

사람이 희망이다

유한김벌리
2016 지속가능성보고서



사업 전략
우리강산 푸르게 푸르게

제품의 사회적 · 환경적 영향
고객 가치 창출

지속가능경영 하이라이트

사람이 희망이다





유한킴벌리
2016지속가능성보고서

2016 지속가능성보고서 개요 About This Report

- 보고 원칙** GRI G4 가이드라인
- 보고 경계** 국내 전 사업장(서울본사, 김천, 대전, 충주) 및 주요 공급망
- 보고 기간** 2015. 1 ~ 2015. 12(2016년 상반기 활동 성과 포함)
- 보고 기준** 회계연도 기준, 최소 3개년 이상 시계열 제시
- 보고 검증** 제3자 검증의견서
- 보고 주기** 매년 보고(최초발간 2006년)
- 구성 특징** GRI G4에 따른 보고, 중대이슈 중심 보고, 신뢰성 강화
- 공개 원칙** 웹사이트 www.yuhan-kimberly.co.kr 상시 공개
- 추가 정보** 유한킴벌리 지속가능경영부문 환경경영위크그룹 Tel. 02-528-1352

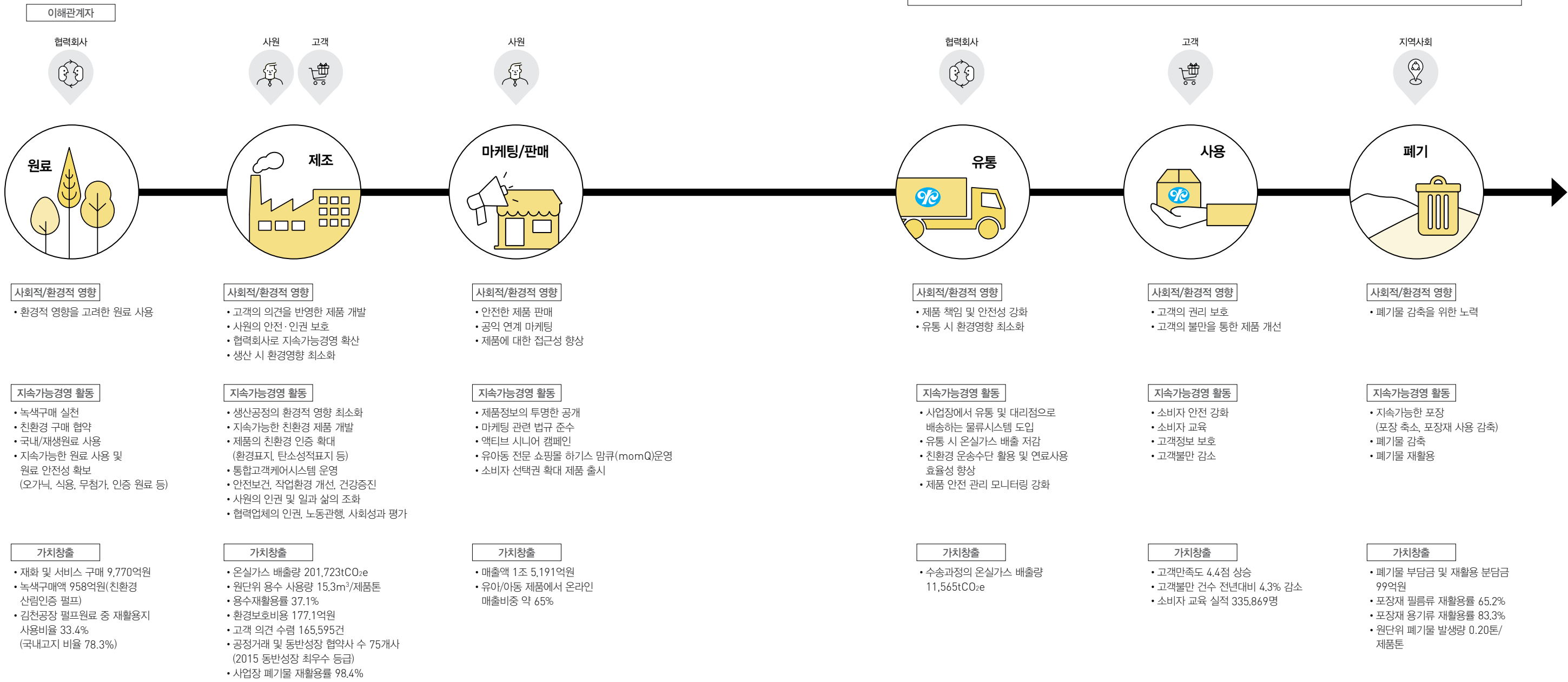
지속가능성보고서의 디지털라이제이션 구현

본 보고서는 독자들에게 다양하고 편리한 정보를 제공하기 위해 인터랙티브 방식의 디지털 요소들을 포함하고 있습니다.

 VIDEO 이 아이콘이 있는 내용은 동영상 정보가 포함되어 있습니다. PDF에서 클릭하면 바로 동영상을 볼 수 있습니다.	 WEBSITE/ MOBILE WEBSITE 더 자세한 정보는 웹사이트나 모바일웹사이트에서 바로 볼 수 있습니다.	 AUGMENTED REALITY 스마트폰에 AR 앱(Aurasma)을 다운로드 한 뒤 아이콘이 표시된 이미지를 스캔하면 동영상을 볼 수 있습니다.	 QR CODE 스마트폰으로 QR 코드를 스캔하면 인쇄물에서 바로 동영상을 볼 수 있습니다.
7p	7p 29p	8p	35p 40p 79p

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리의 지속가능경영은 경제적 수익성, 사회적 책임성, 환경적 건전성을 바탕으로 상생을 추구하는 것입니다. 기업은 원료부터 제품생산, 마케팅/판매, 유통, 폐기까지 모든 가치사슬(Value Chain)에서 천연자원, 물, 안전, 인권 등 수많은 사회적·환경적인 영향을 주고 받습니다. 이에 유한킴벌리는 가치사슬 단계별로 사회적·환경적 영향을 고려해 지속가능경영 활동을 추진함으로써 경제적, 사회적, 환경적 가치를 창출하고 있습니다.



2016년 지속가능성 보고서, 무엇이 달라졌나?

본 보고서는 고객 4,173명의 설문결과를 바탕으로 고객의 관점에서 바라본 지속가능경영 4대 의제를 집중 보고하였으며, 사회적·환경적 영향력에 걸맞은 책임을 다함과 동시에 지속가능한 성장을 위한 노력을 보고서에 담고자 하였습니다.

- 고객의 관점에서 작성**
 - 고객 4,173명을 대상으로 진행된 설문조사로 도출된 지속가능경영 4대 의제 집중 보고
 - '소비자 중심의 월드베스트 마케팅·영업회사'가 되기 위해 고객의 의견을 경영에 반영
 - 이해관계자 조사를 통해 축적된 고객 의견을 빅데이터로 관리
- 사회적·환경적 영향을 고려한 경영 활동 보고**
 - 가치사슬(Value Chain) 단계별로 사회적·환경적인 영향을 고려한 지속가능경영 활동 추가
 - 사회적, 환경적 관심이 증대되고 있는 마스크, 핸드타올, 생리대, 시니어 제품 집중 보고
- 지속가능한 성장을 위한 새로운 방향성 제시**
 - 미래의 성장 동력을 확보하기 위한 3대 경영 키워드 제시
 - 디지털 역량 강화를 위한 조직의 변화와 교육 활성화
 - 제조에 대한 새로운 패러다임인 스마트 매뉴팩처링 보고

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

CONTENTS

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

CEO 메시지 08
 지속가능경영 성과 및 중장기 과제 12
 비전과 핵심가치 13
 지속가능경영 전담조직 15
 윤리경영과 준법경영 16
 이해관계자 참여 및 경영 반영 17

지속가능경영 하이라이트

제품의 사회적·환경적 영향 24
 고객 가치 창출 28
 사업전략 33
 우리강산 푸르게 푸르게 37

지속가능경영 성과 보고

경제 43
 사회 46
 환경 60

부록

지배구조 69
 위기관리 70
 중대이슈 도출 71
 UN Global Compact 72
 제3자 검증의견서 73
 GRI G4 Index 75
 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체 79

01 유한킴벌리 지속가능경영 전반

유한킴벌리 회사소개 영상

유한킴벌리는 지난 46년 동안 고객과 사회에 더 나은 가치를 제공하기 위해 끊임없이 도전하며 혁신을 거듭해 왔습니다. 미래의 사업환경은 더욱 빠르게 바뀌고, 고객의 니즈도 다양해질 것입니다. 이러한 변화 속에서 유한킴벌리는 지속가능한 성장을 주도해 나가기 위해 고객의 목소리에 더욱 귀를 기울여 더 좋은 제품을 만들고, 지속가능경영 활동을 바탕으로 사회와 함께 성장해 나가겠습니다.

회사개요 (2015년 12월 31일 기준)

회사명	유한킴벌리 주식회사	주요 브랜드	하비스, 크리넥스마이비데, 더블하트, 화이트, 좋은느낌, 크리넥스, 뽀뽀, 스킨케어, 그린핑거, 티엔, 디펜드, 포이즈 등
설립일	1970년 3월 30일		
업종	제조	사업분야	일반 소비자 위생용품, 산업 및 의료용품 등
대표이사 사장	최규복	생산 및 판매 제품	아기 기저귀, 육아용품, 여성 생리대, 시니어 언더웨어, 키친타올, 냅킨, 물티슈, 스킨케어, 유니레버 제품 등 소비자용품과 산업용품(와이퍼, 안전보호구), 화장실용품(물비누, 대용량 화장지, 핸드타올, 방향제), 의료용품(가운, 액세서리, 수술포), 부직포 원단, 농업용 보온 및 차광 재료 등
사원수	1,748명		
매출액	1조 5,191억원		
매출액 구성	국내 80.6%, 수출 19.4%	대상시장	개인, 산업체, 연구실, 공공건물, 식당, 병원, 학교 등
영업이익	1,764억원	주요연혁	유한킴벌리 홈페이지

초롱꽃 초롱꽃과에 속하는 여러해살이풀. 한국 원산으로 일본과 동부 시베리아에도 분포

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

CEO 메시지
 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
 비전과 핵심가치
 지속가능경영 전담조직
 윤리경영과 준법경영
 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

제품의 사회적·환경적 영향
 고객 가치 창출
 사업전략
 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

경제
 사회
 환경

부록

지배구조
 위기관리
 중대이슈 도출
 UN Global Compact
 제3자 검증의견서
 GRI G4 Index
 주요 학회 및 협회 가입현황/
 주요 협력 및 가입단체

CEO 메시지



더 나은 생활을 향한 믿음 - 유한킴벌리

2016년, 잠재력 극대화· 디지털라이제이션· 유연성에서 미래 핵심 키워드를 찾아내다

존경하는 이해관계자 여러분,
안녕하세요. 2016년은 유한킴벌리가 창립 46주년을 맞이하는 해입니다. 오늘
의 유한킴벌리는 사회와 함께 건강하게 성장함으로써 우리 사회의 좋은 기업
모델이 되겠다는 소망을 갖고 있습니다. 열한 번째로 발간하는 지속가능성보
고서는 이러한 다방면의 노력을 투명하게 보고 드리고자 합니다. 경제, 사회,
환경 측면에서의 성과와 과제를 보고함으로써 이해관계자 여러분들은 유한킴
벌리를 더욱 잘 이해하게 되실 것이라고 믿습니다.

지속가능경영 전반_13년 연속 존경 받는 기업 선정

유한킴벌리는 2014년에 우리의 문제는 현장에 답이 있다(우문현답)고 제시하였고, 2015년에는 소비자 중
심의 월드베스트 마케팅 영업회사가 되겠다(이하, 소월마영)는 방향을 제시하였습니다. 그 결과 지난 해
좋은 성과를 거두었습니다. 이제 2016년에는 이에 더하여 잠재력 극대화, 디지털라이제이션, 유연성이라
는 3대 핵심키워드를 중심으로 뛰고자 합니다. 지난 2015년에는 소월마영의 가치를 구체화하기 위해 전
사원의 핵심역량 강화와 소비자, 고객, 시장 중심의 조직문화 내재화에 많은 노력을 기울여서 관련 교육프
로그램을 지속적으로 시행했습니다. 또한 미래의 비즈니스 경쟁력을 확보하기 위해 전사적으로 디지털라
이제이션을 빠르게 받아들였습니다. 제조생산부문의 스마트 매뉴팩처링도 그 일환이며, 이를 가속화시켜
지속가능한 제조업모델을 만들어가려고 합니다. 전사적 디지털 혁신을 위한 역량확보 노력들이 강화될 것
입니다. 또한 기업문화 차원에서 새로운 시도들을 진행했습니다. 투명성을 바탕으로 노사 간의 협업을 통
한 성과공유제가 기틀을 잡은 것도 그 예입니다.

이러한 노력이 진행되는 가운데 유한킴벌리는 한국에서 가장 존경 받는 기업 3위이자, 13년 연속 선정되
어 사랑을 받았습니다. 한국산업의 브랜드파워 조사결과에서도 하기스는 18년 연속, 생리대는 16년 연속,
크리넥스와 뽀빠는 14년 연속 부문별 1위를 유지했습니다. 그리고 2015년에는 한국에서 가장 일하기 좋은
기업으로 산업별 생활용품 1위로 평가받았으며, 한국인재경영과 CSV 경영대상을 수상했습니다. 또한 지
속가능성지수 1위와 이해관계자가 선정한 사회책임경영 종합대상을 수상하기도 했습니다. 이렇게 유한킴
벌리는 사회를 포함한 많은 이해관계자들의 사랑과 지지를 통해 성장해왔고, 이를 보답할 책임을 깊이 느
끼고 있습니다. 이 자리를 빌어 다시 한번 감사의 말씀 드립니다.

경제적 성과_매출 1조 5천 1백 9십억원 달성, 매출 전년대비 8.5% 성장

2015 성과 | 경제적 성과를 보고 드리겠습니다. 지난 2015년은 행복한 한 해였습니다. 전체 8.5% 매출 성
장을 이룬 의미 있는 해였습니다. 내수에서는 5.0%, 수출에서도 25.8%, 영업이익 또한 5.4%의 성장을 달
성하였습니다. 이와 더불어 중장기 미래를 위한 투자로 총 655억원이 재투자되어 지속가능한 성장의 토
대를 더욱 공고히 하고 있습니다. 많은 분들이 2013년 역성장, 2014년 2.5% 성장인데, 무엇이 2015년
8.5% 성장의 차이를 나게 한 것일까, 저출산이 심화되는 가운데 유아용품의 성장이 가능했던 이유에 대해
궁금해하셨습니다. 성장의 요인들을 분석하여 보았습니다. 2015년에 글로벌 경기뿐만이 아니라 국내 메
르스 사태 등으로 소비가 침체된 상태였고, 유통시장도 빠르게 변화하고 있었습니다. 그럼에도 불구하고
유통시장 변화에 효과적으로 대응해 온라인 매출에서 고성장, 영업에서의 채널혁신, 메르스와 황사 등 외
부요인에 의한 마스크 매출 증가, 주요 카테고리(유아/아동용품, 여성용품, 가정용품)에서의 고급화 등이
성장의 동력이 되었습니다. 또한 지속적인 원가절감과 노사화합을 통한 생산성 향상 등도 수익성 개선에
이바지하였습니다. 수출에서는 2015년 2월에 김천공장에서 가동을 시작한 타올 기계를 활용하고, 중국 기
저귀 수출을 지속적으로 성장시킨 결과입니다.

2016 과제 | 2016년도 사업환경을 돌아보면 크게 여섯 가지가 주목됩니다. 글로벌 뉴노멀 기조(저성장·
저물가), 중국의 경기 침체, 한중일 시장 통합화, 치열하게 경쟁하고 급변하는 유통경쟁 현황, PB/No 브
랜드 상품 확산, 다양한 소비자 요구를 들 수 있습니다. 이러한 환경에서 크게 3가지의 과제를 선정했습니
다. 첫째, 2015년에 이어 또 한번의 성장 추구에 나설 계획입니다. 둘째, 새로운 역량을 통한 지속성장의

사람이 희망이다

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

CEO 메시지

지속가능경영 성과 및 중장기 과제

비전과 핵심가치

지속가능경영 전담조직

윤리경영과 준법경영

이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

제품의 사회적·환경적 영향

고객 가치 창출

사업전략

우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

경제

사회

환경

부록

지배구조

위기관리

중대이슈 도출

UN Global Compact

제3자 검증의견서

GRI G4 Index

주요 학회 및 협회 가입현황/
주요 협력 및 가입단체

기반을 구축할 것입니다. 셋째, 자강불식(自強不息) 조직문화로 개선할 것입니다. 특히 성장을 추구하기 위해서는 이커머스와 오프라인에서의 확실한 우위를 유지하면서 유아와 여성용품의 시장점유율을 확대해 나갈 것이고, 가정용품은 보다 지속가능한 사업으로의 혁신을 해나갈 것이며, 비전 카테고리 제품으로 베이비와이프, 오버나이트 팬츠, 유니레버, 시니어케어, 탐폰, 타올, 모이스처티슈, 스킨케어 8개 분야의 제품에 지속적 투자를 해나갈 계획입니다.

사회적 성과_윤리준법, 안전, 환경, 성과책임 문화, 동반성장 강화 노력

지속성장의 기반을 닦는데 있어 사회적 노력과 성과는 중요합니다. 유한킴벌리는 윤리준법, 안전, 환경, 성과책임 문화, 동반성장 강화를 지속성장의 기반을 닦는 문화의 필수적 사항들이라고 생각합니다. 이러한 기반을 강화하는 한편 협업강화를 통한 문제해결 문화, 소월마영의 지속적 강화와 부문 채널의 혁신역량 강화, 유연한 조직으로의 전환, 미래 지향적인 노경협업 시대 전개, CSR/CSV의 진화와 구성원의 참여 등을 2016년의 주요의제로 삼고 노력해나갈 것입니다. 제품안전에 대해서는 고객들의 관심이 높습니다. 이에 앞장서서 2015년 1월에 아기와 어린이용품의 제품안전 정책을 공개하였으며, 통합고객케어시스템을 오픈해 소비자와의 소통을 강화하고 있습니다.

지역사회와의 동반성장의 대표적 활동으로는 1984년 시작한 숲 환경 보호 활동인 우리강산 푸르게 푸르게(Corporate Social Responsibility, 이하 CSR)와 2012년에 고령화를 극복하면서 시니어사업을 활성화하고자 시작한 공유가치창출(Creating Shared Value, 이하 CSV)이 있습니다. 우리강산 푸르게 푸르게는 이제 조림과 육림의 시대를 넘어 '숲과 사람의 공존'이라는 비전을 실행하기 위해 도시숲, 미래숲, 공존숲의 영역에서 서울 남산숲과 한강, 대전, 김천, 충주, 파주 등의 구체적인 지역선정을 완료했고, 지역사회, 시민단체와 정부기관과 미래를 위한 협약들을 맺고, 사업의 뿌리를 내리고 있습니다. 시니어 산촌학교를 처음 개설해서 숲과 산촌을 통해 새로운 삶의 모델을 개발하는 플랫폼 역할을 하려고 합니다. 여성들과의 동반성장을 위한 노력들도 성과를 내고 있습니다. 사원들이 자발적으로 참여하는 '딸들에게 희망을'이라는 기부활동을 통해 우리 사회에 도움이 필요한 여성들을 돕는 기금을 마련하고 있으며, 회사차원에서는 청소년들의 환경리더십을 키우는 그린캠프를 29년째 개최하고 있습니다. 올해로 10년째를 맞이하는 여성 NGO 장학사업을 통해 배출된 여성리더들이 사회리더들로서 활동하고 있습니다. 또한 30%클럽활동을 통해 다양성 확보를 위한 대사회적 확산 노력에도 동참하고 있습니다.

협력회사와의 동반성장은 상호 이해와 신뢰를 바탕으로 노력한 결과 2013년과 2014년 2년 연속 우수등급을 획득한 이후 2015년에는 동반성장지수 평가에서 최우수 등급을 받았습니다. 앞으로도 협력회사 상생아카데미, 기술지원, 협력회사 간 공정거래 정착을 위한 활동 등을 통해 더 의미 있는 성과들을 내도록 지원하겠습니다.

환경적 성과_배출권거래제 2015년 온실가스 배출허용량 대비 15.3% 저감(36,407tCO₂e)

2016년은 유한킴벌리가 환경방침을 수립한 지 20주년이 되는 의미 있는 해입니다. 1996년에 환경방침을 제정한 이래 환경정보를 이해관계자, 환경정보공개제도, 지속가능성보고서 및 회사 홈페이지 등을 통해 투명하게 공개해왔고, 지속적인 정보공개 투명성을 인정받아 2015년 환경정보공개 대상 최우수기관으로 선정된 바 있습니다. 정보공개의 투명성은 유한킴벌리가 추구하는 윤리경영의 근본입니다.

2015년에 크리넥스 드라이셀 핸드타올 제품 생산공정에 대하여 득한 국제적 친환경펄프 인증(Forest

Stewardship Council Chain of Custody, FSC CoC) 을 포함하여 약 34종의 환경마크 인증 제품의 유지 및 확산에 노력하고 있습니다. 또한 유한킴벌리는 배출권거래제 시행에 따라 사업장 별 감축프로그램의 시행과 모니터링, 협업을 통하여 배출허용량 목표(238,130tCO₂e)를 15.3% 초과 달성하였습니다. 향후에도 사업장 별 온실가스 감축잠재량 파악 및 타당성 검토 등을 통하여 효과적으로 대응하며, 저탄소 비전 업데이트로 제품, 공정, 물류, 지역사회 측면의 실행프로그램을 재점검 하고자 합니다. 이러한 노력을 통해 소비자에게 보다 친환경적인 제품 사용 기회를 제공하고, 자원의 효율적 사용을 통한 지속가능성을 추구해 나가도록 하겠습니다.

이야기를 마치며_아쉬운 점과 과제

이제 우리의 과제는 무엇이 지속가능한 미래를 가능하게 하나는 것을 스스로 묻고 실행하는 것입니다. 새로운 성장 역량의 확보가 우선 과제라고 생각합니다. 한정된 인원으로 외부환경에 대응하다 보니 이동이 많고, 능동적인 적응이 필요한데, 아직 충분하지가 않습니다. 미래를 위해 더 성장시켜야 할 신규사업의 실행력도 부족하고, 일부 사업부 경쟁력 보완이 필요하다고 생각합니다. 디지털 혁신을 통한 역량 확보와 증대, 자원의 재배분, 이커머스시장에서의 확실한 우위를 만들어가기 위해 노력하고자 합니다.

또한 우리만 보지 않고 우리를 둘러싸고 있는 사회의 문제들에 관심을 갖고 사회와 함께 성장하는 기업이 되도록 더 노력하겠습니다. 우리 사회의 양극화의 문제가 심화되면서 어려움을 극단적으로 겪는 사회적 약자들이 늘어나고 있어 이에 대한 고민도 계속 해나가겠습니다. 앞으로도 유한킴벌리는 이해관계자의 입장에서 지속적으로 소통하고 공유해 주시는 다양한 의견을 반영하기 위해 노력하겠습니다. 이해관계자 여러분의 적극적인 관심과 조언 부탁드립니다. 감사합니다.

2016년 8월
유한킴벌리 대표이사 사장 최 규 복

최 규 복

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

CEO 메시지

지속가능경영 성과 및 중장기 과제

비전과 핵심가치

지속가능경영 전담조직

윤리경영과 준법경영

이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

제품의 사회적·환경적 영향

고객 가치 창출

사업전략

우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

경제

사회

환경

부록

지배구조

위기관리

중대이슈 도출

UN Global Compact

제3자 검증의견서

GRI G4 Index

주요 학회 및 협회 가입현황/

주요 협력 및 가입단체

지속가능경영 성과 및 중장기 과제

지속가능경영 성과_ 2015년 경영성과

평가 기준 ● 초과 ● 부합 ○ 노력 필요

분류	2015년 계획	2015년 실적	평가
경제적 성과	1. 연간 투자 729억원	655억원 투자 핸드타올 설비 신설, 부직포공정 최적화, 기저귀 공정 개선 등	○
	2. 기존 핵심사업 (전년대비 1.5% 성장)	전년대비 3.9% 성장 유아/아동용품(8.2%), 가정용품(7.9%), 여성용품(0.6%)	●
	3. 신성장 사업* 활성화 (전년대비 10% 성장)	전년대비 10.6% 성장 유아 물티슈, 유니레버, 시니어케어, 탐폰, 타올, 스킨케어 등	●
	4. 원가 및 비용절감 488억원 이상	원가 및 비용 절감 546억원 달성	●
	5. 전체 매출액 중 수출비중 20%	전체 매출액 중 수출비중 19.4% : 중국 기저귀 수출 확대 등	○
환경적 성과	6. 온실가스 배출허용량 달성 (238,130tCO ₂ e)	배출량 : 201,723tCO ₂ e (배출허용량 대비 36,407tCO ₂ e초과 달성)	●
사회적 성과	7. 사회와의 약속 준수 지속	윤리경영 CEO 서약, UN글로벌콤팩트 COP 보고	●
	8. 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인(CSR) 새 비전 착수	지역 공존숲 개발(김천, 대전) 젊은 층과의 소통 강화 - 우푸푸 페이스북 16,000명	●
	9. 공유가치 창출 진화	시니어 사업 소기업 육성(전년대비 4개 증가로 누적 26개), 일자리 창출(전년대비 45개 증가로 누적 211개)	●
	10. 가치혁신경영 진화	본사 스마트오피스 2차 업그레이드, 창의공간 구성 은퇴자 프로그램(5060 이모작학교) 4회 개최	●
	11. 소비자중심경영 이슈 대응 강화	온라인 VOC 통합관리 체계 구축 완료(12월) CCM 멘토링 운영, 고객만족지수 전년대비 4.4점 향상	●
	12. 상생협력활동 지속	상생아카데미 110개사 207명 교육, CCM 인증 지원(8개사)	●

* 신성장 사업 정의 : 히비스 아기물티슈, 오버나이트 팬츠, 유니레버, 시니어케어, 탐폰, 타올, 물티슈, 스킨케어(8개 분야)

2016년 목표 및 중장기 과제

분류	2016년 목표 및 중장기 과제	계획
경제적 성과	1. 전년대비 성장 목표 달성	유아/아동용품(5.1%), 가정용품(4.5%), 여성용품(5.4%)
	2. 비전 카테고리* 제품 매출 증대 전년대비 4.7% 성장	시장침투율 증대 및 고급화 전략
환경적 성과	3. 온실가스 목표 달성(243,016tCO ₂ e)	2020년 BAU 대비 30% 온실가스 배출량 감소(중장기)
	4. 환경표지 인증 제품 확대	27 → 35개
사회적 성과	5. 사회와의 약속 준수 지속	윤리경영 CEO 서약, UN글로벌콤팩트 COP 보고
	6. 동반성장 만족도, 지수 증대	상생아카데미, CCM 인증 지원, 동반성장 지수 최우수 등급 획득
	7. 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인(CSR) 사회와의 협약 실행	공존숲(대전/충주), 도시숲-남산/한강(서울시), 미래숲(산림청) 협약, 시니어 대상 산촌학교 개설(연 2회)
	8. 공유가치창출 성과 다각화	시니어케어 매니저 육성(연 50명+), 종합생활지원서비스(연 40명+), 소기업 집중육성 및 네트워크 지원
	9. 소비자중심경영 통합 디지털 플랫폼 구현	온·오프라인 통합 고객대응 체계구축, B2B 고객지원 프로세스 혁신

* 비전 카테고리 항목 : 헬스&뷰티케어, 아기물티슈, 스킨케어, 스카트타올, 스타일팬티, 마스크, 크리닉스 마이비데, 탐폰, 입는 오버나이트, 맑은 물티슈

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

CEO 메시지

지속가능경영 성과 및 중장기 과제

비전과 핵심가치

지속가능경영 전담조직

윤리경영과 준법경영

이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

제품의 사회적·환경적 영향

고객 가치 창출

사업전략

우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

경제

사회

환경

부록

지배구조

위기관리

중대이슈 도출

UN Global Compact

제3자 검증의견서

GRI G4 Index

주요 학회 및 협회 가입현황/

주요 협력 및 가입단체

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

비전과 핵심가치

유한킴벌리는 2010년 10월에 새로 비전2020을 수립하고, 2013년에는 부문별 비전, 전략방향, 실행 로드맵을 마련해 실행 중입니다. 2015년에는 사업환경의 변화와 잠재 역량의 수준을 고려하여 비전을 업데이트해서 경영현황설명회를 통해 사원들과 공유했습니다. 2년 후인 향후 2017년에는 비전을 더 업데이트 해나갈 계획입니다.

유한킴벌리 비전2020



성공을 확산하는 열정적인 자세로, 목표를 도전적으로 정하고 창의적 방법으로 지속적인 개선 진행

다양성을 존중하고 포용하며, 진심으로 배려하고, 열린 마음으로 신뢰구축, 안전, 삶의 질 향상, 열린경영, 평생학습, 인재육성, 동반성장, 고객 만족 등을 위해 노력

진정성을 가지고 윤리경영, 공정거래, 성실납세, 생명존중, 환경경영, 가치혁신경영 등 사회적 책임을 위해 공헌

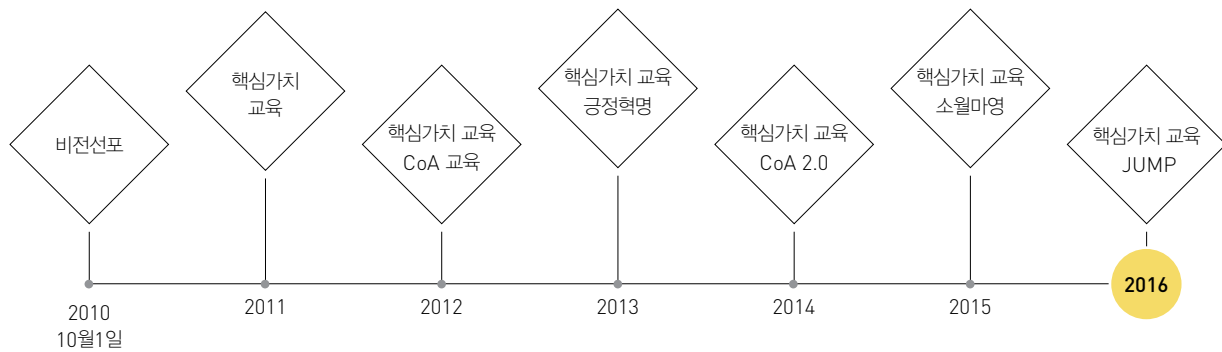
4대 부문 12대 핵심과제 수립

유한킴벌리는 '초일류 생활혁신기업'이라는 경영목표를 달성하고자 4대 부문 12대 핵심과제를 수립했습니다. 2020년까지 목표를 달성하기 위해 역량을 집중하고 있습니다.

조직/문화	프로세스/인프라	사업	M&A/파트너십
1. 조직 유연성 제고 2. 소말미영 문화 구축	3. 시장/소비자 인텔리전스 확보 체계 구축 4. 마케팅/영업간 협업 프로세스 개선 5. SCM 외부 협업 활성화 및 파트너 관리 체계 정비 6. IT 디지털 리더십 강화 7. 스마트 제조역량 강화	8. 채널 전략 수립 및 채널 관리 체계 재정비 9. 영업 인력 역량 강화 프로그램 체계화 10. 역지구 시장 공략 체계 구축 11. 사업부별 핵심 전략 추진 방안 구체화 및 실행	12. M&A/파트너십 전략 수립 및 역량 강화

비전2020 달성 위한 핵심가치 내재화 교육 정례화

유한킴벌리는 비전2020을 선포한 이후 3대 핵심가치(도전과 창의, 신뢰와 배려, 책임과 공헌)와 비전행동모형을 내재화하기 위해 매년 전 사원 대상 교육을 진행하고 있습니다. 2011년부터 핵심가치와 성과책임문화 교육을 실시했으며, 2015년에는 소비자중심경영(소비자 중심의 월드 베스트 마케팅·영업회사, 소월마케팅) 핵심가치 교육을 진행했습니다. 2016년에는 3대 핵심키워드(Full Potential, Digitalization, Agility)를 내재화 하도록 점프워크샵을 실시했습니다.



미래 성장 동력을 확보하기 위한 도약

유한킴벌리는 잠재된 가능성을 끌어올려 지속가능한 성장의 계기를 마련하고, 디지털 기술을 통해 소비자의 의견을 경영에 반영함으로써 미래 성장 동력을 확보해 나가고 있습니다. 특히 3대 핵심 키워드를 중심으로 전사적인 경영활동을 추진해 나가고 있습니다.

미래 성장 가속화를 위한 3대 핵심 키워드



<p>정의 개인과 조직의 잠재된 역량을 이끌어 낼 수 있는 환경을 조성하여 역량을 극대화하는 것입니다.</p> <p>유한킴벌리는 성장 목표 이상을 성취하기 위해 기존의 핵심 사업군을 틈틈히 하는 한편 신성장 사업을 육성해 노력하고 있습니다.</p>	<p>디지털 기술을 이용해서 좀 더 빠르고 정확하며, 효율적으로 업무나 사업을 하는 것을 말합니다.</p> <p>유한킴벌리는 소비자부터 생산현장까지 디지털 기술로 연결하여 정보를 신속하게 전달해 소비자 요구에 대응할 수 있는 스마트 매뉴팩처링 시스템을 구축하고 있습니다.</p>	<p>경쟁에서 앞서나가기 위해 혁신을 받아들이고, 빠른 의사결정과 실행으로 소비자 의견을 제품에 신속하게 반영하는 것입니다.</p> <p>유한킴벌리는 스마트한 협업을 위해 조직 유연성을 키우고, 개인의 멀티스킬을 향상시켜 경쟁력을 확보하고자 합니다.</p>
---	---	---

경영 활동 추진	<p>잠재력 극대화 통한 사업구조 개선</p> <ul style="list-style-type: none"> • 유아 및 여성용품 시장점유율 확대 • 가정용품 지속가능사업으로 개선·전환 • 프로페셔널 사업의 대약진 • 신성장 사업의 지속적인 투자 	<p>디지털라이제이션 통한 소월마케팅</p> <ul style="list-style-type: none"> • 이커머스의 확실한 우위와 역설련스 확보 • 디지털라이제이션/이노베이션 통한 확고한 경쟁적 우위/역량 확보 • IBP (Integrated Business Plan) 정착 통한 중장기 공급계획 개선 • Connected Enterprise/스마트 매뉴팩처링 가속
	<p>유연성·민첩성 통한 조직문화 개선</p> <ul style="list-style-type: none"> • 윤리준법, 안전, 성과책임문화 강화 지속 • 협업/도전정신 강화로 문제 해결 문화 • 전사적 마케팅/영업 혁신역량 개발 • 유연한 조직으로의 전환 • 지속가능 노경관계 수립 • 지속가능경영의 진화 	

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

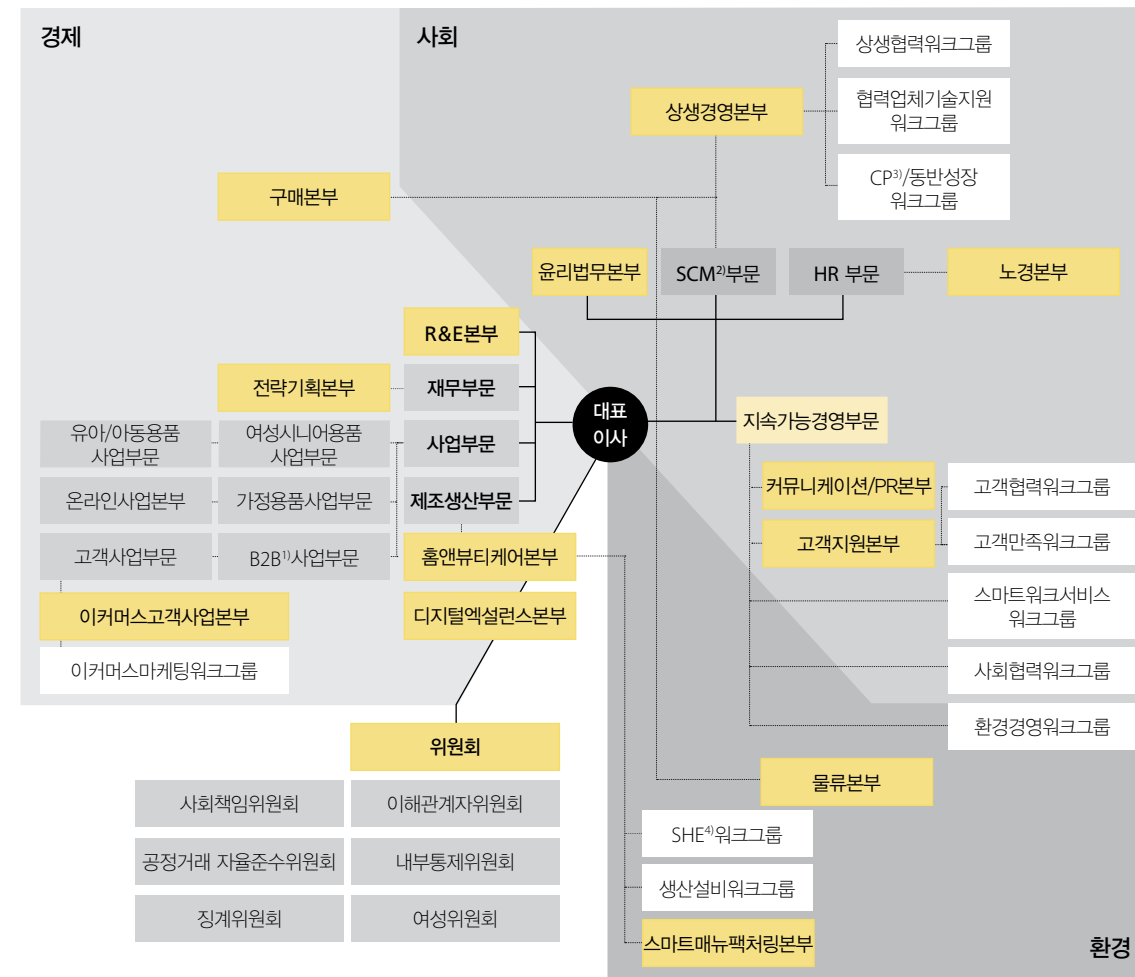
- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

지속가능경영 전담조직

유한킴벌리 지속가능경영부문은 2개 본부, 5개 워크그룹으로 구성되어 있습니다.

유한킴벌리는 지속가능경영 전담조직(지속가능경영부문)을 별도로 운영하고 있습니다. 지속가능경영부문에는 고객지원본부와 커뮤니케이션/PR본부, 환경경영·사회협력·스마트워크서비스워크그룹으로 구성되어 있으며, 여러 부서와의 유기적 협업을 통해 회사의 지속가능경영을 이끌어 나가고 있습니다.

지속가능경영 조직도(2016년 7월 기준)



* 1) B2B (Business to Business) 기업, 공공서 대상으로 서비스나 물품을 판매하는 사업입니다. 산업위생용품과 산업안전용품, 병원위생용품, 부직포 제품이 해당됩니다.
 2) SCM (Supply Chain Management) 공급망 관리
 3) CP (Compliance Program) 공정거래 자율준수 프로그램
 4) SHE (Safety, Hygiene & Environment) 안전·보건·환경

조직의 신설과 변경 통해 미래 준비

지속가능한 경영을 위해서는 조직역량이 중요합니다. 유한킴벌리는 역량을 강화하기 위해 미래지향적인 조직들을 만들어 대처하고 있습니다. 2015년 11월에 제조부문의 경쟁력 강화를 위해 스마트매뉴팩처링본부를 신설했습니다. 또한 2016년 3월에는 지속가능경영본부를 고객지원과 커뮤니케이션 및 PR을 포괄하는 상위부서(부문)로 승격시켰으며, 디지털 역량과 온라인 사업 강화를 위해 ITS본부를 디지털엑셀런스 본부로 명칭을 변경하고, 이커머스마케팅워크그룹을 신설했습니다.

윤리경영과 준법경영

유한킴벌리 경쟁력의 원천은 윤리성과 투명성입니다. 윤리경영 교육은 3가지 핵심가치(예방, 감지, 조치)를 중심으로 진행하며, 부패, 비리 등의 리스크를 사전에 예방하고 있습니다. 사원 행동규범, 반부패 원칙 등을 보유하고 있으며, 행동규범 이슈 보고, 이익충돌 유형 발생 보고, 행동규범 자율진단표 등을 통해 윤리경영 내재화에 노력하고 있습니다.

CEO의 윤리경영 서약, 윤리경영 전담조직 운영 유한킴벌리 최고경영자는 2004년부터 2016년까지 13년 연속 CEO 윤리경영 선언(윤경SM포럼 주관)에 참여해 윤리경영에 앞장서고 있습니다. 윤리경영과 준법 업무를 총괄하는 전담조직으로 2012년부터 최고경영자 직속으로 윤리법무분부를 신설했고, 내부통제워크그룹, 내부통제위원회, 자율준수실무위원회, 징계위원회 등과 윤리경영 실무를 진행하고 있습니다. 윤리경영 및 준법주간(2015년 5월 4~8일)을 매년 운영하며, 협력회사에도 자율적 행동규범 마련과 시행을 권고하고 있습니다.

2015년 내부고발자 보호 프로그램 개발, 온라인과 오프라인 통해 윤리경영 필수 교육 실시 사원은 행동규범 위반사실 발견 시 즉각 보고하며, 온라인과 오프라인을 통해 윤리경영, 행동규범 및 부패·뇌물수수방지 관련 교육을 매년 1회 이수하고 있습니다. 별도의 행동규범 관련 온라인 교육과 함께 개인정보보호, 성희롱 예방 교육도 받고 있으며, 2015년에는 내부고발자 보호 프로그램을 개발하여 전 사원을 교육하였습니다.

2016년 3월 회사준법경영체제 강화 위한 프로젝트 진행 공정거래자율준수위원회(YK Compliance & Controls Committee)에서는 2016년에 윤리법무분부와 내부통제워크그룹의 주최로 선제적인 회사 준법경영의 잠재적 리스크의 파악을 위한 프로젝트를 진행했습니다. 2016년 3월에 전문기관을 통해 사원 대상 행동규범·부패방지법·독점금지 및 기타정책에 대한 인식 진단과 개선 조사(참여율 97%)를 실시했습니다. 이를 통해 법규정의 준수와 관련된 잠재적 리스크 및 인지된 이슈들에 대한 사원들의 인식을 확인하고 개선책을 수립하였습니다.

공정거래 자율준수 프로그램 운영 사원과 회사를 보호하고, 발생 가능한 담합 또는 불공정 거래행위 등을 사전에 차단하기 위해 2012년부터 공정거래 자율준수 프로그램을 도입하여 관리하고 있습니다. 2015년 4월에서 9월까지 영업 및 구매 담당자 756명을 대상으로 공정거래 준수교육을 진행했으며, 2015년 4월부터 9월까지 전 사원을 대상으로 불공정거래 행위 관련 집합 교육을 실시했습니다. 2015년 공정거래법 위반으로 인한 제재 건수는 없었습니다.

행동규범 위반신고 핫라인 운영 및 부패사건에 대한 조치 유한킴벌리는 고충처리의 독립성을 확보하기 위해 외부기관에서 운영하는 행동규범 관련 위반 신고 핫라인(연락처 00798-1-1-008-3594)을 2013년에 신설하여, 24시간 운영 중이며 익명신고가 가능합니다. 또한 사이버 신문고 제도 등을 운영하고 있습니다. 미국회사의 해외 합작회사인 유한킴벌리는 뇌물제공금지 규정과 회계관련 규정으로 구성된 미국 연방법인 '해외부패방지법(Foreign Corrupt Practices Act, FCPA)'의 적용을 받고 있으며, 2015년 위반으로 처리된 사건은 없습니다.

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직

윤리경영과 준법경영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

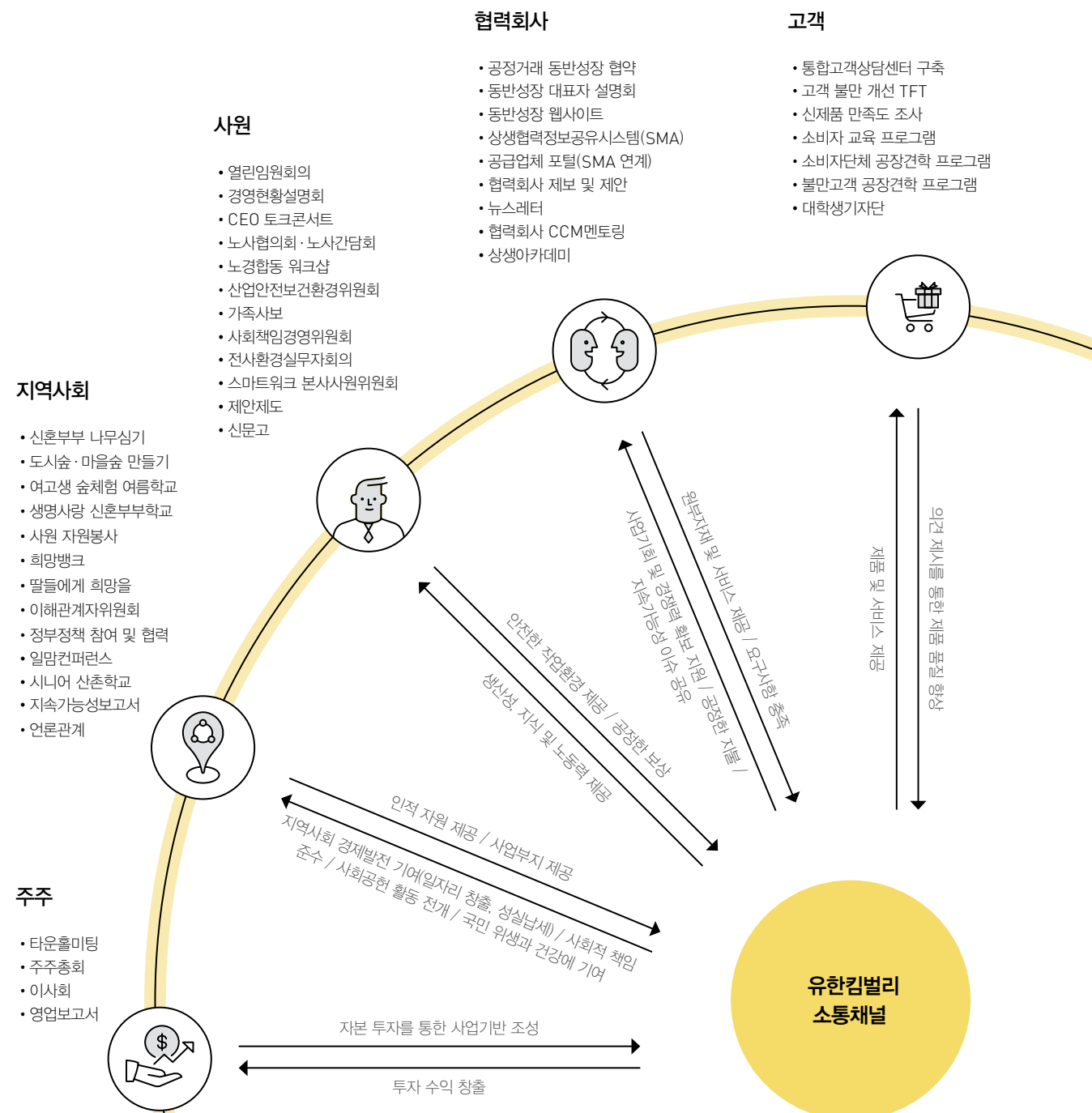
- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

이해관계자 참여 및 경영 반영

이해관계자 의견은 지속성장의 기회입니다.

유한킴벌리의 이해관계자는 사원, 협력회사, 고객, 주주, 지역사회로 정의됩니다. 유한킴벌리는 각종 경영 공시, 주주총회, 이사회, 사업보고서, 홈페이지 등을 통해 경영 방향과 성과를 투명하게 공개하고 있습니다. 이해관계자별 소통 채널을 통해 이해관계자의 의견을 청취하여 신속하게 대응하고 있습니다.

유한킴벌리 이해관계자별 주요 채널



이해관계자 의견을 경영에 반영한 좋은 사례들

유한킴벌리의 소비자중심경영의 첫 걸음은 이해관계자 의견을 경청하는 것입니다. 고객, 협력회사, 주주 등과 접점에 있는 각 부서 소통 채널을 통해 수집된 의견들을 경영에 반영하고 있습니다. 환경경영워크그룹은 지속가능성보고서를 통해 관련 실적을 투명하게 공개하고 있습니다.

이해관계자	소통채널	이해관계자들의 다양한 의견들	경영에 반영한 사례들
고객	고객 상담센터	물티슈를 번기에 버리면 막혀요.	물에 녹는 마이비데 키즈 출시
		기저귀 고무줄이 노출돼요. 기저귀에서 냄새가 나요.	원부자재 변경 및 공정 개선
		생리대 커버가 들떠 있어요.	자재 변경 및 도포방식 등 공정 변경
		물티슈에서 거품이 너무 나요.	원부자재 개선
		생리대에 벌레가 압착 되어 있어요.	원부자재 변경, 이물질 검사 시스템 설치
		제품 사용할 때 정보가 없어 불편해요.	소비자 안내문구 추가, 동영상 제작 공개 등 어긋난 화장지 절취선 바로잡기, 펄핑사용법 안내
소비자 조사	요실금 증상 노출이 꺼려져요. 삼입형 생리대(탐폰)를 어떻게 사용하나요? 여름에만 사용하는 기저귀가 필요해요. 외출 시 물티슈 부피와 디자인이 부담돼요.	화장지 생산 공정 중 지투리 트림 불량량이 발생해요.	이물질 감지 시스템 강화 설비 추가
		요실금 증상 노출이 꺼려져요.	디펜드스타일 언더웨어 출시, 인식개선 캠페인
		삼입형 생리대(탐폰)를 어떻게 사용하나요?	화이트 탐폰 사용법 영상 제작 공개
		여름에만 사용하는 기저귀가 필요해요.	섬머기저귀, 섬머팬티 개발
경영현황설명회	사원	사업실적 궁금해요.	매 분기 경영실적, 계획, 비전과 전략 공유
		노경합동 프로그램	총 2,247건 발굴, 개선 2,059건(91.6% 개선)
		CEO토크콘서트	영업과 제조 현장의 애로사항 청취 공장 사원의 제안으로 엔지니어 워크숍 개최
동반성장 대표자 설명회	협력회사	중소기업의 경쟁력 강화 지원 요청	멘티사 4곳, 협력회사 4곳과 CCM 멘토링 협약(컨설팅, 운영 벤치마킹, 인증평가 지원)
		상생협력정보 공유시스템(SMA)	협력회사와의 양방향 커뮤니케이션 기능 보완
이해관계자 위원회	지역사회	직접 참여하고 실습이 가능한 교육 필요	조별 토의식 프로그램 도입 검토
		협업과 소통에 대한 동기 연구로 근본적 행동원인 파악	협업강화조직 설명회 실시, 부문별 학습조직 활성화
		조직 개발 및 교육을 통해 협업의 필요성 인식 스마트 매뉴팩처링 차별화 방안 필요	스마트 매뉴팩처링 비전 및 목표수립, 전사 차원의 경영전략 통합, 프로세스 혁신
		사회공헌 활동	저출산과 고령화 대처방안이 없을까요? 사회와 기업의 성별 다양성 개선이 필요해요.
자원봉사 활동	이사회	말짱한 사이즈 교환 제품들, 활용방법이 없나요?	사원 자원봉사 통해 사회복지단체 등에 기부
		브랜드 빌딩의 중요성 새로운 성장동력의 중요성	브랜드 빌딩 강화 및 미디어 믹싱 최적화 유니레버와의 전략적 제휴를 통해 매출 포트폴리오 확대

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영

이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/
주요 협력 및 가입단체

Special Page 유한킴벌리 이해관계자위원회

스마트 매뉴팩처링, 어떻게 발전시킬 것인가?

유한킴벌리는 2015년 상반기(제11회)에는 유연한 조직과 조직운영의 활성화, 하반기(제12회)에는 스마트 매뉴팩처링의 과제에 대한 전문가들의 의견을 수렴했습니다. 참고로 유한킴벌리 이해관계자위원회는 매년 2회 개최하여, 총 12회를 진행했습니다. 이해관계자위원회 위원은 각 분야 전문가 6명으로 구성되며, 위원 중 여성 30% 이상 참여원칙을 적용하고 있습니다.

김연성님
(최장. 인하대학교 교수)

유통환경 및 고객니즈 등 외부환경의 변화와 회사 내부 및 전체 공급망의 연계성을 강화하는 것이 중요합니다. 또한 향후 회사가 달성하고자 하는 정확한 아웃풋 이미지를 고민해야 합니다. 이를 위해 기업의 '스피드투마켓, 유연성, 효과성'을 제고하기 위해서는 KPI와 같은 구체적인 인덱스를 관리해야 할 필요가 있습니다.

신우석님
(올리버와이만 서울사무소 상무)

스마트 매뉴팩처링의 중요한 개념 중 하나는 '연결(Connectivity)'입니다. 스마트 매뉴팩처링은 전사 차원의 과제이기 때문에 전사 전략부터 출발해야 합니다. 또한 데이터를 효과적으로 활용할 수 있는 시스템을 갖추기 위해 오랜 시간과 투자가 필요하며, 고객의 불만과 불편을 집중적으로 파악해 이를 반영해야 합니다.

이정아님
(한국정보화진흥원 수석연구원)

유한킴벌리의 '엔드 투 엔드(End to End)' 연결선상에서 파생되는 데이터들을 수집·분석하고, 기존 제조과정에 적용하는 방법을 고민해야 합니다. 또한 데이터를 통해 SCM상에 유통회사와의 협업을 시도하고, 공장이나 유통 그리고 소비지에서 발생하는 데이터를 효과적으로 활용하는 것도 좋은 방법이라고 생각합니다.

남수혁님
(로크웰 오토메이션 코리아 이사)

시대의 흐름을 이해하고 스마트 팩토리를 어떻게 실현할 지에 대해 고민해야 합니다. 이를 위해 실제 제조현장에 계신 분들과 함께 데이터와 사람, 업무 프로세스까지 연결되는 형태의 전략을 구현 하면서 비전을 공유해야 합니다.

김중만님
(명지대학교 교수)

수집한 데이터를 바탕으로 스마트한 생산 프로세스, 경영방향, 업무 운용, 인재육성 등 기업문화가 우선 변해야 합니다. 스마트 매뉴팩처링은 'How to do' 보다는 'What to do'를 진행할 때 더욱 강력해집니다. 스마트 매뉴팩처링에 있어 프로세스의 투명성, 가시성을 확보하고 지속적으로 피드백을 할 수 있는 구조를 만드는 것이 중요하다고 생각합니다.

조호정님
(현대경제연구원 선임연구원)

스마트 매뉴팩처링은 적용 가능한 시스템을 확충하고 각 공정별로 세분화된 스마트 매뉴팩처링을 구성하며 실행하는 것도 좋은 방법일 것입니다. 아울러 스마트 매뉴팩처링을 시행하기 위해서 네트워크 인프라와 데이터의 연계가 중요합니다.

최규복님
(유한킴벌리 대표이사 사장)

스마트 매뉴팩처링은 제조부문만의 과제라 아니고 유한킴벌리 모든 부문의 과제라고 생각합니다. 외부 기업들에서 축적된 데이터가 평균적으로 90% 정도 사장된다고 하셨는데, 앞으로는 데이터를 지표화해 관리하고, 공유하는 시스템을 가져 보면 어떻게 하는 생각으로 데이터 사 이언스 팀과 같은 '분석 기능(Analytic capability)구축'에 대해 고민하고 있었습니다. 또한 이러한 변화가 성공할 수 있을 때까지 포기하지 않는 것이 중요하다고 생각하고 유한킴벌리는 충분한 역량이 있다고 자신합니다.

유한킴벌리 대응

스마트 매뉴팩처링 미래상 정립	경영전략 통합	프로세스 혁신	스마트 인력 확보 및 조직문화 구축
· 현황 재점검 통한 단계적 적용 · 스마트 공정 및 조직 관리 노력 · 데이터 표준화를 통해 생산, 판매, 배송의 진행사항 투명하게 개선 추진	· 전사적 디지털 라이제이션 강화 · 맘큐 사이트 통해 D2C 시장 진출 · 온라인 커뮤니케이션 강화	· 통합구매사업 구축 강화 · 온라인 유통사와 협력과 경쟁관계 강화 · 통합고객케어시스템 데이터를 제조에 적용 · 김천공장 프로세스 자동화 플랫폼 구축	· ITS부부를 디지털엑셀런스 본부로 명칭 변경 · 이커머스마케팅워크그룹 신설 · 이커머스와 디지털 인재 개발 집중 · 구성원 혁신 역량 강화 · 오피스의 디지털화

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

유한킴벌리 성장 드라이버, 디지털라이제이션(Digitalization)

유한킴벌리는 미래의 비즈니스 경쟁력을 확보하기 위해 디지털라이제이션을 빠르게 받아들이고 있습니다. 3가지 영역에서 새 역할을 기대하고 있습니다. 첫째가 제조 현장을 대상으로 한 스마트 제조 디지털라이제이션, 둘째가 디지털 마케팅 및 유통 등 소비자 접점 측면에서의 디지털라이제이션, 셋째가 사원 업무 효율성을 위한 워크스페이스 디지털라이제이션입니다.



제조 현장에서의 디지털라이제이션_스마트 매뉴팩처링 시작 기획부터 생산, 판매, 유통, 소비자 피드백까지 연결된 네트워크 속에서 빅데이터 적용, 시스템의 스마트화는 전 세계의 흐름입니다. 유한킴벌리는 가치 사슬(Value Chain) 속에서 데이터를 연결하고, 2016년 제조 생산과 물류 부문 데이터들의 표준화를 이룩하여, 전 과정 진행 사항을 시스템 을 통해 보도록 개선하고 있습니다. 즉, E2E(End to End)의 전 과정에서 비효율적인 부분을 감소시켜 원가를 절감하고, 소비자들의 제품 및 배송 서비스 등의 만족도를 높이고자 합니다.

워크스페이스의 디지털라이제이션_조직 개설편과 협업 활성화 유한킴벌리는 효율적인 협업을 위해 조직과 업무 인프라를 재구성하였습니다. 디지털엑셀런스본부, 스마트매뉴팩처링본부가 개설되어 IT인력이 제조 현장과 협업하고 있습니다. 또한 전 사원 디지털라이제이션 역량 극대화 교육을 진행하고, 모바일 인트라넷 구축, 디지털 라이브러리, 분사 오피스 디지털화 1단계 등을 추진해 나가고 있습니다.

스마트 매뉴팩처링 차별화 전략

현황 재점검을 통한 유한킴벌리에 적합한 스마트매뉴팩처링의 단계적 적용
빅데이터에 기반한 밸류체인 연결성 강화 및 전사적 전략 반영
스마트기술·제품·서비스·인력의 연계를 통한 생산 효율성 제고
밸류체인의 디지털라이제이션을 통한 시장 대응성·유연성·효율성 개선

소비자 접점 측면의 디지털라이제이션_유아동 제품 전문 온라인 쇼핑 플랫폼 하기사 맘큐 운영 유한킴벌리는 직접 유아동 제품 전문 온라인 쇼핑몰 하기사 맘큐(momQ)를 운영해서 판매와 마케팅을 수행하는 브랜딩 플랫폼으로 활용하고 있습니다. 하기사 맘큐는 판촉 이벤트 수준을 벗어나 실시간 고객들이 원하는 양질의 육아정보를 제공하고 있으며, 고객과의 접점에서 데이터를 축적하여, 소비자 구매 패턴을 마케팅에 적용하기 위한 CRM 플랫폼을 출시할 예정입니다. 이후 시니어 및 여성용품 등의 전용 온라인 쇼핑몰의 확대할 계획입니다.

디지털라이제이션 내재화를 위한 교육

교육명	내용	진행현황
이커머스 아카데미	전 사원 대상, 이커머스 시장 현황, 온라인 마케팅 및 이커머스 데이터 분석 사례 공유	연 2회, 총 5회 (2014.8~2016.7)
빅데이터 분석 인재 육성	선발 사원 대상, 체계적인 육성 통해 조직 내 빅데이터 분석 전문가 양성	2016.4
임원 워크숍	임원 대상, 디지털라이제이션 관련 특강	2015.11, 2016.4
핵심가치 내재화 교육	전 사원 대상, 외부 전문가 초청 빅데이터 관련 특강	2016.6
스마트 매뉴팩처링 워크숍	엔지니어 22명 대상, 스마트 매뉴팩처링 특강	2015.11

MINI INTERVIEW

디지털엑셀런스본부 / 이재훈님

디지털라이제이션을 완성하기 위해서는 회사 인프라의 변화도 중요하지만, 디지털라이제이션의 로드맵을 관계사들과 공유해야 협업이 가능해지며 밸류체인에서의 디지털라이제이션이 이뤄져 급변하는 시장에서 상생할 수 있는 새로운 패러다임을 구축해야 합니다.



이커머스고객사업본부 / 노현준님

플랫폼을 통해 소비자와 소통하고, 소비자 데이터를 활용해 회사가 나아가는 방향인 디지털라이제이션과 소셜마케팅을 구현할 수 있는 기회라고 생각합니다. 거래처와의 협상 중심이 아닌, 제조생 산부터 다시 온라인 사업의 효율성을 검토하고 관련 밸류체인을 재구축하는 것이 우리회사의 디지털라이제이션과 스마트 매뉴팩처링의 핵심이라고 생각합니다.



사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

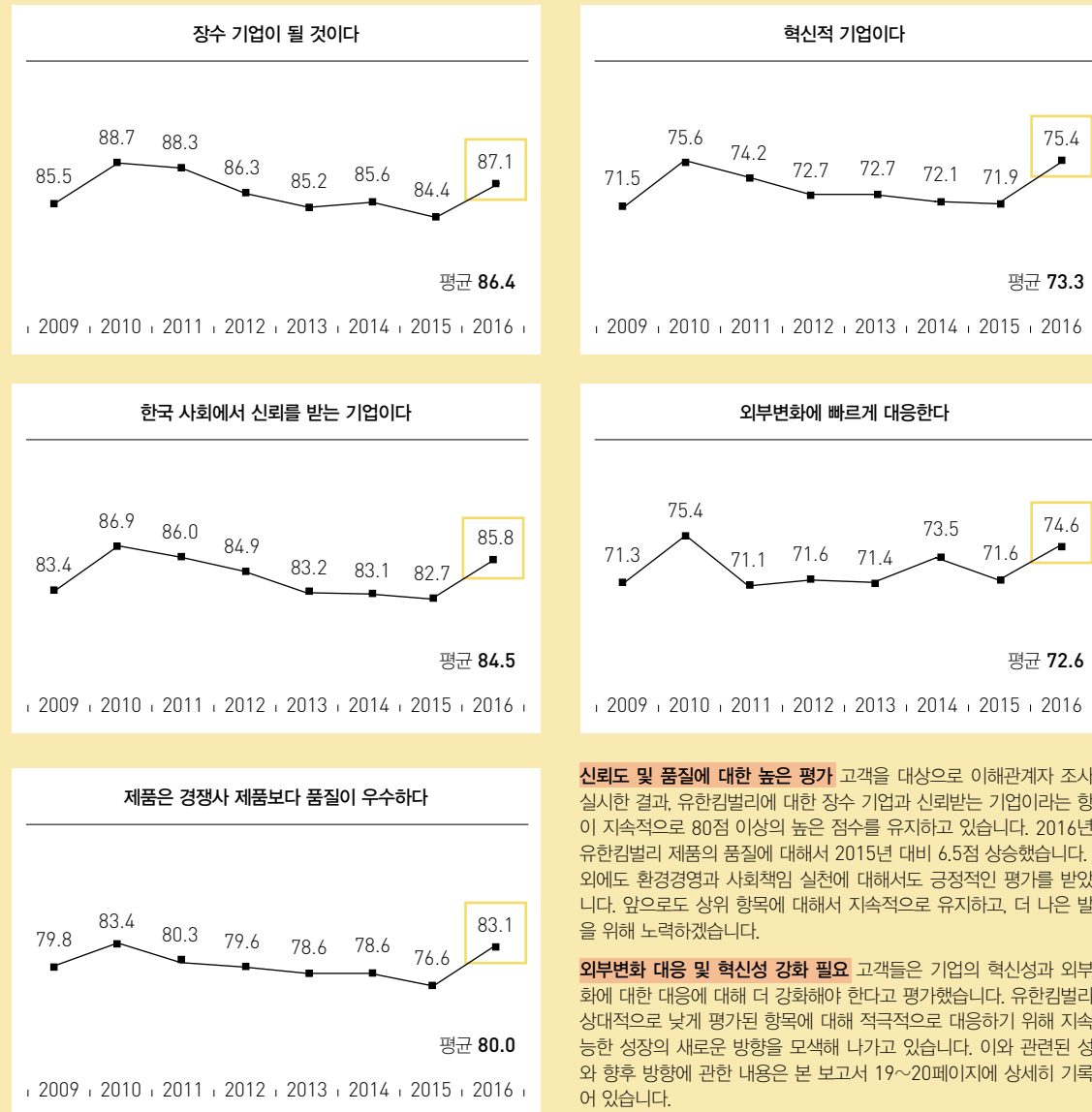
부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

신뢰성은 높은 반면 혁신성은 더 노력 필요

-이해관계자들의 의견-
누적 참여자수 **38,179**명

유한킴벌리는 2006년부터 지난 11년간 지속가능경영 일반, 혁신·창조경영, 윤리경영, 사회책임경영, 환경경영 등 총 5가지 분야의 이해관계자 데이터를 축적하고 있으며, 이 결과를 토대로 유한킴벌리 지속가능경영의 방향을 점검해나가고 있습니다. 특히 2016년은 고객의 관점에서 유한킴벌리의 지속가능경영을 어떻게 평가하는지 알아보기 위해 고객을 대상으로 온·오프라인 설문을 진행했고, 총 4,173명의 고객이 참여했습니다. 고객을 대상으로 조사하기 시작한 2009년부터 2016년까지의 데이터를 비교해, 긍정적으로 평가되고 있는 상위 3개 항목을 선정해 유지하고, 더 노력이 필요하다고 평가한 하위 2개 항목에 대해 개선해 나가고 있습니다.



신뢰도 및 품질에 대한 높은 평가 고객을 대상으로 이해관계자 조사를 실시한 결과, 유한킴벌리에 대한 장수 기업과 신뢰받는 기업이라는 항목이 지속적으로 80점 이상의 높은 점수를 유지하고 있습니다. 2016년은 유한킴벌리 제품의 품질에 대해서 2015년 대비 6.5점 상승했습니다. 이외에도 환경경영과 사회책임 실천에 대해서도 긍정적인 평가를 받았습니다. 앞으로도 상위 항목에 대해서 지속적으로 유지하고, 더 나은 발전을 위해 노력하겠습니다.

외부변화 대응 및 혁신성 강화 필요 고객들은 기업의 혁신성과 외부변화에 대한 대응에 대해 더 강화해야 한다고 평가했습니다. 유한킴벌리는 상대적으로 낮게 평가된 항목에 대해 적극적으로 대응하기 위해 지속가능한 성장의 새로운 방향을 모색해 나가고 있습니다. 이와 관련된 성과와 향후 방향에 관한 내용은 본 보고서 19~20페이지에 상세히 기록되어 있습니다.

02 지속가능경영 하이라이트

유한킴벌리 고객들은 기업이 지속가능하기 위해서는 무엇이 가장 중요하다고 생각할까요?
2016년 웹사이트를 통해 4,173명의 고객이 답해주신 결과를 가지고 4대 의제를 추출했고, 이를 소개합니다.

- 24 제품의 사회적·환경적 영향력
- 28 고객 가치 창출
- 33 사업전략
- 37 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/
주요 협력 및 가입단체

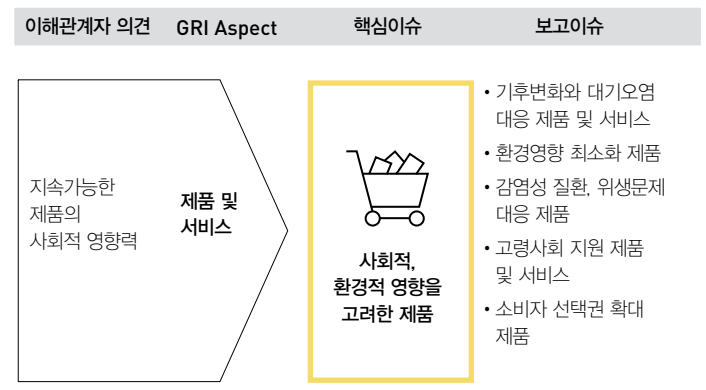
제품의 사회적·환경적 영향

유한킴벌리는 고객의 더 나은 생활을 위한 지속가능한 솔루션을 제공하고 있는가?

사회적·환경적 영향을 고려한 제품

WHERE WE STAND 유한킴벌리를 둘러싼 경영환경 변화와 현재 사회와 소비자의 제품에 대한 니즈는 계속 변화해왔으며 기업은 개발, 생산, 판매 등 전 과정에서 이를 반영해 왔습니다. 소비자의 니즈가 제품의 질, 가격, 디자인 등 개인적 효용성에 있었으나, 최근에는 제품이 사회와 환경에 미치는 영향에 대해 관심이 높아지고 있습니다. 유한킴벌리는 혁신 기술들을 개발·발전시키는 동시에 제품 개발 과정에서부터 사회와 환경에 대한 영향을 고려하고 있습니다.

HOW WE LISTEN 이해관계자들의 의견 유한킴벌리 이해관계자들은 위생, 건강, 생활편의, 포장 최소화, 환경 인증 등을 아우르는 '지속가능한 제품의 사회적 영향력'을 중요 이슈로 선정하였으며 제품을 통한 사회적 기여를 중요하게 평가하였습니다. 지속가능한 제품의 사회적 영향력은 87.5점으로 다섯 번째 중요한 이슈로 선정되었습니다. 이를 상세히 보고하고, 경영에 반영하여 관리하고자 합니다.



WHAT WE DO

KPIs	2013	2014	2015	2016목표
마스크 매출 성장률(%)*	-	-	870	31
생리대 기부(만개)*	-	-	-	150
이른둥이 기저귀 판매량(만개)*	-	104	409	-
지속가능한 제품(개)	304	298	306	-

* 마스크 매출 성장률 : 2015년부터 생활용품 채널에서 판매된 마스크 매출 기준, 2015년은 메르스로 인해 매출 성장률이 급증했습니다.
 * 생리대 기부 : 2016년부터 저소득 청소년을 위한 생리대 기부가 시작되었습니다.
 * 이른둥이 기저귀 판매량 : 2014년 6월부터 이른둥이 기저귀가 출시되었습니다.

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

제품의 사회적·환경적 영향

- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

기후변화와 대기오염에 어떤 제품 개발이 필요할까?

세계보건기구(WHO)는 미세먼지를 1급 발암물질로 지정하고 있습니다. 계절에 관계없이 황사, 미세먼지(크기 10 μ m 이하), 초미세먼지(크기 2.5 μ m 이하)의 공격이 이어지고 있습니다. 2015년 국내에서 미세먼지 주의보(150 μ g/m³ 농도, 2시간 이상)가 발령된 날이 62일(236회)에 달했습니다. 장기간 노출 시 감기, 천식, 후두염을 일으키고 호흡기 관련 질환자의 증상 악화 원인이 될 수 있습니다. 유한킴벌리는 야외활동 시 착용할 마스크를 개발해 미세먼지로 인한 질병으로부터 소비자를 보호하고 있습니다.

호흡기 건강을 지켜주는 제품, '크리넥스® 마스크'의 출시 유한킴벌리는 2010년부터 호흡기 건강을 지킬 수 있는 방어막인 마스크를 출시했습니다. '크리넥스® 황사마스크(KF80)'는 식품의약품안전처에서 의약품으로 허가를 받았고, 4중 구조의 초정전 필터는 일반 천 마스크에 비해 차단력이 높아 호흡기 질환 예방에 효과적입니다. 특히 '크리넥스® 황사마스크'는 대기 중 1 μ m이하의 초미세입자도 80% 이상 차단합니다.



이화여대 의료원과 공동으로 호흡기 건강 캠페인 전개 메르스와 미세먼지, 황사 등의 여파로 마스크 착용에 대한 국민들의 인식은 높아졌으나, 생활 속 건강관리 실천은 미흡한 수준으로 조사되었습니다. 유한킴벌리는 이화여자대학교 의료원과 공동으로 호흡기 건강 캠페인을 전개해서, 미세먼지 등급에 따른 행동 요령, 올바른 마스크 착용방법 등이 담긴 리플릿을 황사마스크와 함께 전달했습니다. 또한 모바일 애플리케이션 '웨더퐁(Weather Pong)', 크리넥스 마스크 페이스북(www.facebook.com/kleenexmask)을 통해 미세먼지 정보를 제공하고 있습니다.

환경 영향을 최소화하는 제품을 어떻게 개발하고 있나?

사회적·환경적 영향을 고려한 306개 지속가능한 제품 유한킴벌리는 지속가능한 제품을 원료에서부터 인공에 이르기까지 5단계로 나누어 단계별로 경제·사회·환경성 성과를 구분·관리하고 있습니다. 2008년 윤리적 소비가 확산됨에 따라 자연유래 원료를 사용한 하گی스 네이처메이드가 출시되었으며, 좋은느낌에 오가닉 원료가 적용되기 시작했습니다. 또한 2011년 국내 기저귀 제품 최초로 하گی스 네이처메이드가 탄소성적표지 인증을 획득했으며, 유아용 스킨케어 제품인 베베드포레는 에코서트 인증을 받은 유기농 원료로 제품을 생산하고 있습니다. 이러한 지속가능한 제품을 생산하기 위한 노력을 통해 주요 제품들의 지속적인 원료 감축, 성능 개선, 포장재 개선, 각종 인증을 획득하며 지속가능한 성과를 창출하고 있습니다. 2015년 유한킴벌리의 지속가능한 제품은 총 6개 제품군, 26개 브랜드, 306개* 제품입니다.

* 유한킴벌리의 지속가능한 제품은 전체 제품군에서 포장 단위가 다른 경우에도 동일한 제품으로 구분하여 제외하고 산정했습니다.

감염성 질환, 위생 문제에는 어떻게 대응할까?

과학기술의 발전과 보건의료 환경이 개선되면서 감염성 질환 등이 대다수 극복되어 왔습니다. 그러나 대륙 간 인구 이동이 증가하면서 병원체 이동 거리와 빈도도 늘어나기 때문에 위생문제가 더 중요해졌습니다. 이러한 감염성 질환의 약 50~70%는 손 씻기를 통해 예방할 수 있지만, 국민들의 인식과 실천율이 저조한 상황입니다. 유한킴벌리는 고객들의 더 깨끗한 삶을 위해 지속적인 제품 혁신과 기술 개발에 노력을 기울이고 있습니다.

유행성 질환 예방 강화, 크리넥스 드라이셀 핸드타올 질병관리본부에 따르면 손을 씻지 않을 경우에는 설사질환이 발생할 상대적 위험도는 약 2배(1.88배)로 증가하고, 손을 씻을 경우에는 소화기질환의 31%(19~42%), 호흡기질환의 21%(5~34%)가 감소됩니다. 하지만 공중화장실에서 손을 씻고, 물기를 잘 말리지 않으면 감염성 질환의 통로가 되기 쉽습니다. 반면 물기에 젖은 손을 핸드타올로 말릴 경우 76%의 세균 감소 효과까지 얻을 수 있습니다. 유한킴벌리는 2015년 기존의 핸드타올보다 더 위생적이며, 경제적인 '크리넥스 드라이셀 핸드타올'을 출시했습니다. 이 제품은 공기로 원단을 건조시키는 공법(Uncrepped Through Air Dryer, UCTAD)으로 섬유조직 사이에 수많은 공기주머니가 생성되어 흡수력을 높이게 됩니다. 강한 흡수력과 빠른 흡수속도가 더해져 제품 사용자는 한 장만으로도 손을 건조할 수 있어 환경적, 경제적으로 유익합니다.



식중독 예방 관리, 스카트 빨아쓰는 타올 WHO에서는 식중독의 25%가 주방에서 2차 오염에 의해 발생한다고 발표했습니다. 높은 기온과 습도로 세균에 노출되기 쉬운 행주와 도마 등이 식중독을 일으키는 주범입니다. 1차 오염을 막기 위해 사용 후 남아있는 물기를 깔끔히 닦아내야 합니다. 이후 행주의 2차 오염을 막기 위해 소독해야 합니다. 하지만 매일 행주를 삶고 관리를 하기 힘듭니다. 특히 젊은 주부들은 직장생활과 육아로 인해 시간적 여유가 없어서 면역력이 약한 영유아들이 있는 가정은 세균감염의 위험에 더 취약합니다. 유한킴벌리는 이 문제를 해결하기 위해 삶은 필요 없이 편리하고, 2~3번 빨아 쓸 수 있어 경제적인 행주 대용 제품인 '스카트 빨아쓰는 타올'을 출시했습니다.



고령화 시대에 시니어를 어떻게 더 액티브하게 지원할까?

우리나라는 연평균 고령화 속도가 유럽과 미국, 일본보다 빠르게 진행되고 있습니다. 2026년이면 노인 인구가 전체 인구의 20%가 넘는 초고령 사회로 진입하게 됩니다. 유한킴벌리는 고령화 문제에 대한 사회적 책임을 시니어 시장과 사업의 확대로 규정했습니다. 노년층의 활동적인 생활을 지원하기 위해 시니어 제품을 출시하고, '시니어 기금'을 조성하여 시니어 비즈니스에 도전하는 소기업과 사회적기업을 육성함과 동시에 시니어 일자리 확장을 추진하고 있습니다. 파트너인 소기업·사회적기업·개인들은 유한킴벌리와의 협력을 통해 상품 판로와 제조 기반을 확보하고, 시니어들은 다양한 유니버설디자인 제품들을 선택해 삶의 질을 높일 수 있습니다.

시니어의 액티브한 활동 지원, 디펜드 스타일 언더웨어 우리나라는 초고령 사회로의 진입속도가 빠르게 진행되고 있습니다. 특히 50세 이상의 시니어층이 넓어지면서 노화현상에서 오는 생활의 불편함을 해소할 수 있는 제품들을 찾고 있습니다. 시니어들을 위한 디펜드 스타일 언더웨어는 요실금으로 인한 불편을 보완하며, 안심하고 생활할 수 있도록 도와줍니다. 속옷 사이즈와 같이 95~105호 이상으로 구분했고, 남녀용이 구별되어 신체구조에 맞게 만들어졌습니다. 이와 더불어 유한킴벌리는 요실금 증상을 부끄러워하는 소비자들을 위해 요실금 인식 개선 활동도 함께 진행하고 있습니다.



사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

제품의 사회적·환경적 영향

- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

시니어에 대한 사회적 인식 변화, 액티브 시니어 캠페인 액티브 시니어 제품들은 활동을 편하게 해 주는 것을 넘어 시니어와 시니어용품에 대한 의식도 바꾸고 있습니다. 유한킴벌리는 2012년부터 새로운 기업광고 '시니어가 자원이다' 편을 만들어 액티브 시니어 캠페인을 하고 있습니다. 시니어의 지식과 경험을 소중한 자원으로 활용해야 한다는 메시지를 담고 있습니다.



사회적인 변화에 소비자 선택권을 어떻게 확대하고 있나?

유한킴벌리는 사회적인 다양한 변화에 따라 소비자 선택권 문제에 관심을 갖고 있습니다. 이른둥이 출산에 따른 기저귀의 출시나 중저가 생리대 출시 계획 등이 그러한 실천의 예입니다.

신생아 단계보다 더 아래 단계인 이른둥이 기저귀 출시 사회적으로 결혼시기가 늦어지고 고령 임신 등이 증가하면서 이른둥이 출산이 늘고 있습니다. 건강보험심사평가원에 따르면 국내 이른둥이는 2010년 1만8,219명에서 2014년 2만3,602명으로 4년 사이 29.5%나 늘었으며, 전체 신생아 숫자가 47만200명에서 43만5,400명으로 7.4% 줄었는데도 이른둥이는 오히려 증가하고 있습니다. 이른둥이는 2.5kg 미만 또는 재태기간 37주 미만으로 태어난 아기를 이르는 말로, 만삭아보다 피부가 여린 특성이 있습니다.

유한킴벌리 기저귀는 성장 단계별로 세분화하여 제품을 출시하고 있습니다. 이른둥이 출산이 증가함에 따라 신생아 단계보다 더 아래인 이른둥이 기저귀를 2014년 출시했습니다. 이른둥이들은 피부가 민감하므로 유한킴벌리는 기저귀 안감 등 아기 피부가 닿는 주요 부위에 사탕수수 소재를 적용해 부드러움이 뛰어난 하비스 네이처메이드를 0단계 전용 기저귀를 출시한 것입니다. 국내 육아업계의 이른둥이용 제품 비중은 수요의 10분의 1에도 못 미치는 수준이지만 이들을 위한 기저귀를 생산하고 있습니다. 또한 유한킴벌리의 기저귀는 보급형인 하비스 크린베베, 레귤러급인 하비스 보송보송, 준프리미엄급인 하비스 소프트 드라이, 슈퍼프리미엄급인 하비스 네이처메이드 등을 함께 공급해서 다양한 선택이 가능하도록 지원하고 있습니다.



제품가격의 다양성 확보 위해 중저가 생리대 출시 계획 수립 2016년 5월에 일부 저소득 청소년들이 생리대 조차 구입하기 어려운 상황이라는 사례가 소개되면서 사회적으로 양극화에 대한 관심이 높아졌습니다. 유한킴벌리는 사회적책임 활동의 일환으로 경제적 어려움 때문에 당장 생리대 구매가 어려운 청소년들을 돕기 위해 생리대 150만 패드를 학교를 통해 무상으로 제공하고 다양한 선택을 할 수 있도록 하반기까지 소비자 선택권 확대를 위해 중저가 생리대를 출시하겠다고 6월 3일 사회와의 약속을 발표했습니다. 이러한 약속을 실천하기 위해 재단법인 한국여성재단과 함께 지난 6~7월 중에 전국 교육청, 서울시와의 협업을 통해 서울, 부산, 경기, 전북, 강원, 충남 등 6개 지역 총 2,191곳에 생리대를 지원했습니다. 여기에는 서울시 소녀돌봄 약국 200곳이 포함되어 있습니다.



고객 가치 창출

유한킴벌리는 고객 가치를 창출하기 위해 어떠한 노력을 하고 있는가?

제품 안전과 고객중심경영

WHERE WE STAND 유한킴벌리를 둘러싼 경영환경 변화와 현재 이 기업 정보를 쉽게 접할 수 있고, SNS를 활용한 소통이 활성화되고 있습니다. 이에 따라 고객에 대한 심도 있는 이해와 인사이트 발굴의 중요성이 커지고 있습니다. 유한킴벌리는 모든 가치의 중심에 고객을 최우선으로 두고 총력을 기울이고 있습니다. 특히 공식적인 고객 소통 채널 외에 논의되는 고객의 소리까지 분석하여 잠재된 고객의 니즈를 발굴하고, 이를 빅데이터로 관리하여 품질 개선과 제품 개발, 마케팅, 서비스 개선 등에 활용하고 있습니다.

HOW WE LISTEN 이해관계자들의 의견 유한킴벌리의 고객들은 '고객 건강·안전'과 소비자중심경영, 소비자 만족과 소통 등을 포함한 '고객 만족'을 중요 이슈로 선정하였으며, 고객 가치 창출을 중요하게 평가하였습니다. 고객 건강·안전은 90.5점으로 지속가능경영 이슈 중 가장 중요 이슈로 선정되었으며, 고객 만족은 88.9점으로 두 번째 이슈로 선정되었습니다. 유한킴벌리는 도출된 핵심이슈를 본 보고서에 보고하고, 경영에 반영하여 지속적으로 관리하고자 합니다.



WHAT WE DO

KPIs	2013	2014	2015	2016목표
CCM인증*	-	인증획득	-	인증획득
소비자불만 건수 전년대비 감소율(%)	13.4	2	4.3	10
고객만족도 상승(점 상승)	-	2.8	4.4	1.6
소비자 교육 참여 인원(명)	321,424	323,101	335,869	373,205

* CCM(Consumer Centered Management)인증 : 기업이 수행하는 모든 활동을 소비자 관점에서 소비자 중심으로 재구성하고, 관련 경영활동을 지속적으로 개선하고 있는지를 한국소비자원에서 평가하고, 공정거래위원회에서 인증하는 국가인증제도입니다. 2년마다 실시되는 인증 평가로 2014년 재인증을 획득했습니다.

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

제품의 사회적·환경적 영향

고객 가치 창출

- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

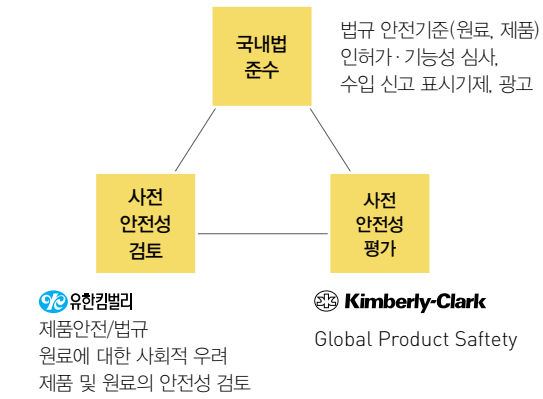
- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

제품 안전성을 어떻게 확보하고 있나?

제품 안전은 모든 것의 기본입니다. 소비자들의 제품 선택기준이 브랜드 중심에서 성분 안전성으로 변화하고 있습니다. 유한킴벌리는 제품이 인체에 미칠 수 있는 부정적인 영향을 최소화하여 고객이 안심하고 사용할 수 있는 제품을 제공하고 있습니다.

제품 안전성 보증을 위한 통합 프로세스 운영 유한킴벌리는 제품 출시 전 제품 안전성 및 법규 준수 사항을 검토하고 있습니다. 2014년부터 신규 제품에 적용하였고, 2015년 80건을 검토하여 안전성을 확보한 후 출시하였습니다. 유통 중인 제품도 모니터링을 하고 있습니다. 특히 2015년에는 화장품과 생활화학가정용품의 법규 개정에 따른 안전 관리 강화에 중점을 두고 모니터링 한 결과 법규 및 자발적 기준에 모두 만족하였습니다.



제품 원료 안전성 확보 유한킴벌리의 제품은 법적 안전 요건 준수뿐 아니라 더 높은 수준의 자발적 기준을 충족합니다. 2013년 원료 사용 가이드라인을 도입하여 아기·어린이 용품에 '안전성 우려물질' 59종*을 자발적으로 사용을 금지했고, 2015년에는 총 25개 품목의 화장품, 가정용품, 생활화학가정용품의 조성을 변경했습니다. 개발단계부터 원료 사용 가이드 라인을 고려하여 안전성을 확보하고 있습니다.

* 안전성 우려물질 59종에 대한 상세한 내용을 확인하실 수 있습니다. 유한킴벌리 홈페이지

올바른 정보 제공을 위한 자문위원단 운영 유한킴벌리는 제품 개발과 제품 원료의 안전성 및 효능에 대한 전문 자문위원단(피부과, 산부인과 및 유전공학과 교수로 구성)을 운영하고 있습니다. 자문위원단과 함께 국내·외 규제 동향, 소비자 안전 문제, 학술 자료 등을 바탕으로 원료의 안전성을 평가하여 '안전성 우려물질' 항목을 지속적으로 개정하고 있습니다.

법규 개정에 따른 준수사항 적용 2015년 7월에 공산품으로 관리되던 물티슈가 화장품으로 분류되면서 화장품법에 따른 안전기준과 표시기재, 광고를 적용하였습니다. 한편 화학물질의 등록 및 평가 등에 관한 법률 시행에 따라 신규 화학물질 4건을 등록하였습니다. 공산품 생활화학가정용품인 방향제, 세정제 등이 위해 우려제품으로 재분류되자 21개 제품의 자가검사를 수행해 법규에 부합함을 확인하였습니다.

제품 불량 의료기기의 자발적 리콜 유한킴벌리는 수입제품 안전성 정보를 파악하여 관련법에 따라 조치하고 있습니다. 2015년 Halyard사로부터 수입하여 B2B 병원용품본부에서 판매했던 의료기기 제품의 불량 가능성이 제기되어 해외에서 자발적 리콜을 진행한 건과 관련해서 안전성 정보를 확인하고 자발적 회수를 결정하여 이를 식품의약품안전처에 보고하고 의료기기법의 절차에 따라 회수하였습니다.

고객중심경영, 소비자중심경영을 어떻게 실현하고 있나?

유한킴벌리는 소비자중심경영을 통해 혁신의 기회와 협력이 나타나며, 성장의 길이 열릴 것이라고 믿습니다. 소비자에게 더 나은 가치를 제공하기 위해 모든 경영활동을 소비자 관점에서 구성하고 개선하는 소비자중심경영을 추진하고 있습니다.

소비자에게 더 가까이, 소비자중심경영 실천 유한킴벌리는 2007년 소비자중심경영을 선포했고, 소비자불만자율관리프로그램을 도입했습니다. 2008년 업계 최초로 인증(Consumer Centered Management, CCM)을 획득했고, 2년마다 재인증을 받았습니다. 또 4회 연속 소비자중심경영 우수기업으로 인정받고 있습니다. 2015년에는 '소비자 중심의 월드 베스트 마케팅 영업회사'라는 원칙을 경영 전반에 반영하였습니다.

유한킴벌리는 전 사원을 대상으로 사내 인트라넷 내에 'CCM사무국'을 운영하면서 주 2회 고객 상담 내용을 공유하고 있습니다. 판촉담당자들을 위해서는 동영상 자료를 활용한 서비스 마인드 교육을 연 2회 실시(500명 참여)했으며, 품질 및 마케팅, 생산 담당자들에게는 일일 고객센터 체험을 7회(73명 참여) 운영했습니다. 이를 통해 소비자 관점 의식을 제고하는 기회를 마련했습니다.

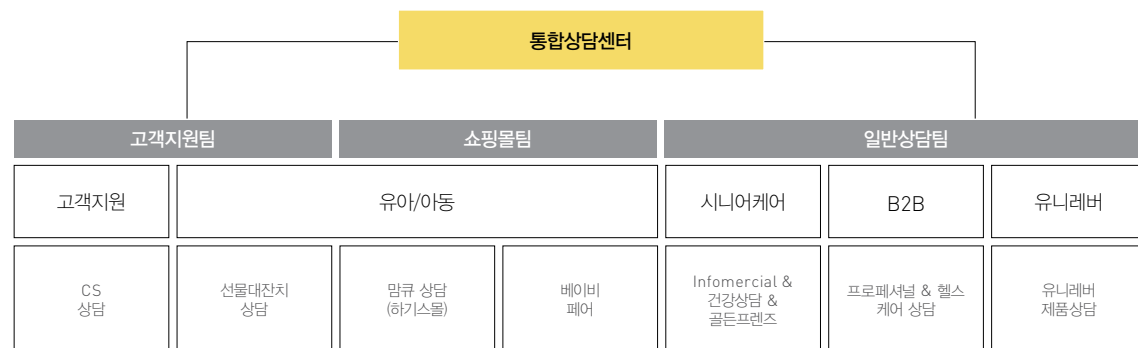
회사를 넘어, 중소기업을 위한 소비자중심경영 멘토링 지원

유한킴벌리는 소비자중심경영 역량을 대외적으로 공유하고 확산하기 위해 2015년부터 중소기업을 대상으로 CCM멘토링 프로그램을 운영하고 있습니다. 그 결과로 멘토링 프로그램을 진행한 중소기업 4곳, 협력회사 3곳 모두 CCM인증을 획득하는 성과를 거두었습니다. 2016년에도 중소기업 4곳의 컨설팅을 지원하고 있습니다.



CCM멘토링 협약식

통합상담센터와 통합고객케어시스템 구축 유한킴벌리는 신속한 고객 니즈의 반영과 혁신 서비스를 제공하기 위해 2015년 1월에 통합상담센터와 통합고객케어시스템을 구축하였습니다. 통합상담센터는 고객지원센터, 영업현장, 온라인쇼핑몰, 이벤트, B2B 등 영역별로 구분되어 있던 상담채널을 통합하여 고객상담을 상향 표준화해서 서비스 품질을 관리하고 있습니다. 또한 통합고객케어시스템에 포털검색 방식을 도입하여 정보를 고객에게 제공하며, 모든 사업에 대한 고객의 소리가 하나의 시스템으로 통합 관리·분석되어 제품 및 서비스 개선에 활용되고 있습니다.



사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

제품의 사회적·환경적 영향

고객 가치 창출

- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

SPECIAL STORY 고객의 소리

고객의 소리 통해 잠재된 고객 요구 발굴, 전사 차원의 프로세스 운영

유한킴벌리는 온라인과 오프라인 소통채널을 통해 수집된 고객의 소리(Voice of Customer, VOC)를 데이터 베이스화하여 품질개선, 제품개발, 마케팅, 서비스 개선 등에 활용하고 있습니다. 또한 전사 차원에서 매월 소비자불만감소협의체(Quality Work Stream, QWS)를 운영하며, 제품불만을 사전에 개선하고 있습니다. 제품 포장지 표시 정보를 점검하고, 오사용에 따른 피해 예방에도 노력하고 있습니다. 이러한 결과로 2015년 고객불만 건수는 전년대비 4.3% 감소하였습니다.

고객의 소리 처리 프로세스



2016년 상반기 고객의 소리를 반영해 2년의 개발기간 거쳐 나온 좋은 느낌 매직 쿠션

고객의 목소리

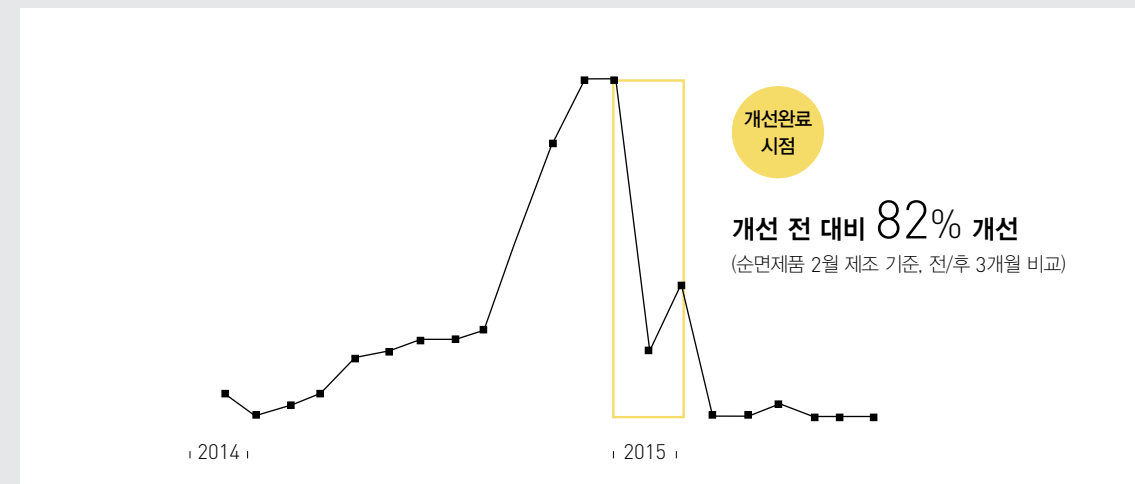
흡수가 빨리되면 좋겠어요.
착용감이 편했으면...
보송보송하면 좋겠어요.
착용 시 안심이 되었으면...

혁신에 혁신을 더한 기술

- 7,000여 개 매직홀 : 30% 빠른 흡수 속도, 30% 강화된 흡수력
- 3D 엠보구조의 매직쿠션 : 착용감과 밀착감 증진
- 28cm로 더 길어진 사이즈 : 양이 많은 날에도 안심하고 사용

충주공장 품질워크그룹의 노력으로 생리대 커버 불만 82% 개선

충주공장 품질워크그룹은 지속적인 협업을 통해 2015년에는 10년 최저 소비자 불만 기록을 달성했습니다. 고객의 불만 빈도수가 많은 항목에 대해 공정과 제품 개선에 심혈을 기울였고, 그 결과 생리대 커버 관련 불만 82% 개선이라는 성과를 이루어 냈습니다.



이해관계자 소통 강화 활동 유한킴벌리는 소비자, 소비자단체, 청소년, 지역시민 등을 초청하여 공장 견학과 간담회를 실시하고 있습니다. 2015년 다양한 목적과 관심사항을 가진 총 2,342명의 이해관계자들이 54회에 걸쳐 유한킴벌리 3개 공장에 방문하여 선진화된 공정 프로세스를 경험하고 담당자들과 소통하였습니다.

2015년 공장견학 실적

구분	소비자 및 소비자단체		청소년		대학생		기관 및 기업		계
충주공장	7회	280명	6회	630명	12회	639명	6회	162명	31회 1,711명
대전공장	4회	115명	-	-	2회	36명	2회	90명	8회 241명
김천공장	-	-	7회	164명	4회	130명	4회	96명	15회 390명
합계	11회	395명	13회	794명	18회	805명	12회	348명	54회 2,342명

고객만족도 조사 유한킴벌리는 고객만족도를 핵심 성과지표로 설정하여 관리하고 있으며, 상담서비스를 이용한 고객 300명을 대상으로 한국능률협회컨설팅(KMAC)을 통해 매년 만족도 조사를 하고 있습니다. 2014년 조사 결과를 토대로 '고객접근 용이성'을 개선하고, '감성케어 프로그램'을 운영하는 등의 노력으로 2015년 고객만족 수준이 전년대비 4.4점 상승하였고, 3년 연속 향상된 결과를 얻었습니다.

SPECIAL STORY **우리나눔 TV**

온라인 강연사이트 우리나눔 TV, 최고 대상 수상

유한킴벌리는 고객에게 유용한 정보제공을 통하여 고객가치 증진을 실현하고자 1972년 소비자 교육을 시작한 이래 44년 동안 총 14,583,198명 소비자의 건강한 성장에 기여해왔습니다. 특히 2011년부터는 온라인플랫폼의 강연사이트인 '우리나눔 TV'를 개설해서 육아포럼 실시간 현장강연 방송과 온라인 채팅으로 고객들과 소통하고 있으며, 모바일 웹을 출시해서 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 유한킴벌리의 이러한 소비자 교육은 어린이교육, 초등교육, 중·고등교육, 육아포럼까지 전 세대에게 유용한 정보를 제공하고 있습니다. 2015년에는 총 335,869명이 소비자 교육에 참여하였고 소비자 교육을 통해 차별화된 고객가치를 만들어 나가고 있습니다. 그 결과, 2015년에 'i-ECO 어워드 최고 대상'을 수상해서 온라인 플랫폼을 통한 소비자 교육의 가치를 인정받았습니다.

2015년 소비자 교육 실적

구분	육아포럼	어린이교육	초등교육	중·고등교육
대상	예비부모와 초보부모	유치원, 초등저학년	초등학생 4~6학년	중·고등학생
내용	육아 강연	어린이 청결위생 교육	초경맞이 교육, 성폭력 예방 교육	올바른 성가치관, 양성평등 교육
방법	현장강연 + 온라인강연	온라인강연	온라인강연	온라인강연
참여인원*	11,952명	5,187명	120,824명	197,906명

* 참여인원 : 유한킴벌리의 소비자 교육 프로그램은 주로 온라인 강연으로 구성되며, 학교에서 진행되는 경우 전체 학급에서 사용함으로써 전교생이 참여자가 됩니다.

기술의 발전과 함께 해 온 소비자 교육의 변화

1970	1980	1990	2000	2011	2012	2015
영사기 소비자 교육의 시초	슬라이드 중·고등 성교육용으로 활용	비디오테이프 유한킴벌리 자체 성교육자료 개발	CD 학교현장의 니즈를 반영한 교육콘텐츠의 다양화	온라인 플랫폼 우리나눔 TV 우리나라 TV 오픈을 통한 시간/공간적 제약 극복	온라인 채팅 실시간 쌍방향 소통 가능	모바일 고객 접근 편의성 강화

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

제품의 사회적·환경적 영향

고객 가치 창출
사업전략

우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

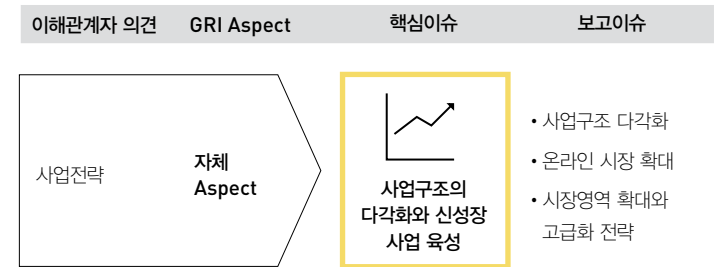
사업전략

유한킴벌리 사업이 앞으로도 지속가능하기 위해서는 현재 어떠한 전략이 필요한가?

사업구조 다각화와 신성장 사업 육성

WHERE WE STAND 유한킴벌리를 둘러싼 **경영환경 변화와 현재** 선진국 경기가 침체되고 중국, 동남아시아 등 신흥국의 성장이 둔화되고 있습니다. 소비재 산업은 소비자의 소비패턴 다양화, 노령인구 및 초소형 가구 증가, 역직구 시장의 성장으로 인해 새로운 변화에 직면해 있습니다. 이러한 환경 변화 속에서 사업 포트폴리오 다각화, 판매 채널 다양화는 중요 전략이 되고 있습니다. 유한킴벌리도 새로운 성장 모멘텀을 확보하기 위해 사업구조 다각화와 온라인 시장 확대, 시장 영역 확장을 추진하고 있습니다.

HOW WE LISTEN **이해관계자들의 의견** 유한킴벌리 이해관계자들은 경영전략, 신제품 개발, 신규 사업 개발, 신시장 개척 등을 아우르는 '사업 전략'을 중요 이슈로 선정하였고, 이를 통한 재무성과와 경제적 이익 창출을 중요하게 평가하였습니다. 사업전략은 86.2점으로 일곱 번째 중요한 이슈로 선정되었습니다. 유한킴벌리는 도출된 핵심이슈들을 본 보고서에 상세히 보고하고, 제시된 의견들을 경영에 반영하여 지속적으로 관리하고자 합니다.



WHAT WE DO

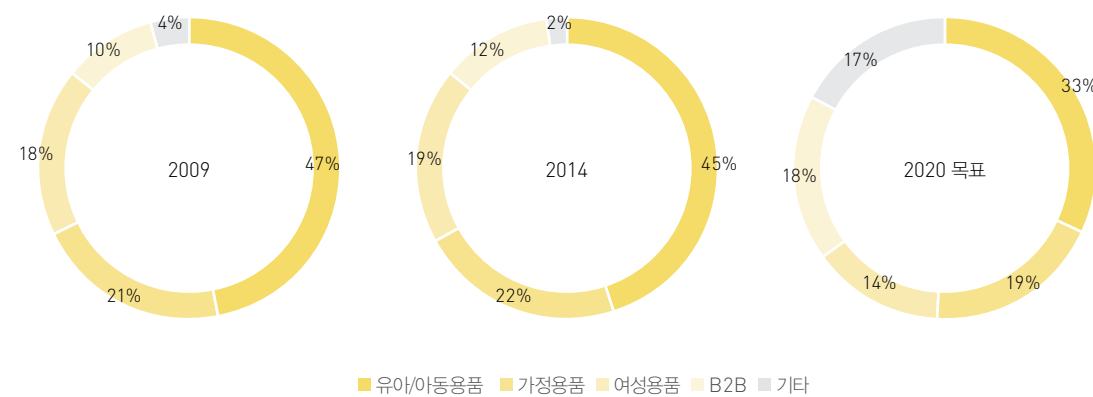
KPIs	2013	2014	2015	2016목표
수출실적(억원)	2,360	2,345	2,950	3,029
온라인 매출 성장률(%)	-	-	33.3	16.0
맘큐 회원(만명)	-	-	17	30
설비 투자 금액(억원)	890	819	671	-

사업구조를 어떻게 다각화 시키고 있나?

유한킴벌리는 새로운 성장 모멘텀을 확보하고 사업 포트폴리오의 균형을 맞추기 위해 핵심 사업군을 유지·발전시키는 한편, 신성장 사업을 육성하고 수출시장을 활성화하고 있습니다.

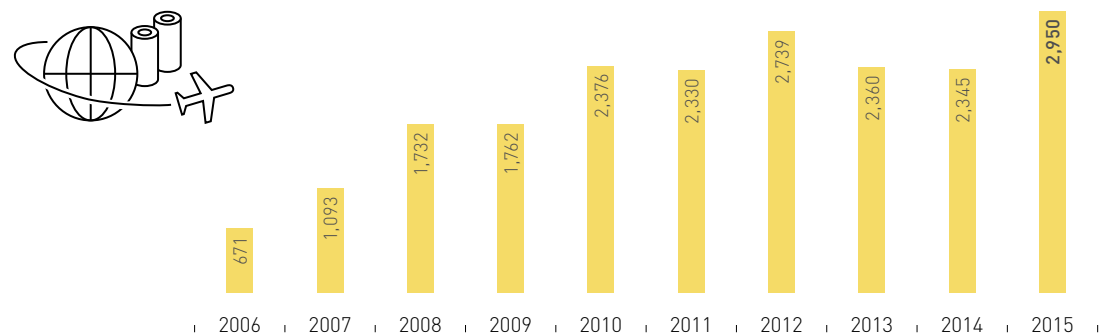
신성장 사업 비중 증대 사업구조 다각화 측면에서 여성용품과 가정용품, 시니어용품 사업의 시장점유율을 높여나가고 있습니다. 여성용품 사업은 2009년 대비 영업 이익이 약 3% 증가했으며, 시니어용품 사업은 전년대비 매출이 37.5% 증가했습니다. 유한킴벌리는 액티브 시니어들의 활동을 지원하는 디펜드 스타일 제품 다각화, 판매 증대, 골든프렌즈 브랜드 사이트를 통해 다양한 제품을 판매하고 있으며, CSV와 연계하여 일자리 창출, 관련 기업의 육성을 통한 시니어 산업의 성장에 기여하고 있습니다.

사업별 비중 변화와 균형 제고



신수출 시장 개척 유한킴벌리는 수출시장을 지속적으로 확대하면서 2015년 30개국에서 2,950억원이라는 최대 수출 실적을 기록했습니다. 2015년부터 크리빅스 드라이셀 핸드타올 등을 포함하여 총 262억원의 매출을 달성했으며 해외시장 공략을 위한 수출용 신제품을 출시하고 있습니다.

수출 실적(억원)



사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출

사업전략

우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

온라인 시장에서는 어떤 성과를 거두고 있나?

모바일 시장이 성장하면서 소비자 구매 패턴이 변화하고 있습니다. 유한킴벌리는 오프라인 시장에서의 신뢰를 바탕으로 유아동 쇼핑몰 등 옴니채널*을 활용하여 변화를 시도하는 한편 온라인 유통사와의 협력을 강화해 나갈 것입니다.

* 옴니채널 : 온라인과 오프라인 채널의 통합을 의미하며 유기적인 연결을 통해 소비자에게 일관된 경험을 제공합니다.

온라인 시장 매출 증대 유아용품 시장 위축 예상과 달리 유한킴벌리는 2015년 10%의 성장을 이루어 냈습니다. 그 배경에는 유한킴벌리의 주요 제품인 유아용품의 소비자 구매행태가 온라인으로 빠르게 이동하고 있고, 신속한 준비를 했기 때문입니다. 2015년에는 유아용품 온라인 매출 비중이 약 65%이며, 온라인 매출의 성장률은 33.3%를 기록했습니다.

유아동 제품 전문 온라인 쇼핑몰 하기스 맘큐 운영, 17만명 회원 확보 유한킴벌리는 2015년에 유아동 제품 전문 온라인 쇼핑몰 하기스 맘큐(momQ)를 오픈했습니다. 17만명 이상의 회원을 확보했고, 전 과정을 직접 운영하고 있습니다. 아이 월령 정보를 입력하면 육아 정보와 상품을 맞춤형으로 제안하는 큐레이션커머스 방식으로 운영되고 있습니다. 모바일 매출 비중의 90%를 차지하고 있습니다. 유한킴벌리는 디지털 커뮤니케이션과 이커머스 및 물류를 통합하는 통합구매사업(Integrated Consumer Business Model, ICBMYK)을 지속적으로 강화해 나가고 있습니다.

모바일 플랫폼을 중심으로 온라인 고객 커뮤니케이션 강화 소셜커머스 판매의 85%가 모바일에서 발생하고 있고, 오픈마켓의 모바일 매출 비중도 40%를 넘어서고 있습니다. 유한킴벌리도 모바일 플랫폼을 중심으로 고객 브랜드 커뮤니케이션과 프로모션 활동을 추진하고 있습니다. 여성용품 '좋은느낌'은 SNS를 통해 스토리 영상을 공유했고, '화이트'는 생리휴가 신청 뮤직비디오 캠페인을 진행했습니다. 하기스 포장 패키지의 쿠폰 로열티 프로그램을 이미지 인식기술과 접목시키는 프로그램을 추진하고, 최근에는 물티슈 제조과정을 한눈에 볼 수 있도록 3D 그래픽으로 구현한 '보이는 팩토리'를 개설하여 고객들과 소통하고 있습니다.



모바일 어워드 코리아 2016 대상

2015 올해의 앱

2015 스마트 앱 어워드 최우수상

시장 영역 확장과 고급화 전략은 어떻게 실행하고 있나?

우리나라 가임 여성 한 명당 출산율은 지난해 기준으로 1.19명으로 세계에서 가장 낮습니다. 저출산으로 인한 유아용품 시장의 판매 감소와 위기를 유한킴벌리는 제품과 시장의 확장, 고급화 전략으로 극복해 나가고 있습니다.

제품과 시장의 확장 기저귀제품 중심에서 물티슈, 아기 목욕용품으로 제품군을 확장하였습니다. 종이타올에서 행주타올로, 생리대는 패드제품, 팬티라이너에서 탐폰이나 입는 오버나이트로 제품군을 다양화하고 있습니다. 또한 초고령화 추세에 맞춰 유아용품에서 시니어용품으로 시장을 확대해 나가고 있습니다. 유니레버와 전략적 업무 제휴를 통해 영업과 제품 마케팅을 담당하며 뷰티케어 역량을 강화하고 있습니다. 이러한 확장을 통해 시너지를 창출하고 있습니다.

차별화된 제품 품질의 추구가 수출 수요 창출 중국 중산층이 늘어남에 따라 고품질 기저귀 수요가 늘고 있습니다. 유한킴벌리는 신소재와 혁신기술, 고객의 니즈를 반영한 제품 개발로 수출실적을 만들고 있습니다. 해외 고급 물티슈 시장 진출을 위해 화장품 안전 기준을 적용해오던 유한킴벌리는 원단품질, 안전성, 제조환경 등을 차별화하고, 하이스 클러치백, 아트 에디션처럼 고급 디자인을 적용한 제품들을 출시했습니다.

연구개발비 전년대비 17% 증가 지속가능한 성장의 동력을 발굴하기 위해서 신제품 및 신기술 연구와 설비는 매우 중요합니다. 유한킴벌리는 2015년 연구개발비 약 129억원, 시장조사비 약 41억원을 투자했으며, 연구개발비와 시장조사비를 합산하면 총 170억원으로 전년대비 17% 증가한 금액입니다.


우리강산 푸르게 푸르게

앞으로 우리강산 푸르게 푸르게는 어떤 방향으로 나아갈 것인가?

숲과 사람의 공존을 통한 더 나은 생활

WHERE WE STAND 유한킴벌리를 둘러싼 **경영환경 변화와 현재** 지구 온난화로 인한 기후변화의 심각성이 부각되면서 전 지구적 차원에서 적극 대응하고 있습니다. 2015년 12월 기후 재앙을 막고자 전 세계가 온실가스를 줄이는데 협력한다는 내용을 담은 '파리 기후협정'이 채택되면서 온실가스 흡수에 중요한 역할을 담당하는 숲 보존 대책이 더욱 강조되고 있습니다. 유한킴벌리는 1984년부터 시작한 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인을 통해 숲을 중심으로 우리 사회의 건강한 성장을 위해 기여하고자 지속적으로 노력하고 있습니다.

HOW WE LISTEN **이해관계자들의 의견** 유한킴벌리의 이해관계자들은 기업을 둘러싼 다양한 이슈들 중 우리강산 푸르게 푸르게, 사회공헌 활동 등을 아우르는 '사회책임 활동'과 온실가스 배출 저감, 탄소 상쇄 등을 포함한 '기후변화'를 중요 이슈로 선정하였으며, 기후변화에 대응하는 사회책임 활동을 중요하게 평가하였습니다. 사회책임 활동은 88.0점으로 네 번째 중요한 이슈로 선정되었으며, 기후변화는 84.3점으로 열 번째 중요한 이슈로 선정되었습니다. 유한킴벌리는 도출된 핵심이슈를 본 보고서에 상세히 보고하고, 제시된 의견들을 경영에 반영하여 지속적으로 관리하고자 합니다.

이해관계자 의견	GRI Aspect	핵심이슈	보고이슈
사회책임 활동	지역사회	 우리강산 푸르게 푸르게	<ul style="list-style-type: none"> • 미래비전 구체화 • 숲 프로젝트 (공존숲, 도시숲, 미래숲) • 환경리더 양성
기후변화	환경		

WHAT WE DO

KPIs	2013	2014	2015	2016목표
공존숲 탄소 상쇄(tCO ₂)	-	-	2,184	-
조림과 육림 누계(그루)	48,949,951	50,650,067	50,664,461	50,935,841
신혼부부 나무심기 참여자(명)	707	768	650	410
그린캠프 참여자(명)*	136	143	144	108
도시숲 조성 면적 누계(m ²)	871,782	871,782	885,005	-

* 2014년 그린캠프 참여자 143명으로 정정합니다.

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출

사업전략
우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

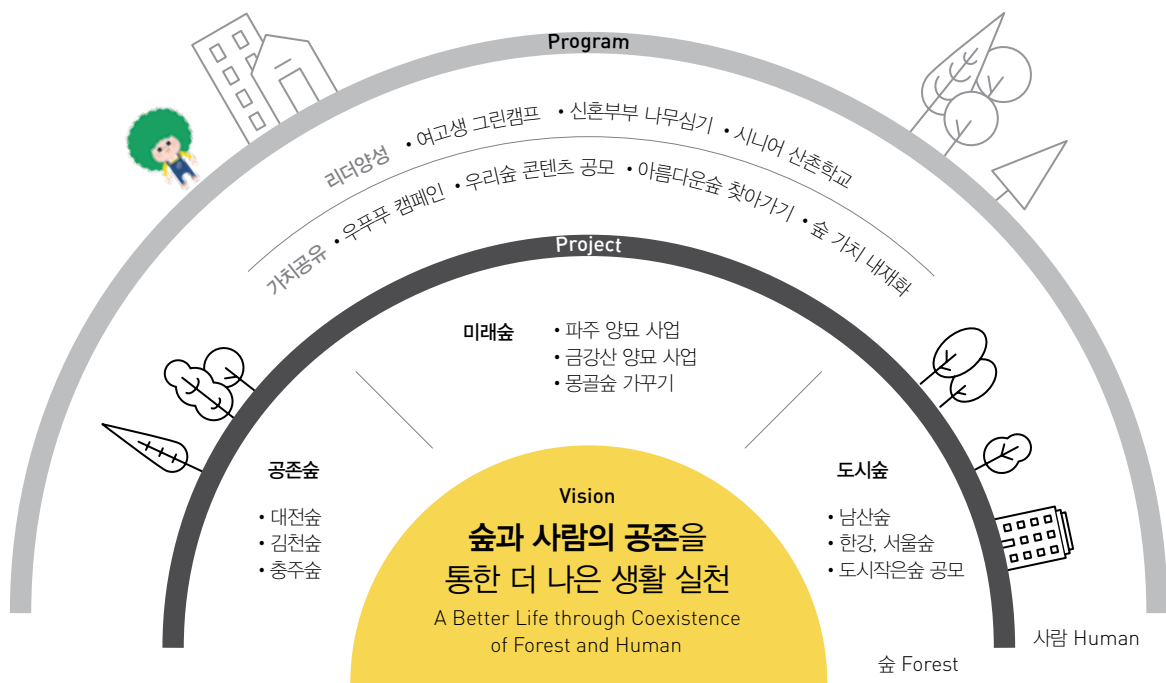
부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

미래비전 구체화 : 사회와의 새로운 협력 기반 구축

우리강산 푸르게 푸르게는 유한킴벌리의 대표적인 사회공헌 캠페인으로서, 1984년부터 시작되어 숲 환경에 대한 국민의 인식을 전환시키는 한편 2014년에 30년을 맞이하여 대한민국 인구와 같은 5천만 그루의 나무를 심고 가꾸는 목표를 달성하였습니다. 2015년부터는 '공존'의 가치를 담은 새로운 비전으로 숲과 사람의 공존을 통한 더 나은 생활을 구현하고자 '도시숲'과 지역기반의 '공존숲'의 새로운 모델 구축과 확산, 북한 산림복구를 위한 '미래숲' 등 세 가지 프로젝트를 추진 중입니다. 또한 리더 양성과 가치 공유의 기지 아래 숲 리더들을 키우고, 숲의 가치를 공유하는 참여형 프로그램을 개발하고 있습니다. 특히 2016년부터 고령화시대에 숲에서 새로운 가치를 찾기 위한 '시니어 산촌학교'를 신설하여 운영하고 있습니다.

우리강산 푸르게 푸르게 비전 실행(2015~2016)



지속가능한 공존숲을 만드는 3가지 프로젝트는 무엇인가?

프로젝트 1. 도시숲_남산숲, 한강숲의 새로운 도시숲 모델 개발 '도시숲' 프로젝트는 그동안 조성해왔던 학교숲 만들기, 도시숲 만들기의 연장선에 있습니다. 첫 번째 작업은 외래수종으로 고통받고 있는 남산숲을 건강한 숲으로 회복시키는 것입니다. 남산 기슭의 후암동을 1차 대상으로 선정하여 3년 동안 남산의 녹지가 도심 주거지까지 이어질 수 있도록 마을숲을 조성할 계획입니다. 이를 위해 2016년 2월 중부공원녹지사업소와 생명의숲과 함께 '남산 시민참여 숲 관리 사업' 업무 협약을 체결하였습니다. 두 번째 작업은 서울의 가로축인 한강의 자연성을 회복하고 도시생태문화를 조성하기 위한 한강 변 녹화사업입니다. 2015년 사원 등 150명이 나무 600주를 한강 수변 여의도 지구, 강서 지구, 남산 숲길 복원을 위해 심었고, 2016년 5월 한강사업본부, 서울그린트러스트와 '시민참여 한강숲 조성사업' 업무 협약을 체결하여 독섬지구에 숲을 조성해 나갈 계획입니다.

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

프로젝트 2. 공존숲_공존숲 모델 개발을 위한 협약 체결, 지역기반의 산림관리 정책 토론회 개최 '공존숲' 프로젝트는 기후변화에 대응하기 위한 '탄소상쇄 숲'을 조성하고, 시민, 기업, 정부가 함께 숲을 가꾸고 다양한 산림복지서비스를 통해 숲이 가져야 할 건강한 모델을 제시하는 것입니다. 유한킴벌리는 이미 김천과 대전에 적합한 장소를 선정했고, 2015년 6월에는 김천시와 2016년 2월에는 대전시와 '공존숲 협약'을 체결하여 앞으로 10년간 사업추진의 기반을 마련하였습니다. 특히 김천과 대전 두 곳의 공존숲은 축구장 약 500개 규모 면적인 총 344ha의 국내 최대 규모 산림 탄소상쇄림으로 조성되어 향후 10년간 총 5만 6천여 톤의 탄소상쇄 효과를 기대할 수 있습니다. 대전 공존숲은 2016년 4월 유한킴벌리 사원과 가족이 참여한 가운데 소나무 4,500그루를 심어 공존숲 사업의 본격적인 시작을 알렸고, 하반기에 숲 탐사대, 탄소상쇄림 조성을 위한 숲 가꾸기 등 시민참여 프로그램을 운영합니다. 김천 공존숲은 숲길 시설 정비 등 다양한 프로그램을 운영할 계획입니다. 공존숲에 대한 사회적 공감대를 형성하고 산림관리 모델 개발을 위한 정책을 제안하기 위해 2016년 4월에 산림청, 농촌경제연구원, 생명의숲과 공동주최로 지역기반의 산림관리 정책 토론회를 열기도 했습니다. 앞으로 공존숲을 통해 숲과 사람의 만남, 문화가 공존하는 숲을 만드는데 기여해 보다 진화된 사회공헌 모델로 발전시켜 나갈 것입니다.

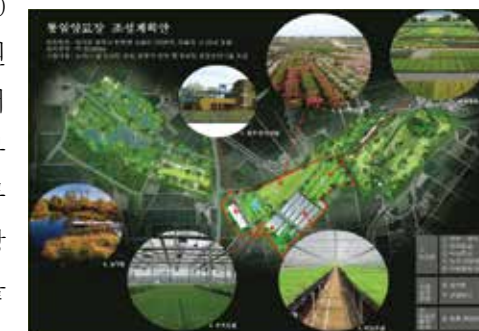


대전 공존숲 사업을 위한 공동산림사업 협약(2.12)



지역기반의 산림관리 정책토론회(4.19)

프로젝트 3. 미래숲_남과 북이 하나될 때 심을 나무를 키우는 양묘장 선정, 추진 협력체계 마련 '미래숲' 프로젝트는 북한지역의 황폐한 산림 복구와 생태적 건강성 회복을 위한 묘목 공급용 양묘장 조성을 통해 미래 세대에게 숲의 이로움을 전하는 장기 사업입니다. 2016년 5월 파주 소재 국유지를 대상으로 선정하고, 북부지방산림청, 생명의숲과 함께 양묘 및 조림기술 협력을 위한 공동산림사업 협약을 체결하여 사업추진을 위한 기반을 마련하였습니다. 유한킴벌리는 북한지역과 가까운 파주에 2만㎡ 크기의 양묘장을 조성하여 2017년 10만 그루의 묘목 생산을 시작으로 매년 30만~50만 그루의 묘목을 생산할 예정이며, 이는 매년 여의도 공원(23만㎡) 규모의 산림을 조성할 수 있는 규모입니다. 더불어 몽골의 산림상태 황폐화와 사막화를 방지하고자 1999년부터 조림 사업을 시작해 2014년까지 10,131,600그루의 나무가 심어졌으며, 2015년부터 새롭게 1천만 그루의 숲을 건강한 숲으로 가꾸어 간다는 목표로 2016년 200만㎡의 숲을 가꾸어 나가고 있습니다.



지속가능한 숲을 만드는 환경리더는 누구인가?

프로그램 1. 청소년의 숲체험_그린캠프, 1988년 시작하여 올해 29년째 개최 유한킴벌리는 국립산림과학원과 공동으로 연 2회 여고생을 대상으로 그린캠프를 개최하고 있습니다. 1988년에 시작해서 환경부 우수 환경교육 프로그램으로, 산림청 산림교육 프로그램으로 인증을 받았습니다. 2015년 그린캠프 45, 46기가 경기도 양평군 산음자연휴양림에서 진행됐으며 총 144명의 여고생이 참가했습니다. 2016년에도 47기, 48기 캠프는 계속 개최할 예정입니다.

프로그램 2. 신혼부부의 숲체험_1985년 함께 나무심기 체험기회 마련, 숲 조성지 모니터링 실시 유한킴벌리는 나무를 심으며 숲의 중요성을 깨닫고, 건강한 가정을 꿈꾸는 신혼부부들과 사회리더들이 참여하는 나무심기를 매년 봄마다 국립림에서 개최해오고 있습니다. 1985년부터 2015년까지 총 19,888명이 참여해 196,100그루의 나무를 심었습니다. 2016년에는 경기도 양평군 양동면에서 신혼부부와 사회리더, 유한킴벌리 사원, 산림청 관계자 등 총 650명이 참석하여 5년생 전나무 9,000그루를 심었습니다. 또한 2016년 5월에는 숲 모니터링을 실시했고, 이를 바탕으로 미래 방향을 설정할 예정입니다. 산림청, 사단법인 평화의 숲과 공동주최하고 있으며 산림조합중앙회가 나무 심는 일을 가르쳐 주고 있습니다.

프로그램 3. 시니어의 숲체험_시니어 산촌학교 개설, 국립산림과학원과 협약 체결 유한킴벌리는 고령화 시대에 숲에서 새로운 삶의 대안을 모색 중입니다. 이를 위해 2016년부터 은퇴 전·후 5060세대의 귀산촌을 통해 숲에서 새로운 삶을 설계할 수 있도록 돕는 교육 과정인 '시니어 산촌학교'를 신설했습니다. 2015년 전문가 연구결과를 진행했고, 12월에 시범운영 했으며, 2016년 2월에 국립산림과학원과 협약을 체결해서 사전준비를 마쳤습니다. 6월 10일 일본 시오미 나오키님 ('반농반X의 삶'의 저자)과 함께하는 공개 토크 콘서트를 가졌고, 6월 15일 40명의 교육생을 대상으로 교육을 시작했습니다. 2기는 9월에 새로 선정되는 40명과 함께 시작할 예정입니다. 앞으로 교육의 효과를 더욱 높이기 위해 관련 교육 기관과의 협력을 통해 보다 세분화된 교육 커리큘럼 운영과 인적 네트워크도 구축해 나갈 계획입니다.



프로그램 4. 사원들의 숲체험_숲가치 내재화 위한 자원봉사 활동들, 숲지킴이 교육 이수 등 유한킴벌리는 숲의 가치를 내재화하기 위해 사원들을 대상으로 숲과 나무에 친숙해질 수 있는 숲 특강을 제공하고 있으며, 1사우 1나무 이름 짓기 캠페인을 진행해서 현재 300여 명이 나무 이름을 갖고 있습니다. 대전과 김천의 사원 35명은 '숲지킴이'가 되어 2015년 80시간 교육을 이수했고, 2016년 4월 자원봉사의 날을 맞아 김천, 충주, 대전공장 사원 등 715명이 참여한 가운데 유한킴벌리 가족들이 자원봉사로 8,000여 그루의 나무를 심었습니다. 또한 본사 사원은 부문/동아리 별로 자발적 모임을 통해 서울숲 봉사활동에 참여하고 있습니다.

우리강산 푸르게 푸르게 공익광고



사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략

우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

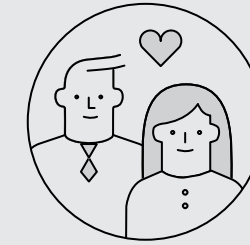
부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

SPECIAL STORY 32년을 지켜온 '신혼부부 나무심기' 효과와 과제

1985년에 심었던 묘목 2016년에 이제 숲으로 만나다

많은 분들이 신혼부부들과 함께 국립림에 심었던 나무들이 어떻게 자랐는지, 지역은 어떤 변화가 있는지를 자주 물어보셨습니다. 그래서 사회협력 워크그룹의 담당자들이 2016년 5월에 과거의 나무심기 장소를 찾아 나섰습니다. 이를 소개해 드립니다.



'신혼부부 나무심기' 과거와 현재



[제1회] 1985년 제천시 백운면 화당리 산13-1 [제11회] 1995년 안성군 금광면 목정리 산77-1 [제25회] 2009년 양평군 단월면 황소리 산6번지

1985년, 제1회 나무심기를 했던 충북 제천의 백운면 화당리 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인을 시작하고 나서 처음으로 나무를 심은 곳이 충북 제천의 백운면 화당리입니다. 당시는 50가구 정도가 거주하는 화전민 마을이었으나 지금은 100가구 이상 거주하는 작은 산촌마을을 형성하고 있습니다. 1985년에 심었던 묘목이 50-70cm 정도라면, 이제 평균 16m 키에 직경 30cm의 건강한 나무로 자라서 숲을 이루었습니다.

1987년, 제3회 나무심기를 했던 대전시 동구 추동 일대 대전시 동구 추동 일대는 많은 변화가 있었습니다. 임도가 개설되면서 지형 일부가 변했고 가시덤불이 무성하게 자라고 있습니다. 당시 심었던 나무가 평균 14m 키에 28cm의 직경을 가진 숲으로 성장해 있었습니다. 2015년부터는 이곳이 대전 공존숲으로 지정되어서 새로운 공존숲의 모델을 제시할 계획으로 더욱 의미가 큼니다.

1990, 2000, 2010년, 나무심기를 했던 숲들 1990년도에 나무를 심었던 대전 비래동 숲의 일부는 활엽수에 둘러 제대로 성장하지 못한 곳도 있었지만, 일부는 뿌리를 굳건히 내리고 군락을 이루고 있었습니다. 경기도 광주시 퇴촌면 우산리 일대는 회사 창립 30주년, 창립 40주년을 맞이해 사원 나무심기가 개최된 의미 있는 곳입니다. 정상에 올라가자 7m 높이로 균일하게 자란 잣나무 조림지가 되었습니다.

숲을 돌아본 소감과 과제들 나무를 심고 가꾸는 일은 오랜 시간을 필요로 합니다. 우리가 심는 것도 중요하지만 지속적으로 돌보는 것도 중요합니다. 어린 묘목들이었는데 숲을 이룬 것은 매우 보람됩니다만, 주위 생태계 변화에 매몰되어 슈아내기와 풀베기 등 꾸준한 숲 가꾸기가 필요한 상황입니다. 유한킴벌리는 이러한 숲들을 지속적으로 돌보아 숲과 인간이 공존할 수 있는 공간으로 가꾸어 가고자 합니다.

03 지속가능경영 성과 보고

기업, 사람, 환경이 모두 조화롭게 공존하는 사회를 만들기 위해 유한킴벌리는 더 나은 생활을 향한 믿음을 바탕으로 지속가능경영을 실천하고 있습니다.

43	경제
46	사회
60	환경

ECONOMIC MANAGEMENT 경제

Disclosures on Management Approach

유한킴벌리는 '초일류 생활혁신기업'을 향한 비전2020을 선포하고, 5대 전략방향을 도출했습니다. 고객 및 시장 지향, 신사업 창출, 전사적 운영효율화, 미래지향적 인사·조직, 가치공유 기업문화의 전략에 따라 경제적 가치 창출과 이해관계자 가치 배분을 위해 노력하고 있습니다. 2020년까지의 중장기 재무 목표를 설정했으며, 목표 달성을 위해 전 사원이 유기적으로 협력하여 경제 성과를 관리해 나가고 있습니다.

목표 달성도

매출액 달성도
100.9%

순이익률 달성도
88.0%

주요 성과평가

매출액 증가
+8.5%

영업이익 증가
+5.4%

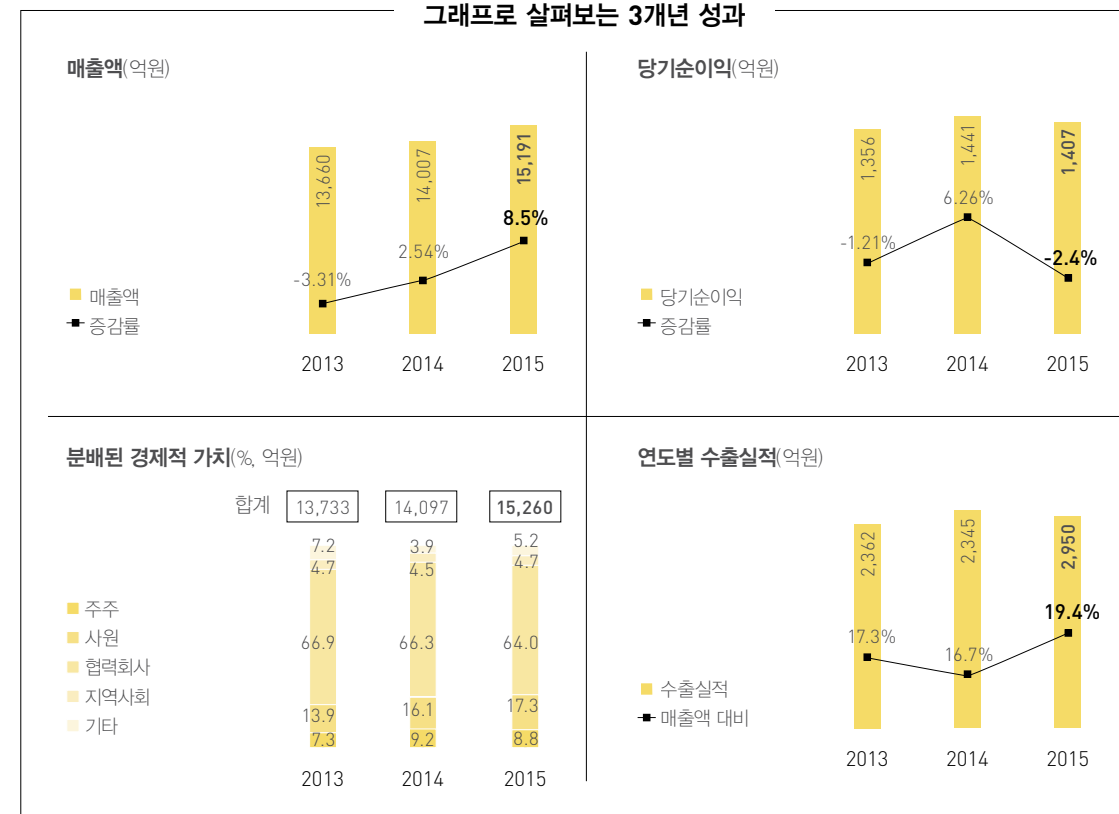
중장기 투자
+655억원

내수시장 확대
+5.0%

수출 확대
+25.8%

온라인 매출 성장
+33.3%

그래프로 살펴보는 3개년 성과



연잎평의 다리 미나리아재비과 여러해살이풀. 한국 특산종으로 강원·황해·평북·평남·함남의 산지의 숲에 야생

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/ 주요 협력 및 가입단체

재무 현황

요약재무상태표와 요약손익계산서(억원)

구분		2013	2014	2015
요약재무상태표 (재무상태)	유동자산	4,723	5,126	5,393
	비유동자산	4,889	5,355	5,288
	자산총계	9,612	10,481	10,682
	유동부채	2,079	2,520	2,734
	비유동부채	92	380	310
	부채총계	2,172	2,900	3,043
	자본금	2,000	2,000	2,000
	자본잉여금	625	625	625
	이익잉여금	4,815	4,956	5,013
	자본총계	7,440	7,581	7,638
부채 및 자본총계	9,612	10,481	10,682	
요약손익계산서 (경영성과)	매출액	13,660	14,007	15,191
	매출원가	8,834	8,900	9,898
	매출총이익	4,827	5,107	5,292
	판매비와 일반관리비	3,192	3,434	3,528
	영업이익	1,634	1,673	1,764
	영업외수익	209	219	193
	영업외비용	145	141	149
	법인세비용 차감전 순이익	1,698	1,751	1,808
	법인세비용	342	310	401
	당기순이익	1,356	1,441	1,407

현금흐름(백만원)

과목	2013	2014	2015
영업활동*	188,275	203,872	212,940
투자활동*	(97,261)	(117,171)	(42,200)
재무활동*	(100,000)	(130,000)	(135,000)
순현금흐름	(8,986)	(43,299)	35,739

* 영업활동으로 인한 현금흐름 : 제품의 생산과 상품 및 용역의 구매·판매활동

* 투자활동으로 인한 현금흐름 : 현금의 대여와 회수활동, 유가증권·투자자산·유형자산 및 무형자산의 취득과 처분활동

* 재무활동으로 인한 현금흐름 : 현금의 차입 및 상환활동, 신주발행이나 배당금의 지급활동 등과 같이 부채 및 자본계정에 영향을 미치는 활동

()는 마이너스를 의미

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

CEO 메시지

지속가능경영 성과 및 중장기 과제

비전과 핵심가치

지속가능경영 전담조직

윤리경영과 준법경영

이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

제품의 사회적·환경적 영향

고객 가치 창출

사업전략

우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

경제

사회

환경

부록

지배구조

위기관리

중대이슈 도출

UN Global Compact

제3자 검증의견서

GRI G4 Index

주요 학회 및 협회 가입현황/

주요 협력 및 가입단체

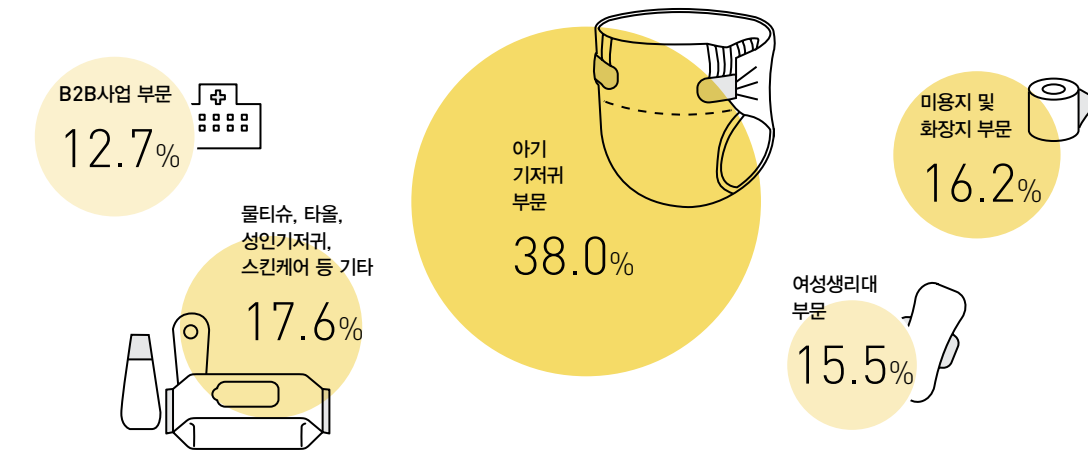
경제적 가치창출과 배분

유한킴벌리는 2015년 주요 신흥국의 저성장, 내수경기 침체 등 어려운 경제 여건 속에서도 전년대비 매출액 8.5%, 영업이익 5.4% 성장을 달성했습니다. 주요 사업인 유아/아동용품이 성장을 주도했으며, 온라인 매출 33.3% 성장, 판매협력을 통한 채널 혁신, 마스크 사업의 시장 진입, 에어플렉스 타올 생산 시작 등이 성장 동인이 되었습니다.

수출에서도 타올 기계 가동, 중국 기저귀 수출 확대 등으로 전년대비 25.8% 성장을 했으며, 높은 기계 가동률과 원가절감 노력 또한 수익성 개선에 기여했습니다. 중장기 미래를 위해 신공법 타올기계 설치, 기저귀 신제품 출시 기계 및 부직포 기계 개조에 총 655억원을 재투자하여 토대를 공고히 했습니다.

다만, 신규사업 성장 목표 달성, 가정용품 및 B2B 사업 부문 마진 향상 등은 향후 개선 과제로 남았습니다. 유한킴벌리는 이렇게 창출된 경제적 가치를 주주, 사원, 협력회사, 고객, 지역사회, 정부 등 다양한 이해관계자에게 분배하여 기업의 사회적 책임을 다하고 있습니다.

2015년 품목별 매출액 구성



분배된 경제적 가치(억원)

분배 대상	분류	2013	2014	2015
주주	배당금	1,000	1,300	1,350
사원	급여 및 복리후생비	1,906	2,272	2,638
협력회사	재화 및 서비스 구매비용	9,190	9,348	9,770
정부	법인세 및 기타 제세공과금	579	542	635
지역사회/고객	사회공헌비용 (기부금, 우리강산 푸르게 푸르게 등 캠페인, 단체 후원금 등)	72	87	82
기타	기타비용(임차료, 감가상각비 등)	630	407	728
사내 유보	사내 유보액	356	141	57
총 수익(매출액+이자수입 등)		13,733	14,097	15,260

SOCIAL MANAGEMENT 사회

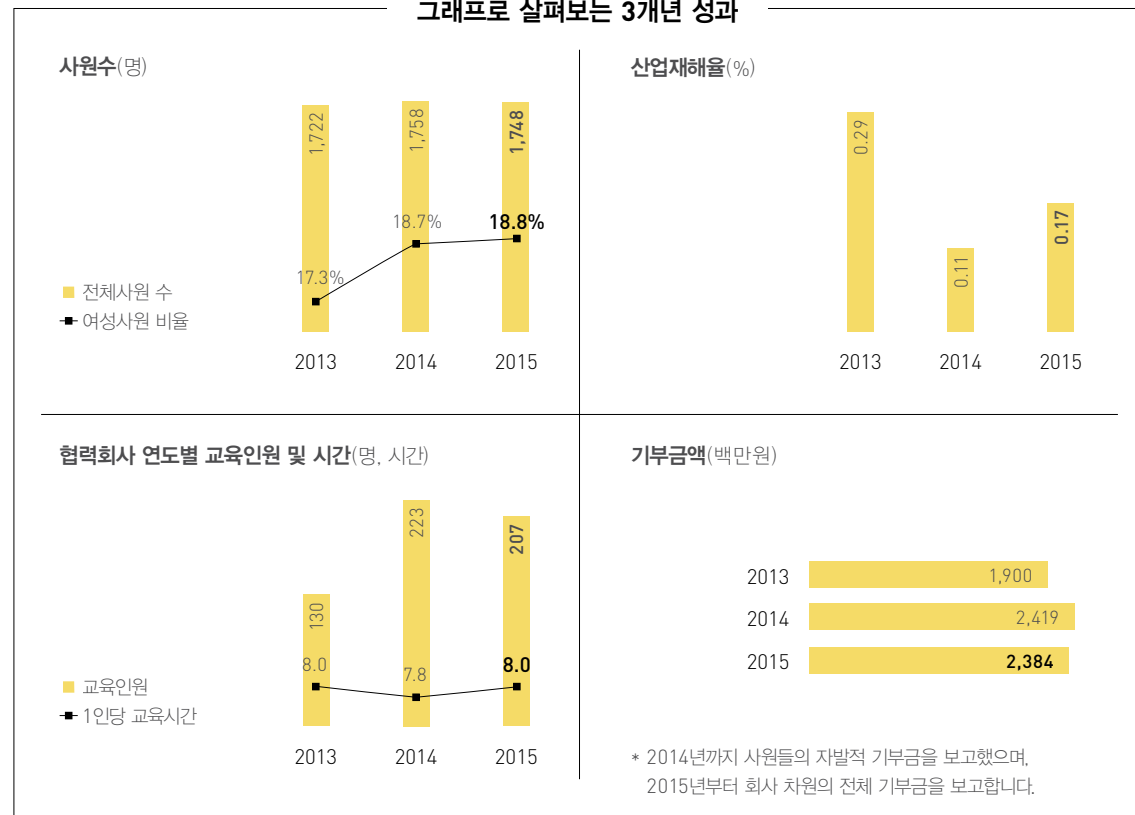
Disclosures on Management Approach

임직원, 협력회사, 지역사회는 유한킴벌리의 소중한 성장 파트너입니다. 사원의 잠재역량 개발, 협력회사와의 동반성장, 더불어 사는 지역사회 창조에 기여하기 위해 사회부문에 대한 성과목표를 설정하여 매년 달성도를 평가하고 있습니다.

주요 성과평가

사원		협력회사		지역사회	
여성임원 비율	산업재해율	지역구매액 비중	시니어일자리 창출	평균 근속연수	1인당 교육시간
18.9%	0.17%	34.2%	211개	17.9년	71.5시간
		동반성장 협약참여	사원 1인당 자원봉사		
		75개사	6시간		

그래프로 살펴보는 3개년 성과



사람이 희망이다

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

사원

유한킴벌리는 '사람의 가능성을 향한 믿음'을 실현하기 위해 도전적이고 창의적인 인재를 발굴, 육성하고 있습니다. 구성원의 가치와 잠재력은 지속가능한 성장에 밑거름이 됩니다. 개개인이 일하는 과정에서 역량을 충분히 발휘하도록 인권과 다양성 존중, 체계적인 교육과 공정한 성과보상, 안전하고 일하기 좋은 일터 조성 등 다양한 측면에서 지원하고 있습니다.

인권과 다양성 존중

소통과 협력을 중시하는 노사문화

노경협업 문화 조성 유한킴벌리는 노경협업 문화를 구현하여 고객, 사회, 환경을 중시하는 진정성 있는 회사로 자리매김하고자 합니다. 노경협업을 위해 법적 소통채널 외에도 다양한 공식 소통채널을 통해 전략을 공유하고 있습니다. 또한 노경공동목표추진팀을 구성하여 사업장 별로 내실 있는 실천기구를 운영 중입니다. 2015년 노동조합 가입자 수는 878명이며, 비연봉사원의 99.3%가 조합 활동에 참여하고 있습니다. 회사 경영 상의 중대한 변화가 발생하는 경우 노동조합에 사전 통보하는 것을 원칙으로 하고 있습니다.

사원 고충처리 프로세스 노사 간 소통과 공동이익 증진을 위해 노사협의회와 고충처리위원회를 운영 중입니다. 인권존중, 반부패, 차별금지, 업무개선 등 회사생활에서 발생할 수 있는 다양한 어려움이 고충처리의 대상이 됩니다. 고충이 접수되면 10일 이내에 해당 사원에게 처리결과를 통보하는 프로세스가 구축되어 있습니다. 2015년에는 접수된 총 38건이 100% 처리 되었으며, 인권관련 내용은 없었습니다.

2015년 고충처리 운영 실적

구분	본사	김천공장	대전공장	충주공장
접수/처리 실적(건)	5/5	10/10	7/7	16/16
고충처리위원	CEO/HR부문장, 노동조합위원장 등 16명			

소통에 앞장서는 CEO, 연 3회 경영현황설명회 개최 경영 비전과 목표를 사원과 공유하기 위해 CEO가 직접 주관하는 소통 프로그램을 운영 중입니다. 경영현황설명회는 연 3회, 노경간담회는 연 2회 개최하고 있습니다. 2015년 3회의 경영현황설명회를 통해 1,128명이 참여했으며, 소그룹 단위의 대화모임인 토크콘서트에는 73명의 사원들이 참여했습니다. CEO부터 사원에 이르기까지 전면적으로 도입한 '님' 호칭제도는 수평적 의사소통과 상호존중 문화에 크게 기여하고 있습니다.

인권 보호와 사원 다양성 존중

세계인권에 대한 약속 사원 행동규범에 전 세계적인 차원에서 인권을 존중하고 보호할 것을 명시하고 있습니다. 결사 및 단체교섭의 자유 보장, 아동 노동에 대한 보호, 강제노동 및 노동착취에 대한 보호, 차별금지, 근로시간·급여 및 복지 관련 법률 준수, 안전하고 건강한 직장 제공, 환경 보호, 부패 및 뇌물 방지 등 인권보호를 위한 내부기준을 정하여 시행 중입니다. 공급업체와 비즈니스 파트너 역시 해당 기준을 준수하도록 지원하고 있습니다.

인적자원의 다양성 추구 유한킴벌리는 다양한 인적 구성으로 경쟁력을 강화하고 있습니다. 2015년 여성 사

원 수는 329명으로 전체 사원의 18.8%를 차지하고 있으며, 임원 중 여성비율은 18.9%입니다. 사무직 여성비율은 37.9%, 계약직을 포함한 신규채용 여성비율은 61.9%로 최근 5년간 여성비율이 꾸준히 증가하고 있습니다. 아울러 장애인, 보훈대상자 등 사회적 소수자 채용에도 책임을 다하고 있습니다. 2015년 장애인 고용률은 2.4%입니다.

다양성 내재화를 위한 여성네트워크 활동 여성 리더십역량 개발과 다양성 확보는 기업 경쟁력 제고에 중요합니다. 2014년 유한킴벌리에 여성네트워크(K-WIN)가 발족했습니다. 유한킴벌리는 여성네트워크(성장, 연결, 참여, 소통이라는 4개 분야 워크그룹)의 활동을 독려하고 있습니다. 2015년에는 자녀양육 주제의 피어그룹 네트워킹, 멘토링, 워킹맘 특강 등을 진행했고, 2015년 10월에 사회공헌 차원에서 우리 사회의 일하는 여성들을 위한 ‘일함 컨퍼런스’를 개최했으며, 총 443명의 일망들이 참여했습니다.

사원 역량 강화

체계적인 인재육성_글로벌 역량강화 프로그램도 진행 유한킴벌리는 계층별 역량강화 리더십 교육을 통해 경쟁력을 갖춘 인재를 양성하고 있습니다. 더불어 직무공통교육, 직무전문교육, 조직활성화 프로그램, 가족친화 프로그램으로 구성된 체계적인 교육시스템을 지원합니다. 글로벌 업무 수행의 기회를 제공하여 직무경험 습득과 경력개발을 지원합니다. 2016년 6월 기준 글로벌 파견 사원은 총 26명이며, 중국, 싱가포르, 미국, 말레이시아, 러시아, 베트남, 영국, 브라질 등 세계 여러 국가의 근무 현장으로 파견되어 글로벌 업무를 수행하고 있습니다.

사원 현황 2015년 유한킴벌리 사원은 총 1,748명입니다. 직종별로는 생산직 844명, 사무직 904명이고, 고용형태별로는 정규직 1,700명, 계약직 48명으로 구성되어 있습니다. 정규직 중 여성사원은 294명, 계약직 중 여성사원은 35명입니다.

고용				여성인력			
구분	2013	2014	2015	구분	2013	2014	2015
전체 사원수(명)	1,722	1,758	1,748	여성 사원수(명)	298	329	329
장애인 고용률(%)	2.5	2.5	2.4	전체(%)	17.3	18.7	18.8
계약직 고용(명)	4	38	48	여성 임원 비율(%)	17.6	19.4	18.9
고용창출률(%)	1.89	2.09	-0.57	사무직 여성비율(%)	35.6	37.8	37.9
평균 근속 연수(년)	16.8	17.3	17.9	신규 채용 여성비율(%)	42.4	71.2	61.9
월평균 근로시간(시간)	171	168	164	출산 및 육아			
결근일수(일)	0	0	0	구분	2013	2014	2015
손실일수(일)	500	167	244	출산휴가 사용률(%)	100	100	100
				출산휴가 사용자(명)	23	16	18
				출산휴가 후 복직률(%)	100	100	100
				육아휴직 사용자(명)	16	24	21
				육아휴직 후 복직률(%)	100	100	100
신규채용 및 퇴직							
구분	2013	2014	2015				
신규 채용자수(명)	55	21	11				
퇴직율(%)	1.92	1.91	1.89				

* 장애인 고용률 : 월평균 고용자수 X 12, 한국장애인고용촉진공단 산정기준. 유한킴벌리 장애인 의무고용률 2.7%
 * 고용창출률 : (당해년도 인원수 - 전년도 인원수) / 전년도 인원수 X 100
 * 손실일수 : 공장의 경미 또는 중대한 사고로 인해 근로자가 제출한 진단서 상 일수를 기준으로 집계
 * 2015년 육아휴직 사용자 중 남성사원 1명, 2014년 육아휴직 사용자 중 2015년 복직 후 유지율 95%

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

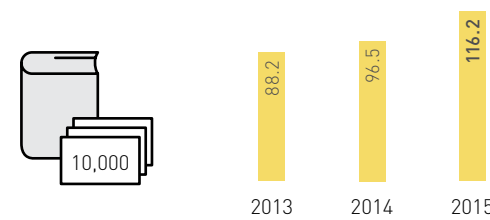
- 경제
- 사회
- 환경

부록

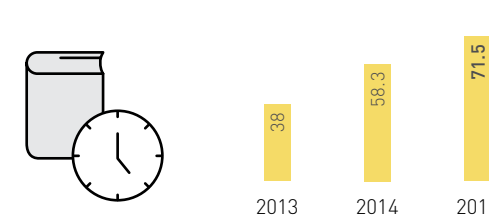
- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

사원 1인당 교육비(만원)



사원 1인당 교육시간(시간)



경력개발 프로그램 제도 운영 전 사원을 대상으로 경력개발 제도를 시행하고 있습니다. 업무경험과 능력, 목표를 고려하여 경력개발 계획을 수립하고 실행을 지원하여 체계적인 자기개발이 가능하도록 지원합니다. 정년퇴직 예정자에게도 재취업 및 창업지원, 경력관리, 사회참여 기회를 제공하여 안정적인 노후준비를 돕고 있습니다.

공정한 성과평가와 보상 연초 워크리더와 워크멤버 간 협의한 업무목표에 의거하여 개인의 업무성과를 평가합니다. 연중에도 목표 및 실행 현황에 대해 지속적인 점검이 이루어지며, 동료 및 상사의 피드백을 받습니다. 최종적으로 연말 성과평가위원회를 개최하여 공정하고 투명한 절차를 거쳐 성과평가 등급을 결정합니다. 신입사원은 성별이나 직종에 상관없이 동일한 기본급을 적용 받습니다. 2015년 신입사원 기본급은 법적 최저임금 대비 173% 수준입니다.

일하기 좋은 일터

안전하고 건강한 작업장

안전 우선 정책 노사합동 산업안전보건환경위원회를 구성하여 안전을 분기별로 협의하고, 개선활동으로 작업장 안전과 생산력 증진에 기여하고 있습니다. 유한킴벌리는 유해물질 관리를 법적 대상물질에 한정하지 않고, 기준치 미만의 소음, 분진 등도 유해물질로 분류하여 관리 중입니다. 작업 중 유해물질에 노출될 위험이 있는 사원들에게는 정기적으로 특수 건강검진을 지원합니다. 2015년 발생한 산업재해는 3건으로 기계에 의한 협착재해였습니다. 산업재해율은 0.17%로, 국내 제조업 평균 산업재해율인 0.65%에 비해 낮습니다.

2015년 산업안전보건환경위원회 현황

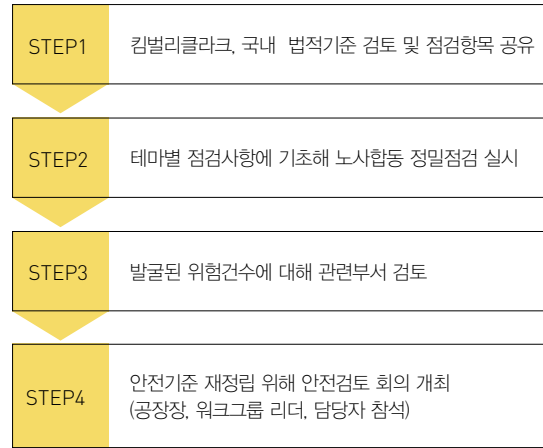
구분	총 사원수	위원회 구성	주요 안전 및 개선사항	생산사원수(산재현황)
충주공장	259명	사측 7명 노조측 7명	• 안전학습조직 운영하여 현장의 안전이슈 해결 • 현장 피로 예방매트설치, 총복지역 중대 재해사례 공유를 통해 안전의식 향상 • 사원과 가족이 더 안전한 충주공장을 만들기 위한 노사 안전목표 운영 • 건강체크 & 관리자의 리더십 • 우수사업장 벤치마킹을 통해 안전문화 공유	187명 (0명)
김천공장	407명	사측 10명 노조측 10명	• 초지 현장 및 가공설비 안전점검 실시 • 하드를 변환 이송 장치 설치, 자동차단밸브 교체 • 크레인 신규제작 설치 및 비파괴 검사 완료 • 미끄럼 방지 안전화 및 기능성 깔창 적용 • 밀폐공간 출입용 가스측정기 현장 비치 및 경고 알림	280명 (2명)
대전공장	436명	사측 9명 노조측 9명	• Safety Guarding(방호장치) 개선을 통한 기계접촉 위험 제거 • 포장기 상부 점검용 작업대 설치, 정전기 예방 접지패드 설치 • 중량물 작업 안전점검 및 개선, 현장 앞 보행자용 가로등 설치	320명 (1명)
물류센터	44명	사측 4명 노조측 4명	• 근무자 안전 위한 안전조끼, 안전모, 방한복 지급 • 메트로허브 탈의실 리모델링 • 센터별 안전 업무개선 워크숍 개최	38명 (0명)

사원 건강증진 프로그램 사원의 안전과 건강을 위해 사업장 별로 건강증진 프로그램을 운영 중입니다. 충주공장에서는 전염성질환 예방, 만성질환 관리, 웃음치료 프로그램을, 김천공장에서는 비만·운동·영양관리, 스트레칭 관리, 체성분 분석 프로그램을, 대전공장에서는 운동·영양 프로그램과 스마트 헬스케어, 물류센터에서는 금연활동, 건강등반, 식생활 관리 프로그램을 운영했습니다.

참여형 안전문화 정착과 노사합동 안전점검 프로세스

제조생산 부문의 안전 보고문화 정착을 위해 부문장과 공장장이 참여하는 리더십팀 월간회의 때 안전관리 현황과 주요이슈를 필수항목으로 보고합니다. 현장사원 중심으로 위험성 평가교육을 이수한 뒤 위험요소를 발굴해 토론하고 개선하는 안전문화를 정착시켰습니다. 노사 합동으로 사업장 통합 주간 안전점검 프로세스를 운영하고 있습니다. 이를 통해 작업장 내 안전 토론문화를 확산하여 위험요소를 줄여나가고 있습니다. 2015년에는 총 2,247건의 위험요소를 발굴하였고, 이중 91.6%를 개선했습니다.

안전점검 프로세스



노사합동 위험발굴과 개선 현황

구분	2013			2014			2015		
	발굴(건)	개선(건)	개선(%)	발굴(건)	개선(건)	개선(%)	발굴(건)	개선(건)	개선(%)
충주공장	469	415	88.5	435	398	91.5	501	450	89.8
김천공장	462	397	85.9	508	456	89.8	508	460	90.6
대전공장	466	395	84.8	898	723	80.5	915	847	92.6
물류센터	110	105	95.5	120	117	97.5	323	302	93.5
합계	1,507	1,312	87.1	1,961	1,694	86.4	2,247	2,059	91.6

일과 삶의 조화

2008년부터 9년 연속 가족친화 우수기업 인증 유한킴벌리는 가족친화경영 선두기업으로서 저출산과 고령화 극복을 위해 건강한 가족모델을 제시하는데 앞장서고 있습니다. 1990년대 초부터 유연근무제와 평생학습시스템을 시행했고, 생애주기별 가족친화제도를 도입해왔습니다. 이후 일과 삶, 커뮤니티의 조화를 위한 제도와 프로그램을 운영 중입니다. 이러한 노력을 인정받아 정부로부터 2008년 가족친화기업 최초 인증을 받은 이후 9년 연속 가족친화 우수기업의 지위를 유지하고 있습니다.

경력단절 예방과 저출산 극복을 위한 모성보호 활동 유한킴벌리 사업장에는 모성보호공간과 모유착유시설이 갖추어져 있으며, 대전공장에는 직장보육시설을 운영 중입니다. 또한 임신부 전용좌석을 마련하고 2009년부터 임신부간담회를 연 2회 개최하여 임신부를 배려하는 환경을 조성했습니다. 2016년 하반기부터는 육아휴직 사용 후 원활한 업무 복귀를 돕는 프로그램을 준비하고 있습니다.

사람이 희망이다

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

유한킴벌리 가족친화 제도 및 프로그램 유한킴벌리의 다양한 가족친화 제도와 프로그램은 모든 사원에게 차별 없이 적용됩니다.

유연한 근무체계

4조 2교대 (생산직)	4일 근무 - 4일 휴무, 평생학습 지원
시차 출근제 (사무직)	오전 7시~10시 출근시간 자율선택
현장 출퇴근제 (영업직)	정기 출퇴근 없이 현장업무 수행
재택근무제	집에서 모바일 기기를 이용해 근무
탄력적 점심시간제	11:30~13:30 내 1시간 점심시간 자유이용
유연복장제	연중 자유복장

출산육아 지원

임신축하 및 임신부 보호	<ul style="list-style-type: none"> 도덕상, 보건상 유해하거나 위험한 사업 배치 금지 탄력적 근로시간제 적용 금지 태아검진휴가 부여 (임신 9개월까지 월 1일, 10개월 이후 월 1일 및 검진시간 1회) 임산부 간담회 개최(연간 2회)
출산축하 및 휴가제도	<ul style="list-style-type: none"> 산전 휴식 3개월, 산전 후 휴가 90일 유사산 휴가(임신 13~21주 30일, 22~27주 60일, 28주 이상 90일) 아버지 출산유급휴가 3일 출산축하금(첫째 40만원, 둘째 60만원, 셋째 150만원, 넷째 이상 300만원) 여사원 자궁암 및 유방암 검진

사원 및 가족지원

선택적 복지제도	연간 1인당 220만원 (자기계발, 건강, 레저 등)
전문가 심리상담 (EAP)	사원과 직계가족 대상, 24시간 연결
가족경조 지원	관혼상제 관련 휴가 및 경조금
가족간병 휴직	가족간병을 위한 휴직(3개월 이내)
의료비 지원	본인 400만원, 배우자 및 미혼자녀 350만원, 사원 배우자 대상 건강검진(2년간 1회) 지원
평생학습 지원	사원 및 가족 온라인 어학연수원(500여 과정)
은퇴 프로그램	정년 연장, 이모작 프로그램
장제 지원	사원 및 직계가족 장제 시 인력, 물품 지원

보육 육아 지원

보육 육아 지원	<ul style="list-style-type: none"> 육아휴직(출생 이후 ~ 만8세 이하, 1년 이내) 육아기 근로시간 단축(육아휴직과 합쳐서 1년 이내) 임산부 배려석, 수유실 등 모성보호공간 마련 직장보육시설 마련(대전공장)
자녀 학자금 지원	<ul style="list-style-type: none"> 유아교육비 지원(취학전 3년 x 120만원 = 360만원) 대학졸업까지 자녀학자금 지원(자녀수 제한없음) 장애자녀 학자금 지원

문화 조성

가족친화 우수기업	가족친화기업 인증 연장 및 재인증 획득
가족사랑의 날	매일 정시퇴근 캠페인
아간근무 지정공간	매일 저녁 7시 30분 이후 소등(본사)
가족사보 발행	사원 및 가족을 위한 사보 발행
가족초청 행사	대전공장 철쭉제 등
가족 자원봉사	인트라넷 자원봉사 페이지 운영
지역사회 공헌활동	저출산 극복 위한 생명사랑 신혼부부학교 여성리더 양성을 위한 사회단체 협력사업

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

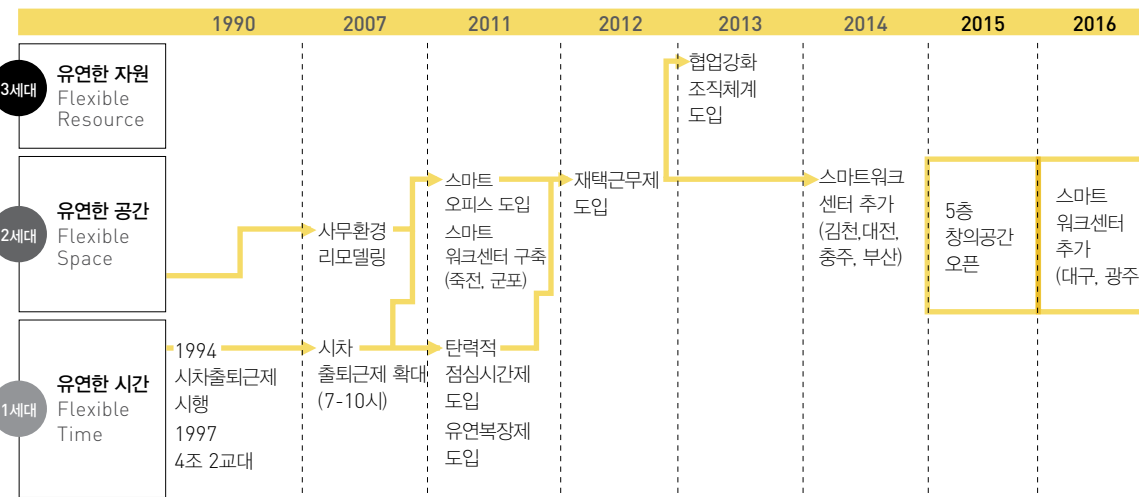
가족의 삶의 질 향상을 위한 아버지칭찬학교 일과 가정의 양립을 위해 남성의 돌봄 기능이 중요해지고 있습니다. 이에 따라 유한킴벌리는 2012년부터 아버지학교를 시작, 2013년에 아버지칭찬학교로 확대했고, 2014년부터는 지역사업장에서도 프로그램을 시행했습니다. 2015년 워킹대디, 워킹맘과 함께 하는 프로그램에서 향후 부부소통 과정으로 교육을 확대하여 가족의 삶의 질 향상에 기여할 계획입니다.

안정적인 노후 준비를 위한 5060 이모작학교 성공적인 은퇴 후 삶을 살 수 있도록 지원하기 위해 2014년부터 5060 이모작학교를 운영했습니다. 2014년 시범 운영했던 5060 이모작학교를 2015년 정규 편성했고 4회 개최하여 총 31명이 참가했습니다. 주요 프로그램으로는 전문상담 서비스 프로그램, 노사발전재단 등 전문기관과 함께 개인별 맞춤 전직지원 및 창업지원 프로그램, 가족과 함께 하는 여행 지원 등이 있었습니다.

2015년 5060 이모작학교 개최 현황

구분	일시	교육시간	주요 프로그램
5060 이모작학교(설명회)	2015.4.28-4.30	2시간	가족친화경영 소개 및 은퇴관련 설문조사
5060 이모작학교	2015.6.3	8시간	회사 지원 프로그램 안내 및 나를 찾아 떠나는 여정, 힐링 프로그램(요가)
5060 이모작학교	2015.9.1	8시간	미래계획 설계(창업/재취업) 은퇴 후 가족관계와 마음가짐, 퇴직 후 준비할 것들
5060 이모작학교	2015.12.15	4시간	은퇴모임

새로운 기업문화 이끄는 스마트워크와 스마트오피스 유한킴벌리는 조직에 유연성과 도전정신을 더하여 보다 혁신적이고 창의적인 기업문화를 창조하기 위해 노력하고 있습니다. 이에 따라 2011년 핵심가치를 바탕으로 공간, IT, 기업문화, 인사제도 4가지 측면을 고려하여 스마트워크를 도입했습니다. 기존에 시행하던 관리직의 시차 출퇴근제와 생산직의 4조 2교대 근무를 기반으로 재택근무를 확대 시행하고, 오픈 좌석 시스템을 구축하여 공간의 효율성 향상을 꾀했습니다.



사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

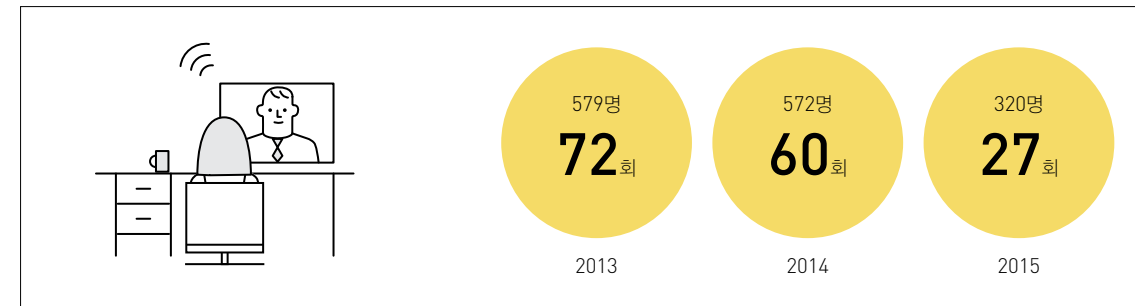
스마트워크센터 개설로 공간 유연성 확대 총 6개의 원격사무실인 스마트워크센터를 운영하고 있습니다. 2011년 죽전과 군포에 스마트워크센터를 개설한 이후, 2014년에는 영업지사가 있는 대전, 부산, 2016년에는 대구와 광주에 각각 스마트워크센터를 개설했습니다. 공간의 유연성과 개방성을 강화함으로써, 일과 삶의 조화 지원에 기여하고 있습니다.

스마트워크의 사회적 확산 노력 유한킴벌리는 스마트워크를 통해 일과 삶의 조화를 도모하여 저출산 문제 해소에 기여하고, 차량이동 최소화, 출퇴근 시간 절약, 집중 업무공간 활용을 통한 에너지 사용 최소화 등 직·간접적인 사회·환경 성과를 창출하고 있습니다. 이를 벤치마킹하기 위해 정부기관, 기업, 시민단체, 언론 등 다양한 기관 및 단체에서 방문하고 있으며, 스마트워크를 사회와 공유하고 있습니다.

전국 스마트워크센터 위치



유한킴벌리 스마트워크 벤치마킹 현황



새로운 방식의 소통과 협업을 위한 '창의 공간' 운영 2015년 4월 스마트워크의 일환으로 본사 5층에 새로운 방식의 소통과 협업을 위한 '창의 공간'이 개설되었습니다. 창의 공간은 고정 설치물이 없는 열린 공간에서 다양한 형식의 활용이 가능하도록 조성되었습니다. 매주 화요일과 목요일 점심시간에 사원 건강을 위한 요가수업이 열리고 있습니다.

외부 파트너사 직원들의 쾌적한 업무를 지원하는 공간 개선 본사 사원들의 건강하고 효율적인 사무환경을 구축하기 위해서 매년 지속적인 개선 사업을 진행하고 있습니다. 2016년 2월 10가지의 개선 작업을 진행하였으며, 2016년 5월에는 유한킴벌리와 업무 협업을 하는 외부 파트너사 직원들을 위한 업무공간을 새롭게 개선하여, 보다 좋은 환경에서 업무를 할 수 있도록 하였습니다.

협력회사

유한킴벌리는 사업 파트너인 협력회사와의 적극적인 소통으로 상호 이해와 신뢰를 높이고 있습니다. 또한 협력회사 재무 건전화, 결제조건 개선, 기술개발 지원, 전문능력 제고 등 다양한 동반성장 프로그램을 통해 협력회사의 경쟁력 향상을 돕고 있습니다. 2002년 상생협력 조직 구축을 시작으로 2008년 상생협력 정보 시스템(SMA) 운영, 2012년 공정거래 자율준수 프로그램 도입, 2013년 동반성장 전담조직 신설, 2014년 2차 협력회사까지 지원범위 확대 등 협력회사와의 상생 노력을 꾸준히 실천해 왔습니다. 앞으로도 균등한 기회부여, 공정한 경쟁, 노력에 따른 성과 공유, 협력이익 배분 등 상생 노력을 강화하여 협력회사와 함께 성장하는 동시에 귀감이 되는 동반성장 모델로 자리매김할 수 있도록 노력할 계획입니다.

함께 성장하는 협력회사

유한킴벌리 협력회사 유형 유한킴벌리는 가치사슬에 따라 협력회사를 상류와 하류로 구분하고 있습니다. 상류에는 원재료 공급, 완제품 공급 협력회사가 포함되고, 하류에는 유통대리점, 유통직거래, 광고대행, IT 및 금융 관련 협력회사가 포함됩니다. 2015년 거래 협력회사는 총 1,235개로 89.3%가 국내기업이며, 이중 신규계약 협력회사는 207개입니다.

국가명	협력회사 수(개)	국가명	협력회사 수(개)
오스트리아	3	일본	13
호주	5	한국	1,103
캐나다	5	스리랑카	1
칠레	1	말레이시아	4
중국	17	뉴질랜드	1
콜롬비아	1	필리핀	2
독일	4	스웨덴	2
핀란드	1	싱가포르	5
영국	6	스위스	1
홍콩	6	태국	3
아일랜드	1	대만	6
이탈리아	7	미국	37
총 합계	1,235		

협력회사 지역 분포 국내 협력회사의 61.3%가 서울 및 경기 지역에 위치하고 있습니다. 2015년 수도권(서울, 인천, 경기)을 제외한 지역구매액은 전체 거래액의 34.2%를 차지했습니다. 그 중 김천공장이 위치한 대구·경북 지역이 총 거래액의 16.3%를 차지해 가장 높은 지역구매가 이루어지고 있습니다. 한편 해외 협력회사는 미국, 중국, 일본, 이탈리아, 영국, 호주 등에 위치하고 있습니다.

협력회사 지속가능성 제고

사회적 책임 포함한 성과평가 시스템 협력회사의 경쟁력 향상과 지속가능경영 지원 성과평가 시스템을 마련하고 있습니다. 협력회사의 관리수준을 계량화하고 제품안전, 화재발생 등 잠재적 리스크를 사전에 발굴, 개선하는 활동을 돕고 있습니다. 매년 정기평가를 시행하며, 품질경영, 사회적 책임, 하우스키퍼 등 3장 13개 부분, 86개 문항으로 진행됩니다. 여기에는 노동, 인권, 윤리, 법규준수 환경 등 사회적 책임 준수 여부가 들어가 있습니다. 2015년 총 62개 협력회사에 대해 평가했으며, 평균점수는 전년대비 3% 상승했습니다. 2015년 협력회사에서 발생한 안전, 환경, 인권, 사회 분야의 중대사고는 없었습니다.

협력회사 평가항목	
평가부문	세부항목
품질경영(38점)	1. 품질시스템의 요구사항 2. 경영자 책임 3. 자원관리 4. 제품실현 5. 측정 분석 및 개선
사회적 책임(44점)	1. 환경보호 2. 안전/화재예방 3. 외부작업자 안전관리 4. 임금 및 고용 5. 윤리경영 6. 보건관리
하우스키퍼(18점)	1. 현장 - 기계, 정치, 방호 2. 기타

협력회사와의 파트너십을 강화 위한 차별화 관리 프로그램 도입 유한킴벌리의 협력회사는 관계 유형 및 평가 결과에 따라 프라임, 협업, 경쟁, 개선, 순환 그룹으로 구분됩니다. 프라임 그룹은 전략적 육성 대상 파트너로서 최우선 협업과 동반성장 투자재원을 우선 지원 받게 됩니다. 협업 그룹은 맞춤형 지원, 경쟁 그룹에게는 거래 유지, 개선 그룹에게는 개선 기회 및 활동 지원, 순환 그룹에게는 자율개선 유도가 차별적으로 제공됩니다.

동반성장 프로그램

동반성장지수 최우수기업으로 선정 유한킴벌리는 동반성장위원회에서 주관하는 2015년 동반성장지수* 평가에서 최고 등급인 최우수기업으로 선정되었습니다. 그동안 사내 전문가가 참여하는 품질, 안전, 환경, 에너지, 소비자중심경영 멘토링 등의 다양한 경영 컨설팅을 통해 협력회사의 지속적 발전을 도모해 왔습니다. 앞으로도 협력회사들과 다양한 방법으로 상생 경영을 추진하며 경제적, 기술적 지원 차원을 넘어 사회적 책임까지 나누는 파트너로 함께 성장하기 위해 노력하겠습니다.

* 동반성장지수는 대·중소기업 간 동반성장을 촉진하기 위해 대기업 동반성장 수준을 평가해 계량화한 지표입니다.

공정거래 및 동반성장 협약 체결, 협력회사 소통 강화와 2차 협력회사 지원 확대 협력회사와의 자율적인 공정거래 질서 확립과 동반성장 기반 조성을 위해 2015년 75개 협력회사와 공정거래 및 동반성장 협약을 체결했습니다. 상생경영본부에서는 1차 협력회사를 방문하여 동반성장프로그램을 설명하고, 협력회사 의견을 수렴하여 업무에 반영하고 있습니다. 또한 동반성장의 수직 확산을 위해 1차 협력회사의 2차 협력회사 지원 유도, 상생아카데미 교육지원, 원부자재 정보 제공, 상생협력펀드 제공, 공정 개선, 품질 시스템 구축, 인력채용 지원(IBK-JOB WORLD) 등 2차 협력회사 지원 프로그램을 시행하고 있습니다.

현금결제모니터링 시스템 운영 정부의 3차 대·중소기업 동반성장 기본계획에 적극 참여하여 2014년 12월부터 현금결제모니터링 시스템을 도입했습니다. 1차 협력회사가 유한킴벌리로부터 현금결제 및 대금지급 기일 개선 등의 지원을 받은 경우, 그 내용대로 2차 협력회사에 적용하도록 유도하고 있습니다. 2015년 말 현재 1차 협력회사 29개사와 2차 협력회사 183개사가 가입 중입니다.

1, 2차 협력회사 역량강화를 위한 상생아카데미 교육 2015년 총 7회에 걸쳐 110개 업체에서 207명의 사원이 상생아카데미에 참여했습니다. 협력회사의 요구를 반영하여 성공적인 경영전략, 효과적인 협업을 위한 커뮤니케이션, 강점기반 코칭 등의 교육과정을 진행했습니다.

동반성장 주요 프로그램 및 성과	
주요 프로그램	2015년 성과
협력회사 금융지원	• IBK기업은행과 170억원 상생협력펀드 운용
동반성장 투자재원 출연	• 대·중소기업협력재단에 동반성장기금 2.2억원 출연(연구개발, 온실가스 감축, 성과공유제 등 지원)
기술·품질 개선 지원	• 품질파트너십 회의체 정기운영으로 품질 및 소비자불만 개선 • 품질경영시스템(ISO 9001) 및 환경경영시스템(ISO 14001)구축 지원 • 핵심 기술자료 임치 지원 • 방서·방충 작업으로 제조환경 청결도 개선 및 품질이슈 사전예방 • 조명교체로 온실가스 배출량 감축 및 에너지 절감 지원
교육·훈련 지원	• 상생아카데미 운영
인력·채용 지원	• 협력회사 공정개선 및 품질 시스템 구축 위한 전문인력 파견(15개사)
매출 및 경쟁력 향상 지원	• 국내외 전시회 참가 지원, 협력회사 수출 지원 • 협력회사 종합진단시스템 운영 및 정보 제공 • 나이스워크 운영으로 경영상태 진단 및 생산성 향상 지원
협력회사 소통 강화	• 위탁관련 정보제공 시스템(Supplier Management Advisor, SMA) 운용 및 의견 수렴

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

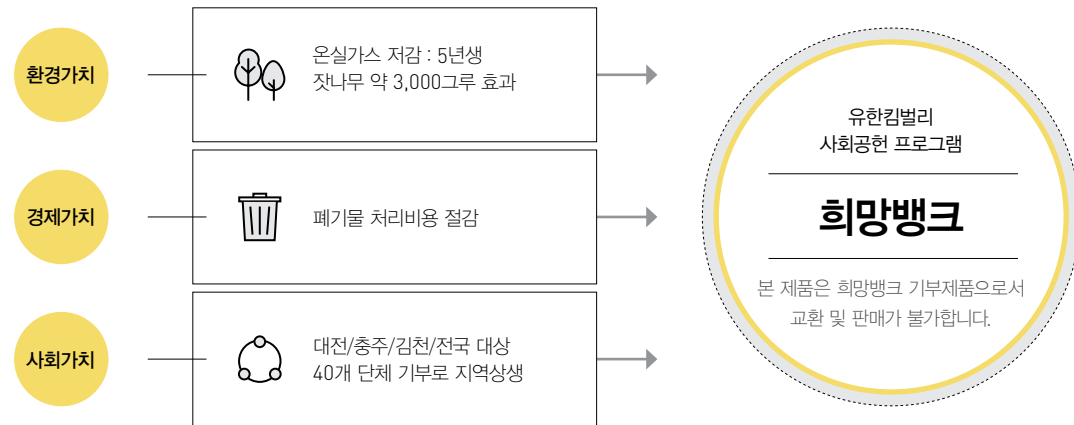
지역사회

유한킴벌리는 기업시민으로서의 사회적 책임을 다하고 지역사회 문제 해결에 기여하기 위해 다양한 사회공헌 프로그램을 운영하고 있습니다. 특히 사회공헌과 가족친화경영을 접목하여 기후변화, 고령화, 저출산 등 당면한 사회문제 해결에 앞장서고 있습니다. 또한 기업 차원의 사회공헌 활동뿐 아니라 사원들의 자발적 참여를 도모하여 더불어 사는 문화 형성에도 기여하고자 합니다. 한편 사회문제 해결을 통해 비즈니스의 지속가능성을 도모하는 공유가치창출(CSV) 모델을 제시하고자 노력하고 있습니다.

지역사회 기여

미래 인재 양성_지역 인재 발굴 및 채용 유한킴벌리는 지역 발전에 기여하기 위해 공장별 사원 채용 시 지역 인재를 채용하고 있습니다. 2015년 신입 및 경력사원 7명(본사 4명, 죽전 2명, 대전 1명) 중 1명(14.3%)을 해당지역 인재로 채용했습니다. 특히 김천공장은 전체 사원의 96% 이상, 상급자의 93%가 대구·경북 지역 출신입니다.

경제적으로 어려운 이웃을 돕는 제품기부 '희망뱅크' 2011년부터 유아용 기저귀, 생리대, 성인용 기저귀 제품 등의 사이즈 교환제품을 지역사회 단체에 기부하는 희망뱅크를 실시하고 있습니다. 2015년 희망뱅크를 통해 충북 사회복지공동모금회 2,230팩, 경북 사회복지공동모금회 2,020팩, 대전시 자원봉사센터 및 사회복지공동모금회 2,555팩, 한국여성재단 563팩 등 총 7,368팩을 성폭력, 가정폭력 피해자 쉼터 및 미혼양육가정에 전달되었습니다. 이를 돕기 위해 사원 124명이 자원봉사에 참여했습니다. 또한 2015년 12월에는 사원들이 월급의 1% 기부 참여 캠페인에 참여하였고, 회사는 매칭펀드로 참여하여 한국의료지원재단 등과 함께 불우한 노인과 아동을 도왔습니다.



저출산 극복에 기여하는 '생명사랑 신혼부부학교' 유한킴벌리는 2009년부터 서울 YWCA와 함께 저출산 극복을 위해 신혼부부들을 대상으로 행복한 부모가 되기 위한 소통학교를 개설하고 있습니다. 2015년까지 총 1,248명의 신혼부부들이 참가했으며, 특강과 토크콘서트, 사회심리극인 소시오드라마를 통해 행복한 부부관계에 대한 이해를 높이고, 생명의 가치와 자녀의 소중함에 공감하는 자리를 만들고 있습니다.

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

여성 리더십과 역량 강화를 위한 노력

30% 클럽 가입 및 지지 활동 유한킴벌리는 사단법인 미래포럼 기업회원으로서 2013년 10월부터 한국사회의 다양성 가치를 확산하고 성별 다양성(Gender Diversity) 증대를 위해 기업에서의 여성임원 30% 확보가 기업혁신의 최우선 과제를 지지하는 기업회원 활동에 참여하고 있습니다. 2015년 11월 열린 30% 클럽 컨퍼런스 등을 후원하고 사례를 발표하는 등 지속적 활동에 앞장서고 있습니다.

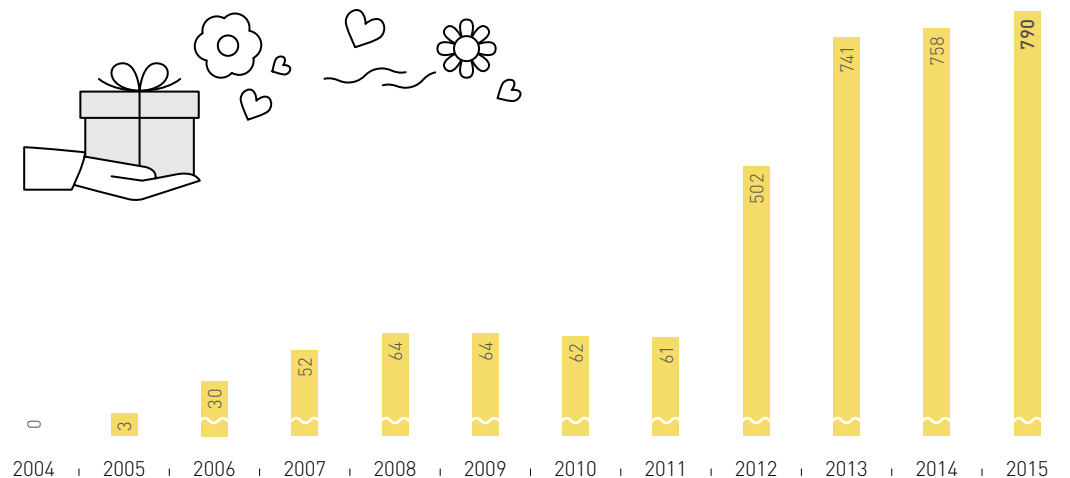
NGO 여성 리더 양성 위해 장학사업 진행, 누적 562명 유한킴벌리는 평등한 사회와 인권보호, 양성평등 구축을 위해 2007년부터 매년 시민사회단체의 여성활동가를 선발하여 평생학습의 기회를 제공하고 있습니다. 본 프로그램 장기과정은 한국여성재단, 한국여성단체연합, 성공회대학교와 협력하여 진행하며, 단기과정은 한국여성재단이 매해 학교를 선정해 이를 개설하고 있습니다. 2015년까지 2개 과정을 통해 총 562명의 여성 NGO 장학생이 배출되었습니다. 2016년에 단기과정은 전북대학교에서 연 2회 개최 예정입니다.

여성 NGO 리더 장학사업 현황

교육과정	협력 파트너	횟수	2013	2014	2015	누적계(명)
장기과정(1년) 미래여성NGO리더십과정	한국여성재단, 한국여성단체연합, 성공회대학교	연 1회	10	8	12	90
단기과정(3개월) NPO리더십과정	한국여성재단, 이화여자대학교(2008~2009, 2013~2015), 계명대학교(2010~2011), 성지대학교(2012)	연 2회	61	60	60	472

'딸들에게 희망을' 기부 릴레이 최다 참여 유한킴벌리 사원들은 2003년부터 한국여성재단의 여성인권 등을 보호하기 위한 사업모금활동인 기부 릴레이 캠페인에 매년 참여하고 있습니다. 2015년에는 전년 대비 4% 향상된 총 790명의 사원이 동참하여 총 최다 참여자 수를 경신했습니다. 이는 가족 참여도 꾸준히 증가한 결과입니다. 기부금액은 총 4,100만원으로 전년 대비 200만원 가량 증가했습니다.

딸들에게 희망을 기부 릴레이 참여자 추이(명)



SPECIAL STORY 사진으로 함께 보는 사원들의 사회공헌 실천_자원봉사 현장스케치

유한킴벌리 사원들은 자발적으로 지역사회 기여와 이웃 돌봄을 실천하고 있습니다. 사내 인트라넷에 자원봉사 페이지를 개설하고 개인, 조직, 전사 목표 및 달성현황을 확인하도록 구성하여 사원의 자원봉사 목표 관리를 지원합니다. 2015년 총 자원봉사 시간은 10,046시간, 1인당 평균 봉사시간은 6시간입니다.

교육과정	내용
공통	자원봉사대에 나무심기(3. 21), 신혼부부 나무심기(3. 28), 1~4차 희망뱅크 124명 참여, 여고생 그린캠프(7. 22~25, 7. 28~31), FET/워크숍/동호회
본사	서울숲 나무심기 그룹 활동, 사랑의 친구 바자회(10. 17~18), 서울대공원 봉사활동, 죽전 도서관 봉사활동, 신생아 살리기 모자뜨기, 유리안 자선바자회
대전	계족산 걷기대회 및 환경정화 캠페인(7. 11), 사랑의 헌혈(1. 28)
김천	김장나눔 행사(11. 27), 김천 불우시설 돌봄(7. 18)
충주	사랑의 연탄 나눔(11. 2, 11. 5), 충주 뽕나눔터(10. 29)

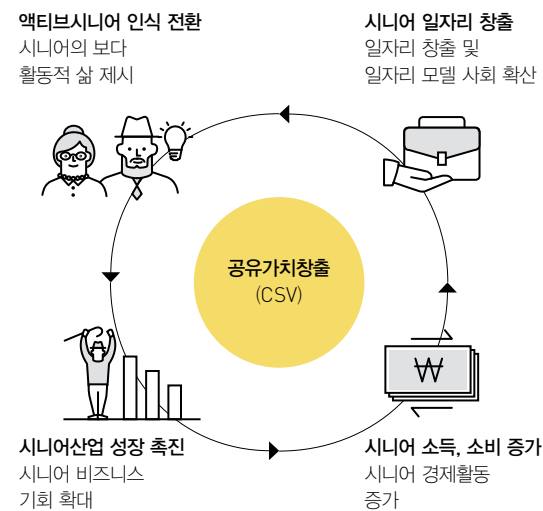


고령화 문제 해결과 비즈니스 육성하는 공유가치창출

시니어산업 육성과 고령화 해소의 공유가치창출

유한킴벌리는 2012년부터 국가적 난제인 고령화 문제 해결에 기여하면서 시니어 비즈니스를 육성하는 공유가치창출(Creating Shared Value, CSV) 경영 모델을 제시하고 있습니다. 활동적인 액티브 시니어를 양성하여 고령화 문제해결과 새로운 산업창출로 사회발전에 기여하겠다는 새로운 관점입니다. 이를 위해 기금(액티브 시니어 캠페인 6억원, 시니어기금 5억원, 공유유통기업기금 3억원)을 조성하고, 시니어 비즈니스에 도전하는 소기업과 사회적기업을 육성하여 시니어 일자리가 확장되도록 지원하고 있습니다.

공유가치창출(CSV) 경영 선순환 구조



사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

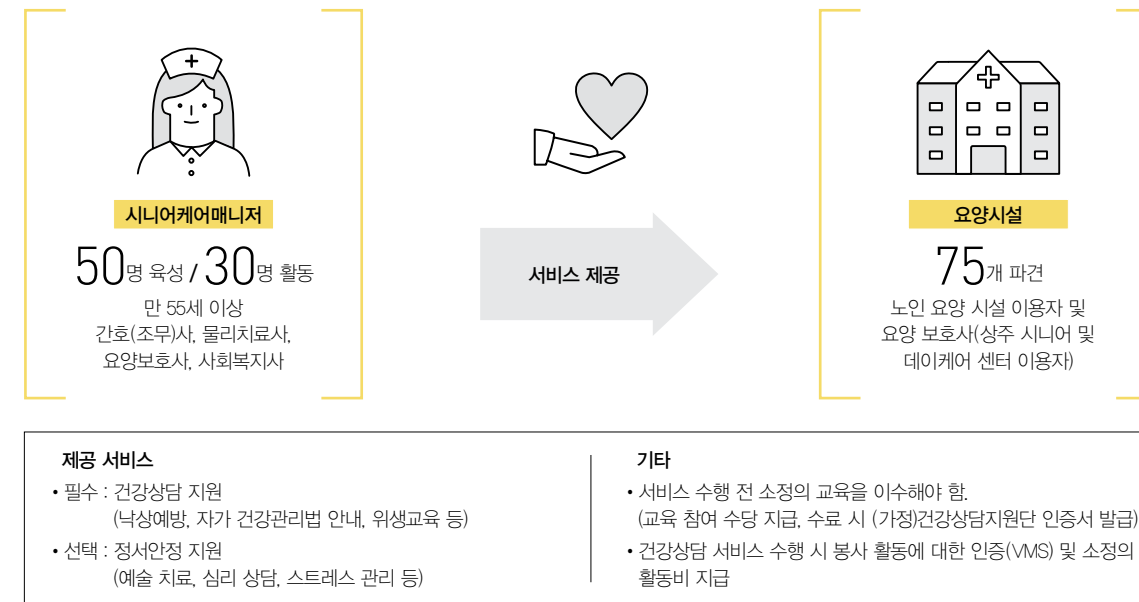
- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

시니어 비즈니스 소기업 육성 및 시니어케어매니저 신규 모델 개발_파트너 : (재)함께일하는재단 시니어 대상 제품과 서비스를 개발·판매하는 소기업, 사회적기업을 대상으로 (재)함께일하는재단과 함께 컨설팅을 제공하여 액티브 시니어 생활용품 시장을 육성하고 있습니다. 본 사업을 통해 2015년 말 총 26개 소기업, 65개 제품 및 서비스가 발굴·육성되었습니다. 또한 2016년부터는 전문직 은퇴자 또는 경력단절 시니어들의 전문 경험을 활용한 일자리 모델인 '시니어케어매니저'사업을 진행할 예정입니다. 시니어들이 이용하는 요양시설, 데이케어센터 등에 55세 이상의 은퇴한 간호사, 물리치료사, 요양보호사, 사회복지사를 파견하여 시니어들의 건강상담 및 정서안정 지원을 돕고, 이를 통해 시니어시설의 서비스 향상과 은퇴한 시니어들의 새로운 일자리 창출을 기대하고 있습니다.

시니어케어매니저 신규 일자리 모델



시니어 일자리 창출로 액티브 시니어 확대 유한킴벌리의 시니어 사업과 소기업 육성활동을 통해 55세 이상의 시니어 일자리가 창출되고 있습니다. 시니어 생활용품을 판매하는 골든프렌즈 매장, 통합고객지원센터의 시니어용품 상담 업무에 시니어를 우선 고용합니다. 또한 소기업을 발굴·육성하는 과정에서도 시니어 일자리 창출을 독려하여 2015년까지 211개의 일자리를 창출했습니다.

공익유통기업 (주)시니어허브' 설립에 참여해 시니어용품 유통 생태계 조성 유한킴벌리는 시니어용품의 유통 채널 활성화를 위해 한국노인인력개발원, 사단법인 50플러스코리아와 함께 2014년 공익유통기업인 (주)시니어허브 설립에 참여했습니다. (주)시니어허브는 2015년에는 오프라인 공익유통매장인 타임브릿지 을지로점을 개점해서 유니버설 디자인 제품, 아이디어 제품, 소기업 제품을 한자리에서 구매할 수 있도록 돕고 있습니다. 가정을 방문해 어르신들의 필요를 채워주는 종합생활지원서비스 사업을 시작할 계획입니다. 사업 수익은 액티브 시니어의 고용창출과 지역사회 경제활성화에 기여될 예정입니다.

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT 환경

Disclosures on Management Approach

유한킴벌리는 1996년 환경경영을 선포한 이래, 원료 선택에서부터 제품설계, 생산, 유통 및 폐기에 이르기까지 환경영향을 최소화하고 환경경영 선도기업이 되고자 환경방침을 수립해 실천하고 있습니다. 미래의 혁신 기회가 환경경영에서 비롯된다는 인식 하에 환경부하 최소화, 지속적인 환경개선, 환경보호 운동에 선도적인 역할, 효율적 환경관리, 전 사원의 환경관리 능력 배양, 방침 공개를 추진하고 있습니다.

분야	실시연도	2000	2005	2010	2015
제품개발					
친자연주의 기저귀 개발(하비스 네이처메이드)	2008			●	→
탄소성적표지 인증(하비스 네이처메이드)	2011	●			→
기저귀 전과정평가(10년간의 환경성 비교_2002년 대비)	2013				●
지속가능한 제품 가이드라인 개발	2013			●	→
그린핑거 2차 포장재 감축	2014				●
흡수력 및 인장강도 혁신제품 출시(크리넥스 드라이셀 핸드타올)	2015				●
유한킴벌리 제품안전정책 발표	2015				●
제조생산					
녹색구매 자발적 협약(환경부)	2005		●		→
환경&에너지 비전 및 저탄소 비전 2020 로드맵 수립	1996, 2006, 2007, 2010	●	●	●	→
온실가스 감축실적 등록사업_산업통상자원부	2007-2011			●	→
사업장 별 온실가스 배출량 할당, 모니터링, 배출권거래제 대응	2012				●
물류					
인벤토리 구축 및 배출량 모니터링	2008			●	→
물류 거점 최적화(13 → 4)	2011				●
크로스도킹*(Cross Docking) 및 자동배차관리시스템	2014				●

* 크로스도킹 : 생산된 제품을 다른 물류센터에 보관하지 않고 공장에서 일시 보관 후 곧바로 유통 및 대리점에 배송하는 물류 시스템

주요 성과평가



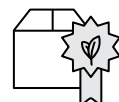
환경관련 사고
0건



목표대비 온실가스 저감
15.3%



폐기물 재활용
98.4%



친환경 인증제품
29개

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

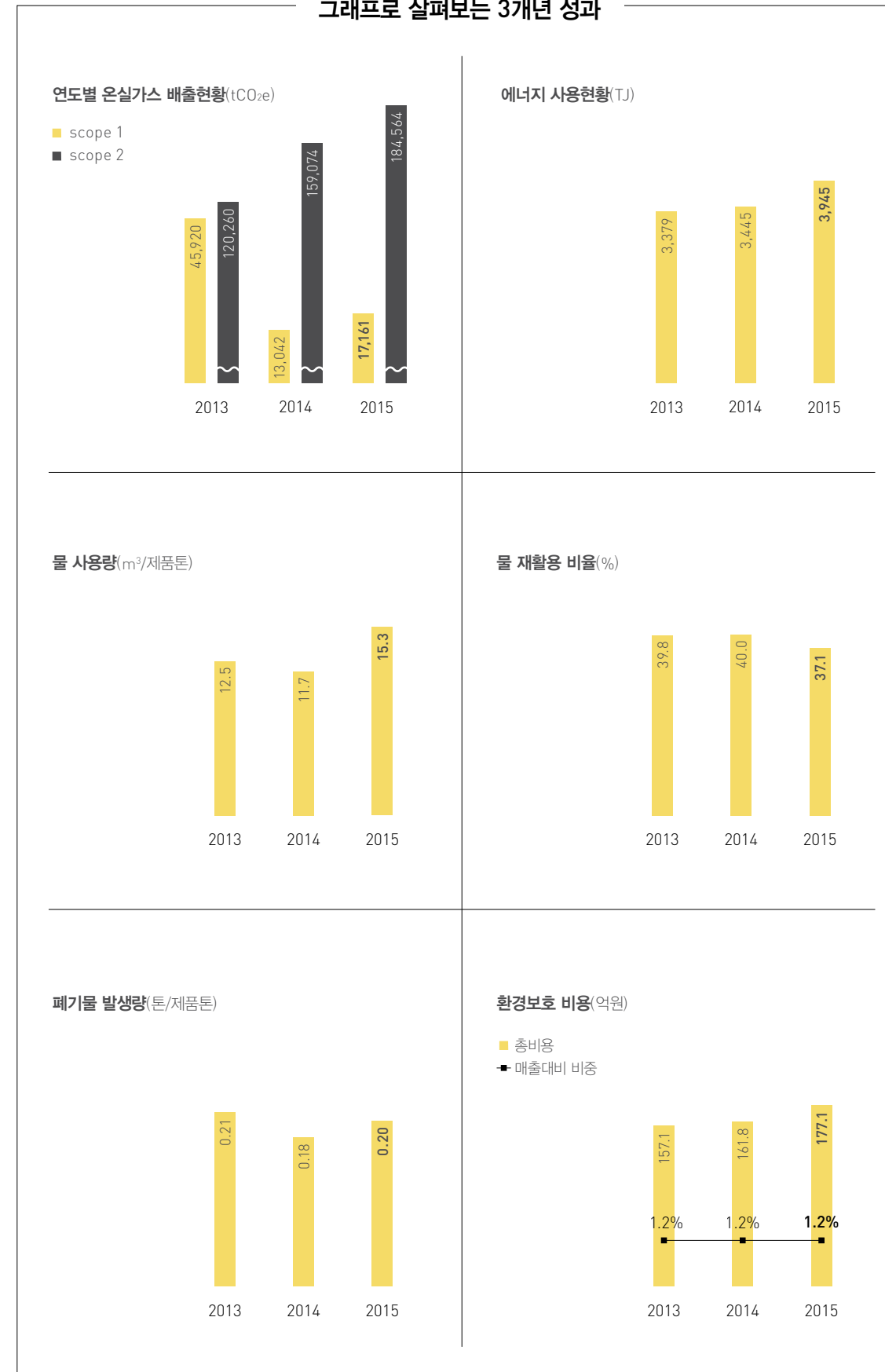
- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

그래프로 살펴보는 3개년 성과



환경부하 최소화

친환경 펄프 구매와 국제인증 등을 통한 녹색구매 실천 유한킴벌리 녹색 구매의 핵심은 주 원부자재인 펄프 구매에 있습니다. 펄프 구매 시 원주민의 권리를 침해하지 않고, 합법적으로 잘 관리된 산림에서 제조되었음을 증명하는 친환경 산림인증 펄프만을 구매하는 녹색구매 정책을 실천하고 있습니다. 2015년에는 친환경 산림인증 펄프 약 958억원을 구매했습니다. 특히 2015년 8월 김천공장 크리넥스 드라이셀 핸드타올 생산 전 과정에 대해 지속가능한 국제 산림인증 중 하나인 FSC CoC(Forest Stewardship Council Chain of Custody) 인증(2015.8.6-2019.6.13)을 취득했습니다. 이로써 원료구매뿐 아니라 제조 공정에서까지 구매펄프가 국제 인증규격에 맞게 추적 관리되고 있음을 인증 받았습니다. 유한킴벌리는 국제산림 및 환경마크 인증 제품을 생산하고 이를 확대함으로써 소비자에게 보다 친환경적인 제품 사용 기회를 제공하고, 자원의 효율적 사용을 통한 지속가능성을 추구하겠다는 기업 의지를 표명하고 있습니다.

재활용지 활용 노력 김천공장에서 생산하는 위생용 종이제품의 원료는 펄프와 재활용지이며, 재활용지는 국내고지와 수입고지로 나뉩니다. 2015년 전체 재활용지 중 국내고지를 78.3% 사용했습니다. 소비자 니즈를 반영하여 펄프를 사용한 프리미엄 제품의 판매 증가에 따라 2015년 재활용지 사용 비율은 33.4%로 전년대비 5.9%p 감소했습니다.

지속가능한 친환경 제품개발 유한킴벌리는 지속가능한 제품을 총 5단계로 구분하고 있습니다. 제품 개발 단계에서부터 유해화학물질 사전검토, 환경부하 저감을 위한 공정개선, 원부자재 사용 최적화 등을 위해 노력하고 있습니다. 특히 B2B, 가정용품 및 기저귀 제품에 대해 환경마크 인증을 취득하였으며, 2014년 대비 3개 제품의 환경표지 인증 신규 취득으로 2016년 기준 총 22개 환경표지 인증 제품과 7개의 제품의 탄소성적표지 인증을 보유하고 있습니다.

유해물질 관리와 유출 방지 훈련 화학물질 리스크를 최소화하고 화학물질의 등록 및 평가 등에 관한 법률 및 화학물질관리법에 능동적으로 대응하기 위해 법에서 규정하고 있는 지침 대비 각 사업장이 사용하고 있는 물질의 양 및 정보를 목록화하여 관리하고 있습니다. 2015년에는 각 사업장의 화학물질 목록을 통일하고, 물질정보의 신뢰성을 재검토하였습니다. 유한킴벌리는 제지공정에 사용되는 가성소다, 설비 정비 시 메틸알코올 등 일부 유해 화학물질을 사용하고 있으며, 제지공정 내 사용되는 액상 가성소다(연간 약 15톤)의 경우, 약품 투입에 따른 효과성 검토를 통해 2015년 12월 말부터 사용하지 않고 있습니다. 사업장에서 사용되는 모든 화학물질은 절차에 따라 안전, 보건, 환경평가 후 사용 가능합니다. 유해물질 사용 전 교육 및 사용량 모니터링을 실시하고 있으며, 각 사업장 별로 비상대응 절차에 따라 유출상황에 대한 훈련을 진행하고 있습니다.

포장공정 개선을 통한 접착제 사용량 저감 김천공장에서는 미용 화장지 포장공정 제품 적재 방식을 흡입패드에서 클램프 방식으로 개선하여 종이박스에 사용되는 접착제 사용량을 기존 대비 50% 감소시켰으며, 설비효율을 2배 증대시켰습니다.

사람이 희망이다

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

환경교육 프로그램 운영 공장별로 신입사원, 환경안전관리 담당자, 협력회사 등을 대상으로 환경사고 예방 지침, 폐기물 관리 등 다양한 환경교육을 지속적으로 진행하고 있습니다. 2015년에는 환경경영시스템 및 환경영향평가 교육, 현장 안전교육, 환경 직무 교육, 폐기물 관리 교육 등이 실시되었으며, 협력회사 사원을 포함하여 총 1,482명이 참여했습니다.

지속적인 환경개선

철저한 환경 법규 준수 환경보호를 위해 전 사업장에서 환경정책기본법, 대기환경보전법, 수질 및 수생태계 보전에 관한 법률, 폐기물관리법 등을 철저히 준수하고 있습니다. 특히 오염물질 배출에 있어 유역별 수질 오염총량관리법규를 준수하고 있으며, 자체적으로 법적 기준의 1/5수준을 목표로 설정하여 관리하고 있습니다. 지금까지 환경 사고 발생 및 환경 법규 위반 사항은 없습니다.

용수 절감 및 재활용 노력 2015년 2월 김천공장에 설치된 크리넥스 드라이셀 핸드타올 설비는 기존 두루마리 화장지 및 빨아쓰는 키친타올 제품과는 생산 공법이 다르며, 국내에 최초로 도입된 설비입니다. 2015년 해당설비의 공정안정화를 위해 많은 노력을 했으나, 용수와 에너지 사용 및 폐기물 발생량 증가로 인해 전사 환경 및 에너지 지표가 증가되었습니다. 그러나 해당 설비의 용수 사용량 안정 및 최적화를 목적으로 세척공정에 사용된 공정수를 재사용할 수 있도록 개선함으로써 폐수발생량을 일 2,500톤을 저감하였고, 화장지 원단 생산라인의 집진기 세정수를 기존 재활용수 대신 공정수로 대체함으로써 일 400톤의 용수 사용량을 저감하였습니다. 유한킴벌리는 제품 생산 시 용수 사용량을 최소화하기 위해 공정 내 재사용량을 증가시키고, 폐수처리 후 재활용을 늘리는 노력을 지속하고 있습니다. 그럼에도 2015년 용수 사용량은 제품 톤당 15.3㎡로 전년대비 3.6㎡ 증가했으며, 용수 재활용 비율은 37.1%로 전년대비 2.9%p 감소되었습니다. 크리넥스 드라이셀 핸드타올 신설 설비의 안정화를 통해 2016년에는 개선된 성과지표를 도출할 예정입니다.

폐기물 발생량 저감 및 재활용 노력 사업장에서 발생하는 폐기물의 효율적 수거와 안정적인 처리를 목적으로 재활용 가능한 폐기물을 분류하여 재활용하고 있습니다. 특히 폐기물 발생량 저감을 목적으로 김천공장 화장지 생산공정에서 발생하는 원단 절단 후 산업용 타올 파지 회수 설비를 설치함으로써 월 12톤의 파지를 공정 내 재활용했습니다. 또한 크리넥스 드라이셀 핸드타올 신설 설비 가동에 따라 폐지 정선 공정에서 발생하는 수분이 함유된 폐비닐을 탈수시키기 위한 압축기의 용량을 2배로 증대시킴으로써 탈수효율 향상(함수율 60→55%) 및 폐기물 감량화를 진행하였습니다. 2015년 총 폐기물 발생량은 52,027톤으로 전년대비 18.7% 증가했으며, 제품 1톤 생산 시 폐기물 발생량은 0.20톤으로 전년대비 11.1% 증가되었습니다. 이는 김천공장에서 신규 도입한 크리넥스 드라이셀 핸드타올 설비의 공정 안정화를 달성하기 전까지 자투리 파지 발생 증가로 인해 폐기물 발생량이 증가하였기 때문입니다.

폐기물 부담금 및 생산자 책임 재활용 제도 이행 1993년부터 기저귀 폐기물 부담금을 납부하고 있으며, 2015년에는 약 90억원을 정부에 분납했습니다. 또한 생산자 책임 재활용 제도에 따라 2016년 필름류 포장재(4,588,409kg) 중 65.2%, 용기류(209,049kg)의 83.3%를 재활용할 예정이며, 이에 대한 재활용 분담금은 약 9억원 입니다.

효율적인 환경관리

환경성과 모니터링 및 경영진과의 커뮤니케이션 효율적인 환경경영을 위해 사업장 별 환경목표 수립 현황을 ISO 14001과 킴벌리클라크 EHS(Environmental Health and Safety)시스템에 따라 모니터링하고 있습니다. 또한 본사 환경경영팀과 사업장 및 물류 환경·에너지 실무자가 참여하는 분기별 실무회의를 통해 사업장 별 목표대비 성과를 검토하고 있습니다. 각 사업장이 고민하는 잠재이슈를 공유하고 해결책을 모색함으로써, 사전예방을 위해 어떻게 협업할 것인지 지속적으로 논의 중입니다. 한편 사업장 별 혁신사례를 벤치마킹하고 상호 업무이해를 높이고자 각 사업장 시스템에 대한 내부감사를 지원합니다. 아울러 안전 및 환경 부문의 성과, 현황, 주요이슈 등을 제조생산부부장, 공장장, 엔지니어링본부장 및 노경본부장이 참여하는 MLT(Manufacturing Leadership Team) 회의에 공유하여 경영진이 안전과 환경의 중요성을 인식할 수 있도록 노력하고 있습니다.

2015년 환경정보공개 대상 최우수기관 선정 유한킴벌리는 환경경영 성과를 이해관계자, 환경정보공개제도, 지속가능성보고서 및 회사 홈페이지 등을 통해 투명하게 공개하고 있습니다. 특히 기후변화에 대응하기 위한 온실가스 감축 프로그램을 지속적으로 운영하고, 제품의 개발, 생산, 수송 및 폐기 단계에 이르기까지 전 과정에서 환경부하를 저감시키기 위해 노력하고 있습니다. 이를 환경부 환경정보공개시스템을 통해 지속적으로 성실히 공개한 점을 높이 평가 받아 2015년 환경정보공개 대상 최우수기관으로 선정되었습니다. 2015년 5월 28일 환경부장관상을 수상하고, 수상식에서 사례발표를 진행했습니다.

킴벌리클라크의 Crystal Tree Award 2년 연속 수상 전 세계 킴벌리클라크의 80여 개 사업장 중에서 가장 지속가능한 사업장 중 한 곳으로 2015년에는 대전공장이, 2016년에는 충주공장이 선정되었습니다. 선정기준은 지속가능성 측면에서 생산공정의 폐기물 최소화, 에너지 절감노력 및 무재해 성과 등의 노력입니다. 유한킴벌리는 2015년 하기사 네이처메이드(친자연주의 원부자재 적용, 탄소성적표지 인증 및 경제적 성과)와 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인(30년간 지속적으로 실행되고 있는 대표적인 CSR 프로그램)에 대하여 Crystal Tree Award를 수상한 바 있습니다.

기후변화 대응

저탄소 비전 및 로드맵을 통한 기후변화 대응 유한킴벌리는 기후변화에 능동적으로 대응하기 위해 2010년 저탄소 비전 및 로드맵을 수립하고 온실가스 감축을 위한 프로그램을 지속적으로 운영하고 있습니다. 2020년 BAU* 대비 온실가스 30% 감축과 녹색제품 매출 30% 달성을 위해 운영 저탄소화, 제품 저탄소화, 저탄소 사회실현, 공급망 저탄소화를 핵심가치로 설정하였습니다. 2016년 프로그램 업데이트와 구체적인 실행방안으로 실현가능성을 높일 것입니다.

* 배출전망(Business As Usual, BAU) : 특별한 조치를 취하지 않을 경우 예상되는 온실가스 배출량입니다.

배출권거래제 대응 배출권거래제 시행에 따라 정부로부터 받은 2015년 배출허용량 목표(238,130tCO₂e)를 초과 달성하기 위해 유관부문의 협업을 진행하고 있습니다. 2014년 12월 각 사업장 별로 부여한 내부할당 목표를 바탕으로 월별 준수여부를 모니터링 한 결과 2015년 배출허용량 목표를 초과 달성하였습니다. 이는 각 사업장의 자체 저감노력과 신설 시설인 크리빅스 드라이셀 핸드타올의 에너지 효율성 개선 및 해당 설비의 생산량 감소(계획 대비 62%) 등이 주요 원인입니다. 2015년 온실가스 배출량 명세

서 검증을 바탕으로 국가 온실가스종합정보센터로부터 최종 인증 받은 2015년 배출량은 201,723tCO₂e(직접 : 17,161tCO₂e, 간접 : 184,564tCO₂e)입니다. 2015년에는 배출허용량 대비 15.3% 초과 달성(36,407tCO₂e)하는 결과를 얻었습니다. 해당 초과 달성량은 정부 배출권등록부시스템을 통하여 2016년으로 전량 이월하였습니다.

* 참고 : 온실가스 직접, 간접 배출량 및 총 배출량 합계는 사업장 단위 질사 배출량을 업체 단위로 합하는 과정에서 차이가 있습니다.

온실가스 저감 이니셔티브

절전형 조명기구(LED) 적용 김천공장은 2015년 12월부터 2016년 2월까지 총 3개월에 걸쳐 약 6억원의 예산으로 총 4,884개소의 형광, 메탈, 삼파장램프를 LED로 교체하였습니다. 이로 인하여 기존 대비 소비전력(1,040 MWh/년) 및 비용(1억 5천만원/년) 절감이 예상됩니다. 충주공장도 2015년 약 3억 3천만원의 예산으로 생산현장 및 원부자재 창고 내 조명을 LED로 교체하여 작업환경 개선과 원가절감을 실행하였습니다.

화장지 원단생산공정 열교환기 설치 김천공장 원단생산공정 중 대기로 배출되는 뜨거운 열풍을 열교환 장치 설치를 통해 공정에 재활용함으로써 LNG 및 전기사용량을 기존 대비 각각 4.3% 및 5.3% 저감하였습니다.

에너지 모니터링 시스템 충주공장과 대전공장은 2015년 에너지 모니터링 시스템을 구축하여 설비 별 전기 사용량 분석, 세부 단위별 낭비 요소 조기파악 및 이를 개선하기 위한 기틀을 마련하였습니다. 특히 충주공장은 컴프레서 유량계와 컨트롤 밸브, 공조기 온·오프 시스템을 설치하여 컴프레서 및 공조기 전력사용량이 전체 전기사용량 대비 2% 절감될 것으로 예상합니다. 2016년 김천공장은 약 6억원의 비용을 투자하여 제품생산에 필요한 모든 에너지(전기, 증기, LNG, 용수, 압축공기)를 효율적으로 관리할 수 있는 통합 에너지 관리 시스템을 구축할 계획입니다. 이를 통해 전 공정에서의 에너지 사용량을 실시간 모니터링 함으로써 공정별 최적화된 에너지관리를 통해 경쟁력을 확보해 나갈 것입니다.

유한킴벌리 녹색물류 녹색물류 운영과 협업 강화를 위해 사업장에서 생산한 제품을 곧바로 유통 및 대리점에 배송하는 물류시스템을 도입했습니다. 이로써 배송기간과 물류비용을 절감하고, 소비자가 보다 빠르게 제품을 받아볼 수 있는 사업장 중심의 물류거점 최적화가 이루어졌습니다. 유한킴벌리는 이와 연계하여 환경영향 감소에도 노력하고 있습니다. 2015년 직영물류센터 수·배송으로 사용된 경유량은 4,345.830kl이며, 이때 배출된 온실가스 발생량은 11,565tCO₂e입니다.

* 물류부문 수송을 통한 경유사용량 및 이에 따른 온실가스 발생량은 배출권거래제 명세서 작성 및 검증 대상 제외입니다.

사람이 희망이다

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체

환경실적 19년 추세 (1997~2015)

유한킴벌리는 1996년 환경경영 선포 이후 지속적으로 주요 환경지표를 관리하고 있습니다. 향후에도 꾸준한 관리 및 점검으로 보다 나은 성과를 창출해나갈 예정입니다.

* 온실가스 원단위는 2007년부터 생산공장의 온실가스 배출량을 생산량 합으로 나누어 산정했습니다.
* 군포 및 김천공장에서 사용하던 소각로 철거로 인해 NOx 및 SOx 발생량은 없습니다.
* 온실가스 관리는 정부의 목표관리제 및 배출권거래제 지침에 따릅니다.

분류	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
환경보호 비용	총 비용(억원)	-	52.8	57.3	65.2	88.1	91.6	83.6	84.5	94.2	90.5	86.9	90.8	125.8	125.1	124.7	147.0	157.1	161.8	177.1
	매출대비 비중(%)	-	1.3	1.1	1.1	1.3	1.3	1.2	1.2	1.2	1.1	1.0	0.9	1.1	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2
물 사용량(m³/제품톤)	25.6	25.0	24.5	18.7	14.1	11.5	10.0	8.9	9.7	9.9	10.0	11.7	13.8	14.4	15.0	12.3	12.5	11.7	15.3	
재활용	재활용지 중 국내산 비율(%)	10.1	14.2	18.9	37.3	57.7	74.2	76.0	74.8	76.8	81.7	85.8	89.9	91.8	86.5	86.1	92.5	89.7	78.3	
	물 재활용 비율(%)	39.3	41.6	41.0	34.9	46.1	55.5	59.2	57.3	57.3	56.3	50.8	43.1	43.4	42.1	39.5	39.8	40.0	37.1	
수질관리	수계 배출량(m³/제품톤)	19.9	17.4	13.5	13.0	11.2	8.2	6.3	6.4	6.4	7.4	8.6	11.1	11.6	12.9	10.6	10.7	10.2	13.5	
	총 부유물질 배출량(kg/제품톤)	총 부유물질	0.17	0.14	0.17	0.11	0.05	0.02	0.01	0.01	0.01	0.02	0.03	0.03	0.027	0.025	0.020	0.023	0.022	0.041
		생화학적 산소 요구량	0.07	0.07	0.09	0.05	0.03	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02	0.01	0.02	0.015	0.012	0.012	0.008	0.008	0.013
		화학적 산소 요구량	0.33	0.35	0.43	0.29	0.18	0.14	0.09	0.09	0.09	0.11	0.11	0.14	0.155	0.161	0.153	0.149	0.143	0.222
폐기물발생량(톤/제품톤)	0.54	0.50	0.47	0.38	0.38	0.44	0.45	0.37	0.34	0.28	0.26	0.25	0.23	0.22	0.23	0.21	0.21	0.18	0.20	
온실가스 저감	CO ₂ 총 배출량(천tCO ₂ e/년)	-	-	151	139	160	170	163	168	156	155	161	164	179	171	169	166	172	201	
	원단위 CO ₂ 배출량(tCO ₂ e/제품톤)	-	-	-	-	0.909	0.863	0.867	0.879	0.800	0.834	0.806	0.793	0.748	0.792	0.736	0.745	0.735	0.779	
대기관리	NOx(kg/제품톤)	1,595	1,175	0,851	0,577	0,506	0,467	0,449	0,409	0,152	0,066	0,053	0,028	0,07	0	0	0	0	0	
	SOx(kg/제품톤)	1,443	0,994	0,581	0,341	0,154	0,058	0,060	0,070	0,020	0,004	0,005	0,001	0,0001	0	0	0	0	0	
	분진(kg/제품톤)	0,187	0,223	0,173	0,119	0,077	0,058	0,021	0,016	0,008	0,004	0,003	0,006	0,006	0,011	0,012	0,013	0,009	0,028	

사람이 희망이다

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/ 주요 협력 및 가입단체

SPECIAL STORY 환경·에너지 비전 2015 성과평가 결과

환경에너지 비전 2015 성과평가 결과에 따라 개선계획을 수립했습니다. 저탄소 비전을 업데이트 하고 향후 실행 프로그램을 구체화하여 환경경영을 지속적으로 추진하고자 합니다. 가치사슬의 전 과정에서 제품 및 공정 혁신을 달성하기 위한 프로그램을 마련하고 설비개선과 혁신을 추진하는 동시에 신재생에너지의 도입을 재검토할 계획입니다.

비전	2015년까지 환경에너지 비전을 달성하여 선도기업으로서 사회적으로 기여					
목표	회사 전체 활동	제품/공정 및 자원	에너지 절감 및 지구온난화 감소			
정책	환경부하 최소화	지속적인 환경개선	효율적인 환경관리	조직원의 환경관리 능력배양	방침공개	환경보호운동에 선도적 역할
	<ul style="list-style-type: none"> 킴벌리클라크 사업장에서 세계 5위 이내 수준 달성 (물 사용량 / 에너지 및 온실 가스배출 저감 / 폐기물 저감 / 에코디자인 적용) 	<ul style="list-style-type: none"> 환경부하 10%감소 (2005년 대비) 자원재활용 99% 이상 달성 유해물질 사용 제로화 	<ul style="list-style-type: none"> 제품당 에너지사용량 10% 감소 (2005년 대비) 신재생 에너지 10% 사용 지구온난화가스 및 대기배출량 10% 감축 및 사업화(2005년 대비) 			

평가 기준 ●초과 ○부합 ○노력 필요

성과 목표	달성여부	추진 내용
1. 전사 활동 • 킴벌리클라크 사업장에서 세계 5위 이내 수준 달성	●	<ul style="list-style-type: none"> 킴벌리클라크 Sustainability Crystal Tree Award 수상 - 2015년 사회공헌부문: 우리강산 푸르게 푸르게 - 2015년 지속가능제품부문: 하기사 네이처메이드 - 지속가능 우수사업장: 2015년 대전공장, 2016년 충주공장
2. 제품·공정 및 자원 • 환경부하 10% 감소 • 자원재활용 99% 이상 달성 • 유해물질 사용 제로화	○	<ul style="list-style-type: none"> 기저귀 제품 10% 환경성 개선/ 6.7% 제품 탄소배출량 저감 - 기저귀 전과정평가(2012년 vs. 2002년) - 하기사 네이처메이드 4단계 남아용 탄소성적 결과 (2014년 제품 탄소성적 비교 vs. 2011년) • 2015년 사업장 폐기물 재활용 비율: 98.4% • 공정 세척용 가성소다 및 설비 정비용 메틸알코올 사용
3. 에너지 절감 및 지구온난화 감소 • 에너지사용량(원단위) 10% 감소(2005년 대비) • 신재생에너지 10% 사용 • 온실가스 10% 감축(2005년 대비)	○	<ul style="list-style-type: none"> • 원단위 12.3% 감소(2015년 0.779, 2005년 0.879) • 신재생에너지 적용실적 없음 • 온실가스 총량 20% 증가(단위: 천 tCO₂e) -2015년: 201, 2005년: 168

04 부록

- 69 지배구조
- 70 위기관리
- 71 종대이슈 도출
- 72 UN Global Compact
- 73 제3자 검증의견서
- 75 GRI G4 Index
- 79 주요 학회 및 협회 가입현황/
주요 협력 및 가입단체

지배구조

지배구조의 특징 유한킴벌리는 유한양행(30%)과 킴벌리클라크(70%)의 합작으로 설립되었습니다. 2016년 주식 총수 4천만 주, 납입 자본금 2천억원으로 기존과 동일하며, 지배구조의 변동사항은 없습니다. 최고 의사결정 기구인 주주를 포함한 다양한 이해관계자를 대변하고, 기업의 지속가능한 성장을 위해 주요 경영 현안을 검토하고 의결하는 역할을 맡고 있습니다.

이사회 구성 이사회는 법령 및 정관 등 규정사항과 사업운영상의 주요사항을 의결하는 의사결정 기구로, 주주총회를 통해 경영 및 회계 분야 전문성을 갖춘 총 8인(이사 7인, 감사 1인)을 선정하여 구성됩니다. 이사회는 주식회사에 대한 대한민국 상법 규정을 따르고 있으며, 이사회에 의해 선출된 의장이 주주총회에 참석하지 못할 경우 이사회가 정한 대행순서에 따라 대표이사 사장이 의장직을 수행하고 있습니다. 주주 승인이 필요한 주요 투자 등은 과반수 이상의 동의로 결정하고, 안건과 이해관계에 있는 이사는 정관에 따라 표결에 참가할 수 없습니다.

이사회 활동 2015년 주주총회 1회와 이사회 3회를 개최했고, 총 의결건수는 12건이었으며 이사 참석률은 평균 90.5%였습니다. 이해관계자위원회, 사회책임위원회 등 6개 위원회를 정기적으로 개최하여 경제·사회·환경 등과 관련한 의제들을 논의하고 있습니다.

구분	역할 및 권한
플포텐셜리더십팀	사내 최고 의사결정기구로 CEO 및 부문장으로 구성, 경제·사회·환경 리스크 관리 및 성과 평가
이해관계자위원회	분야별 전문가로 구성, 지속가능경영과 관련된 이해관계자의 의견 수렴
사회책임위원회	CEO를 위원장으로 사회책임 관련 부문장으로 구성, 사회책임의 방향 및 원칙 설정, 예산 배분 및 사업 검토
내부통제위원회	CEO 직속 기구로 경영의 투명성 제고를 위해 중요한 내부 거래 관리 및 문제해결
징계위원회	기업 경영에 심각한 문제 발생 시 징계처분 의결
여성위원회	여성임원과 여성워크그룹리더로 구성, 여성의 경쟁력 및 사회 다양성 강화 총괄

평가 및 보상 이사 및 감사의 보수는 2016년 3월 주주총회에서 승인한 연간 보수 한도액(이사 35억원, 감사 5억원) 내에서 기본 연봉과 조직의 재무적, 비재무적 경영성과에 따른 성과금을 종합해 지급됩니다. 이사회 규정에 따라 이사회의 의장은 이사회에 대한 연간 평가 결과를 정기주주총회에 상세하게 보고하고 있습니다. 2015년 CEO 보수는 사원 평균 보수의 약 8*배입니다.

* 2015년 과세대상 근로소득을 기준으로 최고 연봉자를 제외한 전 사원의 평균보수 대비 CEO의 연간보수 배수로 산정하였습니다.

구분	성별	성명 - 직책
이사 (의장)	남성	제프 피엘루치(Jeff P. Melucci) - 킴벌리클라크 인터내셔널그룹 최고법무책임자
이사(대표 이사 사장)	남성	최규복 - 대표이사, 유한킴벌리 사장
이사	남성	로드니 지 올센(R.G. Olsen) - 대표이사, 킴벌리클라크 인터내셔널그룹 재무 부사장
이사	남성	조셉 피 쿽카(Joseph P. Kupka) - 유한킴벌리 CFO
이사	남성	진재승 - KCNA Family Care Manager
이사	남성	김성훈 - 유한킴벌리 유아/아동용품 사업부문장
이사	남성	이정희 - 유한양행 대표이사
감사	남성	이종호

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

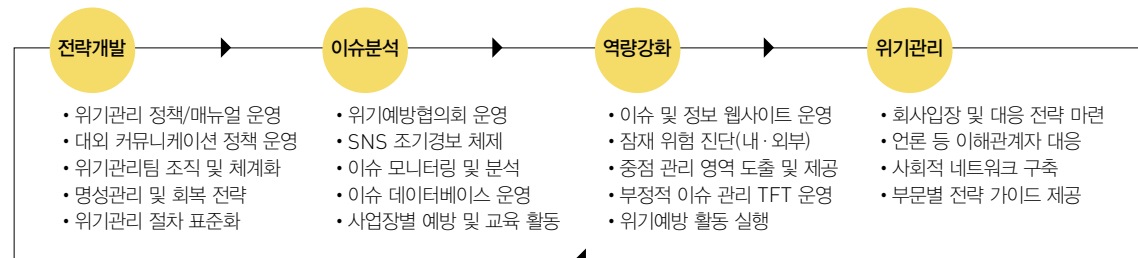
부록

지배구조

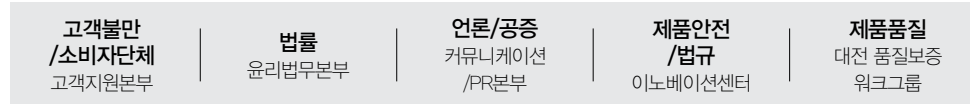
- 위기관리
- 종대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서
- GRI G4 Index
- 주요 학회 및 협회 가입현황/
주요 협력 및 가입단체

위기관리

위기관리 프로세스



위기에방 협의회



위기에방협의회의 운영 유한킴벌리는 공중의 기대와 사회적 변화에 선제적으로 대응하고, 사업운영 과정에서 발생 가능한 잠재적 리스크를 최소화 하기 위해 위기에방협의회를 운영하고 있습니다. 사내 전문가로 구성된 위기에방협의회는 회사 위기에방 활동의 중심점 역할을 해오고 있으며, 주요 이슈가 발생할 경우 경영진에 보고하고 있습니다. 2012년부터 제품과 관련한 선제적 대처에 집중하기 위해 관심 분야를 제품 안전, 품질, 소비자, 법률, 언론 등 8개 부문으로 재편하였으며, 이노베이션센터장과 윤리법무본부장이 참여하는 조직으로 운영되고 있습니다. 대표적인 위기에방 활동으로는 2015년 1월에 공개된 아기·어린 이용 제품 안전 정책을 들 수 있습니다. 법과 규정 외의 안전성 우려 물질까지 자발적으로 사용을 제한하는 내용 등을 담은 해당 정책의 입안에서 실행계획 수립 및 점검, 공중 커뮤니케이션 등의 전 과정이 협의 회 주도로 진행되었습니다.

전사적 위기에방 역량 강화를 위한 교육훈련 지속 유한킴벌리가 새로운 도전과 변화를 시도하는 과정에서, 전사적인 위기에방 역량을 강화하고 위기에 발생시 효율적으로 대처하기 위해 매년 위기에방 훈련을 정기적으로 시행하고 있습니다. 2015년 10월에는 제조생산부문, 2016년 4월에는 B2B부문의 위기에방 책임자를 대상으로 잠재 위기에 대비한 가상위기 대응 훈련, 대내외 환경 및 현안 공유, 위기 시 커뮤니케이션 등에 대한 트레이닝을 실시하였습니다. 또한 도출된 잠재위험과 위기에방 활동에 대한 제안 및 기대사항 등은 위기에방협의회를 비롯한 전사 부문별 위기에방 활동에 반영해 가고 있습니다. 아울러 월간 단위로 회사 및 비즈니스 관련 주요 공중이슈를 전 사원과 공유하여 경제·사회적 변화에 능동적으로 대응해 나가고 있습니다.

잠재위험의 진단 및 지속적인 개선활동 잠재적인 위험요인에 대한 진단을 위해 2015년 12월 위기관리책임자를 대상으로 제품, 프로세스, 사람, 기업 분야 25개 위기 유형별로 영향력과 발생가능성에 대한 내부 잠재 위험 평가를 시행했으며, 제품 이물질, 원료 안전성 등 11개의 중점 관리 항목을 도출했습니다. 이를 위기관리 매뉴얼에 반영하고 전 사원과 공유하였습니다. 이와 별도로 소비자 인식에 기반한 효과적인 위기에방 활동을 수행하기 위해 2015년 10월에 부정적 이슈가 기업과 비즈니스에 미치는 영향에 대한 소비자 인식 조사를 시행하였습니다. 이를 통해 부정적 이슈/위기 유형에 따른 기업 선호도, 신뢰도, 제품 구입 의향에 미치는 영향력을 다른 회사와 비교 분석하여 이슈의 영향력을 객관적인 소비자의 관점에서 조명하였습니다.

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

지배구조

위기관리

중대이슈 도출

UN Global Compact

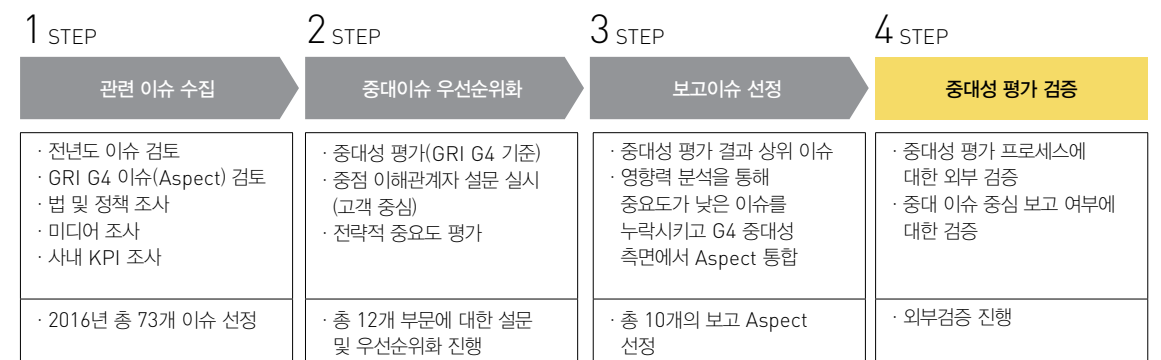
제3자 검증의견서

GRI G4 Index

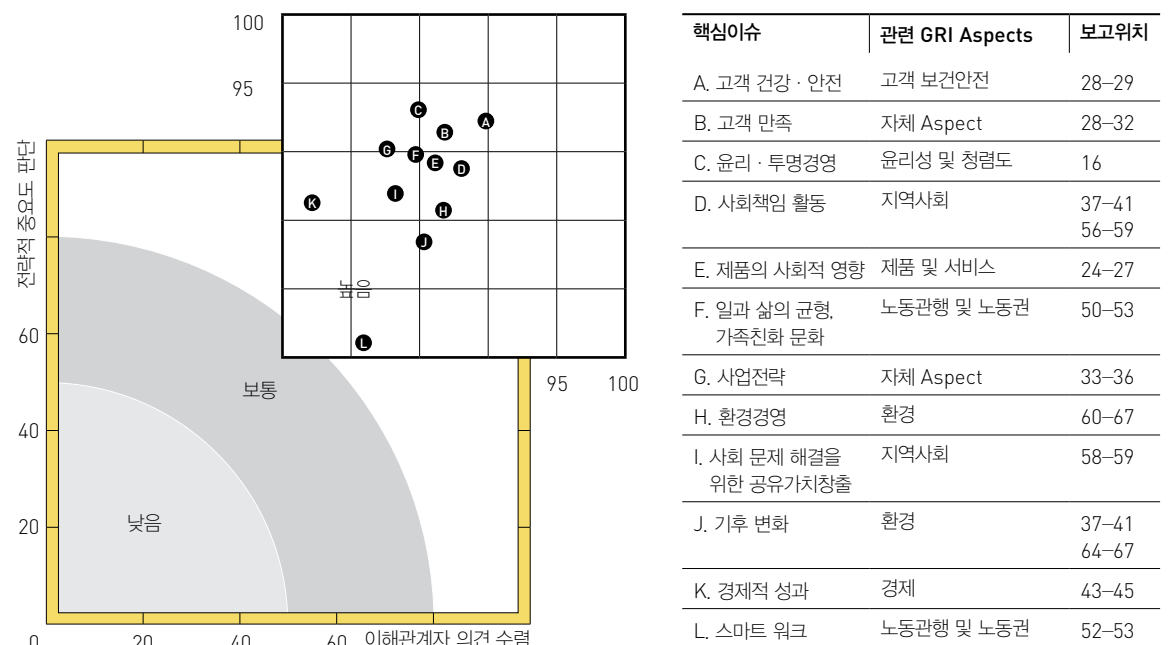
주요 학회 및 협회 가입현황/
주요 협력 및 가입단체

중대이슈 도출

유한킴벌리는 GRI가 권고하는 보고 주제 결정과 내용 구성에 관한 가이드를 준수하며 2007년부터 매년 중대성 평가(Materiality Assessment)를 통해 주요 보고 주제를 선정하고 있습니다. 유한킴벌리가 정의하고 있는 중대성은 사업 및 지속가능성 측면에서의 연관성과 유한킴벌리의 이해관계자 및 지속적 가치 창출에 실질적으로 미치는 영향 수준을 의미합니다. 2016년에는 총 73개 이슈를 바탕으로 12개의 중대이슈를 도출하였고, 2016년 5월 25일부터 7월 6일까지 고객을 포함한 내외부 이해관계자 의견수렴과 전략적 중요도 판단을 통한 영향력 분석 과정을 거쳐 우선순위를 판단했습니다. 중요도가 낮은 이슈를 누락시키거나 G4 중대성 측면에서 Aspect를 통합하는 방식으로 총 10개의 이슈를 보고했으며 제3자 검증과정에서 중대성 평가 프로세스와 데이터에 대한 검증을 진행했습니다.



2016년 가장 중요한 이슈는 '고객의 건강과 안전' 유한킴벌리 지속가능경영의 중요한 이슈를 선정하는 과정에는 사원, 고객 등의 이해관계자들이 참여했으며 이해관계자들의 평가와 경영 전략적 중요도를 판단하여 최종 우선순위를 선정하였습니다.



UN Global Compact

2007년 UN글로벌콤팩트에 가입한 이래 인권, 노동, 환경, 반부패에 대한 10대 원칙을 준수하고 있습니다. 매년 성과이행보고서(Communication on Progress, COP)를 제출하고 있으며, 앞으로도 지속적인 실천으로 유한킴벌리의 사회적 책임을 다하겠습니다.

분류	원칙	유한킴벌리 규정	유한킴벌리의 노력	보고페이지
인 권	1. 우리는 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.	인권 보호 • 경영방침 [인간존중] • 인사규정 제35조 [신분보장] • 행동규범 [사원에 대한 배려] • 단체협약 제2장 제27조 [부당징계의 구제]	• 전 사원 행동규범 교육 실시 (연 1회, 5월) • 성희롱 예방교육 실시	16
	2. 우리는 인권침해에 가담하지 않고 있음을 확인한다.	인권 침해 • 개인 정보보호 지침 • 협력회사 선정지침 [조직의 윤리적 건전성] • 협력회사 평가항목 [임금 및 고용]	• 개인정보 보호 의무 준수 • 공정거래 자율준수 프로그램 도입 • 협력회사 대상 인권부문 정기평가	16, 54
노동	3. 우리는 결사의 자유와 단체교섭 권리를 보장한다.	결사 자유 • 단체협약 제2장 제10조 [조합활동의 보장] • 단체협약 제2장 제11조 [부당노동행위 금지] • 단체협약 제7장 제66조 [노사협의회, 고충처리위원 및 고충처리위원회] • 단체협약 제9장 제75조 [교섭원칙]	• 노동조합 가입률 99.3% • 노사협의회 분기별 1회 총 4회 개최 • 고충처리위원회 분기별 1회 총 4회 개최 • 임금협상 연 1회 실시	47
	4. 우리는 모든 형태의 강제노동을 배제한다.	강제노동 금지 • 취업규칙 제3장 제21조 [시간외, 야간 및 휴일근무] • 단체협약 제4장 제35조 [연장, 야간 및 휴일근로]	• 연장, 휴일 또는 야간 근로 시 노사협의 하에 실시 • 임산부 보건상 유해·위험한 사업 배치 금지 / 임산부 야간 근무 금지 • 협력회사 평가항목 반영(임금 및 고용)	47, 50-51, 54
	5. 우리는 아동노동을 효과적으로 폐지한다.	아동노동 금지 • 취업규칙 제3장 제18조 [근무시간] • 단체협약 제4장 제34조 [근로시간]	• 18세 미만 사원 없음 • 협력회사 평가항목 반영(임금 및 고용) • 아동친화경영 모범기업 선정	47, 54
	6. 우리는 고용 및 업무상 차별을 근절한다.	차별 금지 • 취업규칙 제9장 제89조 [남녀차별 금지] • 단체협약 제5장 제45조 [임금] 동일가치의 노동에 대한 동일임금 지급 • 행동규범 제2장 [사원에 대한 배려]	• 대졸신입사원 초봉 남녀 동일 원칙 준수 • 여성비율(사무직 37.9%, 임원 18.9%)	48-49
환경	7. 우리는 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.	환경문제 예방 • 구매이념 [환경친화적인 원료 구입 및 제품생산 지원] • 환경경영 방침 [환경부하의 최소화] • 환경경영 방침 [환경사고의 사전예방]	• 녹색구매 연간 958억원 • 사원 및 협력회사 대상 환경관리 교육 실시(1,482명)	63, 65
	8. 우리는 보다 많은 환경적 책임을 지는데 앞장선다.	환경책임 • 핵심가치 [책임과 공헌] 선도적 환경보전활동 전개 • 행동규범 제2장 [환경보호] • 구매이념 [파트너와의 협력 통한 상호 이익 실현] • 환경경영 방침 [환경보호운동에 선도적 역할]	• 숲환경 보호 캠페인 '우리강산 푸르게 푸르게' 진행 • 환경실적 19년 추세 관리 • 협력회사 공생협력 프로그램 운영 - 대전공장, 충주공장 A등급 획득	37-41 66-67
반부패	9. 우리는 환경친화적인 기술개발 및 확산을 지원한다.	환경친화 • 구매이념 [기술적인 혁신 통한 우수제품 생산 지원] • 환경경영 방침 [지속적인 환경개선] 절감, 재사용, 재활용 노력 규정	• 지속가능한 제품 출시((306개) • 혁신적 제품 출시	24-27
	10. 부당취득 및 뇌물 등 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 노력한다.	반부패 • 행동규범 제2장 [선물 접대기준 명시] • 행동규범 제2장 [공직자에 대한 금품 수여 금지] • 취업규칙 제11조 [금지사항] 거래처로부터 사례, 증여, 향연 등 행위 금지 • 공정거래 자율준수 매뉴얼 제2절 [회사 업무별 유의사항] 및 제4절 [실무적용 체크리스트]	• 전 사원 행동규범 교육 실시 (연 1회, 5월) • 반부패 교육 실시(온라인 별도 진행) • 공정거래 자율준수 교육 활성화	16

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

CEO 메시지

지속가능경영 성과 및 중장기 과제

비전과 핵심가치

지속가능경영 전담조직

윤리경영과 준법경영

이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

제품의 사회적·환경적 영향

고객 가치 창출

사업전략

우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

경제

사회

환경

부록

지배구조

위기관리

중대이슈 도출

UN Global Compact

제3자 검증의견서

GRI G4 Index

주요 학회 및 협회 가입현황/

주요 협력 및 가입단체

제3자 검증의견서

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서 독자 귀중

책임 및 독립성

한국능률협회인증원(KMAR)은 유한킴벌리 2016 지속가능성보고서(이하“보고서”)의 검증을 요청 받았습니다. 보고서 검증의견에 대한 책임은 KMAR에 귀속되며, 보고서에 기술된 정보에 대한 책임은 유한킴벌리에 귀속됩니다. KMAR은 독립된 검증기관으로서 독립성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않습니다.

검증 방법

본 검증은 AA1000AS(2008)을 검증기준으로 하여 Type 2, Moderate Level의 검증수준에 따라 수행되었습니다. 본 검증인의 검증팀은 포괄성, 중요성, 대응성 원칙의 적합성 여부 및 보고된 지속가능성 성과 정보의 신뢰성을 평가하였습니다. 또한 보고서의 GRI G4 핵심적 방식(Core Option) 요구사항 충족 여부를 검토하였습니다. 보고경계 중 조직 외부 즉, 유한킴벌리의 협력회사, 계약자 등에 대한 데이터와 정보는 검증범위에서 제외되었습니다. 검증팀은 데이터 관리시스템 및 보고프로세스 검토, 내부문서 및 자료 등에 대한 검토, 보고서 작성 책임 담당자 인터뷰를 수행하였습니다.

검증결과 및 의견

검증결과 검증팀은 유한킴벌리의 보고서에서 아래의 원칙 준수와 관련하여 부적절한 부분을 발견할 수 없었으며, 보고서가 GRI G4의 핵심적 방식(Core Option)의 요구사항을 준수하지 않았다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

포괄성

포괄성이란 지속가능성에 대한 설명 의무를 다하고 전략적인 대응방안을 개발하고 달성해 나가는 과정에 이해관계자를 참여토록 하는 것입니다. 유한킴벌리는 이해관계자에 대한 조직의 책임에 대해 공약하고 이를 실천하기 위해 다양한 형태와 수준의 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 개발하여 유지하고 있으며, 검증팀은 누락된 중대한 이해관계자 그룹이 있음을 발견하지 못하였습니다.

중요성

중요성이란 어떤 이슈가 조직과 그 이해관계자에 대해 갖는 관련성과 유의성을 결정하는 것으로서, 중요한 이슈란 조직 혹은 이해관계자의 의사결정, 활동 및 성과에 영향을 미치는 이슈를 말합니다. 유한킴벌리는 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 통해 파악된 이슈들의 중요성을 고유의 중대성 평가 프로세스를 통해 결정하고 있으며, 검증팀은 이 프로세스에서 누락된 중요한 이슈를 발견하지 못하였습니다.

대응성

대응성이란 조직의 지속가능성 성과에 영향을 미치는 이해관계자 이슈에 대한 조직의 대응으로서, 이해관계자와의 조직의 의사결정, 활동 및 성과 그리고 이해관계자 커뮤니케이션을 통해 실현됩니다. 검증팀은 중요한 이해관계자 이슈에 대한 유한킴벌리의 대응 활동들이 보고서에 부적절하게 기재되었다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

개선을 위한 제언

본 검증인은 유한킴벌리가 발간한 보고서가 이해관계자 커뮤니케이션의 수단으로 적극 활용되기를 기대하면서 지속적인 개선을 위해 다음과 같이 권고합니다.

유한킴벌리는 10여 년 동안 이해관계자를 정의하고 여러 채널을 발굴하여 적극적으로 커뮤니케이션 활동을 하고 있습니다. 또한 지속가능경영을 담당하는 부서를 지속가능경영부서로 승격하여 관리하는 점을 높이 평가를 합니다. 향후 조직의 지속가능성 향상을 위해 지속가능경영 성과지표를 체계적으로 관리할 수 있는 시스템을 구축하고, 이를 경영성과지표에 반영하는 프로세스 개발을 권고합니다.



2016. 7. 28
대표이사 박 기 호
K. H. Park

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact

제3자 검증의견서

GRI G4 Index

- 주요 학회 및 협회 가입현황/
- 주요 협력 및 가입단체

유한킴벌리 2016 지속가능성보고서

GRI G4 Index

2016년 유한킴벌리 지속가능성보고서는 중대성 평가 결과 도출된 12개 중대이슈를 중심으로 보고하고 있습니다. 이에 따라 GRI G4 가이드라인은 도출된 중대이슈에 해당하는 지표에 대해서만 보고합니다.

GRI G4	참고	보고지면	외부검증	
1. 일반지표				
a. 전략 및 분석				
G4-1	지속가능성과 관련된 조직, 전략에 관한 최고이사결정자의 선언	CEO 메시지	8-11	✓
G4-2	주요 위험 및 기회요소			✓
b. 조직 프로파일				
G4-3	기업명			✓
G4-4	주요 브랜드, 제품, 서비스	회사개요	7	✓
G4-5	본사/본부 소재지			✓
G4-6	주요 사업장이 위치하고 있거나 지속가능경영과 관련된 중대한 활동이 이루어지고 있는 국가 수와 국가명	해외 사업장 없음		✓
G4-7	소유권의 성격과 법적 형태	지배구조 - 지배구조의 특징	69	✓
G4-8	서비스를 제공하고 있는 시장	회사개요	7	✓
		회사개요	7	✓
G4-9	조직 규모(종업원, 순매출, 총자산, 제품과 서비스 등)	경제 - 그래프로 살펴보는 3개년 성과 사원 - 그래프로 살펴보는 3개년 성과 제품의 사회적·환경적 영향력	43 46 24-27	✓ ✓ ✓
	a. 계약형태 및 성별에 따른 종업원 수			✓
	b. 고용형태 및 성별에 따른 정규직 수			✓
	c. 성별에 따른 사원 및 관리직 수			✓
G4-10	d. 지역 및 성별에 따른 총 인력수	사원 - 사원 현황	48	✓
	e. 중대한 기업활동 중의 일부만이 정규직이 아닌 법적으로 개인사업자나 개인에게 위탁된 경우			✓
	f. 계절적 요인 등 특수상황으로 인한 중대한 단기 종업원 인력 변동			✓
G4-11	단체협상결과의 적용을 받는 종업원의 비율	사원 - 소통과 협력을 중시하는 노사문화	47	✓
G4-12	공급망	협력회사 - 유한킴벌리 협력회사 유형	54	✓
G4-13	보고기간 동안 규모, 구조, 소유구조, 공급망(supply chain) 등의 주요변화	보고기간 내 변화사항 없음		✓
G4-14	예방 접근이나 원칙을 천명하고 있는지, 어떤 방식으로 언급하고 있는지에 대한 설명	위기관리	70	✓
G4-15	자발적인 경제적, 환경적, 사회적 헌장과 일련의 원칙들, 또는 이니셔티브 중 참여하고 있는 내용	UN Global Compact	72	✓
G4-16	주요 협회 가입현황	주요 학회 및 협회 가입현황	79	✓
c. 중대이슈 및 보고경계 도출				
G4-17	a. 조직의 재무제표 또는 그에 상응하는 문서에 포함되는 모든 기업 리스트	해당사항 없음		✓
	b. 조직의 재무제표 또는 그에 상응하는 문서에 포함되나 보고서에 포함되지 않은 기업 리스트			✓
G4-18	a. 보고 내용 및 범위를 결정하는 프로세스	중대이슈 도출	71	✓
	b. 보고 내용을 정의하기 위해 시행된 보고 원칙	중대이슈 도출		✓
G4-19	중대성 평가 결과 도출된 중대이슈 리스트	중대이슈 도출	71	✓
G4-20	조직 내 중대이슈별 보고 범위	• 2016 지속가능성보고서 개요	2	✓
G4-21	조직 외 중대이슈별 보고 범위	• 중대이슈 도출	71	✓
G4-22	이전 보고서에 제공된 정보의 재인용의 효과, 재인용의 이유	재인용된 정보 없음		✓
G4-23	이전 보고서에 제공된 정보의 재조정	• 우리강산 푸르게 푸르게 • 사회 - 그래프로 보는 3개년 성과	37, 46	✓

GRI G4	참고	보고지면	외부검증
d. 이해관계자 참여			
G4-24	참여 이해관계자 리스트	이해관계자 참여 및 경영반영	✓
G4-25	주요 이해관계자들의 파악과 선정에 대한 근거	- 유한킴벌리 이해관계자별 주요 채널 - 이해관계자 의견을 경영에 반영한 좋은 사례들	17-18 ✓
G4-26	형태별 이해관계자 그룹별 빈도로 본 이해관계자 협의에 대한 접근 방식과 보고서 준비를 위한 참여 프로세스	이해관계자 참여 및 경영반영 - 이해관계자 의견을 경영에 반영한 좋은 사례들 - 유한킴벌리 이해관계자위원회 - 이해관계자 의견조사 빅데이터	18, 19, 21 ✓
G4-27	보고서 발간을 포함하여 이해관계자 참여를 통해 제기되어온 중대이슈 대응 방법 및 결과 (이해관계자별 주요 이슈)		
e. 보고 프로필			
G4-28	보고기간	2016 지속가능성보고서 개요	2 ✓
G4-29	최근 보고서 발간일자	2016년 7월	뒷표지 ✓
G4-30	보고주기	2016 지속가능성보고서 개요	2 ✓
G4-31	보고서 또는 보고서 내용에 관한 문의처	2015 지속가능성보고서 개요	2 ✓
G4-32	GRI Index	보고지표 GRI G4(Core)	75-79 ✓
G4-32	a. 'in accordance' 선택 옵션 보고		✓
G4-32	b. 선택된 옵션의 GRI Content Index 보고	제3자 검증의견서	73-74 ✓
G4-32	c. 3자 검증 보고서		✓
G4-33	a. 외부검증 관련 정책 및 활동		✓
G4-33	b. 검증 범위 및 기준	제3자 검증의견서	73-74 ✓
G4-33	c. 보고 조직과 검증기관과의 관계		✓
G4-33	d. 지속가능경영 보고서의 신뢰성 확보를 위한 최고 의사결정기구 및 경영진의 역할	지배구조 - 지배구조의 특징	69 ✓
f. 지배구조			
G4-34	위원회를 포함한 최고 의사결정기구 조직도	지배구조 - 이사회 구성	69 ✓
G4-35	경제·사회·환경 주제를 담당하는 위원회 리스트	지배구조 - 이사회 구성	69 ✓
G4-36	경제·사회·환경 주제에 대한 최고 의사결정기구-경영진-사원으로의 권한위임 프로세스	지배구조 - 이사회 구성	69 ✓
G4-37	경제·사회·환경 분야에 대한 임원 레벨의 책임자 존재 여부 및 최고 의사결정기구의 직보체계 수립 여부	지배구조 - 이사회 구성	69 ✓
G4-38	경제·사회·환경 주제에 대한 이해관계자 및 최고 의사결정기구간의 협의 절차	지배구조 - 이사회 활동	69 ✓
G4-39	최고 의사결정기구 및 위원회 구성 보고	지배구조 - 이사회 구성	69 ✓
G4-40	CEO가 최고 의사결정기구 의장을 겸임하는지 명시	지배구조 - 이사회 구성	69 ✓
G4-41	최고 의사결정기구 구성원 추천 과정 및 선정 기준	지배구조 - 이사회 구성	69 ✓
G4-42	최고 의사결정기구 구성원간 이해충돌을 피하는 프로세스	지배구조 - 이사회 구성	69 ✓
G4-43	경제·사회·환경 분야별 목적, 가치, 미션, 전략, 정책, 목표 등을 구축하는데 있어 최고 의사결정기구의 역할	지배구조 - 지배구조의 특징	69 ✓
G4-44	경제·사회·환경 주제에 대한 최고 의사결정기구의 전문성 제고 방안	지배구조 - 지배구조의 특징	69 ✓
G4-44	a. 최고 의사결정기구의 경제·사회·환경 성과 평가 절차	지배구조 - 평가 및 보상	69 ✓
G4-44	b. 최고 의사결정기구 성과 평가 결과에 따라 취해진 조치		✓
G4-45	a. 경제·사회·환경 영향 및 리스크, 기회 관리에 대한 최고 의사결정기구의 역할	지배구조 - 이사회 활동	69 ✓
G4-45	b. 경제·사회·환경 영향 및 리스크, 기회 관리에 대한 이해관계자 의견 반영 여부		✓
G4-46	조직의 경제·사회·환경 리스크 관리에 대한 최고 의사결정기구의 역할 및 영향력	지배구조 - 이사회 구성	69 ✓
G4-47	경제·사회·환경 영향 및 리스크, 기회에 대한 최고 의사결정기구의 검토 빈도	지배구조 - 이사회 활동	69 ✓
G4-48	지속가능경영 보고서가 모든 중대이슈를 포함하고 있는지에 대한 확인을 포함하여 공식적 검토 및 승인 절차를 가진 최고 임원	지배구조 - 이사회 구성	69 ✓
G4-49	최고 의사결정기구로의 심각한 우려 사항 전달 과정	지배구조 - 이사회 구성	69 ✓
G4-50	최고 의사결정기구에 보고되는 불만의 성격, 횡수, 빈도 및 해결을 위한 고충처리 매커니즘	지배구조 - 이사회 활동	69 ✓

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

CEO 메시지

지속가능경영 성과 및 중장기 과제

비전과 핵심가치

지속가능경영 전담조직

윤리경영과 준법경영

이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

제품의 사회적·환경적 영향

고객 가치 창출

사업전략

우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

경제

사회

환경

부록

지배구조

위기관리

중대이슈 도출

UN Global Compact

제3자 검증의견서

GRI G4 Index

주요 학회 및 협회 가입현황/

주요 협력 및 가입단체

GRI G4	참고	보고지면	외부검증
G4-51	a. 최고 의사결정기구 구성원, 고위관리자, 임원 등에 대한 보수정책	지배구조 - 평가 및 보상	69 ✓
G4-51	b. 최고 의사결정기구 및 임원의 보수에 영향을 미치는 경제·사회·환경 성과 기준		✓
G4-52	보수 결정 절차	지배구조 - 평가 및 보상	69 ✓
G4-53	보수 정책 및 계획 등에 대한 이해관계자 의견 포함 여부	지배구조 - 평가 및 보상	69 ✓
G4-54	동일국가 내 총 근로자 평균 보상금액 대비 조직 내 최고 연봉자(highest-paid individual)의 연간 총 보상금액 비율	지배구조 - 평가 및 보상	69 ✓
G4-55	동일국가 내 총 근로자 평균 보상금액 상승율 대비 조직 내 최고 연봉자의 연간 총 보상금액 상승율	지배구조 - 평가 및 보상	69 ✓
g. 윤리 및 청렴도			
G4-56	기업의 행동강령 또는 윤리강령	윤리경영과 준법경영	16 ✓
G4-57	조직 내외부 윤리 및 준법, 조직의 청렴도와 관련된 헬프라인 및 상담조직 등	윤리경영과 준법경영 - 행동규범 위반신고 핫라인 운영 및 부패사건에 대한 조치	16 ✓
G4-58	조직 내외부의 적발된 비윤리 행위 및 불법 행위에 대한 계층적 관리 체계	윤리경영과 준법경영 - 행동규범 위반신고 핫라인 운영 및 부패사건에 대한 조치	16 ✓
2. 세부지표			
a. 성과관리체계(DMA)			
		제품의 사회적/환경적 영향력	24 ✓
		고객 가치 창출	28 ✓
		사업전략	33 ✓
G4-DMA	a. 중대이슈로 선정된 이유 및 영향	우리강산 푸르게 푸르게	37 ✓
G4-DMA	b. 중대이슈에 대한 관리 방법	경제	43 ✓
G4-DMA	c. 관리체계 평가 방법	사회	46 ✓
		환경	60 ✓
b. 이슈별 지표			
경제			
G4-EC1	경제가치 창출과 분배	경제적 가치창출과 배분 - 분배된 경제적 가치	45 ✓
G4-EC2	기후변화로 인한 조직의 재무적 영향 및 기회 또는 위험	제품의 사회적·환경적 영향력 - 기후변화와 대기오염에 어떤 제품 개발이 필요할까?	25 ✓
G4-EC3	연금지도에서 사측부담 범위	일하기 좋은 일터 - 안정적인 퇴직과 노후준비 프로그램	52 ✓
G4-EC4	정부지원금	보고기간 내 정부지원금 없음	✓
G4-EC7	공공이익을 위한 투자와 서비스 제공	경제적 가치창출과 배분 - 분배된 경제적 가치	45 ✓
G4-EC8	간접 경제 영향	우리강산 푸르게 푸르게 지속가능경영 가치사슬 고령화 문제 해결과 비즈니스 육성하는 공유가치창출	37-41 ✓ 4-5 ✓ 58-59 ✓
환경			
G4-EN1	사용자원의 총 무게나 부피	그래프로 살펴보는 3개년 성과	61 ✓
G4-EN2	재활용 자원 이용 비율	• 그래프로 살펴보는 3개년 성과 • 환경부하 최소화 • 지속적인 환경개선 • 환경적인 19년 추세	4-5, 61-63, 66-67 ✓
G4-EN3	조직내 직접 에너지 소비	그래프로 살펴보는 3개년 성과	61 ✓
G4-EN5	에너지원 단위	그래프로 살펴보는 3개년 성과	61 ✓
G4-EN6	에너지 사용 절감량	기후변화 대응	64-65 ✓
G4-EN7	제품 및 서비스의 에너지 감축량	기후변화 대응	64-65 ✓
G4-EN15	직접 온실가스 배출량	그래프로 살펴보는 3개년 성과	61 ✓
G4-EN16	간접 온실가스 배출량	그래프로 살펴보는 3개년 성과	61 ✓
G4-EN17	기타 간접 온실가스 배출량	유한킴벌리 녹색물류	65 ✓

GRI G4		참고	보고지면	외부검증	
배출	G4-EN18	온실가스 배출 원단위	환경실적 19년 추세	66-67	✓
	G4-EN19	온실가스 감축	기후변화 대응	4, 64-65	✓
	G4-EN20	오존층 파괴물질 배출	환경실적 19년 추세	66-67	✓
	G4-EN21	NO _x , SO _x 및 기타 주요 대기오염물질 배출	환경실적 19년 추세	66-67	✓
제품 및 서비스	G4-EN27	제품 및 서비스의 환경영향 저감 활동과 성과	환경부하 최소화 환경부하 최소화	62	✓
	G4-EN28	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	환경부하 최소화 지속적인 환경개선	5, 62	✓
규정 준수	G4-EN29	환경 법규 위반으로 부과된 금액 및 제재 건수	지속적인 환경개선	63	✓
공급망 환경평가	G4-EN32	환경성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	협력회사 - 사회적 책임 포함한 성과평가 시스템	54	✓
	G4-EN33	현재 또는 잠재적으로 부정적인 환경 영향을 가진것으로 확인된 공급업체 비율 및 대응방법	a. 는 해당숫자 미공개, b.c.d.e는 부정적 기업이 없음	54	✓
사회					
노동관행 및 노동권					
고용	G4-LA1	신규 채용 및 이직자 수 및 비율	사원 현황	48	✓
	G4-LA2	상근직에게만 제공되는 혜택	유한킴벌리 가족친화 제도 및 프로그램	51	✓
	G4-LA3	성별에 따른 육아휴진 후 복귀 비율	사원 현황	48	✓
노사관계	G4-LA4	운영상의 변화에 따른 사전 고지기간	소통과 협력을 중시하는 노사문화	47	✓
훈련 및 교육	G4-LA9	종업원 유형별, 성별 1인당 한해 평균 훈련 시간	사원 역량 강화	49	✓
	G4-LA10	지속적인 고용가능성 및 경력관리를 지원하는 기술개발 및 평생교육을 위한 프로그램	사원 역량 강화	49	✓
다양성과 기회균등	G4-LA12	성별, 나이, 소수자 등 다양성 지표에 따른 종업원과 지배기구의 구성 및 기타 다양성 관련 지표	지배구조 - 이사회 구성 사원 현황	69 48	✓ ✓
		노동관행에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	협력회사 - 사회적 책임 포함한 성과평가 시스템	54	✓
공급망 노동관행 평가	G4-LA14	노동관행에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	협력회사 - 사회적 책임 포함한 성과평가 시스템	54	✓
	G4-LA15	현재 또는 잠재적으로 부정적인 노동관행 영향을 가진것으로 확인된 공급업체 비율 및 대응방법	해당 공급업체 없음	54	N/A
인권					
차별금지	G4-HR3	총 차별 건수 및 관련 조치	차별 건수 없음	47	N/A
공급망 인권 평가	G4-HR10	인권에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	협력회사 - 사회적 책임 포함한 성과평가 시스템	54	✓
	G4-HR11	현재 또는 잠재적으로 부정적인 인권 영향을 가진것으로 확인된 공급업체 비율 및 대응방법	해당 공급업체 없음	54	N/A
사회					
반부패	G4-S03	부패 및 중대한 리스크로 평가된 사업장 수 및 비율	해당 사업장 수 없음	47	N/A
	G4-S04	반부패 정책 및 절차에 대한 커뮤니케이션 및 교육	윤리경영과 준법경영 - 윤리경영 교육 실시	16	✓
	G4-S05	부패사건에 대한 조치	윤리경영과 준법경영 - 행동규범 위반신고 핫라인 운영 및 부패사건에 대한 조치	16	✓
제재	G4-S08	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재 건수	법률 및 규제 위반 없음	16	✓
공급망 사회성과 평가	G4-S09	사회성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	협력회사 - 사회적 책임 포함한 성과평가 시스템	54	✓
	G4-S010	현재 또는 잠재적으로 부정적인 사회 영향을 가진것으로 확인된 공급업체 비율 및 대응방법	해당 공급업체 없음	54	N/A
제품책임					
고객 보건 안전	G4-PR1	개선을 위해 보건안전 영향 평가를 고려하는 특정 제품 및 서비스 카테고리 비율	제품 안전성 확보	29	✓
	G4-PR2	제품 및 서비스의 고객 건강과 안전 관련 법규 및 자발적 규칙 위반한 사례의 횟수와 형태	관련 법규 및 규칙 위반 없음	29	✓
규제	G4-PR9	제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금액	관련 법률 및 규제 위반 없음	29	✓

사람이 희망이다

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- CEO 메시지
- 지속가능경영 성과 및 중장기 과제
- 비전과 핵심가치
- 지속가능경영 전담조직
- 윤리경영과 준법경영
- 이해관계자 참여 및 경영 반영

지속가능경영 하이라이트

- 제품의 사회적·환경적 영향
- 고객 가치 창출
- 사업전략
- 우리강산 푸르게 푸르게

지속가능경영 성과 보고

- 경제
- 사회
- 환경

부록

- 지배구조
- 위기관리
- 중대이슈 도출
- UN Global Compact
- 제3자 검증의견서

GRI G4 Index

주요 학회 및 협회 가입현황/
주요 협력 및 가입단체

주요 학회 및 협회 가입현황

3, 4관리공단 실무협의회	펄프종이공학회	한국소방안전협회
국제경영원(KOKJE)	한국경영자총협회	한국에이이오진흥협회(AEO)
기업소비자전문가협회(OCAP)	한국경영학회	한국의료기기사업협회
대한간호협회	한국공정경영연합회	한국인사관리협회
대한산업안전협회	한국노인과학술단체연합회	한국전력기술인협회
대한화장품협회	한국로지스틱스학회	한국제지공업연합회
미래포럼협회	한국능률협회	한국품질경영학회
유엔글로벌콤팩트 한국협회	한국마케터협회	한국화장실물화학회의
윤경CEO클럽/윤경SM포럼	한국무역협회	화장지거래질서정상화협의회
위험물관리자협회	한국보호구협회	환경기술인협회
전국경제인연합회	한국산업간호협회	환경보전협회
전력기술인협회	한국산업기술진흥협회	

주요 협력 및 가입단체

50플러스코리아	생명의숲 국민운동	평화의 숲
기후변화센터	서울YWCA	한국여성성의전화
녹색소비자연대 전국협의회	서울그린트러스트	한국여성재단
녹색연합	소비자시민모임	함께일하는재단
동북아산림포럼	유엔협회세계연맹(WFUNA)	환경운동연합
미래포럼	유한공업고등학교	환경재단
사랑의 친구들	유한양행(계열사 합동 불우이웃돕기)	환경정의
사회복지공동모금회	직지사복지재단	(가나다 순)



독자 의견 설문지

유한킴벌리 지속가능성보고서를 읽어주신 독자 여러분께 감사 드립니다.
더 좋은 보고서 제작을 위해 이해관계자 여러분의 의견을 청취하고자 합니다.
QR코드를 통해 설문에 참여해 주시면 감사하겠습니다.



우리의 과제는 지속적 성장을 위한
미래의 새로운 가치와 '변화'를 만들어 내는 것입니다.
이는 핵심가치인 도전과 창의, 신뢰와 배려, 책임과 공헌을
바탕으로 비전, 전략, 역량, 문화 등이 유기적으로 조화를 이룰 때
가능합니다. 경영환경의 불확실성을 극복하고 환경의 변화에
신속하고 효과적으로 대응함으로써 미래 성장 동력을
확보할 수 있도록 역량을 집중해야겠습니다.

- 2016년 초 경영현황설명회 중에서 -