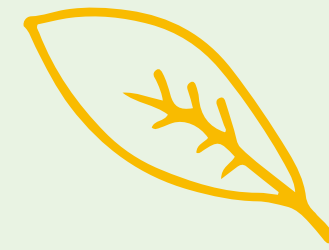


2022 SUSTAINABILITY REPORT

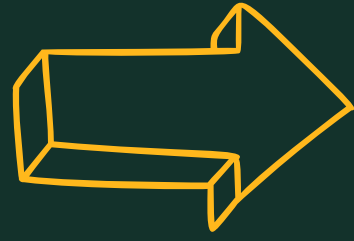


emart
tomorrow

지구의 내일을 우리가 함께

emart





2022 SUSTAINABILITY REPORT

보고서 개요

본 보고서는 이마트의 두 번째 지속가능경영보고서입니다. 본 보고서에는 지속가능경영에 대한 이마트의 마음가짐, 경제·사회·환경적 활동과 성과, 이해관계자와의 소통 과정 등이 담겨 있습니다. 이마트는 지속가능경영요소가 우리 사회 전반에서 더 나은 미래를 위한 삶의 일부로 받아들여 지기를 바라며, 본 보고서를 통해 이마트의 지속가능경영에 대해 이해관계자들과 소통하고 함께 ESG를 실천하고자 합니다.

보고 기간

본 보고서의 정량적 데이터는 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일까지의 활동을 담고 있으며, 이해관계자의 이해를 돕기 위하여 가능한 최근 3년간의 변화를 공개하고자 하였습니다. 정성적 활동은 2022년 1월부터 2023년 6월까지의 활동을 주로 공개하되, 지금까지의 주요 지속가능경영 활동을 함께 정리하였습니다.

작성 기준

본 보고서는 지속가능경영 국제 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standard 2021을 기준으로 보고 항목을 정리하였으며, 이마트에서 지속가능경영 추진 시 준수하고 있는 UN SDGs(UN Sustainable Development Goals), SASB(Sustainability Accounting Standards Board) 등 글로벌 이니셔티브 원칙들을 고려하여 작성되었습니다. 보고서에 포함된 재무정보는 한국채택국제회계 기준(K-IFRS)에 근거하여 작성하였습니다.

보고 범위

본 보고서의 주요 데이터 공개 범위는 이마트의 국내 전 사업장(136개 할인점, 21개 트레이더스, 전문점)을 대상으로 하며, 정성적 데이터는 일부 미국, 베트남 등 해외 사업장의 특이사항을 함께 공개하고 있습니다. 그 외 보고 범위에 주의가 필요한 사항에 대해서는 해당 항목에 별도의 설명을 기재하였습니다.

보고서 검증

본 보고서는 보고서의 신뢰성 확보를 위해 이마트와 이해관계가 없는 제3자 검증기관인 NICE평가정보를 통해 검증을 진행하였습니다. 검증 기준은 AA1000AS를 따르고 있으며 자세한 사항은 Appendix의 제3자 검증의견서를 참고해 주시기 바랍니다.



표지 페이지로 이동



목차 페이지로 이동



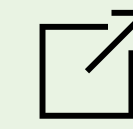
이전 페이지로 이동



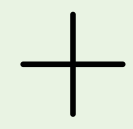
다음 페이지로 이동



직전 페이지로 이동



보고서 내 연관 페이지로 이동



추가 정보 확인을 위한 팝업 또는 링크 제공

CONTENTS

Q&A

Highlights 1.1

2022년 가플지우
'이달의 바다'
캠페인 파트너사
양진아 대표



Highlights 1.2

자연주의 운영 담당
이마트 채소팀
변재민 부장



Highlights 1.3

e-care 센터 운영 담당
이마트 안전관리팀
이호빈 주임



Highlights 1.4

사회공헌 운영 담당
이마트 CSR팀
이지원 과장



About emart

- 4 CEO 메시지
- 6 CSSO 메시지
- 8 Company Overview
- 12 Business Overview

1.0

Sustainability Highlights

- 16 행동으로 지켜내는 환경가치
- 20 가치소비 상품의 집결
- 24 안전하고 건강한 이마트 만들기
- 28 어린이의 다정한 이웃

2.0

Introduction to Sustainability

- 33 지속가능경영 전략
- 35 중대성평가
- 37 이해관계자 소통

3.0

Sustainability Performance

- 39 환경경영
- 54 지속가능상품
- 69 동반성장
- 89 사회책임


4.0

Appendix

- 103 이마트 DATABOOK
- 120 GRI CONTENT INDEX
- 125 SASB INDEX
- 126 UN SDGs
- 128 온실가스 검증의견서
- 129 가입협회 및 수상내역
- 130 제3자 검증의견서
- 132 보고서 제작에 도움을 주신 분들

CEO MESSAGE




ESG가 스며든
옴니채널을 기반으로
새로운 쇼핑경험을
선사하겠습니다.

**온오프 완성형
에코시스템과
쇼핑여정 전반에
걸친 ESG 내재화로
편의성과 가치소비를
동시에 충족시킬
수 있는 새로운
쇼핑문화를
열어가겠습니다.**

항상 이마트에 많은 관심과 성원을 보내주시는 여러분께 감사드립니다.

유통산업은 역사적으로 30년마다 대전환을 겪어 왔습니다. 1960년대 백화점, 1990년대 대형마트, 2010년대 디지털이 변화의 중심에 있었고, 이제는 디지털과 오프라인이 융합된 디지털(Digital: Digital+Physical) 시대로의 전환이 시작되고 있습니다. 이마트는 창립 30주년이자 유통 패러다임의 새로운 전환기에 두 번째 지속가능경영 보고서로 이해관계자 여러분께 인사드리게 되었습니다.

지난 2022년은 전 세계적으로 연이은 금리 인상과 경기 침체, 글로벌 공급망 재편과 원자재 가격 상승 등 불확실성과 변동성이 높은 시기였습니다. 유통시장도 기존 오프라인을 추격하는 온라인 시장의 성장과 이에 대한 오프라인의 대응, 가치소비의 확산 등으로 많은 혁신과 변화가 거듭된 한 해였습니다. 이와 같은 격변의 시기에도 이마트는 온라인과 오프라인간 시너지 확대, 경험요소를 확장한 오프라인 혁신, 디지털 역량 강화 등을 바탕으로 지속적인 성장을 이어 왔습니다. 특히 2023년 6월에는 온라인과 오프라인의 다양한 쇼핑 혜택을 하나로 엮은 ‘신세계 유니버스 클럽’을 런칭하여 또 다른 차원의 쇼핑문화를 제안하였습니다.

변화의 폭이 큰 비즈니스 환경 속에서도 이마트가 유통 리딩 기업으로서의 입지를 다질 수 있었던 데에는 1993년 국내 최초 할인점으로 첫발을 디딘 이후 지역사회와 동고동락하며 국민 장바구니를 지켜온 수호대로서의 역사와 책임감이 원동력이 되었습니다. 이마트는 그동안 고객의 행복을 위해 고민해 왔던 것만큼이나 협력사와의 상생에 대해 고심하고, 지역사회에서 받은 사랑을 지역사회에 환원하고자 노력해 왔습니다. 이제 이마트는 이해관계자와 함께 걸어온 지난 30년의 역사를 발판으로 유통의 새로운 패러다임을 구축하는 발걸음을 시작하고자 합니다.

이마트는 디지털(Digital) 유통 시대에 발맞춰 고객의 변화하는 니즈를 충족시킬 새로운 기준으로 온·오프 완성형 에코시스템을 제안하고자 합니다. 우선, 온라인과 오프라인이 유기적으로 상호 작용하는 옴니 채널을 기반으로 세분화된 쇼핑 니즈를 한 번에 충족시킬 수 있는 새로운 차원의 쇼핑경험을 고객들께 선사하고자 합니다.

동시에 온·오프 밸류체인 전반과 소비 여정 전과정에 걸쳐 ESG 요소를 내재화함으로써 가치소비 실현에 앞장서고자 합니다. 이를 위해 협력사의 ESG 역량 개선을 지원하면서 온·오프 플랫폼 내 지속가능상품의 판매를 확대해 나가고자 합니다. 임직원과는 성장의 결실과 지속가능성 가치를 함께 공유하며 자부심과 긍지를 높여갈 것이고, 노브랜드 상생 스토어, 친환경 장바구니 등 그동안 이마트가 최초로 도입했던 수많은 활동들처럼 지역사회와 지구 환경에 보탬이 되는 다양한 활동들을 이어 가고자 합니다.

이마트는 지난 30년 동안 대한민국의 유통혁신을 선도해 왔듯이 앞으로도 온·오프 완성형 에코시스템과 쇼핑여정 전반에 걸친 ESG 내재화로 편의성과 가치소비를 동시에 충족시킬 수 있는 새로운 쇼핑문화의 시대를 열어가겠습니다.

이마트가 혁신 DNA와 지속가능성 가치를 기반으로 신뢰받는 일등기업으로 발전해 갈 수 있도록 변함없는 관심과 격려를 부탁드립니다.

감사합니다.

이마트 대표이사 강희석



CSSO MESSAGE



이마트가 ESG실천의
동반자가 되어
생활 속의 ESG실천을
함께 하겠습니다

**이마트는 작은 실천이
가져올 커다란 변화를
믿습니다. 이해관계자의
ESG실천 동반자가 되어
일상 속에서 ESG를
실천할 수 있도록
이마트가 한발 앞서
준비하겠습니다.**

존경하는 이해관계자 여러분, 이렇게 두 번째 지속가능경영 보고서를 통해 이마트의 지속가능경영 성과를 공유하게 되어 반갑습니다.

이제 ESG는 하나의 문화이자 시대정신이 되어가고 있습니다. 이마트 역시 사업 부문 전반에서 ESG경영을 내재화하기 위해 지원본부에서 ESG경영을 총괄하고 있습니다.

이마트의 ESG 경영은 크게 4대 중점 분야를 축으로 추진되고 있습니다.

첫 번째 중점 분야는 ‘환경경영’입니다. 이마트는 2050 Net Zero를 목표로 에너지 효율 제고와 자원순환 시스템 확대를 추진하고 있습니다. 에너지절약전문기업(ESCO) 사업을 통해 매장이나 물류센터의 에너지 효율을 높이면서 탄소 배출을 감축하는 한편, 폐기물을 자원으로 재생해서 새로운 가치를 부여하는 ‘자원순환시스템’을 구축해 나가고 있습니다. 2022년에는 선도적으로 매장 및 물류센터에서 약 1,066톤의 스트레치 필름을 회수하여 재자원화하였습니다.

이마트는 투모로우(tomorrow) 캠페인을 통해 친환경 소비문화 확산에도 앞장서고 있습니다. 고객의 작은 실천 하나하나가 모여 커다란 변화를 만들 수 있다는 신념하에, 친환경 문화 확산의 구심점으로서 이마트가 의미 있는 역할을 해 나가고자 합니다. 이를 위해 매장 내 폐플라스틱 수거, 모바일 영수증 발급, 리필스테이션 운영, 연안정화활동 등 고객이 쉽게 참여할 수 있는 친환경 캠페인을 확대하고 있습니다.

두 번째 중점 분야는 지속가능상품의 확대입니다. 고객과 상품 공급 협력사간 중개자 역할을 하는 유통업계의 지속가능상품 확대는 다양한 제조 산업의 지속가능경영 동참을 유도하는 중요한 기제가 될 수 있습니다. 이러한 관점에서 이마트는 2022년 업계 최초로 상품 지속가능성 이니셔티브(PSI: Product Sustainability Initiative)를 발족해 지속가능상품에 대한 표준을 정립하고 관련 상품의 확대를 추진하고 있습니다.

특히 패키징과 관련해서는 현업에 있는 바이어, 협력사 등에서 쉽게 이해하고 적용할 수 있도록 지속가능 패키징 Playbook을 만들어 이마트 홈페이지를 통해 공유하고 있습니다.

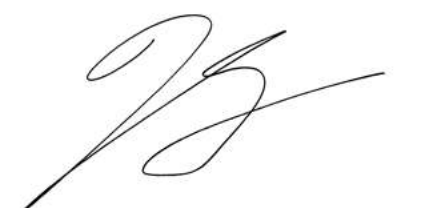
세 번째 중점 분야는 동반성장 강화입니다. 기존의 동반성장이 CSR 차원이었다면 전방위적으로 ESG가 요구되는 시대에 발맞춰 중소 협력사도 ESG 역량을 개선해 나갈 수 있도록 지원하는 데 역점을 두고 있습니다. 또한 임직원들이 만족감과 자긍심을 갖고 함께 성장해 갈 수 있는 조직문화를 구축해 가고자 합니다. 인권경영의 중요성을 강조하고, 임직원들이 보다 쾌적하고 안전한 환경에서 일할 수 있도록 선제적 관리를 강화하고 있습니다.

마지막 중점 분야는 사회적 책임 고도화로, 윤리경영, 투명경영과 더불어 사회 공헌활동의 가치와 영향력을 높여 긍정의 변화를 이끌어 가고자 합니다. 최근에는 국산 먹거리를 키우는 ‘국산의 힘’ 프로젝트와 전국의 숨은 토산품들을 발굴해 판로 및 홍보를 지원하는 ‘재발견 프로젝트’를 확대하고 어린이와 지역사회의 건강한 발전을 지원하는 프로그램을 다양하게 추진하고 있습니다.

이마트는 앞으로도 내·외부 이해관계자의 ESG실천 동반자가 되어 지속적인 소통을 바탕으로 ESG 경영의 리더십을 발휘해 나가겠습니다. 이해관계자 여러분의 많은 응원과 동참을 부탁드립니다.

감사합니다.

이마트 지원본부장 강승협



COMPANY OVERVIEW

이마트는 1993년 1호점인 창동점 개점 이래, 고객의 행복하고 건강한 라이프스타일을 창조하는 대한민국 1등 할인점으로 30년의 역사를 쌓아왔습니다.



이마트는 단순한 유통기업을 넘어 고객에게 새로운 가치 체험을 제안하고 유통산업의 지속가능한 발전을 리딩하는 기업으로 자리매김하고 있습니다. 이마트는 국내 할인점 역사상 최초의 자체 식품가공센터 오픈을 시작으로 온라인 전용 물류센터, 체험형 가전 전문점, 복합 식문화 리테일 매장 등 최초의 역사를 거듭하며 유통시장의 혁신을 이끌어 왔으며, 최근 디지털(Digital: Digital+Physical) 유통 시대에 발맞춰 온·오프 완성형 에코시스템 구축으로 또 한 번 최초의 도전을 시작하고 있습니다. 특히 2023년 6월에는 온라인과 오프라인의 다양한 쇼핑 혜택들을 하나로 엮은 ‘신세계 유니버스 클럽’을 런칭하여 새로운 차원의 쇼핑문화를 제안하였습니다. 이마트는 앞으로도 핵심 경쟁력 강화를 통한 지속적인 성장과 온·오프 시너지로 차별화된 고객만족을 실현해 나가겠습니다.

회사명	(주)이마트						
사업부문 (별도기준)	<table border="0"> <tr> <td>이마트</td> <td>할인점</td> </tr> <tr> <td>트레이더스</td> <td>창고형 할인점</td> </tr> <tr> <td>전문점</td> <td>노브랜드, 일렉트로마트, 몰리스 펫 샵, SSG푸드마켓, 토이킹덤, 마리스베이비스쿨</td> </tr> </table>	이마트	할인점	트레이더스	창고형 할인점	전문점	노브랜드, 일렉트로마트, 몰리스 펫 샵, SSG푸드마켓, 토이킹덤, 마리스베이비스쿨
이마트	할인점						
트레이더스	창고형 할인점						
전문점	노브랜드, 일렉트로마트, 몰리스 펫 샵, SSG푸드마켓, 토이킹덤, 마리스베이비스쿨						
1호점 오픈/ 설립일	1993.11.12 이마트 창동점 1호점 오픈 (국내 최초 할인점) 2011. 5. 3 (주)신세계의 대형마트 사업부문이 (주)이마트로 법인 분할						
본사위치	서울특별시 중구 세종대로7길 37						
대표이사	강희석						
임직원 수	23,844명 * 사업보고서 기준 인원 + 비정규직 임직원수						
기업신용등급 (2022말)	AA (NICE신용평가 기준 회사채평가)						
ESG평가 등급 (2022)	A (한국ESG기준원 발표 기준)						
연결대상 종속기업	(주)이마트 에브리데이, (주)이마트 24, (주)신세계프라퍼티, (주)에스에스지닷컴, (주)에스씨케이컴퍼니, (주)조선호텔앤리조트, (주)신세계푸드, (주)신세계엘앤비 등 50개 종속기업						
이마트의 자세한 종속기업 현황을 확인할 수 있습니다.							

COMPANY OVERVIEW - BUSINESS PERFORMANCE

BUSINESS PERFORMANCE

영업 실적 (억 원)	2020	2021	2022
총 매출액	155,354	164,514	169,020
영업이익	2,950	2,659	2,589
당기순이익	5,607	7,747	10,507

* 이마트 별도기준이며, 기타(주유소 등) 제외

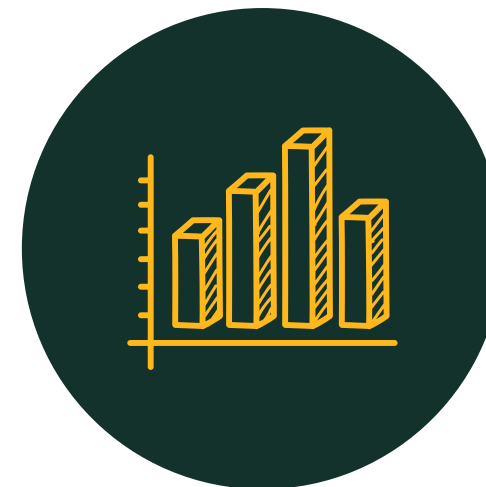
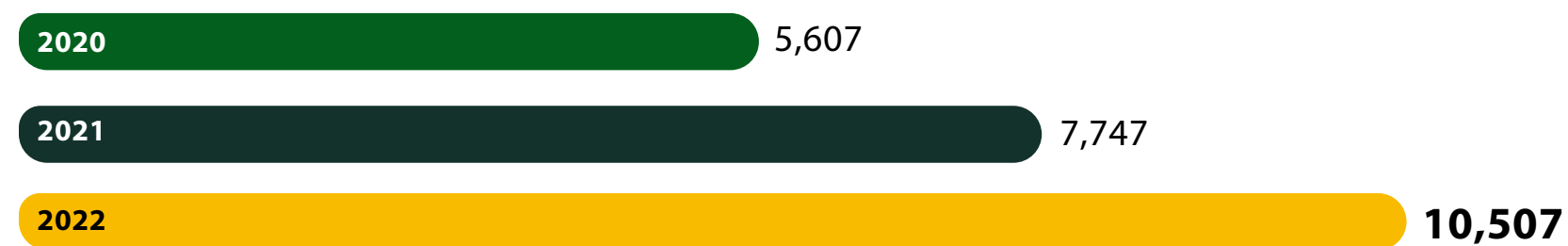
총 매출액



영업이익

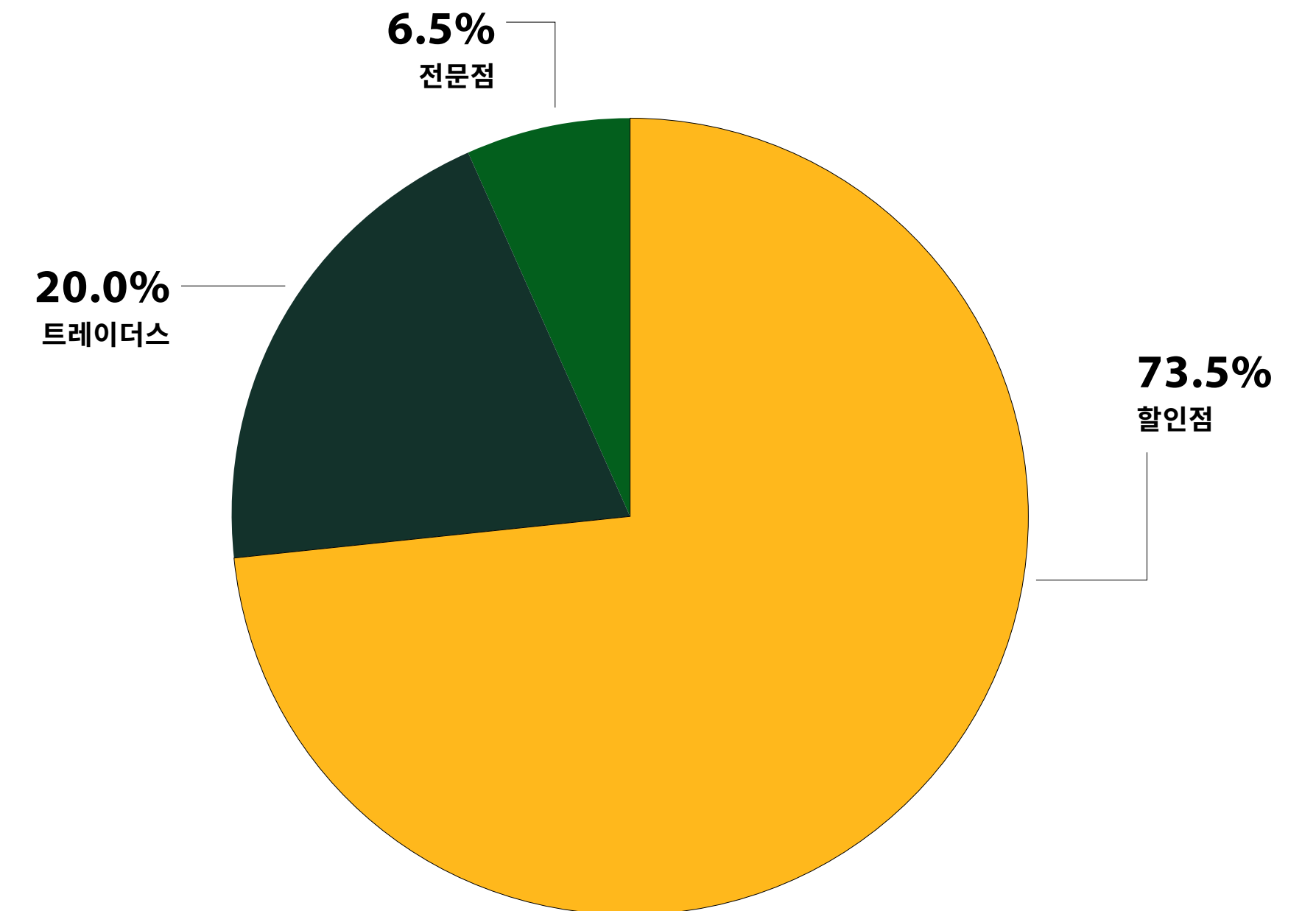


당기순이익



BUSINESS PERFORMANCE BY DIVISION

사업부문별 매출 (억 원)	2020	2021	2022
할인점	112,281	118,418	124,153
트레이더스	28,946	33,150	33,867
전문점	12,340	12,399	10,907



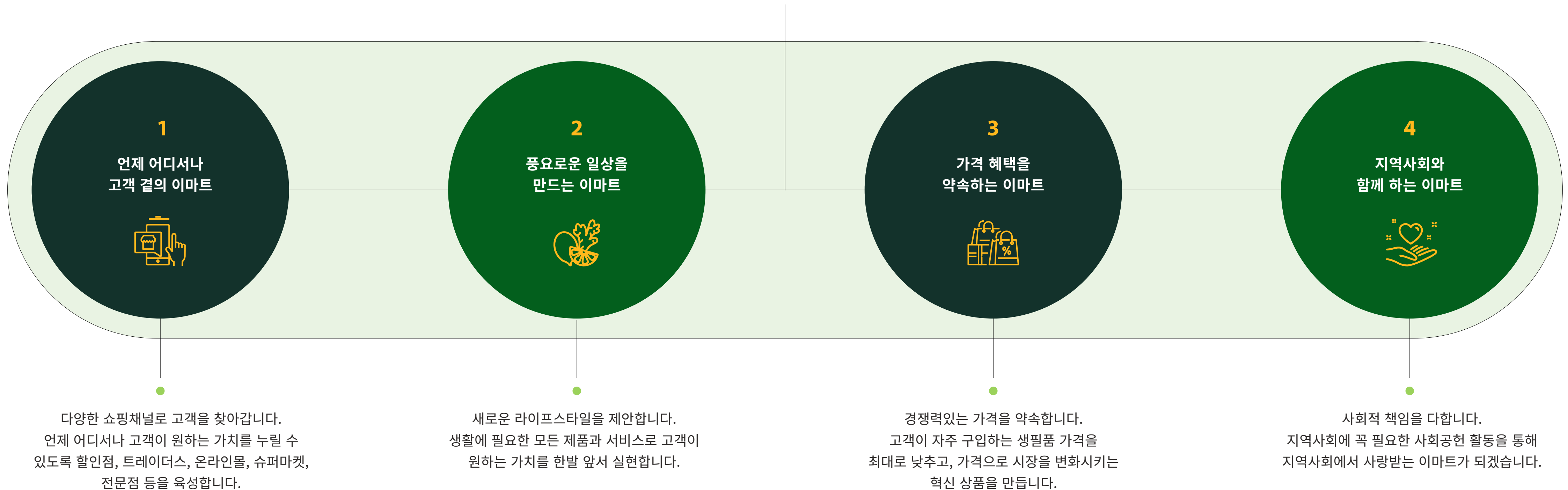
COMPANY OVERVIEW - VISION

이마트는 창사이래 고객의 행복한 라이프스타일을 만들고
지역사회와 함께 발전하는 국민기업이 되는 길을 모색해왔습니다.
사회적 책임 이행과 혁신을 기반으로 언제 어디서나 국민의 삶에
보탬이 되는 친근한 이웃이 되겠습니다.



풍요로운 가치를 창조하는 기업

고객의 행복한 라이프스타일을 만들고 지역사회와 함께 발전하는 국민기업이 되겠습니다.



COMPANY OVERVIEW - HISTORY



이마트는 1993년 대한민국 최초의 할인점 오픈에서부터 세계 최대 규모 물류센터 운영, 유통업 최초 친환경 인증 점포 오픈, 한국 유통업계 최초 해외 점포 오픈, 노브랜드 상생스토어 운영 등 혁신적인 발자취를 이어가며 대한민국 유통사에 새로운 역사를 만들어가고 있습니다.

이마트 비즈니스의 성장

이마트 ESG경영의 성장

1993 – 2003

비즈니스의 성장과 윤리경영의 태동

- 1993.11 이마트 1호점 창동점 오픈 (대한민국 최초 할인점)
- 1996.12 이마트 물류센터 오픈 (국내 할인점 최초)
- 1997.02 중국 이마트 1호점 상하이 취양점 오픈 (한국 유통업계 최초 해외 점포)
- 1998.02 이마트 식품가공센터 오픈 (국내 할인점 최초 식품 가공센터)
- 2003.02 금탑산업훈장 수상 (한국 유통업체 최초)

- 1999.12 윤리경영 선포
- 2003.03 윤리경영 캐릭터 '바르미'탄생
- 2004.12 UN반부패의 날 기념식 및 제4회 투명사회 기여상 수상

2004 – 2009

혁신적인 도전으로 만드는 새로운 기록

- 2004.08 이마트 온라인쇼핑몰 오픈
- 2006.10 이마트 101호점 익산점 오픈 (국내 할인점 최초 100호점 돌파)
- 2008.07 이마트 여주 물류센터 오픈

- 2005.01 윤리헌장 제정, 가치체계 개선
- 2007.03 희망장난감도서관 1호관 개관(제주)
- 2008.01 유통업 최초 녹색건축 인증 점포 오픈(이마트 동탄점)
- 2009.02 비닐쇼핑백 없는 점포 선언

2010 – 2016

새로운 가치의 발견

- 2011.05 (주)신세계와 (주)이마트로 법인 분할
- 2011.08 이마트 미트센터 오픈 (국내 유통업 최초 축산물 가공센터)
- 2012.09 이마트 후레쉬센터 오픈 (국내 최초 농수산물 가공센터)
- 2015.12 이마트 베트남 1호점 오픈
- 2016.07 이마트 몽골1호점 징기스점 오픈
- 2016.11 이마트 트레이더스 매출 1조원 돌파

- 2010.01 업계 최초 납품대금 100% 현금결제
- 2011.11 베트남 해외봉사단 파견
- 2013.01 사회적 책임경영 선포
- 2016.08 노브랜드 상생스토어 1호점 (당진어시장점) 오픈

2017 – 2022

지속가능한 성장을 위한 끊임없는 도전

- 2018.07 PK리테일홀딩스(미국법인) 설립
- 2021.06 지마켓글로벌(유한책임회사) 지분 양수도 계약 체결
- 2021.09 (주)스타벅스코리아 최대주주 지분변동 (이마트 67.5%)
- 2022.06 이마트 트레이더스 동탄점 오픈 (녹색건축인증)

- 2017.01 종이영수증 없는 점포 캠페인 런칭
- 2021.04 ESG 위원회 설치
- 2022.07 지속가능경영보고서 최초 발간

BUSINESS OVERVIEW - BUSINESS UNIT

대한민국 1등 할인점,
이마트



1993년 창동점 오픈 이후 30년간 대한민국 유통 산업의 발전을 이끌어 온 이마트는 국내 136개 점포에서 오프라인 특성을 살린 차별화된 쇼핑 경험을 제공하고 있습니다.



국내

136

합리적인 가격의 창고형 할인매장,
이마트 트레이더스



창고형 할인점인 이마트 트레이더스는 대량 매입, 간편 포장, 묶음 판매 등을 통한 운영 혁신으로 국내 21개 점포에서 획기적이고 다양한 상품을 합리적인 가격으로 선보이고 있습니다.



국내

21

ONE DIGITAL UNIVERSE,
온라인몰



97개 PP센터와 3개의 온라인 전용 물류센터 NE.O로 배송 인프라를 강화하고 예약배송, 새벽배송, 택배배송 등 다양한 배송 시스템 도입으로 디지털 생활 권역을 구현하고 있습니다.



PP센터 (with EOS)

97

NE.O

3

*EOS: Emart Online Store
*NE.O: NExt generation Online Store

다양한 라이프 스타일에 맞춘
특화매장, 전문점



고객의 니즈에 맞춘 특화매장을 운영하고 있습니다.

No Brand



노브랜드:
차별화된 초저가 매장



일렉트로마트:
체험테마형 가전 전문점

Molly's
PET SHOP

몰리스 펫 샵:
반려동물 원스톱 멀티숍

SSG 푸드마켓

SSG 푸드마켓:
도시형 최고급 슈퍼마켓



토이킹덤:
체험형 장난감 전문매장



몰리스베이비서클:
유아용품 전문매장

이마트는 핵심 사업으로 대한민국 1등 할인점 '이마트', 합리적 가격의 창고형 매장인 '트레이더스', PP센터와 전용 물류센터를 갖춘 온라인 사업, 다양한 라이프 스타일에 맞춘 차별화된 전문점을 운영하고 있습니다.

이마트는 어려운 경영 환경 속에서도 2022년 21번째 창고형 할인점인 트레이더스 동탄점을 신규 오픈하였으며, 좋은 품질의 상품을 합리적인 가격에 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 이를 위해 신선·가공 등 식품 관련 그로서리 경쟁력 강화 및 차별화, 상품 특성에 맞는 가격 방향성 수립으로 고객과 시장 중심의 경영 체제를 구축하고 있습니다. 또한 체험형 매장 공간 구성과 상품 구성 최적화를 통해 기존점의 혁신을 꾀하고, 녹색 매장 등 차별화된 공간 활용성을 지닌 신규 매장 오픈으로 사업영역을 지속적으로 확장하고 있습니다. 더불어 다양한 고객 취향에 맞춘 전문점은 지속적으로 과감한 구조 개편을 통해 수익 개선에 중점을 두고 있습니다.

BUSINESS OVERVIEW - BUSINESS NETWORK

국내 사업

몰타입의 미래형 오프라인 마트 + 온·오프라인 완성형 에코시스템으로 차별화된 쇼핑 경험 제공

이마트는 할인점 채널인 ‘이마트’, 창고형 매장인 ‘이마트 트레이더스’, 차별화된 전문점, 온라인 판매 등 판매채널의 다변화를 추진하고 있습니다. 오프라인 채널은 지역 1번지 거점으로 생활편의와 다양한 체험을 제공하는 복합 문화공간으로 경쟁력을 강화하고 있으며, 온라인과 오프라인이 유기적으로 상호 작용하는 온·오프 완성형 에코시스템 구축으로 새로운 차원의 쇼핑 경험을 제공하고 있습니다. 또한 자체개발상품(PL)과 해외 소싱 상품을 확대하여 브랜드 아이덴티티를 강화하고 상품과 가격 경쟁력을 확보하고 있습니다.

미국 시장

새로운 시장 가능성을 키우는 Local & Organic Premium Grocery Market

미국 현지에 BF(Bristol Farms), LA(Lazy Acres), MM(Metropolitan Market), NSM(New Seasons Market), NL(New Leaf) 5개 브랜드, 53개 그로서리 마켓을 운영하며 성장기반을 다지고 있습니다. 미국 법인은 다양한 식문화를 경험할 수 있는 차별화된 프리미엄 그로서리 마켓을 지향하며, 2022년에는 미국 프리미엄 와이너리 ‘쉐이퍼 빈야드’를 인수하며 미국 시장 내 경쟁력을 높였습니다.

아시아 시장

K-유통의 노하우로 성장하는 아시아 시장

이마트

베트남

이마트는 현지 유통 업체 Thaco와 마스터 프랜차이즈 계약을 맺고 K-유통 노하우를 전수하여 시장의 판도를 바꾸고 있습니다. 2023년 3호점을 오픈할 예정이며, 2025년까지 7개점으로 확장할 계획입니다.

몽골

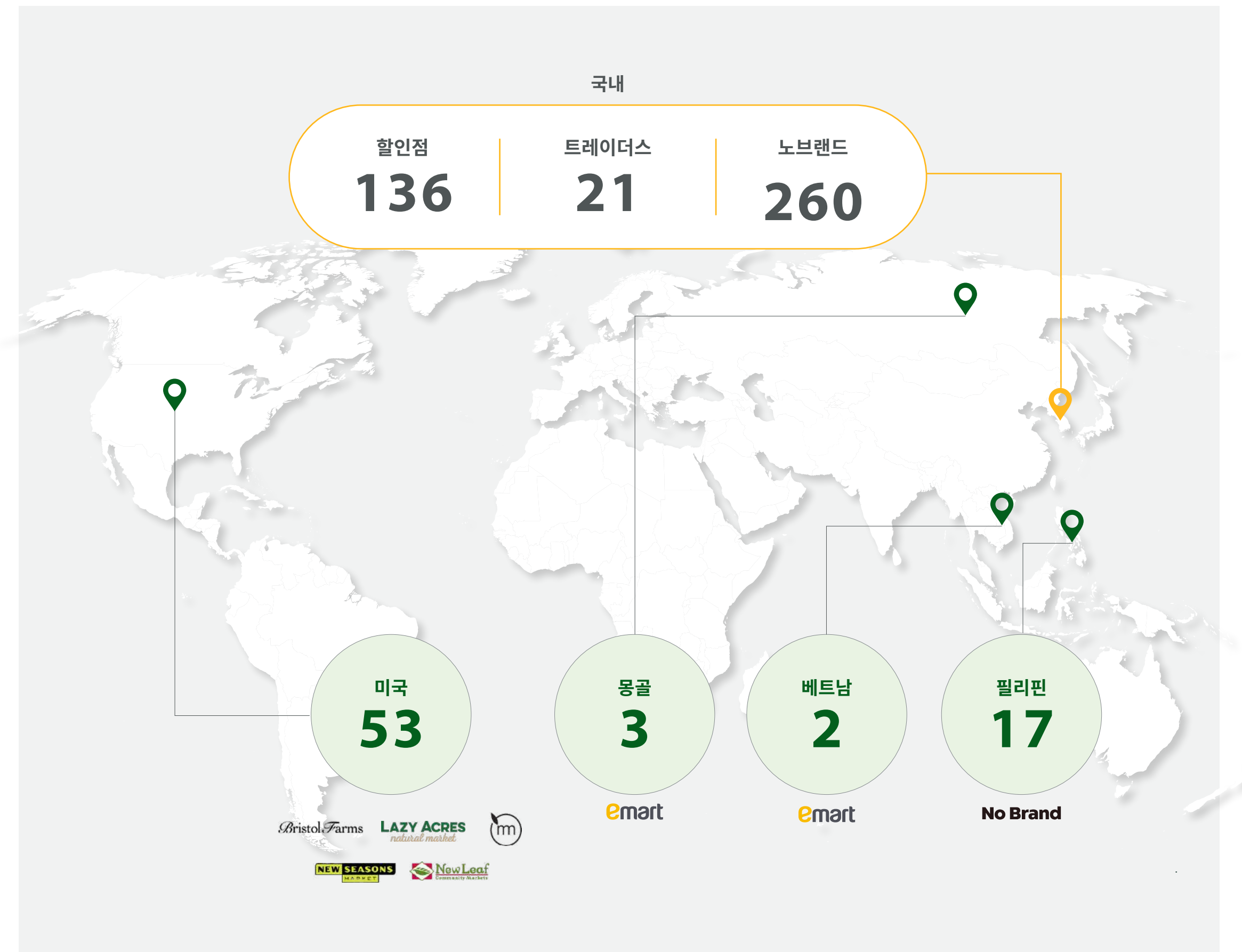
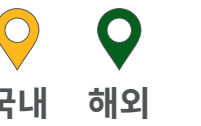
2016년 울란바토르에 1호점 개점 후 3개 점포를 운영 중입니다. 이마트는 신선식품 및 양질의 생활용품을 판매하고 있으며, 한국 상품에 대한 관심이 높아지면서 현지에 식품 가공센터를 구축하는 등 빠른 성장을 보이고 있습니다.

노브랜드

필리핀

2019년 노브랜드가 진출한 이후 스낵, 커피, 차에서 조미료, 냉동식품까지 상품 구색을 확장하고, 쿼커머스 플랫폼과의 제휴를 통해 경쟁력을 높이며 2022년 17개 점으로 영향력을 확장하였습니다.

점포현황 (개) (2022년 12월 기준)



BUSINESS OVERVIEW - 로지스틱스



Fresh센터
(2012년 9월 오픈)

경기도 이천에 위치한 농수산물 유통센터로서 복잡한 농수산물의 유통단계를 단순화하여 신선식품 가격 안정화에 기여합니다.



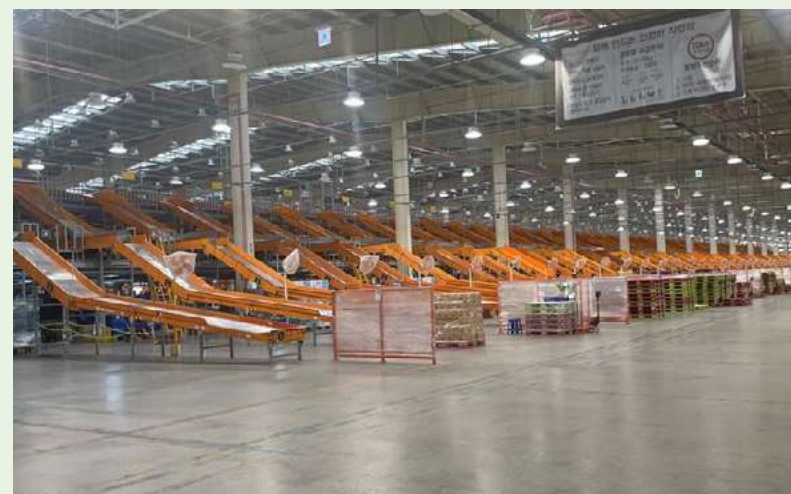
Meat 센터
(2011년 8월 오픈)

경기도 광주에 위치한 수산/축산물 유통센터로서 복잡한 유통단계를 단순화하여 저렴하고 신선한 수산/축산물을 제공합니다.



NE.O 센터
(온라인 전용 물류센터)

2014년 9월, 국내 최초의 온라인 전용 센터이자 국내 최초 완전 자동화 물류센터인 NE.O 001을 오픈한 이후, 자체 S/W를 적용한 NE.O 002, Real Time 스케줄링과 최적의 동선을 구현한 NE.O 003을 운영하며 효율적이고 친환경적인 물류 유통망을 선보이고 있습니다.



이마트 물류센터
(2022년 기준 9개)

1996년 12월 국내 할인점 최초로 물류센터를 오픈한 이후 지속적인 물류센터 오픈으로 효율적인 전국 물류 시스템을 완성하고 있습니다.



PP센터
(2022년 기준 97개)

이마트와 트레이더스 점포 내에 자동 피킹 시스템과 자동 패키징 시스템 등 최첨단 설비가 구축된 PP(Picking & Packing) 센터를 두어 오프라인 인프라와 디지털 역량이 통합된 디지털 에코시스템을 구축하고 있습니다.



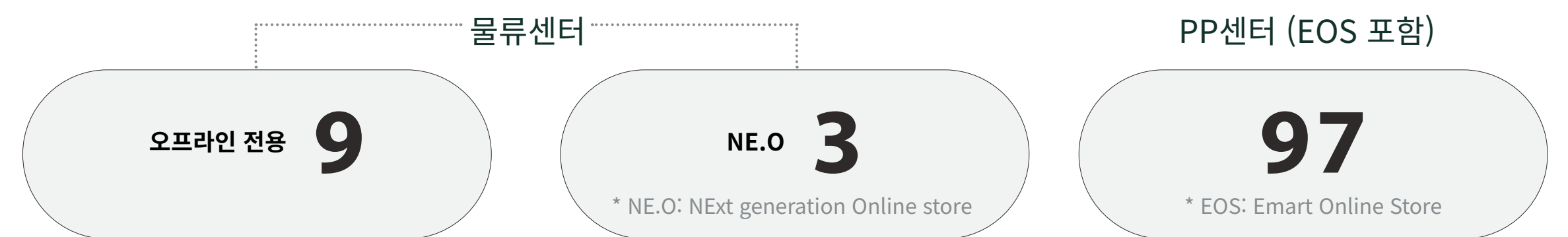
상품안전센터
(2015년 2월 신설)

국제공인 시험기관으로 인증받은 전문 검증센터로 이마트 신선식품 및 PL상품, 직소성 상품에 대한 법적 기준 및 안전성을 사전 검증하여 고객들에게 더욱 안전한 상품을 제공하는데 기여하고 있습니다.



최초의 최초를 거듭하며 유통업계의 혁신을 불러온 이마트 물류 시스템은 채소, 과일 등 신선 농산물 공급을 담당하는 Fresh 센터와 수산, 축산물 공급을 담당하는 Meat센터, 2008년 당시 아시아 최대 규모로 오픈한 여주 물류센터를 비롯한 9개 물류센터가 주축을 이루고 있습니다. 아울러 24시간 온라인 장보기 물류 서비스를 제공하는 아시아 최초 온라인 전용 물류센터인 NE.O센터(NExt generation Online store)와 이마트 매장을 거점으로 하는 PP(Picking & Packing) 센터, 상품 안전성을 검증하는 상품안전센터 등 온·오프라인 완성형 에코시스템 구축을 위한 촘촘한 로지스틱스 체계를 구축하고 있습니다.

이마트 로지스틱스 현황 (2022년 12월 기준)



1.0 Sustainability Highlights

Q.

2022년 이마트 지속가능경영은 어떤 방향으로 어떻게 성장하였습니까?

- 1.1 행동으로 지켜내는 환경가치 - 이달의 바다
- 1.2 가치소비 상품의 집결 - 자연주의
- 1.3 안전하고 건강한 이마트 만들기 - E-CARE 센터 & ISO45001 인증
- 1.4. 어린이의 다정한 이웃 - 키즈라이브러리

행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 집결
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이웃

HIGHLIGHT 1

1.1



행동으로 지켜내는 환경가치, 이달의 바다



Q.

ESG실천을 위해 우리는 무엇을 해야 할까요?

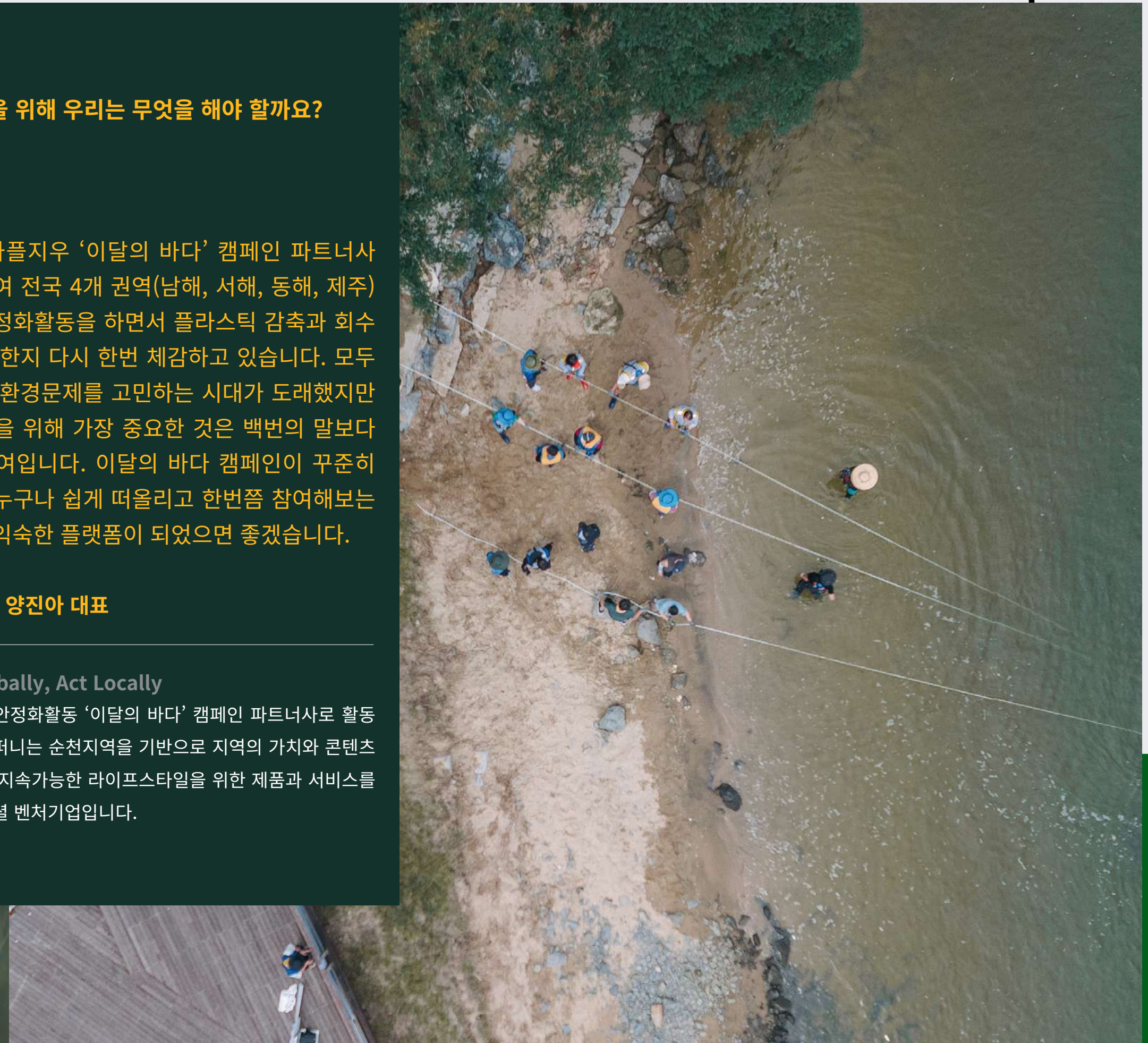
A.

2022년 가플지우 ‘이달의 바다’ 캠페인 파트너사로 참여하여 전국 4개 권역(남해, 서해, 동해, 제주)에서 연안정화활동을 하면서 플라스틱 감축과 회수가 왜 중요한지 다시 한번 체감하고 있습니다. 모두가 지구와 환경문제를 고민하는 시대가 도래했지만 ESG 실천을 위해 가장 중요한 것은 백번의 말보다 한번의 참여입니다. 이달의 바다 캠페인이 꾸준히 발전해서 누구나 쉽게 떠올리고 한번쯤 참여해보는 모두에게 익숙한 플랫폼이 되었으면 좋겠습니다.

유익컴퍼니 양진아 대표

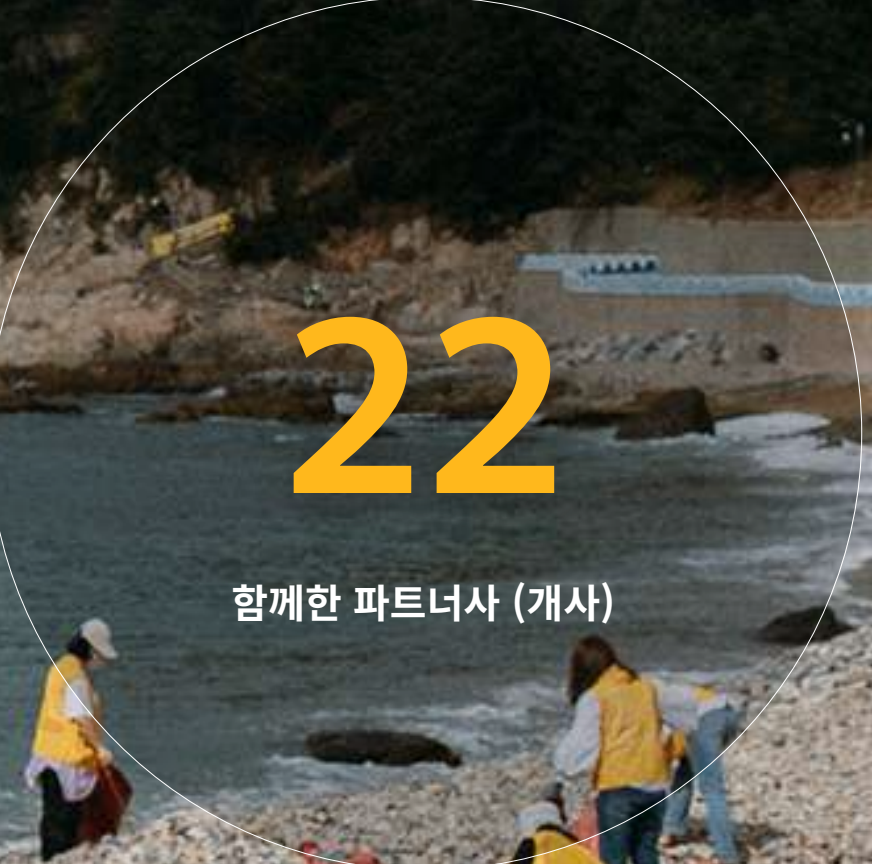
Think Globally, Act Locally

가플지우 연안정화활동 ‘이달의 바다’ 캠페인 파트너사로 활동 중인 유익컴퍼니는 순천지역을 기반으로 지역의 가치와 콘텐츠를 발굴하고 지속가능한 라이프스타일을 위한 제품과 서비스를 제안하는 소셜 벤처기업입니다.



행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 집결
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이웃

함께한 기록들 * 파트너사 자체 활동 포함



가꾸지유
리
가져와요 플라스틱
지켜가요 우리바다



행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 진결
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이웃

우리가 수거한 쓰레기 * 파트너사 자체 활동 포함

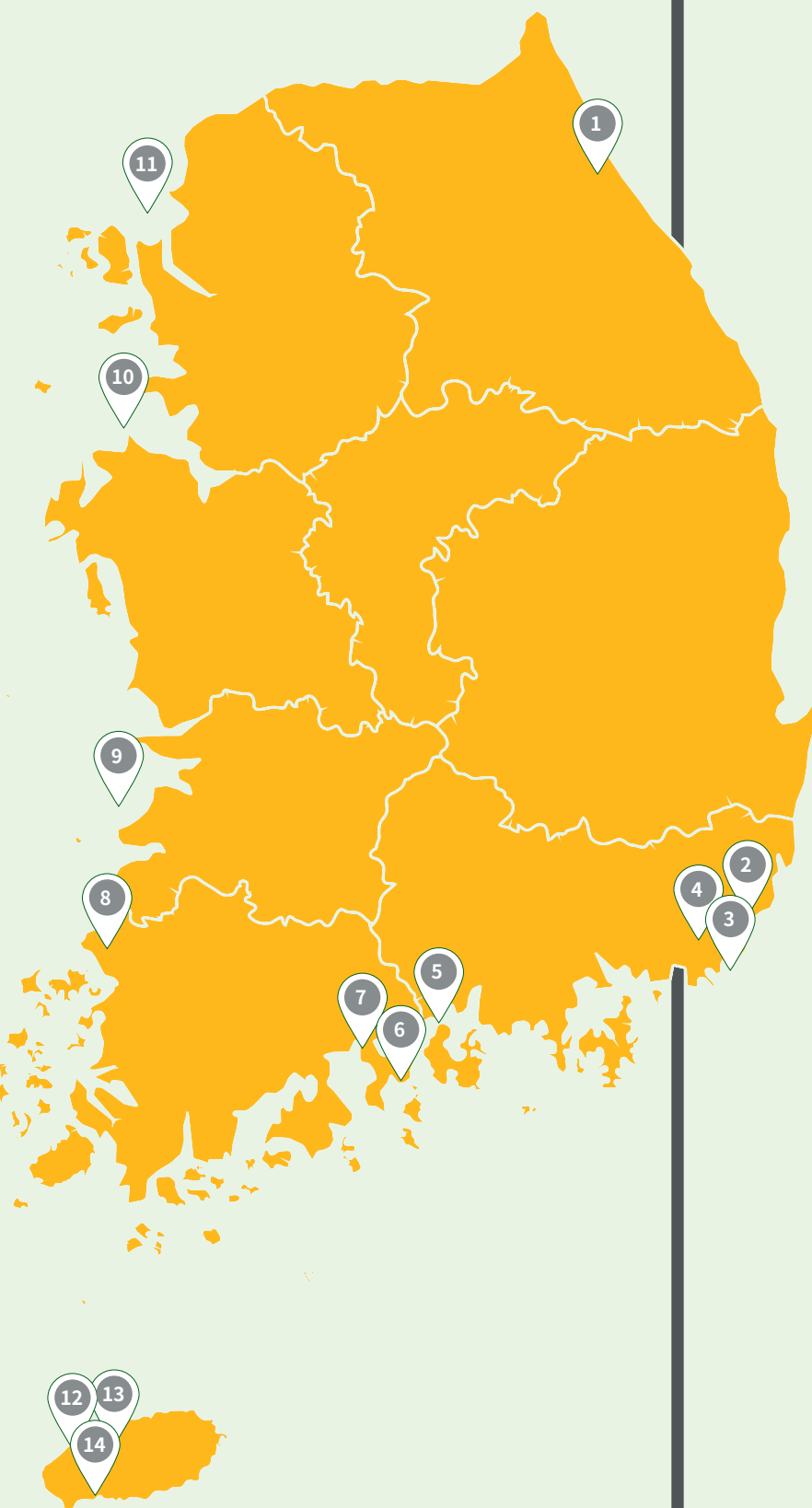
5959.92kg

생활쓰레기: 담배꽂초, 음료수 캔, 일회용품, 깨진 유리조각
낙시 쓰레기: 낚시줄, 낚시바늘, 가짜 미끼, 미끼통
해양 쓰레기: 폐어망, 플라스틱/스티로폼 부표, 밧줄

행동으로 지켜내는 환경가치
 가치소비 상품의 집결
 안전하고 건강한 이마트 만들기
 어린이의 다정한 이웃

우리가 머무른 바다

1. 양양 죽도해변
2. 부산 해운대
3. 부산 감지해변
4. 부산 중리해변
5. 광양 배알도 수변공원
6. 여수 돌산읍 해변
7. 순천 와온해변
8. 목포 고하도 해변
9. 군산 선유도 연안
10. 인천 덕적도
11. 인천 불음도
12. 제주도 애월읍 고내리포구
13. 제주도 하귀 & 닭머리 해변
14. 서귀포시 송악산 연안



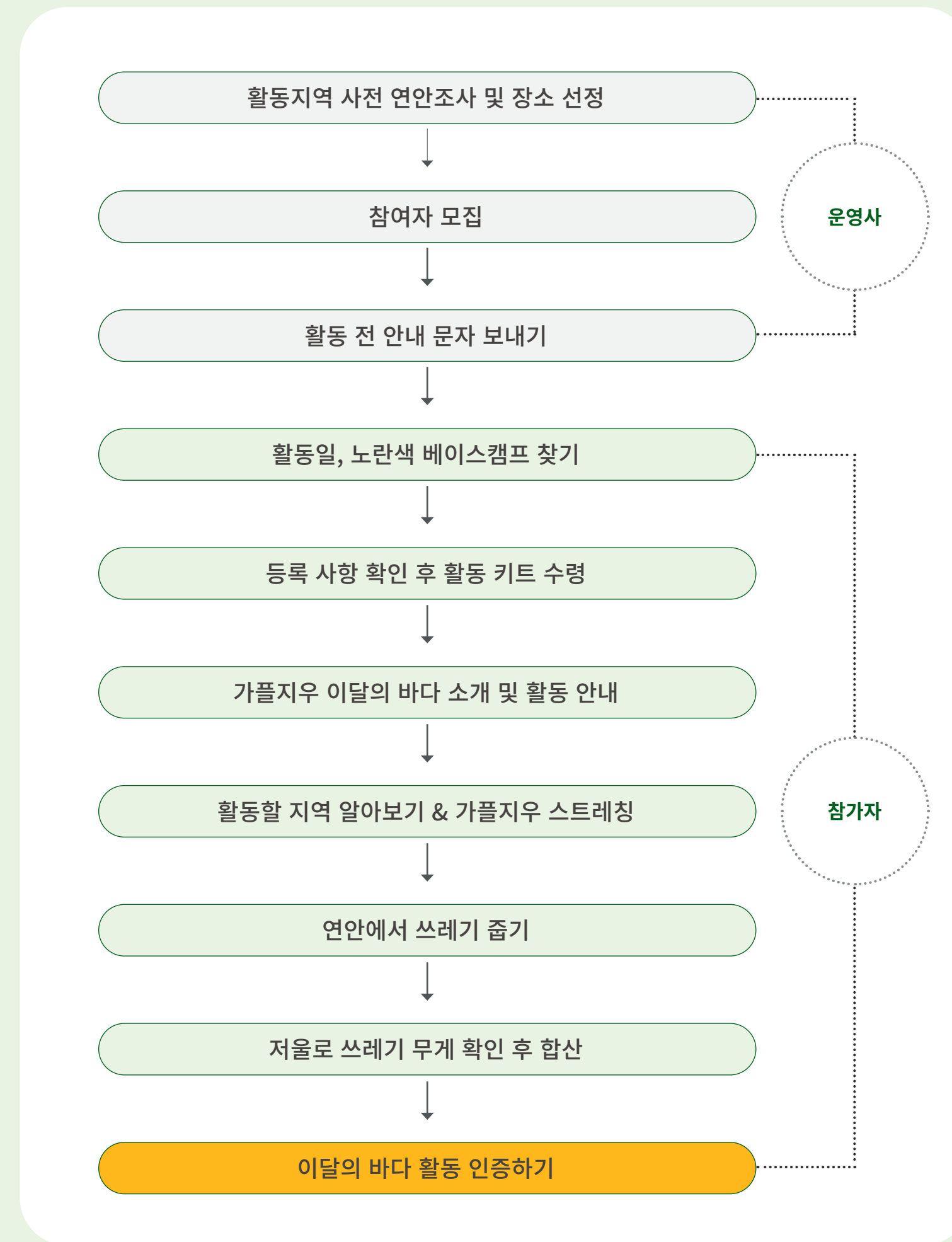
이달의 바다

‘이달의 바다’는 이마트 plastic free tomorrow의 대표적 캠페인 ‘가플 지우’에서 추진하는 연안정화활동입니다. 기존에 일회성으로 이루어졌던 활동을 전국으로 확대하면서 파트너사의 참여가 늘었고, 매달 자발적 참여자들이 모여 바닷가와 그 주변 쓰레기를 줍고 분리하여 버리는 활동을 진행한다는 컨셉으로 ‘이달의 바다’라고 이름 지었습니다.

이달의 바다 활동과 더불어 전국 각지에서 연안정화활동이 다수 진행되고 있지만 우리의 노력이 무색하게 바다로 흘러드는 쓰레기는 해마다 늘고 있습니다. 전 세계 해양 쓰레기의 약 80%는 플라스틱이며, 대부분은 육지에서 발생해 결국에는 바다로 흘러듭니다. 해양 쓰레기는 수거하더라도 염분, 수분, 이물질이 섞여 소각과 재활용이 어렵기 때문에 무엇보다도 쓰레기가 바다로 흘러들지 않도록 주의하는 일상의 실천과 행동이 필요합니다.

우리는 동해, 남해, 서해, 제주 4개 권역 바다에서 활동하며 어떻게 하면 보다 많은 분들이 이달의 바다에 참여할 수 있을지 방안을 모색하고 있습니다. 한 번의 활동으로 해양 플라스틱과 쓰레기를 모두 치울 수는 없지만, 한 사람이라도 더 많은 이들이 모여 쓰레기를 직접 치워보고 해양 플라스틱에 대한 경각심을 갖는 것, 그로 인해 일상의 행동에 작은 변화를 가져오는 것이 이달의 바다를 진행하는 진정한 목적입니다.

이달의 바다 추진 프로세스



이마트 plastic free tomorrow에 관한 자세한 내용은 3.1.3 친환경 소비문화 확산에서 보다 자세히 살펴보실 수 있습니다.

행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 집결
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이웃

HIGHLIGHT 2

1.2

QA 가치소비 상품의 집결, 자연주의



Q.
우리가 함께 ESG를 실천하려면
무엇을 생각하고 어떻게 추진해보면 좋을까요?

A.
‘장사는 돈을 버는 것이 아니라 사람을 버는 것이다.’라는 말이 있습니다. 특히 핵심 소비 세대를 중심으로 Meaning-Out 의식이 뚜렷해지고 있어 ‘고객의 마음’을 얻는 가장 확실한 방법으로 지속가능 상품과 가치소비가 떠오르고 있습니다. 대형 유통 기업인 이마트가 어떤 상품을 어떤 생각으로 어떻게 운영하느냐는 유통업 뿐만 아니라 우리 사회 전반에 나비효과를 불러올 수 있으며, 이러한 활동들이 모여 ‘사람의 마음’을 얻고, ‘국민에게 존경받는 유통 업체 - 이마트’를 만들 것입니다.

이마트 채소팀 변재민 부장

존경받는 기업 이마트를 위한 나비의 날갯짓을 시작합니다
변재민님은 이마트 PL브랜드인 자연주의 운영을 담당하고 있으며, 채소팀 내 8명의 바이어들과 함께 자연주의 브랜드 가치 향상을 위해 노력하고 있습니다.



행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 엄격
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이웃

타협하지 않는 자연주의 PL 상품

1

가공 신선

56 종 / **214** 종

(2023년 6월 기준)

2

3 step

건강과 맛을 모두 지키는 자연주의 상품,
원재료-제조 및 선별-포장 3단계
상품 개발 원칙의 고수

3

250 Kind

자연주의만의
가공PL상품 개발목표
(2025년 목표)



행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 집결
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이웃

자연주의

Superior natural standard

쌀 & 잡곡

채소 & 과일

보다 나은 미래를 위한 식생활 경험의 기준



냉동식품

냉장식품

유제품

superior natural standard

자연의, 자연에 의한, 자연의 혜택을 받는 제품을 위한 특별한 기준.

자연의 날로 자연이 커지고 그래서 더 맛있는 자연의리.

보다 나은 미래를 위한 식생활 경험의 기준. 자연주의입니다.



행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 집결
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이웃

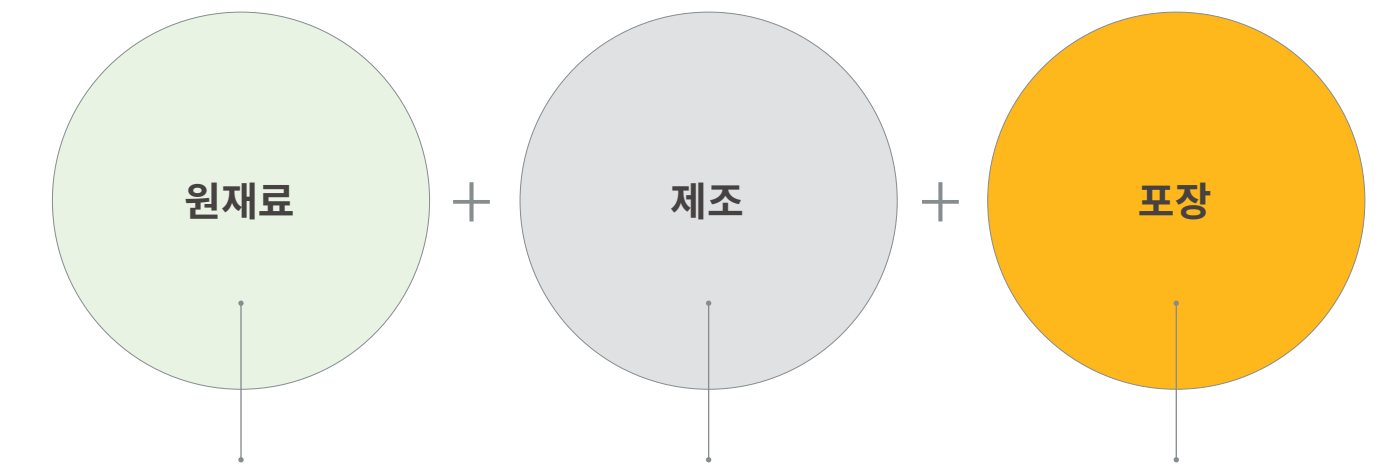


지속가능상품 PL브랜드 ‘자연주의’

이마트는 가치소비를 중시하는 사회의 변화가 실제 소비활동으로 연계 될 수 있도록 자연주의 브랜드를 대대적으로 리뉴얼했습니다. 자연주의는 친환경·가치소비 브랜드로 지속적인 성장을 유지하고 있으며, 특히 자연주의 가공PL상품은 점포의 적극적인 운영 의지와 차별화된 상품 기획력으로 성장을 주도하고 있습니다. 이마트는 자연주의 PL상품을 친환경 대표 브랜드로 육성하기 위하여 자연주의 PL상품 개발 원칙을 세우고 원재료, 제조 및 선별, 포장 3단계로 구분한 개발 기준을 마련하였습니다. 개발 원칙은 PSI(Product Sustainability Initiative)를 기반으로 고객의 건강과 가치소비 체험을 고려하여 제정되었습니다.

이마트는 자연주의 브랜드 리뉴얼에 맞춰 PL상품을 재정비하고 있으며, 2022년 가공PL상품 36종을 선보인 이후 꾸준히 제품을 늘려 2023년 6월 현재 56종으로 품목을 확대했습니다. 자연주의 가공PL 1호 상품으로, 무항생제 닭과 유기농 찹쌀을 사용하고 합성 첨가물을 넣지 않는 대신 냉장유통을 택해 맛과 품질을 업그레이드한 ‘자연주의 진심 삼계탕’은 출시 일주일 만에 1만 개 판매 실적을 올리고, 한 달 동안 기존 제품의 연간 판매량 5배 판매를 달성할 정도로 폭발적인 관심과 사랑을 받아 친환경 제품에 대한 고객들의 기대를 가늠해 볼 수 있었습니다. 자연주의 PL상품은 이후로도 ‘자연주의 유기농 식혜’, ‘자연주의 유기농 가바쌀밥’ 등 연이은 히트 상품을 선보이고 있습니다. 더불어 최근 자연주의 매장 리뉴얼을 진행한 4개 점포의 자연주의 브랜드는 28%의 매출 신장과 이용 고객 25% 증가를 기록하며 가치소비에 대한 고객들의 관심과 시장의 성장을 대변하고 있습니다. 이마트는 앞으로도 소비자에게 다양한 가치소비 경험을 제공하여 자연주의를 우리나라를 대표하는 친환경 브랜드로 육성할 계획입니다.

자연주의 가공PL상품 개발 원칙



- 원재료**
 - 유기가공식품 우선 개발
 - 5대 인증 원료 사용 (유기농, 무농약, 저탄소, 무항생제, 동물복지)
- 제조**
 - 첨가물 최소 사용
 - 가공 과정 최소화
- 포장**
 - 재활용 가능한 포장재
 - 최소한의 포장



친환경 원재료가 아닌 일반 원재료만으로는
상품을 개발하지 않는다.



이마트 지속가능상품에 관한 내용은 3.2.3 지속가능상품 유통에서 보다 자세히 살펴볼 수 있습니다.

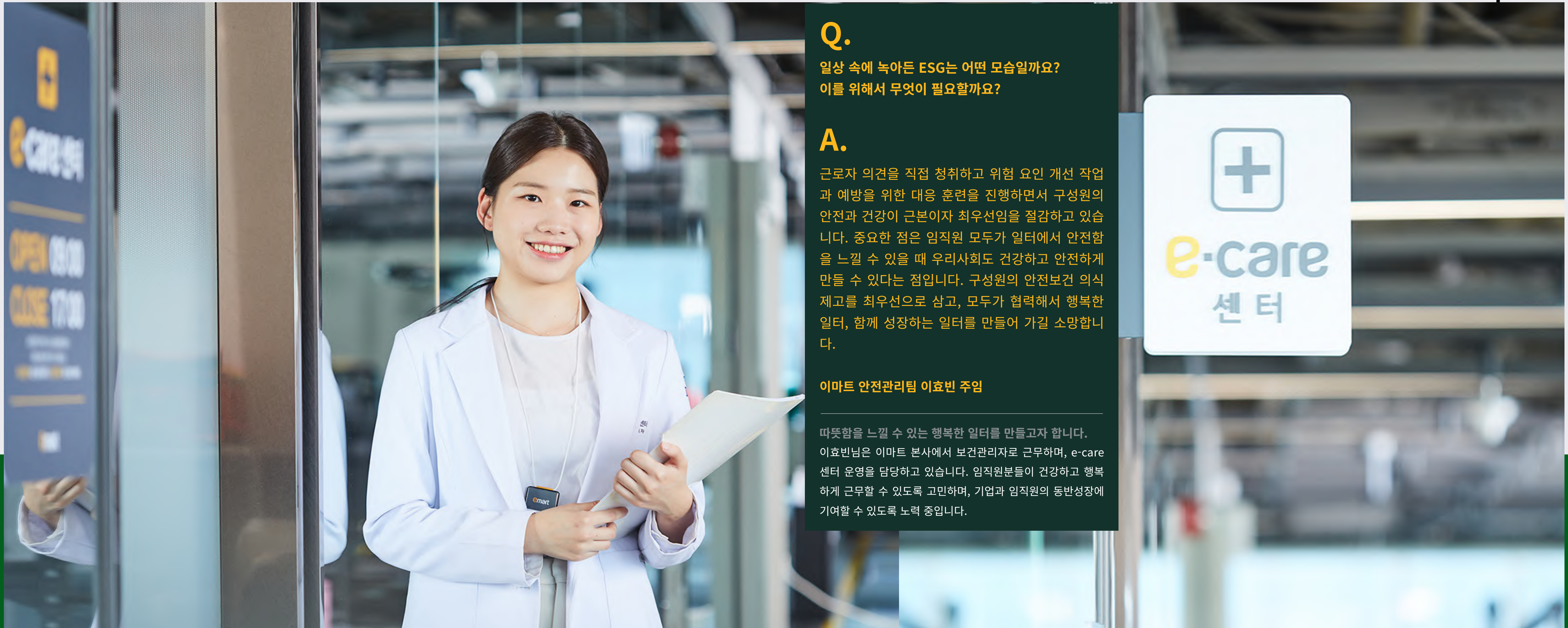
행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 집결
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이웃

HIGHLIGHT 3

1.3



안전하고 건강한 이마트 만들기, E-CARE 센터 & ISO45001 인증



Q.

일상 속에 녹아든 ESG는 어떤 모습일까요?
이를 위해서 무엇이 필요할까요?

A.

근로자 의견을 직접 청취하고 위험 요인 개선 작업과 예방을 위한 대응 훈련을 진행하면서 구성원의 안전과 건강이 근본이자 최우선임을 절감하고 있습니다. 중요한 점은 임직원 모두가 일터에서 안전함을 느낄 수 있을 때 우리사회도 건강하고 안전하게 만들 수 있다는 점입니다. 구성원의 안전보건 의식 제고를 최우선으로 삼고, 모두가 협력해서 행복한 일터, 함께 성장하는 일터를 만들어 가길 소망합니다.

이마트 안전관리팀 이효빈 주임

따뜻함을 느낄 수 있는 행복한 일터를 만들고자 합니다. 이효빈님은 이마트 본사에서 보건관리자로 근무하며, e-care 센터 운영을 담당하고 있습니다. 임직원분들이 건강하고 행복하게 근무할 수 있도록 고민하며, 기업과 임직원의 동반성장에 기여할 수 있도록 노력 중입니다.



행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 집결
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이웃

임직원과 수급직원의 건강지킴이 e-care센터



건강체크 & 상담



응급처치



근골격계 질환 예방

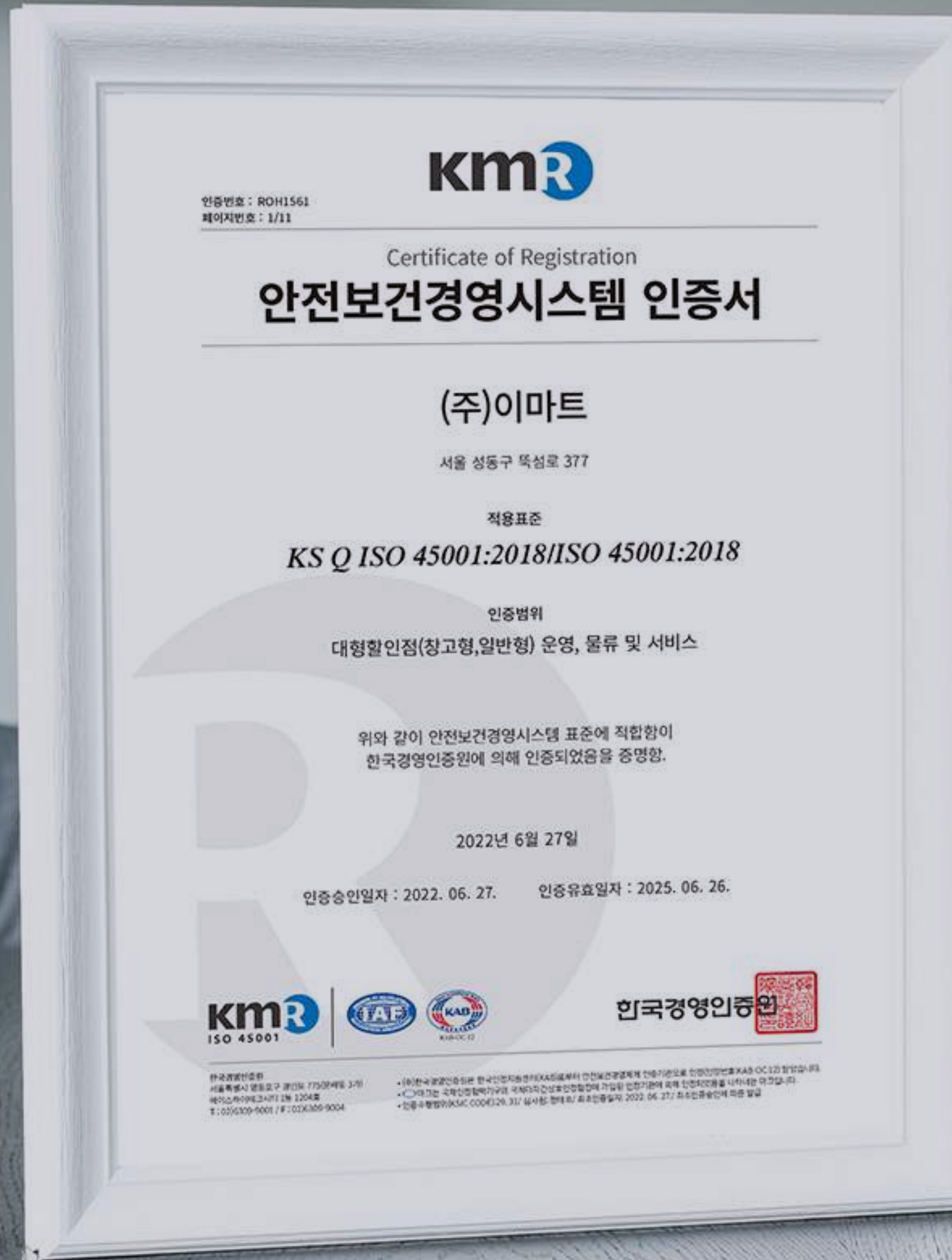


통증 관리와 피로회복

행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 집결
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이웃

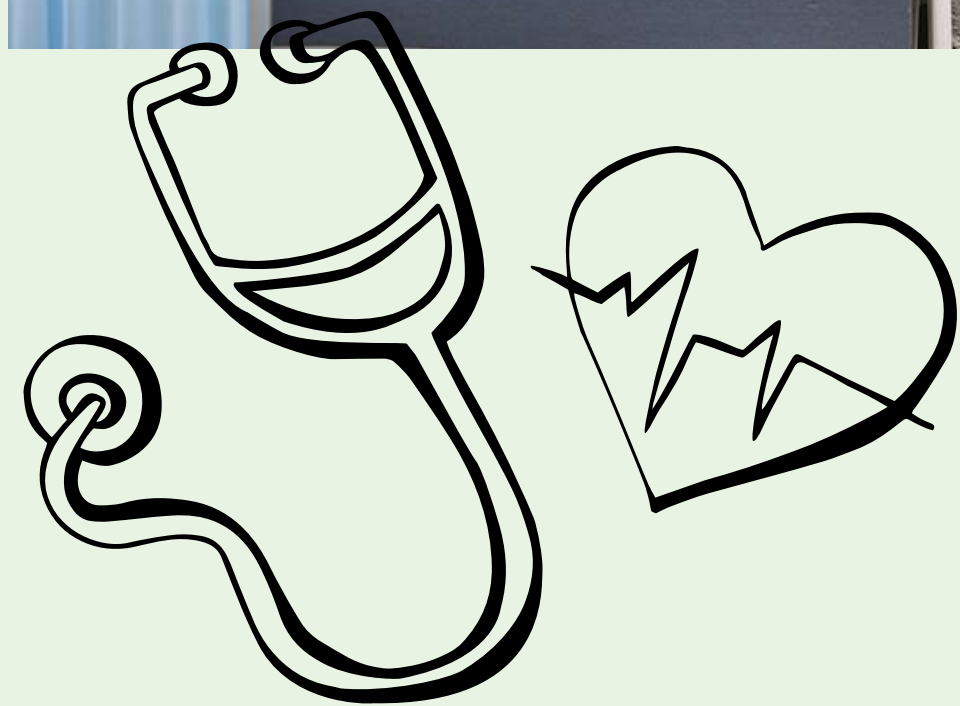
안전경영에 대한 이마트의 의지, ISO 45001 인증

ISO 45001



이마트, 트레이더스, 물류센터 포함 전 점 인증
글로벌 표준에 적합한 안전보건경영시스템 구축
4명의 인증심사원 육성

행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 집결
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이웃



안전하고 건강한 이마트

2022년 중대재해처벌법이 시행되고 인권 이슈가 중요해지면서 안전보건경영에 대한 사회적 관심이 높아지고 있습니다. 이마트는 임직원이 자부심을 느끼는 일터를 구현함에 있어 안전과 건강이 가장 근본임을 인식하고 선제적인 리스크 관리를 통해 보다 안전하고 건강한 이마트를 만들고 있습니다. 이마트는 빈틈없이 진행되는 52주 안전보건 Road Map을 기반으로 안전한 근무환경을 조성하고 있으며, 2022년 e-care센터 개설과 ISO45001 인증으로 안전보건경영 역량을 한층 높였습니다.

e-care센터는 이마트 본사를 비롯한 18개 점포에 마련된 건강관리실로, 이마트 임직원과 수급사원의 건강유지와 증진을 목적으로 운영되고 있습니다. e-care센터는 건강과 관련한 응급조치 외에도 혈압, 스트레스 등 건강지표 측정 및 만성질환 관리 상담을 제공하고 있으며, 근골격계 질환 예방을 위한 장비를 갖추고 있습니다. 또한 전 임직원 및 배우자를 대상으로 전문기관을 통한 건강검진을 시행하고 있으며, 단체상해보험과 복지프로그램을 마련하여 추가적인 의료비를 지원하고 있습니다.

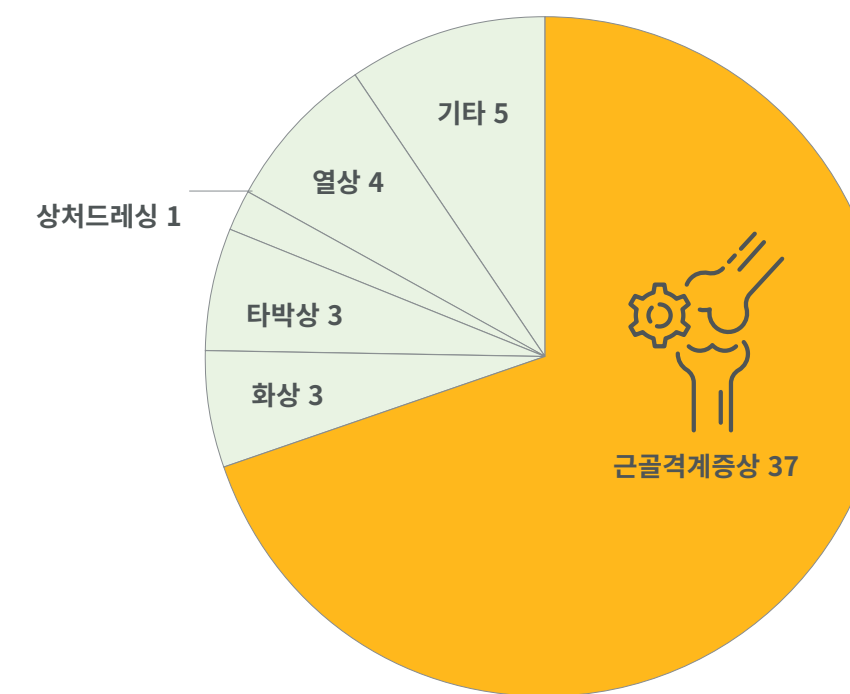
ISO45001은 이마트의 안전경영에 대한 의지의 표현입니다. 이마트는 2022년 산업재해 및 질병의 감소를 목표로 이마트, 트레이더스, 물류센터 전 점에 대한 안전경영시스템 글로벌 표준인 ISO45001인증을 획득했습니다. 이마트는 ISO45001이 요구하는 수준의 안전보건경영 시스템을 구축하고 작업자의 안전을 위한 사전 리스크 관리 및 실용적인 솔루션 중심의 안전보건경영을 추진하고 있습니다.

이마트 안전·보건 경영에 관한 내용은 3.3.1 임직원 존중에서 보다 자세히 살펴볼 수 있습니다.

e-care 센터와 함께하는 근골격계 질환 예방

본사 e-care 센터 이용자 분석
(2023년 6월 이용자 기준, 건)

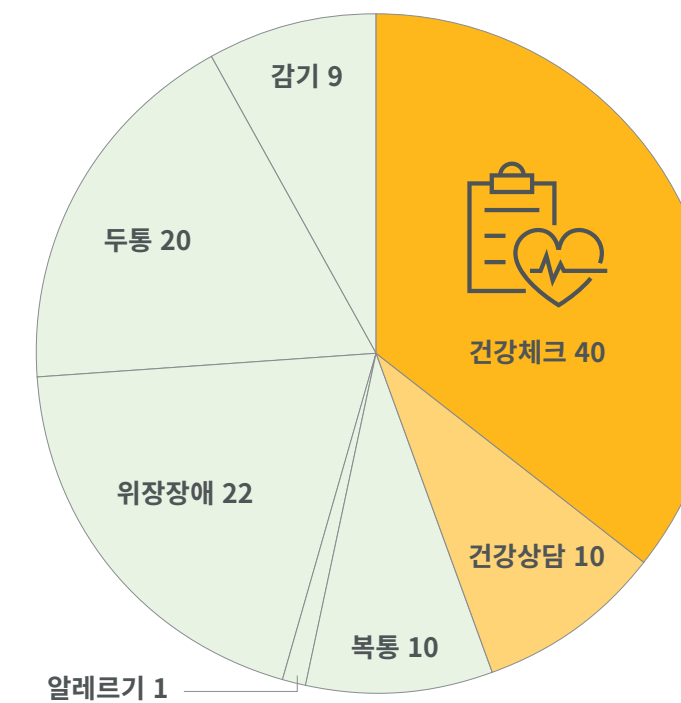
외과영역



근골격계질환 예방

- 근골격계질환 유해요인 개선과 스트레칭 캠페인 등으로 예방 체계 구축
- e-care센터에 근골격계질환 예방을 위한 전문기기 구비 및 응급 조치 제공: 파스 제공 및 통증부위 지지, 온/냉찜질 제공, 적외선치료, 저주파치료, 안마기기 이용 등

내과영역



임직원 건강케어

- 건강관리와 예기치 못한 질병으로 인한 일상의 위협 예방
- e-care센터에서 혈압, 혈당, 당화혈색소, 콜레스테롤, 중성지방, 스트레스지수, 혈관건강도, 인바디 검사 등 건강지표 측정 및 만성질환 관리 상담

행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 집결
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이웃

HIGHLIGHT 4

1.4



어린이의 다정한 이웃, 키즈라이브러리



Q.

ESG실천을 위해 이마트의 사회공헌은 어떤 방향으로 추진되고 있나요?

A.

이마트는 지역사회에서 발생한 수익을 다시 지역사회에 환원하여 공생발전에 기여한다는 ‘지역사회’와 미래의 희망인 ‘어린이’라는 두 가지 테마를 중심으로 사회공헌활동을 기획하고 있습니다. 지속가능경영, 상생 등이 더욱더 중요해지고 있는 시점에서 이마트는 공동체와의 상생을 위한 CSR 활동을 더욱 강화하고자 합니다. 이를 위해 최근에는 사회적 이슈들에 관심을 갖고, 이러한 문제들을 해결하기 위한 방법을 기획함으로써 공공의 이익에 공헌하는 이마트를 만들어가겠습니다.

이마트 CSR팀 이지원 과장

공공의 이익에 공헌할 수 있는 방법을 고심합니다. 이지원님은 이마트 본사 CSR팀 사회공헌파트에서 사회공헌 업무를 맡고 있습니다. 전국에 있는 이마트 점포망과 유통산업의 특성을 활용하여 지역사회와의 공생발전에 본원적으로 기여할 수 있는 활동을 고심하고 있습니다.



행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 집결
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이웃



쾌적한 독서환경



친환경 인테리어 자재와
공기청정기 등
친환경 공간 구성



지역 주민이 모이고
소통할 수 있는
커뮤니티 공간



어린이 눈높이의
편안한 좌식 구성

행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 집결
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이 곳



인문학
생활이야기

역사
사실이야기

생각하는 머리

철학
이학

만화
만화

즐거운 독서 경험

- 1,500권 이상, 다양한 주제의 도서
- 오디오 북, 아트북을 비롯한 다양한 체험 교구
- 트렌드를 반영한 전자책 도서존, AR 도서 완비

행동으로 지켜내는 환경가치
가치소비 상품의 집결
안전하고 건강한 이마트 만들기
어린이의 다정한 이웃



ABC



어린이의 다정한 이웃

‘어린이’를 주제로 하는 이마트의 사회공헌 활동에는 우리의 미래가 될 어린이가 소외되지 않고 세상의 중심으로 바르게 크기를 바라는 이마트의 진심이 담겨있습니다.

이마트는 문화적으로 소외된 지역에 있는 어린이들이 균등한 문화적 혜택을 받을 수 있도록 2007년부터 유아장난감 대여 서비스를 제공하는 희망장난감도서관을 운영하여 왔으며, 2018년 이를 한단계 업그레이드하여 어린이 복합문화공간인 ‘키즈라이브러리’를 개관하였습니다. 지역과 상생하는 키즈라이브러리는 친환경 자재를 사용한 어린이 친화적 공간에 다채로운 도서와 체험 교구, 전자책 도서존 등으로 다양한 방법의 책 읽기를 제안하고 있습니다.

2022년 개관한 키즈라이브러리 11호관 상주시종합사회복지관점은 부모와 함께 즐길 수 있도록 조성한 가족친화형 공간입니다. 아이들이 다양한 독서활동에 몰입하는 동안 한편에 마련된 카페에서 학부모들의 정교류나 육아 코칭 수업이 진행되기도 합니다.

부산시 금정구 ‘우리동네ESG센터’에 위치한 12호관은 노후화된 영구 임대 상가를 활용하고 지역 어르신을 고용한 지역 상생형 모델입니다. 특히, 장난감 리모델링을 체험할 수 있는 건물 특성에 맞춰 환경교육 체험 후 관련 책을 읽을 수 있도록 도서를 배치했습니다. 이마트는 앞으로도 어린이들이 책을 통해 더 큰 세상과 즐겁게 만날 수 있도록 생동감 있는 키즈라이브러리를 운영할 계획입니다.

키즈라이브러리 개관 현황



이마트 사회공헌에 관한 내용은 3.4.4 사회적가치 창출 제고에서 보다 자세히 살펴볼 수 있습니다.

2.0

Introduction to Sustainability

Q.

이마트는 지속가능경영을 추진하는 기본이 잘 갖추어져 있습니까?
그렇다면 이마트 지속가능경영은 어떤 주제로 진행되고 있습니까?

- 2.1 지속가능경영 전략
- 2.2 중대성평가
- 2.3 이해관계자 소통

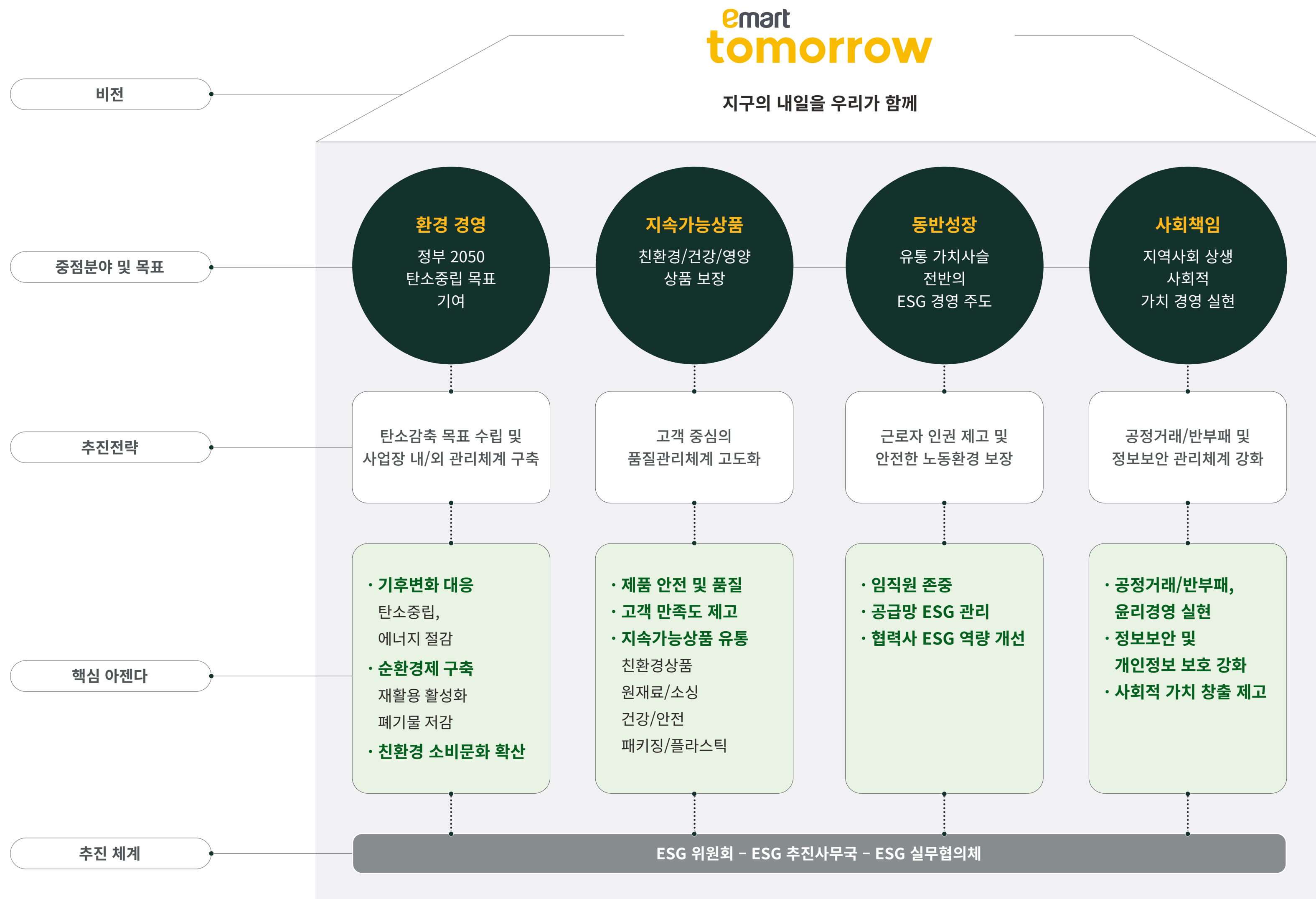
지속가능경영 전략
중대성평가
이해관계자 소통

2.1

SUSTAINABILITY MANAGEMENT STRATEGY

지속가능경영 전략

이마트는 2013년 기업 경영 패러다임을 사회적 책임경영으로 선언하였으며, 2022년에는 ‘emart tomorrow, 지구의 내일을 우리가 함께’를 ESG비전으로 선포하였습니다. 이마트는 환경경영, 지속가능상품, 동반성장, 사회책임을 4대 중점분야로 설정하고 이해관계자와의 파트너십 구축으로 밸류체인 전반을 고려한 지속가능경영을 추진하고 있습니다. 또한 우리사회의 지속가능경영 확산을 위해 이해관계자의 참여를 유도하는 다양한 정책을 마련하고 이를 통해 긍정적인 변화가 이어질 수 있도록 노력하고 있습니다.



지속가능경영 전략
중대성평가
이해관계자 소통

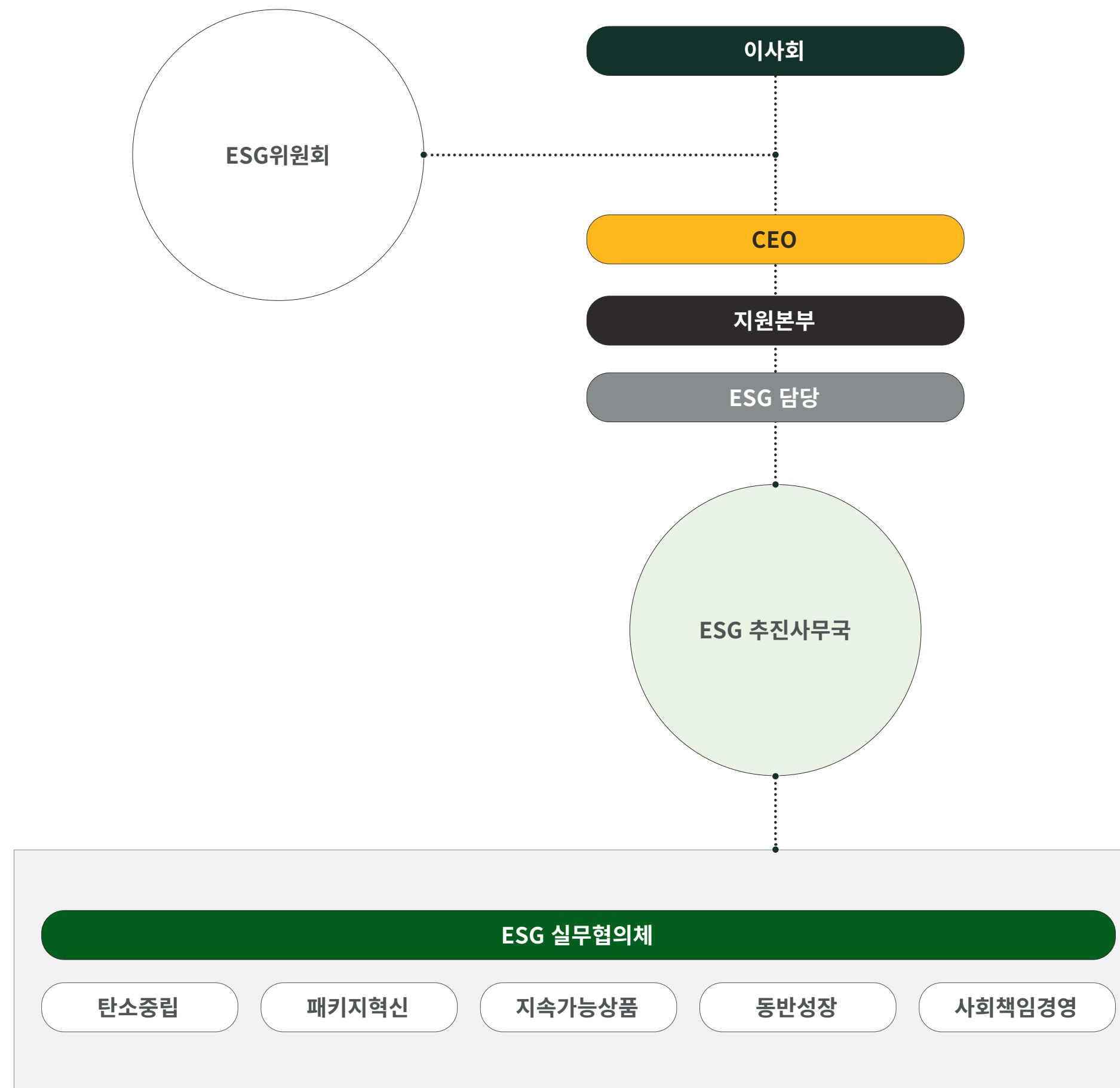
2.1 SUSTAINABILITY MANAGEMENT STRATEGY

지속가능경영 전략

지속가능경영 추진 체계

이마트는 ESG 경영 실천을 위해 ESG 비전 및 전략 수립, ESG 전략 실행 및 성과 관리, 대외 커뮤니케이션 등의 역할을 담당할 지속가능경영 추진체계를 구축하고 있습니다. 이사회 내 ESG위원회는 최고 의사결정 조직으로 지속가능경영과 관련된 주요 내용을 심의하고 활동성과를 보고받고 있으며, 전사적 ESG과제 추진 컨트롤타워 역할을 하는 ESG추진사무국과 분야별 실무자들로 구성된 ESG 실무협의체가 유기적으로 협력하며 맡은 바 역할을 다하고 있습니다.

이마트 지속가능경영 추진 체계



ESG담당 내 ESG추진사무국 운영

이마트는 대내외 ESG경영 요구에 선제적으로 대응하고, 지속가능한 경영 환경을 구축하기 위해 ESG담당 내 ESG추진사무국을 운영하고 있습니다. ESG추진사무국은 이마트의 ESG경영 전반을 주도하며 지속가능한 전략과 아이디어 발굴을 통해 ESG 임팩트를 강화하고 이마트의 지속가능성을 극대화하는 역할을 담당합니다.

현재 ESG사무국에서는 대외 이슈 대응과 유관부서 협업, 사내 ESG활동 모니터링 등 ESG경영 간사업무와 탄소배출 저감, 플라스틱 감축, tomorrow 캠페인 진행 등 환경과 관련된 업무를 추진하고 있습니다. 또한 이사회 내 ESG위원회 지원업무, 4대 전략방향에 대한 ESG실무협의체와의 전략 실행, 지속가능경영보고서 발간 및 평가 대응, ESG와 관련된 대외선언과 이니셔티브 활동 업무 등 ESG컨트롤 타워 역할을 담당하고 있습니다.

ESG 실무협의체 운영

협의체는 ESG 추진 목표에 따른 세부 추진과제를 도출, 실행하며 성과관리를 담당하고 있습니다. 협의체는 실무특성에 따라 패키지혁신, 지속가능상품, 동반성장, 사회책임경영 분과로 구성하였으며 격월 1회 정기 협의체 모임을 갖되 이슈 발생 및 필요시 수시로 의견 교환을 진행하고 있습니다. 2022년 주요 논의 사항은 탄소중립 부문은 글로벌 이니셔티브 참여 준비, 패키지혁신 부문은 3R(Reduce, Reuse, Recycle) 전략에 기반한 포장과 플라스틱 개선·감축, 지속가능상품 부문은 건강하고 지속가능한 상품 확대, 동반성장은 협력사 ESG리스크 관리, 사회책임경영 부문은 윤리경영 및 반부패 관리체계 고도화입니다.

지속가능경영 전략
중대성평가
이해관계자 소통

2.2

MATERIALITY TEST

중대성평가

이마트는 지속가능한 내일을 위해 유통의 전과정을 고려하는 지속가능경영을 추진하고 있습니다. 이마트는 효과적인 지속가능경영 추진을 위해 이마트를 둘러싼 ESG이슈를 분석하고 환경·사회적/재무적 영향도를 모두 고려하는 이중 중대성평가를 시행하였습니다. 중대성평가 프로세스는 GRI standards 2021에서 제시하는 방법을 기반으로 2021/2022 성과 비교를 통해 추가 반영이 필요한 아젠다 및 추진과제를 확인하는 방식으로 구축하였습니다. 중대성평가 결과 도출된 주요 이슈는 이마트에 미치는 영향과 개선 가능성을 고려하여 이마트의 지속가능경영 전략 수립 시 우선적으로 반영하고 있으며, 본 보고서에서도 관련된 활동과 향후 계획을 투명하게 공개하고 있습니다.

이중 중대성평가 프로세스

STEP 1

이마트의 ESG경영환경 분석

이마트를 둘러싼 사회의 변화 및 유통업 정책 변화, 투자자와 지역사회의 ESG 요구사항 등을 분석하여 ESG 이슈들로 이슈풀을 구성하고 유사한 성격을 가진 이슈들을 그룹화하여 공통의 목표를 지닌 아젠다로 정의하였습니다. 이를 통해 63개 아젠다에 대한 180개 세부과제를 도출하였고 이에 대한 부서별 추진여부, 관리지표, 성과, 목표 등을 확인하였습니다. 또한 2021년과 2022년의 성과를 비교하여 추가반영이 필요한 아젠다 및 추진 과제를 확인하였습니다.

STEP 2

실제 및 잠재적 임팩트 식별

이마트를 둘러싼 지속가능경영 이슈들은 주변 상황과 맞물리며 다양한 방향에서 실제 및 잠재적 영향을 미치게 됩니다. 이를 파악하기 위하여 외부환경 분석과 설문조사를 실시하였습니다. 외부환경은 대외적으로 널리 사용되고 있는 평가·공시 기준을 반영한 정량적 조정과 산업 트렌드 등을 반영한 주요 이슈 및 활동 사례를 분석하였습니다.

- 외부평가 지표 분석:** MSCI, KCGS 등 외부평가 분석을 통해 이마트에 요구되는 ESG이슈와 정량적 기준 분석
- 국제표준 분석:** GRI, SASB, ISSB, K-ESG 등 공시 전반에 관한 국제 표준과 공급망 실사를 위한 K-ESG, CSRD, UN SDGs 등 검토
- 정책 분석:** 국내외 관련 정책·규제 검토로 방향성 조절
- 동종업계 벤치마킹:** 유통업계 우수 ESG보고서 및 미디어를 통해 지속가능경영 주요 이슈 및 활동 사례 분석
- 미디어 분석:** 2021년 하반기 이후부터 2023년 2월까지의 미디어 분석을 통해 이마트의 주요 이슈와 대외적 인식 분석
- 설문조사:** 설문대상: 경영진, 직원, 고객, 협력사, 투자자 등 총 284명 / 설문방법: 온라인 설문조사
설문내용: 핵심 이슈 및 추진과제 영향 정도
- 1) 환경·사회적 영향도: 기업의 경영환경이 환경·사회적이슈에 미치는 영향
- 2) 재무적 영향도: 환경·사회적 이슈가 기업의 재무적 상태에 미치는 영향

STEP 3

영향의 중대성 평가 및 경영 전략과의 연계

식별된 아젠다의 우선순위를 지정하기 위해 환경·사회적 영향도와 재무적 영향도에 대한 이중 중대성 평가를 진행하여 우선순위 별로 Tier를 구분하였습니다. 이마트가 관심을 가지고 대응해야 할 총 16개의 아젠다를 핵심 이슈로 도출하였으며, 이중 우선적으로 대응해야 할 Tier 1에 해당하는 핵심 이슈는 탄소중립, 재활용 활성화, 제품 안전 및 품질, 소비자 만족도, 내부 노동관리, 공정거래/반부패 등 6개가 선정되었습니다. 이마트는 이를 토대로 2022 지속가능경영 전략을 수립하고, 2021년 대비 추진전략 및 핵심 아젠다를 조정하였습니다.

지속가능경영 전략
중대성평가
이해관계자 소통

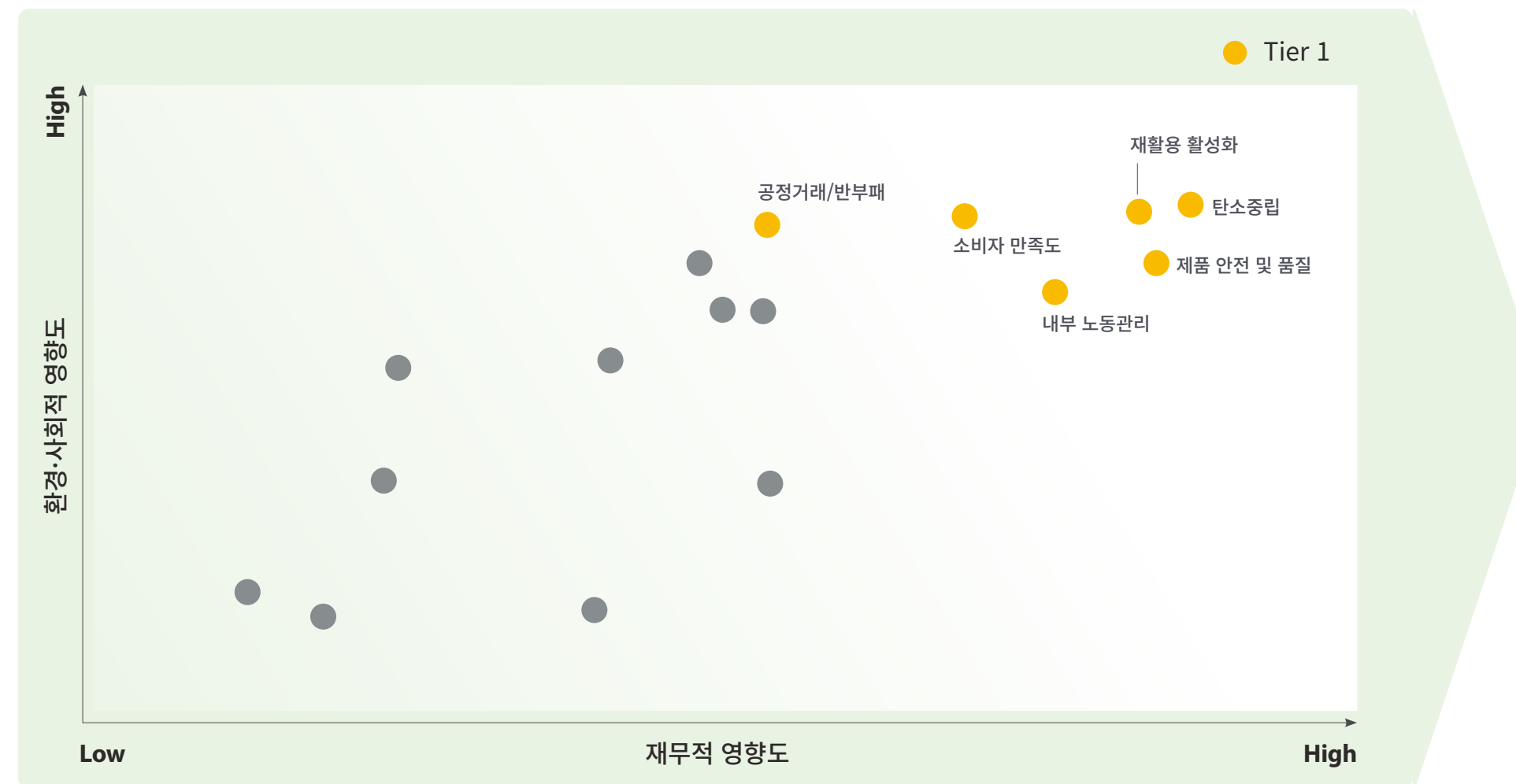
2.2 MATERIALITY TEST

중대성평가

중대성평가 결과

이마트는 이해관계자와 주고 받는 영향을 파악하고 이에 적합한 지속가능경영 전략을 수립하기 위해 기업의 경영활동이 환경·사회적 이슈에 미치는 영향과 환경·사회적 이슈가 기업의 재무적 상태에 미치는 영향을 중심으로 중대성평가 결과를 정리하였습니다. 전년도에 비해 탄소중립과 재활용 활성화 등 환경경영 이슈를 제외한 중요 핵심 이슈 순위가 변경되어 제품 안전 및 품질과 소비자 만족도가 양 측면에서 모두 중요한 핵심 이슈로 분석되었으며, 내부 노동관리와 공정거래/반부패에 대한 영향이 커지고 있는 것으로 분석되었습니다.

중대성 평가 그래프



Category별 Tier 비중

구분	환경경영	지속가능 상품	동반성장	사회책임
Tier 1	2	2	1	1
Tier 2	1	2	1	2
Tier 3	1	1	1	1

Category	핵심 이슈 (16개)	종합	환경·사회적 영향도				재무적 영향도		
			외부	임직원	고객	협력사	외부	경영진	투자자
			● High	◐ Medium	○ Low	● High	◐ Medium	○ Low	
환경 경영	탄소중립	Tier 1	●	◐	○	○	●	◐	
	폐기물 저감	Tier 2	◐	◐	○	◐	●	◐	
	재활용 활성화	Tier 1	●	◐	●	◐	○	●	
	친환경 프로그램	Tier 3	○	○	○	○	○	○	
지속가능상품	친환경 상품	Tier 3	◐	◐	●	◐	●	●	
	원자재/소싱 상품	Tier 2	●	○	●	◐	●	○	
	건강/영양 상품	Tier 2	●	○	◐	◐	●	○	
	제품 안전 및 품질	Tier 1	◐	●	●	●	●	◐	
동반 성장	소비자 만족도	Tier 1	◐	●	●	●	●	◐	
	공급망 ESG 관리	Tier 2	●	○	◐	○	●	◐	
	협력사 ESG 역량 개선	Tier 3	○	○	●	○	○	○	
사회 책임	내부 노동관리	Tier 1	●	●	○	◐	●	●	
	공정거래/반부패	Tier 1	◐	●	○	●	○	●	
	기업 지배구조	Tier 3	●	◐	◐	●	○	●	
	사회적 가치 창출	Tier 2	●	◐	◐	●	○	●	
	정보보안 및 개인정보보호	Tier 2	○	●	●	●	●	●	

지속가능경영 전략
중대성평가
이해관계자 소통

2.3

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

이해관계자 소통

이마트는 이해관계자 소통과 참여를 통해 사업추진 시 발생할 수 있는 갈등 요인을 선제적으로 관리하고 있습니다. 이마트는 이해관계자별 특성을 고려하여 이해관계자를 고객, 주주 및 투자자, 임직원, 협력사, 지역사회 5개 그룹으로 정의하고 있으며, 각 담당 부서에서 정기적 소통채널을 운영하여 이마트의 지속가능경영에 대한 공감대를 형성하고 있습니다. 소통채널을 통해 파악된 이슈는 이마트의 지속가능경영 활동에 반영하고 있으며, 지속가능경영보고서를 통해 활동 성과와 향후 계획을 투명하게 공개함으로써 이해관계자와의 신뢰관계를 강화해 나가고 있습니다.



3.0 Sustainability Performance

Q.

이마트는 지속가능한 성장을 위해 어떠한 목표를 가지고 있으며, 긍정적인 영향력을 키워나가기 위해 무엇을 하고 있습니까?



3.1 _ 환경경영



3.2 _ 지속가능상품



3.3 _ 동반성장



3.4 _ 사회책임

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

3.1

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

환경경영

3.1

OUR APPROACH

세계 곳곳에서 발생하는 이상기후는 일상은 물론 세계경제의 근본적인 틀을 흔들고 있습니다. 지금까지는 경제주체들이 지구를 적극적으로 개발해 이익을 추구해왔다면 이제는 지구를 보호하는 쪽으로 관심이 급속도로 이동되고 있습니다. 이로 인해 유해물질이 포함된 제품의 수출입이 금지되고 상품의 원재료부터 폐기에 이르는 전 과정의 정보공개가 강화되고 있으며, 그 책임소재를 법제화 하는 등 환경요소가 수출장벽의 역할을 하면서 원자재부터 첨단 기술부품까지 글로벌 공급난이 심화될 것으로 예상되고 있습니다.

이마트는 정부의 탄소중립 정책을 지지하며, 이를 고려한 지속가능경영 체계를 갖추기 위해 노력하고 있습니다. 이러한 노력의 일환으로 기후변화 대응을 위해 온실가스 관리 범위를 가치사슬 전 영역으로 확대하고, 에너지 절감과 순환경제 구축을 중심으로 하는 온실가스 저감 방안을 추진하고 있습니다. 내부적으로는 적극적인 환경경영으로 기업시민으로서의 책임을 다하고 있으며, 고객에게는 친환경 상품 확대와 다양한 캠페인을 통해 친환경 소비문화라는 새로운 가치를 제공하고 환경가치창출을 위한 도전적인 시도를 지속하고 있습니다.

LINKS TO UN SGDS



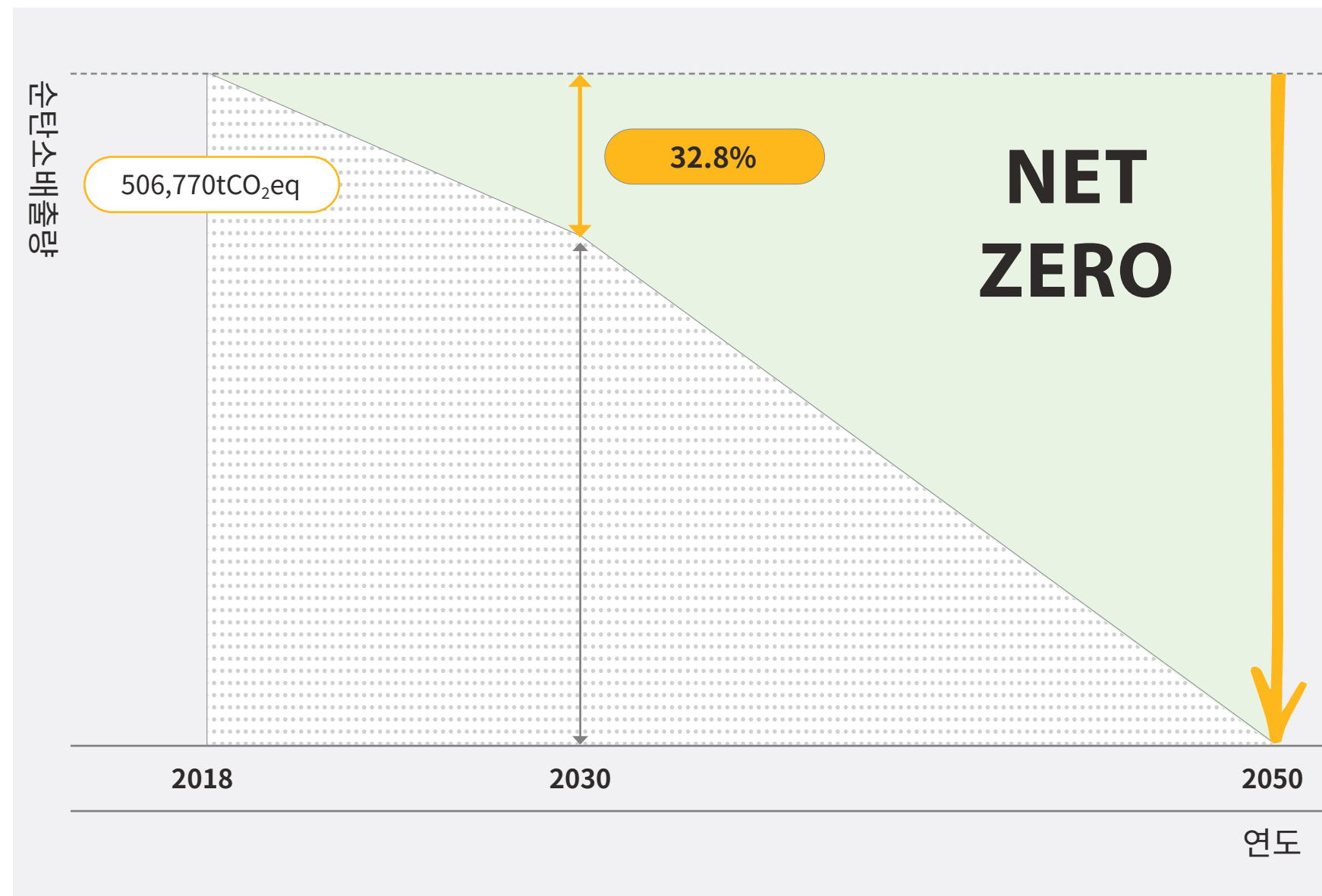
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT _ 기후변화 대응



이마트는 정부의 2050 탄소중립선언을 지지하며, 2050 Net Zero 달성을 위한 기후변화 대응 전략을 적극적으로 추진하고 있습니다. 이마트는 선도적인 LED(ESCO사업) 투자로 온실가스 내부 감축 실적을 인정받을 만큼 적극적으로 온실가스 감축 활동을 추진해왔으며, 전기차 충전 인프라 확대, 지구의 날 소등 행사 참여 등 고객들의 동참을 유도할 수 있는 프로그램을 제안하여 우리사회의 적극적인 Net Zero 달성을 이끌고 있습니다.

기후변화 대응 전략



기후변화 대응 전략

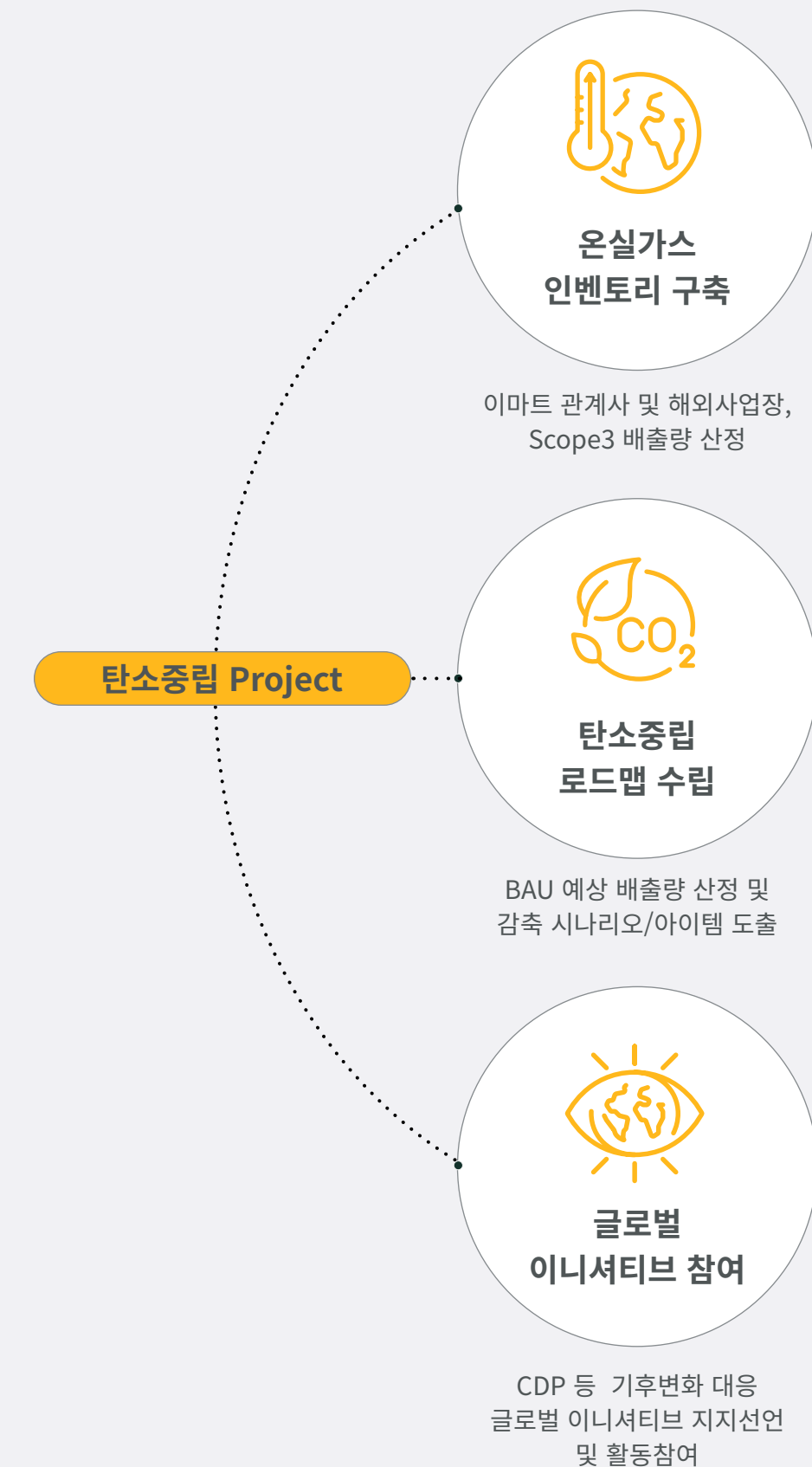
이마트는 2018년을 기준연도로, 2030년 탄소배출량 32.8% 감축, 2050년 Net Zero 달성을 주요 골자로 한 중장기 기후변화 대응 전략을 수립한 바 있습니다. 이마트는 이에 그치지 않고 정부의 2030 온실가스 감축목표(NDC) 달성에 효과적으로 기여하기 위해 2022년 탄소중립 Project를 추진하여 기후변화 대응 전략을 고도화하고 있습니다. 탄소중립 Project는 온실가스 인벤토리 구축, 탄소중립 로드맵 수립, 글로벌 이니셔티브 참여를 3대 핵심과제로 선정하였으며, 이마트와 이마트 밸류체인 전체를 아우르는 온실가스 배출량을 산정하고 이를 감축하기 위한 노력을 기울이고 있습니다. 특히 온실가스 인벤토리 구축은 업계 최초로 기존의 이마트 Scope 1, 2 배출량 뿐 아니라, 이마트 관계사와 해외사업장, Scope 3 배출량까지 포함하는 전범위의 온실가스 배출량을 산정하고 제 3자 검증을 거쳤습니다. 또한 관계사, 해외법인, 사내 유관부서 등과 이마트의 기후변화 대응의 의의와 필요성, 달성 목표에 대한 공감대 형성을 위한 소통을 지속하여 목표달성 추진 체계를 공고히 하고 있습니다.

글로벌 이니셔티브 참여

기후변화로 인한 영향이 심각해지면서 기업의 기후변화 대응과 이로 인한 재무적 영향에 대한 정보공개 요구가 강화되고 있습니다. 이마트는 글로벌 기준에 부합하는 책임 있는 기후변화 대응을 위해 기업의 기후변화 대응 수준에 관한 정보 공개를 요구하는 대표적 글로벌 기구인 CDP(Carbon Disclosure Project) 가입과 CDP공시 가이드라인에 따른 정보공개를 준비하고 있습니다. 또한 국내에서 시행되고 있는 K-EV100 등의 정부 정책사업에도 적극적으로 참여하고 있습니다.

* K-EV100: 민간기업이 보유하거나 임차한 차량을 2030년까지 100% 무공해차로 전환하는 환경부 주관 프로젝트

탄소중립 Project 핵심과제와 목표



3.1.1

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT _ 기후변화 대응

3.1.1



온실가스 배출량

구분	단위	2020	2021	2022
총 온실가스 배출량 (Scope 1+2 기준)	tCO ₂ eq	520,497	527,716	541,669
- 직접배출(Scope 1)	tCO ₂ eq	33,538	34,067	32,750
- 간접배출(Scope 2)	tCO ₂ eq	486,959	493,649	508,919
온실가스 배출 집약도 (Scope 1+2 기준)	tCO ₂ eq/억원	3.66	3.51	3.50

* 배출권거래제 보고 기준, 집약도는 금융감독원 전자공시시스템 공시 손익계산서 기준
* 2021년 배출권거래제 인증통보 후 최종 데이터



에너지 사용량

구분	단위	2020	2021	2022
총 에너지 사용량	TJ	10,650	10,958	11,256
- 연료 사용량	TJ	643	655	634
- 전기 사용량	TJ	9,687	9,972	10,274
- 스팀 사용량	TJ	320	331	348
에너지 사용 집약도 (에너지 원단위)	TJ/억 원	0.0749	0.0728	0.0727

* 배출권거래제 보고 기준, 집약도는 금융감독원 전자공시시스템 공시 손익계산서 기준
* 2021년 배출권거래제 인증통보 후 최종 데이터

환경경영 추진을 위한 실무 교육

이마트는 2022년 발표한 PSI(Product Sustainability Initiative)의 현업 적용을 위해 실무자 활용 교육을 마련하고 PSI를 협업에 적용할 바이어를 대상으로 2022년 11월 Playbook 활용 교육을 진행하였습니다. Playbook은 PSI의 4대 부문 중 포장 & 플라스틱에 관한 연구를 기반으로 제작되었으며 PL상품을 중심으로 상품 포장의 지속가능성을 개선하기 위한 현장 실용서이자 개선 가이드입니다. 교육은 Playbook을 활용하여 상품 패키지의 환경성 평가를 진행하고 개선가능한 부분을 도출할 수 있도록 진행되었으며, 이마트 상품의 지속가능한 패키징을 위해 본사 PL/소싱 바이어를 대상으로 꾸준히 진행될 예정입니다.



Playbook 설명회

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT _ 기후변화 대응

3.1.1

에너지절약전문기업(ESCO) 사업 추진

이마트는 온실가스 배출 목표 달성을 위해 2009년부터 에너지 절약전문기업(ESCO, Energy Service Company) 사업에 참여하여 친환경설비 개선 작업을 진행하고 있습니다. 2022년에는 약 91.1억 원을 투자하여 27개 지점에 LED효율 사업, 직결 Fan 설치, S/C(냉장,냉동 쇼케이스) 제상제어 시스템 개선 등 8개 항목의 설비개선 작업을 진행하였습니다. 2022년 18개 지점에서 추진된 배기FAN 개선 사업은 기존 벨트가 있는 배기FAN 구조에서 구동 모터와 FAN을 직접 연결하고 인버터를 적용하는 방식으로 변경하여, 배기FAN 풍량은 동일하게 유지되면서 모터의 소모전력은 68%까지 감축할 수 있었습니다. 이마트는 2022년 에너지 효율 개선사업으로 총 4,385tCO₂eq의 온실가스 감축 효과를 기대하며, 지속적인 사업참여로 에너지 사용 효율을 높여갈 계획입니다.

사업장 시설투자(단위: 억 원)

투자항목	2020~2025 누적 투자계획
시설투자 총액	598.8
- ESCO 시행 (LED조명, 공조기 절전제어, 터보냉동기 등)	420.8
- ESS 재가동	-
- EL회생전력장치 설치	6.0
- S/C 고효율 압축기	60.2
- IP CCTV 도입	20.0
- 주차장 디밍제어 설치	10.0
- 고효율 변압기 교체	10.0
- ESS설치	72.0

신·재생에너지 사용

이마트는 옥상 및 유휴공간을 활용하는 태양광 발전, 연중 일정하게 유지되는 지중온도를 활용하는 지열발전 등의 신·재생에너지를 확보하고 있으며, 밤에 열음을 얼렸다가 낮시간 냉방 시스템에 활용하는 빙축열 냉방, 외부 스팀 활용, 엘리베이터 재생회동 장치 적용 등 다양한 경제적 에너지 사용 시스템 구축으로 에너지의 질적, 양적 관리 최적화를 추구하고 있습니다. 특히 2009년 업계 최초로 태양광 발전 시설을 설치한 구성점은 ‘옥상 위의 꽃밭’이라는 디자인적 요소를 가미한 특색 있는 시설로, 460kW급 발전용량을 갖추고 일반 가정 160세대의 연간 전력 사용량에 맞먹는 연간 570MWh의 전력을 생산하고 있습니다. 이마트는 일부 발전량을 발전사업자에게 판매하여 신·재생에너지 발전사업에도 기여하고 있습니다.



▲ 구성점 태양광 발전 시설

에너지절약전문기업(ESCO) 사업 추진 현황

구분	단위	2020	2021	2022
누적회차	차	12	13	14
투자비	억 원	87	81.1	90.0
대상점포수	개 점	76	28	27
에너지 절감효과	tCO ₂ eq	7,645	4,271	4,385
주요 투자항목	-	① LED 조명 교체 ② S/C(냉장, 냉동 쇼케이스) 효율화 ③ 공조제어 ④ 무열선도어	① LED 조명 교체 ② 터보냉동기 (가스→전기) ③ 공조제어 ④ 개별냉난방기 AI제어 ⑤ S/C (냉장, 냉동) 효율화	① LED 조명 교체 ② 직결 배기Fan 설치 ③ 터보냉동기 (가스→전기) ④ 냉수펌프 인버터 교체 ⑤ S/C (냉장, 냉동) 효율화

* 2022년 에너지 절감효과는 보고일 기준 실적 최종 집계 전이므로 추후 변경될 수 있음

신·재생에너지 사용 현황

에너지 종류	단위	2020	2021	2022
총 태양광 발전량 (자가발전+매전량)	kWh	4,727,958	4,789,512	5,244,427
총 태양광 사용량 (자가발전)	kWh	85,823	112,495	114,644
빙축열 전력사용량	kWh	8,115,728	10,042,084	10,057,159
지열 전력사용량	kWh	350,160	340,842	297,198
총 신재생에너지 사용량	kWh	8,551,711	10,495,421	10,469,001
신재생 에너지 발전 사업장 수	개소	41	44	44

* 신재생 에너지 발전 사업장 수는 태양광, 빙축열, 지열 등 신재생 발전설비를 1개 이상 갖춘 사업장 수
* 태양광 발전 시설 34개점, 지열 발전시설 3개점

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT _ 기후변화 대응

업무용 차량 전기차 전환 완료

이마트는 한국형 무공해차 전환 사업(K-EV100)에 참여하고 있으며, 2021년 성수점의 업무용 차량 시범 교체를 시작으로 2022년 전체 점포의 업무용 차량 160여 대를 전기차로 교체하였습니다. 업무용 차량이란 물품 구매, 마케팅 판촉 등 점포 운영에 필요한 업무를 보조하는 차량이며, 이마트는 160여 대에 달하는 업무용 차량 전환으로 소나무 24만여 그루를 심는 효과에 해당하는 연간 약 1,004톤의 탄소 배출량 감축에 기여하고 있습니다.

냉동기 에너지 효율 제고

이마트는 냉동기 전력효율 향상을 위한 개선 작업을 순차적으로 진행하고 있습니다. 기존에 가스(LNG)를 활용한 흡수식 냉온수기를 전기를 사용하는 터보 냉동기로 교체하면 냉방 효율이 약 6배 오르고 에너지 사용량도 50% 절약할 수 있습니다. 또한 교체대상이 아닌 냉동기 순환펌프에는 매장의 온도변화에 따라 냉수유량을 조절하는 인버터를 적용하여 에너지 사용량을 40% 절감하는 등 2022년 6개 지점의 냉동기와 3개 지점의 인버터 개선 작업을 시행했습니다.

녹색매장, 녹색건축인증 매장

이마트 성수점은 2011년 환경부 녹색매장 1호로 공식 지정된 국내 최초 녹색매장입니다. 이후 이마트는 51개 점포를 녹색매장으로 추가 인증받아 보다 친환경적인 쇼핑환경을 제공하고 있습니다. 2022년 개점한 트레이더스 동탄점은 천장과 바닥 주요 부자재를 친환경 제품으로 사용한 녹색건축인증 매장이며, 설계 단계에서부터 저탄소 에너지원인 지역냉난방 기술을 적용하여 환경부하를 줄였습니다. 또한 절수형 기기를 구축하여 수자원의 자원효율성을 높이고 매장 내 이산화탄소 농도 감지 센서를 설치하여 쾌적한 실내공기질을 유지하고 있습니다. 더불어 6면의 전기차 충전소와 2면의 환경 친화적 자동차 전용시설, 매장 주 출입구 앞 약 160㎡ 공간을 활용한 옥생비오톱 조성으로 모두를 위한 친환경 매장으로 활용성을 높이고 있습니다.



K-EV100 시행 안내



2023년 어스데이 참여

에너지 절약에 앞장서는 '어스데이' 소등행사

이마트는 그동안 지구의 날, 에너지의 날, 어스아워 등 환경관련 기념일에 진행되는 소등행사에 참여하여 해당 일에 1시간 가량 점포 옥외 사인을 소등하고, 소등행사 안내와 실천 동참을 유도하는 인증샷 이벤트 등 캠페인을 추진해 왔습니다. 이마트는 에너지 절감에 모범을 보이고자 2023년 5월부터 매월 셋째 일요일을 '어스데이'로 지정하고 20시부터 1시간 동안 이마트 전 점의 옥외 사인 소등행사를 진행하고 있습니다.

트레이더스 동탄점 녹색건축인증 안내 배너



3.1.1

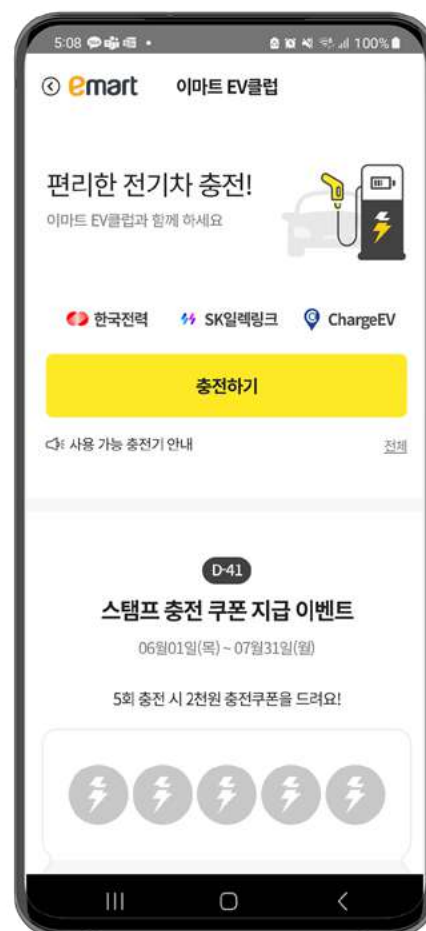
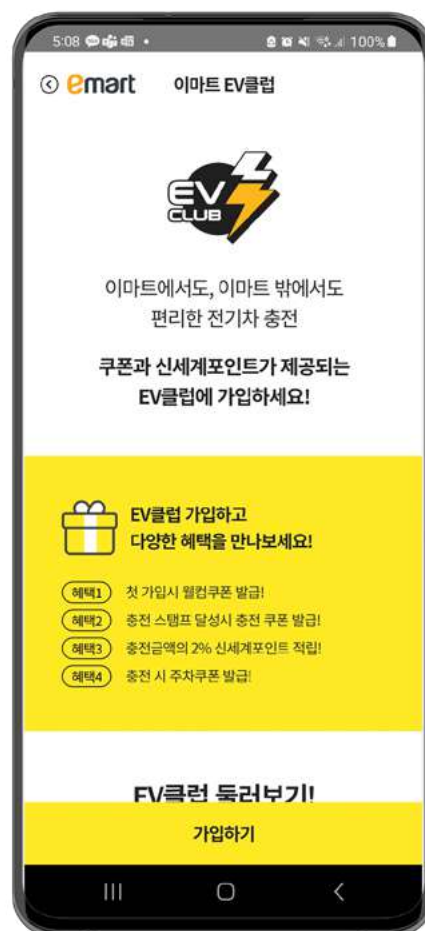
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT _ 기후변화 대응

3.1.1



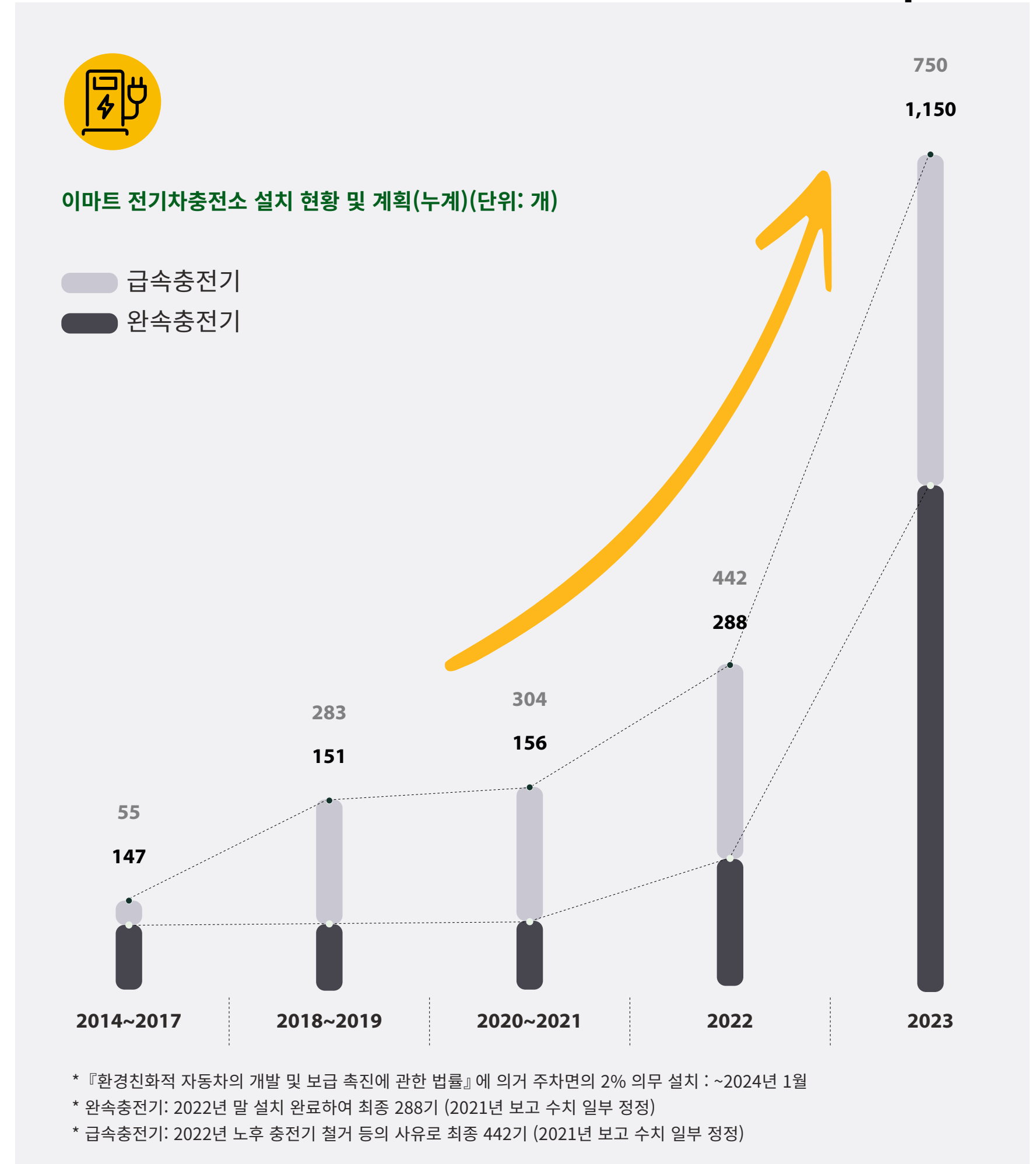
이마트 죽전점 전기차 충전소



이마트 EV클럽

전기차 충전 인프라 확대

이마트는 정부의 전기차 확대 정책을 지원하고 전기차 고객들의 사용 편의성 확대를 위해 2010년 첫 시작 이후, 2014년부터 본격적으로 전기차 충전 설비를 확충하고 있습니다. 이마트의 전기차 충전 설비는 유통업체 최대 규모로 2022년 12월 기준 전국 124개 점에 730기가 설치되어 있으며, 2023년 완속충전기 862기, 급속충전기 308기를 추가하여 총 1,900대의 전기차 충전시설을 확보할 계획입니다. 또한 차별화된 충전 경험을 제공하기 위해 2023년 6월 이마트앱 기반의 전기차 충전 서비스 플랫폼인 '이마트 EV클럽'을 론칭했습니다. 신세계 포인트 회원이라면 누구나 이마트 EV클럽에 가입할 수 있으며, 이마트 앱을 통해 이마트와 제휴된 전국 2만 4천기의 외부 전기차 충전기를 사용할 수 있습니다. 이마트 EV클럽 고객들은 쇼핑하는 동안 충전이 진행되므로 시간을 효율적으로 사용할 수 있음은 물론, 이마트와 제휴된 외부 전기차 충전소에서도 회원가로 할인혜택을 받을 수 있습니다. 이마트는 이마트 EV클럽 런칭을 기념해 풍성한 이벤트를 진행했으며, 앞으로도 차별화된 충전 경험과 서비스 제공으로 고객의 친환경 차량 이용 동참을 유도할 계획입니다.



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT _ 순환경제 구축

3.1.2



이마트는 독자적인 생산공정을 운영하지 않으며, 이로 인한 화학물질 사용이나 대기, 수질오염물질 배출이 없습니다. 그러나 한정된 자원의 가치 있는 사용과 환경부하 저감을 위해 자원의 사용량을 최소화하고, 이미 만들어진 자원은 재사용·재활용하며, 유용자원 매립의 최소화와 폐자원의 에너지화를 통해 가치상승형 순환경제를 구축하는 일에 앞장 서고 있습니다.

폐기물 배출 현황

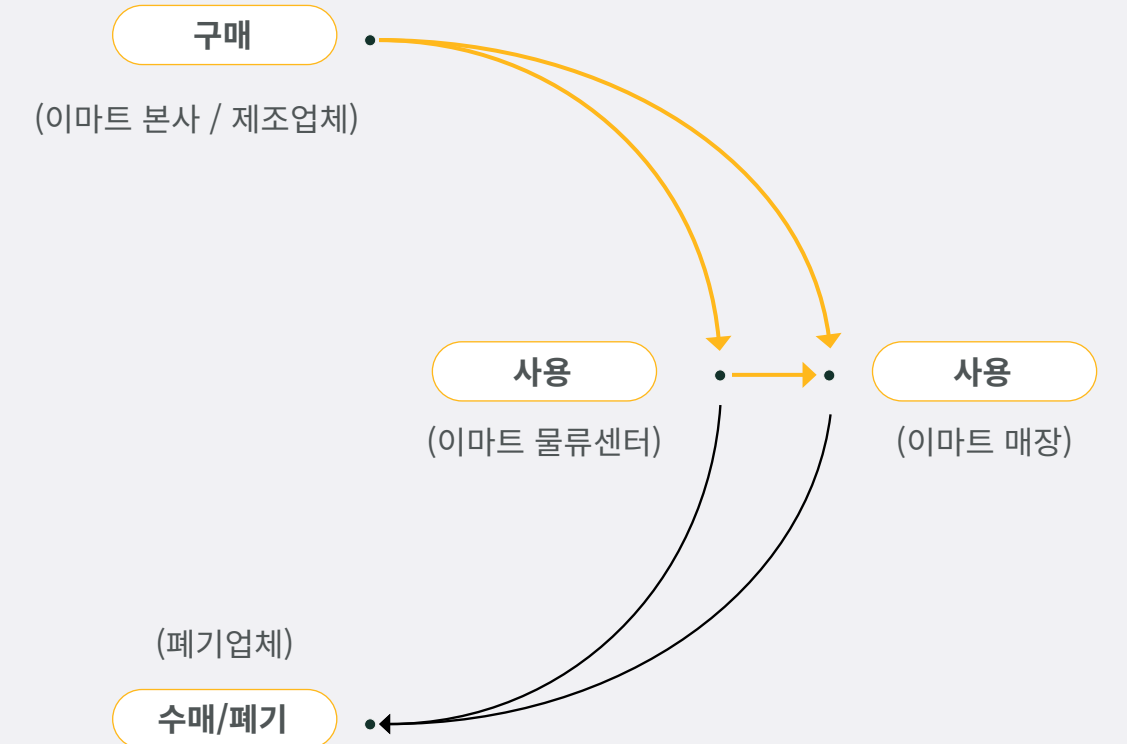
이마트 발생폐기물은 생활 폐기물과 음식물 폐기물이 있으며, 폐기물 배출을 최소화할 수 있도록 노력하고 있습니다. 이마트는 철저한 분리수거를 통해 폐지, 폐식용유 등을 구분하여 배출하며, 배출된 폐기물은 적정 자격을 보유한 신뢰할 수 있는 업체를 선정하여 전량 위탁처리하고 있습니다.

스트레치 필름 재활용

이마트는 단순한 재생원료 사용에서 한걸음 더 나아가 포장재 생산 공정부터 물류, 판매 매장의 유기적 구조화를 통해 자원을 순환시키는 자원 순환형 생산 시스템(Closed Loop) 구축을 추진하고 있습니다.

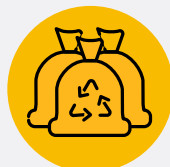
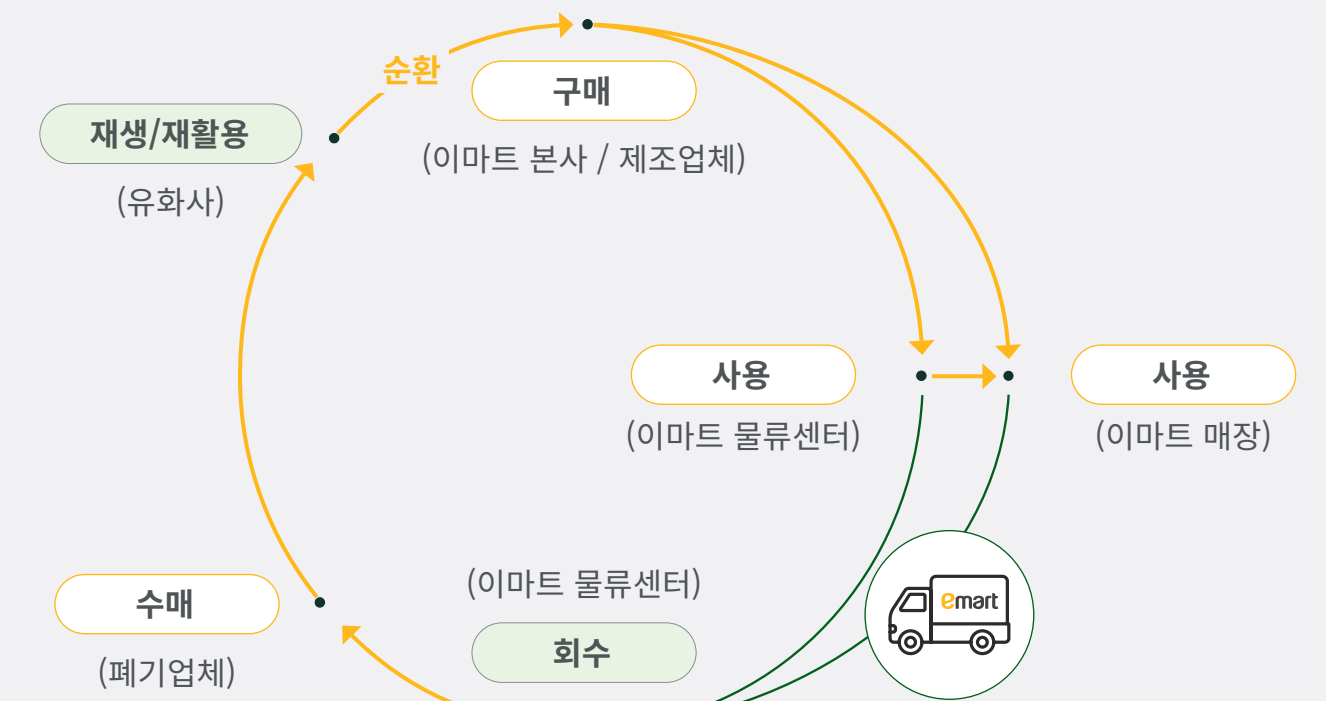
이마트는 2021년 환경부, 자원순환사회연대와 자원순환 협약을 맺고 스트레치 필름 회수 재활용 사업을 추진하였습니다. 스트레치 필름은 산업용 랩으로도 불리는 얇은 플라스틱 비닐 필름으로, 주로 파레트(화물운반대) 위에 적재된 물건들이 흔들리지 않도록 감싸 고정하는 데 사용되는 1회성 소모품입니다. 버려지는 폐필름을 다시 자원으로 활용하면 PCR(Post-Consumer Recycled) 스트레치 필름으로 재생산이 가능하며, 이 경우 폐필름을 PCR필름의 최대 60%까지 활용할 수 있습니다. 이마트가 일 년에 사용하는 스트레치 필름은 약 1,660톤이며, 2021년 여주센터 권역 시범사업을 거쳐 2022년 79개 점포와 물류센터에서 발생한 폐필름 1,066톤을 회수하였으며 3만 7천롤의 PCR 필름을 재생산 하며 성공적인 자원순환경제(Circular Economy) 프로세스를 구축했습니다. 이를 바탕으로 2023년 폐필름 자원화 지점을 139개로 확대하였으며 PCR 원료 사용범위를 소모품, 상품 패키지까지 다양하게 확대할 예정입니다.

자원 순환형 스트레치필름 생산 모식도



Before 사용 -> 폐기 (끝)

After 사용 -> 회수 -> 재생/재활용 -> 사용 ... (순환)



폐기물 배출 현황

구분	단위	2020	2021	2022
총 폐기물 발생량	ton	81,100	81,281	82,222
폐기물 재활용량	ton	44,634	45,964	46,624
폐기물 재활용률	%	55.0	56.5	56.7
음식물 쓰레기 재활용률	%	99.6	99.6	99.6
생활폐기물 매립량	ton	571	563	720
생활폐기물 소각량	ton	4,410	4,537	3,804

* 환경정보공개 보고 기준
* 2021년 환경정보공개제도 최종 검증하여 수정된 데이터

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT _ 순환경제 구축

3.1.2



스타벅스 커피박 퇴비화

이마트는 버려지거나 소각되는 커피박이 이마트 상품과 관련된 부분에 재활용 될 수 없을까에 대해 많은 고민을 하였습니다. 커피박은 소각시 이산화탄소 34배의 온실효과를 내는 메테인(CH₄)을 다량 배출하는데 반해 축산 퇴비와 혼합하여 커피박 퇴비로 재생산할 경우 유기물, 섬유소, 폴리페놀 화합물 등이 풍부한 친환경 퇴비로 활용됨은 물론 온실가스 감축 효과도 기대할 수 있습니다.

실제로 이마트는 2022년 스타벅스 커피박을 퇴비화하여 농가에 무상 기부 형태로 제공하였으며, 농가에서는 커피박 퇴비와 클로렐라 농법으로 더욱 건강하고 맛있게 재배한 까망애플수박을 고객들에게 선보였습니다.



커피박 재활용 퇴비로 만든 까망애플수박 판매

우산 비닐 대체 빗물제거기 도입

이마트는 자원 절약 및 재활용 촉진에 관한법률 시행규칙 개정에 따라 2022년 하반기부터 이마트 전 점포 출입구에 일회용 우산 비닐 대신 친환경 우산 빗물제거기를 도입하여 운영하고 있습니다. 일회용 우산 비닐 사용 억제로 연간 약 123만 장, 4톤에 달하는 일회용 비닐 사용을 줄일 수 있을 것으로 예상됩니다.

수자원 사용 효율 제고

이마트는 수자원 사용 효율을 높이기 위해 이마트 킨텍스점, 트레이더스 연산점 등 10개 점포에 중수도 시스템을, 이마트 광고점, 트레이더스 동탄점 등 14개 점포에 우수(빗물) 재활용 시스템이 구축되어 있습니다. 모여진 용수는 내부 정화시스템을 거쳐 화장실 용수 등으로 재활용하고 있습니다.



용수 사용 현황

구분	단위	2020	2021	2022
용수 사용량	ton	3,344,910	3,417,142	3,469,031
용수 재활용량	ton	83,148	73,709	57,007
용수 재활용률	%	2.49	2.16	1.64
용수 사용 집약도 (사용 원단위)	ton/억 원	35.01	32.64	30.73

* 환경정보공개 보고 기준, 집약도는 금융감독원 전자공시시스템 공시 손익계산서 기준
* 2021년 환경정보공개제도 최종 검증하여 수정된 데이터

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT _ 순환경제 구축

온라인몰 종이백 재생원료 도입

이마트는 택배 등 온라인 배송에 사용되는 비대면용 종이백의 자원 효율성을 개선하여 2023년 1월부터 97개 전 PP센터에 적용하고 있습니다. 기존 단일 사이즈로 제작되던 봉투를 대, 중, 소 3종으로 세분화하여 포장 공간을 효율적으로 사용하고 불필요한 자원 낭비를 막았으며, 이마트, 트레이더스 매장에서 배출되는 폐박스를 재생원료로 활용한 PCR(Post-Consumer Recycled) 30% 종이백을 개발하여 사용하고 있습니다. 종이백 개선 작업으로 매년 약 600톤의 목재펄프 사용을 절감할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다. 또한 PCR 함량을 50%로 상향하기 위해 제품 테스트 중에 있으며 하반기 도입 성공시, 목재펄프 약 300톤을 추가로 절감할 수 있습니다.



PC전달식

비대면 배송용 종이백

사내 카페 다회용컵 도입

이마트는 Zero Waste 사옥을 구축하기 위해, 사내 카페에서 일회용품 사용을 전면 금지했습니다. 임직원에게는 개인 텀블러 사용을 권장하여 각 층 탕비실에 텀블러 세척기를 설치하였으며, 텀블러 휴대가 어려운 외부 협력사 방문객에게는 다회용컵에 음료를 제공하고 있습니다. 다회용컵은 폴리프로필렌(PP) 소재의 재사용 컵 2종으로, 50~70회 사용을 거쳐 100% Recycle 컵으로 재생산됩니다. 2023년 3~4월 본사 상담실 1개 카페에서 시범운영을 진행했으며, 2023년 5월 본사 사옥 이전 후 전체 카페로 확대하여 사내에서 연 최대 36만 개의 일회용 플라스틱컵을 절감할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.



다회용기 사용 실천 안내 / 다회용기 무인반납기

3.1.2

PC 기증

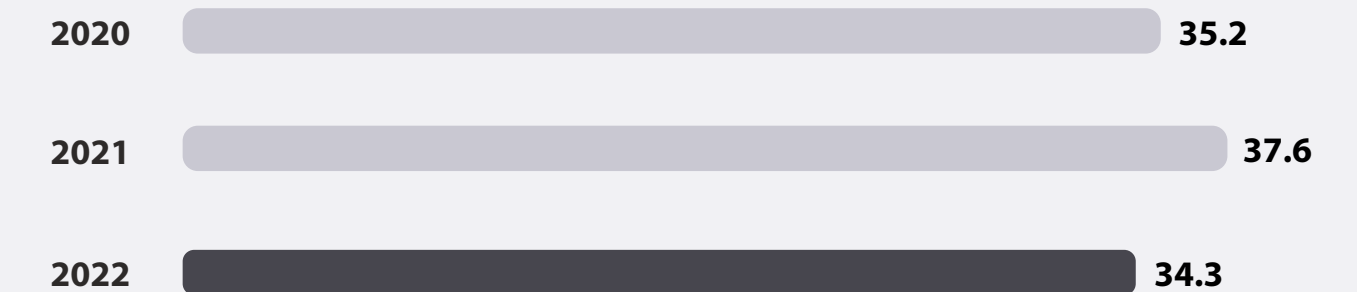
이마트는 IT취약계층의 정보격차 해소를 위해 한국IT복지진흥원의 중고컴퓨터 기증사업에 참여하였습니다. 이마트는 업무환경 전환으로 더 이상 필요 없게 된 노트북 526대, 데스크탑 2,081대와 모니터 2,454대를 전달하였고 수집된 IT 기기는 기본적인 사양 점검과 업데이트 등의 작업을 거쳐 전국 지역아동센터와 노인복지관, 장애인 복지시설 등 117곳에서 유용하게 사용되고 있습니다.

녹색구매

이마트는 2011년 4월에 환경부와 녹색구매 자발적 협약을 체결하고 영업용/지원용 장비 구입 시 에너지 효율등급이 높거나 효율이 높은 기자재를 우선 적용하고 있으며, 건물관리에도 친환경 상품 혹은 재활용성이 높은 자재를 우선 구매하고 있습니다.



녹색구매 실적 (단위: 억 원)



* 친환경상품: 환경부 환경표지인증, GR인증, 저탄소인증, 환경성적표지인증(탄소발자국) 등 공인 인증 상품
* 2022년 전년대비 용지 및 토너 사용량 감축

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT _ 친환경 소비문화 확산

3.1.3



이마트는 기존에 없던 새로운 접근방식으로 고객에게 친환경 소비 경험을 제공하고 우리사회가 친환경 실천을 위해 나아가야할 길을 제시하고 있습니다. plastic free, paperless, forest를 주제로 한 tomorrow 캠페인을 중심으로 보다 편하고 즐거우면서도 가치 있는 소비 체험으로 우리사회의 환경친화적인 변화를 이끌어하겠습니다.

3대 Tomorrow 캠페인

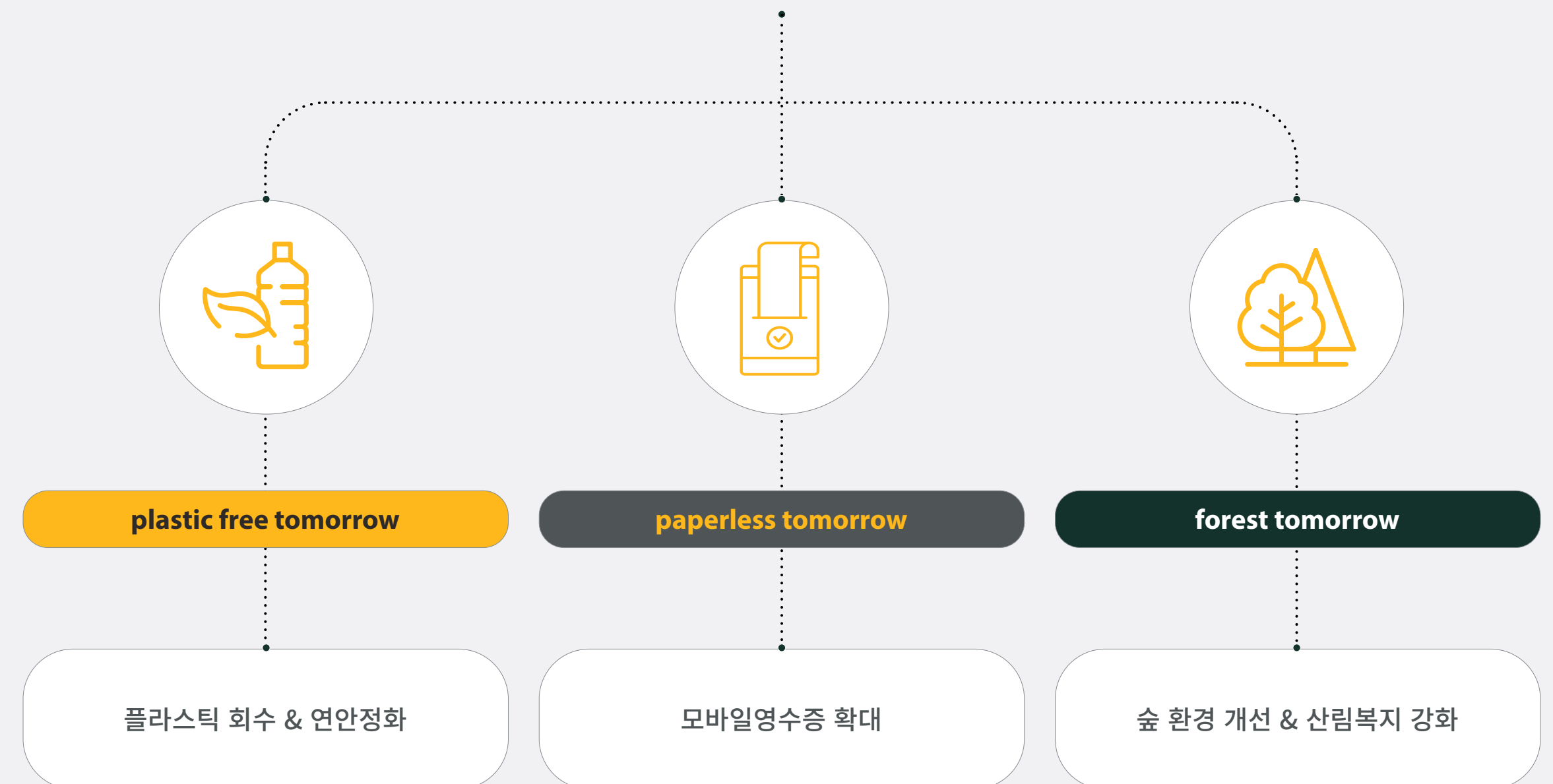
이마트는 지속가능경영 비전인 'emart tomorrow'를 고객들과 함께 실현하기 위해 지속가능한 사회문화 구축 캠페인으로 2020년부터 'tomorrow 캠페인'을 추진하고 있습니다. 2022년 진행되고 있는 3대 Tomorrow 캠페인은 플라스틱 감축을 목적으로 하는 'plastic free tomorrow', 모바일 영수증 발급으로 자원 절약에 동참하는 'paperless tomorrow', 산림을 키워 탄소중립을 실천하는 'forest tomorrow'입니다.



3대 Tomorrow 캠페인



지구의 내일을 우리가 함께



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT _ 친환경 소비문화 확산

3.1.3

plastic free tomorrow

가볍고 값싼 편의성으로 연간 4억 톤 이상 생산되는 플라스틱은 쉽게 분해되지 않는 성분으로 사회문제로 대두되고 있습니다. 이마트는 고객들에게 일상 속에서 참여할 수 있는 사용 절감과 재사용, 재자원화를 제안하여 플라스틱이 불편하지 않은 plastic free tomorrow를 만들고자 합니다.

이식 쇼핑카트, 줍깅 집게 등 새로운 모습으로 업사이클링 되어 지역사회에 기부되어 왔습니다.

2023년에는 가플지우와 뜻을 함께 하고자 하는 파트너사들이 더욱 많아지면서 이마트를 포함하여 총 18개 파트너사들이 함께하게 되었습니다. 가플지우는 활동영역을 온/오프라인을 활용한 폐플라스틱 회수, 연안정화활동인 이달의 바다, 참여 파트너사 별로 의미있는 날에 가플지우 활동을 추진하는 브랜드 데이, 바다를 알고 해양환경을 지켜가는 온/오프라인 아카데미로 세분화하고 활동범위를 확장하였습니다. 가플지우는 앞으로도 파트너사들의 협업을 기반으로 일반인들에게 우리 바다의 소중함을 알리고 환경보존 활동에 동참할 수 있는 기회를 늘려 나갈 것입니다.

가플지우(가져와요 플라스틱, 지켜가요 우리바다)

가플지우는 깨끗하고 아름다운 우리 바다를 지키기 위한 친환경 캠페인 플랫폼입니다. 2018년 이마트 성수점을 시작으로 수도권 매장에서 운영된 플라스틱 회수 캠페인에서 출발한 가플지우 캠페인은 그 의미에 동참하는 고객들의 적극적인 협조에 힘입어 현재 86개 점에 플라스틱 수거함을 운영하고 있습니다. 고객의 참여로 회수된 폐플라스틱은 그간 어린이 교통안전 반사판, 접

가플지우가 걸어온길

2018	2019	2020	2021	2022	2023
<ul style="list-style-type: none"> · 가플지우 파트너십 체결 · 이마트 30개 점포 플라스틱 회수 시작 	<ul style="list-style-type: none"> · 79개 점포로 플라스틱 회수 확장 · 업사이클 굿즈 제작 지역사회 기부 	<ul style="list-style-type: none"> · 업사이클 줍깅 키트 제작 기부 	<ul style="list-style-type: none"> · 스타필드 하남 가플지우 전시회 진행 	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 플라스틱 회수 시작 · 가플지우 연안정화활동 '이달의 바다' 론칭 	<ul style="list-style-type: none"> · 충청권역 플라스틱 회수 확장 · 가플지우 반려해변 입양
+ 이마트, 테라사이클, 한국피앤지		+ 해양환경공단	+ 아이엠에서퍼, 포스코	+ (주)비와이앤블랙야크, (주)에스에스지닷컴, 브리타, 유익컴퍼니, 자원순환사회연대, CJ제일제당, G마켓	+ 신세계아이앤씨, 조선포텔앤리조트, 한국쓰리엠(주), KT&G, SK지오센트릭



가플지우 연안정화활동



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT _ 친환경 소비문화 확산

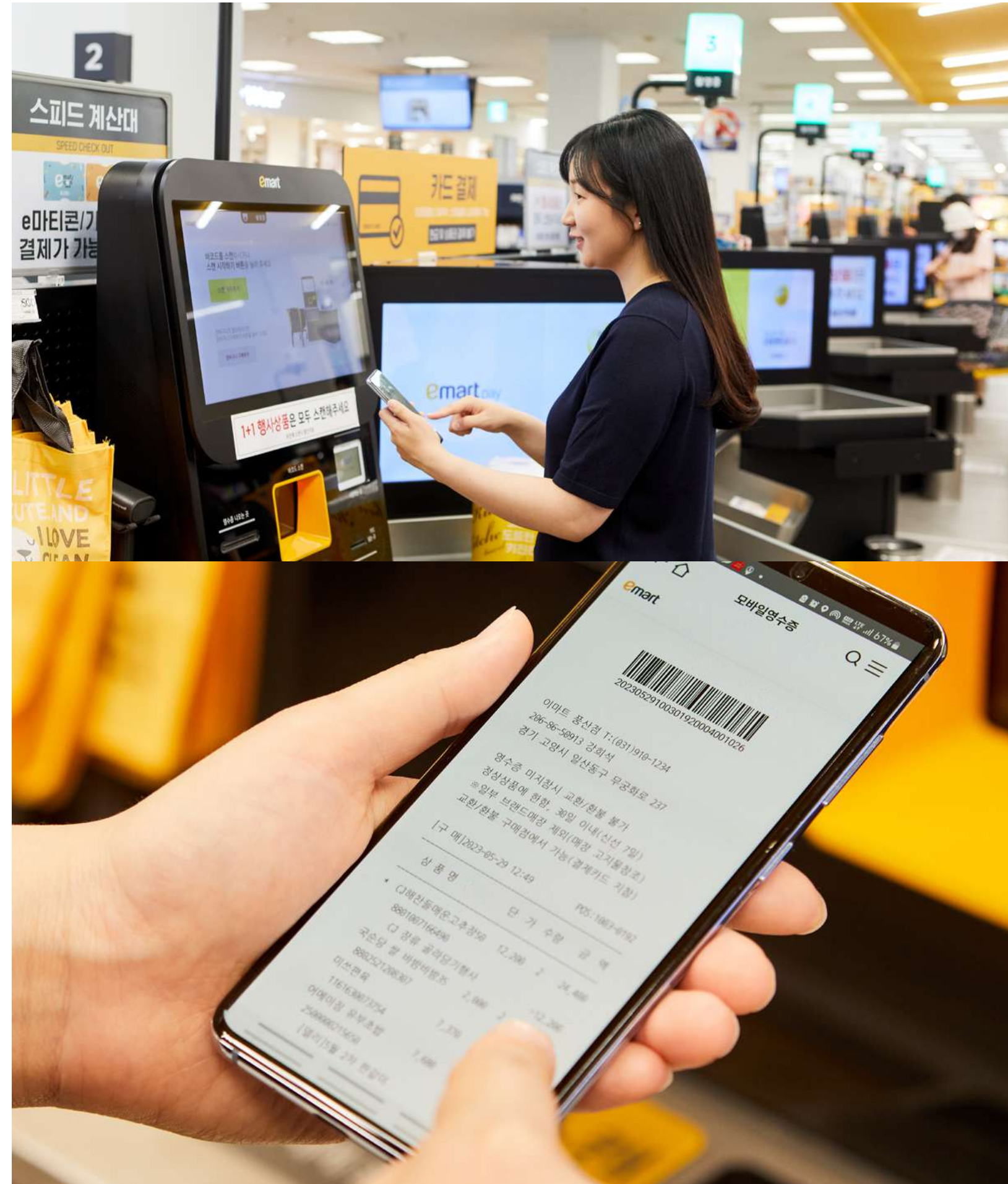
3.1.3

paperless tomorrow

이마트는 자원 낭비이자 최근 문제시 되고 있는 개인 정보 이슈나 영수증의 분실 및 훼손으로 인한 문제점에 착안하여 모바일 영수증 캠페인을 진행하고 있습니다. 종이사용량을 줄여 자원절약을 통한 환경보호를 실천함은 물론 포인트도 쌓고 정보도 지키는 일석 삼조의 새로운 경험을 제안합니다.

모바일 영수증 캠페인

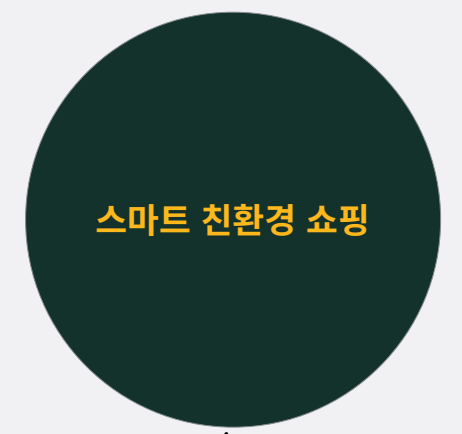
이마트는 2017년 국내 유통업계 최초로 종이 영수증을 대체하는 모바일 영수증 제도를 도입하였으며, 지속적인 발전을 거듭하여 이마트 앱을 통해 모바일 영수증 받기를 고객이 직접 선택할 수 있게 되었습니다. 모바일 영수증 발급은 탄소중립 실천 포인트 지급 대상으로 환경보호에 동참하여 포인트도 받고, 효율적인 영수증 관리도 가능한 친환경 소비활동입니다. 2023년 5월 기준 모바일 영수증만 발급하도록 설정한 고객 수는 513만여 명에 이르고, 발급 비율은 전체 영수증 발급의 약 33%로 세 명 중 한 명의 고객이 모바일 영수증을 발급받고 있습니다. 2017년부터 2023년 5월까지 누적된 종이 영수증 감축량은 2억 8천만 장으로 온실가스 약 476톤을 감축한 효과이며, 이는 30년산 강원지방 소나무 5만 9천여 그루가 1년간 흡수하는 탄소량에 해당합니다. 또한 모바일 영수증 발급 고객은 한 건당 탄소중립포인트 100점을 적립 받을 수 있으며, 이마트는 모바일 영수증 사용 확대를 장려하기 위해 2022년 모바일 영수증 발급 고객을 대상으로 파라솔, 랜더스 쿨러백, 비치타월 등 여름휴가 한정판 상품 증정 스탬프 행사를 진행하였습니다.



모바일 영수증 참여 캠페인

모바일 영수증 이용

모바일 영수증 캠페인 기대효과



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT _ 친환경 소비문화 확산

3.1.3

forest tomorrow

forest tomorrow는 자연자원을 소모하는 휴지의 사용·판매를 막을 수 없다면 판매하는 만큼 나무를 심어 환경을 살릴 수 있는 선순환 구조를 만들어보자는 임직원의 제안으로 시작된 탄소중립 프로그램입니다. 환경과 사람이 서로 선한 영향력을 주고 받는 따뜻한 경험을 제안합니다.

나무 심는 화장지

매출액의 1%에 해당하는 금액을 나무 심기 캠페인에 후원하는 나무 심는 화장지는 노브랜드 화장지 전 품목에 해당되며, 노브랜드와 이마트 매장에서 판매하고 있습니다. 이마트는 2022년 2억 원을 사막화 방지 활동 NGO인 사단법인 '미래숲'에 기부하여 조림사업으로 지구의 녹색화를 이루는 활동에 동참하고 있습니다.

이마트 나무 심기 캠페인

이마트는 2009년부터 매장 인근 공원이나 학교 시설에 점포 단위로 나무 심기 캠페인을 시행해왔습니다. 2013년부터는 본사 차원의 식수 캠페인인 '이마트 희망나무숲 가꾸기'로 확대하여 내몽골 사막화 방지, 태풍 곤파스 피해 지역 숲 조성, 아시안게임 주경기장 식수 등으로 총 100만 그루 이상의 나무를 심어왔고, 2022년 내일의 숲 조성으로 이어지고 있습니다.

내일의 숲

이마트는 임직원 및 가족에게 산림복지프로그램 체험 기회를 제공하는 '내일의 숲' 캠페인을 진행하고 있습니다. 2022년에는 경상북도 영주 소재 국립산림치유원 부지 5,000㎡에 1,500그루의 나무를 심고 산책로를 조성하여 이마트 내일의 숲을 조성하였습니다. 또한 국립산림치유원, 국립횡성숲체원, 국립장성숲체원에서 14번에 걸친 '이마트 내일의 숲' 캠프를 열어 414명의 이마트 가족들과 함께 숲이 가지는 환경적 가치를 학습하고 산림 정화 봉사활동을 진행하였습니다. 2023년에는 강원도 동해시 산불 피해지역 중 약 4,000평에 총 3,600그루의 나무를 심었습니다. 수종은 생물다양성 보존에도 기여할 수 있도록 양봉협회와 협업해 꿀벌이 좋아하는 밀원수로 선정하였으며, 사라져가는 꿀벌 개체를 늘릴 수 있도록 아카시아나무 3,000그루와 헛개나무 600그루를 식재하였습니다.

- > 내일의 숲 나무심기
- ✓ 내일의 숲 조성



> 나무심는 화장지



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT _ 친환경 소비문화 확산

3.1.3

그 밖의 친환경 프로그램

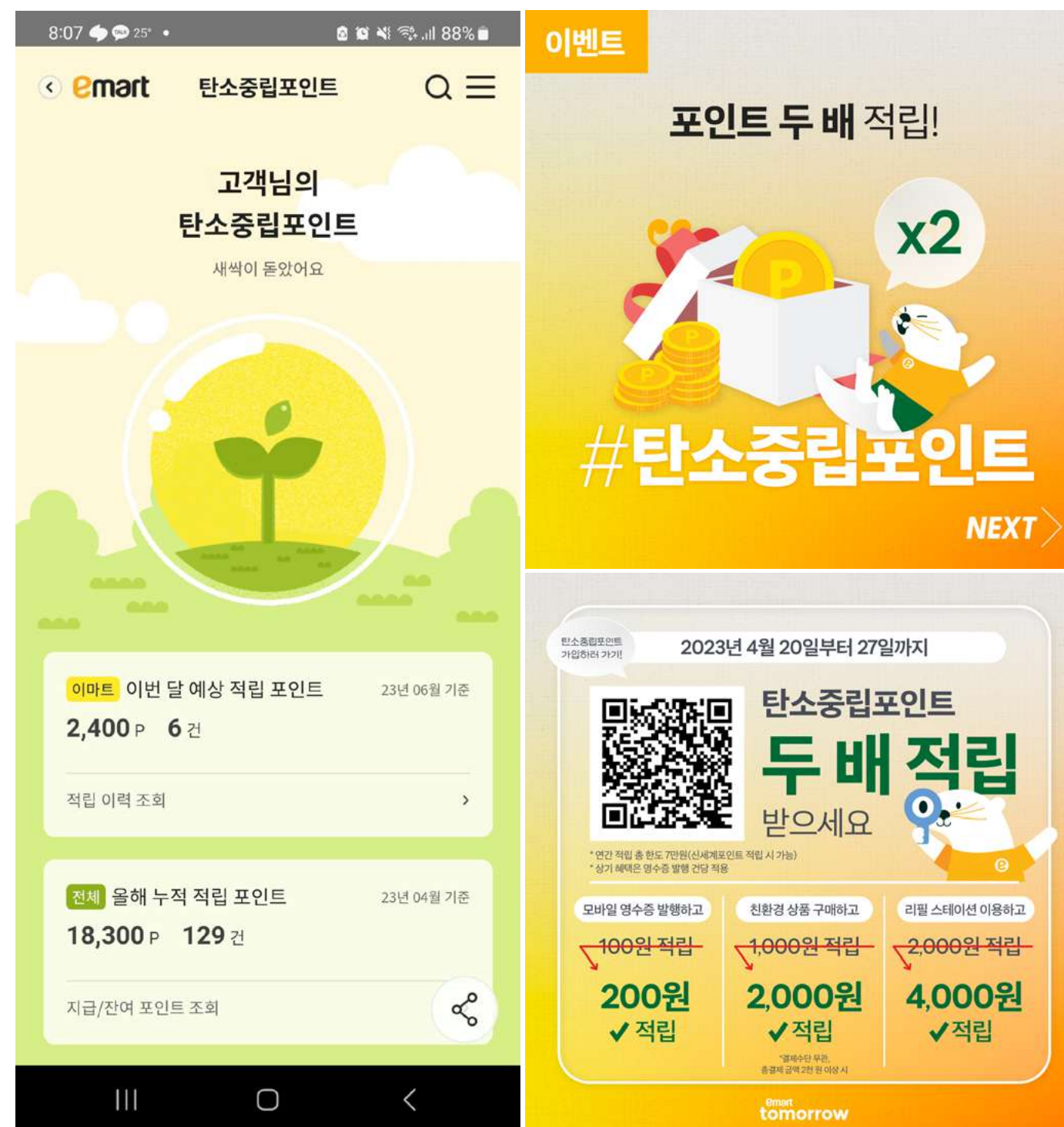
이마트는 녹색 상품의 개발과 유통을 강화하고 소비문화를 확산하기 위해 자체적인 상품 제안은 물론 환경부의 친환경 소비문화 정책에 적극 동참하여 다양한 소비경험을 제안하고 있습니다.

탄소중립포인트 적립

이마트는 환경부의 탄소중립포인트 제도에도 참여하고 있으며, 고객들은 이마트에서 친환경 활동을 할 때마다 탄소중립포인트를 적립할 수 있습니다. 이마트에서 적립가능한 활동은 전자영수증 발급(100원/회), 리필 스테이션 이용(2천 원/회), 친환경상품 구매(1천 원/회) 등입니다. 단, 포인트를 적립 받기 위해서는 사전에 해당 홈페이지에서 탄소중립포인트 회원가입을 해야 합니다. 이마트는 보다 편리한 탄소중립포인트 활용을 위해 2023년부터 이마트앱에서 탄소중립포인트 연동 서비스를 제공하고 있습니다. 탄소중립포인트 가입고객들은 이마트 앱에서도 탄소중립포인트를 조회, 관리할 수 있으며, 포인트 적립이 가능한 다양한 활동을 안내하고 있습니다.

녹색소비주간, '그린장보기'

이마트는 환경부, 녹색매장 지정 유통사들과 함께 매해 녹색소비주간과 연계한 그린장보기 행사를 진행하여 녹색제품 가격 할인, 포인트 추가적립 등의 혜택을 제공하고 친환경상품 소비 확대를 유도하고 있습니다. 2022년에는 11월, 37개 기관 및 민간기업이 참여하여 녹색소비주간을 운영하였습니다. 이마트는 SNS채널을 통해 녹색소비주간을 알리고 인증 이벤트를 진행했으며, 이마트 전 점포에서 녹색제품 구매 그린카드 프로모션을 안내했습니다.



이마트앱에서 확인할 수 있는 탄소중립포인트

탄소중립포인트 SNS 홍보

이마트에서 포인트 적립이 가능한 탄소중립 실천행동



이마트 SNS를 활용한 2022 녹색소비주간 홍보



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT _ 친환경 소비문화 확산

3.1.3

친환경상품 전문 코너 운영

이마트는 2022년부터 가치소비 브랜드인 '자연주의'의 대대적인 리뉴얼을 진행하고 있습니다. 자연주의는 원재료부터 제조과정, 포장재까지 가치소비를 고려해 개발한 2022년 기준 36종의 PL제품을 판매하고 있습니다. 신선식품 또한 후레쉬센터가 친환경 농산물 취급자 인증을 획득하면서 좋은 원재료를 사용하고 첨가물과 가공공정은 최소화한 다양한 상품을 선보이고 있습니다.

자연주의 브랜드 리뉴얼에 관한 내용은 Highlight 2. 자연주의 브랜드 리뉴얼에서 보다 자세히 살펴보실 수 있습니다.

빈병 보증금 환불센터 운영

이마트는 27개의 점포에 빈병 무인회수기를 설치하여 보다 쉽고 편리하게 빈병 회수 및 환불이 가능토록 운영하며 자원 재활용을 유도하고 있습니다. 수거대상은 유리 용기를 사용하는 주류병이며, 내용물을 깨끗하게 비운 후 회수 기계에 고객이 직접 투입하고 보증금을 받아가는 방식입니다. 무인회수기가 없거나 이용이 불편한 고객들을 위해 모든 이마트 점포 고객만족센터에서도 빈병을 수거하고 보증금을 환불해 드리고 있습니다.

리필매장

이마트는 2020년 업계 최초로 세탁세제와 섬유 유연제를 리필하여 판매하는 자판기 방식의 '에코 리필 스테이션'을 도입하고 2021년에는 국내 대형마트 최초로 삼푸·바디워시 리필 스테이션을 선보이는 등 2023년 6월 현재 4개 매장에 리필 관련 코너를 운영하고 있습니다. 리필 매장은 고객이 사용 후에 직접 세척, 건조해 다시 사용할 수 있는 상태로 회복된 용기를 가져오면 매장에서 저렴한 가격으로 제품을 재충전하는 시스템입니다. 전용 리필 용기만 있으면 일상용품을 여러 번 충전할 수 있어 플라스틱 사용은 줄이고 환경보호에도 쉽게 동참할 수 있습

니다. 에코 리필 스테이션은 슈가버블 브랜드의 세제와 섬유 유연제로 운영되며 두 제품은 미세 플라스틱을 함유하지 않은 친환경 제품입니다. 에코 리필 스테이션은 그 취지를 인정받아 '환경부 착한 포장 공모전'에서 우수상을 수상하기도 했으며, 2023년 상반기 기준 이마트 은평점과 왕십리 점에서 운영되고 있습니다. 고객들은 버려진 플라스틱을 재활용해 만든 PCR(Post-Consumer Recycled) 플라스틱 전용 리필 용기를 개당 1,000원에 구매한 후 용량에 맞게 제품을 리필하여 구매할 수 있습니다. 리필제품은 그린카드 에코머니 적립대상이자 탄소중립포인트 적립상품으로 환경을 고려하면서도 경제적인 소비를 경험할 수 있습니다.

비닐 쇼핑백 없는 점포

이마트는 일회성 소모품인 플라스틱 백 사용을 줄이고 장바구니 이용 문화를 확산하고자 2009년 2월 업계 최초로 '비닐 쇼핑백 없는 점포' 캠페인을 시작하였습니다. 2012년부터는 기업형 슈퍼마켓(SSM)도 캠페인에 동참하는 등 대한민국의 대표적 친환경 쇼핑문화로 자리 잡았으며, 2018년에는 환경부와 대형마트 1회용품 줄이기 자발적 협약을 맺으면서 속비닐 등 다양한 분야로 확대 운영되고 있습니다. 이마트는 1회용 쇼핑백을 대신해 손잡이가 달린 재사용종량제 봉투를 비롯하여 보온보냉 장바구니, 폴리에스터 대형 장바구니 등을 판매하고 있으며, 크기별 2종의 장바구니 대여서비스를 운영하고 있습니다. 또한 과일이나 채소 등을 담은 용도로 제공되는 속비닐(비닐롤백)의 사용 감축을 위해 사이즈를 줄이고 매대 비치 수량을 제한하였으며, 매장에 안내 문구를 부착하여 고객들의 사용 저감 활동 동참을 유도하였습니다. 이러한 노력으로 2022년 12월 기준, 2017년 대비 1억 5천만 장, 506톤의 비닐 사용 감축 효과를 거두고 있으며, 고객들의 동참으로 사용량이 매해 지속적으로 감소하고 있습니다.



친환경 상품 코너



장바구니 대여 서비스

비닐 롤백 줄이기

3.2

SUSTAINABLE PRODUCTS

지속가능상품

3.2

OUR APPROACH

지속가능경영이 확대되면서 기업에게 밸류체인 전반의 ESG경영을 요구하는 사례가 늘어나고 있습니다. 원료의 채취부터 가공, 운반, 생산, 소비, 폐기물 처리에 이르는 전 과정에서 기업의 책임 있는 자세가 요구되며 사회적 가치와 공정 거래를 존중하고, 지역 사회의 발전을 도모하는 데 기여할 수 있는 지속가능한 상품의 제공이 기업의 비즈니스에도 필수적인 요인으로 자리잡고 있습니다.

이마트는 지속가능상품으로 고객을 비롯한 이해관계자와 보다 지속가능한 관계를 이어가고자 합니다. 이마트는 보다 안전하고 건강한 상품을 고객에게 제공하기 위하여 자체적으로 글로벌 수준의 상품안전센터와 연구개발시설을 운영하고 있으며, 고객과의 소통 강화로 상호 신뢰를 공고히 하고 경영활동 개선에 고객의사를 적극적으로 반영하고 있습니다. 더불어 고객과 지구환경을 위한 지속가능상품 기준이 될 PSI(Product Sustainability Initiative)를 공개하고 PL(Private Label) 상품 중심으로 지속가능상품을 확대하여 유통업계에 모범적인 발자취를 새로이 새기고 있습니다.

LINKS TO UN SDGs



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SUSTAINABLE PRODUCTS _ 제품 안전 및 품질

3.2.1



이마트는 고객의 신뢰에 부응하기 위하여 법적 기준보다 강화된 자체 품질관리 기준을 수립하고 있으며, 국제 공인 시험기관으로 인정받은 상품안전센터를 통해 글로벌 수준의 품질관리를 시행하고 있습니다. 또한 상품 개발부터 판매 후 최종 소비단계까지 엄격한 품질관리 프로세스를 적용하고 유통업계 PL브랜드 최초로 공신력을 인증받은 피코크 상품 개발실을 중심으로 고객의 니즈에 부합하면서도 안전성을 확보할 수 있는 제품개발에 적극 나서고 있습니다.

고객 중심의 품질관리체계 구축

이마트는 ‘품질에는 타협이 없다’라는 품질 철학을 기반으로 고객 만족을 최우선하는 품질정책을 추구하고 있습니다. 법적 기준보다 강화된 자체 품질관리 기준을 세워 상품 개발부터 판매 후 최종 소비단계까지 엄격한 품질관리 프로세스를 적용하고 있으며, 고객 관점의 품질 개선을 통해 품질경쟁력을 강화하고 있습니다. 또한, 국제적으로 공인받은 상품안전센터에서 과학적이고 전문적인 상품 검증을 진행하고 있습니다.

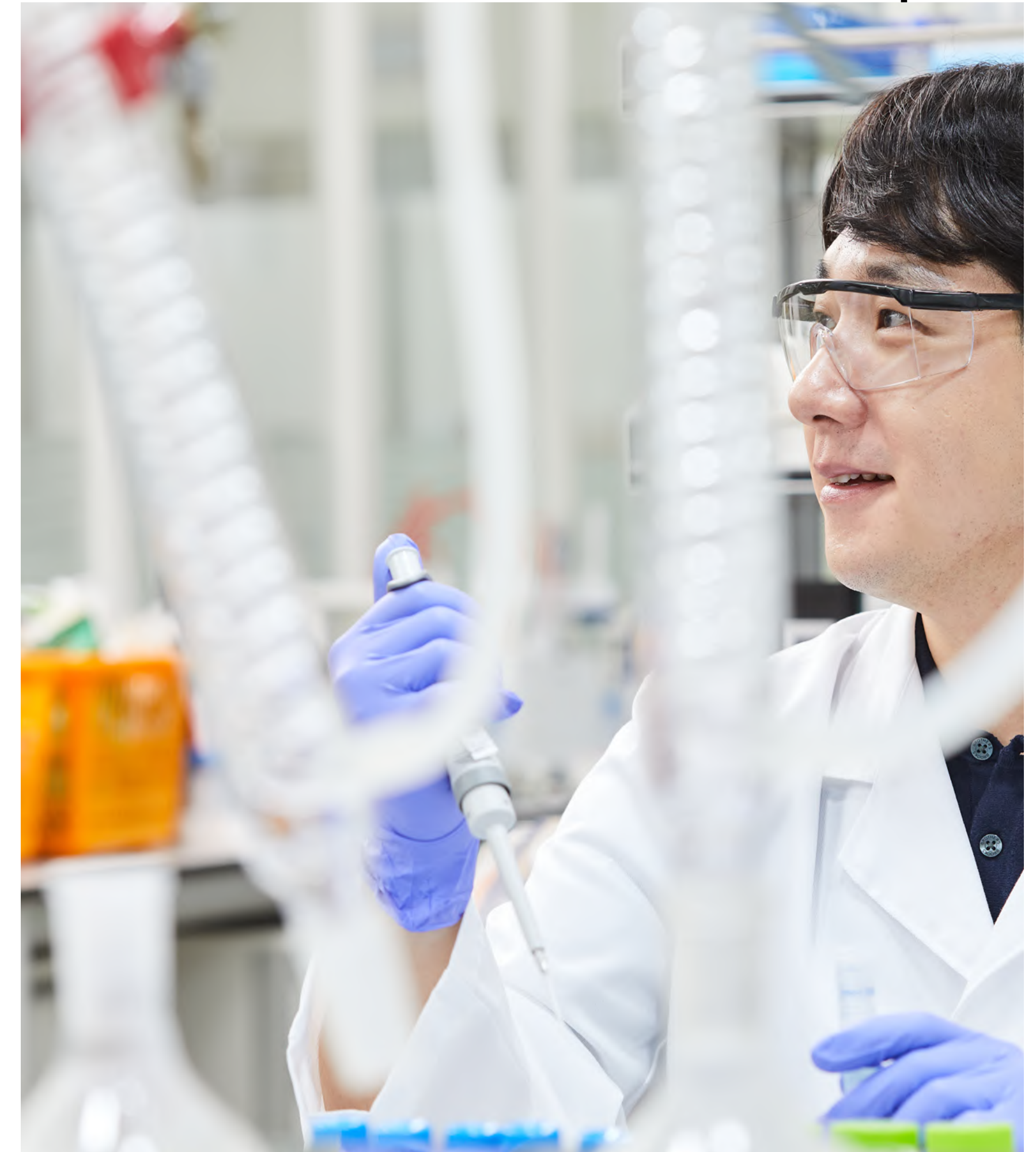
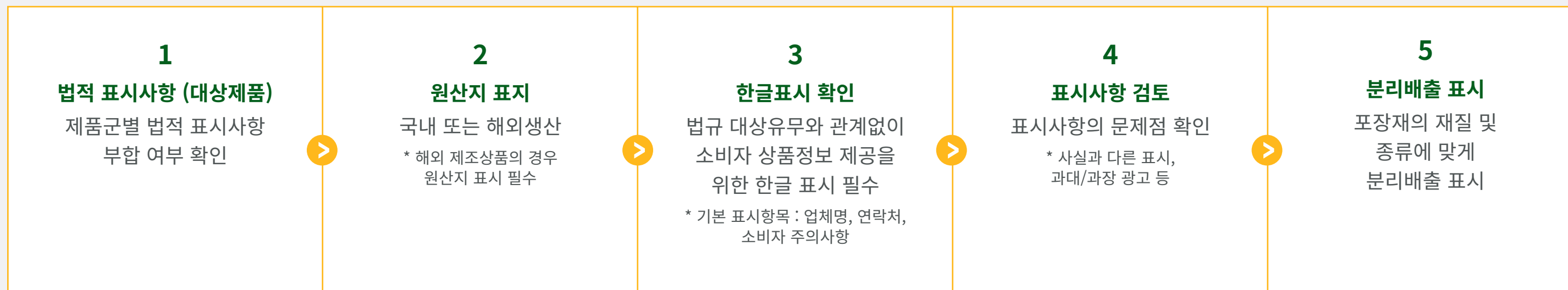


품질관리 역량 강화

이마트는 상품 품질수준 향상을 위해 품질관리 담당자별로 이슈 사례와 품질관리 정보를 담은 교육을 정기적으로 실시하여 내부 품질 전문가를 육성하고 품질 관리 역량을 강화하고 있습니다. 상품 매입을 책임지는 바이어와 판매 현장을 담당하는 점포 근무자를 대상으로도 품질 교육을 진행하고 있습니다. 특히 외부 전문 기관 초빙 교육으로 효율적인 학습을 제공하고 공인자격 취득을 지원하여 품질 전문가로의 성장 동기를 부여하고 있습니다.

2022년에는 대외 전문기관을 통해 식품 안전인증 제도(FSSC 22000) 내부 심사원 교육과 식품 법규 및 제품 표시 실무교육, 아동용 섬유제품의 안전관리 기준에 대한 교육 등을 진행하였습니다. 생활화학제품 교육이나 어린이 제품 안전에 관한 교육은 비식품 전담자를 비롯하여 상품안전센터 담당자와 바이어, 관계사 품질관리자까지 참여 범위를 확대 권고 하였습니다. 또한 내부 관리 효율을 위해 비식품 PL품질관리 가이드, 비식품 바이어 품질표시 체크 가이드 등을 수립하였습니다.

바이어 표시검토 절차



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SUSTAINABLE PRODUCTS _ 제품 안전 및 품질

3.2.1

품질 위기대응 체계

이마트는 상품의 품질 문제로 고객에게 피해를 줄 수 있는 위기 상황 발생시 고객의 안전을 확보하고 경영 리스크를 최소화하기 위한 대응 프로세스와 대응 매뉴얼을 갖추고 있으며, 2022년 위기 대응 지침을 마련하여 공유하였습니다. 품질 위기 상황은 심각성에 따라 주의-경계-심각의 3단계로 구분하며, 경계 단계 이상의 위기상황이 발생할 경우에는 별도의 상황대책 본부를 구성하여 적극적으로 대응합니다. 상황대책 본부가 수립된 이후에는 대응 및 재발방지 대책 수립까지의 전과정을 본부장이 지휘합니다.

품질 및 안전 외부인증 획득 목표 수립

이마트는 2011년 국내 유통업계 최초로 축산물 전문 가공, 포장 센터인 미트센터를 설립했습니다. 이마트 미트센터는 단계별 관리 시스템을 구축하여 상품 품질을 체계적으로 관리하고 있으며, 객관적인 품질 및 안전 확보를 위해 HACCP(식품안전 관리 인증 기준) 인증을 취득하였습니다. HACCP는 식품의 위해요소 분석을 통해 위험요인을 사전에 파악하고 관리하는 사전예방적 식품안전 관리체계입니다.

안전한 식품 제공을 위한 노력

이마트는 식품군을 점포제조, 신선, 가공식품 파트로 구분하고 최적의 품질을 확보하기 위한 상품검증을 실시하고 있습니다. 제조식품과 농산, 축산, 수산 신선식품은 연간 4,000건 이상의 안전성검사를 진행하고 있으며, 이마트 점포에 입점하는 PL/소싱 가공식품은 품질관리 프로세스에 따라 제조공장 심사를 실

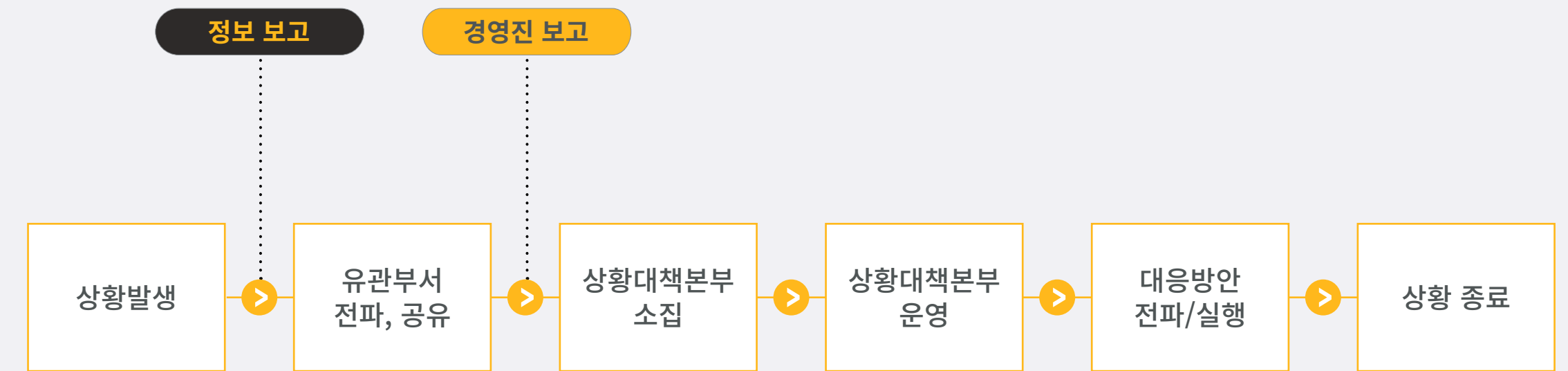
시하고 상품의 법적 적합 여부를 검증하고 있습니다. 공장심사 결과 기준치 미달 기업은 개선 작업 후 재심사를 통과해야만 거래를 지속하며, 일정 기준을 충족하지 못한 기업은 입점을 차단하고 있습니다.

판매 중인 상품에 대해서도 안전성 검증을 위한 기준규격 검사를 진행하고 있으며, 특히 PL 식품의 경우 법적 기준보다 강화된 자체 품질안전 기준을 마련하여 운영 중입니다. 엄격한 기준을 통과하여 입점된 상품은 판매기한 운영지침에 의해 철저히 관리되며, 판매기한 이전이라도 선도 저하 상품은 즉시 처분하고 있습니다. 매일 입점 상품의 선도를 체크하고 같은 상품군이라도 상품 속성별로 판매기한을 지정하여 관리하고 있으며, 손질 생선, 초밥, 회, 조리식품 등 500여 가지 신선식품은 진열한 상품을 당일에만 판매하는 당일 상품 판매제를 운영하고 있습니다.



HACCP 인증 취득

위기대응 기본 프로세스



2022년 상품 안전성 검증 내역

검증 횟수	신선식품					계
	점포제조식품	농산물	축산물	수산물	가공식품	
	1,369	2,686	455	501	7,734	12,745

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SUSTAINABLE PRODUCTS _ 제품 안전 및 품질



상품안전센터

이마트 상품안전센터는 한국 인정기구 KOLAS로부터 국제 공인 시험기관으로 인정받아 총 27개 항목(미생물 8개, 화학 17개, 농축산물 2개)에 대한 공인시험 성적서를 자체 발급할 수 있는 전문 기관이며, 주요 PL 식품 및 신상품의 안전성을 검증하고 있습니다. 상품안전센터는 잔류농약, 항생제 등 식품에 남아 있을 수 있는 유해 성분 정밀 분석을 위한 분석 장비와 공산품 검사를 위한 X-ray 및 방사능 장비, 식중독균 등 미생물 분석을 위한 유전자 검사실과 무균실, 전처리실 등 전문적인 설비를 갖추고 있으며, 2022년에는 고객들의 관심이 높아지고 있는 한우 감별 및 식중독 균의 일종인 쿠도아충 검증항목을 추가하였습니다. 2022년 진행된 식품 및 상품 안전성 검사는 14,000여 건에 달합니다.

생활화학제품 안전성 관리

이마트는 고객에게 안전한 생활화학 제품을 제공하기 위해 PL/직수입 제품은 법적 기준보다 엄격한 안전성 검증을 진행하고 있습니다. 이와 관련하여 가습기 살균제 성분으로 쓰였던 CMIT/MIT의 사용을 금지하고 있으며, 세정제와 살균제의 분사형 제품은 판매하지 않고 있습니다. 특히 PL/직수입, 노브랜드 제품은 연 2회 상품 검사를 통해 유해성 여부를 점검하고 제조사 현장에 방문하여 제조환경, 유해 물질 관리 및 원료 보관 현황을 확인하는 등 엄격한 검증을 진행하고 있습니다. 유해성 검사는 건강유해성 10종과 환경유해성 4종에 대해 실시하며 2022년에는 신규평가물질 400종을 비롯해 1,900여 종의 화학 성분에 대한 안전성평가를 진행하였습니다.

생활화학제품 정보공개

이마트는 2017년부터 고객의 알 권리 보호와 투명한 제품 관리를 위해 이마트, 환경부(초록누리), 시민단체(환경운동연합) 인터넷 홈페이지를 통해 PL제품의 전성분을 공개하고 있습니다. 2022년에는 생활화학제품 주원료 안전성 평가에 참여하여 14개 제품의 적합성 검증을 진행하고 전성분을 추가 공개해 총 57개 제품의 전성분을 공개하고 있습니다. 이마트는 전성분 공개와 더불어 지속적인 화학물질 저감 제품 개발에 힘쓰고 있으며, 녹색소비자연대에서 주최하는 화학물질 저감 우수제품 심사에서 2021년 노브랜드 습기제거제 2종이 선정되던 이어 2022년 노브랜드 물걸레 청소포 2종이 우수제품으로 추가 선정되었습니다.

피코크 비밀연구소

피코크 비밀연구소로 불리는 피코크 상품개발실은 2022년 4월, 유통업계 PL브랜드 최초로 과학기술정보통신부로부터 기업

부설 연구개발전담부서로 공식 인정을 받았습니다. 피코크 상품개발실은 통합 조리실, 상품 촬영을 위한 스튜디오, 이화학검사와 관능검사를 실시할 수 있는 품질관리실까지 제품의 최초 아이디어 단계부터 최종 상품화까지 원스톱 개발을 진행할 수 있는 인프라를 갖추고 있으며 2022년 12월 기준 8명의 연구개발 전담 인력이 근무하고 있습니다. 상품개발실은 소싱, 가공 등 타부서는 물론 좋은 아이디어를 가지고 있는 협력사와도 공동 개발을 추진하여 '경계없는 협력'을 실천하고 있습니다.

2022년에는 고객 의견을 반영한 피코크 제품의 개발 및 개선을 위해 소비자 패널단인 피코크 클럽 테이스터와 마스터 프로그램을 운영했습니다. 패널단은 표적집단 심층면접(FGD), 가정유치조사(HUT) 등을 통해 피코크 제품의 맛과 품질 검증에 참여했습니다. 또한 5명의 전문 셰프가 주도하는 '피코크 셰프 캠페인'을 추진하였으며 피코크 상품을 개발하는 셰프의 실명과 이력, 대표 개발 상품을 공개하여 신뢰도를 높이고 프리미엄 PL로 브랜드 가치를 높였습니다.

3.2.1



▶ 피코크 셰프 캠페인

SUSTAINABLE PRODUCTS _ 고객만족도 제고

3.2.2



이마트는 고객과의 신뢰 및 유대감 형성을 위해 디지털 상담채널(챗봇, 채팅상담)을 이마트 트레이더스까지 확대 적용하고 VoC(Voice of Customer)관리를 강화하고 있습니다. 또한 고객 만족도를 측정하는 NPS 평가를 매년 실시하고 고객 만족도 향상을 위해 노력하고 있습니다. 이마트의 고객만족도 지표는 경쟁 브랜드 대비 높은 수준이며, 세부 영역 또한 경쟁사 대비 우수한 분포를 보이며 노력을 인정받고 있습니다.

VoC 관리의 체계화 및 다양한 채널을 통한 VoC 관리

이마트는 고객의 의견에 신속하게 응대하고 고객 의견을 바탕으로 경영개선까지 효율적으로 진행될 수 있도록 VoC(Voice of Customer)관리 프로세스를 마련하고 VoC를 적극적으로 관리하고 있습니다. 또한 고객 편의성 확대와 응대 효율성을 높이고자 전점 대표전화와 통합 운영하고 있으며, VoC DB를 활용하여 AI챗봇, 채팅 채널을 구축하였습니다. 2022년에는 트레이더스도 이마트와 동일하게 VoC 채널을 개선하였으며, 고객 이용시간대 분석을 통해 2023년 3월부터 챗봇 운영시작 시간을 기존 10시에서 9시로 앞당겼습니다. 2022년 채널별 이용 비율은 챗봇 55%, 채팅 35%, 음성 10%로 AI를 이용한 상담이 증가하고 있으며 시각장애인 및 디지털약자를 위해 전화상담채널도 지속적으로 관리, 개선하고 있습니다. 접수된 고객의견은 불만, 중과실, 고객만족, 문의 및 제안으로 나누어 관리하고 있으며, 매달 접수사항을 분석한 VoC 동향 자료집을 통해 개선점을 도출하고 있습니다.

고객만족도 NPS (Net Promoter Score, 순 추천고객 지수) 평가

NPS는 경험 고객의 추천 의사를 통해 고객 만족도를 측정하는 글로벌 지표로서, 이마트는 연 4회 NPS 평가를 실시하여 고객의 변화를 분석하고 있습니다. 분석 결과는 고객들에게 더 나은 경험을 제공할 수 있도록 사내 개선에 사용되며, 2022년부터 세부 평가 속성에 행사, 교환/환불, 매장경험을 추가하였습니다. 2022년 NPS 평균 점수는 21.4점으로 경쟁 브랜드 대비 높은 수준이며, 쇼핑 여정에 영향을 주는 12개의 세부 속성에서도 모두 경쟁사 대비 우수한 분포를 나타내고 있습니다.

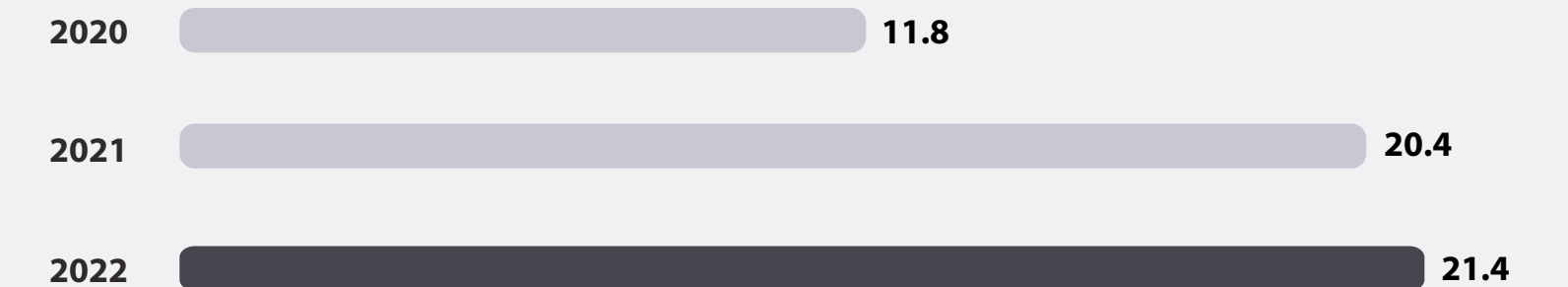


이마트 브랜드 NPS추이(단위: 점)

구분	2020	2021	2022
NPS 점수	11.8	20.4	21.4
비고	정기조사 5회 평균	정기조사 4회 평균	정기조사 4회 평균

* NPS 평가 방법: NPS는 고객 평가 결과 적극적 추천 의지를 밝힌 9~10점대 추천 비율에서 0~6점대 비추천 비율을 제외한 값으로 NPS 값이 높을수록 질문 항목에 대한 고객만족도가 높다고 분석할 수 있습니다.

NPS 점수



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SUSTAINABLE PRODUCTS _ 고객만족도 제고

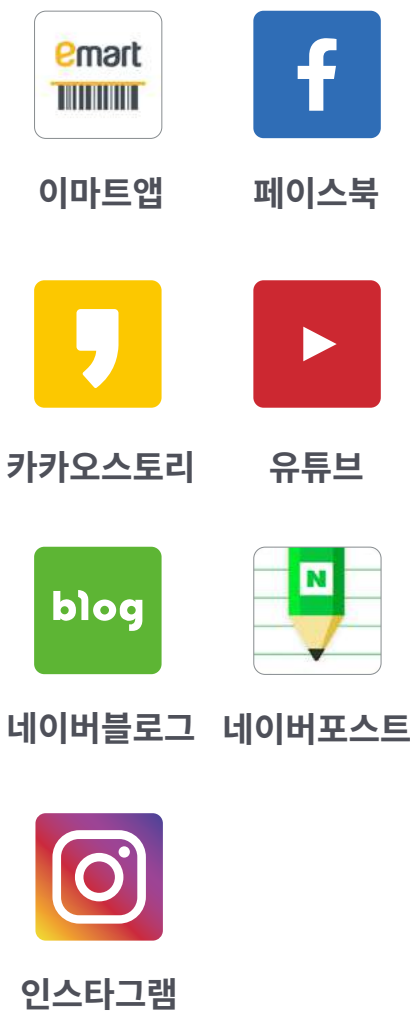
고객 소통 강화

이마트는 유튜브, 인스타그램, 카카오톡 등 다양한 디지털 채널을 통해 고객과 소통하고 있습니다. 소통 콘텐츠는 프로모션 안내, 쿠폰 발송 등 쇼핑 혜택 안내는 물론 트렌디한 라이프스타일을 지향하는 이마트의 브랜딩 콘텐츠까지 채널 특성과 타깃 고객층에 맞춰 다양하게 제공하고 있습니다. 2022년에는 카카오톡플러스 친구 활성화로 고객 채널 접점을 확대했으며, 유튜브 누적 시청 시간이 지속적으로 증가하여 131만 시간을 초과하였습니다. 고객과의 지속적인 소통 노력으로 2022년 12월 기준 유튜브 채널 이마트LIVE 구독자는 24만 명, 인스타그램 팔로워 70만 명, 카카오톡플러스 친구수 80만 명에 달하고 있으며, 한국디지털광고협회 주관 디지털 광고대상에서 마케팅 캠페인 SNS마케팅부문 대상 수상을 비롯 다양한 광고제에서 우수 채널 운영자로 수상의 영광을 얻었습니다.

자발적 리콜 제도 운영

이마트는 고객의 안전이 최우선이라는 원칙하에 소비자에게 위해를 끼치거나 끼칠 우려가 있는 결함이 발견된 경우 자발적 리콜 제도를 운영하고 있습니다. 리콜이 결정된 상품은 즉시 판매를 중단하고 매장 및 홈페이지 등을 통해 내용을 공개하며, 재발 방지 대책을 수립하여 상품 개선을 진행합니다. 이마트는 2020년 11월부터 2022년 12월까지 노브랜드 건전지의 누액 및 파열 등 위험성 발견으로 자발적 리콜을 시행했으며 약 6,600개의 건전지를 회수했습니다.

이마트 고객 소통채널



피해 보상 절차 및 보상 체계

이마트에서 판매하는 모든 제품에 대해 마음 편하게 믿고 구매할 수 있도록 품질 불량 및 계산 착오에 대한 보상 시스템을 마련하고 해당 사항을 홈페이지 고객센터 내에 고지하고 있습니다. 품질 불량의 경우 구매 1개월 내에 이마트에서 구매한 영수증을 지참하면 교환 및 환불은 물론 상품권 5천 원의 보상을 제공합니다. 보상 적용 대상은 작동불능, 오작동 및 파손, 원재료의 불량, 가공식품의 경우 유효기간 경과, 규격미달이나 이물질 함유 등입니다. 다만 패키지 불량이나 경품/사은품, A/S로 원기능 회복이 가능한 경우, 구입 후 고객 부주의로 인한 경우는 제외됩니다. 또한 계산원의 실수나 매대 고지 가격과 영수증 가격 차이로 인해 계산이 잘못된 계산 착오의 경우에도 불편을 드린 점에 대한 사과의 의미로 5천 원 상품권을 보상으로 지급하고 초과 계산된 차액을 되돌려드리고 있습니다.

쇼핑 약자를 위한 쇼핑환경 개선

이마트는 장애인·노인·임산부 등의 쇼핑 약자의 편의 개선과 안전 보장을 위해 지속적으로 쇼핑환경을 개선하고 있습니다. 2022년에는 각 매장별로 3대씩, 총 420대의 장애인용 쇼핑카트를 도입하였고, 장바구니 이용 고객이 많은 점포를 대상으로 롤링 바스켓을 배치하였습니다. 롤링 바스켓은 기존 장바구니보다 용량이 크고 바퀴가 달려 이동이 용이하여 노년층과 여성 고객의 만족도가 높게 나타나고 있습니다. 2023년에는 전동 휠체어용 쇼핑카트를 도입할 예정입니다. 또한 시각장애인을 위해 전용 전화상담채널(02-380-9350)을 운영하고 있습니다. 시각장애인 전용 채널 수신율은 74%이며, 수신율 향상을 위해 노력하고 있습니다.

고객 편의시설 개선

이마트는 고객의 쇼핑 편의를 위한 편의시설 개선과 관리에 만전을 다하고 있습니다. 2022년에는 고객 화장실 20점, 유아휴게실 및 수유실 10점, 주차장 14점에 대한 개선 작업을 완료했습니다.

 <p>고객소통 채널 우수 운영자 수상</p>	 <p>(사)한국인터넷전문가협회 주관 소셜아이어워드 종합쇼핑 YouTube분야 대상</p>	 <p>한국디지털광고협회 주관 디지털 광고대상 마케팅캠페인 SNS마케팅부문 대상</p>	 <p>(사)한국디지털기업협회 주관 A.N.D Award 소셜미디어 기업부문 Grand Prix</p>	<p>(사)한국디지털기업협회 주관 A.N.D Award 과학기술정보통신부장관 특별상</p>
--	---	---	--	--

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SUSTAINABLE PRODUCTS _ 고객만족도 제고

3.2.2

교환 및 환불제도

이마트는 고객만족을 위해 신선식품이나 냉동식품은 구입 후 7일 이내, 그 외 상품은 구입 후 한 달 이내 영수증 지참시 단순 변심 여부에 상관없이 교환 및 환불을 진행하고 있습니다. 단순 변심에 의한 교환 및 환불은 판매 가능한 정상상태의 상품에 대해 구입가격 기준으로 진행됩니다. 거래 시 사용한 결제수단과 영수증이 있어야 하며, 가전 상품이나 음반, 서적, 이마트 내 브랜드 임대매장은 별도의 피해 보상 규정에 의거해 진행됩니다. 환불은 법령에 의거해 구입 점포에서만 가능하며, 트레이더스 점포 등 일부 점포에는 해당점에서 판매되는 제품만 교환/환불이 가능할 수 있습니다. 이마트는 고객 편의를 위해 챗봇을 통해 사전 환불 접수를 받는 빠른 환불 서비스 제도를 도입하였습니다. 빠른 환불 서비스는 2023년 4월 30일 기준 서울 5개점을 포함하여 총 12개 점에서 운영하고 있으며, 그 범위를 확대할 예정입니다.

품질ZERO 보장제

이마트는 광고 상품 품질시 고객과의 약속을 지키는 의미에서 행사 종료 후라도 10일 동안 행사가격과 동일한 가격으로 해당 상품을 구매할 수 있는 품질Zero 보장 쿠폰을 발행하고 있습니다. 다만 패션, 스포츠, 완구, 가전 상품이나 1+1 등 한정수량 기획상품 등은 제외되며, 행사 종료 10일 이내에 재입고된 해당 상품과 발행된 쿠폰을 계산대에 제출하면 행사 가격으로 구입할 수 있습니다.



최저가격 보상 적립

좋은 품질의 제품을 합리적으로 제공하는 이마트는 고객들이 가격비교 없이 안심하고 상품을 구입할 수 있도록 최저가격 보상 적립 서비스를 제공하고 있습니다. 이마트에서 선정한 이마트 대표 4,000개 상품을 대상으로 롯데마트몰이나 홈플러스몰의 직배송상품, 쿠팡 로켓배송 상품과 비교하여 차액이 발생할 경우 최대 5천 원까지 차액을 e머니로 적립해 드립니다. 적립된 e머니는 적립 후 30일까지 사용 가능하며, 유료회원 대상 서비스나 프로모션, 오픈마켓 상품은 보상 비교 대상에서 제외됩니다.

대여용 보냉백

이마트는 신선식품과 냉장·냉동 상품의 신선도 유지 및 일회용품 절감을 위해 2022년부터 대여용 보냉백 제도를 운영하고 있습니다. 판매 보증금을 지불하고 사용 후 반납하면 판매 보증금을 환불해 드리는 형태로 운영되며, 이마트 전점에서 이용하실 수 있습니다.



▶ 대여용 보냉백

▶ 빠른 환불 서비스



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SUSTAINABLE PRODUCTS _ 지속가능상품 유통

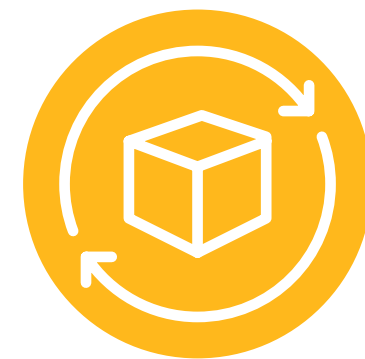
3.2.3



이마트는 상품의 전과정에서 발생할 수 있는 부정적인 영향을 최소화하고 고객에게 보다 지속가능한 라이프스타일을 제안할 수 있도록 지속가능상품의 기준이 될 PSI를 공개하였으며, PSI 기준에 따라 친환경, 원재료/소싱, 건강/안전, 패키징/플라스틱 4개 부문을 관리하고 있습니다. 이마트는 피코크 상품개발실을 통해 40개 이상의 지속가능상품을 새롭게 출시하였으며, 지속가능상품 종류 및 매출이 지속적으로 성장할 수 있도록 과감한 투자와 지원을 이어가고 있습니다.

지속가능상품 유통 전략

이마트의 지속가능상품 유통은 지구환경과 지역사회, 고객을 중심으로 하는 이해관계자들이 무엇을 원하는지, 그리고 우리 모두가 다 함께 지속가능한 미래로 나아가기 위해 이마트가 어떠한 선택과 노력을 해야 하는지에 대한 고민에서 시작하였습니다. 이마트는 이해관계자가 원하는 상품이 무엇인지, 이를 위해 어떠한 개선과 노력이 필요한지를 찾아내어 개선 목표를 설정하고 이를 실행하기 위한 로드맵과 추진방안을 마련하여 실천함은 물론 이 모든 과정을 이해관계자들과 투명하게 공유하여 함께 만드는 보다 나은 미래를 맞이할 것입니다.



이마트의 기준, PSI

이마트는 2022년 업계 최초로 '상품 지속가능성 이니셔티브 (PSI, Product Sustainability Initiative)' 를 발표하고 홈페이지에 전체 내용을 공시했습니다. 유통업계의 그린 택소노미로 불리는 PSI는 이마트의 상품 지속가능성에 대한 기준과 철학을 담고 있으며, 이마트 밸류 체인 전체에 적용되는 지속가능상품에 대한 기준이자 가이드라인이 될 것입니다.

PSI는 친환경상품, 원재료/소싱, 건강/안전, 패키징/플라스틱 등 4가지 주제로 어떤 상품이 지속가능성에 부합하는지 기준을 제시합니다. 2022년에는 Phase1으로 원재료/소싱, 패키징/플라스틱에 대한 기준과 앞으로 실행할 로드맵을 공개했으며, 환경부에서 주최한 ESG포럼의 '지속가능한 상품과 유통을 위한 세미나'에서 유통산업의 변화사례로 PSI를 소개하였습니다. 또한 PSI를 현장에 적용할 수 있도록 지속가능 포장 부문 Playbook을 출간하고 바이어를 대상으로 설명회를 개최하였으며, 수산팀에서는 자체 로드맵을 수립하였습니다. 2023년은 Phase1 업데이트와 Phase2를 준비중이며, 앞으로도 변화하는 환경을 반영하여 지속적으로 더 나은 기준을 제시해갈 것입니다.



Playbook



상품 지속가능성 이니셔티브(PSI, Product Sustainability Initiative)

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SUSTAINABLE PRODUCTS _ 지속가능상품 유통

3.2.3

친환경상품·Green Product

이마트의 지속가능상품 유통 첫 번째 영역은 친환경상품입니다. 친환경상품은 정부에서 말하는 친환경상품(녹색제품)의 범주에 속하는 영역으로 환경표지인증, 저탄소인증, 우수재활용인증 등의 상품이 포함되며, 농림축산식품부의 친환경인증을 받은 ‘유기농, 무농약, 저탄소농산물’ 등의 문구를 사용하는 상품도 포함됩니다. 이마트는 고객에게 보다 다양한 친환경상품을 제공할 수 있도록 자체적인 친환경상품 개발을 위해 노력하고 있으며, 온·오프라인 플랫폼을 통해 친환경상품 유통 생태계를 구축하고 있습니다.



환경성적인증/저탄소 상품 확대

이마트는 상품의 생산·유통·사용·폐기 등 전 과정의 온실가스 배출 정보를 상품에 표기하는 ‘탄소성적표시제 협약’을 환경부와 2008년에 체결하였으며, 이를 기반으로 2009년 무염감자칩 등 국내 최초 탄소 발자국 인증 PL상품을 출시한 바 있습니다. 이후로도 협력사 협업과 피코크 상품개발실 자체 연구를 통해 지속적으로 친환경상품을 개발하고 있으며, 피코크의 경우 음료, 녹차, 식수차 전 상품에 국내 유기농 인증 획득을 달성할 정도로 적극적인 친환경 상품 확대를 추진하고 있습니다. 이 같은 노력으로 2021년 28개, 2022년 18개의 상품에 환경성적표지 인증을 획득했으며, 노브랜드와 피코크 상품을 중심으로 2022년 말 기준 저탄소 인증 제품 97종, 환경성적표지 인증 제품 77종을 포함하여 총 1,527종의 친환경상품을 직접 판매하고 있습니다.



1,527 종

직접 판매
친환경상품

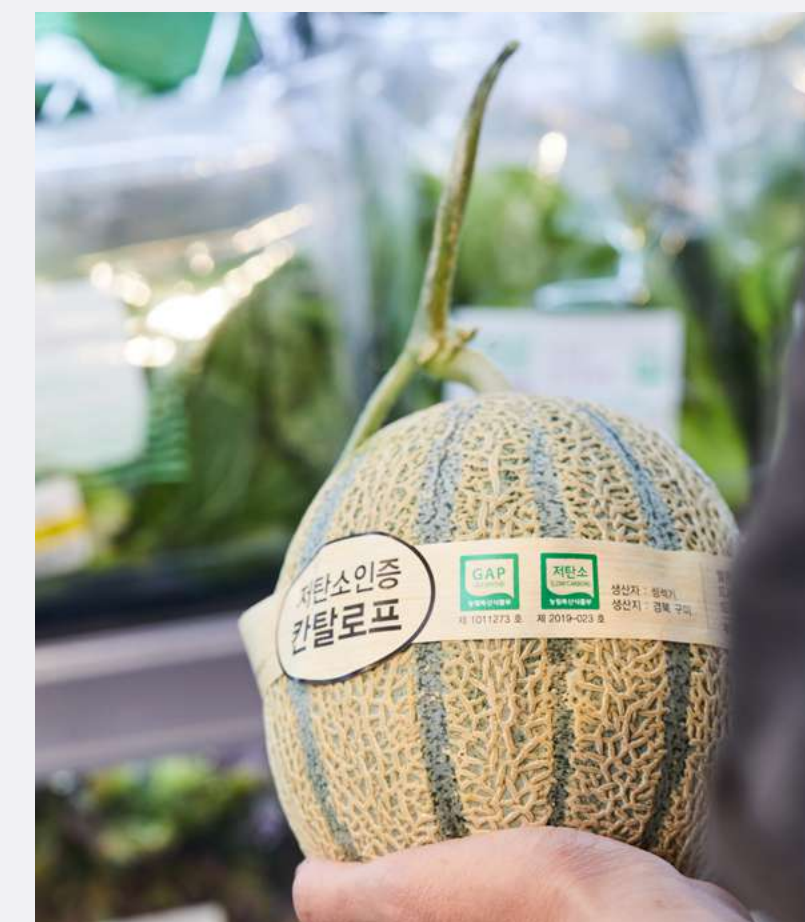
자연주의 브랜드 개편

이마트는 2022년 친환경 브랜드 ‘자연주의’의 대대적인 리뉴얼을 단행했습니다. 유기농·무농약 등 친환경상품에 국한했던 기존 카테고리를 저탄소, 동물복지, 무항생제 등 환경·윤리를 포함하는 상품으로 확대하면서 판매 상품의 대부분이 유기농, 저탄소, 미국 농무부(USDA) 등의 인증을 받은 상품입니다. 또한 2024년까지 총 500여 개의 친환경 PL제품을 운영할 계획이며, 특히 가공 PL상품 개발에 집중하여 원재료 + 제조과정 + 포장의 3단계 원칙을 모두 충족하는 상품만 자연주의의 상품으로 개발하는 원칙을 수립하고 자연주의의 진심 삼계탕, 자연주의의 유기농 식혜 등 가공PL상품을 적극 개발하고 있습니다. 이마트는 고객의 기호와 취향을 반영한 상품 개발과 매장 운영을 통해 브랜드 인지도를 높이고 자연주의를 착한 소비 대중화에 앞장서는 가치소비 브랜드로 키워나갈 계획이며, 이를 반영한 새로운 자연주의 로고를 선보였습니다.

자연주의 브랜드의 혁신에 관한 내용은 **Highlight 2**. 자연주의 브랜드 리뉴얼에서 보다 자세히 살펴보실 수 있습니다.

친환경 상품 판매현황

구분	품목수 (2022년 기준)
친환경상품 총합	1,527
환경표지(환경마크)	162
저탄소	97
환경성적표지	77
유기가공	481
유기농산	9
유기농	310
무농약	120
무항생제	271



자연주의 PL상품 구성 (2022년 기준)



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SUSTAINABLE PRODUCTS _ 지속가능상품 유통

3.2.3

원재료/소싱·Responsible Sourcing

원재료/소싱은 유통산업 중 자연 자원과 가장 가까이에서 영향을 주고 받는 단계입니다. 지속가능한 방식으로 원료를 획득하여 지구환경 영향을 최소화하고 생태계 및 생물 다양성을 보호할 수 있으며, 자원의 생산, 가공방식에 있어서도 환경에 대한 영향을 고려해야 합니다. 이마트는 지속가능한 원재료 조달을 위해 글로벌 제3자 인증제도를 적극 활용하여 객관적인 정보를 확보하고 유통 체인의 지속가능한 변화를 추구하고 있습니다.

원재료/소싱 로드맵 개발

이마트의 주요 원재료 및 직수입 상품 분석을 통해 축산, 수산, 코모디티, 임목재, 면직물, 팜유, 대두 등 총 7개의 원재료가 도출되었으며, 환경이나 노동인권 등을 고려한 원재료 조달을 위해 원재료별 지속가능성 인증 기준과 우선적으로 전환할 상품을 3단계로 나눠서 단계적으로 추진하는 로드맵을 수립하였습니다. 로드맵 달성을 위해서는 상품 매입 부서를 비롯한 전 유관 부서가 협력하고, 인증받은 PL상품을 홍보할 수 있도록 인증단체에서 요구하는 CoC(Chain of Custody) 또는 유통사 인증을 획득하여야 할 것입니다. 또한 협력사들이 지속가능 인증을 받을 수 있도록 지원 프로그램을 마련하고 농가 및 어가에도 적합한 인증 지원 프로그램을 개발하여 일방적인 요구가 아닌 상생과 동반성장의 모범 사례를 발굴하도록 노력하겠습니다.



- 1) MSC(Marine Stewardship Council): 해양관리협의회
- 2) ASC(Aquaculture Stewardship Council): 수산양식관리협의회
- 3) RFA(Rainforest Alliance Certificate): 열대우림보호연맹
- 4) Fairtrade: 공정무역
- 5) PEFC: 국제산림인증 연합 프로그램
- 6) KFCC(Korea Forest Certification Council): 한국산림인증
- 7) FSC(Forest Stewardship Council): 산림관리협의회
- 8) GOTS(Global Organic Textile Standard): 유기농 섬유 인증
- 9) BCI(Better Cotton Initiative): 더 나은 면화 이니셔티브
- 10) RSPO(Roundtable for Sustainable Palm Oil): 지속가능한 팜유 생산을 위한 협의회
- 11) RTRS(Roundtable on Sustainable Soy): 책임감 있는 대두 관리 협의회
- 12) Proterra: 지역사회, 생물다양성 보존 등 10가지 원칙 준수 기반한 지속가능하고 추적 가능한 기준을 충족시 발급하는 인증

원재료/소싱 로드맵(2022년 기준)

● 국내 인증 ● 글로벌 인증

원재료	병입	As-Is	Step 1	Step 2	Step 3
축산	국산 신선 축산물 	계육 ● 무항생제 인증, 동물복지 일부 인증 돈육 ● 무항생제 일부 인증 동물복지 일부 인증	돈육 ● 무항생제 인증 확대	계육, 돈육 ● 동물복지 인증 확대	우육 ● 무항생제 인증 확대 동물복지 인증 확대
수산	국산/수입산 신선 수산물 	어업 ● 수입/국내산 일부 인증 (명란) 양식 ● 일부 무항생제 인증 (새우)	명란 ● 수입산 MSC ¹⁾ 인증 확대 연어, 새우, 전복 ● 무항생제 인증 확대	연어, 새우, 전복 ● 수입/국내산 ASC ²⁾ 인증 확대	명란 ● 국내산 MSC 인증 확대 광어 ● 수입/국내산 ASC 인증 확대
코모디티	PL제품 (노브랜드, 피코크) 	녹차 ● 피코크 유기농 100% 인증 원두 ● 일부 제품 RFA ³⁾ 인증	녹차 ● 유기농 인증제품 확대	원두 ● RFA 또는 Fairtrade ⁴⁾ 인증 확대	
임목재	PL제품 (노브랜드) 	펄프 ● PEFC ⁵⁾ 인증 받은 업체에서 제품 조달	휴지, 종이, 키친타올, 미용티슈 ● KFCC ⁶⁾ 인증 확대 ● FSC ⁷⁾ 또는 PEFC 인증 확대		
면직물	PL제품 (데이즈) 	데님 ● 재활용 원사를 사용한 데님 론칭 예정 의류 ● 일부 유기농 원사 사용	데님 ● 재활용 섬유로 제작되었거나 Global Recycled Standard 인증 제품 확대	면티셔츠 ● Organic 100, GOTS ⁸⁾ , BCI ⁹⁾ 인증 확대	내복 ● 재활용 섬유로 제작되었거나 Global Recycled Standard 인증 제품 확대
팜유	PL제품 (노브랜드, 피코크) 		식품매장용 팜유 ● RSPO ¹⁰⁾ 인증 확대	초콜릿, 비스킷 ● RSPO 인증 확대	
대두	PL제품 (노브랜드, 피코크) 		식품매장용 대두유 ● RTRS ¹¹⁾ 또는 Proterra ¹²⁾ 인증 확대	두유, 두부 ● RTRS 또는 Proterra 인증 확대	

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SUSTAINABLE PRODUCTS _ 지속가능상품 유통

3.2.3

원재료/소싱 우선 전환 가능 상품 선정

이마트는 PL상품을 중심으로 상품별 국내외 인증 현황을 파악하고 일반 상품 및 PL 상품의 농가·어가·공장 관리 수준을 확인하여 이마트에서 우선적으로 전환 가능한 상품을 선정하였습니다.

축산의 경우 계육은 100% 무항생제 상품만을 판매하고, 일부 동물복지 인증 상품을 조달하고 있습니다. 돈육 역시 일부 무항생제와 동물복지 인증을 받은 상품을 조달하고 있으나, 우육의 경우 별도 인증을 받고 있지 않아 계육, 돈육과 더불어 우선 전환 가능한 상품으로 선정했습니다. 수산에서는 명란 상품이 국산 및 수입품에서 MSC 인증을 받은 일부 상품을 조달하고 있으며, 새우는 일부 무항생제 인증을 받은 상품이 출시될 예정입니다. 아울러 새우, 전복, 광어는 환경 이슈가 대두되고 있는 수산물로 관리가 시급하다고 판단해 우선 전환 가능한 상품으로 선정하였습니다. 코모디티는 피코크 녹차 상품이 100% 유기농 인증을 받아 이를 노브랜드 녹차 상품으로 확대하고자 하며, 원두의 경우 일부 상품이 Rainforest Alliance 인증을 받고 있어 이를 노브랜드, 피코크 원두 상품으로 확대하고자 우선 전환 가능한 상품으로 선정하였습니다. 임목재는 국제 PEFC 인증을 받은 업체에서 휴지, 종이, 키친타월, 미용티슈 등의 펄프 상품을 조달하고 있어 노브랜드 상품에 한하여 우선 전환 가능한 상품으로 선정하였습니다. 면직물의 경우 재활용 원사를 사용한 데님을 이마트 자체 브랜드인 데이즈에서 새롭게 출시한 그린데이즈에서 선보일 예정이며, 일부 유기농 원사를 사용한 의류 상품을 조달하고 있어 일부 의류 상품들 중 면 티셔츠와 내복을 우선 전

환 가능한 상품으로 선정하여 데님 상품과 함께 관리할 계획입니다. 팜유의 경우 이마트 식품매장에서 사용하는 팜유와 팜유 함유 상품 중 매출 비중이 높은 초콜릿과 비스킷을 우선 전환 가능한 상품으로 선정하였으며, 대두도 마찬가지로 식품매장에서 사용하는 대두유와 대두가 함유된 상품들 중 소비자 인지도가 높은 두유 및 두부를 우선 전환 가능한 상품으로 선정했습니다.

우선 전환 가능 상품 선정

원재료	기준
축산	농림축산식품부의 무항생제 유기 인증을 받은 상품 농림축산식품부의 동물복지 인증을 받은 상품
수산	ASC, MSC 인증을 받은 상품 농림축산식품부의 무항생제/유기 인증을 받은 상품
코모디티	Rainforest Alliance, Fairtrade 인증을 받은 상품 농림축산식품부의 유기 인증을 받은 상품
임목재	FSC 또는 PEFC 인증을 받은 상품 산림부의 KFCC 인증을 받은 상품
면직물	Organic 100, GOTS, BCI 인증을 받은 상품 재활용 섬유를 활용하여 Global Recycled Standard 인증을 받은 상품 또는 재활용 섬유로 제작된 상품
팜유	RSPO 인증을 받은 팜유 상품
대두	RTRS, Proterra 인증을 받은 대두 상품



원재료 및 소싱 인증 가공상품 (2022년 기준)

인증표시	규격 단체	인증 대상	상품 사례	품목 수
Euro-Leaf	EU 유럽연합	식물, 유기농 인증	야미얼스 사탕	94
FSC	산림관리 협의회 Forest Stewardship Council	목재가 포함된 상품	크리넥스 미용티슈	7
ICEA	이탈리아 유기농 입증협회	식물, 유기농 인증	모니니 씨없는 올리브	2
ASC	양식관리 협회 Aquaculture Stewardship Council	지속가능한 양식어업	노을해심 프리미엄 채래 구이김	1
MSC	해양관리협의회 Marine Stewardship Council	해양에서 어획된 수산물 및 포함 상품	덕화 프리미엄 명란	11
OCS	국제섬유협회 Textile Exchange	식물, 유기농 인증	좋은느낌 생리대	157
RSPO	지속가능한 팜유 생산을 위한 협의회 Roundtable on Sustainable Palm Oil	팜유 및 포함 상품	킨더초콜릿	24
USDA	미국 농무부 United States Department of Agriculture	식물, 유기농 인증	하인즈 유기농 케첩	37
공정무역	국제공정무역기구 Fairtrade International	커피, 카카오 등 소규모 농장에서 재배되는 원재료	유기농 공정무역계피	8
동물복지	한국 농림축산식품부	축산물	동물복지 유정란	31
무항생제	한국 농림축산식품부	축산물	피코크 더 노란 통통란	271
총합				643

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SUSTAINABLE PRODUCTS _ 지속가능상품 유통

3.2.3

건강/안전·Health/Safety

건강과 웰빙에 대한 관심이 증가하면서 식품의 영양 가치, 첨가물 및 잔류물의 유무, 유전자 조작 식품 여부 등에 주목하는 소비자가 늘고 있으며, 건강을 촉진하고 질병 예방에 도움이 되는 건강식품 시장도 꾸준히 성장하고 있습니다. 특히 IT기술의 발달로 제품과 함유 성분에 대한 정보 접근성이 높아지면서 시장 성장을 더욱 촉진하고 있습니다. 이마트는 책임감 있는 자세로 신뢰할 수 있는 건강/안전 상품을 개발하여 고객의 건강과 우리 사회의 건전한 발전에 기여하고자 합니다.

건강과 안전을 위한 지속가능 PL상품

이마트는 PL브랜드인 피코크, 자연주의, 바이오퍼블릭을 중심으로 저당, 유기농, 저지방, 유기농 등의 건강 상품과 논란성분 저감 및 천연 원료 사용 생활용품 155종을 판매하고 있습니다. 건강 관련 프로그램은 친환경 원재료와 건강이슈, 안전 이슈, 가치 소비 등 7개 영역으로 관리하며 매년 건강과 안전을 고려한 지속가능상품 출시를 늘려오고 있습니다. 이마트는 2022년 곤약, 비건, 프로틴, 락토프리 등 건강/안전 관련 44종의 신상품을 출시하였으며, 3개 PL브랜드의 건강/안전 상품군 매출 비중은 6.0%입니다.



6.0%

3개 PL브랜드 건강/안전
상품군 매출 비중

건강/안전 PL상품 판매 품목 현황 (2022년 기준)

구분 (단위: SKU)	신상품	기존상품	합계
총합	44	111	155
유기농/친환경/무항생제	27	42	69
저칼로리/저지방	0	16	16
저/무나트륨	0	4	4
고단백	2	0	2
비건	1	0	1
영양강화/밸런스	10	49	59
저/무합성첨가물	4	0	4

건강/안전 PL상품 매출 현황 (2022년 기준)

구분	매출 수량(개)	매출액(백만 원)	PL 총 매출 대비 비중
2022년 신상품	873,217	4,451	1.4%
전체	5,665,269	19,489	6.0%

* PL상품은 피코크, 자연주의, 바이오퍼블릭을 기준으로 함



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SUSTAINABLE PRODUCTS _ 지속가능상품 유통

3.2.3

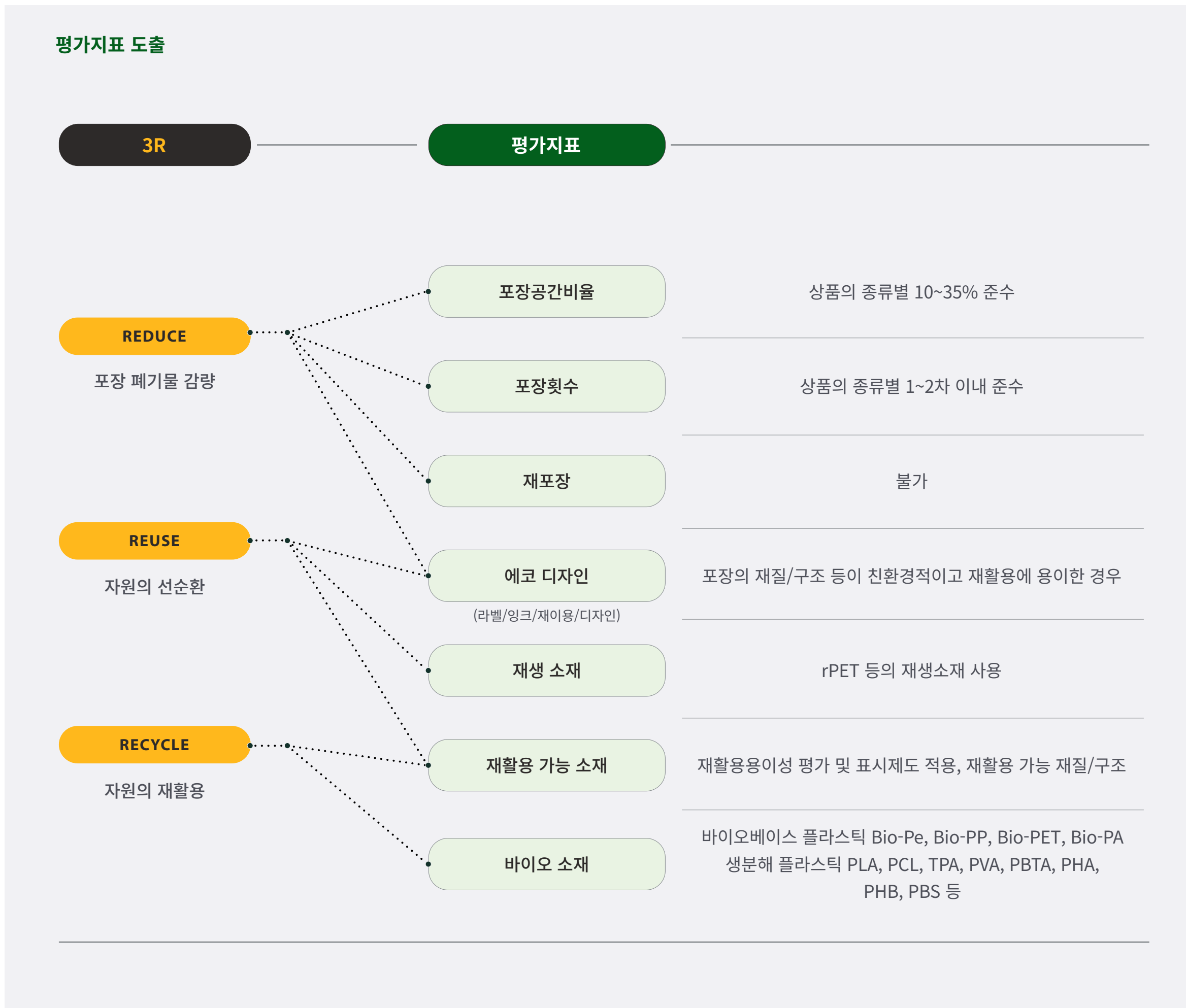
패키징/플라스틱-Packaging/Plastic

폐플라스틱이 사회문제로 거론되면서 플라스틱 포장재 문제 해결을 위한 규제가 계속해서 강화되고 있습니다. 이마트는 유통사와 제조사가 플라스틱 저감 책임을 인지하고 선도적인 대응이 필요하다고 판단하여 모든 단계의 포장으로 인한 환경부하를 줄이고자 합니다. 이마트는 제품의 품질과 위생·안전이 보장되는 범위 안에서 포장 폐기물 감량(Reduce), 자원의 선순환(Reuse), 자원의 재활용(Recycle) 등 3대 지속가능 포장 지침을 수립하고 적극적인 실천을 유도하고자 합니다.

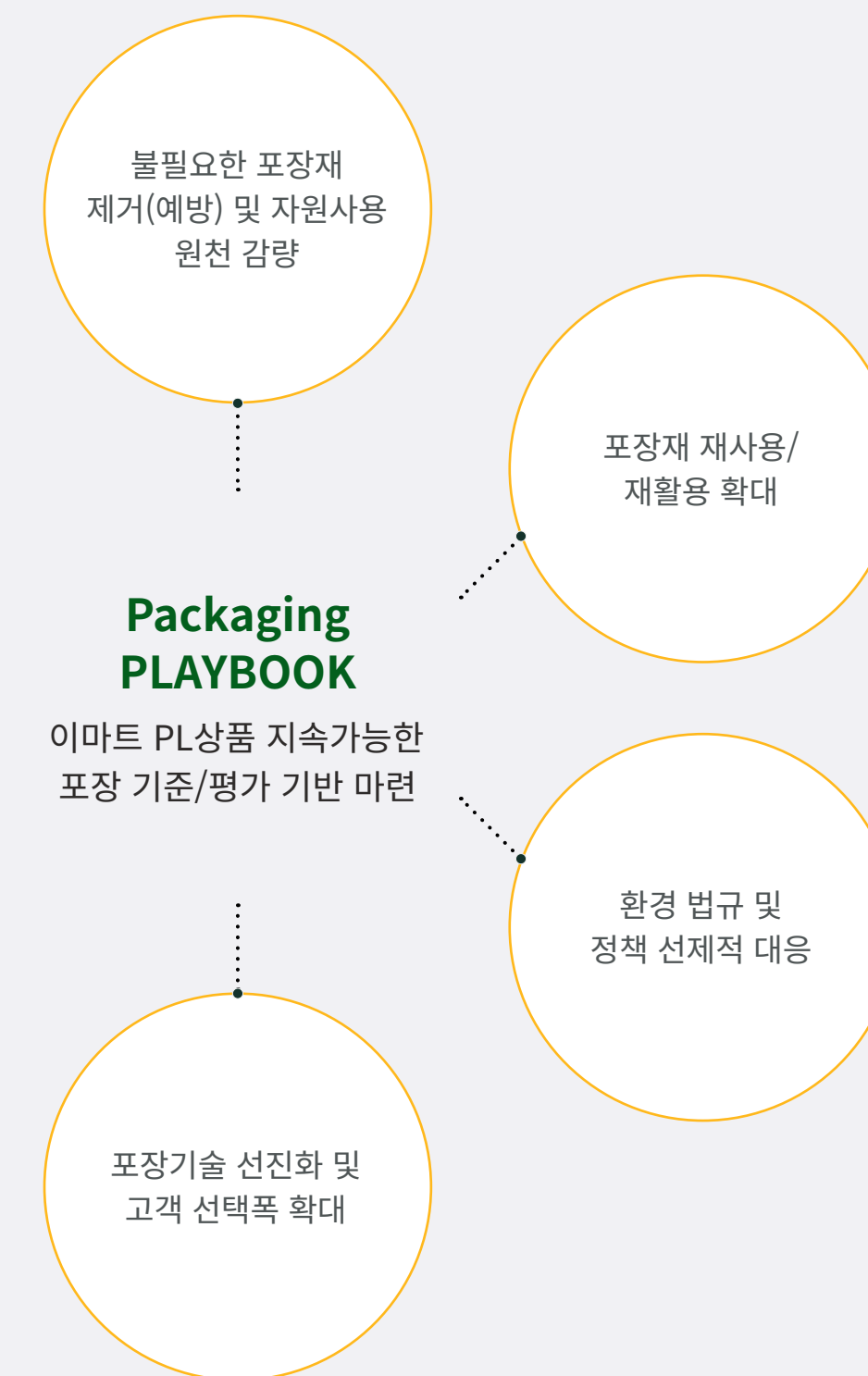
지속가능 포장에 대한 평가 지표 도출

지금까지의 상품 포장은 상품의 기능을 보호하거나 소비자의 관심을 끄는 마케팅적 요소로 여겨졌으나 환경문제의 심각성이 대두되면서 포장재 분야는 환경부하 저감을 위해 필수적으로 지속가능한 포장을 구현해야 하는 상황입니다. 이마트는 생산에서부터 문제가 있거나 불필요한 플라스틱 포장재를 제거하는 데 우선순위를 두고 3R(Reduce, Reuse, Recycle)개념을 기반으로 하여 포장폐기물의 원천적 감량, 자원의 선순환, 자원의 재활용을 달성하기 위한 7개의 지속가능 포장에 대한 평가 지표를 도출하였습니다. 또한 이를 실제 적용할 수 있도록 핵심 내용과 체크리스트를 담은 Playbook을 출간하고 이에 대한 이해를 돕기 위해 바이어 대상 설명회를 개최하였습니다. Playbook은 PL상품을 중심으로 하는 상품 포장의 지속가능성을 개선하기 위한 현장 실용서이자 개선 가이드로 활용될 전망입니다.

+ Playbook은 이마트 홈페이지 (company.emart.com)에서 다운로드해 보실 수 있습니다.



지속가능 포장의 기대효과



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SUSTAINABLE PRODUCTS _ 지속가능상품 유통

피코크 밀키트의 환경적 기여

덮개

PET, 재생원료 50% 함유

재생원료 50% 함유로 플라스틱 사용 감소 효과



종이

인스퍼 에코 (재생 펄프 30% 함유)

환경부가 인증한 친환경 인증, FSC 인증 보유
재생펄프 30% 함유로 일반 종이에 비해 벌목 수, 이산화탄소 배출량 낮음

용기

친환경 신소재 패키지(사탕수수+대나무 배합)

- 식품용 포장용기 규격 적합 인증(한국식품과학연구원)
- FSC 인증 진행 중

6out : 비목재 식물성 소재 기반. 매품시 최대 6개월 이내 자연 분해
Recycle : 사탕수수 즙 추출 후 남은 농업폐기물인 바가스 재활용
Reuse : 대나무 배합 함유하여 상품의 내구성이 뛰어나 다회용기로 재사용 가능

피코크 밀키트 패키지 지속가능성 개선

이마트는 간편식 시장이 급성장함에 따라 밀키트의 수요와 함께 밀키트 패키지 폐기물도 증가할 것이라는 우려에 따라 PSI를 적용하여 자체 상품인 피코크 밀키트의 친환경 포장 개선 작업을 진행하였습니다. 우선 기존 밀키트 덮개의 PET 소재를 재생원료 50% 함유 r-PET 소재로 교체해 플라스틱 사용을 줄이고, 용기 부분은 코팅을 사용하지 않아 자연에서 일정 조건 하에서 생분해될 수 있는 대나무와 사탕수수 배합 용기로 교체했습니다. 친환경 용기는 기존 용기보다 높은 내구성을 갖춰 재사용도 가능합니다. 또한 비슷한 재료는 합포장 하는 등 식재료를 포장하는 비닐 사용량을 최소화하고, 레시피는 별도 삽입물이 아닌 용기를 덮는 슬리브에 레시피를 직접 프린팅하는 방식을 택했습니다. 슬리브 제작용지도 재생펄프가 30% 함유된 FSC 인증 종이를 교체하여 연간 약 1,800톤의 종이 사용 절감 효과를 창출하였습니다. 이마트는 2022년 15종의 패키지 전환을 시작으로 2023년 6월 현재 피코크 밀키트 상품 50종 전체의 친환경 패키지 전환을 완료하였습니다.

라벨 대체 및 무라벨 제품 출시

이마트는 피코크 생수 중 일부 품목을 전량 무라벨로 출시하고 있습니다. 제품명 및 수원지, 유통기한 등 고객들에게 반드시 고지해야 할 필수 정보는 뚜껑에 표기하거나 개별 페트병 상단에 각인했으며, 무기질 함량 등 상세 정보는 묶음용 포장에 기입하고 있습니다. 피코크 생수 2종을 무라벨로 변경함에 따라 연간 약 3,400km의 라벨 저감 효과를 기대할 수 있으며, 이는 서울과 부산 직선거리가 325.5km 임을 감안할 때, 서울과 부산을 5.2회 왕복할 수 있는 양입니다.



피코크 무라벨 생수

무라벨 대체 비닐 저감 효과 (무라벨 상품 출시 이후~2022년 12월 기준)

상품명	출시일	매출수량 (개)	라벨길이 (cm/ea)	단위포장당 구성 (ea/묶음)	총 저감 라벨 (km)
피코크 트루워터 330ml*20 (무라벨)	2021년 6월	517,253	19.9	20	2,058.67
피코크 트루워터 2L*6 (무라벨)	2021년 7월	686,444	32.9	6	1,355.04
합계					3,413.71

3.2.3

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

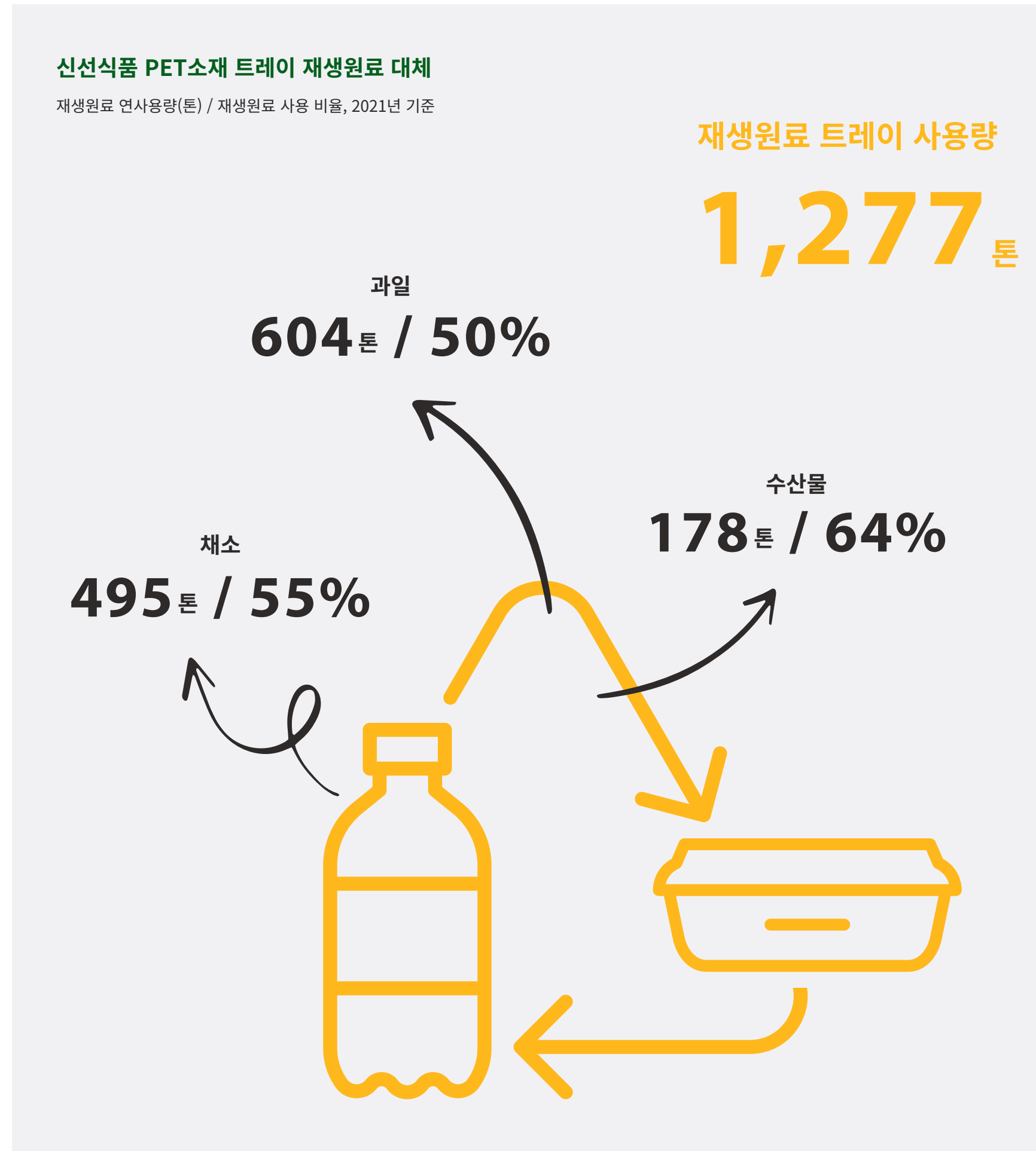
SUSTAINABLE PRODUCTS _ 지속가능상품 유통

3.2.3

신선식품 포장재 재생원료 대체

이마트는 2019년부터 신선식품 포장에 유색 코팅 발포 합성수지 재질의 식품 트레이를 사용하지 않고 있으며, 식품 안전에 영향을 미치지 않는 범위 내에서 포장 용기를 재생원료가 포함된 r-PET 재질로 변경하여 연간 1,100톤 정도의 플라스틱 원물 사용량을 절감하고 있습니다. 재활용 비율인 PCR 표시를 기준으로 과일 및 채소는 PCR 50%, 수산 제품은 PCR 64%인 용기를 사용하고 있으며, 과일 및 채소 제품의 라벨 스티커도 세척과정에서 물에 의해 쉽게 분리되는 '수분리 이지필' 제품으로 교체하고 있습니다. 수분리 이지필 제품은 일반 유포지 대비 단가가 비싸지만 재생 플라스틱 품질의 걸림돌로 지적되고 있는 이물질 반입률을 낮출 수 있는 소재입니다. 치킨델리 매장에서도 즉석조리 식품 포장재를 분리배출이 가능한 비목재 종이 소재로 전환하고 유산지나 스티커를 재활용하기 쉬운 소재로 전환하였습니다.

* 해당내용은 PSI의 상품 패키지에 관한 내용이 아닌 Post-Consumer Recycled 내용이나 이해관계자의 원활한 이해를 위해 패키징/플라스틱 내용으로 함께 소개합니다.



치킨델리 매장 즉석식품 비목재 종이 소재 포장재

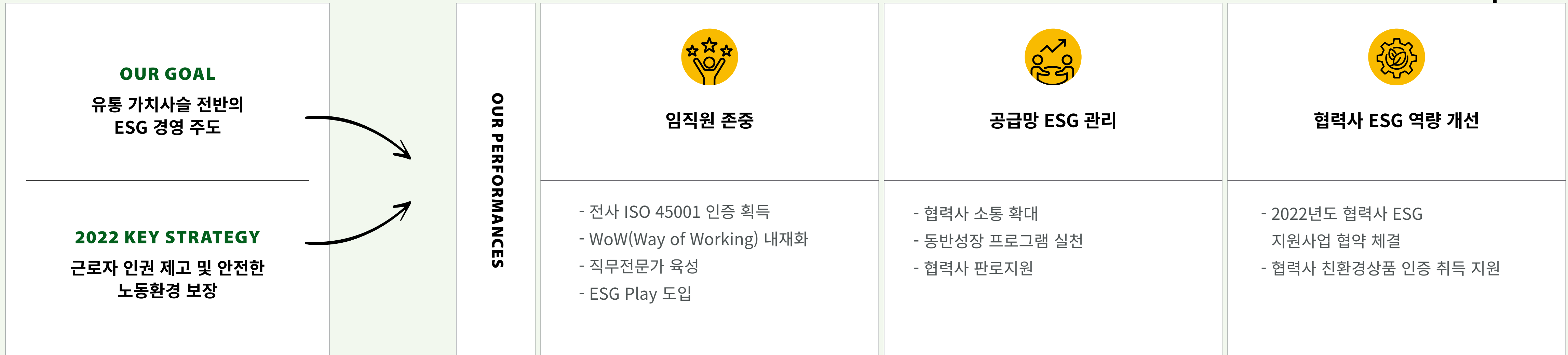
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

3.3

WIN-WIN GROWTH

동반성장

LINKS TO UN SDGs



OUR GOAL

유통 가치사슬 전반의 ESG 경영 주도

2022 KEY STRATEGY

근로자 인권 제고 및 안전한 노동환경 보장

OUR PERFORMANCES

임직원 존중

- 전사 ISO 45001 인증 획득
- WoW(Way of Working) 내재화
- 직무전문가 육성
- ESG Play 도입

공급망 ESG 관리

- 협력사 소통 확대
- 동반성장 프로그램 실천
- 협력사 판로지원

협력사 ESG 역량 개선

- 2022년도 협력사 ESG 지원사업 협약 체결
- 협력사 친환경상품 인증 취득 지원

OUR APPROACH

사회의 진보와 글로벌화로 우리는 다양한 문화와 가치관을 가진 이웃들과 공존하고 있습니다. 다양성이 늘어나는 만큼 서로 다른 관점을 존중하고 포용을 중요시하는 사회적 인식 변화가 필요합니다. 유엔 인권이사회가 ‘유엔 기업과 인권 이행원칙’을 채택한 이래 기업 역시 사회의 한 구성원으로 인권을 존중할 책임이 있다는 공감대가 형성되었으며, 기업이 지속가능한 성장을 이어 가기 위해서는 차별과 편견을 극복하여 상생할 수 있는 방안을 찾기 위한 다각도의 노력이 필요합니다.

이마트는 인권경영과 상생을 기반으로 ESG경영을 추진하고 ESG리더십을 확보해왔습니다. 선제적 리스크 관리로 안전보건 위험 요소를 관리하여 쾌적하고 안전한 근무환경을 제공하고 있으며, 인권영향평가와 WoW(Way of Working)의 10대 원칙 실천을 통해 자랑스러운 일터로 거듭나고 있습니다. 동반성장 파트너인 협력사에게는 ESG역량 강화를 위한 지원 프로그램을 운영하고 판로지원, 재무·비재무 지원을 포함하는 상생 프로그램을 제안하고 있습니다. 이마트는 이마트와 관계를 맺는 모든 이해관계자의 인권과 다양성을 존중하며, 앞으로도 유통 가치사슬 전반으로 ESG인식이 확산될 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 임직원 존중



이마트는 모든 근로자의 인권을 존중하며 이마트를 둘러싼 인권위험요소가 이해관계자에게 미칠 수 있는 영향을 파악하고 이를 선제적으로 개선하고자 노력하고 있습니다. 또한 임직원의 직무만족도 향상이 이마트의 경쟁력 강화로 이어질 수 있도록 일하는 방식의 혁신인 WoW의 실천을 위해 노력하고 지속적인 개선활동을 추진하고 있습니다.



3.3.1

안전·보건 경영방침



안전·보건 경영

이마트는 인권 이슈와 중대재해처벌법 등으로 안전보건에 대한 사회적 관심이 높아지는 최근의 변화를 반영하여 내부 안전보건관리체계를 강화하고 있습니다. 특히 선제적인 위험관리와 작업환경 개선에 힘써 임직원과 협력사원들에게 안전하고 쾌적한 업무환경을 제공하고자 노력하고 있습니다.

안전·보건 경영 방침

이마트는 모든 임직원과 협력사원들에게 건강하고 안전한 일터 제공을 목표로 안전·보건 경영방침을 수립하고 있으며, 2022년 안전·보건미션으로 ‘선제적 Risk 제거 → 중대재해 Zero화’를 선언하고 선제적 위험관리에 집중하고 있습니다. 이를 위해 시즌별, 월별 특성을 고려한 52주 안전관리 Road Map을 마련하여 연간 계획 하에 주간단위로 위험관리를 진행하고 있습니다.

전사 ISO45001 인증 획득

이마트는 사업장에서 발생할 수 있는 각종 위험을 사전에 예측, 관리하고 기존의 안전보건체계를 고도화하기 위하여 2022년 이마트 전체 사업장을 대상으로 안전보건경영시스템 국제표준인 ISO45001 인증을 취득하였습니다. 더불어 지속적인 시스템 유지 관리를 위해 인증심사원 양성교육을 실시하여 4명의 인증심사원을 육성하였습니다.



ISO45001 인증 수여식

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

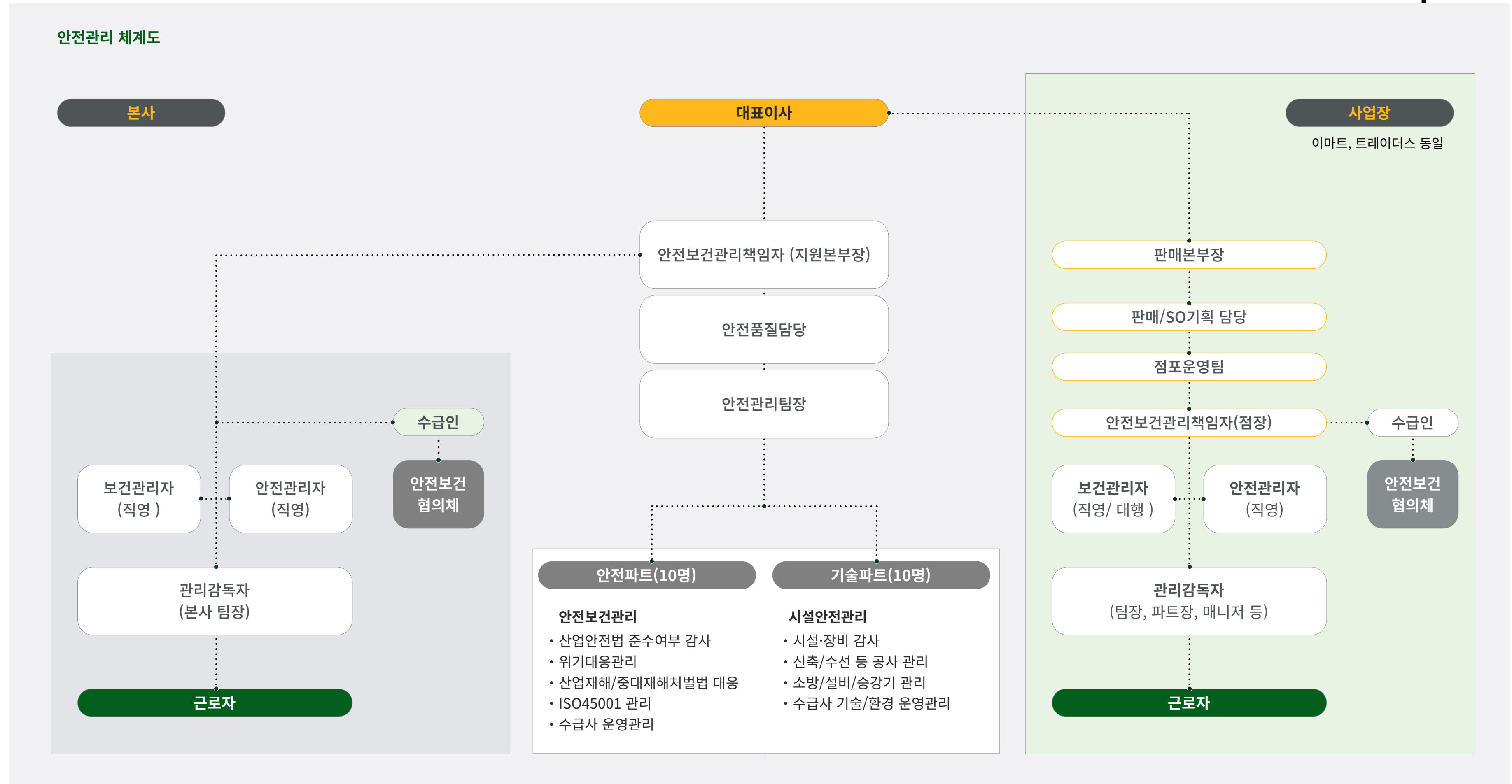
WIN-WIN GROWTH _ 임직원 존중

3.3.1

안전·보건관리 체계

이마트는 산업안전보건법에 따라 안전 및 보건에 관한 연간 계획을 수립하여 이사회의 승인과정을 거치고 있으며, 안전보건 관리책임자인 지원본부장(CSSO) 중심의 안전·보건관리 체계를 구축하고 있습니다. 특히 안전관리 활동을 책임지는 관리책임자와 관리감독자, 안전관리자, 보건관리자는 KPI에 종합안전점검 결과와 산업재해 발생 여부를 반영하여 안전보건을 우선하는 책임 활동을 요구하고 있습니다.

본사 안전관리팀은 안전보건을 관리하는 안전파트와 시설안전 을 책임지는 기술파트로 구성되어 있으며, 매년 2회 종합안전 점검을 실시하여 점포의 안전보건관리를 지원하고 있습니다. 2022년에는 본사 안전파트에 안전관리자와 보건관리자를 각각 총원하였고 본사에도 안전보건관리 체계를 구축하여 안전관리 실행 체계를 공고히 하였습니다. 사업장은 각 점포별 점장이 안전관리책임자가 되며, 점장 직속 안전, 보건관리자를 선임하고, 팀장과 매니저를 관리 감독자로 지정하고 있습니다. 더불어 수급사와는 안전보건협의체를 통해 안전이슈를 공유하고 있습니다.



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 임직원 존중

중대재해 위험요인 개선

이마트는 유해, 위험 요인의 선제적 관리를 위해 전 사업장을 대상으로 사업장 위험평가를 실시하였습니다. 평가 전 담당자를 대상으로 평가의 의의와 방법에 대한 온라인 전문가 교육을 실시하여 평가 전문성과 효율성을 높였으며, 그 결과 총 753건의 개선과제를 도출할 수 있었습니다. 도출된 과제는 2022년 하반기까지 모두 개선하여 안전사고 위험성을 낮쳤습니다. 이마트는 이 외에도 매달 전 사원이 참여하여 집기 콘센트 자체 점검을 실시하고 있으며, 소음, 조도, 온실가스(CO₂)에 관한 작업장 환경측정을 2022년도에 새롭게 도입하였습니다. 본사 안전파트에서는 전문점을 대상으로 안전보건 관리 실태 점검을 수행하고 중상해 및 산재 다발 점포에 대한 특별 점검을 시행하며, 기술파트에서는 시설 정밀 안전진단과 예방점검으로 위험요인에 대한 사전 개선 작업을 진행하고 있습니다.

수급사 안전평가 시행

이마트는 공급망 안전성 확보를 위하여 기술, 환경, 주차, 보안 분야에서 활동하는 수급사를 대상으로 반기별 안전조치 이행 평가를 실시하고 있으며, 시설 유지보수 등을 위한 공사업체 선정시에도 안전 조치 이행 역량 평가를 필수 요건으로 제시하고 있습니다. 2022년에는 수급사 안전 조치 평가 항목을 개정하여 안전조치 역량을 강화하였으며, 평가 결과 모든 평가 대상 기업이 90점 이상의 높은 점수로 A등급을 획득하며 안전조치 이행 상태가 양호함을 입증하였습니다.



소방대피훈련

사업장 위험성 평가

대상	이마트 138점, 트레이더스 20점, 물류센터 6점, 전문점 239점
평가 시기	2022년 4월~ 6월
평가 주관	각 사업장 관리감독자, 안전보건 관리자 (전문점 별도 실시)
사전 교육	위험성 평가 담당자 전문가 과정 온라인 교육 실시, 협력사 13명 포함 총 274명 수료
평가 결과	개선 과제 753건 도출 (2022년 12월 기준 개선 완료)

3.3.1

빈틈없이 진행되는 52주 안전보건 관리

이마트는 시즌별, 월별로 달라지는 안전사고 특성에 기인하여 각 시기별 특성을 고려한 '52주 안전·보건관리 로드맵'을 구축하여 리스크 관리 일정을 공유하고 주별 안전 점검을 실시하고 있습니다. 52주 점검 테마는 주제별로 안전테마 7종, 화재예방 10종, 시설 안전 5종, 작업안전 10종 등 총 32개 활동에 대한 점검으로 이루어져 있습니다. 이마트는 이 외에도 안전·보건 점검, 전기 화재 예방 점검, 소방안전 점검 등을 실시하여 위험 요소를 사전에 통제하고 있으며, 7종에 달하는 위기대응 시나리오를 마련하여 월 1~2회 위기대응 훈련을 진행하고, 주로 발생하는 안전사고 6종에 대한 안전캠페인을 실시하는 등 위기관리를 생활화 하고 있습니다.

52주 테마점검 주제

주제	점검 항목(종)	점검횟수(회)
안전테마	7종	10회
화재예방	10종	19회
시설 안전	5종	8회
작업 안전	10종	15회
합계	32종	52회

위기대응 훈련 시나리오

구분	테마	내용	비고	
1	화재 (법적)	고객 참여	고객 참여 대피 훈련(본사 포함)	3, 10월
		자체 훈련	전 사원 대피 훈련, 도상훈련	5, 7월
2	테러	폭발물/위협	폭발물 발견, 전화 위협	2월
		강·절도	거동 수상자 대응	5, 8, 12월
3	실종아동(법적)	실종아동 신고, 수색(경찰서 결과 보고)	4월	
4	물 사고	누수, 동파, 침수 대응	6, 11월	
5	엘리베이터	엘리베이터 갇힘 시 구출 훈련	1회/격월	
6	정전	비상발전기 가동	9월	
7	밀폐공간 질식(법적)	사고자 구조, 신고	2, 8월	

* [본사] 승강기 사고 응급처치 대응 훈련(3월, 기술팀장)
* 2022년 시나리오 훈련 20회 실시



52주 안전·보건관리 로드맵

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 임직원 존중

3.3.1

안전·보건 교육

이마트는 전 임직원과 관계수급인을 대상으로 심폐소생술, 소화기 및 소화전 실사 훈련 등 위기대응 실습 교육을 분기별로 실시하고 있습니다. 또한 전 임직원을 대상으로 분기별 안전·보건에 관한 온라인 교육을 실시하고 점포 협력사원에게도 분기별로 안전 보건 및 위기대응에 관한 안전교육을 시행하고 있습니다. 2022년에는 이마트 전용 콘텐츠인 ‘함께해요 안전·보건_ 안전·건강한 이마트 만들기’ 24편을 제작하여 맞춤형 교육을 제공하고 있습니다. 더불어 채용이나 작업내용 변동 등 새로운 직무자에 대해서는 별도의 산업안전보건 교육을 제공하고 관리 감독자나 관련 직무자를 대상으로는 산업안전보건법에 의한 안전·보건 직무 교육을 실시하고 있습니다.

고취를 위한 합동안전점검의 날 캠페인을 진행하였고, 폭염대응 온열질환 예방수칙에 관한 안전캐릭터와 안전표어를 포장지에 실은 노브랜드 미네랄 워터 상품을 한정 출시하였습니다.

안전관리 우수점포 시상

이마트는 안전평가 결과와 안전사고 여부, 대외 시상 등을 종합하여 안전·보건관리 우수사업장 및 우수직원을 시상하고 있습니다. 시상은 타입별 최우수 지점과 우수 지점, 개인부문으로 선정하고 있습니다. 2022년에는 월배점, 서귀포점, 성서점, 서산점, 대구 물류센터, 트레이더스 명지점이 타입별 최우수 사업장으로 선정되었습니다.

재난대응 통합관제 시스템 구축

이마트는 주요 점포에 중대재해를 비롯한 긴급상황 발생에 대비할 수 있는 통합관제 시스템을 구축하고 있습니다. 통합관제 시스템은 긴급상황 발생시 기술사원과 보안사원에게 모바일을 통한 실시간 알람이 전송되어 비상사태 초기대응을 가능하게 합니다. 이외에도 각 사업장별 비상조치계획을 수립하고 있으며, ‘떨어짐, 감전, 끼임, 질식, 화재’를 발생 가능성이 높은 5대 재해로 설정하고 사고유형별 초기 대응 프로세스를 마련하고 대응 요령을 공유하고 있습니다.

안전관리 캠페인 실시

이마트는 베임, 부딪힘, 넘어짐 사고 및 하역장 사고 예방, 근골격계 질환과 겨울철 뇌졸중 예방을 주제로 안전사고 발생 예방과 안전보건 관리 문화 정착을 위한 캠페인을 추진하고 있습니다. 2022년에는 안전보건공단과 협력하여 산재예방 안전의식

중대재해 대응 방안 공유



안전·보건 일반 교육

대상	교육 구분	교육 내용	시행시기
직영사원 전체	온라인 교육	산업안전보건법 이해, 안전관리, 직무 스트레스 예방 관리 등	1회/분기
	위기대응 실습 교육	심폐소생술·하임리히법 실습 소화기·소화전 실사 훈련	1회/분기
관계수급인	위기대응 실습 교육	심폐소생술·하임리히법 실습 소화기·소화전 실사 훈련(전기차 화재 대비 포함)	1회/분기
점포 협력사원 전체	안전교육	안전, 보건, 위기대응	5월, 11월
본사	안전·보건 교육	상반기: 공정거래법	1회/반기
		하반기: 응급처치/위기대응	

안전·보건 온라인 교육



심폐소생술 교육



전기차 화재 대비 실사 훈련



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 임직원 존중

3.3.1

2022년 주요 안전부문 개선 활동

이마트는 2022년 안전·보건관리를 위해 총 615억 원의 예산을 집행하였습니다. 이 중 중대재해 예방 등을 위한 시설 개선에 460억 원, 그 외 안전조치에 16억 원 가량이 투자되었습니다. 시설면에서는 노후 승강기 및 무빙워크에 안전장치를 추가 설치하고 주요 사업장 위험사고 알림을 위한 계측장치를 점검, 교정하였습니다. 안전부문 주요 개선 사항으로는 무빙워크 끼임으로 인한 전도사고 예방을 위해 자동 멈춤 시스템을 도입하고 넘어짐 사고 다발 위험 지역에 논슬립 개선 작업을 실시하였습니다. 또한 사고다발지역에 안전 로고 빔을 설치하고 주차장과 사업장 내 취약 지역에 비상벨을 추가 설치하였습니다. 더불어 매장 분전반 내에 전기화재 예방을 위한 소화장치를 개설했고, 습식장소 누전사고 예방을 위해 고감도 누전 차단기를 교체했습니다.



460

억 원

중대재해 예방을 위한
2022년 시설 개선
투자금액

2022년 주요 보건부문 개선 활동

보건부문에서는 148개 점에 근로자의 건강보호와 건강증진을 위한 보건관리 대행기관 위탁 계약을 진행하였고, 임직원을 위한 건강진단과 보건위험성이 있는 야간근무, 상품안전센터 근로자와 보안 및 야간 업무를 담당하는 수급사 직원들을 대상으로 특수 건강진단을 시행하였습니다. 또한 유해인자 접촉 위험이 높은 물류센터와 폐수처리시설의 작업환경측정을 실시하고 코로나 위생용품과 소모성 안전용품을 확충하였습니다. 임직원의 건강관리를 위하여 14개 지점의 수산, 축산 소분실의 작업환경을 개선하고 149개 점에 하절기 열사병 예방을 위한 이동식 에어컨 360대를 추가 설치하였습니다.



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 임직원 존중

인권경영

이마트는 글로벌 ESG 스탠더드에서 요구하는 모든 아동노동과 강제노동에 대한 금지 원칙을 준수하며, 자체적인 인권영향평가 체크리스트를 활용하여 인권 침해 리스크를 사전에 개선하고 다양성이 존중되는 조직문화를 만들기 위해 노력하고 있습니다. 구성원 모두가 수평적으로 소통하고 서로 존중하는 사회를 만드는 일에 이마트가 앞장서겠습니다.

인권정책

이마트는 세계인권선언(Universal Declaration of Human Rights), 국제노동기구 헌장(ILO Constitution) 등 인권, 노동관련 국제 규범을 준수하고 있으며 헌법과 노동관계법에 따라 인권과 노동권을 존중하는 근로환경을 조성하고자 노력하고 있습니다. 특히 고객 응대 과정에서 발생할 수 있는 임직원의 정신적, 감정적 손실을 적극적으로 케어하기 위해 ‘이케어(e-care) 프로그램’을 운영하고, 임직원 인권 보호와 관련된 규정 및 지침을 배포하였습니다.



인권경영 추진 조직체계

이마트는 인사담당부서에서 인권경영을 총괄하고 있으며, 노사관계 전담 부서인 노사기획팀을 운영하여 평화적이고 건설적인 노사관계를 만들기 위해 노력하고 있습니다.

인권영향평가 수행

이마트는 임직원을 비롯한 이해관계자에게 발생할 수 있는 인권 리스크를 파악하고 선제적으로 대응하기 위해 인권영향평가의 기준이 될 평가 지표와 체크리스트를 구성하였으며 이를 바탕으로 인권영향평가를 수행할 예정입니다. 인권영향평가는 임직원은 물론 협력사와 지역사회, 소비자를 평가 범위로 설정하여 이마트와 주고 받는 영향을 분석하고 선제적인 개선활동으로 연계할 계획입니다.

사내 고충처리제도

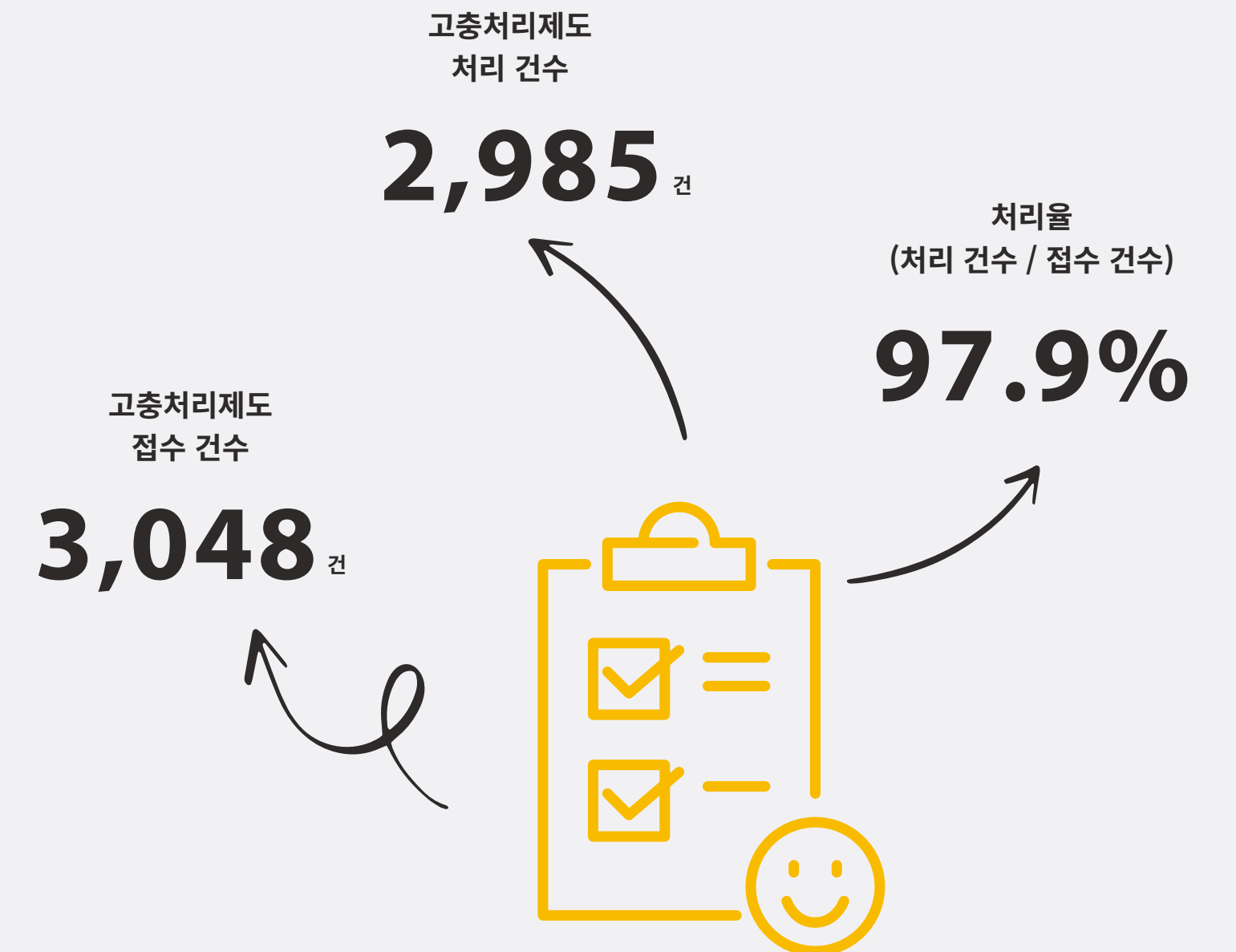
이마트는 본사 및 사업장 내 고충처리위원회를 운영하고 있으며, 고충처리위원을 위촉하여 근로자의 고충사항을 적극적이고 선제적으로 해결하고 있습니다. 근로자는 고충사항이 있는 경우 고충처리위원회에 구두 또는 서면으로 신고하거나 이마트 신문고를 통해 제보할 수 있으며, 신고를 접수한 고충처리위원은 지체 없이 처리 후 접수 10일 이내 조치사항 및 그 밖의 처리 결과를 근로자에게 회신하고 있습니다. 신고자는 비밀보장, 신분 보호, 정상 참작의 3대 제보자 보호 원칙에 의거하여 보호되며, 해당 사항을 공지하고 있습니다. 2022년 고충처리 접수는 총 3,048건이며 이중 2,985건을 적정 처리하였습니다.

단체협약 체결

이마트는 노동관계법령에 따라 노사가 합의한 직무 인원을 제외하고 대부분의 직원이 노동조합에 가입할 수 있습니다. 이마트는 노동조합과 매년 임금협약, 2년 단위로 단체협약을 체결하고 있으며, 2022년 새로운 단체협약을 체결하였습니다. 이 과정에서 노사는 직원들의 승격 기회 확대 및 안정적인 인사제도 운영에 합의하였으며 임금 인상안에 대해서도 원활한 합의를 마쳤습니다.

3.3.1

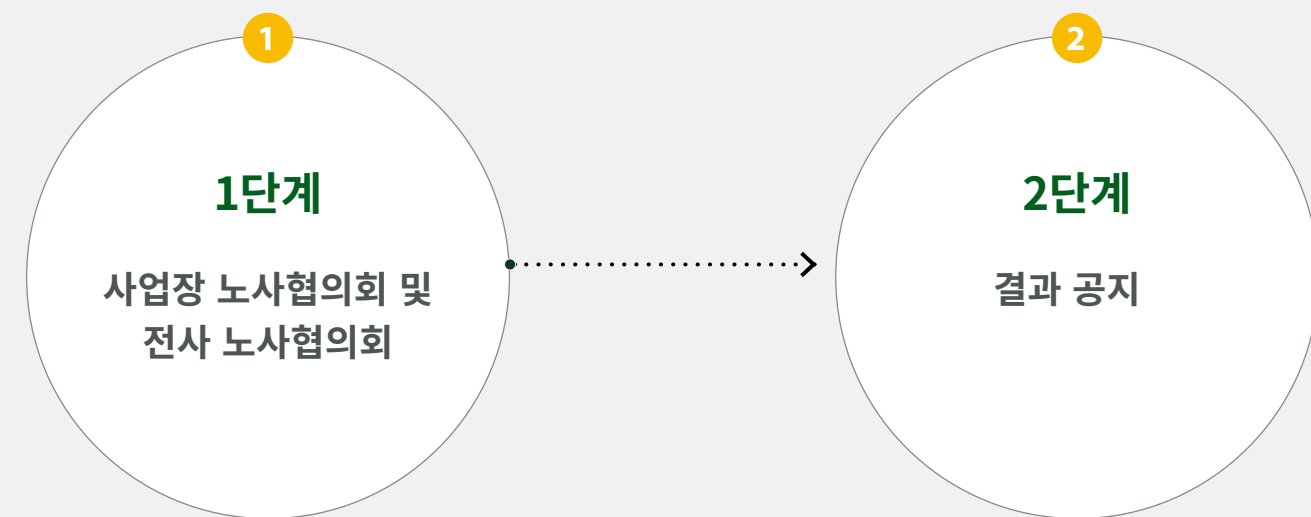
고충처리제도 접수 및 처리율



WIN-WIN GROWTH _ 임직원 존중



노사협의회 프로세스



2022 인권교육 현황

교육명	교육 대상	수료 인원 (명)
직장 내 성희롱 예방	전 사원	28,628
직장 내 괴롭힘 예방	점포 AM 직책 이상, 전문점 매니저 이상	3,676
경력입사자 교육	2020~2022 경력입사자	150

노사협의회

이마트는 ‘근로자의 참여 및 협력증진에 관한 법률(근참법)’에 근거하여 근로자의 생산성 향상과 복리후생에 관해 사용자 측과 협의하는 노사협의회를 분기마다 1회 운영하고 있습니다. 각 점포를 대표하는 사원 대표 163명으로 구성된 노사협의회는 매월 점포를 찾는 ‘사원대표가 간다’ 프로그램을 진행하여 구성원들과 소통하는 기회를 마련하고 있습니다. 또한 점포 방문시 점포 사원대표가 주관하여 지점별 특성에 맞는 업무 지원과 행복 이벤트 행사를 진행하여 많은 호응을 얻고 있습니다.

인권교육

이마트는 노사기획팀에서 매년 전 사원을 대상으로 직장내 성희롱 예방과 직장내 괴롭힘 예방을 위한 온라인 교육을 진행하고 있습니다. 교육 범위에는 단기 근로자와 파견 직원이 포함되며, 2022년에는 COVID-19로 별도의 교육을 수강하지 못한 2020~2022년 경력입사자 150명을 대상으로 별도의 인권, 윤리 및 준법 교육을 오프라인으로 실시하였습니다.

주 35시간 근무제 도입

이마트는 일과 삶의 균형을 실현할 수 있도록 2018년부터 주 35시간, 일 7시간(9 to 5) 근무제를 시행하고 있으며, 정시 퇴근을 위한 업무보고 간소화 등을 통해 비자발적 강제노동을 원천적으로 차단하고 있습니다. 또한 주 35시간 근무제 안착과 관련된 잘못된 관행 및 부정부실을 바로잡기 위한 근태 신문고를 운영하고 있습니다.

일과 가정의 양립

이마트는 여성 근로자 비율이 60%에 가까운 특성을 고려해 법적기준치를 상회하는 여성 친화적인 복지제도를 운영하고 있습니다. 임신 중인 모든 근로자를 대상으로 출퇴근 시간을 조정할 수 있는 탄력근무제와 하루 2시간씩 임금 차감 없이 근로시간 단축을 요청할 수 있는 단축근무제도를 운영하고 있으며, 본인의 선택에 따라 임신기간 중에도 출산휴직을 사용할 수 있습니다. 또한 임신이 어려운 경우 최소 3개월부터 최대 6개월까지 난임휴직이 가능합니다. 육아 단계에서는 법적으로 보장된 출산휴가와 1년의 육아휴직 외에도 희망육아휴직을 1년까지 추가로 제공하고, 자녀의 초등입학에 맞춰 1개월간 ‘자녀입학 돌봄 휴직’제도를 운영하고 있습니다. 이마트는 이 같은 활동을 기반으로 2014년부터 여성가족부 가족친화기업 인증을 유지하고 있습니다.

3.3.1

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 임직원 존중

3.3.1

일하는 방식의 혁신, WoW(Way of Working)

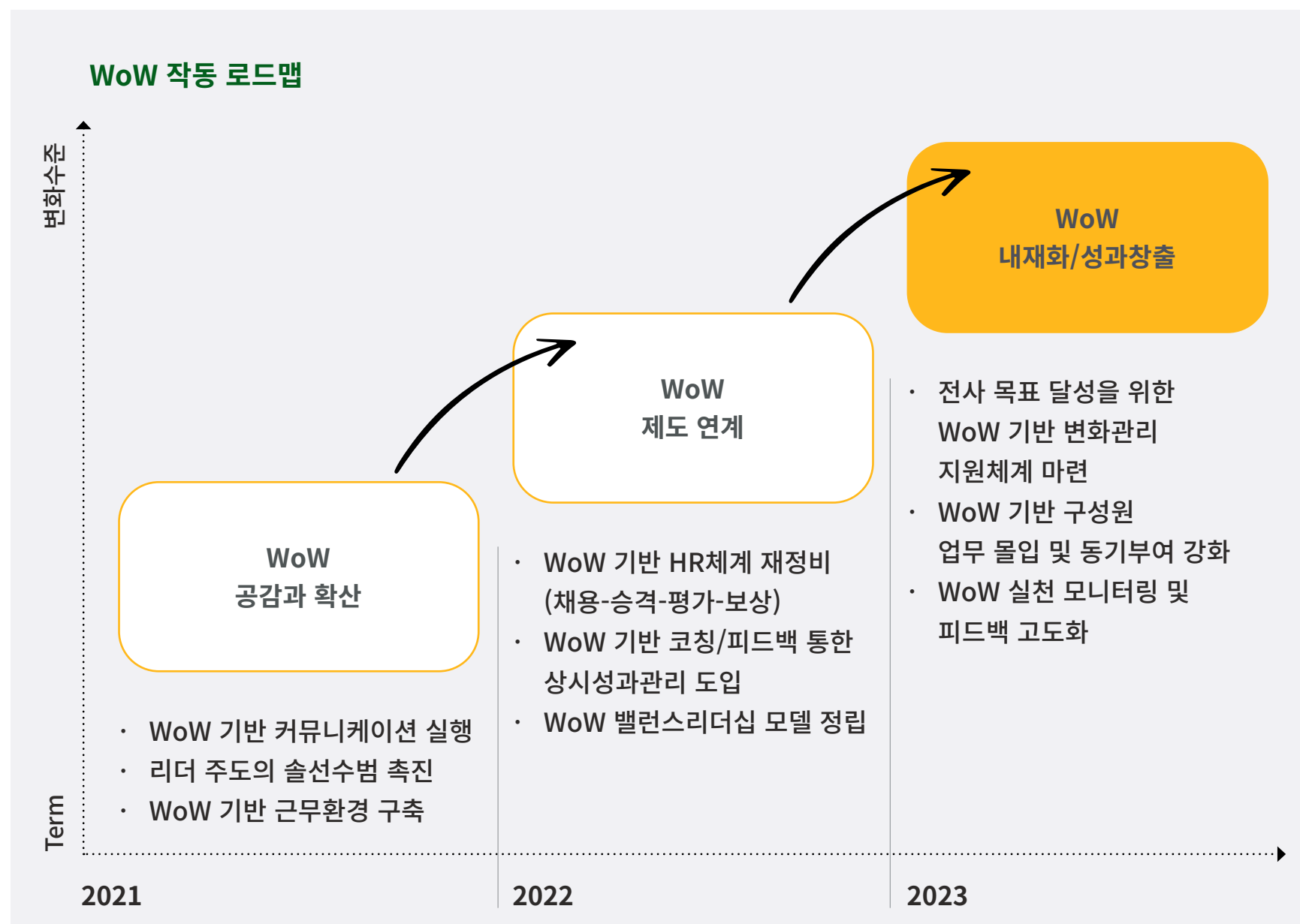
2021년에 선포된 WoW(Way of Working)는 10가지 키워드로 구성된 이마트만의 일하는 방식으로, 이마트에서 이뤄지는 모든 업무 상황에서 어떻게 대화하고 판단하며 행동해야 하는지에 대한 명확한 기준을 안내하고 있습니다. WoW는 단순한 슬로건이나 구호에 머무는 것이 아니라, 인사제도는 물론 조직 및 시스템 등 조직 인프라 전반과 연계하여 전 구성원이 한 방향으로 나아가서 성과를 창출하는 구심점 역할을 하고 있습니다.

+ WoW의 10가지 키워드를 보실 수 있습니다.

2022년, 실질적 일하는 방식 내재화

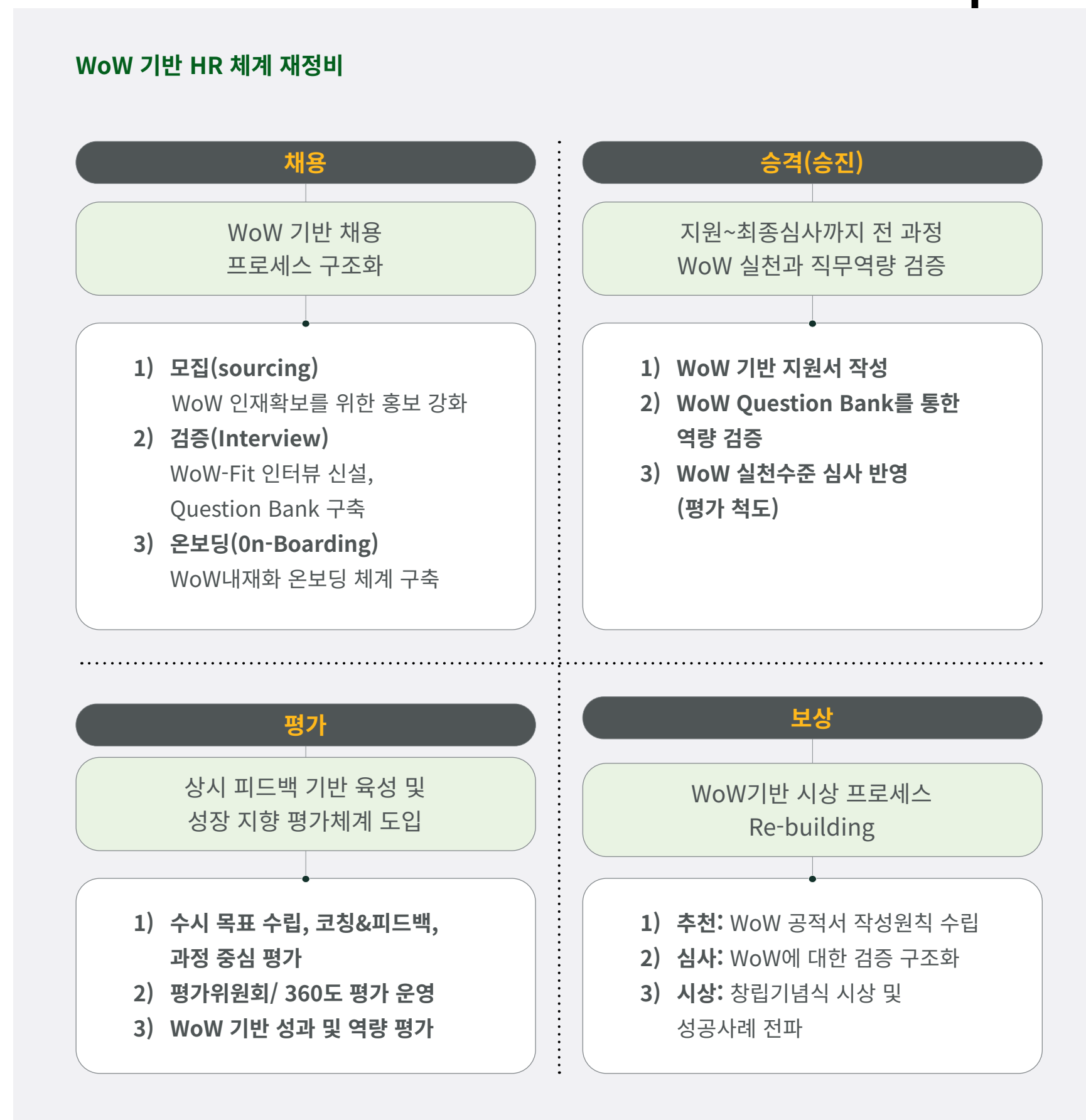
2021년에는 WoW를 구성원에게 소개하고, 구성원의 WoW 실천 이해도를 높이는데 중점을 뒀다면, 2022년에는 새로운 일하는 방식으로서의 실질적인 변화를 위해 'WoW Foundation'을 구축하는데 집중하였습니다. 대표적인 성과로는 채용/평가/승격/보상 등 HR 체계를 WoW와 연계하여 재정비한 것으로, 이는 WoW가 일상적인 업무 상황에서 강력하게 작동하는 핵심 기반이 될 것입니다.

더불어, WoW 내재화를 위한 전사차원의 변화관리 추진 및 실천 인프라를 구축해왔습니다. 그 일환으로, '스마트 워크' 관점에서 비효율적인 업무를 개선하고 핵심업무에 집중할 수 있는 환경을 마련하였으며, 대표이사 주도로 회사의 방향 및 주요 이슈에 '공유와 공감'하기 위해 WoW Talk, CEO Express 등 커뮤니케이션 채널을 지속 운영해 왔습니다. 또한, 조직 변화를 지속 Tracking하기 위한 Cloud 기반 Survey 플랫폼을 도입하여 구성원의 다양한 목소리를 청취하고 이를 반영한 변화관리 계획을 수립할 예정입니다.



점포 현장에서도 '점포의 WoW 대표행동'에 대한 관심과 실천 강화를 위해 일상 업무 상황에서 WoW를 실천하는 주변 동료에게 칭찬메시지를 보낼 수 있는 플랫폼을 활용하여 연단위 프로그램을 기획 및 운영하였습니다.

2023년에는 지금까지 다져온 'WoW Foundation'을 토대로, 급변하는 경영환경에서도 본격적으로 WoW를 기반으로 성과를 창출하고 구성원의 성장을 견인함으로써 선진적인 조직문화로 도약할 수 있는 기틀을 마련할 것입니다.



WIN-WIN GROWTH _ 임직원 존중

3.3.1



인재경영

WoW(Way of Working)에 기반한 인재 육성은 성과 창출과 더불어 구성원의 균형있는 성장을 지원하고자 하는 이마트의 의지입니다. 이마트는 학습 체계, 시스템, 양질의 콘텐츠에 기반한 인재경영을 통해 이마트인으로서 임직원의 자부심을 제고하고 있습니다.

이마트 인재 육성 방향

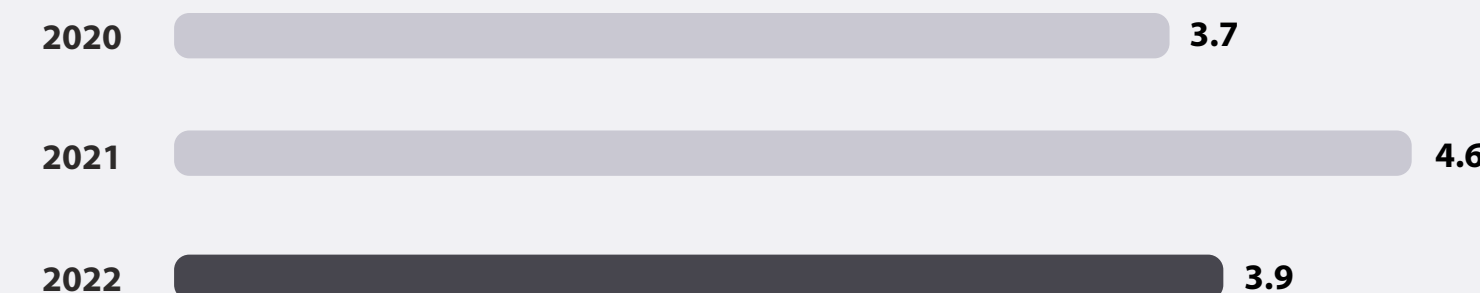
이마트는 WoW에 기반한 인재 육성 체계를 수립하여 운영하고 있습니다. 특히 WoW가 조직 내에 확산되어 전 구성원에게 실천될 수 있도록, 임원, 본사 팀장, 점장 등 리더를 대상으로 WoW 리더십 역량 강화 교육에 집중하고 있습니다. 이마트의 인재 육성체계는 사업구조의 특성을 고려해 본사와 점포 각각의 업무 상황과 필요한 역량에 최적화된 학습을 지원하고 있습니다. 또한 교육 효과를 극대화할 수 있도록 워크숍 형태의 대면교육은 물론, 다양한 Tool을 활용한 비대면 라이브 강의, 시간과 장소에 제약이 없는 온라인/모바일 학습 등 다양한 형태의 교육 프로그램을 운영하고 있습니다.



임직원 교육 실적 (단위: 시간)

구분	2020	2021	2022
임직원 총 교육시간	37,764	47,312	30,759
인당 연평균 교육 시간	3.7	4.6	3.9

인당 연평균 교육 시간



* 2021년 전 임직원 대상 WoW 교육 대대적으로 시행

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 임직원 존중

본사 근무자 교육 프로그램

본사 근무 임직원을 대상으로 WoW 기반 리더십 강화 및 직무 역량 강화를 위한 다양한 교육 프로그램을 제공하고 있습니다.

본사 리더십 프로그램

① WoW 밸런스 리더십 교육

이마트는 조직문화의 변화에 리더의 솔선수범이 무엇보다 중요하다고 생각하며, WoW의 실천을 이끌 리더로의 소양에 대한 교육과정을 마련하였습니다. 2022년에는 WoW 밸런스 리더십을 자체 개발하여 구성원의 업무역량과 의욕에 따라 리더들이 유연한 리더십을 발휘하여 구성원의 성장과 성과 달성을 지원할 수 있도록 교육 과정을 제공하였습니다. 또한 구성원 역시 성장 마인드를 기반으로 자기 성장을 강화할 수 있도록 본사 근무자 전체를 대상으로 WoW 밸런스 리더십의 개념과 실천 교육이 진행되었습니다.

② 본사 신입팀장 온보딩 프로그램

2022년 신입 팀장 온보딩 프로그램은 보임 3개월 내에 성공적으로 역할을 전환하고 필요 역량을 확보할 수 있도록 역할 인식, WoW 기반 리더십 발휘 스킬 등의 총 4회 차의 교육이 진행되었습니다. 또한 교육이 종료된 이후에도 본사 팀장으로서 역할 수행에 필요한 다양한 정보를 상시 제공하기 위해 온라인 위키 사이트를 운영하고 있습니다.

본사 직무역량 강화 프로그램

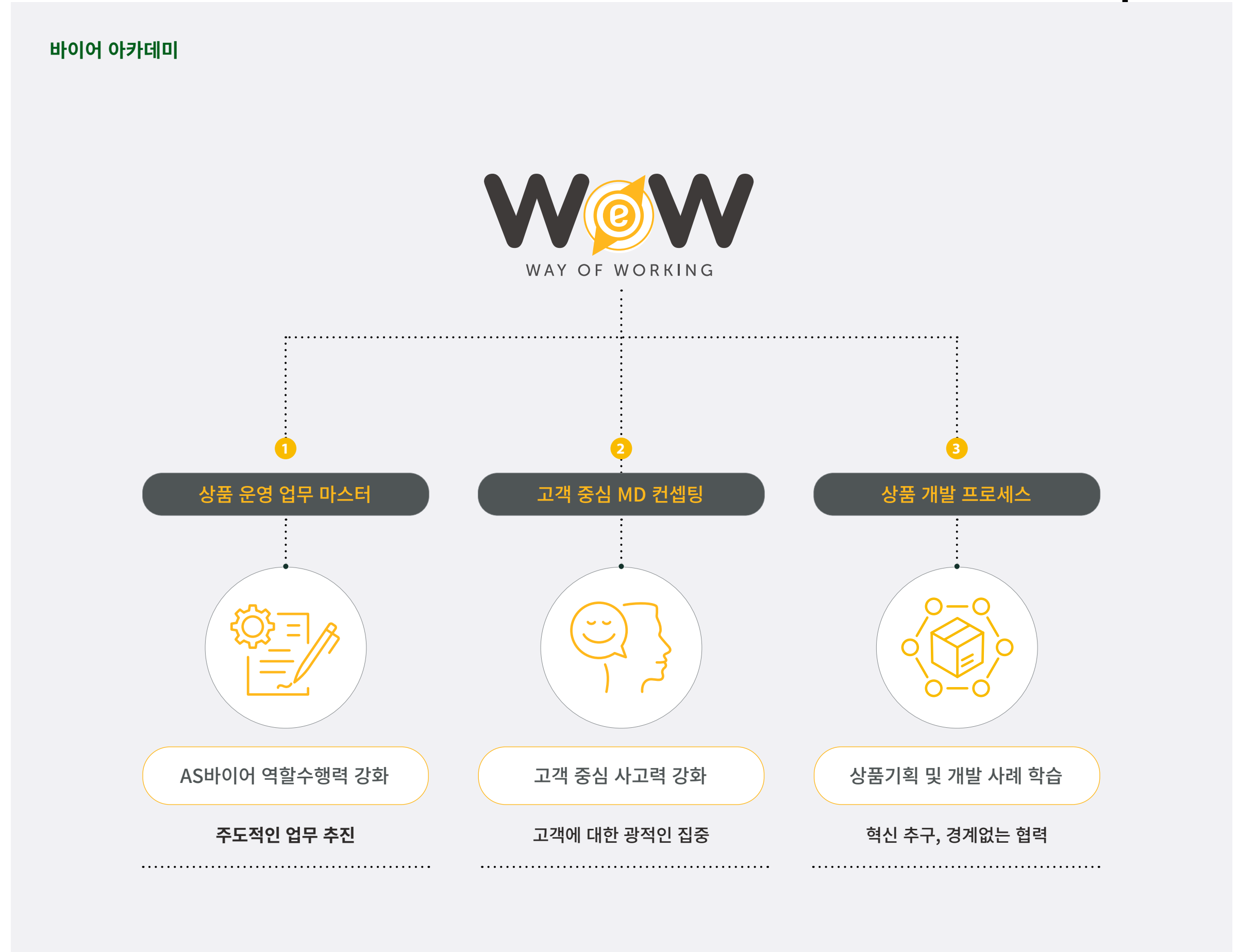
① 데이터 기반의 업무수행을 위한 ‘데이터 아카데미’

‘우리는 데이터를 근거로 커뮤니케이션을 하며, 데이터를 통해 결정한다’는 6번째 WoW원칙의 실천과 맞닿아 있는 ‘데이터 아카데미’는 데이터 기반의 합리적 사고력과 의사 결정력을 갖춘 인재를 육성하는 것이 목표입니다. 교육은 DT테크, 바이어 등 타깃 직무군과 일반직무군 과정으로 구분하여 운영되고 있습니다. 2022년에는 타깃직무군 학습 기간을 6주로 축소하되 개인별 맞춤 전문가 코칭을 통해 교육 효율성을 높였습니다. 일반직무군 대상 교육은 학습 난이도에 따라 커리큘럼을 3단계로 세분화하고 커리큘럼 추천가이드를 제공하였습니다.

② 준비된 바이어의 양성 ‘바이어 아카데미’

바이어는 전 점포 상품의 매출, 판매, 재고관리를 총괄하는 상품 운영 역량과 고객 니즈에 부합하는 상품 개발 역량이 요구되는 이마트의 핵심 직군입니다. 이에 바이어 업무 수행에 필요한 내용을 담아 총 3개의 교육과정을 운영하고 있으며, 단계별 체계적인 커리큘럼과 과제수행을 통해 이마트 바이어가 국내 최고의 MD전문가로 성장할 수 있도록 지원하고 있습니다. 2022년 상품운영 마스터과정은 온오프시너지를 위한 이커머스와 물류 부문 교육이 강화되었고, MD컨설팅 교육은 AS바이어를 대상으로 실습교육이 강화되었습니다. 상품개발과정은 선배 바이어의 성공 사례공유와 외부 케이스 스터디로 진행되었습니다.

3.3.1



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 임직원 존중

3.3.1



INNO SIGHT 특강

본사 신규입사자 온보딩 프로그램

① 경력사원 온보딩(Onboarding) 프로그램

이마트는 새로운 전문성과 다양성을 수용하는 문화로서 외부 우수인재를 적극적으로 채용하고 있으며, 경력 입사자가 조직에 빠르게 적응하고 안정적으로 업무를 수행할 수 있도록 온보딩 프로그램을 운영하고 있습니다. 온보딩 프로그램은 [입사 전-입사 1주차-입사 3주차-입사 1~2개월-입사 6개월]의 기간별로 진행되며, 회사에 대한 입문 교육부터 산업에 대한 이해, 부서장 주관의 OJT(On the Job Training), 회사 적응도를 점검하고 애로사항을 지원하기 위한 1on1 미팅 등 조직에 자연스럽게 적응할 수 있도록 구성되어 있습니다. 2022년은 주로 D/T본부를 중심으로 경력사원이 입사하였으며, 일부 지원 부서에 경력 입사자를 포함 총 68명에 대한 온보딩 프로그램이 시행되었습니다.

본사 WoW 기반 프로그램

① INNO SIGHT 특강

INNO SIGHT는 혁신(Innovation)과 영감(Insight)의 합성어로 반짝이는 인사이트를 통해 성장과 혁신으로 연결되는 강연을 의미합니다. 2022년 새롭게 도입된 INNO SIGHT는 다양한 분야의 전문 강연을 통해 지식과 인사이트를 제공하고자 진행되는 강연으로 매 분기별로 진행되고 있으며, 오프라인 라이브 강연과 온라인 실시간 송출을 동시에 진행하여 임직원들이 장소에 구애받지 않고 참석할 수 있도록 운영하고 있습니다. 2023년 5월 현재 3회의 정기 특강과 1회의 INNO SIGHT 플러스 강의가 진행되었으며, 매회 천명에 가까운 인원이 참여하는 뜨거운 반응을 보이고 있습니다.

지속적인 고용가능성 지원 프로그램

① 재취업 지원 서비스 교육

재취업 지원 서비스는 구성원의 경력 전환을 지원하는 이마트의 사회적 책임 수행 노력의 일환으로 50세 이상의 고령 퇴직예정자에 대하여 진로설계 또는 취업알선 서비스를 제공하고 있습니다. 진로설계 프로그램은 소질과 적성 그리고 경력에 관한 진단을 통해 진로 설계를 돕는 서비스로, 16시간 이상의 강의와 상담을 지원합니다. 취업 알선 프로그램은 3개월간 구인정보를 제공하고 재취업 및 창업 활동을 지원하며, 6개월의 사후 서비스를 제공하여 퇴직으로 인한 변화관리와 효과적인 커리어 전환을 돕고 있습니다. 이마트는 노사협약에 의해 스텝 채용시 정년퇴직자를 우대하고 있습니다.

INNO SIGHT 특강 참석 인원(온라인 포함)

구분	참석 인원
3회	968 명
Plus	894 명
2회	1,250 명
1회	1,021 명

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 임직원 존중

점포 근무자 교육 프로그램

점포 교육은 점장 역량 교육, 신규 직책자 교육, 신선 경쟁력을 강화하는 신선 직무자격제로 구분할 수 있습니다.

① 점장 역량 교육

이마트 점포를 이끄는 점장은 현장의 최고 경영자로서 이마트의 핵심 리더입니다. 이마트는 현장 최고경영자에게 요구되는 전략, 재무, 마케팅, HR, 리더십 5대 영역의 역량을 강화하기 위해 '점장 5 Roles 교육 프로그램'을 월 2회 정기적으로 운영하고 있습니다. 또한 경영자 관점의 손익 마인드 제고를 목적으로 '점장 Finance School' 온라인 학습과정을 제공하고 WoW 기반의 역량을 갖춘 준비된 점장을 양성하기 위한 과정으로, '점장 양성 교육'을 운영하면서 현장 경영자로서 필요한 점장 필수 지식, 고객 및 상권중심의 전략, WoW 실천 워크숍으로 현장 최고 리더를 양성하고 있습니다.

② 신규 직책자 교육

점포에서 새로운 직책으로 승진한 신규 직책자가 빠르게 업무에 적응하고, 안정적인 직책수행을 할 수 있도록 '신규 직책자 대상 교육 과정'을 운영하고 있습니다. 발령 즉시, 적시적인 교육 콘텐츠를 제공하기 위해 온라인 학습 방식으로 운영되고 있으며, 현장 경험이 풍부한 우수 직책 수행자가 사내 강사로 참여하여, 자신의 경험과 노하우를 전수하는 형식으로 이루어져 있습니다. 학습내용은 일별, 주별, 월별, 연간 업무 프로세스와 직무별 중점 업무 포인트를 담아 새로운 직책에 성공적으로 적응하기 위한 업무 가이드로서의 역할을 하고 있습니다.

③ 신선 직무자격제도 운영

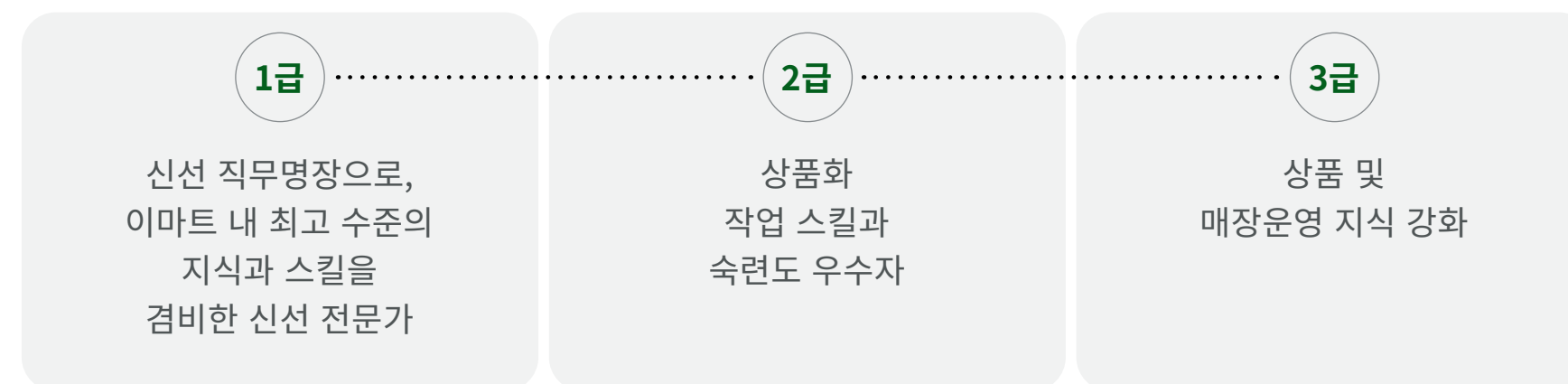
그로서리(신선) 부문은 오프라인 점포의 핵심 경쟁력이자 차별화된 고객경험 제공에 중요한 역할을 합니다. 이마트는 신선클 경쟁력을 강화하기 위해 2020년부터 신선 전문가를 육성하는 '신선 직무자격제'를 운영하고 있으며, 2022년 트레이더스에도 신선 직무자격제를 신설하였습니다. 자격분야는 농산, 수산, 축산, 조리는 공통, 푸드카페를 운영하는 트레이더스에는 푸드서비스 부문을 추가로 지정하고 신선 전문성 수준에 따라 1급, 2급, 3급으로 숙련도를 구분하였습니다.

이마트는 신선직무자격제를 준비하는 임직원을 적극 지원하고 교육자료를 제공하고 있으며, 자격 취득자에게는 국가공인 자격증 취득교육 지원, 인사평가 가점 등의 혜택을 제공하여 개인 커리어 개발과 성장을 지원하고 있습니다. 2022년부터는 직무명장 1급 심사 본선에서 선보인 신상품을 직무명장의 이름으로 실제 출시해볼 수 있는 기회도 제공하고 있습니다. 2022년 신선직무자 1급 자격 획득자는 총 9명입니다.



9명

2022년 신선직무자 1급 자격 획득자



신선직무자격 1급 직무명장 선발대회

3.3.1

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 임직원 존중

ESG경영 내재화

이마트는 ESG경영 내재화를 위하여 다양한 방식의 ESG 교육을 진행하고 있습니다.

① ESG play

ESG Play는 놀이하듯 재미있게 ESG를 받아들이고 이를 업무까지 확장시키고자 하는 새로운 방식의 프로젝트입니다. 2022년 초 파일럿 프로그램에 이어 5월 본사 임직원 350명이 참여한 가운데 친환경 키트체험, 인사이트 워크숍 참여 등의 활동이 진행되었습니다.

② 온라인 ESG교육

2022년 11월부터 2023년 1월까지 전 임직원을 대상으로 온라인 ESG교육을 실시하였습니다. 교육은 이마트 교육 플랫폼인 터치원과 사내 인트라넷을 통해 이마트에서 추진하고 있는 다양한 ESG활동을 주제로 진행되었으며, 자발적 참여 방식으로 진행했음에도 10,702명이 참여하여 ESG경영에 대한 임직원의 높은 관심도를 확인할 수 있었습니다.

③ ESG 아이디어 공모전

이마트는 2022년 4월 임직원을 대상으로 ESG 아이디어 공모전을 진행했습니다. 공모전은 포장재 플라스틱 감축, 지속가능상품 확대, 온실가스 감축 등 3개 주제로 진행됐으며, 팀 부문 대상은 ‘신선식품 미판매상품 사회적 기업 기부’, 금상은 ‘피코크 밀 키트 친환경 포장재 전환’이 선정되었고 개인 부문은 ‘후레쉬센터 식물성 잔재물 활용을 통한 ESG경영실천 방안’이 선정되었습니다. 이마트는 팀 부문 대상과 금상 아이디어를 실제 사업으로 구현하고 있습니다.

다양한 복지제도

① 장거리 발령자 생활 지원

전국 각지에 점포가 있는 이마트의 특성상 장거리 발령에 따른 주거환경 변화가 일어나게 됩니다. 이에 따른 임직원의 혼란을 최소화하고 보다 편리한 생활을 지원하기 위해 부임 여비 지원, 부임 휴가 부여, 이사비 지원, 사택 제공 등의 복지혜택을 제공하고 있습니다. 또한 단신부임자를 위한 교통비를 지원하고 있습니다.

② 임직원 건강관리 및 생활 보장 지원

이마트는 지속적인 건강관리로 질병을 조기 발견하고 삶의 질을 높일 수 있도록 모든 임직원을 대상으로 매년 건강검진을 실시하고 있습니다. 또한 재직기간이 1년 이상인 임직원과 가족을 대상으로 10만 원 이상의 의료비가 발생하는 경우 일정 기준에 따라 보조금을 지원하여 치료비로 인한 일상생활의 위협을 예방하고 있으며, 각종 사고나 질병으로 사망하거나 신체장애를 입는 경우에는 직급에 따른 지원금을 지급하고 있습니다. 또한 암, 뇌졸중, 심근경색 등 중대 질병 발생시에는 1천만 원 한도의 치료비를 추가 지원하고 있습니다.

③ 장기근속 포상

이마트는 장기근속자에게 표창장과 함께 특별 휴가와 포상금을 지급하여 그 공로를 기리고 있습니다. 장기근속 포상은 그룹 입사일 기준 각 10년, 20년, 25년, 30년에 해당하며, 매년 창립기념일에 표창장과 금메달을 수여하고 있습니다. 또한 정규직 정년 퇴직자에 대해서도 5년 이상 근속 연수에 따라 메달과 기념패를 증정하고 있습니다. 2022년 기준 이마트의 평균 근속연수는 10년으로, 2022년 2,346명이 장기근속 포상을 수여하였습니다.

④ 동호회 활동 지원

직원들의 건전한 여가활동을 지원하여 생활의 질을 향상하고 활기찬 조직문화를 구현하기 위하여 협력 사원을 포함한 전 직원을 대상으로 동호회 운영을 지원하고 있습니다.

⑤ 휴양 및 휴가 지원

임직원들의 리프레시를 위하여 주요 여행지에 위치한 호텔과 콘도, 리조트 등 숙박/휴양시설 이용을 연중 지원하고 있으며, 1년 단위로 전국 9개 지역에 마련되어 있는 가족 농장 경작지를 제공하고 있습니다. 농사에 서투른 참여자들을 위하여 작물 재배법과 농장관리에 대한 오리엔테이션을 진행하고 수확물 기부 봉사활동을 연계하는 등 다채로운 체험행사도 준비하여 많은 임직원이 찾고 있습니다.

⑥ 그 외 복지제도

장기근속자를 대상으로 자녀 양육에 큰 부담으로 작용하는 유치원 교육비 및 중·고·대학교 수업료와 등록금을 지원하고 있습니다. 그 밖에도 임직원의 생일과 명절에 선물을 제공하고 경조금 및 경조휴가 제도를 운영하고 있으며, 사내 복지 기금을 활용한 주택자금 대출을 지원하고 있습니다.

3.3.1



▶ 온라인 ESG교육

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

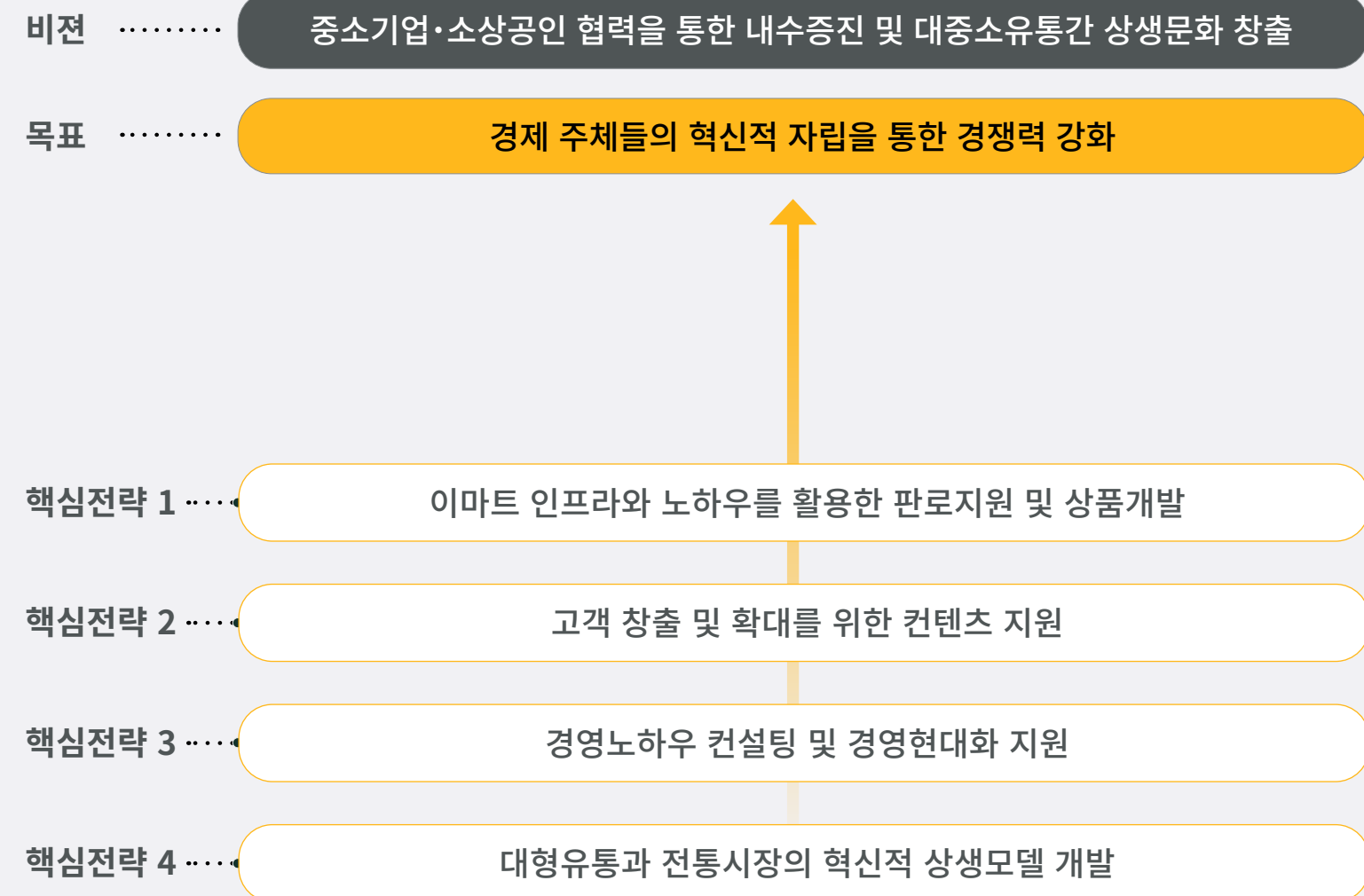
WIN-WIN GROWTH _ 공급망 ESG 관리

3.3.2



협력사 상생경영 : 충분한 기술력과 성장 가능성을 가지고 있는 중소 파트너사에 대한 이마트의 재무적, 비재무적 지원은 파트너사의 시장 경쟁력을 강화시킴과 동시에 고객들에게 제품 선택의 폭을 확장시키고 이마트의 밸류체인을 공고히 하는 상생의 가치를 창출합니다. 이마트는 공급망 전체가 함께 지속가능한 성장을 추구할 수 있도록 협력사 경쟁력 강화를 위한 다양한 전략을 추진하고 있습니다.

동반성장·상생 MODEL



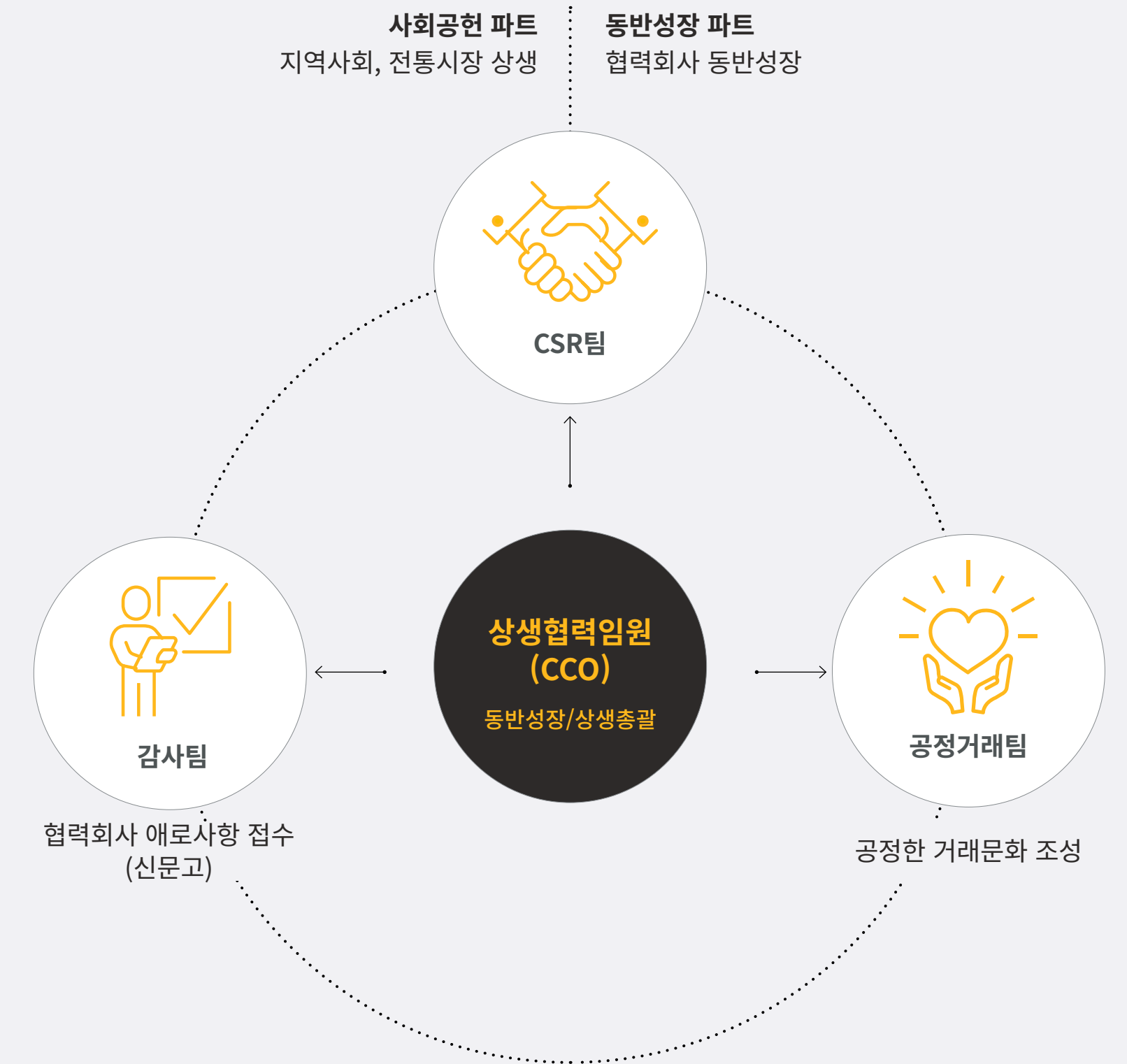
동반성장 추진 전략

이마트는 협력사의 자생력과 경쟁력을 향상을 지원하는 장기적 관점의 동반성장 전략을 추진하고 있습니다. 이마트는 판로지원 및 상품개발, 고객 창출을 위한 콘텐츠 지원, 경영현대화 지원, 혁신적 상생모델 개발을 동반성장의 4가지 핵심 전략으로 선정하고 협력사와 지속적인 관계맺음을 이어가고 있습니다.

동반성장 전담 조직체계

이마트는 동반성장을 전담하는 상생협력임원을 임명하고 있으며, CSR팀 동반성장 파트를 핵심 조직으로 해서 지역사회, 전통시장과의 상생을 지원하는 사회공헌 파트와 공정거래 문화 조성을 담당하는 공정거래팀, 협력사 애로사항을 접수하고 문제개선을 지원하는 감사팀 등과 협업 체계를 구축하고 있습니다.

동반성장 추진 조직



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 공급망 ESG 관리

3.3.2



협력사 소통 확대

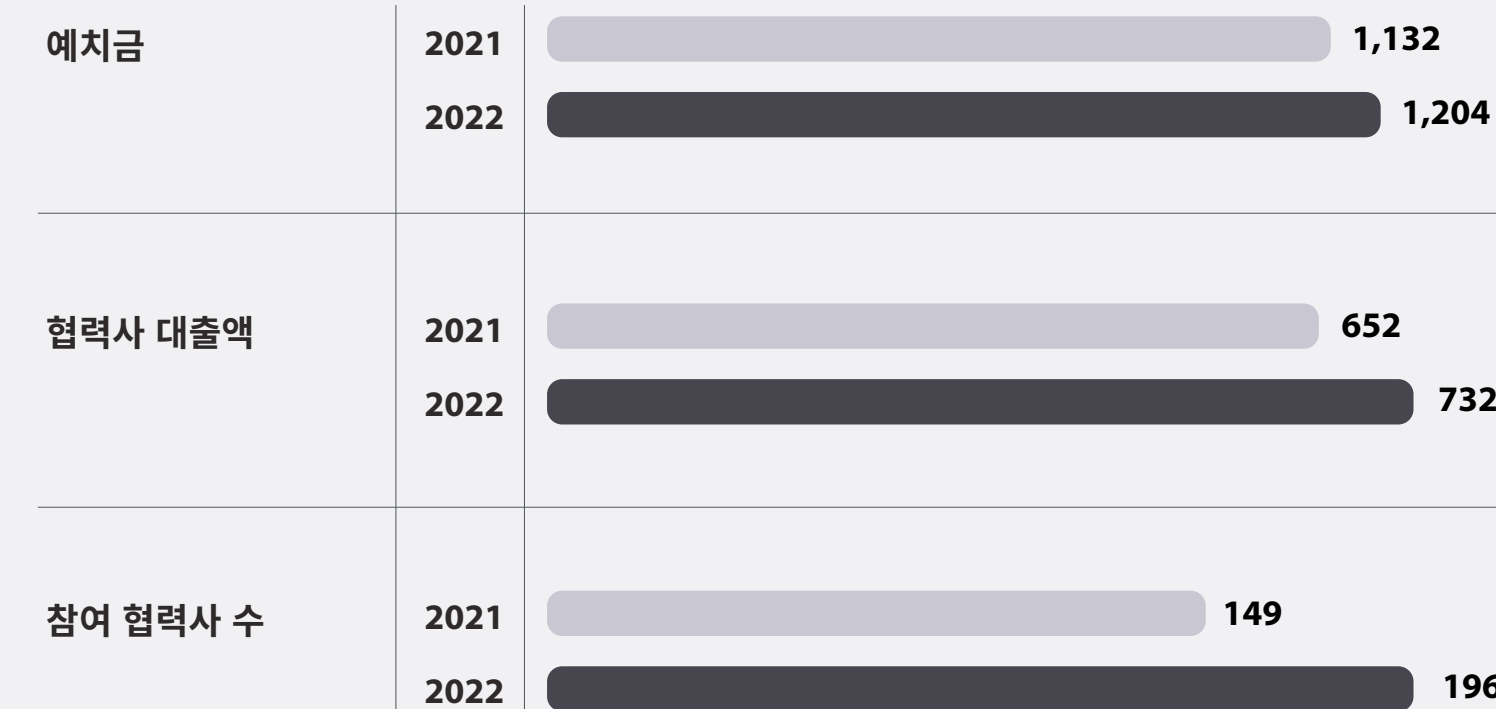
이마트는 협력사와의 공감대 형성을 위해 소통기회를 확대하고 있습니다. 정기적으로 간담회를 운영하고 이마트의 협력사 거래 상담 홈페이지에 이마트 신문고와 불공정거래 신고센터 접근 채널을 열어 두어 자유롭게 의견을 제시할 수 있도록 하였습니다.

협력사 자금지원

이마트는 금융기관과 연계한 동반성장 펀드를 조성하여 1년 이상 거래 관계를 유지한 협력사를 대상으로 저리의 운전자금을 지원하고 있습니다. 예치금 규모는 2022년 기준 1,204억 원이며 업체별 지원 상한은 5억 원이나 COVID-19로 악화된 경영 환경을 감안하여 10억 원까지 한도를 증액하였습니다. 2022년 12월 기준 동반성장 펀드의 운영실적은 732억 원입니다. 또한 협력사의 원활한 운영자금 확보를 위해 발주서 및 납품실적에 따라 대금을 대출 형식으로 미리 받을 수 있는 자금 지원 제도도 운영하고 있으며, 납품대금은 100% 현금 및 현금성자산으로 지불하고 있습니다. 더불어 명절 등 특별 수요기간에는 협력사의 자금 유동성 확보를 위해 납품대금을 조기 지급하고 있습니다.

협력사 동반성장 펀드 운영 현황 (단위:억 원, 개)

	예치금	협력사 대출액	참여 협력사 수
2021	1,132	652	149
2022	1,204	732	196



동반성장 펀드 지원 프로세스



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 공급망 ESG 관리

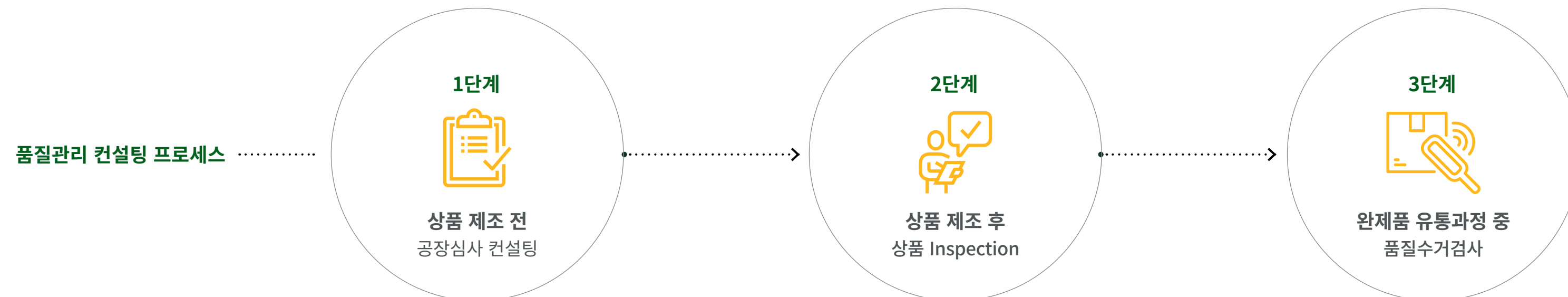
3.3.2

협력사 품질경영 역량 강화

이마트는 중소협력사를 대상으로 3단계의 품질관리 컨설팅을 제공하고 있습니다. 1단계는 상품 제조 전에 전문 심사원이 협력회사 생산공장을 방문 심사하여 생산공정의 표준화를 유도하고 관리 개선 포인트를 제공하는 ‘공장심사 컨설팅’ 과정입니다. 2단계는 생산된 완제품을 대상으로 외관 검사, 기능성/안전성 검증, 품질 표시사항 검증을 통해 생산공정상 불량상품 발생 원인을 파악하고 개선점을 도출하는 ‘상품 Inspection’ 과정입니다. 마지막 3단계는 시판되고 있는 상품을 수거하여 안전성, 기능성, 내구성 등을 검증하여 상품의 품질 개선 방안을 제안하는 ‘품질수거검사’로 이루어집니다. 품질관리 컨설팅을 통해 협력사는 설비, 공정 개선으로 불량률이 감소하여 생산 비용을 절감하고 상품 경쟁력을 강화할 수 있습니다. 2022년 639개의 협력사를 대상으로 1,445건의 품질 컨설팅을 지원하였습니다.

협력사 신상품 개발 지원

이마트는 바이어가 상품 기획단계부터 협력사와 소통하며 유통 트렌드를 반영한 PL상품을 개발하는 신상품 개발 지원 활동을 진행하고 있습니다. 이는 기술력과 품질 등 협력사 고유의 장점과 이마트의 디자인, 상품 컨셉, 마케팅 및 물류 역량 지원이 결합되어 시너지를 내는 상생 전략입니다. 신상품 개발 지원을 통해 개발된 상품은 안정적인 물량 공급으로 상호 이익과 매출 상승에 기여하고 있습니다.



품질관리 컨설팅 제공 현황

참여 협력사 (개)



제공 컨설팅 (건)



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 공급망 ESG 관리

협력사 복리후생 지원

이마트는 협력사 소속의 판촉사원을 대상으로 다양한 복리후생 프로그램을 운영하고 있습니다. 기존에는 이마트 임직원에게만 제공되었던 쇼핑 할인 혜택을 이마트 매장에서 근무하는 판촉사원까지 확대하여 이마트나 트레이더스, 전문점에서 SSG Pay로 결제할 경우 월 50만원 내에서 품목별로 3~7% 할인 혜택을 적용하고 있습니다. 또한 2022년에는 운영시스템을 개선하여 할인혜택 제공을 위한 가입방식을 비대면으로 전환하였으며, 할인제도의 투명한 운영을 위해 가입정보를 매달 일괄 삭제 후 갱신하는 방법으로 변경하고 가입약관에 부정사용 방지 등 이용준수 내용을 고지하였습니다. 더불어 임직원과 동일한 기준의 동호회 활동지원을 하고 있습니다.



551

명
동반성장 아카데미
수강인원

동반성장 아카데미

이마트는 협력사 복리후생 지원의 일환으로 중소기업에서 자체적으로 구축하기 어려운 임직원 교육 프로그램을 무료로 제공하고 있습니다. '동반성장 아카데미'로 명명한 교육 프로그램에는 각 직급별 교육과 직무 교육은 물론 법정 필수교육 내용을 제공하여 협력사의 운영 효율성을 지원하고 있으며, ESG경영, IT트렌드 등 활용도가 높은 100여 개의 강의를 마련되어 있습니다.

동반성장 아카데미 참여 현황

	2020	2021	2022
참여 협력사	118개	66개	61개
수강인원	531명	453명	551명

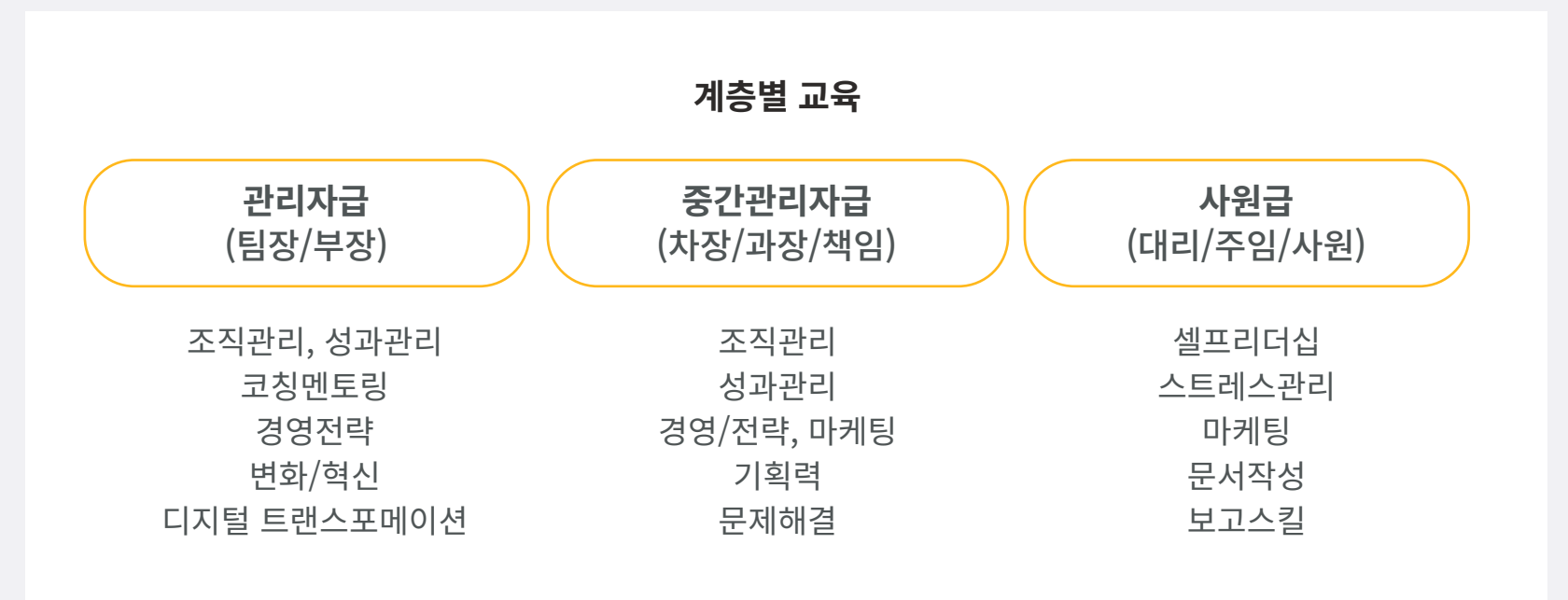


3.3.2

동반성장 아카데미



분류	과정 수(총 100개)
법정필수교육 (성희롱, 정보보안, 장애인인식개선 등)	7개
계층별 교육	21개
ESG경영	5개
직무 교육	33개
IT 트렌드	4개
외국어	30개



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 공급망 ESG 관리

협력사 판로 지원

이마트는 온·오프라인을 활용한 중소 파트너사 판로 확보로 상생의 파트너십을 구축하고 있습니다. 국내 오프라인 판로 지원은 노브랜드 입점 기회 제공과 국산의 힘, 재발견 프로젝트 등을 꼽을 수 있으며, 온라인에서는 SSG닷컴의 자체 라이브커머스에 기획전을 편성하고 있습니다. 더불어 해외 유통망을 활용하여 중소 협력사의 해외 수출 판로 확보도 지원하고 있습니다.

강소기업 플랫폼 노브랜드

국내는 물론 해외로 확장세를 이어가고 있는 노브랜드 상품의 대부분은 중소 협력사 제품입니다. 2015년 노브랜드 론칭 당시에 120개였던 중소기업 협력사 수가 2022년 4.3배 증가한 517개로 늘면서 노브랜드는 우리나라 강소기업의 성장 플랫폼으로 자리 잡았습니다. 상대적으로 브랜드 인지도가 낮은 중소기업은 노브랜드의 브랜드 파워로 소비자와의 접점이 증가함은 물론이고 연중 판매처 확보, 해외 유통망 확보 등의 이점도 함께 누릴 수 있기 때문입니다. 이처럼 중소기업은 이마트 노브랜드를 통해 안정적인 판로를 확보하고, 증가한 매출과 이익으로 고용과 설비에 새롭게 투자하여 더 좋은 제품을 이마트를 통해 출시하는 상생의 선순환을 경험하게 됩니다. 일례로 알루미늄 판재를 사용하여 프라이팬 등의 조리기구를 제조하는 ‘창보’는 엔지니어 출신 대표의 신념에 따라 공정개선과 기술개발에 집중 투자하여 국내 최초로 판재 가공방식의 그리들 상품을 출시했습니다.



125

억 원
해외 판로 지원사업
수출 실적

이후 노브랜드를 통해 시중 가공 그리들보다 저렴한 가격으로 제품을 선보일 수 있었으며, 납품 이후 창보는 그리들 상품 매출로만 3.3억을 기록, 2022년 매출액이 2021년대비 23% 증가하였습니다.

해외 판로 지원

이마트는 해외 매장 및 현지 법인과의 협업을 통해 해외 유통망이 없는 국내 중소 협력사의 해외수출 판로 개척을 지원하고 있습니다. 중소기업이 독자적으로 수출 판로를 개척하려면 인력, 시간, 비용 등이 중복적으로 소요되며 거래 신뢰를 쌓기까지 많은 난관이 예상되나, 이마트는 기존의 유통 노하우를 기반으로 공동상품 개발부터 해외배송까지 종합적인 수출 지원 Model을 마련하여 협력사 상품이 원활하게 홍콩, 미국, 몽골, 베트남 등에 진출할 수 있도록 지원하고 있습니다. 이마트는 해외사업단 내에 협력사의 해외 판로 개척을 담당할 해외 영업팀을 개설하고 해외 법인과의 유기적인 협업을 이어가고 있습니다. 2022년 해외 판로 지원 사업으로 524개 협력사의 6,084개의 상품이 8개국으로 수출되었으며, 약 125억 원의 수출실적을 올렸습니다.

온라인 판로 지원

이마트는 중소기업들이 신규 유통 채널로 떠오르고 있는 라이브커머스를 활용할 수 있도록 SSG닷컴의 자체 라이브커머스인 ‘쓱라이브(SSG.LIVE)’에 중소기업, 소상공인, 농어촌 테마 특집편성 코너를 운영하고 있습니다. 2022년에는 지역상생 목적의 ‘재발견 프로젝트 동반성장 라이브’를 편성하였습니다. 동반성장 라이브는 전국의 숨은 우수상품을 재조명하는 이마트의 ‘재발견 프로젝트’와 동일한 명칭으로 일관성과 연속성을 확보하였으며, 상생 취지에 맞춰 지자체 및 중소기업 제품을 선별하여 구성하고 있습니다.

지역사회 상생 프로젝트

이마트는 그 밖에도 지역 농가와 중소 식품 가공업의 경쟁력 강화를 지원하는 활동이나, 소상공인 창업 지원, 노브랜드 상생스토어 등 지역사회와의 동반성장 프로그램을 다양하게 운영하고 있습니다.

지역사회와의 상생활동들은 3.4.4. 사회적가치 창출 제고에서 보다 자세한 내용을 확인하실 수 있습니다.

이마트 해외판로 지원으로 인한 협력사 기대이익

물류비용 절감

다품목 소량상품의 경우에도 수출기회 제공/물류비용 절감 (소량 주문 상품을 컨테이너 단위로 이마트가 통합 운용함으로써 운송 효율화 및 물류 비용 절감)

매출 증대

해외고객에게 중소 협력사 및 상품에 대한 대외신뢰도 제공

업무편의 제공

이마트가 수출관련 제반업무 수행 (통관, 선적, 대금결제, Claim 등)

해외 판로 지원 프로세스

공동상품 개발

수출 전용 상품
신규 디자인 진행

품질 인증 지원

각 국별 필수
품질 인증을 통한
수출 제반 환경 구축 및
상품 경쟁력 강화

상품 배송

통합작업을 통해
다품목 소량상품의
수출 기회 제공,
물류비 지원

3.3.2

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

WIN-WIN GROWTH _ 협력사 ESG 역량 개선

3.3.3



기후변화 대응, 인권과 다양성의 존중 등 글로벌 시장이 성숙해지면서 밸류체인 전반의 지속가능성 확보와 지속가능한 상품 및 서비스에 대한 요구가 강화되고 있습니다. 그러나 경험이 부족하고 인적, 물적 자원이 여유롭지 않은 중소 협력사는 ESG경영 도입의 지만으로 충분한 ESG경영 역량을 확보하는데 한계가 있습니다. 이마트는 유통업계의 ESG리더로 지속가능한 밸류체인을 완성하기 위해 협력사의 ESG역량 강화를 지원하고 있습니다.

ESG경영과 지속가능한 상품에 관한 기준 제시

이마트는 협력사들의 ESG인식제고를 위해 환경, 노동, 안전 이슈의 관리 필요성과 행동 지침을 담은 ESG 행동규범을 개발하고 있습니다. 행동규범은 제정 후 그 내용을 모든 협력사에게 제공할 계획이며, 이마트가 지향하는 지속가능상품의 기준을 담은 PSI와 함께 협력사와 이마트의 ESG경영 추진에 있어 소통의 기준이 될 것입니다.



20

협력사 ESG 지원사업 2022년
20개 협력사 참여

수평적 거래문화 조성 정책

이마트는 ESG 행동규범에 의거하여 수평적 거래 문화 정착을 위해 노력하고 있습니다. 특히 모든 계약 단계에서 상호 존중, 부당 요구 근절, 협력사의 경영정보나 기술 자료 및 지적재산권의 보호 등 권익 보호 내용을 담은 공정거래 협약을 작성하고 있습니다. 이 같은 공정거래 원칙은 1차 협력사뿐 아니라 2차 협력사에도 적용되며 2차 협력사와의 관계에서 불공정거래행위가 지속적으로 발생한 사실이 객관적으로 확인되는 경우 1차 협력사와의 계약 갱신을 거부하고 있습니다. 또한 PL상품 납품단가 조정 제도를 두어 원재료 시세 변동이나 인건비 상승 등으로 납품단가 변경 시 협력사에서 자유롭게 변경 요청을 할 수 있도록 안내하고 있습니다.

협력사 ESG 경쟁력 강화 지원

이마트는 2022년 동반성장위원회와 '2022년도 협력사 ESG 지원사업 협약'을 체결하고 중소 협력사의 ESG역량 강화를 지원하고 있습니다. 이마트는 1억 원의 상생협력기금을 출원하여 ESG 도입 의지는 있으나 예산이나 인력이 부족하여 역량 강화에 어려움을 겪는 협력사에게 필요한 일체의 비용을 지원합니다. 참여대상으로 선정된 협력사는 동반성장위원회에서 제공하는 기업별 맞춤형 교육을 듣고 역량 진단 및 현장실사 컨설팅 등의 프로그램에 참여할 수 있습니다. 동반성장위원회는 참여 협력사에 대한 ESG평가를 진행하며, 평가지표 준수율이 우수한 협력사에게는 동반성장위원회 명의의 'ESG기업 확인서'를 발급할 계획입니다.

ESG기업 확인서를 취득한 기업에게는 금리우대, 수출지원 자금, 환경·에너지 기술지원 등 인센티브가 제공될 예정이며, 이마트가 운영하는 동반성장프로그램에 우선 선정권을 부여할 계획입니다.

중소기업 상품 친환경 인증 취득 지원 사업

이마트는 한국환경산업기술원(KEITI)과 연계하여 PL제품의 친환경상품 인증을 지원하고, 그린카드 연계 포인트 제공이나 구매사은품 증정, SNS 홍보 등 마케팅을 지원하여 상품 홍보 및 매출 활성화와 생산성 향상에 기여하고 있습니다. 2022년에는 6개 중소 협력사의 18개 상품에 대해 친환경상품 개발 및 환경석적표지 인증을 지원하였으며, 친환경인증 상품에 대한 홍보 영상 및 카드 뉴스 제작, 경품 이벤트 등 마케팅을 지원하였습니다.



친환경 인증 취득 지원 상품

3.4

SOCIAL RESPONSIBILITY

사회책임

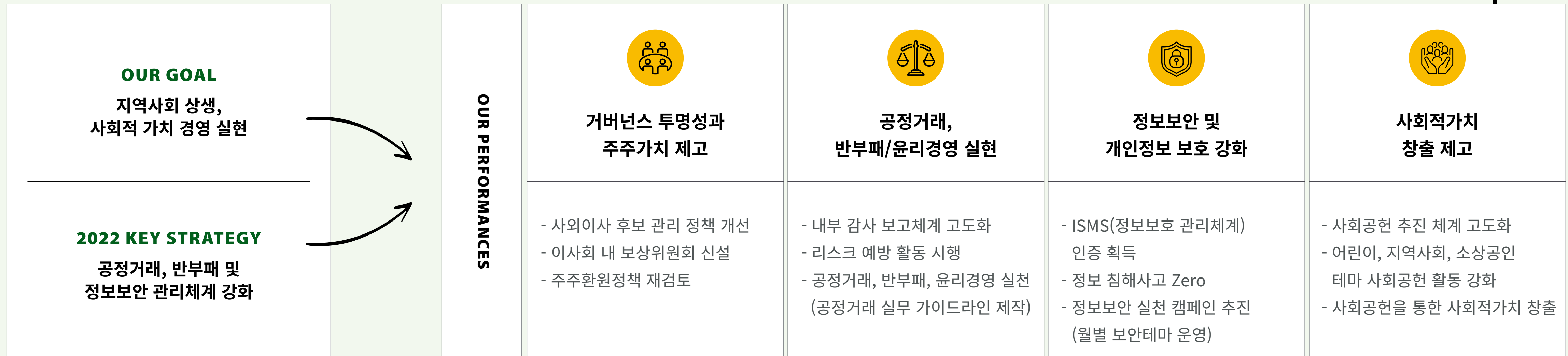
3.4

OUR APPROACH

윤리경영은 오래전부터 기업 경영의 근간으로 여겨져 왔습니다. 한 연구에 따르면 윤리경영이 기업의 중요 요소인지를 묻는 질문에 97%의 응답자가 중요하다고 답하고 있으며, ‘가치소비’와 ‘윤리적 소비’ 역시 윤리경영에 대한 소비자의 요구를 직접적으로 보여주는 사례라고 볼 수 있습니다. 또한 디지털기술의 발전과 비대면 생활방식의 확산으로 정보보안과 디지털 윤리에 대한 중요성도 나날이 강조되고 있습니다.

이마트는 신세계 CREDO를 기반으로 하는 확고한 윤리경영 의지로 정직하고 투명한 공정거래를 실천하고 있으며, 디지털 시대에 부합하는 디지털 윤리의식을 가지고 정보보안 및 개인정보보호에 앞장서고 있습니다. 또한 사회공헌 활동을 추진함에 있어서도 한발 앞서 배려하고 열린 마음으로 소통하여 밝고 따뜻한 세상을 만드는데 기여하고 있습니다. 이마트는 앞으로도 모든 활동에서 정직과 신뢰를 기본 원칙으로 삼는 이마트의 자부심을 지켜 나갈 것이며, 지역사회와 함께 성장하는 상생 모델의 새로운 기준점으로 자리매김할 수 있도록 노력하겠습니다.

LINKS TO UN SDGs



OUR GOAL

지역사회 상생, 사회적 가치 경영 실현

2022 KEY STRATEGY

공정거래, 반부패 및 정보보안 관리체계 강화

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SOCIAL RESPONSIBILITY _ 거버넌스 투명성과 주주가치 제고

3.4.1



이마트는 사회적 책임 경영, 이사회 중심의 지배구조 구축, 주주 중심의 투명경영을 지배구조 3대 정책으로 설정하고 있습니다. 이마트는 이사회 구성의 객관적 관리 기준을 강화하여 거버넌스 투명성을 높이고 있으며, 이마트의 지속가능성을 믿고 투자해 준 주주들의 기대에 부응하는 주주가치 제고 전략을 추진하는 등 이해관계자에게 신뢰받으면서 경영의 투명성과 효율성을 높일 수 있는 바람직한 기업지배구조를 만들고 있습니다.

이사회 구성

이사회는 이마트의 최고 의사결정기구이며, 사내이사 3인과 사외이사 4인을 두고 있습니다. 또한 ESG위원회를 포함하여 이사회 내 5개의 위원회를 운영하고 있으며 모든 위원회는 정관에 의거하여 과반의 사외이사로 구성하고, 위원장 역시 사외이사가 맡아 운영의 공정성과 객관성을 확보하고 있습니다.

의 독립성을 확보하고자 사외이사후보추천위원회를 통해 사외이사 후보들을 주주총회에 추천하고 있으며, 현재 재임 중인 사외이사 4인 역시 모두 해당절차를 거쳐 선임되었습니다.

이사회 및 위원회 구성에 있어서도 정관 등 내규에 따라 사외이사 수를 전체 구성원의 과반수가 되도록 하고 있으며, 특히 감사위원회는 전원 사외이사로 구성되어 있습니다.

이사회 다양성 및 전문성

이마트는 다양한 관점을 공유하고, 효과적인 토론을 위해 다양한 배경과 전문적 식견을 지닌 이사회를 구성하고자 노력하고 있습니다. 이에 따라 법률·감사·경영·경제·유통 분야의 다양한 배경과 전문성을 지닌 7인의 이사로 이사회를 구성하였으며, 1인의 여성 사외이사를 선임하였습니다. (여성 사외이사 비율 25%) 각 이사의 다양성과 전문성은 이사회 역량구성표(Board skills matrix)와 같습니다.

+ 이마트의 이사회 및 지배구조에 관한 보다 자세한 사항은 기업지배구조 보고서에서 찾아보실 수 있습니다.

이사회 독립성

이마트는 이사회 구성원들이 경영진 및 지배주주로부터 독립적인 의사결정을 할 수 있도록 이사의 선임, 위원회 구성 등에 있어 독립성을 확보할 수 있는 다양한 장치를 마련하고 있습니다. 사외이사 선임에 있어서는 공정성과 객관성 확보를 위해 사외이 후보추천위원회를 운영 중이며, 5인 중 3인을 사외이사로 구성하고 위원장도 사외이사가 맡고 있습니다.이마트는 사외이사 선임



이사회 역량 구성표(Board skills matrix)

연도	주식 종류	사내이사			사외이사			
		강희석	권혁구	강승협	서진욱	김연미	이상호	신언성
전문영역	경영/리더십	○	○	○	○	○	○	○
	유통/유관산업	○	○	○	○		○	
	회계/세무			○	○			○
	자본구조/M&A	○	○	○		○		○
	정책/행정	○	○		○		○	○
	법률/리스크관리	○	○	○	○	○	○	○
	ESG	○	○	○	○	○		
독립성					○	○	○	○
최초선임일		2020.03	2017.03	2021.03.	2021.03	2021.03	2023.03	2021.03
소속위원회	감사위원회					○	○	○
	사외이사후보추천위원회	○		○	○	○	○	
	내부거래위원회			○			○	○
	ESG위원회			○	○	○		
	보상위원회			○	○	○		
출생년도		1969	1961	1970	1964	1972	1967	1959
성별		남	남	남	남	여	남	남

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SOCIAL RESPONSIBILITY _ 거버넌스 투명성과 주주가치 제고

사외이사 선정의 투명성 제고

이마트는 전문성을 갖춘 독립적인 사외이사 선임으로 이사회 의사결정의 투명성과 효율성을 강화하고자 2022년 사외이사 선정 프로세스를 점검하고 사외이사 후보군 관리체계를 마련하였습니다. 이마트는 사외이사후보추천위원회에서 사외이사 후보군을 주기적으로 관리하고 심층 논의하여, 회사에 적합한 사외이사를 주주총회에 추천하고 있습니다.

이마트는 사외이사후보추천위원회 활동 외에도 주주제안 제도를 통하여 사외이사 후보 추천 의견을 받고 있으며, 주주총회 개최 전에 이사 후보에 대한 정보를 공개하여 사외이사 후보 추천 및 선임 과정에 소액주주의 의견반영이 가능하도록 함으로써 이사회 구성의 공정성과 독립성을 확보하고 있습니다.

보상위원회 신설

이마트는 거버넌스 투명성 제고의 일환으로 2022년 이사회 내에 보상위원회를 신설하였습니다. 위원회는 위원장을 포함한 사외이사 2명, 사내이사 1명으로 구성되어 있으며, 사외이사를 포함한 모든 등기, 미등기 임원에 대한 보상체계와 정책을 결정하고, 제반 보수의 적정성을 검토하고 있습니다.



주주환원정책 재검토

이마트는 주주와의 신뢰 구축을 위해 2020년 최초로 주주환원 정책 및 향후 계획 등을 안내하였으며, 약속한 정책 기간의 만료로 2023년 새로운 주주환원 정책을 공표하였습니다. 이마트는 이번 개정을 통해 환원 재원을 별도 영업이익 20%로 기존대비 5%p 상향 조정하여 향후 이익 개선에 따른 초과 배당 가능성을 높였고, 기존정책과 동일하게 주당 2,000원의 최저배당을 집행할 예정입니다. 또한 예측 가능성을 높이고 트렌드에 맞춘 최적의 주주가치 제고 정책을 제안하고자 주주환원정책 지속기간을 3년으로 설정하였습니다.

[+ 주주환원 정책](#)

자기주식 매입

이마트는 주가안정화를 통한 주주가치 제고를 위해 2022년 장내매수를 통해 이마트 전체 발행주식 총 수의 3.59%에 해당하는 주식 100만 주를 매입하였습니다.

최근 3개년 배당 내역

연도	주식 종류	배당방법	주당 배당금 (원)	시가 배당률 ¹⁾ (%)	배당 성향 ²⁾	
					연결기준	별도기준
2022	보통주	현금배당	2,000	1.95	5.32	5.10
2021	보통주	현금배당	2,000	1.32	3.50	7.17
2020	보통주	현금배당	2,000	1.33	14.87	9.62

1) 주주명부 폐쇄일 2매매거래일 전부터 과거 1주일간의 거래소 시장에서 형성된 최종가격의 산술평균가격에 대한 1주당 배당금의 비율

2) 배당금총액 / 연결 또는 개별 당기순이익

SOCIAL RESPONSIBILITY _ 공정거래, 반부패/윤리경영 실현

3.4.2



이마트는 신세계 CREDO에서 정의한 12가지 원칙을 기반으로 정직하고 투명한 경영을 강조하고 있으며, 사전 예방 중심의 공정거래, 반부패/윤리경영을 실천하고 있습니다. 이를 위해 글로벌 표준에 부합하는 시스템을 갖추고 수시로 모니터링을 수행하여 위험 요인을 개선하고 있으며, 협력업체를 포함한 모든 구성원을 대상으로 실천의지를 독려할 수 있는 교육과 캠페인을 주기적으로 시행하고 있습니다.

공정거래, 반부패/윤리경영 추진 체계

이마트는 내·외부 이해관계자와 공정거래, 반부패/윤리경영에 대한 공감대를 형성하고 감사팀을 중심으로 공정거래팀 등 컴플라이언스 유관부서가 협업하여 윤리경영 문화를 공고히 하고 있습니다. 감사팀의 주요 실적 및 계획은 매년 감사위원회와 ESG위원회의 주요 의제 사항으로 보고되어 이 사회의 최종 의결 과정을 거치고 있습니다. 이마트는 공정거래, 반부패/윤리경영의 객관적인 역량 확보를 위해 준법경영시스템 글로벌 표준인 ISO37301 획득을 검토하고 있습니다.



사회적 책임경영 실천을 위한 신세계 CREDO

이마트는 신세계 CREDO 12원칙을 공정거래, 반부패/윤리경영의 기준으로 삼고 적극적인 윤리경영을 추진하고 있습니다. 신세계 CREDO는 법과 원칙 준수를 기반으로 임직원들이 실천해야 할 행동 강령을 12개 항목으로 정리한 그룹 CSR규범이자 임직원의 가치판단 척도입니다.

윤리경영 감사

공정거래, 반부패/윤리경영에 대한 실천 점검과 신뢰성 확보를 위해 명절 등 관련 이슈가 발생하기 쉬운 시즌 및 테마 중심으로 수시 윤리감사를 실시하고 있습니다.

공정거래, 반부패/윤리경영 교육

이마트는 인턴사원부터 점장까지 모든 임직원을 대상으로 윤리경영과 공정거래에 관한 교육을 실시하고 있습니다. 윤리경영은 이마트의 윤리경영 원칙인 신세계 CREDO를 바탕으로 이마트 임직원으로 지켜야 할 기준에 대한 내용을 담고 있으며, 실제 일어난 사고 사례를 활용하여 현장 활용도를 높였습니다. 또한 바이어와 점포관리자 등 공급망과 밀접한 관계를 맺는 담당 직무 직원을 대상으로 공정거래와 반부패 교육을 별도로 진행하고 있으며, 명절 등 공정거래 위반이 일어나기 쉬운 시기를 앞두고는 공정거래 공감 교육을 추가 진행하고 있습니다. 2022년에는 대졸 인턴사원 40명과 경력 입사자 150여 명 등 총 650여 명의 구성원에게 반부패/윤리경영 교육을 제공하였습니다.

이마트는 생활 속에 녹아든 윤리경영 실천 의지를 바탕으로 모든 임직원들이 책임감을 가지고 공정거래에 임할 수 있도록 2022년 ‘공정거래 실무 가이드북’을 제작하여 배포하였습니다. 가이드북에는 공정거래 실천을 위해 반드시 지켜야 할 10대 원칙을 담았으며, 업무 현장에서 발생하기 쉬운 사례들의 대응 방안을 숙지할 수 있도록 Do&Don't, Q&A를 통해 사례별 대응 방안을 안내하고 있습니다.

신세계 CREDO 12원칙



1. 준법경영
2. 사실왜곡 금지, 정확한 보고
3. 공사구분 명확, 회사 정보/자산 보호
4. 사원간 예절준수, 성희롱/폭언 금지
5. 부당한 지시 금지
6. 청탁금지, 합리적이고 공정한 평가
7. 금품향응 수수금지, 신세계 페이
8. 고객만족, 고객약속 준수
9. 고객 재산 / 정보 보호
10. 협력회사 동반성장, 공정거래
11. 친환경 경영, 사회 공헌
12. CREDO 및 회사규정 준수

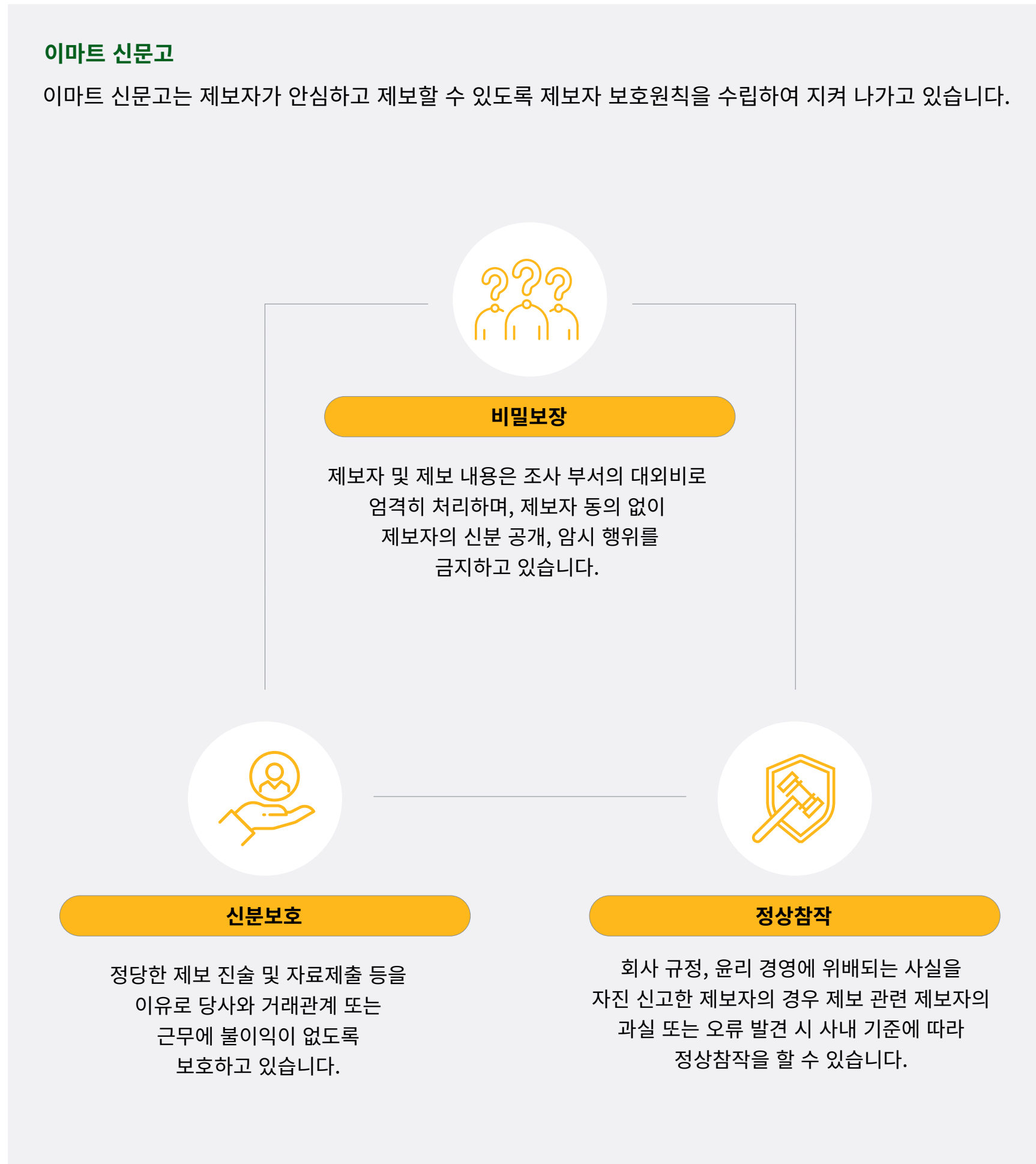
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SOCIAL RESPONSIBILITY _ 공정거래, 반부패/윤리경영 실현

내부 신고 제도

이마트는 회사 규정 위반행위와 공익침해행위를 신고할 수 있는 신고 제도를 운영하고 있습니다. 신고 채널로는 이마트가 속한 신세계 그룹에서 공동으로 운영하는 외부 신고 채널인 헬프라인과 이마트 자체적인 내부 신고 채널인 이마트 신문고 제도가 있습니다. 외부신고 채널인 헬프라인은 신고내용 전체를 암호화 처리하기 때문에 IP가 남거나 추적당하지 않아 완벽한 익명성이 보장됩니다. 또한 평상시 말투나 신고내용에서 신분이 노출되는 상황이 없도록 6하 원칙에 따른 사실만을 적시할 수 있도록 구성하고 원하는 경우 회신 정보 기입 없이도 신고할 수 있도록 되어 있습니다. 이마트 신문고 역시 익명 신고가 가능하며, 홈페이지, 전화, 이메일, 우편 등 다양한 채널을 운영하고 있습니다. 2022년에는 제보자 보호 및 편의 향상을 위해 신문고 시스템을 개선하고 전 점포에 개선사항을 담은 포스터를 배포하였습니다.

신고내용은 조사 결과 「공익신고자 보호법」, 「부패방지권익위법」 등에 따른 부패·공익신고에 해당될 경우에만 법적 기준에 의거 신고내용이 공개되며 이 경우에도 신고자 비밀 보호에 각별히 유의하고 있습니다. 아울러, 모든 신고 내용의 철저한 보안 유지와 공정한 처리, 신고자에 대한 일체의 불이익 금지 내용을 담은 3대 제보자 보호원칙을 수립하고 이를 고지하고 있습니다. 2022년 총 350건의 제보가 접수되었으며 이중 실제 조사가 필요한 152건에 대한 조사를 진행하여 해당 사항에 대한 개선 작업을 진행하였습니다.



부패 방지를 위한 3대 신고 제도

이마트는 글로벌 수준의 반부패 관리체계 도입을 통해 클린경영을 실천하고 있습니다. 부패 방지를 위한 대표적 활동으로는 본인 뒀은 본인이 계산하는 신세계페이(Shinsegae Pay), 외부에서 받은 금품과 편의를 스스로 신고하는 클린신고 제도, 거래 관계에서 사전에 지인 관계를 신고하는 지인 거래 자진신고 제도를 들 수 있습니다. 이마트는 이를 통해 투명한 거래 문화를 정착시키고, 개인이나 조직 간의 관계를 수평적으로 전환시키는 계기를 마련하고 있습니다.



3.4.2

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SOCIAL RESPONSIBILITY _ 공정거래, 반부패/윤리경영 실현

3.4.2

공정거래 모니터링 및 모의 점검 활동

이마트는 사전 예방 중심의 공정거래 리스크 관리에 중점을 두고 있으며, 이를 위해 협력회사와의 거래 단계별 모니터링 시스템을 구축하고 외부 전문가 협업을 통한 공정거래 모의 점검을 실시하고 있습니다. 거래 단계별 모니터링은 거래 단계를 계약 - 매장운영 - 상품운영 - 행사운영으로 구분하여 단계별 주요 활동의 공정거래 적정성을 검토하고 위험사항을 사전에 개선하고 있습니다. 또한 외부 로펌을 활용하여 규제 당국 시각에서 준법 운영 프로세스를 점검하는 공정거래 모의 점검을 시행하여 판촉행사, 판촉사원, 반품, PL상품 운영 등 주요 이슈에 관한 공정거래 추진 현황을 점검하고 시스템 및 프로세스를 지속적으로 개선하고 있습니다.

공정한 표시광고 원칙 준수

이마트는 표시 광고의 공정거래 원칙을 수립하고 있으며, 표시광고법상 금지행위에 속하는 허위 과장 광고, 기만적 광고, 부당 비교 광고, 비방적 광고를 하지 않습니다. 또한 공정 광고 위반 행동 유형을 정리하고 공정거래 실무 가이드북에 주요 내용과 대응 기준을 공개하고 있습니다. 특히, 광고 내용과 행사 내용, 가격 등의 일치 여부를 확인하고, 고객의 입장에서 오인할 여지가 있는지 수시로 점검하고 있습니다. 2022년에는 점포 협력직원인 판촉사원과 이마트 사원을 대상으로 표시 광고 관련 공정거래에 대한 블라썸 팝업 캠페인을 실시하였으며, 점장회의 및 판매본부 회의시 판촉사원과 표시 광고 등에 관한 준법사항 공감활동을 진행하였습니다. 더불어 홍보담당 직원을 대상으로 보도자료 작성시 고려해야 하는 표시 광고에 관한 가이드라인을 공유하였습니다.

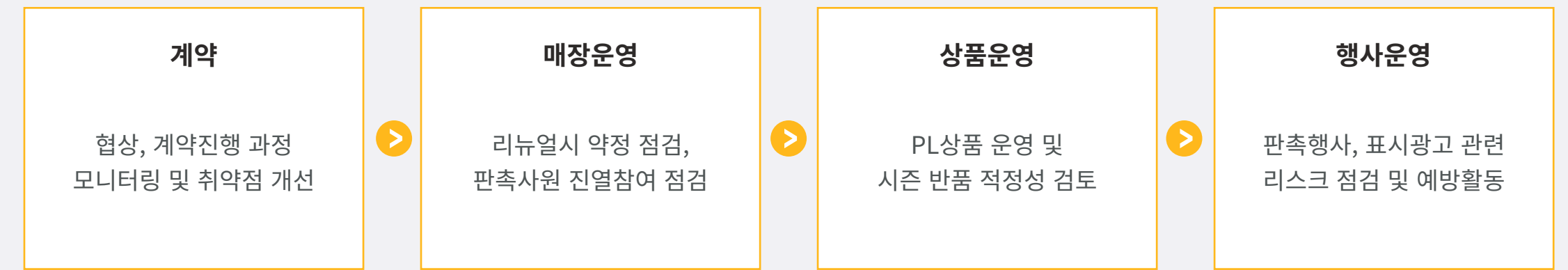
공정거래 자율준수 프로그램 운영

이마트는 임직원들에게 공정거래의 명확한 기준을 제시하고자 2004년부터 공정거래 자율준수 프로그램 (CP, Compliance Program)을 도입하고 있습니다. 독립적이고 중립적인 공정거래 관리를 위해 최고경영자로부터 권한을 위임 받은 컴플라이언스 담당(상무)을 공정거래 자율준수 관리자로 선임하고 감사팀과 공정거래팀 중심의 업무 추진 체계를 구축하고 있으며, 공정거래 사전 예방 시스템 구축과 거래 전반에 대한 상시 모니터링, 임직원 정기 교육 등을 통해 불공정 행위 요소를 사전에 차단하고 공정한 거래와 상생문화를 정착·확산시키기 위해 노력하고 있습니다. 또한 협력사에 대한 원칙, 소비자에 대한 원칙, 경쟁사에 대한 원칙 등 공정거래 원칙 준수 셀프 체크리스트를 마련하고 신규 법령 개정사항 및 실제 위반 사례 등을 지속적으로 제공하여 임직원의 공정거래 실천을 지원하고 있습니다. 이마트는 2019년 공정거래 및 상생협력 모범사례 기업으로 선정되어 모범 사례집에 소개되는 등 협약이행 우수 기업으로 손꼽히고 있으며, 2020년과 2021년 2년 연속 공정거래협약 평가에서 ‘최우수’ 등급을 받았습니다.

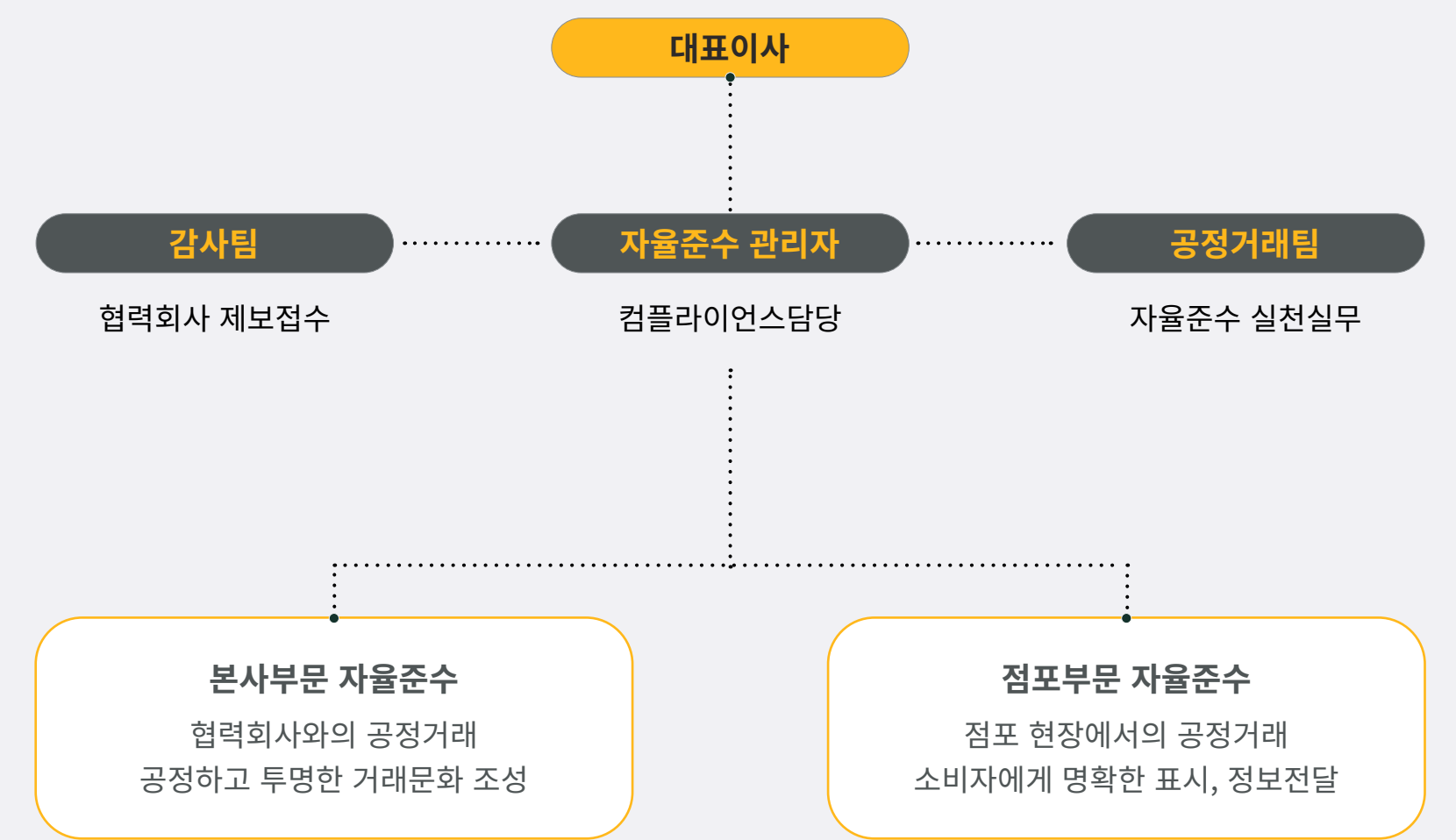
공정거래 협약서 체결

이마트는 거래 상대방에게 이마트의 공정거래 가이드라인 준수를 다짐하고 이와 관련한 ‘공정거래 협약서’를 체결하고 있습니다. 공정거래 협약서에는 협력사와의 상호 존중, 부당 요구 근절과 함께, 협력사의 경영정보나 기술 자료, 지적재산권의 존중과 보호 내용을 담고 있습니다.

거래단계별 공정거래 모니터링



공정거래 자율준수 업무 흐름도



SOCIAL RESPONSIBILITY _ 고객 및 임직원 정보보호 강화



이마트는 소비자 인권 존중과 디지털 윤리의식을 바탕으로 정보보호 관리체계를 지속적으로 강화하고 있습니다. ‘정보 침해 사고 Zero’를 목표로 위험 요인을 사전에 개선하고 있으며, 만약의 사태에 대비하여 전사 범위의 개인정보 손해배상 책임보험에 가입하고 있습니다.

정보보호 전략

이마트는 회사의 정보 및 개인정보를 처리하는 시스템에서 처리, 전송, 저장되는 정보들의 기밀성, 무결성, 가용성 및 인증성과 책임 추적성을 확보하기 위하여 정보보호 전략을 추진하고 있습니다. 이마트는 정보 침해사고 ‘ZERO’를 목표로 잠재된 인위적, 기술적, 환경적 리스크를 파악하고 선제적으로 대응함으로써 시스템과 정보를 안전하게 보호하고자 합니다.

정보보안 관리 체계 강화

이마트는 CISO 산하 정보보안팀에서 정보보안, 개인정보보호 업무를 담당하며, 데이터 보안 관리 목표 및 관리 계획 등 주요 전략과 진행사항을 ESG위원회의 의결 범위에 포함시키고 이사회에서 최종 승인하도록 관리하고 있습니다. 또한 한국인터넷진흥원의 정보보호관리체계(ISMS) 인증 획득 후, 매년 내 부감사를 시행하고 있으며, 2022년 124개 정보시스템에 대한 ISMS 인증갱신을 완료하였습니다. 이마트는 개인정보보호 역량 강화를 위한 중장기 활동계획을 수립하고 보안 활동을 강화할 계획입니다. 2022년 전체 IT예산 대비 정보보호 예산 비중은 4.4%입니다.

데이터 보안 활동

이마트는 연 1회 모의해킹 대응 훈련과 침해사고 모의훈련을 시행하고 있으며, 정보자산 식별 및 평가 작업과 취약점 점검을 통해 보안 상황을 점검하고 취약점을 개선해 나가고 있습니다. 현장에서는 본사 및 각 점포별로 배치된 정보보안 담당자들이 주기적으로 PC 보안, 물리 보안 상황을 체크하고 개인정보 관리 등 내부 점검을 실천하고 있으며 정보보호 공시를 통해 정보보안과 관련된 활동들을 이해관계자와 공유하고 있습니다. 개인정보를

제공받는 수탁사를 대상으로는 정보보안 교육을 실시하고, 자율 점검 사이트를 운영하여 자발적인 점검을 유도하고 있습니다. 점검 결과 미흡 업체가 확인되면 외부 전문기관과 협업하여 수탁사를 직접 방문하여 취약점을 개선하고 있습니다.

사내 정보보안 인식 제고

이마트는 본사 및 점포 전 임직원을 대상으로 매년 정보보안 교육을 실시하는 한편, 매월 보안 테마를 지정하여 ‘생활 속 보안’ 실천 캠페인을 추진하고 있습니다. 2022년에는 개인정보와 정보보안 관련 사건 사례 중심의 교육 영상을 제작하고 교육 이수자에게 CSR평가 예방관리 점수를 부여하여 참여를 유도하였습니다.

2022 정보보안 교육

대상	교육 내용	교육 이수자	교육 이수율
전 직원	개인정보보호: 계정공유, 이메일 침해 예방 정보보안: 생활 속 보안, M365 랜섬웨어 경보	26,260명	99.2% (미이수자 추가 교육 실시 완료)

정보보안 실천 캠페인



정보보안 교육



위험 완화성 조치 효과성 분석

연도	활동내용	취약점 수 (개)	개선 비율 (%)	중장기 대응 과제 (개)
2021	웹/앱 취약점 진단,	78	92.31	6
2022	위험 완화성 조치 이후 효과 분석	64	98.44	1

SOCIAL RESPONSIBILITY _ 사회적가치 창출 제고



이마트와 사회공헌: 이마트는 유통산업의 ESG리딩기업으로 지역사회와의 조화로운 상생을 추구하며, 미래세대를 위한 어린이 지원과 현 세대를 위한 지역사회 상생을 대표 테마로 사회공헌 추진전략을 수립하고 있습니다. 이마트는 전국에서 운영되고 있는 점포망과 유통산업 특성을 활용하여 지역사회와의 공생발전에 본원적으로 기여할 수 있는 활동을 추진하고 있으며, 다양한 소통채널을 통해 지역사회에서 가장 필요한 지원을 적시에 제공할 수 있도록 지역사회와 함께 고민하고 실천하고 있습니다.

사회공헌 추진 전략

이마트는 지역에서 발생한 수익을 지역사회에 환원하며 희망을 전한다는 상생 철학을 바탕으로 사회공헌을 추진하고 있습니다. 사회공헌 활동은 미래세대를 위한 ‘어린이’ 테마 활동과 각 점포에서 지역 공동체와 커뮤니케이션을 통해 진행하는 ‘지역사회 환원’ 테마활동, 농가 지원 및 소상공인 지원 등 지역 경제 동반성장을 추구하는 ‘동반성장’ 테마 활동으로 구분됩니다. 또한 이마트는 사회공헌 추진 로드맵을 기반으로 사회공헌 활동의 정량적 성과 측정과 시스템 구축 등 고도화 작업을 추진하고 있습니다.

올바른 기부문화의 시작 ‘희망배달 캠페인’

이마트는 2006년 3월부터 임직원의 기부 금액과 동일 금액을 회사도 기부하는 매칭그랜트 방식의 희망배달 캠페인을 진행하고 있습니다. 희망배달 캠페인은 개인의 자율적 참여로 운영되는 프로그램으로 임직원과 회사가 함께 기금을 조성한다는 점에서 바람직한 사회공헌모델로 인정받고 있습니다. 조성된 기금은 희망배달 마차, 장난감 도서관 건립, 후원 아동 대상 생활비·교복비 지원, 환아 대상 치료비·수술비 후원 등 다양한 지원 사업에 사용하고 있습니다.

사회공헌 추진 조직

이마트의 사회공헌 활동은 본사 CSR 담당 조직 내 사회공헌 파트를 중심으로 연간 계획하에 추진하고 있으며, 지역별 상황에 맞춘 일부 지역사회공헌 활동은 각 점포별 지원팀을 중심으로 진행되고 있습니다. 또한 가치소비 등 매출 연계 활동은 매입부서, 우리동네 아이(i)케어는 문화센터팀 등 업무내용에 따라 관련 부서가 함께 논의하며 진행합니다. 사회공헌 활동 실적과 계획은 모두 ESG위원회에 보고되고 이사회를 통해 최종 승인되고 있습니다.

임직원의 사회공헌 활동 참여 지원

이마트는 사회공헌 활동 참여 시간을 임직원 KPI 항목으로 지정하여 임직원의 사회적 책임 실천을 독려하고 있습니다. 임직원의 자발적 참여로 이루어지는 봉사활동은 헌혈, 지역 복지관 봉사를 비롯하여 ‘희망배달 마차’ 운영 봉사, 시각장애아동을 위한 책과 단어카드 만들기 참여 등 다양하게 추진되고 있습니다. 2022년에는 굿윌스토어 물품 기부 캠페인을 진행하여 임직원들의 물품을 기부받아 전달하였으며, 아동양육시설에 화재안전키트를 기부하였습니다.

사회공헌 추진 성과

이마트는 영업환경 변화에 맞춘 내실 있는 기부금 운영을 추구하며 점포 기반의 사회공헌 활동 강화로 지역과의 상생을 우선하고 있습니다. 2022년 기부금 총 실적은 102억 원이며, 점포별 지역 사회공헌활동이 40억 원으로 가장 큰 비중을 차지합니다. 이마트는 골든타임을 우선하는 신속한 재해 지원을 위해 2023년부터 재난, 재해기금을 별도로 편성하고 있습니다.

사회공헌 추진 성과

	2020	2021	2022
기부금(백만원)	12,179	10,442	10,169
매출액 대비 사회공헌 투입 비율(%)	0.09	0.07	0.07
참여 임직원 수(명)	3,421	30,132	13,333
봉사 시간(시간)	12,420	68,032	52,936

* 이마트 별도기준 금액



환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SOCIAL RESPONSIBILITY _ 사회적가치 창출 제고

어린이를 위한 사회공헌 활동

이마트의 사회공헌 중심에는 ‘어린이’가 있습니다. 이는 생활 밀착형 기업인 이마트의 사업 특성과도 연계되며, 우리의 미래가 될 어린이가 소외되지 않고 세상의 중심으로 바르게 크기를 바라는 이마트의 진심이 담겨있기도 합니다. 이마트는 초록우산 어린이재단과의 협업을 통해 다양한 사업을 진행하고 있으며 향후 해외 사업장으로도 프로그램 적용 범위를 확대해 나아갈 계획입니다.

어린이를 지키는 노란색 ‘옐로 카펫’

옐로 카펫은 노란색이 상징인 이마트가 노란색이 어울리는 아이들을 위해 진행하는 교통사고 예방 캠페인으로 횡단보도 대기선 인근에 노란색 특수 도색으로 보행자의 횡단 안전성을 높이는 활동입니다. 옐로 카펫 설치 지역에는 동작 감지 태양광 램프도 함께 설치해 밤에도 안전율을 높이는데 실제 옐로 카펫을 설치하고 난 후 횡단보도 대기선 대기율과 차량 통과 시 아동 인지율이 약 25% 증가하는 효과를 보입니다. 이마트는 2016년 이후 국내 188개 지점에 옐로 카펫을 설치하였으며, 베트남에도 8개의 옐로 카펫을 설치했습니다.

키즈라이브러리 & 희망장난감도서관 운영

어린이 복합문화공간 키즈라이브러리는 친환경 자재를 활용한 인테리어와 아이들이 편하게 즐길 수 있는 좌식 형태의 공간을 마련하고 있습니다. 이마트는 다양한 테마의 도서뿐만 아니라 도서 테마에 맞춘 체험 교구들을 배치하고 전자책 도서존을 마련하는 등 다양한 방법의 책 읽기를 제안하고 있습니다. 키즈라이브러리는 2018년 부산 북구에 1호관을 개관한 이래 2022년 경상북도 상주에 11호관, 부산에 12호관이 문을 열었습니다. 상주관은 부모와 함께 즐길 수 있도록 조성한 가족 친화형 공간이며, 12호관인 부산 ESG센터점은 노후화된 영구 임대상가 공실을 활용해 구축하고 지역 어르신을 고용하여 일자리 창출에도 기여하고 있습니다.

새로운 놀이공간으로 사랑받고 있는 희망장난감도서관 역시 2007년 제주관을 시작으로 2016년 베트남관을 개관하는 등 현재까지 국내외 주요 지역에서 68개 관이 운영 중이며, 노브랜드 상생스토어가 입점한 재래시장에는 희망놀이터가 자리하고 있습니다.

함께하는 어린이날

이마트는 매년 어린이날 초록우산어린이재단을 통해 아동물품을 기부하는 등 취약계층 어린이들에게 즐거운 어린이날 추억을 선사하기 위한 사회공헌 활동을 꾸준히 이어가고 있습니다. 어린이날 100주년을 기념하여 2022년에는 아동 안전물품을 기부했으며, 2023년에는 어린이날 완구 매출액의 1%에 해당하는 5,300만 원을 소외계층 아동의 여가문화 체험 활동에 기부하였습니다.



동작 감지 태양광 램프가 함께 설치되어 안전율을 높인 옐로 카펫



옐로 카펫



취약계층 어린이 지원활동

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SOCIAL RESPONSIBILITY _ 사회적가치 창출 제고

육아 코칭 프로그램 ‘우리동네 아이케어’

이마트는 마을, 가족 단위의 공동육아가 사라지고 부모의 책임감이 강해지는 최근의 육아 트렌드를 반영하여 육아 전문가를 문화센터로 초빙하여 소그룹 형태로 올바른 자녀 양육을 위한 부모교육과 고민 상담을 진행하는 자리를 마련하였습니다. 프로그램은 아동인구가 많은 지역에서 자녀의 등원, 등교가 마무리되는 오전 시간을 활용하여 개설하고 있으며, 접수된 수강료는 전액 사회복지 단체에 기부하고 있습니다.



18,620

후원 결연 아동 수
(2006년~2022년 누적)



3만 5천장

헌혈증 기부
(2013년~2022년 누적)



우리동네 아이케어 육아강연

결연 아동 후원

이마트는 소외 계층 아동과의 인연을 맺고, 학업과 생활에 필요한 후원금을 지원하고 있습니다. 결연 아동에게는 생활 안정 자금 지원과 함께 진학 시에는 교복비를, 명절과 어린이날, 크리스마스 등에는 다양한 선물을 지원하여 따뜻함을 나누고 있습니다. 2022년 670명의 아동을 후원하였으며, 2006년 후원 시작 이래 총 18,620명의 아동을 후원하였습니다.

환아 지원

이마트는 형편이 어려워 치료에 어려움을 겪는 희귀 난치성 환아들에게 수술비와 치료비, 보장구 구입비 등을 지원하고 있습니다. 대상 환아는 초록우산 어린이재단 심의위원회를 통해 공정하게 선정하고 있으며, 아이가 건강하게 회복될 수 있도록 지원을 아끼지 않고 있습니다. 2022년 지원한 환아수는 38명입니다. 또한 백혈병 어린이재단에 헌혈 증서와 후원금을 기부하고 삼성 서울병원 소아청소년 완화 의료팀인 소담누리를 후원하고 있습니다.



소아암 어린이 지원을 위한 헌혈 증서 및 후원물품 기부

SOCIAL RESPONSIBILITY _ 사회적가치 창출 제고

3.4.4

지역사회로부터 얻은 수익을 환원하는 지역사회공헌 활동

이마트는 사회구성원의 일상에 밀접하게 다가서는 업의 특성을 활용하여 지역사회로부터 얻은 수익을 지역사회에 환원하는 지역밀착형 사회공헌을 추진하고 있습니다. 전국에 위치한 이마트와 트레이더스는 각 점포마다 지역사회와의 소통채널을 마련하여 이마트 공동 사회공헌 활동 외에도 가장 필요로 하는 도움을 적시에 제공할 수 있는 개별 사회공헌 활동 체계를 마련하고 있습니다. 또한 임직원들의 자발적 봉사활동 동아리나 모금 활동 등을 적극 권장하고, 지역 사회복지관·사회공헌 전문 단체와 협업하여 내실 있는 사회공헌 활동을 모색하고 있습니다.

미판매 신선식품 사회적 기부

이마트는 2022년 성북구 푸드뱅크마켓과 먹을 수 있지만 자체 기준에 따라 버려지는 신선식품 기부를 위한 협약을 체결하였습니다. 그동안 판매기한 내 판매되지 않은 신선식품은 모두 폐기하였으나 협약 체결 이후로는 남은 신선식품을 분류하여 기부에 적합한 상품은 푸드뱅크를 통해 무료 급식소 등에 기부하고 있습니다. 기부 품목이 신선식품인 만큼 엄격한 자체 분류 기준을 세워 관리하고 있으며, 기부 대상 품목은 신선도가 저하되지 않도록 냉장, 냉동 콜드체인을 통해 전달하고 있습니다. 기부 받은 시설에서도 기부 받은 식품 전량을 당일에 사용하고 있습니다. 이 같은 기부활동으로 무료 급식소는 전 세계적인 식자재 가격 인상으로 늘어났던 비용 부담을 줄일 수 있으며, 소외계층에게는 균형 잡힌 영양 공급에 도움이 될 수 있습니다. 또한 환경적 측면에서도 자원 순환에 도움을 주는 등 환경, 사회, 기업 모두에게 긍정적인 영향을 미치는 활동입니다. 더욱이 이번 기부활동은 이마트 사내 'ESG아이디어 공모전'에서 우수작으로 선정된 아이디어를 실현한 활동이어서 더욱 의미가 깊습니다. 미판매 신선식품 기부는 2023년 6월 현재 미아점에서 파일럿 테스트를 수행하고 있으며, 향후 검토를 거쳐 기부 점포를 확대할 계획입니다.



41

억원

2022년 지역사회 기부금
(이마트, 트레이더스 합산)

지역사회 소외계층 복지 향상을 지원하는 '희망 나눔'

이마트는 종합 사회공헌활동인 '희망 나눔' 사업을 추진하고 있습니다. 이마트, 트레이더스 등 전국의 개별 점포가 중심이 되어 지역민을 대상으로 추진되며, 희망 환경그림 그리기 대회를 주최하고, 저소득층을 위한 바자회나 아름다운 가게 등에 판매 물품을 기부하고 있습니다. 또한 소외계층을 위한 어버이날 보양식 키트 제공, 여름, 겨울 대비 용품 지원, 가을철 김장 나누기 등을 추진하여 주요 일정마다 소외되지 않고 일상의 변화를 함께할 수 있도록 계획하고 있습니다.

지역 주민과 함께하는 요리봉사 '피코크 봉사단'

2018년부터 시작된 이마트 피코크 봉사단은 '즐거운 봉사'를 모토로 점포 인근 고객들과 함께 피코크 제품을 활용한 반찬 만들기나 급식소 배식 봉사활동 등 먹거리를 매개로 한 소외계층 지원과 심리적 위로 활동을 추진하고 있습니다. 2022년에는 전국 9개 점포에서 지난 3년간 멈춰있던 피코크 봉사단 활동을 재개하였으며 독거 노인, 기초수급자 등 지역 내 소외계층과 복지센터에 밀반찬 지원 봉사를 진행하였습니다.

지역단체 마일리지

지역단체 마일리지 활동은 지난 1998년부터 진행해 온 프로그램으로 이마트의 점포별 사회공헌 활동의 모태가 되는 프로그램입니다. 고객이 상품을 구입하고 받은 영수증을 들고 싶은 단체를 지정해 적립하면 구매액의 0.5%를 해당 지역단체나 학교, 복지시설 등의 발전 기금으로 기부하는 프로그램입니다. 온라인 채널의 활성화와 모바일 영수증 발급 트렌드를 반영하여 이마트 앱에서 단골 점포를 설정하면 온라인에서도 해당 지역단체로 마일리지 기부가 가능하도록 개선하였습니다. 이마트는 지역단체 마

신선식품 기부 협약



일리지를 통해 조성된 기금을 지역 내 복지시설은 물론 한국해양구조협회 등 환경단체에도 기부할 수 있도록 선택지를 확대하는 등 다양한 공동협력 사업을 추진하고 있습니다.

골든타임을 우선시하는 긴급 지원

이마트는 재난 재해 발생 시 이재민들과 지역사회의 피해 복구에 도움이 되고자 즉각적인 지원을 제공하고 있습니다. 2022년에는 수도권 집중호우로 인한 수해피해지역 주민 1천여 세대에 즉석밥, 컵라면, 생수 등 생필품을 제공했으며, 경북, 강원 산불피해 지역에 3억 원의 성금과 3천만원 어치의 긴급 구호물품을 제공했습니다. 2023년 4월에도 강릉 산불 피해지역의 복구와 이재민 지원에 긴급 구호물품을 선제적으로 지원하고 성금 5억원을 기탁했습니다. 또한 점포별로도 지역 내 화재나 재난피해자를 돕기 위한 생필품을 전달하고 있습니다.

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SOCIAL RESPONSIBILITY _ 사회적가치 창출 제고

지역 경제 역량을 강화하는 동반성장형 사회공헌

이마트는 건강하면서도 사회적으로 의미 있는 지역 상품들을 발굴하고 다양한 지원활동으로 지역 농가 및 중소 식품 가공업의 경쟁력 강화를 지원하고 있습니다. 또한 고객들의 가치소비 경험과 연결될 수 있도록 다양한 판로개척의 기회를 제공하고 있습니다. 이마트는 이런 노력을 인정받아 2023년 4월 소상공인시장진흥공단으로부터 지역 우수 제품 홍보 및 판로 확대에 대한 공로 감사패를 받았습니다.

687억 9,967만 원
2022년 국산의 힘 매출액 (세제외 순매출액 기준)

우리 땅에서 나온 지속가능한 상품의 개발 ‘국산의 힘’

이마트는 우리 땅에서 좋은 먹거리를 키우는 전국의 생산자를 지원하는 ‘국산의 힘’ 프로젝트를 운영하고 있습니다. 선정된 상품은 생산자가 보다 안정적인 환경에서 좋은 품종 개발에 집중하고 다양한 시도를 이어갈 수 있도록 이마트에서 전량 매입하여 농가의 적정 수익을 보장하고 있습니다. 그뿐만 아니라 건강한 방법으로 재배된 토종 품종이 고객들에게 더 긍정적으로 인식될 수 있도록 상품 포장 패키지 개선과 다양한 마케팅 활동, 친환경 인증과 패키지 개발 컨설팅을 지원하고 있습니다. 국산의 힘 지정 상품은 금실딸기, 지리산 캠벨포도, 김제 스마트팜 딸기 등 과일, 채소, 축산, 수산 등 다양하며, 매출액도 꾸준히 늘어 2022년 688억 가량을 달성하였습니다.

‘재발견 프로젝트’와 라이브커머스

재발견 프로젝트는 전국의 숨은 우수상품을 발굴하여 판로를 제공하는 활동입니다. 이마트는 전국 11개 점포에서 재발견 프로젝트 상품의 판로를 확보하고 있고, 매장 리뉴얼이나 패키지 개선을 지원하고, 다양한 프로모션을 진행하며 고객들에게 재발견 프로젝트 상품의 가치를 알리는 일을 돕고 있습니다. 특히 2022년 태풍 힌남노로 피해가 컸던 경북, 포항지역과의 상생을 위해 이마트 용산점에서 경북 피해농가 돕기 행사를 진행하였고, 이마트 포항점 및 용산점 내 6차산업매장을 리뉴얼하고 리뉴얼기념 프로모션을 진행하는 등 지역기업 및 농가와 이마트의 상생가치를 고객들에게 알릴 수 있었습니다.

또한 이마트는 재발견 프로젝트 상품의 온라인 판로확보를 위해 동반성장 라이브 코너를 구성하였습니다. 2022년 8월 진행된 장석준 명란은 제품 판매는 물론 명란을 즐기는 방법을 안내하고 구독자와의 양방향 커뮤니케이션이 이루어지면서 소비자의 이목을 집중시켰습니다.

동반성장 라이브 커머스

재발견 프로젝트

3.4.4

환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

SOCIAL RESPONSIBILITY _ 사회적가치 창출 제고

3.4.4

지역상품 물산전 개최

이마트는 지자체와 지역상품 판매 확대를 위한 협약을 체결하고, 지자체와 함께하는 ‘지역상품 물산전’을 진행하여 지역경제 활성화 지원을 하고 있습니다. 제주, 충남, 강원 등 지자체와 함께 연간 5회 이상의 지역상품 물산전 행사를 계획하고 있으며, 2022년에는 충남물산전, 제주물산전 등 6회의 물산전이 진행되어 총 39억 원의 매출을 기록하였습니다.

소상공인 창업 지원

이마트는 소상공인 진흥공단이 실시하는 ‘신사업창업사관학교’ 사업에 참여하여 신사업 아이디어를 가진 예비창업자를 지원하고 있습니다. ‘신사업창업사관학교’는 성장 가능성이 높은 예비창업자를 지원하는 프로그램으로 이마트는 참여자들에게 유통 및 상품 노하우를 전수하고 예비창업자들의 경쟁력 강화를 위한 상품 인증을 지원하고 있습니다.



16

노브랜드 상생 스토어

노브랜드 상생스토어

노브랜드 상생스토어는 이마트의 강점을 살려 전통시장을 활성화해보고자 하는 사회적가치 창출 시도로 지자체와 전통시장에서 먼저 노브랜드 상생스토어 입점 제안 문의를 해올 정도로 대기업과 전통시장 간의 동반성장 가능성을 일깨워준 대표적인 상생 사례로 자리 잡았습니다.

이마트는 지난 2016년 충남 당진전통시장에 노브랜드 상생스토어 1호점을 오픈 한 이후 전통시장 내에 노브랜드 스토어를 오픈 하되, 판매 품목을 시장 상인회와 사전 협의해 기존 상인들의 주력 상품은 제외하고 시장 내 부족한 상품은 더하여 시장 방문 활성화를 유도하고 있습니다. 또한 ‘희망놀이터’, ‘키즈라이브러리’로 대표되는 아동시설을 배치하고 청년마차 등 청년사업자를 지원하여 20-30대 젊은 층 유입의 견인차 역할을 하고 있습니다.



제천중앙시장 상생스토어



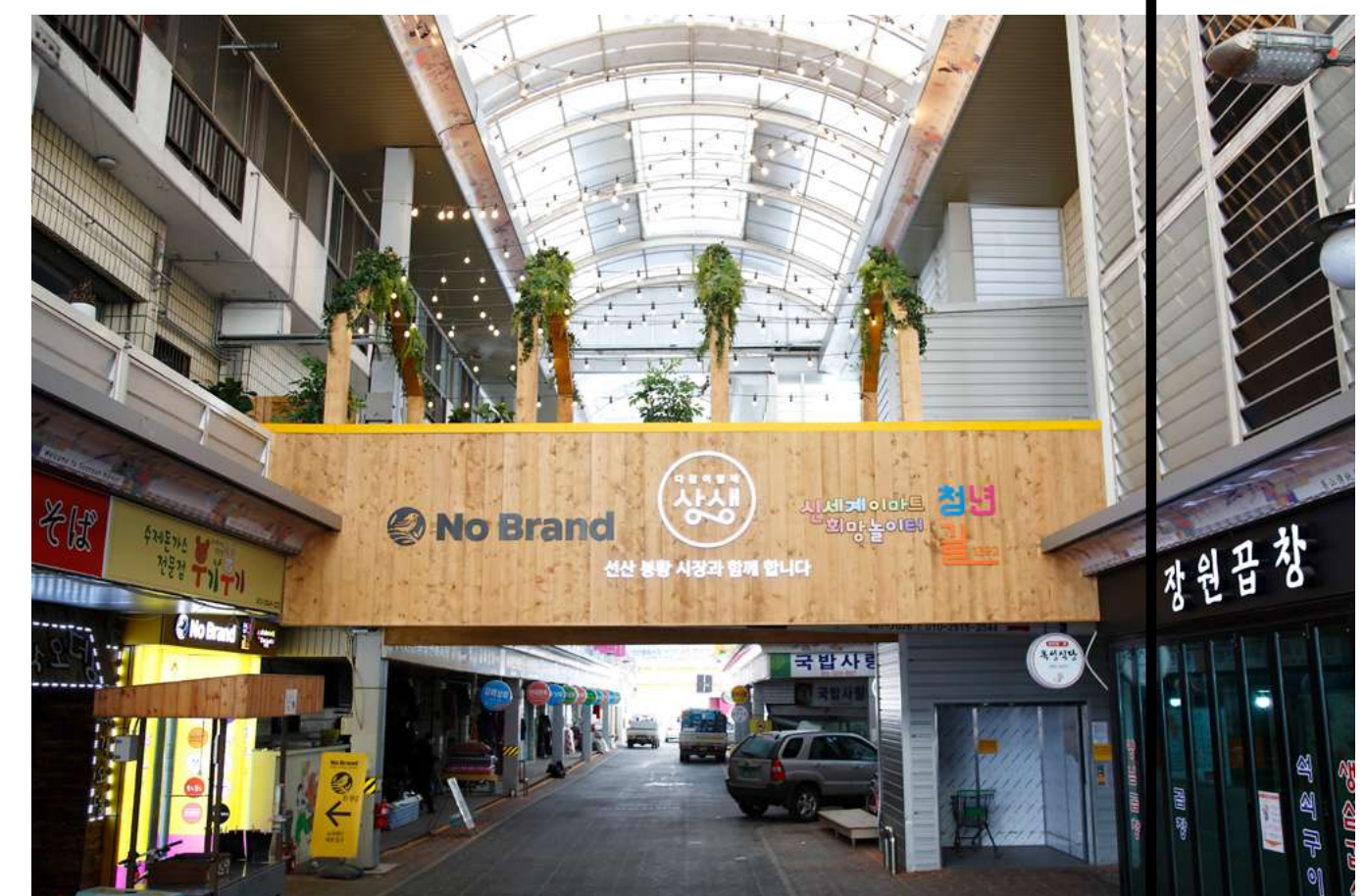
가평잡초골시장 상생스토어



대구월배시장 상생스토어



구미선산시장 상생스토어



4.0 Appendix

- ☑ 4.1 _ 이마트 DATABOOK
- ☑ 4.2 _ GRI CONTENT INDEX
- ☑ 4.3 _ SASB INDEX
- ☑ 4.4 _ UN SDGs
- ☑ 4.5 _ 온실가스 검증의견서
- ☑ 4.6 _ 가입협회 및 수상내역
- ☑ 4.7 _ 제3자 검증의견서
- ☑ 4.8 _ 보고서 제작에 도움을 주신 분들

이마트 DATABOOK

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.1

경제

재무상태표 (별도 기준, 단위: 원)

자산	2020	2021	2022
유동자산	2,067,658,279,186	1,723,566,249,353	2,106,824,589,734
현금및현금성자산	594,289,542,125	10,611,048,809	13,868,739,730
매출채권 및 기타수취채권	393,614,937,858	435,755,602,950	534,490,127,587
재고자산	873,795,304,541	991,493,385,064	1,170,222,444,498
당기손익-공정가치 측정 금융자산			65,546,308,670
기타단기금융자산	150,183,409,396	162,829,500,940	180,648,520,272
단기파생상품자산		5,089,545,860	15,483,038,130
기타유동자산	16,086,157,806	30,884,038,754	25,963,806,802
매각예정비유동자산	39,688,927,460	86,903,126,976	100,601,604,045
비유동자산	13,509,450,158,075	17,418,184,590,719	18,022,962,802,598
유형자산	7,675,019,897,888	7,239,018,439,357	7,038,421,576,028
투자부동산	4,315,520,671	188,045,440,480	178,757,848,677
무형자산	54,312,371,944	58,176,266,404	64,400,149,409
사용권자산	944,965,675,664	881,673,073,034	931,473,671,816
순확정급여자산			276,962,962,136
종속기업, 관계기업 및 공동기업 투자	3,334,214,578,827	7,521,198,273,439	7,911,940,944,125
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산	933,209,650,300	904,401,594,500	913,488,553,100
당기손익-공정가치 측정 금융자산	72,305,579,003	117,891,298,694	138,794,769,115
기타장기금융자산	486,150,487,960	486,201,497,505	498,492,898,886
장기파생상품자산	13,102,604	7,823,525,144	60,135,465,559
기타비유동자산	4,943,293,214	13,755,182,162	10,093,963,747
자산 총계	15,577,108,437,261	19,141,750,840,072	20,129,787,392,332

 연결재무제표는 금융감독원 전자공시시스템 내의 사업보고서에서 확인하실 수 있습니다.

이마트 DATABOOK

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.1

경제

재무상태표 (별도 기준, 단위: 원)

	2020	2021	2022
부채			
유동부채	3,499,439,062,039	5,309,578,051,983	5,027,877,685,343
매입채무 및 기타지급채무	1,320,028,812,092	1,269,657,752,386	1,405,904,431,238
단기차입금	534,718,515,190	1,894,864,310,218	1,537,273,189,067
단기파생상품부채	22,793,616,602		17,132,279
상품권	1,009,931,049,390	1,194,885,075,000	1,314,029,815,000
미지급법인세	184,052,132,718	137,990,645,093	247,043,838,662
기타단기금융부채	329,043,390,768	336,290,765,487	347,354,910,040
기타유동부채	98,871,545,279	475,889,503,799	176,254,369,057
비유동부채	2,959,220,460,559	4,383,816,831,385	4,680,851,056,775
장기차입금	1,621,658,004,602	3,171,103,154,844	3,397,050,267,813
장기파생상품부채	64,621,753,328	31,604,900,179	70,629,900,089
순확정급여부채	57,777,920,252	2,336,697,667	
이연법인세부채	153,787,166,746	119,999,209,644	120,757,005,592
기타장기금융부채	897,104,108,683	883,163,105,999	925,645,562,394
기타비유동부채	164,271,506,948	175,609,763,052	166,768,320,887
부채 총계	6,458,659,522,598	9,693,394,883,368	9,708,728,742,118
자본			
납입자본	4,332,912,902,329	4,332,912,902,329	4,332,912,902,329
자본금	139,379,095,000	139,379,095,000	139,379,095,000
주식발행초과금	4,193,533,807,329	4,193,533,807,329	4,193,533,807,329
신종자본증권	777,718,380,000	398,749,480,000	398,749,480,000
이익잉여금	3,389,014,393,238	4,088,402,057,735	5,168,031,667,031
기타자본항목	618,803,239,096	628,291,516,640	521,364,600,854
자본 총계	9,118,448,914,663	9,448,355,956,704	10,421,058,650,214
부채와 자본 총계	15,577,108,437,261	19,141,750,840,072	20,129,787,392,332

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

이마트 DATABOOK

4.1

경제

손익계산서 (별도 기준, 단위: 원)

	2020	2021	2022
매출액	14,213,755,649,917	15,053,811,467,511	15,486,823,898,928
매출원가	10,464,354,733,545	11,114,493,606,368	11,356,889,119,778
매출총이익	3,749,400,916,372	3,939,317,861,143	4,129,934,779,150
판매비와관리비	3,454,431,616,156	3,673,399,970,401	3,871,079,139,882
영업이익	294,969,300,216	265,917,890,742	258,855,639,268
기타수익	595,448,564,156	769,516,329,538	1,258,298,307,186
기타비용	45,968,840,766	56,770,849,901	42,998,572,038
금융수익	155,404,576,858	235,541,168,861	248,784,207,239
금융비용	138,118,076,901	192,732,111,637	364,667,524,773
손상차손환입	39,147,482,605	18,119,958,868	27,129,644,446
손상차손	96,964,083,329	48,806,382,345	3,632,024,772
법인세비용차감전순이익	803,918,922,839	990,786,004,126	1,381,769,676,556
법인세비용	243,217,842,188	216,073,541,897	331,059,739,266
당기순이익	560,701,080,651	774,712,462,229	1,050,709,937,290
주당순이익			
기본주당순이익 (단위 : 원)	19,754	27,330	38,320
희석주당순이익 (단위 : 원)	19,754	27,330	38,320

포괄손익계산서 (별도 기준, 단위: 원)

	2020	2021	2022
당기순이익	560,701,080,651	774,712,462,229	1,050,709,937,290
기타포괄손익	39,824,269,109	(127,473,158,984)	126,396,586,759
당기순이익으로 재분류되지 않는 항목	43,814,260,230	(134,391,549,953)	116,947,945,860
순확정급여부채의 재측정요소	4,850,419,086	(2,038,498,968)	128,802,580,727
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 평가손익	54,125,178,801	(178,838,418,869)	23,473,390,445
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 처분손익	(4,609,000)		
관련 법인세효과	(15,156,728,657)	46,485,367,884	(35,328,025,312)
후속적으로 당기순이익으로 재분류되는 항목	(3,989,991,121)	6,918,390,969	9,448,640,899
파생상품자산 · 부채평가손익	(5,370,109,180)	9,311,427,953	12,302,917,837
관련 법인세효과	1,380,118,059	(2,393,036,984)	(2,854,276,938)
당기 총포괄이익	600,525,349,760	647,239,303,245	1,177,106,524,049

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

이마트 DATABOOK

4.1

경제

자본변동표 (별도 기준, 단위: 원)		자본						
		자본금	납입자본		신종자본증권	이익잉여금	기타자본항목	자본 합계
2020.01.01(기초자본)		139,379,095,000	4,193,533,807,329	4,332,912,902,329	777,718,380,000	2,906,676,809,194	582,582,831,368	8,599,890,922,891
당기순이익						560,701,080,651		560,701,080,651
기타포괄손익	기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 평가						40,215,007,849	40,215,007,849
	기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 처분						(4,609,000)	(4,609,000)
	파생상품자산 · 부채평가						(3,989,991,121)	(3,989,991,121)
	순확정급여부채의 재측정요소					3,603,861,381		3,603,861,381
총 기타포괄손익						3,603,861,381	36,220,407,728	39,824,269,109
총포괄손익						564,304,942,032	36,220,407,728	600,525,349,760
자본에 직접 인식된 주주와의 거래	연차배당					(53,928,358,000)		(53,928,358,000)
	자기주식의 처분							
	자기주식의 취득							
	신종자본증권의 발행(상환)							
	신종자본증권 배당금 지급					(28,038,999,988)		(28,038,999,988)
주주와의 거래 총액						(81,967,357,988)		(81,967,357,988)
2019.12.31(기말자본)		139,379,095,000	4,193,533,807,329	4,332,912,902,329	777,718,380,000	3,389,014,393,238	618,803,239,096	9,118,448,914,663
2020.01.01(기초자본)		139,379,095,000	4,193,533,807,329	4,332,912,902,329	777,718,380,000	3,389,014,393,238	618,803,239,096	9,118,448,914,663
당기순이익						774,712,462,229		774,712,462,229
기타포괄손익	기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 평가						(132,876,945,220)	(132,876,945,220)
	기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 처분							
	파생상품자산 · 부채평가						6,918,390,969	6,918,390,969
	순확정급여부채의 재측정요소					(1,514,604,733)		(1,514,604,733)

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

이마트 DATABOOK

4.1

경제

자본변동표 (별도 기준, 단위: 원)	납입자본			자본			자본 합계
	자본금	주식발행초과금	납입자본 합계	신종자본증권	이익잉여금	기타자본항목	
총 기타포괄손익					(1,514,604,733)	(125,958,554,251)	(127,473,158,984)
총포괄손익					773,197,857,496	(125,958,554,251)	647,239,303,245
자본에 직접 인식된 주주와의 거래	연차배당				(53,928,358,000)		(53,928,358,000)
	자기주식의 처분					135,446,831,795	135,446,831,795
	자기주식의 취득						
	신종자본증권의 발행(상환)				(378,968,900,000)	(1,031,100,000)	(380,000,000,000)
	신종자본증권 배당금 지급					(18,850,734,999)	(18,850,734,999)
주주와의 거래 총액				(378,968,900,000)	(73,810,192,999)	135,446,831,795	(317,332,261,204)
2021.12.31(기말자본)	139,379,095,000	4,193,533,807,329	4,332,912,902,329	398,749,480,000	4,088,402,057,735	628,291,516,640	9,448,355,956,704
2022.01.01(기초자본)	139,379,095,000	4,193,533,807,329	4,332,912,902,329	398,749,480,000	4,088,402,057,735	628,291,516,640	9,448,355,956,704
당기순이익					1,050,709,937,290		1,050,709,937,290
기타포괄손익	기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 평가					18,027,563,862	18,027,563,862
	기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 처분						
	파생상품자산 · 부채평가					9,448,640,899	9,448,640,899
	순확정급여부채의 재측정요소					98,920,381,998	98,920,381,998
총 기타포괄손익					98,920,381,998	27,476,204,761	126,396,586,759
총포괄손익					1,149,630,319,288	27,476,204,761	1,177,106,524,049
자본에 직접 인식된 주주와의 거래	연차배당				(55,576,710,000)		(55,576,710,000)
	자기주식의 처분						
	자기주식의 취득					(134,403,120,547)	(134,403,120,547)
	신종자본증권의 발행(상환)						
	신종자본증권 배당금 지급					(14,423,999,992)	(14,423,999,992)
주주와의 거래 총액					(70,000,709,992)	(134,403,120,547)	(204,403,830,539)
2022.12.31(기말자본)	139,379,095,000	4,193,533,807,329	4,332,912,902,329	398,749,480,000	5,168,031,667,031	521,364,600,854	10,421,058,650,214

이마트 DATABOOK

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.1

경제

현금흐름표 (별도 기준, 단위: 원)

	2020	2021	2022
영업활동 현금흐름			
영업으로부터 창출된 현금흐름	1,043,877,932,692	673,020,102,639	656,754,864,714
이자의 지급	(70,674,401,128)	(82,395,029,072)	(144,097,542,143)
이자의 수취	6,200,335,158	14,221,545,548	8,138,605,592
배당금의 수령	68,851,451,770	87,017,335,349	99,220,695,343
법인세의 납부	(171,476,003,702)	(267,544,482,427)	(243,326,358,423)
영업활동으로부터의 순현금유입	876,779,314,790	424,319,472,037	376,690,265,083
투자활동 현금흐름			
단기대여금의 증가	(138,888,889)		
단기대여금의 감소	118,860,000	295,388,889	393,926,668
당기손익-공정가치 측정 금융상품의 처분	664,019,576,956	1,538,776,017,568	158,260,483,604
당기손익-공정가치 측정 금융상품의 취득	(473,810,918,850)	(1,565,218,438,768)	(315,257,131,238)
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산의 처분	391,000		
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산의 취득	(55,000,000)	(150,030,363,070)	(10,000,016,000)
유형자산의 처분	914,671,957,394	1,098,411,476,358	71,492,800,583
유형자산의 취득	(236,058,975,058)	(347,930,920,158)	(330,002,834,453)
무형자산의 처분	702,756,406	6,504,545,454	2,100,000,000
무형자산의 취득	(8,237,567,593)	(15,897,315,183)	(13,409,098,620)
사용권자산의 취득	(16,483,768,491)	(9,037,498,258)	(28,087,310)
기타장단기금융자산의 증가	(25,009,403,570)	(36,040,723,938)	(36,041,713,438)
기타장단기금융자산의 감소	48,498,368,885	43,888,926,563	20,586,056,183
종속기업투자의 신규 취득		(591,907,075,728)	(21,657,275,965)
종속기업투자의 추가 취득	(716,932,920,150)	(3,627,066,317,355)	(323,154,650,000)
종속기업투자의 처분		158,641,962,600	141,770,000,000
관계기업 및 공동기업투자의 신규 취득	(500,000,000)		(36,422,299,819)
관계기업투자의 추가 취득	(2,391,305,000)		(19,776,754,902)
장기대여금의 증가	(361,111,111)		
매각예정비유동자산의 처분			804,176,327,800
기타투자활동으로 인한 현금유입			504,152,230

이마트 DATABOOK

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.1

경제

현금흐름표 (별도 기준, 단위: 원)

	2020	2021	2022
투자활동으로부터의 순현금유입(유출)	148,032,051,929	(3,496,610,335,026)	93,533,885,323
재무활동 현금흐름			
차입금의 증가	294,916,438,267	3,390,681,290,278	1,197,103,414,009
차입금의 감소	(730,197,000,000)	(535,200,000,000)	(1,417,346,263,230)
파생상품의 정산	7,147,000,000	22,680,000,000	56,228,000,000
배당금의 지급	(53,924,446,110)	(53,924,222,000)	(55,576,710,000)
신종자본증권의 상환		(380,000,000,000)	
신종자본증권 배당금의 지급	(28,039,000,000)	(21,231,500,000)	(14,424,000,000)
리스부채의 상환	(119,599,239,038)	(116,370,668,577)	(128,282,226,767)
기타장단기금융부채의 증가	15,085,311,083	48,218,342,613	35,583,664,592
기타장단기금융부채의 감소	(16,377,321,028)	(15,902,089,302)	(7,932,916,000)
자기주식의 처분		149,625,031,927	
자기주식의 취득			(134,403,120,547)
기타재무활동으로 인한 현금유입			2,061,053,500
재무활동으로부터의 순현금유입(유출)	(630,988,256,826)	2,488,576,184,939	(466,989,104,443)
환율변동효과 반영전 현금및현금성자산의 순증가(감소)	393,823,109,893	(583,714,678,050)	3,235,045,963
기초 현금및현금성자산	200,487,942,854	594,289,542,125	10,611,048,809
현금및현금성자산에 대한 환율변동효과	(21,510,622)	36,184,734	22,644,958
당기말 현금및현금성자산	594,289,542,125	10,611,048,809	13,868,739,730

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

이마트 DATABOOK

4.1

환경

대분류	소분류	단위	2020	2021	2022	비고
온실가스 배출 (배출권 거래제)	총 온실가스 배출량 (Scope 1+2 기준)	tCO ₂ eq	520,497	527,716 ¹⁾	541,669	배출권거래제 보고 기준
	직접배출(Scope 1)	tCO ₂ eq	33,538	34,067	32,750	
	간접배출(Scope 2)	tCO ₂ eq	486,959	493,649 ¹⁾	508,919	
	온실가스 배출 집약도 (Scope 1+2 기준)	tCO ₂ eq/억 원	3.66	3.51 ¹⁾	3.50	금융감독원 전자공시시스템 공시 손익계산서 기준
에너지 사용 (배출권 거래제)	총 에너지 사용량	TJ	10,650	10,958 ¹⁾	11,256	배출권거래제 보고 기준
	연료 사용량	TJ	643	655	634	
	전기 사용량	TJ	9,687	9,972	10,274	
	스팀 사용량	TJ	320	331 ¹⁾	348	
	에너지 사용 집약도 (에너지 원단위)	TJ/억 원	0.0749	0.0728 ¹⁾	0.0727	금융감독원 전자공시시스템 공시 손익계산서 기준
신·재생에너지	총 태양광 발전량(자가발전+매전량)	kWh	4,727,958	4,789,512	5,244,427	
	총 태양광 사용량(자가발전)	kWh	85,823	112,495	114,644	
	빙축열 전력사용량	kWh	8,115,728	10,042,084	10,057,159	
	지열 전력사용량	kWh	350,160	340,842	297,198	
	총 신·재생에너지 사용량	kWh	8,551,711	10,495,421	10,469,001	
	총 에너지 사용량 대비 신재생에너지 사용 비율	%	0.76	0.91	0.89	
	신·재생에너지 발전 사업장 수	개소	41	44	44	
환경 투자	환경 투자 계획	억 원	93.7	95.3	91.1	
	환경 투자 금액	억 원	87	81.1	90.1	
	계획 대비 집행률	%	93	85	99	
	에너지 절감효과	tCO ₂ eq	7,645	4,271	4,385	
용수 사용량 (환경정보공개제도)	용수 사용량	ton	3,344,910	3,417,142	3,469,031	환경정보공개 보고 기준
	용수 재활용량	ton	83,148	73,709 ²⁾	57,007	
	용수 재활용률	%	2.49	2.16	1.64	
		용수 사용 집약도 (사용 원단위)	ton/억 원	35.01	32.64 ²⁾	30.73

1) 2021년 배출권 거래제 인증통보 후 최종 데이터
 2) 2021년 환경정보공개제도 최종 검증하여 수정된 데이터

이마트 DATABOOK

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.1

환경

대분류	소분류	단위	2020	2021	2022	비고
폐기물 배출 및 재활용 (환경정보공개제도)	총 폐기물 발생량	ton	81,100	81,281 ¹⁾	82,222	환경정보공개 보고 기준
	일반폐기물(생활, 음식물)	ton	81,100	81,281	82,222	
	지정폐기물	ton	0	0	0.395	
	건설폐기물	ton	0	0	0	
	폐기물 재활용량	ton	44,634	45,964	46,624	
	폐기물 재활용률	%	55.0	56.5	56.7	
	음식물 쓰레기 재활용률	%	99.6	99.6	99.6	
	생활폐기물 매립량	ton	571	563	720	
	생활폐기물 소각량	ton	4,410	4,537	3,804	
	폐기물 배출 집약도	ton/억 원	0.85	0.78	0.73	
국제 이니셔티브 참여	참여 국제 이니셔티브 명	N/A	-	-	-	
환경 법규	환경 법규 위반 건 수	건	0	0	0	PL(Private Label) 상품 한정
	환경관련 과태료 및 벌과금	원	0	0	0	
생활화학물질 상품	사용 대체가 필요한 생활화학물질 사용 상품 수	개	-	0	0	환경부 생활화학제품 원료 평가/대체 가이드라인 기준에 따라 대체가 필요한 상품의 수
	전성분 공시 생활화학물질 상품 수	개	-	43	57	상품 안에 있는 전성분이 공시되어 있는 상품의 수

1) 2021년 환경정보공개제도 최종 검증하여 수정된 데이터

이마트 DATABOOK

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.1

사회

대분류	소분류	단위	2020	2021	2022	비고
리콜	상품 리콜 건 수 ¹⁾	건	2 ²⁾	2 ³⁾	1 ⁴⁾	
	리콜된 상품 수	개	3	2	2	
식품 위생 법규	식품 위생 관련 법규 위반 건	건	12	15	10	식품위생 관련 법규 위반 건은 PL 행정처분 건에 한정
	고위험 식품안전 위반율 (%) ⁵⁾	%	0	0	0	

1) 리콜 실적은 PL(Private Label)에 한해 작성하였습니다.
 2) 2020년 2건(3 SKU): 7월 이마트 계피분말 금속성 이물 부적합(한국소비자원 수거검사), 12월 피코크 포보(2 SKU) 벤조피렌 부적합(자가품질검사)
 3) 2021년 2건(2 SKU): 5월 노브랜드 얼그레이 홀차 금속성 이물 부적합(식약처 수거검사), 9월 노브랜드 찰진순대 알레르기 유발물질 표시 누락(식약처 불시점검)
 4) 2022년 1건(2 SKU) : 노브랜드 건전지 누액 및 파열(자발적 리콜)
 5) 고위험 식품안전 위반은 FDA가 지정한 고위험 식품(예) 과일, 해산물 등) 관련 식품 안전 위반을 뜻하며 위반율은 총 감사 수와 위반 건 수의 비율을 뜻함

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

이마트 DATABOOK

4.1

사회

대분류	소분류	단위	2020	2021	2022	비고
친환경상품	환경표지(환경마크)	SKU	-	262	162	
	저탄소	SKU	-	10	97	
	환경성적표지	SKU	-	81	77	
	유기가공	SKU	-	398	481	
	유기농산	SKU	-	168	9	
	유기농	SKU	-	289	310	
	무농약	SKU	-	182	120	
	유기축산	SKU	-	2	271	
	유기	SKU	-	5	0	
	친환경상품 SKU 합계	SKU	-	1,397	1,527	
환경표지(환경마크)	원	-	20,759,017,713	28,504,081,900		
저탄소	원	-	7,344,146,971	31,782,266,550		
환경성적표지	원	-	71,287,762,614	46,295,526,770		
유기가공	원	-	18,777,010,369	47,335,150,120		
유기농산	원	-	17,951,641,951	2,472,348,810		
유기농	원	-	27,817,862,337	46,582,484,170		
무농약	원	-	44,600,029,940	24,981,841,430		
유기축산	원	-	360,544,530	152,814,200,516		
유기	원	-	56,541,925	0		
친환경상품 매출액 합계	원	-	208,898,016,425	380,767,900,266		

- 이마트 상품 지속가능성 이니셔티브(PSI, Product Sustainability Initiative) 기준에 따라 분류함
 - 2021년부터 기준 수립 후 집계, 2021년 PSI 최종 검증하여 수정된 데이터
 - 집계범위: 이마트 직영전점

이마트 DATABOOK

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.1

사회

대분류	소분류	단위	2020	2021	2022	비고	
	동물복지	SKU	-	64	31		
	ASC	SKU	-	0	1		
	MSC	SKU	-	14	11		
	RSPO	SKU	-	23	24		
	FSC	SKU	-	42	7		
	무항생제	SKU	-	241	271		
	ICEA	SKU	-	3	2		
	EU	SKU	-	65	94		
	공정무역	SKU	-	14	8		
	USDA	SKU	-	47	37		
	ECOCERT	SKU	-	11	0		
	OCS	SKU	-	11	157		
	원재료/소싱 인증상품 SKU 합계	SKU	-	535	643		
	원재료/소싱 인증상품	동물복지	원	-	21,947,793,623	8,254,253,323	
		ASC	원	-	0	2,128,040	
		MSC	원	-	3,416,653,672	955,300,930	
RSPO		원	-	4,946,077,373	7,928,156,730		
FSC		원	-	12,662,713,425	4,770,488,640		
무항생제		원	-	71,870,225,515	152,814,200,516		
ICEA		원	-	102,205,845	24,058,750		
EU		원	-	629,803,295	888,497,480		
공정무역		원	-	57,804,227	41,257,500		
USDA		원	-	437,004,606	825,458,370		
ECOCERT		원	-	631,228,642	0		
OCS		원	-	2,192,363,600	4,897,507,490		
원재료/소싱 인증상품 매출액 합계	원	-	118,893,873,821	181,401,307,769			

- 이마트 상품 지속가능성 이니셔티브(PSI, Product Sustainability Initiative) 기준에 따라 분류함

- 2021년부터 기준 수립 후 집계

- 집계범위: 이마트 직영전점

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

이마트 DATABOOK

4.1

사회

대분류	소분류	단위	2020	2021	2022	비고
건강/안전 상품	저칼로리	SKU	-	48	1	
	저지방	SKU	-	17	34	
	저염	SKU	-	26	17	
	저당	SKU	-	26	38	
	영양성분 강화	SKU	-	128	71	
	비건	SKU	-	68	50	
	무설탕	SKU	-	5	5	
	글루텐 프리	SKU	-	7	8	
	건강기능식품	SKU	-	124	163	
	NON-GMO	SKU	-	38	9	
	건강/안전 상품 SKU 합계	SKU	-	487	396	
	저칼로리	원	-	11,727,598,027	62,147,080	
	저지방	원	-	4,690,258,588	26,674,555,030	
	저염	원	-	3,262,969,600	4,235,375,560	
	저당	원	-	3,336,680,127	3,090,650,970	
	영양성분 강화	원	-	41,969,525,564	22,870,256,140	
	비건	원	-	3,810,996,373	9,333,632,690	
	무설탕	원	-	461,855,600	2,489,724,720	
	글루텐 프리	원	-	162,493,482	1,325,034,910	
건강기능식품	원	-	17,373,379,782	34,616,937,150		
NON-GMO	원	-	3,458,821,582	6,949,732,410		
건강/안전 상품 매출액 합계	원	-	90,254,578,725	111,648,046,660		

- 이마트 상품 지속가능성 이니셔티브(PSI, Product Sustainability Initiative) 기준에 따라 분류함
 - 2021년부터 기준 수립 후 집계
 - 집계범위: 이마트 직영전점

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

이마트 DATABOOK

4.1

사회						
대분류	소분류	단위	2020	2021	2022	비고
복리후생	퇴직연금 운용 금액	원	890,419,742,097	1,009,926,599,630	1,218,278,361,435	
	퇴직연금 운용 가입 인원	명	24,604	23,931	22,941	
	매출액 대비 복리후생비	%	1.12	1.19	1.17	2021년 복지기금에서 지급하는 대부금, 학자금 추가/직원할인 추가
	복리후생 제도별 대상 임직원 비율	%	100	100	100	전직원 대상
임직원 현황	총 국내 임직원 수	명	27,452	27,578	26,335	
	정규직 임직원 수	명	25,214	24,599	23,844	사업보고서 기준 인원
	비정규직 임직원 수	명	2,238	2,979	2,491	사업보고서 미포함 인원
	총 해외 임직원 수	명	20	12	13	사업보고서 미포함 인원(해외 법인)
여성 임직원	해외 임직원 비율	%	0.07	0.04	0.05	해외 / (국내 + 해외)
	여성 임직원 비율	%	59.99	58.65	58.53	사업보고서 기준 인원+비정규직
	여성 임직원 수	명	16,469	16,177	15,413	
평균 근속년수	남성	년	전체 9.8 / 정규직 11.3	전체 10.1 / 정규직 12.1	전체 11.2 / 정규직 12.9	전체 : 사업보고서 + 비정규직 / 정규직 : 사업보고서 기준
	여성	년	전체 9.3 / 정규직 9.7	전체 9.9 / 정규직 10.6	전체 10.8 / 정규직 11.5	
장애인 고용 현황	장애인 임직원 수	명	510 (경증 318 + 중증 192)	502 (경증 315 + 중증 187)	492 (경증 316 + 중증 176)	고용인원 = 경증 + 중증X2
	장애인 고용률	%	2.60	2.54	2.58	장애인 고용률 = 12월 고용인원 / 12월 상시근로자수
연령대별 임직원 현황	30세 미만	명	4,022	4,096	3,027	사업보고서 인원 + 비정규직
	30세 이상 50세 미만	명	12,891	12,529	12,096	
	50세 이상	명	10,539	10,953	11,212	
	합계	명	27,452	27,578	26,335	
신규 채용 현황	남성	명	6,564	7,593	6,016	
	여성	명	3,013	3,720	3,616	
	30세 미만	명	8,201	9,240	7,253	
	30세 이상 50세 미만	명	1,162	1,735	1,872	
	50세 이상	명	214	338	507	
	합계	명	9,577	11,313	9,632	
퇴직자 현황	총 퇴직자	명	10,514	11,080	10,505	
	- 남성 퇴직자 수	명	6,703	7,055	6,235	
	- 여성 퇴직자 수	명	3,811	4,025	4,270	
	자발적 퇴직률	%	30.26	31.20	35.07	

이마트 DATABOOK

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들


4.1

사회						
대분류	소분류	단위	2020	2021	2022	비고
출산휴가 및 육아휴직	남성 출산휴가 사용자 수	명	289	270	262	
	여성 출산휴가 사용자 수	명	144	119	124	
	남성 출산휴가 후 총 복귀율	%	100	100	100	해당 연도 휴가시작 대상자 중 복귀율
	여성 출산휴가 후 총 복귀율	%	97	99	98	
	남성 육아휴직 사용자 수	명	49	74	100	
	여성 육아휴직 사용자 수	명	285	260	247	
	남성 육아휴직 후 복귀율	%	85.71	87.89	90.00	해당 연도 휴가시작 대상자 중 복귀율
	여성 육아휴직 후 복귀율	%	91.23	94.62	94.00	
	남성 육아휴직 복귀 후 12개월 근속률	%	97.62	98.53	6	
	여성 육아휴직 복귀 후 12개월 근속률	%	95.77	97.56	2	
급여	임직원 1인당 평균 임금	원	38,716,477	43,286,700	45,728,569	사업보고서 기준
임직원 교육 현황	누적 교육 참가 인원	명	10,119	10,246	4,837	국내 사업장 기준
	임직원 총 교육시간	시간	64,497	47,312	24,681	
	인당 연평균 교육 시간	시간/명	6.4	4.6	5.1	
	(제안) 교육 프로그램 진행 수	수	12	13	16	
	안전보건 정기 교육(사무+판매 종사자)	시간	3시간 이상/매분기	3시간 이상/매분기	3시간 이상/매분기	
	안전보건 정기 교육(사무+판매 종사자 외)	시간	6시간 이상/매분기	6시간 이상/매분기	6시간 이상/매분기	
	안전보건 정기 교육(관리 감독자)	시간	16시간 이상/연간	16시간 이상/연간	16시간 이상/연간	
	안전보건 직무교육(안전/보건 관리자)	시간	신규 34시간/3개월내, 보수 24시간/매 2년	신규 34시간/3개월내, 보수 24시간/매 2년	신규 34시간/3개월내, 보수 24시간/매 2년	
	안전보건 직무교육(안전보건 관리 책임자)	시간	신규 6시간/3개월 내, 보수 4시간/매 3년	신규 6시간/3개월 내, 보수 4시간/매 3년	신규 6시간/3개월 내, 보수 4시간/매 3년	
	성과평가	성과 평가 대상 직원 수	명	24,176	23,657	23,164
성과 평가 실시 직원 비율		%	88.20	85.74	87.96	
소비자 만족	NPS (순추천지수) 점수	점	11.8(정기조사 5회 평균)	20.4(정기조사 4회 평균)	21.4(정기조사 4회 평균)	NPS는 Net Promoter Score의 약자로 고객 충성도를 나타내는 지표임
ESG 평가등급	KCGS	등급	A	A	평가전	
	MSCI	등급	B	B	B	

이마트 DATABOOK

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.1

사회						
대분류	소분류	단위	2020	2021	2022	비고
인권보호	성희롱 예방 교육 횟수	회	1	1	1	
	성희롱 예방 교육 수료자 수	명	27,696	28,896	28,628	
	총 인권 교육 시간	시간	2	2	2	작장내 괴롭힘예방 교육(연간 1회씩 1시간), 장애인인식개선교육(연간 1회씩, 1시간)
	임직원 고충처리제도 접수 건 수	건	-	3,151	3,048	이마트 + 트레이더스 점포 한정
	임직원 고충처리제도 처리 건 수	건	-	3,042	2,985	
임직원 고충처리제도 처리율 (처리 건 수/접수 건 수)	%	-	96.5	97.9		
산업재해	산업재해자 수	건	177	182	-	한국산업안전보건공단 2022 산업재해자 수 미공개
	산업재해율	%	0.28	0.29	0.30	 홈페이지 공지
협력사 ESG	협력사 품질경영 역량 강화 대상 업체	개	-	397	839	
	협력사 품질경영 역량 강화 컨설팅 횟수	건	-	1,718	1,801	
	협력사 ESG 역량강화 동반성장 아카데미 참여 업체	개	118	66	61	
	협력사 ESG 역량강화 동반성장 아카데미 수강 인원	명	531	453	551	
협력사 상생	협력사 상생펀드 예치금 규모	억 원	-	1,132	1,204	협력사에 사용된 비용
	협력사 상생펀드 규모	억 원	-	654	732	협력사 자금 지원을 위해 생성된 펀드의 규모
ISO인증현황	환경경영시스템(ISO14001) 인증	-	-	-	-	
	전체 인증률	%	-	-	-	
	취득 시스템 수	개	-	-	-	
	취득 대상 사업장 수	개	-	-	-	
	품질경영(ISO9001) 인증	-	-	-	-	
	전체 인증률	%	-	-	-	
	취득 사업장 수	개	-	-	-	
	취득 대상 사업장 수	개	-	-	-	
	정보보호관리체계(ISO27001) 인증		정보보호관리체계 (ISMS) 인증 (국내)	정보보호관리체계 (ISMS) 인증 (국내)	정보보호관리체계 (ISMS) 인증 (국내)	
	전체 인증률	%	100	100	100	
	취득 시스템 수	개	233	232	124	
	취득 대상 시스템 수	개	233	232	124	

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

이마트 DATABOOK

4.1

지배구조

대분류	소분류	단위	2020	2021	2022	비고
보안	IT 정책 및 보안 감사 주기	N/A	연1회	연1회	연1회	
	임직원 대상 데이터 안전 및 보안 관련 교육 시간	시간	1	1	1	
	정보보안사고 건 수	건	0	0	0	
	개인 식별 정보(PII) 관련 비율	%	-	-	-	
	영향 받은 고객 수	명	-	-	-	
	IT 보안 감사에 따른 개선과제 이행률	%	100	100	100	
사회공헌 투자	기부금액	백만	12,179	10,442	10,169	
	사회공헌 투입 비용 (매출액 대비 투입 비용)	%	0.09	0.07	0.07	
	사회공헌 프로그램별 참여 임직원 수	명	3,421	30,132	13,333	
	임직원 총 봉사활동 시간	시간	12,420	68,032	52,936	
이사회 운영	이사회 개최 횟수	회	13	22	15	
	이사회 내 인원 수	명	7	7	7	
	이사회 내 사외이사 수	명	4	4	4	
	이사회 내 여성 이사 수	명	0	1	1	
	이사회 등기이사 참석률	%	95.6	100	99	사내이사+사외이사
	이사회 사외이사 참석률	%	100	100	100	
	이사회 보수 총액	백만 원	4,088	4,475	4,797	
	사내이사 보수 총액	백만 원	3,800	4,169	4,509	
	사외이사 보수 총액	백만 원	288	306	288	
	이사회 논의 안건 수	건	54	70	56	
법규/자발적 규칙위반	공정거래 관련 법적 제재 건	건	0	0	0	과징금 기준
	노동법 위반으로 인한 벌금	원	0	0	0	
	규제 라벨링 및/또는 마케팅 코드를 준수하지 않은 사건 수	건	-	-	-	

이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

GRI CONTENT INDEX

4.2

Statement of use 이마트는 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일까지의 기간동안, 지속가능경영 내용을 보고함에 있어 GRI Standards 기준을 적용하여 해당 정보를 보고하고 있습니다.

GRI 1 used GRI 1: Foundation 2021

Applicable GRI Sector Standard(s) 현재 사용 불가능(2023년 6월 발간일 기준, 이마트가 해당되는 유통업의 기준서가 발표되지 않음)

일반표준

Category	Index	Indicator	Page	비고
조직 및 보고 관행	2-1	조직 정보	8, 13	
	2-2	보고서 내 주체	2, 103-109	
	2-3	보고주기, 빈도, 문의처	2, 132	
	2-4	정보수정	41, 45, 46, 110-111	전년대비 상이한 데이터는 주석에 별도 명시
	2-5	외부 검증	130-131	
활동 및 근로	2-6	활동, 가치사슬, 기타 비즈니스 관계	8, 9, 12	
	2-7	임직원	116	지역별로 집계하고 있지 않음
지배구조	2-9	거버넌스 구조 및 요소	90, 기업지배구조보고서29-44	
	2-10	최고 거버넌스 임명 및 선정	91, 기업지배구조보고서29-44	
	2-12	영향 관리에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	이마트 홈페이지	⊕ 지배구조 - 이사회 구성
	2-13	영향 관리를 위한 책임 위임	기업지배구조보고서55-60	
	2-14	지속가능성 보고에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	34, 기업지배구조보고서 57-58	
	2-16	중요사항 보고	이마트 홈페이지	⊕ 지배구조 - 이사회 운영
	2-17	최고 거버넌스 기구의 종합적 지식	90	
	2-19	보수 정책	사업보고서430-435, 기업지배구조보고서46, 59-60	
	2-20	보수 결정 절차	기업지배구조보고서 59-60	

이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

GRI CONTENT INDEX

4.2

일반표준

Category	Index	Indicator	Page	비고
전략, 정책 및 관행	2-22	지속가능 개발 전략에 관한 성명서	4-5	
	2-23	정책 이행 약속	70, 75, 92	
	2-24	정책 약속 내재화 방법	70, 71, 75	
	2-25	부정적 영향 저감 프로세스	72, 75, 92	
	2-26	자문과 신고를 위한 매커니즘	75, 93	
	2-27	법률 및 규정 준수	112, 119	
	2-28	가입 협회	129	
이해관계자 참여	2-29	이해관계자 참여 방식	37	
	2-30	단체 협약	75	가입비율은 대외비로 데이터 공개 어려움

Material Topics

중요이슈

Category	Index	Indicator	Page	비고
중대 토픽	3-1	중요 주제 결정 절차	35	
	3-2	중요 주제 목록	36	

경제 표준

Category	Index	Indicator	Page	비고
GRI 205: 반부패	3-3	중요 주제 관리	89, 92-93	
	205-1	사업장 부패 위험 평가	92	
	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	92-94	지역별로 집계하고 있지 않음
	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	119	부패 관련 해당사항 없음
GRI 206: 경쟁저해행위	3-3	중요 주제 관리	89, 92-93	
	206-1	경쟁저해행위, 독과점 등 불공정한 거래행위에 대한 법적 조치	119	

이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

GRI CONTENT INDEX

4.2

환경 표준

Category	Index	Indicator	Page	비고
GRI 301: 원재료	3-3	중요 주제 관리	39, 45, 54, 61-68, 114	
	301-1	사용된 원료의 중량과 부피	-	해당 사항 없음
	301-2	사용된 원료 중 재생 원료의 투입	-	해당 사항 없음
	301-3	제품 및 포장재 재생 원료	45, 66-67	
GRI 302: 에너지	3-3	중요 주제 관리	39, 41-43	
	302-1	조직 내부 에너지 소비	41, 110	
	302-2	조직 외부 에너지 소비	-	데이터 측정 및 관리하고 있지 않음
	302-3	에너지 집약도	41, 110	
	302-4	에너지 소비 절감	42, 110	
GRI 305: 배출	302-5	제품 및 서비스의 에너지 요구량 감축	42-43	
	3-3	중요 주제 관리	39, 40-41	
	305-1	직접 온실가스 배출량(Scope 1)	41, 110	
	305-2	간접 온실가스 배출량(Scope 2)	41, 110	
	305-3	기타 간접 온실가스 배출량(Scope3)	-	Scope 3 기준 미수립
GRI 306: 폐기물	305-4	온실가스 배출 집약도	41, 110	
	305-5	온실가스 배출 감축	42	신규 사업장 오픈 등으로 온실가스 총 배출량은 증가하였으나, 배출 집약도는 감소하였으며, 지속적인 감축활동 추진
	3-3	중요 주제 관리	39, 45-47	
	306-1	폐기물 발생 및 폐기물 관련 중대한 영향	45	
	306-2	폐기물 관련 중대한 영향 관리	45, 111	
	306-3	폐기물 발생	45, 111	폐기물 유출사고 없음
	306-4	폐기물 재활용	45-46, 111	
	306-5	폐기물 처리	-	폐기물 유출로 인해 영향을 받는 지역 없음

이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

GRI CONTENT INDEX

4.2

사회 표준

Category	Index	Indicator	Page	비고
GRI 401: 고용	3-3	중요 주제 관리	69, 116-117	
	401-1	신규채용과 이직	116	지역별로 집계하고 있지 않음
	401-2	비정규 직원 혹은 파트타임 직원에게는 제공되지 않는 정규직 직원 대상의 보상	82	대외비로 공개 불가
	401-3	육아휴직	117	
GRI 404: 훈련 및 교육	3-3	중요 주제 관리	69, 79-82, 117	
	404-1	임직원 1인당 평균 교육 시간	117	성별/계약형태별 별도 집계하지 않음
	404-2	임직원 역량 강화 및 전환 지원을 위한 프로그램	79-82	
	404-3	정기적으로 성과 및 경력 개발 검토를 받는 직원 비율	117	
GRI 405: 다양성과 기회균등	3-3	중요 주제 관리	69, 90, 116	
	405-1	거버넌스 기구 및 임직원 다양성	90, 116	
	405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	-	대외비로 공개 불가
GRI 416: 고객 안전보건	3-3	중요 주제 관리	54, 55-57	
	416-1	제품 및 서비스군의 안전보건 영향 평가	55-57	검증결과 개선 사항은 내부 프로세스에 의거하여 개선 완료함
	416-2	제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건	112	

Non-material Topics

경제 표준

Category	Index	Indicator	Page	비고
GRI 201: 경제성과	201-1	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	105-109	
GRI 203: 간접경제효과	203-1	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원활동	96-101	

이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

GRI CONTENT INDEX

4.2

환경 표준

Category	Index	Indicator	Page	비고
GRI 303: 용수 및 폐수	303-5	용수 사용량	46, 110	용수 리스크 위험 지역 내 위치하는 사업장 없음

사회 표준

Category	Index	Indicator	Page	비고
GRI 403: 산업안전보건	403-1	산업안전보건 관리시스템	24-27, 70-74	
	403-2	위험 파악, 위험 평가 및 사고 조사	71-72	
	403-3	산업안전보건 서비스	24-27	
	403-4	산업안전보건에 대한 근로자 참여 및 커뮤니케이션	24-27, 70-74	
	403-5	산업안전보건에 대한 근로자 훈련	73	
	403-6	근로자 건강 증진	24-27, 82	
	403-7	비즈니스 관계로 직결된 산업안전보건 영향 예방 및 완화	72	
	403-8	산업안전보건 관리시스템의 적용을 받는 근로자	70-74	
GRI 413: 지역사회	413-1	지역사회 참여, 영향 평가 그리고 발전프로그램 운영 비율	96-101	
GRI 417: 마케팅 및 라벨링	417-2	제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건	119	
	417-3	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규정 위반	119	
GRI 418: 고객정보보호	418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	119	

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

SASB INDEX

4.3

SASB (Sustainability Disclosure Topics & Accounting Metrics) - Food Retailers & Distributors

Topic	Code	Accounting Metric	구분	단위	포함 여부	보고 페이지
에너지 관리	FB-FR-130a.1	(1) 운영 에너지 소비, (2) 그리드(grid) 전력 비율, (3) 재생 가능 에너지 비율	정량적	GJ, %	●	41-44
음식물 쓰레기 관리	FB-FR-150a.1	발생된 음식물 쓰레기의 양, 폐기물 흐름에서 재사용된 비율	정량적	톤, %	●	45
데이터 보안	FB-FR-230a.1	(1) 데이터 침해 수, (2) 개인 식별 정보(PII) 관련 비율, (3) 영향을 받는 고객 수	정량적	건, %	●	119
	FB-FR-230a.2	데이터 보안 위험을 식별하고 해결하기 위한 접근 방식에 대한 설명	논의 및 분석	N/A	●	95
식품 안전	FB-FR-250a.1	고위험 식품안전 위반율	정량적	%	●	112
	FB-FR-250a.2	(1) 리콜 수, (2) 리콜된 제품 수, (3) 자가 상표 제품인 리콜된 제품의 비율	정량적	수, %	●	112
제품 건강 및 영양	FB-FR-260a.1	건강 및 영양 특성을 홍보하기 위해 라벨이 부착 및/또는 판매되는 제품의 수익	정량적	원	●	65, 115
	FB-FR-260a.2	소비자의 영양 및 건강 문제와 관련된 제품 및 성분을 식별하고 관리하는 프로세스에 대한 논의	논의 및 분석	N/A	●	55-57
노동 관행	FB-FR-310a.4	(1) 노동법 위반 및 (2) 고용 차별과 관련된 법적 절차로 인한 총 금전적 손실액	정량적	원	●	119
공급망의 환경 및 사회적 영향 관리	FB-FR-430a.1	환경 또는 사회적 지속 가능성 소싱 표준에 대해 제3자 인증을 받은 제품의 수익	정량적	원	●	62-64, 113-114
	FB-FR-430a.3	동물 복지를 포함한 공급망 내 환경 및 사회적 위험 관리 전략 논의	논의 및 분석	N/A	●	63-64
	FB-FR-430a.4	포장이 환경에 미치는 영향을 줄이기 위한 전략 논의	논의 및 분석	N/A	●	66-68

SASB (Activity Metrics) - Food Retailers & Distributors

Accounting Metric	Code	구분	단위	포함 여부	보고 페이지
(1) 소매점 및 (2) 유통 센터 수	FB-FR-000.A	정량적	개	●	12-14

UN SDGs

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.4

UN Sustainable Development Goals

대분류	UN SDG Goals	보고 위치	이마트 활동
	Goal 1 1. 빈곤퇴치 - 모든 곳에서 모든 형태의 빈곤 종식	사회책임 _ 사회적가치 창출 제고	<ul style="list-style-type: none"> 지역사회 공헌 활동: 희망배달 캠페인, 피코크 봉사단, 희망 나눔, 이재민 긴급 지원, 미판매 신선식품 기부 어린이를 위한 사회공헌 활동: 키즈라이브러리, 결연 아동 후원, 환아 지원
	Goal 2 2. 기아종식 - 기아 종식, 식량 안보와 개선된 영양상태의 달성, 지속 가능한 농업 강화	사회책임 _ 사회적가치 창출 제고	<ul style="list-style-type: none"> 지역사회 공헌 활동: 희망배달 캠페인, 피코크 봉사단, 희망 나눔, 이재민 긴급 지원, 미판매 신선식품 기부 동반성장형 사회공헌: 우리 땅에서 나온 지속가능한 상품의 개발 '국산의 힘', '재발견 프로젝트'와 '지역상품 물산전'
	Goal 3 3. 건강과 웰빙 - 모든 연령층을 위한 건강한 삶 보장과 복지 증진	지속가능 상품 _ 지속가능상품 유통	<ul style="list-style-type: none"> 친환경상품: 환경성적인증/저탄소 상품 확대, 자연주의 브랜드 개편 원재료/소싱: 제3자 인증활용, 로드맵 개발 및 우선전환 가능 상품 선정 건강/안전: 건강과 안전을 위한 지속가능 상품 확대
		동반성장 _ 임직원 존중 Sustainability Highlights _ 안전보건 경영	<ul style="list-style-type: none"> 안전·보건 경영: 안전·보건 경영강화, e-care 센터 신설, ISO45001 전사 인증, 중대재해 위험 요인 평가 및 개선, 수급사 안전평가 시행
	Goal 4 4. 양질의 교육 - 모두를 위한 포용적이고 공평한 양질의 교육 보장 및 평생학습 기회 증진	동반성장 _ 임직원 존중 동반성장 _ 공급망 ESG관리	<ul style="list-style-type: none"> 인재경영: WoW 밸런스 리더십 교육을 비롯한 리더 육성 교육, 본사 및 점포 근무자 맞춤 직무 교육, ESG Play 및 인권/윤리교육, INNOSIGHT 특강, 퇴직예정자 재취업 지원 교육 협력사 지원: 동반성장 아카데미
		사회책임 _ 사회적가치 창출 제고 Sustainability Highlights _ 키즈라이브러리	<ul style="list-style-type: none"> 어린이를 위한 사회공헌 활동: 키즈라이브러리, 결연 아동 후원, 육아코칭 우리동네 아이케어
	Goal 5 5. 성평등 - 성평등 달성과 모든 여성 및 여아의 권익신장	동반성장 _ 임직원 존중 이마트 DATABOOK _ 여성임직원	<ul style="list-style-type: none"> 인권경영: 인권교육, 일과 가정의 양립 여성 임직원 비율 58.53%, 여성평균 근속연수 10.8년
	Goal 6 6. 물과 위생 - 모두를 위한 물과 위생의 이용가능성과 지속가능한 관리 보장	환경경영 _ 순환경제 구축 사회책임 _ 사회적가치 창출 제고	<ul style="list-style-type: none"> 수자원 사용 효율 제고: 우수와 중수 시스템 구축, 재활용 가플지우: 이달의 바다, 연안정화활동
	Goal 7 7. 깨끗한 에너지 - 적절한 가격에 신뢰할 수 있고 지속가능한 현대적인 에너지에 대한 접근 보장	환경경영 _ 기후변화 대응	<ul style="list-style-type: none"> 기후변화 대응: 태양광, 지역 등 신·재생에너지 사용, 업무용 차량 전기차 전환 완료, 냉동기 에너지 효율 제고
	Goal 8 8. 양질의 일자리와 경제성장 - 포용적이고 지속가능한 경제성장, 완전하고 생산적인 고용과 모두를 위한 양질의 일자리 증진	동반성장 _ 임직원 존중	<ul style="list-style-type: none"> 인재경영: 신선 직무자격제도, 직무 교육, 직급별 온보딩 프로그램, 다양한 복지제도
	Goal 9 9. 산업, 혁신과 사회기반시설 - 회복력 있는 사회기반시설 구축, 포용적이고 지속가능한 산업화 증진과 혁신 도모	지속가능 상품 _ 지속가능상품 유통	<ul style="list-style-type: none"> 상품 지속가능성 이니셔티브(PSI) 개발 및 현업 적용

UN SDGs

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.4

UN Sustainable Development Goals

대분류	UN SDG Goals	보고 페이지	이마트 활동
Goal 10	10. 불평등 완화 - 국내 및 국가 간 불평등 감소	사회책임 _ 사회적가치 창출 제고	<ul style="list-style-type: none"> 어린이를 위한 사회 공헌활동: 결연 아동 후원, 키즈라이브러리 & 희망장난감도서관 운영 지역사회 공헌 활동: 희망 나눔, 피코크 봉사단, 지역단체 마일리지
		이마트 DATABOOK _ 장애인 고용 현황	<ul style="list-style-type: none"> 장애인 고용 492명 (2022년 기준, 2.58%)
		지속가능 상품 _ 고객만족도 제고	<ul style="list-style-type: none"> 쇼핑약자를 위한 쇼핑환경 개선: 장애인용 쇼핑카트 및 롤링 바스켓 비치, 시각장애인 전용 전화상담채널 운영
Goal 11	11. 지속가능한 도시와 공동체 - 포용적이고 안전하며 회복력 있고 지속가능한 도시와 주거지 조성	사회책임 _ 사회적가치 창출 제고	<ul style="list-style-type: none"> 어린이를 위한 사회 공헌활동: 옐로 카펫, 키즈라이브러리 운영 피코크 봉사단 국산의 힘과 재발견 프로젝트 노브랜드 상생스토어
Goal 12	12. 책임감있는 소비와 생산 - 지속가능한 소비와 생산 양식의 보장	환경경영 _ 순환경제 구축	<ul style="list-style-type: none"> 순환경제 구축: 자원 순환형 스트레치필름 생산, 스타벅스 커피박 퇴비화, 녹색구매
		지속가능 상품 _ 지속가능상품 유통	<ul style="list-style-type: none"> 지속가능 상품 유통: PSI 개발, 친환경 상품 확대, 원재료 및 소싱 관련 인증 상품 관리, 건강과 안전 상품 강화, 지속가능한 포장
		환경경영 _ 친환경 소비문화 확산	<ul style="list-style-type: none"> tomorrow 3대 캠페인: 리필매장, 비닐 쇼핑백 없는 점포, 모바일 영수증제도 운영 탄소중립포인트 적립, 친환경상품 전문코너 운영, 녹색 소비주간 참여"
Goal 13	13. 기후변화 대응 - 기후변화와 그로 인한 영향에 맞서기 위한 긴급 대응	환경경영 _ 기후변화 대응	<ul style="list-style-type: none"> 기후변화 대응 전략: Net Zero 기후변화 대응 전략 및 로드맵 구축 온실가스 배출 관리: 온실가스 인벤토리 구축, 에너지 절약 전문기업(ESCO) 사업 추진, 신·재생에너지 사용, 녹색매장 운영, 어스데이 소동행사,, 전기차 충전 인프라 확대
Goal 14	14. 해양 생태계 - 지속가능발전을 위한 대양, 바다, 해양자원의 보전과 지속가능한 이용	환경경영 _ 친환경 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> 가플지우 (가져와요 플라스틱, 지켜가요 우리바다)
Goal 15	15. 육상 생태계 - 육상생태계의 지속가능한 보호·복원·증진, 숲의 지속가능한 관리, 사막화 방지, 토지황폐화의 중지와 회복, 생물다양성 손실 중단	환경경영 _ 친환경 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> Forest Tomorrow: 나무 심는 화장지, 이마트 나무 심기 캠페인, 내일의 숲 조성
Goal 16	16. 평화, 정의와 제도 - 지속가능발전을 위한 평화롭고 포용적인 사회 증진, 모두에게 정의를 보장, 모든 수준에서 효과적이며 책임감 있고 포용적인 제도 구축	동반성장 _ 임직원 존중 사회책임 _ 공정거래, 반부패/윤리경영 실현	<ul style="list-style-type: none"> 인권경영: 인권정책, 인권영향평가, 사내 고충처리제도 공정거래, 반부패/윤리경영 실현: 반부패/윤리경영 교육, 공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영
Goal 17	17. UN SDGs 실천을 위한 파트너십 - 이행수단 강화와 지속가능발전을 위한 글로벌 파트너십의 활성화	환경경영 _ 기후변화 대응 환경경영 _ 친환경 프로그램 지속가능 상품 _ 지속가능상품 유통	<ul style="list-style-type: none"> 기후변화 이니셔티브 참석: CDP 가입 및 공시 준비 가플지우: 테라사이클, 해양환경공단 등 18개 파트너사 협업 PSI: WWF 협업

온실가스 검증의견서

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.5

MOC-23-131

온실가스 배출량 검증 의견서

㈜이마트

☑ 검증 범위
 한국표준협회는 ㈜이마트의 온실가스 배출량 명세서의 직접배출(Scope1) 및 간접배출(Scope2)에 대한 검증을 실시하였습니다.

☑ 검증 기준 및 지침
 한국표준협회는 다음의 기준 및 지침에 따라 검증을 수행하였습니다.
 · 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부고시 제2022-279호)
 · ISO 14064-1, 3 : 2006
 · 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse gas Inventories

☑ 검증수준
 ㈜이마트의 온실가스 배출량에 대한 중요성 평가 결과 합리적 보증수준 (총배출량의 ±2.5% 미만)을 만족하고 있습니다.

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

●2022년 온실가스 배출량(Scope1, Scope2)

연도	직접	간접	총량
2022년	32,755.717	509,009.192	541,669

* 참고 : 온실가스 배출량은 사업장별로 소수점단위 이하를 절사하여 합산하므로 통류별 배출량 합계와 차이가 있습니다.
 * 본 배출량은 배출권을 제출하는 비용 정산 배출량으로 적용한 배출량임.

2023년 07월 06일

한국표준협회장

MOC-23-131

GHG Verification Opinion

EMART Inc.

☑ Verification Scope
 Korean Standards Association has conducted verification for GHG emissions based on GHG report provided by EMART Inc. which includes Scope1 and Scope2 emissions.

☑ Verification Standards and Guidelines
 To conduct verification activities, verification team applied verification standards and guidelines. The standards and guidelines are as follows.
 · Guidance for reporting and verification of GHG emissions trading scheme (No. 2022-279 provided by Ministry of Environment, Republic of Korea)
 · ISO 14064-1, 3 : 2006
 · 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories

☑ Level of Assurance
 EMART Inc.'s GHG emissions satisfies the under Reasonable Assurance(less than ±2.5% of total emissions).

☑ Verification Conclusion
 As a result of verification activities, verification team has found no significant errors, omissions, and misstatements. Therefore, Korean Standards Association confirms that following emissions data are adequately quantified.

●2022 Emissions(Scope1, Scope2)

Year	Scope 1	Scope 2	Total
2022	32,755.717	509,009.192	541,669

* Decimal place is not considered when calculating the emission of each workplace.
 * The emissions verified by KSA are the amount of emissions against the cost for settlement submitting the emission credits.

July 6, 2023

KOREAN STANDARDS ASSOCIATION

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

가입협회 및 수상내역

가입협회

대한상공회의소(서울)
유통산업연합회
한국경영자총협회
한국체인스토어협회

사회공헌 파트너십 구축기관

경기사회복지협의회
대구사회복지협의회
대중소기업농어업협력재단
대한적십자사
대한축구협회
북한이탈주민지원재단
사단법인 함께하는 한숲
사회복지공동모금회
서울사회복지협의회
성동구자원봉사센터
아이들과미래재단
전국재해구호협회
초록우산어린이재단
한국백혈병어린이재단
함께일하는 재단

2022년 주요 수상내역

상장/표창 내용	시상일	시상자(기관명)
행정안전부장관 표창, 승강기 안전관리에 이바지한 공로	2022.11.08	행정안전부장관
환경부 감사패, 탄소중립 실천문화 확산에 기여한 공로	2022.12.13	환경부장관
광주광역시장 표창, 재난취약시설 안전관리에 기여한 공로	2022.12.28	광주광역시장
농림축산식품부장관 표창, 농산물우수관리(GAP)제도 활성화를 통하여 농식품 소비정책 발전에 기여한 공로	2022.12.30	농림축산식품부장관
농림축산식품부장관 표창, 농산물 유통시책을 적극추진 농식품 산업 발전에 이바지한 공로	2022.12.30	농림축산식품부장관
해양수산부장관 표창, 해양수산업 발전에 노력, 어촌양식 발전에 기여한 공로	2022.12.30	해양수산부장관
경기도지사 표창, 농수산물 안전관리를 위한 헌신적인 노력, 안전 먹거리 공급에 기여한 공로	2022.12.30	경기도지사

제3자 검증의견서

(주)이마트 경영진 및 이해관계자 귀중

NICE평가정보(이하 ‘검증인’)는 (주)이마트(이하 ‘이마트’)로부터 ‘이마트 2022 지속가능경영보고서(이하 ‘보고서’)에 대한 독립적인 검증 제공을 요청받았습니다. 본 보고서에 수록된 모든 정보 및 주장에 대한 책임은 이마트에 있고, 이마트가 보고서에 공시한 데이터와 정보에 기반한 검증 결과의 독립적 의견서로 작성되었습니다.

검증 기준 및 범위

검증은 국제검증기준인 AA1000AS v3 검증표준을 적용하였고 Type 2 유형과 Moderate 수준으로 수행하였습니다. 또한 GRI Standards 2021에 따른 작성(reporting in accordance with the GRI Standards)에 대한 검토가 포함되었습니다.

- AA1000AP(2018) 포괄성(Inclusivity), 중대성(Materiality), 대응성(Responsiveness), 영향성(Impact) 검토
- 보고자료 및 성과지표의 신뢰성 검토
- GRI Standards 2021 보고 원칙 검토
- GRI Standards 2021 준수(Reporting in accordance with the GRI Standards) 수준 검토

중대성 평가를 통해 도출된 중요 주제와 연결된 GRI Standards 2021의 주제별 표준 Topic Standards는 다음과 같음을 확인하고 검증하였습니다.

Topic Standard			
No.	중요 주제	해당지표	보고지표
1	탄소중립	GRI 302, 305-1~5	GRI 302-1~4, 305-1~2, 305-4~5
2	재활용 활성화	GRI 301, 306	GRI 301-3, 306
3	제품 안전 및 품질	GRI 416	GRI 416
4	소비자 만족도	Non-GRI	N/A
5	내부 노동관리	GRI 401, 404, 405	GRI 401-1, 401-3, 404, 405-1
6	공정거래/반부패	GRI 205, 206	GRI 205-2~3

검증 대상 및 방법

검증인은 상기 기술된 검증기준에 따라 해당 대상을 다음과 방법으로 검증을 진행하였습니다.

- 보고서에 수록된 내용에 대한 품질 검토
- 핵심 이슈의 선정 방법 및 결과의 적합성 확인을 위한 중대성 평가 프로세스 검토
- 보고서에 수록된 주장, 약속, 계획에 관련된 담당자와의 인터뷰
- 보고서에 수록된 정보의 신뢰성 확인을 위한 공시자료(사업보고서, 홈페이지 등) 검토
- 보고된 성과에 대한 데이터 생성, 관리, 보고 과정 등 내부 관리 시스템 검증
- 도출된 중대 이슈와 연관된 보고자료 신뢰성 및 성과지표 검토
- 주요 데이터 및 정보에 대한 근거 적합성 확인을 위한 현장검증

제한사항

검증인은 상기의 검증 기준 및 범위에 따라 보고서에 기술된 정보를 다음과 같이 확인하였습니다. 보고된 데이터의 일부는 사업보고서 및 전자공시시스템 등 외부공시 출처를 확인하였으며, 현장검증 시 각 성과 담당자를 통한 근거 확인 및 인터뷰를 수행하였습니다. 이 과정은 이마트에서 제공한 관리 프로세스 및 데이터가 정확하다는 가정 하에 한정된 범위 내에서 진행하였습니다.

검증 결과 및 의견

검증을 수행한 결과, 검증인은 검증 기준 및 범위, 대상에 따른 방법에 근거하여 보고서에 수록된 정보 및 데이터에 있어 부적절한 부분을 발견하지 못했습니다. 각 원칙에 따른 검증인의 의견은 다음과 같습니다.

- **포괄성(Inclusivity)** 이마트는 경영 활동에 영향을 미치는 주요 이해관계자를 고객, 주주 및 투자자, 임직원, 협력사, 지역사회로 정의하고 그룹별 특성을 고려한 참여 프로세스를 구축하고 있습니다. 이러한 프로세스로 이해관계자의 의견을 청취, 수렴하여 경영에 반영하고 있음을 확인하였습니다.

제3자 검증의견서

4.7

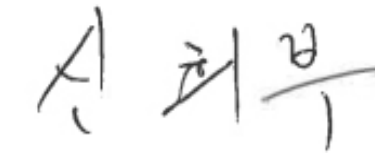
- 중요성(Materiality)** 이마트는 이슈 풀을 구성하여 국제표준, 정책 및 외부 평가지표, 벤치마킹, 미디어 분석 등 외부환경 분석과 내·외부 이해관계자 대상의 이슈 및 과제에 대한 설문조사 결과를 종합하여 이슈의 중요도를 파악하고 있습니다. 도출된 상위 6대 핵심 이슈는 보고서에 누락없이 반영되었음을 확인하였습니다.
- 대응성(Responsiveness)** 이마트는 고객만족도 조사 및 공식 SNS, WoW Talk, ESG PLAY, 협력사 소통채널(ecrt, eCdocu, eCvan), 노브랜드 상생스토어 등의 내·외부 소통 채널을 운영하면서 수렴된 의견을 관리, 대응하고 있습니다. 또한 이사회 산하 ESG위원회를 운영하여 ESG 현안에 대한 의사결정이 이루어지고 있음을 확인하였습니다.
- 영향성(Impact)** 이마트는 중요 주제들의 직·간접적인 영향을 파악하기 위해 정량지표를 설정하여 모니터링을 진행하고 있습니다. 조직의 활동이 이해관계자에게 미치는 영향을 고려하고 있으며, 중장기적인 관점에서 이해관계자에게 창출되는 가치를 분석 및 파악하고 있음을 확인하였습니다.
- 성과정보의 신뢰성** 검증인은 이마트의 중대이슈 중심의 데이터 샘플링과 근거 자료 등에 기반하여 성과 정보에 대한 신뢰성을 검증한 결과, 의도적인 오류나 잘못된 정보는 발견하지 못하였습니다.

- ESG 로드맵 설정 시 전체 혹은 과제별 목표치와 기간을 설정하여 이행을 구체화하고 달성 진도를 체크해 나갈 수 있도록 설정하시기 바랍니다.
- ESG 성과 관리에 대한 범위와 기준을 명확히하여 측정하고, 측정된 성과를 시계열로 관리해 나갈 것을 권고합니다.

적격성 및 독립성

이마트로부터 검증을 의뢰받은 NICE평가정보는 영국 어카운터빌리티사의 AA1000 라이선스 보유한 검증 기관입니다. 본 검증은 ESG에 대한 충분한 지식과 검증에 대한 전문성을 갖춘 검증팀에 의해 이루어졌으며, 보고서 작성에 관련된 업무는 수행하지 않았고 독립성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않습니다.

2023. 07. NICE평가정보 대표이사
신희부



권고 사항

검증인은 이마트가 최고의사결정기구인 이사회 산하 ESG위원회를 구성하고 컨트롤타워인 ESG추진사무국 그리고 ESG실무협의체 등 체계적인 ESG 거버넌스를 구축하여 대내외 ESG경영 요구에 선제적으로 대응하고 있는 점과 지속가능경영 비전 및 전략을 수립하여 선포하고, 4대 중점분야를 설정하여 관련한 핵심 아젠다 중심의 이행을 통해 지속가능경영 밸류체인 전반을 고려하고 있는 점을 높이 평가하며, 향후 개선을 위한 다음 내용을 권고합니다.

NICE평가정보(주)
NICE Information Service Co., Ltd.



보고서 제작에 도움을 주신 분들

이마트 DATABOOK
 GRI CONTENT INDEX
 SASB INDEX
 UN SDGs
 온실가스 검증의견서
 가입협회 및 수상내역
 제3자 검증의견서
 보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.8

제작 참여 부서

환경경영	지속가능상품	동반성장	사회책임경영	지배구조	기업정보 및 디자인	촬영(협조)
김효일	김서진	기민권	김동환	남현중	김나영	김상현
박종욱	문예지	박소영	김정원	이혜원	문성찬	김수정
송용환	민정기	이대웅	이지원		윤상민	김예은
안병조	박영균	이선기	이태규		윤여훈	김종현
이원희	박재선	이호빈	최영환		손효재	김태식
이지욱	박주현	임현중			장윤석	남준영
홍민수	변재민	하정엽			허진영	박상후
황제호	염은미	홍주호				박진원
	이대호					배선갑
	이주경					백지협
	이창현					양은서
	하윤정					이민서
						이선경
						이장미
						이지혜
						전병철
						정광석
						조성근
						차혁근
						최두혁
						최성운
						한동준

발간 정보

발간	㈜이마트(company.emart.com)
문의	이마트 ESG추진사무국(esgoffice@emart.com)
기획/제작	이마트 ESG담당
	이경희
	김동재
	이진원
	김동혁
	김원기
	김민수
	우병덕
	박소현
	삼성KPMG
박경수	
김도현	
박민탁	
김재림	
디자인	IM creative
	박숙경
	이정아
	노예지
작성	G&I커뮤니케이션즈
	김지윤

emart