Environment
Social
Governance

지속가능경영 보고서 2021

Cheil

Contents

Introduction

CEO Message 10
Company Information 12
Global Networks 14
Connected Solution 16
History 22
'21 Awards 24
'21 Performance 26
About this Report 32

ESG

지속가능경영 체계 36
이해관계자의 ESG 경영 참여 38
중요이슈 선정 39
ESG 경영현황 공개 40

Environment

Environmental Management System 44
환경 목표 44
환경 방침 44
환경경영 조직 및 성과 평가 47

Environmental Management Activities 48
그린제일(Green Cheil) 48
환경교육 실시 51
환경경영 실천을 위한 투자 51
친환경 인증 제품 제작 52
지역사회를 위한 환경보호 활동 52

Outcome of Environmental Management 54
온실가스 54
에너지 55
원부자재 절감 활동 56
용수 사용량 저감 활동 56
폐기물 배출량 저감 활동 57
대기오염 물질 배출 저감 활동 57
환경 관련 법/규제 준수 및 환경정보 공개 등 57

[정리] 제일기획 친환경 경영활동 현황 58

Social

Human Rights Management 62
인권경영정책 62
광고 제작 환경에서의 인권 보호 선도 62
인권침해 예방 프로그램 63
인권 교육 프로그램 63
성희롱/차별금지 정책 및 신고절차 63

Employees 64
근로자의 다양성 64
근속 현황, 퇴직자 지원 프로그램 등 69
성과 평가 – 임직원 성과 평가 제도 69
보수 정책 71
복리후생 72
조직문화 73
교육/훈련 77
노사협의회 '사랑사랑' 79

Occupational Health and Safety 80
안전/보건 체계 80
무재해 사업장 달성 83
임직원 및 가족의 건강과 안전을 위한 Care 프로그램 운영 83
협력회사의 안전/보건 83

Security and Privacy 85
정보보호/개인정보보호 체계 85
정보보호/개인정보보호 활동 89
개인정보주체의 권리 보호 91

Ethics and Compliance 92
준법 실천을 위한 임직원 규범 92
임직원 교육 92
모니터링 제도 94
소비자 권익보호 원칙 96

Shared Growth 98
상생경영원칙 98
협력회사와의 상생을 위한 전담조직 운영 99
공정거래를 위한 활동 및 노력 100
협력회사 선정 및 평가 프로세스 104
협력회사 지원활동 106

Social Contribution 110
사회공헌 정책 110
사회공헌 활동 111
사회적 책임을 고려한 광고 113

Governance

Charter of Corporate Governance 128

Shareholders 129
주주의견 수렴 장치 129
주주의 권리 129
주주가치 환원 노력(배당) 131

Director/Board of Directors 132
이사 132
이사회 135

Audit 140
감사기구 140
감사의 전문성 140
감사의 교육현황 141
감사 지원 조직 142
외부 감사인의 독립성 142

Risk Management 144
Risk 관리 144
중요 사안에 대한 커뮤니케이션 146
경제적, 환경적 및 사회적 영향의 파악 및 관리 147
지배구조 관련 법/규제 준수 147

Appendix

Facts & Figures 150
협회 및 단체 가입 현황 153
GRI 대조표 154
제3자 검증 의견서 158
온실가스 검증 의견서 162

Introduction

- CEO Message
- Company Information
- Global Networks
- Connected Solution
- History
- ‘21 Awards
- ‘21 Performance
- About this Report

CEO Message

존경하는 이해관계자 여러분,

안녕하십니까?
제일기획 대표이사 유정근 입니다.

수년째 이어지고 있는 코로나19 팬데믹으로 인해 인류는 전례 없는 위기를 겪고 있습니다. 소비자 라이프의 중요 가치와 행동 방식이 빠르게 변화했으며, 기업 경영환경 측면에서도 생존과 성장을 위해 변화가 요구되고 있습니다.

특히, 다양한 사회 문제에 있어 기업의 역할과 책임이 중요시 여겨지며 ESG 경영에 대한 사회적인 관심이 높아지고 있습니다.
이에 제일기획은 ESG 경영을 본격 추진하기 위해 지난 4월 ESG 사무국을 신설했으며, 고유의 역량을 기반으로 다각도의 노력을 기울이고 있습니다.
이러한 내용을 담아, 지난 2013년 광고업계 최초로 지속가능경영보고서를 발간한 이래 세번째 보고서인 2021년 보고서를 발간하게 되었습니다.

제일기획은 다양한 연결을 통해 혁신적이고 새로운 가치를 만들어 내는 CONNEC+의 관점으로 제일기획만의 ESG 협력 체계를 구축, 추진하고 있습니다.
ESG 사무국을 중심으로 전사 20여개 부서가 각 분야를 담당, 협력하도록 했으며 임직원이 직접 아이디어를 내고 참여하는 캠페인을 통해 전사가 함께하는 ESG 경영을 이끌어가고 있습니다.

특히, 환경(E) 분야에서는 2021년 8월 국내 업계 최초로 협력회사와의 친환경 실천 협약식을 통해 『광고 촬영현장 친환경 관리 가이드』를 배포하며 '그린 크리에이티브' 문화 확산을 주도하였습니다.
또한 사내 캠페인 '그린제일'을 통해 기후변화에 대한 임직원의 인식을 고취시키고 직접 참여할 수 있는 기회를 마련했으며 다양한 고객사를 대상으로 선한 영향력을 창출할 수 있는 캠페인을 선제안하고 실천하는 등 전사가 참여하는 환경 정책을 실행하고 있습니다.

사회(S) 분야에서는 '21년 단 한 건의 안전사고도 발생하지 않아 무재해 사업장을 달성했으며 안전관리 전담팀을 신설하여 사업장 및 촬영장의 안전관리체계를 구축하는 등 광고 제작 현장의 안전에 대한 책임 경영을 강화했습니다.
또한, 임직원 및 업계의 다양한 참여자들의 인권 보호를 위해 힘쓰고 있습니다. 제일기획은 UN의 세계인권선언과 기업과 인권 이행 원칙을 지지하여 인권경영정책선언을 항시 게시하고 있으며, 2021년 8월에는 『촬영장 아동·청소년 권익보호 가이드라인』을 만들어 제일기획의 모든 협력회사에 배포, 시행하고 있습니다. 또한 지속적인 사내 교육과 고충 접수 채널을 통해 당사 근로자의 인권 침해도 예방하고 있습니다.

거버넌스(G) 측면에서는, 보다 책임감 있고 소통하는 지속가능 경영을 위해 ESG 관련 안건을 이사회 차원에서 논의·점검하도록 했으며, 다양한 이해관계자의 의견이 반영될 수 있는 소통 채널을 운영하고 있습니다. 또한 '21년 12월 '기업지배구조 헌장'을 제정하여 공개하는 등 주주의 권리를 보장하고 다양한 이해관계자들과 신뢰를 구축하며 함께 성장할 수 있도록 힘쓰고 있습니다.

제일기획은 당사가 속해있는 산업을 둘러싼 위기 요소들과 그 영향력에 대한 다각도의 모니터링을 지속 진행하고 있습니다. 정기/비정기 리포팅 시스템으로 시장에 잠재된 리스크 및 비즈니스 기회를 포착, 경영 방향성을 점검함으로써 시대를 앞서가고, 효과적이며 지속 가능한 성장을 이어가기 위해 노력하고 있습니다.
2022년에도 코로나19 장기화로 인한 세계경제의 불확실성은 지속될 것입니다. 지속가능경영에 대한 요구는 증대될 것이며, 디지털 전환 가속화로 인한 마케팅 채널의 다각화는 온/오프라인을 넘어 메타버스까지 아우르는 고도화된 퍼포먼스 마케팅을 필요로 하게 될 것으로 예상합니다.

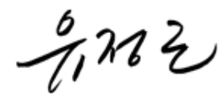
이러한 가운데 제일기획은 고객사가 성장을 위해 꼭 필요로 하고 이 시대 소비자들에게 진정으로 CONNEC+ 할 수 있는 최적의 Connected 솔루션을 제공하겠습니다. 이를 위해 전 사업영역에 데이터 테크를 장착하고 메타버스향 콘텐츠 제작 역량을 강화하여 성장 기반을 마련해 나가겠습니다.

제일기획은 소비자와 세상을 연구하며 한 걸음 앞선 아이디어를 생각하고, 그것을 실행으로 옮겨 크고 작은 변화들을 만들어 왔습니다. 지속 가능하고 선한 영향력을 위한 제일기획다운 솔루션, 선제적 리스크 관리를 기반으로 대담하고 혁신적인 CONNEC+ 사례 창출을 통해 광고 업계의 롤 모델이자 견실한 글로벌 에이전시로 성장할 수 있도록 최선의 노력을 다하겠습니다.

제일기획에 관심과 지지를 보내주신 이해관계자 여러분과 임직원들에게 감사의 말씀을 드리며, 앞으로도 많은 성원을 부탁드립니다.

감사합니다.

제일기획
대표이사 사장 유정근



Company Information

About Cheil

회사명 : 주식회사 제일기획(Cheil Worldwide)
본사 소재지 : 서울시 용산구 이태원로 222
글로벌 네트워크 : 45개국 53개 거점, 9개 자회사
재무 성과(2021년 기준)
• 매출 : 3조 3,257억 원
• 매출총이익 : 1조 2,796억 원
• 영업이익 : 2,482억 원
클라이언트
• 국내 : 삼성전자, 동서식품, KT, 신한금융지주회사, 아모레퍼시픽, 한국인삼공사, 한국지엠 등
• 글로벌 : Absolut, Adidas, American Express, Burger King, Coca-Cola, eBay, ESPN, Google, IKEA, Instagram, LinkedIn, Netflix, Nivea, PayPal, Pfizer, Pizza Hut, Starbucks, Universal Pictures, Volkswagen, Yili 등

Our Family (Affiliates)

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

Sports Marketing

수원삼성블루윙스축구단, 서울삼성썬더스농구단, 용인삼성블루밍스농구단,
대전삼성블루팡스배구단, 삼성라이온즈야구단

CONNEC+

제일기획은 단순한 광고회사가 아닙니다.
제일기획은 클라이언트와 밀착하고 고객 속으로 들어가 가장 창의적이고 효과적인 솔루션을 만들며 고객의 비즈니스 퍼포먼스 향상에 기여하는 Business-Connected Agency 입니다.
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

Global Networks

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 고객반응을 지속적으로 측정해 전략과 실행을 조정합니다.

DMP

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

AI Optimizer

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

Sales Tracker

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

AdTech Campaign

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

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.

Platform Operation

표준화된 운영 방식과 Tool을 통한 다양한 복합 서비스를 제공합니다.

CMS

Adobe社의 Experience Manager를 활용해 국가별로 다른 수만개의 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

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

Field Force Management Tool

전세계 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

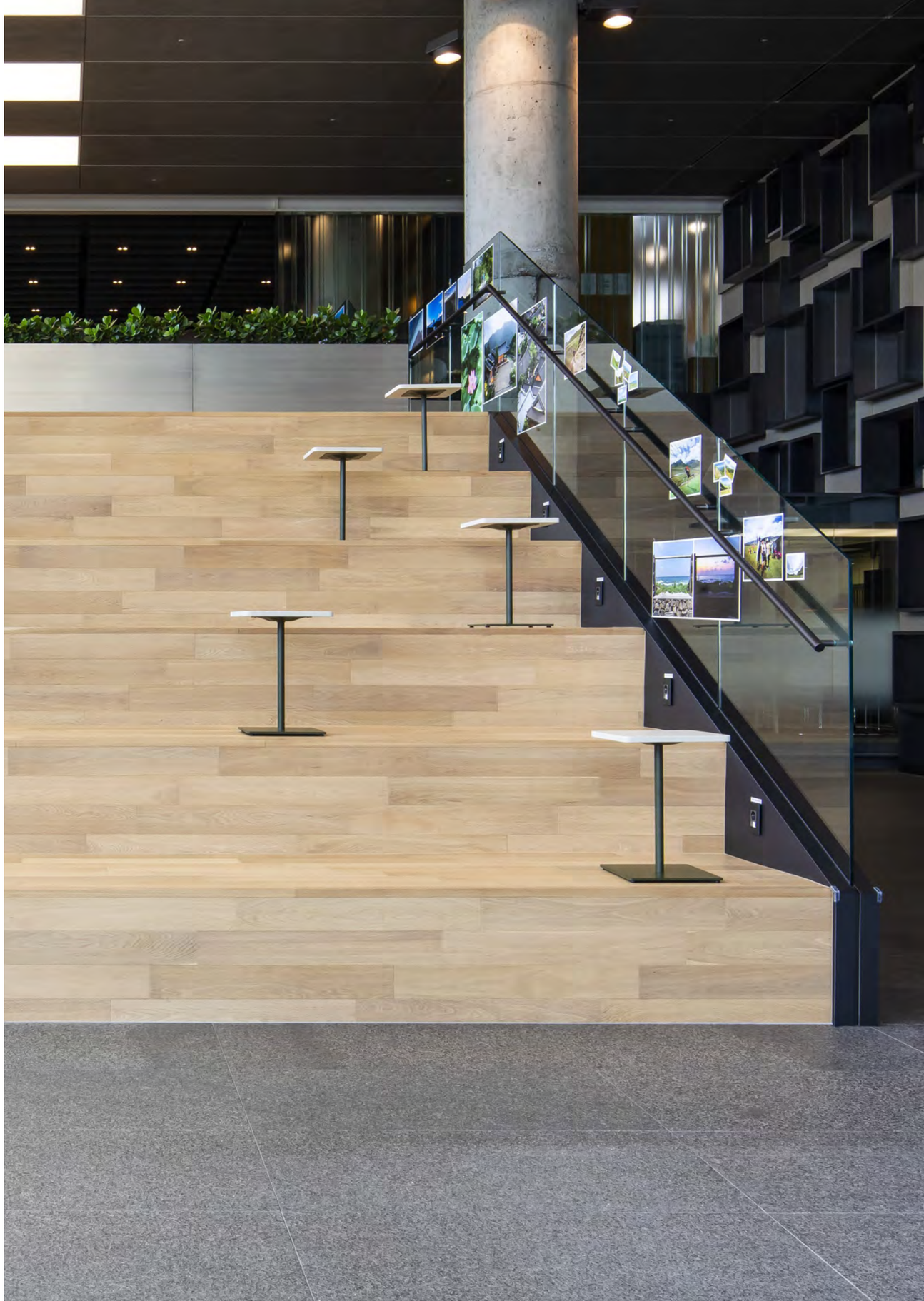
온/오프가 연동된 고객 구매 행동에 맞춰 온라인 사이트와 연동된 오프라인 매장용 키오스크를 제공합니다.

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 주식 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

2008

영문 사명 'Cheil Worldwide'로 변경

영국 BMB(Beattie McGuinness Bungay)사 지분 인수

국내 최초 One Show 광고제 금상 수상

Cannes Lions 국제광고제 YLC
(Young Lions Competition)
국내 최초 은상 수상(사이버)

2009

업계 최초 대한민국 광고대상 3연패

미국 TBG(The Barbarian Group) 인수

중국 Cheil PengTai 인수

2010

G20 서울 정상회의 종합홍보 수행

프로(Pro) 호칭 도입

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

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 '아이리스(Iris Worldwide)' 인수

2015

룩앳미(Look at me) 캠페인으로 Cannes Lions,
D&AD, Oneshow, Spikes Asia, Adfest 등
국제 광고제 수상

Cheil Greater China, 중국 양대 광고제 석권 및
올해의 광고회사 2연패

삼성블루팡스 배구단 인수

2016

삼성라이온즈 야구단 인수

영국 B2B 마케팅 전문기업 파운디드(Founded) 인수

2017

캐나다 B2B 마케팅 컨설팅사
PSL(Pricing Solutions Limited) 인수

영국 디지털마케팅회사 Atom42 인수

2018

평창동계올림픽 개폐회식 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

'21 Awards

광고제	수상 부문	상	캠페인 타이틀	광고주
Cannes Lions	Pharma	Gold	TALLK	SAMSUNG
	BE & Activation	Gold	TALLK	SAMSUNG
	Creative Strategy	Gold	STARBUCKS 'WHAT'S YOUR NAME?'	STARBUCKS UK
	Mobile	Silver	TALLK	SAMSUNG
	Mobile	Silver	NOW, WORDS AREN'T JUST HEARD, BUT FELT.	SAMSUNG
	Media	Silver	ANTI BULLYING SKIN	SAMSUNG
	Media	Bronze	HOPE TAPE	KOREAN NATIONAL POLICE AGENCY
	Film Craft	Bronze	SLICED BREAD	LITTLE CAESARS
Spikes Asia	BE & Activation	Bronze Spike	LIGHT SAVER	EMART
	Outdoor	Bronze Spike	GALAXY GRAFFITI	SAMSUNG ELECTRONICS
	Mobile	Gold Spike	SAMSUNG GOOD VIBES: NOW, WORDS AREN'T JUST HEARD, BUT FELT.	SAMSUNG
	BE & Activation	Silver Spike	SAMSUNG GOOD VIBES: NOW, WORDS AREN'T JUST HEARD, BUT FELT.	SAMSUNG
	Healthcare	Silver Spike	SAMSUNG GOOD VIBES: NOW, WORDS AREN'T JUST HEARD, BUT FELT.	SAMSUNG
	Digital	Silver Spike	SAMSUNG GOOD VIBES: NOW, WORDS AREN'T JUST HEARD, BUT FELT.	SAMSUNG
	Digital	Bronze Spike	SAMSUNG GOOD VIBES: NOW, WORDS AREN'T JUST HEARD, BUT FELT.	SAMSUNG
	Music	Silver Spike	UNSUNG	WARNER MUSIC ASIA
AdFest	INNOVA	INNOVA LOTUS	LIGHT SAVER	EMART
	PR	Gold	UNSUNG	WARNER MUSIC
	MEDIA	Silver	HOPE TAPE	HOPE TAPE
	PR	Silver	HOPE TAPE	HOPE TAPE
	BRAND EXPERIENCE	Bronze	LIGHT SAVER	EMART
	DIRECT	Bronze	HOPE TAPE	HOPE TAPE

광고제	수상 부문	상	캠페인 타이틀	광고주
D&AD	Digital / Use of AI	Graphite	Tallk	Samsung / Samsung Spain
	Impact / Design / Brands	Graphite	Tallk	Samsung / Samsung Spain
	Graphic Design / Posters	Wood	Joy Sticks	Chupa Chups
	E-Commerce / Livestream	Wood	Sickwear by Mucinex	RB
	Writing for Advertising / Film	Wood	Relax, it's Modern Emulsion	Farrow & Ball
One Show	Print	Silver	Abandoned Stations	Volkswagen
	Print	Bronze	HOPE TAPE	Korean National Police Agency
	Print	Bronze	Abandoned Stations	Volkswagen
	Print	Bronze	Abandoned Stations	Volkswagen
	Out of Home	Bronze	Abandoned Stations	Volkswagen
	IP & Products	Bronze	Tallk	Samsung Spain
New York Festivals	DIGITAL/MOBILE: MOBILE PLATFORM	SILVER	TA(L)KING DOWN THE INVISIBLE WALL	Diskutier Mit Mir
	HEALTH – HEALTH & WELLNESS [NEW]: DIGITAL/MOBILE	SILVER	THE COST OF BULLYING	Samsung
	PACKAGE & PRODUCT DESIGN: BEST USE	SILVER	HOPE TAPE	Korean National Police Agency
	HEALTH – HEALTH & WELLNESS [NEW]: INNOVATION	BRONZE	LIGHT SAVER	EMART
	AVANT-GARDE/ INNOVATIVE: AVANT-GARDE/INNOVATIVE	BRONZE	LIGHT SAVER	EMART
	DESIGN: BRAND DESIGN	BRONZE	SAFE SALE	EMART

갤럭시 Z Fold3/Flip3 '나를. 새로. 활짝'

갤럭시 폴더블 출시를 맞아 소비자들이 기대하고 희망하는 일상을 '폴더블의 접고 펼쳐지는 가치와 감성'을 통해 전달하고자 한 캠페인입니다.
폴더블과 함께 내가 원하는 삶이 활짝 펼쳐지는 일상을 표현한 '나를 새로 활짝'이라는 슬로건과 함께 희망차고 경쾌한 소리와 폴더블의 접고 펼쳐지는 폼펙터를 보여줌으로서 지금껏 보지 못한 영상미와 형식으로 제품의 매력을 극대화했습니다.

비스포크홈 'Come Bespoke Home'

시공간을 넘어 확대된 비스포크의 가치를 전달하는 캠페인입니다. 생활가전 전체로 확장된 비스포크 라인업을 통해 세상에서 가장 나다운 공간, 'BESPOKE HOME'을 완성할 수 있다는 메시지를 임팩트 있게 전달했습니다. 10종이 넘는 제품을 매력적으로 보여주기 위해 서태지 Come back home을 활용, 타깃이 모두 즐길 수 있는 뮤직비디오 형태의 영상을 만들었습니다. X세대에게는 향수를, MZ세대에게는 레트로 감성을 불러 일으키며 폭발적인 호응을 이끌어 냈습니다.

신한은행 '마음을 기울입니다'

신뢰가 가장 중요한 은행업계에서 '과연 신한은행이 생각하는 고객 중심은 무엇인지'를 보여준 캠페인입니다. '같이 쓰는 우산은 상대를 위해 기울어진다'는 인사이트에서 착안해 고객을 위한 헌신을 표현했습니다.
소셜 반응 중 '신뢰'를 언급한 긍정 댓글 비중이 가장 높고, 자체 광고효과 조사에서도 '신뢰' 속성이 가장 높게 증대했습니다. 신한은행 신뢰도 제고에 기여하고 나아가 아름다운 영상미로 소비자의 이목을 끈 캠페인입니다.

삼성화재 다이렉트 자동차보험

광고모델 유재석이 다양한 '부캐'를 갖고 있다는 점에 착안해 삼성화재 다이렉트가 보유한 다양한 보험을 소개한 캠페인입니다.
이번 캠페인을 통해 삼성화재 다이렉트 채널에서 자동차보험뿐만 아니라 운전자보험, 어린이보험 등 다양한 종류의 보험이 판매되고 있다는 것을 소비자들에게 효과적으로 전달했습니다. 모델의 밝고 신뢰감 있는 분위기를 활용해 신뢰감 있는 보험이라는 면을 부각했습니다.

KT 'DIGICO KT'

KT가 기존의 이동통신기업을 뜻하는 'TELCO'에서 벗어나, 미래를 위해 디지털 플랫폼 기업 'DIGICO'로 변화함을 전달한 캠페인입니다. AI로봇, 클라우드 등 KT의 기술력을 배우 윤여정의 목소리를 통해 쉽고 진정성 있게 전달했습니다. 선언적인 메시지를 담는 기업 PR 캠페인에서 나아가 현재 고객의 삶을 변화시키는 모습으로 젊고 열정적이면서도 고객을 생각하는 따뜻한 기업 이미지를 구축했습니다.

길림양행 바프(HBAF) 'H는 묵음이야' 캠페인

'바프(HBAF)'라는 새로운 브랜드를 알리고자 기획된 캠페인입니다. 일상의 모든 상황에 어울리는 HBAF의 다양한 맛을 모델 전지현의 고급스러운 이미지를 활용하여 전달하였으며, 다소 어려운 브랜드 네임을 누구나 쉽게 기억할 수 있도록 'H는 묵음이야'라는 위트있는 카피로 풀어냈습니다.
모델과 카피가 유행어처럼 회자되며 폭발적인 호응을 얻어 냈을뿐 아니라 매출도 두 배 가까이 상승하며 영업적으로도 큰 성과를 거두었던 캠페인입니다.

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 한국품질재단으로부터 제 3자 검증 프로세스를 거쳤습니다. 검증 결과는 158~163페이지를 통해 확인하실 수 있습니다.

보고서 특징

2021 지속가능경영보고서는 제일기획의 세 번째 지속가능경영보고서*입니다.
이번 2021년 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 2014-2015 지속가능경영보고서로, '15.7월에 발간되었습니다. 보고서는 당사 홈페이지를 통해 확인하실 수 있습니다.

보고서 작성 기준

본 보고서는 GRI Standards Core Option에 따라 작성되었으며, 보고 기준에 대한 세부 현황은 154~156페이지를 통해 확인하실 수 있습니다.

보고기간

본 보고서의 보고기간은 2021년 1월 1일 ~ 2021년 12월 31일이며, 일부 중요한 내용의 경우 2021년 이전 또는 2022년 상반기의 내용을 포함하고 있습니다.

보고서 문의

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

ESG

- 지속가능경영 체계
- 이해관계자의 ESG 경영 참여
- 중요이슈 선정
- ESG 경영현황 공개

지속가능경영 체계

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

ESG 경영에 대한 경영진 역할

제일기획은 ESG 관련 주요 이슈 및 현황을 이사회에 정기적으로 안건으로 상정하여 이사회 차원에서 ESG 이슈를 논의·점검하도록 함으로써, 이사회가 ESG 책임경영을 실천할 수 있도록 노력하고 있습니다.

* 단, ESG 조직이 '21년 4월부터 구성되어 실질적으로 '21년 4월 이후에 ESG 활동이 본격적으로 추진된 상황을 고려하여, 실제 이사회 ESG 보고는 '22년부터 시행될 예정입니다.

이사회에 보고할 ESG 관련 안건 내용은 다음과 같습니다.

일정	보고 내용
상반기	- 당해 ESG 관련 활동 추진 계획 * 지속가능경영보고서 발간 및 연간 정례회의 일정 등 공유
하반기	- 당해 ESG 주요 성과 및 KCGS 등급 공유

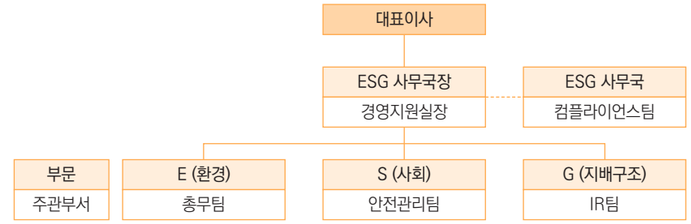
ESG 전사 조직 구성

제일기획은 경영지원실장이 직접 ESG 사무국장을 맡아 당사의 ESG 업무를 관리, 감독하고 있습니다. 또한 대표이사 직속 부서인 컴플라이언스팀이 ESG 사무국을 맡아 당사 ESG 업무를 기획, 관리, 점검하는 업무를 맡고 있으며, 환경 분야는 총무팀, 사회 분야는 안전관리팀, 지배구조 분야는 IR팀이 각각 주관 부서를 맡아, 각 분야에서의 당사 ESG 활동을 종합하고 각종 ESG 평가기관의 각 분야 평가에 대응하는 역할을 맡고 있습니다. 또한 주관부서 산하에는 재무팀, 인사팀, 해외인사팀, 정보보안팀, 신문화팀, 상생협력팀, 감사팀, 사회공헌단, 솔루션부문지원팀, Creative Lab, 경영지원팀, 정보전략팀, 전략기획팀, 커뮤니케이션팀, 제삼기획, 제오기획 등 당사의 ESG 활동과 관련 있는 관련부서 20개팀이 당사의 ESG 활동을 적극 실행하고 있습니다.

ESG 정례회의

당사의 ESG 조직은 연4회 정례회의를 열어, 당사의 ESG 현안에 관해 심도 있는 회의를 진행하고 있습니다. 또한 이 회의 내용을 대표이사를 포함한 경영진에게 보고하여, 경영진이 당사의 지속가능성 이슈를 관리, 감독할 수 있도록 하고 있습니다.

제일기획 ESG 조직도



관련부서	관리 : 경영지원팀, 재무팀, 정보전략팀 인사 : 인사팀, 해외인사팀, 정보보안팀, 신문화팀, 커뮤니케이션팀 P M : 상생협력팀 기타 : 사회공헌단, 감사팀, 제삼기획, 제오기획, 솔루션부문지원팀, Creative Lab, 전략기획팀

이해관계자의 ESG 경영 참여

제일기획은 우리 사회의 지속 가능한 성장을 위해 사회적 책임을 충실히 이행하고자 합니다. 본 이해관계자 참여 프로세스는 제일기획의 모든 경영활동에 적용되며, 이를 통해 다양한 이해관계자들의 관심과 생각을 파악하여 의사결정 과정에 반영하고자 합니다.

주요 이해관계자

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

참여방법

이해관계자 특성을 고려한 소통 채널을 운영하여, 이해관계자의 관심사를 폭넓게 이해하여 제일기획의 경영활동에 반영하겠습니다.

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

이해관계자의 ESG 프로세스 참여

제일기획은 ESG 사무국, ESG 주관부서, ESG 관련부서 등 총 20개팀이 참석하는 분기별 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 공유
2차	- 각종 ESG 평가기관 평가 대응 관련, 관련 팀 주요 내용 협의
3차	- 주요 ESG 활동 연간 결과 공유 - 당해 보고서에 강조할 중요 ESG 주제 선정 협의
4차	- 당해 지속가능경영보고서의 중요 주제 내용 발표

당사는 홈페이지에 당사의 ESG 관련 현안을 공개하여, 주주/고객/지역사회/협력회사 등 주요 이해관계자에게 당사의 ESG 현안을 공유하고 있으며, 홈페이지에 ESG 대표 계정을 공개하여 주요 이해관계자가 당사의 ESG 프로세스나 ESG 현안에 관해 의견이 있는 경우 언제든 의견을 개진할 수 있도록 하고 있습니다. 이러한 소통채널을 통해 취합된 의견은 당사의 ESG 경영활동에 적극 반영하도록 할 예정입니다.

중요이슈 선정

제일기획은 '지속가능 경영을 위한 중요이슈'를 기업의 성장과 이해관계자에게 가장 중요한 이슈와 영역으로 정의합니다. 당사는 중요성 평가를 거쳐 당사의 가장 중요한 경제, 사회, 환경 측면의 이슈를 식별하고, 파악된 중요이슈들을 체계적으로 관리함으로써 지속 가능한 성장을 이루고자 합니다.

중요성 평가 프로세스

이슈풀구성

GRI 등 각종 ESG 참고지표, 동종업계 지속가능경영 동향, 당사 내부 이슈 등을 종합하여, 총 14개 이슈로 구성된 지속가능경영 이슈풀(POOL)을 구성하였습니다.

중요성 평가

미디어리서치, 내부 이해관계자 정례회의, 글로벌 경쟁사 벤치마킹, SASB등 국제 표준기준 검토 등을 거쳐 중요이슈 4개를 선정하였습니다.

중요이슈 선정결과

핵심 ESG이슈	관련 이해관계자	이슈의 중요성	관리 방안	보고 페이지
지속가능경영	임직원, 고객, 주주, 투자자, 지역사회, 국가 등	기업이 지속적으로 수익을 창출하고 성장해야 임직원들의 일자리를 유지/창출하는 것은 물론, 지역 및 국가경제에도 기여할 수 있음	- 사내 ESG 조직 구성 - ESG 정례회의 운영 - 이사회의 ESG경영 참여	36~38
친환경 경영	지역사회, 국가, 협력업체 등	광고제작환경 및 사무환경에서 배출되는 폐기물 및 온실가스를 최소화함으로써, 지역사회 및 국가의 2050 탄소 중립 비전에 기여할 수 있음	- 국내 광고업계 최초, 96개 협력회사와 『친환경실천 협약식』 체결 - 임직원 참여 『Green Cheil』 캠페인 시행	44~52
안전/보건	임직원, 협력업체, 고객 등	광고제작환경 및 사무환경에서 발생할 수 있는 안전사고를 제로화함으로써, 임직원/협력업체/고객의 안전과 건강을 도모할 수 있음	- 안전관리팀 신설 - 『광고 촬영장·전시장 안전관리 프로세스 및 매뉴얼』 정립 - 사업장 위험평가 및 정기적 안전점검	80~84
공정거래	협력업체, 국가 등	협력업체와 거래함에 있어 하도급법 등 관련법령을 철저히 준수함으로써 협력업체와 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 『공정거래 자율준수 사후 감시 시스템』 도입 및 운영 - 동반성장위원회의 『동반성장지수』 2년연속 최우수 및 공정거래위원회의 『공정거래협약』 3년 연속 최우수 수상	98~109

ESG 경영현황 공개

당사는 사업보고서 외에 이해관계자와의 소통을 활성화하기 위해 비재무정보를 담은 『2021년 지속가능경영보고서』를 발간하여 '22년 상반기에 당사 홈페이지에 공개할 예정입니다.

당사는 이를 위해 국내외 다양한 지속가능 정보 공개 관련 기준(GRI, 산업부의 『K-ESG 가이드라인』, 한국거래소의 『ESG 정보공개 가이던스』, WFE 등)과 국내외 주요 ESG 평가기관(KCGS, 국민연금, MSCI 등)의 평가항목 등을 모두 총합하여 당사 고유의 『ESG 정보 공개 지표』를 확립하였으며, 이 공개 지표에 포함된 모든 ESG 관련 데이터를 한국 본사 및 주요 해외 지점으로부터 취합하여 『2021년 지속가능경영보고서』에 담았으며, 이에 대해 독립된 검증 기관의 검증을 받았습니다. 당사는 『2021년 지속가능경영보고서』 발간을 시작으로, 매년 1회 지속가능경영보고서를 발간, 공개할 예정입니다.

Environment

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

Environmental Management System

환경 목표

제일기획은 매년 에너지 사용량, 온실가스 배출량, 탄소배출량, 용수 사용량, 폐기물 발생량 2%씩 감소를 목표로 삼고 있습니다. 당사는 이 목표를 달성하기 위해 매월 사용량과 배출 실적을 산출, 미진 사항 발생시 이를 즉시 개선하는 등 노력하고 있으며, 환경 목표를 관리담당자의 KPI에 반영하여 관리하고 있습니다.

* 목표 2% 달성시 10점, 1%이상 2% 미만 5점, 1% 이하시 0점

아울러 중장기적으로 신/재생에너지 100% 도입을 검토하고 있습니다.
'21년도에는 아래와 같이 세부 추진 계획을 수립하고 이를 이행하였습니다.

- 1월 – 공조기 외벽 누기 보수 및 보일러 세관 작업
- 2월 – 냉온수기 노후부품 교체 및 저녹스 버너 교체
- 3월 – 동파취약지역 히팅코일 전원 차단
- 4월 – 실외기 분해청소
- 5월 – 공조기 필터 교체 및 회의실 조명 LED 교체
- 6월 – 냉각탑 청소
- 7월 – 드레인배관 정비작업
- 8월 – 정화조 및 배기연도 누설 보수
- 9월 – 사무실 배연창 보수작업
- 10월 – 물탱크 수위센서 교체
- 11월 – 동파히팅코일 보수작업
- 12월 – 동파취약지역 누기 틈새부분 보수

환경 방침

기후 위험 완화를 위한 국내 친환경 광고제작 환경 선도

친환경 실천 협약식

제일기획은 광고 제작 과정에서 발생되는 탄소배출량을 최소화하기 위해서는 당사와 협력회사가 함께 유기적으로 협조해야 함을 인지하고, 최고경영자의 친환경 경영에 대한 적극적인 의지에 힘입어 업계최초로 협력회사 약 96개사와 함께 『친환경(ESG) 실천 협약』을 체결하였습니다. ('21.8.25)

위 협약의 주요 내용은 △제작현장에서의 폐기물 발생 최소화, △에너지 효율 제고 및 친환경 에너지 활용 장기적 추진 검토, △친환경 중심의 아이디어 발굴 및 콘텐츠 제작 협업 확대, △중대재해예방 등 안전보건 향상 등으로, 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 제작환경 조성을 위한 협력회사 지원제도 정비, △'22년 제작현장의 친환경 실천 정착 및 생활화 추진 등의 연도별(단기) 친환경 목표를 설정하여 관리하려고 노력 중에 있습니다.

▲『친환경 실천 협약식』('21.8.25)

협력회사 가이드를 통한 친환경 광고제작 환경 선도

① 협력회사의 운영에 있어 환경 관련 평가

협약 원년인 '21년에는 당사의 『광고 촬영현장 친환경 관리 가이드』를 바탕으로 협력회사의 자율적인 친환경 실천을 유도하고, 광고업의 상황을 반영하여 점차적으로 가이드 적용 대상 영역을 확대시켜 나갈 계획입니다.

또한 '22년부터는 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 노력하고 있습니다.

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

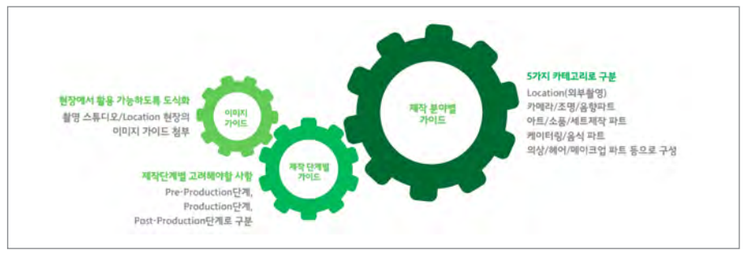
② 협력회사가 공급하는 제품에 대한 평가

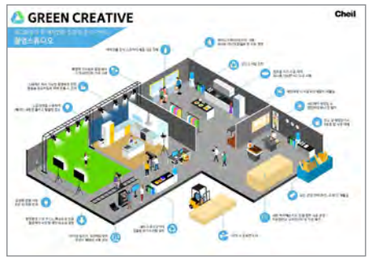
제일기획은 모든 협력회사를 대상으로 『광고 촬영현장 친환경 관리 가이드』를 제공('21.9.1)하여 협력회사가 친환경적인 제작 환경에서 광고 컨텐츠를 제작할 수 있는 기틀을 마련했습니다.

『광고 촬영현장 친환경 관리 가이드』는 △광고제작 단계별 세부 가이드, △제작 분야별 세부 가이드를 수록하여 협력회사에서 보다 쉽게 탄소배출 절감을 실천할 수 있도록 구성하였습니다.
광고업 특성상 상대적으로 영세한 협력회사가 친환경으로 광고물을 제작하는 데에는 한계가 있을 수 있기에, 광고업을 선도하는 제일기획이 함께 하나씩 실천해 나가겠습니다.

『광고촬영현장 친환경 관리 가이드 라인』 주요 내용

동 가이드라인은 촬영장 등 콘텐츠 제작현장에서의 친환경 실천을 위한 사안들을 규정 하였으며, 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.





환경경영 조직 및 성과 평가

친환경 경영

제일기획은 친환경을 최우선의 경영 가치로 삼아, 全 임직원이 함께 경영활동 시 발생되는 모든 환경오염을 최소화하자는 취지의 캠페인인 '그린제일' 캠페인을 진행하고 있습니다. 제일기획은 '그린제일' 캠페인을 통해 기후변화에 대한 임직원들의 인식을 고취시키고, 새로운 친환경 경영 아이디어를 발굴하여 광고업계의 친환경 문화에 앞장서고 있습니다.

환경경영 의사결정조직

당사의 환경경영 관련 현안은 연4회 개최하는 전사적인 ESG 정례회의를 통해 전사 ESG 관련부서 약 20개팀의 ESG 담당자 간 협의하고 있습니다. 정례회의의 내용과 결과는 ESG 사무국장이자 경영지원실 최고 임원인 경영지원실장에게 매번 정례회의 개최 시마다 보고하고 있으며, 2022년부터는 연2회 당사 최고 의사결정기구인 이사회에도 보고하도록 함으로서, 전사가 유기적으로 협력하여 친환경 경영 안건을 결정할 수 있도록 하고 있습니다.

* ESG 정례회의는 '21년부터 시행하고 있으며, 이사회 안건 상정은 '22년부터 시행 예정

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 사무공간의 환경경영 기획, 점검, 성과 관리 등 당사의 환경경영 관련 제반 실행 업무를 담당하고 있습니다.
또한, 매년 에너지 사용량, 온실가스 배출량, 탄소배출량, 용수 사용량, 폐기물 발생량 2%씩 감소를 구체적인 환경경영 목표로 삼고, 이 환경 목표를 관리담당자의 KPI에 반영하여 관리하는 등(목표 2% 달성시 10점, 1%이상 2% 미만 5점, 1% 이하시 0점), 총무팀의 환경경영 관련 성과를 평가하여, 친환경 책임경영을 실천하고 있습니다.

Environmental Management Activities

그린제일 (Green Cheil)

제일기획은 ESG 경영에 발맞춰 사내 친환경 조직문화 캠페인인 “그린제일”을 ‘21년 5월 런칭하고 경영진부터 사원들까지 모든 임직원이 참여해 환경과 관련된 인식을 새롭게 하고 환경경영에 도움이 될 수 있는 다양한 활동들을 전개하고 있습니다. 당사는 ‘21년을 시작으로, 앞으로도 매년 “그린제일” 캠페인을 지속적으로 진행할 계획입니다.

“Cheil” 브랜딩 텀블러 전사 배포

“그린제일”의 시작을 기념하며 임직원들의 친환경 생활을 응원하는 “Cheil” 브랜딩 텀블러를 全 임직원(사내 협력회사 직원까지 포함)에게 배포하여 일회용품 사용 절감을 통한 환경 보호에 동참할 수 있도록 하였습니다.

사내 카페 텀블러 사용 활성화 캠페인 실시

당사는 사내 카페의 일회용 플라스틱/종이컵의 소비량을 줄여 환경을 보호하는데 임직원들이 적극적으로 동참할 수 있도록 사내 카페 이용 시 텀블러 사용을 권장하는 캠페인을 실시하였습니다.

- 사내 카페 텀블러 사용 시 텀블러 세척솔 증정
- 텀블러 다회 사용 임직원 선정 및 시상
- 텀블러 사용 SNS 인증 시 환경단체 기부(WWF 플라스틱 프리 캠페인)

또한, 본 캠페인 종료 후에도 임직원들이 텀블러를 사용하는 친환경 습관을 유지하도록 기존 텀블러 할인 금액을 대폭 상향하였습니다. (200원 → 500원)

페이퍼리스 오피스 구축 관련 Green Tip 전사 게시 및 연계 활동 수행

불필요한 출력 최소화를 통한 페이퍼리스 오피스를 만들기 위해 △가능한 인쇄하지 않고 PC로 함께 보기, △문서 내용을 조정하여 인쇄 매수 줄이기 등 임직원들이 쉽게 참여할 수 있는 실천 사항을 “Green Tip”으로 선정함과 동시에 전 회의실에 TV를 설치하고 사내 어디서든 무선 인터넷을 활용 가능하도록 정비함으로써 참석자들이 PC 화면을 공유하며 업무를 보는 등 종이 낭비를 최소화하는 보고 및 회의 문화를 정착시켜 환경을 한 번 더 생각하는 제일기획이 되고자 노력하고 있습니다.

* 대표이사, 임원 대상 보고는 소프트 카피 보고 원칙 수립

Cheil “GoGo” 캠페인(일회용품 사용 줄이기) 실시

당사는 환경 보호를 위해서는 임직원들이 회사생활 안에서는 물론, 개인적인 일상생활에서도 무심코 사용하는 일회용품의 사용량을 줄여야한다는 점을 강조하기 위한 취지의 “일회용품 사용 줄이Go, 그린제일 실천하Go” 캠페인을 실시하고, 임직원들의 자발적인 캠페인 참여를 유도하였습니다.

- 비닐봉지 대신 장바구니, 일회용 컵 대신 텀블러, 음식 포장시 다회용기 사용 인증
- 참여 임직원 전원에게 친환경 대나무 칫솔 및 고체 치약 세트 증정
- 최다 참여자 대상 친환경 상품 증정
  (노플라스틱 목욕 제품, 픽업 전용 글라스락, 방화복업사이클링 에코백 등)
- SNS 인증 시 환경단체 기부(WWF 플라스틱 프리 캠페인)

“그린제일” 캠페인 아이디어 공모전 실시

당사는 친환경 아이디어를 임직원들이 직접 제안하고 자발적으로 참여하도록 함으로써, 제일기획의 상황에 적합한 친환경 아이디어를 발굴하고 실천하여 “그린제일” 문화를 정착시키고자 임직원 참여 공모전을 진행하였습니다.

[공모전 주제]
- 전사 임직원 참여형 그린제일 실천 캠페인 기획
- 사내 생활환경의 그린제일화 관련 제안
- 그린제일 관련 인식 개선 및 친환경 실천 독려 아이디어

위 공모전을 통해 총 21개의 재미있고 참신한 친환경 아이디어가 접수되었고, 3개 그룹 26인의 평가단(ESG 사무국, E/S/G 주관 부서장 등)이 심사하여, 최우수상 1팀(그린제일 에코백), 우수상 2팀(3초컷 그린제일, 북극곰 빙산 페이퍼 타올)이 선정되었으며, 응모된 모든 친환경 아이디어 제안서는 검토를 거쳐 친환경 아이디어 Pool로 활용할 예정입니다.
그 밖에 사내 종이컵은 친환경 크라프트지 소재로, A4 용지는 FSC 인증지로 교체하는 등 친환경 사무환경 조성을 위해 함께 힘쓰고 있습니다.

GREENCHEIL

그린제일

그린제일은 제일기획이 그리는 친환경 미래입니다

불필요한 출력을 최소화하는 업무 문화를 지향합니다
자원 낭비와 탄소 배출을 줄이는 사무 환경으로 개선합니다
환경보호의 필요성을 인지하고 그 실천을 생활화합니다

환경교육 실시

제일기획은 '21년 하반기 컴플라이언스 교육을 통해 숯 임직원에게 환경 관련 교육을 진행하였습니다.

올해 교육에서는 ESG 경영의 의미와 중요성, 당사의 ESG 조직구성 및 『Green Cheil 캠페인』 등 당사의 친환경 경영 관련 '21년 추진 내용을 소개하고, 환경부와 공익광고협의회가 공동 제작한 "다회용기 사용 독려" 영상도 함께 소개하였습니다.

당사는 앞으로도 매년 1회 숯 임직원 대상 친환경 교육을 실시하여 임직원들의 친환경의식을 함양하고, 임직원들과 친환경관리에 대한 공감대를 형성해 나갈 예정입니다.

교육일시	'21.9.30 ~ '21.11.16
교육대상	숯 임직원 (수료율 100%)
교육내용	ESG 의미와 당사 ESG 조직, 친환경 관련 '21년 추진 내용 소개, 『Green Cheil 캠페인』 소개 및 다회용기 사용 독려 등

또한, "제작현장에서의 친환경 관리 가이드"에 대한 설명 영상을 제작하여 내부 교육플랫폼인 CIC에 공개함으로써 숯 임직원들에게 광고 제작 현장에서의 친환경 활동에 대한 교육을 실시하였습니다.

교육일시	'21.10.12 ~ '21.10.31
교육대상/교육방법	숯 임직원 / CIC를 통한 동영상 교육(13분)
교육내용	『제작 현장 친환경 관리 가이드』, 『촬영장 아동·청소년 권익보호 가이드라인』 등 설명

환경경영 실천을 위한 투자

제일기획은 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 2% 절감을 목표로, 보일러 및 냉온수기 효율 향상을 위해 매년 약 13,000,000원을 투자할 계획을 수립하고 이를 이행하여 세관 작업을 진행하고 있으며, 동절기 난방 효율 향상을 위해 매년 약 500,000원을 투자할 계획을 수립하고 이를 이행하여 난방 취약지역에 에어캡 설치 등을 진행하고 있습니다.

친환경 인증 제품 제작

당사는 빠르게 변화하는 국내외 광고 마케팅 환경에 발맞춰 기존의 광고 마케팅 분야 외에도 소비자에게 새로운 가치를 제공할 수 있는 신규 비즈니스를 지속 검토하고 있는 가운데, 소비자들에게 새로운 '소비의 가치'를 제공하기 위한 취지에서 '20년 3월 이커머스몰인 '제삼기획'을 런칭하였습니다. '제삼기획'은 런칭 이후 자체제작 상품 판매에서 콘텐츠를 중심으로 한 콜라보레이션 상점으로 컨셉을 확장하여 다양한 제품을 선보이고 있습니다.

당사의 이커머스팀인 '제삼기획'은 삼성증권과 협업하여, 삼성증권에서 광고홍보용으로 활용했던 폐현수막, 엑스배너를 수거하여 친환경 패션 굿즈를 만드는 프로젝트를 진행하였습니다. 당사의 굿즈 제작 협업 업체 "큐클리프"가 취득한 인증인 "GRS(Global Recycled Standard)"는 섬유 및 의류 생산 과정에 재활용 원료가 사용되었음을 증명하기 위한 기준으로, 20% 이상의 리사이클 원료를 함유한 제품만 취득할 수 있는 국제 인증입니다.

당사는 해당 인증을 취득한 친환경 원단 및 리사이클 소재를 활용하여 도시락 가방, 동전 지갑 등의 친환경 굿즈를 제작하였고, 삼성증권의 인스타그램 계정에 응원댓글 및 '좋아요'를 누른 고객을 대상으로 추첨을 통해 해당 굿즈를 증정하였습니다. ('21년 9월 ~ 11월)

또한, '제삼기획'은 앞으로도 굿즈 프로젝트 진행 시 친환경 패키지를 적극 활용할 예정으로, '22년에도 삼성증권 등 주요 클라이언트를 대상으로 친환경 패키지를 제안할 예정입니다.

지역사회를 위한 환경보호 활동

당사는 지역사회內 환경정화 봉사 활동으로, △서울 숲 가꾸기(봄철 맞이 나무심기, 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-19 이후 단체 모임/행사가 금지되어 2년간 진행하지 못하고 있습니다. 향후 코로나-19의 전파 위험이 사라지면 기존의 지역사회 환경정화 봉사활동을 계속적으로 진행할 예정입니다.

GREEN CREATIVE

Outcome of Environmental Management

온실가스

온실가스 배출량 감축 목표

제일기획은 에너지 및 온실가스 多배출 및 할당대상기업은 아니나, 매년 에너지 사용량과 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 절감을 위해 노력하고 있습니다.

온실가스 배출량 감축 활동

제일기획은 기후변화 대응과 온실가스 배출량 감소를 위해 임직원 모두가 함께 만들어 가는 친환경 문화 캠페인인 '그린제일 캠페인'을 실시하여, 온실가스 배출을 줄이고 자원 낭비를 개선하며 환경 보호의 필요성을 인지하고 그 실천을 생활화하기 위해서 회사와 임직원 모두가 노력하고 있습니다.

아울러 온실가스 저감을 위한 서울시 교통수요관리를 위해 재택근무, 시차 출근제, 업무택시제에 참여 중입니다.

※ 최근 5개년 온실가스 배출량 감축 실적

당사의 5개년간 온실가스 배출량 데이터는 아래 표와 같습니다.

온실가스 배출량

단위 : tCO_2e

구분	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'21년 감축량
Scope 1	794.807	841.823	736.138	729.864	716.996	12.867
Scope 2	1,145.193	1,199.007	1,215.535	1,145.782	1,147.626	1.844↑
Scope 3	12.494	13.448	11.806	10.363	10.938	0.575↑
합 계	1,952.494	2,054.278	1,963.479	1,886.009	1,875.560	10.448

Scope1 : 가스(고정연소), 유류(이동연소) / Scope2 : 전기 / Scope3 : 퀵 서비스

원단위 온실가스 배출량

단위 :tCO_2e/매출액(조원)

구분	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'21년 감축량
Scope 1	235.505	242.056	215.144	265.608	215.638	49.970
Scope 2	339.326	344.760	355.253	416.966	345.151	71.816
Scope 3	3.702	3.867	3.450	3.771	3.290	0.482
합 계	578.534	590.683	573.848	686.345	564.078	122.267

Scope1 : 가스(고정연소), 유류(이동연소) / Scope2 : 전기 / Scope3 : 퀵 서비스

에너지

에너지 사용량 저감 활동

당사에서 사용하는 에너지에는 전기와 가스(LNG)가 있으며, 에너지 사용량 절감을 위해 모든 임직원이 노력하고 있습니다.

당사는 전기 사용량 절감을 위해 LED조명 교체(회의실, 화장실 등 '21년 50개소 교체 진행)를 매년 지속적으로 실시하여 에너지 절감 및 폐전구 발생을 최소화하고 있으며, △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 △'걷고 싶은 계단' 조성 및 △휴일/야간시 감축 운행을 실시하고 있습니다.

또한, 가스 사용량 감축을 위해서는 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.

이밖에도 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.

※ 최근 5개년 에너지 사용량 저감 실적

당사의 5개년간 에너지 사용량 데이터는 아래 표와 같습니다.

에너지 사용량

단위 : TJ

구분	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'21년 감축량
전기	23.931	25.055	25.400	23.942	23.981	0.039↑
가스	10.313	11.628	10.093	9.656	9.515	0.141
합 계	34.244	36.683	35.493	33.598	33.496	0.102

원단위 에너지 사용량

단위 : TJ/매출액(조원)

구분	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'21년 감축량
전기	7	7	7	9	7	2
가스	3	3	3	4	3	1
합 계	10	10	10	13	10	3

신/재생 에너지 사용 계획

당사는 향후 건물 옥상 부지를 활용하여 태양광 에너지 집열판을 설치, 신재생 에너지원을 도입하여 에너지 절감 및 탄소배출량을 최소화할 계획입니다.

원부자재 절감 활동

당사는 제조업 등 제품을 생산/판매하는 업종은 아니지만, 사내 친환경 업무 인프라 구축을 위해 페이퍼리스 캠페인을 진행하고 있으며, A4 용지[FSC(산림관리협의회) 인증紙] 및 종이컵(친환경 크라프트紙)을 친환경제품으로 교체하고, 종이컵 사용을 최소화하기 위해 全 임직원에게 텀블러를 제공하고 텀블러 사용시 인센티브(사내 카페이용시 500원)를 제공하고 있습니다.

또한 플라스틱 사용을 최소화하고자 'Cheil Go Go'[일회용 플라스틱 사용은 줄이고(Go)! 그린제일 실천하고(Go)] 캠페인을 진행하여 재사용 우산 커버 사용, 일회용 비닐봉투 사용 금지, 일회용 종이컵 사용 금지, 플라스틱 칫솔 사용 금지 캠페인을 실시하여 생활 속에서 플라스틱 등 일회용품 사용을 줄이는 실천적인 친환경 캠페인을 진행하고 있습니다.

또한, 전자계약시스템을 도입하여 하도급기본계약서(약 900건, 1건당 29Page분량)*, 하도급개별용역계약서, 견적서, 목적물수령증명서, 검사결과통지서, 산출물내역서(약 9,000건, 1건당 7Page분량)** 등을 전자문서로 처리함으로써, 연간 약 18만장의 종이를 절감하였습니다. (제일기획 및 협력회사 합산)

* 900건 × 29page × 2(제일기획, 협력회사) = 52,200page

** 9,000건 × 7page × 2(제일기획, 협력회사) =126,000page

용수 사용량 저감 활동

당사는 제조/유통/판매를 업으로 하는 회사가 아니므로, 생산단계에서 사용하는 용수는 없습니다. 그러나 일상적인 사무환경에서도 용수 사용량을 줄이기 위해 세면대 급수량을 조절하여 적정 수압 유지, 양치컵 사용 등 일상생활에서 실천할 수 있는 용수 사용 저감 활동을 실시하고 있습니다. 당사는 이렇듯 용수 사용량 자체를 줄여 폐수도 줄이고 있습니다.

※ 최근 5개년 용수 사용량

당사의 5개년간 용수 사용량 데이터는 아래 표와 같습니다.

용수 사용량

단위 : 톤

구분	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'21년 감축량
용수	25,643	23,702	22,109	21,953	22,118	165↑

원단위 용수 사용량

단위 : 톤/매출액(억원)

구분	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'21년 감축량
용수	7,598	6,815	6,462	7,989	6,652	1,337

폐기물 배출량 저감 활동

당사는 플라스틱류/종이류/캔류 등으로 구분하여 재활용품을 배출하여, 폐기물 배출량을 저감하고 있습니다.

※ 최근 5년간 폐기물 배출량

당사의 5개년간 폐기물 배출량 데이터는 아래 표와 같습니다.

단위 : 톤

구분	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'21년 감축량
폐기물	-	38	41	27	23	4

대기오염 물질 배출 저감 활동

당사는 제품 생산 공정이 없기에, 대기오염 배출 시설은 건물 난방을 위한 보일러가 유일하며, 대기오염 배출량을 줄이고자 저녹스 버너로 보일러를 교체했습니다.

※ 최근 5개년간 대기오염 물질 배출량

당사의 5개년간 대기오염 물질 배출량 데이터는 아래 표와 같습니다.

단위 : g

구분	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'21년 감축량
NOx	49	60	58	52	40	12

환경 관련 법/규제 준수 및 환경정보 공개 등

당사는 환경 관련 법/규제를 모두 준수하고 있으며, 최근 5년간 환경 관련 법/규제를 위반한 사례가 없습니다.

또한, 당사는 환경기술산업법 등 관련 법령에 따라, 당사 모든 사업장에 대한 환경정보를 환경부의 『환경정보 공개시스템』을 통해 공개할 예정입니다. 당사는 '22년 6월 말까지 '21년도의 환경정보를 『환경정보 공개시스템(www.env-info.kr)』에 등록할 계획이며, 이는 한국환경산업기술원의 검증과정을 거쳐 '22년 12월에 대국민 공개될 예정입니다.

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

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

Outcome of Environmental Management

[정리] 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	- 페이퍼리스 캠페인 진행 및 실천방안 전사 게시 - 대표이사/임원 보고 時 페이퍼리스(소프트 카피) 보고 원칙 - 팀內 공통업무자료는 시스템을 통한 공유로 불필요한 출력 최소화 - 사내보 等 사내 紙類 커뮤니케이션의 디지털化 검토 - 全 회의실 內 모니터 설치 진행, 사내 무선 인터넷 상시 지원
일회용품 사용 최소화	- 사내 텀블러 사용 독려 - 재사용 우산 커버 제공	- 친환경 실천을 위한 개인用 텀블러 제공 및 텀플러 이용 時 사내 카페 할인혜택 제공 等을 통한 사용 독려 - 우천時 일회용 우산 커버를 지속 再사용 가능한 용품으로 대체
친환경 사무용품 교체	- 종이컵/화장지/복사 용지를 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' 旣조성('17.8月)
빌딩 에너지 절약	- 하절기 및 동절기 적정온도 관리를 통한 냉난방에너지 사용량 절감 - 조명 전기 사용량 감축	- 하절기 26℃±1℃(반바지,노타이 等 cool-biz 도입), 동절기 23℃±1℃ 유지 - LED 조명으로 교체를 통한 전기 사용량 감축 및 형광등 等 폐등기구발생 최소화
서울시 교통량 감축 프로그램 참여	- 임직원의 대중교통 이용 유도를 위한 사내 제도 및 인프라 운영	- 업무택시제, 주차장 이용 제한 및 자전거 보관소 설치 等
대기오염 물질 배출 축소	- 친환경 보일러用 버너 교체	- 대기오염물질 발생 축소를 위한 低녹스(친환경) 버너 교체/도입
환경보호를 위한 사회공헌 활동	- 임직원의 환경보호 사회공헌 독려	- 사내 식당 잔반 줄이기 캠페인 진행 - 회사 사회봉사단 주관으로 환경 캠페인 이슈 等 사내 공유
친환경 실천 활성화를 위한 이벤트 진행	- 임직원의 친환경 생활 습관 독려	- 플라스틱 사용을 최소화하고자 'Cheil Go Go'[일회용 플라스틱 사용은 줄이고(Go)! 그린제일 실천하고(Go)] 캠페인을 진행 - “Green Cheil” 캠페인 아이디어 공모전 실시
환경교육 실시	- 임직원의 환경 관련 인식 개선 및 공감대 형성	- ESG 관련 '21년 추진 내용 소개 및 다회용기 사용 독려
환경경영 실천을 위한 투자	- 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 절감	- 보일러 및 냉온수기 효율 향상을 위해 매년 약 13,000,000원 및 난방 취약지역 에어캡 설치 등을 위해 약 500,000원 투자
친환경 인증 제품 제작	- 광고주와 협업하여 친환경 패션 굿즈 제작	- 리사이클 원단 국제 인증인 “GRS 인증”을 취득한 원단 및 리사이클 소재를 활용하여 도시락 가방, 동전 지갑 등의 굿즈 제작

Social

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

Human Rights Management

인권경영정책

제일기획은 UN의 세계인권선언과 기업과 인권 이행 원칙을 지지하며, 아래와 같이 홈페이지에 인권경영정책선언을 항시 게시하고 있습니다.

임직원의 다양성 존중 및 인권보호

Global 사업영역이 확대됨에 따라 인재선발 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 세계인권선언과 기업과 인권에 관한 지도원칙 (UN Framework and Guiding Principles on Business and Human Rights) 등을 적극 지지하고 있습니다.

광고 제작 환경에서의 인권 보호 선도

제일기획은 아동·청소년 광고출연자의 인권을 보호하기 위하여 유엔아동권리협약 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 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 준수해야하는 책무입니다. 당사는 '21년 8월에 협력회사들과 함께 진행한 『친환경 실천 협약식』에서 본 가이드라인도 함께 공개/배포하였으며, 『상생협력 파트너포털』에도 게시하여 제일기획과 일하는 모든 협력회사들도 제작현장에서의 아동·청소년 권익을 보호할 수 있도록 함께 노력하고 있습니다.

* 상생협력파트너포털(https://partner.cheil.com/srp/index.do)

인권침해 예방 프로그램

당사는 근로자 인권침해 예방을 위해 회사 게시판 내 『고충 지원 채널』을 운영하여 임직원들이 인권침해로 불편을 겪을 수 있는 사항을 예방하고, 이 채널을 통해 접수된 사항에 대해서는 사내 처리 절차에 따라 투명하게 조치하고 있습니다.

인권 교육 프로그램

제일기획은 인권교육 프로그램의 일환으로, 매년 全 임직원을 대상으로 하는 『직장내 괴롭힘 예방교육』(20분 교육)과 『장애인 인식 개선 교육』(65분 교육) 등을 당사 온라인 교육 플랫폼인 CIC를 통해 운영하고 있습니다.

이는 全 임직원 필수교육으로, '21년에는 9.30 ~ 10.29, 총 4주간 진행되었습니다.

* 수료율 100% (1,184명 수료/ 휴직자, 임원, 외국인 등 제외)

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

* '21년에는 차별 관련 신고가 없었습니다.

근로자의 다양성

근로자 인적 구성의 다양성

제일기획은 근로자 인적 구성의 다양성을 위해 적극적으로 노력하고 있습니다. 특히, 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 세대간 고용 불균형 이슈도 고려하여 근로자간 세대 균형이 이루어질 수 있도록 노력하고 있습니다.

또한, 당사는 당사에 재직 중인 다양한 근로자들을 합리적 근거 없이 차별하지 않으며, 최근 5개년간 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 있고, '21년 기준 전체 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 지원제도를 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 10일(다태아 20일) 신청 가능 * (법) 최대 10일 → (당사) 다태아의 경우 최대 20일

육아 지원

구분	내용
육아휴직	만12세 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	만8세 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/은퇴준비 등의 사유가 있는 경우 1년 사용 가능
가족 돌봄 휴직	가족의 질병/사고/노령/자녀양육으로 인해 30일 이상 가족 돌봄이 필요한 경우, 연간 90일 사용 가능
가족 돌봄 휴가	가족의 질병/사고/노령/자녀양육으로 인해 간병이 필요한 경우 연간 90일 가족 돌봄 휴직기간 중 최대 20일 사용 가능 * (법) 연 최대 10일 → (당사) 연 최대 20일

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	인가정원	운영시간	대지면적
'08.6.2	45명	7:30 ~ 19:30 (24시까지 연장보육)	152평 (지상2층, 지하1층)

아이제일 어린이집 교직원 현황 및 아동 대 교사 비율

* '22년 1월 기준

원장	보육교사	영양사	조리사	사무원	계
1명	7명	1명	1명	1명	11명

구분	영유아보육법	아이제일
만1세	1:5	1:4
만2세	1:7	1:6
만3세	1:15	1:12
만4세	1:20	1:12
만5세	1:20	없음

또한, 아이제일 어린이집의 입소 기준은 1순위가 한부모 가정 및 여사원, 2순위가 맞벌이 남사원으로, 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	'21년
재원 아동 수(연평균)	28명
어린이집 이용 임직원 수(연평균)	27명
회사 지원금(연간)	512,918,000 원

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

	'19년	'20년	'21년
평균 근속연수 (년)	8.23	8.93	9.58

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, 외부JOB 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 성과평가는 업적 평가와 역량 평가로 구성되어 있습니다. 업적 및 역량평가는 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 '업적고과 중간리뷰'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 연1회 실시되는 평가에 충실히 대응할 수 있도록 배려하고 있습니다.
또한, 부서장/본부장 평가에 앞서 평가를 받는 임직원과 개별 면담을 하도록 권장하고, 평가결과 기입 시 해당 평가의 구체적인 근거를 자세히 서술하도록 함으로써 객관적이고 공정한 평가가 되도록 노력하고 있습니다.

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

성과평가 절차
업적/역량평가 목표 설정 → 업적 고과 중간 리뷰 → 1차 고과 평가(부서장) → 2차 고과 평가(본부장) → 고과 이의신청 → 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 복리후생제도들을 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
	피트니스센터	레포츠 센터 및 피트니스 센터 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
	i-book	업무 및 자기계발 관련 전자도서 열람 서비스
휴식	워터파크	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

일과 생활의 균형을 추구하는 근무환경

제일기획은 주52시간 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.

이렇듯 임직원들이 더욱 자율적으로 근무시간을 관리할 수 있게 됨에 따라, 월 의무 근무시간을 충족하면서 하루 4시간만 근무하면 자율적으로 퇴근하여 개인시간을 활용할 수 있는 『영차 데이』를 신설하여, 임직원들이 이를 적극적으로 사용할 수 있도록 권장하고 있습니다.

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

창의적 조직문화

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

온라인 소통 공간 “i-pub”

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

코로나19 방역 관련 엘리베이터 도어 디자인 공모전

코로나19 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 실시하여, 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 있습니다.
특히, 올해는 광고주와의 관계에서 발생하는 고충과 개인회생/신용회복 상담 관련 카테고리를 추가하여 임직원들이 업무 내외적으로 겪는 어려움에 주목하여 이를 해소하고자 노력했습니다.

발명생활

광고회사/광고인다움을 일깨울 제일기획만의 유쾌한 조직문화 구축을 목표로 사업성이나 실현가능성은 의식하지 않고 오직 창의성에만 초점을 맞춘 아이디어 공모전『발명생활』을 기획하였으며, ‘18년『발명생활』공모전을 실시한 이래 현재까지 총 4회에 걸쳐 다양하고 재미있는 아이디어들이 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’ 등을 통해 상품화를 추진하고 있습니다.

리스펙트(Respect) 캠페인 및 마스크 배포

제일기획 노사협의회 ‘사랑사랑’의 주관으로 임직원 간 상호 존중하는 문화를 확산 및 정착시키기 위해『Respect 캠페인』을 실시하였습니다. 캠페인 확산을 위해 캠페인 포스터를 사무공간 곳곳에 부착하고 Respect 브랜딩 굿즈(마스크 키트)를 배포하여 임직원 관심도 제고를 꾀하였습니다.

SCI 기업문화진단

당사는 건강한 조직문화 구축을 위해, 현 조직문화 수준 진단 및 개선 차원에서 매년 SCI 기업문화진단을 실시하여 그 결과에 따른 다양한 활동을 추진하고 있습니다.

마음건강센터 Hyu

제일기획 마음건강센터 『Hyu』는 임직원의 스트레스 관리와 심리상담 지원을 목적으로 2010년에 설립되었으며, 박사급 심리상담 전문가가 전담하여 다양한 심리상담 및 심리교육 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 워크샵), Family Care(가족 심리진단, 상담프로그램)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 명상프로그램을 지원하고 있습니다. **2. 사랑愛가족상담** 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 자기계발, 목표 성취, 행복 추구 등 일과 삶과 관련된 다양한 이슈에 대한 솔루션 코칭을 제공하고 있습니다. **2. Team Beyonding** 팀 전체 성격·강점 진단 심리검사를 활용하여 팀 발전을 위한 제언 및 조직 내 다양한 의견을 효과적으로 공유·논의되도록 돕는 팀 비전 워크샵을 운영하고 있습니다. **3. Family Beyonding** 부부간의 대화법, 자녀양육 및 진로 적성(학습)상담 등 가족 맞춤 코칭을 지원함으로써 가족 구성원의 관계 회복과 성장을 지원하고 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 입문교육, △직무/비즈니스 역량을 강화하는 직무 및 공통 교육, △조직 내 리더십을 제고하고 소통 역량을 향상하는 리더십 교육, 그리고 △글로벌 리더를 양성하는 해외 파견 프로그램 등으로 구성되어 있으며, 보다 효과적인 교육 운영을 위해 타 삼성 관계사 및 다양한 협력회사들과 함께하고 있습니다.

근로자 1인당 교육훈련비/교육시간

제일기획은 과거 5개년의 교육훈련비 데이터를 관리하고 있으며, '21년 사업보고서 기준, 제일기획의 근로자 1인당 교육훈련비는 1,159,000원입니다.

※ 근로자 1인당 평균 교육 시간

'21년 제일기획의 총 교육 운영 시간은 33,286시간으로, 임직원 1인당 평균 교육 시간은 25.1시간입니다.

* 전체 근로자 수 1,326명

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 컨텐츠 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 양성과정, △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 임직원간 소통의 가교 역할을 하는 노사협의회 '사랑사랑'이 있습니다. '사랑사랑'은 근로자참여법에 따라, 직원들의 직접 선거를 통해 선출된 "근로자위원" 10명과 대표이사 및 대표이사가 위촉한 "사용자위원" 10명으로 구성되어 있습니다.
'21년에는 코로나19 상황으로 인해 모바일 투표를 통한 임직원 직접 투표를 진행하여 '7기 사랑사랑'이 선출되었습니다. 이후 사내 게시판 'i-pub'에 '사랑사랑' 카테고리를 신설하는 등 임직원과의 소통에 박차를 가하며 제일기획만의 창의적이고 상호존중하는 조직문화를 만들고자 노력하고 있습니다.
또한 분기별 정기 협의회, 필요시 임시 협의회 등을 통해 노사간 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/보건 경영방침

제일기획은 안전사고 예방을 위해 법과 원칙을 준수하며, 모든 이해관계자와 임직원의 안전을 최우선의 가치로 삼아 안전제일 문화를 선도합니다. 당사는 모든 경영활동에 있어 안전·보건 업무를 최우선 순위로 생각하며, 경영진은 이에 대하여 솔선 수범하고 있습니다. 또한 관련 법규를 준수하고 안전한 근무환경을 조성하며, 임직원의 건강증진활동을 실시하고, 촬영장 등 이동사업장의 안전을 제일로 하며 협력회사와 상생관계를 유지하고 지속적인 안전활동을 전개해나가고 있습니다. ('22년 안전경영방침 개정 내용)

안전/보건 관리 체계의 강화

제일기획은 '22년부터 시행되는 중대재해처벌법을 대비하여 회사의 안전/보건 관리 체계를 대폭 강화해 왔습니다.

관리 체계를 크게 △이태원 본사 및 GT 타워 등 시설 안전 및 임직원 보건관리, △촬영장과 전시장과 같은 외부 이동 사업장 안전관리 분야로 구분하여 안전보건 조직 및 인력을 보강하였으며, 교육·캠페인 등을 통한 임직원들의 안전의식 고취, 사내 시설 전반에 대한 위험성 평가 및 상주 협력회사에 대한 교육 등 사업장 안전관리 강화를 추진해왔습니다.

특히 광고촬영장·전시장 등 외부 이동사업장의 안전관리 프로세스를 새롭게 재정립하고 전문가 컨설팅을 통해 『안전관리 매뉴얼』을 수립하여 임직원 및 협력회사 등에 배포함으로써 업계의 선도적인 역할을 하였습니다.

안전/보건 전담조직 신설 및 전문가 확보

제일기획은 광고 촬영·전시장 안전 등 광고業 특성을 고려한 전문적인 안전/보건 관리를 위해 업계 최초로 안전보건업무 전담 조직(안전관리팀)을 신설하고, 산업안전기사 자격 등을 보유한 전문인력을 신규 채용하였으며, 자체적으로 안전/보건 전문가 육성을 지원하고 있습니다. 당사는 전담조직 신설 및 전문인력 확보를 통해 '22년부터는 보다 체계적이고 전문적인 안전/보건 관리를 추진할 계획입니다.

사업장 시설 위험평가 및 안전점검

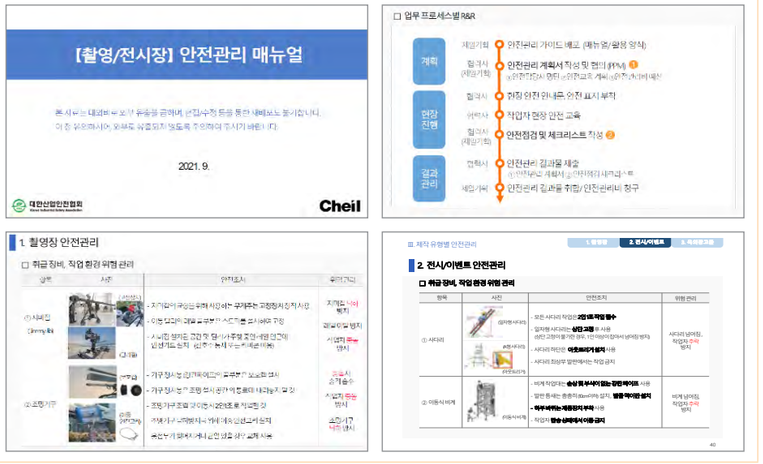
제일기획은 이태원 본사와 GT 타워 등 사업장 시설 등에 대한 정기 위험성 평가를 통해 임직원들이 보다 안전하고 쾌적한 근무환경에서 생활할 수 있도록 노력하고 있습니다. 안전사고 위험이 있는 관리 사각 지역에 CCTV를 추가로 설치하고 담당자가 매주 안전점검을 진행하고 있으며, 담당 임원 주관으로 상하반기 각 1회 시설 안전점검을 진행하고 있습니다.

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 발생시 행동요령 등 안전과 관련된 전반적인 내용을 수록하고 있습니다.

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

촬영장·전시장 안전관리 매뉴얼



교육 – 임직원 안전의식 고취

안전/보건 관리는 임직원의 관심과 참여가 필수적입니다. 제일기획은 임직원의 안전의식 고취를 위해 상/하반기 각 1회 全 임직원을 대상으로 안전교육(온라인)을 실시하였습니다. 상반기에는 중대재해처벌법의 주요내용 및 회사의 준비상황에 대한 교육을, 하반기에는 촬영장·전시장에서의 안전관리에 대한 교육을 진행하였습니다.

또한 全 임원을 대상으로 사외 전문가를 초청하여 중대재해처벌법 시행에 따른 경영진(임원)의 안전 의무에 대한 특강을 진행하였으며, 상/하반기 각 1회 대표이사가 사내방송을 통해 임직원들에게 안전/보건에 대한 관심과 실천을 당부하는 메시지를 전달하였습니다.

또한 임직원들이 직접 일상생활 및 업무 중에 발생할 수 있는 안전 위험요소에 대한 개선의견을 제안하는 '안전Cheil 캠페인'을 진행하여 임직원들의 참여를 독려하였습니다.

무재해 사업장 달성

제일기획은 '21년 단 한 건의 안전사고(재해)도 발생하지 않아 무재해 사업장을 달성하였습니다.

구분	'21년
도수율*	0.000
재해율**	0.000

* (재해건수 ÷ 연근로시간) × 1,000,000
** (재해자수 ÷ 근무자수) × 100

임직원 및 가족의 건강과 안전을 위한 Care 프로그램 운영

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

全 임직원에 대해서는 건강검진 프로그램을 운영하고 있으며 임직원 배우자에 대한 건강검진(C2직급 이상)도 지원하고 있습니다. 또한 의료비 실손보험 가입을 통해 임직원 및 배우자·자녀의 의료비를 지원해 오고 있습니다

제일기획은 임직원들의 마음 건강 관리를 위해 사내에 심리상담센터인 'Hyu센터'를 설치, 운영 중이며 전문 상담사가 상주하여 임직원(가족)에 대한 심리검사 및 개인상담, 영덕연수원 명상 프로그램 등 힐링 프로그램 운영, MBTI 등 조직 활성화 컨설팅 등 다양한 심리건강 Care 프로그램을 운영하고 있으며, 최근에는 외부 전문 재무 컨설팅 업체와 제휴하여 개인 부채 등으로 경제적 어려움에 처한 임직원에 대한 지원도 진행하고 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 7개 협력회사의 근로자도 포함하여 운영하고 있습니다, 당사는 매월 협력회사 대표와 안전/보건 협의체를 운영하고 있으며, 안전/보건 협의체 진행 시 매월 협력회사 임직원 대상 안전 교육을 진행하고 있습니다. 또한 당사와 동일하게 매년 작업장 위험성 평가를 실시하여 위험요소를 사전에 제거하고, 위험한 작업에 대한 작업중지권을 부여하는 한편, 각종 안전/보건 장비 및 시설을 지원하고 있습니다.

또한 당사는 촬영·전시 등 외주 협력회사(500여개)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 지원할 계획입니다. 2021년 8월 25일에는 주요 외주 협력회사 100여개사와 함께 제작 현장 중대재해 예방 실천 내용이 포함된 『친환경(ESG) 협약식』을 진행하기도 했습니다.
한편, 카카오톡 『제일기획 안전관리팀』 채널을 개설하여 촬영·전시 등 현장에서 발생할 수 있는 아차사고, 작업중지권 사용 관련 사항 등 안전보건 관련 이슈에 대한 협력회사 근로자의 의견을 청취하고 있습니다.

촬영장 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('21.7월 ~ 12월), 테스트 결과, 안전사고가 발생하지 않았습니다.

정보보호/ 개인정보보호 체계

정보보호 관련 정책 및 체계

당사는 PC보안, 문서보안, 시스템보안 등에 대한 『정보보호정책』을 수립하고, 법 제/개정 사항 및 정보보안 관련 이슈 사항을 수시로 반영하고 있습니다. 또 이를 사내 게시하여 全 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, 보호체계를 갖추고 있습니다.

개인정보보호 관련 정책 및 체계

제일기획은 당사가 보유한 개인정보 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 全 임직원이 확인할 수 있도록 별도 공지하고, 개정된 『내부관리계획』 전문을 언제든 확인할 수 있도록 관련 게시판에 상시 게시하고 있습니다.
아울러 당사는 개인정보 보호를 위한 당사의 의무사항을 임직원들이 숙지할 수 있도록, 연 2회 진행하는 개인정보보호교육을 통해 사내 변호사가 『내부관리계획』의 주요 내용을 교육하고 있으며, 최근 발생한 국내외 개인정보보호법 위반 사례와 당사 가이드라인을 『Compliance News Letter』 등을 통해 전파하고 있습니다.

'21년 개인정보보호정책 준수를 위한 Compliance News Letter 발송 내역

- 10년 쓴 연락처가 ○○에서 무단 사용됨 (10월)
- 최근 개인정보보호법 위반 제재 사례 (9월)
- 유럽 학부모, 아동 개인정보 불법 수집한 ○○ 상대로 소송 제기 (7월)
- AI챗봇 ○○, 개인정보 불법 활용으로 집단소송 (1월)
- 최근 해외 개인정보보호법 위반 제재 사례 (1월)

당사는 이 밖에도 임직원들이 바쁜 업무 중에서도 다소 복잡한 개인정보보호법상 의무사항을 쉽게 준수할 수 있도록, 개인정보 수집 단계부터 파기 단계에 이르기까지 각 단계별 의무사항을 일목요연하게 정리한 체크리스트를 마련하고, 개인정보보호법 준수여부를 상시 모니터링하고 점검할 수 있는 시스템을 구축하고 있습니다.

* '22년 하반기 시스템 오픈 예정

개인정보보호 전담 조직의 구성 및 활동

당사는 개인정보의 안전한 처리를 위하여 개인정보보호 전담 조직을 구성하고 운영하고 있습니다. 개인정보보호부서는 컴플라이언스팀으로, 개인정보보호책임자를 보좌하여 개인정보보호 업무에 대한 실무를 총괄 관리하며, 물리적 보호부서는 총무팀, IT보호부서는 정보보안팀으로 지정하고 있습니다. 관련 내용은 당사의 『내부관리계획』에 포함하여 매년 개인정보보호책임자의 승인을 받고 있습니다.

개인정보 전담조직 구성

개인정보보호부서에서는『내부관리계획』제9조(개인정보보호부서의 역할 및 책임)에 따라, 개인정보보호법 등 개인정보보호 관련 법령을 준수하여 개인정보가 안전하게 활용되도록 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. 개인정보 보호를 위한 내부통제 시스템 마련
5. 개인정보처리 방침 및 가이드라인 수립 및 정기적 개정
6. 주민등록번호의 '수집/활용/보유' 금지 및 관리 감독 (법령이 허용時 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 정보통신 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제 45조의 3에 의거하여, 인사지원본부장(상무)를 정보보호최고책임자(CISO)로 지정하고, 과학기술정보통신부에 신고 및 등록하였습니다. ('19.1.3) 해당 정보보호최고책임자의 지휘/감독 하에 정보보안팀 주관으로, 정기적으로 웹 모의해킹 등 시스템 보안성 점검 및 분석을 실시하고 있습니다.
또한 개인정보보호위원회 고시(안전성 확보 조치 기준, 기술적/관리적 보호 조치 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 공시할 예정입니다.

개인정보보호책임자 지정

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

정보보호 관련 임직원 교육

제일기획은 회사의 영업비밀, 기밀정보 등을 보호하고, 타인의 지식재산권을 보호하기 위하여 정보보호 및 지식재산권 관련 사내 교육을 매년 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.

'21년 개인정보보호교육 및 정보보안교육 실시 현황

교육명	교육내용	실행월	수료율
[국내 전사] Compliance 교육	〈상반기〉 최신 개인정보 관련법 위반 사례와 가이드라인 안내	5월	100% * 1,172명
	〈하반기〉 1. 최신 개인정보 관련법 위반 사례와 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육	10월	100% * 1,184명
[해외 전사] Compliance 교육	정보보안 교육	7월~10월	100% * 4,436명
신입/경력 입사자 교육	1. 개인정보 처리 프로세스별 주의사항 및 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육	•신입 : 1월, 8월 •경력 : 매월	100% * 신입 22명, 경력 56명
국내 근무 외국인 교육	정보보안 교육	12월	85.7% * 6명
직무별 특별 개인정보 보호 교육	1. 최신 개인정보 관련법 위반 사례와 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육	10월~11월	89명

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 정보자산 유출을 예방하고 있습니다.
사무환경 보안 점검	임직원의 업무상 부주의로 인한 영업 기밀 등의 회사 정보자산 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 정보보안교육을 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	'21년 점검일
정보보호활동	정보보안정책 개정	연 1회	12.9
	DDoS 상황전파 훈련	연 1회	6.9
	악성메일 대응 모의훈련	연 1회	12.27
	사무환경 보안점검	반기 1회	8.10, 12.27
	정보보안 교육	연 1회	10월
시스템	시스템(신규/수정) 보안성 점검	오픈 전 1회	4.1, 5.17
	웹사이트 수동 보안성 점검	연 1회	7.30
	웹사이트 자동 보안성 점검	매월 1회	1월 ~ 12월
	서버/DB/네트워크 보안성 점검	연 1회	6.28, 7.14, 8.21

정보보안 및 개인정보보호 관련 점검 활동

당사는 정보통신망법상 인증 의무 대상자 요건을 충족하지 않아, 정보보안 또는 개인정보보호에 관한 인증을 취득하고 있지는 않습니다. 그러나 자체 보안 기준(ISO 27001/ISMS 기반)을 가지고, △정보보안정책, △정보보안조직, △보안의식제고, △보안사고대응, △IT보안, △물리적 보안, △개인정보보호 등 7개 부문에 걸친 총 446개 세부 항목에 대하여 관리, 점검하고 있습니다. 또한, 추후 관련법상 인증 의무 대상자 요건을 충족할 경우, 지체없이 인증을 취득할 예정입니다.

개인정보 유출 사고 방지 활동

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

개인정보 유출사고 대응 모의훈련 실시 현황

실시일자	모의훈련 대상 사이트
'21.10.8	제삼기획
'20.6.22	당사 SNS
'19.12.18	아이디어 페스티벌

'21년 개인정보 손해배상책임보험 가입 현황

- 보험사: 삼성화재
- 보장한도: 5억원
- 가입기간: '21.12.31 ~ '22.12.31 (매년 재가입 중)

개인정보주체의 권리 보호

개인정보 제공자의 권리 보호

당사는 당사에서 수집한 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』, 『개인정보처리방침』, 『개인정보처리위탁계약서』 등 관련 표준 양식을 마련하고 있으며, 주기적으로 관련 법령 및 기준의 개정 여부를 확인하여 반영하고 있습니다.
당사는 개인정보 수집동의를 받을 때 아래의 사항을 정보주체에게 알리고 동의를 받고 있습니다.

1. 개인정보의 수집·이용 목적
2. 수집하고자 하는 개인정보의 항목
3. 개인정보의 보유 및 이용기간
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. 개인정보 처리 목적
2. 개인정보 처리 및 보유 기간
3. 개인정보의 제3자 제공에 관한 사항 (해당하는 경우)
4. 개인정보처리의 위탁에 관한 사항 (해당하는 경우)
5. 정보주체와 법정대리인의 권리, 의무 및 그 행사방법에 관한 사항
6. 처리하는 개인정보의 항목 및 수집방법
7. 개인정보의 파기에 관한 사항 (파기절차 및 파기방법 등)
8. 개인정보 보호책임자에 관한 사항
   - 개인정보 보호책임자의 성명 또는 개인정보 보호업무 및 관련 고충사항을 처리하는 부서의 명칭과 전화번호 등 연락처
9. 인터넷 접속정보파일 등 개인정보를 자동으로 수집하는 장치의 설치·운영 및 그 거부에 관한 사항 (해당하는 경우)
10. 개인정보 처리방침의 변경에 관한 사항
11. 개인정보의 안전성 확보조치에 관한 사항
12. 개인정보의 해외이전에 관한 사항 (해당되는 경우)

당사는 고객의 개인정보뿐만 아니라, 임직원들의 개인정보 또한 관련 법령 및 기준에 따라 보호합니다. 이에, 매년 全 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 5개년간 개인정보보호 관련 법/규제를 위반한 사실이 없습니다.

준법 실천을 위한 임직원 규범

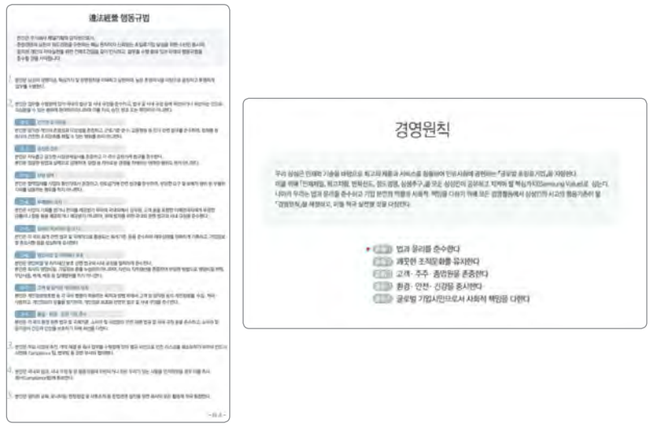
제일기획 준법규범

당사는 임직원들이 준법경영을 위하여 준수해야 할 기본적인 업무의 원칙과 기준을 규정하기 위한 『준법규칙』을 '12.6월부터 제정하여 시행하고 있습니다. 또한 임직원들이 해당 규범을 언제든지 확인할 수 있도록 사내 Compliance System에 상시 게시하고 있습니다.

임직원 윤리규정

당사는 사내 포털(Knox)을 통해 삼성의 『준법규범 행동강령』 및 『윤리경영 원칙』을 공개하여 임직원 스스로 정도 경영을 실천하고 준법행동 규범을 준수할 수 있도록 지원하고 있습니다.

준법경영 행동규범 및 윤리경영 원칙



임직원 교육

준법 교육 프로그램

당사는 사전에 대내외 리스크를 파악하여 예방하고 법과 규정을 준수하는 문화를 확산하기 위해, 全 임직원 대상 Compliance 교육 프로그램을 운영하고 있으며, 직무별/직급별 특성을 고려하여 특별교육도 실시하고 있습니다. 특히, '21년에는 코로나19 장기화로 대면 교육이 불가해짐에 따라, 온라인 교육으로 전환·운영하여 교육 공백이 발생하지 않도록 하였습니다.

'21년 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. 부정 관련 임직원 가이드라인 안내 3. 마음건강 교육 4. 내부회계관리제도의 이해 5. 중대재해처벌법 교육	5월	100% * 1,172명
	〈하반기〉 1. 저작권, 표시광고, 개인정보보호 등 당사 관련 Compliance 사례와 가이드라인 안내 2. ESG 환경교육 3. 직장내 괴롭힘 방지 교육 4. 성희롱 예방 교육 5. 정보보안 교육 6. 장애 인식개선 교육 7. 촬영장 등 이동사업장 안전관리	10월	100% * 1,184명
[해외 전사] Compliance 교육	1. 저작권, 표시광고 등 당사 관련 Global Compliance 사례와 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육 3. 부정 관련 임직원 가이드라인 안내	7월 ~ 10월	100% * 4,436명
신입/경력 입사자 교육	지식재산권/Compliance 이슈 및 가이드라인	•신입:1월, 8월 •경력:매월	100% * 신입 22명, 경력 56명
임원대상 교육	핵심 Compliance 이슈 공유	5월	100% * 30명
국내 근무 외국인 교육	1. 저작권, 표시광고 등 당사 관련 Global Compliance 사례와 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육 3. 부정 관련 임직원 가이드라인 안내	12월	85.7% * 6명
주재원 파견전 교육	Global Compliance 가이드라인	4월, 9월	100% * 12명
직무별 특별교육	〈PM 대상〉 최신 공정위 의결 사례 공유 및 당사 시사점 안내	3월	100% * 36명
	〈AE 대상〉 당사 클레임 사례 공유	7월	92.2% * 189명

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 全 임직원 대상 금품수수, 횡령, 정보유출 등 부정부패 개념 및 사고 사례를 포함한 부정예방교육을 연 1회 이상 실시하고 있으며, 전 협력회사 대상으로 연 2회(추석, 설) '명절 선물 근절 협조 공문'을 배포하는 등 깨끗한 거래 문화 정착을 위해 노력하고 있습니다.

'19~'21년 부정예방교육 수료 현황

단위: 명

연도	합 계	국내	해외
'19년	6,094	1,316	4,778
'20년	5,131	1,229	3,902
'21년	5,608	1,172	4,436

모니터링 제도

윤리경영 정기 감사

당사는 청결한 조직문화를 위한 『임직원 가이드라인』에 근거하여 매년 국내 및 국외 전 거점 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.

신고제도 운영

▲ 제일기획 홈페이지 공개

▲ 사내 포털(Knox) 공개

국내외 전 거점의 제보 채널을 통해 '19년 이후 접수된 제보 건수는 총 30건이며, 이 중 부정 관련 사항은 53%였습니다. 해당 건에 대해서는 조사를 통해 사실관계 확인 후 경영진에 보고하여 징계 조치 완료하였습니다.

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 5개년간 법/규제를 위반한 사실이 없습니다.

'21년 Compliance 점검 현황 – '21년 사업보고서 공시

점검 내용	점검월
당사 개인정보 관련 문서 점검 : 내부관리계획, 개인정보 점검 체크리스트 等	年中
상/하반기 全 임직원 대상 Compliance 자가점검 실시 : 당사 관련 주요 법률내용 테스트를 통해 가이드 인지 여부 점검	5월, 10월
개인정보 유출대응 모의훈련	10월

소비자 권익보호 원칙

소비자에 대한 공정거래 원칙

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 비교광고, 비방적인 광고 등을 제작하지 않습니다.

소비자의 안전을 고려한 광고서비스 제공 원칙

당사는 광고 서비스의 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 표시광고법 및 관련 심사 지침 등을 준수할 수 있도록 Compliance System 내에 『부당광고 관련 가이드라인』을 게시하고, 표시광고 관련 법령, 위반 유형, 위반사례, 체크리스트 등을 게시하여 임직원들이 언제든 업무에 참고할 수 있도록 하고 있습니다.

광고서비스 안전성 평가 실시 – 광고물 사전 검토 프로세스

당사는 광고물 제작 전 또는 광고물 On-air 전에 광고물 관련 표시광고법 위반 여부 기타 제반 리스크를 사전에 체크하고 예방하기 위하여 『광고물 사전검토 프로세스』를 운영하고 있습니다.

이 프로세스는 법무팀 변호사 2명(이상)이 실무자와 대면 미팅을 통해 광고시안, 스토리보드, 영상, 이미지 등을 직접 보고 검토하여, 광고물에 표시광고법/저작권/초상권/상표권/디자인권/부정경쟁방지법/부정적 PR이슈 등이 없는지 전반적인 리스크를 체크하는 프로세스로, 통상적인 사내 법무팀의 서면 자문절차와는 확연히 비교되는 제일기획만의 독특한 절차이며, '21년 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 표시광고 규제 관련 위반 건수나 조치 내용도 없습니다.

임직원 교육

제일기획은 광고주의 광고물을 제작함에 있어, 제3자의 저작권, 초상권 등 권리를 침해하는 하자가 없는 광고물을 광고주에게 제출할 수 있도록, 매년 정기 교육 및 수시 교육을 통해 지식재산권 교육을 실시하고 있습니다.

또한, 저희 제일기획은 광고주의 영업비밀을 유지하기 위해 매년 全 임직원을 대상으로 보안서약서를 제출 받고 있으며, 매년 전사 교육과정을 통해 광고주의 영업비밀을 포함한 정보보안의 중요성을 임직원에게 교육하고 있습니다.

경쟁사 관련 공정거래 원칙

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 개연성 만으로도 쉽게 '담합'으로 오인될 수 있다는 특성을 고려하여, 경쟁사 접촉을 원칙적으로 금지하고, 부득이하게 접촉할 경우에도 사전에 "경쟁사 접촉 신고" 프로세스를 통해 회사에 "경쟁사 접촉 신고"를 하고, 미처 사전에 신고하지 못한 경우 사후에라도 경쟁사 접촉시 주요 대화 내용 등을 보고하도록 하여, 애초에 임직원들이 '담합'으로 오인될 만한 행동을 하지 않도록 임직원의 경각심을 제고하고 있습니다.

상생경영원칙

상생경영 실천 가이드, 상생협력 4대 실천 규칙

제일기획은 협력회사와 상호 협력관계를 기반으로 협력회사를 경영파트너로 인식하여 동반성장을 실천하기 위해 『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 4대 실천 규칙』

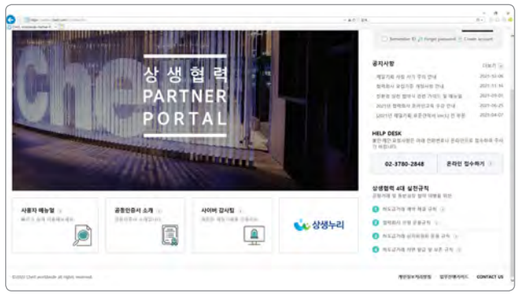
① **『하도급거래 계약 체결 규칙』**
협력업체의 이익을 정당하게 반영할 수 있게 하며, 하도급 계약 체결에 있어 준수해야 할 내용을 제시함으로써 합리적이고 공정한 거래 관행을 구축하고 있습니다.

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.

『상생경영 실천 가이드』 및 상생협력 파트너 포털 내 『상생협력 4대 실천 규칙』



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 2년 연속 최우수('19년도, '20년도)』, 『공정거래위원회 공정거래협약 3년 연속 최우수('18년도, '19년도, '20년도)』를 달성했습니다.
동반성장지수 및 공정거래협약 최우수 달성을 통해 당사는 『공정거래위원회 직권조사 면제(2년)』, 『하도급거래 모범 업체 지정』, 『하도급법에 부과되는 벌점의 경감(3점)』 등의 인센티브를 획득하여, 광고업 전체가 공정하고 합리적으로 운영되는데 앞장서 나가고 있습니다.

협력회사와의 상생을 위한 전담조직 운영

제일기획은 공정거래 및 상생협력 업무 추진 및 전담 부서인 『상생협력팀』을 '15년 12월부터 운영 중입니다. 상생협력팀은 총 5명('21년 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 있으며, 특히 협력회사의 업무상 애로사항 등은 Help Desk를 통해 실시간으로 접수하여 현장의 목소리를 적시에 반영하고자 노력하고 있습니다.
아울러 하도급법 등 주요 이슈에 대한 정기점검을 진행하여 법 위반 제로화를 달성하고 있으며, 일정금액 이상의 프로젝트는 하도급거래 심의위원회 안건으로 상정하여 사전 심의를 통해 법을 준수할 수 있도록 지원하고 있습니다.

공정거래를 위한 활동 및 노력

공정거래자율준수 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 제로화 하고 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 운영중인 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 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, 숲 협력회사가 언제든 내용을 확인할 수 있도록 "상생협력 파트너 포털"에 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

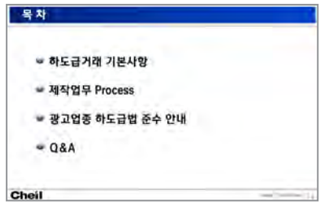
협력회사 법 위반사항 발생시 조치

당사는 협력회사의 법 위반 발생을 미연에 방지하고자 '협력회사 업무 공유회'를 통해 『광고관련 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.
또한 신입/경력사원을 대상으로 하도급법의 주요내용에 대한 강의를 진행하여, 담당부서뿐만 아니라 전사적으로 공정거래 문화를 확산하고, 전 임직원의 공정거래에 대한 인식을 제고하기 위해 노력하고 있습니다.

신입/경력사원 대상 하도급법 교육자료



당사는 윤리경영을 위한 『Compliance System』을 운영하고 있으며, 이 시스템에 임직원들의 윤리경영을 위한 다양한 실무 관련 지침서를 게시하고 있습니다. 실무지침서는 저작권법, 개인정보보호법, 표시광고법 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 '경쟁사간 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 하도급법 등 공정거래 관련 법률이 개정될 때마다 그 개정 소식을 『Compliance News Letter』 또는 사내 게시판 공지를 통해 임직원에게 전파하고 있으며, 당사에 시사점이 있는 중요한 공정거래위원회의 심결이 있는 경우, 그 심결례 요지를 관련부서 대상 소규모 집합교육을 통해 전파하기도 하는 등 임직원의 불공정거래 예방을 위해 다양한 교육 및 인식제고 활동을 진행하고 있습니다.

'21년 공정거래 임직원 교육 – PM대상 직무별 특별교육

교육방법	교육내용	실행월	수료율
소규모 집합교육	최신 공정위 의결 사례 공유 및 당사 시사점 안내	3월 ~ 4월	100% * 총 36명

'21년 인식제고 활동 – Compliance News Letter 발송

- 기술자료 요구 절차를 위반한 ○○ 기업 제재 (11월)
- 하도급법/상생협력법 개정, 중소기업 기술자료 보호 강화 (9월)
- 중기부, '일감 몰아주기' 첫 공정위에 고발 요청 (7월)
- ○○ 코로나 억제 과장 광고 표시광고법 위반 ○○ 기업 대표 사퇴 (5월)
- 최근 코로나 19 치료 예방 관련 허위 과장광고 제재 사례 (4월)
- 기술자료 요구서 없이 중소업체 기술자료 요구, 수령한 ○○ 기업(4월)
- 기술자료 요구 절차를 위반한 대기업 2개사 제재 (1월)
- 공정위, 하도급업체에 갑질한 ○○ 기업에 153억원 과징금 (1월)

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, '21.12.31 기준 총 572개사가 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 선정시 『안전관리 평가』(적격수급인 선정)도 도입하여, 작업현장에서 안전사고가 발생하지 않도록 사전에 철저히 안전관리를 진행할 예정입니다.

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 等 당사의 윤리경영, 준법경영 가이드라인을 준수해야 합니다.

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

셋째, 당사의 안전관리 규정을 준수해 문제가 발생하지 않아야 합니다.

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

위 사회적 기준 관련 내용은 『협력업체 선정·운용 규칙』 제19조, '협력업체 등록기준 및 절차'에서 규정하고 있으며, "상생협력 파트너 포털"(https://partner.cheil.com/)을 통해 협력회사가 언제든지 열람할 수 있도록 게시하고 있습니다.

'21년에 협력회사가 사회적 기준을 위반한 사례는 없었습니다.

협력회사 지원활동

협력회사의 ESG 지원

협력회사의 ESG 활동 지원

제일기획은 96개 협력회사와 『친환경 실천 협약식』('21.8.25)을 체결하여 협력회사에 대한 ESG 지원을 약속하였으며, 친환경 제작환경의 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.

또한, 협력회사 ESG 지원을 위한 전략 방향과 추진 영역, 투자재원, 역량 투입 등 구체적 세부 사항을 검토 중이며, '21년에는 대중소농어업협력재단에 출연한 『상생협력기금』을 투자재원으로 활용하여 『협력회사 ESG컨설팅』을 진행했습니다.

앞으로도 제일기획은 광고업의 ESG역량이 강화되도록 상생협력기금을 통해 ESG 컨설팅을 진행할 계획입니다.

협력회사의 ESG 리스크 관리체계 구축 지원

제일기획은 협력회사의 지속가능경영 추진에 도움을 주기 위해, 중소기업 ESG컨설팅을 진행하는 업체 중 '나이스디앤비'를 선정하여, 『제일기획 협력회사의 ESG 컨설팅 지원을 위한 업무 제휴 협약』을 체결하고, 『협력회사 ESG 컨설팅』('21년 11월)을 진행하였습니다.

순수하게 협력회사를 지원하기 위한 목적이므로 컨설팅 비용은 제일기획에서 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 가이드 하였습니다.

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

협력회사 ESG 평가지표

- 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 평가 프로세스

ESG 평가 준비	현장실사 및 담당자 인터뷰	사후질의	보고서 작성 및 등급 결정
	1주		1주
• 현장실사일정 확정 • 사전 질의서 전송 및 실사 준비서류 안내	• 사전 질의서 사실내용 확인 • 필수 서류 점검 • 추가 질의 • 현장 점검	• 추가 확인사항 점검 • 추가자료 요청 및 확인 • 실사 서류 정리	• 평가점수 및 평가등급 산출 • 보고서 작성

협력회사 ESG 평가영역 및 평가등급

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

협력회사 지원활동

기술협력, 금융지원, 교육훈련, 마케팅 지원 등

협력회사 촬영 감독의 노하우, 촬영기법 등은 광고업에서 가장 중요한 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 『세법 관련 교육』을 진행하여 협력회사의 경쟁력을 강화시킬 수 있도록 노력하고 있습니다.

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

또, 협력회사에 자금이 필요한 경우에는 당사와 IBK기업은행이 각각 50억원씩 출자하여 운영중인 『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 진행시 국내 협력회사를 활용할 수 있는 길을 열어 협력회사의 해외 판로 확대를 지원 중 입니다.

협력회사 품질 향상 지원 프로그램

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

또한 최근의 코로나 펜데믹 상황을 감안하여 『협력회사 온라인 공유회』를 통해 광고 관련법규, 안전관리, 상생 활동 등의 협력회사에 도움이 되는 지식을 공유하고 있습니다.

국내·외 최신 광고 트렌드 공유

'21년 협력회사 온라인 공유회

차수	일정	참석 협력회사 (단위: 개)
1차	3.19	87
2차	6.30	309
3차	11.4	346

'21년 협력회사 품질향상 지원 프로그램

회차	프로그램	교육 참석 협력회사 (단위: 개)
1	Deutsche Bahn_No Need to Fly	238
2	Old Spice_The Endless Ad	140
3	VOLKSWAGEN_ Snelweg Sprookjes	114
4	Microsoft_ Football Decoded	78
5	Doconomy_DO Black	75
6	NIKE_YOU CANT STOP US	84
7	HEINEKEN_SHUTTER ADS	64
8	Notpla_Notpla	65
9	ABINBEV_Contract for Change	67
10	Dove_Courage is Beautiful	42
11	Bodyform_#wombstories	38
12	BECO_#StealOurStaff	33

기타 지원 활동

제일기획은 협력회사의 자금난 해소와 원활한 회사운영을 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 안전문제가 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(길동무) 프로그램을 운영하고 있으며, 이를 통해 남한에 거주중인 약 3천명의 북한 이탈 청소년들을 대상으로 영역별로 2015년부터 지속적인 도움을 주고 있습니다.

또한 각 프로그램별로 대상자들의 반응 및 만족도, 프로그램 후기 등을 조사하고 있으며, 온라인 캠페인의 경우 측정 가능한 지표(조회수, '좋아요', 도달율, 참여인원 등)를 기점으로 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/일상 생활에 필요한 약 3만개 단어가 탑재되어 있습니다. 현재 남북한어 번역기는 번역기 개발 이후 총 검색량 1,367,329회를 기록하며 활발히 사용되고 있습니다. 또한 남북한 문화 차이를 알리고 북한 이탈 청소년들에 대한 편견과 차별에 대한 인식개선 캠페인으로, 카드뉴스(9건)를 업로드 하여 2,130여회 조회를 기록하였으며, SNS 이벤트(5건)를 진행하여 이벤트 도달 회수는 총 3,346회, 댓글 참여는 총 1,368명을 기록하였습니다. 그 외 성공 정착 사례 온라인 캠페인(2건) 등을 진행하여 335회 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 8개 대안학교를 대상으로 프로그램을 진행하였습니다. 초등학생부터 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 심리검사 진행 결과 많은 수의 북한 이탈 청소년들의 우울/불안/자존감/외상후스트레스 증상 등이 개선되었음을 확인하였으며, 검사결과 의학적 치료가 필요한 학생들에 한해서는 통원 및 약물 치료를 지원하였습니다.
길동무	북한 이탈 청소년들의 학과 및 향후 직업 선택에 도움을 주는 진로/진학 멘토링 프로그램으로, 다양한 전공을 가진 제일러들 혹은 각 직업군 멘토들이 노하우를 전달해 주는 온라인 멘토링 강의 프로그램입니다. '16년부터 시작하여 오프라인으로 수업을 실시한 '18년까지 164명의 북한 이탈 청소년들이 참여하였으며, '21년에는 대내외 상황상 온라인 멘토링 강의 프로그램 '찾아가는 VJ' 로 변경하여 제일러와 북한 이탈 청소년들이 장래에 되고 싶은 직업군의 멘토를 찾아가서 이야기를 들어보는 동영상을 공개하는 유튜브 채널을 오픈하였습니다. 교육직/방송직/예술-디자인직 전문가 3인과 제일기획 임직원 2명을 만나본 동영상을 업로드 하였으며, 길동무 채널 개설 후 약 1달 동안 3,588회의 조회수, 102개 댓글, 124개의 '좋아요'를 기록하였습니다.

임직원 참여 사회공헌 프로그램

그린제일 환경보호 캠페인

코로나19의 여파로 외부 단체 봉사활동 참여가 어려워진 상황에서 날로 늘어가는 일회용품에 대한 환경보호 활동을 생활 속에서 실천해보고자, 다양한 환경보호 참여 사내 캠페인을 진행하였습니다. △지구의 날 기념 사내식당 잔반 줄이기(4월), △하절기 맞이 사내 카페 제일 텀블러 사용하기(6~7월), △생활 속 플라스틱 사용 줄이기 제일 고고 캠페인(11월)을 실시하였으며, 743명의 제일러가 참여(중복포함)하여 환경보호 실천에 앞장서 주었습니다.

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 진행시 활동 종료 후 단합 시간 지원' 등을 통해 임직원의 사회봉사 활동을 적극 장려하고 있고, 임직원이 원하는 봉사대상이나 봉사 분야가 있을 시 적절한 봉사처와 봉사 프로그램 연결도 지원하고 있습니다. 또한 『근무시간 운영 규정』에 봉사활동 시간을 근무시간으로 인정함을 명시 하였으며, 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 業의 역량을 활용한 대표적인 사회공헌 프로그램입니다.
또한, 광고업의 특성을 살려 광고 촬영 후 폐기되는 광고촬영 소품들을 모아 사내 '사랑愛바자회'를 개최하여 자원 폐기를 줄이고 바자회 수익금은 전액 관내 불우이웃돕기에 사용하고 있습니다.

사회적 책임을 고려한 광고

제일기획은 다양한 사회적 이슈에 항상 관심을 기울이고 있으며, 고객사들에게 공익적인 캠페인들을 선제안하여 선한 결과를 창출할 수 있도록 많은 노력을 기울이고 있습니다. 또한 관공서나 NGO들에게도 사회적 문제에 대한 관심을 제고하고 문제 해결을 할 수 있는 방안을 제안하고 함께 실행하고 있습니다.
제일기획은 기업들과 여러 단체들이 사회적 활동에 동참할 수 있도록 노력하는 것이 함께 환경 문제를 해결하고 모두가 더불어 안전하게 살아갈 수 있는 길이라고 믿고 있습니다.

신한금융그룹 '기발한 프로덕션'

The Challenge

코로나 19로 인해 어려움을 겪고 있는 스타트업, 청년, 소상공인 등이 특히 창업 초기에 홍보 및 마케팅 분야에서 많은 어려움을 겪고 있습니다.
그들에게 홍보/마케팅 기회를 제공하여 초기 사업 기회를 확대할 수 있도록 실질적인 도움을 줄 아이디어가 필요했습니다.

The Idea

전국민적 관심도를 높이고 새로운 기회를 제공하기 위해 '대한민국의 기회를 발견하는 프로덕션'의 줄임말인 〈기발한 프로덕션〉이라는 디지털 광고 커뮤니케이션 플랫폼을 기획하였습니다.
첫 번째로 신한금융그룹이 인천에 새로 오픈한 스타트업 혁신 성장 플랫폼 '신한 스퀘어브릿지'에 입주한 스타트업들을 대상으로, 제품과 서비스 광고 및 홍보를 지원하기 위한 SNS 캠페인을 진행하였습니다.

The Result

소셜미디어에서 스타트업들의 광고 컨텐츠를 제작하는 과정을 예능 방식으로 담아 총 8편의 '스타트업의 기발한 광고'를 제작하였습니다.
이번 캠페인을 통해 스타트업들의 홍보 효과를 보았고, 앞으로 더 많은 사회 구성원들의 다양한 기회를 발견할 수 있도록 지원할 예정입니다.

KT '제주 스마트 도로'

The Challenge

평화로웠던 제주도는 최근 늘어나는 인구 및 관광객, 교통사고, 렌터카 등으로 사고가 급증하고 있습니다.
이로 인해, 생명이 위급한 환자들을 싣고 제주도를 달리는 구급차들이 구간 정체 현상을 겪는 경우가 증가함에 따라, 구급차들이 골든 타임 내에 응급실에 도착하여 생명을 구할 수 있는 해결 방안이 필요했습니다.

The Idea

KT는 도로의 여러 가지 주행 상황을 AI를 통해 분석하여 사고방지, 돌발상황 대응, 응급 우선 신호 등을 제어하는 차세대 지능형 교통 체계인 C-ITS 서비스를 제주도에서 성공적으로 구축하였습니다.
소비자에게 보다 안전하고 편리한 교통 통신 서비스를 제공하는 지능형 교통 보조시스템에 대한 인지도 제고를 위해 KT와 제일기획은 이 광고를 제작하였습니다.

The Result

AI로 교통을 제어하는 C-ITS 기술로 만든 KT의 제주도 스마트 디지털 도로가 지역 사회 문제를 해결하는 구체적인 상황을 보여 줌으로써 기업의 기술이 사회와 공존하는 지속가능성의 가치를 전달할 수 있었습니다.

삼성전자 ‘Team 삼성’

The Challenge

코로나 상황 속 소비자들이 집을 바라보는 생각이 달라졌고 집에서 머무는 시간이 많아지며 생활에는 많은 변화들이 생겼습니다.
집이라는 공간에서 가전 제품의 최신 기술이 사람과 지구에 모두 이로운 역할을 할 수 있도록 아이디어를 제안했습니다.

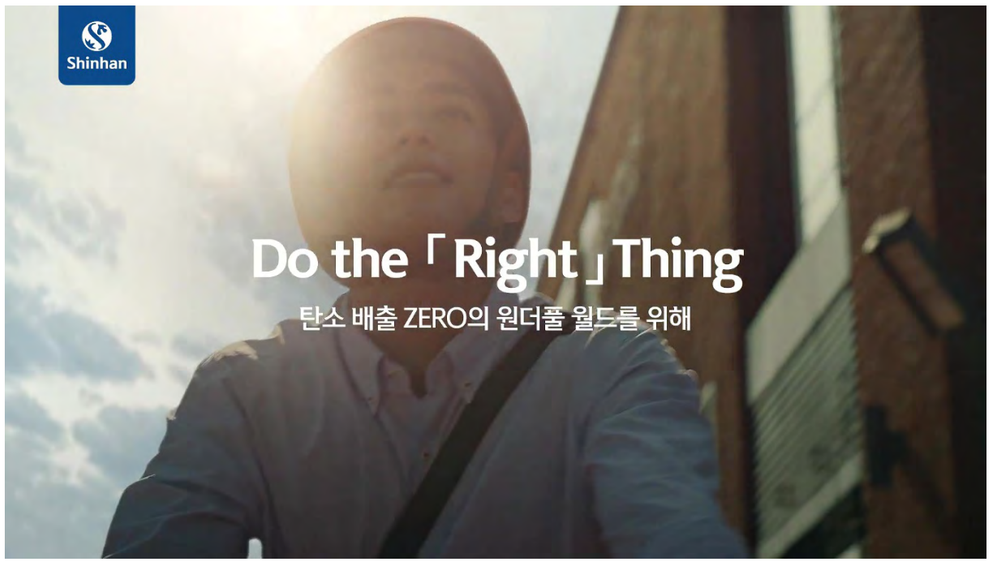
The Idea

AI와 사물인터넷 기술을 활용하여 전기, 물, 세제 등의 에너지를 가장 효율적으로 소비하는 삼성 제품간 연동으로 지구의 환경을 보호하는 사회적 책임을 강조하는 ‘Team 삼성 에너지편’ 광고를 제작하였습니다.

The Result

지구의 에너지를 절감하는 가전제품의 스마트홈 경험을 전달하였습니다.

신한금융그룹 ‘Do the Green Thing’



The Challenge

탄소 중립을 위한 금융의 역할은 무엇일까요?
대한민국을 대표하여 아시아 민간금융그룹 최초로 친환경 금융의 기준을 고민하였습니다.

The Idea

탄소 배출로 인한 기후변화를 멈추기 위해 소비자들은 일회용품 줄이기, 자전거 타기 등의 환경보호 활동에 참여하고 신한금융그룹은 친환경 기업 투자 확대, 저탄소 경제 가속화 지원 등으로 기업의 친환경 책임을 다하겠다는 약속을 전달하는 광고를 제작하였습니다.

The Result

캠페인을 통해 신한금융그룹이 그리는 친환경 금융의 지향점을 소비자들과 직접적으로 소통하고 있습니다.

삼성전자 ‘케어플러스’

The Challenge

한번 구매한 전자 제품을 언제나 새것처럼 쓸 수는 없을까?
전자 제품을 보다 오랫동안 가치 있게 사용할 수만 있다면 그것이야말로 지구와 환경을 위한 방법이라고 생각했습니다.

The Idea

소비자들이 구매한 가전 제품을 보다 깨끗하고 오래 쓸 수 있도록 제조사가 책임지고 기능 점검, 소모품 관리, 세척을 해주는 ‘삼성케어서비스’를 알리는 광고를 통해 소비자가 가전제품을 보다 오랫동안 가치있게 잘 사용하도록 홍보하였습니다.

The Result

새로운 아이디어를 통해서 신제품의 교체 판매보다는 불필요한 자원낭비를 줄여 지구환경 보호에 동참하는 기업의 사회적 책임을 다하고자 합니다

세계자연기금 한국본부 ‘치어럽 밴드’

The Brief

최근 몇 년 사이 낚시 인기가 높아져 대한민국 낚시 인구는 약 1000만 명에 달하고 있습니다. 늘어난 낚시 인구만큼 치어 남획도 증가하고 있습니다.
문제는 대부분의 낚시꾼들이 치어의 뜻과 기준 크기를 몰라 무심코 잡게 되고, 정부에서 만든 포획금지 크기표는 너무 크고 복잡하다는 것이었습니다. 쉽고 간편한 치어 보호 방안이 필요했습니다.

The Idea

제일기획은 대한민국 연근해에서 가장 많이 잡히는 어종의 정보를 모았습니다. 그리고 누구나 가볍게 차고 다닐 수 있고 치어의 크기를 잴 수 있는 손목 밴드, ‘치어럽 밴드’를 만들었습니다. 어린 시절 한번쯤 가지고 놀았을, 손목에 내리치면 저절로 감기는 스냅 밴드 형태입니다. 7개의 색깔과 디자인으로 만들어 평소에는 패션 아이템으로 사용하고, 낚시를 할 때는 표시된 눈금으로 물고기의 크기를 잴 수 있습니다. 눈금보다 작으면 다시 놓아주면 됩니다. 작고 예쁜 손목 밴드로 치어를 보호할 수 있게 한 것입니다.

The Result

TV, 온라인 등 여러 매체를 통해 ‘치어럽 밴드’가 널리 알려졌고, 수십 명의 셀럽들이 자발적으로 이 캠페인에 동참했습니다. 캠페인 실행 전 치어에 대해 잘 모른다는 낚시인이 96.6%였으나 실행 후 진행된 설문 조사에는 89.7%가 ‘치어를 잡지 않겠다’고 답해, 치어 보호 인식 개선에 큰 효과가 있었음이 증명되었습니다.

경찰청 ‘희망 테이프’

The Brief

‘20년 4월 기준으로 실종된 지 1년이 넘는 장기 실종 아동은 661명입니다. 아이를 찾기 위해서는 사람들의 관심이 필요하지만, 실종기간이 길어질수록 사람들의 관심은 점점 멀어져 갑니다. 실종아동 부모는 아이를 찾기 위해 간절하게 전단지를 배포하지만 하루에 나눠줄 수 있는 수량은 고작 몇 백 장에 불과합니다. 더 많은 사람들에게 실종 아동 정보를 효과적으로 전달할 수 있는 방안이 필요했습니다.

The Idea

코로나19로 인해 급격하게 택배사용량이 증가하고 있었습니다. 택배 상자는 전국적으로 빠르게 퍼지기에 이를 미디어로 활용해 실종 아동의 정보를 담아 전국으로 전달할 수 있는 방안을 고안했습니다.
실종아동의 정보를 인쇄한 희망 테이프는 실종아동의 과거 사진과 나이 변환 몽타주 기술로 추정한 현재의 모습, 실종 장소, 신체 특징이 인쇄되어 있습니다. 또한 QR코드를 통해 어린이들의 지문을 등록할 수 있도록 해 실종 예방까지 가능하게 제작되었습니다.

The Result

한달 만에 희망 테이프 적용 택배 63만 개가 전국으로 전달되었고, 실종아동 1명당 전단지 10만 개 이상이 전파되는 효과를 얻었습니다. 또한 디자인 라이선스를 공개하여, 누구나 캠페인에 참여할 수 있게 했습니다.

이마트 ‘라이트 세이버’

The Challenge

코로나-19 팬데믹으로 사람들은 언제 어디서 바이러스에 감염될지 몰라 불안해 합니다. 하지만, 꼭 필요한 식품과 생필품을 사기 위해서는 위험을 감수하고 마트에 직접 방문할 수밖에 없습니다. 제일기획은 대한민국의 대표 마트인 이마트에 고객이 안심하고 쇼핑할 수 있는 아이디어를 제안했습니다.

The Idea

저희는 여러 고객의 손이 닿을 수밖에 없는 쇼핑 카트의 손잡이에 주목했고, 발광다이오드(LED)에서 인체에 무해한 살균 광선을 방출하는 손잡이를 개발했습니다. 이로써 쇼핑할 때 끌고 다니는 것만으로도 바이러스를 막아내고 다른 고객들과 매장 전체의 안전을 지킬 수 있는, 세상에 없던 새로운 쇼핑 카트 ‘라이트 세이버’를 탄생시켰습니다.

The Result

내방 고객들은 대부분 LIGHT SAVER가 장착된 쇼핑 카트를 이용했고, 측정 결과 카트 손잡이와 고객의 손에 있는 바이러스 수치가 감소했고, 방문 고객 수와 고객당 구매 금액이 증가했습니다. 라이트 세이버가 코로나로 인해 위축될 수 있는 오프라인 매장의 매출 증대와 함께 바이러스에 대한 고객의 불안감까지 감소시키는 일석이조의 효과를 가져온 것입니다.

이마트 ‘SAFE SALE’

The Brief

오프라인 마트에서의 쇼핑은 손에서 시작해서 손으로 끝납니다. 코로나19 감염 경로 중에서, 손은 비말만큼이나 위험합니다. 이마트는 바이러스의 위험에도 여전히 고객들이 안심하고 쇼핑을 할 수 있도록 고객의 손을 바이러스로부터 안전하게 차단하는 방안이 필요했습니다.

The Idea

코로나19로 인해 최근 오프라인 마트 방문객들이 각자 챙겨온 장갑을 끼고 쇼핑하는 모습이 많아진 것에 주목했습니다. 이에 신소재로 항균 쇼핑 장갑을 만들었는데, 고객들이 장갑을 더 끼고 싶어지도록 한 가지를 더했습니다. 쇼핑하는 동안 장갑을 끼고 있으면 손의 체온에 반응해 손바닥의 바이러스 캐릭터가 사라지면서 할인 바코드가 등장하도록 한 것입니다. 계산대에서 이 바코드를 읽히면 자동으로 할인이 됩니다. 바이러스를 막으면서 할인도 받을 수 있는 장갑인 것입니다.

The Result

이마트를 방문한 고객들이 자발적으로 세이프 세일 장갑을 착용하고 쇼핑했고, 장갑에 숨겨져 있던 할인 바코드를 사용하며 평소보다 더 많은 금액을 구매했습니다.

삼성전자 ‘TALLK’ – 스페인법인

The Brief

근위축성 측색경화증(ALS, 일명 ‘루게릭병’)은 운동신경을 침범하여 사람을 움직이지도 말하지도 못하게 하는 중증 퇴행성 질환입니다. 연간 치료비만 약 4만 유로에 달하며, 사람들과 소통할 수 있는 장치가 있긴 하지만 그 사용료가 약 6,000 유로로, 연평균소득이 2만3,000 유로 정도인 스페인 ALS 환자들에게는 감당하기 어려운 비용이었습니다.

The Idea

삼성전자는 루게릭 환자가 눈의 동공은 움직일 수 있는 점에 주목했습니다. 그리고 환자들이 타인들과 소통할 수 있도록 도와주는 모바일 앱을 개발했습니다. 시선 추적(Eye tracking) 기술이 적용된 이 앱은 모바일폰, 테블릿 PC 등의 카메라를 통해 루게릭 환자의 동공 움직임을 단어로 변환해 다른 사람과의 소통을 도와주며 홈 IoT 서비스도 이용할 수 있게 합니다.

The Result

3개월 만에 스페인 루게릭 환자의 50% 이상이 이 무료 앱을 다운로드 받아, 높은 비용을 지불해야했던 기존의 장치 없이도 다시 세상과 소통할 수 있게 되었습니다.

삼성전자 ‘SAMSUNG GOOD VIBES’ – 인도법인

The Brief

50만 명이 넘는 인도의 시청각장애인들은 점자와 촉수어 외에는 소통할 수 있는 방법이 없었습니다. 이 또한 대다수의 비장애인은 이해하지 못합니다. 점자가 발명된 후 200년이 지나도 달라진 것은 없으며, 시청각장애인들은 모바일폰으로 인해 편리해진 세상의 혜택도 누리지 못하고 있었습니다.

The Idea

우리는 시청각장애인들이 겪는 어려움에 대한 해결책을 찾기로 했습니다. 그리고 모스부호(Morse Code)와 스마트폰의 햅틱(Haptic: 촉각) 기능을 결합해 간단한 스크린 터치만으로 시청각장애인의 의사소통이 가능하도록 한 혁신적인 앱을 개발했습니다. 이 앱은 음성 인식과 변환 솔루션이 적용되어 비장애인도 음성과 문자로 시청각장애인과 쉽게 대화할 수 있게 하였습니다.

The Result

유관기관과 인도 내 28개 도시에서 시청각장애인의 스마트폰 앱 사용방법을 교육했으며, 모바일 기술의 혜택을 받지 못하던 시청각장애인이 스마트폰을 통해 편리하게 세상과 쌍방향 소통할 수 있는 길을 열었습니다.

스타벅스 ‘WHAT’S YOUR NAME?’ – 아이리스

The Brief

‘이름’은 본인의 정체성을 표현하는 대표적 상징입니다. 성전환자들은 자신의 성이 바뀌기 전의 이름으로 불리는 여러 상황들에 처할 때 심리적으로 어려움을 겪고 있습니다.

The Idea

제일기획의 자회사인 아이리스(Iris)는 실제 스타벅스 매장에서 이름을 묻고 컵에 이름을 적어 그 이름을 부르며 음료를 전달하는 점에 착안했습니다. 일상에서 원치 않는 이름으로 불리며 고통 받는 성전환자들이 스타벅스에서는 자신이 불리고 싶은 이름을 사용하며 느끼는 감정을 잔잔한 영상으로 담아냈습니다. 또한 스타벅스는 쿠키를 제작, 판매하여 그 수익금을 성전환자 구호 상담 기구에 기부하고 성소수자들이 안전하게 모임을 할 수 있는 매장을 오픈했습니다.

The Result

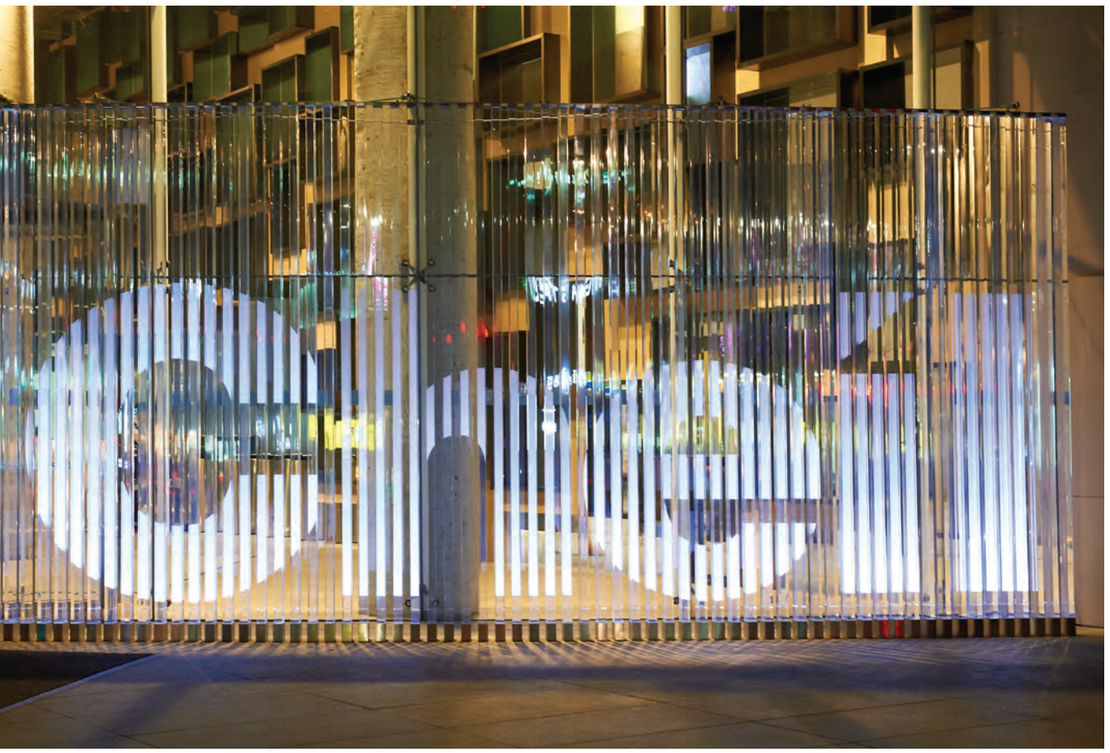
캠페인을 통해 구호 상담 기구의 통화량이 600% 증가했으며, ‘21년까지 10만 파운드 이상의 기금이 전달되었습니다. 스타벅스는 모두에게 열린 공간으로 성소수자들에게 지지를 보냈고, 캠페인을 통해 사회적 약자일 수 있는 그들을 좀 더 이해할 수 있는 계기를 마련해 주었습니다.

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 이사회의 감독 아래 모든 경영진 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	주요활동
주주 및 투자자	• 경영 성과 • 리스크 관리 • 정보 공유 • 지속가능성 이슈 (ESG 등)	• IR 미팅 • 주주총회 • 사업보고서/기업지배구조보고서 • 회사 홈페이지 내 IR 파트 * 주총 일정 및 지배구조 등 주요 이벤트 열람 가능 • 회사 홈페이지 내 ESG 파트	• 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 4주전 전자공시시스템을 통해 공시하고 있으며, 주주총회 개최일로부터 2주전까지 모든 주주에게 안건 참고자료와 의결권 행사 방법 등의 상세 내용을 포함한 '주주총회 소집통지서'를 서면으로 발송하고 있습니다.

제48기 정기 주주총회에서는 개정된 상법 시행령에 따라 주주총회 이전에 주주에게 정확하고 충분한 정보를 제공하기 위해, 주주총회 1주전 '20년 사업연도의 사업보고서 및 감사보고서를 전자공시시스템에 공시하여 주주들이 의안뿐 아니라 당사 재무상태에 대해 충분히 검토 후 의결권을 행사할 수 있도록 하였습니다.

또한, 당사는 당사 홈페이지에 NDR 등 IR관련 일정을 '21년 한 해 동안 11회 공개하는 등 적극적으로 주주 기타 이해관계자들과 소통하기 위해 노력하고 있으며, 매년 1회 당사의 기업지배구조 관련 제반 사항을 담은 '기업지배구조보고서'를 공시하고, 기업지배구조 모범규준과의 차이를 홈페이지에 공개하는 등 주주 기타 이해관계자들이 당사의 지배구조를 쉽게 파악할 수 있도록 하고 있습니다.

주주 의결권에 관한 사항

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

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

당사는 상법 기타 관련 법령상 주주총회 결의 사항인 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, '21년 코로나 변이 바이러스의 재확산으로 인한 어려운 경영환경에서도 배당 총액은 '20년 851억원 대비 18% 증가한 1,003억원을 배당하였습니다.

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

배당 실시 계획은 매년 주주총회 6주전 연간 결산 이사회 직후 '현금 · 현물배당 결정' 공시를 통해 안내하고, 주주총회 승인 당일 '정기주주총회 결과' 공시를 통해 배당 확정에 대해 통지하고 있습니다. 당사는 배당이 확정되면 '배당통지서'를 발송하여 주주에게 주주별 배당금과 지급일자를 통지하고 있습니다.

또한, 당사는 당사의 홈페이지 내 "Stock information – 주주환원" 메뉴를 생성하여 최근 5개 사업연도의 배당 정보(배당총액, 주당 현금 배당금, 배당성향, 배당수익률 등)를 공개 중 입니다.

최근 5개년간 배당 내역은 아래와 같습니다.

구분		'17년	'18년	'19년	'20년	'21년
당기순이익 (억원)		1,272	1,297	1,381	1,574	1,655
주당 현금배당금 (원)	보통주	760	770	820	840	990
	우선주	-	-	-	-	-
배당총액 (억원)	보통주	770	780	830	851	1,003
	우선주	-	-	-	-	-
배당성향		60.5%	60.1%	60.2%	54.1%	60.6%
배당수익률	보통주	3.6%	3.3%	3.3%	4.0%	4.2%
	우선주	-	-	-	-	-

이사

이사의 선임

당사는 주주총회 결의를 통해 이사를 선임합니다. 사내이사는 이사회의 추천을 받은 후보 중 선임하고, 사외이사는 상법 제382조 및 제542조의 8 등 관련법령에서 요구하는 자격 요건을 충족하고 당사와 중요한 이해관계가 없는지를 면밀히 검토하여 후보자를 추천하고 있습니다. 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 관계법령과 정관에서 요구하는 자격 요건을 모두 충족하고 있습니다.

이사의 전문성

당사 이사회는 광고산업분야 최고 전문가가 사내이사로 이사회에 참여하여 장기적인 경험과 노하우를 적용하여 경영 의사결정을 하는 책임경영을 실현하는 한편, 사외이사는 개인정보 보호, 국제 조세 등 빠르게 변화하는 규제 환경과 최근의 경제적, 환경적, 사회적 토픽에 대해 민첩하게 대응하고 리스크를 효율적으로 관리할 수 있는 최고 전문가로서 사내이사와 경영진의 활동을 객관적으로 감독하고 조언하고 있습니다.

이밖에도 당사는 사외이사가 당사의 업무 검토, 감독시 필요한 경우 외부 전문인력을 지원받을 수 있다는 근거조항을 이사회 규정에 명기하여 사외이사의 전문인력 지원을 권장하고 있습니다.

김민호 사외이사는 개인정보보호법학회 회장 등 개인정보 분야 국내 최고 전문가로서, 데이터 활용도가 높은 당사 디지털 사업 관련 잠재적 리스크 관리와 기회 요인 선점 등에 대해 적극적으로 조언하고 있으며, 오윤 사외이사는 한국국제조세협회 부이사장, 미국 공인회계사 및 미국 변호사 등 국제 조세와 국제경영 최고 전문가로, 당사의 글로벌 사업 관련 리스크 관리 역량 제고에 기여하고 있습니다.

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

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.

'21년 교육 일자	교육실시주체	참석 사외이사	불참시 사유	주요 교육내용
1.27	지원조직	김민호, 오윤	-	이사회 의제, 경영현황 등
2.16	지원조직	김민호, 오윤	-	이사회 의제, 경영현황 등
3.17	지원조직	김민호, 오윤	-	이사회 의제, 경영현황 등
4.28	지원조직	김민호, 오윤	-	이사회 의제, 경영현황 등
7.23	지원조직	김민호, 오윤	-	이사회 의제, 경영현황 등
10.27	지원조직	김민호, 오윤	-	이사회 의제, 경영현황 등
12.8	지원조직	김민호, 오윤	-	이사회 의제, 경영현황 등

* 출석률 100%

사외이사 평가

당사는 사외이사의 전문성, 이사회 활동 현황, 회사의 이해도 등을 바탕으로 평가기준을 설정하여, 매년 사외이사의 역량에 대해 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 않습니다.

또한 당사는 회사의 비용으로 이사의 손해배상책임보험에 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 1인의 사내이사로 구성되고, 사외이사가 위원장을 맡아 독립적이고 객관적으로 이사의 보수가 검토되도록 구성하고 있습니다.

보상위원회 (사외이사 포함, 전체 위원 참석률 100%)

'21년 개최 일자	의안 내용	가결 여부
2.17	'21년 등기이사 개별연봉 승인의 건	가결
	'21년 등기이사 및 감사 보수한도 심의의 건	가결

이사의 보수는 원칙적으로 이사의 직무별 KPI를 명확하고 구체적으로 설정하여, 철저히 각 이사의 경영성과에 연계되어 산정될 수 있도록 노력하고 있습니다.

* 이사 보수의 구체적인 구성내역, 성과지표 달성실적에 따른 지급비율 등은 반기/연간 사업보고서를 통해 공시 중입니다.

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

최근 3년간 이사의 개인별 연간 보수액은 다음과 같습니다.

단위 : 백만원

이름	직위	보수 총액		
		'21년	'20년	'19년
유정근	대표이사	2,785	2,779	1,552
김종현	부사장	984	1,076	680
정홍구	부사장	856	763	-
김민호	사외이사	83	78	78
오 윤	사외이사	83	78	78

* 정홍구 사내이사의 경우, 신임 사내이사로 '21년 3월 주주총회를 통해 선임 되었습니다.

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 이사회 의장과 대표이사가 분리되어 있지는 않습니다. 그러나 광고업계에서 최고의 전문성을 갖춘 대표이사가 이사회 의장을 맡아 이사회가 경영 목표 및 핵심 경영 전략을 수립하는데 중요한 기여를 하고 있으며, 사외이사의 의견을 묻고 청취하는 등 객관적인 외부 의견을 최대한 수렴하고자 노력하고 있습니다.

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.

'21년 이사회 구성 현황

성명	생년월	직함 (담당업무)	임기만료일	성별	경영 위원회	내부거래 위원회	보상 위원회
유정근	1963.6	사내이사 (대표이사)	'25.3.16	남	○ (위원장)		
김종현	1966.7	사내이사 (비즈니스1부문장)	'24.3.17	남	○		
정홍구	1964.8	사내이사 (경영지원실장)	'23.3.18	남	○	○	○
김민호	1965.6	사외이사	'22.3.17	남		○ (위원장)	○ (위원장)
오윤	1962.11	사외이사	'24.3.17	남		○	○

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

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 있습니다.

당사 이사회는 당사의 목표, 가치 및 전략수립에 핵심적인 역할을 하고 있습니다. '21년 1월부터 '21년 12월까지 당사 이사회는 총 7회 개최되었으며, '21년에 부의된 주요 안건으로는 매 분기 재무제표 승인, 특수관계인과 상품/용역 거래 승인, 보상위원회 및 이사회 규정 개정 등이 있습니다.

당사는 특히, 주주총회에서 선임된 사외이사가 독립적으로 기업경영정책 결정에 참여하고 경영진을 감독 및 지원할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다. 이에, 이사회 개최 前 사외이사는 회사로부터 부의 안건에 대해 사전 공유를 받고 질의 시간을 가지며, '21년 사외이사의 이사회 참석률은 100%였습니다.

'21년 7차 진행된 이사회 안건 중 '이사회 및 산하 위원회 규정 개정의 승인의 건'에서는 김민호 사외이사가 '이사회 의장 및 위원회 위원장 직무대행 순서 조항' 과 관련하여, 부사장/전무 직급 통합 관련 인사제도 변경에 따라 전무 직급 삭제를 제안하여, 이를 규정 내 반영하는 것으로 안건을 보완하기도 하였습니다.

'21년 주요 보고 사항

회차	개최 일자	보고 내용
1차	1.28	내부회계관리제도 운영실태 보고
		경영위원회 결의사항 보고
2차	2.17	내부회계관리제도 운영실태 평가 보고
3차	7.26	경영위원회 결의사항 보고
4차	10.28	경영위원회 결의사항 보고
5차	12.9	컴플라이언스 추진 현황 보고

'21년 중요 의결 사항 (사내/사외이사의 참석률 100%)

회차	개최 일자	의안 내용	가결 여부
1차	1.28	제48기 재무제표 및 영업보고서 승인의 건	가결
2차	2.17	제48기 정기주주총회 소집 및 목적 사항 결정의 건	가결
		주주총회 전자투표제도 도입 승인의 건	가결
		특수관계인과의 상품 및 용역 거래 승인의 건	가결
3차	3.18	이사 업무 위촉의 건	가결
		이사 보수한도 집행 승인의 건	가결
		경영위원회 위원 선임의 건	가결
		내부거래위원회 위원 선임의 건	가결
		보상위원회 위원 선임의 건	가결
4차	4.29	제49기 1분기 재무제표 승인의 건	가결
		특수관계인과의 상품 및 용역 거래 승인의 건	가결
		'21년 안전보건계획 수립 승인의 건	가결
5차	7.26	제49기 상반기 재무제표 승인의 건	가결
		특수관계인과의 상품·용역 거래 승인의 건	가결
		기부금 지원 승인의 건	가결
6차	10.28	제49기 3분기 재무제표 승인의 건	가결
		특수관계인과의 상품·용역 거래 승인의 건	가결
		준법지원인 선임의 건	가결
7차	12.09	자기거래 한도 승인의 건	가결
		특수관계인과의 보험거래 승인의 건	가결
		이사회 및 산하 위원회 규정 개정의 건 * 수정, 보완의견: 김민호 사외이사 1人 보완의견	가결
		기부금 지원 승인의 건	가결

이사회 내 위원회

이사회는 정관 제35조, 이사회 운영규정 제12조의 2에 따라 3개 위원회(경영위원회, 내부거래위원회, 보상위원회)에 전문적인 권한을 위임하여 이사회 운영의 효율성을 제고하고 있습니다.

당사는 위원회별로 운영규정을 도입하고 있으며, 내부거래위원회와 보상위원회의 운영규정은 이사 3인 이상, 사외이사 3분의 2 이상으로 구성되도록 규정하고 있으므로, 내부거래위원회와 보상위원회는 사외이사 2명 전원과 정홍구 사내이사가 위원회 위원으로 활동하고 있으며, 위원장은 김민호 사외이사가 맡고 있어, 내부거래위원회 및 보상위원회가 독립적으로 운영되도록 하고 있습니다.

단, 김민호 사외이사는 임기 만료로, 당사는 '22.3.17일 주주총회를 통해 장병완 님을 당사의 사외이사로 신규 선임하였으며, '22년 주주총회 이후 각 위원회가 개최되는 시점에 위원장을 선임할 계획입니다.

* '22.4.28 2차 내부거래위원회에서 오윤 사외이사가 위원장으로 선임. 보상위원회는 주주총회 이후 현재까지 미개최

경영위원회는 당사의 경영에 관한 주요사항을 심의, 의결하므로, 무엇보다 광고업종에서의 전문성이 요구되는 점에서 광고업에서 최고의 전문성을 지닌 사내이사로만 구성하고 있습니다.

특히, 당사가 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.

'21년에 각 위원회에 부의된 의안 내용은 다음과 같습니다.

보상위원회 (참석률 100%)

개최 일자	의안 내용	가결 여부
2.17	'21년 등기이사 개별 연봉 승인의 건	가결
	'21년 등기이사 및 감사 보수한도 심의의 건	가결
12.22	'21년 특별격려금 지급 승인의 건	가결

내부거래위원회 (참석률 100%)

개최 일자	의안 내용	가결 여부
2.17	2021년 2분기 특수관계인과의 상품, 용역 거래 사전 심의의 건	가결
4.29	2021년 3분기 특수관계인과의 상품, 용역 거래 사전 심의의 건	가결
7.26	2021년 4분기 특수관계인과의 상품, 용역 거래 사전 심의의 건	가결
10.28	2022년 1분기 특수관계인과의 상품, 용역 거래 사전 심의의 건	가결
12.09	자기거래 한도 사전 심의의 건	가결
	특수관계인과의 보험거래 사전 심의의 건	가결

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

개최 일자	의안 내용	가결 여부
1.21	5기('17~'19년) 임원 장기성과 인센티브 2차분 지급의 건	가결
5.27	이집트 법인 자본금 증자의 건	가결
7.22	미국 달라스 지점 임차계약 지급보증 승인의 건	가결
	하이브랩社 지분투자 승인의 건	가결
10.21	삼성중공업 유상증자 참여 승인의 건	가결
	미국법인 차입금 지급보증 승인의 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, 정관 제37조 제1항), 선임된 상근감사의 임기는 취임 후 3년내의 최종 결산기에 관한 정기주주총회 종결 시까지로 합니다.

이에 따라 '18.3.21, 제45기 정기주주총회 결의에 따라 선임된 유희찬 상근감사는 '21.3.18 임기가 만료되었고, '21.3.18, 제48기 정기주주총회 결의에 따라 이홍섭 신임 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. '21년 1월부터 현재까지 당사의 상근감사는 모든 이사회에 참석하여 이사회 운영의 견제와 균형이 확보되었습니다.

감사의 전문성

현재 당사의 상근감사인 이홍섭 감사는 한국 공인회계사 및 세무사이며, 딜로이트안진 회계법인에서 28년 이상 재직한 경력이 있습니다. 또한 동국대 경영학 박사학위 취득자로서 회계 전문성뿐만 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 회계학 박사(2016)	예	회계사	• 기본자격 : 한국 공인회계사, 세무사 • 근무기간 : 딜로이트안진 회계법인(1989~2017) 신한회계법인(2018~2020)

감사의 교육현황

당사는 상근감사가 감사 업무를 효과적으로 수행할 수 있도록 하기 위해, 회사가 속한 산업의 특성 및 경영 환경의 변화, 법규 변경 등 중요한 이슈에 대한 교육 기회를 수시로 제공하고 있습니다. 당사가 상근감사에게 제공한 '21년 교육 현황은 다음과 같습니다.

교육 일자	교육실시주체	주요 교육내용
2.16	상장회사 감사회	'21년 주주총회 대비 기관투자자의 권리 강화에 따른 주요 점검사항
3.29	제일기획 담당팀	회사 현황 설명 (사업 개요 및 재무 현황 등)
4.01	삼일회계법인	ESG와 기업경영 및 공시 변화: (1) ESG경영 – 이슈와 과제 / (2) ESG 공시현황과 미래
4.26	한국상장회사협의회	ESG 경영과 감사(감사위원)의 역할
5.10	한국상장회사협의회 (상장회사감사회)	'21년 상반기 상장회사감사회 온라인세미나: ESG 공시 및 이행 평가
5.17	한국상장회사협의회 (상장회사감사회)	'21년 상반기 상장회사감사회–감사 및 감사위원을 위한 직무연수 (1) 감사 환경 변화와 감사(위원회) 역할과 책임 (2) ESG경영과 리스크 관리 전략 (3) 빅데이터를 활용한 내부감사 운영사례
5.27	한국상장회사협의회 (상장회사감사회)	'21년 상장회사감사회 온라인 특별강연(5월): (1) 중대재해처벌법 시행에 따른 법적 리스크 및 기업의 대응방안 (2) ESG 이행 평가
5.31	(사)감사인연합회	제12회 감사인 포럼: ESG경영과 비재무보고(Non-Financial Reporting)의 대응전략 및 과제
6.4	한국윤리경영학회 & 삼일회계법인	춘계학술대회 – 특별 세미나 ' 디지털 시대의 부정 적발과 위기관리'
6.10	㈜제일기획	제일기획의 미래사업방향
6.21	한국상장회사협의회 (상장회사감사회)	'21년 상장회사감사회 온라인 특별강연(6월): 팬데믹이 불러온 경제 지형의 변화
10.21	제일기획 담당팀	'21년 하반기 Compliance 교육 : 지식재산권/ 표시광고법, PR/ 개인정보보호, 중대재해처벌법 등
10.25	한국상장회사협의회 (상장회사감사회)	'21년 상장회사감사회 온라인 특별강연(10월): '21년 기말 감사 시 감사(감사위원회)가 유의하여야 할 주요 점검사항
11.8	한국상장회사협의회 (상장회사감사회)	'21년 상장회사감사회 온라인 세미나(11월): '21년 노동법 관련 이슈 및 노무 관련 주요 판례
11.18	(사)감사위원회포럼	감사 및 감사위원을 위한 2021년 제4회 정기 포럼 주제 1: 감사위원회 모범규준의 타당성 검토 및 개선방안 주제 2: 분식 사례에 기반한 감사위원회의 부정 조사 및 보고 역할
11.19	한국회계기준원	'21년 K-IFRS 질의회신 온라인교육
11.29	금융감독원 외	'21년 K-IFRS 제/개정 내용 등 온라인 설명회
12.7	한국공인회계사회	ESG 아카데미 심화·인증 과정: ESG 기초 및 전문가 과정 (11.2 ~ 12.17)

* 이홍섭 상근감사는 '21.3.18 주주총회를 통해 신규 선임되었으므로, 2월 진행된 교육 참가자는 유희찬 상근감사입니다.

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 (평균4.0년) 매니저 2명 (평균 0.9년)	- 내부회계관리제도 운영 업무 지원 - 이사회 의제, 경영현황 설명, 질의/논의 사항 대응 등 상근감사 직무수행 지원

* 근속연수: '21년 12월말 기준, 해당 업무 근속연수

외부 감사인의 독립성

비감사용역 사전 검토

당사는 외부감사인 선임 직후 당사 인터넷 홈페이지에 외부감사인과의 감사계약 결과를 공고하였으며, 외부감사인의 독립성 확보를 위해 모든 비감사업무에 대한 사전 검토를 통해 공인회계사법 제21조 등에서 규정한 금지 업무는 다른 회계법인을 활용하고 있습니다.
최근 3개년 당사와 외부감사인(삼일회계법인)과의 비감사업무 계약 내용과 용역 수행 기간, 보수는 아래 표와 같으며, 사업보고서에 매 분기 공시하고 있습니다.

사업연도	계약 체결일	용역 내용	용역수행기간	용역 보수(백만원)
제49기(당기)	'21.1.2	세무자문	'21년 1월 ~ 6월	60
	'21.1.2	세무자문	'21년 1월 ~ 12월	11
제48기(전기)	'20.2.24	세무자문	'20년 2월 ~ 5월	250
	'20.7.1	세무자문	'20년 7월 ~ '21년 3월	25
	'20.7.1	세무자문	'20년 7월 ~ '21년 12월	11
	'20.10.1	세무자문	'20년 10월 ~ '21년 2월	20
	'20.10.1	세무자문	'20년 10월 ~ '21년 3월	160
제47기(전전기)	'19.7.1	세무조정	'19년 7월 ~ '20년 3월	25
	'19.7.1	세무자문	'19년 7월 ~ 12월	11
	'19.8.1	경영자문	'19년 8월 ~ '20년 2월	130

비감사용역 보수 수준

외부감사인에게 지급한 감사용역 보수 대비 비감사용역 보수 수준은 제47기 '19년도 28%(비감사 1.7억/감사 6억) 및 제48기 '20년도 66%(비감사 4.7억/감사7.1억) 이며, 제49기 '21년도 9%(0.7억/7.4억) 입니다. '20년의 경우, 세무컨설팅으로 인해 비감사용역이 다소 증가하였습니다.

Risk Management

Risk 관리

제일기획은 체계적이고 선제적인 리스크 대응을 위해, 시스템과 평가에 기반한 관리 체계를 운영하고 있습니다. 1차적으로는 현업 조직에서 리스크를 직접 관리하고 기준을 준수하도록 유도하고, 관리 조직이 점검을 통해 위험 요인에 대한 즉각 시정과 예방 활동을 진행하고 있습니다. 또한, 리스크가 발생하거나 관련 규정을 위반할 때에는 평가/보상에 반영함으로써 이에 대한 책임을 부여하고 있습니다.

Early Warning System을 통한 사전 리스크 모니터링

제일기획은 글로벌 비즈니스 확대에 따라 해외 거점이 급속히 증가하고 국내외 경영환경이 갈수록 복잡해짐에 따라, '15년 본사 및 해외 거점의 산재된 리스크를 체계적으로 사전 모니터링하여 효율적으로 통제하기 위해 『Early Warning System』을 구축하여, 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 100여개 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 있으며, 리스크 관리 담당부서 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 공지, 담당임원에게 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 따라 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.

리스크 관리 항목을 필수 KPI로 운영

당사는 재무실적뿐만 아니라 법무(사건사고 발생, 하도급법 등 관련 법률 준수 여부), 조직문화(근무시간 제도 준수 여부 등), 안전(중대재해 예방), 광고주 리스크(VOC 관리, 정산/청구 가이드 준수 등), ESG(환경/사회/지배구조) 리스크 등의 주요 경영상 위험 항목과 기회요인을 식별하여 필수 평가 지표로 지정, 관리합니다. 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 관리합니다.

최고 경영진 정기 협의체를 통한 리스크 상시 관리

매주 최고 경영진간 정기 협의체를 운영함으로써, 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 전반적인 리스크에 대해 사전에 감지하고, 대책을 논의합니다.

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 얻기도 하였으며, 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.

- '19년, '20년 동반성장위원회의 동반성장지수평가에서 최우수 평가
- '21년 개최된 삼성안전환경상에서 안전관리 우수상 수상

중요 사안에 대한 커뮤니케이션

제일기획은 회사 경영 전략의 수립 및 세부 과제 논의에 全 임직원이 참여하며, 논의된 내용을 다양한 채널을 통해 공유합니다.

경영 전략회의, 임원간담회, 부문장 회의 等

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.

경영현황 설명회, CEO 메시지

제일기획은 全 임직원을 대상으로 재무 성과와 경영 현황을 공유하는 『경영현황 설명회』를 분기별 운영하고 있습니다. 코로나19 팬데믹으로 인한 임직원 모임이 어려운 시기에도, 화상회의 시스템을 활용하여 全 직원이 참여할 수 있는 라이브 설명회를 진행하였으며, 사내방송 및 온라인 다시 보기 등을 통해 임직원들이 경영 현황을 쉽게 알 수 있도록 하고 있습니다.

또한, '21년 연간 7건의 대표이사 공식 메시지를 통해 비즈니스 현황과 성과, 전략 방향에 대해 지속적인 커뮤니케이션을 진행한 바 있습니다.

대표이사 직접 소통 프로그램

당사는 복지, 인사제도 및 기타 회사 생활과 경영 전반에 대해 대표이사에게 직접 묻고 답하는 CEO 소통 프로그램 '대.답.좀'(대표이사가 답하는 좀 솔직한 이야기) 프로그램을 신설해 '21년 중 총 4회(1,2,6,11월) 진행했습니다.

이 프로그램을 위해 사내 인트라넷과 진행 현장에서 회사 전반에 대한 임직원의 궁금증과 건의사항을 받고, 이에 대해 CEO가 직접 답변하는 영상을 제작해 사내방송 및 인트라넷을 통해 임직원에게 송출했습니다. 그 결과, 약 30건의 질문에 대해 대표이사가 답변하고 실질적인 개선 조치가 이루어졌습니다.

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.

'21년 한 해 동안 경영진 및 사내 주요 부서를 대상으로 업계 동향에 대한 총 84건의 정기 리포트를 발신했으며, 경영진 대상 3건의 심화 리포트를 발신했습니다. 이 중에는 AdGreen Resources Guide 等 ESG 관련 글로벌 업계 사례 기반 리포트도 총 9건 포함되어 있습니다.

지배구조 관련 법/규제 준수

당사는 위와 같이 지배구조 관련 법/규제를 성실히 준수하고 있으며, 지난 5개년간 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.

Appendix

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

Facts & Figures

※ 국내 임직원 현황

구분			'21년 직원수(명)	'21년 (%)
총 임직원			1,286	
	남		667	52
	여		619	48
직급별 임직원	사원		338	26
		남	115	34
		여	223	66
	간부		892	69
		남	502	56
		여	390	44
	임원		35	3
		남	30	86
		여	5	14
	기타		21	2
		남	20	95
		여	1	5
연령별 임직원	30대 미만		155	12
	30대		522	41
	40대		475	37
	50대 이상		134	10
외국인			29	2
장애인			20	2

* 작성기준
  - 총원: 연말 마감인원 기준(주재원 포함)
  - 휴/퇴직자제외(사업보고서와 집계 기준 상이)
  - 사원: C1(A), C1(B)/ 간부: C2, C3/ 기타: 고문, 자문, 상담역, 운전 등
  - 나이: 마감년도 – 출생년도
  - 외국인: 주민번호상 외국인
* 관리자는 간부, 임원을 의미합니다.

※ 해외 임직원 현황

총괄 구분	'21년 임직원수(명)
총 임직원	4,578
North America	163
China	379
Europe	923
CIS	167
Southeast Asia	863
Southwest Asia	824
ME	301
Africa	98
Latin America	848
Japan	12

※ 직원 및 보수 현황

구분		'21년
전체	근로자수(명)	1,326
	정규직 여성비율(%)	51.0%
	급여총액(백만원)	158,907
	평균급여(백만원)	124
남	근로자수(명)	657
	급여총액(백만원)	91,416
	평균급여(백만원)	140
여	근로자수(명)	669
	급여총액(백만원)	67,491
	평균급여(백만원)	107

* 1인당 평균급여액은 급여지급 대상 평균인원(1,284명, 남 651명/여 633명)기준입니다.

※ 정규직/기간제 근로자 고용 비중

구분		'21년	
		직원수(명)	(%)
계약 종류별 임직원	정규직	1,301	98.1
	기간제	25	1.9

※ 육아휴직 현황

구분		'21년	
		직원수(명)	(%)
총 육아휴직자		47	
	남	12	26
	여	35	74
육아휴직 후 업무 복귀자 수		14	

* 작성기준
육아휴직자: 휴직시작일 기준
육아휴직 후 업무 복귀자: 해당년도 휴직자 중 현재 기준 복직자 ('22.3.1 복직자까지 포함)

※ 퇴직 현황

구분	'21년
퇴직률 (%)	10.1

* 퇴직률 = 연간 퇴직인원 / 연 평균인력

※ 매출액 대비 복리후생비 현황

구분	'21년
매출액 (백만원)	1,017,011
복리후생비 (백만원)	26,517
비율 (%)	2.6
직원수 (명)	1,326
1인당 복리후생비 (백만원)	20.0

※ 근로자 1인당 교육훈련비

년도	연수비 (천원)	인력 (명)	1인당 교육훈련비 (천원)
'21년	1,537,477	1,326	1,159

협회 및 단체 가입 현황

협회명
한국상장회사협의회
한국광고산업협회
한국온라인광고협회
한국신문협회
서울상공회의소
한국거래소
한국공정경쟁연합회
한국여자농구연맹

GRI 대조표

GRI Standards				
GRI 102 : 일반정보 공개		지표명	페이지	비고
조직 프로필	102-1	조직 명칭	12	
	102-2	활동, 브랜드, 제품 및 서비스	16~20, 26~31	
	102-3	본사 위치	12	
	102-4	사업 지역	12, 14~15	
	102-5	소유 형태 및 법적 형태	제49기 사업보고서(2021.12.) p205에 공개	
	102-6	시장 영역	12	
	102-7	조직의 규모	제49기 사업보고서(2021.12.) p25~26에 공개	
	102-8	임직원 및 근로자에 관한 정보	150~151	
	102-9	공급망	104	
	102-10	조직 및 공급망의 중대한 변화	22~23	
	102-11	예방 원칙 또는 예방 접근법	144~145	
	102-12	외부 이니셔티브	62	
	102-13	협회 회원	153	
전략	102-14	최고의사결정권자의 성명서	10~11	
	102-15	주요 영향, 리스크 및 기회	10~11	
윤리 및 청결	102-16	가치, 원칙, 기준 및 행동강령	92	
	102-17	윤리 관련 자문 요청 및 우려 고발 메커니즘	94~95	
지배구조	102-18	지배구조	135, 138~139	
	102-19	권한 위임	138~139	
	102-20	경제, 환경 및 사회적 주제에 대한 임원 책임	36~37	
	102-21	경제, 환경 및 사회적 주제에 관해 이해관계자와 협의	38	
	102-22	최고의사결정기구 및 그 하위 위원회의 구성	135~139	
	102-23	최고의사결정기구 의장	135	
	102-24	최고의사결정기구 위원 추천 및 선정	135~139	
	102-25	이해관계상충	135~139	
	102-26	목표, 가치 및 전략 수립에 관한 최고의사결정기구의 역할	36~37	
	102-27	최고의사결정기구의 집단지식	36~38	
	102-29	경제, 환경 및 사회적 영향 파악 및 관리	36~38	
	102-30	리스크 관리 프로세스의 효과성	36~37	
	102-31	경제, 환경 및 사회적 주제에 대한 검토	36~37	

GRI 102 : 일반정보 공개		지표명	페이지	비고
지배구조	102-33	주요 우려사안에 대한 커뮤니케이션	136~139	
	102-34	주요 우려사안의 성격 및 총 건수	136~139	
	102-35	보수 정책	134, 제49기 사업보고서(2021.12.) p213~217에 공개	
	102-36	보수 산정 프로세스	71	
	102-37	보수 정책에 대한 이해관계자 참여	71	
이해관계자 참여	102-40	이해관계자 단체 목록	38	
	102-41	단체협약	79	
	102-42	이해관계자 파악 및 선정	38~39	
	102-43	이해관계자와의 협의 방식	38	
	102-44	핵심 관심사항 및 우려사항	39	
보고 관행	102-45	연결재무제표에 포함된 법인	제49기 사업보고서(2021.12.) p32~35에 공개	
	102-46	보고 내용 및 주제의 경계 설정	39	
	102-47	중요 주제 목록	39	
	102-48	기존 정보 수정	-	
	102-49	보고 관련 변경사항	-	
	102-50	보고 기간	32	
	102-51	최근 보고 일자	32	
	102-52	보고 주기	32	
	102-53	보고서 관련 문의처	32	
	102-54	GRI Standards에 따른 보고 방식	32	
	102-55	GRI 인덱스	154~156	
	102-56	외부 보증 (external assurance)	158~163	

GRI 103 : 경영접근방식공개		지표명	페이지	비고
경영접근방식	103-1	중요 주제 및 그 경계에 대한 설명	39	

GRI 200 : 경제		지표명	페이지	비고
경제성과	201-1	직접적 경제가치 발생과 분배(EVG&D)	151~152, 제49기 사업보고서(2021.12.) p25~26, p154에 공개	
반부패	205-2	반부패 정책과 절차에 관한 커뮤니케이션 및 교육	94, 101, 109	

GRI 대조표

GRI 300 : 환경		지표명	페이지	비고
에너지	302-1	조직 내 에너지 소비	55	
	302-4	에너지 소비 감축	55	
용수 및 폐수	303-5	물 소비	56	
배출	305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope1)	54	
	305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope2)	54	
	305-3	기타 간접 온실가스 배출량 (Scope3)	54	
	305-4	온실가스 배출 집적도	54	
	305-5	온실가스 배출량 감축	54	
폐기물	306-2	유형별, 처리방법별 폐기물	57	
환경적 컴플라이언스	307-1	환경 규제 위반	57	

GRI 400 : 사회		지표명	페이지	비고
고용	401-2	비정규직 근로자에게는 제공되지 않는 정규직 근로자를 위한 복리후생	72	
산업 보건 및 안전	403-1	직장 건강 및 안전 관리 시스템	80~84	
	403-2	위험요인 파악, 리스크 평가, 사고 조사	80~84	
	403-5	직장 건강 및 안전 관련 근로자 교육	82	
	403-6	근로자 건강 증진	83	
	403-9	업무 관련 부상	83	
교육 및 훈련	404-1	직원 1인당 평균 교육 시간	77	
	404-2	직원 역량강화	77~79	
		이직지원 프로그램	69	
	404-3	정기적으로 성과 및 경력 개발 검토를 받는 직원 비율	69~70	
다양성 및 기회균등	405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	64, 135, 150~151	
	405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보수 비율	151	
차별금지	406-1	차별 사례 및 이에 대한 시정조치	63	
인권평가	412-2	인권 정책 및 절차 관련 직원 교육	63	
공급업체 사회 영향 평가	414-2	공급망 내 부정적 사회적 영향 및 그에 대한 대응조치	104~105	
마케팅 및 라벨링	417-2	제품/서비스 정보 및 라벨링 관련 위반	96	
	417-3	마케팅 커뮤니케이션 관련 위반	96	
고객 개인정보	418-1	고객 개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 관련해 입증된 민원	91	
사회경제적 컴플라이언스	419-1	사회적 및 경제적 분야의 법률 및 규정 위반	95	

‘2021 제일기획 지속가능경영보고서’ 검증의견서

제일기획 이해관계자 귀중

한국품질재단은 제일기획의 요청에 의해 2021제일기획 지속가능경영보고서(이하 ‘보고서’)에 대한 검증을 수행하였습니다. 한국품질재단은 하기 명시한 검증 기준 및 범위에 따라 독립적으로 보고서에 대한 제3자 검증 의견을 제시할 책임이 있으며, 본 보고서의 작성에 대한 책임은 제일기획 경영자에게 있습니다.

검증 기준 및 범위

- 검증 기준 : AA1000AS(v3), AA1000AP(2018)
- 검증 유형 : Type 1 [Accountability 4대 원칙(포괄성, 중대성, 대응성, 영향성) 검증]
- 검증 수준 : Moderate [제한적으로 수집된 자료에 기반하여 검증]
- 검증 범위
  - GRI Standards(2020) 핵심적 방식(Core Option)
    - 보고 원칙
    - 공통 표준 (Universal Standards)
    - 특정 주제 표준(Topic Specific Standards)

Topic	GRI Disclosure	Topic	GRI Disclosure
특정주제표준 경영접근방식 (Management Approach)	103-1, 103-2, 103-3	산업 보건 및 안전 (Occupational Health and Safety)	403-1, 403-2, 403-5, 403-6, 403-9
경제 성과 (Economic Performance)	201-1	훈련 및 교육 (Training and Education)	404-1, 404-2, 404-3
반부패 (Anti-Corruption)	205-2	다양성 및 기회균등 (Diversity and Equal Opportunity)	405-1, 405-2
에너지 (Energy)	302-1, 302-4	차별금지 (Non-Discrimination)	406-1
용수 및 폐수 (Water and Effluents)	303-5	인권평가 (Human Rights Assessment)	412-2
배출 (Emissions)	305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5	공급업체 사회 영향 평가 (Supplier Social Assessment)	414-2
폐기물 (Waste)	306-2	마케팅 및 라벨링 (Marketing and Labeling)	417-2, 417-3
환경 컴플라이언스 (Environmental Compliance)	307-1	고객 개인정보 보호 (Customer Privacy)	418-1
고용 (Employment)	401-2	사회경제적 컴플라이언스 (Socioeconomic Compliance)	419-1

검증 방법

검증팀은 상기 기준을 적용하여 보고서 내용의 타당성을 확인하기 위해 관련 절차, 시스템 및 통제의 방식과 가용한 성과 데이터에 대하여 검토하였습니다. 검증 과정에서 확인한 문서는 아래와 같습니다.

- 비재무정보 : 제일기획에서 제공한 데이터와 내부 회의 자료, 공시된 사업보고서, 언론 및 인터넷을 통해 조사된 자료 등
- 재무정보 : 금융감독원 전자공시시스템 (http://dart.fss.or.kr)에 공개된 재무제표

본 검증은 서면검토와 현장심사를 모두 진행하였습니다. 현장심사 시 보고서 작성 담당자와의 인터뷰를 실시하여 보고서 내 중대성 평가 절차, 이해관계자를 고려한 이슈 선정, 데이터 수집·관리 및 보고서 작성 절차의 유효성과 서술 내용의 타당성을 평가하였습니다. 이후 상기 단계에서 발견한 일부 오류, 부적절한 정보, 불명확한 표현들은 제일기획이 제공하는 최종 보고서에서 적절히 보완되었음을 확인하였습니다.

적격성 및 독립성

본 검증의 심사팀은 한국품질재단 내부 규정에 의거하여 적격하게 구성되었습니다. 한국품질재단은 제3 자 검증서비스를 제공하는 업무 외에 제일기획의 사업 전반에 걸쳐 검증의 독립성 및 공평성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 없습니다.

제한 사항

보고서에 제시된 성과 데이터에 대한 완전성 및 대응성은 해당 데이터의 특성과 수치를 확정, 계산, 추정하는 방법에 따라 고유의 한계를 가지고 있습니다. 검증팀은 계약에 의거하여 제공된 정보 및 근거에 대해 비교 검토를 수행하였으며 원본 데이터의 신뢰성 확인은 수행하지 않았습니다.

발견사항 및 검증 결론

상기 검증 활동을 수행한 결과, 검증팀은 본 보고서의 내용이 GRI Standards(2020)의 'Core option'에 대한 요구사항을 충족하며 AA1000AS(v3)의 Type 1 보증 수준을 입증할 수 있는 합리적 근거를 확보하였다고 판단하였습니다. 또한 본 보고서의 내용 중 중대한 오류나 원칙 준수와 관련한 부적절한 사항을 발견하지 못하였습니다.

- **포괄성**(Inclusivity)
  제일기획은 주주총회, 홈페이지 및 SNS, 경영현황설명회, 노사협의회와 같은 적절한 채널을 활용하여 주주, 고객, 지역사회, 임직원, 협력회사 등 다양한 이해관계자의 의견을 수렴하고 있습니다. 보고서에서 언급된 것 이외에 누락된 주요 이해관계자가 있다는 증거는 발견하지 못하였습니다.

- **중대성**(Materiality)
  제일기획은 ESG 관련 글로벌 지표 분석, 이해관계자 정례회의, 경쟁사 벤치마킹 결과 등을 활용하여 이슈 풀을 구성한 후 우선순위를 부여하는 방식으로 중대 이슈를 선정하였습니다. 중요성평가 과정을 통해 파악된 이슈는 누락 없이 보고서 내에 공개되었음을 확인하였습니다.

- **대응성**(Responsiveness)
  제일기획은 이해관계자로부터 수렴한 요구와 주요 관심사항에 적시 대응하기 위해 노력하고 있습니다. 중요 이슈에 대한 조직의 대응 활동 및 성과가 부적절하게 보고되었다는 증거는 발견하지 못하였습니다.

- **영향성**(Impact)
  제일기획은 경영활동 전반에서 이해관계자 관련 중요 이슈의 영향을 식별 및 모니터링하고 있으며, 가능한 범위 내에서 보고하고 있습니다. 중요 이슈와 관련된 영향성이 부적절하게 측정·보고되었다는 증거는 발견하지 못하였습니다.

개선을 위한 권고

지속가능경영 체계화와 효과적인 정보 공개를 위하여 다음의 발전적인 접근을 권고 드립니다.

- 제일기획의 지속가능경영보고서에서는 내부 조직 및 공급망 ESG 경영체제 확립을 위한 노력이 돋보입니다. 내부 경영체제가 안정된 이후에는, 제일기획이 외부 이해관계자에게 미치는 영향 정도를 구체적으로 식별·평가하여 보고서에 반영할 수 있기를 기대합니다.
- 국내의 대표적인 광고회사로서, 이해관계자들이 제일기획에 기대하는 높은 수준의 ESG 경영 전략과 성과를 지속적으로 보고서에 공개하기를 기대합니다.

AA1000
Licensed Report
000-80/V3-KRDF8

kfq Korean Foundation for Quality

2022년 5월
서울, 대한민국
한국품질재단 대표 송지영

Ji Young Song

「2021년 온실가스 배출량」에 대한 검증 의견서

검증 대상

한국품질재단은『제일기획』의 2021년 온실가스 배출량에 대한 검증을 수행하였습니다.

검증 범위 및 기준

검증은『제일기획』본사의 온실가스 배출 시설을 대상으로 하였습니다. 직접 및 간접배출원(Scope 1, 2)에 대해서는 '온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부 고시 제2021-278호)'과 '2006 IPCC 가이드라인'에 따라 산정하였으며, 기타 간접배출원(Scope 3)에 대해서는 자체 기준과 'Technical Guidance for Calculating Scope 3 emission (Greenhouse Gas Protocol)'을 적용하였습니다.

검증 절차

재단은 ISO14064-3(Specification with guidance for the verification and validation of greenhouse gas statements: 온실가스 선언에 대한 타당성 검증 및 확인을 위한 세부지침) 및 상기 검증기준에 따라 검증을 수행하였습니다.
재단은『제일기획』으로부터 제공받은 배출량 산정 결과의 확인 및 교차검증을 통해, 배출량 산정에 적용된 데이터가 정확하고 배출량이 상기 검증기준에 따라 적합하게 산정되었는지에 대한 제한적 확신을 얻기 위해 검증을 계획하고 수행하였습니다.

검증의 한계

본 검증은『제일기획』에서 설정한 산정기준 자체의 타당성확인을 목적으로 하고 있지 않습니다. 따라서『제일기획』이 설정한 산정기준에 따라 배출량 산정결과에 중요한 차이가 발생할 수 있고, 이는 비교 가능성에 영향을 줄 수 있습니다.

검증 결론

ISO 14064-1, ISO 14064-3 등의 검증절차를 통해 온실가스 배출량 데이터에 대해 아래와 같은 결론을 제시합니다.

1)『제일기획』의 2021년 Scope 1&2 온실가스 배출량은 '온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침'에 따라 적절하게 산정되었습니다.

2)『제일기획』의 2021년 Scope 3 배출량은 'Technical Guidance for Calculating Scope 3 Emission(Greenhouse Gas Protocol)' 및 내부기준에 따라 적절하게 산정되었습니다.

3)『제일기획』의 2021년 온실가스 배출량에는 중요한 오류 및 누락이 발견되지 않았으며, 최종 산정된 결과는 다음과 같습니다.

[단위: ton CO_2_eq]

구분	온실가스 배출량				
	직접배출량 (Scope 1)	간접배출량 (Scope 2)	소 계 (Scope 1+Scope 2)	기타 간접 배출량 (Scope 3)	총 계 (Scope 1+Scope 2+Scope 3)
본사	716.996	1,147.626	1,864.622	10.938	1,875.560

※ 기타 간접배출량 : 다운스트림 운송 및 유통

4) 따라서 2021년『제일기획』의 온실가스 배출량에 대한 "적정" 의견을 제시합니다.

2022년 5월 3일

(재)한국품질재단 대표 송지영

Ji Young Song

Cheíl