2023 GS리테일 지속가능경영보고서

GREEN LIFE TOGETHER

GS 리테일

About This Report

보고서 개요

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

보고 기간

본 보고서는 2023년 1월 1일부터 2023년 12월 31일까지의 경제·환경·사회적 성과를 담고 있습니다. 일부 성과에 대해서는 2024년 3월까지의 정보를 수록하고, 중요 활동에 대해서는 2023년 1월 1일 이전의 내용 또한 포함하고 있습니다. 정량적 성과는 연도별 추세 파악이 가능하도록 최근 3개년(2021년~2023년) 수치를 작성하였습니다.

보고서 작성 기준

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

보고서 검증

본 보고서는 이해관계자에게 지속가능경영 활동을 더욱 투명하게 전달하고자 한국경영인증원(KMR)으로 부터 제3자 검증을 받았습니다. 적용된 검증 기준은 AA1000AS v3 Moderate Level, Type 2이며, 검증의견서는 본 보고서 111-112 페이지에서 확인할 수 있습니다.

보고 범위

GS리테일의 재무성과는 연결재무제표 기준, 비재무성과는 별도 기준의 ESG 경영활동 성과를 보고하였으며, 일부 환경 정성적 성과에 대해서는 GS네트웍스 등의 종속회사 성과가 포함되어 있습니다.

환경성과 보고 범위

사옥(자가,임차), 물류센터, 편의점/수퍼 직영점 등

지속가능경영보고서 담당

정책지원팀 ESG파트

Contact

GS리테일은 이해관계자 여러분의 의견을 적극 수렴하여 지속가능경영보고서에 담고자 합니다. 필요한 사항에 대해 아래 메일로 보내주시면 향후 2024년도 발간 보고서에 중대성 평가를 통해 해당 내용을 반영하도록 하겠습니다.

E-mail. esg@gsretail.com

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

Contents

01

Overview
05 CEO Message
06 GS리테일 At a Glance
10 Our Business

02

Sustainability Strategy
13 GS리테일 ESG 전략
16 Sustainable Value Chain
17 2023-2024 ESG 하이라이트
20 이중중대성 평가
23 이해관계자 참여

03

TCFD Report
25 지배구조
26 전략
34 위험 관리
35 지표 및 감축 목표

04

Sustainability Progress
37 **Environmental**
38 Green Value-chain
44 Green Product
47 Green Store
52 **Social**
53 Together with Employees
64 Together with Partners
72 Together with Customers
82 Together with Communities
87 **Governance**
88 투명한 지배구조
91 정도경영
93 준법경영
94 리스크 관리

05

Appendix
97 ESG Performance Data
106 SASB Index
107 GRI Standards Index
109 UN SDGs 연계활동
110 온실가스 검증의견서
111 제3자 검증의견서
113 지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들
113 이니셔티브 및 협회 가입 현황
113 수상 내역

OVERVIEW

05 CEO Message
06 GS리테일 At a Glance
10 Our Business

CEO Message

존경하는 이해관계자 여러분,
GS리테일에 언제나 변함없는 신뢰와 성원을 보내주셔서 감사합니다.

2023년 발표된 IPCC 6차 보고서에서는 가까운 미래에 지구온도가 산업혁명 이전 대비 1.5도상승하게 될 것이라는 전망을 내놓았으며, 우리는 매년 거세지는 태풍과 폭염으로 기후 변화를 체감하고 있습니다. 이러한 환경의 변화는 글로벌을 비롯한 국내에서도 모두가 함께 극복해야 할 과제임을 인식하는 동시에 기업에는 책임과 규제로 다가오고 있습니다. 이제 기업은 기업의 생존을 위해 환경을 비롯해 기업의 사회적책임을 다하는 지속가능경영을 필수 경영 요소로 삼아야 합니다.

GS리테일은 2021년 지속가능경영성과를 담은 보고서를 첫 발간하고 2021년 이사회 산하 ESG위원회를 설치하여 ESG경영의 체계를 마련한 후, 임직원이 한 마음으로 지속가능한 GS리테일의 성장을 위해 노력해왔습니다. 그 결과로 3년 연속 ESG평가에서 3년연속 통합등급 A를 획득하기도 했습니다. 올해로 4년차를 맞은 지속가능경영보고서에는 환경경영 활동과 사회책임 활동을 비롯해 투명한 기업 운영을 위한 노력의 성과와 향후 계획들이 담겨져 있습니다. 유통회사로서 기업이 가져야 할 자원순환의 책임을 다하기 위해, 폐가전을 재활용해 기부활동을 하였으며 이로 인해 환경부 장관상을 2년 연속 수상하기도 했습니다. 또한, 협력사와 가치있는 같이 성장을 위해 동반성장 활동을 확대하고 임직원이 한 마음으로 준법경영을 실천할 수 있도록 준법경영 체계를 구축하고 ISO37301 인증을 획득하기도 했습니다.

GS리테일은 어려운 경영환경 속에서도 사업전략을 가다듬고 본연의 유통업무 분야에 집중하고자 노력하고 있습니다. 편의점은 역슈링크플레이션 상품인 혜자도시락, 점보라면 등을 내놓아 고객들의 인기를 끌고 있으며, 적자를 이어오던 수퍼는 체인오퍼레이션 도입과 사업구조 혁신을 통해 턴어라운드는 물론 업계 1위를 달성하였습니다. 홈쇼핑은 고객의 모바일 이용패턴 변화에 발빠르게 대응해 숏폼을 활용한 숏픽 서비스를 런칭해 차별화된 고객 경험을 제공하고 있습니다. 지속가능한 성장을 위한 ESG경영활동이 우리들의 오늘을 밝힐 재무적인 성과로 빛을 발하고 내일을 밝히는 자양분이 될 수 있도록 그 활동을 지속해가겠습니다.

여러분의 지속적인 관심과 성원에 깊이 감사드리며, GS리테일의 앞으로의 여정에도 많은 격려와 응원을 부탁드립니다.
감사합니다.

2024년 6월
GS리테일 대표이사 부회장 **허 연 수**

GS리테일 At a Glance

Company Profile

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

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

일반 현황

기업명	GS리테일
설립일	1971년 2월
대표이사	허연수[1]
신용등급(회사채)	AA (한국신용평가)
주요사업	소매유통업
소재지	서울특별시 강남구 논현로 508 GS타워

1) 2024년 3월 21일부로 단독대표로 변경되었음

주요 재무성과

(단위: 억 원, 2023년 12월 31일 기준)

매출액	116,125
영업이익	3,940

GS리테일 At a Glance

기업 연혁

1971~1994

종합유통사로의 도약

1971 · 금성전공 설립
1974 · 럭키수퍼 1호점 개점
1975 · 희성산업㈜로 상호변경
1978 · 금성사 광고부문 인수
1980 · 럭키체인㈜ 합병
1990 · LG25 1호점 개점
1991 · ㈜LG유통으로 상호 변경
1992 · LG백화점 1호점 개점
1994 · 한국홈쇼핑 설립

1995~2002

새로운 유통업 강자로의 발돋움

1995 · 대한민국 최초 TV홈쇼핑 개시
1996 · LG마트 1호점 개점
2000 · 종합 인터넷 쇼핑몰 오픈
2002 · LG그룹 유통3사 통합
· LG25 1,000호점 개점
· 월간조선 '한국의 50대 기업' 선정

2004~2009

업계 최고 경쟁력 확보

2004 · 헬스&뷰티 전문기업
· GS왓슨스 설립
· GS리테일로 사명변경
2005 · GS25 2,000호점 돌파
· 홈쇼핑 전용 물류센터 개소
2006 · 즉석식품 제조 전문회사
· 통합 브랜드 GS SHOP 출범
2009 · ㈜후레쉬서브 설립

2009~2018

글로벌 시장진출

2009 · GS SHOP 인도시장 진출
2011 · GS SHOP 태국시장 진출
2012 · GS리테일 중소파트너사
· 동반성장 세미나 진행
· GS SHOP 중국, 베트남,
· 인도네시아 시장 진출
2014 · 말레이시아 시장 진출
2016 · 통합PB 브랜드 론칭
2018 · GS25 베트남 점포 오픈

2019~2020

라이프스타일 플랫폼으로의 확대

2019 · '늘봄스토어' 오픈
· 알뜰형 수퍼 오픈
· 친환경 배송서비스 도입
2020 · 드론 배송 시범서비스 진행
· 배달플랫폼 '우딜' 론칭
· '내일스토어'오픈
· 유기농 전문몰 '달리살다' 오픈

2021~현재

온·오프라인 통합 플랫폼으로의 도약

2021 · GS25 몽골 진출
· ESG추진위 출범
· 업계 최초 ISO14001·9001 동시 인증
· GS리테일-GS홈쇼핑 합병
2022 · 쿠캣 지분 인수
· 서울시 아동급식카드 온라인 결제 시스템 론칭
· 통합 유료 멤버십 서비스 '프라임 멤버십' 론칭
· 700만불 수출의 탑 수상
2023 · GS25 편의점 업계 최초 한국ESG기준원 환경분야 평가 A+ (매우 우수) 획득
· 글로벌 GS25, GS더프레시 500호점 돌파

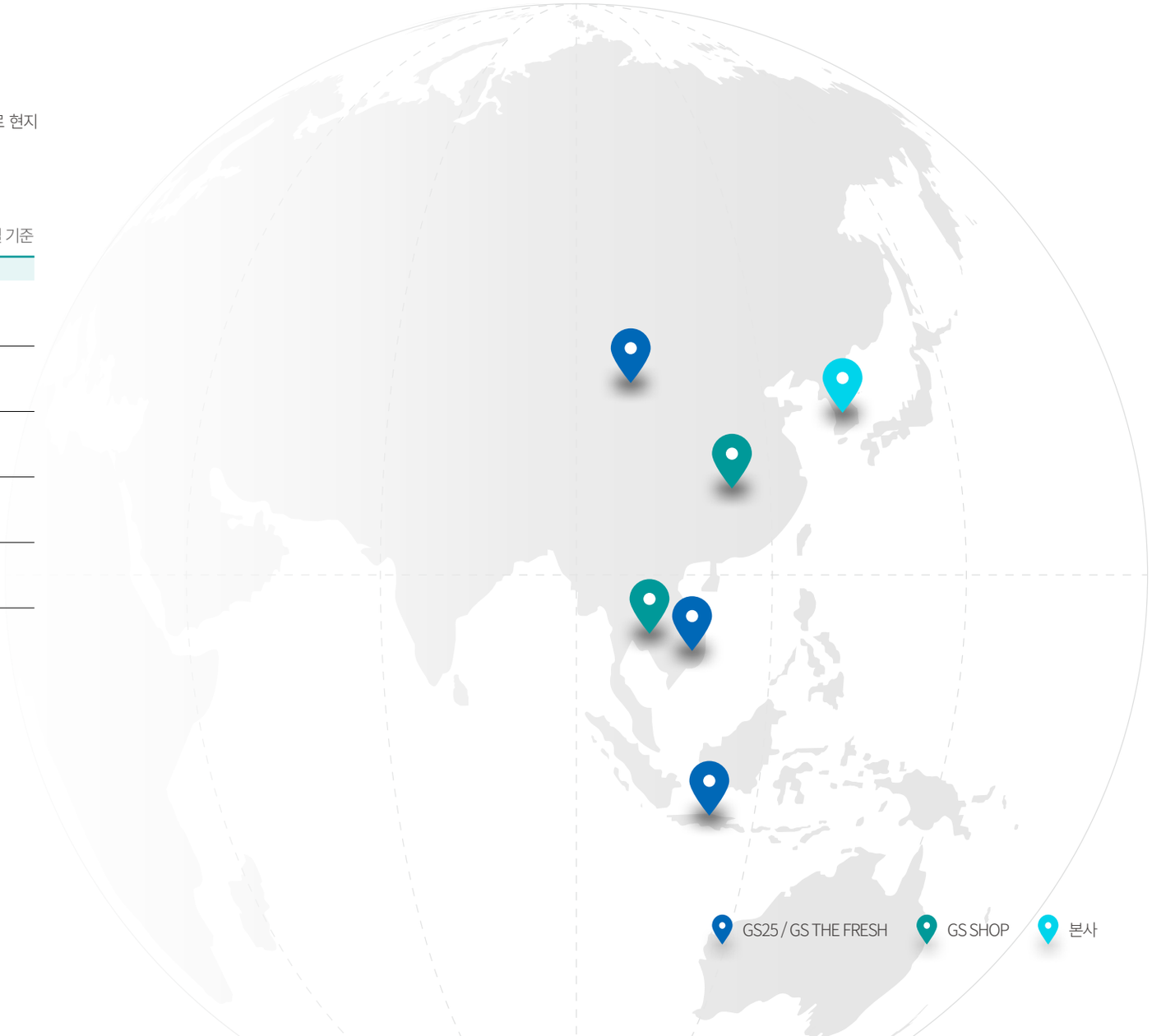
GS리테일 At a Glance

글로벌 네트워크

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

2023년 12월 31일 기준

구분	지역	비고
GS25	베트남	호치민 및 호치민 근교 / 244점
	몽골	울란바토르 / 272점
GS THE FRESH	인도네시아	자카르타 / 9점
GS SHOP	HUMAI (중국)	중국 내 홈쇼핑 사업 영위 가능한 라이선스 보유 사업자와 합작
	TRUE GS (태국)	태국 재계 1위 그룹으로, 합작사 주주인 TRUE VISION은 최대 유료 방송사업자



GS리테일 At a Glance

Mission & Vision

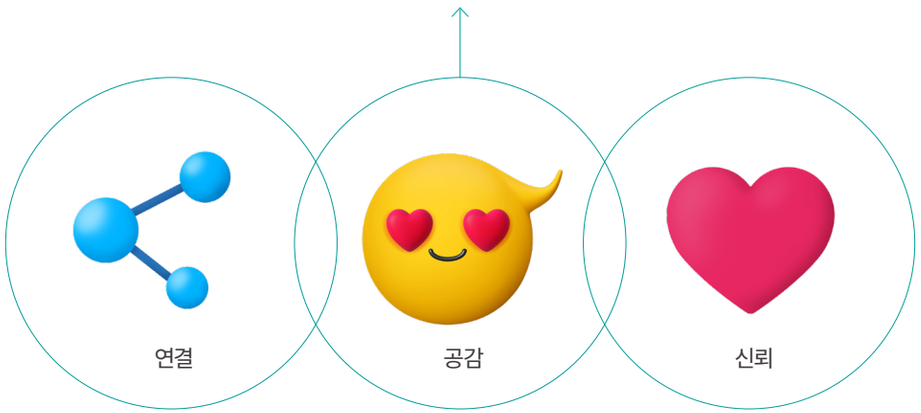
GS리테일 가치체계

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

GS경영이념: **고객과 함께 내일을 꿈꾸며 새로운 삶의 가치를 창조한다.**

GS리테일의 약속: 진심을 담은 서비스와 공감의 디지털 기술로 당신만의 더 나은 일상을 함께 합니다.

우리의 비전: 고객의 모든 경험을 연결하고, 데이터로 공감하며, 상품과 서비스로 신뢰받는 플랫폼



연결	공감	신뢰
고객의 모든 경험을 연결하는 플랫폼	데이터로 고객을 공감하는 플랫폼	상품과 서비스로 신뢰 받는 플랫폼

GS Value & GS Way

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

GS Value

Fair	Friendly	Fresh	Fun
공정함을 지키고, 사회와 환경에 기여합니다.	다양성을 인정하고 서로를 존중합니다.	창의와 도전을 장려하여 회사와 개인이 함께 성장합니다.	유연하고 자율적인 환경에서 즐겁게 일합니다.

GS Way

1 **고객 최우선**	모든 생각과 의사결정의 기준은 고객입니다.
2 **트렌드 선도**	트렌드를 감지하고 고객이 느끼는 차이를 만듭니다.
3 **최고 지향 목표 설정**	적당한 타협보다 가슴 설레는 목표를 지향합니다.
4 **데이터 중심 의사결정**	근거는 언제나 데이터로부터 찾습니다.
5 **신속한 판단과 실행**	신속히 판단하고 즉시 실행합니다.
6 **적극적인 소통과 협업**	소통으로 시작해서, 협업으로 완성합니다.
7 **비효율 개선**	익숙한 비효율은 바로 개선합니다.
8 **기본에 충실**	핵심에 다가가기 위해 본질에 집중합니다.

Our Business

사업소개 및 주요 성과

GS25

GS25는 대한민국 최초의 토종 편의점 브랜드로 지난 30년간 한국인이 가장 좋아하는 '국민 편의점' 으로 성장하였습니다. 업계의 표준이 되는 '차별화된 상품과 서비스', 프랜차이즈 상생 경영 및 협력 업체와의 파트너십에 기반한 '동반성장'의 가치를 실천하며 대한민국 No.1 편의점으로서의 책임을 다하고 있습니다.

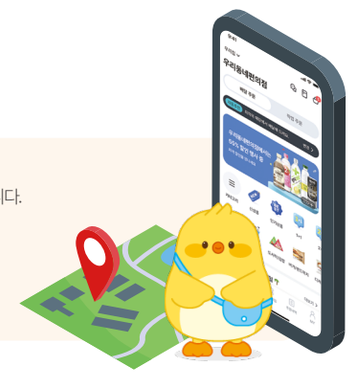
주요 사업 성과

- 국내 편의점 최초 연간 취급액 10조 돌파
- 국내 17,000호점 오픈, 글로벌 500호점 오픈(베트남, 몽골)
- 업계 최초 동반성장지수 '최우수' 달성(20-21년)
- '한국산업의 고객만족도(KCSI)' 21년 연속 1위, '한국서비스 품질지수(KS-SQI)' 1위 총 20회 수상
- YOUUS, CAFE25 등 업계를 선도하는 PB상품 및 브랜드 지속 출시
- 우리동네GS 앱 사용자 280만(MAU), SNS구독자 175만명
- 배달, 와인25+, 반값택배 등 O4O(Online for Offline) 서비스 확대

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

주요 사업 성과

- GS 주문건과 뷰티스토어, 프랜차이즈 푸드, 꽃 배달 등의 제3자 물류(3PL) 배달 확대 진행
- 전국 오프라인 점포 15,802점[1] 배달/픽업 운영으로 O4O 시너지 확대



1) 편의점 15,371점, 수퍼 431점

GS THE FRESH

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

주요 사업 성과

- 1,447,599 백만 원 매출액 기록
- 431개 수퍼마켓 운영
- GS더프레시 가맹 사업 점포 수 확대 및 우리동네 GS와 연계한 주문 배달 및 픽업 서비스 제공을 통한 고객의 접근성 제고
- 농·축·수산물, 유제품 및 즉석 간편식과 PB상품 '리얼프라이스' 등의 고객 맞춤 상품 지속 출시
- 한국서비스품질지수(KS-SQI)대형 슈퍼마켓 부문 8년 연속 1위
- 수산식품 민간 참여 이력제 시범사업 업무협약 체결
- MOU지자체 협업 및 농식품부 정책 자금 활성화를 통한 '농식품부 장관상 표창'

GS SHOP

GS SHOP은 정보와 재미를 통해 제품의 가치를 전달하는 생방송 TV홈쇼핑(SHOP Live)과 녹화방송과 VOD가 결합된 큐레이션 데이터홈쇼핑(GS MYSHOP), 실시간 interaction을 기반으로 고객과 만나는 쌍방향 쇼핑 Shoppy Live를 포함한 다양한 컨텐츠, 상품을 제공하는 모바일 커머스 채널을 운영하는 종합 커머스 플랫폼 입니다. 단독 패션 브랜드부터 프리미엄 가전, 리빙, 잡화 등의 차별화된 고품질 상품을 제공하고 데이터에 기반한 고객 니즈에 맞춘 활동을 진행해 고객 만족을 실현합니다.

주요 사업 성과

- 매출액: 1,131,065 백만 원
- 시장 점유율: 20.6%[1)]
- 유니크 브랜드 및 PB개발, 직매입 고도화, 파트너사 지속 육성 등 지속 추진
- 라이브커머스 등의 차별화된 고객 경험 플랫폼 운영
- 고객 Lock-in, engagement 활동 진행
- 데이터에 기반한 판매 활동과 모바일 쇼핑의 사용성 개선
- 숏픽 등 신규 컨텐츠 지속 개발 및 모바일컨텐츠 기술서를 통한 모바일 쇼핑경험 개선

부동산 개발 사업

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

주요 사업 성과

- 매출액: 47,758 백만 원
- 부동산개발 전 영역 업무경험을 바탕으로, 최적의 자산매각 전략 등을 제안하여 투자자의 최대 이익 실현
- 물류/호텔/주거/데이터센터 등 용도별, 규모별 광범위한 개발 진행
- 쇼핑몰, 병원상업시설, 지하철상업시설 등 다양한 상업시설 운영 Know-How를 통하여 안정적인 운영 서비스 제공

1) 한국온라인쇼핑협회(KOLSA) 자료 및 내부추정자료 기준

SUSTAINABILITY STRATEGY

13 GS리테일 ESG 전략
16 Sustainable Value Chain
17 2023-2024 ESG 하이라이트
20 이중중대성 평가
23 이해관계자 참여

GS리테일 ESG 전략

ESG 경영 체계

ESG 추진조직

GS리테일은 ESG위원회, ESG 추진협의회, 실무협의체 및 자주연 등의 조직을 운영하며 체계적인 ESG 경영을 추진합니다. ESG위원회에서 환경, 사회, 지배구조와 관련된 전사 ESG리스크와 회사의 지속가능경영 전반을 검토 및 승인하고, CEO가 주최하는 ESG 추진협의회에서는 주요 ESG 현황과 이슈를 논의합니다. 또한, 실질적인 ESG 경영 추진을 위해 실무자로 구성된 ESG 자주연 조직을 운영하고 있으며, 실무협의체에서 ESG 실행과제를 점검하고 이슈사항을 논의하고 있습니다.

ESG위원회	이사회 소속
↓ 승인 / ↑ 보고	
ESG 추진협의회	CEO 및 C레벨 10인
↓ 의사결정 / ↑ 의안상정	
ESG 총괄사무국	대외협력부문장/정책지원팀
↓ 결과공유 / ↑ 과제취합	
ESG 실무협의체	전략임원 외 8인
↓ 결과공유 / ↑ 과제협의	
BU별 ESG 자주연[1]	BU별 전략부문 내 기획팀

· ESG과제수립
· 실행점검

1) 자주연 : 자기주도연구회

중장기 ESG 전략

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

Green Life Together

Green Together

Green Product	· 지속가능한 제품 확대 · 책임있는 원재료 조달
Green Store	· 친환경 매장 확대 · 자원 가치 재창출
Green Value-chain	· 환경경영 기반 강화 · 기후변화 대응

Life Together

Together with Employees	· 함께 성장하는 조직문화 조성 · 인권경영 기반 확대 · 안전보건경영 체계 고도화
Together with Partners	· 지속가능한 공급망 운영 · 공정거래 관리체계 강화
Together with Customers	· 고객 만족 극대화 · 진심을 담은 마케팅 실천
Together with Communities	· 지역사회 상생발전 도모 · 사회공헌 성과 관리체계 구축

GS리테일 ESG 전략

주요 ESG 추진 성과 및 목표

GS리테일은 2023년 한국ESG기준원의 ESG 평가에서 3년 연속 통합 A등급을 획득했습니다. 이는, 전사 ESG 자주연 조직을 통해 ESG 실행과제를 수립하고 그 실행 결과를 ESG 실무협의체를 통해 적극 점검, 피드백 및 개선한 결과입니다. 또한, C레벨 임원을 비롯해 부문장 이상 전 임원의 KPI에 ESG 실행평가를 반영하여 인센티브와 연동하는 등 리더십을 강화하고 있습니다.

추진 전략	전략 과제	2023년 목표	2023년 주요 성과	중장기 계획
Green Value-chain	환경경영 기반 강화	· 참여형 친환경 캠페인 기획 · TCFD 물리적 리스크 산정	· 경영주, 임직원 및 고객 참여형 환경 캠페인 진행 · 국내 총 17개 행정구역에 소재한 212개 수퍼, 편의점과 3개 사옥 및 물류센터의 물리적 리스크에 따른 손실률 산정	· 친환경 캠페인 지속 추진 및 대내외 이해관계자 인식 개선 기여
	기후변화 대응	· 2022년 대비 Scope 1&2 온실가스 원단위 배출량 3% 감축 · 친환경 사업 확대	· 2022년 대비 온실가스 Scope 1&2 원단위 배출량 13.9% 감축 · 반값택배 및 우리동네딜리버리서비스 고도화 · 친환경 물류사업 확대 · 폐전자제품 회수 및 재활용을 통해 온실가스 4,536tCO_2eq 감축	· 기준연도(2022년) 대비 Scope 1&2 온실가스 원단위 배출량 25% 감축(2030년 기준)
Green Product	지속가능한 제품 확대	· 친환경 매출액 5,140억 원 달성 · 친환경 포장재 적용률 35.8% 달성 · 친환경 소비문화 기반 조성	· 친환경 매출액 5,218억 원 달성 · 친환경 인증 제품 232 SKU 운영 · 친환경 포장재 적용률 39.1% 달성 · 협력사 환경표지인증 획득 지원 · '녹색소비주간' 캠페인 참여	· 환경표지인증, 저탄소 인증 제품군 확대 · 연평균 약 5%의 친환경 매출 상승
	책임있는 원재료 조달	· 사회적 책임있는 제품 개발	· 동물복지, GAP, 무항생제, 수산물이력제, Vegan 등 인증 원재료 조달 및 약 300억 원 매출 달성	· 건강한 식재료를 활용한 사회책임 제품군 확대
Green Store	친환경 매장 확대	· SEMS 설치 확대 · 냉장비 스윙도어 설치 점포수 확대 · 2022년 대비 에너지 원단위 사용량 3% 감축	· 총 14,994개 점 SEMS[1] 설치 및 확대 · 27개 녹색매장 운영 · 냉장비 스윙도어 38개점 설치 · 태양광 설비 운영을 통해 연간 124,887kWh 전력 자가 생산 · 2022년 대비 에너지 원단위 사용량 12.3% 감축	· SEMS 100% 설치 · 기준연도(2022년) 대비 에너지 원단위 사용량 25% 감축(2030년 기준)
	자원 가치 재창출	· 순환경제 활성화 · 음식물 및 폐기물 저감 · 2022년 대비 폐기물 원단위 배출량 3% 감축	· 폐전자제품 회수 및 재활용 활동 확대를 통한 환경부 장관상 수상 · 총 14,284개 점 마감시간 할인서비스 운영 · 2023년 폐합성수지 419톤, 폐식용유 284톤 재활용 · 2022년 대비 폐기물 재활용량 5% 증가	· 자원선순환 활동 지속 전개 · 기준연도(2022년) 대비 폐기물 원단위 배출량 25% 감축(2030년 기준)

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

GS리테일 ESG 전략

주요 ESG 추진 성과 및 목표

추진 전략	전략 과제	2023년 목표	2023년 주요 성과	중장기 계획
Together with Employees	인권경영 기반 확대	· GS Way 핵심가치 내재화 · DEI 문화 확산을 위한 제도/행사 실행	· 구성원 자발적 참여를 통한 GS Way 내재화 교육 진행 · 임직원 및 위원회 대상 DEI 교육(DEI 리더십, ZX 링크 교육 등) 진행	· GS Value/Way 고도화 · 구성원 행동 변화 및 인권경영 문화 정착
	안전보건경영 체계 고도화	· 중대재해처벌법 대응 · 안전보건 체계 고도화	· BU별 산업안전보건위원회 4회 개최 · 심폐소생술 등 자발적 임직원 안전보건 교육 실시	· 2023년 대비 사업장 안전사고율 30% 감축(2025년~2026년 기준) · 위험성 평가 고도화 · 안전보건 캠페인 등 안전문화 확산
Together with Partners	지속가능한 공급망 운영	· 신규 협력사 ESG 실행 설문 이행률 90% 이상 달성 · 협력사 ESG 평가체계 고도화 · 우수협력사 식별 및 혜택 제공 · ISO 9001, 14001 인증 및 교육 지원 · 경영주 지원제도 개선	· 신규 파트너사 약 97% ESG 이행 현황 점검(홈쇼핑BU 기준) · 유통업계 공급망 ESG 정보 공유 플랫폼 구축 · 10개 파트너사 해외수출, 59개 파트너사 국내 판로 지원 · 10개 파트너사 ISO 9001, 14001 인증 획득 지원 · 인센티브 제도 신규 도입 및 경영주 소통채널 활성화	· 파트너사 ESG 실사 체계 수립 및 운영
	공정거래 관리체계 강화	· 공정거래를 위한 관리 체계 고도화	· ISO 37301 인증 획득 · Compliance System 운영 및 자율준수편람 개정 배포 · 직무별 맞춤 공정거래 관련 교육 실시 · 교육의 효과성 측정 및 계획 수립	· 공정거래 교육 정례화 및 효과성 검토를 통한 임직원 인식 개선 · 컴플라이언스 대응 고도화
Together with Customers	고객 만족 극대화	· VOC 처리율 개선 · 상담시스템 및 고객용 챗봇 고도화 · 고객 맞춤 건강 및 고물가 대응 식품 개발	· CCM 인증 획득 · VOC 인사이트 구축 및 VOC 처리 프로세스 개선 · ARS 내 자동안내 단계 추가 및 고객 편의성 강화 · 아침밥 먹기 캠페인 기획 및 저나트륨 상품 개발 · 편의점, 수퍼, 홈쇼핑 사업 KS-SQI 1위 달성	· 고객센터 응답률 90% 이상 달성 · 상담시스템 및 고객용 챗봇 개선 · 단순문의에 대한 신속한 답변 제공 · 응답 처리 만족도 개선 · 고물가 대응 상품 지속 출시
	진심을 담은 마케팅 실천	· 마케팅 정책 및 교육 확대	· 마케팅 정책 실행 점검 및 유관 부서 교육 확대 실시	· 책임있는 마케팅 교육 및 리스크 교육 강화
	정보보호 강화	· PC 및 데이터 보호 체계 강화	· PC 및 매체보안 고도화 · 보안 거버넌스 전략 로드맵 수립 · 사용자 중심 데이터보안 문화 확산	· 보안 관제 자동화 · 정보처리시스템 인증체계 고도화
Together with Communities	지역사회 상생발전 도모	· 사회적 약자 자립 지원 · 지역 특산물 매입액 전년 대비 5% 신장 · 지역 특산물 활용한 상품 개발 확대	· 내일스토어 105개점, 시니어스토어 47개점 운영 · 지역 특산물 매입액 전년 대비 7.5% 신장 및 1,150억 원 달성	· 사회공헌형 매장 확대 · 지역 연계 상품 지속 개발 및 지역 활성화 지원

Sustainable Value Chain

투입 자본 및 자원

재무 및 경제자본 (2023년12월말 기준)

시가 총액	2조 4,137억 원
종속 기업 수	15개
GS25 매장 수	17,390점
GS THE FRESH 매장 수	431점

인적자본 임직원 현황(남/여)

편의점	1,989명 / 710명
수퍼	974명 / 1,713명
홈쇼핑	437명 / 387명
개발, 공통 및 기타	765명 / 393명

사회관계자본

사회공헌 투입 금액	48.9억 원

자연 및 환경자본

친환경 인증 상품	232SKU
친환경 상품 구매액	142.5억 원

비즈니스 활동

가치 창출

재무 및 경제자본

매출액	116,125억 원
영업이익	3,940억 원
신용평가	AA점 (한국기업평가 기준)

인적자본

1인당 교육 시간	53시간
1인당 교육 비용	1,276,000원

사회관계자본

임직원 총 봉사인원	3,861명
수혜 업체	72개사

자연 및 환경자본

친환경 매출액	5,218억 원

2023-2024 ESG 하이라이트

기후변화 물리적 리스크 측정

분석 개요

기후변화에 따른 물리적 리스크의 피해가 점진적으로 증가하고 있습니다. 이에, GS리테일은 발생가능한 재해 요인과 손실률을 사전에 식별하고 대응 방안을 모색하기 위해 전국에 분포된 주요 자산 및 사업장의 예상 손실률을 분석하였으며, 상세한 분석 결과는 TCFD보고서에 수록되어 있습니다.

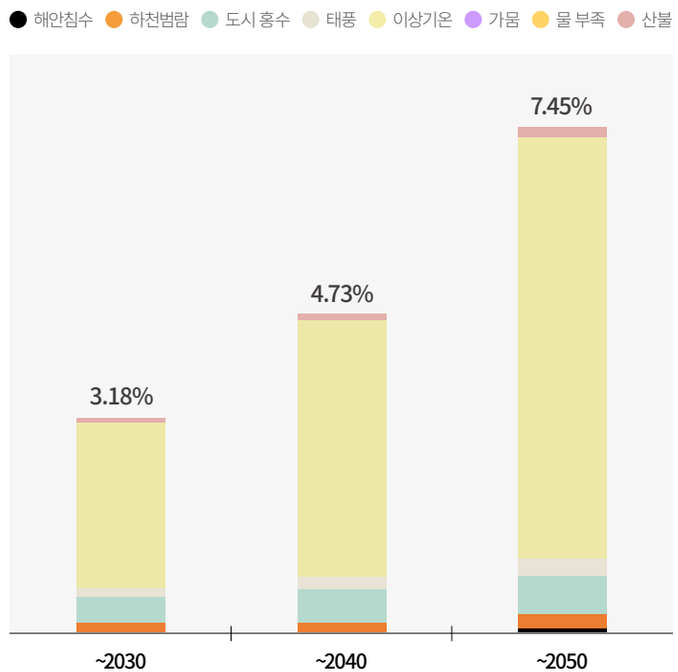
분석 기간	· 2020 ~ 2050년
방법	· S&P Global의 Climanomics® Hazard modelling
분석 대상 사업장	· 국내 총 17개 행정구역에 소재한 수퍼, 편의점 사업장 212개 - 행정구역별 고매출[1] 사업장: 105개 - 행정구역별 고위험[2] 사업장: 107개 · 본사 - GS타워, GS강서타워 · 물류센터 - 군포 물류센터
분석 자연재해 유형	· 급성 - 해안침수, 도시홍수, 하천범람, 태풍 · 만성 - 이상기온, 가뭄, 물 부족, 산불
분석 시나리오	· SSP1-2.6 시나리오 · SSP5-8.5 시나리오

1) 각 행정구역별 높은 매출이 발생하는 사업장
2) 재해 발생시 반복적으로 피해가 발생하거나 재해위험지구에 위치한 사업장

시나리오 기반 물리적 위험 재무영향 분석 결과

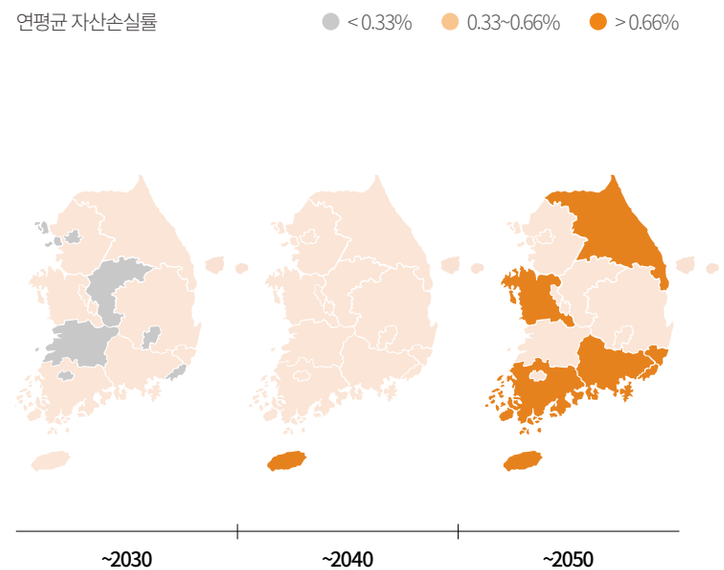
재해요인별 손실률 분석

SSP5-8.5 시나리오 기준, 2030년까지 연도별 자산가치 손실률은 약 3.2%, 2040년까지 약 4.7%, 2050년까지 약 7.5%로 10년 주기 상승폭이 지속 증가할 것으로 예상됩니다. 또한, GS리테일 주요 사업장이 노출된 재해 요인은 이상기온과 도시홍수로 식별되었습니다.



행정구역별 손실률 분석

SSP5-8.5 시나리오 기준, 이상기온을 제외한 직접적인 물리적 리스크를 야기하는 7대 자연재해(해안침수, 도시 홍수, 하천 범람, 태풍, 가뭄, 물 부족, 산불)에 따른 자산가치 손실률을 분석한 결과, 총 17개 행정구역 중 고위험 지역으로 제주, 강원 지역이 식별되었습니다. 제주 지역에 위치한 대다수의 GS리테일 사업장이 연안에 위치하고 있어, 특히 강원 지역 대비 태풍으로 인한 자산가치 손실률이 최대 약 64.1배 높게 산정되었으며, 강원 지역은 서울 지역 대비 산불로 인한 자산가치 손실률이 최대 약 13.2배 높게 분석되었습니다.



2023-2024 ESG 하이라이트

준법 경영시스템 강화

준법 지원활동

인식제고 및 확산

- 컴플라이언스 교육
- 컴플라이언스 캠페인
- 사내규정 체계화

위험요인 개선 및 보고

- 취약점 제도개선
- 준법기준 수립
- 컴플라이언스 운영 협의회

준법 통제활동

사업 전반의 위험요인 인지

- Risk Universe (의무식별항목)
- Risk 청취 (VOE / VOP)

위험요인 분석 및 평가

- 식별 Risk 평가 (자가 점검)
- 주요 활동 Risk 모니터링 (영업부서)
- 계열사 거래활동 점검

Risk 점검활동을 통해 선제적으로 Risk를 관리하고, 컴플라이언스 운영협의회에서 사내 컴플라이언스 정책 수립 및 이행여부를 점검 및 자문할 계획입니다. 또한, 체계화된 맞춤형 임직원 교육과 CEO 및 임원진의 준법경영 실천 메시지, 숏폼 컨텐츠 기반 업무가이드 제작 및 배포를 통해 컴플라이언스 문화를 확산하고, 컴플라이언스 준수현황 점검 및 개선을 통해 컴플라이언스 체계의 적합성과 효과성을 검증합니다.

Compliance Risk Universe를 구축하여 경영활동 전반에 대한 Risk를 식별하고 그에 따른 법규제를 분석 평가해 사전예방 계획과 대응 프로세스를 수립합니다. 또한, 컴플라이언스 포털의 Risk 자가점검 기능을 활용하여 법률 리스크가 높은 MD중심의 Risk 점검활동을 매월 진행하고, 컴플라이언스 기준에 대한 취약점과 계열거래 검토 프로세스를 모니터링하고, 공정거래법 위반 여부와 계열사간 부당지원 및 사익편취 행위 등을 점검합니다.

ISO 37301 인증 획득

GS리테일은 2023년 12월 컴플라이언스 경영체제에 관한 국제 표준인 ISO 37301을 획득했습니다. 공정거래, 식품안전, 개인정보, 인사노무, 산업안전, 정도경영, 세무회계 등 사업전반에 관한 규정과 매뉴얼을 정비했습니다. 또한, 리스크 식별 및 평가표 작성, 사전 예방 및 대응 프로세스를 수립하여 기업 경영활동에서 지켜야 할 법규·규범·사회적 책임 준수 및 지속가능한 성장 체계를 인정받았습니다.

'GS리테일의 준법경영 이야기'

준법경영인 컴플라이언스팀 권정섭팀장 인터뷰

Q. 준법경영을 강화하기 위해 어떤 노력을 하고 있으신가요?

고객과의 신뢰를 제고하고 지속가능한 경쟁력을 확보하기 위해 영업 활동과 관련한 공정거래 컴플라이언스 체계 마련에 집중하였습니다.

Q. GS리테일의 준법경영시스템, 무엇이 다를까요?

종합 유통사로 사업규모가 방대해 컴플라이언스 체계구축이 쉽지 않았지만, 구성원이 실제 실천할 수 있는 시스템 구축을 위해 노력했습니다. 준법경영의 완성은 구성원들의 이해와 실천에서 시작하므로 조직문화로 잡리잡을 수 있도록 컴플라이언스팀이 그 역할을 다 할 수 있도록 노력할 것입니다.

Q. 준법경영 확산을 위한 향후 계획은 무엇인가요?

"기본이 바로 서면 길이 보인다." 공정에 기반한 정도(正道)를 쌓아 올린 성과는 쉽게 무너지지 않는다 생각하며, ESG 경영의 실천과 완성을 위해 구성원 모두가 컴플라이언스 체계로 다져진 정도(正道)의 길을 함께 발 맞추어 나가고자 합니다.

2023-2024 ESG 하이라이트

상생나눔 플랫폼

시니어스토어

GS리테일은 한국노인 인력개발원과의 업무 제휴를 통해 노인 일자리 창출을 위한 사회공헌형 점포 시니어스토어 **47개 점**을 운영하고 있습니다.

만 60세 이상 노년층에게 경제적 활동 기회를 제공하고 시니어들이 편의점 창업을 희망할 경우 가맹비와 보증금을 지원하는 등 근로 의욕 고취 및 경제적 자립을 위한 생산적 복지를 실현하고 있습니다. 시니어스토어의 판매 수익금은 노인 인건비와 사업 운영비로 사용하며 사회활동 참여기회 확대를 통해 건강하고 활력있는 노후 복지에도 기여하고 있으며 이러한 사회적 기업의 책임을 다해 GS리테일은 2023년 대한민국 시니어가 일하기 좋은 기업으로 선정되었습니다.

Q. 시니어스토어 지원동기와 방법은? 신○○ 매니저(72세)

은퇴 이후 산에만 다니는 무료한 삶을 보내던 중
인천시 노인인력센터 홈페이지 공고를 통해 지원했습니다.

Q. 근무 후 생활이 달라진 점이 있다면? 이○○ 매니저(61세)

노후 소득도 보장받고 무엇보다 사회활동을 하니까
자신감을 많이 얻고 삶에 활기가 생겼습니다.

Q. 향후 바라는 바가 있다면? 강○○매니저(69세)

고령화 속에 이런 일자리들이 많이 늘어나고 활성화되면 좋겠어요.
저희는 느리고 더딜 뿐이지 열정은 젊은 사람들 못지 않아요.

" 일하는 시간이 너무 즐거워요.
사람들을 만나면서 에너지를 많이
얻는 거 같아요. "

굿윌스토어

GS25는 밀알복지재단 굿윌스토어와 협업해 장애인 일자리 창출에 기여하고, GS25 영업 종료점에서 발생한 잔여 상품을 밀알복지재단 굿윌스토어에 기부하고, 기부 받은 상품의 판매 수익금을 장애인 직원의 인건비로 사용합니다.

늘봄스토어

GS리테일은 장애인 직업훈련형 편의점 늘봄스토어 **5개 점**을 운영해 발달 장애인들의 경제 및 사회적 자립을 지원합니다.

청년드림스토어

GS리테일은 만 39세 이하의 청년들에게 창업 기회를 제공하는 청년드림스토어 **4개 점**을 운영하여 청년들이 직접 편의점 운영에 참여하여 경영 노하우를 쌓을 수 있도록 지원합니다.

내일스토어

GS THE FRESH와 GS25는 지역 사회 취약계층을 채용하여 운영하는 내일스토어 **105개 점**을 운영하고 있으며, 자활사업에 참여하고 있는 주민 중 근무 희망자를 선정하여 점포 창업 등의 자립 활동을 제공하고 있습니다.

자활기업편의점

GS리테일은 자활기업 편의점 **22개 점**을 운영하고, 취약계층의 일자리를 창출하고 경제적 자립을 지원하고 있습니다.

이중중대성 평가

GS리테일은 중대성 평가를 실시하여 회사 및 이해관계자와 관련성이 높은 지속가능한 비즈니스 모델을 식별합니다. 전체 33개의 ESG 이슈풀 중 GS리테일의 지속가능한 사업 활동을 위해 8개의 중요 ESG 이슈들을 도출하였으며, 선별된 중대 ESG이슈에 대해서는 이중중대성 방법론을 반영하여 각 이슈의 환경·사회적 및 재무적 영향을 포괄적으로 측정하였습니다.

환경·사회적 영향은 각 ESG 이슈에 대해 기업이 환경·사회에 미치는 긍정 또는 부정적 영향으로 정의하며 규모, 범위, 발생가능성 및 교정가능성을 평가하였으며, 재무적 영향은 각 ESG 이슈가 기업에 미치는 긍정 또는 부정적 영향을 파악하기 위해 수익 및 비용 측면의 영향도를 분석하였습니다.

GS리테일은 이중중대성 평가를 기반으로 식별한 중대 이슈와 영향을 심도 있게 분석하고 결과를 기업 경영활동에 적극적으로 반영해 나가고자 합니다.

평가 프로세스

STEP 1 이슈 식별 → **STEP 2** 이중중대성 평가 → **STEP 3** 중요 이슈 도출 및 공시

이슈풀 구성

국제 지속가능성 공시 가이드라인(GRI) 및 산업 특화 가이드라인(SASB) 등의 이니셔티브 검토를 통해 총 33개 이슈풀 도출

중대 이슈 선정

33개 이슈풀 대상으로 GS리테일을 둘러싼 내·외부 현황 및 이슈를 검토하여 총 8개 중대 이슈 선정

외부 환경 분석	국내·외 이니셔티브 (KCGS, SASB, MSCI) 미디어 리서치 (관련 기사 4,645건 분석) 산업 벤치마킹 (동종 산업 8개 사 선정)
내부 환경 분석	· ESG 전략 과제 · 내부 중점 영역

중대 이슈 임팩트 식별

GS리테일의 Value Chain 및 주요 이해관계자(임직원, 고객, 주주, 협력사, 지역사회, 정부 등)를 고려한 8개 중대 이슈별 임팩트 식별

식별된 임팩트 영향도 평가

임팩트 유형별 평가(규모, 범위, 회복가능성, 발생가능성)를 위해 내·외부 이해관계자 설문을 실시하여 환경·사회적 및 재무적 영향도 측정

임팩트 분석	· 정책 및 법률 · 기업 활동 · 미디어 리서치 · 타사 사례
임팩트 평가	이해관계자 설문조사 (고객, 경영주, 임직원 및 파트너사, NGO, 협회, 학계 등 127명 대상)

점수 종합

환경·사회적 영향도와 재무적 영향도를 종합 평가하여 8개 중대 이슈의 영향도를 우선 순위화하고 중요도에 따른 이슈 우선순위 선정

중요 이슈

E	친환경 제품 및 서비스 확대
	기후변화 대응 활동 강화
	폐기물 감축 및 자원 순환
S	안전하고 책임있는 제품 제공
	인권 및 다양성 존중
	안전한 근무환경 조성
	지속가능한 공급망 관리 및 지원
G	준법경영 실천

이중중대성 평가

Impact Table

+ 긍정 − 부정 ●●● High ●●○ Medium ●○○ Low

	중요 이슈	주요 영향	영향 특성	환경 사회적 영향도	재무적 영향도	이중중대성 결과
E	친환경 제품 및 서비스 확대	친환경 상품 확대를 통한 친환경 소비 문화 확산에 기여	+	●○○	●●○	●●○
		친환경 포장재 사용을 통한 환경보존에 기여	+	●●○		●●○
	기후변화 대응 활동 강화	온실가스 배출 저감 활동을 통한 기후변화 완화에 기여	+	●●●	●○○	●●○
		기후변화 대응 활동 미흡에 따른 기업 이미지 및 브랜드 가치 저하	−	●○○		●○○
	폐기물 감축 및 자원 순환	자원 재활용 확대를 통한 폐기물 감축	+	●●○	●○○	●●○
		음식물 쓰레기 배출 감소	+	●○○		●○○
S	안전하고 책임 있는 제품 제공	고객 건강을 고려한 상품 개발을 통한 지역 사회 건강 증진에 기여	+	●●○	●●●	●●●
		제품 결함으로 인한 고객 건강 및 안전에 악영향 발생	−	●○○		●●○
	인권 및 다양성 존중	인권 리스크 관리 미흡으로 이해관계자 인권 침해 발생	−	●●●	●●○	●●●
	안전한 근무환경 조성	안전한 근무환경 조성으로 근로자 업무 효율 및 근무 만족도 향상	+	●●●	●●○	●●●
		미흡한 안전 사고 대응으로 인한 기업 브랜드 가치 하락	−	●●○		●●○
	지속가능한 공급망 관리 및 지원	가맹점 지원제도를 통한 가맹점 고객서비스 품질 향상으로 고객 만족도 제고	+	●●○	●●●	●●●
G	준법경영 실천	공정거래 프로그램 운영 및 준법체제 구축	+	●●●	●●●	●●●
		법규 위반으로 인한 이해관계자 신뢰 하락	−	●●●		●●●

이중중대성 평가

경영접근방식

주요 이슈	이슈 정의	이슈 선정 이유	관리 방안	보고 위치
친환경 제품 및 서비스 확대	친환경 포장재 개발 및 친환경 원재료 (유기농, 무항생제 농수산물 등) 도입으로 제품 친환경 인증 확대 및 친환경성 제고	지속가능한 제품에 대한 시장의 요구 및 소비자의 관심 증대, 플라스틱 사용 감축 등 포장재의 지속가능성에 대한 규제	· 친환경 소재/포장재, 원재료 도입 · 체계적인 친환경 상품 관리 DB 및 MD 시스템 구축 · 환경표지인증, 저탄소 제품 인증 확대	45-47
기후변화 대응 활동 강화	기후변화로 인한 사업의 위험과 기회요인 분석을 기반으로 대응전략을 수립하고, 재생에너지 사용 확대 및 밸류체인 내 온실가스 관리 활동을 통해 기후에 미치는 영향을 최소화	기후변화 완화에 대한 기업의 역할이 전세계적으로 강화 되고 있는 추세이며 이해관계자의 요구를 충족하고 강화 되는 규제 대응 필요	· 환경경영 컨트롤타워 수립 및 환경경영평가위원회 운영 · 온실가스 인벤토리 구축 · 도보배달 활성화 · SEMS, 친환경 냉매 사용 등	17, 24-35, 38, 40-43, 47-50
폐기물 감축 및 자원 순환	폐기물의 적정 처리를 통해 자연환경에 미치는 영향 최소화, 자원 재활용을 위한 순한 구조 확립	순환경제로의 전환의 중요성이 대두되고 있는 추세이며 유통업 특성상 폐기물 처리 및 자원 순환 구조 도입 필요	· 폐전자제품 재활용 E-순환거버넌스 업무협약 체결 · Recycle Center 운영 · 폐합성수지 재활용	41, 47-48, 50-51
안전하고 책임있는 제품 제공	안전하고 건강한 먹거리 개발, 제품 퀄리티 및 안전성 개선, 차별화된 고객 경험 제공을 통한 고객만족 극대화	편의점 음식 질에 대한 인식을 개선하고 국민 건강 증진에 대한 생활 소비재 기업으로써 사회적 책임 이행 필요	· 제품 다양성 확보를 위한 밀키트 및 PB상품 출시 · 수산물 방사능 안전 검사 및 저나트륨 상품 개발 · 고객여정지도 및 패널 진단 프로그램 운영	72-76, 79-81
인권 및 다양성 존중	이해관계자의 기본권 침해를 방지하고 인권을 존중하는 근무여건 조성, 인종·성별·종교 등에 대한 다양성 보장	각종 인권 실사 관련 기준, 평가 및 보고 지침이 고도화 되고 있으며 안정적인 고용시장 구축을 위한 기업의 기여 필요, 조직 구성원 다양성 확보를 통해 기업 경쟁력 제고 필요	· DEI 위원회 운영 · 인권영향평가 진행 · 조직문화 설문조사 실시	55, 58-60
안전한 근무환경 조성	근로자의 안전하고 건강한 근무 환경 조성 및 위험요소 관리를 통한 안전한 일터 조성	중대재해처벌법, 산업안전보건법 시행 등 산업안전보건 관련 규제 및 사회적 중요성이 증대되고 있으며, GS리테일은 관련 법 적용 대상으로 체계적인 관리 필요	· 심리 상담 프로그램 운영 · 안전보건 경영진단 및 안전보건 교육 실시 · CSO 선임 및 산업안전보건위원회 구성 · 주요 사업장별 위험성 평가 및 완화조치 실시	61-63
지속가능한 공급망 관리 및 지원	파트너사, 가맹경영주와의 동반성장을 촉진, 파트너사 ESG 리스크 관리 수준을 제고하기 위한 체계를 운영하는 활동	다양한 파트너사와 함께 일하는 유통업 특성 상 파트너사와의 상생 및 가치사슬 전반에 걸친 ESG 내재화는 지속가능경영에 필수 요소	· 파트너사 ISO 인증 지원 및 파트너사 행동규범 제정 · 파트너사 교육 프로그램 확대 · 파트너사 국내·외 판로 지원	64-69
준법경영 실천	공급망의 공정거래 준수 및 사업 영역 전반과 관련된 국내·외 법 규제 준수	하도급법, 대규모유통업법 등 공정거래 관련 규제 강화에 따른 국내·외 컴플라이언스 규제 대응 필요	· 준법 경영시스템 강화(ISO 37301 인증 획득) · 컴플라이언스 운영협의회 신설 · 자율준수편람 개정 및 배포 · 공정거래 관련 교육 및 모니터링 강화	18, 70-71, 93

이해관계자 참여

이해관계자 커뮤니케이션

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

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

TCFD REPORT

25 지배구조
26 전략
34 위험 관리
35 지표 및 감축 목표

지배구조

기후변화 대응 조직

이사회의 역할

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

ESG위원회

2023년에는 ESG위원회를 4회 개최하여 기후변화를 포함한 ESG 전략 및 실행 계획안을 검토하고, 관련 성과를 주기적으로 모니터링하였습니다. 또한, 전사 리스크 관리 현황과 실적 및 향후 계획 등을 이사회에 보고함으로써 기후변화 관련 이슈가 이사회 의사결정과 전사 리스크 관리 체계에 반영될 수 있도록 지원하고 있습니다.

ESG 위원회 및 이사회 보고 사항

일자		내용
2023	02.08	2022년 사회공헌사업 결과 및 2023년 계획 보고
	03.08	2023년 ESG 전략 및 실행 계획안 승인
		2022년 환경경영평가위원회 실적 및 2023년 계획안 승인
		사회공헌사업 승인
	08.10	2023년 환경경영평가위원회 상반기 실적 및 하반기 계획 승인
		2023년 ESG 상반기 실적 및 하반기 계획 보고
		2023년 상반기 전사 리스크 관리 현황 보고
	12.21	2023년 ESG 운영결과 및 ESG 중대성평가 승인
		공정거래 자율준수 관리자 선임 승인
		사회공헌사업 승인
		2023년 ESG 운영결과 및 ESG 중대성평가 승인

경영진의 역할

GS리테일의 CEO는 기후변화 대응을 포함한 환경 경영 전반에 대한 책임과 최종 의사결정 권한을 가지며, 분기별 1회 이상 ESG 추진협의회를 통해 환경경영 활동 주요 현황과 이슈를 논의하고 기후변화 관련 전략 정책 및 리스크를 평가 검토합니다. 또한, C-level 임원의 KPI에 환경 분야 평가 등급과 온실가스 감축 등의 성과를 반영하여 GS리테일의 환경경영 활동을 강화해 나가고 있습니다.

ESG추진협의회

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

환경경영평가위원회

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

GS리테일 환경경영 전담조직

이사회	· 기후변화 대응을 위한 기후변화 전략, 투자, 예산 확보, 사업계획 반영 사항 최종 의사결정
ESG위원회	· 기후변화 관련 ESG 경영 전략 검토 · 기후변화 대응 성과 모니터링 및 안건 심의 등
ESG추진협의회 (CEO 주관)	· 전사 ESG 전략 방향성 제시 · 기후변화 관련 주요 현황 및 이슈 논의 등
환경경영평가위원회	· 환경경영 활동 현황관리 및 평가 · 실무부서 기후변화 대응 업무 지원 및 ESG 의사결정 사안 발굴 등

유관부서	정책지원팀 ESG파트 환경 분야 / 사회 분야	리스크 관리 협의체	· 시설지원/관리 · SCM/물류	· MD · 품질관리	· 총무, EX디자인 · 시설구매 및 신선MD	영업기획 및 지원
부서별 R&R	· 환경경영 전략 수립 및 실행 점검 · 환경경영평가위원회 운영 · 온실가스 인벤토리 관리 · 환경 관련 규제대응	· 환경 및 기후변화 리스크 관리	· 기후변화 대응 (온실가스/폐기물)	· 친환경 제품 및 패키지 확대	· 지속가능한 구매 정책 수립	· 친환경 매장 확대

전략

위험·기회 평가

위험·기회 Pool 확보

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

위험·기회 중대성 평가 실시

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

위험·기회 재무영향 분석

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

주요 위험·기회 도출 및 대응 방안 수립

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

기후변화 위험·기회 식별 및 평가 프로세스

STEP 1

위험·기회 Pool 확보

- TCFD 권고안의 위험·기회 분류체계 기반 동종업계 공시 현황 검토
- 유통 산업 연관성을 고려한 위험·기회 요인 Pooling

STEP 2

위험·기회 재무영향 분석

- 기후변화 시나리오 기반 물리적 위험 재무영향 분석
- 내부 이해관계자 의견 수렴을 통한 전환위험 및 기회요인의 재무영향 분석

STEP 3

위험·기회 중대성 평가 실시

- 영향도 및 발생가능성을 고려한 위험·기회의 중대성 평가

STEP 4

주요 위험·기회 도출 및 대응 방안 수립

- 내부 이해관계자, 외부전문가의 중대성 평가 결과 검토 및 주요 위험·기회 도출

총 21개
(물리적 위험 2 / 전환 위험 9 / 기회 10)

총 14개
(물리적 위험 2 / 전환 위험 6 / 기회 6)

전략

위험·기회 평가

시나리오 기반 물리적 위험 재무영향 분석결과

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

물리적 위험 재무영향 분석 개요

분석 대상 자연재해	자연재해 (급성4개, 만성4개)	
	급성	· 해안침수, 하천범람, 도시홍수, 태풍
	만성	· 이상기온, 가뭄, 물 부족, 산불
대상 사업장	국내 총 17개 행정구역에 소재한 215개 주요 사업장 (행정구역별 고매출 사업장(105개), 고위험 사업장(107개), 본사(2개), 물류센터(1개)) - 고위험 지역 내 사업장 선정 시 반복적 자연재해 피해가 발생하는 위험지구 소재 여부와 예상 피해 범위 및 침수 깊이 등의 피해 수준을 추가 고려	
분석 기간	2020년~2100년 (10년 단위로 위험 분석, 2020~2050년 동안의 위험 분석 결과를 공개)	
분석 적용 기후변화 시나리오	IPCC[1] 제6차 보고서에 제시된 4개 SSP 시나리오[2]를 적용	

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

1) 기후변화에 관한 정부간 협의체(IPCC: Intergovernmental. Panel on Climate Change)
2) 공통사회경제경로(SSP: Shared Socioeconomic Pathway)
3) 산업화 이전(1850~1900년) 대비 상승폭

전략

위험·기회 평가

시나리오 기반 물리적 위험 재무영향 분석결과

8대 자연재해별 자산손실률 분석 결과

GS리테일은 주요 사업장의 자산손실률을 8대 자연재해 요인으로 세분화하여 분석하였습니다. 분석 결과 급성위험에 해당하는 도시홍수와 만성위험에 해당하는 이상기온이 주요 재해요인으로 식별되었으며, 재해 발현에 따른 사업장 및 제반 시설 복구 및 청소 비용 증가, 사업 운영 중단, 임직원 생산성 저하 등에 따른 재무손실이 발생할 것으로 예상됩니다. GS리테일은 사업장의 풍수해 피해를 최소화하기 위한 사전적 대응의 중요성을 인지하여, 위험 예방 활동을 진행합니다. 정기적으로 향후 3개월간의 풍수해 발생 전망을 확인하고, 특정 지역에서 풍수해 발생할 것으로 예상될 시, 해당지역 매장 내 POS기에 에너지 절감안 또는 안전사고 예방안을 작성하여 공문으로 게시하고 있습니다.

SSP1-2.6 시나리오 – 탄소 저배출 시나리오

연평균 자산손실률 0% ~0.1% ~2.0% ~5.0% > 5%

재해요인		~'30년	~'40년	~'50년
급성	해안침수			
	하천범람			
	도시홍수			
	태풍			
만성	이상기온			
	가뭄			
	물 부족			
	산불			

급성 위험의 경우 도시홍수를 제외한 각 자연재해의 자산 손실률이 0.1% 미만인 것으로 확인되며, 중장기적으로 손실률이 소폭 증가하거나 현재와 유사한 수준으로 유지되는 경향을 보입니다. 만성 위험의 경우 가뭄, 물 부족, 산불 모두 자연재해 발생에 따른 손실률이 전 기간 동안 0.05% 이하로 유지되며, 중대한 변화가 발생하지 않을 것으로 전망됩니다. 이상기온은 전 기간 동안 가장 큰 손실을 발생 시키는 요인이며, 자산 손실률이 점진적으로 증가하여 단기 약 2.9%에서 중기 약 3.5%를 거쳐 장기적으로는 약 4.5% 수준까지 늘어날 것으로 예상됩니다.

SSP5-8.5 시나리오 – 탄소 고배출 시나리오

연평균 자산손실률 0% ~0.1% ~2.0% ~5.0% > 5%

재해요인		~'30년	~'40년	~'50년
급성	해안침수			
	하천범람			
	도시홍수			
	태풍			
만성	이상기온			
	가뭄			
	물 부족			
	산불			

급성 위험의 경우 SSP1-26 시나리오와 동일하게 이상기온 발현에 따른 자산 손실률이 가장 높은 것으로 확인되며, 손실률은 전 기간 동안 2%를 초과할 것으로 예상됩니다. 한편, 이상기온 이외의 재해요인 발현에 따른 손실률은 저배출 시나리오와 동일하게 1% 이하 수준으로 유지되어 GS리테일의 자산 손실에 유의미한 영향을 미치지 않을 것으로 예상됩니다.

전략

위험·기회 평가

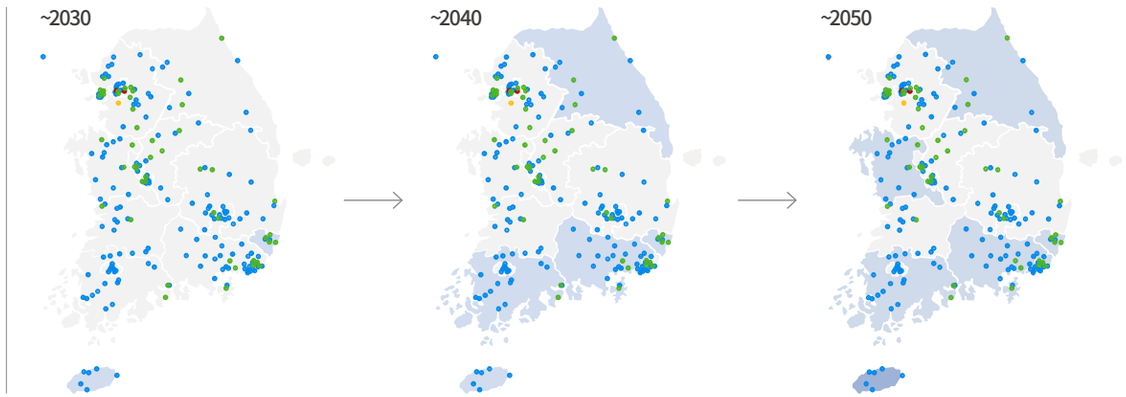
시나리오 기반 물리적 위험 재무영향 분석결과

Case Study 17개 행정구역 및 사업장별 자산손실률 분석 결과

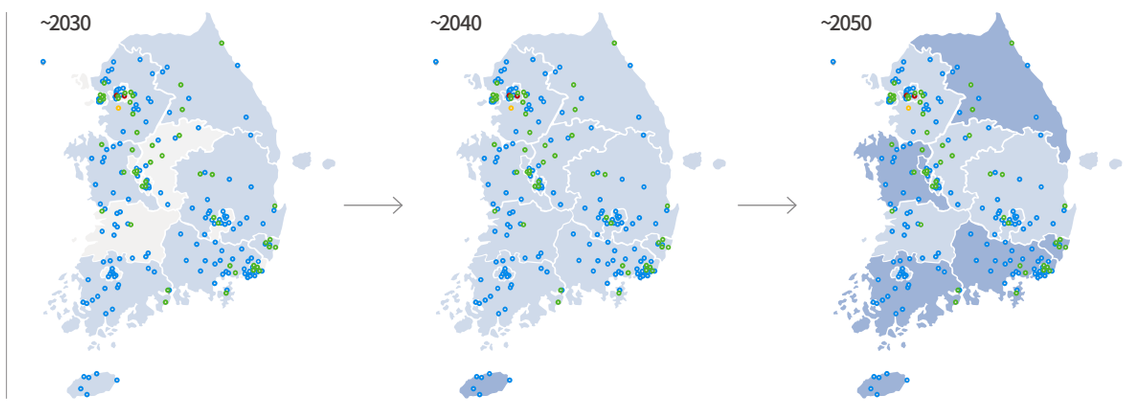
연평균 자산손실률 ● < 0.33% ● 0.33~0.66% ● > 0.66%

● GS25 ● GS THE FRESH ● 본사 ● 물류센터

SSP1-2.6 시나리오 – 탄소 저배출 시나리오



SSP5-8.5 시나리오 – 탄소 고배출 시나리오



GS리테일은 물리적 위험에 취약한 지역을 식별하고 관리 방안을 모색하기 위해, 주요 사업장별 자산 손실률에 기반한 17개 행정구역의 자산 손실률을 산출했습니다. 분석에는 직접적인 물리적 리스크를 야기하는 7대 자연재해(해안침수, 도시 홍수, 하천 범람, 태풍, 가뭄, 물 부족, 산불)를 고려했습니다. 이상기온의 경우, 여러 기후 현상과 결합하여 다른 자연재해의 발생을 증폭시키는 간접적인 재해로 분류하고, 자연재해 발현에 따른 직접적인 손실률을 명확히 파악하고자 이상기온의 영향을 분석에서 제외했습니다.

전국적으로 SSP1-2.6 및 SSP5-8.5 시나리오에서 도시홍수, 태풍 및 산불에 따른 손실률이 공통적으로 확인되었습니다. 또한, SSP5-8.5 시나리오에서 전 분석 기간 동안 해안침수, 하천범람, 가뭄, 물 부족, 산불에 의한 손실률은 전국적으로 0.33% 이하로 유지되고, 도시홍수에 의한 손실률은 2031년 이후 전체 17개 중 14개 행정구역에서 0.33% 이상으로 증가할 것으로 예측됩니다. 특히, 2041년부터는 전체 지역의 손실율이 0.33%를 초과할 것으로 예상됩니다. 급성 재해요인인 도시홍수에 따른 자산 손실률이 총 손실률의 70% 이상을 차지하며, 주로 도심지에 위치한 GS리테일 사업장의 자산 손실에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 분석되었습니다. GS리테일은 날씨경영 정보시스템을 활용하여 날씨 정보를 사전에 확인하고 SEMS 등 연계를 통해 도심지역 내의 폭우 등 급성 자연재해에 따른 손실을 최소화하고, 전사적 차원의 날씨경영 전략을 수립하고자 합니다. 또한, 국내 다양한 지역으로부터의 원자재 조달 등을 고려하여 주요 위험 지역에 대한 지속적인 모니터링과 대응방안을 체계적으로 전개해 나갈 계획입니다.

주요 사업장 | 행정구역별 고매출 사업장 및 고위험 사업장

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

기타 주요 사업장 | 본사(GS타워, 강서타워) 및 군포 물류센터

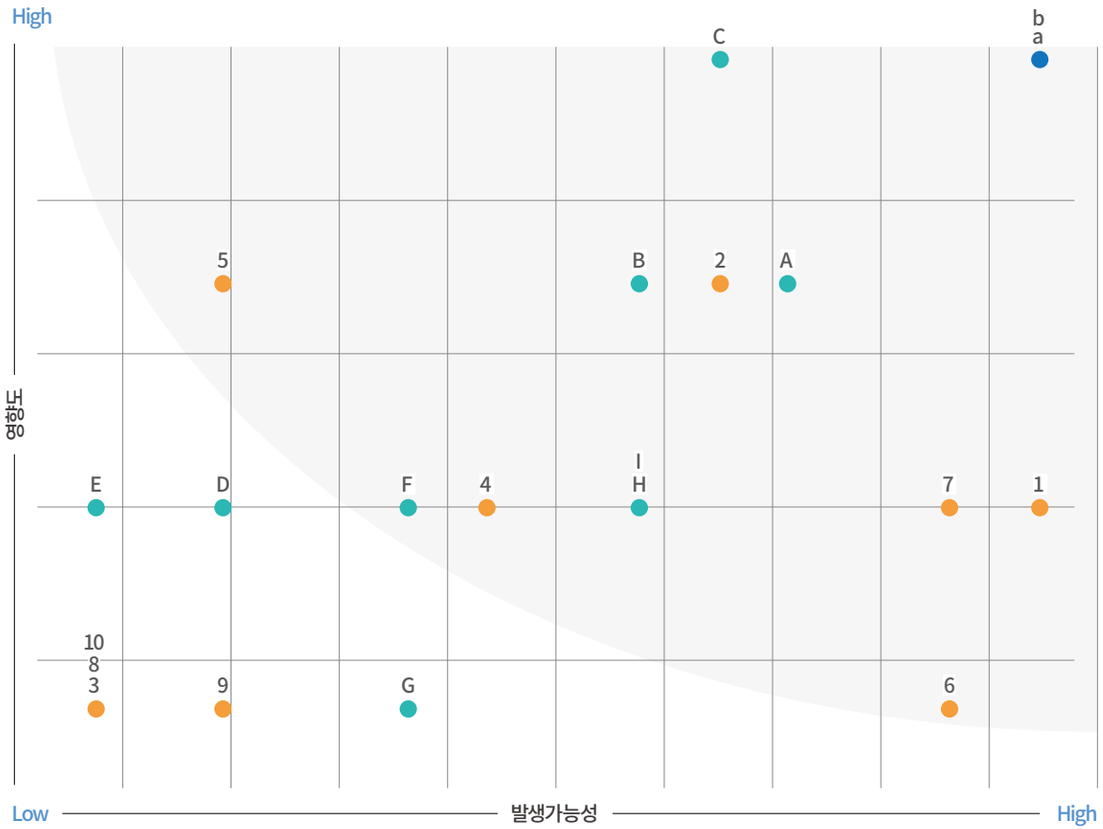
본사(GS타워, 강서타워) 및 군포 물류센터의 경우, SSP1-2.6 및 SSP5-8.6 시나리오에서 자산 손실률이 전 분석 기간 동안 0.66% 이하 수준으로 유지됩니다. 또한, 손실률은 강서타워, 군포 물류센터, GS타워 순으로 높으며, 이러한 추세는 양 시나리오에서 전체 분석 기간 동안 일관되게 나타났습니다. 시간 경과에 따른 손실률 상승 추세가 가장 두드러지는 사업장은 강서타워로, 손실률이 SSP1-2.6 시나리오에서는 0.28%에서 0.42%로, SSP5-8.5 시나리오에서는 0.29%에서 0.54%로 증가할 것으로 예상됩니다.

전략

위험·기회 평가

중대성 평가 결과

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



GS리테일 주요 위험·기회(총 14개)

구분		요인
물리적 위험	급성	a 급성 자연재해 및 기상이변(홍수, 태풍, 산불, 폭우/폭설, 가뭄 등)
	만성	b 강수 및 기상패턴 변화(이상고온 등)
전환 위험	정책 및 법률	A 온실가스 배출 가격 인상
		B 온실가스 배출량 보고의무 강화
		C 폐기물 처리 및 친환경 냉매 사용 등의 의무 사항 및 규제 도입
		D 그린워싱 소송 위험 노출
	기술	E 신기술 투자 실패
	시장	F 고객 행동 변화
		G 시장의 불확실성
	평판	H 친환경 이미지 저하에 따른 소비자 불만 확산
		I 이해관계자의 우려
기회	자원효율성	1 고효율 배송, 생산 및 물류 시스템 이용
		2 폐가전제품 재활용 및 친환경 포장재 활용
		3 고효율 건물
	에너지원	4 저탄소 에너지원 사용
		5 국가 재생에너지 정책 인센티브 활용
	제품 및 서비스	6 친환경 인증 제품 도입 확대
		7 소비자 친환경 제품 선호도 변화
	시장	8 신규 시장에 대한 접근성 증가
	회복 탄력성	9 신재생에너지 프로그램 참여
		10 대체자원 확보 및 다각화

전략

위험·기회 평가

GS리테일 주요 위험·기회 도출

물리적 위험

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

전환 위험

구분			기간			발생 가능 위험	분석 재무 영향
			단기	중기	장기		
정책 및 법률	TR1	온실가스 배출 가격 인상		●	●	· 온실가스 배출권거래제 등 온실가스 관련 규제 대상 업종 확대 · 에너지 전환 정책 확대에 따른 화석연료 사용 규제 강화로 전기요금 상승	· 규제 대상 업종 편입 시 대응 목적의 운영 비용 증가 · 전력 단가 상승으로 인한 2050년 에너지 구매비용 약 233억 원 이상 예상
	TR2	온실가스 배출량 보고의무 강화		●	●	· 탄소중립기본법 및 온실가스 배출량 보고의무를 명시하는 규제 도입 가능성 증가	· 온실가스 배출량 측정 및 감축 이행 비용 발생
	TR3	폐기물 처리 및 친환경 냉매 사용 등의 의무 사항 및 규제 도입		●		· 폐기물 처리에 관한 법규 및 자원순환 정책 강화 · 글로벌 냉매 사용 규제 강화	· 폐기물 처리 비용 증가 및 신규 포장재 도입 비용 발생 · 친환경 냉매 도입 비용 발생
시장	TR4	고객 행동 변화	●	●	●	· 저탄소, 대체육 식품 등 친환경 제품 수요 증가 · 친환경 물류 서비스 수요 증가	· 친환경 제품 수요 대응 실패로 회사 경쟁력 저하 및 매출 감소 · 친환경 물류 서비스 수요에 대한 소극적 대응으로 매출 감소
평판	TR5	친환경 이미지 저하에 따른 소비자 불매운동 확산		●	●	· 기업의 친환경 활동에 대한 소비자 요구사항 증가	· 소비자 요구사항 미충족 시 기업 이미지 악화 및 매출 감소
	TR6	이해관계자의 우려		●	●	· 이해관계자의 지속가능경영에 대한 우려 발생 및 부정적인 피드백 발생	· 신뢰 훼손, 투자 축소로 인한 자본 가용성 감소

전략

위험·기회 평가

GS리테일 주요 위험·기회 도출

기회

구분			기간 단기	기간 중기	기간 장기	발생 가능 기회	분석 재무 영향
자원 효율	O1	고효율 배송, 생산 및 물류 시스템 이용		●	●	· 에너지·자원 효율이 높은 시스템(물류에너지 관리 시스템, 절수형 혼합수전 교체 등) 도입 · 편의점, 수퍼 매장의 에너지관리시스템 전지점으로 확대 · 물류시스템의 운영 효율 개선 지원	· 에너지·자원 이용 효율 개선으로 운영 비용 절감 · 에너지관리를 통한 운영 비용 절감 · 물류 유통 비용 절감
	O2	폐가전제품 재활용 및 친환경 포장재 활용	●	●	●	· 리사이클링 센터 운영 확대 등으로 폐점 점포 냉장비 재활용 · 친환경 포장재 적용률 확대	· 냉장비 재활용에 따른 폐기물 처리 및 신규 투자 비용 약 77.7억 원 절감(2023년 기준) · 친환경 포장재 적용 제품 매출 증가
에너지원	O3	저탄소 에너지원 사용		●	●	· 태양광 발전 설비 구축 등으로 친환경 에너지 자체 생산 · 온실가스 배출량 감축을 통한 친환경 기업 이미지 구축	· 에너지 조달 비용 및 탄소 배출 비용 절감 · 자본 가용성 개선
	O4	국가 재생에너지 정책 인센티브 활용		●	●	· 태양광 패널 설치 지원사업 참여	· 신재생에너지 전환 비용 및 에너지 조달 비용 절감
제품 및 서비스	O5	친환경 인증 제품 도입 확대	●	●	●	· 친환경 인증제품 판매 확대 및 친환경 기업 인식 제고	· 친환경 제품 매출 증가(2023년 기준 친환경 인증 제품 매출액: 5,218억 원)
	O6	소비자 친환경 제품 선호도 변화	●	●	●	· 친환경 소비 문화 확산에 대응한 친환경 제품 개발 및 도입 확대	

전략

위험·기회 평가

GS리테일 주요 위험·기회 대응 방안 수립

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

위험 및 기회

구분		요인
물리적 위험	PR1	급성 자연재해 및 기상이변
	PR2	강수 및 기상패턴 변화
전환 위험	TR1	온실가스 배출 가격 인상
	TR2	온실가스 배출량 보고의무 강화
	TR3	폐기물 처리 및 친환경 냉매 사용 등의 의무 사항 및 규제 도입
	TR4	고객 행동 변화
	TR5	친환경 이미지 저하에 따른 소비자 불매운동 확산
	TR6	이해관계자의 우려
기회	O1	고효율 배송, 생산 및 물류 시스템 이용
	O2	폐가전제품 재활용 및 친환경 포장재 활용
	O3	저탄소 에너지원 사용
	O4	국가 재생에너지 정책 인센티브 활용
	O5	친환경 인증 제품 도입 확대
	O6	소비자 친환경 제품 선호도 변화

대응방안

Green Product	목표	· 환경표지인증, 저탄소 인증 제품군 확대
	세부전략	· 친환경 제품 홍보 및 녹색소비 촉진 활동 진행
Green Store	목표	· 2030년까지 에너지 원단위 사용량 25% 감축[1)] · 2030년까지 폐기물 원단위 배출량 25% 감축[1)]
	세부전략	· 2024년 전 점포 SEMS 설치 · 2027년 이후 구입하는 모든 냉장비에 친환경 냉매 사용 냉장비 도입 · 2028년 SEMS 설치 전 점포 AUTO DR 참여 (16,000여 점) · 2029년까지 전 GS THE FRESH 친환경 냉매 장비로 전환 · 파트너십 기반 순환경제 활성화 및 폐전자제품 등 폐기물 재활용 확대
Green Value-Chain	목표	· 2030년까지 온실가스 원단위 배출량 25% 감축[1)] · 2025년까지 녹색물류 배출량 약 5% 감축[2)]
	세부전략	· 온실가스 인벤토리 고도화 · 친환경 이미지 인식 제고 및 사업 강화 · 연 1회 이상 국내·외 환경 캠페인 참여 · 협력사 환경표지인증 획득 지원

1) 기준연도(2022년) 대비
2) BAU 대비

위험 관리

관리 프로세스

위험 식별

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

대응 전략 수립 및 이행

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

위험 평가 및 분석

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

모니터링 및 보고

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

기후변화 위험 관리 프로세스

STEP 1	STEP 2	STEP 3	STEP 4
위험 식별	**위험 평가 및 분석**	**대응 전략 수립 및 이행**	**모니터링 및 보고**
리스크관리협의체 · 분기 1회 Business 분과 기후변화 위험 점검 및 분석 회의 진행 · 빅데이터 기반의 조기 위험 센싱	리스크관리협의체 · 이슈에 대한 위해도 평가 (기준: 인지, 주의, 심각 및 비상) · 위해도별 이슈 이력 데이터 분석	리스크관리협의체 · 국내 기업 주요 이슈 및 위험 관리 사례 분석 · 업무 특성을 고려한 교육 실시	ESG위원회 · 기후변화 관련 ESG 경영 전략 검토 · 성과 모니터링 및 안건 심의
ESG 실무협의체 ESG 자주연 · 기후변화 대응, 친환경 제품, 매장, 물류 및 구매 등 환경 관련 활동 과정에서 노출된 위험 확인	환경경영평가위원회 · 현 경영 활동에 대한 평가 수행 · 실무 부서의 기후변화 대응 관련 업무 현황 분석	ESG 실무협의체 ESG 자주연 · 평가 결과에 기반한 추진 과제 및 목표 수립	ESG 추진협의회 ESG 실무협의체 · 추진 과제에 대한 진척 현황 확인 · 분기 1회 기후변화 등 ESG 관련 사항 의사결정

지표 및 감축 목표

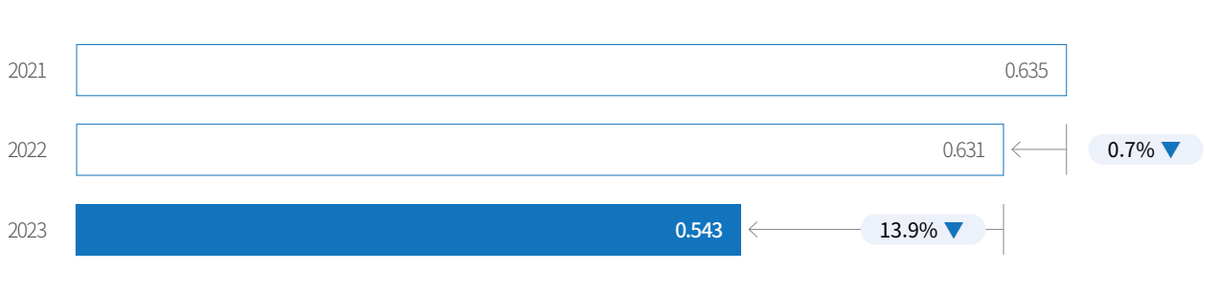
지표

온실가스 배출 현황

기후변화 관련 위험과 기회를 파악하기 위해 측정 가능한 환경 지표를 설정하고 관리하는 것이 중요합니다. GS리테일은 온실가스 배출량은 물론, 에너지, 용수, 폐수, 폐기물과 같이 간접적으로 기후변화에 영향을 미치는 지표를 주기적으로 관리하고 있습니다. 나아가, 기후변화와 관련된 환경 지표 데이터에 대한 정기 분석을 수행하여, 당사 비즈니스 활동 전반에 걸쳐 발생 가능한 환경 영향을 측정하고 전체 임원 KPI의 5%에 ESG평가 및 ESG실행과제를 포함하고 있습니다. GS리테일은 사업장 내에서 발생하는 직간접 배출량(Scope 1, 2) 뿐만 아니라, 업·다운스트림 Value chain을 포괄하는 Scope 3 배출량 또한 온실가스 프로토콜 기준(Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard)에 의거하여 산출 및 공개하고 있습니다. 2023년 Value chain 온실가스 배출량 분석 결과, 전체 온실가스 배출량(Scope 1, 2, 3) 중 사업장 배출량이 차지하는 비중은 10% 미만인 것으로 파악되고, 프랜차이즈 사업을 영위하는 GS리테일의 업 특성에 기인하여 전체 배출량의 약 90%는 다운스트림에서 발생하고 있습니다.

온실가스 원단위 배출량 (Scope 1, 2)

(단위 : tCO_2eq/억 원)



2023년 밸류체인별 온실가스 배출량

업스트림 1.40 %

9,277 tCO_2eq

- 카테고리 2. 자본재 (0.03%)
- 카테고리 3. 구매 전력 및 에너지 (0.68%)
- 카테고리 4. 원자재 운송 (0.20%)
- 카테고리 5. 폐기물 발생 (0.48%)

사업장 8.89 %

59,109 tCO_2eq

- 직접배출 Scope 1 (0.32%)
- 간접배출 Scope 2 (8.57%)

다운스트림 89.71 %

596,398 tCO_2eq

- 카테고리 13. 임대자산 (0.01%)
- 카테고리 14. 프랜차이즈 (89.7%)

목표

온실가스 감축목표

GS리테일은 직전연도 대비 Scope 1, 2 온실가스 배출 원단위 3%를 감축하여 2030년까지 기준연도(2022년) 대비 배출 원단위를 25% 감축하고자 합니다. 또한, 녹색물류 배출 목표를 2025년까지 BAU 대비 약 5% 절감으로 설정하고, 목표 달성을 위한 감축 실적을 관리하고 있습니다.

2023년	2030년	장기
Scope 1&2 59,109tCO_2eq 배출	기준연도(2022년) 대비 Scope 1&2 원단위 배출량 25% 감축	탄소중립 사회 전환에 기여

온실가스 배출량 감축 추진 전략

GS리테일은 전사 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 감축을 위해 전사 차원의 환경 전략 과제를 수립해 운영하고 있습니다. 배출량 저감 방안의 일환으로 사옥 내 노후화된 설비 교체, 고효율 냉장비 도입, 전 매장 SEMS 설치 및 SEMS를 활용한 자동 수요반응 시스템 도입 등을 지속 추진하고 있으며, 내부탄소가격제도 도입 등을 검토하여 온실가스 배출량 관리 체계를 고도화 할 계획입니다.

SUSTAINABILITY PROGRESS

37 **Environmental**
38 Green Value-chain
44 Green Product
47 Green Store

52 **Social**
53 Together with Employees
64 Together with Partners
72 Together with Customers
82 Together with Communities

87 **Governance**
88 투명한 지배구조
91 정도경영
93 준법경영
94 리스크 관리

Environmental

GS리테일은 기후위기 등 외부 환경변화가 사업 및 내 외부 이해관계자에게 미칠 수 있는 부정적 영향을 최소화하고, 종합 유통 플랫폼으로써 사업 밸류체인 전반에 걸쳐 발생가능한 환경영향을 저감해 비즈니스와 환경을 위한 지속가능한 솔루션을 제공하고자 합니다.

Approach

친환경 제품 확대, SEMS 등을 이용한 친환경 매장 구축을 비롯한 자체적인 신사업 추진과 신기술 도입을 바탕으로 온실가스 배출을 감축하여 부정적인 환경영향을 감소시키고 있습니다. 또한, 임직원 및 소비자를 포함한 이해관계자들도 환경경영 활동에 동참할 수 있도록 환경 인식 개선 캠페인 진행과 친환경 포장재 및 제품 확대 등의 환경경영 활동을 통해 지속가능한 소비를 장려합니다.

온실가스 Scope 1&2 원단위 배출량

13.9% 감축

폐전자제품 회수·재활용 확대

환경부 장관상 수상

친환경 매출액

5,218 억 원 달성

친환경 포장재 적용률

39.1% 달성

친환경 인증 제품

232 SKU 운영

Green Value-chain

환경경영

관리 체계

환경경영 방침

GS리테일은 경영활동 전반에 걸쳐 발생가능한 환경영향을 최소화하고, 유통사로써 미래 지구 환경 보존을 위해 환경경영 실천의지를 표명한 환경방침을 수립해 운영하고 있습니다.

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

환경경영시스템(ISO 14001)

GS리테일은 환경경영에 관한 국제표준인 ISO 14001을 획득하고, 내부심사원 육성을 통해 환경 관련 추진 계획 및 실행조치를 매년 점검하고 있습니다.

환경성과 평가

C-level 임원의 성과 평가지표에 ESG평가를 2022년 새롭게 도입하였으며, 2023년부터는 부문장 이상 전임원 KPI의 5%를 ESG실행 실적과 연계하여 경영진 평가와 보상하고 있습니다. 이를 통해 ESG에 대한 경영진의 리더십 강화로 ESG 기반의 의사결정 구조로의 변화를 이끌고자 하며, 앞으로도 평가체계를 고도화하여 GS리테일 밸류체인 전반에 걸쳐 ESG실행력을 강화해 나갈 계획입니다.

환경 규제 대응

GS리테일은 ESG 추진협의회 및 환경영향평가위원회를 통해 환경 관련 규제 동향을 파악하고 사전 대응을 위한 체계를 구축하고 있으며, 2023년 환경 법규 위반 사항은 없었습니다. 또한, 비재무 리스크에 환경 및 기후변화 리스크를 포함하여 규제 관련 리스크를 관리 및 대응해 나가고 있으며, 지속가능발전기업협의회(KBCSD, Korea Business Council for Sustainable Development)에서 환경부와의 정책세미나를 통해 환경 규제 관련 의견을 개진하고 적극적으로 소통해 나가고 있습니다.

환경경영 히스토리

2007	2008	2009	2013	2017	2020-21	2022	2023
· GS그룹 그린경영 마트, 수퍼 전단 재생용지 사용	· 다회용 장바구니 배포, 포장재 줄이기 활동 실시 · GS25 에너지절약형 점포 운영	· 물류 배송루트 최적화 TMS도입 · 환경부와 폐건전지 수거캠페인 실시	· 녹색소비 확대 참여 · 물류센터 지능형전력망 구축을 통한 연간 20% 에너지 절감	· SEMS 도입	· 환경경영체계 수립 · ISO 인증획득 · 녹색매장 도입 · 이니셔티브 가입 및 지지 선언 · 환경부 녹색소비 촉진	· 환경부 환경교육 업무협약 체결 · 극지연구소와 기후위기 대응 업무협약 체결 · BNBP 생물종다양성 이니셔티브 가입	· 한국환경공단과 자원순환 업무협약 체결 · 녹색소비주간 캠페인 동참 · WWF 어스아워 캠페인 참여

Green Value-chain

환경경영

환경인식 개선

임직원 환경 교육

GS리테일은 전 임직원이 환경경영에 동참할 수 있도록 정기적으로 환경교육 및 ESG교육을 진행하고 있으며, 미이수자, 신규 입사자 등의 교육 접근성을 제고하기 위해 대면 및 비대면 수업을 병행하고 있습니다. 2023년부터는 ESG라운지를 운영하여, 자원선순환 등 환경 관련 교육 소주제를 통해 임직원의 관심도를 제고하는 쌍방향 소통 위주의 교육을 진행할 예정입니다.

2023년 환경교육 진행 현황 (단위 : 명)

강의테마	세부주제	수강인원
자원순환	유통업의 자원순환	58
	해양쓰레기 업사이클링 공예	19
생물종다양성	생태적 전환과 생물종 다양성	105
그린워싱	그린워싱 방지 : 표시광고법	200
ESG	ESG 경영의 이해	133
	ESG와 경영전략 연계(온라인)	4,779

친환경 사무용품 구매

FSC 인증 다이어리

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

친환경 사무가구

GS리테일은 2023년 가구 총 발주 금액의 약 64%를 그린가드 인증서를 획득한 책상, 의자 등 총 22가지의 친환경 가구로 발주하였습니다. 또한, 친환경 소재로 분류된 크라프트지를 활용한 대봉투를 사용하고 있으며, 향후 물품 구입 및 공사 시 친환경 제품을 우선적으로 검토하고 경제성, 도입 효과 등을 고려해 친환경 제품 사용을 점진적으로 확대해 나가고자 합니다.

이해관계자 참여 캠페인

임직원

생물종다양성 생태계 보존활동

GS리테일은 해양수산부와 해양환경공단이 주관하는 민간 참여형 해변관리 프로그램 '반려해변'에 참여하고 있습니다. GS리테일은 멸종위기 보호종인 상괭이가 서식하는 이호테우해변 인근에서 생태계에 위협이 되는 어업 폐기물과 관광객이 버리고 간 폐기물을 수거하는 활동을 2023년에 총 4회 실시했습니다. 앞으로도 GS리테일은 임직원이 참여하는 환경보호 활동을 통해 환경 인식을 높이고 지속 가능한 해양생태계를 유지하기 위해 노력할 계획입니다.

GS Earth Day

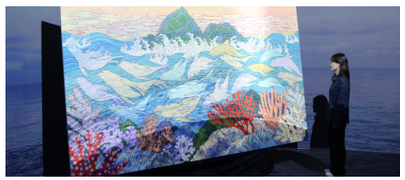
GS리테일은 임직원의 다회용컵 사용을 권장하기 위해 한달에 한번 머그컵 지참시 커피를 무료로 제공하는 GS Earth Day를 운영하고 있습니다.

다회용 컵 사용 수 5,226잔

고객

생물종다양성 보존 메시지 전파

GS리테일은 생물다양성 보존 활동으로 극지연구소와 MOU를 체결하였습니다. 오프라인 매장에서 사용하는 비닐백 대신 생물종다양성 관련 메시지를 담은 종이쇼핑백과 다회용백을 출시하여 기후위기에 대한 경각심을 인식시키고, SNS를 통해 공동캠페인을 진행하여 생물종다양성 보존에 대한 메시지를 전파하였습니다. 또한, 10월 25일 독도의 날을 맞아 멸종위기종인 강치를 비롯한 희귀식물을 모티브로 한 미디어 작품 전시 및 굿즈 판매를 통해 생태계 보존의 필요성을 전파했습니다.



탄소중립포인트 제도 참여

GS리테일은 환경부의 '탄소중립포인트(녹색 생활 실천분야)제도'에 참여하고 있으며, '우리동네GS'앱을 통해 매장 구매 시 영수증을 모바일로 발급하고 있습니다. 이를 포인트 제도와 연계하여 고객의 친환경 생활 실천 문화를 확산시키기 위한 노력에 동참하고 있습니다.

경영주

어스아워 캠페인

GS리테일은 기후위기 대응 활동의 일환으로 세계자연기금(WWF)이 개최하는 '어스아워(Earth Hour)' 캠페인에 동참하여 2024년 6,031개 점포의 간판을 일시적으로 원격 제어 및 소등하였으며, 전년 대비 참여 점포 수가 증가하였습니다.

Q. 경남 창원시 GS25 경영주

우리 후손에게 물려줄 하나뿐인 큰 자산인 지구,
5분이지만 모이면 큰 울림이 될 것입니다.
다같이 동참합시다.

Q. 강원도 원주시 GS25 경영주

서로를 생각하면 더 나은 미래가 보일 겁니다.
많은 분이 참여했으면 좋겠네요.

Green Value-chain

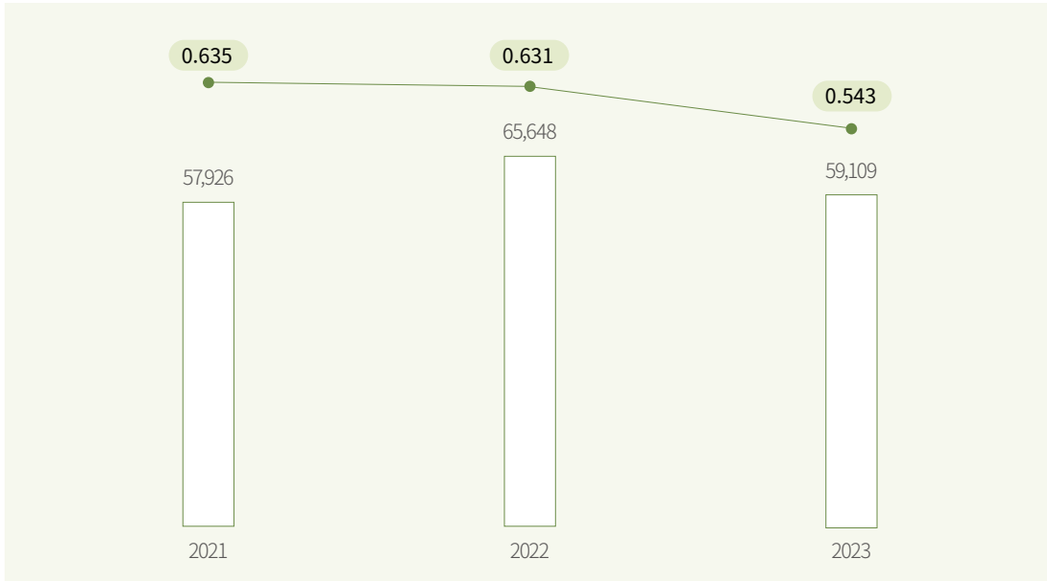
기후변화 대응

온실가스 배출

배출량 측정

GS리테일은 온실가스 배출 목표관리대상 기업은 아니지만, 기후변화에 대한 책임에 공감하고 범국가적 기후변화 대응 기조에 부합하기 위해 자발적으로 온실가스 인벤토리를 구축하고 온실가스 배출원 및 배출량을 파악했습니다. GS리테일이 소유 및 임차한 자산에서 발생한 온실가스 배출량(Scope 1&2)의 배출량은 65,648tCO_2eq에서 59,109tCO_2eq로 감소하였으며, 온실가스 배출 집약도는 전년 대비 약 13.9% 감소하였습니다. 앞으로도 온실가스 배출량을 지속 모니터링하고 배출량을 관리해 나갈 계획입니다.

온실가스 배출 현황(Scope 1, 2) (단위: tCO_2eq, tCO_2eq/억 원)



감축 목표

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

2023년	2030년	장기
Scope 1&2 59,109tCO_2eq배출	기준연도(2022년) 대비 Scope 1&2 원단위 배출량 25% 감축	탄소중립 사회 전환에 기여

저감 활동

GS리테일은 온실가스 배출량을 저감하기 위해 Scope 별 다양한 활동을 전개하고 있습니다. 냉각탑 등 사옥 내 노후화된 설비를 교체하고 SEMS 운영, 냉장비 스윙 도어 설치와 에너지 절감형 냉장비 도입 등을 통해 Scope 2 배출량을 저감하고자 합니다. 또한, 우리동네 딜리버리 서비스 및 반값 택배 등 온실가스 배출 저감 사업 확대를 통해 Scope 3 배출량을 저감하고 있습니다.

구분	활동	보고 페이지
Scope 1 & 2	고효율 LED 교체	43, 47, 50
	태양광 설비 운영	43, 47-48, 50
	냉장비 스윙 도어 설치	47-48
	스마트 에너지 관리 시스템(SEMS) 활용	35, 47-49
	사옥 냉각탑 교체	50
Scope 3	우리동네 딜리버리 서비스 활성화	41
	폐전자제품 회수 및 처리	41, 47, 51
	반값 택배 사업 확대	41

국내외 환경 이니셔티브 참여

GS리테일은 BNBP이니셔티브를 통해 환경부, 해수부 등 정부기관 및 다양한 기업과의 정책간담회를 실시하고 생물종다양성 보존을 위한 더 나은 방안을 모색하고 있습니다. 또한, 기업의 환경 및 사회적 책임을 성실히 수행하기 위해 UNGC 이니셔티브에 가입하고 TCFD보고서를 발간하고 있습니다. 2024년에는 CDP에 참여하여 기후변화 전략과 온실가스 저감 현황을 투명하게 공개할 계획입니다.

Green Value-chain

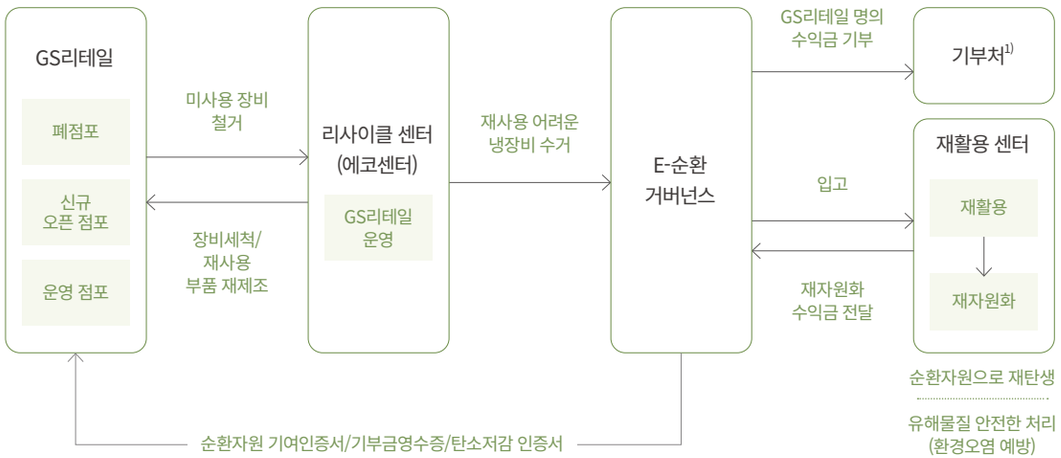
기후변화 대응

저감 사업

Case ① 폐기물 자원순환 서비스

GS리테일은 E-순환거버넌스, 한국환경공단과 'ESG 경영실천과 자원순환 동행' 업무협약을 체결하여 18,000여 개 점포에서 발생하는 폐전자제품을 E-순환거버넌스로 인계하고 회수 및 재활용하여 2년 연속 환경부 장관상을 수상하였습니다. 향후 폐전자제품의 이동·수집 과정에서 발생하는 탄소배출 저감을 위해 점포에서 바로 수거하는 방식을 추가 도입할 예정입니다.

폐전자제품 재활용



온실가스 배출 저감	2023년 폐점포에서 발생하는 약 1,195톤의 온도교환기기 및 디스플레이기기 등의 폐전자제품을 재활용하여 약 88.2%인 1,054톤의 제품을 순환자원으로 생산하였으며, 이러한 활동을 통해 약 4,536톤의 탄소 배출량 저감에 기여하였습니다.

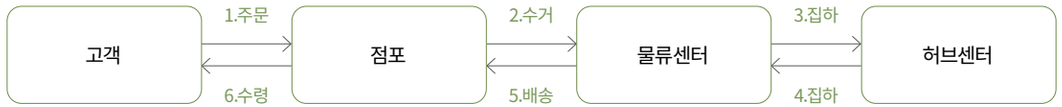
전자제품 자원 순환에 의한
순환자원 생산 확인서

1) 2023년은 어린이재단에 기부진행
2) 산정 근거: 배달 1건당 이동 거리 – 3km 가정, 오토바이 탄소 배출량 – 145g/km

Case ② 고객참여 서비스

반값택배

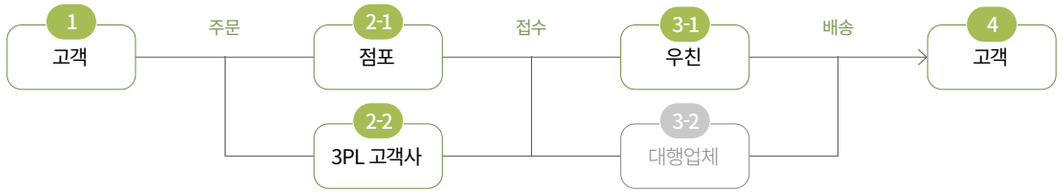
GS리테일의 '반값택배 서비스'는 고객이 인근 GS25 매장에서 택배를 접수 및 배송하고, 주문인도 인근 GS25에서 수령하는 서비스로, 각 점포에 배송을 마친 회송 차량의 빈 공간에 택배 물품을 적재하여 소비자에게 안전하게 운반합니다.



택배차량 운행 건수 저감	각 점포에 배송을 마친 회송 차량의 빈 공간에 접수 택배 물품을 적재하고 자체 물류망을 활용해 택배 차량 운행 감축을 통한 탄소배출량 저감에 기여하고 있습니다.
저렴하고 안전한 서비스 제공	인근 GS25 점포로 물품을 배송하여 주문인의 주소지 노출 리스크를 저감하고, 고물가 시대에 상대적으로 저렴한 가격에 택배 서비스를 제공해 고객 만족을 실현합니다.

우리동네 딜리버리

GS리테일의 도보 배달 서비스 '우리동네딜리버리'는 지역민 누구나 도보 및 자전거 등을 활용해 생필품, 식료품, 조리음식 등의 물품을 배달할 수 있도록 지원하는 서비스로, 온실가스 배출 저감과 더불어 일자리 제공에 기여합니다.



온실가스 배출 저감	2023년 자전거 배달 서비스 가능 거리를 확대하여 수행 건수를 증가하고, GS점포 외 3PL 상품 배송 등의 서비스를 확대해 약 488톤[2]의 탄소 배출 저감에 기여하였습니다.
지역민 일자리 창출	근로시간 단축 및 노령 인구 증가 등 시대적 환경에 맞춰 지역민과 시니어 일자리 창출을 통해 지역사회 공헌에 기여하고, 지역민과의 동반성장을 실현하고 있습니다.

Green Value-chain

녹색 물류

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 친환경 물류 운영과 환경영향 저감을 위해 ESG 추진위원회를 설립해 운영하고 있으며, 플랫폼 및 홈쇼핑 BU 산하의 전담 부서 간 긴밀한 논의를 통해 환경 친화적인 물류 활동을 전개하고자 합니다.

추진 방향

GS리테일은 자회사 GS네트웍스와의 공동 노력을 통해 녹색물류를 실천하고 있으며, IT 시스템 역량을 기반으로 녹색차량 운영, 녹색업무 프로세스 구축, 녹색물류 시설 도입 등을 추진해 궁극적으로 친환경 녹색 물류를 확대하고자 합니다.

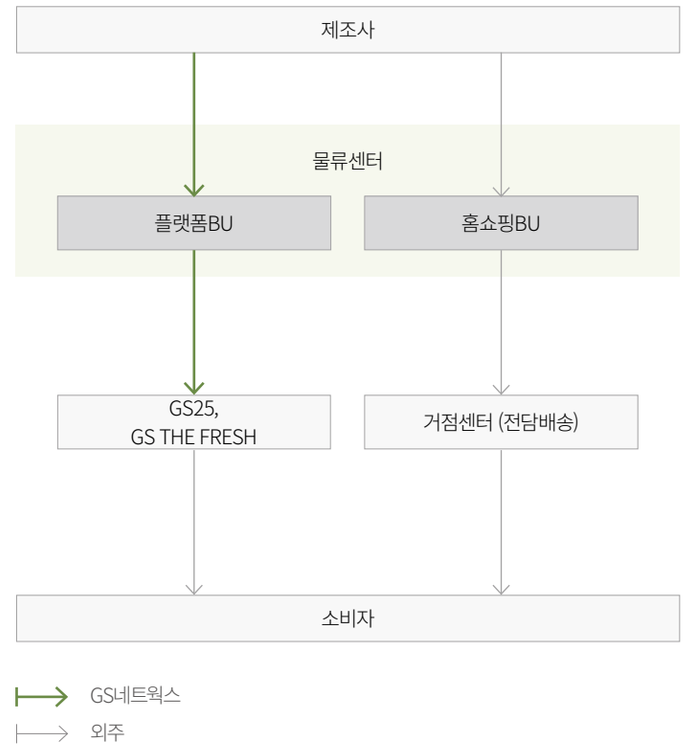
| 우수녹색물류실천기업 지정 |

GS리테일은 물류에너지 목표관리제에 참여하여 온실가스 감축 실적을 인정받아 국토교통부 주관 우수녹색물류실천기업으로 지정되었으며, 2022년 1월 재인증을 취득하였습니다. 앞으로도 지속적인 녹색물류 실천을 통해 온실가스 저감과 환경 보호에 기여할 계획입니다.

우수녹색물류실천기업
Certified Green-Logistics Company
국토교통부

배송 프로세스

GS리테일은 물류 자회사 GS네트웍스의 물류망을 기반으로 체계적인 배송 프로세스를 구축 및 운영하고 있으며, 효율적인 물품 배송을 위해 필요 시 협력사와의 협업을 강화하고 있습니다.



Green Value-chain

녹색 물류

친환경 물류사업[1)]

녹색차량

저공해물류 장비 도입

기존 디젤 장비에서 전기지게차 등 저공해물류 장비로 99% 전환하였습니다.

전기지게차 전환율	99 %

탑차 내 공기 저항 감소 장치 장착

에어스포일러(공기 저항 감소 장치) 설치를 통해 배송에 필요한 연료 소모량을 감축하고 탄소배출 저감에 기여하고 있습니다.

설치 차량 수	2,590 대

차량 대형화

적재량을 1톤→2.5톤으로 증가시키고 궁극적으로 배송 횟수를 축소하여 운송 과정에서의 탄소 배출량을 저감하고 있습니다.

전환 차량 수	461 대

녹색업무 프로세스

통합 배송 프로세스 구축

저온 상품 1일 배송 횟수를 3회→2회로 축소하여 점포수가 증가했음에도 불구하고 운행거리를 단축하여 점포 당 주유량을 구축 전 대비 12% 절감하였습니다.

점포당 절감 주유량	12 %

배송 루트 효율화

적재율 및 점포 수주 데이터에 기반한 배송 루트 최적화를 달성해 운행거리 축소 및 초과 물동량 대응(용차 축소)을 통한 정시 점착 서비스를 제공하고 있습니다.

점포당 절감 주유량	4 %

물류 에너지 관리 시스템 도입

물류센터 및 배송 차량의 에너지 사용량 모니터링을 통해 에너지 사용의 효율성을 제고하고 있습니다.

도입 물류센터 수	27 개

출하 프로세스 개선

물품의 출고를 지연시킴으로써 반송 예정 물품의 출하를 방지하여 불필요한 물품 적재와 차량 이동을 예방하고 운송 차량의 연비를 개선하고 있습니다.

일별 출하 방지 물품	일 평균 200 개

녹색물류 시설

태양광 설비 설치

공주/진주 물류센터 내 태양광 설비를 운영하여 연간 1,813MWh 전력량을 자가 생산하고 있습니다.

연간 자가 생산 전력	1,813 MWh

LED 조명 교체

공주/용인/양산/청주/진주/장성 센터 조명을 LED로 교체하였으며, 공주/용인/양산/청주 4개 센터 내 자동 조도 센서를 도입해 에너지 효율을 제고하고 있습니다.

조명 교체 물류센터 수	6 개

EV 충전소 도입

전기자동차 인프라를 구축하고, 전기자동차 이용 확산에 기여하기 위해 공주/청주/진주 물류센터 내 EV 충전소를 운영하고 있습니다.

충전기 설치 대수	3 기

1) 홈쇼핑 부문 및 GS네트웍스 성과

Green Product

지속가능한 제품

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 지속가능한 제품 개발과 녹색 원재료 유통을 적극 추진하기 위해 거버넌스 체계를 확립해 운영하고 있습니다. 각 담당 부서에서는 제품 구매, 개발 및 원재료 조달 시 인증 획득 여부를 검토하고, 지속가능한 제품과 원료 개발을 지속 추진하여 녹색제품 유통 및 소비 활성화에 기여하고자 합니다.

친환경 PB상품 관리 시스템

GS리테일은 지속가능한 제품 관리 시스템을 구축하여 지속가능한 제품 확대를 위한 PB 상품 관리 체계를 확립하고 있습니다. 관리 시스템을 통해 각 제품의 제 3자 인증 여부, 인증 종류, 인증 유효기간 등 지속가능한 제품에 대한 정보를 확인하고 이에 대한 사후관리를 진행하고 있습니다. 또한, 신상품 등록 시 지속가능한 제품의 정보를 등록할 수 있는 시스템을 추가하여 제품의 정보를 DB화 시킬 수 있도록 지원하고 있으며, 해당 데이터베이스를 고도화하며 관리해 나갈 계획입니다.

녹색 제품 개발 및 구매 절차

제품 개발

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

시장환경 분석	전개품목 선정	납품후보 업체 선정	품질실사	시제품 확인	상품화 작업	시장 출하
소비자 구매 니즈 및 시장 내 성장가능성	필요 카테고리 선정	납품 가능한 친환경 인증 업체 확인	친환경 인증, 원물관리 능력 및 상품화 역량 확인	원물상태 / 디자인 등 유통 전 최종 점검	지속적 프로세스 개선	전국 매장으로 출하

녹색 구매

GS리테일은 온·오프라인을 연계하는 라이프스타일 플랫폼으로써, 소모품 구매와 원재료 유통 및 조달 과정에서의 환경영향을 저감하기 위해 지속가능한 구매 정책을 수립해 이를 준수하고자 합니다. 또한, 다양한 이해관계자가 친환경 활동에 자연스럽게 동참할 수 있도록 녹색구매 프로세스를 구축 및 운영하고 있으며, 친환경 원재료를 조달 및 공급해 친환경 소비문화 확산에 기여하고자 합니다.

녹색구매 검토	녹색제품 도입 가능성 검토	녹색구매 이행 및 계약	실적 관리 및 공시
구매 필요 품목 중 녹색 인증 제품 여부 파악	도입 예정 녹색제품 시범 운영 실시, 시범 운영 결과 보고 및 운영안 협의	녹색구매 제품 계약 체결 및 발주	구매 제품별 품질, 서비스 등에 대한 모니터링 및 점검에 따른 보완 및 실적 관리

↖ 구매 방침

Green Product

지속가능한 제품

제품 개발 및 확대

지속가능한 제품 정의

GS리테일은 취급 제품 중 제품 또는 원재료 대해 제3자 친환경 관련 인증을 획득한 제품을 '지속가능제품'으로 정의하고 있으며, 패키지 개선에 있어 자체적인 기준을 수립해 지속가능한 제품 확대를 위해 노력하고 있습니다. 특히, 2023년 친환경 인증 제품의 기준을 고도화하여 연말 매출액 합산 500만 원 이상의 친환경 상품만 취급하여 실적을 취합 및 관리하고 있습니다.

인증 기반 지속가능한 제품 기준

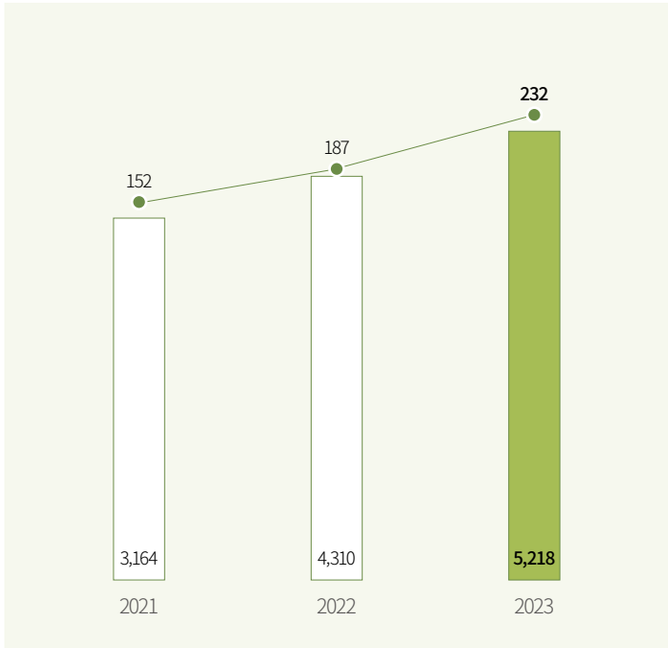
친환경

책임있는 원재료

친환경 인증 제품 판매

GS리테일은 환경경영 방침에 따라 친환경 인증제품의 판매를 확대하고 고객의 녹색 제품 접근성을 제고하기 위한 노력을 전개하고 있습니다. 2023년 기준 약 232개의 SKU를 운영하고 약 5,218억 원의 친환경 매출을 달성해 전기 대비 약 900억 원 이상 증가하였으며, 앞으로도 친환경 소비 문화를 구축하기 위해 다양한 인증 제품을 취급 및 판매하고자 합니다.

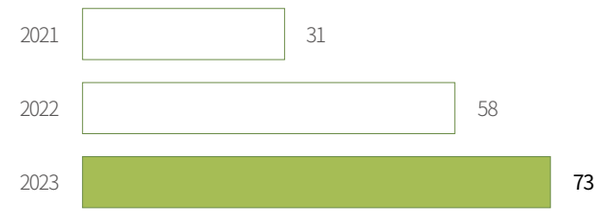
친환경 매출 및 운영 제품



책임있는 원재료 판매

GS리테일은 무항생제, 동물복지 등의 인증을 받은 책임있는 원재료를 조달 및 판매하고 있습니다. 2023년에는 2021년 대비 약 2배 이상의 동물복지, 무항생제, GAP 등의 인증 상품을 취급 및 판매하였으며 앞으로도 고객에게 책임있고 건강한 원재료를 제공하고자 합니다.

책임있는 원재료 인증 제품 (단위: 개)



| 녹색소비주간 캠페인 동참 |

GS리테일은 세계환경의 날을 맞아 환경부가 주관한 2023 녹색소비주간 캠페인에 동참해 녹색 소비 생활 촉진을 통한 탄소중립 사회로의 전환 추진에 동참하였습니다. 특히, 녹색제품에 대한 소비자 인식 제고를 위해 환경표지인증, 저탄소제품 등을 획득한 과일, 유제품, 채소, 축산물 및 식음료 등 다양한 친환경 제품을 판매해 고객의 녹색 제품 소비를 장려하였습니다. 앞으로도 환경부와 연계하여 BU별 연 1회 이상 녹색소비 촉진 활동을 진행할 계획입니다.

Green Product

지속가능한 제품

제품 개발 및 확대

상품 패키징 환경성 개선

지속가능한 포장재 도입

GS리테일은 사전 승인단계에서 국내·외 친환경 인증을 획득한 친환경 상품을 점검해 관리하고 있으며, 친환경 포장재를 확대 적용해 환경영향을 저감하고자 합니다. 방송(Live) 판매 상품에 대해서는 2019년부터 종이 테이프, 종이 완충재, 핑거박스(무테이프 박스), 신발 원박스 등을 도입하여 2023년까지 약 20가지의 친환경 포장재를 상품에 적용하고 있습니다. 2023년 친환경 포장재 적용률은 39.1%로 당초 목표였던 35.8%를 초과 달성하였으며, 앞으로도 친환경 포장재를 더 확대하고 지속적으로 개발하고자 합니다.

방송(Live) 판매 상품 친환경 포장재 적용률 (단위 : %)

구분	2021	2022	2023
적용률	25.9	34.1	39.1

발포 PP 용기

GS25는 2023년 총 11개의 친환경 용기를 활용한 상품을 판매하여 약 98억 원의 매출을 달성하였으며, 수퍼 점내 조리 14개 식품에 대해서는 원형 펄프 용기를 적용해 판매하고 있습니다. 특히, '1석3조 고기대첩' 제품 등 플라스틱 발포 PP용기를 적용한 상품의 경우 비발포 PP 대비 온실가스 배출량 약 24% 감축 효과를 창출하고 있으며, 앞으로도 친환경 용기 적용 방안을 수립해 운영하고자 합니다.

친환경 용기 활용 상품 판매액

98 억 원

'GS리테일의 포장재 이야기' 품질연구팀 류남선매니저 인터뷰

Q. 어떤 친환경 포장재를 도입 및 운영하고 있나요?

2019년부터 종이테이프, 종이완충재, 핑거박스(無테이프박스)
물아이스팩 등 약 20가지의 친환경 포장재를 개발하여 적용하고 있습니다.

Q. 포장재를 전환하면서 어려웠던 점과 도입을 확대할 수 있었던 요인은 무엇인가요?

친환경 포장재는 일반 포장재에 비해 경제성 및 작업성 측면에서 여러 제약이 많았습니다.
그럼에도 경영진의 적극적인 지원과 품질연구팀을 비롯해 유관팀 담당자와의 많은 고민과 협업을 통해 확대할 수 있었습니다.

Q. 향후 계획은 무엇인가요?

1인 가구 확산에 따른 소포장 배송 증가로 재활용(Recycle), 절감(Reduce), 재사용(Reuse)으로 대표되는 포장의 지속가능성이 더욱 강조되고 있습니다. 종이 봉투, 재생플라스틱 비닐 택배봉투 등 포장재의 부피를 최대한 줄일 수 있는 친환경 포장재를 도입 및 확대하여 포장으로 발생되는 폐기물의 양을 더욱 축소하고자 노력을 지속할 예정입니다.

Green Store

친환경 매장 및 순환경제

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 자원순환 및 폐기물 감축 활동을 확대하고 친환경 매장 운영을 통해 환경영향을 저감하고자 합니다. 플랫폼BU는 상생협력팀 및 시설지원팀에서 고객 및 경영주가 자발적으로 친환경 활동에 참여할 수 있도록 지원하고, 시설구매팀과 I&C팀은 편의점 및 수퍼 내 에너지 사용량을 절감하기 위해 노력하고 있습니다. 또한, 홈쇼핑BU 총무팀에서는 태양광 발전 등 친환경 인프라를 구축하고 있으며, 영상아트팀은 LED 월로 구성된 디지털스튜디오를 설치하여 세트 전환에 따른 폐기물 발생을 절감하고 있습니다.

추진 방향

GS리테일은 사업 운영 시 발생하는 환경영향을 최소화하기 위해 친환경 매장을 운영하고, 순환경제 체계를 확립하고 있습니다. 오프라인 매장과 홈쇼핑 사옥 및 스튜디오 내 친환경성을 강조한 시설을 도입하고, 폐기물 처리 및 자원 순환 체계를 확립하여 기업의 환경영향을 저감하기 위한 노력을 전개합니다.

친환경 매장

오프라인 매장	홈쇼핑
·태양광 설비 ·SEMS ·친환경 냉매 ·냉장비 스윙 도어 ·스마트 조명 ·친환경 자재 ·친환경 음식물 처리기	·태양광 설비 ·LED 조명 ·공조 설비 ·절수형 혼합수전 ·저녹스 버너 ·전기차 충전소 ·디지털 스튜디오

순환 경제

자원순환	폐기물 감축
·폐합성수지 폐기물 재활용 ·Recycle Center ·무인공병회수기 ·매장 폐전자제품 재활용 ·중고방송 장비 기구	·마감시간 할인서비스 ·음식물쓰레기 자체처리기 ·LED스크린월 설치

'GS리테일의 자원순환 이야기' — 시설구매팀 김동인매니저 인터뷰

Q. E-순환거버넌스에 참여하게 된 계기는 무엇인가요?

점포에서 폐기되는 냉동·냉장 장비를 단순한 폐기물이 아닌 최대한 재활용 할 수 있는 방법이 없을 지 고민하다가 폐기물 수거, 재사용이 가능한 자원을 분류하고 기부까지 연계해 자원선순환 구조를 만들 수 있는 E순환거버넌스와 사업을 진행하게 되었습니다.

Q. 2년 연속 환경부 장관상을 수상하였는데, 도입을 확대할 수 있었던 요인은 무엇인가요?

수퍼 조리식품 코너 내 친환경 랩을 도입하고 각 점포의 폐기 냉동 및 냉장기기 순환자원해 2년 연속 환경부 장관상을 수상할 수 있었습니다. 이러한 수상에 기여할 수 있어 영광스러우며, 환경을 지키는 활동은 멀리 있는 게 아니라 우리의 작은 일상에서 실현 가능하다는 사실을 다시 한 번 깨닫게 되었습니다.

Q. 자원순환에 대한 향후 계획은 무엇인가요?

폐식용유 수거 및 바이오 디젤 생산 프로세스를 통합 개선하고, 단순 캠페인이 아닌 실질적인 영향을 미치는 활동을 통해 자원이 선순환 될 수 있는 구조를 만들어가겠습니다.

Green Store

친환경 매장

친환경 인프라 구축

오프라인 매장

녹색매장을 소개합니다.

GS리테일은 환경영향을 저감하고, 친환경 소비 문화 확산에 기여하기 위해 녹색매장 인증제도에 참여하고 있습니다. 2023년 기준, 전국에 위치한 27개의 점포가 환경경영, 에너지 관리, 그리고 친환경 제품의 판매 및 홍보 등에 대한 환경부의 기준을 충족하여 인증을 획득하였습니다. 앞으로도 지속적인 녹색 매장 인증 점포 확대 방안을 모색하고, 친환경 소비 문화 구축에 기여할 계획입니다.

GS리테일은 친환경 매장을 조성하기 위해 매장 내 에너지 사용량, 폐기물 배출량 등의 관리 방안을 지속적으로 모색하고 있으며, 친환경 자재 도입과 친환경 냉매 활용 등을 지속 추진하여 환경에 미치는 영향을 최소화하고자 합니다.

친환경 냉매

점포 내 친환경 R290 냉매가 적용된 수직형 냉장고/냉동고를 전환하여 냉매 누출을 최소화하고 기후변화 대응에 기여

R404 3,922 GWP 99.9% 감축 R290 3 GWP

냉장비 스윙 도어

정부의 '식품매장 냉장고 문달기 사업' 참여하여 냉장비 스윙 도어 설치 및 파일럿 테스트 진행

설치 점포 수 38 점

전등 및 냉난방기

DR(수요반응)제도 연계 에너지절감 실증사업 업무협약을 체결하여 스마트 조명 조도 및 냉난방기 전력 관리

설치 점포 수 전국 8,700 여 점

SEMS

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

설치 점포 수 14,994 점

친환경 음식물 처리기

친환경 신기술을 활용하여 음식 또는 상품 쓰레기를 82% 이상 압축해 처리

운영 점포 수 357 점

친환경 자재

친환경 도장재 전환하고 친환경 가구 자재 적용 추진

적용 등급 E0

태양광 설비

GS THE FRESH 및 GS25 태양광 발전설비 도입 및 운영

연간 태양광 발전량 76,717 kWh

Green Store

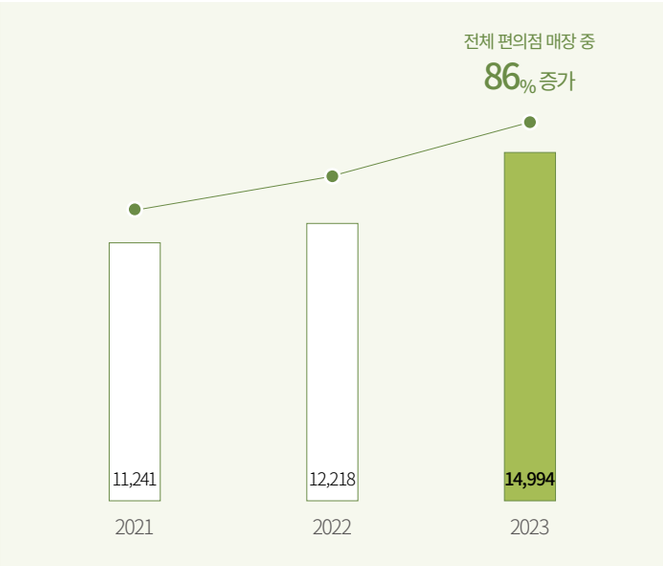
친환경 매장

친환경 인프라 구축

Case ① SEMS

GS리테일은 IoT 기반의 에너지 관리 시스템 SEMS를 활용하여 점포 내 에너지 사용을 효율적으로 관리하고 있습니다. 점포 내 전기 장비를 본부의 메인 서버와 연동하여 원격으로 매장 전력량을 관제하고 피크제어 기능을 통해 냉난방기의 초과 전력 사용을 방지하고 있습니다. 또한, 경영주와 근무자가 스마트폰을 통해 매장의 냉난방 기기와 실내조명 등의 장비를 손쉽게 관리할 수 있도록 지원하고 있으며, 향후 냉장 장비를 적정 온도로 관리하고 오작동 장비를 파악하여 전력 낭비를 방지해주는 기능을 개발할 계획입니다. SEMS를 도입한 이후 점포당 전기료는 월 평균 약 13.5% 이상 감소하였으며, 2024년에는 전 점포에 SEMS를 설치 하고자 합니다.

SEMS 도입 현황



날씨경영 정보시스템

GS리테일은 기상 데이터를 활용한 점포별 각 상품의 매출 영향도를 분석하고 있습니다. 특히, 발주 시스템과 연계하여 기상에 따른 수요 변화를 예측하고 식품별 발주 예측 가이드를 개발하여 날씨 민감 상품의 폐기율을 저감하고 있습니다. 또한, 기상 재해를 예측해 안전 예방 수칙을 경영주에게 배포하고, 관련 프로모션을 기획해 고객 만족도 향상을 제고하고 있습니다. 향후 SEMS와 기상 데이터를 연계하여 날씨 데이터에 따라 자동으로 간판을 점등하는 기능을 도입해 시스템을 고도화 할 예정입니다.

적용 프로세스

Step 1	온실가스 배출 저감	· 지역별 날씨 · 현재, 과거, 미래 예보
Step 2	날씨 제공 및 활용 시스템	· 전사 공통 홈페이지 · 단품 실적 재고 시스템 점포 · 영업 발주 시스템
Step 3	날씨 경영/ 마케팅 계획 수립	· 날씨 리스크 분석 · 날씨 사전 예측에 따른 마케팅 전략 및 방향성 수립
Step 4	현장 적용	· 날씨에 따른 영업 활동 변화 · 매장 전력 및 온도 관리

'GS리테일의 스마트 에너지관리시스템 [SEMS] 이야기' ___ 시설지원팀 김형진매니저

Q. SEMS를 도입하게 된 계기는 무엇일까요?

2015년 편의점 시설물 관리 전산화 및 고장 처리의 선제적 대응, 전기 사용량 감소를 목적으로 도입하였습니다.

Q. SEMS 설치를 통해 경영주 등 이용자가 체감할 수 있는 실제 효과는 무엇일까요?

전기요금 인상으로 인해 전기 사용량에 대한 관심이 많은 상황입니다. SEMS의 특허 받은 계약전력 산정 로직을 활용하여 점포 오픈 시 계약전력을 인하하고 경영주의 전기요금 기본료 절감에 기여하고 있습니다. 또한, 모바일 어플리케이션을 통해 점포 전기사용량 모니터링 및 점포 내 냉난방기, 간판 원격 관리를 지원해 경영주님들의 만족도가 높습니다.

Q. 향후 계획은 무엇인가요?

IoT 기반의 편의점 시설물 관리를 고도화하고, 상품 파손 예방 및 매출 기회 로스 축소 등 실질적인 점포 운영을 지원하고자 합니다. 또한, 경영주님들의 전력 사용량 절감을 지원하여 환경에도 도움되는 시스템을 개발 및 관리하고자 합니다.

Green Store

친환경 매장

친환경 인프라 구축

홈쇼핑

GS리테일은 강서타워와 강서 N타워 내 에너지 사용 및 폐기물 배출 저감 활동을 지속 추진하고 있으며, 태양광 설비와 전기차 충전소 등을 설치하고 친환경 방송 스튜디오로 전환하며 친환경 인프라 구축을 위해 최선을 다합니다.

조명
강서타워 방송구역 상품준비실 구역 전체 친환경 LED 조명 교체를 통한 에너지 절감
LED 조명 설치 수 53대

태양광 설비
문래동 사옥인 N타워 내 태양 에너지 시스템 2대 설치운영을 통한 전력 생산 및 사용
태양광 발전량 48,170kWh

디지털 스튜디오
생방송 스튜디오에 LED Wall을 도입하고 NDI[1]를 활용한 디지털 세트로 전환하여 폐기물 절감
폐기물 감축 비율 33%

충전식 방송 장비 배터리
일회용 알칼라인 건전지를 전면 충전용 니켈 수소 건전지로 변경
연평균 절감 건전지 수 약 22,000개

공조 설비
강서타워 노후 냉각탑 교체 및 공조실 단열 공사를 통한 건물 냉난방 효율 증가 및 에너지 절감
에너지 절감률 3.3%

냉온수기 저녹스 버너
저녹스 버너로 교체하여 질소산화물 발생량 저감 및 연소효율 증대
냉온수기 저녹스 버너 교체 수 8대

절수형 혼합수전
센서 및 압력을 이용한 수돗물 절수 방식의 절수형 혼합수전 설치
절수형 혼합수전 설치 수 186대

전기차 충전소
양 사옥 전기자동차 충전기 설치 및 운영을 통한 친환경 인프라 구축
전기차 충전소 설치 수 9대

1) Network Device Interface, 네트워크 기반 방송시스템

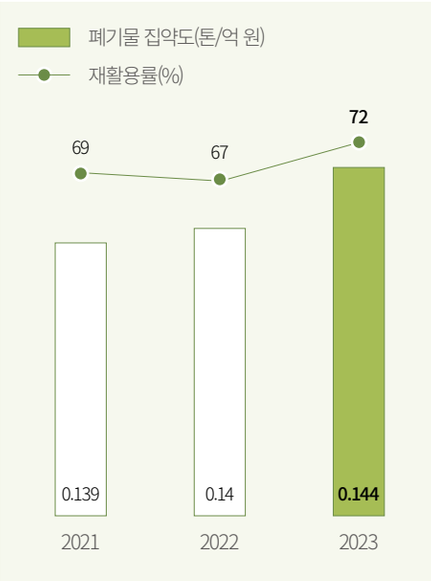
Green Store

순환경제

자원가치 창출

폐기물 처리 목표

GS리테일은 매년 폐기물 원단위 배출량 3%를 감축하고, 2022년 기준 원단위 배출량 25% 감축이라는 2030년 중장기 목표를 달성하기 위해 매장, 사옥 등의 사업장에서 다양한 노력을 전개하고 있습니다. 2022년 대비 폐기물 원단위 배출량이 약 2.86% 증가하였으나, 효율적인 폐기물 처리를 통해 재활용률이 약 5%p 증가하였습니다. 앞으로는 2030년 중장기 목표 달성을 위해 폐기물 감축 방안을 모색하고, 효율적인 처리 활동을 전개하고자 합니다.



세부 전략

GS리테일은 편의점 및 수퍼 점포 운영 과정에서 발생하는 폐기물을 저감하기 위해 자원 선순환 체계를 구축해 운영하고 있습니다. 신기술을 활용한 폐기물 처리 효율화와 파트너십 기반의 재활용률을 확대하여 순환경제 활성화를 통한 탄소중립 실천에 기여하고 있습니다.

→ 처리 효율화 → 폐기물 재활용

음식물 처리기 설치
친환경 신기술을 접목한 음식물 처리기 설치를 통해 음식 및 상품 쓰레기를 82% 이상 압축해 처리하고 있습니다.
운영 점포 수 총 357점

마감시간 할인서비스
'우리동네GS' 앱을 통해 소비기한이 임박한 프레시 푸드를 최대 45% 할인된 가격에 판매하고 있습니다.
적용 대상 점포 수 14,248점

무인공병회수기 설치
비대면 무인공병회수기를 점포 인근에 설치해 효과적으로 공병을 수거 및 처리하고 있습니다.
설치 무인공병회수기 42대

GS25
GS THE FRESH
GS SHOP

일부 설비 및 부품은 매장 개점 시 재활용

폐합성수지 재활용
2023년 재활용 종합처리 업체를 통해 수도권/영남권에 위치한 수퍼 약 62개 점의 폐합성수지 폐기물을 수거하였습니다.
폐합성수지 재활용량 419톤
→ 폐기물 파쇄/분쇄를 통해 고형연료물질 가공 및 공장 연료로 사용

폐식용유 처리
해피콜 시스템을 통해 수거업체가 정기적으로 편의점 및 수퍼의 폐식용유를 수거하고, 이를 정제공장으로 운반하여 재활용하고 있습니다.
폐식용유 재활용량 284톤
→ 정제 후 바이오디젤 원료로 재활용

중고 방송 장비 기증
방송콘텐츠진흥재단과 협업을 통해 다문화·장애인 등 소외계층과 공익을 위해 중고 장비를 기증하고 있습니다.
중고 방송 장비 기부 8대
→ BCPF콘텐츠학교 및 비영리 공익재단에 기증[1)]
1) 2008년부터 누적 5억 원 상당

Recycle Center 운영
철거, 정비, 입고 프로세스를 구축 및 운영하여 점포 폐점 시 냉장비 등의 장비를 재활용하고 있습니다.
재활용을 통한 절감금액 77.7억 원

폐전자제품 처리
한국환경공단과 업무협약을 통해 점포에서 발생하는 폐전자제품을 효과적으로 재활용하고 있습니다.
회수 제품 1,195톤

→ 창출 수익금은 사회복지법인 어린이재단에 기부[1)]
1) 2023년 5,000만 원

Social

GS리테일은 경영활동이 고객, 임직원, 파트너사, 지역사회 등 다양한 이해관계자와 사회 전반에 걸쳐 미칠 수 있는 다양한 영향을 제고하고, 지역사회와 함께 성장하는 상생문화를 조성해 사회적 가치를 창출하고자 합니다.

Approach

임직원 보호를 위한 프로그램 확대를 통해 모두가 존중 받는 조직 문화를 구축하고, 파트너사 동반성장 지원 프로그램을 확대 운영하여 지속가능한 공급망을 구축하기 위해 노력하고 있습니다. 또한, 고객의 건강과 물가 등을 고려한 맞춤형 고품질 상품/서비스를 제공하고, 사회 공헌 활동을 지속 전개해 지역경제 및 사회와의 동반성장을 추진합니다.

파트너사 국내·외 판로 개척 지원

69개

GS리테일-파트너사 3사

CCM 인증 공동 획득

대한민국 일하기 좋은 기업

인증 획득

지역 특산물 매입액

1,150억 원 달성

Together with Employees

함께 성장하는 조직

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 HRM 및 HRD 관점에서의 인재 관리 및 육성 거버넌스를 수립해 운영하고 있으며, 인재상에 부합하는 인재를 사전에 확보하고 전문 역량을 함양하기 위해 노력합니다.

인재상

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

↖ 인재상

중장기 목표

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

2024년

GS Way 실적용
- 구성원 성과관리/코칭 Tool로서 GS Way 역할 강화

핵심가치체계 재정비
- Biz 성장기반 GS Value/Way 정비

2025년

GS Way 발현
- 업무에서의 핵심가치 발현

인사 제도

채용 프로세스

GS리테일은 우수 인재 확보를 위해 채용 과정에서 성별, 연령, 사회적 신분 및 출신 지역에 따른 차등을 두지 않고, 데이터에 기반한 채용 프로세스와 지원자 중심의 채용 전략을 운영하고 있습니다. 매년 인턴십 포함 5회 이상 대규모 신입사원 채용을 진행하고 있으며, 2023년에는 비수도권 지역 우수 인재 채용 확대 차원에서 지방 대학 연계 캠퍼스 리크루팅 전형을 신설하여 인재 확보를 추진하였습니다. 또한, 1년간 약 45회의 채용설명회/채용박람회를 운영하며 User-Friendly 채용 브랜딩 활동을 진행하고 있습니다.

| 2023 대한민국 일자리 국회 행안위원장상 수상 |

고용 증대와 채용 과정에서의 공정성과 투명성을 인정받아 제5회 '대한민국 일자리 대상'에서 국회 행안위원장상 수상

| 국군장병 채용 우수기업 선정 |

국군장병의 취업지원 및 사회진출 활로 제공에 기여한 공로를 인정 받아 국방부의 채용 우수기업으로 선정 및 감사패 수여

| 여성고용 비율 확대 |

2023년 신규 채용인원 중 여성을 37% 채용하고, 여성 임원 비율 18%를 기록하며 공정하고 평등한 일터 조성을 위한 노력 지속 추진

핵심 직무역량 체계

GS리테일은 Core 비즈니스별 역량 강화 및 미래 사업 수행 역량을 확보하기 위해 2023년 Evolving, Core, Digital로 구성되어 있는 전사 직무역량 체계를 구축하였습니다. 특히, 사업/직군별 차별화된 세부 직무 역량 기준을 바탕으로 채용, 평가, 승격, 보상 및 인재육성 등의 HR제도 전반을 개선하고 있으며, 직무역량 기반의 HR 패러다임 전환을 통해 온·오프라인 종합유통 플랫폼 기업으로 발전해 나갈 계획입니다.

평가 체계

GS리테일은 성과목표 중심의 MBO평가와 개인의 업무역량 중심의 GS Way 평가를 운영하고 있습니다. 평가는 유형에 따라 절대 및 상대평가로 운영되고, 팀원-직책자 상시 코칭 및 피드백 제도를 통해 개인의 강점과 보완점을 파악할 수 있도록 지원합니다. 또한, 팀장급 직책자에게 성과관리 리더십 교육을 제공하고 분기별 성과 면담 및 이의조정 절차, 피평가자의 면담충실도를 점검해 절차와 결과의 공정성 및 구성원의 수용성을 확보합니다.

보상 체계

GS리테일은 연공서열이 아닌 개인의 성과, 직책, 역량 중심으로 경쟁력 있는 보상을 제공하고 있습니다. 우선, 대외환경, 동종업계 임금경쟁력 및 지급여력 등 다양한 요소를 고려해 매년 임금을 조정하고, 전 구성원 대상 설명회와 개인별 연봉 동의 절차를 진행하고 있습니다. 또한, 매년 경영성과에 대해 BU 및 사업부별 맞춤 성과급을 제공해 목표 달성에 대한 동기를 부여하고 있습니다.

Together with Employees

인재경영

인적자원 개발

육성 방향

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

인재 육성 체계

목표	GS리테일의 핵심역량 (직무/리더십/GS Way)을 갖춘 인재 육성			
중점 영역	직무 역량	리더십 역량	GS Way 역량	자기주도 학습
중점 영역	· 사업부 주관 직무 교육 · 디지털/데이터 역량 교육	· 팀장 리더십 교육 · 리더대상 특강 프로그램 리더스On · 매니저 리더십 교육	· GS Way 내재화 교육 · 신입/경력사원 교육 · DEI 교육	· 모바일 learning 콘텐츠 강화형 교육 내일On · 구성원 니즈 반영 강의 클래스On · 구성원간 재능 공유 교육 링크On

자발적 학습 플랫폼

| 클로버 활동 |

GS리테일은 전국에서 근무하고 있는 다양한 인력이 혁신활동에 참여할 수 있도록 GS리테일 고유의 온라인 해커톤인 '클로버'를 진행하고 있습니다. 다양한 부서의 구성원들이 자유롭게 팀을 구성하여 아이디어를 제출하고 비즈니스 인사이트를 구상하는 방식으로 지난 5년간 약 3,500명의 구성원들이 참여하였으며, 카페25 월간 유료 멤버십 등 사업화 가능한 아이템을 발굴 및 기획하였습니다. 앞으로도 오픈 이노베이션을 지향하는 혁신활동을 기획하여 다양한 혁신 아이디어를 발굴/실현해 나가고, 임직원 개개인의 역량 강화를 위해 노력할 계획입니다.

구분	횟수	참여팀 수	참여인원 수
2019-2023년	5회	849팀	3,523명

교육 훈련 성과

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

효과성 측정

2023년에는 GS리테일 고유의 일하는 방식인 GS Way에 대한 인식도를 개선하기 위해 직책자와 비직책자를 대상으로 GS Way 챌린지 자발적 참여 교육을 진행하였습니다. 총 6개월 동안 573명의 직책자를 대상으로 내일On과 대면 교육을 진행하여 GS Way 기반 성과창출을 위한 리더의 역할에 대해 교육하고, 4,079명 비직책자를 대상으로 내일On과 비대면 교육을 수행하여 GS Way에 대한 이해와 공감을 형성하였습니다.

이를 통해 GS Way에 대한 인식도가 교육 전 대비 약 17.6% 상승하였으며, 향후 GS리테일 고유의 일하는 방식에 대한 교육을 지속 추진하여 임직원 모두가 효율적으로 업무를 추진할 수 있도록 지원할 계획입니다. 아울러, GS리테일 홈쇼핑BU에서는 모든 교육 과정 수료율 80%을 목표로 수립하였으며, 교육의 효과성을 측정하기 위해 교육 후 수강 교육의 현업적용도를 평가합니다. 또한, 사내 강사가 교육에 대한 평가 결과를 직접 열람하여 강의 콘텐츠를 개선할 수 있도록 지원하고, 신입사원의 경우 교육의 효과성을 검증하기 위해 온보딩 교육에 대한 성취도 평가를 실시하고 결과를 부서 배치에 적극 활용하고 있습니다.

| BX 디자인 프로세스와 디자인 전략 구축 교육 |

개요	브랜딩 방법론 등의 이론과 실무 사례 중심의 복합적 교육을 제공해 담당자의 실무 역량을 효과적으로 제고
교육 예상 효과	회사 맞춤형 디자인 전략과 프로세스 수립

교육의 현업 적용도 점수 4.44점 / 5.0점[1)]

1) 직무 스킬 향상, 교육 만족도, 강의 충실성 등의 지표를 5점 척도로 평가

Together with Employees

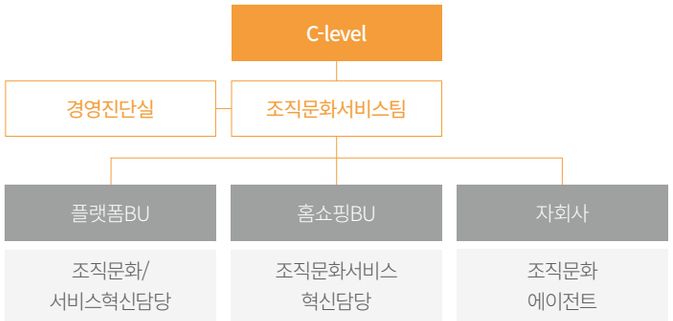
인재경영

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 전 구성원들에게 우리의 가치관과 일하는 방식을 내재화하고, 건강한 조직문화를 조성하기 위해 전담 조직인 조직문화서비스팀을 운영하고 있습니다.

특히 편의점 및 수퍼 사업부에서는 전국 오프라인 거점에 조직문화서비스혁신 담당자를 각 사업부장(전무) 소속으로 편성하여 가치전파, 임직원 소통, 자긍심 함양 활동, 조직 진단 및 개선을 주도하고 현장의 목소리가 경영진에 전달될 수 있도록 지원합니다.



조직문화 확립

GS Value & GS Way 전파

조직문화 진단

2023년 GS리테일은 효과적인 조직문화 진단을 위해 조직문화 설문과 리더십 진단 설문을 통합 실시하였습니다. 외부 업체를 통해 설문조사를 수행하여 설문 진단의 신뢰성과 익명성을 확보하였고, 그 결과 설문조사 참여율은 2022년 대비 20% 이상 증가하였습니다. 리더십 진단 결과는 각 조직 리더들에게 개별 피드백 하였고, GS리테일의 조직문화 개선을 위해 상위 리더가 하위 리더를 코칭하는 1 ON 1 미팅을 추진하였습니다. 또한, 전 리더가 핵심가치(GS Value & GS Way)에 기반한 리더십 진단 결과를 참조하여 개인의 강/약점을 스스로 강화 및 개선할 수 있도록 '리더 실천 다짐'을 작성하여 구성원과 공유하였습니다.

자긍심 함양 및 CEO 소통 활동

GS리테일은 구성원의 자긍심 함양을 위한 이벤트와 CEO- 임직원 간의 소통채널을 운영하고 있습니다. 2023년에는 동료 간 칭찬 및 소통 활성화를 목적으로 칭찬 이벤트를 진행하였으며, CEO와 함께하는 모꼬지도 횟수를 2회로 확장해 전국 단위 임직원들이 참여할 수 있도록 지원하였습니다.

CEO 참여 활동

구분	활동	추진 성과[1]
자긍심 함양 활동/ 이벤트	CEO와 함께하는 모꼬지 Case 1.	4.7점/5점
	명절선물 이벤트	4.95점/5점
	가정의 달 이벤트	1회
	동료 칭찬 이벤트	4.6점/5점
	GS리테일 어워즈	4.8점/5점
소통 채널	HR이 함께합니다 Case 2.	29회
	CEO와 함께하는 비전미팅	4.85점/5점
	CEO 인사이트 스토리	10회
	CEO 레터	10회
	한마음 나눔터	24회

1) 2023년 성과 기준 만족도 평가, 이벤트 진행 횟수 등

임직원 소통채널

GS리테일은 임직원의 목소리에 경청하고 적극적으로 의견을 수렴하기 위해 익명 소통채널과 한울림협의회를 운영하고 있습니다. 접수 건을 유형별로 분류하여 파악하고 2023년 익명 소통채널을 통해 접수된 195건에 대해 174건(89%)을 개선하였습니다.

2023년 채널별 소통 건수 (단위 : 건)

구분	아리[1]	동수[2]
건수	174	21

1) 편의점 사업부 임직원 대상 소통 채널명
2) 수퍼 사업부 임직원 대상 소통 채널

Together with Employees

함께 성장하는 조직

조직문화 확립

Case 1. 자긍심 함양

| CEO와 함께하는 모꼬지 |

GS리테일은 핵심가치(GS Value & GS Way)를 우수하게 실천하고 있는 팀을 선발하여, 야외에서 장소별로 핵심가치를 체험하고 CEO와 소통을 하는 'CEO와 함께하는 '모꼬지'활동을 진행해 GS리테일의 조직문화를 확립해 나가고 있습니다.

2023년에는 임직원-CEO 소통 확대 및 구성원 자긍심 함양을 위하여, 수도권에서만 1회 진행하던 활동을 영남권에서도 1회 추가 진행하여, 총 2회에 걸쳐 17개 팀이 참여하였습니다. 앞으로도 구성원들이 일상 체험을 통해 조직문화를 느낄 수 있도록 다양한 프로그램을 기획하고, CEO가 현장과 직접 소통할 수 있도록 확대 운영할 계획입니다.

참여 인원 수

150명

만족도

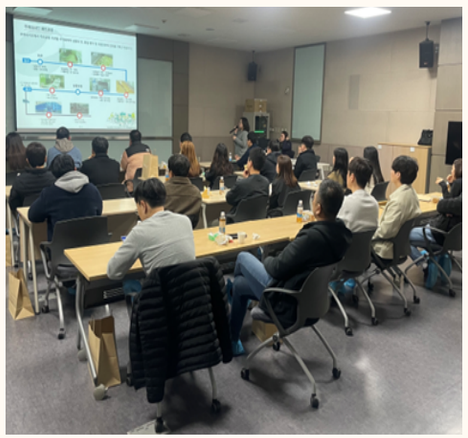
4.7/5.0

Case 2. 커뮤니케이션 확대

| HR이 함께합니다 |

GS리테일은 현장의 생생한 목소리를 경영활동에 반영하여 구성원이 다니고 싶은 회사, 행복을 주는 회사가 되기 위해 노력하고 있습니다. '현장 간담회(HR이 함께 합니다)'는 구성원의 건의 및 애로사항을 청취해 구성원의 심리적 안전감을 제고할 뿐만 아니라 회사의 비전과 경영방침을 전파하고, 제도를 안내해 회사와 구성원이 동일한 목표 달성을 위해 몰입할 수 있도록 지원하는 소통 문화입니다.

구성원이 제안한 내용이 실제 개선까지 이루어질 수 있도록 사안별 진행 과정을 구성원들에게 공유 및 소통을 진행하고 있으며, 2023년 매니저, 팀장 등 총 671명을 대상으로 29회 운영하고 팀 단위 제도 설명 및 비즈니스 체험 프로그램을 진행하며 OFC 직무 외 교육 등 건의사항 87건을 개선 및 검토하였습니다. 2024년에는 신규 리더 조직과 격오지 지역을 방문하여 다양한 계층과의 소통을 확대해 나가고자 합니다.



참여 인원 수

671명

개선 및 검토 건 수[1)]

87건

1) HR 간담회 다각화, OFC 직무 외 교육, 통신비 지원 개선, 경력입사 온보딩 강화 등

Together with Employees

함께 성장하는 조직

조직문화 확립

대한민국 일하기 좋은 기업 인증

GS리테일은 'GS리테일 Well-being 제도'를 마련하여 경조, 포상, 출산/육아 지원, 역량개발 등 각종 영역에서 업계 최고수준의 복지 서비스를 제공하고 있습니다. 특히, 임직원 복지에 있어 기업중심, 운영자 관점의 관례적인 제도에서 탈피하여 직원경험 및 직원들의 마음을 케어하는 방향으로 발전시켜 GPTW코리아가 주최한 '2023년 대한민국 일하기 좋은 기업' 인증을 획득하였습니다. 믿음/존중/공정성/자부심/동료애 등 5가지 범주에 대한 평가에서 종합 환산점수 60% 이상을 획득하며 대한민국 여성 워킹맘·시니어·밀레니얼이 일하기 좋은 기업 및 아시아에서 가장 일하기 좋은 기업으로 선정되었습니다. 특히, 높은 평가를 받은 소통, 공정, 창의 등 3가지 항목에 대해서는 지속 관리하고, 앞으로도 구성원이 업무에 몰입하고 행복한 회사 생활을 지속할 수 있는 조직문화 구축을 위해 노력하고자 합니다.

Best Workplaces™
Great Place To Work.
KOREA 2023

가족친화제도

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

가족친화제도

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

GS리테일 푸르니 어린이집

가족친화 기업인증서

| 임신의료비 지급 기준 개선 |

GS리테일은 내부 소통채널 운영을 통해 인입되는 임직원 VOC에 귀 기울이며 2023년에는 주요 요청사항으로 확인된 임신의료비 지급 기준을 개선하였습니다. 여성 임직원의 임신확인서 제출 여부와 관계없이 요청 시 비용을 지원해주는 제도 개선을 통해 확인서 제출이 조심스러운 임신 초기 여성 직원들에 대한 지급 형평성 이슈를 완화하였습니다.

다양한 복지 제도

GS리테일은 각 구성원들의 실질적 복리후생 수준을 높이고, 일과 삶의 균형을 이룰 수 있도록 다양한 복리후생 프로그램을 운영하고 있습니다.

프로그램	내용
어학 지원	자기계발 지원을 위해 어학 시험 응시료 및 어학 학습비 지원
통근버스 운영	GS타워 근무자와 수도권 거주자 대상 통근버스 및 셔틀버스 지원
경조사 지원	본인 및 가족의 결혼, 사망 시 경조금과 휴가 부여
스포츠 티켓 지원	FC서울 축구, GS칼텍스 배구, LG트윈스 야구 경기 티켓 지원
휴양 시설	연중 무료 또는 저렴한 가격에 휴양시설 이용 지원
대학원 학위취득 지원	직무 연관 전공분야 학위 취득을 위한 대학원 학비 지원
자녀 교육비 지원	근속 년수에 따라 국내·외 고등학생, 대학생 자녀가 있는 임직원에게 입학금과 등록금 지원
PC-OFF 제도 운영	정시 퇴근을 장려하기 위한 PC-OFF 제도 운영
건강검진 지원	일반 건강검진 출장 서비스 제공, 임직원 및 배우자 대상 종합검진 지원

퇴직자 지원 및 재고용 정책

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

퇴직자 창업 지원제도

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

정년자 재고용 제도

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

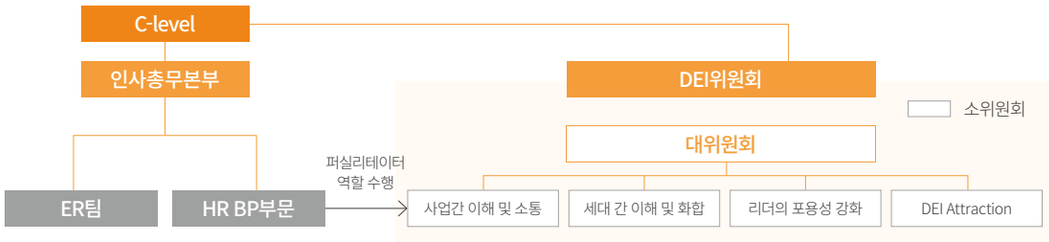
Together with Employees

인권 존중

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 DEI위원회와 HR BP부문, ER팀을 중심으로 인권경영을 실천하고 있습니다. ER팀은 인권영향평가 등 인권 체계 구축 활동을 전개하고, HR BP부문은 DEI 위원회의 아이디어를 빠르게 실현하고 정착시키기 위해 유관 부서와의 협의 및 리더와의 소통을 전개합니다.



인권경영 정책

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

↖ 인권경영정책

중장기 목표

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

2024년

인권경영 인식 확대

· DEI 문화 전파 및 확산을 위한 교육/행사 확대 실시
- ▶ 문화/제도 개선활동 연 4회
- ▶ DEI 명사특강 상하반기 2회 운영

2025년

인권경영 행동 변화

· DEI 문화 실현을 위한 구체적인 행동 변화 촉구
· DEI 문화 관련 제도/행사 기획
- ▶ DEI 위원회 의견 청취 후 실행 예정
- ▶ DEI 위원회 교육 1회

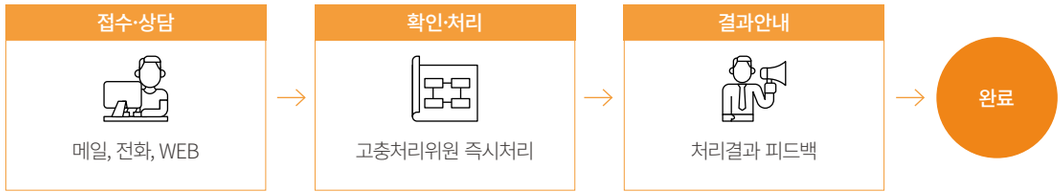
2026년

인권경영 문화 정착

· 일하는 방식 내 DEI 문화 내재화
- ▶ DEI Month 운영
- ▶ DEI 문화 홍보
- ▶ ZX 링크 전사 직책자 강의 1회

인권 고충 처리 프로세스

GS리테일은 내·외부 이해관계자의 인권 관련 의견 청취를 위한 채널 운영과 고충 처리 프로세스를 구축하고 있습니다. 조직가치 및 규정에 위배되는 인권 문제 발생 시 신고 의무를 부여하고 있으며, 제보 접수 후 후속조치(분리조치 등) 및 빠른 사실 확인을 통해 2차 피해를 예방하고 있습니다. 인권 관련 고충 발생 시 조치를 받을 수 있도록 다양한 온오프라인 채널(CEO에게 말한다, 정도경영 목소리, 파트너사 목소리, 레드 휘슬, 아리, 동수 등)을 운영 중이며, 2023년에는 불만사항 등 인입된 고충의 96.2%를 처리하였습니다. 특히 직장 내 괴롭힘, 성희롱 건에 대해서는 접수 즉시 CEO 직접 보고 및 위기대응 협의체(커뮤니케이션팀, 법무팀, 조직문화서비스팀)에 내용을 전달하고, 조직문화서비스팀을 통해 사실 확인을 진행하고 있습니다. 이후 윤리위원회를 통해 징계 또는 재발 방지 조치를 취하며, 신입/경력, 신임리더 교육 및 연 1회 리더 서약서를 받아 예방활동을 진행하고 있습니다.



인권 교육

GS리테일은 성희롱 예방 교육, 장애인 인식 개선 교육을 포함한 법정 의무교육을 충실히 수행하고 있으며, DEI 조직문화 확산을 위한 DEI 교육을 추가로 실시하고 있습니다. 2023년은 DEI 인식확대 단계로, 총 5,361명의 구성원과 직책자 및 팀장이 DEI 관련 이러닝 교육과 DEI 리더십 및 ZX 링크 교육 등을 이수하여 DEI 개념 DEI 조직문화 구축의 필요성 공유하고 행동변화의 토대를 구축하였습니다. 앞으로도 세대 간 공감대 확대를 위해 사내 Z세대 구성원이 직접 강의하는 ZX링크 교육을 지속할 예정이며, 조직 내 다양성과 포용성 문화를 구축하기 위한 프로그램을 운영하고자 합니다.

2023년 인권 관련 교육 진행 현황 (단위: 명)

항목	내용	2023
법정의무교육	성희롱 예방 및 장애인 인식개선 교육	4,737
자발적 DEI 교육	DEI와 심리적 안전감, DEI 리더십, ZX링크 교육	5,361

Together with Employees

인권 존중

인권 리스크 관리

관리 프로세스

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

1 리스크 식별	· 영향평가 참여 인원 확보의 필요성 확인 · 6가지 인권 영역 중 '근로조건 준수' 영역을 가장 큰 리스크 요인으로 파악
2 완화조치 이행	· DEI위원회 적극 운영 등을 통한 GS리테일의 인권 활동 전파 · 취업규칙 및 퇴직연금 규약 개정
3 인권영향평가 실시	· 임직원 설문조사 배포 및 참여 독려 · 조직 MZ 세대 임직원 설문조사 참여율 제고를 통한 결과의 유효성 확보
4 성과 관리 및 결과 공개	· 조직 MZ 세대 임직원 설문조사 참여율 제고를 통한 결과의 유효성 확보 · 설문대상 임직원 모수 확대로 인한 부정응답 비율 3% 상승 · 상대적으로 열위인 '고충처리 채널 및 매커니즘' 영역을 개선하고 영향평가 참여 모수 확대

이해관계자별 리스크 식별

구분	주요 인권 이슈	소통 채널
임직원	· 직장내 괴롭힘 · 근로시간 및 근로조건 · 차별 금지 · 안전 및 건강	· CEO에게 말한다 · 정도경영의 목소리 · 레드휘슬 · BU별 조직문화담당
고객	· 소비자 권익 · 개인정보보호	· CEO에게 말한다 · 고객의 소리 · 고객간담회
경영주	· 점포 및 매장 운영 조건	· 경영주협의회 · 발전위원회 · 자율분쟁조정위원회
파트너사	· 공정거래	· 파트너사 간담회 · 파트너사 자문위원 · 레드휘슬 · 윤리경영 핫라인 · 파트너사 목소리

완화 조치 및 성과 평가

GS리테일은 인권영향평가 결과를 기반으로 주요한 인권 관련 미비점을 도출하고 관련 개선 활동을 전개함으로써 3가지 인권 영역의 긍정 답변 비율이 전년 대비 6%p~31%p 증가하였습니다. 특히, 2022년 시행한 인권영향평가에서 '노동조건에 대한 자유로운 논의' 인식도를 개선하기 위해 대안적인 조치를 새로 마련하였습니다. BU/본부/부문 별 주니어 및 시니어 간담회를 자체적으로 월 1회 실시하여, 노동 관련 이슈에 대해 자유롭게 논의할 수 있는 환경을 조성하였습니다. 그 결과 2023년 '노동관련 문제를 토론할 수 있는 대안적 조치 제공' 설문 관련 긍정응답 비율이 2022년 대비 12%p 개선되어 임직원 인식 개선과 활동의 효과성을 확인하였습니다. 2024년에는 근로자 위원 특화 EAP프로그램 제공, 커뮤니케이션 채널 강화 등을 기획하고, 관리자 대상 근로자 권익 교육[1] 심화 과정을 제공하여 조직 전반에 걸친 인권 인식을 개선하고자 합니다.

인권영향평가 실시

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

인권영향평가는 글로벌 가이드라인과 국가인권위원회 인권 체크리스트를 바탕으로 설계하였으며, 조직 내 인적구성의 변화를 반영하여 설문대상 인원을 확대하고 조직 MZ세대의 참여율을 제고하였습니다. 2022년 대비 약 10% 이상의 임직원이 영향평가에 참여하였습니다.

1) 노동관계법 기반 권리 보장, 직장내 괴롭힘/성희롱 예방 교육

Together with Employees

인권 존중

인권 리스크 관리

DEI위원회

GS리테일은 다양하고, 형평성 있으며, 포용적인 (Diversity, Equity, Inclusive) 문화를 확산하기 위해 구성원이 직접 참여하는 DEI위원회를 운영하고 있습니다. 이를 통해 회사의 제도와 일하는 방식의 변화와 더불어 구성원 의견이 반영되는 선순환적 구조를 구축하기 위함입니다. DEI 위원회를 통해 현장에서 진정으로 필요로 하는 DEI 실천 항목을 발굴하고 제도와 문화로 연결시켜 지속가능한 DEI 문화를 확산시키고 있습니다.

DEI위원회 애자일 프로세스

STEP 1 — 아이디어 제안 → **STEP 2** — 유관부서 협의 → **STEP 3**

DEI위원회
· DEI 위원회를 통한 문화/제도 개선 아이디어 제안

인사 퍼실리테이터
· 유관부서 실무진과 협업을 통한 기획 및 Pilot 운영

유관 부서
· 효과성 검증 후 상시 프로그램/제도로 도입 또는 개선점 반영하여 개선 후 운영

| Z-X 링크 강의 |

세대 간 이해 증진 및 화합 강화를 위해 Z세대 멘토가 X세대 팀장 및 임원을 강의하는 'Z-X 링크 강의'를 진행하였습니다. 2023년, 다양한 사업부 소속의 Z세대 멘토들이 총 86명의 팀장 및 임원을 대상으로 'Z세대가 바라보는 GS리테일' 등 3가지 주제의 강의를 진행하였으며, 양 극점에 있는 세대간의 소통을 증진시켰습니다.
향후 Z-X링크 강의를 정규 교육과정에 추가하고 교육 대상을2024년에 리더, 2025년에는 구성원까지 확대할 계획입니다.

| Connection For DEI |

GS리테일은 사업 간 이해 및 소통 강화를 위해 타 부서의 팀원들과 교류하는 'Connection For DEI' 프로그램을 진행하였습니다. 2023년, 선정된 Host팀이 교류 희망 Guest팀을 선정하여 총 4회의 프로그램을 운영하였으며, 부서간 의사소통을 확대하였습니다.
2024년에는 현장 구성원을 GS타워로 초청하고 지역별로 별도의 공간을 대여하여 현장 부서 간의 소통 기회를 확대 제공할 예정입니다.

'GS리테일의 다양성과 포용성 DEI 이야기' — HR BP부문 석윤선 상무

Q. GS리테일에 DEI가 필요한 이유와 그 철학은 무엇인가요?

우리의 GS Way 중 하나인 '적극적인 소통과 협업'의 기본은 '상호 존중과 포용'의 가치입니다. 단순 구호가 아닌 제도 및 업무 프로세스 에서도 '형평성'이 구현되고, 그 선순환적 결과로 '다양성'이 발현될 수 있습니다. 이러한 다양성과 포용성을 우리들의 DNA이자 내부 문화로 내재화 하려는 의식적 시도가 DEI문화 구축입니다.

Q. DEI 중점 추진 과제에 대해 말씀 부탁드립니다.

DEI 전략적 우선순위는 조직의 성숙도 단계에 따라 변동성이 있습니다. 우리의 중장기적 DEI 우선순위는 1) 사업간 이해 및 소통 2) 리더의 포용성 강화 3) 세대간 이해 및 화합입니다. 이를 통해 구성원들에게 DEI 인식 확대→행동변화→문화 정착 단계로의 진정성 있는 실천을 지속해 나갈 예정입니다.

Q. 마지막으로 HR담당자로서 DEI가 발현된 GS리테일은 어떤 모습이길 바라시나요?

우리 구성원분들 누구나가 '스스로의 모습' 그대로 일하며 '소속감'을 갖고 '성장하는' 모습입니다. 즉, 공채/경력, 소속 사업부, 성별, 나이 등의 개인적 특성에 의해 소외감을 느끼거나 집단의 모습에 무조건 맞추려고 애쓰는 구성원이 없으면A 좋겠습니다. GS리테일 인이라는 자부심과 소속감이 자연스럽게 형성되고, 서로에게 심리적 안정감(Psychological Safety)을 부여하며 함께 성장하는 문화를 만들어 가면 좋겠습니다.

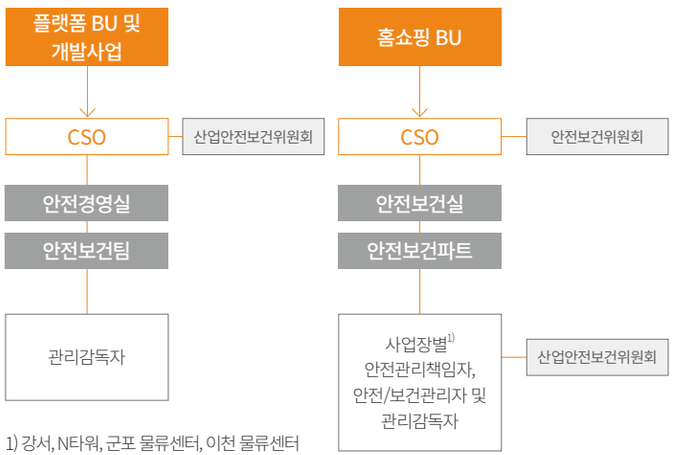
Together with Employees

안전한 일터

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 전사 안전보건을 총괄하는 안전보건경영책임자(CSO)를 지정하고 CSO직속으로 BU별 전담조직을 운영하고 있습니다. 플랫폼BU는 안전경영실이 안전보건관리 업무를 총괄하는 컨트롤타워 역할을 수행하고 산하 안전보건팀을 운영하고 있습니다. 홈쇼핑BU는 안전보건실이 컨트롤타워 역할을 수행하며, 안전보건파트가 실무를 담당하고 있습니다. 더불어 GS리테일은 사업장 별 안전보건 관리 책임자를 선임하여 안전한 근무환경 조성을 위해 노력하고 있습니다.



1) 강서, N타워, 군포 물류센터, 이천 물류센터

안전보건경영 방침

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

안전보건경영방침

중장기 계획

GS리테일은 안전한 근무 환경 조성과 문화 확산을 통하여 사고와 재해를 예방하기 위해 지속적으로 안전관리 체계를 고도화하고자 합니다.

안전관리 체계 고도화

2024년	**사업장 안전문화 확산** · 2023년 대비 사업장 안전사고 20% 감축 · 안전 취약분야 집중관리를 통한 중대재해 발생 방지 · 현장중심 안전교육, 참여와 정보공유 강화를 통한 안전문화 확산	2025 ~2026년	**구성원, 시민 중대재해 발생 방지** · 2023년 대비 사업장 안전사고 30% 감축 · 위험성 평가 등 현장중심 사고 예방 활동 확대 · 안전보건 캠페인, 조직책임자 안전관리 평가 등 지속 실시

안전보건경영 진단 프로세스

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

STEP 1	STEP 2	STEP 3	STEP 4	STEP 5	STEP 6
안전계획	**산업안전관리**	**안전 점검**	**위험성 평가**	**안전 교육**	**기타 활동**
· 2023년 안전보건 계획 이사회 보고 · 중대재해처벌법 매뉴얼 보완 · 가맹점 안전보건 가이드 제공	· 산업안전보건위원회 개최 · 도급 사업장 산업재해예방 (협의체, 순회점검) · 홈페이지 내 파트너사 및 시민 등 안전보건 구성원 의견 청취	· 중대재해처벌법 의무 이행사항 점검 및 보고 · 직영·가맹 사업장 안전점검 및 위험요소 개선 · 직영 사업장 영업팀장 등 정기안전점검 · 편의점, 수퍼 공사현장 안전점검	· 2023년 위험성 평가 절차서 마련 및 교육 · 2023년 위험성 평가 실시 (연 1회)	· 근로자 정기 안전보건 교육 실시 (6시간/반기) · 관리 감독자 안전보건 교육 실시 (16시간/년) · 신규 채용 근로자 안전보건 교육 실시 (8시간)	· 조직 책임자 안전관리 평가 · 관리감독자 심폐소생술 실습 · 안전관리 저성과 점포 밀착지원 · 사고사례 공유 및 재발방지 조치 등

Together with Employees

안전한 일터

안전한 근무환경 조성

산업안전 관리

산업안전보건위원회 개최

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

위원회 개최 현황

구분	플랫폼BU	홈쇼핑BU
회의 개최 건수(회)	4	4
안건 건수(건)	17	13
심의 의결 건수(건)	17	13
2023년 주요 안건	· 23년 안전보건 주요업무 · 23년 관리감독자 안전교육 · 23년 안전사고 현황 분석 · 안전관리 저성과 점포 밀착지원 · 전사 사고보고 프로세스 · 중대재해 발생 1시간 플랜 · 점포 사고사례 공유 · 근로자 의견 청취·심의	

안전 점검

사업장별 정기 안전점검

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

안전점검 항목

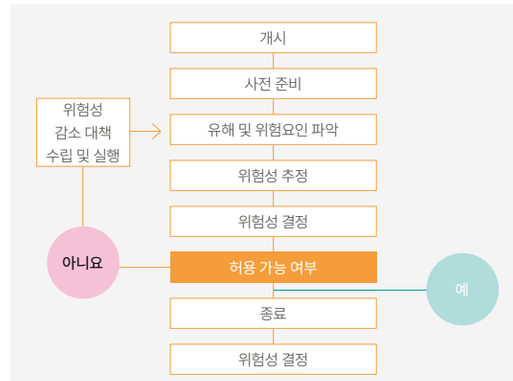
구분	내용	빈도
홈쇼핑	사업장별 안전보건 점검 지원 및 실시	월 1회
편의점 및 수퍼	전사 직영·가맹 사업장 안전점검	연 1회
	오픈 공사 시 파트너사 산업재해 예방	오픈 시
	신규 점포 안전점검	오픈 시
	점포 안전사고 예방 조치	월 1회
	유해/위험요소 점검 및 개선	반기 1회
	개발사업 임대사업장 안전점검	연 1회

위험성 평가

정기 위험성 평가 실시

GS리테일은 사업장 별 최대 반기 1회 씩 유해·위험 요소를 발굴 및 개선 활동을 전개하고 있으며, 주요 위험 요소로 분류된 '고소작업 중 보호구 미착용', '건물 누수로 인한 누전', '합선사고 위험' 등을 관리해 나갈 계획입니다. 또한, 물류센터 특성 상 많은 근로자들이 지게차로 인한 위험에 노출되기 때문에 2024년에는 스마트 안전장비를 도입해 보완해 나갈 계획입니다.

평가 절차



2023년 위험성 평가 결과

홈쇼핑
· 강서/N타워, 군포, 이천 센터 위험성 평가 진행
· 위험성 평가에 따른 22건의 위험요인 개선 완료

편의점 및 수퍼
· 206점에 대해 하역/창고, 조리/농축산, 매장(진열판매) 관리 과정 중 발생 가능한 위험성 평가 및 개선

| 안전보건 관련 위험 파악 및 관리 |

이천 물류센터에서 소분하여 사용하는 인화성 물질에 대한 경고표시 미부착, MSDS 미게시로 9단계 수준에 해당하는 위험인지 미흡 사례를 파악하였습니다. 이에 경고표시를 부착하고, 취급자 대상 물질안전보건자료 교육을 실시하고 위험성 수준을 반복적으로 평가하여 위험수준이 3단계로 감소하는 효과를 확인하였습니다.

: 허용 불가능한 위험 수준

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

Together with Employees

안전한 일터

안전한 근무환경 조성

안전 교육

정기 안전보건 교육 실시

GS리테일은 분기마다 정기 안전보건 교육을 실시하고 있으며, 2023년 매 분기 100% 이수율을 기록하였습니다. 2024년에는 강남구 보건소와 협력해 연 2~3회 응급처치(CPR 등) 관련 교육을 추진할 계획이며, 일부 물류센터에는 VR 장비를 도입해 중대산업재해 사고 예방 교육을 실시하는 등의 안전 인식 고취 활동을 전개할 예정입니다.

정기 안전보건 교육 진행 현황[1)] (단위 : %)

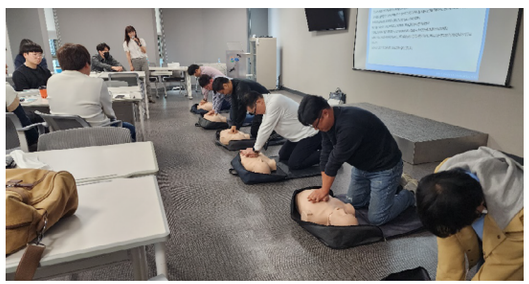
구분	2021	2022	2023
이수율	100	100	100

1) 관리감독자 대상

기타 활동

관리감독자 심폐소생술 실습

GS리테일은 관리감독자 대상 심폐소생술 교육을 실시하여 위기상황에서의 대처 역량을 향상시키기 위해 노력하고 있으며, 2023년에는 현장 관리감독자 총 167명을 대상으로 2시간의 심폐소생술 실습 교육을 실시하였습니다. 또한, 안전사고 시 심폐소생술 방법 및 사고 유형별 심폐소생술 절차를 포함한 비상상황별 대응지침을 마련하여 모든 임직원에게 매뉴얼을 숙지하고 각 상황에 맞게 대응할 수 있도록 지원합니다. 앞으로도 GS리테일은 심폐소생술 관련 교육을 통해 임직원의 안전보건 실무 역량을 확보할 계획입니다.



안전 사고 대응

GS리테일은 사고 발생 시, 체계적인 사고 및 수습 처리 프로세스를 구축하기 위해 환경 및 안전 사고 대응 매뉴얼을 수립해 운영 중입니다. 사고 발생 시 화재, 풍수해, 화학물질, 식품안전, 고객안전 등의 사고 유형을 상급자에 신속히 보고합니다. 또한, 인명피해, 내·외부 재산피해, 사회적 영향도 등 내부 기준에 따라 사고 규모를 파악하고, 필요 시 사고 대응반을 구성해 대응하고 있습니다.

대응 프로세스

사고 발생 → 사고 접수 → 사고 판단 → 사고 대응 → 사후 분석 및 조치

중대재해 사고 대응

화재, 사망 및 상해 사고 발생 시, GS리테일은 중대재해 대응체계를 가동하여 운영합니다. 응급 조치 및 인명 구조를 최우선적으로 실시하고, 관리감독자 및 담당 부서가 사고 유형별 (초기)대응 지침에 따라 처리한 후 재발 방지 대책을 수립하고 있습니다.

중대재해 대응 프로세스

중대 사고 발생 → 구호활동 및 작업 중지 → 사고 (초기) 대응 → 경위 파악 및 재발방지 계획 수립

Together with Partners

지속가능 공급망

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 다양한 파트너사와의 거래를 진행하고 있으며, 공급망 리스크와 기회를 관리하기 위해 체계적인 거버넌스를 수립해 운영하고 있습니다. 파트너사 선정 시 BU별 담당 부서가 고도화된 선정 및 평가 프로세스를 수행함과 동시에 다양한 지원 및 품질 관리 활동을 제공하고 공정거래 여부를 모니터링해 지속가능한 공급망을 구축하기 위해 노력합니다. 앞으로도 파트너사 관리 및 모니터링 체계를 고도화하고, 지원을 지속 확대해 협력사와의 동반성장을 실현하고자 합니다.

본부/부문	BU별 MD 부문	MD본부			경영지원 본부	대외협력부문	
부서/팀	MD 부서	품질 관리팀	품질 연구팀	MD 기획팀	금융팀	정책 지원팀	컴플라이언스팀
R&R	협력사 소싱 및 계약	품질관리		협력사 지원			-
	-						컴플라이언스/공정거래

공급망 지속가능성 관리 정책

GS리테일은 공급망 내 협력사의 ESG 역량과 경쟁력을 향상하고, 사회 환경 관련 리스크를 최소화하기 위해 공급망 관리 정책을 수립 및 시행하고 있습니다. 또한, 파트너사의 ESG 경영 실천을 위해 노동/인권, 안전보건, 환경보호, 윤리경영, 경영시스템 등에 대한 ESG 행동규범을 제정하여 파트너사 사이트 등을 통해 안내하고 있습니다. GS리테일은 파트너사와의 계약 체결 시 파트너사 행동규범을 준수할 것을 권고하고 있으며, 윤리실천서약서를 수령하여 사회적 책임을 이행할 것을 요구하고 있습니다.

↖ 공급망 지속가능성 관리 정책

선정 프로세스

GS리테일은 파트너사 선정시 자율준수프로그램 절차에 따라 객관성을 확보함으로써 거래의 투명성과 공정성을 제고하고 있습니다. 신규 파트너사를 대상으로 'ESG 자가 체크리스트'를 운영하여 파트너사가 지속가능경영을 강화할 수 있도록 지원하고, 소비자에게 안전한 상품을 제공하기 위해 파트너사를 신중하게 선정하며 사회적 책임을 다하고 있습니다.

상담신청 ▸ 서류 심사 ▸ 상담 일정 협의 ▸ MD상담 ▸ 상품 품평회 ▸ 위생/품질 검사 ▸ 입점 결정 ▸ 입점 준비 ▸ 거래약정 체결 ▸ 파트너사 평가 ▸ 거래 개시

입점 희망 파트너사 식별

- 공정하고 투명한 평가를 위한 온라인 상담 코너에 접수 및 제안
- 회사소개서, 상품제안서를 중심으로 담당 MD 서류검토 진행 (3일 이내 회신 원칙)
- 공정하고 투명한 상담 진행을 위해 정해진 고객상담실에서 실시
- 상품소개서, 상품샘플, 홍보자료 등 적합성, 시장성 등 상호 협의 진행

상품 경쟁력 평가

- 기 판매상품과의 차별점 확인
- 사전 선정된 평가 위원으로부터 공정하고 객관적인 평가 진행
- 파트너사의 품질관리 능력, 상품의 안정성, 품질 관련 입증 서류 확인 및 A/S 수준 등 정량적인 위생/품질 평가
- 사전 평가자료 정량화 및 최종 입점 여부 결정 (파트너사 실사표, 파트너사 평가표, 파트너사 위생/품질점검표 등)

파트너사 최종 선정

- 입점 결정 후 거래 계약 체결을 위한 필요 사항 안내 및 상호협의 (전자계약, 발주/배송, 대금결제 프로세스)
- 공정한 매입가격 결정 기준에 따른 제반 거래조건을 파트너사와 협의
- 사전협의와 다를 시 파트너사는 전자계약을 무효처리 후 재협의 요청
- 파트너사 ESG 평가, ESG 자가 체크리스트 및 설문조사 실시
- 상호 협의 하 상품별 초도물량 선정

| 협력사 ESG 진단 공동 플랫폼 구축 |

GS리테일은 공급망 ESG 진단 중복 비용을 절감하고 진단 체계의 일관성을 유지하기 위해 대한상공회의소 및 10개 주요 온·오프라인 유통사와 함께 '유통산업 ESG 공동사업 추진' 업무협약을 체결하고 협력사 ESG 정보 공유 플랫폼을 구축하고 있습니다. 향후에도 유통분야 관련 ESG 현안을 공동으로 해결하고, 유통산업 ESG 공동사업 추진위원회에 적극적으로 참여해 협력사와의 지속가능한 성장을 달성할 예정입니다.

Together with Partners

지속가능 공급망

공급망 관리

파트너사 평가

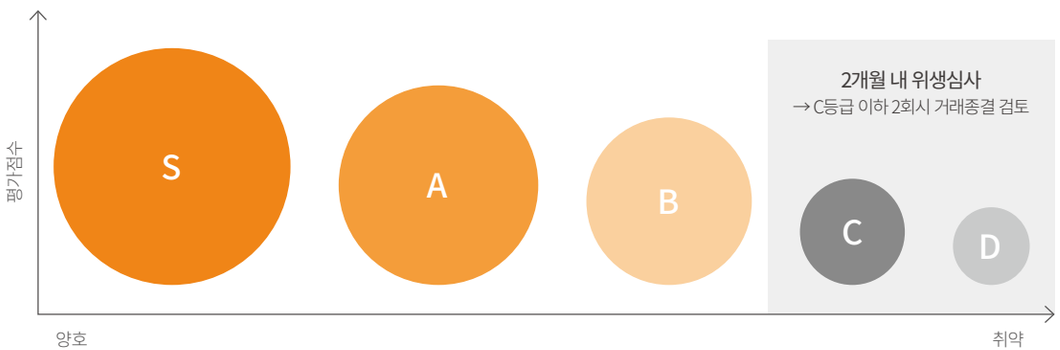
GS리테일은 매년 정기적으로 제품을 공급하거나 공급을 희망하는 파트너사를 대상으로 위생, 원산지, HACCP인증 등 관련 법규 위반 여부를 점검하고 평가 결과를 바탕으로 관리하고 있습니다. 2023년에는 207개 업체를 대상으로 검증 심사를 실시하고 이 중 7개 업체가 개선조치가 필요한 사항이 확인되어 개선책을 마련하기로 합의하였습니다. 앞으로도 체계적인 파트너사 평가 절차 운영을 통해 지속가능한 공급망을 구축하고자 합니다.

파트너사 평가 등급

주요 평가 항목

01	시설 / 설비	02	운영능력 / 시스템 평가	03	현장 위생관리

평가 점수 및 사후조치



ESG 평가

파트너사의 ESG 경영 현황을 파악하고 발생가능한 리스크를 최소화하기 위해 자가진단 체크리스트 조사 및 ESG 평가를 수행하고 있습니다. 계약 시 ESG 자가 체크리스트 또는 ESG 이행 평가 설문을 필히 첨부하여 결재를 진행합니다. 계약 후에도 상품을 납품하는 협력사를 대상으로 자가 체크리스트 제출을 요구하고 있습니다. 협력사는 환경, 안전보건, 노동 및 인권, 윤리규범 등 총 4개 분야로 이루어진 체크리스트 또는 설문을 진행하여 자사의 ESG 수준을 자체 점검하고 매년 재계약 시 정기적으로 평가하고 있습니다.

2023년 홈쇼핑BU는 신규계약업체 총 1,518개사 중 약 97%인 1,469개 협력사의 ESG 이행 현황을 파악하였습니다. 아울러 플랫폼BU는 체계적인 협력사 ESG 이행 현황을 파악하기 위해 2024년부터 전체 신규업체 협력사 대상으로 평가를 진행할 예정입니다.

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

ESG 자가 체크리스트 항목

분야	주요 사항	
환경	· 환경관리 담당부서	· 환경법규 위반 사례
안전보건	· 산업안전보건 교육	· 안전사고 예방
노동 및 인권	· 법적 의무사항 준수	· 성별, 종료,연령 등 차별금지
윤리규범	· 윤리경영	· 준법경영

Together with Partners

지속가능 공급망

동반성장

동반성장 방침

GS리테일은 국내 유일의 종합유통사로써 'Together with Partners'라는 동반성장 비전을 수립해 운영하고 있습니다. 밸류체인에 포함된 협력 중소기업, 파트너사, 가맹경영주 등 다양한 이해관계자의 성장을 지원하기 위해 '5대 중점 추진과제'를 선정해 지속 추진하고 있습니다.

특히, 파트너사의 고품질 제품 개발을 위한 교육 및 인증 획득 등을 지원하고, 성장한 파트너사는 GS리테일 유통경쟁력의 핵심 역할을 담당하며 선순환 고리를 구축하고 있습니다. GS리테일은 향후에도 건전한 기업 생태계 조성에 앞장서고, 협업문화 정착에 기여해 기업의 사회적 책임을 다하고자 합니다.

목표

Together with Partners

철학

Win-Win	신뢰	미래지향
어느 일방의 희생이 아닌 상생 협력체계 구축	끊임없는 소통과 경청을 통한 신뢰를 기반	일회성, 단기적 성과보다 지속가능한 성장 추구

5대 중점 추진과제

- 자금지원
- 판로지원
- 교육 / 복리후생 및 R&D 지원
- 경쟁력 강화지원
- 소통제도 운영

파트너사 지원

GS리테일은 파트너를 위한 다양한 금융/비금융 지원 활동을 추진하고 있습니다. 자금 지원, 판로 지원, 교육 지원, 경쟁력 강화 지원, 소통 제도 5대 중점 추진 과제를 바탕으로 지속가능한 동반성장을 추구하고 있습니다.

추진 과제	프로그램		내용
자금 지원	상생펀드/ESG 일자리 펀드		· 중소 협력사/파트너사의 저금리 사업자금 대출 지원
	상생파트너론		· 상환부담 파트너사 대상 상환청구권이 없는 외상 매출채권 담보 대출 지원
	방송 수수료 환급		· 분기별 기준에 따른 방송 판매 부진 상품에 대한 수취 판매 수수료 일부 환급
	명절대금 조기 지급		· 연 2회 명절에 물품대금 및 정산금 조기 지급
	검사비용 감면		· 5대 검사 기관 MOU · 의류, 섬유, 화장품, 생활화학에 대한 시험 분석 비용 지원
판로 지원	방송 지원	Case 1.	· 중소파트너사 및 사회적경제기업 무료 방송 지원
	해외수출 지원		· 우수중소기업 대상 공동 수출상담회 및 해외 JV 협력 방송 진행
	인서트 영상 지원		· TV홈쇼핑 진출 중소기업의 영상 제작 컨설팅 및 제작 비용 지원
	중소기업/소상공인 온라인 판촉전		· 중소기업/소상공인 온라인 전용 몰 운영 및 지원 방송 운영
교육 지원	동반성장 세미나		· 파트너사 직무역량 강화 교육
	파트너사 임직원 ESG 교육		· 모두가 알아야 할 ESG, 한방에 이해하기 외 2개의 ESG 기초과정 교육진행
	품질전문가 양성 교육		· 수집된 주요 고객 VOC를 기반으로 상품과 관련된 발생가능한 문제와 원인 해결방안, 기본 법령 및 산업 동향 등에 대한 교육
	미생물검사교육		· 미생물 이론/분석 실험 교육 · 병원성 미생물 숙련도 평가 등 · 이화학 검사, 법률 사항 검토
	표기사항교육		· 표기사항 교육 및 제품 검토 지원
	안전/선도/위생 교육		· 식품위생법 및 원산지관리법 교육 지원 · 사전 위생 심사, 개선/코칭 사항 도출 및 컨설팅 지원 · 납품 파트너사 대상 사후 지원 · 파트너사 임직원 교육[1] 실시
경쟁력 강화 지원	HACCP 인증		· FF공장 및 파트너사 등 HACCP 대응 문서 기술 지원 및 개선 검증
	ISO 인증	Case 2.	· PB상품 파트너사 ISO 9001/14001 인증 획득 지원
	환경표시인증		· 협력사 환경성적표지 인증을 위한 교육, 컨설팅 및 인증 비용 지원
	CCM 인증		· 중소파트너사 CCM 인증 취득 지원
	스마트러닝		· 중소 파트너사 임직원 대상 ESG, 역량개발 등 교육 지원
	생산성 혁신 파트너십	Case 3.	· 파트너사 스마트공장, 설비, 체계 구축 컨설팅 및 지원
소통 제도	파트너사 간담회		· 각 시기/업종별 상품 정책 방향 논의 및 협의
	파트너사 자문위원		· 자문위원(파트너사 대표) 임명, 고충 수렴 및 해결
	파트너사 시상식		· 우수 파트너사 선정 및 시상
	리스닝투어		· 파트너사 방문, 불만/건의/문제점 청취, 조사 및 제도 개선
	파트너사 목소리		· 익명 파트너사 고충 및 개선제안 제보 채널 운영
	레드휘슬 제도		· 이해관계가 없는 소통창구를 통해 협력사 의견 및 제보 수렴

1) 의류, 잡화, 리빙 협력사 대상 KC안전관리제도 법규 개정사항과 살생물제품 및 살생물 처리제품 관리제도 안내 교육

파트너사 고충 처리 현황[1]

파트너사의 인권 관련 고충을 포함한 다양한 의견을 청취하고 이를 경영 전반에 반영하기 위해 노력하고 있습니다.

1) 집계 오류로 인한 2021년, 2022년 데이터 수정

구분	2021	2022	2023
건수(건)	151	203	360
처리율(%)	100	100	100

Together with Partners

지속가능 공급망

동반성장

Case 1. 판로 개척

| 해외 시장 진출 |

2023년 GS리테일은 '태국 방콕 해외시장개척단' 설명회 및 수출상담회를 개최하였으며, 국내 중소기업 10개사를 선정하여 업체별 평균 6회 이상 해외 바이어와의 1:1 오프라인 수출상담을 주선하였습니다. 해외홈쇼핑 방송지원사업과 연계하여 해외 매출 지원 등 약 40억 상당의 상담을 총 63건 진행하였으며, 약 1.3억 원 규모의 현장 계약 실적을 기록하였습니다. 한국 상품에 대한 글로벌 관심도에 부응하기 위해, 앞으로도 잠재력 있는 국내 중소기업을 발굴하고 글로벌 시장 판로 확대에 기여하고자 합니다.

해외 수출 지원 중소기업 10개 사

수출 상담 63건

| 국내 판로 확대 |

GS리테일은 GS SHOP '아이러브중소기업' 등 다양한 상생 프로그램을 운영하며 경쟁력 있는 중소 협력사의 국내 판로 확대에 기여하고 있습니다. 소상공인, 중소파트너사 및 사회적경제기업을 대상으로 매일 30분간 무료 방송을 제공하여 홍보, 판로 확대를 통한 매출 확대에 기여하였으며, 2023년 총 59개 신규 협력사를 지원해 방송판매 매출 32.6억과 수수료 7.2억 감면 효과를 창출하였습니다. 향후에도 TV홈쇼핑을 통해 판로 확장을 희망하는 중소 협력사를 지원하고 함께 성장하여 차별화된 경쟁력을 확보해 나갈 계획입니다.

국내 판매 지원 협력사 59개 사

방송판매 매출 32.6억 원

Case 2. 인증 획득 지원

2023년 GS리테일은 중소 협력사를 대상으로 동반성장기금을 운영하여 전국 각지 10개 협력사가 ISO 인증 획득을, 지난 2년간 5개 협력사가 13개 제품에 대해 환경성적표지 및 저탄소 인증을 획득하였습니다.

ISO 인증 획득 초기 단계에서부터 컨설팅사를 배정하여 협력사별 맞춤 인증 획득 전략 수립을 지원하였으며, 매장에서 판매되는 라면, 팝콘 등의 식품과 아이스컵에 대해 환경성적표지 인증 획득에 기여하였습니다. 특히, 일부 환경성적표지 인증을 획득한 제품에 대해서는 저탄소 인증까지 파생하였으며, 앞으로도 사회적책임 강화와 동반성장을 위한 지속적인 협력사 인증 획득 지원 활동을 진행할 계획입니다.

ISO 인증 획득 협력사 10개 사

환경성적표지 인증 획득 제품 공급 협력사 13개 사[1)]

1) 2022년~2023년 실적 집계

Case 3. 협력사 환경 설비 개선

GS리테일은 필터프레스, 고분자 응집제 용해 탱크 등 협력사의 설비 개선 지원 사업을 지속 운영하여 환경사회 측면에서의 협력사 경쟁력을 강화하고 있습니다.

품질 및 생산성 강화

· 고압스팀세척기 도입 및 공정엘리베이터 교체 지원을 통한 협력사 노동생산성 개선
· 필터프레스 도입 지원을 통한 생산 제품의 품질 향상

폐수 배출 저감

· 고분자 응집제 용해탱크 지원을 통한 매월 식품 제조 공정 폐수 처리 과정에서의 폐수 슬러지 발생량을 2톤으로 감소

Together with Partners

지속가능 공급망

동반성장

가맹경영주 지원 | 금융 지원

편의점

판촉비

구분	내용	2023 지원 비용(천 원)
G-ESPA	상권 및 고객분석 등 점포 수익 개선 활동 지원	739,454
신규점 단품관리 판촉	매출 하락 점포 대상 매출 및 객수 회복을 위한 판촉행사 지원	147,725
인센티브 제도	점포 경쟁력 및 수익성 강화를 위한 재고 처리 비용 등의 지원	1,032,000

가맹점 보험

구분	내용	보험비 부담
필수형	재산종합, 현금도난	본부
	영업배상	본부, 경영주
선택형	건물화재, 동산, 횡령, 화재배상, 옥외도난	경영주
상생지원	횡령,안심상해, 택배도난, 전화사기 피해보상	본부

기타

구분	내용
가맹점 포상	장기 및 우수 가맹점 포상 및 비용 지원
자연재해 위로금	자연재해에 따른 피해 보상 비용 지원
경영주 출산 선물 지원	경영주 출산 건당 70천 원 상당의 물품 지원
GS히어로 포상	사회적 귀감이 되는 경영주 및 스토어매니저 우수 사례 선정 및 포상금 시상
경조사 지원	엔젤서비스, 경조사 자율 휴무 및 경조금 지원

수퍼

구분	내용	2023 지원 비용(천 원)
부진 재고	상권 특성상 발생하는 무매출 상품/부진재고 처분 지원 확대	55,701
신선폐기 지원	신규 및 양수점의 신선식품 폐기에 대한 금액 지원 (개점 초기 7일내)	257,790
경영주 대여금	예비 경영주 투자비 대여금 지원	1,603,100
경조사 지원	경영주의 경조사에 대한 지원	4,440

가맹경영주 지원 | 비금융 지원

편의점

경영주 참여 위원회

구분	내용
발전위원회	가맹점 경영주의 의견을 청취하여 가맹본부 정책에 반영하는 기구
자문위원	경영주간 경험을 공유하고 자문을 제공하는 기구
경영주협의회	경영주 애로사항을 취합하여 본부에 전달하고 경영주간 친목을 도모하는 기구
자율분쟁조정위원회	외부 위원장, 경영주, 본부 인원이 논의하여 가맹 사업 관련 갈등을 해결하는 기구

경영주 소통 채널

구분		내용
경영주 열린제안	Case 1.	경영주의 아이디어를 수렴하고 본부 정책에 반영하는 소통 채널
경영주 매거진		가맹점 경영의 유익한 정보를 취합 및 배포
스토어매니저 톡톡		스토어매니저의 점포 개선 관련 제안을 수렴하여 유관부서에 전달하는 채널
경영주 열린아카데미		시즌별 유익한 정보를 전달하고 본사-경영주간 LIVE소통을 진행하는 채널
챗봇조이		점포 근무자의 문의 및 주요 VOC를 해결하고 중요 정보를 실시간으로 공유하는 채널
디지털 업무일지	Case 2.	경영주-스토어매니저 간 효율적인 의사소통을 도모하고 업무 효율을 제고하는 채널

기타

구분	내용
상담 서비스	법률 및 노무 관련 상담 지원
구인 플랫폼 서비스	스토어매니저 채용을 위한 구인 플랫폼 운영
원격관리 앱	무인 편의점 모바일 관리 애플리케이션 도입
상품전시회	신규 상품 소개 및 소비 트렌드 설명

운영현황

구분	내용	2023 건(건 수)
경영주 참여 위원회	발전위원회	6
	자문위원	17
	경영주협의회	11
경영주 소통채널	경영주 열린제안	3,822
	스토어매니저 톡톡	545

Together with Partners

지속가능 공급망

동반성장

Case 1. 경영주 열린제안

GS리테일은 경영주 열린제안 등 다양한 채널을 활용해 경영주들과 효과적으로 소통하고, 인입된 주요 문의사항에 대해서는 유관부서와의 협업을 통해 개선하고 있습니다. 특히, '1+1', '2+1' 등 홍보용 쇼카드에 대한 경영주들의 주요 개선 요청사항을 실질적으로 반영하여 경영주 권익을 보호하기 위한 활동을 전개하고 있습니다.

[제안사항 ①] 쇼카드 내 상품조회가 가능한 QR코드 삽입

경영주

Q: 편의점 운영 상품이 다양해 쇼카드만 보고 행사 상품을 관리하기 힘들어요. QR코드를 삽입해 전산으로 상품 상세 정보를 손쉽게 조회하고 행사 상품을 관리할 수 있도록 조치를 취해주세요.

A: 쇼카드 제작 담당팀에 해당 제안사항을 전달하여 QR코드 삽입 등의 개선 가능사항을 검토하였으며, 다음 행사달부터 즉시 적용하여 QR코드를 삽입 및 배포하였습니다.

GS리테일

[제안사항 ②] 쇼카드 내 GS Pay 가입링크 QR코드 삽입

경영주

Q: GS Pay 결제 시 1+1 행사 적용 상품을 구매하기 위해 고객이 GS Pay 신규 가입을 희망하지만 가입 절차가 불분명해 구매를 포기하는 고객이 있어 개선이 필요해 보입니다.

A: 다음 행사달부터 GS Pay 결제행사 상품 쇼카드에 혜택 안내 및 가입페이지로 연결되는 QR코드를 삽입해 경영주분들께 배포하였습니다.

GS리테일

Case 2. 디지털 업무 일지 '근무중25' App

GS리테일은 가맹점에서 업무를 더욱 스마트하고 효율적으로 수행할 수 있도록 점포 관리 기능 App 제작사와 제휴하여 디지털 업무일지 '근무중25'을 앱을 구축하였습니다. '근무중25'는 구두 및 수기로 진행되었던 기존 업무 방식을 디지털 기술로 구현하여 전반적인 편의점 업무를 스마트폰 앱에서 관리할 수 있도록 지원하며 비용은 본사에서 전액 부담합니다. 앞으로도 GS리테일은 경영주 주도의 점포 관리가 원활하게 이루어질 수 있도록 혁신적인 시스템을 지원함으로써 디지털 시대에 발맞춰 적극 대처해 나갈 계획입니다.

01

출근

[전달사항 확인]

경영주가 남긴 '점포 공지사항' 과 이전 근무자가 작성한 '근무자 인수인계' 전달사항을 확인하여 매장 내 주요 내용을 신속히 숙지합니다.

02

근무중

[할일 체크]

시공간의 제약 없는 경영주-스토어매니저 간 커뮤니케이션을 통해 시간대별 업무를 효과적으로 분담하고 피드백을 공유합니다.

[소비기한 경과상품 관리]

상품 바코드를 스캔하여 손쉽게 소비기한을 관리하고, 날짜가 임박한 상품은 진열 철수하여 기한 경과 상품 판매로 인한 리스크를 저감합니다.

03

퇴근

[인수인계]

완료하지 못한 업무 등을 포함하여 다음 근무자와 경영주께 주요 사항을 전달하여 소통 부재로 인한 갈등을 최소화합니다.

Together with Partners

공정거래

관리 체계

공정거래 지침

GS리테일은 대표이사를 중심으로 전 임직원과 파트너사가 모두 참여하는 공정거래 프로그램을 운영하고, 공정거래 체제를 구축해 지속가능한 성장을 추진합니다. 공정거래 지침은 각 BU의 특성에 맞추어 구분하여 수립 및 적용하고 있으며, 예방-통제-점검-제보-개선의 5단계 공정거래 프로그램을 운영합니다. 예방 체계 구축을 위하여 대표이사의 공정거래 실천 의지 및 방침을 표명하고 있으며, 명확한 규정과 전담 조직을 운영하고 있습니다. GS리테일은 상호 신뢰와 협력으로 공동의 발전을 도모하기 위하여 공정거래 4대 가이드라인 및 공정거래 업무기준을 준수하며, 공정거래 내재화를 위하여 자율준수편람 개정 및 배포 그리고 정기적인 준법교육을 실시하고 있습니다.

↖ 가이드라인 및 업무기준

공정거래 제도개선

GS리테일은 공정거래 관련 법령 준수를 위한 내부감시체계를 구축해 제도 개선을 지속적으로 추진하고 있으며, 2024년에도 이사회에 보고한 내부감시체계 구축 및 제도 개선 계획을 진행할 계획입니다.

2023년 BU별 제도개선 사례

구분	내용
플랫폼 BU	· 프레시몰 물품공급계약 및 판촉, 광고 등 프로세스 및 표준거래계약서 개선 · 프레시몰 시즌 반품프로세스 개선 및 합의서 개선 · 온라인몰 미성년자 계약취소권 고지 개선 · 상품전시회 운영제도 개선 · MD운영시스템 주민등록번호 수집 절차 개선 · 옥외광고물 경영주 주민등록번호 수집 관행 개선 · 퀵커머스 광고약정서 개선 · 우리동네GS 구독서비스 약관 개선
홈쇼핑 BU	· 홈쇼핑BU MD광고 프로세스 개선 · 마케팅 프로모션 판촉합의 절차 개선 · 홈쇼핑 자산화 브랜드 계약서 개선 · HBU AI광고 프로세스 수립

2024년 추진 계획

구분		내용
통제 활동	Risk 식별 - 사업 전반의 위험요인 인지	· Risk Universe (의무 식별항목) · Risk 청취 (VOE / VOP)
	Risk 평가(모니터링) - 위험요인 분석 및 평가	· 식별 Risk 평가 (자가점검) · 주요 활동 Risk 모니터링 (고위험Risk부서) · 계열사 거래활동 점검
지원 활동	취약점 개선(기준수립) - 위험요인 개선 및 보고	· 취약점 제도개선 · 준법기준 수립 · 컴플라이언스 운영 협의회
	준법 내재화 - 인식제고 및 확산	· 컴플라이언스 교육 · 컴플라이언스 확산 캠페인 · 사내규정 체계화

자율준수관리자

'GS리테일의 공정거래 자율준수 이야기' 대외협력부문 곽창헌상무 인터뷰

Q. 자율준수관리자는 어떤 역할을 수행하나요?

자율준수관리자는 대표이사로부터 권한과 책임을 위임받아 GS리테일에서 임직원들의 공정거래 관련 법규를 준수할 수 있는 환경을 마련하고 준수여부를 감독하는 역할을 수행합니다. 또한, 자율준수 프로그램의 효율적인 운영과 관리를 통해 모든 임직원에 대한 공정거래 관련 법규를 준수 할 수 있는 의식을 제고시키고, 운영상황 등을 모니터링하여 자율준수활동과 준법점검 활동에 대한 경과 및 결과를 반기 1회이상 이사회에 보고하고 있습니다.

Q. GS리테일만의 차별화된 자율준수활동이 있다면?

공정거래 자율준수 활동은 GS리테일 모든 임직원의 이해와 참여에서 시작됩니다. GS리테일은 우리 임직원이 준법경영에 대한 인식을 개선할 수 있는 여러가지 준법교육, 업무가이드, 준법캠페인 등을 시행하고 있으며, 우리 스스로 준법경영을 위한 준법통제의 시스템이 마련되어 있어 임직원으로 하여금 회사가 제시하는 업무 행동지침을 잘 따르면 된다는 심리적 안정감을 주고 있다는 점을 강조하고 싶습니다.

Q. 공정거래 자율준수를 위한 향후 계획은 무엇인가요?

GS리테일은 2023년 ISO 37301획득을 통해 준법경영 활동의 걸음을 내딛었습니다. 준법경영체계의 안착만큼이나 중요한 것은 자율준수편람과 공정거래 업무가이드 전파를 통한 실천입니다. 홈페이지 및 사내 인트라넷을 통해 언제든지 자율준수편람을 손쉽게 확인 및 활용하도록 하고, MD 등 직군별 교육도 지속해서 실시할 계획입니다. 준법경영의 실천 노력을 통해 GS리테일 전반적으로 준법문화가 뿌리내려 고객과 협력사 등 이해관계자에게 신뢰받는 기업으로 거듭날 수 있도록 노력하겠습니다.

Together with Partners

공정거래

공정거래 문화 정착

자율준수 프로그램

GS리테일은 상호 신뢰와 협력을 바탕으로 공동 발전을 추구하기 위해 각 BU별 자율적으로 공정거래를 실천하고 있습니다. 투명한 거래질서를 확립하고 공정거래 문화를 정착시키기 위해 자율준수프로그램을 운영하고 있습니다.

공정거래 기준 및 절차 수립	공정거래 4대 가이드라인 및 공정거래 업무기준을 준수하며, 공정거래 내재화를 위한 공정한 절차를 구축해 운영하고 있습니다.
준수 선언	홈페이지를 통해 회사의 구성원, 고객 및 이해관계자가 쉽게 이해할 수 있도록 CEO의 공정거래 의지 및 방침을 표명하고 있습니다.
자율준수 관리자 선임	자율준수관리자 선임 기준 및 절차에 따라 이사회에서 임명하고, 공정거래 게시판을 통해 임직원에게 공지합니다.
감독체계	내부감시체계를 운영해 제도 개선 필요사항을 식별하고, 제도개선을 이행해 투명한 공정거래 체계를 구축해 나가고 있습니다.
자율준수편람 배포	자율준수편람을 전면 개정하여 급격히 변화하는 사업환경과 사회 및 고객이 기업에 요구하는 공정거래에 대한 기대수준을 충족시키며, 임직원 스스로가 쉽게 접근, 활용할 수 있도록 하여 법 위반을 사전에 예방하고 자율적인 컴플라이언스를 수행할 수 있도록 하고 있습니다. (2024년 1월 개정)
공정거래 교육 실시	상·하반기 각 1회 이상 공정거래 및 자율준수와 관련된 대화식/맞춤형 교육을 통해 법규 위반에 대해 사전 예방활동을 지속하고 있습니다.
공정거래 법규 위반 임직원 제재	위반 가능성이 있는 공정거래 법규에 대하여, 임직원을 제재하고 계도할 수 있는 윤리위원회 규정을 마련하여 운영하고 있습니다.
효과성 평가 및 개선조치 시행	내부 교육과 자율준수 프로그램 운영의 효과성을 측정하기 위해 공정거래 인식 수준 전반에 대해 점검을 지속 추진하고 공정거래 운영 제도 등을 개선하고 있습니다.

공정거래 교육

GS리테일은 임직원의 공정거래에 대한 이해도를 높이기 위해 BU 및 부서별 맞춤 교육을 실시하고 있습니다. 특히, 공정거래 준수와 연관된 MD직군을 대상으로 대규모유통업법 교육을 정기적으로 진행하고 있으며, 2023년에는 사업별 직무 특성에 맞춰 공정거래법, 하도급법, 표시광고법 등 맞춤 교육을 진행하였으며, 특히 신입사원 및 신임MD리더, 임원 대상 등 직급별 교육을 제공하였습니다. 교육 진행 내역과 결과는 반기 1회 이상 이사회에 보고되며, 전사적으로 공정거래 문화 조성을 위해 최선을 다하고 있습니다.

2023년 BU별 공정거래 교육 현황

구분	내용	대상
플랫폼BU	MD직무공통과정 (대규모유통업법&하도급법)	PBU 전체MD
	대규모유통업법 교육 (외부강사 초청)	
	23년 직매입계약서 등 표준계약서 개정안 교육	
	표시광고법 (그린워싱) 교육	
	판촉행사의 이해 교육	
	신임MD리더 과정 교육	PBU 신임MD
	MD직무의 법무 리스크 교육	PBU 프레시몰 MD
	프레시몰 재계약 프로세스 개선 교육	
	대규모유통업법 교육	PBU HMR부문 MD
홈쇼핑BU	신입사원 공정거래 교육	HBU 신입사원
	라이브커머스 계약프로세스 MD설명회	라이브커머스 MD
	공정거래 교육	신입 쇼핑호스트
	대규모유통업법 교육	디지털상품사업본부
	공정거래법 및 대규모유통업법 교육	HBU MD
	공정거래법 교육	HBU 신입사원
	표시광고법 교육	HBU MD
전사	지에스리테일 임원대상 공정거래법 교육	GSR 임원대상

공정거래 관련 위험 파악 및 관리

GS리테일은 임직원의 공정거래 준법 인식을 제고하여 발생가능한 불공정거래 관련 리스크를 선제적으로 최소화하고, 이에 따른 효과성을 정기적을 모니터링 하고 있습니다. 2023년 공정거래에 대한 중요성이 확대됨에 따라, MD직무공통과정 교육 이수 인원 기준을 MD직무뿐만 아니라 관련 직무 대상자까지 확대하였고, 전기 대비 약 24% 이상의 임직원이 교육을 수강하여 임직원 전반에 걸친 인식개선에 기여하였습니다. 또한, 외부강사를 초청하여 대규모유통업법 심화 교육을 실시하고 MD직무역량 평가에 대한 1차 통과율이 약 1.0%p 상승하였습니다. 2024년에는 불공정거래 행위 유형 항목을 고도화하고, 임직원 및 협력사의 공정거래 인식을 지속적으로 점검 및 개선하여 건전한 준법 문화 구축을 위해 노력할 예정입니다.

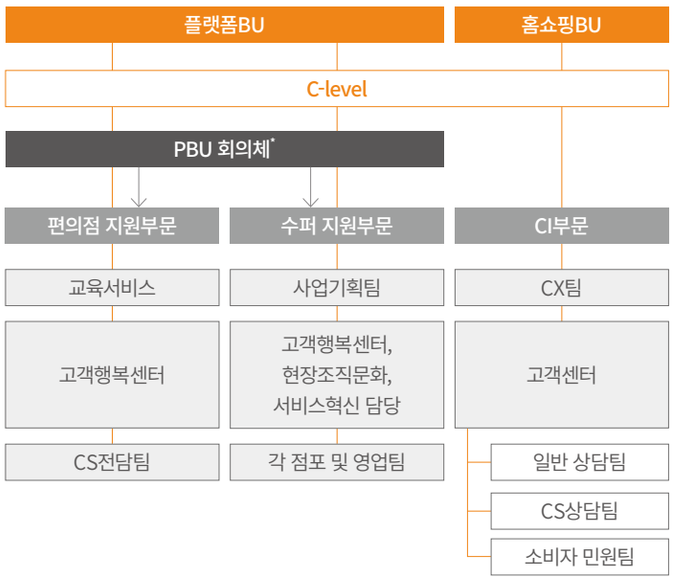
Together with Customers

고객만족 경영

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 고객만족 경영을 총괄하는 CRO를 임명하고 BU별 고객 중심의 전담조직을 운영하고 있으며, 2023년에는 PBU회의체를 신설하여 고객만족 경영 체계를 고도화하고 있습니다.



* O4O 부문, 퀵커머스 부문, DX 부문

소비자 권익보호 정책

GS리테일은 소비자 권익보호 정책을 수립하여 이로운 상품과 서비스를 제공하고, 소비자의 권익을 보호하기 위해 최선을 다하고 있습니다.

↖ 소비자 권익보호 정책

진심을 담은 마케팅 정책

급변하는 고객의 니즈와 경영 환경 속에서 마케팅이 사회에 미치는 영향력이 커짐에 따라, GS리테일은 당사가 판매하는 모든 제품들에 적용되는 진심을 담은 마케팅 정책을 정립하였습니다. 해당 원칙을 기준으로 다양한 현안 이슈들에 대한 위기 상황을 사전에 예방하고 위기 발생 시 체계적인 대응을 위해 사장단/임원 및 주요 현업 부서를 대상으로 위기 관리 교육을 지속적으로 진행하고 있습니다. 2023년 GS리테일은 정립된 정책들을 마케팅 유관부서 전원을 대상으로 전파하였습니다.

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

고객만족경영 목표 및 전략

GS리테일은 체계적인 고객만족도 관리를 위해 각 사업부문의 특성에 맞는 고객 패널진단 항목을 수립하고 있습니다. 이를 통해, 고객의 니즈, 선호도, 만족도를 파악하여 제품 및 서비스 수준을 지속적으로 개선하고 임원 KPI 지표와 연계하여 고객만족을 제고하고자 합니다.

GS리테일 비전	고객의 모든 경험을 연결하고, 데이터로 공감하며, 상품과 서비스로 신뢰받는 플랫폼		
고객만족 비전	고객에게 신뢰주고 사랑받는 플랫폼		
고객만족 경영목표	각 사업부(문)별 관리 지표에 따른 고객만족도 관리 수행		
고객만족 경영전략	고객만족도 관리	서비스 품질관리	자긍심 함양

중장기 계획

GS리테일은 상담 품질과 챗봇 성능을 지속적으로 개선하여 고객의 만족도와 편의를 제고하고 중장기 계획에 맞춰 체계적으로 고객만족을 실현해나가고자 합니다.

	고객센터	고객용 챗봇
2024년	**응답률 개선** · 90% 이상 응답률 달성 · 고객문의 IVR 선택 흐름 분석을 통한 원활한 유선상담 지원	**시스템 업데이트** · 365일 24시간 처리 가능한 고객용 챗봇 지속 업데이트 및 고도화 (반복 및 단순문의 월 1회 업데이트) · 변경사항 및 이슈 상시 등록을 통한 고객 VOC 예방
2025년 ~2026년	**응답 처리 만족도 개선** · 전문화된 상담과 분석, 전문교육 및 피드백 제공, SLA평가를 통한 응답 처리 만족도 개선 · 단순문의 자동 처리를 통한 상담원 CS 응대 역량 강화 · 서비스 품질 개선 및 고객센터 역량 강화를 통해 행복센터 처리율 95% 이상 달성	**고객 편의 상승** · 고객 VOC 데이터 분석을 통한 고객 맞춤형 서비스 및 상담 제공

Together with Customers

고객만족 경영

고객 의견 수렴

VOC 관리

GS리테일은 고객의 애로사항을 수렴하기 위해 VOC 소통채널을 운영하고 있습니다. 또한, VOC 접수 고객을 대상으로 체계적인 만족도 조사를 진행하여 고객의 Pain Point를 개선하기 위해 노력합니다. 2023년에는 홈쇼핑 임직원이 누구나 쉽게 고객의 의견을 확인하여 반영할 수 있도록 'VOC 인사이트'를 구축해 인프라를 개선하였으며, ARS 내 '주문/결제내역 확인' 자동안내 단계를 추가하여 고객 편의성을 강화하였습니다.

앞으로도 다양한 소비자 중심 채널을 운영하여 고객의 접근성을 증대하고, 개선사항을 발굴하여 재발 방지를 위해 최선을 다할 것입니다.

소통채널

구분	주요 내용
고객용 챗봇	우리동네GS 앱 고객용 챗봇 상시 운영
우리동네GS	우리동네 GS 1:1 문의 접수
콜센터	사업부별[1] 맞춤 콜센터 운영
홈페이지	GS리테일 공식 홈페이지 접수 채널 운영
CEO에게 말한다	CEO가 직접 고객의 의견을 청취

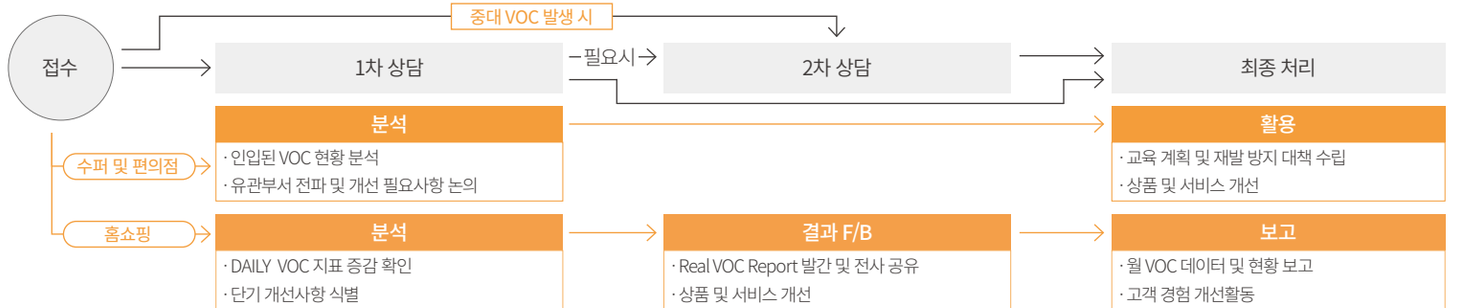
1) GS25, GS SHOP, GS THE FRESH

VOC 및 소비자 피해 대응

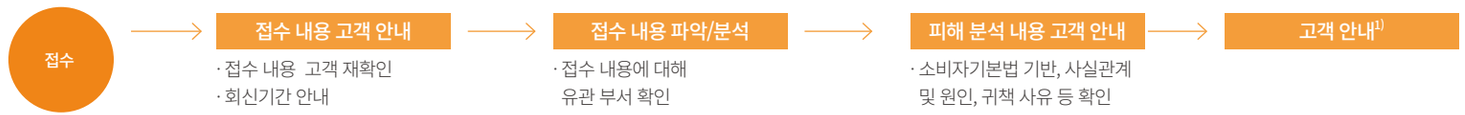
GS리테일은 내·외부 다양한 채널을 통해 인입된 VOC 맞춤 상담을 진행하고, 특히 1차 상담을 통해 처리되지 않는 VOC 건에 대해서는 내부 기준에 따라 담당자와 전담 조직[1]에 즉시 이관하고 있습니다. 또한, 피해 대응 프로세스를 구축하고 사업부별 보상 기준을 수립하여 효과적으로 소비자 분쟁을 해결하기 위해 노력합니다.

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

VOC 운영 프로세스



피해대응 절차



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

| 소비자권익침해 관련 위험 파악 및 관리 |

리뷰이벤트의 사은품 배송정보 확인이 어렵다는 고객 의견이 다수 접수되어, 고객만족의 주요 리스크라고 인식하고 이를 해결하기 위해 2023년 GS리테일은 팝업 안내 단계를 추가하고 사은품 배송 관련 안내정보를 상시 고지하도록 시스템을 개선하였으며, 이를 통해 리뷰이벤트와 관련된 일평균 단순 문의 및 불편 VOC 인입 건수를 전기 대비 약 27.6% 감소하는 효과가 있었습니다.

기간	일 평균 SR건수 (건)
2022	319
2023	231
증감	88 (-27.6%)

| 고객 만족도 제고 활동 |

'주문 및 결제내역 확인 요청'에 대해 ARS 내 자동 안내 단계를 추가하여 2023년 일 평균 약 67%를 자동응답 서비스를 통해 해결하고 있습니다. 이를 통해 단순 문의 대상 고객의 장시간 답변 대기 불편함을 해소하고, 타 고객의 주문연결 시간을 단축하여 고객 만족도를 제고하였습니다.

기간	주문 및 결제 내역 상담사 안내 비중(%)
2022	100
2023	33
증감	-67

Together with Customers

고객만족 경영

고객 의견 수렴

Case 1. 고객 여정 지도

GS리테일은 고객의 쇼핑 여정(Shopping Journey)을 각 채널별로 정의된 핵심 순간(Anchor Moment)에 따라 파악하여, 고객의 경험을 관리하고 있습니다. 고객 여정 지도를 통해 각 단계의 고객 행동과 그에 따른 기분 및 니즈를 파악하고, 단계별 상세 지표 분석을 통해 고객 케어 방안을 수립하고 있습니다. GS SHOP에서는 홈쇼핑 방송 시청을 통해 상품을 구매하는 고객, 편의점 및 수퍼에서는 우리동네GS 앱과 오프라인 매장 방문을 통해 상품을 구매하는 고객의 여정을 정의하여 각 채널에 맞는 전략을 설정하고 있습니다.

홈쇼핑 상품

단계	INSPIRE	PREPARE	BUY	RECEIVE	BE
고객 행동	방송 시청 및 모바일 쇼핑	가격 비교 및 리뷰 확인	상품 결제 및 주문서 확인	배송일 확인 및 배송 대기	리뷰 작성
기분	제품 발견의 기쁨	제품 품질에 대한 기대	결제에 대한 행복 및 뿌듯함	제품 수령에 대한 설레임	상품에 대한 만족감
매우 행복 / 만족 / 불만족					
고객 니즈	신규 정보 및 트렌드 습득	제품에 대한 확신	신속 및 안전한 구매	정확하고 신속한 배송	질 높은 제품과 서비스 제공
	시청가구 및 라이브톡 수 등	검색 후 이탈률, 1시간 내 상품 문의 답변율 등	결제 시간 및 성공률 등	배송 정확도, 소요 시간 및 지연율 등	불량률 및 1~2점 리뷰 비중 등
	단계별 상세 지표 분석				
고객 케어 방안 수립	(단계별 유관 부서와의 협업을 통한 고객 Pain Point 개선)				

편의점-수퍼 상품

우리동네GS app. → 사전예약/픽업 수령 → 오프라인 매장

단계	고객 발견	유입/동기부여	매장 방문	상품경험 / 평가
고객 행동	다양한 채널(우리동네GS app., SNS 등)을 통한 행사 상품 정보 수집		상품 비교 및 현장 구매	리뷰 작성
기분	상품의 필요성 인식	구매에 대한 확신	매장 경험에 대한 만족감	상품 구매에 대한 행복함
매우 행복 / 만족 / 불만족				
고객 니즈	다양한 행사 정보 확인	신규 고객 혜택 및 이슈 상품 식별	차별화된 상품 및 서비스와 구매의 편의성 확보	구매에 대한 추가 동기부여 제공
	단계별 상세 지표 분석			
고객 케어 방안 수립	행사노출 확대	신규고객 혜택 강화 및 상품 추천 개인화 등	상품 수령/반품 프로세스 개선 및 다양한 행사 상품 추천	고객 세분화 및 경험 후기 분석 등

Together with Customers

고객만족 경영

고객만족 상품 및 서비스 제공

맞춤 상품/서비스 개발

홈쇼핑 모바일시프트2.0

GS리테일은 숏폼 컨텐츠에 익숙한 고객 맞춤 1시간 홈쇼핑 방송을 1분 숏폼 영상으로 제작하는 '숏픽'과 TV와 라이브커머스에 방송을 동시 송출하여 소통하는 '크로스라이브'를 실시하고 있습니다. 향후 시청 데이터와 구매 데이터를 연결하여 고객별 맞춤형 콘텐츠를 제공하고, 고객이 직접 숏픽을 만들어 공유할 수 있도록 시스템을 개선해나갈 계획입니다.

고객 맞춤 햄버거 상품

GS리테일은 심층 인터뷰와 사전 품평회를 통해 취합한 고객의 의견을 바탕으로 원재료, 가격 및 중량 등 고객의 취향을 적극 반영한 포텐버거 햄버거 시리즈를 출시하였습니다. 새로운 햄버거 전략을 통해 토핑 강화, 디자인 차별화 등 제대로 된 한끼를 즐길 수 있는 상품을 제공합니다. 앞으로도 급변하는 사회 트렌드에 맞춰 차별화된 고품질의 상품을 지속 개발할 계획입니다.

가치 소비 대체육 상품

GS리테일은 100% 식물성 대체육과 비건 소스 등을 사용한 주먹밥 1종, 햄버거 2종, 샌드위치 2종, 총 5종을 출시하였습니다. 해당 제품은 블라인드 테스트를 통해 품질 검증까지 완료하였으며, 앞으로도 채식 또는 가치 소비를 하는 일반 소비자의 선택권을 확장하기 위해 다양한 상품을 개발해 나갈 계획입니다.

건강을 고려한 상품 개발

나트륨 저감 상품

GS리테일은 건강과 영양까지 고려하는 제품 개발 및 판매를 통해 사회적 책임을 다하고 있습니다. 식약처와 협업해 영양 밸런스를 고루 갖춘 저나트륨 계란듬뿍김밥 상품을 출시했습니다. 앞으로도 나트륨을 저감할 수 있는 다양한 식품 및 소스류 등의 개발로 신상품 출시를 계속해가겠습니다.

헬시플레저 샐러드

GS리테일은 MZ세대 건강관리법 헬시플레저를 강조한 제품을 통해 소비자의 건강한 식습관에 기여하고 있습니다. 영양이 풍부하고 면역력을 증가시켜주는 슈퍼푸드 아이스플랜트를 넣은 샐러드를 편의점 업계 최초로 출시하였습니다. 프리미엄, 베이직, 가성비 라인 등 고객 맞춤 라인업 확대를 통해, 고객에게 다양한 선택지를 제공하며 앞으로도 신선하고 맛있는 샐러드를 제공하기 위해 최선을 다할 것입니다.

건강기능 식품

GS리테일은 건강기능식품 전문 브랜드 푸드올로지와 상품 개발 및 상호 협력을 위한 업무 협약을 체결하여 유기적 업무 체계를 구축하고 있습니다. 체지방 감소 및 활력 충전과 수분 보충에 유익한 성분을 함유한 빨간물&파란물 RTD(즉석음용) 제품을 출시하였습니다. 앞으로도 건강식품을 지속 개발하여 고객에게 차별화된 가치를 제공할 계획입니다.

고물가 대응

혜자로운 시리즈

GS25는 지속적인 고물가로 인한 국민 부담을 최소화하고 제대로 된 한끼를 제공할 수 있도록 '혜자로운 시리즈'를 출시하고 있습니다. 2023년 2월 '혜자로운 집밥 제육볶음'을 시작으로 도시락 7종 , 김밥 4종, 주먹밥 2종을 출시하였으며, 런치플레이션 등 고물가 안정에 기여하고 도시락을 활용한 릴레이 기부 활동 등 다방면으로 국민들의 든든한 한끼를 위해 노력하였습니다.

아침밥 먹기 캠페인

GS리테일은 농식품부와 협업하여 편의점 최초로 아침밥 먹기 캠페인을 진행하였습니다. 대학생 대상으로 진행되던 천원의 아침밥 캠페인을 전국민으로 확대하여 도시락, 김밥 및 주먹밥 등 총 17종에 대해 할인행사를 진행하였으며, 이를 통해 고물가시대에 국민의 아침 식사 섭취에 기여하였습니다.

Together with Customers

고객만족 경영

고객만족 평가

CCM 인증

GS리테일은 소비자중심경영 활동을 인정받아 CCM(Consumer Centered Management)인증을 취득하였습니다. CCO의 책임과 권한, 역할 강화 및 관리 영역을 확대하고 CCM 운영사무국을 기반으로 전반적인 Control Tower역할을 수행하고 있습니다.

2023년에는 GS리테일이 협력사 3곳의 CCM 인증 획득을 지원하여 인증을 동반 획득하였습니다. 앞으로도 협력사의 CCM 인증 획득 지원을 확대하고, 소비자중심경영을 전파하여 GS리테일과 협력사간 CCM Value Chain을 구축, 소비자 만족 제고 및 중소기업 경쟁력 향상의 선순환 구조를 만들고자 합니다.

고객만족도 조사

GS리테일은 서비스 및 상품에 대한 소비자 인식과 이용 경험을 조사하고 고객의 실질적인 소리를 청취 및 반영해 GS리테일의 경쟁력을 강화하고 있습니다. 2023년 오프라인 점포를 대상으로 고객 패널 조사를 확대 진행하였으며, 주요한 미비점으로 식별된 인적서비스 항목(인사,친절,상품안내 등) 등에 대해서는 지속적인 방문교육을 제공해 개선하였습니다.

GS리테일은 고도화된 고객만족도 조사를 통해 전반적인 인적/물적 서비스 품질의 향상을 실현하고자 합니다.

만족도 조사 방법

구분	평가 방법	내용	진단 항목
오프라인 점포	고객 패널 조사	일반 구매 고객 대상 고객 서비스 만족도 평가	· 응대 서비스 · 결제혜택 안내 · 외부 청결도 · 상품 관리 및 결품 여부 등
홈쇼핑	모바일 설문조사	일반 구매 고객 대상으로 CSP 기반의 고객 만족도 조사	· 상품 품질 · 배송 기간 · 전반적인 고객 서비스 만족도 등
홈쇼핑	Focus Group Interview	고객의 실제 TV 시청 환경에서의 사용성을 테스트하고 판매 제품 및 서비스 경험에 대한 심층 평가	· 상품 구매 형태 변화 · 고객의 실질적 니즈

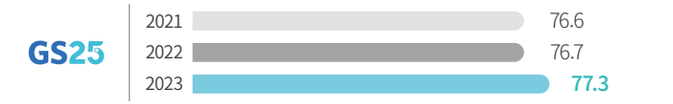
대외 인증 현황

2023년 주요 수상 실적

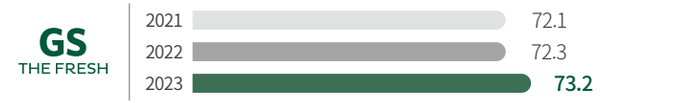
편의점	수퍼	홈쇼핑
GS25	GS THE FRESH	GS SHOP
· KS-SQI · KMAC · KS-PBI · KCSI · NCSI 1위	· KS-SQI · KCSI · KSQI 1위	· KS-SQI · KS-PBI 1위

한국서비스품질지수(KS-SQI)

편의점부문 1위 11년 연속(총 20회)



대형슈퍼마켓부문 1위 8년 연속(총 9회)



홈쇼핑부문 1위 2년 연속

Together with Customers

고객정보 보호

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 정보보호 관리체계 운영을 위해 정보보호 및 개인정보보호를 전담하는 보안센터를 운영하고 있습니다. 전문성을 갖춘 보안센터장이 정보보호최고책임자(CISO)로 역할을 수행하고 있으며, 개인정보보호책임자(CPO)는 디지털서비스본부를 책임지는 본부장이 역임하고 있습니다.

또한, 이들을 포함한 보안위원회를 운영하여 정보보호 활동에 관한 사항을 논의하고 있습니다.

담당자 임명 기준

GS리테일은 정보보호 및 개인정보보호 전담조직의 전문성을 강화하기 위해 정보보안 및 개인정보보호 지식 또는 업무 경험이 있는 인원을 담당자로 임명하고 있습니다. 업무지침을 통해 CISO의 자격요건으로 전문성과 경력을 갖춘 인력을 규정하고 있습니다.

정보보호 정책

GS리테일은 정보보호 정책, 정보보호지침, 개인정보처리방침을 기반으로 (개인)정보보호 활동을 수행하고 있으며, 매년 개인정보보호법 등 관련 법령에 의거하여 정책, 지침 및 방침 등을 제정하고 있습니다.

정보보호정책 개인정보처리방침

정보보호 전략

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

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

중장기 계획

GS리테일은 고객정보 보호 체계를 확보하고 개인정보 관리 시스템과 보안 인프라를 강화하기 위한 단, 중장기 목표를 수립해 운영하고 있습니다.

2024년	2025년	2026년
개인정보 취급자 인식개선 강화		
- '23년 대비 개인정보보호 교육 2회 증가 - '23년 대비 필수 교육 외 심화 교육 횟수 1회 증가	- 신규 지표 발굴 예정	- 신규 지표 발굴 예정
개인정보 모니터링 개선		
- 시스템 50% 이상 중앙관리 적용 - 소명 프로세스 수립	- 시스템 70% 이상 중앙관리 적용	
개인정보 취급자 인식개선 강화		
- 보안관제 일원화 및 탐지기준 개선	- 이상행위 소명 프로세스 수립	
개인정보 이슈대응	**개인정보 처리 위수탁 관리 강화**	
- 개인정보 이슈대응 R&R 개선	- '24년 대비 점검업체 수 3% 이상 증가	- 테마점검 (특정 유형의 위탁업체 선별)
서버 및 데이터베이스 접근제어 통합		
- 개인정보 관련 자산 100% 적용		

ISMS-P 인증

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

인증의 범위 : GS리테일 온라인 서비스
유효기간 : 2022.04.06 ~ 2025.04.05

Together with Customers

고객정보 보호

정보보안 리스크 관리

개인정보 침해사고 대응

중요한 정보보호 대상 중 하나인 고객의 개인정보 보호를 위해 적극적인 예방 활동과 시스템을 적극 활용하여 이상 징후를 조기에 차단하고 있습니다. 개인정보 유출사고에 체계적으로 대응하기 위해 유출 건에 대해 위기대응협의체를 구성 및 운영하고 있으며, 세부 프로세스를 가이드 하기 위한 '개인정보 유출사고 대응 매뉴얼'을 별도로 수립하여 운영하고 있습니다.

처리 프로세스

STEP 1	STEP 2	STEP 3	STEP 4	STEP 5
탐지	초기 대응	통지, 신고	민원 대응, 피해 구제	사후처리
· 개인정보 유출징후 및 사고인지 시 즉시 보고 침해사고 대응팀	· 대고객 유출 통지문 작성 및 발송 · 유출 사실 및 사과문 홈페이지 게시 · 24시간 내 KISA신고 언론사 대응	· 원인분석 · 추가 유출방지 조치 유출 자료 회수 · 증거 확보 · 언론/법무/고객 상담 대응	· 단일화된 민원 대응 창구 구축 · 수사 진행상황 등 답변 방향 결정 · 피해 구제 방안 안내	· 소송 대응 · 재발방지 대책/ 개선과제 이행

이슈 발생시 신속하게 보고 ↓ ↑ 의사결정에 따른 대응

침해사고 대응팀

구성: 보안센터, 컴플라이언스팀, 법무팀, 커뮤니케이션팀, CX팀, 조직문화서비스팀

컨택 포인트: 현업부서 이슈 발생시, 침해사고 대응팀 주관부서인 보안센터에 즉시 보고

보안 서약 전자화

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

정보보호 교육

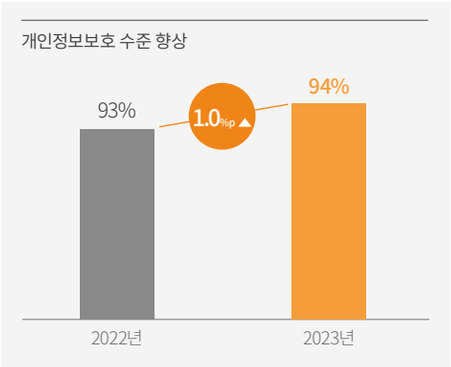
GS리테일은 편의점, 수퍼 등 점포 영업 및 마케팅, IT 직무에 맞춘 정보보호 교육을 제작해 전달하고 있습니다. 신입사원 및 경력사원 입사 시 정보보안 교육을 진행하고, 연 1회 전사 직원을 대상으로 정보보호 및 개인정보보호 교육을 실시하고 있습니다. 또한, 법정의무교육 외에도 IT 직무자 대상 기술 및 관리적 보호 조치 기준 심화교육, 개인정보를 취급하는 임직원 36명 대상 오프라인 심화교육(개인정보취급자 차등화 교육)을 추가 진행하고, 위치 개인정보와 관련한 법정의무교육을 부담당 인원을 포함한 7,052명 대상으로 5회차에 걸쳐 온라인으로 진행하였습니다. 클린데스크, 보안점검의 날, 정보보호의 날 기념 이벤트, 주기적인 보안 안내 등을 통해서도 임직원의 정보보호 인식을 제고하고 있습니다.

위험 식별 및 관리 활동

GS리테일은 온라인몰 입점 판매자가 개인정보보호 관련 법령을 준수할 수 있도록 체계적으로 관리하고 있습니다. 개인정보 보호조치 가이드를 판매자에게 제공하고 위험 파악을 위해 현장점검을 실시하고 있습니다. 현장점검을 통해 파악된 위험 요소나 미흡한 사항에 대해서는 현장에서 개선을 독려하고, 개선에 시일이 소요되는 경우 1~2주간의 보완조치 기간을 부여하여 개선을 요구하고 있습니다. 이후 개선 이행여부를 확인하고, 개선조치 전후의 개인정보보호 수준을 비교하여 효과성을 평가하고 있습니다.

효과성 측정

GS리테일은 개인정보보호 수준 향상을 위해 현장 점검 등의 활동을 수행하고 개인정보처리 수탁사 대상 보안 가이드를 연 1회 이상 공유하고 있습니다. 이러한 활동을 진행함으로써 2023년도 개인정보보호협회에서 실시한 위수탁 점검에서, 2022년도 대비 개인정보 보호 수준이 약 1.0%p 개선되어 효과성을 확인하였습니다. 추후 평가항목을 1)임직원 대상 개인정보보호 교육, 2) 개인정보처리 위수탁점검, 3) 내부 프로젝트 보안성 검토, 4) 악성 메일 훈련, 5) 물리적 보안점검으로 확대하여 관리를 고도화 할 예정입니다.



개인정보보호 위험 평가항목	2022	2023
정책/관리	92%	90%
PC보안/파기	99%	99%
물리보안/파기	100%	100%
셀러툴 보안/파기	95%	95%
자체처리시스템 보안/파기	79%	85%

정보보호 투자

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

Together with Customers

품질경영

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 ISO9001을 기반으로 선제적인 품질 리스크 관리와 고객 니즈를 충족시킨 최적의 상품 제공을 위하여 플랫폼, 홈쇼핑BU별 품질 점검 및 지원 활동을 실시하고 있습니다.

특히 대량으로 판매하는 상품과 관련한 원물 및 원료, 신상품의 경우, 금액별 모니터링을 통한 고도화된 상품 점검 프로세스를 구축해 운영하고 있으며, 파트너사, 제조공장/물류센터, 점포/고객 등 맞춤 품질 관리 절차를 도입해 차별화된 상품을 제공하기 위해 노력합니다.

품질경영 전략

GS리테일은 콜드체인 시스템을 기반으로 고객에게 안전하고 최고 품질의 상품을 제공하고자 현장 점검 및 교육을 정기적으로 실시하고 있습니다. 특히, 신선 식품의 경우, 원재료부터 제조, 유통, 판매에 이르는 전 과정에 대한 안전성 관리를 철저히 하고, 기획 및 개발 단계에서부터 테스트 과정을 거쳐 최고의 품질과 맛을 제공하기 위한 노력을 기울이고 있습니다. 또한, 선도 차별화와 안전한 먹거리 제공을 위해 내부 기준 및 지침을 마련해 운영하고 있으며, 홈쇼핑 방송 판매 제품에 대해서는 상품 승인, 생산 및 제조 점검, 배송 전 검사, 판매 후 관리 체계를 수립하였습니다.

	플랫폼 BU			홈쇼핑 BU			
미션	안전하고 고품질의 상품 제공						
방향성	선도 혁신	환경 위생	품질관리	Risk 관리	품질관리	사회적 가치창출	일하는 방식의 변화 (DT)
	신선 식품 선도 차별화	안전한 상품 제공	최고 품질과 맛 제공	사전예방 및 신속대응	상품 품질력 강화	영업 Core 비즈 지원	전문가 그룹 성장
역할	· 선도 기준 수립 (입고기준, 판매기한) · 편의점/수퍼/물류 현장 점검 및 지원 · 파트너사 선도 점검 · 선도 교육/가이드 제공 · 선도 모니터링 운영 · 신선 검품 운영	· 법 개정 사항 확인, 안내 · 관공서 단속 대응 · 편의점/수퍼 현장 방문 · 위생 클리닉 활동 · 파트너사 위생 Audit · 상품 안전성 검사 · 위생 교육	· FF제조 및 자회사 품질위생 점검 관리 · HACCP 관리/교육 · 법규/표시사항 관리 · FF상품 개발지원 및 양산화 품질 관리 · 원재료 관리 · 제품 컴플레인 관리	· 신개념 상품 사전 Risk 점검 · 대량판매상품 Risk 정기점검	· 불량/불만 영역 품질 관리 · DATA 근거한 품질수준관리	· 협력사 상생교육/기술 지원 · 친환경 포장 적용 확대	· 디지털 상품 QA자동화 · 품질지표 RPA 자동화

품질경영시스템(ISO 9001)

GS리테일은 제품 및 서비스의 전 생산 과정에 걸친 품질보증 체계로 ISO 9001 인증을 취득하였습니다. 이를 바탕으로 품질경영을 강화하기 위해 품질 관리 프로세스와 체계를 구축하고, 제품 생산 및 공급 프로세스를 효과적으로 평가하기 위해 다양한 활동을 수행하고 있습니다.

Together with Customers

품질경영

관리 활동

상품별 관리 프로세스

		파트너사	F/F 제조공장 및 물류센터	점포 및 고객
오프라인 상품	품질 관리	· 원재료 협력사 점검 및 등급 관리 총 259개[1)] 1) 가공식품 222개, 비식품 20개, 1차 식품 17개	· FF제조처 품질 위생 점검 및 안전성 검사 품질 위생 점검: 144회, 안정성 검사: 7,000건	· 콜드체인 및 진열장비에 대한 온도 검증 · 렌지업 동하절기 구분 적용 동하절기 콜드체인 검증 및 진열상태 점검
오프라인 상품	선도	· 원물/포장상품 입고기준 안내 및 점검 · 시즌과일 기준당도 점검 · 우수 파트너사 수상 및 선도 3진 아웃제 운영 총 264회	· 물류 선도점검: 콜드체인 등 모니터링 · 신선식품 선도 검품 활동 · 3단계 입고관리(경고,주의,개선) 물류점검: 96회, 입고차단: 933건[1)] 1) 경고건수 환산(주의3회=경고1회)	· 점포 신석식품 선도코칭 및 선도모니터링 · 평가 제도 운영 선도코칭: 153회, 선도모니터링: 6,018회[1)] 1) 편의점 3,568회, 수퍼 2,450회
오프라인 상품	위생/안전	· PB 및 NB상품 제조사 별 평가 총 207개[1)] 1) 신규 80개, 사후 127개 / PB 154개, NB 53개	· 제품 이화학 및 관능검사(염도, 당도, pH) 총 13,410건	· 위생클리닉(법적서류,원산지,소비기한 등) 점검 총 779회[1)] 1) 편의점 280회, 수퍼: 499회
온라인 상품		· 법적 서류 및 샘플 검토 후 전산 관리, 안전성 확인, 기능/성능점검, 포장 검사 후 상품 승인 총 118,074건[1)] 1) 방송: 2,039건 인터넷: 116,035건 · 파트너사 제조시설의 평가 및 공정지도/검사, 생산 수량점검, 초도품 검사, 배송전 검사 총 4,738건[1)] 1) 제조사 점검: 659건, 현장 점검:1,500건, 원격 점검: 2,579건	· 센터 입고검사 및 양품화 검사 총 328,831개[1)] 1) 입고검사: 253,996개, 양품화 검사: 74,835개	· 판매 후 품질지표 확인 및 VOC 대응 · 모니터링검사 · 대량판매상품 리스크 점검 총 256건[1)] 1) 사후 모니터링: 159건, 회수상품 점검: 11건, 대량판매 리스크 점검: 86건

| 과학적인 맛 평가 시스템 구축 |

GS리테일은 FF제품의 맛 품질 편차를 축소하기 위해 염도, 당도, pH에 대한 이화학 검사 시스템을 도입하였습니다. 2023년 4,470개 샘플의 이화학 검사를 진행하였으며, 측정 결과를 기준으로 제조 공정 분석 및 개선을 통한 품질 향상을 지속 추진합니다.

| HACCP 인증 |

GS리테일은 FRESH FOOD 제조공장(자회사 후레쉬서브)은 업계 최초로 2009년 식약처로부터 HACCP을 지정 받았으며, 안전하고 위생적인 우수한 품질의 제품 공급을 목표로 관리하고 있습니다.

Together with Customers

품질경영

관리 활동

상품 안전성 검사

안전 및 위생 관리 제도

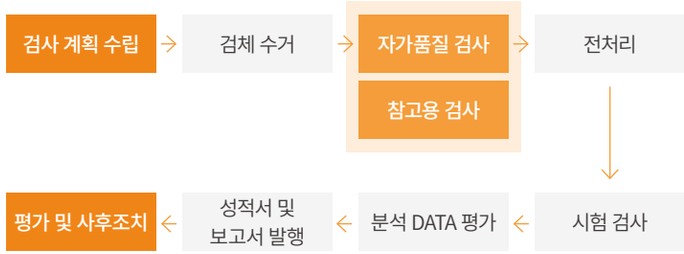
GS리테일은 고객에게 안전한 상품을 제공하기 위해 체계적이고 효율적인 안전 및 위생 관리 시스템을 운영하고 있습니다. 제품 생산, 유통, 판매 전 과정에서 위생 및 안전 관리에 철저한 주의를 기울이고 있으며, 관련 법규를 준수하고 있습니다. 또한, 파트너사들의 생산 과정을 지속적으로 모니터링하고, 적극적인 위생 및 안전 관리를 통해 최고 품질의 상품만을 고객에게 제공하고자 합니다.

제도	관리 항목
파트너사 위생관리 FF공장 위생관리	· 법규관리 충족 여부 (식품위생법 등) · 현장 관리 확인
경기도청 식품안전관리	· 농산물: 106건(잔류농약 338종 또는 470종) · 수산물: 31건(중금속,방사능) · 축산물: 27건(동물용의약품,식용란 잔류농약)
농산물 잔류농약검사	· 농약정밀검사(463종)
미생물검사	· 일반세균, 대장균군, 대장균 · 식중독균(황색포도상구균, 살모넬라균 등) · 표면 미생물 오염도 측정
위해물질검사	· 멜라민, 이산화황, 합성보존료, 타르색소, 항생제, 증발잔류물, 산가, 과산화물가, 인공감미료, 곰팡이독소 등

검사 프로세스

GS리테일은 품질 안전성 확보 및 이력관리를 위해 PB상품(정기)과 이슈 상품(비정기)을 식품전문 검사 기관에 위탁하여 상품 안전성 검사를 수행하고 있습니다. 또한, 물류센터로 입고되는 신선식품(농,축,수산물)은 식약처 및 경기도청이 주관하는 사전 검사를 통해 잔류농약 검출 시 회수되는 시스템을 운영 중이며, 신선식품 및 가공식품을 대상으로 간이 방사능 검사를 진행하고 있습니다. 검사 결과, 부적합 상품에 대해서는 원인 확인 및 사후 조치 등을 진행하여 최상의 상품을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

안전성 검사 프로세스



안전성 검사 수행 상품군 수

(단위 : 개)

구분	2021	2022	2023
식품	1,976	1,913	2,400
화장품	43	33	16
위생용품	23	9	5
기구용기	18	17	10
펫푸드	7	-	-
합계	2,067	1,972	2,431

'GS리테일의 안전한 제품관리 이야기' 품질관리팀 이세원매니저

Q. 안전한 제품 관리를 위한 주요 활동은 무엇인가요?

PB상품 제조 파트너사의 정기적 검사를 진행하며 자회사와 FF(Fresh Food)상품 제조공장은 월 1회 이상 현장 불시점검을 통해 파트너사들의 품질관리 수준이 상향 평준화 되도록 노력하고 있습니다. 이를 통해 고객에게 양질의 상품을 제공 할 수 있도록 지속 노력하고 있습니다.

Q. GS리테일만의 차별화 포인트와 향후 계획은 무엇인가요?

GS리테일, 공인검사기관, 관공서 크로스검증을 통해 상품 안전성 관리를 실시하고 있으며, 농,축,수산물 뿐 아니라 PB상품, FF상품에 대해 정기적 안전성 검사를 진행합니다. 또한, 데이터 기반의 품질관리를 위해 편의점 FF상품 최초 스마트HACCP 식약처 인증 시범사업을 운영 중이며, 대한민국 대표 유통업체로서 차별화된 품질관리를 통해 고객에게 양질의 안전한 상품을 제공하고자 합니다. 향후에도 법적기준 준수 점검은 물론 적극적인 소통을 통해 다양한 지원을 계속 해나가겠습니다.

| 수산물 안전성 검사 |

GS리테일은 고객들에게 안전한 수산물을 제공하기 위해 다양한 안전성 검사를 수행하고 있습니다. 특히 2023년, 수입 수산물을 공인기관에 검사를 의뢰해 월 3회, 총 18건의 정밀 검사를 진행하였으며, 신선센터의 상품에 대해 주 2회, 총 64건의 검사를 수행하여 제품에 대한 안전성을 확보하기 위해 노력했습니다. 또한, 해양수산부와 업무협약을 체결하고 총 10여종 제품에 대한 수산물 이력제를 확대 도입해 책임있는 수산물을 고객에게 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

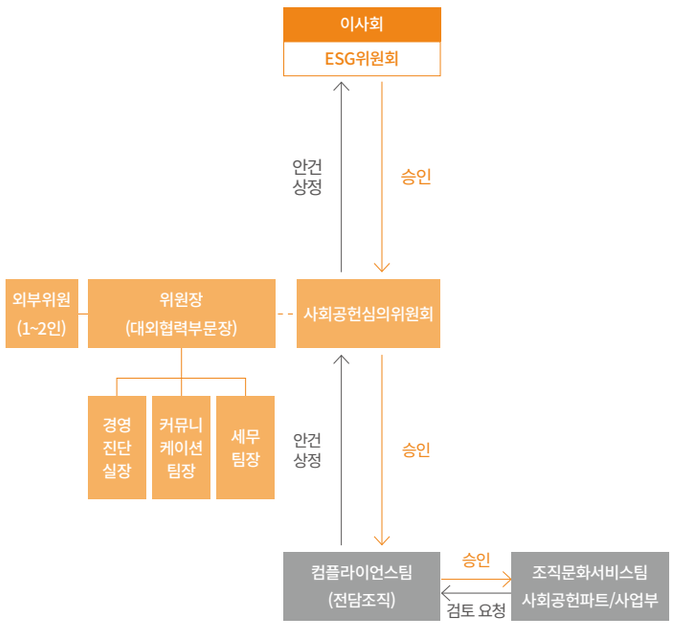
Together with Communities

지역사회

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 국내·외에서 수행하는 모든 기부활동을 투명하고 합리적인 기준과 절차에 따라 집행하고 있습니다. 이를 위해 이사회 내 ESG위원회의 산하기구로 사회공헌심의위원회를 운영하고 있으며, 해당 위원회를 통해 GS리테일의 모든 사회공헌사업의 자선성과 공익성에 대한 검토를 실시하고 있습니다. 특히, 연간 기부금이 3억 원을 초과하는 사업의 경우, ESG위원회의 승인을 받아 진행될 수 있도록 규정하고 있습니다. 또한, 사회공헌심의위원회장이 연초에 사회공헌사업 계획을 수립하고 연말에는 결과를 ESG위원회에 보고하여 보다 체계적으로 사회공헌 사업을 진행 및 감독하고 있습니다.



추진 전략

사회공헌

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

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

중장기 계획

GS리테일은 지역사회와의 동반성장을 위해 중장기 계획을 수립해 운영하고 있으며, 지역사회에 기여할 수 있는 방안을 다방면에서 고민하며 사회적 책임을 다하고 있습니다.

	지역사회 성장	지역사회 지원
2024년	· 연 50개 이상 지역 및 우수 중소기업, 소상공인 연계상품 런칭 · 지역 특산물 매입액 FY23 대비 7.5% 신장	· 지역사회 긴급 구호 지원 (산불, 가뭄 등) · 지역사회 연계 관련 GS나누미 봉사 활동 지속 진행 (환경정화, 복지기관 봉사 등) · 지역 관광지 이용권 등 판매를 통한 지역 활성화 지원 · 사회변화에 따른 적극적이고 선제적 사회공헌 사업 전개 (다문화시민 관련 등)
2025~2026년	· 지역 연계상품 도입 및 활성화 프로모션 지원 · 지역 특산물 매입액 전년 대비 5% 신장	

지역경제

GS리테일은 다양한 이해관계자와 연계한 전략을 통해 지역 경제 활성화에 기여하고, 지역사회 성장을 도모합니다.

지역사회 성장 기반 마련 및 지원				
지역 스타트업	지역 관광	지역 전통시장	지역 농축수산물	지역 중소기업
· 협력 모델 구현	· 관광상품 발굴	· 시장 소개 프로그램 신설	· 특집전 개최 지역 · 농축수산물 조달 및 판매	· 무료 판매 방송 및 지역중소기업 진입 부담 완화

주요 협력 기관

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

협력 기관	지원 내용	누적 실적	
		금액	수혜 인원/기업
희망친구 기아대책	저소득가정 아동 대상, 문화 정서 및 식사 지원 사업	56억	15,664명
언더독스	환경 소셜벤처 양성을 위한 유망한 예비 창업팀을 발굴 및 단계별 맞춤형 성장 지원	18.5억	57개
환경재단	실천가능한 ESG 소개 활동 미디어 콘텐츠 제작 및 지원	14.5억	761명
서울시소방재난본부 한림 화상재단	'몸짱소방관 희망나눔 달력' 제작 후원 및 판매 수익 전액 기부	9.2억	249명
굿네이버스	GS25 아동안전지킴이집 운영, 저소득/학대아동의 심리상담과 정서 지원	1.0억	150명

Together with Communities

지역사회

지역 사회공헌

전략별 활동

GS리테일은 사회공헌 추진 전략을 기반으로 사회공헌 중점 영역을 정의하고, 이에 따른 사회공헌 활동을 전개하고 있습니다. 특히 임직원이 자발적으로 참여할 수 있도록 포상 등의 참여 장려제도를 운영하고 있으며, 다양한 사회공헌 활동을 기획해 고객 참여를 도모하고 사회 전반에 걸친 공감대 형성을 통한 이해관계자 인식 개선을 추진합니다. 또한, 민관 파트너사와의 협업을 통해 사회적 약자와 소외계층에 대한 지원을 확대하고 지역사회 안전망 허브 역할을 수행해 상생발전을 도모하고 있습니다.

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

'GS리테일의 사회공헌이야기'

사회공헌파트 김시연파트장

Q. GS리테일의 사회공헌 방향성 어떻게 되나요?

GS리테일은 "일상에서 함께하는 나눔플랫폼, GS리테일"이라는 슬로건을 기반으로 업과 연계한 참여형 사회공헌 활동을 기획하고, 지역사회와 일상에서 고객과 함께 나누고 성장을 위한 노력을 꾸준히 실천하고 있습니다. 특히, 취약계층 지원과 더불어 이웃과 환경, 사회를 배려하며 사회의 더 나은 내일을 위해 끊임없이 고민하고, 지속가능한 발전을 실현하기 위해 ESG 경영에 사회공헌 전략을 반영하고자 합니다.

Q. GS리테일만의 차별화된 전략에 대해 설명 부탁드립니다.

첫째, GS리테일은 사업 전략과 연계하여 다양성과 포용성에 입각한 사회공헌 활동을 추진하고, 다문화 가정 및 아동을 위한 봉사 및 문화체험 활동을 선도적으로 추진하고 있습니다. 둘째, 취약계층에 대한 시혜적인 기부사업에서 나아가 사회 이슈에 대한 해결, 지원을 위해 사업부와 협업하여 사회공헌을 전개하고 있습니다. 특히, 취약계층 기부사업과 더불어 미래세대, 문화, 벤처, 환경 등 다양한 영역으로의 사회공헌을 확대하여 기업시민으로서 사회적 책임을 다하고, 궁극적으로 고객의 마음에 우리의 회사 "GS리테일"이 각인될 수 있도록 노력하고 있습니다.

Q. 향후 추진 계획은 무엇인가요?

당사 사회공헌의 큰 축인 GS나누미 봉사활동과 푸드뱅크 등 사업에서 다양하게 진행되는 기부활동은 물론 미래세대와 환경, 다문화사회에 접어든 우리 사회에 맞춘 다문화사업 등이 진행 중인데 향후에도 시대 변화에 적합한 사회공헌 활동을 지속해 나가겠습니다.

Together with Communities

지역사회

지역 사회공헌

Green Together

친환경 실천 참여

업사이클링 친구 캠페인

GS리테일 임직원 및 고객이 직접 헌 옷을 기부하면 업사이클링 환경교육키트로 제작하여 취약계층 아동에게 전달하는 '친환경으로 지구 구하기' 캠페인을 진행하고 있습니다.

2023년 GS리테일은 총 3,429명으로부터 124,042개의 물품을 기부받아 1,214명의 아동에게 환경교육 자료를 전달하였습니다. 이를 통해 소나무 2,553그루를 심은 효과를 창출했습니다.

수혜 인원 1,214명

Green Save 캠페인

경영주와 스토어매니저로 구성된 Green Saver가 점포에서 직접 친환경 활동을 실천하고 개인 SNS에 활동 내용 홍보를 통해 지역사회 주민에게 친환경 인식을 제고하는 Green Save 캠페인을 진행했습니다. 2022년부터는 에너지 절약, 친환경 활동 실천 및 홍보와 친환경 퀴즈, 교육 동영상을 통해 친환경과 분리배출의 인식을 제고하고 점포에서의 다양한 친환경 활동을 실천하고 있습니다.

바자회&물품기부

시즌상품을 고객이 저렴한 가격에 구매할 수 있도록 아름다운가게와 행복한 나눔에 기부하고, 판매 수익은 한부모가정, 장애인, 어르신의 직업체험 지원을 위해 사용됩니다. 2023년 총 28,351개 물품, 1.24억 원 규모의 상품 기부로 친환경을 위한 노력과 더불어 사회 소외계층의 경제적 자립까지 지원했습니다.

기부 물품 28,351개

친환경 인식 개선 및 제고

에코 크리에이터

환경재단과 협업하여 글로벌 청소년 환경 활동가 및 전문가, 미디어 사회적 기업의 환경 영상 제작 지원을 위해 멘토링, 전문가 강연 등 다양한 기회를 제공하고 있습니다. 2020년부터 현재까지 14.5억을 지원하여 370명의 에코 크리에이터를 양성하였으며, 10만 명 이상의 지역사회 시민과 친환경 캠페인을 진행해 환경부 우수환경 프로그램으로도 지정되었습니다. 앞으로도 기후위기, 쓰레기, 동물권, 자원순환 등 지역사회 환경문제에 대한 인식 개선을 위한 다양한 활동을 전개할 예정입니다.

양성 에코 크리에이터 370명

에코소셜 임팩트

지속가능한 에코제조 분야의 소셜벤처를 양성하기 위해 창업팀을 발굴하고 사업화를 위한 맞춤 성장을 지원하고 있습니다. GS리테일은 6년 동안 총 18억 5천만 원을 기부하고 57개의 3년 미만 창업기업에 전문교육, 시제품 제작 지원금, GS리테일 MD임직원 및 전문가 멘토링 코칭 등을 제공하여 소규모 에코 제조 기업의 브랜드 정체성 확립, 판로 확대 및 라인업 확장에 기여하였습니다.

수혜 기업[1] 57개

1) 2018-2023년까지의 누적 수혜기업

Together with Communities

지역사회

지역 사회공헌

Life Together

임직원/고객 참여

GS나누미 봉사단

GS나누미 봉사단은 전국 72개 봉사단에서 연계된 봉사처에서 매월 활동 중이며, 2023년은 3,861명이 총 8,586시간의 봉사활동을 진행하여, 2006년부터 누적 약 7만 8천여명의 구성원과 경영주가 약 20만 시간의 GS나누미 봉사활동에 참여하였습니다.

또한, 정기적인 CEO의 봉사활동 참여를 통해 임직원의 적극적인 봉사활동을 독려하고 있으며, 앞으로도 GS리테일은 독거 어르신, 아동, 장애인 말벗·놀이·식사 지원 및 복지관 환경정화, 유기견 돌봄 및 보호소 환경정화 활동 등 다양한 활동을 전개할 예정입니다.

봉사활동 참여 인원 3,861명

숨은 나눔천사

언론 기사, 당사 홈페이지, 내부게시판 등을 통해 주위에서 남몰래 선행을 펼치고 있는 임직원, 경영주, 스토어매니저를 알려 자긍심이 향상될 수 있도록 지원하고 있으며, 현재까지 92명의 경영주를 포함하여 총 189명의 숨은 나눔천사들이 추천되었습니다.

| 소외계층에게 큰 위로와 희망이 되어주고 계신 숨은 천사 |

김태연 경영주님은 시각 장애인 분이 지팡이 없이 차도로 위험하게 지나다니시는 모습을 목격하고, 복지관에 연락하여 도움을 받으실 수 있도록 지원하였습니다. 또한, 인근 외국인 및 소외계층 분들께 식사 후원금 지원 및 물품 기부, 다양한 복지관 행사나 프로그램을 적극 안내하여 손길이 필요한 분들께 도움이 되기 위해 노력합니다.

복지 사각지대에 있는 우리 이웃분들에게 도움이 될 수 있는 역할을 하고 싶고 지속적으로 복지관의 행사나 프로그램을 알리고 후원까지 하여 작지만 주변에 도움을 주는 일들을 실천하고 싶습니다.

김태연경영주

소외계층 지원

무지개상자

GS리테일은 2005년부터 문화활동에 소외된 아동들에게 음악을 통한 정서적 지지와 숨겨진 재능 계발의 기회를 제공하고 있습니다.

음악교육을 통한 취약계층 아동의 교육 및 문화 격차 해소, 음악 전공생의 진로 개발 지원 등 2023년 누적 약 1만명 이상의 아동들을 지원하였습니다.

사회적 안전 플랫폼 구축

우리동네 소방서

GS리테일은 24시간 운영되는 편의점의 특성을 기반으로 소방청과 MOU를 체결하고 전국 점포에 소화기 등 화재진압용품을 비치하여 화재 발생 시 공유 소화기를 활용해 화재 조기 진압에 기여하고 있습니다. 사용한 소화기는 관할 소방서에서 교체해주고 있으며, 전국 곳곳의 GS25가 조기 화재 대응 플랫폼으로서 우리 사회의 안전망 허브 역할을 수행하고 있습니다. 또한, 전국 173개 점포에 자동심장충격기(AED) 설치 및 '우리동네GS'앱에서 설치 매장 검색 기능을 신설하고, 심폐소생술 교육을 수료한 점포 근무자를 GS안전지킴이로 임명해 심정지 등의 긴급 환자가 발생한 상황에서도 신속하게 대처할 수 있도록 지원하고 있습니다.

AED 설치 점포 수 173개

지역사회 긴급 재난 지원

GS리테일은 자연재해 등의 피해 지역주민을 대상으로 긴급 재난 지원 활동을 매년 진행하고 있으며, 2023년에는 23,830,600원에 상응하는 구호품을 합천, 강릉 산불 피해 지역과 경북, 충북지역의 이재민에게 긴급 지원하였습니다.

현물 지원 금액 23,830,600원

Together with Communities

지역사회

지역경제 활성화

지역 상품 판매

GS리테일은 사회공헌 활동의 일환으로 지역사회에서 생산되는 상품을 전국 단위로 판매할 수 있는 판로를 지원하여 지역경제 활성화에 기여합니다. 출하 포기 상품 채택을 통한 농가지원 활동, 지역 기획전을 통한 지역 특산물 소비 활성화 등의 먹거리 상품 판매 지원 뿐만 아니라 지역 관광 상품을 개발하여 복합적인 지역경제 활성화를 추진하고 있습니다.

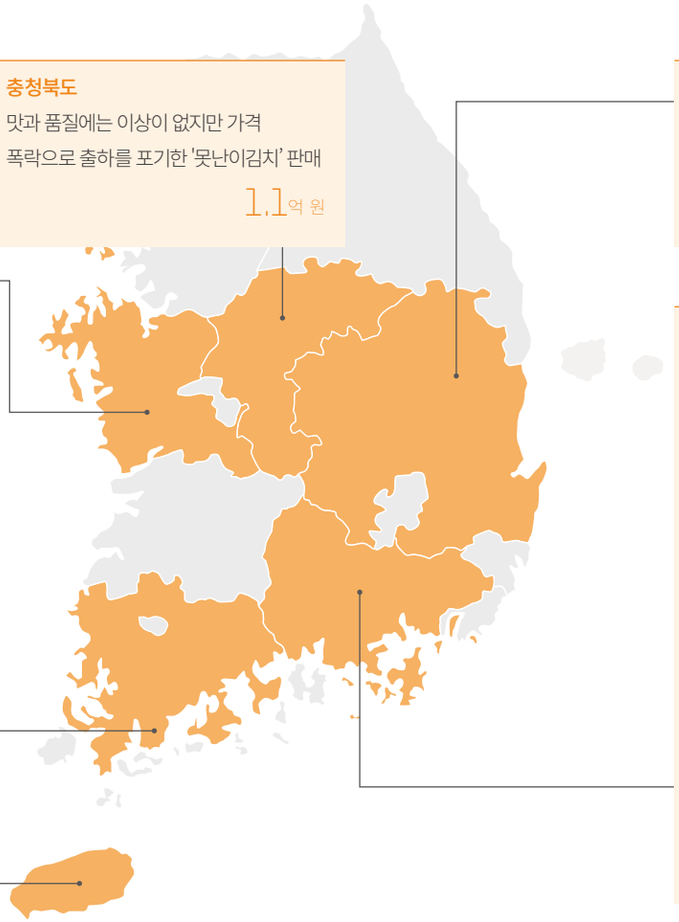
충청남도
충청남도 홍성군에 소재한 지정농장에서 엄격한 품질관리를 받은 돈육 판매
23.3억 원

전라남도
전남 완도군 전복 어가 성장 지원을 위한 전복 매출 활성화
18.1억 원

제주도
제주도 우수산지 농산물 모음 기획전을 통해 제주감자, 제주씻은당근 등의 상품 판매
18.1억 원

제주시 수협과 협업하여 제주갈치 소비 촉진
2.0억 원

충청북도
맛과 품질에는 이상이 없지만 가격 폭락으로 출하를 포기한 '못난이김치' 판매
1.1억 원



경상북도
철저한 위생관리와 콜드체인 시스템을 통해 관리한 한우 판매
57.7억 원

경상남도
친환경 클로렐라 농법으로 재배한 프리미엄 딸기 판매
27.1억 원

길쭉한 모양의 고당도 베개 수박 판매
1.2억 원

무항생제, HACCP, 농림부 지정 환경친화 축산농장의 고품질 계란 판매
6.3억 원

2023년 하절기 고수온으로 인한 우럭 어가돕기 일환으로 통우럭맑은탕 밀키트 개발·출시
0.5억 원

| 지역 관광 상품 발굴 |

2023년 제주도, 울릉도, 순천/여수, 구례 섬진강 투어, 함평, 장흥 등 국내 여행 상품을 개발하고 홈쇼핑을 통해 방송 판매하였습니다.

기존 지역 관광 상품 다변화 뿐만 아니라 연 1~2개 신규 상품 개발을 목표로 진행하고 있습니다. 지역 농협 및 전통시장과 연계하여 지역 축제-먹거리-체험-지역 농협·전통시장 방문 등 코스의 다양화도 추진하고 있습니다.

| 지역 대표먹거리 상품 발굴 |

GS리테일은 2023년 부산광역시와 업무협약을 체결하여 미식 도시 부산을 알리기 위한 대표 먹거리 상품 발굴 사업을 추진하였습니다.

'부산의 맛' 간편식 시리즈로 돼지국밥과 가래떡 떡볶이 2종을 출시 및 판매하고 지자체와의 연계를 강화하여 다양한 지원을 통한 지역사회 성장에 기여하고 있습니다.

Governance

GS리테일은 고도화된 리스크 관리 역량을 제고하고 정도경영을 추진하여 불안정한 세계 정세 속에서도 지속가능한 성장을 달성하기 위해 노력합니다. 특히, 투명한 기업 경영을 통해 기업의 본질적인 경쟁력을 확보할 뿐 아니라, 주주 등 다양한 이해관계자의 가치를 창출해 공동의 발전을 추구하고자 합니다.

Approach

지배구조 운영 기준과 각 위원회의 활동 현황을 투명하게 공개하고, 이사회의 독립성과 전문성을 제고하기 위한 교육 프로그램을 운영합니다. 또한, 정도경영의 중요성을 전파하여 윤리 및 준법의식을 내재화하고, 주주 환원 활동을 지속 전개하여 장기적 관점에서의 기업가치를 향상시킵니다.

이사회 참석률

100%

컴플라이언스 경영시스템

ISO 37301 인증 획득

신설

컴플라이언스 운영협의회

개정

자율준수편람

투명한 지배구조 이사회

이사회 구성

이사회 구성 현황

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

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

이사회는 관계법령 및 정관, 이사회 규정 등에 따라 회사 경영의 기본방침 및 업무집행에 관한 중요한 사항을 의결하고 감독하며, 이사회 중심의 경영으로 안정적인 경영기반을 구축하고자 노력하고 있습니다. 또한, 이사회 내 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 내부거래위원회, ESG위원회, 보상위원회 5개의 위원회를 설치하여 운영하고 있으며, 각 위원회 활동을 통해 이사회의 전문성 및 운영 효율성을 제고하고 있습니다.

다양성 및 전문성

GS리테일은 주요사업 부분에 해당하는 편의점, 수퍼, 홈쇼핑 등의 해당 분야 사내 최고 전문가가 사업을 총괄하며, 이들은 사내이사, 대표이사로서 이사회 참여를 통해 전문성을 강화하고 있습니다. 또한, 사외이사들은 경영, 회계, 재무, 금융, 디지털, 신사업 등 다양한 분야에서 전문성을 갖춘 인원들로서 이사회의 구성 및 다양한 분야의 전문성을 보다 강화하고 있습니다.

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

독립성 및 건전성

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

(2024년 3월 기준)

구분	성명	분야	주요경력	성별	이사회 내 위원회 직책
사내이사	허연수	전사 경영 전반	전) ㈜GS리테일 MD본부장 현) ㈜GS리테일 대표이사 부회장	남성	-
	오진석[1]	플랫폼BU 경영 전반	전) ㈜GS리테일 전략부문장 부사장 현) ㈜GS리테일 플랫폼BU장 부사장	남성	보상위원회 위원
기타 비상무이사	홍순기	그룹사 연계	전) ㈜GS CFO 현) ㈜GS 대표이사 사장	남성	ESG위원회 위원
사외이사	이성락	금융/경영	전) ㈜신한은행 부행장 현) ㈜GS리테일 이사회 의장	남성	이사회 의장 / 내부거래위원회 위원 / 사외이사후보추천위원회 위원 / 감사위원회 위원
	이인무	재무/금융	전) 한국은행 외화자산운용원 자문역 현) 카이스트 경영대학 교수	남성	사외이사후보추천위원회 위원장 / ESG위원회 위원장 / 감사위원회 위원 / 보상위원회 위원
	윤종원	재무/회계	전) 한국공인회계사회 심리 및 연구위원 현) 대주회계법인 회계사	여성	감사위원회 위원장 / 보상위원회 위원장 / 내부거래위원회 위원 / ESG위원회 위원
	이상규	경영/유통	전) LG전자㈜ 한국영업본부장 현) LG전자㈜ 고문	남성	내부거래위원회 위원장 / 사외이사후보추천위원회 위원 / ESG위원회 위원

1) 김호성 사내이사가 일신상의 사유로 사임('24.3.21)함에 따라, '24.3.21. 개최된 제53기 정기주주총회에서 오진석 사내이사를 신규 선임하였습니다.

사외이사 선임

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

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

선임 프로세스

사외이사후보 추천위원회 소집 ▸ 후보 추천 적격 요건 검증 ▸ 전문성, 충실성, 경영마인드, 독립성 심의

투명한 지배구조 이사회

이사회 산하 위원회

위원회 운영 현황

GS리테일은 이사회 내 위원회로 총 5개의 전문위원회를 운영하고 있습니다. 위원회 운영의 독립성 보장 및 전문성 제고를 위해 모든 위원회의 위원장은 사외이사로 선임하여 운영하고 있으며, 감사위원회와 사외이사후보추천위원회, 내부거래위원회는 전원 사외이사로 구성하여 공정성과 투명성을 보장하고 있습니다. 모든 위원회는 3인 이상의 이사로 구성되어 있으며, 각 위원회의 위원 중 과반수는 사외이사로 선임하여 독립성과 객관성을 보장하고 있습니다. 위원회의 결의사항에 대해 이사회에 보고토록 하고 있으며, 필요 시 위원회의 결의 사항을 이사회에서 재심의 하여 의사결정에 대한 정합성을 제고하고 있습니다. 또한, 각 위원회에서 심도 있게 다뤄진 사안의 경우에는 이사회에서의 추가 보고하고 있습니다. 단, 감사위원회가 결의한 사항은 재심의 대상에서 제외하여, 감사위원회의 독립성을 보장하고 있습니다.

(2024년 3월 기준)

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

이사회 개최

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

구분	2021	2022	2023
개최 횟수	18회	10회	8회
심의/보고 안건	43/48건	20/33건	23/31건
평균 참석률	98.4%	100%	100%

이사회 역량 강화

GS리테일은 이사회 구성원의 적극적인 참여를 바탕으로, 이사회 중심의 경영 활동을 적극 실천하고자 매년 말, 차기 년 전체 이사회 일정을 이사회에 공유하여, 이사회 구성원의 적극적인 이사회 참여를 지향하고 있습니다. 또한, 매 이사회 개최 전 전체 안건의 주요 내용을 각 이사에게 사전에 공유함으로써, 각 안건에 대한 이사회 구성원의 충분한 이해도를 바탕으로 밀도 있는 심의를 진행하여, 합리적인 의사결정이 도출될 수 있도록 이사회를 운영하고 있습니다. GS리테일은 이사회 구성원에 대한 전문성 제고 및 사업에 대한 이해도 증진을 위해, 대내·외 교육에 대한 참가를 지원하고 있습니다. 특히, 주요 사업 및 신사업 분야에 대해서는 규정에 따른 이사회 부의 또는 보고사항 외 별도보고를 편성하여, 이사회 구성원이 회사가 영위하고 있는 사업분야에 대한 전문적인 식견을 강화할 수 있도록 지원하고 있습니다.

구분	내용
2월	퀵커머스 사업 현황
4월	㈜어바웃펫 사업 현황
5월	2023 온라인 감사위원 핵심과정
7월	제9회 ACI세미나: 주주행동주의와 이사회 패러다임
8월	GS25 베트남 사업 현황
10월	해외사업 현황 및 전략 추진(안), 지분투자 관련 현황 보고
11월	2023년 기업지배기구 발전 센터 웨비나
12월	㈜퍼스프 사업 현황

투명한 지배구조 이사회

이사회 평가 및 보수

평가 프로세스

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

2023년 이사회 평가 결과

구분	평가 결과	참여자
이사회 성과	4.6점/ 5.0점	이사 전원(7명)
이사회 운영 효율성	4.6점 / 5.0점	
위원회 활동	4.4점 / 5.0점	
사외이사 자가 평가	3.8점 / 4.0점	사외이사 전원(4명)

보수 지급 기준

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

2023년 지급 보수

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

2023년 주주총회 승인 금액 및 보수 지급금액

구분		비고
인원 수	7명	사내이사/기타비상무이사/사외이사(감사위원회 위원 포함)
주주총회 승인금액	6,000 백만원	2023년 정기주주총회 승인
보수총액	3,677 백만원	퇴임 및 신규 선임 사외이사의 지급 보수 포함
1인 평균 보수액	525 백만원	

주주 가치 제고

주주 현황

2023년 12월 말 기준, GS리테일의 총 발행주식수는 보통주 104,717,922주이며, 1주 1의결권 원칙하에 단일의결권제를 채택하고 있습니다. 또한, 대주주, 특수관계인 및 5% 이상 주주의 주식 소유에 대한 현황은 투명하게 공시하고 있습니다.

(2023년 12월 31일 기준)

구분	주주명	소유 주식수	지분율 (%)	비고
5% 이상 주주	㈜GS	60,633,923	57.9	-
	국민연금공단[1]	9,381,912	8.96	위탁운용지분 포함
자기주식	GS리테일	1,279,666	1.2	-
1% 이상 주주	㈜대한항공	2,505,780	2.4	-
기타주주	-	35,729,075	34.13	1% 미만 주주
합 계		104,717,922	100	-

1) 사업보고서 기준

주주 친화 제도

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

주주 의결권 행사 용의성 제고	· 이사회 결의를 통해 전자투표제를 도입 (2020년 12월) · 전체 주주 대상 의결권 대리 행사 권유 채택 · 물리적 제약의 구애 없이 평등하게 의결권 행사 가능
주주와의 소통 및 정보 접근성 강화	· 분기별로 잠정 영업실적을 전자공시시스템(DART) 및 당사 홈페이지에 발표 · 국내·외 투자자 등 대상 Non-Deal Roadshow 실시, 증권사 주최 컨퍼런스 참여, 국내·외 기관투자자 등을 대상 연간 약 100회 이상 투자자 미팅 진행
주주 소통 담당 이사 선임	· 이사회 결의를 통한 주주 소통 담당 이사 선임 - 주주 및 이해관계자와의 건설적인 소통 활성화를 통해 지배 구조 건전성과 투자자의 신뢰성 제고
기타	· 사외이사 선임 시 주주추천제 도입 · 사외이사 연임 최대 기간 및 이사회 소집 통지 기간 정관 내 명문화 · 이사회 및 이사회 내 위원회 규정 공개, 임직원 윤리 규정 및 기업지배구조 헌장 제정 · 기업지배구조와 모범규준 차이 공개

정도경영 윤리경영

관리 체계

거버넌스

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

윤리경영 지침

윤리경영 실천을 위해서 당사는 '윤리규범 및 실천지침', '윤리규범 실천지침 해설서', '청렴규정'을 운영하고 있습니다.

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

↖ 윤리규범 및 실천 지침

세부 실천 지침

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

↖ 세부실천지침

목표 및 방향성

GS리테일은『고객과 함께 내일을 꿈꾸며 새로운 삶의 가치를 창조한다는』경영이념을 전 임직원에게 공유하고 있습니다. 자유롭고 공정한 경쟁을 지향하는 자유 시장경제 질서를 존중하고 상호 신뢰와 협력을 토대로 모든 이해관계자와 공동의 이익을 추구함으로써 모두가 선망하는 'Value No.1' 기업으로 영속적인 발전을 추구합니다. 모든 임직원이 지켜야 할 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리규범을 실천하고 있으며, 윤리규범의 자율 준수활동에 필요한 전반적인 제도의 정비, 교육 및 전파 관리 체계 수립을 위해 CEO와 윤리경영 전담조직으로 구성이 된 윤리위원회 사무국을 운영하고 있습니다. 대외적으로는 회사와 거래하는 이해관계자에게도 거래 시 정도경영 실천서약서를 받고 있으며 해당 되는 내용을 이해시키고 적극적인 동참을 권유하고 있습니다.

정당성 획득
· 기업의 존재가치에 대한 사회적 정당성 획득의 기반 마련

경쟁력 향상
· 장기적인 측면에서 기업 및 국가의 경쟁력 향상

마찰과 갈등 해소
· 행동에 대한 올바른 기본을 제시함으로써 구성원 간의 마찰과 갈등 해소

정도경영 윤리경영

임직원 윤리인식

윤리경영 교육

GS리테일은 전 임직원 대상으로 정도경영 교육을 실시하고 있습니다. 금품수수 및 접대, 부정청탁 등에 대하여 집중적으로 교육하고 있으며, 전사 교육뿐만 아니라 신규 사원, 리더 등의 직급별 맞춤 교육을 통해 임직원의 정도경영 의식 함양에 최선을 다하고 있습니다. 또한, 리더와 임원의 평가항목에 정도경영 실천에 관한 항목을 비중 있게 다룸으로써 조직이 준법경영을 실천하고, 선도하는 체제를 구축하고 있습니다.

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

윤리경영 교육 이수율

(단위 : %)

구분	2021	2022	2023
이수율	100	97	99.8

청탁금지법 교육 효과성 평가

GS리테일은 적절한 사례와 업무적용 방법 제시 등 체계적인 교육을 통해 임직원 윤리인식을 개선하기 위하여 노력하고 있습니다. 2023년 청탁금지법 교육 전·후 임직원의 윤리인식 수준을 분석한 결과, 긍정 응답이 교육 후 12.8%p 증가하여 개선 효과성을 확인하였습니다.

구분	청탁금지법 교육 전 · 후 윤리인식 수준 설문 결과 비중(%)		
	긍정	보통	부정
교육 전	78.6	16.5	4.9
교육 후	91.4	8.0	0.6
증감	+12.8%p	-8.5%p	-4.3%p

제보 채널

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

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

제보 채널	내용	2023년 제보 건수(건)
CEO에게 말한다	CEO에게 직접 불공정행위, 칭찬, 건의사항 등 제보	1,916
정도경영 목소리	임직원, 파트너사 불공정 행위 제보	271
파트너사 목소리	GS리테일 거래 간 고충 및 개선사항 청취	57
레드휘슬	청탁금지법 위반 사항 제보 및 윤리경영을 위한 의견 청취	21

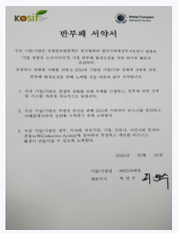
신고 접수 및 징계 현황

(단위 : 회)

구분	2021	2022	2023
금품수수 신고	114	83	64
윤리위원회 개최	26	24	29

| UNGC BIS[1] 반부패 서약 참여 |

GS리테일은 기업 반부패 환경을 개선하여 공정하고 청렴한 사회 구축에 기여하기 위해 UNGC 한국협회에서 운영하고 있는 BIS반부패 서약에 자발적으로 참여해 반부패 이행 의지를 선언하였습니다.본 서약 참여를 통해 부패 방지를 위한 공동 노력을 추진하고, 임직원의 반부패 역량을 강화하여 비즈니스 활동의 투명성 증진 및 공정한 시장 환경 구축에 기여하고자 합니다.



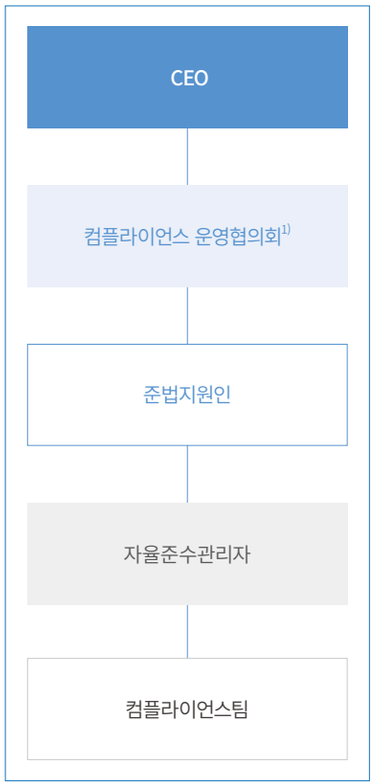
1) Business Integrity Society, 반부패 환경 구축을 목표로 한 글로벌 반부패 프로젝트

준법경영

관리 체계

거버넌스

GS리테일은 전 임직원이 준수해야 하는 준법통제기준을 수립하고 이를 준수할 수 있는 제도와 환경을 확립하기 위해 컴플라이언스 전문 조직을 수립·운영하고 있습니다. GS리테일은 이사회의 구성, 준법지원인의 선임, 자율준수 관리자의 선임 등을 통해 준법 통제 환경을 조성하고 있습니다.



- 내부통제에 대한 최종적 책임
- 내부통제 체계 구축 및 운영에 관한 기본 방침 제정
- 내부통제 관련 주요 사항의 심의·의결
- 준법지원인 및 자율준수관리자 선임

- 컴플라이언스 준수를 위한 신속하고 체계적인 의사결정 기구
- 사내 컴플라이언스 정책수립 및 이행여부 점검

- 공정거래, 지식재산권, 개인정보보호 등의 영역의 리스크 관리 및 준법 활동 지원
- 준법통제기준 준수 여부 점검 및 결과 이사회 보고

- 공정거래 게시판 운영
- 자율준수편람 제작 및 운영, 자율준수를 위한 준법교육 실행
- 법규 준수 여부에 대한 감독/감사

- 준법환경 조성 및 점검
- 제도/프로세스 개선

1) 2024년 3월 신설

내부통제시스템

알부투스(상시모니터링 시스템)을 도입하여, 주요한 재무계정이나 주요 경영 활동에 대한 이상 징후를 발견하는 모니터링 시스템을 갖추고 있으며, 조직 책임자의 정도경영 실천과 윤리규범에 대한 관심을 고취시키고 실천을 담보하기 위해 전체 리더평가에 정도경영 항목을 추가해 반영하고 있습니다. 회사의 주요 모든 의사결정과 행동에 있어 최우선 기본 가치로 정도경영을 두고 윤리적인 환경을 만들어 나가고 있습니다.

자율준수편람 개정 및 배포

GS리테일은 당사의 모든 직원이 공정거래 관계법령을 숙지, 준수하도록 하고 외부로는 시장에서의 자유롭고 공정한 경쟁을 유도, 촉진하도록 함으로써, 공정거래 풍토 조성에 앞장서고 공정거래 관계법령을 위반할 경우 예상되는 막대한 피해와 비용을 사전에 예방하기 위하여 자율준수편람을 개정 및 배포하였습니다.

이번 자율준수편람에서는 GS리테일 임직원이 필수적으로 인지해야 할 공정거래법, 대규모유통업법, 하도급법, 가맹사업법, 전자상거래법, 표시광고법 등의 내용을 판례와 의결, Do's and Don'ts 등을 통해 구체적인 가이드라인으로 마련하였습니다. 자율준수편람 개정을 통해 임직원이 최신 법령의 주요 내용과 위반 유형, 제재 수준에 대한 이해도를 증진시키고, 앞으로도 자율준수편람 활용성을 제고해 공정거래에 대한 인식을 개선시킬 예정입니다.

↖ 자율준수편람

리스크 관리 재무/비재무 리스크

관리 체계

거버넌스

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

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

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

리스크 관리 프로세스

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

리스크 점검 및 감지

리스크 관리 거버넌스 구축	조기 리스크 센싱 시스템 구축
· 체계적인 리스크 관리 거버넌스 구축 및 정기적인 점검 개선 활동 · 4대 이슈 그룹 분과별 리스크 점검 및 분석 회의 (분기 1회)	· 빅데이터를 활용한 조기 리스크 센싱 - 언론 및 주요 온라인 커뮤니티 콘텐츠 대상 · GS리테일 관련 부정 이슈 실시간 모니터링

리스크 대응

리스크관리협의체 중심 신속 대응

1. 이슈 감지 ▶ 2. 정보 취합 및 분석 ▶ 3. 위해도 판단 - 인지, 주의, 심각, 비상 ▶ 4. 의사결정 및 대응 ▶ 5. 모니터링 및 수정 대응

분석 및 재발 방지

이슈 사례 분석 및 평가	임직원 교육
· 리스크 유형, 위해도, 대응 수준 별로 이슈 이력 데이터 분석 및 평가 · 국내 기업 주요 이슈 및 리스크 관리 사례 분석	· 교육 대상 / 업무 특성 등을 반영한 체계화된 교육 - 전직원 대상: 리스크 관리 사례 교육(분기 1회) - 경영진 대상: 리스크 관리 리더십 교육(반기 1회) - 마케팅 디자인 대상: 이슈 예방 가이드라인 교육(반기 1회)

리스크 관리 재무/비재무 리스크

관리 체계

리스크 정의 및 대응 활동

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

주요 리스크 정의 및 대응 현황

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

APPENDIX

97 ESG Performance Data
106 SASB Index
107 GRI Standards Index
109 UN SDGs 연계활동
110 온실가스 검증의견서
111 제3자 검증의견서
113 지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들
113 이니셔티브 및 협회 가입 현황
113 수상 내역

ESG Performance Data

재무성과

요약 연결재무상태표

구분	단위	2021	2022	2023
[유동자산]	백만 원	1,183,933	1,366,113	1,857,062
현금 및 현금성 자산	백만 원	91,362	390,477	431,766
매출채권 및 기타채권	백만 원	627,334	566,159	896,914
기타 유동금융자산	백만 원	50,614	83,072	129,395
재고자산	백만 원	193,041	226,962	304,289
매각예정자산	백만 원	131,760	-	-
기타	백만 원	89,822	99,443	94,698
[비유동자산]	백만 원	8,272,040	8,466,310	8,184,954
장기매출채권 및 기타채권	백만 원	1,346,627	1,323,209	1,079,024
기타 비유동금융자산	백만 원	911,649	783,985	765,671
공동기업 및 관계기업 투자	백만 원	664,474	630,374	451,173
유형자산	백만 원	2,734,687	2,767,448	2,831,191
투자부동산	백만 원	1,109,092	1,076,320	1,067,280
무형자산	백만 원	278,188	255,085	244,146
사용권자산	백만 원	1,126,260	1,470,667	1,588,054
기타	백만 원	101,065	159,222	158,415
자산총계	백만 원	9,455,973	9,832,423	10,042,015

구분	단위	2021	2022	2023
[유동부채]	백만 원	2,055,199	1,682,198	2,664,089
[비유동부채]	백만 원	2,986,388	3,238,800	2,944,188
부채총계	백만 원	5,041,587	5,412,418	5,608,276
[지배기업소유주지분]	백만원	4,069,022	4,049,138	4,058,375
자본금	백만 원	104,718	104,718	104,718
자본잉여금	백만 원	1,205,490	1,208,991	1,209,098
기타자본항목	백만 원	-112,591	-126,578	-100,778
기타포괄손익누계액	백만 원	18,273	52,903	72,238
이익잉여금	백만 원	2,853,132	2,809,104	2,773,099
[비지배지분]	백만 원	345,364	370,867	375,365
자본총계	백만 원	4,414,386	4,420,005	4,433,740

요약 연결손익계산서[1)]

구분	단위	2021	2022	2023
매출액	백만 원	9,517,214	11,031,893	11,612,548
영업이익	백만 원	292,472	360,186	393,955
계속영업이익	백만 원	871,457	148,099	83,711
당기순이익	백만 원	801,276	47,610	22,148
지배기업의 소유주지분	백만 원	815,212	40,438	17,678
비지배지분	백만 원	-13,936	7,171	4,469

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

ESG Performance Data

비재무성과

Green Product

친환경 제품·서비스

구분		단위	2021	2022	2023
제품 서비스 구매액[1]	전체[2]	억 원	680.3	935.2	999.5
	친환경[3]		20.2	64.2	142.5
친환경 제품·서비스 매출액[4]		억 원	3,164	4,310	5,218

1) 친환경 소모품 산정 범위 고도화에 따른 2021년, 2022년 데이터 정정
2) 전체 구매비용 산정범위: 사무용품, 사무기기, 소모품, 냉동장비, 쇼핑백, 봉투, 용기 등 소모품
3) 친환경 구매비용 산정범위: 사무용품, 사무기기, 소모품, 냉매(R290) 적용 냉장비, 쇼핑백, 봉투, 용기 등 소모품
4) 친환경 제품 인증 범위 고도화에 따른 2021년, 2022년 데이터 정정

Green Store

친환경 매장

구분		단위	2021	2022	2023
SEMS	설치 점포	개 점	11,241	12,218	14,994
녹색매장	점포수	개 점	3	27	27

폐기물

구분		단위	2021	2022	2023
폐기물 총 발생량		톤	12,670	14,568	15,664
일반폐기물 (위탁업체 처리)	재활용	톤	8,747	9,829	11,312
	소각	톤	1,147	1,414	1,405
	매립	톤	1,106	1,472	752
	기타	톤	1,670	1,852	2,195
폐기물 재활용률		%	69	67	72
폐기물 집약도[1]		톤/억 원	0.139	0.140	0.144

1) 별도기준의 매출액 변동에 따른 2021년, 2022년 데이터 정정

Green Value-chain

환경 경영

구분		단위	2021	2022	2023
환경 교육	이수 인원	명	4,997	5,177	5,294
	이수 시간	시간	4,997	7,449.5	3,035

온실가스[1]

구분			단위	2021[2]	2022[2]	2023
합계			tCO_2-eq	598,102.69	628,219.65	664,783.65
Scope 1		소계	tCO_2-eq	1,513.13	3,470.50	2,117.54
		CO_2	tCO_2-eq	1,503.38	3,454.35	2,099.99
		CH_4	tCO_2-eq	3.62	5.40	5.47
		N_2O	tCO_2-eq	6.13	10.76	12.09
Scope 2		소계	tCO_2-eq	56,413.02	62,177.95	56,991.70
		CO_2	tCO_2-eq	56,080.22	61,810.78	56,655.21
		CH_4	tCO_2-eq	9.29	10.23	9.38
		N_2O	tCO_2-eq	323.52	356.56	326.82
Scope 3		소계	tCO_2-eq	540,176.54	562,571.20	605,674.40
		카테고리 2	tCO_2-eq	211.636	220.952	211.149
		카테고리 3	tCO_2-eq	4,470.29	4,948.90	4,535.64
		카테고리 4	tCO_2-eq	1,808.11	2,132.82	1,324.66
		카테고리 5	tCO_2-eq	2,987.56	3,513.33	3,205.30
		카테고리 13	tCO_2-eq	15.179	33.335	59.411
		카테고리 14	tCO_2-eq	530,683.77	551,721.85	596,338.24
온실가스 집약도(Scope 1, 2)			tCO_2-eq/억 원	0.635	0.631	0.543
온실가스 감축률 (Scope 1, 2 원단위 기준)			%	-0.9	0.7	13.9
온실가스 집약도(Scope 1, 2, 3)			tCO_2-eq/억 원	6.56	6.03	6.11

1) 소수점 절사로 인한 합계와 하위 항목 합산 데이터 간 일부 상이
2) 별도기준의 매출액 및 사업장 산정 범위 변동에 따른 2021년, 2022년 데이터 정정

ESG Performance Data

비재무성과

Green Value-chain

에너지[1)]

구분			단위	2021	2022	2023
합계			TJ	1,207.68	1,339.29	1,228.98
조직 내 사용량	직접에너지	소계	TJ	28.788	39.92	37.99
		휘발유	TJ	2.269	4.103	4.754
		경유	TJ	0.143	0.272	0.175
		등유	TJ	0.013	0.011	0.012
		LNG	TJ	24.780	33.891	32.402
		LPG	TJ	-	-	-
		프로판	TJ	1.583	1.64	0.65
	간접에너지	소계	TJ	1,178.89	1,299.37	1,190.99
		전력	TJ	1,178.63	1,299.01	1,190.67
		스팀	TJ	0.26	0.36	0.32
에너지 집약도			TJ/억 원	0.013	0.013	0.011
에너지 감축률 (원단위 기준)			%	-0.8	2.9	12.3
조직 외 사용량			TJ	12,335	12,913	13,719
재생에너지 발전 및 사용량[2)]			kWh	50,742	63,276	124,887

1) 별도기준의 매출액 및 사업장 산정 범위 변동에 따른 2021년, 2022년 데이터 정정
2) 산정 사업장 범위 변동(가맹점 포함)에 따른 2021년, 2022년 데이터 정정

용수 및 폐수[1)]

구분		단위	2021	2022	2023
합계		톤	898,952	940,810	893,824
취수량/사용량	상하수도	톤	892,977	932,285	890,923
	담수	톤	-	-	-
	지하수	톤	5,975	8,525	2,901
방류량		톤	-	-	-
집약도		톤/억 원	9.859	9.038	8.210

1) 산정 사업장 범위 변동에 따른 2021년, 2022년 데이터 정정

ESG Performance Data

비재무성과

사회 성과

직원 현황

구분			단위	2021	2022	2023
합계			명	7,848	7,814	7,368
성별	남성		명	4,017	4,264	4,165
	여성		명	3,831	3,550	3,203
지역	한국		명	7,837	7,806	7,357
	태국		명	1	1	1
	중국		명	1	1	1
	말레이시아		명	1	1	0
	인도네시아		명	3	2	4
	베트남		명	3	3	3
	몽골		명	2	0	2
연령	30세 미만		명	1,658	1,576	1,433
	30세 이상 50세 이하		명	4,563	4,755	4,572
	50세 초과		명	1,627	1,483	1,363
고용계약에 따른 성별 임직원 수	정규직	남성	명	3,605	3,727	3,589
		여성	명	1,651	1,327	1,583
	기간제, 한시적 근로자	남성	명	412	537	576
		여성	명	2,180	2,223	1,620
고용계약에 따른 지역별 임직원 수	정규직	국내	명	5,245	5,046	5,161
		국외	명	11	8	11
	기간제, 한시적 근로자	국내	명	2,592	2,760	2,196
		국외	명	0	0	0
고용 형태	상근	남성	명	3,604	3,826	3,651
		여성	명	1,464	1,808	1,712
	시간제	남성	명	413	435	514
		여성	명	2,367	1,745	1,491

구분		단위	2021	2022	2023
관리자[1]	총 관리자 수(임원)[2]	명	34	35	33
	여성 관리자 수(임원)[2]	명	3	5	6
사외이사	여성 사외이사 수	명	1	1	1
	여성 사외이사 비율	%	25	25	25
소속 외 근로자	파견 근로자	명	-	20	6
장애인 인력	기준 인원[3]	명	7,423	7,392	6,973
	장애인 직원 수	명	236	208	217
	장애인 직원 비율	%	3.2	2.8	3.1

1) 관리자: 임원을 GS리테일의 관리자로 기준함
2) 사외이사 및 기타 비상근이사 제외
3) 상시근로자를 기준으로 산정하였기 때문에 사업보고서 대비 기준 인원이 상이함

신규채용[1]

구분		단위	2021	2022	2023
합계		명	625	912	585
성별	남성	명	360	575	368
	여성	명	265	337	217
지역	국내	명	625	912	585
	국외	명	0	0	0
연령	30세 미만	명	311	530	400
	30세 이상 50세 이하	명	305	371	177
	50세 초과	명	9	11	8

1) 정규직,전문직,전문계약직,계약직 기준의 수치임

근속연수

구분	단위	2021	2022	2023
남성	년	8.9	8.8	8.1
여성	년	5.4	5.5	5.5

ESG Performance Data

비재무성과

사회 성과

이직 현황[1)]

구분			단위	2021	2022	2023
합계			명	596	660	523
성별	남성		명	-	373	366
	여성		명	-	287	157
지역	국내		명	-	660	523
	국외		명	-	0	0
연령	30세 미만		명	-	156	129
	30세 이상 50세 이하		명	-	478	365
	50세 초과		명	-	26	29
자발적 이직률[2)]			%	7.6	8.4	7.1

1) 부담당 및 인턴 등을 제외한 정규직 인원 기준 수치임
2) 사업보고서 상 연도말 인원 기준으로 재산정함에 따라 2021년, 2022년 데이터를 정정함

인재개발

구분			단위	2021	2022	2023
교육[1)]	시간	이수 인원[2)]	명	4,237	4,165	4,368
		이수 시간	시간	303,505	249,210	230,740
		인당 교육 시간[2)]	시간/명	72	60	53
	투자	총 교육 훈련비	천 원	2,697,015	4,657,000	5,831,677
		직원 평균 교육훈련비[2)]	천 원/명	637	1,118	1,335
정기 성과평가[3)]	성별	남성 수	명	2,654	3,045	2,985
		남성 비율	%	79	77	78
		여성 수	명	711	904	866
		여성 비율	%	21	23	22
	직급별	팀장 이상	명	517	533	378
		팀장 이상 비율	%	15	13	10
		매니저[4)]	명	2,848	3,416	3,473
		매니저 비율	%	85	87	90

1) 시간제, 단기, 프리랜서를 제외한 GS리테일 소속의 정규, 계약, 전문, 전문계약, 파견직 등 BU별 교육제도를 적용받는 인원을 포함하고 있음
2) 데이터 취합 및 관리 기준 변경에 따라 2021년, 2022년 데이터를 정정함
3) 정규직 인원을 대상으로 정기 성과평가를 실시하고, 입사 일자에 따라 정규직 인원은 정기 성과평가 대상자에서 제외될 수 있음
4) 2021년부터 직급이 매니저로 통일되었음

휴가 및 휴직, 복리후생

구분			단위	2021	2022	2023
출산휴가	본인		명	52	64	63
	배우자		명	163	183	170
육아휴직	사용 인원	남성	명	75	64	90
		여성	명	62	92	93
	복귀자	남성	명	38	52	41
		여성	명	38	64	68
	복귀 후 12개월 근무 비율		%	68	86	88
단축 근로	임신기 단축근로자		명	37	51	44
	육아기 단축근로자		명	16	23	18
퇴직자 지원 및 정년 재고용	New Start Program		명	2	1	6
	정년재고용자		명	43	56	36

노사협의회

구분	단위	2021	2022	2023
개최 횟수	회	14	20	16
안건 처리 현황	건	123	136	141

인권[1)]

구분		단위	2021	2022	2023
교육	이수율	%	100	100	100
	이수 인원	명	4,677	4,913	4,737
	이수 시간	시간	8,345	9,108	9,882
	인당 교육 시간	시간/명	1.8	1.9	2.1

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

ESG Performance Data

비재무성과

사회 성과

동등기회

구분			단위	2021	2022	2023
여성 급여 비율	남성 대비	플랫폼BU 및 전사지원	%	-	71.3	71.4
		홈쇼핑BU	%	-	71.4	75.6
	조직 평균 대비	플랫폼BU 및 전사지원	%	-	77	77.4
		홈쇼핑BU	%	-	98.4	97
1인 평균 급여액	남성	플랫폼BU 및 전사지원	백만 원	-	65	70
		홈쇼핑BU	백만 원	-	84	82
	여성	플랫폼BU 및 전사지원	백만 원	-	47	50
		홈쇼핑BU	백만 원	-	60	62

안전보건

구분		단위	2021	2022	2023
산업재해	산업재해자 수	건	32	35	36
	산업재해율[1]	%	0.40[2]	0.44	0.47
	사망만인율	%	0	0	0
교육	이수율	%	100	100	100
	이수 인원	명	4,363	3,656	3,181
	이수 시간	시간	64,356	51,672	47,768
	인당 교육 시간	시간/명	15	14	15

1) 산정 오류로 인해 2021년, 2022년 데이터를 정정함
2) 출퇴근재해 건수 제외

공급망 평가

구분		단위	2021	2022	2023
영향 평가	신규 계약 업체 수	개 사	-	1,923	1,518[1]
	ESG 진단 업체 수[2]	개 사	-	1,839[3]	1,469[1]
	환경사회 영향 평가 업체 수[4]	개 사	217	222	207
	부정적 환경사회 영향이 확인되어 신규 계약이 체결되지 않은 업체 수	개 사	1	0	0
	부정적 영향이 확인된 업체 수	개 사	12	7	7
	개선 조치 시행에 대해 동의한 업체 수[5]	개 사	12	7	7
	중대한 부정적 영향이 확인되어 계약이 종료된 업체	개 사	0	0	0

1) 2023년은 홈쇼핑BU 기준으로, 플랫폼BU는 고도화된 기준을 수립해나가고 있는 단계로 2024년부터 시행 예정
2) ESG 자가 진단 평가에 참여한 신규 계약 업체 수
3) 데이터 취합 시기가 상이함에 따라 데이터가 일부 수정되었음
4) 환경 위생 안전을 점검한 업체 수
5) 환경사회 영향 평가 시, C/D 등급을 받아 일반적으로 재심사를 실행한 업체 수

동반성장

구분			단위	2021	2022	2023
자금 지원	상생대출펀드	지원 금액	억 원	978.3	1,074.1	1,403.7
	방송수수료 환급제도	환급 수수료	억 원	8.66	5.2	7.7
		수혜 협력사/ 파트너사	개 사	100	104	113
판로 개척	아이러브 중소기업	취급액	억 원	29.6	34.7	32.6
		방송횟수	횟수	366	463	472
		수혜 협력사/ 파트너사	개 사	59	51	62
	프라임 편성우대	데이터 홈쇼핑	%	58.6	61.9	60.3
		TV홈쇼핑	%	51.3	51.9	51.3
	방송준비 지원	지원 금액	억 원	10	10.6	10.6
경쟁력 강화 지원	생산성 혁신 파트너십	지원 금액	억 원	3	2.6	3
		수혜 협력사/ 파트너사	개 사	9	10	9
	CCM인증 지원	지원 금액	억 원	0.3	0.1	0.3
		수혜 협력사/ 파트너사	개 사	2	1	3
	검사비용 감면 지원	지원 금액	억 원	9.6	8.8	6.6
		수혜 협력사/ 파트너사	개 사	758	596	621
	협력사 임직원 ESG교육	지원 금액	억 원	0.1	0.1	0.13
		수혜 협력사/ 파트너사	개 사	541	691	588

ESG Performance Data

비재무성과

사회 성과

제품 서비스

구분			단위	2021	2022	2023
안전 보건	안전보건 영향 평가	평가 시행 제품군 비율	%	-	-	-
	법규 및 조직 내부 규정 위반	과태료 부과 사건	건	0	0	0
		경고 조치 사건	건	0	0	0
		규정 위반 사건	건	60	18	19
마케팅 및 라벨링	정보·라벨링 위반	과태료 부과 사건	건	2	0	1
		경고 조치 사건	건	2	1	1
		규정 위반 사건	건	15	20	14
	마케팅 커뮤니케이션 위반	과태료 부과 사건	건	0	0	0
		경고 조치 사건	건	0	0	0
		규정 위반 사건	건	9	0	0

고객 만족[1)]

구분	단위	2021	2022	2023
핵심 VOC 건수	건	9,840	7,961	7,330

1) BU 구분없이 전 채널 기준으로 재산정함에 따라 전기 공시 자료 대비 2021년, 2022년 수치가 변동되었음

정보보안

구분		단위	2021	2022	2023
정보보안 관련 인증		-	ISMS, ISMS-P	ISMS, ISMS-P	ISMS, ISMS-P
교육[1)]	이수율	%	99.6	100	100
	이수 인원	명	4,720	5,007	4,661
	이수 시간[2)]	시간	4,720	5,007	4,661
	인당 교육 시간[2)]	시간/명	1	1	1

1) 현장 점포 부담당 인원을 제외한 수치임
2) 집계 오류로 인해 2021년 수치를 정정하였음

사회공헌

구분		단위	2021	2022	2023
사업 실적[1)]	공익사업	억 원	34.3	33.6	35.1
	동반성장	억 원	13.8	14.4	13.8
임직원 봉사		명	1,405	2,598	3,861

1) 이사회 보고실적으로 재집계함에 따라 2021년, 2022년 데이터가 수정되었음

ESG Performance Data

비재무성과

지배구조 성과

컴플라이언스

구분		단위	2021	2022	2023
일반	금전적 제재(벌금 등)로 인한 피해액	억 원	54	254	16
	비금전적 제재(행정처분 등) 발생 건 수	건	1	2	3
	분쟁 해결 매커니즘을 통해 제기된 사건 수	건	73	89	96
환경	금전적 제재(벌금 등)로 인한 피해액	백만 원	0	0	0
	비금전적 제재(행정처분 등) 발생 건 수	건	0	0	0
	분쟁 해결 매커니즘을 통해 제기된 사건 수	억 원	0	0	0

이사회 현황

구분				단위	2021	2022	2023
합계				명	7	7	7
	구성	사내이사		명	2	2	2
		기타비상무이사		명	1	1	1
		사외이사		명	4	4	4
		성별	남성	명	6	6	6
			여성	명	1	1	1
		연령별	만 30세 미만	명	0	0	0
			만 30세 이상 만 50세 미만	명	0	0	0
			만 50세 이상	명	7	7	7
운영		평균 사외이사 참석률		%	98.6	100	100
		개최 횟수		회	18	10	8
		안건 수	결의	건	43	20	23
			보고	건	48	33	31

이사회 위원회

구분			단위	2021	2022	2023
감사위원회	사외이사 비율		%	100	100	100
	개최 횟수		회	9	8	6
	안건 수	결의	건	11	7	6
		보고	건	16	17	17
내부거래위원회	사외이사 비율		%	100	100	100
	개최 횟수		회	11	5	7
	안건 수	결의	건	36	30	13
		보고	건	0	0	0
사외이사후보 추천위원회	사외이사 비율		%	100	100	100
	개최 횟수		회	2	1	1
	안건 수	결의	건	2	1	1
		보고	건	0	0	0
보상위원회	사외이사 비율		%	- [1]	67	67
	개최 횟수		회	- [1]	1	2
	안건 수	결의	건	- [1]	1	2
		보고	건	- [1]	0	0
ESG위원회	사외이사 비율		%	75	75	75
	개최 횟수		회	3	3	4
	안건 수	결의	건	3	7	7
		보고	건	3	4	4

1) 설치 전으로 관련 실적 없음

정도경영[1]

구분		단위	2021	2022	2023
교육	이수율	%	100	97	99.8
	이수 인원	명	4,719	5,820	7,050
	이수 시간	시간	2,702	2,462	3,416
	인당 교육 시간	시간/명	0.6	0.4	0.5

1) 반부패 교육 실적 포함

ESG Performance Data

비재무성과

지배구조 성과

반부패 및 공정거래

구분			단위	2021	2022	2023
반부패 윤리강령 서명 협력회사 수[1]			개 사	4,459	1,415	1,454
부패 (윤리 위반) 사건	징계 건수		건	26	24	27
	파트너 계약 파기 건수		건	-	-	-
	법적 조치 건수		건	-	-	-
반경쟁행위[2]	법적 조치 건수	진행 중	건	0	2	1
		종결	건	2	0	0
제보	정도경영 목소리[3]	제보 건수	건	110	145	271
		처리율	%	100	100	100
	레드휘슬	제보 건수	건	7	5	21
		처리율	%	100	100	100
	파트너사 목소리	제보 건수	건	26	52	57
		처리율	%	100	100	100
	기타(대면, 전화 등)	제보 건수	건	8	1	11
		처리율	%	100	100	100

1) 2021년에는 온라인과 지류 서명을 모두 취급하여 서명 협력회사 수가 증가하였음(2022년, 2023년에는 온라인 서명만 취급)
2) 사업보고서 기준으로 재산정함에 따라 전기 공시 자료 대비 2022년 수치가 변동되었음
3) 임직원 및 협력업체 직원의 불공정행위 및 성희롱, 직장내 괴롭힘 등 인권관련 이슈를 포함한 정도경영 건수

SASB Index

Food Retailers & Distributors

Sustainability Disclosure Topics

구분	코드	항목	보고 페이지	비고
에너지 관리(Energy Management)	FB-FR-130a.1	에너지 소비량	43, 50, 99	1,229TJ
		전력 사용량		1,190.7TJ
		재생에너지 발전량		124,887kWh
음식물 쓰레기 관리(Food Waste Management)	FB-FR-150a.1	음식물 쓰레기 배출량	51, 98	
		폐기 과정 중 회수된 비율		
정보보안(Data Security)	FB-FR-230a.1	정보 보안 침해 수	-	2건
	FB-FR-230a.2	데이터 보안 위험을 식별하고 해결하기 위한 접근 방식에 대한 설명	77-78	
제품 건강 및 영양(Product Health & Nutrition)	FB-FR-260a.2	소비자들 사이에서 영양 및 건강 문제와 관련된 제품 및 성분을 식별하고 관리하는 프로세스에 대한 논의	79-81	
제품 라벨링 & 마케팅(Product Labeling & Marketing)	FB-FR-270a.1	산업 또는 규제 라벨링 및/또는 마케팅 코드를 준수하지 않은 사건의 수	103	1건
	FB-FR-270a.2	마케팅 및/또는 라벨링과 관련된 법적 소송으로 인한 총 금전적 손실	103	1,500만 원
노동 관행(Labor Practices)	FB-FR-310a.1	평균 시급	-	9,620원
		최저임금을 받는 매장 및 물류센터 직원 비율	-	100%
	FB-FR-310a.2	단체교섭협약을 적용받는 임직원 비율	-	2%
	FB-FR-310a.3	파업 횟수	-	0회
		파업으로 인한 총 유휴일수	-	0일
	FB-FR-310a.4	노동법 위반	-	1회
공급망에서의 환경 및 사회 영향 관리 (Management of Environmental & Social Impacts in the Supply Chain)	FB-FR-430a.1	환경 또는 사회적 지속가능한 조달 표준에 대해 제3자 인증을 받은 제품의 매출액	45	친환경 매출액 5,218억 원
	FB-FR-430a.2	케이지 프리 달걀 매출액 비율	45	동물복지 인증 상품 판매액 약 50억 원
		임신용 우리를 사용하지 않고 생산된 돼지고기로부터의 매출액 비율	45	
	FB-FR-430a.3	동물 복지를 포함한, 공급망 내 환경 및 사회 리스크 관리 전략 논의	65	
	FB-FR-430a.4	포장재의 환경 영향을 줄이기 위한 전략 논의	46	

Activity Metrics

구분	코드	항목		보고 페이지	비고
Activity Metrics	FB-FR-000.A	총 점포 수	GS 25	16	
			GS THE FRESH	16	

GRI Standards Index

Universal Standards

구분		지표 명	페이지	비고
조직 및 보고 관행	2-1	조직 세부 정보	6-8	
	2-2	조직 내 지속가능경영보고에 포함된 법인	2	
	2-3	보고 기간, 주기 및 문의처	2	
	2-4	보고 내용의 변화	97-105	
	2-5	외부 검증	110-112	
기업 활동 및 임직원	2-6	기업의 활동, 밸류체인 및 기타 사업 관계	6-11, 16	
	2-7	임직원	57, 100-101	
	2-8	임직원이 아닌 근로자	100	
거버넌스	2-9	지배구조 및 구성	88, 104	
	2-10	최고의사결정기구의 임명 및 선정	88	
	2-11	최고의사결정기구의 의장	88-89	
	2-12	최고의사결정기구의 역할	89	
	2-13	기업의 영향 관리에 대한 책임 위임	89	
	2-14	지속가능성 보고에 있어 최고의사결정기구의 역할	13, 89, 94-95	
	2-15	이해관계의 상충	88	
	2-16	중요 사안에 대한 커뮤니케이션	13, 25, 89, 94	
	2-17	최고의사결정기구의 전문성	88	
	2-18	최고의사결정기구의 활동에 대한 평가	90	
	2-19	보수 정책	90	
	2-20	보수 결정 절차	90	
전략, 정책 및 실행	2-21	연간 총 보상 비율	90	
	2-22	지속가능한 발전 전략에 대한 성명서	5	
	2-23	정책 선언	38, 44, 58, 61, 64, 72, 77, 91	
	2-24	책임 있는 비즈니스 행동을 내포하는 정책 내재화	38, 44, 58, 61, 64, 72, 77, 91	
	2-25	부정적 영향 완화 절차	58, 73	
	2-26	제기된 우려사항 및 자문에 대한 메커니즘	23, 58, 66, 92	
	2-27	컴플라이언스	104-105	
	2-28	단체 협약	113	
	2-29	이해관계자 참여 및 소통	23	
	2-30	전체 직원의 단체교섭 비율	106	

Material Topics (GRI 3)

구분		지표 명	페이지	비고
중대성 이슈 공개	3-1	중대성 평가 수행 과정	20-22	
	3-2	중대성 이슈 리스트	20-22	
	3-3	중대성 이슈 관리	20-22	

Topic Standards

구분		지표 명	페이지	비고
친환경 제품 및 서비스 확대				
Material Topics	3-3	중대성 이슈 관리	21-23	
에너지	302-5	제품 및 서비스의 에너지 사용량 감축	40, 41, 43, 48-50	
기후변화 대응 활동 강화				
Material Topics	3-3	중대성 이슈 관리	20-22	
경제 성과	201-1	직접적 경제 가치의 창출 및 배분	16, 97	
	201-2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	25-35	
	201-3	조직의 확정급여형 연금제도 채무 충당	-	사업보고서 254p 참조
	201-4	정부 지원 보조금 수혜 실적	-	사업보고서 128-129, 277p 참조
에너지	302-1	조직 내 에너지 소비량	99	
	302-2	조직 외부의 에너지 소비량	99	
	302-3	에너지 집약도	99	
	302-4	에너지 소비 감축	99	
배출	305-1	직접 온실가스 배출량(Scope 1)	98	
	305-2	간접 온실가스 배출량(Scope 2)	98	
	305-3	기타 간접 온실가스 배출량(Scope 3)	98	
	305-4	온실가스 배출 집약도	98	
	305-5	온실가스 배출 감축	98	
	305-6	오존층 파괴 물질의 배출	48	
	305-7	질소산화물(NOx), 황산화물(SOx) 및 기타 중요한 대기 배출량	-	배출량 없음
폐기물 감축 및 자원 순환				
Material Topics	3-3	중대성 이슈 관리	20-22	
폐기물	306-1	폐기물 발생 및 주요 폐기물 관련 영향	21, 41, 47	
	306-2	주요 폐기물 관련 영향 관리	38, 41, 47	
	306-3	폐기물 발생	41, 50-51, 98	
	306-4	재활용된 폐기물	41, 51, 98	
	306-5	폐기 처리된 폐기물 (소각, 매립 등)	98	

GRI Standards Index

Topic Standards

구분		지표 명	페이지	비고
안전하고 책임있는 제품 제공				
Material Topics	3-3	중대성 이슈 관리	20-22	
고객안전보건	416-1	안전보건 영향 평가를 실시한 주요 제품 및 서비스군의 비율	80-81, 103	
	416-2	제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건	103	
마케팅 및 라벨링	417-1	제품 및 서비스의 정보 및 라벨링 절차에 따라 요구되는 정보유형	정보 불완전성	향후 관리 예정
인권 및 다양성 존중				
Material Topics	3-3	중대성 이슈 관리	20-22	
다양성과 기회 균등	405-1	이사회 및 구성원의 다양성	88, 100, 104	
	405-2	남성 대비 여성의 기본급여 및 보수 비율(근로자 범주별, 주요 사업장별)	102	
차별금지	406-1	차별 사건 및 이에 대한 시정 조치	102	
안전한 근무환경 조성				
Material Topics	3-3	중대성 이슈 관리	20-22	
산업안전보건	403-1	산업안전보건관리시스템	61-63	
	403-2	위험 식별, 위험 평가 및 사고 조사	61-62	
	403-3	사업장 보건 서비스	61-63	
	403-4	사업장 안전 보건 관련 임직원 참여 및 소통	61-63	
	403-5	근로자 산업 안전보건 교육	63, 102	
	403-6	임직원 건강 증진 활동	57	
	403-7	비즈니스 관계와 직접 연계된 작업 건강 및 안전 리스크 예방 및 완화	61-63	
	403-8	산업안전보건경영시스템의 적용을 받는 임직원	61-63	
	403-9	업무 관련 상해(재해율)	102	
	403-10	업무 관련 건강상태(작업과 관련된 질병)	102	
지속가능한 공급망 관리 및 지원				
Material Topics	3-3	중대성 이슈 관리	20-22	
공급망 환경평가	308-1	환경성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	65, 103	
	308-2	공급망 내 실질적 또는 잠재적인 중대한 부정적 환경영향 및 그에 대한 조치	65, 103	
공급업체 사회적 영향 평가	414-1	사회 영향 평가기준을 이용하여 심사를 거친 신규 협력회사	65, 103	
	414-2	공급망 내 주요한 부정적인 사회 영향과 이에 대한 시행 조치	65, 103	

구분		지표 명	페이지	비고
준법경영 실천				
Material Topics	3-3	중대성 이슈 관리	20-22	
반부패	205-1	부패와 관련된 위험을 평가한 사업장	정보 불완전성	향후 관리 예정
	205-2	반부패 정책과 관련된 커뮤니케이션 및 훈련 절차	70-71, 91-93, 105	
	205-3	확인된 부패 사건과 그에 대한 조치	105	
독점 행위	206-1	반경쟁 행위, 반독점 및 독점 행위에 대한 법적 조치	105	
마케팅 및 라벨링	417-2	제품 및 서비스 정보 라벨링과 관련된 법규 위반 사례	103, 106	
	417-3	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법규 위반 사례	103, 106	

UN SDGs 연계 활동

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

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

UN SDGs 목표 추진 방향	주요 활동
지속가능한 생산과 소비	· 디지털 스튜디오 구축 · 친환경 제품 개발 및 확대 · 폐합성수지 폐기물 및 매장 폐전자제품 재활용 · AIoT 수거함 설치 · Recycle Center 운영 · 음식물 쓰레기 퇴비화 · 업사이클링 및 물품 기부 캠페인 진행
기후변화와 대응	· ISO14001 인증 획득한 환경경영시스템 운영 · SEMS 도입 매장 확대 · Scope별 온실가스 저감 활동 진행 · 녹색물류시스템 운영
해양생태계 보전	· 제주도 반려해변제 해변정화 활동 실시 · MSC 에코라벨 인증 등 지속가능한 수산물 판매
육상생태계 보전	· 동물복지 및 유기농 등 인증 상품 판매 확대 · 생물종 다양성 보존활동 진행 · 산림경영인증(FSC) 종이박스 사용
평화·정의·포용	· 학대 아동 및 가족 심리상담 지원
지구촌 협력 강화	· 기아대책, 굿네이버스 등과 사회공헌 활동 협력 · 세계자연기금(WWF) 개최 '어스아워(Earth Hour)' 캠페인 동참 · 보건복지부와 협업해 사회공헌형 점포 운영 · 환경부 연계 임직원 환경교육 강화 · 소방청과 협력해 전국 매장 내 화재진압용품 비치

온실가스 검증의견서

검증 범위

㈜지에스리테일의 운영통제 하에 있는 사업장 및 배출시설을 대상으로 검증

검증 기준

- ISO 14064-1:2018, ISO 14064-3:2019
- IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories
- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침
- Technical Guideline for Calculating Scope3 Emissions

검증 절차

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

검증 독립성

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

검증 한계

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

검증 의견

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

온실가스 배출량 (단위: tCO_2-eq/yr)

구분	2021	2022	2023
Scope1	1,513.13	3,470.50	2,117.54
Scope2	56,413.02	62,177.95	56,991.70
Scope3	540,176.54	562,571.20	605,674.40
카테고리 2(자본재생산)	211.636	220.952	211.149
카테고리 3(연료생산)	4,470.29	4,948.90	4,535.64
카테고리 4(원료운송)	1,808.11	2,132.82	1,324,66
카테고리 5(폐기물처리)	2,987.56	3,513.33	3,205.30
카테고리 13(임대자산)	15.179	33.335	59.411
카테고리 14(가맹점)	530,683.77	551,721.85	596,338.24
합계	598,102.69	628,219.65	664,783.65

에너지 사용량 (단위: TJ/yr)

구분	2021	2022	2023
Scope1	28.788	39.92	37.99
Scope2	1,178.89	1,299.37	1,190.99
합계	1,207.68	1,339.29	1,228.98

종합 의견

주요배출시설의 배출량은 누락 없이 산정 보고되었음을 검증을 통해 확인하였습니다.

2024년 5월 6일

KMR ISO 14064-1

KMR 대표이사 황은주

제3자 검증의견서

2023 GS리테일 지속가능경영보고서 독자 귀중

서문

한국경영인증원(KMR)은 2023 GS리테일 지속가능경영보고서 (이하 "보고서")의 제3자 검증을 요청 받았습니다. 보고서 작성과 정보에 대한 책임은 GS리테일 경영자에게 있으며, 본 한국경영인증원의 책임은 계약 및 합의된 업무를 준수하고 검증의견서를 발급하는 데 있습니다.

검증 범위 및 기준

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

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

- GRI Standards 2021 보고 원칙
- 공통 표준(Universal Standards)
- 특정주제 표준(Topic Specific Standards)
  GRI 201: 경제성과(Economic Performance)
  GRI 205: 반부패(Anti-Corruption)
  GRI 206: 경쟁저해행위(Anti-competitive Behavior)
  GRI 302: 에너지(Energy)
  GRI 305: 배출(Emissions)
  GRI 306: 폐기물(Waste)
  GRI 308: 공급업체 환경평가(Supplier Environmental Assessment)
  GRI 403: 산업 보건 및 안전(Occupational Health and Safety)
  GRI 405: 다양성과 기회균등(Diversity and Equal Opportunity)
  GRI 406: 차별금지(Non-discrimination)
  GRI 414: 공급업체 사회 영향 평가(Supplier Social Assessment)
  GRI 416: 고객 보건 및 안전(Customer Health and Safety)
  GRI 417: 마케팅 및 라벨링(Marketing and Labeling)

보고서의 보고경계 중 조직 외부 즉, GS리테일의 협력사, 계약자 등에 대한 데이터와 정보는 검증범위에서 제외되었습니다.

검증방법

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

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

제한사항 및 극복방안

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

제3자 검증의견서

검증결과 및 의견

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

포괄성 원칙

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

중요성 원칙

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

대응성 원칙

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

영향성 원칙

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

특정 지속가능성 성과정보의 신뢰성 및 품질

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

적격성 및 독립성

한국경영인증원은 ISO/IEC 170212015(경영시스템의 심사 및 인증을 제공하는 기관에 대한 요구사항)에 따라 문서화된 방침과 절차를 포함한 포괄적인 품질관리시스템을 유지하고 있습니다. 검증팀은 지속가능성 전문가들로 구성되어 있으며, 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 이외에 GS리테일의 사업활동에 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺지 않은 독립성을 유지하고 있습니다.

2024.06 대한민국, 서울

KMR 한국경영인증원 Korea Management Registrar

SRV1000 Sustainability Committee Assurance

AA1000 Licensed Report 000-129/V3-4RREO

대표이사 황은주

지속가능경영보고서 제작에 도움주신 분들 (가나다 순)

강동균	김형진	유진숙
강종철	노종호	이소연
고다슬	류남선	이은샘
고명수	류지훈	이현민
구경모	박경환	이현우
구근모	박다예	이현정
권보건	박민정	이황호
김건희	박세현	이형섭
김대현	박종관	임강현
김동인	박지은	임정서
김병길	박정규	장철
김수연	사희진	전선준
김수현	성영국	전언정
김승철	손상준	정동민
김양신	송준섭	정지현
김윤석	신윤경	진혁준
김재욱	신지수	최남호
김준희	안준	최승균
김진희	안형주	한동민
김태우	여수진	허윤하
김현우	오창헌	허환영

총괄 – 정책지원팀 ESG파트

장덕수	박경랑	정준우	권수진

이니셔티브 및 협회 가입 현황

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

수상 내역

2023.09	GS더프레시 KCSI 대형슈퍼마켓 부문 1위	한국표준협회
	GS25 KCSI 편의점부문 1위	
2023.07	편의점, 수퍼, 홈쇼핑 사업 KS-SQI 1위 달성	한국표준협회
2023.05	2023 소비자가 선호하는 유아아동 브랜드 & 시니어 브랜드 대상	월간파워코리아
2023.03	2023 한국에서 가장 존경받는 기업 편의점 부문 1위(20년 연속)	한국능률협회컨설팅
	2023 대한민국을 빛낼 인물, 브랜드 대상	월간파워코리아
2023.02	2023 대한민국 일하기 좋은 기업 선정	GPTW코리아
	2023 대한민국 일자리 대상 행정안전위원장상 수상	뉴시스
2023.01	갓생기획, '제28회 코리아 베스트 디자인 어워드(KOREA BEST DESIGN AWARD)' 브랜드아이덴티티 부문 대상	한국상품문화디자인학회
	수산팀 김영광 MD 및 하민주 팀장, 대통령 표장 및 해양수산부장관상 수상	해양수산부

GS 리테일