

Environment  
Social  
Governance

---

지속가능경영  
보고서  
2024



**Cheil**





**cheil**

# Contents

## Introduction

CEO Message	10
Company Information	12
Global Networks	14
History	16
'24 Awards	18
'24 Performance	22
About this Report	28

## ESG

Sustainable Management System	32
Stakeholder Participation in ESG Management	34
ESG Management Status	35
Selection of Key Issues	36

## Environment

Environmental Management System	40
환경경영 방침	40
환경경영 목표	40
환경경영 전략	42
환경경영 조직 및 성과 평가	44
투자 시 환경요인 검토	45
기후 위험 완화를 위한	45
국내 친환경 광고제작 환경 선도	
Environmental Management Activities	48
그린제일(Green Cheil)	48
환경교육 실시	49
환경경영 실천을 위한 투자	49
지역사회를 위한 환경보호 활동	50

Outcome of Environmental Management	52
온실가스	52
에너지	53
원부자재 사용량 감축 활동	55
용수 사용량 감축 활동	55
폐기물 배출량 감축 활동	56
대기오염 물질 배출량 감축 활동	56
환경 관련 법/규제 준수 및 환경정보 공개 등	57
[정리] '24년 제일기획 친환경 경영활동 현황	58

## Social

Human Rights	62
인권경영 정책	62
광고 제작 환경에서의 인권보호 선도	62
인권교육 프로그램	63
인권 관련 고충 신고 채널 및 운영실적	63

Employees	64
근로자의 다양성	64
근속 현황, 퇴직자 지원 프로그램 등	70
성과 평가 - 임직원 성과 평가 제도	71
보수 정책	72
복리후생	73
조직문화	74
교육/훈련	77
노사협의회 '사랑사랑'	81

Occupational Health and Safety	82
안전/보건 체계	82
무재해 사업장 달성	90
임직원 및 가족의 건강과 안전을 위한 Care 프로그램 운영	90
협력회사의 안전/보건	92

Security and Privacy	94
정보보호/개인정보보호 체계	94
정보보호/개인정보보호 활동	99
개인정보주체의 권리 보호	102
Ethics and Compliance	104
준법 실천을 위한 임직원 규범	104
임직원 교육	108
모니터링 제도	109
표시·광고 관련 원칙 및 제도	111

Shared Growth	114
상생경영원칙	114
협력회사와의 상생을 위한 전담조직 운영	115
공정거래를 위한 활동 및 노력	116
협력회사 선정 및 평가 프로세스	121
협력회사 지원활동	123

Social Contribution	128
사회공헌 정책	128
사회공헌 활동	128
사회적 책임을 고려한 경영원칙	134

## Governance

Charter of Corporate Governance	150
Shareholders	151
주주의견 수렴 장치	151
주주의 권리	151
주주가치 환원 노력(배당)	152
Director/Board of Directors	154
이사	154
이사회	158

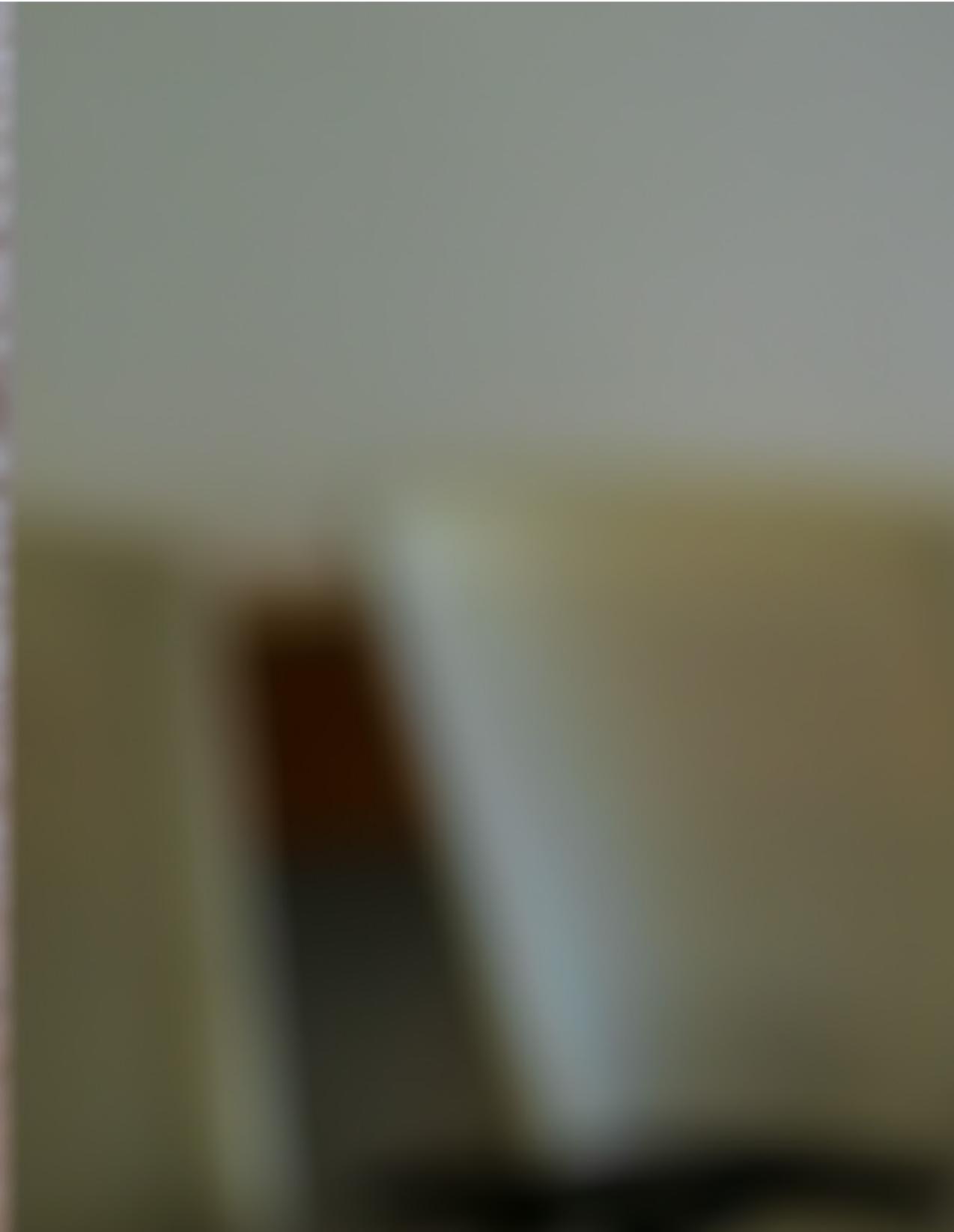
Audit	164
감사기구	164
감사의 전문성	166
감사의 교육현황	166
감사 지원 조직	169
외부 감사인의 독립성	170
Risk Management	172
리스크 관리	172
중요 사안에 대한 커뮤니케이션	176
경제적, 환경적 및 사회적 영향의 파악 및 관리	177
지배구조 관련 법/규제 준수	177

## Appendix

Facts & Figures	182
협회 및 단체 가입 현황	185
GRI 대조표	188
SASB 대조표	190
제3자 검증 의견서	192
온실가스 검증 의견서	196

# Introduction

- CEO Message
- Company Information
- Global Networks
- History
- '24 Awards
- '24 Performance
- About this Report





존경하는 이해관계자 여러분,

안녕하십니까?

제일기획 대표이사 김종현입니다.

'24년은 불확실한 경제 환경과 지속되는 지정학적 리스크로 인한 다양한 변수들로 인해 한치 앞을 예측할 수 없는 어려운 해였습니다. 그럼에도 당사는 전년비 매출총이익 7%, 영업이익은 4% 성장하며 의미 있는 성과를 거두었습니다. 경영 성과 외에도, 세계적인 권위의 '칸 광고제'에서 금상 1개를 포함해 5개의 본상을 수상하였고, 한국광고총연합회에서 주관하는 '대한민국 광고대상'에서도 대상 3개를 포함해 총 15개의 본상을 수상하는 등 대외적으로도 역량을 인정받으며 내실을 다졌습니다. 뿐만 아니라, 전 임직원이 한 마음으로 ESG경영에 최선을 다한 결과, 3년 연속 'KCGS 종합등급' A를 달성할 수 있었습니다.

이는 'Operational Excellence', 즉 '운영의 탁월성'을 가치로 내세워 업무 프로세스를 하나하나 개선하고 검토했기에 가능한 일이었습니다. 'Operational Excellence'란 기업이 운영 프로세스를 지속적으로 개선하여 효율화하고, 이를 통해 고객 가치 창출을 극대화하는 경영전략을 의미합니다. 당사는 'Operational Excellence'를 중심으로 불필요한 문서 작업과 보고 절차는 없는지, 자원은 절약하면서 더 효과적으로 일할 수 있는 방법은 무엇인지 끊임없이 검토하며 현재도 업무 프로세스를 개선해 나가는 중입니다. 이러한 작업들은 우리의 비즈니스 성장뿐 아니라, ESG 경영을 위해서도 반드시 필요한 노력이기며, 지난 해에는 'Operational Excellence'를 '환경(E)', '사회(S)', '거버넌스(G)' 영역에도 적용할 수 있도록 많은 노력을 기울였습니다.

먼저, 환경(E) 분야에서는 2050년 탄소중립을 이루겠다는 목표를 세우고 이 목표를 달성하기 위한 초석을 다졌습니다. 특히, 환경은 모두의 노력이 합쳐져야만 성과가 체감되는 영역인만큼, 지난 12월 환경경영 전담 부서인 '환경경영팀'을 신설하여 친환경 경영을 위한 컨트롤타워 역할을 수행하도록 하였습니다. 향후 '환경경영팀'은 당사의 탄소중립 및 기후변화 대응 목표를 수립하고, 환경 관련 성과를 체계적으로 관리하는 등 당사의 친환경경영에

주요한 역할을 수행할 예정입니다. 또한 'Operational Excellence' 차원에서 불필요한 종이 사용을 줄일 수 있도록 모든 회의실에 모니터를 설치하고, 업무 자료도 시스템을 통해 공유할 수 있도록 디지털 인프라도 확충했습니다.

둘째, 사회(S) 분야에서는 '안전'과 '준법', '사회적 책임'을 가장 중요한 핵심 가치로 내세우고, 이를 실천하였습니다. '안전'은 사전에 철저히 점검하고 예방하는 것이 가장 중요한 만큼, 당사와 함께 일하는 협력회사도 당사와 동일한 기준으로 '작업장 위험성 평가'를 실시하여 위험요소를 사전에 제거할 수 있게 하였으며, 안전/보건 장비 및 시설도 지원하고 있습니다. 물리적 안전뿐 아니라, 정보 보호를 위해서도 관리 체계를 구축하여 '정보 유출 사고 Zero'라는 목표 달성을 위해 노력하고 있습니다. 그 일환으로 보다 체계적인 정보 보호를 위해 지난 '24년 정보보호센터를 신설하고 CISO(Chief Information Security Officer, 정보보호최고책임자)를 신규 선임하기도 하였습니다. '준법' 영역 강화를 위해서는 '24년부터 '부패방지 프로그램' 실행 계획을 세우고, 그 결과를 연 1회 정기적으로 이사회에 보고하는 프로세스를 신설하였습니다. 이를 통해 이사회 및 경영진이 부패방지 계획 및 실행 내역을 꼼꼼히 검토하고 있습니다. 이와 더불어 광고회사로서 '사회적 책임'을 다하기 위해 사회에 부정적 영향을 미칠 가능성이 있는 프로젝트는 수주할 때 'ESG 사무국'과 협의하도록 하는 내부 절차를 마련하고 있습니다. 또한 관공서나 NGO와 함께 사회 문제에 대한 관심을 환기시키고, 실질적으로 해결할 수 있는 방안이 무엇인지 함께 고민하고 있습니다. 마지막으로, 거버넌스(G) 영역에서도 주주의 권리를 보장하고 이해관계자들과 함께 성장하기 위해 다양한 정책을 시행 중입니다. 작년 한 해 당사 홈페이지에 NDR(Non Deal Roadshow)과 같은 IR 관련 일정을 11회 공개하는 등 이해관계자들과 적극적으로 소통하기 위해 노력하였으며, 주주총회 결과를 포함한 관련 정보를 이해관계자 분들께 투명하게 공개하고 있습니다. 또한 리스크 관리를 위해 당사의 CFO이자 ESG 사무국장인

경영지원실장을 리스크 관리 책임자(CRO, Chief Risk Officer)로 지정하고 리스크 관리 활동을 이사회에 연1회 보고하도록 하여 이사회에서 직접 경영 관련 리스크를 검토 및 관리하고 있습니다.

뿐만 아니라, 당사는 임직원들의 역량 및 경쟁력을 강화하기 위한 노력도 진행하였습니다. 'Cheil Campus'라는 이름으로 다양한 교육 과정을 신설하여 임직원들이 급변하는 업무 환경 속에서도 자기주도적으로 필요한 역량을 키울 수 있는 프로그램을 마련해 지원하였으며, 크리에이티브 제작 과정에서 제작 시간을 획기적으로 단축할 수 있는 '크리에이티브 전용 생성형 AI 솔루션'도 도입하였습니다. 이러한 노력들 하나 하나가 쌓여 'Operational Excellence'는 물론, ESG 경영을 강화하고, 기업과 사회가 함께 성장하는 기반이 되리라 확신합니다.

'25년 또한 세계 경제의 게임물이 격변하며 불확실성이 최고조에 이르는 한 해가 될 것이라 합니다. 하지만 이럴 때일수록 우리는 제일 잘하는 일에 집중하면서도 변화를 모색해 나가며 성장을 멈추지 않을 것입니다. 사회와 더불어 성장하며, 더 나은 환경을 지키기 위해 노력하는 제일기획의 향후 여정도 따뜻하게 지켜봐 주시고, 지속적인 지지와 응원을 부탁드립니다.

감사합니다.

제일기획  
대표이사 사장 김종현

## Company Information

### About Cheil

**회사명** : 주식회사 제일기획(Cheil Worldwide)

**본사 소재지** : 서울시 용산구 이태원로 222

**글로벌 네트워크** : 46개국

**재무 성과** ('24년 기준, 연결재무제표 기준)

- 영업수익 : 4조 3,443억 원
- 영업총이익 : 1조 7,275억 원
- 영업이익 : 3,207억 원

#### 클라이언트

- 국내 : 삼성전자, 동서식품, 신한금융지주회사, KT, 한국인삼공사, 한국지엠, 존슨앤드존슨, 넷플릭스, 한국타이어, 아모레퍼시픽 등
- 글로벌 : AbbVie, Alcon, American Express, Beiersdorf, Biogen, Blue Diamond, Flagstar Bank, Henkel, IKEA, Indivior, Little Caesars, Popeyes, Seddiqi Properties, Sherwin-Williams, Shoe Show, Volkswagen 등

### Our Family (Affiliates)

Barbarian, Cheil PengTai, BMB, One RX, McKinney, Iris, Experience Commerce, Cheil Centrade, ColourData, Social Beat 포함 91개사

\* 전체 종속기업 목록은 사업보고서 참조

### Sports Marketing

수원삼성블루윙스축구단, 서울삼성썬더스농구단, 용인삼성블루밍스농구단, 대전삼성블루팡스배구단, 삼성라이온즈야구단





## History

<p><b>1973</b> 제일기획 창립</p> <p><b>1975</b> 사보 &lt;第一企劃&gt; 창간 공채 1기 신입사원 입사</p> <p><b>1977</b> 업계 최초 전국 소비자 조사 (Annual Consumer Research) 실시</p> <p><b>1978</b> 제1회 대학생 광고논문 및 광고작품 공모</p> <p><b>1979</b> 업계 최초 광고연감 발간</p> <p><b>1987</b> 창사 최초 글로벌 광고제 본상 수상 (뉴욕페스티벌, 은상)</p> <p><b>1988</b> 업계 최초 해외네트워크 개설(일본 도쿄)</p> <p><b>1989</b> 합작 자회사 제일보젤 설립</p> <p><b>1991</b> 업계 최초 마케팅 연구소 설립 미국 피츠버그대와 공동 마케팅 전문가 과정 개설</p> <p><b>1992</b> 뉴욕 법인 설립</p> <p><b>1994</b> 신광고서비스 선언</p>	<p><b>1997</b> 국내 최초 칸라이언즈 금상 수상</p> <p><b>1998</b> 업계 최초 증권거래소(KOSPI) 상장</p> <p><b>2000</b> 합작회사 하쿠호도제일 설립 브랜드마케팅 연구소 신설</p> <p><b>2002</b> 2002 한일월드컵 개막식 행사 수행</p> <p><b>2004</b> 아프리카네이션스컵 축구대회(ANC 2004) 개막식 연출</p> <p><b>2005</b> APEC 2005 코리아 문화행사 집행 청계천 새물맞이 행사 집행</p> <p><b>2007</b> 프로(Pro) 호칭 도입</p> <p><b>2008</b> 영문 사명 'Cheil Worldwide'로 변경 영국 BMB(Beattie McGuinness Bungay) 인수 국내 최초 원소 금상 수상 국내 최초 칸라이언즈 영컴피티션 본상 수상 (은상)</p> <p><b>2009</b> 업계 최초 대한민국 광고대상 3연패 미국 TBG(The Barbarian Group) 인수 중국 마케팅사 Pengtai 인수</p>
--	--

<p><b>2010</b> G20 서울 정상회의 종합홍보 수행 국내 최초 칸라이언즈 영컴피티션 금상 수상</p> <p><b>2011</b> 국내 최초 칸라이언즈 그랑프리 수상 리테일 전문기업 One Agency 인수 평창동계올림픽 개최지 선정 홍보 마케팅 및 프레젠테이션 수행</p> <p><b>2012</b> 미국 광고회사 Mckinney 인수 국내 최초 스파이크스아시아 그랑프리 수상</p> <p><b>2013</b> 창립 40주년: CI 변경, 홍보관 신설 국내 최초 클리어워즈 그랑프리 수상 자회사 TBG, 칸라이언즈 그랑프리 수상 칸라이언즈 역대 최다 수상 (본상 21개) DnA센터(Data and Analytics Center) 설립</p> <p><b>2014</b> 삼성블루윙즈 축구단, 삼성썬더스 남자 농구단, 삼성생명블루밍스 여자 농구단 인수 글로벌 에이전시 Iris Worldwide 인수</p> <p><b>2015</b> 국내 최초 스파이크스아시아 2개 부문 그랑프리 수상 Cheil Greater China, 중국 양대 광고제 석권 및 올해의 광고회사 2연패 삼성블루팡스 배구단 인수</p> <p><b>2016</b> 삼성라이온즈 야구단 인수</p>	<p><b>2018</b> 평창동계올림픽 폐회식 주관 인도 디지털 마케팅 전문기업 Experience Commerce 인수 루마니아 디지털 마케팅 전문기업 Centrade 인수</p> <p><b>2019</b> 제일기획 아이디어 페스티벌(대학생 공모전) 40주년</p> <p><b>2020</b> 중국 소셜 빅데이터 분석 전문기업 ColourData 인수</p> <p><b>2021</b> 업계 최초 친환경 실천 협약 체결 디지털 컨버전스 기업 '하이브랩' 투자 및 사업협력 협약 체결</p> <p><b>2022</b> 한국ESG기준원(KCGS) ESG 평가 A(우수) 등급 획득</p> <p><b>2023</b> 창립 50주년 칸라이언즈, 스파이크스아시아, 애드페스트 그랑프리 수상 사회적 약자 지원 삼성 CSR 신사업 출범 업계 최초 'ISO 45001' 국제 표준 인증 획득</p> <p><b>2024</b> 삼성 CSR 신사업 '삼성 다문화청소년 스포츠 클래스' 론칭 업계 최초 동반성장지수 5년 연속 '최우수' 인도 퍼포먼스 마케팅 전문기업 Social Beat 인수</p>
--	--

## '24 Awards

광고제	수상 부문	상	캠페인 타이틀	광고주	
CANNES LIONS	DESIGN	GOLD	SAMSUNG IMPULSE	SAMSUNG	
	HEALTH & WELLNESS	SILVER	SAMSUNG IMPULSE	SAMSUNG	
	BRAND EXPERIENCE & ACTIVATION	BRONZE	SAMSUNG IMPULSE	SAMSUNG	
	DIRECT	BRONZE	TRY GALAXY FOLD EXPERIENCE	SAMSUNG	
	CREATIVE COMMERCE	BRONZE	SAMSUNG THE ART OF HACK	SAMSUNG	
D&AD	DIGITAL & SOCIAL	WOOD PENCIL	TRY GALAXY FOLD EXPERIENCE	SAMSUNG	
	VISUAL EFFECTS	WOOD PENCIL	SAMSUNG MICRO-MIRACLES	SAMSUNG	
	COMMERCE	GRAPHITE PENCIL	SAMSUNG - THE ART OF HACK	SAMSUNG	
	DIGITAL DESIGN	WOOD PENCIL	SAMSUNG IMPULSE	SAMSUNG	
	HEALTH & WELLBEING	WOOD PENCIL	SAMSUNG IMPULSE	SAMSUNG	
	DIGITAL & SOCIAL	WOOD PENCIL	THE CHAT	BREAST CANCER NOW	
	AUDIO	GOLD	SAMSUNG UNFEAR	SAMSUNG	
CLIO	CREATIVE USE OF DATA	GOLD	SAMSUNG UNFEAR	SAMSUNG	
	FASHION & BEAUTY	GOLD	THE PINK GLOVE	KUNDAL	
	MEDIA	SILVER	DRUG TEST POSTER	JTBC	
	SOCIAL MEDIA	SILVER	THE CHAT	BREAST CANCER NOW	
	DIGITAL/MOBILE	BRONZE	SAMSUNG UNFEAR	SAMSUNG	
	BRANDED ENTERTAINMENT & CONTENT	BRONZE	THE CHAT	BREAST CANCER NOW	
	DIGITAL/MOBILE	BRONZE	THE CHAT	BREAST CANCER NOW	
	OUT OF HOME	BRONZE	DRUG TEST POSTER	JTBC	
	ONE SHOW	INTERACTIVE & MOBILE CRAFT	GOLD	TRY GALAXY FOLD EXPERIENCE	SAMSUNG
		HEALTH & WELLNESS	GOLD	UNFEAR	SAMSUNG
INTERACTIVE, ONLINE & MOBILE		SILVER	UNFEAR	SAMSUNG	
IP & PRODUCT DESIGN		BRONZE	UNFEAR	SAMSUNG	
HEALTH & WELLNESS		BRONZE	UNFEAR	SAMSUNG	

광고제	수상 부문	상	캠페인 타이틀	광고주
NEW YORK FESTIVALS	DIGITAL/MOBILE: CRAFT:	GOLD	TRY GALAXY FOLD EXPERIENCE	SAMSUNG
	AUDIO/RADIO: CRAFT:	GOLD	THE SOUND OF VIOLENCE	SAVE THE CHILDREN
	AUDIO/RADIO: CRAFT:	SILVER	VICTOR JARA - SOMOS 5.000	ALL ACCESS.CL
	CREATIVITY IN COMMERCE: BEST USE:	BRONZE	ALL YOU NEED IS A RUG	SAMSUNG
	FILM CRAFT:	BRONZE	THE SOUND OF VIOLENCE	SAVE THE CHILDREN
	FILM CRAFT:	BRONZE	THE WAIT IS OVER	POPEYES
	FILM CRAFT:	BRONZE	THE WAIT IS OVER	POPEYES
LONDON INTERNATIONAL AWARDS	DIGITAL	GOLD	IMPULSE	SAMSUNG
	HEALTH & WELLNESS	GOLD	IMPULSE	SAMSUNG
	HEALTH & WELLNESS	GOLD	IMPULSE	SAMSUNG
	BRANDED ENTERTAINMENT	GOLD	GHOST SKINS	SAMSUNG
	DIGITAL	SILVER	TRY GALAXY FOLD EXPERIENCE	SAMSUNG
	DIGITAL	SILVER	TRY GALAXY FOLD EXPERIENCE	SAMSUNG
	DIRECT	SILVER	TRY GALAXY FOLD EXPERIENCE	SAMSUNG
	DIGITAL	SILVER	THE ART OF HACK	SAMSUNG
	HEALTH & WELLNESS-CRAFT	SILVER	IMPULSE	SAMSUNG
	HEALTH & WELLNESS-CRAFT	SILVER	IMPULSE	SAMSUNG
	DIGITAL	BRONZE	TRY GALAXY FOLD EXPERIENCE	SAMSUNG
	POSTER	BRONZE	DRUG TEST POSTER	JTBC
	DESIGN	BRONZE	IMPULSE	SAMSUNG
	DIGITAL	BRONZE	IMPULSE	SAMSUNG
	BRANDED CONTENT	BRONZE	GHOST SKINS	SAMSUNG
	BRANDED CONTENT	BRONZE	THE SOUND OF VIOLENCE	SAVE THE CHILDREN
	DIGITAL	BRONZE	SHOTCONTROL	SAMSUNG

## '24 Awards

광고제	수상 부문	상	캠페인 타이틀	광고주
SPIKES ASIA	BE & ACTIVATION	GOLD	TRY GALAXY FOLD EXPERIENCE	SAMSUNG
	BE & ACTIVATION	SILVER	TRY GALAXY FOLD EXPERIENCE	SAMSUNG
	DIGITAL CRAFT	SILVER	TRY GALAXY FOLD EXPERIENCE	SAMSUNG
	DIRECT	BRONZE	TRY GALAXY FOLD EXPERIENCE	SAMSUNG
	BE & ACTIVATION	SILVER	ALL YOU NEED IS A RUG	SAMSUNG
	FILM CRAFT	SILVER	MICRO MIRACLE	SAMSUNG
ADFEST	DIRECT	GOLD	DRUG TEST POSTER	JTBC
	MEDIA	SILVER	DRUG TEST POSTER	JTBC
	OUTDOOR	SILVER	DRUG TEST POSTER	JTBC
	BRAND EXPERIENCE	SILVER	HELL STATION	DIABLO IV
	BRAND EXPERIENCE	BRONZE	HELL STATION	DIABLO IV
	FILM CRAFT	SILVER	FILM IN THE DARK: FAITH	SAMSUNG
	BRAND EXPERIENCE	BRONZE	ALL YOU NEED IS A RUG	SAMSUNG
	DIRECT	BRONZE	ALL YOU NEED IS A RUG	SAMSUNG
	DIRECT	BRONZE	ALL YOU NEED IS A RUG	SAMSUNG
	BRAND EXPERIENCE	BRONZE	TRY GALAXY FOLD EXPERIENCE	SAMSUNG
DIRECT	BRONZE	TRY GALAXY FOLD EXPERIENCE	SAMSUNG	





삼성전자 갤럭시 <Voices of Galaxy 시즌2>

1020세대가 좋아하는 셀럽들 중 갤럭시 유저들이 갤럭시를 사용하는 이유에 대해 솔직하고 당당하게 이야기한 '나는 갤럭시를 씁니다' 캠페인은 '23년 <Voices of Galaxy 시즌1>의 성공에 이어 진행된 2차 캠페인으로, 삼성 갤럭시의 기능을 강조하고 '수능'이라는 시즌리터리를 활용해 판매 촉진까지 이어지도록 했습니다.



삼성화재 <보이는 보험>

'보이는 보험'이라는 슬로건을 중심으로 '자동차 보험'이라는 무형의 서비스를 구체적으로 시각화해 고객의 혜택을 효과적으로 전달한 캠페인입니다. 삼성화재가 보유한 전국 1,576개의 탄탄한 출동 네트워크로 고객의 눈 앞에 언제, 어디든, 고객이 어떤 상황에 있든 늘 고객 앞에 있겠다는 메시지를 명료하게 표현했다는 평가를 받았습니다.



신한금융그룹 <신한 슈퍼SOL 론칭 캠페인>

신한금융그룹의 은행, 카드, 증권, 보험 등 모든 금융 네트워크를 한 곳에서 간편하게 이용할 수 있는 통합 플랫폼 '신한 슈퍼SOL'의 론칭을 성공적으로 알린 캠페인입니다.

신한의 포부를 담은 메인카피 '금융을 새롭게 신한이 한다'와 함께 소비자들의 금융고민을 한번에 해결하는 "슈퍼 솔루션"의 역할을 직관적으로 전달했습니다. 타깃세대인 MZ세대가 가장 선호하는 '뉴진스'를 모델로 기용해 화제성을 제고하고 트렌디하고 무게감 있는 연출로 기대감과 호기심을 높였습니다.

넷플릭스 <오징어게임 옥외광고 by 핑크가드>

넷플릭스의 최대 기대작인 <오징어게임 시즌 2>의 공개일에 맞춰 진행한 차별화된 옥외광고입니다. 일반적인 옥외광고는 설치 과정이 소비자들에게 가급적 노출되지 않도록 진행하나, 이 캠페인은 광고 설치 과정을 이색적인 퍼포먼스로 구성해 의도적으로 노출시켜 화제를 만들어냈습니다.

옥외광고 설치 작업자들이 오징어게임의 가장 상징적인 캐릭터인 '핑크가드'로 분장하고 엠바고 해제 시간인 오전 9시에 맞춰 일제히 작업을 진행했으며, 이 과정이 아침 출근길에 많은 사람들에게 노출되며 다양한 매체를 통해 회자되는 등 주목을 얻는 데에 성공했습니다.

인공와우 수술로  
소리를 처음 만난  
아이는  
어느덧  
꿈을 향해 달려가는  
스물두 살 청년이  
되었습니다

**다시 찾은  
소리로  
꿈에  
한 걸음**

KT의 소리찾기 활동으로  
소리를 되찾은 최근 씨는  
꿈이 생겼습니다

본인처럼  
소리를 다시 찾은  
친구들이  
꿈꿀 수 있도록  
도와주는 일

그 멋진 여정에  
KT도 함께 하겠습니다

**최근 (22세)**  
KT 꿈품교실 1회 졸업생

**KT 소리찾기 | 꿈품교실**  
KT는 22년째 사회공헌사업 '소리찾기'를 통해 난청 아동이 사회로  
나아갈 수 있도록 인공와우 수술을 지원하고 있으며, '꿈품교실'을 통해  
언어/음악 등의 재활 치료 공간을 무료로 제공하고 있습니다.  
KT 꿈품교실은 서울, 제주, 광주광역시 및 캄보디아에서 운영되고 있습니다.

영상 보러가기

**kt, 당신과 \_ 미래 사이에**

### KT <소리찾기 꿈품교실(ESG)>

KT의 대표 사회공헌활동 '소리찾기 꿈품교실'을 소재로 만든 ESG 캠페인입니다. 난청 아동의 인공와우 수술 이후 재활 치료 필요성에 대한 관심을 유도하고, 꿈품교실 수혜자의 성장 스토리로 환우들에게 꿈과 희망의 메시지를 전달했습니다. 특히, 인쇄 광고는 뒷면이 비쳐 보이는 신문의 재질 특성을 활용해, 신문을 겹치면 수혜자의 과거와 현재가 오버랩되고, 미완성의 글자들이 합쳐지면서 광고 이미지가 완성되는 독창적인 방식으로 제작됐습니다.

## About this Report

### 보고범위

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

\* 해외 사업장의 지속가능경영 활동 및 성과는 사회적 책임을 고려한 광고 중 142 ~ 147 페이지 에서 보고하고 있습니다.

\* 환경성과는 제일기획 본사(서울시 용산구 이태원로 222)를 보고범위로 하며, 온실가스 배출량 Scope 3는 업스트림 운송 배출량 중 국내사업장 간 킷서비스 운송수단의 연료사용량으로 산출하였습니다.

### 보고서 검증

보고 과정의 적합성과 충실성, 보고 내용의 정확성과 신뢰성을 높이기 위하여 독립적인 검증기관인 한국생산성본부인증원으로부터 제3자 검증 프로세스를 거쳤습니다. 검증 결과는 192 ~ 197 페이지 를 통해 확인하실 수 있습니다.

### 보고서 특징

2024 지속가능경영보고서는 제일기획의 여섯 번째 지속가능경영보고서\*입니다. 이번 2024년 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 2023 지속가능경영보고서로, '24년 6월에 발간되었습니다. 보고서는 당사 홈페이지를 통해 확인하실 수 있습니다.

### 보고서 작성 기준

본 보고서는 GRI Standards 2021 및 미국 지속가능성 회계기준인 SASB의 Advertising & Marketing 기준에 따라 작성되었으며, 보고 기준에 대한 세부 현황은 188 ~ 190 페이지 를 통해 확인하실 수 있습니다.

### 보고기간

본 보고서의 보고기간은 '24.1.1. ~ '24.12.31.이며, 일부 중요한 내용의 경우 '24년 이전 또는 '25년 상반기의 내용을 포함하고 있습니다.

### 관련 공시 자료

홈페이지  
홈페이지-ESG  
사업보고서  
감사보고서  
기업지배구조보고서

### 보고서 문의

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



# ESG

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



## Sustainable Management System

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

### ESG 경영에 대한 이사회의 ESG 검토 경영진 역할

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

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

일정	보고 내용
상반기	- 전년도 환경경영 성과 - 주요 ESG 활동 연간 계획 * 연간 ESG 정례회의 개최 및 지속가능경영보고서 발간 계획/일정 등 공유
하반기	- ESG 중대 이슈(ESG Materiality) 선정 및 중대 이슈별 기회/위험요인 검토 - 중대 이슈별 전략 이행계획 수립 및 이행내역 모니터링 - 당해 탄소중립 활동 내역 - 회사의 제반 리스크 관리 활동 - 부패방지 프로그램 계획 및 실행결과 - 당해 KCGS의 당사 ESG 평가 결과 공유

### 이사의 KPI에 ESG 성과 반영

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

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

당사는 정기적으로 구체적인 KPI를 기준으로 이사의 개인 역량에 대한 평가를 실시하고 있으며, 평가 결과는 해당 이사의 보수와 직접적으로 연동됩니다. 이처럼 제일기획은 이사의 평가에 ESG 경영 성과를 비중 있게 포함하여 비재무적 성과가 이사의 보수에 반영되도록 관리하고 있습니다.

### ESG 전사 조직 구성

제일기획은 최고재무책임자(CFO)인 경영지원실장이 직접 ESG 사무국장을 맡아 당사의 ESG 업무를 관리, 감독하고 있으며, 대표이사(CEO) 직속 부서인 컴플라이언스팀이 상설 ESG 사무국을 맡아 당사 ESG 업무를 기획, 관리, 점검하는 업무를 맡고 있습니다. 또한, 환경 영역은 환경경영팀, 사회 영역은 안전관리팀, 지배구조 영역은 IR팀이 각 영역별 주관부서를 맡아 각 영역별 ESG 활동을 주도적으로 기획, 이행하고 있습니다. 특히, 기존에는 총무팀이 사무실 관리와 환경경영 업무를 겸임했으나, '24년 12월에 환경경영 전담부서인 환경경영팀을 신설하여 보다 적극적으로 환경경영을 펼칠 수 있는 기틀을 마련했습니다.

이 밖에도 재무팀, 해외지원팀, People팀, Global People팀, 정보보안팀, Culture팀, 상생협력팀, 경영진단팀, 사회공헌단, 솔루션부문지원팀, Creative Lab, 경영지원팀, 정보전략팀, 전략기획팀, 커뮤니케이션팀, 제삼기획 등 당사의 ESG 활동과 관련 있는 관련부서 약 20개 팀이 당사의 ESG 활동을 적극 실행하고 있습니다.

### ESG 협의체

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



## Stakeholder Participation in ESG Management

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

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

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

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

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

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

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

## ESG Management Status

당사는 사업보고서 외에 이해관계자와의 소통을 활성화하기 위해 비재무정보를 담은 『2024년 지속가능경영보고서』를 발간하여 '25년 상반기에 당사 홈페이지에 공개하였습니다.

당사는 이를 위해 국내외 다양한 지속가능 정보 공개 관련 기준(GRI Standards 2021, SASB, 산업부의 『K-ESG 가이드라인』, 한국거래소의 『ESG 정보공개 가이드선』, WFE 등)과 국내외 주요 ESG 평가기관(KCGS, 국민연금, MSCI 등)의 평가항목 등을 모두 종합하여 당사 고유의 『ESG 정보 공개 지표』를 확립했으며, 이 공개 지표에 포함된 모든 ESG 관련 데이터를 취합해 『2024년 지속가능경영보고서』에 담아 독립된 검증 기관의 검증을 받았습니다. 당사는 매년 1회 본 지속가능경영보고서를 발간, 공개할 예정입니다.

## Selection of Key Issues

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

### 중대성 평가 프로세스

#### 이슈풀구성

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

#### 중대성 평가

SASB 등 국제 표준 기준 검토, 미디어리서치, 비즈니스 중요도 식별, 내부 이해관계자 정례회의, 글로벌 경쟁사 벤치마킹 등을 수행 후, 전문 회계법인 등 외부 이해관계자의 의견 수렴까지 거쳐 최종적으로 당사의 중대 주제 3개를 선정하였습니다.

#### 중대 주제 선정 결과

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

\* 아래 표는 주제 중요도에 따른 우선순위 순서로 정리한 것입니다.

우선 순위	ESG 중대 주제	관련 이해관계자	주제의 중요성	관리 방안	보고 페이지
1	마케팅 및 라벨링	고객, 임직원 등	당사는 마케팅을 업으로 하는 회사로서, 표시·광고법을 준수하여 소비자가 광고주의 제품 또는 서비스와 관련하여 허위나 과장이 없는 정확한 정보를 습득하고, 합리적으로 제품이나 서비스를 선택할 수 있도록 도울 수 있음	- 표시·광고 공정화 관련 공정거래 정책 및 가이드라인 수립/공개 - 광고물 사전검토 프로세스 운영 - 임직원 교육	111 ~113
2	고객 개인정보	고객, 임직원 등	고객 개인정보를 활용한 마케팅이 증가함에 따라, 마케팅 목적으로 고객 개인정보 수집시 개인정보보호 법규를 엄격히 준수하는 것이 마케팅 업계의 중요한 화두로 떠오름	- 개인정보보호 관련 정책 및 체계 정립/공개 - 개인정보보호 전담조직 구성 및 활동 - 『개인정보 수탁사 관리 시스템』 운영 등 개인정보 점검, 관리 활동 - 개인정보 유출사고 방지 활동 - 임직원 교육	94 ~103

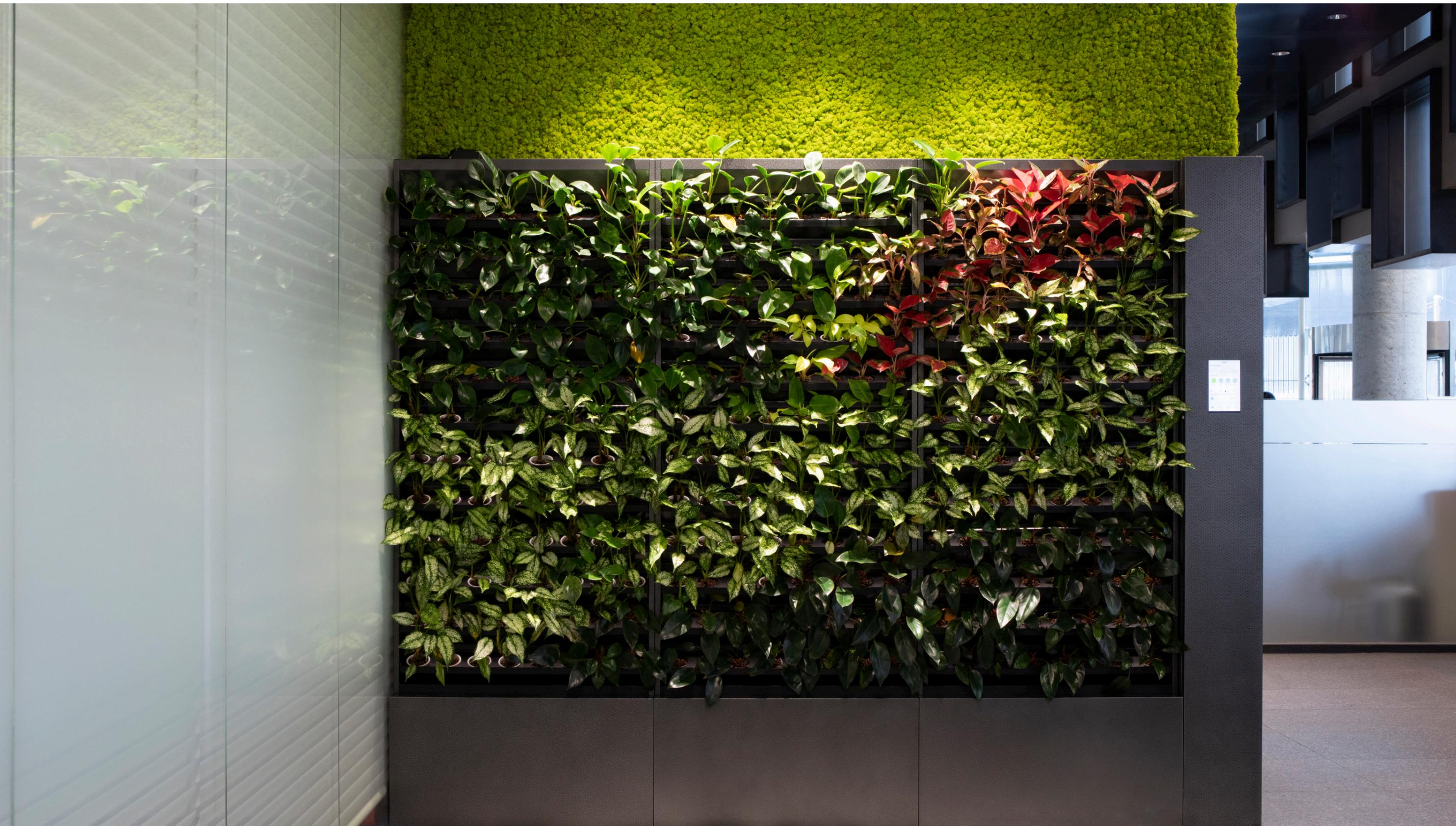
우선 순위	ESG 중대 주제	관련 이해관계자	주제의 중요성	관리 방안	보고 페이지
3	인적자원 다양성	고객, 임직원 등	다양성과 포용성이 중요해지는 시대의 흐름에 따라, 성별, 국적, 나이 등 임직원 구성의 다양성을 제고함으로써 폭넓은 관점으로 소비자를 이해하고 광고, 마케팅 콘텐츠를 생산할 수 있음	- 『다양성 존중 정책』 수립 및 공개, 교육 - 성별 제한 없는 열린 채용과 양성제도 운영 - 장애인고용률 개선 노력 - 다양한 모성보호/육아 및 가족 돌봄 지원제도 운영	64 ~67

\* SASB Advertising and Marketing 섹터의 중요 이슈를 고려, '23년 중대 주제 중 '온실가스 배출관리'는 섹터 연관성이 다소 떨어져 '24년 중대 주제에서 제외되었습니다.

'23년 중대 주제	- 마케팅 및 라벨링 - 고객 개인정보 - 인적자원 다양성 - 온실가스 배출 관리
'24년 중대 주제	- 마케팅 및 라벨링 - 고객 개인정보 - 인적자원 다양성

# Environment

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



# Environmental Management System

## 환경경영 방침

### 친환경 경영 정책

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

## 환경경영 목표

### 기후변화 및 탄소중립과 연계된 위험/기회요인과 그 재무적 영향

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

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

## 환경경영 추진전략

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

\* 당해년도 매출액 원단위 배출량/사용량 기준

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

\* '18년 대비 감축률

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

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

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

아울러 '23년 당사 사옥 옥상에 처음 태양광 발전설비를 설치한 것에서 나아가 '25년에도 태양광 발전설비를 추가 설치할 계획으로, 향후에도 신재생에너지 도입을 점차 확대할 계획입니다.

## 세부계획

'24년도에는 아래와 같이 설비 효율 개선을 통한 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 감축 계획을 수립하고 이를 이행하였습니다.

• 1월 - 보일러(2대) 세관 작업 / 급탕탱크 열교환기 교체	• 7월 - 전층 공조기 필터 교체
• 4월 - 냉온수기(2대) 세관 작업 / 사무공간 일부 조명 LED 등기구로 교체	• 8월 - (12층) LED 등기구로 교체
• 5월 - 거점 오피스 운영(공유 오피스 활용) / 기계실 증기 및 응축수 배관 교체	• 10월 - 냉온수기 열교환기 교체 / 전층 공조기 및 냉난방기 필터세척
• 6월 - 빌딩 옥상 바닥 전체 방수 작업 (에너지 절감을 위해 Cool Roof 신규 적용)	• 11월 - 급탕탱크 스팀제어밸브 교체 / 로비 회전문 오버 홀 (틈새 조정, 브러쉬 교체 등)
	• 12월 - 사무공간 일부 조명 LED 등기구로 교체 / 로비(2층) 자동문 출입 방식 변경(에너지 절감 개선)

## Environmental Management System

### 환경경영 전략

#### 지배구조

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

#### 위험관리

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

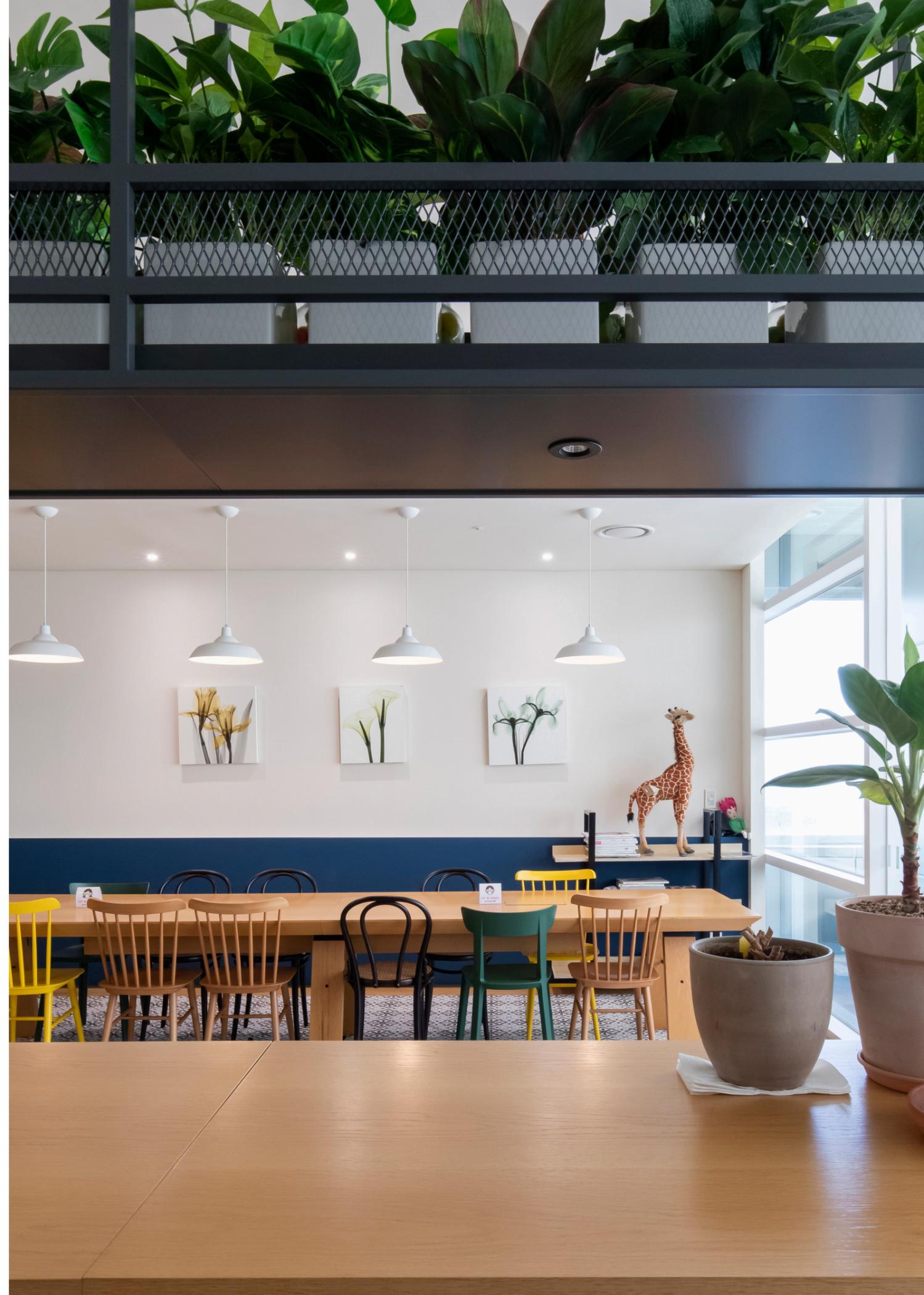
#### 지표 및 목표 설정

당사는 온실가스 배출량 연간 2% 감축을 친환경 경영 목표로 설정하고 있습니다.

#### 대응전략

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

즉, 1) 광고를 제작하며 발생하는 탄소 배출량을 줄이기 위한 전략으로, 광고업계 최초로 협력회사와 친환경 실천 협약식을 체결하고, 『광고 촬영 현장 친환경 관리 가이드』를 배포하였으며, 2) 사무 환경에서의 친환경 전략으로, 환경경영 조직을 구성하고 그에 따른 성과를 평가하며, 사내 임직원 대상 그린제일 캠페인과 환경 교육을 실시하고, 전자계약시스템을 도입하여 연간 약 30만 장의 종이를 절감하고 있습니다.



### 환경경영 조직 및 성과 평가

#### 환경경영 의사결정 조직

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

특히, 기후 변화 및 탄소 중립과 연계된 환경경영 이슈, 성과에 대해 정기적으로(연 2회) 이사회에 보고하여 이사회 수준에서 탄소중립 및 환경성과 관련 내용을 검토하고 있습니다.

#### 환경경영 실무 조직 및 환경성과 평가

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

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

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

나아가 당사는 기업이 환경보호에 앞장서야 한다는 시대적 소임에 깊이 공감하며 보다 적극적으로 환경경영을 실천하기 위해 '24년 12월 환경경영 전담부서인 환경경영팀을 신설했습니다. 환경경영팀은 앞으로 당사의 탄소중립 및 기후변화 대응 목표를 수립하고, 성과를 관리하는 등 체계적으로 당사의 친환경경영을 이끄는 컨트롤타워 역할을 수행할 예정입니다.

### 투자 시 환경요인 검토

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

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

### 기후 위험 완화를 위한 국내 친환경 광고제작 환경 선도

#### 친환경(ESG) 실천 협약

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

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

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

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

**협력회사 가이드를 통한 친환경 광고 제작 환경 선도**

**협력회사의 운영에 있어 환경 관련 평가**

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

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

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

**협력회사가 공급하는 제품에 대한 평가**

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

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

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

『광고 촬영 현장 친환경 관리 가이드라인』 주요 내용

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

**GREEN CREATIVE GUIDELINE**  
광고 촬영 현장 친환경 관리 가이드라인  
Cheil

**목차**

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

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

**현장에서 활용 가능하도록 도식화**  
촬영 스튜디오/Location 현장의 이미지 가이드 첨부

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

**제작 분야별 가이드**  
이미지 가이드

**GREEN CREATIVE**  
외부촬영 LOCATION

**GREEN CREATIVE**  
촬영스튜디오

## Environmental Management Activities

### 그린제일 (Green Cheil)

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

#### '25년 종이 달력 제작비 기부

당사는 종이 달력은 한 해가 지나면 재사용이 거의 불가능하다는 점, 폐기 시 온전한 분리수거 및 재활용이 어려워 환경 문제를 야기한다는 점, 임직원들도 모바일 달력을 더 많이 이용하는 점 등을 고려하여 '25년엔 종이 달력을 제작하는 대신 해당 제작비를 당사 대표 CSR 활동의 협력 NGO인 세이브더칠드런에 기부했습니다. 기부금은 다문화 청소년 및 아동의 건강한 성장을 위해 쓰일 예정입니다.

#### 잔반 제로 캠페인 시행

사내 식당에서 배출되는 잔반량 제로를 목표로 하는 <오늘은 다 먹기> 캠페인을 진행했습니다. 이 캠페인을 통해 임직원들은 일상적인 작은 노력으로도 매립, 소각 등 그 처리 과정에서 다량의 음폐수와 온실가스를 발생시켜 수질, 토양, 대기 오염의 원인이 되는 음식물 쓰레기를 줄여 환경을 보호할 수 있음을 직접 경험할 수 있었습니다. 임직원들의 자발적인 참여를 통해 잔반량은 전날 대비 전사적으로 18kg, 인당 21.2g 감소했고, 그 결과를 임직원들과 공유하여 잔반 감소 효과를 함께 체감하는 기회를 가졌습니다.

#### 여름맞이 책 바자회 실시

필요하지 않은 물건을 정리하여 자원 순환을 도모하는 한편, 지역사회를 위한 나눔에 참여하고자 사내 도서관의 폐기 도서 및 임원 기증 도서를 활용한 책 바자회를 진행했습니다. 임직원들은 자율적으로 희망하는 기부 금액을 지불함으로써 원하는 도서를 구매할 수 있었고, 수익금은 전액 당사 인근 지역 아동양육시설의 어린이들이 읽을 새 도서를 구매하는데 사용했습니다.

#### 사내 텀블러 사용 문화 정착 활동 지속 전개

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

### 환경교육 실시

제일기획은 '24년 상/하반기 컴플라이언스 교육을 통해 전 임직원에게 환경 관련 교육을 진행하였습니다.

이번 교육에서는 상장사 환경 의무공시 동향과 패스트 패션이 환경에 미치는 악영향, 기후변화의 의미와 심각성 등을 소개하였습니다.

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

교육일	교육대상	교육내용
'24.4.22. ~ '24.5.31.	전 임직원 (수료율 100%)	- 환경 의무공시 동향 - 환경을 파괴하는 패스트 패션
'24.9.11. ~ '24.10.31.		- 기후 위기가 아니라 비상인 이유

### 환경경영 실천을 위한 투자

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

구분	집행 내용	집행 금액 (천원)	비고
에너지 효율화	열원설비 세관을 통한 열효율 증대	13,540	
	급탕탱크 열교환기 교체	6,900	
	냉온수기 열교환기 교체	18,000	
	기계실 증기 및 응축수 배관 교체	6,900	
	옥상 바닥 방수 작업	81,000	Cool Roof 적용
	조명기구 LED로 교체	8,087	업무공간
	로비 회전문 보수(오버 홀)	3,680	틈새 보수 등
	로비(2층) 자동문 운영방법 변경	2,000	에너지 절감
합계		140,107	

### 지역사회를 위한 환경보호 활동

제일기획은 임직원과 함께 다양한 환경보호 활동을 진행하고 있습니다.

당사는 생물다양성을 보전하기 위해 '24년 여름 국내 멸종위기 식물을 심는 단체인 트리플래닛과 함께 임직원 대상 '반려나무 화분 키우기' 활동을 실시하였습니다.

임직원들은 일정 기간 동안 국가 보호종(멸종위기 야생생물)에 해당하는 파초일엽을 비롯해 테이블 야자, 커피나무 등 반려나무 35그루를 키워서 지역사회 복지시설에 기부하였고, 이 식물들은 독거노인들의 심리 정서 지원에 활용되었습니다.

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



또한, 당사 임직원들은 환경 보호를 몸소 실천하기 위한 봉사활동에 적극 참여하고 있습니다. 5월에는 총 40명의 임직원들이 남산 유아 숲 체험장 내 설치된 나무 시설물을 솔로 문질러 오래된 이끼와 먼지를 청소하고 잡초를 제거하는 환경정화활동을 진행했습니다. 더불어, 이촌 한강 공원 및 용산 효창동에서 플로깅 활동을 실시하며 환경 지킴이의 역할을 하기도 했습니다.

환경 보호의 의미를 되새기고 사내 공감대를 형성하고자 걸음기부 캠페인과 잔반제로 캠페인도 실시했습니다. 걸음 기부 캠페인은 2주간 임직원 243명이 참여해 엘리베이터 대신 계단 사용하기, 여가시간에 전자제품 사용 대신 걷기 등을 실천하여, 걸음목표 2,000만 보를 훌쩍 뛰어넘는 2,662만 보를 걸으며 에너지 절약에 동참했으며, 당사는 임직원들의 걸음기부 캠페인 목표 달성을 기념하여 용산노인종합복지관에 기부금을 전달했습니다. 더불어, 11월에는 사내 식당에서 환경에 유해한 잔반을 줄이는 '오늘은 다먹기 캠페인'을 실시했습니다. 캠페인 하루 동안 전날 대비 총 18Kg의 잔반이 감소했고, 인당 잔반도 109.1g에서 87.9g으로 감소하는 소기의 성과를 보였습니다.

이와 같이 '24년 한 해 동안 제일기획은 임직원들이 참여할 수 있는 다양한 환경보호 활동을 진행하여 임직원들이 환경에 대한 인식을 개선하고 실천할 수 있는 기회를 제공하였습니다.

## Outcome of Environmental Management

### 온실가스

#### 온실가스 배출량 감축 목표

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

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

#### 온실가스 배출량 감축 활동

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

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

#### ※ 최근 3개년 온실가스 배출량 감축 실적

당사의 3개년간 온실가스 배출량 데이터는 아래 표와 같습니다.

#### 온실가스 배출량

단위 : tCO<sub>2</sub>\_eq

구분	'22년	'23년	'24년	'24년 감축량
Scope 1	694.218	775.153	762.172	12.981 ↓
Scope 2	1,143.798	1,157.438	1,178.314	20.876 ↑
Scope 3	7.495	8.005	9.742	1.737 ↑
합 계	1,845	1,940	1,950	10 ↑

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

#### 원단위 온실가스 배출량

단위 :tCO<sub>2</sub>\_eq/매출액(조원)

구분	'22년	'23년	'24년	'24년 감축량
Scope 1	163	187	175	12 ↓
Scope 2	269	280	271	9 ↓
Scope 3	2	2	2	-
합 계	434	469	448	21 ↓

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

\* 목표 대비 추진실적: 목표 2% 감축, 추진실적 4% 감축

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

### 에너지

#### 환경친화적 자동차 보유 비율

당사가 보유하고 있는 환경친화적 자동차의 비율은 5%이며(전체 40대 중 2대), 향후 지속적으로 그 비율을 늘릴 예정입니다.

#### 에너지 사용량 감축 활동

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

당사는 에너지 절감 및 폐전구 발생 최소화를 위해 매년 지속적으로 LED조명 교체를 실시하고 있는 바, '24년에는 사무실 등 167개의 LED 조명을 교체했습니다. 또한, 전기 사용량 감축을 위해 △런치 브레이크(점심시간 2시간 소등), △8 브레이크(저녁 8시 소등), △심야시간 간판 소등 및 △지하 주차장 격등 등을 실시하여 불필요한 조명을 소등하고 있고, 승강기 운행 감축을 위해 △'걸고 싶은 계단' 조성 및 △휴일/야간 시 감축 운영을 실시하고 있습니다.

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

이 밖에도 '24년에는 냉난방 및 급탕 설비의 열교환기를 교체하여 가스 사용량을 감축하였으며, 로비(2층) 자동문 운영방식을 효율적으로 개선하여 전기 및 가스 사용량을 감축하였습니다. 매년 냉온수기/보일러 세관 및 보수 작업도 진행하고 있으며, 올해는 옥상 바닥에 에너지 절감용 차열도료(Cool roof)를 적용하여 방수 작업을 실시해 건물의 에너지 소모량을 최소화하였습니다. 또한, 기계실 증기 및 응축수 배관을 교체하고, 동절기 난방 효율 향상을 위해 메인 출입구인 로비 회전문에 틈새 브러쉬를 보강하여 에너지 효율성 향상을 도모했습니다.

## Outcome of Environmental Management

### ※ 최근 3개년 에너지 사용량 감축 실적

당사의 3개년간 에너지 사용량 데이터는 아래 표와 같습니다.

에너지 사용량 단위: TJ

구분	'22년	'23년	'24년	'24년 감축량
Scope 1	12.618	13.962	13.890	0.072 ↓
Scope 2	23.901	24.186	24.622	0.436 ↑
Scope 3	0.112	0.119	0.145	0.026 ↑
합계	36	38	39	1 ↑

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

원단위 에너지 사용량 단위: TJ/매출액(조원)

구분	'22년	'23년	'24년	'24년 감축량
Scope 1	3	3	3	-
Scope 2	6	6	6	-
Scope 3	0	0	0	-
합계	9	9	9	-

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

\* 목표 대비 추진실적: 목표 2% 감축, 추진실적 0% 감축

### 신/재생 에너지 사용

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

### ※ 최근 3개년 재생에너지 사용량

당사의 3개년간 재생에너지 사용량 데이터는 아래 표와 같습니다.

단위: TJ

구분	'22년	'23년	'24년
재생에너지 사용량 - 태양광(자가발전)	0	0.001	0.1071
에너지 총 사용량	36	38	39
재생에너지 사용량/에너지 총 사용량 (%)	0	0.003	0.275

\* 당사는 태양광 에너지 발전설비를 '23년 12월 설치, '23년 12월부터 생산/사용하였습니다.

### 원부자재 사용량 감축 활동

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

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

또한, 전자계약시스템을 도입하여 하도급기본계약서(약 2,012건, 1건당 43Page 분량)\*, 하도급개별용역계약서, 견적서, 목적물수령증명서, 검사결과통지서, 산출물내역서(약 8,967건, 1건당 7Page 분량)\*\* 등을 전자문서로 처리함으로써, 연간 약 30만 장의 종이를 절감하였습니다. (제일기획 및 협력회사 합산)

\* 2,012건 × 43page × 2(제일기획, 협력회사) = 173,032page

\*\* 8,967건 × 7page × 2(제일기획, 협력회사) = 125,538page

### 용수 사용량 감축 활동

당사는 제조/유통/판매를 업으로 하는 회사가 아니므로, 생산단계에서 사용하는 용수는 없습니다. 그러나 시수 발생량 감축을 위해 온수에 공급하는 기계실 증기 및 응축수 배관 개선 작업, 온수 사용에 직접적인 연관이 있는 급탕탱크 부품 교체를 실시하였습니다. 또한, 일상적인 사무 환경에서도 용수 사용량을 줄이기 위해 세면대 급수량을 조절하여 적정 수압을 유지하고, 양치컵 사용 등 일상 생활에서 실천할 수 있는 용수 사용 감축 활동을 실시하고 있습니다. 당사는 이렇듯 용수 사용량 자체를 줄여 폐수도 줄이고 있습니다.

### ※ 최근 3개년 용수 사용량

당사의 3개년간 용수 사용량 데이터는 아래 표와 같습니다.

용수 사용량 단위: 톤

구분	'22년	'23년	'24년	'24년 감축량
용수	19,520	23,731	24,749	1,018 ↑

\* 취수원: 상수도

원단위 용수 사용량 단위: 톤/매출액(조원)

구분	'22년	'23년	'24년	'24년 감축량
용수	4,589	5,734	5,706	28 ↓

## Outcome of Environmental Management

### 폐기물 배출량 감축 활동

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

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

#### ※ 최근 3개년 폐기물 배출량

당사의 3개년간 폐기물 배출량 데이터는 아래 표와 같습니다.

단위 : 톤

구분	'22년	'23년	'24년	'24년 감축량
폐기물	28	59	74	15↑

### 대기오염 물질 배출량 감축 활동

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

#### ※ 최근 3개년 대기오염 물질 배출량

당사의 3개년간 대기오염 물질 배출량 데이터는 아래 표와 같습니다.

단위 : g

구분	'22년	'23년	'24년	'24년 감축량	
NOx	보일러	26	23	2↑	
	냉온수기	-	92	105	13↑
SOx	보일러	-	3	10	7↑
	냉온수기	-	2	7	5↑

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

### 환경 관련 법/규제 준수 및 환경정보 공개 등

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

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

당사는 '25년 6월 말까지 '24년도의 환경정보를 『환경정보 공개 시스템』(www.envinfo.kr)에 등록할 계획이며, 이는 한국환경산업기술원의 검증 과정을 거쳐 '25년 12월에 대국민 공개될 예정입니다.

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

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

## Outcome of Environmental Management

### [정리] '24년 제일기획 친환경 경영활동 현황

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



# Social

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



## Human Rights

### 인권경영 정책

제일기획은 임직원뿐 아니라 클라이언트, 협력회사, 자회사 및 지역사회를 포함한 이해관계자들의 인권을 존중하고 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 인권경영정책을 수립하고 UN의 『세계인권선언』과 『기업과 인권에 관한 이행 원칙』을 준수하기 위해 노력하고 있습니다.

'24년에는 기존 인권 선언을 구체화한 '제일기획 인권경영정책 가이드라인'을 제정, 홈페이지에 공개하였으며, 인권침해 예방을 위한 교육 및 고충처리 프로세스도 지속 운영하고 있습니다.

당사는 중장기적으로 임직원과 이해관계자들의 인권을 더 두텁게 보호하기 위해, 기존 정책을 보완하고 모니터링 체계를 강화해 보다 실질적인 인권경영이 가능하도록 할 예정입니다.

### 광고 제작 환경에서의 인권 보호 선도

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

\* 홈페이지(cheil.com/hq/sustainability)

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

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

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

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

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

### 인권교육 프로그램

제일기획은 매년 『직장 내 성희롱 및 괴롭힘 예방 교육』, 『장애인 인식 개선 교육』 등 인권교육 프로그램을 진행하고 있으며, 효과적으로 전 직원에게 교육 내용을 전달하기 위해 오프라인 대면 교육 방식과 온라인 교육 방식을 적절히 병행해 운영하고 있습니다. 특히, '24년에는 사외 노무사와 사내 노무사가 성희롱 및 괴롭힘 예방 교육 콘텐츠를 개발하여 보다 실용적인 교육을 진행하였습니다.

'24년 인권 교육 프로그램		
교육명	실행월	수료율
직장 내 괴롭힘 예방교육 성희롱 예방 교육	6.3. ~ 7.31.(오프라인) 11월 ~ 12월(온라인)	100% * 1,345명
장애인 인식개선 교육	9.11. ~ 10.31.(온라인)	100% * 1,283명

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

### 인권 관련 고충 신고 채널 및 운영실적

당사는 임직원을 포함한 내·외부 이해관계자들의 차별, 괴롭힘, 성희롱 등 인권 관련 고충을 해결하기 위해 다양한 신고 채널을 운영하고 있습니다. 당사는 신고 채널을 통해 접수된 사항에 대해 신고자의 비밀을 보장하면서 사내 처리 절차에 따라 투명하게 조치하고 있습니다.

이해관계자	인권 관련 고충 지원 채널	'24년 접수된 인권 관련 고충 건수	'24년 처리된 인권 관련 고충 비율
임직원	회사 게시판 내 『고충 지원 채널』	'24.1.1. ~ '24.12.31. 기간 동안 접수된 인권 관련 고충 건수 2건	접수된 2건 모두 절차에 따라 조치 완료(처리 비율 100%)
협력사 등 이해관계자	파트너포털 내 『Help Desk』	'24.1.1. ~ '24.12.31. 기간 동안 접수된 인권 관련 고충 건수 0건	-

근로자의 다양성

근로자 인적 구성의 다양성

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

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

\* 홈페이지: [cheil.com/hq/sustainability](http://cheil.com/hq/sustainability)

또한 성별 제한 없는 열린 채용과 양성 제도를 운영하고 있으며, 여성 및 여성 리더의 확대를 위해 채용, 평가, 교육 등 각 분야의 목표를 수립해 관리하고 있습니다. 그 결과, 전체 임직원 중 여성 비율은 53.4%, 채용 인원 중 여성 비율은 67.6%, 여성 간부 비중은 53.0%로 국내 여타 회사 대비 높은 수준의 성별 구성 균형을 유지하고 있습니다.

	'22년	'23년	'24년	
여성 비율(%)	52.3	52.5	53.4	
여성 채용 비율(%)	68.0	59.0	67.6	
리더십	여성 관리자(%)	30.0	31.1	31.8
	여성 간부(%)	51.1	51.7	53.0

제일기획은 장애를 가진 임직원이 마음껏 능력을 발휘할 수 있는 환경과 문화를 조성하고, 장애인 임직원 고용을 확대하기 위해 한국장애인고용공단과 협력하여 다양한 노력을 지속하고 있습니다. 이를 통해 장애인고용률이 '23년 말 1.67%에서 '24년 말 1.77%로 개선되었으며, 앞으로도 장애인의무고용률\* 달성을 목표로 장애인 고용을 지속 확대할 계획입니다.

\* '24년 민간기업 기준 3.1%

또한, 제일기획은 다양성 문화 정착을 위해 필요한 활동을 적극 장려하고 있습니다. 그 일환으로, 다양성 문화를 장려하기 위해 다양한 사내 동호회 활동을 적극 지원하고 있습니다. 당사는 현재 18개 사내 동호회('24년 기준)의 운영을 지원하고 있으며, 축구/야구/농구/탁구/요가/꽃꽂이/도예 등 다양한 활동을 통해 사내 구성원들이 직급, 직무, 성별, 국적에 상관없이 어울릴 수 있는 건전한 조직문화를 만들어 나가고 있습니다.

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

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

정규직/기간제 근로자 고용 비중

제일기획은 근로자들이 안정적으로 장기간 근무할 수 있도록 노력하고 있으며, 기간제 근로자 비중을 업종 평균 대비 매우 낮게 유지하고 있어, '24년 기준 소속 근로자 중 정규직 근로자 비중이 98%에 달하고 있습니다.

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

제도

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

임신 지원

구분	내용
임신기 근로시간 단축	- 임신 12주 이내, 임신 32주 이후 임직원은 임금 감소 없이 1일 2시간의 근로시간 단축 신청 가능 - 임신 12주 ~ 32주 사이 기간에도 희망 시 2시간 단축근로 가능 (근로시간에 상응한 임금 지급) - 고위험 임신의 경우, 임신 전체 기간에 대하여 단축 근로 가능 * 고용노동부령으로 정하는 19대 고위험 임신질환: 조기진통, 분만관련 출혈, 중증임신중독증, 양막의 조기파열, 태반조기박리, 전치태반, 질박유산, 양수과다증, 양수과소증, 분만전 출혈, 자궁경부무력증, 고혈압, 다태임신, 당뇨병, 대사장애를 동반한 임신과다구도, 신질환, 심부전, 자궁 내 성장 제한, 자궁 및 자궁의 부속기 질환
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 고령, 고위험 임부의 경우 4시간 초과 부여
유산, 사산 휴가	임신 중 유산 또는 사산 발생 시, 유급휴가 부여
난임 휴가	본인 또는 배우자가 난임 관련 검사/시술을 한 경우 年 최대 6일의 휴가 부여 (유급 5일, 무급 1일) * (법) 최대 3일 (1일 유급, 2일 무급) → (당사) 최대 6일 (5일 유급, 1일 무급)

출산 지원

구분	내용
출산휴가	임신 중인 임직원은 출산 전후로 90일간 출산휴가 보장 * 미숙아 출산 시 100일
배우자 출산휴가	배우자가 출산한 임직원은 배우자 출산휴가 20일(다태아 20일) 신청 가능

육아 지원

구분	내용
육아휴직	만 12세 또는 초등학교 6학년 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) 만 12세 이하면 육아휴직 신청 가능
자녀양육 근로자(육아기) 근로시간 단축	만 12세 또는 초등학교 6학년 이하 자녀를 양육하는 임직원은 근로시간 단축 신청 가능

가족 돌봄 지원

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

아이제일 어린이집

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

아이제일 어린이집 개요

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

아이제일 어린이집 교직원 현황

\* '25년 1월 기준

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

아이제일 어린이집 아동 대 교사 비율

\* '25년 1월 기준

구분	영유아보육법	아이제일
만 1세	1:5	1:4
만 2세	1:7	1:6
만 3세	1:15	1:10
만 4세	1:20	1:15
만 5세	1:20	없음

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

구분	'24년
재원 아동 수(연평균)	16명
어린이집 이용 임직원 수(연평균)	18명
회사 지원금(연간)	471,510,000원



**근속 현황,  
퇴직자 지원  
프로그램 등**

**근속 현황**

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

**평균 근속연수**

	'22년	'23년	'24년
평균 근속연수 (년)	9.55	9.78	10.1

**퇴직자 지원 프로그램 - 경력 컨설팅 센터**

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

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

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

**성과 평가 -  
임직원 성과  
평가 제도**

**개인 업적 및 역량 평가**

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

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

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

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

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

**리더십 평가**

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

**사내 직무 공모 제도**

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

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

**보수 정책**

**보수 정책에 대한 이해관계자 참여 절차**

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

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

**객관적 성과에 근거한 보수 정책**

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

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

**복리후생**

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

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

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

### 조직문화

#### 유연하고 가족친화적인 근로 환경

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

당사 산하 스포츠 구단 (농구, 배구, 축구, 야구 등)을 활용한 가족 친화 및 팀워크 GWP 행사, 비즈니스 지원 Hospitality 프로그램, 사회공헌단 연계 대내외 CSR 활동 등도 꾸준히 운영해 오고 있습니다. 가족 나들이를 위한 홈경기 티켓, 조직 활성화 차원의 단체 관람, 프리미엄 관람 시설(스카이박스) 대관 등 다양한 형태로 진행되었습니다. 특히 올해 실시했던 삼성라이온즈의 KBO 포스트시즌 경기 티켓 증정 이벤트와 임직원 자녀 22명 및 그 가족 100여 명을 초청했던 수원삼성블루윙즈 에스콰드 키즈 참여 이벤트는 제일기획만이 임직원 가족에게 줄 수 있는 특별한 기회였습니다. 이러한 특별한 경험은 임직원들의 회사에 대한 자부심을 한층 높여주는 계기가 되었습니다.

#### 건강하고 창의적인 조직문화

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

#### 사내 소통 허브 <i-pub>

<i-pub>은 제일기획을 대표하는 온라인 소통 채널로 모든 임직원이 넉네임을 활용하여 다양한 아이디어와 의견을 상호간 자유롭게 나누며 회사와 임직원들이 쌍방향 커뮤니케이션하는 공간입니다. 임직원들이 언제 어디서나 편리하게 소통할 수 있도록 웹 버전과 모바일 버전을 모두 제공합니다.

<i-pub>에서는 문화적인 자극이 아이디어 창작으로 이어지도록 돕는 전시/공연 티켓 증정 이벤트 <Idea Refill>, 현업에서 아이디어가 필요할 때 임직원들에게 의견을 구해 아이디어를 얻고 발전시키는 플랫폼 <1,000인의 IDEA> 등 다양한 활동들이 펼쳐지고 있습니다.

#### 고충 지원 채널 <고민 있으세요?>

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

올해는 사내 IT 인프라, 시스템, 정보보안 관련 비효율을 제거하여 업무 몰입을 제고하고자 <고민 있으세요?>옆에 <질문 있으세요?>창구를 신설했습니다. 임직원들이 업무 중 겪게 되는 문제 상황들을 빠르게 해결하고 불편함을 줄일 수 있도록 해당 채널을 통해 문의를 접수 받아 각 항목의 담당자들이 신속하게 대응하고 있습니다.

#### 사내 명사 초청 특강 <WOW Concert>

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

올해는 임상심리 전문가 조선미 교수를 모시고 방학 맞이 자녀 교육 특강 <영혼이 강한 아이로 키워라>를 개최해 직장인 부모들이 육아 스트레스 없이 올바르게 자녀를 양육하는 방법을 익히는 시간을 가졌고, 노년내과 전문의 정희원 교수와 함께한 <삶의 선순환을 만드는 저속노화 식습관의 원리와 실천> 강연에서는 임직원들이 건강한 삶을 영위하는데 도움되는 식습관에 대해 알아보는 시간을 가졌습니다. 또, 인재개발 연구자 신태균 교수의 <변혁의 AI 시대, 프로답게 살아남기> 강연에서는 다양한 가치관이 충돌하는 오늘날 우리가 갖춰야 할 자세에 대한 인문철학적 인사이트를 나눴습니다.

#### 휴가 장려 캠페인 <Idea Vacation>

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

**사내 동호회 <Mania Club>**

제일기획은 임직원 간 소속, 직무, 직책 등에 구애 없는 수평적인 교류를 통해 사내 커뮤니케이션을 활성화하고 아이디어 형성의 바탕이 되는 업무 외 경험을 확장하고자 사내 동호회 <Mania Club>을 운영하고 있습니다. <Mania Club>은 건강 증진, 재능 계발, 취미 생활, 문화 향유 등 공통 관심사를 매개로 한 다양한 소통 활동을 지원합니다.

**SCI 임직원 만족도 설문조사 및 조직건강도진단**

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

'24년엔 전년도 설문조사 및 진단 결과를 통해 컨설팅 받은 내용을 바탕으로 임직원 헬스케어와 팀워크 강화에 힘썼습니다. 4월에는 임직원의 의료비 부담을 완화하고자 본사 인근 내과 의원과 제휴하여 의료비 일부를 지원하는 제도를 도입했으며, 8월에는 임직원의 꾸준한 운동을 장려하고자 본사 인근 피트니스 센터와 제휴하여 이용료 일부를 지원하는 제도를 마련했습니다.

9월에는 최근 2년간 임직원 호응이 좋았던 팀별 소통 워크숍을 <팀워크 쑥쑥위크>로 확대하여 팀워크 강화 주간을 설정하고 팀 워크숍 실시를 권장하는 캠페인을 운영했습니다. 보다 실질적으로 팀워크를 향상시킬 수 있도록 전문적인 사외 교육 과정, 사내 자원들을 활용한 팀 빌딩 프로그램 등 팀워크 강화에 현실적인 도움을 줄 수 있는 다양한 프로그램을 지원했습니다.

**교육/훈련**

**근로자 교육 프로그램**

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

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

제일기획은 보다 효과적인 교육 운영을 위해 다양한 외부 교육기관과도 협력하고 있습니다. 서울대와 제휴하여 우수 인력을 대상으로 한 디지털마케팅 엑셀런스 프로그램을 진행 중이며, 온라인 교육을 위해 멀티캠퍼스 이러닝 과정 5천여 개를 제공받아 연간 2천여 명의 임직원이 수강 중이고, 링크드인 러닝과 유데미를 통해 4백여 명의 임직원들이 무제한 이러닝 과정을 수강하고 있습니다.

**근로자 교육 프로그램의 효과 측정 지표 관리**

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

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

### 근로자 1인당 교육훈련비/교육시간

제일기획은 교육 훈련비 데이터를 관리하고 있으며, '24년 사업보고서 기준, 제일기획의 근로자 1인당 교육훈련비는 2,291천 원입니다.

### ※ 근로자 1인당 평균 교육 시간

'24년 제일기획의 총 교육 운영 시간은 48,000시간으로, 임직원 1인당 평균 교육 시간은 32.6시간입니다.

\* 전체 근로자 수 1,474명 기준

### 학위 지원 프로그램

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

### 인재발굴 전략

#### 목표

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

#### 인재발굴 프로그램

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

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

#### 인턴십 프로그램

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

### 직원 역량 강화 및 전환 지원 프로그램

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

또한, 디지털/데이터 마케팅 중요도가 점차 커지는 광고업계의 변화에 직원들이 빠르게 적응할 수 있도록 제일-서울대 디지털마케팅 엑셀런스 프로그램으로 디지털 마케팅 심화 역량을 배양하고 있으며, 빅데이터 활용 능력 개발을 위한 Adobe 기초/심화 교육, 뉴테크 역량을 배양하기 위한 AI 개념교육 및 AI툴 실습 교육 등을 실시하고 있습니다.

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

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

### 리더십 프로그램

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

### 노사협의회 '사랑사랑'

제일기획에는 회사와 임직원 간 소통의 가교 역할을 하는 노사협의회 '사랑사랑'이 있습니다. '사랑사랑'은 근로자참여법에 따라, 직원들의 직접 선거를 통해 선출된 "근로자 위원" 10명과 대표이사 및 대표이사가 위촉한 "사용자 위원" 10명으로 구성되어 있습니다.

'24년에 직원 직접·비밀·무기명 투표로 선출된 '8기 사랑사랑'은 직원들의 근로조건 유지/개선에 관한 다양한 의견을 수시로 수렴하여 회사와 주기적으로 소통하며 노사 상호 존중의 문화를 구축하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

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

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

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

## Occupational Health and Safety

### 안전/보건 체계

#### 안전/보건경영 정책 및 목표

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

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

구체적으로는 무재해 사업장(재해율 0%)을 목표로, △유해위험요인의 발굴/개선을 통한 리스크 사전 저감, △근로자 안전보건 참여기회 확대, △협력회사 안전보건 운영수준 제고지원을 세부 실행 항목으로 설정하고 이행하고 있습니다.

\* '21년 ~ '24년 무재해 사업장 달성 (4년 연속)

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

#### 안전보건경영시스템(ISO 45001 : 2018) 구축

제일기획은 기존에 구축한 안전보건체계를 바탕으로 '23년 국내 광고업계 최초로 안전 국제표준 ISO 45001:2018(안전보건경영시스템) 인증을 취득하여 업계의 선도적인 역할을 하고 있습니다. 이에 그치지 않고 내부, 외부 환경에 맞춰 정책 등을 꾸준히 개정하여 운영하는 등, 글로벌 스탠다드에 부합하는 사내 안전시스템을 운영하고 있으며, 그 결과 '24년엔 외부민간기관(이크레더블)로부터 상/하반기 안전보건평가 최고등급(SH1)을 획득하기도 하였습니다.




# CERTIFICATE



This is to certify that

**Cheil Worldwide Inc.**  
222 Itaewon-ro  
Yongsan-gu, Seoul, 04404  
Republic of Korea

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

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

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

**ISO 45001 : 2018**

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

DQS IS A MEMBER OF




**DQS Inc.**



David Tellez  
Managing Director

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

### 안전/보건경영 정책 관련 이해관계자

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

또한, 광고업계 최초로 구축한 『촬영/전시장 안전관리 매뉴얼』에 협력회사 임직원들의 작업 시 안전수칙, 사례 등 행동규범을 명시하고 있으며, 협력회사에 태풍, 폭염, 한파 등 기후로 인한 자연재해와 고소작업, 중량물취급을 비롯한 위험작업 관련 안전가이드 공문을 발송하고, 상/하반기 협력회사 안전교육 및 안전관련 법령 및 규정에 대한 안내를 실시하는 등 지속적으로 협력회사의 안전 관련 인식을 제고하는 활동도 실시하고 있습니다.

### 안전/보건관리 체계

제일기획은 산업안전보건법, 공연법 등 비즈니스와 연관된 10여 개에 달하는 안전 관련 법규상 의무를 충실하게 이행하고 있으며, 매년 상/하반기 정기적으로 그 이행여부를 점검하고 있습니다. 또한, '22년 1월 27일부터 중대재해처벌 등에 관한 법률에 효과적으로 대응하기 위해 안전 전담조직을 구축하여 회사의 안전/보건 관리체계를 지속적으로 강화해 나가고 있습니다.

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

### 산업안전보건위원회 설치 및 운영

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

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

또한 '24년에는 노사협의회 '사랑사랑' 위원이 신규 선출됨에 따라 6명의 새로운 산업안전보건위원회 근로자 위원이 위촉되어 활발히 활동하였습니다.

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

### 안전/보건 전담조직 및 전문가 확보

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

**안전/보건 주요 위험 식별 및 위험 완화 활동**

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

'24년에는 전기차 화재로 인한 재해를 예방하기 위하여 지하주차장에 설치되어 있던 전기차 충전시설을 옥외로 이전 설치하였으며, 전기차 충전시설 화재의 예방 및 화재 발생 시 화재 확산 방지를 위해 질식소화포, 방화복, 하부살수장치, 지능형 CCTV 등의 장비를 구비하는 등 전기차 충전시설에 대한 안전조치를 대폭 강화하였습니다.



뿐만 아니라 안전관련 임직원 및 상주협력사 임직원들의 의견 청취를 위해 산업안전보건위원회, 안전보건협의체를 운영하고, 카카오톡 안전관리팀 채널 및 이동사업장 안전점검 시 종사자 인터뷰 등을 통하여 위험요인 및 위험요인에 대한 의견을 지속적으로 청취하고 관리하고 있습니다.

**사업장 시설 위험평가 및 안전점검**

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

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

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

**광고 촬영장·전시장 안전관리 프로세스 및 매뉴얼 정립**

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

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



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

현장에서 안전 관련 이슈가 발생할 경우에는 작업자가 작업중지권을 발동하여 작업을 중지하고, 위험요소를 개선할 수 있도록 안내하고 있으며, 사고가 발생할 경우 작업자의 안전을 최우선으로 확보한 후 작업을 재개할 수 있도록 관리하고 있습니다.

또한, 원활한 작업중지권 사용을 위하여 작업중지권에 대한 교육과 함께, 작업중지권 발동 시 임직원 및 협력업체 임직원에 대한 불이익이 없음을 지속적으로 안내하고 있습니다.

**안전교육 - 임직원 안전의식 고취**

제일기획은 임직원의 안전의식 고취 및 안전 문화의 확산을 위해 '24년부터 안전교육을 확대 실시하고 있으며, 법정 안전교육인 정기 안전교육, 관리감독자 교육, 채용 시 교육 등 교육 대상에 맞는 대상별 맞춤형 교육을 진행하고 있습니다.

이외에도 비즈니스 상황에 대한 이해를 바탕으로 협력회사 대상 프로젝트별 맞춤형 안전교육을 실시하고 있습니다.

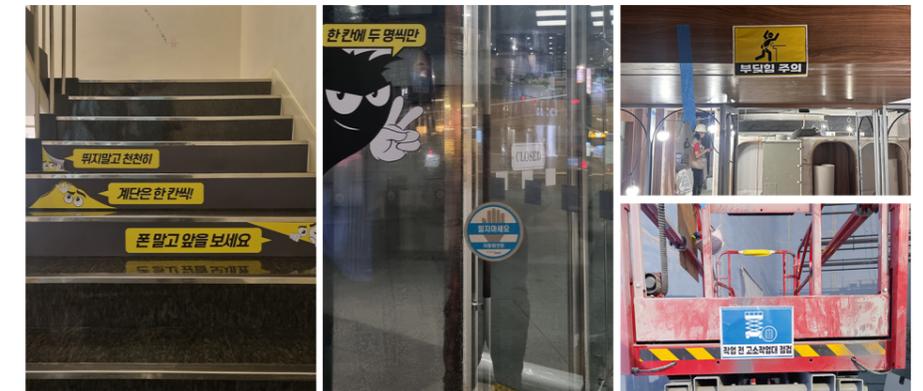
'24년 안전교육 실시 현황			
구분	교육내용	실행 월	수료결과
당사 직원	상반기 임직원 법정안전교육 (정기, 관리감독자, 신규입사자)	3월 ~ 4월	100% * 1,268명
	하반기 임직원 법정안전교육 (정기, 관리감독자, 신규입사자)	9월 ~ 10월	100% * 1,249명
	심폐소생술(CPR) 교육	9월	779명
	화재발생 대비 대피훈련 및 교육	5월	1,002명
당사 임원	안전보건관리책임자 교육 (CSO 대상)	4월	1명
	중대재해처벌법 및 안전교육의 중요성	3월	32명
	기업 리스크 매니지먼트와 안전문화	11월	31명
협력회사	중대재해처벌법의 확대 적용에 따른 중대재해처벌법과 안전보건 관리체계 구축	3월	86개사
	사고 사례 공유 및 안전 관련 부적합 사항 안전사고 대응절차	11월	406개사
	프로젝트 특화 안전교육 실시 4회	연중	9개사

\* 교육 대상: 교육 수료 당시 재직중인 인원 기준



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

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



## Occupational Health and Safety

### 무재해 사업장 달성

제일기획은 '21년부터 '24년까지 산업재해율이 '0'으로 4년 연속 무재해 사업장을 달성하였습니다.

구분	'22년	'23년	'24년
도수율*	0.000	0.000	0.000
재해율**	0.000	0.000	0.000

\* (재해건수 ÷ 연근로시간) × 1,000,000

\*\* (재해자수 ÷ 근무자수) × 100

### 임직원 및 가족의 건강과 안전을 위한 Care 프로그램 운영

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

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

제일기획은 임직원들의 마음 건강 관리를 위해 사내에 심리상담센터인 『Hyu 센터』를 설치, 운영 중이며, 전문상담심리사(1급)가 상주하여 임직원(부부/자녀)에 대한 심리검사 및 개인상담, 팀 내 활력을 높이기 위한 조직 활성화 컨설팅/프로그램 등 다양한 심리 건강 Care 프로그램을 운영하고 있습니다. 더불어 종합 건강검진 중 마음건강검사에서 이상 소견을 받은 임직원들에 대한 마음건강 케어를 강북삼성병원에 위탁하여 마음이 지친 임직원들이 일상을 회복할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한 외부 근로자 지원 프로그램(EAP, Employee Assistance Program)을 확대 운영하여 전문 재무 컨설팅 업체를 통한 재무 및 재테크 관리를 지원하고 있으며, 강남권 임직원의 접근성 강화를 위한 외부심리상담, 코칭 등으로 임직원의 정서적 안녕에 기여하고 있습니다.

### 마음건강센터 Hyu

제일기획 마음건강 센터 『Hyu』는 임직원의 스트레스 관리와 심리상담 지원을 목적으로 '10년에 설립되었으며, 전문상담심리사(1급)가 상주하여 임직원이 겪는 심리적 어려움의 근본 원인을 이해하여 건강한 방식으로 문제해결을 할 수 있도록 돕고 있습니다. 『Hyu』는 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 개개인의 근원적 문제를 이해하는 심리상담 Care 프로그램을 운영하고 있습니다. Individual Care(개인 맞춤형 스트레스관리, 심리검사), Team Care(팀원 간 이해와 소통을 돕는 팀 워크샵), Family Care(가족심리진단, 상담치료프로그램)을 운영하고 있으며, 강북삼성병원과 연계한 마음건강 유소견자(고위험군) 대상 one-stop 케어 시스템을 도입하여 임직원의 마음건강 회복을 지원하고 있습니다.
Hyu "Healing" Program	임직원의 마음건강과 힐링을 강조한 3대 Healing 프로그램을 운영하고 있습니다. <b>1. Saving Private Cheiler</b> 임직원의 수고를 격려하고 Burn-out 방지를 돕기 위하여 3박4일 영덕 연수원 명상 프로그램, 글로벌 명상교육, 고(高)스트레스팀 대상 비타민캠프 프로그램, 근교 한남동 요가명상을 지원하고 있습니다. <b>2. 사랑앓이가족상담</b> 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. <b>3. Group "Healing" Program</b> 비슷한 주제를 함께 논의하며 힐링하고 성장할 수 있는 그룹 심리상담 프로그램을 제공하고 있습니다. 비슷한 고민을 나누고 위로하고 해결함으로써 스트레스를 해소하고 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. <b>1. Individual Beyonding</b> 개인맞춤 심리검사를 토대로 자기개발, 목표 성취, 행복 추구 등 일과 삶과 관련된 다양한 이슈에 대한 솔루션 코칭을 제공하고 있습니다. <b>2. Team Beyonding</b> 팀 전체 성격·강점 진단 심리검사를 활용하여 팀 발전을 위한 제언 및 조직 내 다양한 의견을 효과적으로 공유·논의되도록 돕는 팀 비전 워크샵을 운영하고 있습니다. 더불어 팀장의 마음 케어 및 리더십 향상을 위해 조직관리 코칭 등을 운영하고 있습니다. <b>3. Family Beyonding</b> 부부간의 대화법, 자녀양육 및 진로 적성(학습)상담, 자녀(가족)심리검사 등 가족 맞춤형 코칭을 지원함으로써 가족 구성원의 관계 회복과 성장을 지원하고 있습니다.

## Occupational Health and Safety

### 협력회사의 안전/보건

#### 협력회사 안전/보건 지원

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

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

#### 촬영장·전시장 안전사고 예방

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

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

'22년 40회, '23년 30회, '24년 30회 이상의 현장 안전점검을 실시하여 현장의 안전관리를 지도하였으며, 당사의 촬영장, 전시장에서 발생할 수 있는 잠재적 리스크를 확인해 개선하였습니다.



### 정보보호/ 개인정보보호 체계

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

#### 정보보호 관련 정책 및 체계

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

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

#### 개인정보보호 관련 정책 및 체계

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

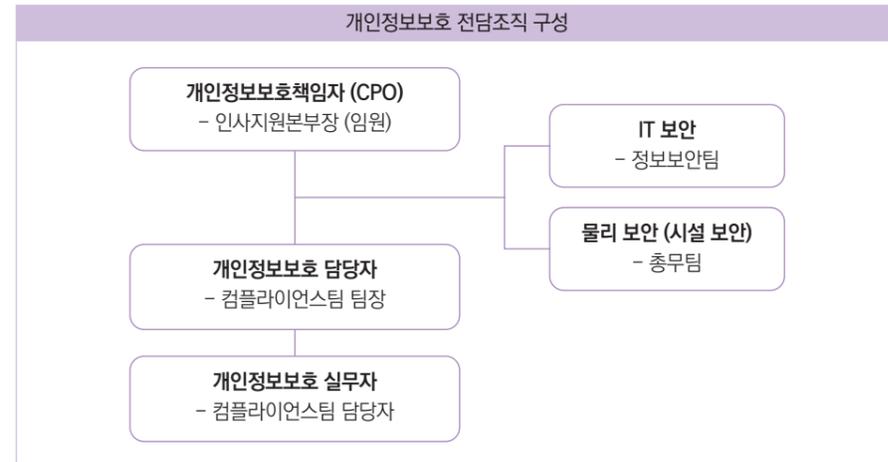
아울러 당사는 개인정보보호를 위한 당사의 의무사항을 임직원들이 숙지할 수 있도록, 사내 변호사가 개인정보보호 관련 법령의 주요 내용을 연 2회 교육하고 있으며, 최근 발생한 국내외 개인정보보호법 위반 사례와 당사 가이드라인을 『Compliance Newsletter』 등을 통해 전파하고 있습니다.

'24년 개인정보보호 정책 준수를 위한 Compliance Newsletter 게시 내역

내용	게시 월
과도한 개인정보 수집으로 과태료 처분 받은 사례	4월
개인정보보호위원회에서 발표한 “맞춤형 광고에 활용되는 온라인 행태정보 보호를 위한 정책 방안” 안내	8월

**개인정보보호 전담 조직의 구성 및 활동**

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



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

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

**정보보호최고책임자 지정**

당사는 생성형 AI 서비스 및 정보보안 관련 리스크 관리 전문성을 강화하고 관련 법규에 선제적으로 대응하기 위하여, '24년 12월 정보보호센터를 신설하고 정보보호센터장(상무)을 정보보호최고책임자(CISO, Chief Information Security Officer)로 지정하였습니다.

정보보호최고책임자(CISO)는 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제45조의 3에 명시된 조건(겸직 여부, 전문성 보유 등)에 부합하는 임원으로, 선정 후 과학기술정보통신부에 신고·등록하였습니다.

또한, 당사는 외부의 독립적인 감사인(회계법인)으로부터 보안정책 운영, 취약점 점검, 침해사고 대응, 관리자 권한 부여, 임직원 정보보안교육 등 제반 정보보호/개인정보보호 체계가 관련 법령의 기준을 충족하는지 여부에 대해 매년 전산 감사를 받고 있습니다.

이와 더불어 정보보호산업법 제13조 제2항에 따라, '22년부터는 당사의 정보보호 현황을 충실히 공시하고 있습니다.

**개인정보보호책임자 지정**

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

**정보보호 관련 임직원 교육**

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

당사는 개인정보보호의 중요성을 깊이 인지하고, 이에 대한 임직원들의 인식 제고를 위해 전 임직원 대상 연 2회 개인정보보호 교육을 실시하고 있습니다. 또, 전 직원 대상 교육과는 별도로, 실제 개인정보를 다루는 업무 담당자들을 대상으로 개인정보 처리업무를 수행하기 직전에 특별 교육도 실시하고 있습니다.

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

'24년 개인정보보호 교육 및 정보보안 교육 실시 현황			
교육명	교육내용	실행월	수료율
[국내 전사] Compliance 교육	〈상반기〉 최신 개인정보보호법 위반 사례와 가이드라인 안내	4월 ~ 5월	100% * 1,255명
	〈하반기〉 1. 최신 개인정보보호법 위반 사례와 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육	9월 ~ 10월	100% * 1,283명
[해외 전사] Compliance 교육	1. 최신 개인정보보호법 위반 사례와 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육	6월 ~ 10월	99.1% * 5,762명
신입/경력 입사자 교육	1. 개인정보 처리 프로세스별 주의사항 및 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육	•신입: 2월, 8월 •경력: 매월	신입 100% * 49명 경력 93.9% * 46명
국내 근무 외국인 교육	개인정보보호 및 정보보안 교육	9월 ~ 10월	100% * 10명
개인정보 처리 업무 담당자 교육	개인정보보호 가이드라인	상시	100% * 39명
사내 상주 협력회사 교육	1. 개인정보보호법상 수탁자 의무 안내 2. 정보보안 교육	10월	111명

\* 교육 대상: 교육 수료 당시 재직중인 인원 기준

**정보보호/  
개인정보보호  
활동**

**정보보호 활동 및 시스템 점검**

**정보보호 활동**

구분	내용
정보보안정책 제·개정	급변하는 법과 정보기술을 반영하여 매년 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.
정보보호공시	정보보호산업법 제13조 제2항에 따라 회사의 정보보호 관련 투자, 인력, 인증, 활동 등 4가지 현황에 대하여 매년 충실히 공시하고 있습니다.
국정원 주관 사이버파트너스 참여	광범위하게 자행되고 있는 각종 사이버 위협으로부터 회사를 보호하고 사이버 안보 역량을 강화하기 위하여, 국가정보원·국가사이버안보센터가 주관하는 사이버 안보 민간 협력체인 사이버파트너스에 참여하고 있습니다.
보안기술 세미나 참석	매월 정기적으로 개최하는 보안기술 세미나에 참석하여 최신 보안기술과 트렌드를 습득하고 정보보호 역량을 강화하고 있습니다.
보안업무 교류회 참석	유사업종 보안 담당자 업무교류회에 연3회 참석하여 보안 관련 최신 트렌드, 이슈 등을 공유하고 정보보호 역량을 강화하고 있습니다.
DDoS 상황전파 훈련	언제 발생할지 모르는 DDoS 공격에 대비하여 서버, 애플리케이션, 네트워크, 정보보안 등 각 파트별 담당자들이 실제 공격 상황을 가정하여 매년 모의훈련을 진행합니다. 이와 같은 훈련을 통해 실제 공격 상황에 직면했을 때 보다 기민하게 대응함으로써 회사 업무에의 악영향을 최소화하고 비즈니스 연속성을 보장할 수 있을 것이라 기대합니다.
악성 메일 대응 모의훈련	악성 메일을 통한 기업의 영업비밀 유출 해킹 시도가 나날이 증가하는 환경에서 당사의 영업비밀 등의 정보자산을 보호하기 위하여 임직원 대상으로 '악성 메일 수신 시 주의사항'을 전파하고 실제 모의훈련을 통해 악성 메일을 통한 회사 정보 자산 유출을 예방하고 있습니다.
사무환경 보안 점검	임직원의 업무상 부주의로 인한 영업 기밀 등의 회사 정보 자산 도난 및 분실을 예방하고자, 퇴근 이후 업무용 PC/서랍/캐비닛 등의 시건 상태, 문서 방치 여부 등을 점검하여 임직원들의 정보유출에 대한 경각심을 제고하고 있습니다.
정보보안 교육	업무상 발생할 수 있는 법규 위반을 사전에 방지하고 회사의 정보자산을 보호하기 위하여 신입 또는 경력사원 입사 시 정보보안 교육을 실시하고, 매년 정기적으로 국내 및 해외 임직원, 협력회사 임직원을 대상으로 정보보안 교육을 실시하고 있습니다.

**시스템 점검**

① 시스템(신규/수정) 보안성 점검

시스템 신규 구축 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	'24년 점검일
정보보호활동	정보보안 정책 개정	연 1회	7월
	정보보호 공시	연 1회	6월
	국정원 주관 사이버파트너스 참여	수시	수시
	보안기술 세미나 참석	월 1회	1월 ~ 12월
	보안업무 교류회 참석	연 3회	3월, 7월, 11월
	DDoS 상황전파 훈련	연 1회	7월
	악성메일 대응 모의훈련	연 2회	6월, 11월
	사무환경 보안 점검	반기 1회	6월, 11월
	정보보안 교육	연 1회	10월
시스템	주요 SW 보안업데이트 및 전사 공지	수시	수시
	국내외 유해사이트 접속 차단	수시	수시
	보안관제서비스 적용 및 해킹 예방	수시	수시
	시스템(신규/수정) 보안성 점검	오픈 전 1회	수시
	애플리케이션 보안성 점검	월 1회	1월 ~ 12월
	데이터베이스 보안성 점검	연 1회	7월
	서버/네트워크 보안성 점검	월 1회	1월 ~ 12월

**정보보안 및 개인정보보호 관련 점검 활동**

**『개인정보 수탁사 관리 시스템』을 통한 상시적인 협력사 점검**

최근 TV, 지면 등 전통적인 광고매체를 활용한 마케팅 대비 디지털 매체를 활용한 마케팅 비중이 급격히 증가하면서, 고객의 개인정보를 활용한 마케팅 역시 증가하고 있습니다.

이에, 고객의 개인정보를 마케팅에 활용하는 것에 대한 개인정보보호위원회의 감독과 규제도 강화되고 있습니다.

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

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

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

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

**정보보안 점검**

당사는 당사의 영업활동 중 발생할 수 있는 정보보호 관련 위험을 식별한 후, 이러한 정보보호 관련 위험을 평가, 관리할 수 있는 자체 보안 기준을 작성하였습니다. 이 보안기준은 ISO 27001/ISMS-P 등 외부의 객관성 있는 평가기준도 참고하여 작성되었습니다.

당사는 위 보안기준에 따라, 정보보호 관련 위험을 크게 △정보보안 정책, △정보보안 조직, △보안의식 제고, △보안사고 대응, △IT보안, △물리적 보안, △개인정보보호 등 7개 부문으로 나누어 총 446개 세부 항목에 대하여 정기적으로 관리, 점검하고 있습니다.

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

**개인정보 유출 사고 방지 활동**

당사는 개인정보를 처리하는 과정에서 발생할 수 있는 유출 사고에 대비하고자, 『개인정보 유출사고 발생 시 대응 절차』를 마련하고 있으며, 매년 1회 유출 사고 발생 상황을 가정하여 유출 사고 대응 모의훈련을 진행하고 있습니다. 또한, 개인정보 유출·분실·도난·위조·훼손 등의 사고에 대비하여, 개인정보보호법 제39조의 7(손해배상의 보장)에 의거, 손해배상책임보험에 가입하고 있습니다.

개인정보 유출사고 대응 모의훈련 실시 현황		
	실시일자	모의훈련 대상 사이트
'22년	8.9.	삼성 쉐더스 농구단
'23년	8.17.	제일기획 유튜브 채널
'24년	11.19.	제일기획 아이디어 페스티벌

개인정보 손해배상책임보험 가입 현황
- 보험사: 삼성화재 - 보장한도: 5억 원 - 가입기간: '24.12.31. ~ '25.12.31. ('19.12.부터 매년 재가입 중)

**개인정보주체의 권리 보호**

**권리 보호 방침**

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

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

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

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

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

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

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

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

**개인정보보호 위반/불만**

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

구분	'22년	'23년	'24년
개인정보보호법 위반	0	0	0
고객 개인정보 관련 민원	0	0	0

단위: 건

## 준법 실천을 위한 임직원 규범

### 제일기획 준법규범

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

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

### 실무지침서

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

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

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

## 임직원 윤리규정

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

### 홈페이지에 게시된 임직원 윤리규정 및 부패 방지를 위한 원칙

#### 《임직원 윤리규정》

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

#### 1. 법과 윤리를 준수한다.

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

#### 2. 깨끗한 조직문화를 유지한다.

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



임직원 교육

준법교육 프로그램

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

교육명	교육내용	실행월	수료율
[국내 전사] Compliance 교육	<상반기> 1. 저작권, 표시광고, 개인정보보호 등 당사 관련 Compliance 사례와 가이드라인 안내 2. ESG 환경 교육	4월 ~ 5월	100% * 1,255명
	<하반기> 1. 저작권, 표시광고, 개인정보보호 등 당사 관련 Compliance 사례와 가이드라인 안내 2. ESG 환경 교육 3. 납품대금연동제 가이드라인 4. 정보보안 교육 5. 내부회계관리제도의 이해 6. 장애인 인식 개선 교육	9월 ~ 10월	100% * 1,283명
[해외 전사] Compliance 교육	1. 저작권, 표시광고, 개인정보보호 등 당사 관련 Global Compliance 사례와 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육 3. 부정 관련 임직원 가이드라인 안내	6월 ~ 10월	99.1% * 5,762명
신입/경력 입사자 교육	지식재산권/Compliance 이슈 및 가이드라인	•신입: 2월, 8월 •경력: 매월	신입 100% * 49명 경력 93.9% * 46명
임원 대상 교육	핵심 Compliance 이슈 공유	4월	100% * 35명
국내 근무 외국인 교육	1. 저작권, 표시광고, 개인정보보호 등 당사 관련 Global Compliance 사례와 가이드라인 안내 2. 정보보안 교육	9월 ~ 10월	100% * 10명
주재원 파견 전 교육	Global Compliance 가이드라인	3월, 9월	100% * 16명
직무 특별 교육 - 제작 직군 직원	최신 표시·광고법 위반 사례와 가이드라인 안내	12월	100% * 214명
직무 특별 교육 - 개인정보 처리 업무 담당자 교육	개인정보보호 가이드라인	상시	100% * 39명

윤리경영 교육

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

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

부정예방교육 수료 현황			
단위: 명			
연도	합계	국내	해외
'22년	6,504	1,224	5,280
'23년	6,675	1,251	5,424
'24년	7,054	1,292	5,762

모니터링 제도

윤리경영 정기 감사

계획 및 시행

당사는 경영진단팀 주관 하에 청결한 조직문화와 부패방지를 위한 『임직원 가이드라인』에 근거하여 대표이사에게 정기적으로 부정부패 감사활동 계획을 보고합니다.

경영진단팀은 예상 가능한 부패리스크를 식별한 후, 부정 사고 위험도를 평가하여 우선순위를 결정, 3~5년 간격으로 정기감사를 시행하고 있으며 감사 결과를 경영진에 보고하고, 사고자는 당사의 양정 기준에 의해 조치하고 있습니다.

또한, '24년부터는 부정방지 프로그램의 실행 계획과 그 결과를 연 1회 정기적으로 이사회에 보고하여 이사회가 부패방지 계획 및 실행 내역을 검토하도록 하고 있습니다.

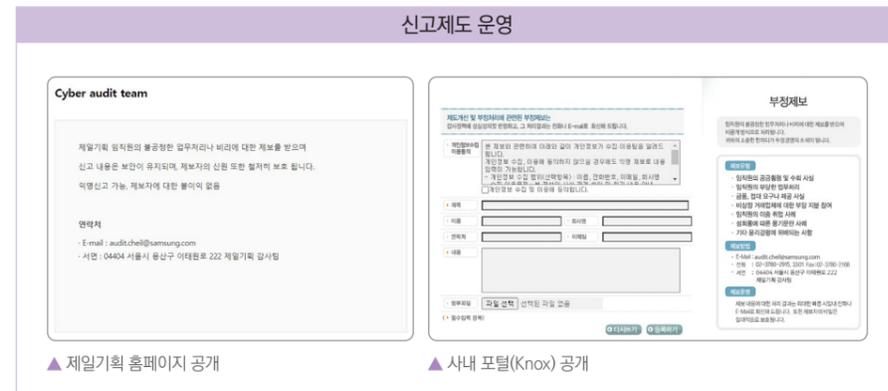
감사 대상

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

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

**윤리경영 신고제도 및 신고자 보호 체계**

당사는 임직원 및 협력회사, 고객사 등을 포함한 내/외부 이해관계자를 대상으로 윤리경영 원칙에 위배되는 임직원의 불공정한 업무처리나 비리 행위에 대해 신고할 수 있는 제보 채널을 운영하고 있으며, 신고자를 보호하기 위해 신고 내용 및 신고자의 신원은 철저히 보안을 유지합니다.



국내외 전 거점의 제보 채널을 통해 '22년 이후 접수된 제보 건수는 총 31건이며, 이 중 부정 관련 사항은 68%였습니다. 해당 건에 대해서는 조사를 통해 사실관계 확인 후 경영진에 보고하여 조치 완료하였습니다.

연도	합계	단위: 건	
		국내	해외
'22년	11	3	8
'23년	6	2	4
'24년	14	11	3

**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 3개년 법/규제를 위반한 사실이 없습니다.

점검 내용	점검월
개인정보 처리 수탁사 대상 처리 현황 점검 실시	수시
상/하반기 전 임직원 대상 Compliance 자가점검 실시 : 당사 관련 주요 법률 내용 테스트를 통해 가이드 인지 여부 점검	4월 ~ 5월, 9월 ~ 10월
당사 개인정보 처리 현황 점검	11월
개인정보 유출대응 모의훈련	11월

**표시·광고 관련 원칙 및 제도**

**표시·광고의 공정화 원칙-공정거래 정책**

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

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

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

### **표시·광고 관련 제도**

#### **광고물 사전 검토 프로세스**

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

이 프로세스는 사내 변호사 2명(이상)이 실무자와 대면 미팅을 통해 광고시안, 스토리보드, 영상, 이미지 등을 직접 보고 검토하여, 광고물에 표시·광고법/저작권/초상권/상표권/디자인권/부정경쟁방지법/부정적 PR이슈 등이 없는지 전반적인 리스크를 체크하는 프로세스로, 통상적인 법무팀의 서면 자문절차와는 확연히 비교되는 제일기획만의 독특한 절차이며, '24년 한 해 동안만 약 138건의 광고물 사전검토 미팅이 진행되었습니다.

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

\* 최근 3년간 표시·광고법 위반 건수: 0건

#### **라이선스 고지 시스템**

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

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

### **임직원 교육**

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

상생경영원칙

상생경영 실천 가이드, 상생협력 4대 실천 규칙

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

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

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

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

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

**『상생협력 4대 실천 규칙』**

- 『하도급거래 계약 체결 규칙』**  
협력회사의 이익을 정당하게 반영할 수 있게 하며, 하도급 계약 체결에 있어 준수해야 할 내용을 제시함으로써 합리적이고 공정한 거래 관행을 구축하고 있습니다.
- 『협력회사 선정·운용 규칙』**  
협력회사 선정 및 운용에 관한 규정을 제정하여 투명성과 공정성을 제고하고 있습니다.
- 『하도급거래 심의위원회 운용 규칙』**  
일정 규모 이상의 하도급거래에 대한 공정성, 적법성 여부 및 업체 등록·취소의 절차적 적절성을 심의하고 있습니다.
- 『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 5년 연속 최우수('19년도, '20년도, '21년도, '22년도, '23년도)』, 『공정거래위원회 공정거래협약 6년 연속 최우수('18년도, '19년도, '20년도, '21년도, '22년도, '23년도)』를 달성하였으며, '22년도 공정거래협약 모범사례 (총 7개사)로 선정되었고, '23년도 광고 업종 최초로 4년 연속 '동반성장지수 최우수 명예기업'으로 선정되었습니다.

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

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

협력회사와의 상생을 위한 전담조직 운영

제일기획은 공정거래 및 상생협력 업무 추진 및 전담부서인 『상생협력팀』을 '15년 12월부터 운영 중입니다. 상생협력팀은 총 6명('24년 12월 기준)으로, 협력회사와의 상생협력을 위한 공정거래협약 및 동반성장지수를 이행하고 있으며, 공정거래원칙인 『상생협력 4대 실천 규칙』을 제정하여 운용하고 있습니다.

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

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

**'24년 Help Desk 접수 및 처리 현황**

항목	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	누계
업무관련	10	7	1	4	5	3	2	3	6	-	5	-	46
제안	5	1	2	2	-	1	2	5	1	2	2	-	23
불만	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
기타	15	6	10	14	10	12	8	15	7	7	12	12	128
<b>합계</b>	<b>30</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>20</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>12</b>	<b>23</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>19</b>	<b>12</b>	<b>197</b>

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

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

**공정거래를 위한 활동 및 노력**

**불공정거래 예방 활동**

제일기획은 공정거래의 첨병이 되어 자율적으로 공정거래를 실천하고 있습니다.

첫째, 『공정거래 자율준수 사전예방 프로그램』 및 불공정 하도급거래 차단을 위한 『하도급 Early Warning 시스템』을 운영하고 있으며, 하도급대금 지불 기한이 도래한 건의 지연 지불 예방 점검을 통해 대금 지연 지급을 사전에 방지하고 있습니다.

또한, 전자계약 시스템을 도입하여 서면 미발급 등 불공정행위 발생 소지를 제로화하고 있으며, 10억 원 이상 거래 시 하도급거래 심의위원회 개최를 통해 거래의 적법성, 가격결정의 적정성 등에 대한 사전 심의를 진행하고 있습니다.

이렇듯 당사는 『공정거래 자율준수 사전예방 프로그램』을 통해 불공정행위 발생 소지를 사전에 최소화하여, 법 위반이 발생하지 않도록 관리하고 있습니다.

둘째, 사전예방에만 그치는 것이 아니라, 『공정거래 자율준수 사후 감시 시스템』을 운영하여, 하도급거래 적법성에 대한 사후 검증절차를 진행하고 있습니다.

계약 종료 후 기한 내 대금지급이 완료되었는지 매월 모니터링하여 지연 지급 여부를 확인하고 있으며, 당사에서 운영 중인 전자계약 시스템 내 모든 거래에 대해 월 단위 정기점검을 통해 적법성을 검증하고, 별도의 공정거래 모니터링 시스템을 통해 자정능력을 강화하여 임직원의 준법경영 체질화를 유도하고 있습니다.

또한 『상생경영 실천 가이드』를 통해 법 위반 임직원은 소속 부서나 직급과 상관없이 인사상 불이익을 주도록 평가하여, 임직원의 하도급법 위반, 공정경쟁을 저해하는 행위를 원천 차단하고 있습니다.

이러한 당사의 노력의 결과로 '24년 사회 및 경제 분야의 법률 및 규정 위반사례는 없습니다.

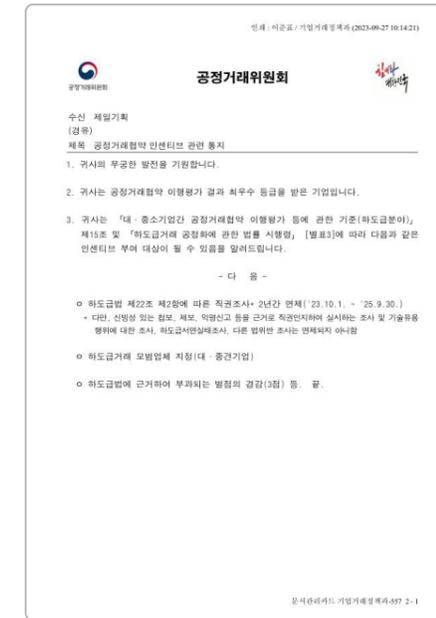
『상생경영 실천 가이드』 지침 위반에 대한 제재
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 협력회사 관련 사내 기준 및 하도급법, 공정거래법 등 관련 법령을 위반할 경우 사안의 경중에 따라 징계 또는 특별교육</li> <li>• 동일인이 1년 3회 이상 위반할 경우 감봉, 해직 등 중징계 조치</li> </ul>

**불공정거래 관련 위험 평가 및 위험 완화 조치 수립**

당사는 중소기업에 속하는 협력회사들에게 용역을 위탁하는 대기업이므로, 당사의 경영활동에서 발생할 수 있는 불공정거래 위험요소 중 가장 중요한 것 중 하나가 바로 하도급거래에서 발생할 수 있는 각종 불공정거래 위험입니다.

당사는 이러한 불공정거래 위험요소를 평가하기 위해 하도급 불공정거래 감독기구인 공정거래위원회로부터 매년 ‘공정거래협약 이행평가’를 받고 있는 바, 이 위험평가를 통해 하도급 불공정거래 감독기구가 직접 당사의 하도급거래에서 발생할 수 있는 공정거래 관련 위험요소를 도출하고, 당사는 도출된 위험요소에 대한 완화조치를 수립, 이행하고 있습니다. 공정거래협약 이행평가를 통해 평가받는 위험평가 항목은 크게 ‘계약의 공정성’, ‘법위반 예방 및 법준수 노력’, ‘상생협력지원’으로, 총 27개 평가문항에 대해 위험평가를 받고 있으며, 당사는 평가 이후 개선권고 받은 사항에 대해 매년 개선 계획을 수립하고, 이행하고 있습니다.

당사는 이렇게 매년 공정거래위원회의 하도급 불공정거래 위험평가를 받고, 도출된 위험을 완화해온 결과, '23년 공정거래협약 이행평가에서 최우수 등급을 받고, 공정위원회로부터 하도급거래 모범업체(6년 연속)로 지정되었습니다.



**협력회사 대상 행동강령 운영 및 관련 법 준수를 위한 노력**

**협력회사의 행동강령 준수**

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

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

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

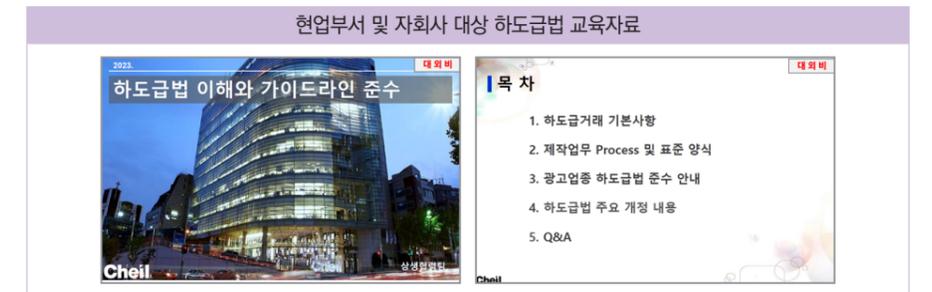
**협력회사 법 위반사항 발생 시 조치**

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

**공정거래를 위한 임직원 교육 및 인식제고 활동**

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

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



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

실무지침서는 저작권법, 개인정보보호법, 표시·광고법 등 다양한 실무 관련 법 내용과 가이드라인으로 구성되어 있습니다.

그 중 임직원의 불공정 거래 예방을 위한 『공정거래 Compliance Risk 가이드라인』은 '경쟁사 간 담합 예방 가이드라인', '통행세 예방 가이드라인' 등 당사의 임직원들이 업무를 하면서 자칫 모르고 놓치기 쉬운 공정거래 관련 리스크에 대해 어떻게 리스크를 예방할 수 있는지 구체적이고 실질적인 가이드를 제시하고 있습니다.

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

'24년 공정거래 교육 - 제작 직군 대상 직무별 특별교육			
교육 대상	교육내용	실행월	수료율
제작 직군 직원	최신 표시·광고법 위반 사례와 가이드라인 안내 * 전 임직원 대상 교육과 달리, 광고물 제작시 주의해야 할 표시·광고법 관련 사례와 가이드라인만 별도 선별하여 특별 교육	12월	100% * 총 214명

'24년 인식 제고 활동 - Compliance Newsletter 사내 게시판 게시	
내용	게시 월
OO, 표시광고법 위반으로 336억원 과징금 부과	1월
수험생 현혹하는 입시학원, 출판사 부당광고 제재	5월
모바일 게임 OO, 허위광고 논란	5월
피로회복제 광고 알고 보니 가짜광고	7월
90% 합격 OO 광고, 설문지 고착 10명	11월
추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침 개정	12월

**협력회사 선정 및 평가 프로세스**

**공급망의 범위**

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

이로써 전문성 있는 협력회사들과 협업할 수 있는 기회를 최대한 창출하고 있으며, '24.12.31. 기준 총 580개사가 제일기획의 협력회사로 등록되어 있습니다.

**거래대상 선정 원칙 및 프로세스**

협력회사와 동반성장을 하기 위해서는 경쟁력 있는 협력회사의 육성이 중요합니다.

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

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

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

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

**협력회사 대상 사회적 기준 수립 및 평가**

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

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

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

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

셋째, 당사의 안전관리 규정을 준수해 문제가 발생하지 않아야 합니다.

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

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

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

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

**협력회사  
지원활동**

**ESG 지원**

**협력회사의 ESG 활동 지원**

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

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

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

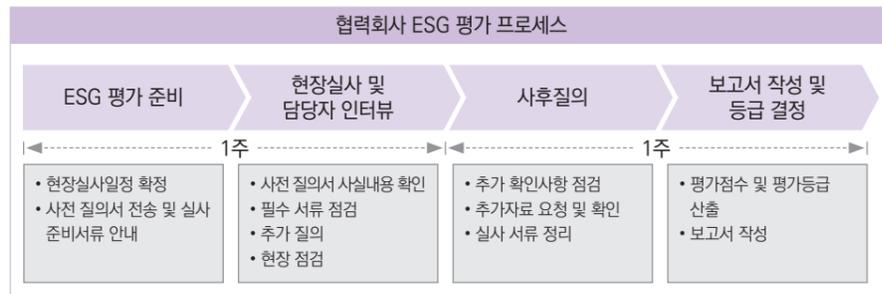
**협력회사의 ESG 리스크 관리체계 구축 지원**

제일기획은 협력회사의 지속가능경영 추진에 도움을 주기 위해, 중소기업 ESG 컨설팅을 진행하는 업체 중 ‘나이스디앤비’를 선정하여, 『제일기획 협력회사의 ESG 컨설팅 지원을 위한 업무 제휴 협약』을 체결하고, 『협력회사 ESG 컨설팅』을 진행하였습니다. (21년 5개사 지원, 22년 5개사 지원, 23년 8개사 지원, 24년 20개사 지원)

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

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

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



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

**재무적 지원, 교육지원, 마케팅 지원 등**

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

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

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

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

**협력회사 직무역량개발 교육지원 프로그램**

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

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



'24년 협력회사 공유회		
차수	일정	참석 협력회사 (개)
1차 (온라인)	3.14.	86
2차 (오프라인)	7.8.	47
3차 (온라인)	11.8.	406

'24년 협력회사 직무역량개발 교육지원 프로그램		
회차	프로그램	교육 참석 협력회사 (개)
1	우수 외부 광고 사례 소개 - AJINOMOTO FRYING PAN CHALLENGE	265
2	우수 외부 광고 사례 소개 - XBOX GAME PASS_ THE EVERYDAY TACTICIAN	74
3	우수 외부 광고 사례 소개 - DRAMAMINE THE LAST BARF BAG	65
4	우수 외부 광고 사례 소개 - RENAULT_CARS TO WORK	69
5	우수 외부 광고 사례 소개 - SAMSUNG_SAMSUNG IMPULSE	56
6	우수 외부 광고 사례 소개 - COCA-COLA THANKS FOR COKE-CREATING	90
7	우수 캠페인 사례 소개 - SPECSAVERS THE MISHEARD VERSION	57
8	우수 외부 광고 사례 소개 - HEINEKEN PUB MUSEUMS	57
9	우수 외부 광고 사례 소개 - HEINZ KETCHUP_IT HAS TO BE HEINZ	40
10	우수 외부 광고 사례 소개 - COORS BREWING COMPANY_COORS LIGHTS OUT	30
11	우수 외부 광고 사례 소개 - CAFÉ JOYEUX 47	25
12	우수 외부 광고 사례 소개 - ARIEL #SHARETHELOAD	224
13	우수 외부 광고 사례 소개 - 2024 LION OF ST MARK JACQUES SÉGUÉLA	25
14	우수 외부 광고 사례 소개 - FIVE STAR MY PARENT IS A TIKTOKER	198
15	우수 외부 광고 사례 소개 - MCDONALD INDIA EATQUAL COLOURS	191
16	우수 외부 광고 사례 소개 - QUEZON CITY GENDER AND DEVELOPMENT COUNCIL RIGHT TO CARE	186

회차	프로그램	교육 참석 협력회사 (개)
17	우수 외부 광고 사례 소개 - COCA-COLA_RECYCLE ME	156
18	우수 외부 광고 사례 소개 - JC DECAUX_MEET MARINA PRIETO	145
19	우수 외부 광고 사례 소개 - POP-TARTS_THE FIRST EDIBLE MASCOT	129
20	우수 외부 광고 사례 소개 - ORANGE_WOMEN'S FOOTBALL	120
21	저작권, 초상권, 상표권 (AI와 지식재산권 이슈 등)	490
22	기술보호 교육 (중소기업 기술분쟁 대비책)	531
23	한국에서 두드러진 마케팅 트렌드_내 사랑하는 동물가족이여	294
24	한국에서 두드러진 마케팅 트렌드_웹툰의 진화	220
25	한국에서 두드러진 마케팅 트렌드_개인과 집단	131
26	한국에서 두드러진 마케팅 트렌드_Act Instant	5
27	2024 협력회사 3차 공유회 발표자료	27

**기타 지원 활동**

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

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

## Social Contribution

### 사회공헌 정책

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

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

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

\* 홈페이지(cheil.com/hq/sustainability)



### 사회공헌 활동

#### 삼성 다문화청소년 스포츠 클래스

##### '24년 성과: 클래스 런칭 및 1년차 성공적 운영

제일기획은 급속히 증가하고 있는 다문화 청소년들이 당당한 우리사회의 구성원으로 성장하도록 돕는 『삼성 다문화청소년 스포츠 클래스』를 '23년 11월 런칭했습니다. 『삼성 다문화청소년 스포츠 클래스』는 삼성 9개 관계사 임직원들이 제안한 아이디어를 통해 시작되었으며, NGO의 전문성과 시민사회의 역량을 더해 '24년 3월, 첫 프로그램 운영을 시작하였습니다. 이 프로그램은 스포츠를 통한 심리정서지원 프로그램으로, 다문화청소년과 비다문화청소년들이 어울려 몸과 마음을 튼튼하게 하고 자신감과 사회성을 기를 수 있도록 돕고 있습니다. '24년에는 서울/인천/경기/경남 창원 13개 기관에서 총 16개의 클래스가 운영되었으며 각지에서 다문화/비다문화 청소년 280명이 참여하였습니다.

\* 수혜자 수: 다문화/비다문화 청소년 280명

다양한 스포츠 종목(축구, 농구, 탁구, 배드민턴, 태권도)을 전문강사를 통해 배우는 몸튼튼 클래스와 청소년/아동 심리전문가와 함께하는 마음튼튼 클래스가 연간 총 30회 진행되어 참여 청소년들의 건강한 몸과 마음의 성장을 지원하였습니다. 클래스 수업 외에 여름방학캠프, 삼성 프로 스포츠 구단 선수와의 만남, 가족 초청 축구경기 관람 지원, 에스코트 키즈 행사 참여 등 다양한 특별활동도 실시하였습니다.

제일기획은 『삼성 다문화청소년 스포츠 클래스』의 주관사로서, 다양한 클래스 활동이 원활하게 진행되도록 돕는 한편, 삼성 9개 관계사 스포츠 동호회 임직원들과 함께 청소년들을 대상으로 친선 경기 운영, 진로/직업 멘토링도 진행하였습니다.

### 중장기 계획

'24년은 프로그램 추진 원년으로서 활동을 시작하였으며 향후 5년간 약 1,500여 명의 다문화/비다문화 학생들을 선발하여 지원할 예정입니다.

연도별 운영 계획안		
시기	대상 인원	추진 계획
'24년	280명	- 연간 몸튼튼 클래스 20회, 마음튼튼 클래스 10회 (총 30회) - 여름캠프 1회 - 특별활동 3회 실시
'25년	280명	- 연간 몸튼튼 클래스 20회, 마음튼튼 클래스 10회 (총 30회) - 여름캠프 1회 - 특별체험활동 3회 이상 실시 - 스포츠 재능 보유 다문화청소년 진로/진학지원 심화교육반 운영 - 선배기수(1년차 참여자) 대상 지속 참여 기회 확대
'26년 (계획중/변동가능)	280명	- 연간 몸튼튼 클래스 20회, 마음튼튼 클래스 10회 (총 30회) - 여름캠프 1회 - 특별체험활동 3회 이상 실시 - 스포츠 재능 보유 다문화청소년 진로/진학지원 심화교육반 운영 - 지방지역으로 사업 확대
'27년 (계획중/변동가능)	280명	- 연간 몸튼튼 클래스 20회, 마음튼튼 클래스 10회 (총 30회) - 여름캠프 1회 - 특별체험활동 3회 이상 실시 - 스포츠 재능 보유 다문화청소년 진로/진학지원 심화교육반 운영 - 지방지역으로 사업 확대
'28년 (계획중/변동가능)	280명	- 연간 몸튼튼 클래스 20회, 마음튼튼 클래스 10회 (총 30회) - 여름캠프 1회 - 특별체험활동 3회 이상 실시 - 스포츠 재능 보유 다문화청소년 진로/진학지원 심화교육반 운영 - 지방지역으로 사업 확대 - 프로그램 대외 확산 검토

**글동무 프로젝트 (www.geuldongmu.org)**

제일기획은 '15년부터 남한이라는 새로운 환경에 적응하면서 소통과 적응에 어려움을 경험하는 북한이탈 청소년들을 대상으로 언어 지원 프로그램(남북한어 번역기 지원, 남북한 문화 차이 인식개선 캠페인, 북한이탈 주민의 정착 성공기 캠페인 등 '글동무') 및 진로/진학에 대한 멘토링('길동무')을 운영하여, 약 3천 명의 북한이탈 청소년들을 지원하고 있습니다. 각 프로그램 활동의 세부적인 내용은 글동무 공식 홈페이지를 통해 공개하고 있습니다.

\* 수혜자 수: 국내 북한이탈 청소년 약 3천여 명

구분	성과
글동무	글동무 홈페이지(www.geuldongmu.org)를 통해 남북한어 번역(중국어 병기)을 제공하고 있으며, 이 번역기에는 중고등학교 교과서 단어 및 대학/일상생활에 필요한 31,800여 개 단어가 탑재되어 있습니다. '24년에도 신조어/외래어 등 200개의 단어를 발굴해 업데이트 했으며, '24년 한 해 동안 총 281,520회 번역이 실행되는 등 활발히 사용되고 있습니다. 또한 남북한 문화 차이를 알리고 북한이탈 청소년들에 대한 편견과 차별에 대한 인식개선 캠페인의 일환으로, 카드 뉴스 발행(12건), SNS 이벤트(12건), 북한이탈 주민의 성공 정착 사례 온라인 캠페인(2건) 등을 진행하여 글동무 활동을 공개하고 참여를 유도하였습니다.
길동무	북한이탈 청소년들에게 한국에서의 학업과 취업은 낯설 수 밖에 없습니다. 어떤 대학교의 어느 학과를 가야 할지, 어떤 직업을 가져야 할지, 모르는 것도 걱정도 많은 북한이탈 청소년들에게 도움을 주기 위해 길동무 프로젝트를 시작했습니다. 다양한 전공을 가진 직업전문가와 제일기획 직원들이 북한이탈 청소년들에게 진로를 개발하기 위한 노하우를 공유하며 여러 직업에 대해 함께 알아가는 시간을 갖고 있습니다. 올해는 탈북청소년들이 특히 선망하는 스포츠와 문화예술 직업군을 소개하는 영상 콘텐츠 2건을 제작, 홈페이지에 업로드하여 북한이탈 청소년들의 미래 설계에 도움을 주었습니다.

**임직원 참여 사회공헌 프로그램**

**삼성드림클래스**

삼성드림클래스는 어려운 학업 환경에 놓인 중학생들이 스스로 적성과 꿈을 찾아 키울 수 있도록 대학생 멘토를 통한 교과 학습과 삼성 임직원을 통한 진로/적성 멘토링을 지원하는 사회공헌 프로그램입니다. 삼성드림클래스는 『삼성드림클래스 2.0』으로 개편 이후 온라인 학습 지원뿐 아니라 코딩, 수리 등 다양한 글로벌 미래 역량을 위한 수업을 제공하고 있습니다. 여름방학과 겨울방학에는 전국 5개 대학에서 캠프가 진행되었으며, 진로/직업 체험 행사를 통해 삼성 임직원 멘토와 함께하는 진로 탐색의 시간을 가지기도 하였습니다. 제일기획 임직원들도 매년 삼성드림클래스의 각 분야 멘토링 활동에 활발히 참여하고 있으며, 온오프라인을 통해 직업/진로 관련 특강을 진행하며 미래 세대인 중학생들이 꿈을 설계하는데 도움을 주었습니다.

**희망디딤돌**

희망디딤돌은 만 18세가 되어 사회로 나서는 자립 준비 청년들에게 주거 공간과 자립에 필요한 1:1 맞춤형 교육을 제공하는 활동으로, 당사는 '24년에도 임직원 기부금과 회사 매칭금을 기부하며 자립 청년을 지원했습니다. 또한 제일기획은 5~9월까지 진행된 『희망디딤돌 2.0』 직무교육 중 온라인광고/홍보 실무자 육성 프로그램에도 참여했습니다. 당사는 업의 전문성을 살려, 온라인광고/홍보 실무자 육성 프로그램에 참여한 청년들을 위한 교육 커리큘럼 수립 자문, 수강생 과제 평가, 현업 전문가 특강, 부산국제광고제 견학 등을 지원했습니다.

**시니어 디지털 아카데미**

시니어 디지털 아카데미는 시니어들이 급변하는 디지털 기술 사회 속에서 편리한 디지털 문화를 누릴 수 있도록 키오스크 사용법, 모바일 어플 사용법 등을 교육하여 디지털 역량을 강화시키는 프로그램입니다. 단순히 교육에서 끝나는 것이 아니라, 시니어들이 교육을 통해 습득한 디지털 역량을 활용하여 재능봉사나 취업을 통해 사회에 기여하고, 제2의 인생을 열 수 있도록 지원합니다. 제일기획은 시니어들과 함께 음식점에서 키오스크를 통해 주문해보고, 지도 어플을 사용해 목적지를 찾아가는 등의 활동을 통해 시니어들에게 키오스크와 모바일 어플 사용법을 알려드리는 봉사활동을 실시하였으며, 향후 5년간 시니어들의 디지털 자립을 위해 꾸준히 지원할 예정입니다.

### 창립기념일 봉사활동

지난 5월 제일기획 창립기념일을 맞이하여 전 임직원이 참여하는 다양한 봉사활동을 진행했습니다. 용산구에 위치한 아동보육시설 영락보린원을 방문하여 아이들의 놀이공간 및 프로그램실의 환경을 정비했으며, 용산노인복지관 경로식당에서 300여 명의 어르신을 위해 배식 봉사를 하고, 용산구가족센터에서 이주배경 여성들과 함께 베이킹 교실 활동도 실시하였습니다.

또한 용산노인복지관의 어르신들과 함께한 플로깅, 남산 유아숲체험장의 놀이시설 정비 등 다양한 환경정화 활동도 진행하였습니다.

\* 수혜자 수

- 영락보린원: 49명, 용산노인복지관: 300명, 용산가족센터: 19명

### 나눔위크

연말연시를 앞둔 11월에는 2주간 이웃사랑을 실천하는 나눔위크를 진행했습니다. 대한적십자사 봉사관과 함께 카스텔라, 옥수수빵 등을 만드는 제빵 봉사활동을 하고, 이를 통해 만들어진 500세트의 빵을 서초/매봉, 용산 지역의 저소득 가정에 전달했습니다. 또, 용산 푸드뱅크 마켓에 김 250세트를 기부하고, 푸드뱅크를 방문한 이웃들이 필요한 물품을 편하게 고를 수 있도록 후원품을 소분해 진열대에 배치했습니다. 이 밖에도 경로식당 배식봉사활동, 아동시설 주방 청소, 장애인복지관 시설 정화 등 다양한 봉사활동에 참여하며 나눔을 실천했습니다.

또한 사내 온라인 커뮤니티를 활용한 모금도 진행하였습니다. 희귀난치성질환 아동, 장애 아동 등 도움이 필요한 20명의 아동/청소년의 사연을 소개하여 댓글을 통해 후원금 224만 원을 모아 '세이브더칠드런'에 전달했습니다.

\* 수혜자 수

- 제빵 봉사: 500명, 용산 푸드마켓: 250명, 경로식당: 300명, 아동시설 주방청소: 49명

- 장애인복지관 시설 정화: 100명, 온라인 모금: 20명

### 헌혈 캠페인

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

### 나눔 키오스크

일상 속 나눔 문화를 확산하고자 사내 카페에 사원증 1회 태깅 시 급여 공제를 통해 1,000원이 기부되는 나눔 키오스크를 운영하고 있습니다. 나눔 키오스크는 한 사연당 400만 원 모금을 목표로, 삼성 4개 관계사(제일기획, 호텔신라, 에스원, 웰스토리)가 함께 도움이 필요한 아동/청소년 사연을 소개하여 모금을 진행하고 있습니다. 임직원들의 자발적 기부 참여를 통한 이웃사랑을 실천하고 있으며 '24년에는 총 4명의 사연자에게 모금이 완료되어 기부금이 전달되었습니다.

\* 지원 수혜자 수 및 제일기획 현금성 기부금액: 4명, 6,631,000원

### 사회공헌활동 장려 프로그램 및 참여 인센티브

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

그 외에 연말 ‘제일 나눔상’ 시상식을 개최하여 한 해 동안 봉사활동과 기부에 적극적으로 참여한 임직원 및 팀을 선정하여 포상을 진행하고 있으며, 봉사활동 실행 경비(교통비, 재료 구입비 등) 지원 등을 통해 임직원들이 적극적으로 사회공헌활동에 참여할 수 있도록 장려하고 있습니다.

**지역사회와의 상생을 위한 활동**

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

**광고업의 특성을 살린 사회공헌 프로그램**

제일기획은 광고 촬영 후 발생된 폐기물을 재활용하여 자원을 순환하기 위해 광고 촬영 후 폐기되는 촬영 소품들을 모아 사내에 판매하고 그 수익금을 어려운 이웃을 위해 기부하는 『사랑앓바자회』를 개최하고 있습니다. 이를 위해 연간 발생하는 광고촬영 소품을 모아 구분·분류하여 정리하고 있으며, 바자회 수익금은 전액 용산구 관내의 회사 결연봉사처인 ‘용산가족센터(다문화), 용산노인복지관, 용산장애인복지관, 영락보린원’에 전달해 아동 학습지 및 생필품 지원 및 지역사회 소외계층 생활 지원에 활용되고 있습니다.

**사회적 책임을 고려한 경영 목표**

제일기획은 광고를 통해 사회에 선한 영향력을 미치는 것을 경영 목표로 합니다. 제일기획은 항상 다양한 사회적 이슈에 관심을 가지고, 고객사들에게 공익적인 캠페인들을 선제안하여 사회에 선한 결과를 창출할 수 있도록 많은 노력을 기울이고 있습니다. 관공서나 NGO들에게도 사회적 문제에 대한 관심을 제고하고 여러 사회적 문제를 실제로 해결할 수 있는 구체적인 방안을 함께 고민하고 제안하고 있습니다. 당사는 기업들과 여러 단체들이 사회적 활동에 동참할 수 있도록 노력하는 것이 모두가 더불어 행복하게 살아갈 수 있는 길이라고 믿고 있습니다. 이 밖에도 제일기획은 주류, 담배 등 건강에 해로운 업종의 광고 프로젝트를 수주할 때에는 반드시 사내 ESG 전담조직인 ‘ESG 사무국’과 협의하도록 하는 내부 절차도 마련하고 있어, 영업 시 사회적 책임경영 원칙을 고려하고 있습니다.

**사회적 책임을 고려한 광고**

‘24년 한 해 동안 제일기획이 진행한 사회적 책임을 고려한 광고 프로젝트들을 소개합니다.

사회적 책임을 고려한 경영 원칙

**초록우산 ‘세상을 바꾸는 초능력’**



**The Challenge**

사회복지법인 어린이재단 초록우산은 1948년부터 아이들의 행복한 성장을 위해 노력해 온 대표적인 아동복지 기관입니다. '23년 기준 지원 아동의 수는 총 2100만여 명, 지원금액은 약 2625억 원으로 규모 또한 대단합니다. 그러나 후원자 수는 58만 명으로 대한민국 인구의 1%에 불과합니다. 이에 국내 대표 아동복지 기관으로서의 초록우산 브랜드 인지도를 제고하고 어린이 복지에 대한 관심과 참여를 확대하기 위해 캠페인을 기획했습니다.

**The Idea**

제일기획은 전국민 모두가 사회의 도움이 필요한 어린이를 돕는 초능력자가 될 수 있다는 대세감 조성을 위해 특별한 능력을 가진 판타지 히어로가 아닌 일상 속 초록빛 능력자들을 보여주기로 했습니다. 즉 ‘우리’ 모두가 초능력자가 될 수 있다는 메시지를 인상적인 초록빛 아우라로 표현해 국민들의 자발적인 참여와 확산을 유도하고자 했습니다.

**The Result**

'24년 5월, 캠페인 온에어 2주만에 동영상 조회수 100만을 돌파하며 초록우산 브랜드와 아이들을 위한 ‘초록빛 능력’에 대한 사회적 관심을 불러일으키는 데 성공했습니다. 캠페인에 대한 관심이 일회성으로 끝나지않고 실질적인 후원자 증가로 이어져 지금도 ‘초록빛 능력자’가 확산되고 있으리라 기대합니다.

멸종위기 야생동물의 집을 예약하세요, WWF코리아 ‘애니스테이’



**The Challenge** 지난 50년간 야생동물의 73%가 지구에서 사라졌습니다. 가장 큰 이유는 그들의 서식지가 파괴되었기 때문입니다. 현재 282종에 달하는 한국 멸종위기 야생동물의 수도 매년 늘어나는 추세라고 합니다. 어떻게 하면 야생동물 서식지 보호에 대한 관심을 높이고 기부를 유도할 수 있을까요?

**The Idea** 숙박 앱에서 예약하는 멸종위기 야생동물의 집, 애니스테이  
제일기획은 WWF코리아의 10주년을 맞아 애니스테이(ANISTAY) 캠페인을 기획했습니다. 월 이용자가 400만 명에 달하는 한국 1등 숙박앱 ‘야놀자’와 협업하여 멸종위기 야생동물의 집을 숙소로 등록하였습니다. 숙박 앱 유저들이 관심 지역을 검색하면 그 인근에 서식하는 동물의 집이 함께 숙소로 등장했습니다. 실제 숙소인 듯 매력적인 이름을 붙이고, 실제 주인인 듯 멸종위기 동물을 소개하고 시설 소개를 통해 위기에 놓인 서식지 상황도 전달했습니다. 282종의 한국 멸종위기 동물을 알리기 위해 예약 요금은 2820원으로 정했죠. 누구나 예약 버튼 하나로 쉽게 까막딱따구리, 반달가슴곰, 수달 등의 집을 예약할 수 있었고, 애니스테이는 오픈과 동시에 인기 숙소가 되었습니다.

**The Result** 애니스테이 오픈 후 단 4주 만에 10만 회가 넘는 캠페인 유입이 일어났습니다. WWF코리아의 웹사이트 방문도 기존 대비 435%가 증가하고, WWF 월 후원 건은 393%가 증가하였습니다. 캠페인을 통해 모인 예약금은 총 6283만 원에 달했고 모든 예약금은 야생동물 서식지 보전을 위해 전달되었습니다. 무엇보다 사람들의 관심이 낮았던 멸종위기 야생동물 문제에 대해 위트 있고 신선한 방법으로 접근해 이슈를 일으켰고, 특히 젊은 층의 관심을 크게 불러일으켰다는 점이 가장 주목할 만한 성과입니다.

토스 ‘도영이의 도박일기’



**The Challenge** 대한민국 청소년 4명 중 1명은 온라인 도박의 경험이 있다는 통계가 있을 정도로 청소년들은 무방비로 온라인 불법 도박에 노출되어 있습니다. 하지만 도박을 단순히 모바일 게임처럼 가볍게 생각하는 학생들과 ‘도박은 일부 불량 학생들만 하는 것’이라는 어른들의 선입견으로 그 심각성을 인지하지 못하고 있었죠. 이에, 청소년들이 가장 많이 사용하는 금융 앱 토스는 경찰청과 함께 청소년들의 온라인 불법도박 문제에 대한 경각심을 높이고 그들을 보호할 수 있는 캠페인을 기획했습니다.

**The Idea** 토스는 경찰청의 협조 하에 실제 불법 도박에 중독되어 피해를 입은 청소년들을 인터뷰하고 그들의 도박중독 패턴을 분석한 뒤, 그 데이터를 바탕으로 ‘박도영’이라는 16세 가상의 도박중독자 AI 휴먼을 만들었습니다. 박도영은 약 한 달간 시나리오에 따라 평범한 고등학생의 일상처럼 보이는 사진과 동영상을 SNS 계정에 올렸습니다. 하지만 그 안에는 미묘한 도박 중독의 징후들이 숨겨져 있었죠. 끝내 도박에 중독된 박도영은 ‘모두 그만두고 싶다’는 메시지를 마지막으로 남긴 채 사라집니다. 3일 뒤인 ‘도박 중독 예방의 날’, 계정 이름이 dy\_gamblingdieary로 바뀌며 박도영이 사실 실제 인물이 아니라, 도박중독 피해 청소년들의 모습을 본떠 만든 AI 휴먼이었다는 정체를 밝히는 캠페인 영상이 공개됩니다. 영상 공개와 함께 토스는 부모들을 위한 ‘도박 징후 발견 가이드’를 발행하고, 아이와 부모의 계좌를 연결하면 아이가 불법 도박 의심 계좌로 송금 시 부모에게 자동 알림이 가는 ‘가족 보안 지킴이’ 서비스를 개시했습니다.

**The Result** 캠페인 영상과 함께 박도영의 정체가 공개되자 ‘진짜 같다’, ‘AI였다니 충격적이다’ 라는 반응들이 쏟아졌습니다. 박도영의 SNS는 38일간 178개의 게시물이 업로드 되고, 약 3천 명이 넘는 팔로워를 모았습니다. SNS 게시물의 총 조회수는 350만 회를 넘었고 영상과 SNS 조회수는 8백만 회를 넘었습니다. 영상 공개 후 3천 명이 넘는 분들이 캠페인 사이트에 걱정과 놀라움의 메시지를 남겨주셨습니다. 또한 대한민국 메이저 3대 뉴스 채널 및 150건이 넘는 국내외 매체에 캠페인 관련 기사가 보도되고, 각종 마케팅 관련 채널에서도 언급되었습니다. 캠페인 이후 ‘가족 보안 지킴이’ 서비스 사용자는 82% 증가했고, 도박 의심 계좌 송금 알림 경고는 9만 2천 건이 넘었습니다.

### GS25 생명을 지키는 과자 '라이프가드 스낵'



#### The Challenge

물놀이 익사 사고는 여름 휴가철 가장 조심해야 하는 것 중 하나입니다. 한국에서 물놀이 익사 사고가 가장 많이 발생하는 여름 휴가지는 도심 외곽의 계곡, 하천, 강가입니다. 이런 곳은 대도시 유명 휴가지와는 달리 지방 소도시의 작은 마을에 인접해 있어 대부분 낙후되어 있고 안전 요원과 구조 물품이 부족해 익사 사고가 매년 증가하고 있습니다. 더 심각한 문제는 익사자 대다수가 9세 이하의 어린 아이들이라는 것입니다('16년~'22년 질병 관리청 자료 기준). 우리는 여름철 더 많은 고객을 GS25 매장으로 유도하면서도 아이들의 안전도 지킬 수 있는 특별한 캠페인이 없을까 고민했습니다.

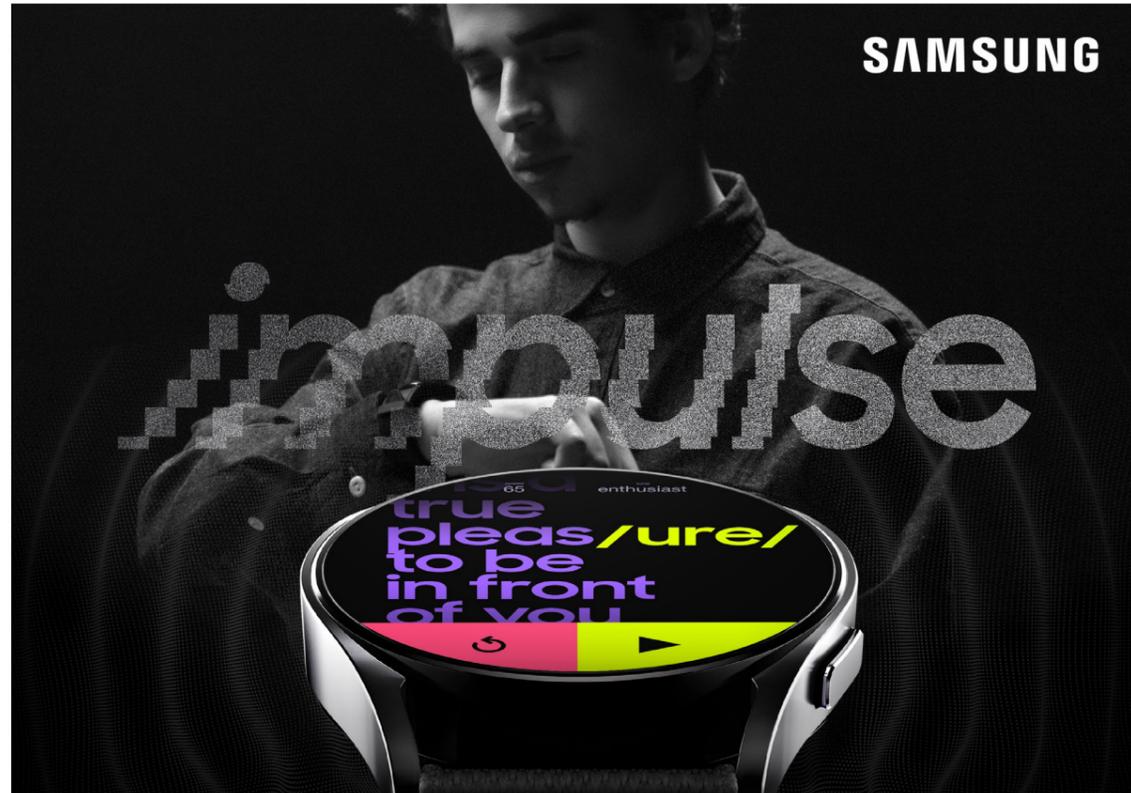
#### The Idea

전국 휴가지 인근, 가장 많은 매장을 보유한 편의점 GS25는 어린이를 동반한 가족 단위 고객들이 물놀이 직전, 휴가지 근처의 편의점을 방문해 간식을 구매한다는 점을 알게 되었습니다. GS25는 이 점에 착안, 현장에서 근무중인 해양경찰 구조요원 및 대한 인명구조협회와 협업하여 구조용 부표 디자인을 봉지 과자의 디자인에 접목시킨 라이프가드 스낵(Lifeguard Snack)을 제작했습니다. 라이프가드 스낵(Lifeguard Snack)은 안전 손잡이와 구조용 끈을 활용해 실제 부표처럼 인명 구조가 가능합니다. 라이프가드 스낵(Lifeguard Snack)은 익사 사고의 가장 큰 비중을 차지하는 9세 이하의 어린아이들이 자연스럽게 물놀이를 하면서 안전용품으로 활용할 수 있는, 전문가들도 인정한 혁신적인 구조용 스낵입니다.

#### The Result

전국 휴가지 인근에서 쉽게 찾을 수 있는 GS25의 높은 접근성과 편의점 대표 제품인 봉지 과자를 활용한 이 캠페인은 전국적으로 진행되었습니다. 매년 출시되던 일반적인 봉지 과자들이 여름 물놀이 시즌에 맞춰 수천 개의 구조용품으로 변신했습니다. 어린이를 동반한 가족들은 휴가지 인근 GS25에서 아이들이 좋아하는 과자를 구매하며 동시에 쉽게 물놀이 구조용품도 준비할 수 있게 되었습니다.

삼성전자 AI 워치 앱 '임펄스' - 스페인 법인



**The Challenge** 많은 사람들이 당황하면 말을 더듬곤 하지만, 유독 일상 생활에 지장이 갈 정도로 말을 더듬는 분들이 있습니다. 뇌졸중 등의 뇌혈관질환이나 파킨슨병 등의 퇴행성 질환으로 없던 말더듬증이 생기기도 합니다. 삼성전자 스페인 법인과 제일기획 스페인 법인은 이러한 분들의 고통을 파악하고, 말 더듬 증상 완화를 돕는 '개인 코치' 역할을 할 수 있는 앱을 고안했습니다.

**The Idea** 갤럭시 워치용 앱 '임펄스(Impulse)'는 AI 알고리즘을 활용해 사용자의 말에서 분석한 음성 패턴 데이터를 리드미컬한 진동으로 변환합니다. 사용자는 손목에 차고 있는 갤럭시 워치로 진동 리듬을 느끼면서 말함으로써 더듬는 증상을 줄일 수 있습니다. 앱에는 250개의 리듬과 톤 연습 기능이 탑재되어 있어 목소리 크기, 리듬 템포, 억양을 습득한 후, 사용자가 직접 작성한 내용으로 최종 말하기 연습을 할 수 있습니다. 사용자의 언어 능력이 향상됨에 따라 난이도 설정도 달리 할 수 있습니다.

**The Result** 임펄스의 이러한 기능은 전문적인 언어리듬 치료법을 기반으로 제작되었으며, 스페인·포르투갈·미국·아랍에미리트·가나 등의 환자 200명을 대상으로 한 시험을 통해 스페인·포르투갈 언어치료사 협회의 승인을 받아 출시되었습니다. 임펄스는 지금까지 의사와 전문 치료사를 통해서만 가능했던 언어리듬 치료를 대중화시켰습니다. 이제 임펄스가 탑재된 갤럭시 워치를 착용하면 언제 어디서든 언어리듬 개인 코칭을 받을 수 있습니다.

세이브더칠드런 ‘폭력의 소리’ - 홍콩 법인



**The Challenge** '23년 홍콩 경찰에 따르면, 홍콩 내 아동에 대한 가정 폭력이 최근 많이 증가했다고 합니다. 홍콩은 인구밀집도가 높기에, 가정 폭력 소리를 옆집에서 듣고 신고해준다면 가정 폭력이 많이 줄 수 있음에도 불구하고, 대부분의 사람들은 그런 소리를 듣고도 침묵하곤 합니다. 제일기획 홍콩법인은 폭력이 주변에 존재하는 현실을 보여주고 의심되는 사건을 신고하도록 촉구하는 방법을 고민했습니다.

**The Idea** 제일기획 홍콩법인은 세이브더칠드런 홍콩과 함께 최신 돌비 애트모스 7.1 서라운드 기술을 활용한 몰입형 단편 영상 ‘폭력의 소리(The Sound of Violence)’를 제작했습니다. 그리고 이 영상을 자살 충동에 시달리는 소년의 투쟁을 다룬 닉 척(Nick Cheuk)의 영화 상영 전에 상영하여 영화를 관람하러 온 관객들을 놀라게 했습니다. 우리는 ‘폭력의 소리(The Sound of Violence)’를 통해 ‘폭력의 소리는 우리 주변에 있다’, ‘폭력의 소리가 들리면 무시하지 말고 신고하라’는 메시지를 관객들에게 강력하게 전달할 수 있었습니다.

**The Result** 이 캠페인은 홍콩 내 전국적인 화제를 불러일으켰고, 척의 영화가 박스오피스와 주요 시상식에서 모두 성공을 거두면서 캠페인의 영향력도 더욱 증폭되었습니다. 그 결과 홍콩 내 가정폭력 의심 신고가 23% 증가했으며, 신고 후 가정 내 개입도 16% 증가했습니다.

'24년 ESG 관련 캠페인의 국내외 광고제 수상 실적

광고주	캠페인명	사회적 가치	광고제	대상	금상	은상	동상	계
JTBC	마약 테스트 포스터	마약 근절	LIA				1	1
			Clio			1	1	2
			MAD Stars	1	1		2	
			AdFest	1	2		3	
			대한민국 광고대상	1	2		3	
쿠팡	핑크 클럽	손쉬운 유방암 자가진단	Clio		1			1
			MAD Stars			1		1
			Clio Health			1	1	2
			대한민국 광고대상	1			1	2
GS25	라이프가드 스넥	어린이 익사사고 방지	대한민국 광고대상		2			2
삼성전자 스페인	임펄스	말더듬 치료	Cannes Lions		1	1	1	3
			D&AD				2	2
			LIA	3	2	2	7	
			Clio Health	1	1	4	1	7
삼성	삼성 언피어	자폐로 인한 불편 완화	One Show	1	1	2	4	
			Clio	2		1	3	
삼성	고스트 스킨	어린이 옷 기부	LIA	1		1	2	
			LIA				1	1
세이브더칠드런	폭력의 소리	가정 폭력에 대한 관심 제고	New York	1			1	2
			MAD Stars	2	1	1	4	
브래스트캔서나우	더챗	유방암 환자 돌봄	D&AD				1	1
			Clio			1	2	3
계				2	20	16	20	58

## Social Contribution

### '23년 ESG 관련 캠페인의 국내외 광고제 수상 실적

광고주	캠페인명	사회적 가치	광고제	대상	금상	은상	동상	계
경찰청	똑똑 캠페인	데이트 폭력, 가정 폭력에서의 신고 시스템 구축	Cannes Lions	1	1		1	3
			D&AD			2	1	3
			One Show			1		1
			Clio		1	1	1	3
			London Int'l Awards		3		1	4
			New York Festivals		1	4	1	6
			MAD Stars	4	5	1	1	11
			AdFest	1	2	1	3	7
			Spikes Asia	3	2	2		7
삼성전자 스페인	삼성 언피어	자폐로 인한 불편 완화	Cannes Lions			2	2	4
			D&AD				3	3
			Clio Health	1	2	1	1	5
			LIA		4	2	3	9
			MAD Stars			3	3	6
아디다스	노모어레드	폭력 근절	One Show		1	1	2	
브래스트캔서나우	더챗	유방암 환자 돌봄	Cannes Lions			1	1	2
			LIA			2		2
삼성	난독증퀘스트	난독증 조기 발견	D&AD				1	1
			One Show		1	2	2	5
			Clio		1	2	3	6
			Clio Health		2	3		5
			Clio Entertainment	1	2	2		5
			AdFest		1	2	1	4
			Spikes Asia		1	1	2	4
			계			11	30	36

### '22년 ESG 관련 캠페인의 국내외 광고제 수상 실적

광고주	캠페인명	사회적 가치	광고제	대상	금상	은상	동상	계
크리스암재단	배틀인사이드	혈액암에 대한 이해 제고	Cannes Lions				1	1
			One Show				1	1
			Clio Health				1	1
			LIA		1	3		4
			MAD Stars		1			1
			계					
삼성	난독증 퀘스트	난독증 조기 발견	Cannes Lions			1	3	4
			LIA			3	1	4
			New York			2	1	3
			MAD Stars		1	2		3
삼성	따돌림의 대가	따돌림 근절	D&AD				2	2
			One Show	1	1	1	1	4
			Clio			1		1
			Clio Health	1	2	1	2	6
			Clio Entertainment	2	3	1		6
			AdFest		1	2	3	6
			Spikes Asia			1	2	3
			계					
삼성전자	토크	ALS 환자들의 삶의 질 향상	Clio			1	1	2
SKYY보드카	위아오픈	LGBT 차별 감소	MAD Stars				1	1
계				4	10	19	20	53

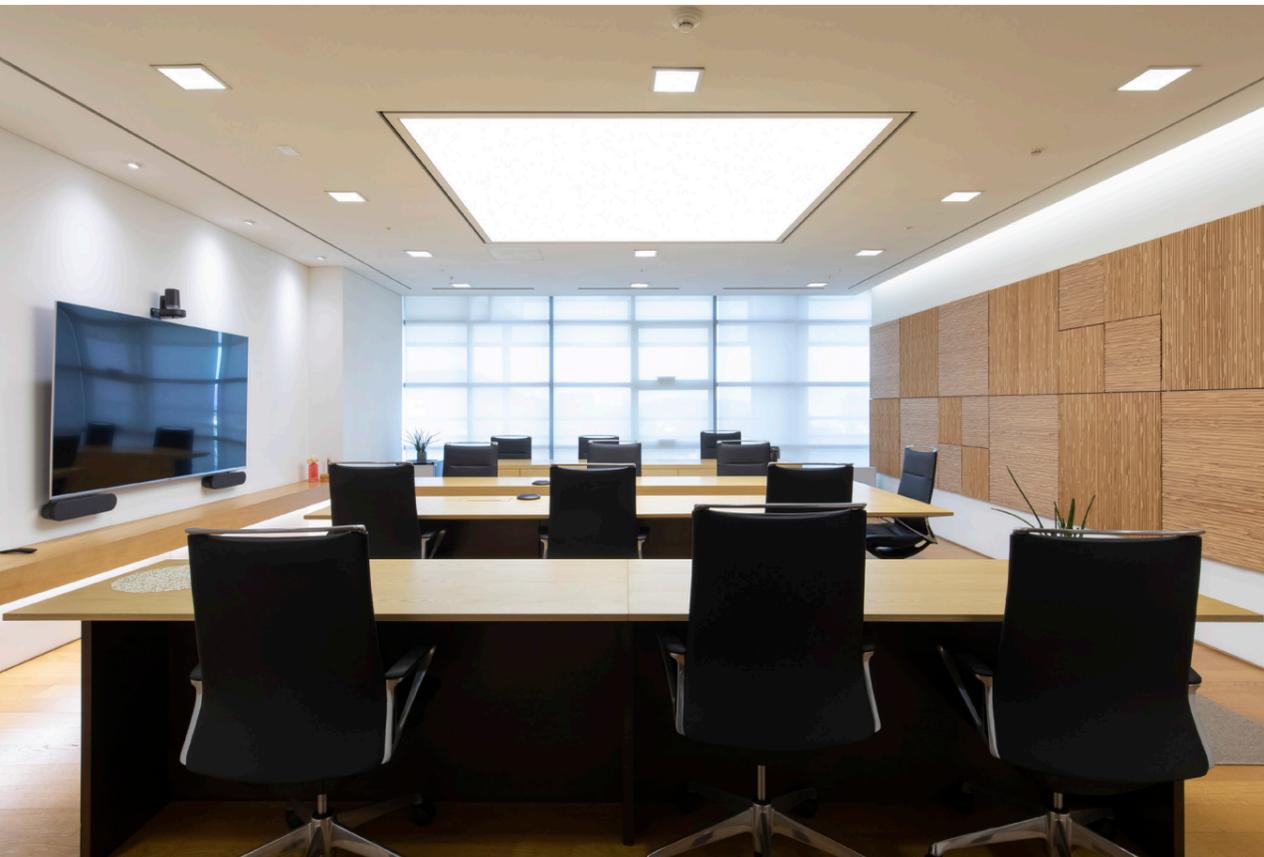
# Governance

- 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 공개했습니다. 본 헌장에 따라 저희 제일기획은 전문성과 독립성을 갖춘 이사회와 감독 아래 모든 경영진 및 기타 임직원들이 책임 경영을 수행하고 건전한 지배구조를 확립해 나가고 있습니다.



## Shareholders

### 주주의견 수렴 장치

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

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

### 주주의 권리

#### 주주의 권리행사에 필요한 정보 제공

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

또한, 당사는 상법 시행령에 따라 주주총회 1주 전 '24년 사업연도의 사업보고서 및 감사보고서를 전자공시시스템에 공시하여 주주들이 의안뿐 아니라 당사 재무상태에 대해 충분히 검토 후 의결권을 행사할 수 있도록 하였습니다.

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

이밖에도 당사는 당사 홈페이지에 NDR 등 IR관련 일정을 '24년 한 해 동안 11회 공개하는 등 적극적으로 주주 기타 이해관계자들과 소통하기 위해 노력하고 있습니다. 또한, 매년 1회 당사의 기업지배구조 관련 제반 사항을 담은 '기업지배구조보고서'를 공시하고 있는 바, 보고서 내 항목별 준수 현황을 기재하여 주주 및 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 주주들이 의결권을 보다 용이하게 행사할 수 있도록 '21년 2월 이사회에서 전자투표제 도입을 결의하여 전자투표제를 장려하기로 하고, '21년 3월 개최한 제48기 정기주주총회부터 시행하고 있습니다. 또한 당사는 모든 주주에게 직접 교부하거나 우편, 전자우편에 의한 방법으로 의결권 대리행사를 권유하고 있습니다.

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

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

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

**최근 주주총회 의결권 행사 현황**

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

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 증가하였습니다. '24년에도 글로벌 경기침체 및 지정학적 리스크가 지속되는 가운데 국내도 소비 위축과 기업의 실적 부진으로 광고주들이 마케팅 비용을 효율화하는 어려운 경영환경에서도 당사는 공시된 배당 정책에 따라 연결 당기순이익 기준 60% 내에서 배당금을 확정했습니다.

**주주가치 환원 노력(배당)**

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

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

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

최근 5개년간 배당내역은 아래와 같습니다.

구분		'20년	'21년	'22년	'23년	'24년
(연결) 당기순이익(억 원)		1,574	1,655	1,937	1,873	2,075
주당 현금배당금(원)	보통주	840	990	1,150	1,110	1,230
	우선주	-	-	-	-	-
배당총액(억 원)	보통주	851	1,003	1,165	1,124	1,246
	우선주	-	-	-	-	-
배당성향		54.1%	60.6%	60.1%	60.0%	60.0%
배당수익률	보통주	4.0%	4.2%	4.8%	5.5%	6.6%
	우선주	-	-	-	-	-
배당정책 목표 대비 이행률		90%	101%	100%	100%	100%

\* (연결) 당기순이익은 지배지분순이익 수치임

\* 이행률: M&A 등 대규모 투자와 운전사업자금, 사업 환경 등을 고려하여 연결당기순이익 기준 배당 성향 60% 기준

당사는 '17.12.20. 배당성향 확대 계획을 공정공시한 이후 투자 재원을 제외한 유보금을 최대한 배당으로 지급하여 주주가치를 제고하는 주주환원 정책을 수립하여 일관성 있게 집행해 왔습니다. '23년 경기침체 상황 내 불확실성과 경기 변동성을 고려하여 사업연도 2개년에 대한 주주환원 정책 수립을 결정하여, '23.1.31. 공시를 통해 '23년 ~ '24년 2개년 동안 M&A 등 대규모 투자와 운전자금, 사업 환경 등을 고려하여 연결당기순이익 기준 배당 성향 60% 내에서 주주환원 정책을 결정할 것을 공개하였습니다. 이는 과거 배당 기준에 부합하는 바, 당사는 3년 이상의 배당정책을 공개하여 주주의 배당에 관한 예측 가능성 제고에 노력하고 있으며 앞으로도 적극적인 주주 친화적인 배당 정책을 지속할 계획입니다.

## Director/Board of Directors

### 이사

#### 이사의 선임

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

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

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

#### 이사의 전문성

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

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

\* 이사회 규정 제19조

장병완 사외이사는 기획예산처 장관 및 국회의원을 역임한 행정 전문가로서, 투명하고 객관적인 시각에서 당사의 정책 수립 및 의사결정에 참여하여 기업가치 제고에 기여하고 있으며, 장승화 사외이사는 국제중재법원 중재인 및 세계무역기구 상소기구 재판관을 역임한 국제 통상 분야의 최고 전문가로서 당사의 글로벌 경영 및 리스크 관리와 윤리 경영 강화, 규제 준수 능력 향상 등에 기여하고 있습니다.

\* 오윤 사외이사의 임기 만료('24.3.)로 '24.3.21. 제51기 정기주주총회를 통해 장승화 신임 사외이사가 선임되었습니다.

#### 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.

'24년 교육 일자	교육 실시 주체	참석 사외이사	불참시 사유	주요 교육 내용
1.29.	지원조직	오윤, 장병완	-	이사회 의제, 4분기 경영현황 등
1.30.	지원조직	오윤, 장병완	-	'23년 경영성과 및 '24년 경영목표 '24년 조직개편 내용
3.22.	지원조직	장병완, 장승화	-	신임 사외이사 오리엔테이션 글로벌 및 디지털 부문 사업 현황과 전망
4.25.	지원조직	장병완, 장승화	-	이사회 의제, 1분기 경영현황 등
4.26.	지원조직	장병완, 장승화	-	제작 본부 현황 및 대표 광고 캠페인
7.30.	지원조직	장병완, 장승화	-	이사회 의제, 2분기 경영현황 등
10.30.	지원조직	장병완, 장승화	-	이사회 의제, 3분기 경영현황 등
11.27.	지원조직	장병완, 장승화	-	이사회 의제 등
12.18.	지원조직	장병완, 장승화	-	사내 SI 솔루션 소개 이사회 의제 등

\* 출석률 100%

#### 사외이사 평가

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

#### 이사의 책임경영

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

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

**이사의 보수**

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

보상위원회 (사외이사 참석률 100%)		
'24년 개최 일자	의안 내용	가결 여부
2.13.	'24년 등기이사 개별 연봉 승인의 건	가결
	'24년 등기이사 및 감사 보수한도 심의의 건	가결

\* '24.2. 보상위원회 오윤/장병완 사외이사 및 강우영 사내이사 참석으로 참석률 100%

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

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

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

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

최근 3년간 이사의 개인별 연간 보수액은 다음과 같습니다.

단위 : 백만 원

이름	직위	보수 총액		
		'22년	'23년	'24년
김종현	사장(대표이사)	1,099	1,658	1,646
강우영	부사장	-	807	984
김태해	부사장	-	-	956
유정근	(前)사장	2,577	5,819	1,037
장병완	사외이사	70	84	104
장승화	사외이사	-	-	80
오윤	(前)사외이사	84	84	21

\* 개인별 보수총액은 '24년 12월 31일 까지의 등기임원 자격으로 수령한 귀속 소득입니다.

\* 유정근 사내이사가 '24년 1월 중도 사임하여, '24년 3월 제51기 정기주주총회를 통해 김태해 사내이사를 신규 선임하였습니다.

\* 오윤 사외이사의 임기가 '24년 3월 만료되어, '24년 3월 제51기 정기주주총회를 통해 장승화 사외이사를 신규 선임하였습니다.

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.

'23년 10월 이사회 규정 제5조의 2(선임사외이사)를 신설하여 사외이사를 대표하는 선임사외이사를 선임하여 이사회를 운영키로 하여 장병완 사외이사를 선임사외이사로 선임하였으며, 당사의 이사회 의장으로는 당사 사업 전반에 대한 이해도가 높아 이사회의 전략적 운영에 적합하고, 이사회 활동을 총괄하는 역할에 적임이라고 판단되어 김종현 대표이사를 선임하였습니다.

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.

성명	출생년월	직함 (담당업무)	임기만료일	성별	경영 위원회	내부거래 위원회	보상 위원회
김종현	1966.07	대표이사 이사회 의장	'27.3.20.	남	○(위원장)		
강우영	1968.02	사내이사 (경영지원실장)	'26.3.15.	남	○	○	○
김태해	1969.11	사내이사 (비즈니스 1부문장)	'27.3.20.	남	○		
장병완	1952.05	선임사외이사	'25.3.16.	남		○(위원장)	○(위원장)
장승화	1963.06	사외이사	'27.3.20.	남		○	○

\* '24년 12월 31일 기준의 이사회 구성 현황입니다.  
 \* '24년 1월 30일 유정근 사내이사가 경영위원회 위원장에서 사임하고 김종현 사내이사가 경영위원회를 통해 위원장으로 선임되었습니다.  
 \* 오윤 사외이사의 임기 만료와 유정근 사내이사의 중도 사임으로, 당사는 '24년 3월 21일 주주총회를 통해 장승화 사외이사와 김태해 사내이사를 신규 선임하였으며, 임기 만료인 김종현 사내이사도 재선임 하였습니다.

이사회 활동

당사의 이사회는 의장이 소집하며, 의장은 이사회 회의일시를 정하여 늦어도 7일 전에 이를 각 이사 및 감사에게 문서, 전자문서 또는 구두로써 통지해야 함을 정관으로 규정하고 있습니다.

\* 기존 정관이 실제 일주일 전에 이사회 소집 통지를 해오던 당사의 업무 관행과 달리 규정하고 있어, '25년 3월 19일 개최된 주주총회에서 늦어도 이사회 개최일 7일 전에 소집 통지하는 것으로 정관을 개정했습니다(정관 제32조 제3항).

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

'24년 1월부터 '24년 12월까지 당사 이사회는 총 8회 개최되었으며, '24년에 부의된 주요 안건으로는 매 분기 재무제표 승인, 준법지원인 선임 승인, 기부금 지원 승인의 건 등이 있습니다.

당사는 특히, 주주총회에서 선임된 사외이사가 독립적으로 기업경영정책 결정에 참여하고 경영진을 감독 및 지원할 수 있도록 최선을 다하고 있습니다. 이에, 이사회 개최 전 사외이사는 회사로부터 부의 안건에 대해 사전 공유를 받고 질의 시간을 가지며, '24년 사외이사의 이사회 참석률은 100%이었습니다.

회차	개최 일자	보고 내용
1차	1.30.	내부회계관리제도 운영실태 보고 경영위원회 결의사항 보고
2차	2.13.	내부회계관리제도 운영실태 평가 보고 경영위원회 결의사항 보고
4차	4.26.	ESG 중대성(Materiality)검토, '23년 탄소중립 및 환경 경영 성과 및 '24년 ESG 활동 계획 보고
5차	7.31.	내부거래위원회 결의사항 보고 경영위원회 결의사항 보고
8차	12.19.	ESG 중대 이슈(Materiality) 검토, '24년 탄소중립 활동 내역 및 리스크 관리 활동 결과 보고 준법지원인의 준법 점검 결과 및 부패방지 계획/결과 등 보고

'24년 중요 의결 사항			
회차	개최 일자	의안 내용	가결 여부
1차	1.30.	제51기 재무제표 및 영업보고서 승인의 건	가결
		내부거래위원회 규정 개정의 건	가결
2차	2.13.	제51기 정기주주총회 소집 및 목적 사항 결정의 건	가결
		상생협력기금 출연 승인의 건	가결
3차	3.22.	이사 업무 위촉의 건	가결
		이사회 의장 선임의 건	가결
		대표이사 선임의 건	가결
		이사 보수한도 집행 승인의 건	가결
		경영위원회 위원 선임의 건	가결
		내부거래위원회 위원 선임의 건	가결
		보상위원회 위원 선임의 건	가결
'24년 안전보건계획 승인의 건	가결		
4차	4.26.	제52기 1분기 재무제표 승인의 건	가결
5차	7.31.	제52기 상반기 재무제표 승인의 건	가결
		기부금 지원 승인의 건	가결
6차	10.31.	제52기 3분기 재무제표 승인의 건	가결
		준법지원인 선임의 건	가결
7차	11.28.	기부금 지원 승인의 건	가결
8차	12.19.	주요주주와의 거래한도 승인의 건	가결
		특수관계인과의 보험거래 승인의 건	가결
		내부회계관리규정 개정의 건	가결

**이사회 내 위원회**

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

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

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

\* 오윤 사외이사가 '23년 내부거래위원회/보상위원회 위원장직을 맡았으나 '24년 3월 17일 임기 만료로 사임했으며, 작성일 현재 내부거래위원회/보상위원회 위원장은 장병완 사외이사가 맡고 있습니다.

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

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

당사의 자기자본 대비 계열회사에 대한 출자총액 규모는 '24년 말 기준 약 5.3%\*입니다.

\* '24년 말 자기자본 5,541억 원 대비 291억 원

## Director/Board of Directors

'24년에 각 위원회에 부의된 의안 내용은 다음과 같습니다.

### 보상위원회

개최 일자	의안 내용	가결 여부
2.13.	'24년 등기이사 개별 연봉 승인의 건	가결
	'24년 등기이사 및 감사 보수한도 심의의 건	가결

### 내부거래위원회

개최 일자	의안 내용	가결 여부
7.31.	내부거래위원회 위원장 선임의 건	가결
12.19.	주요주주와의 거래한도 사전 심의의 건	가결
	특수관계인과의 보험거래 사전 심의의 건	가결

### 경영위원회

개최 일자	의안 내용	가결 여부
1.29.	6기('20년 ~ '22년) 임원 장기성과 인센티브 2차분 지급의 건	가결
4.4.	임원 장기성과 인센티브 제도 운영규정 개정의 건	가결
12.13.	이브이알社 전환사채 매매 계약 체결 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), 선임된 상근감사의 임기는 취임 후 3년 내의 최종 결산기에 관한 정기주주총회 종결 시까지로 합니다(상법 제410조, 정관 제37조 제1항).

이에 따라 '21년 3월 18일, 제48기 정기주주총회 결의로 이홍섭 상근감사가 선임되었으며 '24년 3월 21일, 제 51기 정기주주총회에서 재선임되어 감사업무를 수행 중에 있습니다.

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

당사의 상근감사는 '24년 중 개최된 모든 이사회에 참석하여 이사회 운영의 견제와 균형을 확보하는 데 기여했습니다. 아래는 감사의 이사회 참석 내역입니다.

'24년 감사의 이사회 참석 내역 (참석률 100%)		
회차	개최 일자	의안 내용
1차	1.30.	제 51기 재무제표 및 영업보고서 승인의 건 내부거래위원회 규정 개정의 건
2차	2.13.	제 51기 정기주주총회 소집 및 목적 사항 결정의 건 상생협력기금 출연 승인의 건
3차	3.22.	이사 업무 위촉의 건 이사회 의장 선임의 건 대표이사 선임의 건 이사 보수한도 집행 승인의 건 경영위원회 위원 선임의 건 내부거래위원회 위원 선임의 건 보상위원회 위원 선임의 건 '24년 안전보건계획 승인의 건
4차	4.26.	제 52기 1분기 재무제표 승인의 건
5차	7.31.	제 52기 상반기 재무제표 승인의 건 기부금 지원 승인의 건

6차	10.31.	제 52기 3분기 재무제표 승인의 건 준법지원인 선임의 건
7차	11.28.	기부금 지원 승인의 건
8차	12.19.	주요주주와의 거래한도 사전 심의의 건 특수관계인과의 보험거래 사전 심의의 건 내부회계관리규정 개정의 건

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

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

또한, 당사의 상근감사는 외부감사인과 연간 감사 계획 및 재무제표 검토, 감사 진행 경과 등의 사항과 관련하여 정기적으로 커뮤니케이션을 하여, 재무보고의 품질을 높이기 위해 노력하고 있습니다. 아래는 '24년에 실시된 상근감사와 외부감사인의 커뮤니케이션 내역입니다.

일자	참석자	방식	주요 논의 내용
1.26.	• 사측: 감사 • 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 2인	대면회의	- 연간 회계감사 진행경과 및 향후 일정 보고 - 핵심감사사항 진행경과 및 기말 핵심감사 계획 보고
3.7.	• 사측: 감사 • 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 2인	대면회의	- 그룹감사 및 기말감사 진행 경과 - 감사인의 독립성 등 감사종결보고
4.23.	• 사측: 감사 • 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 2인	대면회의	- '24년 연간 회계감사 수행 계획
4.24.	• 사측: 감사 • 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 2인	대면회의	- 1분기 재무제표에 대한 검토 진행 경과
7.19.	• 사측: 감사 • 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 2인	대면회의	- '24년 반기 재무제표에 대한 검토 진행 경과
10.30.	• 사측: 감사 • 감사인측: 업무수행이사, 담당회계사 2인	대면회의	- '24년 3분기 재무제표 검토 진행 경과

※ 감사와 '23년 회계년도부터 커뮤니케이션한 회계감사인은 삼정회계법인입니다.

감사의 전문성

현재 당사의 상근감사인 이홍섭 감사는 한국 공인회계사 및 세무사로서 딜로이트안진 회계법인에서 28년 이상 재직한 경력이 있으며, 한국공인회계사회가 개설한 ESG 아카데미 전문가 과정 제 1·2·3·4·5기를 수료한 ESG 전문가입니다. 또한 동국대 경영학 박사학위 취득자로서 회계 및 세무와 ESG의 전문성뿐 아니라 경영지원 업무 전반에 폭넓은 지식과 경험을 보유하여, 당사 이사회 경영진의 업무 처리 적법성 및 타당성에 대한 감독 역할을 충실히 수행할 수 있는 전문성을 갖추고 있습니다.

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

감사의 교육현황

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

\* 수료기간: '21년 11월 ~ '24년 12월

\* 교육시간: 제1기-49시간, 제2기-49시간, 제3기-52시간, 제4기-52시간, 제5기-58시간 (총 260시간)

당사가 상근감사에게 제공하였거나, 상근감사가 필요에 의해 수강한 '24년 교육 현황은 다음과 같습니다.

교육 일자	교육 실시주체	주요 교육내용
1.26.	SERI CEO	SERI CEO 인사이트포럼 (주제: 글로벌 금융시장의 변화와 주요국의 대응)
2.20.	한국회계기준원	KAI 포럼 (주제: IASB 공개초안 '자본의 특성이 있는 금융상품' - 금융상품의 부채와 자본 분류 및 관련 공시)
2.22.	한국상장회사협의회 (상장회사감사회)	제238차 조찬강연 (주제: 행동주의 펀드 및 소수주주의 주주권 행사와 기업의 대응)
3.22.	(주)제일기획	'24년 Board Manual 등 교육 주제 1: 회사 개요 및 사업 현황 주제 2: 디지털 사업 현황 및 세부 내용 주제 3: 글로벌 사업 현황 및 세부 내용
4.5.	(주)제일기획	산업안전보건법에 의한 법정 안전관리교육 1차시: 사고 시 구조 및 응급처치 2차시: 산업안전보건법과 산업재해보상보험법의 이해 3차시: 위험성평가의 이해와 적용 4차시: 관리감독자의 역할과 안전리더쉽
4.22.	(주)제일기획	'24년 상반기 Compliance 및 기타 내부 교육 - 사례를 통해 보는 Compliance Issue : 저작권, 초상권, 상표권 표시·광고, PR Issue, 개인정보 보호, 환경 교육, 수입 통관 가이드라인
4.26.	한국상장회사협의회 (상장회사감사회)	제239차 조찬강연 (주제: 변화하는 중동정세 이슈분석 및 전망)
4.26.	(주)제일기획	사외이사협의회 사내교육 주제: 제일기획 크리에이티브 소개
5.23.	삼일PWC 거버넌스센터	삼일PWC 거버넌스센터 교육 세션 1: ESG 관점에서의 이해관계자 자본주의의 이해와 이사회 대응 방안 세션 2: 한국 기업 이사회의 문제점과 개선과제 세션 3: 새로운 환경하에서의 이사회와 사외이사의 역할
5.24.	SERI CEO	SERI CEO 인사이트포럼 (주제: AI시대, 다시 주목 받는 인간중심기술)
6.3.	한국딜로이트그룹 기업지배기구발전센터	기업지배기구발전센터 '24년 세미나: 국내 내부통제 현황 및 감독 방향 세션 1: 사례로 짚어보는 고의 또는 중과실이슈 및 시사점 세션 2: 사외이사의 내부통제감독의 의의와 시사점 세션 3: 금융회사 책무구조도 도입에 따른 내부통제 개선방향 세션 4: 우먼 인 더 보드룸, '24년 감사위원회 실무보고서 세션 5: 패널토론 - 자금사고방지를 위한 기업의 내부통제 현황 및 준비사항
6.10.	한국상장회사협의회 (상장회사감사회)	'24년 상반기 세미나: 중대재해처벌법 사건 분석 및 기업의 대응 Chapter 1: 중대재해처벌법의 이해와 주요 사건 분석 Chapter 2: 중대재해처벌법 최근 수사동향 및 기업의 대응방안
6.12.	(주)제일기획	직장내 성희롱·괴롭힘 예방교육 및 마음건강

교육 일자	교육 실시주체	주요 교육내용
6.20.	삼일회계법인	주제: 내부통제 미래전략 세미나 세션 1: 내부통제 진화 방향성 세션 2: 내부회계관리제도 컴플라이언스 트렌드 세션 3: 연결내부회계관리제도 감사 첫째 이슈와 교훈 세션 4: 지속가능성 보고와 내부통제 세션 5: 내부통제 밸류업 - 데이터 인사이트
6.27.	한국상장회사협의회 (상장회사감사회)	제241차 조찬강연 (주제: 감사위원회의 운영사례를 통해 본 감사의 역할)
6.28.	SERI CEO	SERI CEO 인사이트포럼 (주제: '24년 하반기 경제전망)
7.4.	삼정KPMG 감사위원회 지원센터(ACI)	제10회 삼정KPMG 감사위원회 지원센터(ACI) 세미나 세션 1: 사이버 보안, IT통제 및 디지털 감사 세션 2: 이사와 감사(위원)의 준법감독 세션 3: [기업 밸류업 프로그램]과 이사회의 역할
7.26.	한국공인회계사회	한국공인회계사회 제11회 ESG 인증포럼 1. IFRS 지속가능성 공시기준 (IFRS S1 & S2) 2. 유럽연합 지속가능성보고기준 3. 미국 SEC 공시 규칙
9.11.	(주)제일기획	'24년 하반기 Compliance 교육 - 컴플라이언스: 저작권, 초상권, 상표권, 표시·광고 PR, 개인정보보호, 환경교육, 수입통관 가이드라인 - 납품대금 연동제 소개 - 정보보안 사고와 그에 따른 패널티 - 내부회계관리제도 의미와 영향 - 장애인 인식 개선: 함께 어울려 일하는 행복한 직장, 누구나 누릴 수 있는 일의 기쁨, 동료와 협력하며 일하는 법, 더 나은 직장을 위해 할 수 있는 일, 장애인 인식개선
9.12.	한국딜로이트그룹 기업지배기구발전센터	기업지배기구발전센터 '24년 세미나: 세션 1: 내부통제 최신 동향 및 시사점 세션 2: 사외이사의 법적 책임과 의무 세션 3: AI, 빅데이터를 활용한 업무 변화와 흐름
9.20.	SERI CEO	'24년 9월 SERI CEO 인사이트 포럼 (주제: 갈등과 분열시대의 세대 공존 전략)
10.8.	(주)제일기획	'24년 하반기 부정 예방 교육 (주제: 임직원 가이드라인 및 부정 사고 사례)
10.17.	(주)제일기획	산업안전보건법에 의한 법정 안전관리교육 [산업안전보건] 근로자 정기교육 (산업재해 미발생사업장) 1차시: 사고 시 구조 및 응급처치 2차시: 산업안전보건표지의 이해와 3대 재해 예방 3차시: 뇌 심혈관 질환 관리와 예방 4차시: 안전심리와 휴먼 에러 5차시: 작업안전수칙과 사고예방 6차시: 전기작업안전과 사고예방
10.7.~11.4.	한국공인회계사회	ESG 아카데미 5기: ESG 일반과정 1강~19강
10.24	한국상장회사협의회 (상장회사감사회)	'24년 10월 제241차 조찬강연 (주제: '25년도 국내외 주요 이슈와 경제전망)

교육 일자	교육 실시주체	주요 교육내용
11.5.	한국딜로이트그룹 기업지배기구발전센터	'24년 하반기 세미나: 이사회와 감사위원회의 알아야 할 효과적인 국내외 공시 감독 및 현황 세션 1: 경영지표와 ESG 공시 세션 2: 공시 관련 사외이사의 역할 세션 3: 기업지배구조보고서 공시 개선방안 및 글로벌 이사회 공시 감독 현황 세션 4: 기업밸류업프로그램의 공시와 이사회의 역할
11.11.~12.9.	한국공인회계사회	ESG 아카데미 5기: ESG 심화과정 20강~33강
11.21.	삼일PWC 거버넌스센터	'24년 하반기 세미나: 이사회의 역할과 책임에 큰 변화를 가져올 수 있는 주제 세션 1: 상법 개정안 (이사의 주주에 대한 충실 의무) 관련 다양한 쟁점 및 이사회에 미치는 영향 세션 2: 코리아 디스카운트 원인 분석과 실질적인 밸류업 방안 세션 3: 상장사 이사회 현황과 시사점
11.26.	SERI CEO	'24년 11월 SERI CEO 인사이트포럼 (주제: '25년 국내외 경제전망)
11.28.	(주)제일기획	'24년 전사 AI 기본 교육 세션1: AI의 기본 개념 이해 세션2: 생성형 AI의 기본 개념과 활용 방법 세션3: 사내 AI 적용 현황 및 전망
11.29.	(사) 감사위원회포럼	감사 및 감사위원을 위한 '24년 제2회 정기포럼 주제 1: 스튜어드십 코드의 이해와 대응 주제 2: 결산시점 외부감사 감독 방안과 개정 내부회계관리제도 평가 및 보고기준 대응
12.16.~12.23.	한국공인회계사회	ESG 아카데미 5기: ESG 심화과정 34강~39강
12.19.	(주)제일기획	사외이사협의회 사내교육 주제: 시황동향 및 당사 대응방안 소개

감사 지원 조직

당사는 상근감사의 업무를 상시 지원할 수 있는 조직으로 IR팀을 두고 있습니다. IR팀은 디렉터 1명, 매니저 3명 등 총 4명으로 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 활동 내역
IR팀	4	디렉터 1명 (8.4년) 매니저 3명 (평균 2.6년)	- 내부회계관리제도 운영 업무 지원 - 이사회 의제, 경영현황 설명, 질의/논의 사항 대응 등 상근감사 직무수행 지원

\* 근속연수: '24년 12월 말 기준, 해당 업무 근속연수

외부 감사인의  
독립성

비감사용역 사전 검토

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

사업연도	계약 체결일	용역 내용	용역 수행 기간	용역 보수 (백만 원)	비고
제 52기(당기)	-	-	-	-	해당사항 없음
제 51기(전기)	'23.2.28.	시장조사컨설팅	'23년 3월 ~ 11월	367	삼정회계법인
제50기(전전기)	'22.2.14.	세무자문	'22년 2월 ~ 6월	95	삼일회계법인
	'22.4.6.	세무자문	'22년 4월 ~ 6월	65	삼일회계법인
	'22.4.10.	세무자문	'22년 4월 ~ 6월	25	삼일회계법인
	'22.8.22.	세무자문	'22년 8월 ~ 12월	11	삼일회계법인
	'22.8.22.	세무자문	'22년 8월 ~ '23년 3월	25	삼일회계법인
	'22.10.31.	세무자문	'22년 10월 ~ 12월	65	삼일회계법인

비감사용역 보수 수준

외부감사인에게 지급한 감사용역 보수 대비 비감사용역 보수 수준은 '22년도 39%(비감사 2.9억 원/감사 7.4억 원), '23년도엔 44%(비감사 3.7억 원/감사 8.5억 원)이며, '24년도엔 외부감사인과 비감사용역 계약을 체결한 사실이 없습니다.



## 리스크 관리

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

### 리스크 관리에 대한 경영진의 역할

#### CRO의 리스크 관리 활동 이사회 보고

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

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

### 리스크 관리 항목을 CRO KPI로 운영

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

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

### 리스크 관리 활동

#### 내부회계관리제도 운영 및 점검

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

### Early Warning System을 통한 사전 리스크 모니터링

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

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

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

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

### 변화관리회의

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

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

- '18년, '19년, '20년, '21년, '22년, '23년 공정거래위원회 및 한국공정거래조정원의 공정거래협약평가에서 최우수 평가
- '19년, '20년, '21년, '22년, '23년 동반성장위원회의 동반성장지수평가에서 최우수 평가

### 최고 경영진 정기 협의체를 통한 리스크 상시 관리

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

### 『개인정보 수탁사 관리 시스템』

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

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

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

### 경영 전략회의, 임원간담회, 부문장 회의 등

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

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

### 경영현황설명회, CEO 메시지

제일기획은 전 임직원을 대상으로 재무 성과와 경영 현황을 공유하는 『경영현황설명회』를 운영하고 있습니다. '24년의 경우 모든 임직원이 접근 가능하도록 사내 방송 형태로 총 3회 진행하였으며, 특히 8월과 11월에는 대표이사가 직접 방송에 출연하여 실적, 성과, 추진과제에 대해 설명하는 시간을 가졌습니다. 해당 방송을 직접 보지 못했거나 해외 주재중인 임직원도 설명회를 시청할 수 있도록 '온라인 다시 보기'도 제공하고 있습니다. 또한, 총 5건의 대표이사 공식 메시지를 통해 비즈니스 현황과 성과, 전략 방향 등을 공유하며 임직원들과 가깝게 소통하였습니다.

**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.

'24년 한 해 동안 경영진 및 사내 주요 부서를 대상으로 업계 동향에 대한 총 115건의 정기 리포트를 발신했습니다. 이 중에는 '유럽의회, 그린워싱 방지를 위한 권고안 발표' 등 ESG 관련 글로벌 업계 사례 기반 리포트도 총 5건 포함되어 있습니다.

### 지배구조 관련 법/규제 준수

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

Cheil



# Appendix

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



## Facts & Figures

### 국내 임직원 현황

구분	'22년		'23년		'24년		
	직원수(명)	(%)	직원수(명)	(%)	직원수(명)	(%)	
총 임직원	1,410		1,445		1,474		
남	673	48	686	47	687	47	
여	737	52	759	53	787	53	
직급별 임직원	사원	417	30	420	29	419	28
	남	133	32	136	32	134	32
	여	284	68	284	68	285	68
	간부	754	53	775	54	804	55
	남	369	49	374	48	378	47
	여	385	51	401	52	426	53
	관리자*	227	16	238	16	239	16
	남	159	70	164	69	163	68
	여	68	30	74	31	76	32
	기타	12	1	12	1	12	1
	남	12	100	12	100	12	100
	여	0	0	0	0	0	0
연령별 임직원	30대 미만	136	10	145	10	155	10
	30대	569	40	545	38	541	37
	40대	527	37	551	38	541	37
	50대 이상	178	13	204	14	237	16
외국인	29	2	27	2	31	2	
장애인(고용률)	21	1.61	22	1.67	24	1.77	

\* 작성기준

- 상시 직원의 현황은 '24.12.31. 본사 인력을 기준으로 작성되었습니다.

- 상근미등기 임원 30명은 포함, 등기임원 및 별도계약인력(고문 등)은 제외하였습니다.

- 상시 직원수는 휴직자 68명(남 7명, 여 61명)을 포함한 수치입니다.

\* 관리자는 조직 내에서 인사, 업무 배분, 예산 집행 등과 관련한 의사결정을 보유하고 있으며 하나 이상의 부서 또는 구성원을 관리·감독하는 역할을 수행하는 직책자(임원, 본부장, 팀장 등)를 의미합니다.

\* 장애인고용률은 한국장애인고용공단 신고 기준으로 작성하였습니다.

(장애인분담금을 산정하는 법적 기준으로, 연말 근로자수가 아닌 연간 상시근로자수를 바탕으로 비율 산정)

### 신규채용 현황

구분	'22년		'23년		'24년	
	직원수(명)	(%)	직원수(명)	(%)	직원수(명)	(%)
총 신규 채용 임직원수	182		104		105	
남	59	32.4	43	41.3	34	32.4
여	123	67.6	61	58.7	71	67.6

### 직원 및 보수 현황

구분	'22년		'23년		'24년	
	직원수(명)	(%)	직원수(명)	(%)	직원수(명)	(%)
전체	근로자수 (명)	1,410	1,445	1,474		
	급여총액 (백만 원)	165,488	172,802	180,090		
	평균급여 (백만 원)	127	126	129		
남	근로자수 (명)	673	686	687		
	급여총액 (백만 원)	93,840	96,778	98,540		
	평균급여 (백만 원)	144	143	145		
여	근로자수 (명)	737	759	787		
	급여총액 (백만 원)	71,648	76,024	81,550		
	평균급여 (백만 원)	110	110	113		
남성 대비 여성 평균급여 비율 (%)	76.4	76.9	77.9			

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

\* 1인당 평균급여액은 급여지급 대상 평균 인원 기준입니다.

\* 급여평균인원

- '22년: 1,307명, 남 653명, 여 654명

- '23년: 1,368명, 남 675명, 여 693명

- '24년: 1,400명, 남 681명, 여 719명

### 연간 보상 비율

	'22년	'23년	'24년
최고급여(대표이사) (원)	2,576,878,939	1,657,764,013	1,645,357,973
조직내중앙값 (원)	104,594,785	105,268,818	109,971,370
비율 (%)	4.1	6.4	6.7

## Facts & Figures

### 정규직/기간제 근로자 고용 비중

구분	'22년				'23년				'24년				
	계(명)	남(명)	여(명)	여성 비율(%)	계(명)	남(명)	여(명)	여성 비율(%)	계(명)	남(명)	여(명)	여성 비율(%)	
소속 근로자	정규직	1,380	653	727	52.7	1,414	666	748	52.9	1,446	667	779	53.9
	기간제	30	20	10	33.3	31	20	11	35.5	28	20	8	28.6
	합계	1,410	673	737	52.3	1,445	686	759	52.5	1,474	687	787	53.4
소속 외 근로자 (명)	파견		44			31				35			
	용역		124			123				103			
	합계		168			154				138			

### 육아휴직 현황

구분	'22년		'23년		'24년	
	직원수(명)	(%)	직원수(명)	(%)	직원수(명)	(%)
총 육아휴직자	47		55		58	
남	9	19	8	15	6	10
여	38	81	47	85	52	90
육아휴직 후 업무 복귀자 수	35		36		44	

\* 작성기준  
 - 육아휴직자: 당해년도 휴직시작일 기준(휴직연장 제외)  
 - 육아휴직 후 업무 복귀자: 당해년도 복직 후 12개월 이상 재직자

### 자발적 이직 현황

구분	'22년	'23년	'24년
자발적 이직률 (%)	7.9	5.2	5.2

\* 자발적 이직률 = (평가대상연도 자발적 이직자 수 / 평가대상연도의 전체 임직원 수) × 100

### 근로자 1인당 교육훈련비

년도	'22년	'23년	'24년
연수비 (천원)	2,408,575	2,665,307	3,376,298
인력 (명)	1,410	1,445	1,474
1인당 교육훈련비 (천원)	1,708	1,845	2,291

## 협회 및 단체 가입 현황

협회명
한국상장회사협의회
한국광고산업협회
한국디지털광고협회
한국신문협회
서울상공회의소
한국거래소
한국공정경제연합회
한국여자농구연맹

cheil



## GRI 대조표

Statement of use	제일기획은 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지의 기간 동안, 지속가능경영 내용을 보고함에 있어 GRI Standards 기준을 적용하여 해당 정보를 보고하고 있습니다.		
GRI 1 used	Foundation 2021		
Applicable GRI Sector Standard(s)	현재 사용 불가능(2024년 12월 현재 보고일 기준, 제일기획이 해당되는 광고마케팅산업군의 기준서가 발표되지 않음)		
GRI Standards 2021			
GRI 2	지표명	페이지	비고
2-1	조직 명칭	12, 14	
2-2	지속가능경영보고서에 포함된 조직 목록	28	
2-3	보고 기간, 주기, 연락처	28	
2-4	기존 정보 수정	-	없음
2-5	외부 검증	192 ~ 197	
2-6	기업 활동, 가치사슬 및 기타 사업 관계	14 ~ 27	
2-7	임직원	182 ~ 183	
2-8	비정규직 근로자	184	고용형태공시제 상 소속외근로자의 세부 직무유형을 공시하고 있음
2-9	지배구조 및 구성	158	
2-10	최고의사결정기구 임명 및 선정	154	
2-11	최고의사결정기구 의장	158	
2-12	영향력 관리를 감독하는 부문에 있어서 최고의사결정기구의 역할	32 ~ 33	
2-13	영향 관리를 위한 책임 위임	32 ~ 33	
2-14	지속가능성보고에 관한 최고의사결정기구의 역할	32	
2-15	이해관계 상충	161 ~ 162	상세 내용은 기업지배구조보고서 참조
2-16	중요 사안에 대한 커뮤니케이션	159 ~ 160, 172 ~ 177	
2-17	최고의사결정기구의 집단지식	154 ~ 155	연1회 임원 대상 ESG 최신동향 안내교육 실시 중
2-18	최고의사결정기구 성과 평가	32, 156	기업지배구조보고서 내 보상위원회 내용 참조
2-19	보수 정책	156 ~ 157	
2-20	보수 산정 프로세스	156 ~ 157, 162	
2-21	연간 총 보상 비율	183	사업보고서 내 이사, 감사의 개인별 보수현황 참조
2-22	지속가능 개발 전략에 관한 성명서	10	
2-23	정책 이행 약속	62	
2-24	정책 약속 내재화	62 ~ 63	

GRI Standards 2021			
2-25	부정적 영향 저감 프로세스	63	
2-26	고충 제기 및 자문 요청 메커니즘	110	
2-27	법률 및 규정 준수	111	
2-28	가입 협회	185	
2-29	이해관계자 참여 방식	34	
2-30	단체 협약		
GRI 3	지표명	페이지	비고
3-1	중대주제 결정 프로세스	36	
3-2	중대주제 리스트	36 ~ 37	
3-3	중대주제 관리	36 ~ 37	
GRI 405	지표명	페이지	비고
3-3	인적다양성 관리	64 ~ 67	
405-1	거버넌스 조직 및 임직원 다양성	158, 182	
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보수 비율	183	
GRI 417	지표명	페이지	비고
3-3	마케팅 및 라벨링 관리	111 ~ 113	
417-1	제품/서비스 관련 정보 및 라벨링 요건		당사는 다수의 광고주를 대행하며 온/오프라인의 다양한 미디어와 채널을 복합적으로 활용하는 캠페인을 기획, 제작하고 있습니다. 이에, 광고물 사전 검토 프로세스의 대상이 되는 프로젝트 비율을 정량적으로 특정하기 어렵습니다.
417-2	제품/서비스 정보 및 라벨링 관련 위반	112	
417-3	마케팅 커뮤니케이션 관련 위반	112	
GRI 418	지표명	페이지	비고
3-3	개인정보보호 관리	94 ~ 103	
418-1	고객 개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 관련해 입증된 민원	103	

## SASB 대조표

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

### 지속가능성 공시 주제 및 회계 지표

주제	지표번호	지표명	페이지	비고
데이터 프라이버시	SV-AD-220a.1	행동 맞춤형 광고(behavioral advertising) 및 고객 프라이버시와 관련된 정책 및 실무에 대한 논의	94 ~ 103	
	SV-AD-220a.2	맞춤 타겟(custom audiences) 대상 온라인 광고 노출 비율		당사는 다수의 광고주를 대항하며 온/오프라인의 다양한 미디어와 채널을 복합적으로 활용하는 캠페인을 기획, 제작하고 있습니다. 이에, 맞춤 타겟을 대상으로 하는 온라인 광고의 노출 비율을 정량적으로 측정하기 어렵습니다.
	SV-AD-220a.3	고객 프라이버시와 관련된 법적 절차의 결과 발생한 금전적 손실 총액	103	
광고 무결성	SV-AD-270a.1	허위, 기만적 또는 불공정 광고와 관련된 법적 절차 결과 발생한 금전적 손실 총액	112	
	SV-AD-270a.2	광고자율규제위원회(Advertising Self-Regulatory Council, ASRC) 절차 준수를 위해 검토된 캠페인 비율, 준수 비율		당사는 한국회사로, 해당 내용이 적용되지 않습니다.
	SV-AD-270a.3	알코올 또는 담배 제품을 홍보하는 캠페인 비율	0건	
전 종업원 (workforce) 다양성 및 포용성	SV-AD-330a.1	(1) 경영진, (2) 전문직 및 (3) 기타 모든 종업원의 성별 및 인종/민족 구성비	158, 182	

### 활동 지표

지표번호	지표명	페이지	비고
SV-AD-000.A	광고 및 마케팅 캠페인 도달 중위값	-	당사가 기획, 제작하는 광고 및 마케팅 캠페인은 종류와 특성이 다양하고 그 양이 방대하여 도달, 노출 횟수, 노출 빈도를 정확히 합산하여 정량화하기 어렵습니다.
SV-AD-000.B	광고 및 마케팅에 노출된 횟수	-	
SV-AD-000.C	노출 빈도 중위값	-	
SV-AD-000.D	종업원 수	182	



## 제3자 검증 의견서

제일기획 이해관계자 귀중

### 검증 개요 ( Assurance Outline )

한국생산성본부인증원(KPCQA)은 제일기획으로부터 2025 지속가능경영보고서 (이하 '보고서')에 대한 검증을 요청받고 검증을 실시하여 제3자 검증보고서를 다음과 같이 발급합니다. 본 보고서는 제일기획가 관련 정보를 수집 및 작성하였으므로 수록된 보고서 내용에 대한 책임은 제일기획에 있습니다. 한국생산성본부인증원(KPCQA)의 책임은 명시한 검증 기준 및 범위에 따라 본 보고서에 대한 독립적인 검증 의견을 제시하는 데 있습니다.

### 검증 범위 ( Scope )

본 보고서는 제일기획의 지속가능경영과 관련된 노력과 성과를 기술하고 있습니다. 검증범위는 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일을 기준으로 하였으며, 2025년의 일부 활동도 포함하였습니다. 지속가능경영정책과 전략, 목표, 사업, 성과 등에 대한 보고 내용과 보고서 작성 과정의 합리적 프로세스, 정보수집 및 분석의 적합성을 중점으로 검증을 수행하였습니다.

### 검증기준 ( Criteria )

본 보고서의 검증은 다음 기준에 의하여 수행되었습니다.

- AA1000AS v3
- 한국생산성본부인증원 ESG 검증 프로토콜 (KPCQA ESG Assurance Protocol)

### 검증수준 ( Levels )

본 보고서의 검증은 AA1000AS v3 검증표준의 Type 2(AA1000 4대원칙 준수 및 정보에 대한 신뢰성 및 품질 증명)에 해당하는 검증을 수행하였으며, 검증 수준은 중위수준(moderate)이었으며 중요성 기준은 전문가적 판단 (Professional Judgement)이 적용되었습니다.

GRI standards에 따라 작성된 (in accordance with) 보고서로 확인되었으며, 제일기획이 제공한 자료와 정보에 기반하여 GRI standards 보고원칙, 범용표준(Universal Standards), 주제표준(Topic Standards)에 관련된 내용이 해당 요구사항을 준수하고 있음을 확인하였습니다.

### 공통표준(Universal Standards)

조직 및 보고 관행	2-1 ~ 2-5
활동 및 임직원	2-6 ~ 2-8
거버넌스	2-9 ~ 2-21
전략, 정책 및 실행	2-22 ~ 2-28
이해관계자 참여	2-29 ~ 2-30
중대성 주제	3-1 ~ 3-3

### 주제표준(Topic Standards)

다양성 및 기회균등	405-1, 405-2
마케팅 및 라벨링	417-1, 417-2, 417-3
고객개인정보	418-1

### 검증방법 ( Methodology )

- 지속가능경영 성과관리 시스템 및 성과자료 검토
- 보고서 작성 프로세스 및 자료관리 체계 검토
- 중대성 평가 방법, 결과 및 내부분석절차 검토
- 지속가능경영과 관련하여 보도된 언론매체 문건 검토
- 중대이슈 및 보고서 작성에 관련이 있는 임직원 인터뷰
- 보고서 내용에 대한 전반적 검토

### 검증한계 ( Limitations )

본 검증은 제일기획에서 제공한 데이터에 대한 비교 검토를 수행하며 한정된 범위에서 제한적 검증을 실시하였습니다. 보고서에 작성된 데이터의 특성 및 산정 방법에 따라서 고유의 한계를 가지고 있습니다.

## 제 3자 검증 의견서

### 검증결과 ( Conclusions )

한국생산성본부인증원(KPCQA)은 자료 및 문서검토 및 검색, 현장검증, 임직원 인터뷰 결과를 토대로 보고서 초안에 수록된 내용을 검토하고 의견을 제시하였으며 일부 필요한 수정이 이루어져 최종판을 검토 완료하였습니다.

본 보고서의 검증을 수행한 결과 중대한 오류나 부적절하게 기술된 내용은 발견하지 못하였으며 검증 의견은 다음과 같습니다.

- 포괄성 ( Inclusivity ) : 이해관계자의 참여  
제일기획은 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 운영하며, 다양한 이해관계자들의 의견을 수렴하여 주요 이슈 사항을 도출하였으며 의사결정에 반영되도록 노력하고 있음을 확인하였습니다.
- 중대성 ( Materiality ) : 주요 이슈의 선정 및 보고  
제일기획의 지속가능성과에 대하여 중대 이슈들을 누락없이 포함하고 있다고 확인하였으며 보고서에 수록된 중요 이슈에 대하여 의사결정 과정에 문제가 될 만한 내용은 발견되지 않았음을 확인했습니다.
- 대응성 ( Responsiveness ) : 이슈에 대한 조직의 대응  
제일기획은 ESG 경영 추진체계를 마련하였으며 내외부 이해관계자의 요구와 관심사 대응을 위하여 노력하고 있음을 확인하였습니다. 중대성 평가를 통하여 도출한 주요 이슈에 대한 관리 프로세스를 확인하였습니다.
- 영향성 ( Impact ) : 기업 활동 모니터링 및 측정  
제일기획의 비즈니스 활동으로 인해 이해관계자들에게 미치는 영향을 식별 및 모니터링하고 있음이 확인하였습니다. 중대 이슈와 관련된 영향성이 부적절하게 측정되었다고 할 만한 근거를 확인하지 못하였습니다.
- 신뢰성 ( Reliability ) : 특정 지속가능성 성과 정보의 신뢰도 및 품질  
제일기획이 제공한 지속가능성 성과 정보에 대한 신뢰성 검증을 실시하였습니다. 담당자 인터뷰를 통한 데이터 측정 및 관리에 대한 내부 절차 확인 및 데이터 샘플링 결과, 의도적인 오류나 잘못된 정보는 발견하지 못했습니다.

### 검증의 적격성 및 독립성 ( Competencies and Independence of Assurance )

한국생산성본부인증원(KPCQA)은 ISO/IEC 17021:2015에 부합하는 제3자 적합성 평가기관 (3rd Party Conformity Assessment Body)이며, 문서화된 방침, 평가 프로세스 및 품질보증시스템을 갖추고 ESG 분야에 전문성을 보유한 전문가들로 검증팀을 구성하고 있습니다.

한국생산성본부인증원(KPCQA)은 제일기획의 영리를 목적으로 하는 활동 등에 참여한 바도 없으며 금번 검증에도 영향을 미치지 않는 독립성을 유지해왔습니다.



2025년 4월  
한국생산성본부인증원

원장 강 장 진

## 『제일기획 2024년 온실가스 배출량 보고』에 대한 자발적 온실가스 배출량 검증 성명서

### 서문

한국생산성본부인증원은 『제일기획』으로부터 2024년도분의 온실가스 배출량을 수록한 “2024년 사업장 온실가스 배출량 보고서”(이하 ‘인벤토리 보고서’라 함)에 대한 검증을 요청받았습니다. ISO 14064-1를 기준으로 한 인벤토리 보고서를 작성할 책임은 『제일기획』의 경영자에게 있으며, 한국생산성본부인증원의 책임은 인벤토리 보고서와 보고서에 수록된 온실가스 배출량 데이터가 검증기준에 따라 작성, 산정되었는지에 대한 ISO 14064-3 및 이에 기반을 둔 검증절차를 토대로 검증을 수행하고 제한적 보증수준의 검증의견을 제공하는 데 있습니다.

### 검증 범위

인벤토리 보고서에 대한 한국생산성본부인증원의 검증범위는 다음과 같습니다.

1) Scope 1, 2, 3\* : 『제일기획』 본사

\* Scope 3는 category 4. 업스트림 운송물류에 한하여 산정

### 보증 수준

1) Scope 1, 2 : 합리적 보증 수준

2) Scope 3 : 제한적 보증 수준

### 검증 결론

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

- 『제일기획』의 2024년 온실가스 인벤토리 보고서는 ISO 14064-1 및 WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard에 적절하게 작성되었습니다.
- 『제일기획』의 2024년 온실가스 배출량에 대한 중요성 평가 결과, ISO 14064-3: 온실가스 성명서에 대한 타당성평가 및 검증을 위한 사용 규칙 및 지침에 만족하고 있습니다.

보고기간		2024.1.1 ~ 2024.12.31
온실가스 배출량 (tCO <sub>2</sub> eq)	직접배출(Scope 1)	762.172
	간접배출(Scope 2)	1,178.314
	합계 (Scope 1+Scope 2)	1,940
	간접배출 (Scope 3) Category 4. 업스트림 운송물류	9.742
	총 배출량(Scope 1+Scope 2+Scope 3)	1,950

2025년 3월 13일

한국생산성본부인증원 원장 강 장 진



**Cheil**