



H&M

Company Profile 2023

Contents

- Message from Regional Manager, North East Asia / Aneta Pokucińska

H&M GROUP

- About H&M Group
- Our Values
- History of H&M Group

H&M

- About H&M
- Loyalty Program

H&M NORTH EAST ASIA

- About H&M North East Asia
- History of H&M North East Asia

SUSTAINABILITY

- Vision
- Goal
- Key initiatives
- Innovation Stories
- Awards & Recognitions

INCLUSION AND DIVERSITY

- Inclusion and Diversity

-
- Company Profile

Message from Regional Manager, North East Asia Aneta Pokucińska

2008년 가을 H&M은 일본 고객을 위해 문을 열었고, 2년 뒤 한국 서울에서 줄을 선 수 천명의 고객들을 맞이하며 첫번째 스토어를 오픈했습니다. 그 이후, H&M은 훌륭한 디자인을 지속가능한 방식으로 선보이고자 하는 목표를 향해 왔습니다. 사람들이 영감을 받고, 자신만의 스타일과 문화를 표현할 수 있도록 또 보다 순환적인 삶을 살 수 있도록 패션, 디자인, 서비스를 함께 제공하고 있습니다.

언제나 장기적인 관점으로 동북아시아를 보며, 첫 진출 이후 14년이 지난 지금도 한국과 일본에서의 확장은 계속되고 있습니다. 디지털 채널은 지역 전체의 새로운 고객을 끌어 모으고 있으며, 우리 브랜드는 강력하고 성장하고 있습니다.

앞으로도 계속 성공하기 위해서는 동료, 고객, 지구 및 비즈니스에 의미 있고 변화를 가져올 수 있는 방식으로 끊임없이 성장해야 합니다. 우리는 한국과 일본 모두 잠재력이 있다고 보고 있으며 앞으로의 기회에 열정적입니다.

다양한 제품 구성을 갖고 판매 채널을 통합하며, 기술 및 공급망 등 인프라와 재생 에너지 및 지속가능한 소재에 지속적으로 투자함으로써 고객 경험을 개발하고 있습니다. 또한 고객의 요구에 따라 원활하고 편리한 고객 경험을 할 수 있도록 새로운 서비스와 기능 및 결제 수단을 구현했습니다.

한국과 일본의 고객들에게 가장 어울리는 제품 구성을 제공하고, 로컬과 관련된 경험을 제공하기 위해 로컬에서 협력하고 있습니다. 마켓의 기업가적 성격과 고객의 기대에서 오는 많은 기회를 보고 있습니다. H&M은 오프라인 스토어와 디지털 채널 모두에서 고객을 환영하고 영감을 주기 위한 강력한 플랜을 갖고 있습니다.

지속가능성은 수년간 H&M 그룹의 비즈니스에 필수적인 부분이었습니다. 리사이클 소재 사용을 3배 이상 증가시켰으며, 기후 목표를 더욱 강화했습니다.

직원들을 채용하는 리저널 매니저로서, H&M이 가능성의 장소이자 모든 동료들이 환영받고 안전하다고 느낄 뿐만 아니라 그들의 잠재력을 최대한 발휘할 수 있는 장소가 되기를 바랍니다. 우리는 우리가 살고 있는 다문화 세계를 반영하고 존중하는 신뢰와 투명성의 환경을 선도하고 조성합니다.

한국과 일본 시장에서 주어진 기회를 지속적으 강화하고, 브랜드를 세계적으로 인정받고 선도함으로써 잠재력을 확장해 나가고 있습니다.



About H&M Group

H&M 그룹은 H&M, COS, Monki, Weekday, & Other Stories, H&M Home, Arket, Afound를 포함해 Singular Society, Itsapark and Treadler 등 브랜드와 비즈니스로 전 세계 고객들이 패션과 디자인을 통해 자신을 표현하고 보다 지속가능한 라이프스타일을 선택할 수 있도록 만들고자 합니다. 지속가능하고 수익성 있는 성장에 중점을 두고 개발함으로써 사람과 사회에 전반적인 가치를 창출합니다.



Established in **1947**

Market **79**

Online Market **58**

Stores **4,465**

Net sales **224** billion SEK

Colleagues **150,000**
Converted int of full-time positions

As of November 30, 2022



Our Values

우리의 가치는 우리가 누구인지, 우리가 무엇을 의미하며, 어떻게 행동하는 지의 한 부분입니다. 각 각의 가치관은 명확하지만, 이것이 합쳐지면 우리만의 독특한 문화가 탄생합니다.

우리는 한 팀입니다

우리는 서로 폭넓게 이해하며 존중합니다. 함께 성공을 일궈낼 수 있도록 서로 격려하고 돕습니다. 하나의 목표를 향해 경계 없이 협력하고 기술과 지식을 공유하여 최상의 고객 가치를 창출합니다.



우리는 사람을 믿습니다

우리는 최선을 다하며 최상의 비즈니스와 인재상을 이끌어 내기 위해 노력합니다. 자기주도적으로 행동할 수 있도록 권한을 부여하고 신뢰하며, 다양한 관점을 수용합니다. 우리는 동료의 말에 경청하고 배웁니다.

우리는 기업가 정신을 갖습니다

우리는 강력한 비즈니스 마인드 셋을 갖고 있습니다. 호기심 많고 창의적이며 끊임없이 변화하는 고객의 요구에 적응하기 위해 모든 기회를 활용합니다. 우리의 혁신적이고 유연한 접근 방식은 최고의 제품, 고객 서비스 및 경험을 제공합니다.

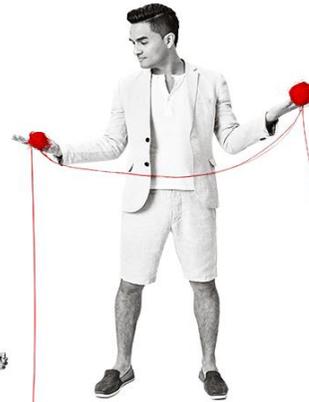


우리는 끊임없이 발전합니다

우리는 항상 앞으로 나아가 더 나은 방법을 찾고자 합니다. 빠르게 행동하고 배우고 적응하기 위해 피드백을 수용하며 끊임없이 개선해 나갑니다. 큰 작든, 매일의 개선이 큰 차이를 만들어 낼 수 있습니다.

우리는 지속가능한 선택을 합니다

우리는 자원을 책임감 있게 사용하고 적은 비용으로 더 많은 일을 해냄으로써 신중하고 지속가능한 선택을 합니다. 최상의 가격을 제공해 모두가 누릴 수 있는 지속가능한 라이프스타일을 만듭니다.



우리는 솔직하고 열린 마음을 갖습니다

우리는 열린 마음으로 받아들이며, 정직하고 겸손합니다. 우리의 행동을 끊임없이 성찰하며 다른 사람의 말에 귀 기울입니다. 적극적으로 의견을 내지만, 일단 결정이 내려지면 이에 전념합니다. 우리의 아이디어에 도전할 준비가 되어 있고, 최선의 안이 실행되는 것을 응원합니다.

우리는 단순 명료합니다

명료함은 중요한 것에 집중하도록 돕기 때문에, 우리는 단순함을 지향하며 바로 핵심을 향해 갑니다. 지나치게 복잡하지 않기 때문에 명확하고 효율적입니다. 간소할수록 더 좋습니다.



History of H&M Group

H&M 그룹은 전 세계의 패션을 사랑하는 사람들에게 다가가고 있으며, 1947년에 스웨덴 베스테로스에 첫 번째 Hennes 스토어를 오픈한 이후, 큰 발전을 이루고 있습니다. 현재, 흥미롭고 지속가능한 방식으로 전 세계에 패션과 디자인을 제공합니다.



1980-1999

본격적인 글로벌 사업 확장이 시작되며 독일과 네덜란드에 1호점이 오픈했습니다. 1982년, 얼링 페르손의 아들인 스테판 페르손이 두번째 CEO로 취임했습니다. 1998년에는 스웨덴에서 온라인스토어를 오픈했습니다.

2010-2019

2010년, 보다 지속가능한 소재로 제작된 Conscious 컬렉션이 런칭합니다. 2013년부터 헌옷 수거 프로그램 '가먼트 콜렉팅 이니셔티브'가 전 세계에서 시작되었으며, 같은 해 총 5만 톤의 의류를 수거했습니다. H&M 그룹에는 & Other Stories, ARKET, Afound가 새로 추가됐습니다.



2019년에는 세컨 핸드 e-커머스 플랫폼 Sellpy의 소유권을 확대하여 H&M 그룹이 주 소유자가 되었습니다. 또, 글로벌 규모의 서플라이 체인을 제공하는 트레들러를 새롭게 발표했습니다.

1947

얼링 페르손이 스웨덴 베스테로스에 여성복 전문 매장 Hennes를 처음 오픈하면서부터 H&M의 스토리가 시작됩니다.

1947

1960

1980

2000

COS H&M HOME & Other Stories AFOUND

WEEKDAY
MONKI

ARKET 2020

2023

1960-1979

첫 해외 매장이 노르웨이에 오픈합니다. 1968년 얼링 페르손이 모리츠 위드포스(Mauritz Widforss)라는 사냥용품 매장과 함께 이 매장에 있던 남성복 재고를 함께 인수하면서부터 매장의 이름이 Hennes & Mauritz로 변경되었습니다. 이것은 남성복 및 아동복 판매의 시작이 되었습니다. 1974년, Hennes & Mauritz가 스톡홀름 주식 거래소에 처음 상장했습니다. 같은 해 브랜드명으로 H&M을 사용하게 되었습니다.



2000-2009

2000년, 유럽 외 첫 번째 매장이 뉴욕에 오픈했으며, 2007년에는 아시아 1호 매장이 홍콩에 오픈함과 동시에 온라인스토어도 런칭했습니다.

또한 H&M 그룹에 새로운 브랜드들이 추가됩니다. 2007년에는 국제 비영리 단체인 H&M Foundation이 설립되고, 새로운 브랜드인 COS가 런칭되었습니다. 2008년에 H&M은 Weekday, Monki, Chap Monday가 그룹에 추가되었습니다. 2009년에는 홈 웨어 전문 브랜드 H&M HOME이 탄생했습니다. 같은 해 칼-요한 페르손이 CEO로 취임했습니다.



2020

5년간 지속가능성 매니저로 근무 경력을 지닌 헬레나 헬머슨이 H&M 그룹 최초 여성 CEO로 취임했습니다.

2023

H&M 그룹은 레몬디스 (Remondis)와 함께 Looper Textile Co.라는 독립 합작 회사를 설립했습니다. 각각 50% 지분을 소유하고 있는 Looper는 더 이상 원치 않는 의류나 텍스타일을 수집, 분류 및 판매함으로써 귀중한 자원을 최대한 활용할 계획을 갖고 있습니다.

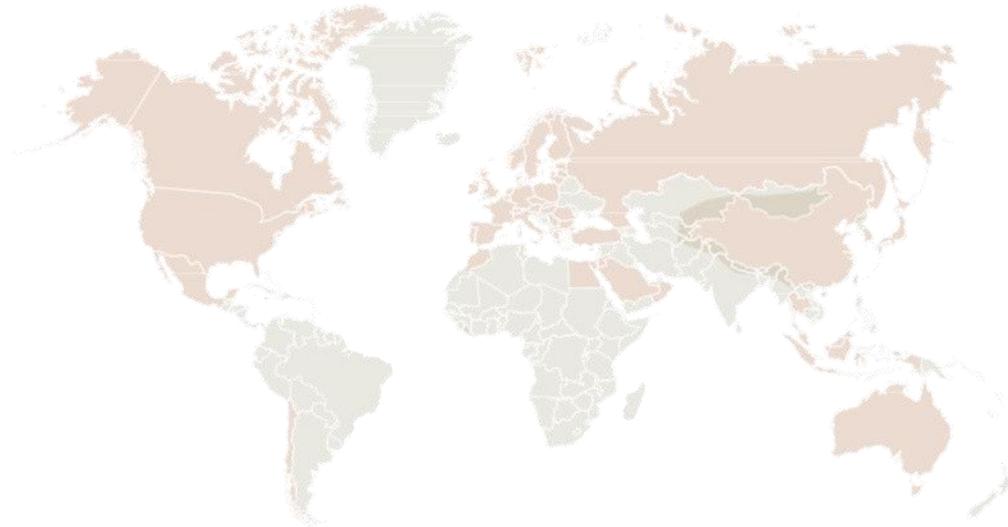


H&M



About H&M

H&M 브랜드는 패션과 퀄리티를 지속가능한 방식으로 합리적인 가격에 제공한다는 경영 이념으로 전 세계 패션 팬들에게 최신 스타일과 영감을 제공합니다. 여성복, 남성복, 아동복 및 액세서리와 더불어 일부 국가에서는 뷰티 제품을 선보이고 있습니다.



Stores
3,947

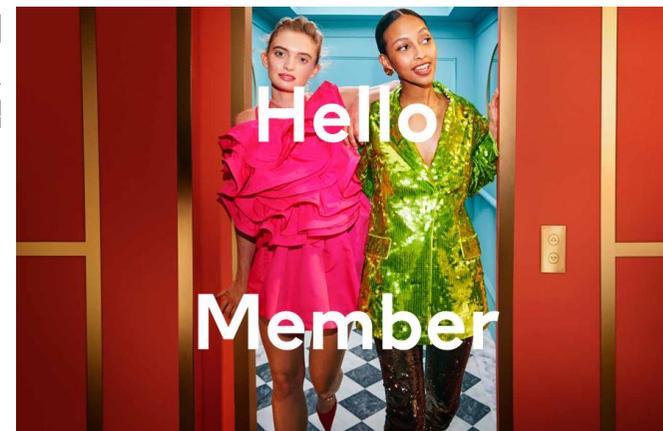
Market
78
Online Market
58

As of November 30, 2022



Loyalty Program

“H&M 멤버십”은 회원이 상품 구매 및 다양한 방법으로 포인트를 적립하고, 적립된 포인트와 회원 등급을 기반으로 다양한 혜택과 보상을 받을 수 있는 H&M의 로열티 프로그램입니다. 현재 44개국에서 이용 가능한 프로그램이며, 한국에서는 2020년 시작되었습니다. 글로벌에서 전 세계적으로 제공하는 혜택 외에도 로컬 고객에게 적절한 혜택과 브랜드 경험을 제공하여 고객 경험을 향상시키고자 합니다.



H&M 멤버십의 목적

- 1 회원 개인 맞춤형 커뮤니케이션, 혜택, 서비스 및 상품 제공
- 2 H&M에서 쇼핑을 즐기는 회원들을 위해 리워드 제공
- 3 회원을 ‘H&M 팬’으로 만들 수 있도록 회원과 장기적인 관계 형성



포인트 적립

| | |
|--|--|
| <p>1000원 ▶ 1P</p> <p>쇼핑 시 매장 및 온라인에서 구매 시 마다 포인트 적립 1000원당 1포인트</p> | <p>5P</p> <p>개인 쇼핑백 사용 시 매장에서 쇼핑백을 구매하지 않고 개인 쇼핑백 사용 시 5포인트 적립</p> |
| <p>20P</p> <p>프로필 완성 시 회원 프로필 작성 완료 시 20포인트 적립</p> | <p>5000원 OFF + 20P</p> <p>가먼트 콜렉팅 참여 시 가까운 H&M 매장으로 원치 않는 의류를 가져오면, 5,000원 바우처와 20포인트</p> |
| <p>50P</p> <p>친구 초대 시 친구 초대 시 50포인트 적립</p> | |



모든 회원 혜택

| | |
|---|---|
| <p>보너스 쿠폰 100 포인트 적립 시 마다 현금처럼 사용 가능한 3000원 보너스 쿠폰 제공</p> <p>100P</p> <p>3000원 OFF</p> | <p>회원 단독 혜택 적립된 포인트를 기반으로 회원 단독 혜택 및 우대 서비스를 제공</p> <p>생일 쿠폰 발급 생일인 달에 원하는 한가지 제품을 25% 할인</p> <p>멤버 데이 참여 전 제품을 할인해주는 회원만을 위한 축제에 참여</p> <p>회원 전용 이벤트 초대 세일 우선 참여 및 프리 쇼핑 참여 혜택</p> |
|---|---|

회원에게는 항상 더 큰 혜택이 준비되어 있습니다!



플러스 회원 혜택

누적 300포인트 이상 적립 시
플러스 회원이 됩니다.



웰컴 혜택

플러스 회원이 되고 첫 구매
시 15% 할인 혜택



무료 배송 및 무료 반품

온라인 쇼핑 시 무료 배송 및 반품



서프라이즈 혜택

플러스 회원만을 위한 단독 혜택
및 서비스



H&M NORTH EAST ASIA

About H&M North East Asia

H&M은 2008년 일본에 이어 2010년 한국에 첫 스토어를 오픈하며 동북 아시아 지역에서 비즈니스를 전개하고 있습니다. 한국과 일본 독자적인 캠페인이나 이벤트 등을 다수 전개하고 있으며, COS, & Other Stories 와 ARKET 브랜드의 비즈니스도 함께 전개하고 있습니다.



First store in Japan
2008

Stores

| | | | |
|----|-----|-----|---|
| #M | 118 | COS | 3 |
|----|-----|-----|---|

Colleagues

2,200



First store in Korea
2010

Stores

| | | | |
|-----------------|----|-------|----|
| #M | 38 | COS | 19 |
| & Other Stories | 5 | ARKET | 2 |

Colleagues

1,068

As of Mar, 2023

History of H&M North East Asia

Japan

2008
H&M 재팬은 2008년 9월 일본 1호점을 도쿄 긴자에 오픈했습니다.

2010
H&M 에비스 바시점을 오픈으로 일본 관서 지역에 상륙했습니다. H&M 에비스 바시점은 전 세계 2,000번째 스토어이며, 일본에서 10개 스토어로 확대되었습니다.

2014
COS가 일본에서 런칭했습니다.

2016
H&M 재팬 공식 온라인 스토어가 오픈했습니다.

2017
오키나와, 토쿠시마, 카가와, 나가노, 야마나시 현으로 확장해 일본 전국에 79개 스토어를 전개했습니다. H&M 로열티 프로그램인 H&M 클럽을 런칭했습니다.

2018
히로시마에 처음으로 아울렛 매장을 오픈해 일본 전국에 88개 스토어를 전개했습니다.

2019
일본 100호점인 H&M 센다이 파르크점이 오픈했습니다.

2022
아네타 포쿠친스카가 동북아 지역 리저널 매니저로 취임했습니다.

Korea

2010
H&M 코리아는 2010년 2월, 한국 1호점을 서울 명동에 오픈했습니다. 또한 같은 해 9월에 H&M 명동 중앙길 점을 오픈했습니다.

2012
H&M 부산 센텀점을 오픈으로 영남 지역에 상륙했습니다. 2012년에 4개의 스토어를 오픈하며, 국내 11개 스토어로 확대되었습니다.

2014
서울 뿐만 아니라 청주, 판교, 부산 지역으로 지속적으로 확장했습니다. 2014년, H&M Home과 COS 가 국내 런칭했습니다.

2016
H&M 코리아 공식 온라인 스토어인 H&Mcom.kr을 오픈했습니다.

2017
송도를 필두로 3개의 스토어를 오픈하여, 국내 27개 스토어를 운영하고 있습니다. & Other Stories가 국내 런칭했습니다.

2019
파주 신세계 사이먼 프리미엄 아울렛에 처음으로 아울렛 매장을 오픈하고 한국 전국에 34개 스토어를 전개하고 있습니다.

2020
2020년 6월, 마켓 플레이스인 SSG닷컴에 공식스토어를 오픈하고, 11월 로열티 프로그램인 H&M 멤버십Club을 런칭했습니다. 안성과 수원 지역에 처음으로 스토어를 오픈하고, 2021년 현재 총 35개 스토어를 전개하고 있습니다.

2021
Arket이 국내 런칭했습니다.

SUSTAINABILITY



Sustainability

H&M 그룹은 사람, 지구, 패션 산업 그리고 비즈니스에 좋은 방식으로, 보다 많은 사람들이 패션과 디자인에 쉽게 접근할 수 있도록 만드는 것을 목표로 합니다. 지속가능성 전략은 H&M이 공정하고 평등한 기업으로서 넷제로를 통한 순환 패션 산업으로의 변화를 이끄는 가이드입니다.

vision “공정하고 평등한 기업으로서 넷제로를 통한 순환 패션 산업으로의 변화를 이끄는 것”
이라는 비전을 기본으로 지속가능성에 임하고 있습니다.



변화를 이끌다 LEAD THE CHANGE

혁신 확대(Scale Innovation)

비즈니스와 패션 산업을 변화시키기 위해서는 순환을 장려하고, 자원 사용을 개선하고, 고객의 경험을 향상시키는 새로운 소재, 리사이클 기술 및 비즈니스 모델이 필요합니다. H&M은 새로운 솔루션을 찾고, 테스트하고 확장합니다.

투명성 제고(Promote Transparency)

비즈니스에 대해 공개하고, 정직하게 소통하는 것은 동료, 고객, 투자자 등과 의미 있는 관계를 구축하는데 필수적입니다. 투명성만으로는 지속가능성 성과를 개선할 수 없습니다. 투명성은 비교 가능성과 책무성을 창출하여 패션 산업 역시 개선되도록 장려하고 이끕니다.

업계 전반의 발전을 위한 참여 및 파트너 협력

H&M은 패션 산업 안팎의 사람들과의 열린 대화 및 협업을 환영합니다. 다양한 관점과 함께 하는 것은 도전과 혁신을 가속화하고 투명성에 대한 노력을 뒷받침합니다. 파트너십은 혼자 해내는 것보다 더 빠르게 지속가능성 목표를 향해 나아갈 수 있도록 도우며 H&M 밸류 체인 너머 긍정적인 영향을 미칩니다.



넷제로를 통한 순환 패션 산업 지원 SUPPORT A CIRCULAR FASHION INDUSTRY WITH NET-ZERO CLIMATE IMPACT

H&M은 2040년까지 온실가스 배출량 넷제로를 달성하며, 물 소비 절대량을 줄이고, 폐수의 질을 유지하며, 자연에 긍정적인 영향을 미치겠다는 글로벌 목표에 기여하고자 합니다. H&M의 성장과 자원 사용을 분리하고, 가능한 한 자원을 오래 사용할 수 있는 순환 생태계로 탈바꿈하고 있습니다.

기후(Climate)

2040년까지 밸류 체인 전반에서 넷제로를 달성하여, 지구위험한계선 안에서 운영하고자 합니다.

생물 다양성(Biodiversity)

생물 다양성에 긍정적인 영향을 미치고자 합니다.

순환(Circularity)

제품, 공급망, 고객에 맞춘 순환 모델 및 시스템을 확장합니다.



공정하고 평등한 기업 FAIR AND EQUAL

H&M의 비즈니스는 개인에 대한 근본적인 존중을 특징으로 합니다. 모든 사람은 존경과 존엄으로 동등하게 대우받고, 발전하고 성장할 수 있는 힘을 느끼며, 자신이 원하는 사람이 될 권리를 가집니다. 비즈니스 및 밸류 체인의 영향을 받는 모든 고객 및 동료, 공급업체 및 직원과 커뮤니티에서의 평등을 가속화하기 위해 노력하며 H&M을 둘러싼 사람과 지역 사회에게 계속해서 배우고 있습니다.

모두에게 공정한 일자리

누구나 결사의 자유를 누릴 권리를 지니고, 안정적이며 안전한 업무 환경에서 공정한 보상과 혜택을 받으며 의미 있고 괜찮은 일자리를 서포트합니다. H&M의 기준은 국제노동기구의 양질의 일자리에 대한 정의와 관련 협약 및 권고사항을 따릅니다.

다양하고 포용적인 업무 환경 및 커뮤니티

H&M은 포용적이고, 다양하며, 평등한 업무 환경을 만들기 위해 노력합니다. 제품과 커뮤니케이션을 통해 다양성과 평등을 독려하고 지역사회의 포용을 발전시킵니다.

RESPECT HUMAN RIGHTS

Goals

H&M 그룹은 현재 및 미래 세대의 니즈를 고려하고 있으며, 전체 비즈니스가 경제적, 사회적, 환경적으로 지속가능한 방식으로 진행되어야 한다는 것을 인식하고 있습니다. 이것이 H&M이 명확하고 과감한 목표를 설정하는 이유입니다.

2025

2025년까지 리사이클 소재의 사용을
30%까지 높이겠습니다.

2030

2030년까지 리사이클 또는 지속가능한 방식으로
만들어진 소재만을 100% 사용하겠습니다.

2040

2040년까지 넷제로(Net-zero)를 달성하겠습니다.

*과학기반 감축목표 이니셔티브
(SBTi, Science Based Targets initiative) 넷제로 기준.

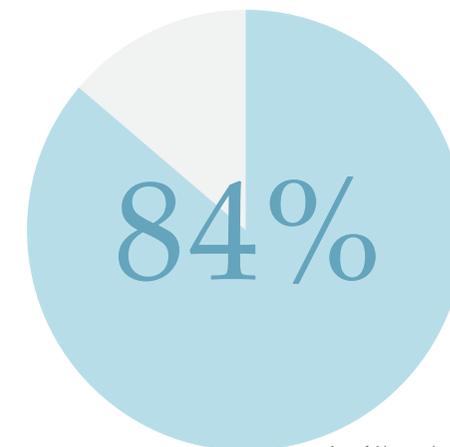
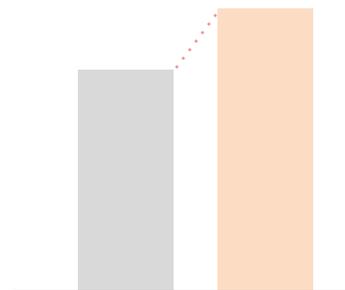
Progress in 2022

2022년, 리사이클 소재 사용량이
지난해 17.9%에서 23%로 증가
했으며, 2025년까지 리사이클
소재 사용량 30%를 달성하겠다는
목표에 한 걸음 더 가까워졌습니다.

H&M 그룹이 사용하는 소재의 84%는
리사이클 또는 지속가능한 방식으로
만들어졌습니다.

*H&M이 사용하는 코튼은 100% 지속가능합니다.

23%



As of November 30, 2022



Key initiatives

Garment Collecting

H&M은 2013년부터 전 세계 매장에서 의류 수거 프로그램 '가먼트 콜렉팅' 이니셔티브를 실시하고 있습니다. 연중 어느 때나 제품의 브랜드, 상태에 상관없이 원치 않는 의류 및 천 소재의 홈 텍스타일 제품을 가까운 H&M 매장으로 가져오면 됩니다.

가먼트 콜렉팅에 참여하는 고객에게는 4만원 이상 구매 시 사용할 수 있는 5천원 할인 바우처를 드립니다(1 봉투당 1장, 하루 최대 2장). H&M 회원이 더욱 지속가능한 선택을 할 수 있도록 독려하는 새로운 리워드 방법입니다.

2022년에는 전 세계에서 14,768톤의 의류를 수거해 재사용 및 재활용했습니다.



Packaging

H&M 동북아시아 지역은 2018년부터 쇼핑백을 종이로 전환해 유료화 했습니다. 이를 통해 플라스틱 및 쇼핑백의 전체적인 사용량을 줄이고, 폐기물을 감소시켜 환경에 대한 부담을 줄이고자 합니다. 또한 2021년부터는 쇼핑백을 구매하지 않는 고객에게는 회원 포인트를 드리고 있습니다.

2021년 9월에는 새로운 종이 패키징 시스템이 런칭 되었습니다. 새로운 패키징 이니셔티브는 넷제로를 통한 순환 패션 산업이 되기 위한 중요한 단계입니다. 온라인 주문에 사용되는 일회용 플라스틱을 더욱 지속가능한 종이로 전환하는 것을 통해 재활용이 어려운 플라스틱을 사용하지 않고 H&M의 제품을 고객들에게 전달할 수 있게 되었습니다.



For more information
 Shopping bag (https://about.hm.com/ja_jp/news/general-news-2020/h-m_shopping_bag_update.html)
 Online paper packaging (https://about.hm.com/ja_jp/news/general-2021/hm-online-paper-packaging.html)

As of November 30, 2022

▶ For more information (https://www2.hm.com/en_us/sustainability-at-hm.html)

Key initiatives

For more sustainable choices

H&M은 고객이 지속가능한 선택을 할 수 있도록 지구를 생각한 다양한 제품을 선보입니다. 오가닉 코튼, 리사이클 폴리에스터 등 지속가능한 방식으로 만들어진 소재가 50% 이상 사용된 제품에 소재의 명칭과 비율이 함께 표기된 그린 태그를 부착합니다. 또, 온라인스토어 (hm.com)에는 지속가능한 상품만을 모아 볼 수 있는 페이지도 선보이고 있습니다.



Transparency

H&M은 고객이 제품을 구매할 때 충분한 정보를 바탕으로 의사결정을 할 수 있도록 투명성을 제공합니다. 2019년, H&M은 제품이 어디에서 제작되었는지 등을 포함한 제품 투명성 정보를 공개한 가장 큰 글로벌 패션 리테일 기업이 되었습니다. H&M 온라인 스토어에서는 모든 제품(라이선스 등 일부 제품 제외)에 대해 제품에 사용된 소재, 생산국, 공급 업체명, 공장명, 주소, 공장 근로자 수 등 세부 정보를 제공하고 있습니다. 이를 통해 고객은 제품이 어디에서 누구에 의해 만들어졌는지 더 자세히 알 수 있습니다.



Innovation Stories

H&M 이노베이션 스토리즈는 2021년 런칭했으며, 보다 혁신적인 소재 및 기술과 최첨단 지속가능한 소재를 사용한 의류 산업의 생산 과정에 포커스를 둔 일련의 테마 컬렉션으로 구성됩니다.

Example of Innovative Materials

Desserto™



Desserto는 선인장으로 만들어진 비건 레더입니다. 선인장은 건조한 지역에서 자라기 때문에 다른 농작물에 비해 물을 적게 소비하고, 이산화탄소를 흡수하며 자연적으로 토양을 재생시켜 환경에 대한 영향이 적습니다.

VEGEA™



와인 제조 과정에서 버려지는 포도 껍질, 줄기, 씨앗으로 만든 혁신적인 비건 레더입니다. 폐기물을 줄일 뿐만 아니라 동물성 가죽 생산에 필요한 태닝 공정을 없애 물이나 화학 물질의 사용량을 크게 줄여 환경에 대한 영향을 줄일 수 있습니다.

Smart Stich by Resortecs®



지퍼와 버튼은 일일이 손으로 제거해야하기 때문에 비용과 시간이 많이 소요되어 재활용하기 어렵습니다. Smart Stich는 이러한 문제를 해결하는 용해 가능한 실입니다. 일반 솔기용으로 사용할 경우 옷 전체를 쉽게 분해할 수 있습니다. 그런 다음 원단을 새로운 방식으로 다시 사용하여, 새로운 원단을 생산할 필요성을 줄입니다.

Awards & Recognitions

FASHION TRANSPARENCY INDEX 2022

패션 투명성 인덱스 2022

2022년 H&M 그룹은 패션 레볼루션(Fashion Revolution)이 매년 발표하는 패션 투명성 인덱스(Fashion Transparency Index)에서 250개 패션 브랜드 중 4위를 차지했습니다. 패션 투명성 인덱스는 패션 브랜드에 책임감과 투명성을 높이기 위해 패션 레볼루션이 만들었습니다.



▶ For more information of the index: <https://www.fashionrevolution.org/about/transparency/>

CDP A- score in Climate

CDP기후분야 A-

H&M 그룹은 환경 투명성과 성과를 바탕으로 기업 환경 경영 수준을 평가하는 CDP (Carbon Disclosure Project) 조사에서 기후 모듈에서는 A-를, 수자원 모듈에서는 B-를 받았습니다. CDP 산림자원 점수로는 축산물 B-, 목재 B- 그리고 팜 오일에서 C를 받았습니다.



The Business of Fashion Sustainability Index

패션 비즈니스 지속가능성 인덱스

H&M 그룹은 패션 비즈니스(BoF) 2022 벤치마크에서 지난해보다 5점이 증가해 4위를 차지했습니다. 폐기물 1위, 소재 공동 2위, 근로자 권리는 공동 3위를 차지했습니다.

이는 주요 지속가능성 목표, 패션 업계 30대 기업에 대한 심층적인 성과 평가 및 향후 주요 인사이트에 대해 패션 비즈니스가 매년 조사하는 벤치마크입니다.



Dow Jones Sustainability World Index 2022

다우존스지속가능성 월드 인덱스 2022

H&M 그룹은 11년 연속 다우존스 지속가능성 월드 인덱스에 포함되었습니다. 2022년에는 반 경쟁적 접근, 공급업체 리스크 관리 방안, 투명성 공개, 기후 관련 경영 전략, 환경 보고, 사회 보고, 인권 평가 등 여러 분야에서 가능성 또는 최고 등급을 받아 61점(2021년: 68점)을 기록했습니다. 또한 다우존스 유럽 인덱스에도 이름을 올렸습니다.



INCLUSION AND DIVERSITY



Inclusion and Diversity

포용과 다양성의 롤모델이 되는 것은 우리의 장기적인 목표입니다. H&M 그룹은 글로벌 기업으로서 전 세계 75개 마켓에서 비즈니스를 전개하고 있으며, 다양한 배경과 문화를 가진 직원들이 소속되어 있습니다. 글로벌 비즈니스를 전개하는 기업으로서, 모든 사람을 환영하고 받아들이는 환경을 구축하고, 사람과 문화를 존중하고 반영하는 것을 중요하게 생각합니다.

Focuses on I&D

사내에서의 다양성과 평등성

포용과 무의식적 편견에 대한 내부 인식을 개선하고, 공정하고 평등한 고용 기회를 제공하며, 팀과 리더십에서 다양한 대표성을 보장합니다.

다양성과 평등성의 추진

브랜드와 함께 제품 및 커뮤니케이션을 통해 포용을 장려하고 다양성과 평등을 기념합니다.

포용(Inclusion)

글로벌 및 로컬 이니셔티브를 통해 H&M이 속한 사회에 사람들을 포용합니다.

I&D at H&M Group

55%

이사진의 여성 비율

75%

매니저 직급 중 여성 비율

84%

“나는 경의와 존중을 받으며 대응 받고 있다.”에 동의한 직원

75%

H&M 그룹 내 여성 직원 비율

76%

“H&M 그룹에서 다양한 관점을 중시한다”에 동의한 직원

As of November 30, 2022

Company : H. & M. Hennes & Mauritz Japan K.K.
Establishment : August 2007
representative: Aneta Pokucińska
Business: Wholesale and sale of apparel
Address: 33-6 Udagawacho, Shibuya City, Tokyo 150-0042

Company : H. & M. Hennes & Mauritz Ltd.
Establishment : June 2009
representative: Aneta Pokucińska
Business: Wholesale and sale of apparel
Address: 9F Samtan Bldg. 421, Yeongdong-daero, Gangnam-gu, Seoul, Korea 06182

H&M Group *H&M* COS **WEEKDAY** MONKL #MHOME *& other stories* ARKET AFOUND

