

2025 MUSINSA IMPACT REPORT

MUSINSA

About This Report

보고서 개요 무신사는 2024년에 이루어진 ESG 영역별 활동 및 비재무적 성과를 대내외 이해관계자에게 통합적으로 공유하기 위해 2025 MUSINSA IMPACT REPORT를 발간하였습니다. 앞으로도 본 보고서를 통해 매년 ESG 경영 활동 목표 및 성과를 지속적으로 공유하며 이해관계자 소통을 강화해 나가겠습니다.

보고 기간 본 보고서는 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지의 활동 및 성과 내용을 담고 있습니다. 시의성 있는 정보 전달을 위해 일부 정보의 경우 2025년도 상반기 활동을 포함하였습니다. 본 보고서의 보고 주기는 1년입니다.

보고 범위 본 보고서는 무신사의 ESG 경영 활동과 성과를 중심으로 작성하였습니다. 재무 데이터의 경우 한국채택 국제회계기준(K-IFRS)상의 연결 기준과 일치합니다. 비재무적 데이터는 무신사가 운영하는 본사 및 국내 사업장 전체를 포함하고 있습니다.

작성 기준 본 보고서는 글로벌 리포팅 이니셔티브(GRI, Global Reporting Initiative)가 제시하고 있는 글로벌 보고 표준을 참조(reporting with reference to the Global Standards)하였습니다.

본 보고서에 대한 문의사항은 무신사 ESG(esg-g@musinsa.com)로 주시기 바랍니다.

Contents

MUSINSA	05	CEO Message
무신사	06	Team MUSINSA
	09	MUSINSA Business
	17	이해관계자 소통 채널
 Environment	19	기후 변화 대응
더 나은 미래를 위한 노력	21	지속 가능한 자원 활용
	22	환경을 생각한 건물 운영
	24	친환경 커뮤니케이션
 Social	27	파트너 브랜드와 함께
함께 만드는 가치와 성장	41	고객과 함께
	45	지역사회와 함께
	51	무신사 구성원과 함께
 Governance	62	기업 지배구조 및 리스크 관리
윤리와 책임으로 쌓은 신뢰	64	윤리·준법 경영
	67	정보 보안 관리
	71	세무 관리

Appendix	73	재무 성과
부록	76	환경 성과
	77	사회 성과
	78	거버넌스
	79	온실가스 배출량 검증의견서
	80	GRI STANDARDS INDEX

Interactive User Guide

본 보고서는 동적 기능이 포함된 인터랙티브 PDF 포맷으로 발간되었습니다.
본 페이지와 각 페이지 왼쪽의 목차를 클릭하여 해당 페이지로 이동할 수 있습니다.

MUSINSA

무신사

무신사는 패션을 진심으로 사랑하는 이들이 자신만의 브랜드를 만들고 성장할 수 있도록 지원하는 대한민국 대표 패션 플랫폼입니다. 파트너 브랜드의 성장을 돕고 성공의 가치를 나누며, 누구나 자신만의 멋을 쉽게 발견할 수 있도록 다양한 콘텐츠와 쇼핑 경험을 제공합니다. 더 나아가 국내 패션 산업의 저변 확대와 글로벌 경쟁력 강화를 위해 지속적인 투자와 노력을 이어가고 있습니다.

CEO Message

안녕하세요. 무신사 대표이사 박준모입니다.

무신사는 2023년부터 이해관계자를 대상으로 임팩트 리포트를 발간해 오고 있으며, 올해로 세 번째 무신사 임팩트 리포트를 발행하게 되었습니다. 무신사에 관심과 응원을 보내주시는 모든 이해관계자분들께 진심으로 감사드립니다.

무신사는 패션을 진정으로 좋아하는 사람이라면 누구나 직접 브랜드를 만들어 성공할 수 있는 패션 생태계를 만들기 위해 노력해 왔습니다. 2024년에도 많은 변화 속에서 이해관계자의 헌신과 열정에 힘입어 의미 있는 성과를 거둘 수 있었습니다. 앞으로도 더 나은 미래를 위한 책임을 깊이 인식하며, ESG를 경영의 중심에 두고 지속 가능한 변화를 만들어가겠습니다.

첫째, 패션 생태계의 친환경 확산에 기여하고 이끌겠습니다.

온실가스 배출량 측정과 관리, 자원 순환 체계 구축, 친환경 펀드 투자 등을 통해 기후 변화에 대응하고, 고객과 구성원이 함께할 수 있는 환경 실천 캠페인을 확대해 나가며, 지속 가능한 미래 실현을 위한 책임 있는 역할을 다하고자 합니다.

둘째, 함께 성장할 수 있는 포용적 생태계를 만들겠습니다.

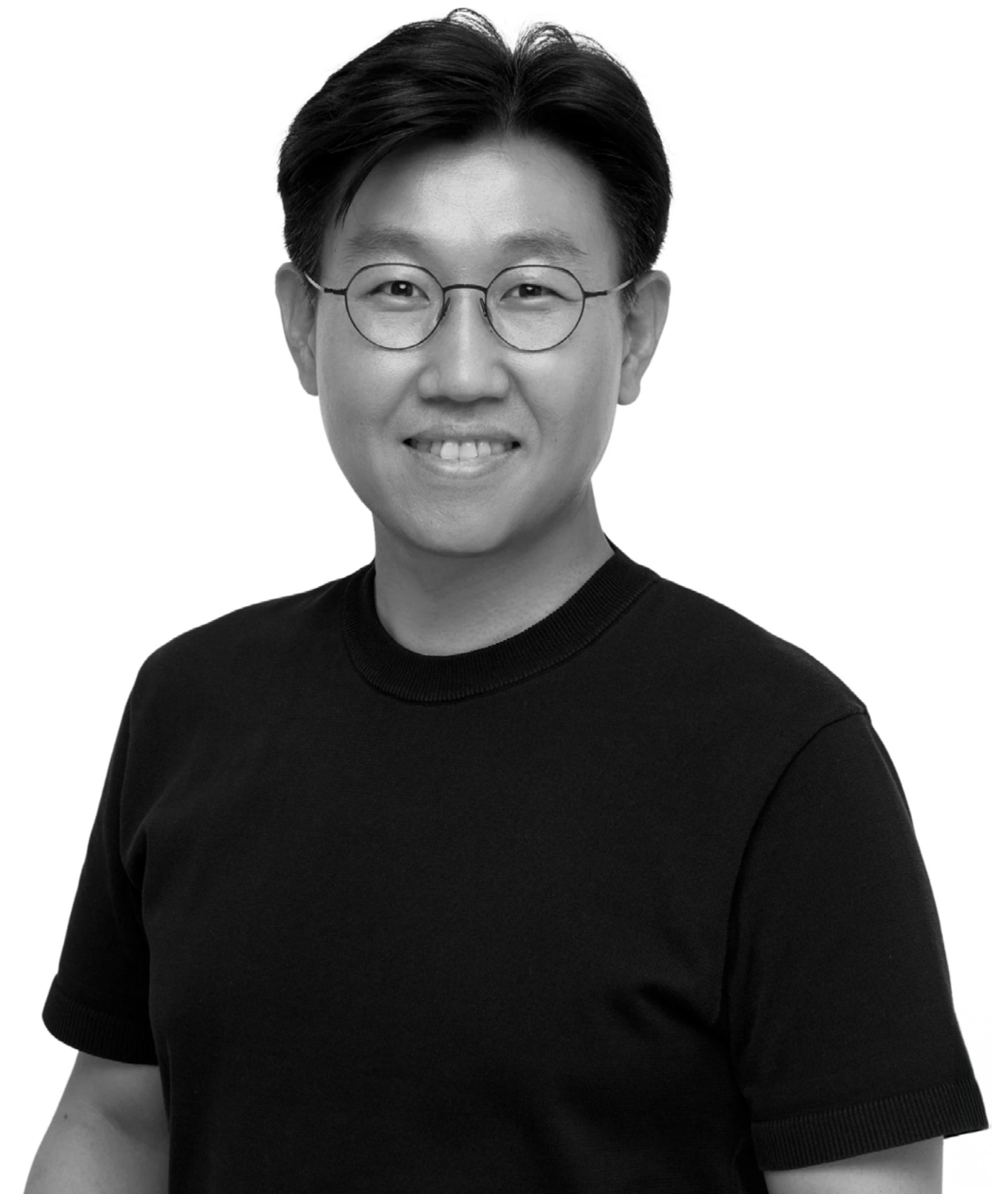
무신사는 파트너 브랜드와의 상생과 더불어 사회공헌 영역에서 꾸준히 이니셔티브를 발휘해 왔습니다. 브랜드와 고객, 지역사회와의 건강한 연결로 발생한 상생의 가치가 무신사만의 차별화된 ESG 경영이 될 수 있게 하겠습니다.

셋째, 지속가능경영의 핵심을 이해관계자의 신뢰로 다져가겠습니다.

리스크 및 이해충돌 관리, 정보보호 체계 강화, 성실 납세 등 책임 있는 지배구조를 바탕으로 모든 이해관계자와의 신뢰를 지켜나가고 있습니다. 윤리적이고 투명한 기업 운영을 통해 공정한 경쟁과 상생 협력의 바탕이 되도록 계속해서 노력하겠습니다.

무신사는 외부 환경 변화를 면밀히 살피고, 자발적으로 ESG 수준을 높이는 노력을 멈추지 않겠습니다. 앞으로도 지속가능한 미래를 향한 무신사의 여정에 이해관계자 여러분의 따뜻한 관심과 응원을 부탁드립니다.

감사합니다.



무신사 대표이사 박준모

Team MUSINSA

무신사는 대한민국을 넘어, 글로벌 최고의 패션 기업으로 나아갑니다.

브랜드의 성공이 무신사의 성공

무신사는 파트너 브랜드의 성장을 돕고 성공을 나눕니다.

파트너 브랜드와 '성공'이라는 공동의 목적을 가지고 함께 성장합니다. 파트너 브랜드는 패션에 몰입하고 무신사는 비즈니스에 몰두하며, 전략적 파트너로서 하나의 목표를 이루기 위해 노력합니다. 서로의 성장이 성공과 직결되는 긴밀한 관계로서, 각자의 역할에 최선을 다해 최고의 결과를 만들어냅니다.

무신사에서 발견하는 나만의 멋

무신사는 자신만의 멋을 쉽게 찾을 수 있는 경험을 제공합니다.

획일화된 멋이 아닌, 각자의 개성을 표현할 수 있는 다양한 패션 브랜드를 끊임없이 새롭게 발굴하고 제안합니다.

언제 어디서든 누구나 쉽고 편리하게 패션을 접하고 구매할 기회와 스타일을 공유하고 소통하는 커뮤니티로서의 장을 제공합니다.

무신사가 이끄는 대한민국 패션

무신사는 대한민국 패션 산업을 발전시키고 세계로 알리기 위해 노력합니다.

패션 산업이 다음 단계로 도약하기 위한 다양한 인프라를 구축하고, 성공적인 글로벌 진출의 판로를 제시합니다.

패션 산업의 미래를 끌어나갈 새로운 인재를 발굴하고 양성하는 것 역시 무신사의 역할입니다.

Team MUSINSA

무신사가 걸어온 길

2001 - 2007	2001	온라인 커뮤니티 무진장 신발 사진이 많은 곳 오픈
	2003	온라인 패션 커뮤니티 무신사닷컴 오픈
	2005	패션 콘텐츠 매거진 무신사 매거진 발행
2008 - 2015	2009	온라인 편집숍 무신사 스토어 오픈
2017 - 2021	2017	자체 브랜드 무신사 스탠다드 론칭
	2018	패션 특화 공유 오피스 무신사 스튜디오 동대문점 오픈
	2020	한정판 거래 플랫폼 솔드아웃 론칭
	2021	자체 브랜드 오프라인 스토어 무신사 스탠다드 홍대점 오픈 취향 셀렉트샵 29CM 인수
2022 - 2024	2022	미국, 일본 등 13개국 무신사 글로벌 스토어 론칭 국내외 패션 및 라이프스타일 셀렉트숍 무신사 엠프티 오픈 자체 브랜드 오프라인 스토어 무신사 스탠다드 강남점 오픈 오프라인 스토어(숨인숍) 이구갤러리 더현대 서울점, 대구점 오픈 패션 특화 공유 오피스 무신사 스튜디오 한남 1호점, 성수점 오픈
	2023	자체 브랜드 오프라인 스토어 무신사 스탠다드 동성로점, 성수점, 서면점 오픈 오프라인 스토어 무신사 스토어 홍대, 무신사 스토어 대구 오픈 패션 특화 공유 오피스 무신사 스튜디오 한남 2호점, 신당점 오픈
	2024	자체 브랜드 오프라인 스토어 무신사 스탠다드 명동점, 한남점 오픈 자체 브랜드 오프라인 스토어(숨인숍) 무신사 스탠다드 AK플라자 분당점, 롯데몰 수원점, 스타필드 수원점, 현대백화점 중동점, 롯데백화점 센텀시티점, 롯데몰 동부산점, 갤러리아 광교점, 롯데프리미엄아울렛 기흥점, 타임스퀘어 영등포점, 현대백화점 신촌점, 여의도 IFC점, 롯데백화점 동탄점 오픈 오프라인 스토어 무신사 스토어 성수@대림창고 오픈 오프라인 스토어(숨인숍) 이구갤러리 더현대 판교점 오픈



개요

기업명	주식회사 무신사
대표이사	조만호, 박준모
설립일	2012년 6월 25일
소재지	서울시 성동구 아차산로13길 11 (성수동2가, 무신사 성수 N1)
홈페이지	corp.musinsa.com

Team MUSINSA

MUSINSA Highlight * 2024년 12월 31일 기준

4.5 조 원

연간 거래액

1 조 2,427 억 원

연결 매출

1,028 억 원

영업이익

10,000 여 개

무신사 스토어 파트너 브랜드 수

1,600 만 명

무신사 스토어 회원 수

10,000 여 개

29CM 파트너 브랜드 수

1,604 명

임직원 수

MUSINSA Business

무신사 비즈니스 소개

리테일 서비스	MUSINSA 29CM CITY soldout
브랜드 소싱	MUSINSA TRADING
인큐베이팅	MUSINSA PARTNERS musinsa studio
패션 인프라	musinsa terrace SQUARE musinsaGarage MUSINSA LOGISTICS
자체 브랜드	musinsa standard 29Apostrophe DISCUS ATHLETIC TTUDEMENT Oddtype R&R Beauty L O Ä T T

MUSINSA Business

리테일 서비스

무신사

브랜드와 함께, 대한민국 No.1 패션 플랫폼을 넘어 세계로

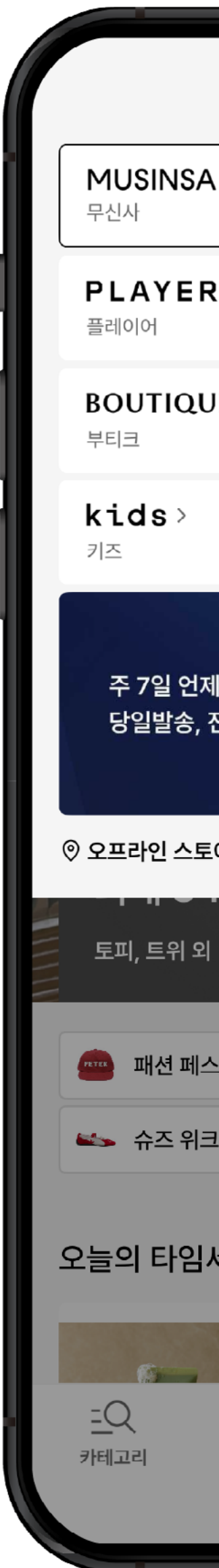
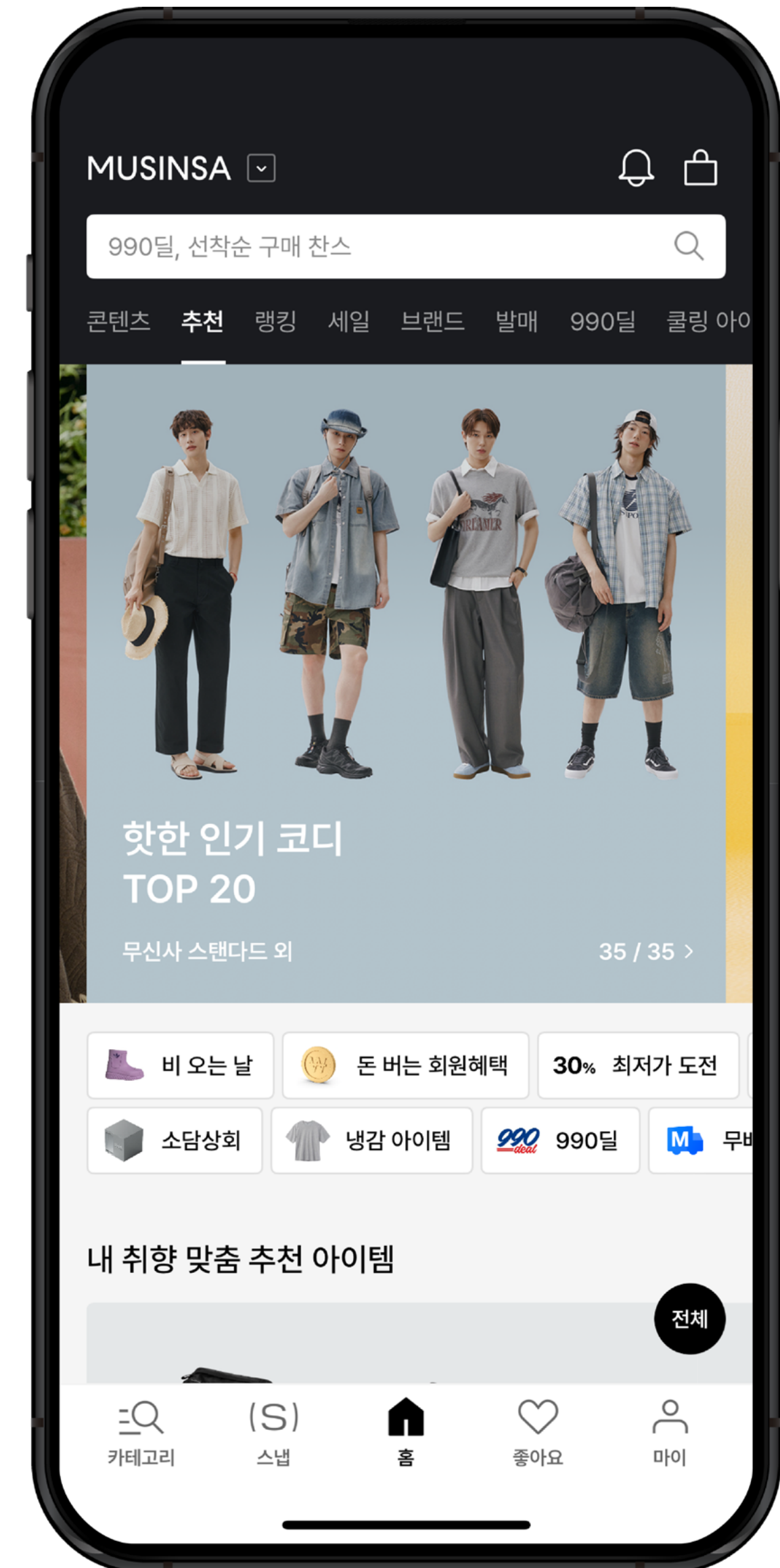
무신사는 2001년 스니커즈 마니아를 위한 온라인 커뮤니티 '무진장 신발 사진이 많은 곳'으로 시작해 국내외 패션 트렌드를 소개하는 콘텐츠 플랫폼과 온라인 패션 편집숍으로 진화했습니다. 무신사는 '브랜드와 동반성장' 철학을 바탕으로 중소 규모 브랜드에 새로운 판로를 제공하며 국내 최대 규모의 패션 플랫폼으로 자리 잡았습니다. 현재 베이식, 캐주얼, 스트리트, 포멀, 컨템포러리 등의 10,000여 개 브랜드 상품을 선보이고 있으며 차별화된 고객 경험을 제공합니다.

무신사는 함께 성장해 온 브랜드와 국내를 넘어 세계로 지속 가능한 성장을 이어가고 있습니다. 미국, 일본, 싱가포르를 비롯한 13개국에 글로벌 서비스를 운영하고 있으며, 2024년에는 한국 패션 기업 최초로 일본 온라인 패션 플랫폼 조조타운을 운영하는 조조(ZOZO)와 MOU를 맺어 브랜드의 일본 진출을 더욱더 가속했습니다.

온라인을 넘어 오프라인에서도 연결되는 브랜드와 고객

무신사는 온라인을 중심으로 전개하는 브랜드가 오프라인에서도 고객과의 접점을 확대할 수 있도록 오프라인 확장에도 주력하고 있습니다. 2023년 오프라인 스토어 '무신사 스토어 홍대'와 '무신사 스토어 대구' 오픈에 이어 2024년에는 '무신사 스토어 성수@대림창고'를 오픈하여 고객의 쇼핑 경험을 확장했습니다.

전국의 오프라인 스토어에서도 무신사의 다양한 회원 혜택을 제공함으로써, 고객은 온오프라인이 일체화된 쇼핑 경험을 만날 수 있습니다.



MUSINSA Business

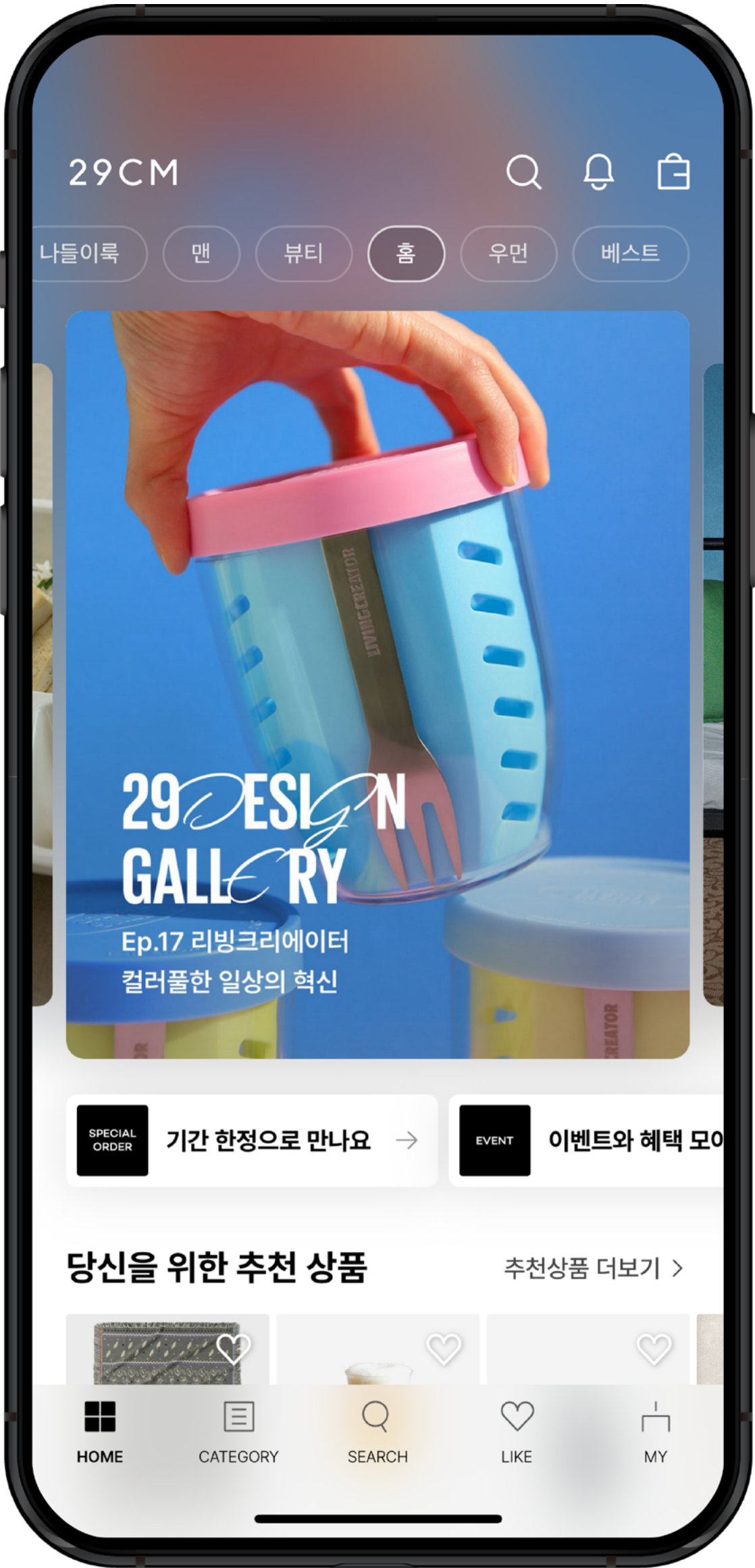
리테일 서비스

29CM

GUIDE TO BETTER CHOICE, 감도 깊은 취향 가이드

29CM는 패션, 홈, 뷰티, 테크, 컬처 등 다양한 카테고리에서 고객에게 감각적인 제품을 제안합니다. 브랜드의 이야기를 다채로운 콘텐츠와 서비스로 소개하며 브랜드에는 유니크한 스토리텔러로, 고객에게는 더 나은 선택을 위한 가이드로 자리매김했습니다. 29CM만의 고감도 셀렉션을 통해 2024년 거래액 1조 원을 넘어서며 독보적 성장률을 기록했습니다.

서울 성동구 성수동에서 운영 중인 오프라인 쇼룸 이구성수는 계절의 변화에 따라 상품 배치와 전시된 작품, 피팅룸 등 공간의 디테일한 요소에 변화를 주며 더욱 특별한 고객 경험을 제공하고 있습니다. 이밖에 더현대 서울과 더현대 대구, 더현대 판교에 브랜드 큐레이션 공간 '이구갤러리'를 운영하며 파트너 브랜드가 새로운 고객을 만날 수 있도록 지원합니다.



MUSINSA Business

리테일 서비스

무신사 엠프티

디자이너를 발굴하고 브랜드를 발견하는 고감도 패션 편집숍

패션 브랜드 비즈니스 전문 기업 무신사 트레이딩에서 운영하는 엠프티(E)PTY)는 실험적인 디자인의 국내외 디자이너 브랜드를 선보이는 편집숍입니다. 대중적인 인지도보다는 고유한 아이덴티티가 돋보이거나 새롭게 주목 받는 브랜드를 발굴하여 고객에게 소개하는 데 집중합니다.

2024년 5월, 고감도 편집숍 '무신사 엠프티 성수'에 이어 두 번째로 '무신사 엠프티 압구정 베이스먼트'를 오픈하였습니다. 무신사가 2012년 법인을 설립할 당시 본사 소재지였던 곳을 국내외 브랜드를 다채롭게 제안하는 편집숍으로 탈바꿈 하여 운영하고 있습니다. 지속 가능한 성장을 위해 2025년 3월 무신사와 조직을 통합하였습니다.

솔드아웃

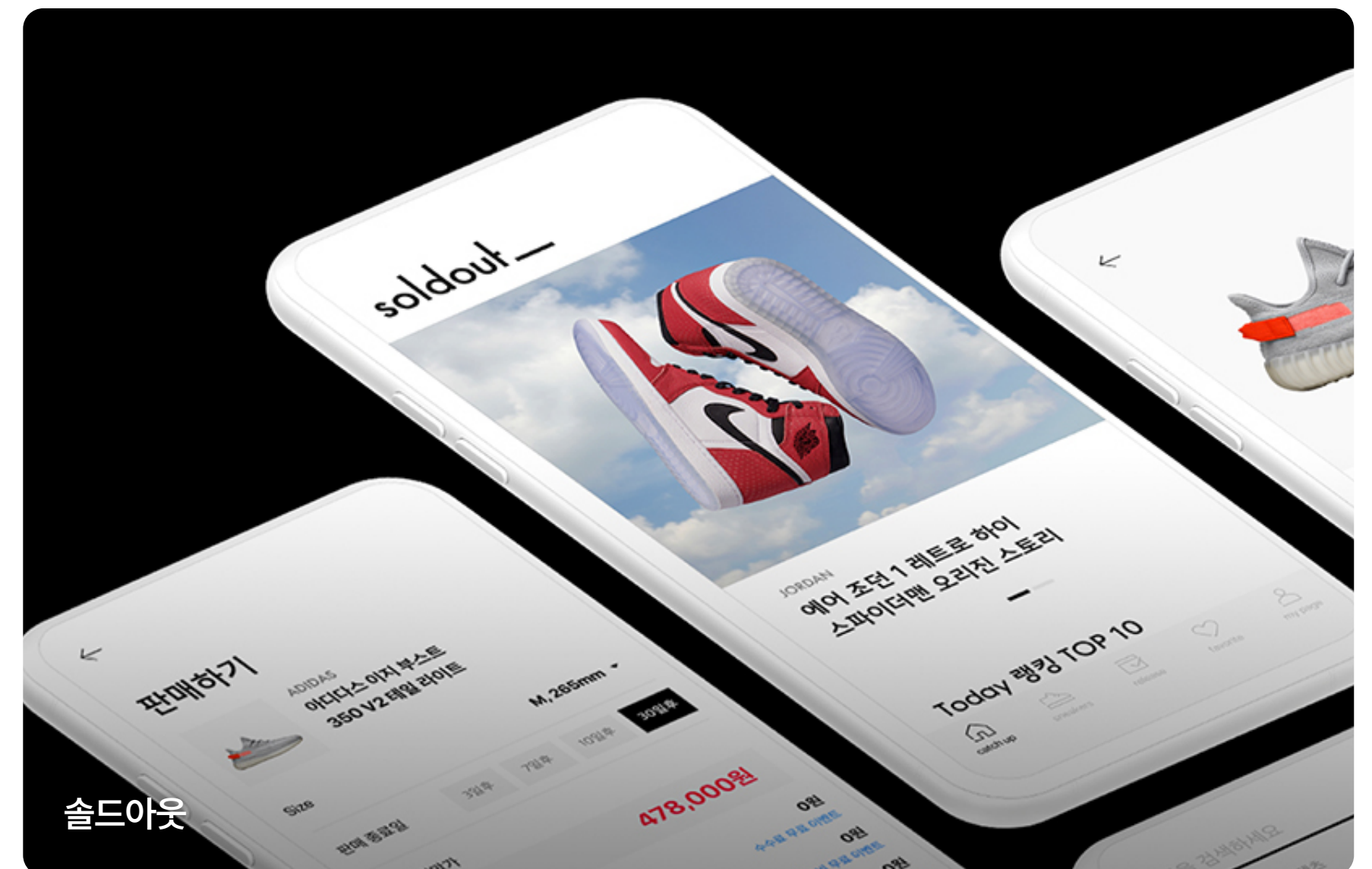
희소성의 가치를 안전하게 사고파는 한정판 거래 플랫폼

솔드아웃은 스니커즈 커뮤니티로 출발한 무신사의 전문성과 노하우를 기반으로 한 한정판 거래 플랫폼입니다. 스니커즈뿐 아니라 럭셔리 브랜드 제품, 의류, 게임·엔터테인먼트 굿즈 등 다양한 카테고리의 희소성 있는 제품의 거래를 지원합니다. 전문 검수팀의 철저한 검수 절차를 거친 상품만 판매하는 만큼 브랜드의 한정판, 특별 협업 상품 등을 안전하게 거래할 수 있습니다.

솔드아웃을 운영하는 에스엘디티(SLDT)는 리세일 시장에서 감정 역량을 강화하고 사업 다각화를 위해 기업 간 거래(B2B) 형태로 온라인 쇼핑 사업자를 위한 정품 검수 파트너 서비스 및 물류 서비스 등을 지원했습니다. 솔드아웃의 지속 가능한 성장과 팀무신사 차원에서 시너지와 운영 효율성을 높이기 위해 2025년 3월 무신사와 에스엘디티가 합병하였습니다.



무신사 엠프티 성수



솔드아웃

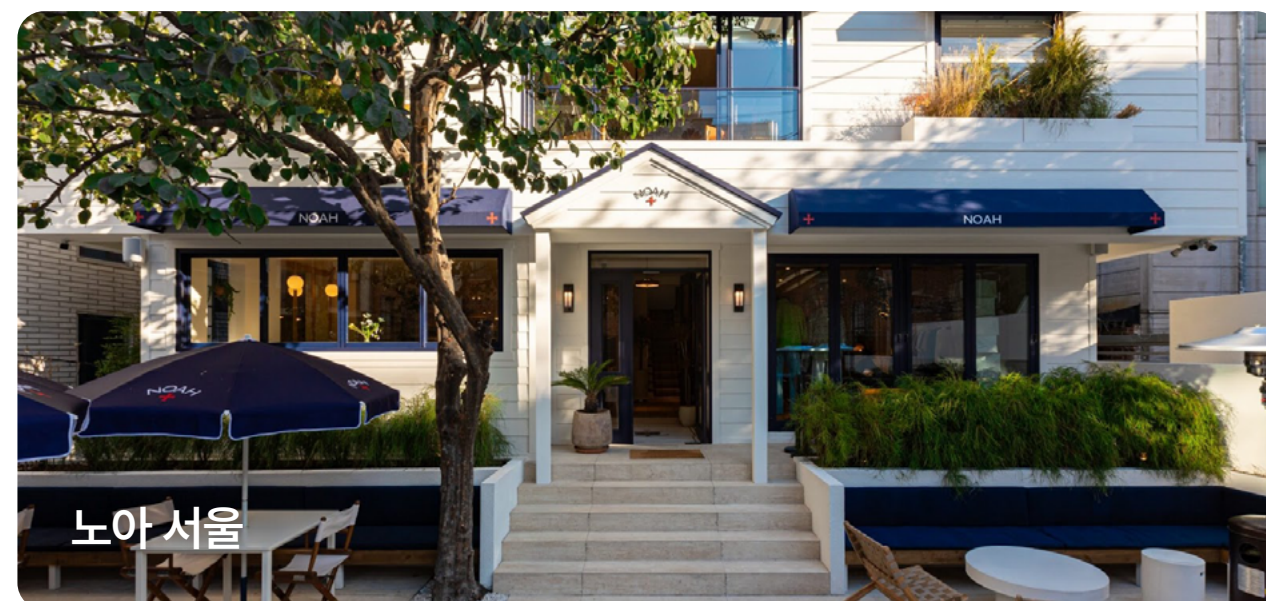
MUSINSA Business

브랜드 소싱

무신사 트레이딩

무신사의 자회사이자 국내외 패션 브랜드 유통 전문 기업인 무신사 트레이딩은 개성 있고 역량을 갖춘 브랜드의 발굴과 브랜딩 컨설팅을 통한 신진 브랜드의 성장 발판을 마련하고 있습니다. 실험적이고 개성 있는 신진 디자이너 브랜드를 소개하는 온·오프라인 편집숍 '무신사 엠프티'와 함께 쉽게 접하기 어려웠던 해외 패션 및 라이프스타일 브랜드의 공식 유통권을 확보하면서 패션의 다양성을 점차 확대하고 있습니다.

12월에 국내 판권을 인수한 미국 스트리트 캐주얼 브랜드 '챔피언(Champion)' 외에도 하이엔드 스트리트 브랜드 '노아(NOAH)', 글로벌 워크웨어 브랜드 '디키즈(Dickies)', 친근하고 대중적인 가방 브랜드 '잔스포츠(JANSPORT)', 서퍼들이 사랑하는 브랜드 '하바이아나스(havainanas)', 뉴욕을 기반으로 한 홈웨어 브랜드 '슬리피존스(SLEEPY JONES)' 등 다양한 브랜드의 공식 유통을 맡고 있습니다.

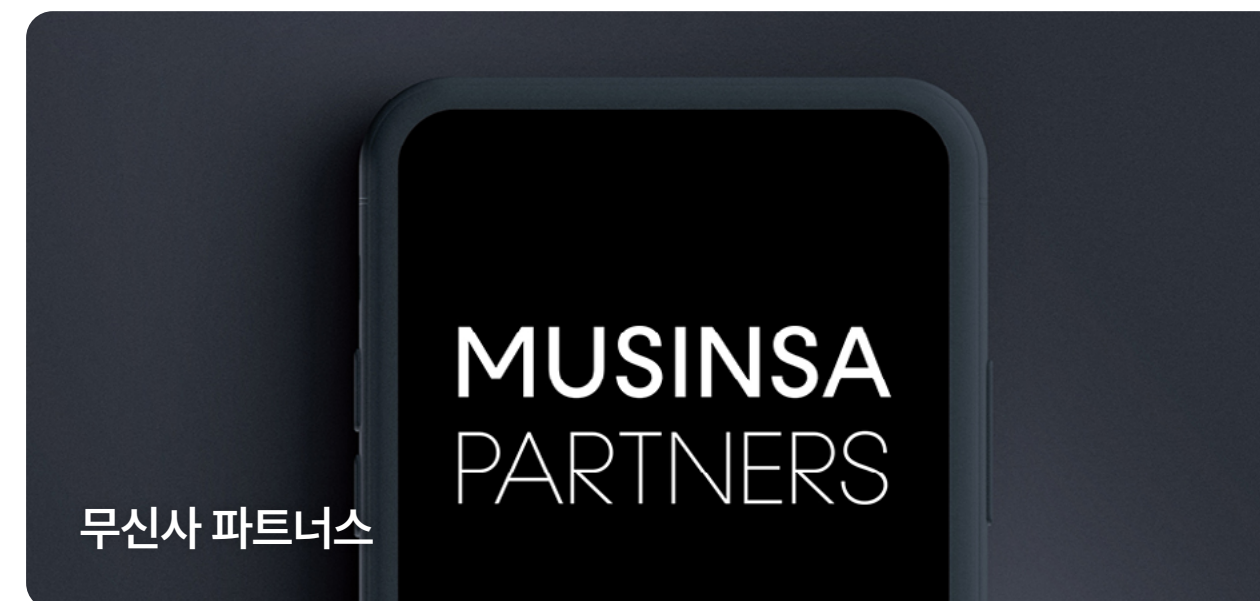


인큐베이팅

무신사 파트너스

무신사 파트너스는 국내 패션 산업의 선순환 구조를 만들기 위해 2018년에 설립된 패션 분야 전문 벤처캐피탈(VC)로 패션, 뷰티, 라이프스타일 분야를 중심으로 잠재력이 높은 기업을 발굴하고 이들의 건강하고 지속 가능한 성장을 돕는 투자에 주력하고 있습니다.

브랜드에 대한 자금 투자를 비롯해 브랜드의 중장기 성장 로드맵에 대한 경영 전략 수립부터 비즈니스에 필요한 데이터 관리, 사업 리스크를 줄일 수 있는 재무·회계 시스템 구축까지 패션 비즈니스를 안정적으로 운영할 수 있도록 전문적인 도움을 제공하고 있습니다. 2024년에는 미국과 한국 5개 회사에 약 124억 원의 투자를 진행하였습니다.



무신사 스튜디오

무신사가 운영하는 패션 특화 공유 오피스 '무신사 스튜디오'는 브랜드 론칭을 준비하고 있거나 패션 비즈니스에 관심이 있는 예비 창업자, 중소 규모 패션 관련 종사자를 위한 공간입니다. 2024년 12월 말 기준 동대문, 성수, 한남, 신당 지역에서 총 5개 시설을 운영 중입니다. 의류 검수 및 패턴용 작업대가 비치된 워크룸, 제품 및 영상 촬영이 가능한 촬영 스튜디오 등 패션 산업 종사자에게 특화된 인프라와 서비스를 제공합니다.

또한 입주사를 대상으로 실질적인 사업 운영에 필요한 멘토링, 교육 프로그램, 네트워킹 행사 등 다양한 프로그램과 이벤트를 운영하고 있습니다. '무신사 스튜디오 동대문점'은 고용노동부 산하 한국산업안전보건공단으로부터 위험성 평가 우수 사업장'으로도 인정받았습니다.



MUSINSA Business

패션 인프라

무신사 테라스

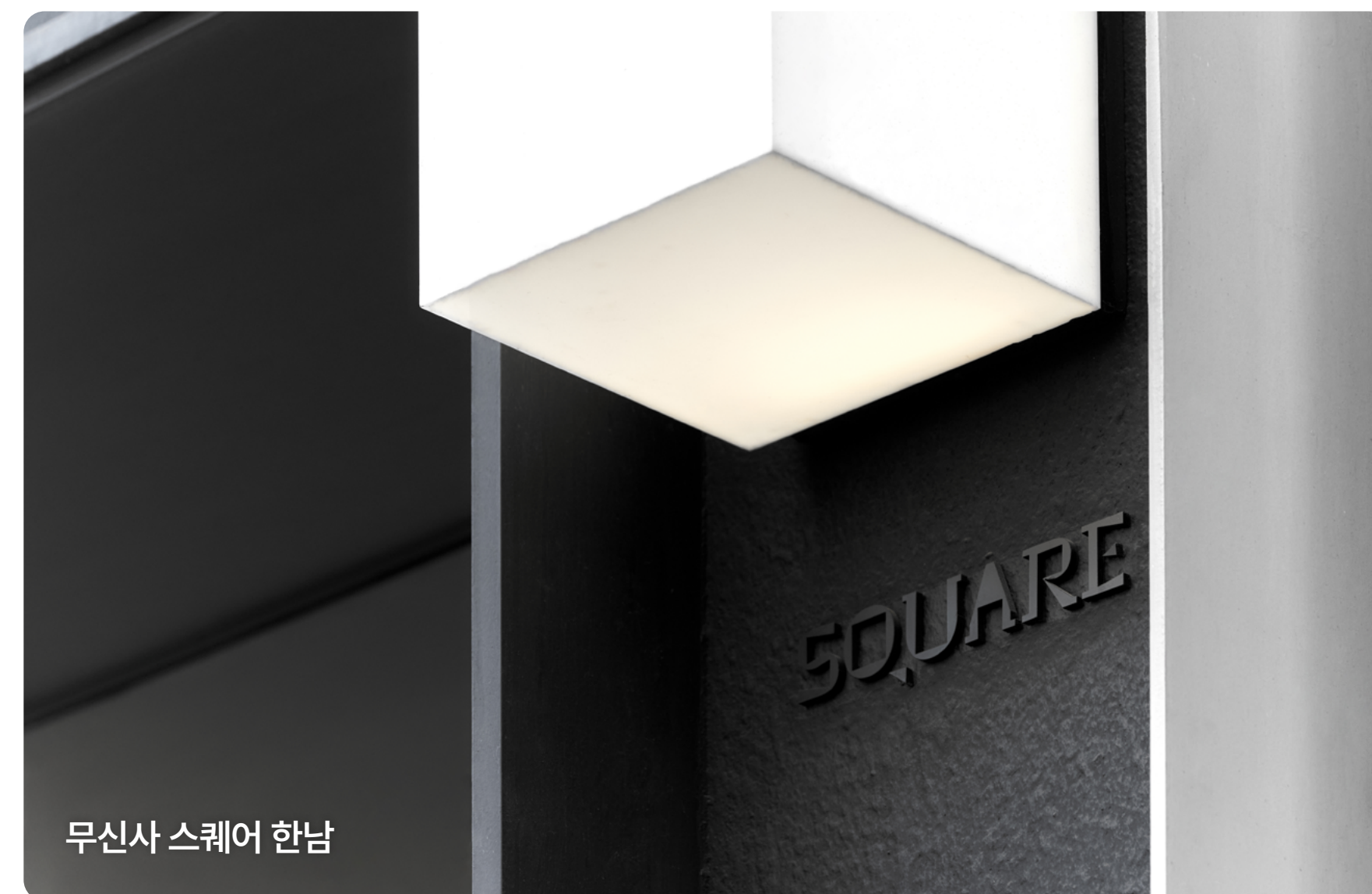
무신사 테라스는 파트너 브랜드와 소비자를 이어주는 패션 문화 편집 공간입니다. 온라인을 기반으로 하는 중소 규모 브랜드가 오프라인에서 브랜드 아이덴티티를 전달하고, 고객과 소통하며 점점을 확대할 수 있도록 지원합니다. 트렌디한 브랜드숍과 젊은 감각이 집중한 성수동에 있는 무신사 테라스에서는 브랜드 팝업을 비롯해 소비자 참여 이벤트, 아티스트 협업 전시 등 브랜드의 개성이 돋보이는 오프라인 콘텐츠를 만날 수 있습니다. 2024년에는 총 22회의 팝업 스토어가 열렸으며, 12만 명의 방문객에게 다채로운 브랜드 경험을 제공했습니다.

무신사 스퀘어

무신사 스퀘어는 브랜드의 취향이 담긴 콘텐츠를 고객에게 소개하는 쇼룸 겸 전시 공간으로, 오프라인 쇼룸을 갖추기 어려운 신진 파트너 브랜드의 스토리를 전달하기 위한 최적의 환경을 제공합니다. 브랜드의 신규 컬렉션과 컬래버레이션을 비롯한 유니크한 상품은 물론 특정 시즌 컨셉을 조명하는 팝업 등 다양한 콘텐츠를 경험할 수 있습니다. 패션과 트렌드에 관심 있는 사람이 특히 많이 몰리는 성수와 한남에 자리 잡은 무신사 스퀘어에서는 무진장, 뷰티 페스타, 소상공인 지원 행사 등 대형 팝업을 열었습니다. 또한 무신사 스퀘어 성수 사업장 중 1곳을 '무신사 뷰티 스페이스 1'로 탈바꿈해 성수동을 방문하는 외국인 관광객에게 K-뷰티 브랜드 경험을 확대하는 전용 공간으로 운영하고 있습니다. 2024년에는 스퀘어 성수와 한남 총 5곳에서 116회 팝업이 열렸으며 누적 방문객은 약 44만 명입니다.



무신사 테라스 성수



무신사 스퀘어 한남

MUSINSA Business

패션 인프라

무신사 개러지

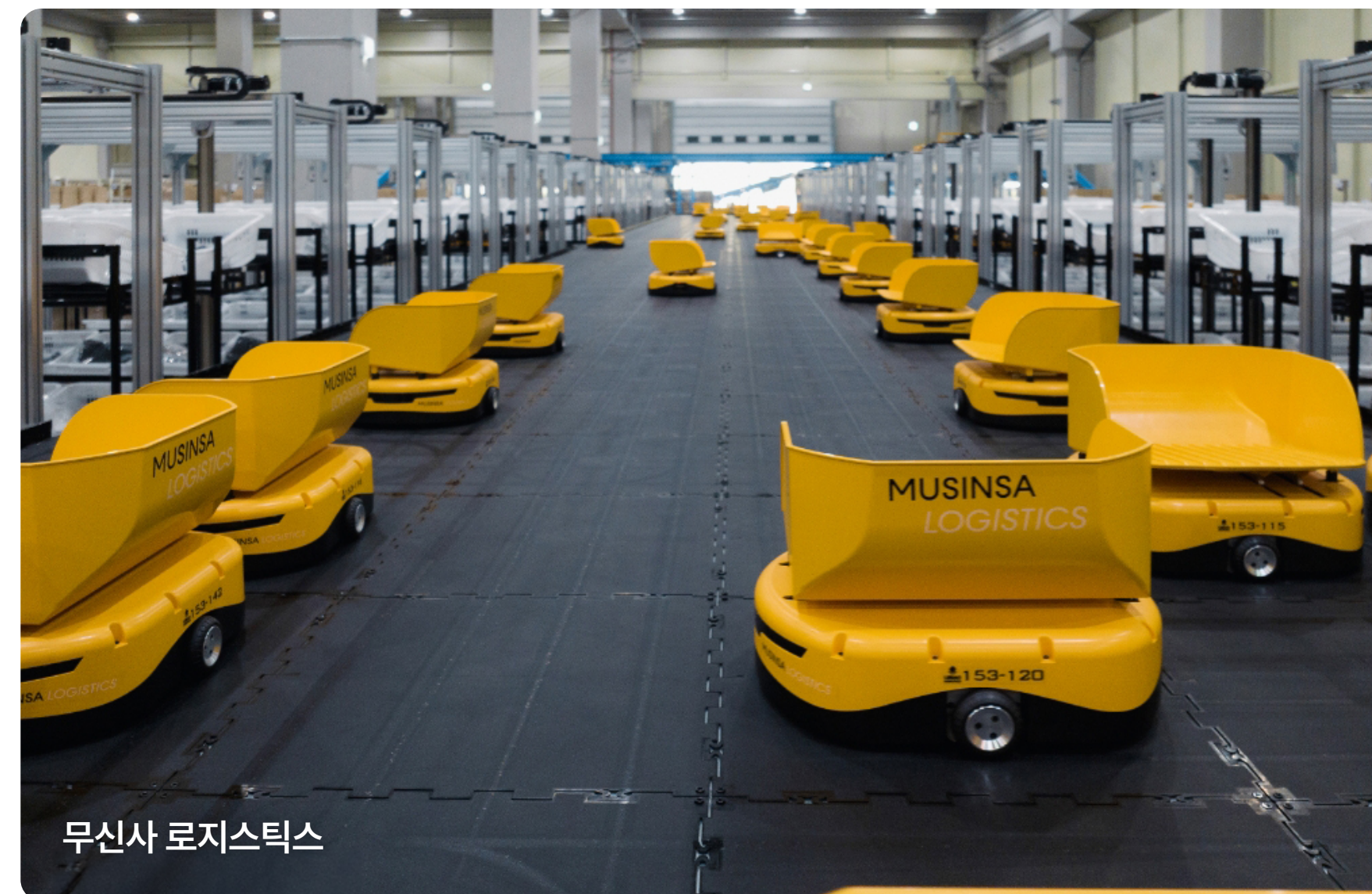
무신사 개러지는 홍대에 있는 최대 규모 라이브 하우스형 공연장입니다. 스트리트 패션과 스니커즈 문화 등 서브컬처를 기반으로 성장한 무신사의 헤리티지가 잘 반영된 공간입니다. 최대 550명까지 수용할 수 있는 공간에 퀄리티 높은 음향·조명·영상 설비를 통해 아티스트와 관객 모두 만족할 문화 경험을 제공합니다. 무신사 개러지에서 공연하는 아티스트와 무신사 파트너 브랜드가 협업해 한정판 MD를 출시하거나 팝업 스토어를 여는 등 패션과 공연, 아티스트와 브랜드의 접점이 되는 공간으로 운영하고 있습니다. 2024년에는 총 120회의 공연이 열렸으며, 누적 방문객은 약 4만 5천 명입니다.

무신사 로지스틱스

무신사 로지스틱스는 파트너 브랜드가 제품 디자인과 품질에만 집중할 수 있도록 솔루션을 제공하는 패션 특화 물류 서비스입니다. 자체 물류 센터를 통해 입고부터 분류·보관·포장·출고까지 상품에 맞는 물류 환경을 조성하고, 첨단 자동화 설비 도입 및 글로벌 서비스 네트워크까지 이커머스 물류 관리에 필요한 각종 인프라를 제공합니다. 패션 이커머스에 최적화된 프로세스를 통해 어려운 물류 관리를 쉽고 편리하게 해결하고 있으며, 무신사 관계사를 포함해 파트너 브랜드까지 750여 개 브랜드에 풀필먼트 서비스를 제공하고 있습니다. 무신사 로지스틱스는 2024년부터 자체적인 안전보건체계를 구축했으며, 2025년 2월 국제표준화기구(ISO)를 통해 안전보건경영시스템(ISO 45001) 국제 인증을 취득했습니다.



무신사 개러지



무신사 로지스틱스

MUSINSA Business

자체 브랜드

무신사 스탠다드

무신사 스탠다드는 베이식한 디자인과 한국인의 체형에 적합한 핏이 특징입니다. 심플한 디자인을 중심으로 무신사 스탠다드 우먼, 키즈, 뷰티, 홈, 스포츠 등 다양한 카테고리를 전개합니다. 또한 오프라인 사업을 적극 확대해 한국형 SPA 브랜드로서도 자리매김하고 있습니다.

무신사 스탠다드 홍대점을 시작으로 강남점, 성수점, 대구 동성로점, 부산 서면점에 이어 명동과 한남에서 단독 스토어를 오픈했습니다. 무신사 스탠다드 AK플라자 분당점, 롯데몰 수원점, 스타필드 수원점, 현대백화점 중동점, 롯데백화점 센텀시티점, 롯데몰 동부산점, 갤러리아 광고점, 롯데프리미엄아울렛 기흥점, 타임스퀘어 영등포점, 현대백화점 신촌점, 여의도 IFC점, 롯데백화점 동탄점까지 19번째 매장(2024년 12월 말 기준)을 개점했습니다.



무신사 스탠다드

기타 브랜드

무신사는 다양한 브랜드를 선보이며 지속 가능한 성장을 이어갑니다. 나다움을 새로운 관점으로 제안하는 메이크업 브랜드 '오드타입', 아메리칸 스포츠 캐주얼 브랜드 '디스커스 애슬레틱', 컨템포러리 여성복 브랜드 '튜드먼트' 등을 펼쳐 나가고 있습니다. 무신사가 전개하는 뷰티 브랜드 '오드타입'은 10월부터 일본 최대 라이프스타일숍 로프트(LOFT)와 프라자(PLAZA) 200여 매장에서 시그니처 상품을 선보이며 K-뷰티를 알리고 있습니다.



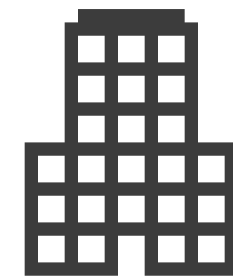
오드타입



디스커스 애슬레틱

이해관계자 소통 채널

무신사는 다양한 온오프라인 소통 채널을 통해 이해관계자와 지속적으로 소통하고 적극적으로 대응하여 신뢰 있는 관계를 이어 나가고 있습니다.



주주

- 주주총회
- 감사보고서
- 이사회



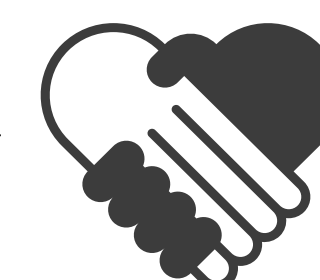
구성원

- 그룹웨어/슬랙/워크데이
- 고충처리위원회
- 올핸즈
- 여기여기
- 레드휘슬
- 효자손협의회
- 뉴스레터 다이제스트



고객

- 고객센터
전화/1:1 문의/이메일
- 공식 온라인 채널
PC WEB, MOBILE APP, SNS
(인스타그램, 유튜브, 페이스북,
트위터, 네이버 포스트, 틱톡)
- 오프라인 공간
무신사 스토어, 무신사 테라스,
무신사 스탠다드, 무신사 스튜디오,
무신사 스퀘어, 무신사 개러지, 이구성수,
TTRS, 이구갤러리, 무신사 엠프티
- 소비자/UX 리서치



파트너

- 파트너 공식 채널
비제스트
- 담당자 커뮤니케이션
전화/Chat/이메일
- 오프라인 공간
무신사 스토어, 무신사 테라스,
무신사 스튜디오, 무신사 스퀘어,
무신사 개러지, 이구성수, TTRS,
이구갤러리, 무신사 엠프티
- 온라인 채널
무신사 라이브, 무신사 에듀,
무신사 TV, 무신사 SNS
- 동반성장 자금 지원 프로젝트



지역사회

- 지자체 및 NGO 커뮤니케이션
- 지역사회 활동
- 공식 보도자료/뉴스룸

Environment

더 나은 미래를 위한 노력

무신사는 온실가스 배출 관리 체계를 구축하고 Scope 1, 2 배출량을 측정하며 기후 변화에 대응하고 있습니다. 친환경 건물 운영, 재활용 자원 활용, 업사이클링 키트 제공 등 지속 가능한 자원 순환을 실천하고 있으며, 친환경 펀드 투자로 ESG 선도 기업을 적극 지원하고 있습니다. 또한, 사내 환경 캠페인과 무신사 인프라를 활용한 팝업 스토어 등을 통해 친환경 가치를 실천하며 지속 가능한 미래를 위한 책임 있는 역할을 수행하고자 노력하고 있습니다.

기후 변화 대응



Scope 1, 2 온실가스 배출 관리

무신사는 기후 변화에 적극적으로 대응해 나가기 위해 2023년부터 온실가스 관리 체계를 본격적으로 도입했습니다. 2024년에는 무신사가 재무적으로 운영 통제권을 가진 26개 사업장의 비즈니스 활동 전반에 걸친 온실가스 배출량을 모니터링하였습니다. 무신사의 온실가스 배출량은 GHG 프로토콜에 따라 산정되었으며 직접 사용한 연료 및 회사 소유 차량에서 발생한 배출량인 직접 온실가스(Scope 1)와 외부 구매 전력 등에서 발생하는 간접 온실 가스(Scope 2)의 탄소배출량을 자발적으로 측정 및 관리하고 있습니다.

무신사는 직간접적으로 관리하고 사용하는 사업장에 대한 이동 연소와 전력 사용량, 열·스팀 사용량 등을 토대로 탄소배출량을 산정했습니다. 앞으로도 각 사업장의 에너지 사용량을 정기적으로 관리하고, 중장기 탄소 배출 감축 전략과 목표를 수립하여 실천함으로써 그 결과를 투명하게 공유해 나가겠습니다.

구분	2022	2023	2024
총 배출량 (tCO ₂ eq)	1,960	3,079	3,973
직접 배출 (Scope 1, tCO ₂ eq)	188	230	283
간접 배출 (Scope 2, tCO ₂ eq)	1,772	2,849	3,689
집약도 (tCO ₂ eq / 십억원)	2.767	3.1	3.196

기후 변화 대응



무신사 성수 E1

환경 펀드 투자

무신사는 기후 변화에 대응하는 '인비저닝 클라이밋 솔루션 펀드'에 60억 원을 출자 약정했습니다. 임팩트 벤처 캐피털인 인비저닝 파트너스가 기후 기술 투자를 목적으로 조성한 인비저닝 클라이밋 솔루션 펀드는 무신사를 비롯해 ESG 내재화와 기후 변화 대응에 관심이 높은 국내 주요 기업이 출자자로 참여해 768억 원 규모로 조성되었습니다. 펀드에 참여한 기업들과 함께 기후 변화로 발생한 사회 문제를 해결하기 위한 다양한 사업 육성에 적극적으로 협력하고 있으며, 기후 변화 대응을 위한 탄소 배출 저감에 직간접적으로 이바지하는 기업에 적극 투자하고 있습니다. 2021년 출범 이후 총 18개의 국내외 유망한 ESG 선도 기업에 투자를 진행하였습니다. 2024년에는 해중합 기반 페 PET 재활용 솔루션, 폐수 처리 및 재사용 시스템, 광산 폐기물 분해 및 희토류 추출 및 정제 솔루션 업체 등 총 5곳에 신규 및 후속 투자를 했습니다.

폐기물을 줄이기 위한 노력

무신사의 가치 사슬 내 기타 간접 온실가스 배출량(Scope 3) 중 효율적인 감축이 가능한 '카테고리 5 운영 과정에서 발생한 폐기물'을 보다 체계적으로 관리하고 전문성을 높이기 위해 관리 구조를 정비하였습니다. 무신사의 오프라인 사업장에서 발생하는 폐기물 수거와 처리를 전담 운영하는 전문 업체를 선정해, 2025년부터 폐기물의 운송 및 처리 현황을 바로 파악할 수 있는 관리 체계를 갖추었습니다.

또한 성동구에 위치한 무신사 3개 오피스(N1/E1/E2)에서 배출되는 폐기물의 관리 체계를 정량적 데이터 추적 및 온라인 실시간 모니터링이 가능하도록 개선하였습니다. 향후 팝업 스토어 및 상시 운영 중인 권역별 오프라인 사업장의 폐기물 현황도 파악하고 감축함으로써, 보다 효율적인 자원 순환 체계를 구축해 나갈 계획입니다.

지속가능한 자원 활용

환경적 책임을 고려한 택배박스

무신사는 고객에게 상품을 배송하는 과정에서 환경에 미치는 영향을 최소화하기 위하여 FSC 인증을 받은 택배박스를 사용하고 있습니다. 택배박스 내에 상품을 보호하기 위해 추가하는 완충재 역시 미국 SFI(지속가능한 임업 이니셔티브·Sustainable Forestry Initiative) 인증을 받은 종이를 사용하고 있습니다. 국내 뿐만 아니라 해외에서 '글로벌 무신사 스토어'를 통해 상품을 구매하는 고객에게도 동일한 택배박스를 제공하고 있습니다.



FSC 인증

FSC(Forest Stewardship Council)는 글로벌 비영리단체인 '국제 산림관리협의회'에서 산림 자원 보호를 위해 구축한 인증 제도입니다. 지속 가능한 방식으로 관리된 숲에서 나온 원자재를 가공, 변형, 제조하기까지의 모든 생산 과정에서 FSC 인증을 받아야 FSC 라벨을 표시할 수 있습니다.

편집숍 전용 집기 개발

무신사 오프라인 공간에서 팝업 전시를 개최할 때 재사용 및 재활용 가능한 요소를 고민하며 버려지는 자원을 줄이기 위해 노력하고 있습니다. 무신사 공간에서 매월 진행되는 브랜드 팝업에서 일회성 제작 및 폐기가 발생하지 않도록 다양한 형태의 가구 모듈 및 팝업 전용 집기를 개발하였습니다. 브랜드의 고유한 분위기를 유지하면서도 지속적으로 재조합해 사용할 수 있는 집기를 통해 폐기물 발생을 최소화하고 있습니다.



편집숍 전용 집기

업사이클링 온보딩 키트

무신사는 신규 입사자를 환영하고 조직에 적응하도록 돕기 위해 기업 철학과 정체성을 반영한 온보딩 키트를 제공하고 있습니다. 업사이클링 파우치는 무신사 구성원이 자발적으로 기부한 데님 의류를 활용해 제작하였습니다. 자원 순환의 메시지와 더불어 각기 다른 디자인과 매력을 가지고 있는 것이 특징입니다. 업무 노트북부터 소지품 수납까지 다용도로 활용할 수 있습니다.



업사이클링 온보딩 키트

환경을 생각한 건물 운영

사용 공간 내 환경 요소 반영

무신사가 본사 건물로 사용하는 '무신사 성수 N1'은 공간 설계부터 시공, 관리 등 전 과정에 걸쳐 에너지 절약과 환경 오염 저감을 반영하여 녹색건축 인증 제도(G-SEED)에서 '우수' 등급, 친환경 건축물 인증제도 리드(LEED)에서 '골드(Gold)' 등급을 획득했습니다.

무신사 구성원이 이용하는 오피스 건물(무신사 성수 N1·E1·E2)은 환경 보호를 위해 일회용품 사용을 최소화하고자 각 건물 층별로 공용 머그잔을 배치했습니다. 구성원의 다회용컵 사용을 적극적으로 권장하기 위해 세척과 보관이 쉬운 환경을 마련하여 깨끗이 관리하고 있습니다. 무신사 본사 오피스인 무신사 성수 N1 지하에서 운영하는 사내 식당 '모락모락'에서 배출된 음식물 쓰레기는 잔반 처리기 시설을 통해 발효 소멸하고 있습니다.

무신사가 운영 중인 무신사 스튜디오 공간 역시 친환경적인 요소를 반영했습니다. 버려진 옷감을 재활용해 완성한 친환경 섬유 패널로 벽면을 구성하고, 물 사용량 저감을 위해 화장실 및 파우더룸에도 절수형 수도꼭지를 도입하였습니다. 무신사 스튜디오 한남 1호점과 2호점에는 폐의류와 폐플라스틱을 재활용해 만든 예술품이면서 휴식을 취할 수 있는 가구를 배치하였습니다.



무신사 성수 N1



무신사 스튜디오 한남 1호점

환경을 생각한 건물 운영

무신사 성수 N1	무신사 성수 E1	무신사 성수 E2
- 전기차 충전소 및 친환경 차량 주차구획 설치 - 대지 30% 이상 옥외공간으로 계획, 옥외공간 25% 이상 조경식재로 조성, 조경용수 100% 우수 활용 - 절수형 수도 설치로 물 절감률 43.54% 달성 - 조경용수 및 우수조에 계랑기 설치 - 고효율 에너지 설비기기 적용 (100% LED등, 태양광, 전열교환기) - 에너지 사용량 일부로 신재생에너지(태양광) 사용 - 건물 건축자재 중 30% 이상 재활용 자재 사용 - 출입구 먼지매트 설치, 미세먼지 에어 필터 적용, 휴게실 CO2센서 설치 - 공기청정살균기 상시 운영을 통한 공기질 개선 유지 - 녹색건축 인증제도(G-SEED)에서 '우수' 등급(22.05) - 친환경 건축물 인증제도 리드(LEED)에서 '골드(Gold)' 등급 획득(22.11)	- 전기차 충전소 및 친환경 차량 주차구획 설치 - 대지 15% 이상 옥외공간으로 계획, 옥외공간 18.47% 이상 조경식재로 조성, 조경용수 100% 우수 활용 - 절수형 수도 설치로 물 절감률 16.54% 달성 조성 - 층별 감압밸브 설치에 따라 물 절감률 10% 이상 달성 - 고효율 에너지 설비기기 적용 (100% LED등, 태양광, 전열교환기, 시스템에어컨) - 에너지 사용량 일부로 신재생에너지(태양광, 지열) 사용 - 총 건축공사비의 5%에 해당하는 녹색건축자재 비용 - 출입구 먼지매트 설치, 미세먼지 에어 필터 적용 - 벽체, 천장, 바닥의 내장재, 접착제 실내 공기오염물질 저방출 인증자재 적용 - 공기청정살균기 상시 운영을 통한 공기질 개선 유지 자동온도조절장치 설치 비율 100% - 녹색건축 인증제도(G-SEED)에서 '우수'등급 (23.05) 건축물 에너지 효율 등급 1+등급 이상	- 대지 15% 이상 옥외공간으로 계획, 옥외공간 15.97% 이상 조경식재로 조성, 조경용수 100% 우수 활용 - 고효율 에너지 설비기기 적용 (100% LED등, 태양광, 전열교환기, 시스템에어컨) - 에너지 사용량 일부로 신재생에너지(태양광) 사용 - 출입구 먼지매트 설치 - 벽체, 천장, 바닥의 내장재, 접착제 실내 공기오염물질 저방출 인증자재 적용 - 공기청정살균기 상시 운영을 통한 공기질 개선 유지 자동온도조절장치 설치 비율 100% - 녹색건축 인증 제도(G-SEED)에서 '일반'등급 (23.04.) 건축물 에너지 효율 등급 2등급 이상
무신사 스튜디오 동대문점	무신사 스튜디오 한남 1호점 / 2호점	무신사 스튜디오 성수점
폐의류 및 플라스틱을 재활용해 만든 가구 배치	- 디스플레이존 벽체에 폐의류로 만든 친환경 섬유패널 사용 - 화장실 및パウ더룸에 자동센서 절수 수도꼭지 사용 - 폐의류 및 플라스틱을 재활용해 만든 가구 배치	- 화장실 및パウ더룸에 자동센서 절수 수도꼭지 사용 - 폐의류 및 플라스틱을 재활용해 만든 가구 배치

친환경 커뮤니케이션

구성원 참여 캠페인 '비 그리너'

기후변화로 인한 문제들을 인식하고 일상에서 실천하기 위해, 무신사 구성원과 함께 사내 환경 캠페인 '비 그리너 (BE GREENER)'를 진행하고 있습니다.

6월에는 비영리스타트업 '마인드풀가드너스'와 함께 씨앗공(리와일드볼: 야생화의 씨앗과 흙, 물을 골고루 섞어 반죽해 빚은 공 모양의 반죽)을 만들고 성수동 사옥 인근 중랑천에 던지는 활동을 했습니다. 또한 중랑천에 야생화를 심고 가꾸는 정원 활동을 하여 중랑천에 서식하는 야생동물과 철새, 벌과 나비 등 생물다양성을 보전하는 데 도움을 주었습니다.

2025년 1월에는 무신사 구성원이 직접 기부한 옷과 패션 소품을 모아, 판매하고 수익을 기부하는 '의(衣)로운 플리마켓'을 열었습니다. 무신사의 구성원 각자가 입던 옷의 주기를 연장하고 새로운 취향을 발견한다는 의미를 담았습니다. 현장에서 사용한 모든 집기 역시 다른 팝업 행사에서 사용하던 집기를 다시 활용해 구성했습니다. 또한 구매한 상품을 담아갈 쇼핑백과 에코백도 무신사 구성원에게 기부를 받아 사용했습니다. 모인 수익금 전액은 보육시설 아이들과 유기 동물들의 따뜻한 겨울나기를 위한 난방 비용으로 기부했습니다.

글로벌 캠페인 '어스아워'

어스아워 캠페인은 기후 변화와 자연 소실 등 위기에 직면한 지구를 위해 세계자연기금(WWF)이 주최하는 글로벌 환경 캠페인입니다. 매년 3월 마지막 주 토요일 저녁에 1시간 동안 불을 끄는 활동을 통해 기후 변화의 심각성과 에너지 절감의 필요성을 알리고 있습니다. 2024년에는 전년도에도 참여했던 서울 성수동의 '무신사 성수 N1'을 비롯하여 오피스 공간으로 사용 중인 '무신사 성수 E1', '무신사 성수 E2' 건물까지 확장하여 총 3곳에서 소등에 참여했습니다. 이외에도 4월 지구의 날 및 기후변화주간 소등 행사에 참여하여 적극적인 탄소중립 실천을 위해 노력했습니다.



성동구 중랑천 정원 활동



의(衣)로운 플리마켓 기부 활동



무신사 성수 N1 어스아워 소등 행사 참여

친환경 커뮤니케이션

무신사 어스

무신사는 환경과 사회적 가치를 고려한 상품을 큐레이션하는 '무신사 어스(MUSINSA earth)'를 운영하고 있습니다. 무신사 어스는 고객에게 단순한 디자인과 취향을 넘어 제품에 담긴 가치와 책임 있는 소비 경험을 제안하고, 브랜드에게는 노출 확대 및 매출 상승 기회를 함께 제공하여 지속 가능한 패션 생태계 성장을 위해 노력하고 있습니다.

브랜드 온라인 캠페인

환경과 사회적 가치를 위한 비즈니스를 전개하는 브랜드의 철학과 스토리를 진정성 있게 전달하기 위해 노력하고 있습니다. 2024년 4월 22일 '지구의 날'을 맞아 행동주의 브랜드 '닥터 브로너스'와 함께 온라인 캠페인을 진행했습니다. 5대째 전해 내려오는 전통 방식과 자연 유래 원료로 생산하고 있는 쉘(SOAP) 판매와 함께 브랜드 CEO의 인터뷰를 통해 적극적인 행동으로 지속 가능성과 변화를 이끄는 브랜드의 가치를 전했습니다.



닥터 브로너스 온라인 캠페인

무신사 어스 × 롯데 RE: EARTH

6월, 세계 환경의 날을 기념해 롯데 RE: EARTH와 함께 수원과 동탄에서 팝업 스토어를 열었습니다. 무신사 어스가 큐레이션한 지속가능 브랜드 '나우, 오버랩 업사이클, 페세, 낮아워스, 쉘코퍼레이션, 아이워즈플라스틱'을 무료 택배 배송서비스와 업사이클링 굿즈 등과 함께 만날 수 있었습니다. 타임 빌라스 수원점과 롯데백화점 동탄점 현장에는 약 5,500명의 고객이 방문했습니다.



무신사 earth × 롯데 RE: EARTH

글로벌 환경 이니셔티브

무신사 어스는 2023년에 이어 2024년에도 자연환경 보호를 위한 글로벌 이니셔티브 '원 퍼센트 포 더 플래닛(1% for the Planet*)'에 참여하고 있습니다. 2024년 무신사 어스 매출액의 1%를 세계 최대 비영리 자연보전기관 WWF(세계자연기금)에 기부하였습니다.



1% for the Planet

'1% for the Planet'은 기업 활동이 지구에 미치는 영향에 책임감을 가지고 이익을 환원하기 위한 취지로 설립된 글로벌 이니셔티브이자 네트워크입니다.



Social

함께 만드는 가치와 성장

무신사는 브랜드, 고객, 지역사회, 구성원 등 다양한 이해관계자와 함께 더 의미 있는 성장을 만들어가고 있습니다. 파트너 브랜드의 성장을 위해 콘텐츠 제작, 마케팅, 자금, 교육 등 다양한 지원 프로그램을 운영하며 브랜드의 초기 정착부터 해외 진출까지 전방위적으로 돕고 있습니다. 동시에 아동·청소년, 자립준비청년, 가족돌봄청년 등 사회적 관심이 필요한 계층을 위한 맞춤형 지원과 지역사회와의 상생 활동을 지속하고 있습니다.

파트너 브랜드와 함께

‘동반성장’은 무신사의 비즈니스에서 빠질 수 없는 핵심 가치입니다. 무신사는 생산 자금 무이자 지원 프로그램과 상품 기획 및 생산 전반에 대한 컨설팅을 비롯해 입점 브랜드가 건실하게 성장할 수 있도록 다양한 프로그램을 제공하고 있습니다. 이 밖에도 무신사의 세일즈, 브랜딩, 마케팅, 오프라인 공간, 디자인, CX/UX, 법무/재무 등 각 영역의 전문가가 브랜드의 가치를 높이고 더 많은 고객에게 브랜드를 알리기 위한 활동을 지원합니다.

동반 성장 지원



쇼핑 콘텐츠 지원

- 무신사 라이브
- 무신사 TV
- 메가 쇼케이스
- 에디터스 픽
- 코디숍



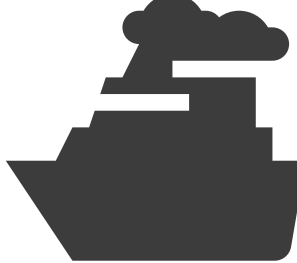
브랜드 성장 지원

- 무신사 에듀
- 생산 자금 지원
- 스페셜 메이크 업
- 무신사 에디션
- 글로벌 캐릭터 라이선스 지원
- 시즌 프리뷰
- 트렌드 세미나
- 인큐베이팅
- 무신사 넥스트 패션 스콜라십



브랜딩 / 마케팅 지원

- 브랜드 팝업 공간 지원
- 오프라인 스토어 운영
- 크리에이터 마켓플레이스
- 콘텐츠 제작 지원
- 무신사 드롭



해외 판로 확대 지원

- 글로벌 운영 지원
- 해외 팝업 스토어
- B2B 쇼룸 운영

파트너 브랜드와 함께

쇼핑 콘텐츠 지원

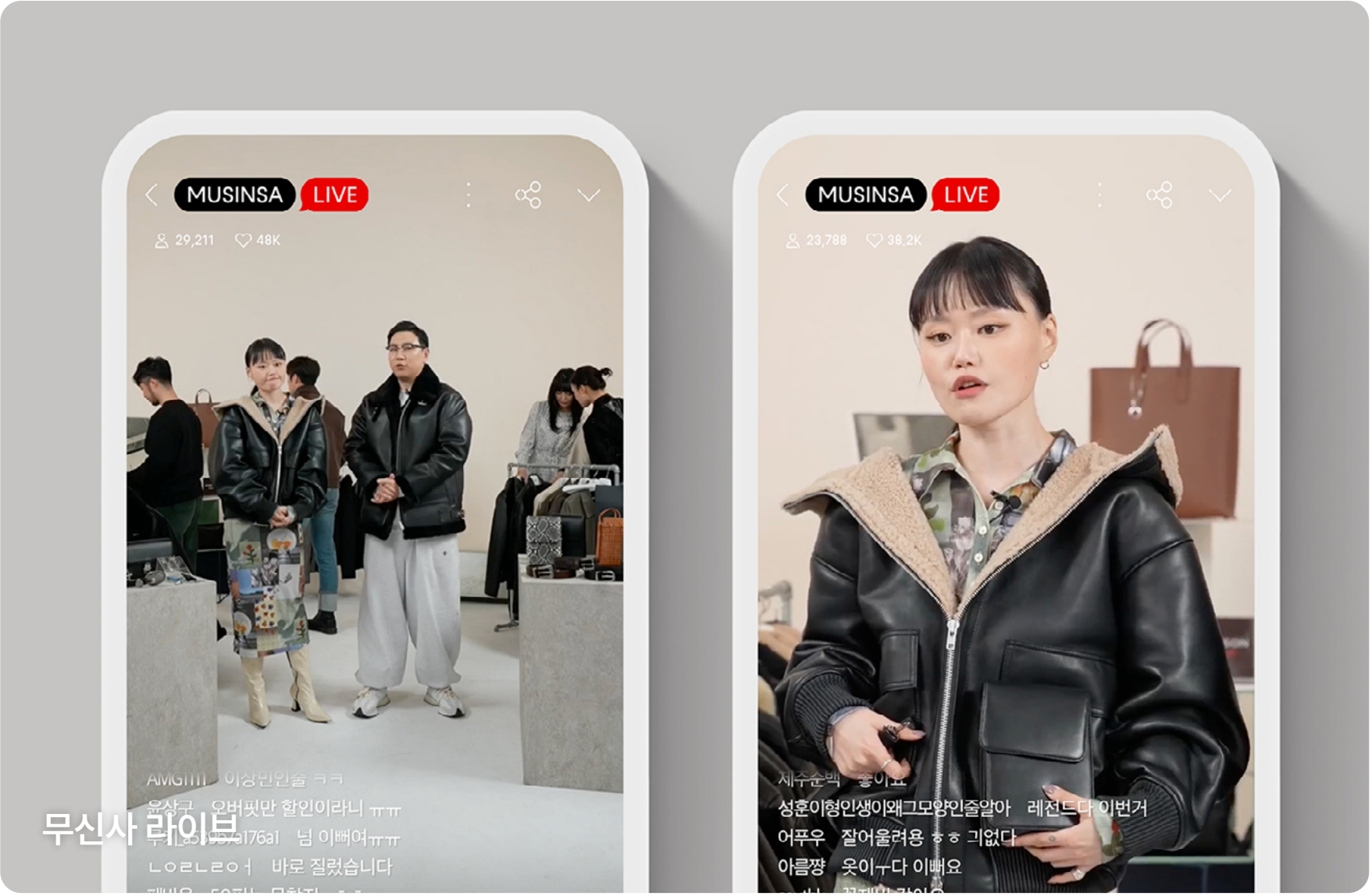
무신사 라이브

무신사 라이브는 파트너 브랜드와 고객을 연결하는 자체 라이브 커머스입니다. 파트너 브랜드의 매출 상승과 동시에 고객에게 좋은 상품을 특별한 혜택으로 제공하는 쇼핑 콘텐츠 역할을 효과적으로 수행하고 있습니다. 2024년 기준 누적 접속자 2,122만 명, 온에어 누적 매출 약 400억 원을 기록하여 성장세를 이어 나가고 있습니다.

2024년에는 패션 브랜드 편성을 강화하여 상품을 직접 기획한 인물을 등장시키거나 방송 형식을 달리하는 등 색다른 시도로 입점 브랜드가 매출을 확대하고 고객 소통을 강화하는 대표 서비스로 자리매김했습니다. 특히 여름 시즌 무진장 기간에는 맨스티어(특가), 레오제이(뷰티), 이지혜(키즈) 등의 인플루언서와 협업하고, 겨울 시즌 무진장에서는 나이키, 뉴발란스, 푸마, 아디다스 등 글로벌 브랜드를 편성해 누적 접속자 740만, 매출 효율 약 150억원을 기록했습니다. 또한 입점 브랜드 및 인플루언서와 협업한 무신사에디션 상품의 편성을 확대하여 무신사 라이브의 신규 시청 고객층을 꾸준히 확장해 브랜드를 새롭게 발견하는 데 도움을 주었습니다.

무신사 TV

무신사 TV는 2024년 기준 구독자 35만 명을 보유한 무신사의 공식 유튜브 채널입니다. 패션을 좋아하는 사람들의 다양한 취향과 라이프 스타일을 기반으로 한 웹 예능 콘텐츠를 선보이고 있습니다. 이 시대의 다양한 현생을 체험하는 '현생님들'과 덕후들의 덕질을 구경하는 '덕통사고'는 무신사 TV의 대표 콘텐츠입니다. 2024년 통합 조회수 4,700만 뷰를 기록했으며, 프로그램의 인기와 더불어 다양한 패션&뷰티 브랜드의 PPL을 진행함으로써 무신사 입점 브랜드 제품을 외부에 알리는 데 집중했습니다. 2024년에 새롭게 시작한 본격적인 B2B 콘텐츠 '쏜다'를 통해 입점 브랜드에는 알리고 싶은 니즈를, 시청자에게는 재미와 패션 정보를 제공해 긍정적인 반응을 동시에 끌어내며 2024년 통합 조회수 200만 뷰를 기록하기도 했습니다.



파트너 브랜드와 함께

쇼핑 콘텐츠 지원

메가 쇼케이스

메가 쇼케이스는 브랜드를 고객에게 확실하게 알리기 위해 트렌드를 이끄는 상품과 컬렉션을 기획해 소개하는 무신사만의 코어 브랜드드 콘텐츠입니다. 무신사 콘텐츠 제작 전문 인력이 기획한 화보와 영상 등 무신사만의 관점으로 브랜드를 재해석하여 유니크하게 선보입니다. 단순 콘텐츠 발행에 그치지 않고, 고객이 콘텐츠와 쇼핑을 즐길 수 있도록 다각화한 노출 전략을 함께 제안합니다. 콘텐츠 내 상품을 직관적으로 연결해 고객의 이해를 돕고, 컬렉션을 함께 배치하여 브랜드 역시 만족할 만한 구성으로 무신사의 고객과 파트너 브랜드를 연결합니다. 2024년 7월 새롭게 론칭해 '무신사뷰티 WITH 카리나', 'FIND YOUR NIKE' 등 총 13개의 메가 쇼케이스를 선보였으며 전체 107,116 회의 페이지 뷰(PV)를 기록했습니다.



에디터스 픽

에디터스 픽은 무신사에서 선정한 트렌디 패션 아이템과 스타일을 중심으로 한 에디토리얼 콘텐츠입니다. 최신 패션 트렌드를 반영한 스타일링을 제공하는 동시에 고객과 파트너 브랜드의 제품을 자연스럽게 연결하고 소개합니다. 떠오르는 핫플레이스 소개, 뷰티 아이템 소개 코너 '인마이백'과 함께 하여 트렌드와 패션, 뷰티를 융합한 종합적인 스타일링 솔루션을 제공합니다. 2024년에는 총 220건을 발행해 총 페이지 뷰(PV) 300만 이상 달성, 높은 전환율 등 파트너 브랜드의 매출을 견인하고, 고객은 트렌드를 놓치지 않게 해주는 무신사의 오리지널 콘텐츠로 자리잡고 있습니다.



코디숍

코디숍은 무신사의 패션 전문 에디터가 직접 스타일링한 콘텐츠로 고객에게 코디네이션을 제안하는 스타일링 큐레이션 서비스입니다. 매월 800여 건 이상의 콘텐츠가 업데이트되며 영 캐주얼부터 스트리트, 걸코어 등 다양한 스타일을 아우르는 코디를 선보입니다. 고객은 추천 스타일링을 통해 보다 다양한 브랜드와 상품을 접할 수 있고 실용적인 쇼핑 경험을 누릴 수 있습니다. 2024년 약 2,390만 페이지 뷰(PV)를 기록할 만큼 고객이 원하는 스타일링을 빠르게 확인할 수 있는 채널로 자리 잡았으며 관련 상품의 클릭 수 약 38만 건으로 추천 스타일링을 통한 구매 연계 효과도 두드러지고 있습니다.



파트너 브랜드와 함께

브랜드 성장 지원

무신사 성장 지원 교육

신규 브랜드 온보딩 교육	입점 브랜드 정규 교육	제휴 프로그램 교육
• 어드민 활용법 • 필수 정책 • 상품 등록 및 검수 • 주문·출고 관리 • 마케팅 및 프로모션 • 제휴 서비스	• 전략 교육 • 광고 간담회 • 빅캠페인 간담회	• 섬유 / 의류 시험 필요성 및 분석 검사 • 세무 / 회계, 노무, 인력 관리 • 지식 재산권 • 상품 상세페이지 기획 및 구성



제휴 프로그램 교육



신규 브랜드 온보딩 교육

파트너 브랜드와 함께

브랜드 성장 지원

무신사 에듀

무신사 에듀는 무신사가 파트너 브랜드만을 위해 제공하는 온오프라인 교육 서비스입니다. 새롭게 입점하는 브랜드가 쉽게 상품을 등록하고, 단기간에 매출을 발생시킬 수 있도록 돕는 상품 등록 방법부터 활용 가능한 마케팅/광고의 기초를 교육하는 '신규 브랜드 온보딩 교육', 파트너의 매출 향상, 브랜드 감도 유지, 인지도 상승 등 다양한 측면의 성장을 지원하는 '입점 브랜드 정규 교육', 브랜드를 운영하면서 겪을 어려움 해소에 도움을 줄 세무, 회계, 노무, 상품 상세페이지 제작 등 '제휴 프로그램 교육'을 제공합니다.

2024년 섬유·의류 분야 국가공인 시험 연구기관인 KOTITI시험연구원과 브랜드가 올바르게 상품의 정보를 제공할 수 있도록 교육하고 컨설팅까지 지원하는 등 총 58회의 교육 및 콘텐츠를 제공했습니다. 이 밖에도 파트너 브랜드의 궁금증을 실시간으로 해결할 수 있도록 '파트너 헬프센터'를 운영하며 유선 및 실시간 채팅 상담을 통해 필요한 도움을 제공하고 있습니다. 앞으로도 무신사는 파트너 브랜드가 안정적으로 플랫폼에 정착하고 성공적인 비즈니스를 운영하여 성장할 수 있도록 적극적인 지원을 아끼지 않을 것입니다.

생산 자금 지원

무신사는 매년 시즌보다 앞서 제품 기획을 준비하는 중소 패션 브랜드의 생산 자금 부담을 낮추기 위해 2015년부터 매년 무이자로 생산 자금을 빌려주는 프로그램을 운영하고 있습니다. 매출이 발생하기 전에 대규모의 생산 자금이 필요한 패션업계 특유의 '선(先) 생산 후(後) 판매' 구조를 고려한 맞춤형 지원책으로, 매년 상반기 S/S(봄·여름) 시즌, 하반기 F/W(가을·겨울) 시즌의 사업 계획에 맞춰서 원활한 자금을 조달하기 힘든 파트너를 돕고 있습니다.

2024년 시즌 생산 자금으로 △봄(219억 원) △여름(215억 원) △가을(238억 원) △겨울(230억 원) 등 902억원 이상을 지원했으며, 2024년 12월 말까지의 누적 지원액은 약 3,330억 원입니다. 생산 자금 지원을 통해 함께 하는 중소 패션 브랜드뿐만 아니라 라이프 스타일 및 뷰티 브랜드까지 무신사의 파트너가 계속해서 성장해 나갈 수 있도록 꾸준히 노력하겠습니다.



무신사 에듀 강사 초청 교육

파트너 브랜드와 함께

브랜드 성장 지원

단독 기획(SMU) 협업

무신사는 다양한 브랜드 및 스포츠 구단과 협업하여 'SMU(Special Make Up) 제품'을 선보이고 있습니다. 스페셜 메이크업(SMU) 제품은 무신사의 빅 데이터, 디자인 역량과 생산 인프라, 마케팅 강점을 활용하여 파트너 브랜드와 스포츠 구단이 함께 기획/디자인/생산하는 협업 상품입니다. 고객에게는 기존에 없던 유니크한 셀렉션을 선보이고 브랜드와 스포츠 구단에는 새로운 팬덤과 고객층을 유입할 기회를 제공합니다. 2024년 새롭게 론칭한 스페셜 메이크업 제품을 통해 무신사는 패션과 스포츠 분야에서의 입지를 더욱 강화하고 있으며, 브랜드와 구단은 더욱 강력한 팬층을 확보하고 있습니다.

무신사 에디션

무신사 에디션은 파트너 브랜드의 콘셉트와 타깃 고객에게 적합한 글로벌 브랜드, 아티스트, 유튜버, 인플루언서 등과 협업할 기회를 제공합니다. 이들과 함께 무신사 단독 상품을 공동 기획하도록 연결하고 화보 촬영, 마케팅 등을 지원하는 협업 프로그램입니다. 2024년 2월 론칭하여 총 109개 컬렉션을 통해 이중 산업 간 협업을 통해 시너지를 창출하고, 고객에게 차별화된 경험을 제공했습니다.

글로벌 캐릭터 라이선스 지원

무신사와 29CM의 파트너 브랜드에 디즈니, 워너브라더스, 산리오의 캐릭터와 협업 상품을 만들 수 있는 기회를 제공합니다. 무신사가 글로벌 IP(지식재산권) 회사와 계약하여 비용을 지급함으로써 브랜드는 무상으로 글로벌 캐릭터를 활용한 컬래버레이션 상품을 제작할 수 있습니다. 2024년에는 글로벌 캐릭터 라이선스 지원으로 20건의 컬렉션을 출시하였습니다.



폴로 랄프로렌 무신사 에디션



와이케이 × 포차코 무신사 에디션

파트너 브랜드와 함께

브랜드 성장 지원

시즌 프리뷰

무신사는 파트너 브랜드가 다음 시즌 디자인을 먼저 공개하고 고객 투표와 프리오더(선주문)를 통해 실제 수요와 피드백을 확인하는 기회를 제공합니다. 파트너 브랜드는 기획 단계에서 고객의 실수요를 확인하고 생산 및 발매 계획에 반영할 수 있기에 도전적인 시도와 디자인을 테스트할 수 있습니다. 2월에 진행된 '24 F/W 무신사 시즌 프리뷰'는 총 34개 브랜드가 참가해 서울 이태원에 있는 현대카드 바이닐플라스틱과 스토리지에서 다음 시즌을 겨냥한 상품 280여 점을 전시하고 고객 투표를 진행했습니다. '25 S/S 무신사 시즌 프리뷰'는 8월에 진행되었으며, 총 28개 브랜드가 100여 종의 디자인을 선보였습니다. 또한 해외의 유명 편집숍 바이어를 초청해 기업간거래(B2B)를 주선하는 비즈니스 쇼룸의 역할로도 운영해 브랜드에 해외 진출을 도왔습니다.

인큐베이팅

무신사는 8월부터 국내 디자이너 브랜드의 성장을 확대하기 위하여 매출 규모가 크지 않은 신생 입점 브랜드를 지원하는 인큐베이팅 프로그램을 운영하고 있습니다. 신생 브랜드들은 각자의 성장 토대가 될 아이덴티티를 구축하는 창의적인 브랜딩 영역에 주력하고, 별도로 전문적 인력과 경험 등이 필요한 생산·마케팅·운영 등은 무신사가 지원하는 방식입니다. 무신사는 브랜드를 위해 단독 팝업 스토어를 비롯해 온라인 기획전, 오프라인 편집숍 입점, 인플루언서 협업 등 다양한 지원책을 제공하여 신생 브랜드가 단독으로 진행하기 어려운 부분을 지원하여 브랜드의 인지도 제고에 힘을 보탬니다. 2024년 가을 시즌 첫 번째 인큐베이팅 브랜드 그룹으로 선발하고 지원한 60개 브랜드의 2024년 3분기(7~9월) 전체 거래액은 전년 같은 기간 대비 238%(3배 이상) 증가하였습니다. 2025년부터는 신생 브랜드의 성장을 돕기 위한 별도의 교육커리큘럼도 추가됩니다.

트렌드 세미나

파트너 브랜드들이 상품 기획에 실질적으로 참고할 수 있도록 최근 판매 성과를 종합적으로 분석해 신상품 기획부터 생산, 마케팅까지 연계한 '상품 기획 인사이트' 프로그램을 3월(25 S/S 세미나)과 9월(25 F/W 세미나) 연 2회 운영했습니다.

샘플 제작 지원

트렌드 세미나에서 도출된 인사이트를 바탕으로 파트너 브랜드가 다음 시즌 상품을 디자인할 때, 무신사에서 전문 외주 샘플 제작실과 함께 샘플 제작을 지원합니다. 브랜드는 디자인 작업 지시서와 원단 및 부자재 수급까지만 진행 하여 업무 부담을 최소화하고, 패턴 제작부터 봉제까지는 직접 핸들링하여 다양한 디자인의 상품을 편리하게 시도할 수 있도록 지원합니다.



파트너 브랜드와 함께

브랜딩 / 마케팅 지원

크리에이터 마켓플레이스

크리에이터 마켓플레이스는 파트너 브랜드가 무신사에서 활동하는 4,700여 명의 패션 크리에이터에게 클릭 몇 번으로 제품을 쉽게 협찬하는 효율적인 마케팅 제휴 플랫폼입니다.



브랜드: 지속가능한 성장

중소 브랜드가 높은 마케팅 비용 부담 없이 영향력 있는 크리에이터와 협업하여 브랜드 인지도를 높이고 매출을 증대할 기회를 제공합니다. 무신사는 파트너 성장 지원 프로그램의 하나로 브랜드에 무료로 제공하며, 중소 브랜드의 경제적 부담을 줄이고 공정한 시장 참여를 유도함으로써 브랜드 생태계의 균형적 성장을 촉진합니다.



고객: 신뢰와 경험 향상

패션에 대한 관심과 경험이 풍부한 크리에이터들이 제작한 콘텐츠를 통해 고객에게 신뢰할 수 있는 스타일링 정보를 제공하며, 자신만의 멋을 찾는 데 실질적인 도움을 줍니다. 플랫폼에 등록된 크리에이터 콘텐츠는 무신사 스냅(SNS)과 상품 상세 페이지에 노출되어, 고객들이 다양한 패션 스타일과 제품 활용법을 참고할 수 있는 신뢰도 높은 자료로 사용됩니다.



시장: 크리에이터 생태계 활성화

크리에이터가 인플루언서로서 성장할 수 있는 발판을 제공합니다. 마이크로 인플루언서를 주요 타겟으로 전개하여 국내 인플루언서 마케팅 시장의 성장 가능성을 더욱 확대하고 있습니다. 무신사의 브랜드 네트워크와 시스템을 바탕으로 크리에이터의 일본 활동 진출 등 글로벌 시장으로의 확장 가능성도 열어주고 있습니다.

크리에이터 탐색

성별 ▼ 나이 ▼ 브랜드 ▼ 카테고리 ▼ TPO ▼ 스타일 ▼ 초기화

☐ 지금 제안 가능한 크리에이터 ☐ 브랜드 습 좋아요 한 크리에이터 ☐ 평한 크리에이터

소코년아카이브

스냅 팔로워 15,619 SNS 팔로워 10k+

30대 남성 별점 -

(S) (I)

29

제안하기

현바

스냅 팔로워 8,521 SNS 팔로워 50k+

20대 여성 별점 4.7 (6)

(S) (I)

104

제안하기

재즈폴리

스냅 팔로워 7,154 SNS 팔로워 1k+

30대 여성 별점 5 (3)

(S) (I)

45

제안하기

Ooooooooooi

스냅 팔로워 6,829 SNS 팔로워 50k+

(S) (I)

2명 선택됨 초기화

2명의 크리에이터가 캠페인 제안을 기다리고 있어요! 제안이 수락되면 상품의 스타일 콘텐츠를 확보할 수 있습니다.

무신사 크리에이터 마켓 플레이스

파트너 브랜드와 함께

브랜딩 / 마케팅 지원

콘텐츠 제작

무신사는 매월 약 200건 이상의 패션 및 뷰티 브랜드(매입/자체)의 상세페이지를 자체적으로 제작하고 있습니다. 고객이 상품을 구매할 때 꼭 필요한 정보를 컴팩트하게 제공하고, 보다 신뢰도 높은 쇼핑 경험을 할 수 있도록 기획합니다. 의류의 경우 다양한 체형을 반영한 핏 가이드를 제공하고, 신발은 발볼 너비와 외관 크기 비교 등 고객의 구매에 실질적으로 도움이 되는 맞춤형 정보를 제공합니다. 또한 온라인 쇼핑의 한계점을 극복하기 위해 제품 디테일을 보다 생동감 있게 전달하는 영상 콘텐츠, 스테디셀러 아이템 간의 비교 콘텐츠, 세탁 및 관리법 등 다양한 부가 콘텐츠를 제공하여 고객의 구매 결정을 돕고 있습니다. 2024년 기준 무신사에서 제작을 지원한 상세 페이지를 본 고객의 월평균 구매 전환율은 약 2.35%를 기록하는 등 고객의 구매 경험을 향상시키는 중요한 요소로 자리 잡고 있습니다.



무신사 드롭

무신사 파트너 브랜드와 더불어 성장 가능성과 잠재력, 화제성 등이 높은 신규 브랜드까지 확장하여 무신사 스토어에서 차별화된 마케팅을 제공합니다. K-POP, 스포츠, 글로벌 캐릭터 등 다양한 카테고리와의 협업 상품 기획부터 대내외 마케팅을 모두 지원하며, 서로 다른 산업 간의 경계를 허문 협업 경험과 상품 발매를 통해 브랜드 인지도와 영향력 상승에 도움을 주고 있습니다. 2024년에는 45건의 무신사 드롭 협업 상품을 기획해 선보였습니다.



무신사 드롭 리사 솔로 앨범 팝업 행사

파트너 브랜드와 함께

해외 판로 확대 지원

글로벌 운영 지원 및 팝업 스토어

무신사는 일본, 미국, 태국, 싱가포르, 캐나다 등 13개국에 파트너 브랜드의 제품을 유통 및 판매하고 있습니다. 특히 일본은 별도 법인인 '무신사 재팬'을 통해 국내 파트너 브랜드의 일본 진출을 적극적으로 열어주고 있습니다.

2월과 7월, 파트너 브랜드의 일본 내 유통망 확대를 위해 도쿄에서 쇼룸을 운영하며 일본에서 K-패션의 입지를 더욱 넓혔습니다. 총 11개 브랜드가 참여하였으며 매회 200여 명의 바이어가 참석했습니다. 특히 7월 25 S/S 쇼룸은 참여한 모든 브랜드가 수주되어 100% 수주율을 달성할 수 있었습니다.

3월에는 일본 온라인 패션 플랫폼 '조조타운(ZOZOTOWN)'에서 무신사 온라인 팝업을 통해 총 15개 브랜드가 참여해 목표 대비 313% 트래픽을 달성했습니다. 이를 바탕으로 12월 무신사는 한국 패션 기업 최초로 조조타운을 운영하는 '조조(ZOZO)'와 MOU를 맺고 국내 패션 디자이너 브랜드와 일본 진출을 잇는 역할을 하게 되었습니다.

10월, 일본 도쿄 롯데면세점 긴자점 내 무신사관을 오픈하였습니다. 일본 현지 고객도 쇼핑할 수 있는 사후면세점(Tax Free)으로 총 10개 브랜드가 진출해 운영 중입니다.

11월, 패션 브랜드 '마뽕킴'의 일본 총판 계약을 위한 파트너십을 체결했습니다. 브랜드가 일본 시장에서 빠르게 안착하고 성장할 수 있도록 일본 내 마케팅, 홍보, 오프라인 매장 출점 및 운영 등 유통·판매에 관한 모든 부분을 무신사가 맡아 진행하고 있습니다.

12월에는 잠재력을 지닌 신진 브랜드와 협업해 글로벌 스토어 한정 컬렉션을 발매했습니다. 이와 연계하여 서울과 도쿄에서 오프라인 팝업스토어를 운영하며, 일본 현지 Z세대는 물론 더 많은 글로벌 고객에게 국내 디자이너 브랜드를 효과적으로 알릴 수 있었습니다.

무신사는 앞으로도 K-패션 브랜드들이 해외로 판로를 적극 개척해 나갈 수 있도록 파트너십을 강화하고 지속 가능한 성장에 초점을 맞출 것입니다.



일본 조조 본사에서 열린 무신사 조조타운 MOU 체결식



도쿄 라포레 하라주쿠에서 열린 팝업스토어

파트너 브랜드와 함께

29CM

29CM는 단순한 브랜드 노출을 넘어 여성과 아동의 권익과 편의 증진에 목적성을 높인 지원을 지향합니다. 이들을 대상으로 하는 여성 스포츠, 키즈 상품을 전개하는 파트너 브랜드의 가치를 향상시키는 활동에 집중하였습니다.

인큐베이션 프로그램

성장 가능성과 잠재력이 크지만, 인지도가 적어 노출이 어려운 중소 브랜드에 기회를 제공하고자 '29CM Brand Incubation'이 시작되었습니다. 선정된 브랜드에는 29CM 단독 상품 기획, 대내외 마케팅 노출 및 맞춤형 플랜 제공 등 전방위적으로 지원합니다. 처음 시작한 2024년 4분기에는 여성 패션 및 잡화 등 세분화된 카테고리의 신진 유망 브랜드 22개를 지원하였습니다.

우먼 & 키즈 스페셜

내면의 불안을 이겨내고 스스로의 아름다움을 정의하는 여성들이 저마다의 활동을 통해 삶의 가치를 일깨우는 여성 스포츠 전용 '29 뷰티풀 무브'를 전개합니다. 또한 건강한 가족 문화에 대해 사유하며 고유의 취향과 육아관을 가지고 살아가는데 도움을 주는 '29 아이 라이크'를 2024년부터 새롭게 전개하고 있습니다.

옥외 광고 무상 지원

29CM가 보유한 강남구의 강남대로, 도산대로, 용산구의 이태원로 3곳에 있는 옥외 광고를 활용하여 브랜드 인지도 향상과 상품 판매 촉진을 도왔습니다. 2024년에는 총 91개 파트너 브랜드가 유동 인구가 많은 지역에서 노출되었습니다.



29 아이 라이크



29 뷰티풀 무브



강남대로 옥외광고

파트너 브랜드와 함께

무신사 넥스트 패션 스콜라십

차세대 패션 인재 육성

무신사는 국내 패션 산업을 이끌어갈 패션 디자인 전공생을 대상으로 '무신사 넥스트 패션 스콜라십(MUSINSA Next Fashion Scholarship)'을 운영하고 있습니다. 무신사 넥스트 패션 스콜라십은 실력 있는 차세대 패션 인재 육성과 신진 브랜드 인큐베이팅을 목표로 하는 장학사업입니다.

2024년 12월 말 기준 총 5기에 걸쳐 국내 패션 디자인 전공생 90명을 선발하였으며, 총 4억 9백만 원 규모의 장학금을 지급했습니다. 장학금 이외에도 무신사의 다양한 패션 인프라를 지원하고 있으며, 브랜드 창업 및 운영을 위한 실무 중심 교육도 진행하고 있습니다. 2024년에는 국내뿐만 아니라 에스모드 파리, 뉴욕 주립 패션공과대(FIT) 등 글로벌 패션 스쿨까지 모집을 확대해 선발했습니다.

무신사 스튜디오 입주

선발된 장학생은 '무신사 스튜디오 동대문점' 입주를 지원해 패션 브랜드 론칭 및 운영 준비를 위한 작업실로 활용합니다. 2024년 4월부터 10개월간 총 17명에게 무신사 스튜디오 입주를 무료로 제공하였습니다.

인사이트 밋업

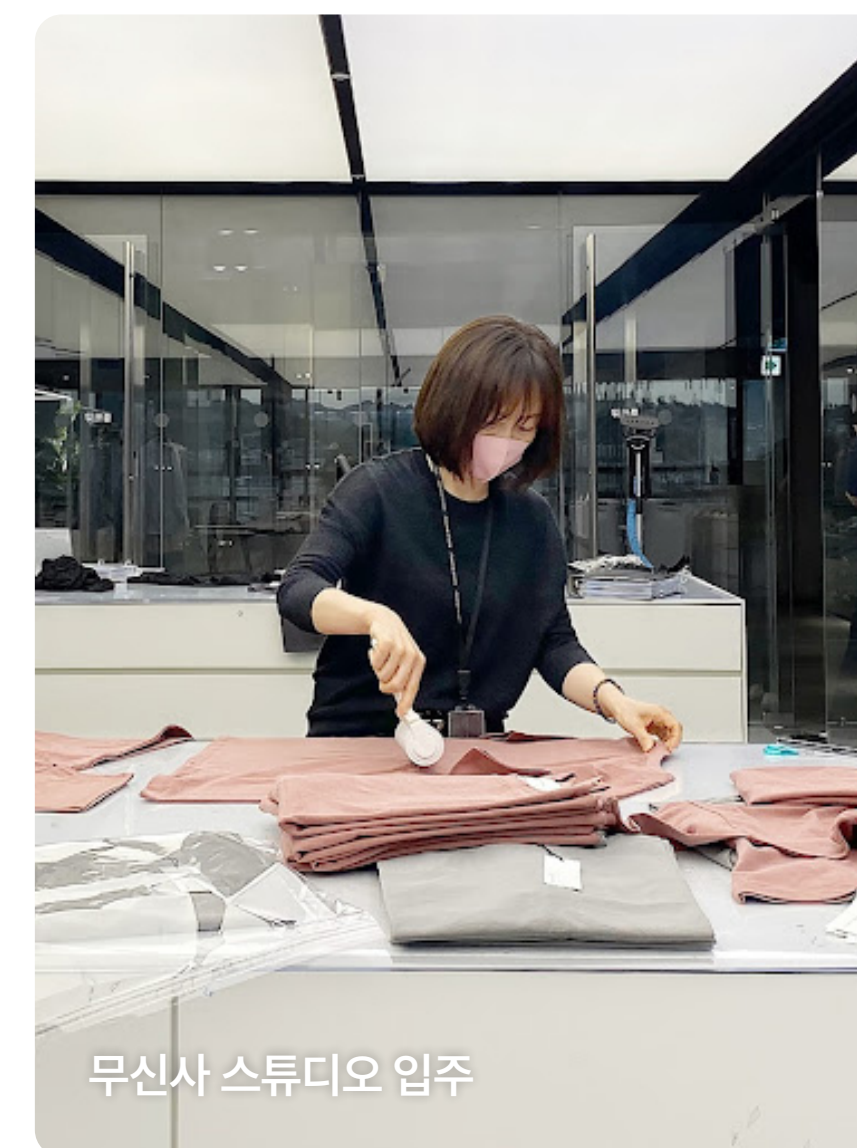
장학생의 실질적인 성장을 위해 브랜드 운영에 필요한 역량을 강화하고 브랜드 가치와 방향성을 정립할 수 있는 실질적인 정보를 제공합니다. 2024년에는 패션 시장에서의 성공과 실패 요인을 분석하고 브랜드의 본질을 파악하고 리브랜딩할 수 있는 교육 프로그램을 진행했습니다.



2024 무신사 넥스트 패션 스콜라십 단체사진



브랜드 Kijun 특강



무신사 스튜디오 입주

파트너 브랜드와 함께

무신사 넥스트 패션 스콜라십

브랜드 팩토리 투어

파트너 브랜드가 장학 프로그램에 직접 참여해, 실제 의류 제작 프로세스를 경험할 수 있는 팩토리 투어를 진행합니다. 파트너 브랜드 '파쿠야'와 '민주킴'을 이끄는 김민주 디렉터와의 협업을 통해, 5기 장학생을 대상으로 멘토링 뿐만 아니라 디자인실, 물류센터, 오프라인 스토어 등 다양한 현장을 직접 방문하는 생생한 실무 경험을 제공했습니다.

파이널 프로젝트

무신사 패션 장학생 3기, 4기, 5기를 대상으로 우수 장학생 선발을 위한 파이널 프로젝트를 진행했습니다. 1차 심사로 패션업계 현직자와 전문가로 구성된 심사위원에게 본인의 브랜드 기획안과 무신사 넥스트 패션 스콜라십 장학금으로 제작한 의류를 소개하였습니다. 이를 통해 선발된 6명의 세미 파이널리스트는 무신사 구성원의 온오프라인 투표로 2차 심사를 받아 파이널리스트 3명이 선발되었습니다.

최종 선발된 장학생에게는 본격적인 브랜드 론칭을 위한 상품 기획 및 멘토링, 룩북 촬영, 브랜드 홍보 콘텐츠 제작, 팝업 스토어 전시 등 무신사의 인프라를 활용한 전방위 혜택이 제공되었습니다. 선발된 파이널리스트 브랜드 '유강 (YOOGANG), 포어링(FORUSRING), 랩폼(LABFORME)'은 2025년 2월 무신사 테라스 성수에서 첫 오프라인 팝업을 경험하고, 10일 동안 6,000여 명의 방문 고객에게 브랜드를 직접 알리고 반응을 즉각 확인할 수 있었습니다.



'민주킴' 브랜드 팩토리 투어



파이널리스트 투표



세미파이널 리스트 심사



파이널 프로젝트 팝업

파트너 브랜드와 함께

소상공인 성장 지원

소상공인 생태계 강화

무신사는 국내 패션·뷰티·라이프 스타일 분야 중소기업을 돕기 위해 7월 중소벤처기업부 산하 중소기업유통센터와 '오프라인 판로 지원 사업을 위한 업무협약(MOU)'을 체결했습니다. 무신사, 29CM, 솔드아웃 등 온라인과 서울 성동구 성수동의 무신사테라스 성수, 무신사 스퀘어 성수, 이구성수 등 오프라인 채널을 활용해 패션 및 뷰티 영역에서 신규 브랜드 발굴을 돕고 중소기업과 동반 성장할 수 있는 판로와 마케팅을 지원했습니다.

10월에는 소상공인 온라인정책지원 플랫폼인 '소상공인 24'에서 '2024년 소상공인 민·관 협업 교육'에 참여해 패션 브랜딩 역량 강화 교육을 진행했습니다. 12월, 무신사가 소상공인 생태계 강화에 앞장선 공로를 인정받아 '2024 대한민국 소상공인대상'에서 상생 우수기업 부문 온라인플랫폼상을 수여 받기도 했습니다.



2024 대한민국 소상공인대상



무신사 패션 브랜딩 역량강화 교육 성과공유회

고객과 함께

올바른 정보 제공과 신뢰도 강화

안전 거래 정책 증진

무신사는 안전거래센터를 통해 제조국 표기 및 소재·성분 등 상품 상세 정보 오기재로 인한 허위 광고 등을 점검하고 있습니다. 안전거래센터는 허위·과장광고 문제에 대한 사후 조치뿐 아니라 사전 예방을 위한 관리 업무도 수행합니다. 이를 위해 무신사에서 운영하는 서비스에 등록된 상품을 선제적으로 모니터링하고 검수하는 시스템을 운영하고, 브랜드를 대상으로 소비자에게 명확한 상품 정보를 안내할 수 있도록 교육도 진행하고 있습니다.

패션 업계에서 섬유 소재 혼용률을 허위로 기재한 이슈가 불거진 2024년 12월부터 2025년 3월까지 약 100일간 입점 브랜드의 다운 및 캐시미어 상품 7,968개의 혼용률 전수 검사를 완료했습니다. 이중 표기 부적합, 혼용률 오기재 등 허위과장광고 금지 위반 행위가 발견된 상품은 안전 거래 정책에 따라 제재하였으며 전수 검사를 진행하는 동안에 무신사는 브랜드가 부당한 피해를 보지 않도록 소명 절차도 적극적으로 진행했습니다.

제품 품질 인증 보강

무신사는 입점 브랜드의 패션 제품 품질 관리 및 인증 등을 지원하기 위해 국내 3대 의류 시험·인증·분석 기관과 MOU를 맺었습니다. 2023년 12월에 KOTITI시험연구원, 2025년 2월에 KATRI시험연구원, 2025년 3월에 FITI시험연구원과 '건강한 패션 생태계를 위한 제품 품질 강화 업무 협약'을 체결하였습니다. 패션 플랫폼 중 국내 3대 의류 시험·인증·분석 기관과 업무 협약을 체결한 곳은 무신사가 유일합니다.

고할인 눈속임 방지

상품의 할인율을 높이려는 의도로 최초 판매가를 인상하는 행태를 막고, 브랜드 간 공정한 경쟁을 촉진하기 위해 2024년 6월부터 전수조사를 실시했습니다. 상품 판매 가격 결정권은 브랜드에게 있으나, 할인 폭이 큰 것처럼 보이려는 눈속임 행위이자 고객 기만행위로 인한 피해를 방지하기 위해 모니터링하고 있습니다.



KOTITI 다운 조성혼합물 시험 과정

고객과 함께

브랜드 보호와 소비자 피해 예방

지식재산권 보호위원회

2024년 7월, 무신사가 패션 플랫폼 최초로 도입한 '지식재산권 보호위원회'가 설립 1주년을 맞았습니다. 지식재산권 보호위원회는 중립성 및 전문성을 고려해 무신사 외부에서 선임된 총 4인의 전문위원으로 구성합니다. 무신사에 입점한 파트너 브랜드가 상표권, 저작권 등의 지적재산권 침해 혹은 피해에 연관되었을 때 이를 검토하고 심의하여 의견을 표명하고 관련한 업체 간 분쟁이 발생했을 때 중재안을 마련하는 역할을 담당합니다.

2024년 매월 1회씩 월간 정례 회의를 개최해 총 12회를 진행했습니다. 월평균 6건 이상의 논의 안건 중에서 '권리 침해'가 인용된 비중은 약 30%입니다. 8월부터는 입점 브랜드뿐만 아니라 업계 전문가, 일반 고객 등 누구나 지재권 침해 및 디자인 도용 신고를 할 수 있는 '안전거래센터' 홈페이지도 별도로 개설했습니다. 안전거래센터를 통해 접수된 신고는 절차에 따라 지재권 보호위에 정식 안건으로 상정되어 논의합니다.

브랜드지식재산권 보호협회

무신사는 브랜드지식재산권보호협회와 국내 패션 시장의 브랜드 역량을 강화하고 경영 환경을 개선해 패션 산업 발전에 이바지하고, 나아가 지속적으로 확산되는 브랜드 위조 상품의 생산 및 유통을 예방하는 데 뜻을 모으기 위해 창립 멤버로 참여했습니다. 협회는 국내 중견, 중소, 신생 기업의 역량 강화와 경영 환경 개선을 위해 위조품 온라인 모니터링, 지식재산권 보호 및 권리 신장을 위한 법률 지원, 패션산업 정책 전문가 네트워크 등을 전개하고 있으며, 국내 디자이너 패션 브랜드 뿐만 아니라 제조사, 유통사 및 특허법인 등을 포함한 50여 개 기업이 회원사로 참여하고 있습니다.



무신사 지식재산권 보호위원회

고객과 함께

쇼핑 편의와 고객 경험 개선

UX/UI 사용성 개선

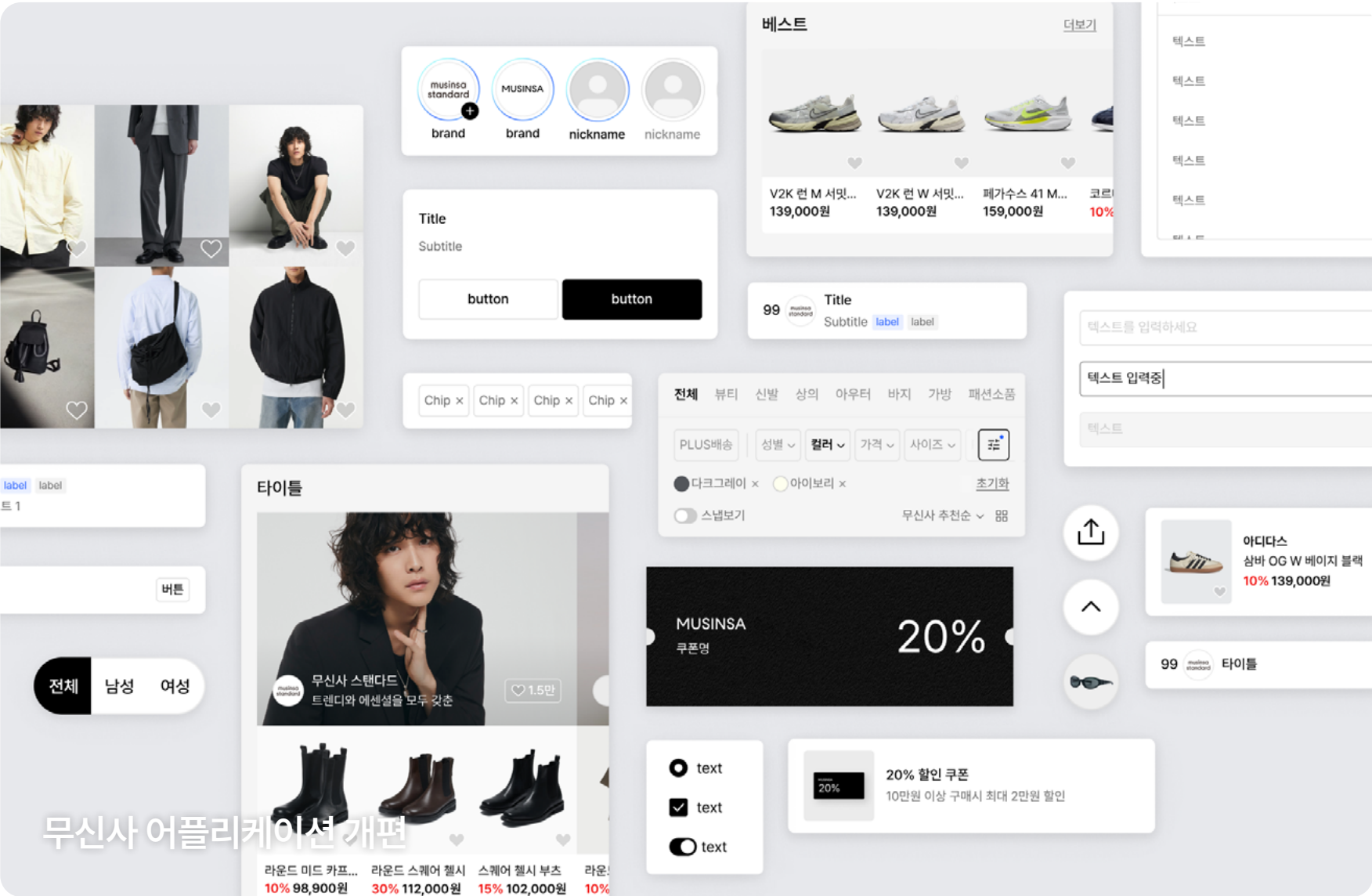
2024년 8월, 고객과 파트너 브랜드의 편의성 확대를 위해 사용자 환경(UI) 및 사용자 경험(UX)을 개선한 무신사 스토어를 선보였습니다. 뷰티, 플레이어, 아울렛, 부티크, 스니커즈, 키즈 등 6개 카테고리별 멀티 스토어 형태로 개편하였습니다. 홈 화면에서 각 스토어로 바로 이동이 가능해져, 어느 페이지에서든 원하는 스토어로 전환할 수 있어 편리한 쇼핑 경험을 제공합니다. 고객은 브랜드를 다양한 콘텐츠에서 만날 수 있어 적극적으로 상품을 탐색하고 취향에 맞는 브랜드를 발견할 수 있으며, 브랜드는 고객과 소통을 강화하여 중소 규모 브랜드도 고객 반응을 쉽게 파악하고 소식을 알릴 수 있게 되었습니다. AI 추천 기술 고도화 등 UX/UI 개편 효과로 2024년 9월부터 12월까지 3개월간 무신사 스토어 홈에서 상품 구매를 위해 상세 페이지를 확인한 조회수는 지난해 같은 기간 대비 157% 상승했습니다. 그간의 노력을 인정받아 과학기술정보통신부, 정보통신산업진흥원이 후원하는 ‘2024 대한민국 모바일 대상’ 패션쇼핑 부문에서 최우수상을 받았습니다.

웹/앱 접근성 개선

무신사는 장애인 및 고령자가 PC 웹과 Mobile 앱에서 제공하는 정보를 비장애인과 동등하게 접근하고 이해할 수 있도록 지속적으로 점검과 개선을 하고 있습니다. 로그인, 메인, 카테고리숍, 검색, 상세페이지, 장바구니, 주문서, 마이페이지 등 이커머스 코어 기능을 중심으로 데이터 분석을 하고 있습니다. 사진과 그림을 볼 수 없는 경우를 대비하여 대체 텍스트를 제공하고, 동영상은 음성 정보를 문자로 제공합니다. 3개월 단위로 접근성 목표 점수와 달성 점수를 점검하고 있으며 미비한 지점을 계속 바로 잡고 있습니다.

29CM 선물 추천

29CM는 고감도 브랜드 큐레이션이 강점인 만큼 선물하기에서도 보내는 이와 받는 이 모두의 취향과 상황을 고려한 세분화된 큐레이션 서비스를 제공합니다. 2021년 서비스 론칭 이후 차별화된 상품 추천과 편의성으로 긍정적 반응과 함께 성장세를 이어가고 있습니다. 특히 2024년 7월 ‘취향으로 말해요’ 캠페인 기간(7/8~17)에는 전년 대비 첫 이용 고객 수 3배 이상, 거래액은 170% 증가했습니다.



고객과 함께

고객의 소리

고객 경험 관리의 시작과 끝

무신사는 제품 및 서비스의 고객 접근성을 높이고 만족도를 지속적으로 높이기 위해 다양한 고객 응대 채널을 운영하고 있습니다. 고객센터 운영과 더불어 무신사 웹/앱을 통한 1:1문의, 리서치 채널, 대외 모니터링 및 평판 관리를 통해 제품 및 서비스와 관련한 고객의 다양한 의견을 듣고 좋은 방향으로 개선하기 위해 노력하고 있습니다. 무신사는 고객센터 응대 채널과 파트너 헬프센터, 앱 리뷰 등 모든 채널을 통해 접수된 '고객의 소리(VOC)'는 단순 피드백을 위한 수집을 넘어 고객 경험 전략의 핵심 자산으로 활용하고 있습니다.

무신사는 2024년부터 모든 VOC를 자체 분류 기준에 따라 3단계로 세분화해 분류하고 있으며, 고객 피드백 현황을 직관적으로 파악할 수 있는 대시보드를 통해 주요 이슈 발생과 흐름을 추적하고 있습니다. 대시보드 시스템을 통해 개선이 필요한 사항은 유관부서에 실시간으로 공유하고 이슈 해결을 위한 운영 협의체를 구성하는 등 더욱더 빠르게 고객의 소리를 감지하고 반영하거나 해결하는 운영 구조를 갖춰 고객 경험 개선을 실현하고 있습니다.



지역사회와 함께

아동·청소년·청년 지원

너의 꿈을 응원해 캠페인

무신사가 자립준비청년의 홀로서기를 돕는 활동으로 지속해서 진행해 온 '너의 꿈을 응원해' 캠페인은 지난 서울, 대구에서 진행 이후 부산·경남 지역까지 확대했습니다. 4월에는 무신사 스탠다드 성수점에서 자립준비청년 75명을 지원하고, 9월에는 무신사 스탠다드 롯데백화점 센텀시티점에서 부산·경남 지역에 거주하는 자립준비청년 70명에게 헤어·메이크업, 패션 쇼핑, 프로필 사진 촬영을 지원했습니다. 또한 소규모 그룹 활동을 통해 이전 캠페인에 참여했던 자립준비청년들이 멘토로 참석해 진로에 대한 고민을 함께 나누고 정서적 교감을 쌓는 네트워킹 시간도 병행되었습니다.

예비 자립준비청년 수학여행 지원

5월과 6월, 중고등학교 수학여행 시즌에 맞춰 전국의 아동과 청소년 보육시설에서 생활하는 예비 자립준비청년 80명에게 의류 쇼핑과 여행용품을 지원했습니다. 예비 자립준비청년들이 직접 취향에 맞는 의류를 선택하고 구매해 보는 경험을 제공하여 자존감을 향상할 수 있도록 20만 원 상당의 쇼핑 지원금을 각자에게 제공했습니다. 이와 함께 캐리어와 여행용품으로 구성된 선물 키트를 전달하여, 특별한 추억을 남길 수 있도록 지원했습니다.



너의 꿈을 응원해 캠페인



예비 자립준비청년 수학여행 지원

지역사회와 함께

아동·청소년·청년 지원

히탠다드 마음 팩 지원

무신사 스탠다드는 지난겨울 홀로서기에 나선 자립준비청년들을 위해 발열내의와 방한용 아이템을 지원했습니다. 11월, 만 16세 이상부터 만 25세 이하의 자립준비청년 및 예비자립준비청년 500명이 따뜻한 겨울을 보낼 수 있도록 실질적 도움을 줄 '히탠다드 마음 팩'을 제공했습니다. '히탠다드 마음 팩'에는 무신사 스탠다드 발열내의 히탠다드 이너웨어 상하의 세트, 머플러, 핑거리스 니트 글러브, 크루 삭스 등 추위를 이겨내는 데에 도움이 될 방한 아이템이 포함되어 있습니다.



무신사 크루 x 한림연예예술고등학교

무신사는 대중 예술교육의 산실로 알려진 '한림예고'와 업무 협약을 맺고 재학생을 대상으로 '무·한 열정 크루'를 선발하였습니다. 무·한 열정 크루로 선발된 학생들은 커뮤니티 서비스 '무신사 스냅'을 중심으로 자신의 패션 스타일을 공유하는 활동에 참여하고 있습니다. 2024년 12월 말 기준 1기부터 4기까지 총 120명을 선발하여 다양한 콘텐츠 협업을 함께 하며 패션 인플루언서로 성장할 기회를 제공할 수 있었습니다.



지역사회와 함께

의류 지원 및 기부

무신사는 재해, 재난, 소외계층 등 지역사회에 필요한 도움을 지속적으로 이어 나가고 있습니다. 인플루언서와 연계한 판매 수익금, 의류제품 등 도움이 필요한 대상 및 지역에 가장 적합한 방식으로 기부 활동을 진행하고 있습니다. 2024년에는 약 34억 상당의 의류 및 지원금을 총 18개의 파트너 기관을 통해 국내 및 해외 지역사회에 전달하였습니다.

2024 ESG 임팩트 어워즈

11월, 기업의 재고 상품을 기부받아 저렴한 가격에 판매하고 수익금으로 장애인과 국내외 취약계층을 고용하는 나눔 스토어 '기빙플러스'를 운영하는 '재단법인 기빙플러스'가 주최한 '2024 ESG 임팩트 어워즈'에서 사회공헌 부문을 수상했습니다. 무신사의 지속적인 물품 기부로 사회공헌에 협력한 부분을 인정받아 수상과 함께 ESG 관점에서 지속 가능한 경영 문화 확산 모범 사례로 소개되기도 했습니다.



2024 ESG 임팩트 어워즈

지역사회와 함께

지자체 연계 활동

지역사회를 위한 후원

무신사는 5월 가정의달을 맞아 성동구에 거주하는 자립준비청년과 성동구 내에 아동양육시설에 재원 중인 보호대상아동을 위해 1,000만 원 규모의 기부금을 전달했습니다. 무신사는 본사 소재지를 서울 성동구로 옮긴 2022년부터 매년 가정의 달을 맞아 지역사회에 후원을 이어오고 있으며, 성동구 지역의 문화예술사업 활성화를 위해 매년 성동문화재단의 인재 육성 프로그램을 지원하고 있습니다. 기업의 사회적 책임을 넘어, 지역사회와의 상생과 신뢰를 강화하는 무신사의 노력이 사회 전반에 긍정적인 동력이 되기를 기대하며 앞으로도 선행을 이어 나갈 것입니다.

장애인 맞춤형 정형신발 및 인솔 제작

무신사는 성동구에 거주하는 이들 중에서 장애 혹은 질병 등으로 보행에 어려움을 겪는 대상자 7명을 위해 맞춤형 정형신발 제작을 지원했습니다. 1970년대부터 수제화 장인들이 모여들어 수제화거리가 조성된 성수동과 스니커즈 마니아들의 커뮤니티에서 출발해 성수동에 본사를 두고 있는 무신사가 '신발'을 공통분모로 뜻을 모아 진행하는 지역 맞춤형 사업입니다. 무신사는 1인당 최대 90만 원가량의 정형신발 및 인솔(깔창) 제작 비용을 지원하고, 성수동 수제화거리의 교정 신발 제작 전문 업체에서 정형신발을 맞춤 제작하여 대상자에게 정형신발을 전달했습니다.

영케어러 자기돌봄비 지원

무신사는 가족을 간병하고 돌보느라 사회 진입 및 활동에 어려움을 겪는 영케어러(Young Carer, 가족돌봄청년) 20명을 발굴하고, 1인당 100만 원 상당의 자기돌봄비를 지원했습니다. 지원금은 가족을 부양하는 청(소)년들이 의류 구매, 자기 계발, 건강 관리 등 자신을 위해 사용할 수 있도록 전달되었습니다. 이번 지원 사업은 영케어러가 자신을 더 소중히 여기고 자존감을 높이는 데 긍정적인 영향을 주었습니다.



장애인 맞춤형 정형신발 및 인솔 제작

지역사회와 함께

지자체 연계 활동

무신사 뷰티 페스타 인(IN) 성수

무신사는 성수역에서 서울숲을 연결하는 성수동 일대에 있는 뷰티 브랜드 슍 11곳과 맛집 22곳, 헤어 및 네일숍 5곳 등 로컬숍 40여 개가 참여하는 '무신사 뷰티 페스타 인 성수'를 열었습니다. 무신사 뷰티에 입점한 파트너 브랜드에 대한 마케팅 활성화와 더불어 성수를 기반으로 활동하는 소상공인과의 상생 협력을 통해 지속 가능한 상권을 조성하고자 노력했습니다. 8월부터 9월까지 약 3주간 온오프라인에서 다양한 제휴 이벤트와 체험 및 볼거리를 제공했습니다. 특히 성수 곳곳을 탐방할 기회를 제공했던 오프라인 팝업에는 약 1만 1천 명이 넘는 인파가 몰리기도 했습니다.

패션 스타트업 발굴

'솔드아웃'을 운영하는 무신사의 자회사 에스엘디티(SLDT)는 재단법인 광주경제진흥상생일자리재단과 '소상공인 디지털 전환 역량 강화 사업'에 관한 업무협약을 6월에 체결했습니다. 한정판 플랫폼 '솔드아웃'을 운영하며 쌓은 경험을 바탕으로 스타트업 발굴과 육성 과정에서의 브랜딩을 지원하여 광주시의 유망 패션 스타트업을 발굴했습니다. 소규모 브랜드의 감도 높은 상품 개발을 돕고, 지역 브랜드의 지식재산권(IP) 보호를 위한 감정 서비스 구축 등 패션 분야에서의 익힌 노하우를 바탕으로 지역 유망 스타트업 발굴과 상품 개발을 위한 노력을 아끼지 않을 것입니다.

소상공인 지원

무신사는 소상공인시장진흥공단과 협력하여 소상공인을 위한 팝업 스토어 공간을 마련하였습니다. 10월에 진행된 '온누리 상품권' 팝업 스토어는 20~30대 젊은 소비자에게 온누리상품권을 알리기 위한 취지에서 진행되었으며, 팝업 공간 내에서 온누리상품권 대표 가맹점이 직접 매장을 운영하며 방문객 구매와 이벤트를 경험할 수 있는 기회를 제공했습니다.



무신사 뷰티 페스타 인(IN) 성수



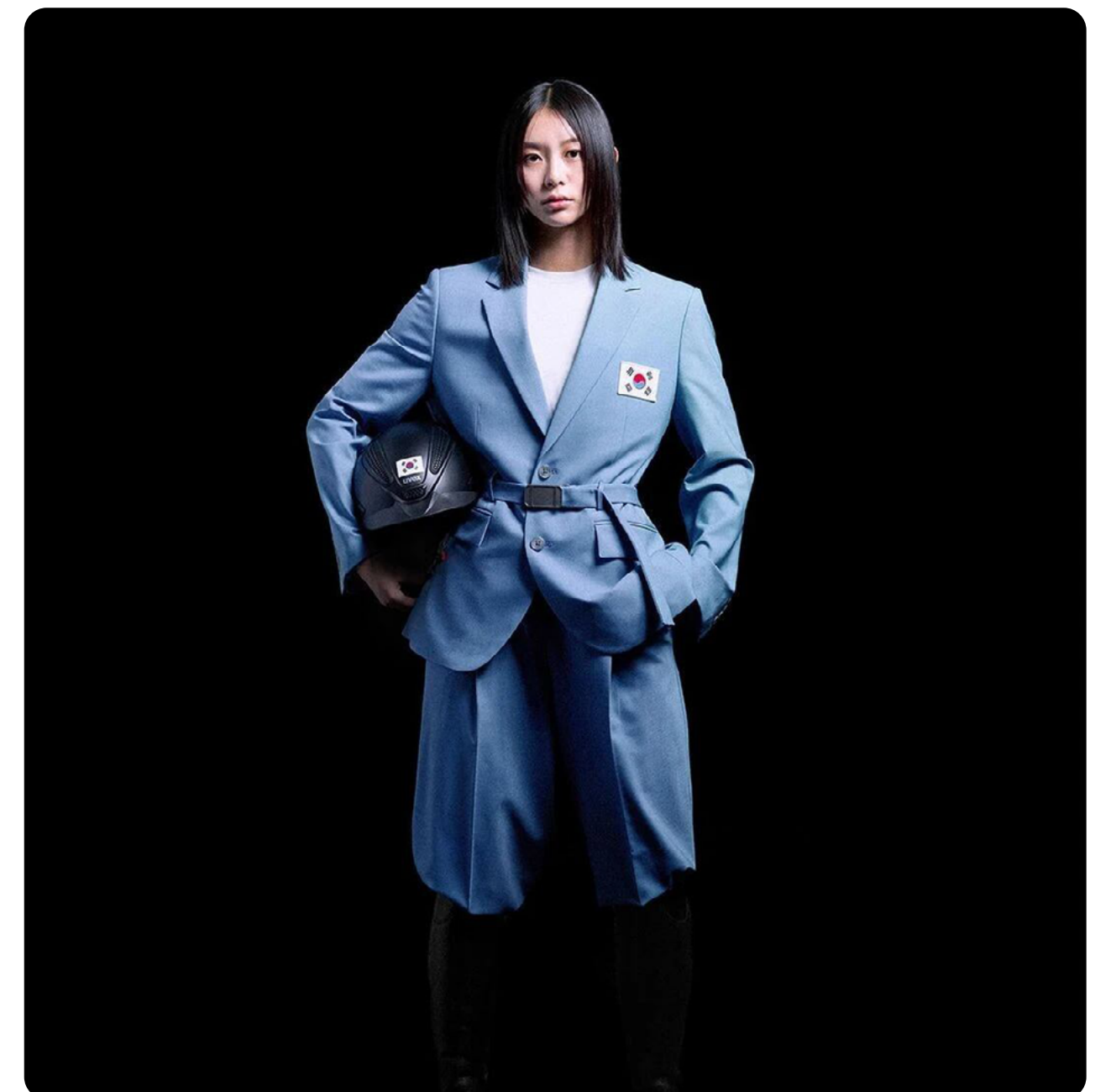
온누리 상품권 팝업 스토어

지역사회와 함께

제33회 파리 올림픽 국가대표 개·폐회식 단복 제작

무신사가 전개하는 모던 베이식 캐주얼 웨어 브랜드 무신사 스탠다드(musinsa standard)는 '제33회 파리 하계 올림픽대회' 대한민국 국가대표팀 개·폐회식 단복을 디자인했습니다. 동쪽을 상징하고 젊음의 기상과 진취적인 정신을 잘 보여주는 청색 중에서도 차분한 느낌의 벽청(碧靑)색을 선택하여 다양한 국가의 선수단 사이에서 한국 대표팀이 푸르게 빛나길 바라는 마음을 담아 '벨티드 수트 셋업'으로 구성하였습니다.

셋업 외에도 냉감 및 흡한속건 기능성 소재로 제작된 티셔츠, 런닝화 쉼의 화이트 스니커즈와 태극 무늬의 실버 펜던트 목걸이를 함께 지급했습니다. 무신사 스탠다드는 블레이저 카라 안쪽과 티셔츠, 슬랙스, 스니커즈 인솔 등에 각각 '팀코리아(TeamKorea)' 로고를 각인하여 대한민국 국가대표팀 단복으로서 정체성과 도전 의식을 담았습니다.



무신사 구성원과 함께

인권 경영

무신사는 성별, 인종, 나이, 종교, 사회적 신분, 출신 지역, 출신 학교, 혼인 등 업무와 관계없는 어떠한 이유로도 직원을 차별하지 않으며, 직장 내 괴롭힘이나 우월적 지위, 권한 남용, 고압적인 언행, 강제 노동, 아동 노동을 엄격히 금지합니다.

인권 교육

무신사는 모든 구성원에게 인권 존중 메시지를 전하기 위해 정기적으로 교육을 하고 있습니다. 성희롱 예방 교육, 장애인 인식개선 교육, 개인정보보호 교육, 산업안전보건 교육 등 법정 의무 교육을 포함하여 비즈니스 커뮤니케이션, 사내 구성원 간 커뮤니케이션 등 다양한 상황에서 인권을 존중하고 윤리 의식을 향상시킬 수 있는 교육 프로그램을 운영하고 있습니다.

효자손협의회 운영

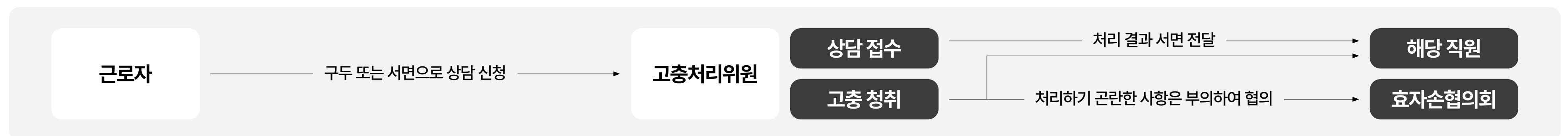
무신사는 노동법에 따른 근로자의 기본적인 권리를 존중합니다. ‘근로자 참여 및 협력 증진에 관한 법률’에 따라 효자손 협의회(노사협의회)를 설치하여 구성원 간 소통을 정기적으로 실시하고 있습니다. 10명으로 구성된 협의회 위원은 회사의 발전과 근로자의 업무 환경 개선 차원에서 필요한 아젠다를 선별해 분기별로 회의를 진행하고 있으며, 논의 내용은 구성원들에게 회의록을 통해 공지함으로써 합리적인 사내제도 개선과 노사관계 발전을 위해 노력하고 있습니다. 2024년에는 효자손협의회 근로자 위원이 새롭게 선발되어 무신사 구성원의 권익 향상을 위한 제도 보완과 협의회 운영 개선 방안을 협의해 나가고 있습니다.

고충 처리 제도

무신사는 구성원의 인권 보호를 위해 업무 고충을 상담·제보할 수 있는 채널과 프로세스를 운영하고 있습니다. 고충처리위원회는 ‘효자손협의회’가 운영하는 소통 채널입니다. 무신사 구성원들이 업무 중 발생한 여러 고충을 세심하게 청취하고 필요시 회사와 협의하여 적절한 조치를 하는 수단으로서 운영되고 있습니다.

다양성을 고려한 지원

무신사는 구성원 개인이 지닌 다양한 배경과 가치관을 존중하며, 다양성 증진을 위한 노력을 지속하고 있습니다. 무신사 구성원의 남녀비율은 각각 47%, 53%로 여성 비중이 남성보다 상대적으로 높습니다. 또한 관리자 중 여성 비중은 30%로 동종 업계 대비 상대적으로 높은 여성 관리자 비중을 유지하고 있습니다. 무신사는 성별에 의한 임금 차이를 두지 않으며, 남녀를 불문하고 출산과 육아에 있어 법적으로 보장된 권리를 누릴 수 있도록 보장하고 있습니다. 또한 장애인 법적 의무 고용률을 지속적으로 달성하고 유지하고 있으며, 장애인 체육 선수의 활동도 적극적으로 지원하고 있습니다.



무신사 구성원과 함께

인재 관리와 성장

우수 인재 확보 및 영입

우수 인재 영입을 위한 노력

무신사는 우수 인재를 영입하기 위한 적극적인 채용 브랜딩 활동을 진행하고 있으며, 사내추천 제도를 운용하여 구성원이 추천하는 검증된 우수 인재를 영입하기 위한 노력을 계속하고 있습니다. 향후에도 인재 영입에 필요한 제도를 보완해 나가며 우수 인재를 확보하기 위한 적극적 활동을 지속하겠습니다.

성장 지원 프로그램

신규 구성원 온보딩 프로그램

신규 구성원이 무신사의 제도, 문화, 생활 전반을 익히고 기대 역할을 인지할 수 있도록 온보딩 프로그램을 진행하고 있습니다. 무신사에 합류한 신규 구성원은 약 3개월의 공통 온보딩 여정에 참여합니다. 입사 첫날에는 함께 입사한 동료와 네트워킹을 쌓는 '웰컴 세션', 회사 비전과 사업 영역을 이해할 수 있는 '비즈니스 세션', 인사제도, 조직문화와 다양한 복지를 경험하는 '라이프 세션', 업무 효율을 높이는 '업무/협업툴 세션'을 진행합니다. 첫날 온보딩 이후에는 CEO와 직접 만나 업무 및 생활에서 궁금했던 점과 의견을 공유하는 '뉴피플톡 세션', 무신사 정보보호 정책, 개인정보 보호 등을 소개하는 '정보보안 온보딩', '목표 체크인', '커피챗' 등을 통해 지속적으로 신규 구성원이 적응할 수 있도록 지원하고 있습니다. 이 외에도 신규 구성원이 소속된 조직에서 업무 적응에 도움을 주는 버디 프로그램도 운영하고 있습니다.

재입사 제도

무신사는 퇴사자에 대한 재입사 제도를 운용하고 있습니다. 지속적인 우수 인재 영입을 위해 구성원의 퇴직 시기부터 재입사 적격 여부를 판단하고 있으며, 회사의 성장에 기여할 수 있는 꼭 필요한 인재라고 판단하는 경우 적극적으로 재입사를 권장하고 있습니다.

조직 리더 교육

무신사 조직 리더들의 비즈니스 이해도를 높이고 역량을 향상시키기 위한 노력을 지속하고 있습니다. '무신사 비즈니스 이해' 프로그램은 회사 경영 전반의 구조와 전략, 부문별 비즈니스 구조 이해를 바탕으로 각 팀의 성과 관리를 지원하는 교육입니다. 이 밖에도 팀 목표 관리와 구성원 성장을 지원하는 데 필요한 리더 육성 프로그램도 진행하고 있습니다. 또한 새로운 제도 도입 시 조직 내 전달이 원활할 수 있도록 리더를 대상으로 사전 공유회를 진행하고, 분기별로 팀장 Meet-Up을 통해 비즈니스 주요 이슈에 관한 경영진의 생각을 전달하고 있습니다.



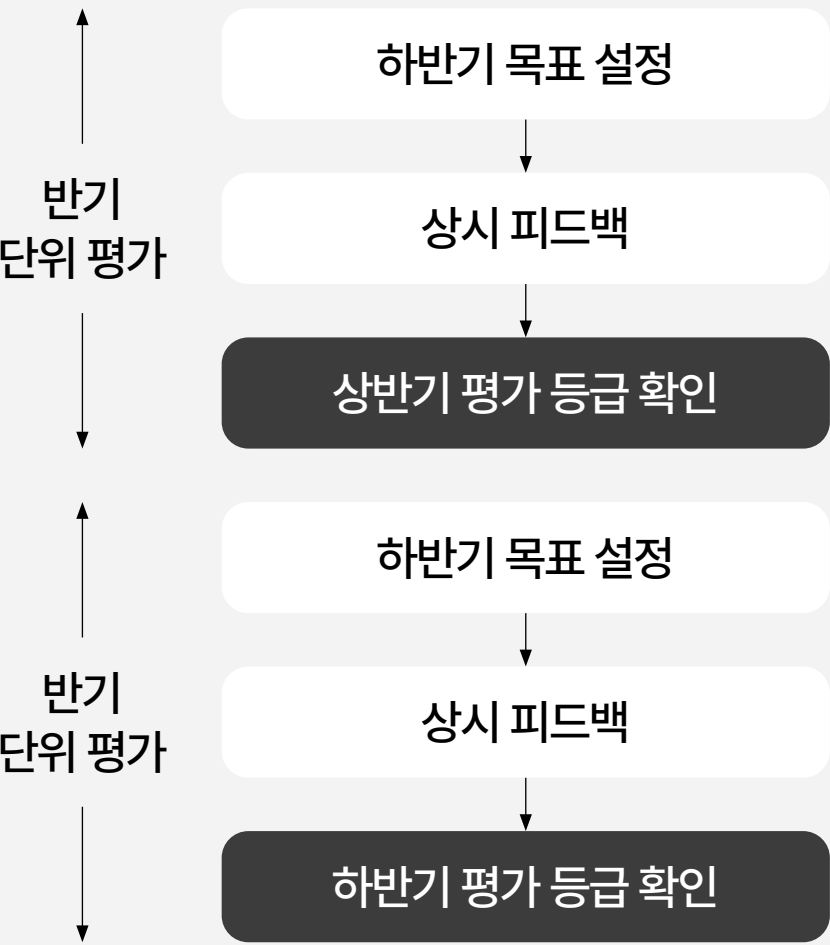
무신사 구성원과 함께

성과 보상 제도

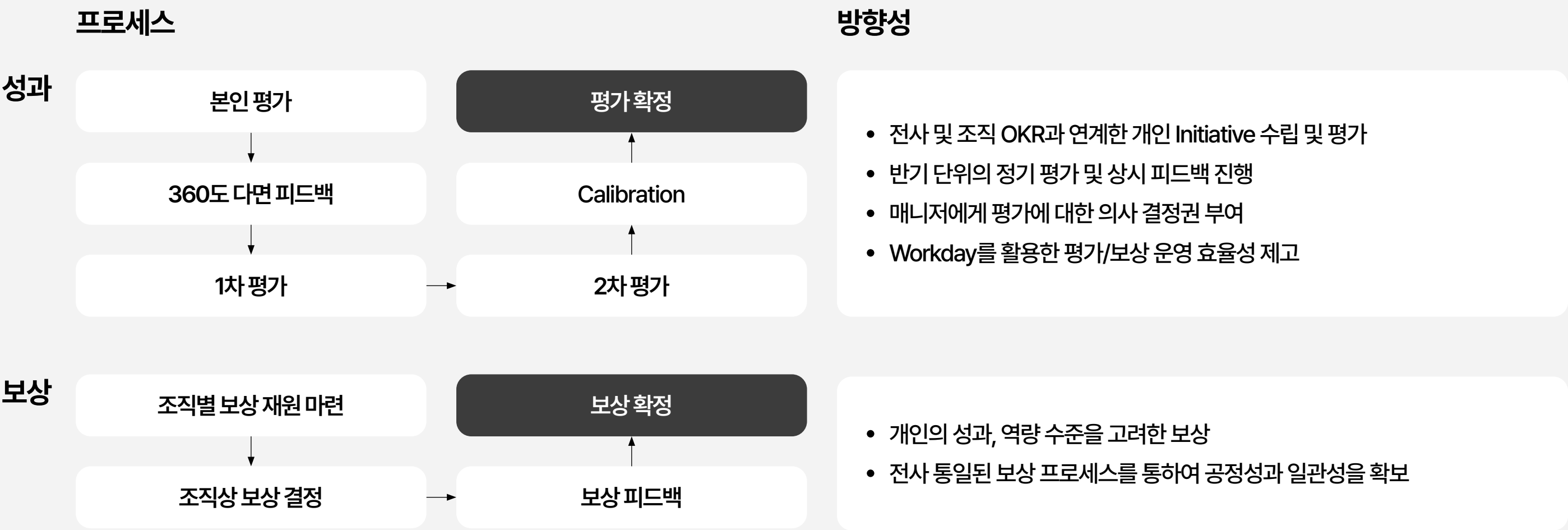
성과 리뷰

무신사는 직무와 Job Level에 기반한 성과 보상 체계를 운영하고 있습니다. 구성원 개개인의 역할과 역량을 고려하여 부여된 직무와 Job Level을 기반으로 기대하는 수준의 성과를 창출하고 있는가를 반기 단위로 점검하고, 결과를 기반으로 개별화된 보상을 제공하고 있습니다. 보상 체계는 Base Salary, 단기 성과급 등의 기본적인 수단 외에 약정 보너스(Sign On Bonus, Retention Bonus) 및 주식 보상을 포함한 장기 성과급 등 다양한 보상 형태를 포함하고 있으며, 구성원 개개인의 성장을 위한 동기 부여가 무신사의 성장으로 연결될 수 있는 방향을 향하고 있습니다.

연간 평가 일정



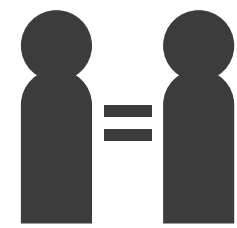
평가 프로세스



무신사 구성원과 함께

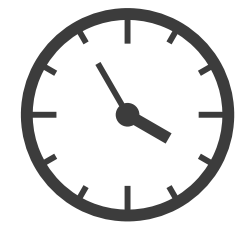
자기주도적 유연한 근무 환경

무신사는 모든 구성원이 자기주도적이고 자율적으로 몰입하고 성장을 돕는 근무 환경 조성을 지향하고 있습니다.



수평적 커뮤니케이션

상호 존중과 수평적인 조직 문화를 위해, 직책이나 직급에 관계없이 서로의 이름에 '님'을 붙여 호칭하고 있습니다.



유연 근무

월 소정 근로시간 내에서 업무 집중이 필요한 코어타임(11시~16시)을 준수하며 출퇴근 및 근무 시간을 유연하게 관리하고 있습니다.



재택 근무

조직별 업무 특성에 맞추어 자율적으로 스케줄 조정을 통한 주 2회 재택 근무를 시행하여 출퇴근으로 인한 스트레스를 줄이고 일과 삶의 균형을 지원하고 있습니다.



자율 복장

구성원 각자의 개성과 자율성을 존중하는 문화를 위해 모두가 편한 복장으로 일할 수 있는 자유로운 근무 환경을 만들어가고 있습니다.



무신사 구성원과 함께

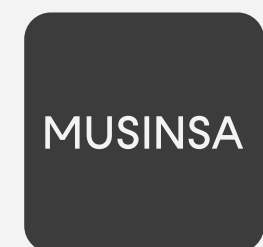
다양한 복지 제도

무신사는 구성원이 각자 자유롭게 방식을 정할 수 있는 복지 제도를 운영하고 있습니다. 자기계발, 물품 구매, 건강검진 등 개인 선호에 따라 온오프라인 어디에서나 사용할 수 있는 복지 포인트를 지급하며 장기근속자 혜택, 사내 대출 지원 등의 복리후생 제도를 운영합니다. 이 밖에도 무신사, 29CM 등 자사 플랫폼에서 구매 할인을 제공하며, 월 10만 원 한도로 쇼핑 지원금 (Self-love비)을 지급합니다. 앞으로도 지속적인 복리후생 개선을 통해 건강하고 즐거운 직장을 넘어 구성원 모두가 행복할 수 있는 회사가 될 수 있도록 세심한 노력을 이어 나가겠습니다.



사내 생활 지원

- 구성원 자녀 출산 및 초등학교 입학 시 축하금 포함, 대학교 입학 시 등록금 지원
- 사내 대출 제도 운용 및 금융권 대출에 대한 이자 지원
- 경조 휴가, 경조 물품 및 경조금 지원



무신사 스토어 혜택

- 월 10만 원 한도로 무신사/29CM/솔드아웃 사이트 내 쇼핑 지원금(Self-Love비) 지급
- 생일 월 무신사 패밀리 사이트 내 제품 구매 시 쇼핑 지원금 20만 원 추가 지급
- 자사 플랫폼 할인 혜택 제공



복지 포인트

- 연 350만 복지 포인트 지급
- 자기 계발(교육, 도서 구매, 운동, 문화생활 등), 가족 건강검진, 물품 구매 등 개인 선호에 따라 온오프라인에서 자유롭게 사용 가능한 복지 포인트



위탁 보육비 지원

- 어린이집 재원 중인 만 0세~5세 이하 자녀를 둔 구성원(부모)의 보육비 일부 및 추가 비용(특별 활동비, 현장 학습비 등) 지원
- 연령별 법정 보육료 지원 단가의 50%를 지급



건강 / 휴식

- 연 1회 건강 검진, 연 10회 심리 상담 지원
- 3년, 6년, 9년, 12년 만근 시, 추가 복지 포인트 및 포상 휴가 제공
- 휴가는 1일(8시간), 0.5일(4시간), 0.25일(2시간)로 유연하게 사용 가능
- 독감 예방 접종 지원
- 단체 상해 보험 가입 (본인, 배우자, 자녀)

무신사 구성원과 함께

조직 문화 강화

무신사는 일하기 좋은 회사가 되기 위해 무신사의 모든 구성원이 소속감과 유대감을 느낄 수 있는 활동을 전담 부서를 통해 지속적으로 관리·운영하고 있습니다.

다양한 소통 채널

무신사는 열린 소통을 위해 다양한 채널을 운영하고 있습니다. 사내 뉴스레터 '다이제스트'는 회사의 정보를 함께 공유하고, 주변 동료들의 이야기를 들을 수 있는 무신사만의 채널입니다. 평소 궁금해하던 회사의 주요 소식, 업무상 접점 기회가 많지 않은 여러 조직 구성원의 업무, 생활, 취향 이야기를 들려주고 있습니다. 업무 메신저 슬랙에는 공식 공지 채널 외에도 구성원이 직접 공지나 홍보, 공유사항을 전할 수 있는 '많관부' 채널을 만들어 이벤트 참여, 신규 입사자, 생일자 등을 공유하며 유대감을 높이고 있습니다. 이외에도 전사 타운홀 미팅과 조직별 타운홀 미팅을 통해 활발하게 소통할 기회를 정기적으로 마련하고 있습니다.

무신사 피플을 응원합니다

무신사의 다양한 구성원은 무신사의 성장을 위해 다 함께 원팀이 되어 노력하고 있습니다. 구성원들이 원팀임을 느끼고 서로를 격려할 수 있도록 연 2회 무신사의 가장 큰 프로모션인 '블랙프라이데이' 시즌마다 다양한 이벤트를 진행하고 있습니다. 행사 준비로 고생하는 구성원을 위한 다과 제공, 동료와 추억을 남길 수 있는 포토부스, 팽 없는 뽕기 이벤트, 사내식당 특별 메뉴 제공, 모든 구성원의 이름과 응원 메시지를 담은 영상과 포스터 제작, 블랙프라이데이 기간 종료 후 '블프 애프터파티'와 더불어 한 해를 마무리하며 감사 인사를 담은 연말 선물까지 더해 성과를 함께 축하하고 구성원이 서로를 응원하는 원팀 문화를 만들어 나가고 있습니다.



무신사 구성원과 함께

조직 문화 강화

무신사는 일하기 좋은 회사가 되기 위해 무신사의 모든 구성원이 소속감과 유대감을 느낄 수 있는 활동을 전담 부서를 통해 지속적으로 관리·운영하고 있습니다.

여기여기 모여라

무신사는 구성원 간 원활한 교류를 바탕으로 업무 협업 및 몰입을 강화하기 위해 네트워킹 프로그램 '여기여기'를 운영하고 있습니다. 여기여기는 관심사와 취향이 유사한 구성원이 함께 모여 활동하는 프로그램입니다. 서로 다른 조직에 속해 다양한 장소에서 근무하는 구성원이 서로를 알아가고 다른 부서의 업무를 이해할 수 있도록 운영하고 있습니다. 2024년에는 '퍼스널 컬러 진단'과 '모루인형 만들기'를 구성원들과 함께 진행했습니다.



여기여기 모여라 퍼스널컬러 진단

기부가 좋다

사내 기부 경매 '기부가 좋다'는 '선물 안 주고 안 받기' 정책의 하나로, 회사에 들어온 선물 중 반송하기 어려운 선물을 대상으로 사내 경매를 진행하는 이벤트입니다. 경매 이벤트를 통해 발생한 수익금은 사회 공헌 기금으로 적립하여, 매년 사회에 도움이 필요한 곳에 기부하고 있습니다. 2024년에 모인 기부 수익금은 성동구 내 보육시설 아동과 유기 보호센터의 동물들이 따뜻한 겨울을 날 수 있도록 난방비로 기부했습니다. 무신사는 앞으로도 구성원의 마음을 모아 정기적인 기부를 이어 나갈 예정입니다.



조직 문화 강화: 사내 식당 이벤트

무신사 구성원과 함께

안전보건 관리 체계

무신사는 모든 구성원의 안전과 보건을 최우선 가치로 인식하고 법규 및 기준을 준수하는 안전보건 관리 체계를 구축하였습니다. '무신사 안전보건 경영방침'에 따라 무신사 구성원 및 협력사 직원을 포함한 방문자의 안전 보호와 쾌적한 근무 환경을 위해 노력하고 있습니다.

안전보건 협의체 및 소통 채널

산업안전보건위원회

무신사는 사업장 내 안전보건에 관한 중요 사항을 심의 및 의결하기 위해 '산업안전보건위원회'를 운영하고 있습니다. '산업안전보건법 및 단체협약 제57조'에 따라 사용자측 위원 5인, 근로자측 위원 5인으로 구성되어 있습니다. 분기별 1회, 총 4회 개최되었으며 안전보건관련 규정 및 지침 재개정, 유해위험요인 발굴 및 개선 조치에 관한 사항, 신규 및 운영 중인 사업장 현장 점검 및 개선 조치 등 심의된 안건 및 논의 결과는 사내 공지를 통해 투명하게 공개하고 있습니다.

협력업체 안전보건 협의체

무신사 사업장 내 협력업체와 안전보건 관련 사항을 심의 및 의결하기 위해 '협력업체 안전보건 협의체'를 운영하고 있습니다. 협의체는 사용자측 3인과 협력업체 3개사의 대표자로 구성되어 있으며, 매월 회의를 통해 사업장 작업과 관련한 안전보건 사항을 논의합니다.

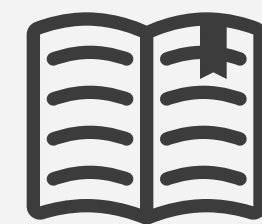
의견 소통 채널 '무체국'

무신사 구성원의 건강하고 안전한 근무 환경을 만들기 위해 무신사 사업 및 사업장 내 안전보건 환경에 관한 의견을 자유롭게 수집할 수 있는 안전보건 소통 채널 '무체국'을 운영하고 있습니다. 제보 및 수집된 의견은 안전보건 관련 협의체 안건과 관련 업무에 반영합니다.

무신사 안전보건 경영방침



하나,
무신사는 모든 사업 영역에
안전보건을 핵심 가치로 반영한다.



둘,
무신사는 안전보건 관계 법령 사항 및 관련 규정을
준수하는 내부규정 및 표준을 수립하여 충실히 이행한다.



셋,
모든 구성원들이 유해 요인을 발굴하고
참여할 수 있도록 개선 활동을 지속적으로 추진한다.



넷,
사업장에 유해 위험 요인을 제거 또는 통제하기
위해 예산을 확보하여 인적·물적 자원을 지원한다.



다섯,
안전 문화 정착을 위해 모든 구성원은 안전보건
활동에 대한 책임과 의무를 성실히 준수한다.

무신사 구성원과 함께

안전보건 관리 체계

근무 환경 점검을 위한 유해 요인 조사

무신사는 안전한 근무 환경을 조성하기 위해 사업장 내 유해 위험 요인을 확인하고 있습니다. 내부 자체 점검과 더불어 외부 전문기관 및 전문가와 함께 오피스 내 위험성 및 유해 요인을 현장 점검해 개선 필요 사항을 확인합니다. 또한 안전보건 관련 법령에 따른 이행 점검 프로세스 방안을 도출해 필요 사항에 대한 조치를 순차적으로 진행하고 있습니다. 무신사 구성원의 근골격계질환을 사전 예방하기 위해, 3년 주기로 근골격계 유해 요인 조사를 실시해 구성원의 업무 특성과 이에 따른 작업 관련성을 정밀하게 조사 및 분석하고 있습니다.

안전보건 교육 및 비상 대응 종합 훈련

무신사는 ‘산업안전보건법 제16조’에 따라 무신사 사업장 내 매장, 카페, 스튜디오 등 운영시설 관련 업무를 담당하는 조직 관리자를 관리 감독자로 지정하고 매년 정기적인 교육을 이수하고 있습니다. 2024년에는 관리 감독자 30명을 대상으로 1인당 8시간의 교육을 진행했습니다. 또한 비상 상황 발생 시 신속한 대응을 위해 무신사 본사인 ‘무신사 성수 N1’과 더불어 ‘무신사 성수 E1’, ‘무신사 성수 E2’ 구성원 오피스 사업장까지의 모든 구성원을 대상으로 비상 대피 훈련을 매년 실시하고 있습니다.

업무 관련 재해 및 사고 대응

무신사는 사업장 내 사고 발생 시, 초기 대응을 통하여 사고 확산과 재산 피해를 최소화하기 위해 아래와 같이 사고 처리 프로세스를 구축하여 운영하고 있습니다. 사고가 발생했을 시 발생일로부터 3일 이내 ‘사고조사위원회’가 구성되며, 무신사 구성원 및 이용객을 대상으로 발생한 사고에 관해 경위 및 위험 요인을 파악하여 신속하게 해결할 수 있도록 대처하고 있습니다.

재해 발생 시 대응 Flow



무신사 구성원과 함께

안전보건 관리 체계

구성원 건강 관리

무신사는 모든 구성원의 신체·정신적인 건강을 지원합니다. 매년 1회 종합건강검진을 제공하여 업무 내외적 스트레스 요인으로 지친 심신의 안정 및 관리를 지원하고 있으며, 직원 본인 및 배우자, 자녀를 대상으로 단체상해보험을 통해 질병 상해 치료를 보장함으로써 가정과 일상의 건강까지 함께 돌보고 있습니다.

건강관리실 'CLINIC' 운영

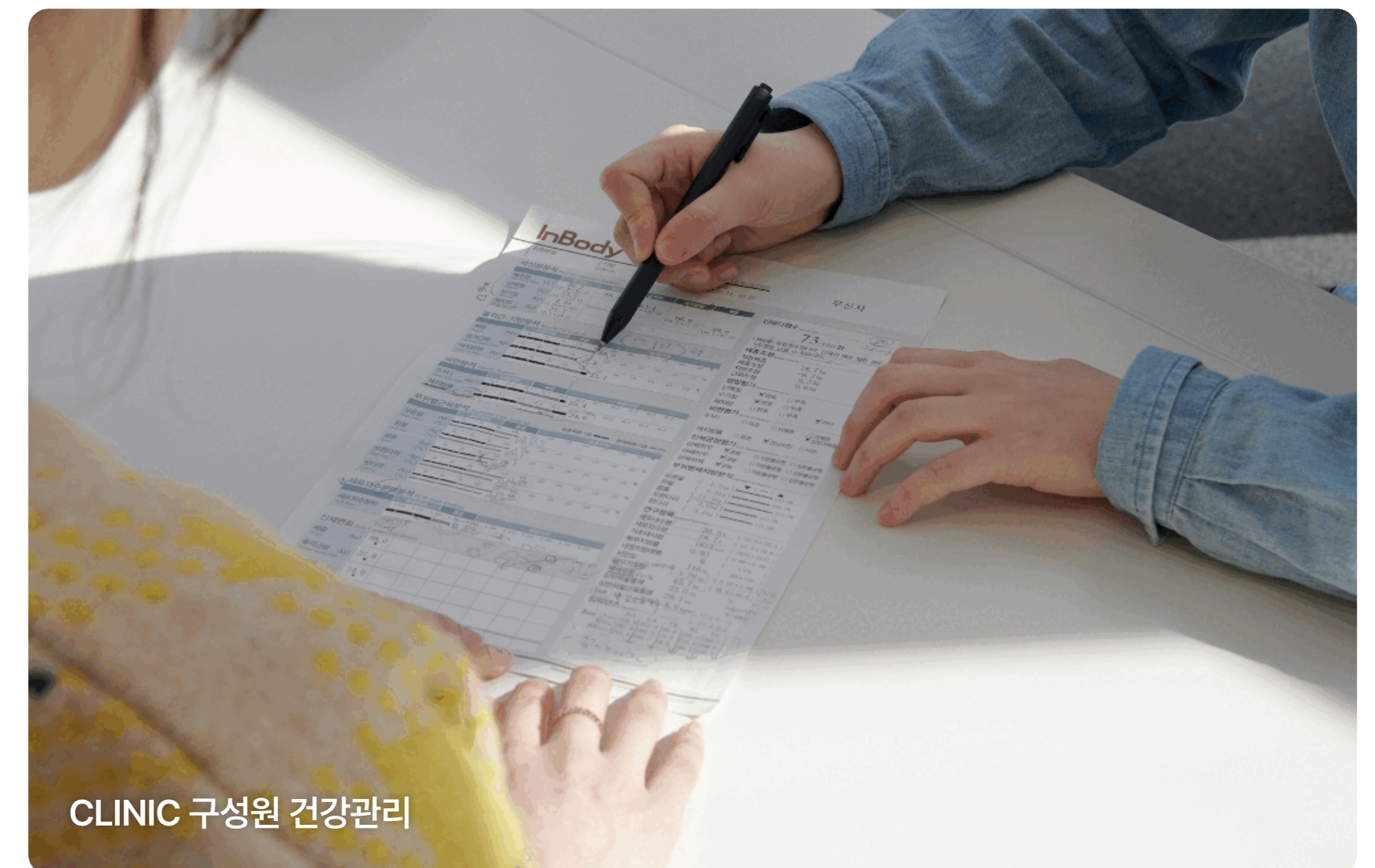
무신사 본사 건물인 '무신사 성수 N1'에는 구성원 건강을 케어할 수 있는 사내 건강관리실 'CLINIC'을 운영하고 있습니다. 근무 중 갑자기 몸이 좋지 않을 때 쉴 수 있는 휴식 공간과 상처 드레싱에 필요한 의약품 등을 제공하고 있으며, 구성원의 건강을 상시 측정 및 관리할 수 있도록 인바디, 혈압계, 스트레스 간이측정 등을 구비하고 있습니다.

전문가 심리 상담 서비스 지원

무신사 구성원의 정신 건강 증진을 위해 전문업체와 연계한 심리 상담 서비스를 지원하고 있습니다. 상담을 통해 대인관계, 업무, 직무 등 다양한 요인으로 발생한 스트레스와 개별 고민을 상담할 수 있습니다.



사내 건강관리실 CLINIC



CLINIC 구성원 건강관리

Governance

윤리와 책임으로 쌓은 신뢰

무신사는 윤리·준법경영 체계를 기반으로 리스크와 이해충돌을 체계적으로 관리합니다. 부패 방지 규정과 윤리제보 시스템을 통해 투명하고
공정한 기업 문화를 실현하며, 정보보안 전담 조직을 운영하여 개인정보 보호와 보안 리스크 대응을 강화하고 있습니다. 또한 세무 리스크를 철저히
관리하며, 성실 납세와 조세 투명성을 지속적으로 확보합니다. 이러한 활동과 책임은 지속가능한 경영과 이해관계자 신뢰 구축의 핵심이 되고 있습니다.

기업 지배구조 및 리스크 관리

직책	형태	성명	성별	임기	비고
사내이사 (대표이사)	상근	조만호	남	2027.03.28	대표이사
사내이사 (대표이사)	상근	박준모	남	2027.03.28	대표이사
사내이사	비상근	이지훈	남	2026.03.29	브랜드사업 담당임원
사내이사	상근	최영준	남	2026.08.17	경영지원 담당임원
사내이사	상근	이승진	남	2025.03.30	Sustainability & Communication 담당임원
사내이사	상근	이재환	남	2025.03.30	Risk Management 담당임원
기타비상무이사	비상근	윤원기	남	2027.03.30	경영자문
기타비상무이사	비상근	티안티안헤	여	2025.12.17	경영자문
기타비상무이사	비상근	쉬차오첸	남	2026.08.17	경영자문
기타비상무이사	비상근	오경석	남	2027.03.28	경영자문
감사	비상근	천준범	남	2025.03.30	감사

무신사 이사회 구성 현황 (2024년 12월 말 기준)

이사회 구성 현황 및 활동 내용

이사회 구성

무신사 이사회는 최고 의사결정 기구로서 다양한 이해관계자의 의견을 경영에 반영하기 위해 주요 경영 현안을 검토 및 의결합니다. 2024년 12월 말 기준으로 이사 10인, 감사 1인으로 구성되어 대한민국 상법 규정 및 정관에 따라 운영되고 있습니다. 이사 중 6인은 사내이사, 4인은 기타비상무이사이며 이사회 의장은 대표이사 ‘조만호’입니다. 2024년 12월 말 기준으로는 사외이사 제도를 도입하고 있지 않고, 감사위원회 등 이사회 산하 위원회도 별도로 조직되어 있지 않습니다. 2025년 3월 31일 주주총회를 통해 사외이사 제도를 도입하고 감사위원회 등을 설치하였습니다. 이사 및 감사의 보상은 3월 주주총회에서 승인한 연간 보수 한도액 내에서 기본급과 성과급을 종합해 지급되며, 경영진은 재무적·비재무적 성과 평가 결과에 따라 기본급 및 인센티브를 지급받고 있습니다. 주주총회에서 승인된 임원 보수 한도액은 총 50억 원입니다. 이사 및 감사는 주주총회에서 보통결의 요건에 따라 선임됩니다. 이사들의 임기는 선임일로부터 3년이며, 감사는 선임일 후 3년 이내에 도래하는 최종 결산기의 정기주주총회 시까지입니다.

이사회 활동과 논의 사항

2024년 무신사의 주주총회는 3회, 이사회는 총 18회 개최되었으며, 총 83건이 의결되었습니다. 이사회를 통해 검토 및 승인된 안건은 자기거래, 투자, 영업 보고, 지점 설치, 연대보증, 자금 대여, 운영자금 차입, 신주발행 등이 있습니다. 주주총회에서는 영업 보고 및 감사 보고, 내부 회계 관리 제도 운용 실태 보고, 외부 감사인 선임 보고 및 재무제표 승인, 이사 선임, 임원 보수 한도, 정관 변경 등을 승인하였고 이사회를 통해서는 위임전결 규정 개정, 이사회 운영 규정 개정, 지점 설치, 임대차 계약 및 자산 양수도 계약 등을 검토 및 승인했습니다. 당사는 상법에 따라 회사와 이사 간 자기 거래 안건에 대해서는 그 내용 및 절차의 공정성을 깊이 있게 논의하도록 하고, 강화된 결의 요건을 적용하여 재적이사의 2/3 이상의 찬성으로 해당 안건이 결의되도록 하고 있습니다.

무신사는 법인 및 개인 주주 등으로 구성되어 있으며, 2024년 12월 말 기준으로 총발행 주식은 200,655,418주입니다.

기업 지배구조 및 리스크 관리

대표적인 이해충돌 행위

아래와 같은 유형을 이해충돌 행위로 규정하고 있으며, 이 밖에도 겸업이나 부업 등을 함에 있어서 구성원 개인의 이익과 회사의 이익이 충돌함에 따라 공정한 업무 수행에 지장이 되는 경우, 감사팀과 상의하고 적절한 조치를 하고 있습니다.

이해관계자

- 본인 또는 가족(배우자, 부모님, 형제/자매-배우자 포함)
- 본인 또는 가족이 합산하여 30% 이상의 지분을 보유한 회사
- 본인 또는 가족이 경영진(대표, 감사, 임원)으로 재직 중인 회사
- 입사 전 본인이 설립, 운영하거나 재직했던 회사(3년 이내)

충돌 유형

- 이해관계자와 입점 계약, 상품 매입 계약, 공사 계약, 용역 계약 등을 체결하여 거래하는 경우
- 이해관계자의 주식을 매입하거나 채권 등의 투자를 하는 경우
- 이해관계자와 공동으로 콘도/골프 회원권, 투자사업 등 동산이나 부동산 자산을 취득하는 경우
- 이해관계자로부터 경영권 행사가 가능하거나 영향을 미칠 수 있는 (또는 30% 이상을 취득하는) 경우
- 회사의 비공개 정보를 이용하여 이해관계자의 경영을 자문하거나 이해관계자의 경영에 영향을 미치는 경우
- 이해관계자의 대표, 감사, 임원, 사외이사 등 경영진으로 재직하게 되는 경우
- 이해관계자에게 회사의 자산을 매각하는 경우
- 이해관계자를 평가하거나, 선발하거나, 지원하는 등 다양한 활동을 수행함에 있어서 회사의 이익보다 이해관계자의 이익을 우선하는 경우

리스크 관리

리스크 관리 체계

무신사는 각 조직별 이슈에 해당하는 리스크를 관리하면서 내용 및 우선순위에 따라 조직간 소통을 통해 유기적이고 긴밀한 협력 체계를 유지하고 있습니다.



이해충돌 방지 체제

이해충돌 신고제도 운용

무신사는 구성원이 직무를 수행할 때 개인의 이익과 회사의 이익이 충돌되는 등의 이해충돌이 발생할 여지가 있다고 판단할 때 회사에 내용을 신고할 수 있는 ‘이해충돌 신고제도’를 운영하고 있으며, 회사 측에서 구성원이 직접 관련된 업무를 수행하는 것이 부적절하다고 판단되면 담당자를 교체하는 등 조치를 취하고 있습니다.

윤리·준법경영

무신사 통합준법경영 방침

무신사는 투명하고 책임감 있는 기업문화를 강조합니다. 우리는 엄격한 법률 준수와 윤리적 행동을 중시 하며, 내부 감사 및 모니터링 체제를 통해 조직 내 투명성을 제고하고 있습니다. 고객의 신뢰를 최우선으로 하며, 지속 가능한 경영과 사회적 책임을 실천하여 나은 미래를 위한 노력을 지속적으로 기울이고 있습니다.

- 1. 회사 및 모든 임직원은 사업 활동에서 국가 정책을 존중하고 제반 법규 및 사내 규정을 포함한 통합 준법 의무 사항을 따르며 정당한 방법을 통하여 경쟁의 우위를 확보한다.
- 2. 모든 임직원은 투명하고 공정한 거래를 통해 상호 신뢰와 협력 관계를 구축함으로써 장기적 관점에서 공동의 발전을 추구한다.
- 3. 모든 임직원은 정직하고 공정한 자세를 견지하며 직무와 관련하여 판단의 공정성을 저해할 수 있는 어떠한 형태의 금전적 이익이나 선물 및 향응의 수수뿐만 아니라 부정 청탁을 하지 않는다.
- 4. 모든 임직원은 일상생활 및 직무와 관련하여 고객과 동료, 파트너, 지역 사회로부터 지탄을 받을 수 있는 비도덕적, 비윤리적 행위를 하지 않으며 책임을 다한다.
- 5. 통합 준법 책임자는 통합 준법 경영방침 및 통합 준법 경영 시스템(규범 준수 및 부패방지) 운영에 대한 독립적인 권한을 가지며, 이사회에 대한 직접적이고 정기적인 보고를 한다.
- 6. 임직원이 통합 준법 의무 사항을 위반하거나 위반 사실을 알고도 방지하기 위한 합리적인 조치를 취하지 않을 경우, 회사가 임직원을 대신하여 책임지지 아니하며 회사 규정에 따른 징계 조치를 한다.
- 7. 회사는 임직원의 통합 준법 의무 사항 위반에 대하여 무관용의 원칙을 적용한다.
- 8. 통합 준법 경영방침이 적용되는 모든 이해관계자는 통합 준법 의무 사항의 위반 사실이나 문제 사항을 발견할 경우 통합 준법 책임자 또는 고객센터 및 '무신사 윤리 제보센터'를 통해 신고를 할 수 있으며, 회사는 제보 내용 및 제보자의 인적 사항을 비밀로 유지하고 신고를 이유로 어떠한 불이익이나 근무 조건상 차별을 금지한다.
- 9. 회사는 통합 준법 경영의 목적을 달성할 수 있는 경영 시스템을 구축하여 지속적으로 관리하고 개선한다.
- 10. 회사는 환경의 변화와 이해관계자의 통합 준법 요구 사항이 상시 반영될 수 있도록 본 방침을 공개하고 지속적으로 소통한다.

윤리·준법경영 체계

무신사는 이사회를 통해 제정한 '무신사 임직원 윤리강령', '무신사 파트너 행동강령'과 기업윤리규범에 따라 무신사 구성원이 지켜야 할 올바른 판단 기준과 행동 기준을 제시하며 윤리적인 기업 문화를 조성하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 무신사와 거래하는 모든 관계자에게 윤리경영 체계를 전파하고 지속가능한 거래 관계를 구축 및 유지하고자 합니다.

윤리경영 체계

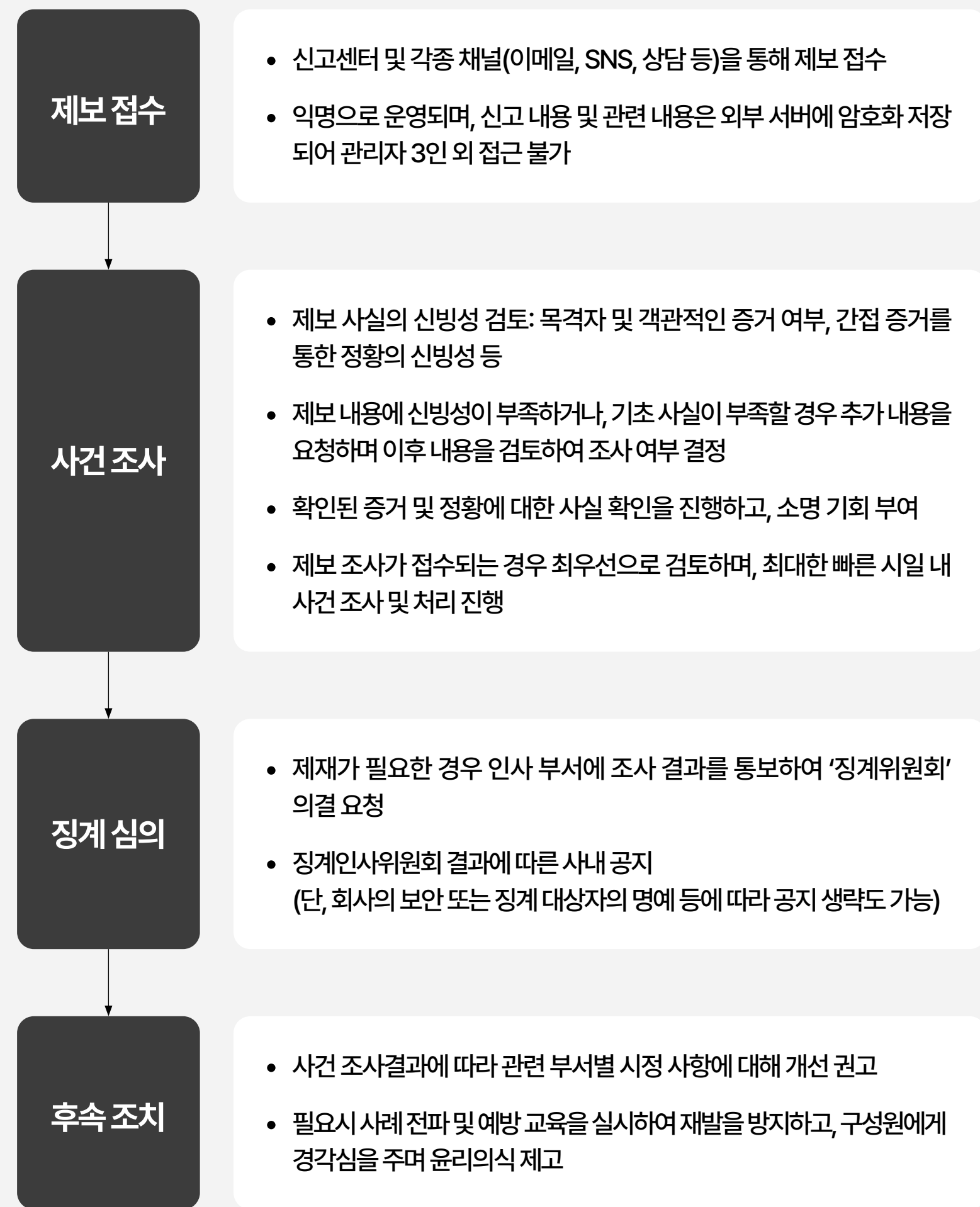
무신사는 리스크매니지먼트본부를 통해 회사의 윤리경영을 추진하고 있습니다. 리스크매니지먼트본부 내 감사팀은 회사 내 발생한 구성원의 비윤리적 행위에 대해 정확한 사실 관계를 조사하고, 조사 결과에 따라 '징계인사위원회'에 징계 의결을 요청합니다. 조사 체계와 별도로 독립적인 '인사위원회'를 구성하여 심의/의결합니다. 위원장은 인사(P&C) 담당 임원이며, 실장급 이상 리더를 대상으로 위원회를 운영하여 다양성과 공정성을 확보하기 위해 노력합니다.

준법경영 체계

무신사는 리스크매니지먼트본부 내 컴플라이언스팀을 조직하여 컴플라이언스 및 준법경영 시스템 확립을 위한 활동을 수행하고 있습니다. 컴플라이언스팀은 리스크 예방 및 개선을 위한 컴플라이언스 체계 수립 및 운영 관리, 사내 프로세스 개선과 실행을 위한 내부 규정가이드 라인 제·개정, 규정 준수 사항 모니터링 및 개선방안 제시, 법규 준수 관련 구성원 인식 제고를 위한 정기 교육 등을 진행함으로써 무신사에 준법 경영 체계를 확립하기 위해 힘쓰고 있습니다. 2025년 1월 무신사는 국내 패션 플랫폼 중에서 최초로 윤리준법경영 국제 표준 통합인증을 획득했습니다.

윤리·준법경영

익명 윤리제보센터 신고 처리 과정



부패 방지 관련 활동

무신사는 '부패방지규정' 제정을 통해 회사가 사업을 영위하는 모든 국가와 지역에서 구성원이 부패 방지 관련 법령을 준수하고, 청렴한 직업윤리 준수를 위한 판단 기준과 행동 기준을 제공하여 투명하고 공정한 기업문화를 수립하고자 노력하고 있습니다. 매년 구성원을 대상으로 반부패 윤리 교육을 실시하고 있으며, 실제 사례에 관한 내용 공유 및 윤리제보센터 처리 절차를 안내함으로써 구성원의 적극적인 인식 제고를 위해 노력하고 있습니다.

무신사 윤리제보센터

무신사는 내외부 제보자 보호를 위해 독립적인 외부 전문 운영 업체에 윤리제보센터를 위탁하여 운영하고 있습니다.

기업윤리 상담 및 신고

무신사는 '익명제보센터'를 운영하고 있습니다. 무신사의 건전한 윤리 문화 조성을 유지하기 위하여 설치 되었으며, 내외부 제보자 보호를 위하여 독립적인 외부 전문 운영업체에 위탁 운영되고 있습니다.

신고유형

1. 건전한 기업 문화를 악화시키는 행위를 한 경우
2. 회사와 이해관계가 충돌할 수 있는 행위를 한 경우
3. 회사의 자산을 잘못 남용하거나 방만하게 사용하는 행위를 한 경우
4. 영업 비밀을 이용하여 개인의 이익을 추구한 경우
5. 개인의 업무상 권한과 관련하여 청탁을 받거나 금품을 수수한 경우
6. 기타 법령 또는 윤리적으로 허용되지 않는 행위를 한 경우

윤리·준법경영



부패 방지 관련 활동

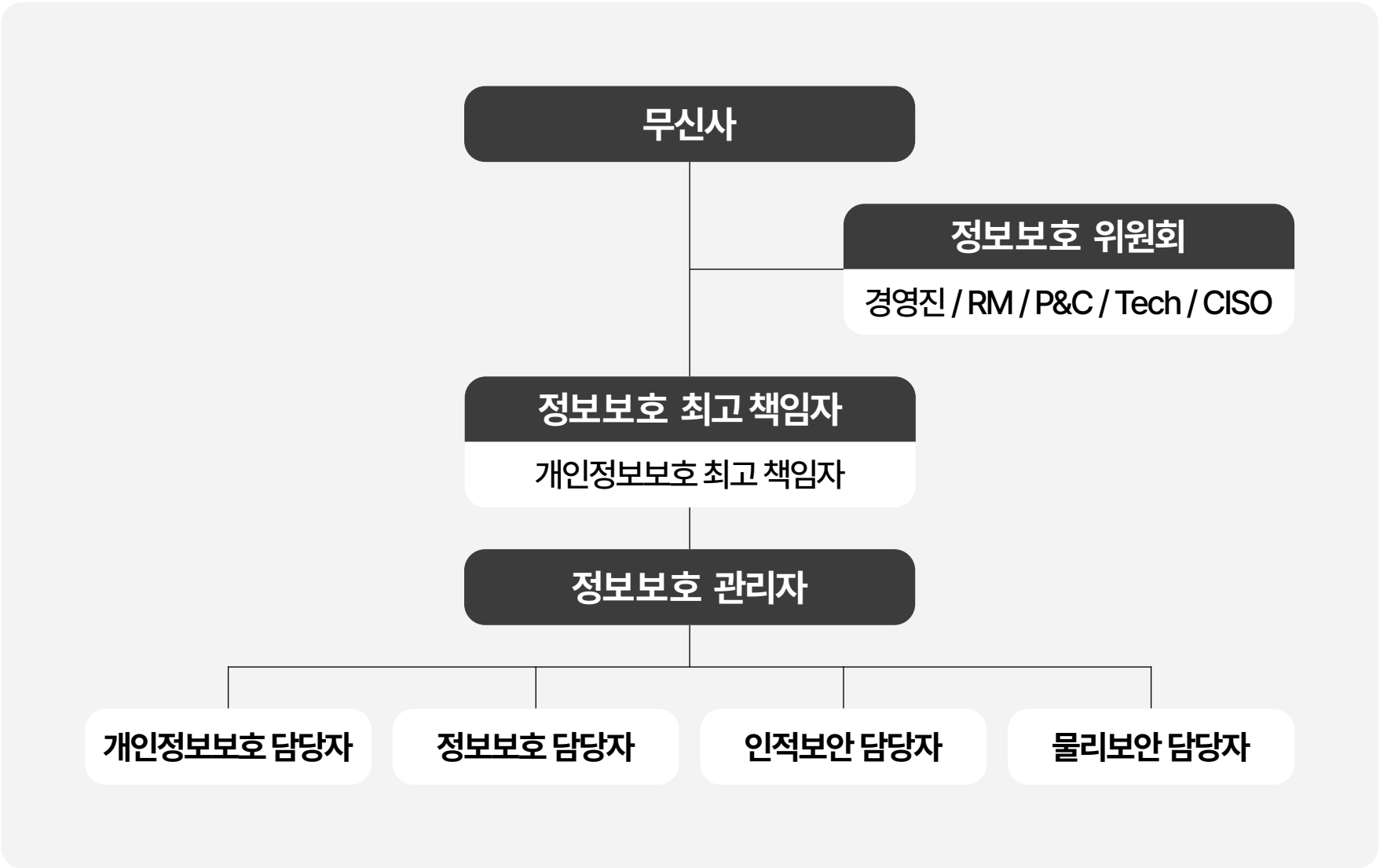
선물 안 주고 안 받기 캠페인

무신사에서 공정하고 깨끗한 거래 문화 정착을 위해 '선물 안 주고 안 받기 캠페인'을 연중 시행하고 있습니다. 명절 등 주요 이슈 시즌에 앞서 미리 파트너 및 무신사 구성원에게 캠페인을 안내하고, 의도치 않게 받은 선물은 양해하에 직접 반송하고 '선물신고서'를 작성하고 있습니다. 사전 안내 노력에도 불구하고 들어온 상품 중 반송이 어려운 경우, 무신사 구성원을 대상으로 기부 경매 이벤트를 진행하고 판매금 전액을 기부하고 있습니다.

불공정 거래 예방 및 감시 시스템

무신사는 파트너 브랜드 및 고객을 포함한 모든 이해관계자와 평등, 공정, 투명한 거래 관계를 구축함으로써 공정한 거래 질서를 확립하기 위해 노력합니다. 무신사는 독점 규제 및 공정 거래에 관한 법률, 전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률, 하도급거래 공정화에 관한 법률 등 관련 법령에서 규율하는 제반 사항을 준수하기 위하여 관련 부서를 대상으로 정기적 자율 점검 및 실사를 진행함으로써 불공정 거래를 상시 감시하고 있습니다. 그뿐만 아니라 전사 구성원을 대상으로 다양한 주제의 컴플라이언스 교육을 실시함으로써 인식을 제고하고 불공정 거래 예방에 힘쓰고 있습니다.

정보 보안 관리



정보보호 정책	- 정보보호 정책 - 개인정보보호 내부 관리 계획	
관리 영역	- 정보보호 감사 지침 - 정보보호 조직 운영 지침 - 정보보호 교육 지침 - 정보자산 관리 지침	- 인적 보안 지침 - 외주 관리 지침 - 업무 단말 보안 지침 - 보안성 검토 지침
물리 영역	물리적 보안 지침	
기술 영역	- 개발 보안 지침 - 암호화 관리 지침 - 정보시스템 운영 보안 지침	- 침해 사고 대응 지침 - IT 재해 복구 지침 - 영상 정보 처리기기 운영 관리 방침

정보 보안 거버넌스

정보보호 관리 체계

무신사는 플랫폼 비즈니스의 주요 자산인 중요 정보 및 개인정보를 보호하기 위해 다양한 정보보호 시스템을 구축 및 운영 중이며, 발생할 수 있는 다양한 잠재적 위협에 즉각적으로 대비하고 대응하기 위한 정보보안 활동을 이행하고 있습니다.

지속 가능한 회사의 발전과 고객에게 신뢰 있는 서비스를 제공하기 위해 정보보호 관리 체계를 수립·운영하고, 이에 따른 조직 강화와 상세 보안 프로세스를 실행하고 있습니다. 정보보호 전담 조직을 CEO 직속 '정보보안실'로 개편하여 운영의 역량을 강화하였으며 정보보호 관리·운영 업무를 체계적으로 수행하고 있습니다. '정보통신망 이용 촉진 및 정보보호 등에 관한 법률'에 따라 정보보안 경력 20년 이상의 정보보호 업무를 총괄하는 정보보호 최고 책임자(CISO)를 선임하고 있으며, '정보보호위원회'를 운영하며 경영진과 유관 부서간 유기적인 의사결정 체계를 갖추고 있습니다.

정보보호 정책

무신사는 정보보호 수준을 높이고 대외 환경 변화에 유연하게 대응하기 위한 목적으로 국내외 법령, 규제 등을 고려하여 정보보호 정책과 지침을 운영하고 있습니다. 연 1회 이상 정기적으로 정보보호 정책 및 지침을 재정 및 개정하고 있으며, 2025년 3월 기준 정보보호 정책서 2부, 지침서 15종으로 정보보호 규정을 제정하여 운영하고 있습니다.

정보 보안 관리

정보보호 활동

무신사는 소비자 권리 준수와 고객의 개인정보보호 가치에 공감하며, 구성원은 물론 관계사 및 개인정보 수탁사까지 포함해 정보보안 관리 기준을 준수할 수 있도록 노력합니다. 자율적 정보보호 공시를 통해 이용자에게 정보보호 투자 현황, 조직 구성 및 활동 내용 등을 투명하게 공개하고 있습니다. 보안 사고 예방을 위해 대내외 서비스 영역별 보호 수준을 정기적으로 진단 및 개선하고 있으며, 개인정보처리 수탁사와 파트너사를 대상으로 정기적인 실태 점검 및 교육 프로그램을 통해 안전하게 개인정보를 처리할 수 있도록 정보보안 활동도 병행하고 있습니다.

정보보호 인증

무신사는 정보보호 관리 체계의 신뢰성과 경쟁력 확보를 위해 2020년 정보보호 관리 체계 (ISMS) 인증 취득 후 매년 1회 심사를 수행하여 체계 유지 및 인증 범위 확장을 위한 활동을 이어오고 있습니다. 정보보호 표준을 기반으로 다양한 업무 정보 시스템에 대한 자체 체크리스트 및 보안성 검토 등을 통해 정보보호 수준을 요구에 맞게 이행하고 지속적인 현황 점검과 개선을 통해 고객 개인정보를 안전하게 보호하고 있습니다.

정보보안 솔루션

무신사는 안전한 개인정보 접근 관리 및 통제 모니터링을 위해 업무 단말에 대한 보호 통제부터 비정상적인 네트워크 활동 모니터링 및 대응, 더 나아가 클라우드 서비스 영역까지 확장한 다양한 보안 솔루션을 운영하고 있습니다. 이를 통해 보안 위협으로부터 중요 정보 및 개인정보를 보호 및 예방하고 있습니다.

침해 사고 대응

중요 정보 및 개인정보의 유출이나 외부 침해 유해성 이슈 등 보안 리스크 행위를 분석 및 모니터링할 수 있는 솔루션 구축과 도입을 통해 이슈 행위를 분석·대응하고 있으며, 보안 침해 위협을 선제적으로 대응하고자 구성원을 대상으로 악성메일 모의훈련, 내부 정보자산 운용현황 점검, 정기·비정기 감사 활동을 통해 정보 보안 사고 예방 활동을 하고 있습니다.

정보보호 교육

구성원의 정보보안 인식을 제고하고 자발적 실천을 도모하기 위해 전사차원의 무신사 준법 경영 교육 프로그램 강화와 정보보안 캠페인 및 교육 프로그램을 진행하고 있습니다. 무신사의 정보보호 규정 및 활동을 인지하고 구성원 각자가 일상 업무에서 지켜나갈 수 있도록 무신사 정보보안 Day를 매월 운영하며 보안 교육 및 점검을 수행하고 있습니다.

인증번호	ISMS-KISA-2023-071
업체(기관)명	주식회사 무신사
인증범위	온라인 서비스 운영(무신사, 29CM)
유효기간	2023-06-21 ~ 2026-06-20



정보 보안 관리

정보보호 활동

사이버 리스크 관리

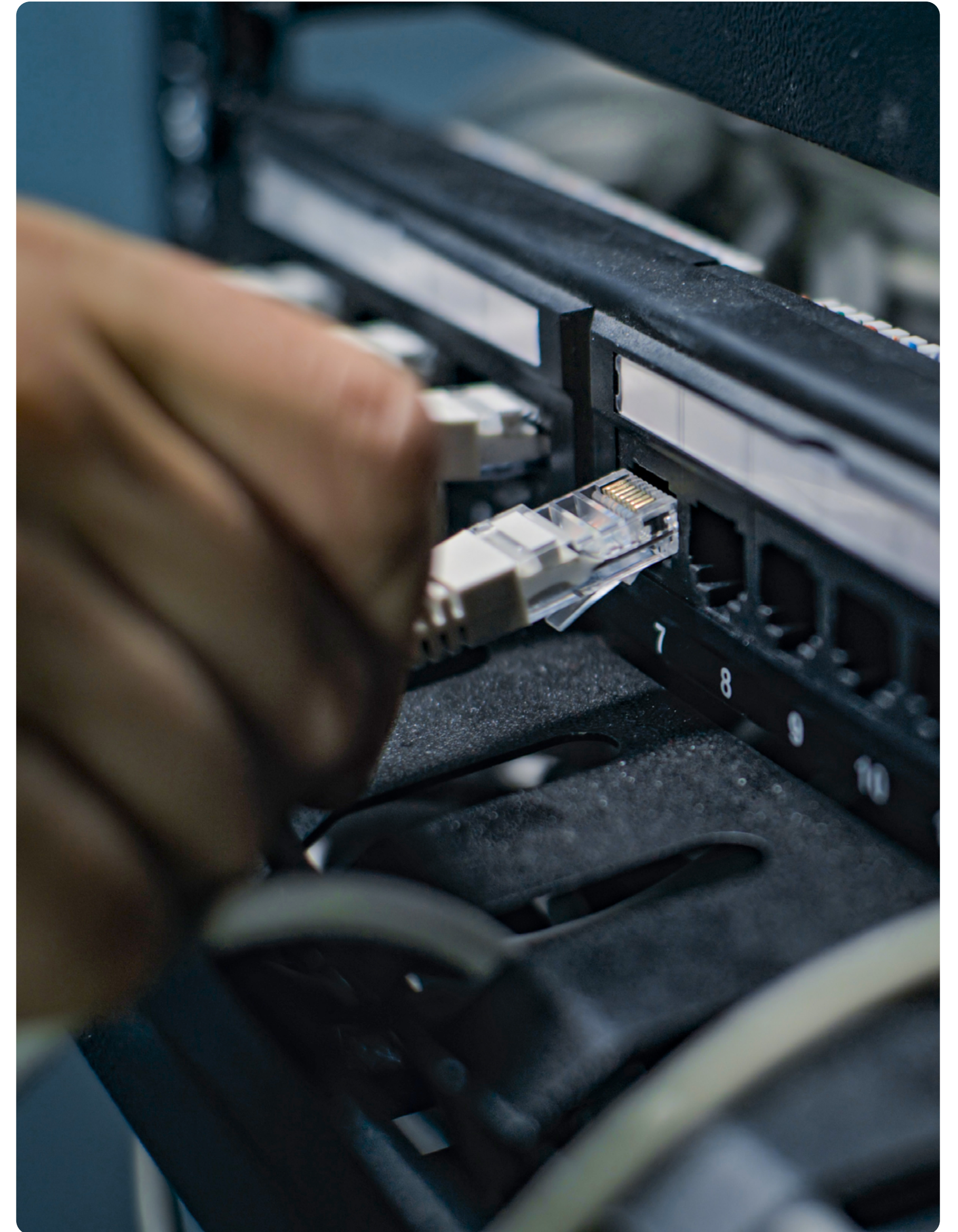
무신사는 피싱 공격 등을 예방하고 예상치 못한 피해 방지를 위해 2024년 7월부터 글로벌 사이버 보안 보험(Chubb Cyber Enterprise Risk Management Insurance Policy)을 갖추고 사이버 위험을 관리하고 있습니다. 또한 영리 목적의 광고성 정보 전송 시 보안성 검토 프로세스를 통해 발송하고 있으며, 국내 정보통신망법 스팸방지 규정(제50조 부터 제50조의 8의 규정) 준수를 원칙으로 하고 있습니다. 무신사 정보보호 정책의 개발 보안 관리 기준 및 소프트웨어 보안 개발 보안약점 진단가이드(KISA)에서 사이버 보안 위험 평가 및 테스트 프레임워크를 적용하여 운영하고 있습니다.

재해복구 훈련

무신사는 고객에게 제공하는 서비스의 안전성 및 신뢰성 확보를 위해 재해복구 훈련을 정기적으로 진행하고 있습니다. 주요 서비스에 대한 화재, 지진, 홍수 등 긴급 상황에서도 시스템이 정상 운영될 수 있도록 사비상사태 발생 상황을 가정한 사전 대응 훈련 및 IT 재해 복구 계획에 따른 대응 훈련을 함으로써 사고 피해 및 서비스 중단을 최소화하고 더 안전한 서비스 제공을 할 수 있도록 노력하고 있습니다.

보안사고 예방

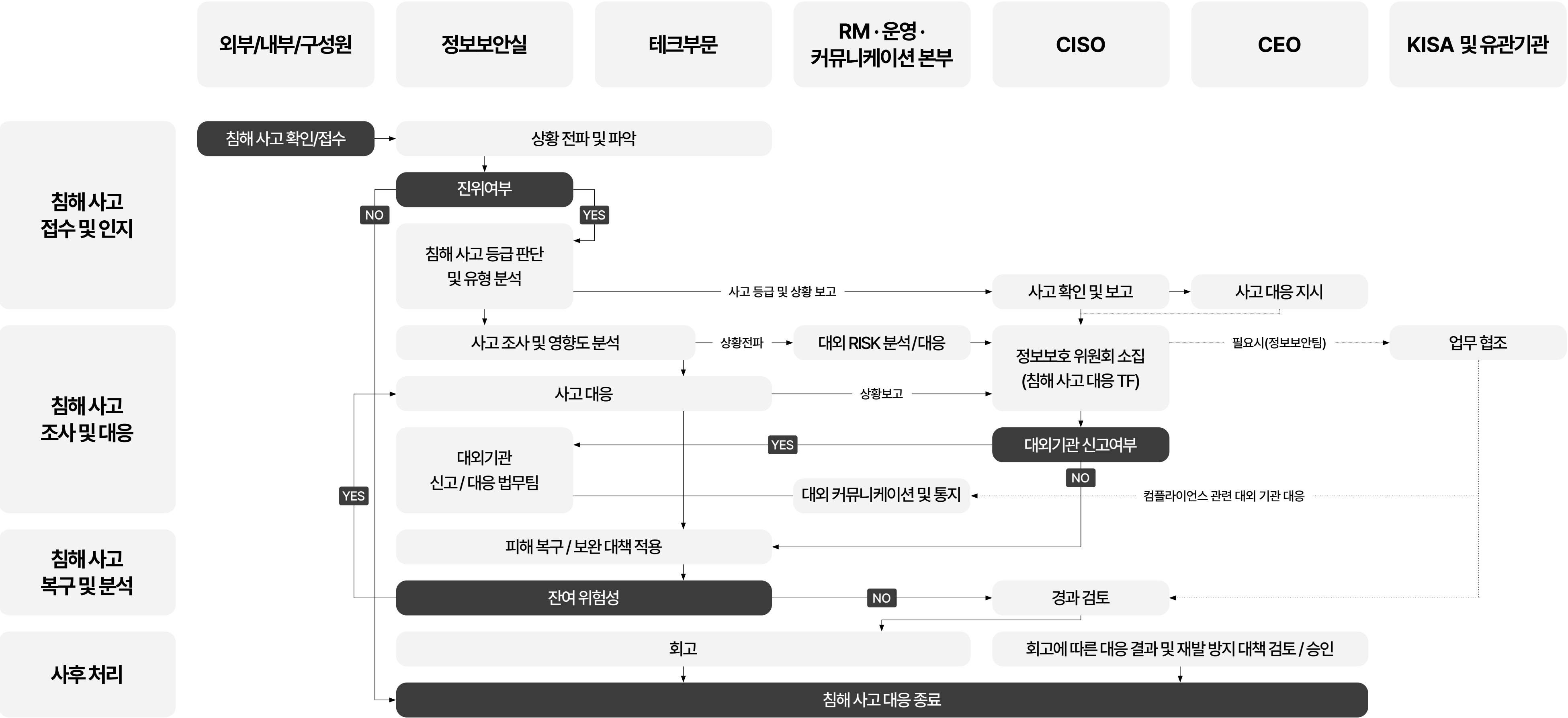
무신사는 구성원의 입사 시 정보보호 서약서를 작성하며, 이를 통해 회사의 정보보호 규정 등을 사전 안내하고 인식 제고를 위한 예방 활동을 수행하고 있습니다. 보안 사고 예방을 위해 보안 로그 기록 관리 및 모니터링, 보안 실태 점검, 악성메일 모의훈련 등의 활동을 수행하여 정보 유출 리스크를 예방하고 있습니다. 또한 사무 공간의 물리적인 보안 환경을 유지하고 사무실 및 통제 구역, 문서 자산, 업무 PC 등의 보안 환경 수준을 주기적으로 점검하여 중요 정보 및 개인정보 보호를 위해 노력하고 있습니다.



정보 보안 관리

정보 유출 시 대응 프로세스

무신사는 정보 자산 및 운영 서비스 내에서 보호해야 할 정보의 유출 또는 사고가 발생하거나, 보안 컴플라이언스 위반 및 위협이 발생할 시 사전에 규정된 침해 사고 등급 기준에 의거하여 아래와 같은 프로세스로 대응을 진행하고 있습니다.



세무 관리

성실 납세를 통한 동반성장

세무 관리 원칙

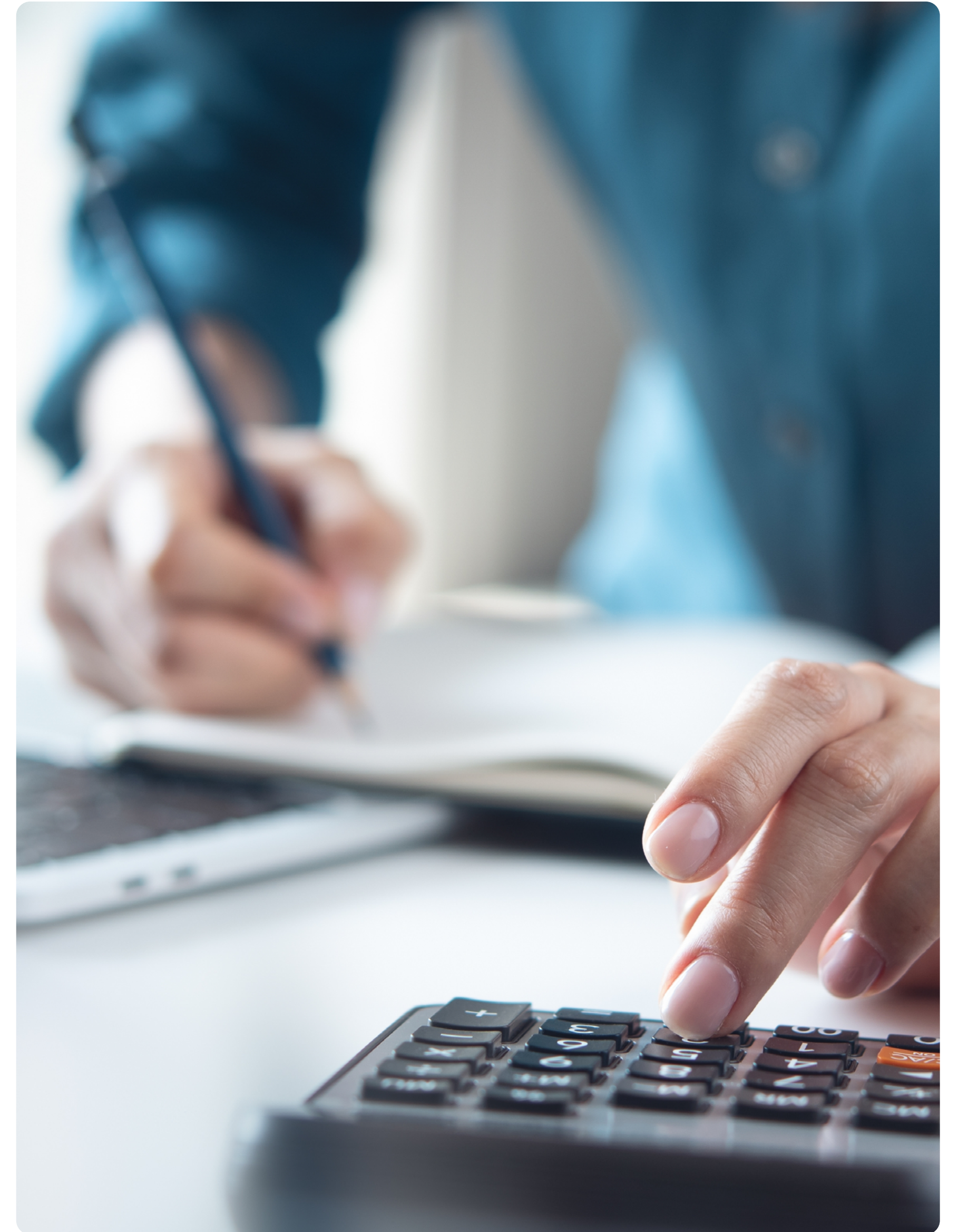
무신사는 기업의 사회적 책임 중 납세 의무 이행이 국가 경쟁력 제고를 위한 부분임을 명확히 인식하고 '성실 납세를 통한 동반성장'을 중요한 원칙으로 삼고 있습니다. 무신사의 경영 활동으로 발생한 이익이 세수 창출의 직접적인 원천이 될 수 있도록 조세 법규를 엄격하게 준수하고 있습니다.

조세 부담 투명성 제고

무신사는 내부 및 외부 조세 전문가를 활용하여 주요 세목의 세액 산출 및 납부 과정 전반에서 납세 의무 이행 과정을 투명하게 관리합니다. 성실한 납세의무 이행 결과에 대해 정보 이용자의 이해 가능성과 가시성 및 접근성을 제고 하기 위해 연간 법인세 부담액과 그 세부 내역을 감사보고서를 통해 공시하고 있습니다.

세무 리스크 관리 프로세스

무신사는 경영 의사 결정 과정에서 세무 리스크를 매우 중요한 요소로 판단하고 있으며, 사업 및 재무적인 관점 등 다른 판단 요소와 세무 리스크를 종합적으로 고려하여 최종 의사결정에 반영하고 있습니다. 특히, 관계사 거래에 있어 거래 당사자 각각의 세무 리스크 최소화를 우선순위에 두고 의사 결정 및 관리하고 있습니다. 세무 리스크 파악 및 효과적인 리스크 관리 방안 모색을 위해 복수의 외부 조세 전문가를 적극적으로 활용하고 그 결과물을 문서화 하며, 필요한 경우 납세 협력 의무 이행을 위해 과세 당국과 협의합니다.



About

Contents

MUSINSA

Environment

Social

Governance

Appendix

재무 성과

환경 성과

사회 성과

거버넌스

온실가스 배출량 검증의견서

GRI STANDARDS INDEX

Appendix

재무 성과

연결재무상태표

자산

단위: 원

구분	2023	2024
I. 유동자산	902,345,654,891	1,203,505,222,355
현금및현금성자산	420,185,226,012	682,415,445,732
매출채권및기타채권	96,940,392,650	120,873,634,471
유동금융자산	37,061,454,977	29,788,400,000
기타유동자산	45,880,722,736	36,017,012,733
재고자산	302,146,160,205	334,157,555,900
당기법인세자산	131,698,311	253,173,519
II. 비유동자산	920,835,072,171	1,057,210,913,448
장기매출채권및기타채권	48,492,304,137	54,343,949,789
비유동금융자산	54,000,822,187	120,837,088,548
관계기업및공동기업투자	40,305,828,930	32,194,682,213
유형자산	285,280,252,036	344,137,009,820
투자부동산	35,594,173,300	34,286,976,800
사용권자산	178,626,280,062	187,978,924,096
무형자산	238,418,783,604	240,589,508,924
기타비유동자산	10,601,904,224	2,702,162,235
이연법인세자산	29,514,723,691	40,140,611,023
자산 총계	1,823,180,727,062	2,260,716,135,803

부채 및 자본

단위: 원

구분	2023	2024
부채		
I. 유동부채	685,769,814,957	996,578,293,390
매입채무및기타채무	75,418,387,023	116,959,446,093
단기차입금및유동성장기부채	273,745,229,449	157,029,588,918
유동상환전환우선주부채	32,880,086,615	137,869,992,102
유동리스부채(유동)	39,599,087,942	48,075,021,680
기타유동부채	243,175,249,535	528,090,460,345
당기법인세부채	20,951,774,393	8,553,784,252
II. 비유동부채	456,294,216,664	493,782,409,918
매입채무및기타채무	70,000,000	220,000,000
장기차입금및사채	143,735,164,911	228,185,021,107
상환전환우선주부채	102,441,903,621	47,586,217,970
비유동리스부채	209,023,288,783	206,685,904,202
복구충당부채	-	10,389,077,779
이연법인세부채	483,115,658	338,555,274
비지배지분부채	540,743,691	377,633,586
부채 총계	1,142,064,031,621	1,490,360,703,308
자본		
I. 지배기업소유주지분	672,747,219,902	765,440,276,211
자본금	158,615,500	16,134,591,800
자본잉여금	47,567,854,151	95,354,093,129
기타자본	429,469,959,655	386,407,484,925
기타포괄손익누계액	-16,770,874	24,940,630
이익잉여금	195,567,561,470	267,519,165,727
II. 비지배지분	8,369,475,539	4,915,156,284
자본 총계	681,116,695,441	770,355,432,495
부채및자본의총계	1,823,180,727,062	2,260,716,135,803

재무 성과

연결 포괄손익계산서

단위: 원		
구분	2023	2024
I. 매출액	993,115,965,348	1,242,727,416,492
II. 매출원가	477,808,732,187	540,895,730,543
III. 매출총이익	515,307,233,161	701,831,685,949
판매비와관리비	523,922,709,817	599,014,081,648
IV. 영업이익	-8,615,476,656	102,817,604,301
기타수익	42,123,184,405	4,322,213,374
기타비용	9,742,031,219	8,740,171,250
금융수익	26,884,564,225	124,413,136,125
금융비용	34,165,387,391	145,421,807,709
관계기업투자손익	-1,773,849,841	3,830,157,846
V. 법인세비용차감전순이익	14,711,003,523	81,221,132,687
법인세비용	16,126,055,945	11,399,338,025
VI. 계속사업손익	-1,415,052,422	69,821,794,662
VII. 중단사업손익	-10,221,891,900	-
VIII. 당기순이익	-11,636,944,322	69,821,794,662

단위: 원		
구분	2023	2024
IX. 기타포괄손익	-10,023,700	41,711,504
후속적으로 당기손익으로 재분류되는 항목		
해외사업환산이익(손실)	-10,023,700	41,116,976
지분법자본변동	-	594,528
X. 총포괄이익	-11,646,968,022	69,863,506,166
XI. 당기순이익의 귀속		
지배기업의 소유주지분	-6,941,955,244	72,807,945,714
비지배지분	-4,694,989,078	-2,986,151,052
XII. 총포괄이익의 귀속		
지배기업의 소유주지분	-6,951,978,944	72,849,657,218
비지배지분	-4,694,989,078	-2,986,151,052
XIII. 주당손익		
기본주당이익(손실)	-75.0	446.0
계속영업기본주당이익(손실)	-9.0	446.0
중단영업기본주당이익(손실)	-66.0	-

재무 성과

주요 계열회사 및 사업 내용

구분	기업명	주요내용
종속기업	(주)무신사로지스틱스	물류 시스템 운영 및 관리 전문 업체, 무신사 파트너 브랜드 대상 풀필먼트 서비스 운영
	(주)무신사파트너스	패션 중소 벤처기업 투자 및 성장 지원
	(주)무신사트레이딩	리테일 특화 패션전문기업
	(주)어바웃블랭크앤코	‘사운즈라이프’ 등 브랜드 전개
	(주)에스엘디티(SLDT)	한정판 마켓 ‘솔드아웃(soldout_)’ 서비스 운영
	무신사재팬	국내 브랜드의 일본 진출을 지원하는 일본 현지 법인
	(주)워즈코퍼레이션	브랜드 ‘YALE’ 외 다양한 카테고리의 패션 브랜드를 운영
	(주)에스에스여주피에프브이	여주 메가물류센터 개발을 위한 법인
	(주)에스티디씨(STDC)	무신사 스탠다드 오프라인 매장 사업 지원 서비스 제공
	무신사합자조합1호	‘두나무’, ‘팬코’와 함께 출자하여 설립한 펀드
	무신사동반성장펀드 합자조합	의류, 잡화, 전자 상거래 기업 및 기타 성장 잠재력을 가진 국내외 기업에 대한 투자를 목적으로 조성된 펀드
	무신사 넥스트 패션 펀드 1호	온라인 중심 유통을 전개하는 창업 초기 패션 브랜드 인큐베이팅을 목적으로 조성된 펀드
	무신사 여성 디자이너 펀드 1호	여성복 브랜드 및 유망 여성 디자이너의 글로벌 성장 지원을 목적으로 조성된 펀드
	(주)무신사페이먼트	무신사 파트너 브랜드 대상 정산 대행 서비스 제공
관계기업	엠앤에프패션펀드합자조합	F&F와 공동출자하여 설립한 펀드
	스마트 무신사-한국투자 펀드 1호	‘모태펀드’, ‘한국투자증권’ 등과 함께 출자한 펀드
	(주)베리마일드영	‘퀄리티 퍼포먼스’ 브랜드 제품을 생산하여 온오프라인에 유통하는 브랜드 회사
	(주)지비지이에치(GBGH)	‘무신사 스탠다드 스포츠’, ‘부디무드라’ 등의 브랜드를 보유한 패션 브랜드 회사
	(주)제이엠지아이엔씨	‘콤팩트 레코드 바’ 의류 제품을 생산, 판매하며 해당 이름의 로컬 레코드 바도 함께 운영
	무신사-한국투자 넥스트웨이브 신기술사업투자조합1호	‘한국투자증권’, ‘팬코’ 등과 공동 출자하여 설립한 펀드
	(주)커먼오리진스	대표 브랜드 ‘쿠어’를 보유한 브랜드 회사
	에이피엔엠뷰티패션합자조합	‘아모레퍼시픽그룹’과 출자하여 설립한 펀드

환경 성과

환경사고 및 법규

구분	2023	2024
환경법규 및 규제 위반으로 인한 벌금	0	0
환경/생태 법적 의무 및 규제 위반 횟수	0	0

기후변화 대응

* 용수 및 폐기물 증가의 주요 사유는 모니터링 범위 확대

구분	2022	2023	2024	단위
사업장 온실가스 배출량				
총배출량(연결기준)	1,960	3,079	3,973	tCO ₂ eq
직접배출(Scope 1)	188	230	283	
간접배출(Scope 2)	1,772	2,849	3,689	
온실가스 집약도	2.767	3.1	3.196	tCO ₂ eq/십억원
에너지				
총 에너지 소비	40,848	64,578	82,599	GJ
에너지 집약도	57.670	65.027	66.450	GJ/십억원
용수				
용수 사용량	5,247	11,042	32,032.4	m ³
하·폐수량	5,247	11,042	32,032.4	
폐기물				
총 발생량	1.325	13.655	28.11	ton

사회 성과

무신사 구성원 현황

* 계약직, 파견직, 임원, 인턴 포함

단위: 명

구분		2023	2024
총 직원수		1,579	1,604
성별	남성	717	716
	여성	862	888
고용형태별	정규직	1,404	1,470
	남성	641	665
	여성	763	805
	비정규직*	175	134
	남성	76	51
	여성	99	83
연령별	만 30세 미만	418	343
	만 30세 이상~50세 미만	1,152	1,246
	만 50세 이상	9	15
신규채용 및 이직	신규채용자 수	438	441
	이직자 수	269	443
평균 근속연수		2년 1개월	2년 5개월
여성	여성 비율	55%	55%
	여성 관리자(팀장 이상) 비율	32%	36%
장애인		28	29
외국인		8	7

출산휴가 및 육아휴직 현황

단위: 명

구분		2023	2024
출산휴가		39	41
성별	남성	24	17
	여성	15	24
육아휴직		23	41
성별	남성	6	13
	여성	17	28
육아휴직 사용 후 복귀율		68%	31.7%

전사교육 현황

단위: 명

구분		2023	2024
성희롱 예방 교육	대상 인원	1,630	1,608
	참여 인원	1,628	1,608
	수료 비율	99.88%	100%
장애인식 개선 교육	대상 인원	1,630	1,608
	참여 인원	1,628	1,608
	수료 비율	99.88%	100%
개인정보 보호 교육	대상 인원	1,630	1,608
	참여 인원	1,628	1,608
	수료 비율	99.88%	100%
퇴직연금 교육	대상 인원	1,630	1,608
	참여 인원	1,628	1,608
	수료 비율	99.88%	100%

구성원 교육 현황

단위: 명

구분		2024
컴플라이언스 강화 교육(총 12회)		1,542
정보보안 교육(총 3회)		1,320
무신사 리더십 프로그램(총 4회)		186
반부패방지법 교육 (총 1회)		407
직장 내 괴롭힘 방지 교육 (총 1회)		461
신규 입사자 온보딩 교육 (총 47회)		456

거버넌스

산업안전보건 현황

구분		2023	2024
업무 관련 부상	산업재해 인원	0명	1명
	산업재해율	0%	0.05%
산업안전보건위원회	회의 개최 횟수	4회	4회
	안전/주제 건수	26건	27건
	안전/주제 실행 건수	26건	27건
협력업체 안전보건 협의체	회의 개최 횟수	9회	12회
	안전/주제 건수	62건	73건
	안전/주제 실행 건수	62건	73건

이사회 운영 현황

구분	2023	2024
이사회 개최횟수	20회	18회
이사회 논의 안전 수	99건	83건
사내이사 참석률	100%	96%
사외이사 참석률	당사 사외이사 없음	당사 사외이사 없음

법규 위반 현황

단위: 건

구분	2023	2024
법규 위반 건수	4	5

윤리경영 지표

단위: 건

구분	2023	2024
윤리규정 위반 제보	7	20
윤리규정 위반 조치	4	20(징계 7)

온실가스 배출량 검증의견서

무신사(주) ISO 14064-1:2018

(주)한국경영인증원은 무신사(주)의 2024년 온실가스 배출량(SCOPE 1,2)에 대한 검증을 수행하였습니다. 검증 기준에 따라, “적정”의견을 제시합니다.

검증 범위

무신사(주)의 운영통제 하에 있는 사업장 및 배출시설을 대상으로 검증

검증 절차

- ISO 14064-1:2018, ISO 14064-3:2019
- IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories (2006)
- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침 (환경부, 2024-155호)

검증 범위

검증은 리스크 분석 접근법 및 데이터 평가 기반 현장 검증을 수행하였으며 온실가스 배출량 산정에 적용된 데이터 및 인자는 객관적 증거에 입각하여 적정여부를 파악하였습니다. 검증팀은 검증지침에 근거하여 보고기간 동안의 온실가스 배출량을 합리적 방법으로 검증하였습니다.

검증 독립성

(주)한국경영인증원은 피검증기관과 이해관계를 맺고 있지 않으며, 편향된 의견 및 시각으로 검증을 수행하지 않습니다. 검증은 검증기준에 근거하여 독립적이고 객관적인 검증결론을 도출하였으며, 내부심의를 통하여 검증의 전 과정 검증 수행 내역을 검토하였습니다.

검증 한계

검증팀은 피검증기관에서 제시한 관련 보고서, 정보 및 데이터를 샘플링 또는 전수조사 방법으로 검증하였습니다. 이에 따른 많은 고유 한계가 있으며, 적합성 해석상의 이견이 존재할 수 있습니다. 검증기준에 부합하는 충실한 검증을 수행하고자 노력했지만, 발견하지 못한 오류, 누락, 허위진술이 잠재되어 있을 수 있음을 검증의 한계로 제시합니다.

검증 의견

- 온실가스 배출량 검증은 검증기준에 의해 제한적 보증수준을 만족하도록 수행되었으며, 검증 결과에 대해 중대한 왜곡은 발견되지 않았습니다.
- KMR의 접근방식에 따르면, 무신사(주)가 모든 중요한 측면에서 정확하고 신뢰할 수 있는 데이터와 정보를 공개하지 않았다고 판단할만한 어떠한 사항도 발견되지 않았습니다.

온실가스 배출량 및 에너지 사용량

직접배출 (Scope 1)	간접배출 (Scope 2)	총 량 (tCO ₂ eq)
283	3,689	3,973
에너지 사용량 (GJ)		
82,599		

* 참고 : 온실가스별 배출량 및 사업장별 배출량 합계는 차이가 있습니다. (사업장 단위 소수점 절사 배출량을 업체 단위로 합함)

종합 의견

주요배출시설의 배출량은 누락 없이 산정 보고되었음을 검증을 통해 확인하였습니다.

- * 기업은 “온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부 고시 제 2021-278 호)”에 따라 검증 자료를 준비할 책임이 있으며, KMR의 책임은 합의된 계약조건에 따라 검증 계약당사자에 국한되며, 이 검증 증명서를 기반으로 한 투자 등의 다른 결정에 대한 책임은 지지 않습니다.
- * 기업은 KMR과 합의된 계약 하에 인정마크 및 로고 마크사용을 준수하여야 합니다.

2025년 05월 26일



국립환경과학원

KMR 대표이사

황은주

(주)한국경영인증원은 국립환경과학원(NIER)로부터 온실가스 검증기관으로 인정(인정번호:제2023-EV-05호) 받았습니다. IAF 마크는 국제인정협력기구의 국제다자간상호인정협정에 가입된 인정기관에 의해 인정되었음을 나타내는 마크입니다.

GRI STANDARDS INDEX

GRI 2 : General Disclosures

구분	지표	보고 사항	페이지
GRI 2: 조직 정보 및 보고 관행	2 - 1	조직 정보	07
	2 - 2	조직의 지속가능경영보고서에 포함된 주체	02
	2 - 3	보고 기간, 보고 주기 및 연락처	02
	2 - 4	정정 보고	미해당
GRI 2: 기업 활동 및 임직원	2 - 6	활동, 가치 사슬 및 기타 비즈니스 관계	07,09,17
	2 - 7	임직원	77
	2 - 8	임직원이 아닌 근로자	77
GRI 2: 거버넌스	2 - 9	지배구조 및 구성	62
	2 - 10	최고 의사결정 기구 및 그 하위 위원회의 구성	62
	2 - 11	최고 의사결정 기구 의장	62
	2 - 15	이해관계 상충	63
	2 - 16	주요 우려 사안에 대한 커뮤니케이션	63
	2 - 17	최고 의사결정 기구의 집단 지성	62
	2 - 18	최고 의사결정 기구의 성과 평가	62
	2 - 19	보수 정책	62
	2 - 20	보수 결정 프로세스	62
GRI 2: 전략, 정책 및 실행	2 - 22	지속가능성 개발 전략에 관한 성명서	05
	2 - 23	정책 선언	51,58,63,64,67
	2 - 24	정책 내재화	51,58-60,63-70
	2 - 25	부정적 영향을 개선하기 위한 프로세스	51,59,63-65,67,70
	2 - 26	자문과 신고를 위한 메커니즘	51,58-59,63,65-66
	2 - 27	법률 및 규정 준수	64-66
	2 - 28	가입 협회	42
GRI 2: 이해관계자 참여	2 - 29	이해관계자와 소통을 위한 접근 방식	17
	2 - 30	단체 협약	51

GRI 2 : GRI Topic Standards Disclosures

ECONOMY

구분	지표	보고 사항	페이지
GRI 201: 경제성과	201 - 1	직접적인 경제가치 발생과 분배	74
	201 - 2	기후 변화가 조직의 활동에 미치는 재무적 영향 및 기타 리스크와 기회	19-20
GRI 203: 간접 경제적 영향	203 - 1	사회기반시설 투자 및 서비스 지원	45-50
GRI 205: 반부패	205 - 2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 관련 교육 현황	63-65
	205 - 3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	65,78
GRI 207: 세금	207 - 1	세금 관리에 대한 접근법	71
	207 - 2	세금 관련 지배구조, 통제 및 리스크 관리	71
	207 - 3	세금 관련 이해관계자 소통 및 고충 처리 절차	71

GRI STANDARDS INDEX

GRI 2 : GRI Topic Standards Disclosures

ENVIRONMENT

구분	지표	보고 사항	페이지
GRI 301: 원재료	301 - 1	재활용 투입재 사용	21-22
GRI 302: 에너지	302 - 1	조직 내 에너지 소비	76
	302 - 3	에너지 집약도	76
GRI 303: 용수	303 - 5	용수 사용량	76
GRI 305: 배출	305 - 1	직접 온실가스 배출량(Scope 1)	19,76
	305 - 2	간접 온실가스 배출량(Scope 2)	19,76
	305 - 4	온실가스 배출 집약도	19,76
GRI 306: 폐수 및 폐기물	306 - 1	폐기물 발생 및 폐기물 관련 주요 영향	20
	306 - 2	폐기물 관련 주요 영향 관리	20
	306 - 3	폐기물 발생량 및 증류	20,76
	306 - 4	폐기물 재활용	20
	306 - 5	폐기 처리된 폐기물	76
GRI 307: 컴플라이언스	307 - 1	환경법 및 규정 위반으로 부과된 중요한 벌금의 액수 및 비금전적 제재 조치의 수	76

SOCIAL

구분	지표	보고 사항	페이지
GRI 401: 고용	401 - 1	신규 채용, 퇴직자 수 및 비율	77
	401 - 2	상근직에게만 제공하는 복리 후생	55
	401 - 3	육아 휴직	77
GRI 402: 노사 관계	402 - 1	운영상의 변화와 관련한 최소 공지기간	51
GRI 403: 산업 보건 및 안전	403 - 1	직장 건강 및 안전 관리 시스템	58
	403 - 2	위험요인 파악, 리스크 평가, 사고 조사	59
	403 - 3	직장 의료 서비스	60
	403 - 4	직장 건강 및 안전에 대한 근로자 참여 및 커뮤니케이션	58
	403 - 5	직업 건강 및 안전 관련 근로자 교육	59
	403 - 6	근로자 건강 증진	60
	403 - 7	비즈니스 관계와 직접적으로 연계된 직장 건강 및 안전 영향에 대한 예방과 완화	59
	403 - 8	직장 건강 및 안전 관리 시스템의 적용 대상 근로자	58
GRI 404: 훈련 및 교육	404 - 2	구성원 역량 강화 및 전환 지원을 위한 프로그램	52-53,77
GRI 405: 다양성 및 기회 균등	405 - 1	지배구조 기구와 구성원의 다양성	51,62,77
	405 - 2	남성 대비 여성의 기본급 및 보수 비율	51
GRI 413: 지역사회	413 - 1	지역사회 참여, 영향 평가 및 개발 프로그램 운영 사업장	45-50

MUSINSA