지속 강화해 나갈 계획입니다.

혜자로운 시리즈 리뉴얼

GS리테일은 고물가 환경 속에서 소비자의 체감 부담을 완화하고자 가성비를 핵심 가치로 한 '혜자로운 시리즈'를 운영하고 있습니다. 2025년 4월부터는 고객 호응이 높았던 상품을 재해석한 '돌아온 혜자 시리즈'를 선보이며 메뉴 구성 개선과 포만감 강화를 반영한 리뉴얼 상품을 순차적으로 출시하고 있습니다. 또한 함박스파게티, 크림파스타세트 등 3,000원대 간편식 라인업을 확대하여 합리적인 가격의 '든든한 한 끼'를 제공하는 대표 가성비 상품군으로 자리매김하고 있습니다.



반값택배 서비스

GS리테일은 GS25 매장을 통해 택배를 접수·수령하는 '반값택배' 서비스를 업계 최초로 선보이며 생활 물류 서비스 혁신을 이끌어 왔습니다. 물류 인프라를 바탕으로 연중무휴 수거 제도를 운영하고 제주와 내륙 간 배송은 물론 울릉도, 연평도, 백령도 등 도서지역까지 서비스를 확대하여 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	허브센터 신규 소터 구축을 통해 정상 배송률을 개선하고 '내일반값' 서비스 출시로 배송 속도를 한층 높였습니다.

인재경영

관리체계

거버넌스

GS리테일은 우수 인재의 체계적인 관리 및 육성을 위해 C-Level 직속으로 인사총무본부를 운영하며 인재상에 부합하는 인재를 선제적으로 확보하며 전문 역량 강화를 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

인사전략팀은 조직운영의 효율성과 경영 성과를 분석 및 진단하여 인사 전략 수립의 기반을 마련하고 있습니다. 인재문화팀은 구성원의 지속적인 성장과 역량 개발을 지원하고, GS리테일의 가치관과 일하는 방식을 내재화하여 건강한 조직문화를 조성하는 역할을 수행하고 있습니다.

이를 위해 컬처커미티 운영 및 조직문화 개선 활동을 추진하고 있으며, 특히 편의점 및 슈퍼BU에서는 전국 오프라인 거점별 조직문화 담당자를 편성하여 가치 전파, 임직원 소통, 자긍심 함양 활동, 조직 진단 및 개선을 주도하고 현장의 목소리가 경영진에 전달될 수 있도록 지원하고 있습니다. 인사부문 내에는 각 사업부 특성에 맞는 인사 서비스를 제공합니다. 특히 인사전략팀은 전사적 관점에서 인사 제도의 일관성을 제공하고, 채용파트는 인재상에 부합하는 우수 인재를 선제적으로 확보하기 위해 노력하고 있습니다.



추진 목표

GS리테일은 업무 현장에서의 핵심가치 발현을 위해 GS Way를 기존 8개의 키워드에서 행동 중심의 4개 가치로 재구성하여 구성원의 자긍심 및 가치체계를 정립하였습니다. 또한 이를 기반으로 단/중장기 인재 육성 목표를 수립하여 체계적으로 운영하고 있습니다.

2026년 1월

GS Way Refresh

- GS Way (일하는 방식) 재정립

고객 최우선	성장 마인드
열린 소통	AX 실행력

2026년 4월

New GS Way 선포 및 내재화

- New GS Way 선포
- 2026 GS Way 내재화 프로그램 운영(인식이해 → 행동경험 → 리마인드확산)
- GS Way 기반 현장 중심의 일하는 방식 강화
 - ① 리더대상 코칭, 면담기법 교육 강화
 - ② 성과면담 Tool 고도화, 현장 내재화 활동 강화

GS Value & Way 핵심가치 내재화

GS리테일은 경영이념 및 비전을 실천하기 위해 고유의 가치관인 GS Value 및 일하는 방식인 GS Way를 전 임직원이 내재화할 수 있도록 집중하고 있습니다.

GS Value



GS Way

<p>Customer First 고객 최우선</p> <p># 업무의 시작과 끝을 고객으로 연결합니다. # 고객을 위해, '되는 방법'을 먼저 찾습니다.</p>	<p>Growth Mindset 성장 마인드</p> <p># 작고 빠르게 시도하며 성공 경험을 만듭니다. # 매일의 성장과 변화를 추구합니다.</p>
<p>Open Communication 열린 소통</p> <p># 명확한 목표와 과정 공유로 눈높이를 맞춥니다. # 치열하게 논의하고, One Team으로 해냅니다.</p>	<p>AI Savvy AX 실행력</p> <p># 실효와 결정 모두 데이터가 기준입니다. # 디지털/AI 동료 업무 방식을 개선합니다.</p>

GS핵심가치진단

GS리테일은 조직문화와 리더십의 질적 성장을 위해 전 임직원을 대상으로 핵심가치 기반 진단 체계를 운영하고 있습니다. 본 진단은 동료 간 상호 평가인 '동료진단'과 리더의 역량을 평가하는 '리더십진단'으로 구성되며 GS Way와 GS Value를 기준으로 일하는 방식과 리더십 실행력을 점검합니다.

특히 2025년부터는 주관식 의견 반영을 확대하여 실질적인 행동 피드백을 강화하였으며 리더십진단 결과를 바탕으로 1:1 피드백을 진행해 강점과 개선사항을 구체화하고 행동 변화로 연계하고 있습니다. 이를 통해 핵심가치가 구성원의 성장과 조직문화 개선으로 이어지도록 지속적으로 고도화하고 있습니다.

인재경영

관리체계

인사제도

인사제도 프로세스

GS리테일은 Core, Digital로 구성된 전사 직무역량 체계를 기반으로 핵심 비즈니스 역량과 미래 사업 수행 역량을 강화하고 있습니다. 사업/직군별 841개의 세부 직무 역량 기준을 바탕으로 채용, 평가, 승격, 보상 및 인재육성 등의 HR제도를 개선하며 직무역량 기반 HR 패러다임 전환을 통해 온-오프라인 종합유통 플랫폼 기업으로 발전하고자 합니다.



인재 확보

GS리테일은 우수 인재 확보를 위해 온-오프라인 채용설명회와 GSTI 테스트를 운영하며 다양한 채용 채널을 통해 기업과 직무에 대한 이해도를 높이고 있습니다. 또한 청년 취업 프로그램과 상시 소통 창구를 활용하여 잠재 인재와의 접점을 확대하고 우수 인재를 지속적으로 발굴하고 있습니다.

GS리테일 인재 채용 절차



채용 및 육성

GS리테일은 성별, 연령, 사회적 신분, 출신 지역에 따른 차별 없이 채용 프로세스를 운영하며 우수 인재 확보하고 있습니다. 특히 채용설명회와 박람회 운영하며 User-Friendly 채용 브랜딩 활동을 강화하고 있습니다. 또한 인턴십을 포함한 신입 공채를 정기적으로 운영하며, 우수 인재 유입을 강화하고 있습니다.

그롱면접관 도입

GS리테일은 채용을 단순한 평가가 아닌 함께 성장할 동료를 찾는 과정으로 바라보고 있습니다. 이에 MZ세대 실무자로 구성된 '그롱면접관(GROWNG Interviewer)'과 조직문화 담당자가 함께 참여하는 면접을 운영하여, 지원자가 편안한 분위기 속에서 자신의 경험과 강점을 자연스럽게 표현할 수 있도록 지원하고 있습니다. 이를 통해 직무 역량뿐 아니라 조직문화 적합성과 성장 가능성까지 함께 확인하는 공감 중심의 채용문화를 만들어가고 있습니다.

평가 및 보상

평가

GS리테일은 성과 목표 기반의 MBO평가와 GS Way 가치체계에 기반한 역량평가를 운영하고 있습니다. 상시 코칭과 분기별 성과 면담, 팀장 대상 성과관리 리더십 교육을 통해 평가의 전문성과 일관성을 강화합니다. 또한 평가 이후 리더와의 충분한 면담과 면담 충실도 점검을 통해 구성원의 이해와 수용도를 높이고, 공정한 평가 문화 정착을 지원하고 있습니다.

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

관리체계

인재육성 방향

GS리테일은 직무-리더십-GS Way-온보딩 등 핵심역량을 체계적으로 강화하고 구성원의 성장을 지원하기 위한 인재육성 체계를 운영하고 있습니다.

인재 육성 체계

목표

핵심역량 기반 인재육성을 통한 개인의 성장과 조직의 지속 가능한 성과 창출

핵심역량 기반 프로그램

빠른 조직 적응을 위한 온보딩 과정	전략과 문화, 통합적 이해를 통한 조직 적응 • 신입임원/팀장 온보딩 프로그램 • 신입-경력사원 입문/리텐션 프로그램 • GS그룹 신입사원 프로그램	
우리회사의 일하는 방식 GS Way 과정	실제 혁신사례를 통한 일하는 방식 체화 • GS Way 리더/구성원 내재화 교육 • GS Way 팀미팅 & 업무 적용 워크숍 • 정기적 가치 내재화 세션	
직무 전문가로서의 성장 직무 과정	현업 중심의 역량 강화 • 직무 Academy • Gen AI Academy • 직무성장플랜 (나의 성장계획)	
조직과 사람을 이끌기 위한 리더십 과정	선제적인 리더십역량 육성 • 임원 멘토링 & 코칭 과정 • 팀장 리더십스쿨 • BOLD Leader / Manager 과정	
개인 맞춤형 성장을 위한 자기주도 학습	자기주도 학습 기반 성장 지원 • 내일On (이러닝 플랫폼) • 전사 인사이트 특강 • 자기주도학습/어학/자격증/사외과정 지원제도	

주요 활동

교육 훈련 성과

GS리테일은 구성원의 지속적인 성장과 역량 개발을 지원하기 위해 BU별 맞춤형 자기주도 학습 체계를 운영하고 있습니다. 편의점BU, 슈퍼BU, 플랫폼SU 및 전사지원 임직원 대상으로 연간 30시간 학습을 목표로 하는 자기주도학습제도를 운영하고 있으며, 홈쇼핑BU에서는 구성원이 원하는 사외교육을 자율적으로 선택해 학습할 수 있도록 연간 교육비 한도 내에서 지원하고 있습니다. 앞으로도 자기주도학습 기반을 강화하고 구성원의 전문성과 경쟁력 제고를 위한 지원을 확대해 나갈 예정입니다.

Case 효과성 측정

GS리테일은 고유의 일하는 방식인 'GS Way'를 내재화한 인재를 육성함으로써, 업무 효율 향상은 물론 변화에 유연하게 대응하고 새로운 가치를 만들어내는 조직 역량을 강화하고 있습니다. 이러한 기초 아래 2025년에는 전사적인 AI 내재화를 목표로 사내 정보보안과 업무 효율성을 동시에 충족하는 자체 생성형 AI 플랫폼 'MISO'를 구축 운영하였습니다. MISO는 단순한 학습 도구를 넘어 구성원들이 실무 데이터와 생성형 AI를 안전한 환경에서 결합하여 문제를 해결하고 성과를 창출할 수 있도록 지원하는 AI 혁신(AI)의 핵심 기반으로 자리잡고 있습니다.

특히 구성원의 직무 특성과 AI 숙련도를 고려해 '리터러시-기본-심화-멘토링'의 4단계 맞춤형 로드맵을 수립함으로써 체계적인 역량 강화를 추진하였습니다. 또한 전략교육 AX 부서가 협업하여 이룬 중심 교육에서 벗어나 구성원이 실제 현업의 페인 포인트를 AI로 해결하고 구체적인 결과물을 도출하는 'Project-Based Learning' 방식을 도입하였습니다. 이를 통해 인사챗봇, 회계챗봇, 방송 STT 비교봇 등 3건의 우수 사례가 실제 업무에 적용되었으며, 구성원의 AI 활용 역량 제고는 물론 조직 전반의 업무 방식 혁신과 디지털 기반의 변화 문화를 확산하는 계기가 되고 있습니다.

2025 AI 역량 강화 주요 성과

교육 과정		수료 인원	교육 성과
공통 과정	AI 교육(임원/리더)	488명	• AI기반 Data-Driven Decision 역량 강화 • 생성형 AI 도입의 필요성 인식 및 AI 활용 지원 문화 조성
	AI리터러시(VOD)	4,272명	• AI 리터러시 및 사내 AI 플랫폼 MISO 활용 기본 역량 마련 • 조직 및 개인별 AI 활용 관심 증대
선발 과정	BIZ AI(구성원)	530명	• (전사) 실무 적용 중심의 AI 문제 해결 역량 내재화 및 1인 1과제 도출(359건) • (현장) 영업직군 직무 특성을 고려한 맞춤형 AI 교육 진행
	Use-case 멘토링	109명	• BIZ AI 과정 연계하여 실무 적용 가능한 현업 결과물 96개 제작 및 비대면 컨설팅 13건 진행 • 우수사례 10건 발굴 및 'TOP 6 성과 공유회'를 통한 혁신 사례 전파

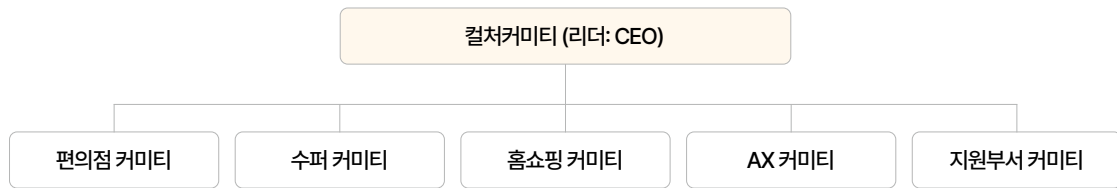
인재경영

주요 활동

Case 컬처커미티

GS리테일은 구성원의 자발적인 참여를 기반으로 조직문화와 업무 방식을 개선하기 위해 컬처커미티를 운영하고 있습니다. 컬처커미티는 편의점, 수퍼, 홈쇼핑, 지원부서 등 각 사업부의 특성과 현장 환경을 반영하여 구성된 참여형 조직으로 업무 효율화와 근무 환경 개선, 소통 방식 혁신 등 실질적인 과제를 중심으로 활동하고 있습니다.

2025년에는 제안-파일럿-적용의 단계적 프로세스를 통해 업무 방식 개선, 직무 이해도 제고, 세대 간 소통 강화, 실무 학습 환경 개선 등의 과제를 추진하였으며 우수 사례는 전사 확장하여 진행하고 있습니다. 앞으로도 컬처커미티 활동을 통해 구성원의 주도성과 실행력을 강화하고, 인재 육성 및 몰입도를 제고하는 조직문화를 정착해 나갈 계획입니다.



[운영 사례 1] AI를 활용한 공지/안내문 제작 업무 자동화

GS리테일은 편의점 현장의 업무 효율성과 소통 방식을 개선하기 위해 MISO(AI)를 활용한 공지-안내문 제작 업무 자동화를 추진하고 있습니다. 본 프로젝트는 OFC(Operation Field Counselor)의 반복적인 안내문 작성 업무 부담을 완화하고, 경영주에게 보다 일관된 형태로 정보를 전달하기 위한 목적으로 기획되었습니다. 이를 위해 공지-안내문 작성을 지원하는 AI 기반 에이전트를 개발하여 편의점BU 내에 적용하고 있으며 기존 이미지 중심 공지 방식에서 텍스트 기반 구조로 전환하여 정보 전달의 명확성과 활용도를 높였습니다.

또한 MISO 고도화를 통해 Fresh Food 중분류별 코칭 시도 및 점포별 데이터 아카이빙 기반을 마련하는 등 현장 중심의 업무 환경 개선을 추진하였습니다. 해당 프로젝트는 2025년 기준 누적 사용자 수 741명이 활용하는 등 현장 적용성을 확보하였으며, 향후 점포경영시스템과 연계한 MISO 시스템 탑재 및 AX 아이디어 확산을 통해 업무 프로세스 개선과 운영 효율화를 지속적으로 확대해 나갈 계획입니다.

[운영 사례 2] 저연차 매니저를 위한 직무 소개 프로그램 'Real Job'

GS리테일은 저연차 구성원의 직무 이해도 제고와 초기 커리어 성장을 지원하기 위해 'Real Job' 프로그램을 운영하고 있습니다. 본 프로그램은 영업-지원 조직 간 소통과 직무 이해도를 높이고자 기획되었습니다. 특히 저연차 매니저 43명의 사전 설문 결과를 토대로, 실무 중심의 직무 소개와 멘토링 프로그램을 구성하여 운영하였습니다. 그 결과 참여자의 직무 이해도 향상에 대한 긍정 응답률은 92%로 나타났으며 나아가 향후 커리어 플랜 설계로 연계하는 확장 세션을 통해 저연차 구성원의 성장 인식을 제고하였습니다.

프로그램 운영활동 결과

(단위: %)

구분	긍정 응답률	척도	
		매우 그렇다	대체로 그렇다
직무 이해도 향상	92	55.2	36.8
경력 개발, 직무 확장성 인식 변화	88.7	58.1	30.6
직장 내 관계 개선	90.3	48.4	41.9
프로그램 만족도	95.2	61.3	33.9



인재경영

주요 활동

조직문화 확립

가족친화제도


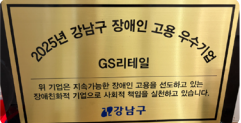
GS리테일은 구성원이 일과 삶의 균형을 안정적으로 형성할 수 있도록 가족친화제도를 운영하고 있으며 '가족친화기업' 인증을 2020년 최초 인증받은 이후 지속 유지하며 우수성을 인정받고 있습니다.

가족친화제도

 <p>자녀 양육 지원</p> <p>보육비, 유치원 보조비 지급</p>	 <p>의료비 지원</p> <p>배우자 의료비 지원</p>	 <p>출산지원금</p> <p>다자녀 출산 지원금</p>	 <p>휴직지원제도</p> <p>육아 휴직 제도</p>	 <p>푸르니 어린이집</p> <p>사내 어린이집 운영</p>
---	--	---	--	--

일·가정 양립 우수기업

GS리테일은 양질의 일자리 창출과 함께 전 임직원의 일과 삶의 균형을 중요한 가치로 인식하고 있습니다. 근로자의 자녀 양육 지원, 유연근무제 운영, 가족친화적 직장문화 조성 등 다양한 제도를 통해 일·생활 균형을 적극 지원하고 있으며 이를 바탕으로 국가경쟁력 향상에 기여하여 2025년 일·가정 양립 우수기업으로 선정되었습니다. 향후에도 구성원의 행복을 최우선으로 고려하며 건강한 조직문화 확립을 위해 지속적으로 노력할 예정입니다.

<p>2024</p> <p>2024 대한민국 일하기 좋은 기업</p> <p>GPTW코리아 주최, 2년 연속 선정</p> 	<p>2024</p> <p>2024 일·가정 양립 우수기업</p> <p>GS리테일은 임직원에게 일과 가정이 양립할 수 있는 복지 제도와 혜택을 구축하여, 2024년 저출산고령 사회위원회가 선정한 '일·가정 양립' 우수기업에 선정되었습니다. 전 임직원 대상 출산지원, 육아휴직 장려 및 임직원 자녀의 생애주기 맞춤 지원 등 우수한 평가를 받았습니다.</p>	<p>2025</p> <p>2025 가족친화기업 재인증 및 BPW 골드 어워드 수상</p> <p>GS리테일은 2024년에 이어 2025년에도 성평등가족부 주관 가족친화기업 재인증을 받았습니다. 또한 여성 인재 육성과 가족친화 경영 성과를 인정받아 제 31회 BPW 골드 어워드를 수상했습니다.</p>	<p>2025</p> <p>2025 장애인 고용우수기업 표창 및 선정</p> <p>강남구청 주관 장애인 고용우수기업 표창 및 선정</p> 
--	--	---	---

Case 1 패밀리 데이

GS리테일은 임직원과 가족 간 소통과 유대 강화를 통해 가족친화적 조직문화를 조성하고자 2025년 가정의 달을 맞아 임직원 가족을 초청하는 '패밀리 데이'를 운영하였습니다. 일과 가정의 조화를 통해 지속 가능한 근무 문화를 확산하기 위해 행사에 참여한 임직원 가족들은 사무공간 탐방, 체험형 프로그램, 소통 중심 활동 등에 참여하며 회사와 가족이 함께 교감할 수 있는 시간을 가졌으며, 이를 통해 임직원의 소속감과 자긍심을 제고하고 가족친화 경영에 대한 공감대를 확대하였습니다. GS리테일은 앞으로도 가족이 함께 참여할 수 있는 다양한 프로그램 운영을 통해 일·가정 양립 문화를 조직 전반에 확산하고 임직원이 안정적으로 근무할 수 있는 환경 조성에 지속적으로 노력할 계획입니다.



Case 2 저출생 위기 극복 챌린지

GS리테일은 저출생 문제에 대한 사회적 인식을 제고하고, 일·가정 양립 문화 확산에 기여하기 위해 2025년 저출생 위기 극복 릴레이 챌린지에 동참하였습니다. 임직원을 대상으로 한 육아 친화적 제도 운영과 더불어 가맹경영주를 대상으로 한 출산 지원 사례를 공유하며 기업의 역할과 책임을 적극적으로 알리고 있습니다. 특히 법정 기준을 초과한 육아휴직 제도를 운영하고 남성 임직원의 육아휴직 사용을 장려하는 한편, 다자녀 출산 지원 제도 등을 통해 실질적인 일·가정 양립 환경 조성에 힘쓰고 있습니다. 앞으로도 가족친화적 근무 문화 확산을 통해 저출생 문제 대응에 기여하고 기업의 사회적 책임을 지속적으로 이행해 나갈 계획입니다.



인재경영

주요 활동

조직문화 확립

복리후생 프로그램

GS리테일은 각 구성원들의 실질적 복리후생 수준을 높이고 일과 삶의 균형을 이룰 수 있도록 다양한 복리후생 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.

	프로그램	내용
ENGAGEMENT 	심리상담 지원	임직원 본인 및 배우자, 자녀, 부모 대상 심리 상담 및 법률·세무·재무코칭 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	설날 및 추석 자사 상품권 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
	인포멀	조직 생활을 영위하도록 돕는 동호회 활동비 지원
LIFE 	휴가(연차) 보상	잔여연차 보상으로, 75% 휴가축진제를 실시하여 개인연차 중 25%범위 내 미사용분에 대해 1.5배 보상
	자녀 교육비 지원	근속 년수에 따라 국내외 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, 연령 등 지원 기준에 따라 임직원 및 배우자 대상 종합검진 지원
WORK 	재해 지원	임직원 본인 혹은 직계 존비속을 대상으로 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
	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 지급
	자격증 학습비 지원	직무 관련 자격증 취득비용 지원

인권 존중

관리체계

거버넌스

GS리테일은 인사부문, 인사전략팀, 경영진단팀, 상생협력팀이 협력하여 인권경영을 실천하고 있습니다. 인사전략팀과 인사부문은 인권경영 체계 구축 및 유관 부서와의 협의를 담당하며, HR하이라인-컬처커미티 운영 등을 통해 인권영향평가 완화조치 이행과 전반적인 인권 고충 처리를 수행하고 있습니다. 경영진단팀은 임직원 및 파트너사의 인권 고충 처리를, 상생협력팀은 경영주의 인권 고충 처리를 각각 담당하고 있습니다.



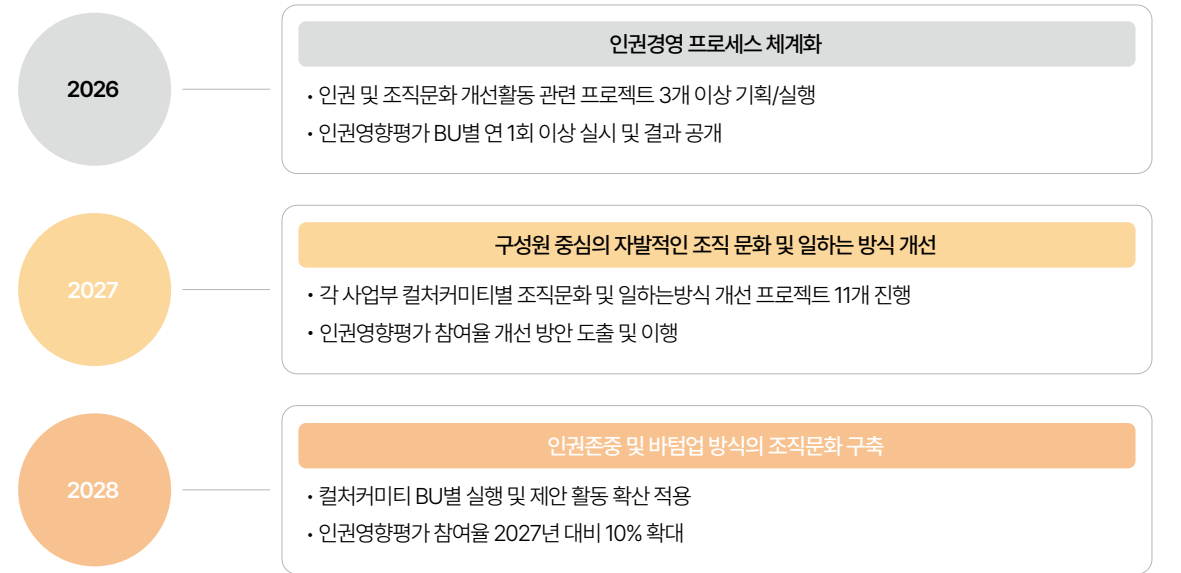
인권경영 방침

GS리테일은 구성원과 상품/서비스 제공 등의 경영 활동 과정에서 영향을 미치는 모든 이해관계자의 가치와 존엄성을 보장하고, 임직원이 존중받고 일할 수 있는 환경을 조성하기 위해 인권경영 방침을 수립해 운영하고 있습니다. GS리테일은 세계인권선언과 유엔글로벌콤팩트 10대 원칙을 비롯해 국내외 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 컬처커미티를 중심으로 단 중장기 인권 관련 목표를 수립 및 운영하며 인권경영 문화가 조직 내 정착될 수 있도록 최선을 다합니다.



인권 존중

관리체계

인권 리스크 관리

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

인권 리스크 관리 프로세스



리스크 식별

GS리테일은 인권 리스크 관리 체계를 구축하여 임직원 및 주요 이해관계자와 관련된 인권 리스크 요인을 식별하고 있습니다. 인권 리스크에 취약한 이해관계자 및 이해관계자별 주요 인권 이슈를 파악하고, 각 소통 채널을 통해 인입되는 이슈를 지속적으로 모니터링하고 있습니다. 아울러 인권취약 이해관계자 중 파트너사의 경우 인권영향평가 설문 및 리스닝 활동을 통해 리스크를 식별하고 완화조치를 이행하고 있습니다.

이해관계자별 주요 인권 리스크



인권영향평가

GS리테일은 매년 1회 임직원을 대상으로 인권영향평가를 실시하여, 임직원이 노출되어 있는 인권 리스크를 평가하고 있습니다. 인권영향평가는 글로벌 가이드라인과 국가인권위원회 인권 체크리스트를 바탕으로 설계되었으며, 평가 결과를 기반으로 이해관계자와의 소통 과정에서 발생할 수 있는 리스크를 최소화하고, 차별 없이 동등한 기준으로 소통을 강화하고 있습니다. 최근 실시된 인권영향평가 결과, 임직원과 관련된 주요 인권 위험으로 '고충처리' 영역의 일부 세부 항목(채널 접근성·의명성 신뢰·처리 절차 투명성)에서 개선 필요성이 식별되었습니다. 이에 GS리테일은 2025년 한 해 동안 후속 개선 조치를 이행하였으며, 인사시스템(eHR) 내 'HR 핫라인'을 신설하여 직장 내 괴롭힘·성희롱·일반 고충 등을 기명 또는 무기명으로 제보할 수 있는 통합 채널을 구축하였습니다. 또한 노사협의체인 한울림협의회(홍소핑BU)의 의견 취합 기간을 연장하고 무기명 기재 방식을 도입하였으며, 회의록 게시물 디자인을 가독성 중심으로 전면 개편(2025년 4분기 적용)하였습니다.

그 결과 한울림협의회 처리 안건 수가 2024년 45건에서 2025년 62건으로 약 38% 증가하는 등 임직원 고충 접수·처리 채널의 실효성이 제고되었습니다. 한편, 2025년에는 인권 영역 중 남녀 차별 및 고충처리 운영에 대한 전반적인 만족도에서 전기 대비 개선된 성과를 나타냈습니다. 2025년 '고용 및 임금상의 비차별 조사인 '교육, 승진, 복리후생' 측면에서 남녀를 차별하지 않는 설문문의 긍정 응답 비율이 전기 대비 약 5% 개선되어 활동의 효과성을 확인하였습니다. 2026년에는 한울림협의회, 컬처커미티 활동 과정을 체계적으로 제공할 예정이며, 근로환경 및 취업규칙 내 남녀차별 금지 및 성희롱 발생 시 조치사항 규정을 강화해 교육 승, 진, 복리후생 전 측면에서 인권 인식을 개선하고자 합니다.

파트너사 인권 리스크 관리

GS리테일은 매년 1회 파트너사를 대상으로 설문을 진행하여 공정거래 및 인권영향 리스크를 정기적으로 식별하고 있습니다. 또한, 이와 연계한 파트너사 리스닝 활동을 연 1회 대면으로 진행해 주요 인권 위험 관련 개선사항을 도출하고 있습니다. 그 결과, 파트너사와 관련된 주요 인권 위험으로 '공정거래' 영역(거래조건의 공정성 등)이 도출되었으며, 해당 이슈에 대해서는 인권고충처리 부서 추가 확인을 통해 완화 조치를 이행하고 있습니다.

앞으로도 GS리테일은 책임 있는 공급망 관리를 위해 파트너사의 인권 관련 문제에 대한 예방과 해결에 최선을 다하겠습니다.

인권 존중

주요 활동

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

<p>임직원</p> <ul style="list-style-type: none"> · HR 핫라인 · 레드휠슬 · BU별 조직문화담당 	<p>고객</p> <ul style="list-style-type: none"> · 고객 간담회 · 고객의 소리 	<p>경영주</p> <ul style="list-style-type: none"> · 경영주협의회 · 자율분쟁조정위원회 · 해피콜 	<p>파트너사</p> <ul style="list-style-type: none"> · 파트너사 간담회 · 파트너사 자문위원 · 정도경영 목소리 · 파트너사 목소리 · 레드휠슬
--	---	--	--

2025년 인권 관련 제보 주요 채널별 처리 현황

	정도경영 목소리	레드휠슬	파트너사 목소리	HR핫라인	기타 (대면, 전화 등)
제보 건수	386건	34건	7건	30건	47건
처리 건수	386건	34건	7건	30건	47건
처리율	100%	100%	100%	100%	100%

인권 교육

GS리테일은 전사 임직원을 대상으로 성희롱 예방 교육, 장애인 인식 개선 교육을 비롯한 법정 의무교육을 성실히 이행하였으며 'HR 핫라인' 등 사내 고충처리 채널에 대한 구성원 인식을 강화하였습니다. 또한 GS리테일은 2025년 인권경영 기초를 바탕으로 총 6,956명의 전사 임직원들을 대상으로 직장 내 괴롭힘 예방 교육을 진행했습니다. 이러닝 플랫폼, 팀장 리더십스쿨 과정, BOLD Manager 등의 과정에서 인권을 주제로 한 다양한 교육을 제공 및 이수하도록 지원하였습니다. 이로써 전사 차원에서 인권 존중 문화 확산의 필요성을 공유하였으며 향후에도 실질적인 행동 변화 및 조직 내 인권을 존중하는 문화를 정착시키기 위한 프로그램과 행사 등을 기획 및 운영하고자 합니다.

법정의무교육

GS리테일은 모든 임직원 대상으로 연 1회 필수적으로 법정의무교육을 이수하도록 하고 있습니다. 법정 필수 과목과 사내 필수 과목 총 5과목을 수료하도록 하여 임직원의 법적 준수 의식을 높이고 건전한 조직문화 조성에 기여하고 있습니다.

학습 대상	GS리테일 전사 임직원 (부담당 포함)	교육 구분	시간
학습 방식	온라인 수강	직장 내 성희롱 예방	1시간
학습 기간	2025년 11월 3일(월)~12월 31일(수)	직장 내 장애인 인식개선	1시간
학습 과목	총 5개 과목 (전체 수료 완료)	직장 내 괴롭힘 예방	1시간
		개인정보보호	1시간
		청탁금지법&정도경영	10분

*자기주도학습시간 미인정

HR 핫라인

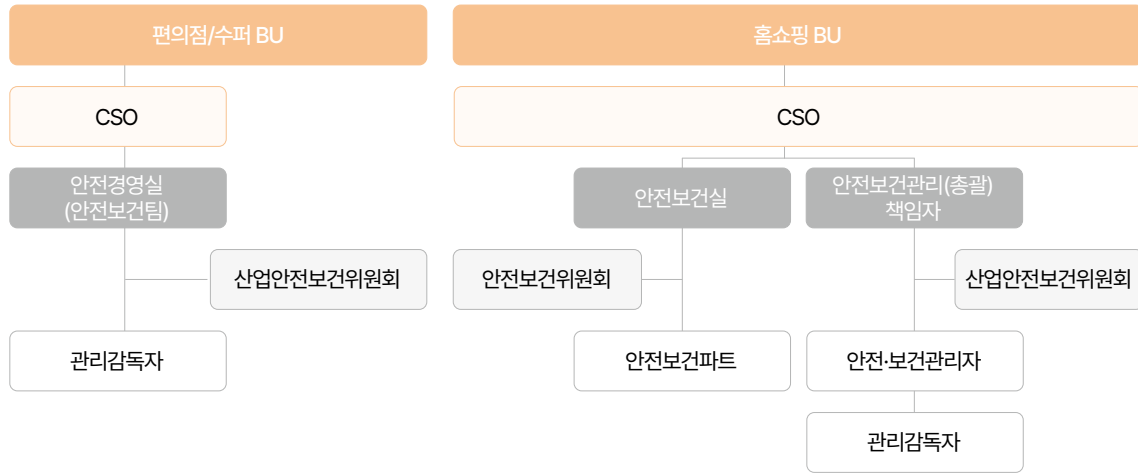
GS리테일은 HR 핫라인을 통해 사내 구성원이 성희롱 및 괴롭힘 등 부적절한 상황을 안전하게 신고할 수 있는 익명 제보 채널을 운영하고 있습니다. 접수된 내용은 전담 HR팀에서 신속하고 공정하게 조사 및 조치하며 신고자 정보는 철저히 비밀 보장됩니다.

안전 보건

관리체계

거버넌스

GS리테일은 최고안전책임자(CSO)를 중심으로 전사 안전보건 컨트롤타워 역할을 하는 전담 조직을 운영하고 있습니다. 또한 각 사업장별로 안전보건관리책임자와 관리감독자를 선임하여, 실효성 있는 현장 안전관리와 안전한 근무환경 조성에 총력을 기울이고 있습니다.



안전보건경영 방침

GS리테일은 임직원과 협력사뿐만 아니라 고객과 시민 모두의 건강한 삶의 질 향상을 위해 안전보건 경영방침을 수립하여 실천하고 있습니다. 안전한 근무환경을 조성하여 사고와 재해를 예방하는 것을 기본 방향으로 삼고, 관련 법규를 준수하며 안전보건 활동에 필요한 자원과 기술을 지속적으로 지원하고 있습니다. 아울러 구성원과 시민의 의견을 반영하여 사업장의 유해·위험 요소를 점검·개선하고, 전 구성원이 안전보건 활동에 함께 참여할 수 있도록 다양한 노력을 이어가고 있습니다.



중장기 목표

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

단기 2026년	중기 2027년	장기 2028년
<p>안전보건 체계 재정비 (컴플라이언스)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 안전보건 매뉴얼, 규정 보완 • 현장 밀착 지원 및 안전점검 강화를 통해 위험요소 제거활동 • 참여형 안전문화 조성(캠페인) 	<p>안전보건체계 고도화</p> <ul style="list-style-type: none"> • 모바일 기반 안전점검 체계 정착 • 위험성평가 모바일 앱 개발 검토 - 다양한 위험요소 제공, 데이터관리 • 칭찬과 격려문화 조성 	<p>기술과 문화 융합</p> <ul style="list-style-type: none"> • AI기반 스마트 안전기술 도입 검토 - AI CCTV 등 • VR/AR기반 체험형 안전교육 • 스스로 안전을 행하는 자율 안전문화 정착

안전 보건

주요 활동

안전보건경영 관리 프로세스

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.



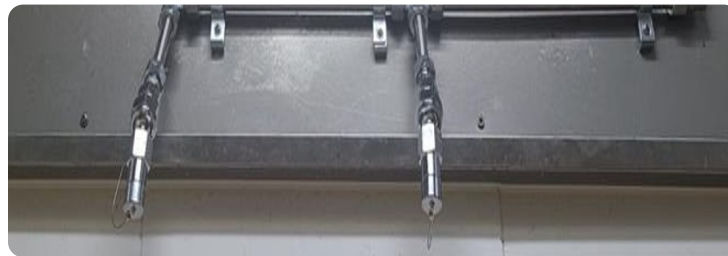
1) 편의점 및 수퍼는 6시간/반기 진행

안전관리 취약 분야 집중관리

GS리테일은 안전관리 데이터 분석을 통해 취약 지표를 선제적으로 식별하고 신규 및 저성과 사업장을 대상으로 '안전 밀착 코칭'을 시행하고 있습니다. 이는 단순한 규정 준수를 넘어 전 점포의 안전 수준을 상향 평준화하고 종사자가 안심하고 일할 수 있는 환경을 조성하기 위한 차별화된 안전관리 체계입니다.

전사적으로는 안전계획 기반의 취약 분야 사전 집중관리를 병행하고 있습니다. 2025년에는 강사·N타워 직원식당 내 주방자동소화장치를 설치하여 화재 대응 설비를 강화하였으며 사육 내 유틸리티 시설 점검·공사 구간의 추락 사고 예방을 위해 고정식 사다리 및 안전 난간을 점검하고 미흡 구간에 대한 보완 공사를 완료하였습니다. 2026년에는 외벽청소 작업 시 로프 작업자 안전대용 와이어 설치 공사를 추진할 예정입니다.

직원식당 내 주방자동소화장치 설치



산업안전관리

산업안전보건위원회 개최

산업안전보건위원회는 경영자측 위원과 근로자측 위원 동수로 구성되어 분기 1회 정기개회를 하고 있으며 산업재해예방, 근로자 의견청취 등 안전보건 관련 주요 사항을 심의·의결하고 있습니다.

홈쇼핑BU는 안전보건 관리 수준을 한층 제고하기 위해 CSO 주관 하에 전 홈쇼핑BU 안전보건 관계자가 참여하는 별도의 안전보건위원회를 설치·운영하고 있습니다.

위원회 개최 현황

구분	편의점/수퍼 BU	홈쇼핑
회의 개최 건수(회)	4	4
안건 건수(건)	18	9
심의 의결 건수(건)	18	9
2025년 주요 안건	<ul style="list-style-type: none"> 25년 안전보건 주요계획 위험성평가 및 역량평가 계절별 안전사고 예방 대응 안전사고사례 공유 근로자 의견 청취·심의 안전보건 사고사례 및 정보공유 등 	<ul style="list-style-type: none"> 산업재해 발생점포 재발방지 지원 유소건자 사후관리에 관한 사항 자동소화장치 도입

안전 점검

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/점장 안전점검	월 1회
	편의점, 수퍼, 공사현장 안전점검	오픈 시
	산업재해 발생 시 재발방지 점검/개선	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	

안전 보건

주요 활동

안전문화 내재화

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.

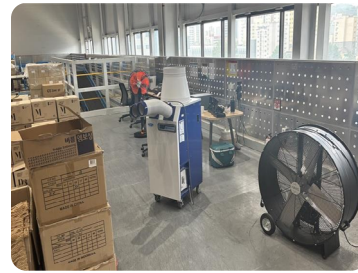
중대재해 대응 프로세스



물류센터 폭염 대응

GS리테일은 물류센터 근로자의 폭염 노출을 최소화하기 위해 외부 캐노피(천막)를 설치하고 냉방시설을 갖춘 별도의 휴게공간을 운영하고 있습니다. 또한 작업 중 음료를 지급하고 작업장 내 온도를 주기적으로 점검하여 온도 수준에 따라 휴식시간을 부여하는 등 근로자의 건강 보호를 위한 관리체계를 운영하고 있습니다. 이를 통해 고온 환경에 노출되는 근로자의 작업 부담을 완화하여 안전하고 쾌적한 근무환경 조성에 기여하고 있습니다.

물류센터 폭염 대응 현황



온도 점검 및 관리



현장에 폭염 대비 공간 설치



냉방시설을 갖춘 휴게실 운영



안전 컨설팅

GS리테일은 안전사고 발생 시 인명 피해뿐 아니라 언론 노출, 브랜드 가치 훼손 및 경영 리스크로 이어질 수 있음을 고려하여 외부 전문가를 통한 안전 컨설팅을 실시하고 있습니다. 2025년에는 편의점BU, 슈퍼BU, 홈쇼핑BU 등 사업장 유형별 취약요소를 도출하고 개선 과제를 정립하였으며 이를 기반으로 전사 안전관리 로드맵을 수립·이행하고 있습니다.

안전진단 프로세스



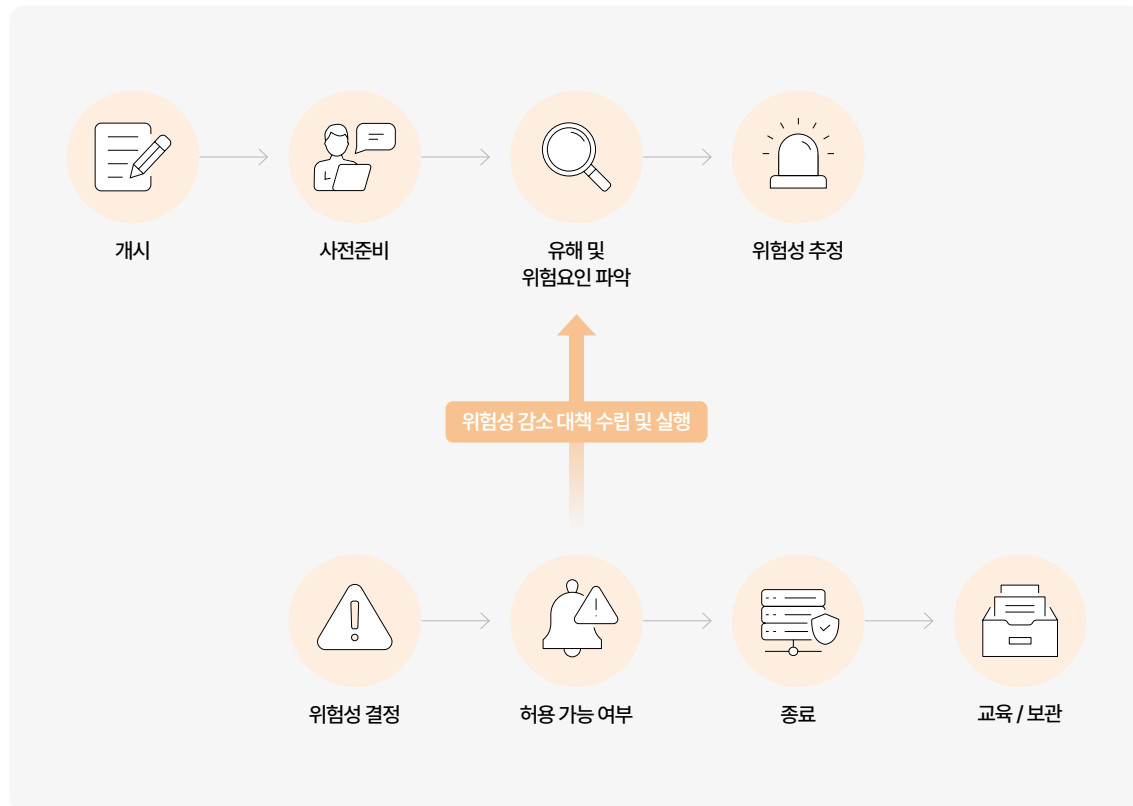
안전 보건

주요 활동

위험성 평가

정기 위험성평가 실시

GS리테일은 사업장별로 연 1회 이상 유해-위험 요소를 발굴하고, 발생 가능성과 중대성을 종합적으로 고려한 위험성 평가를 실시하고 있습니다. 매장-홈쇼핑 물류센터 등 각 사업장에서 도출된 주요 위험 요인에 대해 안전 조치 및 예방 대책을 수립하여 근로자의 안전과 건강을 보호하고 있습니다.



2025년 위험성 평가 결과

편의점 및 수퍼	• 147점에 대해 하역, 창고, 운반, 진열 관리 과정 중 발생 가능한 위험성 평가 및 개선
홈쇼핑	• 강서/N타워, 포천심소원, 군포, 이천 센터 위험성 평가 진행 • 위험성 평가에 따른 8건의 위험요인 개선 완료

사업장 내 잠재적 유해 및 위험요인을 선제적으로 발굴하기 위해 정기적으로 사업장을 순회 점검하고 전 직원 대상 의견 청취 기반의 위험성 평가를 수행하고 있습니다. 이를 통해 구성원의 참여 기반 안전문화 정착과 사업장 전반의 위험 저감 효과를 제고하고 있습니다.

직원 의견 청취	위험 유형 분류	즉각 개선 조치
사다리 결함	떨어짐	사다리 나사 조임 및 불량 제품 철거
맨홀 이탈	넘어짐	하수구 맨홀 뚜껑 재작업
바닥 미끄럼	넘어짐	미끄럼 방지 테이프 부착

또한 특정 사업장에서 위험성 12단계 수준에 해당하는 옥상 및 저수조 점검·청소 작업 시 떨어짐 위험 요소를 식별하였습니다. 이에 따라 난간 및 사다리 방호울 설치, 작업 전·중 점검 강화와 함께 안전모·안전대 등 개인보호구 착용 조치를 적용함으로써 해당 작업의 위험성 수준을 완화하였습니다.

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

안전 보건

주요 활동

안전문화 내재화

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.

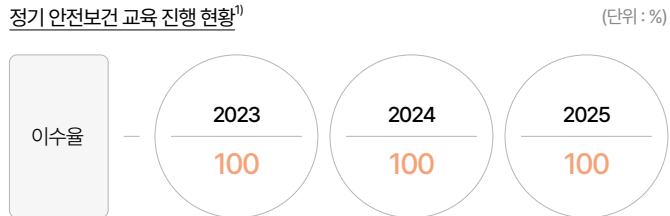
대응 프로세스



정기 안전보건 교육 실시

GS리테일은 반기마다 정기 안전보건 교육을 실시하고 있으며 2025년 기준 이수율 100%를 기록하였습니다. 아울러 국민안전원과의 협업을 바탕으로 2025년에 관리감독자 117명(수퍼 점장, 편의점, 직영OFC 등)을 대상으로 응급처치(CPR 등) 교육을 진행하였습니다. 향후에도 GS리테일은 중대산업재해 사고 예방 교육을 실시하는 등의 안전 인식 고취 활동을 전개할 예정입니다.

정기 안전보건 교육 진행 현황¹⁾



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

응급처치 교육 실시

GS리테일 본사는 고객과 구성원의 안전을 위해 연 2회 이상 응급처치(CPR 등) 교육을 정기적으로 실시하고 있습니다. 2025년에는 CEO 및 전체 임원이 참석하는 교육을 포함하여 총 5회를 시행하였으며 자동심장충격기를 추가 비치하여 위급상황 발생 시 신속한 대처가 가능한 환경을 갖추었습니다. 점포 현장에서도 응급처치 교육이 지속적으로 이루어질 수 있도록 현장 구성원 교육을 병행하고 있으며, GS리테일은 앞으로도 응급처치 역량 강화를 통해 고객과 구성원의 안전을 최우선으로 하는 사업장 환경을 조성해 나갈 것입니다.

Case 현장의 목소리

2025년 11월, GS리테일 편의점BU 소속 구성원은 출근길에 갑자기 쓰러진 행인을 발견하고 즉시 CPR을 실시했습니다. 동시에 주변 행인에게 119 신고를 요청하고, 구급대가 도착할 때까지 약 5분간 심폐소생술을 지속하여 환자를 안전하게 인계하였습니다. 해당 사례와 관련해 관할 소방서 관계자는 GS리테일 '정도경영 목소리' 채널을 통해 "쉽지 않은 상황에서도 침착하게 응급처치를 시행하고 구급대원에게 안전하게 인계해 주셨다"며 칭찬의 메시지를 전해왔습니다.

“ 편의점BU 우00 팀장

사내 교육실습, 그리고 장교 시절 부대원들에게 직접 교육했던 경험을 바탕으로 침착하게 CPR를 진행할 수 있었습니다.



응급처치(CPR 등) 교육 현황

	CEO, 임원	직원
대상/횟수	'25년 8월 / 2회	'25년 5월, 9월 / 3회
참가인원	59명	93명

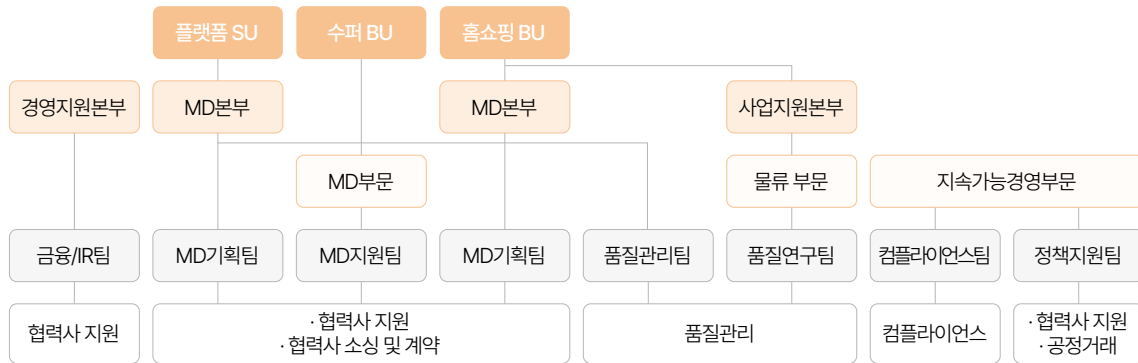


지속가능 공급망

관리체계

거버넌스

GS리테일은 다양한 파트너사와의 협력을 기반으로 공급망을 운영하며 공급망 전반의 리스크와 기회를 체계적으로 관리하기 위한 공급망 관리 거버넌스를 구축·운영하고 있습니다. 파트너사 선정 단계에서는 관련 부서가 참여하는 다각적 검토 및 평가 절차를 거치며 BU별 담당 부서가 선정 및 평가 업무를 수행합니다. 아울러 파트너사의 품질관리 체계 구축을 지원하고 공정거래 이행 여부를 지속적으로 점검함으로써 안정적이고 책임 있는 공급망 관리 체계를 유지하고 있습니다. GS리테일은 파트너사 모니터링 체계를 고도화하고 협력사 지원 활동을 확대하여 공급망 전반의 지속가능성을 제고하는 한편, 협력사와의 상생 기반을 한층 공고히 해 나갈 계획입니다.



공급망 지속가능성 관리 방침

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 정도경영서약서를 수령하여 사회적 책임을 이행할 것을 요구하고 있습니다.

공급망 지속가능성 관리 정책

협력사 행동규범

GS리테일은 공급망 전반의 인권·노동·환경·반부패 원칙 이행을 촉진하고자 '협력사 행동규범'을 제정하였습니다. 본 규범은 노동인권·안전보건·환경보호·윤리경영·경영시스템 5개 영역에 걸쳐 협력사가 준수해야 할 사회적·환경적 책임 기준을 담고 있으며 GS리테일은 이행 협약 체결을 통해 공급망 전반의 지속가능성을 높여 나갈 계획입니다.

협력사 행동규범

선정 프로세스

GS리테일은 파트너사 선정 전 과정에 걸쳐 자율준수프로그램 절차를 적용함으로써 거래의 객관성과 공정성을 확보하고 있습니다. 입점 희망 파트너사 평가 시 공정·투명성을 최우선 원칙으로 삼고 있으며 신규 파트너사에게 '자가 ESG 평가 체크리스트'를 제공하여 지속가능경영 이행을 지원하고 있습니다. 아울러 소비자에게 안전한 상품이 공급될 수 있도록 최종 선정 단계까지 엄격한 기준을 일관되게 적용하고 있습니다.

1 입점 희망 파트너사 식별	1-1 상담신청	<ul style="list-style-type: none"> 공정하고 투명한 평가를 위한 온라인 상담 코너에 접수 및 제한 회사소개서, 상품제안서를 중심으로 담당 MD 서류검토 진행 (3일 이내 회신 원칙) 공정하고 투명한 상담 진행을 위해 정해진 고객상담실에서 실시 상품소개서, 상품샘플, 홍보자료 등 적합성, 시장성 등 상호 협의 진행
	1-2 서류 심사	
	1-3 상담 일정 협의	
	1-4 MD상담	
2 상품 경쟁력 평가	2-1 상품 품평회	<ul style="list-style-type: none"> 기 판매상품과의 차별점 확인 사전 선정된 평가 위원으로부터 공정하고 객관적인 평가 진행 파트너사의 품질관리 능력, 상품의 안정성, 품질관련 입증 서류 확인 및 A/S 수준 등 정량적인 위생/품질 평가 사전 평가자료 정량화 및 최종 입점 여부 결정 (파트너사 실사표, 파트너사 평가표, 파트너사 위생/품질점검표 등)
	2-2 위생/품질 검사	
	2-3 입점 결정	
3 파트너사 최종 선정	3-1 입점 준비	<ul style="list-style-type: none"> 입점 결정 후 거래 계약 체결을 위한 필요 사항 안내 및 상호 협의 (전자계약 프로세스, 발주/배송프로세스, 대금결제 프로세스 등) 공정한 매입가격 결정 기준에 따른 제반 거래조건을 파트너사와 협의 사전협의와 다를 시 파트너사는 전자계약 무효 처리 후 재협의 요청 파트너사 ESG 평가, ESG 자가 체크리스트 및 설문조사 실시 상호 협의 하 상품별 초도물량 선정
	3-2 거래약정 체결	
	3-3 파트너사 평가	
	3-4 거래 개시	

지속가능 공급망

관리체계

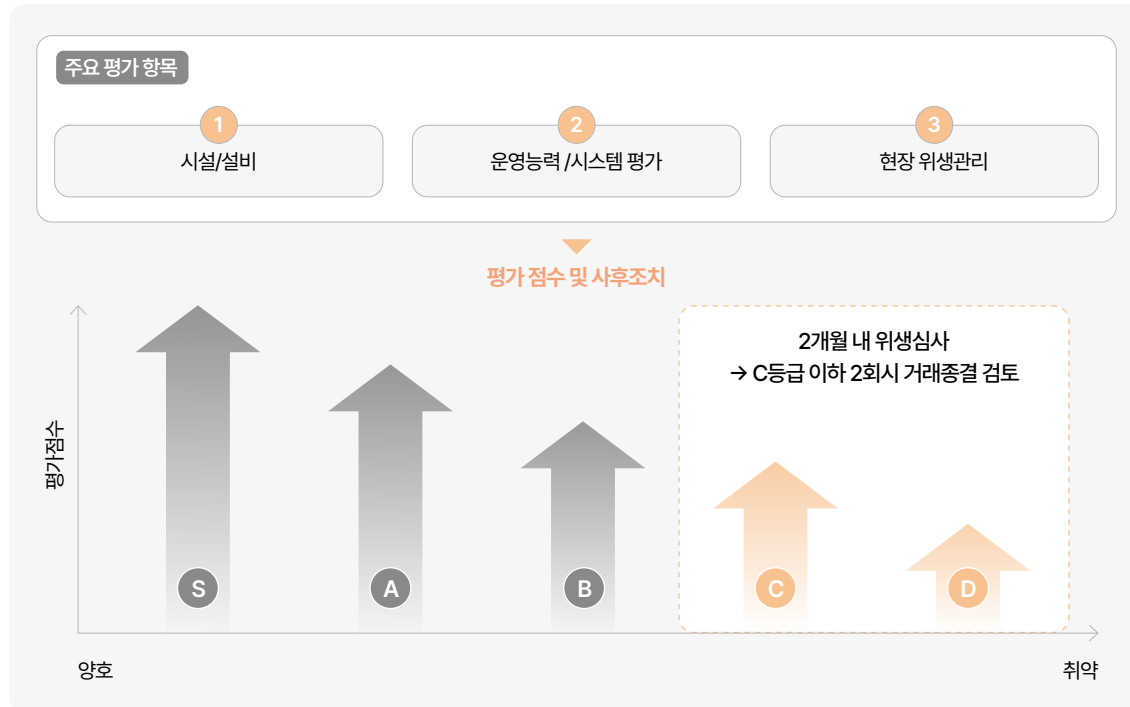
공급망 관리

파트너사 평가

GS리테일은 제품을 공급하거나 공급을 희망하는 파트너사를 대상으로 매년 위생·HACCP 인증 등 관련 법규 준수 여부를 정기적으로 점검·평가하고 있습니다.

2025년에는 191개 업체를 대상으로 검증 심사를 실시하였으며 개선조치가 필요한 1개 업체에 대해 피드백을 제공하고 개선을 완료하였습니다. 심사 결과 거래 종결 업체는 발생하지 않았습니다. GS리테일은 앞으로도 체계적인 파트너사 평가 절차를 지속적으로 운영하여 안전하고 지속가능한 공급망을 구축해 나갈 것입니다.

파트너사 평가 등급



ESG 평가

GS리테일은 파트너사의 ESG 경영 현황 파악과 잠재 리스크 관리를 위해 ESG 자가진단 체크리스트 조사 및 이행 평가를 수행하고 있습니다. 계약 시 ESG 자가 체크리스트 또는 ESG 이행 평가 설문을 필수 첨부 서류로 요구하고 있으며, 계약 이후에도 납품 협력사를 대상으로 자가 체크리스트 제출을 요청하고 있습니다. 평가는 환경·안전보건·노동 및 인권·윤리규범 4개 분야로 구성되며 협력사는 자사의 ESG 수준을 자체 점검하고 재계약 시 정기적으로 평가를 이행합니다.

2025년 홈쇼핑BU는 신규 협력사 1,476개 중 약 95%에 해당하는 1,398개사의 ESG 이행 현황을 파악하였으며 플랫폼SU는 2023년부터 전체 신규 협력사를 대상으로 평가를 확대하여 603개사가 자가 체크리스트를 이행하였습니다.

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, 아동 근로자 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

지속가능 공급망

관리체계

동반성장

동반성장 철학

GS리테일은 국내 종합유통사로서 'Together with Partners'라는 동반성장 비전을 수립·운영하고 있습니다. 밸류체인 전반에 걸쳐 협력 중소기업, 파트너사, 가맹경영주 등 다양한 이해관계자의 성장을 지원하기 위해 '동반성장 핵심과제'를 선정하고 이를 지속적으로 실행하고 있습니다. 특히 파트너사의 고품질 제품 개발을 지원하기 위해 교육 프로그램과 인증 취득을 적극 지원하고 있으며 이를 통해 성장한 파트너사는 GS리테일의 유통 경쟁력을 강화하는 핵심 주체로서 선순환 구조 형성에 기여하고 있습니다. 앞으로도 GS리테일은 건전한 기업 생태계 조성에 앞장서고 협업 중심의 상생 문화를 확산함으로써 기업의 사회적 책임을 지속적으로 이행해 나가겠습니다.



소통 제도

GS리테일은 편의점, 수퍼, 홈쇼핑 등 다양한 유통분야에서 업계의 발전을 이끌어 나가고 있습니다. 이러한 발전은 GS리테일 혼자만의 노력이 아닌 가맹점주, 중소기업, 소상공인 등 사업 전반을 구성하는 구성원의 노력을 통해 이뤄졌습니다. 특히 인권 관련 고충을 포함한 다양한 의견을 청취하고 이를 경영 전반에 반영하기 위해 노력하고 있으며, 2025년에는 '파트너사 목소리' 채널을 통해 접수된 파트너사 고충 총 7건에 대해 전건 확인 및 조치를 완료하여 실질적인 고충 해소에 힘쓰고 있습니다.

소통 채널 및 고충 처리 현황

파트너사 간담회 각 시기/업종별 상품 정책 방향 논의 및 협의	파트너사 자문위원 자문위원(파트너사 대표) 임명, 고충 수렴 및 해결	우수 파트너사 선정 및 시상 자문위원(파트너사 대표) 임명, 고충 수렴 및 해결
리스닝투어 파트너사 방문, 불만/건의/문제점 청취, 조사 및 제도 개선	파트너사 목소리 파트너사 고충 및 개선 제안 익명 제보채널 운영	레드취슬 외부기관에서 운영하는 익명제보 시스템을 통해 협력사 의견 및 제보 수렴

경영주 소통채널

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

채널	내용
경영주 간담회	경영주 협의회와 본사 간 간담회 개최
경영주 열린제안	경영주 아이디어 공유
스토어매니저 열린제안	점포 개선 관련 스토어매니저의 자유로운 의견 접수
경영주 열린아카데미	본사-경영주간 LIVE 소통
챗봇조이, 동수	편의점, 수퍼 긴급문의와 VOC 해결
모바일점포경영/스토어매니저 앱	점포의 효율적인 운영과 원활한 소통을 지원

지속가능 공급망

주요 활동

동반성장

파트너사 지원 사업

GS리테일은 가맹점주, 중견·중소기업, 소상공인 등 사업 파트너와 함께 지속가능한 성장을 이루기 위해 판로 지원, 생산성 향상 지원, 경영 운영 지원, 창업 지원 등 다양한 분야의 동반성장 프로그램을 운영하고 있습니다. 앞으로도 다양한 형태의 금융 및 비금융 지원 활동을 바탕으로 협력사와의 동반성장을 지속 추진하고자 합니다.

사업별 운영 프로그램



판로 지원 온·오프라인 프로그램을 활용한 파트너사의 국내·외 판로 확대 지원

프로그램	내용
Case 1 무료방송 사업	중소파트너사 및 사회적경제기업 무료 방송 지원
Case 2 홈쇼핑 판로지원사업	중소기업 공개모집을 통한 홈쇼핑 시장 진입 지원
중소기업/소상공인 온라인 판촉전	중소기업/소상공인 온라인 전용 물 운영 및 지원 방송 운영
성과공유제	중견/중소기업과 상품 공동 기획 및 출시를 통한 국내 판로 확대 지원
구매상담회 및 상품전시회	유망 중소기업 발굴을 통한 판로 확대 지원, 최신 상품 트렌드 교육 및 상생 제도 교육을 통한 경영주 복지 확대

창업 지원 혁신 스타트업 및 가맹점 창업 지원

프로그램	내용
오픈 이노베이션 사업	유통 관련 유망 스타트업 식별 및 양성 지원
청년창업지원제도	청년 예비경영주 대상 창업 지원금 지급
에코소셜임팩트 사업	지속가능한 환경제조 분야의 소셜벤처/소상공인 창업/사업화 지원

Case 1 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, 2025년 총 54개 신규 협력사를 지원해 방송판매 매출 37.4억 원 및 수수료 7억 원의 감면 효과를 창출하였습니다.

국내 판매 지원 협력사



54개사

지원 효과¹⁾



약 7억 원

1) 중소기업수수료액 - 무료방송수수료액

Case 2 홈쇼핑 판로지원사업

기존 기관 추천 방식에서 벗어나 전국 단위 첫 공개모집으로 본 사업을 추진했으며, 중소기업에 공정하고 실질적인 판로 기회를 제공했습니다. GS샵은 상품성·방송 적합성·가격 경쟁력 등 8개 항목 심사를 통해 총 12개 기업을 최종 선정하였습니다. 무료 판매 방송 편성과 최대 700만 원 상당의 인서트 영상 제작비를 지원하고, 전문 MD와의 입점 상담 및 방송 제작을 연계해 중소 협력사의 시장 진입 장벽을 낮추고 실질적인 매출 창출 성과를 창출했습니다.



홈쇼핑 판로지원 선정



12개사

취급액



5억 원

지속가능 공급망

주요 활동

동반성장

파트너사 지원 사업

사업별 운영 프로그램

생산성 향상 지원 파트너사의 역량 강화와 혁신을 위한 상생협력 프로그램 운영

프로그램	내용
동반성장 세미나	• 파트너사 직무역량 강화 교육
파트너사 임직원 ESG 교육	• 지속가능 기업의 필수조건, ESG 경영 등 ESG 기초과정 교육
품질전문가 양성 교육	• 수집된 주요 고객 VOC를 기반으로 상품과 관련된 발생가능한 문제와 원인 해결방안, 기본 법령 및 산업 동향 등에 대한 교육
Case 3 숙련도 검사 및 미생물 실습 교육	• 미생물 이론/분석 실험 교육, 병원성 미생물 숙련도 평가 등 • 이화학 검사, 법률 사항 검토
식품표시 및 푸드QR 교육	• 표기사항 교육 및 제품 검토 지원
식품법규 교육	• 식품법규 제·개정 사항 발생 시 교육 지원
원재료업체 체크리스트 교육	• 원재료업체 심사 체크리스트 교육
Case 4 ISO 및 환경표지인증	• 협력사 및 파트너사 ISO, 환경성적표지 인증 취득을 위한 컨설팅, 비용 등 지원
CCM 인증	• 중소 파트너사 CCM 교육지원 및 인증 지원
협력사 기술보호 교육	• 중소 파트너사 임직원 대상 기술보호 교육 지원
안전/선도/위생 교육	• 식품위생법 및 원산지관리법 교육 지원 • 사전 위생 심사, 개선/코칭 사항 도출 및 컨설팅 지원 • 납품 파트너사 대상 사후 지원 • 파트너사 임직원 교육 실시
HACCP 인증 지원	• FF공장 및 파트너사 등 HACCP 대응 문서 기술 지원 및 개선 검증 지원
Case 5 혁신 파트너십	• 파트너사 스마트공장 설비, ESG 경영 체계 구축 컨설팅 및 지원

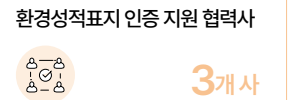
Case 3 숙련도 검사 및 미생물 실습 교육

GS리테일은 자회사 및 협력사 공장의 검사 인원을 대상으로 미생물 이론·실습 교육과 이화학 숙련도 검사를 지속적으로 수행하여 검사 역량 강화에 기여하고 있습니다. 2025년 숙련도 평가 결과 99.25점을 기록하였으며 2026년에는 만점 달성을 목표로 교육을 지속 실시할 계획입니다. 아울러 협력사 공장 신입 직원을 대상으로 병원성 미생물 검사 이론 및 실습 교육을 병행하고 있습니다. 2025년에는 이틀간의 집합교육 후 최초로 습득 수준 평가를 도입하였으며 참여 인원 평균 85점을 기록하였습니다. GS리테일은 향후에도 교육 체계를 지속적으로 고도화하여 공급망 전반의 식품 안전 관리 역량을 제고해 나갈 것입니다.



Case 4 ISO 및 환경표지인증

GS리테일은 중소 협력사의 친환경 경쟁력 강화를 위해 동반성장기금을 운영하고 있습니다. 2025년에는 3개 협력사가 7개 제품에 대해 환경성적표지 및 저탄소 인증을 획득하였으며 특히 매장에서 판매되는 PB 제품과 물티슈 제품을 중심으로 환경성적표지 인증 취득을 지원하였습니다. 또한 인증 획득 초기 단계부터 협력사별로 컨설팅사를 배정하여 맞춤형 인증 전략 수립을 지원하고 ISO 및 환경표지 인증 등 친환경 인증 전반에 대한 체계적인 지원을 제공하고 있습니다. 앞으로도 협력사의 지속적인 친환경 인증 획득을 적극 지원하여 공급망 전반의 환경 경쟁력을 강화해 나가겠습니다.



Case 5 혁신파트너십

GS리테일은 협력사의 지속가능한 성장과 경쟁력 강화를 위해 '혁신 파트너십' 사업을 운영하고 있으며 2025년에는 전년 대비 약 3억 원을 확대 투자하여 총 6.1억 원 규모로 사업을 추진했습니다.

주요 지원 분야

- 스마트공장 및 설비**
 - 생산 공정 자동화 설비 도입 지원 (자동충진기, 자동라벨기, 날인기 등)
 - 생산성 향상 및 작업환경 개선 컨설팅 제공
- ESG 경영 체계 구축**
 - 협력사 ESG 수준 진단 및 등급 향상 컨설팅
 - ESG 트렌드 대응 신제품 개발 지원
 - 친환경 포장·용기 개발 협업
- 신제품·신기술 개발**
 - 식물기반 베이커리, 기능성 식품 등 ESG 소비 트렌드 대응 제품 개발
 - 홍보·마케팅·판매 확대 지원

지속가능 공급망

주요 활동

동반성장

파트너사 지원 사업

사업별 운영 프로그램

경영·운영 지원 파트너사가맹점 경영에 필요한 운영 및 복지 지원

프로그램	내용
상생 펀드	• 중소 협력사/파트너사/경영주의 저금리 사업자금 대출 지원
Case 6 유어스 데이	• 파트너사와 소통의 장을 마련하여 상생 경영 및 판로 확대 방향 공유
수수료페이백	• 분기별 기준에 따라 방송 판매 실적이 저조한 상품을 대상으로 판매수수료 일부를 환급
명절대금 조기 지급	• 연 2회 명절에 물품대금 및 정산금 조기 지급
검사비용 감면	• 5대 검사 기관 MOU • 의류, 섬유, 화장품, 생활화학에 대한 시험 분석 비용 지원
Case 7 가맹점 운영 지원	• 편의점, 수퍼 경영주의 원활한 점포 운영을 위한 지원
인서트 영상 지원	• 홈쇼핑 진출 중소기업의 영상 제작 컨설팅 및 제작 비용 지원

Case 6 유어스 데이

GS리테일은 파트너사와의 동반성장을 상생경영의 핵심 축으로 삼고 이를 실천하는 대표적 소통 프로그램으로 '유어스데이'를 2012년부터 매년 운영하고 있습니다. GS리테일의 통합 PB 브랜드 '유어스'에서 이름을 딴 이 행사는 GS리테일과 파트너사·고객이 하나 되어 함께 행복을 만들어간다는 상생의 가치를 담고 있습니다. 2025년에는 GS리테일 임직원 170여 명과 GS25-GS더프레시 파트너사 400여 명 등 총 570여 명이 참석하여 트렌드 리딩 상품 발굴 및 판로 확대 방안 등 다양한 주제에 대해 아이디어를 공유하고 지속가능한 협력 관계 구축의 중요성을 재확인하였습니다.



Case 7 가맹경영주 지원

편의점

구분	프로그램	내용	비고
판촉비	G-ESPA	상권 및 고객분석 등 점포 수익 개선 활동 지원	금융 지원
	점포 오픈판촉 지원제도	신규/양수도점 오픈 판촉 지원	
	영업 판촉비 프로그램	매출활성화 목적 점포 지원	
	인센티브 제도	점포 경쟁력 및 수익성 강화를 위한 인센티브 제공	
가맹점 보험	필수형	재산종합, 현금도난 영업배상	본부 부담 경영주 부담
	선택형	건물화재, 동산, 횡령, 화재배상, 옥외도난	경영주 부담
기타 복리후생 및 지원	상생지원	횡령, 안심상해, 택배도난	본부 부담
	가맹점 포상	장기 운영 경영주 및 우수 경영주 포상	
	자연재해 위로금	자연재해에 따른 피해 비용 지원	
	경영주 출산 선물	경영주 본인 및 배우자 출산 시 선물 지원	금융 지원
	GS히어로 포상	사회적 귀감이 되는 경영주 및 경영주 가족, 스토어매니저 우수 사례 선정, 포상금 시상	
	경조사 지원	경조사 휴무, 경조금, 점포운영지원금 지원	
	상담 서비스	법률 및 노무 관련 상담 지원	
	구인 플랫폼 서비스	알바몬 브랜드관 이용 지원	
원격관리 앱	SEMS, 모바일 점포경영 등 점포 원격 관리 앱 지원	비금융 지원	
상품전시회	신규 상품 소개 및 소비 트렌드 설명		
경영주 소통채널	편의점 경영주 대상 소통 채널 운영		

수퍼

구분	프로그램	내용	비고
발주 및 판매촉려	영업활성화	2백만 원 한도 내 신선식품 할인금액 지원	
	조리운영지원	점내조리 활성화 지원	
	양도점 매출 활성화 지원	양도점의 폐점 당월 본부 부여 목표 매출 달성 시 지원	
조기안정화	신규/양수도점 폐기지원	신규점의 조기안정화 및 경쟁력 확보를 위한 신선식품 폐기 지원	금융 지원
재고 처분	POGN 처분 지원	환경개선 및 양수도 과정에서 발생하는 POG N 상품 처분 지원	
	부진재고 처분 지원	가맹본부 지정 상품(POG OUT 등) 처분지원	
운영 지원	퀵커머스 배달지원	퀵커머스 배달건, 자체배달 시 지원금 지급	비금융 지원
	경조사 지원	경영주 결혼 축하금 및 조위 위로금 제공	
	법률상담	무료 법률 상담 서비스 제공	
	경영주 소통채널	수퍼 가맹경영주 대상 소통 채널 운영	

지속가능 공급망

주요 활동

동반성장

파트너사 지원 사업

동반성장지수 '최우수', '우수' 등급 획득

2025년 GS리테일의 GS25, GS SHOP은 동반성장위원회의 동반성장지수 평가에서 각각 '최우수'와 '우수' 등급을 획득했습니다. 동반성장지수는 대·중·소기업 간 동반성장을 촉진하기 위해 동반성장의 수준을 평가하여 계량화한 지표입니다. GS25는 어려운 경영환경 속에서도 경영주 수익성 향상을 위해 인센티브 재원을 증액하고, 우수 경영주 해외연수 프로그램 운영, 위생등급제도 우수 점포에 대한 정수 필터 비용 지원 등 다양한 상생 제도를 운영한 점에서 높은 평가를 받았습니다. 또한 GS SHOP은 중소기업 판로지원 사업, 소셜벤처·소상공인 창업 및 사업화 지원, 협력사 ESG 활동 지원 등 파트너사를 위한 동반성장 및 생산성 향상 활동이 평가에 반영되었습니다.

GS샵 파트너스

GS리테일은 협력사의 경쟁력 강화와 지속가능한 공급망 구축을 위해 AI 기반 협력사 전용 통합 시스템 'GS샵 파트너스'를 전면 개편·운영하고 있습니다. GS샵 파트너스는 계약·상품 등록·판매 운영·배송·정산 등 협력사의 전 업무 프로세스를 하나의 플랫폼에서 관리할 수 있도록 설계된 시스템으로, 협력사 관점의 UI·UX 개선과 함께 데이터 인사이트·모바일 서비스·AI 챗봇 기능을 강화하여 업무 효율성과 의사결정 역량을 제고하고 있습니다. 향후에도 데이터 기반 경영 지원과 디지털 접근성 확대를 통해 협력사의 지속적인 성장을 지원하고 상생 기반의 동반성장 체계를 고도화해 나갈 것입니다.



GS히어로 포상

GS리테일은 인명 구조, 화재 진압, 나눔·봉사 등 사회적 귀감이 되는 선행을 실천한 경영주 및 스토어매니저를 발굴·격려하는 'GS히어로 포상 제도'를 운영하고 있습니다. 이 제도는 구성원 개개인의 선한 실천이 지역사회 전반으로 확산될 수 있도록 '귀감상', '모범상', '나눔상'을 수여하며 긍정적 사회 영향력을 이어가고 있습니다. 2025년 7월, 강OO 스토어매니저는 점포 내에서 심장마비 증상으로 쓰러진 50대 남성 고객에게 즉각적으로 심폐소생술을 실시하여 소중한 생명을 지켜냈습니다. GS리테일은 이처럼 위기의 순간에 용기 있는 행동으로 타의 모범이 된 구성원들의 사례를 발굴하고 포상제도를 통해 긍정적인 사회 영향력을 확대해가고자 합니다.



스토어매니저 강OO “응급처치 동영상을 통해 심폐소생술을 익혀 초기 대처에 나설 수 있었습니다.”

고객만족 경영

관리체계

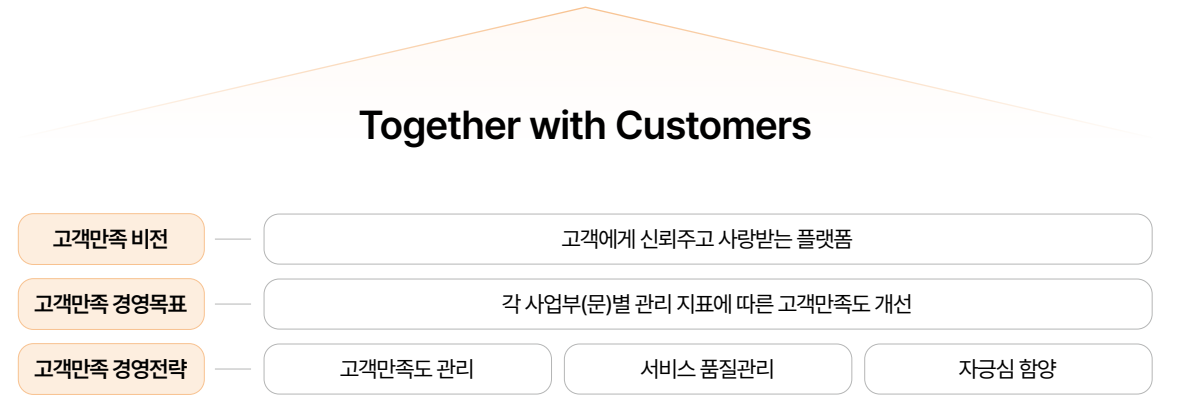
거버넌스

GS리테일은 고객만족을 총괄하는 CRO 체계를 기반으로 BU별 전담 조직을 운영하며 고객 중심 경영을 강화하고 있습니다. 2026년에는 전략본부 내 CX혁신스쿼드와 CS팀을 신설·편제하여 고객 경험 관리 기능을 고도화하고, 고객 경험 향상을 위한 운영 체계를 전사 차원에서 체계적으로 정비하고 있습니다.



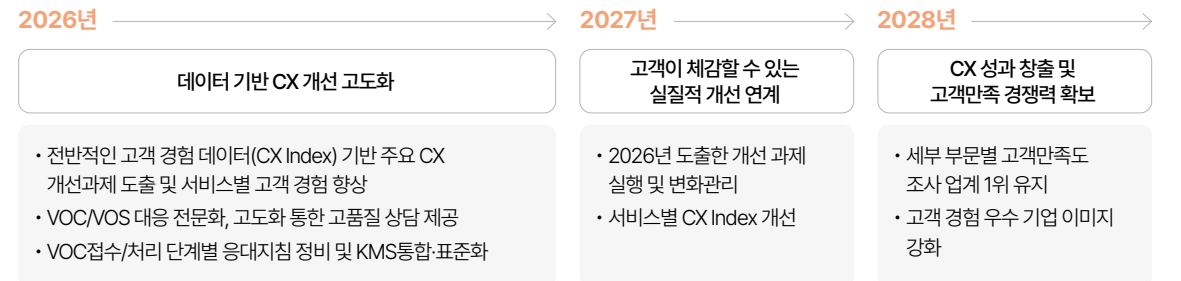
추진 방향

GS리테일은 '고객 최우선' 원칙을 기반으로 고객 관점에서 상품과 서비스를 설계하고 제공하며 이용 경험 개선을 위한 과제를 지속적으로 발굴하여 이행하고 있습니다. 사업부문별 고객 만족도 조사를 정기적으로 실시하고 다양한 채널을 통해 수집된 VOC 데이터를 분석하여 상품 및 서비스 품질 개선에 적극 반영하고 있습니다.



중장기 계획

GS리테일은 고객이 서비스를 이용하는 과정에서 발생할 수 있는 주요 불편 요인을 선제적으로 식별하고 개선 과제를 체계적으로 이행하고 있습니다. 이를 위해 내부 부서 간 협업 체계를 강화하고 가맹 경영주의 운영 편의성 제고를 병행 추진하며 고객 경험 전반의 서비스 품질을 지속적으로 향상시켜 나가고 있습니다.



고객만족 경영

관리체계

소비자 권익보호 정책

GS리테일은 경영 활동 전반에서 발생할 수 있는 소비자 권익 이슈에 체계적으로 대응하기 위해 소비자권익보호 정책을 수립하고 전 임직원이 이를 실질적으로 이행할 수 있도록 관리 체계를 운영하고 있습니다.

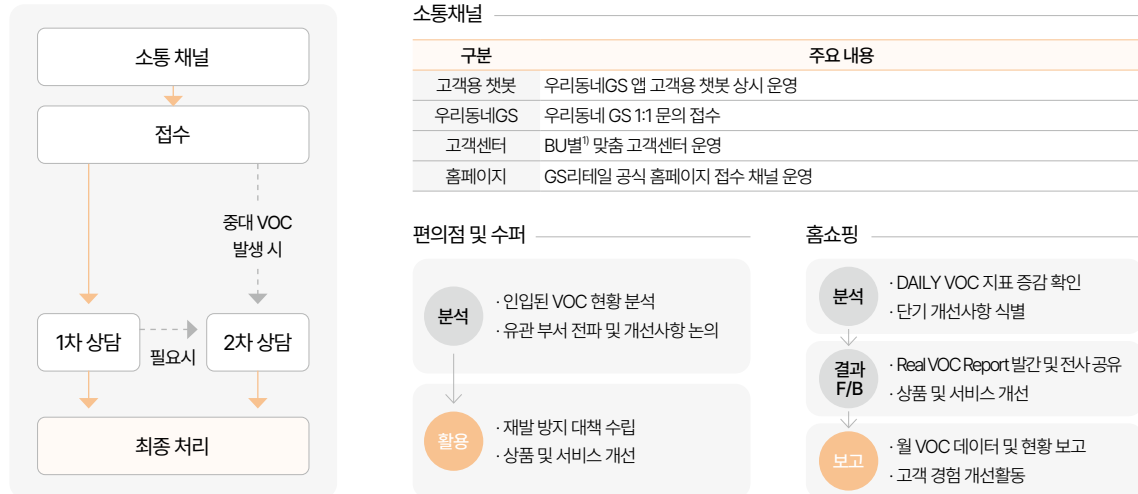


VOC 기반 고객 소통 체계

GS리테일은 내·외부 다양한 채널을 통해 접수되는 VOC에 대해 맞춤형 상담 서비스를 제공하고 있습니다. 1차 상담으로 해결되지 않는 VOC는 내부 기준에 따라 담당자 및 전담 조직에 즉시 이관하여 신속한 후속 대응을 이행하고 있습니다. 아울러 BU별 특성을 반영한 VOC 운영 프로세스를 통해 고객 불편을 신속하게 처리하고, 피해 및 분쟁 해결 절차를 체계적으로 운영하여 소비자 권익 보호를 실현하고 있습니다.

2025년에는 편의점 및 수퍼BU 구성원이 고객 의견을 신속하게 파악할 수 있도록 Gen-AI 기반 'VOC 인사이트 대시보드'를 구축하였습니다. 이를 통해 VOC 분석에서 도출된 주요 이슈를 구성원 간 공유하고 고객 경험 개선 활동에 직접 반영하고 있습니다. 홈쇼핑BU에서는 Real VOC 협의회를 운영하여 VOC 접수부터 해결까지 전 과정을 관리하고, 잠재적 문제를 사전에 파악하여 선제적으로 대응하고 있습니다.

VOC 운영 프로세스



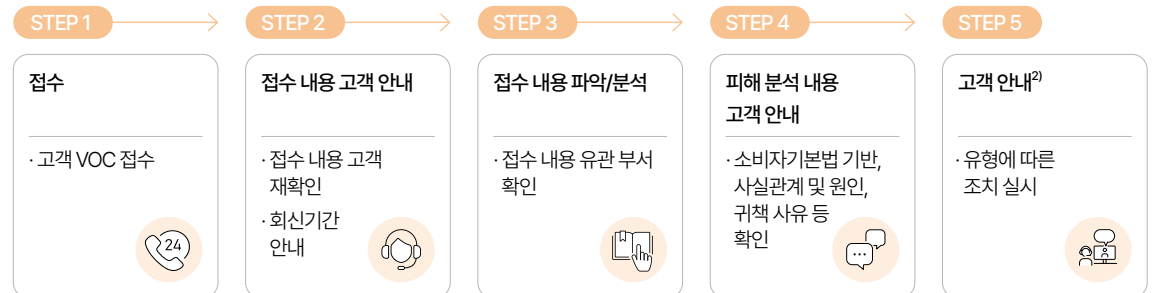
1) 편의점/수퍼 : CS전담 상담사, CS팀, 유관 부서, 홈쇼핑: 소비자민원팀, CX팀, 유관부서 등

VOC 효과성 평가

GS리테일은 상품 및 서비스에 대한 고객 의견을 적극적으로 수렴하고 이를 소비자 권익 침해 위험 식별과 완화 조치 수립에 체계적으로 연계하고 있습니다. VOC 및 불량 반품 데이터를 기반으로 품질 결함, 안전, 서비스 불만 등 위험 유형을 분류하고 발생 빈도와 영향도를 기준으로 위험도를 산정하여 즉시 대응 또는 개선 과제 지정 방식으로 완화 조치를 이행하고 있습니다. 아울러 조치 전후의 품질 데이터 변화를 비교·분석하여 완화 활동의 효과성을 주기적으로 평가하고 있습니다.

	Case 1. 루킨스 헤어스타일러	Case 2. 타투그리모 헤어앰플
위험 식별	전원버튼 불량 및 사용성 불만 VOC 집중 → 품질 결함 위험 식별	고온 사용 시 내용물 팽창으로 인한 터짐·누액 VOC → 안전 위험 식별
위험도 평가	불량률 2.6%	불량률 0.37%
완화 조치	전원버튼 다이얼로그 구조 변경 및 작동방법 안내 동영상 제작	튜브 실링 공정 시 온도 조절을 통한 실링 강화 및 리플렛 보관 주의 안내
효과성 평가	불량률 2.6% → 1.5% (▼1.1%p)	불량률 0.37% → 0.24% (▼0.15%p)

피해대응 절차



2) GS리테일의 책임 확인 시 BU 기준에 따른 보상조치 실시, GS리테일의 책임 확인 불가 시, 설득 등을 통해 소비자 분쟁을 조속히 해결하기 위해 노력

고객만족 경영

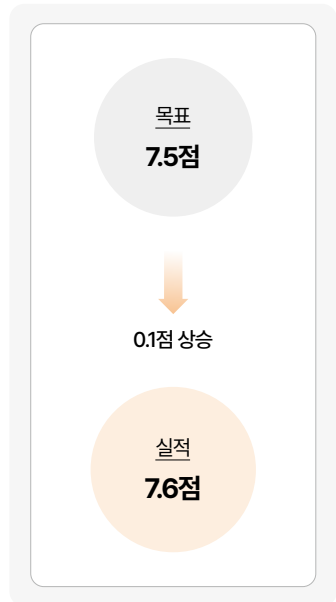
주요 활동

고객만족 실현

만족도 조사

GS리테일은 고객 중심의 품질경영시스템을 구축하고 경영 전반의 혁신 활동을 통해 지속적인 성장과 고객만족을 추구하고 있습니다. VOC 접수 고객을 대상으로 체계적인 만족도 조사를 실시하여 주요 불편 요인을 개선하고 차별화된 고객 경험을 제공하고 있으며, 2025년 편의점 부문 만족도는 목표(7.5점) 대비 0.1점 상승한 7.6점을 달성하였습니다. 향후에는 편의점과 수퍼 부문을 분리하여 각 채널 특성에 맞는 만족도 관리를 추진할 계획입니다. 편의점 부문은 구매 고객을 대상으로 CSP¹⁾ 조사와 고객 후기 작성을 실시하여 고객 피드백을 신속하게 수집하고 있습니다. 2025년에는 오프라인 점포를 대상으로 모니터링 조사를 연 2회 실시하였으며, 미비사항 확인 및 영업팀의 방문을 통해 개선을 이행하였습니다. 수퍼 부문은 전문 평가 요원을 통한 CS모니터링을 점포별 연 2회 실시하고 있으며, 홈쇼핑 부문은 고도화된 고객만족도 조사를 통해 개선 과제를 도출하고 상품 차별화·주문 프로세스 개선·배송 정확도 강화를 중점적으로 추진해 나갈 계획입니다.

만족도 조사 결과 (2025년 기준)



부문별 만족도 조사 평가

GS25 편의점	우리동네GS 매장 후기	일반 구매 고객 대상 고객 서비스 만족도 평가
	온라인 설문조사, FGI ²⁾	편의점/수퍼 채널 이용 형태 조사
	모바일 설문조사	우리동네 GS앱 활용 후기 작성 진행
GS THE FRESH 수퍼	CS 모니터링 평가	전문 평가 요원을 통한 점포별 CS 서비스 품질 평가
	모바일 설문조사	우리동네 GS앱 활용 설문 조사 진행
	온라인 설문조사	GS리테일 및 경쟁사 상품 구매 고객 대상 만족도 조사 진행
GS SHOP 홈쇼핑	FGI	고객 의견 직접 청취 (품질, 배송, 고객센터 등)
	고객설문조사	서비스 개선/신상품 개발을 위한 이슈별 내부 고객 조사

우리동네GS 매장 후기

편의점 부문은 고객 패널 조사의 일환으로 우리동네GS 앱 내 실구매 고객 대상 후기 작성 시스템을 도입하였습니다. 2025년 3분기부터는 수집된 고객 리뷰 공개대상을 경영주에서 고객까지 확대하는 방식으로 전환하여 고객 의견 공유 범위를 확대하였으며 그 결과 일평균 리뷰 건수가 약 162.1% 증가하는 성과를 달성하였습니다.

고객 여정 지도

GS리테일은 사업 영역별 고객 여정을 체계적으로 관리하며 고객 만족도 향상을 추진하고 있습니다. 홈쇼핑 부문은 고객 경험 전 과정에서 명확한 정보 제공과 효율적인 서비스 운영 체계를 구축하고 있으며, 편의점·수퍼 부문은 매장과 '우리동네GS' 앱을 통해 방문부터 상품 탐색, 결제, 상품·서비스 이용에 이르는 전 과정의 고객 피드백을 수집·반영하여 이용 경험을 지속적으로 개선하고 있습니다.

부문별 고객 여정 지도



1) CSP: 고객 만족도 및 선호도 조사, Connected Service Platform
 2) FGI: 소규모 그룹 인터뷰, Focus Group Interview

고객만족 경영

주요 활동

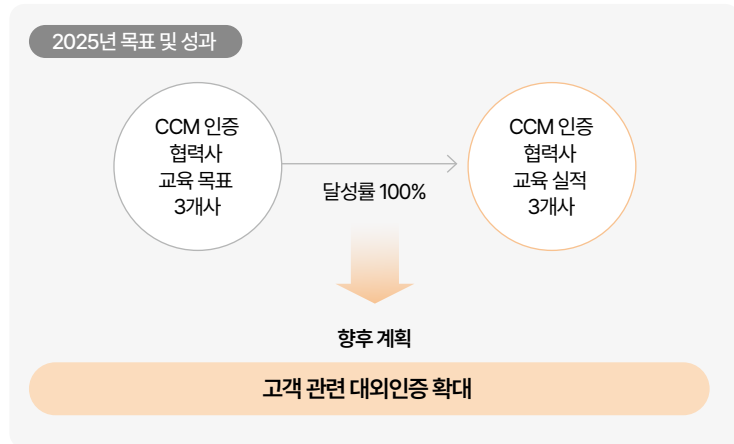
고객만족 실현

CCM 인증

GS리테일은 소비자중심경영(CCM, Consumer Centered Management) 인증을 획득하고 CCO 중심의 운영 체계와 전담 사무국을 통해 고객 관련 전략을 체계적으로 관리하며 소비자 만족 경영 체계를 지속적으로 고도화하고 있습니다. 2025년에는 3개 협력사를 대상으로 CCM 교육 프로그램을 지원하여 고객 중심 경영 이해도 제고와 고객 서비스 역량 강화를 추진하였습니다. 향후 2개 협력사를 대상으로 CCM 인증 컨설팅을 진행하여 중소 협력사의 고객 서비스 경쟁력을 강화하고, 고객·협력사·기업이 함께 가치를 창출하는 CCM 가치사슬 구축을 통해 지속가능한 동반성장 기반을 확대해 나갈 계획입니다.



CCM 성과 및 계획



주요 성과

우리동네GS

GS리테일은 O4O(Online for Offline) 전략의 핵심 채널인 '우리동네GS' 앱을 통해 고객 편의와 혜택을 지속적으로 강화하고 있습니다. 2022년 10월 출시 이후 꾸준한 서비스 고도화를 추진한 결과 2025년 11월 월간 활성 이용자 수(MAU) 431만 명을 기록하며 역대 최고치를 경신했습니다. QR결제·자동 적립, 상품 재고 검색 및 픽업 서비스, '나만의 냉장고' 등 고객 참여형 기능을 폭넓게 제공하고 있으며 고물가 시대 실속 소비 트렌드에 맞춰 픽업 서비스와 마감할인 이용도 빠르게 확대되고 있습니다. 앞으로도 결제부터 쇼핑·혜택까지 편의점 이용 전 과정을 유기적으로 연결하는 생활 플랫폼으로 발전시켜 고객 만족도를 한층 높여 나가겠습니다.



GS ALL 멤버십

GS리테일은 기존 통합 멤버십을 개편하여 GS25, GS THE FRESH, GS SHOP의 멤버십과 포인트 적립 체계를 단일화한 'GS ALL 멤버십'을 운영하고 있습니다. 고객이 다양한 유통 채널을 하나의 멤버십으로 이용할 수 있는 통합 환경을 구축하고 고객 데이터 기반 서비스와 혜택을 지속적으로 확대하여 고객 중심 경험을 강화해 나갈 계획입니다.



사업별 수상 실적

	GS25	GS THE FRESH	GS SHOP
2025년 한국서비스 품질지수 (KS-SQI)	편의점부문 13년 연속 1위 (총 22회)	대형수퍼마켓 부문 10년 연속 1위 (총 11회)	홈쇼핑 부문 4년 연속 1위 (총 12회)
기타 수상	·KS-PBI ·KMAC ·KCSI	·KMAC ·KCSI ·NCSI ·NBCI	·KSQI ·KNPS ·KSQI

데이터 보안 및 정보보호

관리체계

거버넌스

GS리테일은 정보보안 독립성 확보와 전문성 강화를 위해 기존 정보보안실을 정보보안부으로 격상하고 CEO 직속 조직으로 이관하여 정보보안 거버넌스 체계를 강화하였습니다. 정보보호최고책임자(CISO) 및 개인정보보호책임자(CPO)가 전사 정보보호와 개인정보 보호를 총괄하며, 기존 정보보안팀을 보안전략운영팀·보안기술팀·개인정보보호팀의 3개 전문 조직으로 재편하여 기능별 전문성을 제고하였습니다. 아울러 경영진단팀 내 보안 감사·모니터링 기능을 신설하여 내부 통제 및 점검 체계를 한층 강화하였습니다.

의사결정체계



침해사고 대응 거버넌스

GS리테일은 주요 리스크를 체계적으로 관리하기 위해 전사 차원의 리스크관리협의체를 운영하고 있습니다. 동 협의체는 개인정보, 민감정보, 고유식별정보 유출 및 외부 해킹 등 정보 침해 사고 발생 시 가동되며 침해 사고 대응은 Privacy/Security 분과 내 개인정보보호·정보보안 부문에서 담당하고 있습니다.



정보보호 정책

GS리테일은 정보보호 정책·내부 지침·매뉴얼을 기반으로 개인정보 보호와 정보보안 전반의 활동 기준을 정립하고 이를 체계적으로 이행하고 있습니다. 관련 정책과 지침은 사내 게시판을 통해 공유되며 개인정보보호법 등 관계 법령의 변경 사항을 정기적으로 검토하여 제·개정에 반영하고 있습니다. 2025년에는 생활보안지침을 개정하고 정보통신망법상 연계정보 보호 업무지침을 신규 수립하였습니다. 아울러 홈페이지에 '알기 쉬운 개인정보처리방침'을 게시하여 고객 개인정보 보호에 관한 정책과 관리 방안을 투명하게 공개하고 있습니다.

[알기 쉬운 개인정보처리방침](#) [정보보호 정책](#)

정보보호 정책, 지침 및 매뉴얼



ISMS-P 인증

GS리테일은 정보보호 및 개인정보 보호 관리체계의 신뢰성 확보를 위해 ISMS-P 인증을 획득하고 매년 사후심사를 통해 적합성을 검증하고 있습니다. 이를 바탕으로 관리, 기술, 물리적 영역 전반의 리스크를 지속적으로 식별하고 저감하는 활동을 이행하고 있습니다.



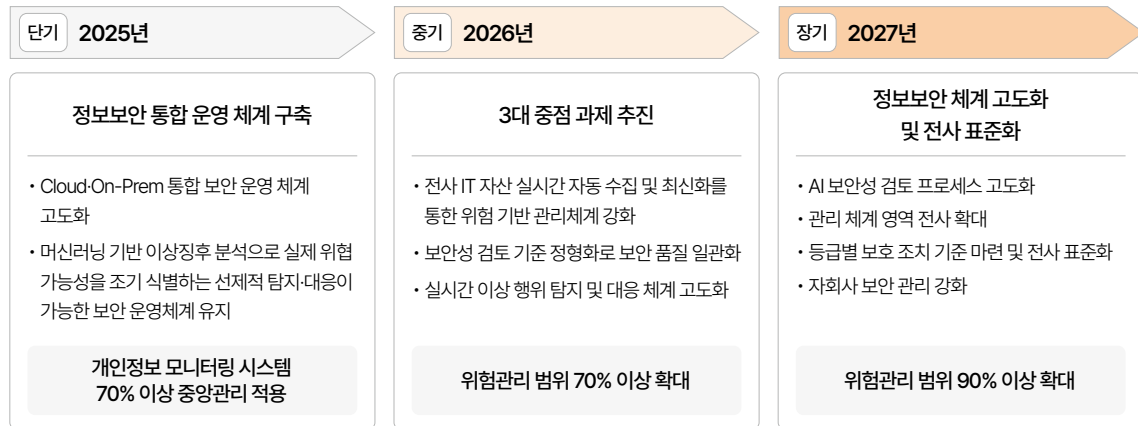
인증의 범위 GS리테일 온라인 서비스
유효기간 2025.06.18 ~ 2028.06.17

데이터 보안 및 정보보호

관리체계

중장기 계획

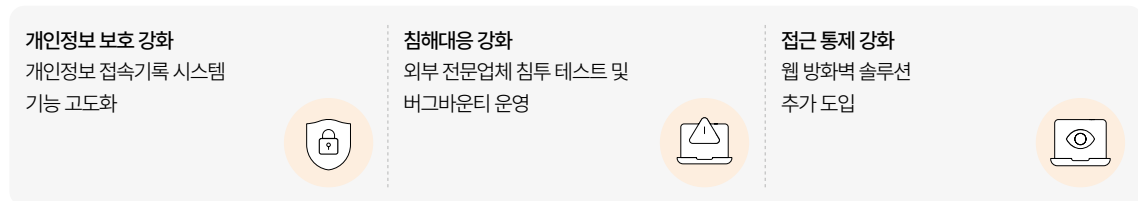
GS리테일은 중장기 정보보안 이행 계획을 수립하고 다층 방어 기반의 보안 솔루션 운용과 실질적인 예방 활동을 통해 잠재적 위협에 선제적으로 대응하는 정보보안 관리 체계를 운영하고 있습니다. 향후 보안 환경 변화에 대응하여 관련 체계를 지속적으로 고도화해 나갈 계획입니다.



정보보호 투자

GS리테일은 개인정보 보호와 정보보안을 경영의 중대 사안으로 인식하고 중장기 목표에 따라 정보기술 부문 투자액의 일정 비율을 정보보호 분야에 지속적으로 배분하고 있습니다. 2025년에도 중장기 목표에 부합하는 수준의 투자를 이행하였으며 관련 투자 활동은 정보보호 공시 제도에 따라 투명하게 공개하고 있습니다.

2025년 정보보호 투자 영역



개인정보 침해사고 대응 프로세스

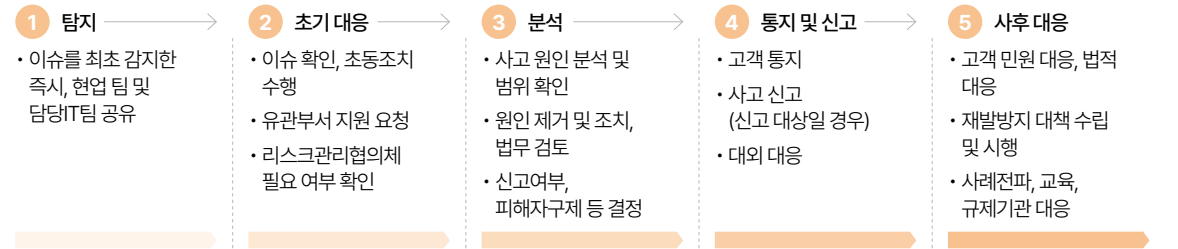
GS리테일은 2025년 상반기 타 사업자 서비스에서 유출된 것으로 추정되는 계정정보를 이용한 무단 로그인 시도로 일부 고객 개인정보가 유출된 정황을 확인하였으며, 이를 인지한 즉시 해당 접근을 차단하고 관계 당국 신고 및 고객 보호 조치를 신속히 이행하였습니다.

당사는 본 사건을 고객 신뢰와 직결되는 중요한 이슈로 인식하고 있으며, 개인정보 유출·침해사고에 효과적으로 대응하기 위해 RACI기반의 역할 분담 체계를 운영하고 있습니다. RACI는 실행(Responsible), 결정(Accountable), 협의(Consulted), 정보 공유(Informed)의 약자로, 침해사고 발생 시 유관 부서별 역할과 권한을 명확히 정의하는 기준입니다.

사고 발생 시 유출 규모, 민감정보 포함 여부, 외부 공격 여부 등을 종합적으로 고려하여 대응 수준을 결정하며, 유관 부서 및 위기대응 협의체가 사전 정의된 역할에 따라 신속하게 대응합니다. 아울러 전사 보안 체계를 전반적으로 재점검하고, 추가 인증 절차 도입, 비정상 접근 탐지·모니터링 강화 등 예방 중심의 보호 조치를 통해 개인정보 보호 수준을 한 단계 고도화하였습니다.

GS리테일은 앞으로도 고객 정보 보호를 최우선 가치로 삼고, 고객이 안심하고 서비스를 이용할 수 있는 환경을 지속적으로 강화해 나가겠습니다.

개인정보 유출사고 대응 STEP



개인정보 보호 체계 고도화

GS리테일은 고객 개인정보 보호를 위해 웹 방화벽(WAF¹⁾), CAPTCHA 기반 자동화 공격 방지, 로그인 임계치 차단 정책 등 다층 보안 체계를 구축하고 24시간 365일 보안관제 체계를 운영하고 있습니다. 최근 디지털 서비스 환경 변화와 정보보안 위협 증가에 대응하여 기존 보안 체계 전반을 점검하고 보호 수준을 지속적으로 고도화하고 있습니다. 이에 따라 추가 인증 절차 도입을 통한 계정 보호 강화, 로그인 이력에 대한 정밀 분석 기반의 비정상 접근 탐지·모니터링 체계 고도화, 개인정보 열람 화면 마스킹 확대 적용 등 예방 중심의 보호조치를 단계적으로 추진하고 있습니다.

1) Web Application Firewall, 웹 애플리케이션 방화벽

데이터 보안 및 정보보호

관리체계

정보보안 리스크 관리

전사 위험 식별 및 관리

GS리테일은 정보보호 수준의 체계적 관리를 위해 인프라-웹-모바일 등 전 영역을 대상으로 위험 식별 활동을 정기적으로 수행하고 있습니다. 식별된 위험에 대해서는 즉각적인 조치를 이행하고, 보완이 필요한 항목에 대해서는 일정 기간 내 개선 조치를 요구하고 있습니다. 아울러 개선 이행 여부를 지속적으로 점검하고, 조치 전후의 정보보호 수준을 비교·분석하여 개선 효과를 체계적으로 평가하고 있습니다.

수탁사 위험 식별 및 관리

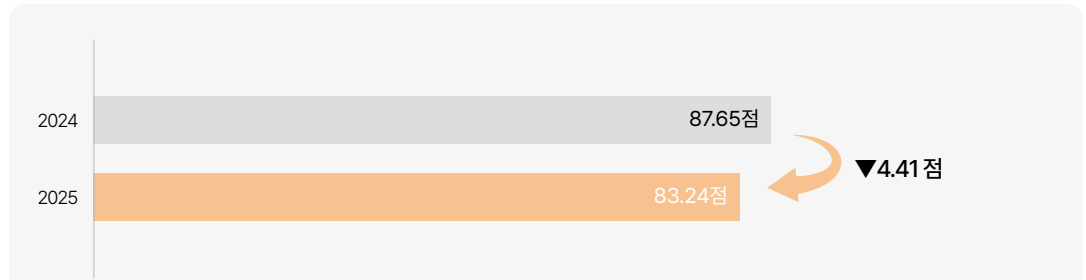
GS리테일은 온라인몰 입점 판매자(수탁사)가 개인정보 보호 관련 법령을 준수할 수 있도록 체계적으로 관리하고 있습니다. 개인정보 보호조치 가이드를 판매자에게 제공하고 현장점검을 통해 위험 요소를 파악하고 있으며 점검 과정에서 확인된 미흡 사항에 대해서는 개선을 권고하고 최대 2주의 보완조치 기간을 부여하고 있습니다. 이후 개선 이행 여부를 확인하고 조치 전후의 개인정보 보호 수준을 비교·분석하여 효과성을 평가하고 있습니다.

효과성 측정

GS리테일은 진단 대상 영역 확대 및 신규 시스템·자산 편입에 따라 평가 범위가 전사적으로 확장되었으며 이에 따라 기존 대비 보다 엄격한 기준으로 취약점이 식별되었습니다. 그 결과 점수는 83.24점으로 일시적으로 하락하였으나, 이는 보안 수준 저하가 아닌 평가 범위 확대 및 관리 대상 증가에 따른 구조적 영향으로 판단됩니다.

향후 GS리테일은 확대된 진단 범위를 기반으로 취약점 개선 이행 관리와 상시 점검 체계를 강화하여 전사 보안 수준을 지속적으로 고도화해 나갈 계획입니다.

위험요인 관리실적¹⁾

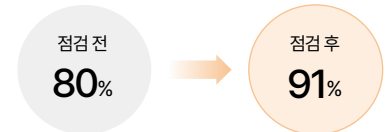


1) 관리영역과 기술영역 각 부문의 점수를 평균으로 도출

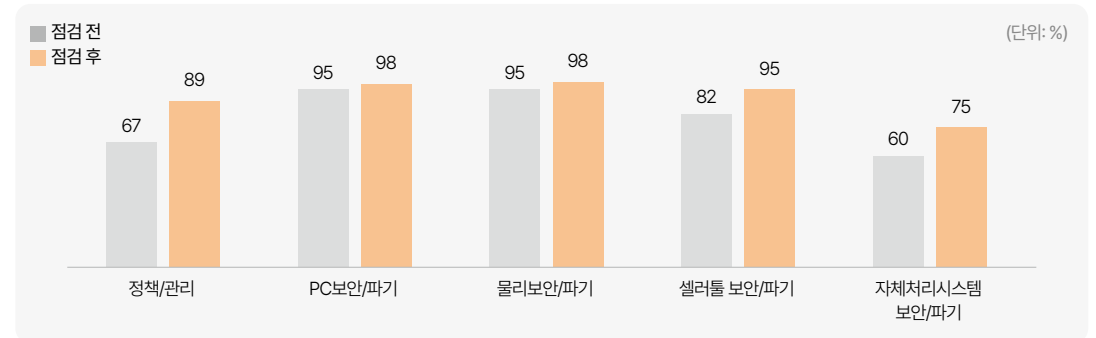
효과성 측정

GS리테일은 개인정보보호 수준 향상을 위해 현장 점검 등의 활동을 수행하고 개인정보처리 수탁사 대상 보안 가이드를 연 1회 이상 공유하고 있습니다. 2025년 개인정보보호협회 주관 위수탁 점검 결과에 따라 점검 전 대비 개인정보 보호 수준이 약 11% 개선되어 활동의 실효성을 확인하였습니다.

2025년 개인정보수탁사 점검



위험 평가항목별 전년 대비 점수 변화



데이터 보안 및 정보보호

주요 활동

정보보호 교육

GS리테일은 전사 임직원을 대상으로 개인정보 보호 교육을 정기적으로 실시하고 특정 직무 임직원에 대해서는 직무 특성에 맞는 전문 교육을 병행 운영하고 있습니다. 아울러 전사 공통 교육 과정에 대한 평가를 통해 교육 효과성을 주기적으로 검증하고 있습니다.

2025년 정보보호 교육 현황

교육명	빈도
전사 공통 교육(개인정보보호교육)	연 1회
주요 임직원 대상 개인정보보호 심화교육	연 2회
위치정보취급자 대상 위치정보보호교육	연 1회
연계정보취급자 대상 연계정보보호 교육	연 1회
신입 및 경력사원 정보보호교육	상시
정보보호의 날 이벤트 정보보호 퀴즈대회	연 1회

정보보호 훈련

GS리테일은 2025년 서비스 보안 및 정보보안 관점의 악성메일 대응 훈련을 정기적으로 실시하여 외부 위협으로부터 정보자산을 보호하기 위한 임직원의 보안 인식과 대응 역량을 지속적으로 강화하고 있습니다.

2025년 정보보호 훈련 현황

훈련명	시점	대상
상반기 침해사고 모의훈련	6월	임직원
하반기 침해사고 모의훈련	11월	임직원

정보보호 인식 제고 캠페인

GS리테일은 임직원의 개인정보 보호 인식 향상을 위해 업무 유형별 맞춤형 사내 홍보물을 제작하여 배포하고 있습니다. 2025년에는 광고 발송 시 유의사항, 경품행사 시 개인정보 보호 원칙, 개발자 및 운영자 보안수칙 등을 발간하여 배포하였습니다. 아울러 분기별로 사내 주요 동선에 개인정보 보호 및 정보보안 관련 안내물을 비치하여 일상적인 보안 인식 제고를 추진하고 있습니다.

서비스 보안 검토

GS리테일은 신규 도입 또는 변경 서비스의 개인정보 보호 및 정보보안 관리를 위해 개발보안 지침과 매뉴얼을 수립하고 이를 기반으로 개발보안 프로세스를 운영하고 있습니다. 서비스 기획 단계에서 중요도 평가를 통해 보안 요구사항을 정의하고 프로젝트 각 단계에 반영하고 있으며 서비스 오픈 전에는 개인정보 생명주기 관리, 개발보안 및 애플리케이션 보안, 소스코드 및 인프라 점검, 웹.앱 취약점 점검 등 전반적인 보안 점검을 수행하여 식별된 취약점에 대한 개선 조치를 이행하고 있습니다. 아울러 개인정보를 대량으로 처리하는 프로젝트의 경우 개인정보보호위원회가 지정한 영향평가기관을 통해 개인정보 영향평가를 실시하고 있습니다.

2025년 개인정보영향평가 내역

프로젝트명	영향평가기관
통합HR시스템 구축	대진정보통신
위드넷 구조개선 프로젝트(파트너시스템)	

정보보호 퀴즈 대회

GS리테일은 전사 임직원의 정보보호 역량을 점검하고 보안 인식을 제고하기 위해 정보보호 퀴즈대회를 개최하였습니다. 온라인으로 진행된 이번 대회에는 총 239명의 임직원이 참여하였으며, 정보보호 관련 32개 문항을 통해 임직원의 이해도를 종합적으로 평가하였습니다. GS리테일은 이러한 활동을 통해 보안 교육 및 인식제고 활동의 효과성을 점검하고, 그 결과를 향후 교육 프로그램 개선에 적극 반영해 나갈 계획입니다.

정보보호 퀴즈대회

교육	내용	
주제	GS리테일 온라인 정보보호 퀴즈대회	
참여자 수	239명	
퀴즈 문제수	32개	
종합평가	정답률	53.48%
	오답률	46.52%

지역사회

관리체계

거버넌스

GS리테일은 사회공헌심의위원회를 통해 사회공헌사업의 자선성과 공익성을 종합적으로 검토하고, 이에 대한 심의 및 의결을 수행하고 있습니다. 이사회 내 ESG위원회는 사회공헌심의위원회에서 심의·의결된 사회공헌사업의 추진 결과와 계획을 보고받아 주요 사업에 대한 집행 승인과 관리·감독 역할을 수행합니다. 또한 푸드팀, MD지원팀, ESG파트, 방송사업지원팀은 사회공헌 활동 전반의 의사결정 및 실무 진행에 참여하는 전담 조직을 구성하여 사회공헌 활동을 추진하고 있습니다. 아울러 지역특산물 매입에 있어서는 지역 경제 활성화 및 제품 품질 등을 주요 검토 기준으로 적용하고 있습니다.



지역사회

관리체계

추진 목표 및 계획

GS리테일은 지역사회와의 지속가능한 동반 성장을 위해 중장기 목표를 수립하고 이를 체계적으로 이행하고 있습니다.

	단기 2026년	중기 2027년	장기 2028년
핵심목표	지역사회 이슈 공동해결 노력	지역사회 밀착형 기여활동 확대	지역사회와 함께 사회적가치 확산
지역사회 지원	<ul style="list-style-type: none"> 지역사회 이슈 관련 선제적 사회공헌 사업 전개 재해재난 관련 긴급 구호 확대 상생나눔플랫폼 점포 250개 이상 운영 	<ul style="list-style-type: none"> 지역 밀착형 사회공헌활동 발굴 지역사회 사회공헌 수혜자 수 10% 이상 확대 	<ul style="list-style-type: none"> GS나눔이를 통한 지역 밀착형 공헌활동 지속 정부 협업을 통한 지역사회 가치 발굴 지역사회 사회공헌 수혜자 '25년 대비 15% 이상 확대
지역경제 활성화	<ul style="list-style-type: none"> 지역연계 여행상품 연 6개 이상 발굴 지역 농수산물 원물 및 가공상품 연 20개 이상 발굴 운영 	<ul style="list-style-type: none"> 지역 관광상품/지역 특산물 가공식품 TV연계 판매로 홍보효과를 통한 간접지원 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 전통시장, 중소기업, 관광·체험, 농수축산물, 스타트업, 지자체 등 지역 경제를 위한 6개 분야 지속 지원

목표 대비 추진 실적

GS리테일은 지역사회 기여 활동의 성과를 체계적으로 관리하기 위해 주요 지표와 실적을 매년 점검하고 있습니다.

구분	2025년 계획	2025년 실적
상생나눔플랫폼 운영	-상생나눔플랫폼 오픈 목표: 40점 -상생나눔플랫폼 점포 운영: 220개 이상	-상생나눔플랫폼 오픈: 52점 -상생나눔플랫폼 점포 운영: 244개
지역사회 판로 지원	-신규 중소기업 소상공인: 15개 사 -지역 농수축산물 연계 상품: 10개 런칭	-신규 중소기업 소상공인: 15개 사 진행 완료 -지역 농수축산물 연계 상품: 15개 상품 진행 완료

관리 프로세스

GS리테일은 사회공헌 활동과 지역경제 활성화 사업을 명확한 기준과 절차에 따라 운영하며 고객 만족 제고와 지역사회와의 지속가능한 상생을 함께 추구하고 있습니다.

사회공헌 사업은 대상 사업의 자선성·공익성 등을 종합적으로 검토하여 추진 여부를 결정하며 기부 금액이 3억 원 이상인 경우 ESG위원회의 사전 승인을 거쳐 진행하고 있습니다. 지역 특산물 조달 과정에서는 철저한 품질 검사와 필요 시 산지 현장 점검을 실시하여 상품의 안전성과 품질을 확보하고 있으며 중소기업 협력사의 성장 지원을 위해 내부 관리 프로세스를 기반으로 판로 확대를 추진하고 있습니다.



1) 모든 사회공헌사업은 사회공헌심사위원회의 심의·의결을 통해 추진되며, 연간 집행 금액이 3억 원 이상인 사업의 경우 ESG위원회의 승인을 받은 후 진행함

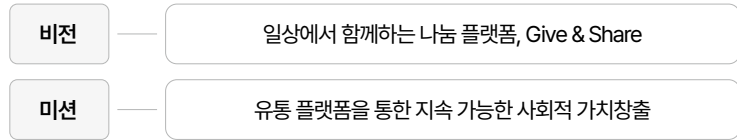
지역사회

관리체계

추진 전략

GS리테일은 기업의 사회적책임 실천을 통해 지속가능한 사회 구현을 위해 노력하고 있습니다. 일상에서 함께하는 나눔 플랫폼이라는 사회공헌 비전 전략 하에, 실행 방향성을 4가지로 구분하여 미래세대·사회적공감·함께돌봄·지역사회공생 테마로 다양한 사회공헌 활동을 전개하고 있습니다. 특히, 2025년부터는 수혜자 중심의 사회공헌 활동을 전개해 실질적인 도움이 손길이 필요한 곳에 닿을 수 있도록 활동을 확대해가고 있습니다.

수혜자 중심의 사회공헌 전략



구분	주요 활동	설명
미래세대 지원	업사이클링 친구 캠페인	기부물품 업사이클링 및 환경키트 제작·기부
	에코크리에이터	환경 테마 영상 미디어 콘텐츠 제작 지원
	에코소셜임팩트	에코 제조 분야의 소셜벤처 발굴 및 성장 지원
함께 돌봄	긴급 재해재난 지원	자연재해 피해 지역 주민 대상 긴급 재해재난 지원 활동 전개
	우리 동네 소방서	전국 점포에 비치된 소화기를 인근 화재 발생 시 제공하여 조기 대응을 지원
	물품기부 바자회	물품기부 및 바자회로 지역사회 소외계층 지원
사회적 공감	장애인 인식개선 사업	시각장애인 인식개선을 위한 교육 콘텐츠 제작 및 제공
	행복트럭	인구 감소, 고령화, 생활 인프라 부족 등으로 식자재 및 생필품 구매가 어려운 지역에 생필품 지원
	무지개상자	음악교육을 통한 아동 정서 지원
지역사회 공생	마음모아펀드	임직원과 회사가 함께하는 소외계층 아동 식사 지원
	드림온	소아암 환아와 가족의 건강 및 일상회복 지원
	다독임	이주배경 아동 지원
지역사회 공생	이음 장학금	영등포구 저소득가정 청소년 지원
	나눔키트	한부모, 조손가정 물품카드 지원
	GS나눔미	임직원 봉사활동
지역사회 공생	동화책 녹음	이주배경 아동을 위한 오디오북 담뱃속에 삽입되는 동화책 녹음
	사육 물품기부 캠페인	업사이클링 친구캠페인 중 임직원 참여 사육기부캠페인

주요 지원 기관

GS리테일은 다양한 지역사회 기관과의 협력을 통해 지속가능한 지역사회 발전에 기여하고 있습니다. 지원 금액과 수혜 인원 등을 종합적으로 검토하여 주요 협력기관을 선정하고 체계적으로 관리하고 있습니다.

협력 기관	지원 내용	누적 실적		
		기간	금액	수혜 인원/기업
희망친구 기아대책	취약계층 아동 대상 문화 정서 및 식사지원 사업	2005년 ~2025년	71.9억	19,674명
언더독스	환경 소셜벤처 양성을 위한 유망한 예비 창업팀을 발굴 및 단계별 맞춤형 성장 지원	2018년 ~2025년	19.6억	84개 사
환경재단	실현가능한 ESG 활동 영상 콘텐츠 제작 및 지원	2019년 ~2025년	23.2억	562명
서울시 소방재난본부	몸짱소방관 희망나눔 달력을 제작하여 후원 및 판매 수익 전액 기부	2015년 ~2025년	12.8억	292명
한국 백혈병 소아암 협회	환아와 가족들의 스카이박스 촉구경기 관람 지원, 한혈증 및 물품 후원. 2025년부터 치료비, 장학, 가족 지원사업 진행	2008년 ~2025년	1.6억	425명

지역사회

주요 활동

사회공헌 활동

미래세대 지원

업사이클링 친구 캠페인

GS리테일은 임직원과 고객이 함께 기부한 물품을 업사이클링하여 환경교육 키트로 제작하고 취약계층 아동에게 전달하는 '친환경으로 지구 구하기' 캠페인을 운영하고 있습니다. 2025년에는 총 3,790명이 참여하여 172,404개의 물품을 기부하였으며 이를 통해 523명의 아동에게 환경교육 자료를 전달하였습니다. 해당 활동은 소나무 약 3,756그루 식재에 상응하는 환경적 효과를 창출하였습니다.

기부물품

누적 실적 (2021년~2025년)



359,552개

저감 탄소량

누적 실적 (2021년~2025년)



64tCO₂e



에코크리에이터

GS리테일은 환경재단과 협력하여 청소년 및 일반 시민의 환경 영상 제작을 지원하고 멘토링과 전문가 강연 등 다양한 프로그램을 통해 영상·미디어 콘텐츠 분야의 ESG 활동을 실천하고 있습니다. 2020년부터 현재까지 약 23억 원을 지원하여 562명의 에코 크리에이터를 양성하였으며 AI 기반 환경 콘텐츠 제작과 다양한 채널을 통한 환경 인식 개선 활동을 전개하였습니다. 아울러 전국 17개 시도교육청에 교육 자료를 제공하고 체험·교육 과정에서 영상을 활용할 수 있도록 지원하고 있습니다.

에코 크리에이터 양성

누적 실적 (2020년~2025년)



562명

환경 영상 제작 지원

누적 실적 (2020년~2025년)



211점



에코소셜임팩트

GS리테일은 지속가능한 에코 제조 분야 소셜벤처 육성을 위해 창업팀을 발굴하고 사업화 단계별 맞춤형 성장 지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 2018년부터 현재까지 약 19억 6천만 원을 지원하였으며 설립 5년 미만 창업기업 84개 사를 대상으로 창업 교육, 시제품 제작 지원금, GS리테일 임직원 및 전문가 멘토링 등을 제공하여 왔습니다. 이를 통해 소규모 에코 제조 기업의 브랜드 정체성 확립, 판로 확대, 제품 라인업 확장에 기여하고 있으며 기업 간 협업·네트워킹·상품 품평회 지원과 GS리테일 연계 인큐베이팅 프로그램 운영을 통해 유통 판로 개척을 함께 추진하고 있습니다.

수혜 기업

누적 실적 (2018년~2025년)



84개

신상품 런칭

누적 실적 (2018년~2025년)



377개



함께 돌봄

긴급 재해재난 지원

GS리테일은 자연재해로 피해를 입은 지역 주민을 대상으로 긴급 재해·재난 지원 활동을 추진하고 있습니다. 재해 발생 시 생필품 지원 등을 지속적으로 실시하고 있으며, 2025년에는 12.29 여객기 참사와 경북 산불, 광주·전남 수해, 강릉 가뭄 등으로 피해를 입은 이재민을 대상으로 지원 활동을 진행했습니다.

우리동네소방서

GS리테일은 24시간 운영되는 편의점의 특성을 활용하여 전국 GS25 점포를 지역 사회의 생활 밀착형 안전 거점으로 운영하고 있습니다. 소방청과의 업무협약(MOU)을 기반으로 전국 점포에 소화기 등 화재 초기 대응 장비를 비치하고 있으며 화재 발생 시 초기 대응을 지원하는 지역 단위 안전 인프라로서의 역할을 수행하고 있습니다.

아울러 일부 주요 점포에는 자동심장충격기(AED)를 설치·운영하고, '우리동네GS' 앱을 통해 AED 설치 매장 검색 기능을 제공함으로써 심정지 등 응급 상황 발생 시 지역 사회의 신속한 대응을 지원하고 있습니다.

소외계층 방한키트 지원

GS리테일은 2025년 12월 신분당선 운영사 네오트랜스와 함께 성남·수원·용인 지역 소외계층 약 300가구를 대상으로 방한키트를 지원하는 사회공헌 활동을 전개하였습니다. 방한키트는 사회복지공동모금회 경기도지회를 통해 기부 형식으로 전달되었으며, 행사 전달에는 판교역 썬크광장에서 지역 이용객을 대상으로 한 '행복나눔 작은음악회'를 개최하여 나눔의 의미를 지역 사회와 함께 나눴습니다. GS리테일은 공공 인프라 운영 주체와의 협업을 통해 지역 기반 사회공헌 활동을 지속 확대해 나가고 있습니다.

지역사회

주요 활동

사회공헌 활동

사회적 공감

행복 트럭

GS리테일은 2024년부터 '행복 트럭' 프로그램을 통해 인구 감소·고령화·생활 인프라 부족 등으로 식자재 및 생필품 구매가 어려운 지역을 직접 방문하여 필요한 물품을 지원하고 있습니다. 2024년에는 전남 진도와 충북 청주 지역을 방문하여 각각 1천만 원 상당의 물품을 기부하였으며 2025년에는 충북 괴산 지역 어르신 200가정을 대상으로 밀키트와 생필품을 지원하였습니다.



마음모아펀드

'마음모아펀드'는 취약계층 아동이 균형 잡힌 식사를 할 수 있도록 신선한 먹거리와 과일 등을 지원하는 프로그램으로 2016년부터 임직원과 회사가 함께하는 매칭 그랜트 방식으로 운영되며 사내 기부 문화 확산에 기여하고 있습니다.

GS리테일은 지역아동센터와의 협력을 통해 기초생활수급 가정 및 야간 돌봄 이용 아동을 대상으로 안정적인 식사 지원을 제공하고 건강한 성장을 도모하고 있습니다.

무지개상자

'무지개상자'는 GS리테일이 21년째 이어오고 있는 아동 문화·정서 지원 사업으로 음악을 통해 아동들에게 정서적 지지와 문화예술 체험 기회를 제공하고 있습니다. 해당 프로그램은 아동의 재능 발굴과 문화 경험 확대를 지원하며 2025년까지 누적 755개 센터와 약 13,120명의 취약계층 아동에게 교육 및 문화 격차 해소와 다양한 성장 기회를 제공하고 있습니다.



지역사회 공생

GS나눔미

GS리테일은 2007년부터 임직원 봉사단 'GS나눔미'를 운영하며 CEO·임직원·경영주가 함께하는 지역사회 나눔 활동을 지속적으로 추진하고 있습니다. GS나눔미 봉사단은 지역사회와의 상생을 목표로 환경정화, 복지기관 봉사, 급식 지원, 놀이활동 지원 등 다양한 형태의 봉사활동을 전개하고 있습니다. 2025년에는 총 28개 봉사단 2,128명이 참여하여 지역사회 취약계층과 복지기관을 대상으로 다양한 봉사 프로그램을 운영하고 실질적인 지원을 이행하였습니다.



동화책 녹음

GS리테일은 이주배경 가정을 지원하고자 2024년부터 이주배경 아동의 한국 문화 이해와 언어 발달, 한글 문해력 향상을 지원하는 오디오북 '담뱃이' 사업을 추진하고 있습니다. 본 프로그램은 임직원과 가족이 직접 동화책을 녹음하여 아동들이 쉽게 들으며 학습할 수 있도록 지원하며, 언어 습득과 정서적 안정에 기여하고 있습니다. 2025년에는 임직원과 가족 39명이 참여하여 총 14권의 동화책을 녹음하였으며, 이주배경 아동이 이용하는 35개 시설에 전달하여 약 994명의 아동이 활용할 수 있도록 지원하였습니다.



사옥 물품기부캠페인

'업사이클링 친구 캠페인'의 일환으로 GST타워와 GS강서NET타워에서 연 2회 임직원 사옥 물품 기부 캠페인을 운영하고 있습니다. 본 캠페인은 임직원이 직접 사용하지 않는 물품을 기부하여 자원 순환을 실천하고 환경 보호에 기여하는 참여형 사회공헌 활동입니다. 2025년에는 총 136명의 임직원이 참여하여 930점의 물품을 기부하였으며, 수집된 물품은 업사이클링 활동과 기부 프로그램을 통해 활용되어 자원 재순환 및 환경 보호에 기여하였습니다.



지역사회

주요 활동

사회공헌 활동

GS리테일은 '상생나눔플랫폼' 제도를 기반으로 사회 취약계층의 자립을 지원하는 지속가능한 상생협력 모델을 구축하고 기업의 사회공헌 역할과 책임을 실천하고 있습니다. 아울러 지자체 및 공공기관과의 협력을 통해 안정적인 수익 창출과 사회적 가치 실현을 동시에 추진할 수 있도록 플랫폼 활용 범위를 지속적으로 확대해 나갈 계획입니다.

(2025년 12월 기준)

내일스토어¹⁾

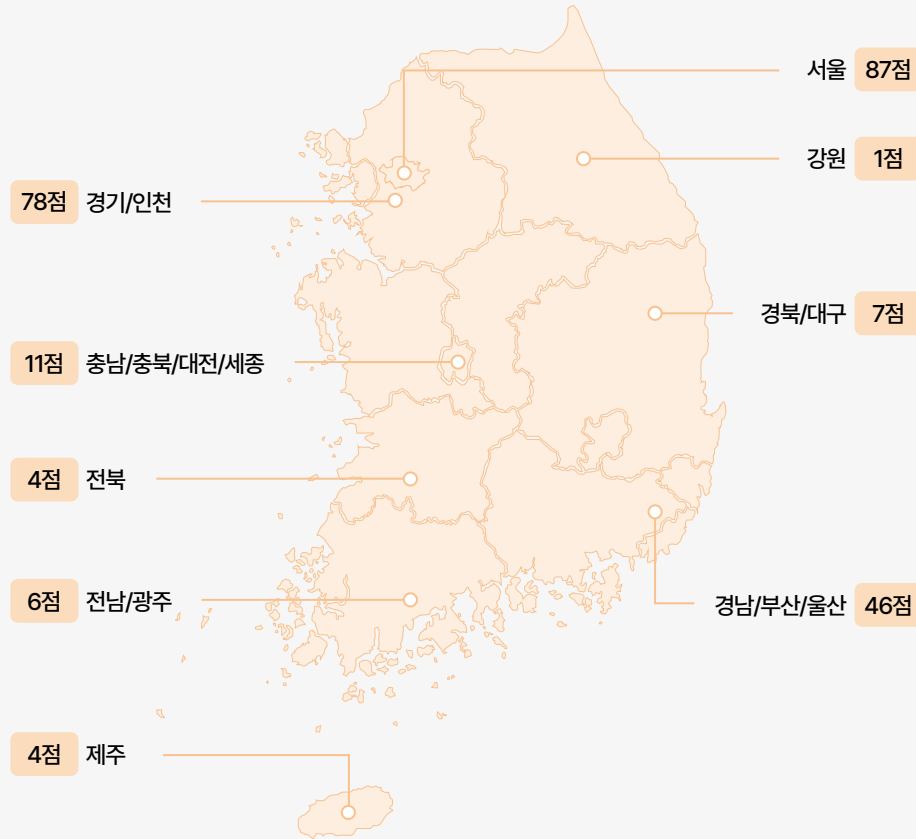
131점

"내일스토어"는 자활사업 참여 주민과 청년을 대상으로 근무 희망자를 선발하여 점포 운영 경험과 창업·직무 교육 및 실무 기회를 제공하는 사회공헌형 점포로, 취약계층의 자립 기반 마련을 지원하고 있습니다.

자활기업

30점

"자활기업"은 내일스토어 근무 경험을 바탕으로 자립에 성공한 자활 참여자가 직접 창업하여 운영하는 점포를 의미합니다.



시니어스토어

77점

"시니어스토어"는 어르신의 일자리 창출을 목적으로 운영되는 민간형 노인 일자리 사업으로, 편의점 매장 운영 수익을 활용하여 어르신의 인건비와 사업 운영비를 지원하고 있습니다.

늘봄스토어

6점

"늘봄스토어"는 발달장애인에게 편의점 매장 운영 전반의 직무 교육을 제공하여 취업 기회를 확대하고 경제적 자립을 지원하는 직업 훈련형 편의점입니다.

1) 2025년 말 기준 수퍼BU의 내일스토어 운영점(고양백석점, 구리갈매점, 강릉임암점, 포항상도점) 포함

지역사회

관리 체계

추진 전략

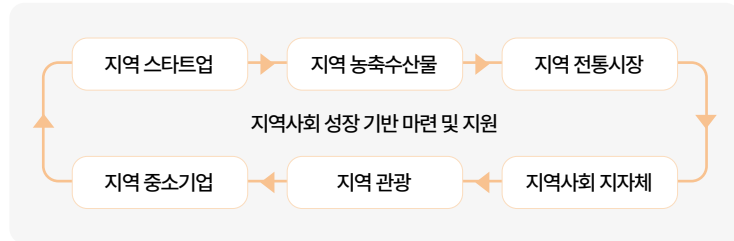
지역사회 참여 정책

GS리테일은 지역사회 참여 정책을 수립하고, 유통업의 특성을 활용한 다양한 판로 지원 활동을 통해 지역사회와의 상생 기반을 구축해 나가고 있습니다.



추진 방향

GS리테일은 지역경제 활성화와 성장 기반 마련을 위해 다양한 이해관계자와 연계한 전략을 수립하고 이를 체계적으로 추진하고 있습니다.



주요 성과

목표 대비 추진실적

GS리테일은 TV 광고와 방송 채널을 활용하여 지역 유망 중소기업의 상품 출시와 판로 확대를 지원하고 목표-계획 대비 추진 현황을 지속적으로 모니터링하여 사업의 효과성을 관리하고 있습니다.

2025년	계획	연 50개 이상 지역 및 우수 중소기업, 소상공인 연계상품 런칭
	실적	연계상품 총 55개 상품 런칭

주요 활동

지역상생활동

지역 스타트업

GS리테일은 유통 산업 혁신을 위해 서울창조경제혁신센터와 함께 2023년부터 오픈 이노베이션 프로그램 '더 지에스 챌린지 퓨처 리테일'을 운영하고 있습니다. 2025년에는 7개 스타트업을 최종 선발하여 AI 기반 초개인화 마케팅, AI 활용 숏폼·3D 영상 제작, 데이터 기반 의사결정 자동화 등 디지털 전환 핵심 기술을 유통 현장에 시범 적용하고 있습니다. 지난 3년간 누적 18개 스타트업과 협업하며 매장 운영 효율화, 디지털 마케팅 고도화 등과 관련한 기술 적용 가능성과 사업 효과를 검증해 왔으며 GS리테일은 앞으로도 스타트업과의 개방형 협업을 통해 유통 사업 전반의 혁신 역량을 지속적으로 강화해 나갈 계획입니다.



지역 중소기업

GS리테일은 지역 중소기업의 성장과 시장 진출 확대를 위해 방송 연계 판매, 해외 수출 지원 등 다양한 판로 확대 프로그램을 운영하고 있습니다. 이를 통해 중소기업이 새로운 유통 채널을 확보하고 시장 경쟁력을 강화할 수 있도록 지원하고 있습니다.

발달장애 청년 일터

GS리테일은 발달장애 청년의 자립을 지원하는 스마트팜 '푸르메소셜팜'과의 협력을 통해 지역사회 상생 활동을 지속하고 있습니다. 2021년부터 토마토 상품 매입 및 판로 지원을 이어오고 있으며, 2025년 기준 누적 매입량은 382톤에 달합니다. 판매 채널 확대와 상품성 강화를 통해 매입 규모가 협업 초기 대비 확대되었으며, 이를 통해 장애인 일자리 운영과 안정적인 소득 기반 조성에 기여하고 있습니다. 또한 임직원 봉사활동을 병행해 농장 현장 지원과 교류를 이어가며, 생산-유통-자립으로 연결되는 지역사회 선순환 구조 구축에 힘쓰고 있습니다.



지역사회

주요 활동

지역상생활동

지역 농축수산물

GS리테일은 채소, 과일, 축산, 수산 등 지역 특산물을 적극적으로 매입하여 지역 경제 활성화에 기여하고 다양한 소비자가 지역 특산물에 쉽게 접근할 수 있도록 판로를 지속적으로 확대하고 있습니다.

2025년에는 충청남도, 전라남도, 제주도 등 주요 산지와와 직거래를 확대하여 GS THE FRESH의 특산물 매입 금액이 전년 대비 약 10% 이상 증가하였습니다. 아울러 경북 청송 사과 산지의 안정적인 물동 운영을 지원하기 위해 50억 원의 선지급을 진행하였습니다.

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

Case Co:어촌 프로젝트

GS리테일은 해양수산부 및 한국어촌어항공단과 협력하여 어촌 지역과 기업이 함께 성장하는 상생 모델인 'Co:어촌 프로젝트'를 운영하고 있습니다. 본 프로젝트는 지역 어업인의 안정적인 소득 창출을 지원하고 국내 수산물의 유통 경쟁력을 강화하는 데 목적을 두고 있습니다.

특히 GS THE FRESH의 전국 유통망을 활용해 민물장어 등 우수한 국내 수산물의 판로를 확대하고 있으며 우리동네GS 앱 기반 사전 예약 판매 방식을 도입하여 소비자의 구매 편의성과 접근성을 동시에 제고하고 있습니다. 이를 통해 생산자와 소비자를 직접 연결하는 유통 구조를 강화하고 신선한 수산물을 보다 합리적인 가격에 제공하고 있습니다.

GS리테일은 협력 범위를 단계적으로 확대함으로써 어촌 지역과의 지속가능한 상생 구조를 강화해 나갈 계획입니다.



지역사회 지자체

GS리테일은 건전한 기부 문화 확산과 지역사회 활성화를 위해 '고향사랑기부제'에 참여하고 있습니다. 고객은 전용 모바일 애플리케이션 '우리동네GS'를 통해 고향 또는 원하는 지자체에 기부할 수 있으며 각 지자체는 이를 주민 복지와 지역사회 발전을 위한 재원으로 활용하고 있습니다. GS리테일은 이를 통해 지역사회와의 상생 기반을 확대하고 지역 경제 활성화에 기여하고 있습니다.

지역 관광

GS리테일은 지역 관광 활성화를 위해 2025년 제주도, 울릉도, 여수, 영광, 담양, 장흥, 강릉, 양양 등 국내 주요 관광지를 중심으로 여행 상품을 개발하고 TV 홈쇼핑을 통해 판매하였습니다. TV 홈쇼핑은 상품 판매뿐 아니라 지역 관광지를 소비자에게 소개하는 홍보 채널로도 기능하고 있습니다. 아울러 지역 농협·전통시장과 연계하여 축제, 먹거리, 체험 프로그램, 시장 방문 등을 포함한 다양한 관광 코스를 기획하여 지역 경제 활성화에 기여하고 있습니다.

전남창조경제혁신센터와 11년 동행

GS SHOP은 2015년부터 전남창조경제혁신센터와 협력 관계를 이어오며 지역 상생 모델을 구축하여 왔습니다. 2025년까지 약 11년간의 협업을 통해 여행 상품 판매 약 136억 원, 전남 기업 우수 상품 판매 약 700억 원 등 총 약 836억 원의 경제적 성과를 창출하였습니다. 아울러 전라남도 13개 지자체와 협력하여 약 70개의 여행 상품을 개발하고 2천 개 이상의 기업과 함께 100여 개의 전남 우수 상품을 발굴하여 홈쇼핑 방송을 통해 소개하였습니다.

Governance

이사회	92
주주	95
윤리·준법경영	96
리스크 관리	100

이사회

이사회 구성

이사회 구성 현황

GS리테일 이사회는 운영 효율성과 의사결정의 합리성·공정성을 고려하여 사내이사 2인, 사외이사 4인, 기타 비상무이사 1인으로 총 7인으로 구성되어 있습니다. 사외이사는 상법 등 관계법령이 규정한 이사 총수의 과반수 요건을 충족하고 있으며, 경영, 금융, 재무, IT 등 다양한 전문성과 경험을 갖춘 인사들로 구성되어 있습니다. 이사회는 관계법령, 정관 및 이사회 규정에 따라 회사 경영의 기본방침과 주요 업무 집행 사항을 심의·의결하고 감독하는 역할을 수행합니다. 이를 통해 이사회 중심의 책임 경영체제를 강화하고, 안정적인 경영기반을 구축하고자 노력하고 있습니다. 또한, 이사회 산하에 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 내부거래위원회, ESG위원회, 보상위원회 총 5개의 위원회를 설치하여 운영하고 있습니다. 각 위원회는 전문적인 심의 기능을 수행함으로써 이사회의 전문성과 운영 효율성을 더욱 제고하고 있습니다.

이사회 구성 현황

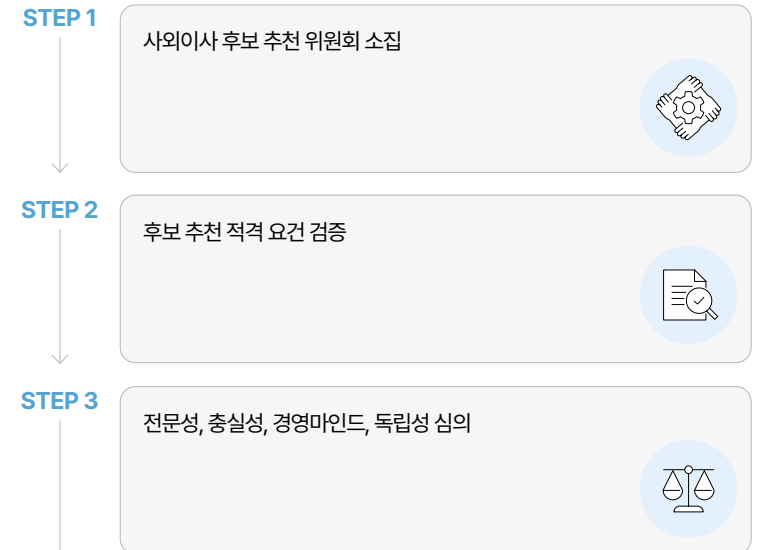
(2026년 3월 기준)

구분	성명	임기	분야	주요경력	성별	이사회 내 위원회 직책
사내이사	허서홍	2025.3.20 ~2028.3.19	전사 경영 전반	전) (주)GS리테일 경영전략Service Unit장 현) (주)GS리테일 대표이사	남성	-
	오진석	2024.3.21 ~2027.3.20	플랫폼 경영 전반	전) (주)GS리테일 플랫폼BU장 현) (주)GS리테일 플랫폼SU장	남성	· 보상위원회 위원
기타 비상무이사	홍순기	2024.3.21 ~2027.3.20	그룹사 연계	전) (주)GS CFO 현) (주)GS 대표이사	남성	· ESG위원회 위원
사외이사	이성락	2025.3.20 ~2028.3.19	금융/경영	전) (주)신한은행 부행장 현) (주)GS리테일 이사회 의장	남성	· 이사회 의장 · 감사위원회 위원 · 내부거래위원회 위원 · 사외이사후보추천위원회 위원
	윤윤진	2025.3.20 ~2028.3.19	IT/리스크관리	전) 국토안전관리원 비상임이사 현) 카이스트 건설 및 환경공학과 교수	여성	· 보상위원회 위원장 · 감사위원회 위원 · 내부거래위원회 위원 · ESG위원회 위원
	이상규	2026.3.19 ~2029.3.18	경영/유통	전) LG전자(주) 한국영업본부장, 사장 현) 숙명여자대학교 석좌교수	남성	· 내부거래위원회 위원장 · ESG위원회 위원장 · 사외이사후보추천위원회 위원
	안동현	2026.3.19 ~2029.3.18	재무/금융	전) 금융발전심의회 위원장 현) 서울대학교 경제학부 교수	남성	· 감사위원회 위원장 · 사외이사후보추천위원회 위원장 · 보상위원회 위원 · ESG위원회 위원

사외이사 선임

GS리테일은 회사의 지속적 성장과 기업가치 제고에 기여할 수 있는 사외이사를 선임하기 위해 공정하고 투명한 절차를 운영하고 있습니다. 후보자에 대해 사전 인터뷰 및 레퍼런스 체크를 실시하고, 상법·공직자윤리법 등 관련 법령을 기준으로 자격요건 충족 여부를 우선적으로 검증합니다. 이후 사외이사후보추천위원회에서 전문성·경영마인드·충실성(Commitment)·독립성 등을 종합적으로 심의하며, 이사회 구성의 다양성, 경영 환경 변화, 신규 선임 사외이사에게 기대되는 역할 등을 함께 고려하여 주주총회에 상정할 최종 후보를 결정합니다. 이사의 임기는 3년이며, 임기 만료 시 주주총회를 통해 재선임 여부를 승인받습니다. 아울러 사외이사의 연임 기간을 동일 회사 기준 최대 6년으로 제한하여 이사회의 독립성을 확보하고 있습니다.

선임 프로세스



이사회

이사회 구성

이사회 전문성 및 다양성

GS리테일은 이사회 구성의 전문성과 다양성 제고를 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 편의점·수퍼·홈쇼핑·신사업 등 주요 사업 영역은 각 분야의 사내 최고 전문가가 총괄하며, 이들은 사내이사 및 대표이사로서 이사회에 참여하여 사업적 전문성을 경영 의사결정에 직접 반영하고 있습니다. 사외이사는 경영, 재무, 금융, 신사업 등 다양한 분야의 전문가로 구성되어 이사회의 역량과 전문성 강화에 기여하고 있습니다.

아울러 GS리테일은 이사회 구성 시 성별, 연령, 정치적, 종교적 성향, 문화적 배경 등에 따른 차별을 배제하고 다양성과 전문성을 균형 있게 고려하고 있습니다. 2021년 7월부터 여성 사외이사를 선임해왔으며, 제54기 정기주주총회를 통해 윤윤진 사외이사를 신규 선임하였습니다.

이사회 독립성

GS리테일은 이사회의 독립성과 지배구조의 건전성을 강화하기 위해 사외이사(이성락 사외이사)를 이사회 의장으로 선임하여 이사회를 운영하고 있습니다. 또한 이사회 내 위원회의 위원장을 모두 사외이사로 선출함으로써, 사외이사 중심의 운영체계를 확립하였습니다. 현재 이사회 내에서 사외이사가 차지하는 비율은 약 57.1%이며, 투명하고 독립적인 방법으로 사외이사를 선임하기 위해 사외이사 전원으로 구성된 사외이사후보추천위원회를 설치하여 운영하고 있습니다.

이사회 역량 구성표

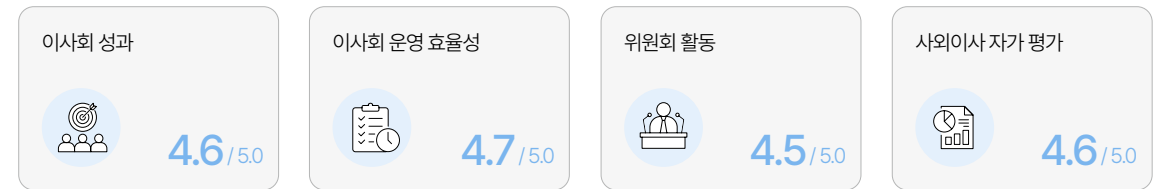
구분	경영·리더십	유통 관련 산업	재무·회계	금융	IT	리스크 관리·ESG	독립성
사내이사	허서홍	●				●	
	오진석	●		●		●	
기타 비상무 이사	홍순기	●	●			●	
사외이사	이성락	●		●		●	●
	윤윤진				●	●	●
	이상규	●	●			●	●
	안동현		●	●		●	●

이사회 평가 및 보수

평가 프로세스

GS리테일은 이사회 운영의 효율성을 높이고 개선사항을 도출하기 위해 매 사업연도 1회 이사회 평가를 실시하고 있습니다. 이사회 전원은 이사회 관련 제도 및 운영 수준에 대해 자체적으로 평가를 수행하며, 사외이사 중심의 투명하고 공정한 이사회 운영을 위해 사외이사만을 대상으로 한 별도의 자가평가도 함께 진행하고 있습니다. 이사회 및 사외이사 평가 결과는 이사회에 보고한 후, 본 보고서 및 회사 홈페이지 등을 통해 공개하고 있습니다. 평가 결과에서 도출된 개선 사항은 향후 이사회 운영에 적극 반영하여 보다 선진적이고 효과적인 이사회 운영을 도모하고 있습니다.

2025년 이사회 평가 결과



보수 지급 기준

GS리테일은 상법 제388조에 의거하여 이사 보수한도를 주주총회에서 승인받고 있으며, 승인된 한도 내에서 ESG 이행 수준 강화 등 직무수행의 책임, 위험성, 투입시간 등을 종합적으로 고려하여 보수를 집행하고 있습니다.

사내이사의 보수는 주주총회에서 확정된 이사 보수 한도 범위 내에서 임원 인사관리규정과 임원의 역할, 기여도 및 전문성 등을 종합적으로 고려하여 결정됩니다. 성과급은 매출액, 영업이익 등의 정량지표와 재무/비재무 성과 목표 달성도, 리더십 등의 정성 평가 결과를 바탕으로, 회사의 경영환경을 종합적으로 고려하여 지급 수준을 확정합니다. 사외이사의 보수는 담당 업무 범위, 전문성, 대내외 경영 환경, 동종업계 보수 수준 등을 고려하여 책정하고 있습니다.

2025년 주주총회 승인 금액 및 보수 지급금액

구분	비고	
인원 수	7명	사내이사/기타비상무이사/사외이사(감사위원회 위원 포함)
주주총회 승인금액	5,000 백만 원	2025년 정기주주총회 승인
보수총액	2,058백만 원 ¹⁾	중도 퇴임 및 신규 선임 사외이사의 지급 보수 포함
1인 평균 보수액	294백만 원	

¹⁾ 당사는 상법 제388조 및 정관 제39조에 의거하여, 임원 퇴직금 지급규정에 따라 이사의 퇴직소득을 지급하며, 주주총회에서 승인받은 이사 보수 한도에는 퇴직소득이 포함되지 않습니다.

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 사외이사후보추천위원회, 내부거래위원회는 전원 사외이사로 구성하여 공정성과 투명성을 보장하고 있습니다.

모든 위원회는 3인 이상의 이사로 구성되며, 각 위원회의 위원 중 과반수를 사외이사로 선임함으로써 위원회의 독립성과 객관성을 보장하고 있습니다. 위원회에서 의결된 사항은 이사회에 보고하도록 하고 있으며, 필요 시 위원회의 결의 사항을 이사회에서 재심의 하여 의사결정의 정합성을 제고하고 있습니다. 또한, 각 위원회에서 심층적으로 다룬 주요 안건의 경우에는 이사회에서 별도로 추가 보고 절차를 진행합니다. 단, 감사위원회의 독립성을 보장하기 위해 감사위원회에서 의결된 사항은 이사회 재심의 대상에서 제외하고 있습니다.

(2026년 3월 기준)

구분	구성원	역할
감사위원회	·안동현 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	·안동현 사외이사 (위원장) ·이성락 사외이사 ·이상규 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 특수관계 인과의 일정 규모 이상 거래 또는 특수관계인을 위한 일정 규모 이상 거래 행위 안건 사전 심의 ·회사와 이사 등과의 거래에 대한 안건 사전 심의
ESG위원회	·이상규 사외이사 (위원장) ·윤윤진 사외이사 ·안동현 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) ·안동현 사외이사 ·오진석 사내이사	·등기이사 보수의 한도, 집행임원 인사관리 규정 내 기본연봉 산정, 기타 보상 관련 검토

이사회 개최

GS리테일의 이사회는 매년 8회의 정기 이사회를 개최하고 있으며, 필요 시 주요 현안을 논의하기 위해 임시 이사회를 수시로 열고 있습니다. 상정 안건에 대한 승인은 이사 총원 과반수 출석과 출석이사의 과반수 찬성으로 진행됩니다. 단, 상법 제398조(이사 등과 회사 간의 거래) 등 관계 법령이 정한 특정 안건의 경우에는 출석 이사 3분의 2 이상의 동의로 상정 안건에 대한 승인이 이루어집니다. 이사회는 환경(E), 사회(S), 거버넌스(G)를 균형 있게 고려한 합리적인 의사결정을 통해 지속가능한 가치 창출에 기여하고 있으며, 주요 경영 활동에 대한 관리, 감독 기능을 충실히 수행함으로써 회사의 경영 건전성 제고에 힘쓰고 있습니다.

구분	2023년	2024년	2025년
개최 횟수	8회	12회	12회
심의/보고 안건	23/31건	34/30건	37/34건
평균 참석률	100%	98.8%	94%

이사회 역량 강화

GS리테일은 이사회 구성원의 적극적인 참여를 바탕으로 이사회 중심 경영을 실천하기 위해, 매년 말 차년도 전체 이사회 일정을 사전에 공유하여 이사회 구성원이 계획적으로 참여할 수 있도록 지원하고 있습니다.

또한, 매 이사회 개최 전 전체 안건의 주요 내용을 모든 이사에게 사전에 제공함으로써, 각 안건에 대한 이사회 구성원의 충분한 이해도를 바탕으로 심도 있는 심의가 이루어질 수 있도록 하고 있습니다. 이를 통해 보다 합리적이고 책임 있는 의사결정을 도출하고자 합니다. 아울러 GS리테일은 이사회 구성원의 전문성 제고와 사업에 대한 이해도 증진을 위해, 대내·외 교육에 대한 참가를 적극 지원하고 있습니다. 특히, 주요 사업 및 신사업 분야에 대해서는 규정에 따른 이사회 보고사항 외에 별도보고를 편성하여, 이사회 구성원이 회사가 영위하고 있는 사업 전반에 대한 전문적인 식견을 지속적으로 강화할 수 있도록 지원하고 있습니다.

구분	내용
3월	해외사업 현황 보고
4월	(주)GS리테일 사업 현황
7월	제 11회 ACI 세미나
11월	2025년 기업지배기구발전센터 웨비나
12월	Audit Committee School 보수 교육

주주

주주 가치 제고

주주 현황

2025년 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.

(2025년 12월 31일 기준)

구분	주주명	소유 주식수	지분율 (%)	비고
5% 이상 주주	(주)GS	49,009,387	58.62	-
	국민연금공단	6,874,258	8.22	위탁운용지분 포함
자기주식	(주)지에스리테일	41,825	0.05	-
1% 이상 주주	(주)대한항공	2,025,380	2.42	-
	NORGES BANK	1,369,876	1.64	
	트러스트자산운용	1,135,986	1.36	
기타주주	-	23,150,703	27.69	1% 미만 주주
합계		83,607,415	100	-



주주 친화 제도

GS리테일은 상법 및 관련 법령에 따라 주주의 공평한 의결권 보장과 권익 보호를 위해 적극적으로 노력하고 있습니다. 또한 컨퍼런스, NDR(Non-Deal Roadshow, 기업설명회) 등 다양한 IR활동 및 공시를 통해 모든 주주에게 필요한 정보를 적시에, 그리고 충분히 이해하기 쉬운 형태로 제공하고 있습니다.

주주의결권 행사 용의성 제고

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



주주와의 소통 및 정보 접근성 강화

- 분기별 잠정 영업실적용 전자공시시스템(DART) 및 당사 홈페이지를 통해 발표
- 국내·외 투자자 등 대상 Non-Deal Roadshow 실시, 증권사 주최 컨퍼런스 참여, 국내·외 기관투자자 대상 IR 미팅 진행



주주 소통 담당 이사 선임

- 이사회 결의를 통한 주주 소통 담당 이사 선임
- 주주 및 이해관계자와의 소통 활성화를 통한 지배구조 건전성 및 투자자 신뢰 제고



기타

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



윤리·준법경영

관리 체계

거버넌스

이사회는 최고 의사결정 기구로서 ESG위원회 및 감사위원회를 통해 주요 준법경영 사항을 심의·감독합니다. 또한 준법지원인과 컴플라이언스팀이 전사 컴플라이언스 체계 운영을 지원하며, 조직 전반의 내부통제 기능을 강화하고 있습니다.

대표이사를 의장으로 하는 컴플라이언스 운영협의회는 총 13인의 최고경영진으로 구성된 협의체로, 정기적 운영을 통해 컴플라이언스 취약점, 제도 개선 결과 및 향후 계획을 점검합니다. 자율준수프로그램 운영 결과 및 준법 점검 결과는 이사회 보고 안건으로 상정되어 전사 컴플라이언스 리스크를 체계적으로 관리하고 있습니다.

각 조직별 실무협의체를 통해 사전 협의 및 현장 중심의 준법 감시를 강화하고 있으며, CEO 직할 경영진단팀과 감사위원회 직할 감사지원팀이 독립적으로 운영되어 내부통제의 객관성을 확보하고 있습니다. 이와 함께 리더 평가에 컴플라이언스 항목을 반영하여 조직 전반의 준법경영 실천을 강화하고, 컴플라이언스 시스템의 운영 효과성을 정기적으로 점검함으로써 선순환 구조 구축과 준법문화의 정착을 지속적으로 추진하고 있습니다.



보상 연계

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

관리감독 사항

GS리테일은 2025년 ESG위원회 개최 중 준법 점검 결과와 계획 및 자율준수프로그램 운영실적 및 계획 보고를 목적으로 두 차례의 보고 안건을 논의하였습니다.

개최일자	의안 내용
2025.03.05	[보고 사항] -2024년 하반기 준법 점검 결과 및 2025년 계획 보고 -2024년 하반기 자율준수프로그램 운영실적 보고
2025.08.07	[보고 사항] -2025년 상반기 준법 점검 결과 보고 -2025년 상반기 자율준수프로그램 운영실적 보고

컴플라이언스 운영협의회 및 분과별 실무협의체

컴플라이언스 운영협의회는 준법지원인과 자율준수관리자가 준법 관련 이슈를 최고 경영진에게 정기적으로 보고하는 협의체로, 하위에 주요 분과별 실무협의체를 두어 준법 리스크가 높은 사안에 대해 월 1회 이상 협의하고 있습니다.

2025년에는 공정거래 및 규제대응 분야에서 주류광고 마케팅 기준 준수, 판촉행사 비용 분담 가이드라인 수립, GIP¹⁾ 서비스 개선, 동의의결 사항 이행을 위한 신상품 중병 프로세스 개선, 홈쇼핑 미운영 카테고리 업무 프로세스 개선 등을 논의하였으며, 유관부서와의 상시 협의 채널을 통해 현장 중심의 이슈를 발굴하고 관련 법령 개정사항 및 규제동향을 공유하고 있습니다.

1) GIP: GS Insight Platform

윤리·준법경영

관리 체계

목표 및 방향성

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

GS리테일은 '고객과 함께 내일을 꿈꾸며 새로운 삶의 가치를 창조한다'는 경영이념 아래 자유롭고 공정한 시장경제 질서를 존중하며 모든 이해관계자와 상호 신뢰·협력을 토대로 공동의 이익을 추구하고 있습니다. 전 임직원이 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리규범을 실천할 수 있도록 CEO와 윤리경영 전담조직으로 구성된 윤리위원회 사무국을 운영하여 관련 제도 정비, 교육 및 전파 관리 체계를 수립하고 있으며, 대외적으로도 회사와 거래하는 이해관계자에게 거래 시 정도경영 실천서약서를 받고 해당 내용을 이해시키며 적극적인 동참을 권유하고 있습니다.

추진 목표 및 계획

구분	내용
법적 위험 식별 및 평가	<ul style="list-style-type: none"> 법적 위험 식별 및 평가활동 정기 실시 리스크 식별표 접근성 및 활용도 향상 추진
취약점 점검	<ul style="list-style-type: none"> 공정거래 AUDIT을 통한 취약점 점검 취약점에 대한 정기 집중점검 과제 선정
제도개선 및 기준 수립	<ul style="list-style-type: none"> 공정거래 자율준수프로그램 규정 개정 홈쇼핑 계약 관리체계 개선 홈쇼핑 상품 및 시스템 운영 효율화를 위한 상품운영 기준 수립
준법교육 및 내재화	<ul style="list-style-type: none"> 준법사례 중심 시각화 콘텐츠 제작 준법 인식 개선 활동의 효과성 측정 강화 전사 구성원 참여 확대를 위한 준법 캠페인 다각화

윤리경영 지침

당사는 윤리경영 실천을 위해 '윤리규범 및 실천지침', '윤리규범 및 실천지침 해설서', '청렴규정'을 운영하고 있습니다. '윤리규범 및 실천지침'은 임직원이 준수해야 할 올바른 행동과 가치판단의 기준을 제공하며, '해설서'는 이를 구체적으로 해설하여 실천을 용이하게 합니다. '청렴규정'은 청탁금지법 준수를 위해 제정되어 금품·접대, 경조금, 외부 강의 사례금 등에 대한 명확한 행동 기준을 규정하고 있습니다.

 윤리규범 및 실천지침

세부 실천 지침

임직원의 공정한 직무수행을 위해 이해관계자로부터의 사례 수수, 부당 지분 참여, 회사 자산의 불법 사용, 직무를 이용한 사리도모, 문서·계수 조작 및 허위 보고, 성희롱·직장 내 괴롭힘 금지 등 9개 항목을 비윤리적 행위로 규정하고 세부 실천 지침을 운영·공개하고 있습니다.

 세부실천지침

공정거래 체계

GS리테일은 대표이사를 중심으로 전 임직원과 파트너사가 함께하는 공정거래 자율준수 체계를 구축하여 지속가능한 성장을 추진하고 있습니다. 대표이사의 공정거래 실천 의지 및 방침을 명확히 표명하고, 공정거래 4대 가이드라인과 업무기준에 근거한 전담 조직 및 규정을 운영하고 있으며, 자율준수편람의 지속적 개정과 정기 준법교육을 통해 공정거래 문화를 내재화해 나가고 있습니다.

 공정거래 4대 가이드라인

내부통제시스템

GS리테일은 컴플라이언스 리스크 예방을 위해 주요한 재무계정이나 주요 경영 활동에 대한 이상 징후를 발견하는 상시모니터링 시스템을 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.

자율준수프로그램 (Compliance Program)

GS리테일은 상호 신뢰와 협력을 바탕으로 투명한 거래질서 확립 및 공정거래 문화 정착을 위하여 자율준수프로그램을 운영하고 있습니다.

 자율준수편람

1 CP기준과 절차 마련 및 시행	2 최고경영자의 자율준수 의지 및 지원
3 CP의 운영을 담당하는 자율준수관리자 임명	4 자율준수편람의 제작·활용
5 지속적이고 체계적인 자율준수교육 실시	6 내부감시체계 구축
7 공정거래 관련 법규 위반 임직원에 대한 제재	8 효과성 평가와 개선조치

윤리·준법경영

관리 체계

준법경영 관리 프로세스



GS리테일은 고객과의 신뢰를 제고하고 지속가능한 경쟁력을 확보하기 위해 준법경영 시스템을 강화하여 법적 리스크 식별, 평가, 기준 수립, 모니터링 및 취약점 점검, 제도 개선, 준법 내재화 등 프로세스를 운영하고 있습니다.

특히, 식별 단계에서 리스크의 영향도와 발생가능성을 검토하여 고위험으로 분류된 리스크에 대해서는 집중 점검 및 관리 활동을 진행하고 있으며, 저위험으로 분류된 리스크에 대해서도 임직원에게 공지하며 준법경영의 중요성을 고취시키고 있습니다.

관리 지표

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

주요 지표	2025년 실적
컴플라이언스 제도/기준 개선	16건
임직원 공정거래 교육	20회
불공정거래행위로 인한 법적 조치 건	0건

효과성 평가

GS리테일은 유통업 특성을 고려하여 공정거래 관련 리스크를 주요 위험으로 식별하고, 공정거래 자율준수 프로그램(CP)을 중심으로 준법관리 체계를 운영하고 있습니다. 컴플라이언스 운영협의회와 실무협의체를 통해 거래 단계별 주요 공정거래 리스크를 점검하며, 식별된 이슈는 제도 및 업무 프로세스 개선으로 연계하고 있습니다.

2025년에는 계약 프로세스, 판촉행사 비용 분담, 모니터링 및 내부 통제 기능 약화 등을 주요 공정거래 리스크로 식별하였습니다. 이에 대한 완화조치로 거래 형태별 표준계약서 및 약정서 개정, FF 상품 공급계약 전자 시스템 구축, 판촉비용 분담 가이드라인 수립, 신유형 상품권 약관 적용 점검, 자율준수편람 및 공정거래 제반 규정 개정 등 거래·계약 관리부터 규정·제도 전반에 걸친 개선 활동을 추진하였습니다.

이러한 노력의 결과, 2024년과 2025년에는 2년 연속 과징금 부과 등 제재 내역이 발생하지 않았습니다. GS리테일은 이러한 관리 성과를 바탕으로 공정거래 리스크 관리의 실효성을 지속적으로 점검·강화해 나가겠습니다.

리스크 점검 및 개선사항

식별 방법	공정거래관련 식별된 위험	완화조치	조치결과
리스크 모니터링	거래 형태별 표준계약서 최신화 필요성 대두	표준 계약서 개정(물품공급계약서, HBU 표준 약정서 등) 광고수수료 증빙 적합성 검토 및 계약 조건 명확화	거래 및 계약 관리 체계 정비
	판촉행사 운영 시 비용 분담 가이드라인 부재	판촉행사 운영 모니터링 및 공개모집 프로세스 개선 판촉비용 분담 가이드라인 수립	판촉행사 및 비용 분담 관리 강화
	컴플라이언스 점검 사각지대 존재	인허가 신고 등록 사항 점검, 반품 프로세스 점검 신유형 상품권 약관 적용 여부 검토 및 VoP(Voice of Partner) 기반 활동 점검	점검 및 모니터링 체계 고도화
	수기 계약 방식 및 프로세스의 비효율성	FF 상품 공급 계약 전자 시스템 구축, HBU 계약 및 상품 운영 프로세스 정비 신상품 증빙 및 쿠폰 운영 프로세스 개선	업무 프로세스 및 시스템 개선
	내부통제 기능 약화 우려	OFC 이슈 대응 매뉴얼 수립 정보보안 프로젝트 수행을 통한 내부통제 강화	내부통제 및 대응 체계 강화
	최신 공정거래 법령 등에 따른 사규 현행화 필요성 대두	자율준수편람 및 공정거래 제반 규정 개정 주요 이용약관 및 표준계약서 정비	규정 및 제도 고도화

윤리·준법경영

임직원 윤리인식

윤리·준법경영 교육

윤리경영 교육

GS리테일은 전 임직원 대상으로 금품수수 및 접대, 부정청탁 등 주요 윤리 이슈 중심의 윤리경영 교육을 실시하고 있습니다. 2025년 윤리경영 교육 이수율은 100%로, 전사 교육뿐만 아니라 신규 사원, 리더 등의 직급별 맞춤 교육을 통해 임직원의 정도경영 의식 함양에 최선을 다하고 있습니다. 또한 리더 및 임원 평가항목에 정도경영 실천 항목을 반영하고, 연 1회 실천서약서를 수취하여 준법경영 실천을 강화하고 있습니다. 이와 함께 사내 채널을 통한 교육 결과 공유, 금품수수신고센터 운영 및 '선물 안주고 안받기 운동' 등의 캠페인을 통해 윤리경영을 체계적으로 실행하고 있습니다.

2025년 교육 운영현황

구분	교육명 및 주요내용	교육 대상
윤리경영 교육	전사 및 직급별 교육 ·금품수수, 접대, 부정청탁 등 주요 윤리 이슈 중심의 윤리경영 교육	전 임직원
공정거래 교육	정기 교육 ① 비대면 콘텐츠 정기 배포 ·준법 뉴스레터: 거짓, 과장 광고 판결, 다크패턴, 공정거래 실천 다짐 등 ·가치전파쪽지: 준법경영의 필요성, 다크패턴 유의 사항 전파 ·CEO/BU장 Letter: 경영진의 준법경영 실천 의지 전파	전 임직원
	임원교육 ② 최고경영진 의사결정 리스크 관리 교육 ·상법 개정안 및 이사의 충실의무 교육 ·새 정부의 공정거래 정책 동향 및 유의사항 ·공정거래법규, ESG 리스크와 기회	전사 임원
	직무 배치 前 교육 ③ 신규 입사자 준법 정착 교육 ·신입사원: 25년 상/하반기 신입사원 입문과정 (공정거래법 등) ·경력사원: 분기별 경력사원 입문과정 ·특수직군: 홈쇼핑 신입 쇼핑호스트 심의 및 준법 교육	신입사원, 경력사원, 쇼핑호스트 등
	직무 교육 ④ 고위험군 및 실무자 맞춤형 심화 교육 ·MD(상품기획): MD 기본/항상 과정, 대규모유통업법, 표시광고법 ·마케팅: 주류 마케팅 심화(주류광고 고시), 표시광고법 ·가맹영업: 가맹사업법 교육 (광고 판촉, 가맹점 관리 이슈) ·기타: 부당지원 예방(계열사 거래), 하도급법, 준법담당자 역량 강화	PBU/HBU MD, 마케팅 담당자, 가맹/점포개발, CP 담당자 등

공정거래 교육

GS리테일은 임직원의 공정거래에 대한 이해도를 제고하기 위해 연간 계획을 수립하고 정기/수시 준법교육, 고리스크 부서 대상 특별 준법교육, 신규 입사자 또는 직무 전환자 대상 준법교육 등을 운영합니다. 2025년에는 신입사원부터 경영진까지 직급별·직무별로 세분화된 총 20회의 공정거래 교육(계열사 거래, 표시광고법, 하도급법 등)을 실시하였습니다. 또한, 준법 뉴스레터(연 4회) 및 가치전파쪽지 등 다양한 비대면 콘텐츠를 제작·배포하여 상시 학습 환경을 조성하였습니다. 이러한 공정거래 교육계획 및 결과는 반기 1회 이상 이사회에 보고하고 있으며, GS리테일은 공정거래 문화 조성을 위해 노력합니다.

제보 채널

GS리테일은 모든 이해관계자들이 비윤리적 행위에 대해 손쉽게 제보할 수 있도록 '정도경영 목소리', 핫라인과 IP 추적방지 기술이 적용된 레드휠 등 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 운영 현황

제보 채널	내용	2025년 제보 건수(건)
정도경영 목소리	임직원, 파트너사 불공정 행위 제보, 거래간 고충 및 개선사항 청취	386
레드휠	청탁금지법 위반 제보 및 윤리경영 의견 청취	34
기타(이메일, 유선 등)	임직원, 파트너사 불공정 행위 제보	47

신고 접수 및 징계 현황

구분	2023	2024	2025
금품수수 신고	64	72	67
징계	30	28	32

(단위: 건)

리스크 관리

관리 체계

거버넌스

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

구체적으로, 사업 운영 과정에서 발생할 수 있는 개인정보/보안(Privacy/Security), 법률/정책(Legal/Compliance), 품질(Quality), 경영(Business), 인사/노무(HR/ER), 재무(Financial) 등 핵심 리스크 영역을 체계적으로 관리하고 있습니다. 특히 비재무 리스크에 대해서는 영역별 주관부서가 참여하는 분과를 구성해 관리 효율성을 높이고 있으며, 지속가능경영부총장, 준법지원실장, 위기관리파트, 법무팀, 커뮤니케이션팀 등으로 구성된 RM Working Group이 리스크관리협의체를 지원하고 있습니다. 각 리스크 분과는 분기별로 이슈 점검 Committee를 운영해 리스크 발생을 사전에 대비하고 지속적으로 모니터링하고 있습니다. 또한 개인정보 및 보안 관련 리스크는 CEO 직속의 정보보호위원회를 별도로 운영하여 관련 이슈 예방을 위해 적극적으로 노력하고 있습니다.



리스크 관리 프로세스

GS리테일은 다양한 유관부서와의 협업을 통해 리스크 점검, 대응, 분석 및 재발 방지 등 전 과정에 걸친 리스크 관리 프로세스를 운영하며, 경영 활동 전반에서 발생할 수 있는 다양한 불확실성을 효과적으로 평가하고 관리하기 위해 최선을 다하고 있습니다. 분과별 이슈 점검 회의와 빅데이터 기반의 리스크 센싱 체계를 구축해 전사 차원에서 사전에 리스크를 식별할 수 있는 시스템을 마련하였으며 리스크관리협의체를 중심으로 신속한 대응 프로세스를 가동하고 있습니다. 또한 리스크 발생 시에는 해당 사례의 분석을 실시하고, 재발 방지를 위한 임직원 교육을 체계적으로 진행하여 조직 전체의 리스크 대응 역량을 강화하고 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 이를 기반으로 체계적인 관리 활동을 수행하고 있습니다. 비재무 리스크에는 비즈니스 운영 과정에서 발생할 수 있는 개인정보·보안, 안전보건, 소비자 권익, 물류(공급망), 마케팅·디자인, 평판, 환경 및 기후변화, 공정거래·동반성장, 정책·규제, 중대재해, 임직원 인권 리스크를 포함하고 있으며, 재무 리스크에는 IR, 신용도, 유동성 및 세무 리스크 등을 포괄하여 관리하고 있습니다.

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
		공정거래·동반성장 리스크	파트너사·경영주 등 이해관계자와의 공정한 거래 및 동반 성장과 관련된 이슈	· 자율준수프로그램(CP) 체계 구축 및 임직원 교육 · 공정거래협약 관련 개선 및 이행 점검
	Legal/Compliance	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
		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
		물류(공급망) 리스크	사고·재해·파업 등과 관련된 물류 공급망 이슈	· 물류 이슈 대응을 위한 비상 계획(Contingency plan) 수립 및 임직원 교육
	Business	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 구축 등을 통한 에너지 사용 절감 · 친환경 인증 취득 확대 · 음식물 처리기 설치 및 Recycle Center 운영 · 온실가스 인벤토리 구축 및 배출량 관리
재무 리스크	Financial	HR/ER	직장내 부정행위로 인한 인간의 존엄성 및 자유·권리 가치 침해	· 부정행위 제보채널 운영 · 성비위·직장내 괴롭힘 등 대응 거버넌스 운영
		IR, 신용도, 유동성, 세무	주가 하락, 신용도 저하, 세금 관련 이슈 등	· 사업부업무별 주요 재무 리스크 요인 상시 모니터링 및 선제적 관리

APPENDIX

ESG Performance Data	103	제3자 검증의견서	119
SASB Index	112	지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들	121
GRI Standards Index	113	이니셔티브 및 협회 가입 현황	121
UN SDGs 연계활동	116	수상내역	121
온실가스 검증의견서	117		

ESG Performance Data

재무성과

요약 연결재무상태표

구분	단위	2023	2024	2025
[유동자산]	백만원	1,857,062	1,481,156	1,797,888
현금 및 현금성 자산	백만원	431,766	93,289	294,440
매출채권 및 기타채권	백만원	896,914	847,044	935,105
기타 유동금융자산	백만원	129,395	136,061	139,923
재고자산	백만원	304,289	307,139	337,348
기타	백만원	94,698	97,623	91,072
[비유동자산]	백만원	8,184,954	6,100,488	5,685,209
장기매출채권 및 기타채권	백만원	1,079,024	1,069,962	1,015,073
기타 비유동금융자산	백만원	765,671	686,859	690,568
공동기업 및 관계기업 투자	백만원	451,173	409,894	301,998
유형자산	백만원	2,831,191	1,542,036	1,428,764
투자부동산	백만원	1,067,280	474,653	458,091
무형자산	백만원	244,146	232,544	171,435
사용권자산	백만원	1,588,054	1,524,117	1,494,108
기타	백만원	158,415	160,423	125,171
자산총계	백만원	10,042,016	7,581,643	7,483,097

구분	단위	2023	2024	2025
[유동부채]	백만원	2,688,039	1,898,446	1,995,791
[비유동부채]	백만원	2,920,238	2,501,679	2,211,212
부채총계	백만원	5,608,276	4,400,124	4,207,003
[지배기업소유주지분]	백만원	4,058,375	3,206,849	3,284,403
자본금	백만원	104,718	83,607	83,607
자본잉여금	백만원	1,209,098	979,864	979,864
기타자본항목	백만원	(100,778)	(691,803)	(691,803)
기타포괄손익누계액	백만원	72,238	121,312	155,650
이익잉여금	백만원	2,773,099	2,713,869	2,757,086
[비지배지분]	백만원	375,365	(25,330)	(8,308)
자본총계	백만원	4,433,740	3,181,519	3,276,095

요약 연결손익계산서¹⁾

구분	단위	2023	2024	2025
매출액	백만원	11,134,149	11,626,920	11,957,422
영업이익	백만원	291,782	239,105	292,120
계속영업이익	백만원	37,654	(344)	60,680
당기순이익	백만원	22,148	9,791	50,239
지배기업의 소유주지분	백만원	17,678	2,548	43,433
비지배지분	백만원	4,469	7,244	6,806

1) 지분 매각, 특정 사업부의 영업 종료 등으로 관련 손익이 중단영업에 해당됨에 따라 2023년, 2024년 재무성과를 재분류함. 자세한 내용은 사업보고서 참고

ESG Performance Data

비재무성과

환경 성과

온실가스¹⁾

구분		단위	2023	2024	2025
합계		tCO ₂ eq	675,016	3,145,214	2,946,636
Scope 1	소계	tCO ₂ eq	2,037,664	2,208,986	2,250,675
	Scope 2(지역기반)	tCO ₂ eq	51,686.781	50,242.011	48,649.679
	Scope 2(시장기반)	tCO ₂ eq	51,686.781	50,242.011	48,649.679
	총 배출량(Scope 1+2)	tCO ₂ eq	53,718	52,444	50,891
	소계	tCO ₂ eq	621,292	3,092,770	2,895,745
	카테고리 1	tCO ₂ eq	211	2,235,721	2,101,782
	카테고리 2	tCO ₂ eq	-	16,649	10,272
	카테고리 3	tCO ₂ eq	4,118	7,874	7,631
	카테고리 4	tCO ₂ eq	1,325	1,518	1,605
	카테고리 5	tCO ₂ eq	6,711	7,463	6,776
	카테고리 6	tCO ₂ eq	-	249	2,049
	카테고리 7	tCO ₂ eq	-	54	60
	카테고리 8	tCO ₂ eq	1,059	1,080	703
	카테고리 9	tCO ₂ eq	-	56,962	57,421
카테고리 11	tCO ₂ eq	-	65,944	12,570	
카테고리 12	tCO ₂ eq	-	23,997	3,886	
카테고리 13	tCO ₂ eq	59	63	60	
카테고리 14	tCO ₂ eq	607,809	675,196	690,930	
온실가스 집약도(Scope 1, 2)	합계(Scope 1, 2)	tCO ₂ eq/십억 원 ²⁾	4.93	4.61	4.32
	Scope 1	tCO ₂ eq/십억 원 ²⁾	0.187	0.194	0.191
	Scope 2	tCO ₂ eq/십억 원 ²⁾	4.748	4.416	4.132
온실가스 감축률 (Scope 1, 2 원단위 기준)		%	12.7	6.6	6.2

1) 소수점 절사로 인한 합계와 하위 항목 합산 데이터 간 일부 상이

2) 온실가스 배출 집약도 단위는 지주사 지표정의서 기준에 따라 기존 tCO₂eq/억 원에서 tCO₂eq/십억 원으로 변경하여 2023년, 2024년 데이터를 정정함

에너지

구분		단위	2023 ¹⁾	2024 ¹⁾	2025	
합계		TJ	1,110	1,081	1,052	
조직 내 사용량	직접에너지	소계	TJ	36.90	40.56	40.86
		휘발유	TJ	9.66	10.66	10.54
		경유	TJ	0.19	0.09	0.09
		LNG	TJ	26.8	29.63	30.05
		프로판	TJ	0.25	0.18	0.18
	간접에너지	소계	TJ	1,080.24	1,050.03	1,016.75
		전력	TJ	1,080.24	1,050.03	1,016.75
		에너지 집약도	TJ/십억 원 ¹⁾	0.102	0.095	0.089
		에너지 감축률 (원단위 기준)	%	12.6	6.8	6.0
		조직 외 사용량	TJ	12,752	14,980	15,304
재생에너지 발전 및 사용량		TJ	0.450	0.477	0.760	

1) 에너지 집약도 단위는 지주사 지표정의서 기준에 따라 기존 TJ/억 원에서 TJ/십억 원으로 변경하여 2023년, 2024년 데이터를 정정함

ESG Performance Data

비재무성과

환경 성과

폐기물

구분		단위	2023 ¹⁾	2024 ¹⁾	2025
폐기물 총 발생량		톤	23,032	21,176	19,085
일반폐기물 (위탁업체 처리)	재활용	톤	6,283	13,024	10,978
	소각	톤	2,116	2,427	1,825
	매립	톤	1,066	2,156	2,629
	기타	톤	3,567	3,569	3,653
폐기물 재활용률		%	71	62	58
폐기물 집약도		톤/억 원	0.212	0.186	0.162

1) 산정범위 변동에 따라 2023년, 2024년 데이터를 정정함

용수 및 폐수

구분		단위	2023	2024	2025
합계		톤	893,824	896,864	740,866
취수량/ 사용량	상하수도	톤	890,923	894,326	737,451
	담수	톤	0	0	0
	지하수	톤	2,901	2,538	3,415
	방류량	톤	893,824	896,864	740,866
총 용수 재사용량(재이용량)		톤	N/A	N/A	N/A
총 용수 재사용률(재이용률)		%	N/A	N/A	N/A
용수 집약도		톤/억 원	8.210	7.882	6.292

환경경영

구분		단위	2023	2024	2025
환경 교육	이수 인원	명	5,294	2,617	233 ¹⁾
환경 법규 위반	환경 법규 위반 건 수	건	-	-	-
	환경 법규 위반에 따른 벌금 총액	만 원	-	-	-
	과태료	건	-	-	-

1) 전사 필수 ESG-환경 교육 운영 방식이 조정되면서 일부 교육 콘텐츠 운영 규모가 전년도 대비 축소됨

친환경 제품-서비스

구분		단위	2023	2024	2025
제품-서비스 구매액	전체 ¹⁾	억 원	999.4	1,059.9	617.8
	친환경 ²⁾³⁾	억 원	226.6	216.0	120.7
친환경 제품-서비스 매출액 ⁴⁾		억 원	5,227.9	6,390.2	6,538.4

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) 친환경 매출액에 포함된 홀쇼핑BU 금액은 출고금액 기준임

4) 데이터 집계 오류로 2023년, 2024년 데이터를 정정함

친환경 매장

구분		단위	2023	2024	2025
SEMS	설치 점포	개 점	14,994	16,938	17,227
녹색매장	점포 수	개 점	27	27	16

ESG Performance Data

비재무성과

사회 성과

임직원 현황¹⁾

구분		단위	2023	2024	2025	
합계		명	7,370	7,460	7,306	
성별	남성	명	4,167	4,184	4,094	
	여성	명	3,203	3,276	3,212	
지역	한국	명	7,359	7,448	7,294	
	태국	명	1	1	1	
	중국	명	1	1	1	
	말레이시아	명	0	0	0	
	인도네시아	명	4	3	2	
	베트남	명	3	4	3	
	몽골	명	2	3	5	
연령	30세 미만	명	1,433	1,467	1,294	
	30세 이상 50세 이하	명	4,572	4,437	4,545	
	50세 초과	명	1,365	1,556	1,467	
고용 계약	정규직	남성	명	3,591	3,522	3,315
		여성	명	1,583	1,543	1,494
	기간제, 한시적 근로자	남성	명	576	662	779
		여성	명	1,620	1,733	1,718
	정규직	국내	명	5,163	5,053	4,797
		국외	명	11	12	12
	기간제, 한시적 근로자	국내	명	2,196	2,395	2,497
		국외	명	0	0	0
고용 형태	상근	남성	명	3,653	3,592	3,422
		여성	명	1,712	1,725	1,678
	시간제	남성	명	514	592	672
		여성	명	1,491	1,551	1,534
소속 외 근로자	파견 근로자	명	6	20	6	

구분		단위	2023	2024	2025	
성별 다양성	임원 ¹⁾	임원 수	명	33	36	32
		남성 임원 수	명	27	30	27
		여성 임원 수	명	6	6	5
	사외이사	사외이사 수	명	4	4	4
		남성 사외이사 수	명	3	3	3
		여성 사외이사 수	명	1	1	1
	여성 사외이사 비율		%	20	20	20
	관리자 ²⁾	전체 관리자 수	명	572	613	661
		남성 관리자 수	명	536	585	629
		여성 관리자 수	명	36	28	32
여성 관리자 비율		%	6.3	4.6	4.8	
비관리자	전체 비관리자 수	명	6,798	6,847	6,645	
	남성 비관리자 수	명	3,631	3,599	3,465	
	여성 비관리자 수	명	3,167	3,248	3,180	
장애인 인력	기준 인원 ³⁾	명	6,973	6,751	6,267	
	장애인 직원 수 ⁴⁾	명	217	210	195	
	장애인 직원 비율	%	3.1	3.1	3.1	

1) 사외이사 및 기타 비상근이사 제외
 2) 임원 제외 파트장 이상 직책자(정규직 부문장 포함)
 3) 상시근로자 기준으로 산정
 4) 한국장애인고용공단 신고 기준

ESG Performance Data

비재무성과

사회 성과

신규채용¹⁾

구분		단위	2023	2024	2025
합계		명	585	274	217
성별	남성	명	368	170	93
	여성	명	217	104	124
지역	국내	명	585	274	217
	국외	명	0	0	0
연령	30세 미만	명	400	201	145
	30세 이상 50세 이하	명	177	69	66
	50세 초과	명	8	4	6

1) 부담당을 제외한 정규직,전문직,전문계약직,계약직 기준의 수치임

근속연수

구분	단위	2023	2024	2025
남성	년	8.1	8.4	9.5
여성	년	5.5	5.5	6.3

이직 현황¹⁾

구분		단위	2023	2024	2025
합계		명	523	325	306
성별	남성	명	366	247	220
	여성	명	157	78	86
지역	국내	명	523	325	306
	국외	명	0	0	0
연령	30세 미만	명	129	57	66
	30세 이상 50세 이하	명	365	207	191
	50세 초과	명	29	61	49
자발적 이직률		%	7.1	4.4	3.1

1) 부담당을 제외한 정규직,전문직,전문계약직,계약직 기준의 수치임

인재개발

구분		단위	2023	2024	2025	
교육 ¹⁾	시간	이수 인원	명	4,368	4,281	4,538
		이수 시간	시간	230,740	218,761	202,135
		인당 교육 시간	시간/명	31	29	28
	투자	총 교육 훈련비	백만 원	5,832	5,876	5,465
직원 평균 교육훈련비		백만 원/명	0.79	0.79	0.75	
정기 성과평가 ²⁾	성별	남성 수	명	2,985	2,869	2,811
		남성 비율	%	78	54	77
		여성 수	명	866	850	840
		여성 비율	%	22	16	23
	직급별	관리자	명	378	362	390
		관리자 비율	%	10	7	89
		Staff	명	3,473	2,995	3,261
		Staff 비율	%	90	57	89

1) 시간제, 단기, 프리랜서를 제외한 GS리테일 소속의 정규, 계약, 전문, 전문계약, 파견직 등 BU별 교육제도를 적용받는 인원을 포함하고 있음

2) 정규직 인원을 대상으로 정기 성과평가를 실시하고, 입사 일자에 따라 정규직 인원은 정기 성과평가 대상자에서 제외될 수 있음

휴가 및 휴직, 복리후생

구분		단위	2023	2024	2025	
출산휴가	본인	명	63	67	79	
	배우자	명	170	148	168	
육아휴직 ¹⁾	사용 인원	남성	명	90	46	82
		여성	명	93	61	84
	복귀자	남성	명	41	100	131
		여성	명	68	121	218
육아휴직 복귀 후 12개월 이상 근속자(전체)		명	234	275	349	
단축 근로	임신기 단축근로자	명	44	16	84	
	육아기 단축근로자	명	18	18	44	
정년 재고용	New Start Program	명	6	4	3	
	정년재고용자	명	36	59	92	

1) 사업보고서 기준

ESG Performance Data

비재무성과

사회 성과

노사협의회

구분	단위	2023	2024	2025
개최 횟수	회	16	16	16
안전 처리 현황	건	141	181	143

인권¹⁾

구분	단위	2023	2024	2025	
교육	이수율	%	100	100	100
	이수 인원	명	4,737	6,999	6,956
	이수 시간	시간	9,882	17,730	24,346
	인당 교육 시간	시간/명	2.1	2.5	3.5

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

동등기회

구분	단위	2023	2024	2025	
여성 급여 비율	남성 대비	%	71.9	75.3	74.1
	조직 평균 대비	%	79.8	80.8	80.0
1인 평균 급여액	남성	백만 원	71.2	76.9	81.6
	여성	백만 원	51.4	59.0	60.7

안전보건

구분	단위	2023	2024	2025	
산업재해	산업재해자 수	건	36	46	18
	산업 재해율 ¹⁾	%	0.00	0.00	0.00
	사망만인율	%	0.00	0.00	0.00
교육	이수율	%	100	100	100
	이수 인원	명	3,181	3,307	3,173
	이수 시간	시간	47,768	53,044	38,556
	인당 교육 시간	시간/명	15	16	12

1) 소수점 둘째 자리 반올림 기준

공급망 평가

구분	단위	2023	2024	2025	
영향 평가	신규 계약 업체 수 ¹⁾	개 사	1,518	1,603	1,476
	ESG 진단 업체 수 ²⁾	개 사	1,469	1,878	1,526
	환경사회 영향 평가 업체 수 ³⁾	개 사	207	159	191
	부정적 환경사회 영향이 확인되어 신규 계약이 체결되지 않은 업체 수	개 사	0	0	0
	부정적 영향이 확인된 업체 수	개 사	7	7	1
	개선 조치 시행에 대해 동의한 업체 수 ⁴⁾	개 사	7	7	1
	중대한 부정적 영향이 확인되어 계약이 종료된 업체	개 사	0	0	0

1) 2023년부터는 홈쇼핑BU 기준으로, 플랫폼SU는 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

ESG Performance Data

비재무성과

사회 성과

동반성장

구분		단위	2023	2024	2025
자금 지원	상생펀드	지원 금액 ¹⁾ 억 원	1,403.7	1,508.1	917.5
	방송수수료 환급제도	환급 수수료 억 원	7.7	4.7	4.1
		수혜 협력사/파트너사 개 사	113	116	76
판로 개척	아이러브 중소기업	취급액 억 원	32.6	46.2	37.4
		방송횟수 횟수	472	472	466
		수혜 협력사/파트너사 개 사	62	42	54
	프라이م 편성우대	데이터 홈쇼핑 %	60.3	65	65.9
		TV홈쇼핑 ²⁾ %	51.3	52.6	58.0
	방송준비 지원	지원 금액 억 원	10.6	10.6	9.2
경쟁력 강화 지원	생산성혁신 파트너십	지원 금액 억 원	3	3.3	6.1
		수혜 협력사/파트너사 개 사	9	10	20
	CCM인증 지원	지원 금액 억 원	0.3	0.3	0.3
		수혜 협력사/파트너사 개 사	3	3	3
	검사비용 감면 지원	지원 금액 억 원	6.6	6.7	7.6
		수혜 협력사/파트너사 개 사	621	441	452
	협력사 임직원 ESG 교육	지원 금액 억 원	0.13	0.13	0.13
	수혜 협력사/파트너사 개 사	588	580	578	

1) 집행 기준으로 지원 금액 산정 재설정하여 2023, 2024년 데이터를 정정함

2) 데이터 집계 오류로 2024년 데이터를 정정함

사회공헌

구분		단위	2023	2024	2025
사업 실적	공익사업	억 원	35.1	34.1	91.2
	동반성장	억 원	13.8	17.4	9.3
임직원 봉사		명	3,861	4,725	2,128

제품·서비스

구분		단위	2023	2024	2025
안전 보건	법규 및 조직 내부 규정 위반	과태료 부과 사건 건	0	0	0
		경고 조치 사건 건	0	0	0
		규정 위반 사건 건	19	4	20
마케팅 및 라벨링	정보·라벨링 위반	과태료 부과 사건 건	1	0	0
		경고 조치 사건 건	1	0	0
		규정 위반 사건 건	14	12	11
	마케팅 커뮤니케이션 위반	과태료 부과 사건 건	0	0	0
		경고 조치 사건 건	0	0	0
		규정 위반 사건 건	0	0	0

고객 만족

구분		단위	2023	2024	2025
핵심 VOC	편의점BU, 슈퍼BU 및 전자지원 ¹⁾	건	7,330	8,733	1,635
SR	홈쇼핑 BU ²⁾	%	5.6	5.6	5.5

1) BU별 분리 산정으로 집계 기준이 변경되어 2025년 건 수가 감소함

2) 홈쇼핑 BU는 SR(Service Request)으로 관리함

정보보안

구분		단위	2023	2024	2025
정보보안 관련 인증		-	ISMS, ISMS-P	ISMS-P	ISMS-P
교육 ¹⁾	이수율	%	100	100	100
	이수 인원	명	4,661	6,999	6,929
	이수 시간	시간	4,661	3,500	6,929
	인당 교육 시간	시간/명	1	0.5	1

1) 현장 점포 부담당 인원을 제외한 수치임

ESG Performance Data

비재무성과

지배구조 성과

이사회 현황

구분		단위	2023	2024	2025	
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	6
		여성	명	1	1	1
	연령별	만 30세 미만	명	0	0	0
		만 30세 이상 만 50세 미만	명	0	0	1
만 50세 이상		명	7	7	6	
운영	평균 사외이사 참석률	%	100	99	96	
	개최 횟수	회	8	12	12	
	안건 수	결의	건	23	34	37
		보고	건	31	30	34

이사회 위원회

구분		단위	2023	2024	2025	
감사위원회	사외이사 비율	%	100	100	100	
	개최 횟수	회	6	8	8	
	안건 수	결의	건	6	10	12
		보고	건	17	17	20
내부거래위원회	사외이사 비율	%	100	100	100	
	개최 횟수	회	7	7	9	
	안건 수	결의	건	13	9	21
		보고	건	0	0	0
사외이사후보추천위원회	사외이사 비율	%	100	100	100	
	개최 횟수	회	1	2	2	
	안건 수	결의	건	1	2	2
		보고	건	0	0	0
보상위원회	사외이사 비율	%	67	67	67	
	개최 횟수	회	2	3	2	
	안건 수	결의	건	2	3	2
		보고	건	0	0	0
ESG위원회	사외이사 비율	%	75	75	75	
	개최 횟수	회	4	4	5	
	안건 수	결의	건	7	8	7
		보고	건	4	9	10

ESG Performance Data

비재무성과

지배구조 성과

컴플라이언스

구분		단위	2023	2024	2025
일반	금전적 제재(벌금 등)로 인한 피해액	억 원	16	0.07 ¹⁾	0
	비금전적 제재(행정처분 등) 발생 건수	건	3	1 ¹⁾	0
	분쟁 해결 메커니즘을 통해 제기된 사건 수	건	96	86	67
환경	금전적 제재(벌금 등)로 인한 피해액	백만 원	0	0	0
	비금전적 제재(행정처분 등) 발생 건수	건	0	0	0
	분쟁 해결 메커니즘을 통해 제기된 사건 수	건	0	0	0

1) 2024년 데이터는 확정 시점 반영을 위해 전년도 공시 대비 재작성됨

윤리경영¹⁾

구분		단위	2023	2024	2025
교육	이수율	%	99.8	100	100
	이수 인원	명	7,050	6,999	6,929
	이수 시간	시간	3,416	3,725	2,881
	인당 교육 시간	시간/명	0.5	0.5	0.4

1) 반부패 교육 실적 포함

반부패 및 공정거래

구분		단위	2023	2024	2025	
반부패 윤리강령 서명 협력회사 수		개 사	1,454	1,407	1,337	
부패 (윤리 위반) 사건	징계 건수	건	30	28	32	
	파트너 계약 파기 건수	건	0	0	0	
	법적 조치 건수	건	0	0	0	
반경쟁행위	법적 조치 건수	건	1	1	1	
	진행 중 ¹⁾ 종결	건	0	0	0	
제보	정도경영 목소리 ²⁾	제보 건수	건	271	260	386
		처리율	%	100	100	100
	레드휘슬	제보 건수	건	21	12	34
		처리율	%	100	100	100
	파트너사 목소리	제보 건수	건	57	46	7
		처리율	%	100	100	100
	기타(대면, 전화 등)	제보 건수	건	11	14	47
		처리율	%	100	100	100

1) 해당 1건은 2023년부터 진행된 동일 사안으로, 2026년 최종 종결됨

2) 임직원 및 협력업체 직원의 불공정행위 및 성희롱, 직장내 괴롭힘 등 인권관련 이슈를 포함한 정도경영 건수

SASB Index

Sustainability Disclosure Topics(Food Retailers & Distributors)

구분	코드	항목	보고 페이지	비고
에너지 관리 (Energy Management)	FB-FR-130a.1	에너지 소비량	41, 47, 117	1,052TJ
		전력 사용량		1,016.75TJ
		재생에너지 발전량		0.760TJ
음식물 쓰레기 관리 (Food Waste Management)	FB-FR-150a.1	음식물 쓰레기 배출량 폐기 과정 중 회수된 비율	42, 105	
정보보안(Data Security)	FB-FR-230a.2	데이터 보안 위험을 식별하고 해결하기 위한 접근 방식에 대한 설명	79-82	
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	50-53	
제품 라벨링 & 마케팅 (Product Labeling & Marketing)	FB-FR-270a.1	산업 또는 규제 라벨링 또는 마케팅 코드를 준수하지 않은 사건의 수	109	
	FB-FR-270a.2	마케팅 또는 라벨링과 관련된 법적 소송으로 인한 총 금전적 손실	109	
노동 관행 (Labor Practices)	FB-FR-310a.1	평균 시급	N/A	10,030원
		최저임금을 받는 매장 및 물류센터 직원 비율	N/A	100%
	FB-FR-310a.2	단체교섭협약을 적용받는 임직원 비율	N/A	0%
	FB-FR-310a.3	파업 횟수	N/A	0회
파업으로 인한 총 유휴일수		N/A	0일	
FB-FR-310a.4	노동법 위반	N/A	0회	
	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	14, 44, 105	친환경 매출액 6,538억 원
	FB-FR-430a.2	케이지 프리 달걀 매출액 비율	49, 53	동물복지 인증 상품 판매액 약 54.0억 원
		임신용 우리를 사용하지 않고 생산된 돼지고기로부터의 매출액 비율		
	FB-FR-430a.3	동물 복지를 포함한 공급망 내 환경 및 사회 리스크 관리 전략 논의	69	
FB-FR-430a.4	포장재의 환경 영향을 줄이기 위한 전략 논의	45		

Activity Metrics

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

GRI Standards Index

항목	내용
Statement of Use	GS리테일은 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지의 ESG 성과를 중심으로 일부 2026년 상반기 데이터를 포함하여 GRI Standards 2021을 준용(in accordance with)한 '2025 GS리테일 지속가능경영보고서'를 작성하였습니다.
GRI 1 Used	GRI 1: Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standards	2026년 6월 보고서 발간 시점을 기준으로 GS리테일의 사업에 적용 가능한 GRI Sector Standards는 아직 발표되지 않았습니다. 이에 GS리테일은 유통 산업의 특성과 자사 사업 구조를 면밀히 분석하여 자체적으로 중요 이슈를 도출하고 관련 성과를 본 보고서에 담았습니다. 보다 상세한 내용은 본 보고서 19페이지에서 확인하실 수 있습니다.

Universal Standards

General Disclosures (GRI 2)

구분	지표명	페이지	비고
조직 및 보고 관행	2-1 조직 세부 정보	6	
	2-2 조직 내 지속가능경영보고에 포함된 법인	2	
	2-3 보고 기간, 주기 및 문이처	2	
	2-4 보고 내용의 변화	103-111	
	2-5 외부 검증	107-120	
기업 활동 및 임직원	2-6 기업의 활동, 밸류체인 및 기타 사업 관계	6-9, 14	
	2-7 임직원	58-59, 106-107	
	2-8 임직원이 아닌 근로자	106	
거버넌스	2-9 지배구조 및 구성	92, 110	
	2-10 최고의사결정기구의 임명 및 선정	92	
	2-11 최고의사결정기구의 의장	92, 94	
	2-12 최고의사결정기구의 역할	94	
	2-13 기업의 영향 관리에 대한 책임 위임	94	
	2-14 지속가능성 보고에 있어 최고의사결정기구의 역할	11, 94, 100-101	
	2-15 이해관계의 상충	92	
	2-16 중요 사안에 대한 커뮤니케이션	11, 94, 96, 100	
	2-17 최고의사결정기구의 전문성	93	
	2-18 최고의사결정기구의 활동에 대한 평가	93	
	2-19 보수 정책	93	
	2-20 보수 결정 절차	93	

구분	지표명	페이지	비고
전략, 정책 및 실행	2-21 연간 총 보상 비율	93	
	2-22 지속가능한 발전 전략에 대한 성명서	5	
	2-23 정책 선언	35-36, 63, 68, 76, 79, 89, 97	
	2-24 책임 있는 비즈니스 행동을 내포하는 정책 내재화	35-36, 63, 68, 76, 79, 89, 97	
	2-25 부정적 영향 완화 절차	62, 76	
	2-26 제기된 우려사항 및 자문에 대한 메커니즘	20, 62	
	2-27 컴플라이언스	112	
	2-28 단체 협약	121	
	2-29 이해관계자 참여 및 소통	20	
	2-30 전체 직원의 단체교섭 비율	112	

Material Topics (GRI 3)

구분	지표명	페이지	비고
중대성 이슈 공개	3-1 중대성 평가 수행 과정	18-19	
	3-2 중대성 이슈 리스트	18-19	

GRI Standards Index

Topic Standards

Material Topics

구분	지표 명	페이지	비고
지속가능한 상품			
Material Topics	3-3 중대성 이슈 관리	18-19	
Non-GRI		18-19	
데이터 보안 및 개인정보보호			
Material Topics	3-3 중대성 이슈 관리	18-19	
고객정보보호	418-1 고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	112	
공급망 관리			
Material Topics	3-3 중대성 이슈 관리	18-19	
공급망 환경평가	308-1 환경성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	69, 108	
	308-2 공급망 내 실질적 또는 잠재적인 중대한 부정적 환경영향 및 그에 대한 조치	69, 108	
공급망 사회평가	414-1 사회 영향 평가기준을 이용하여 심사를 거친 신규 협력회사	69, 108	
	414-2 공급망 내 주요한 부정적인 사회 영향과 이에 대한 시행 조치	69, 108	
인적 자원			
Material Topics	3-3 중대성 이슈 관리	18-19	
고용	401-1 신규 채용 및 이직자	106-107	
	401-2 상근직 근로자에게만 제공되는 혜택	58-59	
	401-3 육아휴직	107	
훈련 및 교육	404-1 임직원 1인당 평균 교육 시간	107	
	404-2 임직원 역량 강화 및 전환 지원을 위한 프로그램	56-57	
	404-3 정기 성과평가 및 경력개발 점검을 받은 임직원 비율	107	

구분	지표 명	페이지	비고
윤리준법경영			
Material Topics	3-3 중대성 이슈 관리	18-19	
반부패	205-1 부패와 관련된 위험을 평가한 사업장	정보 불안전성	향후 관리 예정
	205-2 반부패 정책과 관련된 커뮤니케이션 및 훈련 절차	96~99, 111	
	205-3 확인된 부패 사건과 그에 대한 조치	111	
독점 행위	206-1 반경쟁 행위, 반독점 및 독점 행위에 대한 법적 조치	111	

Non-material Topics

구분	지표 명	페이지	비고
생물다양성	101-1 생물다양성 손실 중단 및 회복 정책	36, 38	
	101-2 생물다양성 영향 관리	36, 38	
	101-3 접근 및 이익 공유(ABS)	-	해당사항 없음
	101-4 생물다양성 영향 식별	-	해당사항 없음
	101-5 생물다양성 영향이 있는 위치	-	해당사항 없음
	101-6 생물다양성 손실의 직접적 원인	-	해당사항 없음
	101-7 생물다양성 상태 변화	-	해당사항 없음
	101-8 생태계 서비스	-	해당사항 없음
경제 성과	201-1 직접적 경제 가치의 창출 및 배분	14, 103	
	201-2 기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	24-34	
	201-3 조직의 확정급여형 연금제도 채무 총당		사업보고서 p.153 참고
	201-4 정부 지원 보조금 수혜 실적		사업보고서 p.43 참고
시장 지위	202-1 사업장의 현지 법정최저임금 대비 성별 신입사원 임금 비율	112	
조세	207-2 세금에 대한 거버넌스, 통제 및 리스크 관리	100-101	

GRI Standards Index

Topic Standards

Non-material Topics

구분	지표 명	페이지	비고
용수 및 폐수	303-1 수자원 사용 및 관리 현황	105	
	303-3 용수 취수량	105	
	303-4 용수 배출량	105	
	303-5 용수 소비량	105	
배출	305-1 직접 온실가스 배출량(Scope 1)	104	
	305-2 간접 온실가스 배출량(Scope 2)	104	
	305-3 기타 간접 온실가스 배출량(Scope 3)	104	
	305-4 온실가스 배출 집약도	104	
	305-5 온실가스 배출 감축	12, 34, 104	
	305-6 오존층 파괴 물질의 배출	40	
폐기물	306-1 폐기물 발생 및 주요 폐기물 관련 영향	42	
	306-2 주요 폐기물 관련 영향 관리	39, 42	
	306-3 폐기물 발생	105	
	306-4 재활용된 폐기물	105	
	306-5 폐기 처리된 폐기물	105	
노사관계	402-1 운영 변경에 관한 최소 통지 기간	-	단체협약 및 노사협의회 규정에 따라 사전 통지 기간 운영
산업안전보건	403-1 산업보건안전관리시스템	63-67	
	403-2 위험 식별, 위험 평가 및 사고 조사	63-67	
	403-3 사업장 보건 서비스	63-67	
	403-4 사업장 안전 보건 관련 임직원 참여 및 소통	63-67	
	403-5 근로자 산업 안전보건 교육	67, 108	
	403-6 임직원 건강 증진 활동	59	
	403-7 비즈니스 관계와 직접 연계된 작업 건강 및 안전 리스크 예방 및 완화	63-67	
	403-8 산업안전보건경영시스템의 적용을 받는 임직원	63-67	
	403-9 업무 관련 상해	108	
	403-10 업무 관련 건강상태	108	

구분	지표 명	페이지	비고
다양성과 기회 균등	405-1 이사회 및 구성원의 다양성	93, 106, 110	
	405-2 남성 대비 여성의 기본급여 및 보수 비율(근로자 범주별, 주요 사업장별)	108	
차별금지	406-1 차별 사건 및 이에 대한 시정 조치	108	
결사·단체교섭의 자유	407-1 결사·단체교섭의 자유가 위협에 처할 수 있는 사업장 및 공급업체	20, 108	
아동노동	408-1 아동노동 발생 위험이 중대한 사업장 및 공급업체	-	해당사항 없음
강제노동	409-1 강제·의무노동 발생 위험이 중대한 사업장 및 공급업체	-	해당사항 없음
보안 관행	410-1 인권 정책 및 절차에 대한 훈련을 받은 보안 요원	60-61	
원주민 권리	411-1 원주민 권리 침해 사건	-	해당사항 없음
지역사회	413-1 지역사회 참여·영향평가·개발 프로그램 운영 사업장	20, 35, 37, 48-52	
	413-2 지역사회에 중대한 (잠재)부정적 영향을 미치는 사업장	-	해당사항 없음
공공정책	415-1 정치 기부금	-	국내 정치자금법상 법인의 정치적 기부를 금지하고 있어 해당사항 없음
마케팅 및 라벨링	417-2 제품 및 서비스 정보 라벨링과 관련된 법규 위반 사례	109, 112	
	417-3 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법규 위반 사례	109, 112	

UN SDGs 연계 활동

GS리테일은 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
 <p>2 식량안보와 지속가능한 농업</p>	<p>식량안보 및 지속가능한 농업 강화</p> <ul style="list-style-type: none"> - 인증 원재료 조달 - 수산물 방사능 안전 검사 - 고물가 대응 상품 출시
 <p>3 건강하고 행복한 삶 보장</p>	<p>건강하고 행복한 삶 보장</p> <ul style="list-style-type: none"> - 건강검진 및 의료비 지원 등의 임직원 복리후생 프로그램 운영 - 사업장 안전점검 및 위험성 평가 실시 - 원재료 안전성 관리 및 건강한 식품 개발
 <p>5 성평등 보장</p>	<p>성평등 보장</p> <ul style="list-style-type: none"> - 인재육성 프로그램 운영 - 가족친화기업 인증 취득(출산지원금 지급, 육아 휴직 제도 및 사내 어린이집 운영)
 <p>6 건강하고 안전한 물 관리</p>	<p>건강하고 안전한 물 관리</p> <ul style="list-style-type: none"> - 절수형 혼합수전 도입
 <p>7 깨끗하고 저렴한 청정 에너지</p>	<p>에너지의 친환경적 생산과 소비</p> <ul style="list-style-type: none"> - 태양광 패널 설치 및 운영 - SEMS 도입 매장 확대, 친환경 냉매 사용 냉장비, 스빙도어, 오픈쇼케이스 에코커버 등 도입 확대 - 친환경 LED 조명 전환
 <p>8 좋은 일자리 확대와 경제성장</p>	<p>좋은 일자리 확대와 경제성장</p> <ul style="list-style-type: none"> - 취약계층 일자리 창출 - 파트너사 지원 활동 - 가맹점주와 상생협약 체결 - 협력사 상품 판로 지원
 <p>9 산업의 성장과 혁신, 활성화 및 사회기반시설 구축</p>	<p>산업의 성장과 혁신, 활성화 및 사회기반시설 구축</p> <ul style="list-style-type: none"> - 혁신 점포 및 매장 운영 - 오프라인 점포의 사회적 안전망 역할 확대 - 스마트 물류시스템 운영
 <p>10 모든 종류의 불평등 해소</p>	<p>모든 종류의 불평등 해소</p> <ul style="list-style-type: none"> - 취약계층 일자리 창출 - 인권영향평가 실시 및 완화활동&효과성평가 진행 - 인권 고충 전담 채널 운영

UN SDGs 목표 추진 방향	주요 활동
 <p>12 지속가능한 생산과 소비</p>	<p>지속가능한 생산과 소비</p> <ul style="list-style-type: none"> - 디지털 스튜디오 운영 - 친환경 제품 개발 및 확대 - 폐합성수지 폐기물 및 매장 폐전자제품 재활용 - Recycle Center 운영 - 마감할인 서비스 운영 - 음식물 쓰레기 퇴비화 - 업사이클링 및 물품 기부 캠페인 진행 - 탄소중립포인트 제도 참여 - 무인공병회수기
 <p>13 기후변화와 대응</p>	<p>기후변화와 대응</p> <ul style="list-style-type: none"> - ISO 14001 인증 획득한 환경경영시스템 운영 - SEMS 도입 매장 및 Auto DR 참여점 확대 - Scope 별 온실가스 저감 활동 진행 - 녹색물류시스템 운영
 <p>14 해양생태계 보전</p>	<p>해양생태계 보전</p> <ul style="list-style-type: none"> - 환경 보호 캠페인 전개 - 해양수산부 및 해양NGO와 협업해 해양 생물종다양성 보존 캠페인 전개 (바다숨 프로젝트)
 <p>15 육상생태계 보전</p>	<p>육상생태계 보전</p> <ul style="list-style-type: none"> - 동물복지 및 유기농 등 인증 상품 판매 확대 - 생물종 다양성 보존활동 진행 - 산림경영인증(FSC) 종이박스 사용
 <p>16 평화정의포용</p>	<p>평화정의포용</p> <ul style="list-style-type: none"> - 학대 아동 및 가족 심리상담 지원
 <p>17 지구촌 협력 강화</p>	<p>지구촌 협력 강화</p> <ul style="list-style-type: none"> - 기아대책, 굿네이버스 등과 사회공헌 활동 협력 - 세계자연기금(WWF) 개최 '어스아워(Earth Hour)' 캠페인 동참 - 보건복지부와 협업해 사회공헌형 점포 운영

온실가스 검증의견서 (Scope 1, 2)

검증 목적 및 범위

본 검증의 목적은 온실가스 배출량 인벤토리에 대한 독립된 검증의견을 제시하는 것이며, 검증 범위는 아래와 같습니다.

- 주식회사 지에스리테일의 운영통제 하에 있는 사업장 및 배출시설을 대상으로 검증

검증 기준

- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부고시 제2025-64호)
- 온실가스 배출권거래제 운영을 위한 검증지침 (환경부고시 제2025-165호)
- 온실가스 목표관리 운영 등에 관한 지침 (환경부고시 제2025-165호)
- IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories(2006)

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

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

검증 의견

- 온실가스 배출량 검증은 검증기준에 의해 합리적 보증수준을 만족하도록 수행되었으며, 검증 결과에 대한 중대한 왜곡은 발견되지 않았습니다.
- 검증과정 중 배출량 산정에 중대한 오류가 발견되지 않았으며, 관련 활동자료와 증빙이 적절하게 관리되어 산정되었음을 표명합니다.
- 중요도 : 5% 미만 기준 충족

온실가스 배출량 및 에너지 사용량

NO.	사업장명	연간 온실가스 배출량(tCO ₂ eq.)			연간 에너지 소비량(TJ)			
		직접배출 (Scope 1)	간접배출 (Scope 2)	총량	연료	전기	스팀	총량
1	본사	1,148.297	1,298.534	2,446	19.169	27.135	0	46
2	GS강서타워	656.965	2,881.176	3,538	12.944	60.206	0	73
3	강서N타워	396.757	833.69	1,230	7.817	17.571	0	25
4	연수원	3.56	93.331	96	0.061	1.95	0	2
5	임차사옥	18.218	390.754	408	0.359	8.165	0	8
6	군포 물류센터	19.892	1,073.856	1,093	0.392	22.44	0	22
7	이천 물류센터	6.986	484.743	491	0.12	10.129	0	10
8	GS25	0	4,924.623	4,924	0	102.907	0	102
9	GS THE FRESH(서울)	0	7,485.875	7,485	0	156.427	0	156
10	GS THE FRESH(경기)	0	9,231.95	9,231	0	192.914	0	192
11	GS THE FRESH(인천)	0	3,734.997	3,734	0	78.048	0	78
12	GS THE FRESH(강원)	0	1,484.091	1,484	0	31.012	0	31
13	GS THE FRESH(충청)	0	4,840.899	4,840	0	101.157	0	101
14	GS THE FRESH(전라)	0	0	0	0	0	0	0
15	GS THE FRESH(경상)	0	9,891.16	9,891	0	206.689	0	206
합계		2,250.675	48,649.679	50,891	40.862	1,016.751	0	1,052

종합 의견

주요 배출시설의 배출량은 누락 없이 산정 보고되었음을 검증을 통해 확인하였습니다.

검증 기준에 따라, "적정" 의견을 제시합니다.

* 기업은 관련 법령 및 표준에 따라 검증 자료를 준비할 책임이 있으며, KMR의 책임은 합의된 계약조건에 따라 검증 당사자에 국한되며, 이 검증 의견서를 기반으로 한 투자 등의 다른 결정에 대한 책임은 지지 않습니다.

* 기업은 KMR과 합의된 계약 하에 인정마크 및 로고 사용을 준수하여야 합니다.

2026년 5월 7일



황은주
KMR대표이사

온실가스 검증의견서 (Scope 3)

검증 목적 및 범위

본 검증의 목적은 온실가스 배출량 인벤토리에 대한 독립된 검증의견을 제시하는 것이며, 검증 범위는 아래와 같습니다.

- 주식회사 지에스리테일의 운영통제 하에 있는 사업장 및 배출시설을 대상으로 검증

검증 기준

- ISO 14064-3:2019
- ISO 14064-1:2018
- WRI/WBCSD GHG Protocol(2013)
- IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories(2006)
- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부, 제2025-64호)

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

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

검증 의견

- 온실가스 배출량 검증은 검증기준에 의해 제한적 보증수준을 만족하도록 수행되었으며, 검증 결과에 대한 중대한 왜곡은 발견되지 않았습니
- KMR의 접근 방식에 따르면, 주식회사 지에스리테일이 모든 중요한 측면에서 정확하고 신뢰할 수 있는 데이터와 정보를 공개하지 않았다고 판단할만한 어떠한 사항도 발견되지 않았습니다.
- 중요도 : 5% 미만 기준 충족

Scope 3 온실가스 배출량

카테고리	Scope 3	배출량(tCO ₂ eq)
Category 1	구매한 상품 및 서비스	2,101,782
Category 2	자본재(설비, 사무기기)	10,272
Category 3	연료 및 에너지 관련 활동	7,631
Category 4	상류 운송 및 유통	1,605
Category 5	사업장 내 발생 폐기물	6,776
Category 6	출장	2,049
Category 7	직원 통근	60
Category 8	상류 임대자산	703
Category 9	하류 운송 및 유통	57,421
Category 10	판매된 제품의 가공	-
Category 11	판매된 제품의 사용	12,570
Category 12	판매된 제품의 최종 처리	3,886
Category 13	하류 임대자산	60
Category 14	가맹점	690,930
Category 15	투자	-
합계		2,895,745

* 참고 : 반올림에 의하여 총량과 항목별 배출량 합이 상이할 수 있음

종합 의견

주요 배출시설의 배출량은 누락 없이 산정 보고되었음을 검증을 통해 확인하였습니다.

검증 기준에 따라, "적정" 의견을 제시합니다.

* 기업은 관련 법령 및 표준에 따라 검증 자료를 준비할 책임이 있으며, KMR의 책임은 합의된 계약조건에 따라 검증 당사자에 국한되며, 이 검증 의견서를 기반으로 한 투자 등의 다른 결정에 대한 책임은 지지 않습니다.

* 기업은 KMR과 합의된 계약 하에 인정마크 및 로고 마크사용을 준수하여야 합니다.

2026년 4월 20일

제3자 검증의견서

서문

한국경영인증원(KMR)은 2025년 12월 31일로 종료하는 사업연도에 대한 2025 GS리테일 지속가능경영보고서의 제3자 검증을 요청받았습니다. 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.

- 2025 GS리테일 지속가능경영보고서

준거기준

- GRI Standards 2021

검증기준

검증팀은 ISO 17029 및 KMR EDV 01의 품질관리 업무시스템을 적용하고, AA1000AS v3 및 KMR 검증기준인 SRV1000의 검증기준에 따라 검증심사를 수행하였습니다. AA1000AS v3에서는 포괄성(Inclusivity), 중요성(Materiality), 대응성(Responsiveness) 및 영향성(Impact) 원칙의 준수여부와 정보의 신뢰성 및 품질을 평가하고, SRV1000에서는 GRI를 준거기준으로 하였는지 판단과 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

지속가능경영보고서에 포함된 검증대상 지속가능성 정보는 다음과 같습니다.

- GRI Standards 2021 보고 원칙
- 공통표준(Universal Standards)
 - GRI 2 일반 공시 2021
 - GRI 3 중요 주제 2021
- 특정주제 표준(Topic Specific Standards)
 - GRI 101: 생물다양성,
 - GRI 201: 경제 성과, GRI 202: 시장 지위(202-1), GRI 205: 반부패, GRI 206: 경쟁저해행위, GRI 207: 세금(207-2),
 - GRI 303: 용수(303-1, 303-3, 303-4, 303-5), GRI 305: 배출(305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6), GRI 306: 폐기물, GRI 308: 공급망 환경평가,
 - GRI 401: 고용, GRI 402: 노사관계, GRI 403: 산업안전보건, GRI 404: 훈련 및 교육, GRI 405: 다양성과 기회균등, GRI 406: 차별 금지, GRI 407: 결사 및 단체교섭의 자유, GRI 408: 아동노동, GRI 409: 강제노동, GRI 410: 보안 관행, GRI 411: 원주민 권리, GRI 413: 지역사회, GRI 414: 공급망 사회평가, GRI 415: 공공 정책, GRI 417: 마케팅 및 라벨링(417-2, 417-3), GRI 418: 고객 개인정보 보호

보고서의 보고경계 중 조직 외부 정보(재무정보, 온실가스 배출량에 대한 데이터)는 검증범위에서 제외되었습니다.

검증방법

한국경영인증원 검증팀은 합의된 검증 범위에 대해 상기 기술된 검증기준에 따라 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

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. 제한적 보증에서는 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 의견

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, 검증팀은 GS리테일이 제시한 준거기준에 따라(in accordance with)발간하였으며, 보고서 내용 관련 입수한 증거가 검증의견의 근거를 제공하기에 충분하지 않다고 믿을 만한 사항을 발견하지 못하였습니다. 원칙에 대한 본 검증팀의 의견은 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 활동성과 대응사례 그리고 향후 계획을 포괄적이고 가능한 균형 잡힌 방식으로 보고하고 있으며, 대응활동들이 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 자연 및 환경 자본, 탄소중립포인트제도, 재생에너지 전환, 에너지 사용 절감 및 에너지 효율화, SEMS 활용을 통한 에너지 절약, Recycle Center 운영, 폐전자제품 처리, 폐합성수지 폐기, 폐식용유 처리, 단기 목표 대비 추진 실적, IoT 조명 시스템 도입, 우리동네 딜리버리, 배송 루트 효율화, 에너지, 폐기물, 용수 및 폐수, 임직원 현황, 장애인, 신규 채용, 근속 연수, 이직 현황 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.

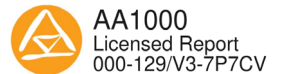
검증인 적격성 및 독립성과 품질관리시스템

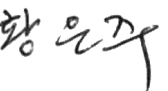
한국경영인증원은 ISO/IEC 17029 : 2019 (적합성평가 - 계획검증과 결과 검증기관에 대한 일반원칙과 요구사항 : ISO 14067, 추가 인정기준 ISO 14065) 및 ISO/IEC 17021 : 2015(경영시스템의 심사 및 인증을 제공하는 기관에 대한 요구사항), 대한민국 온실가스 배출권거래제 검증기관입니다. 또한, 한국경영인증원은 IAASB ISQM1 : 2022 (국제감사인증표준위원회의 국제품질관리기준서)에 준하고 ISO/IEC 17029 요구사항에 근거한 KMR EDV 01 : 2024 (ESG공시 검증업무시스템)의 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 검증의견서는 아래 검증일 현재로 유효합니다. 아래 검증일 이후 이 검증의견서는 수정될 수도 있으므로 가장 최신 보고서인지 확인을 권장합니다.

2026년 6월 25일



대표이사 

지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들

(가나다 순)

강동훈	김치영	서예원	이규원	전언정
강종철	김태우	서태호	이동우	정대회
구근모	김한길	손상준	이성우	정지현
권진영	김형진	송준섭	이세원	정해성
김대현	남창호	신은하	이소연	조기완
김도현	문경진	신지수	이승주	조명지
김동인	문은희	김수진	이지예	조현욱
김석연	박경환	안준	이충언	최웅집
김선광	박성진	오혜린	이치승	하민우
김성민	박세현	유재상	이현민	한윤대
김세영	박주호	유지현	이현우	황준석
김윤석	박지은	육군정	이황호	황지현
김주리	배재용	이강환	장명광	황혜성
김진희	백승태	이경준	장호준	

총괄 - 정책지원팀 ESG파트

박경량	김현우	안기윤	이현정	유진숙
-----	-----	-----	-----	-----

국내·외 이니셔티브 및 협회 가입 현황

이니셔티브 및 협회 가입 현황(2026.05 기준)			
1	한국경제인협회	7	KRX한국거래소
2	한국경영자총협회	8	한국유통법학회
3	한국편의점산업협회	9	한국프렌차이즈학회
4	체인스토어협회	10	(사)한국유통학회
5	한국상장사협의회	11	탄소정보공개 프로젝트(CDP) 환경
6	대한상공회의소	12	생물다양성 이니셔티브(BNBP) 환경

수상 내역

2025.12	공정거래 자율준수프로그램(CP) 등급평가 'AA' 등급 획득	공정거래위원회
2025.12	2025 무역의 날, '1,000만불 수출의 탑' 수상	산업통상자원부
2025.11	GS리테일, 동반성장지수 GS25 '최우수', GS SHOP '우수' 등급 획득	동반성장위원회
2025.11	GS리테일, ESG 종합 등급 'A+' 획득	한국ESG기준원
2025.09	GS SHOP, 통계업무진흥유공 대통령표창상	통계청
2025.09	GS리테일, 자원순환의 날, 순환 경제 기반 마련 '국무총리표창' 수상	환경부
2025.09	KCSI GS25 편의점부문 21년 연속 1위(총 26회 1위)	한국능률협회컨설팅
2025.09	KCSI GS더프레시 대형슈퍼마켓 부문 1위(총 12회 1위)	한국능률협회컨설팅
2025.07	2025 한국서비스 품질지수 (KS-SQI) (GS25 연속 13년 총 22회)	한국표준협회
2025.07	2025 한국서비스 품질지수 (KS-SQI) (GS SHOP 총 11회)	한국표준협회
2025.07	2025 한국서비스 품질지수 (KS-SQI) (GS더프레시 연속 10년 총 11회)	한국표준협회
2025.02	2025 한국에서 가장 존경받는 기업 편의점 부문 1위(22년 연속)	한국능률협회컨설팅
2025.02	2025 한국에서 가장 존경받는 기업 슈퍼마켓 부문 1위(2년 연속)	한국능률협회컨설팅

