emart

2021 SUSTAINABILITY REPORT

이마트 2021 지속가능경영보고서

ABOUT THIS REPORT

보고서 개요

본 보고서는 이마트의 첫 번째 지속가능경영보고서입니다. 본 보고서에는 지속가능경영에 대한 이마트의 마음가짐, 경제·사회·환경적 활동과 성과, 이해관계자와의 소통 과정 등이 담겨져 있습니다. 이마트는 지속가능경영 요소가 우리사회 전반에서 더 나은 미래를 위한 삶의 일부로 받아들여지기를 바라며, 본 보고서를 통해 이마트의 지속가능경영에 대해 이해관계자들과 소통하고 함께 실천해 나아가고자 합니다.

보고 기간

본 보고서의 정량적 데이터는 2021년 1월 1일부터 2021년 12월 31일까지의 활동을 담고 있으며, 이해관계자의 이해를 돕기 위하여 가능한 한 최근 3년간의 변화를 공개하고자 하였습니다. 정성적 활동은 2021년 1월부터 2022년 4월까지의 활동을 주로 공개하되, 첫 번째 보고서임을 감안하여 지금까지의 주요 지속가능경영 활동을 요약 정리하여 담았습니다.

작성 기준

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

보고 범위

본 보고서의 주요 데이터 공개 범위는 이마트의 국내 전 사업장(138개 할인점, 20개 트레이더스, 전문점)을 대상으로 하며, 이는 전체 매출 대비 100%에 해당합니다. 정성적 데이터는 일부 미국, 베트남 등 해외 사업장의 특이사항을 함께 공개하고 있으며, 그 외 보고범위에 주의가 필요한 사항에 대해서는 해당 항목에 별도의 설명을 기재하였습니다.

보고서 검증

본 보고서는 보고서의 신뢰성 확보를 위해 이마트와 이해관계가 없는 제3자 검증기관인 한국표준협회를 통해 검증을 진행하였습니다. 검증기준은 AA1000AS v3를 따르고 있으며 자세한 사항은 Appendix의 제3자 검증의견서를 참고해 주시기 바랍니다.

2021 SUSTAINABILITY REPORT

1.0 SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS

22 상품 지속가능성 이니셔티브
27 노브랜드 상생스토어
30 거버넌스 강화

2.0 INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY

33 지속가능경영 전략
35 중대성평가
37 이해관계자 소통

3.0 SUSTAINABILITY PERFORMANCE

39 환경경영
55 지속가능상품
70 동반성장
89 사회책임

4.0 APPENDIX

105 이마트 DATABOOK
122 GRI CONTENT INDEX
126 SASB INDEX
127 UN SDGs
129 온실가스 검증의견서
130 가입협회 및 수상내역
131 제3자 검증의견서
133 보고서 제작에 도움을 주신 분들

ABOUT EMART

4 CEO 메시지
6 CSO 메시지
8 Company Overview
14 Business Overview

INTERACTIVE USER GUIDE

표지 페이지로 이동
목차 페이지로 이동
이전 페이지로 이동
다음 페이지로 이동
직전 페이지로 이동
보고서 내 연관 페이지로 이동
추가 정보 확인을 위한 팝업 또는 링크 제공

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

CEO'S MESSAGE

이마트에는 경계도, 한계도 없습니다.

온·오프라인 경계를 허물고
서비스의 한계를 허물어
소비와 가치창출이 공존할 수 있도록,

이마트는 유통시장의 지속가능한 내일을
만드는 일에 집중하고자 합니다.

주식회사 이마트
대표이사 강희석

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

CEO'S MESSAGE

고객, 주주, 임직원, 그리고 협력사 여러분, 항상 저희 이마트에 많은 관심과 성원을 보내주셔서 감사합니다.

여러분의 지지에 힘입어 이마트의 지속가능경영 활동 성과와 앞으로의 계획을 담은 첫 번째 지속가능경영보고서를 발간하게 되었습니다. 이마트는 대한민국 최초의 대형마트로서 늘 혁신적인 시도를 거듭해왔고, ESG 분야에 있어서도 1999년 윤리경영을 선포한 이래 사명과 책임감을 갖고 누구보다 앞선 변화를 이끌어 왔습니다. 이에 본 보고서에서는 고객, 주주, 임직원, 협력사, 지역사회, 그리고 지구환경을 위해 이마트가 추진해온 지속가능경영 활동을 이해관계자 여러분과 공유하고자 합니다.

2021년은 COVID-19 장기화에 따라, 고객의 비대면 소비 일상화, 다중 이용시설 기피 등으로 오프라인 유통에는 불리한 경영환경이 지속된 한 해였습니다. 그러나 이마트는 혁신적인 투자와 ESG 경영 역량 강화를 추진하며 질적, 양적 성장세를 이어가는데 성공하였습니다. 이 같은 성장의 배경에는 경계도, 한계도 없는 이마트의 도전정신과 책임감이 있습니다.

이마트는 2021년 고객을 더욱 섬기는 마음으로 기존 사업을 새롭게 정비하여 턴어라운드 프로그램을 성공시켰습니다. 온라인과 오프라인의 경계를 허무는 매장 공간효율화와 대형 PP센터 확대로 온·오프라인 완성형 에코시스템 플랫폼을 구축하기 위한 기반을 다졌습니다. 또한 지마켓글로벌을 새로운 가족으로 맞이하여 디지털 대전환을 통한 '신세계 유니버스'의 구축에 새로운 전기를 마련하였습니다.

내부적으로는 전사적인 ESG 경영 추진을 가속화 하기 위해 이사회 산하에 ESG위원회를 신설하였고, 지속가능경영 체계의 기반을 구축하고자 지속가능혁신센터를 출범시켰습니다. 또한 전 인류의 공동과제인 기후변화 대응과 탄소중립에 동참하고자 전사적인 ESG경영 진단을 실시하고 가치사슬 전반에서 이마트의 ESG 리더십을 확보할 수 있는 방안에 대한 연구를 진행하고 있습니다. 그 결과 한국기업지배구조원에서 발표하는 ESG 평가에서 2021년 환경 A등급, 사회 A+등급, 지배구조 A등급으로 종합평가 A등급을 받으며 ESG리더십을 인정받았습니다.

2022년 이마트는 온·오프라인 채널의 완성, 고객 기반 사업체계 확대, 물류 인프라 확충 등 사업역량을 더욱 강화하되, 이 모든 과정에서 환경부하를 줄이고 사회적 책임을 다하며 지배구조의 투명성을 높이는 지속가능경영을 추진하고 있습니다. 또한 가치사슬 전반에서 소비와 가치창출이 공존하는 성공의 경험을 이해관계자 여러분 모두와 함께 할 수 있도록 준비하고자 합니다.

존경하는 이해관계자 여러분,

경계와 한계를 허무는 이마트의 끊임없는 도전과 혁신을 바탕으로 이해관계자 모두가 성과와 가치를 나눌 수 있도록 변함없는 관심과 격려를 부탁드립니다.

감사합니다.

주식회사 이마트
대표이사 강희석

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

CSO'S MESSAGE

지구의 내일을 우리가 함께
emart tomorrow

이마트의 지속가능경영은
우리 모두가 주인공입니다.

고객의 가치 소비를 제안하고
협력사와 동반성장을 일구고
지역사회의 지속가능한 내일을 지원하며
이마트가 모두와 함께하는 지속가능한
내일을 준비합니다.

이마트 지속가능혁신센터
부사장 형태준

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

CSO'S MESSAGE

이마트의 지속가능경영은 혼자가 아닌 다 함께 실천하는 과정에서 그 진가를 발휘합니다. 혼자서만 잘하려면 빠르게 성과를 낼 수는 있겠지만 연결된 가치사슬 전체가 한 방향으로 움직여야 오래 가고 더 큰 움직임을 만들어낼 수 있다는 것을 그간의 경험으로 알고 있기 때문입니다. 그래서 이마트는 이해관계자들과 이야기를 나누고 전문가의 조언을 듣는 일을 게을리하지 않으며, 힘들고 오래 걸려도 누구나 납득 가능한 기준을 세우고 쉽게 동참할 수 있는 프로그램을 개발하는데 많은 투자를 하고 있습니다.

이마트가 WWF(세계자연기금)와 함께 업계 최초로 시작한 'PSI (Product Sustainability Initiative)' 프로젝트도 이러한 행보와 맥을 같이 한다고 볼 수 있습니다. PSI는 상품의 지속가능성을 가늠하고 판단하는 기준과 원칙 즉, 표준이 되는 유통업계의 '그린 택소노미(Green Taxonomy)'를 만드는 일입니다. PSI는 이마트가 유통하는 상품의 환경영향과 책임 있는 원재료 소싱에 대한 인증 여부를 묻고, 더 안전하고 건강한 상품, 보다 더 나은 포장에 대한 기준을 제시하고 평가하기 위한 가이드가 되어줄 것입니다.

이마트는 고객들이 ESG 실천을 직·간접적으로 경험할 수 있는 프로그램을 개발하여 ESG를 고려하는 사회문화 조성에도 기여하고 있습니다. 업계 최초로 친환경 쇼핑문화를 제안했으며, 전문기관과의 협업을 통해 플라스틱을 모아 우리 바다를 지키는 '가플지우(가져와요 플라스틱 지켜가요 우리바다)' 캠페인과 플라스틱 용기 사용을 줄이는 리필 스테이션 등의 프로그램을 운영하고 있습니다. 또한 구매금액 일부분이 식수개선 사업이나 지역사회 기부, 조림사업 등으로 이어지는 가치 소비, 고객들이 직접 요리봉사로 이웃사랑을 실천하는 피코크 봉사단 활동 등 쉽게 참여할 수 있지만 그 의미와 영향은 커다란 프로그램을 지속적으로 제안하고 있습니다.

이마트가 2016년부터 시작한 노브랜드 상생스토어 역시 지속적인 소통과 많은 연구 끝에 마련한 전례 없는 사회적 가치 창출 모델입니다. 전통시장 안에 노브랜드 매장이 입점하되, 전통시장 상인회와 손잡고 중복되는 품목은 피하고 부족했던 고객 편의시설은 늘려서 고객들이 전통시장을 찾아오는 변화의 구심점이 되고 있기 때문입니다. 여기에 더하여, 지역 청년 사업가들에게 이마트의 경영 노하우를 전달하고 상생스토어에 청년마차나 지역특산물 판매 코너를 마련하는 등 상생방안을 논의하면서 이제는 전통시장 상인회에서 먼저 상생스토어 입점을 문의할 정도로 전통시장과 대형마트의 동반성장 성공사례로 자리잡고 있습니다.

이마트는 오늘도 우리가 함께 만드는 지구의 내일을 고민하고 있습니다. 그리고 그 과정과 계획을 이해관계자와 공유하고자 이렇게 지속가능경영보고서를 발간하게 되었습니다. 앞으로 우리가 풀어야 할 숙제는 수없이 많지만 함께 고민하고 동참한다면 반드시 새로운 전환점을 찾을 수 있으리라 생각합니다. 이마트가 준비하는 지속가능한 내일에 이해관계자 여러분의 응원과 동참을 부탁드리겠습니다.

감사합니다.

이마트 지속가능혁신센터
부사장 형태준

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

COMPANY OVERVIEW

이마트는 1993년 1호점인 창동점을 개점한 이래, 고객의 행복하고 건강한 라이프스타일을 창조하는 대한민국 1등 할인점으로 성장해 왔습니다. 이마트는 사업 영역을 다각화하면서 단순한 유통기업을 넘어 고객의 라이프스타일 전반에 풍요로운 가치를 창출하는 기업으로 자리매김하고 있습니다. 이마트는 국내 할인점 역사상 최초의 자체 식품가공센터 오픈을 시작으로 축산물 가공센터, 농수산물 가공센터, 온라인 전용 물류센터 등 최초의 혁신을 거듭해 왔고, 체험형 가전전문점, 복합 식문화 리테일 매장 등을 운영하며 생활의 가치를 높이는 변화를 이끌어 왔습니다. 현재 이마트는 COVID-19 이후 가속되고 있는 디지털 시대로의 전환에 발맞춰 온·오프라인 완성형 에코시스템의 선도적 구축을 목표로 DT(Digital Transformation) 전략을 강화하고 있습니다. 앞으로도 매장 내 온라인 물류기지인 PP(Picking & Packing) 센터의 확대, 지마켓글로벌 인수 및 온·오프라인 통합 멤버십 론칭 등 차별화된 옴니채널 플랫폼 구축을 기반으로 한단계 더 도약하는 모습을 보여드리겠습니다.

회사명	㈜이마트
사업부문 (별도기준)	**이마트**: 할인점 **트레이더스**: 창고형 할인점 **전문점**: 노브랜드, 일렉트로마트, 몰리스 펫 샵, SSG푸드마켓, 토이킹덤, 마리스베이비서클
1호점 오픈/설립일	1993.11.12 이마트 창동점 1호점 오픈(국내 최초 할인점) 2011. 5. 3 ㈜신세계의 대형마트 사업부문이 ㈜이마트로 법인 분할
본사위치	서울특별시 성동구 뚝섬로 377
대표이사	강희석
임직원 수	27,578명 (사업보고서 기준 인원 + 비정규직 임직원 수)
기업신용등급 (2021말)	AA (NICE신용평가 기준 회사채평가)
ESG평가 등급 (2021)	A (한국기업지배구조원(KCGS) 발표 기준)
연결대상 종속기업	㈜이마트 에브리데이, ㈜이마트 24, ㈜신세계프라퍼티, ㈜에스에스지닷컴, ㈜에스씨케이컴퍼니, ㈜조선호텔앤리조트, ㈜신세계푸드, ㈜신세계앨앤비 등 43개 종속기업 + 이마트의 자세한 종속기업 현황을 확인할 수 있습니다.

Business Performance

영업 실적 (억 원)	2019	2020	2021
총 매출액	146,733	155,354	164,514
영업이익	2,511	2,950	2,659
당기순이익	2,911	5,607	7,747

* 이마트 별도기준이며, 기타(주유소 등) 제외

총 매출액 (억 원)

영업이익 (억 원)

당기순이익 (억 원)

Business Performance by Division

사업부문별 매출 (억 원)	2019	2020	2021
할인점	110,394	112,281	118,408
트레이더스	23,371	28,946	33,150
전문점	10,731	12,341	12,399

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

COMPANY OVERVIEW - VISION

이마트는 창사이래 고객의 행복한 라이프스타일을 만들고
지역사회와 함께 발전하는 국민기업이 되는 길을 모색해왔습니다.
때로는 혁신을 추구하고 때로는 사회적 책임을 되새기며
언제 어디서나 국민의 삶에 보탬이 되는 친근한 이웃이 되고자 합니다.

1.
언제 어디서나 고객 곁의 이마트
다양한 쇼핑채널로 고객을 찾아갑니다.
언제 어디서나 고객이 원하는 가치를 누릴 수 있도록 할인점, 트레이더스, 온라인몰, 수퍼마켓 전문점 등을 육성합니다.

2.
풍요로운 일상을 만드는 이마트
새로운 라이프스타일을 제안합니다.
생활에 필요한 모든 제품과 서비스로 고객이 원하는 가치를 한발 앞서 실현합니다.

3.
가격 혜택을 약속하는 이마트
경쟁력있는 가격을 약속합니다.
고객이 자주 구입하는 생필품 가격을 최대로 낮추고, 가격으로 시장을 변화시키는 혁신 상품을 만듭니다.

4.
지역사회와 함께 하는 이마트
사회적 책임을 다합니다.
지역사회에 꼭 필요한 사회공헌 활동을 통해 지역사회에서 사랑받는 이마트가 되겠습니다.

emart tomorrow

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

COMPANY OVERVIEW - HISTORY

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

대한민국 최초를 넘어 최고로
비즈니스의 성장과 윤리경영의 태동

1993-2003

○ 비즈니스의 성장
○ ESG 경영의 성장

1993.11 이마트 1호점 창동점 오픈 (대한민국 최초 할인점)

1996.12 이마트 물류센터 오픈 (국내 할인점 최초)

1997.02 중국 이마트 1호점 상하이 취양점 오픈 (한국 유통업계 최초 해외 점포)

1998.02 이마트 식품가공센터 오픈 (국내 할인점 최초 식품 가공센터)

1999.12 한국 유통대상 대통령상 수상

2003.02 금탑산업훈장 수상 (한국 유통업체 최초)

1999.12 윤리경영 선포

2002.07 윤리경영 평가제도 도입

2003.03 윤리경영 캐릭터 '바르미' 탄생

2003.07 신세계 윤리지수 SEMDEX 개발

emart tomorrow

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

COMPANY OVERVIEW - HISTORY

유통업계를 리드하는
새로운 기록과 새로운 도전의 발자취

2004-2009

○ 비즈니스의 성장
○ ESG 경영의 성장

2004.08	이마트 온라인쇼핑몰 오픈
2004.12	UN반부패의 날 기념식 및 제4회 투명사회 기여상
2005.06	누적 고객 10억 명 돌파
2005.01	윤리헌장 제정, 가치체계 개선
2006.10	이마트 101호점 익산점 오픈 (국내 할인점 최초 100호점 돌파)
2006.03	희망배달협약식 체결
2007.12	이마트 총매출 10조 원 돌파
2007.03	희망장난감도서관 1호관 개관(제주)
2008.01	유통업 최초 친환경 인증 점포 오픈 (이마트 동탄점)
2008.07	이마트 여주 물류센터 오픈 (세계 최대 규모)
2008.07	PL협력사 에너지 진단 제도 도입
2009.02	비닐쇼핑백 없는 점포
2009.03	종이 없는 기업 캠페인

COMPANY OVERVIEW - HISTORY

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

새로운 라이프스타일 그리고 새로운 가치의 발견

2010-2016

○ 비즈니스의 성장
○ ESG 경영의 성장

2010.11 이마트 트레이더스/몰리스펫샵 1호점 (구성점) 오픈

2011.05 ㈜신세계와 ㈜이마트로 법인 분할

2011.08 이마트 미트센터 오픈 (국내 유통업 최초 축산물 가공센터)

2012.09 이마트 후레쉬센터 오픈 (국내 최초 농수산물 가공센터)

2014.12 대한민국 브랜드대상 대통령상 수상

2015.06 복합 식문화 리테일 매장 '피코크 키친' 런칭
토탈 라이프스타일 생활 전문점 '더라이프' 런칭
체험형 가전전문점 '일렉트로마트' 런칭

2015.12 이마트 베트남 1호점 오픈

2016.07 이마트 몽골1호점 징기스점 오픈

2016.09 베이비서클, 토이킹덤 1호점 (스타필드 하남점) 오픈

2016.11 이마트 트레이더스 매출 1조 원 돌파

2010.01 업계 최초 납품대금 100% 현금결제

2011.11 베트남 해외봉사단 파견

2012.06 제품 안전의 날 대통령 표창

2013.01 사회적 책임경영 선포

2015.04 전통시장 우수상품페어(1회)

2016.06 이마트 전통시장 우수상품 페어 개최

2016.08 노브랜드 상생스토어 1호점 (당진전통시장) 오픈

2016.12 평창올림픽 후원협약

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

COMPANY OVERVIEW - HISTORY

이마트의 지속가능한 성장을 위한
끊임없는 도전

2017-2021

○ 비즈니스의 성장
○ ESG 경영의 성장

2017.01
종이영수증 없는 점포 캠페인 런칭

2018.07
PK리테일홀딩스 (미국법인) 설립

2019.01
Good Food Holdings 지분 100% 인수

2019.01
그룹 전 상장사 전자투표제 도입

2020.01
New Seasons Market 지분 100% 인수

2021.04
ESG위원회 설치

2021.06
지마켓글로벌 (유한책임회사) 지분 양수도 계약 체결

2021.09
㈜스타벅스코리아 최대주주 지분변동 (이마트 67.5%)

2021.11
대중소기업 동반성장 유공 대통령 표창장 수상

2021.12
(주)스타벅스코리아 사명변경: (주)에스씨케이컴퍼니

BUSINESS OVERVIEW - 사업부문

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

이마트는 고객의 라이프스타일 전반에 걸쳐 좋은 품질의 상품을 합리적인 가격에 제공하기 위해 다양한 채널을 운영하고 있습니다

핵심 사업영역으로 할인점 채널인 '이마트', 창고형 매장인 '이마트 트레이더스'와 온라인사업 및 차별화된 전문점을 운영하고 있습니다. 창고형 매장인 트레이더스는 2010년 구성점 1호점을 시작으로 2021년 현재 20개점을 운영하며 새로운 수익원 및 성장동력으로서의 역할을 공고히 하고 있습니다. 온라인 사업은 매장 내 PP(Picking & Packing) 센터 확대 등을 통한 배송 인프라 강화를 기반으로 장보기몰을 넘어서 영역을 확장하며 지속적으로 성장하고 있습니다. 전문점 사업은 차별화된 초저가 매장인 '노브랜드' 외에도 반려동물 원스톱 멀티숍인 '몰리스 펫 샵', 체험 테마형 가전 전문점인 '일렉트로마트' 등 고객의 라이프스타일 변화에 맞춰 총 6개 카테고리 영역을 커버하고 있습니다. 이마트는 국내에서 갖춘 시장경쟁력을 바탕으로 2018년부터 미국시장에 진출하여 2021년까지 그로서리 마켓 52개점을 운영하고 있으며, 몽골, 베트남, 필리핀 지역에서도 사업영역을 확장하고 있습니다.

emart — E·MART TRADERS — ONLINE MALL — SPECIALTY STORES

하단의 각 사업부문을 클릭하면 자세한 내용을 확인하실 수 있습니다.

emart tomorrow

BUSINESS OVERVIEW - 사업부문

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

emart

대한민국 1등 할인점, 이마트

1993년 창동점 오픈과 함께 탄생한 대한민국 최초의 할인점 이마트는 'Everyday Low Price'를 모토로 국내 138개 점포에서 고객의 행복한 라이프 스타일을 제안하고 있습니다.

국내 **138** stores

emart — E·MART TRADERS — ONLINE MALL — SPECIALTY STORES

하단의 각 사업부문을 클릭하면 자세한 내용을 확인하실 수 있습니다.

emart tomorrow

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

BUSINESS OVERVIEW - 사업부문

E·MART TRADERS

거품을 없앤 합리적인 가격의 창고형 할인매장,
이마트 트레이더스

비회원제 창고형 할인점인 이마트 트레이더스는 국내 20개 점포에서 대량 매입, 간편포장, 묶음 판매 등을 통한 낮은 운영비용으로 획기적이고 다양한 상품을 합리적인 가격으로 선보이고 있습니다.

국내 **20** stores

emart — E·MART TRADERS — ONLINE MALL — SPECIALTY STORES

하단의 각 사업부문을 클릭하면 자세한 내용을 확인하실 수 있습니다.

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

BUSINESS OVERVIEW - 사업부문

ONLINE MALL

One Digital Universe 구축 및 성장가속화

디지털 시대를 이끄는 온·오프라인 협업체계를 강화하기 위해 7개 대형 PP센터를 구축하고 점포 배송기지 역할을 확대하여 가깝고도 편리한 디지털 생활 권역을 구현하고 있습니다.

PP센터 **119** Centers (with EOS)

NE.O **3** Centers

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

emart — E·MART TRADERS — ONLINE MALL — SPECIALTY STORES

하단의 각 사업부문을 클릭하면 자세한 내용을 확인하실 수 있습니다.

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

BUSINESS OVERVIEW - 사업부문

노브랜드:
차별화된 초저가 매장

일렉트로마트:
체험테마형 가전 전문점

몰리스 펫 샵:
반려동물 원스톱 멀티숍

SSG 푸드마켓:
도시형 최고급 슈퍼마켓

토이킹덤:
체험형 장난감 전문매장

마리스베이비서클:
유아용품 전문매장

SPECIALTY STORES

다양한 라이프 스타일에 맞춘 특화매장, 전문점

차별화된 초저가 매장 노브랜드, 체험테마형 가전 전문점 일렉트로마트, 반려동물 원스톱 멀티숍 몰리스 펫 샵, 도시형 최고급 슈퍼마켓 SSG 푸드마켓, 유아용품 전문매장인 마리스베이비서클 등 다양한 카테고리 킬러(category killer) 전문점을 운영하고 있습니다.

emart — E·MART TRADERS — ONLINE MALL — SPECIALTY STORES

하단의 각 사업부문을 클릭하면 자세한 내용을 확인하실 수 있습니다.

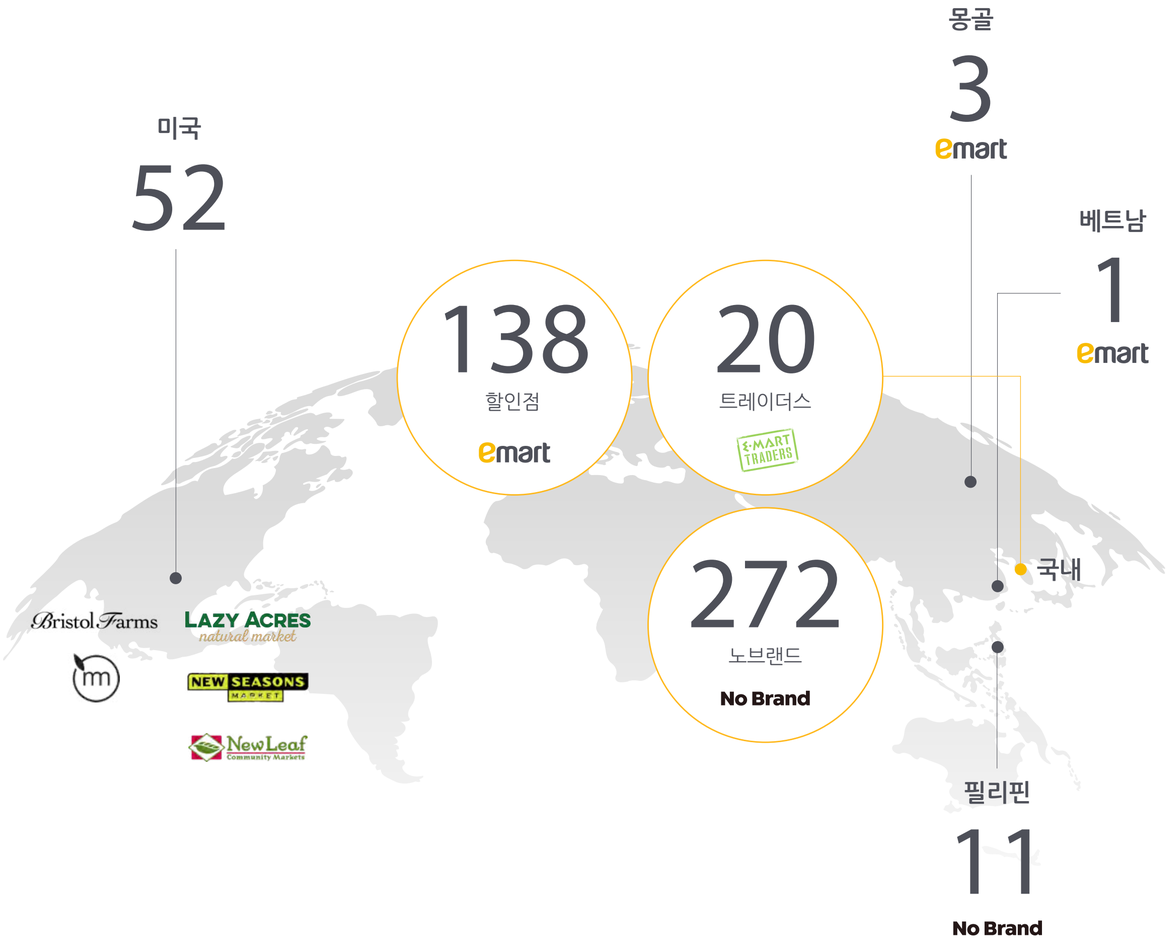
BUSINESS OVERVIEW - 비즈니스 네트워크

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

끊임없는 혁신으로 고객의 행복한 라이프스타일을 위한 새로운 가치를 창출해온 이마트는 디지털 혁신을 통해 더 넓은 시공간에서 더 다채로운 방법으로 고객과의 접점을 만들어가고 있습니다. 또한 국내에서 쌓은 노하우를 바탕으로 미국에서 프리미엄 그로서리 마켓으로의 성장 가능성을 키우고 있으며, 몽골, 베트남 등 동남아 시장에서도 차별화된 경쟁력을 인정받고 있습니다.



국내 사업

이마트는 국내에서 할인점 채널인 '이마트', 창고형 매장인 '이마트 트레이더스', 차별화된 전문점 등의 사업을 영위하고 있습니다. 국내 최다 점포수로 고객과 가장 가까이에서 호흡해 온 이마트는 온라인 전용 물류센터와 대형 PP센터를 필두로 온·오프라인 완성형 에코시스템 플랫폼 구축으로 고객이 원하는 생활편의 서비스를 온·오프라인 구별없이, 장소와 시간에 제약없이 제공하는 새로운 시대를 열어가고 있습니다.

해외 사업

새로운 시장 가능성을 키우는
Local & Organic Premium Grocery Market

미국 현지에 BF(Bristol Farms), LA(Lazy Acres), MM(Metropolitan Market), NSM(New Seasons Market), NL(New Leaf) 5개 브랜드, 52개 그로서리 마켓을 운영하고 있습니다. 미국 법인은 다양한 식문화를 경험할 수 있는 차별화된 프리미엄 그로서리 마켓을 지향하고 있으며, 특히 NSM(New Seasons Market)은 기업의 사회적, 환경적 영향력을 측정·인증하는 B Corp 인증(비콥인증)을 2013년부터 유지하고 있습니다.

B Corp

K-유통의 노하우로 성장하는 아시아 시장

베트남과 몽골에는 이마트, 필리핀에는 노브랜드가 현지에 진출하였습니다. 이마트는 델리, 베이커리 직영 운영, 노브랜드를 비롯한 한국 상품 판매와 운영 노하우 전수로 기존 대형마트와 차별화된 상품을 운영하고 있으며, 노브랜드는 스낵, 커피차에서 조미료, 냉동식품까지 상품구색을 확장하고, 퀵커머스 플랫폼과의 제휴를 통해 경쟁력을 높이고 있습니다.

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
CEO 메시지
CSO 메시지
COMPANY OVERVIEW
BUSINESS OVERVIEW

SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

BUSINESS OVERVIEW - 로지스틱스

최초의 최초를 거듭하며 유통업계의 혁신을 불러온 이마트 물류 시스템은 채소, 과일 등 신선농산물을 공급하는 Fresh 센터와 수산, 축산물 공급을 담당하는 Meat 센터, 아시아 최대 규모를 자랑하는 여주 물류센터 등 7개 센터가 있습니다. 아울러 24시간 온라인 장보기 물류 서비스를 제공하는 아시아 최초 온라인 전용 물류센터인 NE.O 센터(NExt generation Online store)와 이마트 매장을 거점으로 하는 PP(Picking & Packing) 센터, 상품 안전성을 검증하는 상품안전센터 등 온·오프라인 융합의 에코시스템을 완성하기 위한 로지스틱스를 촘촘히 구축하고 있습니다.

이마트 로지스틱스 현황

센터

7 오프라인 전용

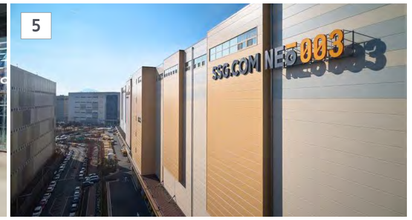
3 NE.O

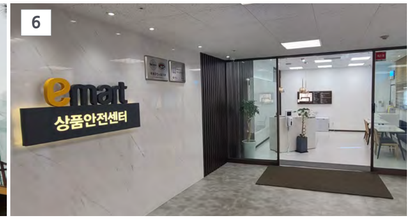
* NE.O: NExt generation Online store

PP센터 (EOS 포함)

119

* EOS: Emart Online Store





1. **Fresh 센터 (2012년 9월 오픈)**
   경기도 이천에 위치한 농수산물 유통센터로서 복잡한 농수산물의 유통단계를 단순화하여 신선식품 가격 안정화에 기여합니다.

2. **이마트 물류센터 (2021년 기준 7개)**
   1996년 12월 국내 할인점 최초로 물류센터를 오픈한 이후 지속적인 물류센터 오픈으로 효율적인 전국 물류시스템을 완성하고 있습니다.

3. **PP센터 (2021년 기준 119개)**
   전국 119개 이마트와 트레이더스 점포 내에 자동 피킹 시스템과 자동 패킹 시스템 등 최첨단 설비가 구축된 PP(Picking & Packing) 센터를 두어 오프라인 인프라와 디지털 역량이 통합된 디지털 에코시스템을 구축하고 있습니다.

4. **Meat 센터 (2011년 8월 오픈)**
   경기도 광주에 위치한 수산/축산물 유통센터로서 복잡한 유통단계를 단순화하여 저렴하고 신선한 수산/축산물을 제공합니다.

5. **NE.O 센터 (온라인 전용 물류센터)**
   2014년 9월, 국내 최초의 온라인몰 전용 센터인 용인 NE.O 001센터를 오픈한 이후, 2022년에는 NE.O 004를 오픈할 예정입니다. 전자동화 시스템 구축으로 보다 효율적이고 친환경적인 물류 유통망을 선보이고 있습니다.

6. **상품안전센터 (2015년 2월 신설)**
   국제공인 시험기관으로 인증받은 전문 검증센터로 이마트 신선식품 및 PL상품, 직소싱 상품에 대한 법적 기준 및 안전성을 사전 검증하여 고객들에게 더욱 안전한 상품을 제공하는데 기여하고 있습니다.

emart tomorrow

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
상품 지속가능성 이니셔티브
노브랜드 상생스토어
거버넌스 강화

INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

1.0 SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS

emart tomorrow

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
상품 지속가능성 이니셔티브
노브랜드 상생스토어
거버넌스 강화

INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

1.1

E

상품 지속가능성 이니셔티브 (PSI, Product Sustainability Initiative)

PSI(Product Sustainability Initiative)는 상품의 지속가능성을 위한 이마트의 기준과 원칙, 그리고 철학을 만들어가는 연구 담론입니다. 이마트가 대내외 이해관계자들과 상품의 지속가능성에 대해 명확히 소통하기 위한 표준 가이드로서, 향후 유관 업계 전체에 지속가능상품의 나아갈 방향을 제시하는 나침반 역할이 되어줄 것으로 기대합니다. 이마트는 PSI 연구과제를 위한 지속가능한 상품의 영역을 크게 4대 부문 ①친환경상품 ②원재료/소싱 ③건강/안전 ④패키징/플라스틱으로 나누고, 부문별 과제 개선을 위한 노력을 기울이고 있습니다. WWF(세계자연기금)와 함께 진행한 PSI Phase 1은 '원재료 소싱 로드맵 및 지속가능 포장 부문'을 중심으로 하는 연구 과제 결과물을 담았습니다. PSI는 급변하는 환경 여건에 따라 앞으로도 꾸준히 업데이트 될 것입니다.

2022 이마트 PSI Phase 1 연구 보고서

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
상품 지속가능성 이니셔티브
노브랜드 상생스토어
거버넌스 강화

INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

PSI 1.
GREEN PRODUCT

친환경상품

국내법 기준(인증) 중심 '친환경상품/녹색제품'

친환경상품은 정부에서 말하는 친환경상품(녹색제품)의 범주에 속하는 상품들을 뜻합니다. 에너지·자원의 투입과 온실가스 및 오염물질의 발생을 최소화한 제품을 의미하며, '환경표지인증, 저탄소인증, 우수재활용인증' 등의 국내 인증 방법을 통해 그 성과를 객관적으로 증명하고 있습니다. 친환경상품 인증은 이 외에도 '유기농, 무농약, 저탄소 농산물'과 같은 농림축산식품부의 친환경 인증 상품도 포함되며, 환경부의 그린카드, 녹색매장, 탄소포인트제 등을 종합적으로 고려하여 구성할 수 있습니다.

#환경표지 #우수재활용 #저탄소 #환경성적표지 탄소발자국 #저탄소농산물
#유기농 #유기가공 #유기농산물 #유기축산물 #무농약 #무항생제 #기타

이마트의 친환경상품에 대한 자세한 내용을
확인하세요

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
상품 지속가능성 이니셔티브
노브랜드 상생스토어
거버넌스 강화

INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

PSI 2.
RESPONSIBLE SOURCING

원재료/소싱

국내/글로벌 기준(인증) 중심, 상품 및 원재료의 책임감 있는 구매/소싱

원재료 채취나 구매 및 가공 단계에서부터 책임감 있는 행동을 요구하는 것으로, 생태계·생물 다양성·자원·노동 건전성 및 사회적 이슈 등을 골고루 다루는 영역입니다. 객관성 입증과 전문성 확보를 위해 이와 관련된 제3자 인증을 활용하는 방안이 논의되고 있습니다. 이미 글로벌 유통기업들은 원재료의 책임감 있는 소싱을 위해 제3자 인증을 받은 원자재를 적극 조달할 뿐 아니라, 자체적인 공급사 및 소싱 가이드를 수립하여 소비자에게 관련 정보를 투명하게 공개하고 있습니다.

#공정무역 #동물복지 #무항생제 #ECOCERT #EU #FSC #ICEA #MSC #ASC #OCS #RSPO #USDA #PEFC #RTRS #Rainforest Alliance #BCI #GOTS #IFOAM #JAS #IMO #BIOLOGIQUE #BIO WIEGEL #BIOINSPECTA #기타

이마트의 책임감 있는 원재료/소싱에 대한
자세한 내용을 확인하세요

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
상품 지속가능성 이니셔티브
노브랜드 상생스토어
거버넌스 강화

INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

PSI 3.
HEALTH/SAFETY

건강/안전

경제성을 전제로 한 식품 안전 및 건강/영양 화학물질, 비건 등의 이슈 고려

건강/안전은 상품을 소비하는 고객 관점에서의 지속가능성을 의미합니다. 경제성을 전제하되, 고객의 건강에 좋고 안전한 상품을 제공하는 것을 우선하는 기준들이 이에 속합니다. 흔히들 해썹이라고 부르는 HACCP 인증을 비롯하여 안전과 품질이 인증된 상품군과 소비자의 건강과 영양을 개선하는 데 도움이 되는 상품군이 포함됩니다. 설탕·지방·나트륨 등의 인공 성분 저감, 영양성분 강화, 유기농이나 비건 등의 상품들도 이에 포함됩니다.

#NO GMO #건강기능식품 #글루텐프리 #무항생제 #비건 #영양성분 강화
#저/무당 #저/무염 #저/무지방 #저/무칼로리 #기타

이마트의 건강/안전에 대한 자세한 내용을
확인하세요

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
상품 지속가능성 이니셔티브
노브랜드 상생스토어
거버넌스 강화

INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

PSI 4.
PACKAGING/PLASTIC

패키징/플라스틱

상품 및 구매 비품, 물류포장 등의 모든 패키지, 플라스틱 이슈 고려

단순히 상품 개별 패키지뿐만 아니라, 물류 운송 및 진열 판매 단계에서 소모되는 플라스틱과 온라인 배송 과정에서의 모든 패키지, 일회용 플라스틱 소모품들이 모두 해당됩니다. 풀어야 할 숙제가 많은 영역이지만 동시에 개선의 여지 또한 많은 영역이며, 3R(Reduce, Reuse, Recycle)에 입각해 철저한 감축·개선 전략을 펼치는 것이 중요합니다.

#재활용용이성평가 #포장공간비율 #포장횟수 #재포장 #재활용가능소재 #재생소재 #에코디자인 #리필스테이션 #녹색인증포장재 #재생플라스틱 #바이오플라스틱 #기타

이마트의 패키징 & 플라스틱에 대한
자세한 내용을 확인하세요

emart tomorrow

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
상품 지속가능성 이니셔티브
노브랜드 상생스토어
거버넌스 강화

INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

1.2

S

노브랜드 상생스토어

노브랜드 상생스토어는 상품과 고객층이 서로 다른 전통시장과 대형마트가 함께 위치해 전통시장에 활기를 불어 넣는 상생 프로젝트로, 전통시장과 중소협력사, 이마트가 함께 지속가능한 동반성장을 이루어가는 혁신적인 상생모델입니다. 노브랜드 상생스토어는 전통시장 전체의 상품 구색을 다양하게 하고, 편의시설을 확충시킴으로써 고객을 모으는 '앵커스토어' 역할을 하고 있습니다. 노브랜드 자체도 대부분의 협력사가 중소 협력사로 운영되는 상생 모델을 갖추고 있습니다.

상생스토어 1호점인 당진전통시장의 경우 시장 주차장 이용건수가 2015년 2,153대에서 상생스토어 입점(2016년 8월) 후인 2017년에는 5,019대까지 늘어났고 입점 1년 후 고객 설문조사에서 시장 방문객 75%가 노브랜드와 당진전통시장을 함께 이용한다고 응답하며 상생모델의 성공적 운영을 증명하였습니다. 이러한 상생 결과에 힘입어 최근 개점했던 상생스토어는 전통시장 상인회나 지자체에서 먼저 입점 문의를 해왔을 정도로 지역과의 상생 협력 성공 모델로 자리매김하고 있습니다.

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
상품 지속가능성 이니셔티브
노브랜드 상생스토어
거버넌스 강화

INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

노브랜드 상생스토어

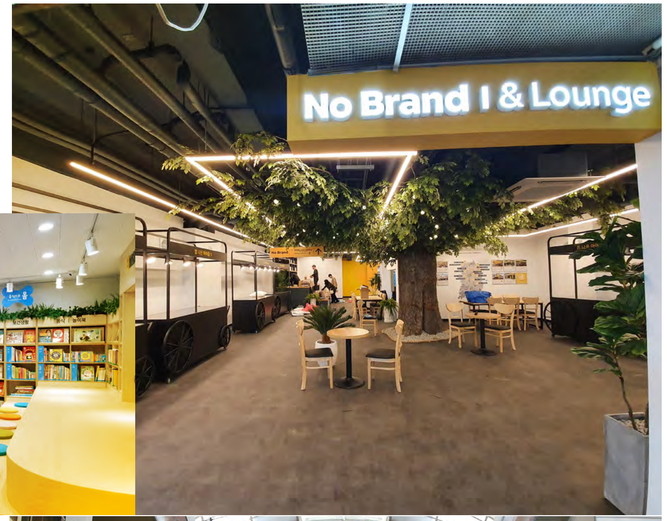
더하고 빼고, 전통시장과의 조화를 우선하는 맞춤형 매장

노브랜드 상생스토어는 1호점부터 최근 개점한 16호점까지 똑같은 매장이 없습니다. 입점하는 전통시장 상인회와의 사전 협의를 통해 주변 전통시장에서 파는 품목은 제외하고 부족한 품목은 강화하기 때문입니다. 전통시장에서 팔고 있는 과일, 채소 등 신선식품과 담배, 소주 등은 판매하지 않는 경우가 많지만 여주한글시장처럼 패션, 문구/완구 상품을 제외하거나 인천장승백이시장처럼 오히려 신선식품을 강화하는 매장도 있습니다. 더불어 지역 특산품 매장이나 사회적 경제 기업 홍보관을 운영하는 등 기획 단계에서부터 지역특성을 고려한 맞춤형 매장을 운영하고 있습니다.

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
상품 지속가능성 이니셔티브
노브랜드 상생스토어
거버넌스 강화

INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX



쇼핑 그 이상의 가치, MZ세대 고객을 위한 어린이 편의·문화시설

상생스토어는 이마트의 강점인 어린이 편의시설과 문화시설을 전통시장과 공유하여 오래 머물 수 있는 종합 문화공간을 만드는데 기여하고 있습니다. MZ세대 고객들에게 가장 좋은 반응을 얻는 시설은 어린이 편의시설로 지역특성과 점포 공간을 고려하여 키즈라이브러리부터 어린이 놀이터, 장난감 도서관 등 다양한 형태로 운영하고 있습니다. 미취학 아동부터 초등 저학년까지를 대상으로 운영되는 어린이 편의 시설은 아동의 눈높이에 맞춘 아동도서와 장난감, 놀이방 시설을 갖추고 있으며, 수유실과 기저귀 교환실 등을 갖추고 있습니다. 또한 상생스토어 내에 커뮤니티 시설을 마련하여 학습이나 문화강좌 운영공간으로 제공하고, 문화행사 공간으로도 활용가능한 고객쉼터 '&라운지'와 휴게공간도 마련하고 있습니다. 경동시장처럼 대형 매장에서는 야외공간을 활용하기도 하며, 스타상품 프로젝트 등 마을축제 규모의 특별행사가 마련되기도 합니다.

지역의 미래를 키운다, 청년몰 연계

노브랜드 상생스토어는 구미선산시장이나 삼척중앙시장처럼 청년몰과 함께 위치하거나 제천중앙시장처럼 노브랜드 매장에 청년 사업자의 간이 매장인 청년마차를 두고 있는 곳도 있습니다. 상생스토어는 청년몰 사업자를 대상으로 유통 트렌드와 점포 운영 노하우를 전수하고 있으며, 청년마차의 경우 무상임대 형식으로 운영되어 지역 시장의 자생력을 높이고 있습니다.

emart tomorrow

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
상품 지속가능성 이니셔티브
노브랜드 상생스토어
거버넌스 강화

INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

1.3

G

거버넌스 강화

이마트는 사회적 책임 경영, 이사회 중심의 지배구조, 주주 중심의 투명경영을 지배구조 3대 정책으로 설정하고 있습니다. 이를 바탕으로 이해관계자에게 신뢰를 받으면서 경영의 투명성과 효율성을 높일 수 있는 바람직한 기업지배구조를 만들기 위해 노력하고 있습니다. 이마트는 경영진이나 지배주주의 독단적인 경영을 감독·견제할 수 있는 거버넌스 구조를 강화하고 있으며, 소액주주, 소비자, 협력사, 지역사회 등 이해관계자의 권익을 보호하고자 노력하고 있습니다.

2021년에는 기업지배구조 헌장을 선언하여 이를 공개했으며, 지속가능경영 최고 의사결정기구인 ESG위원회를 신설하였습니다. 더불어 이해관계자와의 신뢰성 제고와 소통을 위해 홈페이지(http://emartcompany.com) 및 전자공시시스템(http://dart.fss.or.kr)을 통해 지배구조 보고서를 포함한 필요 정보를 투명하게 공개하고 있으며, 2021년에는 영문공시를 시작했습니다. 또한 주주 권익 보호를 위한 주주환원 정책을 공개하고 자율공시를 확대하여 경영 변동 사항 등 8건의 자율공시를 진행하였습니다.

2021년 지배구조보고서

emart tomorrow

ESG위원회 신설

이마트는 이사회의 경영감독 기능을 효과적으로 수행하기 위해 이사회와 산하 위원회의 과반수를 사외이사로 구성하고 있으며, 위원회 의장은 모두 사외이사로 임명하고 있습니다. 이마트는 사회책임경영 강화와 이사회 중심 거버넌스 구축을 위해 2021년 4월 기존 '사회공헌 위원회'를 지속가능경영 최고 의사결정기구인 'ESG위원회'로 개편하였습니다. 의사결정 범위를 기존 사회공헌위원회에서 환경, 사회, 지배구조와 관련한 이슈 전반으로 확대한 ESG위원회는 이마트의 지속가능경영 전략과 방향성을 점검하고 이와 관련된 성과와 추진계획을 심의하며, 그 결과를 이사회에 보고하는 역할을 맡고 있습니다. ESG위원회는 사외이사 2인, 사내이사 1인으로 구성되며 사외이사가 위원장을 맡아 독립성과 객관성을 유지하도록 하였습니다. ESG위원회 초대 위원장은 이마트 최초 여성 이사이자 변호사로 로스쿨 교수를 역임하고 있는 김연미 사외이사가 맡고 있습니다. 2021년에는 1월과 3월 열린 사회공헌위원회 2회를 포함하여 총 5번의 ESG위원회가 개최되었고 ESG실적을 보고하고 추진 계획을 의결하였습니다.

리스크 사전예방 체계

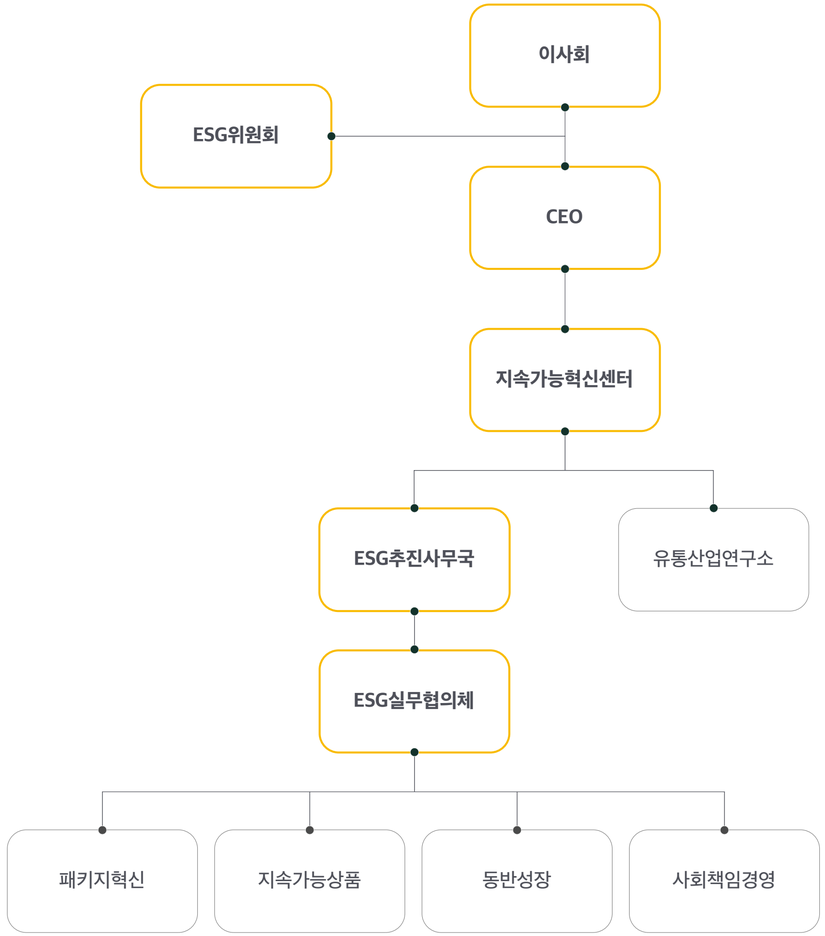
이마트는 경영활동 과정에서 발생할 수 있는 리스크 예방 및 준법경영을 위하여 사내 담당조직이 당사의 명문화된 CREDO 규범에 따라 리스크관리 등에 관한 시스템인 SRMS(Shinsegae Risk Management System)를 운영·관리 중에 있으며, 이사회의 감독이 필요한 중요한 사안은 이사회 운영규정에 따라 이사회에 부의하고 있습니다. 또한, 동 이사회 내 위원회인 내부거래위원회와 ESG위원회를 통하여 효과적인 내부통제정책을 수행 중에 있습니다. 이사회 내 위원회는 명문화된 규정에 따라 운영되고 있으며, 향후 리스크관리 및 준법경영을 위한 위원회의 추가 설치가 필요할 경우 검토할 수 있습니다.

주주환원정책 공개

이마트는 이해관계자의 예측가능성을 제고하기 위하여 주주환원정책을 구체화하고 이를 홈페이지에 공개하고 있습니다. 이마트는 주주환원 방법으로 배당방식을 선택하고 있으며, 연간 영업이익(별도재무제표 기준)의 15%를 주주 환원재원으로 하되, 환원재원이 주당 2,000원 미달 시 최저 주당 2,000원을 배당하고자 합니다. 이 같은 주주환원정책은 2020년부터 2022년 사업연도까지 유효하며 이마트는 3년마다 재검토를 실시하여 주주의 가치를 높일 수 있는 최적의 방안을 제시하고자 합니다.

이마트 배당현황

이마트 지속가능경영 추진 체계



2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
지속가능경영 전략
중대성평가
이해관계자 소통

SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

2.0
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY

emart tomorrow

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
지속가능경영 전략
중대성평가
이해관계자 소통

SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

2.1 지속가능경영 전략

이마트는 2013년 새로운 기업 경영 패러다임으로 사회적 책임경영을 선언하였으며, 2022년에는 'emart tomorrow, 지구의 내일을 우리가 함께'를 ESG비전으로 수립하였습니다.
이마트는 지속가능한 내일을 위해 업계의 환경경영, 책임경영 선도를 목표로 4대 중점분야와 세부 추진 전략을 수립하여 추진하고 있습니다.

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
지속가능경영 전략
중대성평가
이해관계자 소통

SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

2.1 지속가능경영 전략

지속가능경영 추진 체계

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

지속가능혁신센터 구축

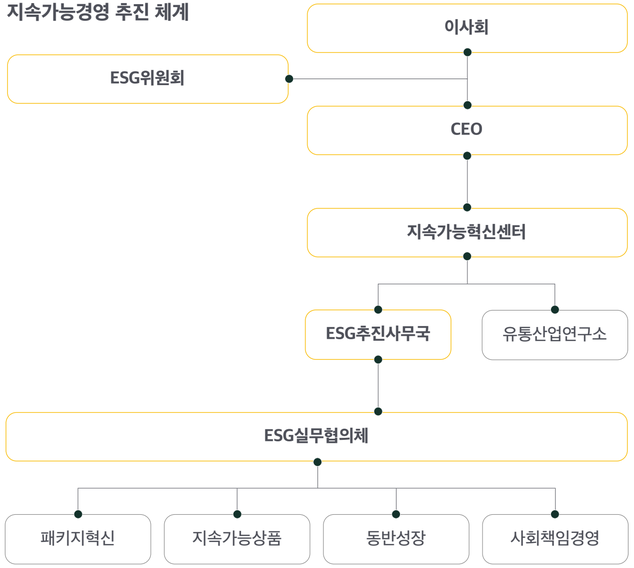
이마트는 대내외 ESG경영 요구에 선제적으로 대응하고, 지속가능한 경영 환경을 구축하기 위해 2021년 10월 ESG추진사무국과 유통산업연구소를 산하에 둔 지속가능혁신센터를 발족하였습니다. 지속가능혁신센터는 이마트의 ESG경영 전반을 주도하며 지속가능한 전략과 아이디어 발굴을 통해 ESG 임팩트를 강화하고 새로운 사업기회를 포착하여 이마트의 지속가능성을 극대화하는 역할을 담당합니다.

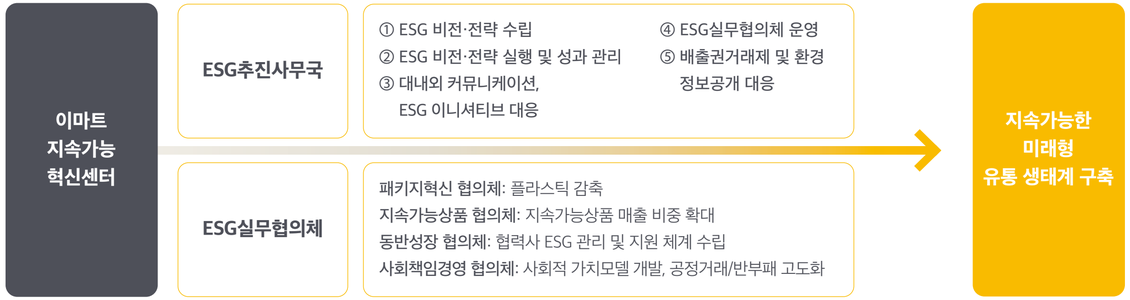
지속가능혁신센터 내 ESG추진사무국에서는 대외 이슈 대응과 유관부서 협업, 사내 ESG활동 모니터링 등 ESG경영 총괄업무와 탄소배출 저감, 플라스틱 감축, Tomorrow 캠페인 진행 등 환경과 관련된 업무를 직접 추진해오고 있었습니다. 여기에 이번 지속가능혁신센터 구축으로 이사회 내 ESG위원회 지원업무, 4대 전략방향에 대한 ESG실무협의체와의 전략 실행, 지속가능경영 보고서 발간 및 평가 대응, ESG와 관련된 대외선언과 이니셔티브 활동 업무를 더해 ESG 컨트롤타워로서의 역할을 수행할 계획입니다.

ESG실무협의체 운영

협의체는 ESG 추진 목표에 따른 세부 추진과제를 도출, 실행하며 성과관리를 담당하고 있습니다. 협의체는 실무특성에 따라 패키지혁신, 지속가능상품, 동반성장, 사회책임경영 분과로 구성하였으며 격월 1회 정기 협의체를 개최하며 이슈 발생 및 필요시 수시로 의견 교환을 진행하고 있습니다. 2021년 주요 논의 사항은 패키지혁신 부문은 3R(Reduce, Reuse, Recycle) 전략에 기반한 포장개선 및 플라스틱 감축, 지속가능상품 부문은 건강하고 지속가능한 상품 확대, 동반성장은 협력사 ESG리스크 관리, 사회책임경영 부문은 윤리경영 및 반부패 관리체계 고도화입니다.

지속가능경영 추진 체계





ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
지속가능경영 전략
중대성평가
이해관계자 소통

SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

2.2 중대성평가

이마트는 지속가능한 내일을 위해 유통의 전과정을 고려하는 지속가능경영을 추진하고 있습니다. 이마트는 효과적인 지속가능경영 추진을 위해 2021년 삼정KPMG와 함께 이마트를 둘러싼 변화와 요구사항을 분석하고 이마트의 지속가능경영 역량을 파악하여 향후 추진 방향성과 주요 과제를 도출하는 지속가능경영 컨설팅을 수행하였습니다. 컨설팅 프로젝트의 한 과정으로 내외부 환경 분석을 통해 중대이슈를 도출하는 중대성평가 프로세스를 구축하고 중대성평가를 실시하였습니다. 중대성평가 결과 도출된 주요 이슈는 이마트에 미치는 영향과 개선 가능성을 고려하여 이마트의 지속가능경영 전략 수립 시 우선적으로 반영하고 있으며, 본 보고서에서도 관련된 활동과 향후 계획을 투명하게 공개하고 있습니다.

중대성평가 프로세스

Step 1 평가 프레임워크 설계

GRI 등 글로벌 ESG 이니셔티브에서 요구하는 중대성평가 프로세스를 기반으로 이마트의 산업 특성을 고려한 중대성평가 프레임워크를 설계합니다. 중대성평가는 일반적으로 지속가능성 이슈의 배경(Sustainability Context), 중대성(Materiality), 완전성(Completeness), 이해관계자 참여(Stakeholder Inclusiveness) 원칙에 근거하여 진행됩니다.

Step 2 이슈 식별 및 이슈 풀(Pool) 구성

이마트를 둘러싼 사회의 변화 및 유통업 정책 변화, 투자자와 지역사회의 ESG 요구사항 등을 분석하여 ESG 이슈들로 이슈 풀을 구성하고 유사한 성격을 가진 이슈들을 그룹화합니다. 또한 이슈 그룹의 성격에 따라 가장 큰 관심을 보이고 많은 영향을 받는 이해관계자를 식별하고 각 이해관계자와의 관계를 정의합니다.

- **ESG 트렌드 분석:** 국제표준(GRI, SASB, UN SDGs) 및 외부 평가 기준(MSCI, KCGS) 분석을 통해 이마트에 요구되는 ESG 이슈 파악
- **동종업계 벤치마킹:** 유통, 리테일 분야 국내외 경쟁사를 대상으로 지속가능경영 활동 분석
- **미디어 분석:** 2019년 1월부터 2022년 2월까지 언론에 노출된 내용과 신세계 뉴스룸에 공시된 내용을 바탕으로 주요 이슈와 대외적 인식 분석
- **내부자료 검토:** 유관부서 담당자 인터뷰 및 서면 조사 진행

Step 3 평가 기준 및 우선 순위화

도출된 ESG 이슈가 이마트에 미치는 영향과 중요도의 기준을 마련하기 위해 비즈니스 중요도와 이해관계자 영향도를 정의했습니다. 비즈니스 중요도는 1) 사업전략 연계성, 2) 유통산업 이슈, 3) 정책 및 규제 이슈를 포함하여 측정되며, 이해관계자는 1) 고객, 2) 주주 및 투자자, 3) 임직원, 4) 협력사, 5) 지역사회로 그룹화하였습니다.

Step 4 핵심 이슈 도출

도출된 20개의 이슈 그룹을 바탕으로 비즈니스 중요도와 이해관계자 영향도를 분석했습니다. 그 결과 중요도와 영향도 측면에서 동시에 중요하게 분석된 공급망 ESG 관리를 비롯한 7개 이슈를 핵심이슈로 선정하였습니다. 핵심 이슈는 이마트의 ESG경영 목표와도 그 흐름을 같이 하며 이번 보고서 내에서도 주요 주제로 활동과 성과를 공개하고 있습니다.

이마트 ESG 핵심 이슈

E	탄소중립	에너지 절감	폐기물 저감	재활용 활성화	친환경 프로그램
S	친환경상품	원자재/소싱상품	건강/영양상품	제품 안전 및 품질	소비자 만족도
	공급망 ESG 관리	협력사 ESG역량 개선	내부 노동관리		
G	사회적가치 창출	공정거래/반부패	정보보안 및 개인정보보호	이사회 구조	경영진 보상
	주주권리	투명성			

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
지속가능경영 전략
중대성평가
이해관계자 소통

SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

2.2 중대성평가

중대성평가 결과

*Tier 1에 해당하는 주요 이슈(○)는
본 보고서에서도 핵심적으로 다루고 있습니다.

ESG 영역	핵심 이슈	보고 위치	비즈니스 중요도			이해관계자 영향도				
			사업	유통산업	정책	주주 및 투자자	고객	협력사	임직원	지역사회
E	○ 탄소중립	3.1 환경경영	○	○	●	●	○	○	○	●
	에너지 절감		○	○	●	○		○		●
	○ 재활용 활성화	1.1 상품 지속가능성 이니셔티브 / 3.2 지속가능한 상품	●	●	●	●	○	○		●
	폐기물 저감	3.1 환경경영	○	●	●	○	○		○	○
	친환경 프로그램		○	○	○	○	●	○	○	●
S	친환경상품	1.1 상품 지속가능성 이니셔티브	●	○	○	○	○	○		○
	○ 원자재/소싱상품	3.2 지속가능한 상품	●	○	○	●	●	○	○	●
	○ 건강/영양상품		●	●	○	●	●	○		●
	제품 안전 및 품질	3.2 지속가능한 상품	●	○	○	○	●	○	○	○
	소비자 만족도		○	●	○	●	●	○		●
	내부 노동관리	3.3 동반성장	○	○	●	○	○	●	●	○
	○ 공급망 ESG 관리		●	●	●	●	○	●		●
	협력사 ESG역량 개선		○	○	○	●		●		●
G	공정거래/반부패	3.4 사회책임	○	○	●	●	○	●		○
	○ 사회적가치 창출	1.2 노브랜드 상생스토어 / 3.4 사회책임	○	○	○	○	●	●	○	●
	정보보안 및 개인정보보호	3.4 사회책임	○	○	○	○	●	○	○	
	이사회 구조		○	○	○	●	○	○	●	○
	경영진 보상		○	○	○	●		○	●	
	○ 투명성	1.3 거버넌스 강화	○	○	●	●	○	○	○	○
	주주권리	3.4 사회책임	○	○	○	●		○	○	

중요도 및 영향도 ● Very high ○ High/Medium

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
지속가능경영 전략
중대성평가
이해관계자 소통

SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX

2.3 이해관계자 소통

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

이해관계자 소통

이해관계자	주요 관심이슈	소통채널
고객	지속가능상품 친환경 가치소비 합리적이고 편리한 쇼핑 환경 고객 만족도 제고 개인정보 보호	고객만족도 조사(NPS평가) VOC 운영 및 관리 각 점포 고객만족센터 이마트 공식 SNS(유튜브, 인스타그램 등) 이마트앱
주주 및 투자자	투명한 지배구조 주주 이익 극대화 재무 건전성	IR(투자자 미팅, 전화, 메일 등) 이마트 홈페이지 - 투자정보 전자공시시스템 - 공시자료 주주총회
임직원	공정한 인사평가 성과 보상 근무환경 개선 인재개발 일과 삶의 균형	노동조합 및 노사협의회 WoW Talk(사원 간담회) ESG play(임직원 ESG 교육 플랫폼)
협력사	상생협력 동반성장 공정거래	동반성장 홈페이지 ecrt(상품/임대을 소통 창구) eCdocu(임대갑, 기타입찰 및 계약 소통 창구) eCvan(협력사 발주·반품 등) 헬프라인, 이마트 신문고
지역사회	지역사회 투자 지역경제 상생	NGO 및 지역복지단체 파트너십 노브랜드 상생스토어

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

3.0

SUSTAINABILITY PERFORMANCE

emart tomorrow

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

3.1 ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

환경경영

OUR GOAL

정부 2050
탄소중립 목표 기여

2021 KEY STRATEGY

탄소중립 비전 수립 및
이행 추진

LINKS TO UN SDGS

OUR APPROACH

기후변화로 인한 문제가 심각해지면서 2015년 제21차 기후변화협약 당사국총회(COP21)에서는 지구 평균온도 상승을 산업화 이전보다 1.5℃ 이내로 억제하는 노력에 전 세계가 동참할 것을 선언하는 파리협약이 채택되었습니다. 이를 지지하는 각국 정부는 2050년 탄소중립을 목표로 하는 국가 온실가스 저감 목표를 설정하였고, 대한민국 정부 역시 2020년 12월, 대한민국 '2050 탄소중립 비전'을 선언하였습니다. 탄소중립 달성은 결코 쉬운 목표가 아니기에 달성을 위한 모두의 노력이 필요하며 국제사회에서는 기업들의 생산은 물론 상품의 설계, 유통 및 사용 이후 폐기 단계까지 전과정에 걸친 책임을 요구하는 추세입니다.

이마트는 정부의 2050 탄소중립 선언을 지지하며, 탄소중립을 고려한 환경경영 추진체계를 갖추고 있습니다. 이마트는 에너지 절감과 순환경제 구축을 중심으로 하는 적극적인 환경경영으로 기업시민으로서의 책임을 다하고 있으며, 고객이 직·간접적으로 참여할 수 있는 다양한 친환경 프로그램을 기획, 운영하여 우리 사회의 친환경 소비문화 조성에 앞장서고 있습니다.

OUR PERFORMANCES

기후변화 대응

· 탄소중립을 위한 정책사업 및 대외활동 참여
· 에너지 사용 절감을 통한 탄소중립 이행

순환경제 구축

· 폐기물 발생 저감
· 재활용 활성화

친환경 소비문화 확산

· 이마트 투모로우 캠페인
· 탄소중립 실천 직·간접 참여 기회 제공

emart tomorrow

3.1.1 환경경영 _ 기후변화 대응

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

기후변화 대응 이마트는 정부의 2050 탄소중립 선언을 지지하며, 기후변화 대응 전략을 적극적으로 추진하고 있습니다. 이마트는 일찍이 온실가스 인벤토리 구축으로 탄소중립 달성을 위한 기반을 다져왔으며, 정부의 온실가스 에너지 목표관리제 시범사업, 배출권 거래제 시범사업 등에 자발적으로 참여하는 솔선수범을 보여왔습니다. 이 같은 노력으로 국내 최초의 온실가스 조기감축 실적 사례를 만들기도 했으며, 에너지절약전문기업(ESCO) 사업 참여, 한국형 무공해차 전환 사업(K-EV100) 참여 등 온실가스 감축을 위한 선도적 활동을 이어오고 있습니다.

2030년까지
2020년 대비 탄소 배출
25% 감축 목표

기후변화 대응 전략

정부는 2050 탄소중립 목표 달성을 위해 2030년까지의 온실가스 감축 목표를 설정하고 부문별 주요 감축방안을 발표한 바 있습니다. 이마트는 주요 온실가스 발생 산업은 아니지만 건물사용 업종으로 정부의 건물과 수송, 폐기물 등에 관한 감축방안과 글로벌 이니셔티브 요구사항 등을 고려하여 탄소 감축 목표 및 이행 방안을 수립하고 있습니다.

이마트는 신규 사업장 증가와 혁신적인 사업구조 개편으로 인하여 온실가스 배출 총량 감축이 쉽지 않은 상황이지만 원단위 관리와 지속적인 감축활동을 기반으로 도전적인 온실가스 감축 목표를 수립한 바 있습니다. 이마트의 중장기 온실가스 감축 목표는 2020년도 탄소 배출량인 520,497tCO_2eq를 기준으로 2030년까지 2020년 대비 탄소 배출 25% 감축을 목표로 하며, 이를 바탕으로 탄소중립 비전 선포를 준비하고 있습니다.

탄소중립 이니셔티브 참여

이마트는 고객과 가까이에 있는 유통산업의 책임과 의무를 인식하고 글로벌 수준에 맞는 기후변화 대응전략을 추진하고자 하며, 이를 위해 기후변화 대응을 위한 정부 정책사업에 자발적으로 동참하고 있습니다. 이마트는 온실가스 에너지 목표관리제 시범사업과 배출권 거래제 시범사업에 참여하여 조기감축 실적을 인정받은 바 있으며, 한국형 무공해차 전환 사업(K-EV100)에 참여하여 업무용 차량의 100% 전기차 전환을 추진하고 있습니다. 더불어 국제사회에서 요구하는 수준 높은 탄소중립 활동을 이어가고자 SBTi(Science Based Target initiative), CDP(Carbon Disclosure Project) 등 글로벌 기후변화 이니셔티브에 참여할 계획입니다.

탄소중립 생활 실천 확산을 위한 업무 협약

이마트는 2021년 9개 분야, 19개 기업 및 협의체와 뜻을 모아 환경부와 '탄소중립 생활 실천 확산을 위한 업무 협약'을 체결하였습니다. 가정, 기업, 학교 등 국민과의 접점이 많은 참여기업들은 '탄소중립 생활 실천 안내서' 등의 홍보자료를 활용해 대국민 홍보·캠페인을 펼치고 탄소중립을 위한 환경개선, 맞춤형 탄소중립 교육 등을 추진할 계획입니다. 또한 임직원을 대상으로 탄소중립 실천 서약, 사내 일회용품 줄이기 등을 진행하고 한국기후·환경네트워크와 협력해 탄소중립 실천을 위한 임직원 교육자료도 개발할 예정입니다.

탄소중립 생활 실천 확산을 위한 업무 협약식

3.1.1 환경경영 _ 기후변화 대응

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

온실가스 배출량

이마트는 온실가스 배출권거래제 건물사용 업종으로 관련 법의 조직경계 설정 기준에 근거하여 이마트, 트레이더스, 물류센터는 물론 이마트 법인 하에 운영되는 모든 사업장 시설과 오피스 공간을 대상으로 온실가스 배출량을 관리하고 있습니다. 2021년 온실가스 배출량은 총 527,028tCO_2eq로 전년대비 6,531tCO_2eq가 늘어난 양이지만, 매출액을 기반으로 하는 배출 집약도는 3.97에서 3.50으로 지속적으로 개선되고 있습니다. COVID-19 등 외적 요소에 의한 영업환경 변화와 신규 사업장 증가로 인하여 현실적인 온실가스 배출량 감축이 쉽지 않은 상황이지만 원단위 관리를 실시하고, 온실가스 관리 범위 확대를 고려하는 등 모니터링과 감축활동을 통한 지속적인 감축 노력을 이어가고 있습니다.

온실가스 관리 범위 확대(Scope 3 관리) 방안 모색

직접 관리하는 에너지원으로부터 배출되는 탄소배출량(Scope 1+2) 관리는 물론, Scope 3까지 관리범위를 확대하기 위해 2021년 시범 측정을 진행하였습니다. 카본 트러스트*에서 제시하는 가이드라인에 기반한 Scope 3에 해당하는 15개 항목 중 이마트 내부에서 기초 자료의 수집과 산정이 가능한 항목은 '운송 및 유통'과 '사업장에서 발생한 폐기물' 항목인 것으로 파악되었습니다. 이마트는 이를 바탕으로 향후 온실가스 관리 범위를 Scope 3까지 확대하여 모니터링하는 방안을 모색하고 있습니다.

* 카본 트러스트(Carbon Trust): 영국 정부가 2001년 기후변화 대응 및 탄소 감축 방안 중 하나로 설립한 친환경 인증 기관

온실가스 배출량

구분	단위	2019	2020	2021
총 온실가스 배출량 (Scope 1+2 기준)	tCO_2eq	522,768	520,497	527,028
직접배출(Scope 1)	tCO_2eq	36,514	33,538	34,067
간접배출(Scope 2)	tCO_2eq	486,254	486,959	492,961
온실가스 배출 집약도 (Scope 1+2 기준)	tCO_2eq/억 원	3.97	3.66	3.50

* 배출권거래제 보고대상 기준, 집약도는 금융감독원 전자공시시스템 공시 손익계산서 기준

에너지 사용량

구분	단위	2019	2020	2021
총 에너지 사용량	TJ	10,692	10,650	10,935
연료사용량	TJ	699	643	655
전기사용량	TJ	9,687	9,687	9,972
스팀사용량	TJ	306	320	308
에너지 사용 집약도	TJ/억 원	0.0813	0.0749	0.0726

* 배출권거래제 보고대상 기준, 집약도는 금융감독원 전자공시시스템 공시 손익계산서 기준

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임
APPENDIX

3.1.1 환경경영 _ 기후변화 대응

에너지 절감 및 개선 투자 계획

이마트는 앞선 환경경영 체제로 이미 에너지절약전문기업(ESCO, Energy Service Company) 사업, 빙축열 및 태양광 발전 등 다양한 에너지 절감 활동을 추진하고 있으나, 지속적인 사업 확장과 온·오프라인 완성형 에코시스템 플랫폼 기반 구축 추진 등으로 전기, 도시가스, 용수 등 에너지 사용량 역시 증가할 전망입니다. 이에 사업 부문별로 예상되는 에너지 영향인자를 분석하고 이를 바탕으로 2020~2025년 부문별 에너지 절감 방안과 투자계획을 수립한 바 있습니다. 총 12개의 절감 방안이 도출되었고 크게 운영시간 단축과 에너지 소비량 절감, 전사 조직문화 개선, 효율화 진행 등으로 구분할 수 있습니다. 이마트는 절감 방안을 바탕으로 주차장에 지능형 LED 조명 제어 시스템(디밍제어) 구축, 고효율 변압기 교체, 에너지 저장형 설비(ESS) 추가 설치 등 총 600억 원 가량의 시설투자를 계획하고 단계별 목표에 맞게 수행하고 있습니다.

에너지절약전문기업(ESCO) 사업 추진

이마트는 2009년부터 ESCO 사업에 참여하여 냉동기, 공조장치, LED 조명 등을 친환경 설비로 교체하고 있습니다. 2021년에는 약 81.1억 원을 투자하여 28개 지점에 LED 조명 교체, 개별 냉난방기 AI제어 시스템 구축, 흡수식 가스 냉동기의 전기식 터보냉동기 교체 등 다양한 에너지 절약 사업을 추진하였습니다. 이 중 LED 교체는 조도는 기존과 동일한 1,400Lux 수준을 유지하면서도 수명은 3배 이상 늘어나고 전기효율도 높아지며, 전기 터보냉동기 교체 역시 냉방능력은 동일하게 유지하면서 에너지 사용 효율은 6배 이상 높아지는 효과를 기대할 수 있습니다. 2021년 ESCO 사업으로 기대되는 온실가스 절감 효과는 4,271tCO_2eq에 달합니다.

사업장 시설투자 총액

시설투자 총액

598.8억 원

2020~2025년 누적 투자계획

구분	단위	2020~2025년 누적 투자계획
ESCO 시행	억 원	420.8
ESS 재가동	억 원	-
EL회생전력장치 설치	억 원	6.0
S/C(냉장, 냉동 쇼케이스) 효율화	억 원	60.2
IP CCTV 도입	억 원	20.0
주차장 디밍제어 설치	억 원	10.0
고효율 변압기 교체	억 원	10.0
ESS설치	억 원	72.0

에너지절약기업(ESCO) 사업 실적

구분	단위	2019	2020	2021
누적회차	차	11	12	13
투자비	억 원	88.9	87.0	81.1
대상 점포 수	개 점	25	76	28
에너지 절감효과	tCO_2eq	7,176	7,645	4,271
주요 투자항목	-	① LED ② S/C(냉장, 냉동 쇼케이스) 효율화 ③ 공조제어 ④ 인버터	① LED ② S/C(냉장, 냉동 쇼케이스) 효율화 ③ 공조제어 ④ 무열선도어	① LED ② 터보냉동기(가스→전기) ③ 공조제어 ④ 개별냉난방기 AI제어 ⑤ S/C(냉장, 냉동 쇼케이스) 효율화

* 2021년 에너지 절감효과는 보고일 기준 실적 최종 집계 전이므로 추후 변경될 수 있음

3.1.1 환경경영 _ 기후변화 대응

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

용인 구성점 태양광 발전시설

신·재생에너지 사용

이마트는 경기도 용인에 위치한 구성점을 비롯한 35개 지점에 태양광 발전설비를 갖추고 있으며, 일부 발전량은 발전사업자에게 판매하여 신·재생에너지 발전사업에 기여하고 있습니다. 2009년 업계 최초로 태양광 발전 시설을 설치한 구성점은 '옥상 위의 꽃밭'이라는 디자인적 요소를 가미한 특색 있는 시설로, 460kW급 발전용량을 갖추고 일반 가정 160세대의 연간 전력 사용량에 맞먹는 연간 570MWh의 전력을 생산하고 있습니다. 또한 의정부점, 제천점 등 3개 점포에서는 연중 일정하게 유지되는 지중온도를 활용하는 지열발전 시스템을 설치하여 점포 전력으로 사용하고 있습니다. 이마트는 이 밖에도 외부 스팀 활용, 밤에 얼음을 얼렸다가 낮에 냉방에 활용하는 빙축열 에너지 시스템 운영, 엘리베이터 재생회동 장치 적용 등 다양한 신·재생에너지원 확보와 경제적 에너지 사용 시스템 구축으로 에너지의 질적, 양적인 관리 최적화를 추구하고 있습니다.

업무용 차량 100% 전기차 전환

이마트는 한국형 무공해차 전환 사업(K-EV100)에 참여하고 있으며, 2021년 성수점의 업무용 차량 시범 교체를 시작으로 2022년 9월까지 업무용 차량을 전기차로 일괄 교체하는 것을 목표로 하고 있습니다. 업무용 차량이란 물품 구매, 마케팅 판촉 등 점포 운영에 필요한 업무를 보조하는 차량으로, 이마트, 트레이더스, 물류센터에서 사용하는 160여 대의 차량이 전기차로 교체될 예정입니다. 검토 과정에서 진행한 점장/지원팀장의 설문조사에서 제기된 충전의 어려움을 고려하여 인구 10만 미만 지역의 점포는 해당 점포의 의견과 인프라 상황을 고려하여 교체를 진행할 예정이며, 연간 1,100톤의 탄소배출량 절감효과가 기대됩니다.

냉동기 교체

이마트는 매장 냉방을 위해 사용하던 기존의 가스(LNG) 냉동기를 온실가스 배출 저감을 위해 전기를 사용하는 고효율 터보냉동기로 순차 교체하고 있습니다. 2021년에는 트레이더스 서면점, 이마트 명일점과 포항 이동점 냉동기를 교체했으며, 이로 인해 약 525tCO_2eq의 온실가스 저감 효과를 얻었습니다. 2016년 이후 냉동기 교체로 누적된 온실가스 감축 효과는 2,115tCO_2eq입니다.

신·재생에너지 사용 현황

에너지 종류	단위	2019	2020	2021
총 태양광 발전량(자가발전+매전량)	kwh	4,881,095	4,727,958	4,789,512
총 태양광 사용량(자가발전)	kwh	-	85,823	112,495
빙축열 전력사용량	kwh	9,375,257	8,115,728	10,042,084
지열 전력사용량	kwh	436,886	350,160	340,842
총 신·재생에너지 사용량	kwh	9,812,143	8,551,711	10,495,421
신·재생에너지 발전 사업장 수	개소	41	41	44

* 신·재생에너지 발전 사업장 수는 태양광, 빙축열, 지열 등 발전설비를 1개 이상 갖춘 사업장 수

의정부점 태양광 발전시설

3.1.1 환경경영 _ 기후변화 대응

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

1. 환경부 녹색매장 1호, 이마트 성수점
2. 전기차 충천 설비

녹색매장 구축

이마트 성수점은 2011년 환경부 녹색매장 1호로 공식 지정된 국내 최초 녹색매장입니다. 이후 이마트는 건물의 기획, 설계 단계부터 35가지 친환경 아이템을 적용하여 기존 대비 최소 20%의 에너지를 절약하고 있는 이마트 의정부점, 민간 물류센터 최초로 녹색건축 인증을 받은 여주 물류센터, 판매시설 최초로 녹색건축 인증을 받은 이마트 동탄점 등 녹색매장에서도 최초의 길을 걸으며 보다 친환경적인 쇼핑환경을 제공하고자 노력하고 있습니다. 2022년 6월 개점하는 이마트 트레이더스 동탄점 역시 녹색건축 인증을 추진하여 그린 4등급 예비 인증서를 받았습니다. 트레이더스 동탄점은 특히 건물 유지관리 분야에서 환경성을 높게 인정받았으며 완공 후 본인증을 추진할 계획입니다.

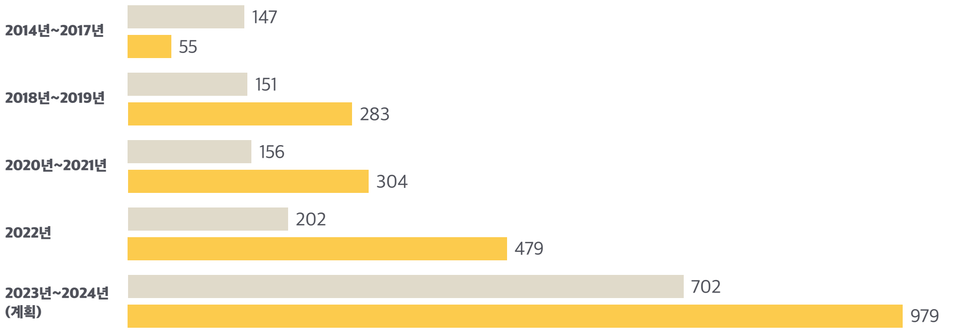
지구의 날 소등행사 참여

이마트는 매년 4월 22일 지구의 날과 8월 22일 에너지의 날 기념 소등행사에 참여하고 있습니다. 저녁 8시부터 한 시간 가량 전국 각지의 이마트 옥외 사인를 끄고 손쉽게 동참할 수 있는 온실가스 감축 활동을 고객에게 알리고 있습니다.

전기차 충전 인프라 확대

이마트는 매장을 방문하는 전기차 고객들에게 최고의 전기차 충전 서비스 환경을 제공하기 위하여 2014년 이후 지속적으로 전기차 충전 설비를 확충하고 있습니다. 이마트의 전기차 충천 설비는 유통업체 최대 규모로 2022년 6월 기준 전국 116개 점에 460기가 설치되어 있으며, 2022년에도 약 200기의 충전기를 추가할 계획입니다. 또한 민간 업체와의 제휴를 통해 8개 점에 120개 집단형 초급속 충전기를 설치하고, 제주권역 내 스마트시티 시범점포 운영을 통해 친환경 모빌리티 서비스 모델을 제공하는 등 차별화된 충전 경험을 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 2023년 이후로는 직영 충전기 확대를 통해 충전과 쇼핑이 연계되는 신규 충전 서비스 모델을 론칭할 계획입니다. 서비스가 시행되면 이마트를 이용하는 고객은 쇼핑하는 동안 충전이 진행되므로 시간을 효율적으로 사용할 수 있음은 물론, 다양한 충전 혜택을 받을 수 있으며, 차별화된 충전 경험은 환경에 대한 기여와 전기차 충천이라는 서비스 전달로 고객 중심의 선순환 구조를 창출할 수 있을 것으로 기대됩니다.

이마트 전기차충전소 설치 현황 및 계획(누계) (단위: 개)



※『환경친화적 자동차의 개발 및 보급 촉진에 관한 법률』에 의거 주차면의 2% 의무 설치 : ~2024년 1월

3.1.2 환경경영 _ 순환경제 구축

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

순환경제 구축 이마트는 매장 운영을 위한 전력과 운송 차량의 연료가 주된 직접에너지 사용 범위이며, 별도의 대기, 수질 오염물질을 배출하지 않습니다. 그러나 한정된 자원의 가치 있는 사용과 환경부하 저감에 이마트의 책임감 있는 역할수행이 필요하다고 판단하고 순환경제 구축을 위해 다각도로 노력하고 있습니다. 자원의 사용량을 최소화하고, 이미 만들어진 자원은 재사용·재활용하며, 유용자원 매립의 최소화와 폐자원의 에너지화를 통해 가치상승형 순환경제를 구축하는 일에 이마트가 앞장서겠습니다.

폐기물 배출 현황

발생되는 폐기물은 생활 폐기물과 음식물 폐기물이 있으며, 폐기물 배출을 최소화할 수 있도록 노력하고 있습니다. 이마트는 철저한 분리수거를 통해 폐지, 폐식용유 등을 구분하여 배출하며, 배출된 폐기물은 전량 위탁처리하고 있습니다. 모든 위탁처리 업체는 내부 자격심사 프로세스를 거쳐 적정 자격을 보유한 신뢰할 수 있는 업체를 선정하고 있으며, 위탁처리 업체로부터 폐지장 관리 계획서 및 폐기물 처리계획서를 받아 폐기물 배출 및 처리 현황을 관리하고 있습니다.

자원 순환형 스트레치 필름(산업용 랩) 생산

이마트는 단순한 재생원료 사용에서 한걸음 더 나아가 포장재 생산 공정부터 물류, 판매 매장의 유기적 구조화를 통해 자원을 순환시키는 자원 순환형 생산 시스템(Closed Loop) 구축을 추진하고 있습니다. 단순 재생원료를 사용하는 것에 비해 자원 순환형 생산 시스템을 구축하면 대략 2배가 넘는 탄소 배출량 저감 효과를 기대할 수 있어 자원 사용 감축과 탄소중립 정책에 매우 효율적일 것으로 기대됩니다.

이마트는 환경부에서 주관하는 자원순환 시범사업에 참여하여 국내 최초로 폐기되는 스트레치 필름을 회수하여 재자원화하였습니다. 스트레치 필름은 산업용 랩으로도 불리는 얇은 플라스틱 비닐 필름으로, 주로 파레트(화물운반대) 위에 적재된 물건들이 흔들리지 않도록 감싸 고정하는 데 사용되는 1회성 소모품입니다. 2021년 여주센터 권역이 시범운영에 참여하여 총 8.3톤의 스트레치 필름 폐기물을 회수하였으며, 재활용 과정을 거쳐 약 5,000롤의 PCR(Post-Consumer Recyled) 스트레치 필름으로 재생산하였습니다. 이마트는 일 년에 약 1,660톤의 스트레치 필름을 사용하고 있으며, 회수 프로세스가 점포 전체로 적용될 경우 1,126톤의 스트레치 필름이 순환원료로 사용될 수 있을 것으로 예상됩니다. PCR 스트레치 필름의 경우 최대 60%까지 폐필름을 원료로 사용할 수 있으며, 이러한 조건 하에 스트레치 필름 사용량이 전량 PCR스트레치 필름으로 대체될 경우 연간 1,613톤 가량의 탄소 배출량을 감축할 수 있을 것으로 기대됩니다.

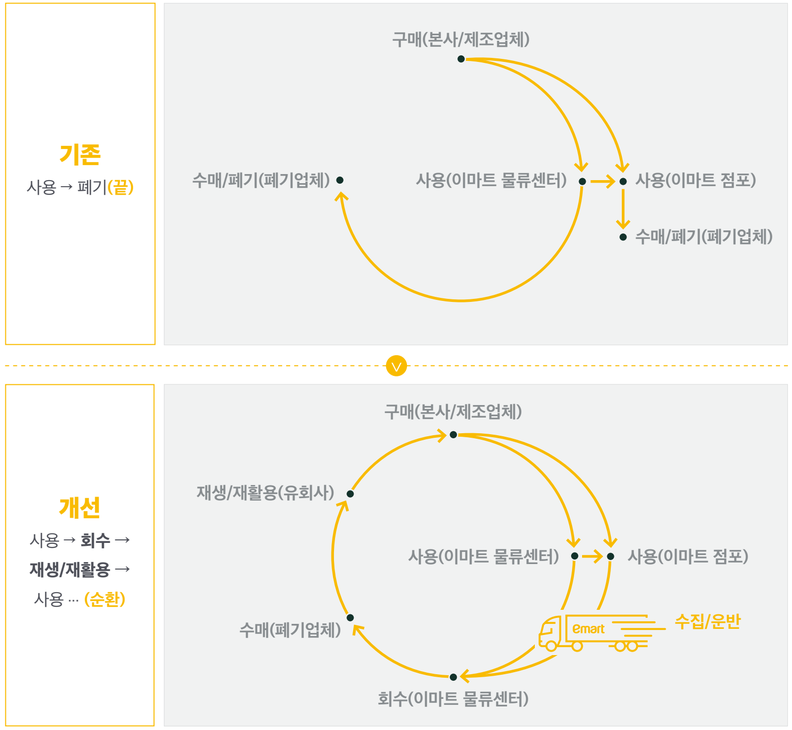
자원 순환형 스트레치 필름

폐기물 배출 현황

	단위	2019	2020	2021
총 폐기물 발생량	ton	76,927	81,100	80,246
폐기물 재활용량	ton	37,450	44,634	45,355
폐기물 재활용률	%	48.7	55.0	56.5
음식물 쓰레기 재활용률	%	99.5	99.6	99.6
생활 폐기물 매립량	ton	594	571	563
생활 폐기물 소각량	ton	4,935	4,410	4,537

* 총 폐기물 발생량과 폐기물 재활용 정보는 환경정보공개제도 보고 기준
* 음식물 쓰레기 재활용률과 생활 폐기물 매립·소각량은 환경정보공개제도 보고 기준이 아닌 전체 사업장 대상

자원 순환형 스트레치 필름 생산 모식도



3.1.2 환경경영 _ 순환경제 구축

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

우산 빗물제거기

우산 빗물제거기 도입

자원 절약 및 재활용 촉진에 관한 법률 시행규칙 개정에 따라 2022년 하반기부터 이마트 전점 출입구에 일회용 우산 비닐 대신 친환경 우산 빗물제거기를 도입할 계획입니다. 일회용 비닐 사용을 줄여 환경보호 캠페인에 앞장서도록 노력하겠습니다.

종이 사용량 절감 및 친환경 용지 사용

이마트는 디지털을 활용한 스마트 오피스 전환과 자원 절감을 위해 본사에 Paperless 캠페인을 시행하고 필수 부서 외에는 복사용지 사용 자제를 권고하고 있으며, 점포에서 사용하는 매장 내 안내문을 사탕수수 용지로 대체하는 것을 검토하고 있습니다. 또한 자원 절감 차원에서 본사 화장실에 비치된 핸드타올 절약 캠페인인 '한장만 쓱~' 을 시행하고 있습니다.

수자원 사용 효율 제고

이마트는 수자원 사용 효율을 높이기 위해 킨텍스점 등 9개 점포에 중수도 시스템을, 화성 봉담점 등 16개 지점에 우수(빗물) 재활용 시스템을 구축하여 내부 정화 시스템을 거쳐 화장실 용수 등으로 재활용하고 있습니다. 또한 용수 사용량 절감을 위해 세면대 수동 수전을 센서 감지형 자동 수전으로 교체하고 있습니다.

녹색구매

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

PC 기증

이마트는 단순 작업이나 웹서치용으로 충분히 사용 가능한 사양을 갖추고 있으나 업무환경 전환으로 더 이상 필요없게 된 데스크탑과 교체 대상 노트북을 모아 노브랜드 상생스토어나 온라인 교육의 어려움을 겪고 있는 사회시설에 기증하여 자원 사용가치를 높이고 있습니다. 각 점포에서 수집된 3천여 대의 PC는 노후도와 불량 상태에 따라 일부는 부품용으로 분해하여 다른 PC에 활용하였고, 기본적인 사양 점검과 업데이트 등의 작업을 거쳐 1,776대를 최종적으로 다시 사용하고 있습니다. 업무용 PC 기증뿐 아니라 LG전자와 협업을 통해 '착한소비 프로젝트'를 추진하여 고객의 구매실적에 따른 펀딩 모금 방식의 노트북 기부도 함께 진행하였습니다.

'한장만 쓱~' 본사 화장실의 핸드타올 절약 캠페인

녹색구매 실적

친환경상품 구매 (단위: 억 원)

용수사용량

	단위	2019	2020	2021
용수 사용량	ton	4,030,562	3,344,910	3,380,876
용수 재활용량	ton	95,808	83,148	86,293
용수 재활용률	%	2.38	2.49	2.55
용수 사용 집약도 (사용 원단위)	ton/억 원	47.09	35.01	32.69

* 환경정보공개제도 보고 기준

3.1.3 환경경영 _ 친환경 소비문화 확산

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

친환경 소비문화 확산

이마트는 개개인의 관심과 정성이 모여 사회를 바꾸는 큰 흐름의 길잡이가 되고 고객의 더 나은 내일을 만드는 문화적 구심점이 되고자 합니다. 이는 사회 문제를 인식하고 기업과 개인이 함께 해결하고자 노력한다는 측면에서 사회문제 해결 방법의 새로운 지표가 될 것입니다. 이마트는 친환경 소비문화 확산을 위해 고객과 임직원이 일상생활에서 손쉽고도 의미 있는 친환경 활동을 영위할 수 있는 방법들을 SNS와 유튜브 채널을 통해 공유하고 있으며, 고객들이 참여할 수 있는 다양한 직간접 프로그램을 기획·운영하고 있습니다.

tomorrow 3대 캠페인

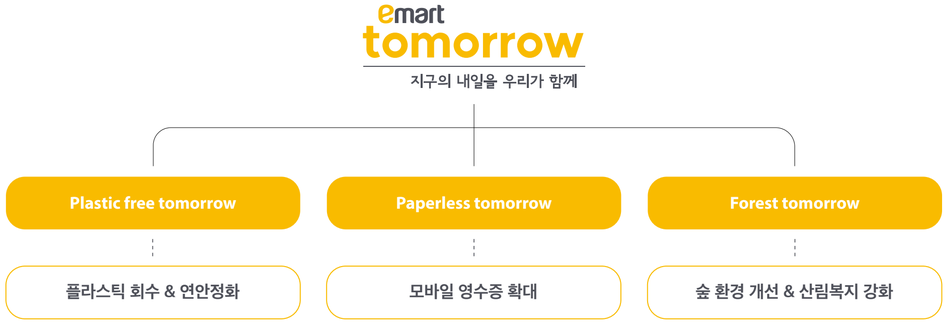
이마트는 지속가능한 사회문화 구축 캠페인으로 2020년부터 'tomorrow 캠페인'을 추진하고 있습니다. 2021년 진행되고 있는 tomorrow 3대 캠페인은 플라스틱 감축 목적의 'Plastic free tomorrow', 자원 절약 고객참여 활동인 'Paperless tomorrow', 산림을 키워 탄소중립을 실천하는 'Forest tomorrow'입니다.

Plastic free tomorrow

Plastic free tomorrow는 이마트의 플라스틱 자원화 캠페인으로 고객이 직접 플라스틱 사용량 저감에 동참하는 직접 참여 프로그램과 플라스틱 감축 활동에 영향을 주는 간접 참여 프로그램으로 나눌 수 있습니다. 직접 참여 프로그램으로는 플라스틱 롤백 등 일회용 플라스틱 사용 저감과 리필 상품 사용을 들 수 있으며, 간접 참여 프로그램으로는 '가플지우(가져와요 플리스틱, 지켜가요 우리바다)' 캠페인과 '한 번 더 사용되는 플라스틱: 원더플(ONETHEPL) 캠페인' 등이 있습니다.

Plastic free tomorrow 캠페인 구조도

tomorrow 캠페인



'emart tomorrow' 캠페인
캐릭터 투모

3.1.3 환경경영 _ 친환경 소비문화 확산

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

1. 원더플 캠페인 협약식
2. 에코 리필 스테이션
3. 비닐 쇼핑백 없는 점포, 성수점

리필 매장 운영

이마트는 2020년 업계 최초로 세탁세제와 섬유 유연제를 리필하여 판매하는 자판기 방식의 '에코 리필 스테이션'을 도입하고 2021년에는 국내 대형마트 최초로 샴푸·바디워시 리필 스테이션을 선보이는 등 15개 매장에 리필 관련 코너를 운영하고 있습니다. 리필 매장은 고객이 사용 후에 직접 세척, 건조해 다시 사용할 수 있는 상태로 회복된 용기를 가져오면 매장에서 저렴한 가격으로 제품을 재충전하는 시스템입니다. 전용 리필 용기만 있으면 일상용품을 여러 번 충전할 수 있어 플라스틱 사용은 줄이고 환경보호에도 쉽게 동참할 수 있습니다. 에코 리필 스테이션은 슈가버블 브랜드의 세제와 섬유 유연제로 운영되며 두 제품 역시 미세 플라스틱을 함유하지 않은 친환경제품입니다. 에코 리필 스테이션은 그 취지를 인정받아 '환경부 착한 포장 공모전'에서 우수상을 수상하기도 했으며, 2022년 상반기 기준 이마트 10개점, 트레이더스 3개점에서 운영되고 있습니다. 자양점을 시작으로 2개 지점에 마련된 샴푸 및 바디워시 리필 스토어는 버려진 플라스틱을 재활용해 만든 PCR(Post-Consumer Recycled) 플라스틱 전용 리필 용기를 개당 500원에 최초 구매한 후 용량에 맞게 제품을 리필하여 구매할 수 있습니다. 리필제품은 본품 대비 최대 39%가 저렴하고 그린카드 에코머니 적립 대상 제품이어서 환경을 고려하면서도 경제적인 소비를 경험할 수 있습니다.

비닐 쇼핑백 없는 점포

이마트는 장바구니 대용으로 사용되는 플라스틱 백 사용을 줄이고 장바구니 이용 문화를 확산하고자 2009년 2월 업계 최초로 '비닐 쇼핑백 없는 점포' 캠페인을 시작하였습니다. 이마트 양재점과 남양주점에서 약 3개월의 시범운영 기간을 거친 후 점차 확대하였으며, 2010년에는 대형마트 5개사가 전국 350개 매장에서 함께 캠페인을 진행하였고 2012년에는 기업형 슈퍼마켓(SSM)도 캠페인에 동참하는 등 대한민국의 대표적 친환경 쇼핑문화로 자리 잡고 있습니다. 이마트는 매장 내 비닐 롤백 사이즈를 줄이고 진열 수를 제한하는 노력을 통해 비닐 롤백 사용량을 약 70% 감축했으며 장바구니용 비닐 사용 감축을 위해 17~56L 대여용 장바구니 3종을 제작해 각 매장에서 활용하고 있습니다.

고객 간접 참여 프로그램

가플지우, 원더플 캠페인으로 대표되는 간접 참여 프로그램은 여러 기업, 단체들과 공동 추진하는 협업 프로그램으로 생산, 유통 위주의 플라스틱 직접 감축활동을 고객 동참을 통해 소비 단계로 확산시키는데 의의를 두고 있습니다. 이마트는 다양한 협업을 통해 고객들의 참여 기회를 확보하고 있으며, 페플라스틱을 수거하거나 줍깅(줍다와 조깅의 합성어로 조깅이나 등산 등 운동과 쓰레기 수거를 함께하는 활동) 이벤트를 개최하고 수집된 플라스틱으로 재생산한 굿즈를 제공하는 등 일상에서 플라스틱 사용을 줄이기 위한 다양한 활동을 제안하고 있습니다.

장바구니용 비닐 사용 감축을 위한 대여용 장바구니

3.1.3 환경경영 _ 친환경 소비문화 확산

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

가플지우 (가져와요 플라스틱, 지켜가요 우리바다)

가플지우는 깨끗하고 아름다운 우리 바다를 지키기 위한 환경 캠페인 플랫폼입니다. 2018년 이마트 성수점을 시작으로 수도권 매장에서 운영된 플라스틱 회수 캠페인에서 시작한 가플지우 캠페인은 그 의미에 동참하는 고객들의 적극적인 협조에 힘입어 현재 78개 점에 플라스틱 수거함을 운영하고 있습니다. 고객의 참여로 회수된 폐플라스틱은 그간 어린이 교통안전 반사판 21,000개, 접이식 쇼핑카트 13,500개, 줍깅 집게 4,000개 등 새로운 모습으로 업사이클링 되어 지역사회에 기부되어 왔습니다.

2021년 시작한 줍깅 캠페인은 가족, 친구와 함께하는 일상 속 친환경 활동으로 확대되어 버려진 플라스틱 쓰레기들로부터 우리의 바다를 지키는 큰 물결로 이어지고 있습니다. 2022년에는 가플지우와 뜻을 함께 하고자 하는 파트너사들이 더욱 많아지면서 이마트를 포함하여 총 13개 파트너사들이 함께하게 되었습니다. 가플지우는 활동영역을 플라스틱 회수 캠페인 고도화, 브랜드별 협업 및 고객 프로모션 강화, 연안 정화활동 확대, 해양환경 교육 강화 등 4가지 분야로 세분화하고 더욱 활발한 활동을 이어갈 예정입니다.

3.1.3 환경경영 _ 친환경 소비문화 확산

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

가플지우 주요 내용

가플지우 가져와요 플라스틱 지켜가요 우리바다

회수 (온·오프라인) 업사이클/기부	프로모션/ 협업프로젝트	연안정화 봉사활동	교육 (온·오프라인)
매장 안 플라스틱 회수함 운영 (서울/경기/인천 총 78개점)	참여기관 브랜드간 판촉 프로모션 및 전시 행사	업사이클 줍깅 KIT 제작/배포 고객 참여 줍깅 캠페인 브랜드화	전국 문화센터 연계 고객대상 해양환경+제로웨이스트 교육
온라인 수거체계 구축 업사이클 굿즈 고도화	브랜드 데이 회수/판촉 프로모션, 리필 스테이션, 기타 협업 등	전국 연안 점포 임직원 및 참여기관, 브랜드 연계 확대	온라인, 교육 버스 운영 (찾아가는 교육)

가플지우 플라스틱 회수 캠페인

테라사이클 **이유정 팀장**

오늘의 작은 실천이 모여 내일의 더 나은 지구를 만들 수 있습니다.
코로나 시대를 거치며 쓰레기 문제에 대해 그 어느 때보다 경각심을 느끼고 있는 요즘입니다. 시민들에게도 불편함을 감수하더라도 일회용품 보다는 다회용품을, 가능하다면 쓰레기를 만들지 않는 것을 요구하는 시대이기도 합니다. 그런 의미에서 가플지우 캠페인은 누구나 참여할 수 있는 '열린 친환경 플랫폼'으로 일상 속에서 오늘 할 수 있는 실천을 제시하는 선도적인 친환경 문화 확산 사례로 자리 잡고 있습니다. 또한 환경 문제 해결이라는 공동의 목표를 위해 이마트를 주축으로 기업, 기관, 단체 등 다양한 주체가 참여하여 그 영향력이 나날이 커지고 있습니다. 앞으로 플라스틱 용기의 '재활용'에서 더 나아가 '재사용'의 중요성을 알 수 있도록 이마트가 시민 인식 개선을 위한 하나의 '교육의 장'이 될 수 있다면 좋겠습니다.

* 테라사이클은 'Eliminate the idea of waste(쓰레기라는 개념을 없애자)'라는 비전을 가진 글로벌 재활용 컨설팅 기업입니다. 테라사이클코리아는 2017년 9월부터 국내 시스템 속에서는 재활용이 어려운 쓰레기를 재활용할 수 있도록 솔루션을 제공하고, 재활용 과정을 관리/감독하고 있습니다.

emart tomorrow

3.1.3 환경경영 _ 친환경 소비문화 확산

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

Paperless Tomorrow

이마트에서 연간 발행하는 영수증은 약 3억 건이며, 발행 즉시 버려지는 영수증이 60%에 달합니다(2016년 인크루트 조사 결과). 이는 자원 낭비이자 최근 문제시되고 있는 개인정보 이슈나 영수증의 분실 및 훼손으로 인한 문제점도 안고 있습니다. 이에 이마트에서는 국내 유통업계 최초로 종이 영수증을 대체하는 모바일 영수증 제도를 도입하였으며, 이후 국가 전체 활동으로 확대되어 현재 13개 유통사가 모바일 영수증 제도를 도입하고 있습니다.

모바일 영수증 캠페인

이마트는 2017년 국내 유통업계 최초로 종이 영수증을 대체하는 모바일 영수증 제도를 도입하였습니다. 이마트 앱을 통해 모바일 영수증 받기를 설정하면 매장 계산 시 종이 영수증 대신 모바일 영수증이 발급됩니다. 모바일 영수증은 환경보호는 물론 탄소중립 실천 포인트도 적립할 수 있고 종이 영수증을 관리할 필요 없이 한눈에 영수증을 모아볼 수 있습니다. 2022년 5월까지 누적된 종이 영수증 감축량은 2억 건 이상이며, 이마트는 모바일 영수증 전환 고객을 대상으로 공기청정기를 지급하는 등 고객 입장에서의 혜택을 지속적으로 제안하고 있습니다.

모바일 영수증 캠페인 기대효과

1. 비용절감	2. 앱 활성화	3. 스마트 친환경
영수증 용지 구매비용	이마트앱 이용고객수	30년산 원목
연간 최대 **7.2**억 원 절감	최대 **850**만 명 확대	**7,000**그루
		승용차
		4,400대 연간 온실가스 배출량 감축
		개인정보 보호
		가계부 역할
* 2015년 신세계포인트 적립빈도율(72%) 적용	* 2015년 신세계포인트 활동고객 수 적용	

모바일 영수증 예시 화면

모바일 영수증 진행 과정

2014	2016	2017	2019	2020
이마트앱 모바일 영수증 시스템 구축	모바일 영수증만 받기 ON 서비스 개발 *국내 최초	캠페인 선포식 (환경부-신세계 그룹)	캠페인 협약 (환경부-13개 유통사)	협의회 출범 (환경부 및 산하기관, 기획재정부, 과학기술정보통신부, 13개 유통사)

* 2017년 선포식 참여 그룹사: emart SHINSEGAE SHINSEGAE FOOD SHINSEGAE I&C STARBUCKS emart everyday emart24 (관계사 누적 약 3.5억 건 절감)

3.1.3 환경경영 _ 친환경 소비문화 확산

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

매출액의 1%에 해당하는 금액을
나무 심기 캠페인에 후원하는 '나무 심는 화장지'

Forest Tomorrow

Forest Tomorrow는 자연자원을 소모하는 휴지의 사용·판매를 막을 수 없다면 판매하는 만큼 나무를 심어 환경을 살릴 수 있는 선순환 구조를 만들어보자는 임직원의 제안으로 시작된 탄소중립 프로그램입니다. 이마트는 2019년부터 노브랜드 '나무 심는 화장지' 매출액의 1%에 해당하는 금액을 조림사업에 기부하고 있으며, 2020년에는 고객 참여를 더한 '내일의 숲' 프로그램을 새롭게 시작하였습니다. 이마트는 나무 심는 화장지와 내일의 숲 등 고객 참여형 탄소중립 프로그램을 지속적으로 확대할 계획입니다.

나무 심는 화장지

매출액의 1%에 해당하는 금액을 나무 심기 캠페인에 후원하는 나무 심는 화장지는 노브랜드 화장지 전 품목으로 총 13종이 해당되며, 노브랜드와 이마트 매장에서 판매하고 있습니다. 이마트는 2019년부터 매해 매출액의 1%에 해당하는 1억 원을 사막화 방지 활동 NGO인 사단법인 '미래숲'에 기부하여 조림사업으로 지구의 녹색화를 이루는 활동에 동참하고 있습니다.

이마트 나무 심기 캠페인

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

내일의 숲

이마트는 2020년부터 식수 사업에 고객들의 참여를 확대하고 조림 후에도 활동을 되돌아볼 수 있는 '내일의 숲' 프로그램을 새롭게 제안하고 있습니다. 첫 번째 내일의 숲은 국립횡성 숲체원과 업무협약을 맺고 2021년 숲체원 안에 조성한 '내일의 숲길' 입니다. 시범사업으로 실시된 이번 행사는 대학생으로 구성된 미래숲 녹색 봉사단과 임직원을 대상으로 진행되었으며, 약 500m 길이의 내일의 숲길에 직접 다양한 수종의 나무를 심었습니다. 숲길이 조성된 후에는 숲 명상, 숲속 트레킹, 피톤치드 치유 힐링 등 산림치유 프로그램을 운영하거나 고객 쉼터로 활용될 예정입니다. 이마트는 앞으로도 단순한 식수행사에서 벗어나 숲 환경 개선이나 숲 치유 프로그램 등 고객과 함께 할 수 있는 체감형 숲 체험 활동을 확대해나갈 계획입니다.

1

2

3

1,2. 희망나무숲 가꾸기
3. '내일의 숲' 프로그램

3.1.3 환경경영 _ 친환경 소비문화 확산

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

그 밖의 친환경 프로그램

이마트는 녹색 상품의 개발과 유통을 강화하고 소비문화를 확산하기 위해 많은 활동들을 전개하고 있습니다. 2011년 환경부와 그린카드 제도 협약을 체결하고 에코머니 적립을 지원하고 있으며, 매년 6월 환경의 날을 중심으로 친환경 소비주간을 선정하고 환경부와 함께 다양한 행사 및 프로모션을 진행하고 있습니다. 또한 이마트 매장 내에 자연주의 등 친환경상품 코너를 운영하는 등 친환경 소비와 녹색상품 홍보를 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

그린카드 에코머니 및 탄소중립 실천 포인트 적립

이마트는 2011년 5월 환경부와 함께 그린카드 제도 협약을 체결하고, 이마트에서 녹색상품을 구매하면 에코머니를 적립해 주는 시스템을 운영하고 있습니다. 적립된 에코머니는 신세계 상품권으로 교환하여 보다 폭넓게 사용이 가능합니다. 또한 환경부의 탄소중립 실천 포인트 제도에도 참여하여 고객들이 이마트에서 친환경 활동을 할 때마다 탄소중립 실천 포인트를 적립할 수 있습니다. 이마트에서 적립가능한 활동은 전자영수증 발급(100원/회), 리필 스테이션 이용(2천 원/회), 그린카드로 친환경상품 구매(1천 원/회) 등입니다. 단, 포인트를 적립 받기 위해서는 사전에 해당 홈페이지에서 탄소중립실천포인트 가입을 해야 합니다.

탄소중립 실천 포인트 적립 홈페이지

친환경상품 전문 코너 운영

이마트는 2021년 친환경 브랜드 '자연주의 친환경'을 '자연주의'로 교체하고 판매상품을 저탄소, 동물복지, 무항생제 등 환경이나 윤리적으로 가치있는 상품으로 확대하였습니다. 온라인몰에서도 '건강·영양 상품' 별도 카테고리를 구성하고 친환경·유기농·동물복지 식음료 상품을 배치하고 있습니다.

친환경 소비주간, '그린장보기'

이마트는 매해 6월 5일 환경의 날을 중심으로 친환경 소비주간을 선정하고 환경부와 함께 다양한 행사를 진행하는 '그린장보기' 프로모션을 운영하고 있습니다. 2021년에는 이마트와 트레이더스에서 판매하는 2천여 개의 친환경 인증 상품을 '그린카드' 또는 '에코머니' 로고가 있는 카드로 구매할 시, 에코머니를 기존 대비 10배 적립하는 그린장보기를 진행하였으며, 2022년 그린장보기 행사에는 이마트 매장에서 자연주의 행사 상품을 행사카드로 결제 시 최대 40% 할인 제공, 탄소중립 실천 포인트 적립(트레이더스 포함), 햇반 용기 회수 캠페인 및 할인행사, 100여 개 인기 친환경상품 그린카드 구매 시 에코머니 20% 추가 적립 등의 프로모션을 진행할 예정입니다.

1. 이마트 녹색상품
2. 자연주의 친환경상품

2021년 그린 장보기 주요 혜택(2021.6.3~6.30)

EVENT 1	EVENT 2	EVENT 3
친환경 인증 상품 구매 시 에코머니 10배 적립	그린카드 20만 원 이상 결제 시 에코머니 1만 원 추가 적립	에코 리필 스테이션 이용 시 50% 특별 추가 적립

3.1.3 환경경영 _ 친환경 소비문화 확산

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
기후변화 대응
순환경제 구축
친환경 소비문화 확산
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

1. 초록 소비 환경 교실
2. 빈병 무인회수기

친환경 소비문화 교육/기부

이마트는 환경부, 한국환경산업기술원과 함께 친환경 문화 확산 및 친환경상품 유통촉진을 취지로 친환경 소비교육과정을 개발하고 운영하는 것에 상호 협력하기로 하였습니다. 본 교육은 교재/교구를 통해 선행학습 후 매장현장에서 직접 체험을 통한 친환경소비 학습을 진행할 수 있으며 이에 필요한 문화센터 수업개설, 수강료 전액은 이마트가 교육기부 형식으로 참여합니다. 아이들과 친환경 소비에 대해 재미있게 알아가기 위하여 연령대별 영상을 제작하고 그에 맞춘 교재와 게임자료 등을 제공하고 있으며, 효과적인 학습을 돕기 위한 지도서와 참고 자료도 제공하고 있습니다.

이마트 그린송 재능기부

이마트는 2012년 '저탄소 녹색성장 박람회'에서 환경부와 함께 친환경의 중요성을 쉽게 알릴 수 있는 다양한 방법에 대해 고민을 하던 중 남녀노소 누구나 쉽게 접할 수 있는 음원 형태의 기부를 결정하고 그린송을 제작하였습니다. 김형석 작곡가의 재능기부와 공모를 통해 시민들에게 받은 1,500여 개의 노랫말 중 엄선한 가사로 '그린송'이 탄생하였습니다. 해당 음원은 2013년 4월 '기후변화주간 개막식'에서 환경부에 정식 기부 전달되었습니다.

빈병 보증금 환불센터 운영

이마트는 2011년 성수점에 국내 최초로 빈병 보증금 환불센터를 시범운영 후, 현재 빈병 무인회수기로 전환하여 보다 쉽고 편리하게 빈병 회수 및 환불이 가능토록 운영하며 자원 재활용을 유도하고 있습니다. 빈병 무인회수기가 없거나 이용이 불편한 고객들을 위해 모든 이마트 점포 고객만족센터에서도 빈병을 수거하고 보증금을 환불해 드리고 있습니다.

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

3.2 SUSTAINABLE PRODUCTS

지속가능상품

OUR GOAL

건강, 영양,
친환경상품 보장

2021 KEY STRATEGY

건강상품 및
지속가능 인증 상품 확대

LINKS TO UN SDGS

OUR APPROACH

최근 ESG가 화두가 되면서 이해관계자들이 그 어떤 때보다 적극적으로 기업에게 ESG경영을 요구하고 있습니다. 기업들 역시 ESG이슈의 가치를 인식하면서 이를 경영활동에 반영하고 있습니다. 시대정신으로 부상한 ESG는 비즈니스와 연계하여 지속가능한 사회로의 전환을 도모하는 동시에 새로운 기회로 각광받고 있습니다. 기업이 지속가능한 방향으로 성장하기 위해서 업의 본질에 대한 통찰과 ESG이슈의 진정성 있는 접근에 기반한 지속가능한 혁신이 필요한 때입니다.

이마트가 생각하는 지속가능상품은 원재료의 선택에서부터 시작하여 생산과 고객의 소비를 거쳐, 폐기 이후 단계까지 생각하는 상품입니다. 이마트는 지속가능상품을 통해 고객의 더 나은 라이프스타일에 기여하고 범 지구적으로도 환경부하를 최소화하고자 합니다. 이마트는 지속가능상품 유통과 품질경영, 고객만족경영으로 본연의 업무에서 선한 영향력을 발휘하는 ESG경영 리더로의 면모를 보여드리고자 노력하겠습니다.

OUR PERFORMANCES

지속가능상품 유통

· 상품 지속가능성 이니셔티브(PSI) 구축
· 환경성적인증/저탄소인증 상품 확대
· 원재료 및 소싱 관련 인증 상품 관리
· 건강과 안전을 위한 지속가능상품 확대
· 3R(Reduce, Reuse, Recycle) 전략 기반 지속가능한 포장 확대

제품 안전 및 품질

· 내부 품질 전문가 육성
· 상품안전센터 안전성 검사 강화
· 피코크 상품 개발실 기업부설 연구전담부서 인증
· 생활화학제품 정보 공개

고객 만족도 제고

· NPS 평가를 통한 고객 만족도 관리
· 디지털 채널을 활용한 고객 소통 강화
· 고객 편의를 위한 쇼핑환경 개선

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
지속가능상품 유통
제품 안전 및 품질
고객 만족도 제고
동반성장
사회책임
APPENDIX

3.2.1 지속가능상품 _ 지속가능상품 유통

지속가능상품 유통 ESG경영의 필요성에 대한 사회적 공감대가 커질수록 기업에게 생산뿐 아니라 사용, 폐기에 이르는 전과정에 대한 관리 요구가 증가하고 있습니다. 이마트는 지속가능상품 유통을 통해 상품의 전과정에서 발생할 수 있는 부정적인 사회적, 환경적 영향을 최소화하고 고객의 라이프스타일을 보다 지속가능한 관점에서 지원하고자 합니다.

지속가능상품 유통 전략

이마트의 지속가능상품 유통은 지구환경과 지역사회, 고객을 중심으로 하는 이해관계자들이 무엇을 원하는지, 그리고 우리 모두가 다 함께 지속가능한 미래로 나아가기 위해 이마트가 어떠한 선택과 노력을 해야 하는지에 대한 고민에서 시작됩니다. 그리고 보다 나은 미래를 위해 서로가 소통하며 같은 방향으로 나아가기 위해서는 무엇보다 공통의 정의와 기준을 공유하는 것이 전제되어야 한다고 판단했습니다. 그래서 이마트는 PSI에 지속가능상품에 대한 정의와 기준 그리고 철학을 담아내고, 이를 모든 이해관계자들과 공유하며 소통하는 노력부터 시작하고자 합니다. 이마트는 이해관계자가 원하는 상품이 무엇인지, 이를 위해 어떠한 개선과 노력이 필요한지를 찾아내어 개선 목표를 설정하고 이를 실행하기 위한 로드맵과 추진방안을 마련하여 실천함은 물론 이 모든 과정들을 이해관계자들과 투명하게 공유하여 함께 만드는 보다 나은 미래를 맞이할 것입니다.

이마트의 기준, PSI

이마트는 '상품 지속가능성 이니셔티브(PSI, Product Sustainability Initiative)'를 구축하고 있습니다. PSI는 이마트의 상품 지속가능성에 대한 기준과 철학을 담고 있으며, 향후 이마트의 지속가능상품에 대한 기준이자 가이드라인이 될 것입니다. 이마트는 PSI 구축을 통해 이마트 상품의 지속가능성 경쟁력을 선제적으로 확보하고자 하며 협력사를 비롯한 이해관계자들에게 PSI에 대한 정보를 투명하게 공개함으로써 지속가능한 상품 유통 체계를 구축하고자 합니다. PSI는 친환경상품, 원재료/소싱, 건강/안전, 패키징/플라스틱 4대 영역으로 구성되어 있습니다.

WWF(세계자연기금) Korea **홍윤희 사무총장**

기업의 지속가능성 향상에 집중할 때입니다.

ESG는 경제적인 이익 추구 활동이 환경과 사회에 부정적인 영향을 끼치지 않고 환경, 사회, 경제를 함께 고려하여 의사 결정을 하도록 하는 것입니다. 국내에서도 최근 ESG 경영이 화두가 되면서 기업들이 지속가능한 비즈니스를 위해 새로운 경영 방식과 비즈니스 모델에 대해 고민하기 시작했습니다. 매우 긍정적인 변화로 보고 있으며 앞으로 기업의 지속가능성 향상과 자연에 미치는 영향을 줄이기 위한 노력에 집중해야 합니다.

최근 WWF와 이마트가 함께 만든 상품 지속가능성 이니셔티브(PSI)는 이마트의 유통 방식이 지속가능하게 전환될 수 있도록 돕는 가이드라인입니다. PSI를 디딤돌 삼아 앞으로도 이마트가 유통 업계 전반의 변화를 이끌 수 있는 리더십을 발휘하기를 바랍니다.

* WWF(세계자연기금)는 최대 규모의 자연보전 기관으로 인간과 자연이 조화롭게 살아가는 지속가능한 미래를 만드는 것을 궁극적인 목표로 활동하고 있으며, WWF-Korea는 지속가능한 시장 변화를 위해 관련 연구와 기업 공동의 노력을 이끌고 있습니다.

3.2.1 지속가능상품 _ 지속가능상품 유통

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
지속가능상품 유통
제품 안전 및 품질
고객 만족도 제고
동반성장
사회책임

APPENDIX

친환경상품·Green Product

이마트의 지속가능상품 유통 첫 번째 영역은 친환경상품입니다. 친환경상품은 정부에서 말하는 친환경상품(녹색제품)의 범주에 속하는 영역으로 환경표지인증, 저탄소인증, 우수재활용인증 상품이 포함되며, 농림축산식품부의 친환경인증을 받은 '유기농, 무농약, 저탄소농산물' 등의 문구를 사용하는 상품도 포함됩니다. 아울러 환경부의 그린카드, 녹색매장 지정제도 등을 통해 포함되는 기타 인증 상품들과 환경성적인증 상품들도 폭넓게 고려하고 있습니다. 이마트는 고객에게 보다 다양한 친환경상품을 제공할 수 있도록 자체적인 친환경상품 개발을 위해 노력하고 있으며, 온·오프라인 플랫폼을 통해 친환경상품 유통 생태계를 구축하고 있습니다.

환경성적인증/저탄소 상품 확대

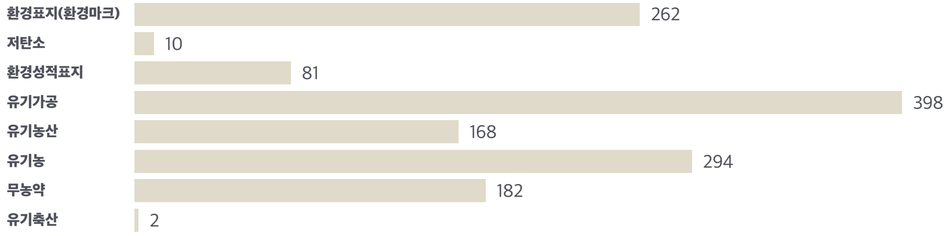
이마트는 2008년 환경부와 탄소성적표지제도 운영에 관한 MOU를 체결하고 업계 최초로 탄소인증 PL(Private Label) 상품을 출시한 바 있으며 협력사와의 협업과 피코크 상품개발실 자체 연구를 통해 지속적으로 친환경상품을 개발하고 있습니다. 이 같은 노력으로 2020년 24개, 2021년 28개의 상품에 환경성적표지 인증을 획득했으며, 노브랜드와 피코크 상품을 중심으로 2021년 기준 저탄소인증 제품 10종, 환경성적표지 인증 제품 81종, 환경표지인증 제품 262종을 포함하여 총 1,397종의 친환경상품을 직접 판매하고 있습니다.

자연주의 브랜드 개편

이마트는 지난 2006년 선보인 친환경 브랜드 '자연주의 친환경'을 2021년 '자연주의'로 교체하고 브랜드 확장에 나서고 있습니다. 유기농·무농약 등 친환경상품에 국한됐던 기존 카테고리를 저탄소, 동물복지, 무항생제 등 환경·윤리를 포함하는 상품으로 확대하였으며, 고객의 기호와 취향을 반영한 상품 개발과 매장 운영을 통해 브랜드 인지도를 높이고 '착한 소비' 대중화에 앞장서는 가치소비 브랜드로 탈바꿈할 계획입니다. 이마트는 이를 위해 새로운 자연주의 로고를 선보이고, 2023년까지 총 400여 개의 자연주의 상품을 운영할 계획입니다. 또한 고객에게 친환경상품을 알리고 구매를 유도하는 다양한 프로모션 활동도 지속적으로 추진하고 있습니다. 친환경 소비문화 확산과 관련한 친환경 프로그램 활동은 3.1.3 환경경영_친환경 소비문화 확산에서 보다 자세한 내용을 확인하실 수 있습니다.

3.1.3 환경경영_친환경 소비문화 확산

친환경상품 판매현황 (2021년 이마트 직영점 기준)



친환경상품 판매 품목 수 합계

1,397 개

3.2.1 지속가능상품 _ 지속가능상품 유통

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
지속가능상품 유통
제품 안전 및 품질
고객 만족도 제고
동반성장
사회책임

APPENDIX

원재료/소싱·Responsible Sourcing

이마트의 지속가능상품 유통 두 번째 영역은 원재료 및 소싱입니다. 이마트는 원재료 및 직수입 상품의 구매 단계부터 지속가능성을 고려하며, 책임감 있는 원재료 확보를 위해 지속가능한 재배 여부와 환경 및 사회 이슈의 투명성 등을 고려하는 국내외 인증 제도를 활용하고 있습니다. 이마트는 2021년 주요 원재료 및 직수입 상품 분석을 통해 원재료 및 소싱의 지속가능성 달성을 위한 인증 제도 활용 3단계 로드맵을 수립하고 그 결과를 협력사와 고객에게 공개하고 있습니다.

원재료 및 소싱 관련 인증 상품 관리

이마트는 노브랜드 매장과 PL상품을 중심으로 원재료에 대해 외부기관의 지속가능인증을 받은 상품을 판매하고 있습니다. MSC인증 프리미엄 명란(해양관리협의회가 어획 방식과 가공 방식 모두 해양생태계 파괴를 최소화하는 지속가능한 방식으로 이루어졌음을 인증), FSC인증 색종이(산림관리협의회가 원주민의 권리를 보장하고 지역사회와 협업을 통해 생산했음을 인증), EU인증 유기농 사탕(제품 성분의 대부분이 유기농 원료로 이루어졌음을 EU 기준에 따라 인증) 등이 이에 해당합니다. 2021년을 기준으로 이마트에서 관리하고 있는 원재료에 대한 외부 인증은 총 11개이며, 이들 인증을 받은 원재료 및 상품은 총 535종에 이릅니다. 이마트는 향후에도 생물다양성(Biodiversity)과 자원의 유한성에 대한 책임감 있는 사용을 고려하여 상품을 운영할 계획입니다.

원재료 및 소싱 인증 상품 (2021년 이마트 직영점 기준)

인증표시		규격 단체	인증 대상	상품 사례	품목 수
	ECOCERT	프랑스 ECOCERT	식물, 유기농 인증	라 네이처 생리대	11
	Euro-Leaf	EU 유럽연합	식물, 유기농 인증	야미얼스 사탕	65
	FSC	산림관리 협의회 (Forest Stewardship Council)	목재가 포함된 상품	리트리 물티슈	42
	ICEA	이탈리아 유기농 인증협회 (Istituto Certificazione Etica e Ambientale)	식물, 유기농 인증	콜만 오가닉 생리대	3
	MSC	해양관리협의회 (Marine Stewardship Council)	해양에서 어획된 수산물 및 포함 상품	덕화 프리미엄 명란	14
	OCS	국제섬유협회 (Textile Exchange)	식물, 유기농 인증	좋은느낌 생리대	11
	RSPO	지속가능한 팜유 생산을 위한 협의회 (Roundtable on Sustainable Palm Oil)	팜유 및 포함 상품	킨더초콜렛	23
	USDA	미국 농무성 (United States Department of Agriculture)	식물, 유기농 인증	하인즈 유기농 케첩	47
	공정무역	국제공정무역기구 (Fairtrade International/)	커피, 카카오 등 소규모 농장가에서 재배되는 원재료	유기농 공정무역 계피	14
	동물복지	한국 농림축산식품부	축산물	동물복지 유정란	64
	무항생제	한국 농림축산식품부	축산물	피코크 더 노란 통통란	241
			합계		535

3.2.1 지속가능상품 _ 지속가능상품 유통

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
지속가능상품 유통
제품 안전 및 품질
고객 만족도 제고
동반성장
사회책임

APPENDIX

원재료 및 소싱 로드맵 개발

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

원재료/소싱 로드맵

● 국내 인증 ● 글로벌 인증

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

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

3.2.1 지속가능상품 _ 지속가능상품 유통

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
지속가능상품 유통
제품 안전 및 품질
고객 만족도 제고
동반성장
사회책임

APPENDIX

건강/안전·Health/Safety

이마트의 지속가능상품 유통 세 번째 영역은 건강과 안전입니다. 이는 상품을 소비하는 고객 관점에서의 지속가능성으로 경제성을 전제하되, 고객의 몸에 건강하고 안전한 상품을 제공하는 것을 우선하는 기준입니다. 이마트는 저당, 저염, 저지방, 유기농 등 건강을 고려한 제품과 계면활성제 프리(free) 등 안전을 고려한 상품 판매를 통해 고객의 건강한 식습관 유지 및 건강 관리에 기여하고자 합니다.

건강과 안전을 위한 지속가능상품

이마트는 현재 저당도 케첩, 유기농 요구르트, 저지방 요거트 등 건강을 위한 식음료 제품과 약산성 샴푸, 유기농 오일 스크럽 등 논란성분 저감 및 천연 원료 사용 생활용품을 판매하고 있습니다. 이마트는 PL브랜드인 피코크와 노브랜드를 활용하여 건강과 안전을 고려한 지속가능상품 비율을 늘려갈 계획입니다.

건강/안전 상품 판매현황 (2021년 이마트 직영점 기준)

세부 구분	품목 수
저칼로리	48
저지방	17
저염	26
저당	26
영양성분 강화	128
비건	68
무설탕	5
글루텐 프리	7
건강기능식품	124
NON-GMO	38
합계	**487**

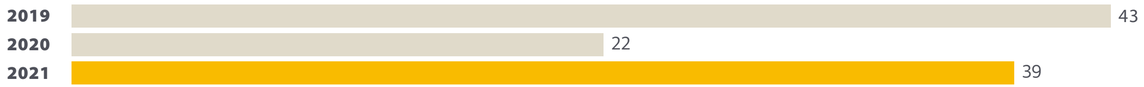
피코크 건강/안전 상품 강화 전략

건강/안전 상품 확대를 위한 기획 첫 단계로 PL브랜드인 피코크를 대상으로 파일럿 프로젝트를 시행하고 있습니다. 피코크는 건강 관련 프로그램을 기능성, 유기농, 저당/저칼로리, 저지방, 저나트륨, 영양성분 강화, 인공 성분 저감 등 7개 영역으로 관리하며 매년 지속적인 상품 출시를 이어오고 있습니다. 피코크의 건강 관련 상품군 매출액 비중은 8.7%에 불과하나 혁신적인 시도로 판매 품목 비중은 13%에 달하고 있습니다. 2021년 기준 피코크에서 판매하고 있는 건강/안전 상품은 피코크 로우슈거 껌, 현미 곤약밥, 피코크 유기농 국내산 보리차 등 총 51품목에 이릅니다.

무항생제 축산물 취급자 인증 점포 확대

이마트는 2022년 2월 무항생제 돈육 판매 매장을 전국 130개점으로 확대했습니다. 무항생제 인증 돈육은 항생제, 항균제 등이 첨가되지 않은 사료를 먹이고, 동물용의약품 사용 금지 등 일정한 인증 기준을 지켜 키워낸 축산물임을 인증하는 돼지고기입니다. 농장 사육 단계부터 가공 업체까지만 무항생제 인증을 받아도 매장에서 팩 포장 형태의 무항생제 제품 판매가 가능하나, 원육 단위 판매를 하려면 점포에도 무항생제 축산물 취급자 인증이 필요합니다. 이마트는 지난 2020년 13개 점포 인증을 시작으로 2021년 20개 점포로 인증을 추가한데 이어 고객들에게 보다 건강한 먹거리를 제공하기 위해 2022년에는 130개 매장으로 확대하였습니다. 이마트는 지난 2020년부터 매장에서 판매하는 모든 생닭, 생오리 고기를 무항생제 인증 상품으로 전환하였으며, 11개 매장에서 동물복지 돈육 상품을 시범 판매하고 있습니다.

피코크 건강관련 프로그램 신규 상품 출시 (단위: 건)



3.2.1 지속가능상품 _ 지속가능상품 유통

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
지속가능상품 유통
제품 안전 및 품질
고객 만족도 제고
동반성장
사회책임

APPENDIX

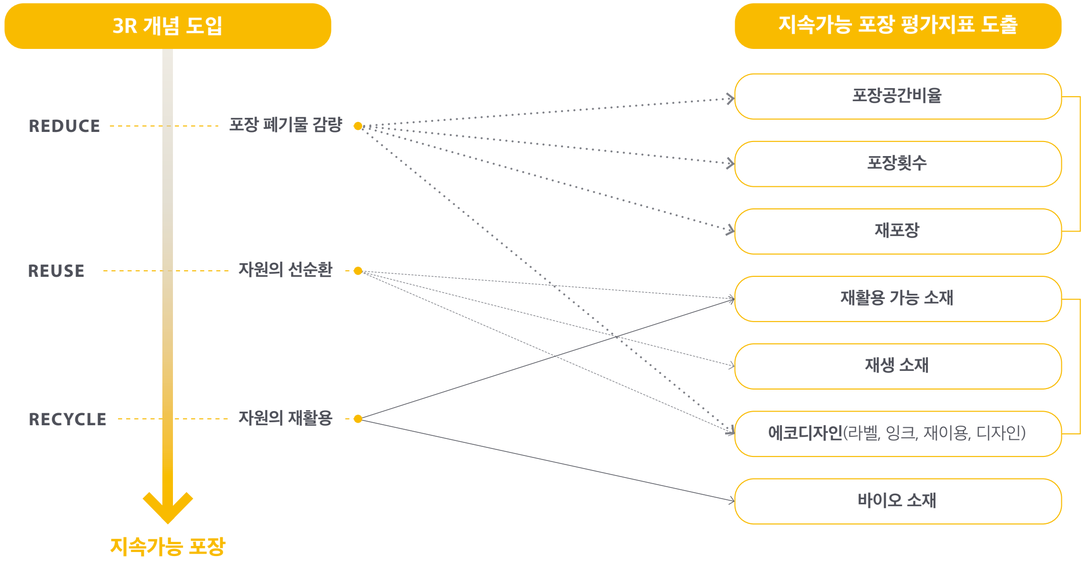
패키징/플라스틱·Packaging/Plastic

이마트의 지속가능상품 유통 네 번째 영역은 포장과 플라스틱입니다. 이마트는 유통사와 제조사가 자발적으로 플라스틱 저감 책임을 인지하고 환경영향을 줄이도록 노력해야 한다고 생각합니다. 그렇기에 2030년까지 포장재 플라스틱으로 인한 온실가스 배출량을 30% 저감하겠다는 목표와 더불어 모든 단계의 포장으로 인한 환경부하를 줄이고자 합니다. 이마트는 제품의 품질과 위생·안전이 보장되는 범위 안에서 포장 폐기물 감량(Reduce), 자원의 선순환(Reuse), 자원의 재활용(Recycle) 등 3대 지속가능 포장 지침을 수립하고 이를 실천해 나아가고 있습니다.

지속가능 포장에 대한
PSI(Product Sustainability Initiative) 평가지표 도출

이마트는 3R(Reduce, Reuse, Recycle) 개념을 도입하여 포장폐기물 감량, 자원의 선순환, 자원의 재활용 등 3가지 기준을 수립하였으며 이를 바탕으로 7가지 PSI 평가지표를 도출했습니다. 평가지표 개발은 지속가능 포장의 정의를 정립하는 일련의 과정이며, 기업의 포장 기술 및 상품의 포장 디자인 개발을 보다 지속가능한 방향으로 유도하려는 목적도 있습니다. 지속가능 포장에 대한 PSI가 가치 사슬 전반으로 확대 적용되면 불필요한 포장 항목을 제거하고 포장재의 재사용 및 재활용을 촉진하는 플라스틱 환경부하 저감 활동도 가치 사슬 전반으로 확대될 것입니다. PSI 평가지표 7개 항목은 포장공간비율, 포장횟수, 재포장 금지 준수, 재활용 가능 소재 사용, 재생 소재 사용, 에코디자인 적용, 바이오 소재 사용이며, 이마트는 각 항목에 대한 정의와 세부 평가지표별 지표정의서를 마련하여 공개하고, 이를 지속적으로 업데이트할 계획입니다. 아울러 이마트는 PSI 지속가능 포장지표를 통해 보다 나은 포장을 위한 기준과 방향성을 제시하고, 바이어와 협력사가 현장에서 쉽게 이해하고 지표의 반영여부를 자가진단 할 수 있도록 PSI Playbook을 제작하여 공유할 계획입니다.

지속가능 포장 평가지표 도출 방법



지속가능 포장 추진을 위한 평가지표

포장공간비율 /포장횟수	재포장	에코디자인	재활용가능 소재	재생 소재	바이오 소재 사용
전 품목 대상 단계별 포장공간비율 및 포장 횟수에 대한 목표설정 필요	재포장 금지법 위반 여부 집중 점검	전 품목 대상 포장재 재이용과 라벨, 잉크 등에 대한 세부규정 필요	재활용 용이성 기준 재질·구조 등급을 평가하고 재활용 가능 소재 비중 확대	안전성이 확보된 재생 소재 활용 확대	탄소저감과 재활용이 가능한 바이오 플라스틱 사용

3.2.1 지속가능상품 _ 지속가능상품 유통

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
지속가능상품 유통
제품 안전 및 품질
고객 만족도 제고
동반성장
사회책임

APPENDIX

1. 수분리 이지필 라벨
2. 무라벨 생수
3. 비닐 롤백 줄이기 캠페인

일회성 소모품 사용 감축

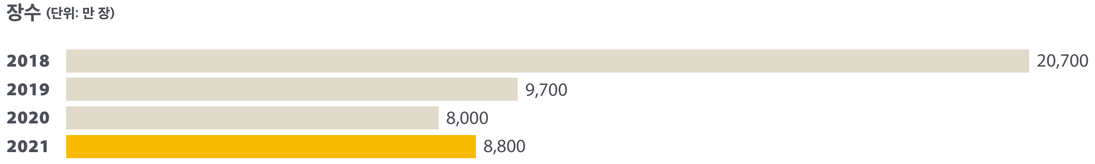
이마트는 2018년 환경부와 '비닐·플라스틱 감축 자발적 협약'을 맺고 매장에서 사용되는 일회용 롤백을 지속적으로 감축하고 있습니다. 롤백은 과일이나 채소 등을 담는 벌크 형태 비닐백으로, 고객들이 직접 필요한 만큼 뜯어 쓸 수 있도록 매장 곳곳에 비치해 운영하고 있습니다. 이마트는 기존에 대형 사이즈, 소형 사이즈로 제공하던 롤백을 소형 사이즈로 통일하고 비치 장소를 기존 대비 절반 이하로 줄였습니다. 이러한 노력으로 2021년 현재 2018년 대비 1억 2천만 장, 297톤의 비닐 사용 감축 효과를 거두었습니다. 또한 일회성으로 연간 3천 4백만 개나 사용되면서 재활용이 어려웠던 발포 합성수지 유색/코팅 수산물 트레이를 무색/무코팅 트레이로 교체하여, 연간 282톤의 플라스틱 트레이의 재활용 가능성을 개선하였습니다.

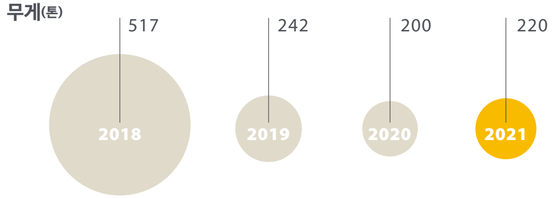
라벨 대체 및 무라벨 제품 출시

이마트는 2021년 하반기부터 과일 및 채소 제품 라벨을 세척과정에서 물에 의해 쉽게 분리되는 '수분리 이지필' 제품으로 교체하고 있습니다. 수분리 이지필 제품은 일반 유포지 대비 단가가 비싸지만 재생 플라스틱 품질의 걸림돌로 지적되고 있는 이물질 반입률을 낮출 수 있는 소재입니다.

또한 우수 협력사의 PET병 라벨을 쉽게 분리되는 에코탭 라벨로 변경하고 접착제도 재활용 단계에서 쉽게 분리되는 친환경 접착제로 교체하는 친환경 제조 설비 개선을 지원하여 노브랜드 생수 라벨을 친환경적으로 개선하였습니다. 더불어 피코크, 노브랜드, 트레이더스 생수 중 일부 품목을 전량 무라벨로 출시하고 있습니다. 제품명 및 수원지, 유통기한 등 고객들에게 반드시 고지해야 할 필수 정보는 뚜껑에 표기하거나 개별 페트병 상단에 각인했으며, 무기질 함량 등 상세 정보는 묶음용 포장에 기입하고 있습니다.

이마트 일회용 롤백 연간 사용량





3.2.1 지속가능상품 _ 지속가능상품 유통

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
지속가능상품 유통
제품 안전 및 품질
고객 만족도 제고
동반성장
사회책임

APPENDIX

재활용 소재를 사용한 포장 확대

이마트는 신선식품 포장에 재활용 소재 활용을 확대하고 있습니다. 과일 및 채소는 식품 안전에 영향을 미치지 않는 안전한 재생 PET를 50% 포함한 용기로 변경하였으며, 수산 제품 역시 재생 PET 함유율 64% 용기로 전환하고자 계획하는 등 2022년 1월까지 134종의 포장 용기를 개선하였습니다.

키친 델리 매장
친환경 패키지 예상 사용량

연간 **400** 톤 이상

키친 델리, 명절 선물 세트 환경친화적 포장 확대

키친 델리 매장에서는 2021년 8월부터 즉석조리식품 포장재를 분리배출이 가능한 비목재 종이 소재로 변경하고 유산지와 스티커도 재활용이 쉬운 방식으로 교체하였습니다. 이번에 새로 도입한 포장 용기는 '바가스 펄프' 소재로 목재 펄프를 사용하지 않고 사탕수수에서 설탕액을 짜내고 남은 섬유소로 만든 포장재입니다. 적용 품목은 구이, 튀김류 등 56개 상품이며 2021년 하반기부터 전 점포로 확대 적용하고 있습니다. 이마트는 향후 초밥, 샐러드 등 냉장 상품과 피코크 상품으로도 환경친화적인 포장재를 확대할 계획입니다.

2022년에는 설 명절을 맞이하여 피코크 수산 세트 전 품목과 프리미엄 냉장육 세트 8개 품목에 대해 포장박스를 종이 보냉 상자로 교체했으며 상자 내부 속지에는 콩기름 잉크를 사용했습니다. 또한 피코크 조미료 세트 상품에는 라벨과 뚜껑을 분리가 쉬운 재질로 변경했으며, 통조림 세트에는 상품을 흔들리지 않게 잡아주는 내부 포장재를 플라스틱에서 종이로 변경했습니다.

1. '바가스 펄프' 소재 친환경 포장
2. 내부 포장재 플라스틱 축소

신선식품 PET소재 트레이 재생원료 대체

연간 재생원료 사용량 (단위: 톤)

PET 소재 포장재 재생원료 함유율 (단위: %)

3.2.1 지속가능상품 _ 지속가능상품 유통

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
지속가능상품 유통
제품 안전 및 품질
고객 만족도 제고
동반성장
사회책임

APPENDIX

100% 재활용 가능한 포장재 운영 추진

이마트는 2021년 PL 및 직수입 전체 상품을 대상으로 '재활용 용이성 평가'를 진행하였습니다. 평가 결과 약 3.6%에 해당하는 포장재가 현실적으로 재활용이 어렵다고 판단되는 '재활용 어려움' 등급으로 분류되었으며, 이마트는 2025년까지 '재활용 어려움' 등급을 제로화하는 개선 목표를 수립하였습니다.

'재활용 어려움' 등급 상품을 운영하는 중소 협력사에는 동반성장기금을 통해 '재활용 우수' 등급 이상의 상품을 생산할 수 있도록 설비 개선을 추진하고 있으며, 이를 통해 환경 관련 사회적 비용을 절감하는 선순환 구조를 구축하고 있습니다. 아울러 자원순환사회연대, 한국P&G와 함께 올바른 분리배출 방법을 적극 홍보하는 등 판매 이후 단계의 자원순환에도 힘쓰고 있습니다.

포장재 분리배출 안내

이마트 PL/직수입 상품 재활용 용이성 평가 결과 (2021년 기준)

* 자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률 제9조의3에 따라 시행

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
지속가능상품 유통
제품 안전 및 품질
고객 만족도 제고
동반성장
사회책임
APPENDIX

3.2.2 지속가능상품 _ 제품 안전 및 품질

제품 안전 및 품질 이마트는 글로벌 수준(HACCP, ISO9001에 준하는 수준)의 품질관리 및 상품 안전 관리체계를 확보하였으며, 안전하고 우수한 품질의 제품을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

고객 중심의 품질관리체계 구축

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

품질관리 역량 강화

이마트는 상품 품질수준 향상을 위한 내부 품질 전문가 육성에도 주력하고 있습니다. 2021년부터 사내 직무역량 강화를 위해 각 품질관리 담당자별 주제를 선정하였으며, 이에 근거한 정기적인 내부 교육을 진행하여 다양한 이슈 사례와 품질관리 정보를 공유하고 있습니다. 더불어 폭넓은 전문성 확보를 위해 외부 전문 위탁교육기관의 초빙 교육을 비롯하여 농수산품 품질관리사, 식품/품질관리 공인자격증 등 공인자격 취득을 지원하여 품질 전문가로의 성장 동기를 부여하고 있습니다.

2022년도에는 식품위생 강화를 위하여 신선/가공식품 담당자를 대상으로 FSSC 22000 국제표준 인증 교육 프로그램 수료도 지원할 예정입니다.

상품 매입을 책임지는 바이어와 판매 현장을 담당하는 점포 근무자를 대상으로도 품질 교육을 진행하고 있습니다. 고객과 협력사와의 접점에 있는 현장 담당자의 품질에 대한 인식과 역량 향상을 위해 현장 상황과 역할에 맞춰 교육이 진행됩니다. 품질 관련 법규 변경 시에도 현장 공감 및 상품 검증을 통해 선제적 품질관리를 진행하고 있습니다. 특히, 대내외 품질 이슈, 법규 등의 정보를 매입 및 점포 현장에 신속하게 공유하여 안전하고 우수한 상품을 운영할 수 있도록 노력하고 있습니다.

품질 위기대응 체계

이마트는 품질사고 발생에 대비하기 위해 대응 프로세스를 운영 중이며, 피해의 심각성에 따라 주의-경계-심각의 3단계로 위험도를 설정하고 있습니다. 경계 단계 이상의 비상사태가 발생할 경우에는 별도의 상황대책 본부를 구성하여 대응 및 재발방지 대책 수립까지의 전과정을 지휘합니다.

안전한 식품 제공을 위한 노력

이마트 점포에서 생산하는 식품의 품질관리를 위해 제조 시설에 대한 준법, 위생 점검과 제조식품의 안전성 검사를 정기적으로 진행하고 있습니다. 점포 제조 시설은 전문기관과 함께 매년 2회 이상 점검하고 있으며, 점포에서 생산하는 즉석식품은 연간 1,000건 이상의 안전성 검사를 진행하고 있습니다. 또한 이마트에서 판매하고 있는 농산물(채소, 과일)도 연간 2,400건의 안전성 검사를 통해 고객에게 안전한 먹거리를 제공하고자 노력하고 있습니다.

이마트 점포에 입점되는 가공식품은 품질관리 프로세스에 따라 공장심사를 진행하며, 상품의 법적 규격 적합 여부를 확인합니다. 부적합한 제조사와 상품은 원천적으로 입점을 차단하고 있습니다. 판매 중인 상품에 대해서도 안전성 검증을 위한 기준규격 검사를 진행하고 있으며, 특히 PL 식품의 경우 법적 기준보다 강화된 자체 품질안전 기준을 마련하여 운영 중입니다.

엄격한 기준을 통과하여 입점된 상품은 판매기한 운영지침에 의해 철저하게 관리되며, 판매기한 이전이라도 선도 저하 상품은 즉시 처분하고 있습니다. 매일 입점 상품의 선도를 체크하고 같은 상품군이라도 상품 속성별로 판매기한을 지정하여 관리하고 있으며, 손질 생선, 초밥, 회, 조리식품 등 500여 가지 신선식품은 진열한 상품을 당일에만 판매하는 당일 상품 판매제를 운영하고 있습니다.

품질 위기대응 체계

위기상황 발생 > 대책본부 소집 > 대책방안 수립 > 실행 / 과정 관리

3.2.2 지속가능상품 _ 제품 안전 및 품질

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
지속가능상품 유통
제품 안전 및 품질
고객 만족도 제고
동반성장
사회책임

APPENDIX

피코크 상품개발실

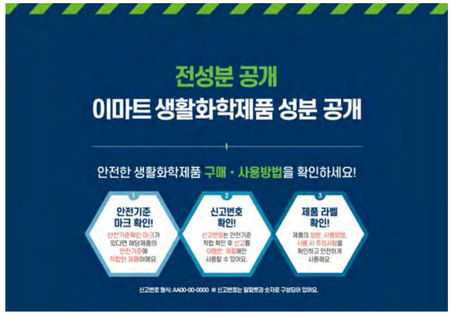
피코크 상품개발실은 유통업계 PL브랜드로는 최초로 과학기술정보통신부의 공식 인정을 받은 기업부설 연구개발전담부서로, 제품의 최초 아이디어 단계부터 최종 상품화까지 원스톱 개발을 진행할 수 있는 인프라를 갖추고 있습니다. 피코크 상품개발실에는 통합 조리실, 메뉴 개발실, 아이디어 회의실은 물론 상품 촬영을 위한 스튜디오와 염도·당도·산도 등 다양한 이화학검사와 관능검사를 실시할 수 있는 품질관리실까지 완비되어 있으며, 8인 이상의 연구원이 근무하고 있습니다. 피코크 상품개발실은 셰프를 중심으로 최고의 맛과 최적의 레시피를 개발하는 제품개발, 제품 품질 유지 및 개선을 담당하는 품질평가, 사내외 관능평가를 통해 개선 방향을 연구하는 리서치 파트로 운영됩니다. 상품개발실은 그동안 피코크 상품을 중심으로 운영되어 왔으나, 2022년 기업부설 연구개발전담부서 인증과 함께 그로서리 전체로 업무 분야를 확대할 계획입니다. 상품개발실은 '경계없는 협력'의 대표조직으로 소싱, 가공 등 타부서는 물론 좋은 아이디어를 가지고 있는 협력사와도 공동개발을 추진하여 제품개발의 한계를 뛰어넘고 피코크클럽 테이스터와 마스터즈 운영을 통해 고객중심의 신제품 개발과 프리미엄 상품의 품질을 유지하도록 노력하고 있습니다.

생활화학제품 안전성 관리

이마트는 고객에게 안전한 제품을 제공하기 위해 생활화학제품의 법적 기준에 따른 안전성을 확인하고 있습니다. 특히, 환경부와 기업, 시민단체가 참여하는 자발적 협약을 통해 전성분 공개, 원료 유해성 평가, 화학물질 저감 우수 제품 개발 등의 노력을 진행하고 있습니다. 또한 이마트가 직접 기획하여 운영하는 PL/직수입 제품은 연 2회 상품 검사를 통해 유해성 여부를 점검하고 제조사 현장에 방문하여 제조환경, 유해 물질 관리 및 원료 보관 현황 등을 확인하는 등 엄격한 안전성 검증을 진행하고 있습니다.

생활화학제품 정보공개

이마트는 2017년부터 고객의 알 권리 보호와 투명한 제품 관리를 위해 이마트, 환경부(초록누리), 시민단체(환경운동연합) 인터넷 홈페이지를 통해 PL제품의 전성분을 공개하고 있습니다. 또한 생활화학제품 주원료 안전성 평가에 참여하여 적합성 검증을 마쳤으며, 해당 평가 내용 역시 초록누리를 통해 공개할 예정입니다. 이마트에서 운영하는 PL 3개 제품이 환경부에서 주관하는 원료안전성 평가를 통해 '화학물질 저감 우수 제품'으로 선정된 바 있으며, 이마트는 우수 제품의 추가 개발을 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

1


2

1. PL제품 전성분 공개
2. 기업부설 연구개발전담부서 인증서

이마트 식품 안전성을 책임지는 상품안전센터

이마트 상품안전센터는 고객에게 제공되는 주요 PL 식품 및 신상품의 안전성을 검증하는 국제 공인 시험기관으로, 이마트의 품질관리에 대한 의지의 산물이자 유통업 혁신을 대표할 수 있는 또 하나의 사례입니다. 2015년 신설된 상품안전센터는 한국 인정기구 KOLAS로부터 국제 공인 시험기관으로 인정받아 총 27개 항목(미생물 8개, 화학 17개, 농축산물 2개)에 대한 공인시험 성적서를 자체 발급할 수 있는 전문 기관이며, 센터 내 연구요원들 모두 영국에서 실시하는 분석능력평가 시험을 통과한 분석 전문가로 구성되어 있습니다. 상품안전센터는 잔류농약, 항생제 등 식품에 남아있을 수 있는 유해 성분 정밀 분석을 위한 분석 장비와 공산품 검사를 위한 X-ray 및 방사능 장비, 식중독균 등 미생물 분석을 위한 유전자 검사실과 무균실, 전처리실 등 전문적인 설비를 갖추고 연간 13,000건에 달하는 식품 및 상품의 안전성 검사를 실시하고 있습니다. 보다 안전하고 건강한 상품 제공으로 고객의 신뢰에 답하기 위한 이마트의 노력은 보이지 않는 곳에서도 계속되고 있습니다.

3.2.3 지속가능상품 _ 고객 만족도 제고

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
지속가능상품 유통
제품 안전 및 품질
고객 만족도 제고
동반성장
사회책임

APPENDIX

고객 만족도 제고 이마트의 고객만족경영은 공고한 신뢰를 바탕으로 고객과의 유대감을 강화하는데 그 목적을 두고 있습니다. 이마트는 고객 만족도 제고를 통한 경쟁력 강화를 위해 NPS 시스템을 도입하고 고객의 작은 소리에도 귀 기울이고 있으며, 자발적 리콜과 적합한 피해 보상절차를 갖추고 있습니다. 또한 고객 입장에서의 합리적이고 편안한 쇼핑 경험을 제공하기 위해 고심하며 다양한 고객 편의 서비스를 마련하고 있습니다.

VoC 관리의 체계화 및 다양한 채널을 통한 VoC 관리

VoC(Voice of Customer)는 고객 접점에서 수집되는 자료로 이마트의 경영활동 전반에서 중요한 역할을 하고 있습니다. 더불어 고객을 통해 직접적이고 빠른 정보를 얻을 수 있다는 점에서 고객과 이마트를 잇는 소통 채널로 고도화되고 있습니다. 최근에는 상담채널의 디지털 전환(Digital Transformation)을 통하여 AI챗봇(이로디(erody)), 채팅, 전문상담 등 보다 신속하고 편리하게 고객의 요구사항에 응대할 수 있는 채널 개발에도 많은 투자를 하고 있습니다.

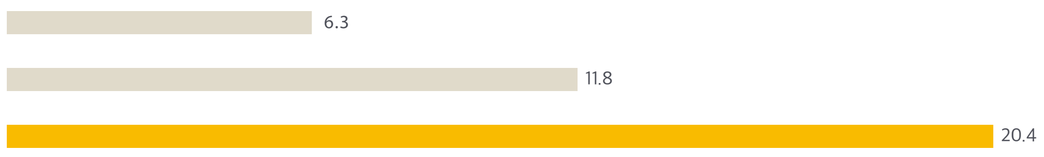
고객 만족도 제고를 위한 NPS (Net Promoter Score, 순 추천고객 지수) 평가

NPS는 경험 고객의 추천 의사를 통해 고객 만족도를 측정하는 글로벌 지표로서 이마트는 고객 중심의 조직적인 변화를 위해 NPS를 도입하여 연 4회 평가를 실시하고 있습니다. NPS는 이마트 이용 고객들로부터 추천 의사를 11점 척도로 평가 후 추천과 비추천 결과를 통해 고객 만족도와 문제점을 도출하며, 이마트는 고객들에게 더 나은 경험을 제공할 수 있도록 추천과 비추천 요인을 탐색하여 지속적으로 개선해 나가고 있습니다. 그 결과 NPS는 지속 상승하여 2021년 이마트 브랜드 NPS는 20.4%로 경쟁 브랜드 대비 높은 수준을 보이고 있으며, 쇼핑 여정에 영향을 주는 총 9개의 세부 속성에서도 모두 경쟁사 대비 우수한 분포로 나타났습니다. 이마트는 NPS를 전사 핵심 경영지표로 활용하며 모든 임직원이 고객 경험에 기반하여 전략적 우선순위를 수립하고 실천하고자 노력하고 있습니다.

이마트의 시공간 초월챗봇 이로디(erody)

스마트폰으로 언제, 어디서든 소환하는 AI챗봇.
전국 이마트 매장을 연결한 쇼핑 메타버스 'e-road'를
통해 매장을 둘러보고 고객의 궁금증을 해결

이마트 브랜드 NPS 추이 (단위: %)



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

3.2.3 지속가능상품 _ 고객 만족도 제고

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
지속가능상품 유통
제품 안전 및 품질
고객 만족도 제고
동반성장
사회책임

APPENDIX

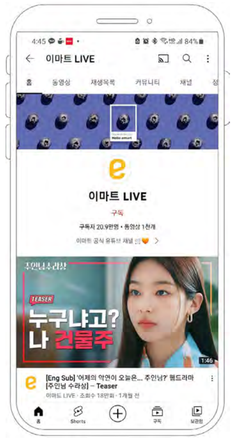
고객 소통 강화

이마트는 유튜브, 인스타그램, 카카오톡 등 다양한 디지털 채널을 통해 고객과 소통하고 있습니다. 소통 콘텐츠는 프로모션 안내, 쿠폰 발송 등 쇼핑 혜택 안내는 물론 트렌디한 식문화 및 라이프스타일을 지향하는 이마트의 브랜딩 콘텐츠까지 채널 특성과 타깃 고객층에 맞춰 다양하게 제공하고자 노력하고 있습니다. 그 결과, 2011년 개설된 유튜브 '이마트 LIVE'는 주 타깃인 20~30대 고객은 물론, 35~54세 고객들의 방문도 25%를 차지하는 등 폭넓은 연령대의 지지를 받고 있으며, 2021년에는 대형마트 최초로 유튜브 실버 버튼을 획득하였습니다. 이에 이마트는 디지털 채널 활용도를 높이고자 유튜브 쇼츠, 인스타그램 릴스 등 MZ세대를 타깃으로 숏폼 콘텐츠를 제작하고, 온·오프라인 연결 강화를 위한 SNS 전용 쿠폰을 운영하는 등 고객과의 디지털 커뮤니케이션을 확대하고 있습니다. 또한, '이마트와 함께 만드는 내일의 지구', '착한소비 시작한 SSUL' 등 ESG 소비문화 조성을 위한 콘텐츠도 별도 제작하여 고객과의 더 나은 미래를 만드는 소통 창구로 활용하고 있습니다.

이마트를 만나는 7가지 방법

이마트뮤직
이마트앱
페이스북
카카오스토리
유튜브
네이버블로그
인스타그램

이마트 유튜브 채널



이마트 LIVE

구독자 수
20.4 만 명
(2022년 5월 12일 기준)

개설일
2011.12.20

유튜브 활용 전략

유튜브 광고
짧은 숏폼 레시피
인플루언서 협업
임직원 참여

유튜브 시청자 분석

주 타깃층 ● 18~34세 (63.1% 이상) ● 4050세대 (28.6% 이상)

13~17세	18~24세	25~34세	35~44세	45~54세	55~64세	65세 이상
3.5%	32%	31.1%	14%	11.1%	3.5%	3.5%

성별 비율

남성	여성
41.3%	58.7%

가장 많이 보는 요일 및 시간

수요일
PM 5~7시

자발적 리콜 제도 운영

이마트는 고객의 안전이 최우선이라는 원칙하에 제품 결함 발생 시 자발적 리콜 제도를 운영하고 있습니다. 리콜이 결정된 상품은 즉시 판매를 중단하고 매장 및 홈페이지 등을 통해 내용을 공개하고 있습니다. 이와 더불어 재발방지 대책을 수립하여 상품 개선을 진행합니다.

피해 보상 절차 및 보상 체계

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

교환 및 환불제도

이마트는 고객만족을 위해 신선식품이나 냉동식품은 구입 후 7일 이내, 그 외 상품은 구입 후 한 달 이내 영수증 지참 시 단순 변심 여부에 상관없이 교환 및 환불을 진행하고 있습니다. 단순 변심에 의한 교환 및 환불은 판매 가능한 상태의 상품에 대해 거래 시 사용한 결제수단과 영수증이 있어야 하며, 가전 상품이나 음반, 서적, 이마트 내 브랜드 임대매장은 별도의 피해 보상 규정에 의거해 진행됩니다. 환불은 법령에 의거해 구입 점포에서만 가능하며, 트레이더스 점포 등 일부 점포에는 해당점에서 판매되는 제품만 교환/환불이 가능할 수 있습니다.

3.2.3 지속가능상품 _ 고객 만족도 제고

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
지속가능상품 유통
제품 안전 및 품질
고객 만족도 제고
동반성장
사회책임

APPENDIX

1. 최저가격 보상 적립
2. 품절ZERO 보장제
3. 대여용 보냉백

품절ZERO 보장제

이마트는 전단 행사 광고를 보고 매장을 찾은 고객들이 품절로 인해 해당 상품을 구매할 수 없는 상황이 발생하면 고객과의 약속을 지키는 의미에서 행사 종료 후라도 10일 동안 행사가격과 동일한 가격으로 해당 상품을 구매할 수 있는 품절제로 보장 쿠폰을 발행하고 있습니다. 패션, 스포츠, 완구, 가전 등의 상품이나 1+1 등 한정수량 기획상품 등은 제외되며, 행사 종료 10일 이내에 재입고된 해당 상품과 발행된 쿠폰을 계산대에 제출하면 행사 가격으로 구입할 수 있습니다.

최저가격 보상 적립

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

쇼핑 약자를 위한 쇼핑환경 개선

장애인·노인·임산부 등의 편의 증진 보장에 관한 법률 개정에 따라 2022년 하반기부터 각 매장별로 3대의 장애인용 쇼핑카트를 도입할 계획입니다. 또한 장바구니 이용 고객의 쇼핑 편의를 위해 장바구니 이용 고객이 많은 점포를 대상으로 롤링 바스켓을 운영하고 있습니다. 롤링 바스켓은 기존 장바구니보다 용량이 크며 바구니에 바퀴를 달아 끌고 다니며 쇼핑이 가능한 형태로 쇼핑 바구니를 직접 들고 다니는 불편함을 해소하여 노년층과 여성 고객의 만족도가 높게 나타나고 있습니다. 이마트는 앞으로도 고객의 입장에서 불편을 개선하고 쇼핑 약자의 안전을 보장할 수 있는 쇼핑환경 제공을 위해 더욱 노력하겠습니다.

대여용 보냉백

이마트는 신선식품 및 냉장·냉동 상품의 신선도 유지 및 일회용품 절감을 위해 대여용 보냉백 제도를 시범 운영하고 있습니다. 판매 보증금을 지불하고 사용 후 반납하면 판매 보증금을 환불해 드리는 형태로 운영되며, 시범점포 고객만족도가 높아 2022년 하반기 전점으로 확대할 계획입니다. 보냉백 대여 서비스는 재사용률을 높여 일회용품 사용을 줄임과 동시에 고객만족을 실현하는 서비스로 이마트 전점에 정착 되도록 노력하겠습니다.

고객 편의시설 개선

이마트는 고객의 쇼핑 편의를 위한 편의시설 개선과 관리에 만전을 다하고 있습니다. 2022년 상반기에 고객 화장실(23점), 유아휴게실 및 수유실(10점), 주차장(14점)을 보수했으며, 지속적인 투자/개선을 통해 쾌적하고 안전한 매장을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

3.3 WIN-WIN GROWTH

동반성장

OUR GOAL

유통 가치사슬 전반의 ESG경영 주도

2021 KEY STRATEGY

협력사 ESG리스크 관리 및 지원 강화

LINKS TO UN SDGS

OUR APPROACH

2022년 1월부터 중대재해가 발생할 경우 각 기업주 등 책임자에게 구체적인 법적 책임을 묻는 중대재해법이 시행되면서 많은 기업에서 근로환경 개선에 관심을 보이고 있습니다. 재해는 불가항력적인 상황보다는 안전불감증 등의 이유로 사전에 충분히 방지할 수 있었던 '인재' 비중이 높기 때문에 어떠한 시스템 구축보다도 구성원의 마인드 변화와 기본 역량 구축이 중요합니다. 더불어 '구성원'의 의미가 임직원에서 공급망 전체로 확대되고 있으며, 역량과 인력을 갖춘 대기업에 그 관리 책임을 요구하는 움직임이 확산되고 있습니다. 우리 사회가 건강한 방향으로 성장하기 위해서 가치사슬 상에 있는 모든 이해관계자들이 합심하여 ESG경영을 실천하고자 노력해야 할 때입니다.

이마트는 함께 더 멀리 나아가는 관계 형성을 지향합니다. 동반성장은 고객에게 가치 있는 라이프스타일 변화를 제공하기 위해서 반드시 고려되어야 할 핵심적인 경영 요소입니다. 이마트는 상호 존중과 소통을 중시하는 WoW(Way of Working) 정신을 바탕으로 임직원, 더 나아가서 협력사와의 존중과 상생을 추구하고자 노력하고 있습니다.

OUR PERFORMANCES

공급망 ESG 관리

· 협력사 소통 확대
· 동반성장 프로그램 실천
· 협력사 판로지원

협력사 ESG 역량 개선

· 동반성장 아카데미 운영
· 협력사 친환경상품 인증 취득 지원

임직원 존중

· 중대재해 위험요인 개선
· WoW(Way of Working) 선언
· 신선 직무 자격제도 운영
· ESG Play 도입
· 다양한 복지제도 운영

3.3.1 동반성장 _ 공급망 ESG 관리

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

APPENDIX

공급망 ESG 관리

이마트는 상품 및 서비스 거래, 용역사까지 약 4,000여 개 협력사와 공급망을 구축하고 있으며, 고객에게 제공되는 상품의 생산부터 최종 소비 후 폐기에 이르는 전 과정을 포함하는 지속가능한 생태계 구축을 목표로 하고 있습니다. 고객에게 지속가능한 상품이 제공되기 위해서는 지속가능한 상품의 안정적인 공급망 형성이 필수적인 요소이며, 이는 공급망에 속한 협력사의 ESG역량이 바탕이 될 때 더욱 공고해질 수 있습니다. 이마트는 공급망 ESG 관리를 위해 엄격한 공급망 품질관리 체계를 운영하고 있으며, 공급망 구성원에게도 일정 수준 이상의 ESG역량을 요구하고 있습니다. 이마트는 동반성장을 위한 다양한 노력을 인정받아 2021년 동반성장 주간 기념식에서 대통령 표창을 받았습니다.

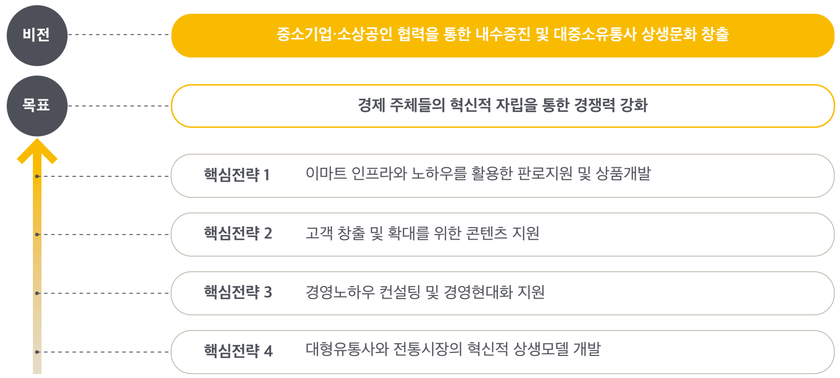
동반성장 추진 전략

이마트의 동반성장은 일회성이나 이벤트성이 아닌 장기적 관점에서 협력사의 자생력과 경쟁력을 향상시키는데 목표를 두고 있습니다. 이마트는 이를 위해 판로지원 및 상품개발, 고객 창출을 위한 콘텐츠 지원, 경영현대화 지원, 혁신적 상생모델 개발을 4가지 핵심 전략으로 선정하고 협력사와의 동반성장으로 상생의 패러다임을 구축하고 있습니다.

동반성장 전담 조직체계

이마트는 협력사와의 동반성장으로 공급망의 지속가능역량을 강화하고자 노력하고 있습니다. 이마트는 동반성장을 전담하는 상생협력임원을 임명하고 있으며, 공정거래 문화와 동반성장 지원을 담당하는 공정거래팀을 핵심 조직으로 해서 전통시장이나 지역경제와의 상생을 지원하는 CSR 팀, 협력사 애로사항을 접수하고 문제개선을 지원하는 감사팀 등과의 협업 체계를 구축하고 있습니다.

동반성장·상생 모델



동반성장 전담 조직체계

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임
APPENDIX

3.3.1 동반성장 _ 공급망 ESG 관리

수평적 거래 문화 조성 정책

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

협력사 소통 확대

이마트는 동반성장 전담조직을 구성하고 정기적으로 협력사와의 간담회를 마련하는 등 소통 기회를 확대하고 있습니다. 또한 이마트의 협력사 거래상담 홈페이지에 이마트 신문고와 불공정거래 신고센터 접근 채널을 열어두고 다양한 의견을 수시로 청취하고 개선하고자 노력하고 있습니다. 2022년 4월에는 COVID-19 상황을 고려하여 온라인 방식으로 이마트 동반성장 공감회를 마련하여 화상 참석 대상인 250개 사를 포함하여 약 2,600여 개 협력사의 자율 참석을 안내했습니다.

이번 동반성장 공감회는 경영 환경 변화에 대한 유통업계 대응 방안과 중소기업의 ESG경영 추진 포인트에 대한 외부 전문가 강연을 준비하여 많은 호응을 얻었습니다.

협력사 자금 지원

이마트는 금융기관과 연계한 예치금 기반의 펀드를 조성하여 1년 이상 거래 관계를 유지한 협력사를 대상으로 저리의 운전자금을 지원하는 동반성장 펀드를 운영하고 있습니다. 예치금 규모는 2021년 기준 1,132억 원이며 업체별 지원 상한은 5억 원이나 COVID-19로 악화된 경영 환경을 감안하여 10억 원까지 한도를 증액하였습니다. 2021년 12월 기준 동반성장 펀드의 운영실적은 654억 원입니다. 협력사의 원활한 운영자금 확보를 위해 발주서 및 납품실적에 따라 대금을 대출 형식으로 미리 받을 수 있는 자금 지원 제도도 운영하고 있으며, 납품대금은 100% 현금 및 현금성자산으로 지불하고 있습니다. 더불어 명절 등 특별 수요기간에는 협력사의 자금 유동성 확보를 위해 납품대금을 조기 지급하고 있습니다.

1

2

1. 동반성장 홈페이지
2. 동반성장 공감회

동반성장 펀드 지원 프로세스

STEP. 1	STEP. 2	STEP. 3	STEP. 4
은행 상담 (협력사)	추천 요청 (협력사 → 자금팀)	추천서 송부 (자금팀 → 은행)	대출 실행 (은행)

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임
APPENDIX

3.3.1 동반성장 _ 공급망 ESG 관리

협력사 품질경영 역량 강화

이마트는 PL 제조 협력사의 품질관리 역량 향상을 위해 품질관리 컨설팅을 제공하고 있습니다. 품질관리 컨설팅은 공장심사 - 상품 Inspection - 품질수거검사의 3단계로 이루어집니다. 1단계 공장심사는 전문기관에 의뢰하여 제조현장 관리 수준, 제품 성분 관리 등 생산 공정 전반에 대한 현장 심사를 진행하여 이를 바탕으로 관리 개선 포인트를 제공하는 과정입니다. 2단계 상품 Inspection 단계에서는 표시사항 검증, 법적 안전성 및 기능성 검사, 외관 검사 등 상품의 안전성 여부를 확인합니다. 마지막 3단계 품질수거검사는 공인기관을 통해 상품의 안전성과 균질성을 검사하여 유통 상품이 더 좋은 품질을 갖출 수 있도록 지원하고 있습니다. 2021년 397개의 협력사를 대상으로 1,718건의 품질 컨설팅을 지원하였습니다.

협력사 복리후생 프로그램

협력사 신상품 개발 지원

이마트와 협력사 모두에게 실질적인 이익이 증대될 수 있도록 바이어가 유통 트렌드를 반영하여 협력사와 사전에 상품을 기획하고 디자인 및 상품 컨셉을 상호 공유해 PL상품을 개발하고 있습니다. 협력사의 기술력과 품질 등의 장점과 이마트의 디자인, 상품 컨셉, 마케팅 및 물류 등의 지원을 통해 개발된 상품은 안정적인 물량 공급으로 상호 이익과 매출 상승 성과를 거두고 있습니다.

협력사 복리후생 지원

이마트는 협력사 소속의 판촉사원을 대상으로 다양한 복리후생 프로그램을 운영하고 있습니다. 2018년부터 이마트 점포에서 근무하는 판촉사원이 사내 급식을 이용할 경우 사내 급식 식비의 일부를 이마트가 지원합니다. 또한 기존에는 이마트 임직원에게만 제공되었던 쇼핑 할인 혜택을 이마트 매장에서 근무하는 판촉사원까지 확대하여 이마트나 트레이더스, 전문점에서 SSG Pay로 결제할 경우 품목별로 3~7% 할인 혜택을 적용하고 있습니다. 이용한도는 연간 300만 원이며 반기 한도 내에서 월 횟수 제한 없이 사용할 수 있습니다. 또한 임직원과 동일한 기준의 동호회 활동지원을 하고 있습니다.

품질관리 컨설팅 프로세스

3.3.1 동반성장 _ 공급망 ESG 관리

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

APPENDIX

협력사 판로지원

이마트는 브랜드 인지도가 낮은 중소 파트너사를 위해 온·오프라인을 활용한 판로 확보 지원책을 마련하고 있습니다. 국내 오프라인 판로 지원은 스타상품 프로젝트, 6차 산업 지원, 노브랜드 입점 기회 제공 등을 꼽을 수 있으며, 투명성이 확보되어 있는 지자체 주최 공개 구매상담회에도 적극 참여하고 있습니다. 온라인에서는 SSG닷컴의 자체 라이브커머스에 기획전을 편성하고 있으며, 중소 협력사의 해외 수출 판로 확보도 지원하고 있습니다. 이마트는 앞선 노하우와 세심한 지원정책을 바탕으로 중소기업의 동반성장을 적극적으로 지원해 나갈 것입니다.

2015
전통시장 상생 판로지원 프로젝트 진행
1회 전통시장 우수상품 페어

↓

2016
신규 상품/협력사 발굴 프로젝트 태동
2회 전통시장 우수상품 페어

↓

2017
중소기업/전통시장 행사 통합 시너지 창출 원년
3회 이마트 스타상품 개발 프로젝트

↓

2018
고객과 함께하는 판로지원 프로젝트, 마케팅 지원 도입
4회 스타상품 프로젝트

↓

2019
전통시장(경동시장)에서 진행하는 판로지원 프로젝트
5회 스타상품 프로젝트

스타상품 프로젝트

2015년, 전통시장 판로 지원을 위해 마련된 '전통시장 우수상품 페어'에서 시작된 '스타상품 프로젝트'는 중소기업이나 전통시장의 경쟁력 있는 상품을 발굴하여 스타상품으로 육성하고 국내외 판로를 지원하는 프로젝트입니다. 스타상품 프로젝트는 매년 행사를 거듭할수록 규모가 커지며 대표 상품을 선발하는 경연 대회에서 마을 축제로 성장하는 모습을 보이고 있습니다. COVID-19로 인해 개최가 중단되기 직전인 2019년도 스타상품 프로젝트는 경동시장 신관에 위치한 노브랜드 상생스토어 옥상에서 약 70개 업체가 참가하여 성황을 이루었습니다. 행사장에는 사전 신청을 받은 고객평가단, 스타셰프, 전문학과 교수 등으로 구성된 120여명의 심사위원과 신세계그룹 바이어와 경동시장을 찾은 일반 고객들도 상품의 시식과 체험을 위해 자리를 함께 했습니다. 특히 참가 업체 부스에서 스탬프 5개를 모아오면 상품을 증정하는 '스탬프 투어'와 경동시장/상생스토어에서 구매한 영수증에 대한 사은품 증정 이벤트 등 고객 참여 유도 이벤트와 셰프의 쿠킹콘서트, 국악공연 등도 마련되어 지역 축제로의 면모를 보였습니다.

이마트는 스타상품 프로젝트 행사에서 최종 선발된 중소기업 상품의 판로개척을 위해 신세계 유통채널 입점은 물론 글로벌 시장조사단 파견이나 해외 현지 유통망을 통한 판매기회를 제공하기도 하였으며, 피코크로 재해석하여 간편식으로 개발하기도 합니다. 실제로 스타상품 프로젝트를 통해 발굴되어 간편식으로 개발된 상품은 '피코크 순희네 빈대떡(광장시장)', '피코크 안동인 찜닭(안동 구시장)'을 비롯해 총 74개 업체(팀)의 362개 상품에 달합니다. 이 중 우수사례로 꼽히는 군산 공설시장의 '브라더 새우장'의 경우 스타상품 프로젝트 출품 당시 청년몰 사업자로 연 매출 1~2억 원에 불과하였으나, 2017년 스타상품에 선정된 후 1년 반 만에 40억 원 가량의 매출을 올렸고 2018년부터는 미국/중국/홍콩 등지로 수출 판로를 개척하고 홈쇼핑 채널에도 진출하는 등 성공 가도를 달리고 있습니다.

브라더새우장, (주)이현F&B **송정수·서태훈 공동대표**

스타상품에서 글로벌 기업으로

새우장, 전복장, 소라장 단 3가지 품목만 가지고 브라더새우장을 운영하고 있었는데 이마트라는 메가 유통사를 만나 한 단계씩 성장할 수 있게 많은 도움을 받았습니다. 제가 어머니의 식당을 물려받아 지금의 브라더새우장을 만든 것처럼 다음 세대에도 전달할 수 있는 단단한 브랜드를 만드는 게 저희의 바램과 모토입니다.

많은 사람들과 일을 하다 보니 내가 할 수 있는 일, 하지 못하는 일, 잘할 수 있고 이끌어갈 수 있는 일을 인식하고 각자의 위치에서 서로 상생하면 시간은 물론 결과적으로도 많은 성과를 이룰 수 있음을 경험하고 있습니다. 또한 저희 같은 소상공인 중에는 판매 또는 생산을 함께 고민해 준다면 발전 가능성이 높은 브랜드들이 많습니다. 그렇기에 지속가능성의 희망을 보고 일하는 이마트의 동반성장 노력이 한 단계 더 발전하여 상생교류형 동반성장으로 나아가길 희망합니다.

* 브라더새우장(장담그는 청년들)은 서해안에서 탄생한 전통절임식품 브랜드로 이마트와 스타상품 프로젝트를 통해 만나 현재는 게장과 새우장 등 절임식품과 전통 떡, 젓갈류, 건어물 구이 전문점까지 다양한 먹거리 문화를 선도하는 기업으로 성장하였습니다.

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임
APPENDIX

3.3.1 동반성장 _ 공급망 ESG 관리

강소기업 플랫폼 노브랜드

이마트 내부는 물론 단독 점포로도 확장세를 이어가고 있는 노브랜드 상품의 대부분은 중소기업 제품입니다. 2015년 노브랜드 론칭 당시에는 120개였던 중소기업 협력사 수가 6년 만에 2.5배 증가한 320개로 늘면서 노브랜드는 우리나라 강소기업의 성장 플랫폼으로 자리 잡고 있습니다. 상대적으로 브랜드 인지도가 낮은 중소기업은 노브랜드의 브랜드 파워로 소비자와의 접점이 증가함은 물론이고 연중 판매처 확보, 해외 유통망 확보 등의 이점도 함께 누릴 수 있기 때문입니다. 중소기업은 이마트 노브랜드를 통해 안정적인 판로를 확보하고, 증가한 매출과 이익으로 고용과 설비에 새롭게 투자하여 더 좋은 제품을 이마트를 통해 출시하는 상생의 선순환을 경험하게 됩니다. 일례로 노브랜드 협력사로 다양한 면제품을 생산하는 '한일식품'의 경우 2020년 매출이 2019년 대비 40% 증가하였고, 출시 후 판매량 300만 개를 돌파한 노브랜드 우육탕면과 마라탕면의 경우에는 전년대비 50% 매출 증가를 기록하기도 하였습니다.

해외 판로 지원

이마트는 해외 매장 및 현지 법인과의 협업을 통해 해외 유통망이 없는 국내 중소 협력사를 해외 각국에 홍보하고 수출 업무를 지원해 중소 협력사의 해외수출 판로 개척을 지원하고 있습니다. 중소규모인 협력사가 독자적으로 수출 판로를 개척하려면 인력, 시간, 비용 등이 중복적으로 소요되며 다양한 애로사항이 발생하기 마련입니다. 이마트는 유통 노하우를 기반으로 다품종 소량 상품의 도매 수출을 통해 다양한 중소기업 상품이 원활하게 홍콩, 미국, 몽골, 베트남 등에 진출할 수 있도록 해외 판로 지원 수출 Model을 운영하고 있습니다. 2021년 기준 1,000여개 협력사가 16개 국가에 해외 판로를 개척하였으며, 이로 인해 약 220억원의 수출실적을 올렸습니다.

온라인 판로 지원

중소 협력사들이 신규 유통 채널로 떠오르고 있는 라이브커머스를 활용할 수 있도록 SSG닷컴의 자체 라이브커머스인 '쓱라이브(SSG.LIVE)'에 특집편성 코너를 운영하고 있습니다. 2021년에는 스타상품 Live를 론칭하였으며, 2개월에 한 번 중소기업, 소상공인, 농어촌 테마 특집 상품전도 운영하고 있습니다.

지역사회 상생 프로젝트

국산의 힘 프로젝트나 재발견 프로젝트, 자상한 기업 활동도 이마트가 추진하는 대표적인 동반성장 프로그램입니다. 지역사회와의 상생 활동들은 3.4.1 사회책임_사회적 가치 창출 제고에서 보다 자세한 내용을 확인하실 수 있습니다.

3.4.1 사회책임_사회적 가치 창출 제고

No Brand
브랜드가 아니다. 소비자다

· 중소기업 발굴, 성장 플랫폼
· 이마트 해외매장, 인프라를 통한 추가 해외 판로 지원

이마트 수출 대행을 통한 협력사 이점

다품목 소량상품의 경우에도
수출기회 제공/물류비용 절감

(소량 주문 상품을 컨테이너 단위로
이마트가 통합 운용함으로써
운송 효율화 및 물류 비용 절감)

해외고객에게
중소 협력사 및 상품에 대한
대외신뢰도 제공

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

2021년 해외판로 지원 실적

국가	16 개국
협력사	약 1,000 여 개
수출	약 220 억 원

쓱라이브(SSG.LIVE)
특집 상품전

3.3.2 동반성장 _ 협력사 ESG역량 개선

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

APPENDIX

협력사 ESG역량 개선

이마트는 협력사의 본원적인 ESG역량 강화를 위하여 ESG이슈와 실천방안을 공유하고 있으며, 지속가능경영 체제 구축 지원과 지속가능한 상품 개발 및 판로 지원 정책을 운영하여 협력사와 상생하는 산업구조를 만들고자 노력하고 있습니다. 내부적으로는 협력사의 ESG리스크 관리를 강화하기 위하여 리스크 요소를 정의하고 거래 전 단계에서 최소한의 ESG역량을 점검하는 기준을 수립하여 협력사와의 동반상생을 추구할 계획입니다.

동반성장 아카데미

이마트는 중소규모 기업에서 자체적으로 구축하기 어려운 임직원 교육 프로프로그램을 협력사 ESG역량 강화와 동반성장 차원에서 무료로 제공하고 있습니다. '동반성장 아카데미'로 명명한 교육 프로그램에는 각 직급별 교육과 직무 교육은 물론 성희롱, 장애인식 개선 등 인권경영에 대한 내용이나 ESG경영 트렌드에 대한 강의 등 150여 개의 강의가 마련되어 있습니다. 2020년 동반성장 아카데미를 오픈한 이후 누적 수강 인원은 2022년 4월 현재 1,193명입니다.

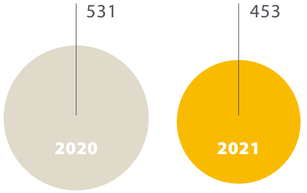
에너지컨설팅 및 시설개선 비용 지원

이마트는 2008년부터 협력사의 에너지 사용실태를 분석 후, 에너지 관리 개선방안을 제시해 주는 무상 컨설팅을 진행해 오고 있습니다. 이마트의 친환경 동반성장 프로그램 중 하나로 비용은 전액 이마트가 부담하며, 최적의 에너지 절감 방안을 마련해 협력사의 장기적 경쟁력 강화에 일조하고 있습니다. 2014년부터는 컨설팅 이후 시설개선 비용의 일부도 지원하여 온실가스 저감은 물론 에너지비용 개선을 통한 원가 절감에도 기여하고 있습니다.

동반성장 아카데미 참여현황

참여 협력사 (단위: 개)

수강인원 (단위: 명)



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

계층별 교육

관리자급 (팀장/부장)	중간관리자급 (차장/과장/책임)	사원급 (대리/주임/사원)
조직관리, 성과관리	조직관리	셀프리더십
코칭멘토링	성과관리	스트레스관리
경영전략	경영/전략, 마케팅	마케팅
변화/혁신	기획력	문서작성
디지털 트랜스포메이션	문제해결	보고스킬

협력사 에너지컨설팅

3.3.2 동반성장 _ 협력사 ESG역량 개선

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

APPENDIX

지속가능한 공급망 구축을 위한 ESG리스크 관리 프로세스 계획안

협력사 리스크 관리 강화 계획

이마트는 2022년 동반성장위원회의 협력사 ESG지원사업에 참여하여 협력사의 교육, 진단, 컨설팅 및 평가를 지원하고 업종별 맞춤형 ESG지표 개발에 협력할 계획입니다. 또한 ESG성과 관리 지표 기반의 협력사 ESG 행동 강령을 수립하고 이를 신규 계약 및 재계약 대상 모든 협력사에 적용하는 것을 내부적으로 논의하고 있습니다.

중소기업 상품 친환경 인증 취득 지원 사업

이마트는 한국 환경산업기술원(KEITI)과 연계하여 중소기업 상품이 환경성적표지나 환경마크 등 친환경상품 인증을 받도록 지원하고 있습니다. 친환경 인증을 받은 상품은 그린카드 연계 포인트 제공이나 구매 사은품 증정, SNS 홍보 등 마케팅을 지원하여 상품 홍보 및 매출 활성화와 생산성 향상에 기여하고 있습니다. 2020년에는 7개 중소 협력사의 24개 상품에 대해 친환경상품 개발 및 인증을 지원하였으며, 친환경 인증 상품에 대한 홍보 영상 및 카드 뉴스 제작, 산타 투모의 경품 이벤트 운영 등 마케팅을 지원하였습니다.

협력사 매시 팔레트 교체 지원

이마트는 기존에 종이박스나 팔레트 형태로 운영되던 협력사의 물품 이동 케이스를 철제 매시 팔레트로 일원화하고 교체 비용을 지원하였습니다. 철제 매시 팔레트는 상하 적재가 가능하여 보관이 용이하며, 기존의 종이박스, 팔레트, 우든 칼라에 비하여 내구성이 높아 환경부하 저감에도 기여할 수 있습니다. 또한 매시 팔레트 그대로 진열하여도 미관에 저해되지 않아 운반, 보관, 진열 편의성이 높아지고 그물망 형태로 통풍이 원활하여 상품의 선도나 품질관리에도 긍정적으로 작용하고 있습니다.

1

2

1. 중소기업 상품 친환경 인증 취득 지원 사업 연계 마케팅
2. 철제 매시 팔레트 일원화 및 교체 지원

친환경 인증 취득 지원사업 기대 효과

상품/협력사의 친환경 이미지 구축, 상품 차별화로 경쟁력 제고	마케팅 지원 (구매 사은품 증정, SNS 홍보)을 통한 협력사 매출 증진	중소협력사 친환경상품 확대를 통한 친환경 동반성장/상생 실천

3.3.3 동반성장 _ 임직원 존중

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

APPENDIX

임직원 존중 이마트가 창사이래 혁신을 거듭해 올 수 있었던 근원적인 힘은 이마트 임직원에서부터 출발합니다. 이마트는 상호 존중과 소통, 경계 없는 협력을 기반으로 개인의 개성을 존중하면서도 One Team, One Company로의 시너지를 창출하는 조직문화를 추구하며, 임직원과 회사가 함께 성장하는 미래로 나아가고자 노력하고 있습니다.

안전·보건 경영

이마트는 유통업계 최고 수준의 안전보건 경영 체계를 구축하여 모든 임직원들과 협력사원들에게 건강하고 안전한 일터를 제공하고자 노력하고 있습니다.

안전·보건 경영 방침

2021년에는 이마트 안전보건 미션으로 '대응도 중요하지만 대비는 더 중요하다'를 선언하고 위험요인의 선제적 제거로 중대사고를 제로화하고, 인적·물적 피해를 최소화할 수 있도록 시즌별, 월별 특성을 고려한 52주 안전관리 Road Map을 수립하고 실천하였습니다. 안전관리 로드맵은 안전점검, 위기대응 교육·훈련, 안전교육 시행, 안전 캠페인 추진, 안전회의 개최 등 다양한 활동을 포함하고 있습니다.

안전관리 Road Map

안전·보건관리 체계

산업안전보건법에 따라 안전 및 보건에 관한 연간 계획과 실적은 모두 이사회에 보고하여 승인과정을 거치고 있으며, 본사와 점포간 유기적인 안전관리체계를 구축하고 있습니다. 점포관리체계는 점장이 점포의 안전관리책임자가 되며 점장 직속 안전관리자를 선임하고, 지휘·감독 권한이 있는 팀장과 매니저를 관리감독자로 지정하고 있습니다. 안전관리 활동을 책임지는 관리책임자와 관리감독자, 안전관리자는 KPI에 종합안전점검 결과와 산업재해 발생 여부를 반영하여 책임 활동을 요구하고 있습니다. 본사관리체계는 안전보건을 관리하는 안전파트와 시설안전을 책임지는 기술파트로 구성되어 있으며, 매년 2회 종합안전점검을 실시하여 점포의 안전보건관리를 지원하고, 안전회의를 통해 안전이슈를 공유하고 있습니다. 이마트는 앞으로도 안전관리 체계 기반의 인력을 활용하여 안전보건 주요 사항을 관리하고, 지속적인 교육, 훈련과 작업장 환경 개선으로 안전보건체계를 고도화할 것입니다.

안전관리 체계도

안전·보건 경영방침

ISO 45001 안전보건경영시스템 국제표준 도입 추진

이마트는 기존의 안전보건체계를 고도화하고, ESG경영을 적극 실천하고자 2022년 1월부터 전체 사업장에 대한 안전보건 경영시스템 도입을 추진하고 있습니다. 4월까지 매뉴얼(1개), 규정(17개), 지침(84개) 등의 시스템을 구축하고 내부심사를 마쳤습니다. 5월부터 6월까지 인증기관으로부터 본사, 이마트 11개점, 트레이더스 2개점, 물류센터 3개점에 대한 심사가 진행 중이고 6월 말 ~ 7월 초에 인증 획득이 마무리될 예정입니다. 이를 통해 Plan - Do - Check - Act 프로세스를 본사와 사업장에 잘 적용·운영하여 근로자들의 산업재해예방과 안전하고 쾌적한 작업환경을 조성하고자 더욱더 노력할 것입니다.

3.3.3 동반성장 _ 임직원 존중

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

APPENDIX

중대재해 위험요인 개선

이마트는 사업장에서 발생할 수 있는 중대재해 위험성 요인을 선제적으로 파악하여 대응하고 있습니다. 2021년 평가 결과 도출된 공통 개선항목 37건에 대해서는 60억 원의 특별 예산을 편성하여 2021년 12월까지 개선을 진행하였습니다.

환경·안전 교육 및 위기대응 훈련

매월 전직원을 대상으로 안전보건 교육을 실시하고 있습니다. 안전보건 교육내용은 3대 재해 안전수칙에 대한 안내와 근골격계 예방 교육, 작업 안전 교육, 위기대응, 화재예방 교육 등이 포함되며, 분기별로 심폐소생술 교육을 시행하고 있습니다. 2021년에는 온라인 정기 안전교육 시스템을 구축하여 교육의 편의성 및 실효성을 강화하였습니다.

이마트는 2015년 1월에 위기대응매뉴얼을 최초 제정하였고, 2016년 재난 및 안전관리 기본법 개정에 맞추어 매뉴얼을 수정·보완하여 운영 중에 있습니다. 화재, 응급환자 발생, 테러(강도/폭발), 풍수해, 지진, 붕괴, 가스누출, 감염병 발생 시 직원과 고객에 대한 신속하고 안전한 대응을 위해 가상 시나리오를 마련하고, 이에 대한 재난 대응 훈련을 매월 실시하고 있습니다.

재난대응 통합관제 시스템 구축

긴급상황 발생 시 실시간으로 재난상황을 확인하고 신속한 대응체계를 구축할 수 있는 통합관제 시스템을 124개 점포에 새롭게 구축하였습니다. 통합관제 시스템은 방재실과 보안실에서 동시 감시가 가능하며 긴급상황 발생 시 기술사원과 보안사원에게 모바일을 통한 알람이 실시간으로 전송되어 비상사태 초기 대응을 가능하게 합니다.

안전 캠페인 실시

이마트는 매년 안전사고 현황을 분석하여 사업장내 영업활동 중에서 자주 발생하는 '넘어짐, 부딪힘, 베임'을 3대 재해로 선언하고 특별 관리하고 있습니다. 또한 월별, 계절별 특성을 고려하여 안전 테마를 선정하고 사내 안전 캠페인을 추진하고 있습니다.

안전관리 우수점포 시상

이마트는 '안전관리 우수사업장 시상제도'를 도입하여 전년도 우수 사업장 및 개인 시상을 시행하고 있습니다. 종합안전평가 결과, 안전사고 유무, 대외 시상 성과 등을 반영하여 평가대상을 선정하고 있으며, 2021년 시상에는 산본점, 양산점, 성서점, 서산점, 대구센터, 트레이더스 고양점 등이 타입별 최우수 사업장으로 선정되었습니다.

1. 심폐소생술 교육
2. 사업장/본사 화재 대응훈련
3. 안전 캠페인

3.3.3 동반성장 _ 임직원 존중

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

APPENDIX

안전 점검

본사 안전 관리팀에서는 전체 점포를 대상으로 안전점검을 시행합니다. 안전 파트에서는 전 점포의 산업안전 법규 관리와 전문점 안전 관리 실태 점검을 담당하고 기술파트에서는 시설 안전점검을 시행합니다. 점포별로는 안전, 화재예방, 시설 안전, 작업 안전 4대 테마를 설정하고 52주 테마점검을 시행합니다. 2021년에는 테마별로 28종, 41회에 걸친 점검을 실시하였으며 분기마다 피난시설, 화재탐지기, 소화 설비 등 소방시설을 점검하였습니다.

2021년 주요 안전부문 개선 활동

이마트는 지게차 인체감지 시스템과 통합관제 시스템을 도입하였고 심폐소생술 훈련의 실효성을 높이기 위하여 혈액의 흐름을 LED로 보여주는 마네킨 기자재를 도입하였습니다. 또한 실내에서 자유롭게 소화기 훈련을 할 수 있도록 훈련용 물소화기를 연기형으로 개선하였고, 초기 화재 대피 시 유독가스 흡입을 막아주는 화재대피용(방연용) 구조 손수건을 본사에 비치하였습니다. 3대 재해로 선정한 떨어짐 사고를 방지하고자 광폭형 작업발판을 자체적으로 신규 개발하여 도입하였습니다.

2021년 주요 보건부문 개선 활동

상시근로자 300명 이상이 근무하는 18개 점포에 보건관리자를 직접 채용하고 건강관리실 이케어(e-care) 센터를 설치하였습니다. 근골격계 질환 예방을 위해서 소분실 자동 랩핑기와 소형 전동 쟈키, 하역장 내 자동 랩핑로봇 등을 도입하였고 5kg 이상 일부 PL(Private Label) 박스에는 손잡이를 설치하고 그 외 사이즈 박스에 적용 가능한 박스 손잡이 보조도구도 구입하였습니다. 또한 작업환경 예비측정을 통해 유해인자 분포 및 실태를 조사하여 문제점을 개선하였고 안전화를 비롯한 각종 보호구/안전용품을 현장에서 적기에 구입할 수 있도록 예산관리 프로세스를 구축하였습니다. COVID-19에 대응하기 위해 전 사원에게 마스크를 지급하고 손소독제 및 살균소독제를 비치하였습니다.

2021년 안전 보건 투자 실적 (단위: 억 원)

구분	내용	비용
시설투자	· 법적, 안전, 노후, 환경, 수선 등 교체/보수 · 중재재해 예방 개선 등	393
교육/훈련	· 정기안전교육 온라인 전환 · 관리감독자 우편 통신 교육 등	5
안전조치	· 통합관제시스템 신설 등	91
보건조치	· 이케어(e-care) 센터 설치, 건강진단 등	56
코로나 19	· 방역 및 마스크, 손소독제 등	66
기타	· 승강설비 정밀안전검사/안전장치 교체 등	23
합계		**634**

지게차 인체감지 시스템

99% 정확한 인식율
강력한 경보 시스템

7인치 AHD 모니터

인체감지 시 LED등 점멸
(내장된 버저 알람)

블랙박스
- 인체 인식 후 자동 저장
- 미디어 제공

FULL HD 카메라
- 90~180° 초광각 FULL HD
- 30fps 1080p
- FULL HD기록/인체인식
- 후방 사각지역 감시

스피커(경고음)
- 초강력 경보 싸이렌 70~140dB

이케어 센터

3.3.3 동반성장 _ 임직원 존중

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

APPENDIX

노사상생 및 인권경영

이마트는 노사상생 및 인권경영을 통해 근로자에 미칠 수 있는 인권침해의 실제적, 잠재적 리스크를 파악하고 인권침해를 최소화하고자 노력하고 있습니다. 이마트는 글로벌 ESG 스탠더드에서 요구하는 모든 아동노동과 강제노동에 대한 금지 원칙을 준수하고 있습니다. 2021년에는 이마트의 새로운 일하는 방식 WoW(Way of Working)를 선포하여 상호 간의 신뢰와 다양성의 존중을 기반으로 새로운 조직문화를 구축하고 있습니다. 이마트는 다양성을 포용하는 조직문화와 근로 문화 혁신을 인정받아 '2018 이화-매경 양성협업 우수기업'에서 혁신상을 수상한 바 있습니다.

인권정책

이마트는 헌법과 노동관계법, ILO(International Labour Organization) 기본정신에 따라 인권과 노동권을 유지, 개선하고 근로환경을 향상하고 있습니다. 또한, 고객 응대 과정에서 발생할 수 있는 임직원의 정신적, 감정적 손실을 최소화시키고, 임직원을 적극 보호하는 '이케어(e-care) 프로그램'을 운영하고 있습니다. 이케어 프로그램을 통해 회사는 임직원의 인권을 적극 보호할 수 있도록 규정 및 지침을 완비하여 배포하였습니다.

인권경영 추진 조직체계

이마트는 인권경영을 책임지고 사내 노동자 인권 존중 기업문화를 주도하는 노사담당 조직을 운영하고 있습니다. 노사담당은 임직원의 보람과 행복을 우선 가치로 하여 평화적이고 건설적인 노사관계를 만들기 위해 노력하고 있습니다. 노사담당은 직장 내 성희롱 및 괴롭힘을 적극 예방하기 위해 정기적인 교육을 실시하고 있으며, 임직원 보호를 최우선으로 사내 규정을 완비하여 제정 후 공표하였습니다.

사내 고충처리제도

이마트는 본사 및 사업장 내 고충처리위원회를 운영하고 있으며, 고충처리위원을 위촉하여 근로자의 고충사항을 적극적이고 선제적으로 해결하고 있습니다. 근로자는 고충사항이 있는 경우 고충처리위원에게 구두 또는 서면으로 신고 가능하며, 신고를 접수한 고충처리위원은 지체 없이 처리 후 접수 10일 이내 조치사항 및 그 밖의 처리결과를 근로자에게 회신하고 있습니다.

단체협약 체결

이마트는 매년 임금협약을 체결하고 2년 단위로 단체협약을 체결하고 있습니다. 이마트는 노동관계법령에 따라 노사가 합의한 직무 인원을 제외하고 대부분의 직원이 노동조합에 가입할 수 있습니다. 이마트는 임직원의 동반성장을 위해 동종업계 최고 수준의 임금과 복리후생 수준을 유지하고 있습니다. 2022년 노사는 사원들의 승격 기회 확대 및 안정적인 인사제도 운영에 합의하였으며 임금 인상안에 대해서도 원활한 합의를 마쳤습니다.

노사협의회

이마트는 '근로자의 참여 및 협력증진에 관한 법률(근참법)'에 근거하여 근로자의 생산성 향상과 복리후생에 관해 사용자 측과 협의하는 노사협의회를 운영하고 있습니다. 총 174명의 구성원이 분기마다 1회 노사협의회를 갖고 있습니다.

노사협의회 프로세스

1. 점포/조직별 협의회
2. 권역별 협의회
3. 전사협의회
4. 결과공지

인권교육

단기 근로자와 파견 직원을 포함하는 전 임직원을 대상으로 연 1회 이상 직장 내 성희롱 및 괴롭힘 예방 교육을 실시하고 있으며, 2020년부터는 COVID-19 상황을 감안하여 온라인 교육으로 시행 중입니다.

주 35시간 근무제 도입

이마트는 2018년부터 대기업 최초로 법정 근로시간인 주 40시간보다 5시간 짧은 주 35시간, 일 7시간(9 to 5) 근무제를 도입하고 있습니다. 이마트는 주 35시간 근무제 정착을 위해 지속적인 캠페인을 펼치고 있으며, 변화의 과정 속에서 잘못된 관행으로 인해 나타날 수 있는 문제의 해결을 위해 근태 신문고를 운영 중입니다.

일과 가정의 양립

이마트는 근로자의 일과 생활 균형을 지원하고 국가경쟁력 향상에 기여함으로써 2014년 여성가족부로부터 가족친화기업 인증을 받았으며 이후 3년마다 재인증 받고 있습니다. 또한 여성 근로자 비율이 60%가 넘는 특성을 고려해 법적 기준치를 상회하는 여성 친화적인 복지제도를 적극적으로 도입하고 있습니다.

여성 친화적 복지제도

2021년 고충처리제도 접수 및 처리율 (단위: 건)

접수 및 처리 건수(단위: 건)

처리율(처리 건수 / 접수 건수)

96.5%

노사협의회 운영현황 (단위: 회)

성희롱 예방 교육 수료자 수 (단위: 명)

3.3.3 동반성장 _ 임직원 존중

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

APPENDIX

WoW(Way of Working)와 함께한 2021년

2021년 3월, 이마트의 새로운 일하는 방식 WoW(Way of Working)가 선포되었습니다. WoW는 이마트에서 이뤄지는 모든 판단과 행동의 기준으로서, 10가지 키워드와 정의로 이마트인이 업무 수행 시 실천해야 할 행동 기준을 상세하게 소개하고 있습니다. WoW는 업무를 하는 모든 상황에서 어떻게 커뮤니케이션하고 판단하며 행동해야 하는지에 대한 기준으로, 인사제도는 물론, 조직, 시스템 등 조직 인프라 전반과 연계하여 이마트가 한 방향으로 나아가는 구심적 역할을 하고 있습니다.

이마트 구성원이라면 누구나 WoW를 구체적으로 이해하고, WoW가 일상 업무에 스며들 수 있도록 변화하기 위해, 2021년 한 해 동안 다양한 내재화 프로그램이 시행되었습니다. 이마트는 특유의 강력한 추진력을 바탕으로 리더와 구성원이 함께 WoW를 기반으로 하는 다양한 변화 프로그램에 적극적으로 동참하였으며, 그 결과 새로운 일하는 방식이 정착하는 성공적인 한해가 되었습니다. 이를 바탕으로, 2022년에는 WoW가 비즈니스 전략을 실현시키는 원동력이 되기 위해 진단 및 실천 체계를 구축할 예정입니다. 또한, 이마트 점포의 경우에는 점포 구성원의 업무 환경과 특성에 맞는 WoW 실천모습을 정리한 'WoW 스토어 버전'을 제시하여 점포 실천력을 강화해 나가고 있습니다.

3.3.3 동반성장 _ 임직원 존중

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

APPENDIX

2021년 WoW 추진 활동

· **WoW 수립 및 사내 공표 :** 2021년 3월 3일, 대표이사와 구성원이 자유롭게 소통하는 채널, WoW Talk을 통해 이마트의 새로운 일하는 방식, WoW가 모든 임직원에게 공표되었습니다. 또한 이마트의 주요 경영진이 참여하여 WoW 키워드 10가지를 소개하는 비디오 클립을 통해, WoW가 이마트에서 이뤄지는 모든 판단과 행동 기준이자 최상위 원칙임을 강조함으로써 WoW가 조직 내 강력히 자리잡을 수 있도록 하였습니다. 이와 함께, 이마트 모든 구성원이 WoW의 10가지 키워드와 정의를 인지하고 이해하는데 도움을 주기 위한 다양한 형태의 매개체로 제작되어 본사 로비 벽면, 엘리베이터 내부에 게시되었고, PC 배경화면으로도 안내되었습니다.

· **WoW 이해도 강화 및 리더십 개발 :** 이마트 리더가 스스로 WoW 실천 수준을 확인하고 WoW 기반 리더십을 개발하는 것을 목적으로 리더십 다면진단을 도입하고, 3, 6, 9월에 임원과 본사 팀장, 점포 점장 대상으로 리더십 다면진단을 실시하였습니다. 3회에 걸친 진단에서 총 11,342건의 피드백을 받았고 6개월 사이 리더들의 종합점수가 5.4% 상승하는 성과를 보였습니다. 또한, WoW의 구체적인 정의를 명확히 인식하고 리더 스스로 행동의 변화를 만들어 내기 위해 리더를 대상으로 한 WoW 리더 워크숍이 진행되었고, 구성원을 대상으로도 WoW 랜더스(Landers) 워크숍을 진행하여 WoW 이해도를 높였습니다. 더불어 WoW에 대한 점포 구성원의 실천력 강화를 위해 WoW의 스토어 버전인 점포 행동약속을 도출하여 안내하였습니다.

· **WoW 기반 HR 제도 구축 :** WoW 기반의 실질적 행동변화를 유도하기 위해서 채용, 평가, 승격 등 인사제도의 모든 영역을 WoW와 연계하여 재정비하였습니다. WoW에 부합하는 역량을 갖춘 다양한 인재를 영입하기 위해 WoW 기반으로 인재를 검증할 수 있도록 심사기준 및 면접 프로세스 등 채용 프로세스를 구조화하였습니다. 이를 2022년부터는 내부 승격 프로세스에도 적용하여 WoW 기반으로 성과를 내는 구성원이 인정받는 승격체계를 만들어 갈 계획입니다. 또한 평가제도에도 상시 피드백 기반의 성과관리 평가시스템 도입이 완료되어, 개인의 성장을 지원하는 육성형 평가로 전환하고 지속적인 WoW 기반의 코칭과 피드백이라는 커뮤니케이션 과정을 근거로 한 평가가 시행될 예정입니다.

· **WoW 실천환경 조성을 위한 다양한 변화관리 활동 진행 :** 언제 어디서나 소통하고 공유할 수 있는 '스마트 워크'를 지원하기 위해 Office365 및 Teams를 도입하였습니다. 이와 같은 스마트 워크 Tool의 도입은 구성원 스스로 업무효율을 높일 수 있는 최적의 장소에서 주도적으로 일할 수 있는 유연한 업무환경을 제공하였습니다. 또한, 직급과 직책 중심의 위계적 소통에서 벗어나, '상호 존중과 소통하는 문화'를 만들어 가기 위해 새로운 호칭제도가 도입되었습니다. 모든 업무 상황에서 '성명+님'을 기본 호칭으로 상호 높임말을 사용하게 되었으며, 이를 정착시키기 위해 적극적인 변화관리를 추진하고 있습니다. 더불어, 새로운 드레스 코드인 자율복장을 통해 서로의 다양성을 존중하면서 업무에 몰입하는 근무문화도 함께 만들어가고 있습니다.

3.3.3 동반성장 _ 임직원 존중

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

APPENDIX

인재경영

이마트는 이마트인이 판단하고 행동하는 기준인 WoW (Way of Working)에 기반한 인재육성체계를 바탕으로, 회사의 성과와 구성원의 지속적인 성장을 밸런스 있게 추구할 수 있는 교육제도와 프로그램을 운영하고 있습니다. 또한 임직원의 니즈에 맞춘 다양한 복지제도로 이마트인으로서의 임직원 자부심을 제고하고 있습니다.

WoW 기반 리더십 교육

이마트 인재 육성 방향

이마트는 모든 판단과 행동의 기준이 되는 WoW에 기반한 교육체계를 수립하여 운영하고 있습니다. WoW가 조직 내에 확산되어 전 구성원에게 실천될 수 있도록, 임원, 본사 팀장, 점장 등 리더급 대상의 WoW 리더십 교육과 WoW를 실천하는 데 요구되는 개인의 역량을 강화시킬 수 있는 직무역량 교육에 특히 집중하고 있습니다. 이마트의 인재 육성체계는 사업구조의 특성을 고려해 본사와 점포의 이원화된 방식으로 구성원의 업무 상황과 필요한 역량에 최적화된 교육과 학습을 지원하고 있습니다. 또한 교육 효과를 극대화할 수 있도록 워크숍 형태의 대면교육은 물론, 다양한 Tool을 활용한 비대면 라이브 강의, 시간과 장소에 제약이 없는 온라인/모바일 학습 등 다양한 형태의 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 2021년 임직원의 누적 교육실적은 교육인원 총 10,246명이며, 인당 연평균 교육시간은 4.6시간입니다.

이마트 일하는 방식, WoW 내재화

이마트의 일하는 방식 WoW를 구성원이 이해하고 업무와 생활 속에서 실천할 수 있도록 다양한 워크숍을 운영하고 있습니다. 2021년은 WoW가 처음 공표된 해이기에 모든 리더와 구성원에게 WoW를 이해, 인지시키는 것을 목표로 WoW 내재화 워크숍을 진행하였습니다. 특히, 구성원이 WoW를 이해하고 몰입하는 데 도움을 주고자, 게임화(Gamification) 형태의 참여형 프로그램을 자체 개발하여 WoW에 대한 이해도를 높일 수 있었습니다.

WoW 리더십 교육

이마트의 일하는 방식인 WoW가 빠르게 체화되기 위해서는 리더의 솔선수범이 무엇보다 중요합니다. 따라서 리더를 대상으로 하는 WoW 기반 리더십 교육을 개발하여 운영하고 있습니다. 2021년에는 리더가 WoW를 구체적으로 이해하고 스스로 WoW 실천 계획을 수립하는 'WoW 랜더스 워크숍'을 진행하였습니다. 'WoW 랜더스 워크숍'은 WoW의 키워드 중 하나인 '주도적인 업무추진'과 '혁신 추구'를 직접 실천하여, 모든 교육과정을 이마트에서 자체적으로 개발하였기에 더욱 의미 깊습니다. 특히, 재미있게 참여할 수 있는 게임화 기법을 도입함으로써, 리더들이 교육에 몰입하며 WoW를 효과적으로 이해할 수 있는 자리가 되었습니다. 이밖에도 새롭게 리더가 된 신임 리더가 WoW 기반 리더십을 이해하고 실천할 수 있도록 신임 리더 양성과정도 진행하였습니다. 2022년에는, 리더들이 구성원의 업무역량과 의욕에 따라 적합한 리더십을 발휘하여 구성원의 성장을 밸런스 있게 관리할 수 있도록 WoW 기반 리더십 모델 개발을 지속할 계획입니다.

임직원 교육실적

임직원 총 교육시간 (단위: 시간)

인당 연평균 교육 시간 (단위: 시간)

3.3.3 동반성장 _ 임직원 존중

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

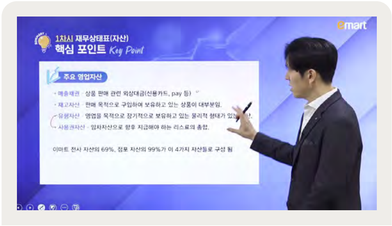
APPENDIX

점포 근무자 교육 프로그램

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

1. 점장 Finance School
2. 점장 양성 교육 과정

1



2

① 점장 역량 교육

이마트 점포를 이끄는 점장은 현장의 최고 경영자로서 이마트의 핵심 리더입니다. 현장 최고경영자에게 요구되는 전략, 재무, 마케팅, HR, 리더십 5대 영역의 역량을 강화하기 위해 '점장 5 Roles 교육 프로그램'을 월 2회 정기적으로 운영하고 있습니다. 2021년에는 경영자 관점의 손익 마인드 제고를 목적으로 '점장 Finance School' 온라인 학습과정을 자체 제작하여 실제적이며, 깊이 있는 재무교육을 진행하였습니다. 또한 WoW 기반의 역량을 갖춘 준비된 점장을 양성하기 위한 과정으로, '점장 양성 교육'을 운영하면서 현장 경영자로서 필요한 점장 필수지식, 고객 및 상권중심의 전략, WoW 실천 워크숍으로 현장 최고 리더를 양성하고 있습니다.

② 신규 직책자 교육

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

③ 신선 직무자격제도 운영

그로서리(신선) 부문은 오프라인 점포의 핵심 경쟁력이자 고객경험을 차별화하는 데 중요한 역할을 합니다. 이마트는 2020년부터 신선경쟁력을 강화하기 위해 신선 전문가를 육성하는 제도인 '신선직무자격제'를 운영하고 있습니다. 농산, 수산, 축산, 조리 4개 부문의 점포 구성원을 대상으로 하며 신선 전문성 수준에 따라 1급, 2급, 3급으로 구분됩니다.

- **1급** : 신선 직무명장으로, 이마트 내 최고 수준의 지식과 스킬을 겸비한 신선 전문가
- **2급** : 상품화 작업 스킬과 숙련도 우수자
- **3급** : 상품 및 매장운영 지식 강화

이마트는 신선직무자격제를 준비하는 임직원의 역량 강화를 지원하기 위해 신선 지식백과 온라인 학습컨텐츠를 제작하여 제공하고 있으며, 신선직무자격제를 취득하는 구성원에게는 국가공인 자격증 취득교육 지원, 국내외 연수 프로그램 제공, 인사평가 가점 등의 혜택을 제공하여 개인 커리어 개발과 성장을 지원하고 있습니다.

④ 재취업 지원 서비스 교육
(지속적인 고용가능성 지원 프로그램)

이마트는 50세 이상의 고령 퇴직예정자에 대하여 두 가지 유형의 재취업 지원 서비스를 제공하고 있습니다. 재취업 지원 서비스는 구성원의 경력 전환을 도움으로써 퇴직자의 불안감을 해소하고 후반기 삶에 대한 긍정적인 태도 형성에 기여하는 이마트의 사회적 책임 수행 노력의 일환입니다. 먼저 진로설계 프로그램은 소질과 적성 그리고 경력에 관한 진단을 통해 진로 설계를 돕는 서비스로, 16시간 이상의 강의와 상담을 지원합니다. 취업 알선 프로그램은 3개월간 구인정보를 제공하고 재취업 및 창업 활동을 지원하며, 6개월의 사후 서비스를 제공하여 퇴직으로 인한 변화관리와 효과적인 커리어 전환을 돕고 있습니다.

3.3.3 동반성장 _ 임직원 존중

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

APPENDIX

본사 근무자 교육 프로그램

본사 근무 임직원을 대상으로는 WoW 기반의 필수역량 함양을 위한 '데이터 아카데미'와 이마트 비즈니스의 핵심 직무인 바이어 양성 교육, 경력 입사자의 온보딩(Onboarding)을 지원하는 교육 등이 구성되어 있습니다.

① 데이터 기반의 업무수행을 위한 '데이터 아카데미'

'우리는 데이터를 근거로 커뮤니케이션을 하며, 데이터를 통해 결정한다'의 'WoW. 데이터 기반의 업무수행'을 실천하기 위한 목적에서 개발된 '데이터 아카데미'는 데이터 기반의 합리적인 사고력과 의사결정력을 갖춘 인재를 육성하는 것이 목표입니다. 업무 특성에 최적화된 교육을 제공한다는 취지로, 타깃 직무군 과정과 일반직무군 과정으로 구분하여 운영되고 있습니다. 타깃 직무군의 경우, 데이터 분석 및 리터러시, 현업과제 해결을 위한 문제 해결에 포커싱되어 있고, 일반 직무군의 경우 기본적인 데이터 분석 및 활용 이해력을 높이고, 분석 스킬에 주안점을 둔 교육을 제공하고 있습니다.

데이터 아카데미

타깃직무군

121 명 수료

일반직무군

270 명 수료

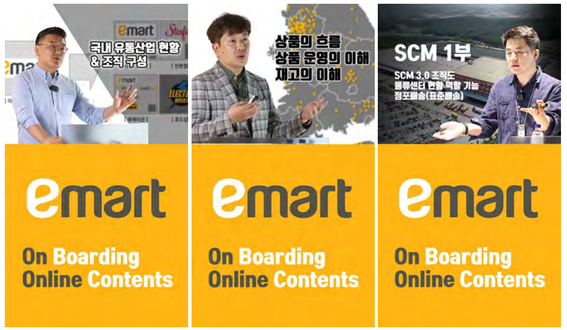
② 준비된 바이어의 사전 양성 '바이어 아카데미'

이마트 바이어는 차별화된 상품을 개발하고 공급과 운영을 수행하는 이마트의 핵심 직무군입니다. 바이어의 경우 전 점포에서 운영되고 있는 상품의 매출, 판매, 재고관리를 총괄하는 상품운영 역량과 고객 니즈에 부합하는 상품 개발 역량이 필요하기 때문에, 이를 지원하는 '바이어 아카데미' 교육과정을 제공하고 있습니다. 바이어 아카데미는 총 3개의 교육과정으로 구성되어 있으며, 단계별 체계적인 커리큘럼과 과제수행을 통해 이마트 바이어가 국내 최고의 MD전문가로 성장할 수 있도록 지원하고 있습니다.

③ 경력사원 온보딩(Onboarding) 프로그램

이마트는 새로운 전문성과 다양성을 수용하는 문화로서 외부 우수인재를 적극적으로 채용하고 있으며, 경력 입사자가 조직에 빠르게 적응하고 안정적으로 업무를 수행할 수 있도록 온보딩 프로그램을 운영하고 있습니다. 온보딩 프로그램은 크게 [입사 전-입사 당일-입사 후 1개월]의 3단계로 이뤄지며, 회사의 제도와 리테일 산업의 이해를 돕기 위한 Value Chain(매입-SCM-판매) 교육 제공, 부서장 주관의 OJT(On the Job Training), 회사 적응도를 점검하고 애로사항을 지원하기 위한 1on1 미팅, 반기별 경력사원 네트워크 형성 워크샵 등으로 구성되어 있습니다.

바이어 아카데미



경력사원 온보딩 프로그램

3.3.3 동반성장 _ 임직원 존중

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

APPENDIX

ESG play

이마트는 ESG경영 공감대를 강화하고 더 많은 이들의 아이디어를 모으고자 지속가능경영 조직문화 조성에 적극 나서고 있습니다. '사내기업가 정신' 육성 플랫폼을 추구하는 ESG play는 쉽고 재미있게 놀이(play)하듯이 ESG실천 경험을 쌓고 ESG가 이마트 기업 문화의 일부가 되도록 ESG 역량을 내재화하는 것을 목표로 하는 프로젝트입니다. ESG play는 임직원 누구나 참여 가능하며 본격적인 구성에 앞서 2022년 파일럿 프로그램을 운영하였습니다. 파일럿 프로그램은 본사직원 전체를 대상으로 원데이 이벤트와 반려식물 키트 경품 제공 등으로 흥미를 유도하는 캠페인형 트랙, 캠페인을 통해 관심이 생긴 참여자를 대상으로 비건/채식 키트와 제로웨이스트/리빙 키트를 체험하며 개인과 회사 생활에서 지속가능한 활동을 실천해보는 참여형 트랙, 참여형 트랙 우수자를 대상으로 ESG소셜 기업과 네트워킹하고 그간의 경험을 공유하며 ESG play 아이디어를 도출하는 인사이트 트랙 3단계로 구성하여 ESG에 몰입하는 다채로운 경험을 제공하였습니다. 이마트는 파일럿 프로그램의 성공 경험을 바탕으로 임직원의 자발적 참여와 관련 전문가의 협업을 통해 ESG마인드를 고취할 수 있는 후속 프로그램을 준비하고 있습니다.

ESG play 파일럿 프로그램

탐색형 트랙
(Searching period)

- 이마트 본사직원 전체 대상
- 호기심을 일으킬 수 있는 포스터를 이마트 본사 곳곳에 게시하여 흥미 유도
- 설문조사와 스티커 인터랙션 월을 통해 이마트 내부 구성원의 ESG 관심도 확인
- 원데이 이벤트와 반려식물 키트 경품을 통해 적극적인 참여 유도

참여형 트랙
(Experiencing period)

- 탐색형 트랙을 통해 성별/연령/부서/관심분야 등을 고려하여 최종 30여 명 선발 진행
- 비건/채식 키트와 제로웨이스트/리빙 키트를 체험하며 개인/회사 생활에서의 지속가능한 습관을 실천하는 미션 수행
- 오프닝 미팅을 통한 미션 안내와 오픈 채팅방을 통한 인사이트 자료 공유 및 미션 독려

인사이트 트랙
(Champion Gathering)

- 참여형 트랙 우수자 및 희망자중 10여 명 선발
- 소셜벤처 대표와 강연을 통해 네트워킹 하고 참여형 트랙을 통한 배느실(배우고, 느끼고, 실천)을 공유하며 워크숍 진행
- Champ그룹 결성과 구성원들의 ESG 관련 의견 및 ESG play 아이디어 모집

3.3.3 동반성장 _ 임직원 존중

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
공급망 ESG 관리
협력사 ESG역량 개선
임직원 존중
사회책임

APPENDIX

다양한 복지제도

① 장거리 발령자 생활 지원

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

② 임직원 건강관리 및 생활 보장 지원

이마트는 지속적인 건강관리와 중대 질병의 발병을 예방하기 위해 모든 임직원을 대상으로 매년 건강검진을 실시하고 있습니다. 재직기간이 1년 이상인 임직원과 가족을 대상으로 10만 원 이상의 의료비가 발생하는 경우 일정 기준에 따라 보조금을 지원하여 치료비로 인한 일상생활의 위협을 예방하고 있으며, 각종 사고나 질병으로 사망하거나 신체장애를 입는 경우에는 직급에 따른 지원금을 지급하고 있습니다. 또한 암, 뇌졸중, 심근경색 발생 시에는 기존의 의료비 지원 제도에 더하여 1천만 원 한도의 치료비를 지원하고 있습니다.

③ 장기근속 포상

이마트와 오랜 시간 함께한 임직원에게는 표창장과 함께 특별 휴가와 포상금을 지급하여 그 공로를 기리고 있습니다. 장기근속 포상은 입사일 기준 각 10년, 20년, 25년, 30년에 해당하며, 매년 창립기념일에 표창장과 금메달을 수여하고 있습니다. 2021년 기준 이마트의 평균 근속연수는 10년으로, 2021년 2,346명이 장기근속 포상을 수여하였습니다.

④ 동호회 활동 지원

임직원들의 건전한 여가활동을 지원하여 생활의 질을 향상하고 활기찬 조직문화를 구현하기 위하여 협력사원을 포함한 전 임직원을 대상으로 동호회 운영을 지원하고 있습니다.

⑤ 휴양 및 휴가 지원

임직원들의 리프레시를 위하여 주요 여행지에 위치한 호텔과 콘도, 리조트 등 숙박시설 이용을 연중 지원하고 있으며, 1년 단위로 전국 9개 지역에 마련되어 있는 가족농장 경작지를 제공하고 있습니다. 농사에 서투른 참여자들을 위하여 작물 재배법과 농장관리에 대한 오리엔테이션도 진행하고 수확물을 기부하는 봉사 등 다채로운 체험행사도 준비하여 가족행사로 많은 임직원이 찾고 있습니다.

⑥ 모성보호 지원

이마트는 법적 기준을 상회하는 여성 친화적인 복지제도를 적극적으로 도입하고 있습니다. 임신부 근로자들은 임신 전 체기간 하루 2시간의 근로시간 단축을 임금 차감 없이 사용할 수 있으며, 본인의 선택에 따라 임신 전 기간 출산휴직을 사용할 수 있습니다. 임신이 어려운 경우 난임휴직을 최소 3개월부터 최대 6개월까지 사용 가능합니다. 또한 육아 단계에서도 법으로 보장된 출산휴가 90일, 육아휴직 1년과는 별개로 희망 육아휴직제도를 마련하여 1년간의 육아휴직을 추가로 선택할 수 있으며, 자녀의 초등학교 입학 시점에도 1개월간의 휴직 기회를 제공함으로써 일과 가정의 원활한 양립을 지원하고 있습니다.

⑦ 그 외 복지제도

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

2021년 기준
평균 근속연수

10년

2021년 기준
장기근속 포상

2,346명

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임

APPENDIX

3.4 SOCIAL RESPONSIBILITY

사회책임

OUR GOAL

지역사회 상생,
사회적 가치 경영 실현

2021 KEY STRATEGY

대내/외 사회적 책임
경영 체계 고도화

LINKS TO UN SDGS

OUR APPROACH

COVID-19로 인한 사회적 불안감과 변화는 누군가에게는 새로운 기회가 되지만 누군가에게는 쉽게 대비할 수 없는 큰 위기 요인이 됩니다. 변화를 선도하고 정보의 우위에 있는 기업이 사회 구성원으로서의 역할과 책임에 대해 더 많은 것들을 고민해야 하는 이유입니다. 새로운 소비 트렌드로 떠오르는 '가치 소비'와 '윤리적 소비' 역시 이와 같은 흐름에서 기업의 사회적 책임을 요구하는 사회의 변화입니다.

이마트는 나름의 ESG 경영철학을 바탕으로 보다 밝고 건전한 사회를 만들기 위한 경영활동을 추진하고 있습니다. 임직원과 회사가 힘을 합쳐 장기적 관점의 사회 공헌 활동을 추진하는 한편 지역 경제와의 동반성장 관계를 강화해 사회적 가치를 창출하고 있으며, 기업 경영에 있어서도 스스로 모범을 보일 수 있는 윤리경영을 강조하면서 정직하고 투명한 공정거래를 실천하고 있습니다. 또한 최근 강조되고 있는 소비자의 인권과 개인정보 가치에 공감하여 데이터 보안 관리체계를 강화하고 있습니다. 이마트는 앞으로도 생활문화를 선도하는 가치 창조 기업으로서 역할을 고민하며 이해관계자와 사회에 실질적인 보탬이 되는 ESG경영을 실천해 나가겠습니다.

OUR PERFORMANCES

사회적가치 창출 제고

· 언택트 지역사회 공헌 활동 추진
· 어린이 테마 사회 공헌 활동 강화
· 자상한 기업 4대 과제 수행
· 사회공헌을 통한 사회적가치 창출

공정거래, 반부패/윤리경영 실현

· 윤리경영 객관성, 신뢰성 제고
· 공정거래, 반부패, 윤리경영 실천
· 관련 교육 대상자 확대

정보보안 및 개인정보 보호 강화

· 정보보안 리스크 사전 예방
· 임직원 공감 강화와 자발적 참여 유도

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임
사회적가치 창출 제고
공정거래, 반부패/윤리경영 실현
고객 및 임직원 정보 보호 강화

APPENDIX

3.4.1 사회책임 _ 사회적가치 창출 제고

이마트와 사회 공헌 이마트는 지역사회와 조화로운 상생을 통한 지속적인 발전을 추구합니다. 업의 특성을 살려 전국에서 운영되고 있는 점포망을 활용하여 고용, 소득 창출 등 지역사회와의 공생발전에 본원적으로 기여하며, 각 지역사회에 가장 필요한 지원을 적시에 제공할 수 있도록 지역사회와 함께 고민하고 실천해나가고 있습니다.

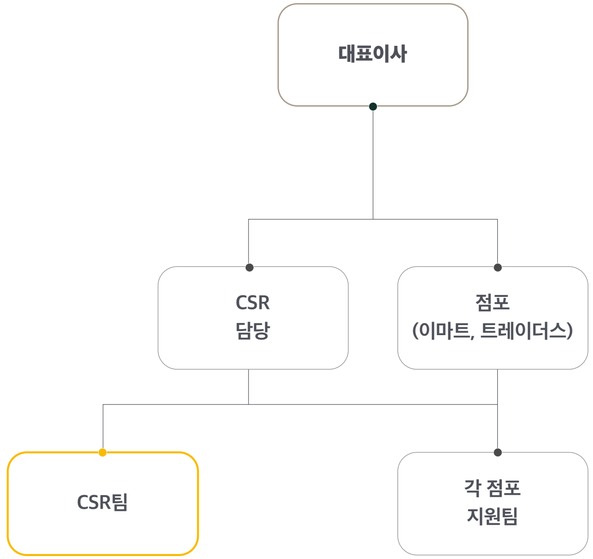
사회 공헌 추진 전략

이마트 사회 공헌 활동의 근간은 지역에서 발생한 수익을 지역사회에 환원하며 상생의 희망을 전한다는 철학입니다. 사회 공헌 활동은 '어린이' 테마 활동과 각 점포에서 지역 공동체와 커뮤니케이션을 통해 진행하는 '지역사회 환원' 테마 활동, 농가 지원 및 소상공인 지원 등 지역 경제 동반성장을 추구하는 '동반성장' 테마 활동, 소비자의 가치소비를 유도하는 '가치소비' 테마 활동으로 구분됩니다. 이마트는 보다 적극적인 사회적가치 창출을 위하여 사회적가치 산정 모델에 기반한 사회 공헌 활동 성과 평가 및 관리 시스템을 구축할 계획입니다.

사회 공헌 추진 조직

어린이 테마 활동이나 지역사회 환원 테마 활동, 가치소비 등 연간 계획하에 실시되는 사회 공헌 활동은 본사 CSR 담당 내 사회 공헌 파트에서 주도하여 추진하고 있으며, 각 점포별로는 지원팀을 중심으로 지역사회와 지속적으로 소통하며 지역별 상황에 맞춘 지역사회 공헌 활동이 진행되고 있습니다. 또한 가치소비 등 매출연계 활동은 매입, 키즈라이브러리 사업은 ESG추진사무국 등 업무내용에 따라 관련 부서가 함께 논의하며 진행합니다. 사회 공헌 활동 계획은 모두 ESG위원회를 거쳐 결정하고 있으며, 사회 공헌 활동 실적 역시 ESG위원회에 보고되고 있습니다.

사회 공헌 추진 조직도



사회적가치 창출 기반 고도화 계획

사회 공헌 전략 정비 > 사회적가치 산정 모델 개발 > 사회적가치 기반 사회 공헌 활동 성과 평가 및 관리 시스템 구축

3.4.1 사회책임 _ 사회적가치 창출 제고

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임
사회적가치 창출 제고
공정거래, 반부패/윤리경영 실현
고객 및 임직원 정보 보호 강화

APPENDIX

사회 공헌 추진 성과

이마트는 매출액의 0.1%에 준하는 기부물품을 사회 공헌 활동에 투자하고 있습니다. 또한 COVID-19 여파로 사회적 지원 요구는 증가한 반면 사회적 거리 두기로 대면 프로그램 추진이 어려운 상황을 고려하여 지역 내 지자체 및 사회 공헌 활동 기관과의 소통채널을 활용하고 언택트 참여 방법을 모색하는 등 지역사회의 실질적 도움을 최우선하는 사회 공헌 활동을 추진하고 있습니다. 2021년 기부금액은 COVID-19로 인한 활동의 제한으로 전년보다 감소한 10,442백만 원이며, 방역지침 완화가 기대되는 2022년에는 피코크 봉사단 등 그동안 추진하지 못했던 다양한 봉사활동을 재개할 계획입니다.

올바른 기부문화의 시작 '희망배달 캠페인'

이마트는 2006년 3월부터 매월 임직원의 기부 금액과 동일 금액을 회사도 기부하는 매칭그랜트 방식의 희망배달 캠페인을 진행하고 있습니다. 희망배달 캠페인은 개인의 자율적 참여가 기반이 되는 프로그램으로 임직원과 회사가 한마음으로 기금을 조성한다는 점에서 바람직한 사회 공헌 모델로 인정받고 있습니다. 조성된 기금은 희망배달 마차, 장난감 도서관 건립, 후원 아동 대상 생활비·교복비 지원, 환아 대상 치료비·수술비 후원 및 소외 청소년 대상 여성 위생용품 지원 등 다양한 지원 사업에 사용하고 있습니다.

임직원의 사회 공헌 활동 참여 지원

임직원 모두가 기업 시민으로서의 사회적 책임을 다하기 위해 CSR 실천활동을 임직원 KPI 항목으로 제정하여 반기 중 일정 시간 이상의 봉사활동을 수행할 수 있도록 독려하고 있습니다. 임직원의 자발적 참여로 이루어지는 봉사활동은 헌혈, 지역 복지관 봉사를 비롯하여 생필품 나눔활동인 '희망배달 마차' 운영 봉사, 시각장애아동을 위한 책과 단어카드 만들기 참여 등 다양하게 추진되고 있습니다.

사회 공헌 추진 성과 (이마트 별도 기준)

	2019	2020	2021
기부금 (백만 원)	11,875	12,179	10,442
매출액 대비 사회 공헌 투입 비율 (%)	0.09	0.09	0.07
참여 임직원 수 (명)	33,324	3,421	30,132
임직원 총 봉사활동 시간 (시간)	91,830	12,420	68,032

사회공헌 기부금 (단위: 백만 원)

* 2021년 기부금액은 COVID-19로 인한 활동의 제한으로 전년 대비 감소

매출액 대비 사회 공헌 투입 비율

0.07%

3.4.1 사회책임 _ 사회적가치 창출 제고

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임
사회적가치 창출 제고
공정거래, 반부패/윤리경영 실현
고객 및 임직원 정보 보호 강화

APPENDIX

1. 어린이 교통사고 예방 캠페인 '옐로 카펫'
2. 어린이의 새로운 놀이공간 '희망장난감도서관'
3. 베트남 장난감 도서관

키다리 아저씨가 되어주는 어린이를 위한 사회 공헌 활동

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

어린이를 지키는 노란색 '옐로 카펫'

옐로 카펫은 노란색이 상징인 이마트가 노란색이 어울리는 아이들을 위해 진행하는 교통사고 예방 캠페인으로 횡단보도 대기선 인근에 노란색 특수 도색으로 보행자의 횡단 안전성을 높이는 활동입니다. 옐로 카펫 설치 지역에는 동작 감지 태양광 램프도 함께 설치해 밤에도 안전율을 높이는데 실제 옐로 카펫을 설치하고 난 후 횡단보도 대기선 대기율과 차량 통과 시 아동 인지율이 약 25% 증가하는 효과를 보입니다. 이마트는 2016년 이후 2021년까지 국내 188개 지점에 옐로 카펫을 설치하였으며, 베트남에도 8개의 옐로 카펫을 설치했습니다.

키즈라이브러리 & 희망장난감도서관 운영

어린이 복합문화공간 키즈라이브러리는 자연과 숲을 테마로 한 청정공간으로 미세먼지 없는 쾌적한 독서환경에서 다양한 테마의 도서를 접할 수 있습니다. 또한 도서 테마에 맞춘 체험 교구들을 배치하고 온라인 콘텐츠 활용이 가능한 전자책 도서존을 신설하는 등 우리 아이들이 상상력을 쑥쑥 키워나갈 수 있는 입체적인 글 읽기 환경을 제공하고 있습니다. 새로운 놀이공간으로 사랑받고 있는 장난감도서관 역시 2007년 제주관을 시작으로 현재까지 전국 각지에 건립되어 운영 중이며, 노브랜드 상생스토어가 입점한 재래시장에는 희망놀이터가 문을 열고 있습니다. 키즈라이브러리는 2016년 베트남 호치민시에도 개관하여 베트남 어린이들에게 꿈과 희망을 전달하고 있으며 국내에는 2021년 10관인 가평관이 문을 열었습니다.

장난감도서관 &키즈 라이브러리 운영
(2021년말 기준)

80개

국내 및 베트남 옐로 카펫 신규 설치 건수

3.4.1 사회책임 _ 사회적가치 창출 제고

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임
사회적가치 창출 제고
공정거래, 반부패/윤리경영 실현
고객 및 임직원 정보 보호 강화

APPENDIX

결연 아동 후원

이마트는 소외 계층 아동과의 인연을 맺고, 학업과 생활에 필요한 후원금을 지원하고 있습니다. 결연 아동에게는 기본적으로 10만 원의 생활 안정 지금을 지원하며, 진학 시에는 교복비를 지원하여 어린이들이 밝은 웃음과 함께 등교할 수 있도록 노력하고 있습니다. 또한 설, 추석 등 명절과 어린이날, 크리스마스 등에는 상품권이나 어울리는 선물을 지원하여 따뜻함을 나누고 있습니다. 2021년 말 기준, 2,005명의 아동을 후원하고 있으며 2006년 후원 시작이래 총 17,950명의 아동을 후원하였습니다.

환아 지원

환아 지원 프로그램은 형편이 어려워 치료에 어려움을 겪는 희귀 난치성 환아들에게 수술비와 치료비, 보장구 구입비 등을 지원하는 사업입니다. 초록우산 어린이재단 심의위원회를 통해 선정된 환아를 대상으로 아이와 가족이 희망을 키워갈 수 있도록 지원을 아끼지 않고 있습니다.

후원 결연 아동 수
(2006년 이후 누적)

17,950명

1

2

1. 환아 지원 프로그램
2. 환아 전동 휠체어 전달식

취약계층 어린이 지원 활동

환아 지원 (단위: 명)

결연 아동 후원 (단위: 명)

3.4.1 사회책임 _ 사회적가치 창출 제고

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임
사회적가치 창출 제고
공정거래, 반부패/윤리경영 실현
고객 및 임직원 정보 보호 강화

APPENDIX

피코크 봉사단 봉사 활동

지역사회로부터 얻은 수익을 환원하는 지역사회 공헌 활동

이마트는 사회구성원의 일상에 밀접하게 다가서는 업의 특성을 활용하여 지역사회로부터 얻은 수익을 지역사회에 환원하는 지역밀착형 사회 공헌 활동을 추진하고 있습니다. 전국 곳곳에 있는 158개 이마트와 트레이더스는 각 지역마다 필요로 하는 지원활동이 다르다는 점에 착안하여 이마트 공동 사회 공헌 활동 외에도 점포별로 지역 내 소통 채널을 운영하여 가장 필요로 하는 도움을 적시에 제공할 수 있도록 하고 있습니다. 또한 임직원들의 자발적 봉사활동 동아리나 모금 활동 등을 적극 권장하고, 지역 사회복지관·사회 공헌 전문 단체와 협업하여 내실 있는 사회 공헌 활동을 모색하고 있습니다.

지역사회 소외계층 복지 향상을 지원하는 '희망 나눔'

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

지역 주민과 함께하는 요리봉사 '피코크 봉사단'

적극적인 봉사활동을 위해 자발적으로 모인 20여 명에서 시작된 피코크 봉사단은 이후 지역주민을 대상으로 모집 범위를 확대하고 점포별로 운영하고 있습니다. 지역주민과 함께 '즐거운 봉사'를 컨셉으로 구성된 피코크 봉사단은 반찬 만들기 등 피코크 제품을 활용한 요리 중심의 봉사활동을 실천하고 있습니다. 정부의 방역지침 완화가 기대되는 2022년에는 지난 2년간 진행하지 못했던 봉사단 활동이 재개될 예정입니다.

3.4.1 사회책임 _ 사회적가치 창출 제고

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임
사회적가치 창출 제고
공정거래, 반부패/윤리경영 실현
고객 및 임직원 정보 보호 강화

APPENDIX

1. 피코크 가정간편식으로 구성된 '원기회복 키트'
2. 산불피해지역 구호 물품 전달

지역사회 취약계층을 지원하는 '원기회복 키트'

이마트는 기존에 진행하던 피코크 봉사단활동이 COVID-19로 인한 사회적 거리 두기로 제한되자 지역 취약계층에게 언택트 방식으로 지원하는 방안을 모색하였습니다. 그 결과 지역사회 내 고령층 취약 계층의 원기회복에 도움이 되고자 전국 지자체와 손잡고 피코크 가정간편식으로 구성된 '원기회복 키트'를 마련하여 전국 50개 점포망을 통해 14,510세대에 전달하였습니다. 원기회복 키트는 반계탕, 추어탕, 수삼영양밥, 철원오대밥 등 어르신들이 기력 회복용으로 즐겨 찾는 음식을 간편하게 먹을 수 있도록 구성하였습니다.

미세먼지, COVID-19에 대응하는 마스크 기부

이마트는 지난 2019년 보건복지부, 초록우산 어린이재단과 미세먼지 대응의 일환으로 마스크 기부를 협약한 바 있습니다. 그러나 2020년 COVID-19가 시작되면서 미세먼지보다는 COVID-19의 피해 감소를 위해 전국 취약계층 어린이와 청소년에게 KF94 인증을 획득한 마스크를 후원하고 있습니다. 2021년 60만 장 기부를 비롯, 2019년부터 2021년까지 3년간 총 3.1만 명에게 마스크를 지원하였습니다.

골든타임을 우선시하는 긴급 지원

2022년 3월, 전례 없이 길게 이어진 경북 울진과 강원도 지역 산불로 막대한 재산피해와 함께 수많은 이재민이 발생했습니다. 이마트를 비롯한 신세계 그룹은 '희망브리지 전국 재해 구호협회'를 통해 구호성금 5억 원을 기부했으며, 적시 지원을 위해 임시 거주시설에서 생활 중인 이재민과 구호 현장에 꼭 필요한 생필품을 우선적으로 공급했습니다. 공급품목은 생수, 이불, 핫팩, 컵라면 등으로 지방자치단체와 협의하여 피해 현장 인근의 이마트 계열 점포와 물류센터를 통해 전달하였습니다.

2021년 마스크 기부
(단위: 만 장)

60

식료품 지원 규모

피코크 봉사단 (단위: 세대)

희망 김장 (단위: 세대)

희망배달 마차 (단위: 세대)

3.4.1 사회책임 _ 사회적가치 창출 제고

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임
사회적가치 창출 제고
공정거래, 반부패/윤리경영 실현
고객 및 임직원 정보 보호 강화

APPENDIX

농가의 부가가치를 높이는 6차 산업 지원

이마트는 농산물 재배(1차산업)와 농산물 제조 및 가공(2차산업), 체험 및 관광(3차산업)을 융복합 해 새로운 부가가치를 창출하는 6차 산업 지원을 지속적으로 추진해오고 있습니다. 대한민국 유통의 선두주자로 지역 농가 및 중소 식품 가공업의 경쟁력 강화를 지원함과 동시에, 다양한 판로개척의 기회도 함께 제공하는 것입니다. 이마트는 앞으로도 건강하면서도 사회적으로 의미 있는 상품들을 가치소비와 연결해 나가며 우리 농산물의 가치를 한층 더 높여나가는 대표적인 지역 상생 프로젝트로 6차 산업 지원을 이어나갈 계획입니다.

우리 땅에서 유기농 농법으로 자란
토종 품종을 발굴, 지원하는 '국산의 힘' 프로젝트

우리 땅에서 나온 지속가능한 상품의 개발 '국산의 힘'

'국산의 힘' 프로젝트는 우리 땅에서 나온 고유 품종을 유기농 농법으로 키우고 있는 전국의 생산자를 발굴, 지원하는 프로젝트입니다. '국산의 힘' 프로젝트로 선정된 상품은 시장의 반응과 단기 수요에 연연하지 않고 이마트에서 전량 매입하고 있습니다. 생산자가 보다 안정적인 환경에서 좋은 품종 개발에 집중하고 다양한 시도를 이어나갈 수 있도록 이마트가 농가 파트너들의 수익까지도 보장하는 것입니다. 그뿐만 아니라 건강한 방법으로 재배된 토종 품종이 고객들에게 더 긍정적으로 인식될 수 있도록 상품 포장 패키지 개선과 다양한 마케팅 활동, 친환경 인증과 패키지 개발 컨설팅까지도 지원하며 실질적인 힘을 보태고 있습니다.

'재발견 프로젝트'와 특산물 기획전

이마트는 지역별 특산품을 고객에게 소개하는 지역상생 프로젝트를 두 가지 방향으로 추진하고 있습니다. '재발견 프로젝트'는 잘 알려지지 않았던 지역기반 상품을 발굴해 새로운 스토리와 디자인으로 부가가치를 높이는 프로젝트입니다. 지난 2018년 이래 발굴된 지역 특산물은 90여 개에 달하며, 이마트는 상품 디자인 개선을 지원하고 홍보 및 '재발견 프로젝트 스토어'를 통한 판매 확대를 지원하고 있습니다. '재발견 프로젝트 스토어'는 강원도, 제주도, 경상북도 등 전국에 총 11개점(2022년 현재)에서 운영되고 있으며, 전국 이마트 유통망과 온라인몰까지 판매처를 확대해 지속적으로 지역의 스토리와 상품을 공유할 계획입니다.

이마트는 판로 확보에 어려움을 겪고 있는 지역 경제에 도움이 되고자 지역 특산물로 구성된 상품 기획전도 열어 지역 경제를 후원하고 있습니다. 2021년에는 완도 활전복(4월), 제주 은갈치(9월), 강화 인삼(10월) 등 제철을 맞이한 농, 수산물을 전국 이마트 매장에서 판매하는 기획전을 열었으며, 농림축산식품부가 주관하는 '대한민국 농할갑시다' 행사에도 적극 참여하고 있습니다. 더불어 국산 농식품의 특성과 좋은 제품을 고르는 방법 등을 담은 영상을 제작하여 소비자의 큰 호응을 얻고 있습니다.

고객 참여로 결정되는 '지역 명물 챌린지'

'지역 명물 챌린지'는 2021년 6월부터 이마트와 네이버가 협업해 진행하는 소상공인 상생 프로젝트입니다. 맛집으로 소문난 지역별 소상공인들의 점포 메뉴를 이마트와 네이버가 함께 개발해 상품화까지 진행하는 프로젝트로 '인생 맛집'이라는 공동 브랜드로 운영되고 있습니다. 네이버 셀러들의 적극적인 관심과 참여, 소비자들의 별점 평가를 바탕으로 전국 어디에서나 그 맛 그대로 경험할 수 있도록 이마트 상품 개발 전문가의 엄격한 평가와 상품화가 진행되었습니다. 현재 최종 출시된 상품은 피코크 상품으로 개발되어 이마트 전국 매장에서 판매되고 있으며, 지역 맛집을 넘어 전국 이마트 어디에서나 만날 수 있는 상품으로 유통망까지 확대하면서 긍정적인 반응을 얻고 있습니다.

지역 특산품의 부가가치를 높이는
'재발견 프로젝트'

3.4.1 사회책임 _ 사회적가치 창출 제고

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임
사회적가치 창출 제고
공정거래, 반부패/윤리경영 실현
고객 및 임직원 정보 보호 강화

APPENDIX

유통 노하우를 공유하는 '자상한 기업' 이마트

이마트는 유통기업으로 축적한 노하우를 지역사회, 소상공인과 공유하여 상생문화를 조성하는데 앞장서고 있습니다. 그 대표적인 활동으로 2020년 12월 중소기업부와 맺은 소상공인 판로지원 및 혁신역량 강화를 위한 '자상한 기업' 프로젝트를 들 수 있습니다. '자상한 기업'은 상생과 공존의 가치 실현을 위해 대기업이 보유한 역량과 노하우 등의 강점을 미거래기업이나 소상공인과 공유하는 자발적 상생 협력 프로젝트입니다.

노브랜드 상생스토어

전통시장에서 만나는 '노브랜드 상생스토어'

'브랜드가 아니라 소비자다'라는 모토를 내세우는 노브랜드는 지난 2016년 충남 당진전통시장에 노브랜드 상생스토어 1호점을 오픈 한 이후 2021년 가평 창업경제타운에 이르기까지 전통시장에 상생스토어 매장을 열고 있습니다. 노브랜드 상생스토어는 이마트가 전통시장과 지역 경제 활성화를 서포트하기 위해 시작한 상생 프로젝트로 전통시장 내에 오픈하되, 판매 품목을 시장 상인회와 사전 협의해 기존 상인들의 주력 상품은 제외하고 시장 내 부족한 상품은 더하여 시장 방문 활성화를 유도하는 점이 특징입니다. 또 하나의 특징은 상생스토어가 들어서는 전통시장에는 이마트 표 사회 공헌 시설까지 함께 조성된다는 점입니다. 그 중에서 가장 인기 있는 곳은 '희망놀이터', '키즈라이브러리'로 대표되는 아동시설로 20-30대 젊은 층 유입의 견인차 역할을 하고 있습니다. 노브랜드 상생스토어는 이마트의 강점을 살려 전통시장을 활성화해보고자 하는 아이디어에서 시작한 사회적가치 창출 시도로 전통시장과 대형마트의 동반성장 가능성을 일깨워 준 대표적 사례가 되고 있습니다.

No Brand

노브랜드 상생스토어
16개소 운영 중

16

당진전통시장 상인회 **정제의 회장**

서로의 강점을 인정하여 상생의 길을 열었습니다.

2016년 '전통시장이 잘하는 영역이 있고, 기업이 잘하는 영역이 있다'라는 모토로 전통시장의 부족한 점을 채우고 함께하기 위해 이마트와 상생을 시작했습니다. 이마트의 ESG는 일방향 지원이 아니라 서로의 강점을 인정하여 시너지를 창출하고 지속가능한 경쟁력을 갖게 한다는 점에서 돋보입니다.

상생스토어가 입점한 이래 이마트의 상생프로그램을 통해 진열, 판매 등 여러 노하우를 전수받을 수 있었습니다. 기존 상인들의 연령층이 점점 높아지고 있는데, 이런 부분이 세대교체와 함께 청년세대로 이어지면서 시장이 지속적인 자생력을 가져야 한다고 생각합니다. 이마트와 함께 머리를 맞대어 어린이 장난감도서관, 키즈라이브러리 등을 통해 젊은 고객층의 유입을 성공적으로 이끌었듯이, 앞으로는 청년 상인들의 유입을 확대해 늘 활기찬 전통시장으로 발전하는 모습을 보여주기 위해서 노력할 계획입니다.

* 충청남도에 위치한 당진전통시장은 2016년 노브랜드 상생스토어 1호점을 유치한 전통시장으로 대형유통체인과 전통시장의 상생 성공 스토리를 만들고 있습니다.

3.4.1 사회책임 _ 사회적가치 창출 제고

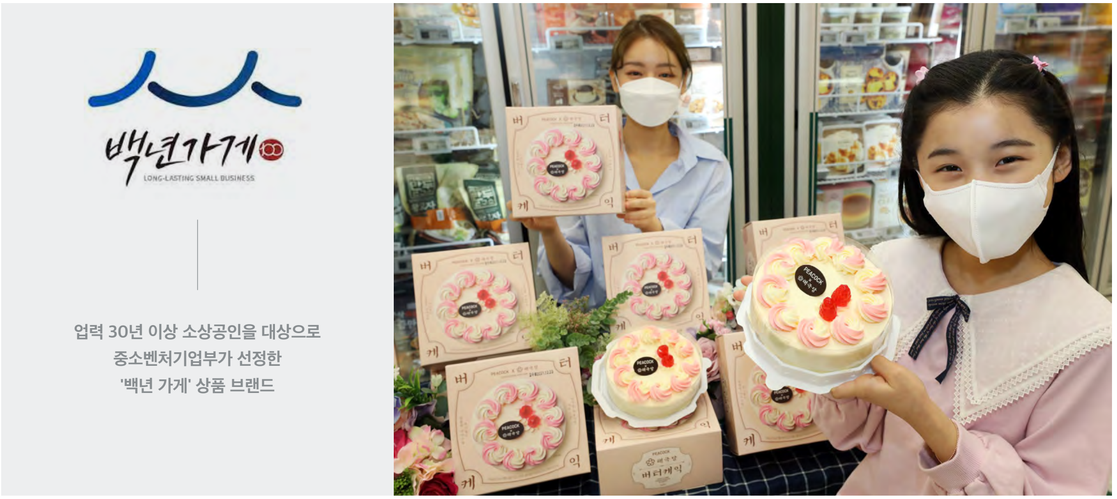
2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임
사회적가치 창출 제고
공정거래, 반부패/윤리경영 실현
고객 및 임직원 정보 보호 강화

APPENDIX

피코크로 다시 찾는 '백년 가게'

'백년 가게'는 중소벤처기업부가 업력 30년 이상 된 소상공인을 대상으로 선별한 기업의 대표 제품들을 모은 브랜드이며, 이마트는 이 중 일부 상품을 피코크로 재해석하여 판로를 지원하고 있습니다. 2021년에는 '백년 가게' 상품 중 태극당 버터크림 케이크, 진미 양념 통닭 치킨, 태조감자국 감자탕, 한일관 서울식 불고기 등 4종이 피코크로 재탄생하여 이마트와 SSG닷컴을 통해 판매를 시작했으며, 인스타그램과 페이스북 프로모션을 진행하여 이를 알렸습니다. 국내 노포 먹거리를 알리기 위해 노력해 온 피코크 상품 중에는 장충동 족발 등 기존에 출시된 백년 가게 관련 상품도 있습니다. 이마트는 자상한 기업 활동을 계기로 이들 상품에도 백년 가게 로고를 삽입하는 등 총 8종의 백년 가게 상품의 판로를 제공하고 있습니다. 이마트는 앞으로도 맛집과의 협업을 통해 소비자에게는 다양한 먹거리 상품을, 소상공인에게는 다양한 판로를 제공하는 상생 협력을 발전시킬 계획입니다.



신사업창업사관학교에서 전하는 소상공인 창업 지원

이마트는 소상공인 진흥공단이 실시하는 '신사업창업사관학교'에도 참여하고 있습니다. '신사업창업사관학교'는 성장 가능성이 높은 신사업 아이디어를 가진 예비창업자를 지원하는 프로그램으로 이마트는 참여자들에게 유통 및 상품 노하우를 전수하는 역할을 맡고 있습니다. 2021년에는 COVID-19 상황을 감안하여 창업 지원을 위한 온라인 실시간 교육이 진행되었으며, 'E드림데이'를 마련하여 이마트 바이어와의 매칭 멘토링 컨설팅을 제공하였습니다. 또한 사관학교를 성공적으로 수료한 예비창업자들의 상품 경쟁력 강화를 위해 환경성적표지, 저탄소인증 등 친환경인증 획득 컨설팅을 제공하여 현재 인증이 진행 중입니다.

소상공인 판로지원을 위한 '쓱라이브'

쓱라이브(SSG.LIVE) 로 완성되는 소상공인 상생활동

이마트는 자상한 기업활동으로 인연을 맺은 소상공인 상품들의 판로지원을 위해 SSG닷컴의 자체 라이브커머스 '쓱라이브(SSG.LIVE)'의 특집 상품전을 기획했습니다. 피코크 상품 뿐 아니라 다른 유통경로를 통해 개발된 제품까지 포함하는 '백년 가게 상품전'을 비롯하여 두 달에 한 번 중소기업, 소상공인, 농어촌 등의 테마로 라이브방송을 진행해 소상공인들과의 상생 활동을 지속적으로 이어 나갈 계획입니다. 2021년에는 8월 백년 가게 상품전을 시작으로 10월에는 중소기업 우수상품전, 12월에는 농어촌 특집 방송이 진행되었습니다.

3.4.1 사회책임 _ 사회적가치 창출 제고

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임
사회적가치 창출 제고
공정거래, 반부패/윤리경영 실현
고객 및 임직원 정보 보호 강화

APPENDIX

사회적가치 창출로 이어지는 가치소비 지원

이마트는 가치관이나 신념을 기준으로 제품을 선택하는 미닝 아웃(Meaning Out) 성향을 지닌 MZ세대 고객들의 가치소비를 응원하기 위해 소비가 사회적가치 창출로 이어지는 캠페인을 다각도로 모색하고 있습니다. 단순히 젊은 세대의 트렌드가 아니라 소비자의 권리이자 사회구성원의 책임감으로 가치소비가 인식되고, 더 나은 미래를 만들어가는 실천 방향으로 모든 세대에서 더욱 활성화되기를 희망합니다.

유니세프와 함께하는 Fit for Children

이마트의 자체 패션 브랜드인 데이즈는 유니세프 한국위원회와 손잡고 고객의 소비가 전 세계 아동들을 위한 깨끗한 식수지원으로 이어질 수 있는 사회적가치 창출 캠페인을 추진하였습니다. 행사에 해당하는 아동의류를 1장 구매할 때마다 구매자에게는 유니세프 로고가 새겨진 그립톡을 제공하고, 유니세프에는 식수 개선 사업을 위한 약 1,000원의 기부금이 전달됩니다. 1,000원이면 200정 남짓의 식수정화제를 구입할 수 있고 식수 정화제 1정당 약 4ℓ의 물을 정화할 수 있기에, 의류 1벌을 구매할 때마다 오염된 식수로 고생하던 이들에게 866ℓ의 깨끗한 물을 제공하는 셈입니다. 고객들에게는 캠페인 참여를 알리는 그립톡 외에도 캠페인 홈페이지로 연결되는 QR코드를 의류 택(Tag)에 삽입하여 식수 지원 사업 정보를 쉽게 접할 수 있게 하였으며, 일주일간 대상 상품을 30% 할인하여 고객들의 캠페인 참여를 지원하기도 했습니다. 데이즈는 이 외에도 지속가능한 패션산업 생태계 구축에 동참하기 위해 WWF(세계자연기금) 한국본부와 협업을 진행하고 폐 페트병을 활용한 리사이클 원사로 제작된 친환경 의류를 판매하는 등 고객들이 일상생활 속에서 가치소비를 실천할 수 있는 장을 마련해오고 있습니다.

착한 소비 프로젝트

이마트는 LG전자와 손잡고 2021년 3월부터 4월까지 가전제품 판매 수익금 일부를 사회 공헌 기금으로 조성, 비대면 온라인 교육의 사각지대에 있는 취약 계층 어린이들에게 LG 노트북을 기증하였습니다. 이번 행사는 고객의 소비가 사회 공헌으로 이어지는 사회적가치 창출 활동의 일환으로 진행되었으며, 고객들이 이마트와 일렉트로마트 가전 매장에서 6개 품목의 행사 대상 LG전자 제품을 구매할 경우 이마트와 LG전자가 2만 원을 공헌 기금으로 적립하는 방식입니다. 조성된 금액만큼의 LG 노트북을 초록우산 어린이재단을 통해 전국 아동 양육시설 40여 개소에 기증하였습니다.

지역단체 마일리지

지역단체 마일리지 활동은 지난 1998년부터 진행해 온 프로그램으로 이마트의 점포별 사회 공헌 활동의 모태가 되는 프로그램입니다. 고객이 상품을 구입하고 받은 영수증을 돕고 싶은 단체를 지정해 적립하면 구매액의 0.5%를 해당 지역단체나 학교, 복지시설 등의 발전 기금으로 기부하는 프로그램입니다. 이를 위해 고객만족센터에는 지원 가능한 단체별로 구분된 마일리지 적립함이 마련되어 있으며, 온라인 채널의 활성화와 모바일 영수증 발급 트렌드를 반영하여 이마트 어플에서 단골 점포를 설정하면 온라인에서도 해당 지역단체로 마일리지 기부가 가능하도록 개선하였습니다.

1

2

1. 이마트 자체 패션브랜드 데이즈와 유니세프 한국위원회가 함께한 'Fit for Children' 캠페인
2. LG전자, 초록우산어린이재단과 함께한 아동양육시설 노트북 기증 활동

3.4.2 사회책임 _ 공정거래, 반부패/윤리경영 실현

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임
사회적가치 창출 제고
공정거래, 반부패/윤리경영 실현
고객 및 임직원 정보 보호 강화

APPENDIX

공정거래, 반부패/윤리경영 실현 이마트는 법과 양심에 따른 정직하고 투명한 경영 환경을 추구하고 있으며, 기업의 사회적 책임 경영 실천을 위한 신세계 CREDO 실천 원칙을 준수하고 있습니다.

공정거래, 반부패/윤리경영 추진 조직

이마트는 내·외부 이해관계자와 공정거래, 반부패/윤리경영에 대한 공감대를 형성하고 감사팀을 중심으로 공정거래팀 등 컴플라이언스 유관부서가 협업하여 윤리경영 문화를 공고히 하고 있습니다. 또한 감사팀의 주요 실적 및 계획은 매년 감사위원회의 주요 의제사항으로 보고, 의결되고 있으며, 관리체계 고도화를 위한 보고프로세스 개선을 추진하고 있습니다.

윤리경영 감사

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

사회적 책임경영 실천을 위한 신세계 CREDO

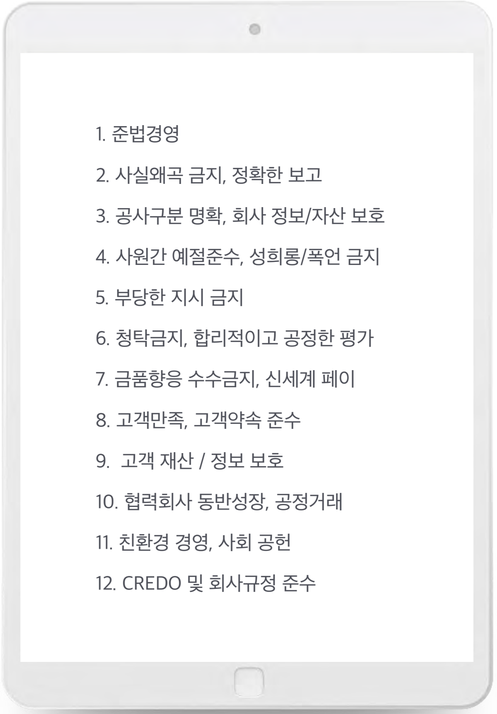
이마트는 회사와 임직원의 책임을 명확하게 규정하고 있으며, 신세계 CREDO를 공정거래, 반부패/윤리경영 원칙으로 삼고 지켜나가고 있습니다. 신세계 CREDO는 법과 원칙 준수를 기반으로 임직원들이 실천해야 할 행동 강령을 12개 항목으로 정리한 그룹 CSR규범이자 임직원의 가치판단 척도입니다.

공정거래, 반부패/윤리경영 교육

이마트는 모든 임직원이 업무 활동에서 사회적 책임 경영을 실천할 수 있도록 임직원의 역할과 직책에 따른 공정거래, 반부패/윤리경영 교육을 실시하고 있습니다. 공정거래 관련 교육은 바이어 및 점포 관리자급을 대상으로 실시하여 공정거래 공감대를 강화하고 있으며 2021년에는 점포 관리자 1,200여 명을 대상으로 실시한 명절 준법사항 교육을 비롯하여 AS바이어 34명이 수료한 AS바이어 공정거래 공감교육, 본사 바이어 및 점포 관리자를 대상으로 하는 공정거래 주요이슈 블라섬 POP-UP 캠페인 등을 실시하였습니다.

반부패/윤리경영 관련 교육은 신입사원을 비롯하여 신규 직책자, 점포 관리자 및 매니저 등을 중심으로 실시하고 있습니다. 임직원들이 지켜야 할 기본과 원칙에 대한 반부패 교육 내용에는 회사의 주요 규정 안내와 함께 주요 사건사고 사례를 포함하여 임직원들의 이해를 돕고 실제 상황에서의 적절한 대응 방안을 교육하고 있습니다. COVID-19에 따라 교육 여건이 제한적인 상황 속에서도 비대면 온라인 교육으로 전환 및 확대하여 효과적인 반부패/윤리경영 교육을 진행할 수 있었습니다.

신세계 CREDO 12원칙



신세계 CREDO 실천원칙

3.4.2 사회책임 _ 공정거래, 반부패/윤리경영 실현

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임
사회적가치 창출 제고
공정거래, 반부패/윤리경영 실현
고객 및 임직원 정보 보호 강화

APPENDIX

내부 신고 제도

이마트는 임직원 부정·비리, 직장 내 성희롱 및 괴롭힘, 부당한 업무처리, 협력사 불공정 거래행위 등 회사 규정 위반행위와 공익침해행위를 신고할 수 있는 신고 제도를 운영하고 있습니다. 신고 채널로는 이마트가 속한 신세계 그룹에서 공동으로 운영하는 외부 신고 채널인 헬프라인과 이마트 자체적인 내부 신고 채널인 이마트 신문고 제도가 있습니다.

외부신고채널인 헬프라인은 접근이 쉽고 신고자의 비밀 보장과 신변보호를 위해 신고내용 전체를 암호화 처리하기 때문에 IP가 남거나 추적당하지 않아 완벽한 익명성이 보장됩니다. 또한 평상시 말투나 신고내용에서 신분이 노출되는 상황이 없도록 6하 원칙에 따른 사실만을 적시할 수 있도록 구성하고 원하는 경우 회신 정보 기입 없이도 신고할 수 있도록 되어 있습니다. 신고내용 조사 결과 「공익신고자 보호법」, 「부패방지권익위법」 등에 따른 부패·공익신고에 해당될 경우에만 법적 기준에 의거 신고내용이 공개되며 이 경우에도 신고자 비밀 보호에 각별히 유의하고 있습니다. 이마트 신문고 역시 익명 신고가 가능하며, 홈페이지, 전화, 이메일, 우편 등 다양한 접근 채널을 열어두고 있습니다. 아울러, 3대제보자 보호원칙을 수립하여 모든 신고내용은 철저한 보안 유지를 약속하고 회사 규정에 의거하여 공정하게 처리하고 있으며, 신고자가 일체의 불이익을 받지 않도록 세심한 주의를 기울이고 있습니다.

이마트 신문고는
제보자가 안심하고 제보할 수 있도록
제보자 보호 원칙을 수립하여 지켜 나가고 있습니다.

부패 방지를 위한 3대 신고 제도

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

ISO37301 인증 추진 검토

ISO37301 인증은 국제표준 기구인 ISO에서 인증하는 준법경영시스템 국제표준입니다. ISO37301에서는 조직 경영의 투명성, 청렴성, 컴플라이언스에 대한 이행을 요구하고 있으며 이의 수립, 실행, 유지 및 개선을 달성하기 위한 표준을 제시하고 있습니다. ISO37301 인증을 받기 위해서는 PDCA(Plan-Do-Check-Act) 모델에 따른 요구사항을 충족해야 하며, 이마트는 글로벌 수준의 준법경영시스템을 구축하기 위해 ISO37301 인증을 검토 중에 있습니다.

3.4.2 사회책임 _ 공정거래, 반부패/윤리경영 실현

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임
사회적가치 창출 제고
공정거래, 반부패/윤리경영 실현
고객 및 임직원 정보 보호 강화

APPENDIX

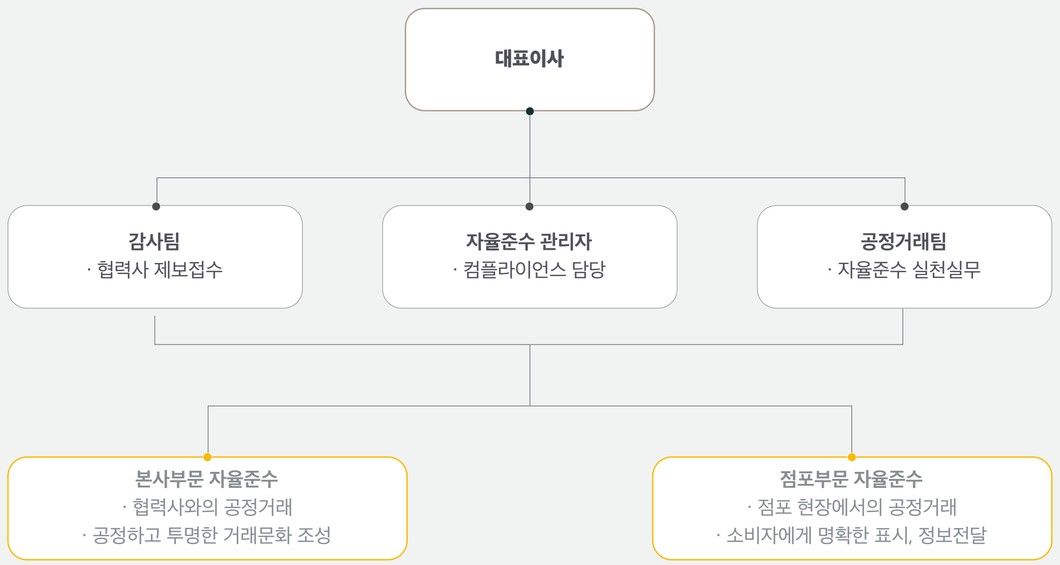
공정거래 자율준수 프로그램 (CP, Compliance Program) 운영

이마트는 2004년부터 계약의 공정성·투명성을 강화하고, 경제·사회적 약자를 보호하기 위한 공정거래 자율준수 프로그램을 운영하고 있습니다. 이마트는 협력사에 대한 원칙, 소비자에 대한 원칙, 경쟁사에 대한 원칙 등 8대 핵심 구성요소를 구축하여 실천하고 있으며, 컴플라이언스 담당(상무)을 공정거래 자율준수 관리자로 선임하고 있습니다. 자율준수 프로그램의 체계적 운영을 통해 자체적인 법 위반 행위 방지 체계를 구축하고 법 위반 시스템 제어 프로그램 개발 및 상시 모니터링, 임직원에 대한 정기적 교육 등을 통해 불공정 행위 요소를 사전에 차단하고 공정한 거래와 상생문화를 정착·확산시키기 위해 노력하고 있습니다. 또한 일상 속 공정거래 실천을 위하여 업무용 수첩에 휴대용 편람을 탑재하고 셀프 점검을 위한 체크리스트를 임직원에게 배포하였습니다. 2019년에는 이마트가 공정거래 및 상생 협력 모범사례 기업으로 선정되면서 협약 이행 모범사례를 모은 '이마트 협약 이행 모범 사례집'을 만들기도 했습니다. 이마트는 2012년 공정거래 자율준수 평가 AA 등급을 획득하였으며 2017년부터 동반성장지수 평가 '우수' 등급을 유지하고 있습니다. 2021년에는 공정거래 및 상생 협력 모범사례 기업으로 평가받으며 공정거래 유공 포상을 수상하기도 하였습니다.

공정거래 협약서 체결

이마트는 모든 거래상대방에게 이마트의 공정거래 준수를 다짐하고 이와 관련한 '공정거래 협약서'를 체결하고 있습니다. 공정거래 협약서에는 협력사와의 상호 존중, 부당 요구 근절, 협력사의 경영정보, 기술 자료, 지적재산권 등 권익 보호 내용을 담고 있습니다.

자율준수 업무 조직구성



ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
환경경영
지속가능상품
동반성장
사회책임
사회적가치 창출 제고
공정거래, 반부패/윤리경영 실현
고객 및 임직원 정보 보호 강화

APPENDIX

3.4.3 사회책임 _ 고객 및 임직원 정보 보호 강화

고객 및 임직원 정보 보호 강화

이마트는 최근 강조되고 있는 소비자의 인권과 개인정보 가치에 공감하며, 임직원은 물론 개인정보 수탁사까지 포함한 엄격한 정보보안 관리 기준을 적용하고 있습니다. 이마트는 전사 범위의 개인정보 손해배상 책임보험에 가입하고 있으며, 데이터 유출 등 보안 사고로 발생될 수 있는 위험을 사전에 예방하기 위해 데이터 보안 관리체계를 지속적으로 강화하고 있습니다.

데이터 보안 보고 범위 확대

이마트 내 개인정보 보호는 CSR팀이, 정보보안은 정보보안팀이 담당하고 있으며, 데이터 보안의 중요성이 높아짐에 따라 데이터 보안 관리 목표 및 관리 계획 등 주요 진행사항을 ESG위원회의 의결 범위에 포함하도록 관리 규정을 개정하였습니다.

정보보안 관리 시스템

이마트는 한국인터넷진흥원 정보보안경영시스템(ISMS) 인증을 획득하고 데이터 보안 정책을 수립하고 있으며, 연 1회 정보보안 규정을 개정하는 등 엄격한 관리 시스템을 유지하고 있습니다. 더불어 독립된 외부 기관으로부터 연 1회 이상 보안 감사를 받고 있습니다.

데이터 보안 활동

이마트는 전사 범위의 개인정보 손해배상 책임보험에 가입하고 있으며, 웹/앱 서비스의 모의해킹 시나리오를 적용하여 정기적으로 보안 상황을 점검하고 취약점을 개선해 나가고 있습니다. 또한 본사 및 각 점포별로 배치된 정보보안 담당자들이 주기적으로 PC 보안, 물리 보안 상황을 체크하고 개인정보 관리 등 내부 점검을 실천하고 있습니다. 정보보안과 관련된 활동들은 매년 정보보호 공시를 실시하고 있습니다.

개인정보를 제공받는 처리 수탁사를 대상으로는 정보보안 교육을 실시하고, 자율 점검 사이트를 운영하여 자발적인 점검을 유도하고 있으며 점검 결과 미흡 수탁사가 발견되면 현장점검을 진행하고 있습니다. 2022년에는 개인정보 수탁사 현장점검 및 개인정보 관리 강화를 위해 개인정보보호 협회에 가입하여 외부기관을 활용한 수탁사 점검을 시행할 계획입니다.

사내 정보보안 인식 제고

이마트는 본사 및 점포 전 임직원을 대상으로 매년 정보보안 교육을 실시하는 한편, 생활 속 정보보안 실천 캠페인을 지속적으로 추진하여 매월 보안 테마를 운영하고 있습니다. 2022년에는 Easy, Simple, Short을 키워드로 생활 속 실천 캠페인 콘텐츠를 제작하여 임직원의 정보보안 인식을 제고할 계획입니다.

ISMS 인증 취득 시스템 수

232 개

인증 비율

100%

(전사범위 인증 완료)

매월 테마별로 운영되는 정보보안 실천 캠페인

정보보안 교육 활동

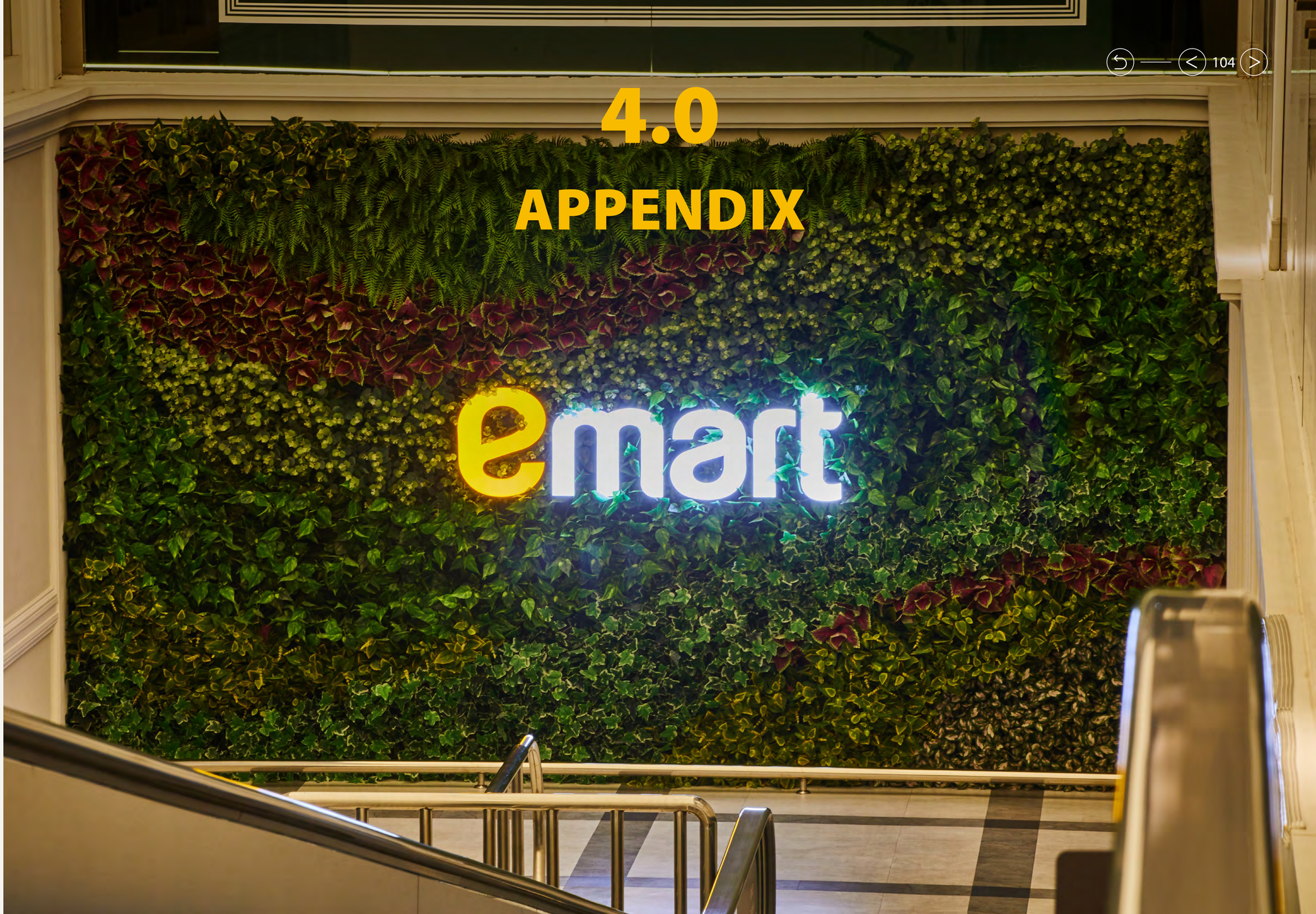
임직원 대상 보안 교육 수료 인원 (단위: 명)

수탁사 대상 보안 교육 수료 업체 (단위: 개)

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.0 APPENDIX



emart tomorrow

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.1 이마트 DATABOOK

경제

재무상태표 (별도 기준, 단위: 원)	2019	2020	2021
자산			
유동자산	1,806,545,883,113	2,067,658,279,186	1,723,566,249,353
현금및현금성자산	200,487,942,854	594,289,542,125	10,611,048,809
매출채권 및 기타수취채권	341,605,436,617	393,614,937,858	435,755,602,950
재고자산	915,002,166,402	873,795,304,541	991,493,385,064
당기손익-공정가치 측정 금융자산	213,394,606,187		
기타단기금융자산	112,571,734,450	150,183,409,396	162,829,500,940
단기파생상품자산	6,143,286,479		5,089,545,860
기타유동자산	17,340,710,124	16,086,157,806	30,884,038,754
매각예정비유동자산		39,688,927,460	86,903,126,976
비유동자산	13,444,886,220,147	13,509,450,158,075	17,418,184,590,719
유형자산	8,211,191,723,437	7,675,019,897,888	7,239,018,439,357
투자부동산	4,327,652,870	4,315,520,671	188,045,440,480
무형자산	49,920,414,855	54,312,371,944	58,176,266,404
사용권자산	1,104,709,153,965	944,965,675,664	881,673,073,034
종속기업, 관계기업 및 공동기업 투자	2,599,279,741,297	3,334,214,578,827	7,521,198,273,439
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산	879,034,471,500	933,209,650,300	904,401,594,500
당기손익-공정가치 측정 금융자산	50,499,999,500	72,305,579,003	117,891,298,694
기타장기금융자산	532,444,741,899	486,150,487,960	486,201,497,505
장기파생상품자산	4,704,629,654	13,102,604	7,823,525,144
기타비유동자산	8,773,691,170	4,943,293,214	13,755,182,162
자산 총계	15,251,432,103,260	15,577,108,437,261	19,141,750,840,072

연결재무제표는 금융감독원 전자공시시스템 내의 사업보고서에서 확인하실 수 있습니다.

4.1 이마트 DATABOOK

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

경제

재무상태표 (별도 기준, 단위: 원)	2019	2020	2021
부채			
유동부채	3,326,974,396,915	3,499,439,062,039	5,309,578,051,983
매입채무 및 기타지급채무	1,200,566,539,338	1,320,028,812,092	1,269,657,752,386
단기차입금	730,107,046,705	534,718,515,190	1,894,864,310,218
단기파생상품부채		22,793,616,602	
상품권	865,072,588,000	1,009,931,049,390	1,194,885,075,000
미지급법인세	103,075,697,030	184,052,132,718	137,990,645,093
기타단기금융부채	335,778,611,419	329,043,390,768	336,290,765,487
기타유동부채	92,373,914,423	98,871,545,279	475,889,503,799
비유동부채	3,324,566,783,454	2,959,220,460,559	4,383,816,831,385
장기차입금	1,920,660,120,030	1,621,658,004,602	3,171,103,154,844
장기파생상품부채	27,177,264,082	64,621,753,328	31,604,900,179
순확정급여부채	53,834,038,068	57,777,920,252	2,336,697,667
이연법인세부채	148,103,939,508	153,787,166,746	119,999,209,644
기타장기금융부채	1,021,574,473,567	897,104,108,683	883,163,105,999
기타비유동부채	153,216,948,199	164,271,506,948	175,609,763,052
부채 총계	6,651,541,180,369	6,458,659,522,598	9,693,394,883,368
자본			
납입자본	4,332,912,902,329	4,332,912,902,329	4,332,912,902,329
자본금	139,379,095,000	139,379,095,000	139,379,095,000
주식발행초과금	4,193,533,807,329	4,193,533,807,329	4,193,533,807,329
신종자본증권	777,718,380,000	777,718,380,000	398,749,480,000
이익잉여금	2,906,676,809,194	3,389,014,393,238	4,088,402,057,735
기타자본항목	582,582,831,368	618,803,239,096	628,291,516,640
자본 총계	8,599,890,922,891	9,118,448,914,663	9,448,355,956,704
부채와 자본 총계	15,251,432,103,260	15,577,108,437,261	19,141,750,840,072

4.1 이마트 DATABOOK

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

경제

손익계산서 (별도 기준, 단위: 원)	2019	2020	2021
매출액	13,154,820,005,943	14,213,755,649,917	15,053,811,467,511
매출원가	9,527,689,215,268	10,464,354,733,545	11,114,493,606,368
매출총이익	3,627,130,790,675	3,749,400,916,372	3,939,317,861,143
판매비와관리비	3,375,990,318,203	3,454,431,616,156	3,673,399,970,401
영업이익	251,140,472,472	294,969,300,216	265,917,890,742
기타수익	274,840,122,420	595,448,564,156	769,516,329,538
기타비용	56,690,249,979	45,968,840,766	56,770,849,901
금융수익	131,644,674,345	155,404,576,858	235,541,168,861
금융비용	158,059,663,196	138,118,076,901	192,732,111,637
손상차손환입		39,147,482,605	18,119,958,868
손상차손	91,464,033,545	96,964,083,329	48,806,382,345
법인세비용차감전순이익	351,411,322,517	803,918,922,839	990,786,004,126
법인세비용	60,265,274,479	243,217,842,188	216,073,541,897
당기순이익	291,146,048,038	560,701,080,651	774,712,462,229
주당순이익			
기본주당순이익 (단위 : 원)	9,694	19,754	27,330
희석주당순이익 (단위 : 원)	9,694	19,754	27,330

포괄손익계산서 (별도 기준, 단위: 원)	2019	2020	2021
당기순이익	291,146,048,038	560,701,080,651	774,712,462,229
기타포괄손익	(109,876,087,171)	39,824,269,109	(127,473,158,984)
당기손익으로 재분류되지 않는 항목	(107,812,460,652)	43,814,260,230	(134,391,549,953)
순확정급여부채의 재측정요소	(62,324,338,205)	4,850,419,086	(2,038,498,968)
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 평가손익	(82,779,915,699)	54,125,178,801	(178,838,418,869)
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 처분손익		(4,609,000)	
관련 법인세효과	37,291,793,252	(15,156,728,657)	46,485,367,884
후속적으로 당기손익으로 재분류되는 항목	(2,063,626,519)	(3,989,991,121)	6,918,390,969
파생상품자산 · 부채평가손익	(2,777,424,657)	(5,370,109,180)	9,311,427,953
관련 법인세효과	713,798,138	1,380,118,059	(2,393,036,984)
당기 총포괄이익	181,269,960,867	600,525,349,760	647,239,303,245

emart tomorrow

4.1 이마트 DATABOOK

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

경제

자본변동표 (별도 기준, 단위: 원)		자본						
		납입자본			신종자본증권	이익잉여금	기타자본항목	자본 합계
		자본금	주식발행초과금	납입자본 합계				
2019.01.01(기초자본)		139,379,095,000	4,193,533,807,329	4,332,912,902,329	378,968,900,000	2,741,100,072,289	749,617,193,553	8,202,599,068,171
당기순이익						291,146,048,038		291,146,048,038
기타포괄손익	기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 평가						(61,505,477,365)	(61,505,477,365)
	기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 처분							
	파생상품자산 · 부채평가						(2,063,626,520)	(2,063,626,520)
	순확정급여부채의 재측정요소					(46,306,983,286)		(46,306,983,286)
총 기타포괄손익						(46,306,983,286)	(63,569,103,885)	(109,876,087,171)
총포괄손익						244,839,064,752	(63,569,103,885)	181,269,960,867
자본에 직접 인식된 주주와의 거래	연차배당					(55,728,358,000)		(55,728,358,000)
	자기주식의 처분							
	자기주식의 취득						(103,465,258,300)	(103,465,258,300)
	신종자본증권의 발행(상환)				398,749,480,000			398,749,480,000
	신종자본증권 배당금 지급					(23,533,969,847)		(23,533,969,847)
주주와의 거래 총액					398,749,480,000	(79,262,327,847)	(103,465,258,300)	216,021,893,853
2019.12.31(기말자본)		139,379,095,000	4,193,533,807,329	4,332,912,902,329	777,718,380,000	2,906,676,809,194	582,582,831,368	8,599,890,922,891
2020.01.01(기초자본)		139,379,095,000	4,193,533,807,329	4,332,912,902,329	777,718,380,000	2,906,676,809,194	582,582,831,368	8,599,890,922,891
당기순이익						560,701,080,651		560,701,080,651
기타포괄손익	기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 평가						40,215,007,849	40,215,007,849
	기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 처분						(4,609,000)	(4,609,000)
	파생상품자산 · 부채평가						(3,989,991,121)	(3,989,991,121)
	순확정급여부채의 재측정요소					3,603,861,381		3,603,861,381

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

경제

자본변동표 (별도 기준, 단위: 원)		자본						
		납입자본			신종자본증권	이익잉여금	기타자본항목	자본 합계
		자본금	주식발행초과금	납입자본 합계				
총 기타포괄손익		139,379,095,000	4,193,533,807,329	4,332,912,902,329	378,968,900,000	3,603,861,381	36,220,407,728	39,824,269,109
총포괄손익						564,304,942,032	36,220,407,728	600,525,349,760
자본에 직접 인식된 주주와의 거래	연차배당					(53,928,358,000)		(53,928,358,000)
	자기주식의 처분							
	자기주식의 취득							
	신종자본증권의 발행(상환)							
	신종자본증권 배당금 지급					(28,038,999,988)		(28,038,999,988)
주주와의 거래 총액						(81,967,357,988)		(81,967,357,988)
2020.12.31(기말자본)		139,379,095,000	4,193,533,807,329	4,332,912,902,329	777,718,380,000	3,389,014,393,238	618,803,239,096	9,118,448,914,663
2021.01.01(기초자본)		139,379,095,000	4,193,533,807,329	4,332,912,902,329	777,718,380,000	3,389,014,393,238	618,803,239,096	9,118,448,914,663
당기순이익						774,712,462,229		774,712,462,229
기타포괄손익	기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 평가						(132,876,945,220)	(132,876,945,220)
	기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산 처분							
	파생상품자산 · 부채평가						6,918,390,969	6,918,390,969
	순확정급여부채의 재측정요소					(1,514,604,733)		(1,514,604,733)
총 기타포괄손익						(1,514,604,733)	(125,958,554,251)	(127,473,158,984)
총포괄손익						773,197,857,496	(125,958,554,251)	647,239,303,245
자본에 직접 인식된 주주와의 거래	연차배당					(53,928,358,000)		(53,928,358,000)
	자기주식의 처분						135,446,831,795	135,446,831,795
	자기주식의 취득							
	신종자본증권의 발행(상환)				(378,968,900,000)	(1,031,100,000)		(380,000,000,000)
	신종자본증권 배당금 지급					(18,850,734,999)		(18,850,734,999)
주주와의 거래 총액					(378,968,900,000)	(73,810,192,999)	135,446,831,795	(317,332,261,204)
2021.12.31(기말자본)		139,379,095,000	4,193,533,807,329	4,332,912,902,329	398,749,480,000	4,088,402,057,735	628,291,516,640	9,448,355,956,704

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.1 이마트 DATABOOK

경제

현금흐름표 (별도 기준, 단위: 원)	2019	2020	2021
영업활동 현금흐름			
영업으로부터 창출된 현금흐름	747,771,132,042	1,043,877,932,692	673,020,102,639
이자의 지급	(78,710,825,074)	(70,674,401,128)	(82,395,029,072)
이자의 수취	2,466,957,377	6,200,335,158	14,221,545,548
배당금의 수령	54,733,170,050	68,851,451,770	87,017,335,349
법인세의 납부	(111,027,407,792)	(171,476,003,702)	(267,544,482,427)
영업활동으로부터의 순현금유입	615,233,026,603	876,779,314,790	424,319,472,037
투자활동 현금흐름			
단기대여금의 증가		(138,888,889)	
단기대여금의 감소	101,300,000	118,860,000	295,388,889
당기손익-공정가치 측정 금융상품의 취득	(263,894,605,687)	(473,810,918,850)	(1,565,218,438,768)
당기손익-공정가치 측정 금융상품의 처분		664,019,576,956	1,538,776,017,568
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산의 취득		(55,000,000)	(150,030,363,070)
기타포괄손익-공정가치 측정 금융자산의 처분		391,000	
유형자산의 처분	1,064,393,446,258	914,671,957,394	1,098,411,476,358
유형자산의 취득	(603,690,822,783)	(236,058,975,058)	(347,930,920,158)
무형자산의 처분	627,315,128	702,756,406	6,504,545,454
무형자산의 취득	(6,440,499,236)	(8,237,567,593)	(15,897,315,183)
사용권자산의 취득	(800,238,684)	(16,483,768,491)	(9,037,498,258)
기타장단기금융자산의 증가		(25,009,403,570)	(36,040,723,938)
기타장단기금융자산의 감소		48,498,368,885	43,888,926,563
종속기업투자의 회수	11,436,460,000		
종속기업투자의 신규 취득			(591,907,075,728)
종속기업투자의 추가 취득	(429,062,719,750)	(716,932,920,150)	(3,627,066,317,355)
종속기업투자의 처분			158,641,962,600
관계기업 및 공동기업투자의 취득	(4,782,610,000)	(2,891,305,000)	
장기대여금의 증가		(361,111,111)	
사업결합으로 인한 감소	(4,164,502,611)		

4.1 이마트 DATABOOK

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

경제

현금흐름표 (별도 기준, 단위: 원)	2019	2020	2021
투자활동으로부터의 순현금유입(유출)	(236,277,477,365)	148,032,051,929	(3,496,610,335,026)
재무활동 현금흐름			
차입금의 증가	1,047,163,887,669	294,916,438,267	3,390,681,290,278
차입금의 감소	(1,376,628,340,175)	(730,197,000,000)	(535,200,000,000)
파생상품의 정산	15,588,000,000	7,147,000,000	22,680,000,000
배당금의 지급	(55,724,428,230)	(53,924,446,110)	(53,924,222,000)
신종자본증권의 발행	398,749,480,000		
신종자본증권의 상환			(380,000,000,000)
신종자본증권 배당금의 지급	(20,827,000,000)	(28,039,000,000)	(21,231,500,000)
리스부채의 상환	(96,614,933,529)	(119,599,239,038)	(116,370,668,577)
기타장단기금융부채의 증가		15,085,311,083	48,218,342,613
기타장단기금융부채의 감소		(16,377,321,028)	(15,902,089,302)
자기주식의 취득	(103,465,258,300)		
자기주식의 처분			149,625,031,927
재무활동으로부터의 순현금유입(유출)	(191,758,592,565)	(630,988,256,826)	2,488,576,184,939
환율변동효과 반영전 현금및현금성자산의 순증가(감소)	187,196,956,673	393,823,109,893	(583,714,678,050)
기초 현금및현금성자산	13,648,131,866	200,487,942,854	594,289,542,125
현금및현금성자산에 대한 환율변동효과	(357,145,685)	(21,510,622)	36,184,734
기말 현금및현금성자산	200,487,942,854	594,289,542,125	10,611,048,809

4.1 이마트 DATABOOK

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

환경

대분류	소분류	단위	2019	2020	2021	비고
온실가스 배출 (배출권 거래제)	**총 온실가스 배출량 (Scope 1+2 기준)**	**tCO_2eq**	**522,768**	**520,497**	**527,028**	배출권거래제 보고 기준
	직접배출(Scope 1)	tCO_2eq	36,514	33,538	34,067	
	간접배출(Scope 2)	tCO_2eq	486,254	486,959	492,961	
	온실가스 배출 집약도 (Scope 1+2 기준)	tCO_2eq/억 원	3.97	3.66	3.50	금융감독원 전자공시시스템 공시 손익계산서 기준
에너지 사용 (배출권 거래제)	**총 에너지 사용량**	**TJ**	**10,692**	**10,650**	**10,935**	배출권거래제 보고 기준
	연료사용량	TJ	699	643	655	
	전기사용량	TJ	9,687	9,687	9,972	
	스팀사용량	TJ	306	320	308	
	에너지 사용 집약도 (에너지 원단위)	TJ/억 원	0.0813	0.0749	0.0726	금융감독원 전자공시시스템 공시 손익계산서 기준
신·재생에너지	**총 태양광 발전량(자가발전+매전량)**	**kwh**	**4,881,095**	**4,727,958**	**4,789,512**	
	총 태양광 사용량(자가발전)	kwh	-	85,823	112,495	
	빙축열 전력사용량	kwh	9,375,257	8,115,728	10,042,084	
	지열 전력사용량	kwh	436,886	350,160	340,842	
	총 신·재생에너지 사용량	**kwh**	**9,812,143**	**8,551,711**	**10,495,421**	
	신·재생에너지 발전 사업장 수	개소	41	41	44	태양광, 빙축열, 지열 등 발전설비를 1개 이상 갖춘 사업장 수
환경 투자	환경 투자 계획	억 원	94.7	93.7	95.3	
	환경 투자 금액	억 원	88.9	87	81.1	
	계획 대비 집행률	%	94	93	85	
	에너지 절감효과	tCO_2eq	7,176	7,645	4,271	
용수 사용량 (환경정보공개제도)	용수 사용량	ton	4,030,562	3,344,910	3,380,876	환경정보공개 보고 기준
	용수 재활용량	ton	95,808	83,148	86,293	
	용수 재활용률	%	2.38	2.49	2.55	
	용수 사용 집약도 (사용 원단위)	ton/억 원	47.09	35.01	32.69	금융감독원 전자공시시스템 공시 손익계산서 기준, 환경정보공개 보고 기준

4.1 이마트 DATABOOK

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

환경

대분류	소분류	단위	2019	2020	2021	비고
폐기물 배출 및 재활용 (환경정보공개제도)	**총 폐기물 발생량**	**ton**	**76,927**	**81,100**	**80,246**	환경정보공개 보고 기준
	일반폐기물(생활, 음식물)	ton	76,927	81,100	80,246	
	지정폐기물	ton	-	-	-	
	건설폐기물	ton	-	-	-	
	폐기물 재활용량	ton	37,450	44,634	45,355	
	폐기물 재활용률	%	48.7	55.0	56.5	
	음식물 쓰레기 재활용률	%	99.5	99.6	99.6	전체사업장의 음식물폐기물 위탁 처리 중 사료/퇴비 처리방식
	생활폐기물 매립량	ton	594	571	563	전체사업장의 생활폐기물 매립량
	생활폐기물 소각량	ton	4,935	4,410	4,537	전체사업장의 생활폐기물 소각량
	폐기물 배출 집약도	ton/억 원	0.90	0.85	0.78	금융감독원 전자공시시스템 공시 손익계산서 기준, 환경정보공개 보고 기준
국제 이니셔티브 참여	참여 국제 이니셔티브 명	N/A	-	-	-	
지속가능한 원재료	외부기관의 지속가능 인증을 받은 제품 수	SKU	-	-	535	이마트 상품 지속가능성 이니셔티브 (PSI, Product Sustainability Initiative) 기준에 따라 분류함
	원재료의 원산지까지 추적 가능한 제품 비율	%	-	-	-	
환경 법규	환경 법규 위반 건 수	건	0	0	0	PL(Private Label) 상품 한정
	환경관련 과태료 및 벌과금	원	0	0	0	PL(Private Label) 상품 한정
생활화학물질 상품	사용 대체가 필요한 생활화학물질 사용 상품 수	개	-	-	-	환경부 생활화학제품 원료 평가/대체 가이드라인 기준에 따라 대체가 필요한 상품의 수
	전성분 공시 생활화학물질 상품 수	개	-	-	43	상품 안에 있는 전성분이 공시되어 있는 상품의 수

4.1 이마트 DATABOOK

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

사회

대분류	소분류	단위	2019	2020	2021	비고
리콜	상품 리콜 건 수[1]	건	1[2]	2[3]	2[4]	
	리콜된 상품 수	개	1	3	2	
식품 위생 법규	식품 위생 관련 법규 위반 건	건	11	12	15	식품위생 관련 법규 위반 건은 PL(Private Label) 행정처분 건에 한정
	고위험 식품안전 위반율[5]	%	0	0	0	

1) 리콜 실적은 PL(Private Label)에 한해 작성하였습니다.
2) 2019년 1건(1 SKU): 9월 피코크 핑크퐁 베이 킹믹스 브라우니 만들기 금속성 이물 부적합(자가품질검사)
3) 2020년 2건(3 SKU): 7월 이마트 계피분말 금속성 이물 부적합(한국소비자원 수거검사), 12월 피코크 포보(2 SKU) 벤조피렌 부적합(자가품질검사)
4) 2021년 2건(2 SKU): 5월 노브랜드 얼그레이 홀차 금속성 이물 부적합(식약처 수거검사), 9월 노브랜드 찰진순대 알레르기 유발물질 표시 누락(식약처 불시점검)
5) 고위험 식품안전 위반은 FDA가 지정한 고위험 식품(예) 과일, 해산물 등) 관련 식품 안전 위반을 뜻하며 위반율은 총 감사 수와 위반 건 수의 비율을 뜻함

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.1 이마트 DATABOOK

사회

대분류	소분류	단위	2019	2020	2021	비고
친환경상품	환경표지(환경마크)	SKU	-	-	262	
	저탄소	SKU	-	-	10	
	환경성적표지	SKU	-	-	81	
	유기가공	SKU	-	-	398	
	유기농산	SKU	-	-	168	
	유기농	SKU	-	-	294	
	무농약	SKU	-	-	182	
	유기축산	SKU	-	-	2	
	친환경상품 SKU 합계	**SKU**	**-**	**-**	**1,397**	
	환경표지(환경마크)	원	-	-	20,759,017,713	
	저탄소	원	-	-	7,344,146,971	
	환경성적표지	원	-	-	71,287,762,614	
	유기가공	원	-	-	18,777,010,369	
	유기농산	원	-	-	17,951,641,951	
	유기농	원	-	-	27,817,862,337	
	무농약	원	-	-	44,600,029,940	
	유기축산	원	-	-	360,544,530	
	친환경상품 매출액 합계	**원**	**-**	**-**	**208,954,558,351**	

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

4.1 이마트 DATABOOK

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

사회

대분류	소분류	단위	2019	2020	2021	비고
	동물복지	SKU	-	-	64	
	MSC	SKU	-	-	14	
	RSPO	SKU	-	-	23	
	FSC	SKU	-	-	42	
	무항생제	SKU	-	-	241	
	ICEA	SKU	-	-	3	
	Euro-Leaf(EU)	SKU	-	-	65	
	공정무역	SKU	-	-	14	
	USDA	SKU	-	-	47	
	ECOCERT	SKU	-	-	11	
	OCS	SKU	-	-	11	
원재료/소싱 인증상품	**원재료/소싱 인증상품 SKU 합계**	**SKU**	**-**	**-**	**535**	
	동물복지	원	-	-	21,947,793,623	
	MSC	원	-	-	3,416,653,672	
	RSPO	원	-	-	4,946,077,373	
	FSC	원	-	-	12,662,713,425	
	무항생제	원	-	-	71,870,225,515	
	ICEA	원	-	-	102,205,845	
	EU	원	-	-	629,803,295	
	공정무역	원	-	-	57,804,227	
	USDA	원	-	-	437,004,606	
	ECOCERT	원	-	-	631,228,642	
	OCS	원	-	-	2,192,363,600	
	원재료/소싱 인증상품 매출액 합계	**원**	**-**	**-**	**118,893,873,821**	

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

4.1 이마트 DATABOOK

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

사회

대분류	소분류	단위	2019	2020	2021	비고
건강/안전 상품	저칼로리	SKU	-	-	48	
	저지방	SKU	-	-	17	
	저염	SKU	-	-	26	
	저당	SKU	-	-	26	
	영양성분 강화	SKU	-	-	128	
	비건	SKU	-	-	68	
	무설탕	SKU	-	-	5	
	글루텐 프리	SKU	-	-	7	
	건강기능식품	SKU	-	-	124	
	NON-GMO	SKU	-	-	38	
	건강/안전 상품 SKU 합계	**SKU**	**-**	**-**	**487**	
	저칼로리	SKU	-	-	11,727,598,027	
	저지방	SKU	-	-	4,690,258,588	
	저염	원	-	-	3,262,969,600	
	저당	원	-	-	3,336,680,127	
	영양성분 강화	원	-	-	41,969,525,564	
	비건	원	-	-	3,810,996,373	
	무설탕	원	-	-	461,855,600	
	글루텐 프리	원	-	-	162,493,482	
	건강기능식품	원	-	-	17,373,379,782	
	NON-GMO	원	-	-	3,458,821,582	
	건강/안전 상품 매출액 합계	**원**	**-**	**-**	**90,254,578,725**	

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

4.1 이마트 DATABOOK

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

사회

대분류	소분류	단위	2019	2020	2021	비고
복리후생	퇴직연금 운용 금액	원	820,303,538,464	890,419,742,097	1,009,926,599,630	
	퇴직연금 운용 가입 인원	명	25,258	24,604	23,931	
	매출액 대비 복리후생비	%	1.18	1.12	1.19	2021년 복지기금에서 지급하는 대부금, 학자금 추가/직원할인 추가
	복리후생 제도별 대상 임직원 비율	%	100	100	100	전직원 대상
임직원 현황	**총 국내 임직원 수**	**명**	**27,983**	**27,452**	**27,578**	
	정규직 임직원 수	명	25,779	25,214	24,599	사업보고서 기준 인원
	비정규직 임직원 수	명	2,204	2,238	2,979	사업보고서 미포함 인원
	총 해외 임직원 수	**명**	**18**	**20**	**12**	사업보고서 미포함 인원(해외 법인)
	해외 임직원 비율	%	0.06	0.07	0.04	해외/(국내 + 해외)
여성 임직원	여성 임직원 비율	%	61.05	59.99	58.66	사업보고서 기준 인원+비정규직
	여성 임직원 수	명	17,085	16,469	16,177	
평균 근속년수	남성	년	전체 8.7/정규직 9.9	전체 9.8/정규직 11.3	전체 10.1/정규직 12.1	전체 : 사업보고서 + 비정규직 / 정규직 : 사업보고서 기준
	여성	년	전체 8.1/정규직 8.4	전체 9.3/정규직 9.7	전체 9.9/정규직 10.6	
장애인 고용 현황	장애인 임직원 수	명	532 (경증 333 + 중증 199)	510 (경증 318 + 중증 192)	502 (경증 315 + 중증 187)	고용인원 = 경증 + 중증 x 2
	장애인 고용률	%	2.65	2.60	2.54	장애인 고용률 = 12월 고용인원 / 12월 상시근로자 수
연령대별 임직원 현황	30세 미만	명	4,253	4,022	4,096	사업보고서 기준 인원 + 비정규직
	30세 이상 50세 미만	명	13,890	12,891	12,529	
	50세 이상	명	9,840	10,539	10,953	
	합계	**명**	**27,983**	**27,452**	**27,578**	
신규 채용 현황	남성	명	6,418	6,564	7,593	
	여성	명	3,470	3,013	3,720	
	30세 미만	명	8,394	8,201	9,240	
	30세 이상 50세 미만	명	1,283	1,162	1,735	
	50세 이상	명	211	214	338	
	합계	**명**	**9,888**	**9,577**	**11,313**	
퇴직자 현황	**총 퇴직자**	**명**	**11,908**	**10,514**	**11,080**	
	남성 퇴직자 수	명	7,023	6,703	7,055	
	여성 퇴직자 수	명	4,885	3,811	4,025	
	자발적 퇴직률	%	36.39	30.26	31.20	

4.1 이마트 DATABOOK

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

사회

대분류	소분류	단위	2019	2020	2021	비고
출산휴가 및 육아휴직	남성 출산휴가 사용자 수	명	321	289	270	
	여성 출산휴가 사용자 수	명	165	144	119	
	남성 출산휴가 후 총 복귀율	%	100	100	100	해당 연도 휴가시작 대상자 중 복귀율
	여성 출산휴가 후 총 복귀율	%	93	97	99	
	남성 육아휴직 사용자 수	명	53	49	74	
	여성 육아휴직 사용자 수	명	308	285	260	
	남성 육아휴직 후 복귀율	%	92.45	85.71	91.89	해당 연도 휴가시작 대상자 중 복귀율
	여성 육아휴직 후 복귀율	%	89.61	91.23	94.62	
	남성 육아휴직 복귀 후 12개월 근속률	%	91.84	97.62	98.53	
	여성 육아휴직 복귀 후 12개월 근속률	%	97.46	95.77	97.56	
급여	임직원 1인당 평균 임금	원	37,031,293	38,716,477	43,286,700	사업보고서 기준
임직원 교육 현황	누적 교육 참가 인원	명	13,470	10,119	10,246	국내 사업장 기준
	임직원 총 교육시간	시간	61,831	64,497	47,312	
	인당 연평균 교육 시간	시간/명	4.6	6.4	4.6	
	교육 프로그램 진행 수	수	10	12	13	
	안전보건 정기 교육(사무+판매 종사자)	시간	3시간 이상/매분기	3시간 이상/매분기	3시간 이상/매분기	
	안전보건 정기 교육(사무+판매 종사자 외)	시간	6시간 이상/매분기	6시간 이상/매분기	6시간 이상/매분기	
	안전보건 정기 교육(관리 감독자)	시간	16시간 이상/연간	16시간 이상/연간	16시간 이상/연간	
	안전보건 직무교육(안전/보건 관리자)	시간	신규 34시간/3개월 내, 보수 24시간/매 2년	신규 34시간/3개월 내, 보수 24시간/매 2년	신규 34시간/3개월 내, 보수 24시간/매 2년	
	안전보건 직무교육(안전보건 관리 책임자)	시간	신규 6시간/3개월 내, 보수 4시간/매 3년	신규 6시간/3개월 내, 보수 4시간/매 3년	신규 6시간/3개월 내, 보수 4시간/매 3년	
성과평가	성과 평가 대상 직원 수	명	24,438	24,176	23,657	미평가자 제외
	성과 평가 실시 직원 비율	%	87.27	88.20	85.74	
고객 만족	NPS (순추천지수) 점수	점	6.3 (파일럿 2회 평균)	11.8 (정기조사 5회 평균)	20.4 (정기조사 4회 평균)	NPS는 Net Promoter Score의 약자로 고객 충성도를 나타내는 지표임
ESG 평가등급	KCGS	등급	B+	A	A	
	MSCI	등급	B	B	B	

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.1 이마트 DATABOOK

사회

대분류	소분류	단위	2019	2020	2021	비고
인권보호	성희롱 예방 교육 횟수	회	2	1	1	
	성희롱 예방 교육 수료자 수	명	28,771	27,696	28,896	
	총 인권 교육 시간	시간	2	2	2	작장내 괴롭힘예방 교육(연1회, 회당 1시간), 장애인인식개선교육(연1회, 회당 1시간)
	임직원 고충처리제도 접수 건 수	건	-	-	3,151	이마트 + 트레이더스 점포 한정
	임직원 고충처리제도 처리 건 수	건	-	-	3,042	
	임직원 고충처리제도 처리율 (처리 건 수/접수 건 수)	%	-	-	96.5	
산업재해	산업재해자 수	건	153	177	182	한국산업안전보건공단 자료 기준
	산업재해율	%	0.23	0.28	0.29	홈페이지 공지
협력사 ESG	협력사 품질경영 역량 강화 대상 업체	개	-	-	397	
	협력사 품질경영 역량 강화 컨설팅 횟수	건	-	-	1,718	
	협력사 ESG 역량강화 동반성장 아카데미 참여 업체	개	-	118	66	
	협력사 ESG 역량강화 동반성장 아카데미 수강 인원	명	-	531	453	
협력사 상생	협력사 상생펀드 예치금 규모	억	-	-	1,132	협력사에 사용된 비용
	협력사 상생펀드 규모	억	-	-	654	협력사 자금 지원을 위해 생성된 펀드의 규모
ISO인증현황	정보보호관리체계(ISO27001) 인증		정보보호관리체계 (ISMS) 인증 (국내)	정보보호관리체계 (ISMS) 인증 (국내)	정보보호관리체계 (ISMS) 인증 (국내)	
	전체 인증률	%	100	100	100	
	취득 시스템 수	개	314	233	232	
	취득 대상 시스템 수	개	314	233	232	
보안	IT 정책 및 보안 감사 주기	N/A	연1회	연1회	연1회	
	임직원 대상 데이터 안전 및 보안 관련 교육 시간	시간	1	1	1	
	정보보안사고 건 수	건	0	0	0	
	개인 식별 정보(PII) 관련 비율	%	-	-	-	
	영향 받은 고객 수	명	-	-	-	
	IT 보안 감사에 따른 개선과제 이행률	%	100	100	100	

4.1 이마트 DATABOOK

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

지배구조

대분류	소분류	단위	2019	2020	2021	비고
사회공헌 투자	기부금	백만 원	11,875	12,179	10,442	
	사회공헌 투입 비율 (매출액 대비 투입 비용)	%	0.09	0.09	0.07	
	참여 임직원 수	명	33,324	3,421	30,132	
	임직원 총 봉사활동 시간	시간	91,830	12,420	68,032	
이사회 운영	이사회 개최 횟수	회	14	13	22	
	이사회 내 인원 수	명	7	7	7	
	이사회 내 사외이사 수	명	4	4	4	
	이사회 내 여성 이사 수	명	0	0	1	
	이사회 등기이사 참석률	%	96.94	95.60	100	사내이사+사외이사
	이사회 사외이사 참석률	%	98.21	100	100	
	이사회 보수 총액	백만 원	7,436	4,088	4,475	2019년 이갑수 사내이사 퇴직소득 (3,846백만 원)으로 인한 일시 급증
	사내이사 보수 총액	백만 원	7,172	3,800	4,169	
	사외이사 보수 총액	백만 원	264	288	306	
	이사회 논의 안건 수	건	48	54	70	
법규/자발적 규칙위반	공정거래 관련 법적 제재 건	건	0	0	1	㈜이마트는 0건이나, 연결기준으로 ㈜이마트에브리데이에서 1건 발생
	노동법 위반으로 인한 벌금	원	0	0	0	
	규제 라벨링 및/또는 마케팅 코드를 준수하지 않은 사건 수	건	N/A	N/A	N/A	

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.2 GRI CONTENT INDEX

구분	GRI Standards	지표명	보고 페이지
조직프로필	102-1	조직명	8
	102-2	활동, 브랜드, 제품, 서비스	8, 14-18
	102-3	본사 위치	8
	102-4	사업장 위치	8, 19-20
	102-5	소유 및 법적 형태	8
	102-6	시장	8, 19-20
	102-7	조직 규모	8, 118
	102-8	임직원 및 근로자 정보	118-119
	102-9	공급망	22-26, 70-77
	102-10	조직과 공급망의 중대한 변화	13
	102-11	사전예방의 원칙과 접근 방법	31, 76-80, 100-103
	102-12	외부 이니셔티브	40
	102-13	가입 협회	131
전략	102-14	의사결정자 성명서	4-7
	102-15	핵심 영향, 위험, 기회	5, 7, 13, 22-26, 30
윤리성과 청렴성	102-16	가치, 원칙, 표준, 행동규범	9, 33
	102-17	윤리에 대한 자문과 신고 메커니즘	101
지배구조	102-18	거버넌스 구조	30-31, 121
	102-20	경제, 환경, 사회적 토픽에 대한 임원급의 책임	30-31
	102-21	거버넌스와 이해관계자 간 경제, 환경, 사회적 토픽 협의	2
	102-22	최고 거버넌스 기구와 그 위원회 구성	이마트 홈페이지 참고
	102-23	최고 거버넌스 기구 의장	이마트 홈페이지 참고
	102-29	경제, 환경, 사회적 영향 파악과 관리	35-36
	102-31	경제, 환경, 사회적 토픽 검토	35-36
	102-32	지속가능성보고에 관한 최고 거버넌스 기구의 역할	31, 34
	102-33	거버넌스기구의 중요 사항 보고에 대한 커뮤니케이션	34
지배구조	102-34	최고의사결정기구에 보고된 중대이슈의 특성 및 수	30-31, 121
이해관계자 참여	102-40	이해관계자 집단들의 목록	37
	102-41	단체 협약	N/A
	102-42	이해관계자 파악 및 선정	37
	102-43	이해관계자 참여 방식	37
	102-44	제기된 핵심 토픽과 관심사	35-36

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.2 GRI CONTENT INDEX

구분	GRI Standards	지표명	보고 페이지
보고서 관행	102-45	보고 조직의 구조(연결재무제표에 포함된 법인)	8
	102-46	보고 내용과 토픽 경계 결정	35-37
	102-47	중요 토픽 목록	35-37
	102-48	정보 수정	해당사항 없음
	102-49	보고 변화	해당사항 없음
	102-50	보고 기간	2
	102-51	가장 최근 보고서 보고일자	2
	102-52	보고 주기	매년
	102-53	보고서 관련 문의 시 연락처	133
	102-54	GRI Standard 부합 방법	2, 132
	102-55	GRI 인덱스	122-126
	102-56	외부 검증	132
경영 접근법	103-1	중요 토픽과 그 경계에 대한 설명	35-36
	103-2	경영방침과 그 구성 요소	39, 55, 70, 89
	103-3	경영방침 평가	39, 55, 70, 89
경제성과	201-1	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	8
	201-2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	39-44
간접 경제 효과	203-1	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동	92-97
반부패	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	100-102
	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	100, 121
원재료	301-3	제품 및 포장재 재생 원료	61-64
에너지	302-1	조직 내부의 에너지 소비	41, 112
	302-2	조직 외부의 에너지 소비	41, 112
	302-3	에너지 집약도	41, 112
	302-4	에너지 소비 절감	42-44
용수	303-3	취수	46, 112
	303-5	용수 사용량	46, 112

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.2 GRI CONTENT INDEX

구분	GRI Standards	지표명	보고 페이지
배출	305-1	직접 온실가스 배출량(scope 1)	41, 112
	305-2	간접 온실가스 배출량(scope 2)	41, 112
	305-4	온실가스 배출 집약도	41, 112
	305-5	온실가스 배출 감축	40-44
폐기물	306-1	폐기물 발생 및 중대한 폐기물 관련 영향	45-46, 113
	306-2	중대한 폐기물 관련 영향의 관리	45-46
	306-3	발생 폐기물	45, 113
	306-4	폐기단계에서의 재활용	45, 113
	306-5	폐기단계로 직결된 폐기물	45, 113
환경 법규	307-1	환경 법규 위반	113, 위반사실 없음
공급업체 환경평가	308-2	공급망 내 실질적이거나 잠재적으로 중대한 부정적 환경영향 및 이에 대한 조치	76, 77
고용	401-1	신규채용과 퇴직자 수 비율	118
	401-3	육아휴직	119
산업안전보건	403-1	사업장 보건안전 관리시스템	78-80
	403-2	업무 관련 위험 파악, 위험 평가 및 사고 조사	78-80
	403-3	산업안전보건 서비스	79-80
	403-4	사업장 보건안전에 관한 근로자들의 참여와 커뮤니케이션	78-81
	403-5	산업안전보건에 대한 근로자 훈련	79-80
	403-6	근로자 건강 증진	88
	403-7	비즈니스 관계로 직접적으로 연계된 산업안전보건 영향의 예방 및 완화	78-80
	403-8	산업안전보건 관리시스템의 적용을 받는 근로자	78
	403-9	업무 관련 상해	120
훈련 및 교육	404-1	1인당 교육시간	84, 119
	404-2	임직원 역량 강화 및 전환 지원을 위한 프로그램	84-87
	404-3	정기 성과평가 및 경력 개발 점검을 받은 임직원 비율	119

emart tomorrow

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.2 GRI CONTENT INDEX

구분	GRI Standards	지표명	보고 페이지
다양성과 기회균등	405-1	거버넌스 기구 및 임직원 다양성	홈페이지와 전자공시시스템을 통해 공시
아동노동	408-1	아동노동 발생 위험이 높은 사업장 및 협력사	81, 아동노동 금지
강제노동	409-1	강제노동 발생 위험이 높은 사업장 및 협력사	81, 강제노동 금지
인권평가	412-2	사업과 관련된 인권 정책 및 절차에 관한 임직원 교육	120
지역사회	413-1	지역사회에 대한 참여, 영향평가 및 개발 프로그램을 실시한 사업장	94-95
공급망 관리	414-1	사회적 영향평가를 통해 스크리닝된 신규 협력사	77
	414-2	공급망 내 주요한 부정적인 사회 영향과 이에 대한 시행 조치	56, 65, 71-73, 76-77
고객 안전보건	416-1	제품 및 서비스군의 안전보건 영향 평가	65-66
	416-2	제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건	114
마케팅 및 라벨링	417-2	제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건	121, 발생사실 없음
	417-3	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규정 위반	121, 발생사실 없음
고객정보보호	418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	120, 발생사실 없음
컴플라이언스	419-1	사회 경제적 영역과 관련된 법규 위반 사례	121

emart tomorrow

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.3 SASB INDEX

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

Topic	Code	Accounting Metric	구분	단위	포함 여부	보고 페이지
에너지 관리	FB-FR-130a.1	(1) 운영 에너지 소비, (2) 그리드(grid) 전력 비율, (3) 재생 가능 에너지 비율	정량적	GJ, %	●	41, 43
음식물 쓰레기 관리	FB-FR-150a.1	발생된 음식물 쓰레기의 양, 폐기물 흐름에서 재사용된 비율	정량적	톤, %	●	45, 113
데이터 보안	FB-FR-230a.1	(1) 데이터 침해 수, (2) 개인 식별 정보(PII) 관련 비율, (3) 영향을 받는 고객 수	정량적	건, %	●	120
	FB-FR-230a.2	데이터 보안 위험을 식별하고 해결하기 위한 접근 방식에 대한 설명	논의 및 분석	N/A	●	103
식품 안전	FB-FR-250a.1	고위험 식품안전 위반율	정량적	%	●	114
	FB-FR-250a.2	(1) 리콜 수, (2) 리콜된 제품 수, (3) 자가 상표 제품인 리콜된 제품의 비율	정량적	수, %	●	114
제품 건강 및 영양	FB-FR-260a.1	건강 및 영양 특성을 홍보하기 위해 라벨이 부착 및/또는 판매되는 제품의 수익	정량적	원	●	60, 117
	FB-FR-260a.2	소비자의 영양 및 건강 문제와 관련된 제품 및 성분을 식별하고 관리하는 프로세스에 대한 논의	논의 및 분석	N/A	●	57-60, 65-66
노동 관행	FB-FR-310a.2	단체 교섭 협약이 적용되는 활성 노동력의 비율	정량적	%	●	81
	FB-FR-310a.4	(1) 노동법 위반 및 (2) 고용 차별과 관련된 법적 절차로 인한 총 금전적 손실액	정량적	원	●	121
공급망의 환경 및 사회적 영향 관리	FB-FR-430a.1	환경 또는 사회적 지속 가능성 소싱 표준에 대해 제3자 인증을 받은 제품의 수익	정량적	원	●	58, 116
	FB-FR-430a.3	동물 복지를 포함한 공급망 내 환경 및 사회적 위험 관리 전략 논의	논의 및 분석	N/A	●	58-60
	FB-FR-430a.4	포장이 환경에 미치는 영향을 줄이기 위한 전략 논의	논의 및 분석	N/A	●	61-64

SASB (Activity Metrics) - Food Retailers & Distributors

Accounting Metric	Code	구분	단위	포함 여부	보고 페이지
(1) 소매점 및 (2) 유통 센터 수	FB-FR-000.A	정량적	개	●	14-20

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.4 UN SDGs

UN Sustainable Development Goals

대분류	UN SDG Goals	보고 페이지	이마트 활동
Goal 1	1. 빈곤퇴치 - 모든 곳에서 모든 형태의 빈곤 종식	사회책임 _ 사회적가치 창출 제고	• 지역사회 공헌 활동: 희망 나눔, 이재민 긴급 지원 • 어린이를 위한 사회 공헌활동: 결연 아동 후원, 환아 지원
Goal 2	2. 기아종식 - 기아 종식, 식량 안보와 개선된 영양상태의 달성, 지속 가능한 농업 강화	사회책임 _ 사회적가치 창출 제고	• 지역사회 공헌 활동: 피코크 봉사단, 원기회복 키트 지원
Goal 3	3. 건강과 웰빙 - 모든 연령층을 위한 건강한 삶 보장과 복지 증진	지속가능 상품 _ 지속가능상품 유통	• 건강/안전: 건강과 안전을 위한 지속가능 상품, 무항생제 축산물 취급자 인증 점포 확대
Goal 4	4. 양질의 교육 - 모두를 위한 포용적이고 공평한 양질의 교육 보장 및 평생학습 기회 증진	동반성장 _ 임직원 존중 동반성장 _ 협력사 ESG역량 개선 사회책임 _ 사회적가치 창출 제고	• 인재경영: WoW 리더십 교육, 점포 근무자 교육 프로그램, 본사 근무자 교육 프로그램, ESG Play • 협력사 ESG역량 개선: 동반성장 아카데미 • 어린이를 위한 사회 공헌활동: 키즈라이브러리, 결연 아동 후원
Goal 5	5. 성평등 - 성평등 달성과 모든 여성 및 여아의 권익신장	동반성장 _ 임직원 존중 이마트 DATABOOK _ 여성임직원	• 노사상생 및 인권경영: 인권교육, 일과 가정의 양립 • 여성 임직원 비율 59%, 여성평균 근속연수 10.0년
Goal 6	6. 물과 위생 - 모두를 위한 물과 위생의 이용가능성과 지속가능한 관리 보장	환경경영 _ 순환경제 구축 사회책임 _ 사회적가치 창출 제고	• 순환경제 구축: 수자원 사용 효율 제고 • 가치소비 지원: 유니세프와 함께하는 Fit for Children
Goal 7	7. 깨끗한 에너지 - 적정한 가격에 신뢰할 수 있고 지속가능한 현대적인 에너지에 대한 접근 보장	환경경영 _ 기후변화 대응	• 기후변화 대응: 신·재생에너지 사용, 업무용 차량 100% 전기차 전환
Goal 8	8. 양질의 일자리와 경제성장 - 포용적이고 지속가능한 경제성장, 완전하고 생산적인 고용과 모두를 위한 양질의 일자리 증진	동반성장 _ 임직원 존중	• 인재경영: 신선 직무자격제도 운영, 다양한 복지제도

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.4 UN SDGs

UN Sustainable Development Goals

대분류	UN SDG Goals	보고 페이지	이마트 활동
Goal 9	9. 산업, 혁신과 사회기반시설 - 회복력 있는 사회기반시설 구축, 포용적이고 지속가능한 산업화 증진과 혁신 도모	Sustainability Highlights _ PSI	• 상품 지속가능성 이니셔티브(PSI) 개발
Goal 10	10. 불평등 완화 - 국내 및 국가 간 불평등 감소	사회책임 _ 사회적가치 창출 제고 이마트 DATABOOK _ 장애인 고용 현황	• 어린이를 위한 사회 공헌활동: 결연 아동 후원, 키즈라이브러리 & 희망장난감도서관 운영 • 지역사회 공헌 활동: 희망 나눔, 피코크 봉사단, 원기회복 키트 • 장애인 고용 인원 502명(2021년)
Goal 11	11. 지속가능한 도시와 공동체 - 포용적이고 안전하며 회복력 있고 지속가능한 도시와 주거지 조성	사회책임 _ 사회적가치 창출 제고 Sustainability Highlights _ 노브랜드 상생스토어	• 어린이를 위한 사회 공헌활동: 옐로 카펫, 키즈라이브러리 & 희망장난감도서관 운영 • 노브랜드 상생스토어
Goal 12	12. 책임감있는 소비와 생산 - 지속가능한 소비와 생산 양식의 보장	환경경영 _ 순환경제 구축 지속가능 상품 _ 지속가능상품 유통	• 순환경제 구축: 자원 순환형 스트레치필름 생산, 종이 사용량 절감 및 친환경 용지 사용, 녹색구매 • 지속가능 상품 유통: PSI 개발, 친환경 상품 확대, 원재료 및 소싱 관련 인증 상품 관리, 건강과 안전 상품 강화, 지속가능한 포장
Goal 13	13. 기후변화 대응 - 기후변화와 그로 인한 영향에 맞서기 위한 긴급 대응	환경경영 _ 기후변화 대응	• 기후변화 대응: 기후변화 대응 전략, 에너지 절약을 위한 사회적 협약 체결, 에너지절약전문기업(ESCO) 사업 추진, 신·재생에너지 사용, 지구의 날 소등행사 참여, 전기차 충전 인프라 확대
Goal 14	14. 해양 생태계 - 지속가능발전을 위한 대양, 바다, 해양자원의 보전과 지속가능한 이용	환경경영 _ 친환경 프로그램	• 가플지우 (가져와요 플라스틱, 지켜가요 우리바다)
Goal 15	15. 육상 생태계 - 육상생태계의 지속가능한 보호·복원·증진, 숲의 지속가능한 관리, 사막화 방지, 토지황폐화의 중지와 회복, 생물다양성 손실 중단	환경경영 _ 친환경 프로그램	• Forest Tomorrow: 나무 심는 화장지, 이마트 나무 심기 캠페인, 내일의 숲 조성
Goal 16	16. 평화, 정의와 제도 - 지속가능발전을 위한 평화롭고 포용적인 사회 증진, 모두에게 정의를 보장, 모든 수준에서 효과적이며 책임감 있고 포용적인 제도 구축	동반성장 _ 임직원 존중 사회책임 _ 공정거래, 반부패/윤리경영 실현	• 인권경영: 인권정책, 사내 고충처리제도, • 공정거래, 반부패/윤리경영 실현: 반부패/윤리경영 교육, 공정거래 자율준수 프로그램(CP) 운영
Goal 17	17. 1SDGs를 위한 파트너십 - 이행수단 강화와 지속가능발전을 위한 글로벌 파트너십의 활성화	Sustainability Highlights _ PSI 환경경영 _ 친환경 프로그램 사회책임 _ 사회적가치 창출 제고	• PSI: WWF(세계자연기금) 협업 • 가플지우: 테라사이클, 해양환경공단 협업 • Fit for Children: 유니세프 협업

4.5 온실가스 검증의견서

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

emart

온실가스 배출량 검증 성명서

㈜이마트

검증 범위

한국표준협회는 ㈜이마트의 온실가스·에너지 명세서의 직접배출(Scope1) 및 간접배출 (Scope2)에 대한 합리적 보증수준의 검증을 실시하였습니다.

검증 기준 및 지침

한국표준협회는 다음의 기준 및 지침에 따라 검증을 수행하였습니다.
· 온실가스·에너지 목표관리제 및 배출권거래제 관련 지침
· KS Q ISO 14064-1,2,3 : 2018
· 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse gas Inventories

검증 결론

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

• 2021년 온실가스 배출량(Scope1, Scope2)

(단위 : tCO2eq)

연 도	직 접	간 접	총 량
2021년	34,073	493,055	527,028

※ 참고 : 온실가스 배출량은 사업장별로 소수점단위 이하를 절사하여 합산하므로 종류별 배출량 합계와 차이가 있으며, 추후 환경부 검토 결과에 따라 배출량은 일부 변경될 수 있음.

2022년 06월 28일

한국표준협회장

emart

GHG Verification Statement

EMART Inc.

Verification Scope

Korean Standards Association has conducted verification for GHG emissions under reasonable level of assurance, based on GHG report provided by EMART Inc. which includes Scope1 and Scope2 emissions.

Verification Standards and Guidelines

To conduct verification activities, verification team applied verification standards and guidelines. The standards and guidelines are as follows.
· GHG&Energy Target Scheme, Korea ETS guideline provided by Ministry of Environment, Republic of Korea
· KS Q ISO 14064-1,2,3 : 2018
· 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories

Verification Conclusion

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

• 2021 Emissions(Scope1, Scope2)

(Unit : tCO2eq)

Year	Scope 1	Scope 2	Total
2021	34,073	493,055	527,028

※ Decimal place is not considered when calculating the emission of each workplace, and the emissions may change partially depending on the results of future review by the Ministry of Environment.

June 28, 2022

KOREAN STANDARDS ASSOCIATION

emart tomorrow

4.6 가입협회 및 수상내역

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

가입협회

대한상공회의소(서울)
유통산업연합회
한국경영자총협회
한국체인스토어협회

사회공헌 파트너십 구축기관

대중소기업농어업협력재단
대한적십자사
대한축구협회
북한이탈주민지원재단
사단법인 함께하는 한숲
사회복지공동모금회
성동구자원봉사센터
유니세프한국위원회
전국재해구호협회
한국백혈병어린이재단
함께일하는 재단

2021년 주요 수상내역

상장/표창 내용	시상일	시상자(기관명)
표창장: 전기 안전관리자 국가산업 발전 관련	2021.12.9	대통령
표창장 : 수산물 소비촉진	2021.12.31	국무총리
표창장 : 수산물 소비촉진	2021.12.31	해양수산부장관
표창장 : 민간 다중 이용시설 위기 상황 메뉴얼 작성 등	2021.12.31	행정안전부장관
표창장: 생활화학제품 및 살생물제 안전관리 기여	2021.12.31	환경부장관
표창장: 농수산물 안전관리	2021.12.31	경기도지사
표창장: 강원 농산물 소비촉진	2021.12.31	강원도지사
표창장: 축산업 발전(계란 수급정책 협조)	2021.12.30	농림축산식품부장관
표창장 : 21년 식량정책 유공자 표창	2021.12.30	농림축산식품부장관
표창장 : 공정거래 협약 우수	2021.12.16	공정거래위원장
물가유공표창	2021.11.5	기획재정부장관
표창장 : 대중소기업 동반성장 유공	2021.11.4	대통령
친환경 기술진흥 소비촉진 유공 정부포상 국무총리 표창	2021.11.3	국무총리
표창장: 나눔 문화 확산 기여 표창	2021.11.24	서울특별시장
환경부 21년 환경정보공개 우수기관 우수상	2021.7.8	환경부장관
전문쇼핑 인스타그램분야 대상 :최우수상	2021.7.29	한국인터넷전문가협회
상장/상패: AI분야 MVP Award	2021.7.1	Microsoft CEO
위촉장 : 돈육 품질기준 설정 전문가 협의체	2021.6.1	국립축산과학원장

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.7 제3자 검증의견서

(주)이마트 경영진 및 이해관계자 귀중

한국표준협회(이하 '검증인')는 (주)이마트(이하 '이마트')로부터 2021 이마트 지속가능경영보고서(이하 '보고서')에 대한 독립적인 검증을 요청을 받았습니다. 검증인은 이마트가 작성한 보고서에 포함된 데이터의 타당성을 검토하여 독립적인 검증 의견을 제시하였으며, 본 보고서에 포함된 모든 주장과 성과에 대한 책임은 이마트에 있습니다.

검증표준 및 수준

검증인은 AA1000AS v3 검증 표준에 따라 일반 수준(Moderate level) 및 유형 2 (Type 2)에 해당하는 검증을 수행하였습니다. 이는 이마트의 주장과 보고서에 담긴 성과정보의 정확성 및 신뢰성을 평가하였음을 의미합니다.

검증범위 및 제한

검증범위는 2021년 1월 1일부터 2021년 12월 31일까지의 이마트 국내 사업장의 운영 및 활동으로 제한하였으며, 다음의 요구사항이 포함되었습니다.

- AA1000AP(2018)의 포괄성(Inclusivity), 중요성(Materiality), 대응성(Responsiveness), 임팩트(Impact) 원칙의 준수여부
- GRI Standards 핵심 방식(Core Option) 준수여부
- 하기 지표들에 대한 데이터, 정보의 정확성 및 신뢰성 평가
  - GRI Standards 공통 표준(Universal Standards): 102-1~102-13, 102-14, 102-16, 102-18, 102-40~102-44, 102-45~102-56, 103
  - GRI Standards 특정주제 표준(Topic-specific Standards): 205-3, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 305-1, 305-2, 305-5, 306-1, 306-2, 413-1, 414-1, 416-1, 416-2
  - SASB Index: FB-FR-230a.2, FB-FR-250a.1, FB-FR-250a.2, FB-FR-260a.2, FB-FR-310a.4, FB-FR-430a.1, FB-FR-430a.3, FB-FR-430a.4

검증인은 이마트에서 제공한 사회 및 환경 데이터와 광의의 경제적 성과에 대한 재무 데이터를 검증하였으며, 데이터 검증은 제한된 형태의 표본추출방식을 통해 한정된 범위에서 실시되었습니다. 이해관계자 참여에 관한 검증은 중요성 평가 프로세스에 대한 검토로 제한되었습니다.

검증방법

검증인은 다음과 같은 방법을 사용하여 검증범위와 관련한 정보, 자료 및 증거를 수집하였습니다.

- 이마트의 지속가능경영과 관련하여 보도된 미디어 조사 및 분석
- 지속가능경영 성과 개선과 보고서 작성에 사용된 관리시스템 및 프로세스의 검토
- 재무 실적 데이터와 재무제표에 대한 감사보고서 및 공시자료의 일치 여부 검토
- 내부문서 및 기초자료 검토, 데이터 현장 검증

검증결과

검증인은 보고서 초안에 수록된 내용을 검토하고 의견을 제시하였으며 이에 따라 보고서의 수정이 이루어졌습니다. 또한 본 보고서에 수록된 내용 중 중대한 오류나 부적절하게 기술된 점을 발견할 수 없었습니다. 검증인은 '2021 이마트 지속가능경영보고서'에 대하여 다음과 같은 의견을 제시합니다.

포괄성

- 이마트가 지속가능성에 대해 전략적으로 대응하는 과정에서 이해관계자를 포함시켰는가?
  이마트는 지속가능경영을 추진함에 있어 이해관계자 참여를 중요하게 인식하고 참여 프로세스를 수립하기 위해 노력하고 있음을 확인하였습니다. 이마트는 주주 및 투자자, 고객, 협력사, 임직원, 지역사회 등을 이해관계자 그룹으로 선정하고 그룹별 커뮤니케이션 채널을 보유하고 있으며, 이를 통해 다양한 의견을 수렴하고 있음을 확인하였습니다.

중요성

- 이마트가 이해관계자의 현명한 판단을 위한 중요 정보를 보고서에 포함시켰는가?
  이마트는 이해관계자에게 중요한 정보를 누락하거나 제외하지 않았다고 판단합니다. 또한 이마트 내 · 외부 환경분석에서 도출된 주요 이슈로 중요성 평가를 실시하고 그 결과에 따라 보고하였음을 확인하였습니다

대응성

- 이마트가 이해관계자의 요구와 관심에 적절히 대응하였는가? 이마트는 이해관계자들로부터 수렴된 의견을 보고서에 반영하여 이해관계자의 요구 및 관심사 대응을 위해 노력하고 있음을 확인하였습니다. 또한 중요한 이해관계자 이슈에 대한 이마트의 대응 활동이 부적절하게 보고되었다는 증거를 발견하지 못했습니다.

임팩트

- 이마트가 이해관계자에게 미치는 영향을 적절히 모니터링 하였는가?
  이마트는 비즈니스 활동으로 인해 이해관계자들에게 미치는 영향을 모니터링하고 파악하고 있음을 확인하였습니다. 또한 이를 보고서에 적절하게 반영하고 있음을 확인하였습니다.

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.7 제3자 검증의견서

개선 권고사항

검증인은 이마트가 전체 조직 차원의 지속가능경영 전략 수립 및 지속적인 이슈에 대응할 수 있도록 다음의 사항에 대한 검토를 권고 드립니다.

• 경제

이마트는 대형마트 사업부문의 전문성 제고 및 핵심 경쟁력 강화를 위해 신세계에서 인적 분할하여 설립 한 회사로, 기업의 사회적 책임을 다하고 경제분야 활동 및 성과를 이해관계자들과 공유하기 위해 첫 번째 지속가능경영 보고서를 발행하였습니다. 이마트는 ESG위원회를 설치하고 ESG경영의 일환으로 국내 유통 업계 최초로 '지속가능한 상품'의 기준과 핵심 과제를 제시한 '상품 지속가능성 이니셔티브·PSI(Product Sustainability Initiative)' 가이드북을 발행하는 등 ESG 경영을 선도하고 있습니다. 이마트가 고객의 행복한 라이프스타일을 만들고 지역사회와 함께 발전하는 국민기업이라는 기업 비전 달성을 위해 지속적인 경영혁신과 회계정보의 신뢰성을 기반으로 한 투명경영을 유지하실 것을 기대합니다.

• 환경

이마트는 지속가능한 공급망 관리 및 포장재 지표 개발 등 해당 산업에 필요한 친환경경영 실천 중이라고 판단됩니다. 지속가능성보고서 첫 발행과 동시에 그룹차원의 ESG위원회 신설 및 비전 선포 등 환경 거버넌스 이행에도 모범을 보이고 있습니다. 향후 지속가능경영 전략 가운데 환경 부문의 원만한 실행을 위해서 환경경영 과제별 정량적 목표 설정을 권고 드립니다.

• 사회

이마트는 2013년부터 실천해 오던 사회책임경영의 고도화를 위하여 지속가능경영 추진체계를 구축하였습니다. 이와 더불어 이사회 내 ESG위원회를 구성하여 지속가능경영과 관련된 주요 내용을 심의하고 성과를 보고받고 있으며, 기존의 ESG추진사무국과 유통산업연구소를 통합하여 ESG과제 추진 컨트롤타워 역할을 할 수 있는 지속가능혁신센터를 신설하였습니다. ESG추진사무국은 ESG실무협의체를 운영하여 전사 ESG전략이 현업에 정확히 전달되고, 현업의 실질적 활동과 성과를 취합하고 모니터링하는 역할을 통해 이마트 지속가능경영의 내재화를 위한 역할을 수행하고 있습니다. 추후 각 부서에서 활발하게 이행하고 있는 지속가능경영활동을 글로벌가이던스에 따라 정량, 정성적으로 성과를 관리해 나가고, 그 성과를 면밀히 분석하여 이마트가 나아가야 할 방향과 목표를 더욱 구체화 해 나가시길 제안 드립니다.

독립성

한국표준협회는 독립된 검증기관으로서 보고서에 대한 제3자 검증을 제공하는 업무 이외에 이마트 사업 활동 전반에 걸쳐 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않으며 독립성을 저해할 수 있거나 영리를 목적으로 하는 연관관계를 갖고 있지 않습니다.

2022년 6월

한국표준협회
회장 강명수

AA1000
Licensed Report
000-70/V3-ARXSI

한국표준협회는 1962년 한국 산업표준화법에 의거 설립된 특별법인으로서 산업표준화, 품질경영, 지속가능경영, KS·ISO인증 등을 기업에 보급·확산하고 있는 지식서비스 기관입니다. 특히, ISO 26000 국내간사기관, GRI 지정교육기관, AA1000 검증기관, 대한민국지속가능성지수(KSI) 운영기관, UN CDM운영기구, 온실가스에너지 목표관리제 검증기관으로서 우리 사회의 지속가능발전에 이바지하고 있습니다.

2021 SUSTAINABILITY REPORT
EMART TOMORROW

ABOUT EMART
SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS
INTRODUCTION TO SUSTAINABILITY
SUSTAINABILITY PERFORMANCE
APPENDIX
이마트 DATABOOK
GRI CONTENT INDEX
SASB INDEX
UN SDGs
온실가스 검증의견서
가입협회 및 수상내역
제3자 검증의견서
보고서 제작에 도움을 주신 분들

4.8 보고서 제작에 도움을 주신 분들

제작 참여 부서

환경경영	지속가능상품	동반성장	사회책임경영	지배구조	기업정보 및 디자인
김동혁	김익곤	기민권	김동환	김민성	김태연
김효일	김해나	김기병	김원기	남현중	손효재
박병근	김현화	이대웅	김정원	배광수	신경재
박소현	김홍기	이선기	이지원	이혜원	윤상민
송용환	민정기	이태근	임범규		이지민
안병조	박민숙	조우진	임현종		장윤석
우병덕	박주현	최현정	최영환		정현성
이원희	염은미	하정엽	표상연		
정구익	윤상원	홍주호			
	이수연				
	이창현				
	임재윤				
	최병민				
	한규호				

발간 정보

발간	㈜이마트(company.emart.com)
문의	이마트 ESG추진사무국(esgoffice@emart.com)
기획/제작	이마트 ESG담당
	이경희
	김동재
	이진원
	이성렬
	삼정KPMG
	이동석
	박경수
	김도현
	성예지
	박민탁
	윤영주
디자인	IM creative
	박숙경
	이정아
	이혜리
	노예지
작성	G&I커뮤니케이션즈
	김지윤
촬영	다리스튜디오
	엄효용

emart