

Environment Social Governance

지속가능경영
보고서
2023



Cheil



cheil

Contents

Introduction

| | |
|---------------------|----|
| CEO Message | 10 |
| Company Information | 12 |
| Global Networks | 14 |
| Connected Solution | 16 |
| History | 22 |
| '23 Awards | 24 |
| '23 Performance | 28 |
| About this Report | 34 |

ESG

| | |
|---|----|
| Sustainable Management System | 38 |
| Stakeholder Participation in ESG Management | 40 |
| ESG Management Status | 41 |
| Selection of Key Issues | 42 |

Environment

| | |
|-------------------------------------|----|
| Environmental Management System | 46 |
| 환경경영 방침 | 46 |
| 환경경영 목표 | 46 |
| 환경경영 전략 | 48 |
| 환경경영 조직 및 성과 평가 | 50 |
| 투자 시 환경요인 검토 | 51 |
| 기후 위험 완화를 위한 | 51 |
| 국내 친환경 광고제작 환경 선도 | |
| Environmental Management Activities | 54 |
| 그린제일(Green Cheil) | 54 |
| 환경교육 실시 | 55 |
| 환경경영 실천을 위한 투자 | 55 |
| 지역사회를 위한 환경보호 활동 | 56 |

| | |
|-------------------------------------|----|
| Outcome of Environmental Management | 58 |
| 온실가스 | 58 |
| 에너지 | 59 |
| 원부자재 사용량 감축 활동 | 61 |
| 용수 사용량 감축 활동 | 61 |
| 폐기물 배출량 감축 활동 | 62 |
| 대기오염 물질 배출량 감축 활동 | 62 |
| 환경 관련 법/규제 준수 및 환경정보 공개 등 | 63 |
| [정리] '23년 제일기획 친환경 경영활동 현황 | 64 |

Social

| | |
|---------------------|----|
| Human Rights | 68 |
| 인권경영 정책 | 68 |
| 광고 제작 환경에서의 인권보호 선도 | 68 |
| 인권침해 예방 프로그램 | 69 |
| 인권교육 프로그램 | 69 |
| 성희롱/차별금지 정책 및 신고절차 | 69 |

| | |
|----------------------|----|
| Employees | 70 |
| 근로자의 다양성 | 70 |
| 근속 현황, 퇴직자 지원 프로그램 등 | 76 |
| 성과 평가 - 임직원 성과 평가 제도 | 77 |
| 보수 정책 | 78 |
| 복리후생 | 79 |
| 조직문화 | 80 |
| 교육/훈련 | 83 |
| 노사협의회 '사랑사랑' | 87 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| Occupational Health and Safety | 88 |
| 안전/보건 체계 | 88 |
| 무재해 사업장 달성 | 96 |
| 임직원 및 가족의 건강과 안전을 위한 Care 프로그램 운영 | 96 |
| 협력회사의 안전/보건 | 98 |

| | |
|-----------------------|-----|
| Security and Privacy | 100 |
| 정보보호/개인정보보호 체계 | 100 |
| 정보보호/개인정보보호 활동 | 105 |
| 개인정보주체의 권리 보호 | 108 |
| Ethics and Compliance | 110 |
| 준법 실천을 위한 임직원 규범 | 110 |
| 임직원 교육 | 114 |
| 모니터링 제도 | 115 |
| 표시·광고 관련 원칙 및 제도 | 117 |

| | |
|-----------------------|-----|
| Shared Growth | 120 |
| 상생경영원칙 | 120 |
| 협력회사와의 상생을 위한 전담조직 운영 | 121 |
| 공정거래를 위한 활동 및 노력 | 122 |
| 협력회사 선정 및 평가 프로세스 | 127 |
| 협력회사 지원활동 | 129 |

| | |
|---------------------|-----|
| Social Contribution | 134 |
| 사회공헌 정책 | 134 |
| 사회공헌 활동 | 135 |
| 사회적 책임을 고려한 경영원칙 | 139 |

Governance

| | |
|---------------------------------|-----|
| Charter of Corporate Governance | 156 |
| Shareholders | 157 |
| 주주의견 수렴 장치 | 157 |
| 주주의 권리 | 157 |
| 주주가치 환원 노력(배당) | 159 |
| Director/Board of Directors | 160 |
| 이사 | 160 |
| 이사회 | 164 |

| | |
|----------------------------|-----|
| Audit | 170 |
| 감사기구 | 170 |
| 감사의 전문성 | 172 |
| 감사의 교육현황 | 172 |
| 감사 지원 조직 | 175 |
| 외부 감사인의 독립성 | 176 |
| Risk Management | 178 |
| 리스크 관리 | 178 |
| 중요 사안에 대한 커뮤니케이션 | 182 |
| 경제적, 환경적 및 사회적 영향의 파악 및 관리 | 183 |
| 지배구조 관련 법/규제 준수 | 183 |

Appendix

| | |
|-----------------|-----|
| Facts & Figures | 188 |
| 협회 및 단체 가입 현황 | 192 |
| GRI 대조표 | 194 |
| SASB 대조표 | 196 |
| 제3자 검증 의견서 | 197 |
| 온실가스 검증 의견서 | 204 |

Introduction

- CEO Message
- Company Information
- Global Networks
- Connected Solution
- History
- '23 Awards
- '23 Performance
- About this Report





존경하는 이해관계자 여러분,

안녕하십니까?
제일기획 대표이사 김종현입니다.

'23년은 모두에게 쉽지 않은 한 해였습니다. 높은 물가와 금리, 전쟁 등으로 그 어느때보다 글로벌 경제는 불확실하였고, 광고 시장도 녹록지 않았습니다. 그럼에도 '23년은 제일기획에 매우 뜻 깊은 해이기도 합니다. Ad Age가 선정하는 글로벌 에이전시 순위에서 당당히 10위권 내에 진입하였고, 10여년 만에 칸 광고제에서 그랑프리 수상하였습니다. ESG 경영에도 최선을 다하여 2년 연속 'KCGS 종합등급' A를 달성하는 쾌거를 이루기도 하였습니다. 세부 지표를 살펴보면 작년 대비 '환경'은 B+에서 A로, '사회'는 A에서 A+로 상향되었기에 더 고무적입니다.

이렇게 좋은 소식으로 다섯 번째 보고서를 발간할 수 있어 기쁘게 생각합니다. '21년 4월 ESG 사무국을 신설한 이래, 본격적인 ESG 경영을 추진한 지 햇수로 4년차를 맞이하였고, 어느덧 당사의 경영 환경 전반에 깊숙이 뿌리를 내렸습니다. 정기적으로 열리는 'ESG 정례회'를 통해 각 담당 부서 간 ESG 활동을 공유하고 사회와 환경에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 방안을 함께 고민하며, 이를 실제 비즈니스에 적용하는 노력들이 어느덧 당연하고 자연스러운 업무 프로세스로 자리잡았습니다. 특히 작년에는 제일기획 창립 50주년 행사가 있었는데, ESG가 주요 주제 중 하나이기도 했습니다. ESG의 방향을 설정하고 구체적인 실행안도 수립하였는데, 이를 바탕으로 지속 가능한 성장을 이룰 수 있도록 최선을 다하고자 합니다.

환경(E) 분야는 'Green Cheil' 이라고 명명하고, 친환경적 업무 환경 마련을 최우선 과제로 삼았습니다. 작게는 Paperless Office를 강화하는 것에서 시작하고 있는데, 단순히 '종이를 적게 쓰자'는 구호에서 그치는 것이 아니라, 종이 없이도 원활한 업무가 가능하도록 기존의 메일 중심 커뮤니케이션에서 벗어나 업무 협업 툴의 활용을 적극 장려하고 있습니다. 이를 통해 환경 보호는 물론 업무 효율성도 높이고 있습니다. 엔데믹 시대에 접어들었으나 부서별 업무환경을 고려하여 20% 수준에서 꾸준한

재택근무를 시행하여 업무의 유연성을 강화하는 동시에 출퇴근 시 발생하는 이산화탄소 줄이기에 동참하고 있습니다.

사회(S) 분야는 'Greater Cheil'이라 이름 짓고 사회에 좋은 영향력을 퍼뜨릴 수 있는 다양한 방안에 대해 고민하고 있습니다. 가장 중요한 것은 언제나 '안전'입니다. 당사는 '21년부터 3년 연속 무재해 사업장을 달성하였으며, 이러한 노력을 바탕으로 '23년 광고업계 최초로 안전보건경영시스템(ISO 45001:2018) 인증을 획득하기도 하였습니다. 뿐만 아니라, 당사 임직원부터 협력회사의 임직원까지, 함께 하는 우리 모두의 안전이 최우선되어야 하기에 촬영장 등 현장에서의 안전 가이드라인도 지속 업데이트하며 안전하게 업무를 진행할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.

한편, '23년의 화두는 단연 'AI' 였습니다. 마케팅 분야는 생성형 AI가 가장 빠르게 침투하고 있는 분야 중 하나기에 임직원의 성장은 물론 업무 효율성도 높이기 위해 AI 관련 교육을 실시하였습니다. 올해도 더욱 심화된 교육을 제공하기 위해 내부 교육 프로그램을 구성하는 중입니다. 또한, 저희는 광고 영상 등 콘텐츠 제작 시, 아이디어 개발 단계에서부터 늘 DE&I의 가치를 고려하고 있습니다. 다양성과 형평성의 가치를 저해하는 콘텐츠를 만들지 않도록 다양한 리뷰와 법무 검토 제도 등을 마련하여 시행 중입니다. 나아가, 지역 커뮤니티와의 상생에도 힘쓰고 있습니다. 제일기획 본사가 위치한 이태원 상권 내 로컬 로스터리, 프래그런스 브랜드와 협업하여 당사 브랜드 굿즈(Branded goods)를 제작했습니다. 제작 과정에 있어서도 환경을 고려한 미니멀 패키징을 통해 지역사회에 미치는 임팩트는 최대화하면서도, 환경에 미치는 영향은 최소화했습니다.

거버넌스(G) 분야에서는 '선임사외이사 제도'를 처음으로 도입하여 이사회 독립성 및 투명성 제고를 위해

노력했습니다. 주주들의 회사 정보에 대한 접근성을 높이기 위하여 '22년부터 주주총회를 온라인으로 생중계하고 있으며, '21년부터는 전자투표제를 도입하여 주주 편의를 높이고 있습니다. 또한, 임직원과의 대내 커뮤니케이션도 중요하기에 임직원들 대상으로 당사의 실적 및 비즈니스 추진 방향에 대해 공유하는 '경영현황설명회'를 정기적으로 실시하고 있습니다. 이밖에도 정기/비정기적으로 발송하는 'CEO 메세지'를 창구 삼아 수시로 임직원들과 소통하며 격의 없는 소소한 커뮤니케이션을 하는 것은 물론, 회사가 당면한 현안에 대해 언제든지 임직원의 목소리를 청취하기 위해 노력하고 있습니다.

작년은 제일기획이 창립된 지 50년이 되는 해였습니다. 창립 50주년을 계기로 제일기획의 지난 역사를 되돌아 보게 되었는데, 그중 기억에 남는 것이 있어 이 자리를 통해 소개해 드리고 싶습니다. 그것은 제일기획의 창립 초기 경영 철학이었던 '廣益潤生(광익윤생)'이라는 문구입니다. 이는 '널리 세상을 이롭게 하고 생활을 운택하게 하다'라는 뜻으로, 오늘날 기업과 기업인들에게 요구되는 ESG 경영이념과도 일맥상통합니다. 그 때는 ESG라는 말조차 생겨나기 전이지만, 어쩌면 우리의 선배님들은 이미 그 때부터 우리 사회까지 생각하셨던 것은 아닌지 모르겠습니다. 앞으로의 50년도 '광익윤생'이라는 경영철학을 마음에 새기고, 우리 모두가 함께 성장할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

제일기획에 관심을 가지고 지지를 보내주시는 이해관계자분들과 임직원 여러분께 다시 한번 감사인사를 전하며, 앞으로도 따뜻한 성원 부탁드립니다.

감사합니다.

제일기획
대표이사 사장 김종현
김종현

Company Information

About Cheil

회사명 : 주식회사 제일기획(Cheil Worldwide)

본사 소재지 : 서울시 용산구 이태원로 222

글로벌 네트워크 : 46개국

* '23.1월 모로코에 마그레브 법인 신설

재무 성과 ('23년 기준, 연결재무제표 기준)

- 영업수익 : 4조 1,383억원
- 영업총이익 : 1조 6,189억원
- 영업이익 : 3,075억원

주요 클라이언트

- 국내 : 삼성전자, KT, 동서식품, 신한금융지주회사, 한국인삼공사, SK주식회사, 한국지엠, 한국타이어, 구글코리아, 아모레퍼시픽 등
- 글로벌 : Adidas, Alcon, AMEX, Beiersdorf, Blue Diamond, Bosch, Choice Hotels, Henkel, Indivior, JD.COM, Little Caesars, Neighborly, Paypal, Popeyes, Ripple, Sherwin-Williams, Shoe Show, Stop & Shop, Volkswagen 등

Our Family (Affiliates)

Barbarian, Cheil PengTai, BMB, One RX, McKinney, Iris, Experience Commerce, Cheil Centrade, ColourData 포함 92개사

* 전체 종속기업 목록은 사업보고서 참조

Sports Marketing

수원삼성블루윙스축구단, 서울삼성썬더스농구단, 용인삼성블루밍스농구단, 대전삼성블루팡스배구단, 삼성라이온즈야구단

CONNEC+

제일기획은 단순한 광고회사가 아닙니다.

제일기획은 클라이언트와 밀착하고 고객 속으로 들어가 가장 창의적이고 효과적인 솔루션을 만들며 고객의 비즈니스 퍼포먼스 향상에 기여하는 Business-Connected Agency입니다.

광고부터 리테일, 디지털, 데이터까지 결합된 제일기획만의 Connected Solution으로 소비자에게는 최적화된 브랜드 경험을, 클라이언트에게는 비즈니스 퍼포먼스와 직결된 실질적인 마케팅 성과를 제공합니다.

브랜드 경험, 기술, 마케팅 성과를 연결하는 커넥트 플러스를 기반으로 소비자와 클라이언트, 그리고 세상을 위한 혁신적이고 새로운 가치를 만들고 세상을 진보시켜 나아가겠습니다.

CONNEC+
We Create Connected Experiences that Matter



Connected Solution

제일기획은 Data와 Tech, Creative를 결합해 비즈니스의 퍼포먼스를 향상시키는 비즈니스 솔루션을 제공합니다.

Data Driven Marketing

디지털 고객 행동 데이터 분석 결과를 기반으로 자동화된 마케팅 툴을 통해 캠페인을 집행하고 고객 반응을 지속적으로 측정해 전략과 실행을 조정합니다.

DMP (Data Management Platform)

제일기획은 Adobe社의 DMP를 활용해 데이터를 통합/분석하고 고객 상황에 가장 적합한 캠페인을 전달합니다. 이를 통해 광고 비용을 효율화하고 고객의 재방문과 사이트 체류 시간 증진을 유도합니다.

AI Optimizer

클라이언트 내부 데이터와 미디어 데이터를 통합 분석하는 솔루션입니다. 제일기획은 자체 개발한 분석 툴을 통해 사이트를 방문한 고객들의 미디어 집행 효과를 분석해 캠페인 성과를 높입니다.

Sales Tracker

클라이언트가 보유한 CRM데이터와 미디어社가 보유한 데이터를 매칭해 캠페인이 실제 구매를 유도했는지 평가하고 실제 구매 고객과 유사한 고객을 찾아내 후속 캠페인을 진행합니다.

온라인상의 사용자 방문 기록 및 ADID를 데이터로 활용해 광고 타깃을 선정하고 퍼포먼스 증진에 활용합니다.

AdTech Campaign

Digital Panel

대한민국 소비자를 대표하는 8,000여명의 자체 패널을 통해 타깃 소비자가 언제 어디서 무엇을 어떻게 하는지 실시간으로 파악합니다.

Marketing Mix Model

전체 매출에서 마케팅으로 인한 매출을 정교하게 분리해 각 마케팅 활동별로 어느 정도 예산이 가장 효율적인지 가이드라인을 제공합니다.

4 Screen Optimizer

TV와 PC, 모바일, 극장 미디어의 통합 플래닝을 제공하고자 설계되었으며, 동일한 기준으로 효과를 비교하고 최적의 예산 배분 가이드를 제공합니다. 경쟁사와의 비교 분석도 가능합니다.

Private DMP

클라이언트 내부 데이터와 미디어 데이터를 수집해 개인별 Purchase Propensity를 분석하고 구매 가능성이 높은 고객을 선정합니다. 선정고객에는 DSP를 통해 자동으로 광고 집행이 이루어집니다.

CYLNR

자체 스튜디오를 갖춘 복합 역량 조직 실린더는 전 세계 7개 센터가 운영되고 있어 글로벌 전 지역을 포괄할 수 있습니다. 편집, 레코딩은 물론 소셜/디지털 콘텐츠 제작까지 일괄 처리가 가능합니다.

Media Dashboard

캠페인 집행 현황을 실시간으로 웹에서 확인해 KPI 성과를 관리할 수 있는 툴입니다. ATL과 디지털 광고비, 마케팅 효과를 한눈에 확인할 수 있습니다.

Connected Solution

Platform Operation

표준화된 운영 방식과 Tool을 통한 다양한 복합 서비스를 제공합니다.

CMS

Adobe社의 Experience Manager를 활용해 국가별로 다른 수만 개의 콘텐츠를 체계적으로 제작/배포합니다. 설계/개발부터 제작/집행까지의 전 프로세스 업무를 제공합니다.

Control Tower

자체 개발한 글로벌 모니터링 Tool을 통해 글로벌 사이트의 여러 페이지를 일괄 모니터링하고 사전 정의된 PPT 템플릿 문서에 스크린샷을 자동 생성하여 리포팅합니다.

Global Publishing Center

HTML, CSS, JS 등 웹 퍼블리싱을 위한 SW 역량을 기반으로 글로벌 전 지역에 24시간 서비스를 제공합니다.

Space & Log

여러 조직들이 하나의 업무 프로세스로 일하기 위한 업무 프로세스 관리 Tool입니다. Atlassian社 솔루션을 기반으로 한 글로벌 협업 Tool을 구축하고, 클라이언트와의 업무 프로세스를 표준화합니다.

Retail Management

인력 관리, 교육 관리, 자산 관리, 성과 관리 등의 서비스를 제공하고 관리 업무의 효율화를 위해 다양한 디지털 솔루션을 활용합니다.

Field Force Management Tool

전 세계 28개 국가에서 인력 관리 서비스를 제공하고 GPS 및 사진 증빙을 활용한 기본 근태 관리는 물론 이동 인력을 위한 동선, 일정, 스케줄 기능을 제공합니다.

Asset Management Tool

매장에 투자된 자산을 효율적으로 관리하는 Tool입니다. 기존 투자 자산에 대한 모니터링을 제공하고 치열한 매장 경쟁상황을 파악해 클라이언트의 신속한 판촉전략 수립을 가능하게 합니다.

Training Platform

신제품이 지속적으로 출시되기 때문에 관련 교육은 필수입니다. 제일기획은 현장 판매 인력 및 관리자에 대한 글로벌 교육 서비스를 제공합니다.

Data Platform

현장 판매 인력들의 근태 및 성과 데이터, 매장 자산 및 경쟁사 동향 데이터, 교육 성과 및 로열티 프로그램 참여 데이터까지 DB로 모아서 관리하고 분석합니다.

Connected Solution

Omni-Channel Commerce

어떤 채널에서도 끊이지 않는 고객 경험을 할 수 있도록 매장과 연계된 다양한 솔루션을 제공합니다.

eCombus

복수 채널의 제품 정보, 주문, 정산 등을 통합 관리할 수 있도록 상품 정보 시스템과 주문 관리 시스템을 제공합니다. 기업의 상품 DB 및 ERP와 직접 연결되어 고객들은 어느 채널에서든 동일한 상품/재고/가격 정보를 접할 수 있습니다.

Digital Signage

온/오프가 연동된 고객 구매 행동에 맞춰 온라인 사이트와 연동된 오프라인 매장용 키오스크를 제공합니다.

Digital Wall Bay

닷컴 등 온라인에 활용된 콘텐츠를 매장 디스플레이에도 활용하여 오프라인 콘텐츠를 중복으로 제작하는 비용을 줄여 줍니다. 제일기획은 자체 구축한 Data Mart를 통해 콘텐츠 추천 알고리즘을 제공합니다.

Digital Spec Card

별도의 충전이 필요 없는 E-ink 소재의 패널을 활용해 간단하게 설치하면서도 쉽게 콘텐츠 내용을 바꿀 수 있는 솔루션을 제공합니다. 대량생산을 통해 가격적 메리트를 제공하며, 매장 내 인쇄물 대체가 가능합니다.



History

| | |
|---|---|
| <p>1973 제일기획 창립</p> <p>1975 사보 <第一企劃> 창간 공채 1기 신입사원 입사</p> <p>1977 업계 최초 전국 소비자 조사 (Annual Consumer Research) 실시</p> <p>1978 제1회 대학생 광고논문 및 광고작품 공모</p> <p>1979 업계 최초 광고연감 발간</p> <p>1988 업계 최초 해외네트워크 개설(일본 도쿄)</p> <p>1989 합작 자회사 제일보젤 설립</p> <p>1991 업계 최초 마케팅 연구소 설립 미국 피츠버그대와 공동 마케팅 전문가 과정 개설</p> <p>1992 뉴욕 법인 설립</p> <p>1994 신광고서비스 선언</p> <p>1997 국내 최초 칸 국제광고제 금상 수상</p> | <p>1998 업계 최초 증권거래소(KOSPI) 상장</p> <p>2000 합작회사 하쿠호도제일 설립 브랜드마케팅 연구소 신설</p> <p>2002 2002 한일월드컵 개막식 행사 수행</p> <p>2004 아프리카네이션스컵 축구대회(ANC 2004) 개막식 연출</p> <p>2005 APEC 2005 코리아 문화행사 집행 청계천 새물맞이 행사 집행</p> <p>2007 프로(Pro) 호칭 도입</p> <p>2008 영문 사명 'Cheil Worldwide'로 변경 영국 BMB(Beattie McGuinness Bungay) 인수 국내 최초 One Show 광고제 금상 수상 Cannes Lions 국제광고제 YLC (Young Lions Competition) 국내 최초 은상 수상</p> <p>2009 업계 최초 대한민국 광고대상 3연패 미국 TBG(The Barbarian Group) 인수 중국 Cheil PengTai 인수</p> <p>2010 G20 서울 정상회의 종합홍보 수행</p> |
|---|---|

| | |
|---|---|
| <p>2011 업계 최초 Cannes Lions 국제광고제 그랑프리 수상 UAE 두바이, One Agency 설립 평창동계올림픽 개최지 선정 홍보 마케팅 및 프레젠테이션 수행</p> <p>2012 Cannes Lions 국제광고제 한국 역대 최다 수상 (본상 12개) 2012 미국 Mckinney사 인수 국내 최초 Spikes Asia 그랑프리 수상</p> <p>2013 창립 40주년: CI 변경, 홍보관 신설 업계 최초 주요 광고제 그랑프리 석권 Cannes Lions, Spikes Asia, Clio 등 DnA센터(Data and Analytics Center) 설립</p> <p>2014 삼성블루윙즈 축구단, 삼성썬더스 남자 농구단, 삼성생명블루밍스 여자 농구단 인수 글로벌 에이전시 Iris Worldwide 인수</p> <p>2015 룩앳미(Look at me) 캠페인으로 Cannes Lions, D&AD, One show 등 국제 광고제 수상 Cheil Greater China, 중국 양대 광고제 석권 및 올해의 광고회사 2연패 삼성블루팡스 배구단 인수</p> <p>2016 삼성라이온즈 야구단 인수 자회사 Iris, 영국 B2B 마케팅 전문기업 파운디드(Founded) 인수</p> | <p>2017 자회사 Iris, 캐나다 B2B 마케팅 컨설팅사 PSL(Pricing Solutions Limited) 인수 자회사 Iris, 영국 디지털마케팅회사 Atom42 인수</p> <p>2018 평창동계올림픽 개폐회식 주관 루마니아 디지털 마케팅 전문기업 Centrade 인수 인도 디지털 마케팅 전문기업 Experience Commerce 인수</p> <p>2019 제일기획 아이디어 페스티벌(대학생 공모전) 40주년</p> <p>2020 중국 소셜 빅데이터 분석 전문기업 ColourData 인수 대한민국광고대상 3개 부문 대상 수상</p> <p>2021 업계 최초 친환경 실천 협약 체결 디지털 컨버전스 기업 '하이브랩' 투자 및 사업협력 협약 체결</p> <p>2022 메타버스 전문 기업 '이브이알스튜디오' 투자 및 사업협력 협약 체결 대한민국광고대상 6개 부문 대상 수상 국내대표 ESG평가 기관 'KCGS'에서 A(우수)등급 획득</p> <p>2023 창립 50주년 경찰청 '똑똑(Knock Knock)' 캠페인, Cannes Lions, Spikes Asia, Adfest 등 주요 글로벌 광고제 그랑프리 수상 대한민국광고대상 4개 부문 대상 수상 사회적 약자 지원 삼성 CSR 신사업 주관</p> |
|---|---|

'23 Awards

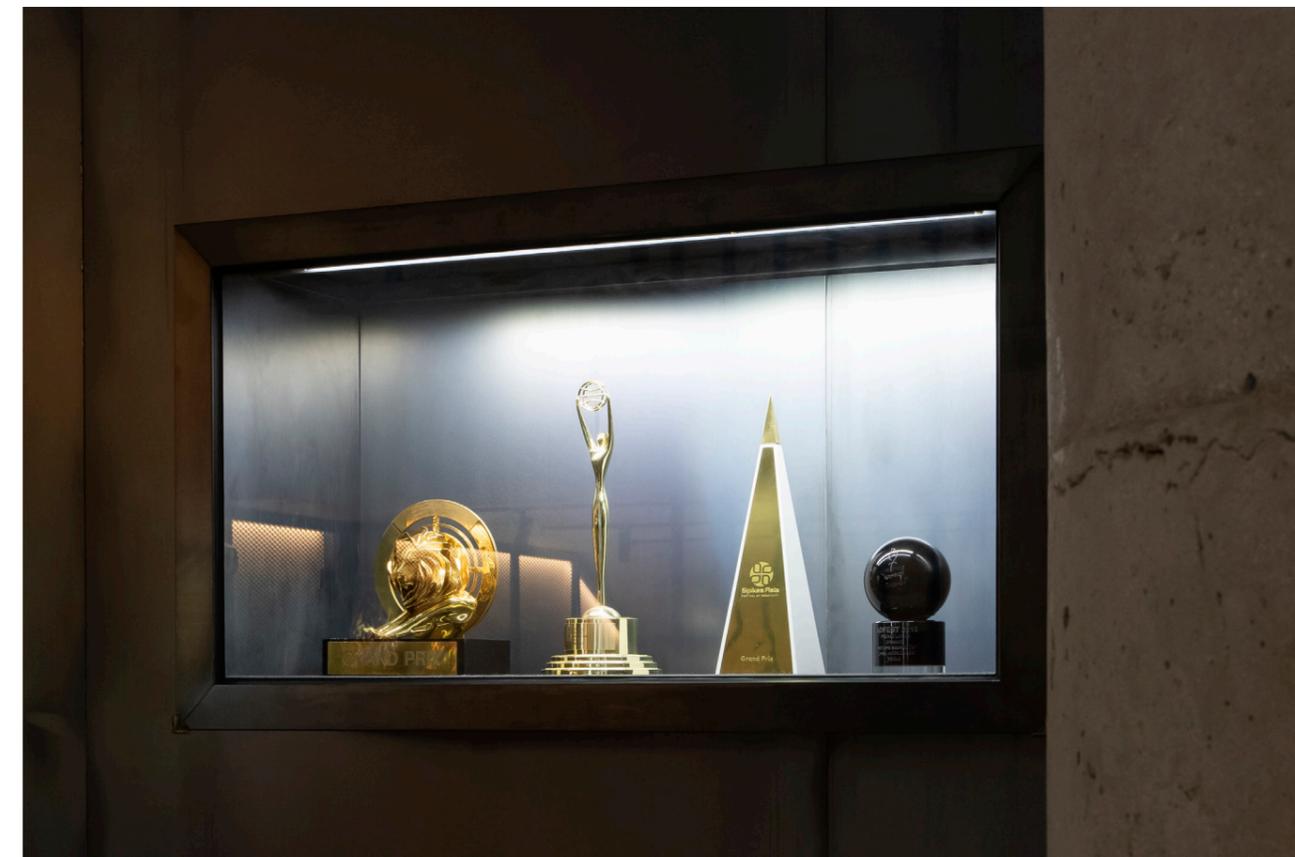
| 광고제 | 수상 부문 | 상 | 캠페인 타이틀 | 광고주 |
|--------------|-------------------------------|------------|-------------------------|-------------------------------|
| Cannes Lions | Glass: The Lion For Change | Grand Prix | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | Brand Experience & Activation | Gold Lion | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | Direct | Bronze | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | Brand Experience & Activation | Silver | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN |
| | Sustainable Development Goals | Silver | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN |
| | Radio & Audio | Bronze | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN |
| | Mobile | Bronze | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN |
| | Mobile | Silver | THE CHAT | BREAST CANCER NOW |
| | PR | Bronze | THE CHAT | BREAST CANCER NOW |
| Spikes Asia | Media | GRAND PRIX | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | Mobile | GRAND PRIX | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | Glass | GRAND PRIX | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | BE&Activation | Gold | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | Direct | Gold | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | BE&Activation | Silver | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | Strategy & Effectiveness | Silver | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | BE&Activation | Bronze | GALAXY BOOK ART PROJECT | SAMSUNG ELECTRONICS |
| | Mobile | Gold | QUEST FOR DYSLEXIA | SAMSUNG |
| | Media | Silver | QUEST FOR DYSLEXIA | SAMSUNG |
| | BE&Activation | Bronze | QUEST FOR DYSLEXIA | SAMSUNG |
| | Healthcare | Bronze | QUEST FOR DYSLEXIA | SAMSUNG |

| 광고제 | 수상 부문 | 상 | 캠페인 타이틀 | 광고주 | |
|------------------------------------|---------------------|---------------------------------------|--------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| AdFest | Grande for Humanity | Grande for Humanity | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY | |
| | MEDIA | Gold | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY | |
| | MOBILE | Gold | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY | |
| | MOBILE | Gold | QUEST FOR DYSLEXIA | SAMSUNG | |
| | PR | Silver | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY | |
| | MEDIA | Silver | QUEST FOR DYSLEXIA | SAMSUNG | |
| | MOBILE | Silver | QUEST FOR DYSLEXIA | SAMSUNG | |
| | DIRECT | Bronze | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY | |
| | MOBILE | Bronze | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY | |
| | EFFECTIVE | Bronze | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY | |
| | ENTERTAINMENT | Bronze | QUEST FOR DYSLEXIA | SAMSUNG | |
| | D&AD | Creative Transformation / Services | Graphite Pencil | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | | Digital Design / New Services & Tools | Graphite Pencil | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| Direct / Products & Services | | Wood Pencil | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY | |
| Media / Direct | | Wood Pencil | QUEST FOR DYSLEXIA | SAMSUNG | |
| Direct / Innovation | | Wood Pencil | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN | |
| Digital / Health & Wellbeing | | Wood Pencil | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN | |
| Creative Transformation / Products | | Wood Pencil | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN | |

'23 Awards

| 광고제 | 수상 부문 | 상 | 캠페인 타이틀 | 광고주 |
|-----------------------------|--------------------------------|-------------|----------------------------------|-------------------------------|
| One Show | Gaming | Gold | QUEST FOR DYSLEXIA | SAMSUNG |
| | Public Relations | Gold | NO MORE RED | ADIDAS |
| | Interactive, Online & Mobile | Silver | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | Interactive, Online & Mobile | Silver | QUEST FOR DYSLEXIA | SAMSUNG |
| | Interactive, Online & Mobile | Silver | QUEST FOR DYSLEXIA | SAMSUNG |
| | Public Relations | Silver | NO MORE RED | ADIDAS |
| | Direct Marketing | Bronze | QUEST FOR DYSLEXIA | SAMSUNG |
| | Gaming | Bronze | QUEST FOR DYSLEXIA | SAMSUNG |
| New York Festivals | DIRECT | Gold | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | NYF'IN FUNNY | Gold | THIN CRUST SUMMER | LITTLE CAESARS |
| | PURPOSE | Silver | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | DIRECT | Silver | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | DIGITAL/MOBILE | Silver | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | PUBLIC RELATIONS | Silver | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | COLLABORATIONS & PARTNERSHIPS | Silver | GALAXY BOOK ART PROJECT | SAMSUNG ELECTRONICS |
| | NYF'IN FUNNY | Silver | THIN CRUST SUMMER | LITTLE CAESARS |
| | COLLABORATIONS & PARTNERSHIPS | Silver | ART IN MOTION: BENTLEY X SURGEON | BENTLEY MOTORS |
| DIGITAL/MOBILE | Bronze | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY | |
| London International Awards | Ambient & Activation | Gold | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | Digital | Gold | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | Transformative Business Impact | Gold | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | Non-Traditional | Bronze | KNOCK KNOCK | KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY |
| | Ambient & Activation | Gold | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN |

| 광고제 | 수상 부문 | 상 | 캠페인 타이틀 | 광고주 |
|-----------------------------|----------------------|--------|----------------|-------------------|
| London International Awards | Ambient & Activation | Gold | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN |
| | Design | Gold | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN |
| | Radio & Audio | Gold | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN |
| | Design | Silver | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN |
| | Radio & Audio | Silver | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN |
| | Digital | Silver | THE CHAT | BREAST CANCER NOW |
| | Digital | Silver | THE CHAT | BREAST CANCER NOW |
| | Evolution | Bronze | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN |
| | Health & Wellness | Bronze | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN |
| | Health & Wellness | Bronze | SAMSUNG UNFEAR | SAMSUNG SPAIN |





삼성전자 갤럭시 'S23 000 캠페인'

S23의 공통 비주얼 코드인 'ooo(카메라 홀을 의미하는 동그라미 3개)'을 살려 제품의 혁신적인 성능과 기능을 표현한 갤럭시 S23 캠페인입니다. WOOOW, GOOD, COOL 등의 단어를 활용해 우수한 성능을 강조하고, 어두운 곳에서도 밝고 화사한 사진 촬영이 가능한 나이트그래피 기능은 'BLOOM'으로, 최대 100배까지 가능한 스페이스 줌 기능은 'ZOOM' 등으로 강조했습니다. 강력한 비주얼 임팩트로 소비자에게 제품에 대한 기대감을 고조시켰습니다.



삼성생명 '좋은 소식의 시작'

삼성생명의 기업 PR캠페인 '좋은 소식의 시작'은 보험 업계 최초로 광고의 모든 요소를 생성형 AI로 제작한 캠페인입니다. 보험이라는 추상적 상품을 시각화해 소비자와의 정서적 간극을 좁혔고, 다소 보수적인 이미지의 보험사가 새로운 기술로 광고를 시도했다는 점 자체로 긍정적인 이슈를 만들어 냈습니다.



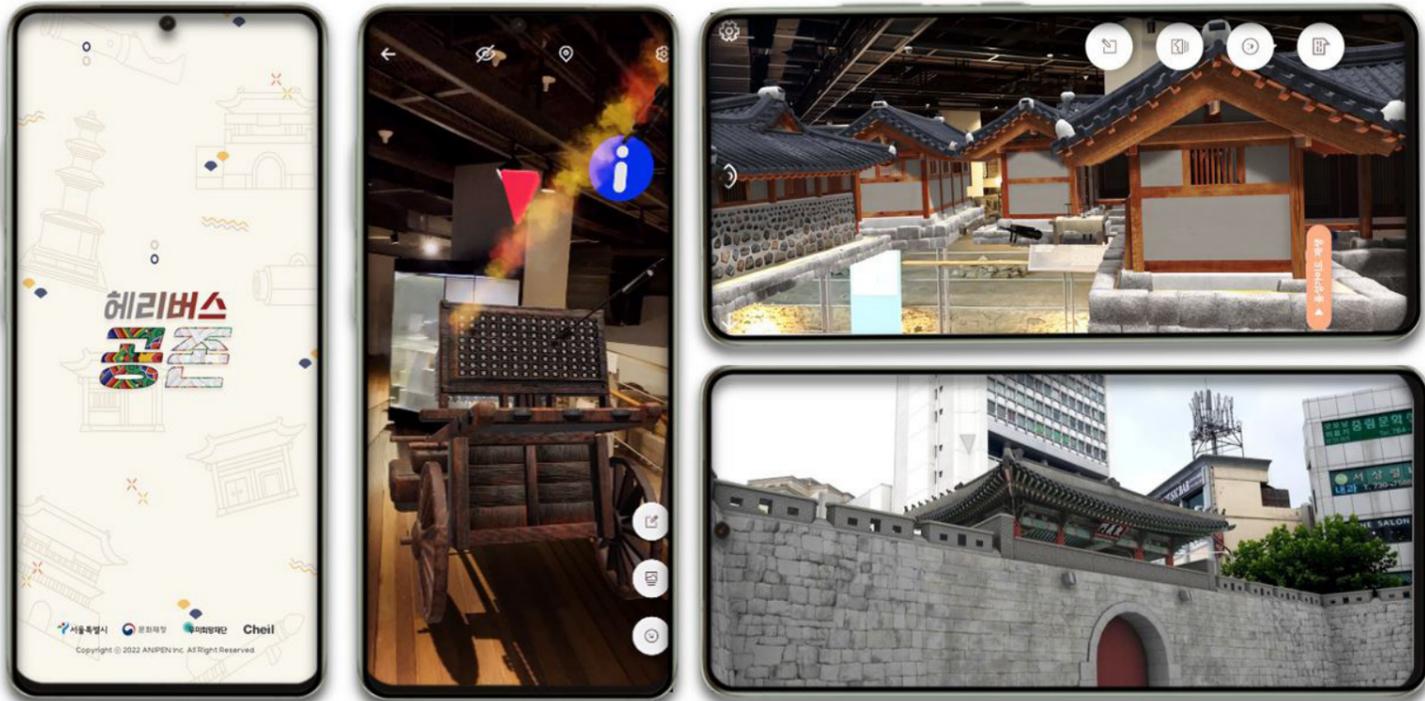
알바몬 '알박아/알바여 캠페인'

알바몬의 '알박아/알바여' 캠페인은 농촌 마을을 배경으로 시골 할머니들이 '알바 가'와 '알바여'를 '알박아', '알바여'로 잘못 알아들으며 벌어지는 해프닝을 코믹하게 그려냈습니다. 실제 농촌 마을 주민을 캐스팅해 촬영한 캠페인으로 온라인에서 좋은 반응을 이끌었습니다. 이 캠페인으로 알바몬을 통해 나이와 지역 구분 없이 누구든지 원하는 알바를 쉽게 찾을 수 있다는 메시지를 효과적으로 전달했습니다.



헤이딜러 '중고차 숨은이력 찾기'

구매하고 싶은 중고차의 숨은 이력을 누구나 쉽게 조회해 볼 수 있는 기능을 강조한 헤이딜러의 '중고차 숨은이력 찾기' 캠페인입니다. 배우 한소희 및 영화감독 박찬욱의 참여로 영화처럼 수준 높은 영상미를 가진 캠페인이라는 평가를 받았습니다. 캠페인을 통해 중고차 시장을 투명하게 바꾸고자 하는 헤이딜러의 혁신 의지를 성공적으로 전달했습니다.



문화재청·서울시·우미희망재단 ‘헤리버스 공존 프로젝트’

헤리버스 공존 프로젝트는 제일기획이 '18년 12월 문화재청, 서울시, 우미희망재단과 ‘문화재 디지털 재현 및 역사문화도시 활성화 협약’을 체결한 이후 5년째 추진 중인 민관 협업 문화재 복원 사업입니다. '23년 2월에는 사라진 문화유산 중 하나인 조선시대 무기제조 관청 ‘군기시(軍器寺)’를 140년만에 디지털 기술로 복원했고, 11월에는 무형 문화유산인 경복궁 궁중의례를 디지털로 복원하는 성과를 거뒀습니다.



About this Report

보고범위

본 보고서는 제일기획의 국내 사업장(출자회사 및 자회사 미포함)을 중심으로 지속가능경영 활동 및 성과(환경성과 포함)를 보고하고 있으며, 제한적인 범위 내에서 일부 해외 사업장의 지속가능경영 활동 및 성과도 보고하고 있습니다.

- * 해외 사업장의 지속가능경영 활동 및 성과는 사회적 책임을 고려한 광고 중 148 ~ 149 페이지에서 보고하고 있습니다.
- * 환경성과는 제일기획 본사(서울시 용산구 이태원로 222)를 보고범위로 하며, 온실가스 배출량 Scope 3는 업스트림 운송 배출량 중 국내사업장 간 킷서비스 운송수단의 연료사용량으로 산출하였습니다.

보고서 검증

보고 과정의 적합성과 충실성, 보고 내용의 정확성과 신뢰성을 높이기 위하여 독립적인 검증기관인 BSI(British Standards Institution)로부터 제3자 검증 프로세스를 거쳤습니다. 검증 결과는 195 ~ 203 페이지를 통해 확인하실 수 있습니다.

보고서 특징

2023 지속가능경영보고서는 제일기획의 다섯 번째 지속가능경영보고서*입니다. 이번 '23년 보고서는 E(환경), S(사회), G(지배구조)별 당사의 노력과 앞으로의 계획을 체계적으로 담았습니다. 당사는 앞으로도 연 1회 주기적으로 지속가능경영보고서를 발간/공개할 예정입니다.

- * 이전 지속가능경영보고서는 2022 지속가능경영보고서로, '23년 6월에 발간되었습니다. 보고서는 당사 홈페이지를 통해 확인하실 수 있습니다.

보고서 작성 기준

본 보고서는 GRI Standards 2021 및 미국 지속가능성 회계기준인 SASB의 Advertising & Marketing 기준에 따라 작성되었으며, 보고 기준에 대한 세부 현황은 194 ~ 196 페이지를 통해 확인하실 수 있습니다.

- * 온실가스 배출량은 온실가스 배출권거래제 운영을 위한 검증지침, IPCC 가이드라인, ISO 14064 기준을 적용하여 산정되었습니다.

보고기간

본 보고서의 보고기간은 '23.1.1 ~ '23.12.31이며, 일부 중요한 내용의 경우 '23년 이전 또는 '24년 상반기의 내용을 포함하고 있습니다.

보고서 문의

담당: 제일기획 ESG사무국
주소: 서울시 용산구 이태원로 222
이메일: cheil.esg@samsung.com



ESG

- Sustainable Management System
- Stakeholder Participation in ESG Management
- ESG Management Status
- Selection of Key Issues



Sustainable Management System

제일기획은 ESG 사무국으로부터 이사회에 이르는 전사적인 지속가능경영 체계를 확립하고 있습니다. ESG 업무를 기획/관리하는 ESG 사무국, 환경/사회/지배구조 각 분야를 총괄하는 주관부서, 구체적인 ESG 실행 업무를 담당하는 유관 부서 및 이사회 구성원 등 전 임직원이 함께 제일기획의 지속 가능한 발전을 위해 노력하고 있습니다.

ESG 경영에 대한 이사회의 ESG 검토 경영진 역할

제일기획은 ESG 경영활동 계획, ESG 중대 주제 및 리스크 관리활동 등 ESG 관련 주요 이슈 및 현황을 사외이사를 포함한 이사 전원이 참석하는 이사회에 안건으로 상정하여 이사회 차원에서 ESG 이슈를 논의·점검하도록 함으로써, 이사회가 ESG 책임경영을 실천할 수 있도록 노력하고 있습니다.

제일기획은 정기적으로 이사회에 ESG 관련 안건을 상정하고 있으며, 이사회에 정기적으로 보고하는 ESG 관련 안건의 내용은 다음과 같습니다.

| 일정 | 보고 내용 |
|-----|--|
| 상반기 | - 주요 ESG 활동 연간 계획 * 연간 ESG 정례회의 개최 및 지속가능경영보고서 발간 계획/일정 등 공유 |
| 하반기 | - ESG 중대 주제(ESG Materiality) 선정 및 선정된 중대 주제(ESG Materiality)를 토대로 회사의 비재무 리스크 관리 조치사항 검토 - 탄소중립 및 환경경영 성과 보고 - 회사의 제반 리스크 관리 활동 보고 - 당해 KCGS의 당사 ESG 평가 결과 공유 |

이사의 KPI에 ESG 성과 반영

당사는 위와 같이 이사회에서 검토한 비재무적 성과(ESG 경영성과)를 사내 등기이사이자 ESG사무국장인 경영지원실장(CFO)의 KPI에 반영하고 있습니다.

당사는 ESG 사무국장이 경제, 환경 및 사람에 대한 조직의 영향을 책임감 있게 관리하도록 ESG 경영 과제를 이사회에 보고하고, 그 성과를 ESG 사무국장의 평가에 반영하고 있습니다.

당사는 정기적으로 구체적인 KPI를 기준으로 이사의 개인 역량 및 담당 조직에 대한 평가를 실시하고 있으며, 평가 결과는 해당 이사의 인센티브 지급률 산정 및 고과와 직접적으로 연동됩니다. 이처럼 제일기획은 이사의 평가에 ESG 경영 항목을 비중 있게 포함하여 관리하고 있습니다.

ESG 전사 조직 구성

제일기획은 최고재무책임자(CFO)인 경영지원실장이 직접 ESG 사무국장을 맡아 당사의 ESG 업무를 관리, 감독하고 있습니다. 또한 대표이사(CEO) 직속 부서인 컴플라이언스팀이 상설 ESG 사무국을 맡아 당사 ESG 업무를 기획, 관리, 점검하는 업무를 맡고 있으며, 환경 분야는 총무팀, 사회 분야는 안전관리팀, 지배구조 분야는 IR팀이 각각 주관부서를 맡아, 각 분야에서의 당사 ESG 활동을 종합하여 각종 ESG 평가기관의 각 분야 평가에 대응하는 역할을 맡고 있습니다. 또한 주관부서 산하에는 재무팀, 해외지원팀, 인사팀, 해외인사팀, 정보보안팀, 신문화팀, 상생협력팀, 감사팀, 사회공헌단, 솔루션부문지원팀, Creative Lab, 경영지원팀, 정보전략팀, 전략기획팀, 커뮤니케이션팀, 제삼기획 등 당사의 ESG 활동과 관련 있는 관련부서 약 20개 팀이 당사의 ESG 활동을 적극 실행하고 있습니다.

ESG 협의체

당사의 ESG 유관부서 약 20개팀은 정기적으로 모여 당사의 지속가능경영 관련 안건에 대한 협의를 하고 있습니다. 이 ESG 협의체는 연 3회 정례회의를 통해 당사의 ESG 현안에 관해 심도 있는 회의를 진행하고 있으며, 이 회의 내용은 최고경영진 및 이사회에도 보고되고 있습니다.



Stakeholder Participation in ESG Management

제일기획은 열린 자세로 다양한 이해관계자들의 의견을 청취하고자 노력하고 있습니다. 아래의 이해관계자 참여 프로세스는 제일기획의 모든 경영활동에 적용되며, 다양한 소통 채널을 통해 이해관계자들의 관심과 생각을 파악하여 회사의 의사결정 과정에 반영하고 있습니다.

주요 이해관계자 이해관계자와의 효과적인 소통을 위해 이해관계자를 주주, 고객, 지역사회, 임직원, 협력회사로 구분하여 이슈 사항을 체계적으로 취합, 관리하고 있습니다.

참여방법 이해관계자별 특성을 고려한 다양한 소통 채널을 운영하여, 이해관계자의 의견을 폭넓게 청취하고, 이를 제일기획의 경영활동에 반영하고 있습니다.

| 이해관계자 | 참여방법 |
|-------|---|
| 주주 | 사업보고서, 주주총회, 기업설명회 |
| 고객 | 홈페이지, 고객만족도조사 AE(Account Executive) |
| 지역사회 | 홈페이지 및 SNS, 자원봉사활동 지역사회협의회 |
| 임직원 | 노사협의회 사랑사랑, 아이디어포털 i-pub, 경영현황설명회, SCI기업문화진단, 산업안전보건위원회 |
| 협력회사 | 업무 공유회, 협력회사 포털사이트, 안전/보건 협의체 |

이해관계자의 ESG 프로세스 참여 제일기획은 ESG 사무국, ESG 주관부서, ESG 관련부서 등 약 20개 팀이 참석하는 ESG 정례회의를 통해 당사의 ESG 현안을 심도 있게 논의하고 있습니다. 이 ESG 정례회의를 통해 당사의 조직 구성원들은 당사의 ESG 현안에 대해 적극적으로 의견을 개진하고, 다른 유관 부서와 관련 사안을 긴밀히 협의하고 있습니다.

| 회사별 ESG 정례회의 주제 | |
|-----------------|--|
| 회차 | 주제 |
| 1차 | - 주요 ESG 활동 연간 계획 |
| 2차 | - 각종 ESG 평가기관의 평가 대응 관련, 관련 팀 주요 내용 협의 |
| 3차 | - 회사의 ESG 리스크를 검토, 반영하여 ESG 중대 주제(Materiality) 검토 및 선정 - 당해 KCGS의 당사 ESG 평가 결과 공유 |

당사는 홈페이지에 당사의 지속가능경영보고서 및 ESG 관련 현안을 공개하여, 주주/고객/지역사회/협력회사 등 주요 이해관계자가 당사의 ESG 경영활동을 언제든지 쉽게 파악할 수 있도록 하고 있으며, 홈페이지에 ESG 대표 계정을 공개하여 주요 이해관계자가 당사의 ESG 프로세스나 ESG 현안에 관해 의견이 있거나 문의사항이 있는 경우 언제든지 의견을 개진하거나 문의할 수 있도록 하고 있습니다. 이러한 소통채널을 통해 취합된 의견은 당사의 ESG 경영활동에 적극 반영하고 있습니다.

ESG Management Status

당사는 사업보고서 외에 이해관계자와의 소통을 활성화하기 위해 비재무정보를 담은 『2023년 지속가능경영보고서』를 발간하여 '24년 상반기에 당사 홈페이지에 공개하였습니다.

당사는 이를 위해 국내외 다양한 지속가능 정보 공개 관련 기준(GRI Standards 2021, SASB, 산업부의 『K-ESG 가이드라인』, 한국거래소의 『ESG 정보공개 가이드선』, WFE 등)과 국내외 주요 ESG 평가기관(KCGS, 국민연금, MSCI 등)의 평가항목 등을 모두 종합하여 당사 고유의 『ESG 정보 공개 지표』를 확립하였으며, 이 공개 지표에 포함된 모든 ESG 관련 데이터를 취합해 『2023년 지속가능경영보고서』에 담아서, 이에 대해 독립된 검증 기관의 검증을 받았습니다. 당사는 매년 1회 본 지속가능경영보고서를 발간, 공개할 예정입니다.

Selection of Key Issues

제일기획은 '지속가능경영을 위한 중대 주제'를 기업의 성장과 이해관계자에게 가장 중요한 주제와 영역으로 정의합니다. 당사는 중대성 평가를 거쳐 당사의 가장 중요한 경제, 사회, 환경 측면의 주제를 식별하고, 파악된 중대 주제들을 체계적으로 관리함으로써 지속 가능한 성장을 이루고자 합니다.

중대성 평가 프로세스

이슈풀구성

GRI Standards 2021의 Sector Standards 및 Topic Standards, SASB의 Advertising & Marketing 섹터의 Disclosure Topics 등 다양한 글로벌 ESG 정보공개 지표, 동종업계 지속가능경영 동향, 당사 내부 이슈 등을 종합하여, 지속가능경영 이슈풀(POOL)을 구성하였습니다.

중대성 평가

SASB등 국제 표준 기준 검토, 미디어리서치, 비즈니스 중요도 식별, 내부 이해관계자 정례회의, 글로벌 경쟁사 벤치마킹 등을 수행 후, 전문 회계법인 등 외부 이해관계자의 의견 수렴까지 거쳐 최종적으로 당사의 중대 주제 4개를 선정하였습니다.

중대 주제 선정 결과

위와 같은 중대성 평가 결과 선정된 당사의 ESG 중대 주제는 다음과 같습니다.

* 아래 표는 주제 중요도에 따른 우선순위 순서로 정리한 것임

| 우선 순위 | ESG 중대 주제 | 관련 이해관계자 | 주제의 중요성 | 관리 방안 | 보고 페이지 |
|-------|-----------|-----------|---|--|-------------|
| 1 | 마케팅 및 라벨링 | 고객, 임직원 등 | 당사는 마케팅을 업으로 하는 회사로서, 표시·광고법을 준수하여 소비자가 광고주의 제품 또는 서비스와 관련하여 허위나 과장이 없는 정확한 정보를 습득하고, 합리적으로 제품이나 서비스를 선택할 수 있도록 도울 수 있음 | - 표시·광고 공정화 관련 공정거래 정책 및 가이드라인 수립/공개 - 광고물 사전검토 프로세스 운영 - 임직원 교육 | 117 ~119 |
| 2 | 고객 개인정보 | 고객, 임직원 등 | 고객 개인정보를 활용한 마케팅이 증가함에 따라, 마케팅 목적으로 고객 개인정보 수집 시 개인정보보호 법규를 엄격히 준수하는 것이 마케팅 업계의 중요한 화두로 떠오름 | - 개인정보보호 관련 정책 및 체계 정립/공개 - 개인정보보호 전담조직 구성 및 활동 - 『개인정보 수탁사 관리』 시스템 운영 등 개인정보 점검, 관리 활동 - 개인정보 유출사고 방지 활동 - 임직원 교육 | 100 ~109 |

| 우선 순위 | ESG 중대 주제 | 관련 이해관계자 | 주제의 중요성 | 관리 방안 | 보고 페이지 |
|-------|------------|------------------|---|---|-----------|
| 3 | 인적자원 다양성 | 고객, 임직원 등 | 다양성과 포용성이 중요해지는 시대의 흐름에 따라, 성별, 국적, 나이 등 임직원 구성의 다양성을 제고함으로써 폭넓은 관점으로 소비자를 이해하고 광고, 마케팅 콘텐츠를 생산할 수 있음 | - 『다양성 존중 정책』 수립 및 공개, 교육 - 성별 제한 없는 열린 채용과 양성제도 운영 - 장애인고용률 개선 노력 - 다양한 모성보호/육아 및 가족 돌봄 지원제도 운영 | 70 ~73 |
| 4 | 온실가스 배출 관리 | 지역사회, 국가, 협력회사 등 | 광고제작환경 및 사무환경에서 배출되는 온실가스를 최소화함으로써, 지역사회 및 국가의 2050 탄소 중립 비전에 기여할 수 있음 | - 다양한 에너지 효율화 작업을 통해 도시가스 및 전기 사용량 감축 | 46 ~64 |

* SASB Advertising and Marketing 섹터의 중요 이슈를 고려, '22년 중대 주제 중 '산업보건 및 안전'은 섹터 연관성이 다소 떨어져 '23년 중대 주제에서 제외되었으며, '사회경제적 컴플라이언스'는 마케팅 및 라벨링 관점 컴플라이언스로 제한되었습니다. 반면 '인적자원 다양성'은 '23년에 중대 주제로 신규 추가되었습니다.

| | |
|------------|--|
| '22년 중대 주제 | - 마케팅 및 라벨링 - 고객 개인정보 - 사회 경제적 컴플라이언스 - 산업보건 및 안전 - 온실가스 배출 관리 |
| '23년 중대 주제 | - 마케팅 및 라벨링 - 고객 개인정보 - 인적자원 다양성 - 온실가스 배출 관리 |

Environment

- Environmental Management System
- Environmental Management Activities
- Outcome of Environmental Management



Environmental Management System

환경경영 방침

친환경 경영 정책

제일기획은 2050년 탄소 중립을 위한 전 세계적인 노력에 적극 동참하기 위해, 친환경 경영 목표 및 추진전략, 추진계획을 담은 『환경경영 방침』을 수립하고, 이를 당사 홈페이지 ESG 배너에 공개하고 있습니다. 당사는 이 방침에 따라 친환경 경영을 위해 지속적으로 노력할 것입니다.

환경경영 목표

기후변화 및 탄소중립과 연계된 위험/기회요인과 그 재무적 영향

당사의 기후변화 및 탄소중립과 연계된 위험 및 기회 요인과, 그 위험 및 기회요인이 당사의 사업운영에 미치는 재무적 영향은 다음과 같습니다.

| 기회 | 재무적 영향 | 위험요인 | 재무적 영향 |
|---|------------------------------------|---|--|
| 사무공간의 에너지 사용을 줄일 경우, 에너지 소비 관련 비용을 절감할 수 있음 | 재무제표의 손익항목 중 수도광열비(판매관리비) 금액 절약 가능 | 당사의 자산을 손상시키고, 당사 직원의 안전 및 복지를 위협하는 폭풍, 홍수, 산불, 고온 등의 물리적 위험 존재 | 안전시설 투자에 따른 자산 증가 및 이에 따른 손익항목 중 감가상가비/보험료(판매관리비) 금액 증가 가능 |
| 비즈니스 탈탄소를 추구하는 고객을 위한 마케팅 캠페인을 기획하여 수익 확대 기회 창출 *저탄소 또는 넷제로 마케팅, 지속가능성 중심의 브랜드 전략 *개발, 소비자 대상 지속가능한 소비 홍보 등 | 재무제표의 손익항목 중 매출액 금액 증가 가능 | 향후 환경 관련 규제가 더 엄격해질 경우 당사가 그 규제를 준수하는데 소요되는 비용이 더 증가할 수 있다는 전환적 위험 존재 | 담당인력 육성/운영에 따른 손익항목 중 인건비/교육비/지급수수료 등(판매관리비) 금액 증가 가능 |

환경경영 추진전략

제일기획은 온실가스 배출량, 에너지 사용량, 용수 사용량을 매년 *2%씩 감소시키는 것을 목표로 환경경영을 추진하고 있습니다.

* 당해년도 매출액 원단위 배출량/사용량 기준

중장기적으로는 매년 2%씩 온실가스 배출량을 꾸준히 감축하여 2030년에는 온실가스 배출량을 25%* 감축하고, 2050년에는 배출한 온실가스 배출량만큼 온실가스를 흡수하여 온실가스 순배출량을 0으로 만들어 완전한 탄소중립을 달성하는 것을 목표로 하고 있습니다.

* '18년 대비 감축률

| 탄소중립 관련 중장기 정량적 목표 | | |
|--------------------|------------|------------|
| 달성 목표연도 | (중기) 2030년 | (장기) 2050년 |
| 온실가스 배출량 감축률 | 25% 감축 | 순배출량 0 |

당사는 이 목표를 달성하기 위해 매월 사용량과 배출 실적을 산출, 미진 사항 발생시 이를 즉시 개선하는 등의 노력을 하고 있으며, 환경 목표를 관리담당자의 KPI에 반영하여 관리하고 있습니다.

* 목표 2% 달성 시 10점, 1%이상 2% 미만 5점, 1% 이하 시 0점

아울러 '23년 당사 사옥 옥상 일부분에 태양광 발전설비를 설치하였으며, 중장기적으로 신/재생에너지 100% 도입을 검토하고 있습니다.

세부계획

'23년도에는 아래와 같이 설비 효율 개선을 통한 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 감축 계획을 수립하고 이를 이행하였습니다.

| | |
|--|--|
| • 1월 - 보일러(2대) 세관 작업 | • 8월 - 냉각탑 및 탈취팬 설비 보수 / LED 등기구로 교체 |
| • 3월 - 공조실 배관 보온 작업 / 각종 공조기 및 냉난방기 필터 세척 | • 9월 - LED 등기구로 교체 |
| • 5월 - 외곽 자동문(2층) 에어커튼(냉기 및 열기 차단) 설치 / 자동제어 부품 교체(효율증대) | • 10월 - 정화조 청소/냉온수기서비스밸브교체및용액조절 |
| • 6월 - 냉온수기 진공펌프 교체 (효율증대) | • 11월 - 구형 냉난방기 교체 (고효율 인버터 방식 냉난방기 도입) |
| • 7월 - 구형 냉난방기 교체 (고효율 인버터 방식 냉난방기 도입) / 공조기 필터 교체 | • 12월 - 태양광 발전설비 설치 / 응축수 배관 에너지 효율개선 공사(배관 Layout 변경) |

환경경영 전략

지배구조

당사는 기후 변화와 관련하여, 환경 전담조직으로부터 이사회에 이르는 전사적인 ESG 조직을 통해, 유기적으로 협력하여 친환경 경영 안건을 결정하고 있습니다.

위험관리

당사는 환경 리스크를 포함한 ESG 리스크의 위험 항목을 식별하여 최고경영진의 필수 평가지표로 관리하고 있습니다.

지표 및 목표 설정

당사는 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 2% 절감을 친환경 경영 목표로 설정하고 있습니다.

대응전략

제일기획은 기후 변화 및 탄소 중립과 연계된 위험 및 기회 요인에 대응하기 위한 전략으로, 1) 광고 제작 환경에서의 친환경 전략과 2) 사무 환경에서의 친환경 전략을 수립하고 있습니다.

즉, 1) 광고를 제작하며 발생하는 탄소 배출량을 줄이기 위한 전략으로, 광고업계 최초로 협력회사와 친환경 실천 협약식을 체결하고, 『광고 촬영현장 친환경 관리 가이드』를 배포하였으며, 2) 사무 환경에서의 친환경 전략으로, 환경경영 조직을 구성하고 그에 따른 성과를 평가하며, 사내 임직원 대상 그린제일 캠페인과 환경 교육을 실시하고, 전자계약시스템을 도입하여 연간 약 19만 장의 종이를 절감하고 있습니다.



환경경영 조직 및 성과 평가

환경경영 의사결정 조직

당사는 연 3회 개최하는 전사적인 ESG 정례회의를 통해 전사 ESG 관련부서 약 20개 팀의 ESG 담당자들이 당사의 환경경영 관련 현안을 협의하고 있습니다. 특히, 당사 최고경영진(CFO)이자 등기임원인 ESG 사무국장은 환경경영에 대한 의사결정 권한 및 책임을 갖고 이 정례회의에 직접 참석, 환경경영 관련 현안을 총괄하고 있습니다. 또한, '22년부터는 정례회의의 내용과 결과가 연 2회 당사 최고 의사결정기구인 이사회에도 보고되어, 전사가 유기적으로 협력하여 친환경 경영 현안을 협의, 검토할 수 있도록 하고 있습니다.

특히, 기후 변화 및 탄소 중립과 연계된 환경경영 이슈, 성과에 대해 정기적으로(연 1회) 이사회에 보고하여 이사회 수준에서 환경성과 관련 내용을 검토하고 있습니다.

환경경영 실무 조직 및 환경성과 평가

저희 제일기획은 환경경영을 위한 실무 추진 조직으로 총무팀을 두고 있으며, 이 밖에도 신문화팀, 컴플라이언스팀 등 ESG 유관 부서가 총무팀의 환경경영 활동을 적극 지원하고 있습니다.

환경경영 실무 추진 조직인 총무팀은 당사 사무 공간의 환경경영 기획, 점검, 성과 관리 등 당사의 환경경영 관련 제반 실행 업무를 담당하고 있습니다.

또한, 매년 에너지 사용량, 온실가스 배출량, 용수 사용량, 폐기물 발생량 2%씩 감소를 구체적인 환경경영 목표로 삼고, 이 환경경영 목표를 관리담당자의 평가 KPI에 반영하여(목표 2% 달성 시 10점, 1%이상 2% 미만 5점, 1% 이하 시 0점), 환경 목표 달성 여부가 관리담당자의 평가 및 평가에 따른 연봉 인상률에 반영되도록 하고 있습니다.

투자 시 환경요인 검토

제일기획은 신규 투자사업을 검토할 때에도 당사의 확고한 친환경 경영 가치를 유지하기 위해, 환경 위험 및 기회 요인을 점검하고 있습니다.

당사의 신규 투자대상 선정 검토 기준인 『M&A 기준안』에 따르면, M&A 대상회사 선정 시 당사 ESG 가이드에 따라, 환경 위험 등의 존재 여부를 대상회사 질의 항목에 포함하여 검토하도록 규정하고 있습니다.

기후 위험 완화를 위한 국내 친환경 광고제작 환경 선도

친환경(ESG) 실천 협약

제일기획은 임직원들이 근무하는 사무 환경의 탄소 배출량을 줄이는 것에서 한발 더 나아가, 촬영장 등 광고 제작 과정에서 발생하는 탄소 배출량도 줄이기 위해 앞장서는 것을 환경경영 방침으로 삼고 있습니다.

당사는 광고 제작 과정에서 발생하는 탄소 배출량을 최소화하기 위해서는 당사와 협력회사가 함께 유기적으로 협조해야 함을 인지하고, 최고경영자의 친환경 경영에 대한 적극적인 의지에 힘입어 업계 최초로 협력회사 약 96개사와 함께 『친환경(ESG) 실천 협약』을 체결하였습니다. ('21.8.25)

위 협약의 주요 내용은 △제작 현장에서의 폐기물 발생 최소화, △에너지 효율 제고 및 친환경 에너지 활용 장기적 추진 검토, △친환경 중심의 아이디어 발굴 및 콘텐츠 제작 협업 확대, △중대재해 예방 등 안전보건 향상으로, 당사는 위 협약 내용을 35개 이상의 언론사 보도를 통해 대외적으로 공개하여 당사와 협력회사의 친환경 의지를 공고히 하였습니다.

또한, 당사는 협약 체결에 만족하지 않고, △'21년 친환경 실천 공감대 형성 및 제작 환경 조성을 위한 협력회사 지원제도 정비, △'22년 제작 현장의 친환경 실천 정착 및 생활화 추진 등의 연도별(단기) 친환경 목표를 설정하여 이행하기 위해 노력하고 있습니다.

협력회사 가이드를 통한 친환경 광고 제작 환경 선도

협력회사의 운영에 있어 환경 관련 평가

당사는 협약 원년인 '21년 이래, 『광고 촬영 현장 친환경 관리 가이드』를 바탕으로 협력회사의 자율적인 친환경 실천을 유도하고, 가이드 적용 대상 영역을 확대해 나가고 있습니다.

또한 '22년에는 공공기관으로부터 ESG 우수기업 인증(동반성장위원회 발급 'ESG 우수 중소기업 확인서')을 받은 업체의 경우 당사 협력회사 등록 시 우대받을 수 있도록 제도를 정비하여, 많은 협력회사가 친환경 경영에 동참할 수 있도록 하였습니다.

* 협력업체 선정·운용 규칙 제11조 제3항(심사기준) 개정: ESG 우수기업 관련 내용 포함

협력회사가 공급하는 제품에 대한 평가

제일기획은 모든 협력회사를 대상으로 『광고 촬영 현장 친환경 관리 가이드』를 제공('21.9.1)하여 협력회사가 친환경적인 제작 환경에서 광고 콘텐츠를 제작할 수 있는 기틀을 마련했습니다.

『광고 촬영 현장 친환경 관리 가이드』에 △광고 제작 단계별 세부 가이드, △제작 분야별 세부 가이드를 수록하여 협력회사에서 보다 쉽게 탄소 배출 절감을 실천할 수 있도록 지원하였습니다.

광고업 특성상 상대적으로 영세한 협력회사가 많아 친환경으로 광고물을 제작하는데 어려움이 있을 수 있기에, 광고업을 선도하는 제일기획이 함께 하나씩 실천해 나가겠습니다.

『광고 촬영 현장 친환경 관리 가이드라인』 주요 내용

동 가이드라인은 촬영장 등 콘텐츠 제작 현장에서의 친환경 실천을 위한 사안들을 규정하였으며, 현재 실천 가능한 내용부터 장기적 추진이 필요한 주제까지 광범위하게 포함하였습니다. 또한, 제작 분야별 가이드와 제작 단계별 가이드, 이미지 가이드로 구성하여 각각의 목적 및 상황에 맞게 활용할 수 있도록 하였습니다.

GREEN CREATIVE GUIDELINE
광고 촬영 현장 친환경 관리 가이드라인
Cheil

목차

1. 가이드라인 개요
2. 제작단계별 일반 가이드
3. 제작분야별 세부 가이드

현장에서 활용 가능하도록 도시와 촬영 스튜디오/Location 현장의 이미지 가이드 첨부

제작단계별 고려해야할 사항
Pre-Production단계, Production단계, Post-Production단계로 구분

5가지 카테고리 구분
Location(외부촬영) 카메라/조명/음향파트 아트/소품/세트제작 파트 케이터링/음식 파트 의상/헤어/메이크업 파트 등으로 구성

GREEN CREATIVE
외부촬영 LOCATION

GREEN CREATIVE
촬영스튜디오

Environmental Management Activities

그린제일 (Green Cheil)

제일기획은 ESG 경영 실천을 위해 사내 친환경 조직문화 캠페인인 “그린제일”을 '21년 론칭하고 임직원들의 인식 전환과 참여 유도를 위해 계속 노력하고 있습니다.

사내 텀블러 사용 문화 정착 활동 지속 전개

당사는 사내 카페에서 텀블러 이용 시 가격 혜택 (50% 가격 할인)을 제공함으로써 임직원들이 일회 용기 보다 텀블러를 사용하도록 적극 독려하고 있으며, 텀블러 고압 세척기 위생 관리, 텀블러 건조대 증설 설치와 같은 인프라 지원을 통해 텀블러 사용 편의성을 높이는 등 사내 텀블러 사용 문화 정착을 위한 활동을 이어 나가고 있습니다.

환경을 주제로 사내 명사 초청 특강 개최

당사는 환경에 대한 임직원들의 관심을 높이고, 임직원들이 친환경에 대한 실천적인 지식과 진심 어린 태도를 두루 갖출 수 있도록 환경 분야에서 저명한 연사를 모시고 사내 특강을 진행했습니다. 당사 임직원들은 생물학계 권위자인 최재천 교수의 <생태적 전환 : 기후 및 생물다양성 위기> 강연을 통해 친환경에 대한 인사이트를 얻는 시간을 가졌습니다.

전사 냉장고 정리 캠페인 시행

근무 환경을 보다 쾌적하고 안전하게 개선하고, 냉장고에 많은 음식물을 보관함으로써 발생하는 탄소배출량도 줄이고자 모든 임직원들이 함께하는 전사 냉장고 정리 캠페인 <냉장고를 부탁해>를 진행했습니다. 냉장고 보관 및 폐기 기준을 재정립하고 집중 정리 기간을 가졌으며, 임직원들이 건강과 지구를 모두 지키는 냉장고 정리 캠페인에 자발적으로 참여할 수 있도록 "클린 냉장고 선발 대회" 및 "냉장고 사용 아이디어 공모전"도 병행했습니다.

새해맞이 책 바자회 실시

불필요한 물건을 줄이고 이를 재활용하는 자원 순환의 의미를 되새기는 동시에 연초 따뜻한 나눔의 기회를 마련하고자 임원들로부터 소장 도서를 기증받아 책 바자회를 진행했습니다. 임직원들은 기부하려는 액수만큼 자율적으로 금액을 지불하여 원하는 책을 구매했고, 수익금 전액은 지역 아동양육시설의 어린이들이 읽을 새 도서를 구매하는데 사용했습니다.

환경교육 실시

제일기획은 '23년 상반기 컴플라이언스 교육을 통해 전 임직원에게 환경 관련 교육을 진행하였습니다.

이번 교육에서는 친환경 광고 관련 주의사항을 안내하고, 관계사 및 미디어/엔터테인먼트 회사들의 친환경 경영활동 등 ESG 경영활동 사례와 ESG 공급망 실사 동향에 대해 소개하였습니다.

당사는 앞으로도 매년 1회 전 임직원 대상 친환경 교육을 실시하여 임직원들의 친환경 의식을 함양하고, 임직원들과 친환경 경영에 대한 공감대를 형성해 나갈 예정입니다.

| | |
|------|---|
| 교육일시 | '23.4.20 ~ '23.5.12 |
| 교육대상 | 전 임직원 (수료율 100%) |
| 교육내용 | 친환경 광고 관련 주의사항 안내 관계사, 미디어/엔터테인먼트 회사의 친환경 경영 사례 ESG 공급망 실사 동향 탄소중립 캠페인 소개 - 국립농동강생물자원관 “지구를 위한 우리들의 작은 실천” |

환경경영 실천을 위한 투자

제일기획은 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 2% 절감을 목표로 아래와 같이 투자를 집행하였습니다.

| 구분 | 집행 내용 | 집행 금액 (천원) | 비고 |
|---------|----------------------|------------|-----------|
| 에너지 효율화 | 열원설비 세관을 통한 열효율 증대 | 5,740 | |
| | 인버터 방식 고효율 냉난방기 도입 | 36,600 | 각층 |
| | 태양광 발전설비 설치 | 33,000 | 옥상 |
| | 응축수배관 에너지 효율 개선 | 7,700 | |
| | 조명기구 LED로 교체 | 285 | 복도 등 공용공간 |
| | 냉온수기 부품 교체 및 보수 | 10,500 | |
| | 동절기 단열 작업을 통한 열손실 감소 | 177 | |
| 합 계 | | 94,002 | |

Environmental Management Activities

지역사회를 위한 환경보호 활동

제일기획은 환경 보호 실천을 위해 사내 임직원 대상으로 다양한 활동을 진행하고 있습니다.

당사는 생물다양성의 보전을 강화하기 위해 '23년 여름 국내 멸종위기 식물을 심는 단체인 트리플래닛과 함께 임직원 대상 '반려나무 화분 키우기' 활동을 실시하였습니다.

임직원들은 일정 기간 동안 천연기념물인 파초일엽을 비롯해 테이블 야자, 몬스테라, 홍콩야자 등의 반려나무 35그루를 키워서 지역사회 복지시설에 기부하였고, 이 식물들은 독거노인들의 심리 정서 지원에 활용되었습니다.

트리플래닛에서는 당사가 구매한 반려나무 수량(35그루)만큼 천연기념물인 파초일엽 등 국내에만 자생하여 보호가 필요한 멸종위기 식물을 심어 생물다양성 보전에 힘을 보였습니다.



그 외에 최재천 교수님을 당사로 초청하여 '생태적 전환, 기후 및 생물다양성 위기'라는 제목하에 특강을 진행하였습니다. 이 특강을 통해 임직원들은 코로나19를 겪으면서 심각해진 기후변화와 생물 다양성을 위협하는 여러 상황들에 대해 알게 되었으며, 이에 대해 우리가 실천할 수 있는 것들은 무엇인지에 대해 듣고 논의하는 시간을 가졌습니다.

임직원 봉사활동도 실시하였습니다. 5월에는 총 3회에 걸쳐 총 187명의 임직원들이 서울숲, 반포 한강공원, 이촌 한강공원에서 쓰레기를 수거하는 플로깅 활동을 진행하여 환경 지킴이의 역할을 했습니다. 또한, 환경 보호의 의미를 되새기고 사내 공감대를 형성하고자 걸음기부 캠페인과 잔반제로 캠페인을 실시했습니다. 걸음 기부 캠페인은 2주간 임직원 265명이 참여해 엘리베이터 대신 계단 사용하기, 여가시간에 전자제품 사용 대신 걷기 등을 실천, 목표 2,000만보를 훌쩍 뛰어넘는 3,000만보를 걸으며 에너지 절약에 동참했으며, 당사는 임직원들의 걸음기부 캠페인 목표 달성을 기념하여 용산노인종합복지관에 기부금을 전달했습니다. 더불어, 11월에는 사내 식당에서 이산화탄소를 배출해 환경에 유해한 잔반을 줄이는 '오늘은 다먹기 캠페인'을 실시했습니다. 캠페인 하루 동안 전날 대비 총 16.1Kg의 잔반이 감소했고, 인당 잔반도 103.8g에서 85.1g으로 감소하는 소기의 성과를 보였습니다.

이와 같이 '23년 한 해 동안 제일기획은 임직원들이 참여할 수 있는 다양한 환경보호 활동을 진행하여 임직원들이 환경에 대한 인식을 개선하고 실천할 수 있는 기회를 제공하였습니다.

Outcome of Environmental Management

온실가스

온실가스 배출량 감축 목표

제일기획은 온실가스 다배출 및 할당 대상 기업은 아니나, 매년 온실가스 배출량 감축을 위해 자체적으로 연간 2%씩 절감 목표를 설정하여 이를 공개하고 있습니다.

아울러 매월 온실가스 배출량을 산출하고, 미진 사항 발생 시 이를 개선하는 등 온실가스 관리 및 감축을 위해 노력하고 있습니다.

온실가스 배출량 감축 활동

제일기획은 기후 변화 대응을 위한 온실가스 배출량 감축을 위해 임직원 모두가 함께 만들어 가는 친환경 문화 캠페인인 '그린제일 캠페인'을 실시하고 있습니다. 이를 통해 회사와 임직원 모두는 온실가스 배출을 줄이고 자원 낭비를 개선하며, 환경 보호의 필요성을 인지하고 그 실천을 생활화하고자 노력하고 있습니다.

아울러 온실가스 감축을 위한 서울시 교통수요 관리를 위해 재택근무, 시차 출근제, 업무 택시제에 참여 중입니다.

※ 최근 3개년 온실가스 배출량 감축 실적

당사의 3개년간 온실가스 배출량 데이터는 아래 표와 같습니다.

온실가스 배출량

단위 : tCO₂_eq

| 구분 | '21년 | '22년 | '23년 | '23년 감축량 |
|---------|-----------|-----------|-----------|----------|
| Scope 1 | 716.996 | 694.218 | 775.153 | 80.935 ↑ |
| Scope 2 | 1,147.626 | 1,143.798 | 1,157.438 | 13.639 ↑ |
| Scope 3 | 10.938 | 7.495 | 8.005 | 0.510 ↑ |
| 합계 | 1,875 | 1,845 | 1,940 | 95 ↑ |

Scope1: 직접 배출량 / Scope2: 간접 배출량 / Scope3: 기타 간접 배출량

* 목표 대비 추진실적: 목표 2% 감축, 추진실적 5% 증가

* 코로나19 팬데믹 종료에 따라日평균 사무실 근무인원이 '22년 대비 32%(740명→980명) 증가하여 전기, 가스, 휘발유 등 에너지 사용량이 증가함

원단위 온실가스 배출량

단위 : tCO₂_eq/매출액(조원)

| 구분 | '21년 | '22년 | '23년 | '23년 감축량 |
|---------|------|------|------|----------|
| Scope 1 | 216 | 163 | 187 | 24 ↑ |
| Scope 2 | 345 | 269 | 280 | 11 ↑ |
| Scope 3 | 3 | 2 | 2 | - |
| 합계 | 564 | 434 | 469 | 35 ↑ |

Scope1: 직접 배출량 / Scope2: 간접 배출량 / Scope3: 기타 간접 배출량

* 원단위 온실가스 배출량 합계의 경우, 반올림 또는 절사 처리되어 위 표의 단순 합산 결과와는 차이가 발생할 수 있음.

에너지

에너지 사용량 감축 활동

당사에서 사용하는 에너지에는 전기와 가스(LNG)가 있으며, 매년 에너지 사용량을 2% 감축하는 것을 목표로 모든 임직원이 노력하고 있습니다.

당사는 에너지 절감 및 폐전구 발생 최소화를 위해 매년 지속적으로 LED조명 교체를 실시하고 있는 바, '23년에는 사내식당 등 89개의 LED 조명을 교체했습니다. 또한, 전기 사용량 감축을 위해 △런치 브레이크(점심시간 2시간 소등), △8 브레이크(저녁 8시 소등), △심야시간 간판 소등 및 △지하 주차장 격등 등을 실시하여 불필요한 조명을 소등하고 있고, 승강기 운행 감축을 위해 △'견고 싶은 계단' 조성 및 △휴일/야간 시 감축 운영을 실시하고 있습니다.

또한, 가스 사용량 감축을 위해 사무실 실내온도를 하절기 26℃±2℃, 동절기 23℃±2℃로 유지하여 냉온수기 가동을 최소화하고 있고, 공용 회의실에 개별 DVM을 설치하여 휴일 및 야간에 중앙 냉난방 가동을 최소화하고 있습니다.

이 밖에도 '23년에는 태양광 발전설비를 설치, 운영하여 전기 사용량을 감축하였으며, 보일러 응축수 배관의 개선작업을 실시하여 가스 사용량을 감축하였습니다. 또한 매년 보일러/냉온수기 세관 및 보수 작업을 통해 기기의 에너지 소모량을 최소화하고 있으며, 3~11층 천정형 냉난방기를 인버터형으로 교체하고, 동절기 난방 효율 향상을 위해 난방 취약 지역에 에어캡을 설치하여 에너지 효율성 향상을 도모하고 있습니다.

Outcome of Environmental Management

※ 최근 3개년 에너지 사용량 감축 실적

당사의 3개년간 에너지 사용량 데이터는 아래 표와 같습니다.

에너지 사용량

단위: TJ

| 구분 | '21년 | '22년 | '23년 | '23년 감축량 |
|---------|--------|--------|--------|----------|
| Scope 1 | 13.006 | 12.618 | 13.962 | 1.344 ↑ |
| Scope 2 | 23.981 | 23.901 | 24.186 | 0.285 ↑ |
| Scope 3 | 0.163 | 0.112 | 0.119 | 0.007 ↑ |
| 합계 | 37 | 36 | 38 | 2 ↑ |

Scope1: 직접 사용량 / Scope2: 간접 사용량 / Scope3: 기타 간접 사용량

* 목표 대비 추진실적: 목표 2% 감축, 추진실적 4.5% 증가

원단위 에너지 사용량

단위: TJ/매출액(조원)

| 구분 | '21년 | '22년 | '23년 | '23년 감축량 |
|---------|------|------|------|----------|
| Scope 1 | 4 | 3 | 3 | - |
| Scope 2 | 7 | 6 | 6 | - |
| Scope 3 | 0 | 0 | 0 | - |
| 합계 | 11 | 9 | 9 | - |

Scope1: 직접 사용량 / Scope2: 간접 사용량 / Scope3: 기타 간접 사용량

신/재생 에너지 사용 계획

당사는 현재 건물 옥상 부지를 활용하여 태양광 에너지 발전설비를 부분적으로 설치하였으며, 현재 옥상 부지에 설치된 기타 불필요한 설치물을 단계적으로 철거하고 태양광 패널을 추가 설치하여 재생에너지 비중을 늘리고 탄소 배출량을 최소화할 계획입니다.

원부자재 사용량 감축 활동

당사는 제조업 등 제품을 생산/판매하는 업종은 아니지만, 사내 친환경 업무 인프라 구축을 위해 페이퍼리스 캠페인을 진행하고 있으며, A4 용지(FSC(산림관리협회) 인증紙) 및 종이컵(친환경 크라프트紙)을 친환경 제품으로 교체하고, 종이컵 사용을 최소화하기 위해 전 임직원에게 텀블러를 제공하고 텀블러 사용 시 인센티브(사내 카페 이용 시 50% 할인)를 제공하고 있습니다.

또한 플라스틱 사용을 최소화하고자 빗물 제거기 사용, 일회용 비닐봉투 사용 금지, 일회용 종이컵 사용 금지, 플라스틱 칫솔 사용 금지 등을 장려하여 임직원들이 생활 속에서 플라스틱 등 일회용품 사용을 줄일 수 있도록 독려하고 있습니다.

또한, 전자계약시스템을 도입하여 하도급기본계약서(약 1,018건, 1건당 29Page 분량)*, 하도급개별용역계약서, 견적서, 목적물수량증명서, 검사결과통지서, 산출물내역서(약 9,022건, 1건당 7Page 분량)** 등을 전자문서로 처리함으로써, 연간 약 19만 장의 종이를 절감하였습니다. (제일기획 및 협력회사 합산)

* 1,018건 × 29page × 2(제일기획, 협력회사) = 59,044page

** 9,022건 × 7page × 2(제일기획, 협력회사) = 126,308page

용수 사용량 감축 활동

당사는 제조/유통/판매를 업으로 하는 회사가 아니므로, 생산단계에서 사용하는 용수는 없습니다. 그러나 시수 발생량을 감축하기 위하여 온수에 공급하는 보일러 응축수 배관의 개선 작업을 실시하였습니다. 또한, 일상적인 사무 환경에서도 용수 사용량을 줄이기 위해 세면대 급수량을 조절하여 적정 수압을 유지하고, 양치컵 사용 등 일상 생활에서 실천할 수 있는 용수 사용 감축 활동을 실시하고 있습니다. 당사는 이렇듯 용수 사용량 자체를 줄여 폐수도 줄이고 있습니다.

※ 최근 3개년 용수 사용량

당사의 3개년간 용수 사용량 데이터는 아래 표와 같습니다.

용수 사용량

단위: 톤

| 구분 | '21년 | '22년 | '23년 | '23년 감축량 |
|----|--------|--------|--------|----------|
| 용수 | 22,118 | 19,520 | 23,731 | 4,211 ↑ |

* 취수원: 상수도

원단위 용수 사용량

단위: 톤/매출액(조원)

| 구분 | '21년 | '22년 | '23년 | '23년 감축량 |
|----|-------|-------|-------|----------|
| 용수 | 6,652 | 4,589 | 5,734 | 1,145 ↑ |

Outcome of Environmental Management

폐기물 배출량 감축 활동

당사는 플라스틱류/종이류/캔류 등으로 재활용품을 구분 배출하여, 폐기물 배출량을 감축하고 있습니다.

아울러 폐기물 처리 투명화를 위해, 일일 배출량 300Kg 미만으로 폐기물 배출자 신고 미대상 사업장임에도 불구하고, 자발적으로 '22년 11월부터 『올바로 시스템』(환경부 폐기물 처리 현장정보관리시스템) 등록을 진행하였습니다.

※ 최근 3개년 폐기물 배출량

당사의 3개년간 폐기물 배출량 데이터는 아래 표와 같습니다.

단위 : 톤

| 구분 | '21년 | '22년 | '23년 | '23년 감축량 |
|-----|------|------|------|----------|
| 폐기물 | 23 | 28 | 59 | 31 ↑ |

대기오염 물질 배출량 감축 활동

당사는 제품 생산 공정이 없기에, 대기오염 배출 시설은 건물 난방을 위한 보일러 및 냉온수기가 유일하며, 대기오염 배출량을 줄이고자 '21년에는 보일러를, '22년에는 냉온수기를 저녹스 버너로 교체했습니다.

※ 최근 3개년 대기오염 물질 배출량

당사의 3개년간 대기오염 물질 배출량 데이터는 아래 표와 같습니다.

단위 : g

| 구분 | '21년 | '22년 | '23년 | '23년 감축량 |
|-----|------|------|------|----------|
| NOx | 보일러 | 40 | 26 | 23 |
| | 냉온수기 | - | - | 92 |
| SOx | 보일러 | - | - | 3 |
| | 냉온수기 | - | - | 2 |

* '23년 대기환경측정사항 변경에 따라 측정대상(냉온수기) 추가 및 항목(Sox) 추가

환경 관련 법/규제 준수 및 환경정보 공개 등

당사는 환경 관련 법/규제를 모두 준수하고 있으며, 최근 3년간 환경 관련 법/규제를 위반한 사례가 없습니다.

또한, 당사는 환경기술산업법 등 관련 법령에 따라, 당사 모든 사업장에 대한 환경정보를 환경부의 『환경정보 공개 시스템』을 통해 공개하였으며, 등록된 정보에 대한 검증까지 완료하였습니다.

당사는 '24년 6월말까지 '23년도의 환경정보를 『환경정보 공개 시스템』(www.env-info.kr)에 등록할 계획이며, 이는 한국환경산업기술원의 검증 과정을 거쳐 '24년 12월에 대국민 공개될 예정입니다.

* 당사가 위 시스템을 통해 공개할 환경 정보는 환경기술산업법 등 관련 법령에 따릅니다.

아울러, 당사는 본 지속가능경영보고서를 통해서도 독립된 외부 검증 기관(BSI)의 검증을 받은 온실가스 배출량, 에너지 사용량 등의 환경정보를 공개하고 있습니다.

Outcome of Environmental Management

[정리] '23년 제일기획 친환경 경영활동 현황

| 주제 | 내용 | 세부 실행 내용 |
|--------------------|---|---|
| 친환경 업무 문화 확산 및 생활화 | - 종이 출력 최소화를 통한 친환경 문화 조성 - 소프트카피 보고 원칙 준수를 위한 인프라 지원 | - 사내 공지용 지면 포스터를 대체하기 위해 회사 전 층 엘리베이터 홀에 디지털 게시판 설치 - 대표이사/임원 보고 시 페이퍼리스(소프트 카피) 보고 원칙 - 팀 내 공통업무자료는 시스템을 통한 공유로 불필요한 출력 최소화 - 사내보 등 사내 자유 커뮤니케이션의 디지털화 - 전 회의실 내 모니터 설치 진행, 사내 무선 인터넷 상시 지원 |
| 일회용품 사용 최소화 | - 사내 텀블러 사용 독려 - 빗물 제거기 사용 | - 텀블러 이용 시 사내 카페 할인혜택 제공을 통한 텀블러 사용 독려 - 우천 시 일회용 비닐 사용억제를 위해 빗물 제거기 사용 |
| 친환경 사무용품 교체 | - 종이컵/화장지/복사용지 친환경 제품으로 교체 | - 종이컵은 코팅 및 형광 처리를 하지 않은 제품 사용 - 화장지는 친환경 인증제품으로 교체 - 복사용지는 단위면적당 무게가 더 가벼운 용지로 변경 검토 |
| 사내 전기 사용량 절감 캠페인 | - 불필요한 조명 소등 - 엘리베이터 이용량 절감 | - 점심시간 및 저녁 8시(1차), 저녁 10시(2차) 조명 자동 off 적용, 필요한 경우에만 다시 점등 - '건고 싶은 계단' 旣조성('17년 8월) |
| 빌딩 에너지 절약 | - 하절기 및 동절기 적정 온도 관리를 통한 냉난방 에너지 사용량 절감 - 조명 전기 사용량 감축 | - 환절기 외기를 활용하여 냉난방 최소화 운영 - 하절기 26°C±2°C(반바지, 노타이 등 cool-biz 도입), 동절기 23°C±2°C 로 공급 주기 완화로 냉난방 공급시간 단축 - 2층 외곽 자동문 에어커튼 설치로 로비 적정 온도 유지 및 출입에 따른 에너지 손실 절감 - LED 조명으로 교체를 통한 전기 사용량 감축 및 형광등 등 폐등기구 발생 최소화 |
| 서울시 교통량 감축 프로그램 참여 | - 임직원의 대중교통 이용 유도를 위한 사내 제도 및 인프라 운영 | - 업무 택시제, 주차장 이용 제한 및 자전거 보관소 설치 등 |
| 대기오염 물질 배출 축소 관리 | - 상/하반기 보일러, 냉온수기 대기오염물질 측정 및 관리 | - 대기오염물질 발생 축소를 위해 보일러 및 냉온수기의 대기오염물질 자가측정을 실시하고, 그에 따른 공연비 조정 등 관리 진행 |
| 환경보호를 위한 사회공헌 활동 | - 임직원의 환경보호 사회공헌 독려 | - 사내 식당 잔반 줄이기 캠페인 진행 - 회사 사회봉사단 주관으로 환경 캠페인 이슈 등 사내 공유 |
| 환경교육 실시 | - 임직원의 환경 관련 인식 개선 및 공감대 형성 | - 친환경 광고 관련 주의사항 안내 - 관계사, 미디어/엔터테인먼트 업계의 친환경 경영 사례 및 ESG 공급망 실사 동향 공유 - 탄소중립 캠페인 소개 |
| 환경경영 실천을 위한 투자 | - 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 절감 | - LED 조명 교체, 인버터 방식 고효율 냉난방기 도입, 태양광 발전설비 설치 |



Social

- Human Rights
- Employees
- Occupational Health and Safety
- Security and Privacy
- Ethics and Compliance
- Shared Growth
- Social Contribution



Human Rights

인권경영정책

제일기획은 UN의 『세계인권선언』과 『기업과 인권에 관한 이행 원칙』을 지지하며, 아래와 같이 홈페이지에 인권경영 정책 선언을 항시 게시하고 있습니다.

| 임직원의 다양성 존중 및 인권보호 |
|---|
| Global 사업영역이 확대됨에 따라 인재 선발 시 국적, 학력, 인종, 성별, 나이에 대한 차별 없이 채용하고 있으며, 회사의 모든 임직원이 동등한 대우와 처우를 받으며 잠재력을 실현할 수 있는 업무환경을 만들기 위해 노력하고 있습니다. 또한 제일기획은 임직원의 인권을 존중하고 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 UN의 『세계인권선언』과 『기업과 인권에 관한 이행 원칙(UN Framework and Guiding Principles on Business and Human Rights)』 등을 적극 지지하고 있습니다. |

광고 제작 환경에서의 인권 보호 선도

아동·청소년 출연자는 광고업계를 포함한 대중문화예술산업에서 가장 인권 관련 위험에 취약한 이해관계자 집단에 해당합니다. 제일기획은 아동·청소년 광고출연자의 인권을 보호하기 위하여 UN 아동권리협약 31조/32조, 대중문화예술산업발전법 제2장 제2절, 방송통신위원회의 가이드라인 등을 바탕으로 『촬영장 아동·청소년 권익보호 가이드라인』을 마련(21년 8월)해 당사 홈페이지*에 공개하고 있습니다.

* 홈페이지(cheil.com/hq/sustainability)

위 가이드라인의 주요 내용은 △아동·청소년의 최대 촬영시간 규정, △심야 촬영 금지, △휴식권의 보장, △아동·청소년 출연자의 안전과 보호에 관한 사항 등입니다.

| 아동·청소년 촬영시간 규정 | | |
|----------------|---------|--------------------|
| 구분 | 최대 촬영시간 | 심야 촬영 금지 |
| 15세 미만 아동·청소년 | 35시간/주 | 오후10시~오전 6시 촬영 금지* |
| 15세 이상 청소년 | 40시간/주 | |

* 촬영 다음일이 휴일인 경우, 친권자 동의 등에 따른 별도 예외조항 있음

본 가이드라인은 당사뿐만 아니라, 제일기획과 함께 제작에 참여하는 모든 참여자들이 최우선적으로 고려하고 준수해야 하는 책무입니다. 당사는 '21년 8월에 협력회사들과 함께 진행한 『친환경 실천 협약식』에서 본 가이드라인도 함께 공개/배포하였으며, 『상생협력 파트너 포털』*에도 게시하여 제일기획과 일하는 모든 협력회사들도 제작 현장에서의 아동·청소년 권익을 보호할 수 있도록 함께 노력하고 있습니다.

* 상생협력 파트너 포털(https://partner.cheil.com/srp/index.do)

인권침해 예방 프로그램

당사는 근로자를 포함한 여러 이해관계자들의 인권 관련 고충을 해결하기 위해 회사 게시판 내 『고충 지원 채널』을 비롯한 다양한 신고 채널을 운영하고 있습니다. 이러한 신고 채널의 운영을 통해 인권침해로 불편을 겪을 수 있는 사안을 사전에 예방하고, 이 채널을 통해 접수된 사항에 대해서는 신고자의 비밀을 보장하면서 사내 처리 절차에 따라 투명하게 조치하고 있습니다.

| 이해관계자 | 인권 관련 고충 지원 채널 | '23년 처리된 고충 비율 |
|-------|-----------------------------|---|
| 임직원 | - 회사 게시판 내 『고충 지원 채널』 | - '23.1.1 ~ '23.12.31 기간 동안 좌측 신고 채널을 통해 접수된 인권 관련 고충 건수 0건 |
| 협력회사 | - 『상생협력 파트너 포털』 내 Help Desk | |

인권교육 프로그램

제일기획은 인권교육 프로그램의 일환으로, 매년 『직장 내 괴롭힘 예방 교육』, 『장애인 인식 개선 교육』 등을 진행하고 있으며, 효과적으로 전 직원에게 교육 내용을 전달하기 위해 오프라인 대면 교육 방식과 온라인 교육 방식을 적절히 병행해 운영하고 있습니다.

| '23년 인권 교육 프로그램 | | |
|----------------------------|---------------------------------|------------------|
| 교육명 | 실행월 | 수료율 |
| 직장 내 괴롭힘 예방교육 성희롱 예방 교육 | 5.30~6.29(오프라인) 11월~12월(온라인) | 100% * 1,347명 |
| 장애인 인식개선 교육 | 9.25~10.20(온라인) | 100% * 1,251명 |

* 교육 대상: 전 임직원 필수 교육, 수료 인원은 교육 운영 당시 재직중인 인원 기준(휴직자/외국인 등 제외)
* 임원 대상 별도 교육 실시 (수료율 100%)

성희롱/차별금지 정책 및 신고절차

제일기획은 직장 내 성희롱 예방 및 금지에 대한 사항을 취업규칙에 명기하여 임직원들이 이를 준수하도록 하고 있습니다. 당사는 직장 내 성희롱 예방을 위한 법정 필수 교육을 전 임직원을 대상으로 매년 실시하고 있으며, 특히 '23년에는 사외 노무사와 사내 노무사가 교육 콘텐츠를 개발하여 보다 실용적인 교육을 진행하였습니다. 이와 더불어 신고 채널을 통해 관련 사항을 접수하고 사내 처리 절차에 따라 투명하게 조치하는 등 관련 법과 정책을 철저히 지키고 있습니다.

또한, 제일기획은 성별, 국적, 고용 형태 등과 관련한 차별을 금지하고 있으며 성별, 국적, 고용 형태 등과 관련된 차별 사건 또한 직장 내 성희롱 사건과 마찬가지로 신고 채널을 통해 접수하고 사내 처리 절차에 따라 투명하게 조치하여 시정하도록 하고 있습니다.

* '23년 차별 관련 신고는 없었습니다.

근로자의 다양성

근로자 인적 구성의 다양성

제일기획은 시류에 민감하게 반응하고 유행을 선도해야 하는 광고회사이기에, 근로자 개개인의 창의성과 이를 뒷받침해줄 수 있는 유연한 조직문화가 가장 큰 자산인 회사입니다. 이에, 당사는 근로자들의 다름과 개성을 인정하고 존중하며, 근로자 각자가 자신의 개성을 마음껏 펼칠 수 있는 조직문화를 형성함으로써 근로자 인적 구성의 다양성을 제고하는 것을 목표로 수립하고 있습니다.

제일기획은 다양성과 포용의 가치를 추구하며 임직원 누구나 본인의 능력을 충분히 발휘할 수 있는 기회를 부여하는 것을 원칙으로 하고 있습니다. 당사는 이러한 원칙과 근로자 다양성 제고를 위한 정량적 목표를 「다양성 존중 정책」에 담아 *홈페이지 및 사내 게시판에 공개하고, 임직원 및 신규 입사자 교육 시 그 내용을 안내하고 있습니다.

* 홈페이지: cheil.com/hq/sustainability

또한 성별 제한 없는 열린 채용과 양성 제도를 운영하고 있으며, 여성 및 여성 리더의 확대를 위해 채용, 평가, 교육 등 각 분야의 목표를 수립해 관리하고 있습니다. 그 결과, 여성 임직원 비중은 52.5%, 여성 간부 비중은 47.8%로 국내 여타 회사 대비 높은 수준의 성별 구성 균형을 유지하고 있습니다.

| | '21년 | '22년 | '23년 | |
|-------------|----------|------|------|------|
| 여성 비율(%) | 50.5 | 52.3 | 52.5 | |
| 여성 채용 비율(%) | 50.0 | 68.0 | 59.0 | |
| 리더십 | 여성 임원(%) | 16.1 | 16.1 | 20.0 |
| | 여성 간부(%) | 45.8 | 47.2 | 47.8 |

제일기획은 장애를 가진 임직원이 마음껏 능력을 발휘할 수 있는 환경과 문화를 조성하고, 장애인 임직원 고용을 확대하기 위해 한국장애인고용공단과 협력하여 다양한 노력을 지속하고 있습니다. 이를 통해 장애인고용률이 '22년말 1.61%에서 '23년말 1.67%로 개선되었으며, 앞으로도 *장애인의무고용률 달성을 목표로 장애인 고용을 지속 확대할 계획입니다.

* '24년 민간기업 기준 3.1%

또한, 제일기획은 다양성 문화 정착을 위해 필요한 활동을 적극 장려하고 있습니다. 그 일환으로, 다양성 문화를 장려하기 위해 다양한 사내 동호회 활동을 적극 지원하고 있습니다. 당사는 현재 17개 사내 동호회('23년 기준)의 운영을 지원하고 있으며, 축구/야구/농구/탁구/요가/꽃꽂이 등 다양한 활동을 통해 사내 구성원들이 직급, 직무, 성별, 국적에 상관없이 어울릴 수 있는 건전한 조직문화를 만들어 나가고 있습니다.

이 밖에도 제일기획은 최근 사회적 이슈로 부상한 세대 간 고용 불균형 이슈도 고려하여 리버스 멘토링 제도를 운영하는 등 근로자 간 세대 균형이 이루어질 수 있도록 노력하고 있습니다.

또한, 제일기획은 당사에 재직 중인 다양한 근로자들을 합리적 근거 없이 차별하지 않으며, 최근 3개년간 근로자 차별 관련 제재를 받은 사실이 없습니다.

정규직/기간제 근로자 고용 비중

제일기획은 근로자들이 안정적으로 장기간 근무할 수 있도록 노력하고 있으며, 기간제 근로자 비중을 업종 평균 대비 매우 낮게 유지하고 있어, '23년 기준 소속 근로자 중 정규직 근로자 비중이 98%에 달하고 있습니다.

다양성 증진 프로그램 - 근로자의 임신·출산·육아·가족 돌봄 지원 프로그램

제도

제일기획은 임직원의 출산과 육아, 가족 돌봄을 지원하여 임직원이 가정과 직장의 밸런스를 유지하도록 하기 위해 다양한 임신·출산·육아·가족 돌봄 지원 제도를 도입하고 있으며, 단순히 법상 제도 도입을 넘어서서 법 기준 이상으로 운영하고 있습니다.

임신 지원

| 구분 | 내용 |
|-------------|--|
| 임신기 근로시간 단축 | 임신 12주 이내, 임신 36주 이후 임직원은 임금 감소 없이 1일 2시간의 근로시간 단축 신청 가능 |
| 모성보호 | 임신 중인 또는 산후 1년 미만 임직원은 야간근무 및 휴일근무 금지 |
| 태아 검진 시간 보장 | 임신 중인 임직원은 태아 검진(4시간) 유급휴가 신청 가능 |
| 유산, 사산 휴가 | 임신 중 유산 또는 사산 발생 시, 유급휴가 부여 |
| 난임 휴가 | 본인 또는 배우자가 난임 관련 검사/시술을 한 경우 최대 5일 유급휴가 부여 * (법) 최대 3일 → (당사) 최대 5일 |

출산 지원

| 구분 | 내용 |
|----------|---|
| 출산휴가 | 임신 중인 임직원은 출산 전후로 90일간 출산휴가 보장 |
| 배우자 출산휴가 | 배우자가 출산한 임직원은 배우자 출산휴가 15일(다태아 20일) 신청 가능 * (법) 최대 10일 → (당사) 다태아의 경우 최대 20일 |

육아 지원

| 구분 | 내용 |
|-----------------------|--|
| 육아휴직 | 만 12세 이하 자녀를 양육하는 임직원은 최대 2년의 육아휴직 사용 가능 * (법) 자녀 1명당 최대 1년 → (당사) 자녀 1명당 최대 2년 (법) 만 8세 또는 초등학교 2학년 이하여야 육아휴직 신청 가능 → (당사) 만12세 이하면 육아휴직 신청 가능 |
| 자녀양육 근로자(육아기) 근로시간 단축 | 만 8세 또는 초등학교 2학년 이하 자녀를 양육하는 임직원은 근로시간 단축 신청 가능 |

가족 돌봄 지원

| 구분 | 내용 |
|---------------|---|
| 가족 돌봄 근로시간 단축 | 가족 돌봄/본인 질병/사고/학업/은퇴 준비 등의 사유가 있는 경우 1년 사용 가능 |
| 가족 돌봄 휴직 | 가족의 질병/사고/노령/자녀 양육으로 인해 30일 이상 가족 돌봄이 필요한 경우, 연간 90일 사용 가능 |
| 가족 돌봄 휴가 | 가족의 질병/사고/노령/자녀 양육으로 인해 간병이 필요한 경우 연간 90일 가족 돌봄 휴직기간 중 최대 10일 사용 가능 * 코로나19로 인한 가족 돌봄이 필요할 경우 최대 20일 사용 가능 |

아이제일 어린이집

제일기획은 임직원의 육아를 지원하기 위해 회사 어린이집을 운영하고 있습니다. 아이제일 어린이집은 제일기획 이태원 본사 근처의 단독 정원이 있는 별도 건물에서 운영되고 있으며, 법정 의무 교사 수 보다도 많은 교사를 채용하여, 임직원의 자녀들이 보다 편안하고 안전한 환경에서 보살핌을 받도록 하고 있습니다.

아이제일 어린이집 개요

| 개원일 | 인가 정원 | 운영 시간 | 대지 면적 |
|---------|-------|------------------------------|----------------------|
| '08.6.2 | 45명 | 7:30 ~ 19:30 (24시까지 연장보육) | 152평 (지상2층, 지하1층) |

아이제일 어린이집 교직원 현황

* '24년 1월 기준

| 원장 | 보육교사 | 영양사 | 조리사 | 사무원 | 계 |
|----|------|-----|-----|-----|-----|
| 1명 | 6명 | 1명 | 1명 | 1명 | 10명 |

아이제일 어린이집 아동 대 교사 비율

* '23년 1월 기준

| 구분 | 영유아보육법 | 아이제일 |
|-----|--------|------|
| 만1세 | 1:5 | 1:4 |
| 만2세 | 1:7 | 1:6 |
| 만3세 | 1:15 | 1:10 |
| 만4세 | 1:20 | 1:15 |
| 만5세 | 1:20 | 없음 |

또한, 아이제일 어린이집의 입소 기준은 1순위가 한부모 가정 및 여직원, 2순위가 맞벌이 남직원으로, 최근의 다양한 가족형태를 반영하고 있으며, 당사는 매년 약 4억원 ~ 5억원을 어린이집 운영 지원금으로 책정하여 자녀를 양육 중인 임직원들이 경제적 부담 없이 근무시간 중 자녀 돌봄을 해결할 수 있도록 적극 지원하고 있습니다.

| 구분 | '23년 |
|--------------------|--------------|
| 재원 아동 수(연평균) | 19명 |
| 어린이집 이용 임직원 수(연평균) | 21명 |
| 회사 지원금(연간) | 476,487,000원 |



**근속 현황,
퇴직자 지원
프로그램 등**

근속 현황

제일기획은 매년 우수한 인재를 모시고 있으며, 입사한 임직원들이 만족하고 근무할 수 있는 환경을 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 이러한 노력의 결과, 당사는 타 광고 기업 대비 평균 근속연수가 긴 편입니다.

평균 근속연수

| | '21년 | '22년 | '23년 |
|-------------|------|------|------|
| 평균 근속연수 (년) | 9.58 | 9.55 | 9.78 |

퇴직자 지원 프로그램 - 경력 컨설팅 센터

제일기획은 초고령화되는 사회 속에서 제일기획을 거쳐가신 퇴직자분들이 안정적이고 행복한 삶을 영위하실 수 있도록 '10년부터 『경력 컨설팅 센터』를 운영하고 있습니다.

『경력 컨설팅 센터』에서는 은퇴자를 위한 생애 설계 컨설팅, 외부 JOB 매칭 뿐 아니라 재직자 경력 상담 및 전직 교육 등도 진행하여 퇴직자뿐 아니라 재직자의 경력에 대한 컨설팅도 함께 진행하고 있으며, 당사는 매년 약 4천만원 내지 5천만원을 컨설팅센터에 투자하여 충실한 컨설팅이 이뤄질 수 있도록 노력하고 있습니다.

또한, 임금피크제를 적용하는 55세 이상 직원의 은퇴 및 재취업 준비를 위해 매월 1일 이상, 최대 5일의 자기계발휴가를 유급으로 지원하고 있습니다.

**성과 평가 -
임직원 성과
평가 제도**

개인 업적 및 역량 평가

임직원 성과 평가는 임원, 정규직, 계약직 등 전 임직원을 대상으로 하며, 직원의 성과 평가는 업적 평가와 역량 평가로 구성되어 있습니다. 업적 및 역량 평가는 MBO 방식으로 진행되며, 연초에 부서별/개인별로 측정 가능한 구체적인 목표를 설정한 후, 연말에 부서장이 이를 기초로 1차 평가를 하고, 본부장이 2차 평가를 하도록 되어 있습니다.

당사는 피평가자(부서원)가 1년간 자신이 설정한 목표를 충분히 인식하면서 업무를 진행할 수 있도록 7월 ~ 8월경에 '업적 고과 중간 리뷰'를 통해 피평가자(부서원)와 평가자(부서장)가 직접 면담을 통해 연초에 설정한 목표의 진척도나 상반기 성과 및 하반기 업무 추진 방향 등을 상의하도록 하여, 임직원이 연 1회 실시되는 평가에 충실히 대응할 수 있도록 배려하고 있습니다.

또한, 부서장/본부장 평가에 앞서 평가를 받는 임직원과 개별 면담을 하도록 권장하고, 평가 결과 기입 시 해당 평가의 구체적인 근거를 자세히 서술하도록 함으로써 객관적이고 공정한 평가가 되도록 노력하고 있습니다.

아울러 본부장의 평가까지 결정되면 그 결과를 전 임직원에게 개인별로 공개한 뒤, 이의가 있는 경우 '고과 이의 신청' 절차를 통해 공식적인 이의 제기를 신청할 수 있도록 하고, 임직원 대상 '평가 공정성 설문'을 실시하는 등 임직원들이 성과 평가에 대해 활발히 의견을 개진할 수 있는 장을 마련하기 위해 노력하고 있습니다.

| 성과 평가 절차 |
|---|
| 업적/역량 평가 목표 설정 → 업적 고과 중간 리뷰 → 1차 고과 평가(부서장) → 2차 고과 평가(본부장) → 고과 이의 신청 → 고과 최종 확정 |

리더십 평가

제일기획은 보직을 맡은 보직장, 임원 등에 대한 입체적이고 종합적인 『리더십 다면 평가』를 실시하고 있으며, 진단 결과를 본인에게 제공하여 리더십 역량 보완에 활용하도록 하고 있습니다.

사내 직무 공모 제도

당사는 임직원의 직무 경력 계획과 직무 만족도 등에 대한 의견을 수렴하여 장/단기 Career Path를 설정할 수 있도록 돕는 『커리어 리그』 프로그램을 운영하고 있습니다.

이 프로그램은 임직원이 갖고 있는 경력과 관련된 고민과 궁금증을 듣고, 보다 가깝고 진솔하게 소통하기 위한 소통창구이기도 합니다.

보수 정책

보수 정책에 대한 이해관계자 참여 절차

제일기획은 임금 및 복리후생 제도 결정 시 임직원의 의견을 효과적으로 수렴하기 위해 다방면으로 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 운영하고 있습니다.

- 노사협의회 '사랑사랑'을 통해 직원이 '보수 및 복리후생 제도' 결정에 직접적으로 참여

객관적 성과에 근거한 보수 정책

제일기획은 객관적이고 명확한 기준으로 임직원의 성과를 평가하고 있으며, 성과에 따른 합리적인 보상이 연동될 수 있는 보상제도를 운영하고 있습니다. 특히 회사의 주요 성과 연동 보상제도인 목표 인센티브(반기)와 성과 인센티브(연간)는 실적부서, 비실적부서 구분 없이 임원, 정규직, 계약직 등 모든 임직원을 대상으로 동일한 기준으로 지급하고 있습니다.

- 성과 평가와 연계한 연봉 결정
- 반기 단위의 조직 평가를 통한 목표 인센티브 지급
- 1년 단위의 회사 평가 및 개인 평가를 반영한 성과 인센티브 지급

복리후생

제일기획은 임직원의 삶의 질 향상, 근무 만족도 제고, 사기 진작, 업무 몰입을 유도하기 위해 다양한 복리후생제도를 임원, 정규직, 계약직 여부에 상관없이, 직급 및 직무를 불문하고 모든 임직원에게 제공하고 있습니다.

특히, 제일기획은 임직원의 건강을 가장 중요하게 생각하여, 건강검진 지원/의료비 지원 외에도, 사내 진료소/피트니스 센터 사용을 지원하고, 스트레스 관리 및 심리상담을 위해 전문상담사가 상주하는 『Hyu 센터』를 운영하며, 특별한 건강식단을 원하는 임직원들을 위해 사내 식당에서 별도의 『웰핏』 메뉴를 제공하고 있습니다.

| 구분 | 지원제도 | 지원 내용 |
|----------|---------------------------------------|---|
| 건강관리 | 종합건강검진 | 임직원 및 배우자 대상 종합건강검진 제공 |
| | 의료비 지원 | 임직원 및 가족 대상 의료실손보험, 질병/상해보험 제공 |
| | 사내 진료소 | 직원 대상 가정의학과, 치과 진료소 지원 |
| | Hyu센터 | 스트레스 관리 및 심리상담 지원 |
| 경조사 | 경조사 지원 | 결혼, 조의, 출산 관련 경조금, 경조 휴가 제공 |
| | 장례 지원 | 장례 용품 및 지원 서비스 |
| 생활안정 | 가계자금 대출 | 생활안정을 위한 자금 대출 (2,000만원 한도) |
| | 주택자금 대출 | 주택 임차, 구매를 위한 대출 지원 (5,000만원 한도) |
| | 개인연금 | 노후 안정을 위한 개인연금 지원 |
| 교육 | 학자금 지원 | 유치원, 초·중·고·대학교 학자금 지원 |
| | 장애아동 지원 | 장애아동을 위한 재활비 지원 |
| | 연수휴직 | 학위취득 목적의 휴직 지원 |
| 휴식 | i-book | 업무 및 자기계발 관련 전자도서 열람 서비스 |
| | 테마파크 | 테마파크, 워터파크 자유이용권 지원 |
| | 휴양소 | 회사와 제휴된 콘도 및 휴양시설 할인 혜택 제공 |
| | 안식 휴가 | 근속 5년마다 안식 휴가 및 휴가비 지원 |
| | 매니아 클럽 | 사내 동호회 활동 지원 |
| | i-spa | 근무 중 휴식이 필요한 직원을 위해 마사지, 독서, 휴식이 가능한 사내 휴게시설 운영 |
| i-buffet | 개인별 라이프 스타일에 맞춰 임직원이 직접 선택할 수 있는 복지제도 | |

조직문화

유연하고 가족친화적인 근로 환경

제일기획은 주 52시간 근무제 시행에 따른 <선택적 근로시간제>를 도입함으로써 별도 의무 근무 시간대를 지정하지 않고 월 의무 근무 시간만 충족시키면 임직원들이 출퇴근 시간과 일 근무 시간을 자유롭게 조절할 수 있는 근무 여건을 마련했습니다. 또한, <PiC+ 시스템> 구축을 통해 임직원들이 근무 시간을 스스로 확인하고 관리할 수 있도록 지원하여 일과 생활의 균형을 추구하고 있습니다. 또한 임직원들이 가족 친화적인 근로환경에서 일과 가정의 균형을 찾을 수 있도록, 임신기 근로시간 단축/육아기 근로시간 단축/가족돌봄 근로시간 단축 등 다양한 근로시간 단축제도를 운영하고 있습니다.

당사 산하 스포츠 구단 (농구, 배구, 축구 등)을 활용한 가족 친화 및 팀워크 GWP 행사, 비즈니스 지원 Hospitality 프로그램, 사회공헌단 연계 대내외 CSR 활동 등도 꾸준히 운영해 오고 있습니다. 가족 나들이를 위한 홈경기 티켓, 조직 활성화 차원의 단체 관람, 프리미엄 관람 시설 (스카이박스) 대관 등 다양한 형태로 진행되었습니다. 특히 임직원 자녀 22명과 그 가족 100여 명을 축구장으로 초청했던 수원삼성블루윙즈 에스콰드 키즈 이벤트는 제일기획만이 줄 수 있는 특별한 경험을 가족에게 선사함으로써 임직원에게 가족의 자랑스러움과 회사에 대한 임직원의 자부심을 제고하는 계기가 되었습니다.

창의적 조직문화

임직원들의 아이디어가 제일기획의 가장 중요한 자산입니다. 당사는 임직원들이 남다른 아이디어를 발상할 수 있는 창의적인 근무 환경을 조성하기 위해 다양한 조직문화 프로그램을 실시하고 있습니다.

사내 소통 허브 <i-pub>

<i-pub>은 제일기획을 대표하는 온라인 소통 채널로 모든 임직원이 닉네임을 활용하여 다양한 아이디어와 의견을 상호 간 자유롭게 나누며 회사와 임직원들이 쌍방향 커뮤니케이션하는 공간입니다.

'23년에는 모바일 버전 <i-pub>을 사용하는데 다소 불편함이 있었던 기능들을 점검하여 임직원들이 언제 어디서나 편리하게 소통할 수 있도록 개선했습니다.

고충 지원 채널 <고민 있으세요?>

제일기획 <i-pub>에는 임직원 누구나 고충이 있을 때 신고하고 상담 받을 수 있는 창구인 <고민 있으세요?>가 있습니다. 직장 내 성희롱, 괴롭힘 신고뿐 아니라 마음건강 관련 상담이 필요할 때 해당 채널을 통해 회사와 이야기 나눌 수 있고, 고객사와의 관계에서 발생하는 고충이나 개인회생/신용회복 관련 고민 등 업무 내외적으로 겪는 어려움 관련해서도 도움을 받을 수 있습니다.

사내 명사 초청 특강 <WOW Concert>

당사는 교수, PD, 작가, 스포츠 선수, 영화 감독, 가수, 배우, CEO, 평론가, 연주자, 상담가, 인플루언서 등 임직원들의 업무와 삶에 영감을 불어 넣어 줄 강연자라면 누구든 초청해 인사이트, 트렌드, 힐링, 코칭 등을 제공하는 사내 특강 WOW Concert를 운영하고 있습니다.

올해는 생태학자 최재천 교수의 <생태적 전환: 기후 및 생물다양성 위기> 강연을 통해 업무 및 생활 전반에서 중요하게 대두되고 있는 환경 이슈들에 대해 고민해 보는 시간을 가졌고, "오징어게임" 제작자 김지연 대표와 함께한 <K-콘텐츠의 기회와 위기> 강연에서는 글로벌 시장에서 성공하는 콘텐츠를 만드는 기획력, 브랜딩/마케팅 노하우에 대한 생생한 이야기를 들었습니다.

휴가 장려 캠페인 <Idea Vacation>

올해도 제일기획만의 독특한 휴가 활성화 캠페인인 <Idea Vacation>을 실시하여 직원들이 평소 업무로 인해 지친 심신을 회복하며 새로운 아이디어 창출을 위한 재충전의 시간을 갖도록 적극 권장했습니다. 이와 연계한 휴가 사진 콘테스트도 진행하여 유쾌한 창작 활동을 통해 휴가지에서 만난 자연과 사람들을 더 풍성히 즐기게 하는 한편, 창의성을 자극하고 개성을 표현하는 기회로 삼았습니다.

사내 동호회 <Mania Club>

제일기획은 임직원 간 소속, 직무, 직책 등에 구애 없는 수평적인 교류를 증진하여 사내 커뮤니케이션을 활성화하고 아이디어 형성의 바탕이 되는 업무 외 경험을 확장하고자 사내 동호회 <Mania Club>을 운영하고 있습니다. 본 프로그램을 통해 건강 증진, 재능 계발, 취미 생활, 문화 향유 등 공통 관심사를 매개로 한 다양한 소통 활동을 지원합니다. 올해는 코로나 팬데믹으로 인해 '20년부터 잠정 중단 중이었던 프로그램을 3년 만에 재개하여 임직원들의 목은 갈증을 해소했으며, 높아진 기대에 부응하도록 제도 리뉴얼 및 임직원 참여형 이벤트를 진행했습니다.

SCI 임직원 만족도 설문조사 및 조직 건강도 진단

당사는 전문 연구 기관인 삼성글로벌리서치에 의뢰하여 매년 <SCI (Samsung Culture Index) 임직원 만족도 설문조사 및 조직 건강도 진단>을 실시하고, 그 결과에 따라 다양한 조직문화 개선 활동을 추진하고 있습니다.

교육/훈련

근로자 교육 프로그램

제일기획은 조직의 역량 강화와 개인의 성장을 지원하는 다양한 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 매년 △신입/경력 신규 입사자들의 'soft landing'을 돕는 입문 교육, △직무/비즈니스 역량을 강화하는 직무 및 공통 교육, △조직 내 리더십을 제고하고 소통 역량을 향상하는 리더십 교육, 그리고 △글로벌 리더를 양성하는 해외 파견 프로그램, △전 임직원 Compliance교육 등 다양한 교육 프로그램이 운영되고 있습니다

* 입문/직무/리더십/컴플라이언스 등 전 직원을 대상으로 하는 교육은 정규직/계약직 등 계약 형태를 불문하고 모든 직원이 교육대상임

제일기획은 보다 효과적인 교육 운영을 위해 다양한 외부 교육기관과도 협력하고 있습니다. 서울대와 제휴하여 우수 인력을 대상으로 한 디지털마케팅 엑셀런스 프로그램을 진행 중이며, 온라인 교육을 위해 멀티캠퍼스 이러닝 과정 5천여 개를 제공 받아 연간 2천여 명의 임직원이 수강 중이고, 링크드인 러닝과 유데미를 통해 2백여 명의 임직원들이 무제한 이러닝 과정을 수강하고 있습니다.

근로자 교육 프로그램의 효과 측정 지표 관리

당사는 근로자 교육 프로그램에 대한 효과성 측정 지표로 교육 수료율 및 만족도 등의 수치를 조사하고 관리하고 있습니다. 수료율은 필수 교육의 경우 대상 인원 대비 참석 인원으로 산정하고, 이러닝과 같은 개별 선택 교육의 경우 과정별 수료 기준에 따라 산정합니다. 만족도는 각 교육 진행 이후 5점 척도로 조사하며, 서술형 및 단답형 주관식 피드백을 통해 교육에 대한 의견 및 개선 사항 등을 취합하고 있습니다. 이러한 방법으로 교육의 효과성을 측정하고, 향후 교육 진행 시 개선 사항을 반영하고 있습니다.

이렇듯 당사는 임직원 교육 프로그램의 개선점을 발굴하여 더 나은 교육 서비스를 제공하기 위해, 임직원 교육의 효과를 측정하고, 그 지표를 꾸준히 관리하고 있습니다.

근로자 1인당 교육훈련비/교육시간

제일기획은 교육 훈련비 데이터를 관리하고 있으며, '23년 사업보고서 기준, 제일기획의 근로자 1인당 교육훈련비는 1,845,000원입니다.

※ 근로자 1인당 평균 교육 시간

'23년 제일기획의 총 교육 운영 시간은 40,883시간으로, 임직원 1인당 평균 교육 시간은 28.3시간입니다.

* 전체 근로자 수 1,445명

학위 지원 프로그램

제일기획은 임직원의 학위 취득을 지원하기 위해 삼성 MBA, 제일 MBA 및 연수 휴직 제도를 운영하고 있습니다. 삼성 MBA는 우수 임직원을 선발하여 글로벌 명문 MBA에서 수학할 수 있도록 지원하는 제도이며, 제일 MBA는 우수 임직원의 국내 MBA 및 일반 석사 과정을 지원하는 제도입니다. 또한 임직원이 자율적으로 석사 이상 학위 취득에 도전하는 경우 최대 2년의 연수 휴직을 지원하고 있습니다. 또한 학습동호회를 통해 직무 유관 자격증(Adobe 솔루션 전문 자격, 산업안전/물류 전문가 자격 등)취득이 필요한 경우, 모든 임직원에게(정규직/계약직 등 계약 형태 불문) 학습 및 시험 응시 비용 등을 지원하고 있습니다.

인재발굴 전략

목표

당사는 우수 인재를 확보하고 공정한 취업 기회를 제공하는 것을 인재 발굴의 목표로 삼고 있습니다.

인재발굴 프로그램

당사는 정기적인 공개 채용과 함께 인재 등록을 통해 상시 지원이 가능한 채널도 병행하여 운영하고 있습니다. 신입 채용의 경우, 관련분야 학과/학회/동아리 대상 온/오프라인 채용설명회 및 상담 부스를 운영 중이며, 경력 채용의 경우, 사내 추천제도 운영 및 경력 공개채용을 통해 인재를 발굴하고 있습니다.

제일기획은 위와 같은 다양한 인재발굴 프로그램을 통해 폭넓은 직무의 역량 있는 인재들을 채용하고 있으며, 당사의 신입, 경력, 인턴 등 인재 모집에 관한 모든 구체적인 사항은 지원자의 편의를 위해 삼성채용홈페이지를 통해 상세히 안내하고 있습니다.

인턴십 프로그램

제일기획은 정규 대학생 인턴 및 산학협력 실습 인턴 프로그램을 운영하고 있습니다. 대학생 인턴에게는 약 6주의 기간 동안 현장 실무 실습에 참여하여 구체적인 업무 지식과 역량을 체득할 기회를 부여하며, 이후 실습 평가를 비롯한 채용 전형 상의 평가 과정을 통해 정규 신입 인력으로 채용하고 있습니다. 비정기적으로 운영되는 체험형 실습 인턴 프로그램은 대학교들과의 산학연계를 통해 일정 기간 실습을 진행하며, 참여 학생에게 일정 학점을 인정해주는 형태로 운영하고 있습니다.

직원 역량 강화 및 전환 지원 프로그램

제일기획은 임직원들의 역량을 강화하고 성장을 지원하기 위해 다양한 비즈니스 특화 직무 교육 프로그램들을 운영하고 있습니다. 각종 사내외 교육 과정을 통해 임직원들은 직무별 핵심 역량들을 배양할 수 있을 뿐 아니라 'Cross Learning'을 통해 관심 직무의 교육에도 자유로이 참여할 수 있습니다.

또한, 디지털/데이터 마케팅 중요도가 점차 커지는 광고업계의 변화에 직원들이 빠르게 적응할 수 있도록 제일-서울대 디지털마케팅 엑셀런스 프로그램으로 디지털 마케팅 심화 역량을 배양하고 있으며, 제작 방식 혁신을 위한 언리얼엔진(게임엔진) 교육, 주니어 캡스톤을 통한 데이터 마케팅 솔루션 개발 실습 등을 실시하고 있습니다.

한편, 매년 주요 국제 광고제에서 Creative 포럼과 세미나를 진행하여 광고계 최신 트렌드를 습득할 수 있는 기회를 제공하고 있으며, 해외 주요 전시/이벤트 참관을 통해 새로운 인사이트를 얻도록 지원하고 있습니다.

직무 전환을 위한 지원 프로그램(Cheil Career League)도 운영하고 있습니다. 'Job/Project Posting' 공모 방식으로 임직원이 자유롭게 본인이 희망하는 직무 및 프로젝트에 지원하며, 지원서 검토 및 면접 프로세스를 통해 최종적으로 직무 전환 및 프로젝트 참여가 이루어집니다. 본 제도를 통해 임직원들에게 폭넓은 직무 경험과 역량 제고의 기회를 제공하고 있습니다.

리더십 프로그램

제일기획은 임직원의 리더십 향상을 위해 △임원 양성 과정, △간부 승격 교육, △팀장 리더십 교육 등을 운영하고 있습니다. 처음 팀장이 된 신입 팀장의 리더십 함양을 위한 '신임 팀장 교육', 팀장들의 코칭 리더십 및 팀원 면담 능력 향상을 위한 '팀장 리더십 교육', 차세대 리더를 양성하기 위한 '임원 교육' 등 다양한 관리 및 리더십 계발 프로그램들을 통해 내부 승계 계획에 따른 차세대 경영 리더를 체계적으로 양성하고, 조직 전반의 리더십 및 소통 역량을 제고하고자 노력하고 있습니다.

노사협의회 '사랑사랑'

제일기획에는 회사와 임직원 간 소통의 가교 역할을 하는 노사협의회 '사랑사랑'이 있습니다. '사랑사랑'은 근로자참여법에 따라, 직원들의 직접 선거를 통해 선출된 "근로자 위원" 10명과 대표이사 및 대표이사가 위촉한 "사용자 위원" 10명으로 구성되어 있습니다. '21년에 직원 직접 투표로 선출된 '7기 사랑사랑'은 직원들의 근로조건 유지/개선에 관한 다양한 의견을 수시로 수렴하여 회사와 주기적으로 소통하며 노사 상호 존중의 문화를 구축하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

또한 분기별 정기 협의회, 필요시 임시 협의회 등을 통해 노사 간 의결/협의 사항들을 논의하고, 임금 및 복리후생에 대한 협의뿐 아니라 사내 제도에 대한 다양한 의견을 개진하며 활발한 경영 참여 활동을 하고 있습니다.

노사협의회 '사랑사랑'과 회사는 매년 3월, 한 해 동안 직원들에게 적용될 임금과 복리후생에 관한 협의를 진행하여 합의를 통해 '임금 합의서'를 작성하고 있으며, 이는 전 직원들에게 적용됩니다.

* 제일기획은 합법적인 근로 3권을 보장하고 있으며, 현재 노동조합이 설립되어 있지 않습니다.

Occupational Health and Safety

안전/보건 체계

안전/보건경영 정책 및 목표

제일기획은 모든 임직원과 이해관계자의 안전을 최우선의 가치로 삼아 안전제일 문화를 선도합니다. 당사는 모든 경영활동에 있어 안전/보건 업무를 최우선 순위로 생각하며, 경영진은 이를 위해 솔선수범하고 있습니다.

당사는 관련 법규를 준수하여 안전한 근무 환경을 조성하며, 임직원의 건강증진 활동을 실시하고, 촬영장 등 이동사업장에서도 당사 임직원과 협력회사 등 이해관계자들이 안전하게 일할 수 있도록 지속적인 안전 활동을 전개해나가고 있습니다.

구체적으로는 무재해 사업장(재해율 0%)을 목표로, △전사 안전/보건관리 프로세스 정례화, △임직원 안전문화 정착, △사업장 위험요인 개선 및 현업 지원을 세부 실행 항목으로 설정하고 이행하고 있습니다.

* '21년 ~ '23년 무재해 사업장 달성 (3년 연속)

당사는 위와 같은 내용을 담은 『안전/보건경영 정책』을 수립, 당사 홈페이지에 공개하고 있습니다.

안전보건경영시스템(ISO 45001:2018) 구축

제일기획은 기존에 구축한 안전보건체계를 바탕으로 '23년 국내 광고업계 최초로 국제표준 ISO 45001:2018(안전보건경영시스템) 인증을 취득하여 업계의 선도적인 역할을 하고 있습니다. ISO 45001 인증 획득을 계기로 회사의 안전보건 관리체계가 더욱 강화되어 보다 안전한 사업장을 구축해 나갈 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.



CERTIFICATE



This is to certify that

Cheil Worldwide Inc.

222 Itaewon-ro
Yongsan-gu, Seoul, 04404
Republic of Korea

has implemented and maintains an **Occupational Health and Safety Management System.**

Scope:
The occupational health and safety activities and supporting processes associated with integrated marketing solutions including advertising strategy & execution, creative, media, retail marketing and digital marketing

Through an audit, documented in a report, it was verified that the management system fulfills the requirements of the following standard:

ISO 45001 : 2018

| | |
|------------------------------|----------------|
| Certificate registration no. | 50351036 OHS18 |
| Date of certification | 2023-12-19 |
| Valid until | 2026-12-18 |




DQS Inc.



David Tellez
Managing Director

DQS IS A MEMBER OF




Accredited Body: DQS Inc., 1500 McConnor Parkway, Suite 400, Schaumburg, IL 60173 USA
Administrative Office: DQS Korea LLC., #207, ACE Highend Tower 3rd,
145 Gasan Digital 1-ro, Geumcheon-gu, Seoul, 08506, Republic of Korea
The validity of this certificate can only be verified by the QR-code.

안전/보건경영 정책 관련 이해관계자

제일기획의 『안전/보건경영 정책』은 당사의 임직원뿐만 아니라, 제일기획과 협업하는 협력회사 임직원들에게도 적용되며, 당사 사업장을 방문하는 고객 및 일반시민, 촬영/행사장 및 이동사업장의 관객 등 안전/보건 관련 위험이 발생할 수 있는 모든 이해관계자를 포함하여 적용됩니다. 당사는 당사 사업장을 방문하는 일반시민들, 촬영장/행사장 이동사업장의 관객 등에게도 위험이 발생하지 않도록 중대시민재해에 대한 대비 체계도 갖추고 있습니다.

또한, 『안전관리 매뉴얼』에 협력회사 임직원들의 행동규범을 명시하고 있으며, 협력회사에 태풍, 폭염, 한파 등 자연재해를 비롯한 고소작업, 중량물취급 등 위험 관련 안전가이드 공문을 발송하고, 상/하반기 협력회사 안전교육을 실시하는 등 지속적으로 협력회사의 안전 관련 인식을 제고하는 활동도 실시하고 있습니다.

안전/보건관리 체계

제일기획은 산업안전보건법, 공연법 등 제반 안전 관련 법령상 의무를 충실하게 이행하고 있으며, '22년 시행된 중대재해처벌법에 대응해 무재해사업장을 달성하기 위하여 회사의 안전/보건 관리체계를 지속적으로 강화해 나가고 있습니다.

관리 체계를 크게 △이태원 본사 및 GT 타워 등 시설 안전 및 임직원 보건관리, △촬영장 및 전시장과 같은 외부 이동사업장 안전관리 분야로 구분하여 안전보건 조직 및 인력을 보강하였으며, 교육·캠페인 등을 통한 임직원들의 안전의식 고취, 상주 협력회사 직원들에 대한 교육 등 사업장 안전관리 강화를 추진하였습니다. 특히 광고 촬영장·전시장 등 외부 이동사업장의 안전관리 프로세스를 새롭게 재정립하고 전문가 컨설팅을 통해 업계 최초로 『안전관리 매뉴얼』을 수립하여 임직원 및 협력회사 등에 배포/시행하였습니다.

산업안전보건위원회 설치 및 운영

제일기획은 산업안전보건법에 따라 산업안전보건위원회를 설치·운영하고 있으며, 본 위원회는 사업장 및 촬영장의 안전·환경·보건에 관한 사항, 임직원 건강 진단 및 마음 건강에 관한 사항 등에 대해 심의·의결·협약하는 역할을 수행하고 있습니다.

당사는 '22년부터 산업안전보건위원회의 역할을 강화하고 직원들의 의견을 보다 많이 수렴할 수 있도록, 위원을 기존 노사 각 4명에서 각 6명으로 확대하였으며, 안전관리에 중추적인 역할을 하는 최고안전책임자(CSO, Chief Safety Officer)와 안전관리팀장이 회사측 위원으로 위촉되었습니다.

제일기획 산업안전보건위원회는 분기별 정기회의에서 직장 내 건강과 안전에 관한 사항 전반에 대한 회사의 정책을 설명/안내하고, 사원 위원들이 확인한 직원들의 의견을 공유하여 조치가 필요한 사항은 분기별로 반영하는 등 직원들의 직접 참여를 통해 노사 공동의 건강과 안전을 위해 노력하고 있습니다.

안전/보건 전담조직 및 전문가 확보

제일기획은 광고 촬영·전시장 안전 등 광고업 특성을 고려한 전문적인 안전/보건관리를 위해 업계 최초로 안전보건업무 전담조직(안전관리팀)을 '21년 신설하고, 최고안전보건책임자(CSO)를 선임하여 최고안전보건책임자가 안전 관련 인사권, 예산권, 작업중지권, 협력회사 평가권 등의 권한과 책임을 바탕으로 안전보건업무를 수행, 관리토록 하고 있습니다. 또한, 산업안전기사 자격 등을 보유한 전문인력을 신규 채용하였으며, 자체적으로 안전/보건 전문가를 육성하는 등 지속적으로 전문인력 확충에 최선을 다하고 있습니다. 당사는 전담조직 신설 및 안전자격증을 가진 전문인력 확보를 통해 '22년부터는 보다 체계적이고 전문적인 안전/보건관리를 추진하고 있으며, 안전환경인프라 직무 교육, 외부 전문가 컨설팅 등을 통해 안전관리업무 담당자들의 역량을 꾸준히 배양하고 있습니다.

안전/보건 주요 위험 식별 및 위험 완화 활동

사업장 및 이동사업장의 정기/수시 위험성평가를 통하여 안전보건 관련 주요 위험을 파악하고, 위험요소 발생 시 이를 개선하고 안전을 확보한 후 업무를 수행하도록 하고 있습니다. 사업장 내 설비의 경우 정기적인 점검 및 모니터링, 위험성 평가를 통해 상태를 확인하고 설비의 주기에 맞추어 시설을 교체 및 보수하고 있습니다.

또한 산업안전보건위원회, 카카오톡 안전관리팀 채널, 이동사업장 안전점검 시 종사자 인터뷰 등을 통하여, 위험요인 및 위험요인에 대한 의견을 지속적으로 청취하고 관리하고 있습니다.

사업장 시설 위험평가 및 안전점검

제일기획은 이태원 본사와 GT 타워 등 사업장 시설 등에 대한 정기 위험성 평가를 통해 임직원들이 보다 안전하고 쾌적한 근무환경에서 생활할 수 있도록 노력하고 있습니다.

또한, 사업장 내 시설의 교체 및 변경 등의 사항이 발생할 경우, 수시 위험성 평가를 진행하여 사전에 위험요인을 파악/관리하고 있습니다.

안전사고 위험이 있는 관리 사각 지역에 CCTV를 추가로 설치하고 담당자가 매주 안전점검을 진행하고 있으며, 담당 임원 주관으로 상/하반기 각 1회 시설 안전점검을 진행하고 있습니다. 이외에도 기후 영향 또는 특정 시기/이슈에 대비하여, 수해(폭우) 예방 점검, 사내 식당 등에 대한 위생 점검, 소방 점검, UPS 점검 등 다양한 안전점검 활동을 통해 사고를 사전에 예방하고 있습니다.

광고 촬영장·전시장 안전관리 프로세스 및 매뉴얼 정립

광고 촬영·전시 현장에서는 다양한 유형의 안전사고가 발생할 수 있기에, 국내 광고업계 리딩기업으로서 업계의 업무 관행을 개선하고 협력회사의 안전관리 역량을 강화하여 광고업계의 안전문화를 선도하기 위해, 대한산업안전협회의 컨설팅을 받아 『촬영·전시장 안전관리 프로세스』와 『세부 매뉴얼』을 새롭게 정립하였습니다. 『촬영·전시장 안전관리 프로세스』는 크게 '안전관리 계획수립 → 사전 안전교육 및 현장 점검(Checklist) → 결과 관리'로 진행되고 『세부 매뉴얼』은 촬영·전시·옥외 작업 유형별 위험요인에 대한 안전점검 및 조치 사항과 응급상황 발생 시 행동요령 등 안전과 관련된 전반적인 내용을 수록하고 있으며, 제일기획의 제작환경과 안전보건 법령의 적용 확대에 맞추어 지속적으로 개선해 나가고 있습니다.

제일기획은 본 프로세스 및 매뉴얼을 당사 임직원에게 배포했을 뿐 아니라, 관련 협력회사를 대상으로 설명회를 진행한 뒤 배포하였으며, '21년 하반기부터는 본 프로세스에 따른 현장 안전관리를 진행하고 있습니다.



또한 제일기획 및 협력회사 직원 누구나 이동사업장에서 발생한 위험요소를 신고할 수 있도록 카카오톡을 활용한 소통채널을 운영하고 있습니다.

현장에서 안전 관련 이슈가 발생할 경우에는 작업자가 작업중지권을 발동하여 작업을 중지하고, 위험요소를 개선하여 현장의 안전을 확보한 후 작업을 재개하고 있습니다.

원활한 작업중지권 사용을 위하여 작업중지권에 대한 교육과 함께, 작업중지권 발동 시 불이익이 없음을 지속적으로 안내하고 있습니다,

안전교육 - 임직원 안전의식 고취

안전/보건관리는 임직원의 관심과 참여가 필수적입니다. 제일기획은 임직원의 안전의식 고취 및 안전문화 정착을 위해 상/하반기 각 1회 전 임직원 및 협력회사 대상으로 안전교육을 실시하고 있습니다.

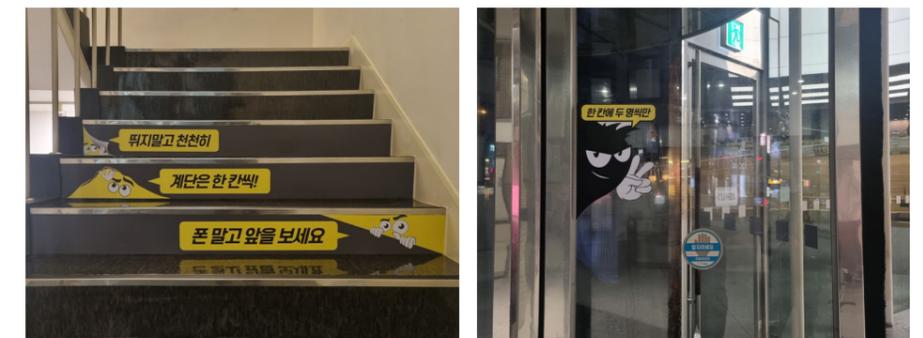
| '23년 안전교육 실시 현황 | | | |
|-----------------|--|----------|------------------|
| 구분 | 교육내용 | 실행월 | 수료율 |
| 당사 직원 | 사례를 통해 알아보는 안전관리 | 5월 | 100% * 1,238명 |
| | 제일기획의 안전관리 | 9월 ~ 10월 | 100% * 1,251명 |
| | 심폐소생술(CPR) 교육 | 9월 | 531명 |
| | 화재발생 대비 대피훈련 및 교육 | 5월 | 1002명 |
| | ISO 45001 내부심사자 교육 | 11월 | 9명 |
| 당사 임원 | 안전사고 사례 및 중대재해처벌법 동향 | 5월 | 100% * 31명 |
| | '23년 안전사고 사례 및 시사점 | 11월 | 100% * 29명 |
| 협력회사 | 안전사고사례 및 안전관리 주요 이슈 사고발생 시 보고체계 중대재해처벌법 적용대상 확대 안내 | 3월 | 81개사 |
| | 위험성평가 교육 - 위험성평가 대상 및 실시방법 * 안전보건공단 강사 교육 | 11월 | 379개사 |
| | * 교육 대상: 교육 수료 당시 재직중인 인원 기준 | | |



이외에도 직군별 안전관리 특화 교육과 대형프로젝트 진행 시 담당자 대상 맞춤형 안전교육도 실시하고 있습니다.

또한, 교육과 더불어 화재, 지진 등의 비상 상황을 대비하여 대피훈련을 진행하고 있으며, 장마철 폭우 및 태풍 대비 수해 예방 훈련, UPS 화재 대비 훈련 등 긴급 상황을 대비한 다양한 모의 훈련을 진행하고 있습니다. 뿐만 아니라 심정지 환자 발생 시 신속하게 대응하기 위하여 심폐소생술(CPR, Cardiopulmonary Resuscitation)교육을 정례화 하였으며 자동심장충격기(AED, Automated External Defibrillator)를 임직원이 근무하는 모든 층에 확대 설치하였습니다.

그리고, 상/하반기 각 1회 최고안전보건책임자(CSO)가 전 직원들을 대상으로 안전/보건에 대한 관심과 실천을 당부하는 메시지를 전달하고 있습니다. 또한, 사무실이나 이동사업장에서 발생할 수 있는 안전위험요소에 대한 개선 의견을 제안하는 '위험요인 발굴 캠페인'과 '생활 속 안전수칙 지키기'를 포함한 '안전 종합 캠페인'을 진행하여 임직원들의 참여를 독려하고, 안전문화를 정착시키기 위해 노력하였습니다.



무재해 사업장 달성

제일기획은 '22년에 이어 '23년에도 단 한 건의 안전사고(재해)도 발생하지 않아 3년 연속 무재해 사업장을 달성하였습니다.

| 구분 | '21년 | '22년 | '23년 |
|-------|-------|-------|-------|
| 도수율* | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| 재해율** | 0.000 | 0.000 | 0.000 |

* (재해건수 ÷ 연근로시간) × 1,000,000

** (재해자수 ÷ 근무자수) × 100

임직원 및 가족의 건강과 안전을 위한 Care 프로그램 운영

제일기획은 임직원 및 가족의 건강과 안전을 위한 여러 Care 프로그램을 운영하고 있습니다.

당사는 전 임직원에 대한 정기 건강검진 프로그램을 운영하고 있으며, 임직원 배우자에 대한 건강검진(C2직급 이상)도 지원하고 있습니다. 또한 의료비 실손 보험 가입을 통해 임직원 및 배우자·자녀의 의료비를 지원해 오고 있습니다.

제일기획은 임직원들의 마음 건강 관리를 위해 사내에 심리상담센터인 『Hyu 센터』를 설치, 운영 중이며, 전문상담사가 상주하여 임직원(부부/자녀)에 대한 심리검사 및 개인상담, 팀 내 활력을 높이기 위한 조직 활성화 컨설팅/프로그램 등 다양한 심리 건강 Care 프로그램을 운영하고 있습니다. 최근에는 외부 근로자 지원 프로그램(EAP: Employee Assistance Program)을 확대 운영하여 전문 재무 컨설팅 업체를 통한 재무 및 재테크 관리를 지원하고 있으며, 강남권 임직원의 접근성 강화를 위한 외부심리상담, 코칭 등으로 임직원의 정서적 안녕에 기여하고 있습니다.

마음건강센터 Hyu

제일기획 마음건강 센터 『Hyu』는 임직원의 스트레스 관리와 심리상담 지원을 목적으로 '10년에 설립되었으며, 박사급 심리상담 전문가가 전담하여 다양한 심리상담 및 심리 교육 컨설팅 프로그램을 운영하고 있습니다. 『Hyu』에서는 근본적 문제의 원인을 이해하여 건강한 방식으로 문제해결을 할 수 있도록 돕고, 힐링과 성장을 돕기 위한 'Caring', 'Healing', 'Beyonding'으로 구성된 3단계 플랫폼을 운영하고 있습니다.

| 구분 | 내용 |
|-------------------------|---|
| Hyu "Caring" Program | <p>임직원들의 심리적 어려움을 해결하도록 애착과 정신분석에 기반한 개개인의 근원적 문제를 이해하는 심리상담 Care 프로그램을 운영하고 있습니다. Individual Care(개인 맞춤형 스트레스관리, 심리검사), Team Care(팀원 간 이해와 소통을 돕는 팀 워크샵), Family Care(가족심리진단, 상담치료프로그램)을 지원하고 있습니다.</p> |
| Hyu "Healing" Program | <p>임직원의 힐링을 강조한 3대 Healing 프로그램을 운영하고 있습니다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saving Private Cheiler 임직원의 수고를 격려하고 Burn-out 방지를 돕기 위하여 개인 또는 팀 단위로 2박3일 영덕 연수원 명상 프로그램을 지원하고 있습니다. 2. 사랑앓이가족상담 부부 및 자녀의 상호작용 증진 프로그램을 운영하고 있습니다. 자녀 관계 애착 및 성격/기질 등 전문적인 심층 심리검사를 토대로 치유력 있는 관계로 회복하고 사랑을 증진시킬 수 있도록 돕습니다. Work-Family 관련 고민을 해결하고 균형 있는 관계로 발전시킬 수 있도록 심리 코칭을 지원하고 있습니다. 3. Group "Healing" Program 그룹 심리상담 프로그램을 마련하여 비슷한 주제를 함께 논의하고 힐링 및 성장하는 집단 프로그램을 제공하고 있습니다. 이를 통해 비슷한 고민을 나누고 위로하고 해결함으로써 스트레스 감소 및 소속감을 증대시킬 수 있도록 돕습니다. |
| Hyu "Beyonding" Program | <p>임직원들의 역량개발과 폭넓은 성장을 돕는 코칭 프로그램을 운영하고 있습니다. 문제해결의 차원에서 나아가 발전·성장을 돕는 프로그램을 도입하여 지원 영역을 확대해 나가고 있습니다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Individual Beyonding 개인맞춤 심리검사를 토대로 자기개발, 목표 성취, 행복 추구 등 일과 삶과 관련된 다양한 이슈에 대한 솔루션 코칭을 제공하고 있습니다. 2. Team Beyonding 팀 전체 성격·강점 진단 심리검사를 활용하여 팀 발전을 위한 제언 및 조직 내 다양한 의견을 효과적으로 공유·논의되도록 돕는 팀 비전 워크샵을 운영하고 있습니다. 더불어 팀장의 마음 케어 및 리더십 향상을 위해 조직관리 코칭 등을 운영하고 있습니다. 3. Family Beyonding 부부간의 대화법, 자녀양육 및 진로 적성(학습)상담 등 가족 맞춤 코칭을 지원함으로써 가족 구성원의 관계 회복과 성장을 지원하고 있습니다. |

협력회사의 안전/보건

협력회사 안전/보건 지원

제일기획은 상주 협력회사 및 광고 촬영·전시 등 외주 협력회사와의 상생 차원에서 안전/보건에 관련한 사항을 적극적으로 지원하고 있습니다.

당사는 당사의 안전/보건 프로그램에 미화, 보안 등 제일기획 사옥에 상주한 5개 협력회사의 근로자도 포함하여 운영하고 있습니다. 당사는 매월 협력회사 대표와 안전/보건 협의체를 운영하고 있으며, 안전/보건 협의체 진행 시 매월 협력회사 임직원 대상 안전 교육을 진행하고 있습니다. 또한 당사와 동일하게 매년 작업장 위험성 평가를 실시하여 위험요소를 사전에 제거하고, 위험한 작업에 대한 작업중지권을 부여하는 한편, 각종 안전/보건 장비 및 시설을 지원하고 있습니다.

또한 당사는 촬영·전시 등 외주 협력회사(500여 개)에 대해 안전관리 프로세스 및 매뉴얼에 대한 설명회·교육, 자료 배포 등을 실시하고 있습니다.

특히 '23년에는 협력회사에 '24년 중대재해처벌법 적용대상 확대 이슈, 위험성 평가 실시 의무에 대한 교육 등을 실시하여 협력회사들이 안전보건 관계법령을 준수하고 보다 안전하게 사업장을 운영할 수 있도록 지원했으며, 이를 통해 제작 현장에서 협력회사 직원과 관계자의 안전을 보장하고, 사고를 예방하기 위해 노력하고 있습니다.

당사는 주요 협력회사에 대해 연1회 안전보건 역량 평가를 실시하여 안전보건 역량이 미흡한 회사들에 대해서는 발주를 제한하고 있으며, 프로젝트 협력회사 선정 시 평가기준에 안전관리 역량을 포함시키고 안전관리 비용을 청구할 수 있도록 함으로써 협력회사의 안전관리 역량이 제고될 수 있도록 적극 지원하고 있습니다. 또한 안전보건 우수협력회사 대상으로 기업재해보험료 등을 지원하고 있습니다.

한편, 카카오톡 『제일기획 안전관리팀』 채널을 개설하여 촬영·전시 등 현장에서 발생할 수 있는 아차사고, 작업중지권 사용 관련 사항 등 안전보건 관련 이슈에 대한 협력회사 근로자의 의견을 청취하고 있습니다.

촬영장·전시장 안전사고 예방

당사는 촬영장 안전사고를 미연에 방지하기 위해, 『협력회사 대상 안전관리 교육』을 진행하고, 『촬영/전시장 안전관리 매뉴얼』을 배포하였으며('21.9.1) 지속적으로 이를 개정해 나가고 있습니다.

또한, 촬영 전 안전관리계획서 제출, 체크리스트를 통한 점검 및 작업계획서 작성 등을 의무화 하였으며, 관련 양식도 제·개정해 배포하고 있습니다.

'22년 40회, '23년 30회 이상의 현장 안전점검을 실시하여 현장의 안전관리를 지도하였으며, 당사의 촬영장, 전시장에서 발생할 수 있는 잠재적 리스크를 확인해 개선하였습니다.

정보보호/ 개인정보보호 체계

제일기획은 정보보호 및 개인정보보호 관련 유출 사고 건수 0건이라는 정량적 목표를 달성하기 위하여, 고객과 임직원의 개인정보를 안전하게 보관하기 위한 관리 체계를 구축하고, 정보보호 및 개인정보보호의 주요 위험을 반영한 가이드라인을 수립하여, 당사 홈페이지 ESG 게시판 및 사내 게시판에 공개하고 있습니다. 또한 당사의 정보보호 및 개인정보보호와 관련한 위험과 위험 관리 활동 이행 결과를 이사회에 연 1회 보고하고 있으며, 이러한 이사회 검토 체계를 내부관리계획 및 보안관리 지침에 명문화하고 있습니다.

정보보호 관련 정책 및 체계

당사는 PC보안, 문서보안, 시스템보안 등에 대한 『정보보호 정책』을 수립하고, 법 제/개정 사항 및 정보보안 관련 이슈 사항을 수시로 반영하고 있습니다. 또 이를 사내 게시하여 전 임직원이 준수할 수 있도록 독려하고 있습니다.

또한 당사는 사내 암호화/비식별화 기술을 활용하여 모든 개인정보처리시스템과 통신망, 전산기기 등에 전송 및 저장되는 데이터를 암호화 및 비식별화하고 있으며, 접근제어, 권한 차등 부여 등을 적용하고 있습니다. 뿐만 아니라 연 1회 이상 불필요한 계정 및 권한을 제거하는 활동도 수행하고 있으며, 이 밖에도 다양한 보안솔루션을 도입하여 탐지, 분석, 예방, 보호하는 체계를 갖추고 있습니다.

개인정보보호 관련 정책 및 체계

제일기획은 당사의 모든 관련 사업부(비즈니스 라인)에 적용되는 개인정보보호에 대한 정책을 수립하여 당사 홈페이지에 공개하고 있습니다. 또한, 당사가 처리하는 개인정보의 보호를 위한 전반적인 사항을 규정하는 『내부관리계획』을 수립하고 있으며, 매년 관련 법령 및 기준의 제·개정 사항을 확인하여 필요시 이를 개정하고 개인정보보호책임자의 승인을 받고 있습니다. 개정된 내용은 전 임직원이 확인할 수 있도록 별도 공지되며, 개정된 『내부관리계획』 전문을 언제든지 확인할 수 있도록 사내 게시판에 상시 게시하고 있습니다.

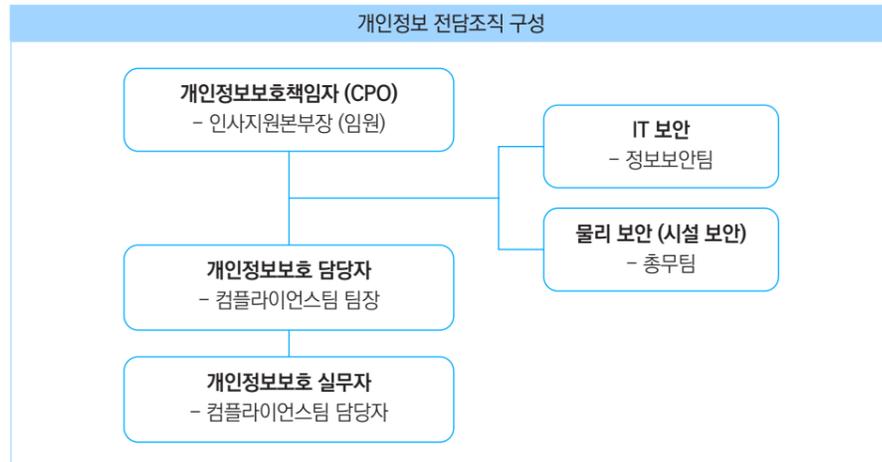
아울러 당사는 개인정보보호를 위한 당사의 의무사항을 임직원들이 숙지할 수 있도록, 사내 변호사가 『내부관리계획』의 주요 내용을 연 2회 교육하고 있으며, 최근 발생한 국내외 개인정보보호법 위반 사례와 당사 가이드라인을 『Compliance Newsletter』 등을 통해 전파하고 있습니다.

'23년 개인정보보호 정책 준수를 위한 Compliance Newsletter 게시 내역

| 내용 | 게시 월 |
|-----------------------------------|------|
| 개인정보보호위원회, 개인정보보호 법규 위반 8개 사업자 제재 | 2월 |
| 개인정보보호 법규 위반 통신사와 대리점 등 제재 | 3월 |
| 담당자의 실수로 개인정보가 유출된 사례 | 5월 |
| 개인정보보호법 및 시행령 개정 안내 | 8월 |
| 개인정보 처리 수탁사 관리 미흡 등으로 제재 | 10월 |

개인정보보호 전담 조직의 구성 및 활동

당사는 개인정보의 안전한 처리를 위하여 개인정보보호 전담 조직을 구성하여 운영하고 있습니다. 개인정보보호 부서는 컴플라이언스팀으로, 개인정보보호책임자를 보좌하여 개인정보보호 업무에 대한 실무를 총괄 관리하며, 물리적 보호 부서는 총무팀, IT보호 부서는 정보보안팀으로 지정하고 있습니다. 관련 내용은 당사의 『내부관리계획』에 포함되어 매년 개인정보보호책임자의 승인을 받고 있습니다.



개인정보보호부서에서는 『내부관리계획』 제10조(개인정보보호부서의 역할 및 책임)에 따라, 당사가 처리하는 개인정보가 안전하게 보호되도록 아래와 같은 활동을 하고 있습니다.

- 개인정보보호 활동**
1. 임직원 대상 개인정보보호 교육 계획 수립 및 시행 (연 1회 이상)
 2. 임직원 대상 개인정보보호를 위한 가이드라인 공지
 3. 개인정보 관리 실태에 대한 점검 및 개선조치
 4. 개인정보보호를 위한 내부통제 시스템 마련
 5. 개인정보처리 방침 및 가이드라인 수립/정기적 개정
 6. 주민등록번호의 '수집/활용/보유' 금지 및 관리 감독 (법령 허용 시 예외)
 7. 개인정보 처리 위탁업체 관리 감독
 8. 개인정보 처리 목적이 달성되거나 보유기간이 지난 개인정보 파기 및 관리
 9. 개인정보 유출사고 발생시에는 지체 없이 정보주체에게 공지 및 관련 부서에 신고

정보보호최고책임자 지정

당사는 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제45조의 3에 의거하여, 인사지원본부장(상무)을 정보보호최고책임자(CISO, Chief Information Security Officer)로 지정하고, 과학기술정보통신부에 신고 및 등록하였습니다. ('19.1.3) 정보보호최고책임자(CISO)는 해당 법령에 명시된 조건(겸직 여부, 전문성 보유 등)에 부합하는 임원으로 선정하였으며, 관련 선정 기준을 회사 보안관리 지침에 명시하고 있습니다.

또한, 당사는 외부의 독립적인 감사인(회계법인)으로부터 보안정책 운영, 취약점 점검, 침해사고 대응, 관리자 권한 부여, 임직원 정보보안교육 등 제반 정보보호/개인정보보호 체계가 관련 법령의 기준을 충족하는지 여부에 대해 연 2회 이상 전산 감사를 받고 있습니다. 이와 더불어 정보보호산업법 제13조 제2항에 따라, '22년부터는 당사의 정보보호 현황을 충실히 공시하고 있습니다

개인정보보호책임자 지정

제일기획은 개인정보보호법 제31조 및 동법 시행령 제32조에 따라, 법상 기준을 충족하는 인사지원본부장(상무)을 개인정보보호책임자(CPO, Chief Privacy Officer)로 지정하고 있으며, 개인정보보호책임자는 개인정보 처리 실태 점검, 임직원 교육 등을 포함한 개인정보보호 업무를 총괄하고 있습니다.

정보보호 관련 임직원 교육

제일기획은 당사와 광고주의 영업비밀을 보호하고, 회사가 처리하는 개인정보를 보호하기 위하여 계약직을 포함한 국내외 모든 임직원에게 매년 개인정보보호 및 정보보안 관련 교육을 진행하고 있습니다.

특히, 당사는 개인정보보호의 중요성을 깊이 인지하고, 이에 대한 임직원들의 인식 제고를 위해 전 임직원 대상 연 2회 개인정보보호 교육을 실시하고 있으며, 개인정보를 다루는 특정 직무 대상으로, 전 직원 대상 교육과는 별도의 특별 교육을 실시하고 있습니다.

개인정보보호 교육 계획 및 결과는 개인정보보호책임자에게 보고하고 있으며, 교육 시행 이후 설문조사를 진행하여 다음 교육 계획 수립에 반영하고 있습니다.

| '23년 개인정보보호 교육 및 정보보안 교육 실시 현황 | | | |
|--------------------------------|--|------------------------|---------------------------------------|
| 교육명 | 교육내용 | 실행월 | 수료율 |
| [국내 전사] Compliance 교육 | <상반기> 1. 최신 개인정보보호법 위반 사례와 가이드라인 안내, 『개인정보 수탁사 관리』 시스템 안내 2. 정보보안 교육 | 4월 ~ 5월 | 100% * 1,238명 |
| | <하반기> 최신 개인정보보호법 위반 사례와 가이드라인 및 개인정보보호법 개정안 안내 | 9월 ~ 10월 | 100% * 1,251명 |
| [해외 전사] Compliance 교육 | 정보보안 교육 | 6월 ~ 10월 | 100% * 5,424명 |
| 신입/경력 입사자 교육 | 1. 개인정보 처리 프로세스별 주의사항 및 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육 | •신입: 2월, 8월 •경력: 매월 | 신입 100% * 46명 경력 96.4% * 53명 |
| 국내 근무 외국인 교육 | 정보보안 교육 | 10월 ~ 11월 | 100% * 8명 |
| 사내 상주 협력회사 교육 | 1. 개인정보보호법상 수탁자 의무 안내 2. 정보보안 교육 | 10월 | 116명 |

* 교육 대상: 교육 수료 당시 재직중인 인원 기준

정보보호/ 개인정보보호 활동

정보보호 활동 및 시스템 점검

정보보호 활동

| 구분 | 내용 |
|---------------|---|
| 정보보안정책 제·개정 | 급변하는 법과 정보기술을 반영하여 회사 보안 기준을 새로이 개정하고 이를 임직원들이 숙지 및 준수할 수 있도록 공지한 후, 최신 보안 기준을 업무 현장에 적용하고 있습니다. 또한, 개인정보보호를 위한 내부관리계획을 주기적으로 개정하여 개인정보보호책임자의 승인을 받고 있습니다. |
| DDoS 상황전파 훈련 | 언제 발생할지 모르는 DDoS 공격에 대비하여 서버, 애플리케이션, 네트워크, 정보보안 등 각 파트별 담당자들이 실제 공격 상황을 가정하여 매년 모의훈련을 진행합니다. 이와 같은 훈련을 통해 실제 공격 상황에 직면했을 때 보다 기민하게 대응함으로써 회사 업무에의 악영향을 최소화하고 비즈니스 연속성을 보장할 수 있을 것이라 기대합니다. |
| 악성 메일 대응 모의훈련 | 악성 메일을 통한 기업의 영업비밀 유출 해킹 시도가 나날이 증가하는 환경에서 당사의 영업비밀 등의 정보자산을 보호하기 위하여 임직원 대상으로 '악성 메일 수신 시 주의사항'을 전파하고 실제 모의훈련을 통해 악성 메일을 통한 회사 정보 자산 유출을 예방하고 있습니다 |
| 사무환경 보안 점검 | 임직원의 업무상 부주의로 인한 영업 기밀 등의 회사 정보 자산 도난 및 분실을 예방하고자, 퇴근 이후 업무용 PC/서랍/캐비닛 등의 시건 상태, 문서 방치 여부 등을 점검하여 임직원들의 정보유출에 대한 경각심을 제고하고 있습니다. |
| 정보보안 교육 | 업무상 발생할 수 있는 법규 위반을 사전에 방지하고 회사의 정보자산을 보호하기 위하여 신입 또는 경력사원 입사 시 정보보안 교육을 실시하고, 매년 정기적으로 국내 및 해외 임직원, 협력회사 임직원을 대상으로 정보보안 교육을 실시하고 있습니다 |

시스템 점검

① 시스템(신규/수정) 보안성 점검

시스템 신규 구축 시 혹은 시스템 변경사항 발생 시 외부 해킹 공격으로부터 회사 IT인프라와 정보자산을 보호하기 위하여 서비스를 오픈/변경하기 전 보안성 점검을 실시합니다.

② 웹사이트/서버/DB/네트워크 보안성 점검

운영상 부주의 등으로 인한 불필요한 계정 존재 여부, 시스템 보안설정 미비 여부 등을 점검 및 개선하여 외부 해킹 공격으로부터 회사 IT인프라와 정보자산을 보호하고 있습니다.

| 분류 | 항목 | 빈도 | '23년 점검일 |
|-------------|----------------------|---------|-------------|
| 정보보호활동 | 정보보안 정책 개정 | 연 1회 | 12월 |
| | 정보보호 공시 | 연 1회 | 6월 |
| | 보안기술 세미나 참석 | 월 1회 | 1월 ~ 12월 |
| | 보안업무 교류회 (서비스관계사) | 연 3회 | 3월, 6월, 11월 |
| | 악성메일 대응 모의훈련 | 연 1회 | 12월 |
| | 사무환경 보안 점검 | 반기 1회 | 8월, 12월 |
| | 정보보안 교육 | 연 1회 | 6월 |
| 시스템 | 주요 SW 보안업데이트 및 전사 공지 | 수시 | 수시 |
| | 국내외 유해사이트 접속 차단 | 수시 | 수시 |
| | 보안관제서비스 적용 및 해킹 예방 | 수시 | 수시 |
| | 시스템(신규/수정) 보안성 점검 | 오픈 전 1회 | 10월 |
| | 애플리케이션 보안성 점검 | 월 1회 | 1월 ~ 12월 |
| | 데이터베이스 보안성 점검 | 연 1회 | 7월 |
| | 서버/네트워크 보안성 점검 | 월 1회 | 1월 ~ 12월 |
| 클라우드 보안성 점검 | 연 1회 | 8월 | |

정보보안 및 개인정보보호 관련 점검 활동

『개인정보 수탁사 관리 시스템』을 통한 상시적인 협력사 점검

최근 TV, 지면 등 전통적인 광고매체를 활용한 마케팅 대비 디지털 매체를 활용한 마케팅 비중이 급격히 증가하면서, 고객의 개인정보를 활용한 마케팅 역시 증가하고 있습니다. 이에, 고객의 개인정보를 마케팅에 활용하는 것에 대한 개인정보보호위원회의 감독과 규제도 강화되고 있습니다.

제일기획은 이러한 위험요인을 사전에 파악하고 이 위험요인을 효율적으로 관리하기 위해 『개인정보 수탁사 관리 시스템』을 개발, '22년 9월부터 위 시스템을 오픈, 운영하고 있습니다.

『개인정보 수탁사 관리』 시스템은 제일기획과 업무를 진행하는 모든 수탁사가 고객의 개인정보를 철저히 보호할 수 있도록 관리/점검하는 시스템으로, 당사는 이 시스템을 통해 상시적으로 수탁사들의 개인정보보호 및 정보보안 준수 여부를 점검하고 있습니다.

위 시스템은 고객의 개인정보를 활용한 마케팅을 진행하는 경우, 고객의 개인정보를 직접 처리하는 당사의 수탁사가 개인정보 처리 프로세스 전반에 걸쳐 관련 법령을 준수하고 있는지 당사가 상시 모니터링하고 점검할 수 있도록 구축되어 있습니다. 당사의 임직원과 수탁사들은 이 시스템을 통해 바쁜 업무 중에서도 개인정보 수집 단계부터 파기 단계에 이르기까지 각 단계별로 요구되는 다소 복잡한 관련 법상 의무사항을 일목요연하게 정리한 체크리스트를 확인하고, 점검할 수 있습니다.

당사는 '22년부터 위 시스템을 통해 개인정보 관련 위험을 점검한 결과를 이사회에 연 1회 보고하고 있으며, 앞으로도 고객의 개인정보를 보호하기 위해 관련 법령의 제/개정 사항을 수시로 확인하고, 관련 리스크를 선제적으로 확인하여 이를 정책 및 업무 프로세스에 반영할 것입니다.

정보보안 점검

당사는 자체 보안 기준(ISO 27001/ISMS-P 기반)을 가지고, △정보보안 정책, △정보보안 조직, △보안의식 제고, △보안사고 대응, △IT보안, △물리적 보안, △개인정보보호 등 7개 부문에 걸친 총 446개 세부 항목에 대하여 관리, 점검하고 있습니다.

* 당사는 정보통신망법상 인증 의무 대상자 요건을 충족하지 않아, 정보보안 또는 개인정보보호에 관한 인증을 취득하고 있지는 않습니다. 그러나 추후 관련법상 인증 의무 대상자 요건을 충족할 경우, 지체없이 인증을 취득할 예정입니다.

개인정보 유출 사고 방지 활동

당사는 개인정보를 처리하는 과정에서 발생할 수 있는 유출 사고에 대비하고자, 『개인정보 유출사고 발생시 대응 절차』를 마련하고 있으며, 매년 1회 유출 사고 발생 상황을 가정하여 유출 사고 대응 모의훈련을 진행하고 있습니다. 또한, 개인정보 유출·분실·도난·위조·훼손 등의 사고에 대비하여, 개인정보보호법 제39조의 9(손해배상의 보장)에 의거, 손해배상책임보험에 가입하고 있습니다.

| 개인정보 유출사고 대응 모의훈련 실시 현황 | | |
|-------------------------|------|-------------|
| | 실시일자 | 모의훈련 대상 사이트 |
| '21년 | 10.8 | 제삼기획 |
| '22년 | 8.9 | 삼성 썬더스 농구단 |
| '23년 | 8.17 | 제일기획 유튜브 채널 |

| '23년 개인정보 손해배상책임보험 가입 현황 |
|--|
| - 보험사: 삼성화재 |
| - 보장한도: 5억원 |
| - 가입기간: '23.12.31 ~ '24.12.31 (매년 재가입 중) |

개인정보주체의 권리 보호

권리 보호 방침

당사는 당사가 처리하는 개인정보의 정보주체에게 본인의 개인정보를 열람, 정정, 삭제, 처리 정지를 요구할 권리를 제공하고 있으며, 이에 대한 상세한 내용을 『개인정보처리방침』에 공개하여 정보주체가 본인의 정보를 직접 제어할 수 있도록 안내하고 있습니다.

제일기획은 고객으로부터 명시적인 동의를 받거나 고객과 체결한 계약 이행 등 불가피하게 필요한 경우에 한해 고객의 개인정보를 수집하며, 고객이 아닌 제3자로부터 고객의 개인정보를 수집하지 않습니다. 그리고 고객으로부터 명시적 동의를 받은 범위 내에서만 고객의 개인정보를 처리하며, 고객의 동의, 법률의 특별한 규정 등 『개인정보보호법』 제17조 및 제18조에 해당하는 경우 외에는 고객의 개인정보를 제3자에게 대여, 판매, 제공하지 않습니다(『개인정보처리방침』 제5조). 또한, 개인정보 보유기간의 경과, 처리 목적 달성 등 개인정보가 불필요하게 되었을 때에는 지체없이 해당 개인정보를 파기합니다(『개인정보처리방침』 제7조).

당사는 합법적으로 개인정보를 수집하고 활용하기 위해, 개인정보보호법 및 기타 관련 법령상 의무사항을 모두 충족하는 『개인정보 수집·이용을 위한 동의서』, 『개인정보처리위탁계약서』 등 관련 표준 양식을 마련하고 있으며, 주기적으로 관련 법령 및 기준의 개정 여부를 확인하여 표준양식을 정비하고 있습니다.

당사는 개인정보 수집·이용 동의를 받을 때 아래의 사항을 정보주체에게 알리고 동의를 받고 있습니다.

- | | |
|----------------------|--|
| 1. 개인정보의 수집·이용 목적 | 3. 개인정보의 보유 및 이용기간 |
| 2. 수집하고자 하는 개인정보의 항목 | 4. 동의를 거부할 권리가 있다는 사실 및 거부에 따른 불이익이 있는 경우, 그 불이익의 내용 |

또한, 개인정보를 수집·이용하는 경우에는 『개인정보처리방침』을 통해 아래 내용을 홈페이지에 게시하고 있습니다.

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------------|
| 1. 개인정보의 처리 목적 | 9. 개인정보의 안전성 확보 조치 |
| 2. 개인정보 처리 및 보유 기간 | 10. 개인정보 자동 수집 장치의 설치, 운영 및 거부에 관한 사항 |
| 3. 처리하는 개인정보의 항목 | 11. 개인정보 보호책임자 |
| 4. 만 14세 미만 아동의 개인정보 처리에 관한 사항 | 12. 개인정보의 열람 청구 |
| 5. 개인정보의 제3자 제공에 관한 사항 | 13. 권익침해 구제방법 |
| 6. 개인정보 처리의 위탁 | 14. 개인정보처리방침의 변경 |
| 7. 개인정보의 파기 절차 및 방법 | |
| 8. 정보주체와 법정대리인의 권리·의무 및 행사방법 | |

당사는 고객의 개인정보뿐만 아니라, 임직원들의 개인정보 또한 관련 법령 및 기준에 따라 보호합니다. 이에, 매년 전 임직원 대상 『개인정보 수집·이용 및 제3자 제공을 위한 동의서』를 수령하고, 『개인정보처리방침』을 게시하여 임직원들의 개인정보가 어떻게 처리·관리되는지 공개하고 있습니다.

개인정보보호 위반/불만

당사는 지난 3개년간 개인정보보호 관련 법/규제를 위반한 사실이 없으며, 관련 소송도 없습니다.

준법 실천을 위한 임직원 규범

제일기획 준법규범

당사는 준법통제 담당조직의 구성과 준법통제 담당조직의 제반 준법통제 활동에 관한 기준 및 절차를 담은 『준법통제기준』을 '12년 4월 제정했으며, '22년 12월에는 최신 컴플라이언스 동향을 반영해, 준법교육 프로그램을 구체화하고 온라인 원격 교육의 근거를 마련하는 내용으로 위 기준을 개정했습니다.

또한, 위 『준법통제기준』의 하위 규정으로, 컴플라이언스 조직 운영체계 및 업무분장, 구체적인 컴플라이언스 프로그램의 운영방안 등을 담은 『Compliance Program 운영 규정』을 '12년 6월부터 제정하여 시행하고 있으며, 위 규정을 임직원들이 언제든지 확인할 수 있도록 사내 Compliance System에 상시 게시하고 있습니다.

실무지침서

당사는 임직원들이 업무수행 시 숙지하고 있어야 할 관련 법령의 내용, 위반 시 제재, 위반 사례, 체크리스트 등을 담은 『실무지침서』를 제작, 사내 Compliance System에 상시 게시하고 있습니다. 『실무지침서』는 당사의 업무와 가장 관련성이 높은 법령인 저작권법, 표시·광고법, 부정경쟁방지법, 개인정보보호법 등으로 구분되어 있으며, 임직원들이 이해하기 쉽도록 다양한 유형별 사례를 담고 있습니다.

특히, 당사는 경쟁사와의 담합을 예방하기 위한 『담합 예방 가이드라인』을 제정, 운영하고 있습니다. 위 가이드라인에는 공정거래법상 ‘담합’의 의미를 설명하고, 경쟁사와 정보를 교환하는 등 ‘담합’으로 인정될 수 있는 행위를 구체적으로 예시하고 있으며, 그러한 행위가 금지됨을 명확하게 제시하고 있습니다.

나아가, 공정거래법상 ‘담합’의 경우, 실제 실행 여부와 무관하게 개연성만으로도 쉽게 ‘담합’으로 오인될 수 있다는 특성을 고려하여, 경쟁사 접촉을 원칙적으로 금지하고, 부득이하게 접촉할 경우 사전에 『경쟁사 접촉 신고』 프로세스를 통해 컴플라이언스팀에 “경쟁사 접촉 신고”를 하고, 미처 사전에 신고하지 못한 경우 사후에라도 주요 대화 내용 등을 보고하도록 하여, 애초에 임직원이 ‘담합’으로 오인될 만한 행동을 하지 않도록 임직원의 경각심을 제고하고 있습니다.

임직원 윤리규정

당사는 모든 형태의 부패를 근절하기 위해, 『준법경영 행동규범』 및 『윤리경영 원칙』, 『부패 방지를 위한 원칙』을 제정하고, 당사 홈페이지 및 사내 포털(Knox) 등을 통해 공개하고 있습니다. 이를 통해 임직원 스스로 정도 경영을 실천하고 준법행동 규범을 준수할 수 있도록 지원하고 있습니다.

홈페이지에 게시된 임직원 윤리규정 및 부패 방지를 위한 원칙

《임직원 윤리규정》

제일기획은 법과 윤리를 준수하고 기업 본연의 역할과 사회적 책임을 다하기 위해 모든 경영활동에서 행동기준이 될 「경영원칙」을 제정하고, 이를 적극 실천하겠습니다.

1. 법과 윤리를 준수한다.

- 1-1 개인의 존엄성과 다양성을 존중한다.
 - 모든 사람의 기본적인 인권을 존중한다
 - 강제노동, 임금착취 및 어린이 노동 등은 어떠한 경우에도 허용하지 않는다.
 - 고객, 종업원 등 모든 이해관계자에 대해 국적, 인종, 성별, 종교 등에 따른 차별을 하지 않는다.
- 1-2 법과 상도리에 따라 공정하게 경쟁한다.
 - 국가와 지역사회의 각종 법규를 지키고, 시장경쟁질서를 존중하며 정당한 방법으로 경쟁한다
 - 상도리에 어긋난 부정한 방법으로 부당한 이득을 취하지 않는다
 - 사업활동에 있어서 대가성 선물이나 뇌물, 향응을 주고 받지 않는다
- 1-3 정확한 회계기록을 통해 회계의 투명성을 유지한다.
 - 모든 이해관계자들이 사업활동을 객관적으로 이해할 수 있도록 회사의 모든 거래를 정확하게 기록하고 관리한다
 - 각국의 회계관련 법규 및 국제적으로 통용되는 회계기준을 준수한다
 - 법이 정하는 바에 따라 회사의 재무적 변동 등 경영상의 주요사항 및 기업정보를 성실하게 공시한다
- 1-4 정치에 개입하지 않으며 중립을 유지한다.
 - 개인의 참정권과 정치적 의사를 존중하되, 회사내에서는 정치 활동을 하지 않는다
 - 회사의 자금, 인력, 시설 등을 정치적 목적으로 사용하지 않는다
 - 불법적인 기부금 등 금품을 제공하지 않는다

2. 깨끗한 조직문화를 유지한다.

- 2-1 모든 업무활동에서 공과 사를 엄격히 구분한다.
 - 회사와 개인의 이해가 상충하는 경우, 회사의 합법적 이익을 우선으로 한다
 - 회사의 재산과 자신의 직위를 이용하여 사적인 이익을 도모하지 않으며, 회사 자산의 횡령, 유용 등 일체의 부정행위를 하지 않는다
 - 직무상 취득한 정보를 이용하여 주식의 매매 등 유가증권에 관한 거래를 하지 않는다
- 2-2 회사와 타인의 지적 재산을 보호하고 존중한다.
 - 내부의 지적 재산, 기밀 정보는 사전 허가나 승인없이 외부에 유출하지 않는다
 - 타인의 지적 재산을 존중하여 무단사용, 배포, 변경 등 일체의 침해행위를 하지 않는다
- 2-3 건전한 조직 분위기를 조성한다.
 - 성희롱이나 금전거래, 폭력 등 건전한 동료관계를 해치는 일체의 언행을 하지 않는다
 - 조직내 위화감을 야기하는 파벌을 형성하거나 사조직을 결성하지 않는다
 - 상호 신뢰와 원활한 의사소통을 바탕으로 공존공영의 노사관계를 구축한다

3. 고객, 주주, 종업원을 존중한다.

3-1 고객만족을 경영활동의 우선적 가치로 삼는다.

- 고객의 요구와 기대에 부응하는 제품과 서비스를 적기에 제공한다
- 진실한 마음과 친절함 태도로 고객을 대하며, 고객의 제안과 불만을 겸허하게 수용한다
- 고객의 명예와 정보를 존중하고 보호한다

3-2 주주 가치 중심의 경영을 추구한다.

- 합리적인 투자와 경영효율 향상 등을 통해 주주에게 장기적 이익을 제공한다
- 진실한 경영활동을 통하여 안정적인 수익을 창출하고 기업의 시장가치를 제고한다
- 주주의 권리와 정당한 요구 및 의사를 존중한다

3-3 종업원의 「삶의 질」 향상을 위해 노력한다.

- 모든 종업원에게 동등한 기회를 제공하고, 능력과 성과에 따라 공정하게 대우한다
- 종업원들의 끊임없는 자기계발을 권장하며 업무수행상 필요한 역량 향상을 적극 지원한다
- 자율적이고 창의적으로 일할 수 있는 근무환경을 조성한다

4. 환경, 안전, 건강을 중시한다.

4-1 환경친화적 경영을 추구한다.

- 환경보호와 관련된 국제기준, 관계법령, 내부규정 등을 준수한다
- 개발, 생산, 판매 등 모든 사업활동에서 환경보호를 위해 부단히 노력한다
- 자원의 재활용 등 자원의 효율적 사용에 앞장선다

4-2 인류의 안전과 건강을 중시한다.

- 안전과 관련된 국제기준, 관계법령, 내부규정 등을 준수한다
- 안전수칙을 준수하고 쾌적한 근무환경을 조성하여 안전 사고를 예방한다
- 인류의 건강과 안전에 해를 끼칠 수 있는 제품이나 서비스를 제공하지 않도록 노력한다

5. 글로벌 기업시민으로서 사회적 책임을 다한다.

5-1 기업시민으로서 지켜야 할 기본적 책무를 성실히 수행한다.

- 지역사회의 일원으로 책임과 의무를 다하여 회사에 대한 신뢰를 높이도록 노력한다
- 안정적인 고용창출을 위해 노력하며, 조세납부의 책임을 성실하게 이행한다

5-2 현지의 사회·문화적 특성을 존중하고 상생을 실천한다.

- 지역사회의 법, 문화와 가치관을 존중하고 지역주민의 삶의 질 향상에 기여한다
- 학문과 예술, 문화, 체육 등 각 분야의 공익활동을 통해 건전한 사회발전을 도모한다
- 자원봉사, 재난구호 등 사회 봉사 활동에 적극 참여한다

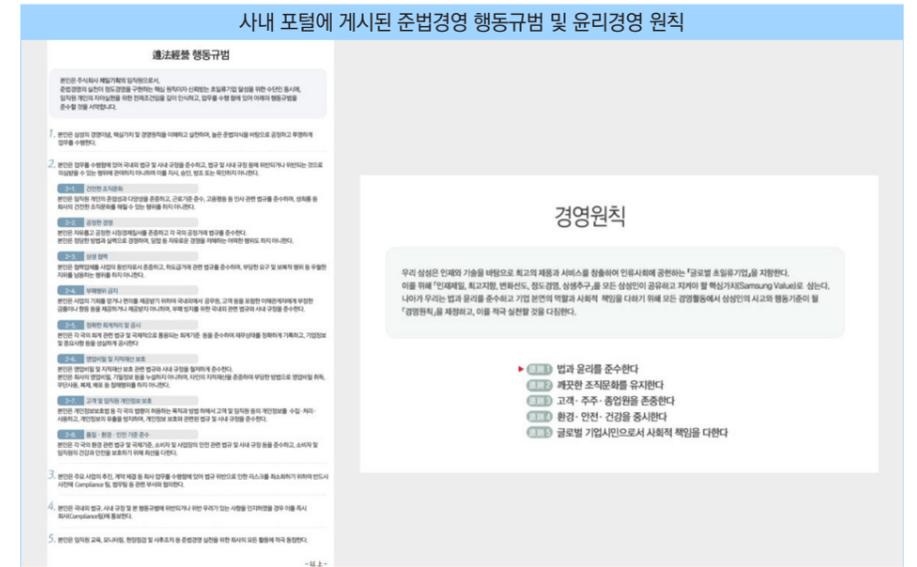
5-3 사업 파트너와 공존공영의 관계를 구축한다.

- 사업 파트너와 상호 신뢰의 기반 위에서 호혜적인 관계를 형성하고 사업파트너를 전략적 동반자로 인식한다
- 합법적 지원을 통해 협력회사의 경쟁력을 강화하고 공동의 발전을 추구한다

〈부패방지를 위한 원칙〉

제일기획 임직원들은 정결한 조직문화를 위하여, 아래의 원칙을 준수합니다.

- 제일기획 임직원들은 거래업체로부터 금품을 수수하거나 골프 등 접대를 받지 않습니다.
- 공금을 횡령하거나 자산을 절도하는 등 부정한 방법으로 이익을 취하지 않습니다.
- 근무시간 중 성실히 근무하고 임직원간에는 직장 생활에 필요한 예의를 지킵니다.
- 회사의 기밀사항 등 보안이 필요한 정보는 사전 허가나 승인 없이 외부에 유출하지 않습니다.



임직원 교육

준법교육 프로그램

당사는 사전에 대내외 리스크를 파악하여 예방하고 법과 규정을 준수하는 문화를 확산하기 위해, 계약직을 포함한 국내외 모든 임직원을 대상으로 Compliance 교육 프로그램을 운영하고 있으며, 직무별/직급별 특성을 고려하여 특별교육도 실시하고 있습니다.

| '23년 임직원 대상 Compliance 교육 운영 현황 | | | |
|---------------------------------|--|------------------------|---------------------------------------|
| 교육명 | 교육내용 | 실행월 | 수료율 |
| [국내 전사] Compliance 교육 | <상반기> 1. 저작권, 표시광고, 개인정보보호 등 당사 관련 Compliance 사례와 가이드라인 안내 2. ESG 환경 교육 3. 안전관리 교육 4. 내부회계관리제도의 이해 5. 정보보안 교육 6. 마음건강 교육 | 4월 ~ 5월 | 100% * 1,238명 |
| | <하반기> 1. AI와 지식재산권 이슈 2. 환경 관련 표시광고 가이드라인 및 개인정보보호 교육 3. 납품대금연동제 가이드라인 4. 안전관리 교육 5. 부정 관련 임직원 가이드라인 6. 마음건강 교육 7. 장애인 인식 개선 교육 | 9월 ~ 10월 | 100% * 1,251명 |
| [해외 전사] Compliance 교육 | 1. 저작권, 표시광고 등 당사 관련 Global Compliance 사례와 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육 3. 부정 관련 임직원 가이드라인 안내 | 6월 ~ 10월 | 100% * 5,424명 |
| 신입/경력 입사자 교육 | 지식재산권/Compliance 이슈 및 가이드라인 | •신입: 2월, 8월 •경력: 매월 | 신입 100% * 46명 경력 96.4% * 53명 |
| 임원 대상 교육 | 핵심 Compliance 이슈 공유 | 4월 | 100% * 32명 |
| 국내 근무 외국인 교육 | 1. 저작권, 표시광고, 개인정보보호 등 당사 관련 Global Compliance 사례와 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육 3. 부정 관련 임직원 가이드라인 안내 4. 직장내 괴롭힘 및 성희롱 예방 교육 | 10월 ~ 11월 | 100% * 8명 |
| 주재원 파견 전 교육 | Global Compliance 가이드라인 | 3월 | 100% * 5명 |
| 직무 특별 교육 | 최신 표시·광고법 위반 사례와 가이드라인 안내 | 5월, 10월 | 100% * 159명 |

윤리경영 교육

당사는 부정부패 방지를 위해 법과 윤리 준수 원칙 및 『임직원 가이드라인』을 사내 포털(Knox)에 공개하고 있습니다.

특히 업체 간 뇌물수수 및 부패 방지를 위해 계약직을 포함한 국내외 전 임직원 대상 금품수수, 횡령, 정보유출 등 부정부패의 개념 및 사고 사례를 포함한 부정예방교육을 연 1회 이상 실시하고 있으며, 전 협력회사를 대상으로 연 2회(추석, 설) '명절 선물 근절 협조 공문'을 배포하는 등 깨끗한 거래 문화 정착을 위해 노력하고 있습니다.

| 부정예방교육 수료 현황 | | | |
|--------------|-------|-------|-------|
| 연도 | 합계 | 국내 | 해외 |
| '21년 | 5,608 | 1,172 | 4,436 |
| '22년 | 6,504 | 1,224 | 5,280 |
| '23년 | 6,675 | 1,251 | 5,424 |

단위: 명

모니터링 제도

윤리경영 정기 감사

계획 및 시행

당사는 감사팀 주관 하에 청결한 조직문화를 위한 『임직원 가이드라인』에 근거하여 대표이사에게 정기적으로 부정부패 감사활동 계획을 보고합니다.

감사팀은 부정 사고 위험도에 따라 3~5년 간격으로 정기감사를 시행하고 있으며 감사 결과를 경영진에 보고하고, 사고자는 당사의 양정 기준에 의해 조치하고 있습니다.

또한, '24년부터는 부정방지 프로그램의 실행 계획과 그 결과를 연1회 정기적으로 이사회에 보고하여 이사회가 부정부패 문제를 책임지고 관리하도록 할 계획입니다.

감사 대상

당사의 윤리기준 및 반부정부패 감사는 본사는 물론, 국내/외 제일기획 산하 모든 거점 및 해외 지법인, 자회사 및 스포츠단까지 포함하는 모든 조직을 대상으로 합니다.

※ 단, 당사의 부정부패 감사 결과 및 사고자 조치 내용은 개인정보 보호를 위해 외부에 공시하지 않습니다.

윤리경영 신고제도 및 신고자 보호 체계

당사는 임직원 및 협력회사, 고객사 등을 포함한 내/외부 이해관계자를 대상으로 윤리경영 원칙에 위배되는 임직원의 불공정한 업무처리나 비리 행위에 대해 신고할 수 있는 제보 채널을 운영하고 있으며, 신고 내용 및 신고자의 신원 보안 관련 내용도 게시하고 있습니다.

The screenshot displays the reporting system interface. It includes a 'Cyber audit team' section with contact information, a '부정제보' (False Reporting) section with a warning, and a '신고자 보호' (Reporter Protection) section with a list of items. Below the interface, there are two callouts: '▲ 제일기획 홈페이지 공개' (Cheil Worldwide homepage disclosure) and '▲ 사내 포털(Knox) 공개' (Intranet portal (Knox) disclosure).

국내외 전 거점의 제보 채널을 통해 '21년 이후 접수된 제보 건수는 총 23건이며, 이 중 부정 관련 사항은 52%였습니다. 해당 건에 대해서는 조사를 통해 사실관계 확인 후 경영진에 보고하여 조치 완료하였습니다.

| 연도 | 합계 | 국내 | 해외 |
|------|----|----|----|
| '21년 | 6 | 2 | 4 |
| '22년 | 11 | 3 | 8 |
| '23년 | 6 | 2 | 4 |

단위: 건

준법통제기준 점검 현황 공시

제일기획은 분기보고서 및 연간 사업보고서 내 준법지원인의 활동 내역(Compliance 교육, 점검, 홍보활동, 가이드 및 프로세스 개선 현황) 및 법/규제 위반 건수를 주기적으로 공시하고 있습니다.

* 당사는 지난 3개년간 법/규제를 위반한 사실이 없습니다.

| 점검 내용 | 점검월 |
|--|-------------------|
| 개인정보 처리 수탁사 대상 서면 점검 실시 | 수시 |
| 당사 개인정보 관련 문서 점검 : 내부관리계획, 개인정보 점검 체크리스트, 임직원 개인정보 동의서 등 | 3월, 10월 |
| 개인정보 처리 현황 점검 | 3월, 6월, 8월 ~ 10월 |
| 상/하반기 전 임직원 대상 Compliance 자가점검 실시 : 당사 관련 주요 법률 내용 테스트를 통해 가이드 인지 여부 점검 | 4월 ~ 5월, 9월 ~ 10월 |
| 개인정보 유출 대응 모의훈련 | 8월 |

표시·광고 관련 원칙 및 제도

표시·광고의 공정화 원칙-공정거래 정책

제일기획은 소비자를 속이거나 소비자로 하여금 잘못 알게 할 우려가 있는 부당한 표시·광고를 방지하고 소비자에게 바르고 유용한 정보를 제공하여 공정한 거래질서를 확립하고 소비자를 보호하기 위해 거짓·과장 광고, 기만적인 광고, 부당한 비교 광고, 비방적인 광고 등을 제작하지 않습니다. 당사는 표시·광고의 공정화와 관련하여, 당사가 달성하고자 하는 목표, 역할, 방향 등을 담은 『공정거래 정책』을 수립하고, 그 내용을 홈페이지에 상시 공개하고 있습니다.

* 홈페이지(cheil.com)의 ESG 페이지 내 "제일기획 ESG 동향" 게시판 참고

또한 당사는 소비자가 광고주의 제품 또는 서비스와 관련하여 허위나 과장이 없는 정확한 정보를 습득하고, 합리적으로 제품이나 서비스를 선택할 수 있도록 돕는 것을 광고서비스 제공의 원칙으로 삼고 있습니다. 이에 당사는 임직원들이 표시·광고법 및 관련 심사 지침 등을 준수할 수 있도록 Compliance System 내에 『부당 표시·광고 관련 가이드라인』을 게시하고, 표시·광고 관련 법령, 위반 유형, 위반사례, 체크리스트 등을 게시하여 임직원들이 언제든지 업무에 참고할 수 있도록 하고 있습니다.

표시·광고 관련 제도

광고물 사전 검토 프로세스

당사는 광고물 제작 전 또는 광고물 On-air 전에 광고물 관련 표시·광고법 위반 여부 기타 제반 리스크를 사전에 체크하고 예방하기 위하여 『광고물 사전 검토 프로세스』를 운영하고 있습니다.

이 프로세스는 법무팀 변호사 2명(이상)이 실무자와 대면 미팅을 통해 광고시안, 스토리보드, 영상, 이미지 등을 직접 보고 검토하여, 광고물에 표시·광고법/저작권/초상권/상표권/디자인권/부정경쟁방지법/부정적 PR이슈 등이 없는지 전반적인 리스크를 체크하는 프로세스로, 통상적인 사내 법무팀의 서면 자문절차와는 확연히 비교되는 제일기획만의 독특한 절차이며, '23년 한 해 동안만 약 138건의 광고물 사전검토 미팅이 진행되었습니다.

이렇듯 제일기획은 광고업의 특성에 맞는 리스크 관리절차를 통해 광고물 관련 리스크를 관리하고 있으며, 최근 3개년 내 표시·광고 규제 관련 위반 건수나 조치, 관련 소송도 없습니다.

* 최근 3년간 표시·광고법 위반 건수: 0건

라이선스 고지 시스템

당사는 타인의 음악, 이미지, 초상 등 타인의 권리를 사용하여 광고물을 제작하는 경우, 사전에 적법하게 해당 권리의 권리자로부터 사용허락(라이선스)을 받고 있습니다. 또한, 광고주에게 최종 광고물 납품 시, 권리자와 합의된 사용조건(라이선스 조건)을 광고주에게 명확하게 고지하여, 광고주가 해당 라이선스 조건에 따라 광고물을 안전하게 사용할 수 있도록 돕고 있습니다.

당사는 납품하는 광고물과 관련된 모든 라이선스 조건을 누락 없이 명확하게 광고주에게 고지하기 위해, '19년부터 『라이선스 고지 시스템』을 개발, 운영하고 있습니다. 이 시스템은 최종 광고물에 사용된 타인의 음악, 이미지, 초상 등 모든 타인의 권리의 사용조건을 정확하게 입력하고, 광고주에게 메일로 발송하도록 설계되어 있어, 광고주가 당사로부터 납품 받은 광고물을 타인의 권리를 침해함이 없이 안전하게 사용할 수 있도록 돕고 있습니다.

임직원 교육

제일기획은 임직원들이 광고물을 제작함에 있어 표시·광고법을 위반하거나 타인의 저작권/초상권 등 제3자의 권리를 침해하지 않도록, 매년 연 2회 전 임직원을 대상으로 표시·광고법 및 지식재산권 교육을 실시하고 있습니다.

상생경영원칙

상생경영 실천 가이드, 상생협력 4대 실천 규칙

제일기획은 협력회사를 상호협력관계의 경영파트너로 인식하고 있으며, 협력회사와의 동반성장을 위하여 『상생경영 실천 가이드』를 수립하여 실천하고 있습니다.

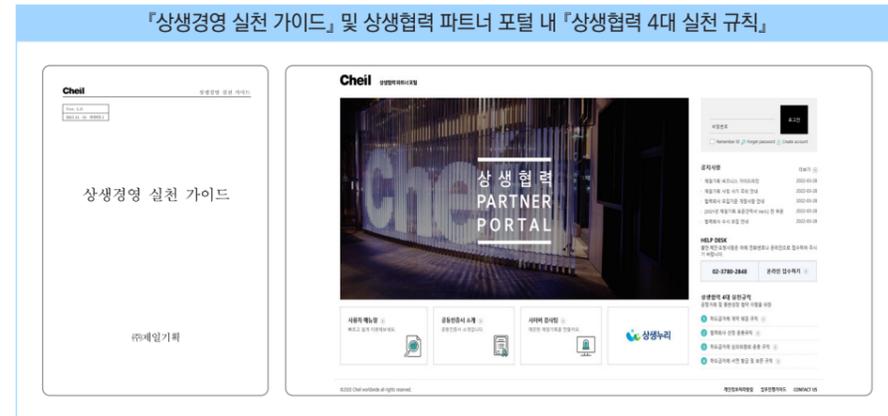
| 동반 의식 제고 | 동반성장 확산 | 상호 신뢰 |
|---|--|-----------------------------------|
| 협력회사의 경쟁력 = 제일기획의 경쟁력, 협력회사의 역량 강화 지원 | 동반성장이 광고업 전반에 걸쳐 확대되도록 노력, 협력회사의 노력 필요 | 신뢰를 바탕으로 투명한 거래관계를 위해 함께 노력 |

당사는 협력회사와 공정하고 투명한 거래관계 및 프로세스를 운영/유지하며, 협력회사의 지속적인 성장을 지원하여 광고업계 전체가 함께 성장할 수 있도록 노력하고 있습니다.

또한 『상생협력 4대 실천 규칙』을 『상생협력 파트너 포털』* 등을 통해 대내·외에 공개하여 제일기획의 공정거래원칙을 투명하게 운영하고 있습니다.

* 상생협력 파트너 포털(<https://partner.cheil.com/srp/index.do>)

| 『상생협력 4대 실천 규칙』 | |
|-------------------------|---|
| ① 『하도급거래 계약 체결 규칙』 | 협력회사의 이익을 정당하게 반영할 수 있게 하며, 하도급 계약 체결에 있어 준수해야 할 내용을 제시함으로써 합리적이고 공정한 거래 관행을 구축하고 있습니다. |
| ② 『협력회사 선정·운용 규칙』 | 협력회사 선정 및 운용에 관한 규정을 제정하여 투명성과 공정성을 제고하고 있습니다 |
| ③ 『하도급거래 심의위원회 운용 규칙』 | 일정 규모 이상의 하도급거래에 대한 공정성, 적법성 여부 및 업체 등록·취소의 절차적 적절성을 심의하고 있습니다 |
| ④ 『하도급거래 서면 발급 및 보존 규칙』 | 하도급 계약 체결 및 거래 과정에서 서면의 발급 및 보존에 대해 당사가 준수하거나 노력해야 할 사항을 구체적으로 제시하고 있습니다. |



동반성장지수 및 공정거래협약

제일기획은 최고경영자의 의지로 광고 업종 최초로 동반성장지수('17년) 및 공정거래협약('15년)을 체결하여 협력회사와의 상생 문화를 발전시켜 나가고 있습니다. 그 결과 『동반성장위원회 동반성장지수 4년 연속 최우수('19년도, '20년도, '21년도, '22년도)』, 『공정거래위원회 공정거래협약 5년 연속 최우수('18년도, '19년도, '20년도, '21년도, '22년도)』를 달성하였으며, '22년에는 공정거래협약 모범사례(총 7개사)로 선정되었고, '23년에는 광고 업종 최초로 2년 연속 '동반성장지수 최우수 명예기업'으로 선정되었습니다.

당사는 앞으로도 광고업 전체가 공정하고 합리적으로 운영될 수 있도록 앞장서 노력할 것입니다.

* 동반성장지수 및 공정거래협약 최우수 달성을 통해 당사는 『공정거래위원회 직권조사 면제(2년)』, 『하도급거래 모범업체 지정』, 『하도급법에 부과되는 벌점의 경감(3점)』 등의 인센티브를 획득하기도 했습니다.

협력회사와의 상생을 위한 전담조직 운영

제일기획은 공정거래 및 상생협력 업무 추진 및 전담부서인 『상생협력팀』을 '15년 12월부터 운영 중입니다. 상생협력팀은 총 7명('23년 12월 기준)으로, 협력회사와의 상생협력을 위한 공정거래협약 및 동반성장지수를 이행하고 있으며, 공정거래원칙인 『상생협력 4대 실천 규칙』을 제정/운용하고 있습니다.

또한 당사는 매년 '협력회사 정기 공유회'와 'VOC 청취'를 통해 협력회사와 꾸준히 소통하고 있습니다. 특히 협력회사 대상 불만사항 접수 및 처리 채널(이하, 'Help Desk')을 설치, 운영하고, 전담인력을 통해 실시간으로 불만사항을 접수하여 현장의 목소리를 적시에 반영하고자 노력하고 있습니다.

'Help Desk'를 통해 접수된 협력회사 불만사항 및 처리된 의견의 비율은 매년 상생협력 파트너 포털을 통해 투명하게 공개하고 있습니다.

| '23년 Help Desk 접수 및 처리 현황 | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|
| 항목 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 누계 |
| 업무관련 | - | 6 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 9 | 1 | 5 | 5 | 8 | 45 |
| 제안 | 1 | - | - | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 14 |
| 불만 | - | - | - | - | - | - | 1 | - | - | - | - | - | 1 |
| 기타 | 6 | 8 | 3 | 7 | 8 | 13 | 6 | 7 | 2 | 3 | 7 | 12 | 82 |
| 합계 | 7 | 14 | 6 | 11 | 11 | 17 | 10 | 17 | 4 | 10 | 13 | 22 | 142 |

아울러 하도급법 등 주요 이슈에 대한 정기점검을 진행하여 법 위반 제로화를 지향하고 있으며, 일정 금액 이상의 프로젝트는 하도급거래 심의위원회 안건으로 상정하여 사전 심의를 통해 법을 준수할 수 있도록 지원하고 있습니다.

하도급거래 심의위원회는 매월 정기적으로 진행되고 있으며(심의 안건 유무 불문), 경영지원실장(CFO/부사장)을 위원장으로, 담당 임원 및 팀장 등 7명의 위원을 임명하여 운영 중입니다.

공정거래를 위한
활동 및 노력

불공정거래 예방 활동

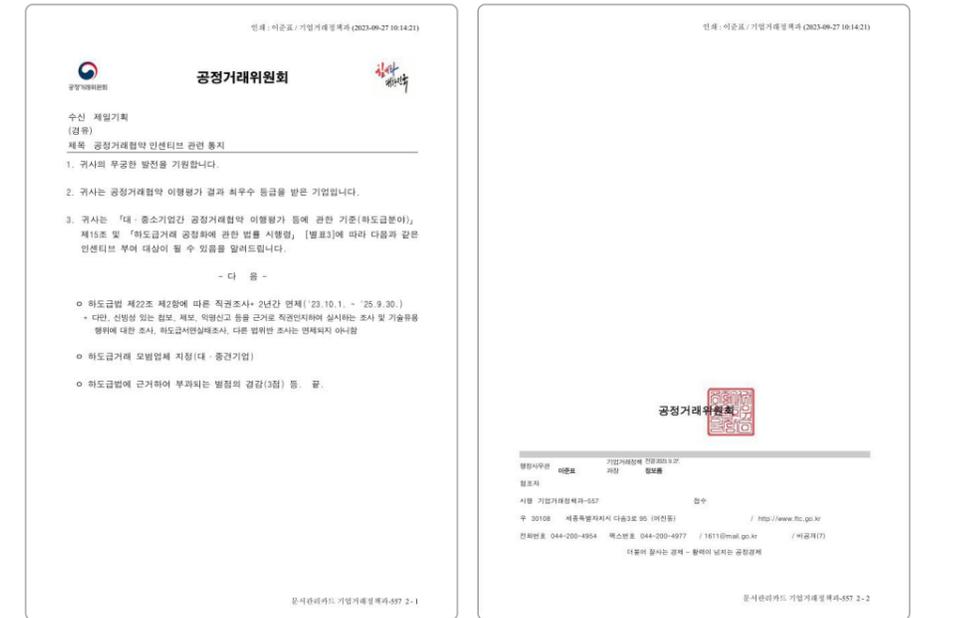
제일기획은 공정거래의 첨병이 되어 자율적으로 공정거래를 실천하고 있습니다. 첫째, 『공정거래 자율준수 사전예방 프로그램』 및 불공정 하도급거래 차단을 위한 『하도급 Early Warning 시스템』을 운영하고 있으며, 하도급대금 지불 기한이 도래한 건의 지연 지불 예방 점검을 통해 대금 지연 지급을 사전에 방지하고 있습니다. 또한, 전자계약 시스템을 도입하여 서면 미발급 등 불공정행위 발생 소지를 제로화하고 있으며, 10억원 이상 거래 시 하도급거래 심의위원회 개최를 통해 거래의 적법성, 가격결정의 적정성 등에 대한 사전 심의를 진행하고 있습니다. 이렇듯 당사는 『공정거래 자율준수 사전예방 프로그램』을 통해 불공정행위 발생 소지를 사전에 최소화하여, 법 위반이 발생하지 않도록 관리하고 있습니다. 둘째, 사전예방에만 그치는 것이 아니라, 『공정거래 자율준수 사후 감시 시스템』을 운영하여, 하도급거래 적법성에 대한 사후 검증절차를 진행하고 있습니다. 계약 종료 후 기한 내 대금지급이 완료되었는지 매월 모니터링하여 지연 지급 여부를 확인하고 있으며, 당사에서 운영 중인 전자계약 시스템 내 모든 거래에 대해 월 단위 정기점검을 통해 적법성을 검증하고, 별도의 공정거래 모니터링 시스템을 통해 자정능력을 강화하여 임직원의 준법경영 체질화를 유도하고 있습니다. 또한 『상생경영 실천 가이드』를 통해 법 위반 임직원은 소속 부서나 직급과 상관없이 인사상 불이익을 주도록 평가하여, 임직원의 하도급법 위반, 공정경쟁을 저해하는 행위를 원천 차단하고 있습니다. 이러한 당사의 노력의 결과로 사회 및 경제 분야의 법률 및 규정 위반사례는 없었습니다.

『상생경영 실천 가이드』 지침 위반에 대한 제재

- 협력회사 관련 사내 기준 및 하도급법, 공정거래법 등 관련 법령을 위반할 경우 사안의 경중에 따라 징계 또는 특별교육
- 동일인이 1년 3회 이상 위반할 경우 감봉, 해직 등 중징계 조치

불공정거래 관련 위험 평가 및 위험 완화 조치 수립

당사는 중소기업에 속하는 협력회사들에게 용역을 위탁하는 대기업이므로, 당사의 경영활동에서 발생할 수 있는 불공정거래 위험요소 중 가장 중요한 것 중 하나가 바로 하도급거래에서 발생할 수 있는 각종 불공정거래 위험입니다. 당사는 이러한 불공정거래 위험요소를 평가하기 위해 하도급 불공정거래 감독기구인 공정거래위원회로부터 매년 '공정거래협약 이행평가'를 받고 있는 바, 이 위험평가를 통해 하도급 불공정거래 감독기구가 직접 당사의 하도급거래에서 발생할 수 있는 공정거래 관련 위험요소를 도출하고, 당사는 도출된 위험요소에 대한 완화조치를 수립, 이행하고 있습니다. 공정거래협약 이행평가를 통해 평가받는 위험평가 항목은 크게 '계약의 공정성', '법위반 예방 및 법준수 노력', '상생협력지원'으로, 총 27개 평가항목에 대해 위험평가를 받고 있으며, 당사는 평가 이후 개선권고 받은 사항에 대해 매년 개선 계획을 수립하고, 이행하고 있습니다. 당사는 이렇게 매년 공정거래위원회의 하도급 불공정거래 위험평가를 받고, 도출된 위험을 완화해온 결과, '23년 공정거래협약 이행평가에서 최우수 등급을 받고, 공정위원회로부터 하도급거래 모범업체(5년 연속)로 지정되었습니다.



협력회사 대상 행동강령 운영 및 관련 법 준수를 위한 노력

협력회사의 행동강령 준수

제일기획은 협력회사와 동반성장을 이루기 위한 노력의 일환으로 『비즈니스 가이드라인』을 제정하여 운영하고 있습니다.

『비즈니스 가이드라인』은 아래와 같은 행위를 금지하고 있으며, 전 협력회사가 언제든지 내용을 확인할 수 있도록 상생협력 파트너 포털에 상시 게시되어 있습니다.

- ① 금전, 현물성 자산, 선물 등 어떠한 뇌물도 받지 않음
- ② 과도한 식사, 골프 및 술 접대 등 향응을 제공 받지 않음
- ③ 개인적으로 금전을 빌리거나 빌려주지 않음
- ④ 금전적, 물적 피해를 입히거나 부당한 청탁을 하지 않음
- ⑤ 직무상 권한을 이용하여 규정을 무시한 채 특혜를 제공하지 않음
- ⑥ 업무상 관련이 있는 비상장 거래선의 지분을 취득하지 않음
- ⑦ 당사의 유/무형 정보자산이나 내부 정보를 무단 유출하지 않음
- ⑧ 당사의 인력이 경쟁사에 스카우트 되도록 주도하거나 협조하지 않음
- ⑨ 청결한 조직문화의 유지/계승 활동을 저해하고 기업가치 및 회사의 이미지를 훼손시키는 행위를 하지 않음

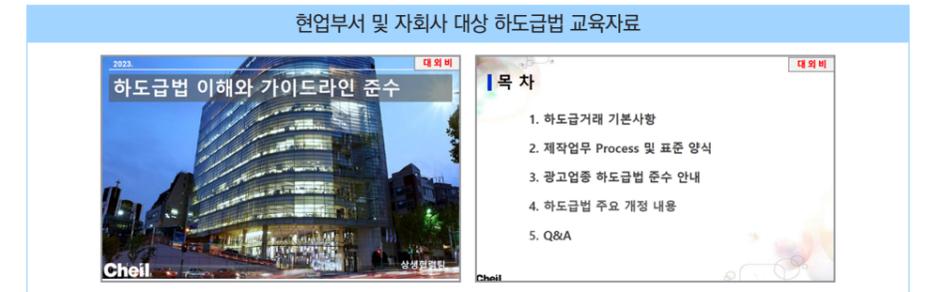
협력회사 법 위반사항 발생시 조치

당사는 협력회사의 법 위반 발생을 미연에 방지하고자 ‘협력회사 업무 공유회’를 통해 『광고 관련 법규에 대한 가이드』를 꾸준히 전파하고 있습니다. 또한 협력회사 등록 시 관련 법 또는 당사 사규 위반 여부를 점검하고 있으며, 해당 점검결과를 협력회사 당락 여부에 직결되는 중요한 의사 결정 사안으로 관리하고 있습니다(협력회사 선정·운용 규칙 제 11조(등록심사)).

공정거래를 위한 임직원 교육 및 인식제고 활동

제일기획은 광고업 최초로 협력회사와 공정거래협약을 체결하여 업계의 리더로서 공정거래를 실천하고 있습니다.

당사는 임직원들이 공정거래를 실천할 수 있도록 전 임직원에게 대한 공정거래 교육은 물론, 하도급거래가 자주 발생하는 현업 부서를 대상으로 하도급법의 주요 내용에 대한 특별교육을 진행하는 등 직무별로 차별화된 공정거래 교육을 실시하고 있습니다. 당사는 이렇듯 직무별 차별화된 공정거래 교육을 통해 전 임직원의 공정거래에 대한 인식 제고는 물론, 하도급거래를 자주 하는 임직원들의 법 전문성을 높이기 위해 노력하고 있습니다.



당사는 준법경영을 위한 『Compliance System』을 운영하고 있으며, 이 시스템에 임직원들의 준법경영을 위한 다양한 실무 관련 지침서를 게시하고 있습니다.

실무지침서는 저작권법, 개인정보보호법, 표시·광고법 등 다양한 실무 관련 법 내용과 가이드라인으로 구성되어 있으며, 특히, 임직원의 불공정 거래 예방을 위한 『공정거래 Compliance Risk 가이드라인』을 제정, 게시하고 있습니다.

『공정거래 Compliance Risk 가이드라인』은 ‘경쟁사 간 담합 예방 가이드라인’, ‘통행세 예방 가이드라인’ 등 당사의 임직원들이 업무를 하면서 자칫 모르고 놓치기 쉬운 공정거래 관련 리스크에 대해 어떻게 리스크를 예방할 수 있는지 구체적이고 실질적인 가이드를 제시하고 있습니다.

또한 당사는 표시·광고법, 하도급법 등 공정거래 관련 법률의 개정 소식과 국내외 공정거래 관련 제재 사례를 『Compliance Newsletter』로 작성, 사내 게시판에 공지해 전 임직원에게 전파하고 있으며, 당사 업과 가장 관련이 높은 표시·광고법과 밀접한 직무를 담당하는 직원들에게는 특별 교육을 통해 최신 표시·광고법 위반 사례와 가이드라인을 전파하는 등 임직원 대상 다양한 공정거래 교육 및 인식 제고 활동을 진행하고 있습니다.

| '23년 공정거래 교육 - 제작 직군 대상 직무별 특별교육 | | | |
|----------------------------------|---|---------|------------------|
| 교육방법 | 교육내용 | 실행월 | 수료율 |
| 제작 직군 직원 | 최신 표시·광고법 위반 사례와 가이드라인 안내 * 전 임직원 대상 교육과 달리, 광고물 제작시 주의해야 할 표시·광고법 관련 사례와 가이드라인만 별도 선별하여 특별 교육 | 5월, 10월 | 100% * 총 159명 |

| '23년 인식 제고 활동 - Compliance Newsletter 사내 게시판 게시 | |
|---|------|
| 내용 | 게시 월 |
| OO, 특정 가상화폐 불법 광고 혐의로 거액 벌금 | 1월 |
| OO기업의 부당 광고행위 제재 | 2월 |
| 전기차 성능에 대한 부당광고 행위한 OO기업 제재 | 4월 |
| 공정위, 사회관계망서비스(SNS) 부당광고 점검 | 5월 |
| 온라인 부당광고 제재 사례 | 6월 |
| 공정위, 환경 관련 표시·광고에 관한 심사지침 개정 | 7월 |
| 최근 부당 광고행위 제재 사례와 가이드라인 안내 | 10월 |
| 빈 박스 마케팅으로 구매후기 조작한 OO 기업 제재 | 12월 |

협력회사 선정 및 평가 프로세스

공급망의 범위

제일기획은 일정 조건(신용평가 B-이상, 안전보건평가 S5 이상 등)을 충족한 회사라면 언제든지 수시로 협력회사로 등록할 수 있도록 운영하고 있습니다.

이로써 전문성 있는 협력회사들과 협업할 수 있는 기회를 최대한 창출하고 있으며, '23.12.31 기준 총 566개사가 제일기획의 협력회사로 등록되어 있습니다.

거래대상 선정 원칙 및 프로세스

협력회사와 동반성장을 하기 위해서는 경쟁력 있는 협력회사의 육성이 중요합니다.

이에 제일기획은 광고업계의 리더로서 협력회사를 육성할 수 있는 다양한 제도와 정책을 시행하고 있습니다.

먼저, 공정하고 합리적인 파트너십을 실천하기 위해 공정거래위원회의 『협력업체의 공정한 선정을 위한 실천사항』을 준용하여, 『협력회사 선정·운용 규칙』을 제정, 운영하고 있습니다.

'20년부터는 보다 많은 회사에게 공평한 거래 기회를 부여하기 위해 『개방형 협력회사 제도』를 도입하여 협력회사 진입장벽을 최소화하였고, 공정하고 투명한 비즈니스 구축을 위해 일정금액 이상 발주 시 『경쟁입찰 제도』를 시행하고 있습니다. 또한 협력회사 이외의 우수 업체를 발굴하기 위해 『거래 희망업체 직접제안제도』를 도입하고 있습니다.

'22년부터는 협력회사 선정 시 『안전관리 평가』(적격수급인 선정)도 도입하여, 작업현장에서 안전사고가 발생하지 않도록 사전에 철저히 안전관리를 진행하고 있습니다.

협력회사 대상 사회적 기준 수립 및 평가

제일기획은 공정하고 투명한 비즈니스 구축을 위해 협력회사가 준수해야 할 사회적 기준을 규정하고 있으며, 만약 협력회사가 이 사회적 기준에 적합하지 않을 경우 계약을 해지하고 협력회사 등록을 취소시키고, 3년간 협력회사 재등록을 제한하도록 하고 있습니다.

올바른 비즈니스 문화를 구축하기 위해 협력회사가 준수해야 하는 사회적 기준은 아래와 같습니다.

첫째, 비리, 향응수수 등 당사의 윤리경영, 준법경영 가이드라인을 준수해야 합니다.

둘째, 해당 협력회사의 영업활동 중 법령을 위반하거나 사회적 물의를 일으켜서는 안됩니다.

셋째, 당사의 안전관리 규정을 준수해 문제가 발생하지 않아야 합니다.

넷째, 기타 이에 준하는 계약 체결 및 이행을 저해하는 행위를 하지 않아야 합니다.

위 사회적 기준 관련 내용은 『협력업체 선정·운용 규칙』 제19조, ‘협력업체 등록기준 및 절차’에서 규정하고 있으며, 상생협력 파트너 포털을 통해 협력회사가 언제든지 열람할 수 있도록 게시하고 있습니다.

또한 당사는 모든 협력회사가 반부패 정책을 수립하고 이를 이행하기 위한 프로그램을 갖추도록 하기 위해 매년 협력회사로부터 청렴이행서약서를 받고 있습니다. 이 서약서는 협력회사가 당사의 반부패 정책을 준수하고, 정책 위반시 그에 상응하는 책임을 부담하겠다는 내용의 서약서로, 당사와 거래하는 모든 협력회사가 이 서약서에 서명해야 합니다. 이에, 당사와 거래하고자 하는 협력회사는 자체적으로 당사와 동등한 수준의 반부패 정책을 수립하고 이를 이행하기 위한 프로그램을 갖추 수 밖에 없습니다.

당사는 협력회사에 반부패 정책이 준수되는 청렴한 문화를 조성하기 위해, 부패사건 발생시 누구나(협력회사 소속직원 포함) 신고 할 수 있는 협력체계(상생협력파트너포털 <https://partner.cheil.com> -> Help Desk 및 사이버 감사팀)를 보유하고 있으며, 모든 협력회사에게 「ESG 자가점검 체크리스트」를 배포해 윤리 및 반부패 현황 점검을 할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.

* '23년 8개 협력회사를 선정하여 ESG컨설팅을 통한 반부패현황 점검을 실시했으며, 그 결과 '23년에 협력회사가 사회적 기준을 위반한 사례는 없었습니다.

**협력회사
지원활동**

ESG 지원

협력회사의 ESG 활동 지원

제일기획은 협력회사와 동반성장을 위한 비재무적 지원 프로그램의 일환으로 96개 협력회사와 『친환경 실천 협약식』(21.8.25)을 체결하여 협력회사에 대한 ESG 지원을 약속하는 한편, 친환경 제작 환경의 중요성에 대해 협력회사와 공감대를 형성하여, 친환경 제작에 대한 상호 협력을 키울 수 있는 발판을 만들었습니다.

또한 『광고 촬영현장 친환경 관리 가이드』 및 『광고 촬영장 등의 아동청소년 권익보호 가이드라인』을 배포(21.9.1)하여, ESG에 부합하는 광고 제작환경을 조성했습니다.

당사는 '21년부터 대중소농어업협력재단에 출연한 『상생협력기금』을 투자재원으로 활용하여 『협력회사 ESG 컨설팅』도 진행하고 있습니다. 앞으로도 제일기획은 광고업의 ESG 역량이 강화되도록 상생협력기금을 통해 ESG 컨설팅을 진행할 계획입니다.

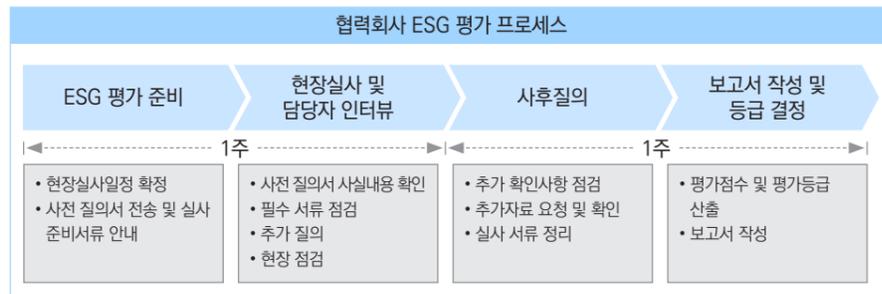
협력회사의 ESG 리스크 관리체계 구축 지원

제일기획은 협력회사의 지속가능경영 추진에 도움을 주기 위해, 중소기업 ESG 컨설팅을 진행하는 업체 중 ‘나이스디앤비’를 선정하여, 『제일기획 협력회사의 ESG 컨설팅 지원을 위한 업무 제휴 협약』을 체결하고, 『협력회사 ESG 컨설팅』을 진행하였습니다. (‘21년 5개사 지원, ‘22년 5개사 지원, ‘23년 8개사 지원)

이 컨설팅은 순수하게 협력회사를 지원하기 위한 프로그램이므로 비용은 제일기획이 전액 부담하였으며, 약 두 달간 협력회사에 방문하여 사전질의부터 현장실사, 담당자 인터뷰까지 진행하였고, 협력회사의 ESG 수준을 각 항목별(환경, 사회, 지배구조)로 평가하여 중소기업의 ESG 역량 수준, 약점에 대한 개선사항 등을 7단계로 분석하여 가이드하였습니다.

앞으로도 제일기획은 지속적으로 ESG 컨설팅을 시행하여, 협력회사의 ESG 역량이 강화되도록 지원해 나가겠습니다.

| 협력회사 ESG 평가지표 |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • E(환경): 환경이해, 환경관리(에너지, 온실가스, 수자원 폐기물, 대기오염), 환경실적, 환경협력 • S(사회): 안전인식, 안전관리(경영시스템 인증, 제품안전 인증, 산업재해), 인권인식, 공정사회 • G(지배구조): 윤리경영(규범, 시스템), 지배구조(지분구조, 배당 등), 회계투명성, 투명거래 |



| 협력회사 ESG 평가영역 및 평가등급 | | | |
|----------------------|--|--|------------------|
| 영역 | 주요 평가영역 | 영역 | 주요 평가영역 |
| 환경 | 환경경영체계 구축 | 사회 | 공급망 포함 아동노동/강제노동 |
| | 온실가스 배출 저감 | | 차별 및 직장내 괴롭힘 금지 |
| | 자원사용, 폐기물 및 재활용 | | 산업안전보건 |
| | 유해물질 배출 / 폐기 | | 지적재산 및 정보보호 |
| | 제품 탄소발자국 | | 제품안전 및 품질 |
| | 친환경 기술기회 | 투명경영 | |
| 고용 관행 | 지배구조 | 반부패/준법경영 | |
| 등급 | NESG 등급 정의 | E 부문 정의 | |
| A+ | 지속가능경영을 위한 최상위의 환경, 사회, 지배구조 관리 수준 보유 | 기후변화, 에너지, 친환경 등의 활동, 이슈 관리, 관심도가 최상위 수준 | |
| A | 지속가능경영을 위한 상위의 환경, 사회, 지배구조 관리 수준 보유 | 기후변화, 에너지, 친환경 등의 활동, 이슈 관리, 관심도가 상위 수준 | |
| B+ | 지속가능경영을 위한 우수한 환경, 사회, 지배구조 관리 수준 보유 | 기후변화, 에너지, 친환경 등의 활동, 이슈 관리, 관심도가 우수한 수준 | |
| B0 | 지속가능경영을 위한 양호한 환경, 사회, 지배구조 관리 수준 보유 | 기후변화, 에너지, 친환경 등의 활동, 이슈 관리, 관심도가 양호한 수준 | |
| B- | 지속가능경영을 위한 보통의 환경, 사회, 지배구조 관리 수준 보유 | 기후변화, 에너지, 친환경 등의 활동, 이슈 관리, 관심도가 보통 수준 | |
| C | 지속가능경영을 위한 환경, 사회, 지배구조 관리가 열위한 수준 | 기후변화, 에너지, 친환경 등의 활동, 이슈 관리, 관심도가 열위한 수준 | |
| D | 지속가능경영을 위한 환경, 사회, 지배구조 관리 취약한 수준 | 기후변화, 에너지, 친환경 등의 활동, 이슈 관리, 관심도가 취약한 수준 | |
| 등급 | S 부문 정의 | G 부문 정의 | |
| A+ | 고용, 보건, 안전 등과 관련한 사회 활동 관리 체계, 관심도가 최상위 수준 | 공정경쟁, 주주권리 보호, 이사회 활동 보장 등의 지배구조 관리 최상위 수준 | |
| A | 고용, 보건, 안전 등과 관련한 사회 활동 관리 체계, 관심도가 상위 수준 | 공정경쟁, 주주권리 보호, 이사회 활동 보장 등의 지배구조 관리 상위 수준 | |
| B+ | 고용, 보건, 안전 등과 관련한 사회 활동 관리 체계, 관심도가 우수한 수준 | 공정경쟁, 주주권리 보호, 이사회 활동 보장 등의 지배구조 관리 우수한 수준 | |
| B0 | 고용, 보건, 안전 등과 관련한 사회 활동 관리 체계, 관심도가 양호한 수준 | 공정경쟁, 주주권리 보호, 이사회 활동 보장 등의 지배구조 관리 양호한 수준 | |
| B- | 고용, 보건, 안전 등과 관련한 사회 활동 관리 체계, 관심도가 보통 수준 | 공정경쟁, 주주권리 보호, 이사회 활동 보장 등의 지배구조 관리 보통 수준 | |
| C | 고용, 보건, 안전 등과 관련한 사회 활동 관리 체계, 관심도가 열위한 수준 | 공정경쟁, 주주권리 보호, 이사회 활동 보장 등의 지배구조 관리 열위한 수준 | |
| D | 고용, 보건, 안전 등과 관련한 사회 활동 관리 체계, 관심도가 취약한 수준 | 공정경쟁, 주주권리 보호, 이사회 활동 보장 등의 지배구조 관리 취약한 수준 | |

재무적 지원, 교육지원, 마케팅 지원 등

제일기획은 상대적으로 영세한 협력회사의 금융지원을 위해 다양한 지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 설, 추석 등 명절 이전에는 하도급대금을 조기 지급하여 협력회사의 자금난을 해소하고 침체된 지역경제를 활성화하는데 기여하고 있으며, 대중소농어업협력재단에 『상생협력기금』을 출연하여 협력회사 지원 사업에 활용하고 있습니다.

또, 협력회사에 자금이 필요한 경우에는 당사와 IBK기업은행이 각각 50억원씩 출자하여 운영 중인 『상생펀드』를 이용할 수 있도록 하였고, 추가로 『네트워크론』을 도입하여 협력회사의 금융상품 이용의 폭을 확대시켰습니다.

이밖에도 제일기획은 협력회사의 기술 보호 지원을 위해 협력회사 대상 『기술 보호 교육 및 지식재산권 보호 교육』을 시행하고 있습니다. 또한, 협력회사 경영에 직·간접적인 도움을 주고자 외부 교육기관을 통해 『인사·노무 관련 교육』을 진행하여 협력회사의 경쟁력을 강화시킬 수 있도록 노력하고 있습니다.

마지막으로, 광고업의 특성상 해외 진출 시 현지 언어, 문화, 현지 법 등 진입장벽이 높다는 상황을 고려하여, 제일기획 해외법인과 업무 진행 시 국내 협력회사를 활용할 수 있는 길을 열어 협력회사의 해외 판로 확대를 지원 중입니다.

협력회사 직무역량개발 교육지원 프로그램

당사는 협력회사가 제작하는 광고콘텐츠 품질 향상을 지원하기 위해, 국내·외 최신 광고 트렌드 공유, 국제 광고제 수상작 소개 등의 교육 프로그램을 운영하고 있습니다.

또한 『협력회사 온라인 공유회』를 오프라인과 병행 실시하여, 광고 관련 법규, 안전관리, 상생 활동 등 협력회사에 실질적으로 도움이 되는 지식을 공유하고 있습니다.



| '23년 협력회사 공유회 | | |
|---------------|------|-------------|
| 차수 | 일정 | 참석 협력회사 (개) |
| 1차 (온라인) | 3.23 | 81 |
| 2차 (오프라인) | 9.7 | 62 |
| 3차 (온라인) | 11.9 | 313 |

| '23년 협력회사 품질향상 지원 프로그램 | | |
|------------------------|--|----------------|
| 회차 | 프로그램 | 교육 참석 협력회사 (개) |
| 1 | 우수 외부 광고 사례 소개 - OREO | 267 |
| 2 | 우수 외부 광고 사례 소개 - The Ad Museum Tokyo | 272 |
| 3 | 우수 외부 광고 사례 소개 - NETFLIX Thailand | 230 |
| 4 | 우수 외부 광고 사례 소개 - McDONALD'S | 208 |
| 5 | 우수 외부 광고 사례 소개 - Tourism Authority of Thailand | 196 |
| 6 | 우수 외부 광고 사례 소개 - Corona Extra Lime | 186 |
| 7 | 우수 캠페인 사례 소개 - KNPA (Knock Knock) | 181 |
| 8 | 우수 외부 광고 사례 소개 - Michelob Ultra | 160 |
| 9 | 우수 외부 광고 사례 소개 - Adidas | 136 |
| 10 | 우수 외부 광고 사례 소개 - Renault | 151 |
| 11 | 우수 외부 광고 사례 소개 - HUNGER STATION | 143 |
| 12 | 우수 외부 광고 사례 소개 - Clash of Clans | 135 |
| 13 | 우수 외부 광고 사례 소개 - SOLAR IMPULSE | 84 |
| 14 | 우수 외부 광고 사례 소개 - IKEA | 99 |
| 15 | 우수 외부 광고 사례 소개 - BRITISH AIRWAYS | 82 |
| 16 | 우수 외부 광고 사례 소개 - SHOW RACISM THE RED CARD | 84 |
| 17 | 우수 외부 광고 사례 소개 - DOVE | 27 |
| 18 | 우수 외부 광고 사례 소개 - HAWAIIANAS | 21 |
| 19 | 우수 외부 광고 사례 소개 - STELLA ARTOIS | 19 |
| 20 | 우수 외부 광고 사례 소개 - INTEL | 11 |
| 21 | 지식재산권보호 교육 | 515 |
| 22 | 기술보호 교육 | 505 |
| 23 | 임금의 모든 것 | 319 |
| 24 | 근로계약 취업규칙의 핵심 | 284 |
| 25 | 단기근로자 및 파견/도급계약시 유의사항 | 267 |
| 26 | 인사노무 최신 트렌드 및 이슈사항 | 271 |

기타 지원 활동

제일기획은 협력회사의 자금난 해소와 원활한 회사 운영을 지원하기 위해 『하도급대금 전액 현금 지불』 및 『협력회사 일자리 창출 지원』(당사 홈페이지를 활용하여 협력회사 인력채용 지원)을 시행하고 있습니다.

또한, 촬영장 등에 방역 용품을 제공하고 방역 인력을 파견하고 있으며, 제작현장에서 산업재해 등 안전 문제가 발생하지 않도록 안전 전문 기관과 연계하여 『안전관리 교육』 등을 진행하고 있습니다. 협력회사는 소통 창구인 『Help Desk』를 통해 언제나 실시간 업무지원을 받을 수 있습니다. 또한, '23년에는 분쟁조정위원회도 설립하여 협력회사가 하도급거래에 대한 분쟁조정을 신청(상생협력파트너포털 내 분쟁조정신청)할 경우, 즉시 피드백 할 수 있는 제도를 마련하였습니다.

사회공헌 정책

제일기획은 더 나은 세상을 디자인하는 '나눔경영'에 특화된 프레임워크를 통해 체계적으로 사회공헌 활동을 기획하고 있습니다.

'Creation', 'Collaboration', 'Consideration'의 원칙을 바탕으로 설계된 제일기획의 '나눔경영' 프레임워크는 매트릭스 구조를 응용하여 조화롭고 균형 잡힌 사회공헌 활동을 가능하게 합니다. '커뮤니케이션'과 '솔루션 도출'이 핵심인 업의 특성을 활용하여 지역사회에 기여할 수 있는 새로운 가치를 창출하면서 소외계층을 배려하고 지원하는 활동을 지속하고 있습니다.

당사는 이러한 내용을 담은 지역사회 참여 및 사회공헌을 위한 정책을 수립, 당사 홈페이지에 공개하고 있습니다.

* 홈페이지(cheil.com/hq/sustainability)



사회공헌 활동

삼성 다문화청소년 스포츠 클래스 출범식 실시

제일기획은 다문화 사회를 준비하며 다문화 청소년들이 당당한 사회의 구성원으로 성장하도록 돕는 「삼성 다문화청소년 스포츠 클래스」를 런칭했습니다. 「삼성 다문화청소년 스포츠 클래스」는 삼성 9개 관계사 임직원들이 제안한 아이디어를 통해 시작되었으며, NGO의 전문성과 시민사회의 역량을 더해 구체화 되었습니다. 이 프로그램은 스포츠를 통한 심리정서지원 프로그램으로, 다문화청소년의 몸과 마음을 튼튼하게 하고 자신감과 사회성을 기를 수 있도록 돕고자 합니다. 당사는 새롭게 시작하는 사업을 공개적으로 알리는 출범식을 '23년 11월 22일 삼성물산 래미안 갤러리에서 진행하였습니다. 제일기획은 「삼성 다문화청소년 스포츠 클래스」의 주관사로서 원활한 사업 진행을 추진하고, 사업에 동참하는 삼성 9개 관계사 임직원들과 함께 스포츠 동호회 친선 경기, 진로/직업 멘토링을 진행할 예정입니다.

* 수혜자수: 국내 학령기 다문화청소년 만7-18세 17.5만명

글동무 프로젝트 (www.geuldongmu.org)

제일기획은 '15년부터 남한이라는 새로운 환경에 적응하면서 소통과 적응에 어려움을 경험하는 북한이탈 청소년들을 대상으로 언어 지원 프로그램(남북한어 번역기 지원, 남북한 문화 차이 인식개선 캠페인, 북한이탈 주민의 정착 성공기 캠페인 등 '글동무') 및 마음소통의 기술을 가르쳐 주는 심리정서 지원 프로그램('마음동무')을 운영하여, 약 3천명의 북한이탈 청소년들을 지원하고 있습니다. 각 프로그램 활동의 세부적인 내용은 글동무 공식 홈페이지를 통해 공개하고 있습니다.

* 수혜자수: 국내 북한이탈청소년 약 3천여명

| 구분 | 성과 |
|------|--|
| 글동무 | 글동무 홈페이지(www.geuldongmu.org)를 통해 남북한어 번역(중국어 병기)을 제공하고 있으며, 이 번역기에는 중고등학교 교과서 단어 및 대학/일상생활에 필요한 31,600여개 단어가 탑재되어 있습니다. '23년에도 신조어/외래어 등 200개의 단어를 발굴해 업데이트 했으며, '23년 한 해 동안 총 507,024회 번역이 실행되는 등 활발히 사용되고 있습니다. 또한 남북한 문화 차이를 알리고 북한이탈 청소년들에 대한 편견과 차별에 대한 인식개선 캠페인의 일환으로, 카드 뉴스 발행(9건), SNS 이벤트(12건), 북한이탈 주민의 성공 정착 사례 온라인 캠페인(2건) 등을 진행하여 글동무 활동을 공개하고 참여를 유도하였습니다. |
| 마음동무 | 북한이탈 청소년들이 탈북 과정에서 겪은 정신적 고통 및 상처를 치유하고, 남한에 안정적으로 정착하고 새로운 환경에 잘 적응하도록 도와주기 위한 심리정서 지원 프로그램으로, 지난 '16년부터 북한이탈 청소년들이 다니는 대안학교를 대상으로 프로그램을 진행하고 있습니다. 초등학생부터 중학생들을 대상으로 교육 심리 전문 강사와 함께 1개 학교당 총 12회의 온-오프라인으로 진행된 수업에서 학생들은 자기 마음 살펴보기, 내 마음 표현하기, 나의 장점·단점 찾기 등 다양한 심리정서 지원 프로그램에 참여하였습니다. |

임직원 참여 사회공헌 프로그램

삼성 드림클래스

삼성 드림클래스는 어려운 학업 환경에 놓인 중학생들이 스스로 적성과 꿈을 찾아 키울 수 있도록 대학생 멘토를 통한 교과 학습과 임직원의 진로/적성 멘토링을 지원하는 사회공헌 프로그램으로, '21년 「삼성드림클래스 2.0」으로 개편하여 온라인 학습 지원뿐 아니라 코딩, 수리 등 글로벌 미래 역량을 위한 수업을 제공하고 있습니다. 제일기획 임직원들은 삼성드림클래스의 각 분야 멘토링 활동에 활발히 참여하고 있으며, 12월에는 멘토링을 담당하는 학교에 직접 방문해 직업/진로 관련 현장 특강을 진행하며 미래 세대인 중학생들이 꿈을 설계하는데 도움을 주었습니다.

* 수혜자수: 전국 4,000명 대상 멘토링 온라인 특강 진행

희망 디딤돌

희망 디딤돌은 만 18세가 되어 사회로 나서는 자립 준비 청년들에게 주거 공간 제공과 자립에 필요한 1:1 맞춤형 교육을 제공하는 활동으로, 당사는 '23년에도 임직원 기부금과 회사 매칭금을 기부하며 자립 청년을 지원했습니다. 또한 8월에는 「희망디딤돌」 런칭 10주년을 맞아 자립 준비 청년들의 실질적 자립을 지원하기 위해 진로/직업멘토링을 확대한 「희망디딤돌 2.0」을 출범했습니다. 또한, 제일기획은 온라인광고홍보 전문가를 육성하는 '24년 상반기 교육에 참여하여 자립 준비 청년들의 진로에 도움을 줄 예정입니다.

창립기념 봉사활동

당사는 창립 50주년을 맞아 5월 한 달간 임직원 230명이 참여해 지역사회와 어려운 이웃들을 위한 다양한 봉사활동을 진행했습니다. 반포/이촌 한강공원과 서울숲에서는 환경정화 활동을 실시했으며, 용산구 내 소외계층 지원을 위한 후원금 기부, 영락보린원과 용산장애인복지관의 시설 환경 정화, 용산노인종합복지관 경로식당 배식봉사활동 등을 진행했습니다. 또한 용산구 가족센터에서 운영하는 다문화 이주여성 대상 요리 교실에 함께 참여하며 음식을 매개로 소통하였고, 용산구 푸드뱅크 마켓 센터에 방문해 푸드 KIT를 제작하고 상품 진열대를 정리하며 저소득 주민의 건강한 식생활을 지원하였습니다.

나눔워크

연말연시를 앞둔 11월에는 2주간 이웃사랑을 실천하는 나눔워크를 진행했습니다. 당사 CEO가 용산 가족센터에 방문하여 다문화 아동과 가족들에게 입사 1주년을 맞은 임직원들이 만든 핸드니팅 목도리와 과자 세트를 전달했습니다. 또한 2,000만보를 목표로 진행한 걸음 기부 캠페인에는 임직원 265명이 참여해 걸음 목표를 달성, 기부금을 조성해 용산노인복지관에 돌봄 어르신들을 위한 이불, 내의 등 방한 용품을 지원했습니다. 사내 온라인 커뮤니티를 활용한 모금도 진행하였습니다. 희귀난치성질환 아동, 뇌병변 장애 아동 등 도움이 필요한 아동/청소년의 사연을 소개하여 댓글을 통해 후원금을 모아 '세이브더칠드런'에 전달했습니다.

* 현금성 기부금액: 2,525,000원

헌혈 캠페인

제일기획은 추위 때문에 다른 시기보다 헌혈 참여가 저조한 매년 겨울, 혈액 수급에 어려움을 겪는 의료 현장을 지원하고자 헌혈 캠페인을 실시하고 있습니다. 이태원 본사와 강남 GT타워에서 진행한 헌혈 캠페인에 많은 임직원들이 참여해 나눔을 실천했습니다.

나눔 키오스크

일상 속 나눔 문화를 확산하고자 사내 카페에 사원증 1회 태깅 시 급여 공제를 통해 1,000원이 기부되는 나눔 키오스크가 설치되었습니다. 나눔 키오스크는 한 사원당 400만원 모금을 목표로, 삼성 4개 관계사(제일기획, 호텔신라, 에스원, 웰스토리)가 함께 도움이 필요한 아동/청소년과 노인 세대의 사연을 소개하여 임직원의 자발적 기부 참여를 통한 이웃사랑을 실천하는 프로그램입니다.

* 수혜자수 및 현금성 기부금액: 로건이네 가족 4명, 1,740,000원

사회공헌활동 장려 프로그램 및 참여 인센티브

제일기획은 임직원들의 사회공헌 활동을 장려하고자 제정된 『자원봉사 활동 규정』(전사 게시 중)을 통해, “연간 참여율 90% 이상, 인당 자원봉사 참여율 12시간 달성”을 사회공헌활동 목표로 제시하고 있습니다. 또한, 각 본부별로 “봉사 리더”를 선정하여 본부별 의견을 취합하여 원하는 봉사활동 프로그램을 선택하게 하고 있으며, 각 본부 “봉사 리더 회의체”를 구축하여 ‘네트워킹 모임 지원’, ‘본부/팀별로 봉사활동 진행 시 활동 종료 후 단합 시간 지원’ 등을 통해 임직원의 사회봉사 활동을 적극 장려하고 있고, 임직원이 원하는 봉사 대상이나 봉사 분야가 있을 시 적절한 봉사처와 봉사 프로그램 연결도 지원하고 있습니다. 또한 『근무 시간 운영 규정』에 봉사활동 시간을 근무시간으로 인정함을 명시하였으며, 사내 『자원봉사 실적 시스템』을 통해 임직원 개인이 본인의 봉사활동, 봉사 시간, 기부금 내역 등을 수시로 확인할 수 있도록 하고 있습니다.

그 외에 개별 봉사활동 프로그램 참여시 우수 참여자 포상, 봉사활동 실행 경비(교통비, 재료 구입비 등)지원 등을 통해 임직원들이 적극적으로 사회공헌활동에 참여할 수 있도록 장려하고 있습니다.

지역사회와의 상생을 위한 활동

당사는 설과 추석 명절을 맞아, 판매에 어려움을 겪고 있는 자매마을 농가를 돕고 지역사회와 상생하기 위해 「자매마을 안성쌀 온라인 장터」를 진행했습니다. 많은 임직원이 동참해 쌀을 구매했으며, 자매마을 농가의 판로 개척을 통해 지역사회 경제에 기여할 수 있도록 노력하였습니다.

또한, 지역 사회 경제에 기여하기 위하여 회사 소재지인 용산구 내 위치한 로컬 로스터리 및 프래그런스 브랜드와 협업하여 선물 패키지를 제작했습니다. 당사의 주소인 '이태원로222'를 브랜드화 하여 이태원의 지역 특산물을 선물한다는 컨셉으로 제작된 이 패키지는 이태원의 특성을 잘 담고 있으면서도 누구에게나 선물 가능한 아이템으로 선정하였습니다. 커피 드립백과 향초 등의 제품을 담아 선물 패키지를 구성하였고, 환경 보호 차원에서 이중 포장 되지 않도록 포장지나 쇼핑백 등은 별도 제작하지 않았습니다. 패키지 내에 당사의 선물 취지를 설명하는 작은 안내문을 포함하여 선물 받는 사람으로 하여금 이태원과 제일기획에 대해 다시 한번 생각해보게끔 하였습니다.

광고업의 특성을 살린 사회공헌 프로그램

제일기획은 광고 촬영 후 발생된 폐기물을 적정하게 재활용하여 자원을 순환하기 위해 광고 촬영 후 폐기되는 촬영 소품들을 모아 사내에 판매하고 그 수익금을 어려운 이웃을 위해 기부하는 「사랑애피자회」를 개최하고 있습니다. '23년 바자회는 7월 본사에서 진행되었으며 의류, 주방 용품, 패션 잡화 등 광고 촬영 시 사용된 소품들을 임직원들에게 판매해 총 1,600만원의 수익금을 마련하였습니다. 수익금은 전액 회사 결연봉사처인 '용산가족센터(다문화), 용산노인복지관, 용산장애인복지관, 영락보린원'에 전달해 아동 학습지 및 생필품 지원 및 지역사회 소외계층 생활 지원에 활용되었습니다.

* 현금성 기부금액: 1,600만원

사회적 책임을 고려한 경영원칙

사회적 책임을 고려한 경영 목표

제일기획은 광고를 통해 사회에 선한 영향력을 미치는 것을 경영 목표로 합니다. 제일기획은 항상 다양한 사회적 이슈에 관심을 가지고, 고객사들에게 공익적인 캠페인들을 선제안하여 사회에 선한 결과를 창출할 수 있도록 많은 노력을 기울이고 있습니다. 관공서나 NGO들에게도 사회적 문제에 대한 관심을 제고하고 여러 사회적 문제를 실제로 해결할 수 있는 구체적인 방안을 함께 고민하고 제안하고 있습니다. 당사는 기업들과 여러 단체들이 사회적 활동에 동참할 수 있도록 노력하는 것이 모두가 더불어 행복하게 살아갈 수 있는 길이라고 믿고 있습니다.

이 밖에도 제일기획은 주류, 담배 등 건강에 해로운 업종의 광고 프로젝트를 수주할 때에는 반드시 사내 ESG 전담조직인 'ESG 사무국'과 협의하도록 하는 내부 절차도 마련하고 있어, 영업 시 사회적 책임경영 원칙을 고려하고 있습니다.

사회적 책임을 고려한 광고

'23년 한 해 동안 제일기획이 진행한 사회적 책임을 고려한 광고 프로젝트들을 소개합니다.

Social Contribution

문화재청, 서울특별시, 우미희망재단 '헤리티지 메타버스 <공존> 프로젝트' 군기시 · 1887 경복궁 진하례



The Challenge

500년 조선의 수도 '한성'이었던 서울은 경복궁, 창덕궁을 비롯한 조선의 궁들과 성곽, 성문 등 역사 문화유산이 현대와 공존하는 도시로, 서울의 문화유산은 중요한 도시관광 자원이자 역사도시 서울의 정체성이기도 합니다. 그러나 일제강점기와 6.25전쟁 등을 겪으며 수많은 문화유산들이 유실되었고 그 터를 알리는 표지석과 유구 등 흔적만 남았습니다.

서울의 보이는 문화유산뿐 아니라 사라진 문화유산까지 체험하고, 그 유산들이 사라지기 전 역사까지 보여줄 수는 없을까? 이 고민이 '헤리티지 메타버스 <공존> 프로젝트'의 출발이었습니다.

The Idea

제일기획은 문화재청, 서울시, 우미희망재단과 함께 사라진 문화유산을 존재했던 그 공간에 실제의 크기와 위치 그대로 복원하여 증강현실(AR)로 구현하는 디지털 문화유산 복원 프로젝트를 기획하고, 디지털 플랫폼인 '헤리버스 공존' 앱을 통해 체험할 수 있게 하였습니다. '19년, 104년 전 일제에 의해 강제로 헐려진 '돈의문(서대문)'을 복원한 것을 시작으로, '23년 2월에는 서울시청 지하에 있는 조선의 무기 제조 관청 '군기시'의 터 위에 건물 내/외부 및 제조 장인과 신기전 등을 확장현실(XR)로 복원 및 재현하였습니다. '23년 11월에는 경복궁 근정전에 '1887 경복궁 진하례'를 확장현실(XR)로 재현하여 대규모 궁중의례의 화려한 의례복식과 궁중음악을 생생하게 되살려 냈습니다. 또한 의례 등장인물과의 인터랙션, 조선보물찾기 등 다양한 콘텐츠를 추가하여 문화유산을 디지털 기술을 통해 새롭고 재미있게 체험하도록 하였으며, 해당 콘텐츠를 전세계 어디서나 경험할 수 있도록 앱 안에 메타버스를 구축하여 접근성을 높였습니다.

The Result

서울시민 및 국내외 관광객들은 '헤리티지 메타버스 <공존> 프로젝트'로 복원/재현된 '돈의문', '군기시' '1887 경복궁 진하례'를 통해 서울의 사라진 문화유산과 역사를 보고, 체험하게 되었습니다. 돈의문과 군기시의 디지털 복원은 문화유산의 실제 복원 과정에서 발생할 수 있는 교통체증, 예산, 공간제약 등의 사회적·경제적 문제를 해소함으로써 문화유산의 복원 및 활용의 새로운 모범사례를 제시했으며, 경복궁 진하례 디지털 재현은 문화유산 현장 기반의 디지털 무형유산 재현의 첫 사례로서 디지털 융복합 체험 서비스의 품질을 한층 높이는 계기가 되었습니다. 이 프로젝트는 수백 건의 주요 언론보도를 통해 알려졌으며, 제일기획은 이러한 문화재 보호 사회공헌 활동을 인정받아, '23년 문화재청으로부터 문화재지킴이 기업 문화재청장 표창을 수상하였습니다.

삼성전자 'EYE like Jet Bot AI'

Eye like Jet Bot AI+

Good-looking to everyone
Easy-finding to anybody
Even for low vision people

6.1M Views
across social platforms

4.7K Likes
on Instagram

30+ Media
published an article on us

Sold out
"Eye-like" home merchandises

SAMSUNG

Background
In South Korea, one in 204 citizens has visual impairment and their top challenging task is cleaning. JetBot AI, a leading brand of vacuum cleaner, decided to make their cleaning easier.

Idea
90% of visually impaired people have some residual vision. Objects with a contrast ratio of 7:1 or higher greatly assist their recognition.

We created patterns with high-contrast that would be **universally appealing to everyone and easily visible to people with low vision**. The patterns were made for JetBot's top cover to be simply replaced by its owner.

Original top cover | Blue top cover (Contrast ratio: 7:1) | Green top cover (Contrast ratio: 7:1) | Pink top cover (Contrast ratio: 7:1)

Visibility of original top cover | Visibility of "Eye-like" top cover

April 20th, Korean Day of Persons with Disabilities. We launched Eye-like top covers with **dedicated launching film and home merchandises**.

7:1 Launching film with readability with high-contrast, simple font and pattern.

"Eye-like" home merchandises
All the essential items were sold out.

The Challenge 대한민국 국민 204명 중 1명은 시각장애인입니다. 그리고 일상생활 속 이들에게 가장 힘든 일 중 하나는 바로 '청소'입니다. '어떻게 하면 그들의 청소를 더 쉽게 할 수 있을까?' 하는 근본적인 질문에서부터 캠페인은 시작되었습니다.

The Idea 시각장애인 중 90퍼센트는 희미하게나마 볼 수 있는 저시력자입니다. 저희는 7:1 이상의 명암 대비가 저시력자들이 물체를 인지하는 데 큰 도움이 된다는 사실을 확인하고, 이 사실을 이용해 청소기를 디자인하는 아이디어를 냈습니다. 수많은 컬러 테스트를 거쳐 고대비 컬러와 가시성이 좋은 패턴을 활용해 시각장애인에게도 잘 보이고, 동시에 누구에게나 예쁜 유니버설 디자인의 청소기 제트 봇이 탄생했습니다. 이 새로운 청소기를 알리는 동영상도 시각장애인용 폰트와 7:1 컬러 대비를 활용해 제작했습니다. 더불어 시각장애인들이 일상에서 인지하기 쉬운 패턴으로 쿠션, 러그 굿즈도 함께 만들어 배포했습니다.

The Result 누가 봐도 예쁘고, 누구나 볼 수 있는 아이 라이크 제트 봇 AI가 세상에 나오자, 사람들의 반응은 뜨거웠습니다. 캠페인 영상은 조회수 총 600만 회 이상을 달성했고, 좋아요 4,800개 이상, 공유 수 1,000회 이상을 기록하는가 하면, 관련 기사도 38건이나 보도되었습니다. 제품의 패턴을 활용한 콜라보레이션 굿즈는 600개 전량 판매되었으며, 판매된 수익금 전부는 시각장애인을 위해 기부되었습니다.

JTBC, ‘힘센여자 강남순’ 마약 검사 포스터



The Challenge

한국은 이제 더이상 마약 청정국이 아닙니다. 지난 5년간 전체 마약사범은 134% 증가했으며, 10~20대 마약사범은 1년 사이 무려 53.9% 증가했습니다. SNS를 통해 마약을 손에 넣는 데 40분밖에 걸리지 않는다는 보도도 있습니다. 이처럼 우리 사회의 큰 문제로 떠오른 ‘몰래 탄 마약’을 해결하기 위해 JTBC 드라마 ‘힘센여자 강남순’과 함께 힘을 쓰기로 했습니다.

The Idea

드라마 ‘힘센여자 강남순’은 강남을 배경으로 활동하는 신종마약 조직을 소탕하는 괴력의 모녀 3대 이야기로, 제일기획은 해당 드라마를 홍보함과 동시에 누구나 쉽게 마약을 검사해 볼 수 있는 아이디어를 제안했습니다. 바로 의심되는 음료나 술을 한 방울 떨어뜨리면 1분 만에 색깔에 따라 마약성분이 있는지 알 수 있는 검사지로 포스터를 제작하는 것입니다. 쉽지 않은 제작 과정이었지만 의료진단 전문기업과의 기술개발을 통해 마약 성분을 검출하는 포스터 제작에 마침내 성공했고, 드라마의 배경이자 한국에서 마약 사건으로 가장 시끄러운 ‘강남’을 중심으로 캠페인을 진행했습니다. 여성들이 많이 모이는 미용실과 성형외과, 학생들이 다니는 대치동 학원과 PC방, 젊은 유동 인구가 많은 영화관, 카페, 지하철역, 버스 정류장, 약국 및 20여개 대학교에 마약 검사 시약지로 제작한 포스터를 부착했고, 누구나 포스터 안에 든 원 형태의 검사지를 하나씩 떼어 필요할 때 검사할 수 있도록 했습니다.

The Result

국내 주요 뉴스에서 ‘드라마의 선한 영향력’이라는 헤드라인으로 이 캠페인을 보도했고 마약 문제가 심각한 해외에서도 큰 관심을 보였습니다. 캠페인아시아(Campaign Asia)에서는 “창의성과 실용성의 밸런스를 섬세하게 유지하면서 단순한 마케팅이 아니라 사회적 책임을 다하는 캠페인”이라는 평가를 받았습니다.

특수 제작된 ‘마약 검사 포스터’는 한 달 만에 준비된 물량 1,000장이 모두 소진되었고 각계에서 포스터에 대한 문의와 요청이 쇄도해 캠페인은 전국적으로 확대되었습니다. 지방의 초, 중, 고등학교와 학원, 청소년 센터, 병원, 회사, 주민센터, 카페 등으로 추가 제작된 마약 검사 포스터가 보내졌고, 더 많은 사람들이 일상으로 파고든 마약으로부터 안전하게 자신을 지킬 수 있게 되었습니다. 드라마는 끝났지만 마약으로부터 우리 사회를 지키는 노력은 앞으로도 계속될 것 입니다.

쿤달 ‘유방암 자가진단, The Pink Glove’

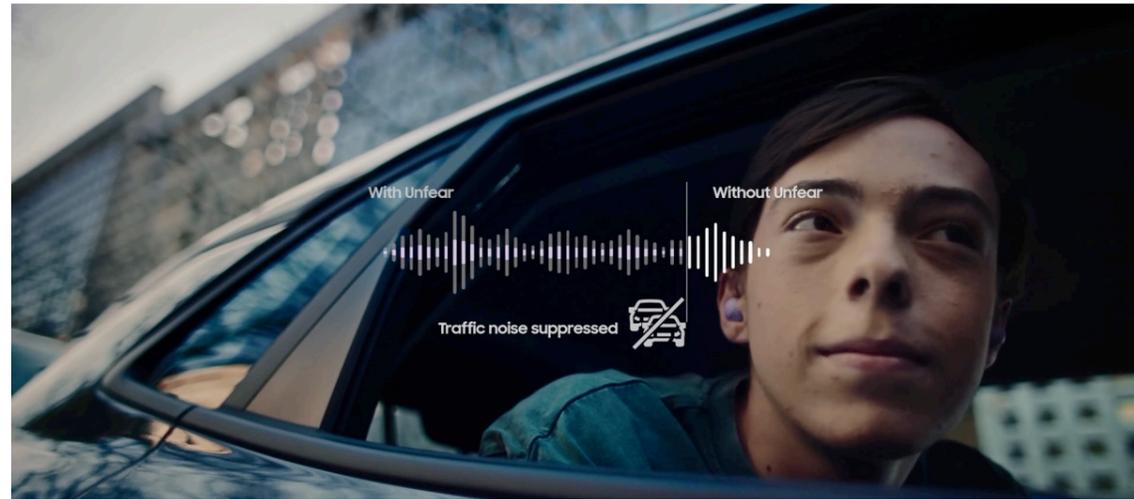


The Challenge 우리나라 여성암 발병률 1위는 유방암입니다. 미국이나 일본과는 달리 우리나라의 유방암 발병률은 최근 5년 동안 30%나 증가하며 세대를 불문하고 해마다 높아지고 있습니다. 이러한 현상이 나타나는 이유는 우리나라의 유방암 자가 검진 인식이 낮기 때문입니다. 그러나 자기 몸에 대해 말하는 것을 꺼리는 사회 분위기 탓에 유방암에 대해 공개적으로 말하며 유방암 자가 검진을 홍보하는 것은 쉽지 않습니다.

The Idea 제일기획은 10월 19일 세계 유방암의 날을 맞아, 여성 고객 비율이 높은 프리미엄 퍼스널케어 브랜드 쿤달(KUNDAL)과 함께 유방암 자가 검진을 독려하기 위한 캠페인 아이디어를 준비했습니다. 꼭 해야 할 이야기를 전하면서도 듣는 이에게 부담감을 주지 않는 방법은 무엇일까 고민한 결과, 우리는 벗은 몸을 거리낌 없이 보여주는 한국의 전통적이고 독특한 문화인 ‘목욕탕’을 활용하기로 했습니다. 실제로 세신사에 의해 유방 종양이 발견되어 병원을 방문한 환자들이 많다는 사실도 아이디어의 바탕이 되었습니다. 우리는 유방암 자가 검진을 촉진하는 방법으로 때 타월을 활용하기로 하고, 때 타월에 유방암 자가 검진 방법을 그려 넣은 ‘핑크 글러브’를 제작하였습니다. 이를 통해 사람들이 목욕탕에서 때를 밀며 자연스럽게 유방암 자가 검진을 해볼 수 있도록 했습니다. 귀여운 일러스트가 그려진 자가검진 때수건, 더 자세한 설명이 기록된 책자, 그리고 샤워용품 3종을 담은 쿤달의 ‘핑크 글러브 키트’를 통해 유방암이란 무거운 주제에 쉽게 다가갈 수 있도록 하였습니다.

The Result '23년 11월 17일부터 전국 8개 목욕탕 및 관련 장소에서 ‘핑크 글러브 키트’를 무료로 배포했습니다. 또한 세신사들을 대상으로 유방암 자가 검진 교육을 진행했으며, 실제 목욕탕을 찾는 이들을 대상으로 유방암 자가 검진에 대해 알리기 위해 지속적인 노력을 진행했습니다. 캠페인은 매우 성공적이었습니다. ‘핑크글러브 키트’는 총 900개가 배포되었고 모두 당일 품절 되었습니다. 키트 배포의 허브인 쿤달 공식몰의 방문자는 193% 증가했습니다. 총 4만 5,000여 명이 유방암 자가 검진방법을 확인한 것입니다. 인터넷 방송 플랫폼인 아프리카TV에서는 무상으로 이 캠페인의 배너 광고를 게재했고 국내외 10여 개 언론매체를 통해 핑크글러브가 알려졌습니다.

삼성전자 'Samsung Unfear' - 스페인 법인



The Challenge 전 세계적으로 7,000만 명이 자폐 스펙트럼 장애를 가지고 있습니다. 자폐 스펙트럼 장애인 중 많은 이들이 특정 소음에 과민한 청각 과민증으로 인해 패닉에 빠지곤 합니다. 이들이 패닉에 빠지지 않기 위해서는 소음을 제거해야 하지만, 모든 소음을 제거한다면 이들은 더욱 더 고립될 것입니다. 지능적 시로 소음 제거 기술을 더욱 발전시켜 이들을 도울 순 없을까요?

The Idea 자폐 스펙트럼 장애인에게 개인화된 자동 솔루션을 제공하기 위해 제일기획 스페인법인은 삼성전자 스페인법인과 함께 '언피어' 앱을 기획, 개발했습니다. '언피어'는 자폐증이 있는 사람들에게 패닉을 유발하는 소음을 찾아서 억제하는 AI 앱입니다. 앱을 설치하면 알고리즘이 작동하고 사용자는 자신이 원하는 소음을 설정할 수 있습니다. 앱은 소음을 스캔하고 수천 개의 라이브러리와 실시간으로 대조해 사용자에게 스트레스를 주는 소음을 걸러냅니다. 사용자 휴대전화의 콘텐츠도 필터링하기 때문에 지금껏 즐기지 못했던 엔터테인먼트를 마음껏 즐길 수 있습니다. AI 기반 앱 '언피어'는 마치 사운드 에어백처럼 모든 소리로부터 사용자를 보호합니다.

The Result 자폐 스펙트럼 장애인 100명에게 '언피어'를 테스트한 결과 5점 만점에 4.9점을 획득했습니다. 10개의 자폐 스펙트럼 장애 관련 협회와 협력했고, 스페인 정신의학 및 정신건강 학회에서 과학적으로 '언피어'의 효과를 검증받았습니다. 삼성의 '언피어'는 자기를 고립시키지 않으면서도 소음에 대한 노출을 줄이고 제어할 수 있게 해 줍니다. 자폐 스펙트럼 장애인들에게 들을 수 있는 자유를 줍니다.

Breast Cancer Now 'The Chat' - BMB



The Challenge 영국에서는 10분마다 한 명의 여성이 유방암 진단을 받습니다. 하지만 영국인들은 이 질병에 대해 공개적으로 이야기하지 않습니다. 유방암으로 인한 지극히 개인적인 심리적 트라우마에 대해 말하는 것을 불편해합니다. 이로 인해 수천 명의 여성들이 침묵 속에서 고통을 겪으면서 정서적으로 고립감을 느끼고 있습니다.

The Idea 제일기획의 자회사인 BMB는 영국의 유방암 연구 및 지원 자선단체 '브래스트 캔서 나우(Breast Cancer Now)'에게 채팅 프로그램 왓츠앱(WhatsApp)을 통해 방영되는 드라마 '더챗(The Chat)'의 제작을 선제안했습니다. 채팅 프로그램을 통해 드라마를 방영하는 것은 영국에서도 최초로 시도된 것으로, 왓츠앱의 채팅룸에 유명 여배우 4명과 일반인들이 친구로 등록되어 6주 동안 실시간으로 1,250개 이상의 메시지, 동영상, GIF, 음성 메모, 사진을 공유하며 이야기를 전개해 나갔습니다. 유방암 진단을 받은 배우의 진솔한 영상메시지와 그를 위로하는 친구의 메시지 등을 친숙한 채팅앱 왓츠앱을 통해 공유 받은 '더챗(The Chat)'의 시청자들은 유방암에 대한 이야기를 일상에서 진지하고 진솔하게 소통하는 경험을 할 수 있었습니다.

The Result '더챗'은 금기시되는 주제를 다루고 솔직한 대화를 일상화하며 사회적 변화를 이끌어냈고, 여성들이 유방암에 대해 더 솔직하게 이야기할 수 있도록 힘을 실어주었습니다. 수천 명의 여성들이 혼자 외롭게 유방암에 맞설 필요가 없다는 사실을 깨닫게 되었습니다.

삼성생명, '마음운동장' 캠페인



- ◇ 한옥 독채에서의 1박 2일 휴식 제공하는 이색 힐링 프로젝트 진행중
- 일상 속 좋은 소식 전하는 삼성생명의 가치 홍보 목적 이벤트 기획
- 온라인 사연 응모에 7천여 명 몰려... 추첨 통해 총 80팀 선정
- 한옥 독채 숙박 기회 및 진정성 담은 어메니티 제공

The Challenge

생명보험은 우리의 삶과 생활을 지키기 위해 꼭 필요하지만 여전히 '안좋은 일이 생겼을 때만 필요한 것'이라는 부정적 이미지가 강합니다. 이러한 사람들의 인식을 바꿔, 나와 가족에게 기분 좋은 소식을 전해줄 수 있는 밝고 긍정적인 생명보험의 이미지를 만들어 건강하고 안전한 사회를 만들어가기 위해 제일기획과 삼성생명이 함께 아이디어를 냈습니다.

The Idea

제일기획은 삼성생명과 함께 일상에 지친 사람들에게 힐링을 제공하는 '마음운동장' 캠페인을 시작했습니다. '마음운동장' 캠페인은 지친 일상 속에서 몸과 마음의 휴식이 필요한 사람들에게 서울 도심 속 한옥 독채에서의 특별한 하룻밤을 제공하는 프로젝트입니다.

사연을 통해 당첨된 참가자들에게는 삼성생명에서 엄선한 서울 북촌 소재 한옥 독채의 1박 2일 숙박권이 제공되었고, 이와 함께 아로마 오일, 천연 비누, 베개 커버, 수면 안대 등 심과 연관된 기념품이 선물로 전달되었습니다. 또한, 1박 2일 동안 자율적으로 참여할 수 있는 즉석카메라 촬영, 입욕제 만들기 등의 프로그램도 제공해 알찬 힐링의 시간을 제공했습니다. 캠페인 기간 중 소방관, 경찰, 간호사 등 국민의 생명과 안전을 담당하는 직업군을 위한 스페셜 데이를 지정해 그분들의 헌신에 각별한 고마움을 전달하기도 했습니다.

The Result

'23년 9월 온라인에서 진행한 사연 응모에 총 7,000여 명이 지원하였고, 추첨을 통해 총 80팀이 선정되어 10월 초부터 순차적으로 프로그램이 진행되었습니다.

마음운동장 캠페인에 참여한 참가자들은 "하늘이 보이는 한옥에서 몸도 마음도 쉴 수 있어 좋았다", "무거웠던 마음을 잠시 내려놓고 평온한 기분으로 행복한 시간을 보낼 수 있었다", "세심한 배려가 돋보이는 기념품을 보니 그 자체로 힐링이 되는 기분이었다" 등 기대 이상의 좋은 반응을 보였습니다.

마음운동장 캠페인은 '23년 11월 12일 성공적으로 마무리되었고 추후 고객들의 응모 사연 및 생생한 현장 후기를 담은 영상을 제작해 온라인을 통해 힐링의 경험을 나눌 예정입니다.

정관장, '엄마 아빠의 갓생' 캠페인



The Challenge

갓(God)과 인생(生)의 합성어로, 부지런하고 생산적인 삶을 의미하는 '갓생'. 20~30대 MZ 세대를 필두로 '갓생' 열풍이 분 지 오래입니다. 그러나 '갓생'이 과연 MZ 세대만의 전유물일까요? 부모님 세대 역시 우리를 위해 자신들만의 '갓생'을 살아오지 않았을까요? '23년 정관장 추석 캠페인은 이 질문에서 출발해 바쁜 일상 속에서 잊혀져 가는 가족간의 사랑을 변하지 않는 시대의 가치로 전달하고자 했습니다.

The Idea

주 6일제는 기본, 내비게이션도 없이 전국을 거뜰하게 운전하던 아빠, 스마트폰이나 살림을 도와줄 가전도 없이 하루 종일 몸으로 놀아주던 엄마 등 지금은 상상하기도 어려운 환경에서 우리를 키워주신 부모님이 다름 아닌 진짜 '갓생'을 사신 것이라는 인사이트를 캠페인에 담았습니다. 이를 통해 부모님에 대한 감사의 메시지를 전하고자 하였습니다. 이러한 부모님의 '갓생'에 대한 MZ세대의 공감을 극대화하기 위해 그 시절 우리 부모님들의 모습을 그대로 광고에 담았습니다. 어린 시절 촬영되었던 일반인들의 실제 영상으로 영상 대부분을 구성하였고, 진정성을 강조하고자 전문 모델의 등장은 최소화했습니다. 내레이션도 일반인의 목소리로 녹음했습니다. 그 시절 부모님의 어떤 모습이 가장 울림 있을지를 고민하며 한 컷 한 컷을 세심하게 골랐습니다.

The Result

스태프들의 이러한 노력으로 캠페인 론칭 후 많은 시청자가 캠페인 영상에 자기 자신을 대입하며 공감해 주었습니다. 댓글을 통해 가족 앨범을 보고 있는 느낌이란 이야기도 많았고 멀리 계신 부모님 생각에 눈물이 나서 안부 전화를 했다는 사람들도 있었습니다. 세대, 성별로 갈라져 서로에게 상처를 주는 사건들이 많은 요즘, 우리 부모님들의 '갓생'에 대한 공감대를 시작으로 세대간의 갈등을 뛰어넘어 모두가 서로를 응원하는 사회가 되었으면 하는 바람을 담은 캠페인이었습니다.

Governance

- Charter of Corporate Governance
- Shareholders
- Director/Board of Directors
- Audit
- Risk Management



Charter of Corporate Governance

당사는 주주의 권리를 보장하고 다양한 이해관계자들과 신뢰를 형성하며 함께 성장하기 위해, '21년 12월 '기업지배구조 헌장'을 제정하여 당사 홈페이지에 공개하고 있습니다. 본 헌장에 따라 저희 제일기획은 전문성과 독립성을 갖춘 이사회와 감독 아래 모든 경영진 및 기타 임직원들이 책임 경영을 수행하고 건전한 지배구조를 확립하고 발전시켜 나아갈 예정입니다.



Shareholders

주주의견 수렴 장치

제일기획은 다양한 경로를 통해 주주, 투자자 등 주요 이해관계자의 의견을 수렴하여 당사 경영에 반영하고 있습니다.

| 구분 | 중요 관심사 | 소통 채널 | 주요 활동 |
|----------|---|--|---|
| 주주 및 투자자 | <ul style="list-style-type: none"> 경영 성과 및 전망 리스크 관리 경영정보 공유 지속가능성 이슈 (ESG 등) | <ul style="list-style-type: none"> IR 미팅 주주총회 사업보고서/기업지배구조보고서 회사 홈페이지 내 IR 파트 * 주총 일정 및 지배구조 등 주요 이벤트 열람 가능 회사 홈페이지 내 ESG 파트 | <ul style="list-style-type: none"> 안정적 주가 관리 주주환원 정책 강화 투명한 정보공개 |

주주의 권리

주주의 권리행사에 필요한 정보 제공

당사는 주주에게 주주총회 소집에 관한 사항(소집결의, 소집공고 기타 참고서류 등)을 주주총회 5주 전 전자공시시스템을 통해 공시하였습니다.

또한, 당사는 개정된 상법 시행령에 따라 주주총회 1주 전 '23년 사업연도의 사업보고서 및 감사보고서를 전자공시시스템에 공시하여 주주들이 의안뿐 아니라 당사 재무상태에 대해 충분히 검토 후 의결권을 행사할 수 있도록 하였습니다.

나아가, '22년부터는 온라인으로 주주총회 현장을 생중계하여 주주들이 장소에 구애 받지 않고 쉽게 주주총회 진행 상황을 직접 확인할 수 있도록 하고 있습니다.

이밖에도 당사는 당사 홈페이지에 NDR 등 IR관련 일정을 '23년 한 해 동안 11회 공개하는 등 적극적으로 주주 기타 이해관계자들과 소통하기 위해 노력하고 있으며, 매년 1회 당사의 기업지배구조 관련 제반 사항을 담은 '기업지배구조보고서'를 공시하고, 기업지배구조 모범규준과의 차이를 홈페이지에 공개하는 등 주주 기타 이해관계자들이 당사의 지배구조를 쉽게 파악할 수 있도록 하고 있습니다.

주주 의결권에 관한 사항

당사는 주주의 의결권 참여율을 높이고 주주가 회사의 연간 성과를 인지한 상태에서 주주총회에 참여할 수 있도록 주주총회 집중일, 재무결산 및 감사보고서 발행일, 업무 계획 등을 고려하여 주주총회 개최일을 정하고 있습니다.

당사는 서면투표제를 채택하고 있지 않으나, 주주들이 의결권을 보다 용이하게 행사할 수 있도록 '21년 2월 이사회에서 전자투표제 도입을 결의하여 전자투표제를 장려하기로 하고, '21년 3월 개최한 제48기 정기주주총회부터 시행하고 있습니다. 또한 당사는 모든 주주에게 직접 교부하거나 우편, 전자우편에 의한 방법으로 의결권 대리행사를 권유하고 있습니다.

당사는 상법 기타 관련 법령상 주주총회 결의사항인 안건에 대해서는 반드시 주주총회 결의를 거쳐 결정하고 있으며, 주주총회 결의사항을 이사회 결의사항으로 변경하는 등의 주주의 권리를 제한하거나 제약하는 행위는 일체 하지 않고 있습니다. 또한 이사 해임규정, 황금낙하산 규정 등 관련 법령상의 주주총회 의결 요건을 가중하는 조항도 일체 두고 있지 않습니다.

또한, 주주총회에서 당사의 경영을 책임질 이사를 선임할 때에는 주주가 후보 이사의 적절성을 개별적으로 판단할 수 있도록 이사 후보 선임에 대한 안건을 후보별로 분리하여 상정하고 있습니다.

당사는 위와 같이 주주의 권리를 최대한 보장하고 주주의 가치를 제고하기 위한 다양한 노력을 기울이고 있으며, 앞으로도 주주의 가치 제고를 위해 노력할 예정입니다.

최근 주주총회 의결권 행사 현황

당사는 홈페이지에 최근 5년간 주주총회 결과를 공개하여, 주주 기타 이해관계자에게 투명하게 정보를 제공하고 있습니다.

주주가치 환원 노력(배당)

당사는 중장기적인 성장을 위한 투자를 고려하는 동시에 주주가치 극대화를 위한 주주환원 정책을 지속적으로 유지하고 있습니다. 당사의 지속적인 주주가치 제고 노력 속에 당사의 배당 규모는 '17년 이후 매년 증가하였으며, '23년 글로벌 경기침체 및 지정학적 리스크가 지속되는 가운데 국내도 소비 위축과 기업의 실적 부진으로 광고주들이 마케팅 비용을 효율화하는 어려운 경영환경에서도 당사는 공시된 배당 정책에 따라 연결 당기순이익 기준 60% 내에서 배당금을 확정했습니다.

당사는 재무제표 승인 및 이익배당 결정방법 등 주주의 가치와 관련된 사항은 이사회 결의를 허용하지 않고 반드시 주주총회 결의를 통해서만 정하도록 정관에 규정하고 있으며, 중간배당에 대해서는 정관에 근거 조항을 두고 있으나 아직 이를 시행한 적은 없고, 차등배당, 분기배당은 실시하지 않고 있습니다.

배당 실시 계획은 매년 주주총회 6주 전 연간 결산 이사회 직후 '현금·현물배당 결정' 공시를 통해 안내하고, 주주총회 승인 당일 '정기주주총회 결과' 공시를 통해 배당 확정에 대해 통지하고 있습니다. 이밖에도 당사는 주주들이 자신이 실제 배당 받을 금액을 정확히 확인할 수 있도록, 기존에는 배당통지 서면을 발송하는 방식으로 안내했으나, '23년 제50기 정기 주주총회부터 '온라인 배당조회 서비스'를 오픈하여 주주들이 온라인으로 배당금을 확인할 수 있도록 하여 주주편의성을 더욱 높였습니다.

또한, 당사는 당사의 홈페이지 내 "Stock Information - 주주환원" 메뉴를 생성하여 최근 5개 사업연도의 배당정보(배당총액, 주당 현금 배당금, 배당성향, 배당수익률 등)도 공개 중입니다.

최근 5개년간 배당내역은 아래와 같습니다.

| 구분 | | '19년 | '20년 | '21년 | '22년 | '23년 |
|-----------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| (연결) 당기순이익 (억원) | | 1,381 | 1,574 | 1,655 | 1,937 | 1,873 |
| 주당 현금배당금 (원) | 보통주 | 820 | 840 | 990 | 1,150 | 1,110 |
| | 우선주 | - | - | - | - | - |
| 배당총액 (억원) | 보통주 | 830 | 851 | 1,003 | 1,165 | 1,124 |
| | 우선주 | - | - | - | - | - |
| 배당성향 | | 60.2% | 54.1% | 60.6% | 60.1% | 60.0% |
| 배당수익률 | 보통주 | 3.3% | 4.0% | 4.2% | 4.8% | 5.5% |
| | 우선주 | - | - | - | - | - |

* (연결) 당기순이익은 지배지분순이익 수치임

당사는 '23.1.31 공시를 통해 '23년 ~ '24년 2개년 동안 M&A 등 대규모 투자와 운전자금, 사업 환경 등을 고려하여 연결당기순이익 기준 배당 성향 60% 내에서 주주환원 정책을 결정할 것을 공개하였으며, 앞으로도 적극적인 주주 친화적인 배당 정책을 지속할 계획입니다.

Director/Board of Directors

이사

이사의 선임

당사는 주주총회 결의를 통해 이사를 선임합니다. 사내이사는 이사회에 추천을 받은 후보 중 선임하고 있습니다. 사외이사는 상법 제382조 및 제542조의 8 등 관련 법령에서 요구하는 자격 요건을 충족하고 당사와 중요한 이해관계가 없는지를 면밀히 검토하여 후보자를 추천하고 있으며, 또한 정관 제27조 제3항에 의해 회사 또는 계열회사의 임직원이거나 최근 2년 이내에 임직원이었던 자, 회사의 주요주주 또는 혈연적 특수관계가 있는 자도 제외됩니다.

* 당사는 아직 상법상 사외이사후보추천위원회를 설치해야 하는 기업에 해당하지 않아, 사외이사후보추천위원회를 통해 추천하고 있지는 않습니다.

현재 당사의 모든 이사는 상법 등 관계 법령과 정관에서 요구하는 자격 요건을 모두 충족하고 있습니다.

이사의 전문성

당사 이사회는 광고산업 분야 최고 전문가가 사내이사로 이사회에 참여하여 장기적인 경험과 노하우를 적용하여 경영 의사결정을 하는 책임경영을 실현하는 한편, 사외이사는 빠르게 변화하는 경제적, 환경적, 사회적 토픽에 대해 민첩하게 대응하고 리스크를 효율적으로 관리할 수 있는 최고 전문가로서 사내이사와 경영진의 활동을 객관적으로 감독하고 조언하고 있습니다.

이 밖에도 당사는 이사회 규정에 사외이사가 당사의 업무 검토, 감독 시 필요한 경우 외부 전문인력을 지원받을 수 있다는 근거 조항을 명기*하여 사외이사의 전문인력 지원 근거를 이사회 규정에 명문화하고 있습니다.

* 이사회 규정 제19조

오윤 사외이사는 미국 공인회계사 및 미국 변호사 등 국제 조세와 국제 경영 최고 전문가로, 당사의 글로벌 사업 관련 리스크 관리 역량 제고에 기여했습니다.

또한, 장병완 사외이사는 기획예산처 장관 및 국회의원을 역임한 행정 전문가로서, 투명하고 객관적인 시각에서 당사의 정책 수립 및 의사결정에 참여하여 기업가치 제고에 기여하고 있습니다.

오윤 사외이사의 임기만료로 제51기 주주총회(24.3.21)에서 선임된 장승화 사외이사는 국제중재법원 중재인 및 세계무역기구 상소기구 재판관을 역임한 국제 통상 분야의 최고 전문가로서 당사의 글로벌 경영 및 리스크 관리에 기여할 것으로 기대 됩니다.

사외이사 교육

당사는 광고업 특징/트렌드 및 회사 내 이슈 사항에 관한 사외이사의 이해를 돕기 위해, 매 이사회 실시 전일에 이사회 의제 및 경영현황 등의 내용을 포함하여 사외이사에게 교육을 제공하고 있습니다.

| '23년 교육 일자 | 교육 실시 주체 | 참석 사외이사 | 불참사 사유 | 주요 교육 내용 |
|------------|----------|---------|--------|----------------|
| 1.30 | 지원조직 | 오윤, 장병완 | - | 이사회 의제, 경영현황 등 |
| 2.14 | 지원조직 | 오윤, 장병완 | - | 이사회 의제, 경영현황 등 |
| 3.15 | 지원조직 | 오윤, 장병완 | - | 이사회 의제, 경영현황 등 |
| 4.26 | 지원조직 | 오윤, 장병완 | - | 이사회 의제, 경영현황 등 |
| 7.26 | 지원조직 | 오윤, 장병완 | - | 이사회 의제, 경영현황 등 |
| 10.26 | 지원조직 | 오윤, 장병완 | - | 이사회 의제, 경영현황 등 |
| 11.26 | 지원조직 | 오윤, 장병완 | - | 이사회 의제, 경영현황 등 |
| 12.20 | 지원조직 | 오윤, 장병완 | - | 이사회 의제, 경영현황 등 |

* 출석률 100%

사외이사 평가

당사는 사외이사의 전문성, 이사회 활동 현황, 회사의 이해도 등을 바탕으로 평가기준을 설정하여, 매년 개별 사외이사의 역량에 대한 평가를 진행하고 있습니다.

이사의 책임경영

당사의 이사는 상법 기타 관련 법령상의 책임을 전적으로 부담하여, 책임경영을 실천하고 있습니다. 당사는 이사의 회사에 대한 책임을 이사회 결의만으로 감경하는 정관 규정을 두고 있지 않을 뿐 아니라, 정관에 어떠한 이사의 책임 감면 요건도 도입하지 않고 있습니다.

또한 당사는 회사의 비용으로 이사의 손해배상 책임보험에 가입하여 이사가 전적으로 책임을 지고 경영할 수 있는 환경을 조성하는 한편, 내부회계관리자를 상근 등기이사로서 지정하여, 내부회계관리자가 업에 대한 높은 이해도와 전문성을 가지고 등기이사로서 책임경영을 할 수 있도록 하고 있습니다.

Director/Board of Directors

이사의 보수

제일기획은 보상위원회를 설치하여 이사 보수의 적정성을 검토, 이사의 책임경영에 대한 적절한 보수를 지급하고 있습니다. 보상위원회는 2인의 사외이사와 CEO가 아닌 1인의 사내이사로 구성되고, 사외이사가 위원장을 맡아 독립적이고 객관적으로 이사의 보수가 검토되도록 구성하고 있습니다.

| 보상위원회 (사외이사 참석률 100%) | | |
|-----------------------|----------------------------|-------|
| '23년 개최 일자 | 의안 내용 | 가결 여부 |
| 2.15 | 보상위원회 위원장 선임의 건 | 가결 |
| | 등기이사 보상체계 중 지급 방법 변경 승인의 건 | 가결 |
| | '23년 등기이사 개별 연봉 승인의 건 | 가결 |
| | '23년 등기이사 및 감사 보수한도 심의의 건 | 가결 |

*보상위원회 위원 중 사내이사 1명 불참

보상위원회는 사내 등기임원의 보수체계(보수구분, 지급기준, 지급액 등)에 대해 검토하고 있으며, 원칙적으로 이사의 직무별 KPI를 명확하고 구체적으로 설정하여, 철저히 각 이사의 경영성과에 연계되어 이사의 보수가 산정될 수 있도록 노력하고 있습니다.

* 전체 사내이사의 개인별 연간 보수액 및 개별 이사 보수의 구체적인 구성내역, 성과지표/목표와 목표 대비 달성 실적에 따른 지급비율 등은 반기/연간 사업보고서를 통해 공시 중입니다.

또한, '장기성과 인센티브 제도'를 도입하는 등 개별 사내이사의 보수에 3년 이상의 중장기적 성과가 연계되어 보상되도록 하고 있어, 이사의 장기적 책임경영을 적극 유인하고 있습니다.

* 당사는 사업보고서를 통해 개별 사내이사의 보수 산정기준과 방법을 공시하고 있는바, 이 공시를 통해 '장기성과 인센티브'가 개별 사내 이사의 보수 구성에 포함되어 있음을 확인할 수 있습니다.

최근 3년간 이사의 개인별 연간 보수액은 다음과 같습니다.

단위 : 백만원

| 이름 | 직위 | 보수 총액 | | |
|-----|----------|-------|-------|-------|
| | | '21년 | '22년 | '23년 |
| 유정근 | 사장 | 2,785 | 2,577 | 5,819 |
| 김종현 | 사장(대표이사) | 984 | 1,099 | 1,658 |
| 강우영 | 부사장 | - | - | 807 |
| 정홍구 | 고문 | 856 | 1,994 | 98 |
| 오윤 | 사외이사 | 83 | 84 | 84 |
| 장병완 | 사외이사 | - | 70 | 84 |
| 김민호 | 사외이사 | 83 | 21 | - |

* 개인별 보수총액은 2023년 12월 31일까지의 귀속 소득입니다.

* 정홍구 사내이사의 임기가 '23년 3월 만료되어, '23년 3월 제50기 주주총회를 통해 강우영 후보를 당사의 사내이사로 신규 선임하였습니다.

* 2024년 1월 30일자로 중도 사임한 유정근 사내이사가 지급받은 2023년 12월 31일까지의 보수와 퇴직금을 포함하였습니다.

이사회

이사회 구성

당사 이사회는 정관 제27조에 따라 3인 이상, 7인 이하의 이사로 구성되며, 현재 당사의 이사회는 사내이사(임원 중 선임) 3명, 사외이사 2명으로, 상법에서 정하고 있는 사외이사 참여 비율(이사회 내 사외이사 비율 4분의 1)을 충족하고 있습니다.

또한, 이사에 결원이 생긴 때에는 법정 정원수를 결하지 아니하고 업무 수행상 지장이 없는 한, 차회의 주주총회에서 이를 선임하도록 당사 정관에서 규정하고 있습니다.

당사는 '22년 12월 8일 이사회 의장과 대표이사를 분리하여 이사회에 의한 경영진 감독을 강화함으로써 상호 간 견제와 균형을 통해 기업 경영의 투명성 및 공정성을 제고하였습니다. 또한, '23년 10월 이사회 규정 제5조의 2(선임사외이사)를 신설하여 사외이사를 대표하는 선임사외이사를 선임하여 이사회를 운영하기로 하였습니다.

당사는 이사회 구성(성명, 선임일, 임기, 의장)과 위원회 설치 현황(명칭, 구성)을 홈페이지에 공개하여, 주주 기타 이해관계자가 당사의 이사회 구성을 쉽고 정확하게 파악할 수 있도록 하고 있습니다.

| '23년 이사회 구성 현황 | | | | | | | |
|----------------|---------|---------------------|----------|----|-----------|-------------|-----------|
| 성명 | 출생년월 | 직함 (담당업무) | 임기만료일 | 성별 | 경영 위원회 | 내부거래 위원회 | 보상 위원회 |
| 김중현 | 1966.07 | 대표이사 | '24.3.17 | 남 | ○(위원장) | | |
| 유정근 | 1963.06 | 사내이사 (사장/이사회위원장) | '25.3.16 | 남 | ○ | | |
| 강우영 | 1968.02 | 사내이사 (경영지원실장) | '26.3.15 | 남 | ○ | ○ | ○ |
| 오윤 | 1962.11 | 사외이사 | '24.3.17 | 남 | | ○(위원장) | ○(위원장) |
| 장병완 | 1952.05 | 사외이사 | '25.3.16 | 남 | | ○ | ○ |

* '23.12.31 기준의 이사회 구성 현황입니다.

* 정홍구 사내이사의 임기 만료로, 당사는 '23.3.16 주주총회를 통해 강우영 후보를 당사의 사내이사로 신규 선임하였습니다.

* '23년 1월 12일 유정근 사내이사가 경영위원회 위원장에서 사임하고 김중현 사내이사가 경영위원회를 통해 위원장으로 선임되었습니다.

* '24.1.30 유정근 사내이사가 중도 사임하였습니다.

* 오윤 사외이사의 임기 만료와 유정근 사내이사의 중도 사임으로, 당사는 '24.3.21 주주총회를 통해 장승화 후보를 사외이사로, 김태해 후보를 사내이사로 신규 선임하였으며, 임기 만료인 김중현 사내이사도 재선임 하였습니다.

* 오윤 사외이사의 임기 만료로 내부거래위원회, 보상위원회의 위원장은 '24.3.21 주주총회 이후 최초로 개최되는 위원회에서 선임될 예정입니다.

이사회 활동

당사의 이사회는 의장이 소집하며, 의장은 이사회 개최일을 정하여 늦어도 24시간 전에 이를 각 이사 및 감사에게 문서, 전자문서 또는 구두로써 통지해야 함을 정관으로 규정하고 있으나, 원활한 이사회 진행을 위해 통상 일주일 전에 이사회 개최일정을 이메일을 통해 통지하고 있습니다.

당사 이사회는 당사의 목표, 가치 및 전략 수립에 핵심적인 역할을 하고 있습니다.

'23년 1월부터 '23년 12월까지 당사 이사회는 총 8회 개최되었으며, '23년에 부의된 주요 안건으로는 매 분기 재무제표 승인, 특수관계인과 상품/용역 거래 승인, '23년 안전보건계획 수립 승인의 건 등이 있습니다.

당사는 특히, 주주총회에서 선임된 사외이사가 독립적으로 기업경영정책 결정에 참여하고 경영진을 감독 및 지원할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다. 이에, 이사회 개최 전 사외이사는 회사로부터 부의 안건에 대해 사전 공유를 받고 질의 시간을 가지며, '23년 사외이사의 이사회 참석률은 100%이었습니다.

| '23년 중요 보고 사항 | | |
|---------------|-------|--|
| 회차 | 개최 일자 | 보고 내용 |
| 1차 | 1.31 | 내부회계관리제도 운영실태 보고 경영위원회 결의사항 보고 |
| 2차 | 2.15 | 내부회계관리제도 운영실태 평가 보고 |
| 4차 | 4.27 | '23년 ESG 활동 계획 |
| 5차 | 7.27 | 경영위원회 결의사항 보고 |
| 6차 | 10.27 | 경영위원회 결의사항 보고 |
| 8차 | 12.21 | ESG 중대성 및 탄소중립/환경경영 성과, 리스크 관리활동 보고 준법지원인의 준법 점검 결과 |

| '23년 중요 의결 사항 | | | |
|---------------|-------|------------------------------|-------|
| 회차 | 개최 일자 | 의안 내용 | 가결 여부 |
| 1차 | 1.31 | 제50기 재무제표 및 영업보고서 승인의 건 | 가결 |
| 2차 | 2.15 | 제50기 정기주주총회 소집 및 목적 사항 결정의 건 | 가결 |
| | | 특수관계인과의 상품 및 용역 거래 승인의 건 | 가결 |
| 3차 | 3.16 | 이사 업무 위촉의 건 | 가결 |
| | | 이사 보수한도 집행 승인의 건 | 가결 |
| | | 경영위원회 위원 선임의 건 | 가결 |
| | | 내부거래위원회 위원 선임의 건 | 가결 |
| | | 보상위원회 위원 선임의 건 | 가결 |
| | | '23년 안전보건계획 승인의 건 | 가결 |
| 4차 | 4.27 | CSO 권한과 책임에 관한 규정 승인의 건 | 가결 |
| | | 제51기 1분기 재무제표 승인의 건 | 가결 |
| 5차 | 7.27 | 특수관계인과의 상품 및 용역 거래 승인의 건 | 가결 |
| | | 제51기 상반기 재무제표 승인의 건 | 가결 |
| | | 기부금 지원 승인의 건 | 가결 |
| 6차 | 10.27 | 제51기 3분기 재무제표 승인의 건 | 가결 |
| | | 이사회 규정 개정의 건 | 가결 |
| 7차 | 11.27 | 선임사외이사 선임의 건 | 가결 |
| | | 기부금 지원 승인의 건 | 가결 |
| 8차 | 12.21 | 자기거래 한도 승인의 건 | 가결 |
| | | 특수관계인과의 보험거래 승인의 건 | 가결 |

이사회 내 위원회

당사는 정관 제35조, 이사회 운영규정 제12조의 2에 따라 3개의 이사회 내 위원회(경영위원회, 내부거래위원회, 보상위원회)를 설치, 각 위원회에 전문적인 권한을 위임해 이사회 운영의 효율성을 제고하고 있습니다.

당사는 이사회 규정 및 이사회에 설치된 위 3개 위원회의 운영규정 전문을 모두 『기업지배구조보고서』를 통해 공개하여, 이사회 및 이사회 내 위원회가 투명하게 운영되도록 하고 있습니다.

또한, 독립성이 특히 중요한 내부거래위원회와 보상위원회는 사외이사 2명 전원과 강우영 사내이사가 위원회 위원으로 활동하였으며, 위원장은 오윤 사외이사가 맡고 있어, 내부거래위원회 및 보상위원회가 독립적으로 운영되도록 하고 있습니다.

* 참고로, 오윤 사외이사는 임기 만료로 '24년 3월 21일 제51기 주주총회에서 장승화 사외이사가 신규 선임되었습니다. 작성일 현재, 내부거래위원회와 보상위원회의 위원장은 공석이나, 주주총회 이후 최초로 개최되는 위원회에서 사외이사 중 위원장을 선임할 예정입니다.

단, 경영위원회는 당사의 경영에 관한 주요 사항을 수시로 심의, 의결한다는 점에서 광고업에 대한 깊은 지식이 요구되므로, 광고업에서 최고의 전문성을 지닌 사내이사로만 구성하고 있습니다.

당사는 계열사 간 거래를 검토하고 승인하는 이사회 내 위원회인 내부거래위원회를 갖추고 있습니다. 공정거래 자율준수 체제 구축을 통한 회사경영의 투명성 제고를 위해 '14년 12월에 자발적으로 설치한 내부거래위원회는 '내부거래 보고 청구권', '내부거래 직권조사 명령권' 및 '내부거래 시정조치 건의권'을 가지고 제일기획의 내부거래에 관한 제반 사항을 관장하는 역할을 하고 있습니다. 당사의 내부거래위원회는 사외이사를 주축으로 하여 계열사간 거래, 주요주주와의 거래, 이사의 자기거래 등에 대해 사전 심의하고, 이외에도 주주가치 등에 영향을 미치는 중요 거래라고 판단하는 거래에 대해 심의 및 의결을 실시하여 내부거래에 대한 사전 통제를 강화하고 있습니다.

당사의 자기자본 대비 계열회사에 대한 출자총액 규모는 '23년 말 기준 약 3.9%*입니다.

* '23년 말 자기자본 6,108억원 대비 237억원

Director/Board of Directors

'23년에 각 위원회에 부여된 의안 내용은 다음과 같습니다.

보상위원회

| 개최 일자 | 의안 내용 | 가결 여부 |
|-------|----------------------------|-------|
| 2.15 | 보상위원회 위원장 선임의 건 | 가결 |
| | 등기이사 보상체계 중 지급 방법 변경 승인의 건 | 가결 |
| | '23년 등기이사 개별 연봉 승인의 건 | 가결 |
| | '23년 등기이사 및 감사 보수한도 심의의 건 | 가결 |

내부거래위원회

| 개최 일자 | 의안 내용 | 가결 여부 |
|-------|-------------------------------------|-------|
| 2.15 | '23년 2분기 특수관계인과의 상품, 용역 거래 사전 심의의 건 | 가결 |
| 4.27 | '23년 3분기 특수관계인과의 상품, 용역 거래 사전 심의의 건 | 가결 |
| 7.27 | '23년 4분기 특수관계인과의 상품, 용역 거래 사전 심의의 건 | 가결 |

경영위원회

| 개최 일자 | 의안 내용 | 가결 여부 |
|-------|------------------------------------|-------|
| 1.12 | 경영위원회 위원장 선임의 건 | 가결 |
| | 호주지점 법인 전환의 건 | 가결 |
| 1.30 | 임원 장기성과 인센티브 지급방법 변경의 건 | 가결 |
| 7.27 | 6기('20년 ~ '22년) 임원 장기성과 인센티브 지급의 건 | 가결 |
| 10.20 | 미국법인 차입금 지급보증 승인의 건 | 가결 |

* '23.3월 정홍구 사내이사의 임기 만료로, 당사는 '23.3.16 이사회를 통해 강우영 사내이사를 경영위원회 위원으로 선임하였습니다.



감사기구

당사는 상법상 감사위원회 설치 의무 법인에 해당하지 않아 아직 감사위원회를 별도로 설치하고 있지는 않으나, 상법에 따라 상근감사 1인을 두고 있습니다(상법 제542조의10 제1항).

당사는 감사의 독립성 및 전문성을 확보하기 위해 상법에서 요구하는 제반 요건을 충족하는 상근감사 후보자를 추천하며(상법 제542조의10 제2항), 이를 주주총회에서 최종 승인하여 상근감사를 선임하고(상법 제542조의10 제1항), 선임된 상근감사의 임기는 취임 후 3년 내의 최종 결산기에 관한 정기주주총회 종결 시까지로 합니다(상법 제410조, 정관 제37조 제1항).

이에 따라 '21.3.18, 제48기 정기주주총회 결의에 따라 이홍섭 상근감사가 선임되어 감사업무를 수행 중에 있습니다.

당사의 상근감사는 이사회에 참석하여 독립적으로 이사의 업무를 감독하고 있으며, 이와 관련하여 장부 및 필요 서류의 제출을 요구할 수 있습니다.

당사의 상근감사는 '23년 중 개최된 모든 이사회에 참석하여 이사회 운영의 견제와 균형을 확보하는 데 기여했습니다. 아래는 감사의 이사회 참석 내역입니다.

| '23년 감사의 이사회 참석 내역 (참석률 100%) | | |
|-------------------------------|-------|---|
| 회차 | 개최 일자 | 의안 내용 |
| 1차 | 1.31 | 제 50기 재무제표 및 영업보고서 승인의 건 |
| 2차 | 2.15 | 제 50기 정기주주총회 소집 및 목적 사항 결정의 건 특수관계인과의 상품 및 용역 거래 승인의 건 |
| 3차 | 3.16 | 이사 업무 위촉의 건 이사 보수한도 집행 승인의 건 경영위원회 위원 선임의 건 내부거래위원회 위원 선임의 건 보상위원회 위원 선임의 건 '23년 안전보건계획 승인의 건 CSO 권한과 책임에 관한 규정 승인의 건 |
| 4차 | 4.27 | 제 51기 1분기 재무제표 승인의 건 특수관계인과의 상품 및 용역 거래 승인의 건 |
| 5차 | 7.27 | 제 51기 상반기 재무제표 승인의 건 특수관계인과의 상품 및 용역 거래 승인의 건 기부금 지원 승인의 건 |

| | | |
|----|-------|----------------------|
| 6차 | 10.27 | 제 51기 3분기 재무제표 승인의 건 |
| | | 이사회 규정 개정의 건 |
| | | 선임 사외이사 선임의 건 |
| 7차 | 11.27 | 기부금 지원 승인의 건 |
| 8차 | 12.21 | 자기거래 한도 승인의 건 |
| | | 특수관계인과의 보험거래 승인의 건 |

당사의 상근감사는 이사가 법령 또는 정관에 위반한 행위를 하여 회사에 회복할 수 없는 손해가 생길 염려가 있는 경우에는 회사를 위하여 이사에 대하여 그 행위를 정지할 것을 청구할 수 있습니다(상법 제402조). 또한, 당사의 상근감사는 외부감사인의 선임 및 변경, 해임에 대한 권한을 가지고 있습니다.

당사의 상근감사는 내부회계전담조직(재무팀)의 회사 내부통제활동의 적정성 여부에 대한 평가 계획과 결과를 보고받으며, 내부회계관리제도의 설계 및 운영실태를 평가하여 이사회에 보고하고 있습니다.

또한, 당사의 상근감사는 외부감사인과 연간 감사 계획 및 재무제표 검토, 감사 진행 경과 등의 사항과 관련하여 정기적으로 커뮤니케이션을 하여, 재무보고의 품질을 높이기 위해 노력하고 있습니다. 아래는 '23년에 실시된 상근감사와 외부감사인의 커뮤니케이션 내역입니다.

| 일자 | 참석자 | 방식 | 주요 논의 내용 |
|-------|--------------------------------------|------|--|
| 1.30 | · 사측: 감사 · 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 1인 | 대면회의 | - 연간 회계감사 진행경과 및 향후 일정 보고 - 핵심감사사항 진행경과 및 기말 핵심감사 계획 보고 |
| 3.6 | · 사측: 감사 · 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 1인 | 대면회의 | - 그룹감사 및 기말감사 진행 경과 - 감사인의 독립성 등 감사종결보고 |
| 4.25 | · 사측: 감사 · 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 2인 | 대면회의 | - '23년 연간 회계감사 수행 계획 - 중간재무제표에 대한 검토 진행 경과 |
| 7.21 | · 사측: 감사 · 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 2인 | 대면회의 | - 반기재무제표에 대한 검토 진행 경과 |
| 10.24 | · 사측: 감사 · 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 1인 | 대면회의 | - '23년 3분기 재무제표 검토 진행 경과 |

※ 감사와 '23년 1월, 3월에 커뮤니케이션한 회계감사인은 삼일회계법인이며, '23년 4월 이후 커뮤니케이션한 회계감사인은 삼정회계법인입니다.

감사의 전문성

현재 당사의 상근감사인 이홍섭 감사는 한국 공인회계사 및 세무사로서 딜로이트안진 회계법인에서 28년 이상 재직한 경력이 있으며, 한국공인회계사회가 개설한 ESG 아카데미 전문가 과정 제1·2·3·4기를 수료한 ESG 전문가입니다. 또한 동국대 경영학 박사학위 취득자로서 회계 및 세무와 ESG의 전문성뿐 아니라 경영지원 업무 전반에 폭넓은 지식과 경험을 보유하고, 당사 이사회 경영진의 업무 처리 적법성 및 타당성에 대한 감독 역할을 충실히 수행할 수 있는 전문성을 갖추고 있습니다.

| 상근감사 이력 | | | | |
|---------|---|--------------|--------|--|
| 성명 | 경력 | 회계·재무 전문가 관련 | | |
| | | 해당 여부 | 전문가 유형 | 관련 경력 |
| 이홍섭 | - (現) 제일기획 감사 - (現) 한국공인회계사회 회계감사기준위원회 위원 - 신한회계법인 공인회계사 (2018) - 딜로이트안진 회계법인 감사본부 금융그룹 부대표 (2007) - 딜로이트안진 회계법인 감사본부 금융그룹 전무 (2003) - 동국대 회계학 박사 (2016) | 예 | 회계사 | - 기본자격: 한국 공인회계사, 세무사 - 근무기간: 딜로이트안진 회계법인(1989~2017) 신한회계법인(2018~2020) |

감사의 교육현황

당사는 상근감사가 감사 업무를 효과적으로 수행할 수 있도록 하기 위해, 회사가 속한 산업의 특성 및 경영 환경의 변화, 법규 변경 등 중요한 이슈에 대한 교육 기회를 수시로 제공하고 있습니다. 특히 최근 ESG 경영의 중요성이 더욱 높아지자 이홍섭 상근감사는 한국공인회계사회가 개설한 ESG 아카데미 전문가(일반/심화/인증)과정을 수료하기도 하였습니다.

* 수료기간: '21년 11월 ~ '23년 7월

* 교육시간: 제1기 - 49시간, 제2기 - 49시간, 제3기 - 52시간, 제4기 - 52시간, 총 202시간

당사가 상근감사에게 제공하였거나, 상근감사가 필요에 의해 수강한 '23년 교육 현황은 다음과 같습니다.

| 교육 일자 | 교육 실시주체 | 주요 교육내용 |
|-------|---------------------|---|
| 1.5 | 한국상장회사협의회 (상장회사감사회) | 제229차 조찬강연 (주제: 미·중 전략경쟁과 한국의 대응 전략) |
| 1.27 | SERI CEO | SERI CEO 인사이트포럼 (주제: 글로벌 지정학 위기와 동아시아 정세변화) |
| 2.9 | 한국회계학회 & 한국회계기준원 | 지속가능성 포럼 - 금융기관의 글로벌 지속가능성 보고기준 어떻게 준비할 것인가? 제1부: 기후변화 정보의 측정과 공시 및 금융기관의 적용 사례 제2부: 종합토론 (김정일 금융위원회 과장 외 6인) |
| 2.23 | 한국상장회사협의회 (상장회사감사회) | 제230차 조찬강연 (주제: 디지털 전환시대, 기업의 성공전략) |
| 4.18 | (사)감사위원회포럼 | 감사 및 감사위원을 위한 '23년 제1회 정기포럼 주제 1: 자금사고 유형과 감사위원회가 유의할 사항 주제 2: 텍스트 감성 분석을 활용한 내부회계관리제도 운영실태 보고서의 내용분석과 시사점 |
| 4.20 | (주)제일기획 | '23년 상반기 Compliance 및 기타 내부 교육 - 컴플라이언스: 저작권, 초상권, 상표권/ 표시광고, PR이슈/ 개인정보보호, ESG-환경교육 - 안전관리, 내부회계관리제도, 정보보안 교육 등 |
| 4.20 | 한국공인회계사회 | ESG 아카데미 4기 일반과정 1강 ~ 17강 (4월 18일 ~ 5월 18일: 25시간) |
| 5.25 | 한국상장회사협의회 (상장회사감사회) | 제232차 조찬강연 (주제: 기업과 검찰/법, 그 뒷이야기) |
| 5.25 | 삼일PWC 거버넌스센터 | 삼일PWC 거버넌스센터 교육 세션 1: 기업의 미래, 미래의 기업 세션 2: 법원/국회가 보는 소액주주 세션 3: 로보어드바이저를 활용한 업무효율화 사례 |
| 5.30 | SERI CEO | SERI CEO 인사이트포럼 (주제: 지능형 로봇과 무인화 혁명) |
| 5.30 | NEAR 재단 | (사)시장경제와 사회안전망 포럼 '23년 제1회 정기포럼 주제 1: 세계 경제위기 해법은? 주제 2: FRB 금리인상은 악일까? 독일까? |
| 6.1 | (주)제일기획 | WOW Concert (주제: 생태적 전환 - 기후 및 생물다양성 위기) |
| 6.9 | (주)제일기획 | 직장내 성희롱·괴롭힘 예방교육 |
| 6.12 | 한국상장회사협의회 (상장회사감사회) | '23년 상반기 상장회사감사회-감사 및 감사위원을 위한 직무연수 1교시: 회계감리제도에 대한 이해 및 금융감독원의 회계심사/감리업무 운영방향 2교시: 회계감리 주요 지적사항 분석 및 유의사항 I 3교시: 회계감리 주요 지적사항 및 유의사항 II |
| 6.21 | 한국딜로이트그룹 기업지배기구발전센터 | 기업지배기구발전센터 '23년 제1회 세미나 세션 1: 국내 환경을 고려한 이사회의 ESG 감독 세션 2: 감사위원회의 내부통제감독에 대한 역할과 책임 세션 3: 서베이 결과로 알아보는 글로벌 이사회, 감사위원회 동향 |

| 교육 일자 | 교육 실시주체 | 주요 교육내용 |
|-------|------------------------|--|
| 6.22 | 한국상장회사협의회 (상장회사감사회) | 제233차 조찬강연 (주제: 챗GPT가 불러온 AI열풍과 기업의 활용) |
| 6.23 | SERI CEO | SERI CEO 인사이트포럼 (주제: '23년 하반기 경제전망) |
| 6.27 | 한국공인회계사회 | ESG 아카데미 4기 심화과정: 18강 ~ 28강 (5월 30일 ~ 6월 27일 : 21시간) |
| 7.3 | 삼정KPMG 감사위원회 지원센터(ACI) | 제9회 삼정KPMG 감사위원회 지원센터(ACI) 세미나 제목: 주주행동주의와 이사회 패러다임 세션 1: 외부감사인의 독립성 감독과 핵심 감사사항 논의에서 감사위원회 역할 세션 2: M&A 의사결정에서의 이사회 역할 세션 3: ESG 경영과 이사회 대응 |
| 7.13 | (사)감사위원회포럼 | 감사 및 감사위원을 위한 '23년 제2회 정기포럼 주제 1: Unilever 성공 사례의 한국 기업 적용 방안: 'G'를 중심으로 하는 ESG 경영 주제 2: 환경변화 및 Risk 증대에 따른 내부통제 강화 및 고도화 방안 |
| 7.18 | 한국공인회계사회 | ESG 아카데미 4기 인증과정 1. ESG 인증과정 29강 ~ 30강 (7월 11일 ~ 7월 18일: 6시간) |
| 8.22 | SERI CEO | '23년 8월 SERI CEO 인사이트포럼 (주제: 기후위기와 에너지 가치사슬 변화) |
| 9.20 | 한국상장회사협의회 (상장회사감사회) | '23년 9월 제235차 조찬강연 (주제: '23년도 결산감사 대비 주요 이슈 Check Point) |
| 9.21 | (사)감사위원회포럼 | 감사 및 감사위원을 위한 '23년 제3회 정기포럼 주제 1: IFRS S1, S2 제정과 감사(위원회)의 대응방안 주제 2: ESG 공시항목과 산출프로세스, 감사(위원회)의 역할 |
| 9.27 | (주)제일기획 | '23년 하반기 Compliance 교육 컴플라이언스: AI와 지식재산권 이슈, 환경관련 표시광고 심사지침, 개인정보보호 및 수입통관가이드라인 납품대금연동제, 안전관리, 임직원가이드라인 이해, 마음건강이해, 장애인인식개선 |
| 10.11 | 한국회계기준원 | KSSB & SASB 지속가능성 공시기준 세미나 세션 1: IFRS S1 & S2 기준서 소개 세션 2: SASB 기준서 전반적인 소개, 산업별 기준 소개 |
| 10.23 | 한국상장회사협의회 (상장회사감사회) | '23년 10월 제236차 조찬강연 (주제: '24년도 국내외 주요 이슈와 경제전망) |
| 11.7 | 한국상장회사협의회 (상장회사감사회) | '23년 하반기 상장회사감사회-감사 및 감사위원을 위한 직무연수 1교시: 최근 외부감사법 관련 법규 주요 개정내용 및 이슈 2교시: 디지털감사를 활용한 외부감사인과 기업 간의 협력방안과 적용사례 및 회계부정 대응사례 |
| 11.9 | 한국딜로이트그룹 기업지배기구발전센터 | 기업지배기구발전센터 '23년 제2회 세미나 : 세션 1: 투명공시와 신뢰감법의 효과 세션 2: 감사위원회의 법적지위와 책임 세션 3: AI, 빅데이터를 활용한 업무 변화와 흐름 세션 4: 부정조사 및 보고의무 (사고사례/조사대응중심) |

감사 지원 조직

| 교육 일자 | 교육 실시주체 | 주요 교육내용 |
|-------|------------|---|
| 11.21 | (사)감사위원회포럼 | 감사 및 감사위원을 위한 '23년 제4회 정기포럼 주제 1: 감사위원회가 알아야 할 개정 법규사항과 '24년 정기주주총회의 체크포인트 주제 2: 결산시점 재무보고 및 외부감사 감독 방안 |
| 11.24 | SERI CEO | '23년 11월 SERI CEO 인사이트포럼 주제: '24년 국내외 경제전망 |
| 12.6 | 동아미디어그룹 | 동아비즈니스포럼 2023 강연 1: 불확실성이 일상이 된 시대, 배터리 그리고 공급망 관리 강연 2: 시가 가져온 기회와 도전, 그 새로운 물결 강연 3: 생성형 시가 창출한 비즈니스의 미래 |

당사는 상근감사의 업무를 상시 지원할 수 있는 조직으로 IR팀을 두고 있습니다. IR팀은 디렉터 1명, 매니저 2명 등 총 3명으로 구성되어 있으며, 내부회계관리제도 운영 업무 지원, 이사회 의제 및 경영현황 설명, 감사의 질의/논의 사항 대응 등 상근감사의 직무 수행을 적극적으로 지원하고 있습니다.

| 감사 지원조직 현황 | | | |
|------------|--------|-----------------------------------|--|
| 부서명 | 직원수(명) | 직위(근속연수) | 주요 활동내역 |
| IR팀 | 3 | 디렉터 1명 (7.3년) 매니저 2명 (평균 2.0년) | - 내부회계관리제도 운영 업무 지원 - 이사회 의제, 경영현황 설명, 질의/논의 사항 대응 등 상근감사 직무수행 지원 |

* 근속연수: '23년 12월 말 기준, 해당 업무 근속연수

외부 감사인의 독립성

비감사용역 사전 검토

당사는 외부감사인의 독립성 확보를 위해 모든 비감사용역에 대한 사전 검토를 통해, 공인회계사법 제21조 등에서 규정한 금지 업무는 다른 회계법인을 활용하고 있으며, 당사의 상근감사는 외부감사인의 비감사용역 계약을 사전에 검토하고 승인하고 있습니다. 최근 3개년 당사와 외부감사인과의 비감사용역에 대한 계약 내용과 용역 수행 기간, 보수는 아래 표와 같으며, 사업보고서에 매 분기 공시하고 있습니다.

| 사업연도 | 계약 체결일 | 용역 내용 | 용역 수행 기간 | 용역 보수 (백만원) | 비고 |
|-----------|-----------|---------|-------------------|-------------|--------|
| 제 51기(당기) | '23.2.28 | 시장조사컨설팅 | '23년 3월 ~ 11월 | 367 | 삼정회계법인 |
| 제50기(전기) | '22.2.14 | 세무자문 | '22년 2월 ~ 6월 | 95 | 삼일회계법인 |
| | '22.4.6 | 세무자문 | '22년 4월 ~ 6월 | 65 | 삼일회계법인 |
| | '22.4.10 | 세무자문 | '22년 4월 ~ 6월 | 25 | 삼일회계법인 |
| | '22.8.22 | 세무자문 | '22년 8월~ 12월 | 11 | 삼일회계법인 |
| | '22.8.22 | 세무자문 | '22년 8월 ~ '23년 3월 | 25 | 삼일회계법인 |
| | '22.10.31 | 세무자문 | '22년 10월 ~ 12월 | 65 | 삼일회계법인 |
| 제49기(전전기) | '21.1.2 | 세무자문 | '21년 1월 ~ 6월 | 60 | 삼일회계법인 |
| | '21.1.2 | 세무자문 | '21년 1월 ~ 12월 | 11 | 삼일회계법인 |

비감사용역 보수 수준

외부감사인에게 지급한 감사용역 보수 대비 비감사용역 보수 수준은 '21년도 9%(0.7억/7.4억) 및 '22년도 39%(비감사 2.9억/감사7.4억)이며, '23년도엔 44%(비감사 3.7억/감사8.5억)입니다.



리스크 관리

제일기획은 체계적이고 선제적인 리스크 대응을 위해, 시스템과 평가에 기반한 리스크 관리 체계를 운영하고 있습니다. 1차적으로는 현업 조직이 리스크를 직접 관리하며 기준을 준수하도록 유도하고, 관리 조직이 2차 점검을 통해 위험 요인을 즉각 시정하는 한편, 각종 사전 위험 예방 활동도 병행하고 있습니다. 또한, 리스크가 발생하거나 관련 규정을 위반할 때에는 평가/보상에 반영함으로써 임직원들이 보다 책임감 있게 리스크를 관리하도록 하고 있습니다.

리스크 관리에 대한 경영진의 역할

CRO의 리스크 관리 활동 이사회 보고

당사는 급변하는 경영 환경 속에서 당사와 관련된 위기와 기회에 선제적으로 대응하기 위하여, 위와 같이 다양한 리스크 관리 활동을 통해 상시 리스크를 파악하여 점검하고 있습니다. 또한, 당사의 CFO이자 ESG사무국장인 경영지원실장을 리스크 관리 책임자(CRO, Chief Risk Officer)로 지정하고, 아래와 같은 리스크 관리 활동의 내용과 결과를 이사회에 매년 1회 보고하여, 이사회를 비롯한 최고경영진이 당사의 경영 관련 리스크를 직접 검토, 관리하도록 하고 있습니다.

| 리스크 관리 활동 이사회 보고 내용 | |
|----------------------|--|
| 리스크 관리 활동 | 관리 주제 |
| 내부회계관리제도 | 회사 내부통제활동의 적정성 여부 평가 |
| Early Warning System | 국내외 거점의 중점 관리 항목 및 비즈니스 관련 리스크 |
| 변화관리 회의 | 광고업 관련 제반 법령 준수여부 |
| 최고 경영진 정기 협의체 | 내부 조직 운영상 리스크, 대외 기관 리스크, 고객/업계 동향 및 리스크 |
| 개인정보 수탁사 관리 시스템 | 광고주로부터 위탁 받은 고객 개인정보 처리 현황 점검 |

리스크 관리 항목을 CRO KPI로 운영

당사는 재무실적뿐만 아니라 법무(사건사고 발생, 하도급법 등 관련 법률 준수 여부), 조직 문화(근무 시간 제도 준수 여부 등), ESG(환경/사회/지배구조) 리스크 등의 주요 경영상 위험 항목과 기회요인을 식별하여, CRO인 경영지원실장의 필수 평가 지표(KPI)에 반영, 관리하고 있습니다. 평가는 보상과 직접적으로 연동되며, 선제적 리스크 관리의 강력한 동기부여가 되고 있습니다.

또한 본사/해외 조직 및 자회사, 소속 스포츠 구단까지 평가 대상으로 포함하여, 리스크의 누수가 발생하지 않도록 관리하고 있습니다.

리스크 관리 활동

내부회계관리제도 운영 및 점검

당사는 주식회사 등의 외부감사에 관한 법률 제8조에 따른 내부회계관리제도를 운영하고 있으며, 대표이사가 매 사업년도마다 주주총회, 이사회 및 감사에게 당사의 내부회계관리제도 운영실태를 보고하고 있습니다. 당사는 내부회계관리제도를 통해 회계를 포함하여 자금, 인사, 법률 준수 등의 사업 영위와 관련된 전반적인 사항에 대해 연 2회(상·하반기) 평가하고 있으며, 평가의 전문성 및 독립성을 확보하기 위해 외부 평가 법인을 활용하여 평가하고 있습니다. 또한, 감사로부터 내부회계관리제도의 설계 및 운영실태를 평가받고 있습니다.

Early Warning System을 통한 사전 리스크 모니터링

글로벌 비즈니스 확대에 의해 해외 거점이 급속히 증가하고 국내외 경영환경이 갈수록 복잡해지자, 당사는 '15년에 본사 및 해외 거점의 산재된 리스크를 체계적으로 사전 모니터링하여 효율적으로 통제하기 위한 『Early Warning System』을 구축하여, 이 시스템을 통해 본사 및 해외 거점의 중점 관리 항목과 비즈니스 관련 리스크를 주기적으로 점검, 관리하고 있습니다.

『Early Warning System』은 당사의 업무 프로세스에서 발생 가능한 주요 경영상 리스크를 프로젝트, 정보, 재무 등 100여 개 영역으로 분류하고, 이를 3단계(사이클-프로세스-시나리오)로 체계화하여 주기적으로 관리, 점검함으로써 당사의 경영 리스크를 효과적으로 사전에 예방, 관리하는 제일기획의 핵심적인 리스크 관리 시스템입니다.

『Early Warning System』을 활용한 주기적 점검을 통해 인지된 사항이 있는 경우, 시스템 상에서 본사 및 해외거점 관련 담당자에게 점검을 요청하는 안내 메일을 발송하고, 리스크 관리 담당 부서 및 『Early Warning System』 담당자가 주기적으로 『Early Warning System』의 점검 현황을 직접 확인함으로써 보다 세밀하고 정확하게 리스크를 관리할 수 있다는 것이 이 시스템의 큰 장점입니다. 또한, 매월 『Early Warning System』을 통해 인지된 사항을 업무 관련 담당자에게 공지하고 담당 임원에게 보고함으로써 회사 구성원 모두가 책임감을 가지고 회사의 경영 리스크를 직접 파악하고 점검할 수 있는 리스크 관리 체계를 운영하고 있습니다.

또한, '15년 시스템 구축 이후, 관련 법령 제/개정 등 경영환경 변화에 따른 새로운 경영상 리스크가 발생할 때마다, 이를 『Early Warning System』의 관리 항목으로 추가하여, 급변하는 경영환경 속에서도 효과적으로 리스크를 관리하고 있으며, 앞으로도 새로운 경영상 리스크 발생이 예상될 시 이를 사전에 적극 감지하여 『Early Warning System』의 관리영역으로 신속히 반영, 관리할 예정입니다.

변화관리회의

제일기획은 빠르게 변화하는 관련법령, 사회적 이슈 등의 핵심 이슈를 신속히 센싱하여 당사 업무에 적극 반영하자는 취지에서 '13년부터 『변화관리회의』를 진행해오고 있습니다. 『변화관리회의』는 당사 업무의 제반 관리를 맡고있는 PM본부의 주관 하에 각 본부별 지원팀, 재무팀, 컴플라이언스팀 등 유관 부서 12개팀이 참석하여 광고업 관련 법령 준수 여부 등 제반 관리항목을 관리, 점검하는 회의체입니다.

당사는 이 변화관리회의를 통해 지속적으로 관리항목을 점검한 결과, 다음과 같은 성과를 달성했으며, 앞으로도 『변화관리회의』를 통해 기존의 관리항목을 세심하게 점검하는 한편, 새로운 사회적 이슈를 신속하게 센싱하여 관련 업무 프로세스를 개발, 당사 업무에 반영함으로써 누구보다 빠르게 준법경영, 정도경영을 실천할 계획입니다.

- '18년, '19년, '20년, '21년, '22년 공정거래위원회 및 한국공정거래조정원의 공정거래협약평가에서 최우수 평가
- '19년, '20년, '21년, '22년 동반성장위원회의 동반성장지수평가에서 최우수 평가

최고 경영진 정기 협의체를 통한 리스크 상시 관리

당사는 매주 최고 경영진간 정기 협의체를 운영하여 각 부문별 현안과 내/외부의 리스크 요인을 공유하고 대책을 협의합니다. CEO 및 CFO, 각 사업 분야별 부문장이 내부 조직 운영상 리스크부터 고객/업계 동향 등 대외적 리스크까지, 전반적인 리스크에 대해 사전에 감지하고, 대책을 논의합니다.

『개인정보 수탁사 관리』 시스템

당사는 고객의 개인정보를 활용하는 디지털 마케팅의 비중이 증가하고, 개인정보보호위원회 등 감독기관의 개인정보 보호 실태에 대한 점검과 규제가 강화되자, 마케팅에 개인정보를 활용하는 것이 광고업계의 새로운 기회이자 리스크라는 점을 빠르게 감지했습니다.

이에, 이 리스크를 체계적이고 효율적으로 상시 관리하기 위해 『개인정보 수탁사 관리』 시스템을 개발, '22년 9월부터 운영하고 있습니다. 이 시스템은 당사가 진행하는 모든 캠페인의 '개인정보 처리 여부'를 체크하도록 하고, 개인정보를 처리하는 것으로 확인된 캠페인의 경우, 시스템의 자동화된 프로세스에 따라 당사 수탁사 및 당사 담당자가 관련법상 요구되는 단계별 점검 자료를 시스템에 등록하도록 하고 있어, 효율적으로 상시 개인정보 처리현황을 관리, 점검할 수 있습니다.

중요 사안에 대한 커뮤니케이션 제일기획은 회사 경영 전략의 수립 및 세부 과제 논의에 전 임직원이 참여하며, 논의된 내용을 다양한 채널을 통해 공유합니다.

경영 전략회의, 임원간담회, 부문장 회의 등

매년 초 경영 전략회의를 통해 큰 경영방향을 설정하고(임원/본부장 참석), 해당 내용을 각 본부/부문별 대표이사 간담회를 통해 전달합니다(팀장/본부장/부문장 참석). 해당 간담회를 통해 설정된 각 조직의 과제와 중요 경영방침은 산하 조직의 구성원들에게 전달되고 있습니다.

그리고 최고 경영진 협의체를 연중 상시 운영하여(매주, CEO/CFO/부문장 참석) 조직별 주요 현안을 공유, 논의합니다. 더불어 매월 임원간담회를 실시하고, 본부/부문별 주요 현안 및 전사 차원의 정보 공유를 진행합니다.

경영 현황 설명회, CEO 메시지

제일기획은 전 임직원을 대상으로 재무 성과와 경영 현황을 공유하는 『경영 현황 설명회』를 운영하고 있습니다. '23년의 경우 모든 임직원이 접근 가능하도록 사내 방송 형태로 총 2회 진행하였으며, 특히 4분기에는 대표이사가 직접 방송에 출연하여 실적, 성과, 추진과제에 대해 설명하는 시간을 가졌습니다. 해당 방송을 직접 보지 못하였거나 해외 주재중인 임직원의 경우에도 설명회 시청이 가능하도록 '온라인 다시 보기'도 제공하고 있습니다. 또한, 총 6건의 대표이사 공식 메시지를 통해 비즈니스 현황과 성과, 전략 방향 등을 공유하며 회사 내외 소식들을 전하였고, 튀르키예 지진 발생 등 특별한 이슈가 있는 해외 거점 및 본부에는 별도 메시지를 발행하여 임직원을 독려하며 소통의 창구로 활용하였습니다.

경제적, 환경적 및 사회적 영향의 파악 및 관리 제일기획은 당사를 둘러싼 경제, 환경, 사회적 영향 및 글로벌 인더스트리의 동향을 파악하기 위해 정기/비정기 리포팅을 진행하고 있습니다.

'23년 한 해 동안 경영진 및 사내 주요 부서를 대상으로 업계 동향에 대한 총 116건의 정기 리포트를 발신했으며, 경영진 대상 5건의 심화 리포트를 발신했습니다. 이 중에는 '지속가능경영을 위한 새로운 가이드라인 제시' 등 ESG 관련 글로벌 업계 사례 기반 리포트도 총 8건 포함되어 있습니다.

지배구조 관련 법/규제 준수

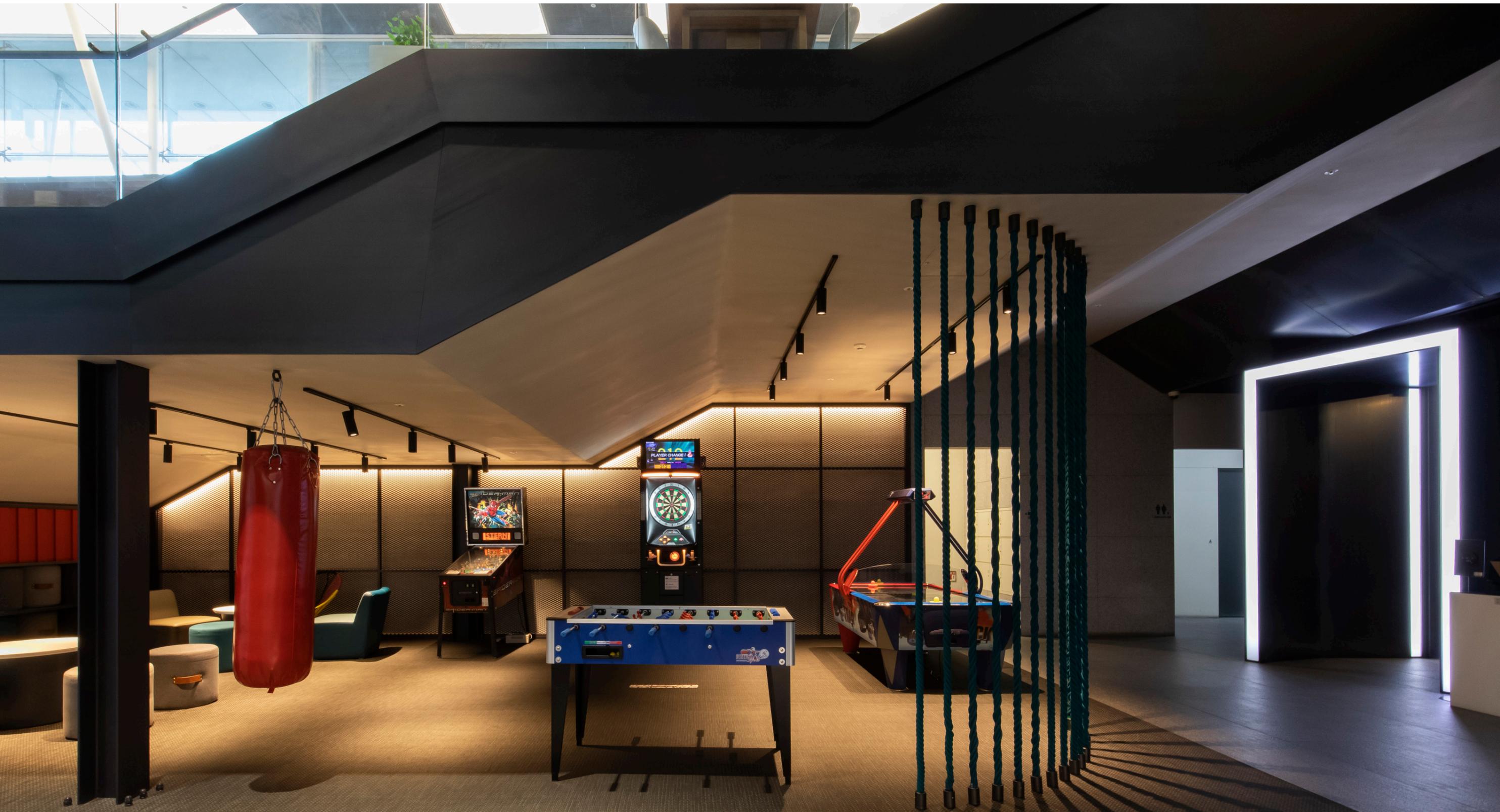
당사는 위와 같이 지배구조 관련 법/규제를 성실히 준수하고 있으며, 지난 3개년간 상법, 자본시장법 등에서 규정한 주주 권리 보호, 상호출자 등 소유구조, 계열회사 등 특수관계인과 거래, 경영정보 공시, 이사회 구성 및 운영, 감사기구 구성 및 운영 요건 등을 위반한 사례가 없습니다.

Cheil



Appendix

- Facts & Figures
- 협회 및 단체 가입 현황
- GRI 대조표
- SASB 대조표
- 제3자 검증 의견서
- 온실가스 검증 의견서



Facts & Figures

국내 임직원 현황

| 구분 | '21년 | | '22년 | | '23년 | | |
|----------|--------|------|--------|------|--------|------|-----|
| | 직원수(명) | (%) | 직원수(명) | (%) | 직원수(명) | (%) | |
| 총 임직원 | 1,326 | | 1,410 | | 1,445 | | |
| 남 | 657 | 50 | 673 | 48 | 686 | 47 | |
| 여 | 669 | 50 | 737 | 52 | 759 | 53 | |
| 직급별 임직원 | 사원 | 356 | 27 | 417 | 30 | 420 | 29 |
| | 남 | 117 | 33 | 133 | 32 | 136 | 32 |
| | 여 | 239 | 67 | 284 | 68 | 284 | 68 |
| | 간부 | 927 | 70 | 950 | 67 | 983 | 68 |
| | 남 | 502 | 54 | 502 | 53 | 514 | 52 |
| | 여 | 425 | 46 | 448 | 47 | 469 | 48 |
| | 임원 | 31 | 2 | 31 | 2 | 30 | 2 |
| | 남 | 26 | 84 | 26 | 84 | 24 | 80 |
| | 여 | 5 | 16 | 5 | 16 | 6 | 20 |
| | 기타 | 12 | 1 | 12 | 1 | 12 | 1 |
| | 남 | 12 | 100 | 12 | 100 | 12 | 100 |
| | 여 | - | - | - | - | - | - |
| 연령별 임직원 | 30대 미만 | 121 | 9 | 136 | 10 | 145 | 10 |
| | 30대 | 532 | 40 | 569 | 40 | 545 | 38 |
| | 40대 | 521 | 39 | 527 | 37 | 551 | 38 |
| | 50대 이상 | 152 | 11 | 178 | 13 | 204 | 14 |
| 외국인 | 29 | 2 | 29 | 2 | 27 | 2 | |
| 장애인(고용률) | 20 | 1.59 | 21 | 1.61 | 22 | 1.67 | |

- * 작성기준
 - 상기 직원의 현황은 '23년 12월 31일 본사 인력을 기준으로 작성되었습니다.
 - 상근미등기 임원 30명은 포함, 등기임원 및 별도계약인력(고문 등)은 제외하였습니다.
 - 상기 직원수는 휴직자 67명(남 9명, 여 58명)을 포함한 수치입니다.

* 관리자는 간부, 임원을 의미합니다.

* 장애인고용률은 한국장애인고용공단 신고 기준으로 작성하였습니다.
(장애인분담금을 산정하는 법적 기준으로, 연말 근로자수가 아닌 연간 상시근로자수를 바탕으로 비율 산정)

해외 임직원 현황

| 구분 | 임직원 수 (명) | | |
|----------------|-----------|-------|-------|
| | '21년 | '22년 | '23년 |
| 총 임직원 | 4,578 | 5,261 | 5,622 |
| North America | 163 | 244 | 283 |
| China | 379 | 401 | 410 |
| Europe | 923 | 1,083 | 1,153 |
| CIS | 167 | 111 | 102 |
| Southeast Asia | 863 | 985 | 958 |
| Southwest Asia | 824 | 891 | 948 |
| ME | 301 | 369 | 413 |
| Africa | 98 | 124 | 115 |
| Latin America | 848 | 1,039 | 1,224 |
| Japan | 12 | 14 | 16 |

신규채용 현황

| 구분 | '21년 | | '22년 | | '23년 | |
|--------------|--------|------|--------|------|--------|------|
| | 직원수(명) | (%) | 직원수(명) | (%) | 직원수(명) | (%) |
| 총 신규 채용 임직원수 | 80 | | 182 | | 104 | |
| 남 | 40 | 50.0 | 59 | 32.4 | 43 | 41.3 |
| 여 | 40 | 50.0 | 123 | 67.6 | 61 | 58.7 |

Facts & Figures

직원 및 보수 현황

| 구분 | | '21년 | '22년 | '23년 |
|----|------------|---------|---------|---------|
| 전체 | 근로자수 (명) | 1,326 | 1,410 | 1,445 |
| | 급여총액 (백만원) | 158,907 | 165,488 | 172,802 |
| | 평균급여 (백만원) | 124 | 127 | 126 |
| 남 | 근로자수 (명) | 657 | 673 | 686 |
| | 급여총액 (백만원) | 91,416 | 93,840 | 96,778 |
| | 평균급여 (백만원) | 140 | 144 | 143 |
| 여 | 근로자수 (명) | 669 | 737 | 759 |
| | 급여총액 (백만원) | 67,491 | 71,648 | 76,024 |
| | 평균급여 (백만원) | 107 | 110 | 110 |

* 당기 급여총액은 소득세법 제20조에 따라 관할 세무서에 제출하는 근로소득지급 명세서의 근로소득 기준입니다(근로소득공제 반영 전)

* 1인당 평균급여액은 급여지급 대상 평균 인원 기준입니다.

* 평균인원

- '21년: 1,284명, 남 651명, 여 633명
- '22년: 1,307명, 남 653명, 여 654명
- '23년: 1,368명, 남 675명, 여 693명

연간 보상 비율

| | '21년 | '22년 | '23년 |
|----------------|---------------|---------------|---------------|
| 최고급여(대표이사) (원) | 2,784,566,314 | 2,576,878,939 | 1,657,764,013 |
| 조직내중앙값 (원) | 100,858,524 | 104,594,785 | 105,268,818 |

* '23년에는 대표이사가 아닌 이사회 의장이 최고급여를 지급받았으나('23.11.30. 이사회 의장이 퇴사하여 퇴직금 지급됨), 통상 대표이사가 최고급여를 지급받으므로 전년도 보고와의 통일성을 위해 대표이사 급여를 최고급여로 표시했습니다

정규직/기간제 근로자 고용 비중

| 구분 | '21년 | | | | '22년 | | | | '23년 | | | | |
|--------------|------|-------|------|----------|------|-------|------|----------|------|-------|------|----------|------|
| | 계(명) | 남(명) | 여(명) | 여성 비율(%) | 계(명) | 남(명) | 여(명) | 여성 비율(%) | 계(명) | 남(명) | 여(명) | 여성 비율(%) | |
| 소속 근로자 | 정규직 | 1,301 | 637 | 664 | 51.0 | 1,380 | 653 | 727 | 52.7 | 1,414 | 666 | 748 | 52.9 |
| | 기간제 | 25 | 20 | 5 | 20.0 | 30 | 20 | 10 | 33.3 | 31 | 20 | 11 | 35.5 |
| | 합계 | 1,326 | 657 | 669 | 50.5 | 1,410 | 673 | 737 | 52.3 | 1,445 | 686 | 759 | 52.5 |
| 소속 외 근로자 (명) | 파견 | | | 79 | | | | 44 | | | | 31 | |
| | 용역 | | | 130 | | | | 124 | | | | 123 | |
| | 합계 | | | 209 | | | | 168 | | | | 154 | |

육아휴직 현황

| 구분 | '21년 | | '22년 | | '23년 | |
|-----------------|--------|-----|--------|-----|--------|-----|
| | 직원수(명) | (%) | 직원수(명) | (%) | 직원수(명) | (%) |
| 총 육아휴직자 | 47 | | 47 | | 55 | |
| 남 | 12 | 26 | 9 | 19 | 8 | 15 |
| 여 | 35 | 74 | 38 | 81 | 47 | 85 |
| 육아휴직 후 업무 복귀자 수 | 31 | | 14 | | 12 | |

* 작성기준

- 육아휴직자: 휴직시작일 기준

- 육아휴직 후 업무 복귀자: 해당년도 휴직자 중 현재 기준 복직자 ('24.3.1 복직자까지 포함)

자발적 이직 현황

| 구분 | '21년 | '22년 | '23년 |
|-------------|------|------|------|
| 자발적 이직률 (%) | 10.1 | 7.9 | 5.2 |

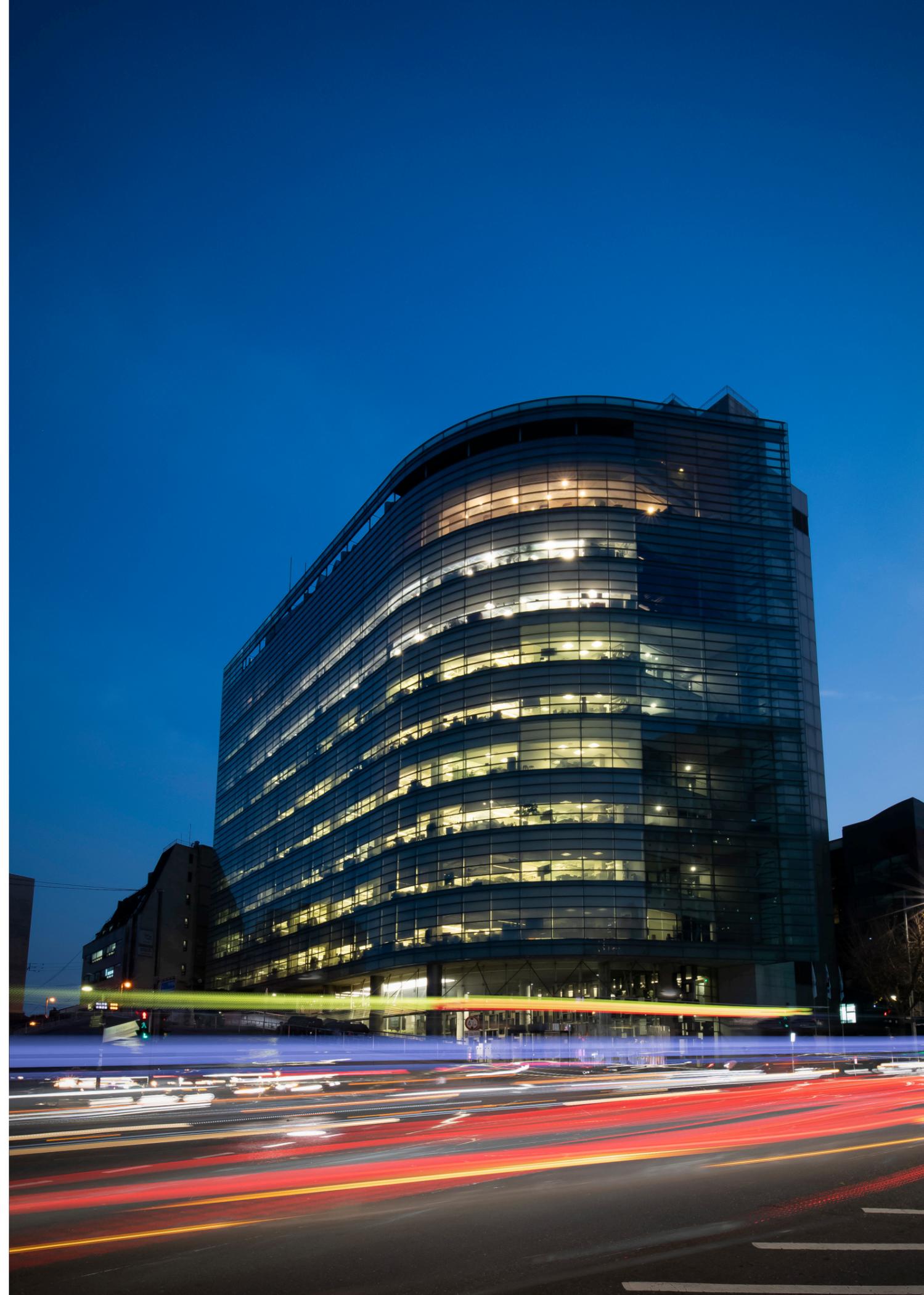
* 자발적 이직률 = 연간 자발적 이직 인원 / 연 평균 인력

근로자 1인당 교육훈련비

| 년도 | '21년 | '22년 | '23년 |
|----------------|-----------|-----------|-----------|
| 연수비 (천원) | 1,537,477 | 2,408,575 | 2,665,307 |
| 인력 (명) | 1,326 | 1,410 | 1,445 |
| 1인당 교육훈련비 (천원) | 1,159 | 1,708 | 1,845 |

협회 및 단체 가입 현황

| 협회명 |
|-----------|
| 한국상장회사협의회 |
| 한국광고산업협회 |
| 한국디지털광고협회 |
| 한국신문협회 |
| 서울상공회의소 |
| 한국거래소 |
| 한국공정경쟁연합회 |
| 한국광고학회 |
| 한국여자농구연맹 |



GRI 대조표

| Statement of use | 제일기획은 2023년 1월 1일부터 2023년 12월 31일까지의 기간 동안, 지속가능경영 내용을 보고함에 있어 GRI Standards 기준을 적용하여 해당 정보를 보고하고 있습니다. | | |
|-----------------------------------|---|----------------------|------------------------------------|
| GRI 1 used | Foundation 2021 | | |
| Applicable GRI Sector Standard(s) | 현재 사용 불가능(2023년 12월 현재 보고일 기준, 제일기획이 해당되는 광고마케팅산업군의 기준서가 발표되지 않음) | | |
| GRI Standards 2021 | | | |
| GRI 2 | 지표명 | 페이지 | 비고 |
| 2-1 | 조직 명칭 | 12, 14 | |
| 2-2 | 지속가능경영보고서에 포함된 조직 목록 | 34 | |
| 2-3 | 보고 기간, 주기, 연락처 | 34 | |
| 2-4 | 기존 정보 수정 | - | 없음 |
| 2-5 | 외부 검증 | 197 ~ 205 | |
| 2-6 | 기업 활동, 가치사슬 및 기타 사업 관계 | 16 ~ 20 | |
| 2-7 | 임직원 | 188 ~ 189 | |
| 2-8 | 비정규직 근로자 | 191 | 고용형태공시제 상 소속외근로자의 세부 직무유형을 공시하고 있음 |
| 2-9 | 지배구조 및 구성 | 164 | |
| 2-10 | 최고의사결정기구 임명 및 선정 | 160 | |
| 2-11 | 최고의사결정기구의 의장 | 164 | |
| 2-12 | 영향력 관리를 감독하는 부문에 있어서 최고의사결정기구의 역할 | 38 ~ 39 | |
| 2-13 | 영향 관리를 위한 책임 위임 | 38 ~ 39 | |
| 2-14 | 지속가능성보고에 관한 최고의사결정기구의 역할 | 38 | |
| 2-15 | 이해관계 상충 | 167 ~ 168 | 상세 내용은 기업지배구조보고서 참조 |
| 2-16 | 중요 사안에 대한 커뮤니케이션 | 165 ~ 166, 178 ~ 183 | |
| 2-17 | 최고의사결정기구의 집단지식 | 160 ~ 161 | 연1회 임원 대상 ESG 최신동향 안내교육 실시 중 |
| 2-18 | 최고의사결정기구 성과 평가 | 38, 162 | 기업지배구조보고서 내 보상위원회 내용 참조 |
| 2-19 | 보수 정책 | 162 ~ 163 | |
| 2-20 | 보수 산정 프로세스 | 162 ~ 163, 168 | |
| 2-21 | 연간 총 보상 비율 | 190 | 사업보고서 내 이사, 감사의 개인별 보수현황 참조 |
| 2-22 | 지속가능 개발 전략에 관한 성명서 | 10 | |
| 2-23 | 정책 이행 약속 | 68 | |
| 2-24 | 정책 약속 내재화 | 68 ~ 69 | |

| GRI Standards 2021 | | | |
|--------------------|-----------------------------------|-----------|---|
| 2-25 | 부정적 영향 저감 프로세스 | 69 | |
| 2-26 | 고충 제기 및 자문 요청 메커니즘 | 116 | |
| 2-27 | 법률 및 규정 준수 | 117 | |
| 2-28 | 가입 협회 | 192 | |
| 2-29 | 이해관계자 참여 방식 | 40 | |
| 2-30 | 단체 협약 | - | 노동조합 미설립으로 인해 별도의 단체협약이 체결되지 않음 |
| GRI 3 | 지표명 | 페이지 | 비고 |
| 3-1 | 중대주제 결정 프로세스 | 42 | |
| 3-2 | 중대주제 리스트 | 42 ~ 43 | |
| 3-3 | 중대주제 관리 | 42 ~ 43 | |
| GRI 305 | 지표명 | 페이지 | 비고 |
| 3-3 | 온실가스 배출량 관리 | 46 ~ 64 | |
| 305-1 | 직접 온실가스 배출량(scope 1) | 58 | |
| 305-2 | 간접 온실가스 배출량(scope 2) | 58 | |
| 305-3 | 기타 간접 온실가스 배출(scope 3) | 58 | |
| 305-4 | 온실가스 배출 집약도 | 58 | |
| 305-5 | 온실가스 배출 감축 | 58 | |
| 305-7 | NOx, SOx 및 기타 중요한 대기 배출물 | 62 | |
| GRI 405 | 지표명 | 페이지 | 비고 |
| 3-3 | 인적다양성 관리 | 70 ~ 73 | |
| 405-1 | 거버넌스 조직 및 임직원 다양성 | 164, 188 | |
| 405-2 | 남성 대비 여성의 기본급 및 보수 비율 | 190 | |
| GRI 417 | 지표명 | 페이지 | 비고 |
| 3-3 | 마케팅 및 라벨링 관리 | 117 ~ 119 | |
| 417-1 | 제품/서비스 관련 정보 및 라벨링 요건 | - | 당사는 다수의 광고주를 대행하며 온/오프라인의 다양한 미디어와 채널을 복합적으로 활용하는 캠페인을 기획, 제작하고 있습니다. 이에, 광고물 사전 검토 프로세스의 대상이 되는 프로젝트 비율을 정량적으로 특정하기 어렵습니다. |
| 417-2 | 제품/서비스 정보 및 라벨링 관련 위반 | 118 | |
| 417-3 | 마케팅 커뮤니케이션 관련 위반 | 118 | |
| GRI 418 | 지표명 | 페이지 | 비고 |
| 3-3 | 개인정보보호 관리 | 100 ~ 109 | |
| 418-1 | 고객 개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 관련해 입증된 민원 | 109 | |

SASB 대조표

제일기획은 SASB(Sustainability Accounting Standards Board)에서 개발한 지속가능성 문제에 대한 자발적 산업별 공개 표준인 SASB 프레임워크에 따라 관련 데이터를 공개함으로써 이해관계자에게 의사결정에 유용한 정보를 제공하고자 합니다. SASB 대조표는 지속가능 산업 분류 체계(SICS)에 따라 Services섹터의 Advertising and Marketing 산업 표준에 따라 작성하였습니다.

지속가능성 공시 주제 및 회계 지표

| 주제 | 지표번호 | 지표명 | 페이지 | 비고 |
|-----------------------------|--------------|--|-----------|---|
| 데이터 프라이버시 | SV-AD-220a.1 | 행동 맞춤형 광고(behavioral advertising) 및 고객 프라이버시와 관련된 정책 및 실무에 대한 논의 | 100 ~ 109 | |
| | SV-AD-220a.2 | 맞춤 타겟(custom audiences) 대상 온라인 광고 노출 비율 | - | 당사는 다수의 광고주를 대행하며 온/오프라인의 다양한 미디어와 채널을 복합적으로 활용하는 캠페인을 기획, 제작하고 있습니다. 이에, 맞춤 타겟을 대상으로 하는 온라인 광고의 노출 비율을 정량적으로 특정하기 어렵습니다. |
| | SV-AD-220a.3 | 고객 프라이버시와 관련된 법적 절차의 결과 발생한 금전적 손실 총액 | 109 | |
| 광고 무결성 | SV-AD-270a.1 | 허위, 기만적 또는 불공정 광고와 관련된 법적 절차 결과 발생한 금전적 손실 총액 | 118 | |
| | SV-AD-270a.2 | 광고자율규제위원회(Advertising Self-Regulatory Council, ASRC) 절차 준수를 위해 검토된 캠페인 비율, 준수 비율 | - | 당사는 한국회사로, 해당 내용이 적용되지 않습니다. |
| | SV-AD-270a.3 | 알코올 또는 담배 제품을 홍보하는 캠페인 비율 | - | 0건 |
| 전 종업원 (workforce) 다양성 및 포용성 | SV-AD-330a.1 | (1) 경영진, (2) 전문직 및 (3) 기타 모든 종업원의 성별 및 인종/민족 구성비 | 164, 188 | |

활동 지표

| 지표번호 | 지표명 | 페이지 | 비고 |
|-------------|---------------------|-----------|---|
| SV-AD-000.A | 광고 및 마케팅 캠페인 도달 중위값 | - | 당사가 기획, 제작하는 광고 및 마케팅 캠페인은 종류와 특성이 다양하고 그 양이 방대하여 도달, 노출 횟수, 노출 빈도를 정확히 합산하여 정량화하기 어렵습니다. |
| SV-AD-000.B | 광고 및 마케팅에 노출된 횟수 | - | |
| SV-AD-000.C | 노출 빈도 중위값 | - | |
| SV-AD-000.D | 종업원 수 | 188 ~ 189 | |

제 3자 검증 의견서

INDEPENDENT ASSURANCE OPINION STATEMENT

제일기획 이해관계자 귀중

Overview

BSI (British Standards Institution) Group Korea (이하 '검증인')는 제일기획으로부터 제일기획 지속가능경영보고서 2023(이하 '보고서')에 대한 검증을 요청받았습니다. 검증인은 제일기획으로부터 독립적이며, 해당 검증 이외에 주요한 운영 상의 재정적 이해관계가 없습니다. 본 검증의견서는 환경, 사회 및 지배구조와 관련된 제일기획의 보고서에 대해 관련된 이해관계자들에게 검증과 관련된 정보를 제공하는 것에 목적이 있으며, 발행 목적 외 다른 용도, 목적으로 사용될 수 없습니다. 본 검증의견서는 제일기획이 제시한 정보와 주장에 대한 검증 결과에 근거하여 작성되었으며, 검증은 제시된 근거 정보와 데이터가 완전하고 정확하다는 가정 하에 수행되었습니다.

제일기획의 책임은 검증 범위 내에 포함된 관련 정보를 관리하고, 관련된 내부 통제 절차를 운영하는 것에 있으며, 보고서에 포함된 모든 정보와 주장에 대한 책임이 있습니다. 본 검증의견서를 포함하여 보고서와 관련된 질의사항은 제일기획에게 요청되어야 합니다.

검증인의 책임은 명시된 범위에 대해 검증방법론을 적용하여 도출된 전문적 의견을 담은 독립적인 검증의견을 제일기획 경영진에게 제공하는 것에 있으며, 또한 제일기획의 모든 이해관계자들에게 해당 정보를 제공하는 데에 있습니다. 검증인은 검증의견을 제공함에 있어 제일기획을 제외한 제 3자에게 법적 책임을 포함한 관련된 기타 책임을 지지 않으며, 해당 검증의견이 사용될 수 있는 다른 용도, 목적 또는 이와 관련된 이해관계자들에게 책임을 지지 않습니다.

제 3자 검증 의견서

Scope

제일기획과 합의된 검증범위는 아래와 같습니다.

- 보고서에 수록된 2023년 1월 1일부터 2023년 12월 31일까지의 보고 내용, 일부 성과는 2024년 상반기 포함
- 지속가능경영 정책, 전략, 목표 및 관련 사업 성과 등 보고서에 포함된 주요 정보 및 주장
- 정보 수집, 분석 및 검토를 위한 내부 프로세스 및 시스템의 적합성 및 견고성
- AA1000 Assurance Standard v3 에 따라 지속가능성 검증의 유형에 따라 수행된 보고서의 AA 1000 AccountAbility (2018) 4 대 원칙에 대한 준수 여부 확인 및 적용 가능한 경우 보고서 내 포함된 지속가능성 성과 정보의 신뢰성 확인

아래 사항은 검증범위에 포함되지 않았습니다.

- 보고서 Appendix에 제시된 재무정보
- 보고서 Appendix에 제시된 GRI를 제외한 기타 국제 표준, 규범 및 지속가능성 이니셔티브 관련 Index 항목
- 홈페이지, 사업보고서 등 기타 연계된 부가정보

Assurance Level and Type

검증수준 및 유형은 다음과 같습니다.

- AA1000 Assurance Standard v3 에 따라 중간수준 (Moderate Level) 보증 형태로 AA1000 AccountAbility Principles (2018) 의 4대 원칙 준수 여부의 확인 및 보고서에 공개된 특정 성과 정보의 품질 및 신뢰성을 확인한 검증유형 Type2

Description and sources of disclosures covered

검증인은 적용된 검증범위 및 검증방법론에 기반하여, 제일기획이 제공한 근거 정보와 데이터의 샘플링(Sampling)을 토대로 아래의 공시지표 (Disclosures)를 검토하였습니다.

- 공통표준(Universal Standards)
2-1 to 2-5 (The organization and its reporting practices), 2-6 to 2-8 (Activities and workers), 2-9 to 2-21 (Governance), 2-22 to 2-28 (Strategy, policies, and practices), 2-29 to 2-30 (Stakeholder engagement), 3-1 to 3-3 (Material Topics Disclosures)
- 주제표준(Topic Standards)
305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-7, 405-1, 405-2, 417-1, 417-2, 417-3, 418-1

Methodology

검증인은 검증기준을 준수하며, 보고내용에 대해 오류를 낮출 수 있도록 관련증거를 수집하기 위해 개발된 방법론을 활용하였으며, 다음의 활동을 수행하였습니다.

- 지속가능성 맥락 차원의 이해관계자로부터 제기될 수 있는 이슈에 대하여, 검증 우선순위 결정을 위한 최고 수준의 검토 및 중대성 평가, 내부 분석 프로세스의 정당성 확인
- 이해관계자 참여에 대한 담당자 및 관리자와의 논의
- 중대성 평가 결과 도출된 주요 이슈의 관리 책임이 있거나, 관련된 부서의 상위 관리자 인터뷰 수행을 통해, 보고한 주요 이슈 및 보고서 내 포함된 주장에 대한 근거의 적합성 확인
- 지속가능성 전략 이행 프로세스와 해당 프로세스의 실행을 위한 시스템 확인 및 각 성과 영역별 데이터의 생성, 수집 및 보고 과정 확인
- 데이터 수집 과정 및 내부통제절차, 관리 수단의 효용성 확인을 위한 제일기획의 본사 방문
- AA1000 AccountAbility Principles (2018)의 포괄성, 중요성, 대응성 및 영향성 등 4대 원칙에 대한 보고 및 관리 프로세스 평가

Limitations and approach used to mitigate limitations

검증인은 보고조직에서 제공한 데이터와 자료에 근거하여 한정된 기간 내에 제한적 검증을 실시하였으며, 이에 따라 검증 과정에서 중대한 오류가 발견되지 않고, 존재할 수도 있는 불가피한 위험과 관련된 한계성을 내포하고 있습니다. 검증인은 검증 과정 중 예측하거나 확인할 수 없는 발생가능한 미래 영향 및 이와 관련된 추가적 측면에 대한 보증을 제공하지 않습니다.

Competency and Independence

BSI (British Standards Institution)는 품질, 환경, 안전보건, 에너지 및 반부패, 컴플라이언스 등 경영시스템 분야에 전문성을 가지고 있으며, 1901년 설립되어 전 세계적으로 약 120년 동안 인증, 검증서비스를 제공해 온 독립된 전문기관입니다. 검증인은 보고조직과 어떠한 비즈니스 관계도 맺고 있지 않으며, 독립적으로 검증을 수행하였고, 어떠한 이해상충도 없습니다. 본 검증을 수행한 검증팀은 환경, 안전보건 등 경영시스템 분야 및 사회, 기업윤리 등 지속가능성 분야에서의 오랜 경험과 BSI Group의 검증표준방법론에 대한 이해가 탁월한 AA1000 Assurance Standard 검증심사원으로 구성되었습니다.

Opinion Statement

본 검증은 AA1000 Assurance Standard v3에 따라 수행되었으며, 검증인은 제일기획의 AA1000 Assurance Standard에 대한 접근방식에 대한 설명과 GRI Standards 준수 자체 선언에 대한 확신을 위하여, 충분한 근거를 수집하기 위해 검증 절차를 계획하고, 해당 계획을 바탕으로 검증을 수행하였습니다.

검증을 수행한 결과, 검증인은 중요성 측면에서 제일기획의 보고서에 수록된 정보 및 데이터가 부적절하게 기술되었다고 판단할 만한 사항을 발견하지 못하였습니다. 검증인은 보고서 내 포함된 경제, 사회 및 환경 등 주요 지속가능성 성과 지표가 제일기획의 효과적인 내부 통제 절차에 의해 관리되고 있다고 믿습니다.

Conclusions

보고서는 GRI Standards 따라 보고(Reporting in accordance with the GRI Standards)되었다고 판단되며, AA1000 AccountAbility Principles (2018)의 4대 원칙에 대한 검증인의 의견은 다음과 같습니다.

포괄성Inclusivity

제일기획은 이해관계자를 식별하여 주주, 고객, 지역사회, 임직원, 협력회사를 주요한 이해관계자로 선정하였습니다. 지속가능성 맥락 차원의 이해관계자별 의견을 수렴하기 위하여, 주요한 이해관계자 참여 프로세스(Engagement Process)를 운영하고 있으며, ESG정례회의를 통해 도출된 이슈 및 보고서 등 ESG 경영활동을 홈페이지를 통해 공개하고 있습니다. 이해관계자 참여 프로세스를 통해 도출된 주요 이슈를 제일기획의 지속가능성 전략과 목표에 반영하기 위하여, 지배구조(Governance) 차원의 이해관계자 참여 프로세스에 대한 검토를 수행하고 있으며, 해당 프로세스와 관련된 성과를 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

중요성Materiality

제일기획은 지속가능성 전략과 목표를 수립하고, 이를 달성하기 위한 중장기 계획과 전략 체계를 구체화하였습니다. 지속가능성과 관련된 보고 이슈를 도출하기 위하여, 중대성 평가 프로세스를 운영하고 있으며, 제일기획의 주요한 비즈니스 특성 및 운영 특성을 고려하여, 고유의 중대성 평가 프로세스를 구축하였습니다. 중대성 평가 시, 글로벌 선진 기업 벤치마킹 및 미디어 분석, 지속가능성과 관련된 주요 이니셔티브 요구사항의 분석 결과를 바탕으로, 경제/사회/환경 측면의 이슈를 파악하고, ESG정례회의 및 전문가 검토를 포함한 내/외부 검토를 수행하였습니다. 제일기획은 해당 프로세스를 통해 4개의 중대 주제를 도출하였으며, 중대 이슈의 목록과 관련된 GRI 주제 표준 (Topic standards)를 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

대응성Responsiveness

제일기획은 중대성 평가를 통해 도출된 지속가능성 맥락 차원의 중대 주제에 대한 관리 프로세스를 운영하고 있습니다. 제일기획은 구축한 고유의 지속가능성 전략 체계에 따라, 보고한 중대 주제의 대응성을 강화하기 위하여, 관련된 성과 및 개선 방안 등 주요한 대응 성과를 홈페이지 및 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

영향성Impact

제일기획은 보고한 중대 주제의 지속가능성 맥락 차원에서, 조직 및 주요한 이해관계자에게 미치는 범위와 정도를 식별하고, 해당 영향을 평가하는 프로세스를 운영하고 있습니다. 보고한 중대 주제의 주요한 영향의 분석 결과를 바탕으로 지속가능성 전략과 계획을 수립하고 있으며, 해당 프로세스와 관련된 성과를 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

Findings and conclusions concerning the reliability and quality of specified performance information

GRI 주제 표준(Topic Standards) 중 아래 조항은 보고 조직에서 제공한 정보와 데이터에 근거하여 검증유형 Type2 로 수행되었습니다. 해당 자료와 정보의 신뢰성 및 정확성 확인을 위해, 담당 부서 인터뷰를 통한 데이터 처리, 가공, 관리와 관련된 내부 통제 절차에 대해 확인하였으며, 샘플링(Sampling)을 통해 정확성을 확인하였습니다. 해당 절차를 통해 보고서에 포함된 지속가능성 성과 정보의 오류 및 의도적인 왜곡은 발견하지 못하였습니다. 보고조직은 신뢰할 수 있는 내부 통제 절차를 통해 해당 지속가능성 성과 정보를 관리하고 있으며, 해당 성과의 출처 등 도출 과정을 추적할 수 있습니다. 검증 과정 중 발견된 오류, 불명확한 표현은 검증 과정 및 보고서 발간 이전에 수정되었으며, 검증인은 해당 오류, 표현이 수정된 최종 발간 보고서를 확인하였습니다.

- GRI Topic Standards: 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-7, 405-1, 405-2, 417-1, 417-2, 417-3, 418-1

Recommendations and Opportunity for improvement

증인은 검증 의견에 영향을 미치지 않는 범위 내에서 다음의 의견을 제시합니다.

- 광고업 등 주요 비즈니스 특성을 고려한 가치사슬 (Value-Chain)의 특성과 구성 현황을 구체화하고, 해당 가치사슬 내의 이해관계자로부터 기인하거나 해당 이해관계자가 영향을 받을 수 있는 지속가능성 이슈를 식별하고 관리하는 것이 지속가능경영체계를 고도화하는 데에 도움이 될 수 있습니다.
- 지속가능성 중대 주제 선정 시, 환경/사회적 영향과 더불어 재무적 영향을 파악하여 반영하는 것이 지속가능경영체계를 고도화하는 데에 도움이 될 수 있습니다.

GRI-reporting

제일기획은 GRI Standards 준수에 대하여 자체적으로 선언하였습니다. 검증인은 제일기획의 보고서가 GRI Standards에 따라 작성(Reporting in accordance with the GRI Standards)되었음을 확인하였으며, 제일기획이 제공한 자료와 정보에 기반하여 공통표준(Universal Standards)과 주제표준(Topic Standards) 등 GRI Standards 준수 요구사항을 충족하고 있다는 주장에 오류가 없음을 확인하였습니다. 별도의 산업표준(Sector Standards)은 적용되지 않았습니다.

Issue Date: 15/04/2024

For and on behalf of BSI (Brithish Standards Institution):

BSI representative



검증팀장 이정우, Lead Assurer/ACSAP



대표이사 임성환, Managing Director

BSI Group Korea Limited: 29, Insa-dong 5-gil, Jongno-gu, Seoul, South Korea

Hold Statement Number: SRA 804219



온실가스 배출량 검증의견서

검증 범위

- 2023년 제일기획 본사 온실가스 직접배출량(Scope1) 및 간접배출량(Scope2)
- 2023년 기타간접배출량(Scope3) 중 업스트림 운송

검증 데이터

2023년 연간 온실가스 직접배출(Scope1) 및 간접배출(Scope2)에 해당되는 온실가스 배출량은 다음과 같습니다.

온실가스 배출량 단위 : tCO2e

| 배출활동 | 사업장 | 2023년 배출량 |
|---------|---------|-----------|
| Scope 1 | 제일기획 본사 | 775.153 |
| Scope 2 | 제일기획 본사 | 1,157.438 |
| 합계 | | 1,932.591 |

2023년 연간 온실가스 기타간접배출(Scope3)에 해당되는 온실가스 배출량은 다음과 같습니다.

온실가스 배출량 단위 : tCO2e

| 영역 | 세부내용 | 2023년 배출량 |
|---------|---|-----------|
| 업스트림 운송 | 사업장 간 물류 중 활동자료 수집이 가능한 퀵서비스만을 한정해 산정함. | 8.005 |

* Scope3 배출량은 WRI/WBCSD의 기업 가치사슬 산정 및 보고 표준에 의거해 산정되었으며 제한 및 가정을 포함한 자세한 사항은 검증보고서에 기술되어 있습니다.

검증에 사용된 온실가스 관련 기준 및 지침

(주)제일기획의 요청에 따라 다음의 기준 및 지침을 활용하여 검증이 수행되었습니다.

- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침
- WBCSD/WRI Technical Guidance for Calculating Scope 3 Emissions
- ISO 14064-1 & ISO 14064-3
- BSI 온실가스배출량검증 매뉴얼

검증과 관련된 모든 활동에 대해 BSI Group Korea의 표준 기밀 유지 원칙이 적용됩니다.

검증 의견

상기 온실가스 관련 기준 및 지침에 따라 검증을 수행한 결과에 대한 BSI Group Korea의 검증의견은 다음과 같습니다.

- 제일기획 본사에 대한 Scope 1&2 배출량 검증 및 Scope3 업스트림 운송에 대한 기타간접배출량은 제한적 검증으로 수행되었습니다.
- 데이터의 질적인 측면의 수준은 온실가스 검증의 중요 국제 원칙에 부합합니다.
- 제일기획에서 수립한 배출량 산정 방법론에 따라 온실가스 배출량을 보고함에 있어 검증과정 중 중대한 오류나 누락 또는 허위기록이 있다고 판단되는 사항은 발견되지 않았습니다.
- 이에 BSI Group Korea 검증팀은 “적정”하다는 검증의견을 제시합니다.

For and on behalf of BSI:

Issue: 08/03/2024



Managing Director Korea, SeongHwan Lim

Cheíl