

# 지속가능경영보고서 요약본

기업명

현대홈쇼핑

본 요약보고서는 한국거래소가 기업이 공시한 지속가능경영보고서 중 주요 사항을 발췌하여 제공하는 것입니다.

한국거래소는 본 요약보고서의 비침해성 또는 특정 목적에 대한 적합성을 보증하지 않으며, 정보의 오류·지연·누락 등에 대해 법적·경제적 책임을 지지 않습니다. 지속가능경영보고서의 세부내용은 반드시 기업이 공시한 원보고서를 확인하시기 바랍니다.

# 목 차

조 직	환 경	사 회
1. 이사회 관련 ..... 1	2. 온실가스 배출 ..... 5	7. 임직원 현황 ..... 15
	3. 에너지 사용 ..... 9	8. 안전 및 보건 ..... 18
	4. 물 사용 ..... 10	9. 정보보호 ..... 23
	5. 폐기물 처리 ..... 11	10. 공정경쟁 ..... 26
	6. 환경 법규 위반·사고 ..... 14	

## 투명한 지배구조

### 이사회 구성

현대홈쇼핑은 주주가치 증진 및 권익보호를 위해 투명하고 합리적이며 안정적인 경영기반을 갖추고자 노력하고 있습니다. 현대홈쇼핑 이사회는 회사의 최고의사결정기구로서 법령 또는 정관이 규정하고 있는 사항, 주주총회를 통해 위임받은 사항, 회사 경영 기본방침 및 업무 진행에 관한 중요 사항을 심의·의결하고 있으며, 경영진의 업무를 감독하고 있습니다. 이사회는 주주총회에서 선임한 7명의 이사로 구성되어 있으며, 경영진과 지배주주로부터 독립적인 기능을 수행할 수 있도록 과반수(2022년 3월 기준, 이사 7명 중 사외이사 4명으로 전체 구성원 대비 57%)를 사외이사로 구성하고 있습니다. 당사 정관에 따라 이사회 임기는 2년으로 하며, 상법에 따라 사외이사의 총 연임 기간은 6년을 초과할 수 없도록 규정하고 있습니다.

#### 이사회 구성 현황

2022년 3월 기준

직위	성명	성별	임기	주요경력	전문분야	소속 위원회
사내 이사	정교선	남	2007.03.16 - 2023.03.22	(現) 현대백화점그룹 부회장 (現) 현대홈쇼핑 대표이사 (前) 현대백화점그룹 기획조정본부장	경영/기획	-
	임대규	남	2020.03.24 - 2024.03.23	(現) 현대홈쇼핑 대표이사 사장 (前) 현대홈쇼핑 영업본부장 (前) 현대홈쇼핑 경영지원본부장	경영/영업	이사회 의장 사외이사후보추천위원회 위원 채널편성위원회 위원장
	한광영	남	2021.03.23 - 2023.03.22	(現) 현대홈쇼핑 영업본부장 전무이사 (前) 현대홈쇼핑 생활사업부장 (前) 현대홈쇼핑 Hmall사업부장	경영/영업	소비자보호위원회 위원장 내부거래위원회 위원 보상위원회 위원 ESG경영위원회 위원
사외 이사	송해은	남	2019.03.28 - 2023.03.22	(現) 법무법인 동인 변호사	법률 (변호사)	내부거래위원회 위원장 사외이사후보추천위원회 위원장 감사위원회 위원 소비자보호위원회 위원 ESG경영위원회 위원
	김성철	남	2019.03.28 - 2023.03.22	(現) 고려대학교 미디어학부 교수	방송/ 미디어 (교수)	보상위원회 위원장 감사위원회 위원 사외이사후보추천위원회 위원 채널편성위원회 위원 ESG경영위원회 위원
	김재웅	남	2020.03.24 - 2024.03.23	(現) 법무법인 광장 고문	회계/세무	감사위원회 위원장 내부거래위원회 위원 사외이사후보추천위원회 위원 보상위원회 위원
이동현	이동현	남	2020.03.24 - 2024.03.23	(現) 관세법인 조양 대표이사	경영/관세	ESG경영위원회 위원장 내부거래위원회 위원 소비자보호위원회 위원 채널편성위원회 위원

### 이사회 전문성, 책임성, 다양성

현대홈쇼핑은 이사 선임 시 전문성과 개인적 역량을 검증하여 주주총회에 후보자를 상정하고 있습니다. 후보자의 역량평가 및 이사회 선임에 있어서는 연령, 성별, 학력, 출신 지역 등을 한정하지 않고 다양한 시각에서 독립적으로 판단할 수 있는 후보를 우선적으로 고려하고 있습니다. 객관적인 후보 추천 및 검증을 위해 사외이사후보추천위원회를 운영하고 있으며, 이사회의 전문성, 책임성, 다양성 확보를 위해 법무/회계/재무/세무/방송 등 관련 분야의 지식이나 실무적 경험이 풍부한 전문가로 구성하고 있습니다. 사외이사는 회사에 대하여 언제든지 직무수행에 필요한 정보 제공을 요청하거나 외부 전문가의 자문을 받을 수 있으며, 감사위원회 위원의 경우 내부회계관리제도 관련 법령 및 규정에서 정하는 사항 등에 대한 교육을 실시하여 효과적인 직무수행을 지원하고 있습니다.

#### 이사회 역량 Matrix

구분	정교선	임대규	한광영	송해은	김성철	김재웅	이동현
법률 및 규제				●	●	●	●
경영/리더십	●	●	●	●	●	●	●
리스크 관리/ESG	●	●	●	●	●	●	●
재무/회계/세무	●			●		●	●
커뮤니케이션/ 이해관계자 대응	●	●	●		●		
방송/산업 전문성	●	●	●		●		

#### 이사회 구성 조직도



## 이사회 내 위원회

이사회의 효율적이고 전문적인 의사결정을 위해 이사회 내 총 7개의 위원회(감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 보상위원회, 내부거래위원회, 소비자보호위원회, 채널편성위원회, ESG 경영위원회)를 설치해 운영하고 있습니다. 감사위원회는 독립성을 강화하기 위해 전원이 사외이사로 구성되어 있으며, 1명 이상의 회계/세무 전문가가 위원으로 구성되어 있습니다. 또한 사외이사후보추천위원회는 사외이사 선임 과정에서의 공정성을 기하기 위해 구성원 4명 중 3명의 위원을 사외이사로 구성하여 운영하고 있습니다. 기타 위원회도 과반수를 사외이사로 구성하여 지배구조 내 상호견제와 균형을 갖추고 있습니다. 2021년에는 이사회 중심의 ESG 경영을 강화하고 실천하기 위해 ESG 경영위원회를 신설했습니다.

### 이사회 내 위원회 구성 현황

위원회	구성	주요 역할
감사위원회	김재웅 위원장 송해은, 김성철 이사	· 회사에 대한 업무감사, 회계감사
사외이사후보 추천위원회	송해은 위원장 임대규, 김성철, 김재웅 이사	· 주주총회에서 선임할 사외이사 후보 추천
보상위원회	김성철 위원장 한광영, 김재웅 이사	· 등기이사 보수 한도의 적정성 평가 · 보상정책 수립 및 보상 수준 결정
내부거래 위원회	송해은 위원장 한광영, 김재웅, 이돈현 이사	· 공정거래법상 계열사 간 대규모 내부거래 심의 및 의결 · 분기별 계열사와의 내부 거래 실적 보고
소비자보호 위원회	한광영 위원장 송해은, 이돈현 이사	· 소비자 관련 정책 심의와 분쟁 조정 · 소비자보호 관련 활동 내역 심의
채널편성 위원회	임대규 위원장 김성철, 이돈현 이사	· 채널편성 관련 활동 내역 심의 · 프로그램 제작방침 결정 등
ESG 경영위원회	이돈현 위원장 한광영, 송해은, 김성철 이사	· 친환경 투자 및 CSR 활동, 안전/보건 활동, ESG리스크 관리 등에 대한 의결

## 이사회 운영

현대홈쇼핑은 이사회의 권한과 책임, 운영 절차 등을 구체적으로 규정한 이사회 운영 규정을 바탕으로 이사회를 효율적이고 합리적으로 운영해 최선의 경영 의사를 결정하고자 노력하고 있습니다. 이사회는 규정에 따라 재무제표 승인과 정기 주주총회 소집 등을 위해 분기별 1회 정기 이사회를 개최하고 있으며, 필요 시 임시 이사회를 개최하고 있습니다. 2021년에는 정기 이사회 4회와 임시 이사회 5회를 개최하여, 총 9회의 이사회를 통해 24건의 결의안건을 의결했습니다. 이사회 결의는 관련 법령에 따른 정함이 있는 경우를 제외하고는 이사 과반수의 출석과 출석이사 과반수로 합니다. 또한 결의에 관하여 특별한 이해관계가 있는 이사는 의결권 행사를 제한하여 이해 상충 가능성을 제도적으로 차단하고 있습니다.

### 이사회 개최 현황

구분	2019	2020	2021	단위: 회/건
총 이사회 개최 횟수	6	10	9	
의결 사항	22	28	24	
보고 사항	11	11	12	

### 이사회 평균 참석률

구분	2019	2020	2021	단위: %
전체 참석률	97.2	97.1	96.8	
사내이사 참석률	94.4	93.3	92.3	
사외이사 참석률	100	100	100	

## 이사회 평가 및 보수

현대홈쇼핑은 2021년도부터 이사회 및 사외이사 평가 제도를 도입하였으며, 평가 결과를 이사회 보고 및 사업보고서 등에 공시하고 있습니다. 사외이사 평가는 이사회 지원 전담 조직인 경영관리팀에서 수행하고 있으며, 직전 사업연도 활동에 대한 평가는 다음 해 정기 주주총회 이전에 실시하고 있습니다. 또한 내부 평가에서 안전보건, 조직문화, 사회공헌, 동반성장, 고객관계관리, 디지털 혁신 분야 등의 목표 달성을 여부를 사내이사 평가에 반영하고 있습니다. CEO를 포함한 사내이사 보수는 보상위원회 및 이사회에서 업무성과 평가 보고 후 지급 한도 등을 정해 매년 주주총회에서 승인하고 있습니다. 사외이사의 보수는 정기적으로 지급되는 기본 보수와 이사회 규정에 따른 경비 등으로 구성되며, 직무수행의 책임과 위험성 등을 고려하여 적정한 수준을 결정하고 있습니다. 내부 기준에 따른 사외이사 개별 평가 결과는 사외이사 제도의 취지를 저해할 수 있다는 우려에 따라 보수에는 반영하고 있지 않습니다. 또한 회사와 특수관계가 있게 되거나 독립성이 훼손되지 않도록, 사외이사에게 별도의 주식매수 선택권을 부여하고 있지 않습니다.

### 연간 총 보상 비율

2021년 말 기준

#### CEO 총 보수액(A)

1,269 백만 원

#### 임직원 보수 중앙값\*(B)

56 백만 원

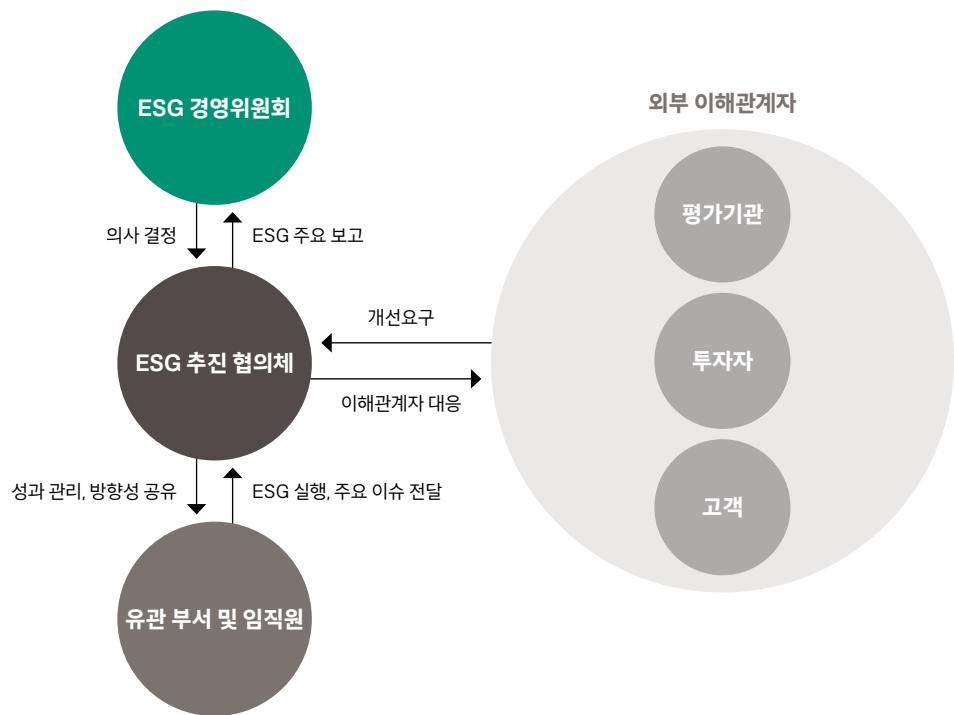
#### 보상비율(A/B)

22.7%

\* CEO 제외

## ESG 거버넌스

현대홈쇼핑은 2021년 11월 이사회 내 ESG 경영위원회를 신설하고 위원회와 추진 협의체를 중심으로 부문별 ESG 경영 실천을 통해 지속가능한 성장을 추진하고 있습니다. ESG 경영위원회는 정기적으로 ESG 경영과 관련된 회사의 주요 사항을 심의하고 이를 최고 의사결정 기구인 이사회에 보고하며, 이사회는 관련 안건을 승인하여 회사의 ESG 경영을 감독하고 있습니다.



### 2022년 ESG 경영위원회 주요 안건

구분	주요 안건
1차(02.22)	2022년 ESG 계획, 안전 및 보건에 관한 계획, 기업지배구조현장 개정
2차(03.24)	ESG경영위원회 위원장 선임
3차(08.08)	지속가능경영보고서 발간 계획 및 중대성평가 결과

## 기업지배구조 현장

현대홈쇼핑은 건전하고 투명한 지배구조 확립에 대한 의지 공표 및 주주 등 모든 이해관계자에게 지배구조에 관한 구체적인 정보를 제공함으로써 신뢰를 확보하기 위해 2019년 8월 기업지배구조 현장을 신규 제정하였으며, 2022년 2월 1차 개정안을 발표했습니다. 당사의 기업지배구조 현장 전문은 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

[기업지배구조 현장](#)

## 거버넌스

구분	단위	2019	2020	2021
<b>이사회 구성 및 운영</b>				
총 이사회 구성원 수	명	6	7	<b>7</b>
직위별	사내이사	명	3	3
	사외이사	명	3	<b>4</b>
연령별	만 30세 이상 50세 미만	명	1	1
	만 50세 이상	명	5	<b>6</b>
	합계	회	6	<b>10</b>
이사회 개최횟수	정기 이사회	회	4	<b>4</b>
	임시 이사회	회	2	<b>5</b>
이사회 참석률	사내이사	%	94.4	93.3
	사외이사	%	100	<b>100</b>
이사회 안건/보고 수	건	33	39	<b>36</b>
<b>이사회 보수</b>				
보수 총액	사내이사	백만 원	3,496	6,663 <sup>1)</sup>
	사외이사	백만 원	- <sup>2)</sup>	<b>51</b>
인당 평균보수액	사내이사	백만 원	1,166	2,221
	사외이사	백만 원	-	<b>51</b>
보상 비율	CEO 총 보수 <sup>3)</sup>	백만 원	1,252	2,797
	직원 총 보수 중앙값	백만 원	53	<b>56</b>
	CEO보수/직원 총 보수 중앙값	%	23.6	50.9
<b>경영진 대상 교육 현황</b>				
교육 수료 인원	임원 아카데미	명	12	<b>13</b>
	임원의 시간	명	12	<b>13</b>
	기업대학 경영자과정	명	6	-
	신임 임원 아카데미	명	2	<b>3</b>

1) 강찬석 대표 퇴직소득(3,087백만 원)포함

2) 2019년 사외이사는 모두 감사위원임

3) CEO 2인 보수 평균값

구분	단위	2019	2020	2021
<b>이사회 내 위원회 운영</b>				
감사위원회	개최 횟수	회	4	<b>5</b>
	사외이사 출석률	%	100	100
사외이사후보추천위원회	개최 횟수	회	1	<b>2</b>
	사외이사 출석률	%	100	100
보상위원회	개최 횟수	회	2	<b>2</b>
	사외이사 출석률	%	100	100

## 기후변화 대응

### 친환경 경영 전략

현대홈쇼핑은 당사 비전인 '세상을 풍요롭게'를 기반으로 임직원을 비롯한 사회 전 구성원에게 친환경 가치를 제공할 수 있도록 환경을 최우선 가치로 생각하고 있습니다. 현대홈쇼핑은 당사의 환경 친화 경영 의지와 실천이 담긴 'H-YEP(Yes! Environment Protection)' 슬로건을 중심으로 사업 과정에서 발생하는 환경적인 해악을 줄이고(DOWN), 유익함을 창출(UP)하기 위해 그룹사의 ESG 전략과 연계한 현대홈쇼핑의 자체적 중장기 목표를 수립하여 지속가능한 미래를 위한 환경 친화 경영을 실천하고 있습니다. 또한 TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures) 권고안을 충실히 이행하고자 본 보고서에 첫 정보 공개를 실시하였습니다.

**“Yes! Environment Protection”**



#### H-YEP 중장기 KPI

##### 범사회적 친환경 활동

생태계 보호 활동, 일회용품 줄이기 등

##### 대내 친환경 캠페인

에너지 사용량 줄이기, 폐기물 줄이기 등

##### 친환경 제품/서비스 제공

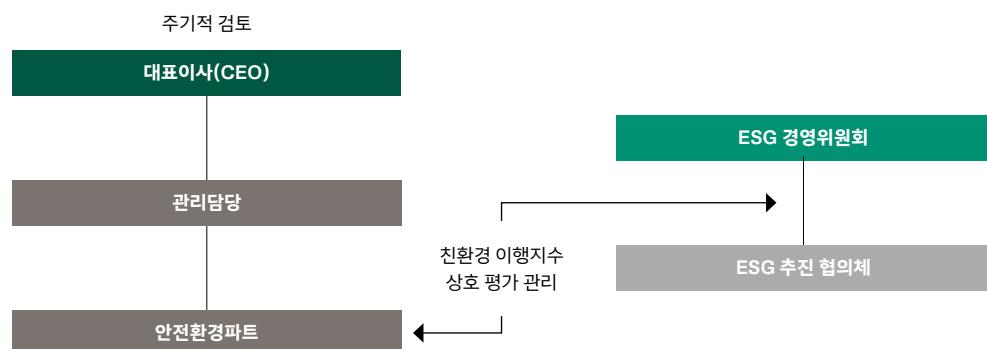
친환경 니트Bag, 친환경 포장 서비스 등

### 거버넌스

#### 이사회 감독과 경영진의 역할

현대홈쇼핑은 친환경 중장기 경영 전략인 H-YEP(Yes! Environment Protection) 실현을 위해 2021년 10월 관리담당 사업부 직할 환경분야 전담 조직을 구성했습니다. 새로 구성된 안전환경파트에서는 전사적인 환경영업체 운영을 담당하고 있으며, ESG 경영위원회 및 ESG 추진 협의체와 함께 친환경 경영 지표에 대한 체계적인 관리/점검/평가를 진행하고 있습니다.

2021년 11월 ESG 경영 강화 및 ESG 경영의 체계적 실천을 위해 사외이사 3인과 사내이사 1인으로 구성된 ESG 경영위원회를 신설하여 친환경 관련 투자, CSR, 안전 및 보건 활동, ESG 리스크 관리 활동을 추진하고 있습니다. 또한 최고경영자(CEO)는 조직의 지속적인 적절성, 총족성 및 효과성을 보장하기 위해 환경영업 시스템 및 리스크와 기회를 포함한 환경영업 관련 사항을 주기적으로 검토하고 있습니다.



#### ESG 경영위원회

구성	위원	주요 역할
사외이사 3인	이돈현(위원장) 송해은 김성철 한광영	· ESG 경영 강화 및 ESG 경영의 체계적 실천 · 친환경 관련 투자 및 CSR활동, 안전/보건 활동, ESG 리스크 관리 등에 대한 심의
사내이사 1인		

## 리스크/기회 관리

현대홈쇼핑은 환경영영시스템에 따라 당사의 환경영영과 관련된 리스크와 기회를 식별하고 이와 관련된 친환경 경영 활동 및 목표수립을 통해 리스크와 기회를 관리하고 있습니다. 향후 당사에 최적화된 기후변화 영향 분석을 실시하여 중장기적 리스크와 기회요인을 체계적으로 관리해 나갈 예정입니다.

### 리스크 및 기회 평가

유형	요인	상세내용	관리방안 및 목표	재무적 영향
전환 리스크	규제 강화	에너지 및 폐기물 법규 점진적 강화 자원의 재활용 및 통제에 대한 강화 국제 표준 등에 따른 자발적 규제 준수 요구	체계적인 환경영영체제 운영 적극적인 에너지 효율화 및 온실가스 감축 활동 당사에서 발생되는 폐기물 중 가장 큰 부분을 차지하는 세트 폐기물 절감 활동 친환경 구매 및 사용 자재에 대한 주기적 동향 파악	폐기물 처리 비용 증가 에너지 조달 비용 증가 파악
		소비자 행동	친환경 상품 판매 강화 및 친환경 브랜드 전용관 구축 친환경 포장재 및 서비스 제공	매출액 증가
		외부 평가	기업 ESG평가결과가 투자자 의사결정에 영향 한국ESG기준원(KCGS) ESG 평가 환경부문 (A) 획득 전략적 ESG 경영 및 이해관계자 대상 투명한 정보공개	투자 금액 및 기업가치 증가
		이상 기후	물류시설 및 서비스 위험 증가 에너지 수급 불안정으로 인한 방송송출 문제 발생	물류 차질, 설비 복구 비용 증가 물류 및 보관 비용 증가 고객 반품 비용 증가
	환경 오염	원자료 수급 이상으로 인한 제품 조달 차질 및 원가 상승 제품 안전 위험	생태계 보전 봉사활동 및 대내·외 자원 순환 캠페인 등 친환경 활동 전개 화학물질 사용에 대한 정기적 점검	제품 구매 비용 증가 매출액 감소

### 리스크 관리 규정 제정

현대홈쇼핑은 2021년 3월 친환경 경영을 포함한 ESG 행동지침이자 관련된 리스크 방지를 위한 'ESG 리스크 관리 규정'을 제정하여 보다 체계적으로 환경 리스크를 관리하기 위해 노력하고 있습니다. 이를 통해 효과적이고 유기적인 환경 및 기후변화 대응 리스크 관리 체계를 갖추고, 향후 중장기 계획에 대해 전 임직원 및 이해관계자들이 공감할 수 있는 활동 실행 및 커뮤니케이션을 통해 리스크에 전사적으로 대응하고 있습니다.

### 환경경영시스템(ISO14001) 인증 취득

현대홈쇼핑은 2021년 9월 국제 표준 환경영영시스템(ISO14001) 인증을 획득하고, 국제 표준에 부합하는 내부 환경영영시스템을 확립했습니다. 또한 환경영영방침을 제정하고 환경영영에 대한 적극적 실행 및 환경 영향의 지속적 개선 방안을 체계화하였으며, 이를 공유하여 환경영영 과정에 전 임직원과 협력사가 함께 참여할 수 있도록 하였습니다.



ISO14001 인증서

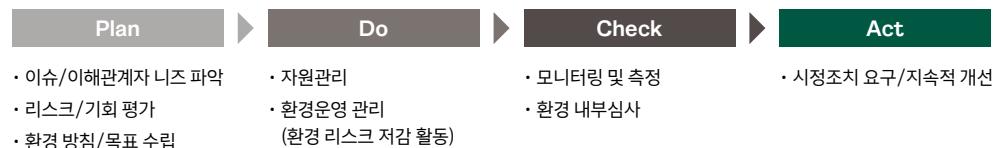
### 환경경영방침

- 전 임직원에 대한 환경 교육훈련 제공 및 환경 방침의 공표
- 환경경영 실행을 위한 인적·물적 자원 제공
- 환경경영 관련 적용법규 및 조직의 준수 약속 사항을 적극적 실행
- 환경보호 및 사회적 책임 준수와 환경 리스크 감소 시스템 구축하고 실행
- 환경경영 과정에 근로자 참여와 협의, 공급자·계약자가 병침과 요구사항을 준수하도록 유도
- 환경 영향의 지속적인 개선과 환경 목표 및 세부목표 수립·실행

### 내부심사 및 평가

현대홈쇼핑은 ISO14001의 단계별(PDCA) 요구사항에 따라 주기적으로 리스크와 기회를 식별하며, 당사의 환경영영시스템에 대한 점검을 실시하고 있습니다. 효율적인 환경영영시스템 운영을 위한 내부심사와 준수 평가를 병행하여 수립된 환경영영시스템이 적절히 시행되고 있는지, 관련 법규 및 그 밖의 요구사항이 준수되고 있는지 등의 사항들을 종합적으로 점검합니다. 또한 결과는 관련 부문에 공유하여 개선 계획을 수립해 이행할 수 있도록 하며, 추진 실적이 현저히 미흡한 사항에 대해서는 시정조치요구서(CAR)를 발행하여 환경영영 수준을 향상하도록 유도하고 있습니다. '21년 내부심사 결과 확인한 12개의 관찰/권고 사항에 대해서는 모두 개선 조치 활동을 완료하였습니다.

### ISO14001 단계별 요구사항





## 목표 및 관리지표

우리나라는 기후변화 대응을 위해 2050년 탄소중립을 목표하고 있습니다. 기후 변화 및 환경 보호에 대한 기업의 책임이 강조되고 있는 만큼 당사는 사회 구성원으로서 그 역할을 다하고자 합니다. 현대홈쇼핑은 2021년 9월 환경영영시스템 인증을 통해 내부 환경영영체계를 구축하고, 환경영영 목표를 수립하였습니다. 온실가스 배출량, 에너지소비 등에 대한 관리를 강화하고 체계적인 중장기 전략을 수립하여 단계적으로 2050 탄소중립을 실현해 나가겠습니다.

### 2022년 친환경 경영 목표

구분	지표	구성 항목	친환경 목표
경영성과지수	환경경영체제 지표	추진계획, 실천, 결과평가	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 탄소중립 중장기 로드맵 수립</li> <li>· ESG 추진 협의체 진행</li> </ul>
	환경 재무 지표	설비투자, R&D, 의무비용	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 태양광 패널 및 중수도 설치</li> </ul>
운영성과지수	자원사용 지표	에너지 사용 증감율 용수 사용 증감율	각 전년 대비 1% ↓
	폐기물 지표	폐기물 발생 증감율	
	배출률 지표	온실가스 발생 증감율	* 기준연도변경(rolling base year) 방식
	친환경 활동 지표	대외 친환경 활동	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 아이스팩 재활용 캠페인</li> <li>· 친환경 포장 서비스</li> <li>· 친환경 방송 운영</li> </ul>
		대내 친환경 활동	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 친환경 캠페인</li> <li>· 환경봉사/환경교육</li> </ul>

### 2022년 친환경 투자 계획

구분	내용	금액(년)
폐기물 배출량 절감	에너지 사용량 줄이는 LED 조명으로 교체	9백만 원
	폐기물 없는 친환경 LED 스튜디오 조성	300백만 원
	점착제 없는 자연 생분해 패키징 제공	495백만 원
	고객 대상 아이스팩 무료 수거 및 재활용	170백만 원
친환경 공헌활동	플라스틱 폐기물 없는 친환경 모바일 사원증	52백만 원
	지역아동센터 대상 친환경 작품 공모전 후원	7백만 원
합계		1,033백만 원

### 중장기 목표



## 감축 및 절감 노력

### 온실가스 감축을 위한 노력

현대홈쇼핑은 회의실 내에 스마트 기기를 비치하여 페이퍼리스 회의 환경을 조성하고, 친환경 물류 환경을 구축하는 등 온실가스 배출 감축과 에너지 효율화를 위한 전사적 투자를 추진하고 있습니다. 현대홈쇼핑의 온실가스 배출량은 2019년부터 지속적으로 전년대비 감소세를 이어오고 있으며, 2022년부터는 그룹의 탄소중립 로드맵에 따라 2050년 에코 스마트 오피스 구축을 목표로 온실가스 배출량을 체계적으로 감축해 나갈 예정입니다.

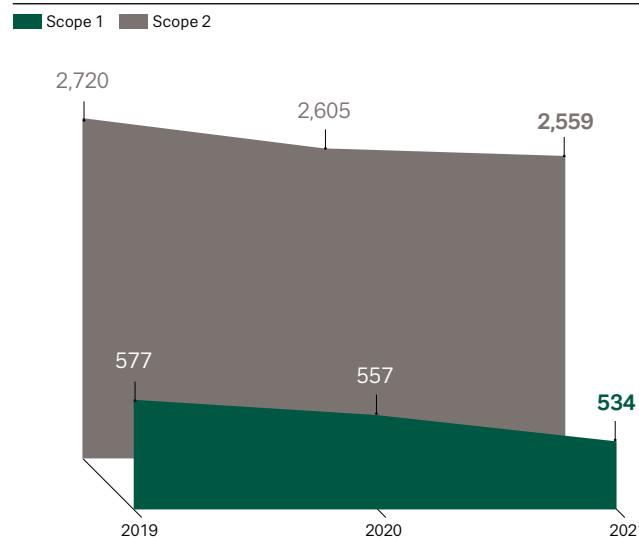
## ESG DATA

078

### 환경

구분	단위	2019	2020	2021
<b>온실가스 배출</b>				
온실가스 배출량 <sup>1)</sup>	합계 tCO <sub>2</sub> e	3,297	3,162	<b>3,093</b>
Scope1 tCO <sub>2</sub> e	577	557	<b>534</b>	
Scope2 tCO <sub>2</sub> e	2,720	2,605	<b>2,559</b>	
온실가스 배출 집약도 <sup>2)</sup> tCO <sub>2</sub> e/억 원	0.32	0.29	<b>0.29</b>	
프로젝트 감축량(Scope2) <sup>3)</sup> tCO <sub>2</sub> e	-	-	<b>1.21</b>	

### 3개년 온실가스 배출량

단위: tCO<sub>2</sub>e

구분	2019	2020	2021
Scope 1&2 배출량 합산	3,297	3,162	<b>3,093</b>
전년대비 온실가스 절감량	24	135	<b>69</b>

## 감축 및 절감 노력

### 에너지 사용 절감 노력

현대홈쇼핑은 사업 특성상 조직 내 에너지 소비량 중 전력이 차지하는 비중이 높은 만큼 전기 에너지 사용 절감을 위한 다양한 투자와 노력을 지속하고 있습니다. 2010년에는 회사 본관 옆면에 태양광 패널을 설치하여 약 3.08kw/H의 전력을 자체 발생 시켜 전년대비 8.6%의 에너지 감축 효과를 거두었습니다. 또한 사내 노후 등기구를 절전형 LED로 교체하고 방송 스튜디오에서도 LED 조명 사용을 확대하며 사내 에너지 사용 절감을 위한 활동을 적극적으로 추진하고 있습니다.

## ESG DATA

078

### 환경

구분	단위	2019	2020	2021
<b>에너지 사용</b>				
에너지 사용량 <sup>4)</sup>	합계	TJ	67.1	64.2
	전력	TJ	55.9	53.6
	도시가스(LNG)	TJ	10.5	9.9
	유류(휘발유, 경유)	TJ	0.7	0.7
에너지 집약도 <sup>5)</sup>	TJ/억 원	0.007	0.006	<b>0.006</b>
전년대비 LED 조명 교체를 통한 에너지 사용 절감량	TJ	-	-	<b>0.79</b>

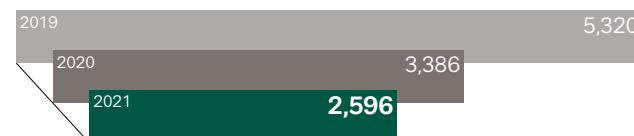
### 3개년 에너지 사용량

단위: TJ



### 재생에너지 사용량

단위: kw



### LED 조명 설치를 통한 에너지 절감량

**0.8**<sup>TJ</sup>

## 감축 및 절감 노력

### 용수 절감 노력

현대홈쇼핑은 물 사용량 감소를 위해 사내 중수도 시설물을 구축했습니다. 이를 통해 당사는 연간 용수 총 사용량의 20%를 재활용하고 있습니다. 또한, 현대홈쇼핑 사옥 내에 제작된 친환경 캠페인 스티커를 주요 시설에 부착하여 직원들의 자발적인 행동 변화를 유도하고 이를 통해 일상 생활 속에서 용수 절약을 실천하고 있습니다.

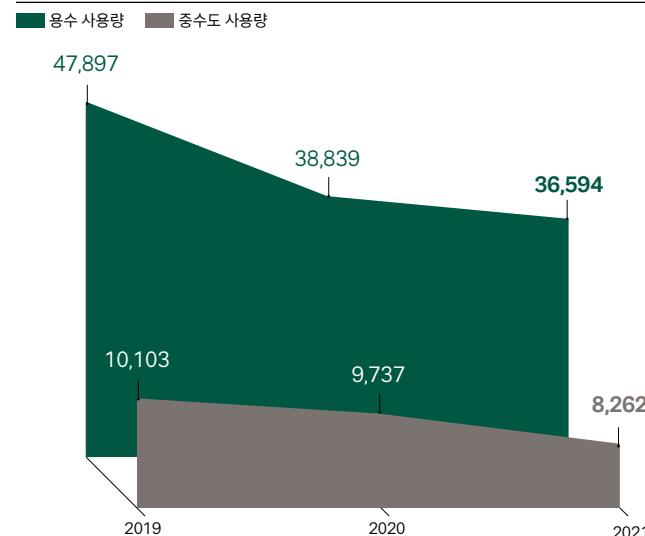
## ESG DATA

078

### 환경

구분	단위	2019	2020	2021
<b>용수 사용</b>				
용수 사용량	m <sup>3</sup>	47,897	38,839	<b>36,594</b>
용수 재활용량	m <sup>3</sup>	10,103	9,737	<b>8,262</b>

### 3개년 용수 사용량

단위: m<sup>3</sup>



### 폐기물 감축 노력

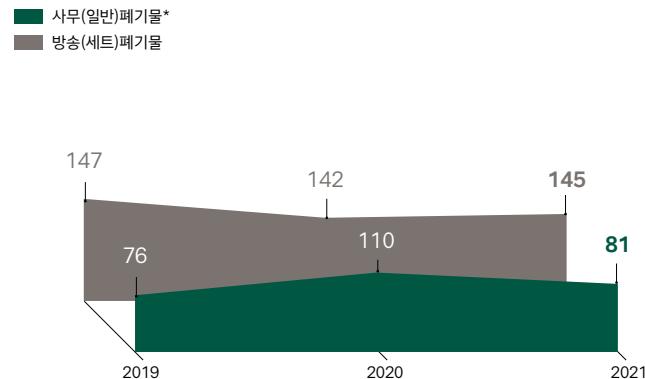
현대홈쇼핑이 배출하는 폐기물은 크게 사무폐기물과 물류폐기물, 그리고 방송폐기물로 나눌 수 있습니다. 당사는 각 배출처별 다양한 절감 활동을 진행 중이며 전체 배출량에서 가장 큰 비중을 차지하는 방송폐기물을 감축을 위해 미디어월(Media Wall) 구축 등 방송 환경 변화에 적극적인 투자를 추진하고 있습니다. 현대홈쇼핑에서 발생되는 폐기물은 환경경영방침 내의 폐기물 처리 지침에 따라 처리되고 있으며, 2019년부터 폐합성수지류 폐기물은 전량 재활용 업체에 전달되어 단순 소각처리 되지 않고 100% 연료 및 고형연료제품으로 재활용 처리되고 있습니다. 당사는 2050년까지 사내폐기물을 이용한 에너지 자립을 목표로 하고 있으며, 발생하는 폐기물에 대해서는 활용 가능한 재생에너지로 전환하여 사용할 수 있는 자원 순환 환경을 구축하기 위한 노력을 지속할 것입니다.

### 2021년 전체 폐기물 중 재활용 비중

약 **64%**

### 본사 3개년 폐기물 배출량

단위: 톤



구분	2019	2020	2021
합계	223	251	226

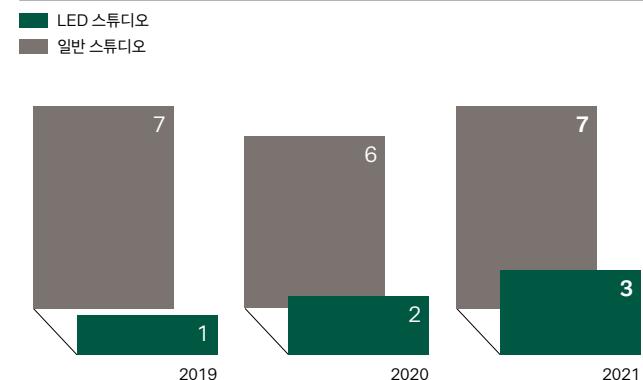
\* 폐합성수지류 배출량

### 친환경 방송 환경 구축 노력

현대홈쇼핑은 LED 스튜디오인 미디어월(Media Wall) 확대를 통해 방송폐기물을 감축하여 친환경 방송 환경을 구축하고자 노력합니다. 2016년과 2020년 개관 이후 2022년 3월 3번째 미디어월 스튜디오를 오픈하여 운영하고 있습니다. 향후 미디어월 스튜디오를 더욱 확대 운영하여 친환경 경영을 실천하고자 합니다.

### LED 스튜디오 운영 현황

단위: 개



### 발생 폐기물 및 감축 활동

구분	사무폐기물	물류폐기물	방송폐기물
발생 폐기물	종이, 플라스틱	포장박스, 부자재, 직매입 체화재고	스튜디오 폐기물
폐기물 감축 활동	친환경 모바일 사원증 페이퍼리스 회의실 자원절약/재활용 캠페인	친환경 포장재 아이스팩 수거 캠페인 체화재고 기부	LED 스튜디오

### 2021년 폐기물 절감 관련 투자

총 **12.7억 원**

### 직매입 체화재고 기부 현황

단위: 개

구분	2019	2020	2021
합계	3,852	8,657	4,200

## 지속가능한 제품 및 패키징

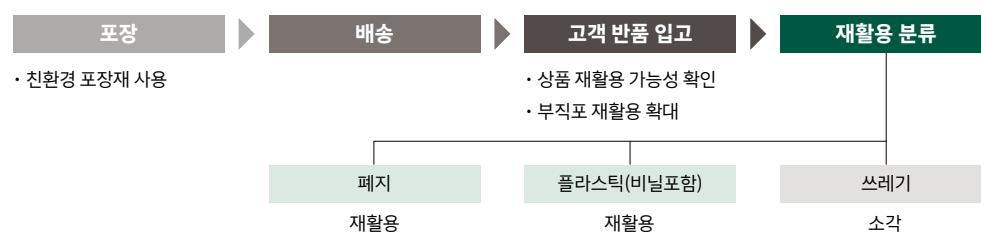
### 친환경 물류센터 운영

현대홈쇼핑은 폐기물로 인한 환경오염 문제에 대한 사회적 인식 변화에 맞춰 유통단계에서도 친환경 활동을 전개하여 폐기물 배출을 줄이는 동시에 환경보호라는 사회적 가치를 실현해 나가고자 합니다.

### 물류센터 자원순환 정책

현대홈쇼핑 물류센터에서는 물류 포장재와 관련한 환경 운영 방침을 기반으로 자원순환을 실천하고 있습니다. 물류센터에서 자체 포장을 진행하는 직매입 상품의 경우 친환경 포장재를 의무 사용하고 있으며, 포장이 완료되어 입고되는 협력사 상품의 경우 신규 입점 상담 시 당사 품질연구소를 통해 포장가이드를 전달하여 친환경 포장재 사용을 권고하고 있습니다. 출고 후 반품된 상품을 처리 과정에서는 부자재 손상을 최소화하여 부직포 등의 부자재를 적극적으로 재활용합니다. 또한 물류센터 내에서 발생되는 모든 폐지 및 쓰레기는 분리배출을 실시하여 자원 재활용을 최대화하고 있습니다.

### 물류센터 친환경 프로세스



### 재활용 분류 표기 안내

현대홈쇼핑은 포장재의 소비/폐기 과정에서 재활용률을 높이기 위해 포장재 곁면에 재활용 분류 표기를 하여 소비자의 재활용 인식도를 높이고 있습니다.



### 친환경 포장재 사용 확대

현대홈쇼핑은 물류 포장 시 접착제를 사용하지 않고 100% 종이 소재로 만들어 재활용이 편리한 친환경 포장박스를 사용하고 있으며, 포장 부자재 역시 종이 소재의 완충재와 테이프, 아이스팩을 사용 중입니다. 또한 의류 포장의 경우 재생원료(페폴리백에서 추출한 재활용 수지)를 약 80% 함량한 친환경 폴리백을 제작해 사용하고 있습니다. 이는 기존 폴리백을 제작할 때와 비교해 탄소 발생량을 70%가량 감소시키고 자연생분해가 가능한 제품으로, 현재는 PB상품 포장에 주로 사용하고 있으나 향후 2~3년 이내에 전체 패션 상품 포장으로 사용 범위를 확대해 나갈 예정입니다. 2022년에는 옥수수 전분으로 만든 친환경 완충재(내추럴폼)를 도입할 예정이며, 당사는 지속적인 친환경 포장재 개발 및 도입을 통해 폐기물 배출을 줄이는 동시에 환경보호를 실천해 나가고 있습니다.

### 친환경 포장재/부자재 개발 및 도입 현황

구분	2019	2020	2021	2022
포장재	날개박스	핑거박스	-	접이식 핑거박스
포장 부자재		친환경 아이스팩 친환경 폴리백(포장용)	종이완충재 종이테이프	내추럴폼 친환경 폴리팩(택배용)



의류 포장 폴리백

종이 아이스팩

핑거박스

친환경 완충재

## ESG DATA

## 환경

구분		단위	2019	2020	2021
<b>폐기장 원재료</b>					
플라스틱 포장재	합계	톤	42.5	48.2	<b>91.6</b>
	폴리백	톤	-	0.2	<b>0.8</b>
	생분해성 폴리백 <sup>1)</sup>	톤	-	-	<b>0.3</b>
	재생용 폴리백	톤	-	1.1	<b>4.0</b>
	완충재	톤	4.4	4.0	<b>5.7</b>
	아이스팩	톤	-	-	-
	테이프	톤	38.1	42.9	<b>80.8</b>
종이 포장재	합계	톤	464	870	<b>1,446</b>
	핑거박스	톤	90	304	<b>317</b>
	종이박스	톤	374	505	<b>1,083</b>
	종이완충재	톤	-	-	<b>2</b>
	종이아이스팩	톤	-	61	<b>40</b>
	종이테이프	톤	-	-	<b>4</b>
<b>폐기물 관리</b>					
폐기물 발생량 <sup>2)</sup> (본사)	합계	톤	223	251	<b>226</b>
	폐합성수지류	톤	147	142	<b>145</b>
	세트폐기물	톤	76	110	<b>81</b>
폐기물 발생량 <sup>2)</sup> (물류센터)	합계	톤	116	133	<b>150</b>
	박스	톤	106	118	<b>129</b>
	비닐, 플라스틱 병	톤	6	11	<b>17</b>
	부직포	톤	-	1	<b>1</b>
폐기물 재활용량	일반쓰레기	톤	3.5	3.2	<b>2.5</b>
	본사	톤	147	142	<b>145</b>
	물류센터	톤	112	130	<b>147</b>
폐기물 처리량 <sup>3)</sup>	소각	톤	3.5	3.2	<b>2.5</b>

1) 재생원료 사용 비율: 80%

2) 발생 폐기물은 모두 일반폐기물이며 지정폐기물은 발생되지 않음

3) 물류센터에서 발생한 일반쓰레기 Off-site 소각 처리(열회수 없음)

## ESG DATA

환경

구분	단위	2019	2020	2021
<b>환경법규 위반 현황</b>				
환경 법규 위반 건수	건	0	0	<b>0</b>
환경 관련 과태료 및 벌금	원	0	0	<b>0</b>



## 사회

구분	단위	2019			2020			2021		
		여성	남성	합계	여성	남성	합계	여성	남성	합계
임직원 현황	명	508	471	979	496	464	960	531	480	1,011
고용 계약별	기간의 정함이 없는 근로자	명	500	464	964	487	457	944	516	466
	기간제 근로자(단시간 근로자) <sup>1)</sup>	명	8	7	15(9)	9	7	16(9)	15	14
연령별	만 30세 미만	명	246	78	324	209	64	273	213	75
	만 30세 이상 50세 미만	명	254	360	614	277	353	630	310	357
	만 50세 이상	명	8	33	41	10	47	57	8	48
직군별	사무직 <sup>2)</sup>	명	444	378	822	435	374	809	467	389
	기술/생산직	명	38	77	115	41	78	119	43	79
	기타직 <sup>3)</sup>	명	26	5	31	20	2	22	21	2
직급별	전문직 외 <sup>4)</sup>	명	277	55	332	221	44	265	220	47
	선임	명	172	251	423	208	248	456	238	246
	책임	명	55	127	182	63	131	194	68	147
	수석	명	4	27	31	4	31	35	5	30
	임원	명	0	11	11	0	10	10	0	10
정규직 여성 근로자 고용 비율	%				51.9			51.7		52.5
직원 외 근로자 <sup>5)</sup>	명				8			33		37

1) 전체 기간제 근로자 수 표기, 단시간 근로자(8시간 미만) 수 ()괄호 표기

2) 사무직 내 임원 수 미반영

3) 기타직: 웹 디자인직

4) 전문직 외: 사무보조 등

5) 직원 외 근로자: 파견업체 근로자(육아휴직직원 대체 근로자, 임원차량 기사 등)

구분	단위	2019	2020	2021
<b>임직원 다양성</b>				
여성 인재	책임급 이상 여성 관리자 수	명	58	67
	책임급 이상 여성 관리자 비율	%	25.9	28.0
	팀장급 이상 여성 관리자 수	명	5	7
	팀장급 이상 여성 관리자 비율	%	10.6	14.3
	매출발생부서 여성 인원 비율 <sup>1)</sup>	%	38.2	38.9
장애인 인재	장애인 임직원 수	명	34	34
	장애인 임직원 고용률	%	3.5	3.5
<b>채용 및 이직</b>				
총 신규 채용자 수		명	126	136
성별	여성	명	83	85
	남성	명	43	51
연령별	만 30세 미만	명	97	95
	만 30세 이상 50세 미만	명	23	39
	만 50세 이상	명	6	2
	총 이직자 수	명	107	100
성별	여성	명	75	55
	남성	명	32	45
연령별	만 30세 미만	명	59	47
	만 30세 이상 50세 미만	명	43	47
	만 50세 이상	명	5	6
자발적 이직률 <sup>2)</sup>	%	8.8	7.9	8.4
비자발적 이직률 <sup>3)</sup>	%	2.1	2.5	2.3

1) 매출발생부서: 영업본부 내 인원

2) (보고 연도 내 자발적 이직 임직원 수 / 보고 연도 말 전체 임직원수) x 100

3) (계약기간 만료, 명예퇴직 등에 따른 비자발적 이직 임직원 수 / 보고 연도 말 전체 임직원수) x 100

구분	단위	2019	2020	2021
<b>성과평가 및 보상</b>				
성과평가 대상 인원 <sup>1)</sup>	명	964	944	982
성과평가를 받은 근로자 <sup>2)</sup>	명	863	818	851
정기 성과평가를 받은 근로자 비율	%	89.5	86.7	86.7
성별	여성	%	85.6	80.5
	남성	%	93.8	93.2
직급별	전문직 외	%	88.3	93.2
	선임	%	86.3	77.4
	책임	%	95.1	97.4
	수석	%	100	97.1
	임원	%	100	100
최저임금 대비 여성 초임 임금 비율 <sup>3)</sup>	%	217	217	220
최저임금 대비 남성 초임 임금 비율 <sup>3)</sup>	%	222	222	225
남성 대비 여성 급여 비율 <sup>4)</sup>	%	63.5	63.4	69.1

1) 기간제 근로자 제외 인원

2) 신규 입사자(신입, 경력) 등 1년 미만자 제외 인원

3) 대출공채 기준, (임금/법정 최저임금) x 100

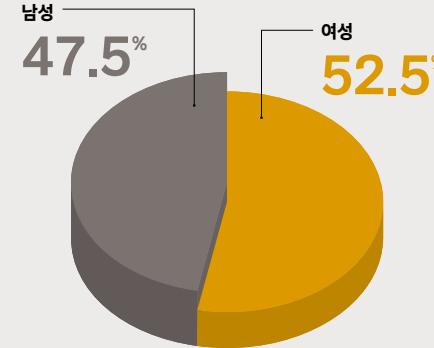
근로기준법에 따라 직원 외 근로자에 대해서도 최저임금을 준수하며, 향후 내부 지침에 기준 준수에 대해 명시할 예정임

4) 사업보고서 내 보수 총액 기준

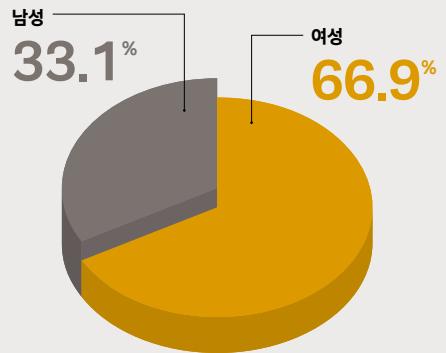
구분	단위	2019	2020	2021
<b>육아휴직</b>				
육아휴직 사용권이 있는 직원 수 <sup>1)</sup>	여성	명	17	23
	남성	명	43	66
				<b>35</b>
육아휴직 사용자 수	여성	명	10	21
	남성	명	0	0
				<b>0</b>
육아휴직 후 복귀자 수 (조기 복귀 인원 포함)	여성	명	7	12
	남성	명	0	0
				<b>0</b>
육아휴직 후 직장 복귀율	여성	%	77.8	85.7
	남성	%	-	-
				-
복귀 후 12개월 이상 근속자 수	여성	명	7	7
	남성	명	-	-
				-
복귀 후 12개월 이상 근속 비율	여성	%	100	100
	남성	%	-	-
				-

1) 당해년도 자녀를 출산한 직원 수

2021년 성별 임직원 비율



2021년 성별 채용 비율



057

089

주제	No.	보고사항	페이지	비고
<b>기업 지배구조</b>				
GRI 405: 다양성 및 기회균등 2016	405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보수 비율	80	사업보고서 281

## 건강하고 안전한 상품제공

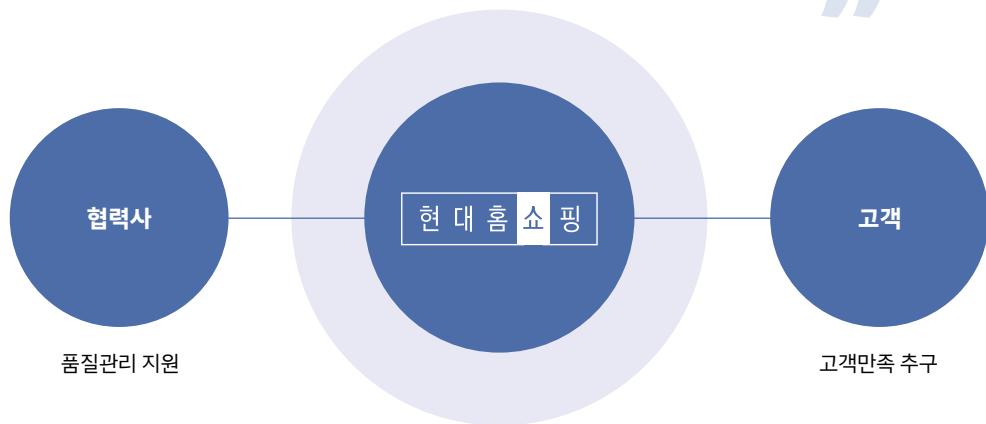
### 품질관리 체계 및 운영

품질연구소는 QA(Quality Assurance) 가이드라인에 따라 홈쇼핑을 통해 방송되는 상품과 현대 Hmall(온라인몰)에서 만날 수 있는 수많은 상품에 대한 품질 검사를 수행합니다. 방송 전 QA 검토는 사전, 현장, 입고의 3단계로 나눠 진행되며, 방송진행 후에는 전문기관 시험분석과 당사 자체 검사를 통해 철저하게 관리하고 있습니다. 또한 방송에서 전달되는 정보의 내용이 공정성과 공공성을 유지하는지 여부를 자체적으로 심의하여 소비자의 권익을 보호하고 있습니다.

#### QA(Quality Assurance) 역할



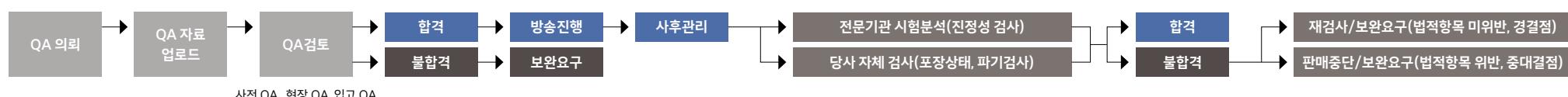
현대홈쇼핑은 QA를 통한 상품 전반의 품질 리스크를 검토하고 지원하는 활동으로 협력사와 고객 간 품질 가교 역할을 수행합니다.



#### QA 가이드라인

엄격한 QA 가이드라인의 준수를 통해 현대홈쇼핑의 2021년 상품/서비스의 건강 및 안전 영향 관련 법규 위반 내용은 없습니다. 향후에도 철저한 품질관리가 지속될 수 있도록 노력하겠습니다.

#### QA 진행 프로세스



#### 방송 심의 리스크 관리

현대홈쇼핑은 자체 심의활동과 '허위·과장 방지 위원회' 운영을 통해 소비자의 권익을 보호하고 방송통신심의위원회 규정을 준수하여 제재\* 최소화 및 채널사용 사업\*\*을 지속하고 있습니다.

\* 제재: 방송법 제100조 1항(제재조치 등) 방송통신심의위원회는 방송사업자가 제33조의 심의규정을 위반한 경우 5천만 원 이하의 과징금을 부과하거나 제재조치를 명할 수 있다.

\*\* 채널사용사업자: 방송법에 따라 과학기술정보통신부 장관의 승인을 받아야 하며, 승인 기간 만료 후 재승인을 득해야 함

#### 자체 심의

방송 자막, 영상, 판넬, 출연자 멘트 등 모든 방송 구성요소를 방송 전/방송 시간 중 심의하여 관련 법령을 준수합니다. 사전 녹화하여 송출되는 데이터방송의 경우 방송 송출용으로 사전 제작된 영상을 심의하고 있습니다.



#### 허위·과장 방지 위원회

상품 및 소비자 관련 외부 전문가 5인으로 구성된 '허위·과장 방지 위원회'를 월 1회 운영하여 전문가단의 자문을 통해 방송의 진정성을 제고하고 소비자 보호 활동을 강화하고 있습니다.

## 사전 관리

### Step1. 사전 QA 운영

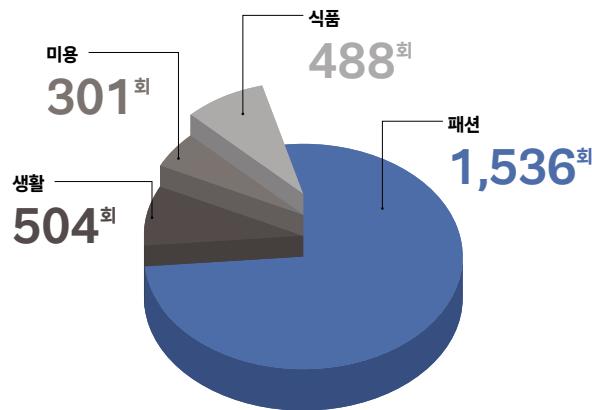
상품별 서류 및 샘플 점검을 통해 상품전반의 사전 품질관리를 시행합니다. 법적준수 사항 이행 여부부터 원산지 검증 및 품질 적합도 확인, 방송 품질 소구 관련 증빙자료까지 철저하게 검토합니다.

### Step2. 현장 QA 운영

대외 품질 위험을 예방하기 위해 방송 전 제조사 또는 물류센터에 방문하여 생산 및 위생점검, 시설평가, 완제품 샘플링 점검을 실시하는 현장 QA를 운영합니다. QA 기준에 따라 상품 위생, 물량 준비, 적재 상태, 제품 외관 및 포장 상태 등을 전반적으로 점검하며, 부적합 협력사의 경우 개선 지도 및 관리하고 있습니다.

#### 2021년 상품군 별 현장 QA 횟수

합계 2,829회



### Step3. 입고 QA 운영

현대홈쇼핑 물류센터 입고 상품을 대상으로 샘플링 점검을 통해 입고 가능여부를 최종적으로 검사하는 입고 QA를 실시합니다. 구성품의 혼입, 상품오염, 내외관 불량표시, 정보오류 등을 종점적으로 점검합니다.

## 사후 관리

현대홈쇼핑은 상품 사후 관리를 통해 고객에게 더 건강하고 안전한 상품을 제공하기 위해 노력합니다. 상품평, 품질불량 체크를 통한 피드백 반영과 상품 테스트(시험기관, 자체) 등을 다면적으로 진행하고 있습니다.

### 대한상공회의소 위해상품 판매차단

상공회의소는 정부 검사기관에서 시중에 유통되는 상품을 수거하여 판정한 위해상품 정보를 유통사에 전달하는 '위해상품 판매차단' 시스템을 운영하고 있습니다. 현대홈쇼핑은 해당 사업에 참여하여 상공회의소 위해상품 리스트에 연동된 당사 시스템을 활용해 대상상품 발생 시 즉시 판매 중단 처리하고 있습니다.

#### 2021년 위해상품 판매차단

1,753 건 발생 100 % 차단

### 전문기관 시험의뢰(진정성 검사)

상품의 사후 리스크 관리를 위해 고매출 상품\* 및 이슈상품을 대상으로 자체 진정성 검사\*\*를 진행하고 있습니다. 또한 외부 기관 및 언론 보도에 언급된 이슈 상품에 대한 검사를 추가적으로 진행하여 외부 품질 이슈에 대응하고 있습니다.

### 전문기관 시험의뢰 현황 및 비용

구분	단위	2019	2020	2021
상품군	식품 회	260	48	127
	패션 회	127	81	154
	생활 회	46	71	73
	미용 회	13	13	22
계	회	446	213	376

#### 운영 비용



\* 고매출 상품: 비편성상품 월 매출 1억 원 이상 / 라이브, 데이터방송 상품 분기 매출 상위 10개 상품 대상

\*\* 전문 기관 위탁 검사 시행

## 협력사 품질관리 지원

현대홈쇼핑은 협력사의 품질관리를 위해 다양한 지원활동을 운영하고 있습니다.

### 협력사 보석 감정료 지원 'Only HD'



현대홈쇼핑은 고객 진정성을 강화하기 위해 Live, 데이터 방송으로 판매되는 주얼리(보석) 상품에 대해 감정서 발급을 진행하고 있습니다. 방송 전, 후 판매된 주얼리 전량에 대해 감정원 입고 후 전수검사 및 감정서 발급을 운영합니다. 또한 협력사 상생을 위해 업계에서 유일하게 해당 보석 감정료를 지원하고 있습니다.

### 화장품 제조사 인증 컨설팅 지원



화장품 제조사 중 제조사 인증 미획득 업체를 대상으로 컨설팅을 지원하고 있습니다. 외부 전문기관의 검사관과 동행하여 제조사의 필수 서류, 위생, 설비, 인력배치 등 인증에 필요한 전반적인 항목을 체크합니다. 검사 완료 후 개선점을 담은 평가 레포트를 제공하며, 이후 재평가를 진행하여 인증 취득을 지원하고 있습니다.

\* '20, '21년은 코로나19 이슈로 중단, '22년부터 재시행

### 외부 시험연구기관 제휴 현황



상품 진정성 확보 및 유해물질 검사를 위한 공인 시험연구기관과 제휴하여 당사에 제출한 협력사의 시험검사비 할인을 제공하고 있습니다. 또한 해당 기관과 협의하여 사내 QA, MD, 심의 인원의 각 제품별 품질 관련 전문지식 교육과 협력사 대상 직무전문성 강화 교육을 제공하고 있습니다. 2022년 보고서 작성일 기준 24개 기관과 제휴 중이며, 세부 제휴 기관은 당사 홈페이지에서 확인 가능합니다.

#### 제휴현황

### 해외 제조사 전문기관 위탁 점검

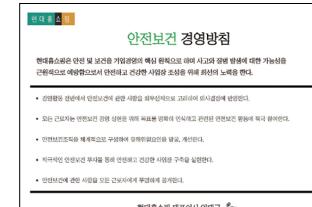


코로나19 이슈로 해외 제조사에 대한 점검이 제한되어 제품 품질관리를 지속하기 위해 2020년부터 글로벌 시험연구기관 해외 자사 인프라를 활용하여 제조사 위탁 점검을 시행했습니다. 현지 제조사 인력 파견을 통한 점검 후 도출된 개선 사항에 대한 레포트를 기반으로 제품 점검 및 품질을 개선할 수 있었습니다.

## 안전보건 경영

### 안전보건 거버넌스

현대홈쇼핑은 미래 환경변화에 능동적으로 대응하기 위해 VISION 2030 실천가치인 '열정, 소통, 창의, 파트너십'에 더해 '안전과 친환경' 가치를 추가하여 구성원의 사고와 행동기준을 재정립하고, 전사에 공유하여 경영 활동 전반에 안전보건을 최우선 가치로 두고 있습니다. 당사는 안전보건 관계법령을 준수하고, 중대재해 ZERO와 안전한 근무환경 구현을 목표로 매년 회사의 안전·보건에 관한 계획을 수립하고 이사회의 승인을 받고 있습니다. 2021년에는 안전보건 경영방침 및 관리규정·가이드를 제정하고 전담조직을 운영하여 사업장 안전보건 업무를 체계적으로 관리하기 위한 기틀을 마련하였습니다.

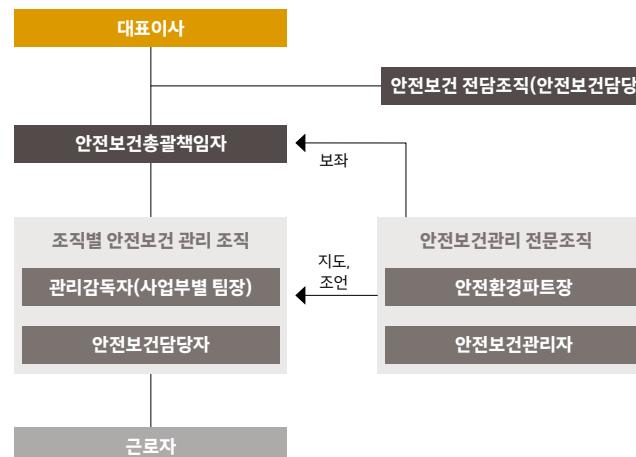


안전보건 경영방침

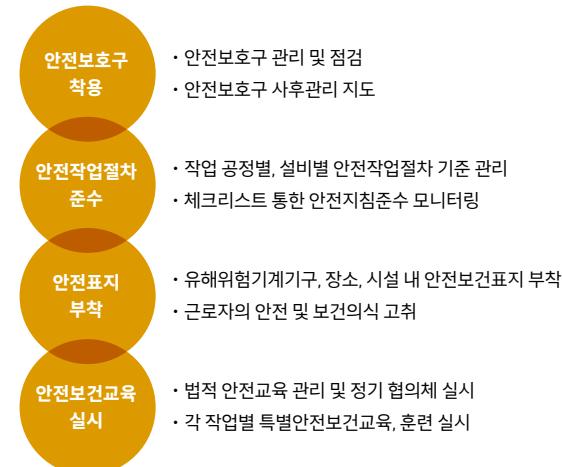
### 안전보건 목표 및 추진 내용

안전보건 관계법령 준수	중대재해 Zero 달성	연 업무상 사고 2건 이하 달성
<ul style="list-style-type: none"> <li>법규 변경/입법예고사항 수시 모니터링</li> <li>업무환경 변화에 따른 추가적용 법규 검토</li> <li>반기별 법규 준수평가 실시 및 이행상태 보고</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>고위험장소(스튜디오, 물류센터) 정기점검 및 외부전문기관 합동점검 실시</li> <li>고위험기계기구(자개차, 컨베이어, 고소작업대 등) 체크리스트 제작 및 점검 일상화</li> <li>밀폐공간 정기적 구조훈련</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>조직/협력사별 위험성평가를 통한 사전 유해위험요인 파악, 개선</li> <li>사고발생 시 철저한 재발방지대책 수립 및 적용</li> <li>동종/유사업종 사고사례 분석, 전파 교육</li> <li>협력사 협의체/합동점검 실시</li> <li>공사업체 안전작업허가제도 적용</li> </ul>

### 안전보건 전담조직



### 현대홈쇼핑 4대 필수 안전 수칙



### 안전보건 경영 활동

#### 산업안전보건위원회 운영

산업안전보건법에 따라 사용자위원 9명과 근로자위원 9명으로 구성된 산업안전보건위원회를 운영하고 있습니다. 위원회는 매 분기별 안전보건 관련 각종 활동 및 주요 사안에 대한 심의와 의결을 진행하며, 회의 결과는 사내게시판 또는 이메일을 통해 임직원에게 공유하고 있습니다.

#### 안전보건경영시스템 인증 추진

현대홈쇼핑은 선제적으로 사업장 내 위험과 산업재해를 예방하기 위해 노력하고 있습니다. 업계 최초로 국제표준인 안전보건경영시스템 (ISO45001) 인증 취득을 목표로 하고 있으며, 2022년 내 최초 심사 진행 및 인증 예정입니다.

#### 중대재해처벌법 대응

2022년 1월 27일부터 중대재해처벌법이 시행됨에 따라 당사는 선제적으로 대응 활동을 진행했습니다. 2021년 8월, 현 수준 파악을 위한 현장 및 서류 이행상태 특별점검을 실시하였고, 대형 법무법인 세미나 참석 및 관련 업체 수시 모니터링을 통해 중대사고 발생 예방 활동을 계속해 나가고 있습니다.





## 안전보건 리스크 관리

### 안전보건 관리체계 수립

현대홈쇼핑은 2021년, 산업안전보건법상 요구되는 회사 경영방침 및 관리규정을 제정하고, 업무와 세부지침을 위한 가이드를 마련했습니다. 또한 협력사를 포함하여 안전보건 업무별 상세 운영 기준 및 관리 기준을 마련하여 체계적으로 안전보건 현황을 파악하고 위험 요인을 밀착 관리하고 있습니다. 그 외에도 위험상황 발생 시 작업 거부권을 보장하고 있으며, 안전보건 관리체계에 따라 사고조사를 실시하고 있습니다.

2022년에는 공사업체 외주작업 안전관리 체계를 확립하고, 산업안전보건법, 위험물법, 화학물질관리법 준수를 위한 화학물질 사전허가절차 수립을 통해 사내 안전보건 수준을 강화하고자 합니다.

### 현장위험요인 발굴 및 개선 활동

현대홈쇼핑은 전 사업장과 사내 협력사를 대상으로 연 1회 정기 위험성평가를 실시하고, 공정/작업의 변경 또는 중대한 사고 발생 시 수시평가를 실시하고 있습니다. 2021년에는 고위험작업과 설비 점검 및 정례화를 통해 현장 위험요인을 파악하고 개선했습니다. 또한 협력사 자체 순회점검(주 1회)과 원하청 합동점검(분기 1회)를 실시하여 수평적인 안전보건활동을 전개하고 있습니다. 당사는 2022년 4월 정기 위험성 평가를 실시하였고, 발견된 위험요인의 위험성 수준과 감소대책 우선순위에 따른 종합 대책 수립을 완료하였습니다.

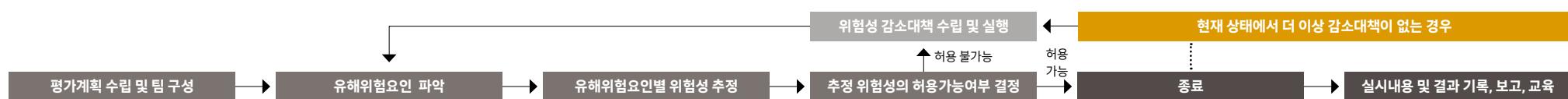
### 협력사 안전보건 관리\*

현대홈쇼핑은 사내 협력사 12개 사와 유기적인 안전보건 체계 구축을 통해 산업재해를 효과적으로 예방하고 있습니다. 2022년 사내 협력사 대표 및 안전 담당자를 포함한 안전보건 공생협력단을 조직하고, 유기적인 원하도급 간 안전보건 체계를 구축하였습니다. 아울러 협력사 임직원의 안전 수준을 향상하고 산업 재해 발생 예방을 위해 협력사 안전보건 협의체를 월 1회 정기 운영하여 안전보건 관련 위험성평가 및 개선을 지원하고 의견을 수렴하고 있습니다. 또한 정기적인 작업장 순회 및 합동점검과 연 2회 '도급업체 안전보건평가

### 2022년 사업장 주요 위험 수준별 파악 현황

구분	단위	높음	보통	낮음	합계
현대홈쇼핑	개	-	6	42	48
협력사	개	5	62	128	195
합계	개	5	68	170	243

### 위험성 평가 프로세스





구분	단위	2019	2020	2021
<b>고객 안전보건</b>				
제품/서비스의 안전보건 영향 관련 위반 건수	건	0	0	<b>0</b>
제품/서비스 정보 및 표기 위반 건수	건	0	0	<b>0</b>
마케팅 커뮤니케이션	행정지도 <sup>2)</sup>	건	16	14
관련 규정 위반 건수 <sup>1)</sup>	법정제재 <sup>3)</sup>	건	4	4
<b>사업장 안전보건</b>				
산업재해 수	건	1	0	<b>0</b>
산업재해율 <sup>4)</sup>	%	0.1	0	<b>0</b>
업무상 사고 재해 발생 건수 <sup>5)</sup>	임직원	건	1	0
	협력사	건	1	1
업무상 사고 재해 사망 건수	임직원	건	0	0
	협력사	건	0	0
업무상 질병 발생 건수	임직원	건	0	0
	협력사	건	0	0
업무상 질병 사망 건수	임직원	건	0	0
	협력사	건	0	0
근로손실재해율(LTIR) <sup>6)</sup>	임직원	-	0.1	0
	협력사	-	0.09	0.11
안전보건 교육	채용 시 교육 인원	명	126	136
	정기 교육 인원	명	991	972
협력사 안전보건 협의체 운영 횟수	건	12	12	<b>12</b>

1) 홍쇼핑 라이브 채널, 데이터 방송 채널 방송심의 규정 위반 제재 건

2) 위반 정도가 경미하여 제재조치를 명할 정도에 이르지 않는 경우, 의견제시 및 권고 사항

3) 방송평가에 감점으로 반영되는 제재조치로 1점부터 10점까지 제재조치 간별 점수 상이함

4) 근로복지공단 산업재해 승인 건수 기준, 출퇴근재해 포함. (산업재해 수/총 임직원 수)x100

5) 근로복지공단 산업재해 승인 건수 기준, 출퇴근재해 제외(사고 유형: 전도 사고, 지게차 충돌 사고)

6) (총 근로손실재해 건 수/총 근로시간 )x 200,000(근로자 수는 해당년도 연말 기준, 근로시간 주 40시간x52주)

# 정보보호 및 개인정보보호

## 정보보호 관리체계

현대홈쇼핑은 정보보호 관리규정 및 정보보호 실무지침, 개인정보보호실무지침을 기준으로 정보보호 및 개인정보보호 활동을 수행하고 있습니다. 2021년에는 정보보호 정책개정을 통해 대외 요구사항을 반영하고 정보보안을 강화했습니다. ISMS-P 인증 유지를 통해 당사 활동이 인증기준에 적합함을 증명하고 있으며, 관리적/기술적 취약점을 사전에 진단하고, 모의 해킹 등을 통해 리스크 예방 조치를 하고 있습니다.

**2021년 현대홈쇼핑의 목표는 정보보호 위반 민원 발생, 개인/기업정보 유출 및 도난 사고 발생, 데이터 침해 건수 발생 ZERO화로 사전 예방을 통해 목표 달성을**

## 운영지표 관리 및 보고 체계 개선

현대홈쇼핑은 정기적으로 수행하는 정보보호 운영 지표를 통합하여 종합적이고 효율적인 관리 체계를 수립하기 위해 정보보호 운영 지표 관리와 보고 체계 개선을 수행했습니다. 먼저 보안 수준 강화를 위해 관리체계를 수립하고, 보호대책 요구사항, 개인정보 처리 단계별 요구사항을 102개의 점검 항목으로 체계화했습니다. 둘째, 컴플라이언스 준수를 위해 유사 건과 중복 항목을 삭제하여 항목별 수행 부서를 재분장하고 주관부서를 일원화 시켜 보고 체계를 단일화했습니다.

## 정보보호 및 개인정보보호 인증

현대홈쇼핑은 ISMS, PIMS 인증이 ISMS-P\* 인증으로 통합된 후 2020년에 ISMS-P 신규인증을 최초로 획득하였으며, 2022년에는 사후 인증 심사를 진행할 예정입니다. 당사는 ISMS에 부합하는 관리체계를 기반으로 5가지 통합 정보보호 운영 지표를 정기적으로 점검하며, 점검 항목 체계화 작업을 통해 사내 보안 수준을 강화하고 있습니다.

\* ISMS-P 인증: 정보보호 및 개인정보보호를 위한 일련의 조치와 활동이 인증기준에 적합함을 인터넷진흥원 또는 인증 기관이 증명하는 제도

## ISMS-P 인증 유효기간

인증 유효기간	비고
2020.04-2021.04	최초 인증
2021.04-2022.04	1차 사후 인증
2022.04-2023.04	2차 사후 인증



ISMS-P 인증서

## 정보보호 조직체계

현대홈쇼핑은 대표이사 직할의 독립적인 역할을 부여한 조직체계를 구축하여 전사적으로 정보보호 활동에 대한 종합적이고 고도화된 관리·감독을 실시하고 있습니다. 정보보호최고책임자(CISO)는 정보보호 관련 지식을 갖추고 있으며, 정보보호위원회는 정보보호 및 개인정보보호와 관련된 정책 및 지침을 수립하고 주요 사안들에 대한 의사결정을 진행합니다. 또한 정보보호실무위원회에서는 부서별 정보보호 담당자와 실무자들이 위원회의 논의사항을 실무에 적용·반영하고, 부서별 요구사항 및 활동 결과를 보고하는 등의 역할을 수행하고 있습니다.

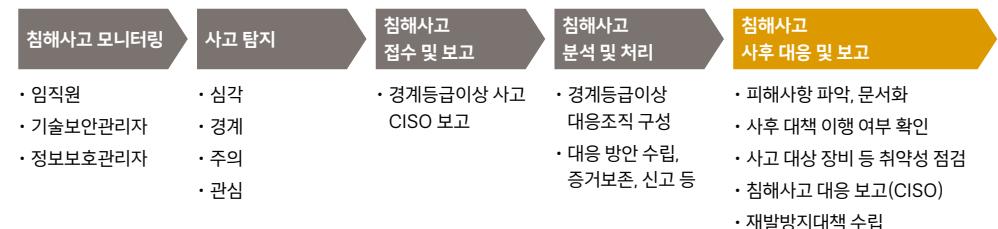
## 정보보호위원회



## 정보보안 침해사고 대응

정보보호실무지침에 따라 침해사고의 효과적 대응을 위해 정보보호최고책임자(CISO)를 중심으로 대응체계를 구성하고, 침해사고 시 구성원의 행동 요령을 포함하는 대응기준을 수립하고 있습니다. 정보보호 관련 조직은 실무지침 내 정보보안 사고 대응 프로세스에 따라 정보보안 침해사고에 대응하고 있습니다.

## 정보보안 사고 대응 프로세스



## 정보보안 리스크 관리

### 정보보안 리스크 예방

현대홈쇼핑은 정보보안 사고에 대한 선제적 대응을 위해 연 1회 정보보안 내부 감사를 비롯해 사내 위험평가 매뉴얼에 따른 전 영역 위험평가를 실시하고 있습니다. 또한 600개 협력사에 대한 정보보호 현장 관리 점검을 통해 전사적 사고 예방을 위해 노력했습니다. 협력사 관련 내용은 동반성장 활동 페이지에서 확인할 수 있습니다.

### 정보보안 위험평가

현대홈쇼핑은 위험평가 매뉴얼에 따라 매년 사내 전 영역 위험평가를 실시하고 있습니다. 위험평가 결과에 따라 고위험, 중위험, 저위험으로 구분하고 관리체계 취약점 27개 중 위험수용 항목을 제외한 위험조치 계획 22개를 수립했습니다.

### 사무실 보안 점검: 클린데스크

현대홈쇼핑은 사무실 보안점검 체크리스트에 따라 부서별 정보보호 실무자의 자체 점검을 정기적으로 진행하고 있습니다. 사무실 출력물 관리와 사무공간 등의 보안을 점검하였으며 부서별 미조치 인원은 정보보호 종합 평가지수에서 감점을 반영했습니다.

### Case

#### 내정보 지킴이 캠페인

개인정보보호위원회와 한국인터넷진흥원과 협력하여 일상생활 속 개인정보보호 실천문화를 확산하기 위해 당사 고객, 임직원을 대상으로 '내정보 지킴이 캠페인'을 진행했습니다. 로비, 승강기 앞 그리고 협력사 상담실 내에 포스터 내정보 지킴이 포스터를 게시하고, 개인정보보호수칙과 정책 등을 담은 카드뉴스 메일 발송을 통해 임직원의 캠페인 참여를 독려했습니다. 아울러 당사 정보보호 활동에 대한 고객 신뢰 향상을 위해 현대 Hmall 내 캠페인 홍보 배너를 노출하고, SB (Station Break)방송으로 개인정보보호 애니메이션을 60회 이상 송출했습니다.

### 정보보안 내부감사

내부 정보보호관리자는 정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증 기준, 정보보호 관리규정 및 실무지침을 기준으로 내부감사를 수행하여야 합니다. 현대백화점그룹의 2021년 정보보안 감사결과에 따라 도출된 보완조치사항 7개에 대해 100% 이행조치를 실시했습니다.

현대홈쇼핑은 앞으로도 체계적인 리스크 관리 활동을 통해 고객 정보 보호에 최선을 다하겠습니다.

### 근무환경 보안 강화

코로나19로 인해 전 직원 및 상담원 원격 근무 환경을 구성하고 보안을 강화하기 위해 2020년 7월 VPN 솔루션을 구축했습니다. 해당 솔루션은 노트북 반출 시 외부 악성코드 감염 위험을 예방하기 위한 기술 보안 시스템으로 SSLVPN 접속 전 인터넷 및 유해사이트 접속 차단을 적용했습니다. 전 직원 2차 인증(OTP)을 적용하여 사내 시스템의 접근 보안을 강화했습니다.



### 정보보호 내재화

#### 정보보호 교육

현대홈쇼핑은 전체 임직원과 고객센터 상담사 및 협력사를 대상으로 정보보호 교육을 시행하여 전 사업장에 걸쳐 정보보호 의식을 내재화하고 있습니다. 정기 교육은 매년 1회 진행되며, 수시 교육은 임직원, 상담사 입사 시, 협력사 신규 입점 시 그리고 위반사항 발생 시 진행되고 있습니다. 또한 정보보호 담당자의 경우 직무 역량 강화를 위해 별도 직무 교육을 추가로 진행하고 있습니다. 모의침해 훈련을 통한 위규자 발생 시에는 위반사항 예방을 위한 교육을 수시 실시하고 있으며, 교육 후 재발방지 서약서 제출을 통해 보안 의식을 제고하고 있습니다.

#### 정보보호 교육 현황

구분	단위	2019	2020	2021
		교육 시간	시간	1
임직원	참여 인원	명	991	972
	총 교육 횟수	회	1	1
	교육 시간	시간	32	4
정보보호 담당자	참여 인원	명	1	10
	총 교육 횟수	회	1	1
	교육 시간	시간	1.5	1.5
상담사	참여 인원	명	1,129	1,028
	총 교육 횟수	회	2	2

### 고객 개인정보 관리

현대홈쇼핑은 개인정보 보호법에 따라 고객이 홈페이지 내에서 개인정보 수집 및 이용 현황, 개인정보의 처리 위탁, 개인정보의 제3자 제공 내용 등을 확인할 수 있도록 하며, 고객 또는 자격을 갖춘 대리인이 당사 홈페이지에서 개인정보 열람을 신청할 수 있게 하고 있습니다. 개인정보 열람요청 시 접수 10일 이내 결과를 회신 받을 수 있습니다.

#### 고객 개인정보 열람 프로세스



구분	단위	2019	2020	2021
<b>정보보호</b>				
개인정보 위반 및 불만 접수 건수 <sup>4)</sup>	건	0	0	<b>0</b>
데이터보안 및 사이버보안 사고 건수	건	0	0	<b>0</b>
임직원 교육	교육 시간	시간	1	1
	교육 인원	명	991	972
정보보안담당자 교육	교육 시간	시간	32	4
	교육 인원	명	1	10
				<b>11</b>

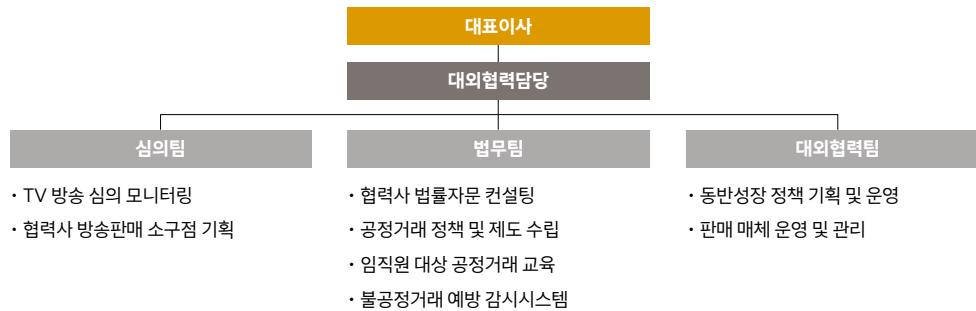


## 동반성장 활동

### 동반성장 추진 체계

공정하고 투명한 거래질서를 확립하고 협력사와 상생 파트너십을 구축하기 위한 '대외협력담당' 사업부를 두고 산하의 법무팀, 심의팀, 대외협력팀이 공정거래 및 동반성장 제반 업무를 전담하고 있습니다.

#### 동반성장 조직



### 동반성장 제도

#### 자금 지원

##### 대금 지급일 단축

협력사의 원활한 자금 운용을 위해 대금지급일을 업계 최단 기간으로 조정했습니다. 모든 입점 업체에게 마감 5일 이내(영업일 기준) 모든 대금을 지급하고 있으며, 이는 연간 약 6천억 원 상당의 자금 지원과 동일한 효과입니다.

#### 금융 지원

시중 4개 은행(기업, 우리, 신한, 농협)과 연계하여 중소협력사를 위한 상생펀드를 조성해 시중금리 대비 최대 1% 이상의 대출금리 할인을 지원하고 있습니다. 또한 금융권 대출과 별개로 보증보험 입보 하에 당사의 상생협력 자금을 활용하여 연간 122억 원 규모의 무이자 대출 지원 제도를 함께 운영하여 협력사의 재정 부담 완화를 돋고 있습니다.

##### 대금 지급일 업계 최단기간 지급

10일 ▶ 5일

##### 상생펀드 조성

400 억 원

##### 무이자 대출 지원

연 122 억 원

#### 소통

##### 파트너십 강화 프로그램 운영

현대홈쇼핑은 협력사와의 상생경영 시스템을 바탕으로 지속 성장 체계를 구축하고 소비자의 권익을 증진하고자 합니다. 협력사에 자금, 상품개발, 판로 등의 물적 지원과 더불어 각종 간담회와 설문조사 등을 통해 협력사와 긴밀하게 소통하며 상생 협력을 위한 노력을 지속하고 있습니다.

##### 중소기업 신규 지원 정책 설문조사

현대홈쇼핑은 중소기업을 지원하기 위한 신규 지원 정책 수립 시 협력사를 대상으로 설문조사를 실시하고 있습니다. 협력사의 애로사항 및 요청사항을 청취하고 이를 신규 사업에 반영하여 보다 실질적인 지원을 제공하고자 노력하고 있습니다.

#### 복지 및 경영지원

현대홈쇼핑은 코로나19 장기화 등으로 어려움을 겪고 있는 국내 중소협력사에 보다 실효성 있는 복리후생을 지원하고자 다양한 제도를 운영하고 있습니다. 또한 협력사의 경쟁력 강화를 위해 품질연구소 주관 협력사 관리 역량 향상 교육을 진행하고 있습니다.

##### 임직원 자녀 학자금 지원

거래 관계에 있는 중소협력사 임직원의 생활 안정을 위해 정기적으로 자녀 장학금을 지원하고 있습니다. 협력사 임직원의 유치원, 초·중·고등학생, 대학생 자녀 1인당 1백만 원(협력사별 최대 5백만 원)의 교육비를 지원합니다.

##### 협력사 임직원 복지 지원

협력사 임직원 복지 향상 및 농촌지역 활성화를 위해 연간 80개 사(협력사 별 1백만 원)에 농촌사랑 상품권을 지급하고 있습니다.

#### 협력사 임직원 자녀 장학금 전달



2021 협력사 임직원 자녀 장학금 전달식

## R&D 지원

### 신규 협력사 지원 패키지 '히든챔피언 스케일업' New

'히든챔피언 스케일업'은 상품 경쟁력을 뛰어나지만 재정적 어려움을 겪고 있는 신규 입점 중소기업에 대한 체계적인 지원을 통해 우수 협력사를 육성하는 패키지형 종합 지원 프로그램입니다. 사업 대상으로 선정된 협력사를 대상으로 홈쇼핑 진출과 상품 경쟁력 강화를 위한 R&D 비용, 방송 판매에 활용되는 인서트 영상 제작 비용, 판촉 비용 및 방송 비용을 종합적으로 지원하고 있습니다. 2021년에는 총 15개의 협력사를 지원하였으며, 2022년에는 총 30개 사로 지원 규모를 확대할 예정입니다.



히든챔피언 스케일업 지원금 전달식



### 생산성혁신 파트너십 지원

현대홈쇼핑은 방송거래 중소협력사의 제품 디자인 개선 리뉴얼과 론칭 예상 상품의 포장용기 디자인 개발을 통해 상품 경쟁력을 강화하기 위한 컨설팅을 지원하고 있습니다. 또한 시제품 제작을 위한 금형, 임상 및 품질 시험에 이르기까지 상품 개발에 필요한 비용을 지원하고 있습니다.

## Case

### 산업 특화 동반성장 모델: 인서트 영상 제작 지원

홈쇼핑 방송판매에 필수적인 인서트 영상 제작비용을 지원하여 중소 협력사의 방송 진입 부담을 경감시키고 실효성 있는 중소기업 판로를 지원하고자 합니다. 현대홈쇼핑의 비용 지원으로 인서트 영상 제작이 완료되면, 방송판매 연계를 통해 중소기업 상품의 소구력 강화와 매출 증대 효과를 기대할 수 있습니다.

### 2021년 지원 금액

**6.3 억 원**



인서트 제작 지원 수혜 협력사 상품 영상

## 국내외 판로지원

### 무료 방송 지원

현대홈쇼핑은 유망 중소기업 상품을 발굴하기 위해 중소벤처기업부와 MOU를 체결하고 무료 방송 및 방송 수수료 지원을 확대 운영하고 있습니다. 지역별 유망 중소기업 상품, 중소기업유통센터와 연계하여 발굴된 중소기업의 상품 등을 홈쇼핑에서 판매하도록 지원하고 있으며, 중소기업의 재고 부담을 덜어주기 위해 상생 온에어 지원 프로그램을 운영합니다. 또한 '히든챔피언 스케일업'에 선정된 기업을 대상으로 방송 수수료를 지원하여 중소협력사의 국내 판로를 지원하고 있습니다.

### 2021년 무료 방송 시간

**16,245분**

\* 라이브방송: 10,065분 / 데이터(녹화)방송: 6,180분

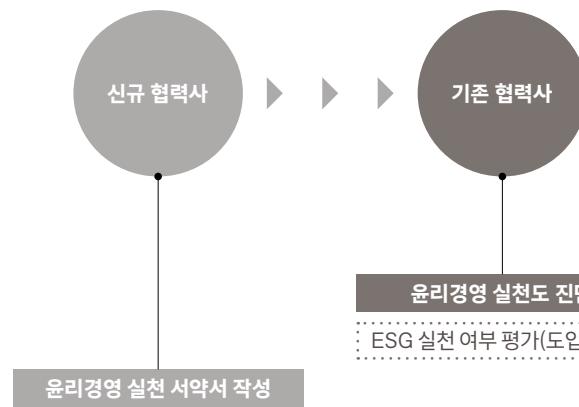
지역중기 특별전	1사 1명풀	상생 온에어	히든챔피언 패키지
지역별 유망 중소기업 상품 방송 지원	종기유통센터 연계 신규상품 방송 지원	중소기업 재고 부담 경감 방송 지원	히든챔피언 스케일업 선정기업 방송 지원

### 해외 판로 개척

현대홈쇼핑은 해외 진출에 대한 의지가 있으나 자금 및 해외 방송 노하우가 없어 어려움을 겪는 중소 협력사에게 해외 판로 개척을 지원하고 있습니다. 중소협력사가 해외 진출을 통해 수익을 창출하고 지속 성장할 수 있도록 현대홈쇼핑의 해외법인과 네트워크를 활용하여 해외 온라인/방송 판매를 지원하며, 당사 브랜드사업 CIC와 협업하여 인기 상품군 분석을 바탕으로 해외 수출에 적합한 상품 컨설팅을 제공합니다. 또한 마케팅 등 해외 방송 판매에 필요한 실질적인 비용 지원 및 현지 벤더와의 네트워킹 지원, 수출입 통관 노하우 공유, 현지 마케팅 정보 제공 등 협력사의 성공적인 해외 진출을 위한 다방면의 지원을 아끼지 않고 있습니다.

## 협력사 ESG 강화 활동

### ESG 리스크 관리 체계



### 협력사 정보보호 관리

현대홈쇼핑은 고객 개인정보보호를 강화하기 위해 동업계 공동점검 사업 참여를 통한 협력사 현장점검과 당사 개인정보보호위원회의 점검 항목을 기반으로 서면 자율점검을 실시하고 있습니다. 2021년에는 현장점검에 600개 협력사가 참여하였으며, 온라인 교육 강좌를 통해 5,525개의 협력사가 자율점검에 참여했습니다. 또한 협력사 대상 정보보안 유의사항에 대한 교육을 온라인으로 상시 운영하여 2021년 1,333명이 수강을 완료하였으며, 코로나19 상황에 따라 신규 협력사와 정보보호 위반 협력사를 대상으로 한 오프라인 교육도 재개하여 실시할 예정입니다.

### 협력사 정보보호 점검 및 교육

구분	시행주기	단위	2019	2020	2021
현장점검 대상	연중 상시	개 사	850	720	600
자율점검 대상	7개월	개 사	5,024	5,367	5,525
온라인 교육 수강 인원	상시	명	1,861	1,223	1,333

### 협력사 친환경 역량 제고

현대홈쇼핑은 협력사의 ESG 리스크를 최소화하면서 지속가능한 동반성장을 이룰 수 있도록 2022년 연내 협력사 대상 친환경 정책 및 목표 수립을 계획하고 있습니다. 기존에 진행 중인 품질 관리 및 공장 감사 활동을 기반으로 보다 체계적인 협력사 친환경시스템을 구축하여 향후 제품 환경성 및 안정성을 더욱 엄격히 관리해 나가고자 합니다.

#### 친환경 정책 및 목표 범위

폐기물 및 대기 배출 환경 법률 준수 화학물질 취급 관리 친환경 관리 시스템 구축

### 협력사 품질&심의 관리

현대홈쇼핑은 방송 판매 전 내부 QA 및 심의절차를 통해 상품 품질 및 판매 목적의 표현들에 대한 검증을 완료한 후 상품을 판매하고 있습니다. 품질관리 역량과 전문성을 강화하고자 당사 품질연구소 및 전문 교육 업체를 통해 정기적으로 협력사에 QA 교육을 진행하며, 품질관리를 위한 컨설팅, 위탁 점검 등의 다양한 지원활동을 운영하고 있습니다. 협력사 대상 심의 교육 콘텐츠는 협력사 시스템 내 게시하여 상시 시청할 수 있도록 지원하고 있습니다.

### 2021년 협력사 대상 QA 교육 과정

차수	내용	구분
1차수	섬유 기능성 시험방법 및 표시광고법	패션
2차수	환경성 표시광고 관리 제도 및 사례의 이해	생활
3차수	화장품 임상시험 트렌드 및 표시광고	미용
4차수	포장재 제도 및 과대포장 사례	생활
5차수	화장품 안전관리 기준 및 표시광고 세미나	미용
6차수	겨울철 난방용품 안전 및 품질관리	생활
7차수	패션상품 시험 기준서 이해	패션



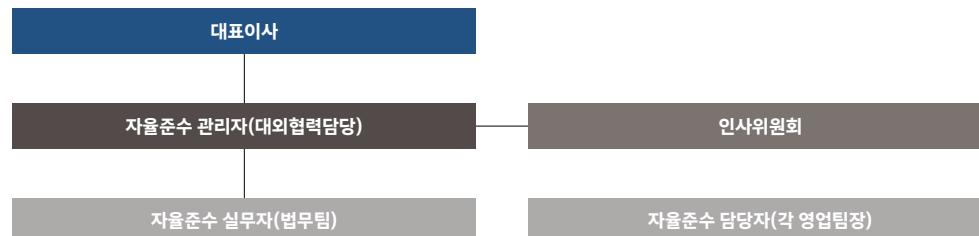
## 공정거래

### 공정거래 자율준수

현대홈쇼핑은 공정하고 투명한 거래질서 확립을 위해 대외협력담당 상무를 공정거래 자율준수 관리자로 임명했습니다. 공정거래 자율준수 관리자는 임직원의 공정거래 인식 제고, 공정거래 관련 제도 개선, 임직원의 공정거래 관련 법 위반 사항 상시 점검 등의 역할을 수행하고 있습니다. 아울러 자율준수 관리자의 책임하에 실제 업무수행에서 발생 가능한 법 위반 사항 가이드인 공정거래 자율준수 편람을 작성하고, 전 임직원에게 이를 업무지침서로서 활용하도록 배포 및 공개하고 있습니다. 또 인트라넷(H-ART) 내의 공정거래 자율준수 게시판을 통해 공정거래 관련 정책 및 이슈 등을 임직원에게 상시 공유/안내하여 준법 의식을 강화하고 있습니다.

- 공정거래 내부규정
- 공정거래 자율준수편람

### 공정거래 자율준수 조직도



### 불공정 거래 예방 시스템



공정거래 자율준수 웹툰  
사내게시

### 협력사 공정거래 강화

현대홈쇼핑은 모든 협력사를 존중하며 상호협력을 통한 공동발전을 추구합니다. 또한 당사와 협력사는 상호 신뢰·소통·이해를 바탕으로 한 상생 파트너로서 공정거래를 기업경영의 중요한 요소로 인지하고 투명한 거래 질서를 확립하고자 노력하고 있습니다. 당사는 협력사 선정 시 공개 입찰을 통해 입점에 대한 공정한 기회를 부여하며, 협력사와의 신규거래 및 재계약 시 공정거래 내부규정에 명시된 기준과 절차를 준수하고 있습니다.

### 공정거래 업무 기준 확립

공정한 거래질서 확립을 위해 2021년 9월『공정거래 자율준수 편람』내 최신 법 위반 사례 등을 반영하였고(4차 개정), 2022년 5월에는『공정거래 내부규정』내 경영정보 제공 요구행위 등의 기준을 신설하였습니다(3차 개정).

### 직매입 반품 프로세스 강화

직매입 상품의 부당반품 행위를 사전 예방하여 협력사와의 공정거래를 강화하고자 반품 계약 시 공정거래 부서의 승인 절차를 추가하였습니다.

### 불공정 거래 및 윤리경영 위반 신고채널

현대홈쇼핑 임직원, 고객, 주주 등 이해관계자 누구든 각종 부당행위 및 위법사항을 발견할 경우 불공정거래 신고센터 또는 CEO 핫라인을 통해 이를 신고할 수 있습니다. 자율준수 담당자는 접수되는 모든 사항에 대해 철저한 비밀 유지를 보장하고 있으며, 내부 절차에 따라 관련 임직원 징계, 협력사 피해보상 등의 조치를 통해 최대한 공정하고 신속하게 위반 사항을 해결하고 있습니다.

### 당사 규정 주요 불공정 거래 행위

#### 주요 상담 및 신고내용

- 사은품, 경품행사, 적립금행사, 할인행사 등 판촉행사 시행 시 당사의 부당한 비용전가
- 당사 직원에 의한 부당한 강요행위(예: 금품, 상품, 유흥 등의 제공 요구)
- 당사의 하위 또는 부당한 표시광고
- 기타 공정한 경쟁을 저해한다는 의심이 드는 행위



구분	단위	2019	2020	2021
<b>협력사 관리</b>				
전체 협력사 수 <sup>2)</sup>	개	5,535	5,590	<b>5,832</b>
신규 협력사 수	개	1,160	946	<b>1,154</b>
주요 협력사 수 <sup>3)</sup>	개	165	204	<b>211</b>
주요 협력사 구매금액(직매입액)	백만 원	132,676	153,900	<b>162,166</b>
협력사 자금지원(대출 및 상생펀드 운영)	백만 원	51,000	50,500	<b>52,200</b>
협력사 동반성장 지원금액	백만 원	1,311	2,351	<b>2,644</b>
사업별	R&D지원	백만 원	521	771
	판로지원	백만 원	200	700
	복지 및 경영지원	백만 원	590	880

1) 중복 참여 인원 포함

2) 매출발생 기준: 취소반품으로 매출 0원인 협력사 포함

3) 납품 계약 1월 이상인 직매입 협력사 수

4) 신규 R&amp;D 지원활동 신설하여 전년도에 비해 지원금액 증가

구분	단위	2019	2020	2021
<b>반부패 위반 현황</b>				
불공정거래 신고 및 해결	제보	건	6	<b>6</b>
	이의제기	건	2	<b>1</b>
	컴플레인	건	6	<b>5</b>
경쟁저해 및 독과점 금지 위반	해결 건수	건	14	<b>12</b>
	계류 소송	건	2	<b>1</b>
	독과점 금지 위반	건	3	<b>2</b>

주제	No.	보고사항	페이지	비고
<b>기업 지배구조</b>				
GRI 419: 사회경제 컴플라이언스 2016	419-1	사회적, 경제적 영역의 법률 및 규제 위반	83-84	사업보고서 269-299

# 감사합니다.

본 요약보고서는 한국거래소가 기업이 공시한 지속가능경영보고서 중 주요 사항을 발췌하여 제공하는 것입니다.  
한국거래소는 본 요약보고서의 비침해성 또는 특정 목적에 대한 적합성을 보증하지 않으며, 정보의 오류·지연·누락 등에 대해  
법적·경제적 책임을 지지 않습니다. 지속가능경영보고서의 세부내용은 반드시 기업이 공시한 원보고서를 확인하시기 바랍니다.