



2022 GS리테일 지속가능경영보고서

Green Life Together

About This Report

보고서 개요

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

보고 기간

본 보고서는 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일까지의 경제·환경·사회적 성과를 담고 있습니다. 일부 성과에 대해서는 2023년 3월까지의 정보를 포함하고 있으며, 중요 활동에 대해서는 2022년 1월 1일 이전의 내용 또한 포함하고 있습니다. 정량적 성과는 연도별 추세 파악이 가능하도록 최근 3개년(2020년~2022년) 수치를 포함하고 있습니다.

보고서 작성 기준

본 보고서는 국제 지속가능성 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021 방식에 따라 작성되었습니다. 또한, SASB(Sustainability Accounting Standards Board)에서 발간한 Food Retailers & Distributors 산업 공시 지표를 고려하고, TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosure)의 권고안을 반영하였습니다. 재무성과는 별도 언급이 없을 경우, 한국채택국제회계기준(K-IFRS) 연결기준으로 작성하였습니다.

보고서 검증

본 보고서는 이해관계자에게 지속가능경영 활동을 더욱 투명하게 전달하고자 경영인증원(KMR)으로 부터 제3자 검증을 받았습니다. 적용된 검증 기준은 AA1000AS v3 Moderate Level, Type 2이며, 검증의견서는 본 보고서 101페이지에서 확인할 수 있습니다.

보고 범위

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

환경성과 보고 범위

사육(자가,임차), 물류센터, 편의점/수퍼 직영점 등

보고서 개요

담당부서 | 대외협력팀

Email | esg@gsretail.com

주소 | (주)GS리테일 서울시 강남구 논현로 508(역삼동 679번지 GSE타워)

Contents

Overview

CEO Message	05
GS리테일 At a Glance	06
Our Business	09

Sustainability Strategy

GS리테일 ESG 전략	13
Sustainable Value Chain	16
2022-2023 ESG 하이라이트	17
이중중대상 평가	21
이해관계자 커뮤니케이션	24

Sustainability Progress

Environmental	26
환경경영	27
Green Product	30
Green Store	33
Green Value-chain	38
Social	40
Together with Employees	41
Together with Partners	50
Together with Customers	57
Together with Communities	67
Governance	71
투명한 지배구조	72
정도경영	75
리스크 관리	78

TCFD 보고서

지배구조	81
전략	82
위험 관리	86
지표 및 감축 목표	86

Appendix

ESG Performance Data	88
SASB Index	97
GRI Standards Index	99
UN SDGs 연계활동	102
이니셔티브 및 협회 가입 현황	103
수상 내역	103
온실가스 검증의견서	104
독립된 제3자 검증의견서	105

A photograph of a sunset over the ocean, with the sun low on the horizon and its light reflecting on the water's surface. The sky is a mix of orange and yellow, and the water is a deep blue with white foam from the waves.

Overview

05

CEO Message

06

GS리테일 At a Glance

09

Our Business

CEO Message



안녕하십니까 존경하는 이해관계자 여러분!

GS리테일에 언제나 아낌없는 관심과 성원을 보내주셔서 감사합니다.

길었던 코로나19 팬데믹의 터널을 지나 엔데믹을 맞은 지금도 글로벌을 비롯한 국내경제 상황은 여전히 침체에 있습니다. 이러한 상황에서 저희 GS리테일 역시 경제환경 변화의 극복이라는 도전을 겪으며 전 임직원이 한마음 한 뜻으로 힘을 모아 앞으로 나아가고 있습니다.

이해관계자 여러분의 변함없는 지지속에 올해로 3번째 발간되는 지속가능경영보고서를 통해 GS리테일의 지속가능한 성장과 관련한 그간의 노력이 담긴 성과를 공유하게 된 것을 감사하게 생각합니다.

GS리테일은 1974년 GS THE FRESH의 전신인 럭키슈퍼 1호점을 개점한 이후 1990년 대한민국 토종 브랜드 편의점 LG25를 설립하였습니다. 이후 2021년 GS홈쇼핑과의 통합으로 온 오프라인 플랫폼인 통합 GS리테일을 출범하며 2022년 매출액 11조원이 넘는 성장을 이뤄가고 있습니다.

이러한 재무적 성과외에도 비재무적으로 지속가능한 성장을 위한 ESG 경영전략인 'Green Life Together'가 실행될 수 있도록 그 체계와 실행력을 강화해가고 있습니다. 실무자 조직을 기반으로 한 ESG자기주도연구회(자주연)를 설립하고 자주연 멤버들을 ESG리더로 육성하여 ESG 실행의 바탕을 탄탄히 하고 있습니다. 또한, 실무협의체와 ESG추진협의회, 그리고 ESG관련 의사결정 기구인 이사회 내 ESG위원회를 통해 ESG경영 체계를 강화하고 있습니다.

GS리테일은 1995년 윤리규범 제정과 함께 기업의 지속가능한 의무에 대한 기틀을 마련하였습니다. 2007년 GS그룹의 그린경영 선포와 함께 재생용지를 사용한 전단을 사용하고 Green캠페인을 전개하는 등 지속적인 환경경영을 전개해 왔습니다.

2022년에는 전사 밸류체인에서 발생하는 온실가스 배출원 및 배출량을 규명하는 온실가스 인벤토리를 자발적으로 구축 하였습니다. 오프라인 매장에서는, 온실가스 저감을 위한 스마트에너지 관리시스템(SEMS)을 2017년 도입 이후 현재 전국 1만 3천 여개 매장에 운영 중이며 녹색매장 및 친환경 인증 제품을 확대해가고 있습니다. 이외에도 나트륨저감 상품 및 비건 식재료를 활용한 먹거리 개발 등 변화하는 고객의 니즈에 부응하면서도 고객의 건강한 라이프 밸런스를 위해 노력하고 있습니다.

또한, 협력사를 비롯한 경영주와의 상생을 위해 매년 더 강화된 동반성장 정책을 강화하고 있으며, 협력사의 지속가능한 성장을 위해 ESG 관련 교육을 진행하고 친환경 제품 인증 및 ISO 9001, 14001 인증 획득을 지원하고 있습니다.

GS리테일은 2023년에도 지속적인 성장을 위해, 철저한 고객 관점으로 고객 만족을 최우선으로 하며 데이터 역량 향상을 통해 경쟁력 확보하고자 합니다. 또한, 고객의 요구와 트렌드에 부합하는 신제품을 개발하고 차별화된 경쟁력을 갖추기 위한 활동을 지속할 예정입니다. 또한, 이 과정에서 환경에 부정적 영향을 미칠 수 있는 요소를 최소화하고 이해관계자분들과 함께 성장할 수 있는 GS리테일이 되고자 합니다.

이해관계자 여러분들의 지속적인 사랑에 감사드리며,
GS리테일의 지속가능한 성장에 관심과 아낌없는 조언을 부탁드립니다.

2023년 6월

GS리테일 대표이사 부회장 **허연수**

GS리테일 At a Glance | Company Profile

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



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

일반 현황

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

주요 재무성과¹⁾

(단위: 억 원)

구분	2020	2021	2022
매출액	87,643	96,907	112,264
영업이익	2,752	2,195	2,451
당기순이익	1,545	8,013	476

1) 지분 매각, 특정 사업부의 영업 종료 등으로 관련 손익이 중단영역에 해당됨에 따라 2020년, 2021년 재무성과를 재분류함. 자세한 내용은 사업보고서 참고

기업 연혁

<p>1971~1994</p> <p>종합유통사로의 도약</p> <ul style="list-style-type: none"> '71 금성전공 설립 '74 럭키수퍼 1호점 개점 '75 회성산업(주)로 상호변경 '78 금성사 광고부문 인수 '80 럭키체인(주) 합병 '90 LG25 1호점 개점 '91 (주)LG유통으로 상호 변경 '92 LG백화점 1호점 개점 '94 한국홈쇼핑 설립 	<p>1995~2002</p> <p>새로운 유통업 강자로의 발돋움</p> <ul style="list-style-type: none"> '95 대한민국 최초 TV홈쇼핑 개시 '96 LG마트 1호점 개점 '00 종합 인터넷 쇼핑몰 오픈 '02 LG그룹 유통3사 통합 LG25 1,000호점 개점 월간조선 '한국의 50대 기업' 선정 	<p>2004~2009</p> <p>업계 최고 경쟁력 확보</p> <ul style="list-style-type: none"> '04 헬스&뷰티 전문기업 GS왓슨스 설립 GS리테일로 사명변경 '05 GS25 2,000호점 돌파 홈쇼핑 전용 물류센터 개소 '06 즉석식품 제조 전문회사 통합 브랜드 GS SHOP 출범 '09 (주)후레쉬서브 설립 	<p>2009~2018</p> <p>글로벌 시장진출</p> <ul style="list-style-type: none"> '09 GS SHOP 인도시장 진출 '11 GS SHOP 태국시장 진출 '12 GS리테일 중소파트너사 동반성장 세미나 진행 GS SHOP 중국, 베트남, 인도네시아 시장 진출 '14 말레이시아 시장 진출 '16 통합PB 브랜드 론칭 '18 GS25 베트남 점포 오픈 	<p>2019~2020</p> <p>라이프스타일 플랫폼으로의 확대</p> <ul style="list-style-type: none"> '19 '블룸스토어' 오픈 일일형 수퍼 오픈 친환경 배송서비스 도입 '20 드론 배송 시범서비스 진행 배달플랫폼 '우달' 론칭 '내일스토어' 오픈 유기농 전문몰 '달리살다' 오픈 	<p>2021~현재</p> <p>온-오프라인 통합 플랫폼으로의 도약</p> <ul style="list-style-type: none"> '21 GS25 몽골 진출 ESG추진위 출범 업계 최초 ISO14001·9001 동시 인증 GS리테일-GS홈쇼핑 합병 '22 쿠팡 지분 인수 서울시 아동급식카드 온라인 결제 시스템 론칭 통합 유료 멤버십 서비스 '프라이밍 멤버십' 론칭 700만불 수출의 탑 수상
--	---	--	---	--	--

GS리테일 At a Glance | Company Profile

글로벌 네트워크

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

구분	유형	지역	비고
GS25	MFC ¹⁾	베트남	호치민 및 호치민 근교 / 211점
		몽골	울란바토르 / 128점
GS THE FRESH	MFC	인도네시아	자카르타 8점
GS SHOP	JV ²⁾	HUMAI (중국)	중국 내 홈쇼핑 사업 영위 가능한 라이선스 보유 사업자와 합작
		ASTRO GS SHOP (말레이시아)	말레이시아 내 위성 Pay TV 독점 사업권 보유
		TRUE GS (태국)	태국 재계 1위 그룹으로, 합작사 주주인 TRUE VISION은 최대 유료 방송사업자
		VIVI Trading (베트남)	부동산, 리테일 사업 운영 중으로 GS SHOP 및 GS25 중심 운영
		MNC GS SHOPPING (인도네시아)	인도네시아 최대 미디어 그룹으로 4개 공중파 채널 및 60여 개 지역방송사 보유

1) 마스터 프랜차이즈: 프랜차이즈 사업 유형 중 하나로 중간가맹사업자가 가맹희망자에게 가맹점 운영권을 판매할 수 있는 권리를 부여하는 것
 2) 합작투자(Joint Venture): 2개국 이상의 기업 개인·정부기관이 특정 기업체 운영에 공동으로 참여하는 해외투자방식



● GS25 / GS THE FRESH
● GS SHOP

GS리테일 At a Glance | Mission & Vision

GS리테일 가치체계

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



GS 경영이념

고객과 함께 내일을 꿈꾸며 **새로운 삶의 가치**를 창조한다.

GS리테일의 약속

진심을 담은 서비스와 공감의 디지털 기술로
당신만의 **더 나은 일상**을 함께 합니다.

우리의 비전

고객의 모든 경험을 **연결**하고, 데이터로 **공감**하며,
상품과 서비스로 **신뢰**받는 플랫폼



연결

고객의 모든 경험을
연결하는 플랫폼



공감

데이터로 고객을
공감하는 플랫폼



신뢰

상품과 서비스로
신뢰 받는 플랫폼

GS Value & GS Way

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

GS Value

Fair

공정함을 지키고, 사회와 환경에 기여합니다.

Friendly

다양성을 인정하고 서로를 존중합니다.

Fresh

창의와 도전을 장려하여 회사와 개인이
함께 성장합니다.

Fun

유연하고 자율적인 환경에서 즐겁게 일합니다.

GS Way

1

고객 최우선

모든 생각과 의사결정의 기준은 고객입니다.

2

트렌드 선도

트렌드를 감지하고 고객이 느끼는 차이를 만듭니다.

3

최고 지향 목표 설정

적당한 타협보다 가슴 설레는 목표를 지향합니다.

4

데이터 중심 의사결정

근거는 언제나 데이터로부터 찾습니다.

5

신속한 판단과 실행

신속히 판단하고 즉시 실행합니다.

6

적극적인 소통과 협업

소통으로 시작해서, 협업으로 완성합니다.

7

비효율 개선

익숙한 비효율은 바로 개선합니다.

8

기본에 충실

핵심에 다가가기 위해 본질에 집중합니다.

Our Business | 사업소개

1 GS25

Lifestyle Platform



GS25는 대한민국 최초의 토종 편의점 브랜드로 1990년 1호점을 시작으로 30년이 넘는 시간동안 지속 성장해왔습니다. 단순한 가맹점 확장이 아니라 신뢰를 통한 동반 성장의 가치를 실천하고 있으며 고객이 가장 좋아하는 대한민국 대표 편의점으로 자리잡았습니다.

GS25는 고객 만족을 최우선 가치로 다양한 상품과 서비스 기능을 제공하는 ‘플랫폼 비즈니스’로 사업 영역을 확대하고 있습니다. 최근에는 배달서비스, 와인25, 우리동네GS 등 O4O(Online for Offline)서비스를 성공적으로 런칭시키며 고객에게 다양한 쇼핑 경험을 선사하고 있습니다.

또한, 점포를 운영하는 경영주와 본사의 파트너십 구축이 프랜차이즈 성공을 결정짓는 가장 중요한 요소 중 하나라는 생각으로 끊임없이 경영주와 소통하고 다양한 상생 제도를 운영하며, “수익을 낼 수 있는 가맹점을 늘린다.”는 프랜차이즈의 대원칙을 고수하고 있습니다.

‘한국산업의 고객만족도(KCSI)’ 20년 연속 1위, 한국서비스 품질지수(KS-SQ) 1위 총 19회 수상, 유통업계 동반성장지수 2020년, 2021년 연속 ‘최우수’ 수상. GS25는 대한민국 최초의 토종 편의점 브랜드로 고객 만족과 경영주 중심의 상생경영을 실천하며 그 성과를 당당히 인정받고 있습니다.

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



2 GS THE FRESH

GS수퍼마켓의 새로운 이름



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

고객 최우선의 가치를 통해 GS THE FRESH는 한국서비스품질지수(KS-SQ) 대형 슈퍼마켓 부문 7년 연속 1위 수상 등 경쟁사 대비 압도적인 고객 서비스 역량을 유지하고 있습니다.

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

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



Our Business | 사업소개

3 GS SHOP

Designing Life Together

GS SHOP

GS SHOP TV쇼핑

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

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

- **대표 프로그램 :**
쇼미더트렌드, 더컬렉션, 똑소리, 뷰티시그널 등
- **대표 브랜드 :**
SJ와니, 쏘울, 모르간, 라베아프, VU, 심플바이오 등



GS SHOP 모바일 커머스 모바일&인터넷몰

GS SHOP 모바일 커머스는 ‘브랜드 커머스’를 지향하고 있습니다. 약 450개의 KBP(Key Brand Partner)를 선정하여 관리하고 있으며, 각 브랜드의 제2의 자사몰을 목표로 마케팅 자원과 역량을 집중하고 있습니다.



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

GS SHOP 데이터 쇼핑 데이터 홈쇼핑

고객에게 양방향 서비스를 제공하는 데이터 홈쇼핑 채널 ‘GS MY SHOP’은 합리적 가치 쇼핑 채널로써 매년 지속 성장하고 있습니다. ‘TV 속 모바일’처럼 리모컨으로 고객이 원하는 상품을 선택, 시청, 구매할 수 있도록 VOD 중심의 Curation 매장을 화면 내에 구현하여 TV 시청 고객에게 차별화된 경험을 제공하고 있습니다. 또한, 니치 브랜드, 실속형 상품, 생활 편의 아이디어 상품 등 마이샵 고객에 특화된 상품을 제안하여 고객의 세분화된 니즈를 충족시키고 있습니다. ‘간편식탁’, ‘더스타일’ 등 카테고리별 고정 프로그램을 운영하고 ‘꿈꾸는 가게’와 같이 중소기업 무료방송도 진행하고 있으며, 사전 제작 방송의 장점을 살려 상품 체험기, 시연 장면 등을 상세하게 소개하는 등 실시간 TV쇼핑과는 또 다른 쇼핑 방식을 선보이고 있습니다.

Shoppo Live 라이브 커머스

‘Shopping is happy. 고객과 소통하는 모바일 라이브’ Shoppo Live는 GS SHOP에서 진행되는 라이브 커머스 방송입니다. 고객과 실시간 소통을 통해 상품에 대한 다양한 정보를 제공하고 있으며, 고객과의 라이브 채팅을 통해 비대면 온라인 쇼핑의 단점을 보완하여 단순한 쇼핑 그 이상의 행복한 쇼핑 경험을 고객에게 제공합니다.

High Quality의 방송을 위해 라이브 방송 경험이 풍부한 홈쇼핑 PD와 쇼핑호스트가 직접 진행합니다. 하루에 라이브 방송을 14개 이상 진행하며, 다양하고 트렌디한 라이브 콘텐츠를 제작하고 있습니다.



GS MY SHOP



Our Business | 사업소개

4 GS Fresh Mall

당신을 아끼는 정보기

GS Fresh Mall.

GS프레시몰은 신선식품부터 생필품까지 고객 만족을 배송하는 정보기 업 서비스입니다.

친환경 지정농장에서 자란 건강한 소 '우월한우'와 농장부터 품질까지 꼼꼼히 선별한 채소·과일 '신선특별시', 유명 맛집을 고스란히 담은 간편식까지 고객이 원하는 시간에 언제나 빠르게 받아볼 수 있습니다.

GS프레시몰의 배송 서비스는 주문 당일부터 최대 3일 후까지 원하는 시간 언제나 받을 수 있는 '프라이미배송'과, GS THE FRESH와의 협업을 통해 주문 후 1시간 내로 달려오는 '1시간 배달'까지 제공하고 있어, 상품을 통한 고객만족 뿐만 아니라 현대의 세분화된 라이프 스타일에 최적화된 정보기 서비스를 제공합니다.

나아가, 매일 고민되는 오늘 먹을 한끼 식사를 해결해주는 서비스로 고객의 소중한 시간과 노력을 더욱 아끼며 GS프레시몰과 고객과의 유대감을 높이고, 삶에 여유를 드리는 가치 또한 제공하고 있습니다.



5 개발 사업부문

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

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

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



6 퀵커머스 사업부문

퀵커머스사업부문은 2020년 3월 '요기요' 편의점 배달서비스를 시작으로 우리동네GS, 요마트, 요편의점 등 다양한 채널로의 확장을 통해 지속 성장 중에 있습니다.

코로나19 장기화로 비대면 전자상거래가 급성장하면서 고객 구매행태가 변화하였고, 시장변화에 대응하고자 전국 1만 6천여 개 오프라인 점포를 활용하여 O4O 시너지 창출에 집중하고 있습니다.

이에, 자사업 우리동네GS, 요기요/네이버/지역배달플랫폼 등 제휴사를 통해 GS25, GS THE FRESH의 상품을 고객이 온라인에서 손쉽게 주문하고, 신속 편리하게 배달/픽업할 수 있는 '주문 플랫폼 서비스'를 제공하고 있습니다.

주문 서비스 외에도 일반인 배달대행 도보 플랫폼 서비스인 '우리동네달리버리(우일)'도 제공하여 GS 주문건 뿐만 아니라 뷰티스토어, 화훼 전통시장 등의 배달도 대행하며 탄소배출 절감으로 친환경 가치를 실현, ESG경영에 앞장서고 있습니다.





Sustainability Strategy

13

GS리테일 ESG 전략

16

Sustainable Value Chain

17

2022-2023 ESG 하이라이트

21

이중중대상 평가

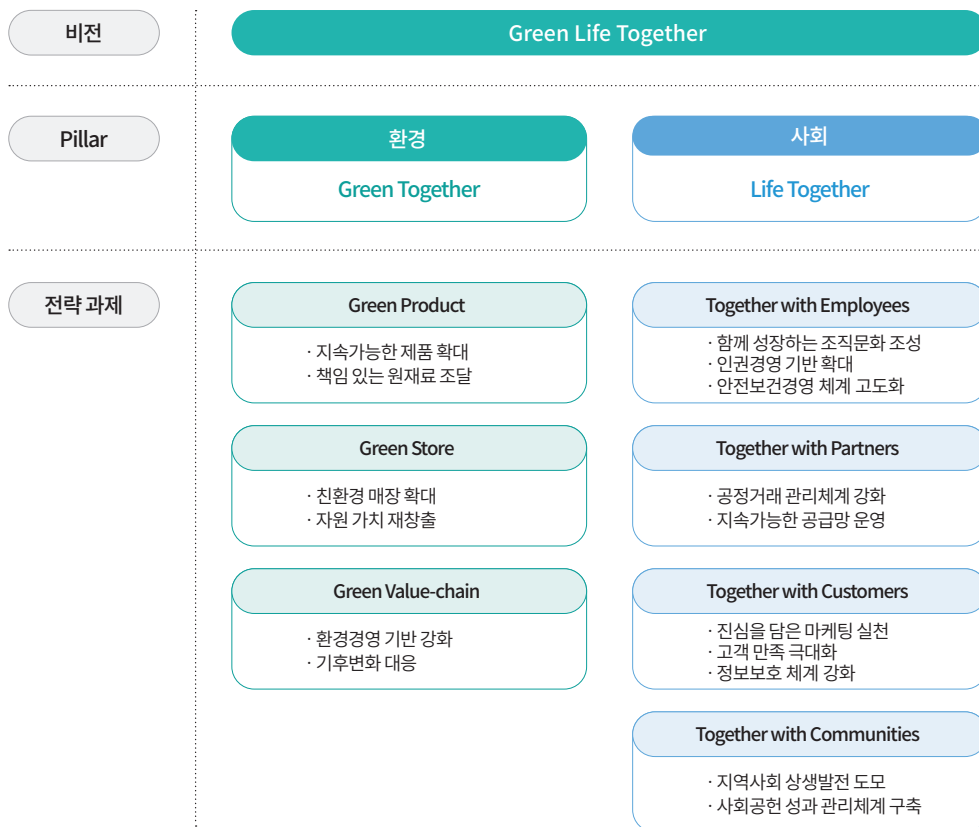
24

이해관계자 커뮤니케이션

GS리테일 ESG 전략 | ESG 경영 체계

중장기 ESG 전략

2021년 통합GS리테일 출범과 함께 장기적 관점의 지속가능한 경영을 위한 ESG전략체계를 수립하였습니다. ‘Green Life Together’ 라는 지속가능경영 중장기 비전 아래, 이를 실현하기 위한 환경·사회 2대 Pillar (Green Together, Life Together)와 균형있는 7개의 전략과제를 선정하고 세부 실행과제를 점검하고 보완하고 있습니다. GS리테일은 성공적으로 ESG 전략과제를 추진하고 지속가능경영을 경영 전반에 내재화할 수 있도록 기반을 마련하고, 이행 현황과 지속가능한 경영 성과를 모든 이해관계자들과 투명하게 소통할 것입니다.



ESG 추진 조직

경영활동 전반에 걸쳐 지속가능경영을 확산하고자 2021년 3월 ESG추진협의회를 출범하고, 같은 해 8월 이사회 산하 ESG위원회를 설치하였습니다. ESG위원회는 환경, 사회, 지배구조와 관련된 전사 ESG리스크를 포함하여 회사의 지속가능한 경영을 위한 사항을 검토하고 승인하고 있습니다. 또한, CEO가 주최하고 회사의 주요 시니어 임원진이 참여하는 ESG추진협의회를 통해 주요 현황과 이슈를 논의합니다.

실질적인 ESG경영 실천을 위해 B/U(Business Unit)별 실무 조직을 중심으로 한 ESG 자기주도연구회(이하, 자주연)를 월 1회 운영하고 있으며, 자주연 조직 내에서 실질적인 ESG실행과제 도출 및 실행을 진행합니다. 또한, C레벨 임원 및 전략임원으로 구성된 ESG실무협의체에서는 자주연에서 실행되는 과제의 실행을 점검하고 이슈사항들을 빠르게 논의할 수 있도록 체계를 갖추었습니다.

ESG총괄 사무국을 담당하는 대외협력팀은, ESG평가 대응 및 공시를 담당하면서 ESG추진협의회에서 의사결정된 사항들을 ESG실무협의체에 공유하여 이행을 위한 자문을 제공하는 등 이해관계자들의 소통 창구 역할을 수행하고 있습니다.



GS리테일 ESG 전략 | ESG 경영 체계

주요 ESG 추진 성과 및 목표

GS리테일은 2022년 국내 대표 평가기관인 한국ESG기준원의 ESG평가에서 2년 연속 통합 A등급을 획득했습니다. 이는, 전사 ESG자주연 조직을 통해 ESG 실행과제를 수립하고 그 실행 결과를 ESG실무협의체를 통해 적극 점검, 피드백 및 개선한 결과입니다. 또한, C레벨 임원을 비롯해 부문장 이상 전 임원의 KPI에 ESG 실행평가를 반영하여 인센티브와 연동하는 등 리더십을 강화하고 있습니다.

추진 전략	전략 과제	2022년 목표	2022년 주요 성과	중장기 계획
Green Product	지속가능제품 확대	<ul style="list-style-type: none"> · 지속가능제품 프로세스 정립 · 친환경 인증 상품 도입 및 친환경 포장재 전환 · 친환경 제품 매출 확대 	<ul style="list-style-type: none"> · 지속가능제품 DB 구축 · 친환경 인증제품 매출액 및 친환경 구매액 확대 지속 · 녹색소비 촉진 캠페인 실행 지속 · 협력사 환경표지인증제도 인증 지원 	<ul style="list-style-type: none"> · 친환경 인증제품 도입 확대 · 녹색소비 촉진 활동 등을 통한 연평균 약 5%의 친환경 매출 상승
	책임있는 원재료 조달	<ul style="list-style-type: none"> · 사회적 책임있는 제품 개발 	<ul style="list-style-type: none"> · 저나트륨, 비건제품 출시/운영 · 책임있는 원재료 조달 확대 	<ul style="list-style-type: none"> · 건강한 식재료를 활용한 사회적책임 제품군 확대
Green Store	친환경 매장 확대	<ul style="list-style-type: none"> · SEMS 설치 확대 · 녹색매장 지정 확대 · 2021년 대비 에너지 원단위 사용량 3% 감축 	<ul style="list-style-type: none"> · 총 12,218개 점 SEMS¹⁾ 설치 및 확대 · 녹색매장 24개 매장 추가 지정 · GS THE FRESH 매장 태양광 패널 설치 및 확대 계획 · 2021년 대비 에너지 원단위 사용량 5.1% 감축 	<ul style="list-style-type: none"> · SEMS 100% 설치 · 녹색매장 운영점 관리 및 확대 추진 · 2022년 대비 에너지 원단위 사용량 25% 감축 (2030년 기준)
	자원가치 재창출	<ul style="list-style-type: none"> · 음식물 및 폐기물 저감 · 자원순환 추진 	<ul style="list-style-type: none"> · 426개 점 음식물 처리기 설치 및 확산 · AIoT 회수기 12점 추가 설치 · 폐가전 수거 자원순환 추가 확대 	<ul style="list-style-type: none"> · 자원순환 활동 지속 전개 · 2022년 대비 폐기물 원단위 배출량 25% 감축 (2030년 기준)
Green Value-chain	환경경영 기반 강화	<ul style="list-style-type: none"> · 전사 녹색물류 관리체계 수립 · 친환경 소모품 사용량 확대 	<ul style="list-style-type: none"> · 우수 녹색물류 실천기업 재인증 · 친환경 소모품 구매비용 93.7% 확대 	<ul style="list-style-type: none"> · 녹색물류 지속 인증 및 친환경 소모품 구매비용 확대
	기후변화 대응	<ul style="list-style-type: none"> · 온실가스 배출현황 파악 및 관리 · 2021년 대비 Scope 1&2 온실가스 원단위 배출량 3% 감축 · 친환경 사업 확대 	<ul style="list-style-type: none"> · 온실가스 인벤토리 구축, 운영 및 감축목표 관리 및 저감활동 실행 · 2021년 대비 온실가스 Scope 1&2 원단위 배출량 3.1% 감축 · 홈쇼핑 방송세트 디지털 전환 · 충전식 방송장비 배터리 및 친환경 LED 조명 도입 	<ul style="list-style-type: none"> · 온실가스 인벤토리 고도화 · 2022년 대비 Scope 1&2 온실가스 원단위 배출량 25% 감축(2030년 기준)

1) SEMS : Smart store Energy Management System(스마트스토어 에너지 관리 시스템)

GS리테일 ESG 전략 | ESG 경영 체계

주요 ESG 추진 성과 및 목표

추진 전략	전략 과제	2022년 목표	2022년 주요 성과	중장기 계획
Together with Employees	인권경영 기반 확대	· D&I 문화의 중요성 인식 제고	· D&I위원회 1기 발족(28명) 및 운영 · 전사 구성원 대상 'D&I의 이해' Online 교육 실시	· 전사 임직원 D&I 인식 강화
	안전보건경영 체계 고도화	· 중대재해처벌법 대응 · 안전보건 체계 구축	· CSO, 전담조직, 사업장 안전보건체계 구축 · 중대재해처벌법 의무 이행 항목 실행 · 종사자 및 시민 안전보건 의견 청취 절차 마련	· 사업장 안전사고율 감축 · 위험성평가 고도화
Together with Partners	지속가능한 공급망 운영	· 신규 입점 파트너사 ESG 이행 현황 파악 · 파트너사 ESG 행동강령 제정 · ISO 9001, 14001 인증 지원	· 신규 파트너사 약 95% ESG 이행 현황 점검 · ESG 우수파트너사 선정 및 혜택 제공 · 10개 파트너사 ISO 9001/14001 인증 획득 지원	· 파트너사 ESG 실사 체계 수립 및 운영
	공정거래 관리체계 강화	· 공정한 거래를 위한 체계 관리	· 직무별 맞춤 공정거래 관련 교육 실시 · 교육의 효과성 식별 및 계획 수립	· 공정거래 교육 정례화 및 효과성 검토
Together with Customers	고객만족 극대화	· 선도 불만 VOC 개선 · 고객만족 프로그램 제고 · 고객 중심 서비스 및 상품 개발 · 영업일 기준 D+2 VOC 처리율 95% 달성 · 신규 상담시스템 및 고객용 챗봇앱 개발	· 선도 불만 환불 프로세스 정립 및 110% 환불 제도 구축 · 고객 패널 진단 및 CS모니터링 평가 실시, 개선 실행 · 편의점, 슈퍼, 편의점 사업 KS-SQI 1위 달성 · 영업일 기준 D+2 VOC 처리율 97% 달성 · 24시간 단순문의의 고객용 챗봇앱 개발 · 고객 경험 중심 기반의 상담시스템 구축	· 고객만족을 위한 위험 진단 및 개선 활동 전개 · 영업일 기준 D+2 처리율 개선 · 상담시스템 및 고객용 챗봇 고도화 · VOC 처리 만족도 개선 · 고객의견 청취, 수렴 및 개선
	책임있는 마케팅 실천	· 마케팅 정책 수립 및 교육 실시	· 마케팅 정책 실행 점검 및 관련 부서 교육 확대 실시	· 책임있는 마케팅 교육 및 리스크 교육 강화
	정보보호 체계 강화	· PC 및 데이터 보호 체계 강화	· PC 및 데이터 보호 체계 강화	· 보안 관제 자동화 · 개인정보보호법 2차 개정안 대응 · 정보처리시스템 인증체계 고도화
Together with Communities	지역사회 상생발전 도모	· 사회적 약자 자립 지원 · 경영주 상생지원 제도 정비 및 확대 · 지역 특산물 활용 및 차별화된 상품 개발	· 내일스토어 105개점, 시니어스토어 35개점 운영 · 경영주 대상 상생지원제도 수립 · 중소 파트너사 해외수출 판로 지원 · 지역 및 소상공인 연계 상품 14건 런칭 · 베이커리 등 지역 특산물 활용 상품 개발 및 출시	· 사회공헌형 매장 확대 · 지역 연계 상품 지속 개발 및 지역 활성화 지원 · 지역사회와의 소통 확대

Sustainable Value Chain

투입 자본 및 자원

재무 및 경제자본

시가 총액	2조 9,478억 원 (2022년 12월 말 기준)
종속 기업 수	16개
GS25 매장 수	16,448점
GS THE FRESH 매장 수	392점

인적자본

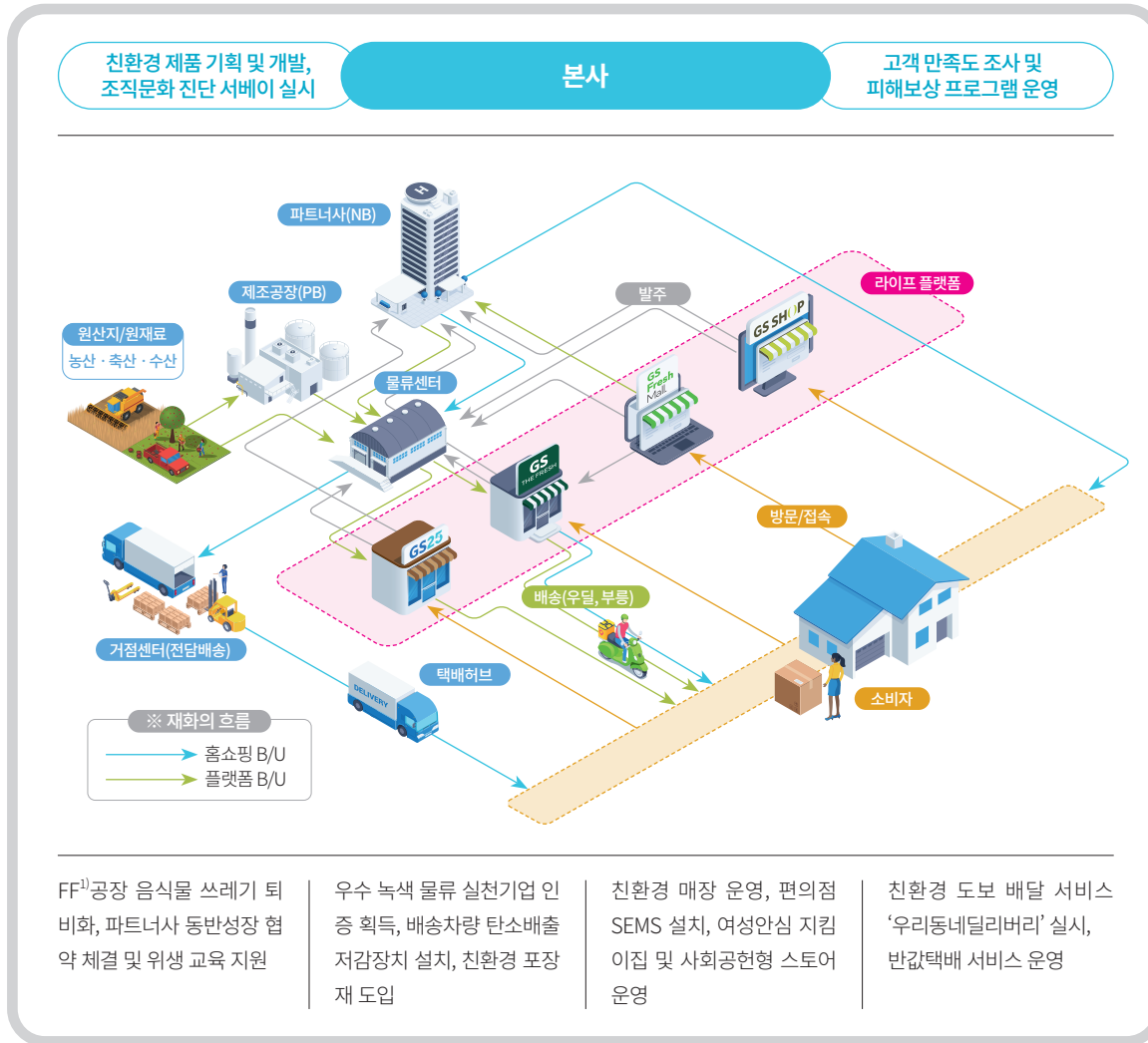
임직원 현황(남/여)	
편의점	1,985명 / 705명
수퍼	971명 / 2,006명
홈쇼핑	391명 / 312명
개발, 공통 및 기타	917명 / 527명

사회관계자본

사회공헌 투입 금액	48.0억 원
------------	---------

자연 및 환경자본

환경 투자 금액	31억 원
----------	-------



가치 창출

재무 및 경제자본

매출액	112,264억 원
영업이익	2,451억 원
신용평가	AA (한국기업평가 기준)

인적자본

1인당 교육 시간	49시간
1인당 교육 비용	923,000원

사회관계자본

임직원 총 봉사인원	2,598명
수혜 인원	16,000명
수혜 업체	64개사

자연 및 환경자본

폐기물 배출 저감 효과	8톤 이상 ²⁾
친환경 매장	27점

1) FF : Fresh Food 신선 간편식품
2) 디지털 스튜디오로 전환하여 실물 세트에서 발생하는 소품 등의 폐기물 배출량 저감

2022-2023 ESG 하이라이트

지속가능한 제품 개발 및 관리

- 지속가능한 제품 마스터 관리 시스템 구축
- 4,348억 원 친환경 매출 기록
- 인증 제품 개발 및 원재료 조달을 위한 공공기관 MOU 체결

녹색매장 확대

- 27개 점 녹색매장 인증 획득
- 12,218개 점 SEMS 설치 완료
- 426개 점 친환경 음식물 처리기 도입

기후변화 대응

- 환경영향 저감 사업 및 활동 추진 **Special Issue ①**
- 온실가스 인벤토리 구축
- 우수녹색물류 실천기업 재인증
- GS리테일, 제14회 '자원순환의 날' 기념식 환경부장관상 수상

미래 경쟁력 확보

- 혁신 점포 및 매장 오픈 **Special Issue ③**
- 700만불 수출의 탑 수상

윤리경영 체계 운영

- 임직원 정도경영 서약을 99% 달성
- 윤리/준법교육 이수율 97% 달성



파트너사 ESG 경영 강화

- 94.7% 신규 파트너사 ESG 경영 현황 파악
- 10개 파트너사 ISO 9001/14001 인증 지원

건강한 조직문화 조성

- D&I위원회 설립
- 신규 채용 여성 인원 37%
- 가족친화기업 인증 획득

지역사회 상생발전

- 취약계층 일자리 창출 **Special Issue ②**
- 2022년 대한민국을 빛낼 인물 브랜드 대상 사회공헌 부문 대상 수상

고객만족 지속 실현

- 편의점, 홈쇼핑, 수퍼 사업부 KS-SQI 공동 1위 달성
- 110% 환불제도 도입

건전한 지배구조 구축

- 보상위원회 설치
- 이사회 참석률 100% 달성

2022-2023 ESG 하이라이트 | Special Issue ①

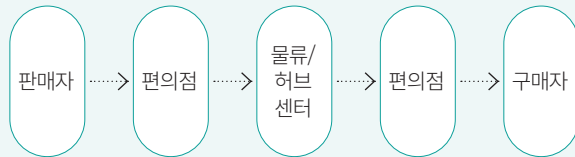
환경영향 저감 사업 및 활동

온실가스 배출 저감

반값택배 서비스

GS리테일은 일반 택배보다 저렴한 반값택배 서비스를 출시해 탄소 배출 저감에 기여합니다. 각 점포에 배송을 마친 회송 차량의 빈 공간에 접수 택배 물품을 적재하고 자체 물류망을 활용해 택배차량의 운행 감축을 통한 탄소 배출 저감을 실현합니다.

2022년 GS리테일은 반값택배를 통해 약 **521톤¹⁾**의 탄소 저감에 기여했습니다.



우리동네딜리버리 서비스

GS리테일은 우리동네딜리버리 서비스를 운영해 도보배송 서비스를 제공하고, 배달 오토바이가 배출하는 이산화탄소량을 저감하고 있습니다.

2022년에는 자전거 배송 기능 개발 및 최적의 배달 동선 제시를 통해 배송의 효율성 제고하고, GS 점포 외 외부업체 상품 배송 서비스를 전개해 약 **528톤²⁾**의 탄소 배출을 절감하였습니다.

재생에너지 사용

태양광 설비

문래동 사옥에 설치된 태양광 발전설비 외 2022년 GS THE FRESH 충주용산점 옥상에 약 50kW급 태양광 발전설비를 점포 최초로 도입하였습니다. 태양광 발전설비를 통해 연간 약 **64,000kW**의 전력을 생산할 예정이며, 2023년에는 13개 점에 태양광 발전 설비를 추가 도입할 예정입니다.



폐기물 배출 저감

AIoT 수거함

GS리테일은 편의점 내 AIoT 수거함 총 **12³⁾**점을 편의점에 설치 및 운영하여 재활용 분리 배출에 대한 고객들의 자발적 동참을 유도하고 배달 일회용품 감축에 기여합니다.

투명 페트병 수거함

투명 페트병 반납 시 친환경 의류 및 물품으로 재생산

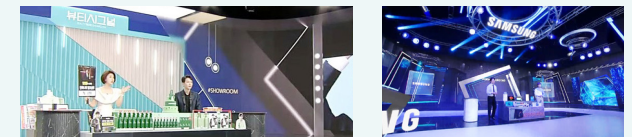
다회용기 수거함

다회용기 반납 시 세척 후 음식점에 재배포해 용기 재사용

디지털 스튜디오

GS리테일은 LED스크린 월을 기반으로 디지털 스튜디오를 구축해 폐기물 배출량을 감축하고 있습니다.

소품 및 페인트 등을 전혀 사용하지 않아 약 **8톤** 이상의 폐기물 절감 효과를 창출합니다. 2023년에는 **2개**의 디지털 스튜디오를 추가로 구축해 세트 폐기물을 90%까지 감축하고자 합니다.



1) 산정 근거: 차량 1대 당 배송 건수 - 250건 가정, 2022년 수행 건수 - 10,134,000건, 차량 1대 당 이동 거리 - 30km, 차량 연비 - 6.2km/L 가정, 경유 차량 배출 계수 - 0.002654

2) 산정 근거: 배달 1건당 이동 거리 - 3km 가정, 2022년 수행 건수 - 1,213,714건, 오토바이 탄소 배출량 - 145g/km

3) 광병 회수기 3점, 다회용기 반납기 9점

2022-2023 ESG 하이라이트 | Special Issue ②

취약계층 일자리 창출

시니어스토어

GS리테일은 한국노인 인력개발원과의 업무 제휴를 통해 노인 일자리 창출을 위한 사회공헌형 점포 시니어스토어 **35개 점**을 운영하고 있습니다.



시니어스토어의 판매 수익금은 노인 인건비와 사업 운영비로 사용하고, 시니어들이 편의점 창업을 희망할 경우 가맹비와 보증금 등을 지원하며 근로 의욕 고취 및 경제적 자립을 통한 생산적 복지를 실현하고 있습니다.

늘봄스토어

GS리테일은 장애인 직업훈련형 편의점 늘봄스토어 **4개 점**을 운영해 발달 장애인들의 경제 및 사회적 자립을 지원합니다. 교육 훈련생으로 선발된 발달 장애인들은 계산과 물품 정리, 상품 판매 등의 업무를 습득하기 위해 별도의 교육 및 직무 훈련을 제공 받습니다.



내일스토어

GS THE FRESH와 GS25는 한국자활복지개발원과 협업해 지역 사회 취약계층을 채용하여 운영하는 내일스토어 **105개 점**을 운영하고 있습니다.



각 지역자활센터가 경영주가 되어 사업을 운영하고, 자활사업에 참여하고 있는 주민 중 근무 희망자를 선정하여, 점포를 직접 창업해 자립할 수 있도록 운영 노하우 등의 교육을 제공하고 있습니다.

상생나눔 플랫폼



청년드림스토어

GS리테일은 만 39세 이하의 청년들에게 창업 기회를 제공하는 청년드림스토어 **2개 점**을 운영하고 있습니다. 청년드림스토어는 청년 대상 참여형 자활 사업으로 점포 제공과 창업투자비 일부를 감면·지원하고, 입문교육, 점포운영교육 등을 제공하는 동시에 청년들이 직접 편의점 운영과 경영에 참여하여 경영 노하우를 쌓을 수 있도록 지원하고 있습니다.

굿윌스토어

GS25는 밀알복지재단 굿윌스토어와의 협업해 장애인 일자리 창출에 기여하고 있습니다. GS25 영업종료점에서 발생한 잔여 상품을 밀알복지재단 굿윌스토어에 기부하고, 기부 받은 상품의 판매 수익금을 장애인 직원의 인건비로 사용합니다.



자활기업 편의점

GS리테일은 자활기업 편의점 **12개 점**을 운영하고 있습니다. 내일스토어에서 근무한 이력이 있는 취약계층 근무자 중 직접 GS25 점포 창업을 희망할 경우 가맹비 면제 등의 혜택을 제공하여 근로 능력이 있는 취약계층의 일 자리를 창출하고 경제적 자립을 지원하고 있습니다.



2022-2023 ESG 하이라이트 | Special Issue ③

혁신 점포/매장 오픈

주거 특화형 플래그십 스토어

AI 치킨 조리 로봇, 물품 픽업존 등을 도입하여 안전하고 신속한 서비스를 제공하는 콰커머스 친화형 점포를 오픈하였으며, 주변 상권 및 유동-거주 고객 데이터를 반영하여 주거 특성에 최적화된 서비스를 제공합니다.



쿠키트 특화매장

MZ세대 맞춤 상품 출시를 바탕으로 O4O 시너지를 창출할 수 있는 쿠키트 매장을 특화 오픈하였으며, 쿠키트 상품 종류와 취급 점포 수를 지속해서 확대하여 온 오프라인을 아우르는 식문화 플랫폼의 구축을 도모합니다.



컨테이너형 무인편의점

건물이 없는 부지에 컨테이너를 재활용하여 무인 편의점 매장을 오픈하였으며, QR코드와 신용카드를 활용하는 출입 인증 솔루션과 셀프 결제 솔루션을 적용하여 운영합니다.



4월

디지털 혁신 점포

신한은행과의 협력을 통해 화상 금융상담을 제공하는 디지털 데스크와 스마트 키오스크를 점포에 구비하여, 슈퍼마켓에서 금융서비스를 이용할 수 있는 디지털 혁신 점포 오픈했습니다.



6월

GS25 DX LAB

간편자동결제 시스템, AI 점포 감시 시스템 등의 첨단 리테일테크를 적용한 미래형 점포 GS25 DX LAB을 오픈하였으며, 고객과 점주에게 맞춤형 디지털 서비스를 제공합니다.



7월

도어투 플래그십 스토어

GS25의 핵심 PB 상품을 중심으로 150여 종의 인기 상품을 판매하는 도어투성수(Door to Seoungsu)를 개점하였으며, 낮에는 카페, 저녁에는 펍 형태로 운영하여 고객에게 차별화된 경험을 제공합니다.



11월

이중중대성 평가 | 이중중대성 평가 프로세스

GS리테일은 중대성 평가를 실시하여 회사 및 이해관계자와 가장 관련성이 높은 지속가능한 비즈니스 모델을 식별합니다. 선별된 중대 ESG이슈에 대해서는 이중중대성 방법론을 도입하여 각 이슈의 환경 사회적 및 재무적 영향을 포괄적으로 측정하였습니다. 환경 사회적 영향은 각 ESG 이슈에 대해 기업이 환경 사회에 미치는 긍정 또는 부정적 영향으로 정의하며 규모, 범위, 발생가능성 (잠재 영향의 경우), 교정가능성 (부정 영향의 경우)을 척도로 영향도를 평가합니다. 재무적 영향은 각 ESG 이슈가 기업에 미치는 긍정 또는 부정적 영향을 뜻하며 수익 및 비용 영향도를 분석합니다. 전체 22개의 ESG 이슈풀 중 GS리테일의 지속가능한 사업 활동을 위해 10개의 중요 ESG 이슈들을 도출하였습니다. 중요 이슈는 이중중대성 평가를 진행하여 심도 있게 보고하고 분석 결과를 기업 경영활동에 적극적으로 반영해 나갈 계획입니다.



이중중대성 평가 | Impact Table

+ 긍정 - 부정 High Medium Low

중요 이슈	주요 영향	영향 특성	환경 사회적 영향도	재무적 영향도	이중중대성 결과	
E	지속가능한 제품 및 포장재 도입 확대	생분해성 플라스틱 사용 확대를 통한 화석원료 소비 절감 및 지구 온난화 예방	+	High	Low	High
		경량화/포장 부피 감소를 통한 비닐/종이 소비 절감 및 환경오염 예방	+	High	Low	High
		분리 배출의 용이성 제고를 통한 재활용률 개선	+	High	Medium	High
		대내외 친환경 인증 상품 출시를 통한 탄소발자국 감축	+	High	Low	High
		원가 상승으로 인한 시장 경쟁력 약화	-	Medium	Low	Medium
E	기후위기 대응체계 수립 및 대응 활동 강화	사옥/매장 내 전력 및 에너지 사용량 절감	+	High	Medium	High
E	폐기물 감축 및 자원 순환 구조 확립	음식물 처리 지역 내 수질오염 및 악취 저감	+	High	Medium	High
		폐기물을 원활히 감축하지 못했을 경우, 환경오염 사고 증가 및 동물 서식지 파괴	-	Medium	Low	Medium
S	건강하고 책임 있는 제품 및 서비스 제공	PB상품/밀키트 개발 및 생산을 통한 파트너사 판로 개척	+	High	Medium	High
		고객 소통 확대 및 맞춤형 상품 개발을 통한 고객 만족도 제고	+	High	Low	High
S	인권 및 다양성 존중	조직 구성원의 다양성 확보를 통한 고객 중심의 상품 개발 및 기업 경쟁력 제고	+	High	Medium	High
S	파트너사 동반 성장 및 공급망 ESG 확산	가치사슬 및 지역사회 전반에 걸친 ESG 내재화	+	High	Medium	High
S	근로자 안전 보건, 안전한 일터	임직원 건강 증진을 통한 퇴사율 감소 및 고용시장 안전성 개선	+	High	Medium	High
G	리스크 관리 역량 제고	신속한 이슈 대응을 통한 고객 신뢰 확보	+	High	Medium	High
G	디지털 트랜스포메이션 및 신성장 동력 창출	물류 센터 및 물류 단계에서의 온실가스 배출량 개선(Scope 3)	+	High	Medium	High
G	준법활동 실천 및 공정거래 준수환경 조성	공정거래 문화 확산	+	High	Medium	High

이중중대성 평가 | 경영접근방식

중요 이슈	이슈 정의	이슈 선정 이유	관리 방안	보고 위치	
지속가능한 제품 및 포장재 도입 확대	· 친환경상품 개발 및 도입 확대를 통해 지속가능상품을 시장에 공급하고, 지속가능한 제품 패키지와 배송 포장재 도입을 확대	· 지속가능한 제품에 대한 시장의 요구 및 소비자의 관심 증대, 플라스틱 사용 감축 등 포장재의 지속가능성에 대한 규제 강화	· 환경경영 소재/포장재, 원재료 도입 · 체계적인 친환경 상품 관리를 위한 DB 및 MD 시스템 구축	30-32	
기후위기 대응체계 수립 및 대응 활동 강화	· 재생에너지 사용 확대 등 기후변화로 인한 사업의 위험과 기회요인 분석을 통한 기후위기 대응전략 수립	· 기후변화 완화에 대한 기업의 역할이 전세계적으로 강화되고 있는 추세이며 이해관계자의 요구를 충족하고 강화되는 규제 대응 필요	· 환경경영 컨트롤타워 수립 · 환경경영평가위원회 운영 · 온실가스 인벤토리 구축	· 도보배달 활성화 · LED, 저녹스 버너 교체 등	18, 27, 29, 34, 38, 80-86
폐기물 감축 및 자원 순환 구조 확립	· 폐기물의 적정 처리를 통해 자연환경에 미치는 영향 최소화, 자원 재활용을 위한 순환 구조 확립	· 순환경제로의 전환의 중요성이 대두되고 있는 추세이며 유통업 특성상 폐기물 처리 및 자원 순환 구조 도입 필요	· 음식물 폐기물 감축 및 자원가치 재창출을 위한 활동 지속 전개	18, 36-37	
건강하고 책임 있는 제품 및 서비스 제공	· 안전하고 건강한 먹거리 개발, 책임있는 마케팅 활동 전개, 제품 품질 개선 및 차별화된 고객 경험 제공, 적극적인 고객 소통 등을 통한 고객만족 극대화	· 편의점 음식 질에 대한 인식을 개선하고 국민 건강 증진에 대한 생활 소비재 기업으로서 사회적 책임 이행 필요	· 제품 다양성 확보를 위한 밀키트 및 PB상품 출시 · 저나트륨 상품 개발 및 건강기능 식품 판매 확대 · 고객만족 및 패널 진단 프로그램 운영	59-60, 64-66	
인권 및 다양성 존중	· 기본권 침해를 방지하고 인권을 존중하는 근무조건 조성, 인종·성별·종교·기타 소수자 등에 대한 다양성 보장	· 각종 인권 실사 관련 기준, 평가 및 보고 지침이 고도화되고 있으며 안정적인 고용시장 구축을 위한 기업의 기여 필요, 조직 구성원 다양성 확보를 통해 기업 경쟁력 제고 필요	· D&I 위원회 창설 · 인권영향평가 진행 · 조직문화에 대한 설문조사 실시	45-46	
파트너사 동반성장 및 공급망 ESG 확산	· 대기업과 중소기업 간 동반성장을 촉진, 파트너사 ESG 역량 강화를 위한 지원 강화	· 다양한 파트너사와 함께 일하는 유통사 특성상 파트너사와의 상생 및 가치사슬 전반에 걸친 ESG 내재화는 지속가능경영에 필수 요소	· 파트너사 ISO 인증 지원 및 파트너사 행동규범 제정 · 파트너사 교육 프로그램 확대	54-56	
근로자 안전 보건, 안전한 일터	· 근로자의 안전하고 건강한 근무 환경 조성 및 위험요소 관리를 통한 안전한 일터 조성	· 중대재해처벌법, 산업안전보건법 시행 등 산업안전보건 관련 규제 및 사회적 압력이 강화되고 있으며, GS리테일은 관련 법 적용 대상으로 체계적인 관리 필요	· 심리 상담 프로그램 신설 및 운영 · 안전보건 경영진단 및 안전보건 교육 실시 · CSO 선임 · 산업안전보건위원회 구성	47-49	
리스크 관리 역량 제고	· 사업 운영 및 경영 활동 과정에서 발생 가능한 재무적 리스크(매출 감소, 수익 악화 등)와 비재무적 리스크(안전사고, 자연재해 등)를 식별하고 잠재적 영향을 평가해 위기요인을 관리하고 예방	· 변동성이 높아진 기업환경 속에서 리스크를 선제적으로 파악함으로써 기업 활동의 연속성을 확보하고 회복탄력성 제고 필요	· 리스크관리협의체 운영 · 유통업 특성을 고려한 12개 리스크 유형 정의	78-79	
디지털 트랜스포메이션 및 신성장 동력 창출	· 디지털 전환을 통한 일하는 방식 및 에너지 사용 효율화 등 지속가능경영 혁신, 기존 사업영역 외 포트폴리오 및 새로운 사업영역 진출	· 기업 경쟁력 제고를 위해 디지털 기반의 운영 혁신을 통한 고객의 편의성 및 판매 역량 강화, 신사업 발굴을 통한 비즈니스 기회 확대 필요	· 디지털 기반의 운영 혁신 확대 · 신사업 발굴 및 비즈니스 기회 확대	20, 39	
준법활동 실천 및 공정거래 준수환경 조성	· 사업운영 관련 국내외 규제사항 준수 및 공급망의 공정거래 준수	· 온라인 유통시장에 대한 규제 강화 등 유통사에 대한 국내외 컴플라이언스 규제 대응 필요	· 컴플라이언스 체계 구축 및 제도개선 · 공정거래 관련 교육 및 모니터링 강화	52-53, 77	

이해관계자 커뮤니케이션 | 이해관계자 정의 및 커뮤니케이션

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

구분	커뮤니케이션 채널	커뮤니케이션 내용
 임직원	<ul style="list-style-type: none"> · 익명 소통채널 '동수, 아리' (전국 영업조직이 있는 편의점, 슈퍼) · 임직원 게시판 및 사보 · 현직 조직문화 담당의 고충 청취 · 익명제보시스템: CEO에게 말한다, 레드휘슬 · 타운홀 미팅, 노사협의회 	<ul style="list-style-type: none"> · 소통 활성을 통한 상호 간의 이해 증진 · 자유로운 의견 개진을 통한 수평적 조직문화 정착 · 임직원 권리 보호 · 공정한 평가와 보상 · 일과 삶의 균형 유지 · 행복하고 안전한 일터 만들기
 고객	<ul style="list-style-type: none"> · CEO에게 말한다 및 고객의 소리(사업부별 콜센터 및 홈페이지) · 고객만족 설문 및 참여형 이벤트 · GS25 영마케터 등 고객 자문단 · 홈페이지 및 SNS 채널(유튜브, 인스타그램, 제페토) · 전화 및 모바일/PC 1:1 상담(GSSHOP-24시간 운영) · 고객 간담회(온라인 인터뷰) 및 고객 의견조사 	<ul style="list-style-type: none"> · 신속한 고객의견 청취 및 불만 처리 · 고객의 제안/문의사항 유관부서 전달 및 답변 확인 · 주요 접수 내용에 대한 이슈 발굴 및 인사이트 제공 · 내·외부 제보(조직가치 위반 및 불공정 사례, 직장 내 괴롭힘, 성희롱)에 대한 사실 확인 및 결과 보고 · 책임있는 제품 및 서비스의 제공 · 고객의 니즈 파악 및 공감을 주는 마케팅
 경영주(가맹점주)	<ul style="list-style-type: none"> · 창업설명회 및 경영주 교육 · 경영주협의회, 발전위원회, 자율분쟁조정위원회 · 카카오톡 플러스친구- GS25챗봇지니 (경영주, 스토어매니저와의 소통플랫폼) · 경영주매거진 (점포 운영관련 정보 및 소통 채널) 	<ul style="list-style-type: none"> · 지속적인 상생 방안 모색 · 경쟁력 있는 상품 및 서비스의 제공 · 실질적인 점포 운영 지원 활동 · 소통을 통한 고충청취 및 개선 · 우수 경영주 선발 및 소개를 통한 자긍심 향상 기여
 파트너사	<ul style="list-style-type: none"> · CEO에게 말한다(익명) · 익명제보시스템: 레드휘슬, 윤리경영 핫라인, 정도경영/파트너사 목소리 · 동반 성장을 위한 주기적 간담회 등 진행 	<ul style="list-style-type: none"> · 동반성장을 위한 상생 가치 창출 · 공정거래 문화 조성 · 지속가능한 기술 전파, 판로개척 등 역량 강화 및 지원
 지역사회 및 정부·NGO간담회	<ul style="list-style-type: none"> · 지역사회 민원 수렴 · 지자체 및 지역 관공서 협의회 · 동반성장 간담회, ESG간담회, 을지로위원회 등 	<ul style="list-style-type: none"> · 지역경제 활성화 · 지역 환경영향 저감 및 사회적 책임 활동(동반성장 및 상생 등)
 주주	<ul style="list-style-type: none"> · 주주소통 담당이사 · 주주총회 · IR 공시(기업 홈페이지, DART) 	<ul style="list-style-type: none"> · 경영 성과 및 주주 가치 극대화 · 건전하고 지속가능한 지배구조 운영 · 윤리경영 및 통합 리스크 관리

Sustainability Progress

26

Environmental

40

Social

71

Governance

Environmental

GS리테일은 종합 유통플랫폼으로써, 기후변화에 적극적으로 대응하기 위해 고객이 경험하는 모든 밸류체인 및 경영활동 전반에 걸친 환경영향도를 파악하고 모든 이해관계자가 기후변화 대응 및 지속가능한 소비에 참여할 수 있도록 지원합니다. 친환경 매장과 녹색 물류를 운영하여 사업 활동 중 발생할 수 있는 온실가스 배출과 환경영향을 최소화하기 위해 노력합니다. 또한, 친환경 제품을 개발 및 유통하고, 임직원 및 고객 참여형 친환경 캠페인을 전개하여 환경인식을 제고하고 있습니다. GS리테일은 환경보호에 대한 기업의 책임을 지속적으로 강화하고 이해관계자가 함께 참여하는 환경보호 활동을 실천해 나갈 계획입니다.

환경경영	27
Green Product	30
Green Store	33
Green Value-chain	38

친환경 매장

27 개 점

SEMS 설치 점포 수

12,218 개 점

온실가스
인벤토리 구축






환경경영 | 환경경영 기반 강화

관리 체계

환경경영 방침

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

환경경영 방침

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

환경경영시스템(ISO 14001)

GS리테일은 2021년 5월 환경경영체제에 관한 국제표준인 ISO 14001을 획득했습니다.

전사 밸류체인 상의 환경영향 요인을 규정하고 관리하고 있으며, 나아가 저감 활동을 위한 노력까지 지속하고 있습니다. 또한, 내부심사원 육성을 통해 환경 관련 추진 계획 및 실행조치에 대해 점검하고 매년 환경경영시스템이 체계적으로 유지될 수 있도록 점검하고 있습니다.



환경성과 평가

2022년 C-level 임원의 성과 평가지표에 ESG평가를 도입하였으며, 2023년부터는 부문장 이상 전임원의 KPI에 ESG실행 실적을 평가지표로 하여 경영진 평가와 보상에 연계하고 있습니다. 이를 통해 ESG에 대한 경영진의 리더십 강화로 ESG 기반의 의사결정 구조로의 변화를 이끌고자 합니다. 앞으로도 평가체계를 고도화하여 GS리테일 밸류체인 전반에 걸쳐 ESG실행력을 강화해 나갈 계획입니다.

환경 규제 대응

GS리테일은 ESG추진협의회 및 환경영향평가위원회를 통해 환경 관련 규제 동향을 파악하고 사전 대응할 수 있도록 그 체계를 갖추고 있습니다. 또한, 비재무 리스크에 환경 및 기후변화 리스크를 포함하여 규제 관련 리스크를 관리하고 대응해 나가고 있습니다. 이외에도 지속가능발전기업협의회(KBCSD, Korea Business Council for Sustainable Development)를 통해 환경부와의 정책세미나 등을 바탕으로 환경 규제 관련 의견을 개진하고 적극적으로 소통해 나가고 있으며, 2022년 환경 법규 위반 사항은 없었습니다.

환경경영 히스토리



환경경영 | 환경경영 기반 강화

임직원 환경인식 개선 및 환경 캠페인

임직원 환경 교육

GS리테일은 전 임직원이 환경경영에 동참할 수 있도록 정기적으로 환경교육 및 ESG교육을 진행하고 있습니다. 미이수자, 신규 입사자 또한 교육을 수료할 수 있도록 회차별, 대면 및 비대면 수업을 병행하여 교육참여의 접근성을 높이고 있습니다. 2023년부터는 ESG라운지를 운영하여, 자원순환 등 환경 관련 교육 소주제를 세분화하여 임직원의 관심을 제고하는 쌍방향 소통 위주의 교육을 진행할 예정입니다.

2022년 환경교육 진행 현황

(단위: 명)

구분	2022
ESG경영의 이해	347
GS리테일의 ESG전략	4,085
환경보호 인식개선 교육	745

환경부 환경교육 업무협약 체결

GS리테일은 환경 인식 제고의 필요성을 인지하고, 임직원 환경 교육을 더욱 강화하기 위해 환경부와 '지속가능한 미래 실현을 위한 환경교육 협력' 업무협약을 체결하였습니다.

앞으로도 임직원을 대상으로 정기적으로 환경 교육을 진행하고 기업 내에서 자발적인 탄소중립 실천 분위기가 조성될 수 있도록 지속적인 홍보 활동을 추진할 예정입니다.



친환경 구매

FSC 인증 다이어리

GS리테일은 지속가능한 산림경영으로 생산된 목재와 제품에 부여되는 FSC 인증 다이어리를 주문 제작해 임직원에게 배포하였으며, FSC 인증을 받은 친환경 다이어리를 사용하여 산림 훼손과 환경 파괴를 줄이는 데 기여하고, 임직원에게 친환경 제품에 대한 인식을 제고하고 있습니다.

친환경 사무가구

GS리테일은 2022년 가구 총 발주 금액의 약 70%를 그린가드 인증서를 획득한 책상, 의자, 서랍, 테이블 등 총 13가지의 친환경 가구로 발주하였습니다. 옹지의 경우 친환경 용지를 병행 사용하고 있으며, 향후 물품 구입, 공사 시 친환경 제품을 우선적으로 검토하고 경제성, 도입 효과 등을 고려해 친환경 제품 사용을 점진적으로 확대해 나갈 예정입니다.

임직원 참여 환경 캠페인

Green Save 캠페인

경영주와 스토어매니저로 구성된 Green Saver가 점포에서 직접 친환경 활동을 실천하고 개인 SNS에 활동 내용 홍보를 통해 지역사회 주민에게 친환경 인식을 제고하는 Green Save 캠페인을 진행했습니다. 2022년에는 1기 Green Saver의 에너지 절약, 친환경 활동 실천 및 홍보와 2기 Green Saver의 친환경 퀴즈와 교육 동영상을 통해 친환경과 분리배출의 인식을 제고하고 점포에서의 다양한 친환경 활동을 실천해 약 8,066kg의 배출량을 저감했습니다.

GS Earth Day

GS리테일은 임직원의 다회용컵 사용을 권장하기 위해 사내 카페에서 개인 머그컵을 사용할 경우 할인 혜택을 제공하고 있으며, 한달에 한번 머그컵 지참시 커피를 무료로 제공하는 GS Earth Day를 운영하고 있습니다.

플로깅 활동

GS리테일은 환경정화 활동인 플로깅 활동을 상·하반기 각각 1회씩 진행하였으며, 임직원 봉사단인 GS나눔미와 개인 단위로 자유롭게 참여해 지역사회의 환경보호에도 동참하였습니다.



고객 참여 환경 캠페인

탄소중립실천 포인트제도

GS리테일은 환경부의 '탄소중립포인트(녹색생활 실천분야)제도'에 참여하고 있습니다. '우리동네GS' 앱을 통해 매장 구매 시 영수증을 모바일 발급하는데 이를 포인트 제도와 연계함으로써 고객들의 친환경 생활 실천 문화 확산을 위한 노력에 동참하고 있습니다.



예코 크리에이터

환경부 우수환경 프로그램으로 지정된 예코 크리에이터에서 약 50명의 젊은 그린리더, 글로벌 청소년 환경 활동가 및 전문가의 환경 인식 제고 UCC 영상 제작을 지원하였으며, 2022년에는 임직원도 함께 참여하여 다양한 이해관계자의 친환경 인식을 개선하기 위해 노력했습니다.



환경경영 | 기후변화 대응

온실가스 배출

배출량 측정

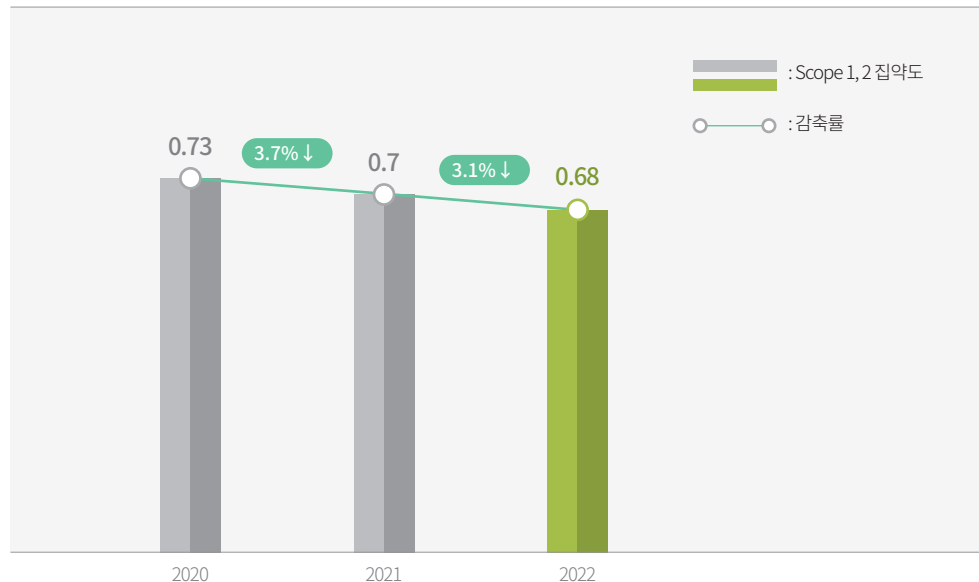
GS리테일은 온실가스 배출 목표관리대상 기업은 아니지만, 기후변화에 대한 책임에 공감하고 범국가적 기후변화 대응 기조에 부합하기 위해 능동적으로 온실가스 인벤토리를 구축하고 온실가스 배출원 및 배출량을 파악했습니다.

GS리테일이 소유 및 임차한 자산에서 발생한 온실가스 배출량(Scope 1&2)의 배출량은 64,981tCO₂-eq에서 71,725tCO₂-eq로 증가하였으나, 취급고를 기준으로 산정한 온실가스 배출 집약도는 전년 대비 약 3.1% 감소하였습니다.

앞으로도 온실가스 배출량을 지속 모니터링하고 배출량을 관리해 나갈 계획입니다.

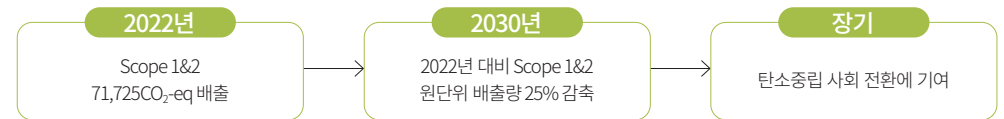
온실가스 원단위 배출 현황

(단위: tCO₂-eq/억 원)



감축 목표

GS리테일은 매년 Scope 1, 2 배출 원단위 3% 감축 목표를 수립하고 이행실적을 관리하고 있습니다. 특히, 온실가스 배출 현황을 모니터링하고, 감축 활동을 지속 전개하여 중장기적으로 탄소중립을 달성할 수 있도록 최선을 다할 예정입니다.



저감 활동

GS리테일은 온실가스 배출량을 저감하기 위해 Scope 별 다양한 활동을 전개하고 있습니다. 사무실 내 저녹스 버너를 설치하고 SEMS 운영, 고효율 에너지 전구와 에너지 절감형 냉장비 도입 등을 통해 Scope 2 배출량을 저감하고자 합니다. 또한, 우리동네 딜리버리 서비스 및 반값 택배 등 온실가스 배출 저감 사업을 추진해 Scope 3 배출량을 저감합니다.

구분	활동	보고 페이지
Scope 1	저녹스 버너 설치	29, 34, 86
	고효율 LED 교체	29, 33~34, 38, 86
	태양광 설비 설치	18, 33~34, 38
Scope 2	고효율 에너지 절감형 냉장비	29, 33, 86
	스마트 에너지 관리 시스템(SEMS) 도입	29, 33~35, 86
	녹색 업무 프로세스 및 물류시설 구축	38
Scope 3	우리동네 딜리버리 서비스 운영	18
	반값 택배 사업 진행	18

글로벌 이니셔티브 지지

GS리테일은 기업의 환경 및 사회적 책임을 성실히 수행하기 위해 UNGC, 창원 이니셔티브 및 BNPB 이니셔티브에 가입하고 TCFD 보고서를 발간하고 있습니다. 향후 CDP에 참여하여 기후변화 전략과 온실가스 저감 현황을 투명하게 공개할 예정입니다.

Green Product | 친환경 제품 및 원재료

관리 체계

지속가능한 제품

GS리테일은 친환경제품을 지속가능한 제품으로 정의하고 관리 기준을 수립해 도입 확대를 추진하고 있습니다.

GS리테일은 친환경 제품에 대한 객관성과 신뢰성을 확보하기 위해 취급하고 있는 제품 중 제품 본연의 특성 혹은 패키징에 대해 지속가능 기준에 따른 제3자 인증을 획득한 제품을 지속가능한 제품으로 정의하고 있습니다. 상품과 패키징에 대한 인증을 취급품목에 따라 개별적으로 관리하고 있으며, 관계법령에 근거하여 공식적으로 인정받는 친환경 인증을 최우선으로 하고 있습니다.

GS리테일 인증 기반 친환경 제품 관리체계

구분	취급 인증	
상품 및 패키징	환경부	녹색인증, 환경성적, 저탄소 인증 등
	농식품부	유기농, 무농약, 무항생제 인증 등
	해수부	유기수산, 유기가공, 무항생제 인증 등
	국외	FSC, MSC, ASC, EU Ecolabel 등

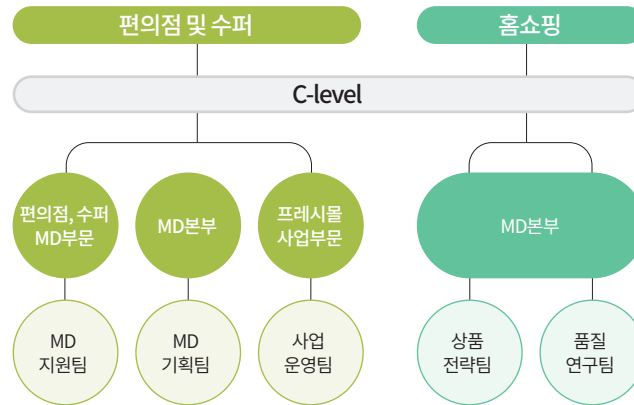
환경부 녹색소비-ESG 얼라이언스 업무협약 체결 및 실행

GS리테일은 2021년도에 환경부와 '녹색소비-ESG 얼라이언스 협약'을 체결하였습니다. 유통사업자로서 소비자들이 탄소중립과 녹색 전환에 동참할 수 있도록, 친환경 인증제품의 소비 촉진을 위한 활동을 진행하고자 하는 목적입니다. 2022년 11월에도 한달동안 '2022 녹색소비주간'을 운영하여 유통·판매되는 인증제품에 대해 올바른 환경성 정보를 소비자에게 제공하고, 녹색제품 판매 촉진을 위해 노력하였습니다. 그린카드로 친환경제품 구매시 에코머니 포인트 적립, 인증제품 행사(가격 할인, 전단 행사 등), GS SHOP TV 채널 활용 홍보 영상 노출 등 환경표지 중심의 생산·소비 선순환 구조를 확립하는 데 기여했습니다. 녹색소비 촉진 활동은, 매년 정기적으로 진행할 계획으로 지속적인 실행을 위해 노력하고자 합니다.

거버넌스

GS리테일은 지속가능 제품 개발과 원재료 유통을 적극 추진하기 위해 거버넌스 체계를 수립해 운영하고 있습니다.

각 담당 부서에서는 제품 구매, 개발 및 원재료 조달 시 인증 획득 여부를 검토하고, 지속가능한 제품과 원료 개발을 지속 추진하여 녹색제품 유통 및 소비 활성화에 기여하고자 합니다.



관리 시스템

PB 상품

GS리테일에서는 지속가능한 제품 확대와 더불어 지속가능한 제품 중 PB 상품을 체계적으로 관리하기 위해 2022년에 지속가능한 제품 관리 시스템을 구축하였습니다.

이를 통해 각 제품의 제3자 인증 여부, 인증 종류, 인증 유효기간 등 지속가능한 제품에 대한 정보를 확인하고, 지속적인 사후관리를 진행할 수 있게 되었습니다.

또한, 신상품 등록 시, 지속가능한 제품의 정보를 등록할 수 있는 화면을 추가하여 제품의 정보를 데이터베이스 상에 업로드할 수 있도록 지원하고 있으며, 향후 데이터베이스를 고도화해 체계적으로 관리해 나갈 계획입니다.

농수산물 원산지

GS리테일은 안전하고 인증된 원재료를 조달 및 공급하기 위해 농수산물 이력을 체계적으로 관리하고 있습니다. 농수산물의 경우 블록체인 기술을 바탕으로 제품의 원산지, 축산 이력번호, HACCP 인증, 가공업체 정보를 이해관계자에게 투명하게 공개하고, 수산물의 경우 수산물이력제를 도입해 운영합니다.

농산물	<ul style="list-style-type: none"> - 블록체인 기술 기반의 농산물 생산·유통이력 관리 고도화 - 생산에서 소비까지 전 과정에 걸친 상품 정보를 ब्ल록체인 내 이해관계자에 공유 	
수산물	<ul style="list-style-type: none"> - 수산물이력제를 통한 관리 체계 수립 - 수산물 어획부터 판매까지의 공급망 내 전 과정에서의 정보를 기록 및 관리 	

대량판매상품 원산지 실사

판매금액이 50억을 초과하는 제품을 대량판매상품으로 분류하고 국내외 제조사에 대한 점검을 이행합니다. 의류와 잡화는 현지 검사기관과 계약을 맺어 실사 점검을 진행하였습니다.

또한, 소비자 안전을 위해 건강기능식품의 경우 원재료에 대한 점검을 이행하며, 2021년 이후로는 COVID-19로 인해 원격점검이 이루어졌으나 원재료 재배지의 진위, 재배환경의 오염 우려, 생산 공정 등을 철저히 점검하였습니다. 이외에도 제3자 인증서 및 성적서에 대한 추가적인 점검을 이행하고 있습니다.

원재료의 품질과 안전성을 보장하기 위한 중요 자료인 인증서와 성적서의 위조 가능성을 인지하고 실제 점검을 통해 이러한 자료가 신빙성이 있는지 판단합니다.

Green Product | 친환경 제품 및 원재료

제품 개발 및 확대

제품 개발 프로세스

GS리테일은 지속가능 제품에 대한 생산 프로세스를 구축하고 유통 범위를 확장하여 고객의 지속가능 제품에 대한 접근성을 제고하고 있습니다.

시장 환경을 분석해 고객의 니즈를 파악하고, 개발 품목을 선정한 후 품질실사 과정 등을 통해 친환경 인증을 획득한 파트너사와 지속가능 제품의 생산 및 상품화를 추진합니다.

제품 개발 절차



친환경 포장재 개발

GS리테일은 FSC 인증을 획득한 친환경 종이 포장재를 도입하고, 친환경 포장재 개발을 추진하고 있습니다.

GS리테일은 오프라인 육류 상품과 다양한 화장품에 친환경 종이 포장재를 적용하고 있으며, 이를 슈퍼 전 품목에 적용해 연평균 120톤의 플라스틱 포장재를 절감하고자 합니다. 지속가능한 구매 방침에 따라 EL606 등 환경표지 인증을 획득한 포장재를 간편식 상품에 도입하고 있으며, 국내 최초로 FSC 인증을 획득한 종이 소재를 파우치 음료 상품에 적용해 출시하였습니다.

또한, 방송(Live) 판매 상품에 대해서는 2019년부터 종이 완충재 등을 도입하여 2022년까지 약 20가지의 친환경 포장재를 상품에 적용하고 있으며, 친환경 포장재를 지속 개발하고자 합니다.

방송(Live) 판매 상품 친환경 포장재 적용률

(단위: %)

구분	2020	2021	2022
적용률	16.7	25.9	34.1

빨대가 필요 없는 얼음컵 개발

GS리테일은 빨대가 필요 없는 얼음컵을 출시해 고객이 자연스럽게 친환경 활동에 동참할 수 있도록 지원하고 있습니다.

얼음컵은 GS25에서 가장 많이 판매되는 상품 중 하나로, 신규 얼음컵 개발을 통해 연간 약 1억 개의 빨대 사용량 절감하고 플라스틱 60톤, 온실가스 300톤의 저감에 기여합니다.

환경산업기술원 MOU 체결

GS리테일은 2022년 한국환경산업기술원과 환경성적표지 인증 지원 업무협약을 체결해 지속가능 제품 생산을 추진하고 있습니다.

GS리테일은 중소기업과 협력해 친환경 PB상품을 계획하고 한국환경산업기술원은 제품 홍보, 교육 및 컨설팅 비용 등을 지원하여 환경 친화 소비문화가 확산될 수 있도록 지원합니다. 2022년에 이어 2023년에도 매년 10개 이상의 PB상품에 대해 환경성적표지 인증을 획득하고 지속가능 제품을 확대하고자 합니다.



E.S.G 포인트 제도

GS리테일은 2022년 가맹 점포의 친환경 활동을 독려하고 친환경 제품 소비문화 활성화에 기여하기 위해 E.S.G 포인트 제도를 도입하였습니다.

E.S.G. 포인트 제도는 점포에서 환경표지 인증 또는 저탄소 인증을 받은 상품을 적극적으로 판매하는 경영주에게 Green 포인트를 부여하고, 획득한 포인트에 따라 포상을 수여하는 제도입니다.

현재 GS25 편의점 16,223점에서 녹색 제품을 제공하고 있으며, 앞으로도 고객에게 친환경 제품의 접근성을 제고하고자 합니다.

Green Product | 친환경 제품 및 원재료

녹색 구매

조달 프로세스

GS리테일은 온-오프라인을 연계하는 라이프스타일 플랫폼으로써, 소모품 구매와 원재료 유통 및 조달 과정에서 환경영향을 저감하고 사회적 책임을 다하기 위해 지속가능한 구매 정책을 수립해 이를 준수하고자 합니다.

유기농, 무농약, 동물복지 등을 준수하는 원재료를 조달하고, 녹색구매를 실천하기 위한 내부 프로세스를 구축해 운영하고 있습니다. 녹색구매 등을 통해 고객과 경영주를 포함한 다양한 이해관계자가 친환경 활동에 자연스럽게 동참할 수 있도록 지원하고 있습니다.

조달 절차



친환경 원재료 제품 판매

GS리테일은 지속가능한 구매 방침에 따라 책임있는 원재료 구매와 녹색구매 제품 판매의 중요성을 인지하고 있습니다. 특히 PB 상품 개발 시 지속가능한 기준에 의한 제3자 인증을 획득한 원재료를 사용하여 제품을 제조 및 개발하기 위해 노력하고 있습니다.

2022년 GS리테일은 지속가능한 제품의 포트폴리오를 확대하여 유기농, 무농약, 저탄소, 동물복지, 무항생제, 수산물이력제 등의 다양한 인증을 획득한 제품을 고객에게 제공하였습니다. 특히, 동물복지 유정란, 유기농 우유, 유기농 춘두부, 유기농 소스, 무항생제 육류 등의 친환경 상품을 취급하며 고객이 직접 간접적으로 지속가능한 소비 활동에 참여할 수 있도록 지원합니다.

2022년 GS리테일은 친환경 원재료 제품 판매를 통해 약 215억 원의 매출을 기록하였으며, 앞으로도 녹색 구매를 확대하고 친환경 원재료와 제품을 취급하여 친환경 소비문화 확산에 기여할 계획입니다.

지속가능한 구매 방침

녹색구매활동을 통한 ESG 경영을 적극적으로 실천하기 위해 아래 방침을 준수한다.

- 첫째, 적극적인 녹색구매활동을 통해 환경경영을 정착하고 확대하여 친환경의 가치를 고객에게 제공하는 등 친환경 선도 기업으로 사회적 책임과 역할을 다한다.
- 둘째, 당사의 녹색구매방침을 파트너사/협력사에게 공유 및 장려한다.
- 셋째, 모든 구매활동은 녹색구매를 우선으로 검토한다. 단, 녹색구매가 불가능한 경우(공급불가, 품질저하, 친환경/녹색 제품 부재 등)는 예외로 한다.
- 넷째, 녹색구매활동에 대해 정기적인 모니터링 및 평가를 실시하며 개선필요 시 보완한다.



해양관리협의회 지속가능한 수산물 확대를 위한 업무 협약

GS리테일은 해양관리협의회와 업무협약을 체결하여 지속가능한 수산물 판매를 추진합니다.

해양관리협의회는 남획 및 해양 환경 파괴를 최소화하고 미래의 안정적인 수산물 공급을 위해 설립된 국제기구로, MSC 에코라벨은 자연산, 추적 가능성, 지속 가능성 등 MSC 어업 규격에 따라 인증을 받은 수산물에만 부착됩니다.

앞으로도 GS리테일은 지속가능 수산물 구매를 장려하고 지속가능한 수산물 소비문화 프로그램 등을 개발하여 건전한 소비문화를 구축하고자 합니다.



Green Store | 친환경 매장 및 순환경제 구축

관리 체계

추진 방향

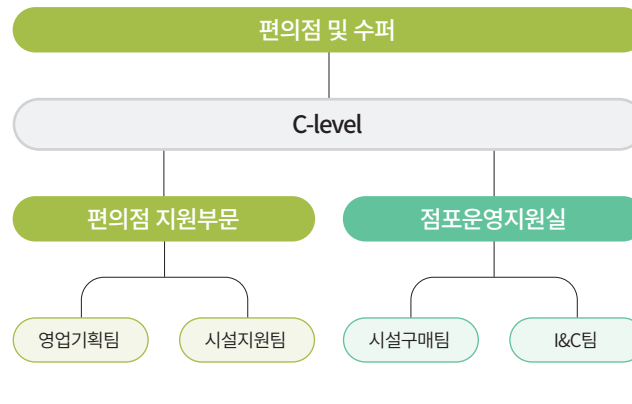
GS리테일은 매장 전반에 친환경 기술, 자재 및 디자인을 도입하며, 매장 운영 시 발생하는 환경영향을 고려한 친환경 매장의 구축을 추진하고 있습니다. 에너지 Saving & 자연 Recycle, 안전 안심 Tech, Green Eco 디자인 등 3가지 테마를 주제로 매장에 친환경적인 요소를 도입하여 고객들의 라이프 스타일에 부합하는 친환경 매장을 제공하고자 합니다. 이와 더불어 자원순환 활동과 폐기물 감축 활동을 진행하며 기업의 환경영향을 저감하는 데 힘쓰고 있습니다.

구분	비고
친환경 매장	에너지 Saving & 자연 Recycle <ul style="list-style-type: none"> 태양광 발전기 SEMS 병렬형 에너지 절감장치 매장 조명/조도 자동 센서 고효율 에너지 절감형 냉장비 친환경 냉매 활용 냉장비 친환경 음식물 처리기
	안전 안심 Tech <ul style="list-style-type: none"> 친환경 건축 자재 살균 소독기 공기청정기 장애인 도움벨
	Green Eco 디자인 <ul style="list-style-type: none"> 친환경 조형물 친환경 식물 사이니지 내 그린 활동 영상
순환경제	자원순환 <ul style="list-style-type: none"> 폐합성수지 폐기물 재활용 Recycle Center 운영 무인공병회수기 설치 업사이클링 유니폼 제작 매장 폐전자제품 재활용
	폐기물 처리 <ul style="list-style-type: none"> 마감시간 할인서비스 실시 음식물쓰레기 자체처리기 도입 폐식용유 재활용 처리

거버넌스

GS리테일은 친환경 매장의 운영과 환경영향을 저감하기 위해 편의점과 수퍼 내 자원순환 및 폐기물 감축 활동을 확대 실시하고 있습니다.

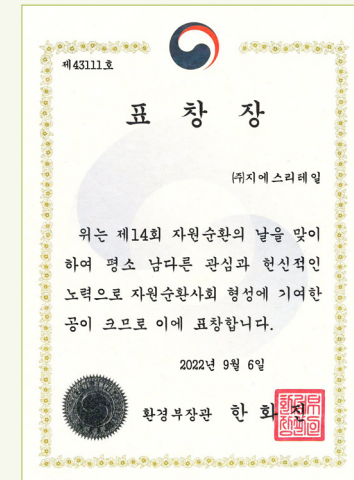
영업기획팀 및 시설지원팀에서는 고객 및 경영주가 자발적으로 친환경 활동에 참여할 수 있도록 지원하고 있으며, 시설구매팀과 I&C팀은 수퍼 내 에너지 사용량을 절감하기 위해 노력하고 있습니다.



자원순환의 날 환경부장관상 수상

GS리테일은 오프라인 매장과 온라인 채널에서 자원순환 활동을 펼친 공로로 제 14회 '자원순환의 날'을 맞아 환경부장관상을 수상하였습니다.

GS리테일은 조리식품에 사용되는 폴리염화비닐(PVC) 랩을 소각 시 유해물질을 배출하지 않는 친환경 폴리올레핀(PO) 랩으로 대체하였습니다. 또한, 지자체와 협력하여 폐기된 아이스팩을 수거 및 세척하여 고객들에게 무상으로 제공하고 있으며, 점포에 미생물을 활용한 음식물 쓰레기 자체처리기를 설치해 음식물 쓰레기를 82% 이상 감량하여 배출하고 있습니다.



Green Store | 친환경 매장 및 순환경제 구축

친환경 인프라

운영 설비

GS리테일은 고객에게 보다 환경 친화적이고 건강한 소비환경을 제공하기 위해 녹색매장 인증제도¹⁾와 환경부 및 국토교통부가 주관하는 녹색건축 인증제도²⁾에 참여하고 있습니다.

2022년 기준, 전국에 위치한 27개의 점포가 환경경영, 에너지 관리, 그리고 친환경 제품의 판매 및 홍보 등에 대한 환경부의 기준을 충족하여 녹색매장 인증을 획득하였으며, 앞으로도 녹색 매장 인증 점포를 지속적으로 확대해 친환경 소비문화를 구축해 나갈 예정입니다.

구분	내용
오프라인 점포 (편의점 및 슈퍼)	<ul style="list-style-type: none"> · 친환경 건축 및 가구 자재·E0 등급 적용 · 친환경 냉매 · 태양광 패널 · 절수형 혼합수전 · SEMS · 친환경 음식물 처리기 · 창호 로이유리
홈쇼핑	<ul style="list-style-type: none"> · 디지털 스튜디오 · 친환경 LED · 방온수기 저녹스 버너 · 충전식 방송 장비 배터리

1) 환경부 산하 한국환경산업기술원에서 친환경적인 소비 활성화에 기여한 점포를 인증하는 제도

2) 설계와 시공 유지, 관리 등 전 과정에 걸쳐 에너지 절약 및 환경오염 저감에 기여한 건축물에 대한 친환경 건축물 인증을 부여하는 제도

친환경 건축 및 가구 자재

GS리테일은 친환경 경영을 적극적으로 추진하기 위해 주요 집기의 도장, 가구의 자재 등을 친환경 도장재로 전환하고 있습니다. 진열대 제작 시 기존보다 친환경적인 도장재를 사용하였으며, 가구 또한 국내 친환경 가구 등급 기준인 E1보다 더 높은 등급인 유럽/미국 수준의 E0 등급 자재를 적용하여 점포 사용성 테스트를 진행하고 있습니다.

친환경 냉매

GS리테일은 R22 냉매의 사용을 감축하기 위해 R290 및 R600 등의 친환경 냉매를 활용한 냉장 및 냉동고 5종을 신규 개발하였으며, 사용성을 테스트하고 있습니다. 2023년에는 운영상의 문제점을 점검 및 보완한 후 관련 제품을 확대 적용하고자 합니다.

태양광 패널

GS리테일은 문래동 사옥인 N타워 내 태양 에너지 시스템 2대를 설치 및 운영해 2020년부터 총 154,224kWh 전력을 생산 및 사용하고 있습니다. 또한, 2022년에는 GS THE FRESH 매장에도 태양광을 설치하고 확대해 나갈 예정입니다.

전기 충전소 인프라 구축 활동

전기자동차 충전기 설치

GS리테일은 GS25 강릉IC점을 시작으로 경기, 제주 강원 등 다양한 지역의 슈퍼 및 편의점 점포에 전기자동차 충전소를 설치 및 운영하여 충전소 인프라 구축에 기여하고 있습니다.

2022년 기준 약 55개 점포에 충전소를 설치하였으며, 앞으로도 급속 및 완속 충전소를 지속 구축하여 전기차 충전 플랫폼을 확대해 나가고자 합니다.



전기이륜차 BSS¹⁾ 설치

GS리테일은 촘촘한 점포망을 활용해 전기이륜차 이용자가 간편하게 배터리를 교환하고 차량을 운행할 수 있도록 공간을 제공하고 있습니다.

2022년, GS25역삼홍인점에 BSS를 설치해 파일럿 테스트를 진행하였습니다. 2023년부터 설치 점포를 확산해 완충까지 약 3시간이 소요되는 전기이륜차의 약점을 보완하고, 전기이륜차로의 전환 및 친환경 딜리버리 문화 혁신에 기여할 계획입니다.



1) Battery Swapping Station, 배터리 교환 스테이션

절수형 혼합수전

GS리테일은 매장과 강서 및 N타워 내 센서 및 압력을 이용한 수도물 절수 방식의 절수형 혼합수전으로 교체하였으며, 20~50% 절수 효과를 거두고 있습니다.

충전식 방송 장비 배터리

2022년 GS리테일은 방송 촬영 시 사용하는 전체 1회용 알카라인 배터리를 배터리 충전식으로 교체해 연간 약 22,000개의 폐배터리 감소 효과를 창출하고 있습니다.

Green Store | 친환경 매장 및 순환경제 구축

매장 에너지 관리

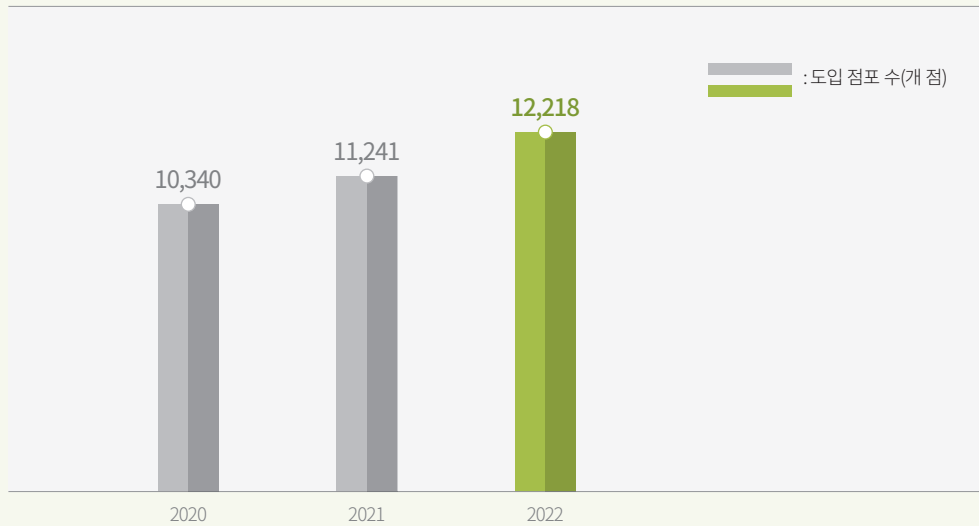
SEMS

GS리테일은 SEMS(Smart store Energy Management System)를 활용하여 점포 내 에너지 사용을 효율적으로 관리하고 있습니다. SEMS는 IoT 기술 기반의 스마트 에너지 관리 시스템으로, 냉난방 기기, 실내조명 등 점포 내 전기 장비 등을 본부의 메인 서버와 연동하여 경영주와 근무자가 스마트폰을 통해 매장의 전력 사용량을 쉽게 관리할 수 있도록 지원합니다.

또한, SEMS는 피크제어(최대 전력관리)를 통해 점포 내 전력 사용량 감소에 기여합니다. 매장 내 냉난방기의 전력 사용량이 목표 사용량에 근접하면 일정시간 동안 작동을 제한하여 전력 사용량이 목표량을 초과하는 것을 방지합니다.

SEMS를 도입한 2017년 대비, 현재 점포당 전기료는 월 평균 약 13.5% 이상 감소하고 있으며, 2023년 GS리테일은 신규 점포와 리뉴얼 공사를 통해 점진적으로 SEMS를 확대 설치할 예정입니다.

SEMS 도입 현황



날씨경영 정보시스템

GS리테일은 한국기상산업기술원에서 인증받은 날씨경영우수기업으로써 날씨경영의 중요성을 인식하고, 기상정보를 적극 활용하여 지속가능한 경영을 추진합니다.

전국 240개 구역을 세분화하여 일 단위로 날씨 및 기상정보를 제공하고 있습니다. 편의점 및 수퍼 경영주가 날씨에 따라 적절한 수량의 상품을 발주할 수 있도록 지원하고 상품 결품과 재고부담 이슈를 미연에 방지해 인적 및 물적 자원 낭비를 최소화하고 있습니다.

또한, 날씨경영 정보시스템을 기반으로 기상 재해를 예측해 재해에 따른 안전 예방 수칙을 경영주에게 전달하고 있으며, 기상에 따른 수요 변화를 예측 및 관련 프로모션을 기획해 고객 만족도 향상과 폐기물 배출량 저감에 기여합니다.

앞으로 이상 기후 등 기상 불확실성에 효과적으로 대응하고, 지역 및 매장별 날씨 기상에 따른 판매 예측 시스템을 고도화해 날씨 정보를 기반으로 한 지속가능한 경영을 실현하고자 합니다.

<p>안전 리스크 저감</p>	<p>기상특보 발생 시 점주가 숙지해야 할 예방조치 사항을 팝업 알람을 통해 공지하고 사고를 미연에 방지</p>
<p>폐기물 배출량 감축</p>	<p>날씨에 따른 식품별 발주 예측 가이드를 개발해 발주량을 관리하고 상품에 대한 수요를 예측해 발생 가능한 폐기량을 최소화</p>
<p>고객 만족 실현</p>	<p>기상 데이터와 연계한 소분류별 매출 영향도를 분석하고, 고객에 적절한 상품을 적시에 제공해 고객 만족도 제고</p>

Green Store | 친환경 매장 및 순환경제 구축

자원순환

폐합성수지 폐기물 재활용

GS리테일은 매립 및 소각되는 폐기물을 감축하기 위해 재활용 종합 처리업체와 긴밀히 협력하고 있습니다. 2022년에는 폐합성수지 폐기물을 공장의 연료로 재사용하기 위한 테스트를 진행하였으며, 파쇄/분쇄 과정을 통해 폐합성수지 폐기물을 고형연료물질로 가공하여 시멘트 공장 등의 연료로 사용할 수 있는 프로세스를 구축하였습니다.

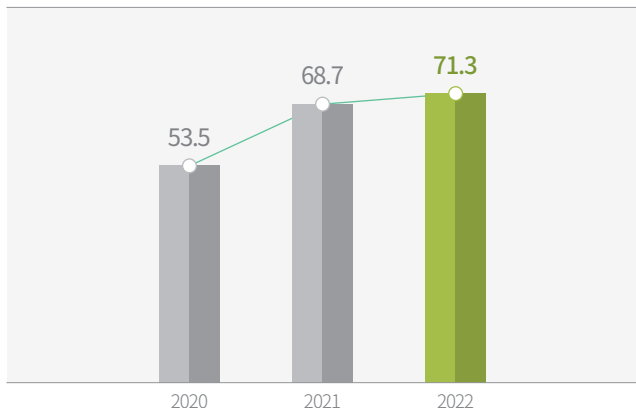
현재 수도권에 위치한 수퍼 약 38개 점을 대상으로 해당 프로세스를 적용해 운영하고 있으며, 2023년에는 온라인 센터 2곳과 월 20톤 이상 폐기물을 배출하는 전 수퍼 직영점 141점을 대상으로 확대 운영할 계획입니다.

Recycle Center 운영

점포 폐점 시, 점포 상황에 따라 냉장비·가구·간판·소형 가전과 축산 및 수산 과정에서 사용하던 장비를 효율적으로 재활용하기 위해 철거, 정비, 입고 프로세스를 구축해 운영하고 있습니다. 2022년 재활용을 통해 총 71.3억 원을 절감하였습니다.

절감 금액

(단위: 억 원)



무인공병회수기 설치

GS리테일은 공병 회수율을 제고하고 다양한 고객 및 이해관계자의 효율적인 공병 보증금 환급을 지원하기 위해 2020년부터 무인공병회수기 14대를 도입 및 운영하고 있습니다. 2022년에는 총 28대의 무인공병 회수기를 추가로 도입하여 운영하고 있으며, 서비스 데스크에서 진행하던 대면 현금 환급 서비스를 키오스크에서 고객이 직접 환급 받을 수 있는 비대면 시스템 도입을 적극 추진하고 있습니다.



블랙야크 업사이클링 유니폼 제작

아웃도어 기업 BYN블랙야크와 협업하여 투명 페트병 재활용 확대를 위한 친환경 사업 제휴를 진행하였습니다.

2022년 1톤의 무라벨 생수 페트병이 블랙야크의 페트병 자원 순환 기술을 거쳐 일부가 GS25 유니폼 50벌로 재탄생하였고 업사이클링 유니폼을 직영점들 시작으로 보급 확대를 추진해 ESG경영을 강화하고 있습니다.

매장 폐전자제품 재활용

GS리테일은 폐전자제품의 회수·재활용 체계를 확립하기 위해 'ESG 경영실천과 자원순환 동행' 업무협약을 E-순환거버넌스, 한국환경공단과 체결하였습니다.

GS리테일 점포에서 발생하는 폐전자제품을 E-순환거버넌스로 인계해 회수·재활용하여 자원 선순환 구조 시너지 창출을 목적으로 하고 있습니다. 연간 약 86.6만kg의 폐전자제품을 재활용하고, 204.2만kg CO₂의 탄소배출 저감에 기여하고자 합니다.



Green Store | 친환경 매장 및 순환경제 구축

폐기물 처리

마감시간 할인 서비스 실시

GS리테일은 물품 거래 및 판매 플랫폼 당근마켓과 업무협약을 맺고 약 16,000여 개의 오프라인 매장에서 발생하는 유통기한 임박 상품을 저렴한 가격에 판매하고 있습니다.

할인을 통해 고객의 상품 접근성을 제고하고 폐기물 배출을 효과적으로 절감하고 있습니다. 앞으로도 고객이 참여할 수 있는 효율적인 자원순환 체계를 구축하기 위해 서비스를 개선 및 확대하고자 합니다.

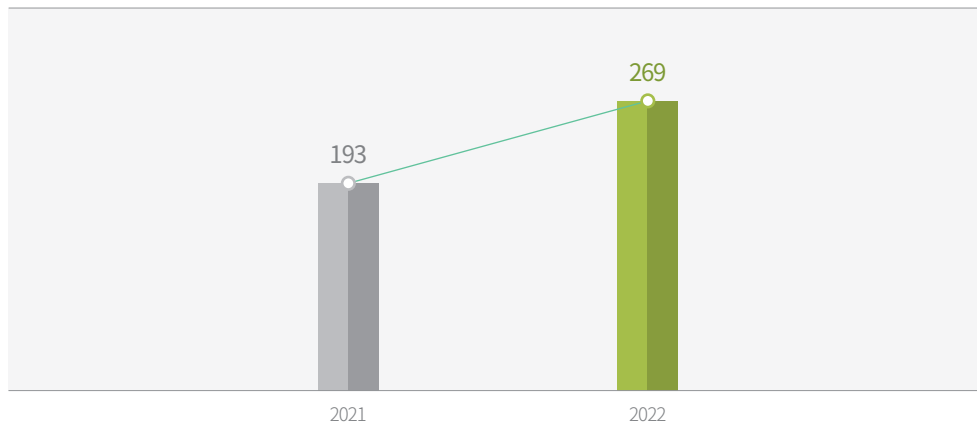


폐식용유 처리

GS리테일은 전국 편의점 약 7,000여 개 점포와 수퍼 200여 개 점포에서 발생하는 폐식용유는 폐기물 수거업체를 통해 정제공장으로 운반되어, 1차 정제 후 바이오 디젤 공장으로 이동하여 90% 이상 재활용 처리되고 있습니다.

수거업체는 GS리테일의 콜시스템을 활용하여 점포별로 편의점은 2개월에 1회, 수퍼는 2주에 1회 방문하여 폐식용유를 수거하고 있습니다.

처리 현황



폐기물 처리 실적

GS리테일은 매년 폐기물 원단위 배출량 3%를 감축하고, 2022년 기준 원단위 배출량 25% 감축이라는 2030년 중장기 목표를 달성하기 위해 수퍼, 사옥, 물류센터 등에서 다양한 노력을 전개하고 있습니다.

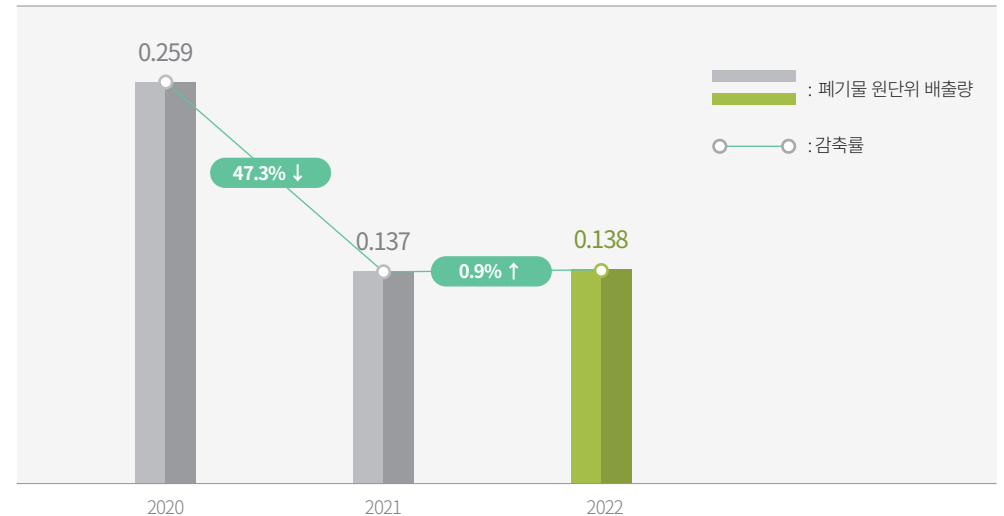
2020년부터 친환경 신기술을 접목한 음식물 처리기 설치를 확대하여 음식 또는 상품 쓰레기를 82% 이상 압축해 처리하고 있습니다. 현재 수퍼 직영점 126점과 편의점 300점에 음식물 처리기를 도입하여 2020년 대비 2021년 폐기물 원단위 배출량을 47.3% 감축하였으며, 2022년에도 2020년 대비 46.8% 감축하였습니다.

2023년 상품전시회에서 GS25 경영주를 대상으로 친환경 음식물 처리기 홍보를 통해 점포내 설치를 장려하였습니다.



폐기물 원단위 배출 현황

(단위: 톤/역 원)



Green Value-chain | 녹색 물류

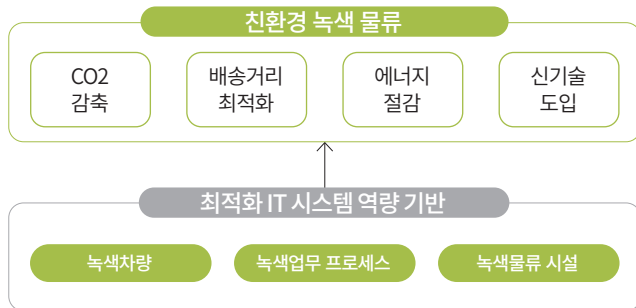
관리 체계

추진 방향

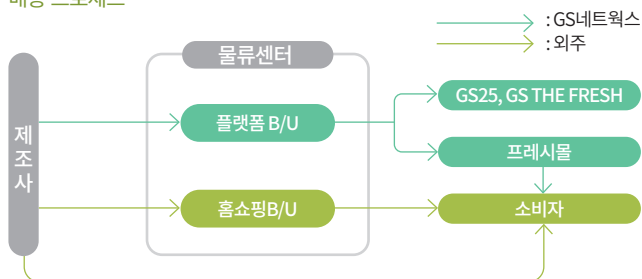
GS리테일은 2010년 물류에너지 목표관리제 자발적 협약 체결 이후 2015년 최초로 국토교통부가 주관하는 우수녹색물류실천기업 지정증을 취득한 후 2022년 1월 재인증을 받아 환경 친화적인 물류 활동과 온실가스 감축 실적을 인정받았습니다.

녹색물류는 자회사인 GS네트웍스에서 실행될 수 있도록 GS리테일과 공동의 노력을 기울여 진행했으며, CO₂ 감축, 배송거리 최적화, 에너지 절감, 신기술 도입 등 4가지 녹색 물류 주요 목표를 달성하기 위해 최선을 다합니다.

최적화된 IT 시스템 역량을 기반으로 녹색차량 운영, 녹색업무 프로세스 구축, 녹색물류 시설 도입을 추진하고 효과적인 배송 프로세스를 구축해 그린 물류를 구축하고자 합니다.



배송 프로세스



거버넌스

GS리테일은 플랫폼 B/U와 홈쇼핑 B/U 산하에 녹색 물류 전담 부서를 지정하여 운영하고 있습니다. 전담 부서는 녹색 물류 관련 주요 사안을 ESG 추진위원회에서 긴밀하게 논의하고 있습니다.



배출량 감축

사업 현황

사업 구분	추진활동	주요 실적
녹색차량	탄소 배출실적 모니터링: 본부 팀장 및 물류센터장 대상 탄소 배출 실적 공유	공급대 형성 및 탄소배출량 절감 방안 도출
	저공해물류 장비 도입: 디젤 장비 → 전기지게차 등 전력용 장비로 전환	전기지게차 98% 전환
	탑차 내 공기저항 감소 장치(에어스포일러) 장착	연비 향상 및 온실가스 감축
녹색업무 프로세스	차량 대형화: 저온 배송차량용 1톤 → 2.5톤으로 전환	배송 횟수 축소 및 탄소배출량 절감
	24시간 물류센터 구축: 남양주 센터 외 5개 거점 24시간 운영	CO ₂ 발생률 절감 효과 창출
	통합 배송 프로세스 구축: 저온 상품 1일 2회 배송 및 운행거리 단축	점포당 주유량 및 탄소배출량 11% 절감
녹색물류 시설	운행거리 절감을 위한 배송 루트 효율화	점포당 주유량 및 탄소배출량 5% 절감
	물류 에너지 관리 시스템 도입: 물류센터 및 배송 차량의 에너지 사용량 모니터링	에너지 사용량 및 탄소배출량 절감
	전력수요관리사업 참여: 전력거래소 협의를 통한 감축량 산정	전기 사용량 절감
기타	에너지 사용량 모니터링 강화: 연간 피크 전력량 산정 및 월별 알람 진행	연간 약 1,884MWh 전력 생산
	공주/진주 물류센터 내 태양광 설비 설치	연간 약 1,884MWh 전력 생산
	물류센터 내 LED 조명 교체	에너지 효율 제고
기타	조도 센서 도입: 자동 조도체크 및 미사용 전등 소등	에너지 효율 제고
	공주/청주/진주 센터 내 EV 충전소 도입	전기자동차 인프라 구축
	분리수거가 용이한 생수 및 수돗물 아이스백 도입	연도별 약 2,900,000개의 아이스백 사용
기타	FSC 인증 종이박스 사용	연도별 약 1,390,000개의 종이박스 사용

Green Value-chain | 녹색 물류

스마트 물류시스템

업무 자동화 도입

김포에 위치한 'GS리테일 프라이머센터'가 본격적으로 가동되면서 스마트 물류를 향한 교두보를 구축하였습니다.

GS리테일은 첨단 자동화 설비 구축을 위한 투자를 확대하고 물류 전문가로 구성된 풀필먼트 조직을 신설하여 스마트 물류 체계 구축을 추진하고 있습니다. 해당 센터에 적용된 고성능 피킹 방식인 GTP 피킹 시스템(Goods to Person Picking)은 기존 대비 약 3배 이상의 작업 속도를 개선하였으며, 작업자가 상품을 찾아 움직일 필요 없이 상품이 작업자를 찾아오는 혁신적인 피킹 방식으로 작업자의 노동 강도를 감축하였습니다.

또한, 재고 보관 자동 창고, 출고 자동 창고와 고회전 자동 보충 시스템 등 상품 입고에서부터 하차, 적치, 보관, 피킹, 포장 및 분류, 상차까지 첨단 물류 시스템을 적용하여 고객 주문 처리 능력을 개선하고 해당 센터의 전체적인 생산성을 기존 대비 200% 이상 향상시켰습니다.

기존 센터 대비 약 2배 이상 확대 운영하며 고객에게 다양한 상품을 제공하고 있으며, 식품의 선입 선출과 유통기한 통제 관리 자동화를 통해 보관 상품 폐기 및 파손율을 감축하고 있습니다. 상품 피킹이 완료된 배송 박스는 자동으로 컨베이어를 통해 이동하며 자동으로 중량을 측정하고, 이러한 검수 시스템을 통해 오프킹으로 인한 고객 재배송을 전년 대비 70% 축소하였습니다.



생물종다양성

보존 활동

극지연구소와 생물종다양성 보존 메시지 전파

GS리테일은 극지연구소와 MOU를 체결하고 기후위기 대응 및 생물다양성 보존 활동을 전개하고 있습니다.

고객들로 하여금 기후위기의 심각성과 생태계 보존에 대한 경각심을 인식시키고자, GS25-GS THE FRESH 매장에서 사용하는 비닐백 대신 생물종다양성 관련 메시지를 담은 종이소핑백과 다회용백을 출시하고 SNS를 통해 공동캠페인 등을 진행함으로써 생물종다양성 보존에 대한 메시지를 전파하고 있습니다.



해양수산부와 갯벌 생태계 보존 활동

2022년 해양수산부, 해양환경공단과 함께 순천만 갯벌 습지 보호지역의 일부로 3km에 달하는 와온해변 갯벌 정화 캠페인을 진행했습니다.

갯벌에서 나는 먹거리를 판매하는 유통업자로서 책임을 다하기 위해 해당 활동을 기획했으며, 2023년 제주도 반려해변 입양을 통해 지속적인 활동으로 이어가고 있습니다.



재난을 이겨내는 숲 회복 캠페인 진행

강원도 산림은 야생 생물의 안식처이자, 식생활에 사용되는 다양한 식재료를 제공하는 유통업의 주요 생태계입니다.

이에, GS리테일은 산불 피해 및 벌목 후 방치된 산림을 복원에 기여하기 위해 숲 회복 캠페인을 진행했습니다. 해당 캠페인은 고객의 착한소비와 GS리테일의 기부 등 매칭 그랜트 형식으로 진행되었으며, 이를 통해 강원도 산림에 1,339그루의 나무를 식재하였습니다.



생물종다양성 이니셔티브 가입 및 참여 활동 전개

GS리테일은 생태계 보존 활동과 생물종다양성의 중요성을 적극 알리는 데 협력하기 위해 생물종다양성과 관련한 BNP(Biz N Biodiversity Platform-기업과 생물다양성 플랫폼) 이니셔티브에 가입하였습니다. BNP이니셔티브를 통해 환경부, 해수부 등 정부기관 및 다양한 기업과의 정책간담회 등을 통해 생물종다양성 보존을 위한 더 나은 방안 모색을 위해 함께 협력하고 있습니다.



Social

GS리테일은 고객, 임직원, 파트너사 등 이해관계자와 함께 더 나은 사회를 만들기 위해 사회적책임경영을 실천하고 있습니다. 임직원 역량 개발, 작업환경 개선, 인권영향 평가 실시 등을 통해 안전하고 존중받는 근무환경을 조성하기 위해 노력합니다. 파트너사 등 이해관계자 개개인의 목소리를 경청하기 위한 소통채널을 운영하고 있으며, 품질 관리에 만전을 기해 고객에게 안전하고 건강한 제품을 유통하고 있습니다. 또한, 파트너사와의 동반성장을 위해 지원 프로그램을 확대해 나가고 있으며, 다양한 전문성을 보유한 단체와 협력해 회사와 지역주민 간의 상생발전을 추진하고 공익적 가치를 확산하고 있습니다. GS리테일은 지역사회에 일원으로서 책임감을 가지고 사회적 가치 창출을 위한 활동을 지속 추진해 나갈 계획입니다.

Together with Employees	41
Together with Partners	50
Together with Customers	57
Together with Communités	67

상생나눔 플랫폼 점포 수

158개 점

신규 파트너사 ESG 이행 평가

94.7%

D+2 VOC 처리율

97%

Together with Employees | 인재경영

인적자원 관리

인재상

GS리테일은 GS리테일의 고유 가치관을 의미하는 'GS Value'와 GS리테일의 일하는 방식을 뜻하는 'GS Way'를 우수하게 실천하는 인재를 발굴 및 확보하고자 합니다.

GS Value

Fair 공정함을 지키고 사회와 환경에 기여합니다.

Friendly 다양성을 인정하고 서로를 존중합니다.

Fresh 창의와 도전을 장려하여 회사와 개인이 함께 성장합니다.

Fun 유연하고 자율적인 환경에서 즐겁게 일합니다.

GS Way

1.고객 최우선 모든 생각과 의사결정의 기준은 고객입니다.

2.트렌드 선도 트렌드를 감지하고 고객이 느끼는 차이를 만듭니다.

3.최고 지향 목표 설정 적당한 타협보다 가슴 설레는 목표를 지향합니다.

4.데이터 중심 의사결정 근거는 언제나 데이터로부터 찾습니다.

5.신속한 판단과 실행 신속히 판단하고 즉시 실행합니다.

6.적극적인 소통과 협업 소통으로 시작해서, 협업으로 완성합니다.

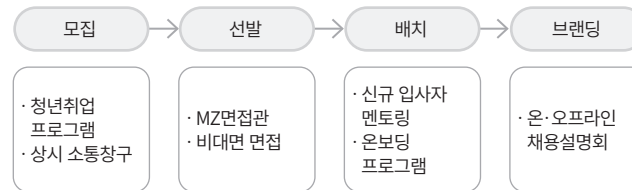
7.비효율 개선 익숙한 비효율은 바로 개선합니다.

8.기본에 충실 핵심에 다가가기 위해 본질에 집중합니다.

인사 제도

채용 프로세스

GS리테일은 우수 인재 확보를 위해 채용 과정에서 성별, 연령, 사회적 신분 및 출신 지역에 따른 차등을 두지 않고 있으며, 데이터에 기반한 채용 프로세스와 지원자 중심의 채용 전략을 운영하고 있습니다. 매년 인턴십 포함 7회의 대규모 신입 공채를 진행하고, 2022년에는 우수 MZ세대 인재 발굴을 위해 MZ세대 면접관, 메타버스 설명회 등을 도입해 채용 프로세스 혁신을 추진했습니다. 앞으로는 Digital Transformation 시대에 맞추어 IT, Data 인재 확보를 추진할 예정입니다.



여성고용 비율

GS리테일은 2022년 신규 채용인원 중 여성을 37% 채용해, 여성 임직 원에게 공정하고 평등한 일터를 조성하기 위해 노력하고 있습니다. 또한, 전체 임원 중 여성임원 비율을 2021년 9%에서 2022년은 14%로 확대했습니다.

평가 체계

GS리테일은 성과목표 중심의 MBO평가와 개인의 업무역량 중심의 GS Way 평가를 운영하고 있습니다.

평가는 종류에 따라 절대 및 상대평가로 운영되고 있으며, 팀원-직책자 상시 코칭 및 피드백 제도를 통해 개인의 강점과 보완점을 파악할 수 있도록 지원합니다. 또한, 팀장급 직책자에게 성과관리 리더십 교육을 제공하고 분기별 성과 면담 및 이의조정 절차, 평가자에 대한 피평가자의 면담충실도 점검을 통해 절차와 결과의 공정성, 구성원의 수용성을 확보하고 있습니다.

보상 체계

GS리테일은 연공서열이 아닌 개인의 성과, 직책, 역량 중심으로 성과와 보상을 제공하고 있습니다.

매년 경영성과에 대해 회사가 영위하는 사업 특성을 고려한 B/U 및 본부별 맞춤형 성과급을 제공하며, 이를 통해 목표 달성에 대한 동기를 부여하고 있습니다. 업계 동향, 물가상승률, 개별 연봉등급, 지급여력 등 다양한 요소를 고려하여 매년 급여 조정을 진행하고 전 구성원 대상 설명회와 개개인의 동의 절차를 진행하고 있습니다.

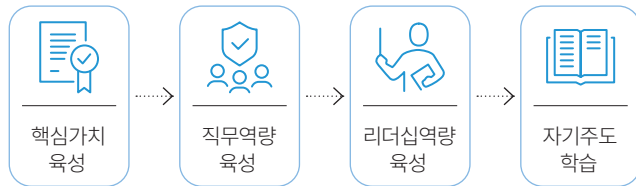
Together with Employees | 인재경영

인적자원 개발

육성 방향

GS리테일은 GS Value와 GS Way를 실천하는 인재를 육성하고 다양성을 포용할 수 있는 문화를 구축해 함께 성장할 수 있도록 지원합니다.

GS리테일은 전 구성원이 핵심가치를 실제 업무에 적용할 수 있도록 핵심가치의 내재화 교육을 진행하고 있으며, 직무 전문성을 함양할 수 있도록 다양한 온-오프라인 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 또한, 다양한 리더십 교육 과정을 통해 미래 변화를 주도하고 성과를 창출하는 리더를 양성하고 있으며, 자격증 취득/어학 지원제도, 인사이트 특강, 자발적 학습 플랫폼(내일On, 링크On, 클래스On) 등을 통해 임직원에게 자기개발 기회를 제공하고 있습니다.



육성 프로그램

구분	프로그램
기본 역량	· GSWay 내재화 교육 · 신입/경력사원 교육
직무 역량	· 사업부 주관 직무 교육
리더 역량	· 팀장 교육 · 리더스On · 매니저 리더십 역량 교육
DX 역량	· 디지털/데이터 역량 교육
그 외	· 내일On · 클래스On · 링크On

자발적 학습 프로그램

구성원의 자발적 학습 분위기를 조성하고 개개인의 경쟁력을 제고하기 위해 내일 On, 링크 On, 클래스 On, 리더스 On 등의 자발적 학습 시스템을 운영하고 있습니다.

구분	유형	주기
내일 On	모바일/e-learning 콘텐츠 강화형 교육	상시
링크 On	구성원 간 재능 공유 교육	분기별 1회
클래스 On	구성원 니즈 반영 강의 - 스포츠콘텐츠, 식품산업트렌드, 비즈니스 전략, MBTI 등	연 6회 이상
리더스 On	리더양성을 위한 지식레터 및 특강 프로그램 - 경영 주제 및 사회 트렌드	· 지식레터 주 1회 · 특강 분기별 1회



교육 훈련 성과

GS리테일은 구성원의 자기개발을 위해 B/U별 자기주도학습 제도를 운영하고 있습니다.

플랫폼B/U 및 지원부서 임직원을 대상으로 연간 30시간의 자기주도 학습 프로그램을 운영하고, 홈쇼핑B/U 임직원의 사외과정 직무 교육 수강을 독려하고 있습니다. 앞으로도 자발적 학습 프로그램으로 운영하고, 자기주도학습 제도를 고도화하여 구성원의 역량을 향상시킬 수 있도록 지원하고자 합니다.

효과성 측정

GS리테일은 교육의 효과성을 측정하고 교육 완성도를 제고하기 위해 강의 만족도를 조사하고 있습니다.

구성원은 강의에 대한 의견을 폼즈를 통해 제출하고, 해당 결과를 e-HR에 등록하여 사내 강사가 만족도 결과를 직접 열람 및 강의 콘텐츠 개선을 할 수 있도록 지원합니다.

또한, 홈쇼핑B/U에서 실시하는 모든 교육 과정은 수료율 80%, 만족도 4.0/5.0 이상을 목표로 설정하고 교육 결과에 대해 지속적으로 모니터링 하고 있습니다. 신입사원의 경우 교육의 효과성을 검증하기 위해 온보딩 교육에 대한 성취도 평가를 실시하고 결과를 부서 배치에 적극 활용하고 있습니다.

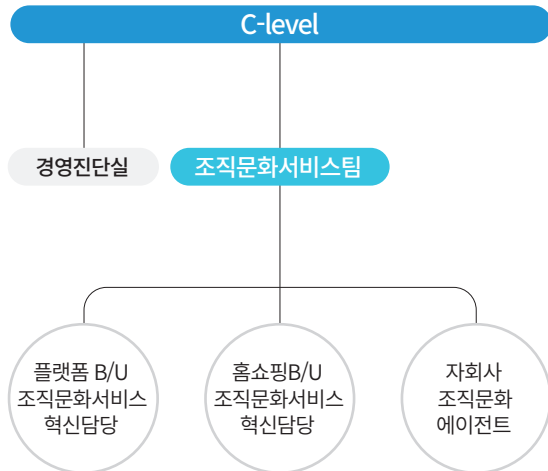
Together with Employees | 함께 성장하는 조직

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 전국 단위의 구성원들에게 우리의 가치관과 일하는 방식을 내재화하고, 올바른 조직문화를 이끌어 가기 위해 조직문화조성 전담 조직을 운영하고 있습니다.

특히 플랫폼 B/U의 편의점 사업부와 슈퍼 사업부의 경우, 전국 오프라인 거점에 조직문화서비스혁신 직무 담당자를 각 사업부장(전무) 소속으로 편성하여 가치전파, 임직원 소통, 자긍심 함양 활동, 조직 진단 및 개선을 주도하고 현장의 목소리가 경영진에 효과적으로 전달될 수 있도록 지원합니다.



조직문화 가치

GS Value & GS Way 전파

GS리테일 통합법인 출범 이후 2022년 비전 선포식을 진행해 새로운 GS리테일의 핵심가치인 GS Value와 GS Way에 대한 인식을 제고하고, 임직원의 행동 기반이 될 수 있도록 다양한 활동을 추진 및 계획하고 있습니다.

특히, 온라인교육플랫폼(러닝뱅크) 등 비대면 교육을 통해 GS Value와 GS Way의 이해, 히스토리 등의 교육을 진행하고 구성원이 가치 체계를 학습 및 인지할 수 있도록 지원하고 있습니다.

자긍심 함양 및 CEO 소통 활동

GS리테일은 CEO-임직원간의 소통채널을 운영하고 GS리테일의 가치를 임직원에게 공유해 자긍심 함양에 기여하고 있습니다.

CEO 참여 활동

구분	활동	추진 성과 ¹⁾
자긍심 함양 이벤트	가정의달 이벤트	1회
	명절선물 이벤트	4.95점/5점
	CEO 트레킹	4.86점/5점
소통 채널	GS리테일 어워즈	4.8점/5점
	지원부서 비전미팅	9.75점/10점
	CEO 레터	10회
	한마음 나눔터	24회

1) 2022년 성과 기준 만족도 평가, 이벤트 진행 횟수 등

행동규범 캠페인

GS리테일은 GS Value를 기반으로 건강한 조직문화를 만들기 위해 경어/호칭, 음주/회식, 비용 사용, 일과 삶의 균형, 회의 문화를 주제로 행동규범 캠페인을 진행하고, 음주운전 예방 캠페인 및 음주/회식 가이드를 공유하는 캠페인을 진행하였습니다. 2023년에도 건강한 조직문화 조성을 위해 다양한 캠페인을 계획하고 있습니다.

직급 체계

GS리테일은 구성원에 대한 존중을 기반으로 한 수평적 문화를 구축하기 위해 기존의 전통적인 직급제를 폐지하고 '매니저'로 호칭을 일원화하였으며, 특정 직책을 수행하는 인원만 '팀장' 또는 '점장' 등의 직책명을 이용하고 있습니다.

조직문화 진단

GS리테일은 건강한 조직문화를 정착하기 위해 수평적인 관계에서 상호 존중하는 조직문화 실천을 독려하고 있으며, 변화에 적극 대응하는 Agile한 조직을 구축하기 위해 다양한 조직문화 조사를 진행하고 있습니다.

2023년에는 각 본부의 지원부서를 대상으로 건강한 조직문화 전파를 확대하여 사각 없는 조직문화 구축할 계획입니다.

진단 방안

구분	빈도	진단 항목
건강한 조직문화 만들기	연 1회	· GS Value(가치관) 실천 · GS Way(일하는 방식) 실천
리더십 진단	연 1회	· 행동규범 준수 · 직장 내 괴롭힘 금지법 준수 등

임직원 소통채널

GS리테일은 임직원들의 애로사항, 개선 요청 사항을 아리와 동수 채널과 한울림협의회를 통해 수렴하고 있습니다. 채널은 익명으로 운영하고, 처우 등 2022년 취합한 주요 애로사항을 해결하여 임직원의 노동관행을 개선하였습니다.

2022년 채널별 소통 건수

(단위: 건)

구분	아리 ¹⁾	동수 ²⁾	한울림협의회
건수	184	36	136

1) 편의점 사업부 임직원 대상
2) 슈퍼 사업부 임직원 대상

Together with Employees | 함께 성장하는 조직

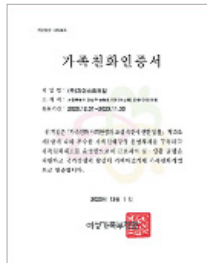
조직문화 가치

가족친화기업 인증

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

가족친화제도

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



육아휴직 장려

GS리테일은 남성 구성원의 육아휴직을 지속적으로 장려하고 있습니다. 2022년 기준 약 14% 증가한 156명(남성 근로자 64명, 여성 근로자 92명)의 구성원이 육아 휴직을 사용하였습니다.

퇴직자 지원 및 재고용 정책

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

퇴직자 창업 지원제도

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

정년자 재고용 제도

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

다양한 복지 제도

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

경조사 지원

본인 및 가족의 결혼, 사망 시 경조금과 휴가를 부여하고 있습니다.

의료비 지원

건강보험으로 처리할 수 있는 질병, 사고에 대해 진단서 첨부 시 본인부담 의료비와 약제비를 지원하고 있습니다.

스포츠 티켓 지원

GS의 가족이라면 누구나 함께 할 수 있는 FC서울 축구경기 티켓을 지원하고 있습니다.

여학 지원

구성원의 자기개발 지원을 위해 여학 시험 응시료 및 여학 학습비를 지원하고 있습니다.

휴양시설

연중 무료 또는 저렴한 가격에 휴양시설을 이용하실 수 있도록 지원하고 있습니다.

자녀 교육비 지원

근속 년수에 따라 국내의 고등학생, 대학생 자녀가 있는 임직원에게 입학금과 등록금을 지원합니다.

사내 어린이집 운영

자녀 보육 걱정없이 근무할 수 있도록 사내 어린이집을 운영하고 있습니다.

PC-OFF 제도

구성원의 일과 삶의 균형을 위해 정식 퇴근을 장려하기 위한 PC-OFF 제도를 운영하고 있습니다.

통근버스 및 셔틀버스 운영

GS타워 근무자의 경우, 수도권 거주자를 대상으로 통근버스 및 셔틀버스를 이용하실 수 있도록 지원하고 있습니다.

건강검진

일반 정기 검진: 전 사원을 대상으로 일반 정기 검진을 지원하고, 근속년수에 따라 임직원 및 배우자를 대상으로 종합검진을 지원하고 있습니다.

Together with Employees | 인권 존중

관리 체계

인권경영 방침

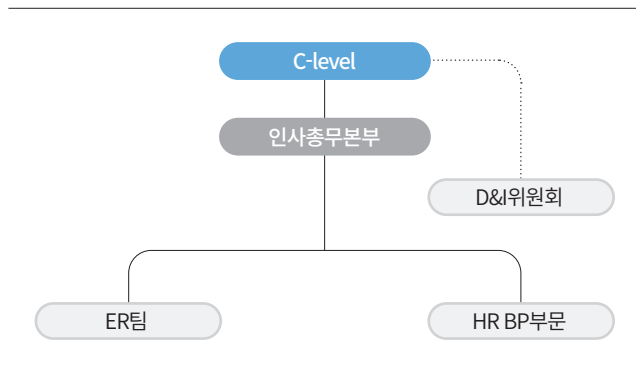
GS리테일은 구성원과 상품/서비스/경영활동 등을 통해 만나는 모든 이해관계자들의 가치와 존엄성을 보장하고 존중받고 일할 수 있는 환경을 조성하기 위해 인권존중의 경영을 실천하고 있습니다. 세계인권선언 (Universal Declaration of Human Rights)과 UNGC 10대 원칙(UN Global Compact), 국내외 노동 및 인권 관련 표준과 가이드라인을 지지하고 준수하며 회사의 경영활동에서 발생할 수 있는 모든 인권 관련 문제에 대한 방지와 해결을 위해 최선의 노력을 다하겠습니다.



거버넌스

GS리테일은 D&I위원회, HR BP부문 및 ER팀을 중심으로 인권경영 체계를 운영하고 있습니다.

ER팀은 인권영향평가 등 인권 체계 구축 활동을 담당하여 전개하고, HR BP부문은 퍼실리테이터 역할을 수행하며, D&I 위원회의 아이디어가 빠르게 실현되고 정착할 수 있도록 유관 부서와의 협의 및 리더들과의 소통을 지원합니다.

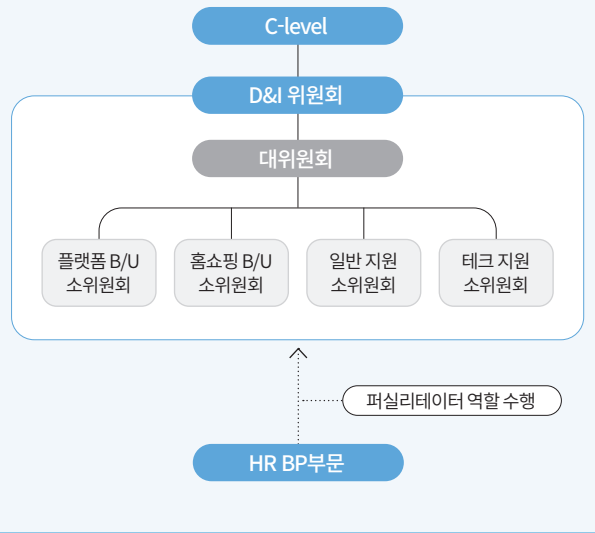


D&I위원회 운영

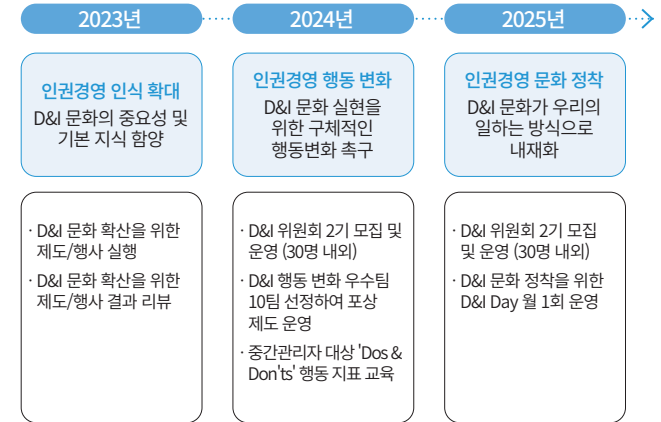
GS리테일은 조직원 개개인의 배경과 성별을 존중하고 건강한 조직문화를 조성하기 위해 2022년 D&I위원회를 수립해 운영하고 있습니다.

비즈니스 유닛별 소위원회를 구성하고 최소 분기별로 다양성과 관련된 아이디어를 도출합니다. 소위원회 위원장들로 구성된 대위원회에서는 아이디어를 논의하고 CEO, B/U장, CHO, CSO, CFO 등의 경영진에 보고합니다. 이후, D&I 관점에서의 제도 및 의식 개선, 교육 등을 제안하고 전파 활동을 진행해 구성원이 다양한 관점에서 솔루션을 도출할 수 있는 Creative 문화를 구축해 나갑니다.

D&I위원회 조직도



중장기 계획

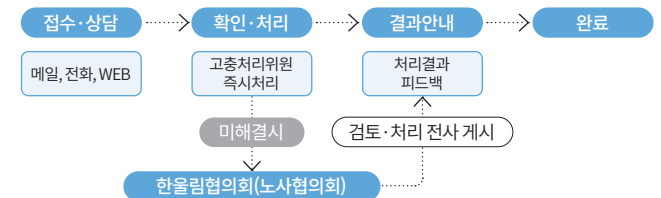


인권 고충 처리 프로세스

GS리테일은 'CEO에게 말한다', '정도경영 목소리' 등 직장 내 괴롭힘·성희롱 등의 문제를 상담 및 신고할 수 있는 전담채널을 운영 중입니다.

직장 내 괴롭힘, 성희롱, 기타 중요한 사안 등은 발생 시점, 진행 및 대응 과정을 위기대응협의체 및 ER팀에 내용을 공유합니다. 또한, '직장 내 괴롭힘, 성희롱' 관련 구성원은 즉시 분리조치 하여 2차 피해를 예방하고 있으며, 조사 결과를 토대로 전사 윤리위원회를 개최 한 후 CEO에게 최종 보고를 진행하고 있습니다.

한울림협의회(노사협의회) 산하 고충처리위원회를 통해 구성원들로부터 고충 사항을 수렴, 조언하고 스스로 문제를 해결할 수 있도록 지원하고 있습니다.



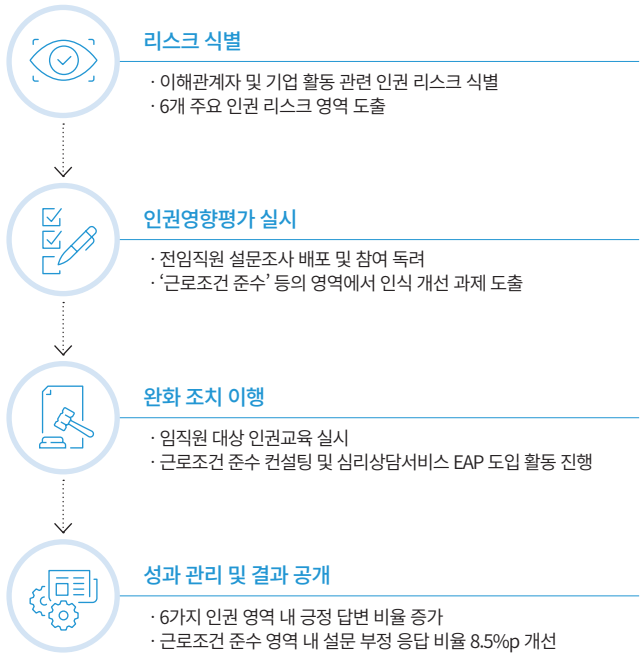
Together with Employees | 인권 존중

인권 리스크 관리

관리 프로세스

GS리테일은 임직원 등 이해관계자의 인권 리스크를 체계적으로 관리하기 위해 관련 프로세스를 구축해 운영하고 있습니다.

매년 리스크 식별, 인권영향평가 실시, 완화 조치 이행, 성과 관리 및 결과 공개 등 잠재적인 인권 리스크를 파악하고 예방하기 위한 프로세스를 구축하고 있습니다



이해관계자별 리스크 식별

구분	주요 인권 이슈	소통 채널
임직원	· 직장 내 괴롭힘 · 근로시간 및 근로조건 · 차별 금지 · 안전 및 건강	· CEO에게 말한다 · 정도경영의 목소리 · 레드휠슬 · B/U별 조직문화담당
고객	· 소비자 권익 · 개인정보보호	· CEO에게 말한다 · 고객의 소리 · 고객간담회
경영주	· 점포 및 매장 운영 조건	· 경영주협의회 · 발전위원회 · 자율분쟁조정위원회
파트너사	· 공정거래	· 파트너사 간담회 · 파트너사 자문위원 · 레드휠슬 · 윤리경영 핫라인 · 파트너사 목소리
지역사회	· 상품 및 점포 접근성	· 지자체 · 지역 관공서 협의회 · 동반성장 간담회
주주	· 정보 접근성 · 의결권 행사	· 주주총회 · 주주소통 담당이사

인권영향평가 실시

GS리테일은 매년 임직원을 대상으로 인권영향평가를 실시하여 임직원이 노출되어 있는 인권 리스크를 평가하고 있습니다.

인권영향평가는 글로벌 가이드라인과 국가인권위원회 인권 체크리스트를 바탕으로 설계하였으며, 2021년 대비 약 130% 이상의 임직원이 참여하여 설문 결과의 유효성을 더욱 확보하였습니다.

2023년에는 홈쇼핑 B/U 임직원과 기존 미참여 인원의 참여를 도모하여 임직원이 직면한 다양한 인권 리스크를 분석하고 개선할 예정입니다.

완화조치 및 효과성 평가

GS리테일은 지속적인 인권 교육과 식별 리스크에 대한 개선활동을 통해 6가지 인권 영역의 긍정 답변 비율이 전년 대비 1.1%p~10.9%p 증가하였습니다.

특히, 2021년 인권영향평가에서 ‘근로조건 준수’ 관련 인권 인식을 개선하기 위해 컨설팅 진행 및 심리상담서비스 EAP(근로자 지원 프로그램) 도입 활동을 전개하였으며, 그 결과 2022년 ‘근로조건 준수’ 설문 관련 부정 응답 비율이 2021년 대비 8.5%p 개선되어 임직원 인식 개선과 활동의 효과성을 확인하였습니다.

2023년 기준 분기별 정기회의 외 CEO, CHO가 주관하는 한마음나눔터, 근로자위원 특화 교육, 커뮤니케이션 참여 프로그램 등을 기획하여 근로자를 대표하는 근로자위원의 위상을 제고하고 ‘고충처리 채널 및 매커니즘’을 개선하고자 합니다.

인권 교육

D&I 위원회를 설립하여 조직에 심리적 안전감을 전파하기 위한 활동을 수행하고 있습니다. 또한, D&I 활동을 효과적으로 수행할 수 있도록 임원과 위원회를 대상으로 D&I 교육 과정을 운영하고 있습니다.

더불어 GS리테일은 연1회 필수 교육인 법정무교육을 진행하고 있으며, 직장 내 성희롱 예방 교육과 장애인 인식 개선 교육을 실시하고 있습니다.

(단위: %)

구분	2020	2021	2022
법정무교육 이수율	100	100	100

Together with Employees | 안전한 일터 조성

관리 체계

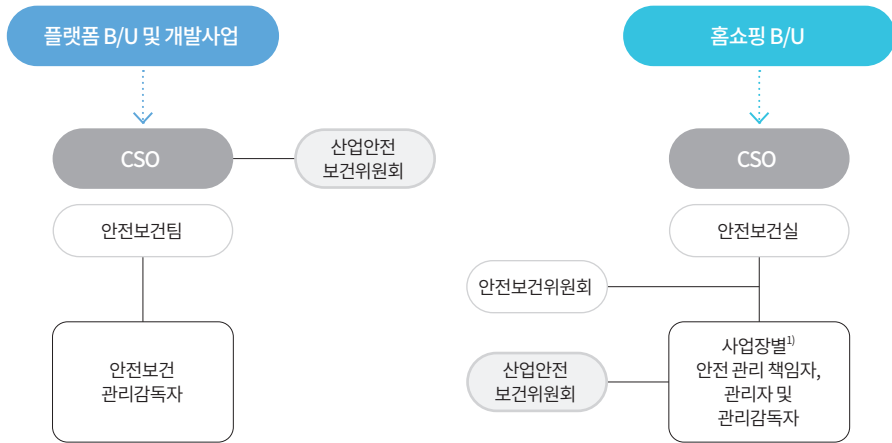
안전보건경영 방침

GS리테일은 임직원의 안전을 최우선으로 두고 있습니다. 이러한 GS리테일의 의지를 담은 안전·보건 경영방침에 따라 안전한 근무환경 조성과 건강한 삶의 질 향상을 위해 최선을 다하고 있으며, 특히 위험성 평가를 통해 도출된 즉시 개선 필요 사항에 대해 100% 개선하여 임직원의 안전을 확보하고자 합니다.



거버넌스

안전보건경영책임자(CSO)는 홈쇼핑과 오프라인 점포의 안전보건을 총괄하고 있으며, 전담 조직으로 CSO직속 안전보건실을 운영하고 있습니다. 또한, 사업장별로 안전보건 관리 책임자와 산하 안전보건 조직을 운영하고 물류센터의 경우 전문기관에 안전보건관리 위탁 대행을 이관해 안전보건 관리 체계를 고도화하고 있습니다.



1) 강서, N타워, 군포 물류센터, 이천 물류센터

산업안전보건위원회

산업안전보건위원회는 경영자와 근로자 상호 간에 이해와 협조를 통하여 쾌적한 작업환경을 조성함으로써 근로자의 안전과 보건을 유지 및 증진하고 있습니다.

위원회는 경영자 측 위원 5명과 근로자 측 위원 5명으로 구성되어 있으며, 근로자 사고 예방 중심의 안전 및 활동을 전개하고 있습니다. 또한, 홈쇼핑B/U는 보다 강화된 안전보건 증진 및 관리 활동을 추진하기 위해 CSO 주최로 전체 홈쇼핑 B/U 안전보건관계자가 참석하는 홈쇼핑B/U 안전보건위원회를 설립해 운영하고 있습니다.

위원회 개최 현황

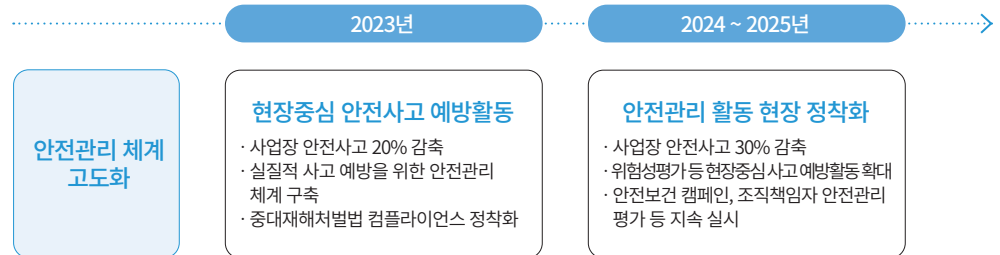
(단위: 회, 건)

구분	오프라인 점포	홈쇼핑
회의 개최 건수	4	4
안전 건수	23	13
심의 의결 건수	23	13

2022년 주요 안전

- 22년 안전보건계획
- 중대재해처벌법 보고
- 관리 감독자 집체 안전교육
- 중대재해 판단 프로세스 및 전결규정 변경
- 2022년 안전사고 실적
- 홈페이지 내 구성원, 시민 의견 청취함 신설
- 휴먼·전기 화재 예방 조치
- 근로자 의견 청취·심의

중장기 계획



Together with Employees | 안전한 일터 조성

안전한 작업환경

안전보건경영 진단

GS리테일은 매년 안전 계획 수립 및 보고, 산업 안전 관리, 안전 점검, 위험성 평가, 안전 교육 등을 실시하도록 내부 관리 체계를 수립해 운영 중이며, 안전한 작업 환경을 조성해 안전 리스크를 최소화하고 있습니다.

진단 항목

구분	주요 내용
안전 계획	<ul style="list-style-type: none"> · 2022년 안전보건 계획 이사회 보고 · 파트너사 산업재해 예방 기준 마련 및 실행 · 중대사고 발생 시 비상 대응 매뉴얼 수립·교육 · 중대사고 판단 프로세스, 전결 기준, 안전사고 예방 매뉴얼 수립
산업안전 관리	<ul style="list-style-type: none"> · 산업안전보건위원회 실시(분기 1회) · 하도급 사업장 안전보건 회의체 운영, 순회점검, 합동점검 실시 · 홈페이지 안전보건 구성원(직원, 파트너사), 시민 의견 청취함 신설
안전 점검	<ul style="list-style-type: none"> · 직영·가맹 사업장 안전점검 및 위험요소 개선 · 중대재해처벌법 주요 의무 이행사항 점검·보고 직영 사업장 영업 팀장 등 정기 안전점검 실시 · 편의점, 수퍼, 물류센터 등 파트너사 안전사고 예방점검
위험성 평가	<ul style="list-style-type: none"> · 2022년 위험성 평가 절차서 마련 및 교육 실시 · 2022년 위험성 평가 실행(연 1회)
안전 교육	<ul style="list-style-type: none"> · 근로자 정기 안전보건 교육 실시(3시간/분기) · 관리 감독자 안전보건 교육 실시(16시간) · 근로자 채용 시 안전보건 교육 실시
기타 활동	<ul style="list-style-type: none"> · 코로나19 확진자 건강회복 격려물품 지급 · 조직 책임자 안전관리 평가

안전점검

각 사업장과 전사 안전보건 전담 조직에서는 안전점검을 시행해 임직원의 안전을 확보합니다.

안전점검 항목

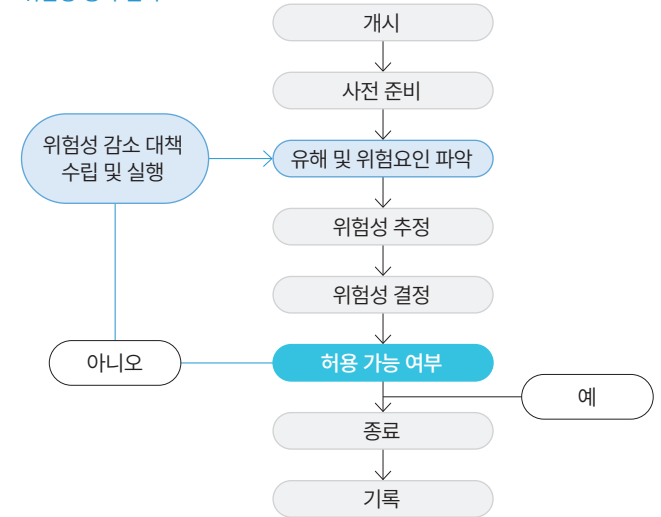
구분	내용	빈도
홍소핑	사업장별 안전보건 점검 지원 및 실시	월 2회
	전사 직영·가맹 사업장 안전점검	연 1회
	파트너사 산업재해 예방	점포 공사 시
편의점 및 수퍼	신규 점포 안전점검	오픈 시
	점포 안전사고 예방 조치	월 1회
	유해/위험요소 점검 및 개선	반기 1회
	편의점, 개발사업 임대사업장 안전점검	반기 1회

위험성 평가

GS리테일은 사업장 별 최대 반기 1회 씩 유해·위험 요소를 발굴 및 개선 활동을 전개하고 있으며, 주요 위험 요소로 분류된 ‘고소작업 중 보호구 미착용’, ‘건물 누수로 인한 누전’, ‘합선사고 위험’ 등을 관리해 나갈 계획입니다. 또한, 유해화학물질의 오용으로 인한 사고 및 환경오염을 방지하기 위해 화학물질 안전관리 매뉴얼을 제작하였으며, 시설관리 위험성 평가에 화학물질 항목을 포함하여 화학물질 관리 프로세스를 점검하고 있습니다. 이와 더불어 개선 활동에 대한 효과성 측정을 위해 고도화된 위험성 평가 절차를 운영하고 있으며, 위험 작업 내용에 대해 위험성 감소 대책을 수립 및 운영하고 위험도를 재평가해 완화 조치의 효과성을 평가하고 있습니다.

 화학물질 안전관리 매뉴얼

위험성 평가 절차



허용 가능 판단 기준

■ : 허용 가능한 위험 수준

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

2022년 위험성 평가 결과

구분	내용
홍소핑	<ul style="list-style-type: none"> · 강서/N타워, 군포, 이천 센터 위험성 평가 진행 · 위험도 8점 이상의 즉시 개선이 필요한 위험요인 26건 개선 완료
편의점 및 수퍼	143점에 대해 하역/창고, 조리/농축산, 매장(진열판매) 관리 과정 중 발생 가능한 위험성 평가 및 개선

Together with Employees | 안전한 일터 조성

안전한 작업환경

안전 교육

GS리테일은 분기마다 정기 안전보건 교육을 실시하고 있으며, 2022년 매 분기 100% 이수율을 기록하였습니다.

2023년에는 강남구 보건소와 협력해 연 3회 응급처치(CPR 등)와 관련된 교육을 추진할 예정이며, 앞으로도 임직원의 안전 인식을 고취시키기 위해 다양한 활동을 전개할 예정입니다.

정기 안전보건 교육 진행 현황¹⁾

(단위: %)

구분	2020	2021	2022
이수율	100	100	100

1) 관리감독자 대상

비상대피훈련

GS리테일은 실제 재난 사고 발생 시 임직원의 위기대응 능력을 제고하기 위해 비상대피 훈련을 진행하고 있으며, 2022년에는 총원 1320명 중 외근/출장, 환자, 휴직자 등 부재 인원(365명)을 제외한 전원(955명)이 참여하였습니다.

매년 유도요원을 순환 지정 및 교육하여 전 구성원이 유도요원 임무를 수행하고 안전에 대한 인식을 함양할 수 있도록 지원합니다. 모든 훈련 계획, 결과 및 후속조치는 CEO에 보고하여 체계적인 대피 훈련이 이루어 질 수 있도록 노력합니다.



유도요원 사전 교육



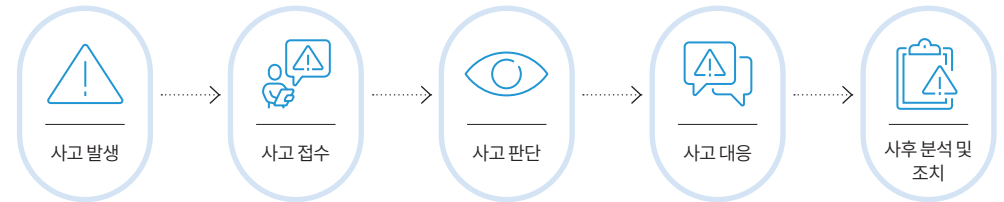
유도요원 대피 유도

안전 사고 대응

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

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

대응 프로세스

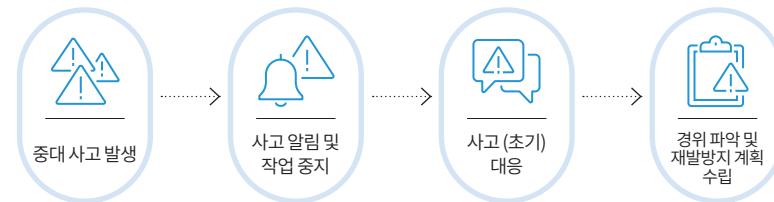


중대재해 사고 대응

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

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

중대재해 대응 프로세스



Together with Partners | 지속가능 공급망

관리 체계

파트너사 행동규범

GS리테일은 공급망 내 협력사의 ESG 역량과 경쟁력을 향상하고, 사회 환경 관련 리스크를 최소화하기 위해 공급망 관리 정책을 수립 및 시행하고 있습니다.

파트너사의 ESG 경영 실천을 위해 노동/인권, 안전보건, 환경보호, 윤리경영, 경영시스템 등에 대한 ESG 행동규범을 제정하여 파트너사 사이트 등을 통해 안내하고 있습니다. GS리테일은 파트너사와의 계약 체결 시 파트너사 행동규범을 준수할 것을 권고하고 있으며, 윤리실천서약서를 수령하여 사회적 책임을 이행할 것을 요구하고 있습니다.

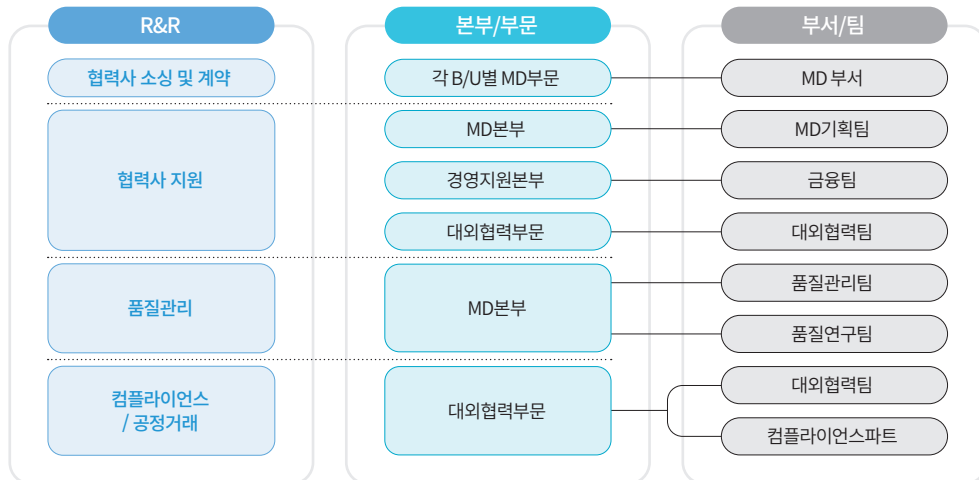


거버넌스

GS리테일은 다양한 파트너사와의 거래를 진행하고 있으며, 공급망 리스크와 기회를 관리하기 위해 체계적인 거버넌스를 수립해 운영하고 있습니다.

파트너사 선정 시 B/U별 담당 부서가 고도화된 선정 및 평가 프로세스를 수행하고, 공정거래 여부를 모니터링하여 지속 가능한 공급망을 구축하기 위해 노력합니다. 또한, 유관 부서와의 협력을 강화하여 파트너사가 사회적 및 환경적 책임을 다할 수 있도록 지원합니다.

GS리테일은 앞으로도 파트너사 관리 체계를 고도화하고, 지원을 확대해 지속가능한 공급망을 구축하기 위해 노력할 예정입니다.



파트너사 선정 프로세스

GS리테일은 파트너사 선정 시 자율준수프로그램 절차에 따라 객관성을 확보함으로써 거래의 투명성과 공정성을 높이고 있습니다. 입점을 원하는 파트너사는 공개된 입점상담 홈페이지를 통해 입점 절차 등을 확인 한 뒤, 입점 상담 요청 후 입점을 진행하게 됩니다. 이 과정에서 파트너사의 재무 건전성뿐 아니라 ESG 평가 등도 진행하여 소비자에게 사회적 책임을 다할 수 있는 파트너사를 선정하기 위해 최선을 다하고 있습니다.



Together with Partners | 지속가능 공급망

관리 체계

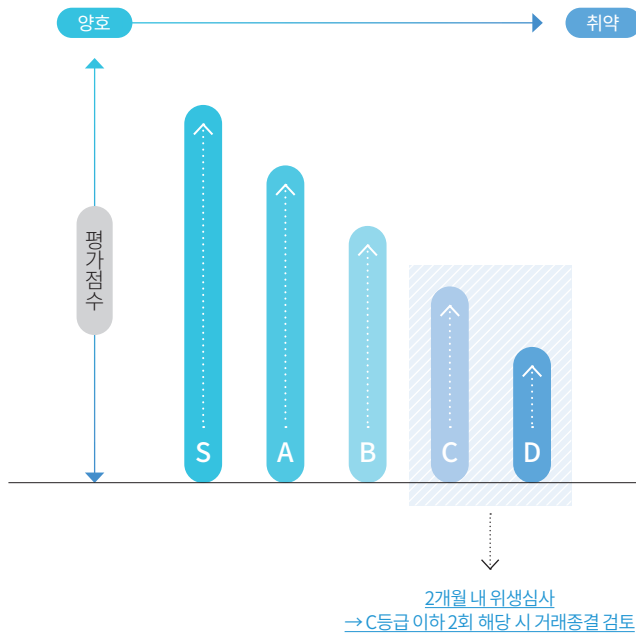
파트너사 평가

GS리테일은 제품을 공급하거나 공급을 원하는 파트너사를 대상으로 매년 정기적으로 위생, 원산지, HACCP인증 및 위생 용품 등 관련 법규 위반 여부를 점검하고, 문제사항이 발생할 경우 개선 피드백을 요청합니다.

2022년에는 222개 업체를 대상으로 검증 심사를 시행해 파트너사를 평가하였습니다. 이 중 7개 업체가 개선조치가 필요한 것으로 확인되어 개선책을 마련할 것을 합의하였으며, 앞으로도 체계적인 파트너사 평가 절차를 운영하여 지속가능한 공급망을 구축하고자 합니다.

파트너사 평가 등급

평가 등급



주요 평가 항목



ESG 평가

파트너사의 ESG 경영 현황을 파악하고 발생가능한 리스크를 최소화하기 위해 계약 시 ESG 자가 체크리스트 또는 ESG 이행 평가 설문지를 필히 첨부하여 결재를 진행합니다.

협력사는 환경, 안전보건, 노동 및 인권, 윤리규범 등 총 4개 분야로 이루어진 체크리스트 또는 설문을 진행하여 자사의 ESG 수준을 자체 점검하고 매년 재계약시 정기적으로 평가하고 있습니다. 또한, 2023년 공급망ESG 상시평가를 위한 체계를 도입할 예정입니다.

2022년 홈쇼핑 신규계약업체 147곳 중 131업체가 자가 체크리스트를 제출하였으며, 플랫폼 B/U 신규 파트너사 1,776개사 중 1,690개사가 설문조사를 실시해 신규 파트너사 ESG 이행 현황 파악 94.7%를 달성하였습니다.

ESG평가 결과가 낮은 파트너사에 대해서는 각 부문의 결재를 통해 입점을 진행하고 있으며, ESG 이행이 우수한 협력사는 매년 말 우수 파트너사로 선정해 상금, 상패를 비롯한 다양한 혜택을 제공해 사회적 책임을 함께 다하기 위한 노력을 이행하고 있습니다. 이외에도 파트너사의 ESG실행을 지원하기 위한 다양한 제도를 운영하고 있습니다. 2023년에는 자가 체크리스트 등록률 100%를 달성하고 플랫폼 B/U와 홈쇼핑 B/U의 통일된 ESG 평가 체계를 수립 운영하여 고도화된 모니터링을 진행할 수 있도록 제도적 기반을 구축 할 예정입니다.

ESG 자가 체크리스트 항목

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

Together with Partners | 지속가능 공급망

공정거래

공정거래 지침

GS리테일은 대표이사를 중심으로 전 임직원과 파트너사가 모두 참여하는 공정거래 프로그램을 운영하고, 공정거래 체제를 구축해 지속가능한 성장을 추진합니다.

공정거래 지침은 각 B/U의 특성에 맞추어 구분하여 수립 및 적용하고 있으며, 예방-통제-점검-제보-개선의 5단계 공정거래 프로그램을 운영합니다.

예방 체계 구축을 위하여 대표이사의 공정거래 실천 의지 및 방침을 표명하고 있으며, 명확한 규정과 전담 조직을 운영하고 있습니다. 또한, 교육 및 캠페인을 진행하고 공정한 상벌제도와 투명한 서면관리를 운영하고 있으며, 공정거래 규정의 내재화를 위하여 3개의 공정거래 규정과 9개의 지침을 수립 및 공개하고 있습니다.

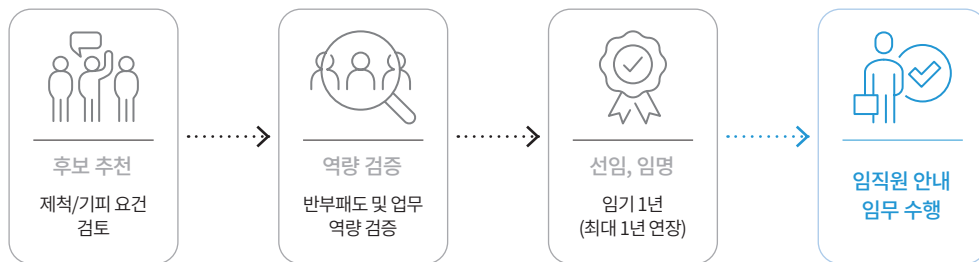
자율준수관리자

GS리테일은 대표이사로부터 권한과 책임을 위임받아 공정거래를 비롯한 대내외 Risk 통제 역할을 수행할 수 있도록 대외부문장 임원을 자율준수관리자로 이사회에서 의결/임명하여 선임하였습니다.

자율준수관리자는 법규 준수 여부에 대한 감독/감사 역할을 수행하면서, 자율준수편람 제작 및 운영, 자율준수 교육을 지휘/감독합니다. 자율준수 활동에 대한 경과 및 결과는 반기 1회 이사회에 보고 하고 있습니다.

자율준수관리자는 2022년 12월 이사회에서 임기 연장이 의결되어, 2023년 12월까지 역할을 성실히 수행할 예정입니다.

자율준수관리자 임명 절차



내부감시체계

GS리테일은 공정거래 관련 법령 준수를 위한 내부감시체계를 구축하고 제도개선을 지속적으로 추진하고 있으며, 2023년도에도 이사회에 보고한 내부감시체계 구축 및 제도 개선 계획을 진행할 계획입니다.

2022년 B/U별 제도개선 사례

구분	내용
플랫폼 B/U	<ul style="list-style-type: none"> · 판매장려금, 판촉비, 반품 등 유통업법 기반 제도개선 · 공정위 표준거래계약서 개정에 따른 편익점/수퍼 직매입 계약서 개정 · 편익점 가맹계약서 일부 개정 · 경영주의 사회적 물의를 일으키는 행위 등 금지 · 표시광고법 기준 적용하여 '수퍼 가격 표시' 개정 · 신선식품 등 종전가 표시 기준 적용
홈쇼핑 B/U	<ul style="list-style-type: none"> · 가격할인 프로모션 · 가격할인 판촉 협력사 부담 50% 제한 · 정액, 판촉, 게스트 약정 신설 등 라이브커머스 계약서 제정 · 마케팅 프로모션 지연약정 시스템 개선
	<ul style="list-style-type: none"> · 프레스를 이용 약관 개정 · 우리동네GS 편익점 반값택배 이용약관 개선 · 제3자 정보제공 등 이슈점검 · 정보제공료 오수취 사례 방지를 위한 정보제공 자동화 플랫폼 이용약관 점검 · 프레스를 가격표시제도 개선 · 표시광고 위반 리스크 제거
	<ul style="list-style-type: none"> · 게스트 약정 일치화 / 무료체험 분담 / 방송편성 및 취소 시 약정서 체결 · 유통기한 표시정보 개선 등 상품정보고시 개정안 적용

2023년 추진 계획

구분	내용
준법지원 체계 강화	<ul style="list-style-type: none"> · 프레스를 제도 개선 · 홈쇼핑B/U 대상 제도 준수 점검 활동 · 공정거래 대응 활동
준법환경 조성 활동	<ul style="list-style-type: none"> · 통합물품공급계약 체계 구축 · 대규모유통법 및 전자상거래법 중심의 제도 개선 및 점검 · 공정위 시정명령 처분에 따른 공정거래 제도 개선 필요사항 점검 및 개선 · 임직원 대상 교육 활동 · 준법가이드 제공
규제환경 대응	<ul style="list-style-type: none"> · 법 및 기준 준수 환경 제고 · 사전 예방 활동 실시 · 플랫폼B/U 재계약 시 준수사항 가이드 제공 · MD 공정거래 업무가이드 제공 · 취약점 점검 협의체 운영 · PB상품 및 하도급 거래 구조 점검 및 개선 · 판촉 유형별 활동 점검 및 개선

Together with Partners | 지속가능 공급망

공정거래

자율준수 프로그램

GS리테일은 책임을 바탕으로 한 자유경쟁의 원칙에 따라 상호 신뢰와 협력으로 공동의 발전을 도모하기 위해 각 B/U별 자율적으로 공정거래를 실천하고 있습니다. GS리테일은 투명한 거래 질서 확립과 공정거래 기준 준수 및 문화 확립을 위하여 자율준수프로그램을 운영하고 있습니다.

공정거래 기준 및 절차 수립	공정거래 업무 기준과 3개의 공정거래 규정, 9개의 지침을 수립하고 공정거래 내재화를 위한 공정한 절차를 구축해 운영하고 있습니다.
준수 선언	홈페이지를 통해 회사의 구성원, 고객 및 이해관계자가 쉽게 이해할 수 있도록 CEO의 공정거래 의지 및 방침을 표명하고 있습니다.
자율준수 관리자 선임	자율준수관리자 선임 기준 및 절차에 따라 이사회에서 임명하고, 공정거래 계시판을 통해 임직원에게 공지합니다.
감독체계	내부감시체계를 운영해 제도 개선 필요사항을 식별하고, 제도개선을 이행해 투명한 공정거래 체계를 구축해 나가고 있습니다.
자율준수편람 배포	자율준수편람 포켓북을 제작하여 관련 업무를 수행하고 있는 담당자들에게 배포하여 책임있는 공정거래 실천을 지속하고 있습니다. (2022년 2월 개정)
공정거래 교육 실시	상·하반기 각 1회 이상 공정거래 및 자율준수와 관련된 대화식/맞춤형 교육을 통해 법규 위반에 대해 사전 예방활동을 지속하고 있습니다.
공정거래 법규 위반 임직원 제재	위반 가능성이 있는 공정거래 법규에 대하여, 임직원을 제재하고 계도할 수 있는 윤리위원회 규정을 마련하여 운영하고 있습니다.
효과성 평가 및 개선조치 시행	내부 교육과 자율준수 프로그램 운영의 효과성을 측정하기 위해 공정거래 인식 수준 전반에 대해 점검을 추진하고 공정거래 운영 제도를 개선하고 있습니다.

공정거래 교육

GS리테일은 파트너사와의 계약을 담당하는 MD를 대상으로 각 레벨에 맞는 대규모유통업법 교육을 정기적으로 시행합니다. 각 부문/부서별 특성에 따라 하도급법, 공정거래법 등 개별적 맞춤 교육을 제공하고 교육 진행 내역 및 경과사항은 이사회에 반기 1회 이상 보고하며 준법준수 문화를 구축하기 위해 노력합니다.

2022년 B/U별 공정거래 교육 현황

(단위: 회)

구분	내용	2022년 실적
플랫폼 B/U	MD 대상 대규모유통업법 교육	10
	대규모유통업법 공정거래 교육 및 사례 스터디	2
	후레쉬 서브 대상 하도급법 교육	1
	프레시물 대상 대규모유통업법, 전자거래법 등 교육	1
	편의점 영업 팀장 / 신입 OFC 대상 가맹사업법 교육	7
홈쇼핑B/U	사업부문 및 Product 기획부문 팀장 대상 표시광고법 교육	2
	홈쇼핑B/U 전 임직원/협력사 대상 공정거래 인식 수준 점검 및 교육	1
	대규모유통업법 교육	1
	디지털상품사업 대상 대규모유통업법, 전자거래법 등 교육	1
	신입사원 대상 대규모유통업법 교육	4

효과성 평가

GS리테일은 임직원의 준법 인식을 고취시키기 위해 준법경영 교육 및 활동을 전개하고 있습니다.

그 결과, 홈쇼핑B/U 임직원 및 파트너사를 대상으로 정기적으로 수행하는 공정거래 인식 수준 조사에 전년 대비 약 1.8배의 인원이 참여하였으며, 일부 항목에 대해서는 부정 응답 비율이 개선되었습니다.

앞으로도 불공정거래 행위 유형에 대한 항목을 고도화하고, 임직원의 인식을 지속적으로 점검 및 개선하여 건전한 준법준수 문화를 구축하기 위해 노력할 예정입니다.

Together with Partners | 동반성장

동반성장 체계

동반성장 방침

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



파트너사 지원

자금 지원

GS리테일은 파트너사를 위한 상생 펀드, 대출, 수수료 환급 제도 등을 운영해 자금 대출 및 금리 혜택을 제공하고, 자금 부담을 완화해 파트너사의 경영 안정과 원활한 현금 흐름에 기여하고 있습니다.

프로그램	내용
상생펀드/ESG 일자리 펀드	· 중소기업/파트너사의 사업자금 대출 지원과 저금리 대출을 지원하는 상생펀드 및 ESG 일자리펀드 출연 및 운영을 통한 이자 비용 부담 감축
상생 파트너론	· 상환 부담을 겪는 파트너사 및 파트너사 대상 상환청구권이 없는 외상 매출채권 담보 대출 제공
방송 수수료 환급 제도	· 홈쇼핑 방송 판매 부진 시 분기별 기준에 따라 수취한 판매 수수료의 일부 환급
수매자금지원	· 농수산물 원물 수매자금 지원
명절대금 조기 지급	· 자금 유동성 확보를 위한 연 2회 명절에 물품대금 및 정산금 조기 지급 · 연중 물품 대금 지급을 10일 단위 100% 현금 지급
선급금 지급	· Fresh Food 생산공장의 재료 수급과 공급의 안전성 및 설비 관리를 위해 단기 자금 및 선급금 지원
검사비용 감면	· 의류, 섬유, 화장품, 생활화학에 대한 시험 분석 비용 지원

사회적책임 경쟁력 강화

GS리테일은 중소기업파트너사의 혁신과 역량강화를 통해 상생협력 생태계를 구축하고 있습니다. 특히 파트너사가 사회적 책임을 충실히 이행하고 본연의 경쟁력을 강화할 수 있도록 다양한 프로그램을 지원하고 있습니다.

프로그램	내용
HACCP 인증	· HACCP 체크리스트를 바탕으로 파트너사의 현장 및 문서에 대한 기술 지원과 개선 검증 · 2022년 자회사 및 FRESH FOOD 파트너사 11개 공장 식약처 HACCP 재인증 및 사후심사에 대해 '적합' 판정 완료
ISO 인증	· PB상품 파트너사 ISO 9001/14001 인증 획득 지원 - 2022년 10개 파트너사 지원
환경표시인증	· 협력사의 환경성적표지 인증을 위한 교육, 컨설팅 및 인증 비용 지원 사업 진행 - 2022년 5개 업체 지원
CCM 인증	· 중소기업파트너사의 CCM 인증 취득을 위한 지원 - 매년 3개 파트너사 선정 및 지원
기타 컨설팅	· 신상품 개발을 위한 컨설팅 및 설비 지원 · 구성품 누락방지 컨설팅
스마트리닝(온라인)	· 중소기업파트너사 임직원 대상 ESG 등의 교육 지원
친환경 폐수 처리 설비	· 친환경 폐수 처리 설비 도입 지원을 통한 식품 폐슬러지 저감
친환경 패키지	· 파트너사의 친환경 포장재 패키지 개발을 위한 시제품 제작 및 컨설팅 지원

친환경 폐수 처리 설비

파트너사에 필터프레스 및 고분자 응집제 용해탱크를 지원해 식품 제조 공정 폐수 처리 과정에서 발생하는 액상 슬러지를 고체화하고 폐수 슬러지 발생량을 10톤/월에서 2톤/월로 절감하였습니다.

Together with Partners | 동반성장

파트너사 지원

교육 지원

GS리테일은 파트너사 임직원의 실무 및 전문 역량을 강화하기 위해 직무별 맞춤형 전문 교육과 정기 세미나를 운영합니다. 앞으로도 중소 파트너사에 필요한 교육 콘텐츠를 고민하고, 안전 및 경쟁력 있는 상품을 함께 개발해 나가고자 합니다.

프로그램	내용
동반성장 세미나	·반기 1회 파트너사 및 파트너사 직무역량 교육 및 GS리테일 동반성장 가치 공유 세미나 주최
위생안전 다짐대회	·식품 중소파트너사 임원 및 담당자 대상 위생, 품질 향상 직무 역량 교육 제공
HACCP 아카데미	·중소 PB 파트너사 대상 HACCP 운영 역량 향상을 위한 위생 관리 및 법규 교육 지원
안전/선도/위생 관리 코칭	·식품 파트너사의 품질관리 능력 향상을 위한 식품위생법 및 원산지관리법 교육 지원
	·사전 위생 심사를 통한 개선/코칭 사항 도출 및 컨설팅 지원
온라인 교육	·제품 납품 파트너사 대상 사후 지원
	·파트너사의 신규 입사자, 교육 희망자, 컴플레인 담당자 대상 교육 ¹⁾ 실시 - 해외 생산 제품 현장 품질 검사 - 해외 7대 거점 선정
전문기관 연계 상품 전문 교육	·협력사 임직원 대상 ESG 교육, 역량 개발 및 자기계발을 위한 온라인 교육 실시 - 2022년 500개 이상 협력사 1,277명 교육
	·의류, 잡화, 리빙 협력사 등 대상 총 4회 KC안전관리제도 법규 개정사항과 살생물제품 및 살생물 처리제품 관리제도 안내 교육 실시

1) 전문기관 연계 상품 전문 교육
-> 의류, 잡화, 리빙 협력사 등 대상 총 4회 KC안전관리제도 법규 개정사항과 살생물제품 및 살생물 처리제품 관리제도 안내 교육 실시

판로 지원

GS리테일은 온 오프라인 플랫폼을 활용해 파트너사의 국내외 판로 확대를 지원하고 있으며, 우수 파트너사가 성장할 수 있는 초석을 마련해 지속가능한 동반성장을 추진합니다.

프로그램	내용
방송지원	·아이리브중소기업: 중소파트너사 및 사회적경제기업 대상 무료 방송 지원 ·프라임 편성 우대: 중소기업의 매출확대를 위해 프라임 시간대 중소기업 상품 편성 ·방송준비지원: 상품 스타일링부터 디스플레이, 판넬 제작 등을 지원
착한상품 품평회	·전문가가 각 상품의 강점과 개선점 피드백 ·우수 제품은 판로지원 사업의 대상으로 선정
넥스트 푸디콘	·상품기획부터 제조, 마케팅 전략 방안까지 푸드 제조 스타트업과 공동 기획 ·GS리테일 온 오프라인 채널 내 상품 등록
해외수출 지원 및 상품 현지화	·산업자원통신상부-한국무역협회 공동주관으로 해외수출 판로개척에 어려움이 있는 우수중소기업 대상 공동수출상담회 및 현지 판촉전을 진행
	·카탈로그 및 영상제작을 통한 중소기업 상품 홍보 지원 ·파트너사 대금 지급 어려움 해소 및 보험료 할인 ·우수 중소기업의 수출 지원, 상품개발 노하우 및 기술 지원을 통한 현지화 상품 공동 개발 ·우수 중소기업 해외홍소핑 판로 개척, 해외홍소핑 사업화 및 방송 지원 - 2022년 총 4개사 지원
인서트 영상 제작 지원	·TV홍소핑에 진출하는 중소기업의 영상제작에 대한 컨설팅 및 제작 비용 지원

TIPS 운영사 선정

GS리테일은 중소벤처기업부에서 우수한 기술력을 보유한 스타트업을 지원하고 집중 육성하는 '민간 투자 주도형 기술창업지원' 프로그램을 (TIPS) 운영사로 선정돼, 우수 스타트업 성장에 기여합니다.

소통 제도

GS리테일은 파트너사와의 소통을 활성화하기 위해 다양한 소통 채널을 구축하여 운영하고, 파트너사의 의견을 청취해 이를 경영 전반에 반영하기 위해 노력합니다.

프로그램	주기	내용
파트너사 간담회	분기 1회	·MD팀장 주관 하에 각 시기별, 업종별 이슈에 따라 상품정책 추진 방향을 함께 협의
파트너사 자문위원회		·구매담당 임원 주관 하에 파트너사의 대표를 자문 위원으로 위촉하고 파트너사의 고충 및 건의사항을 적극 수렴 및 해결
패밀리데이	연 1회	·MD 및 파트너사 전 임직원의 야외 단체 활동을 통해 화합과 단합의 시간을 갖는 제도
BEST 파트너사 시상식		·우수 파트너사를 선정 및 시상
리스닝투어	상시	·협력사를 방문해 불만/건의/문제점을 청취하고 조사 및 제도 개선 진행
파트너사 목소리		·협력사의 고충 및 개선제안 등을 익명으로 제보할 수 있는 내부 채널 운영
레드휘슬 제도		·제3자가 운영하는 외부 제보채널로 이해관계가 없는 소통창구를 통해 협력사 의견 및 제보 수렴

파트너사 고충처리 현황

(단위 : 건, %)

구분	2020	2021	2022
신고 건수	94	33	57
처리율	100	100	100

Together with Partners | 동반성장

가맹경영주 지원

금융지원

판촉비

- G-ESPA: 상권분석, 고객분석 등 점포 수익 개선 활동 지원
- 일상회복 지원: 급격한 매출 하락 점포 대상, 매출 및 고객 회복을 위한 판촉행사 지원

ESG 연계

- E.S.G 포인트 제도: 친환경 소모품 및 전기 절감 등 ESG경영에 적극 참여한 우수한 점포를 선정하여 재고 처리한다 증액, 개별점 판촉비 지원, 경영주 명의 기부 등의 혜택 지급
- 렌탈료 지원: 음식물 쓰레기 배출량 감소를 위해 음식물 처리기를 도입하는 가맹점에 1년간 렌탈 금액의 50% 지원

가맹점 보험

GS리테일은 점포 운영 시 발생할 수 있는 만일의 상황에 대비하고 경영주의 부담을 덜어 드리기 위해 2023년 업계 최초 '전화사기보험'을 갱신하여 가맹점에 지원

기타

- 장기 및 우수 가맹점 포상 및 비용 지원
- 자연재해 위로금 지원
- 노란 우산 공제 가입 장려금 지급
- 야간매출 활성화 지원금 및 24시간 영업장려금

지원 현황

구분		2022
판촉비	G-ESPA 판촉	677,191
	일상회복 지원 판촉	126,596
포인트 제도	지원액	470,000

(단위: 천원)

편의점

수퍼

구분	내용	2022
부진 재고	상권 특성상 발생하는 무매출 상품/부진재고 처분 지원 확대	42,800
신선폐기 지원	신규 및 양수점의 신선식품 폐기에 대한 금액 지원	117,401
경영주 대여금	예비 경영주 투자비 대여금 지원	1,337,000
경조사 지원	경영주의 경조사에 대한 지원	3,380

(단위: 천원)

비금융지원

경영주 참여 위원회

- 발전위원회: 사업본부와 가맹점 경영주 간 발전적 과제를 공동으로 논의하고 경영주 의견을 가맹본부 정책에 반영하기 위한 자체 기구
- 자문위원: 우수한 역량과 풍부한 경험을 지닌 경영주가 다른 경영주에게 조언을 제공하는 자문활동
- 경영주협의회: 애로사항 등을 본부에 전달 및 대변하고 경영주들 간 친목도모를 위해 운영하는 자체 기구
- 자율분쟁조정위원회: 외부 위원장, 경영주 2명, 본부 인원 2명을 중심으로 가맹 사업 관련 갈등을 신속히 해결하는 자체 기구

경영주 소통 채널

- 경영주 열린제안: 전체 경영주의 제안과 아이디어를 수렴하고 점포 운영 및 본부 정책에 반영하는 소통채널
- 경영주 매거진: 월 1회 가맹경영주를 위한 경영 및 영업활동에 도움이 되는 정보를 매거진 형태로 발행하여 제공
- 스토어매니저 특독: 스토어매니저의 점포 개선 관련 제안을 수렴하고 유관 부서에서 피드백을 전달하는 채널
- 경영주 열린아카데미: 경영주 대상 매월 1회 진행 되는 온라인 LIVE 교육 과정으로 시즌별 점포에 도움이 되는 콘텐츠 선정하여 본사-경영주 간 LIVE 소통 진행
- 챗봇조이: 점포 근무자 문의와 주요 VOC를 즉각 해결하고, 경영주, 근무자 및 임직원과 중요 정보를 실시간으로 공유하는 채널
- 디지털 업무일지: 경영주 및 스토어매니저 간의 효율적인 의사소통을 도모하고, 업무 효율을 제고하는 근무 지원 수단

편의점

기타

- 법률 및 노무 상담 지원
- 가맹점 경영주의 응급상황 발생 시 점포 근무를 지원(엔젤서비스)
- 원활한 '스토어매니저' 채용을 위한 구인 플랫폼 서비스 도입
- 무인 편의점 모바일 원격관리 솔루션 애플리케이션 출시
- GS25 상품 전시회 개최

(단위: 건)

운영 현황

구분		2022
경영주 참여 위원회	발전위원회	7
	자문위원	15
	경영주협의회	11
경영주 소통채널	경영주 열린제안	224 ¹⁾
	스토어매니저 특독	619

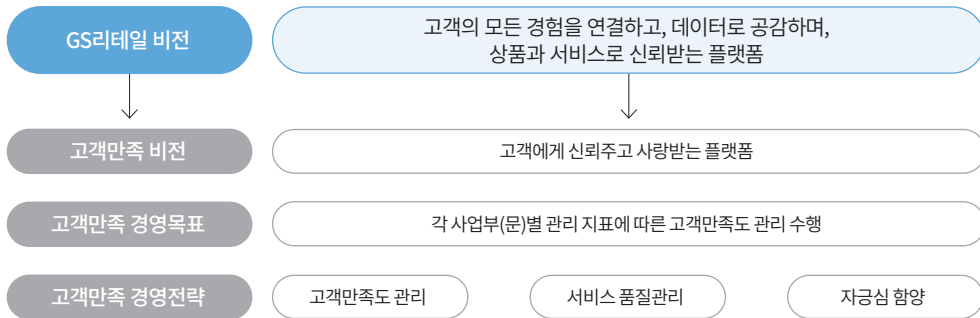
1) 2022년 12월 접수 건수

Together with Customers | 고객만족경영

관리 체계

고객만족경영 목표 및 전략

GS리테일은 고객만족도를 체계적으로 관리하기 위해 각 사업부문별 특성에 맞는 고객패널진단 항목을 수립하였습니다. 이를 통해 고객들의 니즈와 선호도, 만족도를 파악하여 제품 및 서비스 수준을 지속적으로 개선하고 있으며, 임원 KPI 지표와 연계하여 고객만족도를 체계적으로 관리해 나가고 있습니다.



진심어린 마케팅 정책

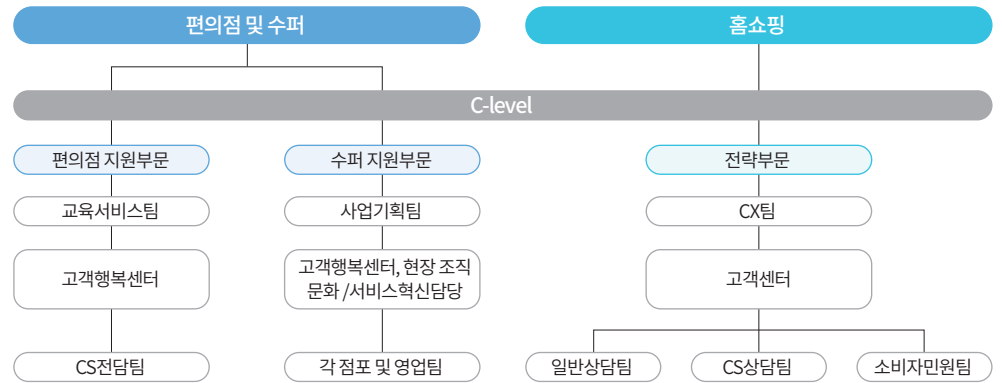
급변하는 고객의 니즈와 경영 환경 속에서 마케팅이 사회에 미치는 영향력이 커짐에 따라, GS리테일은 당사가 판매하는 모든 제품들에 적용되는 진심을 담은 마케팅 정책을 정립하였습니다. 해당 원칙을 기준으로 다양한 현안 이슈들에 대한 위기 상황을 사전에 예방하고 위기 발생 시 체계적인 대응을 위해 사장단/임원 및 주요 현업 부서를 대상으로 위기 관리 교육을 지속적으로 진행하고 있습니다. 2022년 GS리테일은 새로이 정립된 정책들을 마케팅, MD 등 유관부서 전원을 대상으로 전파하였습니다.

- 1 우리는 홍보, 판매와 관련된 법령 및 소비자 권의 보호 등의 국가가 정한 방침에 근거하여 책임을 다하겠습니다.
- 2 우리는 상품 구매, 서비스 등 고객과 만나는 모든 과정에서 정확하고 일관된 정보를 제공하고, 이해하기 쉬운 단어를 사용합니다.
- 3 우리는 공정한 경쟁의 원칙을 준수하고 상품/서비스에 대한 균형 잡힌 시각을 제공할 수 있도록 하겠습니다.
- 4 우리는 소비자 특히 유아·아동·청소년에게 신체적 또는 심리적으로 해가 가는 마케팅을 하지 않도록 유의하겠습니다.
- 5 우리는 특정 계층에 편중되거나 갈등을 조장하지 않으며, 인권을 존중하는 마케팅을 하겠습니다.
- 6 우리는 주기적으로 마케팅 관련 부서를 대상으로 진심을 담은 마케팅 정책에 대한 교육을 실시하겠습니다.

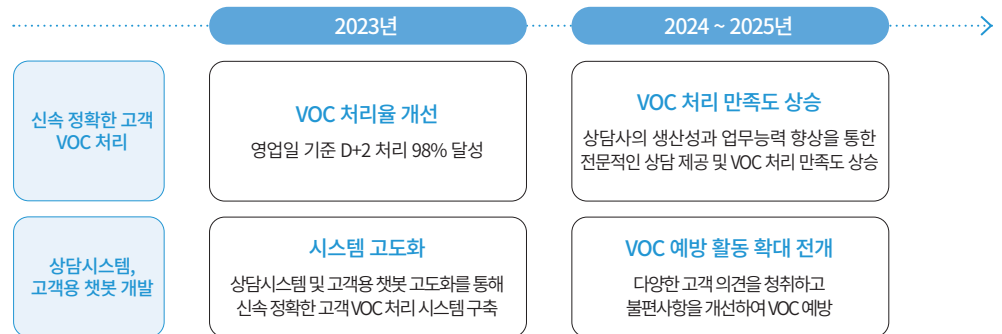
거버넌스

GS리테일은 고객 만족을 위한 경영 목표를 달성하고 고객의 목소리에 효과적으로 대응하기 위해 고객 중심의 전담조직을 구축해 운영하고 있습니다.

플랫폼 및 홈쇼핑 B/U별 고객 중심의 전담 조직을 운영하고, 고객 불만 관리를 총괄하는 담당 임원을 CRO로 임명하여 중대한 소비자 불만을 CEO에게 신속하게 보고할 수 있도록 지원합니다. 또한, 온 오프라인에서 인입된 주요 이슈에 대해서는 유관부서, 전사에 공유 하여 임직원이 고객 중심의 가치관을 함양할 수 있도록 노력합니다.



중장기 계획



Together with Customers | 고객만족경영

고객만족 리스크 관리

VOC 관리

GS리테일은 VOC 채널을 통해 고객의 애로사항을 수렴하고, VOC 접수 고객을 대상으로 만족도 조사를 진행해 VOC 처리 및 접수 과정에서 고객 Pain Point를 개선합니다.

2022년 GS리테일은 만족도 조사를 통해 고객의 VOC 접수 및 처리 과정에서 소요되는 기간에 대한 문제점을 식별했고, 이를 개선하기 위해 고객용 챗봇 및 1:1 문의 기능 구축 및 고객 문의 채널 확장 등의 고객센터 인프라를 개선하였습니다.

이를 통해 다빈도 문의에 대해서는 실시간으로 응대하고 챗봇으로 해결하기 어려운 질문에 대해서는 빠른 시간 내에 상담원이 응대 및 처리하여 전체 소요 기간을 단축하고 고객의 편리성을 강화하였습니다.

소통채널

구분	주요 내용
고객용 챗봇	고객용 챗봇 및 1:1 문의 기능
콜센터	사업부별(GS25, GS홈쇼핑, GS THE FRESH, GS Fresh Mall 등) 맞춤형 콜센터 운영
CEO에게 말한다	CEO가 직접 고객의 의견을 청취

VOC 효과성 평가

CASE 01.

사이즈 문의, 오류로 인한 교환 및 반품 VOC 인입 건수를 절감하고, 고객의 사이즈 선택에 대한 어려움을 개선하기 위해 2022년 6월부터 의류 방송상품의 모바일 상품페이지 내 실측 사이즈 정보를 제공하고 있습니다.

정보 제공을 통해 사이즈 관련 반품 및 교환 VOC 건수가 감소하며 개선활동의 효과성을 확인하였습니다.

주문 기간	사이즈 관련 VOC		
	반품	교환	일반
2022.3~5월	31.0%	2.5%	0.7%
2022.6~8월	29.7%	2.1%	0.6%
증감	-1.3%p	-0.4%p	-0.1%p

CASE 02.

GS리테일의 창문형 에어컨 설치 방법 및 배송 문의에 대한 VOC를 개선하기 위해 높이 가이드, 설치 환경 및 방법 등의 안내를 강화하고 에어컨 및 제품 키트 배송을 일원화하여 소비자의 Pain Point를 해소하고 있습니다. 이를 통해 전년 대비 설치 방법 및 배송 문의에 대한 VOC 사례가 감소하였습니다.

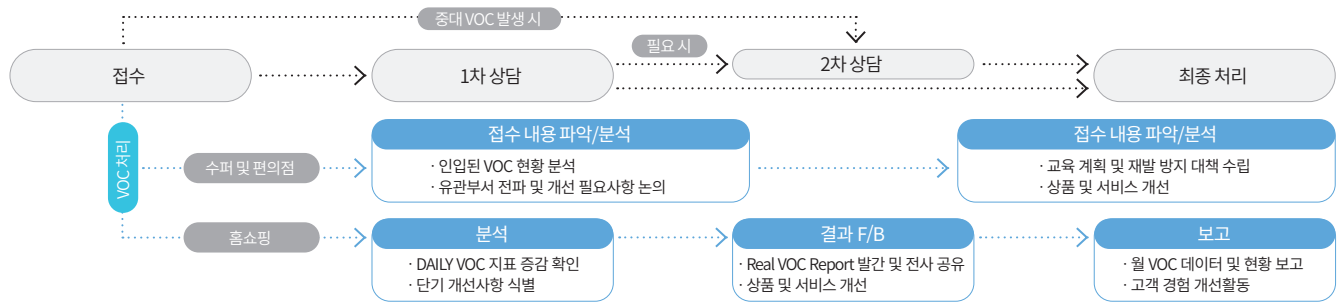
주문 기간	VOC	
	설치 방법	배송 문의
2021.5~6월	29.1%	5.3%
2022.5~6월	10.5%	2.5%
증감	-18.6%p	-2.8%p

VOC 및 소비자 피해 대응

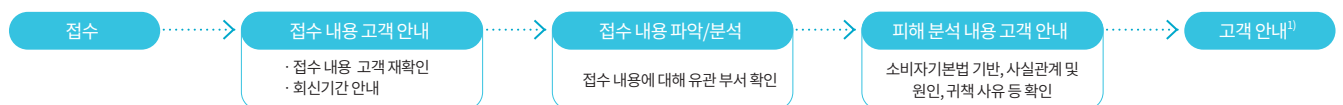
1) ·수퍼/편의점 : CS전담 상담사, CS전담팀, 유관 부서, 조직문화서비스 담당자, 점포 관리자, OFC 등
·홈쇼핑 : 소비자지원팀, CX팀

GS리테일은 챗봇 및 콜센터와 SNS, 블로그 외부 기관 등 내 외부 다양한 채널을 통해 고객의 의견을 수집하고 맞춤 상담을 통해 고객의 불편사항을 해결하고 있습니다. 특히 1차 상담을 통해 처리되지 않는 VOC 건에 대해서는 내부 기준에 따라 담당자와 전담 조직¹⁾에 즉시 이관하고 있습니다. 또한, 피해 대응 프로세스를 구축하고 사업 부별 보상 기준을 수립 및 운영하여 효과적으로 소비자 분쟁을 해결하기 위해 노력합니다.

VOC 운영 프로세스



피해대응 절차



1) GS리테일의 책임 확인 시 사업부 기준에 따른 보상조치 실시, GS리테일의 책임 확인 불가 시, 실득 등을 통해 소비자 분쟁을 조속히 해결하기 위해 노력

Together with Customers | 고객만족경영

고객만족 상품 및 서비스

맞춤 상품 개발

고객 맞춤 김밥 상품

GS리테일은 심층 인터뷰와 사전 품평회를 통해 취합한 고객의 의견을 바탕으로 원재료와 가격 및 중량 등 고객의 취향을 적극 반영한 김밥 상품 2종을 출시하였습니다. 새로운 김밥 전략을 토핑 강화, 취식 방법의 다양화, 디자인 차별화 등으로 고물가, 런치 플레이션 등에 대응해 제대로 된 한 끼를 즐길 수 있는 상품을 제공합니다.



대체육 상품

GS리테일은 100% 식물성 대체육과 비건 인증 면, 소스 등을 사용한 간편 한식, 양식 먹거리 10종을 출시하였습니다. 해당 제품은 블라인드 테스트를 통해 품질 검증까지 완료하였으며, 앞으로도 콜레스테롤 및 포화지방이 높은 유류 대신 대체육을 찾는 채식 또는 일반 소비자의 선택권을 확장하기 위해 다양한 상품을 개발해 나갈 계획입니다.

프리미엄 햄버거 상품

편의점의 먹거리 품질 수준을 제고하고 차별화된 고객 경험을 제공하기 위해 첨가물이 없는 소고기 함유량 100% 햄버거를 출시했습니다. 이를 바탕으로 프리미엄 햄버거 라인업을 지속 확대하고 맛, 품질, 가격을 모두 갖춘 상품을 공급하고자 합니다.



건강을 고려한 상품 개발

나트륨 저감 상품

GS리테일은 건강과 영양까지 고려하는 제품 개발 및 판매를 통해 사회적 책임을 다하고 있습니다. 고객에게 나트륨 저감 상품을 제공하고 있으며, 영양 밸런스가 높은 삼각김밥과 비빔밥 상품을 출시했습니다. 앞으로도 신소재 발굴 등을 통해 소금의 사용량을 저감시키고 나트륨 함량이 적은 상품을 지속 출시할 계획입니다.



헬시 플레저 디저트

GS리테일은 글루텐 불내증을 가진 고객들이 안심하고 즐길 수 있도록 달콤과 협업해 글루텐 프리 디저트 '달콤 제로밀물' 2종을 출시하였으며, 2개월 동안 총 10만 개 이상을 판매하며 다양한 고객의 니즈를 실현하고 있습니다.

또한, 유제품과 계란까지 섭취하는 락토 오보 베지테리언을 위해 '닐담 베지퐁카롱'을 출시하였으며, 출시 2개월 만에 30만 개 이상을 판매하며 차별화된 가치를 창출하고 있습니다.



건강기능 식품

GS리테일이 운영하는 GS SHOP은 건강기능식품 업체 씨스팜과 협업을 통해 건강식품 PB 상품인 '심플바이오'를 론칭하였으며, 브랜드의 첫 번째 건강식품 PB 상품으로 '관절에 집중'을 출시하였습니다.

'관절에 집중'은 관절 기능성 원료인 초록입홍합추출오일복합물을 주 성분으로 사용하였으며, 식약처 인정을 받은 관절 개선 건강기능식품입니다.



편의점 건강 먹거리 코너 시범 운영

GS리테일에서는 어린이의 올바른 식습관 형성에 도움을 주고자 식약처 시범 사업 '편의점 건강 먹거리 코너'를 운영하였습니다. GS리테일은 식약처로부터 개발지원 받은 나트륨 저감 상품을 포함하여 영양 균형 잡힌 FF상품, 품질 인증 식품 및 당류 무첨가 음료 등을 45개 점포 내 건강 먹거리 코너를 만들어 진열 및 판매하였습니다.



Together with Customers | 고객만족경영

고객만족 상품 및 서비스

고물가 대응

실속시리즈

GS25는 대한민국 국민의 물가 부담이 최소화될 수 있도록 ‘국민 물가 안정 프로젝트’를 천명하며, 가성비 만점의 ‘실속(실한 것만 속속 골라 모은) PICK’ 시리즈 상품을 출시하고 있습니다.

실속시리즈 1차에는 부담없이 든든한 한 끼를 즐길 수 있도록 ‘실속 김밥’ 3종을 출시하였으며, 2차에는 물가 기여율이 높은 계란과 쌀 품목의 실속 상품을 출시해 밥상 물가 안정과 국민들의 기본 생활에 기여했습니다.



초저가 PB 상품

GS리테일은 우수한 상품력을 가지고 있지만 판로 개척에 어려움을 겪고 있는 중소 제조업체를 적극 발굴하고, 이들의 상품을 일반 상품 가격 대비 70%-80% 수준으로 판매해 소비자 물가 안정에 기여하고 있습니다.



‘열정 HIGH’ 초특가행사

2022년 GS리테일은 급격한 물가 상승으로 어려움을 겪는 고객이 안정적인 생활을 영위하는데 기여하기 위해 ‘열정 HIGH’라는 테마로 물가 안정 프로젝트를 진행했습니다.

1,500여 개의 상품을 선정해 한 달간 할인 행사를 진행하였으며, COVID-19 진단키트와 다양한 생필품을 포함해 다양한 할인 및 덤 증정 행사를 진행하였습니다.



반값우월한우

GS리테일은 유통사의 통합 구매 시너지를 활용해 투블(1++) 한우 인기 부위들로 구성된 소고기 세트 상품을 정가 대비 50% 할인된 가격에 판매하였습니다.

반값우월한우는 온 오프라인 채널에서 동시 판매하여 고객의 상품 접근성을 제고하였으며, 유통 단계를 혁신하여 비용을 최소화하였습니다.

GS리테일은 바잉파워와 세일즈파워를 기반으로 통합 구매력을 집약한 상품을 육성하고 가격 구조를 지속 혁신해 소비자, 파트너사, 유통사 모두가 윈-윈 할 수 있는 상품을 출시할 계획입니다.

‘우주 최저가 도전’ 기획전

GS리테일은 베스트 유기농 상품, 동물복지 상품 등을 온라인 최저가 수준으로 판매하는 ‘우주 최저가 도전’ 기획전을 확대 개편해 진행했습니다.

기존 4종의 상품으로 운영했던 우주 최저가 도전 기획전 상품 규모를 20종으로 확대했고 최대 할인율은 60%까지 증가시켰습니다. 또한, 단발성이 아닌 연중 고정 행사로 기획해 고물가 시대에 건강하고 가치있는 소비를 지향하는 고객의 가격 부담을 경감시키고 유기농 및 동물복지 상품을 비싸다는 인식을 개선하였습니다.



국민 생생 명태 전국 최저가

2022년 GS리테일은 고물가로 수산물 구매에 어려움이 있는 고객을 위해 전국 최저 가격 수준으로 명태를 판매했습니다.

먹거리 물가 상승으로 시대적 어려움이 있는 소비자에게 조금이나마 도움이 되고자, 정부에서 공급받은 상품의 권장 판매가에 추가 할인을 적용했으며, 소비량이 많고 친숙한 오징어, 갈치도 할인 판매하였습니다.

Together with Customers | 고객만족경영

고객만족 평가

CCM 인증

GS리테일은 CCM(Consumer Centered Management)인증을 진행하며 소비자중심경영을 실현하고 있습니다. CCO의 책임과 권한, 역할 강화 및 관리 영역을 확대하고 CCM 운영사무국을 기반으로 전반적인 Control Tower 역할을 수행하고 있습니다. 소비자중심 정보 제공 채널을 운영하고, 체계적인 고객만족도 조사를 시행해 고객의 니즈를 파악하기 위해 노력합니다.

고객만족도 조사

GS리테일은 서비스 및 상품에 대한 소비자 인식과 이용 경험을 조사하고 고객의 실질적인 소리를 청취 및 반영해 GS리테일의 경쟁력을 강화하고 있습니다.

특히 오프라인 점포를 대상으로 고객 패널 조사를 확대하고 평가 항목을 개선해 고도화된 고객만족도 조사를 시행할 계획입니다. GS리테일은 점포의 고객 응대 서비스를 강화해 전반적인 서비스 품질의 상향 평준화를 실현하고자 합니다.

만족도 조사 방법

구분	평가 방법	내용	진단 항목
오프라인 점포	고객 패널 조사	일반 구매 고객을 대상으로 고객 서비스 만족도 평가	· 맞이/배웅인사 · 결제해택 안내 · 유니폼/명찰 · 응대 서비스
	CS모니터링	전문 모니터링 요원이 서비스 품질에 대한 평가	· 외부청결 · 상품 관리 및 결품 여부 등
홈쇼핑	모바일 설문조사	일반 구매 고객을 대상으로 CSP기반의 고객 만족도 조사	· 상품 품질 · 배송 기간 · 전반적인 고객 서비스 만족도 등
	고객 인터뷰	고객의 실제 TV 시청 환경에서의 사용성을 테스트하고 판매 제품 및 서비스 경험에 대한 심층 평가	· 상품 구매 형태 변화 · 고객의 실질적 니즈

고객만족 평가 건수

구분	2020	2021	2022
GS25	1,500	2,110	2,364
GS THE FRESH	56	117	142
GS홈쇼핑	-	-	227

대외 인증 현황

2022년 주요 수상 실적



한국서비스품질지수(KS-SQI)



Together with Customers | 고객정보 보호

관리 체계

정보보호 전략

GS리테일은 2021년 합병 이후 정보보안 리스크를 체계적으로 관리하기 위해 4개의 전략방향과 16개의 전략과제를 신규로 수립하여 운영하고 있습니다.

전략 방향	전략 과제
업무 환경 보안 개선	스마트워크 환경 지원, 개인정보취급자 망 분리 개선, 문서보안 개선, PC 및 매체 보안 고도화
통합보안 거버넌스 구축	(개인)정보보호 관리체계 통합, 정보보호 조직 개선, 제3자 보안, DevOps 환경 보안 개선
디지털화 대응	클라우드 보안체계 고도화 및 관련 리스크 대응, 보안관계 통합 및 자동화, 물류 보안 등 신기술 대응
데이터 비즈니스 보안	데이터 보안 거버넌스 수립, 비즈니스 데이터 보호 전략 수립, 애플리케이션 계정 관리 강화, 사용자 중심의 데이터 보안 문화 확산

정보보호 정책

GS리테일은 정보보호 정책, 정보보호지침, 개인정보처리방침을 기반으로 (개인)정보보호 활동을 수행하고 있습니다.

매년 개인정보보호법 등 관련 법령에 의거하여 정책, 지침 및 방침 등을 제정하고 있습니다. 2022년에는 정보보호 지침을 제정해 1종의 매뉴얼을 추가하고 대외 요구사항을 적극 반영하여 정보보안을 강화하였습니다.

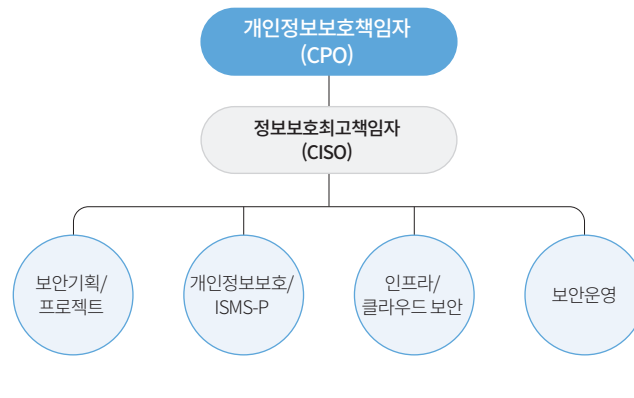


거버넌스

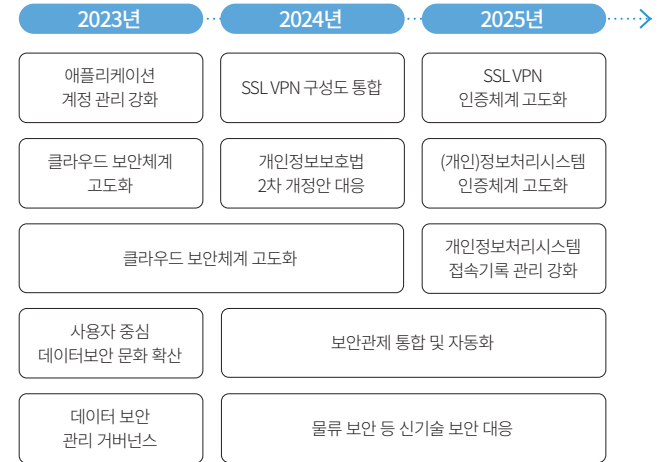
보안센터는 정보보호 및 개인정보보호를 전담하고 있으며, 전문성을 지닌 보안센터장이 정보보호최고책임자(CISO)의 역할을 수행하고 있습니다. 개인정보보호책임자(CPO)는 디지털서비스본부를 책임지는 본부장이 역임하고 있으며, 정보보호최고책임자 및 개인정보보호책임자가 포함된 보안위원회를 운영해 정보보호 활동 업무에 관한 사항을 논의하고 있습니다.

담당자 임명 기준

GS리테일은 정보보호 및 개인정보보호 전담 조직의 전문성을 제고하기 위해 정보보안 및 개인정보보호 지식 또는 업무 경험이 있는 인원을 담당자로 임명하고 있으며, 업무지침을 통해 전문성 및 경력을 보유한 인력을 CISO의 자격 요건으로 규정하고 있습니다.



중장기 계획



ISMS-P 인증

GS리테일은 정보보호 및 개인정보보호 관리체계의 적정성 및 적합성을 제3자를 통해 객관적으로 입증하기 위해 정보보호 및 개인정보보호 관리체계 ISMS-P 인증을 획득하였으며, 매년 사후심사를 통해 적합성을 검증하고 관리, 기술 및 물리적 리스크를 감소시키기 위해 노력하고 있습니다.

인증의 범위 : GS리테일 온라인 서비스
유효기간 : 2022.04.06 ~ 2025.04.05

Together with Customers | 고객정보 보호

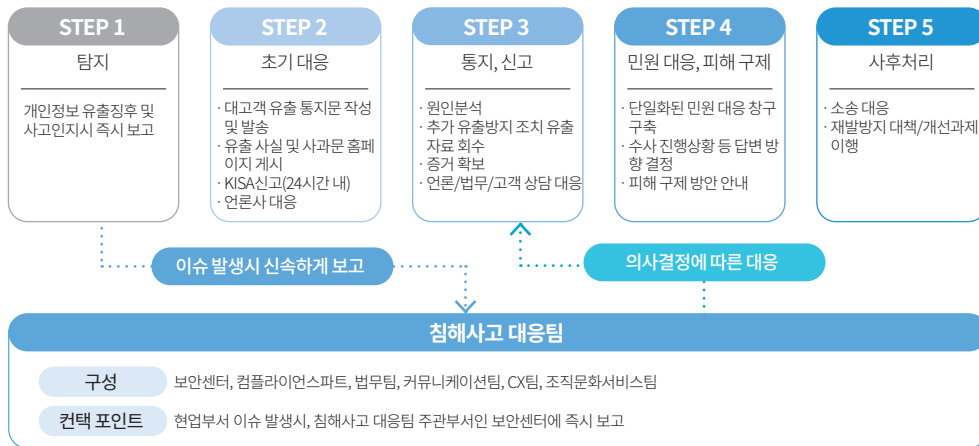
정보보안 리스크 관리

개인정보 침해사고 대응

고객의 개인정보는 회사의 가장 중요한 정보보호 대상 중 하나로서, 거버넌스에서 개인정보 보호를 위해 매우 엄격하게 관리 중이며, 적극적인 예방 활동과 시스템을 통해 이상 징후를 조기에 차단할 수 있도록 하고 있습니다

GS리테일은 개인정보 유출사고를 대응하기 위해, 개인정보유출 건에 대해 위기대응협의체를 구성 및 운영하고 있으며, 세부 프로세스를 가이드 하기 위한 '개인정보 유출사고 대응 매뉴얼'을 별도 수립하여 운영하고 있습니다.

처리 프로세스



보안 서약 전자화

고객 정보처리 업무를 위탁 받는 수탁 파트너사 정기 점검을 수행하고, 외부 프로젝트 인원을 투입할 시, 자체 개발한 외부 업체 전자서명 시스템을 통해 본인 서명 등의 보안 서약을 전자화 하고 있습니다.

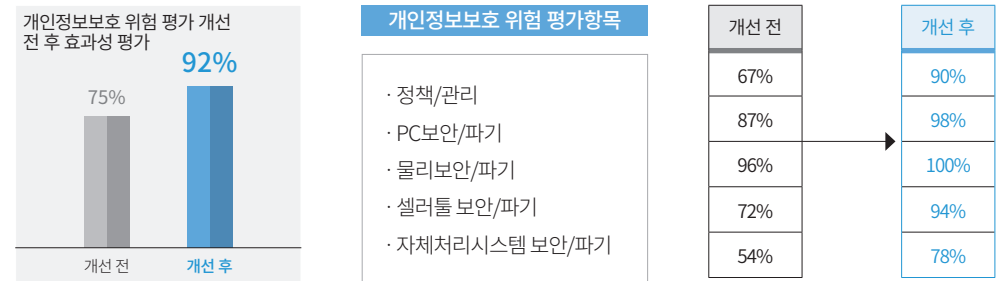
정보보호 교육

GS리테일은 편의점, 슈퍼 등 점포영업 및 마케팅, IT 직무에 맞춘 정보보호 교육을 제작해 전달하고 있습니다.

신입사원 및 경력사원은 입사 시 정보보안교육을 진행하고 있으며, 연 1회 전사 직원을 대상으로 정보보호 및 개인정보보호 교육을 진행하고 IT 직무자는 기술 및 관리적 보호 조치 기준 심화교육을 추가로 수강하고 있습니다. 또한, 클린데스크, 보안점검의날, 정보보호의날 기념 이벤트, 주기적인 보안 안내 등을 통해 임직원의 정보보호 인식을 제고하고 있습니다.

개인정보 위험식별 및 개선, 효과성 평가

GS리테일은 온라인몰 입점 판매자가 개인정보보호 관련 법령을 준수할 수 있도록 관리하고 있습니다. 판매자에게 개인 정보 보호조치 가이드를 제공하고 위험 파악을 위해 현장점검을 실시하고 있습니다. 파악된 위험 및 미흡한 사항에 대해 현장에서 개선을 독려하고, 개선에 시일이 소요되는 사항은 1~2주간의 보완조치 기간을 부여하여 개선하도록 합니다. 이후 개선 이행여부를 확인하고, 개선조치 이전과 이후의 개인정보보호 수준을 비교하여 효과성을 평가하고 있습니다. 2022년에 실시한 판매자 대상 점검을 통해 도출한 취약점에 대해 개선조치를 이행하여 점검 전 75%에서 개선조치 후 92%로 개인정보보호 수준이 17% 향상되었습니다.



정보보호 활동 효과성 측정 고도화

GS리테일은 정보보호 및 정보 리스크 완화 활동에 대한 성과와 효과를 보다 체계적으로 측정하기 위해 총 5개 영역에 대해 평가 지표를 수립하였으며, 정보보호최고책임자의 승인을 받아 2023년에는 심화된 위험 평가를 수행할 계획입니다.

측정 영역	내용
측정 영역	· 개인정보보호 교육
	· 개인정보처리 위 · 수탁 점검
	· 보안성 검토(내부 프로젝트)
	· 악성메일 훈련
	· 보안점검

정보보호 투자

GS리테일은 정보보호의 중요성을 인지하고 매년 정보기술 부문 투자액 중 일부를 정보보호 부문에 투자하고 있습니다. 또한, 정보보호 전담 인력을 배정해 체계적인 정보보호 활동을 전개하고 있으며, 정보보호 투자 활동은 정보보호 공시 제도에 의거하여 투명하게 공개하고 있습니다.

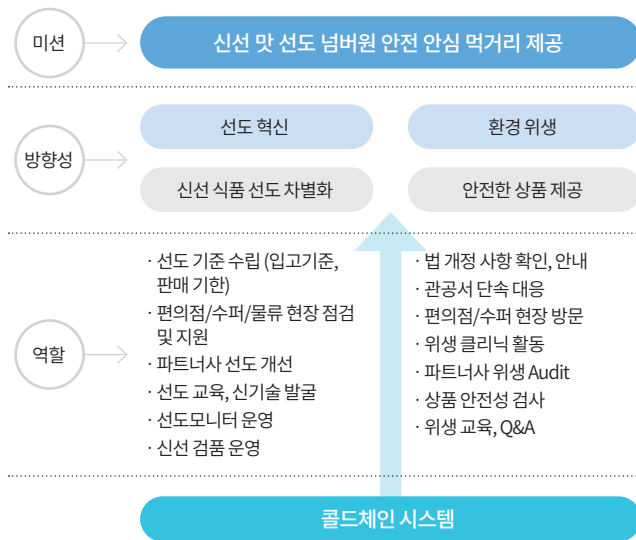
Together with Customers | 품질경영

관리 체계 및 활동 - 채널별

품질경영 전략

GS리테일은 콜드체인 시스템을 기반으로 고객에게 최고의 품질과 안전한 상품을 제공하기 위해 노력합니다.

신선 식품의 선도 차별화와 안전한 먹거리 제공을 위해 내부 기준 및 지침을 마련해 운영하고 있습니다. 또한, 정기 현장 점검 및 교육을 통해 파트너사와 현장 근무자가 품질 관리의 중요성을 함양할 수 있도록 지원합니다.



품질경영시스템(ISO 9001)

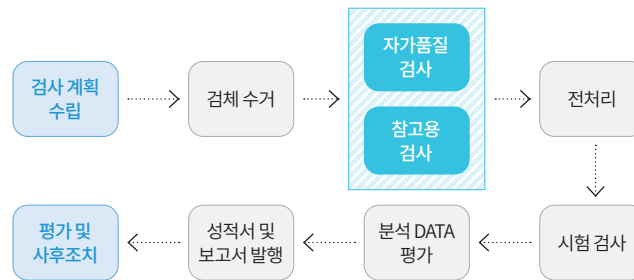
GS리테일은 제품 및 서비스 자체에 대한 품질인증이 아니라 제품 및 서비스에 이르는 전 생산 과정에 걸친 품질보증 체계를 의미하는 ISO 9001 인증을 취득 하였습니다. 품질경영의 강화를 위해 ISO 9001에 입각한 품질 관리 프로세스 및 체계를 구축하고 제품 생산·공급 프로세스를 효과적으로 평가하기 위해 다양한 활동들을 수행합니다.

상품 안전성 검사

GS리테일은 품질 안전성 확보 및 이력관리를 위해 PB상품(정기)과 이슈 상품(비정기)을 식품전문 검사 기관에 위탁하여 상품 안전성 검사를 수행하고 있습니다.

물류센터로 입고되는 신선식품(농, 축, 수산물)은 식약처 및 경기도청이 주관 하는 사전 검사를 통해 잔류 농약 검출 시 회수되는 시스템을 운영 중이며, 신선식품 및 가공식품을 대상으로 간이 방사능 검사를 진행하고 있습니다. 수행 결과, 부적합 상품에 대해서는 원인 확인 및 사후 조치 등을 진행해 최상의 상품을 제공하기 위해 노력합니다.

안전성 검사 프로세스



안전성 검사 수행 상품군 수

(단위: 건)

구분	2021	2022
식품	1,976	1,913
화장품	43	33
위생용품	23	9
기구용기	18	17
펫푸드	7	-
합계	2,067	1,972

안전 및 위생 관리 제도

GS리테일은 고객에게 안전한 상품을 제공하기 위해 체계적이고 효율적인 안전 및 위생 관리 시스템을 도입하였습니다. 이를 바탕으로 제품 생산, 유통, 판매 전 과정에서 위생 및 안전 관리에 철저한 주의를 기울이고 있으며, 관련 법규를 준수하고 있습니다.

또한, 파트너사들의 생산 과정을 지속적으로 모니터링하고, 적극적인 위생 및 안전 관리를 통해 최고 품질의 상품만을 고객에게 제공하고자 합니다.

제도	관리 항목
파트너사 위생관리	· 법규관리 총족 여부 (식품위생법 등)
FF공장 위생관리	· 현장 관리 확인
경기도청 식품안전관리	· 농산물: 10품목(잔류농약 218종) · 수산물: 5품목(중금속 3종) · 축산물: 5품목(항생물질 48종, 합성항균제)
농산물 잔류농약 검사	· 농약 정밀 검사(살충제, 살균제, 제초제, 성장조절제 등 총 245종) · 농약 속성 검사(54종)
미생물 검사	· 일반세균, 대장균군, 대장균 · 식중독균(황색포도상구균, 살모넬라군 등) · 표면 미생물 오염도 측정
위해물질 검사	멜라민, 이산화황, 합성보존료, 타르색소, 항생제, 중발잔류물, 산가, 과산화물가, 인공감미료, 곰팡이독소 등

Together with Customers | 품질경영

관리 체계 및 활동 - 채널별

파트너사

GS리테일은 안전하고 고품질의 상품을 제공하기 위해 선도, 위생 및 안전 관리 활동을 진행하고 있으며, 파트너사 점검 기준을 수립해 체계적으로 관리합니다.

선도 관리

원물/완제품 선도관리 계획 수립, 불시점검 및 코칭 활동과 연계한 상/별제 운영

266회

- 시즌과일 기준당도 점검
- 우수 파트너사 수상 및 선도 3진 아웃 적용
- 영업 선도관리 Tip, 교육자료 배포

위생 및 안전 관리

PB 및 NB상품 제조사별 평가 실시

205개 파트너사

- 신규 및 기존 파트너사에 대한 위생 점검 실시
- PB 및 NB 상품별 맞춤 식품 안전 이슈 대응 프로세스 구축 및 적용

파트너사 점검 기준

구분	대상	목적	주기
신규점검	신규업체	PB, NB상품 및 Fresh Food 공장 기준의 적합 여부 평가	비정기
정기점검	기존업체		정기 (1~2년/ 1회)
특별점검	· 전년 식약처 보고 대상 및 이물질 다발생 업체 · 자체 원재료 검사 이 탈 발생 업체	이슈 및 재발 예방 관리	정기 및 비정기

110% 환불제도 도입
GS리테일은 고객이 구매한 신선식품이 신선하지 않다고 판단해 환불을 요청하면 구매가격에 10%를 얹어 돌려주는 서비스를 도입하였으며, 고도화된 상품 및 점검 절차를 통해 고객에게 고품질의 상품을 제공하고자 합니다.

제조 및 물류센터

GS리테일은 자체 제조 및 물류센터를 체계적으로 관리하고 검사의 실효성을 제고하기 위해 검사 기준을 수립하였으며 선도, 위생 및 온도 점검 활동을 수행하고 있습니다.

선도 관리

검수 및 검품 활동 강화

361회

- 일별 국립농산물표준당도 '특' 이상의 기준치 부합 유무
- 신선식품의 선도, 맛 집중 검품
- 미흡상품 식별 및 MD, 산지 일별 피드백 제공

위생 및 안전 관리

제조 환경 및 제품 수거 검사

월 1회, 연 7,000건

- 전국 9개 F/F 제조 공장 대상 수거 검사 실시
- 제품 수거 후 GS리테일 전문 검사실 내 자체 평가 진행

온도 관리

제조 환경 및 상품 검사 기준 일원화

179,000건

- 자회사 및 F/F 제조공장에 대한 공통된 검사 기준 수립 후 검사 실시

온도 관리

저온 통합 물류센터 점검 및 코칭

132회

- 산지, 파트너사, 물류, 점포(영업) 전반에 걸친 콜드체인 적정온도 준수유무 정기 모니터링 및 개선
- 올바른 상품 적재 활동 및 위생 관련 위해 요소 점검

HACCP 인증
GS리테일의 FRESH FOOD 제조공장(자회사 후레쉬서브)은 업계 최초로 2009년 식약처로부터 HACCP을 지정받았으며, 안전하고 위생적인 우수한 품질의 제품을 공급을 목표로 관리하고 있습니다.

점포

GS리테일은 소비자에게 안전한 상품을 전달하기 위해 대한상공회의소에서 주관하고 환경부, 식품의약품안전처가 공동 지원하는 '위해상품 판매차단 시스템'을 운영하고, 선도, 위생 및 안전 관리 활동을 전개합니다.

선도 관리

선도모니터링 평가 제도

- 편의점 · 신선식품의 선도/품질/ 위생 관리 외부 전문 조사 **3,150개점**
- 수퍼 · 시즌 대표 상품의 선도/품질 관리 수준 평가 및 이력 관리 **2,046개점**
- 신선식품 전문가 코칭 활동 **319개점**
- 수퍼 · 비정기적 심층 코칭을 통한 선도관리 실행력 상향평준화
- 선도향상 교육활동 **연 8회**
- 공통 · 신입사원 필수 커리큘럼 운영
· 원격 교육 진행 및 점포 운영 개선

위생 및 안전 관리

점포 위생클리닉 운영

- 편의점 · 법적 서류, 원부재료 소비기한, 조리 설비 및 기구 청결상태 등 평가
· 학교 주변, 지역 특화 편의점 등 컨셉 및 이슈 점포 대상 위생클리닉 진행 **493개점**
- 수퍼 · 법적서류, 원산지, 적온보관, 유통기한 등 점검 유통기한 정기점검
· 명절, 연말연시 등 시즌 집중점검 실시 및 위생 자료 배포 **573개점**

음식점 위생등급제
GS리테일은 치킨25를 취급하는 편의점과 조리코너가 구비된 수퍼의 위생수준을 향상시키기 위해 식약처 위생등급제를 지정 받아 운영하고 있습니다. (단위: 점)

구분	매우우수	우수	중음	합계
편의점	193	65	17	275
수퍼	70	13	6	89

Together with Customers | 품질경영

관리 체계 및 활동 - 방송 상품

품질 검사 프로세스

GS리테일은 홀소핑으로 판매하는 제품의 안전성과 품질을 확보하기 위해 상품 승인, 생산 및 제조 점검, 배송 전 검사, 판매 후 관리 체계를 수립해 운영하고 있습니다.

2022년에는 총 160,614건의 상품을 검수하고, 220개 파트너사 현장 실사, 4,334건의 배송 전 검사 등을 통해 고객에게 안전한 제품을 제공하였으며, 292건의 판매 후 관리 활동을 수행했습니다.

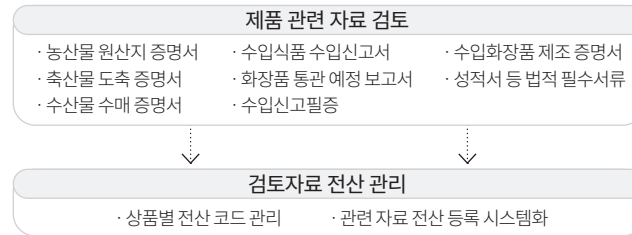


친환경 상품 품질 관리

2022년 GS리테일은 상품 승인, 생산 및 제조, 배송 전 검사, 판매 후 관리의 프로세스를 걸쳐 총 24개 친환경 방송 상품군을 판매하였습니다.

전산관리 제도

GS리테일은 전산을 활용해 체계적인 품질 검사 프로세스를 운영하고 있습니다. 상품승인 단계에서 제품의 법적 인허가 서류, 안전성 검증, 원산지, 기능성 및 광고에 대해 점검하고 이를 사내 시스템에 근거 자료로 업로드하여 관리하고 있습니다. 또한, 현장 실사 진행 시 검사 방문 지역, 파트너사 명, 상품군 등에 대한 정보를 입력하고, 검사 상품에 대한 증빙 자료를 전산화하여 관리하고 있습니다.



해외생산품 현지검사 운영

해외 생산시설별 검사전문업체와의 협업을 통해 현지 제조사 점검 및 공정검사를 진행하고 있습니다. (단위: 개)

해외 거점지역	2020	2021	2022	검사기관
중국	112	131	130	KOTITI
베트남	135	101	111	FITI
인도네시아	99	31	71	FITI
기타 지역	-	12	23	FITI
합계	346	275	335	FITI

우수 파트너사 입고 Free-Pass 제도

GS리테일은 센터 입고 상품 중 2년 동안 부적합 등급을 받지 않은 파트너사에 한해 입고 품질 검사 프로세스를 면제 받을 수 있는 '입고 Free-Pass 제도'를 운영하고 있습니다.

Free-Pass 제도 운영 현황

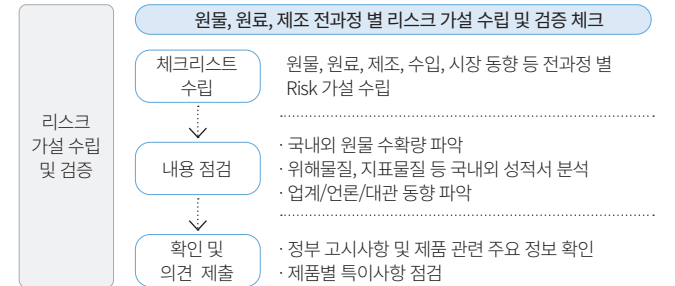
구분	가전	보석	식품	잡화	주방용품	이미용	생활용품	합계
파트너사 수	20	2	19	1	1	15	8	66

상품 안전성 검사

대량으로 판매하는 상품과 관련 원물 및 원료와 신상품에 대한 모니터링을 강화하고, 50억, 100억, 500억 등 금액별 무작위 상품 점검, 리스크 가설 수립 및 검증 업무를 수행해 리스크를 재평가하고 있습니다.

GS리테일은 앞으로도 대량 판매 상품의 안전성을 확보하기 위해 고도화된 점검 프로세스를 구축해 운영하고자 합니다.

구분	2020	2021	2022	당사 연계 공인기관
합계	1,049	1,068	962	한국식품과학연구원, KTR, KCL, KOTITI 등



2020	2021	2022
-	· 그리스: 1 · 아르헨티나: 1	· 인도: 1 · 미국: 1 · 뉴질랜드: 1

50억	100억	500억
21	24	9

Together with Communities | 사회공헌 및 지역사회 참여

관리 체계

추진 전략

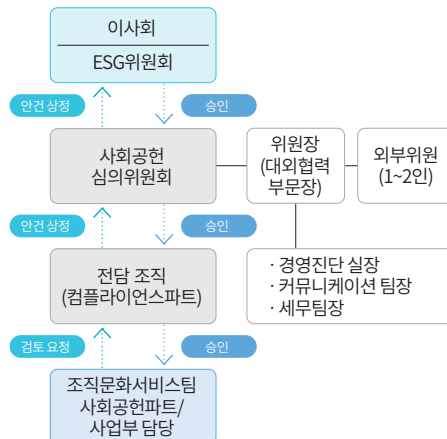
GS리테일의 사회공헌 활동은 기업의 사회적 책임을 실천하는 동시에 환경까지 고려하는 방향으로 진행하고 있습니다. 앞으로도 적극적인 사회공헌 활동으로 기업의 책임과 역할을 다하고자 합니다.



거버넌스

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

특히 기관별 연간 3억 원을 초과하는 기부금이 발생하는 사업의 경우, ESG위원회의 승인을 받아 진행될 수 있도록 규정하고 있으며, 사회공헌심의위원회장이 연초 사회공헌사업 계획 및 연말 결과를 ESG위원회에 보고하여 보다 체계적으로 사회공헌 사업을 진행, 감독하고 있습니다.



임직원 참여 장려 제도

GS리테일은 임직원이 지역사회 활동에 적극적으로 참여하고 나눔을 실천할 수 있도록 참여 의지를 제고하고 있습니다.

구분	장려 제도	
사회공헌 참여 격려	· GS나눔미 봉사활동 참여 및 리더 참여 · 우수 봉사자, 우수 봉사단 포상	· 북드림캠페인 참여 포상 · 헌혈캠페인 참여 포상
자금심 부여	· 임직원 자기소개란 선행 칭찬 표기 · 사내 게시판/홈페이지 등 구성원 홍보	· 숨은나눔천사 소개 및 기사 홍보 · 연 6회 이상 봉사참여자 CEO 감사품 지원

주요 협력 기관

GS리테일은 분야별 전문성을 보유한 단체들과 유기적인 협업을 통해 사회공헌 영역을 확장하고 있습니다.

협력 기관	지원 내용	누적 실적	
		금액	수혜 인원/기업
희망친구 기아대책	저소득가정 아동 대상 아동 문화 정서 사업 및 클래식 악기/음악 교육 지원	51.5억 원	15,044명
한국사회적기업진흥원			
행복나래	4차 협약을 통한 사회적경제기업의 판로 확대 지원	14.0억 원	168개
아름다운가게			
서울시 소방재난본부	'몸짱소방관 희망나눔 달력' 제작 후원 후 판매 수익 전액 기부	8.8억 원	200명
한림화상재단			
굿네이버스	GS25 아동안전지킴이집 운영을 통한 아동 보호 및 저소득/학대아동 및 가족의 심리상담과 정서 지원	1.0억 원	150명

Together with Communities | 사회공헌 및 지역사회 참여

사회공헌 추진 활동

GS리테일은 사회공헌 추진 전략을 기반으로 사회공헌 중점 영역을 정의하고, 이에 따른 사회공헌 활동을 전개하고 있습니다. 특히 임직원 및 고객이 자발적으로 참여할 수 있는 다양한 사회공헌 활동을 기획해 사회 전반에 걸친 공감대를 형성하고 이해관계자의 인식 개선을 앞장섭니다. 또한, 민관 파트너사와의 협업을 통해 사회적 약자와 소외계층에 대한 지원을 확대하고 지역사회 안전망 허브 역할을 수행해 상생발전을 도모하고 있습니다.

전략 체계	사회공헌 활동	활동 내용	
Green Together	친환경 실천을 위한 참여	업사이클링 친구 캠페인	· 기부 의류 업사이클링을 통한 환경 수업용 인형키트 제작 및 지역아동센터 기부
		바자회&물품기부	· 연계 기관 상품 기부 및 기관 바자회 통한 수익 취약계층 지원
		Green Save 캠페인	· 경영주 및 스토어매니저의 자발적 친환경 활동 도모 및 지역사회 주민의 친환경 인식 제고 캠페인
	친환경 인식 개선 및 제고	재난을 이겨내는 숲 회복 캠페인: 반려나무 새로운 숲이 되다	· 고객 반려식물 '매칭 그랜트' 캠페인 · 강원도 산불 피해지역 주민 반려나무 추가 기부
		에코 크리에이터	· 환경 영상 메시지 창작자 지원 활동 · 우수 작품 대상 홀소핑 채널 내 UCC 정기 송출
		에코 소셜 임팩트	· 환경 특화 사회적기업가 육성 사업
임직원/고객참여	GS나눔미 봉사단	· 지역사회와 연계하여 임직원이 자발적으로 참여하는 봉사활동 프로그램 (연말 테마봉사, GS펫러버, 플로깅 등)	
	숨은나눔천사	· 임직원, 경영주, 스토어매니저에 대한 착한 제보를 받아 홍보 및 자긍심 제고	
	GS러브러브 펀드	· 임직원과 회사 매칭그랜트 기부로 취약계층 아동 식사 지원	
	북드림 캠페인	· 지역사회 어려운 이웃을 위한 도서 기부 및 도서관 건립 지원	
	헌혈캠페인	· 헌혈캠페인 및 백혈병소아암환아를 위한 헌혈증 기부	
Life Together	소외계층 지원	상생나눔 플랫폼	· 다양한 취약계층 일자리 창출을 위한 사회공헌형 점포 운영 (내일스토어, 시니어스토어, 청년드림스토어, 늘봄스토어 등)
		<따뜻한 세상 만들기> 캠페인	· 사회적기업 발굴 및 무료 방송을 통한 사회적기업 상품 판매 판로 확대
		무지개상자	· 사회 소외계층 아동 대상 그룹 음악 교육 및 악기 및 장학금 지원 프로그램
		몸짱 소방관 나눔 달력 판매	· 희망나눔 달력 제작 후원, 판매 및 기부금 기부
		다문화가정 아동 축구교실 운영	· 다문화 어린이의 한국 사회 적응을 위한 축구 지원 프로그램
	사회적 안전 플랫폼 구축	푸드뱅크 기부	· 어려운 이웃을 위해 먹거리와 생필품 기부
		나눔 KIT BOX	· 취약계층 대상 식품 등 나눔 키트 지원
		시각장애체험 스쿨	· 시각장애인에 대한 인식 개선 교육 프로그램
		우리동네 소방서	· 전국 매장에 소화기를 비치하여 화재 발생시 무상으로 소화기를 공유하여 사회 안전망 허브 역할 수행
		아동안전 · 여성안전 · 치매어르신 지킴이	· 아동 및 여성이 점포에 도움 요청 시 경찰에 연락을 취해 안전하게 귀가할 수 있도록 지원
저소득/학대 아동 및 가족 심리상담 지원	· 아동 보호 및 저소득/학대아동 및 가족의 심리상담, 정서 지원		
재해재난 지원	· 재해 재난 지역에 생필품 등의 구호물품 전달		

Together with Communities | 사회공헌 및 지역사회 참여

사회공헌 추진 활동

주요 성과

업사이클링 친구 캠페인

2022년 GS리테일은 총 1,624명의 고객 및 임직원으로부터 10,345개의 물품을 기부 받아 1,250명 아동의 환경교육 자료로 지원하였습니다. 이를 통해 소나무 221그루를 심는 효과와 일반 종이컵 276,442개, 비닐봉투 39,941개를 사용하지 않는 효과를 창출해 총 1,896kg의 이산화탄소 배출 저감에 기여했습니다.



바자회&물품기부

시즌상품을 고객이 저렴한 가격에 구매할 수 있도록 아름다운가게와 행복한 나눔에 기부하고, 판매 수익은 한부모가정, 장애인, 어르신의 직업체험 지원을 위해 사용되며, 2022년 총 112,361개 물품, 3억 원 규모의 상품 기부로 환경을 위한 노력과 더불어 사회 소외계층의 경제적 자립까지 지원했습니다.

GS나눔미 봉사단

GS나눔미 봉사단은 전국 73개 봉사단에서 연계된 봉사처에서 매월 활동 중이며, 2022년에는 2,598명의 인원이 총 5,699시간의 봉사활동을 진행하였습니다. 2006년부터 누적인원 총 74천여명의 구성원과 경영주가 총 20만 시간의 GS나눔미 봉사활동에 참여해 독거 어르신, 아동, 장애인 말벗·놀이·식사 지원 및 복지관 환경정화, 유기견 돌봄 및 보호소 환경정화 활동을 진행하고 있습니다.

연말 테마 봉사	<ul style="list-style-type: none"> 전국 봉사단이 동일한 주제로 12월 한달동안 릴레이 형식의 봉사활동 진행 2022년 이불기부 봉사를 통해 600채의 이불 기부
현충일 임원 봉사	<ul style="list-style-type: none"> 호국보훈의 달에 순국 선열의 마음을 기리기 위해 임원이 슬선수범하여 환경정화 봉사활동 실천
CEO 나눔미 봉사	<ul style="list-style-type: none"> CEO의 솔선수범한 봉사활동 참여를 통해 임직원 참여를 도모하고 지역사회 발전에 기여 2022년 4회 참여하였으며, 2023년에는 격월 봉사활동 참여 예정

숨은나눔천사

언론기사, 당사 홈페이지, 내부게시판 등을 통해 주위에서 남몰래 선행을 펼치고 있는 임직원, 경영주, 스토어매니저를 알려 자긍심이 향상될 수 있도록 지원하고 있으며, 현재까지 87명의 경영주를 포함하여 총 179명의 숨은 나눔천사들이 추천되었습니다.

GS러브러브 펀드

GS리테일은 임직원 1명이 매월 5,000원~20,000원씩 기부할 때마다 회사 역시 동일 금액을 기부하는 매칭 그랜트(Matching Grant) 방식의 GS러브러브 펀드를 운영합니다. 조성된 기금은 지역아동센터의 아동 돌봄과 기초생활수급가정 식사 지원에 사용되며, 2007년부터 현재까지 누적 6억 원 이상의 기부금으로 1,800명 이상의 아동과 가족을 후원하였습니다.

<따뜻한 세상 만들기> 캠페인

GS리테일은 업의 특징을 살린 무료 방송을 통해 사회적기업의 상품 판매 판로를 적극 지원하여 일자리 창출과 경제적 자립을 지원합니다. 2022년 기준 누적 767회, 168개 사회적기업 대상으로 14억 원을 후원하고 있으며, 2023년은 임직원 명절상품 및 GS Fresh Mall 등 판로를 더욱 확대할 예정입니다.

우리동네 소방서

소방청과 관련 업무 협약(MOU)을 체결하고 전국 16,000개의 매장에 소화기 등 화재진압용품을 비치하였습니다. GS리테일은 업무 협약을 통해 주택용 화재경보기 보급 및 설치 확대를 위한 협업, 화재 및 안전사고 발생 시 편의점 GS25를 통한 조식 대응 시스템 구축, GS리테일 온·오프라인 플랫폼을 통한 소방정책 대국민 캠페인 등의 공동 사업을 추진하고, 2022년에는 총 18건의 소화기 교환 등을 진행하여 우리 사회 안전망 허브 역할을 충실히 수행하고 있습니다.

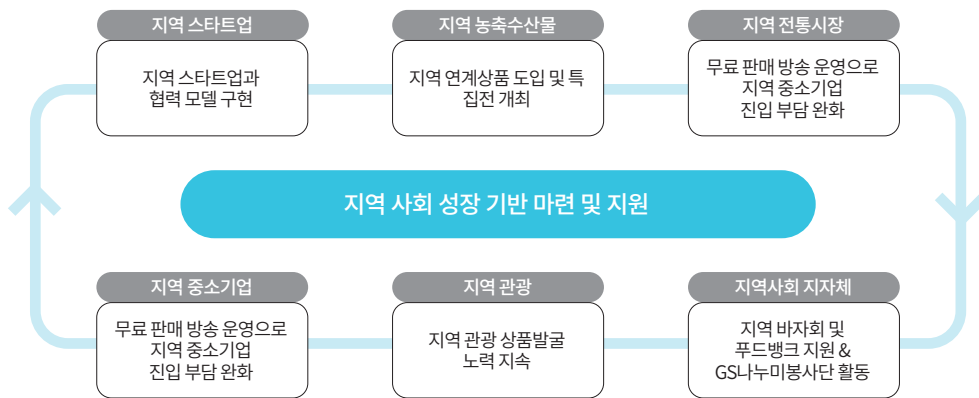
또한, GS25 점포에 심장제세동기를 설치하고 심폐소생술 교육을 수료한 점포 근무자를 GS안전지킴이로 임명해 심정지 등의 긴급 환자가 발생한 상황에서 신속하게 대처할 수 있도록 지원합니다.

Together with Communities | 사회공헌 및 지역사회 참여

지역경제 활성화

추진 전략

GS리테일은 지역 경제 활성화 기반을 제공하고 활성화에 기여하고자 다양한 노력을 지속하고 있습니다. 지역 관련한 다양한 이해관계자 채널과 연계한 활성화 전략을 통해 지역 경제 활성화 기반을 제공하고 지역사회의 성장을 지원하고 있습니다.



중장기 계획

	2023년 달성하기	2024년, 2025년 확산기
지역사회 성장	<ul style="list-style-type: none"> · 지역 및 우수 중소기업, 소상공인 연계상품 연 30개 이상 런칭 · 지역 특산물 매입액 전년 대비 5% 신장 	<ul style="list-style-type: none"> · 지역 연계상품 도입 및 활성화 프로모션 지원 · 지역 특산물 매입액 전년 대비 5% 신장
지역사회 지원	<ul style="list-style-type: none"> · 지역사회 긴급 구호 지원 (산불, 가뭄 등) · 지역사회 연계 관련 GS나눔 봉사 활동 지속 진행 (환경정화, 복지기관 봉사 등) · 지역 아동센터 환경 교육 지원 · 지역 관광지 이용권 등 판매를 통한 지역 활성화 지원 · 이외 지역사회와의 소통을 통해 필요한 지원 활동 신규 확대 진행 	

지역사회 연계 특산물 활용한 상품 개발

GS리테일의 프리미엄 베이커리 ‘브레디크’에 지역 특산물을 연계한 상품을 SPC와 함께 개발해 지역경제 활성화 및 산지 홍보를 지원하고 있습니다.

2022년 3월 의성마늘을 활용한 ‘브레디크 성마늘빵’과 ‘브레디크 무안양파&대파빵’을 출시하였습니다. 또한, 강원도 영월에서 채취한 목초액을 먹고 자란 건강한 닭이 낳은 목초란을 주원료로 활용해 ‘브레디크 크림등뼈 계란 카스테라’를 출시하였으며, 이는 4일만에 프리미엄 베이커리 판매 1위를 달성하며 지역사회와 함께 성장하고 있습니다.

GS리테일은 향후에도 유사한 연계상품을 지속 개발하고 판로 지원을 확대해 지역사회 성장을 지원하고자 합니다.



지역사회 긴급 재난 지원

GS리테일은 갑작스러운 자연재해 등으로 피해를 입은 지역사회에 긴급 재난 지원 활동을 매년 이어가고 있습니다. 2022년 밀양 산불 피해 지역에 구호품을 지원하고, 가뭄으로 식수난을 겪은 완도군에 생수 1만병을 긴급 지원해 지역사회에 적극 기여하고 있습니다.



Governance

GS리테일은 지속가능한 성장을 달성하기 위해 지배구조의 건전성을 확립하고 의사결정 체계를 마련해 운영하고 있습니다.

지배구조 운영에 대한 기준과 활동 현황을 투명하게 공개하고, 이사회 독립성과 전문성을 확보하기 위한 활동을 전개합니다.

또한, 임직원의 윤리 및 준법인식을 함양하기 위한 교육 및 소통채널을 운영하고 리스크 관리 프로세스를 구축하여 경영활동 과정에서 발생 가능한 리스크를 체계적으로 관리해 나가고 있습니다.

GS리테일은 이해관계자 신뢰 확보를 위한 기업 활동을 지속하여 장기적 관점의 기업가치를 향상시키고자 합니다.

투명한 지배구조	72
정도경영	75
리스크 관리	78

보상위원회
설치

이사회 참석률

100%

임직원 정도경영 서약률

99%

투명한 지배구조 | 이사회

이사회 구성

이사 구성 현황

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

사외이사의 구성은 상법 등 관계법령에 따라 이사 총수의 과반수 요건을 충족하고 있으며 사외이사는 경영, 산업공학, 금융, 회계 등 다양한 전문성과 배경을 갖추고 있습니다.

이사회는 관계 법령 및 정관, 이사회 규정 등에 따라 회사 경영의 기본방침 및 업무집행에 관한 중요한 사항을 의결하고 감독하며, 이사회 중심의 경영으로 안정적인 경영기반을 구축하고자 노력하고 있습니다. 또한, 2022년 11월 3일 이사회 결의를 통해 기존에 설치 및 운영하였던 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 내부거래위원회, ESG위원회 외 보상위원회를 추가로 설치하여, 이사회에게 적절한 수준의 보상이 이루어 질 수 있도록 개선하고 있습니다.

다양성 및 전문성

GS리테일은 주요사업 부문에 해당하는 편의점, 슈퍼, 홈쇼핑 등의 해당 분야 사내 최고 전문가가 사업을 총괄하며, 이들은 대표이사이자 사내이사로서 이사회 참여를 통해 전문성을 강화하고 있습니다. 또한, 사외이사들은 경영, 회계, 재무, 금융, 디지털, 신사업, IT TECH 등 다양한 분야에서 전문성을 갖춘 인원으로써 이사회의 구성 및 다양한 분야의 전문성을 보다 다양화하고 있습니다.

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

독립성

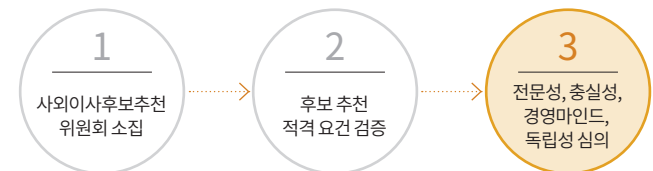
GS리테일은 이사회의 독립성 강화 및 지배구조의 건전성 제고를 위해 사외이사(임춘성 사외이사)를 이사회 의장으로 선임하여 이사회를 운영하고 있으며, 이사회 내 위원회 위원장을 모두 사외이사로 선출하여, 사외이사 중심의 운영 체계를 확립하였습니다. 이사회 내 사외이사 구성 비율은 약 57.1%이며, 투명하고 독립적인 방법으로 사외이사를 선출하기 위해, 사외이사 전원으로 구성된 사외이사후보추천위원회를 설치하여 운영하고 있습니다.

사외이사 선임

GS리테일은 회사의 발전과 기업가치를 향상시킬 수 있는 사외이사의 선임을 위해 공정하고 투명하게 절차를 진행하고 있습니다. 사외이사 후보자에 대한 사전 인터뷰 및 레퍼런스 체크 등을 진행하고 상법 등 관련 법률과 공직자 윤리법을 고려해 사외이사 자격요건 준수 여부를 최우선적으로 검증합니다. 그 후, 이사회 내 위원회인 사외이사후보추천위원회에서 사외이사 후보자에 대한 심도 깊은 심의와 심사를 거쳐 주주총회에 추천할 후보를 확정합니다. 후보 확정을 위한 사외이사후보추천위원회의 심의 시에는 전문성, 경영마인드, 충실성(Commitment), 독립성 등의 평가 척도와 이사회 구성의 다양성, 경영환경, 신규 선임 사외이사의 역할을 종합적으로 고려합니다.

이사의 임기는 3년으로, 임기 만료가 도래하는 경우 주주총회 개최 및 안건 상정을 통해 이사의 재선임을 승인받고 있으며, 사외이사의 임기는 상법 시행령에 따라 6년으로 제한하고 있습니다.

선임 프로세스



(2023년 3월 기준)

구분	성명	분야	주요경력	성별	이사회 내 위원회 직책	임기
사내이사	허연수	전사 경영 전반	전) (주)GS리테일 MD 본부장 현) (주)GS리테일 대표이사 부회장	남성		2022.3.25~2025.3.24 (2014.3.22 최초 선임)
	김호성	홈쇼핑 사업 전반	전) (주)GS홈쇼핑 대표이사 사장 현) (주)GS리테일 대표이사 사장	남성	보상위원회 위원	2021.7.1~2024.6.30 (2021.7.1 최초 선임)
기타 비상무이사	홍순기	그룹사 연계	전) (주)GS CFO 현) (주)GS 대표이사 사장	남성	ESG위원회 위원	2021.7.1~2024.6.30 (2021.7.1 최초 선임)
사외이사	이성락	금융/경영	전) (주)신한은행 부행장 현) (주)라이프시멘틱스 감사	남성	이사회 의장 / 내부거래위원회 위원 / 사외이사후보추천위원회 위원 / 감사위원회 위원	2022.3.25~2025.3.24 (2022.3.25 최초 선임)
	이인무	재무/경영	전) 한국은행 외화자산운용원 자문역 현) 카이스트 경영대학 교수	남성	사외이사후보추천위원회 위원장 / ESG위원회 위원장 / 감사위원회 위원 / 보상위원회 위원	2021.7.1~2024.6.30 (2021.7.1 최초 선임)
	윤종원	재무/회계	전) 한국공인회계사회 심리 및 연구위원 현) 대주회계법인 회계사	여성	감사위원회 위원장 / 보상위원회 위원장 / 내부거래위원회 위원 / ESG위원회 위원	2021.7.1~2024.6.30 (2021.7.1 최초 선임)
	이상규 ¹⁾	경영/유통	전) LG전자(주) 한국영업본부장 현) LG전자(주) 고문	남성	내부거래위원회 위원장 / 사외이사후보추천위원회 위원 / ESG위원회 위원	2023.3.23~2026.3.22 (2023.3.23 최초 선임)

1) 사외이사 임춘성이 임기만료 퇴임(23.3.23)함에 따라, 2023년 3월 23일 개최된 제52기 정기주주총회에서 사외이사 이상규를 신규 선임하였음

투명한 지배구조 | 이사회

이사회 운영

위원회 운영 현황

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

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

(2023년 3월 기준)

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

이사회 개최

GS리테일의 이사회는 매년 8회 개최하는 정기 이사회와 필요에 따라 수시로 개최되는 임시 이사회로 구분 됩니다.

상정 안건에 대한 승인은 이사 총원 과반수 출석과 출석이사 과반수의 동의로 이루어 집니다. 단, 상법 제398조(이사 등과 회사 간의 거래) 등 관계 법령이 정하는 사항의 경우에는 이사 3분의 2 이상의 동의로 상정 안건에 대한 승인이 이루어 집니다. 이사회는 환경(E), 사회(S), 거버넌스(G)를 고려한 합리적인 의사결정을 통하여, 지속가능한 가치창출에 기여하고 있으며, 주요 경영 활동에 대하여 객관적인 관점으로 관리, 감독을 수행함으로써 경영 건전성 제고에 이바지 하고 있습니다.

구분	2020년	2021년	2022년
개최 횟수	13회	18회	10회
심의/보고 안건	19/25건	43/48건	20/33건
평균 참석률	97.8%	98.4%	100%

이사회 역량 강화

GS리테일은 이사회 구성원의 적극적인 참여를 바탕으로, 이사회 중심의 경영 활동을 적극 실천하고자 매년 말, 차기 년 전체 이사회 일정을 이사회에 공유하여, 이사회 구성원의 적극적인 이사회 참여를 지향하고 있습니다.

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

구분	내용
2월	· (주)GS리테일 식문화 플랫폼 사업 현황 · (주)텐바이텐 사업 현황
4월	· (주)GS리테일 사업 현황
7월	· 감사 및 감사위원을 위한 2022년 제2회 정기포럼
8월	· 감사위원회 심화과정
9월	· 감사 및 감사위원을 위한 2022년 제3회 정기포럼 · 제8회 ACI세미나: 감사위원회의 자회사 감독과 연결내부회계관리제도 평가
11월	· 기업지배기구 발전센터 2022 웨비나
12월	· (주)GS리테일 Pet 사업 현황

투명한 지배구조 | 이사회

이사회 평가 및 보수

평가 프로세스

GS리테일은 이사회 운영의 효율을 높이고 개선사항을 도출하기 위하여, 매 사업연도 1회 이사회 평가를 실시하고 있습니다. 관련 제도 및 운영 수준을 이사회 전원이 자체적으로 평가하고 있으며, 사외이사 중심의 투명한 공정한 이사회 운영을 위해 사외이사만을 대상으로 하는 자가평가를 별도로 실시하고 있습니다. 이사회 및 사외이사 평가 결과는 이사회 보고 후, 본 보고서 및 홈페이지 등을 통해 공개하고 있으며, 평가 결과 도출된 개선점은 향후 이사회 운영에 반영하여 보다 발전된 이사회 운영을 도모하고 있습니다.

2022년 이사회 평가 결과

구분	평가 결과	참여자
이사회 성과	4.7점/5.0점	이사 전원(7명)
이사회 운영 효율성	4.6점/5.0점	
위원회 활동	4.1점/5.0점	
사외이사 자가 평가	3.5점/4.0점	사외이사 전원(4명)

보수 지급 기준

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

사내이사의 보수는 주주총회에서 승인된 이사보수한도 범위 내에서 집행임원인사관리규정과 임원의 역할, 기여도 및 전문성 등을 종합적으로 고려하여 결정합니다. 성과급은 정량(매출액, 영업이익) 및 정성(재무/비재무 성과 목표 달성도, 리더십) 평가 결과, 회사 경영환경 등을 종합적으로 고려하여 지급 수준을 결정합니다. 사외이사의 보수는 업무영역, 전문성, 대내·외 경영환경, 동종업계 보수 수준 등을 고려하여 결정하고 있습니다.

2022년 주주총회 승인 금액 및 보수 지급금액

GS리테일은 공정한 평가 프로세스와 이사회 보수 기준을 바탕으로 이사회 보수를 책정 및 지급합니다.

구분	비고
인원 수	7명 사내이사/기타비상무이사/사외이사(감사위원회 위원 포함)
주주총회 승인금액	6,000 백만 원 2022년 정기주주총회 승인
보수총액	4,060 백만 원 중도 퇴임 및 신규 선임 사외이사의 지급 보수 포함
1인 평균 보수액	580 백만 원

주주 친화 경영

주주 가치 제고

주주 현황

2022년 12월말 기준, GS리테일의 총 발행주식수는 보통주 104,717,922주 며, 1주 1의결권 원칙하에 단일의결권제를 채택하고 있습니다. 또한, 대주주, 특수관계인 및 5% 이상 주주의 주식 소유에 대한 현황은 투명하게 공시하고 있습니다.

(2022년 12월 31일 기준)

구분	주주명	소유 주식수	지분율 (%)	비고
5% 이상 주주	(주)GS	60,633,923	57.9	-
	국민연금공단	10,282,118	9.8	위탁운용지분 포함
자기주식	(주)에스리테일	2,537,897	2.4	-
1% 이상 주주	(주)대한항공	1,247,549	1.2	-
	기타주주	-	28.7	1% 미만 주주
합계		104,717,922	100.0	-

주주 친화 제도

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

주주 의결권 행사 용이성 제고	<ul style="list-style-type: none"> · 이사회 결의를 통해 전자투표제를 도입 (2020년 12월) · 전체 주주 대상 의결권 대리 행사 권유를 채택 · 물리적 제약의 구애 없이 평등하게 의결권 행사 가능
주주와의 소통 및 정보 접근성 강화	<ul style="list-style-type: none"> · 분기별로 잠정 영업실적을 전자공시시스템(DART) 및 당사 홈페이지에 발표 · 국내외 투자자 등 대상 Non-Deal Roadshow 실시, 증권사 주최 컨퍼런스 참여, 국내외 기관투자자 등을 대상 연간 약 100회 이상 투자자 미팅 진행
주주 소통 담당 이사 선임	<ul style="list-style-type: none"> · 이사회 결의를 통한 주주 소통 담당 이사 선임 · 주주 및 이해관계자와의 건설적인 소통 활성화를 통해 지배 구조 건전성과 투자자의 신뢰성 제고
기타	<ul style="list-style-type: none"> · 사외이사 선임 시 주주추천제 도입 · 사외이사 연임 최대 기간 및 이사회 소집 통기 기간 정관 내 명문화 · 이사회 및 설치 위원회 규정 공개, 임직원 윤리 규정 및 기업지배구조 헌장 제정 · 기업지배구조와 모범규준 차이 공개

정도경영 | 윤리경영

관리 체계

목표 및 방향성

GS리테일은 ‘고객과 함께 내일을 꿈꾸며 새로운 삶의 가치를 창조한다’는 GS 경영이념을 전 임직원에게 공유하고 있습니다.

자유롭고 공정한 경쟁을 지향하는 자유시장경제 질서를 존중하고 상호 신뢰와 협력을 토대로 모든 이해관계자와 공동의 이익을 추구함으로써 회사의 영속적인 발전을 추구합니다.

모든 임직원이 지켜야 할 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리규범을 실천하고 있으며, 윤리규범의 자율 준수활동에 필요한 전반적인 제도의 정비, 교육 및 전파 관리 체계 수립을 위해 CEO와 윤리경영 전담 조직으로 구성이 된 윤리위원회 사무국을 운영하고 있습니다

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

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

윤리경영 지침

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

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

윤리규범 및 실천 지침

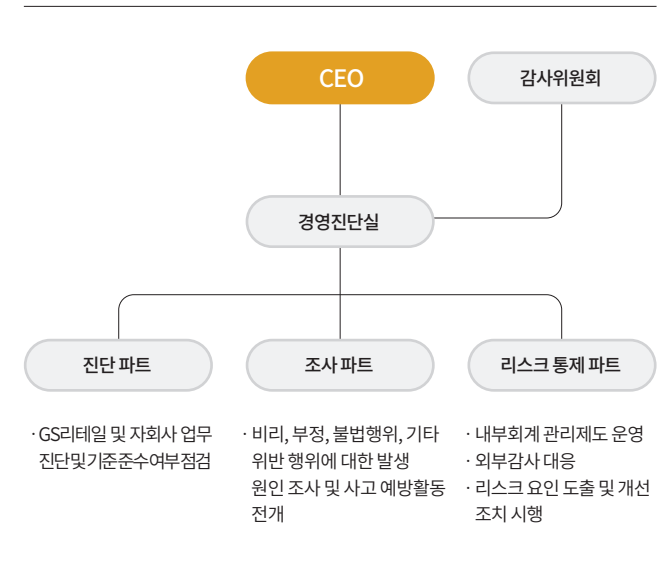
세부 실천 지침

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

세부실천지침

거버넌스

CEO 직할 조직으로서 윤리경영 추진 주체인 경영진단실을 운영하고 있으며 이는 총 3개의 파트로 구성되어 독립적으로 윤리경영을 추진하는 체계를 구축하고 있습니다.



정도경영 | 윤리경영

임직원 윤리인식

윤리경영 교육

GS리테일은 전 임직원 대상으로 정도경영 교육을 실시하고 있습니다. 금품수수 및 접대, 부정청탁 등에 대하여 집중적으로 교육하고 있으며, 전사교육 뿐만 아니라 신규사원, 리더 등의 직급별 맞춤 교육을 통해 임직원의 정도 의식 함양을 위해 노력하고 있습니다.

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

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

윤리경영 교육 이수율

(단위: %)

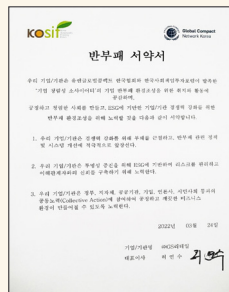
구분	2020	2021	2022
이수율	98	92	97

UNGC BIS¹⁾ 반부패 서약 참여

GS리테일은 기업 반부패 환경을 개선하여 공정하고 청렴한 사회 구축에 기여하기 위해 UNGC 한국협회에서 운영하고 있는 BIS반부패 서약에 자발적으로 참여해 반부패 이행 의지를 선언하였습니다.

본 서약 참여를 통해 부패 방지를 위한 공동 노력을 추진하고, 임직원의 반부패 역량을 강화하여 비즈니스 활동의 투명성 증진 및 공정한 시장 환경 구축에 기여하고자 합니다.

1) Business Integrity Society, 반부패 환경 구축을 목표로 한 글로벌 반부패 프로젝트







제보 채널

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

'CEO에게 말한다'는 내외부 고객 누구나 CEO에게 직접 고충을 털어놓을 수 있는 제도로 2022년 기준 1,916건이 접수될 정도로 활성화 되어 있는 채널이며, '파트너사 목소리'는 파트너사를 위한 채널로서 불공정한 제보를 접수할 뿐 아니라 파트너사의 거래상 고충을 수렴하고 있습니다.

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

 CEO에게 말한다	CEO에게 직접 불공정행위, 칭찬, 건의사항 등 제보
 정도경영 목소리	임직원, 파트너사 불공정 행위 제보
 파트너사 목소리	GS리테일 거래 간 고충 및 개선사항 청취
 레드 휘슬	청탁금지법 위반 사항 제보 및 윤리경영을 위한 의견 청취

신고 접수 및 징계 현황

(단위: 건)

구분	2020	2021	2022
금품수수 신고	128	114	83
윤리위원회 개최	38	26	24

정도경영 | 준법경영

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 전 임직원이 준수해야 하는 준법통제기준을 수립하고 이를 준수할 수 있는 제도와 환경을 확립하기 위해 컴플라이언스 파트의 전문 조직을 수립 운영하고 있습니다.

GS리테일은 이사회 구성, 준법지원인 선임, 자율준수 관리자 선임 등 통해 준법 통제환경을 조성하고 있습니다.

 <p>이사회</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 내부통제에 대한 최종적 책임 · 내부통제 체계 구축 및 운영에 관한 기본 방침 제정 · 내부통제 관련 주요 사항의 심의·의결 · 준법지원인 및 자율준수관리자 선임
 <p>준법지원인</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 공정거래, 지식재산권, 개인정보보호 등의 영역의 리스크 관리 및 준법 활동 지원 · 준법통제기준 준수 여부 점검 및 결과 이사회 보고
 <p>자율준수관리자</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 공정거래 게시판 안내 · 자율준수편람 제작 및 운영, 자율준수 교육 · 법규 준수 여부에 대한 감독/감사
 <p>컴플라이언스 파트</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 준법환경 조성 및 점검 · 제도/프로세스 개선

내부통제시스템

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

임직원 준법인식

준법 지원

GS리테일은 고도화된 준법경영 체계를 구축하고 임직원의 준법인식을 고취시키기 위해 준법 점검, 준법 교육 및 기타 지원 활동을 전개하고 있습니다.

준법 점검

B/U별 제도 개선 활동을 진행해 준법통제 기준의 준수 여부를 정기 또는 수시로 점검하고, 점검 및 지원활동에 대한 점검 결과 보고와 피드백을 제공하고 있습니다.

또한, 공정거래 미준수 사항과 중점 영역에 대한 예방 및 개선안을 도출하여 개선 활동을 지원해 준법 준수 문화를 정착 시키기 위해 노력합니다.

준법 교육

협력사와의 계약을 담당하는 MD를 대상으로 맞춤형 대규모유동업법 교육을 정기적으로 진행하고 있으며, 각 부문 및 부서별 특성에 따라 하도급법, 공정거래법 등 개별적 맞춤 교육을 실시하고 있습니다.

또한, 처음 MD직무를 진행하는 인원을 대상으로 신입 MD과정과 전 MD를 대상으로 MD 공통과정을 연 필수교육으로 지정하여 MD의 일상업무에서 준법준수 문화가 형성 및 내재화될 수 있도록 지원합니다.

기타 지원 활동

계약 체결 전 컴플라이언스 파트에서 사전 모니터링을 진행해 법 위반 사항을 확인하고 준법 준수 체계를 강화하고 있습니다. 또한, 투자 전반에 걸쳐 사전 리스크 검토 및 사후 관리, 계열사 거래 검토 등을 진행하여 GS리테일의 공정한 준법 경영 활동을 지원하고 있으며, 공정위 등 정부기관에서 배포하는 각종 지침, 가이드 등을 준수하고 표준계약서 사용을 실천하기 위해 컴플라이언스 파트, 법무팀, 대외협력팀이 긴밀히 협력하고 있습니다.

리스크 관리 | 재무/비재무 리스크

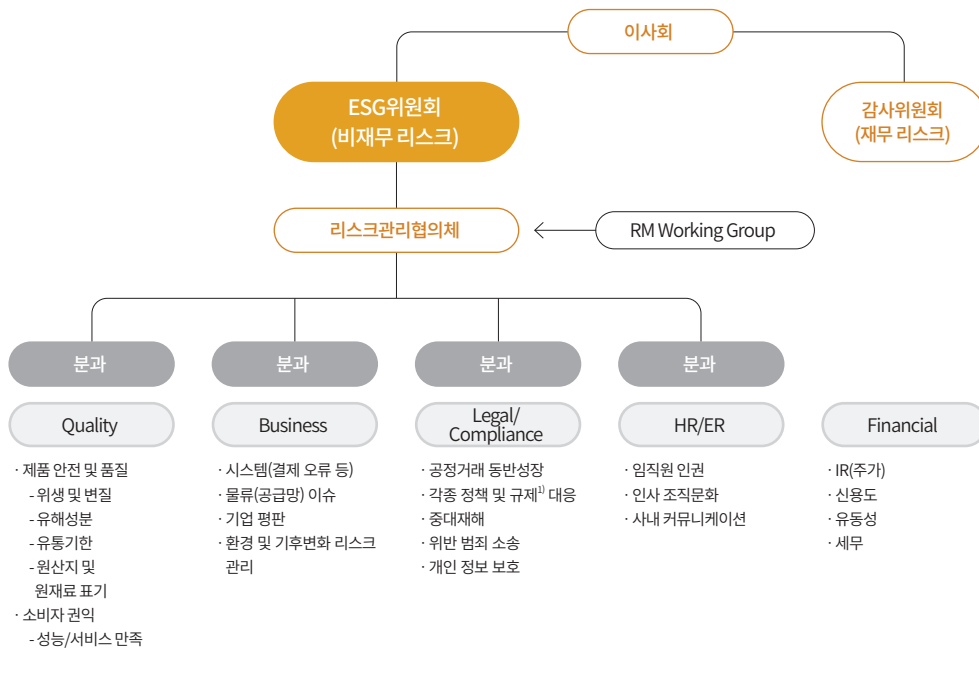
리스크 관리 체계

거버넌스

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

사업 운영 상 발생 가능한 품질(Quality), 경영(Business), 정책 및 규제(Legal/Compliance), 인사(HR/ER), 금융(Financial) 리스크를 핵심 영역으로 규정하고 관리합니다.

특히 비재무 리스크 영역별 주관부서가 참여하는 분과를 운영해 관리의 효율성을 제고하고, 대외협력부문장, 법무팀, 커뮤니케이션팀, 조직문화서비스팀으로 구성된 RM Working Group이 리스크관리협의체를 지원하고, 각 영역별 분과와 분기별로 리스크 점검 협업 회의를 진행해 리스크 발생을 사전에 대비하고 지속 모니터링합니다.



1) 신자부, 식약처, 중기부, 환경부, 방통위 등

리스크 관리 프로세스

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



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

리스크 관리 | 재무/비재무 리스크

리스크 관리 체계

리스크 정의 및 대응 활동

GS리테일은 품질(Quality), 경영(Business), 정책 및 규제(Legal/Compliance), 인사(HR/ER), 금융(Financial) 영역 내 12대 핵심 리스크를 정의하고 이에 대한 관리 활동을 전개하고 있습니다. 비재무 리스크에는 비즈니스 운영 과정에서 발생 가능한 안전보건, 소비자 권익, 물류(공급망), 마케팅 디자인, 평판, 공정거래 동반성장, 정책 규제, 중대재해, 개인정보 보안, 임직원 인권 리스크를 포함하고, 재무 리스크에는 IR, 신용도, 유동성 및 세무 리스크를 포함해 체계적으로 관리해 나가고자 합니다.

주요 리스크 정의 및 대응 현황

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

TCFD 보고서

81

지배구조

82

전략

86

위험 관리

86

지표 및 감축 목표

지배구조

기후변화 대응 조직

GS리테일은 기후변화 위험 및 기회에 효율적으로 대응하기 위해 이사회 산하에 ESG위원회를 운영하고 있습니다. 이사회는 회사 전반의 경영 사안에 대해 관리, 감독하는 최고 의사결정기구로서, 기후변화 전략, 투자 및 상세 활동 등 관련 목표와 실적을 바탕으로 기후 변화 대응 활동을 관리, 감독하고 있습니다. 또한, 전사적 기후변화 대응 거버넌스 역량을 강화하기 위해 총 3명의 사외 이사와 1명의 비상무이사로 구성된 이사회 산하의 ESG위원회를 설치하여 기후변화를 포함한 ESG 관련 주요 결정사항을 논의하고 있습니다.

ESG위원회

ESG위원회는 기후변화와 관련된 ESG경영 안건을 심의하기 위해 연 2회 이상 개최되고 있습니다. 기후변화 관련 전략을 검토하고, 관련 성과를 주기적으로 모니터링하여 ESG 실적, 진행 경과 등을 이사회에 보고함으로써 기후변화 관련 이슈가 이사회 의사결정에 반영될 수 있도록 지원하고 있습니다.

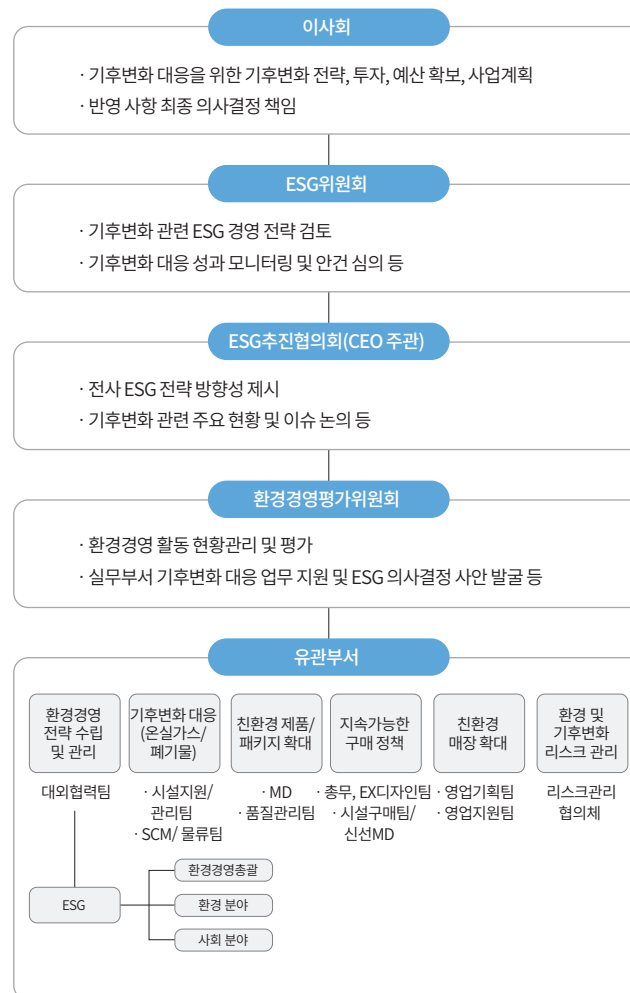
ESG추진협의회

GS리테일은 주요 경영진으로 구성된 CEO 주관의 ESG추진협의회를 설치하여 전사 경영전략과 연계된 ESG 방향성을 제시하고 월 1회 이상 정기적인 회의를 통해 주요 현황과 이슈를 논의하고 있습니다.

환경경영평가위원회

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

GS리테일 환경경영 전담 조직



경영진의 역할

GS리테일의 CEO는 기후변화 대응을 포함한 기업 활동 전반에 대한 책임과 최 중 의사결정 권한을 가지며, 격월 1회 이상 ESG추진협의회를 통해 환경경영 활동 주요 현황과 이슈를 논의하고 기후변화 관련 전략 정책 및 리스크를 평가 검토합니다. 또한, C-level 임원의 KPI에 환경 분야 평가 등급을 반영하고 있으며, 추가로 온실가스 감축 등의 성과를 KPI에 반영하고 있습니다. 이를 통해 GS리테일의 기후변화 대응 역량을 강화하고 환경경영 활동을 선도해 나가겠습니다.

ESG위원회 및 이사회 보고 사항

일자	보고 사항	주요 내용	
03.08	2022년 ESG 전략과제 실행안	기후변화 대응 등의 실행과제 보고	
2022	08.11	2022년 환경경영 상반기 실적	환경 거버넌스 수립, 에너지 절감 활동, SEMS 설치 확대 등의 실적 보고
	08.11	ESG 진행 경과 보고	전사 ESG 체계 보고
12.22	2022년 환경경영 하반기 계획	온실가스 인벤토리 구축, 친환경 매장 확대, 친환경 냉장비 개발/적용 등의 계획 보고	
	ESG 평가 결과 및 중대성 평가 보고	KCGESG평가결과, GS리테일의 2022년 중대 이슈 보고	

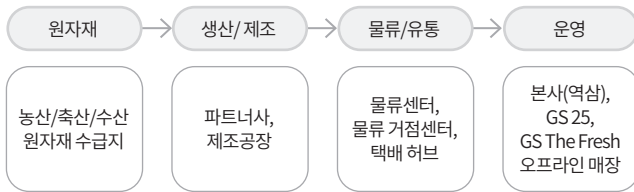
전략

위험/기회 식별 및 평가

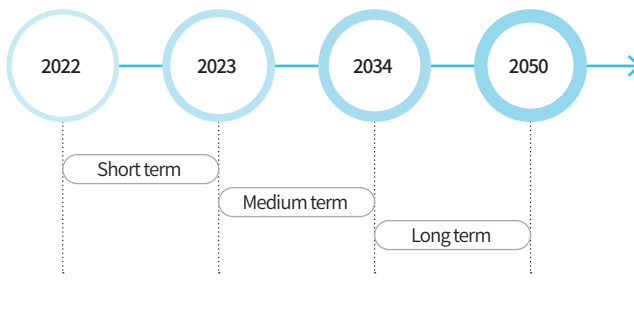
기본 가정 및 고려사항

기업은 불확실성이 큰 기후변화에 대응하기 위해, 기후변화가 조직에 미치는 잠재적인 영향을 식별하고 그 영향을 분석하여 기후변화 대응 전략을 수립해야 합니다. GS리테일은 전체 Value Chain에 미칠 수 있는 영향을 바탕으로 기후변화 관련 위험과 기회를 분석하고 있습니다. 또한, 기후변화 관련 위험과 기회가 비즈니스에 미치는 영향에 대해서 정기적으로 검토하고, 위험 및 기회 요인을 단기, 중기, 장기로 구분하여 관리하고 있습니다.

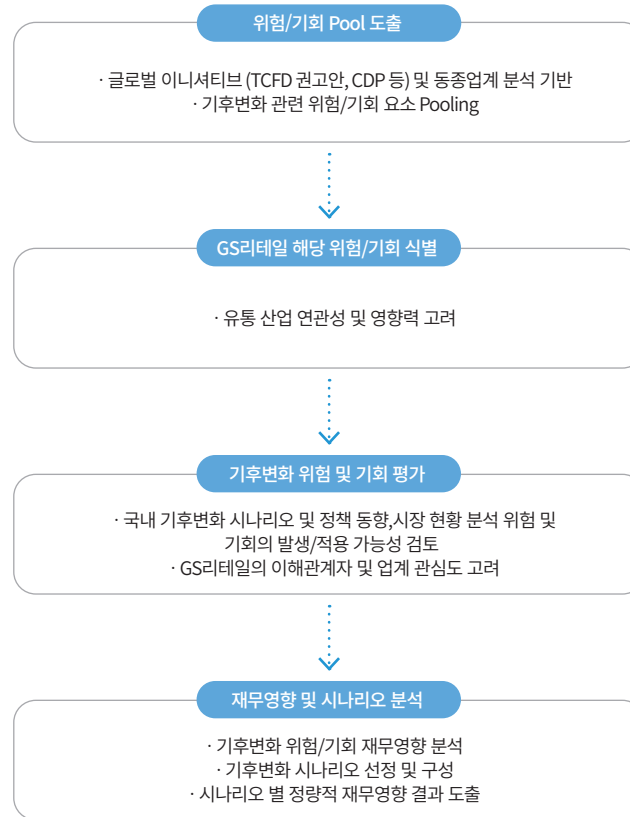
영향 분석 범위



위험/기회 Timeline



기후변화 위험/기회 식별 및 평가 프로세스



기후변화 위험/기회 식별

GS리테일은 TCFD, CDP와 같은 글로벌 이니셔티브 및 동종업계 분석을 기반으로 기후변화 관련 위험/기회 요소를 검토 및 도출하였습니다. GS리테일은 도출된 결과를 바탕으로 기후변화와 관련한 위험을 크게 물리적 위험(만성, 급성) 및 전환 위험(정책 및 법률, 기술, 시장, 평판)으로 구분하고, 기후변화 관련 기회 요인은 자원 효율, 에너지원, 제품 및 서비스 측면으로 구분하여 GS리테일의 비즈니스에 미칠 수 있는 영향을 분석하였습니다. 검토된 위험과 기회는 유통 산업 연관성과 영향력을 고려하여 1차 스크리닝 하였으며, 이를 통해 GS리테일의 비즈니스와 연관된 위험 및 기회를 식별했습니다.

기후변화 위험/기회 평가

식별된 기후변화 위험/기회 요소의 발생가능성을 검토하기 위해, 물리적 위험의 경우 국내 RCP 8.5시나리오 분석에 따라 예상되는 기후 및 환경 변화를 고려했으며, 전환 위험 및 기회의 경우 국내 정책 동향 및 시장 동향 등을 고려했습니다. 또한, GS리테일의 내부 대응 역량, 이해관계자/업계 관심도를 고려하여 위험 및 기회 발생 시 GS리테일에 미치는 영향력을 검토하였습니다. 이를 통한 위험/기회 요소의 평가 결과를 바탕으로, 최종적으로 GS리테일의 주요한 기후변화 위험 및 기회를 선별했습니다.

재무영향 분석 및 시나리오 분석

GS리테일은 선별된 주요한 위험 및 기회 요인이 재무적으로 미치는 영향에 대해 정성 분석을 수행하였습니다. 또한 주요 위험 및 기회 요인 중 GS 리테일의 사업에 중대한 영향을 미치는 것으로 판단한 1개의 요인(전환 위험의 '에너지 전환 정책 확대에 의한 화석연료 규제 강화')에 대해 시나리오 분석을 시범적으로 수행하여 정량적인 재무 영향을 도출하였습니다. 향후 시나리오 분석을 확대 및 고도화 하여 위험 및 기회 요인에 대한 재무 영향을 정량적으로 분석하고 이를 경영전략 수립에 활용해 나가고자 합니다.

전략

위험/기회 식별 및 평가

전환 리스크

GS리테일은 내 외부 이해관계자, 국내 정책 및 업계 동향, 국내 기후변화 시나리오 등에 따라 기후변화 관련 위험 및 기회를 식별하였으며, 각 요인이 GS리테일에 미치는 재무적 영향을 분석하였습니다. 또한, 전환 위험 중, 에너지 전환 정책 확대에 따른 전기요금 상승이 GS리테일에 중대한 영향을 미칠 것으로 판단하고 시나리오 분석을 시범적으로 수행하여 해당 요인의 정량적인 재무 영향을 도출했습니다.

 재무영향 정량 분석 수행

전환 위험	기간			내용	예상 재무 영향
	단기	중기	장기		
폐기물 법규 점진적 강화, 자원순환 관련 정책 확대		●		<ul style="list-style-type: none"> · 플라스틱 원자재 및 제품 가격 상승 · 포장재 감량 및 다회용 포장용기 사용 의무화 등 포장재 관련 규제 강화 · 플라스틱, 음식물 등 폐기물 부담금 단계적 인상 	<ul style="list-style-type: none"> · 원자재 구매 비용 증가 · 폐기물 처리 비용 증가 · 포장재 전환 비용 증가
에너지 전환 정책 확대에 따른 화석 연료 규제 강화		●	●	· 에너지 전환 정책 확대에 따른 화석연료 사용 규제 강화로 전기요금 상승	· 전력 단가 상승으로 인한 에너지 구매비용 증가 약 205억 원 (2050년 에너지 구매비용)
냉매 사용 규제 강화		●	●	· 냉매 사용 규제 강화로 대체 냉매 의무화	· 친환경 냉매 전환 비용 증가
환경 정보 공시 요구 확대	●			· 환경정보공개 대상 업체 선정, ESG 공시 의무화에 따라 정보 미공개/그린워싱 이슈 등으로 인한 리스크 발생 가능성 증가	· 규제 미준수 시 패널티에 따른 비용 발생
기술 친환경/저탄소 원료, 설비의 도입 및 투자 확대		●	●	<ul style="list-style-type: none"> · 친환경/저탄소 기술에 대한 투자 실패 리스크 발생 가능성 증가 · 친환경/저탄소 원료, 설비 전환 필요성 확대 	· 친환경/저탄소 원료, 설비 전환 비용 증가
시장 기후변화 대응에 대한 소비자 요구 증가		●	●	· 기후변화 대응에 대한 소비자 요구 미충족 및 소극적 대응에 따른 대외신뢰도 하락	· 요구 미충족에 따른 평판으로 기업 가치 하락
평판 기후변화 관련 투자자 및 금융기관 요구 증가	●			· 기후변화 대응 요구사항 미준수에 따른 투자 축소, 신규 투자자 확보 실패	· 요구 미충족에 따른 투자 축소

전략

위험/기회 식별 및 평가

물리적 리스크 및 기회 요인

GS리테일은 급성 및 만성 등의 물리적 위험과 자원 효율, 에너지원, 제품 및 서비스 등의 기회 요인을 단기, 중기 장기 기간별로 식별하고 이에 따른 예상 재무 영향을 분석하였습니다.

물리적 위험	기간			내용	예상 재무 영향
	단기	중기	장기		
급성	태풍 및 홍수, 산사태, 산불 등 자연재해 발생 증가	●		· 자연재해로 인한 원자재 및 제품 수급난 발생, 물류 및 매장 운영 중단, 인프라 구조물 등 자산의 손상	· 비즈니스 운영 중단으로 인한 매출 감소 · 장비/시설 손상으로 인한 복구 비용 증가
	강수 패턴 및 유형 변경		●	· 폭우, 가뭄 등 강수 패턴 및 유형 변경으로 원자재 및 제품 수급난 발생 · 침수로 인한 인프라 구조물 등 자산의 손상 및 시설 운영 중단 · 용수 공급 차질로 인한 생산 시설 운영 중단	· 비즈니스 운영 중단으로 인한 매출 감소 · 장비/시설 손상으로 인한 복구 비용 증가
만성	평균 기온 상승		●	· 극심한 온도 변화로 냉/난방기 설비 효율 저하, 고장 발생 · 냉/난방 설비 사용 증가로 설치 확대 및 에너지 사용량 증가	· 냉/난방 비용 증가
			●	· 기후 변화에 따른 농작물, 수산물 재배량, 어획량 감소로 인한 원자재 및 제품 수급난 발생 · 농산물 재배 위치, 수산물 어획지 변화로 공급망 차질 발생	· 원자재 수급 차질로 매출 감소, 구매비용 증가 · 공급망 관련 비용 부담 증가

기회	기간			내용	예상 재무 영향
	단기	중기	장기		
자원효율	에너지/자원 효율을 위한 시스템 도입	●	●	· 에너지/자원 효율을 위한 시스템 도입으로 원자재(에너지, 용수 등) 사용량 절감, 폐기물 배출량 감소	· 원자재 구매비용 및 폐기물 처리비용 절감
에너지원	에너지 전환 정책 강화에 의한 재생에너지 발전 확대	●	●	· 태양광 발전으로 화석연료 사용에 대한 위험 부담 감소 · 재생에너지 전환 정책 확대에 따른 정책 인센티브 활용 기회 확대	· 에너지 구매비용 및 신재생에너지 투자 비용 절감
제품 및 서비스	녹색소비 문화 확산으로 지속가능한 상품 및 서비스 수요 증가	●	●	· 지속가능한 상품 및 서비스 수요 흡수에 따른 매출 증대 및 브랜드 가치 향상	· 지속가능한 상품 및 서비스 매출 증가

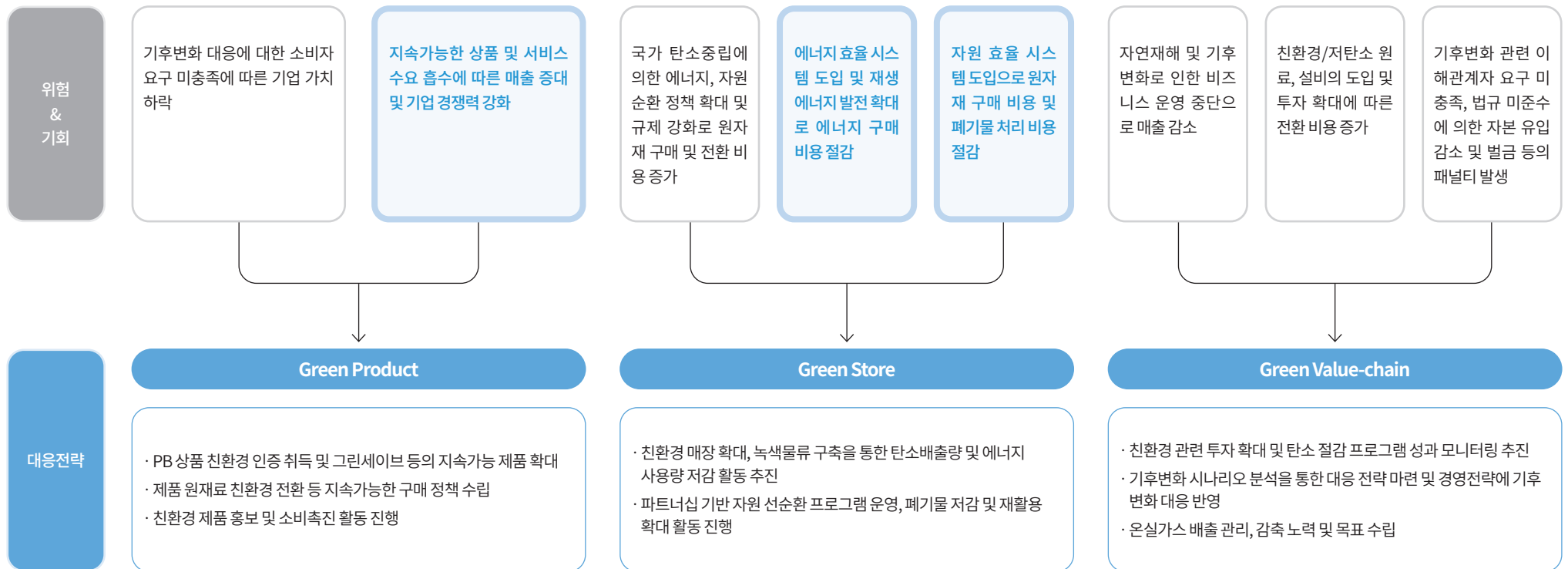
전략

위험/기회 식별 및 평가

전략별 대응 방안

GS리테일은 중장기 사업 전략과 기후변화 대응 추진 방안을 연계하여 기후변화에 따른 위험 및 기회에 전략적으로 대응하고 있습니다. GS리테일은 지속가능한 제품에 대한 이해관계자 요구를 만족하기 위해 친환경 인증 제품을 개발 및 확대하고 있으며, 각종 정부 규제/정책에 효과적으로 대응하고 원자재 비용 절감 등을 위해 녹색매장을 확대하고, 녹색물류를 구축 등의 노력을 하고 있습니다. 또한, 고객, 경영주, 파트너사와 함께 하는 환경경영을 전개하여 지속가능한 성장 기반을 구축할 것입니다.

위험 기회



위험 관리

관리 프로세스

GS리테일은 유통업의 특성을 고려한 기후변화 주요 이슈를 정의하고, 식별된 이슈의 발생/적용 가능성을 판단하여 주요 위험을 평가하고 있습니다. 또한, 식별된 주요 위험을 대상으로 시나리오 분석을 수행하여 위험으로 인한 재무 영향을 식별하고 있으며, 향후 기후변화 위험 분석을 고도화하기 위한 전략을 마련하고자 합니다.

리스크 대응

GS리테일은 유통업의 특성을 고려한 기후변화 주요 이슈를 정의하고, 식별된 이슈의 발생/적용 가능성을 판단하여 주요 위험을 평가하고 있습니다. 또한, 식별된 주요 위험을 대상으로 시나리오 분석을 수행하여 위험으로 인한 재무 영향을 식별하고 있으며, 향후 기후변화 위험 분석을 고도화 하기 위한 전략을 마련하고 있습니다.

기후변화 위험 관리 프로세스



지표 및 감축 목표

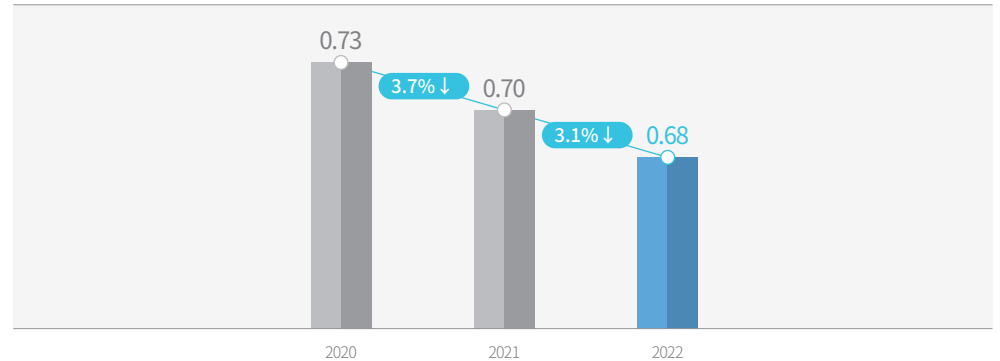
주요 활동

감축 활동

GS리테일은 전사 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 감축을 위해 전사 차원의 환경 전략 과제를 수립해 운영하고 있습니다. GS리테일은 온실가스 배출량을 저감하기 위해 Scope별 다양한 활동을 전개하고 있습니다. 사무실 내 저녹스 버너를 설치해 Scope 1 배출량을 관리하고, SEMS 운영, 고효율 에너지 전구와 에너지 절감형 냉장비 도입 등을 통해 Scope 2 배출량을 감축하고자 합니다. 또한, 우리동네 딜리버리 서비스 및 반값 택배 등 온실가스 배출 저감 사업을 추진해 Scope 3 배출량을 저감합니다.

Scope 1, 2 온실가스 원단위 배출

(단위: tCO₂eq/억 원)



감축 목표

GS리테일은 매년 Scope 1, 2 온실가스 배출 원단위 3%를 감축하여 2030년 까지 2022년 배출 원단위 대비 25% 줄이고자 합니다. 또한, 녹색물류 배출 목표를 2025년까지 BAU 대비 약 5% 감축하고, Scope 1, 2 원단위는 2022년 대비 3% 감축 목표를 설정하여 실적을 관리하고 있습니다. 이와 함께 편의점 점포 내 SEMS 설치를 확대하고 밸류체인 내 발생하는 에너지 사용을 감축하고자 노력하겠습니다.

Appendix

88

ESG Performance Data

97

SASB Index

99

GRI Standards Index

102

UN SDGs 연계활동

103

이니셔티브 및 협회 가입 현황

103

수상 내역

104

온실가스 검증의견서

105

독립된 제3자 검증의견서

ESG Performance Data | 재무성과

요약 연결재무상태표

구분	단위	2020	2021	2022
유동자산	백만 원	923,272	1,183,933	1,366,113
현금 및 현금성 자산	백만 원	36,848	91,362	390,477
매출채권 및 기타채권	백만 원	397,945	627,334	566,159
기타 유동금융자산	백만 원	206,001	50,614	83,072
재고자산	백만 원	188,692	193,041	226,962
매각예정자산	백만 원	-	131,760	-
기타	백만 원	93,786	89,822	99,443
비유동자산	백만 원	6,254,496	8,272,040	8,466,310
장기매출채권 및 기타채권	백만 원	1,336,206	1,346,627	1,323,209
기타 비유동금융자산	백만 원	209,979	911,649	783,985
공동기업 및 관계기업 투자	백만 원	64,570	664,474	630,374
유형자산	백만 원	2,298,889	2,734,687	2,767,448
투자부동산	백만 원	878,505	1,109,092	1,076,320
무형자산	백만 원	111,786	278,188	255,085
사용권자산	백만 원	1,287,899	1,126,260	1,470,667
기타	백만 원	66,661	101,065	159,222
자산총계	백만 원	7,177,767	9,455,973	9,832,423

구분	단위	2020	2021	2022
유동부채	백만 원	2,173,618	2,055,199	1,682,198
비유동부채	백만 원	2,828,390	2,986,388	3,238,800
부채총계	백만 원	4,510,589	5,041,587	5,412,418
지배기업소유주지분	백만 원	2,304,494	4,069,022	4,049,138
자본금	백만 원	77,000	104,718	104,718
자본잉여금	백만 원	156,071	1,205,490	1,208,991
기타자본항목	백만 원	-5,989	-112,591	-126,578
기타포괄손익누계액	백만 원	-5,840	18,273	52,903
이익잉여금	백만 원	2,083,252	2,853,132	2,809,104
비지배지분	백만 원	362,684	345,364	370,867
자본총계	백만 원	2,667,179	4,414,386	4,420,005

요약 연결손익계산서¹⁾

구분	단위	2020	2021	2022
매출액	백만 원	8,764,255	9,690,659	11,226,429
영업이익	백만 원	275,194	219,542	245,132
계속영업이익	백만 원	179,917	812,445	43,995
당기순이익	백만 원	154,522	801,276	47,610
지배기업의 소유주지분	백만 원	168,428	815,212	40,438
비지배지분	백만 원	-13,906	-13,937	7,171

¹⁾ 지분 매각, 특정 사업부의 영업 종료 등으로 관련 손익이 중단영역에 해당함에 따라 2020년, 2021년 재무성과를 재분류함. 자세한 내용은 사업보고서 참고

ESG Performance Data | 비재무성과

Green Product

친환경 제품·서비스

구분	단위	2020	2021	2022
친환경 제품·서비스 구매액 ¹⁾	억 원	14.9	33.3	87.4
친환경 제품·서비스 매출액	억 원	1,758	3,245	4,348

1) 취합 기준이 일부 조정됨에 따라 전기 공시 자료 대비 2020년, 2021년 수치가 변동되었음.

Green Store

친환경 매장

구분	단위	2020	2021	2022
SEMS 설치 점포	개 점	10,340	11,241	12,218
녹색매장 점포수	개 점	-	3	27

폐기물¹⁾

구분	단위	2020	2021	2022	
폐기물 총 발생량	톤	21,943	12,670	14,568	
재활용	톤	17,188	8,747	9,829	
일반폐기물 ²⁾ (위탁업체 처리)	소각	톤	1,346	1,147	1,414
	매립	톤	1,640	1,106	1,472
	기타	톤	1,770	1,670	1,852
폐기물 재활용률	%	78%	69%	67%	
폐기물 집약도	톤/억 원	0.259	0.137	0.138	

1) 인벤토리 구축에 따라 전기 공시 자료 대비 2020년 2021년 폐기물 배출량이 변동되었으며, 수피(직명), 사육, 물류센터를 기준으로 산정함

2) '2021년 전국 폐기물 발생 및 처리현황(환경부)' 통계자료 상 폐기물 처리 비율 기준 적용

Green Value-chain

환경 경영

구분	단위	2020	2021	2022	
환경 교육	이수율	%	100	100	100
	이수 인원	명	3,788	4,997	5,177
	이수 시간	시간	3,788	4,997	7,449.5
	인당 교육 시간	시간/명	1	1	1.4

온실가스¹⁾

구분	단위	2020	2021	2022	
합계	tCO ₂ -eq	560,698	579,256	585,607	
Scope 1	소계	tCO ₂ -eq	867	1,482	3,429
	CO ₂	tCO ₂ -eq	862	1,472	3,413
	CH ₄	tCO ₂ -eq	2	4	5
	N ₂ O	tCO ₂ -eq	3	6	11
Scope 2	소계	tCO ₂ -eq	60,757	63,499	68,296
	CO ₂	tCO ₂ -eq	60,399	63,124	67,893
	CH ₄	tCO ₂ -eq	10	10	11
	N ₂ O	tCO ₂ -eq	348	364	392
Scope 3	소계	tCO ₂ -eq	499,074	514,275	513,883
	카테고리 2	tCO ₂ -eq	180	212	221
	카테고리 3	tCO ₂ -eq	4,805	5,072	5,495
	카테고리 4	tCO ₂ -eq	1,648	1,808	2,133
	카테고리 5	tCO ₂ -eq	3,018	2,988	3,515
	카테고리 13	tCO ₂ -eq	0	38	173
	카테고리 14	tCO ₂ -eq	489,422	504,157	502,347
	온실가스 집약도(Scope 1, 2)	tCO ₂ -eq/억 원	0.73	0.70	0.68
	온실가스 감축률(Scope 1, 2 원단위 기준)	%	- ²⁾	3.7	3.1
	온실가스 집약도(Scope 1, 2, 3)	tCO ₂ -eq/억 원	6.62	6.25	5.54

1) 인벤토리 구축에 따라 전기 공시 자료 대비 2020년 2021년 온실가스 배출량이 변동되었음

2) 인벤토리 구축 전의 자료이므로 미공시함

ESG Performance Data | 비재무성과

Green Value-chain

에너지¹⁾

구분		단위	2020	2021	2022
합계		TJ	1,286	1,355	1,466
조직 내 사용량	직접에너지	소계	17	28	39
		휘발유	1	2	4
		경유	0	0	0
		등유	0	0	0
		LNG	14	25	34
		LPG	0	0	0
		프로판	1	1	1
	간접에너지	소계	1,270	1,327	1,427
		전력	1,270	1,327	1,427
	에너지 집약도		TJ/억 원	0.015	0.015
에너지 감축률 (원단위 기준)		%	- ²⁾	3.8	5.1
조직 외 사용량		TJ	11,534	11,912	11,989
재생에너지 발전 및 사용량		kWh	53,093	50,013	51,118

1) 인벤토리 구축에 따라 전기 공시 자료 대비 2020년 2021년 에너지 사용량이 변동되었음

2) 인벤토리 구축 전의 자료이므로 미공시함

용수 및 폐수¹⁾

구분		단위	2020	2021	2022
합계		톤	761,463	892,414	931,673
취수량/ 사용량	상하수도	톤	761,463	892,414	931,673
	담수	톤	-	-	-
	지하수	톤	-	-	-
방류량		톤	-	-	-
집약도		톤/억 원	8.99	9.62	8.81

1) 인벤토리 구축에 따라 전기 공시 자료 대비 2020년 2021년 용수 사용량이 변동되었으며, 편의점(직영), 슈퍼(직영), 유통센터(직영), 사육, 물류센터 기준으로 산정함

ESG Performance Data | 비재무성과

Together with Employees

임직원 현황

구분		단위	2020	2021	2022	
합계		명	6,961	7,848	7,814	
성별	남성	명	3,390	4,017	4,264	
	여성	명	3,571	3,831	3,550	
지역	한국	명	-	7,837	7,806	
	태국	명	-	1	1	
	중국	명	-	1	1	
	말레이시아	명	-	1	1	
	인도네시아	명	-	3	2	
	베트남	명	-	3	3	
	몽골	명	-	2	0	
연령	30세 미만	명	-	1,658	1,576	
	30세 이상 50세 이하	명	-	4,563	4,755	
	50세 초과	명	-	1,627	1,483	
고용 계약	정규직	남성	명	-	3,605	3,727
		여성	명	-	1,651	1,327
	기간제, 한시적 근로자	남성	명	-	412	537
		여성	명	-	2,180	2,223
	정규직	국내	명	-	5,245	5,046
		국외	명	-	11	8
	기간제, 한시적 근로자	국내	명	-	2,592	2,760
		국외	명	-	0	0
고용 형태	상근	남성	명	-	3,604	3,826
		여성	명	-	1,464	1,808
	시간제	남성	명	-	413	435
		여성	명	-	2,367	1,745

구분		단위	2020	2021	2022	
여성 인력	임원	임원 수 ¹⁾	명	22	34	35
		여성 임원 수 ¹⁾	명	0	3	5
	사외이사	사외이사 수	명	5	5	5
		여성 사외이사 수	명	0	1	1
소속 외 근로자	파견 근로자	명	-	-	20	
장애인 인력	기준 인원 ²⁾	명	7,000	7,423	7,392	
	장애인 직원 수	명	224	236	208	
	장애인 직원 비율	명	3.2	3.2	2.8	

1) 사외이사 및 기타 비상근이사 제외
2) 상시근로자를 기준으로 산정하였기 때문에 사업보고서 대비 기준 인원이 상이함

신규채용¹⁾

구분		단위	2020	2021	2022
합계		명	234	625 ²⁾	912
성별	남성	명	136	360	575
	여성	명	98	265 ²⁾	337
지역	국내	명	234	625 ²⁾	912
	국외	명	0	0	0
연령	30세 미만	명	115	311	530
	30세 이상 50세 이하	명	113	305	371
	50세 초과	명	6	9	11

1) 부담담을 제외한 정규직, 전문직, 전문계약직, 계약직 기준의 수치임
2) 여성 전문 계약직 포함에 따라 전기 공시 자료 대비 수치가 변동되었음

근속연수

구분		단위	2020	2021	2022
성별	남성	년	-	8.9	8.8
	여성	년	-	5.4	5.5

ESG Performance Data | 비재무성과

Together with Employees

이직 현황¹⁾

구분	단위	2020	2021	2022
합계	명	-	596	660
성별	남성	-	-	373
	여성	-	-	287
지역	국내	-	-	660
	국외	-	-	0
연령	30세 미만	-	-	156
	30세 이상50세 이하	-	-	478
	50세 초과	-	-	26
자발적 이직률	%	-	8.4 ²⁾	9.8

1) 부당당 및 인턴 등을 제외한 정규직 인원 기준 수치임
2) 산출 기준 변경으로 인해 정정공시 하였음

훈련 및 교육

구분	단위	2020	2021	2022		
교육	이수 인원 ¹⁾	명	3,788	5,107 ²⁾	5,044	
	이수 시간	시간	167,808	303,505	249,210	
	인당 교육 시간	시간/명	44	59	49	
	총 교육 훈련비	천원	621,318	2,697,015	4,657,000	
정기 성과평가 ³⁾	직원 평균 교육훈련비	천원/명	164	528 ³⁾	923	
	성별	남성 수	명	2,901	2,654	3,045
		남성 비율	%	78	79	77
	성별	여성 수	명	842	711	904
여성 비율		%	22	21	23	
직급별	관리자	명	467	517	533	
	관리자 비율	%	12	15	13	
	Staff	명	3,276	2,848	3,416	
	Staff 비율	%	88	85	87	

1) 시간제, 단기, 프리랜서를 제외한 GS리테일 소속의 정규, 계약, 전문, 전문계약, 파견직 등 B/A/별 교육제도를 적용받은 인원을 포함하고 있음
2) 표기 오류로 인해 2021년 수치를 정정하였음
3) 정규직 인원을 대상으로 정기 성과평가를 실시하고, 인사 절차에 따라 정규직 인원은 정기 성과평가 대상자에서 제외될 수 있음

휴가 및 휴직, 복리후생

구분	단위	2020	2021	2022		
출산휴가	본인	명	34	52	64	
	배우자	명	178	163	183	
육아휴직	사용 인원	남성	명	34	75	64
		여성	명	37	62	92
	복귀자	남성	명	15	38	52
		여성	명	43	38	64
	복귀 후 12개월 근무 비율	%	67	68	86	
단축 근로	임신기 단축근로자	명	35	37	51	
	육아기 단축근로자	명	11	16	23	
퇴직자 지원 및 정년 재고용	New Start Program	명	7	2	1	
	정년재고용자	명	23	43	56	

노사협의회

구분	단위	2020	2021	2022
개최 횟수	회	12	14	20
안건 처리 현황	건	60	123 ¹⁾	136

1) 표기 오류로 인해 2021년 수치를 정정하였음

인권¹⁾

구분	단위	2020	2021	2022	
교육	이수율	%	100	100	100
	이수 인원	명	3,828	4,677 ²⁾	4,913
	이수 시간	시간	7,656	8,345	9,108
	인당 교육 시간	시간/명	2	1.8	1.9

1) 인턴 등을 제외한 법정 의무교육 이수 대상자(매니저 이상의 전임직원) 기준 수치임
2) 매니저 이상 대상으로 재산정하여 전기 공시 자료 대비 수치가 변동되었음

ESG Performance Data | 비재무성과

Together with Employees

차별 금지

구분		단위	2020	2021	2022
차별 사건	발생 건수	건	0	0	0
	진행 중	건	0	0	0
		계획 수립	건	0	0
	조치 현황	조치 완료	건	0	0

다양성 및 기회균등

구분		단위	2020	2021	2022	
여성 급여 비율	남성 대비	플랫폼B/U 및 전사지원	%	-	-	71.3
		홈쇼핑B/U	%	-	-	71.4
	조직 평균 대비	플랫폼B/U 및 전사지원	%	-	-	77.0
		홈쇼핑B/U	%	-	-	98.4
1인 평균 급여액	남성	플랫폼B/U 및 전사지원	백만 원	-	-	65
		홈쇼핑B/U	백만 원	-	-	84
	여성	플랫폼B/U 및 전사지원	백만 원	-	-	47
		홈쇼핑B/U	백만 원	-	-	60

산업안전보건

구분		단위	2020	2021	2022	
안전보건 시스템 운영 범위 ¹⁾	내부 감사	임직원 수	명	-	-	-
		임직원 비율	%	-	-	-
	외부 감사	임직원 수	명	-	-	-
		임직원 비율	%	-	-	-
산업재해	산업재해 건수	건	18	32 ²⁾	35	
	상시 인원 ³⁾	명	6,951	8,006	7,927	
	산업 재해율 ³⁾	%	0.0026	0.0039 ⁴⁾	0.0044	
	총 근로시간 ⁵⁾	시간	12,856,471	14,519,148	13,865,448	
	근로손실재해 건수(LTI)	건	0	0	0	
	근로손실재해율(LTIFR)	백만시간당 발생률(%)	0	0	0	
	기록재해 건수(RI)	건	18	32 ⁶⁾	35	
	총기록재해율(TRIR)	백만시간당 발생률(%)	1.4	2.21	2.53	
	업무상 과중한 부상 건수	건	0	0	0	
	업무상 과중한 부상률	%	0	0	0	
교육	사망사고(FAT)	건	0	0	0	
	사망률	%	0	0	0	
	이수율	%	100	100	100	
	이수 인원	명	3,313	4,363	3,656	
	이수 시간	시간	39,756	64,356	51,672	
	인당 교육 시간	시간/명	12	15	14	

1) 별도의 안전보건시스템(ISO 45001, KOSHA-MS 등)은 운영하고 있지 않음
 2) 출퇴근재해 건수를 포함함에 따라 전기 공사 자료 대비 수치가 변동되었음
 3) 연도별 고용보험 피보험자수 평균 인원을 기준으로 재산정함에 따라 전기 공사 자료 대비 2020년, 2021년 수치가 변동되었음
 4) 출퇴근재해 건수 제외
 5) 전사 직원의 총 근로시간을 기준으로 산정함
 6) 출퇴근재해 건수를 포함함에 따라 전기 공사 자료 대비 수치가 변동되었음

ESG Performance Data | 비재무성과

Together with Partners

공급업체 환경·사회 평가

구분	단위	2020	2021	2022	
영향 평가	신규 계약 업체 수	개사	-	-	1,923
	ESG 진단 업체 수 ¹⁾	개사	-	-	1,821
	환경사회 영향 평가 업체 수 ²⁾	개사	279	217 ⁴⁾	222
	부정적 환경사회 영향이 확인되어 신규 계약이 체결되지 않은 업체 수	개사	-	1	0
	부정적 영향이 확인된 업체 수	개사	17	12 ⁴⁾	7
	개선 조치 시행에 대해 동의한 업체 수 ³⁾	개사	17	12 ⁴⁾	7
	중대한 부정적 영향이 확인되어 계약이 종료된 업체 수	개사	0	0	0

1) ESG 자가 진단 평가에 참여한 신규 계약 업체 수
 2) 환경 위험 안전을 점검한 업체 수
 3) 환경사회 영향 평가 시, C/D 등급을 받아 일반적으로 재심사를 실행한 업체 수
 4) 표기 오류로 인해 2021년 수치를 정정하였음

등반성장

구분	단위	2020	2021	2022	
자금 지원	상생펀드 지원 금액	억 원	685.9	813.4	942.9
	상생파트너론 지원 금액	억 원	161	164.9	131.24
	방송수수료 환급제도	억 원	33.9	8.66	5.2
판로 개척	수혜 협력사/파트너사	개사	220	100	104
	취급액	억 원	33	29.6	34.7
	아이러브 중소기업 방송횟수	회	463	366	463
	수혜 협력사/파트너사	개사	31	59	51
	프라임 데이터 홀쇼핑	%	60.6	58.6	61.9
	편성우대 TV홀쇼핑	%	50.8	51.3	51.9
경쟁력 강화 지원	방송준비 지원	억 원	9.2	10	10.6
	생산성혁신 파트너십	억 원	2.6	3	2.6
	수혜 협력사/파트너사	개사	8	9	10
	CCM인증 지원	억 원	-	0.3	0.1
	수혜 협력사/파트너사	개사	-	2	1
	검사비용 감면 지원	억 원	8.5	9.6	8.8
	수혜 협력사/파트너사	개사	598	758	596

Together with Customers

제품 서비스

구분	단위	2020	2021	2022		
안전 보건	안전보건 영향 평가	평가 시행 제품군 비율	%	-	-	-
	법규 및 조직 내부 규정 위반	과태료 부과 사건	건	0	0	0
		경고 조치 사건	건	0	0	0
		규정 위반 사건	건	0	60	18
마케팅 및 라벨링	정보 라벨링 위반	과태료 부과 사건	건	0	2	0
		경고 조치 사건	건	0	2	1
	마케팅 커뮤니케이션 위반	규정 위반 사건	건	0	15	20
		과태료 부과 사건	건	0	0	0
		경고 조치 사건	건	0	0	0
규정 위반 사건	건	0	9	0		

고객 만족¹⁾

구분	단위	2020	2021	2022	
핵심 VOC 건수	편의점(점포당 건수) ²⁾	건	-	1,747(0.11)	1,838(0.11)
	수퍼(점포당 건수) ²⁾	건	-	49(0.14)	79(0.20)
	GS Fresh Mall ²⁾	건	-	6	37
	홀쇼핑	건	-	1,202	848

1) 선정 기준이 변화함에 따라 전기 공시 자료 대비 2021년 수치가 변동되었음
 2) 식품 관련 민원 등 각 사업부에서 정의한 핵심 VOC

고객정보보호

구분	단위	2020	2021	2022	
정보보안 관련 인증	-	ISMS	ISMS, ISMS-P	ISMS, ISMS-P	
	이수율	%	99	99.6	100
교육	이수 인원 ¹⁾	명	3,808	4,720	5,007
	이수 시간 ¹⁾	시간	3,808	5,659	5,007
	인당 교육 시간	시간/명	1	1.2	1

1) 현장 점포 부담당 인원 제외

Together with Communities

지역사회

구분	단위	2020	2021	2022	
사업 실적	공익사업	억 원	-	34.3	33.6
	등반성장	억 원	-	13.7	16.2
일직원 봉사	명	2,007	1,405	2,598	

ESG Performance Data | 비재무성과

Governance

컴플라이언스

	구분	단위	2020	2021	2022
일반	금전적 제재(벌금 등)로 인한 피해액	억 원	10.6	54	254
	비금전적 제재(행정처분 등) 발생 건 수	건	-	1	2
	분쟁 해결 매커니즘을 통해 제기된 사건 수	건	83	73	89
환경	금전적 제재(벌금 등)로 인한 피해액	백만 원	0	0	0
	비금전적 제재(행정처분 등) 발생 건 수	건	0	0	0
	분쟁 해결 매커니즘을 통해 제기된 사건 수	억 원	0	0	0

이사회 현황

	구분	단위	2020	2021	2022	
합계		명	7	7	7	
구성	사내이사	명	2	2	2	
	기타비상무이사	명	1	1	1	
	사외이사	명	4	4	4	
	성별	남성	명	7	6	6
		여성	명	0	1	1
	연령별	만 30세 미만	명	0	0	0
만 30세 이상 만 50세 미만		명	0	0	0	
만 50세 이상		명	7	7	7	
평균 사외이사 참석률		%	100	98.6	100	
운영	개최 횟수	회	13	18	10	
	안건 수	결의	건	19	43	20
		보고	건	25	48	33

이사회 위원회

	구분	단위	2020	2021	2022
감사위원회	사외이사 비율	%	100	100	100
	개최 횟수	회	6	9	8
	안건 수	결의	건	8	11
보고		건	15	16	17
내부거래위원회	사외이사 비율	%	100	100	100
	개최 횟수	회	7	11	5
	안건 수	결의	건	18	36
보고		건	0	0	0
사외이사후보 추천위원회	사외이사 비율	%	66.7	100	100
	개최 횟수	회	2	2	1
	안건 수	결의	건	2	2
보고		건	0	0	0
보상위원회	사외이사 비율	%	-	-	67
	개최 횟수	회	-	-	1
	안건 수	결의	건	-	-
보고		건	-	-	0
ESG위원회	사외이사 비율	%	-	75	75
	개최 횟수	회	-	3	3
	안건 수	결의	건	-	3
보고		건	-	3	4

정도경영¹⁾

	구분	단위	2020	2021	2022
임직원 정도경영 서약	작성율	%	100	99	100
	이수율	%	100 ²⁾	100 ²⁾	97
교육	이수 인원	명	1,286 ²⁾	4,719 ²⁾	5,820
	이수 시간	시간	1,675	2,702	2,462
	인당 교육 시간	시간/명	1.3	0.6	0.4

1) 반부패 교육 실적 포함

2) 전사 필수교육 외 추가로 실시한 정도경영 및 반부패 예방 교육 실적을 추가함에 따라 전년 공시 자료 대비 수정되었음

ESG Performance Data | 비재무성과

Governance

반부패 및 공정거래

구분		단위	2020	2021	2022	
반부패 윤리강령 서명 협력회사 수 ¹⁾		개 사	1,127	4,459	1,415	
부패 (윤리 위반) 사건	징계 건수	징계	36 ²⁾	26	24	
		면직	-	-	-	
	파트너 계약 파기 건수		건	-	-	-
	법적 조치 건수		건	-	-	-
반경쟁행위	법적 조치 건수	진행 중	0	0	1	
		종결	1	2	2	
제보	정도경영 목소리	제보 건수	296	110	145	
		처리율	%	100	100	100
	레드휘슬	제보 건수	-	7	5	
		처리율	%	-	100	100
	파트너사 목소리	제보 건수	94	26	52	
		처리율	%	100	100	100
	기타(대면, 전화 등)	제보 건수	-	8	1	
		처리율	%	-	100	100

1) 2021년에는 온라인과 서류 서명을 모두 취급하여 서명 협력회사 수가 증가하였음(2020년, 2022년에는 온라인 서명만 취급)
 2) 합병 전 흡소핑D/U 데이터를 제외함에 따라 전기 공시데이터 대비 수치가 변동되었음

SASB Index

Sustainability Disclosure Topics

구분	코드	항목	단위	2022	비고	
수송연료 관리 (Fleet Fuel Management)	FB-FR-110a.1	소비된 수송연료량	경유	GJ	해당 없음	인벤토리 구축 과정에서 조직경계를 재설정함에 따라 2022년부터 GS네트웍스 수송 연료 소비량은 제외함
		재생가능 연료 비율		%	해당 없음	
냉각으로 인한 대기 배출 (Air Emissions from Refrigeration)	FB-FR-110b.1	냉매로 인한 총 Scope 1 배출량		tCO ₂ eq	관리체계 수립 중	
	FB-FR-110b.2	오존층 파괴 가능성이 없는 냉매 사용 비율		%	80	직영 편의점 대상
	FB-FR-110b.3	평균 냉매 배출 비율		%	관리체계 수립 중	
에너지 관리 (Energy Management)	FB-FR-130a.1	에너지 소비량	휘발유	TJ	4.103	
			경유	TJ	0.272	
			등유	TJ	0.011	
			LNG	TJ	34.18	
			LPG	TJ	0	
			프로판	TJ	0.678	
		전력 사용량	TJ	1,426.856		
		재생에너지 발전량	kWh	51,118	강서사옥 태양광시스템	
음식물 쓰레기 관리 (Food Waste Management)	FB-FR-150a.1	음식물 쓰레기 배출량			37페이지	
		폐기 과정 중 회수된 비율			36-37페이지	
정보보안 (Data Security)	FB-FR-230a.1	정보 보안 침해 수		건	2	
	FB-FR-230a.2	데이터 보안 위험을 식별하고 해결하기 위한 접근 방식에 대한 설명			62-63페이지	
식품 안전(Food Safety)	FB-FR-250a.1	고위험 식품안전 위반율		%	0	
	FB-FR-250a.2	리콜 수		건	11	자발적 리콜 포함
		리콜된 제품 수		개	17	자발적 리콜 포함
		PB제품 중 리콜된 제품 비율		%	0.1	자발적 리콜 포함
제품 건강 및 영양 (Product Health & Nutrition)	FB-FR-260a.2	소비자들 사이에서 영양 및 건강 문제와 관련된 제품 및 성분을 식별하고 관리하는 프로세스에 대한 논의			64-66페이지	

SASB Index

Sustainability Disclosure Topics

구분	코드	항목	단위	2022	비고
제품 라벨링 & 마케팅 (Product Labeling & Marketing)	FB-FR-270a.1	산업 또는 규제 라벨링 및/또는 마케팅 코드를 준수하지 않은 사건의 수	건	0	
	FB-FR-270a.2	마케팅 및/또는 라벨링과 관련된 법적 소송으로 인한 총 금전적 손실	백만 원	0	
	FB-FR-270a.3	유전자변형식품으로 라벨링된 제품 매출액 비유전자변형식품으로 라벨링된 제품 매출액	백만 원	해당 없음 해당 없음	
노동 관행 (Labor Practices)	FB-FR-310a.1	평균 시급 최저임금을 받는 매장 및 물류센터 직원 비율	원 %	9,269 93.7	시급을 받는 직원 대상 평균 시급 (통상시급) 시급을 받는 직원 대상
	FB-FR-310a.2	단체교섭협약을 적용받는 임직원 비율	%	2.0	
	FB-FR-310a.3	파업 횟수 파업으로 인한 총 유휴일수	회 일	0 0	
	FB-FR-310a.4	노동법 위반 고용 차별과 관련된 법적 소송으로 인한 총 금전적 손실액	회 백만 원	0 0	
	공급망에서의 환경 및 사회 영향 관리 (Management of Environmental & Social Impacts in the Supply Chain)	FB-FR-430a.1	환경 또는 사회적 지속가능한 조달 표준에 대해 제3자 인증을 받은 제품의 매출액	억 원	4,347.8
FB-FR-430a.2	케이지 프리 달걀 매출액 비율 임신용 우리를 사용하지 않고 생산된 돼지고기로부터의 매출액 비율	% %	18 해당 없음		
FB-FR-430a.3	동물 복지를 포함한, 공급망 내 환경 및 사회 리스크 관리 전략 논의		51페이지		
FB-FR-430a.4	포장재의 환경 영향을 줄이기 위한 전략 논의		31페이지		

Activity Metrics

구분	코드	항목	단위	2022	비고
Activity Metrics	FB-FR-000.A	총 점포 수	GS 25 점	16,448	
			GS THE FRESH 점	392	
		총 물류센터 수	개	4	인벤토리 구축 과정에서 조직경계를 재설정함에 따라 2022년부터 GS리테일이 소유하고 있는 물류센터로 한정함
	FB-FR-000.B	점포 총 면적	GS 25 m ²	10,758	
			GS THE FRESH m ²	50,529	
	물류센터 총 면적	m ²	95,168	인벤토리 구축 과정에서 조직경계를 재설정함에 따라 2022년부터 GS리테일이 소유하고 있는 물류센터로 한정함	

GRI Standards Index | Universal Standards

구분	지표 명	페이지	비고
조직 및 보고 관행	2-1	조직 세부 정보	6-7
	2-2	조직 내 지속가능경영보고에 포함된 법인	2
	2-3	보고 기간, 주기 및 문의처	2
	2-4	보고 내용의 변화	89-96
	2-5	외부 검증	104-106
기업 활동 및 임직원	2-6	기업의 활동, 밸류체인 및 기타 사업 관계	6-11, 16
	2-7	임직원	44, 91-92
	2-8	임직원이 아닌 근로자	91
거버넌스	2-9	지배구조 및 구성	72, 95
	2-10	최고의사결정기구의 임명 및 선정	72
	2-11	최고의사결정기구의 의장	72-73
	2-12	최고의사결정기구의 역할	73
	2-13	기업의 영향 관리에 대한 책임 위임	73
	2-14	지속가능성 보고에 있어 최고의사결정기구의 역할	13, 73, 78-79
	2-15	이해관계의 상충	72
	2-16	중요 사안에 대한 커뮤니케이션	13, 73, 78, 81
	2-17	최고의사결정기구의 전문성	72
	2-18	최고의사결정기구의 활동에 대한 평가	74
	2-19	보수 정책	74
	2-20	보수 결정 절차	74

구분	지표 명	페이지	비고
전략, 정책 및 실행	2-22	지속가능한 발전 전략에 대한 성명서	5
	2-23	정책 선언	27, 32, 45, 47, 50, 52, 54, 57, 62
	2-24	책임 있는 비즈니스 행동을 내포하는 정책 내재화	27, 32, 45, 47, 50, 52, 54, 57, 62
	2-25	부정적 영향 완화 절차	45, 58
	2-26	제기된 우려사항 및 자문에 대한 메커니즘	24, 45, 55, 76
	2-27	컴플라이언스	95-96
	2-28	단체 협약	103
	2-29	이해관계자 참여 및 소통	24
	2-30	전체 직원의 단체교섭 비율	98
중대성 이슈 공개	3-1	중대성 평가 수행 과정	21-23
	3-2	중대성 이슈 리스트	21-23
	3-3	중대성 이슈 관리	21-23

GRI Standards Index | Universal Standards

Economic Performance (GRI 200)

구분	지표 명	페이지	비고
경제 성과	201-1	직접적 경제 가치의 창출 및 배분	16, 88
	201-2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	81-86
	201-3	조직의 확정급여형 연금제도 채무 총당	사업보고서 p.168 참조
	201-4	정부 지원 보조금 수혜 실적	사업보고서 p.51 참조
시장 지위	202-1	사업장의 현지 법정최저임금 대비 성별 신입사원 임금 비율	93, 98
간접경제효과	203-1	인프라 투자 및 서비스 제공	67-70
	203-2	중요한 간접적 경제 파급효과 및 영향	16, 18-19, 67-70
반부패	205-1	부패와 관련된 위험을 평가한 사업장	정보 불완전성 향후 관리 예정
	205-2	반부패 정책과 관련된 커뮤니케이션 및 훈련 절차	52-53, 75-77, 96
	205-3	확인된 부패 사건과 그에 대한 조치	96
독점 행위	206-1	반경쟁 행위, 반독점 및 독점 행위에 대한 법적 조치	96
조세	207-2	세금에 대한 거버넌스, 통제 및 리스크 관리	78-79

Environmental Performance(GRI 300)

구분	지표 명	페이지	비고
에너지	302-1	조직 내 에너지 소비량	90
	302-2	조직 외부의 에너지 소비량	90
	302-3	에너지 집약도	90
	302-4	에너지 소비 감축	90
	302-5	제품 및 서비스의 에너지 사용량 감축	18, 33-35, 38
용수 및 폐수	303-1	수자원 사용 및 관리 현황	34, 90
	303-3	용수 취수량	90
	303-4	용수 배출량	90
배출	303-5	용수 소비량	90
	305-1	직접 온실가스 배출량(Scope 1)	89
	305-2	간접 온실가스 배출량(Scope 2)	89
	305-3	기타 간접 온실가스 배출량(Scope 3)	89
	305-4	온실가스 배출 집약도	89
	305-5	온실가스 배출 감축	29, 86, 89
폐기물	305-6	오존층 파괴 물질의 배출	97
	306-1	폐기물 발생 및 주요 폐기물 관련 영향	22, 36-37
	306-2	주요 폐기물 관련 영향 관리	18, 33, 36-37
	306-3	폐기물 발생	36-37, 89
	306-4	재활용된 폐기물	89
공급망 환경평가	306-5	폐기 처리된 폐기물	89
	308-1	환경성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	51, 94
	308-2	공급망 내 실질적 또는 잠재적인 중대한 부정적 환경영향 및 그에 대한 조치	51, 94

GRI Standards Index | Topic Standards

Social Performance (GRI 400)

구분	지표 명	페이지	비고
고용	401-1 신규 채용 및 이직자	91-92	
	401-2 상근직 근로자에게만 제공되는 혜택	44	
	401-3 육아휴직	92	
산업안전보건	403-1 산업보건안전관리시스템	정보 불완전성	산업보건안전 관리시스템 미획득
	403-2 위험 식별, 위험 평가 및 사고 조사	47-49	
	403-3 사업장 보건 서비스	47-49	
	403-4 사업장 안전 보건 관련 임직원 참여 및 소통	47-49	
	403-5 근로자 산업 안전보건 교육	49,93	
	403-6 임직원 건강 증진 활동	44	
	403-7 비즈니스 관계와 직접 연계된 작업 건강 및 안전 리스크 예방 및 완화	47-49	
	403-8 산업안전보건경영시스템의 적용을 받는 임직원	정보 불완전성	산업보건안전 관리시스템 미획득
	403-9 업무 관련 상해	93	
	403-10 업무 관련 건강상태(작업과 관련된 질병)	93	
훈련 및 교육	404-1 임직원 1인당 평균 교육 시간	92	
	404-2 임직원 역량 강화 및 전환 지원을 위한 프로그램	42	
	404-3 정기 성과평가 및 경력개발 점검을 받은 임직원 비율	92	
다양성과 기회 균등	405-1 이사회 및 구성원의 다양성	72,91,95	
	405-2 남성 대비 여성의 기본급여 및 보수 비율 (근로자 범주별, 주요 사업장별)	93	
차별금지	406-1 차별 사건 및 이에 대한 시정 조치	93	
보안 관행	410-1 인권 정책 및 절차에 대한 훈련을 받은 보안 요원	45-46	

구분	지표 명	페이지	비고
지역사회	413-1 지역사회의 참여, 영향 평가 및 증진 프로그램을 운영하는 사업장 비율	24, 67-69	
공급업체 사회적 영향 평가	414-1 사회 영향 평가기준을 이용하여 심사를 거친 신규 협력회사	51, 94	
	414-2 공급망 내 주요한 부정적인 사회 영향과 이에 대한 시정 조치	51, 94	
시장 지위 간접경제효과	416-1 안전보건 영향을 평가를 실시한 주요 제품 및 서비스군의 비율	64, 66	
	416-2 제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건	94	
마케팅 및 라벨링	417-1 제품 및 서비스의 정보 및 라벨링 절차에 따라 요구되는 정보유형	정보 불완전성	향후 관리 예정
	417-2 제품 및 서비스 정보 라벨링과 관련된 법규 위반 사례	94	
	417-3 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법규 위반 사례	94	
고객정보보호	418-1 고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	97	

UN SDGs 연계 활동

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

UN SDGs 목표 추진 방향	주요 활동
<p>2 ZERO HUNGER</p> <p>식량안보 및 지속가능한 농업 강화</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 인증 원재료 조달 · 고물가 대응 상품 출시
<p>3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING</p> <p>건강하고 행복한 삶 보장</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 건강검진 및 의료비 지원 등의 임직원 복리후생 프로그램 운영 · 사업장 안전점검 및 위험성 평가 실시 · 원재료 안전성 관리 및 건강한 식품 개발
<p>5 GENDER EQUALITY</p> <p>성평등 보장</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 인재육성 프로그램 운영 · D&위원회 운영 · 가족친화기업 인증 취득(출산지원금 지급, 육아 휴 직 제도 및 사내 어린이집 운영)
<p>6 CLEAN WATER AND SANITATION</p> <p>건강하고 안전한 물 관리</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 절수형 혼합수전 도입
<p>7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY</p> <p>에너지의 친환경적 생산과 소비</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 태양광 패널 설치 및 운영 · SEMS 도입 매장 확대
<p>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p> <p>좋은 일자리 확대와 경제성장</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 취약계층 일자리 창출 · 파트너사 지원 활동 · 가맹점주와 상생협약 체결 · 협력사 상품 판매 판로 지원
<p>9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE</p> <p>산업의 성장과 혁신 활성화 및 사회기반시설 구축</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 혁신 점포 및 매장 운영 · 오프라인 점포의 사회적 안전망 역할 확대 · 스마트 물류시스템 운영
<p>10 REDUCED INEQUALITIES</p> <p>모든 종류의 불평등 해소</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 취약계층 일자리 창출 · 인권영향평가 실시 · 인권 고충 전달 채널 운영 · D&위원회 운영

UN SDGs 목표 추진 방향	주요 활동
<p>12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</p> <p>지속가능한 생산과 소비</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 디지털 스튜디오 구축 · 친환경 제품 개발 및 확대 · 폐합성수지 폐기물 및 매장 폐전자제품 재활용 · AIoT 수거함 설치 · Recycle Center 운영 · 음식물 쓰레기 퇴비화 · 업사이클링 및 물품 기부 캠페인 진행
<p>13 CLIMATE ACTION</p> <p>기후변화와 대응</p>	<ul style="list-style-type: none"> · ISO 14001 인증 획득한 환경경영시스템 운영 · SEMS 도입 매장 확대 · Scope별 온실가스 저감 활동 진행 · 녹색물류시스템 운영
<p>14 LIFE BELOW WATER</p> <p>해양생태계 보전</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 갯벌 정화 캠페인 실시 · MSC 에코라벨 인증 등 지속가능한 수산물 판매
<p>15 LIFE ON LAND</p> <p>육상생태계 보전</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 동물복지 및 유기농 등 인증 상품 판매 확대 · 반려나무 기부활동 진행 · 생물종 다양성 보존활동 진행 · 산림경영인증(FSC) 종이박스 사용
<p>16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS</p> <p>평화·정의·포용</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 학대 아동 및 가족 심리상담 지원
<p>17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS</p> <p>지구촌 협력 강화</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 기아대책, 굿네이버스 등과 사회공헌 활동 협력 · 극지연구소, 해양수산부와 함께 생물종 다양성 보존 활동 진행 · 보건복지부와 협업해 사회공헌형 점포 운영 · 환경부 연계 임직원 환경교육 강화 · 소방청과 협력해 전국 매장 내 화재진압용품 비치

이니셔티브 및 협회 가입 현황

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

수상 내역

2022.12	GS리테일, 2022 무역의날 700만불 수출의 탑 수상	한국무역협회
	GS리테일 이영기 센터장, [2022 올해의 CIO상]올해의 CISO 선정	한국정보산업연합회
2022.11	GS25, KCSI GS25 편의점부문 19년 연속 1위(총 23회 1위)	한국표준협회
2022.09	GS리테일, 제14회 '자원순환의 날' 기념식 환경부장관상 수상	환경부
2022.06	GS리테일, 2021 대한민국 현식인물(기업/기관) · 브랜드 대상	월간파워코리아
	GS25, GS THE FRESH, GS SHOP 2022 한국서비스 품질지수(KS-SQI) 수상 (GS25 연속 10년 총 19회, GS THE FRESH 연속 7년 총 8회, GS SHOP 총 8회)	한국표준협회
2022.02	GS SHOP 전철민 상무, 식약처 표창 수상	식약처
2022.01	GS리테일, 2022년 대한민국을 빛낸 인물 브랜드 대상 사회공헌부문 대상 수상	월간파워코리아

온실가스 검증의견서

검증 범위

(주)에스리테일의 운영통제 하에 있는 모든 사업장 및 배출시설을 대상으로 검증

검증 기준

- ISO 14064-1:2006, ISO 14064-3:2006
- IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories (2006)
- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 운영지침
- WRI/WBCSD GHG Protocol

검증 한계


검증은 기준 및 방법 등을 적용하는 과정에서 발생될 수 있는 고유의 한계를 내포하고 있습니다.

검증 의견

- 온실가스 배출량 검증은 검증기준에 의해 제한적 보증수준을 만족하도록 수행되었습니다.
- 검증과정 중 배출량 산정에 중대한 오류가 발견되지 않았으며, 관련 활동자료와 증빙이 적절하게 관리되어 산정되었음을 표명합니다. 최종 "적정" 의견을 제시합니다.

검증년도	직접배출(Scope 1)	간접배출(Scope 2)	기타간접배출(Scope 3)	총량(tCO ₂ -eq)
2022	3,429.095	68,295.630	513,882.625	585,607
2021	1,481.816	63,498.619	514,275.231	579,256
2020	866.894	60,757.149	499,073.716	560,698

※ Scope3 Category 2/3/4/5/13/15



온실가스 배출량 검증성명서

Independent Verification Statement

(주)에스리테일
 (한국환경영인증원은 (주)에스리테일의 2020-2022년도 온실가스 배출량(SCOPE1,2,3)에 대한 검증을 수행하였습니다.)

검증 범위
 (주)에스리테일의 운영통제 하에 있는 모든 사업장 및 배출시설을 대상으로 검증

검증 기준

- ISO 14064-1:2006, ISO 14064-3:2006
- IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories (2006)
- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 운영지침

검증 한계
 검증은 기준 및 방법 등을 적용하는 과정에서 발생될 수 있는 고유의 한계를 내포하고 있습니다.


검증 의견

- 온실가스 배출량 검증은 검증기준에 의해 제한적 보증수준을 만족하도록 수행되었습니다.
- 검증과정 중 배출량 산정에 중대한 오류가 발견되지 않았으며, 관련 활동자료와 증빙이 적절하게 관리되어 산정되었음을 표명합니다. 최종 "적정" 의견을 제시합니다.


검증년도	직접배출(Scope1)	간접배출(Scope2)	기타간접배출(Scope3)	총량 (tCO ₂ -eq)
2022	3,429.095	68,295.630	513,882.625	585,607
2021	1,481.816	63,498.619	514,275.231	579,256
2020	866.894	60,757.149	499,073.716	560,698

※ Scope3 Category 2/3/4/5/13/15

2023년 4월 14일



ISO 14064-1



(주)한국경영인증원

KMR_VCV_23004

제3차 검증의견서

2022 GS리테일 지속가능경영보고서 독자 귀중

서문

한국경영인증원(KMR)은 2022 GS리테일 지속가능경영보고서 (이하 “보고서”)의 제3차 검증을 요청 받았습니다. 보고서 작성과 정보에 대한 책임은 GS리테일 경영자에게 있으며, 본 한국경영인증원의 책임은 계약 및 합의된 업무를 준수하고 검증의견서를 발급하는 데 있습니다.

검증 범위 및 기준

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

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

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

GRI Standards 2021 보고 원칙

공통 표준(Universal Standards)

특정주제 표준(Topic Specific Standards)

- GRI 205 : 반부패(Anti-corruption)
- GRI 206 : 경쟁저해행위(Anti-competitive Behavior)
- GRI 302 : 에너지(Energy)
- GRI 306 : 폐기물(Waste)
- GRI 308 : 공급업체 환경평가(Supplier Environmental Assessment)

- GRI 403 : 산업 보건 및 안전(Occupational Health and Safety)
- GRI 405 : 다양성 및 기회균등(Diversity and Equal Opportunity)
- GRI 406 : 차별금지(Non-discrimination)
- GRI 410 : 보안관행(Security Practices)
- GRI 414 : 공급업체 사회 영향 평가(Supplier Social Assessment)
- GRI 416 : 고객 보건 및 안전(Customer Health and Safety)
- GRI 417 : 마케팅 및 라벨링(Marketing and Labeling)

검증방법

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

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

제한사항 및 극복방안

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

제3자 검증의견서

검증결과 및 의견

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

포괄성 원칙

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

중요성 원칙

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

대응성 원칙

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

영향성 원칙

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

특정 지속가능성 성과정보의 신뢰성 및 품질

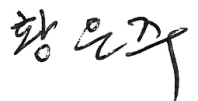
검증팀은 AA1000AP(2018) 원칙 준수 여부에 더해 지속가능성 성과와 관련된 경제, 환경, 사회 성과 정보에 대한 신뢰성 검증을 실시하였습니다. 해당 정보 및 데이터의 검증을 위해 담당자와 인터뷰를 실시하였으며, 데이터 샘플링 및 근거 문서 그리고 외부 출처 및 공공 데이터베이스를 통해 신뢰할 수 있는 데이터임을 확인하였습니다. 검증팀은 지속가능성 성과 정보에서 의도적 오류나 잘못된 기술을 발견하지 못하였습니다.

적격성 및 독립성

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

2023.06 대한민국, 서울



대표이사 

Green Life Together

2022 GS리테일 지속가능경영보고서