



## 현대백화점 지속가능경영보고서 2022

Hyundai Department Store Sustainability Report 2022

THE HYUNDAI

# CONTENTS

 Homepage

 YouTube

 Facebook

 Instagram

## INTRODUCTION

CEO Message	04
2022 Performance summary	05
기업 소개	06
사업 소개	07

## ESG STORY BOOK: CREATING VALUE FOR ALL

<b>ESG Management</b>	
ESG경영	16
Our Value Chain	18
<b>ESG Story</b>	
1. 탄소중립을 향한 길	21
- TCFD Report	22
2. 자원 순환 체계 구축	37
3. 고객 행복 프로젝트	41
4. 더 안전한 환경 조성	42
5. 책임 있는 협력사 관리	43

## ESG FACT BOOK

<b>환경성과</b>	
환경경영	45
환경 효율성 관리	50
<b>사회성과</b>	
임직원	54
고객	61
협력사	65
지역사회	69
<b>거버넌스</b>	
지배구조	72
윤리·준법경영	76
인권경영	78
안전보건	79
정보보호	82
리스크 관리	85
<b>경제성과</b>	87

## APPENDIX

이해관계자 채널	91
이중 중대성 평가	92
UN SDGs Commitment	94
GRI Content Index	96
SASB Index	100
TCFD Index	101
온실가스 배출량 검증성명서	102
보고서 제3자 검증성명서	103
보고서 제작 참여부서	105
About this report	106



CEO Message	04
2022 Performance summary	05
기업 소개	06
사업 소개	07

# INTRODUCTION

## CEO Message



### “고객의 생활과 함께하면서 더 나은 가치를 제공하는 기업이 되겠습니다”

안녕하십니까, 현대백화점 대표이사 김형종입니다.

현대백화점의 성장과 발전을 위해 아낌없는 응원과 성원을 보내주고 계신  
고객, 주주, 임직원, 협력사, 지역사회 관계자 여러분께 회사를 대표해 감사의 말씀을 드립니다.

현대백화점은 빠른 리테일 환경의 변화, 경기침체 등 복합적인 위기 가운데서도 오프라인 플랫폼의  
역할과 책임을 끊임없이 고민하고, 주력 비즈니스의 본질에 기반한 경쟁력 강화를 끊임없이 노력해 오고 있습니다.

현대백화점은 올해도 ‘고객을 행복하게, 세상을 풍요롭게’라는 미션을 달성하기 위해 경계를 넘나드는  
콘텐츠와 공간 가치 등 새로운 경험 요소로 고객에게 차별화된 인상적 경험을 제공할 예정입니다.  
고객을 더욱 치밀하게 연구하고 고객과 시장의 기대 수준을 뛰어넘는 새로운 가치를 창출하여 오프라인 리테일의 혁신을 선도해 가겠습니다.

또한 현대백화점은 유통업의 본질을 살려 고객과 함께, 다양한 ESG경영 활동을 추진 중에 있습니다.  
이러한 활동들이 보다 실질적인 성과로 이뤄지고, 보다 많은 파트너들이 함께 동참할 수 있도록 진정성이 있는  
ESG경영체계를 보다 공고히 구축해 가겠습니다.

특히 글로벌 ESG경영 스탠다드에 맞춰 고객, 주주, 전문가 등 다양한 의견을 수렴한 ‘이중 이중 중대성 평가’를 실시하였습니다.  
중대성 평가에서 도출된 기후변화, 안전보건, 공급망 관리 등 ESG경영의 핵심 이슈들은 엄격한 잣대로 세부적인 실행 전략을 마련해  
추진하고 있으며, 투명하게 공개해 나갈 계획입니다.

현대백화점은 앞으로도 기업 시민의 일원으로 사회적, 환경적 책임을 수행함에 있어 지역 사회와 함께 고민하고 다양한 지원 활동을 펼쳐 가겠습니다.

현대백화점이 만들어 가고자 하는 지속가능경영의 가치가 우리 사회에 조금이나마 긍정적으로 기여하고  
다양한 파트너들과 함께 공유될 수 있도록 여러분의 말씀을 열린 마음으로 귀 기울이겠습니다.

앞으로도 여러분의 많은 관심과 지지 부탁드립니다.  
감사합니다.

주식회사 현대백화점  
대표이사 김형종

# 2022 Performance summary

## 주요 분야 성과

### 전자 영수증 우선 발급



전체 결제 건수 대비 **80%**

### 365 리사이클 캠페인 참여



전년 참여 건수 대비 **734%** 증가

### 재활용 r-PET 사용 확대



전년대비 **1,811%** 증가

### 재생지 100% 쇼핑백 사용<sup>1)</sup>



**807만 200개**

### 중소 협력사 자금 지원<sup>2)</sup>



**7,513**억 원

## 주요 수상 경력

- 2022.12 ○ 탄소중립 생활 실천 환경부장관상 및 감사패 수상
- 2022.12 ○ 탄소중립 생활 실천 우수사례 기업 선정
- 2022.11 ○ 국가고객만족도 NCSI 백화점 부문 1위 수상
- 2022.10 ○ 한국산업의 고객만족도(KCSI) 백화점 부문 5년 연속 1위 수상
- 2022.08 ○ 레드닷 & IF 디자인 어워드 수상(총 8개 부문)
- 2022.06 ○ 한국서비스품질지수(KS-SQI) 백화점 부문 1위 수상
- 2022.05 ○ 정지선 회장, 2022년 한국의 경영자상 수상
- 2022.01 ○ 소비자가 뽑은 가장 신뢰하는 브랜드 대상 백화점 부문 10년 연속 수상+프리미엄 아울렛 부문 최초 수상
- 2021.12 ○ 탄소중립 생활 실천 유공 대통령 표창
- 2021.11 ○ 대·중소기업 동반성장 유공 국무총리 표창

## 주요 평가 결과

1. 한국 ESG 기준원

2. 서스틴베스트

**4**년 연속 통합 **A**등급 획득

규모/전체 등급: **A/AA**

1) 전 사업소(백화점+아울렛) 기준  
2) 펀드, 무이자 대출, 조기 지급

# 기업 소개

## 일반 현황

기업명	주식회사 현대백화점
산업	소매유통
설립일	1971년 6월 15일
상장일	2002년 11월 (KOSPI 069960)
발행주식 수	23,402,441
대표이사	정지선, 장호진, 김형종
임직원 수	3,142명 <sup>1)</sup>
본사 위치	서울특별시 강남구 테헤란로98길 12

1) 산출기준: 현대백화점+한무쇼핑

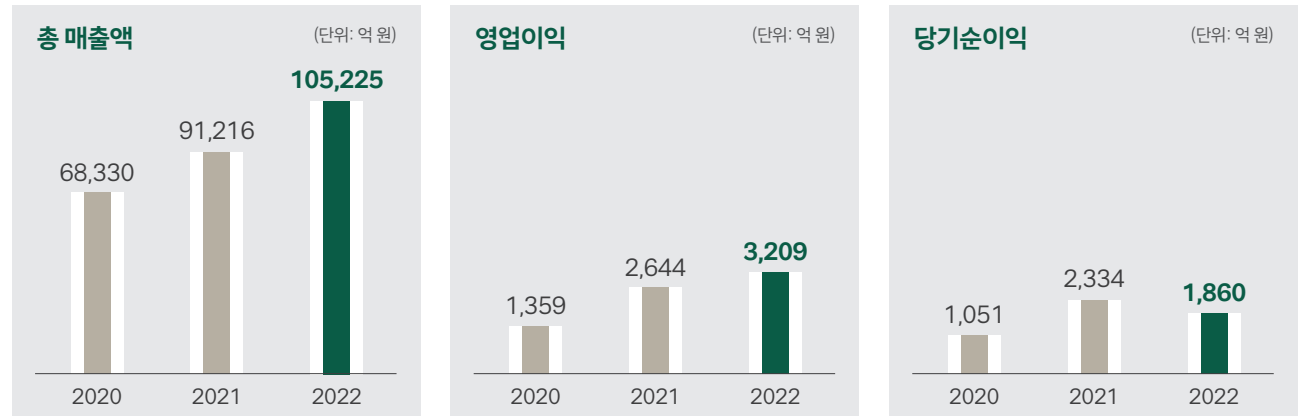
## 자회사 현황

기업명	설립일	주요 산업	지분율(%)
한무쇼핑(주)	1987.03.31	도·소매업	54.87 <sup>1)</sup>
(주)현대쇼핑	1998.08.07	부동산 임대업	100.00
(주)현대백화점면세점	2016.08.31	도·소매업	100.00
지누스 <sup>2)</sup>	1979.03.08	가구	45.00

1) 주식회사 현대쇼핑의 한무쇼핑 주식회사에 대한 지분 8.53% 포함

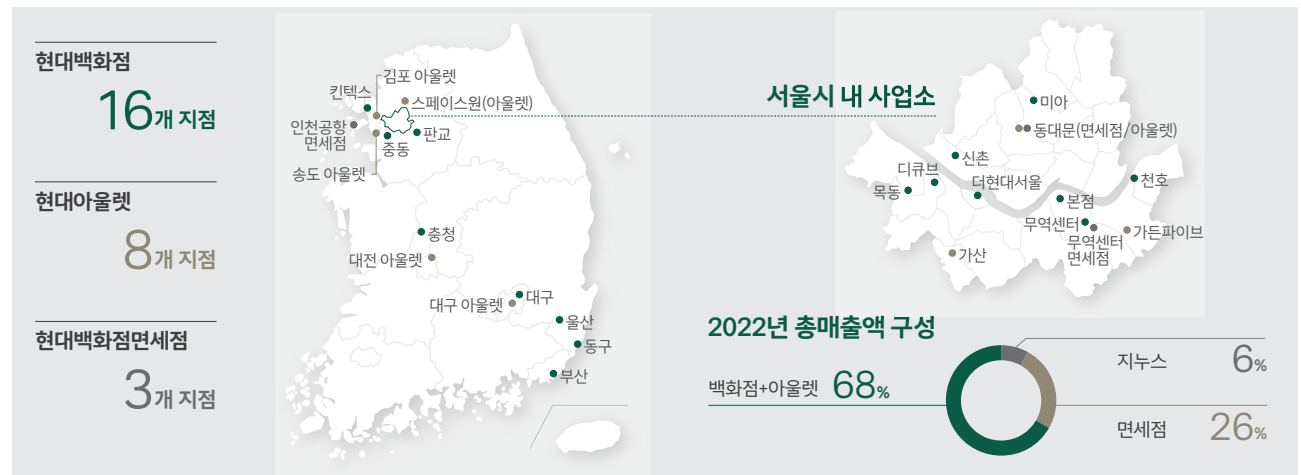
2) 2022년 상반기 인수했으며, 총 지분율은 과반수에 미달하지만 종합적 고려시 실질적 지배력이 있다고 판단하여 자회사로 분류함

## 주요 재무 성과<sup>1)</sup>



1) 2022년 말, K-IFRS 연결재무제표 기준

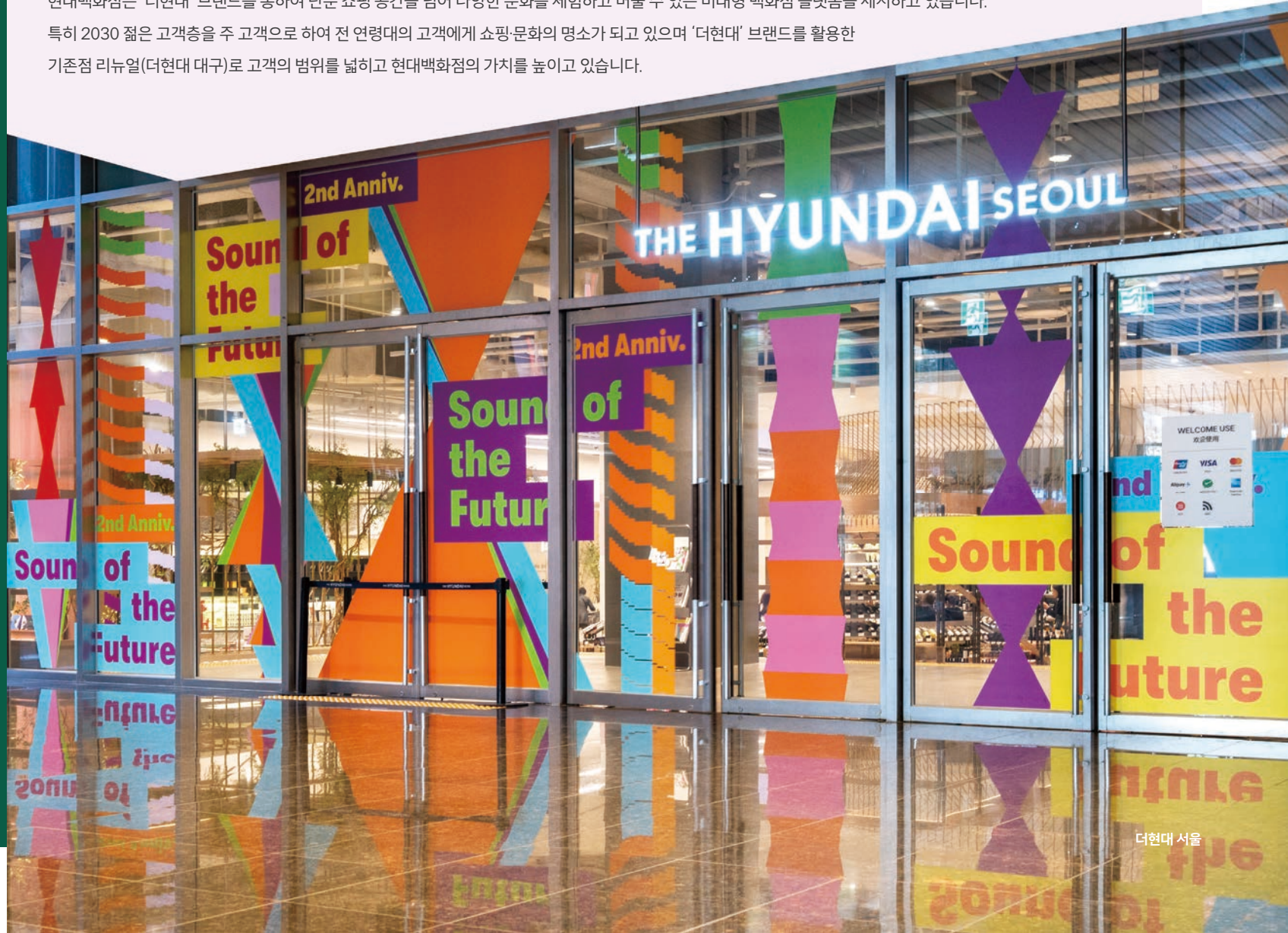
## 사업소 현황



# 현대백화점

New generation:  
새로운 역할,  
새로운 고객

현대백화점은 전국 16개 지점을 통해 고객에게 고품격 서비스를 제공하고 고객 만족을 극대화하기 위해 노력합니다.  
현대백화점은 '더현대' 브랜드를 통하여 단순 쇼핑 공간을 넘어 다양한 문화를 체험하고 머물 수 있는 미래형 백화점 플랫폼을 제시하고 있습니다.  
특히 2030 젊은 고객층을 주 고객으로 하여 전 연령대의 고객에게 쇼핑·문화의 명소가 되고 있으며 '더현대' 브랜드를 활용한 기존점 리뉴얼(더현대 대구)로 고객의 범위를 넓히고 현대백화점의 가치를 높이고 있습니다.



더현대 서울

## 현대아울렛

감각적인  
복합쇼핑문화공간을  
제안

현대아울렛은 일반 패션 브랜드를 주로 다루는 도심형 아울렛 '현대 시티 아울렛' 4개 지점과 명품 및 해외 패션 브랜드까지 포괄하는 '현대 프리미엄 아울렛' 4개 지점으로 구성되어 있습니다. 특히 현대 프리미엄 아울렛은 각 지점별로 개성 있는 테마를 설정하여 고객들에게 다양한 감성과 문화를 전달합니다. 현대아울렛은 도심에서 뛰어난 접근성을 자랑하며 가족 단위 고객을 위한 다채로운 엔터테인먼트 시설을 갖추어 지역 내 쇼핑문화 랜드마크로 자리잡고 있습니다.



프리미엄아울렛 스페이스원점



# 자회사 소개

## 현대백화점면세점

세상을 잇는 여행,  
내일을 위한 동행



현대백화점면세점은 50년 유통 전문 현대백화점그룹에서 탄생한 프리미엄 면세점입니다. 2018년 무역센터점 개점에 이어 2020년 동대문점과 인천공항점을 개점하며 글로벌 비즈니스 도약을 위한 발판을 마련하였고 무역센터점과 동대문점은 시내면세점 특허를 취득하였습니다. 현대백화점면세점은 오프라인 매장 뿐 아니라 인터넷 면세점을 통해 매출 증대, 시장 점유율 확대 그리고 고객 만족을 위해 노력하고 있습니다. 현대백화점면세점은 기업의 성장과 함께 사회적 책임을 다하고자 '고객을 행복하게 세상을 풍요롭게' 라는 현대백화점그룹 미션을 기반으로 사회공헌, 공정거래, 동반성장, 윤리경영을 통해 현대백화점면세점만의 사회적 책임경영 실현을 위해 노력하고 있습니다. 이를 위해 2022년 5월 자체 ESG협의체 조직을 신설하고 ESG경영 선포식을 진행하였으며 '세상을 잇는 여행, 내일을 위한 동행'이라는 ESG경영 비전 아래 전 사업 부문에서 ESG 가치를 창출하며 기업의 책임을 충실히 이행해 나갈 것입니다.

### 남녀고용평등 우수기업 고용노동부장관상 수상

현대백화점면세점은 다양한 모성보호 제도 운영을 통하여 남녀고용평등 의식 확산에 기여한 공로를 인정 받아 2022년 5월, 고용노동부 장관 표창을 수상하였습니다. 현대백화점면세점은 최대 2년의 육아휴직 부여 및 임신 전 기간 유급 근로시간 단축 등 법정 기준을 상회하는 모성보호 제도를 운영 중이며 임신 근로자 출퇴근 교통비 지원, 임신부 전용 식단 지급, 건강 보조제 제공, 현대백화점 문화센터의 임신·출산 관련 강좌 무료 수강 등 다양한 사내 케어 프로그램을 운영하고 있습니다.



고용노동부 장관 표창 수상

### 폐기를 발생 최소화를 위한 노력

현대백화점면세점은 2021년 5월 업계 최초로 '비닐 쇼핑백 제로화 면세점'을 추진한데 이어 2021년 10월 업계 최초 친환경 종이 포장 소재를 도입하여 연간 비닐 사용량의 약 60%를 절감하였으며 2025년까지 전 품목에 종이 포장재를 도입하여 연간 비닐 사용량의 90% 이상 감축하겠다는 목표를 세웠습니다. 이외에도 종이 영수증 대신 모바일 영수증을 발급하며 다양한 친환경 캠페인을 꾸준히 추진하고 있습니다.



현대백화점면세점 종이 쇼핑백

### 7대 CSR 기반 소외계층 자립 지원

현대백화점면세점은 2018년부터 소외계층 자립지원을 목표로 미혼모, 노인, 장애인, 아동을 4대 사회적 배려 대상으로 선정하여 지원해왔으며 2020년부터는 국가 유공자, 이주민, 주거빈곤자까지 자립 지원 대상으로 확대하여 CSR 활동을 펼치고 있습니다. 2022년에는 미혼모의 출산·양육·교육 지원과 저소득 청각 장애인의 보청기 지원, 화재 이주민 가구 지원, 독거노인 명절맞이 식료품 기부, 에너지 빈곤층 연탄 지원, 아동 및 국가 유공자 자녀 학자금 지원사업을 시행하였으며 앞으로도 여러 사회 소외계층의 삶의 질 향상과 더 나은 미래를 위해 폭 넓은 사회공헌 활동을 진행할 계획입니다.

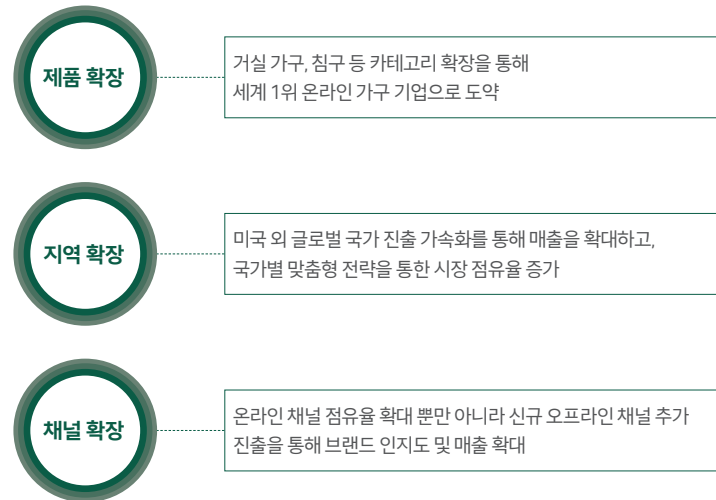
# 자회사 소개

## 지누스

친환경  
가치 창출을 통해  
'Green Furniture'  
기업으로 나아가다

2022년 5월 현대백화점그룹에 편입된 지누스는 침대 매트리스 및 가구 제조 판매 기업입니다. 2014년 미국 아마존에 입점하여 온라인 매트리스 시장 강자로 부상하였습니다. 전문적이고 독자적인 R&D, 소재와 제품의 생산부터 배송 그리고 고객의 의견을 수렴하는 일까지 모든 과정을 직접 관리하는 업계 유일의 수직 비즈니스 모델을 구축하였고, 유럽 및 아시아 등 글로벌 시장으로 사업 영역을 확장하고 있습니다. 온라인에서 뿐만 아니라 오프라인 측면에서도 고객과 만나고 제품을 직접 체험할 수 있는 기회를 확대하고 있습니다. 그 결과 현대백화점 13개 사업소에 입점하였으며, 체험형 콘텐츠 '원더베드'를 통하여 다양한 연령대의 고객이 지누스의 제품을 즐길 수 있도록 하고 있습니다.

### 지누스 사업 확장 전략



글로벌 판매 법인

13개

생산 법인

7개

### Zero Waste를 위한 발걸음

지누스는 Zero Waste 방침을 수립하여 생산 공정에서 불가피하게 발생하는 폐기물을 최소화하기 위해 노력합니다. 이를 위해 메모리폼 생산과정에서 부산물로 발생하는 스크랩 폼(Scrap foam)으로 포장 박스, 빈백, 라텍스 등을 제작하여 활용 및 판매하고 있습니다. 또한 플라스틱 폐기물을 줄이기 위해 제품 포장 시 사용하던 플라스틱 시트 대신 친환경 엠보싱 종이를 개발하여 사용합니다.

### 친환경 인증



**CertiPUR-US®**

난연제, 포름알데히드 등 유해성분 없이 엄격한 인증 기준을 통과한 성분으로 매트리스 제작



**FSC(Forest Stewardship Council)**

산림이 손상되는 생산 방식을 막고, 지속가능한 산림경영을 정착시키기 위해 가구 생산 외주업체 선정 시 글로벌 친환경 목재 인증 FSC 최우선 고려



**OEKO-TEX®**

중국 및 인도네시아에서 생산되는 매트리스, 소파, 가구 등 제품에 글로벌 친환경 섬유제품 및 품질 인증 획득



# VISION 2030

현대백화점이 10년간 추구해야 할 핵심 가치인 VISION 2030 전략과 ESG경영활동을 바탕으로 사회·환경적 가치를 창출하는 선순환 체계를 구축하여 유통산업을 발전시키고 선한 영향력을 발휘하며 고객에게 가장 신뢰받는 기업이 되고자 합니다.

MISSION >

## “고객을 행복하게, 세상을 풍요롭게”

VISION >

## “고객에게 가장 신뢰받는 기업”

사업 목표상 >

Customer	Company	Community	Co-Worker
<b>고객의 생활 가치를 높이는 회사</b> ·소비패턴 변화에 따른 상품/서비스 개발, 추천 ·고객 관점의 디지털 트랜스포메이션 추진, 데이터를 활용한 가치 제공	<b>미래의 사업 가치를 창출하는 회사</b> ·소비생활 관련 유망사업을 발굴하여 성장동력 확보 ·기존사업 경쟁력 강화 및 고객 관점 기반의 비즈니스 모델 변화	<b>사회적 가치에 기여하는 회사</b> ·미래세대에 희망을 제시(ESG경영 강화) ·공익 창출과 사회적 문제 해결에 기여하는 비즈니스 모델 개발	<b>회사와 직원이 함께 성장하는 회사</b> ·공동의 목표를 지향하는 성과 평가 체계 도입 ·신뢰 기반의 협력을 위한 제도적 뒷받침 마련

사업 방향성 >

### 생활

고객의 소비 생활 전반  
(의·식·주 문화 등)

환경 변화에 따른  
고객 니즈 파악, 예측  
**함께**



### 가치

생활의 가치를 제고할 수 있는  
차별화된 경험

창의적인 안목으로 데이터를  
활용하여 새로운 경험을 제안  
**제공**

실천가치 >

Passion 열정	Communication 소통	Creation 창의	Partnership 파트너십	Safety 안전	Environment 친환경
·과감히 실행하여 변화를 주도 ·최고가 되겠다는 신념 ·실패의 인정과 동기부여	·자유롭게 의견을 제시 ·정보 교류와 상호 피드백 ·투명하고 공정한 평가보상체계	·변화와 혁신을 통해 최고를 추구 ·비효율 개선을 통한 일과 삶의 균형 ·창의적 안목으로 고객 니즈에 집중	·공동의 목표 달성 ·신뢰 기반의 공동체 지향 ·원칙과 기준에 따라 행동	·책임의식을 기반으로 전 구성원의 안전의식 고취 ·능동적으로 위험요인을 파악하고 개선 추진 ·안전한 근무 환경 구현	·사업 프로세스 전반에 걸친 친환경 경영가치 구현 ·고객과 사업적 파트너가 공감하는 친환경 가치 추구 ·친환경 활동에 대한 구성원의 실천 유도

## With your Life | 트렌디한 라이프스타일을 제안하다

### 판교에서 만나는 MZ세대 맞춤형 놀이 공간 힙 플레이스(Hip place)



현대백화점 판교점 유프렉스

현대백화점은 2022년 1월 판교점 유프렉스를 리뉴얼 오픈하여 전통적인 백화점 상품군 중심의 매장 구성에서 벗어나 MZ세대가 즐겨 찾는 다양한 유형의 라이프 스타일과 독특한 콘셉트의 신진 브랜드 매장을 입점하였습니다. 판교점의 신진 브랜드 매장은 더현대 서울에서 입증된 MZ세대 맞춤형 큐레이션 전략을 발전시켰으며, 특히 맞춤형 자동차 키홀더숍, 전기 자전거 및 캠핑 용품 전문 편집매장 등 기존의 백화점에서 접하기 힘들었던 프리미엄 라이프스타일 콘텐츠를 대거 선보인 것이 특징입니다. 또한 젊은 고객층에게 새로운 영감과 즐거움을 선사하기 위하여 휴식·전시·이벤트 특화 공간인 유프렉스 전체에 감각적인 조명과 타일을 활용하거나 입점 매장을 우주선 모형으로 꾸미는 등 기존 백화점과 차별화된 공간을 연출했습니다.

### 목동점에서 만나는 또 하나의 지역 커뮤니티 공간 더 로비



현대백화점 목동점 더 로비

목동점은 오픈 후 20년 만에 진행된 대대적인 점포 리뉴얼을 통해 MZ세대 사이에서 주목받고 있는 차별화된 MD와 학군지라는 상권의 특성을 동시에 반영하여 공간 차별화를 시도하였습니다. MZ세대 전문관인 '크리에이티브 스페이스', '스포츠 그라운드' 등을 오픈했으며, 현대백화점이 운영하는 스트리트 패션 편집숍 '피어(PEER)'도 입점하였습니다. 아웃도어매장이 대부분이었던 별관 1층의 공간은 소파와 테이블 등 휴식 공간과 감각적인 레스토랑, 카페, 미술작품이 어우러지는 고품격 휴식 공간으로 조성하였습니다. 특히 호텔 로비 콘셉트의 '더로비'로 새롭게 탈바꿈하여 주된 소비자 중 하나인 자녀를 등교 혹은 등원시킨 학부모를 대상으로 또 하나의 커뮤니티를 제공하였습니다.

## With your Life | 트렌디한 라이프스타일을 제안하다

대구, 경북지역을 대표하는 문화쇼핑 랜드마크  
**더현대 대구**



더현대 대구는 매장 면적을 줄이고 문화·예술 공간을 4배 이상 확장하며 혁신적이고 차별화된 문화·쇼핑 공간으로 2022년 12월 재탄생했습니다. 특히 9층 전체에 들어서는 복합문화예술광장 '더 포럼 by 하이메 아온'은 백화점 업계 최초로 한 층 전체를 문화 예술을 위해 조성한 공간이며, 세계적인 아티스트 겸 산업디자이너 '하이메 아온'이 직접 디자인하였습니다. 1층 한가운데에는 복합문화예술 큐레이션 공간인 '더스퀘어'를 조성하여 여러 예술 작품을 전시하고 있습니다. 이 외에도 다채로운 문화적 경험을 제공하기 위해 현대백화점의 문화센터 브랜드인 'CH 1985' 공간을 만들어 고객들에게 수준 높은 강좌를 제공할 예정이며, 아이들을 위한 문화 공간 '모카 플러스(MOKA PLUS)'를 열어 그림책을 주제로 다양한 예술 작품 전시회와 체험 활동을 진행할 예정입니다. 문화예술공간 외에도 고객의 라이프스타일 변화에 발맞춘 다양한 전문관을 선보입니다. 리빙 전문관, MZ세대 전문관(크리에이티브 그라운드), 대구 로컬 맛집을 대거 입점한 테이스티 대구 등을 통하여 트렌디한 쇼핑 공간을 구성하였으며, 높은 매출 증가율과 신규 고객 증가율을 통해 고객의 긍정적인 반응을 확인할 수 있었습니다.

더현대 대구 오픈 후 3개월간 매출 증가율<sup>1)</sup>

1) 전년도 동기 대비

리빙 전문관

51.4%▲

크리에이티브  
그라운드

55.7%▲

테이스티 대구

104.7%▲

2022년 신규 고객 증가율<sup>1)</sup>

1) 전년도 대비

약 60%▲

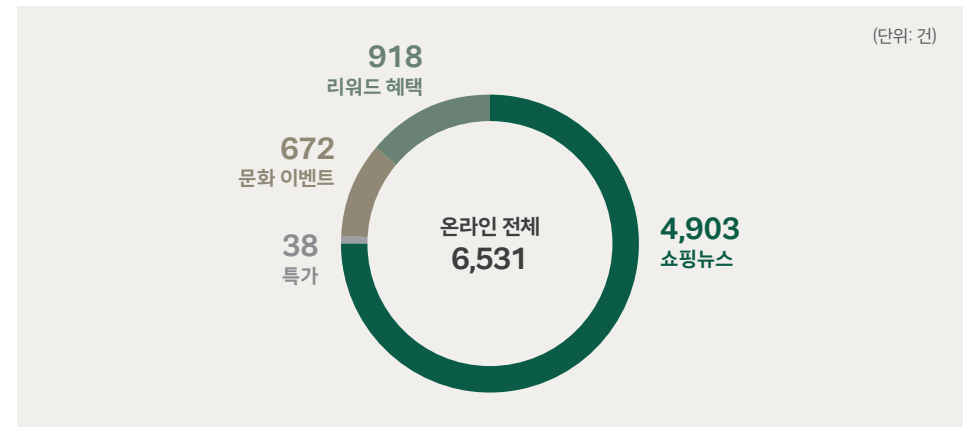
# Better your Life | 더 나은 가치를 제공하다

## 손쉬운 쇼핑 정보 안내부터 감성적 카피까지, 디지털 전환과 혁신성으로 업계 선도

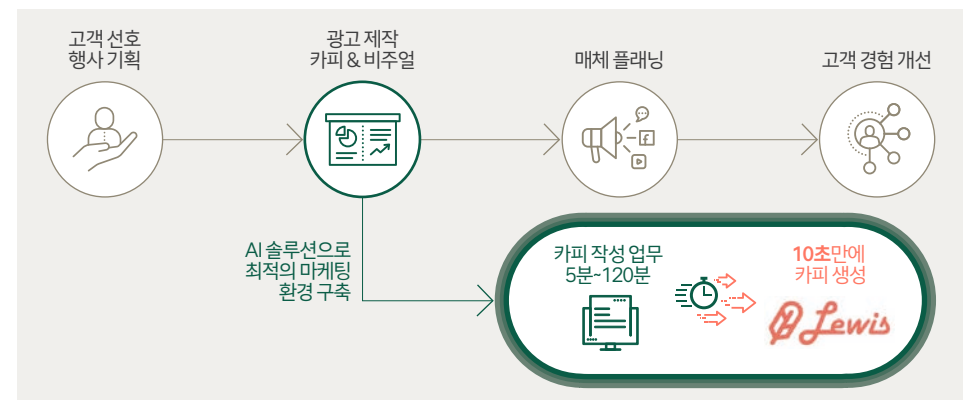
현대백화점은 2023년 3월, 국내 업계에선 최초로 마케팅 글쓰기에 최적화된 업계 최초 AI 카피라이터 서비스 '루이스 (Lewis)'<sup>1)</sup>를 도입했습니다. 루이스는 광고 카피, 고객 안내문, 쇼핑이벤트 정보 등 고객에게 전하는 메시지를 채널에 알맞게 생성해 내는 것이 특징입니다. 루이스는 수준 높은 문체, 공감과 호기심을 불러내는 문구 생성을 위해 전문 카피라이터와 담당자가 직접 작성한 광고 데이터 1만여 건을 학습하였습니다. 루이스는 국내외 생성형 인공지능(AI) 기술이 비약적으로 발전하는 상황에서 이를 활용한 마케팅 서비스 도입을 목표로 2022년부터 준비한 프로젝트입니다. 현대백화점은 4개월간의 자체 개발 끝에 루이스 서비스를 오픈하여 국내 기업과 미디어, 고객들로부터 큰 호응을 받았습니다. 이는 기업의 빠른 디지털 전환과 AI 기술을 올바르게 활용한 선도적 사례로 평가받았고, 여러 이해관계자들은 고객과 관계된 다양한 분야에서 앞선 기술과 서비스를 빠르게 도입하려는 현대백화점의 혁신성에 주목하고 있습니다. 루이스는 간단한 키워드만 입력하면 10초 안에 헤드카피와 본문으로 조합된 약 100자 내외의 문구를 생성합니다. 사람과 같이 감성적이고 창의적인 작문도 손쉽게 해내며, 담당자가 유의사항을 체크한 뒤 각 채널에 바로 적용할 수 있을 정도로 높은 수준을 자랑합니다. 현대백화점 직원들은 루이스를 통해 광고 및 문구 작성에 들이는 업무 시간을 획기적으로 줄이고, 보다 창의적인 고객 경험 관련 업무에 몰두할 수 있게 되었습니다. 이 외에도 백화점 업계 첫 무인 자동 결제 매장, 얼굴 인식 기술 시스템, 1:1 안내 로봇 등 다양한 테크 서비스로 차별화된 디지털 환경을 조성하고 있습니다.

1) 현대백화점 AI 카피라이팅 소프트웨어로, 현대백화점과 그룹 내 IT전문 기업이 협업하여 개발함. 미국 오픈AI 챗GPT3(현 GPT-3.5의 이전 모델) 대비 6,500배 이상의 한국어 데이터를 학습해 우리말을 가장 잘 이해함

### 2022년 월 평균 광고 제작 건수



### 카피라이팅 업무 프로세스



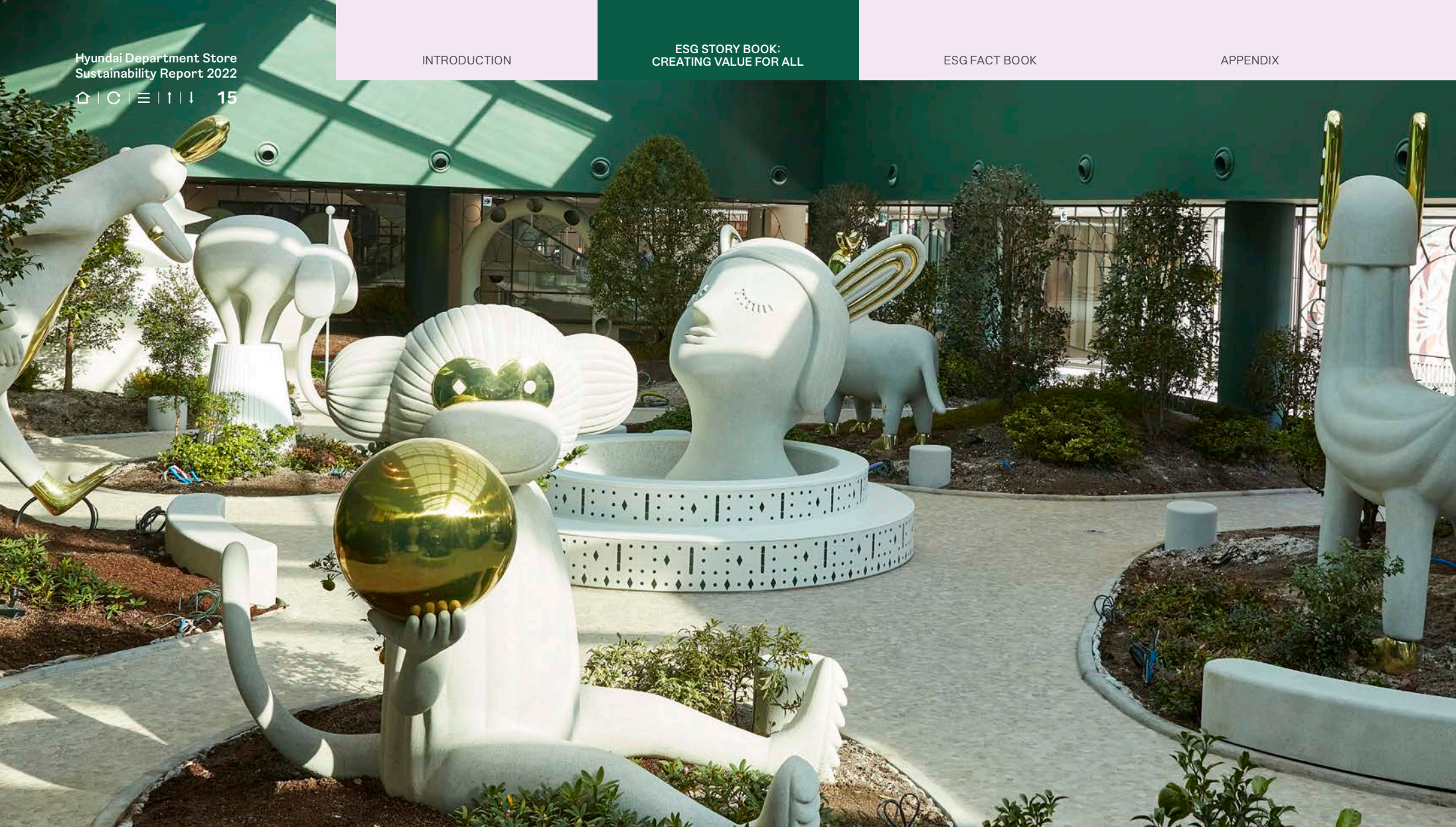
커뮤니케이션팀으로 입사해 광고 카피 업무를 담당하는 루이스 직원들과 소통할 수 있도록 그룹웨어 계정을 생성했다.



루이스 시스템 화면 - 카피 생성 화면



루이스 시스템 화면 - 키워드 분석 화면



**ESG Management**

ESG 경영	16
Our Value Chain	18

**ESG Story**

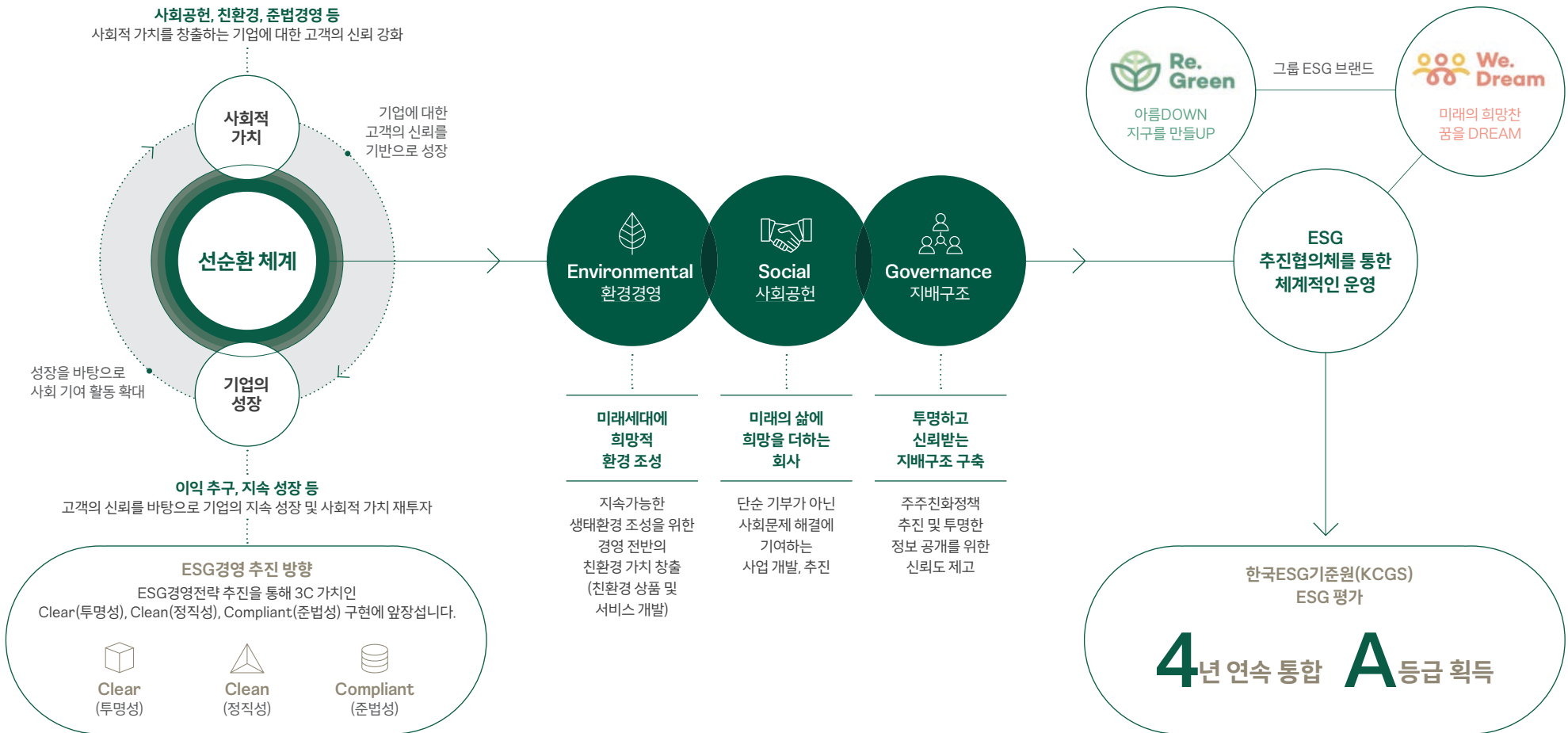
1. 탄소중립을 향한 길	21
- TCFD Report	22
2. 자원 순환 체계 구축	37
3. 고객 행복 프로젝트	41
4. 더 안전한 환경 조성	42
5. 책임 있는 협력사 관리	43

# ESG STORY BOOK: CREATING VALUE FOR ALL

# ESG경영

## 현대백화점의 ESG경영체계

현대백화점은 친환경, 사회적 책임경영, 지배구조 개선 등 투명한 경영을 통해 지속가능한 발전을 위해 노력하며, 미래세대에 희망을 제시하고 신뢰받는 기업으로 성장하는 선순환 체계 구축을 목표로 합니다.





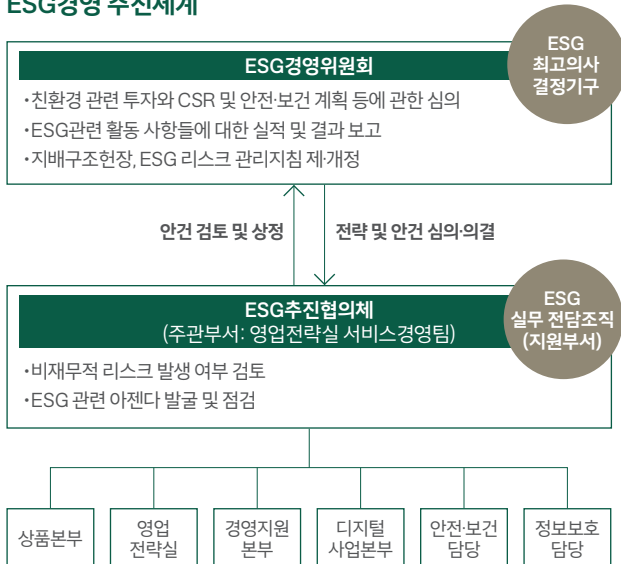
# ESG경영

## 현대백화점 ESG거버넌스

현대백화점은 ESG가치창출을 위해 ESG경영위원회와 ESG추진협의체를 자발적으로 설치하여 효과적이고 유기적인 ESG경영을 실천하고 있으며, 중장기 계획을 토대로 임직원 및 이해관계자들이 공감할 수 있는 ESG활동을 펼치기 위해 노력합니다. 현대백화점은 임직원들이 업무 전반에 걸쳐 ESG 관련 리스크에 대응하고 체계적으로 행동할 수 있도록 ESG 리스크 지침을 규정하여 전사적으로 공유하고 있습니다. 또한 2022년 지속가능경영보고서 발간을 시작하여 전세계 이해관계자들에게 현대백화점의 ESG경영활동을 공개하고 투명한 커뮤니케이션을 하기 위해 노력합니다.



### ESG경영 추진체계



### ESG경영위원회

현대백화점은 ESG경영활동을 강화하기 위하여 이사회 산하에 ESG 경영위원회를 설치하였습니다. 사외이사를 위원장으로 사내이사 1인, 사외이사 3인으로 구성된 ESG경영위원회는 반기 1회 이상 개최하는 것을 원칙으로 하며 필요 시 수시로 개최하여 환경경영, 사회공헌, 안전·보건, 동반성장 등 ESG 전반에 관한 전략과 성과를 관리·감독합니다.

### 2022년 ESG경영위원회 주요 안건

	1차(2022.02.24)	2차(2022.03.28)	3차(2022.11.08)
결의	<ul style="list-style-type: none"> <li>독립 자원순환 패키지 운영 계획의 건</li> <li>2022년 안전 보건관리 계획 승인의 건</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESG경영위원회 위원장 선임의 건</li> <li>기업지배구조현장 개정의 건</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기후변화 시나리오 분석 및 Scope3 측정 계획의 건</li> </ul>
보고	<ul style="list-style-type: none"> <li>온실가스 배출권 거래제 현황</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>2022년 상생경영활동 보고</li> </ul>

### ESG추진협의체

현대백화점은 ESG경영활동의 체계적 실행을 위해 ESG추진협의체를 구성하여 ESG 실무를 전담하고 있습니다. 최고지속가능경영책임자 (Chief Sustainability Officer) 역할을 담당하는 영업본부장(부사장)을 위원장으로, 각 본부별로 10년 이상 ESG 관련 실무를 담당한 책임자급 16인을 위원으로 하여 ESG 전담 조직을 운영합니다. ESG추진협의체는 정기적인 회의를 통해 법률 및 ESG 리스크 관리 지침에 따라 비재무적 리스크 발생 여부를 검토합니다. 특히 2022년에는 ESG경영위원회 운영 규정을 개정하였습니다. '인권경영, 공급망 관리, 정보 보안, 고객경영' 등 기존 규정에는 명시하지 않았던 업무 범위를 추가하여 위원회의 운영 취지와 목적을 체계화하였습니다.

## Our Value Chain

### 소싱 Sourcing

- 협력사 행동규범 제정
- 협력사 ESG평가 도입
- 명인명촌
- 지역 농축산업자 및 소상공인 판로 지원

### 운영 Operation

- 독립 자원 순환 시스템 Project 100
- 협력사 ESG 컨설팅 지원안 마련
- 대내외 환경 부문 인증 취득

현대백화점은 소매유통산업을 영위하며 수많은 협력사와 함께합니다. 이 과정에서 상품이나 서비스의 소싱이 환경과 사회에 미치는 부정적인 영향을 최소화해 힘쓰고 있습니다.

이를 위해 협력사 ESG기준을 적용하여 적격수급업체를 필터링하고 공정거래 원칙을 준수합니다. 더불어 지역 농축산업자 및 소상공인 판로 지원을 위해 다양한 지역 농축산물을 발굴하여 현대백화점 식품관에서 판매하거나, 전통 식품 브랜드 '명인명촌'을 통해 각 지역 장인이 만든 상품을 모아 판매합니다.


현대백화점은 지속가능한 환경과 사회를 위하여 동물복지 상품과 친환경 상품을 조달하고 있으며 상품의 종류와 범위를 지속적으로 확대하고 있습니다.

현대백화점은 운영 과정에서 임직원 및 협력사의 행복을 고려하여 기업의 사회적 책임을 수행하고 당사의 임직원은 물론 협력사 노동자의 인권과 안전·보건을 생각하며, 협력사와의 상생경영 및 동반성장을 위해 노력합니다.


물품 생산부터 폐기까지 모든 운영과정에서의 환경 영향을 생각하는 현대백화점은 업계 최초 독립 자원 순환 시스템(Project 100)을 개발하여 자체적인 친환경 종이 쇼핑백을 만들었으며 쇼핑백 외의 다양한 제품에 Project 100을 적용하기 위한 연구를 진행하고 있습니다. 또한 현대백화점은 운영 과정에서 부정적 환경 영향을 줄이기 위해 에너지 소비, 온실가스 배출 등을 관리합니다. 이를 위해 외부 전문기관과 협업하여 기후변화 시나리오 분석을 실시하고 Scope3를 산정하였습니다. 산정 내용을 기반으로 당사의 환경 영향을 분석해 실질적인 환경 관리 방안을 마련하려 노력합니다.

## Our Value Chain

### 유통 & 소매 Distribution & Retail



### 소비 Consumption



3R 정책

폐기를 관리

녹색 매장

ESG 전문 매장

고객 개인정보 관리 고도화

고객과의 다양한 소통채널 운영

현대백화점은 책임감을 가지고 기업과 소비자 간의 연결고리 역할을 수행하며, 유통과 판매 과정에서 환경 영향을 고려합니다.

당사는 3R(Recycle, Replace, Reduce) 정책을 통해 패키징으로 인한 부정적인 환경 영향을 최소화하기 위해 노력합니다. 택배 박스, 선물세트 및 식품관 패키지 등에 친환경 소재를 적용하거나 다회용기를 활용한 Zero Waste 반찬 정기 배송 서비스를 확대하는 등 유통 및 판매 과정에서부터 불필요한 폐기물을 줄이고 있습니다.

현대백화점은 환경경영 추진 기반 친환경소비 확대와 VISION 2030 기반 고객 만족을 추구합니다. 고객이 단순히 물건을 소비하는 것이 아니라 ESG의 가치를 소비할 수 있도록 ESG 전문 매장을 운영하고, 친환경성을 고려한 상품을 발굴 및 생산하여 지속가능성을 테마로 행사를 운영합니다. 또한 국내 최초 제로 웨이스트 라이프 스타일 플랫폼을 개발하는 등 선도적인 환경경영과 서스테이너블 페어를 통한 플라스틱 수거 캠페인 및 리사이클링 아트 작품 전시 등 현대백화점만의 친환경 행사를 통해 고객과 소통하고 있습니다.

당사는 고객의 만족과 권익 보호를 우선으로 생각하며, VISION 2030 기반 구체적인 고객 중심 경영의 기획 및 실행을 지향하고 있습니다. 고객의 니즈에 맞는 소통 채널을 도입하여 다양한 이벤트를 진행하고 고객에게 문화예술 경험을 제공하기 위해 노력합니다. 또한 고객의 안전을 보호하기 위하여 안전 방침을 도입하고 다양한 예방 훈련을 진행하고 있습니다.

# ESG STORY

ESG와 관련된 중요한 주제들을  
어떻게 관리하고 있는지  
이해관계자들에게 공유하고자  
ESG Story를 구성하였습니다.

1. 탄소중립을 향한 길	21
- TCFD Report	22
2. 자원 순환 체계 구축	37
3. 고객 행복 프로젝트	41
4. 더 안전한 환경 조성	42
5. 책임 있는 협력사 관리	43



# 01. 탄소중립을 향한 길



## TCFD report 발간

현대백화점은 탄소중립 달성을 위해 현대백화점그룹 차원의 중장기 로드맵과 현대백화점만의 감축 목표를 세워 온실가스 감축, 폐기물 감축, 재생에너지 사용 확대, 친환경 소재 전환을 위해 노력해왔습니다.

나아가 전략적이고 고도화된 기후변화 대응을 위하여 백화점 업계 최초로 시나리오 분석을 실시하고 관련 활동 및 성과를 이해관계자에게 상세히 공유하고자 TCFD report를 발간하였습니다.

앞으로도 현대백화점은 업계를 선도하는 기업으로서 탄소중립 실천의 책임을 가지고 더욱 적극적으로 기후변화 리스크를 최소화 할 수 있도록 노력하겠습니다.

## Scope3 배출량 산정

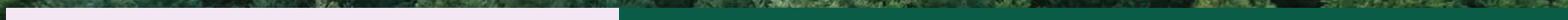
현대백화점은 통제 범위인 Scope1,2 온실가스 배출량을 넘어 가치사슬 전반에서 발생하는 Scope3의 영역까지 산정하며 밸류체인 전반의 온실가스 배출량 관리를 위한 첫걸음을 시작하였습니다.

현대백화점은 사용한 자본재의 생애주기, 폐기물 처리 과정, 통근 및 출장 과정에서 배출되는 온실가스를 산정하여 본 보고서에 공개하였으며, 보고한 데이터에 대해서는 제3자 검증을 통해 정확성을 확보하였습니다.

현대백화점은 앞으로 Scope3 배출량 산정 범위를 넓히고 방법론을 정교화해 나가며 지역사회 속에서 지속 가능한 경영을 위해 노력하겠습니다.



# T C F D R E P O R T



# TCFD report

현대백화점은 기후변화의 시급성을 인식하고 모두를 위한 더 나은 세상을 만들기 위해 노력하고 있습니다. 현대백화점은 기후변화에 대한 위기 인식과 대응 노력을 투명하게 공개하기 위해 기후 관련 재무공개 테스크 포스(TCFD, Task force on Climate related Financial Disclosure)의 권고사항을 반영한 TCFD 보고서를 작성하였습니다. 본 보고서는 TCFD 프레임워크를 사용하여 현대백화점의 기후 관련 지배구조, 전략, 리스크 관리, 지표와 목표영역의 정보를 공개하고 있으며, 기후변화 시나리오 분석 결과와 기후 관련 위험 및 대응 방향에 대한 내용을 담고 있습니다.

## TCFD 권고안의 4대 핵심요소

GOVERNANCE	STRATEGY	RISK MANAGEMENT	METRICS & TARGETS
			
<p><b>지배구조</b></p> <p>기후변화 관련 위험과 기회에 대한 조직의 지배구조</p> <p><b>1</b></p>	<p><b>전략</b></p> <p>기후변화 관련 위험 및 기회가 조직의 사업, 전략 및 재무 계획에 미치는 실질적 및 잠재적 영향</p> <p><b>2</b></p>	<p><b>위험관리</b></p> <p>기후변화 관련 위험을 파악, 평가 및 관리하기 위해 기관이 사용하는 프로세스</p> <p><b>3</b></p>	<p><b>지표와 목표</b></p> <p>해당 기후변화 관련 위험 및 기회를 평가하고 관리하는데 사용되는 지표와 감축목표</p> <p><b>4</b></p>

## TCFD report

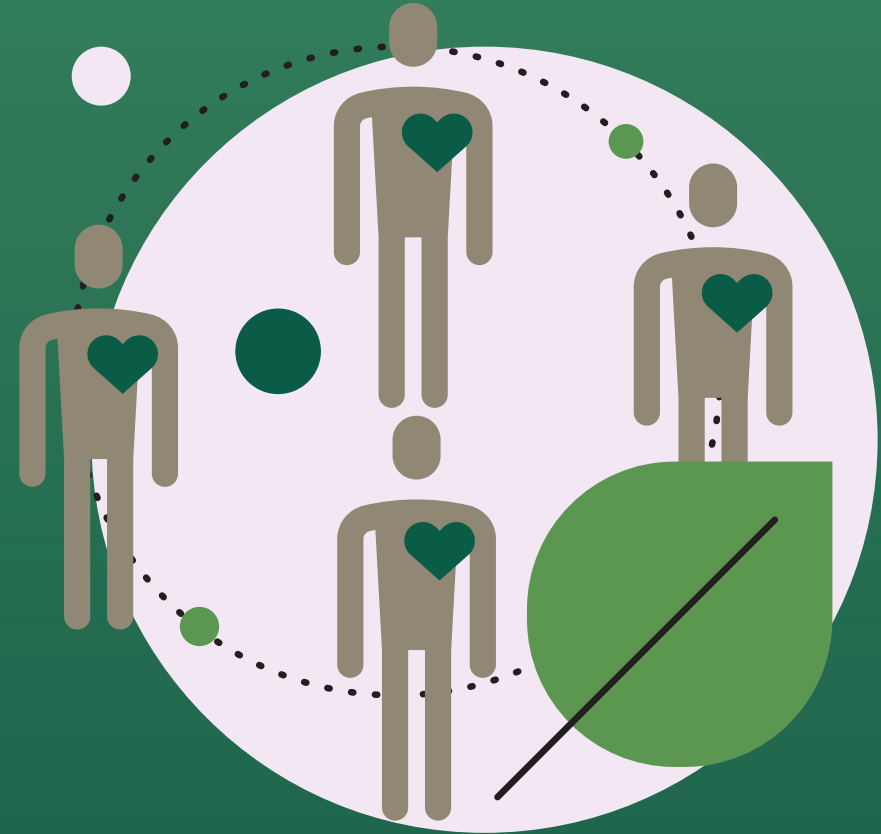
# GOVERNANCE

### 지배구조

현대백화점의 전략 이행과 고객 만족, 이해관계자를 위한 가치 창출에 있어 효율적인 기업지배구조 체계와 운영은 필수적인 요소입니다. 기후 관련 리스크에 대응하기 위한 전략, 조치, 진행상황을 효과적으로 관리할 수 있는 기업거버넌스를 보유한 기업은 이해관계자와 신뢰를 더욱 공고히 구축할 수 있으며 지속가능성과 탄소중립에 대한 의지를 보여줄 수 있는 위치를 선점했다고 할 수 있습니다.

현대백화점의 기후 및 ESG 이슈에 책임을 다하기 위한 노력은 이사회와 주요 경영진의 책임감 있는 리더십과 효과적인 감독을 위한 체계를 통해 구현되고 있습니다.

# 1





# TCFD report

## GOVERNANCE

### 이사회 감독

현대백화점은 이사회 내 ESG경영위원회를 통해 기후 관련 이슈를 포함한 ESG 관련 전략 이행 및 성과를 모니터링하고 감독함으로써 이사회 차원에서 기후 관련 이슈를 다루고 있습니다. ESG경영위원회는 반기 1회 정기적인 회의를 개최하고 필요에 따라 추가 회의를 개최하여 기후, 환경, 안전, 고객 등 ESG 관련 업무 수행에서 중요하다고 판단되는 사항에 대해 보고 받고 논의합니다.

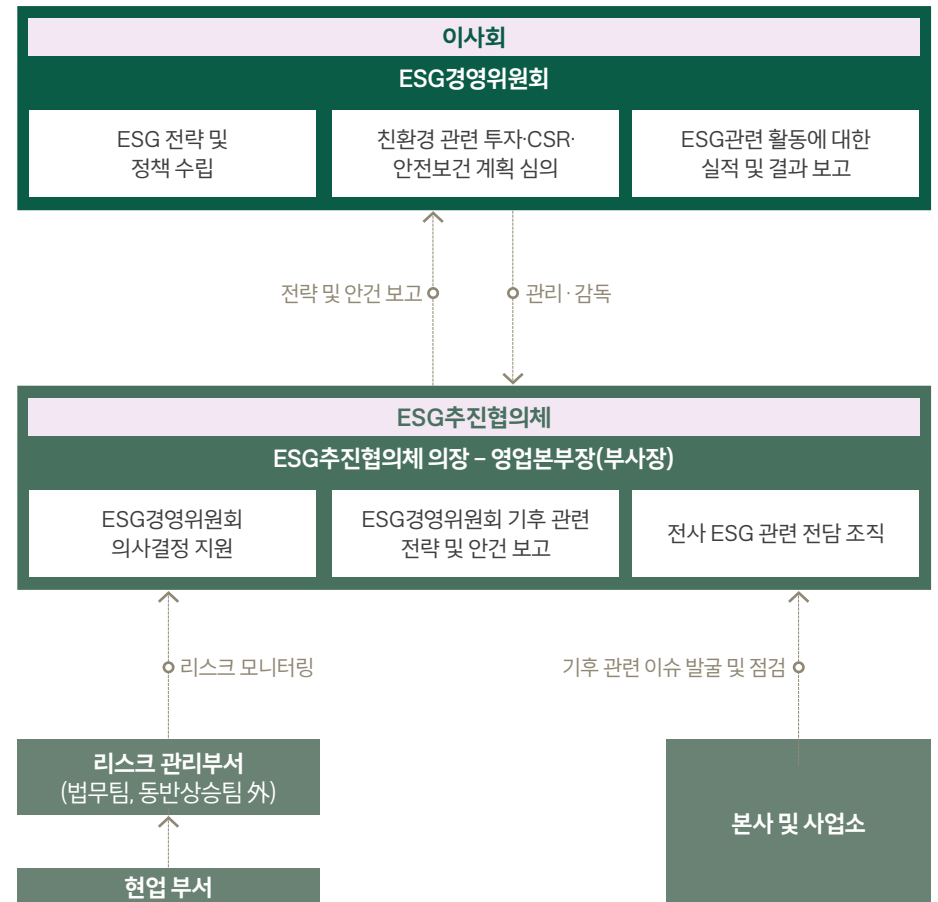
2022년 ESG경영위원회는 온실가스 배출권 거래제 현황에서부터 기후변화 시나리오 분석 및 Scope3 배출량 산정 범위 확대까지 기후 관련 대응 활동에 대한 계획과 투자, 전략 이행의 내용을 보고받고, 관련 사항에 대해 의결하였습니다.

### 경영진 역할

현대백화점은 ESG 성과를 개선하고 책임감 있는 ESG 활동 수행을 위해 다양한 관리 프로세스와 경영지원 조직을 갖추고 있습니다. 현대백화점은 각 사업본부의 주요 책임자로 구성된 ESG추진협의체를 운영하여 이사회의 ESG경영위원회를 지원하고 있습니다.

ESG추진협의체 의장으로 최고지속가능경영책임자(CSO) 역할을 담당하는 영업본부장(부사장)을 선임하여 기후변화 대응에 대한 전반적인 역할과 책임을 부여하고 있습니다. ESG추진협의체는 기후 관련 이슈 외에도 ESG관련 현안에 대한 이사회의 의사결정 지원을 위해 ESG 관련 전략과 안건을 ESG경영위원회에 보고하며, 현대백화점의 탄소중립 로드맵과 기후변화 시나리오 분석 결과를 비롯한 현대백화점의 ESG 목표를 달성하기 위해 집중적이고 행동력있는 활동을 추진합니다.

### 기후 관련 지배구조 / 의사결정 체계



## TCFD report



# STRATEGY

### 전략

기후변화 대응 전략을 수립하고 실행하는 데 집중하는 것은 고객 만족을 유지하고 이해관계자를 위한 가치를 창출하며 지속가능한 미래에 기여하기 위한 현대백화점의 노력을 보여줍니다.

현대백화점은 기후변화 리스크와 기회가 사업 특성 및 경영 방침에 미치는 다양한 영향을 인식하고, 주요 기후 리스크를 파악하고 그 결과를 분석하여 맞춤형 기후변화 대응 전략을 수립하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 기후변화 시나리오 분석을 통해 실현 가능한 시나리오를 선정하고 리스크 분석을 통해 잠재적 영향에 대한 대응 방안을 수립하고 있습니다.

# 2



# TCFD report

## STRATEGY

### 기후변화 시나리오 분석 접근방식

현대백화점은 기후변화가 사업 운영 및 전략에 미칠 수 있는 잠재적 영향을 이해하고 이에 대비하기 위해 노력하고 있습니다. 이를 위해 미래에 직면할 수 있는 다양한 경제적, 규제적, 기술적, 사회적 조건을 검토하는 시나리오 분석을 수행하였습니다. 당사가 수행한 기후변화 시나리오 분석은 기후변화를 완화하기 위한 국가별 다양한 노력의 영향과 예측 범위 밖의 기술 발전, 소비자 행동양식 변화로 인해 발생할 수 있는 불확실성을 고려하여 수행되었습니다. 따라서 이러한 시나리오는 미래에 대한 예견이 아니며, 예측결과를 의미하지 않습니다. 현대백화점은 시나리오 분석에 대한 접근방식을 통해 기후변화 관련 잠재적 위험과 기회를 식별하고 다양한 상황에 대한 회복탄력성을 검토하고 조정합니다.

### 기후변화 시나리오 분석 개요

현대백화점의 기후변화 시나리오 분석은 2025년부터 2050년이며, 시나리오 상황별로 전환 및 물리 리스크의 단기, 중기, 장기 시점의 기후 변화 양상을 분석하였습니다. 시나리오 분석은 국제에너지기구(IEA, International Energy Agency)의 시나리오와 IPCC(Intergovernmental Panel on Climate Change)의 AR5 시나리오 모델의 가정상황과 데이터를 기반으로 수행되었습니다.

### 현대백화점의 기후변화 시나리오



1.5°C 시나리오는 IEA의 NZE(Net zero) 2050 시나리오와 IPCC의 5차 보고서 RCP 2.6의 시나리오 조건을 반영한 것으로 저탄소 전환이 이행된 사회와 환경에 대한 사항을 반영합니다. 이에 따라 저탄소 전환을 위한 투자, 기술 변화가 적극적으로 이뤄지는 상황과 배출량 감축을 적극적으로 이행하기 위한 정책 상황을 가정하기 때문에 상대적으로 전환 리스크가 증가하여 기후변화 양상이 완화되고 상대적으로 물리적 리스크는 낮게 나타납니다.



2.0°C 시나리오는 IEA의 APS(Announced Pledges Scenario) 시나리오와 IPCC의 5차 보고서 RCP 4.5의 시나리오 조건을 반영한 것으로 지연된 저탄소 전환에 의한 변화 반영합니다. 이에 따라 저탄소 전환을 위한 정책과 투자, 기술 변화가 상대적으로 지연되고 이행이 둔화되어 전환 리스크가 감소합니다. 반면 증가된 온실가스 배출량 경로에 따라 극한기상의 발생가능성과 강도가 높아지기 때문에 물리적 리스크가 상대적으로 크게 나타납니다.



4.0°C 시나리오는 IEA의 STEPS(Stated Policies Scenario) 시나리오와 IPCC의 5차 보고서 RCP 8.5의 시나리오 조건을 반영한 것으로 저탄소 전환을 위한 노력이 상대적으로 제한적인 사회와 환경을 상정합니다. 이 시나리오는 저탄소 전환을 위한 적극적인 정책이 부족하고 투자가 감소하며 기술 변화가 느리기 때문에 전환 리스크가 낮다는 특징이 있습니다. 이로 인해 높은 온실가스 배출량으로 인해 기후변화 영향이 악화되어 물리적 리스크는 더 높아질 것을 가정합니다. 결과적으로 시나리오상 기상이변의 위험과 그 강도가 크게 증가하여 생태계와 인간 사회에 잠재적으로 치명적 영향을 미치는 것으로 나타납니다.

# TCFD report

## STRATEGY

### 기후변화 시나리오 분석 방법론

현대백화점의 기후변화 시나리오 분석은 산업별 및 글로벌 데이터 소스를 바탕으로 정량 및 정성적 방법을 함께 활용해 수행되었습니다. 각 기후변화 시나리오 상황에서 주요 리스크와 기회를 파악하고, 기업 운영에 미칠 수 있는 잠재력과 영향을 검토하였습니다. 이 과정에서 다양한 관점과 인사이트를 통합하기 위해 내부 임직원 대상으로 워크숍을 진행했으며, 외부 전문가 의견 등을 청취하였습니다.

### 주요 가정사항

기후변화 시나리오 분석은 다음과 같은 주요 가정을 기반으로 수행됩니다.

- **전환 조건:** 미래의 잠재적인 정책, 규제 환경과 탄소 가격, 기술 발전에 대한 정보를 제공하는 IEA의 NZE 2050 및 APS, STEPs 시나리오를 반영합니다.
- **물리 조건:** 다양한 온실가스 농도 경로를 바탕으로 가능한 기후변화 영향을 설명하는 IPCC의 AR5 RCP2.6 및 RCP 4.5, RCP 8.5 시나리오를 반영합니다.

구분	1.5°C 시나리오			2.0°C 시나리오			4.0°C 시나리오		
정책변화	온실가스 배출을 제한하기 위한 보다 엄격하고 신속한 정책변화			국가 목표 배출량 감축 달성을 위한 현시점의 발표된 정책 이행 및 실현 달성			현재 시행중인 정책이 적용되어 상대적으로 제한된 정책 이행		
탄소 가격 (\$/tCO <sub>2</sub> eq) <sup>1)</sup>	급격히 상승한 높은 탄소 가격 형성			완만하고 지속적 상승 추이의 중간 수준의 탄소 가격 형성			점진적으로 느리게 상승한 낮은 탄소 가격		
	2030년	2040년	2050년	2030년	2040년	2050년	2030년	2040년	2050년
	130	205	250	120	165	200	40	65	90
기술변화	저탄소 기술 개발을 위한 적극적 투자 이행, 신속한 개발 및 도입			저탄소 기술 개발 투자 둔화, 기술 개발 및 채택 속도 지연			저탄소 기술 개발 투자의 상당한 지연, 매우 느린 기술 개발 및 채택 속도		
시장/소비자변화	저탄소 제품, 대안에 대한 소비자 성향 및 선호도의 급격한 전환			저탄소 제품, 대안에 대한 소비자 성향 및 선호도의 점진적 전환			저탄소 제품, 대안에 대한 소비자 성향 및 선호도의 제한적 전환, 매우 느린 시장 변화		
기후환경변화	적극적인 감축, 완화 활동을 통한 기후변화 영향 감소			기후변화 영향 완화 및 감축 활동이 이행되지만, 기후변화 영향이 다소 뚜렷하게 나타남			감축 및 완화 활동의 불충분하여 기후변화 영향이 극명하게 나타남		

1) 출처: IEA Net Zero Emissions by 2050, GECM model 2022

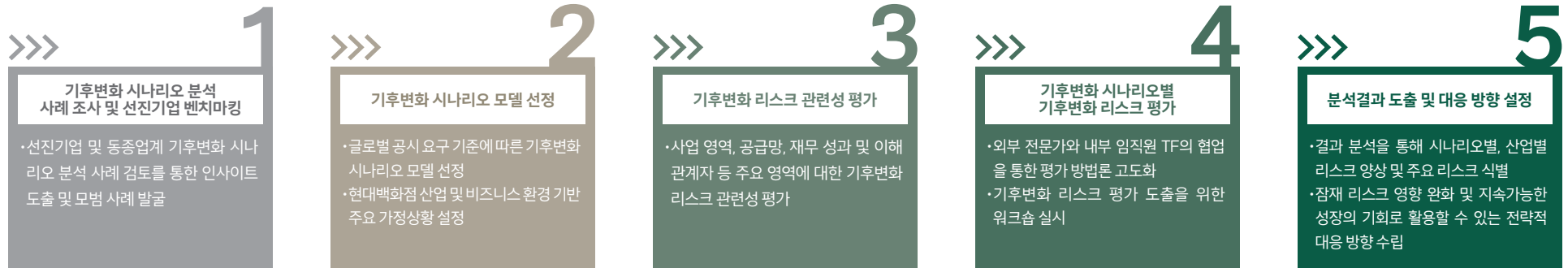
# TCFD report

## STRATEGY

### 기후변화 시나리오 분석 프로세스

#### 기후변화 시나리오 분석 프레임워크

현대백화점은 기후변화 시나리오 분석에 대한 포괄적인 프레임워크를 통해 기후변화가 사업 운영과 시장 지위에 미칠 수 있는 잠재적 영향을 파악하고 대응하기 위해 노력하고 있습니다. 기후변화 시나리오 분석은 사례 연구, 시나리오 모델 선정, 기후관련 위험에 대한 철저한 평가를 포함하는 구조화된 접근 방식을 통해 수행되었습니다. 이러한 단계를 통해 잠재적 영향을 파악하고 각 시나리오에 따른 리스크를 식별하여 궁극적으로 전략적인 대응 방향을 설정할 수 있었습니다. 이러한 노력은 현대백화점이 기후변화에 의한 회복탄력성(Resilience)을 중요시하고 이에 선제적으로 대응하고 있음을 보여줍니다. 이처럼 현대백화점은 기후변화 시나리오 분석을 통해 기후변화가 가져올 위기와 기회에 대한 대비를 강화하며 지속가능성을 제고하기 위해 노력하고 있습니다.





# TCFD report

## STRATEGY

### 기후변화 시나리오 분석 결과

#### 주요 기후변화 리스크 영향 분석

1. 물리 리스크: 백화점 내방객 수에 영향을 미칠 수 있는 폭우 및 홍수, 폭염과 같은 물리 리스크가 주요 리스크로 평가되었습니다.

· 폭우 및 홍수: 많은 강수량은 사업장 안팎에 국지적인 홍수를 야기하여 고객의 접근성을 저해하거나 물류 및 교통 시스템을 마비시켜 영업 활동에 차질을 초래할 수 있습니다. 특히, 극심한 홍수가 발생할 경우 매장 인프라와 재고에 심각한 피해가 생길 수 있습니다. 더불어 간접적인 영향으로 공급망 중단, 생산지 피해를 악화시켜 매장 내 제품 가용성에 영향을 미칠 수 있습니다.

· 폭염: 폭염이 발생하면 다수의 고객이 야외 활동을 피하거나 외출을 최소화하는 양상이 나타날 수 있어 백화점 방문 고객이 감소할 수 있습니다. 또한 폭염은 에너지 시스템에 부담을 주어 매장 내 온도 조절을 위한 운영 비용 증가와 정전 가능성으로 이어질 수 있습니다.

#### 기후변화 리스크 대응을 통한 기회 요인 활용 방안

현대백화점은 기후변화 관련 전환 리스크와 물리적 리스크를 파악하고 대응 방향을 설정함으로써 변화하는 기후변화 환경 조건에서도 이를 기회로 활용할 수 있는 여건 조성을 통해 지속가능한 경영체계를 유지하고 고객의 기대에 부응하고자 하는 의지를 보여주고 있습니다.

· 인프라 복원력 강화: 폭우 및 홍수에 취약한 사업장을 식별하고 홍수 방지 설계 기능을 비롯한 인프라 개선에 투자하여 폭우 및 홍수에 대한 취약성을 줄입니다. 여기에는 침수 방지벽 설치, 배수 시스템 개선, 침수 예상 영역의 장비를 이전하는 것이 포함될 수 있습니다.

· 탄력적 매장 운영: 기상상황에 따른 매장 운영 시간 조정, 집객이 적은 시간대 방문 장려 프로모션 등 기상 악화 시 매장 운영을 유지하기 위한 비상계획을 수립합니다.

· 판매채널 다각화: 온라인 유통 플랫폼에 대한 투자 확대를 통해 기상이변에 따른 오프라인 매장의 잠재적 매출 감소를 상쇄합니다. 온라인 쇼핑 경험을 개선하고, 배송 옵션 확대, 타겟 프로모션을 제공해 폭우, 홍수, 폭염 등이 발생하는 기간 동안 고객이 온라인 쇼핑을 할 수 있도록 지원합니다.

2. 전환 리스크: 매출 및 비용, 시장 점유율 등 사업성과에 직접적인 영향을 끼치는 소비자 행동 변화 및 선호도 변화, 탄소가격제 리스크가 주요 리스크로 평가되었습니다.

· **탈 플라스틱:** 플라스틱 폐기물이 환경에 미치는 영향에 대한 소비자의 인식이 높아지면서 플라스틱을 사용하지 않거나 플라스틱을 줄이는 라이프스타일에 부합하는 제품에 대한 선호도가 높아지고 있습니다. 이러한 제품 수요의 큰 변화는 소재 전환에 따른 비용 증가와 같은 영향을 미칠 수 있습니다. 더불어 변화하는 고객 선호도를 충족하기 위해 백화점은 제품 구성을 조정하여 플라스틱을 사용하지 않는 친환경적인 대안을 제공해야 할 수도 있습니다.

· **소비자 선호도 변화:** 탄소중립을 추진하지 않는 기업에 대한 반감이 커져가는 상황에서 당사가 적절한 탄소중립 활동을 수행하지 못할 경우, 현대백화점에 대한 평판 리스크와 고객 충성도 하락으로 이어질 수 있습니다. 이러한 선호도 변화는 현대백화점의 기후변화 대응을 위한 노력을 효과적으로 전달하지 못할 경우에도 발생할 수 있습니다.

· **탄소 가격제:** 강화된 탄소 가격 규제가 시행되거나 탄소 가격이 급격히 상승할 경우 온실가스 배출권 총당 비용을 비롯한 온실가스 배출량 페널티로 인한 운영비용이 증가하여 수익성에 영향을 미칠 수 있습니다. 이에 따라 가격 전략이나 비용 구조에 대한 조정이 필요할 수 있습니다.

· **친환경 및 저탄소 상품 확대:** 친환경 상품에 대한 소비자의 선호도를 지속적으로 모니터링하는 한편 선호도 변화에 맞춰 매장에서 판매되는 친환경, 저탄소 상품의 종류를 확대합니다. 여기에는 공급업체와 협력해 보다 지속가능한 제품을 개발하고, 고객에게 이러한 제품의 환경적 이점에 대한 정보 제공을 통해 제품의 가용성을 홍보하는 것이 포함될 수 있습니다.

· **지속가능성 중심의 마케팅 및 커뮤니케이션 활동 강화:** 현대백화점의 운영 및 상품 제공 측면에서 지속가능성, 탄소중립을 위한 현대백화점의 노력에 대한 커뮤니케이션을 개선합니다. 여기에는 투명한 ESG 활동 및 성과 보고, 탄소중립 이니셔티브 참여, 온실가스 배출량 감축 성과를 강조하는 것이 포함될 수 있습니다.

· **온실가스 감축 이행:** 잠재적인 탄소 가격 정책에 따라 현대백화점의 온실가스 배출량을 줄일 수 있는 기회를 발굴합니다. 여기에는 에너지 효율적인 기술에 대한 투자, 공급망 운영 최적화, 임직원 및 협력업체의 탄소중립 관행 장려 등이 포함될 수 있습니다.

## TCFD report

# RISK MANAGEMENT

### 리스크 관리

기후변화는 전 세계 국가와 기업, 사회에 중대한 도전 과제를 안겨주며, 기후 관련 리스크는 기업의 전략과 지속가능성의 중요한 측면이 되었습니다.

기후변화에 대한 우려의 목소리와 각종 규제 시행에 대한 압력이 증가함에 따라 기업은 새로운 정책 트렌드, 규정, 기술 변화에 대한 정보를 지속적으로 파악해야 합니다. 현대백화점은 기후변화에 대한 장기적인 대응 전략과 경쟁력을 확보하기 위해 리스크 관리 체계를 구축하려 노력하고 있습니다.

# 3





# TCFD report

## RISK MANAGEMENT

### 기후 관련 리스크 관리 체계

현대백화점은 기후 관련 리스크를 파악하고 대응하기 위해 적극적으로 노력하고 있습니다. 특히 'ESG 리스크 관리 지침'을 통해 관리하고 있는 비재무 리스크 영역에 기후 관련 리스크를 포함하여 전사적인 리스크 관리 프로세스를 운영하고 있습니다. 향후에도 지속적인 모니터링과 시나리오 분석, 전략 수립을 통해 기후 관련 리스크를 파악하고 대응할 수 있도록 노력하겠습니다.

### 기후 관련 리스크 관리 프로세스



## TCFD report

# METRICS & TARGETS

### 지표와 목표

TCFD의 지표와 목표를 통해 이해관계자들은 기후 관련 리스크와 기회에 대응하는 기업의 상황을 종합적으로 파악할 수 있습니다. 현대백화점은 사업 운영과 환경 영향에 대한 평가를 바탕으로 지표와 목표를 선택함으로써 탄소중립을 통한 지속 가능성을 확보하고자 노력하고 있습니다.

현대백화점은 지표와 목표를 정기적으로 보고함으로써 정보의 투명성을 높여 이해 관계자와의 신뢰를 유지합니다. 급변하는 글로벌 환경에서 기후변화 리스크를 완화 하고 혁신의 기회를 잡기 위해 지속적인 노력을 다하겠습니다.

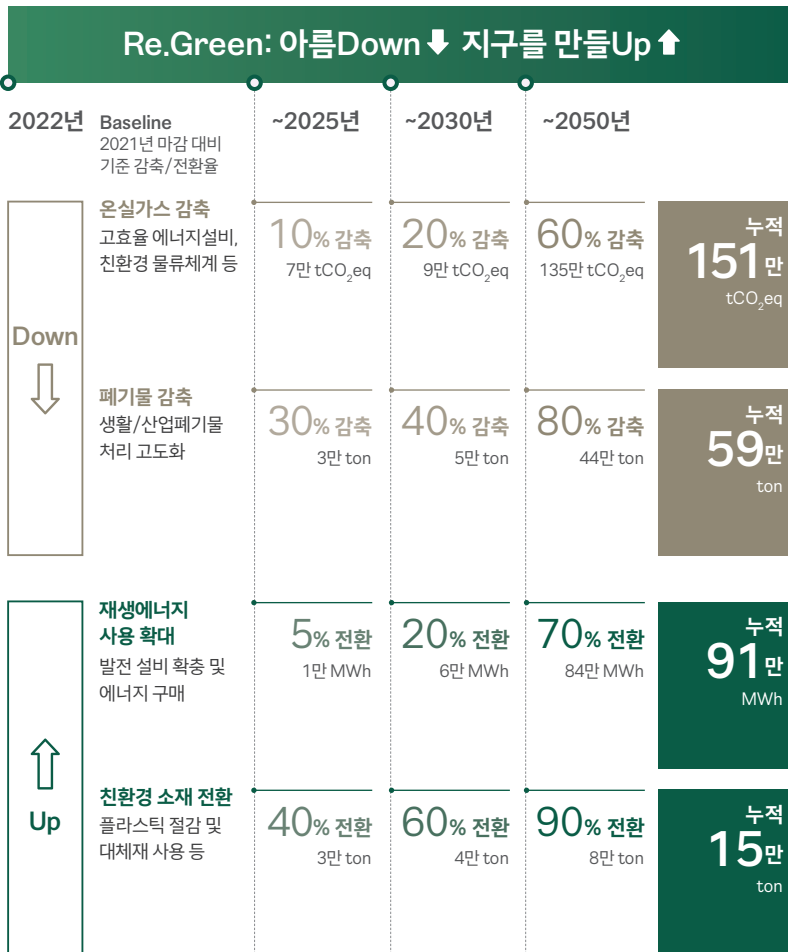
# 4



# TCFD report

## METRICS & TARGETS

### 현대백화점그룹 탄소중립 중장기 로드맵



### 현대백화점 중장기 목표

(2021년 대비 목표)



### 온실가스 배출량

구분	단위	2022
Scope1	tCO <sub>2</sub> eq	24,276
Scope2	tCO <sub>2</sub> eq	211,657
배출량 합계	tCO <sub>2</sub> eq	235,920
2021년 대비 온실가스 절감량 <sup>1)</sup>	tCO <sub>2</sub> eq	3,084

1) Scope2  
1) 시설운영 및 투자를 통한 에너지 절감에 따른 감축량을 온실가스 감축량으로 환산함

### 폐기물 발생량

구분	단위	2022
폐기물 발생량	ton	18,626
폐기물 재활용량	ton	16,718

### 에너지 사용량

구분	단위	2022	
연료	TJ	471	
전기	TJ	4,229	
스팀	TJ	247	
재생에너지(태양광)	TJ	4.57	
사용량 합계	TJ	4,952	
2021년 대비 에너지 절감량	시설운영절감 <sup>1)</sup>	TJ	31
	투자절감 <sup>2)</sup>	TJ	34
	합계	TJ	65

1) 지하 주차장 배기 FAN 가동시간 조정, 공조기 가동시간에 의한 절감, 지하 주차장 조명 운영 조정 등

2) LED 램프 교체, 노후 보일러 교체, 고효율 변압기 교체 등

### 탄소정보공개 프로젝트 (CDP, Carbon Disclosure Project) 참여

2022년 현대백화점은 기후변화 대응 노력의 일환으로 CDP에 참여하여 C- 등급을 받았으며, 이를 시작으로 환경 영향을 더욱 철저히 관리할 예정입니다.

# TCFD report

## METRICS & TARGETS

### Scope3 배출량 산정을 통한 온실가스 관리 범위 확대

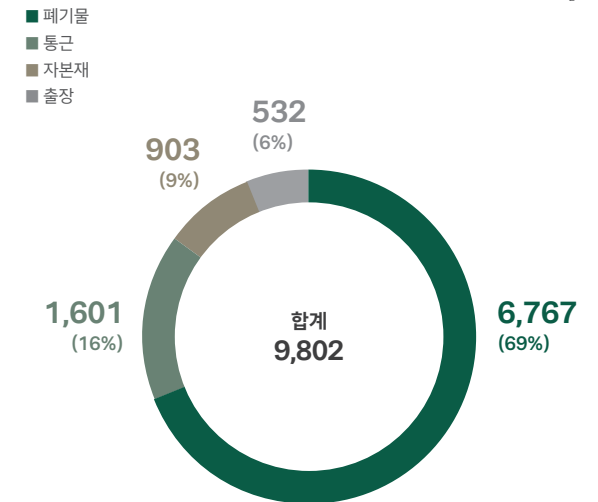
현대백화점은 통제 범위 안에서 직간접적으로 발생하는 온실가스 뿐만 아니라 통제할 수 없는 밸류체인 전반에서 발생하는 온실가스 배출량까지도 관리하고자 합니다. 배출량 측정 및 보고의 중요성을 인식하고, 배출의 간접적인 환경 영향을 종합적으로 파악하기 위해 관리 범위를 Scope3 배출량까지 확대하였으며, 자본재·폐기물·출장 및 임직원 출퇴근 부문에서 발생하는 온실가스에 대한 측정 및 검증을 진행하였습니다. 현대백화점은 앞으로도 Scope3 배출량 산정 범위와 방법론을 더욱 정교화하여 책임 있는 배출량 공개와 정보의 투명성을 확보하겠습니다. 탄소중립과 지속가능성을 추구하기 위해 개선이 필요한 부분을 파악하고 적극적으로 대응할 수 있도록 노력하겠습니다.

### 현대백화점 Scope3 산정 항목

	<b>폐기물</b>	현대백화점 16개 점포와 아울렛 8개 점포에서 발생한 폐기물 배출 및 처리 과정에서의 온실가스 배출량을 산정하였으며, 임대하여 사용하는 지점에 대하여는 관리단에서 제공하는 실적 자료 기준으로 활동 데이터를 수집하였습니다.
	<b>통근</b>	임직원의 거주지 주소를 파악해 해당 지역의 구청 및 시청에서 근무지까지의 이동거리를 가정하여 온실가스 배출량을 산정하였습니다. 이동수단의 비율은 2021 국가교통통계 권역별 지역별·교통수단별 일평균 통행량 통계 값을 기준으로 적용하였으며, 연간 근무일수는 52주 x 5일을 기준으로 하였습니다.
	<b>자본재</b>	현대백화점이 구매한 데스크탑, 모니터 등의 OA기기 및 구매한 차량의 전 생애주기 과정에서 발생하는 온실가스를 산정하였습니다. 단, 자본재 사용 단계에서의 배출량은 Scope1 또는 Scope2에 포함됨에 따라 산정에서 제외하였습니다.
	<b>출장</b>	임직원 출장으로 인해 발생한 온실가스를 산정하였습니다. 이를 위해 출장 상신서를 통해 기차, 항공, 버스, 개인 차량 등의 이동수단을 확인하였으며, 숙박 시 발생하는 온실가스 배출량까지 포함해 산정하였습니다.

### 2022년 현대백화점 Scope3 배출량<sup>1)</sup>

(단위: tCO<sub>2</sub>e)



1) 배출량 산출 기준 : 현대백화점 + 한무쇼핑

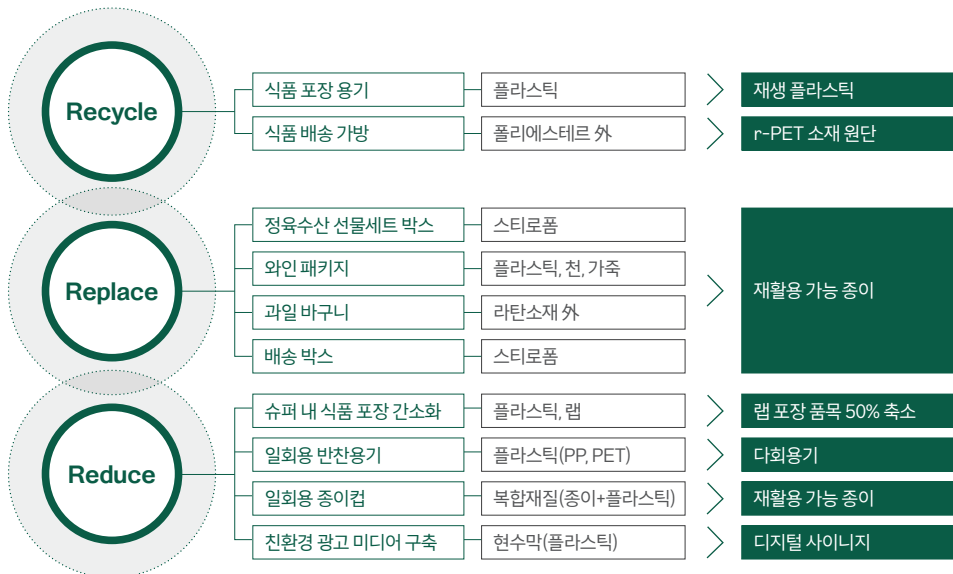
## 02. 자원 순환 체계 구축



현대백화점  
Project 100 쇼핑백

'자원 순환'이란 폐기물의 발생을 최대한 줄이고 발생한 폐기물에 대해서는 재사용(reuse) 및 재생이용(recovery)하여 자원의 순환을 환경친화적으로 이용·관리하는 것입니다. 현대백화점은 3R(Recycle, Replace, Reduce) 정책 하에 친환경 패키징 적용을 확대하고 업계 최초로 폐기물을 원료화 하여 쇼핑백으로 탄생시키는 독립 자원 순환 캠페인 'Project 100'을 통해 자원 순환 체계를 구축하고 있습니다.

### 3R 정책: Recycle, Replace, Reduce



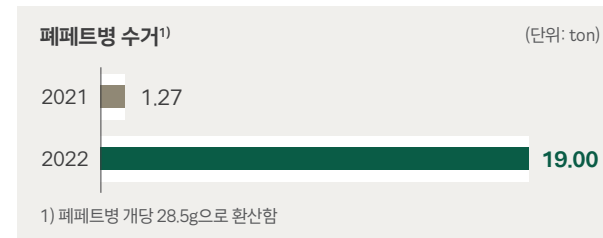
## Recycle

### 재생원료 사용 확대

### 위생적인 재생 플라스틱 용기, r-PET

2021년 현대백화점은 업계 최초로 재생 플라스틱 용기를 도입하였습니다. 이는 페페트병을 수거하여 세척·분쇄 후 현대L&C의 멀티 레이어 시트 제작 기술로 만드는 용기입니다. 2022년에는 국내 식품용기 최초로 국가기술 표준원 GR(Good Recycled Product)인증 원료로 용기를 제작하고 식품관에 도입하였습니다. 현대백화점은 2023년까지 해당 용기를 식품관 농산물 포장에 100% 적용하는 것을 목표로 하고 있습니다.

### THE HYUNDAI r-PET Project 성과



### 재생 플라스틱 원단을 활용한 친환경 보냉가방

현대백화점은 새벽배송 등에 사용하는 투홈백 Ver.2를 출시하였습니다. 기존 페페트병 40개를 활용하여 제작하던 투홈백 Ver.1을 발전시킨 Ver.2는 나일론 등 친환경 원단을 활용하여 제작됩니다. 고객이 새벽 배송을 받을 시 종이상자가 아닌 투홈백으로 상품을 수령하여 일회용품 사용을 줄일 수 있으며 이를 통해 종이박스를 사용할 때보다 17%의 부자재를 감축할 수 있습니다.

현대백화점은 선물세트 판매 시 사용하는 냉장·냉동 보냉백 또한 재생 플라스틱 원단을 사용하였고 2022년에는 명절 선물세트 중 정육·생선·꽃감 세트까지 총 214개 품목에 적용하며 전면 전환을 완료하였습니다.



투홈백



친환경 선물세트 보냉백

## Replace

### 플라스틱 제로화

#### 환경을 생각하는 상품 패키지

현대백화점은 선물세트 스티로폼 포장재, 신선식품 배송을 위한 스티로폼 박스, 와인 패키지, 과일바구니를 모두 친환경 소재인 재활용 가능 종이 소재로 변경하였습니다. 신선식품 배송 박스는 보냉 효과 극대화를 위하여 박스 내에 폐신문지를 활용한 라이너를 장착하여 박스 전체를 100% 재활용할 수 있는 친환경적인 박스입니다. 특히 현대백화점은 유통업계 최초로 친환경 와인 전용 기프트 패키지 개발 및 확대 운영 중입니다. 펄프 소재의 친환경 패키지 활용을 확대하여 2022년 명절 행사 기간동안 36,000개의 패키지를 사용하였고 2023년 하반기부터는 와인 파손 예방을 위한 완충재까지 스티로폼에서 종이 소재로 일부 개선할 예정입니다. 현대백화점은 연간 와인 패키지 사용량 약 30만 개 중 핸드캐리 물량 최대 50% 전환을 목표로 하고 있으며, 상반기에 대표 3개점 진행 후 하반기에 본격적으로 도입하는 것을 계획하고 있습니다.

#### 2022년 스티로폼 배송 박스 대체<sup>1)</sup>

8,595개

1) 2022년 7월부터 시작



재활용 가능 종이박스

## Reduce

### 플라스틱 최소화

#### 친환경 소모품

글로벌 기업들의 친환경 자원 사용률이 높아지며 자원 순환 가능한 소모품의 중요성이 강조되고 있습니다. 이에 따라 현대백화점은 백화점 내 친환경 소재를 적용한 소모품 사용을 확대하여 환경 경영활동에 동참하고 있습니다. 대표적으로 2022년, 현대백화점 전점에서 운영 중인 VIP라운지와 카페H에 100% 재활용 가능 종이컵을 도입하였습니다. 이 종이컵은 일반 종이컵과 달리 수용성 코팅 제지를 사용해 별도의 코팅 분리 과정 없이 재활용 및 생분해가 가능하며 미국 식품의약품 안전처(FDA)와 환경부 주관 친환경 표지 인증(EL606) 등을 획득하였습니다. 또한 2022년 7월부터 현대백화점은 VIP라운지 고객용 물티슈를 기존 플라스틱 섬유에서 자연분해 가능한 펄프 소재로 변경하였으며, 동시에 식품관 카트 소독용 물티슈도 펄프, 인건 소재로 변경하였습니다.

#### 2022년 친환경 종이컵 사용 성과

##### 대체한 일반 종이컵

672만 개

##### 플라스틱 사용 감축

133.4ton

##### 이산화탄소 감축 효과

320.2ton

#### Zero waste 반찬 정기배송 서비스 확대

현대백화점은 2021년 더현대 서울에서 다회용기 반찬 정기배송 매장 시범운행을 시작하여 2022년 4개점으로 확대 운영하고 있으며, 반찬 패키지를 재사용함으로써 물리적인 일회용품 사용량을 감축하였습니다. 현대백화점은 앞으로 정기배송 전용 용기 개발을 검토하며 더욱 진정성 있는 Zero Waste 반찬 정기배송 서비스를 시행하려 합니다.

#### 2022년 Zero waste 반찬 정기배송 운영 성과

##### 매출액

122백만 원

##### 매출액 증가율

25.8%

#### 식품 포장 간소화

현대백화점은 식품관 상품 포장을 간소화하여 랩, 스티로폼 등 불필요한 플라스틱 포장재 사용을 줄이고 있습니다. 2022년에는 매장 내에서 상시 사용하던 스티로폼 포장재를 종이 난좌로 대체하였습니다. 또한 굴비 포장재를 묶음 끈으로 변경하고 버섯 세트 보충재로 이끼를 사용하는 등 불필요한 포장재를 제거한 'SLIM SET(슬림 세트)'를 개발하고 있습니다. 현대백화점은 식품관 자체 상품을 넘어 외부 브랜드 제품의 친환경 패키지를 확대하고 있습니다. 동원 통조림 노캡 세트 전면화 등 외부 브랜드의 친환경 패키지 세트를 선도적으로 도입하며 식품 포장 간소화 문화 확산에 기여하고 있습니다.

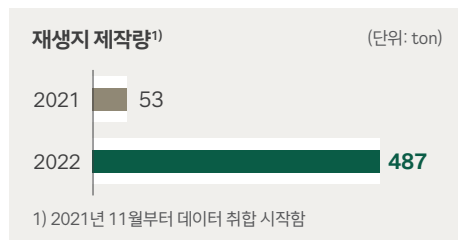
## 100% 재생 소재를 활용한 독립 자원 순환 캠페인, 'Project 100'

현대백화점은 자원 절약과 탄소 배출 감소를 위하여 업계 최초의 독립 자원 순환 시스템 'Project 100'을 구축하여 운영하고 있습니다. Project 100은 점포에서 발생하는 폐기물을 스스로 회수·수집해 원료화하여 필요한 물건을 생산하는 프로젝트로 외부의 여러 전문 기관과의 연구를 통해 진행되었습니다. 2021년 자체 조사를 통해 연간 전 사업소에서 발생하는 전체 폐기물 중 폐지가 약 90%를 차지하며, 무게로는 약 8,700ton 정도인 것을 파악했습니다. 이후 폐기물의 대부분을 차지하는 폐지를 첫 재생 원료로 선정하여 현대백화점만의 재생지 Paper 100을 만들고 이를 활용한 친환경 쇼핑백을 개발하였습니다. Paper 100 쇼핑백은 재활용을 고려하여 코팅 등 일체의 추가 가공을 하지 않은 것이 특징입니다. 현대백화점은 2022년 8월부터 Paper 100 쇼핑백을 백화점 전 점포에 적용하였으며, 자원 순환 시스템을 도입한 22년 1년 동안 약 10,560그루의 나무를 보호하였습니다. 2023년에는 친환경성과 사용성을 더욱 높은 새로운 디자인의 쇼핑백을 적용할 예정입니다. 현대백화점은 쇼핑백 뿐 아니라 명절 선물포장, 기타 패키지 등으로 Paper 100의 사용 범위를 확장 중이며, 현대백화점의 친환경 노력과 의지를 알리고자 문화체육관광부가 주최한 공공디자인 페스티벌 및 K디자인 비전선포식 참여 등 다양한 활동을 진행하고 있습니다.

### Project 100 운영 프로세스



### THE HYUNDAI Project 100 성과



### Paper 100 적용 확장



## 고객과 함께하는 자원 순환 프로젝트, 365 리사이클

현대백화점은 고객과 협력하여 환경과 사회에 공헌하는 '365 리사이클' 캠페인을 상시 진행하고 있습니다. 365 리사이클 캠페인은 전국 현대백화점 16개 점포에서 진행되는 고객 참여형 자원 순환 캠페인으로, 기존 의류·잡화 등 물품 기부를 받던 것에서 2022년에는 투명 PET병과 종이로 신규 수거 품목으로 추가되었습니다. 고객으로부터 기부받은 물품은 아름다운가게에 전달해 재판매됩니다. 판매 수익금에 현대백화점 자체 기금을 더해 초등학교 교실에 공기정화식물을 지원하는 '교실 숲 조성' 사업을 꾸준히 진행하고 있습니다. 수거한 투명 PET병은 재생 플라스틱 용기로 제작해 식품관에 납품하고, 모아진 폐지는 친환경 쇼핑백으로 재탄생되었습니다. 2022년 한 해 약 170천 명의 고객이 참여하였으며 201천 점의 물품, 667천 개의 투명 PET, 10여 ton의 종이를 기부받았습니다. 2023년에는 캠페인을 확장하여 휴대폰 자원 순환 프로세스를 구축할 계획입니다. 현대백화점은 앞으로도 업계에서 유일하게 상시 진행되는 365 리사이클 캠페인을 통해 일상생활 속 친환경 플랫폼으로서의 역할을 강화하고자 합니다.

### 2022년 매출량 저감 효과



### 2022년 365 리사이클 활용 성과



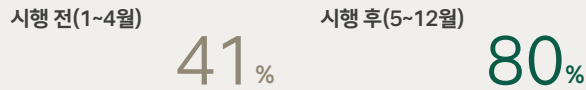
## 종이 영수증 제로화 정책

## SPECIAL CASE

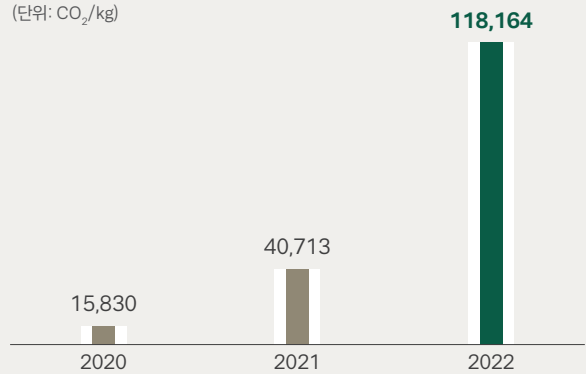
현대백화점은 2020년부터 전자 영수증 서비스를 시행하였습니다. 지속적으로 캠페인과 홍보를 진행하였지만, 결제 과정의 마지막 단계인 '종이 영수증 출력'은 오랜 기간 당연시 여겨진 쇼핑 문화이자 습관이었기에 빈번하게 종이 영수증이 출력되고 있었습니다. 당사는 2022년 4월 말부터 현대백화점현대아울렛 전점에서 결제 과정 중, H.Point 적립 시 종이 영수증이 자동 미발급되는 시스템을 개발·적용하였습니다.

즉시 체감되는 정책이기 때문에 매장 협력사원을 대상으로 정책 시행 전 교육을 진행하였고 고객 홍보도 대대적으로 진행하였습니다. 제도 시행 후, 월별로 모니터링을 진행하여 영수증 발급 건수를 관리하고 전자 영수증 인증 캠페인도 진행하였습니다. 2022년 종이 영수증 미발급 비율 80% 이상을 달성하였으며, 이같은 성과를 대외적으로 인정받아, 2022년 12월 환경부 주관 탄소중립 우수기업 사례로 선정되었습니다.

### 2022년 종이 영수증 제로화 정책 시행 전후 종이 영수증 미발급률

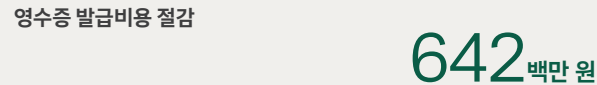
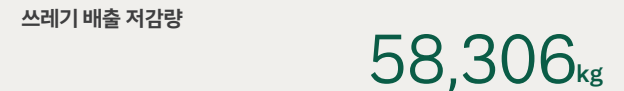
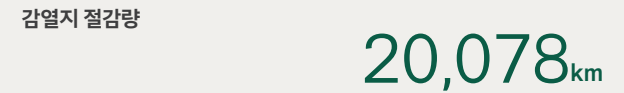
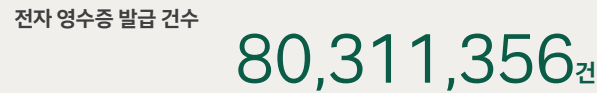


### 종이 영수증 제로화 정책을 통한 탄소배출량 저감량<sup>1)</sup> (단위: CO<sub>2</sub>/kg)



1) 연간 전자 영수증 발급량 x 1.766g

### 2022년 종이 영수증 제로화 정책 시행에 따른 자원 절감 현황<sup>1)</sup>



1) 2022년 5월-12월 실적 기반으로 연간 환산 추정



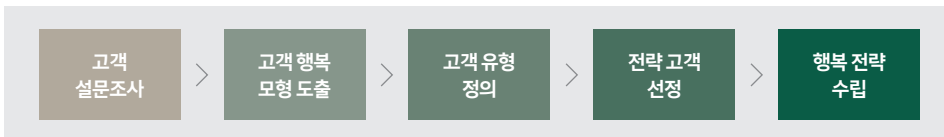
# 03. 고객 행복 프로젝트



## 고객 경험과 만족을 위한 노력

### 고객 행복전략 수립

현대백화점은 고객 행복 증진을 도모하기 위해 '행복 TF'를 구성하여 서울대 행복연구센터와 공동 연구를 진행하였습니다. 연구를 통해 고객 유형을 5가지로, 고객 욕구를 10가지로 분류하였으며 고객 유형별 접근 방법론을 설정하여 체계적인 행복 전략을 수립하였습니다.



**고객 행복전략**

행복 아이덴티티 > **인상적 경험 제공 (Impressive Experience)**  
 "우리는 고객에게 인상적 경험을 통한 행복 실현을 추구한다."

우리의 역할 > **고객과 상호 작용하는 모든 것에 행복 가치 제공**

행복 가치 >

- 즐거움 느낌 Joyful Feeling**  
흥미·편리성·유대감
- 새로운 영감 New Inspiration**  
심미성·트렌드·식도락
- 가치의 발견 Value Discovery**  
탐구·가치실현·신뢰·합리적 소비

### 고객행복지수 측정

현대백화점은 고객 행복 가치를 정착하고, 정량화하여 구체적인 고객 행복 추진을 도모하기 위하여 쇼핑 중 고객이 느끼는 주관적 행복을 고객 행복 지수를 통해 측정하고 있습니다. 전국 현대백화점 16개점, 실구매 고객을 대상으로 SWB(Subjective Well-Being) 측정 방식을 활용 합니다. 매월 약 2,000명 고객을 대상으로 방문시 만족도, 긍정·부정적 경험을 수집하여 진정한 고객 행복 포인트가 무엇인지 도출하고 이를 통해 현장 중심의 서비스 개선 및 운영 계획 수립에 활용하고 있습니다. 앞으로도 이를 통해 사업소별 특징, 행복 지수가 높은 고객과 낮은 고객을 분석하여 실질적으로 우리 고객이 좋아하는 요소가 무엇인지 지속적으로 발굴하고 확대해 나갈 계획입니다.

### 고객행복지수<sup>1)</sup>



1) 고객 행복지수는 점포별 매월 측정  
2) 2022년 4-5월 평균

# 04. 더 안전한 환경 조성



## 대국민 안전보건 캠페인, 『더(The) 안전한 대한민국』

현대백화점은 다중이용시설로서 직원과 고객에게 안전한 환경을 구축하기 위해 다양한 활동을 하고 있습니다. 2022년에는 국민의 안전 의식을 높이고 안전사고 대응 역량을 강화하기 위해 행정안전부와 재난 및 안전관리에 관한 업무협약을 체결하였으며 그 일환으로 고객 참여형 안전 캠페인 '더 안전한 대한민국'을 진행하였습니다. 이 캠페인을 통해 '더 안전한 퀴즈', '더 안전한 이야기' 등 다중이용시설 안전관리에 대해 경각심을 줄 수 있는 프로그램을 전개하였으며 추첨을 통해 참여 고객에게 경품을 제공하였습니다. 현대백화점은 향후 지속적이고 진정성 있는 대국민 캠페인을 통해 ESG경영을 선도하고, 고객과 국민의 신뢰 형성을 위해 노력할 것입니다.

**더 안전한 퀴즈** 안전 상식, 위기 상황별 대응 요령에 대한 퀴즈를 맞추는 프로그램

**더 안전한 이야기** 여름철 안전사고 예방 아이디어를 개인 SNS에 게시하는 프로그램



더 안전한 대한민국 캠페인



## 고객과 직원의 신뢰 회복

2022년 9월, 현대프리미엄아울렛 대전점 하역장에서 화재가 발생하여 하청업체 및 외부 용역업체 소속 직원의 인명피해가 발생하였습니다. 화재 사고 이후 현대백화점은 고객과 직원의 신뢰 회복을 위해 안전시스템 및 위험관리 체계를 고도화하는 등 더욱 안전한 작업 환경을 구축하기 위해 노력하고 있습니다. 사고 직후, 전 사업소에 대한 안전 점검을 실시하였고, 특히 '신속한 소화'와 '안전한 대피'에 초점을 둔 다양한 방법으로 안전 시설물 보완 및 화재 예방 강화 활동을 실시하였습니다. 하역장 등 위험 구역에 대한 감시 강화를 위해 안전요원을 추가적으로 배치하고 기존 소화 설비와 별도로 빠른 화재 진압을 위한 자동확산 소화기를 추가적으로 설치하였습니다. 또한 고객 및 직원들의 신속하고 정확한 대피를 돕기 위해 축광식 피난 유도선과 안내표지를 추가로 설치하여 시인성을 강화하였습니다.



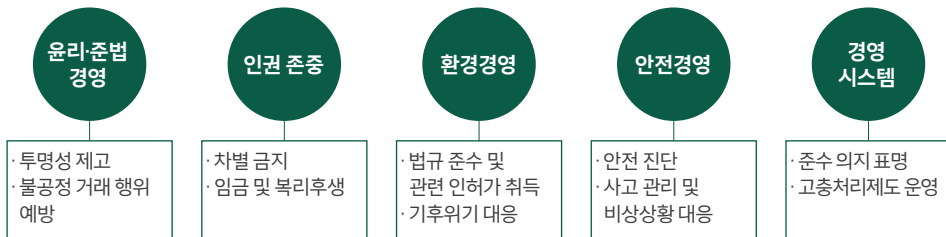
# 05. 책임 있는 협력사 관리



## 협력사 행동규범 제정

현대백화점은 ESG 경영문화 확산 및 내외부 체계 확립을 위해 2022년 윤리준법경영 외 인권, 환경, 안전 등 협력사가 준수해야 하는 가이드라인인 '협력사 행동규범'을 제정하였습니다. 당사와 계약을 체결한 모든 협력사를 대상으로 하는 본 행동규범은 RBA(Responsible Business Alliance) 행동규범 및 UN 기업과 인권 이행지침(UNGPs, UN Guiding Principles on Business&Human Rights), 국제노동기구(ILO, International Labour Organization) 협약 등 여러 글로벌 가이드라인을 기반으로 작성되었습니다. 관리 항목은 크게 5가지로 분류되어 있으며, 각 항목별로 협력사가 지켜야 할 주요 경영원칙을 제시하고 있습니다.

## 협력사 행동규범 관리 항목



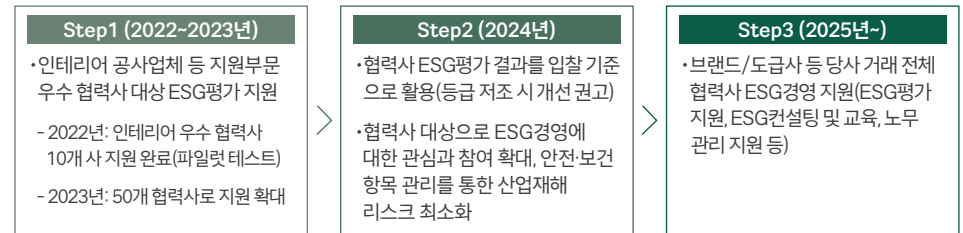
## 운영방식



## 공급망 지속가능성 제고 정책

기업 내부 관리를 넘어 공급망 ESG 관리의 중요성이 강조됨에 따라 현대백화점은 협력사의 지속가능성을 제고하는 한편, ESG경영 역량을 강화하기 위한 정책을 수립하여 시행하고 있습니다. 이를 통해 협력사의 ESG경영활동을 위한 기반을 마련하고 장기적으로는 협력사의 ESG경영을 정착시켜 자생적 경쟁력 확보를 도모하려 합니다.

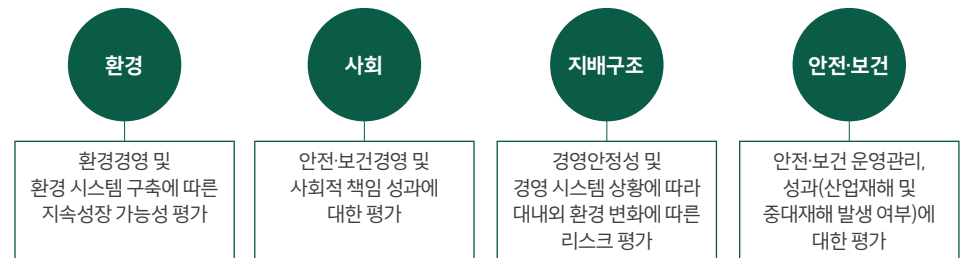
## ESG경영 지원 중장기 계획



## 협력사 ESG평가 내용

현대백화점은 협력사를 대상으로 환경, 사회, 안전·보건 등의 역량 분석 및 ESG컨설팅 자료를 제공하며, ESG평가 이후에는 실질적인 개선 현황을 확인하기 위해 환경정책 변화 등 분야별 주요 항목에 대하여 상태 변화 모니터링을 진행합니다.

## 평가 항목





<b>환경성과</b>	
환경경영	45
환경 효율성 관리	50

<b>사회성과</b>	
임직원	54
고객	61
협력사	65
지역사회	69

<b>거버넌스</b>	
지배구조	72
윤리·준법경영	76
인권경영	78
안전보건	79
정보보호	82
리스크 관리	85

<b>경제성과</b>	87
-------------	----

# ESG FACTBOOK

# 환경경영

## 환경경영체계

### 환경경영 방침

- ① 환경에 관한 체계적 관리를 현대백화점 운영의 핵심 요소로 인식하고 리스크 관리를 통해 환경성과를 증진한다.
- ② 환경 목표를 정립하고, 이를 달성하기 위한 체계적인 실행 계획을 수립하여 지속적인 환경성과 개선을 증진한다.
- ③ 국내외 환경 법규와 협약을 준수하며 환경경영 추진 및 개선을 위해 노력하고 그 성과를 대내외에 공개한다.
- ④ 중대한 환경 측면의 효과적 관리로 지역사회의 환경 보존에 이바지하며 효율적 에너지 이용으로 온실가스를 감축하여 지속가능한 발전에 기여하는 사회적 책임을 다한다.
- ⑤ 전 직원에 대한 주기적 환경 교육을 실시하며 자발적인 환경성과 증진에 기여하도록 환경경영활동을 지원한다.

### 환경경영 추진 조직

현대백화점은 ESG추진협의체를 설치하고 점포별 환경 업무 담당자를 중심으로 환경경영활동을 추진하고 있습니다. ESG추진협의체는 현대백화점의 영업전략 및 환경경영 업무를 총괄하는 영업본부장이 CSO 역할을 담당하고 있으며, 상품본부와 경영지원본부 내 실무 부서가 협업체계를 갖춰 환경경영 관련 업무를 수행하고 있습니다.

### 환경경영 시스템

현대백화점은 2021년 환경경영 시스템 ISO 14001 인증을 획득하였습니다. 인증 범위는 본사와 백화점 16개소를 포함하며 그린 서비스, 그린 시스템 영역의 활동을 포함하고 있습니다. 현대백화점은 연간 계획에 따른 이행 현황을 점검 및 개선하고 있으며, 지역사회 환경을 보존하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 '법규 등록 및 준수평가 절차'를 바탕으로 국내외 환경 경영 관련 요구사항을 파악하고 준수 여부를 주기적으로 평가 및 점검합니다.

☞ 법규등록 및 준수평가 절차서



ISO 14001 인증서

### 환경경영 목표 및 추진 방향

목표		
<b>고객 생활 속 친환경 선도 기업</b>		
추진 영역		
<b>그린 서비스</b>	<b>그린 시스템</b>	<b>그린 프렌즈</b>
건강과 환경에 해로운 소재서비스 정책 개선 • 포장 패키지 및 제도 개선 • 서비스 자원 절감 (Paperless) • 친환경 MD 확장 및 판로 지원	환경에 이로운 설비시설 구축 및 시스템 운용 • 에너지 절감 및 자원 효율화 • 녹색 제품 및 서비스 구매 • 폐기물 처리 프로세스 개선	환경보호 실천을 위한 생활 속 문화 확산 • 고객 참여 친환경 프로그램 • 동참 권유 커뮤니케이션 • 공익 사업
2022년 주요 과제		
• 친환경 소재 사용 확대 • 리사이클 방식 적용 소핑백 사용 확대 • 친환경 MD 및 행사 브랜딩	• 에너지 절감 활동 확대 (운영/투자) • 친환경 포장재 구매 확대 • 폐기물 처리 효율화 (음식물 처리기 도입)	• 자원 순환 캠페인 (업사이클링) • 비대면 환경 정화(플로깅) • 전자 영수증 우선 발급 정책 활성화

# 환경경영

## 환경경영문화 확산

### 그린프렌즈 탄소중립 챌린지 참여

임직원 대상으로 친환경 활동과 교육을 진행하여 친환경 실천 공감대를 조성하며 당사의 ESG경영을 강화하고 있습니다. 회사나 집에서 쉽게 실천할 수 있는 생활 속 친환경 수칙 참여를 인증하고, 기후행동 관련 퀴즈 미션을 수행하는 등 다양한 활동을 전개하고 있습니다.



그린프렌즈 탄소중립 챌린지

### ISO14001 친환경경영 교육

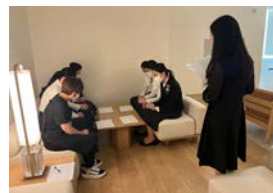
현대백화점은 ISO 14001 인증을 통해 글로벌 규제 및 표준에 부합하는 환경경영 시스템을 유지하고 있습니다. 이를 위해 사업소별 환경 담당자를 비롯한 전 임직원을 대상으로 정기적인 환경경영 교육을 진행하여 환경경영 역량을 강화하고 있습니다.



ISO14001 친환경경영 교육 현장

### 물질안전보건자료(MSDS) 교육

현대백화점은 산업안전보건법 제 114조에 의거하여 사업소에서 이용 중인 다양한 대상물질에 대하여 법정 점검을 비롯한 사업소별 자체 수시 점검을 통해 관리 현황을 최신화합니다. 또한 MSDS를 게시하고 교육을 수립하여 관련 사업소 직원 입사 즉시 교육하고 있으며, 대상물질 관련 경고표지를 제작하여 사업소에 부착함으로써 체계적으로 관리하고 있습니다.



더현대서울 MSDS 교육 현장

#### MSDS 교육 내용

- 대상화학물질의 명칭 또는 제품명
- 적절한 보호구
- 대상물질의 누출을 알기 위한 방법
- 대상물질의 사용방법
- 물리적 위험성 및 건강 유해성
- 응급조치 요령 및 사고시 대처방법
- 취급상의 주의사항
- MSDS 및 경고표지 이해 방법

### 2022년 MSDS 교육 실적(킨텍스점 사례)<sup>1)</sup>

내용	대상	인원	일시	장소
·대상 화학 물질의 명칭 및 MSDS 자료 안내 ·물리적 위험성 및 건강 유해성 환경에 미치는 영향	MSDS 품목을 지속 사용하는 직무의 임직원 대상	14명	·1회차: 2022.09.25 ·2회차: 2022.09.26	9층 자스민 라운지 (현장 교육)

1) 백화점 우수 고객 라운지 근무 전직원 대상으로 시행 중

### 수달 보호 활동

수달은 건강한 수환경의 지표종이며 하천 생물다양성의 조절자 역할을 하는 수생태계의 핵심종입니다. 제한적인 수달의 활동 영역 특성상 서식지 단절이 쉽게 발생하고, 번식 및 유전자 확산에도 취약하여 다른 육상 포유동물에 비해 낮은 개체군 밀도를 보입니다. 현대백화점은 2021년부터 멸종위기종 수달의 서식지 보전을 위해 서울수달 보호네트워크를 지원하고 있습니다. 특히 2022년은 서울 지역에 서식하는 수달의 모니터링 과정(장비 구매 등)을 집중 지원해 개체수 파악과 향후 보호 활동에 기반이 되는 데이터 관리 체계 확립 등 실질적이고 과학적인 보전 활동에 도움을 주었습니다. 모니터링 결과, 2022년 12월 기준 한강에 서식하는 수달은 15마리로 추정되었습니다. 뿐만 아니라 서울 지역 하천 청소 정비 등 환경 개선 활동에 자금을 지원하여 각 단체들이 보전 활동을 할 수 있도록 하였으며 수달 샌드아트 제작비 지원을 통해 멸종위기종 수달 보호 활동의 홍보를 돕고 있습니다.

### 환경 위험기회요인 식별 및 평가

현대백화점은 ISO 14001 환경 경영 시스템 운영을 통해 사업소 영업활동에 영향을 줄 수 있는 환경 요인들을 사전에 파악하고 해소합니다. 내외부 이슈에 대한 이해관계자의 요구사항과 관련된 리스크와 기회여부를 평가하고, 관련 법률 파악 및 이행을 지속적으로 진행합니다.

# 환경경영

## 가치소비문화 확대

### Re.Green관

Re.Green은 지속가능성을 위해 노력하는 브랜드로 구성된 현대백화점의 온라인 편집관으로 당사의 자체적인 지속가능상품 운영 기준에 따라 선별한 국내외 패션 상품, 화장품, 현대백화점에서 직접 친환경 소재로 만든 리그린 브랜드 상품 등을 판매합니다. 2022년 9월에는 당사의 폐현수막, 협력사에서 수급한 자투리 가죽, 고객 기부 청바지를 활용하여 굿즈를 제작한 후 더현대닷컴에서 판매하는 'Re.Green 업사이클링 프로젝트'를 진행했습니다.

### 2022년 Re.Green관 운영 현황

브랜드 수

82개

판매 실적

월 115백만원

### Re.Green 굿즈의 환경 기여 효과

이산화탄소 배출 저감량

14ton

용수 사용량 저감

80,000L



친환경 브랜드 제품



Re.Green 굿즈

### 지속가능상품 운영 기준



# 환경경영

## 가치소비문화 확대

### O4O(Offline For Online) 쇼룸

현대백화점은 업사이클 기업의 경영과 판로를 지원하기 위해 한국환경 산업협회와 MOU를 체결하였습니다. 이를 통해 지방 영세 협력사를 위한 판로 지원 모델을 개발하여, 중소협력사의 판매 인력 및 재고 부담 절감을 목적으로 무인·무재고 매장 'O4O 쇼룸'을 기획하였습니다. 이는 국내 최초로 구현된 O4O 스토어로, 더현대닷컴의 주문 및 배송 프로세스를 활용해 고객에게 새로운 쇼핑 경험과 환경 제품을 제공합니다. 현대백화점은 앞으로도 고객의 가치소비를 위하여 참여 브랜드와 상품을 확대할 계획입니다.

### 친환경 MD 행사

현대백화점은 2020년부터 매년 제로 웨이스트 테마형 행사 '지구를 위한 소비생활 3.0'을 기획하여 지속가능 소비 문화를 전파하고 있습니다. 현대백화점은 친환경 MD 페어와 업사이클링 DIY클래스, 친환경 테마의 전시와 강연, 플라스틱 병뚜껑 모으기 캠페인 등 다채로운 고객 참여형 이벤트를 진행하며, 고객의 적극적인 참여를 유도하기 위해 당사의 친환경 캠페인 '그린프렌즈' 테마를 연계하여 다양한 콘텐츠를 제공합니다. 현대백화점은 지속적으로 ESG마켓 모델을 개발하고 있으며, 2023년에는 현대식품관 ESG테마 기획 행사를 신규 운영할 예정입니다. 이는 친환경 인증 농축산물과 친환경 MD, 제로 웨이스트 브랜드와의 협업을 통한 대형 기획 행사입니다.

### 푸른 지구를 위한 녹색 매장

현대백화점은 고객이 친환경 인증을 받은 녹색 제품에 쉽게 접근하고 관련 정보를 얻을 수 있도록 녹색 매장 인증을 추진하고 있습니다. '녹색 매장'은 녹색 소비의 활성화를 위하여 환경부가 인증 및 지정하는 제도로, 녹색 제품에 대한 정보를 안내하고 편리한 친환경 소비 생활을 돕기 위해 노력합니다. 녹색 매장으로 인정받기 위해서는 환경경영, 에너지 관리, 녹색 제품 판매 및 홍보 등의 평가 기준을 충족해야 합니다. 현대백화점은 2022년 환경부 인증을 받은 무역센터점을 운영하며 고객들에게 다양한 녹색 제품을 제공하고 있습니다. 2023년에는 타점 확대를 위한 가이드 배포 및 순차 신청을 계획하고 있으며, 녹색 매장과 녹색 제품의 지속적인 확대를 통하여 현대백화점은 고객에게 다양한 녹색 제품을 제공할 수 있도록 노력하겠습니다.



O4O 쇼룸 전경

### 2022년 친환경 MD 행사 성과

'지구를 위한 소비생활 3.0' 매출액

36백만 원

'O4O 쇼룸' 매출액

48백만 원

### 2022년 녹색 매장 무역센터점 성과

녹색 제품 품목

145개

녹색 제품 매출

3,384백만 원





# 환경경영

## 가치소비문화 확대

### 동물을 생각하는 가치소비

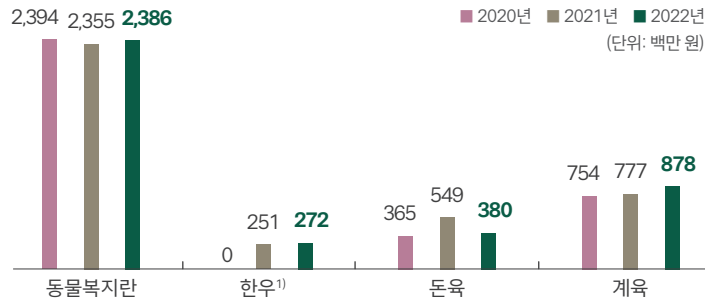
동물 복지를 고려하는 가치소비가 글로벌 고객의 트렌드로 자리잡고 있습니다. 현대백화점은 고객의 가치소비에 발맞추기 위해 2014년 국내 최초 동물복지 인증 돼지고기 판매를 시작하여 2020년에는 계란, 닭고기 등으로 상품을 확대하였으며 2021년에는 국내 유통업계 최초로 동물복지 인증 한우인 '만희농장 한우' 판매를 시작하였습니다. 이어 2022년에는 국내 최초로 방목생태축산 농장 중 동물복지

인증을 받은 다음농장 동물복지 한우 세트 등을 선보이며 가치소비를 지향하는 고객에게 다양한 제품을 제안하고 있습니다.



현대백화점 동물복지 한우 세트

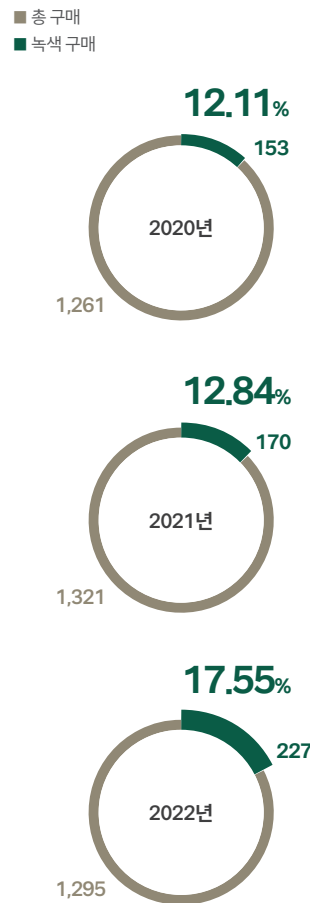
### 동물복지 인증상품 매출액



1) 2021년부터 데이터 취합 시작

## 환경경영 추진 현황

### 녹색 구매<sup>1)</sup> 비중 (단위: 천만 원)



1) 녹색 제품+친환경 포장재

### 녹색 구매 금액

구분	단위	2020	2021	2022
녹색 제품	백만 원	1,067	1,100	1,323
친환경 포장재 <sup>1)</sup>	백만 원	460	597	951

1) 2020, 2021년: PLA포장트레이+종이 과일바구니+PLA 택배봉투, 식품용 포장비닐  
2022년: 신규 도입한 VIP라운지 일회용품(종이컵, 컵뚜껑)과 과일바구니 포장 부자재(완충재 등) 항목 추가함

### 환경투자

구분	단위	2020	2021	2022
설비	백만 원	92	183	199
전기	백만 원	1,210	968	2,505
기타	백만 원	1,163	1,071	1,120

### 친환경 상품 매출액

구분	단위	2020	2021	2022
친환경 인증 농산물 <sup>1)</sup>	백만 원	20,080	20,584	22,277
리빙 <sup>2)</sup>	백만 원	27,899	32,556	36,473
생활 <sup>3)</sup>	백만 원	722	734	709

1) 유기농, 저탄소 등 정부 인증상품

2) 친환경 인증 상품(매트리스)

3) 환경마크, 저탄소, 우수 재활용 인증상품

# 환경 효율성 관리

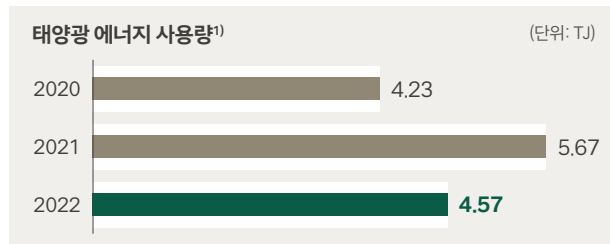
## 온실가스 및 에너지

현대백화점은 온실가스·에너지 목표 관리제 및 배출권 거래제 대상 기업으로서 온실가스 배출량과 에너지 소비량을 관리하며, 객관적인 데이터를 위해 매년 제3자 검증기관을 통해 배출량을 검증 받고 있습니다. 또한 현대백화점은 신기술 도입과 설비 투자 등으로 에너지 사용과 온실가스 배출을 감축하고 있으며 현대백화점 8개점<sup>1)</sup>에 태양광 발전 설비를 설치하여 태양광 에너지를 활용해 건물을 운영합니다.

1) 신사옥, 무역점, 천호점, 대구점, 판교점, 송도점, 대전점, 스페이스원 TCFD Report

### 온실가스 배출권 거래 현황

구분	단위	2020	2021	2022
판매량	tCO <sub>2</sub> eq	9,800	9,100	4,450



1) 현대백화점+한무쇼핑

### 2022년 에너지 사용량 목표 대비 실적

구분	단위	2022
에너지 사용량 목표	TJ	3,392
에너지 사용량 <sup>1)</sup>	TJ	4,952

1) COVID-19의 완화로 사업소 고객이 증가하며 기존 목표 대비 에너지 사용량 증가

## 수자원

현대백화점은 용수 사용을 줄이고 재활용을 확대하기 위해 연도별 용수 절감 목표를 수립하고 실적 달성 여부를 분석하며, ISO 14001 인증 범위에 용수를 포함하여 관리하고 있습니다. 용수 사용량 절감을 위해 백화점 전점포에 중수도를 운영하여 용수를 재활용하고 있습니다.

### 2022년 용수 사용량 목표 대비 실적

구분	단위	2022
용수 사용량 목표	ton	2,352
용수 발생량 <sup>1)</sup>	ton	3,480

1) COVID-19의 완화로 사업소 고객이 증가하며 기존 목표 대비 용수 사용량 증가

## 폐기물

현대백화점은 하절기 위생환경을 개선하고 음식물 쓰레기 감량을 통한 친환경경영문화를 확산하기 위하여 현대백화점에 입점한 F&B, 식당가 중소협력사 대상으로 음식물 처리기를 지원하여 2022년 연간 약 85%의 음식물 폐기물을 줄였습니다. 또한 2020년부터 백화점 건물 외벽의 대형 현수막을 디지털 사이니지로 순차 대체<sup>1)</sup>하여 폐기물을 줄이고 있으며, 현대백화점만의 독립 자원 순환 시스템 Project 100을 통하여 점포에서 발생하는 폐기물을 최소화하고 있습니다.

1) 천호점, 더현대 서울, 신촌점, 무역센터점(면세점), 더현대 대구 Project 100

### 2022년 음식물 처리기 도입 효과

음식물 폐기물 감소 **85%**      음식물 처리 금액 절감 **2.3억 원**

### 2022년 폐기물 목표 대비 실적

구분	단위	2022
폐기물 발생량 목표	ton	12,230
폐기물 발생량 <sup>1)</sup>	ton	18,626

1) COVID-19의 완화로 사업소 고객이 증가하며 기존 목표 대비 폐기물 발생량 증가

# 환경 효율성 관리

## 실내 공기질

현대백화점은 다중이용시설로 고객과 임직원, 협력사원의 건강을 보호하기 위해 미세먼지(PM10, PM2.5), 이산화탄소(CO<sub>2</sub>), 포름알데히드(HCHO), 라돈(Rn), 휘발성유기화합물(VOC) 등 실내 공기질을 측정하며, 법정 기준 이상의 내부 기준에 따라 관리하고 있습니다. 특히 미세먼지의 경우 세계보건기구(WHO) 권고 기준보다 강화된 자체 기준에 의거하여 일평균 미세먼지 30 $\mu\text{g}/\text{m}^3$ , 초미세먼지 15 $\mu\text{g}/\text{m}^3$ 를 하회하도록 관리하고 있습니다.

### 현대백화점 미세먼지 관리 기준

구분	PM10( $\mu\text{g}/\text{m}^3$ )		PM2.5( $\mu\text{g}/\text{m}^3$ )	
	연평균	일평균	연평균	일평균
WHO 권고 기준	15	45	5	15
당사 기준	15	30	5	15

### 실내 공기질 측정<sup>1)</sup>

구분	측정 항목							
	PM10( $\mu\text{g}/\text{m}^3$ )	PM2.5( $\mu\text{g}/\text{m}^3$ )	CO <sub>2</sub> (ppm)	HCHO( $\mu\text{g}/\text{m}^3$ )	CO(ppm)	NO <sub>2</sub> (ppm)	Rn(Bq/m <sup>3</sup> )	TVOC( $\mu\text{g}/\text{m}^3$ )
최대값	40.50	17.10	344.00	2.20	0.10	0.01	4.50	5.80
최소값	112.90	34.90	954.00	31.50	5.40	0.06	57.30	854.10
평균값	64.49	22.50	568.65	12.03	1.61	0.02	14.74	157.73
법정 기준치	$\leq 100$	$\leq 50$	$\leq 1,000$	$\leq 100$	$\leq 25$	$\leq 0.3$	$\leq 148$	$\leq 1,000$

1) 실내 점포 및 실내 주차장 기준  
측정 기간: 2023.03.06-2023.04.28 사이, 지점별로 약 3일씩 측정 진행함



# 환경 효율성 관리

## 환경 효율성 관리 현황

### 온실가스 배출

구분	단위	2020	2021	2022		
온실가스 배출량 <sup>1)</sup>	현대백화점	Scope1	tCO <sub>2</sub> eq	14,319	17,453	18,960
		Scope2	tCO <sub>2</sub> eq	130,219	148,745	149,658
		합계	tCO <sub>2</sub> eq	144,529	166,188	168,608
	배출 집약도	tCO <sub>2</sub> eq/억 원	3.71	3.47	3.22	
	한무쇼핑	Scope1	tCO <sub>2</sub> eq	4,614	5,188	5,316
		Scope2	tCO <sub>2</sub> eq	54,400	63,292	61,999
		합계	tCO <sub>2</sub> eq	59,014	68,476	67,312
	배출 집약도	tCO <sub>2</sub> eq/억 원	3.66	3.64	3.35	
	합계 <sup>2)</sup>	Scope1	tCO <sub>2</sub> eq	18,933	22,640	24,276
		Scope2	tCO <sub>2</sub> eq	184,620	212,033	211,657
Scope3 <sup>3)</sup>		tCO <sub>2</sub> eq	-	-	9,802	
합계		tCO <sub>2</sub> eq	203,543	234,660	245,722	
배출 집약도 <sup>4)</sup>		Scope1+2	tCO <sub>2</sub> eq/억 원	3.70	3.52	3.25
		Scope3	tCO <sub>2</sub> eq/억 원	-	-	0.14
온실가스 목표 배출량	현대백화점 <sup>5)</sup>	tCO <sub>2</sub> eq	167,332	165,854	166,422	
	한무쇼핑 <sup>6)</sup>	tCO <sub>2</sub> eq	63,794	73,896	71,625	
2021년 대비 온실가스 감축량 <sup>7)</sup>	현대백화점	tCO <sub>2</sub> eq	2,986	1,255	1,206	
	한무쇼핑	tCO <sub>2</sub> eq	1,478	797	1,927	

1) 사업소 신설에 따른 배출량 증가(2020년 6월 대전아울렛, 2020년 11월 스페이스원, 2021년 2월 더현대서울)  
 2) 온실가스 총 배출량: Scope1, Scope2 계산 시 사업장별 소수점 절사 후 합산하여 Scope1, Scope2 합계가 다를 수 있음  
 3) 산출 기준: 현대백화점+한무쇼핑, 2022년부터 데이터 산정 시작  
 4) 총 사용량/총 매출액, 총 매출액은 현대백화점+한무쇼핑의 별도기준 매출액을 합산함  
 5) 최종 무상 할당량  
 6) 배출 허용량  
 7) 시설운영 및 투자를 통한 에너지 절감에 따른 감축량을 온실가스 감축량으로 환산하였음

### 에너지 사용

구분	단위	2020	2021	2022		
에너지 사용량	현대백화점	연료	TJ	280	336	366
		전기	TJ	2,587	2,989	3,004
		스팀	TJ	127	151	158
		태양광 <sup>1)</sup>	TJ	3.80	3.99	2.84
		합계 <sup>5)</sup>	TJ	2,997.80	3,479.99	3,530.84
에너지 사용량	한무쇼핑	연료	TJ	90	101	104
		전기	TJ	1,083	1,257	1,225
		스팀	TJ	50	83	89
		태양광 <sup>1)</sup>	TJ	0.42	1.68	1.73
		합계	TJ	1,223.42	1,442.68	1,419.73
에너지 사용량	합계	연료	TJ	370	437	470
		전기	TJ	3,670	4,246	4,229
		스팀	TJ	177	234	247
		태양광 <sup>1)</sup>	TJ	4.23	5.67	4.57
		합계	TJ	4,221.23	4,922.67	4,950.57
에너지 집약도 <sup>2)</sup>	현대백화점	TJ/억 원	0.077	0.072	0.067	
	한무쇼핑	TJ/억 원	0.076	0.077	0.071	
2021년 대비 에너지 절감량	현대백화점	시설운영절감 <sup>3)</sup>	TJ	17.0	8.0	13.0
		투자절감내역 <sup>4)</sup>	TJ	5.0	1.7	12.2
	한무쇼핑	시설운영절감 <sup>3)</sup>	TJ	10.8	3.2	18.0
		투자절감내역 <sup>4)</sup>	TJ	0.2	2.6	21.3

1) 데이터 재산정 결과로 2020년, 2021년 데이터 변경  
 2) 에너지 사용량/총 매출액(별도기준)  
 3) 지하 주차장 배기 FAN 가동시간 조정, 공조기 가동시간에 의한 절감, 지하 주차장 조명 운영 조정 등  
 4) LED 램프 교체, 노후 보일러 교체, 고효율 변압기 교체 등  
 5) TOE 환산시 2020년: 71,601, 2021년: 83,118, 2022년: 84,333

# 환경 효율성 관리

## 환경 효율성 관리 현황

### 용수 사용

구분	단위	2020	2021	2022	
용수 취수량	시수	ton	2,554,018	3,030,015	3,246,002
	지하수	ton	208,497	199,510	200,535
	공업용수	ton	35,445	44,227	33,654
	합계	ton	2,797,960	3,273,752	3,480,191
용수 재활용량	ton	221,542	245,498	232,684	

### 폐기물 관리

구분	단위	2020	2021	2022	
폐기물 발생량 <sup>1)</sup>	일반 폐기물	ton	14,781	17,324	18,616
	폐합성수지류 외	ton	7,769	10,449	11,414
	음식물류 폐기물	ton	5,401	6,399	7,046
	그 외 폐기물	ton	1,611	476	156
	지정폐기물	ton	12	9	9
	합계 <sup>2)</sup>	ton	14,804	17,336	18,626
폐기물 재활용량	일반 폐기물	ton	13,111	15,525	16,709
	폐합성수지류 외	ton	6,156	8,783	9,578
	음식물류 폐기물	ton	5,401	6,399	7,046
	그 외 폐기물	ton	1,554	343	85
	지정폐기물	ton	12	9	9
	합계 <sup>2)</sup>	ton	13,124	15,536	16,718
폐기물 처리량 <sup>3)</sup>	소각	ton	1,658	1,712	1,888
	매립	ton	20	87	19
	합계	ton	1,678	1,799	1,907

1) 환경정보공개제도 보고 기준

2) 폐기물 합계 계산 시 폐합성수지류 외, 음식물류 폐기물, 지정 폐기물, 그 외 폐기물 분류별 합산 후 소수점 이하 절사하였음

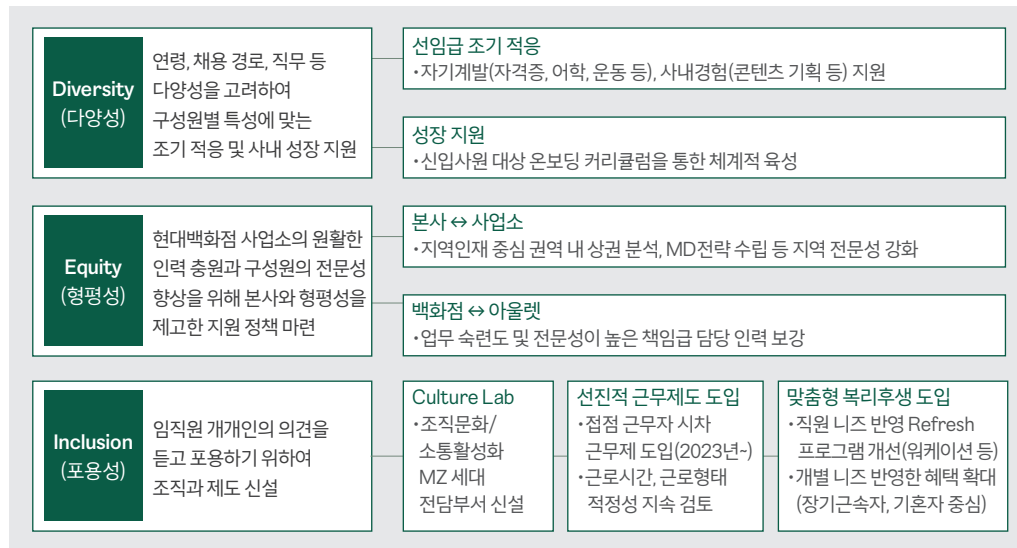
3) Off-site 처리

# 임직원

## DEI(Diversity, Equity, Inclusion) 인사제도

현대백화점은 다양성, 형평성, 포용성 관점의 인사제도를 구축 및 시행하여 회사와 직원 간 가치 공유와 유대감을 증진하고자 합니다.

### DEI 인사제도 운영



### 현대백화점 행동수칙 'MUST 7'

COVID-19 이후, 현대백화점은 직원들의 업무 동기 부여를 위해 구성원들의 공감대를 바탕으로 현대백화점 행동수칙 'MUST 7'을 수립하고자 하였습니다. 전 직원을 대상으로 투표를 진행하여 총 243개의 의견 중 최종 7개 행동 수칙을 선정하고 다양한 개선 캠페인을 진행하였습니다. 특히, MUST 7 기반 자가진단을 진행하고 결과에 따른 직원 개인별 피드백을 전달하여 각 행동 수칙에 맞는 개선점을 제안하였습니다. 또한 각 점포별로 MUST 7 테마에 맞는 개선 프로젝트들을 진행하여, 집중 보고 시간 운영, 협조 결재 프로세스 간소화 등의 캠페인들도 활발히 운영하였습니다.

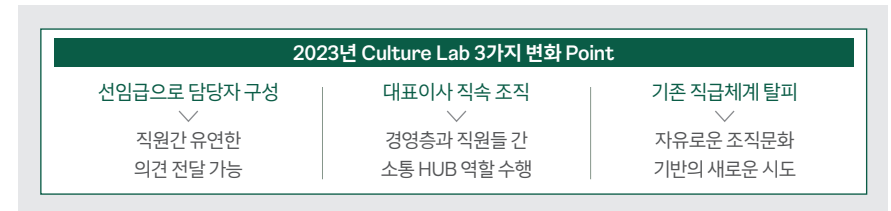
## DEI 조직문화 구축

### DEI 조직문화 방침



### DEI 조직 개편

2023년 현대백화점은 기존의 조직문화파트를 보완하여 대표이사 직속의 조직문화소통활성화 전담부서 'Culture Lab'을 신설하였습니다. Culture Lab은 임직원 개인의 니즈 및 의견 수렴을 강화하고 조직문화 개선을 위한 조직제도를 운영합니다. 이를 통해 현대백화점은 기존의 조직문화 방향성은 유지하되, 새롭게 도전적인 방식의 조직문화를 추구하고 있습니다.



### 오픈커뮤니케이션구조 확립

현대백화점은 임직원 간 커뮤니케이션의 간극을 해소하기 위하여 노력하고 있습니다. 경영층의 의견을 Top-Down식으로 직원에게 공유해온 기존의 방식과는 달리, 제도 개선 요청사항 등 직원의 의견을 취합하여 유관부서 실행 검토를 거친 후 사내게시판에 개선 운영 방안을 공지합니다. 현실적으로 개선하기 어려운 요청사항에 대해서는 그 이유를 공개합니다. 또한 사내 뉴스레터를 통해 직원의 의견을 접수하고 경영층이 답변하는 Q&A 코너를 운영하고 있습니다.

# 임직원

## 일과 가정의 균형

### 일 가정 양립 활동

현대백화점은 일과 가정의 균형을 위해 법정 기준 이상의 다양한 제도를 지원하고 있습니다. 임신부 근로시간 단축 제도는 임신 전 기간 가능하도록 지원해 왔으며, 배우자 출산휴가는 필요시 30일까지 추가 사용이 가능하도록 지원하고 있습니다. 특히 당사는 진정한 일 가정 양립을 위해 여성 뿐 아니라 남성 직원을 위한 제도를 시행하고 있습니다. 기존에는 여성 직원만 사용할 수 있었던 유·사산 휴가를 남성 직원들도 사용할 수 있도록 대상을 확대하고, 남성들을 위해 육아휴직 및 육아지원 제도를 확대하는 등 직원들의 상황과 니즈에 맞는 제도들을 신설하여 운영하고 있습니다.

### 임신 및 육아 지원 제도

<p><b>임산부 근로시간 단축 임신 전 기간으로 확대</b></p> <p>대상 임신한 여성 직원</p> <p>내용 임신 후부터 출산전후휴가 전까지 1일 2시간 단축(유급)</p>
<p><b>난임휴직제도</b></p> <p>대상 난임으로 치료 안정 등이 필요한 남녀 직원</p> <p>내용 난임 진단 직원 희망시 휴직 최대 2개월 사용(무급)</p>
<p><b>남직원 육아지원근무제 '아빠 왔다' 시행</b></p> <p>대상 유치원~초등학교 2학년 자녀 양육 중인 남성 직원</p> <p>내용 육아를 위한 근로시간 1개월간 1일 2시간 단축(유급)</p>
<p><b>여성 직원 육아휴직 최대 사용기간 확대</b></p> <p>대상 육아휴직 사용권이 있는 여성 직원</p> <p>내용 법정 육아휴직(1년) 기간 외 추가 1년 사용 가능</p>

### 육아휴직

구분	단위	2020	2021	2022	
육아휴직 사용권이 있는 직원 수 <sup>1)</sup>	여성	명	191	229	218
	남성	명	362	379	315
육아휴직 사용자 수	여성	명	63	61	79
	남성	명	5	1	8
육아휴직 후 복귀자 수	여성	명	38	31	59
	남성	명	3	1	2
육아휴직 사용 후 복귀율 <sup>2)</sup>	여성	%	95.00	75.61	80.82
	남성	%	75.00	50.00	66.67
복귀 후 12개월 이상 근무자 수	여성	명	32	35	23
	남성	명	4	3	1
12개월 고용 유지율 <sup>3)</sup>	여성	%	94.12	92.11	74.19
	남성	%	100.00	100.00	100.00

1) 임직원 출산 경조금 신청 자녀 중 만 8세 이하산정  
 2) (육아휴직 후 복귀한 직원 수 / 육아휴직 후 복귀 예정인 직원 수) x 100  
 3) (육아휴직 복귀 후 12개월 간 고용 유지 직원 수 / 직전 보고기간 중 육아휴직 후 복귀한 직원 수) x 100

## 평가 및 보상

### 성과 관리 및 평가

현대백화점은 2021년부터 'OKR(Object&Key Results)' 제도를 통하여 성과를 관리하고 있습니다. 이는 목표와 목표 달성도를 측정하는 성과 관리 제도이며 평가 결과에 따라 차년도 성과 보상액을 지급합니다. 또한 누적 승진 포인트와 상위 직급 수행 역량 등을 바탕으로 매년 승진 심사를 진행합니다. 임직원의 성과 달성을 유도하기 위하여 OKR에 대한 피드백 프로세스를 운영하고 있으며 목표 대비 달성 현황을 실시간으로 공유합니다. 현대백화점의 성과 평가는 다면평가 제도를 통해 이루어 집니다. 이는 구성원 간 객관적 진단과 피드백을 통한 공정한 성과 평가 제도로 '승진 평가' 항목과 '핵심 역량'의 두 가지 항목을 통해 구체적인 평가가 가능합니다. 다면평가 점수 하위 직원에게는 결과를 안내하고 있으며 개인별로 부진 역량항목 등 피드백을 제공하고 있습니다.

### 성과 평가 현황

구분	단위	2020	2021	2022
성과 평가 대상 인원	명	2,977	3,108	3,175
성과 평가 실시 직원 비율	%	100	100	100

# 임직원

## 평가 및 보상

### 임직원 리프레시 프로그램

#### 워케이션 제도

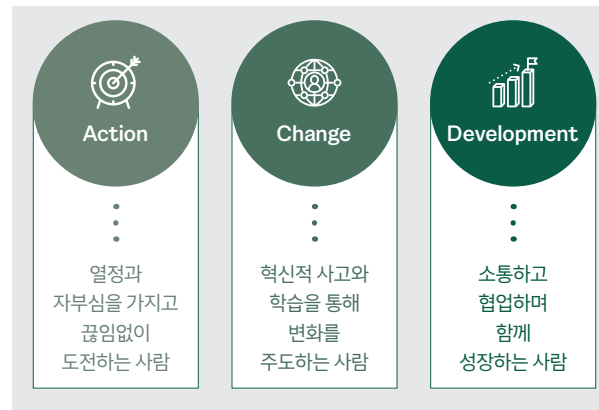
현대백화점은 COVID-19의 장기화로 인한 스트레스 관리 및 근무 만족도 개선을 위하여 선임급 직원을 대상으로 워케이션 제도를 운영하고 있습니다. 워케이션이란 일(work)과 휴가(vacation)를 함께한다는 의미로, 휴양지나 관광지에서 업무를 허용하는 원격근무 제도입니다. 당사는 제주도와 강릉에서의 워케이션을 운영하며 일주일간의 숙소와 공유 오피스, 교통비, 식비 등을 지원하고 있습니다. 현대백화점의 직원들은 워케이션 제도를 통해 근무 공간과 업무 방식을 변화시켜 창의적인 아이디어 도출, 업무 효율 향상의 효과를 누릴 수 있습니다.

## 인재 육성

### 현대백화점 인재상

현대백화점은 그룹 차원의 인재상을 정립하고 이를 기반으로 임직원들이 모든 이해관계자들에게 기여하는 인재로 성장할 수 있도록 노력합니다.

### 현대백화점그룹 인재상



### 핵심역량 강화 프로그램

현대백화점은 직급별 필수 역량 개발 및 강화 교육 프로그램 '직급코스 패스제'를 운영합니다.

### 직급별 코스 구성

구분	선임코스	책임코스	수석코스
1년차	입문	입문	입문
2년차	Self 관리	Self 관리	Self 관리
3년차	Self 관리	Self 관리	Refresh
4년차	Refresh	Refresh	후보자
5년차	Self 관리	Self 관리	후보자
6년차	후보자	후보자	Self 관리
7년차	Refresh	Self 관리	Refresh
8년차	Refresh	Refresh	Refresh
9년차			

### 코스 구성

구분	운영방식	테마	목적
입문	러닝저니형 <sup>1)</sup>	·리더십 역량 ·일하는 방식	변화된 직급에 대한 필수 리더십 역량 내재화
후보자	자율참여형	·직무 역량 ·리더십 일반	차상위 직책 대비 개인 리더십 역량 강화
Self 관리 <sup>2)</sup>	자율참여형	·마음챙김 <sup>3)</sup> ·동기부여 ·교양/문화	자기주도 역량 개발 교육
Refresh	자율참여형		직급 연한 내 리프레쉬 및 동기부여

1) 다양한 학습 방법 중 가장 적합한 콘텐츠를 순차적으로 제공하여 주기적인 학습 리마인드를 시켜주는 교육 방법  
2) 입문코스 수료 이후부터 후보자 코스가 시작되기 전까지 진행되는 자기주도형 교육과정  
3) 건강, 힐링, 인문학 등



# 임직원

## 전문인력 육성 프로그램

현대백화점은 전 임직원이 각자 업무에 필요한 기술과 지식을 갖추고 전문가로 성장하기 위한 다양한 교육을 실시하고 있습니다. 특히 최근 급격히 변화하는 사업 및 업무 환경에 맞추어 '기업대학대학원', '이커머스 교육', 'DA 및 GA 심화과정' 등과 같은 전문인력 육성 교육을 중점적으로 진행하였습니다.

### 기업대학대학원

현대백화점은 미래의 경영자와 실무자를 양성하기 위해 약 9개월 과정의 기업대학대학원을 운영하고 있습니다. 급변하는 시대에 대응할 수 있도록 분야별 경영 경제, 트렌드, 인문학 등 여러 분야 전문 교수진들의 강연을 제공하는 등 내실 있는 커리큘럼으로 전문적 식견을 겸비한 미래형 인재를 양성하고 있습니다.

### 이커머스 교육

현대백화점그룹은 총 11개 사에서 16개의 자사몰을 운영하고 있습니다. 이에 인재개발원에서는 이커머스 업무 담당자 역량을 강화하기 위한 교육 과정을 신설하여 운영하였습니다. 그룹사 이커머스 직무 근무자 대상 물류 체계, UX/UI, 디지털 마케팅, 코딩 언어, 법적 리스크 관리 등에 대한 교육을 진행했습니다. 이를 통해 현대백화점그룹이 보다 나은 이커머스 서비스를 제공할 수 있도록 작간접적인 기여를 하고 있습니다.

### B2B 교육

B2B 업무는 매출 증가와 이익 창출 등 효율적인 수행과 성과에 따라 기업의 경쟁력과 성장에 매우 중요한 역할을 합니다. 이에 현대백화점은 고객 발굴, 영업 전략, 데이터 활용 등 현장에서 필요한 실무 역량을 향상시키기 위해

B2B 영업 실무자 역량 향상 교육을 시행하고 있습니다. 직무 기본기 교육(B2B 비즈니스 프로세스) 뿐만 아니라 전문 역량(계약서 작성·프로젝팅·세일즈 전략 등) 강화를 위한 참여형 실습 과정을 포함하여 업무 담당자의 세일즈 리딩 능력 향상을 증진시키고 있습니다.

### GTP(Global Talent Program) 교육

현대백화점은 글로벌 역량 강화를 위해 글로벌 인재 육성 제도 'GTP'를 운영하고 있습니다. 이 교육 프로그램은 글로벌 핵심 인재 육성을 위한 것으로 1:1 비즈니스 회화 튜터링과 글로벌 트렌드 교육 등 어학 능력 교육을 통해 대상자들이 외국어 감각을 유지 할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한 리더십·성과 관리·이문화 교육을 통해 해외 주재원 후보군의 안정적인 현지 적응력과 업무 능력 강화에도 기여하고 있습니다.

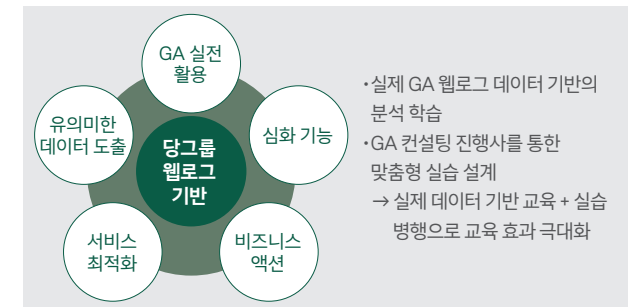
### DA 및 GA 과정(입문/심화)

현대백화점은 DA(Data Analytics) 및 GA(Google Analytics) 심화 과정을 운영하여 현업에서의 데이터 기반 의사결정 능력을 배양하고 있습니다. DA 데이터 분석 과정은 기존 DA 과정 우수 수료자를 대상으로 심화 프로젝트를 진행하는 것으로, 수강자가 단순 강의 수강이 아닌 직접 분석에 참여하도록 하는 능동적 학습 형태로 운영하고 있습니다. GA 웹로그 분석 과정은 디지털 마케팅에 필요한 현업 데이터 실습형 심화교육으로서, 실제 온라인 상에 쌓인 계열사별 데이터를 직접 해석하는 학습을 통해 데이터 분석 역량을 강화하고 있습니다. DA 및 GA 심화 과정은 단순한 교육이 아닌 능동적·참여형 학습을 통해 현업의 문제 해결 능력을 강화할 것으로 기대하고 있습니다.

### DA 데이터 분석



### GA 웹로그 분석



### 전문인력 육성 프로그램 참여 현황

구분	단위	2020	2021	2022
Digital Transformation 교육 <sup>1)</sup>	명	-	120	51
기업대학	명	25	25	24

1) DT 전략가 과정, DA 및 GA 심화과정, 2020년 미진행

# 임직원

## 인재 육성

### 임직원 현황

구분	단위	2020			2021			2022				
		여성	남성	합계	여성	남성	합계	여성	남성	합계		
총 임직원 수	명	1,684	1,293	2,977	1,792	1,316	3,108	1,842	1,333	3,175		
근로 형태별	기간의 정함이 없는 근로자	Full time	명	1,635	1,289	2,924	1,723	1,313	3,036	1,794	1,329	3,123
		Part time <sup>1)</sup>	명	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	기간제 근로자	Full time	명	49	4	53	69	3	72	48	4	52
		Part time	명	0	0	0	0	0	0	0	0	0
직급별	사원	명	1,595	694	2,289	1,681	709	2,390	1,717	689	2,406	
	간부 <sup>2)</sup>	명	84	560	644	106	566	672	120	601	721	
	임원	명	5	39	44	5	41	46	5	43	48	
직군별	임원	명	5	39	44	5	41	46	5	43	48	
	사무직	명	1,381	1,246	2,627	1,513	1,266	2,779	1,486	1,264	2,750	
	서비스직	명	294	5	209	269	6	275	345	23	368	
연령별	기타직	명	4	3	7	5	3	8	6	3	9	
	만 30세 미만	명	825	182	1,007	832	206	1,038	928	278	1,206	
	만 30세 이상 50세 이하	명	784	931	1,715	869	903	1,772	840	898	1,738	
직원이 아닌 근로자 수 <sup>3)</sup>	만 50세 초과	명	75	180	255	91	207	298	74	157	231	
	협력사원	명	-	-	-	-	-	-	-	-	39,251	
도급사원 <sup>4)</sup>	명	-	-	-	-	-	-	-	-	5,438		

1) 수치 재산출 결과로 2020년, 2021년 데이터가 전년도 보고서와 상이함

2) 책임 이상

3) 2022년 데이터부터 보고함

4) 주요 근무 유형: 안전, 미화, 주차, 시설 외

### 채용 및 이직

구분	단위	2020	2021	2022	
총 신규 채용 인원	명	311	506	646	
성별	여성	명	259	408	518
	남성	명	52	98	128
연령별	만 30세 미만	명	265	455	562
	만 30세 이상 50세 이하	명	40	46	80
	만 50세 초과	명	6	5	4
내부 후보자에 의해 총원된 공개 포지션	명	20	0	0	
총 이직 및 퇴직 인원	명	239	352	564	
성별	여성	명	203	296	469
	남성	명	36	56	95
연령별	만 30세 미만	명	162	213	398
	만 30세 이상 50세 미만	명	65	127	144
	만 50세 이상	명	12	12	22
직급별 자발적 이직자 수	선임 이상	명	40	65	138
	전문직 이하	명	174	260	382
성별 자발적 이직자 수	여성	명	189	282	442
	남성	명	25	43	78
자발적 이직률 <sup>1)</sup>	%	7.2	10.5	16.4	

1) (보고 연도 내 자발적 이직 임직원 수/보고 연도 말 전체 임직원 수)×100, 자발적 이직은 개인 사정으로 인한 퇴사를 의미함

# 임직원

## 인재 육성

### 임직원 다양성<sup>1)</sup>

구분	단위	2020	2021	2022	
여성 임직원 현황	여성 임원 비율 <sup>2)</sup>	%	11.4	10.9	10.4
	관리직 여성 인원 비율 <sup>3)</sup>	%	13.0	15.8	16.6
	여성 임직원 비율	%	56.6	57.7	58
장애인 고용 현황	상시 근로자 <sup>4)</sup>	명	3,128	3,213	3,290
	장애인 근로자	명	100	96	116
	장애인 고용률 <sup>5)</sup>	%	3.2	3.0	3.5
국가보훈자 고용 현황	국가보훈자 수	명	37	38	37
	국가보훈자 비율	%	1.2	1.2	1.2

- 1) 2023년 목표: 여성 임직원 비율 57.4%(3개년 평균) 이상, 장애인 고용률 3.1% 이상 유지
- 2) 전체 임원 대비 여성 임원 비율
- 3) 관리직 기준: 책임 이상 - 임원
- 4) 상시근로자: 월 16일 이상, 60시간 이상 근무한 근로자
- 5) 상시 근로자/장애인 근로자

### 임직원 교육

구분	단위	2020	2021	2022	
교육 시간 및 비용 <sup>1)</sup>	총 교육 시간 <sup>2)</sup>	시간	52,399	76,993	82,627
	총 교육 비용	백만 원	390.27	494.69	420.46
	1인당 교육 시간	시간	17.64	24.44	24.22
	1인당 교육 비용	백만 원	0.13	0.16	0.12
직급코스패스제(필수 교육) 수료 인원		명	2,507	2,498	2,858
기타 교육 수료 인원	공정거래 교육	명	1,220	1,188	1,566
	조직문화개선 교육(팀 단위 교육) <sup>3)</sup>	명	-	182	213
	조직문화개선 교육(웹드라마) <sup>3)</sup>	명	-	5,334	2,633

- 1) 성별, 직급별 구분 불가
- 2) 과정 시간x수료자
- 3) 2020년 미진행

### 임금 현황

구분	단위	2020	2021	2022	
법정 최저시급	원	8,590	8,710	9,160	
대졸 신입 <sup>1)</sup> 시급 (남성)	원	18,973	19,685	20,669	
대졸 신입 <sup>1)</sup> 시급 (여성)	원	18,621	19,319	20,669	
최저임금 대비 대졸 신입 <sup>1)</sup> 임금 비율 (남성)	%	220.9	226.0	225.6	
최저임금 대비 대졸 신입 <sup>1)</sup> 임금 비율 (여성)	%	216.8	221.8	225.6	
보수 비율 <sup>2)</sup>	수석	%	93.5	98.8	95.9
	책임	%	88.6	87.2	86.7
	선임	%	94.6	92.5	93.4
	비관리직 <sup>3)</sup>	%	97.1	93.1	95.5

- 1) 선임
- 2) 남성 대비 여성 기본급, PS(Profit Sharing) 포함
- 3) 전문직 등

### 퇴직자 지원 프로그램

구분	단위	2020	2021	2022	
전직 지원	수혜 인원	명	19	27	28
	지원 금액	백만 원	124	178	202
학자금 지원	수혜 인원	명	4	6	4
	지원 금액	백만 원	18	26	16
재취업교육 지원	수혜 인원	명	6	11	12
	지원 금액	백만 원	10	20	19

# 임직원

## 노사 관계

### 중요 사항 공유

현대백화점은 연 1회 경영설명회 개최 및 월 1회 그룹 소식지 발간을 통해 전 직원에게 경영실적과 향후 계획을 공유하고 열린 경영을 실천하기 위해 노력합니다. 그리고 노사 간 상시 대화 채널을 운영하여 경영상 주요사항 결정에 대해 노동조합과 사전 협의 후 진행하는 등 상생협력의 노사관계 정립을 위해 노력하고 있습니다.

### 노사협의회

현대백화점은 노동관계 법령에 근거해 본사 및 사업장별로 노사협의회를 운영함으로써 근로자들이 경영활동에 적극적으로 참여할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 또한 근무 환경 및 제도 개선과 관련한 직원 의견을 적극적으로 청취하여 일하기 좋은 근무 환경을 조성하기 위해 노력합니다.

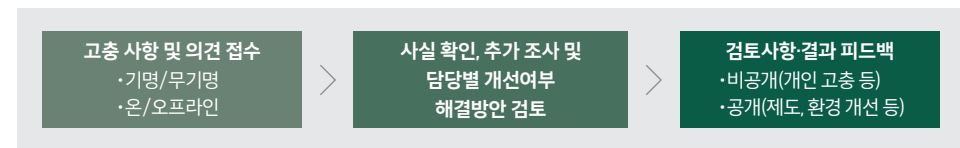
### 단체협약

구분	단위	2020	2021	2022	
단체협약 적용 비율 <sup>1)</sup>	%	100.0	100.0	100.0	
노동조합 가입률 <sup>2)</sup>	%	31.2	30.7	27.7	
노사협의회 안건 현황	안건 수	건	137	214	207
	조치 완료 건수	건	137	214	207
	조치 완료율	%	100.0	100.0	100.0

1) 노사 합의로 체결된 단체협약 결과는 전 임직원에게 적용  
2) 산출 기준: 선임 이하 직원 중 노동조합 가입자/전 직원(임원 제외)  
노동조합 가입 대상: 선임 이하 직원

## 고충 처리

### 고충처리 프로세스



### 고충 상담 및 제보 채널

<b>On-Line</b>	1. 사내 인터넷 '고충 상담실' 2. '사이버 신문고' 3. 점별 '챗봇' 상담원 운영 4. 사내 소통 플랫폼 '스파크'	·개인 및 동료 고충(차별적 언행 등 인권 침해 항목) ·인터넷, 유선 및 우편 등 무기명 방식의 윤리경영 위반, 업무개선 제보 ·카카오톡 챗봇 내 상담원 연결하기 기능을 통한 의견 개선, 문의사항 해결 ·사내 게시판을 통한 아이디어 제안, 자유로운 의견 개선
<b>Off-Line</b>	사업소 단위 '해우소(고충처리함)' 운영	·무기명 방식의 고충처리 가능 ·개인 고충, 환경 개선 및 자유로운 의견 개선

### 고충처리 제보 및 신고 현황<sup>1)</sup>

구분	단위	2020	2021	2022
접수 건수	건	6	6	5
조치 완료 건수	건	6	6	5
조치 완료율	%	100	100	100

1) 접수된 고충 제보는 모두 직무전환 등 근무 여건에 대한 문의로, 인권 관련 사항은 없음

# 고객

## 고객중심경영 체계

### VISION 2030

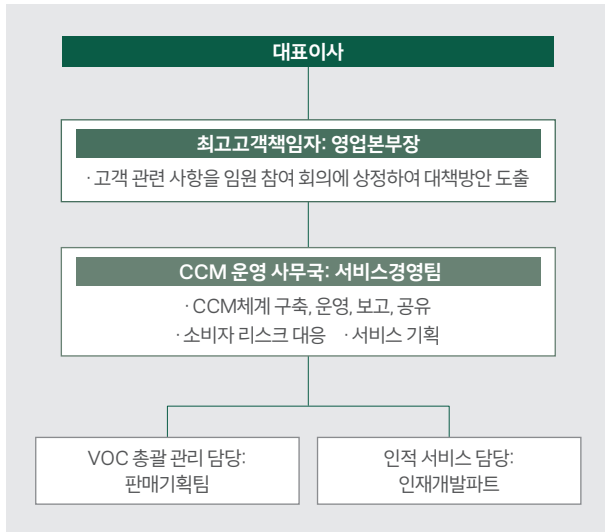
현대백화점은 VISION 2030이라는 고객중심경영 체계를 가지고 고객 만족을 위해 노력합니다.



### 고객중심경영 기본 원칙

- ① 일관된 정책
- ② 신속한 의사소통
- ③ 투명성
- ④ 소비자의견 반영
- ⑤ 접근 용이성
- ⑥ 신속성
- ⑦ 객관성
- ⑧ 재정적 지원
- ⑨ 개인정보보호
- ⑩ 정기적인 점검을 통한 지속적인 개선

### 고객중심경영 추진 조직



## 고객중심경영 활동

### 고객 관련 리스크 관리

**정기적인 이슈 발생 시기에 맞춘 교육 진행**

- 명절 서비스 교육: 연 2회, 명절 근무자 투입 전 명절 고객 불만사항 관련 사전 교육
- 하절기 식품위생 교육: 연 1회, 하절기에 발생하는 식품위생 안전 사고 예방 사전교육

**안전관리 매뉴얼 수립**

- 임직원 대상: 발열 체크 강화, 자가진단 설문, 전관 방역 강화, 매장 환기 시스템 운영 강화 등
- 고객 대상: 상시 거리두기 안내 실시, 사전 방문 예약 시스템 도입, 차량 2부제 실시 등

**고객중심경영 실천 서약서 선포**

- 고객중심경영 실천 서약서 내용: 고객중심의 가치 실현, 고객의 불만 사전 예방, 고객과의 약속 이행, 고객불만 재발 방지 등

### 고객 패널 모니터링

현대백화점은 고객 채널(홈페이지, 콜센터, SNS 등)에 대해 고객 관점의 불편사항을 경청하고 실질적인 개선점을 도출하기 위해 고객패널 모니터링 제도를 도입하였습니다. 여러 직군의 고객으로 구성된 모니터링 위원회를 통해 현대백화점의 다양한 고객 채널을 점검하였으며, 모니터링을 진행한 1개월간 총 348건의 의견을 접수하였습니다.



### 고객경험 조사

2022년부터 현대백화점은 단순 고객 만족도 조사를 넘어, 고객이 직접 지점에 방문하여 쇼핑 환경, 시설을 모니터링한 후 만족도를 평가하도록 하였습니다. 전국 현대백화점 16개점과 아울렛 7개점에서 고객 모니터링을 진행하였으며, 평가 지점에 대한 경험을 바탕으로 고객 집단 토론(FGD, Focus Group Discussion)을 진행하여 실질적으로 소비자가 필요로 하는 사항을 모색하여 개선 활동에 힘쓰고 있습니다. 향후 고객 모니터링 결과는 점별로 공유하고 표준화 가능한 분야는 매뉴얼화 하여 고객 시설 리뉴얼 시 적용할 계획입니다.

### 2022년 고객경험 만족도 조사<sup>1)</sup>



### QM(Quality Management) 운영

현대백화점은 고객에게 안전한 상품을 제공하기 위해 제품 안전 관련 표시 부문 QM 점검을 시행하고 있으며, 입점 MD와 미입점 MD로 점검 방식을 분류하여 철저한 관리를 진행하고 있습니다. 입점 MD에 대해서는 매장 내 판매 상품을 무작위로 수거 및 점검하여 라벨 상태불량 등 이상 사항 발생 시 판매중지 조치를 하고 상품본부에 공유합니다. 미입점 MD에 대해서는 바이어, 셀러 등 상품 관련 담당자를 대상으로 체크리스트를 배포하거나, 이종 점검을 통해 필수 표시사항에 대한 리스크 관리를 진행하는 등 상품 안정성 강화 및 고객 신뢰도 향상을 위해 노력합니다.

# 고객

## 고객중심경영 활동

### 식품 감식관 제도 운영

식품 분야의 전문가가 감식관으로 백화점과 아울렛 점포에 상주 근무하며 직접 식품 매장 및 스낵가의 상품 및 위생 상태를 점검하며, 상시적인 감사 감독을 통해 식품 위생 리스크를 관리합니다. 점검 후에는 미흡한 부분에 대해 지도와 교육을 통해 개선을 진행하며 각종 캠페인을 통해 위생 상태 개선 우수 매장에는 특별 포상을 진행하고 있습니다.

### CCM(소비자중심경영) 인증



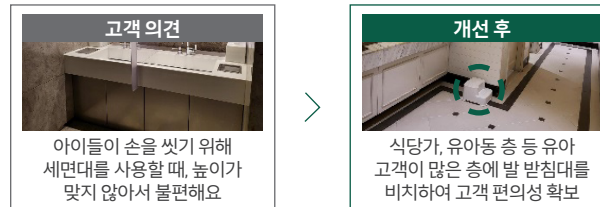
현대백화점은 고객중심경영 관련 목표를 설정하고 이에 대한 성과를 정기적으로 최고고객책임자에게 보고하고 있습니다. 특히 친절도, 쇼핑 만족도 등에 대한 '고객 만족도 조사'를 실시하고 결과를 분석하여 서비스 품질수준의 향상 도모 등 체계적인 소비자중심경영을 실천함으로써 2022년 한국소비자원 주관 CCM 재인증을 받았습니다. (인증기한 2년)

현대백화점 CCM 인증

### 고객중심경영 목표 및 성과 현황

구분	목표	성과
VOC 관련	VOC 채널 개선	시스템 업그레이드 및 사용자 안정화
소비자 참여 영역	온라인 채널 패널 모니터링을 통한 서비스 품질 관리	개선 포인트 도출 및 개선 진행
	쇼핑환경 패널 모니터링을 통한 서비스 품질 관리	사업소별 서비스 운영 기준 재설정
신규 서비스	채팅 상담 서비스 안정화	채팅 상담 응대 매뉴얼을 통한 상담 효율성 강화
	AI 챗봇 솔루션 도입	2022년 베타서비스 및 2023년 정식 서비스 오픈

### 고객 불만 개선 사례(유아용 발 받침)<sup>1)</sup>



1) 본점, 무역센터점(면세점), 더현대 서울

## VOC 경영

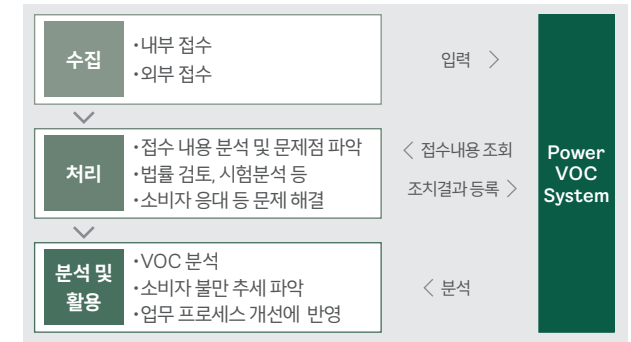
### VOC 관리

현대백화점은 고객이 불만사항을 접수하면 시급성, 파급성 등에 따라 중요도를 구분하여 VOC 시스템에 등록하고 관리합니다. 중요한 소비자 불만에 대해서는 유관부서와의 협의를 통한 효율적인 해결을 권고합니다. 현대백화점은 VOC를 분석하여 주요 위험 파악에 사용하고 개선 필요 사항을 도출하여 사업계획 수립 시 반영합니다.

### 단계별 소비자 불만 처리 방침

중요도	Step 1	Step 2	Step 3
내용	귀책사유 확인 후 협력사와 조치 범위 협의	발생부서와 상담실이 협의하여 대응안 수립	점장 보고 후 백화점 공식 입장 응대
책임자	발생부서 담당 (파트장)	발생부서 팀장	발생점장

### VOC 처리프로세스



### 공개형 VOC 게시판 운영

현대백화점은 업계 유일하게 공개형 VOC 게시판을 운영하며 고객 불만 접수 방식과 처리 결과를 투명하게 공개하고 있습니다. 해당 공로를 인정 받아 2022년과 2023년 디지털 조선일보 '소비자가 뽑은 가장 신뢰하는 브랜드 대상'에 선정되며 11년 연속 수상을 기록하였습니다.

공개형 VOC 게시판

### VOC 접수 및 처리 현황

구분	단위	2020	2021	2022
VOC 접수 건수	건	22,778	24,703	23,721
VOC 처리 현황	%	100	100	100

### 2022년 VOC 유형 상세

구분	만족	불만족
문의	2,595건	10,687건
문의	8,928건	1,511건

# 고객

## 고객 편의를 최우선으로 하는 현대백화점 온라인 포털사이트, '현대백화점 홈페이지'

### 편리한 메뉴 구성

현대백화점 홈페이지는 백화점 영업 및 쇼핑 정보, 문화 이벤트 현황, 매거진 콘텐츠 등 백화점을 이용하는 고객이 필요로 하는 정보를 한눈에 확인할 수 있는 포털 사이트입니다. 현대백화점 홈페이지는 2023년 4월 더욱 편리한 정보 접근과 고객에게 유용한 콘텐츠를 강화하며 새단장을 마쳤습니다. 방문 고객의 패턴을 분석하여 자주 이용하는 메뉴에 대한 접근이 쉬워지도록 구성을 하였고, 모바일-태블릿PC 등 접속 기기가 다양해진 것을 고려하여 디바이스에 구애받지 않고 편리하게 이용할 수 있도록 UI를 개선했습니다. 또한 고객들의 관심사를 반영하기 위하여 최근 1년간 고객 검색어 순위를 분석하였고, 팝업스토어 및 전시 관련 검색어가 많았던 것을 참고하여 전점의 주요 팝업스토어, 문화 행사 현황을 안내하는 메뉴를 신설하였습니다. 온오프라인 쇼핑의 유기적 연계를 위해 더현대닷컴투홍 등 커머스 플랫폼으로의 연결 요소를 곳곳에 배치하여 고객의 생활패턴에 맞는 쇼핑 형태를 편리하게 선택할 수 있도록 설계하였습니다.

### 다채로운 콘텐츠

현대백화점 홈페이지는 고객의 일상에 도움이 되는 정보를 제공하고 다양한 라이프스타일 콘텐츠를 제작하고 있습니다. 최근 트렌드와 그에 맞는 상품 및 이벤트 정보를 제공하는 '3분 쇼핑' 콘텐츠와 식재료에 대한 심도 깊은 이야기를 다루는 '그로서리 가이드(Grocery guide)'를 정기적으로 발행하고 있습니다. 이 외에도 프리미엄 쇼핑 매거진 '스타일H'와 지역 기반 스토리를 소개하는 '에티토리얼 디파트먼트'도 홈페이지를 통해 만날 수 있습니다.

### 세련되고 직관적인 디자인

또 하나의 주요한 변화 포인트는 디자인에 현대백화점의 시그니처 컬러인 '그린'을 적극 활용해 사이트 이용 시 현대백화점의 아이덴티티를 느낄 수 있도록 하였고, 메뉴의 직관적인 인지를 위하여 아이콘과 이미지 활용을 강화했습니다. 홈페이지의 디자인 요소는 추후 현대백화점 앱과 SNS에서도 통일감 있게 사용하여 현대백화점 관련 채널을 이용하는 고객에게 일관된 시각 경험을 제공할 예정입니다.



3분 쇼핑



그로서리 가이드



홈페이지 디자인 리뉴얼 안내 사진

# 고객

## 트렌드를 이끄는 SNS 선두주자

### 잘파세대부터 프리미엄 시니어까지, 트렌드로 소통합니다

백화점은 사람들의 생활과 가장 밀접하게 이어진 비즈니스로, 현대백화점은 늘 시대의 트렌드를 읽고 보다 나은 라이프스타일을 고객에게 선보이기 위해 고민합니다. 다양한 세대와 연령을 아울러 고객과 호응하고 소통하기 위해 상품, 취향, 예술, ESG 등 일상과 맞닿은 모든 분야에서 정확한 콘텐츠를 만들어 알리고 있습니다.

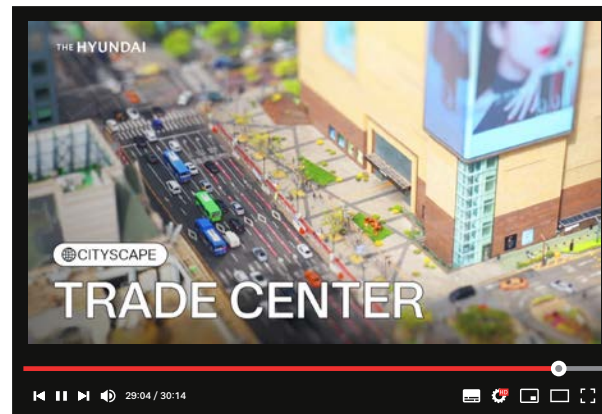
요즘 SNS는 MZ나 잘파 등 특정 세대 뿐 아니라 기성 세대들도 널리 이용하고 있습니다. 현대백화점은 인스타그램(50만 명), 유튜브(12만 명), 카카오톡(200만 명) 등 모든 채널에서 업계 최다 수준의 팔로워를 보유하고, 고객으로부터 공감과 지지를 받는 트렌드 콘텐츠를 발행하고 있습니다. 여기에 더현대 서울로 대표되는 Z세대의 폭발적 팬덤도 지속 확장되고 있습니다. 현대백화점은 수준 높은 SNS 콘텐츠로 차별화된 공간 기획, 글로벌 협업, 리테일 트렌드 등 다양한 분야에서 소통하며 고객과의 커뮤니케이션을 확장해 나갑니다.



백화점과 아티스트의 협업, 일상에 가까워진 예술 세계 표현



고객 행복을 위해 현대백화점과 협력사가 기울인 노력을 다큐로 조명



도시의 전경과 현대의 모습을 감각적으로 비춘 플레이리스트



트렌드를 이끄는 인플루언서가 백화점에서 보내는 일상



# 협력사

## 공정거래

### 공정거래 자율준수 체계 확립

현대백화점은 공정하고 투명한 거래 환경 조성을 위해 대규모유통업법 등 공정거래 관련 법률 및 행정예규 등을 기반으로 한 '공정거래 업무기준'을 수립하여 대내외 공표 후 실무에 적용하고 있습니다.

또한, '공정거래 자율준수 관리자(상품본부장)'를 중심으로 공정거래 업무를 전담하는 '공정거래 자율준수 조직' 구성 및 본사·사업소 부서 별 동반상승위원 선임을 통하여, 법 위반 행위 사전 예방 및 감시 활동을 위한 공정거래 자율준수 체계를 확립하였습니다.

### 공정거래 자율준수 추진 조직



### 신규 협력사 ESG 관리

신규 협력사 수<sup>1)</sup>

상품 부문 협력사<sup>2)</sup>

1,319개사

지원 부문 협력사<sup>3)</sup>

134개사

- 1) 현대백화점+현대아울렛 기준
- 2) 상품 거래 또는 입점거래를 체결한 협력사
- 3) 공사, 설계, 감리, 가구 및 비품 구매, IT, VMD, 인쇄 등 담당 협력사

### 거래계약서 반영

#### 계약서 내 포괄적 윤리경영 준수사항 내용

- 특약매입거래계약서 18조(윤리적인 거래)
- 특약매입거래계약서 28조(계약의 유효기간 및 갱신)
- 불공정 거래행위 및 비윤리적인 거래행위 객관적 확인 시 계약 갱신 거절

### 공정거래 자율준수 활동 수행

현대백화점은 공정거래 질서 확립을 위한 다양한 자율준수 활동을 수행하고 있습니다.

#### 사업소 공정거래 점검(2022년)

- 사업소대상 공정거래 법률 및 업무기준 준수 여부 점검, 사업소 평가반영을 통한 사전 법위반 예방 활동 수행(백화점 16개점, 아울렛 8개점 대상)
- ① 현장 점검 ② 서면 점검 ③ 공정거래 업무 이해도 평가

#### 임직원 대상 공정거래 교육(2022년)

- 직무, 직급별 맞춤형 공정거래 교육을 통한 임직원 역량 강화
- 상품본부 및 디지털사업본부 바이어, 사업소 담당자, 신입 및 인턴사원 대상 공정거래 교육 수행

#### 표준거래계약서 도입 및 운영

- 공정거래위원회 표준거래계약서 및 관련 법률 내용을 준용한 표준거래계약서 운영(개정사항 지속 반영)
- 2022년 공정거래위원회 표준거래계약서 일부 개정사항 당사 표준거래계약서상 반영 완료 (감염병 확산 등에 따른 임차인 계약 중도해지권 및 위약금 감액요청권 규정)

### 공정거래 신문고 운영

현대백화점은 공정거래 신문고를 통하여 임직원의 부정 비리 행위 및 회사 거래와 관련한 불이익 사항을 제보받고 있으며, 제보자 신원에 대하여 철저한 비밀 유지를 원칙으로 합니다.

#### 공정거래 위반 신고 사항

- 판촉비용 부당 강요
- 인테리어 비용 부당 강요
- 부당한 계약 변경 행위
- 부당한 강요 행위
- 부당한 감액 행위
- 부당한 반품 행위
- 부당한 대금 지급 지연
- 경영간섭 및 사업활동 방해
- 부당한 거래 중단
- 기타 우월적 거래 지위 남용 행위
- 중간유통업자(벤더)를 통한 납품유도 행위

### 2022년 공정거래 신고 현황

신고<sup>1)</sup>

1건

처리율

100%

1) 사은행사 관련 불만

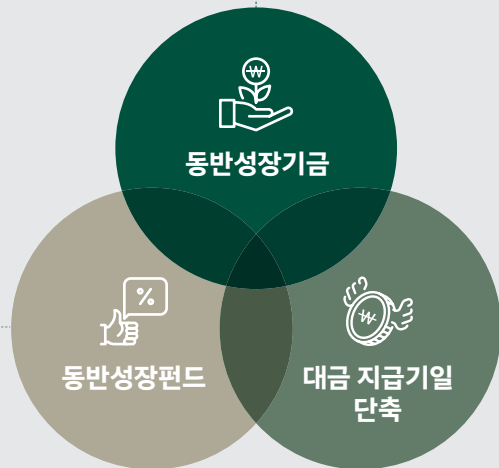
# 협력사

## 동반성장

### 자금 지원

현대백화점은 원·부자재 구입, 생산시설 확충 등 협력사의 경영활동을 지원하기 위해 2014년부터 운영자금을 무이자로 대출해주는 제도를 운영하고 있으며, 연간 **60억 원** 규모로 지원하고 있습니다.

(협력사별 최대 3억 원)



현대백화점과 시중 은행 4개 사가 공동으로 180억 원의 펀드를 조성하여 협력사가 대출 진행 시 우대금리를 제공하는 제도입니다. (협력사별 최대 5억 원)

현대백화점은 동반성장 협약을 체결한 약 320여 개 중소협력사의 자금 부담을 완화하고자 특약매입거래계약 기준 **익월 30일자 지급되는 대금을 20일 앞당겨, 익월 10일자에 지급**하고 있습니다.

### 경영 지원

#### 협업사업 (H-armony)

현대백화점은 소비자 트렌드 변화에 대응하고, 양시간 경쟁력 강화를 위해 우수 중소협력사와 함께 신상품 개발 등의 새로운 사업을 추진하며, 관련 사업비를 지원해주는 H-armony 제도를 운영하고 있습니다. 연간 3억 원 규모로 운영되고 있으며, 2022년에는 약 10여 건의 사업을 추진하였습니다.

#### 자율적 판매수수료 인하

현대백화점은 중소협력사의 경영부담을 최소화하고 안정적인 매장 운영을 위해 2011년부터 자율적 판매수수료 인하 프로그램인 '상생마진' 제도를 운영하고 있습니다. 연 1회 대상을 선정하며, 지난 한 해 약 12억 원 규모의 지원을 진행하였습니다. 그 외에도 영업 환경이 급격하게 악화된 협력사에 대해서는 별도의 협의를 통해 판매 수수료 및 관리비 인하를 수시로 지원하고 있습니다.

#### 영업전략 설명회&소통 강화

현대백화점은 협력사와의 공감대 형성 및 시너지 창출을 위해 매년 영업전략 설명회를 개최하고 있습니다. 당해 연도 주요 추진 사업 방향성 뿐만 아니라 트렌드 자료, 동반성장 지원 사업 등을 함께 안내하고 있으며, 2022년에는 온라인 방식으로 진행하여 177개 협력사 196명이 참여하였습니다. 뿐만 아니라 다양한 채널을 통해 동반성장 프로그램을 소개하고 있으며, 주기적인 안내를 통해 협력사와 함께 성장하기 위한 노력을 기울이고 있습니다.

#### 대전 아울렛 입점 협력사원 대상 생활안정자금 지원

#### SPECIAL CASE

현대백화점은 지난 2022년 9월 현대프리미엄아울렛 대전점에서 발생한 화재로 영업이 중단된 협력사의 피해를 최소화 하고 판매사원의 안정적인 생활을 지원하고자 2022년 11월부터 2023년 6월까지 총 8차에 걸쳐 약 60억 원의 생활 안정자금을 지원하였습니다. 또한 해당 기간동안 도급비를 지속 지급하고, 부대시설 복구에 만전을 기하는 등 책임감 있는 자세로 영업 정상화를 위해 노력하였습니다.

# 협력사

## 동반성장

### 판로 지원

현대백화점은 소상공인들의 판로 확대를 위해 SNS, 로드샵 기반의 젊고 트렌디한 중소 브랜드를 발굴하여 판로를 지원하는 '위마켓'을 운영하고 있습니다. 당사가 직접 큐레이팅하여 상품의 가치를 높이고, 신상품 개발 지원 및 다양한 마케팅 활동 전개 등의 노력을 기울이고 있으며, 2022년 약 150억 원의 매출을 달성하였습니다.

또한, 중소기업유통센터와 연계하여 2016년부터 업계 최초로 중소기업 전용매장인 '판판샵'을 운영하고 있습니다. 이를 통해 참신한 아이디어와 차별화된 디자인을 갖춘 상품들의 판로를 지원하여, 2022년 약 8억 원의 매출 실적을 기록하였습니다.

이 외에도 동행축제, 코리아세일페스타 등 정부 주도의 전국 단위 행사에도 적극 참여하고 있으며 지자체, 진흥원 등과 연계한 식품 위생 컨설팅 지원, 지역소재 소상공인 판로전을 개최하는 등의 노력을 기울이고 있습니다.

### 복지 지원

#### 열정 장학금

현대백화점은 2014년 유통업계 최초로 임직원 자녀 대상 장학금 지원사업을 운영하고 있으며, 초·중·고·대학생을 대상으로 성적, 특기, 챌린저 각 분야별 장학생을 선발하여 지원하고 있습니다. 특히 2022년에는 설문조사를 통해 협력사의 의견을 반영하여 지원 금액과 대상을 확대하였고, 현재까지 총 1,663명의 장학생에게 약 27억 원의 장학금을 지원하였습니다.



열정장학금 전달식

#### 우수 협력사원 지원

현대백화점은 우수 협력사원의 근무 만족도를 높이기 위해 반기별로 근무환경 관련 설문 조사를 진행하고 있으며, 사업소별 시각장애 안마사가 안마 서비스를 제공하는 헬스키퍼 제도를 운영하고 있습니다. 뿐만 아니라 협력사원 대상 각종 포상 제도와 함께 상담 제도 EAP(Employee Assistance Program)를 제공하고, 협력사원 경조사, 임산부 전용 공간 신설 등 다양한 지원 활동을 펼치고 있습니다.



더현대 서울 B2F 위마켓

# 협력사

## 협력사 지원

### 협력사 지원 현황

구분	단위	2020	2021	2022	
지원 부문 협력사 수	협력사	개	3,102	3,270	3,404
	주요 협력사 <sup>1)</sup>	개	783	794	814
지원 부문 협력사 발주 금액	억 원	4,276.0	1,796.0	1,944.0	
상품 부문 협력사 수	협력사	개	4,429	4,352	5,096
	주요 협력사 <sup>2)</sup>	개	317	313	314
자금 지원	동반성장기금	억 원	39.0	40.0	57.0
	동반성장펀드	억 원	129.0	123.0	110.0
판로 지원	중소기업제품 행사	억 원	8.8	10.5	9.8
	코리아 패션마켓 <sup>3)</sup>	억 원	8.5	12.1	-
동반성장 지원 금액	로컬푸드 매장 운영	억 원	14.4	17.4	22.0
	교육 및 컨설팅 지원	억 원	0.1	0.2	0.2
경영 지원	협업사업 <sup>4)</sup>	억 원	1.0	1.6	1.9
	중소기업 마진인하	억 원	11.4	11.2	11.4
복지 지원	가족 사랑 프로그램 <sup>5)</sup>	억 원	1.3	1.9	3.7
	우수협력사원 포상	억 원	2.6	2.9	3.5
	협력사 공로상	억 원	1.1	1.3	1.5

1) 연간 최소 2회 이상 입찰에 참여한 협력사  
 2) 당사와 공정거래 및 동반성장 협약을 체결한 중소기업사로, 2022년부터 한우소핑 포함  
 3) 2022년 미진행  
 4) 인테리어 지원 포함  
 5) 자녀 장학금, 난치병 자녀 의료비 지원

## 상생경영

### 명인명촌

현대백화점은 (주)다리와사람들과 협력하여 프리미엄 전통 식품 브랜드 '명인명촌'을 만들어 현대백화점 전 점포에서 운영하고 있습니다. 명인명촌에서는 각 지역별 명인이 차별화된 방식으로 생산한 전통 식품을 판매하고 있으며, 이를 통해 지역 장인 및 지역 농가에 대한 안정적인 판로를 지원하여 지역경제 활성화에 기여하고 있습니다. 더불어 원료 재배와 유통, 판매 등의 과정에서 고용을 창출하여 사회적 가치 또한 증진시키고 있습니다.



### 명인명촌 주요 성과

지역  
48개

상품 종류  
250여 개

연매출  
110억 원

명인  
70명

# 지역사회

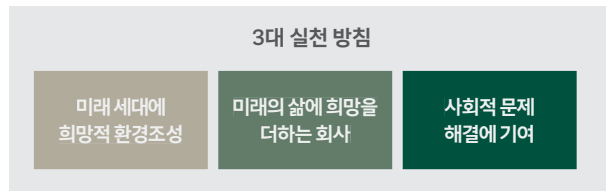
## 사회공헌 체계

### 사회적가치 창출 전략 및 방침

현대백화점은 '고객을 행복하게 세상을 풍요롭게'라는 기업 미션 달성을 위하여 지역사회와 적극적인 협력과 소통을 통해 현안을 발굴하고, 이를 해결하기 위한 다양한 사회공헌활동을 펼치고 있습니다.

### 실천가치

함께 키우는 꿈 '미래의 희망찬 꿈을 Dream'



## 사회공헌 활동

### 기후위기 취약계층 지원사업

현대백화점은 환경부의 '기후위기 취약계층 지원사업'에 발맞추어 고려대학교와 기후위기 대응 및 ESG 가치 실천을 위한 업무협약(MOU)를 체결하였습니다. 2022년에는 취약계층의 혹서·혹한기를 대비한 봉사 활동을 총 2회 진행하였습니다. 아울러 2024년까지 3년간 고려대학교가 추진하는 기후환경분야 사회공헌활동 수행과 ESG 가치 실천 및 확산에 대한 연구 등에 총 3억 원 규모의 후원을 추진하려 합니다. 사회적 약자는 기후위기로 인한 피해에 특히 취약하기 때문에 당사는 이들을 위한 지속적인 관심과 지원 활동을 이어나갈 계획입니다.

### 결연 아동 기관 학습 지원

현대백화점은 각 점포별로 결연을 맺고 있는 아동 기관에 맞춤형 물품을 후원하여 나눔의 가치를 이어가고 있습니다. 매 월 각 점별 담당자가 결연 기관과 소통하여 아동 학습에 도움이 되는 교구를 파악해 전달하였고, 강사비도 함께 지원하였습니다.

### 사회공헌 운영실적

구분	단위	2020	2021	2022	
재단운영실적	아동 복지사업	백만 원	2,396	2,508	2,570
	한부모가정 지원사업	백만 원	376	378	626
	장애인 복지사업	백만 원	211	221	283
	저소득층 지원사업	백만 원	576	668	205
	기타	백만 원	258	173	372

### 청각장애인 지원

현대백화점은 2012년부터 사단법인 사랑의달팽이를 정기적으로 후원하여 청각장애 아동 수술비 및 재활 치료비를 지원하고 있습니다. 2022년까지 총 17억 원을 지원하여 193명의 아이들에게 소리를 찾아주었습니다. 특히 올해는 청각장애인 바리스타가 운영하는 '소리숲 카페'를 후원하며 청각장애인의 사회 적응 및 진출을 도왔으며, 청각장애에 대한 대중의 편견과 오해를 덜어내기 위해 인식 개선 브랜드 웹툰 제작 지원과 서명 캠페인을 진행하였습니다.

### 유기견 돌봄 프로젝트

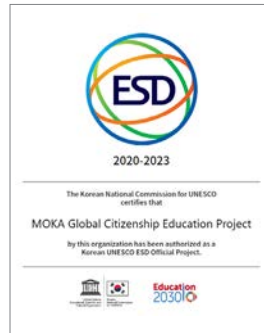
현대백화점은 2019년부터 유기견 건강돌봄 프로그램을 통해 유기견 건강에 필수적인 예방 접종과 심장사상충 약을 지원하고 있으며, 현대백화점그룹 통합 멤버십 H.Point 애플리케이션의 포인트 기부 시스템을 활용해 2022년에는 약 1만 명의 고객 참여로 2천 3백만 원을 기부하였습니다. 더불어 결연 기관인 '동물권행동 카라'와의 지속적인 협력을 통해 유기견들이 건강하게 새로운 가족을 찾을 수 있도록 적극적으로 돕고 있으며, 특히 올해는 유기견 입양 활성화 영상 콘텐츠 'I'm Ready'를 제작해 유기견 입양에 대한 홍보 및 캠페인을 진행하였습니다.

# 지역사회

## 사회공헌 활동

### 현대어린이책미술관 MOKA

2015년 현대백화점은 지역사회에 공헌하고 문화예술을 지원하기 위하여 문화교육공간인 '현대어린이책미술관 MOKA'를 설립하였습니다. 책 속의 문학적 상상력과 예술적 감수성을 자극하는 다양한 전시와 교육 등을 운영하며 다양한 이해관계자들에게 문화예술 사회공헌 프로그램을 제공합니다. 특히 유네스코의 지속가능발전교육 공식 프로젝트인 'MOKA 세계시민교육 프로젝트'와 'MOKA 움직이는 미술관'을 운영하고, MOKA 가든에서 다채로운 식물 문화 교육을 선보이며 ESG경영에 발맞추고 있습니다.



MOKA 세계시민교육 프로젝트



MOKA 어린이 교육 프로그램

### 현대어린이책미술관 MOKA 사회공헌 현황

구분	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	정량적 결과
지역사회 공헌	지역아동센터 전시 관람 및 교육 지원	●	●	●	●	●	●	●	총 인원: 6,000명(2022년 1,500명) → 성남시 지역아동센터 대상 정기 교육, 전국구 지역아동센터 대상 교육 지원
	특수 아동 및 청소년 교육 지원			●	●	●	●	●	총 인원: 816명(2022년 179명) → 경기도 특수학교 대상 정기 교육, 전국구 특수학교 대상 교육 지원
	MOKA 세계시민교육 프로젝트, MOKA 움직이는 미술관			●	●	●	●	●	총 인원: 843,357명 → 전국 어린이 대상 <보따리 바캉스> 전시 및 <MOKA와의 세계여행> 교육 지원 총 인원: 10,874명 → 전국 유치원, 초등학교 대상 교육 지원
문화예술 지원	Artist Together	●	●				●	●	총 인원: 62,526명(2021-2022년) → 보따리바캉스 온라인 전시 참여 창작, MOKA 패턴프로젝트, MOKA 아트컬렉션 등 현대작가와 어린이 협업 아트북 제작(2016-2017년)
	신진작가예술 지원 <언-프린티드 아이디어>			●	●	●	●	●	총 인원: 37명
기업 문화 복지 및 자원봉사	임직원 전시 관람 및 교육 지원 <MOKA WEEKEND>	●	●	●	●	●	●	●	총 인원: 7,078명(2022년 1,628명) → 현대백화점 포함 12개 계열사 임직원 가족 대상 전시 관람 및 교육 지원
	임직원 봉사: 파랑새 캠페인				●	●			총 인원: 60,240명
	자원봉사 도슨트 양성	●	●	●	●	●			총 인원: 23,892명

# 지역사회

## 로컬 문화 웹 매거진 '에디토리얼 디파트먼트'

### SPECIAL CASE

'에디토리얼 디파트먼트'는 현대백화점과 로우프레스<sup>1)</sup>가 함께 개발한 로컬 문화 웹 매거진입니다. 2022년 하반기 대구점을 더현대 대구로 리노베이션하며 대구 지역 사회에 새롭게 다가가고자 하는 의도로 기획되었습니다.

편집자의(에디토리얼) 백화점(디파트먼트)이란 의미를 담은 웹 매거진의 제목 아래 2022년 11월부터 2023년 10월까지 약 1년 동안 대구 지역의 인물, 가게, 문화를 소개합니다. 유서 깊은 문화 생산자 및 젊은 창작자의 인터뷰와 매력적인 골목 가게 리스트 그리고 건축가 황두진과 미술평론가 임근준 등 분야별 전문 필자의 취재 칼럼, 대구 태생 소설가 정지돈 등의 여행 에세이, 국내·외 유명 일러스트레이터의 삽화는 대구 로컬 커뮤니티에 더현대 대구를 보다 깊고 새롭게 알립니다.

1) 크리에이티브 출판 브랜드



### 에디토리얼 디파트먼트 주요 성과

월간 접속자 수

5만 명

참여 지역 창작자

16명

참여 지역 상점

88점

참여 필자

19명

산학협력

영남대 시각디자인과 워크숍과 인턴 기자 실습

백화점 콘텐츠 연계

더현대 서울 / 더현대 대구 CH1985 클래스 연계  
(박선영 필자, 카페더시즈, 딥커피로스터즈)



①	③	⑥
	④	
②	⑤	

- ① 더현대 대구 백준현 책임, 김유진 선임
- ② 대구 식당 '카페더시즈'  
(문화센터 강좌 연계)
- ③ 일본 일러스트레이터 '키우치 타츠로'의  
대구 미술작가 삽화
- ④ 대구 기반 산업체 일광전구  
김홍도, 김시연 부자
- ⑤ 대구 카페 '딥커피로스터즈'  
(문화센터 강좌 연계)
- ⑥ 프랑스 일러스트레이터 '티보 에렘'의  
대구 분식 삽화

# 지배구조

## 이사회 구성

사외이사를 중심으로 운영하는 현대백화점의 이사회는 주주총회와 더불어 최고의사결정기구입니다. 신속한 의사 결정을 통한 주주가치 제고를 위해 대표이사가 이사회 의장으로 재임 중이며 사외이사는 3인 이상으로 하되 이사 총수의 과반수가 되도록 하여야 한다는 상법 제542조의 8에 따라 2023년 3월 기준 이사회 총원 9인 중 과반수 이상인 5인을 사외이사로 구성하였습니다. 사내이사 선임의 경우 역량 검증 후 이사회의 추천을 통해 주주총회에서 개별 안건으로 상정하며, 사외이사의 경우 사외이사후보 추천위원회의 추천을 받은 후보 중 경영, 경제, 유통, 회계, 재무, 법률, 행정 등 관련 분야의 전문지식 및 경험이 풍부한 자를 주주총회를 통해 선임합니다. 이사의 임기는 2년이며 총 연임기간은 6년을 초과할 수 없습니다. 더불어 상법 제542조의 8 제2항 및 동법 시행령 제34조 제5항에 규정된 겸직 관련 요건에 의거, 사외이사는 현대백화점을 포함하여 2개 법인까지 겸직이 가능하며 겸직 여부는 기업지배구조보고서를 통해 모든 이해관계자들에게 공개하고 있습니다.

### 이사회 구성 및 역량

직위	성명	성별	출생연도	최초 선임일	임기 만료일	주요 경력	역량 측정 지표(Board Skills Matrix)						
							경영, 리더십	리스크 관리, ESG	회계, 재무 세무, 금융	법률, 규제	유통, 마케팅	디지털, IT	독립성
사내이사	정지선	남	1972.10.	2002.11.02.	2024.03.28.	현대백화점그룹 회장(대표이사) 前) 현대백화점 기획조정본부 본부장	●	●			●		
	김형중	남	1960.06.	2020.03.25.	2024.03.28.	현대백화점 사장(대표이사)	●	●	●		●		
	장호진	남	1962.07.	2020.03.25.	2024.03.28.	현대백화점 사장(대표이사) 현대백화점 기획조정본부장	●	●	●		●		
	정지영	남	1963.05.	2023.03.28.	2025.03.27.	현대백화점 부사장	●	●			●	●	
사외이사	고봉찬	남	1962.10.	2020.03.25.	2024.03.28.	서울대학교 경영학과 교수	●	●	●				●
	방효진	남	1955.03.	2021.03.24	2025.03.27.	Bang Singapore PTE.LTD(Millenasia) 대표	●	●	●				●
	박주영	남	1962.02.	2022.03.28	2024.03.28.	송실대학교 국제처장	●	●			●		●
	권영옥	여	1976.05.	2022.03.28	2024.03.28.	숙명여대 경영학부 교수	●	●			●	●	●
	채규하	남	1965.09.	2023.03.28.	2025.03.27.	법무법인 태평양 고문 前) 공정거래위원회 사무처장	●	●		●	●		●

## 이사회 독립성, 전문성, 다양성

현대백화점은 이해관계가 없는 사외이사를 선임하기 위하여 사외이사후보추천위원회가 추천한 후보 중 상법 및 규정에 따라 이사회에서 독립성 여부를 검토한 후 주주총회에 상정하며, 이사회의 과반 이상을 사외이사로 구성하여 독립적인 의사결정을 보장하고 있습니다. 또한 2021년 개정된 상법에 의거, 선임되는 감사위원회 위원 중 1인을 이사 선임 과정에서부터 감사위원이 될 자로 분리함으로써 독립성을 강화하였습니다. 현대백화점은 전문적 역량을 갖춘 이사회를 구성하기 위해 법적 자격 요건 이상의 여러 평가항목을 검토하며, 선임 이후에도 사외이사 직무 수행에 필요한 교육을 실시하고 있습니다. 더불어 포용적이고 전략적인 의사결정을 위하여 이사 선임 시 연령, 성별, 학력, 출신 지역에 차별을 두지 않고 다양한 분야의 전문성을 갖춘 이사를 선임하고 있으며, 이사 선임의 배경은 매년 기업지배구조보고서에 투명하게 공개합니다.



# 지배구조

## 이사회 운영

현대백화점은 회사 경영에 관한 주요 사항을 결의하기 위해 매 분기마다 정기 이사회를 개최하며, 이사회 의장 및 다른 이사의 요구가 있을 경우 수시로 임시 이사회를 개최합니다. 이사회 및 위원회 개최 시 안건 등 관련 자료는 7일 전까지 통지하고 있으며, 상정된 안건과 특별한 이해관계가 있는 이사는 결의권을 행사하지 못하도록 이사회 규정에 명시하여 이해상충 가능성을 제도적으로 차단하고 있습니다. 이사회 구성원의 최소 75% 이상의 참석을 요구하고 있으며, 개별 이사의 출석 여부 및 안건에 대한 찬반여부 등 이사회 관련 내역은 사업보고서와 기업지배구조보고서를 통해 상세히 공시합니다.

### 2022년 이사회 운영 현황



### 2022년 이사회 참석률



## 이사회 산하 위원회

현대백화점은 이사회 산하에 ESG경영위원회, 내부거래위원회, 보상위원회, 사외이사후보추천위원회, 감사위원회를 두어 이사회 운영의 효율성을 제고하며 특히 감사위원회의 업무 지원 조직으로 내부회계관리팀을 두어 이사회 안건에 대한 사전 보고 및 설명, 필요한 경영정보 제공 등을 지원하고 있습니다. 위원회 중 상법상 설치 의무가 없는 ESG경영위원회, 내부거래위원회, 보상위원회는 투명한 거버넌스를 위하여 이사회가 자율적으로 설치한 위원회입니다. 각 위원회별 설치 목적, 권한, 활동 및 구성, 자격, 임명 등에 관한 세부사항은 관련 법률과 정관 및 이사회회의 결의를 통해 명문으로 규정하고 있습니다. 경영진으로부터 보고를 받아 각 위원회에서 심의 및 결의한 사항은 이사회에 보고하고 있으며, 위원회별 회의 개최 내용과 개별 이사의 출석률 등의 내역은 사업보고서와 기업지배구조보고서에 공개합니다.

<b>ESG 경영위원회</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESG 전략 및 정책 수립</li> <li>친환경 관련 투자/CSR 안전·보건 계획 심의</li> <li>ESG관련 활동에 대한 실적 및 결과 보고</li> </ul>	<b>내부거래 위원회</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>계열사간 내부거래 실적 보고</li> <li>계열사간 내부거래의 적정성 평가 및 거래 한도 심의</li> </ul>
<b>보상위원회</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>등기임원 연간 보수집행 현황 보고</li> <li>등기임원의 연간 업무 성과 평가</li> <li>주주총회에 제출할 등기임원 보수 한도 심의</li> </ul>	<b>사외이사후보 추천위원회</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>주주총회에서 선임할 사외이사 후보 검토, 선정, 추천</li> <li>이사 후보군 상시 관리 및 검증</li> </ul>
<b>감사위원회</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>이사 및 경영진의 업무 감독</li> <li>업무, 회계 감사 및 조사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>내부회계관리제도 검토 및 평가</li> <li>외부감사인 선임</li> </ul>	

### 이사회 산하 위원회 구성<sup>1)</sup>

직위	사내이사				사외이사				
	김형중	정지선	장호진	정지영	채규하	고봉찬	방효진	박주영	권영욱
ESG경영위원회				○	○		●		○
내부거래위원회	○					●	○	○	
보상위원회			○		●	○			○
사외이사후보추천위원회			○		○		●		○
감사위원회						●	○	○	

1) 2023년 3월 기준 (●: 위원장, ○: 위원)

# 지배구조

## 이사회 평가 및 보상

### 이사회 평가

현대백화점은 정기주주총회 시작 전에 이사회 및 사외이사 개별 평가를 실시합니다. 이 중 이사회 평가는 각 이사의 자기 평가 및 상호평가 방식으로 진행되며 평가 결과는 사외이사 재선임 시 고려됩니다. 평가 기준과 결과 등 자세한 내용은 사업보고서와 기업지배구조보고서에 공개하고 있습니다.

### 이사회 보상

현대백화점의 모든 이사와 감사의 보수는 주주총회에서 승인된 한도 내에서 지급하고 있으며 매년 보상위원회가 이사의 업무 성과를 평가하고 주주총회에 상정할 보수 한도를 심의합니다. CEO를 포함한 사내이사의 급여는 규정에 명시된 임원 급여 Table을 기초로 직급 근속기간 등을 반영한 금액을 이사회 승인 후 지급하며, 상여는 경영실적 등 계량적 요소와 비계량적 요소를 고려하여 지급합니다. 사외이사의 보수는 이사회에서 승인된 보수 총액 한도 내에서 담당업무, 전문성 등을 종합적으로 고려하여 지급합니다. 보수와 관련된 내용은 사업보고서 및 기업지배구조보고서에 상세히 공개하고 있습니다.

### 이사회 보상 현황

구분	단위	2020	2021	2022	
보수 총액 <sup>1)</sup>	등기이사(사외이사, 감사위원회 위원 제외)	백만 원	9,036	8,019	8,703
	인원 수	명	4	4	4
	사외이사(감사위원회 위원 제외)	백만 원	140	140	153
	인원 수	명	2	2	2
	감사위원회 위원	백만 원	210	210	230
	인원 수	명	3	3	3

1) 2021년 누계 지급액 기준

### CEO 및 직원 연봉 비율

구분	단위	2022
CEO 보수	백만 원	4,349
직원 보수 평균값 <sup>1)</sup>	백만 원	66
비율	배	65.89
CEO 보수 상승률 대비 직원 평균 보수 상승률 <sup>2)</sup>	%	97

1) CEO 보수 제외 기준

2) 전년대비

# 지배구조

## 주주 권익 보호

현대백화점은 주주가 의안을 충분히 검토할 수 있도록 상법상 규정된 2주를 넘어 주주총회 4주 전에 소집 공고를 실시합니다. 현대백화점의 모든 주식은 1주당 1의결권을 원칙으로 하며 소액주주의 의결권 보장을 위하여 전자 투표제를 시행합니다. 주주가치 제고를 위해 배당을 지속적으로 실시해오고 있으며 당기순이익 증감과 별개로 최근 3년간 주당배당금을 지속적으로 상향하였습니다. 주주의 예측가능성을 돕기 위해 2021년 배당정책을 공시하였으며 해당 내용은 사업연도 기준 2023년까지 유효합니다. 주식 발행내역, 배당, 자사주 등 주주환원정책 관련 사항은 Dart 전자공시시스템을 통해 공시하고 있으며 해당 내용을 당사 홈페이지에 연동하여 안내하며 주주의 정보 접근성을 높였습니다. 더불어 현대백화점은 활발한 IR 활동과 투자자 미팅 등 다양한 채널을 통해 소통을 강화하고 있습니다.

[현대백화점 배당정책 및 현황](#)

### 2022년 주주총회 주요 안건

- 제20기 재무제표(이익잉여금처분계산서 포함) 및 연결재무제표 승인의 건
- 정관 일부 변경의 건
- 이사 선임의 건
- 감사위원회 위원 선임의 건
- 이사 보수한도 승인의 건

### 발행 주식의 종류 및 의결권 현황<sup>1)</sup>

구분	단위	2022	
현대백화점	보통주(의결권 있는 주식)	주	21,855,186
		%	93.4
	보통주(자사주)	주	1,547,255
		%	6.6
발행주식 총수	주	23,402,441	
	%	100.0	
현대백화점면세점	보통주(의결권 있는 주식)	주	10,800,000
		%	100.0
지누스	보통주(의결권 있는 주식)	주	18,345,283
		%	97.1
	보통주(자사주)	주	555,393
		%	2.9
발행주식 총수	주	18,900,676	
	%	100.0	

1) 상법상 의결권은 1주당 1개로 하며, 차등의결권을 부여하고 있지 않음

# 윤리 · 준법경영

## 윤리경영 체계

### 윤리경영 방침

현대백화점은 윤리규범 체계를 기반으로 윤리적이고 합법적인 기업문화와 공정하고 투명한 거래 질서 확립을 실천하고자 합니다. 현대백화점은 임직원과 전체 협력사를 대상으로 윤리규범 및 행동강령 준수에 대한 모니터링을 진행하고 점검 결과에 따라 교육 등 개선 조치를 이행하고 있습니다.

**윤리헌장**

① 우리는 고객 생활 향상을 추구합니다.

③ 우리는 협력회사와 상호 발전을 도모할 것입니다.

⑤ 우리는 국가와 사회발전에 공헌할 것입니다.

② 우리는 주주의 권리와 이익을 보장할 것입니다.

④ 우리는 임직원의 보람과 행복을 중시합니다.

“우리는 현대백화점으로서의 긍지와 자부심을 갖고 인간미, 도덕성, 예의범절을 생활화하며 명예와 품위를 지키며 정직하고 공정한 자세로 업무에 임하여 건전하고 깨끗한 기업문화를 조성하는 데 노력하겠습니다.”

현대백화점 윤리헌장

윤리강령

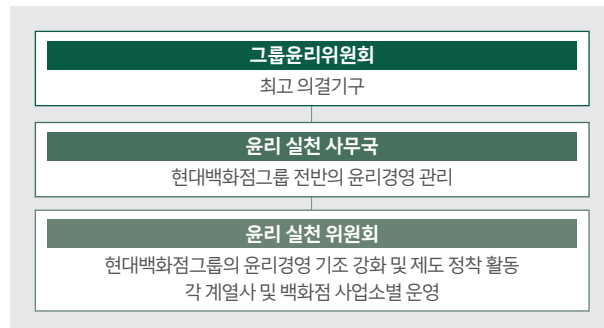
현대백화점 윤리강령

윤리실천지침

현대백화점 윤리실천지침

### 윤리경영 조직

현대백화점은 윤리경영 전담 조직을 구성하여 체계적이고 적극적으로 윤리경영을 운영하고 있습니다.



## 윤리경영 실천 활동

### 윤리경영 실천 서약

현대백화점의 전 임직원과 협력사는 윤리경영 실천 서약을 실시하고 있습니다. 임직원의 경우 연 1회 서약을 실시하며, 2022년부터는 사내망 접속 시 팝업(Pop-up) 형태로 서약서를 안내하고 있습니다. 협력사의 경우 2022년 하반기 전자계약 시스템을 리뉴얼해 계약서 내에 윤리경영 실천서약서를 첨부하여 계약 체결 시 서약을 동시에 진행하고 있습니다.

### 윤리경영 실천 서약 완료율



### 윤리경영 실천도 조사

현대백화점은 윤리경영의 실천을 위하여 매년 임직원 및 협력사 담당자, 백화점 협력사원을 대상으로 윤리경영 실천도 조사를 시행하고 있습니다. 실천도 조사 내용으로는 윤리경영 일반과 함께 해당 연도의 사회적 이슈 및 경영환경을 고려한 심화주제(이슈 아젠다)를 선정합니다.



### 윤리·법정 의무 교육 수료인원

구분	단위	2020	2021	2022
윤리교육 <sup>1)</sup>	명	297	432	413
정보보안·성희롱 예방·장애인 인식 개선 교육	명	2,970	3,150	3,412
내부회계관리 교육	명	2,776	2,628	2,959

1) 신입사원 교육, 경력사원 교육, 전문직 입문교육에만 해당함

# 윤리 · 준법경영

## 상담 및 신고

### 윤리신고센터

현대백화점은 임직원 부정 부패, 직장 내 괴롭힘, 성희롱, 불공정거래 등 모든 비윤리적·불법적 문제에 대해 상담이나 신고를 할 수 있는 윤리신고센터를 운영하고 있습니다. 윤리신고센터 홈페이지, 이메일, 전화, 우편으로 제보를 진행할 수 있으며 해당 내용은 기획조정본부 경영개선팀으로 직접 연결하여 사실 확인 조사를 실시합니다. 신고 처리 결과는 공식 홈페이지 및 사업보고서에 공개하고 있으며 무엇보다 제보자에게 불이익이 없도록 보장하고 있습니다.

 현대백화점 윤리신고센터

### 윤리경영 제보 및 처리 현황

구분	단위	2020	2021	2022	
윤리경영 제보	건	50	19	11	
제보 내용 및 처리	회사 제도 불만	건	29	15	6
	처리율	%	100	100	100
	기타	건	21	4	5
	처리율	%	100	100	100

### 제보자 보호 조치

#### 비밀 보장

- 제보자 및 제보 내용은 엄격한 보안절차에 의거 비공개로 처리됩니다.
- 제보자 동의 없이 제보자의 신분을 공개하거나 암시하는 행위를 엄격히 금지하고 있습니다.

#### 신분 보장

- 제보자가 제보로 인하여 영업활동 및 근무에 불이익이 없도록 보호하고 있습니다.
- 제보자가 제보에 따른 보호 조치를 원할 경우에는 본인의 의사를 존중하여 가능한 모든 보호 조치를 취합니다.

#### 책임 감면

- 본인이 관련된 부정, 비리 등 윤리경영 위반 사항을 제보할 경우에는 충분한 정상 참작을 통하여 합리적으로 처리하게 됩니다.

### 컴플라이언스 현황<sup>1)</sup>

구분	단위	2020	2021	2022
환경 법규 위반 <sup>2)</sup>	건	0	1	0
제품·서비스의 안전·보건 영향 관련 위반	건	0	0	0
라벨링 관련 벌금, 제재, 경고	건	0	0	0
마케팅 관련 벌금, 제재, 경고	건	0	0	0
공정거래 관련 법적 제재	건	0	0	0
고객 개인정보(PII) 유출사고 <sup>3)</sup>	건	0	1	0

1) 사업보고서 기준(개인정보 유출사고 제외)

2) 2021년: 대구 신나 방류 사건, 기소유예

3) 2021년 12월 발생한 유출사고 건으로 2022년 12월에 360만 원의 과태료 처분을 받음

# 인권경영

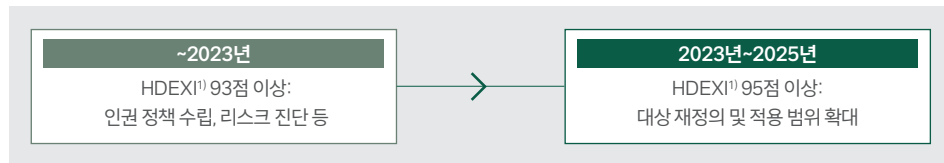
## 인권경영 정책

현대백화점은 인권을 중요시하는 세계적인 흐름에 선제적으로 대응하기 위해 글로벌 ESG평가 및 보고 이니셔티브의 기준에 따라 인권경영 정책을 수립하였습니다. 당사는 인권경영 정책을 통하여 임직원, 협력사, 소비자, 지역사회 등 모든 이해관계자의 존엄과 가치를 중시하고 보호할 것입니다.

현대백화점은 인권 관련 이슈를 사전 예방하고 개선하기 위해 노력합니다. 인권 관련 이슈를 모니터링 실시, 평가, 인식 제고를 위한 교육, 고충처리 및 구제 절차를 운영하고 있으며, 앞으로도 지속적으로 인권경영 체계를 보완하도록 하겠습니다.

 [현대백화점 인권경영 정책](#)

### 중장기 인권경영 고도화 로드맵



1) 현대백화점그룹이 수립한 자체 인권 관련 진단용 설문

## 인권경영 신고 현황

현대백화점은 윤리신고센터를 통해 임직원의 인권 이슈를 세분화하여 관리하고 있습니다.

구분	단위	2020	2021	2022
언어적 성희롱	건	1	2	3
신체적 성희롱	건	0	0	0
불편한 상황 강요	건	0	0	0
직장 내 따돌림	건	0	0	0
폭언 또는 욕설	건	4	6	4
무리한 업무 지시	건	6	3	3
처리율	%	100	100	100

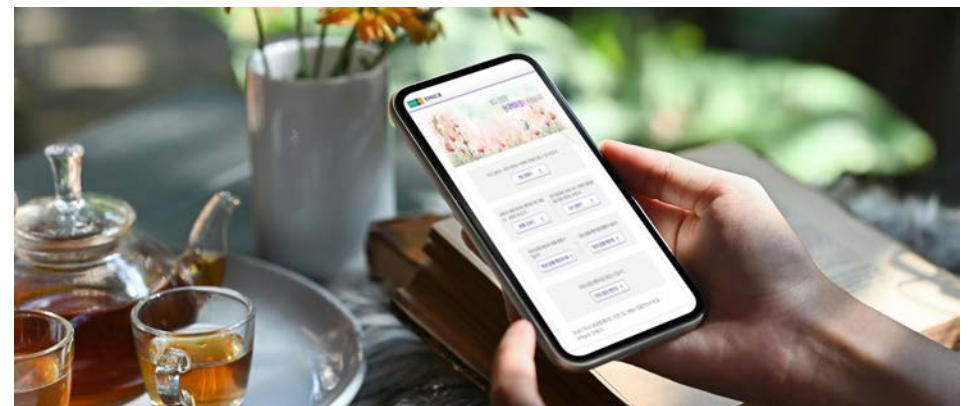
## 직장내 괴롭힘 근절을 위한 노력

### 직장 내 괴롭힘 예방·대응 규정 신설

현대백화점은 직장 내 괴롭힘 예방 및 대응 규정을 신설하였으며 사내 게시판에 게시하여 모든 임직원이 열람할 수 있도록 하고 있습니다. 또한 직장 내 괴롭힘 교육을 진행하여 조직 내 괴롭힘 근절을 위하여 노력하고 있습니다.

### 직장 내 괴롭힘 예방·대응 규정

- ① 각 사업소별 선임된 고충처리위원이 직장내 괴롭힘 예방 및 대응 업무를 수행합니다.
- ② 직장내 괴롭힘 발생 사실을 알게 된 경우, 누구든지 신고할 수 있습니다.  
- 신고 방법: 온라인 고충상담실 및 오프라인 고충처리위원
- ③ 직장내 괴롭힘이 발생하거나 신고가 접수된 경우, 절차에 따라 처리합니다.  
사건 접수 > 피해자 상담 > 조사 진행 > 적절한 조치  
- 괴롭힘 사실이 불인정될 경우, 피해자 재상담 및 고충 해소 진행
- ④ 피해 근로자 요청에 따라 조사부터 사실관계 확인 이후까지 보호조치를 이행합니다.  
- 가해자와 근무장소 분리, 유급휴가, 전환배치 등



직장내 괴롭힘 예방지침 온라인 게시판

# 안전보건

## 안전보건 체계

### 안전보건 경영

현대백화점은 '고객과 직원 모두에게 신뢰받는 안전한 환경 조성'이라는 목표 아래 안전보건 경영방침을 세워 안전하고 건강한 환경을 위해 노력하고 있습니다. 당사는 안전보건 관리규정에 따라 업무 관련 안전보건 리스크를 관리하고 있으며, 규정 적용 범위는 임직원 및 당사 사업소에 상주하는 도급업체 근로자입니다.

### 안전보건 경영방침

- 첫째, 안전한 환경을 조성하기 위해 위험요인을 사전에 진단하고 전략적 관리 방안을 도출한다.
- 둘째, 모든 직원이 안전·보건 활동에 적극 참여하는 성숙한 안전문화를 구현하고, 이를 정기적으로 평가하여 정량적 성과를 도출한다.
- 셋째, 지속적인 연구개발과 성과창출을 통해 미래 성장에 기여한다.

### 안전보건관리 조직도

현대백화점은 CEO 직속 조직이 안전보건 관리를 담당하고 있으며, 주요한 안전보건 관련 사항은 이사회가 별도로 검토하고 있습니다.



### 안전보건 관리체계 구축

현대백화점은 유통업이라는 산업 특성에 알맞은 안전보건체계를 구축을 위한 지속적인 노력을 해왔습니다. 먼저 안전보건담당을 대표이사 직속의 안전보건 전담조직으로 구성하여 각종 산업재해와 시민재해에 예방에 대한 업무를 체계적으로 관리하도록 하였고, 매년 안전보건에 관한 목표와 경영방침 및 안전보건 관리계획을 수립하여 이사회에 보고하고 승인을 받고 있습니다. 또한 안전보건 관련 지침을 지속적으로 수립·수정하고, 안전보건 관리규정 또한 개정하는 등 각 사업장에서 안전보건 확보 의무를 효율적으로 이행할 수 있도록 노력하고 있습니다.

## 안전보건 현황

### 재해·질병 발생 현황<sup>1)</sup>

구분	단위	2020	2021	2022		
임직원	연간 총 근로시간 <sup>2)</sup>	시간	6,192,160	6,464,640	6,475,040	
	산업재해율 <sup>3)</sup>	%	0	0.03	0.06	
	재해 발생 건수	중대재해 발생 건 수(비율)	건(%)	0(0)	0(0)	0(0)
		업무상 재해 사망 건 수(비율)	건(%)	0(0)	0(0)	0(0)
		업무상 재해 발생 건 수 <sup>4)</sup> (비율 <sup>5)</sup> )	건(%)	0(0)	1(0.03)	2(0.06)
질병 발생 건수	업무상 질병 사망 건 수	건	0	0	0	
	업무상 질병 발생 건 수	건	0	0	0	
협력사원	재해 발생 건수	중대재해 발생 건 수 <sup>6)</sup>	건	-	-	0
		업무상 재해 사망 건 수 <sup>7)</sup>	건	-	-	7
	질병 발생 건수	업무상 재해 발생 건 수	건	-	-	0
		업무상 질병 사망 건 수	건	-	-	0
	업무상 질병 발생 건 수	건	-	-	0	

1) 산출 기준: 현대백화점+한무쇼핑, 협력사원 데이터는 2022년부터 취함  
 2) (재해자 수/임금근로자 수)x100  
 3) (해당년도 연말기준 총 임직원 수)x(근로시간 주 40시간x52주), 협력사원은 근로시간 산정 불가  
 4) 2021년, 2022년: 단순 상해  
 5) (총 근로손실재해 건 수/총 근로시간)x200,000  
 6) 6개월 이상의 요양 혹은 재활이 필요하거나 회복이 불가능한 재해, 사망 제외  
 7) 2022년: 현대프리미엄아울렛 대전점 화재 사고로 도급사원 7인 사망

## 안전보건 리스크 대응 활동

### 비상 대응훈련

현대백화점은 안전한 환경을 조성하기 위해 다양한 비상 상황별 대응훈련을 실시하고 있습니다. 실전과 같은 훈련을 통해 당사 및 협력사 임직원, 그리고 고객의 안전을 보호할 수 있도록 현장 대응력 강화를 위해 노력하고 있습니다.

### 훈련진행 비상 상황 예시

<ul style="list-style-type: none"> <li>•매장 내 화재 발생</li> <li>•주차장 사고(전기차 화재 등)</li> <li>•누수/동파</li> <li>•실종 아동</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•정전 발생</li> <li>•시설물 탈락</li> <li>•풍수해(폭우, 폭설, 태풍 등)</li> <li>•지진 발생</li> </ul>	
--	---	--

비상 대응훈련 현장

# 안전보건

## 안전보건 리스크 대응 활동

### 유해·위험요인 확인 및 개선

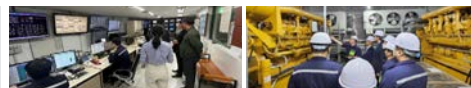
현대백화점은 임직원과 고객의 안전을 위해 사업소별 다양한 점검 및 개선활동을 진행하고 있습니다. 안전보건 관리책임자(점검) 및 관리감독자, 안전보건관리자, 노동조합으로 구성된 산업안전보건위원회를 전사에 설치하여 안전보건관리책임자의 주관으로 안전관리자와 함께 유해·위험요인에 대한 지속적인 점검과 개선 사항들을 도출 및 보완하고 있으며, 당사 및 관계수급인의 임직원 뿐 아니라 고객 대상의 시민재해 예방에도 힘쓰고 있습니다.

### 유해·위험요인 점검 항목

구분	점검 항목	주기
위험성 평가	건축물, 기계설비, 근로자의 작업행동 등 *KRAS 기법	1회/연
작업환경 측정	작업장의 유해인자 (소음/분진 등)	1회/연
순회 점검	관계 수급인 작업장 순회 점검	1회/주
합동 점검	관계 수급인과 합동으로 작업장 순회 점검	1회/분기

### 위험성 평가 확대 개편 (2023년~)

범위 산업재해 + 시민재해 예방 주기 연 1회 → 2회  
내용 이용객 관점의 위험유해 요소 점검 강화



유해·위험요인 점검 현장

### 안전보건 진단 및 평가 체계

현대백화점은 사업장의 안전보건에 대한 사항들을 정기적으로 점검 및 진단하여 안전보건 확보의무 이행에 노력하고 있습니다. '안전보건 현황 점검'으로 명명되는 정기 점검은 안전보건 전담조직의 주관으로, 현장의 안전보건 사안에 대한 진단과 피드백, 현업의 의견청취를 통해 안전보건 체계를 지속적으로 개선하는 제도로써 자리 잡았습니다. 더불어 안전보건 활동에 대해 평가하고 우수사례를 사업소간 공유할 수 있는 '안전보건평가 시스템'을 운영하고 있습니다.

### 안전보건평가 시스템 운영 현황

구분	단위	2020	2021	2022
사업소 안전보건 활동 건수	건	257	224	248
우수사례 선정 및 전사 도입 건수	건	87	68	86

## 안전보건 문화 확산

### 안전보건 교육

현대백화점은 전 임직원을 대상으로 분기별 안전보건 정기교육을 진행하고 있으며, 신규 입사자를 대상으로 별도의 안전보건 교육을 시행하고 있습니다. 또한 사업소별 관리책임자 및 관리감독자를 대상으로 외부 전문 교육기관을 통한 정기교육을 실시합니다.

### 안전보건 교육 수료 현황

구분	단위	2020	2021	2022
관리책임자 교육	명	23	24	23
관리감독자 교육	명	197	204	228
정기교육	명	2,891	2,965	2,877

### 근로자 의견청취 및 참여

현대백화점은 모든 구성원이 안전보건 활동에 참여할 수 있는 절차를 마련하고, 자유로운 의견을 제시할 수 있는 문화를 조성하고자 다양한 제도를 운영 및 시행하고 있습니다. 이러한 제도를 통해 대표이사 및 안전보건 관리·총괄 책임자가 종사자의 의견을 참고하여 안전보건에 관한 사항의 의사결정 및 정책 판단의 근거로써 활용하고 있습니다.

### 근로자 의견청취 제도

구분	세부 내용	주기
산업안전보건위원회	안전 및 보건에 관한 중요한 사항을 심의/의결	1회/분기
안전보건협의회	도급사 근로자의 의견청취, 작업장 위험요인 공유 등	1회/월
참여형 모바일 제안 채널	현장에 필요한 안전보건 지침을 제안	상시
자율 순찰제	근무지, 주요후방 자율순찰 실시 및 의견 공유	상시

### 소통형 프로그램 시행 (2023년~)

명칭 현대백화점 안전보건의 날  
주기 월 1회  
내용 월별 안전보건 테마 선정,  
첫 주 토요일 안내방송 송출



안전보건협의회 회의



# 안전보건

## 안전보건 문화 확산

### 건강한 근무 환경 조성

현대백화점은 연 1회 전체 임직원을 대상으로 건강검진을 실시하여 유소견자를 대상으로 지속적 건강관리를 지원합니다. 건강검진 이전에는 스트레스 검사를 진행하여 필요 시 상담과 치료를 지원합니다. 또한 3년마다 사업소별로 임직원의 근골격계 유해 요인 노출 여부를 조사하고 있습니다. 특히 임직원과 협력사원, 도급사원 및 가족구성원을 대상으로 EAP를 제공하여 정신건강 보호를 지원하고 있습니다. 더불어 현대백화점은 일부 사업소 내에 의무실을 운영하여 임직원과 고객의 응급 상황에 전문적으로 대처하고 있습니다.

### 안전한 문화 조성

현대백화점은 참여형 안전 콘텐츠를 제작하여 임직원들이 안전보건에 대한 사항을 손쉽게 접하고, 효율적으로 숙지할 수 있도록 노력하고 있습니다. 또한 지원부문 담당 직원들의 안전보건 전문 교육과 관련 자격증 취득을 지원하였으며, 협력 및 도급사 직원들을 대상으로 CPR 교육실습을 진행하여 안전보건 역량을 강화하였습니다.

### 안전보건 참여형 콘텐츠



모바일 퀴즈: 더(The) 안전한 퀴즈

이슈 공유 포스터: 더(The) 안전한 이야기

더(The) 안전한 대한민국

### 안전보건 역량강화 성과

구분	단위	2020	2021	2022
안전보건 자격증 취득 <sup>1)</sup>	명	5	8	15
CPR(심폐소생술) 교육수료	명	405	276	407

1) 안전보건 자격증: 산업안전기사, 소방안전관리자

### 대외협력 확대

현대백화점은 민·관이 상호 보유한 전문성과 역량에 기반한 협력체계를 구축하기 위하여 민·관의 업무협약을 주도하고 다양한 합동 훈련 등을 진행하고 있습니다. 2022년에는 행정안전부와 업무협약을 체결하여 상호 안전보건에 관한 사항들을 신속히 공유하고 상호 지원할 수 있는 체계를 구축하였습니다.



행정안전부 현대백화점 업무협약식

합동 훈련 현장

# 정보보호

## 정보보호 체계

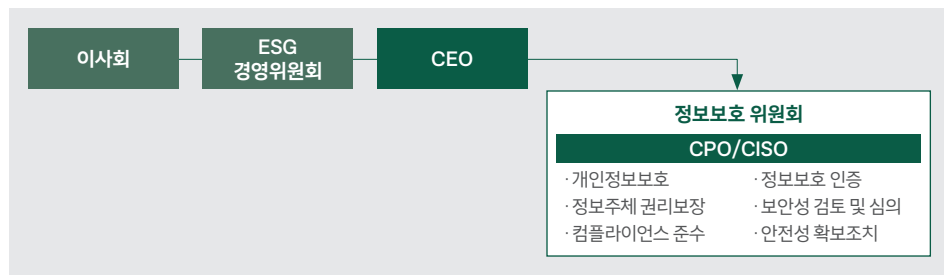
현대백화점은 서비스의 안정적인 운영과 고객 개인정보 및 프라이버시 보호를 위해 정보보호 규정 체계를 수립하여 운영하고 있으며, 최고경영진의 정보보호 의지를 담은 정보보호 선언문과 정보보호 활동의 근거를 명시한 정보보호 규정 체계를 토대로 운영 활동에 참여하고 있습니다. 또한, 현대백화점과 계약 관계에 있는 관계회사의 정보보호 정책 체계를 현대백화점의 정보보호 정책 체계와 동일하게 적용·운영할 수 있도록 가이드하고 있습니다. 현대백화점은 유통 분야의 고객정보보호 및 정보 기술 업무를 20년 이상 수행한 경력이 있는 전문인력을 CISO (정보보호최고책임자)로 지정하고 하부의 정보보호담당 실행 조직을 통해 전사 정보보호 및 고객정보보호 업무를 총괄하고 있으며, 일원화된 정보보호 거버넌스를 구축해 운영하고 있습니다. 또한 CPO(개인정보보호책임자)와 CISO를 중심으로 정보보호운영위원회를 운영하고 있으며 기업의 개인정보보호 리스크와 정보보호 리스크를 이사회와 경영진 수준에서 전사적으로 리스크를 파악하고 통제하도록 합니다.

현대백화점 개인정보 처리 방침

### 현대백화점 고객 정보보호 원칙

- ① 현대백화점은 개인정보보호를 최우선으로 한다.
- ② 현대백화점은 비즈니스 관련 법규 및 타인과 계약 시 정보보호 요구사항을 준수한다.
- ③ 현대백화점은 정보보호의 중요성을 인식하고 그에 대한 책임을 다한다.
- ④ 현대백화점은 고객 개인정보의 처리를 항상 투명하게 공개하고 책임 있게 관리한다.
- ⑤ 현대백화점은 정보 자산에 대한 불법적인 접근과 유출로부터 정보자산을 보호한다.

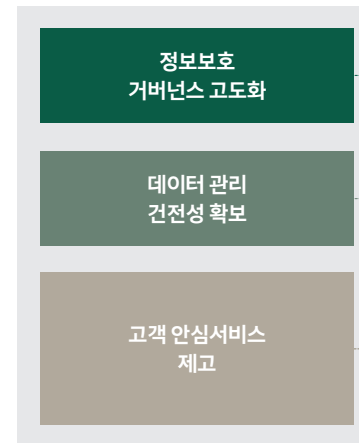
### 정보보호 조직도



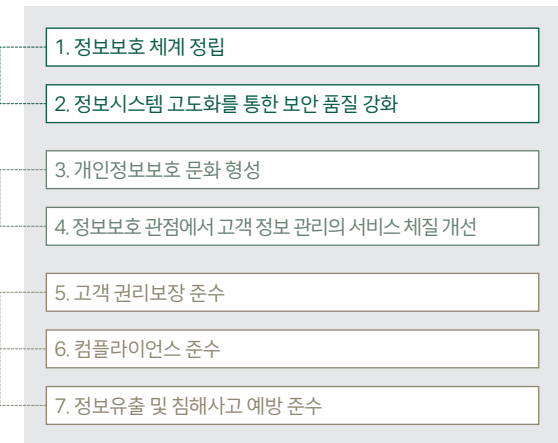
### 정보보호 2030 추진전략

현대백화점은 '고객에게 가장 신뢰받는 기업'이라는 비전과 '고객을 행복하게, 세상을 풍요롭게(VISION 2030)' 미션을 위한 정보보호 3대 추진 전략, 7대 실행과제를 수립하였습니다.

#### 정보보호 핵심 추진전략



#### 7대 실행 과제



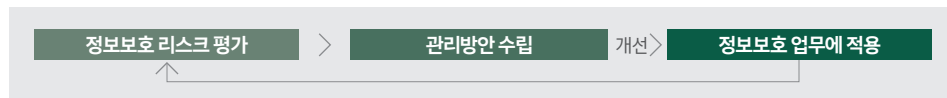
### 정보보호 정책 체계



# 정보보호

## 정보보호 체계

### 정보보호 리스크 관리 체계



### 정보보호 인증

현대백화점은 2012년부터 국내 공신력 있는 정보보호 및 개인정보보호 인증을 통해 서비스의 안정성 및 운영 체계에 대한 신뢰성을 정기적으로 검증받고 있으며, 취약점 진단, 장애 관리, 모의 해킹 진행 등을 통해 365일 24시간 보안을 원칙으로 삼고 있습니다.



## 정보보호 위험평가

현대백화점은 비즈니스의 특성 및 내·외부 주요 이해관계자의 요구사항을 반영한 체계적인 전사 위험평가 기준을 수립하고 있습니다. 서비스 특성에 맞는 대응방안 및 통제 수준을 수립하고 복합적인 위험평가 관리 프로세스를 설계함으로써 지속가능한 위험관리 수준을 유지할 예정입니다.



### 위험평가 개선사항

구분	단위	2020	2021	2022
보안 개선사항 발견 건수	건	1,483	2,733	2,601
조치 비율	%	75	64	81
미조치	건	17	548	152
조치 예정	건	350	423	325

## 정보보호 관리 활동

### 투명한 정보보호 활동 공개

현대백화점은 다양한 정보보호 활동을 고객에게 상세히 공개할 예정입니다. 정보시스템 취약성 점검, 모의해킹 등 당사의 정보보호 예방 활동을 홈페이지에 게시하고 다양한 정보보호 활동을 객관적인 측정지표로 수치화하여 공개함으로써 고객이 안심하고 현대백화점의 서비스를 이용할 수 있도록 할 계획입니다.



### 함께하는 정보보호 문화 조성

현대백화점은 게시판, 교육자료, 홍보물을 활용하여 임직원이 자발적으로 정보보호 활동에 참여하는 문화를 조성하고 있습니다. 또한 개인정보보호법에 따라 연 1회 이상 개인정보 취급자에 해당하는 임직원을 대상으로 개인정보 보호 교육을 수행하고 있으며, 전체 임직원(정규직 외 계약직, 파견직 직원, 협력 직원 모두 포함)을 대상으로 매월 개인정보보호의 날을 지정하여 교육자료를 제작해 배포하고 교육을 진행하고 있습니다.

### 정보보호 교육 의무화 기준

공통	백화점 시스템 최고관리자	책임관리자	정보보호담당	IT관리자
연 6시간	연 6시간	연 2시간	연 12시간	연 9시간

### 정보보호 교육 현황

구분	단위	2020	2021	2022	
임직원 교육	직영사원 참여 인원	명	2,970	3,150	3,279
	입점 시 교육 참여 인원	개사	3,273	3,515	3,130
협력사 교육	명	25,676	32,189	25,360	
	개인정보보호의 날 교육 참여 인원	개사	4,429	4,352	3,130
	명	37,735	39,626	25,360	

# 정보보호

## 정보보호 관리 활동

### 정보보호 주요 활동

구분	분류	내용	주기
자체 활동	ISMS-P 인증	·(개인)정보보호 관리체계 운영(P-D-C-A) 활동에 대한 객관적, 전문적, 공인된 심사기준에 의한 심사	연 1회
	정보보안 점검	·본사/사업소 정보보호 규정 준수 현황 점검 ·수탁사 개인정보 관리실태 점검	연 1회
	정보보안 교육	·전사 개인정보보호 교육	연 1회
		·협력사 개인정보보호 교육	월 1회
	정보시스템 취약점 점검	·서버/DBMS/네트워크/정보보호 시스템 대상 취약점 점검	연 1회
	스팸메일 훈련	·그룹사 공통 임직원 대상 스팸메일 훈련	분기 1회
	상시 모의해킹 점검	·그룹사 공통 모의해킹/소스코드 점검	상시
외부지원 활동	해킹 메일 훈련	·임직원 대상 최신 유행하는 사회공학적 해킹 메일 발송 훈련	연 2회 (5월/11월)

### 점검 및 모니터링

현대백화점은 전체 직원과 협력사를 대상으로 연 1회 정보보안 불시 점검을 시행하고 있으며, 객관성을 강화하기 위하여 독립적인 제3자 기관이 감사를 실시합니다. 각 사업소는 교육 및 자체 점검을 매월 진행하여 점장 및 본사 주관부서에 결과를 보고하며 본사에서는 전 지점 평가 기준으로 점검 및 평가를 진행하고 있습니다.

### 정보보호 인식 강화

임직원		협력사	
입사 시-재직 중	퇴사 시	투입 시	철수 시
보안서약서 작성(매년)	비밀 유지 서약서 작성	보안서약서 작성	비밀 유지 서약서 작성

### 개인정보보호센터 구축

2022년 9월, 현대백화점은 온라인 개인정보보호센터를 구축했습니다. 개인정보보호센터에서 고객은 본인의 개인정보 처리 현황과 당사의 개인정보보호 정책 및 활동을 쉽고 편하게 확인할 수 있습니다. 개인정보보호 처리 방침이 변경되는 경우에는 당사 홈페이지를 통해 수시로 공지하고 있습니다. 2023년에는 온라인 개인정보보호 센터 고도화가 진행중입니다. 고객이 본인의 개인정보에 대한 열람, 정정, 삭제, 처리 정지 요청을 쉽게 하도록 개선하며, 고객 개인정보의 각 처리 단계를 법적 요구사항과 함께 제공하여 직관적인 정보 전달을 위한 고도화 하고자 합니다.

### 주요 개인정보 처리 표시

개인정보의 처리 목적, 보유기간, 처리위탁 등 고객이 빈번히 사용하는 정보에 대해 라벨링을 하여 필요한 정보를 이해하기 쉽고 편하게 접근할 수 있도록 하였습니다.

### 개인정보처리방침 모음집 제작

현대백화점은 개인정보처리방침 모음집을 만들어 흩어져 있는 개인정보처리방침을 한눈에 알 수 있도록 하였습니다.

현대백화점 개인정보처리방침 모음집



개인정보처리방침 모음집

# 리스크 관리

## 통합 리스크 관리 체계

### 리스크 관리 프로세스

#### 1. 사전 예방

- 공정거래 교육, 불법행위 방지 교육 등 임직원 대상 리스크 예방 교육 실시
- 업무 가이드라인 및 법률 소식지 배포를 통한 준법 경영 지원
- 업무 수행 과정에서의 리스크 발생여부 자가 진단(각 실무부서)

#### 2. 발생/대응

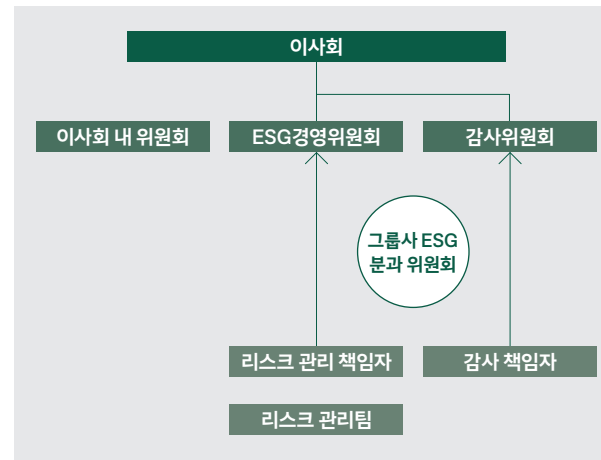
- 리스크 발생 시 사안의 종류, 중대성 등을 고려하여 리스크 관리 TF<sup>1)</sup> 구성
- 리스크 분석 및 대응방안 마련
- 대응방안에 대한 경영진 보고 및 의사결정 후 대응 실행

#### 3. 사후 조치

- 대응 실행 결과에 대한 사후 분석/평가/보고
- 리스크 관리체계 보완 및 개선, 재발방지대책 수립

1) 실무부서, 법무, 동반상승, 회계재무, 홍보실 등

### 리스크 관리 조직



## 리스크 관리 활동

### ESG 리스크 관리

현대백화점은 ESG 리스크 관리지침에 따라 업무 전반에 걸친 ESG 리스크에 대응하고 있습니다. 전사 ESG 리스크 관리를 통해 환경 변화로 인한 리스크 및 기회 요인 검토, 이해관계자의 권리 존중, 소비자 보호, 환경 보호 등의 사회적 책임 수행과 근로자의 권리 존중 삶의 질 제고 등을 위해 노력하고 있습니다. 또한 장기적으로 경영활동에 영향을 미칠 가능성이 있는 잠재 리스크(Emerging Risk)의 영향을 완화하기 위한 활동을 수행하고 있습니다.

ESG 리스크 관리지침

### 재무 리스크 관리

현대백화점은 다양한 재무 리스크를 예방하기 위해 재무 리스크 관리 프로그램을 운영합니다. 리스크 분야별 모니터링 시스템에 따라 체계적으로 관리하고 있으며 잠재적 재무 리스크 최소화에 중점을 두고 있습니다. 현대백화점은 이사회에서 승인한 재무 리스크 관리 정책을 기반으로 재무팀이 각 영업부서들과 협력하여 재무 위험을 식별하고 평가하며 재무 리스크를 예방합니다.

# 리스크 관리

## 리스크 관리 활동

### 조세 리스크 관리

현대백화점은 조세 관리 정책에 따라 조세 리스크를 관리하고 있습니다. 세금 납부 현황 및 조세 정책 승인에 대해서는 최고이사결정자인 CFO에 정기적으로 보고하며, 조세 관련 정책이 포함된 내부통제 절차에 대하여 이사회 검토 후 승인합니다.

### 조세 관리 정책

#### 조세 관리 원칙

- 현대백화점은 모든 거래가 과세당국의 법규와 규정에 입각해 이루어질 수 있도록 관련 세법을 이해하고 이를 준수합니다.
- 대내적으로 명확한 세무 기준을 정립하여 성실한 납세를 이행하고 있으며, 과세관청의 조사 및 자료 요구 시 투명하고 책임감 있게 대응하고 있습니다.
- 조세 관련 중요사항은 적극적인 내부 검토 후 필요시 외부 전문가의 자문을 거쳐 세무 리스크를 평가한 뒤 최종적인 의사 결정을 하고 있습니다.
- 매년 세금 납부 현황 등을 전자공시시스템에 투명하게 공개합니다.
- 부당한 조세 이득을 취하기 위한 행위는 하지 않습니다.
- 조세 회피를 위한 조세 피난처 등 저세율국으로의 소득 이전 행위를 하지 않습니다.

#### 조세 정책 승인 절차

- 세금 관련 전문조직인 경영지원본부 세무팀이 운영되고 있으며, 세금 납부 현황 및 조세 정책 승인에 대해서는 최고 의사 결정자인 CFO에 정기적으로 보고되고 있습니다.
- 회사의 조세 관련 정책이 포함된 내부통제 절차에 대해 이사회 검토를 거쳐 신중하게 평가 후 승인되고 있습니다.

### 납부세액

구분	단위	2020	2021	2022	
현대백화점	매출액 <sup>1)</sup>	백만 원	1,245,063	1,512,061	1,655,713
	세전이익 <sup>1)</sup>	백만 원	133,274	196,818	205,091
	미지급법인세	백만 원	31,200	47,785	58,054
	법인세비용	백만 원	31,375	44,745	44,213
	유효세율	%	23.4	24.3	28.3
한우쇼핑	매출액 <sup>1)</sup>	백만 원	505,370	591,113	633,844
	세전이익 <sup>1)</sup>	백만 원	100,466	129,497	135,675
	미지급법인세	백만 원	22,982	31,560	32,905
	법인세비용	백만 원	23,496	31,970	30,898
	유효세율	%	22.9	24.4	24.3
현대백화점 면세점	매출액 <sup>1)</sup>	백만 원	622,398	1,591,224	2,257,056
	세전이익 <sup>1)</sup>	백만 원	-98,568	-52,144	-73,625
	미지급법인세 <sup>2)</sup>	백만 원	-	-	-
	법인세비용 <sup>3)</sup>	백만 원	-	-	-
	유효세율	%	0.0	0.0	0.0
지누스	매출액 <sup>1)</sup>	백만 원	989,525	1,123,843	1,159,606
	세전이익 <sup>1)</sup>	백만 원	57,451	70,170	43,558
	미지급법인세	백만 원	12,564	8,574	58
	법인세비용	백만 원	11,662	18,513	14,186
	유효세율	%	20.3	26.4	32.6

1) 별도재무제표 기준  
2) 해당사항 없음  
3) 별도 납부세액 없음

# 경제 성과

## 신용등급

구분		2020	2021	2022
회사채	한국신용평가	AA+	AA+	AA+
	한국기업평가	AA+	AA+	AA+
	NICE신용평가	AA+	AA+	AA+
기업어음	한국신용평가	A1	A1	A1
	NICE신용평가	A1	A1	A1

## 연결재무상태표

구분	단위	2020	2021	2022
자산총계	백만 원	8,707,033	8,969,196	12,069,250
유동자산	백만 원	1,985,913	1,945,334	3,115,548
비유동자산	백만 원	6,721,120	7,023,862	8,953,702
부채총계	백만 원	3,674,741	3,743,568	5,702,019
유동부채	백만 원	2,276,222	1,978,464	3,660,251
비유동부채	백만 원	1,398,519	1,765,104	2,041,768
자본총계	백만 원	3,674,741	3,743,568	6,367,231
자본금	백만 원	3,674,741	3,743,568	117,012
자본잉여금	백만 원	612,116	612,116	612,116
이익잉여금	백만 원	3,694,780	3,869,032	4,029,644
기타포괄손익누계액	백만 원	3,074	7,490	10,614
기타자본항목	백만 원	-160,426	-184,719	-185,044
비지배지분	백만 원	765,735	804,696	1,782,889
자본과 부채총계	백만 원	8,707,033	8,969,196	12,069,250

## 연결손익계산서

구분	단위	2020	2021	2022
매출액	백만 원	2,273,152	3,572,433	5,014,124
매출원가	백만 원	844,955	1,232,154	1,676,675
매출총이익	백만 원	1,428,197	2,340,279	3,337,449
판매비와관리비	백만 원	1,292,333	2,075,914	3,016,520
영업이익(손실)	백만 원	135,864	264,365	320,929
기타수익	백만 원	52,901	58,836	95,603
기타비용	백만 원	47,671	32,680	140,709
관계기업손익	백만 원	21,142	39,039	17,534
금융수익	백만 원	20,046	31,306	44,315
금융비용	백만 원	35,360	44,005	90,960
법인세비용차감전순이익(손실)	백만 원	146,923	316,861	246,712
법인세비용	백만 원	41,866	83,472	60,685
연결당기순이익(손실)				
지배기업소유주지분	백만 원	70,322	189,377	144,081
비지배지분	백만 원	34,735	44,012	41,946
당기주당순이익				
기본주당순이익(원/주)	원	3,172	8,652	6,593
희석주당순이익(원/주)	원	3,172	8,652	6,593

# 경제 성과

## 연결포괄손익계산서

구분	단위	2020	2021	2022
당기순이익	백만 원	105,057	233,389	186,026
기타포괄손익	백만 원	-7,333	13,181	34,178
후속적으로 당기손익으로 재분류 될 수 있는 항목				
지분법잉여금 변동	백만 원	-1,688	2,584	62
파생상품평가손익	백만 원	65	227	1,155
해외사업장 외화환산손익	백만 원	0	0	-18,393
후속적으로 당기손익으로 재분류되지 않는 항목				
관계기업 재측정요소에 대한 지분	백만 원	42	927	3,119
관계기업 기타포괄손익에 대한 지분	백만 원	-106	-77	-783
기타포괄손익-공정가치 지분상품 평가손익	백만 원	-3,984	1,682	7,152
순확정급여자산(부채)의 재측정요소	백만 원	-1,663	7,837	41,866
총포괄손익	백만 원	97,724	246,569	220,20
총 포괄손익의 귀속				
지배기업소유주지분	백만 원	63,083	201,149	187,735
비지배지분	백만 원	34,641	45,421	32,469

## 주요 재무 실적

구분	단위	2020	2021	2022
자산 총계	억 원	87,070	89,692	120,692
매출액	억 원	22,732	35,724	50,141
영업이익	억 원	1,359	2,644	3,209
당기순이익	억 원	1,051	2,334	1,860

## 확정급여형 연금제도 채무 총당

구분	단위	2020	2021	2022	
현대백화점	금액예측치	백만 원	194,859	204,479	173,824
	연금축적자산	백만 원	176,990	210,214	248,229
한무쇼핑	금액예측치	백만 원	28,363	27,365	21,348
	연금축적자산	백만 원	28,788	32,405	31,745
현대백화점면세점	금액예측치	백만 원	6,689	9,173	9,770
	연금축적자산	백만 원	2,015	8,106	11,847
지누스 <sup>1)</sup>	금액예측치	백만 원	10,630	9,716	5,978
	연금축적자산	백만 원	7,987	8,892	8,513

1) 사외직립자산의 퇴직연금초과불입액 3,263백만 원은 기타비유동금융자산으로 계상함

## 5% 이상 주주의 주식 소유 현황

구분	단위	2022
정지선	주	3,998,419
	%	17.09
현대백화점	주	1,835,833
	%	7.84
현대그린푸드	주	2,819,226
	%	12.05
현대백화점	주	6,989,944
	%	36.98
지누스	주	1,258,892
	%	6.66
국민연금공단	주	947,333
	%	5.01



# 경제 성과

## 경제적 가치 배분

구분	단위	2020	2021	2022	
현대백화점 +한무쇼핑	주주 <sup>1)</sup> 배당금	백만 원	22,323	22,089	28,412
	급여 및 상여금	백만 원	206,114	219,199	258,278
	임직원 <sup>1)</sup> 복리후생비	백만 원	62,099	67,658	78,509
	퇴직급여	백만 원	28,300	27,276	26,824
	정부 <sup>1)</sup> 법인세	백만 원	41,866	83,472	60,685
	지역사회 사회공헌기금	백만 원	2,620	2,804	3,791
	협력사 구매비용 <sup>2)</sup>	백만 원	427,551	179,607	194,353
	동반성장 지원 비용 <sup>3)</sup>	백만 원	5,030	5,877	5,388
	주주 <sup>1)</sup> 배당금	백만 원	7,092	8,202	9,723
	급여 및 상여금	백만 원	77,184	93,399	104,820
지누스	임직원 <sup>1)</sup> 복리후생비	백만 원	10,707	15,031	15,760
	퇴직급여	백만 원	3,075	3,941	-1,592
	정부 <sup>1)</sup> 법인세	백만 원	11,662	18,513	14,186
	지역사회 사회공헌기금	백만 원	199	164	96

1) 연결재무제표 기준  
2) 지원 부문 협력사 발주 금액  
3) 산출기준: 협력사 동반성장 금액 중 판로 지원, 경영 지원, 복지 지원 합계액  
코리아 패션마켓 실적 대신 로컬푸드 매장 운영 실적을 반영하여 전년도 보고서의 데이터와 상이함

## R&D 투자 비용

구분	단위	2020	2021	2022	
현대백화점	연구개발 비용	백만 원	3,017	3,478	3,918
	매출액 대비 연구개발 비용	%	0.13	0.10	0.08
지누스	연구개발 비용	백만 원	3,345	4,125	6,108
	매출액 대비 연구개발 비용	%	0.34	0.37	0.53

## 주요 협회비<sup>1)</sup>

구분	단위	2020	2021	2022	
현대백화점	백화점협회	백만 원	221	223	226
	상공회의소	백만 원	93	84	109
	상장회사협의회	백만 원	14	14	14
	코엑스 MICE클러스터 위원회	백만 원	10	5	10
	청주상공회의소	백만 원	4	4	6
현대백화점 면세점	면세점협회	백만 원	51	106	160
	코엑스 MICE클러스터 위원회	백만 원	10	5	10
지누스	상장회사협의회	백만 원	8	8	8

1) 현대백화점은 기업의 정치기부금을 금지하는 국내 '정치자금법'을 준수하며 정치자금 및 로비성 자금을 일체 제공하지 않습니다. 다만 정치적으로 중립성이 보장되고 산업의 발전을 위한 공익 목적의 협회 등에 대해서는 후원하고 있습니다.

## 정부 보조금 현황

구분	단위	2020	2021	2022	
현대백화점	국고보조금	백만 원	0	0	0
	세액감면과 공제	백만 원	345	69	141
지누스	국고보조금	백만 원	0	0	0
	세액감면과 공제	백만 원	0	0	0



이해관계자 채널	91	TCFD Index	101
이중 중대성 평가	92	온실가스 배출량 검증성명서	102
UN SDGs Commitment	94	보고서 제3자 검증성명서	103
GRI Content Index	96	보고서 제작 참여부서	105
SASB Index	100	About this report	106

# APPENDIX

## 이해관계자 채널

현대백화점은 경영활동 전반에서 상호 신뢰를 바탕으로 직·간접적인 영향을 주고 받으며 지속가능한 사회환경적 가치 창출을 위해 고객, 임직원, 협력사, 지역사회, 정부·유관기관, 주주·투자자를 'ESG 파트너스'로 정하였습니다. 현대백화점은 각 파트너의 의견과 관심 사항 등을 지속적으로 파악하고 '지속가능경영보고서 2022'에 파트너들의 관심 이슈를 포함하기 위해 이들을 대상으로 설문조사를 진행하였습니다. 현대백화점은 설문 조사 및 파트너들과의 소통을 통해 모아진 의견을 ESG경영활동 전반에 지속적으로 반영하고자 노력하고 있으며, 주요 이슈에 대한 대응 계획과 이행 현황은 앞으로도 본 보고서를 통해 투명하게 공유할 계획입니다.



고객



임직원



협력사



지역사회



정부/유관기관



주주/투자자

**관심 이슈**

- 고객 맞춤형 서비스
- 고객 만족도
- 고객 건강 및 안전
- 개인정보보호

**소통 채널**

- 공식 홈페이지
- VOC 고객의 소리
- SNS(유튜브, 인스타그램, 페이스북, 블로그, 포스트)

**관심 이슈**

- 역량 개발
- 인권 및 노동 리스크
- 공정한 성과 보상
- 노사관계
- 임직원 건강 및 안전

**소통 채널**

- 노사협의회 및 단체교섭
- 사내 온라인 시스템
- 고충처리 상담 채널

**관심 이슈**

- 공정한 거래 관계
- 동반성장
- 공급망 지속가능성
- 공급망 리스크 관리
- 제품 품질 관리

**소통 채널**

- 간담회
- 협력사 커뮤니티

**관심 이슈**

- 일자리 창출
- 지역사회 농가 지원
- 사회공헌
- 환경 영향 최소화

**소통 채널**

- 사회공헌 활동
- 사회책임경영백서

**관심 이슈**

- 윤리경영
- 공정거래 자율준수
- 온실가스-에너지 관리
- 비재무 공시 강화

**소통 채널**

- 정책 관련 간담회 및 공청회

**관심 이슈**

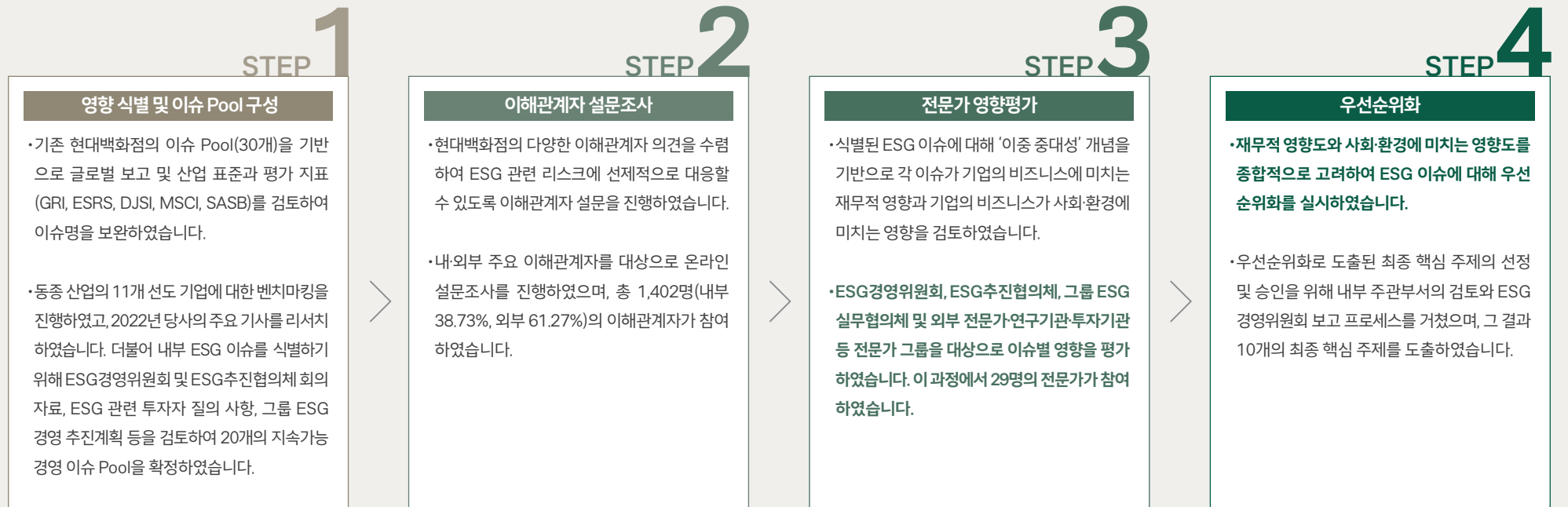
- 재무성과 창출
- 사업다각화 및 미래 성장 동력 강화
- ESG 리스크 관리
- 건전한 지배구조
- 투명한 정보 공개

**소통 채널**

- 주주총회
- 분기별 실적 발표
- IR 미팅
- IR 홈페이지

## 이중 중대성 평가

현대백화점은 ESG경영 추진에 있어 중요한 이슈를 파악하기 위해 전년도 대비 중대성평가 프로세스를 고도화 하였습니다. GRI Standards 2021에 따라 '이중 중대성' 개념을 적용하여 비즈니스와 관련된 영향을 식별하였으며, 이슈의 재무적, 사회·환경적 영향을 다면적으로 평가하였습니다.



### 전년도 대비 고도화

전문가  
영향평가  
개발

'전문가 영향평가'를 개발하여 현대백화점과 관련된 ESG 이슈가 실제로 어떠한, 그리고 얼마나 큰 영향을 미치는지 평가하였고, 현대백화점 지속가능경영에 대해 이해도가 높은 전문가를 대상으로 평가를 진행하여 설문 신뢰성을 높였습니다.

우선순위화  
고도화

핵심 주제에 대해 우선순위를 하기 위해 재무적 영향, 사회·환경적 영향으로 축을 나누어 분석하여, 재무적 관점과 외부에 미치는 영향 관점에서 관리의 중요성이 높은 이슈를 도출하였습니다.

## 이중 중대성 평가

현대백화점은 빠르게 변화는 환경에서 당사의 사업에 중요한 영향을 미치는 이슈를 적시에 파악 및 관리하기 위해 매년 중대성 평가를 실시하고 있으며, 2022년에는 전문가 영향평가를 개발하여 핵심 주제가 당사에 미치는 재무적 영향도와, 현대백화점이 주제를 다루는 과정에서 외부 가치사슬에 미치는 사회·환경적 영향의 크기를 파악하였습니다. 나아가 핵심 주제가 현대백화점의 가치사슬 중 어느 단계에 얼마나 큰 영향을 미치는지 상세히 파악하였으며 이를 지속가능경영보고서에 반영하여 영향에 대한 관리방안을 고민하고 이해관계자들과 함께 나누고자 합니다.

순위	보고 페이지	핵심 주제	전년도 핵심 주제 대비	현대백화점에 미치는 재무적 영향		사회·환경에 미치는 영향		가치사슬에 미치는 영향			
				리스크	기회	발생 가능성	영향의 심각성	소싱	운영	유통&소매	소비
1	41, 61-64	고객경험 및 만족	New	■■■	■■■■	■■■	■■■	■	■	■■■	■■■■
2	21-36, 50, 52	기후변화 대응	Existing	■■■	■■■	■■■	■■■	■	■■■■	■■■	■■■
3	42, 79-81	사업장 안전 및 보건	Existing	■■■■	■■■	■■■	■■■■	■	■■■■	■	■
4	37-39	지속가능한 포장	Existing	■■■	■■■	■■■	■■■	■	■	■■■■	■■■
5	37-40, 50, 53	폐기물 및 재활용	Existing	■■■	■■■	■■■	■■■	■	■■■	■■■	■■■
6	43, 65-68	책임있는 공급망 관리	Existing	■■■■	■■■	■■■	■■■	■■■■	■■■	■■■■	■
7	69-71, 89	사회·환경적 가치 창출	Existing	■	■■■■	■	■	■■■	■	■■■	■■■■
8	76-77	윤리·준법경영	New	■■■	■■■	■	■■■	■	■■■■	■	■
9	61-62, 77	제품 및 서비스 안전	Existing	■■■	■■■	■■■	■■■	■	■	■■■	■■■
10	82-84	정보보안 및 개인정보보호	New	■■■■	■	■■■	■■■■	■	■■■■	■	■■■■






■ Low ■■ Mid ■■■ High

## UN SDGs Commitment

UN 지속가능발전목표(UN SDGs, Sustainable Development Goals)는 국제사회가 2030년까지 UN SDGs 17가지 목표를 달성하여 지속가능한 사회를 구축하는 것을 목표로 합니다. 현대백화점은 비즈니스 전반에서 지속가능한 가치를 창출하여 UN SDGs의 달성을 위해 노력합니다. 이를 위해 실질적인 당사의 사업 특성을 고려해 ESG경영 추진 방향과 연관성이 높은 목표를 중심으로 체계적인 지속가능경영활동을 추진하고 있습니다.

UN SDGs	핵심 주제	이슈의 중요성 및 영향	UN SDGs 연계 활동
	<b>고객경험 및 만족</b>	백화점 산업에서 '고객경험과 만족'은 기업의 존속과 발전에 가장 중요한 부분을 차지합니다. 고객 만족 전략을 통해 나이, 출신 등과 관계 없이 모든 고객에게 동등하게 양질의 서비스를 제공하여 고객 만족도를 향상하는 것이 중요합니다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>고객중심경영 실천서약서 선포</li> <li>고객 행복전략 수립</li> <li>CCM(소비자중심경영) 인증</li> </ul>
 	<b>기후변화 대응</b>	장기적으로 사업을 영위하고 기업의 책임을 다하기 위해서는 기후변화를 관리하는 세계적인 움직임에 발맞추어야 합니다. 기후변화가 사업에 미치는 영향의 종류, 강도, 발생 가능성을 분석하고 리스크와 기회 요인을 도출하여 대응 전략을 수립해야 합니다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>탄소중립 중장기 로드맵 수립</li> <li>환경경영시스템 ISO 14001 인증 획득(본사, 백화점 16개소)</li> <li>전력수요관리제도 도입</li> <li>기후변화 시나리오 분석</li> </ul>
	<b>사업장 안전 및 보건</b>	임직원과 고객이 안전하고 행복한 기업을 만드는 것은 매우 중요합니다. 안전·보건 관리와 교육을 통해 관련 리스크를 예방하고 임직원의 워라밸(Work-Life Balance)을 지원하여 임직원부터 고객까지 모두가 안전하고 행복한 기업 환경을 조성할 수 있습니다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>안전시스템 및 위험관리 체계 고도화</li> <li>실내 공기질 관리</li> <li>직장 내 괴롭힘 예방대응 규정 신설</li> <li>인권경영정책 수립</li> <li>일 가정 양립 활동</li> </ul>
	<b>지속가능한 포장</b>	친환경소비를 실천하는 소비자가 증가함에 따라 지속가능한 포장재로의 전환은 기업 이미지를 향상하는 중요한 요소가 되었습니다. 우선적으로 백화점 산업 특성상 다량 사용되는 종이 쇼핑백과 식품 포장재를 친환경 포장재로 전환하여 지속가능한 포장 이슈를 관리할 수 있습니다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>독립 자원 순환 캠페인 'Project 100'</li> <li>3R 활동(Recycle, Replace, Reduce)</li> </ul>
	<b>폐기물 및 재활용</b>	기업은 폐기물 발생을 최소화하여 사회 환경에 미치는 부정적인 영향을 줄여 나가야 합니다. 자원을 재사용·재활용하고 식품 폐기물을 감축하며, 친환경적인 폐기물 처리방법을 도입하여 순환 경제를 구축하는 것이 중요합니다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>종이 영수증 발급 Zero</li> <li>직원식당 음식물 처리장비 도입(본사, 백화점 16개소)</li> <li>365 리사이클 캠페인</li> </ul>
 	<b>책임있는 공급망 관리</b>	공급망 리스크가 증가함에 따라 기업 내부의 ESG 관리를 넘어 공급망 ESG 관리가 중요해지고 있으며, 공정거래와 상생 활동도 더욱 중요해지고 있습니다. 안정적이고 장기적인 비즈니스를 위하여 책임 있는 공급망 관리가 필요합니다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>협력사 ESG평가 도입</li> <li>협력사 행동규범 제정</li> <li>공정거래 자율준수 체계 확립</li> <li>동반성장 문화 정착 및 지속 확산</li> </ul>

# UN SDGs Commitment

UN SDGs	핵심 주제	이슈의 중요성 및 영향	UN SDGs 연계 활동
	<b>사회·환경적 가치 창출</b>	가치소비를 추구하는 소비자가 증가 추세이며 이에 기업은 사회·환경적 가치 창출을 위해 노력해야 합니다. 친환경소비 뿐 아니라 비즈니스 활동 전반에서의 사회·환경적 가치를 찾는 소비자의 니즈를 충족하기 위해 노력해야 합니다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 친환경 MD 행사 '지구를 위한 소비생활 3.0'</li> <li>· 상생협력 대표 브랜드 '명인명촌'</li> <li>· ESG 전문 편집매장 '리.그린(Re.Green)'</li> <li>· 현대어린이책미술관 MOKA</li> </ul>
	<b>윤리·준법경영</b>	기업은 윤리·준법경영을 통해 사회적 책임을 다하고 지속가능한 법적 리스크를 예방하며 고객의 신뢰를 얻을 수 있습니다. 고객, 주주, 협력사, 경쟁사, 임직원에 대한 윤리 의식을 내재화하기 위해 정기적인 교육과 모니터링 활동이 필요합니다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 윤리규범 및 행동강령 모니터링(임직원, 협력사)</li> <li>· 윤리경영 실천 서약서 및 실천도 조사</li> <li>· 윤리교육</li> <li>· 상담 및 신고채널 운영</li> <li>· 표시광고준수가이드</li> </ul>
 	<b>제품 및 서비스 안전</b>	백화점에서 판매되는 제품 및 서비스는 소비자의 건강과 안전에 직접적인 영향을 미칩니다. 안전 기준을 강화하고 제품 검사를 실시하여 제품 및 서비스가 고객에게 주는 부정적 영향을 최소화하기 위해 노력해야 합니다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 상품 품질관리 프로세스</li> <li>· 식품위생교육</li> </ul>
	<b>정보보안 및 개인정보보호</b>	백화점은 다량의 고객 개인정보를 수집하고 관리합니다. 고객 개인정보 노출은 당사에 대한 신뢰 및 평판과 직접 연결되므로 개인정보보호 강화는 중요합니다. 따라서 관련 법률과 규정을 준수하고 개인정보보호 관련 정보에 대한 고객의 접근성을 높여 고객 안전과 권리를 보호해야 합니다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 개인정보보호센터 구축</li> <li>· 개인정보 처리 방침 모음집 제작</li> <li>· 정보보안 훈련 및 모니터링</li> </ul>

# GRI Content Index

구분	지표	내용	페이지	비고
<b>General Disclosures</b>				
	2-1	조직 세부 정보	6	
	2-2	조직의 지속 가능성 보고에 포함된 법인	6, 106	
	2-3	보고 기간, 빈도 및 문의처	106	
	2-4	정보의 재기술	58, 89	
	2-5	외부 검증	102-104	
	2-6	활동, 가치 사슬 및 기타 비즈니스 관계	6-10, 18-19	
	2-7	임직원	58	
	2-8	임직원이 아닌 근로자	58	
	2-9	지배구조 및 구성	17, 72-73	
	2-10	최고의사결정기구 추천 및 선정	72	
	2-11	최고의사결정기구의 의장	72	
	2-12	영향(Impact)을 파악하고 관리하는 최고의사결정기구의 역할	17, 73	
	2-13	영향(Impact) 관리에 대한 책임 위임	17, 25, 61, 73, 76, 79, 82	
	2-14	지속가능성 보고에 대한 최고의사결정기구의 역할	17, 92	
	2-15	이해관계 상충	72-73, 88	
	2-16	중요 사안에 대한 커뮤니케이션	17, 73	사업보고서 p.323-324
	2-17	최고의사결정기구의 집단지식	72	
	2-18	최고의사결정기구의 성과에 대한 평가	74	기업지배구조보고서 p.59-60
	2-19	보상 정책	74	사업보고서 p.348-354
	2-20	보수 결정 절차	73-74	사업보고서 p.347
	2-21	연간 총 보상 비율	74	
	2-22	지속가능 성장 전략에 대한 성명서	4	
	2-23	정책 약속		
	2-24	내재된 정책 약속	16, 45-51, 61-64, 76-78	
	2-25	부정적 영향 개선 프로세스	33, 60, 62, 76-77	
	2-26	제기된 우려사항 및 조연에 대한 메커니즘	60, 77	
	2-27	법률 및 규제 컴플라이언스	77	
	2-28	가입 협회	89	
	2-29	조직과 관련된 이해관계자 참여에 대한 접근	91	
	2-30	단체 협약	60	
<b>GRI 2 : General Disclosures 2021</b>				



# GRI Content Index

구분	지표	내용	페이지	비고
<b>Material Topics</b>				
<b>GRI 3 : Material Topics 2021</b>	3-1	Material Topics 결정 프로세스	92	
	3-2	Material Topics 리스트	93	
<b>고객경험 및 만족</b>				
<b>GRI 3 : Material Topics 2021</b>	3-3	Material Topics 관리	41, 61-64	
<b>기후변화 대응</b>				
<b>GRI 3 : Material Topics 2021</b>	3-3	Material Topics 관리	21-36, 50, 52	
<b>GRI 201 : 경제성과 2016</b>	201-2	기후변화에 따른 재무적 영향 및 기타 리스크와 기회	27-31	
<b>GRI 302 : 에너지 2016</b>	302-1	조직 내 에너지 소비	50, 52	
	302-3	에너지 집약도	52	
	302-4	에너지 소비 감축	52	
<b>GRI 305 : 배출 2016</b>	305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope1)	52	
	305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope2)	52	
	305-3	기타 간접 온실가스 배출량 (Scope3)	52	
	305-4	온실가스 배출 집적도	52	
	305-5	온실가스 배출량 감축	52	
<b>사업장 안전 및 보건</b>				
<b>GRI 3 : Material Topics 2021</b>	3-3	Material Topics 관리	42, 79-81	
<b>GRI 403 : 산업 보건 및 안전 2018</b>	403-1	직장 건강 및 안전 관리 시스템	79	
	403-2	위험요인 파악, 리스크 평가, 사고 조사	80	
	403-3	직장 의료 서비스	81	
	403-4	직장 건강 및 안전 관련 커뮤니케이션, 자문 및 근로자 참여	79-81	
	403-5	직장 건강 및 안전 관련 근로자 교육	79-81	
	403-6	근로자 건강 증진	81	
	403-8	직장 건강 및 안전 관리 시스템의 적용 대상 근로자	79	
	403-9	업무 관련 부상	79	
	403-10	업무 관련 질병	79	

# GRI Content Index

구분	지표	내용	페이지	비고
<b>지속가능한 포장</b>				
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	Material Topics 관리	37-39	
자체 성과 지표	-	THE HYUNDAI Project 100 성과	39	
	-	THE HYUNDAI r-PET Project 성과	37	
<b>폐기물 및 재활용</b>				
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	Material Topics 관리	37-40, 50, 53	
GRI 306 : 폐기물 2020	306-1	폐기물 발생 및 폐기물 관련 중대한 영향	39-40, 50	
	306-2	폐기물 관련 중대한 영향 관리	39-40, 50	
	306-3	폐기물 발생	53	
	306-4	폐기물 재활용	53	
	306-5	폐기물 처리	53	
<b>책임있는 공급망 관리</b>				
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	Material Topics 관리	43, 65-68	
GRI 414 : 공급망 관리 2016	414-1	사회적 영향평가를 통해 스크리닝된 신규 협력회사	65	
<b>사회·환경적 가치 창출</b>				
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	Material Topics 관리	69-71, 88	
GRI 201 : 경제성과 2016	201-1	직접적 경제가치 발생과 분배	6, 88	
GRI 203 : 간접 경제적 영향 2016	203-1	사회기반시설 투자 및 서비스 지원	69-71	
<b>윤리·준법경영</b>				
GRI 3 : Material Topics 2021	3-3	Material Topics 관리	76-77	
GRI 205 : 반부패 2016	205-2	반부패 정책과 절차에 관한 커뮤니케이션 및 교육	76-77	
	205-3	확인된 부패 사례 및 조치	77	해당 사례 없음
GRI 206 : 경쟁저해행위 2016	206-1	경쟁저해 및 독과점금지 위반 관련 소송	77	해당 사례 없음
GRI 406 : 차별금지 2016	406-1	차별 사례 및 이에 대한 시정조치	78	해당 사례 없음
GRI 417 : 마케팅 및 라벨링 2016	417-2	제품/서비스 정보 및 라벨링 관련 위반	77	해당 사례 없음
	417-3	마케팅 커뮤니케이션 관련 위반	77	해당 사례 없음

# GRI Content Index

구분	지표	내용	페이지	비고
<b>제품 및 서비스 안전</b>				
<b>GRI 3 : Material Topics 2021</b>	3-3	Material Topics 관리	61-62	
<b>GRI 416 : 고객 보건 및 안전 2016</b>	416-2	제품/서비스의 건강 및 안전 영향 관련 위반	77	
<b>자체 성과 지표</b>	-	식품 감식관 제도	62	
	-	Quality Management	61	
<b>정보보안 및 개인정보보호</b>				
<b>GRI 3 : Material Topics 2021</b>	3-3	Material Topics 관리	82-84	

·현대백화점은 GRI 표준에 따라 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일의 기간에 대해 보고하였습니다.

·사용된 GRI 1 : GRI 1: Foundation 2021

·적용 가능한 GRI Sector Standards: N/A

# SASB Index

## Multiline and Specialty Retailers Distributors

지속가능성 공시 주제 및 회계 지표(Sustainability Disclosure Topics & Accounting Metrics)				
구분	코드	내용	페이지	비고
소매 및 유통 과정에서의 에너지 관리 (Energy Management in Retail & Distribution)	CG-MR-130a.1	(1)총 에너지 사용량 (2)그리드 전력 비율 (3)재생에너지 전력 비율	52	
	CG-MR-230a.1	데이터 보안 리스크를 식별하고 해결하는 방법에 대한 설명	83-84	
데이터 보안(Data Security)	CG-MR-230a.2	(1)데이터 침해 건수 (2)개인 식별 가능 정보(PII)의 백분율 (3)영향을 받는 계정 보유자 수	77	
	CG-MR-310a.1	(1)평균 시간당 임금, (2)지역별 최저임금 수급 받는 매장 내 직원의 백분율	-	데이터 취합 불가
노동 관행(Labor Practices)	CG-MR-310a.2	매장 내 직원의 (1)자발적 이직률, (2)비자발적 이직률	58	
	CG-MR-310a.3	노동법 위반으로 초래된 법적 절차로 인한 경제적 손실	-	없음
	CG-MR-330a.1	(1)경영진 및 (2)경영진 외 전 직원의 성별, 인종적 다양성에 대한 백분율	59, 72	
구성원 다양성 및 포용성 (Workforce Diversity & Inclusion)	CG-MR-330a.2	임직원 차별행위로 초래된 법적 절차로 인한 경제적 손실	-	없음
	CG-MR-410a.1	친환경성/사회적 지속가능성에 대해 제3자 인증을 받은 제품의 판매수익	49	
제품 조달, 포장재 및 마케팅 (Product Sourcing, Packaging & Marketing)	CG-MR-410a.2	제품 내 화학물질과 관련된 위험성 및/또는 유해성 평가 및 관리 절차 논의	-	없음
	CG-MR-410a.3	제품 포장으로 인한 환경영향을 줄이는 방법에 대한 설명	37-39	

활동 지표(Activity Metrics)		
구분	코드	비고
(1)소매점, (2)물류센터 수	CG-MR-000.A	(1)소매점: 24개 (2)물류센터: 없음
(1)소매점, (2)물류센터 총 면적 <sup>1)</sup>	CG-MR-000.B	(1)소매점: 1,152,674m <sup>2</sup> (2)물류센터: 없음


1) 영업면적 기준

# TCFD Index

구분	프레임워크	페이지	CDP 연계
거버넌스	a. 기후변화 관련 위험과 기회에 대한 이사회의 감독	17, 24-25	C1.1
	b. 기후변화 위험과 기회를 평가 및 관리하는 경영진의 역할		C1.2
전략	a. 단기, 중기, 장기에 걸쳐 확인한 기후변화 관련 위험과 기회	26-31	C2.1, C2.3, C2.4, C2.3, C2.4, C3.1, C3.2, C3.3, C3.4, C3.2
	b. 기후변화 관련 위험과 기회가 조직의 사업, 전략 및 재무 계획에 미치는 영향		
	c. 2°C 이하의 시나리오를 포함한 기후변화와 관련된 시나리오를 고려하여, 조직 전략의 회복탄력성을 설명		
위험관리	a. 기후변화 관련 위험을 평가 및 식별하는 조직의 프로세스	32-33	C2.1, C2.2
	b. 기후변화 관련 위험을 관리하기 위한 조직의 프로세스		C2.1, C2.2
	c. 기후변화 관련 위험을 식별, 평가 및 관리하는 프로세스가 조직의 전반적인 위험 관리에 통합되는 방법		C2.1, C2.2
지표 및 감축목표	a. 경영전략 및 위험관리 프로세스에 따라 기후변화 관련 위험과 기회를 평가하기 위해 사용한 지표	27-28	C4.2, C9.1
	b. Scope1, 2 및 Scope3 온실가스 배출량 및 관련 위험	36, 52	C6.1, C6.3, C6.5
	c. 기후변화 관련 위험과 기회를 관리하기 위해 조직에서 사용하는 목표 및 목표 대비 성과	35, 50	C4.1, C4.2

# 온실가스 배출량 검증성명서

## 현대백화점 온실가스 배출량 검증 성명서



### 온실가스 배출량 검증 성명서

주식회사 현대백화점

**검증 범위**  
한국표준협회는 주식회사 현대백화점의 온실가스 에너지 명세서의 직접배출(Scope1) 및 간접배출 (Scope2)에 대한 합리적 보증수준의 검증을 실시하였습니다.

**검증 기준 및 지침**  
한국표준협회는 다음의 기준 및 지침에 따라 검증을 수행하였습니다.  
· 온실가스 목표관리제 및 배출권거래제 관련 지침  
· KS Q ISO 14064-1, 3 : 2018  
· 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse gas Inventories


**검증 결론**  
검증된 검증결과 명세서에 중대한 오류, 누락 및 허위사실이 발견되지 않았으며, 온실가스 배출량 데이터가 적절하게 산정되었음을 확인합니다.

●2022년 온실가스 배출량(Scope1, Scope2) [단위 : tCO<sub>2</sub>e]

연도	직접	간접	총량
2022년	18,960	149,658	168,608


\* 참고 : 온실가스 배출량은 사업장별로 소유된단위 이력을 필사하여 합산내역도 동등명 배출량 합계와 차이가 없습니다.

2023년 04월 20일



한국표준협회장

## 한무쇼핑 온실가스 배출량 검증 성명서



### 온실가스 배출량 검증 성명서

한무쇼핑 주식회사

**검증 범위**  
한국표준협회는 한무쇼핑 주식회사의 온실가스 에너지 명세서의 직접배출(Scope1) 및 간접배출 (Scope2)에 대한 합리적 보증수준의 검증을 실시하였습니다.

**검증 기준 및 지침**  
한국표준협회는 다음의 기준 및 지침에 따라 검증을 수행하였습니다.  
· 온실가스 목표관리제 및 배출권거래제 관련 지침  
· KS Q ISO 14064-1, 3 : 2018  
· 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse gas Inventories


**검증 결론**  
검증된 검증결과 명세서에 중대한 오류, 누락 및 허위사실이 발견되지 않았으며, 온실가스 배출량 데이터가 적절하게 산정되었음을 확인합니다.

●2022년 온실가스 배출량(Scope1, Scope2) [단위 : tCO<sub>2</sub>e]

연도	직접	간접	총량
2022년	5,316	61,999	67,312


\* 참고 : 온실가스 배출량은 사업장별로 소유된단위 이력을 필사하여 합산내역도 동등명 배출량 합계와 차이가 없습니다.

2023년 04월 20일



한국표준협회장

## 현대백화점 Scope 3 검증성명서



### 온실가스 배출량 검증 성명서

(주)현대백화점

**검증 범위**  
한국표준협회는 (주)현대백화점과 한무쇼핑(주)의 사업장에서 작성한 온실가스 배출량 보고서에 바탕으로 2022년 Scope3에 대한 **제한적 보증수준**의 검증을 실시하였습니다.


**검증 기준 및 지침**  
한국표준협회는 다음의 기준 및 지침에 따라 검증을 수행하였습니다.  
· 온실가스 배출권거래제 운영을 위한 검증 지침  
· KS I ISO 14064-1 : 2006  
· 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse gas Inventories  
· WRI Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard  
· Technical Guidance for Calculating Scope 3 Emissions, version1.0(WRI)

**검증 결론**  
검증된 검증결과 중대한 오류, 누락 및 허위사실이 발견되지 않았으며, 온실가스 배출량 데이터가 적절하게 산정되었음을 확인합니다.

● 2022년 온실가스 배출량 [단위 : tCO<sub>2</sub>e]

범주	Scope3
카테고리2, 자본재	903
카테고리5, 패키지	6,767
카테고리6, 운송	532
카테고리7, 통근	1,601
합계	9,802

2023년 5월 12일



한국표준협회장

# 보고서 제3자 검증성명서

## 주식회사 현대백화점의 2022년도 지속가능경영보고서 관련

이 검증의견서는 지속가능경영보고서의 독자를 위한 것으로서, 주식회사 현대백화점과의 상호계약에 따라 작성되었습니다.

### 검증 기준 및 범위

로이드인증원(LRQA)은 주식회사 현대백화점(이하 “현대백화점”)으로부터 ‘현대백화점 지속가능경영보고서 2022’ (이하 “보고서”)에 대한 독립적인 검증 제공 요청을 받았습니다. 본 검증은 아래 검증 기준에 따라 AA1000AS v3를 활용하여 Moderate Level 및 전문가적 판단(Professional Judgement)의 중요성 기준으로 수행되었으며, 범위는 Type 2이었습니다.

검증 범위에는 현대백화점의 국내 사업장 운영 및 활동이 포함되었으며, 특히 다음의 요구사항이 포함되었습니다.

- AA1000 AccountAbility 원칙<sup>1)</sup>, 즉 포괄성, 중요성, 대응성 및 영향성 원칙의 준수 평가
- GRI Content Index에 열거된 중요 토픽 관련 성과지표들에 대한 데이터 및 정보의 정확성 및 신뢰성 평가<sup>2)</sup>

현대백화점의 협력회사, 계약자 그리고 그 외의 제3자에 관한 데이터 및 정보는 검증 범위에서 제외되었습니다.

로이드인증원의 책임은 현대백화점에 대해서만 국한됩니다. 로이드인증원은 마지막 주석에서 설명한 것과 같이 타인 혹은 타 조직에게 어떤 의무나 책임을 지지 않습니다. 보고서 내의 모든 데이터와 정보의 수집, 취합, 분석 및 제시, 그리고 보고서 발간 시스템에 대한 효과적인 내부 통제 유지에 대한 책임은 현대백화점에 있습니다. 최종적으로 보고서는 현대백화점에 의해 승인되었으며, 현대백화점의 책임이 됩니다.

### 로이드인증원의 의견

로이드인증원의 접근 방법에 기초한 검증 결과, 모든 중요 측면에서, 현대백화점이 하기 사항을 이행하지 않았다고 의심되는 사항은 발견되지 않았습니다.

- 상기 요구사항의 만족
- 정확하고 신뢰성 있는 성과 데이터 및 정보의 공개(검증 과정에서 발견된 모든 오류는 수정되었음)
- 독자와 이해관계자에게 중요한 모든 이슈 보고

이 의견은 Moderate Level의 검증에 바탕을 두며, 중요성 기준으로서 검증심사원의 전문가적 판단에 기초하여 도출되었습니다.

Note: Moderate Level의 검증에서 증거 수집 범위는 High Level의 검증보다 작습니다. Moderate Level의 검증은 사업장에서 원시데이터를 직접 확인하기 보다는 취합된 데이터에 초점을 둡니다. 결과적으로 Moderate Level의 검증은 High Level의 검증보다 보증 수준이 현저히 낮습니다.

### 로이드인증원의 접근 방법

로이드인증원의 검증은 로이드인증원의 검증 절차에 의거하여 수행됩니다. 본 검증을 위해 증거 수집의 일환으로 다음의 활동들이 수행되었습니다.

- 이해관계자들이 제기한 이슈들이 올바르게 파악되었는지를 확인하기 위하여 이해관계자 참여에 대한 현대백화점의 접근법을 평가하였습니다. 우리는 문서 및 관련 기록들을 검토함으로써 이를 수행하였습니다.
- 중요 이슈가 보고서에 적절히 포함되었는지를 확인하기 위하여 중요 이슈를 식별하고 결정하는 현대백화점의 프로세스를 검토하였습니다. 우리는 현대백화점의 보고서와 타사의 보고서를 대조하여 해당 산업계의 특정 이슈들이 서로 비교가 가능하도록 보고되었는지 확인하였습니다. 또한 우리는 현대백화점이 중요 이슈 결정 과정에서 사용한 기준들을 검토하였습니다. 이는 현대백화점의 비즈니스상 의사 결정이 지속가능한 발전과 관련된 정보를 토대로 이루어지는지에 대해 평가할 목적으로 진행되었습니다.
- 보고서에 중대한 오류, 누락 혹은 잘못 기술된 사항이 없는지 확인하기 위하여 현대백화점의 데이터 관리 시스템을 심사 하였습니다. 우리는 이를 위해 내부 검증을 포함하여 데이터 처리 절차, 지침 및 시스템의 효과성을 검토하였습니다. 우리는 또한 데이터를 취합·편집하고 보고서 초안을 작성하는 핵심 인원들과 면담하였습니다.
- 에너지 사용량 및 온실가스 배출량 데이터가 제3자로부터 검증받은 명세서와 일치하는지 확인하였습니다.
- 이해관계자가 GRI Content Index를 통해 지속가능성 지표를 확인할 수 있는지 검토하였습니다.
- 서울특별시에 위치한 현대백화점 본사를 방문하여 현대백화점이 제공한 증거들을 검토하였습니다.

1) <https://www.accountability.org>  
 2) 검증 범위에는 보고서가 GRI 표준에 부합(in accordance with)하거나 참조(with reference to)하는 지 여부를 확인하는 것은 제외되었음. 로이드인증원은 GRI Content Index에 기재된 각 성과지표별로 참조된 보고 내용에 한해서 그 데이터와 정보를 검증했음. GRI 표준은 GRI 웹사이트(<https://www.globalreporting.org>)에서 확인할 수 있음.

# 보고서 제3자 검증성명서

## 관찰사항

검증 과정에서 파악된 추가적 관찰사항 및 발견사항들은 다음과 같습니다.

## 포괄성

현대백화점의 이해관계자 참여 프로세스로부터 제외된 어떠한 중요 이해관계자 그룹도 발견되지 않았습니다.

## 중요성

현대백화점의 지속가능성 성과와 관련하여 보고서에 포함되지 않은 중요한 이슈는 발견되지 않았습니다. 현대백화점은 어떤 이슈가 중요한지를 결정하기 위해 폭넓은 기준을 수립하였으며, 이러한 기준들이 회사의 경영측면에만 편향되어 있지 않았습니다.

## 대응성

현대백화점의 온실가스 인벤토리는 Scope 1, Scope 2 그리고 Scope 3 온실가스 배출을 모두 포함하고 있습니다. 향후에는 중요한 Scope 3 온실가스 배출로 고려될 수 있는 상품의 운송 및 배송 단계에서의 온실가스 배출도 보고하기를 권고합니다.

## 영향성

로이드인증원은 검증과정에서 현대백화점의 ESG 경영에 대한 최고 경영자의 의지와 관심을 확인할 수 있었으며, 현대백화점이 외부에 미치는 부정적 영향에 대한 대응하기 위한 조치들을 비즈니스 상 의사결정 과정에 포함하도록 노력하고 있음을 확인하였습니다.

## 신뢰성

보고된 지표들에 대한 현대백화점의 데이터 보고 관리 시스템은 잘 구축되어 있습니다.

## 로이드인증원의 자격 및 독립성

로이드인증원은 ISO 14065(온실가스 - 온실가스 타당성 평가 및 검증기관 인정 또는 인증에 관한 요구사항) 및 ISO/IEC 17021(적합성평가 - 경영시스템 심사 및 인증을 제공하는 기관에 대한 요구사항)의 인정 요구사항을 만족하는 포괄적인 경영시스템을 이행 및 유지하고 있으며 품질관리기준서1(ISQC1: International Standard on Quality Control 1)의 요구사항과 국제윤리기준위원회(IESBA: International Ethics Standards Board for Accountants)의 공인회계사 윤리 강령을 준수합니다.

로이드인증원은 자격, 훈련 및 경험에 근거하여 적절하게 자격이 부여된 검증심사원을 선정하도록 보장하고 있습니다. 적용된 접근 방법이 엄격히 지켜지고 투명하도록 보장하기 위해 모든 검증 및 인증 평가의 결과는 내부적으로 경영진에 의해 검토되고 있습니다.

로이드인증원은 현대백화점에 대해 본 검증 심사만을 수행하였으므로 독립성 및 공정성에 위배되지 않습니다.

일자: 2023년 6월 23일

**김태경** 검증팀장

로이드인증원(LRQA)을 대표하여

대한민국 서울특별시 중구 소월로2길 30, T타워 2층



LRQA 계약번호: SEO00001135

LRQA Group Limited, its affiliates and subsidiaries, and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as 'LRQA'. LRQA assumes no responsibility and shall not be liable to any person for any loss, damage or expense caused by reliance on the information or advice in this document or howsoever provided, unless that person has signed a contract with the relevant LRQA entity for the provision of this information or advice and in that case any responsibility or liability is exclusively on the terms and conditions set out in that contract. The English version of this Assurance Statement is the only valid version. LRQA assumes no responsibility for versions translated into other languages. This Assurance Statement is only valid when published with the Report to which it refers. It may only be reproduced in its entirety.



## 보고서 제작 참여부서

소속	직급	성명
ESG추진협의체	상무	양명성
	수석	이은수
	책임	조 훈
	선임	조훈상
	책임	엄윤경
	책임	하지훈
	책임	신동욱
	책임	김동진
	책임	김현주
	책임	이우종
	책임	양경록
	선임	강혜원
	책임	정경대
	책임	김경한
	책임	김당원
	책임	윤석란
	선임	정지호

소속	직급	성명
기획조정본부	책임	이병만
	책임	문 찬
	책임	황태영
	책임	김현준
영업전략실	책임	김성호
경영지원본부	책임	김두섭
	책임	이용희
	책임	공승혁
	책임	이경재
	선임	윤영인
상품본부	선임	이찬형
아울렛사업부	수석	이원룡
현대어린이책미술관 MOKA	책임	최원옥
현대백화점면세점	주임	전승원
지누스	매니저	이정은

# ABOUT THIS REPORT

현대백화점은 투명하고 선진적인 지배구조를 바탕으로 지속가능한 미래를 위한 환경 및 사회 문제 해결을 위해 ESG경영을 추진하고 있으며 ESG경영활동의 성과와 계획을 공유하기 위해 매년 지속가능경영보고서를 발간하고 있습니다. 당사는 2023년 6월 발간한 '현대백화점 지속가능경영보고서 2022'를 통해 ESG경영전략과 추진 계획을 비롯해 환경, 사회, 거버넌스 영역의 주요 성과 및 활동을 다양한 이해관계자와 소통하려 합니다.

## 보고서 작성 기준

본 보고서는 지속가능경영 국제 보고 가이드라인인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021에 따라 작성하였습니다.

또한 유엔 지속가능발전목표(UN SDGs, Sustainable Development Goals) 달성을 위한 이행 활동을 담고 있습니다.

산업의 중요한 이슈를 반영하기 위해 지속가능성회계기준위원회(SASB, Sustainability Accounting Standards Board)의 산업 표준을 고려하고,

기후변화 재무정보공개 태스크포스(TCFD, Task Force on Climate-related Financial Disclosures) 권고 내용을 반영하여 작성하였습니다.

## 보고 범위 및 경계

본 보고서는 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일까지 (주)현대백화점과 한무소핑(주)의 재무 및 비재무 성과를 담고 있으며, 일부 주요 비재무 성과의 경우 2023년 상반기의 성과를 포함하고 있습니다.

보고 범위는 전국 현대백화점 16개 점포와 아울렛 8개 점포를 대상으로 하며 정량적 데이터는 성과의 추세를 파악할 수 있도록 최근 3개년 데이터를 기재하였습니다.

재무 정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)상의 연결 기준과 일치하며, 비재무 정보는 현대백화점 및 한무소핑 전 사업장을 기준으로 합니다.

일부 데이터의 경우 현대백화점면세점과 지누스의 정보를 포함하고 있으며 보고 범위 및 경계가 상이한 경우에는 별도로 명시하였습니다.

## 보고서 검증

현대백화점 지속가능경영보고서 작성 프로세스 및 내용의 신뢰도 향상을 위해 독립적인 검증기관인 로이드 인증원(LRQA)로부터 제3자 검증을 받았습니다.

검증 기준은 AA1000AS를 적용하여 진행되었습니다. 검증에 관한 자세한 사항과 검증 의견은 103-104페이지에서 확인하실 수 있습니다.

## 문의처

담당부서 | 현대백화점 ESG추진협의회

주 소 | 서울특별시 강남구 테헤란로 98길 12

이 메 일 | [esg@thehyundai.com](mailto:esg@thehyundai.com)

홈페이지 | <http://www.ehyundai.com/>

THE  
**HYUNDAI**

[www.ehyundai.com](http://www.ehyundai.com)