

Environment
Social
Governance

지속가능경영
보고서
2022





cheil

Contents

Introduction

CEO Message	10
Company Information	12
Global Networks	14
Connected Solution	16
History	22
'22 Awards	24
'22 Performance	28
About this Report	32

ESG

Sustainable Management System	36
Stakeholder Participation in ESG Management	38
ESG Management Status	39
Selection of Key Issues	40

Environment

Environmental Management System	44
환경경영 방침	44
환경경영 목표	44
환경경영 전략	45
환경경영 조직 및 성과 평가	46
투자 시 환경요인 검토	47
기후 위험 완화를 위한	47
국내 친환경 광고제작 환경 선도	
Environmental Management Activities	50
그린제일(Green Cheil)	50
환경교육 실시	52
환경경영 실천을 위한 투자	52
지역사회를 위한 환경보호 활동	53

Outcome of Environmental Management	54
온실가스	54
에너지	55
원부자재 사용량 감축 활동	57
용수 사용량 감축 활동	57
폐기물 배출량 감축 활동	58
대기오염 물질 배출량 감축 활동	58
환경 관련 법/규제 준수 및 환경정보 공개 등	59
[정리] '22년 제일기획 친환경 경영활동 현황	60

Social

Human Rights	64
인권경영 정책	64
광고 제작 환경에서의 인권보호 선도	64
인권침해 예방 프로그램	65
인권교육 프로그램	65
성희롱/차별금지 정책 및 신고절차	65

Employees	66
근로자의 다양성	66
근속 현황, 퇴직자 지원 프로그램 등	70
성과 평가 - 임직원 성과 평가 제도	71
보수 정책	72
복리후생	73
조직문화	74
교육/훈련	77
노사협의회 '사랑사랑'	80

Occupational Health and Safety	81
안전/보건 체계	81
무재해 사업장 달성	87
임직원 및 가족의 건강과 안전을 위한 Care 프로그램 운영	87
협력회사의 안전/보건	89

Security and Privacy	90
정보보호/개인정보보호 체계	90
정보보호/개인정보보호 활동	95
개인정보주체의 권리 보호	99
Ethics and Compliance	100
준법 실천을 위한 임직원 규범	100
임직원 교육	102
모니터링 제도	103
표시·광고 관련 원칙 및 제도	105

Shared Growth	108
상생경영원칙	108
협력회사와의 상생을 위한 전담조직 운영	109
공정거래를 위한 활동 및 노력	110
협력회사 선정 및 평가 프로세스	114
협력회사 지원활동	116

Social Contribution	121
사회공헌 정책	121
사회공헌 활동	122
사회적 책임을 고려한 경영원칙	125

Governance

Charter of Corporate Governance	140
Shareholders	141
주주의견 수렴 장치	141
주주의 권리	141
주주가치 환원 노력(배당)	143
Director/Board of Directors	144
이사	144
이사회	147

Audit	152
감사기구	152
감사의 전문성	154
감사의 교육현황	154
감사 지원 조직	156
외부 감사인의 독립성	157
Risk Management	158
리스크 관리	158
중요 사안에 대한 커뮤니케이션	162
경제적, 환경적 및 사회적 영향의 파악 및 관리	163
지배구조 관련 법/규제 준수	163

Appendix

Facts & Figures	168
협회 및 단체 가입 현황	171
GRI 대조표	172
SASB 대조표	174
제3자 검증 의견서	176
온실가스 검증 의견서	180

Introduction

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





존경하는 이해관계자 여러분,

안녕하십니까?

제일기획 대표이사 김종현입니다.

'22년은 제일기획에 매우 의미 있는 한 해였습니다. 외형적으로 성장을 이루었을 뿐만 아니라 국내외 우수 광고제에서 수상하는 등 내실까지 다지며 알찬 한 해를 보냈습니다. 특히 ESG 경영을 직접 실천하기 위해 많은 노력을 기울였고, '22년 'KCGS 평가 A 달성'이라는 쾌거를 이루었습니다. 이는 우리 사회와 함께 하는 '착한 성장'을 위해 기울여온 그간의 노력이 성과로 나타난 것이기에 더욱 뜻깊습니다.

네 번째로 발간하는 이번 보고서는 그래서 더욱 각별합니다. 본격적인 ESG 경영을 추진하기 위해 '21년 4월 ESG 사무국을 신설한 이래로 전사 약 20여 개 부서가 협업하며 ESG 관련 다양한 활동들을 전개해 나가고 있습니다. 특히 이러한 활동이 공허한 울림에 그치지 않도록 ESG 관련 주요 이슈들을 이사회 안건으로 상정하여 논의·점검하도록 함으로써 경영진들부터 항상 ESG 책임 경영을 염두에 두고 실천할 수 있도록 노력하고 있습니다. 뿐만 아니라, 사내 캠페인, 교육을 통하여 ESG 관련 내용들을 공유하고 모든 임직원들이 한마음으로 같은 목표를 향해 나아가고 있습니다.

환경(E) 분야에서는 특정 프로젝트나 분야를 넘어, '업무'부터 '일상'에 이르기까지 모든 것이 '친환경적'일 수 있도록 노력하고 있습니다. 업무 진행 시 발생하는 탄소 배출량 최소화는 당사만의 노력으로 되는 것이 아니기에 지난 '21년, 업계 리더로서 협력회사 96개사와 함께 『친환경(ESG) 실천 협약』을 최초로 체결하였습니다. 이에 그치지 않고 '22년에는 '제작현장의 친환경 실천 정착 및 생활화'를 추진하는 등 연도별로 목표를 설정하고 차근차근 추진해 나가고 있습니다. 또한 일상생활에서도 환경 보호를 실천할 수 있도록 텀블러 사용 시 사내 카페 이용금액을 50% 할인해주는 등의 실천도 진행하고 있습니다.

사회(S) 분야에서는 업계를 선도하는 회사로서 책임감을 가지고 안전과 규범을 지키기 위한 노력에 앞장서고 있습니다. 그 결과, '21년에 이어 '22년에도 단 한 건의 안전사고(재해)도 발생하지 않아 2년 연속 무재해 사업장을 달성하였습니다. 또한, 광고와 마케팅을 주 업으로 하는 회사로서 표시·광고법을 준수하고 허위나 과장 없는 정확한 정보를 통해 캠페인을 전개해 나갈 수 있도록 광고물을 사전에 검토하는 시스템을 갖추었습니다. 이는 통상적으로 서면 진행되는 법률 자문과는 달리 법무팀 변호사와의 대면 미팅을 통해 광고의 사전 시안단계부터 이미지, 영상 등을 직접 검토하는 제일기획만의 특별한 절차입니다. '22년 한 해 동안만 약 100건의 광고물 사전 검토 미팅이 진행되었고 이를 통해 적법하고 안전하게 캠페인을 전개할 수 있었습니다.

사회적으로도 좋은 영향력을 주는 방법에 대해 계속 고민 중입니다. '19년에 시작된 서울시와의 파트너십을 통해 일제에 의해 강제 철거되었던 '돈의문'을 디지털로 복원한데 이어, 올해 초에는 조선시대 군수물자 제조를 담당했으나 일제 강점기를 거치며 흔적이 사라졌던 '군기시'를 디지털로 복원하였습니다. 이렇듯 크리에이티브와 기술력을 통해 지속가능한 문화재 보호와 역사 및 문화 활성화에도 이바지하고 있습니다.

이러한 모든 활동을 투명하고 공정하게 운영할 뿐만 아니라 비즈니스 리스크를 최소화할 수 있도록 거버넌스(G) 측면에서도 최선을 다하고 있습니다. 사전 리스크를 상시적으로 점검, 관리하여 리스크가 발생하기 전에 효과적으로 예방할 수 있는 'Early Warning System'을 운영하고 있습니다. 특히, 최근에는 경영환경이 급변하면서 전에 없던 새로운 경영상 리스크가 발생하는 경우도 많기 때문에,

이러한 리스크를 놓치는 일이 없도록 관련 법령 등을 지속적으로 모니터링하며 계속해서 시스템을 업데이트해 나가고 있습니다. 리스크 이외에도 중요 사안에 대해서는 임직원들과도 공유하고 상호 간 커뮤니케이션이 더욱 원활하게 진행될 수 있도록 '경영현황 설명회', 'CEO 메시지' 등 다양한 소통 프로그램을 별도 운영하고 있습니다.

'23년은 어려운 한 해가 될 것이라고들 이야기합니다. 곳곳에서 인플레이션의 장기화와 글로벌 경기 침체에 대해 우려를 표하고 있고, 이에 대비하여 기업들은 허리띠를 졸라매고 있습니다. 이런 때 일수록 '우리의 역할은 무엇인가'에 대해 다시금 생각해 보게 되는데, 어쩌면 계속해서 경쟁력을 갖추고 성장을 멈추지 않는 것이 우리 사회를 위해 기업이 할 수 있는 최고의 ESG 경영이 아닐까 하는 생각이 듭니다. 특히 '23년은 제일기획 창립 50주년이 되는 중요한 해입니다. 지난 반 세기를 마무리하고 앞으로의 반 세기를 준비하며 지속가능한 기업으로서의 ESG 경영에 대해 계속해서 고민하고 실천하겠습니다. 기업으로, 사회의 일원으로 우리 모두가 함께 성장할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

제일기획에 항상 관심을 가지고 지지를 보내주시는 이해관계자 여러분들과 임직원들께 다시 한 번 감사의 말씀을 드리며, 앞으로도 많은 성원을 부탁드립니다.

감사합니다.

제일기획
대표이사 사장 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 ('22년 기준, 연결재무제표 기준)

- 영업수익 : 4조 2,534억원
- 영업총이익 : 1조 5,383억원
- 영업이익 : 3,114억원

클라이언트

- 국내: 삼성전자, KT, 동서식품, 신한금융지주회사, 한국인삼공사, 한국지엠, 한국타이어, 구글코리아, 아모레퍼시픽 등
- 글로벌: GM, Volkswagen, Beiersdorf, ENEL Group, IKEA, Pfizer, NIKE, Choice Hotels, ESPN, Adidas, Bentley, Columbia Sports, LinkedIn, Delta, Philip Morris International, Jack Daniels, Hotels Combined, Amazon Prime 등

Our Family (Affiliates)

Barbarian, Cheil PengTai, BMB, One RX, McKinney, Iris, Experience Commerce,

Cheil Centrade, ColourData 포함 96개사

* '전체 종속기업 목록은 사업보고서 참조

Sports Marketing

수원삼성블루윙즈축구단, 서울삼성썬더스농구단, 용인삼성생명블루밍스농구단,

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 Adobe사의 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 미디어사가 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.

CYLNDR

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

1973
제일기획 창립

1975
사보〈第一企劃〉 창간
공채 1기 신입사원 입사

1977
업계 최초 전국 소비자 조사
(Annual Consumer Research) 실시

1978
제1회 대학생 광고논문 및 광고작품 공모

1979
업계 최초 광고연감 발간

1988
업계 최초 해외네트워크 개설(일본 도쿄)

1989
합작 자회사 제일보젤 설립

1991
업계 최초 마케팅 연구소 설립
미국 피츠버그대와 공동 마케팅 전문가 과정 개설

1992
뉴욕 법인 설립

1994
신광고서비스 선언

1997
국내 최초 칸 국제광고제 금상 수상

1998
업계 최초 증권거래소(KOSPI) 상장

2000
합작회사 하쿠호도제일 설립
브랜드마케팅 연구소 신설

2002
2002 한일월드컵 개막식 행사 수행

2004
아프리카네이션스컵 축구대회(ANC 2004)
개막식 연출

2005
APEC 2005 코리아 문화행사 집행
청계천 새물맞이 행사 집행

2007
프로(Pro) 호칭 도입

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

2009
업계 최초 대한민국 광고대상 3연패
미국 TBG(The Barbarian Group) 인수
중국 Cheil PengTai 인수

2010
G20 서울 정상회의 종합홍보 수행

2011
업계 최초 Cannes Lions 국제광고제 그랑프리 수상
UAE 두바이, One Agency 설립
평창동계올림픽 개최지 선정 홍보 마케팅 및
프레젠테이션 수행

2012
Cannes Lions 국제광고제 한국 역대 최다 수상
(본상 12개)
2012 미국 Mckinney사 인수
국내 최초 Spikes Asia 그랑프리 수상

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

2014
삼성블루윙즈 축구단, 삼성썬더스 남자 농구단,
삼성생명블루밍스 여자 농구단 인수
글로벌 에이전시 Iris Worldwide 인수

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

2016
삼성라이온즈 야구단 인수
자회사 Iris, 영국 B2B 마케팅 전문기업
파운디드(Founded) 인수

2017
자회사 Iris, 캐나다 B2B 마케팅 컨설팅사
PSL(Pricing Solutions Limited) 인수
자회사 Iris, 영국 디지털마케팅회사 Atom42 인수

2018
평창동계올림픽 폐회식 주관
루마니아 디지털 마케팅 전문기업 Centrade 인수
인도 디지털 마케팅 전문기업
Experience Commerce 인수

2019
제일기획 아이디어 페스티벌(대학생 공모전) 40주년

2020
중국 소셜 빅데이터 분석 전문기업 ColourData 인수
대한민국광고대상 3개 부문 대상 수상

2021
업계 최초 친환경 실천 협약 체결
디지털 컨버전스 기업 '하이브랩' 투자 및
사업협력 협약 체결

2022
메타버스 전문 기업 '이브이알스튜디오' 투자 및
사업협력 협약 체결
대한민국광고대상 6개 부문 대상 수상
국내대표 ESG평가 기관 'KCGS'에서
A(우수)등급 획득

'22 Awards

광고제	수상 부문	상	캠페인 타이틀	광고주
Cannes Lions	ENTERTAINMENT LIONS FOR SPORT	Silver	Samsung FastFrame	Samsung Electronics Benelux
	Mobile	Silver	QUEST FOR DYSLEXIA	SAMSUNG
	Health & Wellness	Bronze	The Battle Inside	CRIS Cancer Foundation
	ENTERTAINMENT LIONS FOR SPORT	Bronze	Samsung FastFrame	Samsung Electronics Benelux
	BRAND EXPERIENCE & ACTIVATION	Bronze	QUEST FOR DYSLEXIA	SAMSUNG
	Media	Bronze	QUEST FOR DYSLEXIA	SAMSUNG
	SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS	Bronze	QUEST FOR DYSLEXIA	SAMSUNG
Spikes Asia	Creative Data	Creative Data	SLOW ROAD	JEJU TOURISM ORGANIZATION
	PR	Gold	SLOW ROAD	JEJU TOURISM ORGANIZATION
	Media	Silver	THE COST OF BULLYING	SAMSUNG
	Outdoor	Silver	ABANDONED STATION	VOLKSWAGEN
	Outdoor	Silver	STREET FIGHTER / CLAW MACHINE / RACING CAR	CHUPA CHUPS
	Brand Experience & Activation	Bronze	SLOW ROAD	JEJU TOURISM ORGANIZATION
	Brand Experience & Activation	Bronze	SLOW ROAD	JEJU TOURISM ORGANIZATION
	Brand Experience & Activation	Bronze	SLOW ROAD	JEJU TOURISM ORGANIZATION
	Brand Experience & Activation	Bronze	THE COST OF BULLYING	SAMSUNG
	Brand Experience & Activation	Bronze	THE COST OF BULLYING	SAMSUNG
	AdFest	BRAND EXPERIENCE	GOLD	SLOW ROAD
MEDIA		GOLD	SLOW ROAD	JEJU TOURISM ORGANIZATION
PR		GOLD	SLOW ROAD	JEJU TOURISM ORGANIZATION
MEDIA		GOLD	THE COST OF BULLYING	SAMSUNG
DESIGN		SILVER	ABANDONED STATIONS	VOLKSWAGEN
PRINT & UTDOORCRAFT		SILVER	ABANDONED STATIONS	VOLKSWAGEN

광고제	수상 부문	상	캠페인 타이틀	광고주
AdFest	PRINT & UTDOORCRAFT	SILVER	JOY STICKS	CHUPA CHUPS
	BRAND EXPERIENCE	SILVER	SLOW ROAD	JEJU TOURISM ORGANIZATION
	DIGITAL	SILVER	SLOW ROAD	JEJU TOURISM ORGANIZATION
	DIRECT	SILVER	SLOW ROAD	JEJU TOURISM ORGANIZATION
	MOBILE	SILVER	SLOW ROAD	JEJU TOURISM ORGANIZATION
	PR	SILVER	SLOW ROAD	JEJU TOURISM ORGANIZATION
	DIRECT	SILVER	THE COST OF BULLYING	SAMSUNG
	MOBILE	SILVER	THE COST OF BULLYING	SAMSUNG
	PRESS	BRONZE	CLAW MACHINE	CHUPA CHUPS
	DIGITAL CRAFT	BRONZE	SLOW ROAD	JEJU TOURISM ORGANIZATION
	BRAND EXPERIENCE	BRONZE	THE COST OF BULLYING	SAMSUNG
	DIRECT	BRONZE	THE COST OF BULLYING	SAMSUNG
	MEDIA	BRONZE	THE COST OF BULLYING	SAMSUNG
	D&AD	Entertainment / Apps	Wood Pencil	The Cost of Bullying
Gaming / Health & Wellbeing		Wood Pencil	The Cost of Bullying	Samsung
Casting / Film		Wood Pencil	Flip, Fold, Snap, Clack	Samsung Electronics America
One Show	Gaming	Best of Discipline	The Cost of Bullying	Samsung
	Gaming	Gold	The Cost of Bullying	Samsung
	Gaming	Silver	The Cost of Bullying	Samsung
	CREATIVE USE OF DATA	Bronze	Slow Road	JEJU TOURISM ORGANIZATION
	DIRECT MARKETING	Bronze	The Cost of Bullying	Samsung
Health&Wellness	Bronze	The Battle Inside	CRIS contra el Cáncer	

'22 Awards

광고제	수상 부문	상	캠페인 타이틀	광고주
New York Festivals	START-UP: BEST USE	Gold	MYPIGGY - GERMANY'S FIRST SMART PIGGY BANK	myPiggy - Germany's First Smart Piggy Bank
	COLLABORATIONS & PARTNERSHIPS: BEST USE	Silver	QUEST FOR DYSLEXIA	Samsung
	THE FUTURE NOW: BEST USE	Silver	QUEST FOR DYSLEXIA	Samsung
	DESIGN: BRAND DESIGN	Bronze	我ID. - THE CHINESE MAKEOVER	Volkswagen
	DIGITAL/MOBILE: BEST USE	Bronze	QUEST FOR DYSLEXIA	Samsung
London International Awards	Health & Wellness	Gold	The Battle Inside	CRIS CANCER FOUNDATION
	Creative Use of Data	Silver	Quest for Dyslexia	Samsung
	Evolution	Silver	Quest for Dyslexia	Samsung
	Non-Traditional	Silver	Quest for Dyslexia	Samsung
	Health & Wellness	Silver	The Battle Inside	CRIS CANCER FOUNDATION
	Health & Wellness	Silver	The Battle Inside	CRIS CANCER FOUNDATION
	Pharma & Medical	Silver	The Battle Inside	CRIS CANCER FOUNDATION
	Creativity in PR	Silver	No More Red	Adidas Football
Digital	Bronze	Quest for Dyslexia	Samsung	





삼성전자 비스포크 '비스포크 오리지널 시리즈'

비스포크 냉장고 브랜드 출시 4년차를 맞이한 시점에 진행된 광고 캠페인으로, 보다 구체적인 기능과 비스포크만의 기술력을 표현함에 있어서 가장 '비스포크다운' 방법의 고민을 통해 탄생한 캠페인입니다. 자신만의 확고한 취향과 라이프스타일을 가진 각기 다른 오너들의 이야기들을 위트 있게 주요 기능과 엮어 풀어내며 단편영화와 같은 형식을 빌려 다양한 타겟의 공간과 라이프스타일들을 '비스포크답게' 표현하고자 했습니다.



삼성전자 갤럭시 S22 '제각각 플레이'

갤럭시 S22 제각각 플레이 캠페인은 기존의 바 형태의 폰에서는 할 수 없는 Z폴드4만의 접고 펼치는 Flex-ability를 중심으로 MZ세대에게 제공할 수 있는 유니크하고 색다른 경험을 『각』이라는 표현을 통해 라이프스타일 (놀이, 관점, 생각 등) 에 접목하여 『제각각 플레이』라는 슬로건으로 풀어낸 캠페인입니다.



삼성전자 비스포크 그랑데시 '그랑데시와 사는 세상'

1등 브랜드로서의 우위와 그랑데시 유저들만의 차별화되고 선망성 있는 런드리라이프를 보여주기 위해 기획된 <그랑데시와 사는 세상-그.사.세> 캠페인입니다. 그랑데시 유저들의 자신감과 여유 넘치는 라이프스타일을 보여주기 위해 고속 촬영 기법을 활용, 프리미엄한 톤앤매너를 연출했고, '요즘 누가'라는 카피를 반복적으로 활용해 그랑데시=요즘 시대의 세탁/건조기로서의 대세감을 조성했습니다. 광고 음악인 Andrew Bird의 <Sisyphus>가 이슈가 되어, 좋은 온라인 반응을 이끌어 냈습니다.



동아제약 박카스 '선생님'

팬데믹의 끝을 지나고 있는 시기, 대한민국 피로회복제 박카스만이 할 수 있는 이야기를 담아 다시 한번 피로를 보듬어준 캠페인입니다. 모두가 공감할 수 있는 이 시대 피로의 화두를 찾아 박카스만의 유쾌하면서 따뜻한 감성으로 이를 제시함으로써 소비자와 박카스의 거리를 좁히고자 했습니다. 현시대의 피로를 상징하는 인물로 초등학교 교사를 설정해 현실성 있게 재현했고, 인터넷 밈을 활용해 응원의 메시지를 전달했습니다.

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 해외 사업장의 지속가능경영 활동 및 성과도 보고하고 있습니다.

보고서 검증 보고 과정의 적합성과 충실성, 보고 내용의 정확성과 신뢰성을 높이기 위하여 독립적인 검증기관인 한국경영인증원으로부터 제3자 검증 프로세스를 거쳤습니다. 검증 결과는 176~181페이지를 통해 확인하실 수 있습니다.

보고서 특징 2022 지속가능경영보고서는 제일기획의 네 번째 지속가능경영보고서*입니다. 이번 '22년 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 2021 지속가능경영보고서로, '22년 7월에 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 172~174페이지를 통해 확인하실 수 있습니다.

보고기간 본 보고서의 보고기간은 '22.1.1 ~ '22.12.31이며, 일부 중요한 내용의 경우 '22년 이전 또는 '23년 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	- 회사의 ESG리스크를 검토, 반영하여 ESG 중대 주제(Materiality) 검토 및 선정 - 회사의 제반 리스크 관리 활동 보고 - 당해 KCGS의 당사 ESG 평가 결과 공유

이사의 KPI에 ESG 성과 반영

당사는 위와 같이 이사회에서 검토한 ESG 경영성과를 사내이사이자 ESG 사무국장인 경영지원실장(CFO)의 KPI에 반영하고 있습니다. 당사는 ESG 사무국장이 경제, 환경 및 사람에 대한 조직의 영향을 책임감 있게 관리하도록 이사회에 보고하고, ESG 경영 과제를 ESG 사무국장의 평가에 반영하고 있습니다. 또한, 중대재해 예방을 위한 안전관리 활동 등 ESG 경영을 위해 중요한 비재무적 요소도 ESG 사무국장의 필수 KPI로 반영하여 관리하고 있습니다.

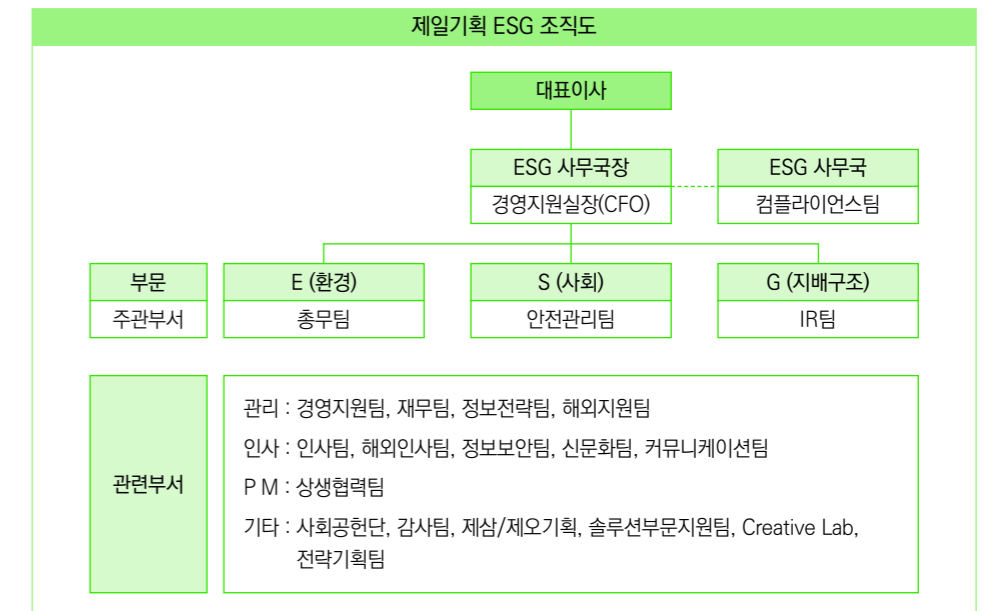
당사는 정기적으로 구체적인 KPI를 기준으로 이사의 개인 역량 및 담당 조직에 대한 평가를 실시하고 있으며, 평가 결과는 해당 이사의 인센티브 지급률 산정 및 고과와 직접적으로 연동됩니다. 이처럼 제일기획은 이사의 평가에 ESG 경영 항목을 비중 있게 포함하여 관리하고 있습니다.

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, 제삼/제외기획 등 당사의 ESG 활동과 관련 있는 관련부서 약 20개 팀이 당사의 ESG 활동을 적극 실행하고 있습니다.

ESG 정례회의

당사의 ESG 조직은 연 3회 정례회의를 열어, 당사의 ESG 현안에 관해 심도 있는 회의를 진행하고 있습니다. 또한 이 회의 내용을 최고경영진 및 이사회에 보고하여, 최고경영진 및 이사들이 당사의 지속가능성 이슈를 관리, 감독할 수 있도록 하고 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 반영하고자 합니다.

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.

분기별 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 『2022년 지속가능경영보고서』를 발간하여 '23년 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 가이드선스』, 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 취합하여 『2022년 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 등 다양한 글로벌 ESG 정보공개 지표, 동종업계 지속가능경영 동향, 당사 내부 이슈 등을 종합하여, 지속가능경영 이슈풀(POOL)을 구성하였습니다.

중대성 평가

미디어리서치, 비즈니스 중요도, 내부 이해관계자 정례회의, 글로벌 경쟁사 벤치마킹, SASB등 국제 표준 기준 검토 등을 거쳐 중대 주제 5개를 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	- 광고물 사전검토 프로세스 운영 - 라이선스 고지 시스템 운영 - 임직원 교육	105~107
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 개발/운영 등 개인정보 점검, 관리 활동 - 개인정보 유출사고 방지 활동 - 임직원 교육	90~99

우선 순위	ESG 중대 주제	관련 이해관계자	주제의 중요성	관리 방안	보고 페이지
3	사회경제적 컴플라이언스	협력회사, 국가 등	협력회사와 거래함에 있어 하도급법 등 관련법령을 철저히 준수함으로써 협력회사와 동반성장을 이루고 나아가 국가 전체의 경제 발전에 이바지 할 수 있음	- 협력회사와 상생을 위한 전담조직 운영 - 『상생경영실천가이드』, 『상생협력 4대 실천 규칙』 수립 및 시행 - 『공정거래 자율준수 사전예방 프로그램』 및 『공정거래자율준수 사후 감시시스템』 도입 및 운영 - 동반성장위원회의 『동반성장지수』 3년 연속 최우수 명예 기업 선정 - 공정거래위원회의 『공정거래협약』 4년 연속 최우수 수상	108~120
4	산업보건 및 안전	임직원, 협력회사, 고객 등	광고제작환경 및 사무환경에서 발생할 수 있는 안전사고를 제로화함으로써, 임직원/협력회사/고객의 안전과 건강을 도모할 수 있음	- 안전관리 조직 구성 - 안전보건 관리체계 구축 - 사업장별 정기적 안전 점검 및 교육 - 임직원 안전관련 의식 제고 활동	81~89
5	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	44~60

* 당사의 '21년 보고서는 개정 전 GRI Standards 2016에 따라, 당사 자체 중대성 평가 프로세스에 의거 중대 주제를 선정했으나, 올해는 개정된 GRI Standards 2021의 Topic standards의 이슈풀 중에서 중대성 평가를 통해 중대 주제를 선정하였습니다. 이에, 중대 주제의 개수가 4개에서 5개로 증가하였으며, 중대 주제가 더 세분화되었습니다.

'21년 중대 주제	- 지속가능경영 - 친환경 경영 - 안전/보건 - 공정거래
'22년 중대 주제	- 마케팅 및 라벨링 - 고객 개인정보 - 사회경제적 컴플라이언스 - 산업보건 및 안전 - 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 정책』을 수립하고, 이를 당사 홈페이지 ESG 배너에 공개하고 있습니다. 당사는 이 정책에 따라 친환경 경영을 위해 지속적으로 노력할 것입니다.

환경경영 목표

환경경영 추진전략

제일기획은 매년 온실가스 배출량, 에너지 사용량, 용수 사용량, 폐기물 발생량을 각 2%씩 감소시키는 것을 목표로 환경경영을 추진하고 있습니다.

중장기적으로는 매년 2%씩 온실가스 배출량을 꾸준히 감축하여 2030년에는 온실가스 배출량을 25%* 감축하고, 2050년에는 100%* 감축함으로써 탄소 중립을 달성하는 것을 목표로 하고 있습니다.

* '18년 대비 감축률

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 중장기적으로 신/재생에너지 100% 도입을 검토하고 있습니다.

세부계획

'22년도에는 아래와 같이 설비 효율 개선을 통한 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 감축 계획을 수립하고 이를 이행하였습니다.

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| • 1월 - 공조기 급기인버터 교체 공사 | • 7월 - 수변전실 DVM 교체 |
| • 2월 - 보일러 세관 및 효율 증대를 위한 부품 교체 | • 9월 - 냉온수기 부품(용액순환펌프) 교체 |
| • 3월 - 냉온수기 세관 및 냉각수 펌프 스트레너 분해 청소 | • 10월 - 정화조 청소, 자동제어 부품 교체, 수배전반 교체 |
| • 5월 - 발전기 축전기 교체, 사무실 DVM 교체 | • 11월 - 냉온수기 보수 공사 |
| • 6월 - 승강기 기계실 DVM 교체 | • 12월 - 냉온수기 일반 버너 저녹스 버너로 교체 |

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. ESG 사무국장이자 경영지원실 최고 임원인 경영지원실장(CFO)도 이 정례회의에 직접 참석, 환경경영 관련 현안을 총괄하여 의사결정하고 있으며, '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 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 제작하는 데에는 한계가 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.

Environmental Management Activities

그린제일 (Green Cheil)

제일기획은 ESG 경영에 발맞춰 환경경영 관련 임직원 참여를 유도하고자, 사내 친환경 조직문화 캠페인인 “그린제일”을 '21년 런칭하고 다양한 활동을 이어가고 있습니다. 당사는 앞으로도 친환경 캠페인을 지속 확대하여 환경경영에 회사와 임직원이 함께 하는 조직문화를 구축하고자 합니다.

사내 카페 텀블러 사용 활성화 지속 추진

당사는 사내 카페의 일회용 플라스틱/종이컵의 소비량을 줄여 환경을 보호하는데 임직원들이 적극적으로 동참할 수 있도록 사내 카페 이용 시 텀블러 사용을 권장하고 있으며, 텀블러 사용의 생활화를 유도하고자 텀블러 사용 시 할인 금액을 상향했습니다. (500원 → 음료 가격의 50%)

또한, 텀블러 세척의 번거로움을 해소해 줄 고압 세척기를 회사 각 층 탕비실에 설치하여, 보다 많은 임직원들이 세척의 부담 없이 텀블러를 쉽게 사용할 수 있는 환경을 제공했습니다.



환경보호를 위한 친환경 실천 캠페인 시행

당사는 환경보호를 위한 친환경 실천 캠페인의 일환으로, 개정 자원재활용법 시행에 발맞춰 사내 식당 및 카페 취식 시 일회용품 제공을 중단했습니다. 이를 통해 임직원들의 환경에 대한 인식을 제고하고, 임직원들이 실생활 속에서 환경 보호에 대해 더욱 관심을 가지고 실천할 수 있도록 유도하고 있습니다.

페이퍼리스 오피스 정착을 위한 활동 지속 전개

당사는 '21년부터 실시해 오던 불필요한 출력 최소화를 통한 페이퍼리스 오피스 문화를 정착시키기 위해 여러 활동들을 계속하고 있습니다. 업무/회의 시 출력물이 아닌 PC로 보고하는 등 불필요한 인쇄물을 줄이는 것에서 한 발 나아가, '22년에는 사내 공용 지면 포스터를 대체하기 위해 회사 전 층 엘리베이터 홀에 디지털 게시판을 설치했습니다.



Environmental Management Activities

환경교육 실시

제일기획은 '22년 하반기 컴플라이언스 교육을 통해 전 임직원에게 환경 관련 교육을 진행하였습니다.

이번 교육에서는 국내외 미디어/엔터테인먼트 회사들의 친환경 경영활동 등 ESG 경영활동 사례와 한국환경공단이 운영하는 『탄소 중립 실천 포인트제』를 임직원들에게 소개하였습니다.

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

교육일시	'22.9.22 ~ '22.11.7
교육대상	전 임직원 (수료율 100%)
교육내용	미디어/엔터테인먼트 산업 ESG 동향 소개 '21년 지속가능경영보고서 발간 안내 『탄소 중립 실천 포인트제』 소개

환경경영 실천을 위한 투자

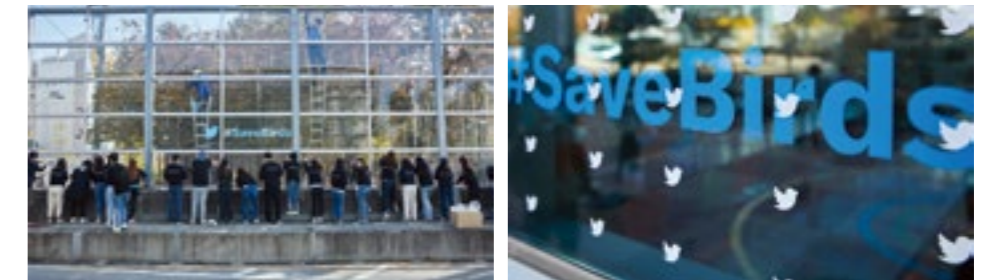
제일기획은 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 2% 절감을 목표로 아래와 같이 투자를 집행하였습니다.

구분	집행 내용	집행 금액 (천원)	비고
에너지 효율화	조명기구 LED 교체	47,058	
	전기실 수변전 설비 교체	1,405,000	고조파 필터 추가
	열원설비 세관을 통한 열효율 증대	13,810	
	동절기 단열 작업을 통한 열손실 감소	500	
	계	1,466,368	
환경 개선	열원설비 저녹스 버너 교체	37,000	냉온수기(2대)
	합 계	1,503,368	

지역사회를 위한 환경보호 활동

당사는 지역사회 내 환경정화 봉사 활동으로, △서울 숲 가꾸기(봄철 맞이 나무 심기, 수선화 식재 활동), △양재 숲 환경정화 활동(연못 낙엽 정리, 벤치 및 공원 정비), △경복궁 가꾸기(낙엽수, 잡초 제거 등) 등을 수년간 매년 실시하고 있었으나, 코로나 팬데믹 이후 단체 모임/행사가 금지되어 진행하지 못하고 있습니다. 향후 코로나19의 전파 위험이 사라지면 기존의 지역사회 환경정화 봉사활동을 계속적으로 진행할 예정입니다.

'22년 당사는 생물다양성의 보전을 강화하기 위한 활동의 일환으로 '#SaveBirds' 캠페인을 트위터 코리아와 함께 진행하였습니다. '#SaveBirds' 캠페인은 방음벽에 부딪쳐 목숨을 잃는 새들을 보호하기 위해 조류 충돌 방지 스티커를 제작, 방음벽에 부착한 캠페인입니다. 제일기획 임직원들의 반짝이는 아이디어와 광고주가 만나 함께 이뤄낸 생명존중 사회공헌 활동이었습니다.



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	'20년	'21년	'22년	'22년 감축량
Scope 1	729.864	716.996	694.218	22.778
Scope 2	1,145.782	1,147.626	1,143.798	3.828
Scope 3	10.363	10.938	7.495	3.443
합 계	1,886	1,875	1,845	30

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

원단위 온실가스 배출량

단위 : tCO₂_eq/매출액(조원)

구분	'20년	'21년	'22년	'22년 감축량
Scope 1	266	216	163	53
Scope 2	417	345	269	76
Scope 3	4	3	2	1
합 계	686	564	434	130

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, '22년에는 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℃±1℃, 동절기 23℃±1℃로 유지하여 냉온수기 가동을 최소화하고 있고, 공용 회의실에 개별 DVM을 설치하여 휴일 및 야간에 중앙 냉난방 가동을 최소화하고 있습니다.

이 밖에도 매년 보일러/냉온수기 세관 및 보수 작업을 통해 기기의 에너지 소모량을 최소화하고 있으며, 전사 구형 냉장고를 신형으로 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	'20년	'21년	'22년	'22년 감축량
Scope 1	13.228	13.006	12.618	0.388
Scope 2	23.942	23.981	23.901	0.080
Scope 3	0.154	0.163	0.112	0.051
합계	37	37	36	1

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

* 집계 방식 변경으로 해당 내용 정정함에 따라 이전 보고서상의 '20년, '21년도 에너지 사용량과 상이함

원단위 에너지 사용량

단위: TJ/매출액(조원)

구분	'20년	'21년	'22년	'22년 감축량
Scope 1	5	4	3	1
Scope 2	9	7	6	1
Scope 3	0	0	0	0
합계	14	11	9	2

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

* 집계 방식 변경으로 해당 내용 정정함에 따라 이전 보고서상의 '20년, '21년도 원단위 에너지 사용량과 상이함

신/재생 에너지 사용 계획

당사는 향후 건물 옥상 부지를 활용하여 태양광 에너지 집열판을 설치, 신/재생 에너지원을 도입하여 에너지 절감 및 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 1,061건, 1건당 29Page 분량)*, 하도급개별용역계약서, 견적서, 목적물수령증명서, 검사결과통지서, 산출물내역서(약 9,340건, 1건당 7Page 분량)** 등을 전자문서로 처리함으로써, 연간 약 19만 장의 종이를 절감하였습니다. (제일기획 및 협력회사 합산)

* 1,061건 × 29page × 2(제일기획, 협력회사) = 61,538page

** 9,340건 × 7page × 2(제일기획, 협력회사) = 130,760page

용수 사용량 감축 활동

당사는 제조/유통/판매를 업으로 하는 회사가 아니므로, 생산단계에서 사용하는 용수는 없습니다. 그러나 일상적인 사무 환경에서도 용수 사용량을 줄이기 위해 세면대 급수량을 조절하여 적정 수압 유지, 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	'20년	'21년	'22년	'22년 감축량
용수	23,462	22,118	19,520	2,598

* 취수원: 상수도

원단위 용수 사용량

단위: 톤/매출액(조원)

구분	'20년	'21년	'22년	'22년 감축량
용수	8,538	6,652	4,589	2,063

* '20년 용수 사용량 집계 오류가 확인되어 해당 내용 정정함에 따라 이전 보고서상의 '20년도 용수사용량과 상이함

** 이전 보고서 대비 '20년 용수 사용량 1,509톤 증가, 원단위 용수 사용량 549톤/매출액(조원) 증가

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	'20년	'21년	'22년	'22년 감축량
폐기물	27	23	28	5↑

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, '22년는 냉온수기를 저녹스 버너로 교체했습니다.

※ 최근 3개년 대기오염 물질 배출량

당사의 3개년간 대기오염 물질 배출량 데이터는 아래 표와 같습니다.

단위 : g

구분	'20년	'21년	'22년	'22년 감축량
NOx	52	40	26	14

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 '23년 6월말까지 '22년도의 환경정보를 『환경정보 공개 시스템』(www.env-info.kr)에 등록할 계획이며, 이는 한국환경산업기술원의 검증 과정을 거쳐 '23년 12월에 대국민 공개될 예정입니다.

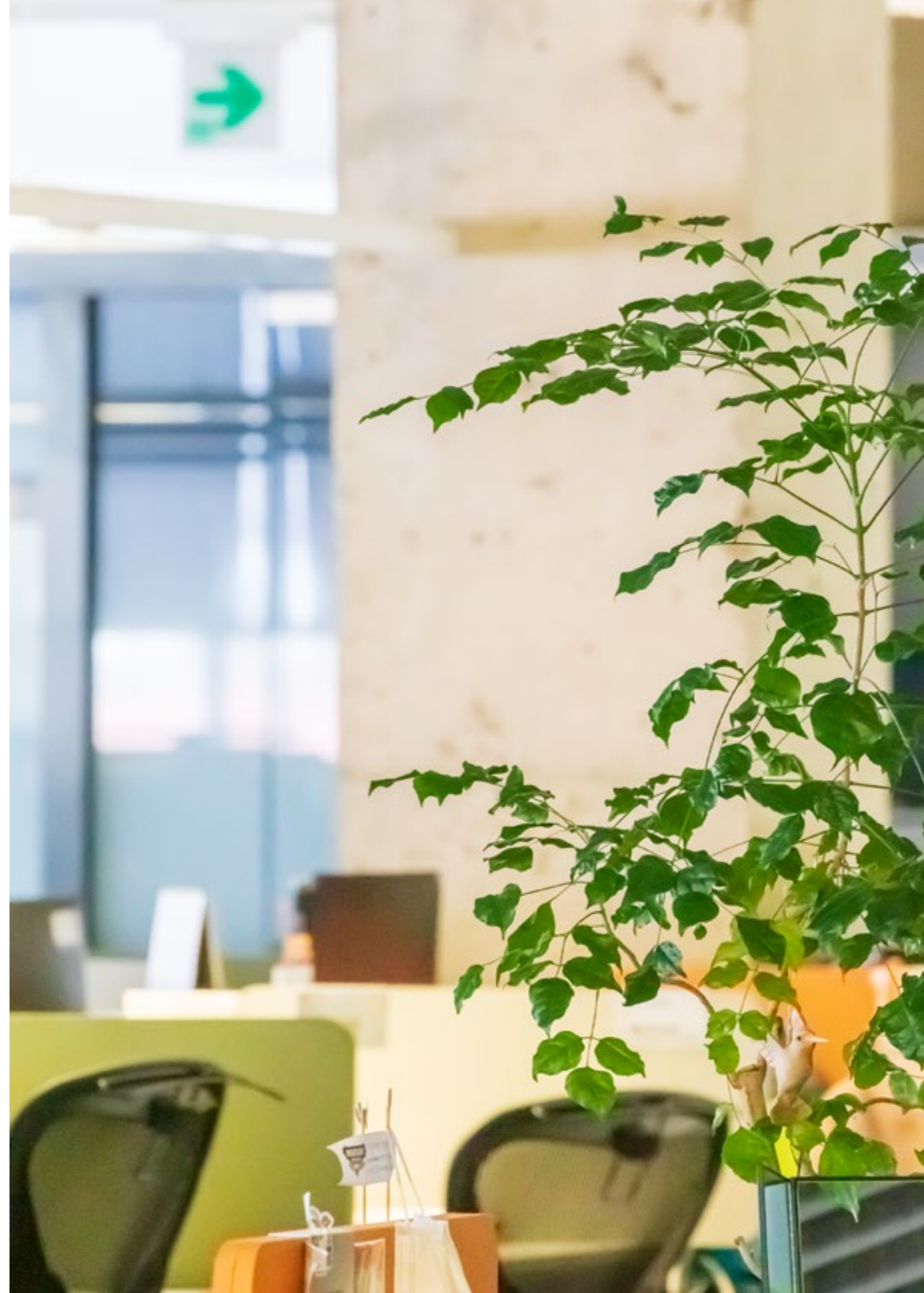
* 당사가 위 시스템을 통해 공개할 환경 정보는 환경기술산업법 등 관련 법령에 따릅니다.

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

Outcome of Environmental Management

[정리] '22년 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 조명 자동 off 적용, 필요한 경우에만 다시 점등 - '걷고 싶은 계단' 既조성('17년 8월)
빌딩 에너지 절약	- 하절기 및 동절기 적정 온도 관리를 통한 냉난방 에너지 사용량 절감 - 조명 전기 사용량 감축	- 하절기 26℃±1℃(반바지, 노타이 등 cool-biz 도입), 동절기 23℃±1℃ 유지 - 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	- 친환경 냉/온수기용 버너 교체	- 대기오염물질 발생 축소를 위한 저녹스(친환경) 버너 교체/도입
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	- 미디어/엔터테인먼트 산업 ESG 동향 및 「탄소 중립 실천 포인트제」 소개
환경경영 실천을 위한 투자	- 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 절감	- LED 조명 교체, 수변전 전기설비 교체, 저녹스 버너 교체 등



Social

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



Human Rights

인권경영 정책

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 선드

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)하여 시행 중에 있습니다. 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, 홈페이지 및 『상생협력 파트너 포털』*에도 게시하여 제일기획과 일하는 모든 협력회사들도 제작 현장에서의 아동·청소년 권익을 보호할 수 있도록 함께 노력하고 있습니다.

* 홈페이지(cheil.com/hq/sustainability), 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 사내 처리 절차에 따라 투명하게 조치하고 있습니다.

이해관계자	인권 관련 고충 지원 채널	'22년 처리된 고충 비율
임직원	- 회사 게시판 내 『고충 지원 채널』	- '22.1.1 ~ '22.12.31 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』(20분 교육)과 『장애인 인식 개선 교육』(60분 교육) 등을 당사 온라인 교육 플랫폼인 CIC를 통해 운영하고 있습니다.

이는 전 직원 필수교육으로, '22년에는 9.22 ~ 10.21, 총 4주간 진행되었습니다.

* 수료율 100% (1,224명 수료, 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, 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.

* '22년 차별 관련 신고는 없었습니다.

근로자의 다양성

근로자 인적 구성의 다양성

제일기획은 시류에 민감하게 반응하고 유행을 선도해야 하는 광고회사이기에, 근로자 개인의 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.

이를 위해 당사는 사내 동호회 활동을 적극 지원하고 있습니다. 현재 19개 동호회('20년 기준)가 운영 중이며 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.

또한 제일기획은 단순히 차별적 요소를 없애는 것에서 더 나아가, 개인의 다양성을 존중하는 조직문화 구축을 위해 적극적으로 노력하고 있으며, 일례로 총 직원 중 여성근로자 비중이 50%에 달하는 등 국내 여타 회사 대비 근로자 성별 구성의 균형을 이루고 있습니다.

이 밖에도 장애인, 외국인 등 근로자 인적 구성의 다양성을 항상 염두에 두고 노력하고 있으며, 최근 사회적 이슈로 부상한 세대 간 고용 불균형 이슈도 고려하여 근로자 간 세대 균형이 이루어질 수 있도록 노력하고 있습니다.

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

※ 정규직/기간제 근로자 고용비중

제일기획은 근로자들이 안정적으로 장기간 근무할 수 있도록 노력하고 있으며, 기간제 근로자 비중을 업종 평균 대비 매우 낮게 유지하고 있어, '22년 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

* '23년 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	'22년
재원 아동 수(연평균)	22명
어린이집 이용 임직원 수(연평균)	20명
회사 지원금(연간)	483,065,000원



**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

	'20년	'21년	'22년
평균 근속연수 (년)	8.93	9.58	9.55

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.

**성과 평가 -
임직원 성과
평가 제도**

개인 업적 및 역량 평가

임직원 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.

- 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 복리후생을 위해 다양한 제도를 운영하고 있습니다. 제일기획은 이러한 복리후생 제도들을 통해 임직원들의 삶의 질 향상, 근무 만족도 제고, 사기 진작, 업무 몰입을 유도하고 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	가계자금대출	생활안정을 위한 자금 대출 (2,000만원 한도)
	주택자금대출	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』 도입을 통해, 별도 의무 근무시간대를 지정하지 않고 월 의무 근무시간만 충족시키면 임직원들이 출퇴근 시간과 일 근무시간을 자유롭게 조절할 수 있는 근무 여건을 마련했습니다. 또한, 『PiC+ 시스템』을 구축하여 임직원들이 근무시간을 스스로 확인하고 관리할 수 있도록 지원하여, 임직원들의 일과 생활이 균형을 이루도록 노력하고 있습니다.

나아가, '22년에는 『선택적 근로시간제』 도입 이후 운영해오던 하루 4시간 의무 근무 제도마저 폐지하여, 임직원들이 개인의 상황에 따라 보다 유연하게 근무시간을 활용할 수 있도록 개선하였습니다.

또한 제일기획만의 독특한 휴가 활성화 캠페인인 『Idea Vacation』을 통해, 임직원들이 업무로 지친 심신을 힐링하며 새로운 아이디어 발상을 위한 재충전의 시간을 갖도록 하고 있습니다.

그리고 코로나 팬데믹 상황 하 임직원의 안전과 감염 예방을 위해 확진자 수가 급증하는 시기 등 특정 기간에는 일정 비율의 임직원을 대상으로 재택근무제를 운영하였습니다.

창의적 조직문화

임직원들의 창의적 아이디어가 제일기획의 가장 중요한 자산입니다. 당사는 임직원들이 남들과는 다른 아이디어를 발상할 수 있는 근무 환경을 조성하기 위해 다양한 조직문화 프로그램을 시행하고 있습니다.

온라인 소통 공간 “i-pub”

“i-pub”은 제일기획을 대표하는 소통 채널로, 모든 임직원이 네티임을 활용하여 다양한 아이디어와 의견을 자유롭게 나누는 한편, 임직원들과 회사가 쌍방향 커뮤니케이션하는 공간입니다.

'22년에는 네티임과 함께 사용하는 프로필 사진 공모전을 개최하여 임직원들이 직접 i-pub 콘텐츠 창작에 참여하는 계기를 마련함으로써, 임직원들의 창의력을 자극하고 소통을 확대했습니다.

코로나19 방역 관련 엘리베이터 도어 랩핑 캠페인

코로나 팬데믹 상황 하에 임직원들의 방역 수칙 준수를 독려하면서 장기화되는 팬데믹 가운데 모두가 힘을 낼 수 있는 메시지를 효과적으로 전달하기 위해, 엘리베이터 도어를 미디어로 삼고 임직원들이 직접 참여하는 디자인 공모전을 실시하였습니다. 이를 통해 우수작 선정 및 엘리베이터 랩핑 시공을 진행함으로써 제일기획다운 방역 문화를 만들어 가고 있습니다.

임직원 고충 지원 채널

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 마음 건강 관련 상담이 필요할 때 해당 채널을 통해 회사와 이야기 나눌 수 있고, 광고주와의 관계에서 발생하는 고충이나 개인회생/신용회복 관련 고민 등 업무 내외적으로 겪는 어려움 관련해서도 도움을 받을 수 있습니다.

발명생활

당사는 '18년부터 광고회사/광고인다움을 일깨울 제일기획만의 유쾌한 조직문화 구축을 목표로, 사업성이나 실현가능성은 의식하지 않고 오직 창의성에만 초점을 맞춘 아이디어 공모전인 『발명생활』을 총 5회에 걸쳐 실시해왔으며, 현재까지 다양하고 재미있는 아이디어들이 공모전에 출품되었습니다.

현재는 단순히 ‘창의적인 아이디어’에서 그치는 것이 아니라, ‘실현가능성도 있는 아이디어’로 그 중심을 옮겨 디지털 트렌드와 접목하거나 사업화까지 고려하는 방향으로 공모전 성격을 진화시키고 있으며, 우수 아이디어들은 당사의 신사업 추진 조직인 ‘제삼기획’, ‘제오기획’, ‘Meta Lab’ 등을 통해 상품화를 추진하고 있습니다.

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 회사 생활만큼 각자의 삶을 중요시하는 MZ 세대, 특히 일과 양육을 병행하며 고민이 많은 부모 임직원을 위해 육아 전문가를 초빙하여 『아이 마음 사로잡는 부모 스피치』를 주제로 부모/자녀 교육 특강을 실시했습니다.

Cheil X Sports

농구, 배구, 축구 등 제일기획 산하 스포츠 구단을 활용하여 경기 티켓 제공, 단체 관람 및 응원, 스카이박스 대관, 에스코트 키즈 등 임직원 활력 증진 이벤트를 진행하고 있습니다.

팀워크 및 가족 친화를 위한 GWP 행사, 비즈니스를 지원하는 Hospitality 프로그램, 사회공헌단과 연계된 대내외 CSR 활동 등 다양한 형태로 운영하고 있습니다.

Cheil Leadership Diary

경영진-직원 간 가교로서, 특히 코로나 팬데믹 속 조직 관리에 대한 부담이 가중되는 리더들을 지원하기 위해, 현장에서 실질적으로 필요로 하는 리더십 실천 팁, 우수 사례, 팀빌딩 노하우 등 도움이 될 만한 정보를 월간 뉴스레터(『Cheil Leadership Diary - 성장하는 리더의 기록』) 형태로 발행하고 있습니다.

SCI 기업문화진단

현 조직문화 수준을 진단하고 개선하여 건강한 조직문화를 구축하고자, 삼성글로벌리서치 주관의 기업문화진단 컨설팅인 『SCI 조직건강도진단(Samsung Culture Index)』을 매년 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. △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 등으로 구성되어 있으며, 보다 효과적인 교육 운영을 위해 타 삼성 관계사 및 다양한 협력회사들과 함께하고 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, '22년 사업보고서 기준, 제일기획의 근로자 1인당 교육훈련비는 1,708,000원입니다.

※ 근로자 1인당 평균 교육 시간

'22년 제일기획의 총 교육 운영 시간은 46,369시간으로, 임직원 1인당 평균 교육 시간은 32.9시간입니다.

* 전체 근로자 수 1,410명

학위 지원 프로그램

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

인재발굴 전략

제일기획은 다양한 신입/경력 인재발굴 채널을 운영하고 있습니다. 신입 채용의 경우, 관련분야 학과/학회/동아리 대상 온/오프라인 채용설명회 및 상담 부스를 운영하고 있습니다.

또한 경력 채용의 경우, 사내 추천제도 운영 및 경력 공채로 폭넓은 직무의 역량 있는 인력들을 채용 가능한 Pool로 구축하고 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 어학 등의 기초 역량 교육을 비롯하여 다양한 직무 교육 프로그램들을 운영하고 있습니다. 임직원들은 이를 통해 본인 직무의 핵심 역량들을 배양할 뿐만 아니라 'Cross Learning'을 통해 관심 직무의 교육에도 자유로이 참여할 수 있습니다.

각 조직(부문/본부) 주도의 직무 교육으로는 Google, Adobe 솔루션 교육(디지털 직무), Creative 강연 및 콘텐츠 제작 Tool 교육(광고 제작 직무) 등이 대표적인 사례입니다.

또한 매년 주요 국제 광고제에서 Creative 포럼과 세미나를 진행하여 광고계 최신 트렌드를 습득할 수 있는 기회를 제공하고 있으며, 영어/중국어 등의 어학과 오피스 프로그램 활용 및 비즈니스 교양 등 직무 수행의 바탕이 되는 기초 역량 프로그램 역시 온라인 플랫폼 학습 등을 통해 지원하고 있습니다.

직무 전환 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, △세대 공존 교육 등을 운영하고 있습니다. 이 프로그램들을 통해 차세대 경영 리더 양성, 중간 관리자 리더십 배양 및 다양한 세대/계층 간 상호이해 증진 등 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 다양한 의견을 수시로 수렴하여 회사와 주기적으로 소통하며 노사 상호 간 존중하는 문화 구축을 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.

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 ~ '22년 무재해 사업장 달성 (2년 연속)

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

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 명시하여, 협력회사에 관련 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 법령 등을 충실하게 이행하고 있으며, '22년부터는 중대재해처벌법에 대비하여 회사의 안전/보건관리 체계를 대폭 강화하였습니다.

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 추진해왔습니다.

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/시행함으로써 업계의 선도적인 역할을 하고 있습니다.

산업안전보건위원회 설치 및 운영

제일기획은 산업안전보건법에 따른 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 공유하는 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, 최고안전보건책임자를 선임하여 안전보건업무를 관리하고 있습니다. 또한, 산업안전기사 자격 등을 보유한 전문인력을 신규 채용하였으며, 자체적으로 안전/보건 전문가 육성을 지원하고 있습니다. 당사는 전담조직 신설 및 안전자격증을 가진 전문인력 확보를 통해 '22년부터는 보다 체계적이고 전문적인 안전/보건관리를 추진하고 있습니다. 그리고, 안전환경인프라 직무 교육을 통해 안전관리업무 담당자들의 역량을 꾸준히 배양하고 있습니다.

안전/보건 주요 위험 파악 및 관리 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, 위험성평가를 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, 위생 점검, 소방 점검, UPS 점검 등 다양한 안전점검 활동들을 실시하고 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 진행되며, 『세부 매뉴얼』은 촬영·전시·옥외 작업 유형별 위험요인에 대한 안전점검 및 조치 사항과 응급상황 발생 시 행동요령 등 안전과 관련된 전반적인 내용을 수록하고 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.



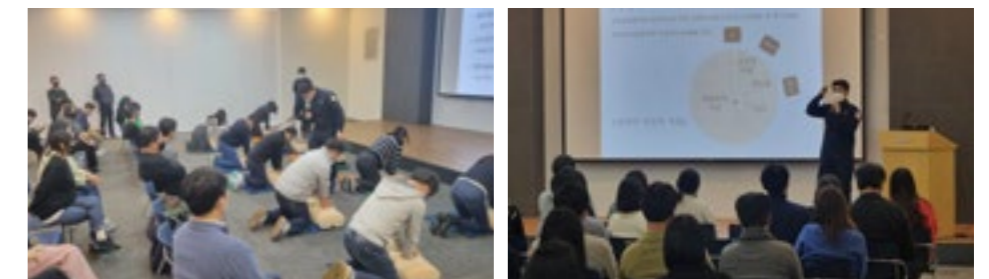
또한 제일기획 및 협력회사 직원 누구나 이동사업장에서 발생한 위험요소를 신고할 수 있도록 카카오톡을 활용한 소통채널을 운영하고 있습니다. 현장에서 안전 관련 이슈가 발생할 경우에는 작업자가 작업중지권을 발동하여 작업을 중지하고, 위험요소를 개선하여 현장의 안전을 확보한 후 작업을 재개하고 있습니다. 원활한 작업중지권 사용을 위하여 작업중지권에 대한 교육과 함께, 작업중지권 발동 시 불이익이 없음을 지속적으로 안내하고 있습니다.

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.

'22년 안전교육 실시 현황			
구분	교육내용	실행월	수료율
당사 직원	중대재해처벌법, 어떻게 해야 할까?	5월	100% * 1,181명
	현장 안전관리 Lv.Up	9월 ~ 10월	100% * 1,224명
	심폐소생술(CPR) 교육	12월	273명
당사 임원	안전관리 리더십 * 사외 안전 전문가 초청	5월	100% * 31명
	현장안전관리 및 중대재해처벌법 동향	9월	100% * 29명
협력회사	중대재해처벌법 교육 이동사업장 안전관리 업무 프로세스 이동사업장 안전관리 주요관리포인트	3월	333개사
	이동사업장 안전관리 미흡 사례 공유 집합 행사 운영 가이드 교육 작업중지권 사용 및 카카오톡 채널 안내	11월	299개사

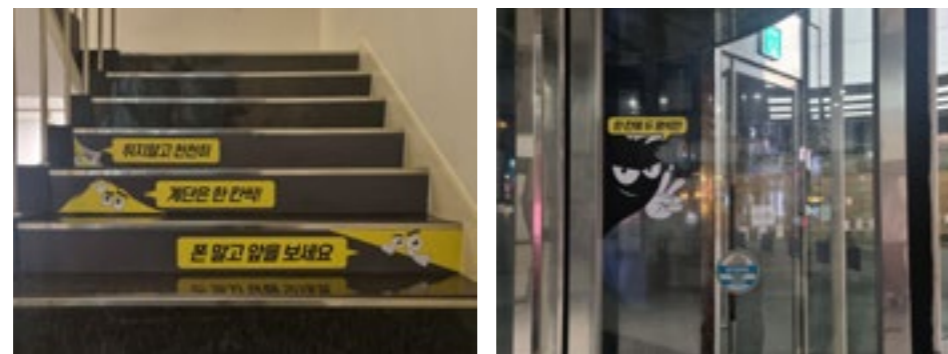
* 교육 대상: 교육 수료 당시 재직중인 인원 기준



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.

그리고, 상/하반기 각 1회 대표이사가 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 '21년에 이어 '22년에도 단 한 건의 안전사고(재해)도 발생하지 않아 2년 연속 무재해 사업장을 달성하였습니다.

구분	'20년	'21년	'22년
도수율*	0.3571	0.000	0.000
재해율**	0.1491	0.000	0.000

* (재해건수 ÷ 연근로시간) × 1,000,000

** (재해자수 ÷ 근무자수) × 100

또한 최근 3년간 업무와 관련된 질병 발병이나 이로 인한 사망 사례는 발생되지 않았습니다.

임직원 및 가족의 건강과 안전을 위한 Care 프로그램 운영

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

당사는 전 임직원에게 대한 정기 건강검진 프로그램을 운영하고 있으며, 임직원 배우자에게 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(가족)에 대한 심리검사 및 개인상담, 영덕 연수원 명상 프로그램 등 힐링 프로그램, 팀 내 활력을 높이기 위한 조직 활성화 컨설팅 프로그램 등 다양한 심리 건강 Care 프로그램을 운영하고 있습니다. 또한 최근에는 외부 전문 재무 컨설팅 업체와 제휴하여 재무 및 재테크 관리 컨설팅을 실시, 임직원이 재무적인 스트레스로 인해 마음 건강을 잃지 않도록 지원하고 있습니다.

마음건강센터 Hyu

광고업은 경쟁 PT가 많고 짧은 기간 안에 마케팅 성과를 보여주어야 하는 업의 특성상, 심리적인 스트레스가 심한 업종입니다. 이에, 제일기획은 임직원들이 심한 스트레스로 인해 건강을 잃지 않도록 사내에 마음건강 센터 『Hyu』를 설립, 운영하고 있습니다.

제일기획 마음건강 센터 『Hyu』는 임직원의 스트레스 관리와 심리상담 지원을 목적으로 '10년에 설립되었으며, 박사급 심리상담 전문가가 직접 다양한 심리상담 및 심리 교육 컨설팅 프로그램을 운영하고 있습니다. 『Hyu』에서는 문제해결적 상담뿐 아니라 힐링과 성장을 돕기 위한 'Caring', 'Healing', 'Beyonding'으로 구성된 3단계 플랫폼을 운영하고 있습니다.

구분	내용
Hyu "Caring" Program	임직원들의 심리적 어려움을 해결하도록 애착과 정신분석에 기반한 심리상담 Care 프로그램을 운영하고 있습니다. Individual Care(개인 맞춤형 스트레스관리, 심리검사), Team Care(팀원 간 이해와 소통을 돕는 팀 워크숍), Family Care(가족 심리진단, 상담 프로그램)을 지원하고 있습니다.
Hyu "Healing" Program	임직원의 힐링을 강조한 3대 Healing 프로그램을 운영하고 있습니다. 1. Saving Private Cheiler 임직원의 수고를 격려하고 Burn-out 방지를 돕기 위하여 개인 또는 팀 단위로 2박3일 영덕 연수원 명상 프로그램을 지원하고 있습니다. 2. 사랑앓가족상담 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	임직원들의 역량개발과 폭넓은 성장을 돕는 코칭 프로그램을 운영하고 있습니다. 문제해결의 차원에서 나아가 발전·성장을 돕는 프로그램을 도입하여 지원 영역을 확대해 나가고 있습니다. 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 워크숍을 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 작업증지권을 부여하는 한편, 각종 안전/보건 장비 및 시설을 지원하고 있습니다.

또한 당사는 촬영·전시 등 외주 협력회사(500여 개)에 대해서는 새롭게 정립한 안전관리 프로세스 및 매뉴얼에 대한 설명회·교육, 자료 배포 등을 통해 제작 현장에서 협력회사 직원과 관계자의 안전을 보장하고, 사고를 예방하기 위해 노력하고 있습니다.

당사는 협력회사 선정 시 평가기준에 안전관리 역량을 포함시키고 안전관리 비용을 청구할 수 있도록 함으로써 협력회사의 안전관리 역량이 제고될 수 있도록 적극 지원하고 있습니다.

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

촬영장 안전사고 예방

당사는 촬영장 안전사고를 미연에 방지하기 위해, 『협력회사 대상 안전관리 교육』을 진행하고, 『촬영/전시장 안전관리 매뉴얼』을 배포하였습니다. ('21.9.1)

당사는 현장에서 발생할 수 있는 잠재된 안전 리스크를 제거하기 위해 안전점검 전문회사와 『촬영장, 전시장 안전점검 파일럿 테스트』를 진행했고('21년 7월~12월), 테스트 결과, 안전사고가 발생하지 않았습니다.

이를 바탕으로 '22년에는 40회 이상의 순회 안전점검을 통해 촬영, 전시 현장 등 이동사업장의 위험요인에 대한 지도/개선 활동을 수행하였습니다.

**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 솔루션을 도입하여 모든 개인정보처리시스템과 통신망, 전산기기 등에 전송 및 저장되는 데이터를 암호화하고 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

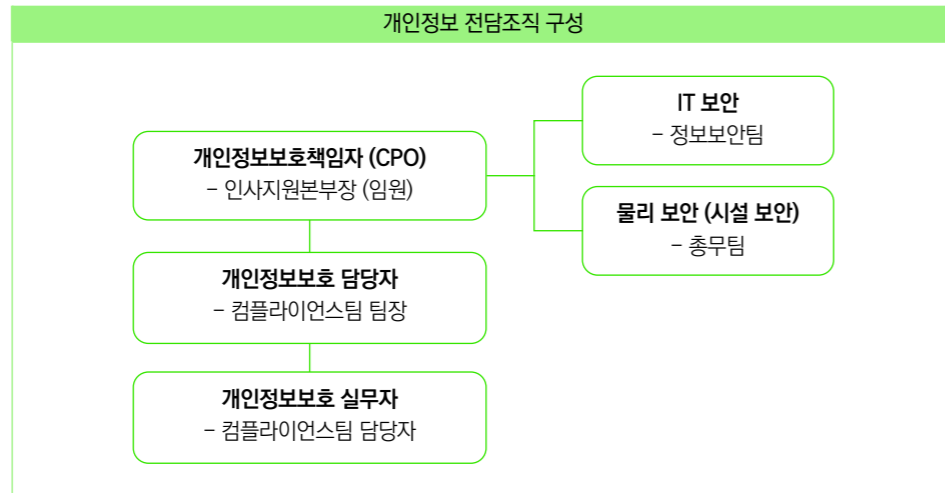
제일기획은 당사가 처리하는 개인정보의 보호를 위한 전반적인 사항을 규정하는 『내부관리계획』을 수립하고 있으며, 매년 관련 법령 및 기준의 제/개정 사항을 확인하여 필요시 이를 개정하고 개인정보보호책임자의 승인을 받고 있습니다. 또한, 개정된 내용을 전 임직원이 확인할 수 있도록 별도 공지하고, 개정된 『내부관리계획』 전문을 언제든지 확인할 수 있도록 사내 게시판에 상시 게시하고 있습니다.

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.

'22년 개인정보보호 정책 준수를 위한 Compliance Newsletter 발송 내역	
내용	발송월
고객 자산가 모여 있는 OO앱, 20대 해커에 봉변	4월
개인정보보호법 일부 개정안 행정 예고	4월
OO이 내놓은 앱, 나홀만에 금융정보 유출	4월
OO, 위치 추적 기능 꺼도 추적돼 피소	5월
개인정보위, OO과 OO의 개인정보 불법 수집 제재	10월
'22년 상반기 개인정보보호법 위반 사업자 제재 사례	10월
개인정보보호법상 안전조치 의무 위반으로 인한 제재 사례	11월
개인정보 수집 동의/활용 관련 법규 위반 제재 사례	11월
온라인 쇼핑몰 OO, 안전조치 의무 등 위반으로 과징금 부과	12월

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) 정보보호최고책임자는 해당 법령에 명시된 조건(경력 여부, 전문성 보유 등)에 부합하는 임원으로 선정하였으며, 관련 선정 기준을 회사 보안관리 지침에 명시하고 있습니다.

해당 정보보호최고책임자의 지휘/감독 하에 정보보안팀 주관으로, 정기적으로 웹 모의해킹 등 시스템 보안성 점검 및 분석을 실시하고 있습니다. 또한 개인정보보호위원회 고시(안전성 확보조치 기준, 기술적/관리적 보호조치 기준 등)내용을 충실히 반영하여 외부감사인(회계법인)으로부터 연 2회 이상 전산 감사를 통해 정보보안의 적정성에 대한 검토를 받고 있으며, 개정 정보보호산업법 제13조 제2항에 따라, '22년부터는 당사의 정보보호 현황을 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 매년 정보보호 및 개인정보보호 관련 사내 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 연 1회 특별 교육을 실시하고 있습니다.

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

'22년 개인정보보호 교육 및 정보보안 교육 실시 현황			
교육명	교육내용	실행일	수료율
[국내 전사] Compliance 교육	〈상반기〉 1. 최신 개인정보 관련법 위반 사례와 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육	5월	100% * 1,181명
	〈하반기〉 『개인정보 수탁사 관리』 시스템 안내	9월~10월	100% * 1,224명
[해외 전사] Compliance 교육	정보보안 교육	6월~10월	100% * 5,280명
신입/경력 입사자 교육	1. 개인정보 처리 프로세스별 주의사항 및 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육	•신입: 2월, 8월 •경력: 매월	신입 100% * 62명 경력 75% * 90명
국내 근무 외국인 교육	정보보안 교육	10월~11월	100% * 7명
사내 상주 협력회사 교육	1. 최신 개인정보 관련법 위반 사례와 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육	10월	123명

* 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	'22년 점검일
정보보호활동	정보보안 정책 개정	연 1회	12.16
	정보보호 공시	연 1회	6월
	보안기술 세미나 참석	월 1회	1월 ~ 12월
	보안업무 교류회 (서비스관계사)	연 3회	4.21, 9.2, 11.30
	악성메일 대응 모의훈련	연 1회	12.8
	사무환경 보안 점검	반기 1회	6.28, 12.14
	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	2.21, 4.7
	애플리케이션 보안성 점검	월 1회	1월 ~ 12월
	데이터베이스 보안성 점검	연 1회	6.24
	서버/네트워크 보안성 점검	월 1회	1월 ~ 12월

정보보안 및 개인정보보호 관련 점검 활동

『개인정보 수탁사 관리』 시스템 개발/운영

최근 TV, 지면 등 전통적인 광고매체를 활용한 마케팅 대비 디지털 매체를 활용한 마케팅 비중이 급격히 증가하면서, 고객의 개인정보를 활용한 마케팅 역시 증가하고 있습니다. 또한, '22년 9월에는 개인정보보호위원회가 고객의 개인정보를 무단으로 광고에 활용한 '구글'과 '메타'에게 약 1,000억원의 과징금을 부과하는 등 고객의 개인정보를 마케팅에 활용하는 것에 대한 개인정보보호위원회의 감독과 규제도 강화되고 있습니다.

제일기획은 이러한 위험요인을 사전에 파악하고 이 위험요인을 효율적으로 관리하기 위한 『개인정보 수탁사 관리』 시스템을 개발, '22년 9월부터 위 시스템을 오픈, 운영하고 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 법규 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, 자체없이 인증을 취득할 예정입니다.

개인정보 유출 사고 방지 활동

당사는 개인정보를 처리하는 과정에서 발생할 수 있는 유출 사고에 대비하고자, 『개인정보 유출 사고 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		
연도	실시일자	모의훈련 대상 사이트
'20년	6.22	당사 SNS
'21년	10.8	제삼기획
'22년	8.9	삼성 썬더스 농구단

'22년 개인정보 손해배상책임보험 가입 현황

- 보험사: 삼성화재
- 보장한도: 5억원
- 가입기간: '22.12.31 ~ '23.12.31 (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.

또한, 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.

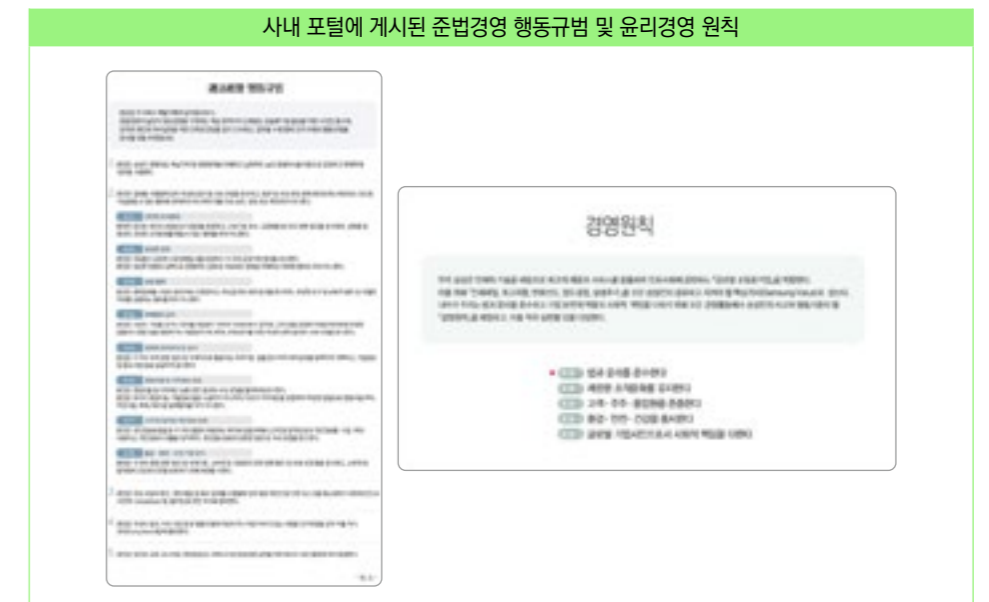
임직원 윤리규정

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



사내 포털에 게시된 준법경영 행동규범 및 윤리경영 원칙



임직원 교육

준법교육 프로그램

당사는 사전에 대내외 리스크를 파악하여 예방하고 법과 규정을 준수하는 문화를 확산하기 위해, 전 임직원 대상 Compliance 교육 프로그램을 운영하고 있으며, 직무별/직급별 특성을 고려하여 특별교육도 실시하고 있습니다. 특히, '20년 상반기부터 코로나 팬데믹으로 대면 교육이 불가해짐에 따라, 온라인 교육으로 전환·운영하여 교육 공백이 발생하지 않도록 하였습니다.

'22년 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. 정보보안 교육 3. 마음건강 교육 4. 내부회계관리제도의 이해 5. 중대재해처벌법 교육	5월	100% * 1,181명
	<하반기> 1. 저작권, 표시광고, 개인정보보호 등 당사 관련 Compliance 사례와 가이드라인 안내 2. ESG 환경교육 3. 부정 관련 임직원 가이드라인 안내 4. 직장내 괴롭힘 방지 교육 5. 성희롱 예방 교육 6. 장애 인식개선 교육 7. 촬영장 등 이동사업장 안전관리	9월 ~ 10월	100% * 1,224명
[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% * 5,280명
신입/경력 입사자 교육	지식재산권/Compliance 이슈 및 가이드라인	•신입: 2월, 8월 •경력: 매월	신입 100% * 62명 경력 75% * 90명
임원 대상 교육	핵심 Compliance 이슈 공유	9월	100% * 29명
국내 근무 외국인 교육	1. 저작권, 표시광고 등 당사 관련 Global Compliance 사례와 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육 3. 부정 관련 임직원 가이드라인 안내	10월 ~ 11월	100% * 7명
주재원 파견 전 교육	Global Compliance 가이드라인	3월, 9월	83.3% * 10명
직무별 특별교육	<PM 대상> 외국환거래법 - 당사 쟁점 위주	10월	82.5% * 33명

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 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	단위: 명	
		국내	해외
'20년	5,131	1,229	3,902
'21년	5,608	1,172	4,436
'22년	6,504	1,224	5,280

모니터링 제도

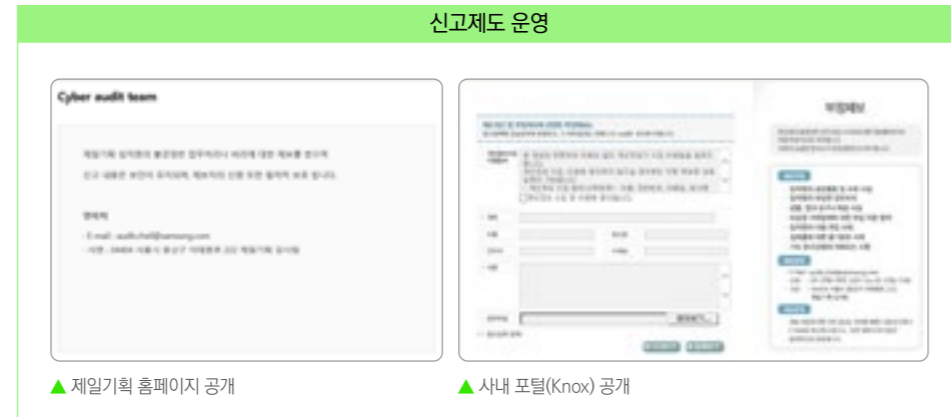
윤리경영 정기 감사

당사는 청결한 조직문화를 위한 『임직원 가이드라인』에 근거하여, 매년 국내 및 해외 전 거점을 대상으로 부정 사고 위험도에 따라 3~5년 간격으로 부정부패 정기감사를 시행하고 있으며, 감사 결과를 경영진에 보고하고 사고자는 당사의 양정 기준에 의해 조치하고 있습니다.

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.



국내외 전 거점의 제보 채널을 통해 '20년 이후 접수된 제보 건수는 총 29건이며, 이 중 부정 관련 사항은 48%였습니다. 해당 건에 대해서는 조사를 통해 사실관계 확인 후 경영진에 보고하여 징계 조치 완료하였습니다.

제보 접수 현황			
연도	합계	국내	해외
'20년	12	8	4
'21년	6	2	4
'22년	11	3	8

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.

'22년 Compliance 점검 현황 - '22년 사업보고서 공시	
점검 내용	점검월
당사 개인정보 관련 문서 점검 : 내부관리계획, 개인정보 점검 체크리스트, 개인정보 수집/이용 동의서 양식 등	3월, 9월, 10월
상/하반기 전 임직원 대상 Compliance 자가점검 실시 : 당사 관련 주요 법률 내용 테스트를 통해 가이드 인지 여부 점검	5월, 9월 ~ 10월
개인정보 처리 현황 점검	5월
개인정보 유출 대응 모의훈련	8월
준법실천 메시지 배포 및 임직원 동의 취합	9월 ~ 10월

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, '22년 한 해 동안만 약 100건의 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.



협력회사와의 상생을 위한 전담조직 운영

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 3년 연속 최우수('19년도, '20년도, '21년도)』, 『공정거래위원회 공정거래협약 4년 연속 최우수('18년도, '19년도, '20년도, '21년도)』를 달성하였으며, '22년에는 광고 업종 최초로 '동반성장지수 최우수 명예기업(총 24개사)'으로 선정되고, 공정거래협약 모범사례(총 7개사)로도 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.

제일기획은 공정거래 및 상생협력 업무 추진 및 전담부서인 『상생협력팀』을 '15년 12월부터 운영 중입니다. 상생협력팀은 총 6명('22년 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.

'22년 Help Desk 접수 및 처리 현황													
항목	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	누계
업무관련	3	1	3	-	1	3	-	1	5	-	2	1	20
제안	3	1	-	-	-	-	1	2	1	2	2	1	13
불만	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
기타	3	3	9	10	6	8	11	9	5	8	6	9	87
합계	9	5	12	10	7	11	12	12	11	10	11	11	121

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

공정거래를 위한 활동 및 노력

공정거래 자율준수 프로그램 도입 및 공정경쟁 저해 행위 예방

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 없었으며, 공정거래위원회로부터 『하도급거래 모범 업체』로 지정되었습니다.



- 『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

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

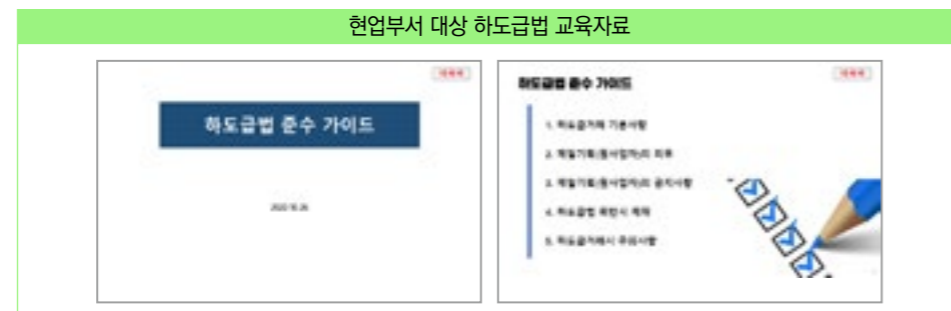
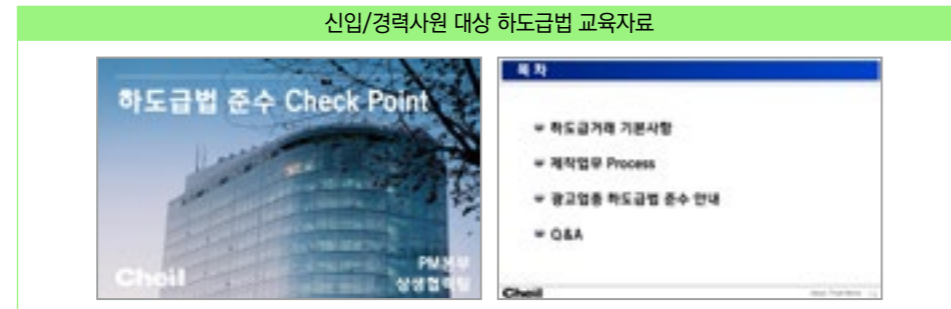
협력회사 법 위반사항 발생시 조치

당사는 협력회사의 법 위반 발생을 미연에 방지하고자 ‘협력회사 업무 공유회’를 통해 『광고 관련 법규에 대한 가이드』를 꾸준히 전파하고 있습니다. 제일기획과 협력회사의 노력 결과, 협력회사의 법 위반 사항은 없습니다.

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 자칫 업무를 하면서 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』 또는 사내 게시판 공지를 통해 임직원에게 전파하고 있으며, 관련부서 대상 소규모 집합교육을 통해 전파하기도 하는 등 임직원의 불공정거래 예방을 위해 다양한 교육 및 인식 제고 활동을 진행하고 있습니다.

교육방법	교육내용	실행일	수료율
소규모 집합교육	최신 공정거래 이슈 사례 및 가이드라인 안내	11월	100% * 총 43명

내용	발송일
하도급법 개정안 국회 본회의 통과	1월
협력회사에 기술자료 요구 시 비밀유지계약서 체결 필수	2월
OO기업의 순정부품 관련 부당 표시행위 제재	3월
SNS 부당광고 실태조사 결과, 무더기 적발	5월
공정위, 별도 서면 없이 기술자료를 요구한 OO기업 제재	5월
OO기업, 표시·광고법 위반으로 202억 과징금 부과	5월
공정위, OO기업 제재 착수-배터리 성능 과장광고 혐의	6월
최근 기술자료 유용행위 등에 대한 제재 사례	6월
"그 OO에서 냄새 난다" 맘카페 뒤집어놓은 정체 알고 보니	6월
OO기업의 부당한 광고 행위 제재	7월
하도급업체의 기술자료를 유용한 OO기업 제재	7월
OO기업, 호주서 방송 성능 허위광고	8월
빈박스 마케팅으로 허위 후기 작성·계재한 통신판매업자 광고대행사 제재	8월
OO기업의 기술유용행위 건 제재	12월

**협력회사 선정 및
평가 프로세스**

공급망의 범위

제일기획은 협력회사 등록 분야를 ATL/BTL/DIGITAL 등으로 나누어 일정 조건을 충족한 회사라면 언제든지 수시로 제일기획의 협력회사로 등록할 수 있도록 운영하고 있습니다. 이로써 전문성 있는 협력회사들과 협업할 수 있는 기회를 최대한 창출하고 있으며, '22.12.31 기준 총 600개사가 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.

최근에는 보다 많은 회사에게 공평한 거래 기회를 부여하기 위해 『개방형 협력회사 제도』를 도입하여 협력회사 진입장벽을 최소화하였고, 공정하고 투명한 비즈니스 구축을 위해 『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 안 됩니다.

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.

'22년에 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.

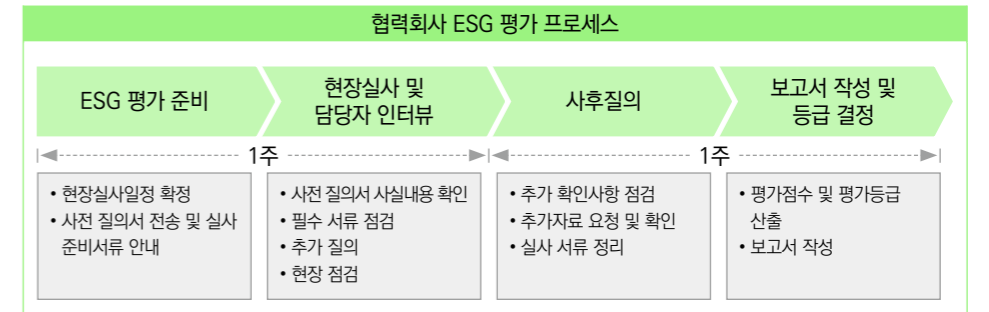
협력회사의 ESG 리스크 관리체계 구축 지원

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 11월 5개사 지원, ‘22년 7월 ~ 8월 5개사 지원)

이 컨설팅은 순수하게 협력회사를 지원하기 위한 프로그램이므로 비용은 제일기획이 전액 부담하였으며, 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	지배구조	제품안전 및 품질
	친환경 기술기회		투명경영
고용 관행		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
BO	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	공정경영, 주주권리 보호, 이사회 활동 보장 등의 지배구조 관리 최상위 수준
A	고용, 보건, 안전 등과 관련한 사회 활동 관리 체계, 관심도가 상위 수준	공정경영, 주주권리 보호, 이사회 활동 보장 등의 지배구조 관리 상위 수준
B+	고용, 보건, 안전 등과 관련한 사회 활동 관리 체계, 관심도가 우수한 수준	공정경영, 주주권리 보호, 이사회 활동 보장 등의 지배구조 관리 우수한 수준
BO	고용, 보건, 안전 등과 관련한 사회 활동 관리 체계, 관심도가 양호한 수준	공정경영, 주주권리 보호, 이사회 활동 보장 등의 지배구조 관리 양호한 수준
B-	고용, 보건, 안전 등과 관련한 사회 활동 관리 체계, 관심도가 보통 수준	공정경영, 주주권리 보호, 이사회 활동 보장 등의 지배구조 관리 보통 수준
C	고용, 보건, 안전 등과 관련한 사회 활동 관리 체계, 관심도가 열위한 수준	공정경영, 주주권리 보호, 이사회 활동 보장 등의 지배구조 관리 열위한 수준
D	고용, 보건, 안전 등과 관련한 사회 활동 관리 체계, 관심도가 취약한 수준	공정경영, 주주권리 보호, 이사회 활동 보장 등의 지배구조 관리 취약한 수준

기술협력, 금융지원, 교육훈련, 마케팅 지원 등

협력회사 촬영 감독의 노하우, 촬영기법 등은 광고업에서 가장 중요하게 보호해야 할 기술 중 하나입니다. 이에 제일기획은 협력회사의 기술 보호 지원을 위해 협력회사 대상 『기술 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.

이 밖에도 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.

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 품질 향상 지원 프로그램

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

또한 최근의 코로나 팬데믹 상황을 감안, 『협력회사 온라인 공유회』를 오프라인과 병행 실시하여, 광고 관련 법규, 안전관리, 상생 활동 등의 협력회사에 도움이 되는 지식을 공유하고 있습니다.

국내·외 최신 광고 트렌드 공유		'22년 협력회사 공유회	
	차수	일정	참석 협력회사 (개)
	1차 (온라인)	3.24	326
	2차 (오프라인)	7.19	60
	3차 (온라인)	11.3	299

'22년 협력회사 품질향상 지원 프로그램		
회차	프로그램	교육 참석 협력회사 (개)
1	하이네켄: The Night is Young	193
2	맥켄로 vs 맥켄로	135
3	델 테크놀로지 & 인텔	121
4	호프 리프 (Hope Reef)	106
5	바이스 월드뉴스 (Vice World News)	92
6	썬코프 (SunCorp)	84
7	코로나맥주 (AB INBEV / CORONA)	89
8	영국 채널4 - Super Human	51
9	피나텍스 (Pinatex)	49
10	캐드베리 (사루간)	50
11	슈퍼마켓 Penny	52
12	아디다스 (Liquid Billboard)	52
13	데카트론 (Decathlon)	46
14	버진그룹 (Virgin Group)	44
15	버거킹 (Burger King)	38
16	Back-Up UNESCO (우크라이나)	34
17	체인지더 렵 (The Lost Class)	37
18	SHAKTI + TOI	27
19	위캐피탈 (WECAPITAL)	28
20	하인즈 (HEINZ)	29

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.

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.



사회공헌 활동

글동무 프로젝트 (www.geuldongmu.org)

제일기획은 사회 안에서 소통의 어려움이 있는 북한 이탈 청소년들을 대상으로 언어 지원(남북한어 번역 글동무), 마음 소통의 기술을 가르쳐 주는 심리정서지원(마음동무), 진로와 직업에 대한 멘토링 지원(길동무) 프로그램을 운영하고 있으며, 이를 통해 남한에 거주 중인 약 3천명의 북한 이탈 청소년들을 대상으로 영역별로 '15년부터 지속적인 도움을 주고 있습니다.

또한 각 프로그램별로 대상자들의 반응 및 만족도, 프로그램 후기 등을 조사하고 있으며, 온라인 캠페인의 경우 측정 가능한 지표(조회수, '좋아요', 도달률, 참여인원 등)를 기준으로 캠페인 성공도를 가늠하고 있습니다.

각 프로그램의 세부적인 내용은 글동무 공식 홈페이지를 통해 공개하고 있습니다.

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 약 3만 개 단어가 탑재되어 있습니다. 현재 남북한어 번역기는 번역기 개발 이후 총 검색량 2,837,354회를 기록하며 활발히 사용되고 있습니다. 또한 남북한 문화 차이를 알리고 북한 이탈 청소년들에 대한 편견과 차별에 대한 인식개선 캠페인으로, 카드 뉴스(6건)를 업로드 하여 1,343여 회 조회를 기록하였으며, SNS 이벤트(6건)를 진행하여 이벤트 도달 회수는 총 3,600회, 댓글 참여는 총 1,546명을 기록하였습니다. 그 외 성공 정착 사례 온라인 캠페인(2건) 등을 진행하여 379회 조회수를 기록하였습니다.
마음동무	북한 이탈 청소년들이 탈북 과정에서 겪은 정신적 고통 및 상처를 치유하고, 남한에 안정적으로 정착하고 새로운 환경에 잘 적응하도록 도와주기 위한 심리정서지원 프로그램으로, 지난 '16년부터 북한 이탈 청소년들이 다니는 9개 대안학교를 대상으로 프로그램을 진행하였습니다. 초등학교부터 중학생에 이르기까지 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 심리정서지원 프로그램에 참여하였습니다. 삼성서울병원 정신건강의학과 교수진과 협업하여 사전/사후 심리검사를 진행 한 결과, 많은 수의 북한 이탈 청소년들의 우울/불안/자존감/외상후스트레스 증상 등이 개선되었음을 확인하였으며, 검사 결과 의학적 치료가 필요한 학생들에 한해서는 통원 및 약물 치료를 지원하였습니다.

임직원 참여 사회공헌 프로그램

삼성드림클래스

삼성드림클래스는 어려운 학업 환경에 놓인 중학생들이 스스로 적성과 꿈을 찾고, 키울 수 있도록 대학생 멘토링 교과 학습, 임직원 진로/적성 멘토링을 지원하는 사회공헌 프로그램으로, 제일기획 임직원들은 삼성드림클래스의 각 분야 멘토링 활동에 활발히 참여하고 있습니다. 삼성드림클래스는 '21년부터 2.0으로 진화하여 온라인 학습 지원뿐 아니라 코딩, 수리 등 글로벌 미래 역량을 위한 수업도 제공하고 있습니다.

희망 디딤돌

만 18세가 되어 사회로 나서는 자립 준비 청년들에게 주거 공간 제공과 자립에 필요한 1:1 맞춤형 교육을 제공하는 희망 디딤돌 프로그램에 제일기획 임직원들도 힘을 합쳤습니다. 성공적인 자립을 지원하는 프로그램 후원에 제일기획 임직원들도 적극 참여하였으며 향후 진행될 진로/직업 멘토링 활동에도 함께 할 예정입니다.

그린제일 환경보호 캠페인

코로나 팬데믹의 여파로 외부 단체 봉사활동 참여가 어려워진 상황에서 임직원들의 환경보호에 대한 인식을 전환 시키고 더 나아가 아이들의 환경교육에 도움을 주고자 『Green Land 팝업북 만들기』 핸즈온 봉사활동을 실시하였습니다. 어린이들이 동물학자 제인 구달의 이야기를 통해 가속화되는 기후 위기에 대해 쉽고 재미있게 배울 수 있도록 하는 팝업북 만들기 활동을 진행하였습니다. 총 160명의 직원들이 활동에 참여하였으며, 완제품은 지역 다문화가정 지원센터에 전달되어 다문화 아이들의 환경 교육에 사용되었습니다.

사회공헌활동 장려 프로그램 및 참여 인센티브

제일기획은 임직원들의 사회공헌 활동을 장려하고자 제정된 『자원봉사 활동 규정』(전사 게시 中)을 통해, “연간 참여율 100%, 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.

광고업의 특성을 살린 사회공헌 프로그램

북한 이탈 청소년들의 성공적 정착과 안정을 위한 글동무/마음동무/길동무 프로그램은 커뮤니케이션을 통해 솔루션을 내는 제일기획 고유의 업의 역량을 활용한 대표적인 사회공헌 프로그램입니다. 또한, 광고업의 특성을 살려 광고 촬영 후 폐기되는 광고촬영 소품들을 모아 사내 ‘사랑앓바자회’를 개최하여 자원 폐기를 줄이고 바자회 수익금은 전액 관내 불우이웃돕기에 사용하고 있습니다.

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

'22년 한 해 동안 제일기획이 진행한 사회적 책임을 고려한 광고 프로젝트들을 소개합니다.

문화재청, 서울특별시, 우미희망재단 ‘헤리티지 메타버스 <공존> 프로젝트’



The Challenge

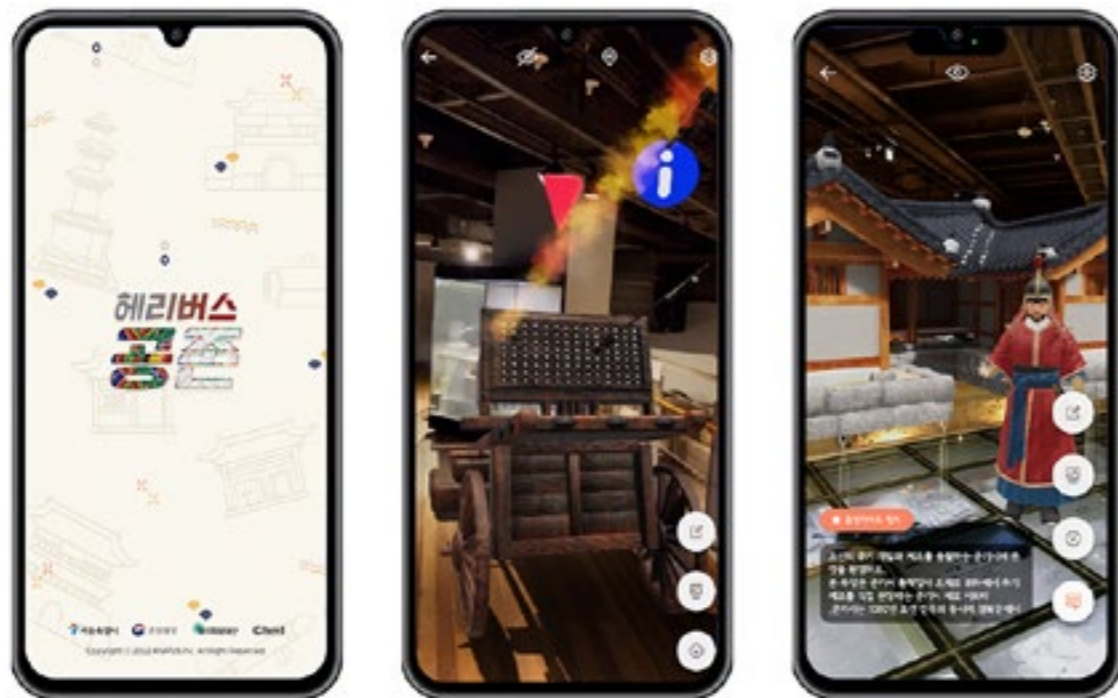
500년 조선의 수도 ‘한성’이었던 서울은 경복궁, 창덕궁을 비롯한 조선의 궁들과 성곽, 성문 등 역사 문화유산이 현대와 공존하는 도시로, 서울의 문화유산은 중요한 도시관광자원이자 역사도시 서울의 정체성이기도 합니다. 그러나 일제강점기와 6.25전쟁 등을 겪으며 수많은 문화유산들이 유실되었고 그 터를 알리는 표지석과 유구 등 흔적만 남았습니다. 서울의 보이는 문화유산뿐 아니라 사라진 문화유산까지 체험하고, 그 유산들이 사라지기 전 역사까지 보여줄 수는 없을까? 이 고민이 ‘헤리티지 메타버스 <공존> 프로젝트’의 출발이었습니다.

The Idea

제일기획은 서울시, 문화재청, 우미희망재단과 함께 헤리티지 메타버스 “헤리버스 공존” 앱을 개발하였습니다. 이 앱은 사라진 문화유산을 존재했던 그 공간에 실제의 크기와 위치 그대로 복원하여 증강현실(AR)로 체험할 수 있도록 하는 것입니다. “헤리버스 공존” 앱은 104년 전 일제에 의해 강제로 헐려진 ‘돈의문(서대문)’을 복원하였고, 현재 서울시청 지하에 있는 조선의 무기 제조 관청 ‘군기시’의 터 위에 건물 내/외부 및 제조 장인들까지 그대로 재현하였습니다. 또한, 화력이 뛰어났던 당대의 신기전과 대장군전 등 조선 무기 체험도 할 수 있도록 하였습니다. 누구나 앱을 활용하여 디지털 복원 문화재들을 장소에 구애받지 않고 체험할 수 있도록 하였습니다.

The Result

서울시민 및 국내외 관광객들은 ‘헤리티지 메타버스 <공존> 프로젝트’로 복원된 ‘돈의문’과 ‘군기시’를 통해 서울의 사라진 역사를 보고, 체험하게 되었습니다. ‘돈의문’의 디지털 복원은 각 나라 외교사절의 방문 통로였던 국제적 도시 한성의 성문과 역사에 대한 관심을 높이는 데 기여하였고, 조선시대의 무기제조관청 ‘군기시’의 복원은 존재조차 몰랐던 당시의 무기 제조/개발 역사를 알리는 시작점이 되었습니다. 이 프로젝트는 수백 건의 주요 언론보도를 통해 알려졌으며, 정부혁신우수상, 문화재지킴이 기업활동 우수상, 서울관광대상 관광인프라상을 수상하기도 하였습니다. 또한, 디지털 돈의문이 국정 디지털 교과서(5학년 사회과목)에 정식 등재되는 뜻 깊은 성과까지 얻게 되었습니다. 돈의문터 돈의문체험관에는 오픈 이후 해마다 약 5만명의 체험객이 방문하고 있으며 서울시청 내 군기시체험관도 지속 운영할 계획입니다.



경찰청 ‘말 없는 112 신고, 똑똑’



The Challenge 우리나라 가정 폭력의 경찰 신고율은 고작 2%라고 합니다. 가정 폭력, 데이트 폭력, 아동 학대 등은 112 신고가 쉽지 않습니다. 가해자와 피해자가 함께 있어 말로 하는 신고가 어렵기 때문입니다. 코로나 팬데믹 기간 이들이 같은 공간에 있는 시간이 늘어남에 따라 가정 폭력 신고는 더욱 감소하였습니다. 이에 제일기획은 경찰청과 함께 어떤 상황에서도 신고자가 안전하게 112에 도움을 요청할 수 있는 시스템 개발을 고민하게 되었습니다.

The Idea 제일기획은 신고자가 112에 전화를 걸어 직접 말을 하지 않아도 간단한 터치만으로 신고가 가능한 시스템을 경찰청과 함께 개발했습니다. 말 없는 112 신고 ‘똑똑’은 신고자가 112에 전화를 건 뒤 노크하듯 숫자 버튼을 똑똑 두드려 말하기 힘든 위기 상황임을 알리는 솔루션입니다. ‘똑똑’ 소리를 들은 경찰은 말 없는 112 신고인지 확인한 뒤, 신고자의 폰 카메라로 현장을 볼 수 있는 ‘보이는 112’ 접속 링크를 보냅니다. 접속 링크를 클릭하면 영상 전송, 위치 확인, 비밀 채팅이 가능하기 때문에 경찰이 실시간으로 현장을 보며 정확한 초동 조치를 할 수 있습니다.

The Result 이 새로운 신고 방식은 전국 112 상황실 요원 4,800여 명에게 전파됐고, 네일샵·헤어샵·뷰티 인플루언서 등 다양한 접점을 통해 사람들에게 전해졌습니다. 캠페인 기간 동안 5,749건의 접속 링크가 실제 발송되었고, ‘똑똑’은 위기 상황에서의 공식 112 신고 방식으로 격상되었습니다.

환경재단 ‘씨넉(Seanack)’



The Challenge 2016년 세계경제포럼 보고서에 따르면 2050년 바다에는 물고기보다 플라스틱이 많아질 것이라고 합니다. 매해 바다에 버려지는 쓰레기의 양은 늘어만 가지만 오랜만에 찾아온 휴가철을 맞이한 사람들에게 이런 문제는 먼 이야기일 뿐입니다. 어떻게 하면 이들의 즐거움을 방해하지 않고 환경 보호에 대한 메시지를 전달할 수 있을까요? 우리는 쓰레기를 줍고 처리하는 과정 자체에 즐거움을 부여하고, 손에 잡히는 보상을 제공하며, 이 작은 행동이 어떤 결과로 이어지는지 직관적으로 보여주기로 했습니다.

The Idea 제일기획은 환경재단과 함께 바다 쓰레기를 바다와 연관된 과자로 교환해 주는 캠페인을 진행하였습니다. 사람들이 쓰레기를 주워 오면, 무게에 따라 오징어칩, 고래밥, 자갈치, 꽃게랑 등 바다 생물을 떠올릴 수 있는 과자를 나눠주어 재미를 유발하였습니다. 이를 통해, 쓰레기를 줍는 행동이 바다 생물을 구할 수 있다는 메시지를 전달하고자 했습니다. 그래서 상점 이름도 ‘바다(sea)와 ‘과자(snack)’를 더한 합성어 ‘씨넉(Seanack)’으로 지었습니다.

The Result 캠페인은 '22년 7월 23일부터 8월 14일까지 4주간 강원도 양양, 경포, 주문진, 속초 해수욕장 4곳에서 진행되었습니다. 행사 기간 캠페인에 참여한 시민은 2,021명, 이들이 수거해 온 담배꽂초, 플라스틱 컵, 폭죽 잔해 등 쓰레기는 709kg에 달했습니다. SNS의 반응도 뜨거웠습니다. 씨넉 캠페인은 MZ세대 트렌드 분석 미디어 ‘캐릿’에서 ‘MZ세대가 일 잘한다고 칭찬한 온/오프라인 마케팅 사례’로 소개되었습니다. 환경 재단은 이 캠페인으로 ‘2022 대한민국 광고대상’에서 커뮤니케이션디자인 부문 대상, 프로모션 부문 은상, 공익광고 부문 은상 등 3개 부문을 수상했습니다. 선한 캠페인이 우리 삶에 미치는 영향력을 잘 보여준 사례입니다.

위액트 '전국동시입양선거'

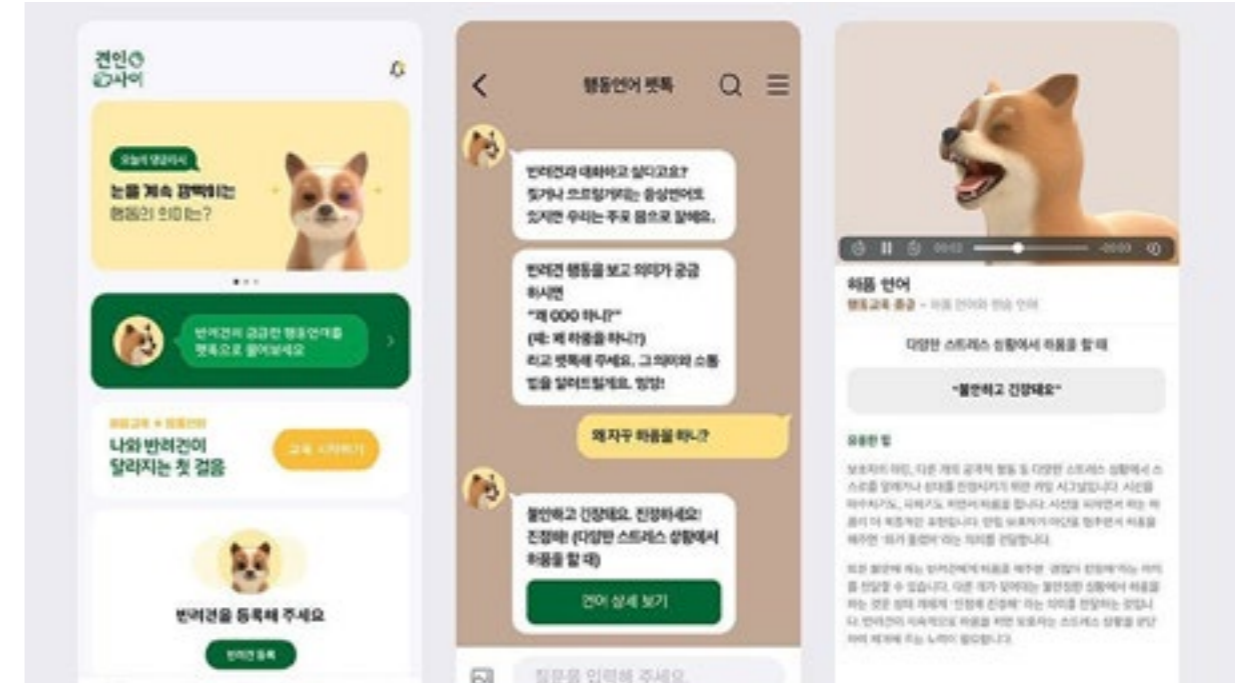


The Challenge 코로나 팬데믹 기간 입양된 많은 '팬데믹 퍼피'들이 파양되거나 버려지고 있습니다. 그런데, 대부분의 국내 반려동물 입양 캠페인은 동물들의 슬픈 눈동자나 쓸쓸한 뒷모습을 부각하는 등 그들을 나약하고 수동적으로 묘사하곤 합니다. 이는 동물들은 사람이 마음대로 소유하거나 버릴 수 있는 존재라는 인식으로 이어질 수 있습니다. 제일기획은 이러한 인식을 바꾸기 위해 새로운 반려동물 입양 캠페인을 생각했습니다.

The Idea '전국동시입양선거'는 입양 후보견들을 연민의 대상이 아니라, 선거에 출마한 후보처럼 당당하게 보여주는 캠페인입니다. 울진 산불 현장, 불법 번식장 등에서 구조된 후 입양을 기다리는 개 42마리가 전국에서 출마를 선언했습니다. 밤 산책길 안보, 고양이와의 협치 등 생활 밀착 공약을 담은 선거 포스터, 후보 명함, 출마 선언 영상 등이 제작됐고, QR코드를 통해 예방 접종 및 훈련 상황을 확인하고 입양 신청까지 가능하게 했습니다.

The Result 전국 동물병원, 교육기관 등을 통해 선거 홍보물이 배포되었고, 온드미디어(Owned Media) 도달률과 동영상 반응이 각각 1,000% 이상 증가했습니다. 캠페인 기간 동안 엄격한 심사를 거쳐 루아·슈·모아·미엘·포피·파커가 국내 입양 절차를 시작했고, 로나·미토·콜린·브리·리케·멜·벨이 해외 입양을 위해 출국했습니다.

우리엔 '펫톡'



The Challenge 반려동물 인구가 1,500만명을 넘어서며 반려동물을 가족의 일원으로 생각하는 사람들이 많아졌습니다. 그러나 반려동물과의 소통에는 늘 어려움이 따릅니다. 제일기획은 펫 헬스케어 기업인 우리엔과 함께 반려동물을 더 잘 이해할 수 있는 방법을 개발해보기로 했습니다.

The Idea 개들의 1차 커뮤니케이션 수단인 '몸 언어'를 해석하도록 도와주는 메신저 앱을 개발하였습니다. 사람이 반려견의 동작, 눈, 귀, 얼굴 표정 등을 포착하고 바로 질문을 입력하면 그 의미를 답변해주는 것입니다. 예를 들어 반려견이 하품을 계속한다면, 보호자는 반려견에게 직접 문듯이 '왜 자꾸 하품하니?'라고 펫톡 창에 톡을 보냅니다. 그러면 애니메이션 캐릭터 '우리' 또는 '에니'가 등장해 동작과 함께 "지금 불안하고 긴장돼요"라는 의미가 뜨는 형태입니다.

The Result '22년 7월 6일 반려견 소통 메신저 '펫톡'이 출시되었습니다. '펫톡'은 반려견 종합 솔루션 앱 '견인사이' 내 서비스로 탑재됐으며 구글 플레이스토어 평점 리뷰 4.7점을 받으며 반려인들로부터 호평을 받고 있습니다. 향후 반려견의 행동언어뿐 아니라 음성언어, 질병 시그널 등까지 서비스를 확장할 예정입니다.

신한금융그룹 ‘기발한 환경 캠페인’



The Challenge 아이들이 접하는 주입식 환경교육은 대부분 어른들의 잔소리로 여겨지기 쉽습니다. 제일기획은 그 대신 아이들 스스로 지구와 환경에 대해 진지하게 생각해보게 하는 캠페인을 만들고자 했습니다.

The Idea 제일기획은 신한금융그룹과 함께 아이들이 직접 참여하여 환경에 관한 이색적인 경험을 하는 캠페인 영상을 제작하였습니다. 영상에서 환경파괴범으로 분한 인기 연예인(박정민)은 아이들과 환경의 중요성에 대해 이야기를 나눕니다. 동시에 물은 계속 틀어 놓고, 물티슈를 수십 장 쓰는 언행 불일치의 모습을 보여줍니다. 아이들은 당황하며 환경파괴범의 잘못된 부분을 짚어 내기도 하고, 때로는 잘못된 행동을 여과 없이 받아들이는 등 순수한 반응을 보입니다. 아이들의 진솔하고 기발한 실제 반응을 통해 아이들뿐 아니라 어른들도 환경에 대해 다시 생각하게 만든 캠페인입니다.

The Result 영상을 본 시청자들이 총 1만 5,000여 건의 자발적이고 진정성 있는 댓글을 남겨주었습니다. 환경에 대한 실천을 강조한 댓글은 물론, 고정관념을 깨기 위해 노력했던 자신의 경험담, 영상을 통해 얻은 위로와 용기, 공감과 반성, 아이들을 통해 얻은 깨달음 등 다양한 생각을 담은 댓글들이 달려 그 자체로 또 다른 울림과 감동을 전파하였습니다.

GM Bolt EUV ‘당신을 위해, 모두를 위해’



The Challenge 자동차 브랜드들이 앞다투어 새로운 친환경 모델을 출시하는 것은 더 이상 놀랄만한 소식이 아닙니다. 대부분의 자동차 브랜드는 수년 내로 내연기관 모델의 생산 중단을 선언할 것입니다. GM은 이미 100년 전부터 전기차를 개발하기 시작한 선도주자이지만, 이는 잘 알려져 있지 않습니다. 제일기획은 GM 전기차 볼트 EUV 출시 캠페인을 통해 단순히 전기차의 제품적 장점을 소개하는 데 그치지 않고 전기차 전반에 대한 소비자의 관심과 궁금점에 대한 답을 제시하고 전기차 선도 주자로서의 GM의 비전도 함께 전달하고자 했습니다.

The Idea GM 볼트 EUV는 GM 전기차 100년의 기술력과 노하우를 바탕으로 안전성, 경제성, 편리성에 뛰어난 디자인까지 갖춘 전기차입니다. 다양한 강점들을 균형 있게 갖춘 제품의 특성을 고스란히 소비자들에게 전달하기 위해 제일기획은 ‘만담꾼 컨셉’을 생각했고, 두 명의 만담꾼이 주거니 받거니 하며 새로 나온 전기차의 장점을 진솔하게 나누는 모습을 통해 광고를 시청하는 소비자의 공감을 얻고자 했습니다.

The Result GM 볼트 EUV 캠페인 집행 이후 광고에 대한 소비자들의 반응은 뜨거웠습니다. 멋진 자동차의 화려한 퍼포먼스를 보여주는 기존 자동차 광고와 달리 친근한 이미지의 두 배우가 만담 형태로 내가 궁금했던 전기차의 장점에 대해 자연스럽게 이야기를 나누는 방식이 신선하다는 반응이었습니다. GM은 이 캠페인을 통해 안전, 디자인, 실용성 등 여러 장점을 고루 갖춘 전기차 선두 주자로서의 포지셔닝을 성공적으로 해냈으며 친환경 기업이라는 이미지도 함께 전달할 수 있었습니다.

JTBC ‘Help Sticker’



The Challenge TV 프로그램을 시청하다 보면 의류, 소품, 배경 등에 노출된 브랜드 로고를 가리는 검정색 스티커를 쉽게 발견할 수 있습니다. 과도한 광고를 막기 위해 브랜드 노출을 법으로 금지하고 있기 때문인데, 이것이 오히려 더 사람들의 호기심을 자극하곤 합니다. 제일기획과 JTBC는 이 쓸모 없지만 눈에 띄는 테이프를 의미 있게 만들 수 없을까 고민했습니다.

The Idea 제일기획과 JTBC는 로고를 가리기 위해 어쩔 수 없이 쓰였던 검정색 테이프를 여성, 아동, 동물 학대와 학교폭력을 막는 데 도움을 주는 미디어로 만들기로 했습니다. 112, 1366 등 4가지 신고 전화 번호가 들어간 컬러풀한 스티커를 제작했고 이 스티커를 JTBC의 다양한 예능 프로그램에 노출시켰습니다. 로고도 가리면서 학대 받는 이들을 돕는 스티커를 만든 것입니다.

The Result 5개의 JTBC 인기 예능 프로그램에서 ‘헬프 스티커’를 사용하여 방송 시청률 기준 23억뷰를 확보했습니다. ELLE, BAZAAR, COSMOPOLITAN, ESQUIRE 등에 ‘헬프 스티커’를 삽입해 28,000부를 배포했고 화보 촬영도 진행했습니다. 많은 연예인들이 캠페인을 응원했고 사람들도 노트북, 스마트폰, 텀블러 등에 ‘헬프 스티커’를 붙이기 시작했습니다. 캠페인 이후 117(학교폭력) 신고가 크게 늘었고 1366(여성 긴급전화) 신고 건수도 '21년 대비 20%가 증가했습니다.

삼성전자 ‘Quest for Dyslexia’ – 홍콩법인/펑타이(베이징)



The Challenge 중국에는 난독증을 가진 어린이가 1,500만명 정도 있는데, 이 중 진단을 받아 난독증을 확인하는 비율은 5%에도 못 미친다고 합니다. 그 결과, 대부분의 난독증 어린이가 치료가 필요한 중요한 시기를 놓치게 됩니다. 제일기획은 삼성전자와 함께 이들을 도울 수 있는 아이디어를 생각하였습니다.

The Idea 난독증의 특성상 조기 발견이 어렵다는 점에 초점을 맞춰, 게임을 통해 쉽고 자연스럽게 난독증 징후를 발견할 수 있도록 했습니다. 비슷하지만 헛갈리는 글자들을 계속 노출시켜 맞추게 하는 게임을 만들어 어린이들이 참여하도록 하였습니다. 이 게임에서 지속적으로 글자를 맞추지 못하는 어린이들을 난독증 징후가 있다고 판단, 이를 부모에게 통보해 전문적인 검사를 받도록 하였습니다.

The Result 첫 한달 동안 100만 회가 넘는 테스트가 진행되었고, 25,000건이 넘는 잠재적 난독증 증상의 어린이가 식별되었습니다. 특히, 게임을 통해 쉽게 난독증 징후를 판별할 수 있도록 하여 자신의 아이들을 검사소에 데리고 가는 것을 부끄러워하는 중국 부모들에게 큰 도움이 되었습니다.

Social Contribution

삼성전자 'The Cost of Bullying' - 홍콩법인/펑타이(베이징)



The Challenge 중국에서는 온라인 게임의 인기가 아주 높습니다. 그만큼 게임 내 채팅에서 욕설, 따돌림 등의 사이버 불링(Cyber bullying) 또한 빈번합니다. 제일기획과 삼성전자는 온라인 게임 내 바람직하지 못한 행동들을 막을 수 있는 방법을 고민하였습니다.

The Idea 우리는 중국 내 최고 규모의 게임 개발자들과의 협업을 통해 가장 인기 있는 게임을 대상으로 언어 남용 탐지 시스템을 개발하였습니다. 그리고 실제 게임을 할 때 거친 표현을 일삼는 이용자들을 찾아내어 이들에게 게임 무기 등 아이템 구매 가격을 인상하였습니다. 사이버 불링을 하는 이용자들이 즉시 그 대가를 치르도록 만든 것입니다.

The Result 이 시스템이 적용된 첫 2주 동안 100만명이 넘는 이용자가 인상된 가격을 지불하게 되었으며, 결과적으로 40% 정도의 사이버 불링 감소 효과를 가져왔습니다. 이 캠페인은 중국 내에서 가장 성공적인 사이버 불링 방지 캠페인으로 평가받고 있습니다.



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 • 리스크 관리 • 정보 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 수익창출 • 주주환원 정책 강화 • 투명한 공시

주주의 권리

주주의 권리행사에 필요한 정보 제공

당사는 주주에게 주주총회 소집에 관한 사항(소집결의, 소집공고 기타 참고서류 등)을 주주총회 4주 전 전자공시시스템을 통해 공시하고 있으며, 주주총회 개최일로부터 2주 전까지 모든 주주에게 안건 참고자료와 의결권 행사 방법 등의 상세 내용을 포함한 '주주총회 소집통지서'를 서면으로 발송하고 있습니다.

또한, 당사는 개정된 상법 시행령에 따라 주주총회 1주 전 '22년 사업연도의 사업보고서 및 감사보고서를 전자공시시스템에 공시하여 주주들이 의안뿐 아니라 당사 재무상태에 대해 충분히 검토 후 의결권을 행사할 수 있도록 하였습니다.

이밖에도 당사는 당사 홈페이지에 NDR 등 IR관련 일정을 '22년 한 해 동안 18회 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 M&A 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 기울여오고 있으며, 앞으로도 주주의 가치를 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, '22년 코로나 팬데믹 및 고물가로 인한 소비둔화 등의 경기가 위축되는 어려운 경영환경에서도 배당 총액은 1,165억원으로 전년 대비 16% 증가하였습니다.

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 정기 주주총회에서는 '온라인 배당조회 서비스'를 오픈, 주주들이 언제든지 온라인으로 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		'18년	'19년	'20년	'21년	'22년
(연결) 당기순이익 (억원)		1,297	1,381	1,574	1,655	1,937
주당 현금배당금 (원)	보통주	770	820	840	990	1,150
	우선주	-	-	-	-	-
배당총액 (억원)	보통주	780	830	851	1,003	1,165
	우선주	-	-	-	-	-
배당성향		60.1%	60.2%	54.1%	60.6%	60.1%
배당수익률	보통주	3.3%	3.3%	4.0%	4.2%	4.8%
	우선주	-	-	-	-	-

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.

이사

이사의 선임

당사는 주주총회 결의를 통해 이사를 선임합니다. 사내이사는 이사회가 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 한국국제조세협회 부이사장, 미국 공인회계사 및 미국 변호사 등 국제 조세와 국제 경영 최고 전문가로, 당사의 글로벌 사업 관련 리스크 관리 역량 제고에 기여하고 있습니다.

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

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.

'22년 교육 일자	교육 실시 주체	참석 사외이사	불참시 사유	주요 교육 내용
1.26	지원조직	김민호, 오윤	-	이사회 의제, 경영현황 등
2.15	지원조직	김민호, 오윤	-	이사회 의제, 경영현황 등
3.16	지원조직	오윤, 장병완	-	신임 사외이사 오리엔테이션 진행 및 이사회 의제, 경영현황 등
4.27	지원조직	오윤, 장병완	-	이사회 의제, 경영현황 등
7.27	지원조직	오윤, 장병완	-	이사회 의제, 경영현황 등
10.25	지원조직	오윤, 장병완	-	이사회 의제, 경영현황 등
12.7	지원조직	오윤, 장병완	-	이사회 의제, 경영현황 등

* 김민호 사외이사의 임기 만료로, 당사는 '22.3.17 주주총회를 통해 장병완(출생 1952.5 / 임기만료일 '25.3.16)님을 당사의 사외이사로 신규 선임하였습니다.

* 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 등기이사로 지정하여, 내부회계관리자가 업에 대한 높은 이해도와 전문성을 가지고 등기이사로서 책임경영을 할 수 있도록 하고 있습니다.

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 포함, 전체 위원 참석률 100%)		
'22년 개최 일자	의안 내용	가결 여부
2.16	'22년 등기이사 개별 연봉 승인의 건	가결
	'22년 등기이사 및 감사 보수한도 심의의 건	가결

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		
		'20년	'21년	'22년
유정근	사장	2,779	2,785	2,577
김종현	사장(대표이사)	1,076	984	1,099
정홍구	부사장	763	856	1,994
오윤	사외이사	78	83	84
장병완	사외이사			70
김민호	사외이사	78	83	21

* 김민호 사외이사의 임기가 '22년 3월 만료되어, '22년 3월 주주총회를 통해 장병완님을 당사의 사외이사로 신규 선임하였습니다.

* '22년 12월 8일 유정근 사내이사가 대표이사직에서 사임하고 김종현 사내이사가 이사회를 통해 대표이사로 선임되었습니다.

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.

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.

'22년 이사회 구성 현황							
성명	출생년월	직함 (담당업무)	임기만료일	성별	경영 위원회	내부거래 위원회	보상 위원회
김종현	1966.7	대표이사	'24.3.17	남	○		
유정근	1963.6	사내이사 (사장/이사회위원장)	'25.3.16	남	○ (위원장)		
정홍구	1964.8	사내이사 (경영지원실장)	'23.3.18	남	○	○	○
오윤	1962.11	사외이사	'24.3.17	남		○ (위원장)	○ (위원장)
장병완	1952.5	사외이사	'25.3.16	남		○	○

* '22.12.31 기준의 이사회 구성 현황입니다.
 * 김민호 사외이사의 임기 만료로, 당사는 '22.3.17 주주총회를 통해 장병완님을 당사의 사외이사로 신규 선임하였습니다.
 * 김민호 사외이사의 임기 만료로, 당사는 '23.2.15 개최된 보상위원회를 통해 오윤 사외이사를 보상위원회 위원장으로 신규 선임하였습니다.
 * '22년 12월 8일 유정근 사내이사가 대표이사직에서 사임하고 김종현 사내이사가 이사회를 통해 대표이사로 선임되었습니다.

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. '22년 1월부터 '22년 12월까지 당사 이사회는 총 7회 개최되었으며, '22년에 부의된 주요 안건으로는 매 분기 재무제표 승인, 특수관계인과 상품/용역 거래 승인, '22년 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, '22년 사외이사의 이사회 참석률은 100%이었습니다.

회차	개최 일자	보고 내용
1차	1.27	내부회계관리제도 운영실태 보고 경영위원회 결의사항 보고
2차	2.16	내부회계관리제도 운영실태 평가 보고 외부감사인 선정 결과 보고
4차	4.28	ESG 활동 현황 및 '22년 추진 계획
5차	7.28	경영위원회 결의사항 보고
6차	10.26	경영위원회 결의사항 보고
7차	12.8	준법지원인의 준법 점검 결과 ESG 중대 주제(Materiality) 및 리스크 관리 활동 환경경영 이슈 및 성과 보고 경영위원회 결의사항 보고

회차	개최 일자	의안 내용	가결 여부
1차	1.27	제49기 재무제표 및 영업보고서 승인의 건	가결
2차	2.16	제49기 정기주주총회 소집 및 목적 사항 결정의 건 특수관계인과의 상품 및 용역 거래 승인의 건	가결 가결
3차	3.17	이사 업무 위촉의 건	가결
		이사회 의장 선임의 건	가결
		대표이사 선임의 건	가결
		이사 보수한도 집행 승인의 건	가결
		경영위원회 위원 선임의 건	가결
4차	4.28	내부거래위원회 위원 선임의 건	가결
		보상위원회 위원 선임의 건	가결
		제50기 1분기 재무제표 승인의 건	가결
		특수관계인과의 상품 및 용역 거래 승인의 건	가결
5차	7.28	기부금 지원 승인의 건	가결
		'22년 안전보건계획 수립 승인의 건	가결
		제50기 상반기 재무제표 승인의 건	가결
6차	10.26	특수관계인과의 상품·용역 거래 승인의 건	가결
		상공회의소 특별회비 납부 승인의 건	가결
7차	12.8	대표이사 선임의 건	가결
		'22년 자기거래 한도 변경 승인의 건	가결
		'23년 자기거래 한도 승인의 건	가결
		특수관계인과의 보험거래 승인의 건	가결
		준법통제기준 개정의 건	가결
		기부금 지원 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 정흥구 사내이사가 위원회 위원으로 활동하였으며, 위원장은 오윤 사외이사가 맡고 있어, 내부거래위원회 및 보상위원회가 독립적으로 운영되도록 하고 있습니다.

단, 경영위원회는 당사의 경영에 관한 주요 사항을 수시로 심의, 의결한다는 점에서 광고업에 대한 깊은 지식이 요구되므로, 광고업에서 최고의 전문성을 지닌 사내이사만으로 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 청취권', '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 '22년 말 기준 약 3%*입니다.

* '22년 말 자기자본 7,050억원 대비 216억원

'22년에 각 위원회에 부여된 의안 내용은 다음과 같습니다.

보상위원회 (참석률 100%)

개최 일자	의안 내용	가결 여부
2.16	'22년 등기이사 개별 연봉 승인의 건	가결
	'22년 등기이사 및 감사 보수한도 심의의 건	가결

내부거래위원회 (참석률 100%)

개최 일자	의안 내용	가결 여부
2.16	'22년 2분기 특수관계인과의 상품, 용역 거래 사전 심의의 건	가결
4.28	'22년 3분기 특수관계인과의 상품, 용역 거래 사전 심의의 건	가결
7.28	'22년 4분기 특수관계인과의 상품, 용역 거래 사전 심의의 건	가결
10.26	'23년 1분기 특수관계인과의 상품, 용역 거래 사전 심의의 건	가결
12.8	'22년 자기거래 한도 변경 심의의 건	가결
	'23년 자기거래 한도 심의의 건	가결
	특수관계인과의 보험거래 사전 심의의 건	가결

경영위원회 (참석률: 유정근 75%, 김종현 100%, 정흥구 100%)

개최 일자	의안 내용	가결 여부
1.27	5기('17년 ~ '19년) 임원 장기성과 인센티브 3차분 지급의 건	가결
5.2	이브이알스튜디오社 전환사채 투자 승인의 건	가결
10.20	미국법인 차입금 지급보증 승인의 건	가결
12.6	마그레브 법인 설립의 건	가결

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 '22년 중 개최된 모든 이사회에 참석하여 이사회 운영의 견제와 균형을 확보하는 데 기여했습니다. 아래는 감사의 이사회 참석 내역입니다.

'22년 감사의 이사회 참석 내역 (참석률 100%)		
회차	개최 일자	의안 내용
1차	1.27	제49기 재무제표 및 영업보고서 승인의 건
2차	2.16	제49기 정기주주총회 소집 및 목적사항 결정의 건 특수관계인과의 상품 및 용역거래 승인의 건
3차	3.17	이사 업무 위촉의 건 이사회 의장 선임의 건 대표이사 선임의 건 이사 보수한도 집행 승인의 건 경영위원회 위원 선임의 건 내부거래위원회 위원 선임의 건 보상위원회 위원 선임의 건
4차	4.28	제50기 1분기 재무제표 승인의 건 특수관계인과의 상품·용역거래 승인의 건 기부금 지원 승인의 건 '22년 안전보건계획 수립 승인의 건

5차	7.28	제50기 상반기 재무제표 승인의 건 특수관계인과의 상품·용역거래 승인의 건
6차	10.26	제50기 3분기 재무제표 승인의 건 특수관계인과의 상품·용역거래 승인의 건 상공회소 특별회비 납부 승인의 건
7차	12.8	대표이사 선임의 건 자기거래 한도 승인의 건 특수관계인과의 보험거래 승인의 건 준법통제기준 개정의 건 기부금 지원 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 '22년에 실시된 상근감사와 외부감사인의 커뮤니케이션 내역입니다.

일자	참석자	방식	주요 논의 내용
3.4	· 사측: 감사 · 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 1인	서면회의	- 그룹감사 및 기말감사 진행 경과 - 감사인의 독립성 등 감사종결보고
4.29	· 사측: 감사 · 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 1인	대면회의	- '22년 연간 회계감사 수행 계획 - 중간재무제표에 대한 검토 진행 경과
8.9	· 사측: 감사 · 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 1인	대면회의	- '22년 반기 재무제표 검토 진행 경과
10.25	· 사측: 감사 · 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 1인	대면회의	- '22년 3분기 재무제표 검토 진행 경과

감사의 전문성

현재 당사의 상근감사인 이홍섭 감사는 한국 공인회계사 및 세무사로서 딜로이트안진 회계법인에서 28년 이상 재직한 경력이 있으며, 한국공인회계사회가 개설한 ESG 아카데미 전문가 과정 제1기와 제2기 및 제3기를 수료한 ESG 전문가입니다. 또한 동국대 경영학 박사학위 취득자로서 회계 및 세무와 ESG의 전문성뿐 아니라 경영지원 업무 전반에 폭넓은 지식과 경험을 보유하여, 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 경영학 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 ~ '22년 12월

* 교육시간: 제1기 - 49시간, 제2기 - 49시간, 제3기 - 52시간, 총 150시간

당사가 상근감사에게 제공하였거나 필요에 의해 수강한 '22년 교육 현황은 다음과 같습니다.

교육 일자	교육 실시주체	주요 교육내용
1.4	한국공인회계사회	ESG 아카데미 1기 인증과정 수료 (1.4, 1.6, 총6시간)
1.10	한국상장회사협의회	2022년 국내외 주요 경제 이슈와 전망
2.21	한국상장회사협의회	부정행위의 효과적 적발을 위한 감사(감사위원회)의 주요 점검사항
3.24	(주)제일기획	디지털 전환의 본질과 첨단 기술 활용 사례 : 인공지능 및 블록체인
4.19	(사)감사위원회포럼	감사 및 감사위원을 위한 2022년 제1회 정기포럼 : ESG 공시 기준 소개 및 감사의 ESG 공시 감독
4.20	한국회계기준원 & 한국회계학회	국내지속가능성 공시기준 제정을 위한 정책 제안 포럼
4.22	SERICEO	2022년 4월 SERI CEO 인사이드포럼 : 글로벌 양적 긴축상황과 국제금융이슈
4.25	한국상장회사협의회	2022년 상장회사감사회 온라인 특별강연 3차 - ESG 정보공시 의무화에 따른 감사의 역할
4.27	한국공인회계사회	제1회 한국공인회계사회 ESG 인증 포럼 - 국제ESG 인증기준 도입 및 국내 ESG 보고서 인증 현황
5.12	(주)제일기획	2022년 상반기 Compliance 교육 : 사내 컴플라이언스 규정 및 내부회계관리제도 등
5.13	한국회계학회	지속가능보고 및 ESG와 지배구조 심포지엄
5.20	SERICEO	2022년 5월 SERI CEO 인사이드포럼 : 우크라이나 사태와 글로벌 지정학 변화
5.26	한국상장회사협의회	감사위원회 활동사례를 통해 본 감사의 효율적 직무수행 방안
5.27	한국공인회계사회	ESG 아카데미 2기 일반과정 수료 (5.2~5.27, 총 23시간)
5.30	한국상장회사협의회	2022년 상반기 상장회사감사회-감사 및 감사위원을 위한 직무연수
6.23	한국상장회사협의회	새 정부의 주요 정책 및 기대효과
6.24	SERICEO	2022년 6월 SERI CEO 인사이드포럼 : 2022 하반기 경제전망
7.8	한국공인회계사회	ESG 아카데미 2기 심화과정 수료 (6.13~7.8, 총 20시간)
7.14	(사)감사위원회포럼	감사 및 감사위원을 위한 2022년 제2회 정기포럼 - 리스크 예방과 적발을 위한 내부통제, 무엇이 중요한가? - 리스크 및 내부통제감독을 위한 감사위원회 고려사항
7.29	SERICEO	2022년 7월 SERI CEO 인사이드포럼 : 글로벌 에너지 시장과 탄소중립
7.29	한국공인회계사회	ESG 아카데미 2기 인증과정 수료 (7.25, 7.29, 총 6시간)
9.14	(사)감사위원회포럼	감사 및 감사위원을 위한 2022년 제3회 정기포럼 - 감사위원회의 ESG 대응 관련 글로벌 현황 및 시사점 - ESG 경영의 실효성 확보를 위한 거버넌스의 기능과 역할
9.22	삼정KPMG 감사위원회 지원센터	제8회 삼정KPMG 감사위원회 지원센터(ACI) 세미나 감사위원회의 자회사 감독과 연결 내부회계관리제도 평가
9.23	한국공인회계사회	제2회 한국공인회계사회 ESG 인증 포럼 - 지속가능보고서 인증업무기준 적용 가이드스 소개

교육 일자	교육 실시주체	주요 교육내용
9.27	(주)제일기획	2022년 하반기 Compliance 교육 - 저작권, 초상권, 상표권, 개인정보, ESG 환경교육 - 임직원 가이드라인 이해, 안전 관리 교육 등
10.27	한국상장회사협의회 (상장회사감사회)	2022년 228차(10월) 조찬강연 주제 : 감사의 권한과 법적책임(판례를 중심으로)
11.1	한국공인회계사회	ESG 아카데미 3기 일반과정 수료 (10.4~11.1, 총 23시간)
11.11	한국상장회사협의회 (상장회사감사회)	2022년 하반기 상장회사감사회-감사 및 감사위원을 위한 직무연수 (1) 연결내부회계관리제도 감사 준비사항 (2) 연결내부회계관리제도 구축 및 운영시 중점 고려사항 (3) 연결내부회계관리제도 효율적 운영을 위한 감사의 역할과 책임
11.23	한국딜로이트그룹 기업지배기구발전센터	기업지배기구발전센터 2022 웨비나 (1) 글로벌 이사회와 감사위원회 동향 (2) 현행 회계감사기구에 대한 이해-감리위와 증선위 중심 (3) 자금사고방지 현황과 대응방안 (4) 데이터기반 상시 모니터링
11.25	SERICEO	2022년 11월 SERI CEO 인사이드포럼 : 2023 국내외 경제전망
11.29	한국공인회계사회	ESG 아카데미 3기 심화과정 수료 (11.8~11.29, 총 23시간)
12.7	에스원 삼성 3119 구조대 구조팀	심폐소생술(CPR) 교육 : 에스원 삼성 3119 구조대 구조팀 (1) 심폐소생술(CPR) 이론 (2) 애니 모형을 활용한 심폐소생술(CPR) 실습 (3) 자동심장충격기(AED) 사용법
12.7	금융감독원 & 한국공인회계사회	2022년도 K-IFRS 제/개정 내용 온라인 설명회 (1) K-IFRS 주요 개정내용 소개 (2) 내부회계관리제도 관련 유의사항 안내 (3) 질의회신 사례 및 유럽증권시장감독청의 집행사례 (4) 외부감사인 선임 및 지정제도 안내
12.20	한국공인회계사회	ESG 아카데미 3기 인증과정 수료 (12.13, 12.20, 총 6시간)

감사 지원 조직

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 (평균 6.4년) 매니저 2명 (평균 1.9년)	- 내부회계관리제도 운영 업무 지원 - 이사회 의제, 경영현황 설명, 질의/논의 사항 대응 등 상근감사 직무수행 지원

* 근속연수: '22년 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 외부감사인(삼일회계법인)과의 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)
제50기(당기)	'22.2.14	세무자문	'22년 2월 ~ 6월	95
	'22.4.6	세무자문	'22년 4월 ~ 6월	65
	'22.4.10	세무자문	'22년 4월 ~ 6월	25
	'22.8.22	세무자문	'22년 8월 ~ 12월	11
	'22.8.22	세무자문	'22년 8월 ~ '23년 3월	25
	'22.10.31	세무자문	'22년 10월 ~ 12월	65
제49기(전기)	'21.1.2	세무자문	'21년 1월 ~ 6월	60
	'21.1.2	세무자문	'21년 1월 ~ 12월	11
제48기(전전기)	'20.2.24	세무자문	'20년 2월 ~ 5월	250
	'20.7.1	세무자문	'20년 7월 ~ '21년 3월	25
	'20.7.1	세무자문	'20년 7월 ~ 12월	11
	'20.10.1	세무자문	'20년 10월 ~ '21년 2월	20
'20.10.1	세무자문	'20년 10월 ~ '21년 3월	160	

비감사용역 보수 수준

외부감사인에게 지급한 감사용역 보수 대비 비감사용역 보수 수준은 '20년도 66%(비감사 4.7억/감사7.1억) 및 '21년도 9%(0.7억/7.4억)이며, '22년도 39%(비감사 2.9억/감사7.4억)입니다. '20년의 경우, 세무컨설팅으로 인해 비감사용역이 다소 증가하였습니다.

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, 관리하고 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), 안전(중대재해 예방), 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 상시적으로 점검, 관리하고 있습니다.

『Early Warning System』은 당사의 업무 프로세스 상에서 발생 가능한 주요 경영상 리스크를 인사, 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 안내를 하고, 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 관리영역으로 신속히 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 공정거래위원회 및 한국공정거래조정원의 공정거래협약평가에서 최우수 평가
- '19년, '20년, '21년 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 연 3회 운영하고 있습니다. 코로나 팬데믹이 한창이던 1분기에는 화상회의를 통해 전 직원이 참여할 수 있는 라이브 설명회를 진행하였고, 채팅창을 활용하여 임직원과 소통을 시도했을 뿐 아니라 사내방송, 온라인 다시 보기 등도 제공하여 임직원들의 접근성을 높였습니다. 코로나 규제가 완화된 3분기에는 오프라인으로 면대면 공유회를 진행하여 현장의 목소리를 직접 청취하였습니다. 또한, 연 6건의 대표이사 공식 메시지를 통해 비즈니스 현황과 성과, 전략 방향 등을 공유하며 회사 내외 소식들을 전하였고, 우크라이나 전쟁, 코로나 팬데믹 등 특별한 이슈가 있는 해외 거점 및 본부에는 연 4건의 별도 메시지를 발행하여 임직원을 독려하며 또 다른 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.

'22년 한 해 동안 경영진 및 사내 주요 부서를 대상으로 업계 동향에 대한 총 96건의 정기 리포트를 발신했으며, 경영진 대상 4건의 심화 리포트를 발신했습니다. 이 중에는 '경기 전망에 따른 주요 기업들의 ESG 관련 행보' 등 ESG 관련 글로벌 업계 사례 기반 리포트도 총 7건 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	'20년		'21년		'22년		
	직원수(명)	(%)	직원수(명)	(%)	직원수(명)	(%)	
총 임직원	1,373		1,326		1,410		
남	677	49	657	50	673	48	
여	696	51	669	50	737	52	
직급별 임직원	사원	437	32	356	27	417	30
	남	149	34	117	33	133	32
	여	288	66	239	67	284	68
	간부	895	65	927	70	950	67
	남	492	55	502	54	502	53
	여	403	45	425	46	448	47
	임원	28	2	31	2	31	2
	남	23	82	26	84	26	84
	여	5	18	5	16	5	16
	기타	13	1	12	1	12	1
남	13	100	12	100	12	100	
여	-	0	-	0	-	0	
연령별 임직원	30대 미만	193	14	121	9	136	10
	30대	614	45	532	40	569	40
	40대	467	34	521	39	527	37
	50대 이상	99	7	152	12	178	13
장애인	21	2	20	2	21	1	
외국인	30	2	29	2	29	2	

*** 작성기준**

- 상기 직원의 현황은 본사 인력을 기준으로 작성되었습니다.
- 상근미등기 임원 31명은 포함, 등기임원, 별도계약인력(외국인, 고문 등)은 제외되었습니다.
- 상기 직원수는 휴직자 61명(남 6명, 여 55명)을 포함한 수치입니다.

* 관리자는 간부, 임원을 의미합니다.

* 집계 기준 변경으로, 이전 보고서상의 '21년 국내 임직원 현황 수치와 차이가 있습니다.

해외 임직원 현황

	임직원 수 (명)		
	'20년	'21년	'22년
총 임직원	3,877	4,578	5,261
North America	64	163	244
China	308	379	401
Europe	906	923	1,083
CIS	164	167	111
Southeast Asia	715	863	985
Southwest Asia	597	824	891
ME	261	301	369
Africa	89	98	124
Latin America	763	848	1,039
Japan	10	12	14

직원 및 보수 현황

구분	'20년	'21년	'22년	
전체	근로자수(명)	1,373	1,326	1,410
	급여총액(백만원)	143,314	158,907	165,488
	평균급여(백만원)	108	124	127
남	근로자수(명)	677	657	673
	급여총액(백만원)	84,056	91,416	93,840
	평균급여(백만원)	123	140	144
여	근로자수(명)	696	669	737
	급여총액(백만원)	59,257	67,491	71,648
	평균급여(백만원)	91	107	110

* 1인당 평균급여액은 급여지급 대상 평균인원 기준입니다.

*** 평균인원**

- '20년: 1,333명, 남 682명, 여 651명
- '21년: 1,284명, 남 651명, 여 633명
- '22년: 1,307명, 남 653명, 여 654명

연간 보상 비율

	'20년	'21년	'22년
최고급여(대표이사) (원)	2,779,284,975	2,784,566,314	2,576,878,939
조직내중앙값 (원)	90,231,540	100,858,524	104,594,785
비율 (%)	3.2	3.6	4.1

Facts & Figures

정규직/기간제 근로자 고용 비중

구분	'20년				'21년				'22년				
	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	1,352	661	691	51.1	1,301	637	664	51.0	1,380	653	727	52.7
	기간제	21	16	5	23.8	25	20	5	20.0	30	20	10	33.3
	합계	1,373	677	696	50.7	1,326	657	669	50.5	1,410	673	737	52.3
소속 외 근로자 (명)	파견		44			79				44			
	용역		133			130				124			
	합계		177			209				168			

육아휴직 현황

구분	'20년		'21년		'22년	
	직원수(명)	(%)	직원수(명)	(%)	직원수(명)	(%)
총 육아휴직자	54		47		47	
남	16	30	12	26	9	19
여	38	70	35	74	38	81
육아휴직 후 업무 복귀자 수	39		31		14	

* 작성기준
 - 육아휴직자: 휴직시작일 기준
 - 육아휴직 후 업무 복귀자: 해당년도 휴직자 중 현재 기준 복직자 ('23.3.1 복직자까지 포함)

자발적 이직 현황

구분	'20년	'21년	'22년
자발적 이직률 (%)	6.3	10.1	7.9

* 자발적 이직률 = 연간 자발적 이직 인원 / 연 평균 인력

근로자 1인당 교육훈련비

년도	'20년	'21년	'22년
연수비 (천원)	1,661,800	1,537,477	2,408,575
인력 (명)	1,373	1,326	1,410
1인당 교육훈련비 (천원)	1,210	1,159	1,708

협회 및 단체 가입 현황

협회명
한국상장회사협의회
한국광고산업협회
한국온라인광고협회
한국신문협회
서울상공회의소
한국거래소
한국공정경제쟁연협회
한국광고학회
한국여자농구연맹

GRI 대조표

GRI Standards 2021			
GRI 2	지표명	페이지	비고
2-1	조직 명칭	12	
2-2	지속가능경영보고서에 포함된 조직 목록	32	
2-3	보고 기간, 주기, 연락처	32	
2-4	기존 정보 수정	56-57	
2-5	외부 검증	176-181	
2-6	기업 활동, 가치사슬 및 기타 사업 관계	16-23	
2-7	임직원	168-169	
2-8	비정규직 근로자	170	
2-9	지배구조 및 구성	144-151	
2-10	최고의사결정기구 임명 및 선정	144,147	
2-11	최고의사결정기구의 의장	147	
2-12	영향력 관리를 감독하는 부문에 있어서 최고의사결정기구의 역할	36-37	
2-13	영향 관리를 위한 책임 위임	36-37	
2-14	지속가능성보고에 관한 최고의사결정기구의 역할	36-37	
2-15	이해관계 상충	150-151	
2-16	중요 사안에 대한 커뮤니케이션	148-151, 162-163	
2-17	최고의사결정기구의 집단지식	144-145	
2-18	최고의사결정기구 성과 평가	36	
2-19	보수 정책	146	
2-20	보수 산정 프로세스	72,146	
2-21	연간 총 보상 비율	169	
2-22	지속가능 개발 전략에 관한 성명서	10-11	
2-23	정책 이행 약속	64	
2-24	정책 약속 내재화	64-65	
2-25	부정적 영향 저감 프로세스	65	
2-26	고충 제기 및 자문 요청 메커니즘	103-104	
2-27	법률 및 규정 준수	105	
2-28	가입 협회	171	
2-29	이해관계자 참여 방식	38	
2-30	단체 협약	80	

GRI Standards 2021			
GRI 3	지표명	페이지	비고
3-1	중대주제 결정 프로세스	40-41	
3-2	중대주제 리스트	40-41	
3-3	중대주제 관리	40-41	
GRI 305	지표명	페이지	비고
305-1	직접 온실가스 배출량(scope 1)	54	
305-2	간접 온실가스 배출량(scope 2)	54	
305-3	기타 간접 온실가스 배출(scope 3)	54	
305-4	온실가스 배출 집약도	54	
305-5	온실가스 배출 감축	54	
305-6	오존층 파괴물질의 배출(ODS)	-	관련하여 보고할 사항 없음
305-7	NOx, SOx 및 기타 중요한 대기 배출물	58	
GRI 403	지표명	페이지	비고
403-1	직장 건강 및 안전 관리 시스템	81-89	
403-2	위험요인 파악, 리스크 평가, 사고 조사	81-89	
403-3	직장 의료 서비스	87-88	
403-4	직장 건강 및 안전 관련 커뮤니케이션, 자문 및 근로자 참여	82	
403-5	직장 건강 및 안전 관련 근로자 교육	85-86	
403-6	근로자 건강 증진	87-88	
403-7	비즈니스 관계와 직접적으로 연계된 직장 건강 및 안전 영향의 예방과 완화	88	
403-8	직장 건강 및 안전 관리 시스템의 적용 대상 근로자	81	
403-9	업무 관련 부상	87	
403-10	업무 관련 질병	87	
GRI 403	지표명	페이지	비고
417-1	제품/서비스 관련 정보 및 라벨링 요건	105-107	
417-2	제품/서비스 정보 및 라벨링 관련 위반	106	
417-3	마케팅 커뮤니케이션 관련 위반	106	
GRI 403	지표명	페이지	비고
418-1	고객 개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 관련해 입증된 민원	99	

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	16-17, 90-99	
	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	99	
광고 무결성	SV-AD-270a.1	허위, 기만적 또는 불공정 광고와 관련된 법적 절차 결과 발생한 금전적 손실 총액	106	
	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	168-170	

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	168-169	



제3자 검증의견서

2022 제일기획 지속가능경영보고서 독자 귀중

서문

한국경영인증원(KMR)은 2022 제일기획 지속가능경영보고서 (이하 “보고서”)의 제3자 검증을 요청 받았습니다. 보고서 작성과 정보에 대한 책임은 제일기획 경영자에게 있으며, 본 한국경영인증원의 책임은 계약 및 합의된 업무를 준수하고 검증의견서를 발급하는 데 있습니다.

검증 범위 및 기준

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

GRI Standards 2021의 보고 요구사항 만족 여부에 대한 확인이 검증 범위에 포함되었으며, 이중 중대성 평가 절차를 통해 도출된 중요주제의 세부지표는 다음과 같음을 확인하였습니다. 또한, 지속가능성회계표준위원회(SASB) 기준 준용여부를 확인하였습니다.

- GRI Standards 2021 보고 원칙
 - 일반 표준(Universal Standards)
 - 특정주제 표준(Topic Specific Standards)
 - GRI 305 : 배출(Emissions 2016)
 - GRI 403 : 산업 보건 및 안전(Occupational Health and Safety 2018)
 - GRI 417 : 마케팅 및 라벨링(Marketing and Labeling 2016)
 - GRI 418 : 고객개인정보(Customer Privacy 2016)
 - SASB Sustainability Disclosure Topics & Accounting Metrics
- 보고서의 보고경계 중 조직 외부 즉, 제일기획의 협력사, 계약자 등에 대한 데이터와 정보는 검증범위에서 제외되었습니다.

검증방법

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

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

제한사항 및 극복방안

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

검증결과 및 의견

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

포괄성 원칙

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

중요성 원칙

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

대응성 원칙

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

영향성 원칙

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

특정 지속가능성 성과정보의 신뢰성 및 품질

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

적격성 및 독립성

한국경영인증원은 ISO/IEC 17021:2015(경영시스템의 심사 및 인증을 제공하는 기관에 대한 요구사항)에 따라 문서화된 방침과 절차를 포함한 포괄적인 품질관리시스템을 유지하고 있습니다. 검증팀은 지속가능성 전문가들로 구성되어 있으며, 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 이외에 제일기획의 사업활동에 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺지 않은 독립성을 유지하고 있습니다.



2023. 04. 대한민국, 서울

대표이사 *황인규*

온실가스 배출량 검증의견서

검증 개요

(주)제일기획 본사는 파리협정 이행 및 탄소중립 목표 달성을 위해 ISO 14064 등 검증표준에 근거한 MRV를 실시하였습니다. KMR은 (주)제일기획의 2022년도 검증결과를 아래와 같이 성명합니다.

검증 범위

- 조직 경계 및 운영경계 : (주)제일기획 본사
- 검증대상 기간 : 2022년 1월 1일 ~ 2022년 12월 31일
- 배출원 : 직접배출원(Scope 1), 간접배출원 (Scope 2), 기타간접배출원 (Scope 3)
- 보증수준 : 제한적 보증수준
- 수행한 검증업무
 - 방문 및 온실가스 데이터 집계를 책임지는 담당자 인터뷰
 - 온실가스 배출량에 대한 데이터 집계기준에 대한 프로세스 이해
 - 검증대상에 대한 전산시스템, 각종 고지서, 납부내역서 등 원천정보 검토
 - 문서심사 및 리스크 평가, 검증기법(열람, 실사, 관찰, 인터뷰 등)을 활용한 준비 및 대조심사

검증 기준

- ISO 14064-1:2006, ISO 14064-3:2006
- 온실가스 배출권거래제 운영을 위한 검증지침
- WRI/WBCSD GHG Protocol
- IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories (2006)

검증 결과

(주)제일기획 본사의 2022년도 Scope1(직접배출), Scope2(간접배출), Scope3(기타간접배출)의 온실가스 배출량 및 에너지 사용량은 다음과 같습니다.

온실가스 배출량 및 에너지 사용량

온실가스 배출량	직접 배출량 (Scope1)	간접 배출량 (Scope2)	기타 간접 배출량 (Scope3)	총 량 (tCO ₂ -eq)
2022	694.218	1,143.798	7.495	1,845

에너지 사용량	직접 사용량 (Scope1)	간접 사용량 (Scope2)	기타 간접 사용량 (Scope3)	총 량 (TJ)
2022	12.618	23.901	0.112	36

* 온실가스: CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆

검증 의견

상기 제시 된 검증 범위 및 기준에 따라 온실가스 배출량 검증을 수행한 결과 (주)한국경영인증원의 검증의견은 다음과 같습니다.

- (주)제일기획 본사의 2022년도 온실가스 배출량 데이터 검증을 통해 위와 같이 배출량을 확인 하였으며, 검증범위 및 검증기준에서 요구하는 집계기준을 위배하였다는 점을 발견하지 못하였습니다.
- 본 검증의견서는 제공된 데이터 한계 및 샘플링 방법 등 제한된 요소에 따라 영향을 받을 수 있으며, 이러한 검증의 한계로 검증오류에 대한 한계를 내포하고 있습니다.
- 제한된 조직경계 내에서 중요한 불일치에 대한 양적 판단기준은 제한적 보증 수준인 총 배출량 기준 ±5%를 적용하였으며, '적정'하다는 검증의견에 영향을 미치는 중대한 오류 및 누락은 확인되지 않았습니다.



2023년 04월 21일

대표이사

황은규

Cheíl