



현대백화점 지속가능경영보고서 2021

Hyundai Department Store Sustainability Report 2021

THE HYUNDAI

About This Report

현대백화점은 투명하고 선진적인 지배구조를 바탕으로 지속가능한 미래를 위한 환경 및 사회 문제 해결을 위해 ESG 경영을 추진하고 있습니다. 현대백화점은 지난해 ESG 경영 활동의 성과와 계획을 우리의 파트너와 함께 공유하기 위해 첫번째 지속가능경영보고서를 발간하였습니다.

'현대백화점 지속가능경영보고서 2021'은 ESG 경영 전략과 추진 계획을 비롯해 환경, 사회, 거버넌스 영역의 주요 성과 및 활동을 담고 있으며, 중대성 평가를 통해 도출된 핵심 주제(Material Topics)를 중심으로 유통 산업 및 글로벌 차원의 중요한 이슈에 대해 보고함으로써 현대백화점에 관심과 성원을 보내주신 우리의 파트너들과 적극적인 소통을 이루어 나가고자 합니다.

보고서 작성 기준

본 보고서는 지속가능경영 국제 보고 가이드라인인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards의 핵심적 부합 방법('in accordance' Core)에 따라 작성하였습니다. 또한 유엔 지속가능발전목표(UN SDGs, Sustainable Development Goals) 달성을 위한 이행 활동을 담고 있습니다. 산업의 중요한 이슈를 반영하기 위해 지속가능회계기준위원회(SASB, Sustainability Accounting Standards Board)의 산업 표준을 고려하고, 기후변화 재무정보공개 태스크포스(TCFD, Task Force on Climate-related Financial Disclosures) 권고 내용을 반영하여 작성하였습니다.

보고 기간

본 보고서의 보고 기간은 2021년 1월 1일부터 2021년 12월 31일까지입니다. 일부 중요한 비재무적 성과의 경우에는 2022년 상반기까지의 내용을 포함하고 있으며, 정량적 데이터는 최근 3개년도 데이터를 기재하여 성과의 추세를 파악할 수 있도록 하였습니다.

보고 범위 및 경계

본 보고서의 보고 범위는 (주)현대백화점과 별도 법인 (주)한무쇼핑이 운영하는 전국 현대백화점 16개 점포와 아울렛 8개 점포를 대상으로 합니다. 다만 더현대서울의 정량적 성과는 오픈일인 2021년 2월 26일부터 12월 31일까지 기준으로 관련 내용을 담았습니다. 재무 정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)상의 연결 기준과 일치하며, 비재무 정보는 현대백화점 전 사업장을 기준으로 합니다. 일부 데이터의 보고 범위 및 경계가 상이한 경우에는 별도의 주석으로 명시하였습니다.

보고서 검증

현대백화점은 보고서 작성 프로세스 및 내용의 공정성과 신뢰도를 제고하기 위해 독립적인 검증기관인 로이드 인증원(LRQA)로부터 제3자 검증을 받았습니다. 검증 기준은 AA1000AS v3을 적용하였으며, 범위는 Type 2입니다. 검증에 관한 자세한 사항과 검증 의견은 p.100-101에서 확인하실 수 있습니다.

문의처

담당부서	현대백화점 ESG 추진협의체
주소	서울특별시 강남구 테헤란로 98길 12
이메일	esg@thehyundai.com
홈페이지	http://www.ehyundai.com/

Contents

 Homepage

 YouTube

 Facebook

 Instagram

Introduction

- 005** CEO Message / CSO Message
- 007** 2021 ESG Highlights
- 008** 기업 소개
- 010** 사업 소개
- 011** 사업 현황

ESG Management

- 020** ESG 경영 체계
- 022** ESG 파트너십
- 023** 중대성 평가
- 025** UN SDGs Commitment

Environmental

- 027** 환경 경영
- 028** 탄소 증립
- 032** 자원 순환
- 037** 친환경 문화 확산

Social

- 041** 임직원
- 046** 고객
- 052** 협력사
- 059** 사회공헌
- 067** COVID-19 대응

Governance

- 070** 지배구조
- 073** 윤리경영
- 075** 리스크 관리
- 076** 안전보건
- 078** 정보보안

Appendix

- 081** ESG 데이터
- 091** GRI Content Index
- 096** SASB Index
- 097** TCFD Index
- 099** 온실가스 배출량 검증 성명서
- 100** 보고서 제3자 검증 의견서
- 102** 가입 협회 / 수상·인증 내역
- 103** 보고서 제작 참여 부서

Introduction



005 CEO Message / CSO Message

007 2021 ESG Highlights

008 기업 소개

010 사업 소개

011 사업 현황



CEO Message



안녕하십니까? 현대백화점 대표이사 김형종입니다.

급변하는 경영 환경과 시장 트렌드의 변화 속에서도 현대백화점에 관심과 성원을 보내주신 고객·주주·협력사·임직원분들을 비롯해 저희와 함께 지역사회를 위해 힘써주신 기관단체 여러분께 이 자리를 빌려 감사의 말씀을 드립니다.

지속가능경영은 기업 경영의 새로운 기준과 가치로 자리를 잡았다고 해도 과언이 아닙니다. 특히 고객과 직접 소통하는 유통업은 현장에서 체감하는 바가 더욱 큽니다. 그렇기 때문에 우리를 지지해 주신 파트너들과의 신뢰 관계를 더욱 굳건히 하고, 새로운 가치와 문화를 함께 만들어 가는 일은 우리의 의무입니다.

현대백화점은 2021년을 지속가능경영의 원년으로 삼고, 이사회 산하에 'ESG 경영위원회'를 신설하였습니다. 아울러 이 위원회 산하에 CSO를 위원장으로 하는 실무 조직 'ESG 추진협의체'도 함께 조직해 전사적인 차원에서 속도감 있게 ESG 경영을 추진하기 위한 체계도 갖췄습니다. '현대백화점 지속가능경영보고서 2021'을 발간하게 된 것도 저희의 다짐과 약속을 여러분께 공유드리기 위함입니다.

현대백화점은 빠르게 변화하는 경영 환경 속에서 근본적인 오프라인 플랫폼의 경쟁력 강화와 새로운 고객 가치 창출에 집중하고 있습니다. 저희가 지난해 서울 여의도에 선보인 '더현대서울'은 그동안의 백화점의 문법을 따르지 않고 자연 친화적인 콘셉트를 앞세운 파격적인 공간과 젊은 감성의 신선한 콘텐츠 등을 통해 백화점의 새로운 모델을 제시했다는 평가를 받아, 트렌드를 선도하는 국내 대표 플랫폼으로 자리 잡았습니다.

현대백화점의 ESG 경영도 우리의 파트너들과 함께 공감하고 참여할 수 있는 방향으로 추진해 나가겠습니다. 현대백화점만의 차별화된 ESG 경영 체계를 더욱 공고히 함으로써 더 환경친화적이고, 더 다양한 방법으로 우리 사회에 기여할 것을 약속드립니다.

'고객의 생활과 함께하면서 더 나은 가치를 제공하는(With your life, Better your Life)' 경영 전략은 저희 회사의 성장 전략이자, ESG 활동의 근간이 될 것입니다. 현대백화점은 열정과 도전으로 만들어온 50년간의 역사와 경험을 발판 삼아, 새로운 100년의 역사를 써 나가기 위해 여러분의 변화된 요구와 가치에 걸맞은 실천과 역량을 강화하겠습니다.

현대백화점의 지속가능경영 가치를 공감하고 함께 실천할 수 있도록 저희의 노력과 혁신의 여정에 지속적인 관심과 응원을 부탁드립니다.

감사합니다.

주식회사 현대백화점
대표이사 김형종

CSO Message



안녕하십니까? 현대백화점 ESG 추진협의체 위원장을 맡고 있는 영업본부장 정지영입니다.

ESG 경영의 가치는 현재보다 더 나은 세상으로 만들기 위한 선한 마음과 이를 다 함께 실천에 옮기는 진정성입니다. 현대백화점이 고객과 함께 생활 속 친환경을 실천하고 보다 환경에 이로운 패키지를 확대하며, 백화점에서 발생하는 폐기물의 자원 순환을 끊임없이 고민하는 것도 이러한 이유입니다.

현대백화점은 전국 16개 점포에서 '365 리사이클' 캠페인을 상시 운영하고 있습니다. 지난 2015년부터 진행해 온 이 캠페인은 고객들이 집에서 사용하지 않는 물품을 기부받아 재사용하는 자원 순환 친환경 활동입니다.

현재는 플라스틱, 종이 자원 등도 함께 참여할 수 있는 캠페인으로 확대되었고, 고객들의 높은 참여와 관심 덕분에 지난해 친환경 유공 정부 포상 탄소중립생활실천부문에서 백화점 업계 최초로 대통령 표창을 수상하기도 하였습니다.

또한 백화점의 이미지와 마케팅 수단으로 활용되는 종이 쇼핑백도 업계 최초로 재생지 100%를 적용해 개발하였습니다. 특히 이 재생지는 서울대학교와 산학협력을 통해 1여 년간의 연구 끝에 현대백화점에서 발생한 종이 자원을 활용해 만든 것이기에 의미가 더욱 큽니다. 올해는 백화점에 이어 아울렛에서도 도입해, 앞으로 연간 1,000만 개의 쇼핑백이 현대백화점만의 독립적인 자원 순환 시스템을 통해 제작될 예정입니다.

현대백화점이 국내 최초로 '책'을 주제로 현대백화점 판교점과 현대프리미엄아울렛 SPACE1에 운영 중인 '현대어린이책미술관 MOKA'도 지역사회에 새로운 문화 교육 공간으로 자리 잡았습니다.

현대어린이책미술관의 'MOKA 움직이는 미술관' 프로그램은 유네스코의 지속가능발전교육 공식 프로젝트로 선정됐을 정도로 예술과 문학을 통한 특별한 교육으로 가치를 인정받았습니다. 이 밖에도 그림책 부문 신진 작가를 지원하는 '언-프린티드 아이디어' 프로젝트를 정기적으로 개최해 작품 전시뿐 아니라 독자와 소통할 수 있는 가교 역할도 함께 수행하고 있습니다.

현대백화점은 앞으로도 지속가능한 미래를 위해, 우리의 건강하고 행복한 삶을 위해 끊임없이 고민하고 연구하겠습니다. 기업 시민으로서 다양한 사회적 가치를 창출하고 이를 공유하는데 앞장서는 한편, 본 보고서에 담긴 저희의 약속도 착실히 이행하겠습니다.

현대백화점과 함께 지속가능하고 친환경적 사회를 만들어 갈 수 있도록 여러분의 성원과 관심을 부탁드립니다.

감사합니다.

현대백화점 ESG 추진협의체 위원장

부사장 정지영

2021 ESG Highlights

365 Recycle Campaign

캠페인 누적 성과*

참여 고객 수

12만명

기증 물품 수

60만여 점

교실 숲 조성

27개 학교 606개 학급

탄소 저감량**

2,700^{ton}

공기정화식물

5,431 그루

* 2015~2021년

** 참고자료: 영국 'The Carbon Trust' / 국립산림과학원 '탄소중립상태표준' / 한국환경산업기술원 '탄소성적 표지 배출 계수'

** 탄소 저감량은 상기 자료를 근거로 계산한 추정치임

탄소중립 실천 문화 확산

친환경 유공 포상 대통령 표창 수상

현대백화점은 '2021 친환경 기술진흥 및 소비촉진 유공' 정부 포상에서 탄소중립생활실천 부문 대통령 표창을 백화점 업계 최초로 수상했습니다. 이 제도는 탄소중립 사회 실현을 위해 국민들의 기후 친화적 생활실천 문화 정착에 기여한 공로자를 포상하며, 지난 2008년부터 시행되고 있습니다. 현대백화점은 자원 순환 및 재사용 확산을 위해 백화점 내 전용 공간을 마련하여 리사이클 캠페인을 비롯해 플라스틱 업사이클 등 고객의 친환경 실천 및 관심을 유도하는 다양한 활동을 지속적으로 운영해 온 공로를 인정받았습니다.



'365 리사이클' 캠페인

현대백화점은 고객이 상시로 친환경 활동에 참여할 수 있도록 전국 16개 점포에서 '365 리사이클' 캠페인을 운영하고 있습니다. '365 리사이클' 캠페인은 집에서 사용하지 않는 의류 등의 물품을 기부하는 활동으로, 환경에도 기여하고 뜻깊은 기부에도 참여할 수 있는 활동입니다. 현대백화점은 아름다운가게와 협력하여 모인 물품을 재판매하고, 여기서 발생한 수익금과 현대백화점의 자체 기금을 더해 미세먼지에 취약한 환경에 위치한 초등 학교를 대상으로 공기정화식물을 지원하는 '교실 숲 조성' 사업도 함께 진행하고 있습니다.

대·중소기업 동반성장 유공 포상

현대백화점은 중소협력사의 경영 지원과 안정적인 판로 지원 등 정부·지자체의 동반성장 정책에 적극 참여하고 있습니다. 이와 함께 수수료 인하, 대금 조기 지급 등의 지원을 통해 협력사가 안정적이고 지속적인 성장을 이어 나갈 수 있도록 동반성장 문화 확산을 위해 힘쓰고 있습니다. 현대백화점은 대·중소기업 간 상생협력을 통해 기업의 경쟁력을 향상하고 국가 경제발전에 기여한 공로를 인정받아, 지난해 11월 동반성장 유공 포상 국무총리 표창을 받았습니다.

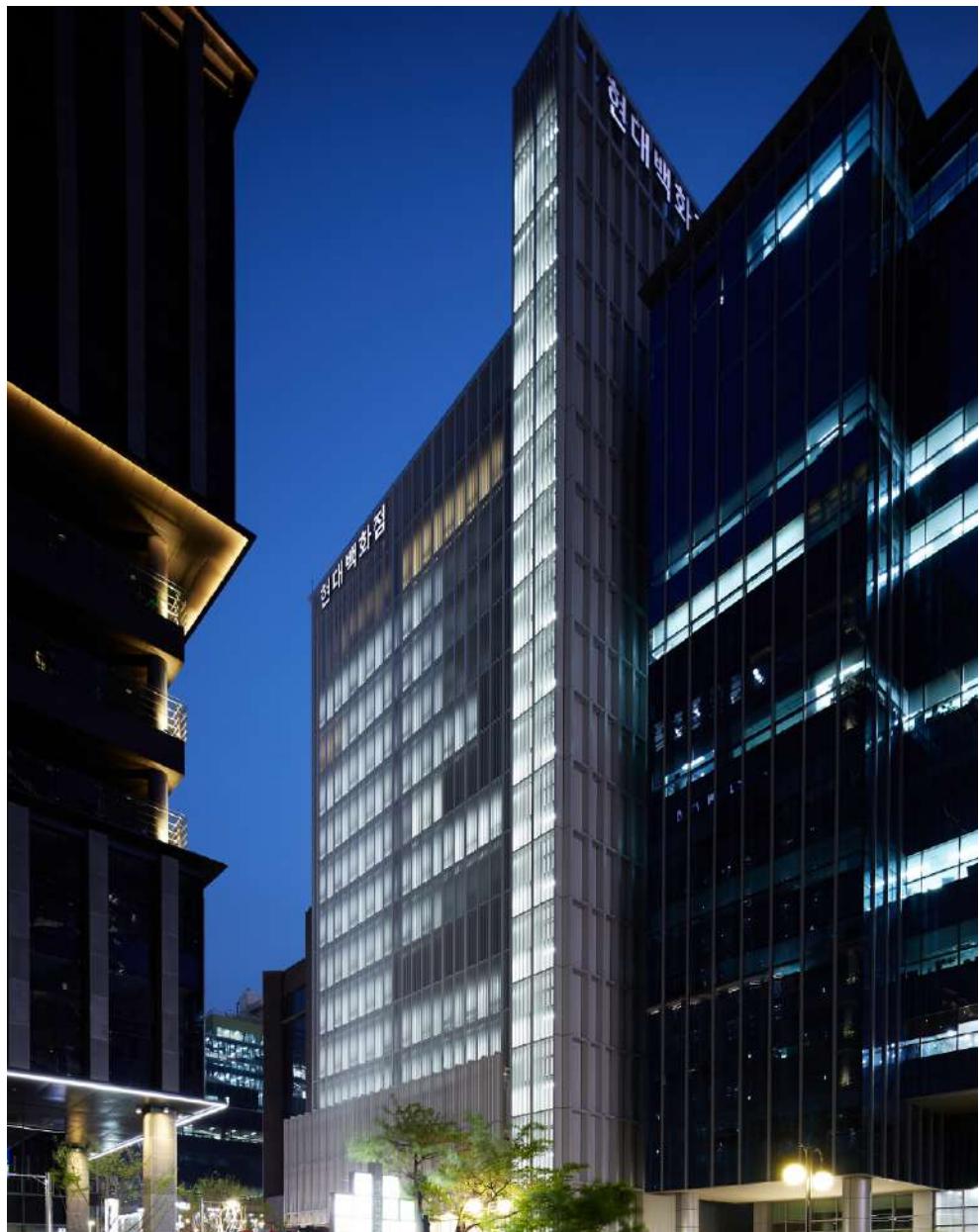


한국ESG기준원(KCGS) ESG 평가 3년 연속 통합 A등급 획득

현대백화점은 기업의 성장과 사회적 가치 추구가 선순환 할 수 있도록 ESG 경영 목표 및 추진 방향을 세워, 고객을 비롯한 우리를 지지하는 파트너들의 의견을 적극 반영하고 있습니다. 그 결과, 한국ESG기준원(KCGS)이 주관하고 있는 ESG 평가에서 2019년부터 3년 연속 통합 A 등급을 획득하였습니다.



기업 소개



연혁

	1971. 06	금강개발산업주식회사 설립	1970
	1974. 04	정몽근 대표이사 사장 취임	
	1977. 08	현대쇼핑센터 개점(現 현대백화점 울산동구점)	
	1979. 04	서울 압구정동 금강쇼핑센터 개설	
1980	현대백화점 압구정본점 개관 1985. 12 (업계 최초 POS 시스템 도입, 문화센터 설치)	정몽근 회장 취임 1987. 02 현대백화점 무역센터점 개점 1988. 09 기업 공개(주식 상장) 1989. 08	1990
2000	(*)현대백화점으로 법인명 변경 2000. 04 현대백화점 미아점 개점 2001. 08 현대백화점 목동점 개점 2002. 08 정지선 부회장 취임(그룹 총괄) 2002. 12	현대백화점 충동점 개점 2003. 08 현대백화점 친화점 천호점 개점 2006. 07 2007. 12 정지선 회장 취임 2009. 08 신촌점 유플렉스(1호점) 개점	2003
2010	VISION 2020 선포 2010. 06 현대백화점 킨텍스점 개점 2010. 08 현대백화점 대구점 개점 2011. 08 정교선 부회장 취임 2011. 12 현대백화점 충청점 개점 2012. 08	현대시티아울렛 중동점 개점 2014. 05 현대프리미엄아울렛 김포점 개점 2015. 02 현대백화점 디큐브시티 개점 2015. 05 현대백화점 판교점 개점 2015. 08	2014
2016	프리미엄 온라인몰 더현대닷컴 오픈 2016. 01 현대시티아울렛 동대문점 개점 2016. 03 현대프리미엄아울렛 송도점 개점 2016. 04 (*)현대백화점면세점, 시내면세점 사업자 선정 2016. 12 현대시티몰 가든파이브점 개점 2017. 05 현대백화점그룹 통합멤버십 H.Point 론칭 2017. 08 현대시티아울렛 대구점 개점 2018. 09 현대백화점면세점 무역센터점 개점 2018. 11	현대어린이책미술관 MOKA 오픈 2014. 05 현대시티아울렛 가산점 개점 2015. 02 현대프리미엄아울렛 김포점 개점 2015. 05 현대백화점 디큐브시티 개점 2015. 08 현대백화점 판교점 개점 2015. 08 현대어린이책미술관 MOKA 오픈	2020
2021	VISION 2030 선포 2021. 01 더현대서울 개점 2021. 02 지누스 인수 2022. 05	현대백화점면세점 동대문점 개점 2020. 02 현대프리미엄아울렛 대전점 개점 2020. 06 프리미엄 식품몰 현대식품관 투홀 오픈 2020. 07 현대백화점면세점 인천공항점 개점 2020. 09 현대프리미엄아울렛 SPACE1 개점 2020. 11 현대어린이책미술관 MOKA 가든 오픈	2020

현대백화점은 1971년 설립 이후, 고객에게 새로운 가치를 제안하는 백화점을 만들겠다는 열정 하나로 '고품격 백화점, 문화 백화점'이라는 지평을 열었습니다. 그리고 다양한 라이프스타일의 상품과 차별화된 고객 서비스, 복합문화공간 운영 등 앞선 시도를 통해 고객의 쇼핑 편의 도모는 물론 새로운 생활문화를 창조하고자 노력해왔습니다. 현대백화점은 백화점 사업을 발판으로 프리미엄아울렛, 온라인 플랫폼 '더현대닷컴', '현대식품관 투홈'을 운영하여 온·오프라인 유통 플랫폼을 강화하고 있으며, 서비스 범위 또한 확장하고 있습니다. 현대백화점은 VISION 2030 전략과 ESG 경영 활동을 바탕으로 사회·환경적 가치를 창출하는 선순환 체계를 구축하여 유통산업을 발전시키고 선한 영향력을 발휘하는 '고객에게 가장 신뢰받는 기업'이 되고자 합니다.

일반 현황

기업명	(주)현대백화점
산업	소매유통
설립일	1971년 6월 15일 금강개발산업 설립
상장일	2002년 11월 KOSPI 상장
발행주식 수	23,402,441주
대표이사	정지선, 장호진, 김형종
임직원 수	3,108명*
본사 위치	서울특별시 강남구 테헤란로98길 12

* 산출 기준: (주)현대백화점 + (주)한무쇼핑

자회사 현황

기업명	설립일	주요 사업	지분율(%)
한무쇼핑 주식회사*	1987. 03. 31	도·소매업	54.87
주식회사 현대쇼핑	1998. 08. 07	부동산임대업	100
주식회사 현대백화점면세점	2016. 08. 31	도·소매업	100

* 주식회사 현대쇼핑의 한무쇼핑 주식회사에 대한 지분 8.53% 포함

주요 재무 성과

총자산

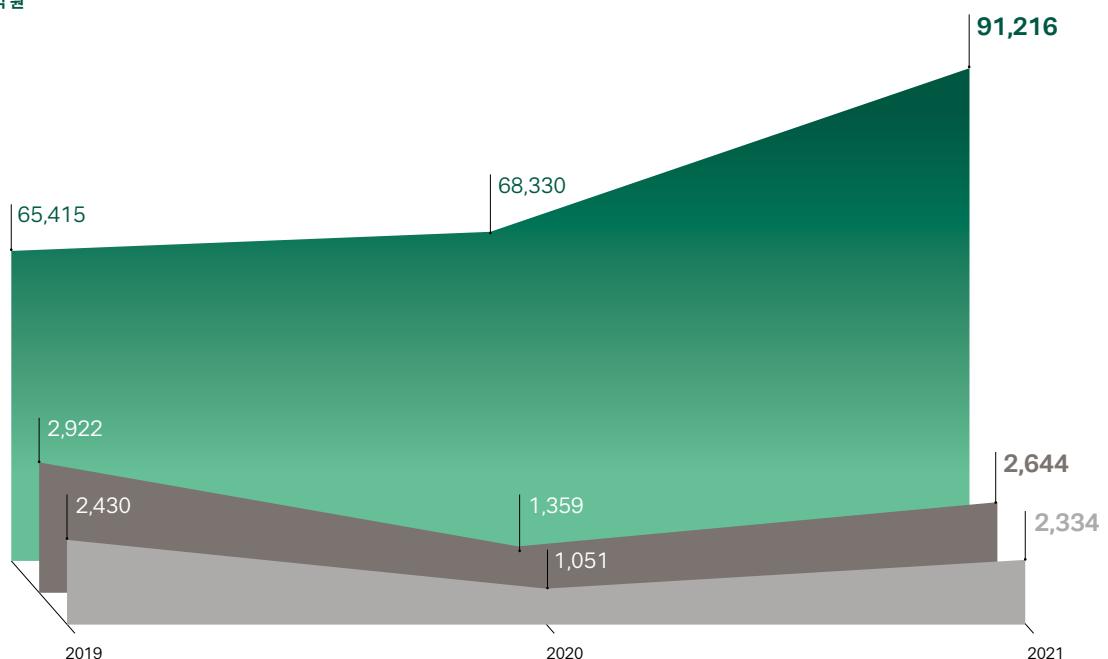
89,692 억 원

단위: 억 원

■ 총매출액
91,216 억 원

■ 영업이익
2,644 억 원

■ 당기순이익
2,334 억 원



*2021년 말 기준, K-IFRS 연결재무제표 기준

국내 신용등급*

한국신용평가(KIS)

AA+

*회사채

한국기업평가(KR)

AA+

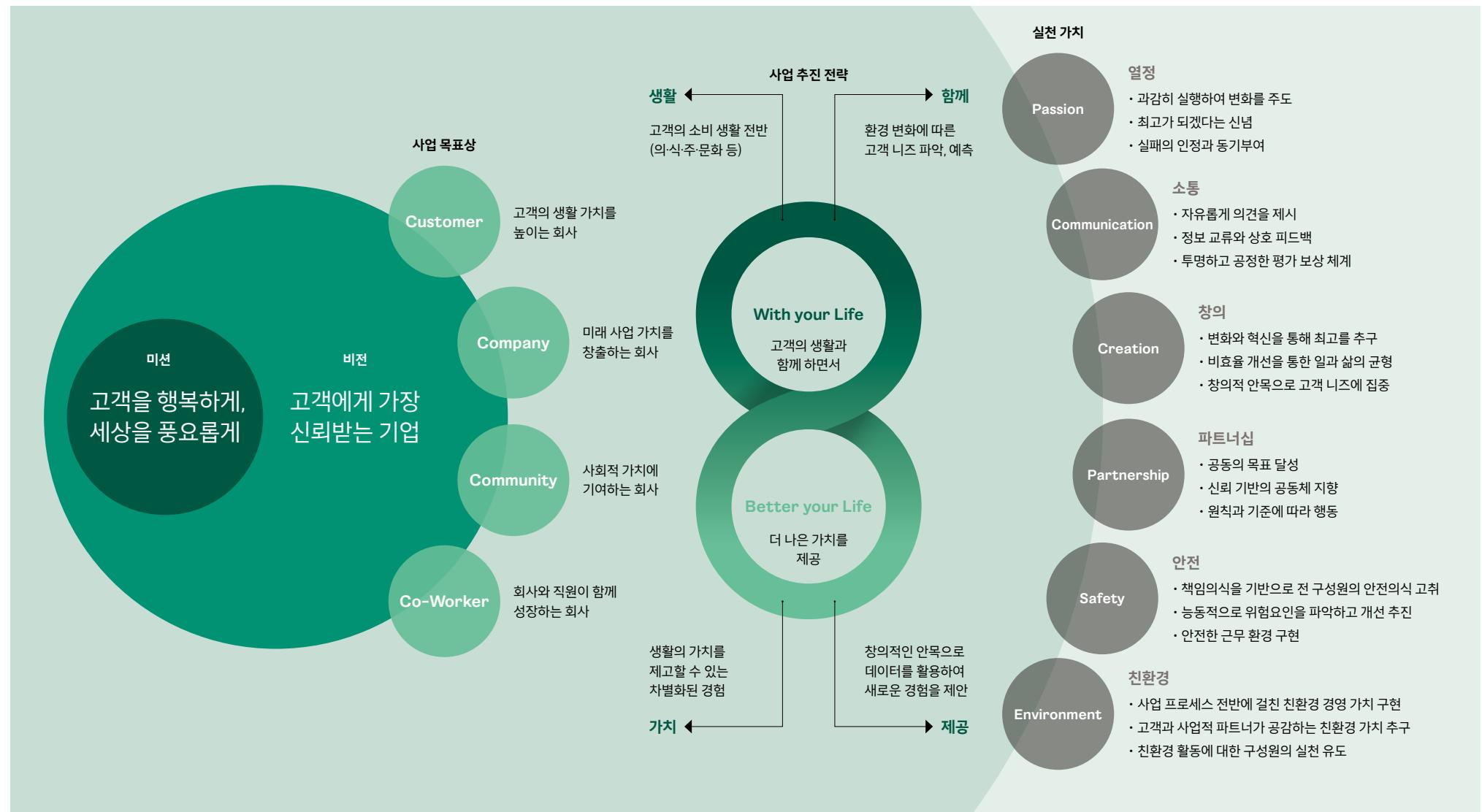
NICE신용평가

AA+

사업 소개

현대백화점은 '고객을 행복하게, 세상을 풍요롭게'라는 미션과 '고객에게 가장 신뢰받는 기업'이라는 비전을 달성하기 위해 VISION 2030 전략을 적극적으로 추진하고 있습니다. 고객의 생활 가치를 높이는 회사, 미래 사업 가치를 창출하는 회사, 사회적 가치에 기여하는 회사, 회사와 직원이 함께 성장하는 회사는 사업 목표와 열정·소통·창의·파트너십·안전·친환경 등 6가지 실천 가치를 바탕으로 고객 생활 전반에 차별화된 경험과 유의미한 가치를 제공하기 위해 끊임없이 연구하고 노력해가겠습니다.

비전 및 사업 방향성



사업 현황

● 현대백화점

16 개 지점

● 현대아울렛

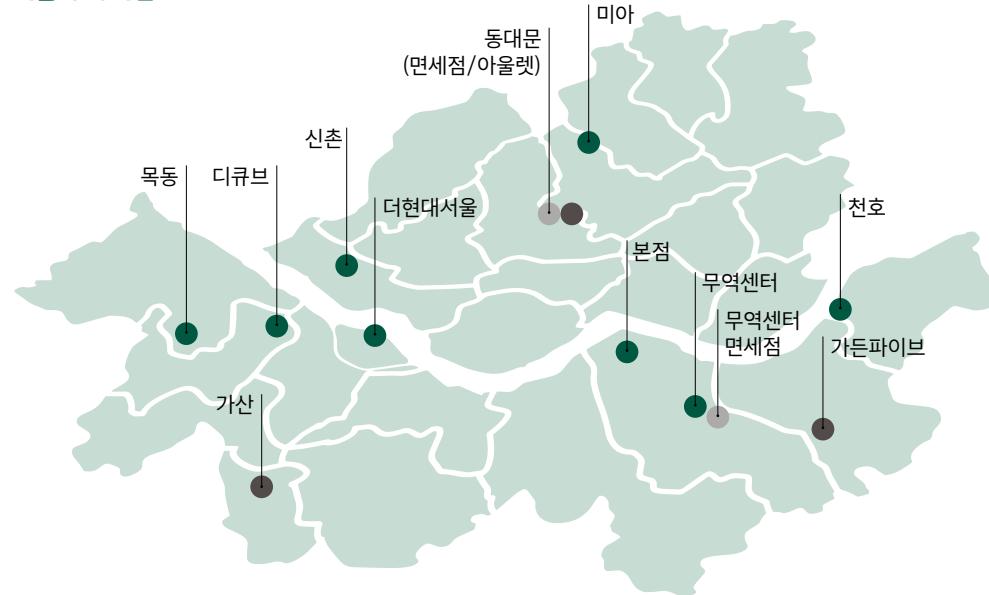
8 개 지점

● 현대백화점면세점

3 개 지점

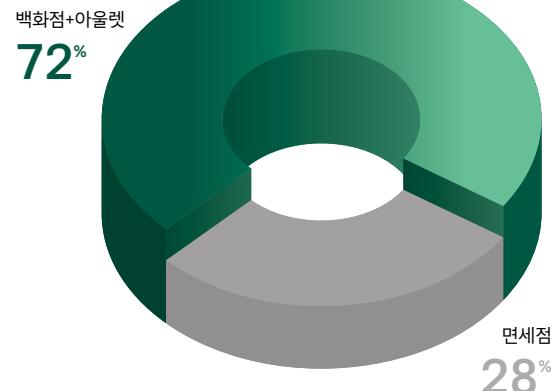


서울시 내 사업소



2021년 총매출

9^조 1,216 억 원



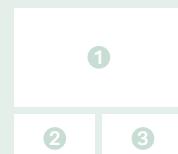
현대백화점

현대백화점, 미래 백화점을 제시하다

현대백화점은 현재 전국적으로 16개의 백화점을 운영하고 있습니다. 고품격 서비스 제공과 차별화된 콘텐츠, 트렌드를 앞서는 MD를 적극적으로 제안해 고객의 기대 수준을 넘어서는 고객만족 구현은 물론, 국내 유통산업 발전에도 이바지하고 있습니다.

특히 2021년 2월에 오픈한 더현대서울은 기존 백화점의 성공 방식 대신 '리테일 테라피'라는 개념을 극대화해 판매 면적을 줄이고 자연 친화적인 공간을 파격적으로 구성해 '미래형 백화점 플랫폼'을 제시하였다며 평가를 받고 있습니다.

현대백화점은 머물고 싶은 공간과 새로운 경험 욕구를 채울 수 있는 콘텐츠 연구·개발을 통해 끊임없이 진화해 가는 플랫폼으로 성장하겠습니다.



현대백화점 주요 사업장 소개



- ① 더현대서울
- ② 현대백화점 목동점
- ③ 현대백화점 판교점

더현대서울

미래를 향한 울림(Sound of the Future)

2021년 2월 오픈한 더현대서울은 '미래를 향한 울림'의 테마 아래 전통적 쇼핑 공간이 아닌 완전히 새롭고 혁신적인 플랫폼으로서의 가치를 지향합니다.



매출

8,005 억원

국내 백화점 개점 첫 해 매출 신기록

방문 고객

약 **3,000** 만명

MZ세대 매출 비중

50.3 %

현대백화점 평균 24.8%

기준: 2021.02.26 ~ 2022.02.25

Global Iconic

독보적인, 혁신적인



워터풀 가든

기술과 자연의 조화 '인도어 네이처'의 실현

더현대서울은 세계적으로 유명한 건축가 리차드 로저스 경의 건축 철학이 담긴 작품으로, 한국의 전통 건축 양식인 자적색 기둥과 단청을 새로운 시각으로 해석하여 만든 초현대적인 건축물입니다. 약 8만 9,100m²에 달하는 초대형 공간에서 매장 면적의 비중을 절반으로 줄이고 나머지 공간은 실내 조경과 휴식·전시 등 고객이 즐길 수 있는 공간으로 구성 하여, 단순히 브랜드가 모여있는 공간이 아닌 플랫폼으로써의 차별성을 추구하였습니다. 또한 기술과 자연을 조화시킨 높이 23m, 면적 3,300 m²에 이르는 거대한 실내 정원 사운즈 포레스트(Sounds Forest)와 12m 높이에서 떨어지는 인공 폭포 워터풀 가든(Waterfall Garden)을 조성하여 실내에서도 자연을 느낄 수 있는 특별한 체험 공간을 제공하고 있습니다.

모노클 '최고의 리테일 디자인' 선정

2007년 영국에서 창간된 모노클은 국제 정치, 비즈니스, 디자인 등을 다루는 라이프스타일 매거진으로, 2021년 빌딩, 리테일, 패키지, 의자 등 인간 삶과 밀접한 50개 분야에서 '삶의 질을 향상시키는 즐겁고 유용한 최고의 디자인'을 선정하였습니다. 더현대서울은 자연 친화적 공간 구성과 고객중심의 동선 설계를 바탕으로 2020년부터 완공된 전 세계 리테일 시설 중 최고의 디자인으로 꼽혔습니다. 파격적이고 혁신적인 시도가 세계적으로 인정받은 것을 시작으로, '대한민국 서울의 대표 라이프스타일 랜드마크'가 될 수 있도록 변화와 혁신을 이어가겠습니다.

Human

공감하는, 소통하는

전 층 큐레이션 전문관 구현

다양한 취향과 라이프스타일에 기반하여 직관적으로 각 층별 컨셉과 콘텐츠를 알 수 있도록 스토리를 담아 큐레이팅 되었습니다. 풀 카테고리 매장과 부티크형 매장으로 구성된 플래그십 럭셔리(1F), 스트리트 감성 기반의 음악과 패션의 결합, 인터랙티브 체험형 스토어 등 밀레니얼의 문화가 가득한 MZ전문관 Creative Ground(B2F), 최대 규모 글로벌 미식 공간 Tasty Seoul(B1F), 글로벌 리빙&라이프 큐레이션(4-5F) 등으로 구성되어 있습니다. 특히 공간 큐레이션은 인간적 교감과 소통의 메카로 다양한 글로벌 아트와 콘텐츠를 선보입니다.



Culture House 1985, 6F

Culture House 1985, 6F

1985년 업계 최초로 시작한 압구정본점 문화센터의 정통성에 기반하여 MZ세대를 위한 취향 커뮤니티 플랫폼으로 리뉴얼하였습니다. 디지털 클래스와 웰니스, 미디어, 쿠킹 등 개방적이면서 소셜라이징 가능한 7개의 특화 스튜디오 공간과 웰컴инг 라운지를 운영하고 있으며, 향후 5가지 서울 라이프 스타일(글로벌, 리추얼, 크리에이티브, 테이스티, 커뮤니티 서울) 클래스도 선보일 예정입니다.



ALT.1, 6F

ALT.1, 6F

'다양한 문화적 소통을 통해 삶을 한 단계 더 나아가게 한다'는 예술과 삶에 대한 철학을 바탕으로 유통시설 최대 규모 아트스페이스($1,157m^2$)를 기획하였습니다. 첫 전시 'Andy Warhol Exhibition, Beginning Seoul'부터 다양한 전시를 진행하여 많은 고객분들이 다양한 예술적 경험을 향유하고 있습니다.

Global Iconic

진보적인, 미래적인

미래형 테크 서비스

더현대서울은 휴머니즘에 기반하여 다양한 테크 서비스와 새로운 리테일 모델을 선보입니다. 먼저 스마트 밸렛 시스템을 통해 VIP 고객이 입차부터 출차까지 편리하게 이용할 수 있도록 출차 예약과 차량 위치 현황을 실시간으로 안내합니다. 또한 유통업계 최초로 자체 개발한 얼굴 인식 기술 시스템을 VIP 라운지에 도입하여 접촉을 최소화하고 출입 시간을 단축했습니다. 또한 고객의 쇼핑 편의를 높이기 위해 안정적인 자율주행 기술과 장애물 회피 기술이 검증된 이동형 안내 로봇이 고객을 1:1로 에스코트하여 대면 접촉을 최소화하고 있으며, 스마트 오더 시스템(투홈 모바일 APP)을 통해 식당가 예약, 메뉴 주문, 딜리버리 및 픽업 서비스를 이용할 수 있습니다.

새로운 리테일 모델 '언카먼 스토어'



이동형 안내 로봇



현대아울렛

현대아울렛, 아울렛의 새로운 기준을 제시하다

현대아울렛은 도심에서 뛰어난 접근성과 가족 단위 고객을 위한 다양한 엔터테인먼트 시설, 글로벌 명품을 비롯한 인기 브랜드 라인업을 갖춰 지역 내 새로운 복합쇼핑문화 공간으로 자리 잡았습니다.

현대프리미엄아울렛 김포점은 'Cruise the Luxury'라는 테마 아래 이국적인 정취와 풍요로운 쉼이 있는 럭셔리 라이프를 제시하고 있습니다.

현대프리미엄아울렛 송도점은 글로벌 시티의 모던하고 현대적인 감성을 공간 곳곳에 담아낸 송도의 랜드마크입니다. 'Groove the Avenue' 테마로 뉴욕 스타일의 카페거리, 사계절 쾌적한 실내 공원 등 글로벌 시티 송도만의 문화를 제안합니다.

지난 2020년 오픈한 현대프리미엄아울렛 대전점은 중부권 유일의 프리미엄아울렛으로, 예술작품이 가득한 다람쥐 정원, 아이들을 위한 리틀 포레스트, 음악 분수와 회전목마, 관평천 공원이 있는 자연 친화적인 아울렛입니다.

남양주에 위치한 현대프리미엄아울렛 스페이스원은 예술적이고 감각적인 아트피스가 곳곳에 놓인 국내 유일의 갤러리형 아울렛입니다. 현대 어린이책미술관이 세계적인 작가 하이메 아운과 만든 놀이터, 조각정원, 라이브러리가 있는 MOKA 가든, 미술작품이 함께하는 실내외 휴식 공간은 고객들에게 예술적 감성을 전해주고 있습니다.

현대프리미엄아울렛 주요 사업장 소개



- ① 스페이스원 아울렛
- ② 김포 아울렛
- ③ 송도 아울렛
- ④ 대전 아울렛

- ① 스페이스원 아울렛
- ② 김포 아울렛
- ③ 송도 아울렛
- ④ 대전 아울렛

현대백화점면세점

사업 소개

현대백화점면세점은 50년 유통 전문 현대백화점그룹에서 탄생한 프리미엄 면세점으로, 2018년 11월 럭셔리 뷰티와 한류의 중심지 강남에 첫 면세점(무역센터점)을 오픈하였습니다. 이후 2020년 2월과 9월에 국내 최대 규모의 관광 쇼핑 타운인 동대문과 세계 최대 글로벌 허브 공항인 인천공항(T1)에 면세점을 연이어 오픈하며 국내 대표 면세점으로 자리 잡았고, 쇼핑의 즐거움이 여행의 즐거움으로 바뀌는 특별한 경험을 고객에게 선사하고자 노력하고 있습니다. 2021년 10월에는 COVID-19로 여행객이 감소하여 해외 명품 브랜드들이 국내 면세점을 철수하는 상황 속에서도 현대백화점이 장기간 맺어온 파트너십을 통해 샤넬 뷰티 매장 유치에 성공하여 경쟁력을 강화하였습니다. 이러한 노력을 바탕으로 출점 4년 만에 시장 점유율이 4배 이상 증가했으며, 면세점 Big4로서 입지를 공고히 하였습니다.

업계 최초, 친환경 종이봉투를 사용하다

물류 과정에서 폐기물을 절감하고 친환경 패키징 소재를 확대하고 있습니다. 2018년 면세품 포장에 사용되던 비닐 완충캡을 줄이기 위해 면세점 업계 최초로 친환경 물류박스 'H그린박스'를 도입하여 물류 이동시 사용 하던 포장용 비닐 사용을 60% 이상 절감하였습니다. 2021년 6월부터 면세업계 최초로 고객에게 면세품 인도 시 사용되던 비닐백 사용을 전면 중단하고 친환경 종이봉투로 교체하였습니다. 현대백화점면세점은 해외 여행이 정상화될 경우 연간 50ton 이상의 비닐백 사용량이 줄어들 것으로 예상합니다.



- ① 무역센터점
- ② 동대문점
- ③ 인천공항점

현대백화점면세점 사업장 소개



지누스

지누스, 현대백화점과 하나가 되다

지누스는 침대 매트리스 및 가구 제조 판매 기업입니다. 2004년 첫 침구 제품 출시를 시작으로 2014년 미국 아마존에 입점하며 미국 온라인 매트리스 시장 강자로 부상하였고, 유럽 및 아시아 등 글로벌 시장으로도 사업 영역을 확장하고 있습니다. 현대백화점은 국내 유통 중심의 백화점 사업 영역을 '온라인'과 '글로벌' 분야로 확장하고, 성숙기에 있는 백화점 사업의 새로운 성장 동력을 확보하기 위해 2022년 5월 지누스를 인수하였습니다. 이를 통해 지누스의 글로벌 경영 노하우 및 사업 역량과 현대백화점의 내수 유통 역량, 생산 물류 시너지를 통해 국내 영업 확대와 생산 물류 효율을 극대화할 수 있을 것으로 기대합니다.

주요 제품 및 특징



간편한 배송



손쉬운 조립



높은 가성비



지누스 사업 확장 전략

제품 확장

매트리스 중심의 침실가구에서 거실가구, 아웃도어 퍼니처(Outdoor Furniture) 등 제품 확장을 통해 '세계 1위 온라인 가구 기업'으로 도약

지역 확장

미국 시장 성공 비즈니스모델을 바탕으로 향후 100개국 진출 목표
(국내 내수 시장·영업조직 강화 & SKU 확대)

채널 확장

최대 매출 비중을 차지하는 아마존 내 베스트셀러 점유 확대와
파트너십 기반의 타 유통 채널 내 경쟁력 강화

글로벌 판매법인

11^개

생산법인

6^개

기타법인 2개



매트리스



프레임



필로우



토퍼



Digital Transformation

현대백화점은 '고객을 행복하게, 세상을 풍요롭게'라는 그룹 미션을 디지털 관점으로 정의 및 재해석하여 온·오프라인(On/Off-line)의 경계를 허물고, 어디에서나 현대백화점만의 차별화된 서비스와 컨텐츠를 만날 수 있도록 디지털 환경을 조성하고 있습니다.

New Biz & Tech	Service	Data	Smart Work
<p>고객 DX(디지털 경험) 강화 위해 New 테크 도입, 신규 비즈니스 개발 • AI로봇, VR쇼룸, H.NFT, 언커먼스토어 등</p>	<p>고객 쇼핑 편의 개선, 직원 업무효율 향상을 위한 서비스 지속 개발/적용 • AI 챗봇, 비대면 결제, 통합APP 구축 (~23년)</p>	<p>온오프라인 통합 데이터 플랫폼 구축과 AI기반 마케팅 솔루션 도입으로 최적의 마케팅 환경 구축 • CDP(Customer Data Platform) • MA(Marketing Automation)</p>	<p>디지털 전담 조직 신설, 기획/생산/마케팅/IT/지원 등 각 경영요소에서 경제성과 효과성을 검증하여 효율 개선 추진</p>



무인 자동 결제 매장(Uncommon Store)

QR코드를 스캔하여 입장하고 자유롭게 쇼핑하는
국내 최초 자체 기술 기반 자동결제 매장



프리미엄 VR 쇼룸

현대백화점 프리미엄 브랜드의 실제 매장을
그대로 볼 수 있는 VR 매장



어린이 그림 그리기 대회 in 메타버스 MOKA 가든

대회 수상작 16점이 픽셀아트 NFT로 재탄생,
문화예술 메타버스 플랫폼 내 전시



THE
HYUNDAI

온&오프라인 통합된 디지털 현대백화점으로 차별적 경험과 가치 제공

ESG Management



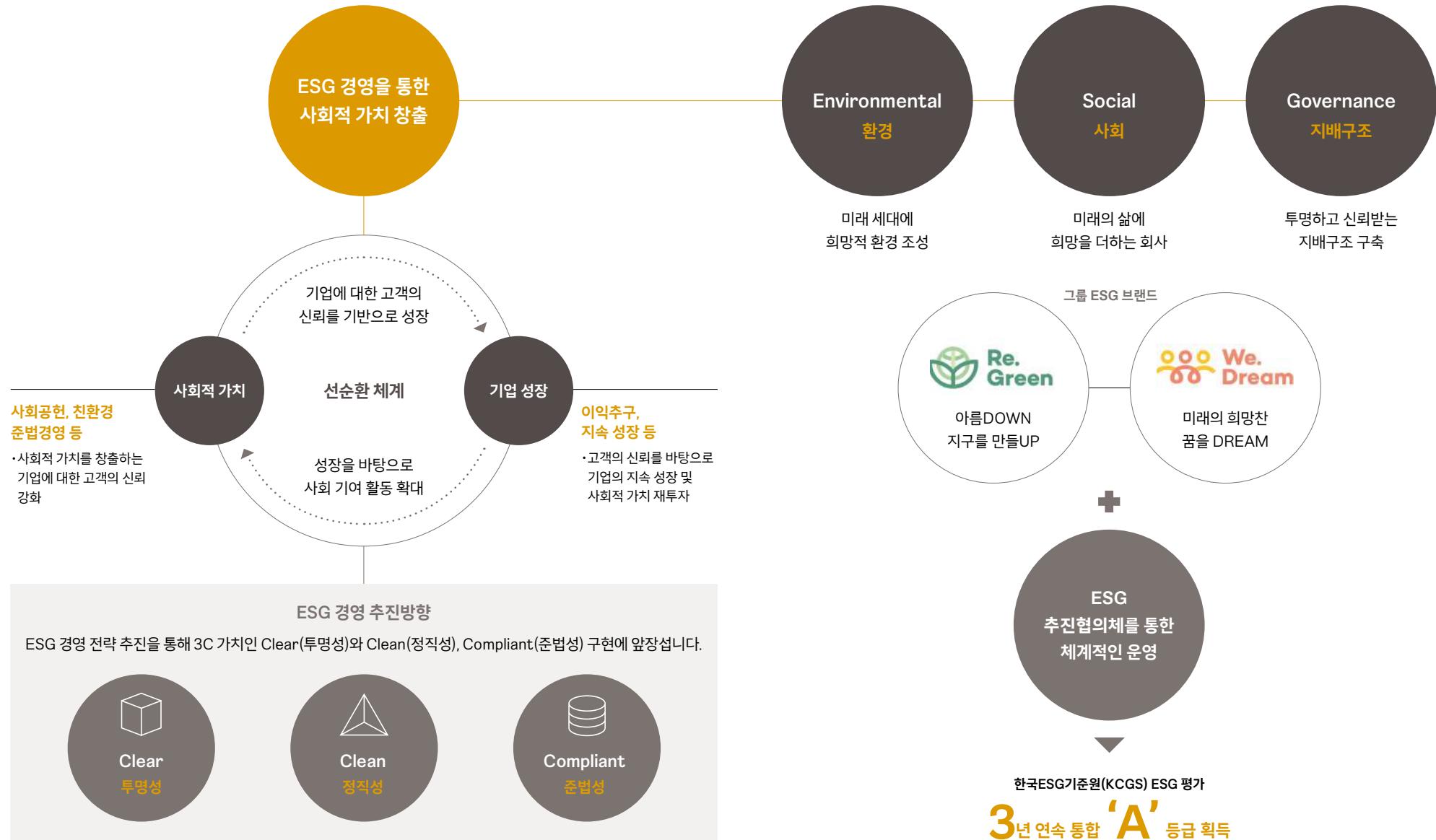
020 ESG 경영 체계

022 ESG 파트너십

023 중대성 평가

025 UN SDGs Commitment

ESG 경영 체계



ESG 거버넌스

현대백화점은 임직원들이 업무 전반에 걸쳐 ESG 관련 리스크에 대응하고 체계적으로 행동할 수 있도록 ESG 리스크 지침을 규정하여 전사적으로 공유하고 있습니다. 2021년 6월 이사회 산하에 ESG 관련 주요 전략을 결정하고 정책을 수립하는 사내 최고의사결정기구 ESG 경영위원회를 신설했습니다. ESG 경영위원회는 반기별로 개최하여 ESG 전략을 점검하고 성과를 관리·감독하는 역할을 하고 있습니다. 이와 더불어 대표이사 직속의 ESG 추진협의체도 구성해 ESG 실무를 전담하고 있습니다.

ESG 경영위원회

현대백화점은 ESG 경영 활동을 강화하고 체계적으로 실천하기 위해 2021년 6월 ESG 경영위원회를 신설했습니다. ESG 경영위원회는 사외이사를 위원장으로 하며, 사내이사 1명과 사외이사 3명으로 구성되어 있습니다. ESG 경영위원회는 친환경, 사회공헌, 안전보건 및 동반성장 등 ESG 전반에 관한 심의와 의결을 담당하고 있습니다. 2022년 2월 ESG 경영위원회에서는 사외이사 3명, 사내이사 1명, ESG 추진협의체 담당자들이 모여 현대백화점 온실가스 배출권 거래제 현황에 대해 토의하는 시간을 가졌습니다. 최근 7개년 온실가스 배출량 추이를 점검하고, 향후 감축 방향 및 국가 온실가스감축목표(NDC)에 맞춰 현대백화점의 온실가스 감축 전략 및 방향에 대해 논의하였습니다.

ESG 추진협의체

현대백화점은 전사적 차원에서 ESG 가치 창출 및 경영 활동을 체계적으로 실행하기 위해 최고지속가능경영책임자(Chief Sustainability Officer) 역할을 담당하는 영업본부장(부사장)을 ESG 추진협의체 위원장으로, 각 본부별로 ESG 관련 실무를 10년 이상 담당해온 책임자급 17명을 ESG 추진협의체 위원으로 하는 전담 조직을 2021년 4월 신설했습니다. ESG 추진협의체는 정기적인 회의를 통해 ESG 관련 아젠다를 발굴 및 점검하고 ESG 경영위원회를 보좌하는 역할을 담당하고 있습니다.

ESG 경영위원회 주요 안건

2021

- 2021년도 ESG 평가 결과
- ISO 14001 인증 획득
- 친환경 유공 포상 대통령 표창 수상
- 2021년도 동반성장 활동 결과

2022

- 독립 자원 순환 패키지 운영 계획
- 22년 현대백화점 안전보건관리 계획
- 당사 온실가스 배출권 거래
- ESG 경영위원회 위원장 선임
- 기업지배구조현장 개정

ESG 경영 추진 체계



ESG 파트너십

파트너스 커뮤니티

현대백화점은 경영 활동 전반에서 상호 신뢰를 바탕으로 직·간접적인 영향을 주고 받으며 지속가능한 사회환경적 가치 창출을 위해 고객, 임직원, 협력사, 지역사회, 정부·유관기관, 주주·투자자를 'ESG 파트너스'로 정하였습니다. 현대백화점은 각 파트너의 의견과 관심 사항 등을 지속적으로 파악하고 '지속가능경영보고서 2021'에 파트너들의 관심 이슈를 포함하기 위해 이들을 대상으로 설문조사를 진행하였습니다. 현대백화점은 설문 조사 및 파트너들과의 소통을 통해 모아진 의견을 ESG 경영 활동 전반에 지속적으로 반영하고자 노력하고 있으며, 주요 이슈에 대한 대응 계획과 이행 현황은 앞으로도 본 보고서를 통해 투명하게 공유할 계획입니다.

	관심 이슈	소통 채널
고객	<ul style="list-style-type: none"> • 고객 맞춤형 서비스 • 고객만족도 • 고객 건강 및 안전 • 개인정보보호 	<ul style="list-style-type: none"> • 공식 홈페이지 • VOC 고객의 소리 • SNS(유튜브, 인스타그램, 페이스북, 블로그, 포스트)
임직원	<ul style="list-style-type: none"> • 역량 개발 • 인권 및 노동 리스크 • 공정한 성과 보상 • 노사관계 • 임직원 건강 및 안전 	<ul style="list-style-type: none"> • 노사협의회 및 단체교섭 • 사내 온라인 시스템 • 고충처리 상담 채널
협력사	<ul style="list-style-type: none"> • 공정한 거래 관계 • 동반성장 • 공급망 지속가능성 • 공급망 리스크 관리 • 제품 품질 관리 	<ul style="list-style-type: none"> • 간담회 • 협력사 커뮤니티
지역사회	<ul style="list-style-type: none"> • 일자리 창출 • 지역사회 농가 지원 • 사회공헌 • 환경 영향 최소화 • COVID-19 대응 	<ul style="list-style-type: none"> • 사회공헌 활동 • 사회책임경영백서
정부·유관기관	<ul style="list-style-type: none"> • 윤리경영 • 공정거래 자율준수 • 온실가스·에너지 관리 • 비재무 공시 강화 	<ul style="list-style-type: none"> • 정책 관련 간담회 및 공청회
주주·투자자	<ul style="list-style-type: none"> • 재무 성과 창출 • 사업다각화 및 미래 성장 동력 강화 • ESG 리스크 관리 • 건전한 지배구조 • 투명한 정보 공개 	<ul style="list-style-type: none"> • 주주총회 • 분기별 실적 발표 • IR 미팅 • IR 홈페이지

중대성 평가

중대성 평가 프로세스

글로벌 지속가능경영 보고 가이드라인 GRI Standards 2021에 따라 중대성 평가를 실시하였으며, 현대백화점의 비즈니스가 경제, 환경, 사회적 측면에서 이해관계자에게 미치는 영향과 비용, 수익, 리스크 등 비즈니스에 미치는 영향을 종합적으로 평가하여 핵심 주제를 선정하였습니다.



중대성 평가 결과

지속가능경영 이슈 풀(30개)에서 중대성 평가를 통해 총 20개의 중대 이슈를 도출하였으며, 현대백화점 ESG 추진협의체의 내부 검토를 거쳐 현대백화점의 ESG 경영 추진에 가장 중요한 10개 핵심 주제를 선정하였습니다. 특히 현대백화점의 ESG 경영에 중요한 주제에 대해 '이중 중요성'의 개념을 적용하여, 1)현대백화점의 비즈니스에 미치는 영향, 2)비즈니스를 통해 이해관계자 및 사회, 환경에 미치는 영향을 파악하였습니다. 이를 ESG 경영 활동에 반영하여 긍정적인 영향은 늘리고 부정적인 영향은 지속적으로 줄여 나가고자 합니다.

Material Topics

핵심 주제	비즈니스에 미치는 영향			사회·환경에 미치는 영향				
	비용	수익	리스크	임직원	주주/ 투자자	협력사	고객	지역 사회
친환경 제품 및 서비스	○	○	○	○	●	●	●	○
지속가능한 포장	●	●	○	○	○	○	○	○
사회·환경적 가치 창출	○	○	●	○	○	○	●	○
책임 있는 협력사 관리	○	●	○	○	○	○	○	●
기후변화 대응	○	○	○	○	○	●	○	●
고객 안전 및 건강	○	○	○	○	○	○	○	○
인권경영	○	○	○	○	○	○	●	○
인재 확보 및 유지	●	○	○	○	○	●	●	○
폐기물 및 재활용	●	●	●	●	●	○	○	○
윤리·준법경영	●	●	●	○	○	○	○	●

Materiality Matrix



UN SDGs Commitment



핵심 주제(Material Topics) 관리

현대백화점은 UN의 지속가능개발목표(UN SDGs, Sustainable Development Goals)를 준용하며, ESG 경영 추진 방향과 관련이 높은 SDGs 목표를 중심으로 이행하고 있습니다. 현대백화점은 비즈니스 전반에서 사회·환경적 가치를 창출하여 지속 성장해 나가고자 하며, 이를 통해 UN SDGs의 목표 달성을 기여하고자 합니다.

핵심 주제	이슈의 중요성 및 영향	주요 활동	UN SDGs와의 연계	보고 위치
친환경 제품 및 서비스	친환경 인식의 확산으로 환경 친화적 소비를 실천하는 그린슈머(Greensumer)가 증가하고 있으며, 특히 구매 활동 전반에서 미치는 환경적 영향을 중요시합니다. 친환경 제품 및 서비스 확대를 통해 소비자의 니즈를 충족하고, 환경적 영향을 줄일 수 있습니다.	• 업사이클링 굿즈 프로젝트 • 서스테이너블 페어 '지구를 위한 소비생활 3.0'		37-39p
지속가능한 포장	소비자들은 제품의 포장에서도 환경적인 영향을 고려하여 구매합니다. 친환경 포장은 단순히 제품 보호의 역할을 넘어 소비자 구매 의사 결정에 중요한 요소가 되었습니다. 친환경 포장재를 통해 환경적 영향을 줄이고 브랜드 이미지를 향상시킬 수 있습니다.	• 독립 자원 순환 캠페인 'Project100' • 3R 정책 수립(Recycle, Replace, Reduce) 및 활동		32-36p
사회·환경적 가치 창출	사회·환경적 문제를 해결하기 위해서는 정부 외에 기업의 노력도 필요하며, 기업은 비즈니스에서 사회, 환경적 가치를 추구하여 혁신을 만들어 나가야 합니다.	• 365 리사이클 캠페인 • 상생협력 대표 브랜드 '명인명촌' • ESG 전문 편집매장 '리.그린(Re.Green)' • 현대아린이책미술관 MOKA		37-38p, 52p, 59-60p
책임 있는 협력사 관리	고객의 요구가 다양해지고, 글로벌 공급망 체계로 변화하면서 실제적, 잠재적인 공급망 리스크가 증가하고 있습니다. 안정적인 비즈니스를 위한 협력사 평가 체계와 상생협력할 수 있는 등장성장 문화와 투명한 거래환경을 조성해야 합니다.	• 협력사 ESG 평가 도입, 교육 및 컨설팅 • 공정거래 자율준수 체계 확립 • 투명한 거래환경 조성 • 동반성장 문화 정착 및 지속 확산		53-58p
기후변화 대응	2°C 지구온도 상승에 대비하여 사회 전부분의 기후탄력성 제고를 위해 정부는 기후변화 관련 정책을 펼치고 있습니다. 기업은 이상기후 현상이 사업장 및 시설 등에 미치는 영향이 매우 크다는 것을 인식하고, 온실가스 배출량 저감, 에너지 사용량 절감 등의 활동을 통해 기후변화에 대응할 수 있습니다.	• 탄소중립 중장기 로드맵 수립 • 환경영향시스템 ISO 14001 인증 획득(본사, 백화점 16개소) • 전력수요관리제도 도입		27-29p
고객 안전 및 건강	온라인 커뮤니티, SNS 등의 발달로 인해 소비자의 안전과 관련된 부정적인 이슈는 기업의 브랜드 이미지에 큰 영향을 미칠 수 있습니다. 소비자에게 품질이 보증된 상품을 제공하고, 정기적인 시설 점검을 통해 안전의 보장과 신뢰를 제공해야 합니다.	• 실내 공기질 관리 • COVID-19 대응: 안전관리 매뉴얼 수립		31p, 48p, 67p
인권경영	글로벌 표준에서는 인권에 대한 정책 수립과 내재화를 점점 더 중요하게 다루고 있습니다. 직장 내에서 근로자의 기본권을 보장하고, 임직원의 다양성(젠더, 장애, 인종)이 확보될 수 있는 환경을 만들어 주는 것이 필요합니다.	• 조직문화 • 여성 인력 지원 • PC-OFF 제도 도입 • 직장 내 괴롭힘 예방·대응 규정 제정 • 협력사원 근무 만족도 조사, 근무 환경 개선		44-45p, 74p
인재 확보 및 유타	새로운 기술을 접목하고, 소비자 트렌드의 변화를 빠르게 알아내기 위해서는 유능한 인재를 육성하고 함께 성장할 수 있어야 합니다. 교육을 통해 혁신에 필요한 핵심 역량을 강화하고, 구성원이 함께하고 싶은 조직문화를 만들어야 합니다.	• 핵심역량 강화 프로그램 '직급코스 패스제' • 전문인력 육성 프로그램 운영(DT전략가, 라이브커머스 진행 전문가 등) • OKR(Object & Key Results)제도 • 다면평가 제도		41-43p
폐기물 및 재활용	기업은 폐기물 발생으로 인해 사회, 환경적으로 미치는 영향을 고려해야 합니다. 폐기물이 생성되는 것을 방지하고 재활용되는 자원으로 변경하여 순환 경제를 구축하고 외부 영향을 줄일 수 있습니다.	• 종이 영수증 발급 Zero • 직원식당 음식을 처리장비 도입(본사, 백화점 16개소)		30p, 37p
윤리·준법경영	지속가능한 기업이 되기 위해서는 모든 비즈니스 과정이 윤리의식을 바탕으로 운영되어야 합니다. 고객, 주주, 협력사, 경쟁사, 임직원에 대한 윤리 의식을 내재화하기 위해 정기적인 교육과 모니터링 활동이 필요합니다.	• 윤리규범 및 행동강령 모니터링(임직원, 협력사) • 윤리경영 실천 서약서, 윤리경영 실천도 조사 • 윤리교육 • 상담 및 신고채널 운영 • 포시광고준수가이드		73-74p

Environmental



027 환경 경영

028 탄소 중립

032 자원 순환

037 친환경 문화 확산

환경 경영

환경 경영 방침

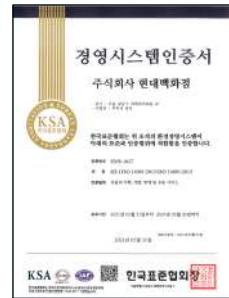
현대백화점은 '고객 생활 속 친환경 선도 기업'이라는 환경 경영 목표를 달성하기 위해 ESG 추진협의체를 구축하여 환경 경영을 체계적으로 실천하고 있습니다. 환경 리스크 관리를 핵심 요소로 인식하고 사업 활동 전 과정에 걸쳐 환경 방침을 반영하고 있으며, 관련 협약과 이슈 사항을 지속적으로 파악해 환경 경영에 앞장서고 있습니다.

- ① 환경에 관한 체계적 관리를 현대백화점 운영의 핵심 요소로 인식하고 리스크 관리를 통해 환경성과를 증진한다.
- ② 환경 목표를 정립하고, 이를 달성하기 위한 체계적인 실행계획을 수립하여 지속적인 환경성과 개선을 증진한다.
- ③ 국내·외 환경 법규와 협약을 준수하며 환경 경영 추진 및 개선을 위해 노력하고 그 성과를 대내외에 공개한다.
- ④ 중대한 환경 측면의 효과적 관리로 지역사회의 환경 보존에 이바지하며 효율적 에너지 이용으로 온실가스를 감축하여 지속 가능한 발전에 기여하는 사회적 책임을 다한다.
- ⑤ 전 직원에 대한 주기적 환경 교육을 실시하며 자발적인 환경성과 증진에 기여하도록 환경 경영 활동을 지원한다.

환경 경영 시스템

현대백화점은 2021년 5월 본사와 16개 백화점에 대해 환경 경영 시스템 국제 표준인 'ISO 14001' 인증을 획득하였습니다. 인증은 현대백화점의 그린 서비스, 그린 프렌즈, 그린 시스템 영역의 활동을 포함하고 있습니다. 현대백화점은 인증을 통해 글로벌 규제 및 표준에 부합하는 환경 관리 시스템을 운영하고 있으며, 연간 계획에 따른 이행 현황을 점검하여 개선해 나가고 있습니다. 또한 사업소별 환경담당자를 비롯한 전 임직원을 대상으로 정기적인 환경 경영 교육을 진행하여 환경 경영 역량을 강화하고 있습니다. 앞으로도 국내·외 환경 법규와 협약을 준수하고 지역사회의 환경을 보존하기 위한 다양한 노력을 전개해 나갈 계획입니다.

 환경 규제 관리



ISO 14001
(2021.05.31-2024.05.30)

환경 투자

현대백화점은 친환경 설비 도입 및 확대, 자원 효율화 설비 도입 등에 투자를 확대하여 환경 리스크를 대비하고 친환경 경영 역량을 강화하고 있습니다.

환경 투자 금액

단위: 백만 원



* 2020년 리뉴얼 및 신규 점포 대상 LED 조명 교체

친환경 경영 추진 체계

현대백화점은 ESG 추진협의체와 점포별 판매기획팀, 지원팀 환경 업무 담당자를 중심으로 체계적인 친환경 경영 활동을 추진하고 있습니다. ESG 추진협의체는 현대백화점의 영업전략 및 환경 경영 업무를 총괄하는 영업본부장이 CSO 역할을 담당하고 있으며, 상품본부와 경영지원본부 내 실무 부서가 협업 체계를 갖춰 환경 경영 관련 업무를 수행하고 있습니다.

친환경 경영 목표 및 추진 방향(~2023)

목표	고객 생활 속 친환경 선도 기업		
	추진 영역	그린 서비스	그린 시스템
2021 주요 과제	<ul style="list-style-type: none"> 건강과 환경에 해로운 소재·서비스 정책 개선 <ul style="list-style-type: none"> 포장 패키지 및 제도 개선 서비스 자원 절감(Paperless) 친환경 MD 확장 및 판로 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 환경에 이로운 설비·시설 구축 및 시스템 운용 <ul style="list-style-type: none"> 에너지 절감 및 자원 효율화 녹색 제품 및 서비스 구매 폐기물 처리 프로세스 개선 	<ul style="list-style-type: none"> 환경보호 실천을 위한 생활 속 문화 확산 <ul style="list-style-type: none"> 고객 참여 친환경 프로그램 동참 권유 커뮤니케이션 공익 사업
	<ul style="list-style-type: none"> 플라스틱 소재 친환경으로 전환 리사이클 방식 적용 쇼핑백 친환경 MD 및 행사 브랜딩 	<ul style="list-style-type: none"> 에너지 절감 설비 확대(LED 조명) 자원 효율화 설비 도입(용수, 종이) 친환경 경영 체제 구축 및 인증 추진 	<ul style="list-style-type: none"> 자원 순환 캠페인(업사이클링) 비대면 환경 정화(플로깅) 커뮤니케이션 강화 (뉴 미디어 활용)

탄소 중립

탄소 중립을 위한 중장기 로드맵

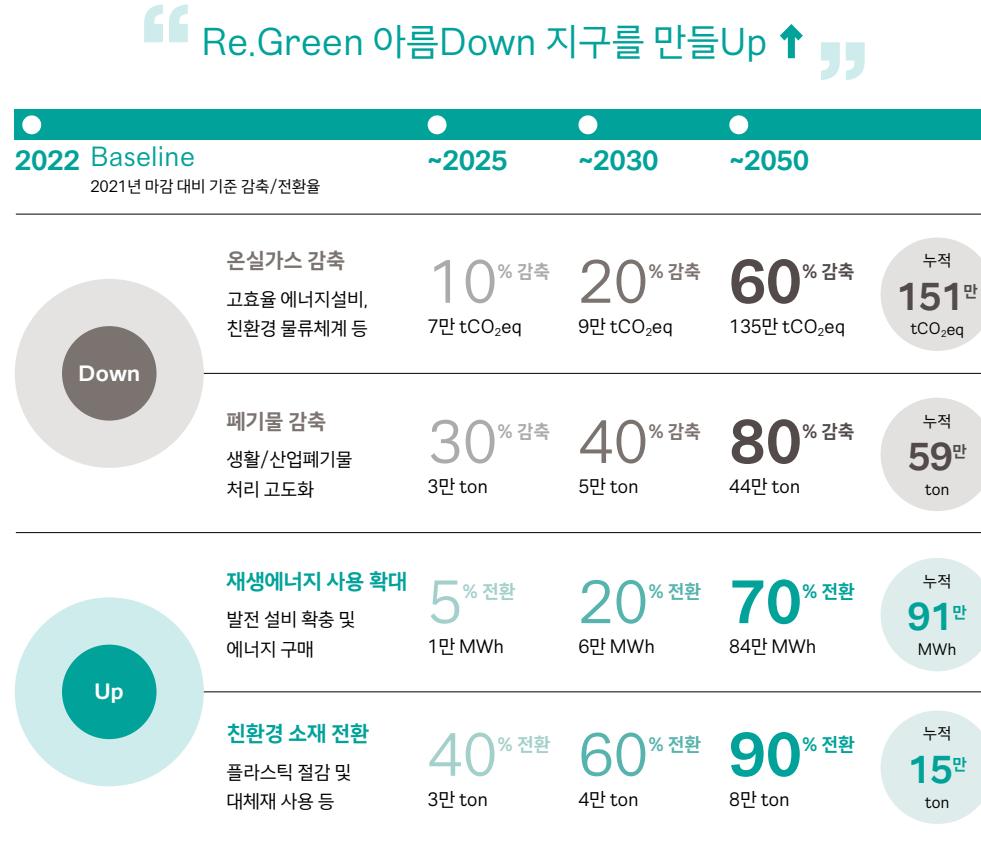
현대백화점은 2030년까지 온실가스 배출량을 2018년 대비 40% 감축하고, 2050년 온실가스 순배출량 제로를 달성하겠다는 정부의 탄소중립 로드맵을 지지합니다.

이를 기준으로 현대백화점의 탄소중립 로드맵을 수립하고 에너지 절감, 폐기물 감축 등 다각적인 감축 활동과 함께 탄소중립 실천 문화를 확산하는 데 앞장서겠습니다.



탄소중립 중장기 로드맵

현대백화점그룹 중장기 로드맵



현대백화점 중장기 목표*

2021년 대비 목표

* 향후 시나리오 분석을 진행하여 보다 체계적인 온실가스 감축 목표 로드맵을 수립할 예정

2025

2050

10.0 % 감축

60.8 % 감축

24.4 % 감축

95.2 % 감축

10.0 % 전환

77.2 % 전환

23.9 % 전환

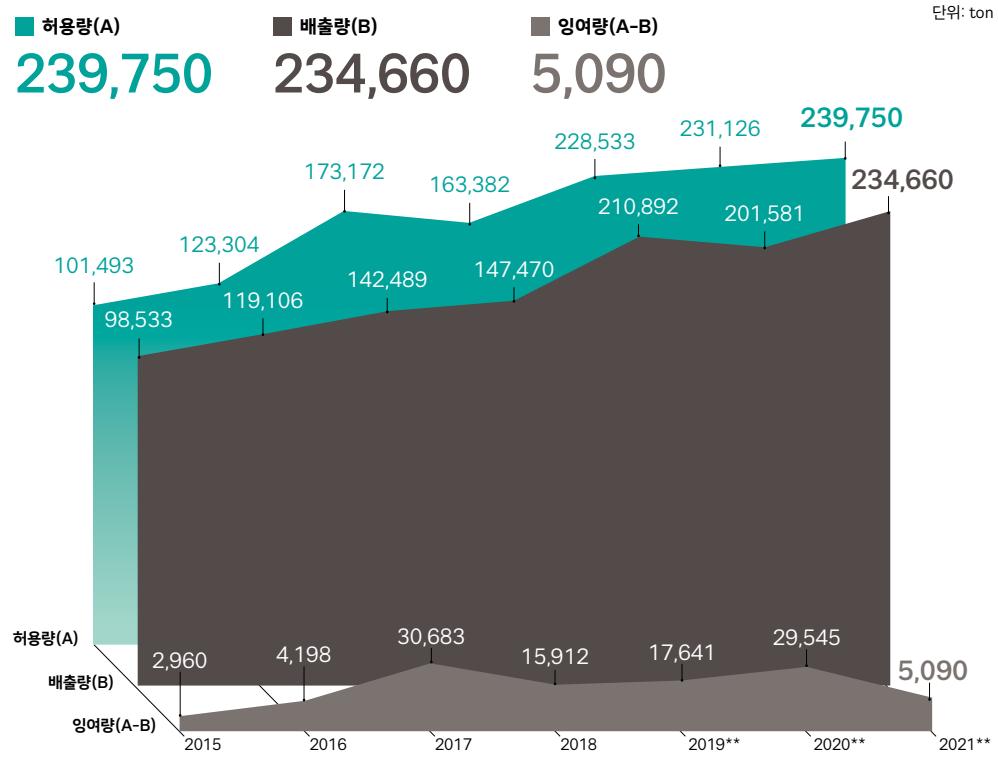
90.0 % 전환

온실가스 및 에너지 관리

현대백화점은 온실가스·에너지 목표 관리제(2014년) 및 배출권 거래제 대상 기업으로 지정된 이후 온실가스 배출량 및 에너지 소비량을 주요 기후변화 지표로 관리하고 있고, 매년 외부 검증기관을 통해 객관적으로 배출량 데이터를 관리하고 있습니다. 현대백화점은 태양광 등 재생에너지 활용, 대기전력 차단 등 고효율 설비 도입 및 교체, 공조 설비 가동 시간 조정, 전력수요 관리제도 참여 등 신기술 도입 및 설비 투자를 통해 매년 정부의 온실가스 지정 할당량 대비 감축을 통한 국가 에너지 감축 목표 달성을 지속적으로 기여하고 있습니다. 더불어 2019년부터 시행된 '온실가스 배출권의 할당 및 거래에 관한 법률'에 따라 2020년과 2021년에 온실가스 감축량 중 일부를 판매하였습니다. 또한 현대백화점은 CDP(Carbon Disclosure Project) 및 TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures) 등 기후 위기와 관련된 정보공개 이니셔티브에 따라 대응 관련 정보를 지속적으로 공개할 계획입니다.



온실가스 배출권 현황*



* 22년 7월, CDP(탄소정보공개프로젝트) 참여 완료

** 2014년 이후 총 10개 신규 점포 오픈

** 산출 기준: (※)한무쇼핑은 목표 관리제도가 적용되는 2019년부터 수치 반영

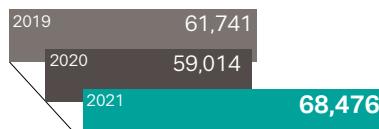


온실가스 배출량

현대백화점



한무쇼핑



합계



*산출 기준: (※)현대백화점 + (※)한무쇼핑

온실가스 배출권 거래 현황

구분	단위	2020	2021
판매량	ton	9,800	9,100

친환경 인프라 조성

대형 디지털 사이니지 운영

백화점 건물 외벽의 대형 현수막은 국내·외 백화점에서 트렌디한 이미지를 만들기 위한 주요 광고 수단으로 사용되고 있습니다. 현대백화점은 통상 점포당 연 12회 이상 제작하는 현수막을 과감히 철거하고, 최소 전력으로 구동되는 디지털 사이니지로 2020년부터 순차 대체*하고 있습니다. 현수막을 미디어로 대체함으로써 폐자원 발생을 줄일 수 있을 뿐 아니라, 중소 협력사의 광고 노출 지원과 신진 디자이너의 미디어아트, 정부 및 유관기관의 대국민 캠페인 등을 전파하는 등 공공재 역할도 수행하고 있습니다.

*천호점(2020년), 더현대서울(2021년)



현대백화점 신촌점 디지털 사이니지

태양광 설치

현대백화점은 태양광 발전 설비를 바탕으로 재생에너지를 활용하여 건물을 운영 중입니다. 사업소의 고유 상황과 날씨(일조량)에 따라 발전량의 편차가 생길 수 있기에 패널 외 설비 관리를 통해 발전량을 유지 및 향상시키고 있습니다. 태양광 발전 설비는 본사, 무역점, 천호점, 대구점, 판교점, 송도점, 대전점, 스페이스원에 설치되어 있습니다. 설치일부터 2021년 12월 말까지 위 8개소에서의 누적 발전량은 3,023,976kWh이며, 누적 전기요금 환수 금액은 441,501천 원/kWh입니다.



현대프리미엄아울렛 대전점 태양광 판넬

음식물 처리장비 도입

음식물 쓰레기는 수거하거나 처리(매립, 부패, 소각)하는 과정에서 많은 온실가스를 배출하기에 기후 위기와 직결되는 중요한 이슈 중 하나입니다. 현대백화점은 본사를 포함하여 17개 사업소 직원식당에 음식물 처리기를 도입하여 자체적으로 탄소 배출량을 절감할 수 있도록 지속적인 노력을 기울이고 있습니다. (연간 배출되는 음식물 폐기물 ▲1,700여 ton 감소) 순차적으로 식품관 공동작업장, 푸드코트 및 브랜드 전용 처리기 도입을 확대 검토하여 협력사와 함께 음식물 쓰레기 저감 활동을 지속적으로 추진할 계획입니다.

음식물 쓰레기 처리 장비 도입 기대효과

- 음식물 쓰레기 처리량 약 85% 절감 예상
- 환경 오염 및 온실가스 배출 저감



전기차 도입 및 전용 주차장 확대

현대백화점은 업무용 차량을 전기차로 전환하고 전기차 소유 고객들의 충전 니즈를 충족하기 위해 전기차 충전소를 도입·확대하고 있습니다. 고객을 대상으로 운영 중인 압구정본점 셔틀버스 7대를 전기차로 전환 하였으며, 현대프리미엄아울렛 송도점 옥외주차장에 초고속 충전이 가능한 전기차 충전소(E-pit)를 구축하는 등 본사를 비롯해 10개 백화점과 6개 아울렛 점포에서 총 56개의 전기차 충전소를 운영하고 있습니다. 또한 전기차 보급 확대에 맞춰 전기차 전용 주차면을 추가로 확보하는 등 전 사업소에 걸쳐 전기차 인프라 구축을 위해 노력하고 있습니다.



현대프리미엄아울렛 송도점 전기차 충전소

수자원 관리

현대백화점과 아울렛은 주로 수도권에 위치해 있습니다. 서로 인접한 지리적 위치로, 수자원 관리에 대한 인식을 더 긴밀하게 공유하며, 용수 소비량 절감과 재활용 확대를 위해 노력하고 있습니다.

현대백화점은 전 사업소의 용수를 효율적으로 사용하기 위해 연도별 절감 목표를 수립하여 추진하고 있습니다. 본사 탕비실 등에 절수 페달을 설치하고 효과를 분석한 후 전 사업소에 확대 도입할 계획입니다. 또한 본사를 비롯해 16개 백화점 점포에 중수도를 운영하여 용수를 재활용하고 있습니다.

이러한 노력을 통해 현대백화점은 2021년에 245,498ton의 용수를 재활용하였습니다.

용수 재활용량(중수사용량)

단위: ton



실내 공기질 관리

세계보건기구(WHO) 산하 국제암연구소(IARC)에서 발표한 1군 발암물질인 미세먼지에 대한 이해관계자들의 우려가 커지고 있으며, COVID-19로 인해 실내 공기질에 대한 이해관계자들의 관심이 높아지고 있습니다. 백화점은 다중이용시설로 고객의 건강을 보호하고 환경상의 위험을 예방해야 하는 책임이 있습니다. 당사는 미세먼지(PM10, PM2.5), 이산화탄소(CO₂), 포름알데히드(HCHO), 라돈(Rn), 휘발성유기화합물(VOC) 등을 측정하고, 관련 법령에 따른 기준보다 엄격한 내부 기준으로 관리하고 있습니다.

측정 기간: 2022.03.02 ~ 2022.03.29

실내 공기질 측정

구분	측정 항목							
	PM10(µg/m³)	PM2.5(µg/m³)	CO ₂ (ppm)	HCHO(µg/m³)	CO(ppm)	NO ₂ (ppm)	Rn(Bq/m³)	VOC(µg/m³)
최대값	66.3	37.5	819.0	36.2	6.7	0.053	24.7	381.6
최소값	6.1	3.9	401.0	2.7	0.6	0.012	7.1	58.8
평균값	24.6	11.7	542.9	10.6	1.6	0.027	13.9	143.2
법정 기준치	≤ 100	≤ 50	≤ 1,000	≤ 100	≤ 10	≤ 0.1	≤ 148	≤ 500

자원 순환

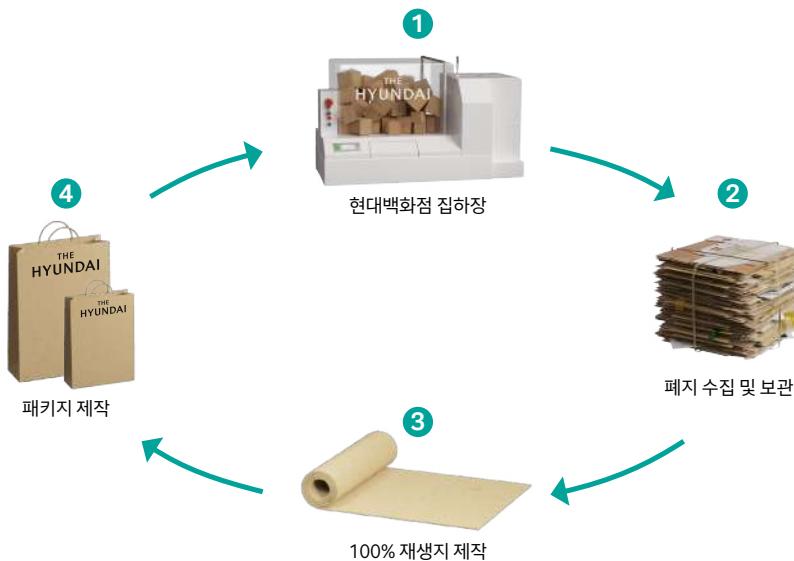
Special Case. Project 100

리사이클 방식 적용한 쇼핑백

독립 자원 순환 캠페인 'Project 100'

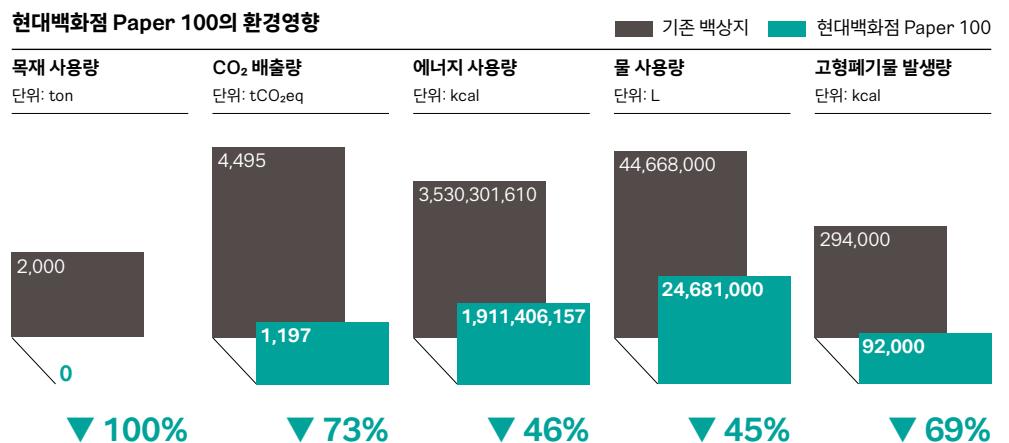
현대백화점은 2022년부터 독립 자원 순환 시스템을 구축하여 운영하고 있습니다. 업계 최초 시도인 자원 순환 캠페인 'Project 100'은 점포에서 발생하는 폐기물을 스스로 회수·수집해 원료화하고 이를 활용해 필요한 물건을 만드는 행위로, 자원 절약과 탄소 배출 감소를 위해 기업 내 시스템을 변화 및 발전시키는 것이 그 목표입니다. 2021년 현대백화점 자체 조사 결과, 점포에서 발생하는 폐자원의 90% 이상이 폐지였으며 전점 기준 연간 약 8,700ton의 폐지를 발생했습니다. 그리하여 재생 자원의 첫 대상으로 폐지가 선정되었으며, 1년 5개월에 걸쳐 사내 자원 순환 체계를 정립하였습니다. 현대백화점은 자원 순환 시스템 정립 과정과 방식에 있어 객관성을 확보하고 환경 영향 평가를 정확히 예측 및 실천하기 위해 서울대학교 산학연구팀 등 여러 전문가와 함께 프로젝트를 수행하였습니다. 현대백화점은 독립 자원 순환 시스템을 통해 100% 재생지 '현대백화점 Paper 100'을 제작하여 기존 쇼핑백 사용을 중단하고 친환경 쇼핑백을 전면 도입하였습니다. 2022년 2월 더현대서울과 판교점에 시범 도입한 이후 고객의 의견을 반영해 보완점을 개선하고 전 점포를 대상으로 사용을 확대하였습니다.

독립 자원 순환 시스템을 통한 친환경 쇼핑백 개발

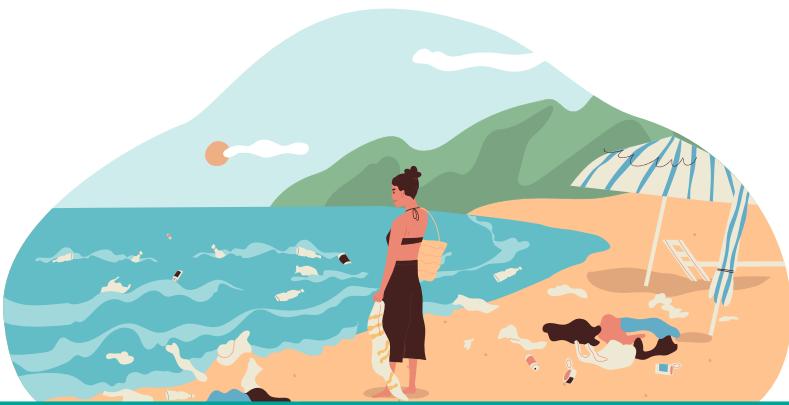


'Project 100'이라는 캠페인명은 재생 소재를 100% 활용했다는 점과, 친환경 경영에 대한 앞으로의 의지를 표현하고자 만들어졌습니다. 현대백화점은 구축된 자원 순환 시스템을 통해 기존 일반 펄프로 제작된 쇼핑백 사용 대비 연간 나무 약 1만 3,200그루(약 2,000여 ton)를 보호하고, 약 3,298ton의 이산화탄소(CO₂) 배출을 절감하는 효과가 있을 것으로 예상합니다. 앞으로도 현대백화점은 자원 순환 시스템 적용 범위를 지속적으로 확대하여 친환경 경영 의지를 고객과 지역사회에 공유하고자 합니다.

현대백화점 Paper 100의 환경영향

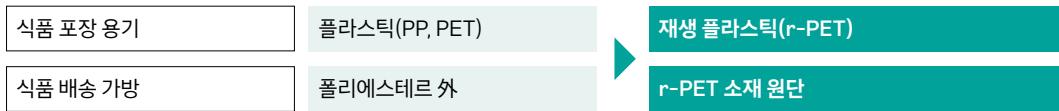


3R 정책



플라스틱 오염은 국내뿐 아니라 전 세계가 함께 인식하고 있는 환경 오염의 주요 원인입니다. 플라스틱의 편리성과 COVID-19의 장기화로 인해 플라스틱 사용량은 매년 증가하고 있습니다. 현대백화점은 지구촌의 구성원으로서 '플라스틱 문제를 해결하기 위해 실천할 수 있는 방안이 무엇일까'라는 고민을 통해 이미 존재하는 플라스틱 사용을 줄이고, 재활용하며, 대체 가능한 소재를 사용하고자 3R 정책을 수립했습니다. 해당 정책을 기준으로 앞으로도 플라스틱 제로화를 위해 전사적인 노력을 기울이며, 지역사회가 함께 동참할 수 있는 '친환경 플랫폼'으로 앞장서겠습니다.

Recycle



Replace



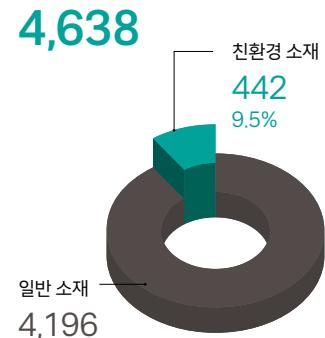
Reduce



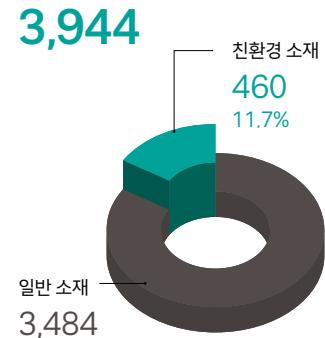
친환경 소재 포장재 적용 현황

단위: 백만 원

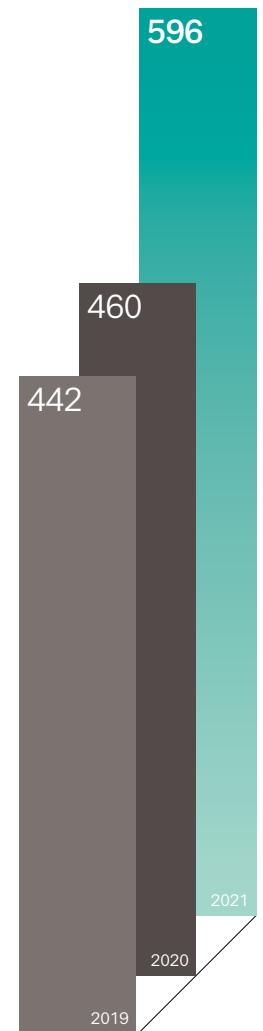
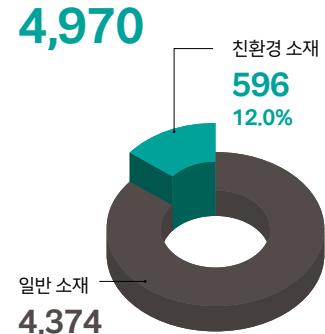
2019



2020



2021



Recycle

재생원료 사용 확대

안전하고 환경을 위한 식품 포장 용기

현대백화점은 2021년 그룹사인 현대L&C가 보유한 인테리어 필름 제작 기술인 '멀티 레이어(Multi-Layer) 시트'를 활용하여, 백화점 최초로 재생 PET 소재 원료를 적용한 식품 포장 용기를 도입하였습니다. 식품이 닿는 면(10%)에만 새 PET 원료를 사용하고, 나머지 부분(90%)은 재생 원료를 사용해 새 플라스틱 원료 사용을 최소화하면서 안전성은 극대화한 것이 특징입니다. 2021년 총 4개 규격의 용기를 출시해 약 10만 개를 사용하였으며, 2022년에는 더 다양한 규격의 용기를 개발하여 운영할 계획입니다.

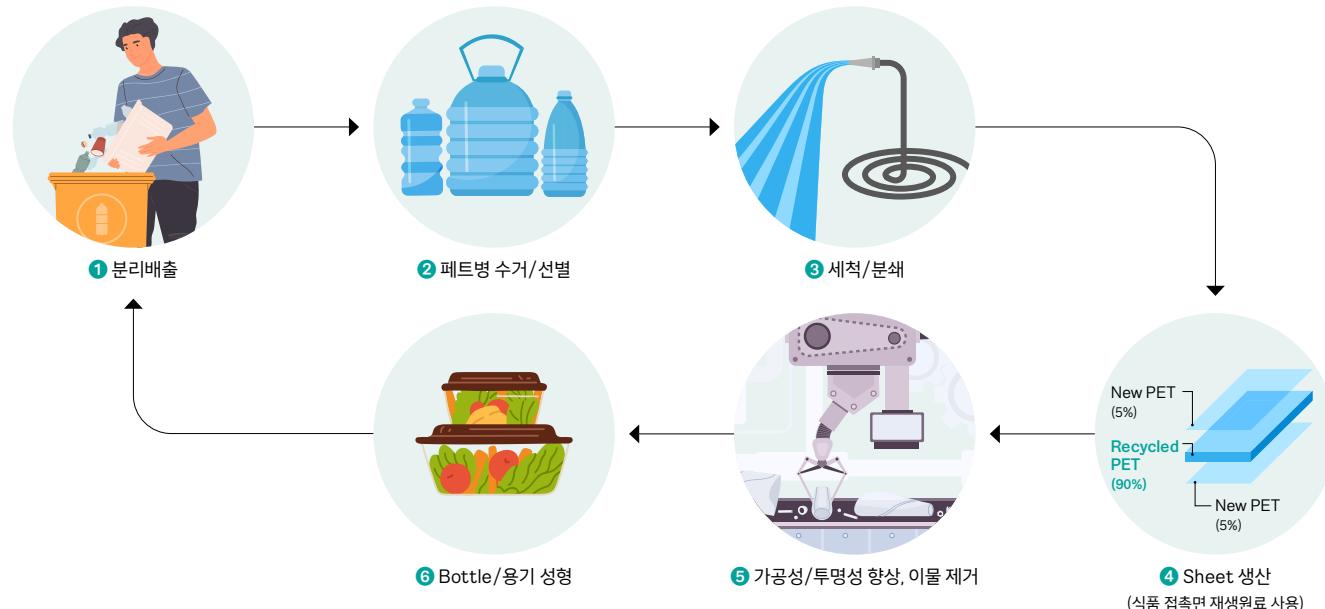
2021 THE HYUNDAI r-PET Project 성과

페트병 **1.27 ton 수거***

* 고객으로부터 수거하여 재생 플라스틱 팩 등으로 활용됨



재생 플라스틱용기 개발과정



친환경 보냉 가방(r-PET)

현대백화점은 투홈 새벽배송과 명절 선물세트에 재생 PET를 원자로 한 리사이클 섬유로 보냉가방을 제작해 사용하고 있습니다. '투홈 보냉백'은 페페트병 40개를 활용해 제작되었습니다. 여러 번 재사용이 가능하여 배송시 사용되는 포장재 등을 줄일 수 있을 뿐 아니라, 실용적인 디자인으로 캠핑 등 다양한 야외 활동에도 상시 사용가능한 것이 특징입니다. 선물세트 보냉가방 역시 리사이클 PET 소재를 활용해 제작되었습니다. 2021년 추석 기준, 정육·생선 선물세트의 80% 가량을 리사이클 PET 소재 보냉가방으로 전환하였고, 2022년 추석까지 곶감 품목도 더해 총 214개 전 품목에 친환경 보냉가방을 적용할 계획입니다.



Replace

플라스틱 제로화

선물세트 스티로폼 포장재, 종이로 변경

현대백화점은 명절 선물세트 포장에 사용해왔던 신선도 및 품질 유지를 위한 스티로폼 박스를 종이로 전환하여 플라스틱 사용을 줄여 나가고 있습니다. 2021년 추석 기준, 정육·수산 선물세트 37%를 종이 소재로 전환하였으며, 2022년 추석까지 50% 이상의 전환율을 달성하는 것이 목표입니다. 또한 현재 전환이 어려운 냉동 선물세트의 경우에는 지속적인 연구로 대체 방안을 마련해 선물세트에 스티로폼 사용을 최소화하도록 노력하겠습니다.

환경보호에 디자인도 인정받은 과일 바구니

백화점 과일 바구니에 사용되는 소재는 보통 라탄 소재입니다. 보기에는 좋지만 결국 분리배출시 일반 쓰레기로 버려야 하는 애물단지로 변합니다. 현대백화점은 재활용이 가능한 종이원단을 바구니 본체에 적용한 친환경 과일 캐리어를 2021년 2월 업계 최초로 선보이고, 현재 전 점포에서 운영하고 있습니다.

종이 소재지만 약 25kg까지 지탱할 수 있어 기능성도 갖춘 친환경 과일 캐리어는 산업통상자원부가 주최하는 '2021 우수디자인(GD) 상품 선정'에서 동상을 수상하며 환경을 생각하는 디자인으로 인정받았습니다.



종이 보냉 박스 도입



친환경 과일 캐리어



친환경 보냉제 및 배송 박스

격식에 환경까지 생각한 와인 패키지

현대백화점은 가죽, 천 등 와인사별로 특색있게 운영됐지만 재활용이 어려웠던 와인 패키지를 2021년, 업계 최초로 종이 패키지로 변경하였습니다. 2021년 도입 후 2022년 설까지 약 25,000개 패키지를 사용하였으며, 와인 파손 방지용 완충제 또한 친환경 소재로 변경하는 것을 검토 중에 있습니다.

무더위도 견디는 친환경 배송 박스

현대백화점은 신선식품 배송시 선도 유지와 상품 변질 방지를 위해 사용해오던 스티로폼 박스와 보냉제 대신, 100% 재활용 가능한 종이 단열재가 적용된 친환경 보냉재(라이너)와 배송 박스를 도입하였습니다. 친환경 보냉제 및 배송 박스는 스티로폼과 동일한 수준의 보냉 성능을 확보한 것은 물론, 재활용 가능한 종이로 자원 순환성을 높인 것이 특징입니다.

Reduce

플라스틱 사용 최소화

친환경 종이컵 도입

우리가 평상시 자주 사용하는 일회용 종이컵은 안쪽 면에 플라스틱의 일종인 폴리에틸렌(PE) 코팅이 되어 있어 재활용이 매우 어렵습니다. 현대백화점은 2022년 3월 백화점 전점에서 운영 중인 카페H와 우수 고객 라운지에서 사용하던 종이컵을 업계 최초로 재활용이 가능한 친환경 종이컵으로 변경하였습니다. 2021년 사용량 기준으로 연간 620만 개의 종이컵을 친환경 종이컵으로 변경함에 따라 연간 125ton의 플라스틱 사용을 줄일 수 있을 것으로 예상되며, 매년 약 300ton의 이산화탄소 감축 효과가 있을 것으로 기대하고 있습니다.

다회용기 사용 반찬 매장 확대

현대백화점은 2021년 더현대서울에 다회용기 반찬 정기 배송 매장을 시범 운영하였습니다. 구매 고객의 약 70%가 재구매율을 보일 정도로 다회용기 사용에 대해 좋은 반응을 확인할 수 있었습니다. 이에 2022년 4월 암구정분점, 무역센터점, 목동점에 다회용기 반찬 매장을 확대하였고 협력사와 협의해 친환경 용기 개발, 추가 매장 확대 등을 검토하고 있습니다.

대체 일회용기

저감 탄소 소나무 환산값

25,688개 1,717그루



친환경 종이컵 도입



다회용기 활용 확대

식품관 상품 포장 간소화

현대백화점은 식품관 내 상시 판매되고 있는 상품들 중에서 품질과 선도에 이상이 없는 상품들을 선별하여 랩과 같은 불필요한 플라스틱 포장재 사용을 절감하고 있습니다. 대표적으로 2021년에 기존 랩 포장이 적용됐던 과일·야채 품목 50%에 랩 사용을 중단하였으며, 치즈 일부 품목 포장시 상시 사용되던 스티로폼도 종이로 전환해 운영하고 있습니다. 현대백화점은 앞으로도 식품 협력사와 함께 식품 포장시 사용되던 불필요한 플라스틱 트레이, 종이 슬리브(띠지) 등을 사용하지 않을 계획입니다.

백화점 내부 광고 디지털로 전환

현대백화점은 매장 내 필수 정보를 알려주는 일회성 광고물을 플라스틱 필름 소재 배너, 종이 POP로 운영해 왔습니다. 시시각각 변하는 다양한 정보를 담기에는 한계가 있다고 판단해 2022년 6월 무역센터점에 DID(Digital Information Display)를 시범 도입해 운영하고 있으며, 2023년까지 전 점포에 120대를 설치하여 연간 제작되는 플라스틱 배너 광고물 3천 개를 대체할 계획입니다. 이외에도 종이만 사용한 지주형 안내판, 재생지로 제작한 명절 가이드북 등 인쇄가 필요한 광고물에 친환경 소재를 활용하고 있습니다.



무역센터점에 우선 도입된 친환경 광고 미디어

친환경 문화 확산

생활 속 친환경 문화

365 리사이클 캠페인



현대백화점은 2015년부터 매년 2회에 걸쳐 '365 리사이클' 캠페인을 운영하고 있습니다. 이 캠페인은 고객으로부터 현 옷·신발·가방 등 재판매 가능한 품목을 기부 받아 사회공헌 활동에 사용하는 캠페인입니다. 기존 압구정본점 등 경인 지역 10개 점포에서, 2021년부터는 전국 16개 점포로 확대 운영하고 있습니다.

현대백화점은 이 캠페인을 통해 2021년까지 10만여 명의 고객에게 의류와 잡화 등 약 60만 점을 기부 받았습니다. 기부 물품은 아름다운 가게를 통해 재판매하고, 여기서 발생한 수익금과 현대백화점의 자체 기금을 더해 청각장애 아동 수슬비와 소외계층 방한용품 지원 등에 사용하였습니다. 2019년부터는 미세먼지에 취약한 서울 시내 초등학교에 공기정화식물을 보급하는 '교실 숲 조성 사업'에 쓰이고 있습니다. 현재까지 총 27개 학교 600여 개 학급에 공기정화식물 5,400여 그루를 전달하였습니다. 2022년에는 수거 품목을 종이류와 플라스틱(PET)류까지 확대하여 폐기물 절감과 자원 순환의 의미를 더해 운영하고 있습니다.

종이 영수증 제로화

현대백화점은 재활용 불가한 종이 영수증 절감을 위해 2020년 3월에 전자 영수증 시스템을 개발하였습니다. 하지만 오랜 기간 체득화된 '영수증 주고받기' 문화가 단시간에 바뀌기는 어렵다고 판단했습니다. 이에 2022년 4월부터 현대백화점에서 고객들이 결제 시 대부분 사용하는 'H포인트 적립 시스템'과 연계하여 H포인트를 적립하는 고객 대상으로는 종이 영수증이 자동으로 출력되지 않는 시스템을 개발하였습니다. 고객들이 전자 영수증을 통해 구매 내역을 확인할 수 있는 방식으로 기존보다 강력한 정책을 도입, 운영하고 있습니다.

전자 영수증 시스템을 통한 탄소 배출량 저감 성과*



* 영수증 1건 당 1.776g 탄소 배출



탄소중립실천포인트 제도 참여



현대백화점은 환경부와 한국환경공단이 2022년 1월부터 시행한 '탄소중립실천 포인트' 제도에 참여하여 고객의 친환경 실천을 유도하고 있습니다. 이 제도는 다양한 탄소중립 실천 활동에 참여한 만큼 현금으로 사용할 수 있는 포인트를 적립해주는 제도로, 현대백화점에서 전자 영수증을 사용하면 발급 실적에 따라 포인트를 받을 수 있습니다.

그린 VIP 캠페인

현대백화점은 생활 속 친환경 문화 확산을 위해 2020년부터 친환경 활동에 참여하는 고객에게 VIP 혜택을 제공하는 '그린 VIP' 캠페인을 시행했고, 2021년부터 참여할 수 있는 활동과 VIP 혜택 제공 기간을 확대 운영하고 있습니다. 이에 따라 반기마다 구매 금액에 상관없이 일상에서 쉽게 할 수 있는 친환경 활동에 참여한 현대 백화점 카드 회원에게 엔트리 VIP 등급인 '그린' 혜택을 제공하고 있습니다. 2021년에는 2주 동안 1만 명이 넘는 고객이 참여하여 총 1,100여 명이 VIP 혜택을 받았습니다. 현대백화점은 고객이 친환경에 더욱 관심을 가질 수 있도록 친환경 캠페인이나 제도를 지속적으로 도입하고 확대해 나갈 계획입니다.

'그린 VIP' 캠페인 참여 방법(2021년)

- 집에서 안 쓰는 플라스틱 용기 가져오기
- 음식 포장 시 다회용기 사용하기
- 테이크아웃(Take-out) 시 일회용 수저 받지 않기
- 텁블러를 가져와 백화점 내 무료 음료 라운지(H카페) 이용하기
- 전자 영수증 발급받기
- 플로깅(Plogging) 참여하기
- 재판매 가능한 의류 및 잡화 가져오기
- 저탄소 인증 받은 제품 구매하기
- 사용하지 않는 휴대폰 가져오기
- 친환경 장바구니 사용하기
- 현대식품관에서 다회용기로 포장된 품목 구매하기

11대 친환경 활동 중 5개 이상 참여

16개 각 점포 사은 데스크에서 인증

'그린' 등급 부여

업사이클링 굿즈

현대백화점에서 사용하고 버려지는 대형 현수막의 양은 1년간 약 3ton으로, 이를 소각하는 과정에서 약 879kg의 이산화탄소가 발생합니다. 현대백화점은 버려지는 자원을 최소화하고 지속가능한 소비문화를 확산하기 위해 '업사이클링 굿즈' 프로젝트를 추진하고 있습니다. 2021년 첫 번째 프로젝트를 통해 약 2.3ton의 이산화탄소 배출 감축 효과가 발생하였습니다. 현대백화점은 백화점에서 사용 후 버려지는 현수막과 고객 캠페인 및 협력사 협업을 통해 수급한 자원을 업사이클링하여 상품으로 개발하는 프로젝트를 지속해 나갈 예정입니다.

탄소 배출량

2021년 12월 기준

현수막 업사이클링 굿즈

'2.3^{ton}

업사이클링 캠페인

현대백화점은 2020년부터 COVID-19 장기화로 인한 배달음식 소비와 함께 급증한 플라스틱을 수거해 재활용하는 캠페인을 진행하였습니다. 환경부와 함께 전국 15개 점포에서 플라스틱 용기 수거 캠페인 '플레이 그린 프렌즈(Play Green Friends)'를 진행하였으며, 수거한 폐플라스틱을 사회적 기업과 함께 친환경 재생 화분으로 제작하여 서울시 내 초등학교에 전달하였습니다. 고객 편의를 고려하여 2021년 진행한 '데님 업사이클링 캠페인'은 더현대닷컴 플랫폼을 활용해 비대면 프로세스로 진행하였습니다. 1,500명의 고객이 참여하여 5천 벌의 데님을 수거하였으며, 수거한 데님은 입점 협력사와 연계하여 업사이클링 굿즈로 개발할 계획입니다.



업사이클링 굿즈



데님 업사이클링 캠페인

지속가능 MD

ESG 전문 온라인 편집매장 '리.그린(Re.Green)'



현대백화점은 백화점에 미입점된 중소기업 브랜드 중 친환경적이고 윤리적 라이프스타일을 표방하는 기업 상품 판매를 위해 2020년 9월 더현대닷컴 내 '그린프렌즈관'을 신설하였습니다. 이후 지속가능성을 갖춘 상품으로만 구성된 ESG 전문 편집매장 '리그린(Re.Green)'을 통해 참여 브랜드 수와 상품 수를 대폭 확대 운영하며 지구와 환경을 위한 지속가능한 라이프스타일을 제안하고 있습니다. Re.Green에서는 현대백화점의 자체적인

지속가능상품 운영 기준에 따라 선별한 72개 국내·외 패션·아웃도어·화장품 브랜드의 상품 1,725개를 판매하고 있습니다. 더불어 현대백화점에서 직접 친환경 소재를 사용하여 Re.Green 브랜드 상품을 개발하고 있습니다. 현대백화점은 친환경 제품 및 공정한 생산과정을 거친 상품을 찾는 고객의 가치 소비를 위해 참여 브랜드와 상품을 지속해서 확대할 계획입니다.

리.그린관 지속가능상품 운영 기준

친환경 소재	동물복지	탄소발자국 저감	사회발전 기여
구분	지속가능상품 운영기준 예시		
친환경 소재			
자연환경을 오염시키거나 파괴하지 않고 자연 그대로의 환경과 어울리는 소재·성분의 상품	<ul style="list-style-type: none"> bluesign® Global Recycled Standard(GRS) Recycled Claim Standard(RCS) OCS(Organic Content Standard) GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD Responsible Down Standard Responsible Wool Standard 	<ul style="list-style-type: none"> OEKO-TEX® STANDARD100 TENCEL™ TENCEL™ MODAL 리사이클 원단 - ECONYL®/RWS/RMS/Regen VEGEAT™ Piñatex® 추적 가능한 자연성분 기타 추적 및 증명이 가능한 인증·자격 	
동물복지			
동물성 제품과 부산물이 들어가지 않거나 동물 실험을 하지 않은 상품	<ul style="list-style-type: none"> 국내 동물복지 인증 EVE VEGAN Vegan society V-Label 	<ul style="list-style-type: none"> Vegan action PETA 한국비건인증원 기타 추적 및 증명이 가능한 인증·자격 	
탄소발자국 저감			
이산화탄소 발생량을 감소시키는 데 기여하는 상품	<ul style="list-style-type: none"> 친환경 포장 <ul style="list-style-type: none"> - FSC(Forest Stewardship Council®) - 무염소표백(Elemental Chlorine Free)/ 생분해 봉투/EL724 	<ul style="list-style-type: none"> 환경부 탄소발자국/저탄소 인증 제품 Carbon footprint 기타 추적 및 증명이 가능한 인증·자격 	
사회발전 기여			
지속가능 소비를 추구하는 상품	<ul style="list-style-type: none"> Flo/WFTO 인증 사회적기업/예비 사회적 기업 지정 기업 1% for the planet 회원 기타 추적 및 증명이 가능한 인증·자격 	<ul style="list-style-type: none"> EMAS(The EU Eco-Management and Audit Scheme) WMF(Well Managed Forest) GRP 수익금의 일부를 지속가능활동에 활용 	

서스테이너블 페어 '지구를 위한 소비생활 3.0'

지속가능성이라는 화두 아래 환경과 미래를 생각하는 생산자와 소비자의 자발적 행동이 확산됨에 따라, 현대백화점은 유행과 지속가능한 소비를 선도하는 유통업계의 책임감을 느끼고 생산자와 소비자 간의 연결고리 역할을 하고자 했습니다. 이에 지속가능성 메시지를 발신하는 서스테이너블 페어를 기획하게 되었습니다. 2020년부터 매년 '지구를 위한 소비생활'이라는 타이틀로 행사를 기획하고 지속가능 소비에 대한 문화를 전파하기 위해 노력해왔습니다. 제로웨이스트, 비건뷰티 등 지속가능성을 지향하는 MD 페어와 업사이클링 DIY 클래스, 친환경 테마의 전시 및 강연 그리고 플라스틱 병뚜껑 모으기 캠페인 등 다양한 고객 참여형 콘텐츠를 통해 지속가능한 소비생활을 제안하고 친환경 문화 선도에 힘쓰고 있습니다.



서스테이너블 페어 활동

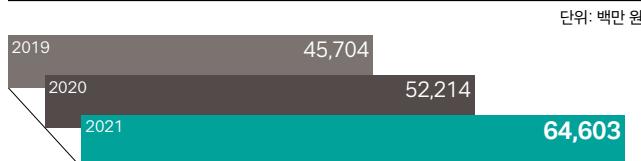
2020.06	2021.09	2022.06
●	●	●
지구를 위한 소비생활 무역점	지구를 위한 소비생활 2.0 목동점	지구를 위한 소비생활 3.0 더현대서울
• '물건 판매(위마켓)와 체험형 컨텐츠인 클래스 (문화센터)'를 결합한 행사 전개	• 화장품 리필 가능 스테이션 시도 및 새로운 친환경 브랜드 팝업형 행사 전개	• 지속가능한 MD 큐레이팅 및 점내 친환경 캠페인과의 연계

녹색 소비

동물복지 인증

최근 가치 소비가 트렌드로 떠오르면서 유기농을 넘어 사육 환경까지 꼼꼼히 확인하는 고객들이 늘어나고 있습니다. 현대백화점은 2014년 국내 최초 동물복지 인증을 받은 돼지고기를 판매한 이래로, 2020년 동물복지 인증 계란, 닭고기 등으로 동물복지 인증 상품을 확대하여 운영하고 있습니다. 2021년 5월에는 '국내 1호 동물복지 인증 한우'인 만희 농장 한우를 유통업계 최초로 선보였습니다. 앞으로도 동물복지 인증 제품의 판로 확대와 홍보 강화를 위해 상품을 발굴하고, 가치 소비를 지향하는 고객들에게 지속적으로 제안해 나갈 계획입니다.

녹색 인증 제품 매출



구분	2019	2020	2021
식품	22,654	23,593	24,516
리빙	22,372	27,899	39,353
생활	678	722	734
합계	45,704	52,214	64,603



탄소 중립 실천

친환경 기술·녹색 소비 확산

현대백화점은 고객과 함께하는 친환경 캠페인을 적극적으로 운영하고, 탄소중립을 위한 실천 활동을 통해 환경 영향을 최소화하고자 합니다. 현대백화점은 고객 참여 '365 리사이클' 캠페인 등 친환경 실천 문화를 확산한 공로를 인정받아 2021년 환경부가 주관하는 '친환경 유공 포상'에서 대통령 표창장을 받았습니다.



녹색 매장

현대백화점은 친환경 인증을 받은 녹색 제품에 대한 고객 접근성을 강화하고 손쉽게 관련 정보를 얻을 수 있도록 녹색 매장 인증을 추진하고 있습니다. 현재는 무역센터점이 환경부 지정 '녹색 매장' 인증을 받았으며, 2021년 151개 품목의 녹색 제품을 판매하여 총 1,939백만 원의 매출을 기록하였습니다. 당사는 고객의 친환경 소비를 활성화하기 위해 '녹색 매장'을 확대하여 고객들의 친환경 제품 소비를 돋고, 관련 기업들의 상품 홍보 활동도 강화해 나갈 계획입니다.

탄소중립 생활 실천 확산 업무협약 체결

현대백화점은 2021년 환경부를 비롯해 18개 기업 및 기관과 함께 탄소 중립 생활 실천 확산을 위한 업무협약을 체결했습니다. 백화점 업계 중 유일하게 참여한 현대백화점은 이번 협약을 토대로 고객과 임직원을 대상으로 한 다양한 친환경 캠페인을 지속적으로 진행해 나갈 예정입니다.

Social



041 임직원

046 고객

052 협력사

059 사회공헌

067 COVID-19 대응

임직원



인재육성 전략 및 방침

현대백화점은 빠르게 변화하는 시대의 흐름에 부합하기 위해 그룹 차원의 인재상을 정립하였습니다. 인재상은 '열정과 자부심을 가지고 끊임없이 도전하는 사람(Action)', '혁신적 사고와 학습을 통해 변화를 주도하는 사람(Change)', '소통하고 협업하며 함께 성장하는 사람(Development)'이라는 3가지 핵심 가치에 기초하고 있습니다. 이러한 인재상을 토대로 모든 구성원이 자신과 회사, 고객과 사회의 모든 이해 관계자들에게 기여하는 인재로 성장할 수 있는 기회를 제공하는 것이 인재육성 전략 및 방침입니다.

직급별 코스 구성

구분	선임코스	책임코스	수석코스
9년차		Refresh	
8년차	Refresh	Self관리	
7년차	후보자	후보자	
6년차	Self관리	Self관리	
5년차	Refresh	Refresh	후보자
4년차	Self관리	Self관리	Refresh
3년차		Self관리	Self관리
2년차	입문	입문	입문
1년차			

핵심역량 강화 프로그램, '직급코스 패스제'

현대백화점은 그룹 고유의 Leader Way에 기반을 두어 직급별로 갖춰야 할 필수 역량을 개발하는 교육 과정 '직급코스 패스제'를 운영하고 있습니다. 직급코스 패스제는 선임, 책임, 수석 등 각 직급별로 교육 과정을 구성하고 각 직급 연한동안 교육 전 과정을 수료하도록 코스화한 제도입니다. 각 직급별 교육 세부 테마는 '입문, 후보자, Self관리, Refresh'로 나뉘며, 이를 통해 변화된 직급에 요구되는 리더십 역량 내재화, 자기주도 역량 개발 등을 이루고자 합니다.

코스 구성

구분	운영방식	테마	목적
입문	러닝저니형	리더십 역량	변화된 직급에 대한 필수 리더십 역량 내재화
			차상위 직책 대비 개인 리더십 역량 강화
후보자			
Self관리	자율참여형	직무역량 리더십일반	자기주도 역량 개발 교육
Refresh	자율참여형	마음방역 동기부여 교양/문화	직급 연한 내 리프레쉬 및 동기부여

입문 및 후보자 코스

입문 및 후보자 코스에서는 리더십 역량과 미래형 인재 요구 역량 강화를 위한 교육을 제공하고 있습니다. 리더십 역량은 승진 후 해당 직급의 조직 내 역할 강화를 위한 교육이며, 미래형 인재 요구 역량은 일하는 방식, 인성 및 자질 등에 대한 교육입니다. 입문 및 후보자 코스의 주요 특징은 '러닝 저니(Learning Journey)'라는 교육 운영 방식입니다. 러닝저너리 필요 역량이나 기술을 습득하기 위해 집합, 온라인, 독서 등 다양한 학습 방법 중 가장 적합한 콘텐츠를 순차적으로 제공하여 주기적인 학습 리마인드를 시켜주는 교육 방법입니다. 현대백화점은 러닝저너리형 교육 과정을 통해 학습과 기억 사이의 간극을 최소화하여 임직원의 학습 효과를 극대화하고 있습니다.

Self관리 코스

Self관리 코스는 직급 연차에 따라 입문코스 수료 이후부터 후보자 코스가 시작되기 전까지의 기간에 진행되는 자기주도형 교육 과정으로써, 자율 선택형 교육 방식과 사외교육 및 자기주도학습 인증 방식으로 구성되어 있습니다. 자율선택형 교육 방식은 온라인 혹은 오프라인 교육 과정을 수강하는 방식이며, 사외교육 및 자기주도학습 인증 방식은 사외 교육 콘텐츠를 이수하고 이에 대한 이수 이력을 인증하는 방식입니다. 임직원은 각자의 성향에 적합한 교육 방식을 자율적으로 선택하게 되므로 높은 학습 몰입도를 달성할 수 있습니다.

Refresh 코스

Refresh 코스는 직급 연한의 중간 및 마지막 연차에 진행하는 교육으로써 마음방역, 동기부여, 교양/문화 프로그램으로 구성되어 있습니다. 마음방역 프로그램은 건강, 힐링, 인문학 등과 관련된 교육 과정이며, 동기 부여 프로그램은 운동, 다이어트, 취미 등 임직원이 자발적으로 달성하고자 하는 목표에 참가 신청을 하고 공동의 목표를 가진 사람들과 2개월간 함께 도전하는 교육 과정입니다. 교양/문화 프로그램은 매월 교양/문화 및 스페셜 테마 과정을 개인 취향에 맞게 선택 수강하는 교육 과정입니다. 임직원에게 직무와 무관한 Refresh 코스를 제공하여 심적 안정을 취할 수 있도록 도와주고 있으며, 동시에 업무 생산성 향상도 도모하고 있습니다.

전문인력 육성 프로그램

현대백화점은 전 임직원이 각자 업무에 필요한 기술과 지식을 갖추고 전문가로 성장하기 위한 다양한 교육을 실시하고 있습니다. 특히 최근 급격히 변화하는 사업 및 업무 환경에 맞추어 'DT 전략가 과정', '라이브 커머스 전문가 양성 교육', 'DA 및 GA 과정' 등과 같은 전문인력 육성 교육을 중점적으로 진행하였습니다.

DT 전략가 과정

DT 전략가 과정은 디지털 혁신에 필요한 핵심 요소인 고객 데이터 분석 및 활용 역량 강화를 위한 교육 과정입니다. 그룹의 디지털트렌스포메이션과 온라인 부문 경쟁력 강화를 위해 관련 분야 담당자에게 교육을 진행하였습니다. 온라인에 기반한 제품이나 서비스가 많아지는 추세를 고려하여 최근 주목받고 있는 퍼포먼스 마케팅 및 그로스해킹에 대해 교육을 진행하였습니다.

DT 전략가 과정 교육 내용

퍼포먼스 마케팅 정의와 성공사례

- 퍼포먼스 마케팅 국내·외 트렌드
- 성과 중심의 퍼포먼스 마케팅 추진 사례 분석

퍼포먼스 마케팅을 위한 데이터 분석

- 정확한 데이터 분석을 위한 Tool 활용 및 기능소개
- 마케팅 효율 분석(VOI: Value on Investment)

최적의 광고 기획과 미디어 플랜

- 다양한 채널 분석을 통한 미디어 플랜 수립법
- 광고 및 캠페인 성과 분석

그로스해킹의 개념과 실행 전 알아야 할 것

- 그로스해킹의 정의와 그로스해킹의 사고방식
- 비즈니스 모델, 서비스 설계에 데이터가 갖는 의미

Customer Journey의 이해

- User Experience 분석과 문제 발견
- 좋은 서비스 디자인이 갖춰야 할 조건

그로스해킹의 실행과 비즈니스 전략

- 그로스해킹과 궁합이 잘 맞는 비즈니스 영역
- 그로스해킹 모범 사례 분석



퍼포먼스 마케팅



그로스해킹

라이브커머스 진행전문가 양성 교육

라이브커머스는 채팅으로 소비자와 소통하면서 상품을 소개하는 인터넷 실시간 방송으로, 소통과 쇼핑을 결합한 새로운 쇼핑문화를 형성하며 리테일 업계의 신사업으로 각광받고 있습니다. 이에 현대백화점은 라이브커머스 플랫폼 특징에 적합한 전문교육을 시행하여 셀러의 방송 진행 역량을 강화하고 있으며, 생방송 상황에서 발생할 수 있는 리스크(부적절한 언어와 행동, 과장 광고 등) 예방 교육을 통해 기업 이미지 제고에도 기여했습니다.

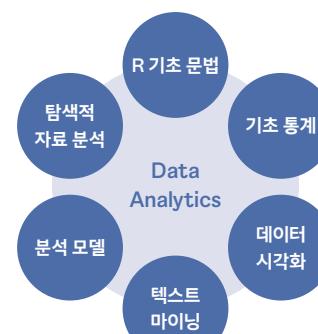
기업대학·대학원

현대백화점은 미래의 경영자와 실무자를 양성하기 위해 약 9개월 과정의 기업대학·대학원을 운영하고 있습니다. 급변하는 시대에 대응할 수 있도록 분야별 경영 경제, 트렌드, 인문학 등 여러 분야의 전문 교수진들의 강연을 제공하는 등 내실 있는 커리큘럼으로 전문적 실력을 겸비한 미래형 인재를 양성하고 있습니다.

DA 및 GA 과정

현대백화점은 단순한 교육이 아닌 능동적·참여형 학습의 DA(Data Analytics) 및 GA(Google Analytics) 과정을 운영하여 현업에서의 데이터 기반 의사 결정 능력을 배양하고 있습니다. DA 데이터 분석 과정은 프로그래밍 언어 'R'을 기반으로 수강생이 직접 현업 문제를 적용한 분석 프로젝트에 참여함으로써 인사이트를 도출하는 능동적 학습 형태로 운영되고 있습니다. GA 웹로그 분석 과정은 온라인 비즈니스에 필수적인 GA를 학습함과 동시에, 수강생 개인별 GA 공인 자격을 취득하게 함으로써 임직원 개개인의 디지털 마케팅 역량을 강화합니다.

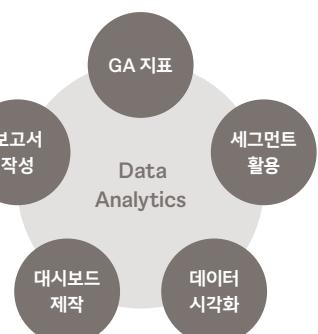
DA 데이터 분석



- R을 활용한 데이터 분석 학습
- 개인별 프로젝트 수행

➡ 데이터 기반 인사이트 도출로 현업 문제 해결 도모

GA 웹로그 분석



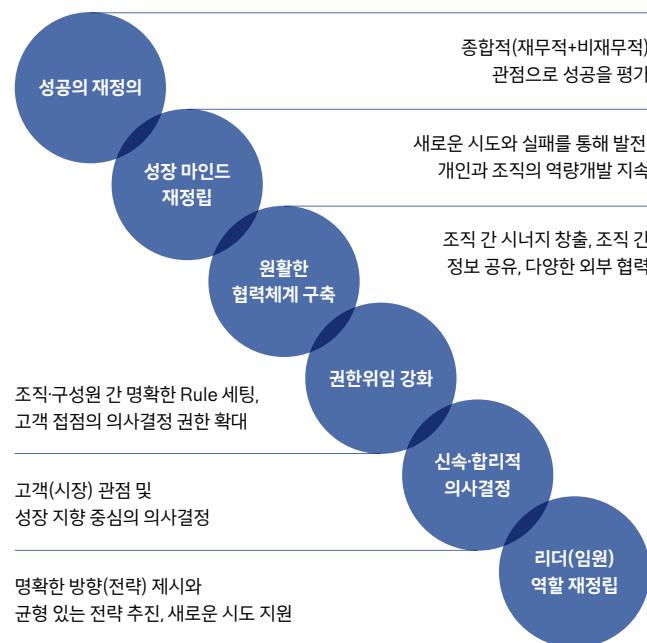
- GA 웹로그 데이터 기반의 분석 학습
- 개인별 공인 자격 취득

➡ 웹로그 분석 활용으로 디지털 마케팅 역량 강화

조직문화 방침

현대백화점은 기업 내외부에서 발생하는 변화에 유연하게 대응하고 혁신과 도전이 넘치는 선진 조직문화를 정착시키기 위해 6가지 변화 관리 요인을 선정·관리하고 있습니다. 6가지 변화관리 요인은 '성공의 재정의', '성장 마인드 재정립', '원활한 협력체계 구축', '권한위임 강화', '신속·합리적 의사결정', '리더(임원) 역할 재정립'으로, 이는 수년간의 조직 진단 결과를 통해 구성원 스스로가 가장 필요로 하는 조직문화 핵심 가치를 선정한 것입니다.

조직문화 6대 변화관리 요인



인적자원 관리

현대백화점은 전략적이고 효율적인 인적자원 관리를 위해 사업계획 수립 시 연간 필요한 인력수요를 예측하고 채용계획을 마련하고 있습니다. 또한 세일, 명절 등 업무가 집중되는 상황에 대비하여 수시로 인력을 투입하고 있습니다.

성과관리 및 성과평가 선진화

체계적 성과관리 제도, 'OKR'

현대백화점은 2021년부터 OKR(Object & Key Results) 제도를 도입하여 조직과 개인의 목표를 정렬하여 성과를 관리하고 있습니다. OKR은 목표(Objective)와 목표 달성을(기여도)를 측정할 수 있는 핵심 결과(Key Results)로 구성된 성과관리 제도입니다. 평가 결과에 따라 다음 해에 성과 보상액을 지급하며, 누적 승진 포인트와 상위 직급 수행 역량 등을 바탕으로 매년 공정한 승진 심사를 진행하고 있습니다.

OKR 제도를 운영함으로써 회사의 목표 달성을 위한 임직원의 도전적 목표 설정을 유도하며, 이를 통해 조직 역량을 응집하고 성과를 향상 시켜 나가고 있습니다. 그리고 OKR에 대한 상시 피드백 프로세스 또한 운영하고 있으며, 목표에 대한 성과 달성을 실시간으로 공유하여 임직원의 성과 달성을 고취하고 각 임직원의 자발적 성장을 유도하고 있습니다.

공정한 성과평가 제도, '다면평가'

현대백화점은 기존 상사의 관점에서만 이루어지던 하향식 평가 방식에서 벗어나, 구성원 간 객관적 진단 및 피드백을 통해 성과평가의 공정 성과 객관성을 확보하는 다면평가를 시행하고 있습니다. 다면평가 항목을 기존의 승진평가 항목과 조직문화 설문 진단 내 핵심역량 항목으로 구성 함으로써 체계적이고 합리적인 평가가 이루어지고 있습니다.

평가 등급이 조정되는 다면평가 하위 직원에 대해 다면평가 결과를 안내하고 있으며, 평가 부진 역량항목 표기 등 직원 개인별로 피드백을 제공하여 해당 직원의 역량 향상을 지원하고 있습니다.

일하는 방식 개선

보고문화 혁신

2020년 'MUST 7' 선정 시, 직원들이 가장 희망하는 변화로 '보고문화 개선'이 선정되었습니다. 이에 2021년에는 보고문화 혁신을 위한 '보고 쉽다' 캠페인을 진행하였습니다. '보고 쉽다' 캠페인은 관행적·수직적 보고 문화의 개선과 Paperless 활성화를 위한 스마트 보고 시스템 개발 등으로 구성되어 있습니다. 그리고 실제 보고문화가 개선되는지 여부에 대해 지속적인 모니터링을 수행하고 있습니다.

조직별로 간편결재 시스템 사용률(팀장 결재건수/피드백 수)을 확인하여 개선 이행도를 점검 및 공유하고 있으며, 전사 통합 커뮤니티 'SPARK'를 통해 보고문화에 대한 비효율 사례를 익명으로 제보받고 있습니다.

보고문화 혁신 사례

구분	내용
간편결재	<ul style="list-style-type: none"> 간단한 줄글 형태의 보고서 작성 및 결재 진행 직무/부서별로 123개의 표준화 샘플 제작 (영업 44건, 지원 49건, 판기 30건)
보고 Talk	<ul style="list-style-type: none"> 업무 진행 현황, 간단한 지시사항 등에 대해 실시간 비대면 보고 보고자 1명 → 다수 보고대상 동시 지정 가능
신규 문서보드	<ul style="list-style-type: none"> 기존 결재판 수거 및 폐기 팀내 보고는 결재판 없이 팀장에게 보고 사무실 외부로 이동 시에는 문서 파손 방지 및 이동 편의성을 위해 핸디형 신규 문서보드 사용

수평적 조직문화

2020년 사업소 담당급 간담회를 진행한 결과, 점·본사 내 관행적 업무 방식에 따른 비효율 요소가 많은 것으로 확인되었습니다. 이에 2021년에는 점·본사 업무개선 TF를 구성하여 업무 비효율 요소에 대한 개선 논의를 진행하였고, 업무 프로세스 개선안을 도출하였습니다.

현대백화점은 현장에서 발생하는 업무 비효율 요소를 발견하고 이를 적시에 개선함으로써 구성원의 사기를 진작하고 업무효율을 향상시켜 나가고 있습니다.

인권 존중 문화

현대백화점은 인권과 노동에 대해 엄격한 기준을 준수하고 있습니다. 모든 직원에게 동등한 기회를 보장하며, 어떠한 차별도 금지하고 있습니다. 아울러 회사와 공급망 내 모든 사람들의 권리를 보호하고 증진하기 위해 인권 존중이 경영 활동의 모든 측면에 고려되도록 노력하고 있습니다.



여성 인력 지원

여성 직원들이 출산과 육아 과정에서 회사일을 병행하는 것에 부담감을 줄이고 경력 단절을 예방하기 위해 노력해왔습니다. 육아휴직 기간을 확대하고 워킹맘 대상 가사도우미 등을 지원하고 있으며, 임직원 자녀를 대상으로 '어린이책미술관' 문화교육 수업을 제공하는 등 다양한 지원 제도를 운영하고 있습니다.

일과 삶의 균형

근로자가 일과 삶의 균형을 유지할 수 있도록 지원하고 건강한 삶에 필요한 최저 수준 이상의 업무 환경을 제공해야 한다는 지배구조 모범 규준의 원칙을 준수하고 있습니다. 이에 따라 지난 2014년 유통업계 최초로 PC-OFF 제도를 도입하여 퇴근 시간 이후 PC가 자동으로 종료됨에 따라 자기 계발 및 가족과 함께 보낼 수 있는 시간을 보장하고 있습니다.

직장 내 괴롭힘 예방·대응

인권경영을 적극적으로 이행함과 동시에 사업 운영 과정에서 발생하는 인권침해를 예방하고 관련 리스크를 완화하기 위해 직장 내 괴롭힘 예방·대응 규정을 제정하였습니다. 본 규정에 따라 직장 내 괴롭힘 예방 및 대응에 필요한 내부 시스템을 수립하였습니다. 고충상담 채널에 접수된 직장 내 괴롭힘 관련 제보에 대해서는 사실관계를 조사하고 그 결과에 대해 제보자에게 상세히 안내하고 있습니다. 담당 조직은 신의성실 원칙에 따라 직장 내 괴롭힘 예방·대응 관리체계를 이행하며, 주기적으로 직장 내 괴롭힘 사례가 발생하고 있는지에 대해 조사하고 있습니다.

고충 처리

소비자 접점 근무자 대상 프로그램 운영

현대백화점은 직영사원 및 소비자 접점 근무자에 대한 '마음 Care 프로그램'을 운영하고 있습니다. 컴플레인 처리나 근무 문제 등으로 스트레스가 많은 협력사원을 위해 감정노동관리사가 스트레스 측정 및 케어를 진행하고 있으며, 서울시 건강증진센터에서 개발한 APP을 통해 가벼운 우울이나 불안 감정을 스스로 관리할 수 있도록 지원하고 있습니다. 특히 외부 전문기관과의 연계로 직장 내 문제, 스트레스 관리, 가족 문제 및 법률 상담 등 종합적인 컨설팅을 제공하는 상담 프로그램(EAP, Employee Assistance Program)을 제도화하여 운영하고 있습니다. 백화점 소속 인원을 기준으로 2021년 6월까지 총 39건의 컨설팅을 완료하였습니다.

EAP, Employee Assistance Program

구분	내용	비고
적용대상	전 그룹사 정규, 전문 및 계약직/협력사원 대상	2021년 기준
활용방법	직원이 직접 전문기관에 신청(홈페이지, 전화, e-mail 등) → 직원이 희망하는 일정/장소에 전문가가 방문하여 상담	개인별 연 3회 무료 상담 지원
프로그램 확대운영	1. 현대백화점 적용 → 전 그룹사로 확대 시행 2. 당사 직영사원 → 협력사원 및 도급사원 확대 3. 개인상담 → 가족 동반상담, 집단상담 추가	-

고충 처리 프로세스

현대백화점은 직원의 근무여건을 개선하고 밝고 건전한 직장 문화를 조성하기 위한 의견 수렴 채널을 운영하고 있습니다. 온·오프라인의 다양한 채널을 통해 아이디어 제안부터 고충 상담 및 제보까지 가능하며, 접수된 고충 사항이나 의견은 사실 확인 및 추가 조사를 실시하여 결과를 전달하고 있습니다.

고충 상담 및 제보 채널

On-Line	1. 사내 인트라넷 '고충 상담실'	• 개인 및 동료 고충(차별적 언행 등 인권 침해 항목)
	2. '사이버 신문고'	• 인터넷, 유선 및 우편 등 무기명 방식의 윤리경영 위반, 업무개선 제보
	3. 점별 '챗봇' 상담원 운영	• 카카오톡 챗봇 내 상담원 연결하기 기능을 통한 의견 개진, 문의사항 해결
	4. 사내 소통 플랫폼 '스파크'	• 사내 게시판을 통한 아이디어 제안, 자유로운 의견 개진
Off-Line	사업소 단위 '해우소 (고충처리함)' 운영	• 무기명 방식의 고충처리 가능 • 개인 고충, 환경 개선 및 자유로운 의견 개진
고충 처리 프로세스		
<ul style="list-style-type: none"> • 고충 사항 및 의견 접수 - 기명/무기명, 온/오프라인 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ • 사실 확인 및 추가 조사 • 담당별 개선 여부 해결 방안 검토
		<ul style="list-style-type: none"> ▶ • 검토 사항 및 결과 피드백 - 비공개(개인 고충 등) - 공개(제도, 환경 개선 등)



협력사원 근무 환경 관리

협력사원 근무 만족도 조사

현대백화점은 매년 반기별로 협력사원을 대상으로 근무 만족도, 근무 분위기, 근무 환경 등에 대한 조사를 진행하고, 조사 결과에 대해 피드백을 제공하여 개선도를 확인하고 있습니다. 또한 육체적 피로나 정신적 피로 회복을 지원하기 위해 사업소별 시각장애 안마사가 안마 서비스를 제공하는 '헬스키퍼' 제도를 운영하고 있습니다. 이 제도는 COVID-19 이슈로 임시 중단되었으나 2022년 4월부터 사업소별로 다시 운영하고 있습니다.

임직원 소통 활성화

공식 통합 커뮤니티, 'SPARK'

현대백화점은 새로운 시도 제안, 다양한 정보 공유 등 직원 상호간 자유롭게 소통 가능한 커뮤니티 공간이 부재하다는 문제점을 개선하고자 회사 공식 통합 커뮤니티 'SPARK'를 개설하였습니다. 기존 벤치마킹에 한정된 소통채널 '네트지'를 업그레이드하여 통합 커뮤니티 형태로 확대 운영하고 있습니다. SPARK는 직무와 부서의 경계없이 새로운 아이디어가 창출되는 다대다 소통 공간으로 거듭났습니다. 기존 시스템이 가진 정보 공유 기능은 그대로 활용하되, 공유 목적(업무 관련 아이디어 제안, 지식 및 생활 공유)에 따라 카테고리를 세분화하여 운영하고 있습니다.

SPARK 구성 내역

구분	세부 내용
오픈 인사이트	<ul style="list-style-type: none">• 업무 몰입을 방해하는 요소, 관행에 대한 개선안 제안• 최신 트렌드(유통/물류/마케팅 등) 관련 당사 적용가능 사례(행사/MD창출) 공유• 소속 점에서 운영 중인 사례, 표준화 제안
스페셜 인사이트	<ul style="list-style-type: none">• TF 소속 인원이 아니더라도 프로젝트 관련하여 반영이 필요한 부분 의견 개진• 부서별 특정 업무에 대한 질의 및 건의 사항 전송(FAQ 데이터 축적)
핫플/꿀팁마켓	<ul style="list-style-type: none">• SNS 핫플레이스 방문 후기 및 요즘 뜨는 잇템, 언박싱 후기 공유• 회사 생활에 유용한 유튜브 꿀팁 영상• 사업소별 MD 개편 및 리뉴얼 이후 매장 사진/업체 정보/고객 반응 공유• 당사 제휴 서비스(병원/미용실 할인) 공유
플리마켓	<ul style="list-style-type: none">• 지혜로운 광역점 살이(발령지 집 이어살기, 살림살이 처분)• 미술관, 공연 티켓 사고 팔기• 사무용품 공동구매 제안

직원 사기 진작 및 자부심 고취 프로그램

COVID-19 장기화에 따른 일상 회복의 어려움, 매출 실적 감소 등 직원의 사기저하 요소가 증가하고 있는 점을 고려하여 직원들의 자발적 위기극복 마인드 함양 및 집중력 제고를 위한 조직문화 개선 프로그램을 실행하였습니다. 신속하고 명확한 회사 방향성 공유, 업무 몰입 및 실행력 제고를 위한 직원 동기부여, 긍정적 마인드 배양을 위한 칭찬 및 격려 콘텐츠 운영 등 3가지 테마를 중심으로 조직문화 개선 프로그램을 운영하였습니다.

사기 진작 및 자부심 고취 프로그램

구분	세부 내용
회사 방향성 공유	<ul style="list-style-type: none">• 조직문화 개시판 혹은 사내메일 등을 활용하여 본사 주관 경영전략회의 및 주간 전략회의 시 경영층 지시 및 당부사항 전달• '전 직원 위기극복 행동수칙 전 직원 전파' 행동 캠페인'을 고지하여 직원 공감대 형성
직원 동기부여	<ul style="list-style-type: none">• 위기극복 7대 행동수칙 전 직원 전파• 영업 활성화 우수사례 공유
칭찬/격려 콘텐츠 운영	<ul style="list-style-type: none">• 출근시간 Opening Song 운영• 메신저용 이모티콘 제작

임신 및 육아지원 제도

구성원의 일·가정 양립을 지원하고, 보다 일하기 좋은 기업 문화를 만들기 위해 다양한 제도와 프로그램을 운영하며, 구성원 니즈 및 사회적 요구에 부합하는 새로운 제도를 도입하고 있습니다.

임산부 근로시간 단축 임신 전기간으로 확대	난임휴직 제도 신설
대상 임신한 여성 직원	대상 난임으로 치료, 안정 등이 필요한 남/녀 직원
내용 임신 후부터 출산전후휴가 전까지 1일 2시간 단축(유급)	내용 난임 진단 직원 희망시 휴직 최대 2개월 사용(무급)
남직원 육아지원근무제 '아빠왔다' 시행	여성 직원 육아휴직 최대 사용 기간 확대
대상 유치원·초등학교 2학년 자녀를 양육 중인 남성직원	대상 육아휴직 사용권이 있는 여성 직원
내용 육아를 위한 근로시간 1개월 간 1일 2시간 단축(유급)	내용 법정 육아휴직(1년) 기간 외 추가 1년 사용 가능



고객



고객중심 경영 추진체계

고객중심의 VISION 2030

현대백화점은 향후 10년간 추구해야 할 핵심 가치와 사업 추진 방향을 담은 VISION 2030을 선포하였습니다. VISION 2030에는 고객중심 경영 가치를 충실히 반영하는 '고객을 행복하게, 세상을 풍요롭게'라는 미션을 담고 있습니다. 그리고 미션을 구체화한 사업 목표에는 '고객의 생활가치를 높이는 회사'를 최우선 목표로 명시함으로써 고객중심 경영 실천의지를 강조하고 있습니다.

고객중심 경영 실행 프로세스

전 임직원이 고객중심 경영의 중요성에 대해 인식하고, 체계적인 고객중심 경영 실천을 위해 4단계의 고객중심 경영 실행 프로세스를 운영하고 있습니다. 그리고 고객중심 경영 실행 프로세스의 지속적인 관리를 위해 향후 계획 및 목표를 정기적으로 재수립하고, 고객중심 경영 결과분석 및 미비점 개선 노력을 이행하고 있습니다.

고객중심 경영 실행 프로세스

Step 1 CCM 준비	Step 2 구축 및 운영	Step 3 평가와 인증	Step 4 유지와 개선
<ul style="list-style-type: none">· 한국소비자원이 실시하는 의무교육 이수· 사내의 CCM 실천 의지 표명· CCM 추진 TFT 구성	<ul style="list-style-type: none">· 소비자중심경영 체계 구축· 구축한 체계에 따른 운영· 임직원에 대한 체계적인 교육· 인증 유효기간: 2년	<ul style="list-style-type: none">· CCM 평가 실시 (한국소비자원)· CCM 인증(공정거래위원회)	<ul style="list-style-type: none">· 지속적인 개선 활동· 운영 성과관리· CCM 인증기한의 연장

고객중심 경영 기본원칙

현대백화점은 고객에게 신뢰받는 기업으로 거듭나기 위해 고객중심 경영 기본원칙을 수립하였습니다. 고객중심 경영 기본원칙은 일관된 정책, 신속한 의사소통, 투명성, 고객 의견 반영 등 10가지 원칙으로 구성되어 있습니다.

고객중심 경영 10대 기본원칙

1. 일관된 정책

- 소비자 불만 처리 절차는 회사의 정책으로 일관성 있게 수립 및 시행되어야 하며 그 지속성이 보장되어야 한다.

2. 신속한 의사소통

- 회사는 소비자 불만을 접수한 경우 다른 법령에 특별한 규정이 없는 한 접수를 보류하거나 거부할 수 없으며 접수 사실, 처리 진행상황, 최종 조치 등을 신속하게 불만 소비자에게 전달해야 한다.

3. 투명성

- 소비자 불만 접수 방식 및 처리 결과를 대외적으로 공개하여 운영해야 한다

4. 소비자 의견 반영

- 회사는 불만 처리 절차를 설정, 운영함에 있어서 소비자의 신뢰 확보와 적극적인 수용 문화 조성을 위해 불만 소비자의 의견을 즉각 반영할 수 있도록 관련 제도를 수시 정비하고 운영하여야 한다.

5. 접근 용이성

- 불만 처리 절차는 모든 불만 소비자가 쉽게 접근 할 수 있어야 하며, 불만 소비자가 합리적인 불만을 제기하는 경우에는 언제든지 불만 처리 절차를 이용할 수 있도록 해야 한다.

6. 신속성

- 불만이 접수되면 신속히 불만에 대응하거나 해당 담당자에게 연결하여야 하며, 제기된 불만이 회사 내에서 신속히 처리되어야 한다.

7. 객관성

- 모든 소비자 불만은 불만 처리 절차를 통해 공정하고 객관적이며 편견 없는 방식으로 처리되어야 한다.

8. 재정적 지원

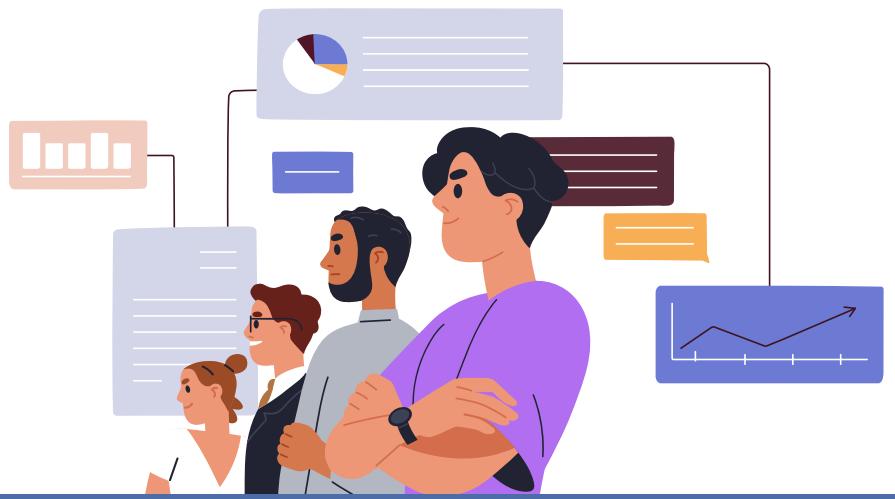
- 회사는 소비자 불만 처리 절차의 유지에 필요한 예산을 확보하여 이에 관한 인적, 물적 시설과 제도를 마련하고 불만 제기자가 불만 처리 절차를 무료로 이용할 수 있도록 해여야 한다.

9. 개인정보보호

- 불만 소비자에 관한 개인정보는 회사 내에서 불만 처리 목적에 필요한 경우에 한하여 이용해야 한다.

10. 정기적인 점검을 통한 지속적인 개선

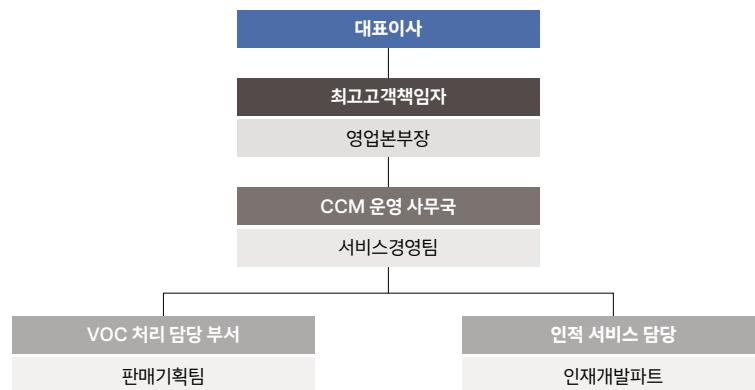
- 회사는 불만 처리 절차가 효율적이고 효과적으로 시행되고 있는지 정기적으로 검토하고 점검하여야 한다.



고객중심 경영 추진 조직

현대백화점은 최고고객책임자의 직속 조직으로 CCM 운영 사무국을 두어, 고객중심 경영을 추진함에 있어 전사 차원의 원활한 업무협조가 가능하도록 조직 체계를 구성하고 있습니다. 최고고객책임자는 고객 불만 및 서비스 수준 등 고객 관련 사항에 대해 임원이 참여하는 회의인 점장회의, 전략회의 등에 내용을 상정하여 대책 방안을 도출하고 있습니다. CCM 운영 사무국은 서비스경영팀이 담당하고 있으며, CCM 체계 구축과 운영, 보고 및 공유, 소비자 리스크 대응, 서비스 기획 등의 업무를 수행하고 있습니다. 판매기획팀은 VOC 총괄 관리를 담당하고 있으며, 인재개발파트는 인적 서비스 관련 교육을 시행하고 있습니다.

고객중심 경영 조직구조



고객만족을 위한 차별화 서비스 제공

눈인사 캠페인

COVID-19로 인한 마스크 착용으로 인해 목소리가 잘 들리지 않고 무성의한 느낌을 주며, 인상을 쓰고 있는 모습이 마스크 위로 보인다는 고객의 불만 사항을 파악하였습니다. 이에, 마스크를 착용하고 있음에도 고객에게 친절한 서비스를 적극적으로 전달할 수 있는 방법을 고민하였고, 고객이 직원의 눈밖에 볼 수 없다는 점에 착안하여 눈인사 캠페인을 진행하였습니다. 눈인사 캠페인이라는 직관적이고 감성적인 Care를 통해 고객의 만족도가 상당히 높아졌습니다.

고객중심 경영 교육 시행

현대백화점은 임직원이 고객중심 경영의 취지를 충분히 이해하고 회사가 정한 고객 불만 처리 절차를 숙지할 수 있도록 관련 교육을 실시하고 있습니다. 특히, 고객 불만에 대한 표준화된 대응을 위해 고객 접점 직원에 대해서는 정기적으로 교육을 실시하고 있습니다. 그리고 최근 고객 불만 사례 및 시사점에 대해 수시로 공지하고, 직무교육 과정에도 고객중심 경영 내용을 반영함으로써 고객중심 경영에 대한 주의를 환기시키고 있습니다.



고객 불만 사전 예방

정기적인 이슈 발생 시기에 맞춘 교육 진행

현대백화점은 매년 2회 명절을 앞두고 명절 서비스 교육을 실시하고 있으며, 하절기를 앞두고는 식품위생 관련 교육을 실시하고 있습니다. 명절 서비스 교육은 추석, 설날 등 명절에 접수된 고객 불만 사항에 대해 명절 근무자 인원 투입 전에 사전 교육을 진행하는 고객 불만 사전 예방 활동입니다. 그리고 하절기 식품위생 관련 교육은 하절기에 발생하는 식품위생 안전사고 예방을 위해 진행되는 교육으로, 식품위생법 준수 사항 등을 안내하고 있습니다.

안전관리 매뉴얼 수립

COVID-19와 관련된 고객 불만을 사전에 예방하기 위해 안전관리 매뉴얼을 수립하였습니다. 매뉴얼에 따라 발열 체크 강화, COVID-19 자가진단 설문, 전관 방역 강화, 매장 환기 시스템 운영 강화 등 최고 수준의 방역 체계를 구축하였으며, 상시 거리두기 안내 실시, 사전 방문 예약시스템 도입 등을 통해 거리두기를 강화하였습니다. 그리고 신규점인 더현대서울의 혼잡을 완화하기 위해 차량 2부제를 실시하는 등 다양한 노력을 기울였습니다.

고객중심 경영 실천서약서

고객중심 경영에 대한 관심과 실천의지를 대내외에 천명하기 위해 고객중심 경영 실천 서약서를 선포하였습니다. 고객중심 경영 실천 서약서는 고객중심의 가치 실현, 고객의 불만 사전 예방, 고객과의 약속 이행, 고객 불만 재발 방지 등의 내용을 담고 있습니다.

식품 감식관제도 운영

매장 내 철저한 위생 관리를 위해 식품 감식관제도를 운영하고 있습니다. 식품영양 및 위생 관련 전문가가 감식관으로서 상주하여 각 점포별로 고위험군, 식품 유통기한, 농/수/축산 작업장 등을 정기적으로 점검하며, 매장에 진열되어 판매되는 상품과 공동조리대 등을 수시로 점검하고 있습니다. 위생 점검 이후 미흡한 부분에 대한 지도와 교육을 통해 위생 상태를 개선하고, 정기적인 위생 관리 교육을 통해 매장별 위생 인식을 높이고 있습니다.

고객중심 경영 성과관리

현대백화점은 고객중심 경영의 체계적 성과관리를 위해 VOC, 소비자 참여 영역, 인증 및 신규서비스 등에 대해 성과지표를 정의하고 이에 대한 결과를 정기적으로 최고고객책임자에게 보고하고 있습니다.

고객중심 경영 목표 및 성과 현황

구분	목표	성과
VOC 관련	고객·현장 중심의 실질적 서비스 개선	VOC위원회 보고서, 정기 간담회 진행
	전년 대비 불만족 개선	2020년 대비 2021년 동기간 불만족 비중 10.8% 감소
	수시 이슈 제공	COVID-19 관련 이슈 및 월별 VOC 주요 이슈사항 분석
소비자 참여 영역	서비스 수준 조사 시행	H.Point 앱 활용 조사 등 고객만족도 조사 활성화
	고객 직접 참여 캠페인	플라스틱 업사이클 등 고객이 직접 참여하는 테마 마케팅 진행
인증 및 신규서비스	외부기관 인증 및 소비자 만족도 현장진단 연 1회	디지털 조선일보 주관 인증 수상 등
	새로운 콘텐츠에 대한 기획 및 적용	안내 로봇 도입, 신규 디지털 서비스 제공, 웨이팅 시스템 등
	근무여건 개선, 복지 프로그램 운영 등	COVID-19 시기에 맞는 복지 프로그램 확대

고객중심 경영 인증 성과

고객행복이라는 가치를 실현하고자 보다 넓은 시각과 고객중심의 차별화된 경쟁력으로 적극적인 고객만족 경영을 실천하고 있습니다. 그리고 고객만족 경영에 대한 성과를 매년 외부로부터 인정받고 있습니다. 2021년에도 디지털 조선일보가 주관하는 '소비자가 뽑은 가장 신뢰하는 브랜드 대상'에 9년 연속 선정되었으며, 한국 소비자원이 주관하는 CCM(소비자 중심 경영) 재인증도 획득하는 등 다수의 고객만족 대외 수상 및 인증을 받았습니다.

고객만족도 조사

고객 서비스 품질의 객관적 측정을 통해 고객의 만족·불만족 요인을 분석하고, 고객중심 경영전략을 수립하기 위해 고객만족도 조사를 실시하고 있습니다. 고객만족도 조사는 매장 직원의 서비스 응대 친절도, 해당 매장에 대한 전반적인 쇼핑 만족도, 매장 직원의 위생관리와 방역수칙 준수 정도 등에 대해 진행하고 있습니다. 현대백화점은 고객만족도 조사를 통해 고객의 니즈를 파악함으로써 서비스 품질 수준 향상을 달성하고 있습니다.

체계적인 VOC 경영

VOC 담당 조직

현대백화점은 체계적인 VOC 처리를 위해 전담 조직을 운영하고 있습니다. VOC 처리 조직은 서비스경영팀, 각 영업점 판매기획팀, 고객상담실, 전부서(영업 및 지원부서)로 구성되어 있으며, VOC를 처리하는 담당자 및 전담조직의 역할과 책임을 명확하게 설정하여 정해진 기준에 따라 VOC를 처리하고 있습니다. 서비스경영팀은 VOC 처리 체계 및 지침 수립 등을 담당하며, 판매기획팀은 고객상담실 운영, 해당 영업점 VOC 처리 업무 총괄, 고객상담실은 소비자 불만 상담 및 응대, 그리고 영업 및 지원부서는 접수된 불만에 대한 조치 및 답변, 불만 예방 활동 등을 수행하고 있습니다.

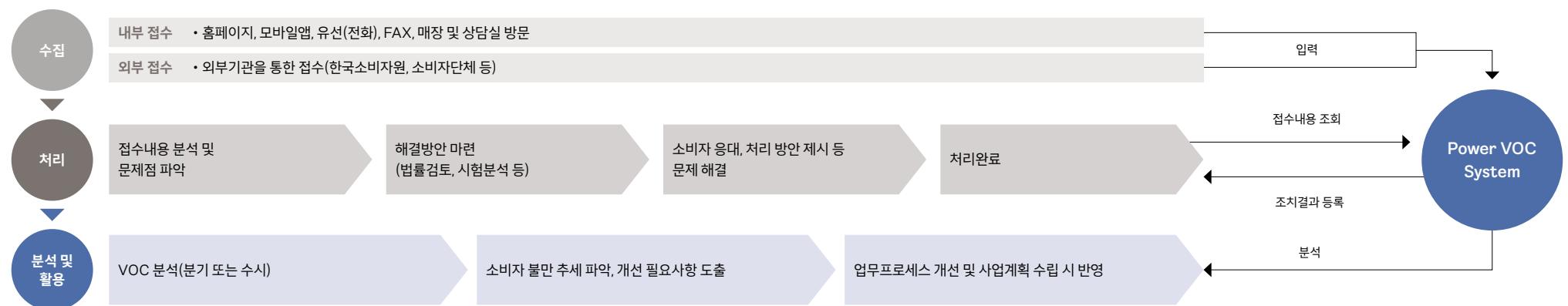
VOC 담당 조직

서비스경영팀	판매기획팀	고객상담실	전부서(영업/지원)
• VOC 처리 체계 및 지침 수립	• 고객상담실 운영(시설관리, 인원관리)	• 고객 불만 VOC 시스템 등록(유선, 방문)	• 접수된 고객 불만에 대한 조치 및 답변
• VOC 처리 시스템 구축 및 운영	• 해당 영업점 VOC 처리 업무 총괄 진행	• 홈페이지, APP을 통해 접수된 고객 불만 내용 분석 및 처리 주관부서 지정	• 불만 예방 활동(매장 직원 대상 고객 불만 공유 및 재발 방지 교육 실시)
• VOC 분석 및 리스크 관리	• 고객 불만 사항에 대한 처리 방안 모색	• 고객 불만 상담 및 응대	
• 고객 불만 예방을 위한 개선 활동		• 심의 업무 전담	
		• 주간 VOC 이슈사항 분석 및 VOC 시스템 등록	

VOC 처리 프로세스

자체 VOC 처리 프로세스를 마련해 고객의 불만 사항에 신속하게 대응하고 있습니다. 인터넷 홈페이지 및 모바일APP, 매장 또는 고객상담실 방문, 전화 등을 통하여 VOC를 접수 받고 있습니다. 접수된 고객 불만은 신속히 내용을 파악하여 적절한 조치를 취하고 24시간 내에 소비자에게 처리결과를 통보하고 있으며, 해당 내용을 VOC 시스템에 등록하여 관리하고 있습니다. 현대백화점은 VOC 시스템을 활용함으로써 고객 불만에 대한 일회성 대응이 아닌 VOC 현황의 체계적 분석으로 업무 프로세스를 개선해 나가고 있습니다.

VOC 처리 프로세스



중요도에 따른 VOC 관리

다양한 채널로 접수되는 모든 고객 불만 사항을 VOC 시스템에 등록하여 관리하고 있으며, 고객 불만은 시급성, 파급성 등에 따라 중요도를 구분하고 있습니다. 중요도에 따라 단계별 고객 불만 처리 프로세스가 존재하며, 고객 불만 처리 책임자는 각 단계별로 발생부서의 팀장과 팀장, 팀장으로 나누어져 있습니다. 중요한 고객 불만에 대해서는 유관부서와 협의를 통해 효율적으로 해결하고 있으며, 고객 불만의 신속한 해결을 위해 고객 불만 처리 책임자에게 비용 사용 재량권을 부여하고 있습니다.

공개형 VOC 게시판 운영

고객이 진정으로 만족하고 신뢰할 수 있는 서비스를 제공하기 위해 공개형 VOC 게시판을 운영하고 있습니다. 고객 불만에 대한 신속하고 정확한 처리가 경영에 있어 중요한 사안임을 공개형 VOC 게시판 운영을 통해 임직원들에게 인식시키고 있으며, 고객 불만 접수 방식 및 처리 결과를 대외적으로 투명하게 공개하여 고객으로부터 신뢰받는 기업이 되고자 노력하고 있습니다.

공개형 VOC 게시판

고객 커뮤니케이션

백화점 쇼핑을 한 손에, 디지털 커뮤니케이션

오프라인 쇼핑 경험을 더 유연하게, 현대백화점 APP

현대백화점 APP은 주차, 할인, 구매, 서비스 등 오프라인 경험을 유연하게 해주는 디지털 커뮤니케이션 채널입니다. 백화점에 들어선 순간부터 쇼핑을 마치는 순간까지 고객의 쇼핑 여정을 분석해 최적화된 정보와 기능을 제공합니다. 구매 정보를 분석해 고객이 선호할 만한 브랜드, 행사, 할인 쿠폰 등을 노출하는 'PICK 서비스'부터 주차 정산, 전자 할인 쿠폰, 문화센터 강좌 정보 등 기존에 지류 형태로 제공되던 서비스가 모두 디지털로 전환되었습니다. 이를 통해 불필요한 자원을 활용하지 않고 고객과 커뮤니케이션하며, 보다 편리한 쇼핑 경험을 만들어냅니다.

중소 협력사의 새로운 활로, 비대면 결제

오프라인 매장의 상품을 백화점에 방문하지 않고도 손쉽게 구매할 수 있는 비대면 결제 서비스를 2021년 업계 최초로 선보였습니다. 비대면 결제는 별도의 온라인몰을 운영할 수 없는 중소브랜드의 신규 고객을 창출할 수 있는 판로 도우미 역할을 합니다. 현재 현대백화점에서 영업 중인 협력사의 70%가 비대면 결제 서비스를 이용하고 있습니다.

쉽고 편하게 광고를 제작하는 플랫폼, 프리즘

자체적으로 마케팅 콘텐츠를 제작하기 어려운 중소 브랜드가 쉽게 디지털 광고를 제작할 수 있도록 프리즘 시스템을 개발했습니다. 이는 현대백화점에 입점한 협력사도 이용할 수 있으며, 프리즘을 통해 제작된 광고물은 현대백화점 온·오프라인 채널을 활용해 고객에게 제공됩니다.

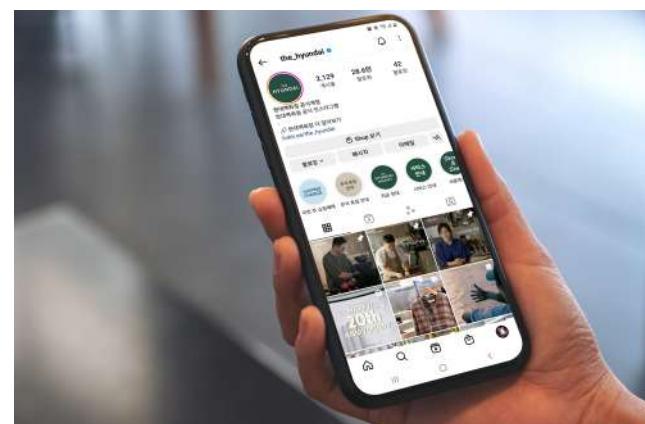
고객 쇼핑 여정



트렌드를 이끄는 SNS의 선두주자

가장 앞선 트렌드로 고객과 소통합니다.

Z세대가 미래 주요 소비계층으로 떠오르면서 SNS 콘텐츠를 활용한 커뮤니케이션이 더욱 중요해지고 있습니다. 현대백화점은 2021년 더현대서울 오픈 이후 인스타그램 해시태그 35만 건을 기록하며 SNS 상에서 가장 핫한 유통 플랫폼으로 자리 잡았습니다. Z세대가 가장 손쉽게 사용하는 SNS인 인스타그램의 현대백화점 계정 팔로워는 42만 명이며 유튜브 계정 구독자는 업계에서 유일하게 10만 명이 넘을 정도로, SNS를 활용하여 고객과 적극적인 소통을 이어가고 있습니다. 현대백화점은 축적된 디지털 콘텐츠 제작 역량을 바탕으로 Z세대의 폭발적 반응과 팬덤을 지속 확장해 나갈 계획입니다.



YouTube



백화점에 전시된 설치미술작품을 소개하는 ART 콘텐츠



명품 브랜드와 백화점 공간을 춤으로 표현한 럭셔리 콘텐츠



오픈 30분전 분주한 매장과 음악을 다룬 플레이리스트



현대식품관의 식재료와 자연의 풍광을 담아내는 요리 콘텐츠



Special Case. 상생협력 대표 브랜드 '명인명촌'

'명인명촌'은 현대백화점과 (주)다리와 사람들이 함께 개발한 프리미엄 전통 식품 브랜드로, 유통업계와 지역 명인의 상생협력을 상징하는 롤 모델로 자리잡았습니다. 명인명촌은 2009년 '이야기가 있는 숨겨진 보물'이라는 슬로건으로 시작했으며, 현대백화점 전 점포에 입점되어 있습니다. 현재 전국 45개 지역에서 명인 70명이 고유의 방식으로 생산한 전통 식품 총 240종을 선보이고 있습니다. 명인명촌은 상대적으로 저평가된 전통 식품의 가치를 대중에게 널리 알리는 계기가 되었으며, 각 지역의 장인들은 최고의 상품을 만들기 위한 정성을 쏟고 있습니다. 현대백화점은 명인명촌을 글로벌 브랜드로 성장시키기 위해 매장 인테리어 비용 지원, 해외 판로 개척 등 다양한 노력을 아끼지 않고 있습니다. 이러한 활동을 통해 지역의 숨은 장인들이 안정적으로 제품을 생산·판매하고, 지역 농가의 경제적 가치뿐만 아니라 원료 재배·유통·판매 등의 과정에서 고용을 창출하여 지역사회 경제 활성화에도 기여한 '착한' 브랜드가 되었습니다. 앞으로도 '명인명촌'의 브랜드 가치를 강화하고 더 많은 명인들의 전통 식품을 고객에게 제안하기 위해 상생협력기금 등을 활용해 지속적인 지원을 이어나가며, 전통 식품 산업과 함께 성장하기 위해 노력해 나갈 예정입니다.

명인명촌 주요 성과

지역

45 개

연매출

100 억 원

상품 종류

240 개

명인

70 명





협력사



책임 있는 협력사 관리

협력사 현황

현대백화점은 개점이나 리모델링 공사를 담당하는 협력사를 중심으로 IT업체, 인쇄 및 발송용역, 기타 납품업체를 담당하는 '지원 부문 협력사'와, 상품거래 또는 입점 관련 거래계약을 체결하고 백화점 내에서 고객에게 상품과 서비스를 판매하는 '상품 부문 협력사'를 별도 관리하고 있습니다. 지원 부문 협력사의 경우 연간 최소 2회 이상 입찰에 참여한 협력사를 핵심 협력사로 구분하고 있으며, 협력사 신용평가 모니터링을 통해 일정 등급 이상의 협력사 위주로 거래를 체결하여 부실 거래를 방지하고 있습니다.

2021 협력사 운영 현황

지원 부문 협력사 수	상품 부문 협력사 수
3,270 개사	4,352 개사

협력사 리스크 관리

현대백화점의 ESG 경영 방침과 활동을 협력사에 확산하여, 발생 가능한 리스크를 사전에 예방하고 궁극적으로 협력사의 ESG 역량을 강화해 나가고자 합니다. ESG 리스크 관리 지침에 협력사와의 공정한 거래관계, 재산권 존중, 반부패 등 리스크에 대해 명시하고, 업체 선정 및 계약 단계에서부터 ESG 기준을 반영하여 관리하고 있습니다. 특히 교육 및 컨설팅, 평가 지원 등 다양한 활동을 통해 협력사들의 ESG 실천을 지원하고 있습니다.

협력사 선정 및 평가

협력사 선정에서부터 평가 및 관리까지 모든 단계에 현대백화점의 ESG 경영 원칙을 적용하여 이를 확산하고 있습니다. 공정한 프로세스에 따라 협력사를 선정하며, ESG 기준을 포함하는 정기적 평가 결과는 재계약 심사에 반영하고 있습니다. 특히 현대백화점은 적격한 지원 부문 협력사(공사, 설계, 비품 구매 등)의 선정 과정에서 기준 시행해 온 신용평리를 확대하여, 협력사 ESG 역량 강화를 위한 '협력사 ESG 평가'를 도입하고자 합니다. ESG 평가는 환경, 안전, 인권, 경영 안정성, 회계 투명성 등의 항목으로 구성되며 평가 비용 및 엄격한 검사 절차로 인한 협력사의 부담을 줄이기 위해 단계적으로 도입할 계획입니다. 이에 따라 협력사에게 새로운 성장 동력의 기회를 제공하고 나아가 실질적인 리스크를 예방할 수 있는 체계를 구축하고자 합니다. 이외에도 현대백화점은 백화점 내 협력사에 대한 계약서에 윤리, 지적재산권, 상품 품질, 안전, 관련 법규 준수 등을 포함하여 사회적 책임 이행에 대한 인식을 공유하고 있습니다.

협력사 지원을 통한 ESG 평가 도입 현황

1단계(~2023)	2단계(2024)
Pilot Test ~ 2022	평가 대상 및 지원 규모 확대 ~ 2023
<p>협력사 ESG 평가 보편화 후, 현대백화점 입찰 참여 기준으로 활용 예정</p> <p>▶ ① 공사 분야의 중대재해 및 임금체불 등 실질적인 리스크 예방 • 안전진단평가 등급(SH) 입찰 참여기준 적용</p> <p>② 비공사 분야의 ESG 등급 동종업계 평균 미만 시 개선 권장</p>	

ESG문화 확산 추진노력

- 거래계약서 반영**

ESG 경영문화 확산을 위해 계약서 내 포괄적 윤리경영 준수사항 포함

 - 특약매입거래계약서 18조(윤리적인 거래)
 - 특약매입거래계약서 28조(계약의 유효기간 및 갱신)
 - : 불공정 거래행위 및 비윤리적인 거래행위 객관적 확인 시 계약 갱신 거절
- 교육 및 컨설팅**

협력사 니즈 파악을 통한 ESG 교육 및 컨설팅 지원 추진
- ESG 평가/반영**

협력사 ESG 평가 인증 지원 및 평가 등급 거래계약 체결 시 활용

 - 일정 수준 이하 협력사 개선활동 지원

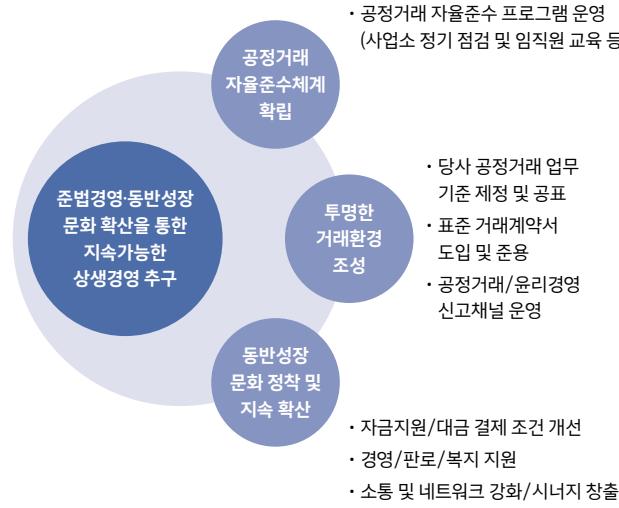
상생경영



전략 및 방침

현대백화점은 협력사와 공동운영체라는 인식을 바탕으로 함께 성장하기 위해 노력하고 있습니다. 협력사의 경쟁력은 곧 회사 성장의 원동력이라는 기조 아래 '공정거래 자율준수체계 확립', '투명한 거래환경 조성', '동반성장 문화 정착 및 지속 확산'이라는 3개의 운영 기준을 수립하고 상생 경영 전략 및 방침을 추진하고 있습니다. 이를 통해 협력사의 경쟁력을 강화하고, 양사 간의 선순환 체계를 구축하여 지속가능한 발전을 추구하고 있습니다.

상생경영 추진체계



공정거래 자율준수 체계 확립

공정거래 자율준수 전담조직

공정거래 자율준수 전담조직을 구성하여 협력사와의 상생경영에 박차를 가하고 있습니다. 공정거래 자율준수 관리자인 상품본부장을 중심으로 각 사업부(소)별로 동반상승위원회를 임명하여 관련 법 기준 준수뿐만 아니라 법 위반 사전 예방 및 감시 활동을 진행하고 있습니다.

사업소 대상 공정거래 정기 점검

각 사업소를 대상으로 관련 법률/업무 기준 자율준수 활동에 대한 자체 점검을 진행하고 점검 결과를 사업소 평가에 반영함으로써 구성원들의 의식제고 및 공정거래 문화 확립을 위해 노력하고 있습니다. 2021년에는 백화점 16개 점 및 아울렛 8개 점에 대해 점검을 진행하는 등 법 위반 예방 활동을 펼치고 있습니다.

공정거래 자율준수 조직도



공정거래 교육

상품본부 바이어, 사업소 공정거래 담당자 등을 대상으로 '대규모유통업법 등 공정거래 관련 법률'과 '내부 업무 기준'을 주요 내용으로 하는 공정거래 교육을 정기적으로 진행하고 있습니다. 이를 통해 임직원 공정거래 업무역량 강화 및 업무 내재화를 기하고 있습니다. 또한 임직원이 PC와 모바일을 통해 상시 활용하는 사내 그룹웨어(H-ART) 및 통합 메신저 프로그램 내에 '공정거래 업무지원 메뉴'를 별도 개설하여, 자체 제작한 교육 컨텐츠(영상/카드뉴스 등)를 주기적으로 배포하는 등 공정거래 교육에 대한 임직원 접근성을 향상하여 교육 효과를 높이기 위해 노력하고 있습니다.

'21년 주요 공정거래 교육 시행 내역

대상	상품본부 바이어	사업소 담당자	신입 / 인턴사원
시기	1월	1월 / 4월	6월 / 9월
내용	<ul style="list-style-type: none"> · 대규모유통업법 주요 내용 · 상품본부 공정거래 실무 <ul style="list-style-type: none"> - 거래 계약서 체결 - MD 개편 절차 - 기타 불공정거래 행위 - 전자계약시스템 활용 	<ul style="list-style-type: none"> · 대규모유통업법 주요 내용 · 사업소 공정거래 실무 <ul style="list-style-type: none"> - 약정서/합의서 체결 - 판촉행사 운영 - 인테리어 비용 부담(보상/분담) · 사업소 공정거래 점검 안내 	<ul style="list-style-type: none"> · 현대백화점 준법경영 및 동반성장 정책 · 대규모유통업법 주요 내용 · 주요 동반성장 프로그램 소개
방법	비대면 원격 화상회의 방식(ZOOM 활용)		

투명한 거래환경 조성

공정거래 업무 기준 확립

현대백화점은 투명한 거래환경 조성을 위해 대규모유통업법 등 관련 법률을 개정안 및 심사지침 등을 기반으로 공정거래 업무 기준을 확립하였습니다. 불공정거래 행위를 예방하기 위해 협력사와의 거래 단계별(계약체결, 매장 운영 등) 기준과 업무처리 절차를 수립하였으며, 이를 통해 공정한 거래문화 창작 및 파트너십을 위한 기반을 마련하였습니다.

공정거래 업무 기준

판촉행사 진행 및 분담 기준
인테리어 비용 분담 기준
마진 결정 및 조정 기준
협력사 선정 및 운영 기준
특약매입 부당성 심사 기준
판촉사원 파견 가이드라인
대규모 유통업자의 반품행위에 대한 위법성 심사지침
기타 불공정 행위

▼
공정거래문화
창작 및 파트너십
기반 마련

표준거래계약서

상생경영 추진의 일환으로 표준거래계약서를 사용하고 있습니다. 표준거래계약서는 대규모유통업법 및 공정거래위원회 행정예규(반품행위 위법성 심사지침) 내용 등을 충실히 반영하고 있으며, 2021년에도 대규모유통업법 및 공정거래위원회 행정예규 개정 내용을 표준거래계약서에 반영하였습니다.

2021년 표준거래계약서 주요 개정 내용

계약유형	주요 개정 내용
특약매입	<ul style="list-style-type: none"> 반품 조건에 대한 구체적 명시(반품대상, 기한, 절차) 판촉사원 파견 약정(근무기간, 근무시간, 업무내용 등)
직매입	<ul style="list-style-type: none"> 반품 조건에 대한 구체적 명시(반품대상, 기한, 절차) 대금 지급 기한(상품수령일 기준 60일 내)
임대	<ul style="list-style-type: none"> 협력사 영업시간 단축 요구 개정(기존 임대 협력사 외 협력사로부터 판매위탁을 받은 자 추가)
거래계약서 (공통)	<ul style="list-style-type: none"> 당사와 협력사 거래 간 윤리적 거래 준수의 기준 조항에서 경영 전반의 윤리경영 준수 노력 내용으로 포괄적 확대

* 사후 계약 체결 방지

현대백화점은 대규모유통업법에 따라 계약서 사후 체결 및 지연 교부 금지를 위해 전자계약시스템을 도입하였습니다. 계약 시작일 이후 계약서 작성 시, 계약 자체가 이루어질 수 없도록 시스템을 설정하여 운영하고 있습니다.

* 구두 발주 방지

대규모유통업법에 따르면 협력사에 계약서 교부 전까지 납품할 상품을 제조 또는 주문하게 하거나 납품할 상품을 위한 설비 및 장치를 준비하도록 요구할 수 없습니다. 이에 따라 현대백화점은 발주시스템 내 발주 수량을 필수 기재하도록 시스템을 설정하여 계약 체결 전 구두 발주를 방지하고 있습니다.

공정거래 신문고 운영

임직원의 부정, 비리, 금품수수, 품위손상 등의 부당 행위, 회사 거래와 관련한 제반 불이익 사항을 파악하기 위해 신고채널을 운영하고 있습니다. 신고제도 활성화를 위해 제보자의 신원을 파악할 수 없도록 철저한 보안 및 안전을 보장하며, 또한 제보자의 근무 및 영업활동에 불이익이 없도록 각별히 신경 쓰고 있습니다. 2021년에는 2건의 신고(영업정책 관련 불만 1건)가 접수되었으며, 사실 관계 확인 후 제보자에게 조치 결과 등을 안내하였습니다.

공정거래 위반 신고 사항

- 판촉비용 부당 강요
- 인테리어 비용 부당 강요
- 부당한 계약 변경 행위
- 부당한 강요 행위
- 부당한 감액 행위
- 중간유통업자(벤더)를 통한 납품유도 행위
- 부당한 대금 지급 지연
- 경영간섭 및 사업활동 방해
- 부당한 거래 중단
- 기타 우월적 거래 지위 남용 행위



동반성장 문화 정착 및 지속 확산

자금지원

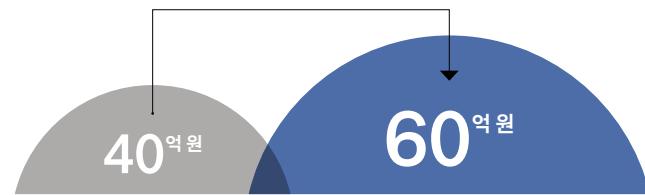
현대백화점은 다양한 자금 운용 지원 제도를 통해 협력사의 안정적인 성장을 지원함으로써 경영 안정화에 도움을 주고 있습니다.

다양한 자금지원 제도(동반성장 기금, 펀드)와 COVID-19 특화 지원, 대금 지급기일 단축 등을 통해 협력사에 실질적으로 도움이 될 수 있는 제도를 운영하고 있습니다.

동반성장 기금

동반성장 기금은 원부자재 구입, 생산시설 확충 등 협력사의 경영 활동을 지원하기 위해 운영자금을 무이자로 대출해주는 제도입니다.

COVID-19가 장기화됨에 따라 협력사 경영 안정화를 위해 동반성장 기금 규모를 연간 40억 원에서 60억 원으로 확대하였고, 2021년에는 43개 협력사를 대상으로 약 40억 원의 무이자 대출을 지원하였습니다.



상생협력 기금

상생협력 기금은 현대백화점이 중소기업 육성 및 지원을 목적으로 대·중소기업·농어업 협력재단에 기금을 출연하고, 해당 재원을 바탕으로 중소기업의 사업을 지원하는 제도입니다.

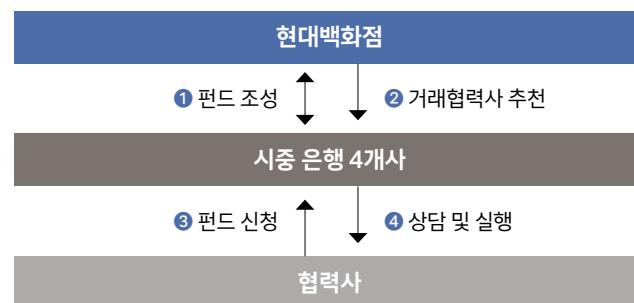
연간 3억 원 규모로 운영하고 있으며, 2021년에는 해당 기금을 통해 신규 특화 브랜드(골프 편집숍 등) 육성을 위한 차별화된 공간을 기획하고, 인테리어 설치 비용을 지원하였으며, 온라인 동반성장 특강과 같은 교육지원 사업도 진행하였습니다.

동반성장 펀드

동반성장 펀드는 현대백화점과 시중은행 4개사가 공동으로 180억 원의 펀드를 조성하여 협력사가 대출시 우대금리를 제공하는 제도입니다. 협력사별로 최대 5억 원까지 대출 가능하며, 2021년에는 36개사를 대상으로 123억 원의 대출을 우대금리로 지원하였습니다.

36 개사 123 억 원 대출 우대금리 지원

2021 동반성장 펀드 운영 절차 및 현황



대금 지급기일 단축

동반성장 협약을 체결한 약 320여 개 중소 협력사의 자금 부담을 완화 해주고자, 현재 특약매입 거래 기준으로 익월 30일자에 지급되는 대금 지급을 20일가량 앞당겨 익월 10일자에 지급하고 있습니다.



COVID-19 극복을 위한 지원

COVID-19 확산으로 인하여 매출 하락 및 영업환경이 악화된 중소 협력사/중간관리 매니저를 대상으로 실질적인 도움을 지원하고자 노력하고 있습니다. 매장 안정화 및 협력사 영업활동 지원을 위해 다양한 자금지원 제도를 운영하였고, 대금 조기 지급, 탄력적 판매수수료 인하 등을 통해 협력사와 함께 어려움을 극복하기 위한 지원사업을 추진하였습니다.

긴급 자금 대출

279 개사 93 억 원

수수료&관리비 인하

최대 50 % 21 억 원

영업 활성화 지원금

약 2 천 명 21 억 원

경영 지원

현대백화점은 중소협력사의 경쟁력 강화 및 경영 안정화를 위해 H-armony 협업 사업, 자율적 마진 인하와 같은 지원제도를 운영하고 있습니다.

또한 영업전략 설명회, 동반성장 특강과 같은 소통 & 교육 프로그램을 운영하여 양사 간의 경쟁력 강화에 힘쓰고 있으며, 2021년에는 총 209개사를 대상으로 교육 및 컨설팅을 진행하였습니다.

H-armony 제도

중소 협력사와 협력관계를 강화하고 양사 간의 경쟁력을 높이기 위한 협업사업으로 협력사의 신상품 개발, 차별화된 공간 기획을 통한 영업 활성화 등을 지원하는 'H-armony' 제도를 2017년도부터 운영하고 있습니다. 2018년 이후 연 2회 공모를 통해 지원 대상을 선발하고 있으며, 2021년 한 해에는 총 6건의 사업에 약 1억 6천만 원 규모의 사업비를 지원하였습니다.



2020년 H-armony 선정 사업 「차별화된 매장공간 구현 지원」 더현대서울 나이스웨더

우수 중소협력사 마진인하 제도

지난 2011년도부터 우수 중소협력사에 대한 자율적 마진인하 프로그램인 '상생마진' 제도를 운영하고 있습니다. 이를 통해 중소협력사의 경영 부담을 최소화하고 우수 협력사와 함께 성장하려 노력하고 있으며, 매년 거래계약 갱신 시 대상자를 선정하고 있습니다.

영업전략 설명회

협력사와의 공감대 형성 및 시너지 창출을 위해 2015년부터 매년 영업 전략 설명회를 개최하고 있으며, 협력사 및 현대백화점 임직원이 모두 참석하여 사업 방향을 공유하고 평소 접하기 힘든 트렌드 특강을 제공하는 등 상호 간의 발전을 도모하고 있습니다. 설명회는 영업 전략뿐만 아니라 동반성장 프로그램을 소개하고 협력사 및 현장의 의견을 듣는 소통의 장으로도 활용되고 있습니다.

온라인 동반성장 특강

협력사와의 시너지 강화 및 트렌드 선도를 위해 평소 접하기 어려운 명사를 초청하여 특강을 진행하고 있습니다. 2021년에는 총 31개 사의 약 90여 명의 협력사 임직원이 참여하였습니다. 2022 트렌드 코리아 특강을 온라인으로 실시간 중계하였으며, 다시보기 서비스도 제공하여 협력사의 참여도 및 활용도를 높이고자 노력하였습니다.



2021년 동반성장 라이브 특강 진행 사진

판로 지원

현대백화점은 대외기관(산업통상자원부, 중소벤처기업부, 중소기업유통센터 등)과 연계하여 중소기업 전용 매장 운영, 온·오프라인 기획전과 같은 다양한 채널을 활용한 우수한 중소협력사 육성, 판로 개척에 힘쓰고 있습니다. 또한 지자체와의 협업으로 지역 소상공인들의 대형 유통망 판매 경험을 제공하고 있습니다.

중소기업 판로 확대

중소기업유통센터와 연계하여 2021년 6월 「동행세일」이라는 정부 주관 판로 지원 행사에 참가해 중소기업 판로 확대에 도움을 주었으며, 추가로 지역 특화 상품의 판로 확대를 위해 지자체와 연계한 차별화된 식품 행사 전개로 약 13억 원의 매출 실적을 달성했습니다. 11월에는 「동행세일」「코리아세일페스타」 진행과 함께 산업통상자원부 주관 「코리아패션마켓」에 참여하여 약 12억 원의 매출을 기록하였습니다. 뿐만 아니라, 중소기업유통센터와 함께 중소기업 전용매장 「판판샵」을 운영하는 등 국내 중소기업들의 판로 기회 제공과 매출확대를 지원하고 있습니다. ('21년 연매출 약 8억 원)

중소기업 판로 지원 주요 행사 실적

구분	단위	2019	2020	2021
중소기업 제품 행사(전용매장 등)	억 원	11.4(154개사)	8.8(172개사)	10.5(171개사)
코리아패션마켓	억 원	-	8.5(118개사)	12.1(166개사)

지역 중소기업과의 상생 프로젝트

성남시와 체결한 '지역경제 활성화를 위한 업무협약'에 따라 2020년부터 지역사회와 대·중소기업 모두의 Win-Win 행사를 평가받는 '남다른 상점' 행사를 운영하고 있습니다. 생활리빙, 패션, 미용건강 등 성남시 유망 중소기업 59개 브랜드가 참여하여 온·오프라인 연계 1.3억 원의 매출을 달성했습니다. 또한 지역사회를 구성하는 대·중소기업 간 협력의 장이 되고 있을 뿐만 아니라, 중소기업들이 서로의 니즈를 확인하고, 파트너로서 협업체계를 맺을 수 있는 계기를 제공하고 있습니다.

복지 지원

현대백화점은 열정장학금 지원, 난치병 환우 의료비 지원, 협력사원 지원 활동 등 협력사 임직원의 근무 환경 개선과 복리후생 증진을 위해 다양한 제도를 운영하고 있습니다.

장학금 지원

2014년 유통업계 최초로 중소 협력사 임직원 자녀를 대상으로 장학금을 지원하였습니다. 협력사 가족愛 프로그램으로 처음 시행된 '열정 장학금' 제도는 상·하반기 진행되며, 초·중·고·대학생을 대상으로 성적/특기/챌린저 분야 장학생을 선발, 분야별 50~300만 원의 장학금을 지원하고 있습니다. 더불어 2017년부터는 장학생들에게 '진로, 꿈, 목표'와 관련된 '열정 에세이'를 접수받아 우수한 사례를 선발하여 맞춤형 포상을 수여하였으며, 2020년 COVID-19 확산 이후 영업환경이 악화된 중간관리 매니저 자녀까지 지원대상으로 확대하였습니다. 2021년 총 167명에게 1.9억 원의 장학금을 지원하였습니다.

협력사원 지원 활동

협력사원들의 최적의 근무여건 조성을 위해 상담 프로그램과 동기부여를 위한 각종 포상제도를 운영하며, EAP (Employee Assistance Program) 제도를 운영하여 개별 상담을 통한 맞춤 솔루션을 제공하고 있습니다. 특히 우수 협력사원의 자기계발과 근무 만족도를 높이기 위해 2002년부터 우수 협력사원 선발 제도(Ace manager, Best 부매니저)를 운영하고 있으며, 협력사원의 개인 역량 강화를 위해 챕봇 등을 활용한 교육을 지원하고 있습니다. 그 밖에도 협력사원의 근무 만족도를 높이기 위해 문화센터 강좌 할인, 장기 근속자 혜택 등을 제공하고 있습니다.

협력사원 지원 제도

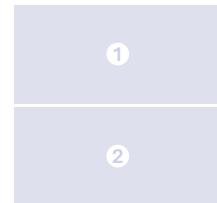


Special Case. 현대어린이책미술관 MOKA

현대어린이책미술관 MOKA는 2015년 8월, 지역사회에 공헌하고 문화 예술을 지원하기 위해 현대백화점이 설립한 문화 교육 공간입니다. 국내 최초 '책'을 주제로 그림책 관련 전시, 테마 교육, 열린서재 등을 운영하며 아이들이 타인과 사회를 이해하는 힘을 길러주는 특별한 미술관입니다. (정부 등록 1종 미술관)

현대어린이책미술관에서는 아이들이 그림을 매개체로 하여 자신을 이해하고, 이야기를 읽으며 타인을 이해하는 방법을 다양하고 흥미롭게 경험할 수 있습니다. 또한 책과 그림을 친근하게 느끼고 메시지를 잘 이해하도록 돋는 전시를 기획하고 전문 서가를 운영합니다. 더불어 교육을 통해 이야기를 나누고 예술의 아름다움을 느끼며 표현하는 감성을 키움으로써 스스로 성장할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.

MOKA 가든은 자연적 감성을 통해 꿈을 키우는 미술관으로 현대어린이 책미술관의 두번째 자연 교육 공간입니다. 세계적인 디자이너 하이메 아운이 공간디자인을 맡은 MOKA 가든은 실내 정원 '하이메 아운 가든'과 실내 놀이터 'MOKA 플레이', 'MOKA 라이브러리'로 구성되어 있으며, 다채로운 식물 문화 교육을 선보이고 있습니다. 책 속의 문학적 상상력과 예술적 감수성을 자극하는 전시와 교육을 만날 수 있는 곳, 어린이와 가족이 함께하는 문화 공간, '현대어린이책미술관 MOKA'입니다.



① 현대어린이책미술관 MOKA(성남시 분당구 소재)

② 현대어린이책미술관 MOKA 가든(남양주시 다산동 소재)



Special Case. 현대어린이책미술관 MOKA 사회공헌사업

다양한 세대가 함께 어울리고 소통할 수 있는 현대어린이책미술관 MOKA는 지역사회공헌과 문화예술지원을 위한 고유의 설립목적에 근거하여 예술가, 소외계층, 관람객 및 직원에 이르는 다양한 이해관계자들에게 공공성, 전문성, 대중성을 갖춘 문화예술 사회공헌 프로그램을 제공하고 있습니다.

그 중 'MOKA 세계시민교육 프로젝트'와 'MOKA 움직이는 미술관'은 예술과 문학을 통해 어린이들이 세계 시민으로서의 자세를 갖추고 미래세대의 주인으로서 책임의식을 키우게 하는 현대어린이책미술관의 특별한 교육이자, 유네스코의 지속가능발전교육 공식 프로젝트입니다. 이와 별맞추어 자연과 환경을 주제로 세계 여러 나라의 문화를 탐구하는 <MOKA와의 세계여행>교육도 운영하고 있습니다. 2022년 6월에는 정부 주관 공식 행사, 환경교육주간 박람회에 참여하여 현대어린이책미술관 환경 교육의 우수성을 선보이고 나누는 자리를 가졌습니다. MOKA GREEN DAY, 업사이클링 등 다양한 이벤트를 통해 현대어린이책미술관 MOKA는 어린이들과 함께 아름다운 자연을 위한 약속을 실천해나가고 있습니다.

구분	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22
지역사회 공헌	지역아동센터 전시 관람 및 교육 지원							
	특수 아동 및 청소년 교육지원							
	MOKA 세계시민교육 프로젝트, MOKA 움직이는 미술관							
문화예술 지원	Artist Together							
	신진작가 예술지원 <언-프린티드 아이디어>							
기업 문화 복지 및 지원봉사	임직원 전시 관람 및 교육지원 <MOKA WEEKEND>							
	임직원 봉사: 파랑새 캠페인							
	자원봉사 도슨트 양성							



현대어린이책미술관 MOKA의 각 프로그램은 '감상을 통한 공감', '이해를 통한 인식', '창의적 활동을 통한 문제 해결'의 목표를 가지고 유네스코 지속가능발전목표 17가지 중 하나인 '양질의 교육'을 실현하고 있습니다. 또한 기후변화 대응, 해양·육상 생태계를 주제로 한 교육을 통해 세계시민교육에 기여하기 위한 활동을 펼치고 있습니다.



사회공헌

지역사회와의 동행

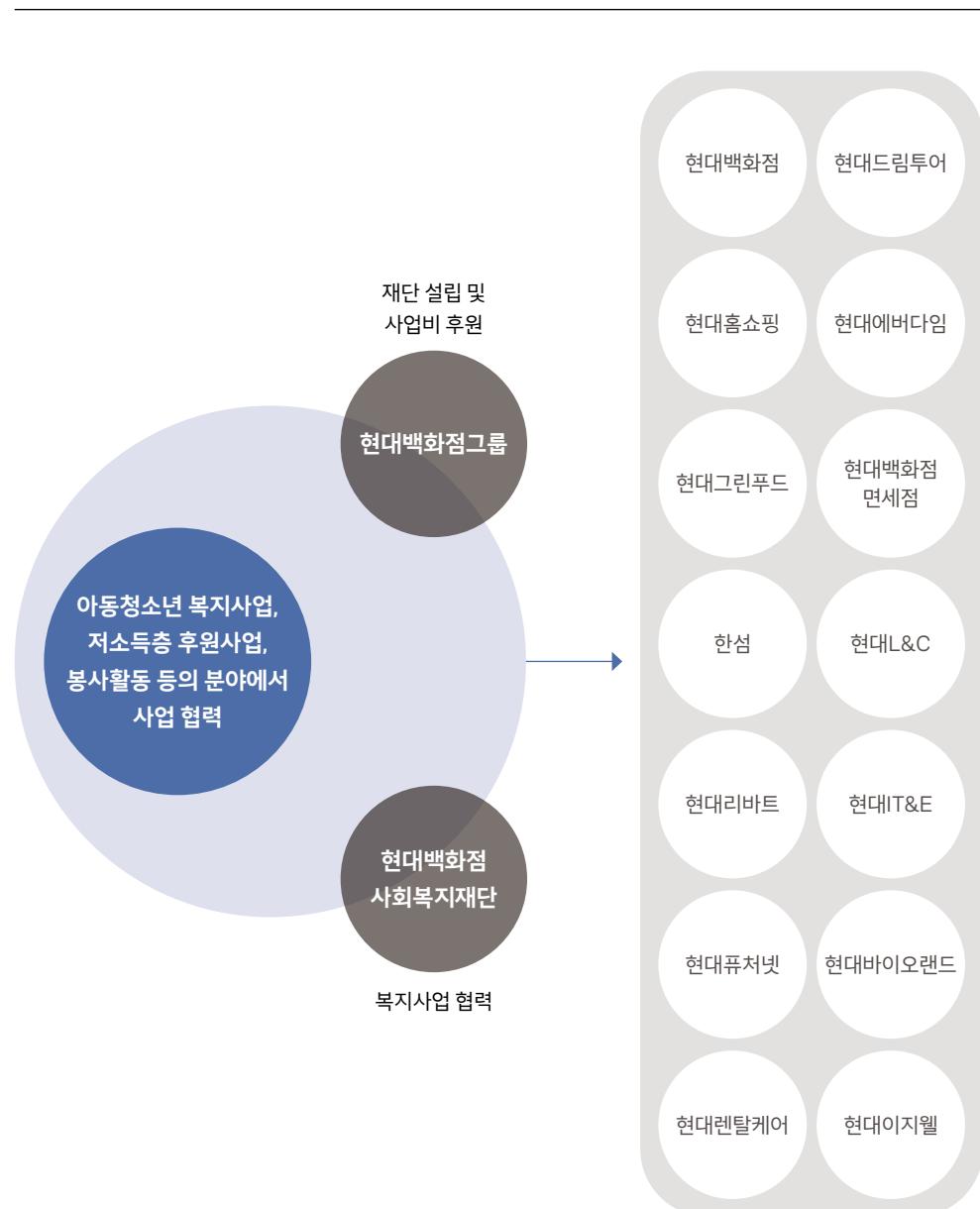
사회공헌 전략 및 방침

현대백화점은 그룹 차원에서 2006년 설립한 '현대백화점사회복지재단'을 통해 체계적인 사회공헌 활동을 추진하고 있습니다. 주요 사회공헌활동으로는 아동 복지사업, 문화 예술 지원사업, 공익 지원사업 등 건강하고 행복한 지역사회를 만들기 위한 다양한 사회공헌 활동을 추진하고 있습니다.

구분	내용
아동복지사업	미취학 아동부터 초·중·고생을 대상으로 생계 지원, 복지시설 지원, 문화활동 지원, 교육 프로그램 지원 등 다양한 아동복지 프로그램을 운영하고 있습니다. 또한 아동복지 기관에 대한 후원도 지속적으로 진행하고 있습니다.
문화·예술 지원사업	현대백화점은 고객의 삶에 행복을 가져다 주는 새롭고 다양한 문화·예술 콘텐츠를 선보이기 위해 트렌디하고 차별화된 문화콘텐츠를 개발합니다. 전시를 후원하고 문화홀을 운영하여 고객에게 새롭고 앞선 문화를 선도하고 있습니다.
공익 지원사업	우리 사회가 직면한 다양한 사회현상을 극복하고 풍요롭고 희망이 넘치는 사회를 만드는데 이바지하고자 다양한 공익 지원사업을 전개하고 있습니다. 특히 신체적 불편함과 경제적 어려움, 사회적 편견을 이겨내야 하는 이웃들을 위한 다양한 복지사업을 실시합니다.



사업협력 체계도



주요 사회공헌 사업

구분	사업내용	수혜(2021)	금액(2021)	협력
생계 지원	결연아동 생계 지원	456명	5.7억	-
	결연공부방 후원	25개소	0.9억	-
학자금 지원	순직 경찰관 자녀 학자금 지원	336명	5억	경찰청
	순직 소방관 자녀 학자금 지원	60명	2억	소방청
학습 지원	협력사 자녀 학자금 지원(열정장학금)	167명	1.9억	-
	방학 중 학습 지원	70명	4억	사회복지 공동모금회
자립 지원	소이암 환아 지원	50명	1.5억	한국암재활협회
	시설 퇴소 청소년 자립 지원	60명	2억	홀트아동복지회
재능 육성	체육(육상) 분야 유망주 지원	40명	2억	교육부
	음악(클래식) 분야 재능 육성 지원	40명	1.5억	하트하트재단
	음악(실용음악) 분야 재능 육성 지원	40명	0.5억	러브 FNC
건강 지원	방학 중 식사 지원	500명	3억	사회복지 공동모금회
	친환경 보조기기 지원	275명	1억	아름다운재단
의료 지원	난치병 환아, 청각장애 아동 수술 지원	9명	0.7억	사랑의달팽이
	소이암 환아 지원	50명	1.5억	한국암재활협회

재단 운영실적

현대백화점사회복지재단은 설립 이후 아동복지부문을 핵심 사업으로 전개해 나가고 있으며, 저소득 소외계층을 위한 사업도 점진적으로 확대해가고 있습니다.



구분	단위	2019	2020	2021
아동 복지사업	백만 원	350	258	173
한부모가정 지원사업	백만 원	545	577	668
장애인 복지사업	백만 원	154	211	221
저소득층 지원사업	백만 원	382	376	378
기타	백만 원	2,662	2,396	2,508
합계	백만 원	4,093	3,818	3,947

아동 복지사업

순직 소방·경찰관 유가족 지원

현대백화점은 화재 등 각종 재난현장에서 국민의 생명과 재산을 구하다 순직한 소방·경찰관 유가족의 처우 개선을 위해 노력하고 있습니다. 타인의 생명을 살리기 위해 본인을 희생한 소방관분들의 숭고한 정신을 기리기 위해 매년 유가족에게 지원금을 전달하고 있으며, 유가족 자녀의 올바른 성장을 위해 심리치료 등도 지원하고 있습니다. 앞으로도 소방가족들의 처우개선을 위해 다양한 지원사업을 확대해 나갈 예정입니다.

순직 소방관 자녀 지원

총 600 여명 **19** 억 원

순직 경찰관 자녀 지원

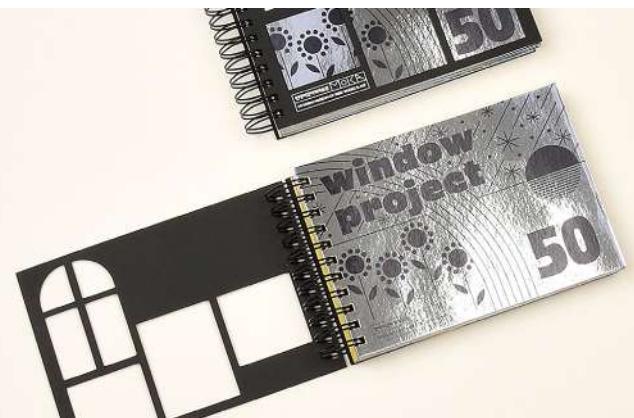
총 1,615 명 **29** 억 **7,000** 만 원

소아암 어린이 지원

소아암 어린이들의 특별한 어린이날을 위해 한국백혈병소아암협회에 2021년과 2022년에 각각 5천만 원과 1억 원을 기부하였습니다. 후원금은 전국의 소아암 어린이 1,100명에게 '5월 행복 우리' 선물상자를 전달하고, 소아암협회 센터 내 교육 공간을 조성하는 데 쓰였습니다. 또한 현대어린이책미술관 MOKA의 비대면 전시 키트와 장난감 선물세트 1천 개도 추가적으로 후원하여 소아암 아동들에게 지속적인 교육 프로그램을 제공하고 있습니다.



순직 소방·경찰관 유가족 지원



어린이 그림 그리기 대회

어린이 그림 그리기 대회

어린이 그림 그리기 대회는 환경부와 현대어린이책미술관 MOKA가 함께 후원하며 역사와 전통을 이어가는 현대백화점의 대표 가족 문화 행사입니다. 이 대회는 어린이들이 '환경의 중요성'이라는 주제를 바탕으로 잠재된 상상력을 발휘할 수 있는 미술 축제로 자리 잡았습니다. 2021년에는 '내가 꿈꾸는 세상(기후 위기와 환경 오염 없는 더 행복한 우리 지구)'이라는 주제로 전국 5천여 명의 어린이들이 참여하였으며, 수상한 주요 작품들은 현대어린이책미술관이 현대백화점그룹 창사 50주년을 기념하고자 진행한 'WINDOW 50 프로젝트'를 통해 아트북으로 재탄생하였습니다. 본 프로젝트는 '우리가 만나고 싶은 세상이 창문 너머로 펼쳐진다면 어떤 모습일까?'라는 호기심을 바탕으로 어린이 작가들의 작품을 체험요소와 함께 엮어낸 아트북입니다. 아트북은 지역 사회복지관과 도서관에 기증되었으며, 영상 전시의 조회수를 기반으로 조성된 5천만 원의 기부금은 에너지 빙곤 가정에 전달하여 어린이들이 추운 겨울을 가족과 함께 따뜻하게 보낼 수 있도록 지원하였습니다.

청각장애인아동 지원

2012년부터 꾸준히 사단법인 '사랑의 달팽이'를 통해 청각장애인아동 수술비와 재활 치료비를 지원하고 있습니다. 2021년까지 10년간 총 15억 9천만 원이 경제적 어려움으로 인공 달팽이관 수술을 받지 못하는 184명의 아이들에게 소리를 찾을 수 있도록 사용되었습니다. 앞으로도 소리를 찾은 아이들이 건강하게 사회에 적응할 수 있도록 수술비, 재활 치료비 지원과 함께 청각장애 인식 개선 캠페인을 함께 진행할 예정입니다.



청각장애인아동 지원

문화 예술 지원사업

문화홀 운영

현대백화점은 고객에게 새로운 문화를 선도하기 위해 1985년 압구정본점에 '현대예술극장'을 오픈하였으며, 현재 점포 내에 9곳의 문화홀과 7곳의 갤러리H를 운영하고 있습니다. 국내·외 최고 아티스트의 공연과 다양한 장르의 전시 콘텐츠 진행으로 월 평균 1만 명 이상의 관람객이 방문하고 있으며 2021년 판교점 아트뮤지엄·미디어아트전, 무역센터점 아트페어, 킨텍스점과 더현대서울의 아트컬렉션 등 지속적으로 문화 트렌드를 선도하는 콘텐츠를 선보이고 있습니다. 특히, ART 전시 공간인 갤러리H에서는 국내·외 유명작가와 신진작가의 전시가 연간 100회 가량 진행되고 있습니다.



메세나 결연활동

메세나 결연 활동으로 '제 10회 서울국제조각페스타 2021' 전시 후원을 진행하였습니다. 1,000명의 고객 전시 초대 외에도 향후 백화점에 국내 최고 수준의 조각 전시를 진행할 수 있는 토대를 구축하였습니다. 그리고 2021년 오픈한 더현대서울 복합문화공간 ALT.1에서 팝아트의 아이콘인 앤디 워홀 전시 및 오감을 통해 마치 음악 속으로 걸어 들어가는 듯한 입체적 경험을 제공하는 이머시브 전시 '비욘더로드'를 아시아 최초로 개최하여, 전시에 참가한 20여만 명의 고객들에게 세계적인 작품을 선보였습니다. 이와 같이 현대백화점은 고객에게 최신의 문화콘텐츠를 제공하고 있습니다.

ALT.1

2021년 2월 오픈한 더현대서울의 전문 전시공간으로서 개관 전시로 국내 대규모 회고전으로 평가받는 <앤디워홀: 비기닝 서울>을 진행하여 총 153점의 작품이 전시되었고, 약 10만 5천 명의 고객들이 관람을 진행하였습니다. 또한 영국에서 활동 중인 15명의 아티스트가 참여했으며, 2019년 영국 전시 이후 글로벌 첫 번째로 한국에서 전시되는 <비욘더로드>를 통해 현대 시각 미술과 디지털 미디어 융합 예술의 정수를 고객에게 선보였습니다.

문화예술 후원

현대백화점은 문화예술 분야의 다양한 활동을 전개하는 이마에스트리, 한국메세나협회, 서울국제조각페스타 등을 후원하여 지역 사회의 문화 발전을 위해 노력하고 있습니다.

2회 연속 '문화예술후원우수기관' 선정

점포별로 다양한 문화예술 공간 및 체험프로그램을 운영하는 공로를 인정받아, 2017년부터 현재까지 문화 예술 후원에 앞장서는 기업으로 평가받았습니다. 문화예술후원우수기관 인증제는 2014년 제정 및 시행된 '문화예술후원 활성화에 관한 법률'에 의거, 문화예술분야 후원활동을 촉진하거나 모범적으로 수행하는 기업을 지원하고자 마련된 제도입니다. 현대백화점은 현대어린이책미술관 MOKA, 문화홀, 갤러리H, 문화센터 등의 공간 운영과 SUPER STAGE(전시·공연), 어린이 그림 그리기 대회, 지역축제 후원 등의 프로그램 운영을 통하여 문화예술 지원 활동에 앞장서고 있습니다.

5년 연속 메세나 지원 기업 2위 달성 & 메세나대상 창의상 수상

한국메세나협회의 '메세나 지원 현황 조사' 발표에 따르면 현대백화점은 지난 2018년부터 2022년까지 5년 연속 국내 기업 중 두번째로 많은 메세나 활동을 이어오고 있습니다. 특히 2021년부터는 유통업계 중 유일하게 상위 5개 기업 중 하나로 이름을 올렸습니다. 이러한 지원 활동을 인정받아 2020년에는 한국메세나협회 주최, 문화체육관광부 후원으로 진행되는 메세나대상에서 창의상을 수상하였습니다.

최근 5개년 메세나 상위 기업*

순위	2018	2019	2020	2021	2022
1	KT&G	KT&G	KT&G	KT&G	KT&G
2	현대백화점	현대백화점	현대백화점	현대백화점	현대백화점
3	롯데백화점	현대중공업	현대자동차	현대자동차	현대자동차
4	신세계백화점	현대자동차	신세계백화점	DL이앤씨	DL이앤씨
5	현대중공업	롯데백화점	롯데백화점	크라운해태제과	크라운해태제과

* 한국메세나협회 연도별 기업 문화예술 지원 현황 조사

문화예술 후원 규모

단위: 백만 원



공익 지원사업

사랑의 연탄 나눔

현대백화점그룹은 매년 초 저소득층에게 연탄을 지원하는 '사랑의 연탄나눔' 전달식을 진행하고 있습니다. 2021년에는 백사마을 등 서울 내 소외계층 1,300여 가구를 대상으로 연탄 37만장을 지원하였습니다. 추운 겨울 늘어나는 난방비 지출로 부담을 느끼는 에너지 소외계층에게 매년 초는 가장 춥고 힘든 시기입니다. 본 사회공헌 활동을 통해 우리의 소외된 이웃에게 현대백화점그룹의 따뜻한 마음을 전달하고, 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다.

재난·재해 지원(산불 포함)

현대백화점그룹은 재난 및 재해 발생시, 피해 복구를 돋고 피해 주민들을 신속하게 지원하기 위해 성금을 전달하고 있습니다. 전달된 기부금은 생필품 지원과 대피시설 운영, 피해복구 활동 등에 활용됩니다. 2020년에는 집중호우 및 코로나로 고통 받는 주민들을 위해 총 15억 원을 기부하였고, 2022년에는 경북·강원 지역 산불 및 집중호우로 피해 입은 주민들을 위해 각 5억 원을 기부하는 등 재난 및 재해 발생시 지역 사회의 빠른 일상 회복을 위해 힘을 보내고 있습니다.

탄소중립 숲 조성

'탄소중립의 숲'은 민·관·기업의 협력을 통해 탄소중립을 실천하고 지속 가능한 산림경영 모델을 만드는 것을 목적으로, 경기도 용인시 처인구 백암면에 위치한 국유림(16.5ha)에서 조성됩니다. 현대백화점그룹과 북부지방 산림청, 생명의 숲이 2022년부터 5년간 공동산림사업 협약을 체결했으며, 추후 다양한 협력을 바탕으로 기후 위기에 능동적으로 대응하여 지속가능한 산림을 만들기 위해 노력하겠습니다.

초등학교 교실 숲 조성

현대백화점은 2019년 미세먼지 특별법 개정에 따라, 미세먼지 취약 계층에 명시된 어린이들의 건강권 보장을 위해 초등학교 교실 숲 지원 사업을 시작하였습니다. 매년 200학급 이상의 공기정화식물 보급을 목표로 친환경 사회적기업 '터치포굿', '트리플래닛', 지역교육청의 추천을 받은 초등학교를 선정해 연 2회 정기적으로 전달하고 있습니다. 2022년 상반기까지 851개 학급에 6,789그루의 공기정화식물을 전달해 당초 목표보다 상회한 지원 활동을 이어가고 있습니다. 앞으로도 더 많은 어린이가 깨끗하고 건강한 환경에서 학업을 진행할 수 있도록 '교실 숲' 조성에 앞장서겠습니다.



탄소중립 숲 조성



초등학교 교실 숲 조성

멸종위기종 지원

천연기념물 제330호이자 환경부 지정 1급 멸종위기종인 '수달'의 서식지 보전을 위해 친환경 캠페인을 진행하였습니다. 약 20년 만에 한강으로 돌아온 수달이 한강 생태계의 지표종으로 지역 생태계와 생물다양성 측면에서 중요한 동물임을 인식하고, 수달이 한강에서 안전하게 정착할 수 있도록 캠페인을 진행하여 수달 보호에 대한 인식을 공유하였습니다. 현대백화점은 2021년부터 투명 폐페트병을 가져오는 고객 한 명당 2천 원을 적립하여 수달 서식지 보전 및 홍보 활동을 지원하고 있습니다.

보다 가까이, 패럴림픽 응원 캠페인

한 해 늦게 개최된 2020 도쿄 패럴림픽을 맞아 문화체육관광부, 대한장애인체육회와 함께 장애인 체육에 대한 관심을 고취하는 국민적 응원 캠페인을 전개했습니다. '일상에서 보다 가까이 패럴림픽에 참여한 국가 대표 선수들을 응원하자'는 의미로 기획한 이 캠페인은 더현대서울 곳곳에서 펼쳐져 많은 고객들의 관심을 끌었습니다. 장애인 스포츠를 모티프로 제작한 픽토그램을 바탕으로 공공 디자인을 제작하여 매장 곳곳에 부착하였고, 패럴림픽 경기 모습을 형상화한 마네キン도 특별 제작해 고객들에게 선보였습니다. 현대백화점은 이 캠페인을 전개한 공로를 인정받아 문화체육관광부 표창을 수상했습니다.



패럴림픽의 경기 모습을 형상화한 마네킨

유기견 건강돌봄

현대백화점은 2019년부터 유기견 건강돌봄 프로그램 'Heart for Dog'를 운영하고 있습니다. 결연기관인 동물권행동 KARA와 지속적으로 협력하여 유기견들이 건강하게 새 가족을 만날 수 있도록 여러 활동을 지원하고 있습니다. 유기견에게 필수적인 예방접종과 심장사상충 약 지원을 비롯하여, 임직원 대상 친환경 캠페인으로 수거된 헌 옷을 강아지용 장난감 200개로 업사이클해 선물하였습니다. 그리고 유기견의 사회화 적응에 필요한 동물보호센터 환경 개선 사업을 진행하였으며, 이를 토대로 유기견이 건강하게 적응하고 입양될 수 있도록 실질적인 지원을 늘려나갈 것입니다.

undai 하트 에디션 굿즈

유기견 건강돌봄 프로그램 'Heart for Dog' 캠페인의 일환으로 흰디 인형과 반려견용 노즈워크·빡빡이 장난감 구성인 'undai 하트 에디션' 굿즈를 선보였습니다. 현대백화점 16개 전점 및 더현대닷컴에서 판매되었으며, 판매 수익금 전액은 유기견 보호센터 'KARA 더봄센터' 환경 개선에 사용되었습니다. 현재 현대백화점 후원으로 파주에 위치한 더봄센터에 '놀이터 유도로'가 설치되어, 유기견들이 입양 전까지 건강하게 생활하고 적응하는 데 큰 도움이 되고 있습니다.

더현대 펫 플로깅(Plogging)

젊은 세대가 관심을 가지고 동참할 수 있는 프로그램을 신설하여 친환경 실천을 이끌고 있습니다. 2021년 6월, 운동을 하면서 쓰레기를 줍는 활동인 플로깅을 비대면으로 진행하여 참가비 중 일부를 교실 숲 조성 사업에 기부하였습니다. 10월에는 반려견 동반 플로깅을 진행하고 참가비 중 일부를 유기견을 위한 활동에 사용하여 환경보호와 더불어 동물보호에도 노력하고 있습니다.



undai 하트 에디션 굿즈

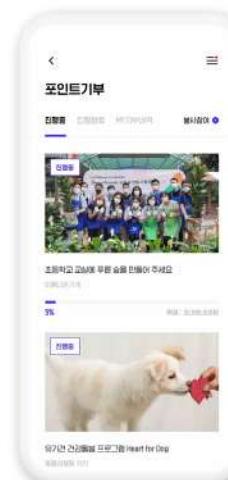


더현대 펫 플로깅(Plogging)

노인종합복지관에 전해진 6억 원 규모의 공기청정기

현대백화점그룹은 미세먼지에 취약한 노년층이 이용하는 노인종합복지관 실내 공기질 개선을 위해 6억 원 규모의 공기청정기를 지원하는 활동을 전개하였습니다. 서울사회복지공동모금회에 전달된 지원금 6억 원은 서울·경기·인천·대전 등 전국 200여 개소의 복지관에 3~4대씩 총 770여 대를 지원하는 데 사용되었습니다. 또한 복지관 자체적으로 유지관리가 어려운 점을 고려해 현대렌탈케어 전문 케어 직원들이 직접 사후관리하여 복지관을 이용하는 분들이 건강한 생활을 영위할 수 있도록 하였습니다.

H.Point 매칭그랜트(고객참여 기부)



그룹 통합멤버십 H.Point를 통해 고객이 쌓은 포인트를 활용하여 장애 아동 지원, 유기견 후원 등 다양한 사회공헌 활동에 참여하고 있으며, 매칭그랜트 방식으로 후원에 동참하였습니다. 포인트 기부는 2020년 H.Point 앱을 통해 처음 시작되었으며, 2021년 연말 기준 약 3만여 명 이상의 고객이 참여하였습니다.



노인종합복지관 공기청정기 지원

COVID-19 대응



COVID-19 장기화에 따라 전 세계적인 경제적·사회적 위기 상황이 지속되고 있습니다. 현대백화점은 사회적 거리두기 강화로 인한 유통산업 내 영향에 대응하고 임직원 및 고객, 협력사, 지역사회의 건강과 안전을 확보하기 위해 비상 대응체계를 갖추고 관리하고 있습니다.

임직원

안전방역관 제도 도입

COVID-19 점내 확산 방지를 위하여 창고 및 휴게공간 등 직원 이용시설의 방역수칙 준수 현황을 관리하는 '안전방역관 제도'를 도입하여 운영하고 있습니다. 또한 정기적으로 임직원 코로나 전수검사를 진행함으로써 지속적인 감염 관리를 하고 있습니다.

재택근무 제도 도입

임직원의 안전을 위해 재택근무 제도를 도입하였습니다. 2개 조로 나누어 격주 단위로 교차 재택 근무를 하여 COVID-19 확산을 방지하고 안전한 근무 환경을 조성하고 있습니다.

모바일 자가진단 인증제도

COVID-19와 관련하여 직원들의 건강과 안전을 위해 출근직원의 모바일 그룹웨어 내 문진표로 일일 자가 진단을 실시하였습니다. 이를 통해 점내 밀접 접촉자 발생과 코로나 추가확산 우려를 낮추고, 근로자에게는 안전한 영업환경을 만드는 데 최선을 다하고 있습니다.

고객

SCS(Safety Care System) 운영

현대백화점은 선도적인 COVID-19 대응을 위한 체계적인 안전관리를 수행하고 있으며, 대응활동 및 우수 사례를 적극적으로 공유하여 고객과 직원의 신뢰를 강화하고자 노력하고 있습니다.

2021년 상반기에는 환경부의 승인을 받은 친환경 살균수로 매일 고객과 매장 내부 및 직원시설을 방역하여 소독의 사각지대를 관리했고, 항균 LED 설치를 통한 자동 살균 시스템을 운영하였습니다. 또한 출입문 손잡이와 에스컬레이터 핸드레일 소독 등, 공간방역을 통한 일상 소독 활동을 지속적으로 실시하고 있습니다.

직원 위생키트 지급(Way to Protect)

백화점 내 근무 직원에게 마스크, 알코올솜, 손소독제 등으로 구성된 위생키트를 지급하여 점내 마스크 미착용 고객 발생 시 즉시 지급을 통해 생활 속 방역을 강화하고 안전 리스크를 관리하였습니다.

드라이브스루 발열 체크

차량을 이용해 백화점을 이용하는 전 고객을 대상으로 입차시 발열 체크 시스템을 운영하였으며, 고객의 의견을 반영하여 발열 체크 시 대화를 최소화하고 수신호 사용을 통한 커뮤케이션을 진행하였습니다.

협력사

협력사 및 협력사원 지원

현대백화점은 COVID-19 이후 '협력사 지원 센터'를 운영하여 협력사의 애로사항을 지속해서 모니터링하고 있습니다. COVID-19 확산으로 인해 영업환경이 악화되고 매출이 하락한 중소협력사와, 고정급이 아닌 매출 실적에 따라 인센티브를 받는 중간관리 매니저를 대상으로 유통업계에서 유일하게 다양한 자금지원을 진행한 바 있습니다. 현대백화점은 거래 협력사의 자금 유동성 확보 및 경영 안정화를 위해 차별화된 자금지원 프로그램을 운영하여 상생경영 활동을 적극적으로 실천하고 있습니다.

영업 활성화 지원금	2,3월 월소득 100만 원 이하 중간관리 매니저 대상 인당 100만 원 지원	2,005 명 대상 약 21 억 원
긴급자금 대출	중소협력사 대상 장래 매출 외상대 담보 대출 진행 (각 사별 최대 1억 원)	279 개사 약 93 억 원
무이자 대출 기간 및 대상 확대	우수 중소협력사 대상 무이자대출 상환기간 연장 및 지원대상 확대 (협력사별 최대 3억 원)	11 개사 약 15 억 원
수수료 및 관리비 인하	식품(F&B, 식당가) 수수료 및 관리비 인하	21 억 원
대금 조기 지급	중소협력사 대금 약월 30일 → 10일로 조기 지급	510 억 원
서비스 MD 지원	키즈카페, 수선실, 세차장 등 수수료 또는 관리비 인하	86 백만 원

지역사회

지역 특산물 생산 농가 판로 지원

현대백화점은 COVID-19 장기화로 판로가 줄어든 지역 특산물 생산 농가에 보탬이 되기 위해 진행되는 '현대 식품관 동행' 행사 기간을 지난해보다 10일 늘리고, 행사 물량 규모를 20% 확대하였습니다. 또한 졸업식과 지역 행사 축소로 매출이 급감한 화훼 농가를 돋기 위해 장미 총 200단을 매입해 10~20% 할인해 판매하였습니다.

대한적십자사 COVID-19 대응 지원금 전달

COVID-19 감염 확진자 및 자가격리자 지원을 위하여 대한적십자사에 3,000만 원의 지원금을 전달하였습니다. 해당 지원금은 서울시 강남구청, 중구청, 인천광역시 중구청에 거주하는 소외계층을 위해 지급되는 '코로나 대응 키트' 제작을 위해 사용되었습니다.

COVID-19 피해지역 후원 & 인근 지자체 지원

COVID-19로 인해 극심한 피해를 입은 대구 지역의 취약계층과 의료진을 대상으로 후원금 3.1억 원을 전달하였습니다. 또한 사업소별로 인근 지자체 COVID-19 대응 활동을 지원하기 위해 방역용품 등도 지원하였습니다.



Governance



070 지배구조

073 윤리경영

075 리스크 관리

076 안전·보건

078 정보보안



지배구조

이사회 현황

현대백화점 이사회는 정관에 따라 전체 이사의 과반수를 사외이사로 구성하며, 사외이사는 3인 이상으로 정하여 견제와 균형이 충실히 이루어질 수 있도록 하고 있습니다. 이사회는 2022년 6월 기준 사외이사 5명, 사내이사 4명을 포함하여 총 9명으로 구성되어 있습니다. 당사 이사회는 주주총회와 더불어 최고의사결정기구로, 사외이사를 중심으로 운영하고 있습니다.

이사회 산하 위원회

현대백화점은 이사회 내 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 내부거래위원회, 보상위원회, ESG 경영위원회 총 5개의 위원회를 설치하여 이사회 운영의 효율성을 제고하고 있습니다. 감사위원회, 사외이사후보추천위원회는 상법 등 법령에 의거하여 설치가 의무화된 것이며, 보상위원회와 내부거래위원회, ESG 경영위원회는 경영 투명성 강화 및 주주권익 보호, ESG 경영 강화를 위해 이사회가 자율적으로 설치한 것입니다. 이사회 내 5개 위원회는 모두 사외이사가 위원장이며, 각 위원회는 해당 분야의 전문지식을 갖춘 이사로 구성하고 있습니다.

이사회 산하 위원회

감사위원회	사외이사후보추천위원회	내부거래위원회	보상위원회	ESG 경영위원회
<ul style="list-style-type: none">• 이사 및 경영진의 업무 감독• 회계, 업무 감사/조사• 외부감사인 선임• 내부회계관리제도 검토/평가	<ul style="list-style-type: none">• 주주총회에서 선임될 사외이사 후보 추천• 이사 후보군에 대한 상시적인 관리 및 검증	<ul style="list-style-type: none">• 계열사와의 내부거래 실적 보고 /적정성 평가/한도 심의	<ul style="list-style-type: none">• 등기임원 연간 보수집행 현황 보고• 등기임원 연간 업무성과 평가• 주주총회에 제출할 등기임원 보수 한도 심의	<ul style="list-style-type: none">• ESG 전략 및 정책 수립• 친환경 관련 투자 계획 수립/ 결과 보고• CSR 및 안전보건 계획 수립/ 결과 보고• 지배구조현장, ESG 리스크관리 지침 제·개정

이사회 구성

2022년 3월 기준(● 위원장 ○ 위원)

직위	성명	성별	만 나이	최초 선임일	임기 만료일	주요 경력	전문 분야	이사회 내 위원회					
								감사위원회	내부거래위원회	보상위원회	사외이사후보추천위원회	ESG 경영위원회	
사내이사	김형종	남성	61	2020. 03. 25.	2024. 03. 28.	현대백화점 대표이사 사장	조직, 영업	○				○	
	정지선	남성	49	2006. 09. 08.	2024. 03. 28.	현대백화점그룹 회장	조직, 기업경영 일반						
	장호진	남성	59	2020. 03. 25.	2024. 03. 28.	현대백화점 대표이사 사장	조직, 기업경영 일반		○	○			
	정교선	남성	47	2019. 03. 22.	2023. 03. 24.	현대백화점그룹 부회장	조직, 기업경영 일반						
사외이사	장재영	남성	48	2019. 03. 22.	2023. 03. 24.	법무법인 세종 변호사	법률		●	○	○	○	
	고봉찬	남성	59	2020. 03. 25.	2024. 03. 28.	서울대학교 경영대학 교수	재무, 금융	●	●	○			
	방효진	남성	67	2021. 03. 24.	2023. 03. 24.	BANG Singapore PTE LTD(Millenasia) 대표	금융, 회계 및 재무	○	○		●		
	박주영	남성	60	2022. 03. 28.	2024. 03. 28.	충실파워 벤처 중소기업학과 교수(前) 한국유통학회장	유통, 마케팅	○	○			●	
	권영옥	여성	46	2022. 03. 28.	2024. 03. 28.	숙명여대 경영학부 교수	경영정보(빅데이터, 디지털)		○	○	○		



사회이사 선임

현대백화점은 전문성, 책임성 및 다양성을 사회이사 선임의 원칙으로 삼아 이사 선임 시 전문성과 개인의 역량에 대한 부분을 검증하여 주주총회에 후보자를 상정하고 있습니다. 사회이사는 사회이사후보추천위원회에서 추천을 통해, 사내이사의 경우에는 이사회의 추천을 통해 주주총회에서 선임하고 있습니다. 이사 선임과 관련하여 주주들에게 주주총회 4주 전에 충분한 정보를 제공하는 등 이사후보 추천 및 선임 과정에서 공정성과 독립성이 확보되도록 조치하고 있습니다. 사회이사의 자격 요건은 상법 및 정관에서 정하는 바를 따르며, 사회이사 선임 관련 공시 시 법적 자격 요건을 증명할 수 있는 '사회이사 자격 요건 적격 확인서'를 제출하고 있습니다. 법적 자격 요건 외에 여러 평가 항목을 통해 독립성, 전문성을 갖추고 경험이 풍부한 이사를 선임하며, 이사는 매년 주주총회에서 개별 안건으로 상정하여 선임하고 있습니다. 이사의 선임 배경은 기업지배구조 보고서를 통해 투명하게 공개하고 있습니다.

2021 기업지배구조 보고서(p.40-41)

이사 임기

이사의 임기는 2년이며 총 연임기간은 6년을 초과할 수 없습니다.

겸직 제한

상법 제542조의 8 제2항 및 동법 시행령 제34조 제5항에 규정된 겸직 관련 결격 요건을 철저히 준수하고 있습니다. 이에 사회이사는 현대백화점을 포함하여 2개 법인까지 겸직이 가능하며, 상시적으로 사회이사의 겸직 여부에 대한 현황을 확인하여 사회이사 결격 요건에 해당할 수 있는지에 대한 법적 검토를 수행하고 있습니다. 사회이사의 겸직 여부는 기업지배구조 보고서를 통해 투명하게 공개하고 있습니다.

이사회 독립성

현대백화점은 정관에 따라 이사회 구성원의 과반수 이상을 사회이사로 구성할 것을 명시하고 있으며, 독립성이 검증된 사회이사를 통해 경영진의 업무를 감독하고 있습니다. 대표이사가 이사회 의장으로 재임 중이며, 이사회 내 사회이사의 비중이 높아 독립적인 의사결정을 보장하고 있습니다. 사회이사 중 당사와 중대한 이해관계를 가진 이사는 없으며, 사회이사 선임 시 이해관계가 없는 자를 선임하기 위해 상법 및 당사의 정관(제27조의 2 및 제35조) 등 관련 규정에 근거하여 자격 있는 후보자를 사회이사후보추천위원회에서 추천하고, 사회이사 자격 요건 등에 따라 독립성 여부를 이사회에서 검토한 후 주주총회에서 선임하고 있습니다. 2021년에는 개정된 상법 제542조 12 제2항에 의거하여 선임되는 감사위원회 위원 중 1명을 이사 선임 과정에서부터 감사위원이 될 이사로 분리하여 선임함으로써 독립성을 강화하였습니다.

이사회 전문성 및 다양성

이사 선임 시 전문성과 개인적 역량에 대한 부분을 검증하여 주주총회에 후보자를 상정하고 있습니다. 특히 사회이사 후보로는 경영/경제/유통, 회계/재무, 법률 분야 등 관련 분야에 전문지식이나 실무적 경험이 풍부한 자를 사회이사후보추천위원회에서 추천하도록 하고 있습니다.

2022년 3월 말 기준 사회이사의 전문 분야는 아래 첨부된 '이사회 역량 측정 지표(Board Skills Matrix)'와 같습니다. 현대백화점은 역량 평가 및 이사 선임에 있어 연령, 성별, 학력 및 출신 지역에 따라 제한을 두지 않으며, 여성 사회이사 1인이 재임 중입니다.

이사회 역량 측정 지표(Board Skills Matrix)

구분	정지선	정교선	김형종	장호진	장재영	고봉찬	방효진	박주영	권영옥
경영리더십	●	●	●	●	●	●	●	●	●
리스크 관리 / ESG	●	●	●	●	●	●	●	●	●
회계·재무·세무			●	●		●	●		
법률 규제					●	●			
유통·마케팅	●	●	●	●				●	●
디지털·IT									●

이사회 운영 현황

이사회는 정기 이사회와 임시 이사회로 구분하여 의장이 소집합니다. 정기 이사회는 분기별 개최하며 임시 이사회는 이사회 의장 또는 다른 이사의 요구가 있을 경우에 소집합니다. 이사회 및 위원회 자료는 사전에 충분히 검토할 수 있도록 이사회 개최 7일 전까지 각 이사에게 통지하도록 하고 있습니다. 사회이사가 이사회 및 이사회 내 위원회에서 전문적인 직무수행이 가능하도록 지원조직을 두어 이사회 안건에 대한 사전 보고 및 설명, 필요한 경영정보 제공, 요청사항 지원 등을 담당하고 있습니다. 또한 사회이사 직무 수행에 필요한 교육을 진행하여 이사회의 합리적인 의사결정을 지원하고 있습니다. 2021년에는 정기 이사회 4회, 임시 이사회 3회를 포함하는 총 7회의 이사회를 개최하여 27건의 안건에 대해 논의하였습니다. 이사회 규정 제9조에 따라 이사회의 결의에 관하여 특별한 이해관계가 있는 이사는 결의권을 행사하지 못하도록 하여 이해상충 가능성을 제도적으로 차단하고 있습니다. 이사회 구성원은 최소 75% 이상 참석을 요구받고 있으며, 당해 연도 사회이사 참석률은 94.3%입니다. 이사회의 개최 내용, 이사의 참석률, 안건에 대한 찬반여부 등은 사업보고서를 통해 분기별로 공시하고 있습니다.

이사회 개최 현황

구분	단위	2019	2020	2021
총 이사회 개최 횟수	회	6	9	7
의결 사항	건	23	37	27
보고 사항	건	8	8	8

이사회 평균 참석률



이사회 및 사회이사 평가

사회이사의 활동에 대한 평가는 정기주주총회가 개최되기 이전 시점에 실시하며, 이사회 및 위원회 참석률 등 성실성, 경영 및 윤리의식, 리더십 및 주인의식 등을 고려하여 평가합니다. 더불어 동일한 시기에 이사회 평가를 진행하며 각 이사의 자기 및 상호평가 방식으로 진행됩니다. 이사회 평가는 역할과 책임, 이사회 구조, 이사회 운영 및 이사회 내 위원회, 평가 및 평가 결과에 대한 반영 등을 기준으로 실시하고 있습니다.

사회이사 및 이사회 평가 결과는 사업보고서 및 기업지배구조 보고서를 통해 공시하고 있으며, 사회이사후보 추천위원회에서 해당 사회이사 재선임 시 관련 사항을 종합적으로 고려하여 재선임 여부를 판단하고 있습니다. 현대백화점은 매년 대외 기관으로부터 이사회 운영에 관한 사항을 평가받고 있으며, 2021년 평가 결과 지배구조 부문 A등급을 받았습니다.

보상 체계

이사의 보수는 정관 제33조(이사의 보수)에 따라 주주총회의 승인을 받은 이사보수 한도 내에서 지급하고 있습니다. CEO를 포함한 사내이사의 보수는 주주총회에서 보수 한도를 승인받은 후, 보수의 지급 기준과 방법 등을 이사회에서 승인받고 경영실적에 따라 지급하고 있습니다. 임원의 보수는 기본연봉과 성과급으로 구성되며, 매년 보상위원회를 통해 경영진의 연간 보수집행 현황과 업무성과를 평가하고 주주총회에 상정할 보수한도를 심의하고 있습니다. 기본연봉은 주주총회에서 승인된 보수총액 한도 내에서 임원 보수 지급 규정에 명시된 임원급여 Table을 기초로 직급, 직급 근속기간 등을 종합적으로 반영한 금액을 이사회에서 승인합니다.

성과급은 계량적 요소와 비계량적 요소를 종합하여 지급합니다. 보수 관련한 세부 정보는 사업보고서 및 기업지배구조 보고서를 통해 투명하게 공개하고 있습니다.

이사회 보상

구분	인원 수(명)	보수총액
등기이사(사회이사, 감사위원회 위원 제외)	4	8,019
사회이사(감사위원회 위원 제외)	2	140
감사위원회 위원	3	210

* 보수총액은 2021년 누계 지급액 기준

주주 권리 보호

현대백화점은 주주가 의안을 충분히 검토할 수 있도록 주주총회 4주 전에 공고하고 있습니다. 현대백화점의 모든 주식은 한 주당 하나의 의결권을 가지며, 소액주주의 의결권을 보장하기 위해 2020년부터 전자투표제를 시행하고 있습니다. 현대백화점은 주주가치 제고에 중점을 두어 2021년 2월 배당정책을 공시하고 최근 3개년간 당기순이익 증감과 별개로 주당배당금을 지속적으로 상향 및 유지해왔습니다. 주식 발행내역, 배당, 자사주 등 주주환원정책과 관련한 사항을 Dart 전자공시시스템을 통해 공시하고 있으며, 당사 투자정보 홈페이지에도 연동하여 안내하고 있습니다. 또한 다양한 IR 활동과 투자자 미팅을 통해 주주환원정책과 관련한 다양한 의견을 청취하고 있습니다.

[현대백화점 배당정책 및 현황](#)

주주 구성

구분	보통주식 수(주)	비율(%)
최대주주 및 특수관계인	8,443,189	36.08
소액주주	10,728,223	45.84
국민연금	2,683,774	11.47

보고 기준: 2021.12.31부

총 발행주식 수

23,402,441

자기주식수

1,547,255

투명한 지배구조 구축 노력(2021)

2021.03 · 최고경영자 승계 정책 제정(성문화)

- 공시정보 관리 규정 도입
- ESG 리스크 관리 지침 도입

2021.06 · ESG 경영위원회 신설

윤리경영



윤리경영 조직

현대백화점은 윤리경영의 체계적인 실천을 위해 별도 조직을 구성하여 운영하고 있습니다. 최고 의결기구인 '그룹 윤리 위원회'와 그룹 전반의 윤리경영 관리를 맡고 있는 '윤리 실천 사무국', 그리고 각 계열사 및 백화점 사업소별 '윤리 실천 위원회'를 운영하여 현대백화점그룹의 윤리경영 제도를 공유하고 있습니다.

윤리규범 및 행동강령 점검

전 임직원과 협력사를 대상으로 윤리규범 및 행동강령 준수에 대한 모니터링을 진행하고 있습니다. 임직원은 물론 거래 중인 협력사를 대상으로 매년 100% 점검을 진행하고 있으며, 점검 결과에 따라 교육 등 지도와 조치를 통해 개선해 나가고 있습니다.

윤리경영 체계

현대백화점그룹은 모든 경영 활동에 있어 윤리적 가치를 최우선의 기준으로 삼아 적극 이행하도록 윤리헌장을 제정하였으며, 현대백화점은 그룹사의 윤리적 가치 기준에 따라 윤리경영을 추진하고 있습니다. 윤리헌장, 윤리강령, 윤리실천지침 등 윤리규범은 모두가 반드시 지켜야 하는 올바른 행동과 가치판단의 기준입니다. 현대백화점은 윤리규범 체계를 기반으로 전 임직원이 모든 업무를 투명하고 공정하며 합리적으로 수행하도록 구체적인 실천을 유도하고 있습니다.

윤리규범 체계

윤리헌장

윤리경영 실천을 위한 선언적 기준

우리는 고객 생활 향상을 추구합니다.

- 고객만족을 최우선으로 삼고, 고객의 요구와 기대에 부응하는 가치 창출과 새롭고 앞선 생활 문화를 제안함으로써 고객의 생활 향상을 추구할 것입니다.

우리는 주주의 권리와 이익을 보장할 것입니다.

- 모든 주주를 공정하고 평등하게 대우하고 정당한 요구와 제안을 존중하여 합리적이고 투명한 경영 활동을 통해 기업가치를 극대화하겠습니다.

우리는 협력회사와 상호 발전을 도모할 것입니다.

- 모든 협력회사에 공정한 기회를 부여하고 투명한 거래풍토를 조성하여 상호 신뢰와 협력관계를 구축함으로써 공존 및 공동 발전을 도모하겠습니다.

우리는 임직원의 보람과 행복을 중시합니다.

- 모든 임직원을 회사의 가장 소중한 자산으로 여기고, 개개인의 인간적 존엄성을 존중하며 각자의 자질과 능력에 따라 공평한 기회를 제공하고 정당한 평가를 통해 보상받을 수 있는 조직문화의 조성을 통해 개인의 꿈과 미래가 보장되는 자랑스러운 일터가 되도록 노력하겠습니다.

우리는 국가와 사회발전에 공헌할 것입니다.

- 국가와 사회의 가치관을 존중하고 제안 법규를 준수하여 건전한 기업 활동을 통해 국가 경제와 사회 발전에 기여할 수 있도록 노력하겠습니다.

우리는 현대백화점인으로서의 긍지와 자부심을 갖고

인간미, 도덕성, 예의범절을 생활화하며 명예와 품위를 지키며
정직하고 공정한 자세로 업무에 임하여 건전하고 깨끗한
기업문화를 조성하는 데 노력하겠습니다.

윤리강령

모든 임직원이 준수해야 하는 올바른 행동과 가치판단의 기준

고객에 대한 윤리

- 고객 존중, 신생활 문화의 창조 및 제공

주주에 대한 윤리

- 효율 경영, 투명 경영, 주주의 권리 보호

협력사에 대한 윤리

- 투명하고 공정한 거래문화 조성, 상호존중 풍토 조성, 공동 발전 추구

경쟁사에 대한 윤리

- 법규 및 윤리의 준수, 시장 질서 존중

임직원의 기본 윤리

- 기본 윤리, 공정한 직무 수행, 자기 계발, 회사의 이익 보호, 임직원 상호간의 윤리, 성장과 발전을 위한 책임, 윤리경영 풍토 조성, 국가와 사회에 대한 책임

윤리실천지침

윤리경영 실천에 있어 필요한 사항과 준수해야 할 구체적 실천 기준

- 기본원칙(윤리 실천 자가 진단 체크, 임직원 준수사항 및 행동 기준)

- 고객 지향의 실천

- 열정과 창의의 실천

- 상생 추구 파트너십의 실천

- 지속 성장을 위한 소통의 실천

- 회사 자산의 보호

- 위반행위 신고 및 제보자 보호



윤리경영 실천 활동

윤리경영 실천 서약서

현대백화점은 전 임직원을 대상으로 매년 윤리규범 준수를 다짐하는 윤리경영 실천 서약을 실시하고 있습니다. 2022년부터는 사내망 접속 시 팝업(Pop-up) 형태로 띄워 서약을 체결하고 있습니다. 또한 협력사의 경우 전자 계약 체결 시 계약서 별첨 형태로 서약을 받고 있으며, 2022년 하반기부터 내부 시스템을 리뉴얼하여 적용할 계획입니다.

윤리경영 실천도 조사

임직원과 협력사 담당자, 백화점 협력사원을 대상으로 윤리경영 실천도 조사를 진행하고 있습니다. 실천도 조사는 사내 시스템과 메일, 문자를 통해 진행하며, 윤리경영 일반 내용과 함께 해당 연도 이슈를 반영하여 조사를 진행하고 있습니다. 설문조사 결과 도출된 취약 분야에 대한 개선책을 마련하여 환경 변화에 대응한 윤리경영을 추진하고 있습니다. 설문조사 결과는 경영진에게 보고하며 임직원 대상으로 교육을 진행하여 개선하고 있습니다.

실천도 조사 내용



윤리경영 일반
공정거래, 업무 매너, 청렴도, 성희롱, 회사 자산 보호,
인권 관련 (차별적 언행, 직장 내 괴롭힘, 다양성 침해 등)

이슈 아젠다
사회적 이슈, 경영 환경을 고려한 심화 주제 선정(매년)
• 2020년: 동반상승
• 2021년: 성의식수준, 근무시간 외 사생활 보호

윤리교육

임직원의 적극적이고 자발적인 윤리교육 참여를 유도하기 위해 노력하고 있습니다. 법정의무교육으로 내부 회계관리교육과 동반성장교육, 공정거래교육을 진행하고 있으며, 2021년에는 언어 예절과 인식 향상을 위한 웨드라마 형식의 교육을 시행하며 직장내 괴롭힘을 예방하고 건전한 조직문화를 건설하기 위해 노력하였습니다.

상담 및 신고채널

현대백화점은 책임 있는 윤리경영 실천문화를 조성하기 위해 '윤리신고센터'를 시행하고 있으며, 상담 및 제보자가 안심하고 참여할 수 있도록 제보자 보호 프로그램을 운영하고 있습니다. 제보자 보호 프로그램은 비밀보장 및 신분보장, 책임감면을 기준으로 하여 제보자의 신상을 보호하고 있습니다. 현대백화점은 위반사항에 대한 제보가 들어오는 즉시 사실관계를 확인하고 조사에 착수하며, 윤리실천지침을 위반한 경우에는 내부 규정에 따라 조치하고 있습니다. 신고 처리 결과는 공식 홈페이지 및 사업보고서를 통해 투명하게 공개하고 있습니다.

제보 Hot-line

윤리신고센터	http://ethics.e-Hyundai.com
제보 이메일	ethics@thehyundai.com
제보 전용 전화	080-554-2233
우편	서울시 강남구 테헤란로 98길 12, 현대백화점본사 기획조정본부 경영개선팀(우:06181)

제보자 보호 조치

비밀보장	신분보장	책임감면
• 제보자 및 제보 내용은 엄격한 보안절차에 의거 비공개로 처리됩니다.	• 제보자가 제보로 인하여 영업활동 및 근무에 불이익이 없도록 보호하고 있습니다.	• 본인이 관련된 부정, 비리 등 윤리경영 위반 사항을 제보할 경우에는 충분한 정상 참작을 통하여 합리적으로 처리하게 됩니다.
• 제보자의 동의 없이 제보자의 신분을 공개 하거나 암시하는 행위를 엄격히 금지하고 있습니다.	• 제보자가 제보에 따른 보호조치를 원할 경우에는 본인의 의사를 존중하여 가능한 모든 보호조치를 취합니다.	

제보 현황

구분	단위	2019	2020	2021
윤리경영 제보 현황	건	34	29	31

2021년 제보 내용 및 처리현황

구분	단위	인권(직장 내 괴롭힘 등)	회사 제도 불만	기타
제보 내용 및 처리현황	건	12	15	4

100 % 처리 완료

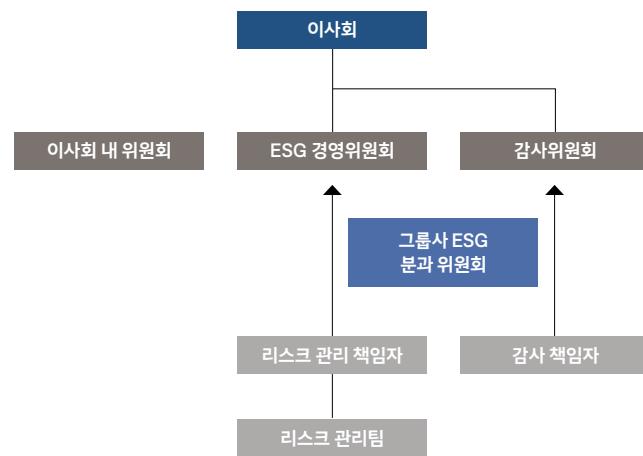
리스크 관리

리스크 관리체계

현대백화점은 경영 활동과 전략 목표 달성을 과정에서 발생 가능한 리스크를 사전에 파악하여 선제적으로 대응할 수 있도록 리스크 관리체계를 갖추고 있습니다. 경영 활동에 직접적인 영향을 미칠 수 있는 재무 리스크 관리 프로세스를 강화하는 한편, 당사에 중대한 영향을 미칠 수 있는 ESG 이슈에 대한 대응력을 제고하기 위해 노력하고 있습니다.

또한 그룹사 ESG 분과 위원회를 통해 중요한 리스크는 그룹사 차원에서 협력하여 대응 방안을 모색하는 등 효과적이고 유기적인 ESG 관리 체계를 갖추고 있습니다.

리스크 관리 조직 체계



재무 리스크 관리

시장 리스크, 신용 리스크 및 유동성 리스크와 같은 다양한 재무 리스크에 노출되어 있기 때문에 재무 리스크에 선제적으로 대응하고 재무 안전성을 확보하기 위해 재무 리스크 관리 프로그램을 운영하고 있습니다. 분야별 모니터링 시스템에 따라 체계적으로 관리하고 있으며, 금융시장의 예측 불가능성에 초점을 맞춰 재무성과에 잠재적으로 불리울 수 있는 효과를 최소화하는 데 중점을 두고 있습니다. 재무 리스크 관리는 이사회에서 승인한 정책에 따라 주관부서인 재무팀이 각 영업부서들과 긴밀히 협력하여 재무위험을 식별, 평가 및 회피하고 있습니다.

비재무 리스크 관리

경제적, 사회적, 환경적 리스크 유형이 다양화되고 급변하는 경영 환경에서 리스크 대응 체제의 중요성은 더욱 커지고 있습니다. 현대백화점은 2021년 3월 ESG 리스크 관리 지침을 제정하여 전 임직원이 업무 전반에서 ESG 리스크에 대응하고 체계적으로 실천할 수 있도록 하고 있습니다. 전사 ESG 리스크 관리를 통해 환경 변화로 인한 리스크 및 기회요인 검토, 이해관계자의 권리 존중, 소비자 보호·환경 보호 등의 사회적 책임 수행과 근로자의 권리 존중·삶의 질 제고 등을 위해 노력하고 있습니다. 또한 장기적으로 경영 활동에 영향을 미칠 가능성이 있는 잠재 리스크(Emerging Risk)의 영향을 원화하기 위한 활동을 수행하고 있습니다.

ESG 리스크 관리지침

상품 품질 리스크 관리 프로세스

식품위생 등 품질 리스크를 관리하기 위해 제조공장 점검과 함께 상품 표시사항 점검을 진행하고 있습니다. 판매 중인 상품에 대해서는 연 1회 제조공장 현장 점검을 진행하며, 기준에 따라 판매를 중단하거나 미흡한 부분을 지도하여 개선 후 판매를 지속하고 있습니다.

신규 상품의 경우에는 입점 전 제조공장에 대한 현장 점검을 실시하여 기준을 충족하지 못할 경우 입점 불가를 원칙으로 합니다. 또한 식품 등의 표시에 관한 법률에 의거하여 매년 상품 점검과 지도를 통해 상품 표시사항 위반 등 관련 리스크를 관리하고 있습니다.

조세 리스크 관리

현대백화점은 '조세 관리 정책'을 수립하여 조세 법규 및 제도를 준수하고 조세 리스크를 적극적으로 관리하고 있습니다. 투명한 조세 납부 및 리스크 관리를 위한 기준과 절차를 수립하고, 이를 기반으로 납세의 의무를 다하기 위해 노력하고 있습니다. 대내적으로 명확한 세무 기준을 정립하여 성실한 납세를 이행하고 있으며, 과세관청의 조사 및 자료 요구 시 투명하고 책임감 있게 대응하고 있습니다. 세금 납부 현황 및 조세 정책 승인에 대해서는 최고 의사결정자인 CFO에 정기적으로 보고하며, 각 법인의 소득에 대한 법인세를 적법하게 납부하고 있습니다.

조세 관리 정책

현대백화점은 조세 법규 및 제도를 준수하고 조세 리스크를 적극적으로 관리하고 있습니다. 따라서 투명한 조세 납부 및 리스크 관리를 위한 기준과 절차를 수립하고, 납세의 의무를 다하기 위해 다음의 사항을 이행할 것입니다.

조세관리 원칙

- 현대백화점은 모든 거래가 과세당국의 법규와 규정에 입각해 이루어질 수 있도록 관련 세법을 이해하고 이를 준수합니다.
- 대내적으로 명확한 세무 기준을 정립하여 성실한 납세를 이행하고 있으며, 과세관청의 조사 및 자료 요구 시 투명하고 책임감 있게 대응하고 있습니다.
- 조세 관련 중요사항은 적극적인 내부 검토 후 필요시 외부 전문가의 자문을 거쳐 세무리스크를 평가한 뒤 최종적인 의사결정을 하고 있습니다.
- 매년 세금납부현황 등을 전자공시시스템에 투명하게 공개합니다.
- 부당한 조세 이득을 취하기 위한 행위는 하지 않습니다.
- 조세회피를 위한 조세피난처 등 저세율국으로의 소득이전 행위를 하지 않습니다.

조세 정책 승인 절차

- 세금 관련 전문조직인 경영지원본부 세무팀이 운영되고 있으며, 세금 납부 현황 및 조세 정책 승인에 대해서는 최고 의사결정자인 CFO에 정기적으로 보고되고 있습니다.
- 회사의 조세 관련 정책이 포함된 내부통제 절차에 대해 이사회 검토를 거쳐 신중하게 평가 후 승인되고 있습니다.

안전·보건

안전·보건 경영

현대백화점은 고객과 직원 모두에게 안전한 환경을 조성하기 위해 안전·보건 경영방침을 기반으로 선제적인 안전·보건 경영을 추진하고 있습니다. 2019년부터 안전관리팀을 신설하여 안전관리 체계를 구축하였으며, 지침을 표준화하고 안전관리 점검을 주기화하여 관리하고 있습니다.

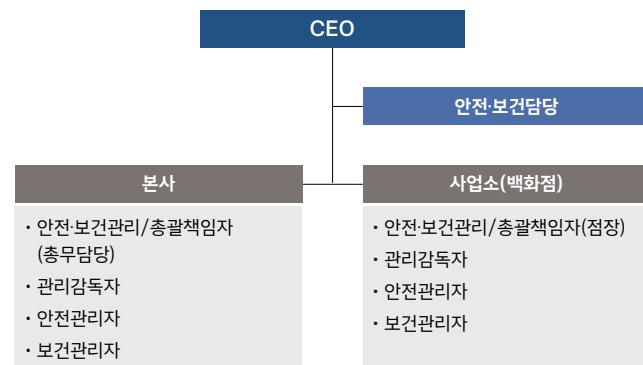
안전·보건 경영방침

첫째, 안전한 환경을 조성하기 위해 위험요인을 사전에 진단하고 전략적 관리 방안을 도출한다.

둘째, 모든 직원이 안전·보건 활동에 적극 참여하는 성숙한 안전문화를 구현하고, 이를 정기적으로 평가하여 정량적 성과를 도출한다.

셋째, 지속적인 연구개발과 성과창출을 통해 미래 성장에 기여한다.

안전·보건관리 조직 현황



중대재해 예방 대응체계 구축

안전관리를 단순히 리스크 관리의 수준이 아닌 미래 성장동력을 창출하기 위한 기반으로 확장하려 합니다. 중대재해를 예방하기 위해 안전·보건 관리체계를 '규제' 방식에서 '자기 규율'과 '목표 설정' 중심으로 전환하였습니다. 현장의 위험요인을 개선할 수 있도록 안전·보건 담당자(안전관리자)를 직접 고용한 사업장을 법적 기준보다 확대하여 운영할 계획입니다. 특히 안전관리 전담 조직의 전문성 및 독립성을 강화하여 안전·보건 관리체계를 강화하고 있습니다.

향후 매년 사업소에 대해 사업소별 안전관리자 및 위탁업체가 수행하는 위험성 평가를 통해 위험요인을 점검하고, 특별한 이슈나 테마 발생 시 점검을 실시하여 안전관리를 강화해 나갈 계획입니다.

안전관리 평가시스템

정기적으로 사업소별 안전 활동을 평가하여 우수사례를 발굴하고 전사에 확대 적용하는 안전관리 평가시스템을 운영하고 있습니다. 사업소별 주도적인 안전 활동을 전개하여 안전 문화를 정착시키기 위해 2020년 1월 우수사례 가점제를 도입하는 등 평가 제도를 부분적으로 개선하였습니다. 특히 COVID-19 확장 초기에 식당 칸막이, 항균필름 도입과 미화 도급사 전문 방역 사례를 공유하여 사업소별 감염병 관리를 강화하였습니다. 현대백화점은 사업소의 의견을 수렴하여 제도를 개선해 나가고 있으며, 위기관리 계획 수립 및 운영, 위기관리 훈련 등을 통해 적극적인 안전사고 예방 활동을 진행하고 있습니다.

주요 우수사례

- 무역점** · 에어 매트형 가설 칸막이 도입
- 천호점** · 체온 감지 마스크 도입
- 미아점** · E/S 쇼핑카트 역진입 방지 점자블록 설치
- 킨텍스** · 후방창고 안전관리 기준 수립
- 부산점** · 태풍 침수구간 트렌치 확장
- 대구점** · 쓰레기 슈트장 추락물 알림 시스템 구축
- 디큐브** · 누수 알람시스템 개발
- 김포점** · 자동문 판넬 탈락 방지 고리 설치
- 동대문** · 비상계단 동장감지 센서 설치
- 가산점** · 작업장 관리용 이동식 CCTV 설계

도급사업 안전·보건 예방 활동

도급사업 부문에 대한 안전한 작업환경을 조성하고 수급업체를 지원하기 위해 전사에 도급사업 안전보건 협의체를 설치하여 운영하고 있습니다. 도급/수급인 간의 작업환경에 대한 분기별 합동 점검과 정기적인 회의를 통해 안전사고 발생을 사전에 방지하고자 합니다. 또한 수급업체의 의견을 반영하여 실질적인 근무환경 개선을 추진하고 있습니다.

2021 사업소 도급협의체 주요 내용

- 안전보건 교육 및 서류 작성, 비치에 관한 사항
- 지게차 안전장치 관리(후방거울, 경광등, 전조등, 후방감지기 등)
- 파지암축기 출입문 인터록장치 정상 작동 조치
- 안전보건 표지 부착 관련 사항(감전사고 예방)
- 가연성 물질 취급장소 주변 화재예방 조치 확인
- 중대재해 관련 사고사례 공유
- 절연용 보호구 노후분 교체
- 쓰레기처리장 유리병 투기 금지
- 지하 주차장 유도, 안내 작업 시 안전 준수
- 시설도급사 사다리 취급 시 유의사항 전파
- 종량물 취급 주의 표지판 추가 부착
- 동력기계설비 끼임방지 조치
- 유아휴게실 노후집기 교체 및 위생관리
- 사무실 등 전선 관리(몰딩 처리, 절연상태 점검 등)
- 콘센트 및 플러그 누전으로 인한 감전 재해 예방 조치

※ 전 사업소 공통사항



안전·보건 실천 활동

산업안전보건 위원회

현대백화점은 산업안전보건위원회를 전사에 설치하여 운영하고 있습니다. 사업소별 안전·보건관리책임자 및 관리감독자, 안전·보건관리자, 노동조합이 참여하는 위원회를 구성하여 안전·보건 안전에 대한 심의·의결과정을 거쳐 안전·보건 활동을 개선해 나가고 있습니다. 이를 통해 산업재해 예방과 더불어 쾌적하고 올바른 작업환경을 조성하기 위해 노력하고 있습니다.

산업재해 현황

구분	단위	2019	2020	2021
근로자 수	명	2,888	2,977	3,108
산업재해 건 수	건(명)	1(1)	0	1(1)
산업재해율(종업원 수 대비)	%	0.0003	0	0.0003

* 산출 기준: (※)현대백화점 + (※)한무쇼핑

안전 근무 환경 및 임직원 건강 지원

매년 임직원 대상 건강검진을 하며, 건강검진 유소견자는 상담을 통해 지속적인 건강관리를 지원하고 있습니다. 또한 3년마다 보건관리자와 근로자 대표가 사업소별 유해 요인을 조사하여 직원들의 근골격계 유해 요인 노출 여부를 파악하고 있습니다. 전 직원을 대상으로 건강검진 진행 전 스트레스 검사를 하여 검사 결과 스트레스 지수에 이상 징후가 발견될 경우에는 상담 및 치료를 지원하고 있습니다. 특히 고객 응대 업무를 하는 매장 근로 협력사원을 대상으로 정신 건강검진 및 심리 상담 프로그램을 진행하여, 감정 노동 근로자들의 정신건강을 보호하고 적절한 관리와 개선을 위해 노력하고 있습니다. 이외에도 직원과 고객의 응급 상황에 신속하게 대처하기 위해 일부 사업소 내* 간호사 자격을 가진 보건관리자가 상주해 있는 의무실을 운영하여 관리하고 있습니다.

* 본점, 무역, 천호, 신촌, 목동, 종동, 울산, 대구, 판교, 본사

안전·보건 교육

사업소별 관리책임자와 관리감독자를 지정하고 외부 전문 교육기관을 통한 정기교육을 시행하고 있습니다. 신규 입사자를 대상으로 백화점 위기관리 수칙, 감정노동 관리, 산업안전보건법 위반 사례 학습 등의 전반적인 안전·보건교육을 수강하도록 하고 있으며, 재직 중인 임직원을 대상으로 분기 1회 정기 교육을 하고 있습니다.

비상 대응훈련

백화점은 불특정 다수가 밀집될 우려가 높아 자율적인 안전관리가 필요하며 화재 위험요소 등을 관리해야 합니다. 현대백화점은 위기 상황 대응 모의훈련을 하고 위기 대응 행동 요령 가이드북을 배포하는 등 위기 상황 발생 시 침착하고 체계적인 대처와 사후 조치를 위한 활동을 지속하고 있습니다. 특히 도급사를 대상으로 안전사고 발생 시 단계별 대응 시나리오와 방송 시나리오 기준의 모의 훈련을 진행하여 신속한 초동 대처 능력을 강화하고자 노력하고 있습니다.

주차장 화재 사고 모의 훈련 시나리오

상황	담당	세부조치
차량 화재 발생	주차관리	<ul style="list-style-type: none">최초 신고(안전관리실)주변 소화기를 이용한 1차 화재 진압
현장 조치	안전관리	<ul style="list-style-type: none">상황 유관부서 보고<ul style="list-style-type: none">- 지원팀/안전관리/시설관리/미화관리- 소방서 신고(화재 진압 불가 시)
	시설관리	<ul style="list-style-type: none">지속적 화재 발생 시 CO₂ 소화를 통한 화재 진압방염포를 통한 추가 피해(화재 전이, 연기 확산) 방지
현장 관리	지원팀	<ul style="list-style-type: none">고객 안내/본사 공유
	미화관리	<ul style="list-style-type: none">현장 정리정돈
사후조치	지원팀	<ul style="list-style-type: none">부상자/인명 피해, 시설물 피해 등 확인
종료	안전관리	<ul style="list-style-type: none">상황 종료(고객 안내/방송)

화학물질 안전관리

현대백화점은 산업안전보건법을 준수하고 사업소 근로자의 안전을 위한 물질안전보건자료(MSDS, Material Safety Data Sheets)의 체계적인 관리 기준을 수립하고자 합니다.

MSDS 대상물질 정례화

사업소별 사용 중인 대상물질 현황 및 이력 관리를 위한 공통양식을 제작하여 매년 1회 사업소별 현황을 확인하고 최신화를 실시할 계획입니다.

관리 프로세스



MSDS 게시장소 기준 수립

MSDS 교육대장 및 관리요령과 안전보건 관리규정, 산업안전보건 법령 요지, 취업규칙, 구급함으로 구성된 '안전보건 관리 세트'를 제작하여 당사의 직접 관리범위에 있는 각 팀별 사무실과 우수고객 라운지에 MSDS를 게시하고 있습니다. 또한 도급사에 대해서는 당사가 점검을 실시하며, 도급사 사무실과 물질보관장소에 MDSD를 게시하여 공유하고 있습니다. 전 직원을 대상으로 교육 자료를 배포하여 화학물질 관리에 대한 안전의식 및 대상물질 정례화를 강화하고 있습니다.



정보보안

정보보안 체계

현대백화점은 고객정보를 보호하고 정보보호 규제의 변화에 따른 보안 리스크를 최소화하기 위해 정보보호 관리 계획을 수립하여 이행하고 있습니다. 정보보호운영위원회는 주요한 정보보호 정책을 결정하고 보안 대책 등에 관한 사항을 심의하기 위해 경영진과 정보보호최고책임자(CISO, Chief Information Security Officer), 개인정보보호최고책임자(CPO, Chief Privacy Officer)로 구성된 운영위원회를 두고 있습니다. 정보보호 운영위원회는 분기별로 진행되며 사업소 소위원회를 진행 후 해당 안건으로 운영하고 있습니다. 정보 보안에 대한 실무 관리를 담당하는 정보보호 조직은 현대백화점의 정보보호 위험을 평가하고 관리 방안을 수립 하며, 이에 따라 정보보호 업무를 실행하고 개선해 나가고 있습니다. 본사 및 사업소, 도급사, 현대백화점 입점 협력사를 대상으로 정기적인 보안 점검을 실시하고 점검 결과와 보완 계획에 대해 정보보호위원회에 보고하며 서비스 운영 과정에서 발생하는 정보보호 이슈에 대응하고 있습니다. 현대백화점은 정보보호 관련 조직 및 투자, 활동 등을 투명하게 공개하고 있습니다.

정보보호 조직



정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증

현대백화점은 2021년 2월 국내 정보보호 및 개인정보보호 관리체계 인증인 ISMS-P를 취득하여 관리하고 있습니다. 이에 따라 연간 정보보호 업무 계획을 수립하고 인증심사, 점검, 교육 등을 이행하고 있으며, 관련 법령 및 신규 제도를 반영하여 보안 지침 3종(관리적/기술적/물리적 보안지침)과 가이드라인 4종을 제·개정 하였습니다.

정보보호 관리 지침

보안 지침	보안 가이드라인
• 관리적 보안 지침	• 개인정보 유출 시 업무처리 가이드
• 기술적 보안 지침	• 개인정보영향평가 가이드
• 물리적 보안 지침	• IT 재해복구 대응 가이드 • 침해사고 대응 가이드

정보보안 리스크 관리

현대백화점은 정보보호 관리체계 운영 및 실태 점검을 통해 대·내외 정보보호 리스크 관리를 강화하고 있습니다. 정보보안 관련 위험 요소를 사전 예방하고 발생 시 체계적인 대응을 위하여 '개인정보 유출 시 업무처리 가이드', 'IT 재해복구 대응 가이드', '침해사고 대응 가이드'를 마련해두었습니다. 또한 임직원의 정보보호 의식 수준을 제고하여 리스크를 사전에 예방하기 위해 정보보안 개인화 관리 시스템을 구축하여 임직원 개인별 정보보호 관리지표를 점수화하고 팀 차원의 보안점수를 관리하고 있습니다.

정보보안 인식 강화

현대백화점은 임직원이 입사할 때부터 매년 보안 서약서를 받고 있으며 퇴사 시에는 비밀 유지 서약서를 받습니다. 정보보호 인식을 내재화하기 위해 매월 '개인정보보호의 날'을 운영하여 사내 인트라넷을 통해 정보보안 관련 중요 사항에 대한 교육 자료를 배포하고 있습니다. 협력사에 대해서는 투입 시에 보안 서약서를, 철수 시에 비밀 유지 서약서를 받으며, 협력사 포털(withus) 공지란에 매월 교육 자료 및 캠페인을 게시하여 현대백화점의 정보보안 방침을 공유하고 있습니다.





정보보안 교육

현대백화점은 관련 법규에 따라 정보보호 교육시간을 충족할 수 있도록 정보보호 교육을 임직원 필수 의무교육으로 지정하여, 매년 그룹 인재개발원의 주관하에 스마트 캠퍼스를 활용한 온라인 형태의 교육을 실시하고 있습니다. 신입사원 입사 시 개인정보 교육을 필수로 실시하고 임직원은 매월 1회 개인정보 교육을 이수하며, 개인정보보호 담당자를 대상으로 연 2회 정기 교육을 실시하고 있습니다. 또한 각 사업소 정보보안 담당자는 협력사를 대상으로 정보보안 교육을 실시하고 있으며, 2021년에는 COVID-19의 영향으로 비대면 교육을 진행하였습니다.

정보보안 대응 훈련

현대백화점은 홈페이지, APP, 주요 업무시스템에 대해 취약성 점검을 하고 있습니다. 발견된 취약점에 대해 조치 계획을 수립하고 조치 완료 여부에 대한 이행 결과를 확인하고 있습니다. 그리고 운용 중인 전체 데이터베이스 관리 시스템(DBMS, Data Base Management System)에 대한 백업 및 복구 절차의 이상 유무를 점검하여 재해복구 역량을 강화하고 있습니다. 또한 임직원 악성메일 대응 훈련, 정보보안 담당자를 대상으로 한 DDoS 공격, 악성코드 감염 등 침해 유형별 대응 훈련을 실시하여 정보보안 침해사고에 대응하고 있습니다. 2021년 10월에는 정보자산에 대해 발생한 침해사고 대응 및 사후 대책 업무 수행, 유출 피해 최소화, 재발 방지에 대한 단계별 대응이 가능하도록 '침해사고 대응 가이드'를 신규 제정하여 공유하고 있습니다.

재해복구 및 침해사고 모의 훈련

재해복구 훈련

- 전체 데이터베이스 관리 시스템에 대한 백업 및 복구 절차 점검(연1회)
- IT 장애 상황별 조치 시나리오 수립 및 대응 가이드 마련

개인정보 유출사고 모의 훈련

- 전 임직원 대상 악성 메일/스팸메일 훈련(분기별 1회)
- 정보보호 책임자 및 담당자, 정보보호시스템 관리자 대상 유출·침해사고 모의 훈련 시행(반기별 1회)

개인정보 유출사고 모의 훈련

- #### 홈페이지 취약점 및 기술 취약점 점검
- 대고객 서비스 홈페이지/APP 취약성 점검
 - 발견된 취약점 조치계획 수립 및 이행 결과 확인

점검 및 모니터링

현대백화점은 개인정보 유출사고를 사전에 예방하고 직원의 개인정보보호 마인드의 내재화를 돋기 위해 전 직원을 대상으로 정보보안 점검을 하고 있습니다. 각 사업소는 매월 교육과 자체 점검을 진행하여 점장 보고 및 본사 정보보안 주관부서에 결과를 보고하고 있으며, 본사에서는 전 지점 평가 기준 항목으로 정보보안 항목을 관리하여 점검 및 평가를 진행하고 있습니다. 정보보안 점검은 정보시스템 점검, 사업소/본사 정보보안 실태 점검과 외부개발자 투입/철수 점검, 수탁사 고객정보 관리 실태 점검으로 구분하며, 매년 독립적인 제3자 기관이 그룹사 차원의 정보보호 감사를 실시하여 보안체계를 강화하고 있습니다.

정보보안 점검 활동

구분	주요 내용
그룹 감사	<ul style="list-style-type: none">그룹 관계사별 정보보안 관리 수준 향상을 위해 정보보호 관리체계의 취약점 점검 및 개선안 도출외부 전문 컨설턴트를 통한 시스템 취약점 평가 진행(연 1회)
정보시스템 점검	<ul style="list-style-type: none">- 인프라 취약점 진단: 정보시스템(Server, Network, DBMS, WEB/WAS, 보안솔루션) 보안 설정 취약점 정적 진단- 모의 해킹 진단: Application 대상, 시스템 취약점 동적 진단
클린데스크 점검	<ul style="list-style-type: none">퇴근이나 재택근무로 인해 부재 중인 본사 근무자 대상(임직원 및 협력사 등)연내 불시 점검 시행오프라인으로 클린데스크 항목 점검 후 점검 결과 공유 및 게시 <p>* 점검 항목</p> <ol style="list-style-type: none">개인/부서 사물함 미잠금개인정보 메모 및 업무 자료 방지(책상, 복합기, 회의실 전체)회사 노트북 방지 및 미승인 휴대용 저장장치(개인 USB 등) 반입 등
본사/사업소 정보보안 실태 점검	<ul style="list-style-type: none">임직원 정보보안 체크리스트 기반의 현장 점검 진행본사/사업소(21개) 연 1회 불시 점검 시행임직원/협력사 보안 수준 평가
외주개발자 투입/철수 점검	<ul style="list-style-type: none">프로젝트 투입 관리(포맷 확인, 보안프로그램 설치, 노트북 잠금 장치/보안 스티커 부착)접근 제어(NAC, Network Access Control)를 통한 사내망 접속 허용정보보안 서약서/비밀 유지 서약서 징구프로젝트 철수 관리(시건 장치 해제, IP 할당 해제, 노트북 포맷)
수탁사 고객정보 관리 실태 점검	<ul style="list-style-type: none">수탁사 개인정보 체크리스트 기반 현장 점검 시행35개 수탁사 대상 점검 시행(연 1회)수탁사 관리 체계 확립(수탁사 현황표 작성)

Appendix



081 ESG 데이터

091 GRI Content Index

096 SASB Index

097 TCFD Index

099 온실가스 배출량 검증 성명서

100 보고서 제3자 검증 의견서

102 가입 협회 / 수상·인증 내역

103 보고서 제작 참여 부서



ESG 데이터

경제

연결 재무상태표

	단위	2019	2020	2021
자산				
유동자산	백만 원	1,365,316	1,985,913	1,945,334
현금및현금성자산	백만 원	53,663	34,613	46,628
단기금융상품	백만 원	130,106	10,106	10,106
당기손익-공정가치 금융자산	백만 원	334,059	998,747	663,325
매출채권및기타채권	백만 원	617,038	592,789	777,042
재고자산	백만 원	183,678	233,666	364,987
기타	백만 원	46,772	115,992	83,246
비유동자산	백만 원	6,257,778	6,721,120	7,023,863
당기손익-공정가치 금융자산	백만 원	37,401	14,292	15,321
기타포괄손익-공정가치 금융자산	백만 원	54,910	49,479	51,765
관계기업투자주식	백만 원	526,814	537,020	565,623
유형자산	백만 원	5,059,341	5,299,925	5,297,983
무형자산	백만 원	40,851	81,243	77,918
사용권자산	백만 원	400,845	521,785	759,024
기타	백만 원	137,616	217,376	256,228
자산총계	백만 원	7,623,094	8,707,033	8,969,196
부채				
유동부채	백만 원	1,443,427	2,276,222	1,978,464
매입채무및기타채무	백만 원	687,161	648,077	686,324
단기차입금	백만 원	22,000	505,000	116,000
유동성예수보증금	백만 원	20,618	20,680	21,774
유동성장기차입금	백만 원	-	100,000	120,000
선수금	백만 원	287,247	319,483	381,184
예수금	백만 원	230,893	239,928	333,772
미지급비용	백만 원	8,201	9,140	8,834
당기법인세부채	백만 원	42,256	19,308	58,642
유동리스부채	백만 원	39,185	49,942	106,701
유동성사채	백만 원	-	249,922	-
기타유동부채	백만 원	105,866	114,742	145,233

	단위	2019	2020	2021
부채				
비유동부채	백만 원	1,200,381	1,398,519	1,765,104
사채	백만 원	399,428	351,867	650,105
장기차입금	백만 원	100,000	200,000	100,000
예수보증금	백만 원	15,910	17,311	16,169
순확정급여부채	백만 원	1,588	21,858	-
총당부채	백만 원	5,583	6,526	6,897
비유동리스부채	백만 원	371,970	512,137	708,191
이연법인세부채	백만 원	301,931	280,632	279,124
기타비유동부채	백만 원	3,972	4,311	4,111
기타금융부채	백만 원	-	3,877	508
부채총계	백만 원	2,643,808	3,674,741	3,743,568
자본				
납입자본	백만 원	117,012	117,012	117,012
자본금	백만 원	117,012	117,012	117,012
연결자본잉여금	백만 원	612,116	612,116	612,116
연결이익잉여금	백만 원	3,648,398	3,694,780	3,869,032
연결기타포괄손익누계액	백만 원	8,696	3,074	7,490
연결기타자본항목	백만 원	-144,215	-160,426	-184,719
비지배지분	백만 원	737,279	765,735	804,696
자본총계	백만 원	4,979,286	5,032,292	5,225,628
자본과부채총계	백만 원	7,623,094	8,707,033	8,969,196



연결 손익계산서

	단위	2019	2020	2021
매출액	백만 원	2,198,950	2,273,152	3,572,433
매출원가	백만 원	572,131	844,955	1,232,154
매출총이익	백만 원	1,626,818	1,428,197	2,340,279
판매비와관리비	백만 원	1,334,573	1,292,333	2,075,914
영업이익(손실)	백만 원	292,245	135,864	264,365
기타수익	백만 원	35,377	52,901	58,836
기타비용	백만 원	16,211	47,671	32,680
관계기업손익	백만 원	26,966	21,142	39,039
금융수익	백만 원	18,892	20,046	31,306
금융비용	백만 원	18,656	35,360	44,005
법인세비용차감전순이익(손실)	백만 원	338,613	146,923	316,861
법인세비용	백만 원	95,603	41,866	83,472
연결당기순이익(손실)				
지배기업소유주지분	백만 원	194,143	70,322	189,377
비지배지분	백만 원	48,868	34,735	44,012
당기주당순이익				
기본주당순이익(원/주)	원	8,639	3,172	8,652
희석주당순이익(원/주)	원	8,639	3,172	8,652

연결 포괄손익계산서

	단위	2019	2020	2021
당기순이익	백만 원	243,011	105,057	233,389
기타포괄손익	백만 원	-32,975	-7,333	13,181
후속적으로 당기순이익으로 재분류 될 수 있는 항목				
지분법잉여금 변동	백만 원	-	-90	-
관계기업 기타포괄손익에 대한 지분	백만 원	-902	-1,598	2,584
파생상품평가손익	백만 원	-	65	227
후속적으로 당기순이익으로 재분류되지 않는 항목				
관계기업 재측정요소에 대한 지분	백만 원	-892	42	927
관계기업 기타포괄손익에 대한 지분	백만 원	-717	-106	-77
기타포괄손익-공정가치 지분상품 평가손익	백만 원	-19,392	-3,984	1,682
순환정금여부채의 재측정요소	백만 원	-11,072	-1,663	7,837
총포괄손익	백만 원	210,036	97,724	246,569
총 포괄손익의 귀속	백만 원			
지배기업소유주지분	백만 원	162,239	63,083	201,149
비지배지분	백만 원	47,797	34,641	45,421

주요 재무 실적

구분	단위	2019	2020	2021
총 자산	억 원	76,231	87,070	89,692
매출액	억 원	21,989	22,732	35,724
영업이익	억 원	2,922	1,359	2,644
당기순이익	억 원	2,430	1,051	2,334

조세 관리(법인세 비용)

구분		단위	2019	2020	2021
현대백화점	납부세액	매출액*	백만 원	1,385,244	1,245,063
		세전이익*	백만 원	258,918	133,274
		미지급법인세(납부법인세)	백만 원	57,020	31,200
		법인세비용	백만 원	63,261	31,375
		세율	%	22	22
		유효세율**	%	22.02	23.41
한무쇼핑	납부세액	매출액*	백만 원	549,850	505,370
		세전이익*	백만 원	141,860	100,466
		미지급법인세(납부법인세)	백만 원	21,722	22,982
		법인세비용	백만 원	33,572	23,496
		세율	%	22	22
		유효세율**	%	15.31	22.88
현대백화점 면세점	납부세액	매출액*	백만 원	368,834	622,398
		세전이익*	백만 원	-75,918	-98,568
		미지급법인세(납부법인세)	백만 원	-	-
		법인세비용	백만 원	-	-
		세율	%	22	22
		유효세율**	%	0	0

* 별도 재무제표 기준

** 납부법인세 / 세전이익

확정급여형 연금제도 채무 총당

구분		단위	2019	2020	2021
현대백화점	금액예측치	백만 원	175,895	194,859	204,479
	연금축적자산	백만 원	173,270	176,990	210,214
한무쇼핑	금액예측치	백만 원	24,563	28,363	27,365
	연금축적자산	백만 원	26,463	28,788	32,405
현대백화점 면세점	금액예측치	백만 원	3,753	6,689	9,173
	연금축적자산	백만 원	2,606	2,015	8,106

신용등급

구분		2019	2020	2021
기업어음	한국신용평가		-	A1
	한국기업평가		A1	-
	NICE신용평가		A1	A1
회사채	한국신용평가		AA+	AA+
	한국기업평가		AA+	AA+
	NICE신용평가		-	AA+

R&D 투자 비용

구분	단위	2019	2020	2021
연구개발 비용	백만 원	1,629	3,017	3,478
매출액 대비 연구개발 비용	%	0.07	0.13	0.10

경제적 가치 배분

구분	단위	2019	2020	2021
주주 *	배당금	백만 원	20,301	22,323
	급여 및 상여금	백만 원	196,720	206,114
임직원 *	복리후생비	백만 원	62,425	62,099
	퇴직급여	백만 원	21,768	28,300
정부 *	법인세	백만 원	95,603	41,866
지역사회***	사회공헌기금	백만 원	3,410	2,620
협력사 ***	구매비용**	백만 원	292,880	427,551
	동반성장 지원비용****	백만 원	3,645	3,590
				4,167

* 연결기준 작성

** 지원 부문 협력사 발주 금액

*** 산출 기준: (①)현대백화점 + (②)한무쇼핑

**** 산출기준: 89p, 협력사 동반성장 금액 중 판로 지원, 경영지원, 복지지원 합계액

주식의 종류 및 의결권* 현황

구분	발행 주식수(주)	비율(%)
우선주	-	-
보통주 - 의결권 있는 주식	21,855,186	93.4
보통주 - 자사주	1,547,255	6.6
발행주식 총수	23,402,441	100

* 상법상 의결권은 1주당 1개로 하며, 당사는 차등의결권을 부여하고 있지 않음

5% 이상 주주의 주식 소유 현황

구분	소유 주식 수(주)	비율(%)
정지선	3,998,419	17.09
국민연금공단	2,683,774	11.47
현대그린푸드	2,819,226	12.05

주요 협회비 지급 금액

구분	단위	2019	2020	2021
백화점협회	백만 원	209	221	223
상공회의소	백만 원	120	93	84
상장회사협의회	백만 원	14	14	14
코엑스 MICE클러스터 위원회	백만 원	10	10	5
청주상공회의소	백만 원	11	4	4

* 현대백화점은 기업의 정치기부금을 금지하는 국내 '정치자금법'을 준수하며 정치자금 및 로비성 자금을 일체 제공하지 않습니다. 다만 정치적으로 중립성이 보장되고 산업의 발전을 위한 공익 목적의 협회 등에 대해서는 후원하고 있습니다.

정부보조금

구분	단위	2019	2020	2021
국고보조금	백만 원	290	0	0
세액감면과 공제	백만 원	56	345	69



환경

온실가스

구분		단위	2019	2020	2021
온실가스 배출량	현대백화점	Scope1	tCO ₂ eq	15,881	14,319
		Scope2	tCO ₂ eq	133,223	130,219
		Scope1+Scope2	tCO ₂ eq	149,094	144,529
		온실가스 배출 집약도	tCO ₂ eq/억 원	3.58	3.71
	한무쇼핑	Scope1	tCO ₂ eq	5,357	4,614
		Scope2	tCO ₂ eq	56,384	54,400
		Scope1+Scope2	tCO ₂ eq	61,741	59,014
		온실가스 배출 집약도	tCO ₂ eq/억 원	3.61	3.66
	합계	Scope1	tCO ₂ eq	21,239	18,933
		Scope2	tCO ₂ eq	189,608	184,620
		Scope1+Scope2*	tCO ₂ eq	210,835	203,543
		온실가스 배출 집약도**	tCO ₂ eq/억 원	3.59	3.70
온실가스 목표 배출량	현대백화점(최종 무상 할당량)	tCO ₂ eq	160,995	167,332	165,854
	한무쇼핑(배출허용량)	tCO ₂ eq	67,538	63,794	73,896
온실가스 절감량****	현대백화점	tCO ₂ eq	1,618.45	2,985.81	1,255.14
	한무쇼핑	tCO ₂ eq	1,131.48	1,478.44	797.12

* 사업소 신설에 따른 배출량 증가 (2020년 6월 대전아울렛, 2020년 11월 스페이스원, 2021년 2월 더현대서울)

** 산출 기준: 총 사용량 / 총매출액

*** 산출 기준: (※)현대백화점 + (※)한무쇼핑의 별도기준 매출액을 합산함

**** 온실가스 총 배출량: Scope1, Scope2 계산 시 사업장별 소수점 절사하여 합산하여 Scope1, Scope2 합계가 다를 수 있음

***** 기준: 전년 대비 감축량 (시설운영 및 투자를 통한 에너지 절감에 따른 감축)

**** Scope 2

에너지

구분		단위	2019	2020	2021
현대백화점	연료	TJ	311	280	336
	전기	TJ	2,641	2,587	2,989
	스팀	TJ	125	127	151
	태양광	TJ	1	1	2
	총 에너지 사용량	TJ	3,079	2,997	3,479
	에너지 사용 집약도	TJ/억 원	0.074	0.077	0.072
한무쇼핑	연료	TJ	104	90	101
	전기	TJ	1,120	1,083	1,257
	스팀	TJ	56	50	83
	총 에너지 사용량	TJ	1,282	1,224	1,443
	에너지 사용 집약도	TJ/억 원	0.075	0.076	0.077
	연료	TJ	415	370	437
합계	전기	TJ	3,762	3,671	4,247
	스팀	TJ	182	178	235
	총 에너지 사용량*	TJ	4,360	4,220	4,920
	에너지 사용 집약도**	TJ/억 원	0.074	0.077	0.074
	시설운영절감****	TJ	3.8	17	8
	투자절감내역*****	TJ	8.7	5	1.7
에너지 절감내역***	시설운영절감	TJ	8.1	10.8	3.2
	한무쇼핑	투자절감내역	TJ	0.4	0.2
현대백화점	투자절감내역	TJ	0.4	0.2	2.6

* 에너지원 별 소수점이하 절사하여 총 에너지 사용량과 에너지원 사용량간 합이 다를 수 있음

** 산출 기준: 총 사용량 / 총매출액

*** 산출 기준: (※)현대백화점 + (※)한무쇼핑의 별도기준 매출액을 합산함

**** 기준: 전년 대비 감축량

***** 시설운영절감: 지하 주차장 배기 FAN 가동시간 조정, 공조기 가동시간에 의한 절감, 지하 주차장 조명 운영 조정 등

***** 투자절감내역: LED 램프 교체, 노후 보일러 교체, 고효율 변압기 교체 등



용수*

구분	단위	2019	2020	2021
용수 취수량	시수	ton	2,958,553	2,554,018
	지하수	ton	239,834	208,497
	공업용수	ton	0	35,445
	용수 총 취수량(①)	ton	3,198,387	2,797,960
용수 재활용량(②)	ton	224,143	221,542	245,498
용수 재활용률	%	7.01	7.92	7.50
총 용수 사용량(①+②)	ton	3,422,530	3,019,502	3,519,250
용수 사용 임약도*	ton/억 원	58.26	54.83	59.91

* 환경정보공개제도 보고 기준

* 산출 기준: (※)현대백화점 + (※)한무쇼핑의 총 매출액

폐기물*

구분	단위	2019	2020	2021
폐기물 발생량	폐합성수지류 외	ton	9,529	7,769
	음식물 폐기물	ton	7,369	5,401
	그 외 폐기물	ton	1,691	1,611
	지정 폐기물	ton	9	12
	합계***	ton	18,600	14,804
폐기물 처리	소각	ton	2,184	1,658
	매립	ton	7	20
폐기물 재활용량	폐합성수지류 외	ton	7,425	6,156
	음식물 폐기물	ton	7,369	5,401
	그 외 폐기물	ton	1,604	1,554
	지정 폐기물	ton	9	12
	합계***	ton	16,408	13,124
폐기물 재활용률**	%	88.22	88.66	89.62

* 환경정보공개제도 보고 기준

** 산출 기준: 폐기물 재활용량 합계 / 폐기물 발생량 합계

*** 폐기물을 합계 계산 시 폐합성수지류, 음식물 폐기물, 지정 폐기물, 그 외 폐기물 분류별 합산 후 소수점 이하 절사하였음

원재료*

구분	단위	2019	2020	2021
원재료 사용량	재생 가능 원재료(종이)**	kg	-	52,750
	재생 불가 원재료(플라스틱)***	kg	-	11,292
	사용량 합계	kg	-	64,042

* 2021년부터 데이터 취합 시작

** 종이: 재생지 100% 사용 쇼핑백 기준 산정

*** 플라스틱: 직매입 과일·야채 포장 용기 기준 산정 (재생 플라스틱 90% 사용)

환경 투자

구분	단위	2019	2020	2021
환경 투자 금액	설비	백만 원	3,514	92
	전기	백만 원	10,732	1,210
	기타*	백만 원	702	1,163

* 2020년 신사옥 투자분 및 법규 변경에 따른 친환경 보일러 교체

** 2020년 신규 사업소(대전, SPACE1, 더현대서울) 오픈

*** 2019년 전 지점 필터 교체

녹색 구매

구분	단위	2019	2020	2021
녹색구매 금액	녹색구매	백만 원	1,194	1,067
	친환경 포장재	백만 원	442	460

친환경 상품 매출액

구분	단위	2019	2020	2021
식품	친환경 인증 농산물	백만 원	20,000	20,080
	동물복지란	백만 원	2,337	2,394
	한우*	백만 원	-	251
	동물복지인증상품	돈육	백만 원	140
		계육	백만 원	177
리빙	백만 원	22,372	27,899	39,353
생활	백만 원	678	722	734

* 2021년부터 데이터 취합 시작

사회

임직원 현황

구분	단위	2019			2020			2021		
		여성	남성	합계	여성	남성	합계	여성	남성	합계
총 임직원 수	명	1,596	1,292	2,888	1,684	1,293	2,977	1,792	1,316	3,108
근로 형태별	정규직	Full time	명	1,529	1,284	2,813	1,613	1,285	2,898	1,699
		Part time	명	25	5	30	22	4	26	24
	비정규직	Full time	명	42	3	45	49	4	53	69
		Part time	명	0	0	0	0	0	0	0
직급별	사원	명	1,524	712	2,236	1,595	694	2,289	1,681	709
	간부*	명	67	539	606	84	560	644	106	566
	임원	명	5	41	46	5	39	44	5	41
직군별	임원	명	5	41	46	5	39	44	5	41
	사무직	명	1,286	1,243	2,529	1,381	1,246	2,627	1,513	1,266
	서비스직	명	301	6	307	294	5	299	269	6
	기타직	명	4	2	6	4	3	7	5	3
연령별	만 30세 미만	명	879	222	1,101	825	182	1,007	832	206
	만 30세 이상 50세 이하	명	651	901	1,552	784	931	1,715	869	903
	만 50세 초과	명	66	169	235	75	180	255	91	207

*간부 기준: 책임 이상



채용 및 이직

구분	단위	2019	2020	2021
총 신규 채용 인원	명	390	311	506
성별	남성	명	69	52
	여성	명	321	259
연령별	30세 미만	명	339	265
	30세 이상 50세 이하	명	41	40
	50세 초과	명	10	6
내부 후보자에 의해 충원된 공개 포지션	명	0	20	0
총 이직 및 퇴직 인원	명	363	239	352
성별	남성	명	45	36
	여성	명	318	203
연령별	30세 미만	명	262	162
	30세 이상 50세 이하	명	90	65
	50세 초과	명	11	12
직급별 자발적 이직자 수	선임 이상	명	43	40
	전문직 이하	명	299	174
성별 자발적 이직자 수	남성	명	34	25
	여성	명	308	189
자발적 이직률*	%	11.8	7.2	10.5

* (보고 연도 내 자발적 이직 임직원 수 / 보고 연도 말 전체 임직원 수) × 100

임직원 다양성

구분	단위	2019	2020	2021
여성 임직원 현황	여성 임원 비율*	%	10.9	11.4
	관리직 여성 인원 비율**	%	11.1	13.0
	여성 임직원 비율	%	55.3	56.6
장애인 고용 현황	장애인 고용률	%	3.1	3.1
국가보훈자 고용 현황	국가보훈자 수	명	36	37
	국가보훈자 비율	%	1.2	1.2

* 전체 임원 대비 여성 임원 비율

** 관리직 기준: 책임 이상부터 임원까지

성과평가 및 보수 지급 현황

구분	단위	2019	2020	2021
성과평가	성과 평가 대상 직원 수	명	2,888	2,977
	성과 평가 실시 직원 비율	%	100	100
	전체	%	80.4	81.7
	수석	%	97.5	93.5
	책임	%	90.4	88.6
	선임	%	93.5	94.6
보수 비율*	비관리직(전문직)***	%	104.5	97.1
	법정 최저시급 대비 대출 신입(선임) 임금 비율****	남성	223.0	220.9
		여성	218.9	216.8
				221.8

* 남성 대비 여성 기본급, PS(Profit Sharing) 포함

** 관리직 기준: 책임 이상부터 임원까지

*** 비관리직 기준: 전문직 등

**** 근로기준법에 따라 직원 외 근로자의 최저임금을 준수하도록 계약서에 포함하고 있음

육아휴직

구분	성별	단위	2019	2020	2021
대상 및 사용자	육아휴직 사용권이 있는 직원 수*	남성	364	362	379
		여성	145	191	229
	육아휴직 사용 직원 수	남성	4	5	1
		여성	43	63	61
업무 복귀율	육아휴직 후 복귀한 직원 수	남성	4	3	1
		여성	34	38	31
	업무 복귀율**	남성	%	67	75
		여성	%	92	95
고용 유지율	육아휴직 후 복귀하여 12개월 간 유지한 직원 수	남성	3	4	3
		여성	20	32	35
	12개월 고용 유지율***	남성	%	100	67
		여성	%	74	86

* 임직원 출산 경조금 신청 자녀 중 만 8세 이하 산정

** (육아휴직 후 복귀한 직원 수 / 육아휴직 후 복귀 예정인 총 직원 수) × 100

*** (육아휴직 복귀 후 12개월 간 고용 유지 직원 수 / 직전 보고기간 중 육아휴직 후 복귀한 직원 수) × 100



퇴직자 지원

구분	단위	2019	2020	2021
퇴직자 지원 프로그램	전직지원 인원	명	24	19
	전직지원 금액	백만 원	126	124
	학자금지원 인원	명	8	4
	학자금지원 금액	백만 원	27	18
	재취업교육지원 인원	명	13	6
	재취업교육지원 금액	백만 원	21	10

훈련 및 교육

구분	단위	2019	2020	2021
교육 시간 및 비용****	총 교육 시간*	시간	107,671	87,092
	총 교육 비용	백만 원	689	408
	1인당 교육 시간	시간	16.5	13.3
	1인당 교육 비용	백만 원	0.22	0.13
직급코스패스제(필수 교육)	명	2,469	2,507	2,498
법정 의무교육 수료 인원	정보보안/성희롱 예방/장애인 인식 개선 교육	명	2,925	2,970
	내부회계관리 교육	명	2,559	2,776
전문인력 교육 수료 인원	라이브 커머스 교육	명	-	199
	Digital Transformation 교육**	명	-	120
	기업대학	명	27	25
기타 교육 수료 인원	윤리교육***	명	219	297
	동반성장 교육(협력사원 대상)	명	114	58
	공정거래 교육	명	1,231	1,220
	조직문화개선 교육(팀 단위 교육)	명	191	-
	언어예절 및 세대공감 교육	명	-	182
				5,334

* 산출 기준: 과정 시간 × 수료자

** Digital Transformation 교육: DT 전략가 과정, DA 및 GA 심화과정

*** 신입사원교육/경력사원 입문교육/전문직 입문교육에만 해당

**** 성별, 직급별 구분 불가함

노사관계

구분	단위	2019	2020	2021
단체협약 적용 비율*	%	36.2	34.9	35.0
노동조합 가입률**	%	32.2	31.2	30.7
노사협의회 안건 현황	안건 수	건	235	137
	조치 완료율	%	100	100
고충처리 제보 및 신고 현황***	접수 건수	건	2	6
	조치 완료율	%	100	100

* 산출 기준: 선임 이하 직원 / 전 직원(임원 제외)

** 산출 기준: 선임 이하 직원 / 전 직원(임원 제외)

*** 접수된 고충 제보는 모두 직무전환 등 근무 여건에 대한 문의로, 인권 관련 사항은 없음

협력사 동반성장

구분	단위	2019	2020	2021
지원 부문 협력사 수*	협력사 수	개 사	2,876	3,102
	주요 협력사 수**	개 사	747	783
지원 부문 협력사 발주 금액	억 원	2,929	4,276	1,796
상품 부문 협력사	협력사 수	개 사	4,607	4,429
	주요 협력사 수***	개 사	339	317
자금지원	동반성장 기금	억 원	35	39
	동반성장 펀드	억 원	119	129
판로 지원	중소기업제품 행사(전용매장 등)	억 원	11.4	8.8
	코리아 패션마켓	억 원	-	8.5
경영지원	우수 중소기업 해외 판로 지원	억 원	1.2	※ COVID-19로 미진행
	교육 및 컨설팅 지원	억 원	0.6	0.1
복지지원	협업사업(인테리어 지원 포함)	억 원	5.7	2.1
	중소기업 마진인하	억 원	10.6	11.4
우수 협력사원 포상	가족 愛 프로그램(장학금+난치병)	억 원	2.95	1.30
	우수 협력사원 포상	억 원	2.7	2.6
	협력사 공로상	억 원	1.3	1.1

* 공사/설계/감리/가구/비품구매/IT/VMD/인쇄 등

** 연간 최소 2회 이상 입찰에 참여한 협력사

*** 당사와 공정거래 및 동반성장 협약을 체결한 중소협력사 수(동반성장 지원사업 우선 지원 대상)



사회공헌

구분	단위	2019	2020	2021
사회공헌기금	백만 원	3,410	2,620	2,804

고객 관리

구분	단위	2019	2020	2021
고객만족도(10점 만점 기준)	점	8.64	8.50	8.83*
VOC 접수 건수	건	28,943	22,778	24,703
VOC 처리 현황	%	100	100	100

* 2021년 고객만족도 목표 : 8.5점 이상 / VOC 처리율 100% 유지

안전보건

구분	단위	2019	2020	2021
안전보건교육	관리책임자	명	114	58
	관리감독자	명	190	197
	정기교육	명	2,838	2,891
				2,965

업무상 사고재해/질병 발생현황*

구분	단위	2019	2020	2021
임직원	연간 총 근로시간**	시간	6,007,040	6,192,160
	업무상 사고재해 발생 건 수(비율)***	건(%)	1(0.03)	0(0)
	업무상 재해 사망 건 수(비율)	건(%)	0(0)	0(0)
	업무상 재해 발생 건 수(비율)****	건(%)	1(0.03)	0(0)
	중대재해 발생 건 수(비율)	건(%)	0(0)	0(0)
	업무상 질병 사망 건 수	건	0	0
	업무상 질병 발생 건 수	건	0	0

* 협력사: 산정 불가

** 산출기준: (해당년도 연말기준 총 임직원 수) x (근로시간 주 40시간 x 52주)

*** 산출기준: (총 근로손실재해 건 수 / 총 근로시간) x 200,000

**** 2019, 2021년도 단순 상해

**** 연도별 산업재해 발생 건수에 대해 목표 '0건' 유지

정보 보호

구분	단위	2019	2020	2021
정보보안 사고	고객정보 유출사고 건 수	건	0	0
	고객정보 유출로 인한 금전적 피해 금액	백만 원	0	0
	고객 개인정보위반으로 외부 당사자가 제기하고 조직 내부에서 입증된 불만 건수	건	0	0
교육	직영사원 참여인원	명	2,925	2,970
	입점 시 교육	개사	3,344	3,273
	협력사	명	26,210	25,676
	개인정보보호의 날 교육	개사	4,607	4,429
		명	35,634	37,735
				39,626

법률 및 규제 위반 현황

구분	단위	2019	2020	2021
공정거래 관련 법적 제재 건수	건	1*	0	0
마케팅 및 라벨링 관련 벌금, 제재, 경고 건수	건	0	0	0
환경법규 위반 건수	건	0	0	0

* 2019년 11월 2.9억 원의 과징금을 납부 완료하였으며, 자세한 내용은 사업보고서 2021 301p에서 확인하실 수 있습니다.



GRI Content Index

Universal Standards

GRI 102: 일반정보 공개 2016

주제	No.	보고사항	페이지	비고
조직 프로필	102-1	조직 명칭	9	
	102-2	활동 및 대표 브랜드, 제품 및 서비스	9	
	102-3	분사의 위치	9	
	102-4	사업 지역	2,11	
	102-5	소유 구조 특성 및 법적 형태	9	
	102-6	시장 영역	11	
	102-7	조직의 규모	9,11	
	102-8	임직원 및 근로자에 대한 정보	87	
	102-9	조직의 공급망	53	
	102-10	조직 및 공급망의 중대한 변화	8	
	102-11	사전 예방 원칙 및 접근	48, 76-79	
	102-12	외부 이니셔티브	2	
	102-13	협회 멤버쉽	102	
전략	102-14	최고 의사 결정권자 성명서	5-6	
	102-15	주요 영향, 위기 그리고 기회	25, 75	
윤리성 및 청렴성	102-16	가치, 원칙, 표준, 행동강령	10, 73	
	102-17	윤리 관련 안내 및 고충처리 메커니즘	73-74	
거버넌스	102-18	지배구조	21, 70-72	
	102-19	권한 위임	21	
	102-20	경제적, 환경적, 사회적 토픈에 대한 임원진 책임	21,23	
	102-21	경제적, 환경적, 사회적 토픈에 대한 이해관계자와의 협의	21, 22, 72	
	102-22	최고의사결정기구와 산하 위원회의 구성	70-71	
	102-23	최고의사결정기구의 의장	70-71	
	102-24	최고의사결정기구 추천 및 선정	71-72	
	102-25	이해관계 상충	70-72	기업지배구조보고서 52p
	102-26	목표, 가치, 전략 수립에 관한 최고의사결정기구의 역할	21-22, 70	
	102-27	최고의사결정기구의 집단지식	21, 70-71	



주제	No.	보고사항	페이지	비고
거버넌스	102-28	최고의사결정기구의 성과에 대한 평가	72	기업지배구조보고서 56-57p
	102-29	경제적, 환경적, 사회적 영향을 파악하고 관리하는 최고의사결정기구의 역할	21-22	
	102-30	위험 관리 절차의 효과성	21, 70, 75	
	102-32	지속가능성 보고에 대한 최고의사결정기구의 역할	21, 23, 70	
	102-35	보상 정책	72	
	102-36	보수 결정 절차	43, 72	
	102-37	보수 정책에 관한 이해관계자 참여	72	
이해관계자 참여	102-40	조직과 관련 있는 이해관계자 집단 리스트	22	
	102-41	단체협약	89	
	102-42	이해관계자 파악 및 선정	22	
	102-43	이해관계자 참여 방식	22-23	
	102-44	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 주제와 관심사	22, 24	
보고서 관행	102-45	조직의 연결 재무제표에 포함된 법인	2, 9, 11	사업보고서 48p
	102-46	보고 내용 및 토픽의 경계 정의	2	
	102-47	Material Topic 리스트	24	
	102-48	정보의 재기술	-	해당 없음
	102-49	보고의 변화	-	해당 없음
	102-50	보고 기간	2	
	102-51	가장 최근 보고 일자	2	
	102-52	보고 주기	-	매년
	102-53	보고서에 대한 문의처	2	
	102-54	GRI Standards에 따른 보고 방식	2	
	102-55	GRI 인덱스	91-95	
	102-56	외부 검증	2, 100-101	



Topic-specific Standards

주제	No.	보고사항	페이지	비고
사회·환경적 가치 창출				
GRI 103: 경영접근법 2016	103-1,2,3	경영접근방식	9, 25, 37-38, 59-68, 81-84	
	201-1	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	9, 81-84	
GRI 201: 경제성과 2016	201-3	조직의 확정급여형 연금제도 채무 충당	83	
	201-4	정부 지원 보조금 수혜 실적	84	
GRI 203: 간접 경제적 영향 2016	203-1	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동	59-68	
기후변화 대응				
GRI 103: 경영접근법 2016	103-1,2,3	경영접근방식	25, 27-31, 85	
GRI 201: 경제성과 2016	201-2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	97-98	
	302-1	조직 내부 에너지 소비	85	
GRI 302: 에너지 2016	302-3	에너지 집약도	85	
	302-4	에너지 소비 절감	85	
	305-1	직접 온실가스 배출량(scope 1)	85	
GRI 305: 배출 2016	305-2	간접 온실가스 배출량(scope 2)	85	
	305-4	온실가스 배출 집약도	85	
	305-5	온실가스 배출 감축	29, 85	
윤리·준법경영				
GRI 103: 경영접근법 2016	103-1,2,3	경영접근방식	25, 54-55, 73-75	
GRI 202: 시장지위 2016	202-1	사업장의 현지 법정최저임금 대비 신입사원 임금 비율	88	
GRI 206: 경제 저해 행위 2016	206-1	경쟁저해행위, 독과점 등 불공정한 거래행위에 대한 법적 조치	90	
GRI 307: 환경고충처리제도 2016	307-1	환경 법규 위반	90	



주제	No.	보고사항	페이지	비고
지속가능한 포장				
GRI 103: 경영접근법 2016	103-1,2,3	경영접근방식	25, 32-36, 86	
GRI 301: 원자료 2016	301-1	사용된 원료의 종량과 부피	86	
자체 성과 지표	-	THE HYUNDAI r-PET Project 성과	34	
친환경 제품 및 서비스				
GRI 103: 경영접근법 2016	103-1,2,3	경영접근방식	25, 37-39, 86	
GRI 301: 원자료 2016	301-2	재생 투입 원자재	86	
폐기물 및 재활용				
GRI 103: 경영접근법 2016	103-1,2,3	경영접근방식	25, 30-38	
GRI 306: 폐기물 2020	306-1	폐기물 발생 및 폐기물 관련 중대한 영향	32	
	306-2	폐기물 관련 중대한 영향 관리	32-38	
	306-3	폐기물 발생	86	
	306-4	폐기물 재활용	86	
	306-5	폐기물 처리	86	
인재 확보 및 유지				
GRI 103: 경영접근법 2016	103-1,2,3	경영접근방식	25, 41-45, 76-77	
GRI 401: 고용 2016	401-1	신규채용과 이직	88	
	401-2	비정규 직원 혹은 파트타임 직원에게는 제공되지 않는 정규직 직원 대상의 보상	44-45	
	401-3	육아휴직	88	
GRI 403: 산업안전보건 2018	403-1	산업안전보건 관리시스템	76-77	
	403-2	위험 파악, 위험 평가 및 사고 조사	76-77	
	403-3	직장 의료 서비스	76-77	
	403-4	산업안전보건에 대한 근로자 참여 및 커뮤니케이션	76-77	
	403-5	산업안전보건에 대한 근로자 훈련	76-77	
	403-6	근로자 건강 증진	76-77	
	403-7	비즈니스 관계로 직결된 산업안전보건 영향 예방 및 완화	53, 77	
	403-9	업무 관련 부상	90	
	403-10	업무 관련 질병	90	
	404-1	임직원 1인당 평균 교육 시간	89	
GRI 404: 훈련 및 교육 2016	404-2	임직원 역량 강화 및 전환 지원을 위한 프로그램	41-42, 89	
	404-3	정기적 성과 및 경력 개발 리뷰를 받은 임직원 비율	88	



주제	No.	보고사항	페이지	비고
책임 있는 협력사 관리				
GRI 103: 경영접근법 2016	103-1,2,3	경영접근방식	25, 53-58	
GRI 414: 공급망 관리 2016	414-1	사회적 영향평가를 통해 스크리닝된 신규 협력회사	53	
인권경영				
GRI 103: 경영접근법 2016	103-1,2,3	경영접근방식	25, 44-45, 70-71	
GRI 405: 다양성 및 기회균등 2016	405-1	거버넌스 기구 및 임직원 다양성	70-71, 87-88	
	405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	88	
고객 안전 및 건강				
GRI 103: 경영접근법 2016	103-1,2,3	경영접근방식	31, 48, 67, 78-79	
GRI 416: 고객 보건 및 안전 2016	416-1	제품 및 서비스군의 안전보건 영향 평가	48	
	416-2	제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건	-	위반 사항 없음
GRI 417: 마케팅 및 라벨링 2016	417-2	제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건	90	
	417-3	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규정 위반	90	
GRI 418: 개인정보보호 2016	418-1	고객개인정보보호 위반 및 개인정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	90	고객정보 유출 사고 미발생 목표 유지 달성



SASB Index

지속가능성 공시 주제 및 회계 지표(Sustainability Disclosure Topics & Accounting Metrics)

주제	코드	회계 지표	페이지	비고
소매 & 유통업 내 에너지 관리 (Energy Management in Retail & Distribution)	CG-MR-103a.1	(1)총 에너지 사용량, (2)그리드 전력 비율, (3)재생에너지 전력 비율	85	
데이터 보안 (Data Security)	CG-MR-230a.1	데이터 보안 리스크를 식별하고 해결하는 방법에 대한 설명	78-79	
	CG-MR-230a.2	(1)데이터 침해 건수, (2)개인 식별 가능 정보(PII)의 백분율, (3)영향을 받는 계정 보유자 수	90	
노동 관행 (Labor Practices)	CG-MR-310a.1	(1)평균 시간당 임금, (2)지역별 최저임금 수급 받는 매장 내 직원의 백분율	88	
	CG-MR-310a.2	매장 내 직원의 (1)자발적 이직률, (2)비자발적 이직률	88	
	CG-MR-310a.3	노동법 위반으로 초래된 법적 절차로 인한 경제적 손실	-	해당 사례 없음
구성원 다양성 및 포용성 (Workforce Diversity & Inclusion)	CG-MR-330a.1	(1)경영진 및 (2)경영진 외 전 직원의 성별, 인종적 다양성에 대한 백분율	88	
	CG-MR-330a.2	임직원 차별행위로 초래된 법적 절차로 인한 경제적 손실	-	해당 사례 없음
제품 조달, 포장 & 마케팅 (Product Sourcing, Packaging & Marketing)	CG-MR-410a.1	친환경/사회적 지속가능성에 대해 제3자 인증을 받은 제품의 판매수익	86	
	CG-MR-410a.2	제품 내 화학물질과 연관된 위험을 식별, 관리하는 방법에 대한 설명	77	
	CG-MR-410a.3	제품 포장으로 인한 환경영향을 줄이는 방법에 대한 설명	32-36	

활동 지표(Activity Metrics)

주제	코드	비고
(1) 소매점, (2) 물류센터 수	CG-MR-000.A	(1)소매점:24개 (2)물류센터: 없음
(1) 소매점, (2) 물류센터 총 면적*	CG-MR-000.B	(1)소매점:1,152,674m ² (2)물류센터: 없음

* 영업면적 기준

TCFD Index

현대백화점은 이해관계자의 기후변화 대응과 관련된 정보 공개 요구 강화에 따라 TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 기후변화와 관련된 재무정보공개를 위한 태스크포스) 권고안에 따라 거버넌스, 전략, 위험관리, 지표 및 목표의 4가지 분야에 대한 기후변화 관련 회사의 대응 방향을 공개하고 있습니다.

구분	TCFD 권고안	세부 내용	CDP 연계															
거버넌스	a. 기후변화 관련 위험과 기회에 대한 이사회 감독 설명	이사회 산하 ESG 경영위원회는 기후변화와 관련된 위험과 기회, 친환경 관련 투자 및 계획에 대해 반기 1회 이상 심의/의결을 통해 감독하고 있습니다.	C1.1															
	b. 기후변화 위험과 기회를 평가 및 관리하는 경영진의 역할 설명	최고경영자는 대내외적으로 환경 경영에 대한 의지를 적극적으로 표명하고, 회사의 기본적인 경영 전략 및 방침을 환경 경영 전략 및 방침과 통합하고 지속 가능한 발전 기본원칙을 반영하고 있습니다. ESG 경영위원회 위원장은 CSO(Chief Sustainability Officer)로서 기후변화와 관련된 역할과 책임을 맡고 있습니다. ESG 추진협의체는 기후변화 및 ESG 관련 실무를 담당하며, ESG 경영위원회에 관련 전략 및 안건을 보고합니다.	C1.2															
현대백화점은 TCFD 권고안, ISO14001(환경경영시스템)을 기반으로 기후변화와 관련된 위험/기회를 분석하였습니다. 도출된 위험/기회 체계적으로 대응하기 위해 각 항목 별 대응 방향을 설정하고, 수행해 나가고 있습니다. 향후 기후변화 관련 시나리오를 고려하여 당사 사업, 전략 및 재무 계획에 미치는 실질적 및 잠재적 영향을 체계적으로 파악하고자 합니다.																		
a. 단기, 중기, 장기에 걸쳐 확인한 기후변화 관련 위험과 기회 설명	유형	위험 및 기회 요인	재무적 영향															
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>위험</th> <th>기회</th> <th>영향의 크기</th> <th>영향의 주기</th> <th>대응 방향</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>·에너지 비용 증가 ·온실가스 배출감소를 위한 추가 자본 지출 및 기타비용 증가</td> <td>·친환경 소비에 대한 소비자 관심 증가 ·이해관계자(고객 포함)의 기업 신뢰도 향상</td> <td>● ●</td> <td>단기</td> <td>·탄소중립 중장기 로드맵 수립/이행 ·자원효율화 및 에너지 절감 설비 확대를 통한 인프라 구축</td> </tr> <tr> <td>규제 및 법률</td> <td>·소재 전환(플라스틱 → 친환경)에 따른 비용 증가 (EX. 재생 원료 의무 사용)</td> <td>·사회적 플라스틱 저감 분위기 조성 ·취금 브랜드/상품 저변 확대를 통한 고객에게 다양한 경험 제공</td> <td>● ●</td> <td>단기 ·플라스틱에서 친환경 소재로의 전환 ·친환경MD 발굴 및 행사 브랜딩</td> </tr> </tbody> </table>	위험	기회	영향의 크기	영향의 주기	대응 방향	·에너지 비용 증가 ·온실가스 배출감소를 위한 추가 자본 지출 및 기타비용 증가	·친환경 소비에 대한 소비자 관심 증가 ·이해관계자(고객 포함)의 기업 신뢰도 향상	● ●	단기	·탄소중립 중장기 로드맵 수립/이행 ·자원효율화 및 에너지 절감 설비 확대를 통한 인프라 구축	규제 및 법률	·소재 전환(플라스틱 → 친환경)에 따른 비용 증가 (EX. 재생 원료 의무 사용)	·사회적 플라스틱 저감 분위기 조성 ·취금 브랜드/상품 저변 확대를 통한 고객에게 다양한 경험 제공	● ●	단기 ·플라스틱에서 친환경 소재로의 전환 ·친환경MD 발굴 및 행사 브랜딩
위험	기회	영향의 크기	영향의 주기	대응 방향														
·에너지 비용 증가 ·온실가스 배출감소를 위한 추가 자본 지출 및 기타비용 증가	·친환경 소비에 대한 소비자 관심 증가 ·이해관계자(고객 포함)의 기업 신뢰도 향상	● ●	단기	·탄소중립 중장기 로드맵 수립/이행 ·자원효율화 및 에너지 절감 설비 확대를 통한 인프라 구축														
규제 및 법률	·소재 전환(플라스틱 → 친환경)에 따른 비용 증가 (EX. 재생 원료 의무 사용)	·사회적 플라스틱 저감 분위기 조성 ·취금 브랜드/상품 저변 확대를 통한 고객에게 다양한 경험 제공	● ●	단기 ·플라스틱에서 친환경 소재로의 전환 ·친환경MD 발굴 및 행사 브랜딩														
b. 기후변화 관련 위험과 기회가 조직의 사업, 전략 및 재무 계획에 미치는 영향 설명	평판	투자자 및 이해관계자의 기후 변화 대응 요구 강화	<table border="1"> <thead> <tr> <th>위험</th> <th>기회</th> <th>영향의 크기</th> <th>영향의 주기</th> <th>대응 방향</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>·기후변화 대응 의지와 노력 부족 시, 주가 하락, 입점 철회 및 고객 이탈</td> <td>·적극적인 기후변화 대응 활동과 탄소배출 감축 성과를 통한 사회적 기업 브랜드 이미지 제고</td> <td>● ●</td> <td>단기 ·투명한 정보 공시 ·중장기 감축목표 수립/이행</td> </tr> </tbody> </table>	위험	기회	영향의 크기	영향의 주기	대응 방향	·기후변화 대응 의지와 노력 부족 시, 주가 하락, 입점 철회 및 고객 이탈	·적극적인 기후변화 대응 활동과 탄소배출 감축 성과를 통한 사회적 기업 브랜드 이미지 제고	● ●	단기 ·투명한 정보 공시 ·중장기 감축목표 수립/이행						
위험	기회	영향의 크기	영향의 주기	대응 방향														
·기후변화 대응 의지와 노력 부족 시, 주가 하락, 입점 철회 및 고객 이탈	·적극적인 기후변화 대응 활동과 탄소배출 감축 성과를 통한 사회적 기업 브랜드 이미지 제고	● ●	단기 ·투명한 정보 공시 ·중장기 감축목표 수립/이행															
c. 기후변화 관련 시나리오를 고려한 경영 전략의 유연성 설명	물리적 환경 변화	태풍, 홍수, 폭설 등 이상 기후 현상 증상	<table border="1"> <thead> <tr> <th>위험</th> <th>기회</th> <th>영향의 크기</th> <th>영향의 주기</th> <th>대응 방향</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>·재해 발생 시 복구 및 사업 기회 손실 비용 증가 ·안전/방재 시설 투자 비용</td> <td>·안전한 백화점 구축을 통한 고객 신뢰도 상승 ·자연 재해 대응 보험료 인하</td> <td>● ● ●</td> <td>급성(장기) ·비상 대응 매뉴얼 구축 및 신속한 대응능력 강화 ·시설 안정성 강화 ·자연 재해 대비 보험 가입</td> </tr> <tr> <td>평균기온 상승, 미세먼지, 황사</td> <td>·냉난방 및 공조시설 운영비용 증가</td> <td>● ● ●</td> <td>만성(장기) ·에너지 사용효율 향상 ·수 조성 활동 추진 ·실내공기질 개선을 위한 공조기 필터 설치</td> </tr> </tbody> </table>	위험	기회	영향의 크기	영향의 주기	대응 방향	·재해 발생 시 복구 및 사업 기회 손실 비용 증가 ·안전/방재 시설 투자 비용	·안전한 백화점 구축을 통한 고객 신뢰도 상승 ·자연 재해 대응 보험료 인하	● ● ●	급성(장기) ·비상 대응 매뉴얼 구축 및 신속한 대응능력 강화 ·시설 안정성 강화 ·자연 재해 대비 보험 가입	평균기온 상승, 미세먼지, 황사	·냉난방 및 공조시설 운영비용 증가	● ● ●	만성(장기) ·에너지 사용효율 향상 ·수 조성 활동 추진 ·실내공기질 개선을 위한 공조기 필터 설치		
위험	기회	영향의 크기	영향의 주기	대응 방향														
·재해 발생 시 복구 및 사업 기회 손실 비용 증가 ·안전/방재 시설 투자 비용	·안전한 백화점 구축을 통한 고객 신뢰도 상승 ·자연 재해 대응 보험료 인하	● ● ●	급성(장기) ·비상 대응 매뉴얼 구축 및 신속한 대응능력 강화 ·시설 안정성 강화 ·자연 재해 대비 보험 가입															
평균기온 상승, 미세먼지, 황사	·냉난방 및 공조시설 운영비용 증가	● ● ●	만성(장기) ·에너지 사용효율 향상 ·수 조성 활동 추진 ·실내공기질 개선을 위한 공조기 필터 설치															
영향의 크기: ● Low ●● Mid ●●● High																		

구분	TCFD 권고안	세부 내용	CDP 연계
위험관리	a. 기후변화 관련 위험을 평가 및 식별하는 조직의 프로세스 설명	<p>현대백화점은 당사에 중대한 영향을 미칠 수 있는 기후변화를 포함한 ESG 이슈와 관련하여 법률 개정과 대내·외 환경 변화에 선제적으로 대응할 수 있도록 ESG 리스크 관리 체계를 갖추고 있습니다. 2021년 3월 ESG 리스크 관리 지침을 제정하여 임직원 전체가 업무 전반에 걸쳐 기후변화 관련 위험에 대응하고 체계적으로 행동할 수 있도록 하며, 2021년 4월 본사 및 백화점 전 사업소의 ISO14001 (환경경영시스템) 인증을 통해 환경 경영 방침을 제정하고 사업 활동 전반에 적용하고 있습니다. 위험 식별, 평가 및 관리 프로세스와 관련된 자세한 내용은 75p(리스크 관리)에서 확인할 수 있습니다.</p>	C2.1, C2.2
	b. 기후변화 관련 위험을 관리하기 위한 조직의 프로세스 설명	<p>기후변화 위험관리 프로세스</p> <pre> graph LR A((전 부서 및 영업소 활동)) --> B((위험/기회 요인 식별)) B --> C((경영 및 환경 경영 전략 반영)) C --> D((환경 경영 실행)) D --> A style D fill:#666,color:#fff style A fill:#ccc style B fill:#ccc style C fill:#ccc style D fill:#666,color:#fff </pre>	C2.1, C2.2
	c. 기후변화 관련 위험을 식별, 평가 및 관리하는 프로세스가 조직의 전반적인 위험 관리에 통합되는 방법에 관한 설명		C2.1, C2.2
지표 및 감축 목표	a. 기후변화 관련 위험과 기회를 평가하기 위해 사용한 지표 공개	자세한 내용은 27-30p에서 확인할 수 있습니다.	C4.2, C9.1
	b. 온실가스 배출량 (Scope 1, 2, 3(해당되는 경우)) 및 관련 위험 공개	자세한 내용은 29p, 85p에서 확인할 수 있습니다.	C6.1, C6.3, C6.5
	c. 기후변화 관련 위험과 기회를 관리하기 위해 조직에서 사용하는 목표 및 목표 대비 성과 설명	자세한 내용은 27-39p, 85-86p에서 확인할 수 있습니다.	C4.1, C4.2

온실가스 배출량 검증 성명서

주식회사 현대백화점

검증 범위

한국표준협회는 주식회사 현대백화점의 온실가스에너지 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)

연도	단위	직접	간접	총량
2021년	tCO ₂ eq	17,453	148,745	166,188

* 참고: 온실가스 배출량은 사업장별로 소수점단위 이하를 절사하여 합산하므로 종류별 배출량 합계와 차이가 있습니다.

한무쇼핑 주식회사

검증 범위

한국표준협회는 한무쇼핑 주식회사의 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.

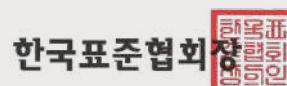
2021년 온실가스 배출량(Scope1, Scope2)

연도	단위	직접	간접	총량
2021년	tCO ₂ eq	5,187.739	63,291.813	68,476

* 참고: 온실가스 배출량은 사업장별로 소수점단위 이하를 절사하여 합산하므로 종류별 배출량 합계와 차이가 있습니다.

2022년 07월 18일

2022년 07월 18일



한국표준협회장



보고서 제3자 검증 의견서

주식회사 현대백화점의 2019-2021년도 지속가능경영보고서 관련

이 검증의견서는 지속가능경영보고서의 독자를 위한 것으로서, 주식회사 현대백화점과의 상호계약에 따라 작성되었습니다.

검증 기준 및 범위

로이드인증원(LRQA)은 주식회사 현대백화점(이하 “현대백화점”)으로부터 ‘현대백화점 지속가능경영보고서 2021’(이하 “보고서”)에 대한 독립적인 검증 제공 요청을 받았습니다. 본 검증은 아래 검증 기준에 따라 AA1000AS v3를 활용하여 Moderate Level 및 전문가적 판단(Professional Judgement)의 중요성 기준으로 수행되었으며, 범위는 Type 2이었습니다.

검증 범위에는 현대백화점의 2019-2021년도 국내 사업장 운영 및 활동이 포함되었으며, 특히 다음의 요구 사항이 포함되었습니다.

- AA1000 AccountAbility 원칙¹⁾, 즉 포괄성, 중요성, 대응성 및 영향성 원칙의 준수 평가
- 보고서가 GRI 표준(Core Option)²⁾에 의거하여 작성되었는지에 대한 확인
- GRI Content Index에 포함된 하기 지표들에 대한 데이터 및 정보의 정확성 및 신뢰성 평가
 - GRI 102(일반): 102-17
 - GRI 200(경제): 201-1, 201-2
 - GRI 300(환경): 301-1, 301-2, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5
 - GRI 400(사회): 401-1, 401-2, 401-3, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 405-2, 414-1, 416-1, 416-2
 - THE HYUNDAI r-PET Project 성과³⁾

현대백화점의 협력회사, 계약자 그리고 그 외의 제3자에 관한 데이터 및 정보는 검증 범위에서 제외되었습니다.

로이드인증원의 책임은 현대백화점에 대해서만 국한됩니다. 로이드인증원은 마지막 주석에서 설명한 것과 같이 타인 혹은 타 조직에게 어떤 의무나 책임을 지지 않습니다. 보고서 내의 모든 데이터와 정보의 수집, 취합, 분석 및 제시, 그리고 보고서 발간 시스템에 대한 효과적인 내부 통제 유지에 대한 책임은 현대백화점에게 있습니다. 최종적으로 보고서는 현대백화점에 의해 승인되었으며, 현대백화점의 책임이 됩니다.

로이드인증원의 의견

로이드인증원의 접근 방법에 기초한 검증 결과, 모든 중요 측면에서, 현대백화점이 하기 사항을 이행하지 않았다고 의심되는 사항은 발견되지 않았습니다.

- 상기 요구사항의 만족
- 정확하고 신뢰성 있는 성과 데이터 및 정보의 공개(검증 과정에서 발견된 모든 오류는 수정되었음)
- 독자와 이해관계자에게 중요한 모든 이슈 보고

이 의견은 Moderate Level의 검증에 바탕을 두며, 중요성 기준으로서 검증심사원의 전문가적 판단에 기초하여 도출되었습니다.

Note: Moderate Level의 검증에서 증거 수집 범위는 High Level의 검증보다 작습니다. Moderate Level의 검증은 사업장에서 원시데이터를 직접 확인하기 보다는 취합된 데이터에 초점을 둡니다. 결과적으로 Moderate Level의 검증은 High Level의 검증보다 보증 수준이 현저히 낮습니다.

로이드인증원의 접근 방법

로이드인증원의 검증은 로이드인증원의 검증 절차에 의거하여 수행됩니다. 본 검증을 위해 증거 수집의 일환으로 다음의 활동들이 수행되었습니다.

- 이해관계자들이 제기한 이슈들이 올바르게 파악되었는지를 확인하기 위하여 이해관계자 참여에 대한 현대백화점의 접근법을 평가하였습니다. 우리는 문서 및 관련 기록들을 검토함으로써 이를 수행하였습니다.
- 중요 이슈가 보고서에 적절히 포함되었는지를 확인하기 위하여 중요 이슈를 식별하고 결정하는 현대백화점의 프로세스를 검토하였습니다. 우리는 현대백화점의 보고서와 타사의 보고서를 대조하여 해당 산업계의 특정 이슈들이 서로 비교가 가능하도록 보고되었는지 확인하였습니다. 또한 우리는 현대백화점이 중요 이슈 결정 과정에서 사용한 기준들을 검토하였습니다. 이는 현대백화점의 비즈니스상 의사 결정이 지속가능한 발전과 관련된 정보를 토대로 이루어지는지에 대해 평가할 목적으로 진행되었습니다.
- 보고서에 중대한 오류, 누락 혹은 잘못 기술된 사항이 있는지 확인하기 위하여 현대백화점의 데이터 관리 시스템을 심사하였습니다. 우리는 이를 위해 내부 검증을 포함하여 데이터 처리 절차, 지침 및 시스템의 효과성을 검토하였습니다. 우리는 또한 데이터를 취합·편집하고 보고서 초안을 작성하는 핵심 인원들과 면담하였습니다.
- 이해관계자가 GRI Content Index를 통해 지속가능성 지표를 확인할 수 있는지 검토하였습니다.

1) <https://www.accountability.org>

2) <https://www.globalreporting.org>

3) GRI Content Index에서 보고되었지만 GRI의 Topic-specific Standards에서 다루지 않는 현대백화점 고유 지표



관찰사항

검증 과정에서 파악된 추가적 관찰사항 및 발견사항들은 다음과 같습니다.

포괄성

현대백화점의 이해관계자 참여 프로세스로부터 제외된 어떠한 중요 이해관계자 그룹도 발견되지 않았습니다.

중요성

현대백화점의 지속가능성 성과와 관련하여 보고서에 포함되지 않은 중요한 이슈는 발견되지 않았습니다. 현대백화점은 어떤 이슈가 중요한지를 결정하기 위해 폭넓은 기준을 수립하였으며, 이러한 기준들이 회사의 경영측면에만 편향되어 있지 않습니다.

대응성

현대백화점의 ESG 거버넌스의 일부로서 ESG 경영위원회는 지속가능한 발전에 기여하는 활동을 촉진하고 있습니다. 특히 유통기업으로서 포장재가 미치는 부정적 환경영향을 줄이고 자원순환에 기여하기 위한 3R 정책 (Recycle, Replace, Reduce)에 대한 ESG 경영위원회의 의지는 책임있는 관행으로 평가됩니다.

영향성

현대백화점은 조직의 부정적 외부영향을 지속가능성 맥락에서 식별하고 이해하기 위한 절차를 개선함으로써 현재의 중요성 평가 프로세스를 보다 효과적으로 만들 필요가 있습니다.

신뢰성

현대백화점은 지속가능성 성과 데이터 보고의 투명성과 일관성을 보장하기 위해 문서화된 데이터 관리 프로세스를 수립할 것을 권고합니다.

로이드인증원의 자격 및 독립성

로이드인증원은 ISO 14065(온실가스 – 온실가스 탄당성 평가 및 검증기관 인정 또는 인증에 관한 요구사항) 및 ISO/IEC 17021(적합성평가 - 경영시스템 심사 및 인증을 제공하는 기관에 대한 요구사항)의 인정 요구 사항을 만족하는 포괄적인 경영시스템을 이행 및 유지하고 있으며 품질관리기준서1(ISQC1: International Standard on Quality Control 1)의 요구사항과 국제윤리기준위원회(IESBA: International Ethics Standards Board for Accountants)의 공인회계사 윤리 강령을 준수합니다.

로이드인증원은 자격, 훈련 및 경험에 근거하여 적절하게 자격이 부여된 검증심사원을 선정하도록 보장하고 있습니다. 적용된 접근 방법이 엄격히 지켜지고 투명하도록 보장하기 위해 모든 검증 및 인증 평가의 결과는 내부적으로 경영진에 의해 검토되고 있습니다.

로이드인증원은 현대백화점에 대해 본 검증 심사만을 수행하였으므로 독립성 및 공평성에 위배되지 않습니다.

2022년 9월 24일

김태경 검증팀장

로이드인증원(LRQA)을 대표하여
대한민국 서울특별시 영등포구 여의나루로 67 신송빌딩 17층



AA1000
Licensed Report
000-11/V3-A1Y2T

LRQA 계약번호: SEO00001135

LRQA Group Limited, its affiliates and subsidiaries, and their respective officers, employees or agents are, individually and collectively, referred to in this clause as 'LRQA'. LRQA assumes no responsibility and shall not be liable to any person for any loss, damage or expense caused by reliance on the information or advice in this document or howsoever provided, unless that person has signed a contract with the relevant LRQA entity for the provision of this information or advice and in that case any responsibility or liability is exclusively on the terms and conditions set out in that contract. The English version of this Assurance Statement is the only valid version. LRQA assumes no responsibility for versions translated into other languages. This Assurance Statement is only valid when published with the Report to which it refers. It may only be reproduced in its entirety.

Copyright © LRQA, 2022.



가입 협회/수상·인증 내역

가입 협회

백화점협회

상공회의소

상장회사협의회

청주상공회의소

코엑스 MICE클러스터 위원회

수상·인증 내역

2021. 12 환경부 친환경 유공 포상 탄소중립생활실천부문 대통령 표창

2021. 12 한국소비자원 소비자중심경영(CCM) 재인증

2021. 12 행정안전부 순직 소방관 자녀 지원 공로 장관 표창

2021. 12 행정안전부 다중이용시설 안전관리 우수 공로 장관 표창

2021. 12 문화체육관광부 도쿄 패럴림픽 홍보 유공 장관 표창

2021. 11 보건복지부 지역사회공헌 인정제 획득

2021. 11 중소벤처기업부 대·중소기업 동반성장 유공 포상 국무총리 표창

2021. 10 산업통상자원부 우수디자인(GD) 상품선정 은상

2021. 10 산업통상자원부 우수디자인 상품선정 등상

2021. 10 한국능률협회 고객만족도 4년 연속 백화점부문 1위

2021. 05 한국표준협회 글로벌 환경영향시스템(ISO14001) 인증 획득

2020. 12. 한국메세나협회 메세나대상 창의상 수상

2020. 10 문화체육관광부 문화예술후원우수기관 인증

2020. 06 한국표준협회 한국서비스대상 명예의 전당

2020. 06 고용노동부 노사문화 우수기업 장려상

2020. 06 고용노동부 노사문화 우수기업 인증

2019. 11 한국소비자원 소비자중심경영(CCM) 재인증

보고서 제작 참여 부서

주관부서	직급		참여부서	직급	
ESG 추진협의체	상무	양명성	기획조정본부	책임	이병만
	수석	이은수		책임	한승현
	책임	조훈		책임	황태영
	선임	조훈상		책임	문찬
	선임	정지호		책임	김현준
	책임	엄윤경		선임	이경재
	책임	서미선	영업전략실	책임	김성호
	책임	김동진		선임	최운정
	책임	하지훈		책임	김두섭
	책임	강석훈	경영지원본부	책임	박정호
	책임	권구현		책임	공승혁
	책임	김경한		선임	신동욱
	책임	이우종		선임	윤영인
	책임	양경록	디지털사업본부	책임	김민정
	선임	강혜원		수석	이원룡
	책임	정경대	현대어린이책미술관 MOKA	책임	최원옥
	책임	김당원		대리	임유환

2021 Hyundai Department Store Sustainability Report

담당부서 현대백화점 ESG 추진협의체

주소 서울특별시 강남구 테헤란로 98길 12

이메일 esg@thehyundai.com

홈페이지 <http://www.ehyundai.com/>

THE
HYUNDAI



본 보고서의 표지 및 내지는 FSC® 인증 종이를 사용하고 있습니다.
또한, 콩기름 잉크로 인쇄되었습니다.