



강릉

산불피해지 복원 나무심기

—
이곳은 2019년 4월 4일 1,260ha의 산림을 소실한
강릉-동해 산불의 피해지입니다.
유한김벌리, (사)생명의숲, 강릉시가 협력해 소나무와
굴참나무를 심었습니다. 다시 자연산 숲이 건강하게
회복하고 다음세대까지 번갈음이 보전되기를 기원합니다.



- 사업명 : 강릉 산불피해지 복원 나무심기
- 위 치 : 강원도 강릉시 옥계면 남명리 산795-1
- 사업기간 : 2020년 3월 - 5월
- 수 량 : 소나무 40,100본, 굴참나무 6,000본
- 면 적 : 10.1ha

강릉시 | 유한김벌리 | (사)생명의숲

04 VISION & STRATEGY



44	2022 지속가능경영 성과 및 목표
45	2030 지속가능성 이니셔티브와 목표
53	GT 프로젝트

2022 지속가능경영 성과 및 목표

평가: ● 초과 ● 충족 ○ 노력필요

분류	2022년 목표	2022년 성과	평가	2023년 목표
경제	재무 목표 실행 통한 매출 및 이익 성장	· 2022년 전체 매출 2.9% ▲ (국내 매출액 5.2% ▲ / 수출 15.7% ▼) · 유아위생용품, 화장지, 미용지, 시니어, 생리대, B2B 사업부문 매출 ▲	○	· 재무 목표 실행 통한 매출 및 이익 성장 · 주요 사업 전년 대비 시장점유율 개선
	주요 사업 전년 대비 시장점유율 개선	· 유아 기저귀 ▲, 여성 생리대 ▼, 화장지 ▼	●	· 소비자/고객 중심 경영 및 시장 내 실행 강화
	신규 사업 매출 성장	· 물티슈, 타월, 성인 기저귀, 스킨케어 등 ACT 사업 카테고리 전년 대비 3.8% ▲	○	
	소비자/고객 중심 경영 및 시장 내 실행 강화	· 맘규 누적 회원 수 160만 명 달성 · 생리 정보 앱 '달다방' 론칭 · 2015년 오픈 이후 연평균 17%의 성장률 · 소비자불만 17.8% 감소 (내부생산 11.2%, 외부생산 26.3% 감소) · 안전성 우려물질 확대 정책 지속(우려물질 관리 190종으로 확대, 안전성과 법률검토 1,829건)	●	
사회	기업문화 및 사원역량 강화를 통한 기업 브랜드&평판 강화	· 존경받는 기업 20년 연속 종합 Top 6 · 여성 리더 양성(13% → 15%)	●	· 기업문화 및 사원 역량 고도화를 위한 기업 브랜드 & 평판 강화
	사원 몰입도(Engagement Level) 회복	· 사원 소속감 증대(+1), 사원 역량 강화 증대(+2) · 고객중심경영 실천(-4), 성과 중심 리더십 하락(-2)	●	· 사원 경험 강화를 통한 사원과 회사의 성장
	90만 명의 삶의 질 개선에 기여	· '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인 전개 · 생리대 기부 캠페인 '힘내라 딸들아' · 기저귀, 요실금 팬티, 손소독제, 스킨케어 등 취약계층 기부	●	· 150만 명의 삶의 질 개선에 기여
환경	플라스틱 사용량 절감	· 2,184ton의 플라스틱 사용량 감축 (2022년 목표 초과달성)	●	· 플라스틱 사용량 절감 3,000ton
	Scope 1&2 탄소 배출량 감축	· 2022년 Scope 1&2단계 탄소배출량 11,316 tCO ₂ e 감축(김벌리클라크 기준)	●	· 탄소 배출량 219,015 tCO ₂ e 달성 · 북방한대림 펄프 사용량 30,000ton 이하 관리
	2030 지속가능성 목표달성을 위한 중장기 프로그램 구축	· 그린 액션 얼라이언스 출범 · 핸드타월 리사이클링 시범 사업 진행 · 지속가능한 산림 인증 펄프 사용(예. FSC인증 펄프) · 2022년 17개 SKU 전과정(환경성)평가(LCA) 실시	●	

2030 지속가능성 이니셔티브와 목표

2030 지속가능성 목표 수립

유한킴벌리는 1970년 창립 이래로 지속가능한 사회를 만들기 위해 기업시민으로서 다양한 실천을 지속해 왔습니다. 그 일환으로 지구환경을 위한 행동인 '2030 지속가능성 이니셔티브'를 수립하여 실천하고 있습니다. 사원을 포함한 이해관계자 모두가 협력하여 2030 지속가능성 이니셔티브를 달성할 수 있도록 최선의 노력을 기울이겠습니다.

지속가능경영 목표 및 성과

유한킴벌리 2030 지속가능성 목표



영역	2022 지속가능경영 성과	2030 목표	2022 주요 성과 요약
숲	5,541만 그루(누적) 92%	6,000만 그루	· 사회공헌형 산림탄소상쇄사업 등록(용인 석포숲) · 국내 산림 복원 및 몽골숲 조성 지속
사람	3,160만 명(누적) 56%	5,600만 명	· 취약계층 돕기 기부 캠페인 신규 모델 제시 · 사회적 인식 개선을 위한 교육 프로그램 진행 · 소비자 참여 프로그램 운영
제품	45%	95%	· 지속가능 소재 개발업체 협업 · 포장재 재생 플라스틱 30% 가속화
플라스틱 발자국	15% 플라스틱 사용량 저감	50%	· 제품 디자인 환경성 검토 강화 · 재생 플라스틱 적용 확대(포장재)
	17% 포장재 재생 플라스틱 적용 비율	50%	· 바이오매스 유래 소재 적용 · PIR, PCR 적용 확대***
펄프 발자국	100%	100%	· 계획림을 통한 인증 펄프 사용 · 고지 등 지속가능 소재 적용
탄소 발자국*	15%	25%	
물 발자국**	20%	40%	· 용수 절감 프로그램 진행

* 탄소 발자국: 킴벌리클라크 기준 적용 ** 물 발자국: 킴벌리클라크 기준 적용, 김천공장 기준 *** PIR(Post-Industrial Recycled), PCR(Post-Consumer Recycled)

제품 지속가능제품을 위한 행동

지속가능제품 기준과 가이드라인

유한킴벌리는 2030년까지 지속가능제품의 매출 비중을 95% 달성하는 것을 목표로 설정하고 있습니다. 지속가능제품이란 환경성과 사회성을 개선한 제품으로, 자체 기준을 설정하고 이에 부합하는 제품을 지속가능제품으로 정의합니다. 내부적으로 각 기여 영역별 구체적인 정량 기준이 있으며, 이해관계자의 기대 변화에 맞춰 지속 보완할 예정입니다. 각 기여 영역별 구체적인 정량 기준 변경 사항은 환경 소위원회에서 검토하며 ESG위원회를 통해 최종 확정됩니다.

지속가능제품* 기준과 기여 영역

분야	기여 영역	평가 기준
환경성	플라스틱 저감	원료 소재 저감 비중
		포장재 소재 저감 비중
	탄소 저감	탄소 발자국
	환경성 강화	기타 환경표지 및 저탄소 인증 획득 / 재사용 가능한 제품
사회성	삶의 질 개선, 보편적 건강권 등을 위한 제품	

* 2019년을 기준으로 정량적인 목표 달성 시 지속가능제품으로 지칭함

지속가능제품 및 패키지 개발 가이드 라인



신제품 개발 시 환경성 평가

유한킴벌리는 신제품 출시 전 제품 개발 단계에서부터 제품의 지속가능성을 자체 평가하는 프로세스를 운영하고 있으며, 표준화 작업을 완료하여 실행 중입니다. 자체 평가 항목은 플라스틱, 온실가스, 펄프, 용수 영역으로 구분되며, 제품 개발에 따른 주요 환경 영향이 제품 출시의 의사결정 지표로 반영될 수 있도록 합니다. 주요 제품에 대한 전과정 평가 결과와 지속가능 소재에 대한 전 과정 LCI 데이터베이스(Life Cycle Inventory data base)가 신제품 개발 시 평가 도구로 활용됩니다. 유한킴벌리는 신제품 개발 평가의 정확도와 정밀도 향상을 목적으로 2023년에도 주요 제품에 대한 전과정평가를 지속적으로 실시하고, LCI 데이터베이스를 기반으로 한 내부 LCA 평가 툴을 마련할 계획입니다.

펄프 원료 제품의 환경성 개선

유한킴벌리는 '아쿠아프레시' 프로젝트를 통해 3겹의 화장지에 합지용 풀 대신 물을 접착제로 사용하여 제품의 환경성을 높이고, 화학물질 사용을 저감하기 위해 노력하고 있습니다. 전과정평가를 통해 접착제를 물로 전환, 환경성 개선의 결과를 도출하였으며, 크리넥스 화장지 제품 20개 SKU에 사용되던 24ton의 합지용 풀을 물로 전환함으로써 총 909 kgCO₂e의 탄소 배출량을 저감할 수 있었습니다. 2023년에도 화장지 전 제품인 60개 SKU(Stock Keeping Unit)에 적용하여 1,000ton 이상의 합지용 풀을 절감하는 등 화장지의 환경성 개선을 위해 더욱 노력할 것입니다.










탈플라스틱 노력

유한킴벌리는 지속가능한 소재 개발과 적용을 가속화하기 위해 국내 주요 지속가능 소재 개발 협력회사와 그린 액션 얼라이언스를 맺어 제품 개발 측면에서의 소재 개발과 제조 생산 적용 논의를 활발하게 진행하고 있습니다. 석유계 플라스틱 사용량을 줄이고 지속가능 소재로 대체하는 자체 개발뿐만 아니라 공정의 개선과 자원의 순환경제 활성화에 기여할 수 있는 소재 개발에 주력하고 있습니다. 지속가능 소재를 제품에 적용하기 위한 대표적인 성과로, '하기스 네이처메이드오가닉' 제품에 바이오 소재를 사용한 매스밸런스 접근법의 고분자 흡수체를 적용하였고, 여성용품에서는 친환경 소재인 코튼에서 표백 공정을 없앤 '좋은느낌 무표백' 제품을 출시하였습니다.

그리너 프로덕트

유한킴벌리의 그리너 프로덕트는 지속가능제품 기준 충족을 위해 이전대비 개선 노력이 진행되고 있는 제품의 의미입니다. 원료 사용 최소화(Reduce), 재활용성 증대(Recycle), 탈플라스틱(Replace)이라는 세 가지 우선순위를 만족시킨 제품으로 선별하며, 그 중에서도 제품의 원료와 포장재 사용을 줄이려는 노력을 최우선 순위에 두고 있습니다. 각 우선순위별 정량 목표를 내부적으로 관리하고 있으며, 기준별 자사 브랜드 제품의 개선 사례를 이해관계자에게 공유하며 지속가능성 제품에 대한 사회적 인식을 확산하기 위한 노력도 지속하고 있습니다.

2023 그리너 프로덕트(Greener Product)

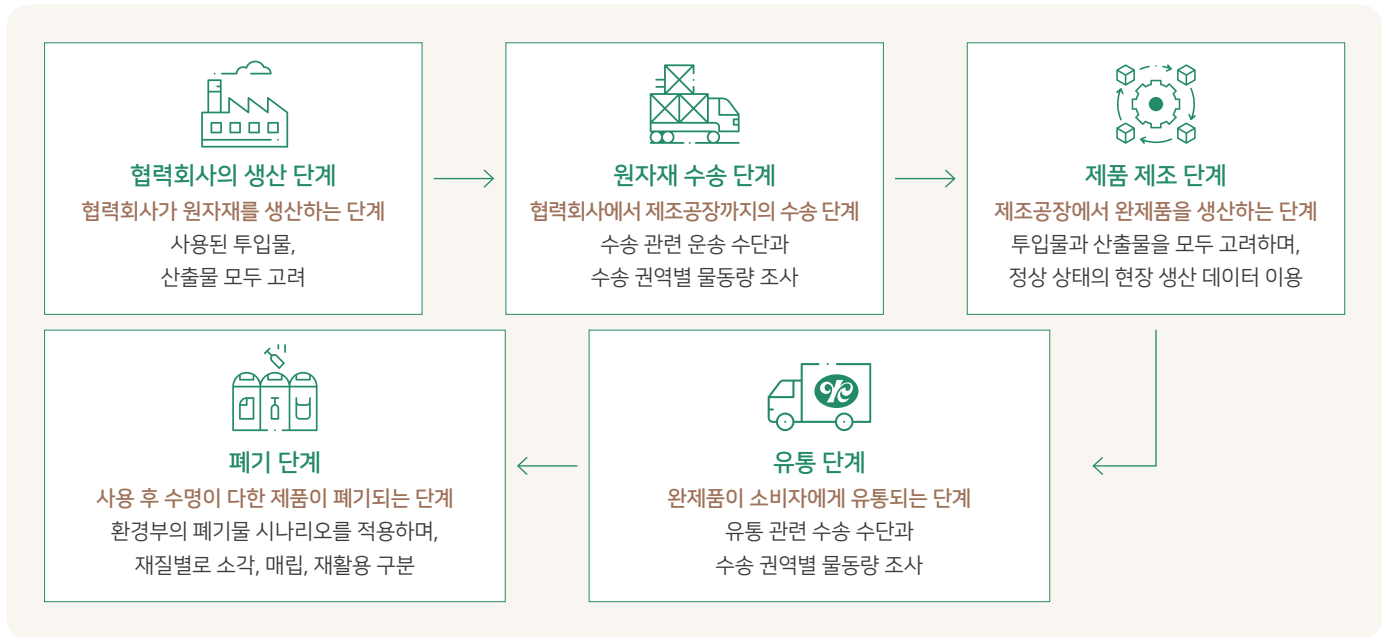
Reduce	Recycle	Replace
원료 사용 최소화	재활용성 증대	탈플라스틱
<p>지속가능제품 개발을 위해 제품의 원료와 포장재 사용 자체를 줄이는 노력을 가장 우선시하고 있습니다.</p>	<p>재활용 소재를 포장재 원료로 이용 및 확대하고 전 제품의 포장재 재활용 용이성 등급을 우수 이상 달성하고자 노력하고 있습니다.</p>	<p>기존 소재를 지구에 흔적을 최소화할 수 있는 탈플라스틱 소재로 대체하고자 노력합니다.</p>
<p> 좋은느낌 유기농순면 대용량 패키지 포장재 사용량 40% 이상 저감</p>	<p> 재생플라스틱 30% 이상 포함된 포장재 적용</p>	<p> 하기스 네이처메이드 오가닉 사탕수수, 오가닉코튼 등 자연유래 소재로 대체 바이오소재 매스밸런스 고분자흡수체 적용</p>
<p> 그린핑거 베베그로우 제품 압축포장비닐 제거 및 종이패키지 대체로 플라스틱 사용량 저감</p>	<p> 크리넥스 에코그린 멀티슈 멀티슈캡에 재생 플라스틱 적용</p>	<p> 크리넥스 종이 멀티슈 100% 천연펄프 원단(FSC 인증 펄프 사용)</p>
<p> 크리넥스 버블버블 핸드워시 에코그린허브 Bio-PET 적용으로 온실가스 배출량 및 신규 플라스틱 사용량 저감</p>	<p> 재활용이 용이한 재질/구조 재활용 용이성을 고려한 포장재 생산설계 강화</p>	<p> 라네이처 시그니처 흡수층, 방수층 등 기존 플라스틱 소재를 자연소재 또는 대체 플라스틱으로 변경</p>

제품의 환경성 개선을 위한 노력: 전과정평가

전과정평가(Life Cycle Assessment, LCA)란 원재료 채취에서 제품 사용 후 폐기까지 전 과정에서 제품이 환경에 미치는 영향을 평가하는 것입니다. 유한킴벌리는 2001년 두루마리 화장지를 시작으로 전과정평가를 확대하여 2022년 주요 17개 제품까지 총 35개 제품에 대해 전과정평가를 진행하고 유관 부문과 함께 제품 개발, 수송, 제조, 폐기 단계에 이르는 환경성 개선을 진행하고 있습니다. 이 결과를 바탕으로 2023년에 마스크 3개 제품에 대해 환경성적표지 1차 인증을 획득하였으며 추가로 환경성적표지 저탄소 인증을 획득할 예정입니다. 이를 시작으로 스카트 에코종이 물티슈, 크리넥스 종이 물티슈 2종에 대한 인증도 준비 중입니다. 또한 2023년에는 10개 제품에 대해 전과정평가를 진행하여 지속가능제품에 대한 베이스라인을 명확히 할 예정입니다. 아울러 제품을 개발할 때 원료 변경에 따른 사전/사후 환경성에 대한 변경 관리를 정확히 하기 위해 내부 전과정평가 툴을 개발하여 객관적이고 과학적으로 친환경 경쟁력을 높여 나갈 계획입니다.

제품 전과정평가의 목적
① 제품 전 과정 측면 친환경성 정량적 결과 확보(온실가스, 용수, 자원 사용 등 10대 환경 영향 범주)
② 제품 개발 시 원료 변경에 따른 사전/사후 환경성 변경 관리
③ 2030 지속가능 목표, 환경경영 3.0 및 지속가능제품의 매출비중 95% 달성 KPI 모니터링
④ 마케팅 제품환경 클레임 근거 자료
⑤ 국내 저탄소 인증 취득 기반 구축 및 인증 추진(스카트 물티슈 1종, 크리넥스 물티슈 2종, 마스크 1종 진행 중)

전과정평가 과정

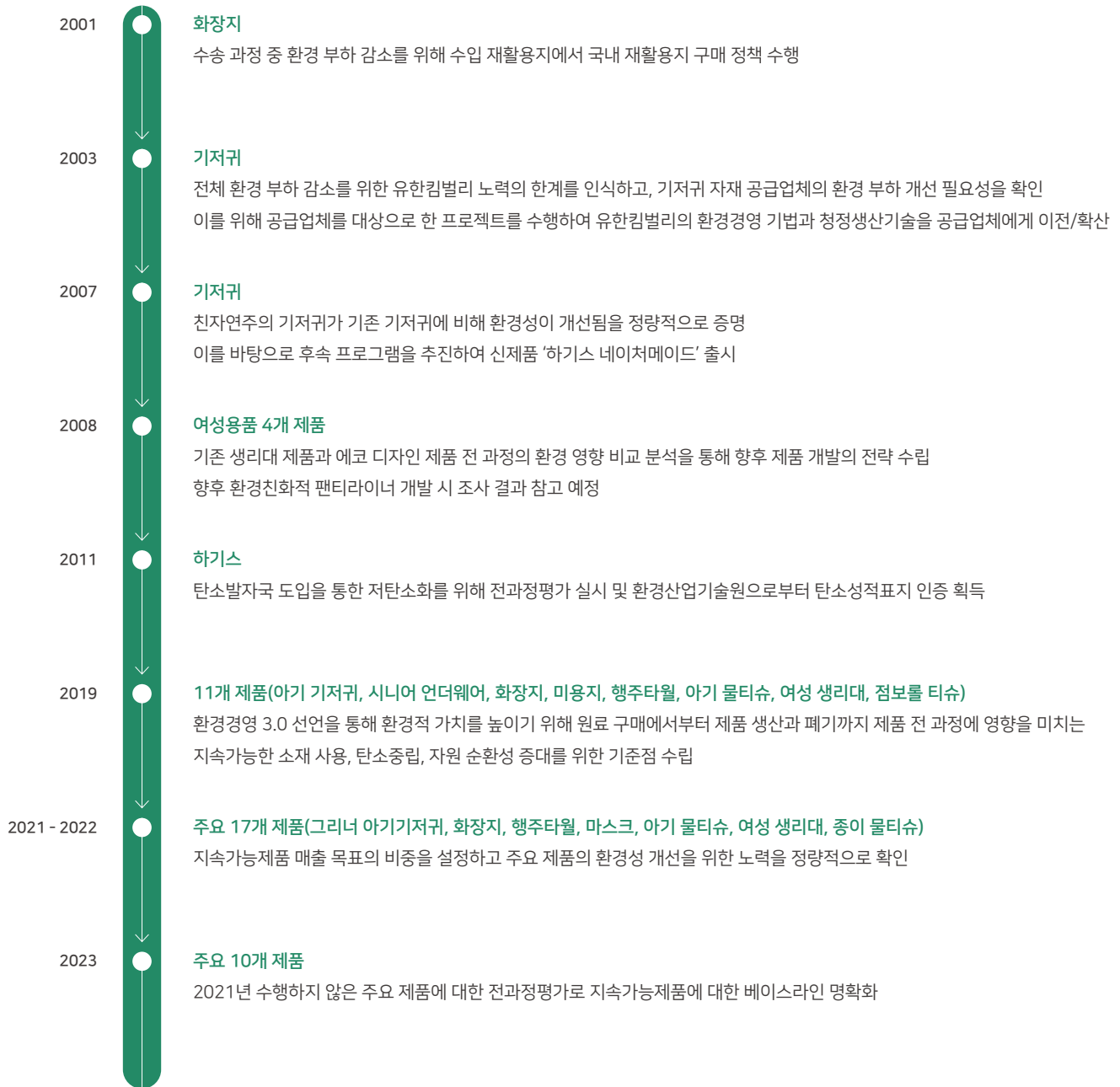


저탄소 인증 추진(환경부)

LCA 평가 결과의 활용
① 저탄소 인증 추진(환경부)
② 지속가능제품 모니터링 및 산정 근거 활용
③ 온실가스 배출 Scope 3 인벤토리 구축 및 공시 강화 대응

	ISO 규격	ISO 14025:2006
	일반 명칭	환경성적표지
	주요 활용	B2C, B2B
	LCA 자료	활용
	대상 제품	스카트 종이 물티슈 등 4종
	기대 효과	친환경 제품 클레임 가능

연도별 전과정평가 실천



환경경영 인증

환경표지인증은 「환경기술 및 환경산업 지원법」 제17조(환경표지의 인증)에 따라 환경부에서 시행하는 인증 제도입니다. 용도가 같은 제품/서비스 중에서 환경성을 현저하게 개선한 제품에 대해 인증을 부여하며, 재료나 제품 제조/소비/폐기의 전 과정에서 자원과 에너지를 소비하는 정도, 발생 오염물질이나 온실가스 등과 같이 환경에 미치는 영향력이 긍정적으로 개선된 경우 획득 가능합니다. 2023년 5월 기준으로 유한킴벌리의 B2B 제품군 중 화장지 9종, 수세용 핸드타월 23종, 방향제 8종 등 총 40종의 제품이 자원순환성 향상(37종) 및 유해물질 감소(방향제 3종)를 인정받아 환경표지인증을 획득하였습니다. 대표적인 사례로 한 번에 한 장씩만 뽑아 쓰는 센터폴 화장지를 사용하면 사용량을 기존 제품 대비 30~40% 줄일 수 있고, 한 번에 필요한 양만큼만 자동으로 토출되는 롤타월 전용 용기를 사용하면 종이타월 사용량을 30% 이상 절감하는 효과가 있습니다. 앞으로도 환경성 개선에 더욱 주력하여 환경표지인증 제품을 지속적으로 확대해 나갈 예정입니다.

환경표지인증 제품

대상 제품군	제품명		
EL321.화장지 및 핸드타월	크리넥스 드라이셀 프리미엄 R100	크리넥스 에어셀 점보롤 티슈 스탠다드 270	
	크리넥스 드라이셀 스마트 R180(온라인)	크리넥스 에어셀 점보롤 스탠다드 180(12R)	
	크리넥스 드라이셀 스마트 R180(서브원)	크리넥스 에어셀 점보롤 스탠다드 140(12R)	
	크리넥스 드라이셀 스마트 R180	크리넥스 에어셀 두루마리 화장지 50m	
	크리넥스 드라이셀 스탠다드 F250S	크리넥스 에어셀 두루마리 화장지 40m	
	크리넥스 드라이셀 F250S(서브원)	크리넥스 드라이셀 슈프림 핸드타월 R140m	
	크리넥스 드라이셀 스마트 F250(LT)	크리넥스 드라이셀 슈프림 핸드타월 R230m	
	크리넥스 드라이셀 스마트 F250	뽀뽀 엠보싱 점보롤 화장지 500m	
	크리넥스 드라이셀 프리미엄 R183	뽀뽀 점보롤 화장지 600m	
	크리넥스 드라이셀 스탠다드 R160	뽀뽀 점보롤 화장지 600m(16롤)	
	크리넥스 드라이셀 스탠다드 R160(12롤)	뽀뽀 점보롤 화장지 600m(COSTCO)	
	크리넥스 드라이셀 스탠다드 R280	뽀뽀 엠보싱 화장지 35m(2겹)	
	크리넥스 드라이셀 스마트 R300	세이브 두루마리 화장지 50m(2겹)	
	크리넥스 드라이셀 스탠다드 F250	뽀뽀 엠보싱 화장지 50m(2겹)	
	크리넥스 센터폴 화장지 스탠다드 1000매	세이브 점보롤 250m(2겹)	
	크리넥스 에어셀 점보롤 티슈 스탠다드 300	세이브 점보롤 300m(2겹)	
	EL322.방향제	크리넥스 셀방향제 시트러스향	크리넥스 순수 방향제 부드러운 커피향
		크리넥스 셀방향제 라벤더향	크리넥스 순수 방향제 싱그러운 꽃잎향
크리넥스 순수 방향제 초록풀잎 숲속향		크리넥스 순수 방향제 푸릇푸릇 허브향	
크리넥스 순수 방향제 상콤달콤 사과향		크리넥스 셀 방향제(과일향)	

숲 나무심기와 숲가꾸기, 긴 호흡으로 실천하는 지구환경을 위한 행동

유한킴벌리는 1984년부터 '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인을 통해 나무를 심고 가꾸어 왔습니다. 2022년까지 심고 가꾼 나무는 누적 55,406,712그루이며, 누적 면적은 18,469ha에 달합니다. 2030년까지 누적 6,000만 그루를 목표로 매년 50만 그루 이상의 나무를 심고 가꾸어 나갈 것입니다. 또한 생물다양성 보존, 탄소중립 등 숲을 매개로 시대가 요구하는 사회문제를 해결하는데 기여하고자 힘쓰고 있습니다. 뿐만 아니라, 다양한 프로그램을 통해 숲의 가치를 증대하기 위한 상호협력과 이해관계자와의 상호협력과 공감 및 참여를 확산하고 있습니다. 특히 2022년 5월 4일, 북부지방산림청, 사단법인 평화의숲과 '연천 평화의숲 조성을 위한 공동산림사업' 협약을 체결하는 등 생물다양성 보호를 위한 민관 공동 협력에 집중하고 있습니다. 한편, 40여년 간 숲 환경 공익 캠페인을 통해 축적해 온 사회적 가치와 환경적 영향력을 평가하는 프로젝트를 진행하고자 합니다. 지난 39년간 나무를 심고 가꿨던 전국 조림 및 숲가꾸기 지역을 조사하여 숲의 가치를 평가하는 '우리강산 푸르게 푸르게' 히스토리북을 제작할 예정이며, 캠페인 40주년을 맞는 2024년에 '우리강산 푸르게 푸르게'의 사회적 기여도와 향후 비전을 포함한 히스토리북을 공개할 계획입니다.

우리강산 푸르게 푸르게 캠페인 변화







* KKG(Keep Korea Green): 우리강산 푸르게 푸르게

사람 취약계층 삶의 질 개선을 위한 행동

유한킴벌리는 저소득 취약계층 기부, 교육 프로그램 등을 통해 2030년까지 누적 5,600만 명과 함께하는 것을 목표로 하고 있습니다. 2022년까지 약 3,160만 명(누적)의 삶의 질 개선(수혜자 및 참여자)에 기여했고, 매년 약 300만 명 이상을 목표로 삼아 왔습니다. 구체적으로는 여성 인권 및 리더십 강화를 위한 노력, 취약계층 지원 사업, 사원들의 기부와 자원봉사 등을 꾸준히 진행 중입니다. 또한 1972년부터 청소년 월경 교육과 인식 개선을 위해 소비자 교육 프로그램을 운영해 왔고, 2007년부터는 여성 NGO 리더십 육성 사업도 이어오고 있습니다.

최근에는 네이버 해피빈 등 다양한 기부 모델을 제시하며 사회 변화에 발맞춘 다방면의 소통을 이어오고 있고, 가치소비 증진을 위한 굿브랜드 활동을 대폭 강화했습니다. 유한킴벌리를 대표하는 하기스, 좋은느낌, 크리넥스, 디펜드 브랜드를 통해 취약계층을 위한 다양한 활동을 전개하고 있습니다. 이 밖에도 시니어를 돕기 위한 '1% 월정 급여 기부', 여성들을 돕기 위한 '딸들에게 희망' 캠페인 그리고 사업장 인근 지역사회를 돕기 위한 기금과 사내 동호회 연말 바자회 수익금 기부, 노경이 함께하는 봉사 활동 등 구성원들이 자발적으로 참여하는 기부와 봉사 활동을 꾸준히 이어오고 있습니다.

유한킴벌리 주요 브랜드 별 기부활동

브랜드	하기스	좋은느낌	크리넥스	디펜드
활동	 <ul style="list-style-type: none"> · 함께 키우는 이혼둥이 캠페인(2017~) · 희망뱅크: 사이즈 교환 기저귀 기부(2015~) · 하기스 굿액션 기저귀 지원(2019~) 	 <ul style="list-style-type: none"> · 힘내라 딸들이! 캠페인을 통한 생리대 100만 패드 기부(2016~) · 발달장애 아동을 위한 처음생리팬티 개발(2020) 	 <ul style="list-style-type: none"> · 미세먼지 걱정아웃 마스크 나눔 캠페인(2015~) · COVID-19 마스크 100만개 기부(2020) · 바이러스 감염 예방을 위한 위티켓 캠페인(2021) · 자립준비 청년과 취약계층을 위한 마스크 30만 장 기부(2022) 	 <ul style="list-style-type: none"> · 불우한 시니어를 돕기 위한 사원 1% 나눔 캠페인(2015~) + 소비자 기부(2019~)
2022년 진행성과	총 1,134,633 패드 기부	총 1,140,480 패드 지원	총 300,000장 지원	총 259,000장 지원



GT 프로젝트

유한킴벌리는 지난 2020년 말, 창립 50주년을 맞아 또 다른 50년을 준비하기 위해 성장과 변혁을 뜻하는 GT(Growth & Transformation) 프로젝트를 발족하였습니다. 유한킴벌리의 미래 성장을 위해 '우리는 생활/건강/지구환경을 위해 행동합니다'라는 비전과 ▲핵심사업 성장 ▲신사업 확장 ▲가치사슬 혁신 ▲위닝컬처 강화 ▲사회/환경공헌으로 구성된 5가지 전략방향을 수립하였습니다. 비전 실현에 동참하려는 직원들의 자발적인 지원을 바탕으로 GT 프로젝트를 실행 중이며, 단발성이 아닌 전사적인 차원에서 연결성을 가지고 추진하고 있습니다. GT 프로젝트는 2023년 1월까지 1~3기를 운영하였으며, 총 89개의 이니셔티브에 308명의 직원이 참여하였습니다. 2020년 1기는 '성장과 변혁의 기회 발굴', 2021년 2기는 '성장과 변혁의 구체화', 2022년 3기는 '성장과 변혁의 가속화'를 콘셉트로 실행되었습니다. 2023년 2월부터 진행 중인 GT 4기는 '성장과 변혁의 실행'을 주제로 1~3기의 노력을 계승하여 실제적인 성과물을 만들어내는 데 집중하는 프로젝트로 수행할 예정입니다. 유한킴벌리는 지속적인 GT 프로젝트를 통해 다양한 분야의 많은 직원들이 자발적 협업으로 성장할 수 있는 경험을 제공하고, 이를 통해 회사가 함께 성장하는 선순환 구조의 문화를 만들어 나가고 있습니다.



GT 3기 발표

GT 프로젝트 진행 현황

연도	2020	2021	2022	2023
기수	1기	2기	3기	4기
실행 계획	기업 비전과 전략방향 수립	63개 실행계획	25개 신규 + 기존 35개 실행계획	26개 신규 + 기존 10개 실행계획
주요 과제	<ul style="list-style-type: none"> · 비전과 5가지 전략 방향 수립 · 4가지 핵심가치 수립 	<ul style="list-style-type: none"> · 하기사 프리미엄화 전략 개발 · 시니어 시설 시장 리더십 확보 · B2B 신규 사업 도입 및 확장 · 이커머스 신규 채널 기회 확보 · 고객 배송 서비스 향상 · 포스트 COVID-19 조직문화 및 제도 정립 	<ul style="list-style-type: none"> · 10TM 가동 및 티슈 비즈니스 성장 · 스킨케어 카테고리 성장 · 이커머스 판매 증대 위한 물류 최적화 및 상품 개발 · 추가 수출 실현 및 극대화 · 이해관계자 기반의 ESG 리스크 발굴 	<ul style="list-style-type: none"> · 여성사업부문 신규 카테고리 성장 · 자사 플랫폼 활성화 및 채널 간 시너지 창출 · B2B 인접 영역 확장 및 헬스케어 경쟁력 강화 · 비즈니스 AI 활용 사례 개발 · 환경세 모니터링 및 산정 프로세스 혁신