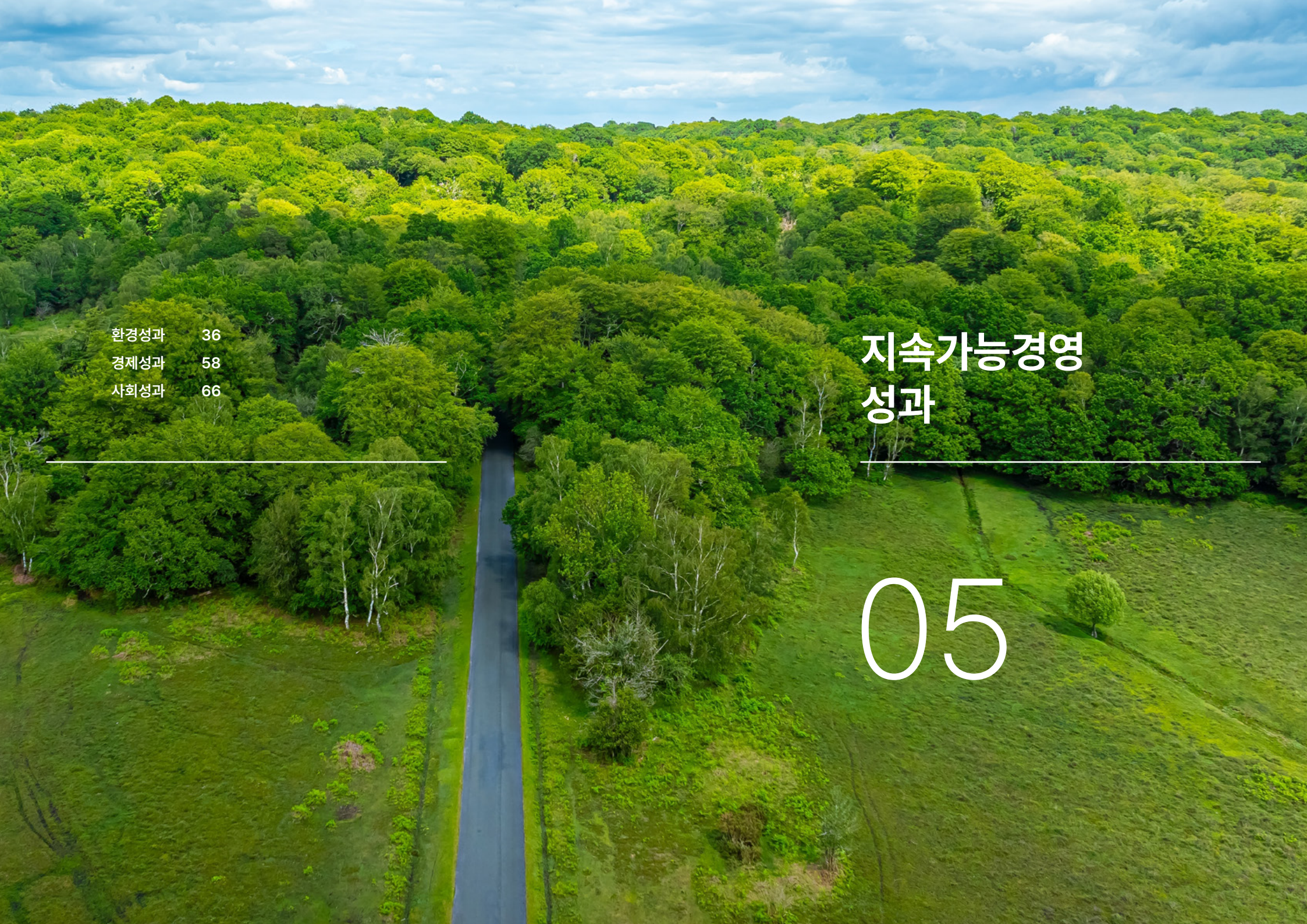




환경성과 36
경제성과 58
사회성과 66

지속가능경영
성과

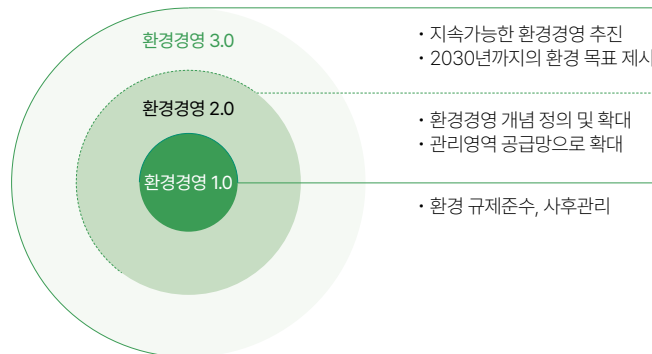
05

환경경영 체계

환경경영 3.0

유한킴벌리는 글로벌 환경규제 강화에 선제적으로 대응하고자 환경경영 3.0을 수립하고 꾸준히 발전시키고 있습니다. 유한킴벌리의 환경경영 1.0은 규제준수와 사후관리 중심이었다면, 환경경영 2.0은 환경경영을 지식경영, 품질경영, 윤리경영, 상생경영을 포괄하는 개념으로 정의하고 관리 영역을 공급망까지 확대하였습니다. 창립 50주년을 맞은 2020년에는 환경경영 3.0을 발표하고, 2030년까지 지속가능제품 매출 비중 95% 달성 및 2015년 대비 온실가스 배출량 25% 저감 등 구체적인 장기 목표와 지속가능한 환경경영 실천 의지를 제시하였습니다.

유한킴벌리 환경경영의 발전



환경경영 방침

유한킴벌리는 전 생애주기 관점에서 환경영향을 저감하고 지속가능한 미래를 실현하기 위해 환경경영 방침을 수립하여 홈페이지에 공개하고 있습니다. 환경경영 방침은 제품의 개발, 설계 단계부터 생산, 유통, 폐기에 이르기까지 환경영향을 최소화하고, 환경경영 선도기업으로서의 책임 실천을 핵심으로 합니다.

 유한킴벌리 환경경영 방침



유한킴벌리 환경경영 방침



환경경영 추진체계

환경경영 거버넌스

유한킴벌리는 환경경영 3.0을 체계적으로 실행하기 위해 CEO를 총괄 책임자로 하는 조직 체계를 갖추고 있습니다. 환경 전략과 관련한 주요 논의와 의사결정은 ESG위원회를 중심으로 이루어지며, 위원회 산하에 환경 소위원회를 운영하고 있습니다. 환경 소위원회는 제조생산부문을 위원장으로 구성하여, 환경 과제 및 리스크를 검토하고 중요 사안은 ESG위원회를 거쳐 이사회에 보고하는 절차를 따릅니다. 환경 실무는 환경&에너지 실무 협의체(EWLM, Environment & Energy Working-Level Meeting) 회의를 통해 공장별 실적과 계획을 관리하고 있으며 2024년에는 신재생에너지 도입 관련 타당성 평가, 해외 탄소중립 규제 및 배출권거래제 동향 공유 등의 안건을 논의하였습니다.

환경경영 실행을 위한 조직



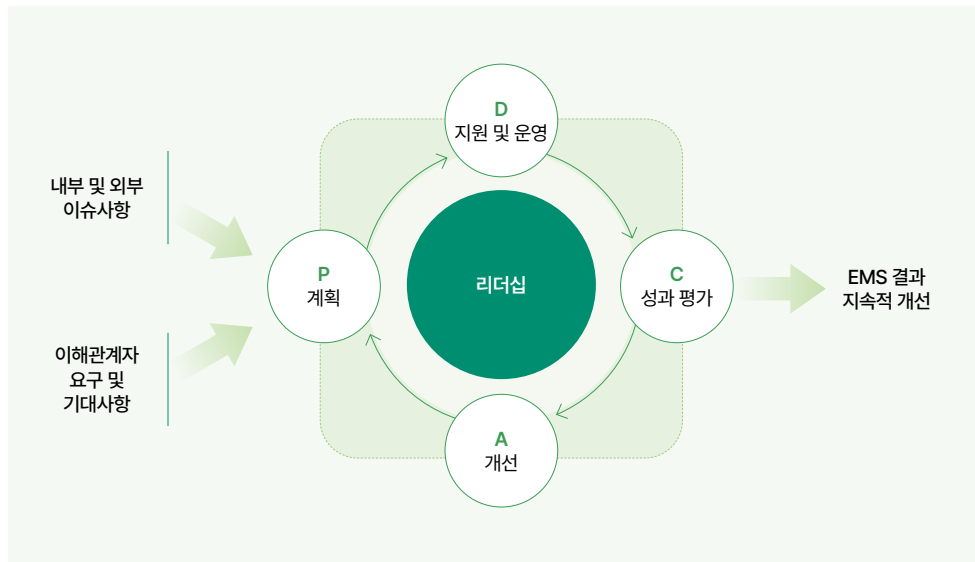
환경경영 체계

환경경영시스템

유한킴벌리 전 공장은 국제 표준에 부합하는 환경경영체계인 ISO 14001을 기반으로 환경경영을 추진하고 관리하고 있습니다. 각 공장들은 PDCA¹⁾모델을 바탕으로 기업 내부 및 외부 이해관계자 요구 사항을 반영하여 환경경영 전략과 폐기물, 오염물질 발생량 등 환경 성과 지표(KPI) 목표를 수립합니다. 이후 환경 성과 지표 개선 활동을 수행하고 평가하며 지속적으로 개선하고 있습니다.

1) P(Plan), D(Do), C(Check), A(Act)

환경안전경영시스템 PDCA 모델



공장 환경경영체계(ISO 14001) 인증 현황

공장	인증 기간	인증처
김천공장	2022.12~2025.12	SGS ²⁾ 코리아
대전공장	2024.10~2027.10	
충주공장	2024.10~2027.10	

2) Société Générale de Surveillance

환경경영 내재화

환경경영 교육

유한킴벌리는 직원들의 지속가능경영 실천을 위해 전사 환경경영 전략 및 지속가능경영 2030 목표, 규제 요구사항 관련 교육을 매년 운영 및 지원하고 있습니다. 전사원의 역량 강화를 위한 직무 교육을 시행하고 2024년에는 전 공장을 대상으로 유한킴벌리 ESG 추진현황을 공유하며 ESG 교육을 실시하였습니다.

2024년 환경교육

구분	대상	내용 및 주제
직무교육	환경담당	환경영향평가 지침 관련 교육
		통합환경법 실무 교육
환경경영 교육	전공장 사원	공장 환경목표 달성을 위한 교육
ESG교육	전공장 사원	유한킴벌리 ESG추진현황

사원 참여 활동

유한킴벌리 직원들은 전사 환경경영 실천을 위한 절약 및 캠페인 활동에 참여하고 있습니다. 종이 출력 최소화, 개인컵 생활화, 공장·사무실 냉난방 에너지 절약을 상시 실천하며, 환경 인식 개선과 더불어 공감대를 형성하고 있습니다.

2024년 세계 환경의 날 캠페인

2024년 6월 5일 세계 환경의 날에는 '가뭄 회복력 및 사막화 진행 완화' 주제에 맞춰 돌발가뭄과 사막화의 개념, 이를 방지하기 위한 회사와 직원들의 노력을 카드뉴스로 제작하여 인트라넷에 공유하였습니다. 우리강산푸르게푸르게 캠페인의 목표와 성과를 상기시키고, 사원 개인이 환경을 위해 실천하고 있는 활동들을 공유하였습니다.



세계 환경의 날 캠페인

돌보기

환경경영 체계

컴플라이언스

환경 규제 대응

환경 법규의 범위가 확대되고 처벌이 강화됨에 따라 규제 리스크가 증가되고 있습니다. 유한킴벌리는 전사 환경&에너지 실무 협의체를 통해 분기 1회 이상 물환경보전법, 폐기물관리법, 대기환경보전법, 화학물질 관리법, 환경오염시설통합관리법에 관한 법률 등 사업영역과 관련된 주요 법규 개정 사항을 모니터링하며 제조 생산 공장 현황을 관리하고 잠재 이슈를 예방하고 있습니다. 또한 환경 및 안전 사고를 대비하여 공장별 화학물질 유출 등의 비상사태에 대응하는 절차를 수립하고 비상 훈련과 교육을 실시합니다. 이러한 노력을 통해 2024년 유한킴벌리의 환경 법규 위반 건수는 0건입니다.



그린워싱 위험 관리

그린워싱 규제가 강화되는 흐름 속에서, EU는 '그린 클레임 지침안' 및 '공정소비자 지침 개정안'에 합의하였고, 미국 연방거래위원회는 '그린 가이드(Green Guides)' 개정을 추진 중이며, 국내에서는 '표시·광고의 공정화에 관한 법률' 및 관련 지침 개정이 이루어지고 있습니다. 유한킴벌리는 그린워싱(Greenwashing)이 단순한 표현상의 문제가 아니라, 기업의 법적 책임과 소비자 신뢰도에 중대한 영향을 미치는 것임을 이해하고 있습니다. 제품 그린워싱 위험 관리를 위해 법규 개정 사항을 모니터링하여 사내 제품 표시·광고 가이드라인을 개정하고 주요 개정 사항에 대해서는 담당자 대상 교육을 실시합니다. 제품 출시 이전 부서간 제3자 검토 및 주기적으로 한국환경산업기술원의 자문을 받고 있습니다. 아울러 환경부 인증을 받은 제품에 한해 친환경 제품으로 표현하며, 환경성 개선에 대해서는 제품 전과정평가 결과 등 객관적인 실증 자료를 구비하고 있습니다. 2024년에는 제품 환경성 표시광고 관련 검토를 455건 진행하였습니다.



제품 그린워싱 위험 관리 체계

구분	위험 관리 체계와 활동
법률 및 규정 이해	· 매년 법규 개정 사항 검토 및 필요 시 제품 표시·광고 가이드라인 개정 · 주요 개정 사항에 대한 관련 담당자 내부 교육
모니터링	· 제품 출시 이전, 광고 문구에 대한 제품안전, 윤리법무본부, 환경경영워크그룹의 3자 검토 진행 · 제품 표시광고 모니터링 실시(연 1회) · 유한킴벌리 환경성 광고 사례에 대한 한국환경산업기술원의 자문
결과 관리 및 후속 조치	· 검토 결과 및 승인 내역을 사내 EtQ(Excellence to Quality)시스템으로 관리 · 모니터링 결과에 대해 담당 부서와 개선방향 협의 및 수정 · 모니터링 결과를 반영하여 제품 표시·광고 가이드라인 개정 · 관련 담당자 대상 내부 교육

지속가능제품

탈플라스틱 목표와 전략

플라스틱 사용량 저감 목표 (2019년 기준)	2024 목표 13%	2024 성과 14%	2030 목표 50%
포장재 재생 플라스틱 전환 목표 (2019년 기준)	2024 목표 35%	2024 성과 35%	2030 목표 50%

EU의 포장재 및 포장 폐기물 규정(PPWR, Packaging and Packaging Waste Regulation) 도입과 국내 자원순환 기본법 개정 등 국내외 포장재와 플라스틱 관련 규제가 강화되고 있습니다. 유한킴벌리는 바이오매스 등 비석유계 소재와 재생 플라스틱의 사용을 확대하여 2030년까지 석유계 플라스틱 사용량을 2019년 대비 절반으로 줄이고자 합니다. 이를 위해 사업부별로 중장기 탈플라스틱 전략을 세분화하고 매년 성과를 평가하여 개선하고 있습니다.

사업부별 포장재와 플라스틱 저감 성과 및 중장기 전략

사업부	2024년 성과	2030년 중장기 전략
유아용품	· 기저귀 포장재 재생 플라스틱(PIR) ¹⁾ 50% 적용 · 베베그로우 노리개젓꼭지, 젓병 비닐 안포장 제거 및 종이 패키지 대체 · 아기물티슈 캡 재생 플라스틱(PCR) ²⁾ 80% 적용	2026년
가정용품	· 크리넥스 화장지 2차 포장 재생 플라스틱(PCR) 50% 적용 · 미용티슈(일부): 토출구 플라스틱필름을 종이로 대체 · 물티슈 캡 재생 플라스틱(PCR) 80% 적용	
여성용품	· 필름류 포장재 재생 플라스틱 30% 적용	2030년
에이징케어용품	· 충주생산 제품 포장재 재생 플라스틱 30% 적용 · 대전생산 제품 포장재 재생 플라스틱 50% 적용	
산업용품/ 메디컬케어(B2B)	· 종이 유흡착재 개발 및 공급 · 물티슈 캡 제거	

1) PIR(Post-Industrial Recycled): 제조과정에서 발생한 폐기물을 재생처리 한 재료를 의미
2) PCR(Post-Consumer Recycled): 사용한 후 폐기된 플라스틱, 종이 등을 재생처리한 재료를 의미

플라스틱 감축을 위한 활동

지속가능한 소재를 통한 탈플라스틱 제품 개발

그린 액션 얼라이언스(Green Action Alliance)라는 가치사슬 기반 산업 협력 체계를 통해 국내 주요 소재 개발 기업과 함께 제품 개발 측면의 협업을 진행하고 있습니다. 이를 통해 석유계 플라스틱 사용량을 줄이고 지속가능 소재로 대체하는 자재 개발과 더불어 공정의 개선과 자원의 순환경제 활성화에 기여할 수 있는 소재 개발에 주력하고 있습니다. 대표적으로 2025년 출시한 그린핑거 베베그로우 퓨어베이비 젓병은 지속가능한 소재인 식물(피마자) 유래 원료를 제품 본체에 45% 적용하였습니다.

포장재 및 제품의 재활용 원료 적용

생산자 책임 재활용 의무비율을 준수하면서 포장재의 재활용 원료 비중을 지속적으로 높이고 있으며, 자원의 효율적 사용을 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 2024년 필름류 재활용 비중은 86.0%, 용기류 재활용 비중은 89.3%였습니다. 또한 화장지류 제품 생산에 사용한 펄프 중 재활용지는 약 16.9%입니다.

포장재의 재생 플라스틱 전환

포장재에 사용되는 석유계 플라스틱을 바이오매스 등 비석유계 소재나 재생 플라스틱으로 대체하는 데 중점을 두고 있습니다. 재생 플라스틱은 제조 공정에서 버려지는 플라스틱을 재활용한 PIR(Post-Industrial Recycled)과 소비자 사용 후 버려지는 플라스틱을 재활용한 PCR(Post-Consumer Recycled) 소재로 구분 가능하며, 유한킴벌리는 이 중 자원순환 가치가 상대적으로 높은 PCR 소재의 적용을 확대하고 있습니다. 2024년에 포장재에 사용된 전체 석유계 플라스틱 중 35%를 재생 플라스틱으로 전환하였으며, 2025년에는 40% 전환을 목표로 패키징 혁신을 적극 추진 중입니다.

지속가능제품

지속가능제품 목표

기후변화 대응과 자원순환 사회로의 전환이 가속화됨에 따라, 기업의 지속가능제품 확대가 필수적인 과제로 부각되고 있습니다. 유한킴벌리는 환경경영 3.0을 통해, 2030년까지 지속가능제품 매출 비중을 95% 달성할 것을 목표로 수립하였습니다. 회사가 정의하는 지속가능제품은 2019년 대비 자체 수립한 환경성 및 사회성 기준을 충족하는 제품을 의미합니다. 특히 환경성의 경우, 제품 전과정평가 결과와 국내 환경표지 및 저탄소 인증 제도를 반영하고 국가 플라스틱 및 탄소 배출 관련 규제를 고려하여 정량적으로 평가하고 있습니다.



1) 지속가능제품 목표 달성을 산정 시, 전체 매출은 내수 시장을 기준으로 하며 판매대행 제품과 안전 규제 대상인 B2B 병원용품 및 안전용품 등은 제외함

지속가능제품과 포장재 개발 가이드라인

유한킴벌리는 국내 자원순환 및 탈플라스틱 정책 방향성을 반영하여 지속가능제품 및 포장재 개발 가이드라인을 수립하였습니다. 제품 및 패키지 개발 시에는 3R(Reduce, Recycle, Replace) 전략을 기본 원칙으로 하며, 특히 포장재 부문에서는 석유계 플라스틱을 바이오매스 기반 소재나 재생 플라스틱으로 대체하는 전략을 중점적으로 추진하고 있습니다. 또한 생분해성 플라스틱의 경우 일반 플라스틱과 혼합 시 재활용 효율을 저하시킬 수 있다는 점을 고려하여, 포장재의 환경 유출 위험이 높은 경우에 한해 제한적으로 사용하고 있습니다.



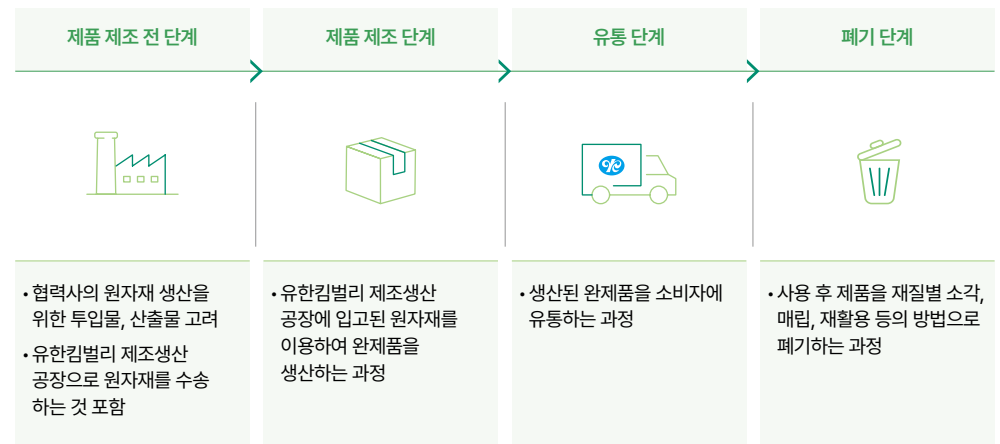
2) 생분해 플라스틱은 해양 등 환경 유출 위험이 있는 경우에 한함

제품 환경 영향 저감 활동과 성과

전과정평가(LCA) 기반 제품 환경성 관리 체계

유한킴벌리는 제품의 환경 영향을 정량적으로 관리하기 위해 제품 개발 전 과정에 걸쳐 전과정평가(LCA, Life Cycle Assessment)를 활용하고 있으며, 이를 위한 기초 데이터인 LCI(Life Cycle Inventory)를 지속적으로 고도화하고 있습니다. 제품 기획 및 개발 단계에서는 유사 제품의 LCA 데이터를 참고하여 환경 영향을 사전 검토하고, LCA 시뮬레이션을 통해 환경부하가 높은 요소를 분석하여 저감 시나리오를 수립할 수 있도록 온라인 시스템을 구축중입니다. 양산 및 출시 단계에서는 LCA 결과를 공급망 및 공정 개선 또는 탄소발자국, 재활용 소재 비율 등의 라벨링에 연계하고 있습니다.

전과정평가 단계별 데이터 수집 범위

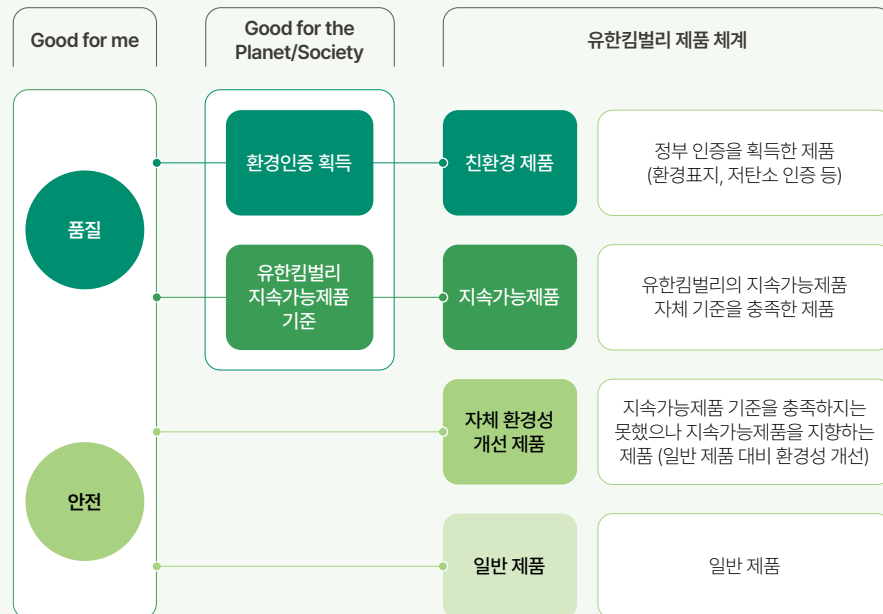


지속가능제품

유한킴벌리 제품 체계

유한킴벌리는 모든 제품에 대해 품질과 안전 기준을 철저히 준수하고 있으며, 환경성 수준에 따라 제품을 친환경 제품, 지속가능제품, 자체 환경성 개선 제품, 일반 제품으로 구분하여 체계적으로 관리합니다. 이 중 특히 친환경 제품 및 지속가능제품의 확대를 전략적으로 추진 중이며, 그린워싱 리스크를 방지하기 위해 환경표지, 저탄소제품 인증을 보유한 제품에 한해 '친환경'이라는 명칭을 사용하고 있습니다. 지속가능제품은 국가 환경 규제 수준에 준하는 내부 정량 기준을 기반으로 정의되며, 일반 제품 대비 제품력을 유지하거나 개선하면서도, 환경성과 사회성을 강화한 제품입니다. 한편, 유한킴벌리는 2024년 지속가능성보고서의 그린워싱 검토 결과, '그리너 프로덕트'의 그리너(Greener)는 친환경(Green) 제품보다 더 친환경성이 있다고 소비자 오인의 소지가 있다는 판단 하에, 그리너 프로덕트의 명칭을 '자체 환경성 개선 제품'으로 변경하였습니다.

유한킴벌리 제품 체계도



동보기

환경부 인증 제품

유한킴벌리의 제품들은 환경부가 인정하는 환경표지 및 환경성적표지 인증 취득을 통해 제품의 환경성 개선 노력을 인정받고 있습니다. 2025년 4월 기준으로 샴푸 및 바디클렌저, 화장지, 방향제 등 총 37종의 제품이 자원순환성 향상 및 유해물질 감소 등을 인정받아 환경표지인증을 획득하였습니다. 또한 제품 전과정의 환경영향을 분석하여 마스크 3종, 물티슈 3종의 환경성적표지를 득하였으며, 온실가스 배출 저감을 위한 노력을 인정받아 물티슈 2종의 저탄소 인증을 획득하였습니다.

환경표지, 환경성적표지 인증제품 현황

(2025년 4월 기준)

인증기준	대상 제품군	인증 개수(개)
EL308	샴푸·린스 및 바디클렌저	2
EL321	화장지	28
EL322	방향제	7
환경성적표지 인증	마스크	3
	물티슈	3
	물티슈	2
저탄소인증	물티슈	2
합계		45

지속가능제품

자체 환경성 개선 제품

유한킴벌리의 자체 환경성 개선 제품은 회사가 자체적으로 정한 지속가능제품 기준을 충족하지 않지만 환경성 개선 노력이 진행되고 있는 제품을 의미합니다. 유한킴벌리는 지속가능제품으로의 전환 시 제품 안전성 및 품질을 근간으로 삼습니다. 이는 환경성이나 사회적 개선을 목적으로 제품의 품질이 저하되는 것을 방지하고, 제품 본연의 가치를 제공해야 하는 생활용품 제품의 역할을 충실하게 이행하기 위한 목적입니다. 따라서 자체 환경성 개선 제품은 지속가능제품을 향한 다양한 노력과 시도에 대한 내부 독려 목적도 함께 갖고 있습니다.

지속가능제품과 자체 환경성 개선 제품 사례

유한킴벌리는 매년 제품 출시년도를 기준으로 하여 원료 및 포장재 사용 최소화 (Reduce), 재활용성 증대(Recycle), 탈플라스틱(Replace)의 3R 측면에 개선효과가 있는 제품을 선정하고 있습니다.

3R 관점의 지속가능제품 및 자체 환경성 개선 제품 사례

Reduce 원료 사용 최소화	Recycle 재활용성 증대	Replace 탈플라스틱
지속가능제품 개발을 위해 제품의 원료와 포장재 사용 자체를 줄이는 노력을 가장 우선시합니다. 크리넥스 두루마리 화장지 3겹 화장지를 합지용 폴 대신 물로 결합하여 원부자재 사용 저감 	재활용 소재를 포장재 원료로 이용 및 확대하고 전 제품의 포장재 재활용 용이성 등급을 우수 이상 달성하고자 노력합니다. 그린핑거 포레스트 샴푸/샤워젤 용기는 재활용 플라스틱 사용, 펌프는 보편적으로 사용하는 금속 스프링 대신 플라스틱 탄성소재 적용하여 패키지 전체 재활용성 증대(환경표지 프리미엄 인증) 	기존 소재를 지구에 흔적을 최소화할 수 있는 탈플라스틱 소재로 대체하고자 노력합니다. 하기스 네이처메이드 퓨어코튼 Bio-balanced 흡수체, 순면 등 자연유래 소재로 대체 
스카트 나이스웨더 탈취제 Bio-PET 적용으로 온실가스 배출량 및 신규 플라스틱 사용량 저감 	스카트 에코종이 물티슈 물티슈 캡 제거로 재활용성 증대  크리넥스 오마이티슈 카톤 토출구의 플라스틱 필름을 종이로 변경한 100% 플라스틱 프리 카톤 포장재로 재활용성 증대 	크리넥스 종이 물티슈 재생 플라스틱을 캡, 파우치, 포장재 등에 적용  좋은느낌 라네이저 방수층의 80%는 식물유래소재로 대체했으며 100% 유기농 순면 커버를 사용 

자원순환 및 폐기물

폐기물 관리

폐기물 배출 총량 감축 목표¹⁾ (2019년 대비)

1) 폐기물 지표의 경우, 2024년까지 연도별 세부 목표는 없었으나 2025년 ESG 자체진단 결과 반영하여 2025년부터 연도별 세부 목표 설정 및 관리 중

2024 성과

11%

2030 목표

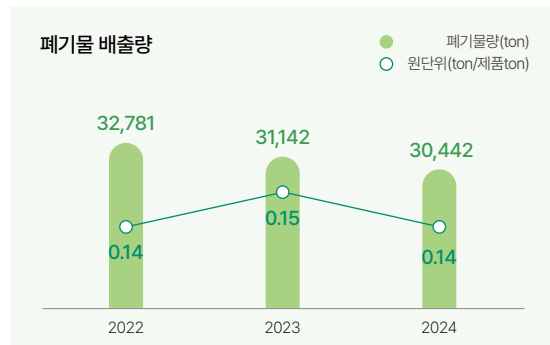
30%

폐기물 관리 체계와 목표

유한킴벌리는 원료 투입부터 생산활동 및 제품 제조 전반에 이르는 과정에서 발생할 수 있는 폐기물로 인한 환경 영향을 최소화하기 위해, 공정 불량품 및 원부자재 자투리 등 제조 단계에서 발생하는 폐기물을 체계적으로 관리하고 있습니다. 공장별 폐기물관리절차서를 기반으로 폐기물을 분류 및 처리하며, 자체 모니터링 시스템을 통해 폐기물 발생 및 처리 현황을 관리하고 있습니다. 이와 더불어 효과적인 폐기물 감축을 위해 2030년까지 폐기물 배출량을 2019년 대비 30% 감축하는 중장기 목표를 수립하여 추진하고 있습니다. 2025년에는 기존에 단기로만 관리하던 사업장별 원단위 감축 목표를 중장기로 수립하여 관리할 예정입니다.

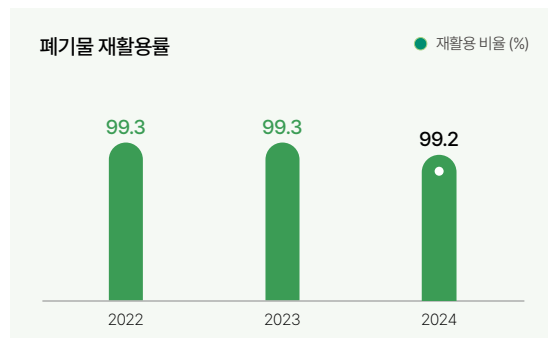
폐기물 감축을 위한 노력

유한킴벌리는 공정 및 설비 최적화를 통해 생산 폐기물 발생량을 줄이고, 재사용 가능한 원·부자재는 우선적으로 공정 내에 재투입하고 있습니다. 2024년 김천공장은 아쿠아프레시(Aqua Fresh) 프로젝트를 통해 접착제 대신 순수한 물을 사용해 화장지 겹 번리를 예방하고 연간 폐기물 처리 및 접착제 구매 비용 약 8.5억 원을 절감하였습니다. 또한 2024년 슬러지 처리 설비 개선으로 전년 대비 슬러지 발생량 약 136톤과 폐기물 처리금액 약 0.4억 원을 절감하였습니다. 아울러 대전공장은 2024년 팬츠 생산라인에서 공정 최적화와 초음파 센서 도입을 통해 허리밴드 불량 검출 정확도를 높임으로써 팬츠 허리밴드 불량으로 인한 폐기물을 전년 대비 약 57% 감축하였습니다. 이로 인한 비용 절감 효과는 연간 약 1억 1,700만 원으로 예상됩니다. 또한 대전공장은 부직포 원단 제조 시 발생하는 스크랩 폐기물을 재사용하여 2024년 약 1,526톤의 폐기물을 저감하였습니다.



플라스틱 폐기물 재활용

유한킴벌리의 기저귀 생산 시 발생하는 폴리프로필렌(PP)-폴리에틸렌(PE) 필름류 폐기물은 연간 1,000톤 이상이며, 전문 재활용 업체를 통해 플라스틱 원료로 전환하고 있습니다. 특히 충주공장은 2024년 설비 개선을 통해 재활용 가능한 폐합성수지의 분리효율을 높여 폐기물 발생량을 줄이고 재활용률을 향상시켰으며, 순환경제사회 전환촉진법에 따라 생리대 공정에서 발생하는 일부 폐합성수지류를 순환자원으로 인정받아 2024년 기준 1,049톤을 플라스틱 용기제품의 원료로 재활용하고 있습니다.



폐기물 처리업체 관리

유한킴벌리는 환경사고 및 민원 발생 위험을 예방하고, 폐기물의 적정 처리를 위해 폐기물 운반·처리 협력사에 대한 정기적인 평가를 시행하고 있습니다. 모든 처리업체는 ISO 14001 기준, 환경·안전·소방 관련 법규, 행정처분 이력 등을 포함한 자체 점검 체크리스트를 기준으로 연 1회 이상 평가되며, 현장 점검을 통해 신뢰도 높은 정보를 수집하고 있습니다. 점검 결과는 업체 선정 및 재계약 시 반영되며, 미흡사항은 개선을 유도합니다. 또한, 유관 직원 및 처리업체를 대상으로 환경 교육을 지원하여 폐기물 처리 전반의 위험관리 체계를 강화하고 있습니다.

협력사 및 폐기물 처리업체 현장 점검 항목

환경 법규 준수	허가·신고
	운영·기록
	환경관리 체계 구축
지역사회 기여	환경보전 및 기여

자원순환 및 폐기물

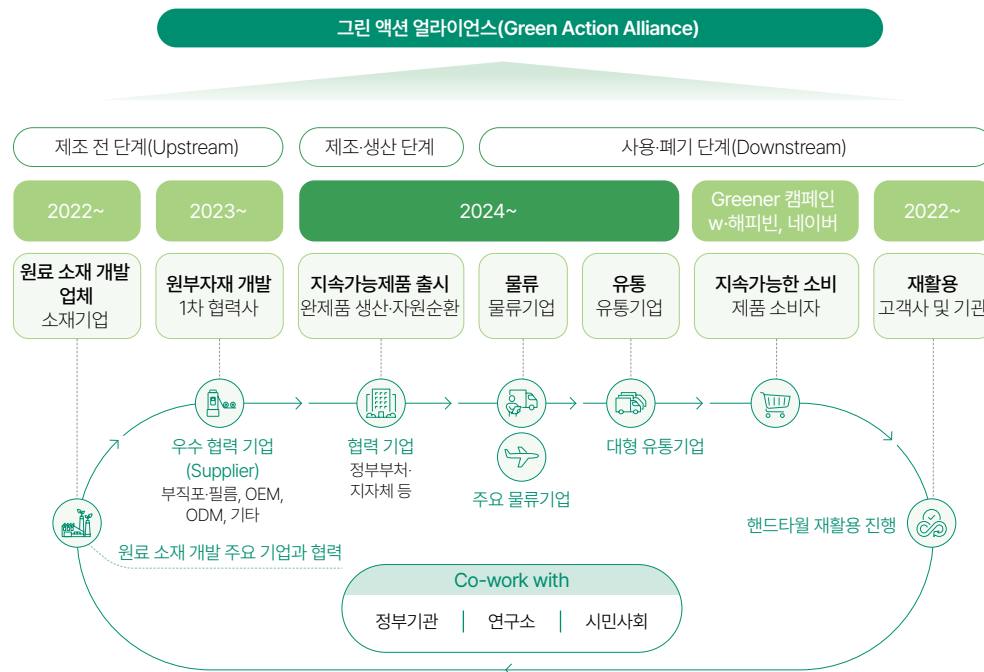
제품 전주기 자원순환

유한킴벌리는 제조 공정에서 발생하는 폐기물 외에도 원료, 사용, 폐기 등 제품 전주기에 걸쳐 순환경제 실현을 위해 노력하고 있습니다. 대표적으로 공급망 전반에 걸친 협력 체계인 '그린 액션 얼라이언스(Green Action Alliance)'와 '바이사이클 캠페인' 등이 있습니다.

그린 액션 얼라이언스

유한킴벌리는 2022년 그린 액션 얼라이언스 출범 이후 원료·소재 개발, 원부자재 생산, 제조, 물류, 유통 전반의 협력 체계를 꾸준히 확대해 왔습니다. 2024년에는 원료·소재 기업과 재활용이 어려운 종이팩 및 멸균팩에서 분리한 펄프를 포장재 원료로 활용하는 건 등을 논의하였습니다. 아울러 2025년 4월 기준 누적 70개사의 기업들과 협력하며 산업 전반의 지속가능한 생태계 전환을 위해 노력하고 있습니다.

그린 액션 얼라이언스 체계도

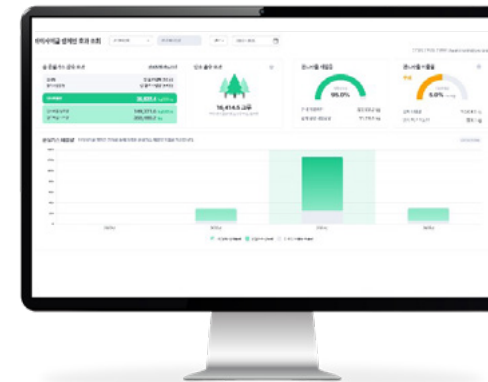


바이사이클 캠페인

핸드타월을 재활용하는 바이사이클 캠페인은 자원순환에 초점을 맞춘 그린 액션 얼라이언스 하위 프로젝트로, 온실가스 저감뿐 아니라 고객과의 관계 강화, 사업 경쟁력 제고 및 매출 확대에도 기여하고 있습니다. 2022년 출범 이후 서울, 대전 등 주요 지자체와 공공기관 및 다양한 기업이 참여 중입니다. 2024년에는 바이사이클 관리 시스템 설계를 완료하였고, 이를 통해 업체별·기간별 핸드타월 수거량 및 온실가스 감축량을 효과적으로 관리하고 있습니다. 2025년 4월 기준 누적 32개사가 참여하여 핸드타월 약 333톤을 재활용하고 이산화탄소 약 149.4 tCO₂eq를 감축하였습니다. 이는 중부지방 30년생 소나무 16,415그루의 연간 탄소흡수량에 해당합니다.

바이사이클 관리 시스템

바이사이클 관리 시스템



바이사이클 캠페인 현황 및 실적

(2022.9~2025.04 누적)



350,480 kg



332,956 kg



149,372 kgCO₂eq



16,415 그루

자원순환 및 폐기물

오픈 이노베이션을 통한 업사이클링

유한킴벌리는 오픈 이노베이션¹⁾을 통해 스타트업과 협력하여 공장 및 제품 제조·판매 이후 발생하는 폐기물을 업사이클링하고 있습니다. 이를 통해 자원순환을 촉진함과 동시에, 사회적 기업과의 협력을 통해 지속가능한 환경 가치를 확산하고 있습니다. 2024년 자원순환 영역에서는 영역에서의 협업 사례를 아래와 같이 공개합니다.

Case 1

종이가구

충주공장에서 회수한 종이심 재가공하여, 종이가구 전문 스타트업 페이퍼팝과 함께 종이가구 3종 시제품을 제작했습니다. 약 50개의 아이디어 중 2단계 평가를 거쳐 선정되었으며, 서초연구소에 전시하고 추가 개선을 진행 중입니다. 페이퍼팝은 폐자원을 활용한 지속가능한 가구를 개발함으로써, 환경 보호와 디자인 혁신을 동시에 실현하고자 하는 조직입니다.



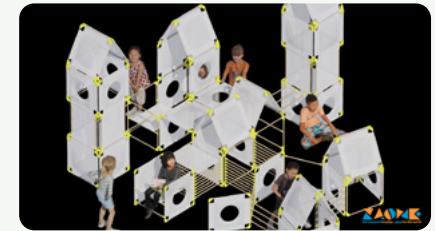
페이퍼팝 종이가구 시제품

1) 오픈 이노베이션 관련 상세 내용은 64p 참고

Case 2

유아용 블록 교구재

기저귀 생산 과정에서 발생한 폐자원을 가공하여 조립식 유아용 블록 교구재로 제작하였으며, 2024년 어린이집에서 2개월간 시험 운영을 완료하였습니다. 이 제품은 2025년 하반기부터 하기사 캠페인과 연계하여 확대 공급할 예정입니다. ZAONE은 환경 친화적 소재를 활용하여 어린이 교육용 제품을 개발하는 비영리 재단입니다.



ZAONE 유아용 블록

Case 3

페이퍼클레이

바이사이클을 통해 수거한 폐 핸드타월을 원료로 활용하여, 기존 밀가루 기반 클레이의 물성을 개선하는 페이퍼클레이를 공동 개발하고 특허를 출원했습니다. 현재 크라우드 펀딩을 준비 중이며, 제품은 더플라워팩토리 브랜드를 통해 단독 출시될 예정입니다. 더플라워팩토리는 환경 친화적 소재를 활용해 예술 및 교육용 제품을 개발하는 사회적 기업입니다.



더플라워팩토리 페이퍼클레이

동보기

수자원 및 오염물질

용수 관리 목표와 체계

물 사용량 원단위 감축 목표
(2015년 대비, 김천공장 기준)

2024 목표
9%

2024 성과
0%

2030 목표
40%

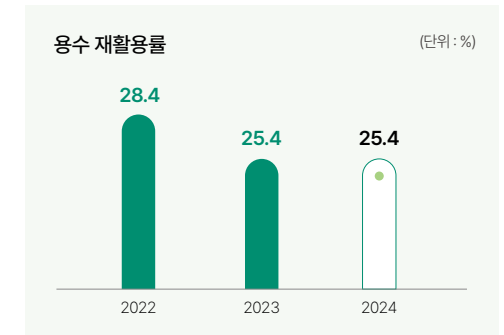
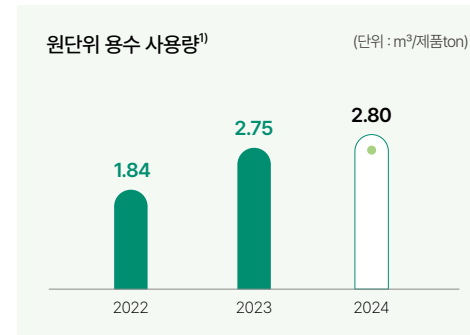
유한킴벌리는 전 세계적으로 심화되는 물 부족 문제를 중요한 글로벌 이슈로 인식하고 있습니다. 화장지와 핸드타월 생산에 사용되는 펄프 원료의 가공 과정에서는 고품질의 용수가 필수적입니다. 이에 유한킴벌리는 제조 공장에서의 환경 영향을 최소화하기 위해 2030년까지 용수 사용 원단위를 2015년 대비 40% 감축하는 중장기 목표를 추진 중이며, 각 공장에서는 국제 표준인 ISO 46001 가이드라인에 따라 체계적으로 물 사용량과 관리 현황을 점검합니다.

물 리스크 관리

유한킴벌리는 글로벌 수자원 관리 요구에 대응하여 세계 자원 연구소(WRI, World Resources Institute)의 '애퀴덕트(Aqueduct)' 평가 도구를 활용해 국내 3개 제조 공장의 물 리스크를 분석하고 있습니다. 2025년 분석에서는 물리적 수량·수질 리스크와 규제·평판 리스크를 종합 평가하고 물 스트레스 지수를 기후 시나리오에 따라 분석하였습니다. 분석 결과, 국내 제조 공장은 모두 종합적 물 리스크가 높지 않으나, 대전공장은 물리적 수량 리스크가 높은 것으로 나타났으며, 그 중 물 스트레스 지수가 기준연도와 현행유지 시나리오의 2030년 전망에서 높게 평가되었습니다. 이에 따라 향후 사업 전략 수립 및 주요 의사결정 시 물 리스크 분석 결과를 고려할 계획입니다.

용수 사용량 감축 활동

유한킴벌리는 각 공장별 용수 사용 현황에 맞춰 저감 목표를 설정하고, 실질적인 절감 활동을 추진하고 있습니다. 2024년 대전공장과 충주공장은 각각 전년 대비 2%의 용수 사용량 감축 목표를 달성하였으며, 김천공장은 제지 공정별 용수 원단위를 지속적으로 관리하고 분기별로 절감 목표를 수립하고 있습니다. 2024년에는 신규 설비 도입 등으로 용수 사용량이 증가했으나, 2025년에는 설비 안정화와 모든 생산라인의 분기별 목표 달성을 통해 용수 사용 효율을 높일 계획입니다. 이와 더불어 용수 사용량 절감을 위해 물 관리 TFT를 구성하고 월별 논의를 통해 용수 재활용·재사용 기회를 적극적으로 발굴하고 있습니다.



1) GRI 기준에 따라 '용수 사용량 = 취수량 - 방류량'으로 산식 변경하여 2022년, 2023년 데이터가 전년 보고 대비 수치 변경

2025년 유한킴벌리 공장 인근 지역 물 리스크 결과

공장	Overall Water Risk 종합적 물 리스크				Water Stress 물 스트레스				
	Baseline 기준연도	세부 리스크 항목			Baseline 기준연도	전망 BAU 시나리오(SSP3 RCP70)		전망 낙관적 시나리오(SSP1 RCP2.6)	
		Physical Risks Quantity 물리적 수량 리스크	Physical Risks Quality 물리적 수질 리스크	Regulatory and Reputational Risk 규제 및 평판 리스크		2030년	2050년	2030년	2050년
김천공장	Low-Medium	Medium-High	Low-Medium	Low	Medium-High	Medium-High	Medium-High	Medium-High	Medium-High
대전공장	Low-Medium	High	Low-Medium	Low	High	High	Medium-High	Medium-High	Medium-High
충주공장	Low-Medium	Medium-High	Low-Medium	Low	Medium-High	Medium-High	Medium-High	Medium-High	Medium-High

수자원 및 오염물질

통합오염물질 관리 체계

유한킴벌리는 2023년부터 통합환경관리법에 따라 공장별 대기, 수질 오염물질을 통합적으로 관리하고 있습니다. 제품 생산과정에서 발생하는 오염물질의 종류, 시설 운영, 배출량, 자가측정 결과 등을 체계적으로 모니터링하고, 그 결과를 환경부에 정기적으로 보고하며 엄격한 환경관리 기준을 준수합니다. 특히 김천공장은 통합환경관리 제도를 통해 수질오염물질(TOC) 배출허용기준을 기존 매체법상 배출허용기준 대비 최대 49% 강화하여 지역 환경에 미치는 영향을 최소화하고, 오염물질 감축 목표 달성에 기여하고 있습니다.

오염물질 관리 체계



대기·수질오염물질 배출 저감 노력

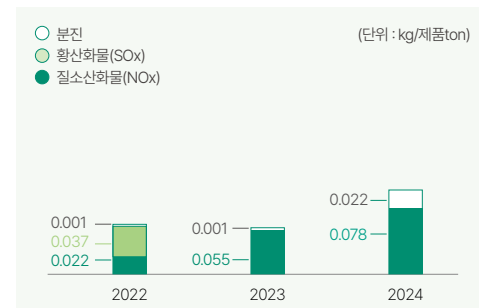
유한킴벌리는 오염물질 배출 저감을 위해 공장별로 공정 및 배출시설의 최적화, 실시간 모니터링, 시설 투자 등 다양한 노력을 지속하고 있습니다. 김천공장은 폐수 배출을 실시간으로 모니터링해 환경공단에 자동 전송하는 TMS 시스템을 운영하고, 대전공장은 비점오염물질 저감시설을 도입해 관리합니다. 대기오염물질 중 먼지의 경우, 여과 집진시설의 정기 점검과 여과포 교체를 통해 법적 기준의 10% 이내로 배출을 관리합니다. 충주공장은 실험실 폐수를 적법하게 외부 위탁처리하며, 모든 공장은 폐수 유출 사고에 대비한 위기대응절차를 수립하고 정기적인 교육과 모의훈련을 실시합니다.

최근 3개년 수질오염물질 배출량 추이¹⁾



1) 2022년은 TOC 배출량을 측정하여 관리하지 않음

최근 3개년 대기오염물질 배출량 추이²⁾

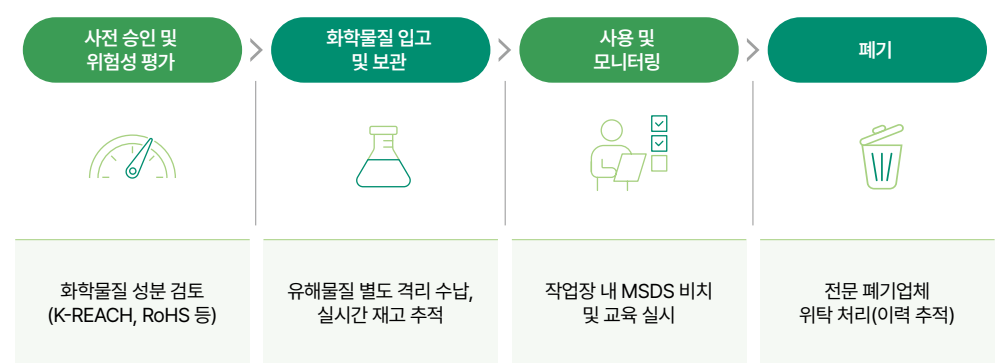


2) 2023년, 2024년 황산화물(SOx)배출량은 0임

공장 화학물질 관리 체계와 활동

유한킴벌리는 화학물질의 등록 및 평가 등에 관한 법률, 화학물질 관리법을 준수하여 공장 내 화학물질의 입고, 보관, 사용, 폐기 전 과정을 체계적으로 관리합니다. 모든 화학물질은 사전 승인과 위험성 평가를 거쳐 사용되며, 유해물질은 대체 가능성을 우선적으로 검토합니다. 화학물질 취급 시에는 물질안전보건자료(MSDS, Material Safety Data Sheet)를 기반으로 안전 보호구 착용, 유출 방지장비 설치 등 현장별 안전수칙을 적용하고, 사원 대상 연 2회 이상 안전교육과 비상훈련을 실시합니다.

공장 화학물질 관리 체계



온실가스 및 에너지

기후변화 대응 필요성

전 세계 국가들은 2015년 파리협정 이후 국가별 온실가스 감축 목표를 설정하고 이행을 약속하고 있습니다. 우리나라는 2050 Net Zero 선언에 따라 2030년까지의 온실가스 감축 로드맵을 수립하였으며, 2018년 배출총량 대비 온실가스를 40% 감축하는 것을 목표로 합니다. 이에 따라 기업은 온실가스 배출 주체로서 온실가스 감축과 환경 영향 최소화화를 위한 사회적 책임을 다해야 하며, 유한킴벌리는 기후변화 대응 필요성을 인지하여 2023년부터 기후변화 관련 재무정보 공개 협의체(TCFD, Task Force on Climate-related Financial Disclosures) 권고안에 맞춰 보고하고 있습니다.

기후변화 관련 조직

이사회의 감독과 경영진의 역할

유한킴벌리는 이사회 산하의 ESG위원회를 통해 ESG 전반의 현안과 더불어 기후변화에 대한 논의를 진행합니다. ESG위원회는 CEO, CFO, 제조생산부문장을 각각 총 책임자로 하는 환경, 사회, 지배구조 소위원회와 사무국을 두고 있습니다. ESG위원회는 반기마다 개최하며, 운영규정을 통해 기후 위험 진단, 대응방안 검토 및 승인을 수행하며 지속가능성 관련 위험과 기회를 관리 및 감독할 것을 명시하고 있습니다. 주요 기후변화 관련 안건에 대해서는 ESG 정기보고와 함께 연 3회에 걸쳐 이사회에 보고합니다.

기후변화 대응 실무 조직

유한킴벌리는 환경경영 워크그룹을 중심으로 기후변화 및 탄소중립 관련 실무를 담당하고 있습니다. 기후변화로 인한 위험 요인, 기회 요인과 관련된 전략 수립 활동 등은 재무본부와 협업하고, 기후변화 예방 활동 등은 구매, 제조생산부문과 협업합니다. 온실가스 배출, 에너지 사용 등 기후 관련 주요 안건들은 ESG위원회 내부 검토를 거쳐 이사회에 보고합니다.

기후변화 대응 조직도



기후변화 대응 전략

기후변화 시나리오

유한킴벌리는 기후변화로 인해 발생할 수 있는 위험에 체계적으로 대응하고자 전사 주요 비즈니스와 자산을 대상으로 하여 중기(2030년) 기후변화 위험·기회 요인을 식별하고 각 요인에 대한 잠재적 재무 영향을 정량적으로 분석하였습니다. 전환 위험과 기회의 경우, 내부 탄소가격을 적용했으며 물리적 위험의 경우, 기후변화에 관한 정부 간 협의체(IPCC, Intergovernmental Panel on Climate Change)의 SSP1-2.6, SSP5-8.5 시나리오를 고려하였습니다.

IPCC SSP 시나리오

구분	주요 가정	2100년 온도 상승
SSP 1-2.6	재생에너지 도입 확대, 친환경적 경제 성장 달성 가정	1.8°C
SSP 5-8.5	화석연료의 지속적 확대 사용과 무분별한 개발 가정	4.4°C

온실가스 및 에너지

기후 위험·기회 재무 영향 분석

구분	유형	위험/기회 요인	평가한 재무 영향	중기(2030년) 재무 영향도 (단위: 억 원)		2030 목표	이행 과제
				Min	Max		
위험	정책 및 규제	탄소 배출권 가격 상승	배출권 할당 대상업체로서 배출량감축 규제 강화에 따른 배출권 구매 가격 상승 * 배출권거래제 유상할당 비율 확대 및 정부 NDC(Nationally Determined Contribution, 국가 온실가스 감축 목표) 준수 등으로 가격 상승 전망	11	16	· 2015년 대비 탄소배출량 25% 감축	· 국내외 탄소 규제 및 시장 동향 지속 모니터링 · 온실가스 배출량 감축 목표 설정 · 재생에너지 사용 비중 확대 및 에너지 효율화 · LCA를 통한 제품 탄소발자국 감축
		플라스틱 폐기물 규제 강화	폐기물부담금, 포장재분담금 등 플라스틱 관련 규제 이행 비용 * 규제 대상 항목의 활동자료(출고량, 항목별 요율 등), 부담금 산정 지수 고려하여 산정	-	104	· 신규 플라스틱 사용량 2019년 대비 50% 감축 · 포장재 재생플라스틱 적용 비율 50% 달성	· 플라스틱 경량화 및 지속가능한 소재로의 전환 · PCR 적용 확대에 따른 재활용 부담금 비용 절감 · 신기술 보유 기업과의 협업을 통한 지속적인 포장기술 개발 · 석유계(신재) 플라스틱 사용량 감축 목표 설정 및 감축 방안 추진 · 제조공정 내 자투리 플라스틱을 제품 포장재 원료로 재활용 확대
		기후 관련 정보 공시 요구 대응	KSSB 등 기후공시 의무화에 따른 온실가스 관련 정보 공시 대응을 위해, Scope 3를 포함한 탄소 배출 모니터링 시스템 고도화 비용 발생	공시 의무 대상 기업이 아니므로 공개하지 않음		· 카테고리별 배출량 자발적 공개 및 고도화	· 온실가스 규제 적용 가능성에 대한 지속적 모니터링 · Scope3 산정을 위한온실가스 인벤토리 정확도 향상 및 배출량 가시화를 위한 시스템 고도화
		그린워싱 규제 대응	그린워싱 관련 글로벌 규제 강화로 인한 주요 수출 시장 법적 제재 비용 * 공정위 등 규제 위반 과징금 최대 매출액의 2% 고려	-	140	-	· 제품 판매 지역의 규제 동향 및 개정 사항 검토 · 제품 표시·광고 가이드라인 운영 · 반기별 제품 표시·광고 모니터링 실시
	기술	저탄소 기술로의 전환	온실가스 감축 목표 달성과 저탄소·친환경 제품 수요 대응을 위한 공장 에너지 효율 개선 기술 도입 비용과 제품 R&D 투자비	내부 투자비이므로 공개하지 않음		· 매년 환경·에너지 개선 투자에 30% 의무 할당	· 노후설비 교체 등 생산 공정 효율 개선 · 지속가능제품 관련 R&D 투자
	시장	에너지 가격 변화	글로벌 에너지 전환 트렌드 및 화석연료 수급 불안정 등을 고려한 전력 구매 비용	2024년 전력 비용 대비 13% 증가		-	· 재생에너지 사용 비중 확대 및 에너지 원단위 효율 개선

온실가스 및 에너지

기후 위험·기회 재무 영향 분석

구분	유형	위험/기회 요인	평가한 재무 영향	중기(2030년) 재무 영향도 (단위: 억 원)		2030 목표	이행 과제
				Min	Max		
위험	평판	소비자 선호도 변화	소비자의 지속가능성 가치 중시 및 환경 친화적 제품과 기업에 대한 수요 확대로 인한 친환경 제품 인증 취득 비용 ※ 국내 환경라벨 취득 인증 비용은 KEITI 공개 내역 참고하되 유지비용은 없는 것으로 가정	-	2	• 2030년 지속가능제품 매출 비중, 전체 매출의 95% 달성	• 환경표지 및 저탄소 인증 취득 제품 확대
	급성	폭우	하천 범람이나 국지성 집중호우에 따른 공장 침수 등 건물, 설비, 재고자산 피해 손실 비용 ※ 폭우는 1일 누적 강수량 150mm 이상으로 정의, 폭우로 인한 침수 피해액은 FEMA, 한국방재학회 연구 등을 토대로 20%로 가정, 폭우로 인한 운영 중단 일수는 산업안전보건연구원 및 한국환경정책·평가연구원 연구를 참고하되 보수적으로 3일로 가정, 낙관적 시나리오 SSP1(RCP2.6) 시나리오를 Min으로, 비관적 시나리오인 SSP5(RCP8.5)를 Max로 가정	213	267	• 이상 기후 위험 모니터링 체계 마련 및 주요 공장 재해 대응 인프라 보강	• 수자원 종합 리스크 맵(Aqueduct)을 활용한 중장기 수자원 리스크 분석 실시 및 수자원 리스크가 높은 지역을 중심으로 대응 전략 수립 • 폭우, 홍수 등 자연재해 대응 체계 운영(대응 조직, 훈련, 매뉴얼, 방재 인프라 확충) • 자산 피해 손실 완화를 위한 보험 가입 • 기후변화 관리 정책 수립에 따른 사원 보건 관리
	만성	폭염	이상기후로 인한 폭염일수 증가 및 일평균 최고기온 상승으로 인한 냉방 전력 비용, 생산성 저하에 따른 매출 감소 ※ 폭염은 고용노동부 옥외작업 중단 권고 기준 및 ISO 7243 참고하여 일 최고기온이 33°C 이상인 경우로 정의, 폭염으로 인한 냉방 전력비 상승률은 피크일 기준 30%로 가정, 생산성 저하율은 ILO(2019) 기준 WBGT 33도 초과 시 보수적으로 15%로 가정, 낙관적 시나리오 SSP1(RCP2.6) 시나리오를 Min으로, 비관적 시나리오인 SSP5(RCP8.5)를 Max로 가정	47	56	• 냉난방 기기 효율화, 폭염 경보 발생 시 작업시간 조정 등 위기 대응 전략 수립	• 건물 단열재 시공 투자, 고효율 기기 확대 등 에너지 효율 개선 • 공조 시스템의 에너지 효율화·최적화를 고려한 투자 • 폭염 경보 발생 시 작업시간 조정 기준 정립 및 유연근무 확대
기회	제품 및 서비스	환경 친화적 제품 및 서비스	당사 지속가능제품 전략 기반 매출 증가	내부 관리용이므로 공개하지 않음		• 2030년 지속가능제품 매출 비중, 전체 매출의 95% 달성	• 지속가능제품 개발 가이드라인에 부합하는 제품 개발 및 판매 • 지속가능제품 기준을 지향하는 환경성 개선 제품 제품군 관리 • 환경표지, 저탄소 등 인증 제품 유지관리 및 확대

온실가스 및 에너지

회복탄력성

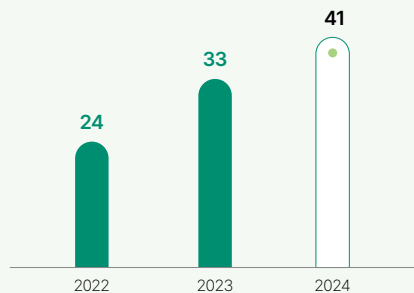
유한킴벌리는 기후관련 재무정보 공개 협의체(TCFD)가 제시한 '회복탄력성 (Resilience)'을 전략적 경영의 핵심 축으로 삼습니다. 이는 다양한 기후변화 시나리오 하에서 물리적 및 전환 위험을 관리하고, 동시에 신규 시장 기회를 포착해 지속가능한 성장을 이어가는 조직의 능력을 의미합니다. 유한킴벌리는 공급망 다변화, 공장 재해 대응 역량 강화, 기후 시나리오 기반 스트레스 테스트 등을 통해 위기 대응, 적응, 성장의 단계적 회복탄력성 체계를 구축하여 운영합니다. 각 사업 부문마다 리스크에 대한 비즈니스 연속성 관리(Business Continuity Planning)를 통해 회복탄력성을 높이기 위한 노력을 전개 중입니다. 이러한 회복탄력성 제고는 단기적 위험 방어를 넘어, 장기적으로는 친환경 설비 투자, 재생에너지 확대, 혁신적 소재 개발 등 미래 경쟁력 확보를 위한 전략적 투자로 이어지고 있습니다.

환경성 개선을 위한 투자

유한킴벌리는 기후변화 위험에 대응하고 온실가스 감축에 기여하고자 매년 시설투자자금(CAPEX, Capital Expenditure) 계획 시 환경성 개선을 위한 투자에 30% 이상을 의무적으로 할당하고 있습니다. 기후변화 대응을 위한 투자 결정 시, 30억 원 이상의 투자 안전에 대해서는 ESG 스크리닝을 실시하고, 환경 관련 투자에 대해서는 ESG위원회를 통해 기술적·재무적·규제 위험을 기반으로 투자 비중의 적정성과 현황을 검토합니다.

최근 3개년 시설투자자금 대비 환경성 개선 투자 비중 추이

(단위 : %)



기후변화 전략 운영의 위험 관리

유한킴벌리는 기후변화 대응 전략을 이행하는 과정에서 발생할 수 있는 운영 위험을 체계적으로 관리합니다. 기후 시나리오 분석을 통해 식별된 주요 위험과 기회 요인을 기반으로 대응 전략을 수립하고, 이를 제조생산부문의 목표 및 실행 과제와 연계하여 관리합니다. 운영상 발생할 수 있는 기후 위험은 각 공장과 제조생산 부문 중심 회의체를 통해 월별 현황을 모니터링하며, ESG위원회가 이행 상황을 정기적으로 점검합니다. 또한, 온실가스 감축 성과를 제조생산 부문장과 각 공장 리더의 KPI에 반영하고, 필요 시 에너지 효율 개선, 친환경 설비 투자 등 인력 및 재정 자원을 적기에 투입하여 전략적 이행력을 강화하고 있습니다. 이와 같은 체계적 운영 위험 관리는 기후변화 대응 전략을 추진하는 과정에서 발생할 수 있는 인력, 자원, 자본 부족 등으로 인한 이행 차질 위험을 사전에 관리하고, 기후변화에 대한 회복탄력성을 지속적으로 확보하는 데 기여하고 있습니다.

위험 관리 프로세스

단계	세부 내용
① 위험 및 기회 식별	· 기후 시나리오 분석을 통한 주요 위험 파악
② 대응 전략 수립 및 실행 계획 연계	· 제조·운영 부문의 KPI 및 실행 과제에 반영
③ 현황 모니터링 및 이행 점검	· 월간 제조생산 공장장회의 및 ESG 소위원회를 통한 월별·정기적 관리
④ 인력 및 자원 투입을 통한 이행력 강화	· 에너지 효율 개선, 친환경 설비 도입 등 전략 과제에 필요한 투자 집행 · 전담 인력 및 조직 운영 체계를 통한 과제별 이행력 지원
⑤ 이행 차질 위험 사전 대응 및 회복탄력성 확보	· 예상되는 운영 차질 상황에 대비한 대응 매뉴얼 구축과 관련 체계 투자 확대

온실가스 및 에너지

기후변화 위험·기회에 대응하기 위한 목표와 활동

온실가스 배출량 저감 목표

(2015년 대비, 킬로리클라크 내부산정 기준)

2024 목표
13.5%

2024 성과
14.2%

2030 목표
25%

2030 온실가스 배출량 저감 목표

유한킴벌리는 2030년까지 2015년 대비 온실가스 배출량을 25% 감축하는 목표를 수립하였습니다. 목표 달성을 위해 공장별 배출량 및 에너지 사용량 실적을 지속적으로 관리하며, 감축 실적은 제조생산부문과 지속가능경영센터의 협업을 통해 검토합니다.

온실가스 배출권 거래시장 참여 활성화

유한킴벌리는 2015년부터 온실가스 배출권 거래제에 참여하여, 배출량 감축 노력을 통해 잉여 배출권을 확보하고자 노력하고 있습니다. 확보한 배출권은 매년 환경 소위원회 검토 후 ESG위원회 승인을 통해 이월 또는 매도 여부를 결정하며, 이를 통해 유동성 확보에 기여하고 있습니다. 앞으로도 배출권 관리와 활용 방안을 정기적으로 점검하고, 온실가스 감축 목표 달성을 위한 기반을 강화해 나가도록 하겠습니다.

공정 에너지 효율 증진

유한킴벌리의 제조생산 공장은 공정 에너지 관리 시스템(FEMS)과 설비 운영 데이터 분석을 통해 실시간 에너지 사용 데이터를 수집·저장하고, 이를 기반으로 생산성과 에너지 효율성을 동시에 향상시키고 있습니다. 또한 매년 공장별로 에너지 효율화를 위한 설비 개선 활동을 지속적으로 추진하였으나, 2023년 신설한 김천공장 제지 10호기 가동률이 정상화되며 2024년 온실가스 배출량(Scope 1, Scope 2)은 전년대비 3.4% 증가하였습니다.

2024년 대전공장 에너지 절감 성과 사례

개선 사업명	2024년 투자 집행 금액 (백만 원)	에너지 절감량 (MWh/년)	에너지 절감 비용 (백만 원/년)	이산화탄소 감축량 (tCO ₂ e/년)
공조기(AHU) 인버터 교체	75	140	22	64
프리미엄 모터 교체	24	76	7	35
압축기용 팬 인버터 적용	5	285	37	131
변전소 ACB ¹⁾ 및 보호 계전기 교체	140	-	-	-
팬 인버터 속도 저감 프로그램	0	61	6	28
총계	244	502	72	258

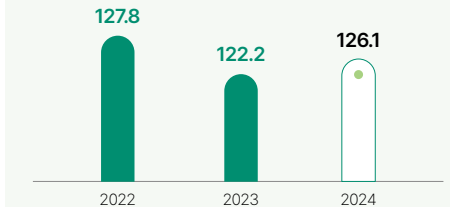
1) 고/저압 배전반이나 변전설비의 차단기

재생에너지 발전 및 사용

유한킴벌리는 기후변화 대응과 에너지 전환을 위한 노력의 일환으로, 자가 재생에너지 발전 확대를 추진하고 있습니다. 충주공장은 2020년부터 태양광 발전 설비를 운영하며 자체 전력을 생산하고 있습니다. 2024년에는 총 126.1 MWh의 재생에너지를 발전하였으며, 앞으로도 재생에너지 설비 도입에 대한 방안에 대해 지속적으로 검토하고, 공장 단위의 에너지 전환 실행력을 높여나갈 예정입니다.

재생에너지 발전량 추이

(단위: MWh)



충주공장 태양광발전 설비

충주공장 녹색기업 탄소중립 실천 협약

동보기

충주공장은 2022년 5월 원주지방환경청과 '녹색기업 탄소중립 실천 협약'을 맺고 원주지역의 탄소중립을 위해 6가지 과제(종이사용자제, 녹색제품 구매, 고효율 전자기기사용, 컴퓨터 절전기능, 재활용분리, 산불교육)를 수행하고 있습니다. 녹색기업은 지방 환경청의 심사를 거쳐 환경부 장관이 지정하는 것으로, 환경오염물질 저감 및 온실가스 배출 최소화 등 환경 개선에 크게 기여한 친환경 공장 인증입니다. 녹색기업으로 지정되면 환경분야 정기 지도·점검 면제, 환경개선에 필요한 자금과 기술 등을 지원받는 인센티브가 주어집니다.

온실가스 및 에너지

Scope 3 배출량 측정과 관리

유한킴벌리는 기후변화 대응을 공급망 전반으로 확산시키기 위하여 Scope 3 인벤토리를 구축하였습니다. 2023년 Scope 3 인벤토리 시스템 구축하였으며, 2024년 Scope 3 배출량은 535,575tCO₂e입니다. 온실가스 배출 기여도는 11개의 카테고리 중 구매한 제품 및 서비스, 판매된 제품의 폐기물 처리 순으로 큰 비중을 차지하였습니다. 카테고리별 배출량 분석 결과를 바탕으로, 원부자재별 탄소 원단위 정보를 지속가능 소재 개발과 공급망 협력사 관리 지표로 활용할 예정입니다. 아울러 향후 Scope 3 배출량 저감을 위한 정량 목표 수립을 검토하고 있으며, 산업 내 가치사슬 협력 체계인 그린 액션 얼라이언스(Green Action Alliance)와 연계한 성과 창출 방안도 마련해 나갈 계획입니다.

2024년 Scope 3 카테고리별 배출량¹⁾

구분	카테고리	배출량(tCO ₂ e)	비중(%)
업스트림	구매한 제품 및 서비스	247,601	46.2
	자본재	1,695	0.3
	연료 및 에너지 관련 활동	29,700	5.5
	업스트림 운송 및 물류	26,826	5.0
	공장에서 발생한 폐기물	812	0.2
	출장	812	0.2
	직원 통근	656	0.1
다운스트림	업스트림 임차자산	53	0.0
	다운스트림 운송 및 물류	5,895	1.1
	판매된 제품의 처리	해당없음	해당없음
	판매된 제품의 사용	10,051	1.9
	판매된 제품의 폐기	211,474	39.5
	다운스트림 임차자산	해당없음	해당없음
	프랜차이즈	해당없음	해당없음
	투자	해당없음	해당없음
합계 ²⁾		535,575	100

1) Technical Guideline for calculating Scope 3 emissions-WRI에 근거한 유한킴벌리 Scope 3 배출량 산정 가이드라인에 따라 15개 카테고리 중 11개 영역에 대하여 산정되었으며, 환산인자 변동에 따라 배출량 차이가 발생할 수 있음
2) 카테고리별 배출량 수치는 반올림하여 기재함에 따라 합계 차이 발생

공급망 탄소 관리

유한킴벌리는 공정의 전 과정에서 탄소 배출을 최소화하고자 하며, 배출권 거래제의 명세서 보고량에 제외되는 운송 및 유통 단계(Scope 3)도 예외 없이 관리합니다. 2009년부터 제품을 운반하고 유통하는 과정에서 탄소발자국 최소화를 위해 노력해 왔으며, 특히 2019년부터는 ‘친환경 물류 비전 2030’을 수립, 물류 시스템과 네트워크의 효율화/합리화로 물류 부문에서의 온실가스 배출량 저감을 실천하고 있습니다. 향후에도 전기화물차 도입, 팔레트 적재 효율 증대, 전자인수증 시스템 구축 등의 정책을 지속적으로 추진하여 온실가스 배출량의 감소를 위해 더욱 힘쓸 것입니다.

물류 혁신 프로그램

물류 네트워크를 최적화하고 온실가스 배출량을 줄이기 위한 유한킴벌리의 물류 혁신 프로그램은 기후위기라는 단어가 널리 쓰이기도 전인 2008년부터 시작되었습니다. 2024년에는 네트워크 설계 프로젝트를 실행하여 전국 10개 물류 거점을 5개로 축소하였습니다. 거점 축소를 통해 운영 효율이 향상되었고, 공장 및 센터간 적송 물량이 감축되어 운송비 절감은 물론 온실가스도 감축할 수 있었습니다. 또한 에너지 사용량 감축을 위해 김천, 대전, 충주 3개 공장의 직송 확대와 쿠팡 선행 물류 실행 등 다수의 과제를 추진했습니다. 그 결과, 2024년 한 해 동안 약 40억 원의 운송비를 절감하였고, 2008년부터는 약 226억 원의 비용을 절감해 왔습니다.

2024년 물류 부문 온실가스 감축 프로젝트

사업장	프로젝트
본사	SND ¹⁾ 프로젝트를 통한 거점 통합
	충주 VF ²⁾ 운영
	적송 매크로 자동화
김천	SND 프로젝트를 통한 거점 통합
	김천 VF 확대
	김천 자체 창고 활용
	김천 창고 보관 용량 확대
대전	대전 VF 확대
	자재 적재 공간 활용
	대전 창고 보관 용량 확대
충주	충주 밴더 플렉스 확대
	충주공장 창고 보관 용량 확대
	충주공장 직송률 증가
	덕평센터 직송률 증가

1) 물류 네트워크 설계 프로젝트(SND, Supply Network Design Project)
2) 밴더 플렉스(Vendor Flex)

생물다양성

생물다양성 관리의 필요성

생물다양성(Biodiversity)은 지구상의 생물종(Species), 이들이 살아가는 생태계(Ecosystem), 그리고 생물 개체 간의 유전적 다양성(Gene)을 포함하는 자연의 복합적 구성 요소입니다. 기업은 원자재 조달, 수자원 이용, 토지 사용 등 다양한 경로를 통해 생물다양성과 밀접하게 연결되어 있으며, 이는 기업의 운영 지속 가능성의 중요한 기반이 됩니다. 그러나 최근 기후변화, 오염, 서식지 파괴 등으로 생물다양성이 빠르게 훼손되면서, 기업은 자원 수급 불안정, 규제 강화, 평판 저하 등 실질적인 리스크에 직면 중입니다.

이러한 흐름에 따라 2022년 채택된 쿤밍-몬트리올 글로벌 생물다양성 프레임워크(GBF, Global biodiversity framework)는 기업과 금융기관의 정보공시 책임을 명확히 하였으며, 한국 정부도 이를 반영해 제5차 국가 생물다양성 전략(2024~2028)을 수립하고 민간 부문의 역할을 강조하고 있습니다. 아울러 2021년에는 자연 관련 재무공시 프레임워크인 TNFD(Taskforce on Nature-related Financial Disclosures)가 공식 출범하였습니다. TNFD는 기업이 자연자본에 대한 의존도와 영향, 관련 리스크와 기회를 체계적으로 식별하고, 이를 투자자와 이해관계자에게 투명하게 공시할 것을 요구합니다.

유한킴벌리는 이러한 국제적 기조에 따라 2023년 김천공장의 대표 제품을 대상으로 생물다양성 분석을 시범 적용하였으며, 2024년에는 대전 및 충주공장으로 적용 범위를 확대해 생물다양성 관리 체계를 고도화하고 있습니다.

생물다양성 관리 조직

유한킴벌리는 생물다양성 리스크에 선제적으로 대응하고 지속가능한 자연자본 관리를 강화하기 위해 환경경영 워크그룹을 중심으로 생물다양성 관련 활동을 추진하고 있습니다. 환경경영 워크그룹은 TNFD에 따라 공장 단위의 자연자본 의존도와 영향을 체계적으로 분석하고, 이에 기반한 리스크 및 기회 식별, 전략을 수립합니다. 아울러 생물다양성에 대한 기본 원칙과 관리 방향을 명확히 하기 위해 생물다양성 정책을 수립하였으며, 해당 정책은 2025년 하반기 ESG위원회 승인을 거쳐 자발적으로 외부에 공개될 예정입니다.

생물다양성 리스크 및 기회 식별 프로세스

유한킴벌리는 생물다양성이 기업 경영활동에 미치는 리스크와 기회를 체계적으로 식별하기 위해 TNFD에서 제시한 LEAP(Locate-Evaluate-Assess-Prepare) 접근법을 적용하였습니다. 먼저, 사업 활동이 자연과 접점을 이루는 위치를 파악하고, 우선 분석 지역의 자연자본에 대한 의존도와 영향을 평가하였습니다. 이후, 의존도 및 영향도가 높은 자연자본이 기업 경영에 미치는 리스크와 기회의 경로를 도출하고, 관련 부서 담당자의 평가를 통해 기업 내부 관점에서의 중요도를 검토하였습니다. 마지막으로, 식별된 주요 자연자본에 대한 관리 방향성과 대응 목표를 수립하였습니다. 2024년에는 이러한 프로세스를 바탕으로, 대전공장의 하기스 네이처메이드 팬티와 충주공장의 좋은느낌 중형 오리지널 입는 오버나이트 제품을 대상으로 LEAP 분석을 수행하였습니다.

단계별 제품 안전 관리 활동

 L (Locate)	 E (Evaluate)	 A (Assess)	 P (Prepare)
자연과의 접점 식별	의존도/영향 평가	리스크/기회 평가	대응 전략 수립
- 주요 사업장 및 협력사 위치 식별 - ENCORE¹⁾ 툴을 활용하여 해당 지점이 자연자본 고위험 지역에 위치하는지 분석 및 스크리닝	ENCORE 툴을 활용해 주요 사업 활동이 의존하는 생태계서비스와 해당 활동이 환경에 미치는 주요 압력(Pressure) 식별	- 의존도 및 영향도가 높게 평가된 생태계서비스와 압력을 기준으로, 해당 요소들이 기업 경영에 미칠 수 있는 리스크와 기회를 도출하여 목록화 - 도출된 목록을 바탕으로 주요 부서 담당자 평가 실시	SBTN²⁾의 AR3T³⁾ 프레임워크에 맞춰 활동 수행 및 대응 전략 수립

1) ENCORE(Exploring Natural Capital Opportunities, Risks and Exposure): 기업의 자연자본 의존도 및 영향을 평가하는 글로벌 리스크 분석 도구

2) SBTN(Science Based Targets Network): 자연 관련 목표 설정 글로벌 이니셔티브

3) AR3T(Avoid, Reduce, Restore & Regenerate, Transform): 자연 관련 위험 관리 전략

자연과의 접점 식별

하기스 네이처메이드 팬티와 좋은느낌 오리지널 입는 오버나이트 제품의 가치사슬 전반에서 자연자본과 상호작용이 발생하는 주요 위치를 식별하였습니다. 업스트림부터 다운스트림까지 주요 공장 및 협력사 위치를 도출하고, 이를 ENCORE의 자연자본 고위험지역 시각화 도구(hotspot map)를 활용해 분석했습니다. 그 결과, 대한민국 대전광역시 등 우선분석 지역을 선정하였습니다.

생물다양성

의존도 및 영향 평가

ENCORE 톨을 활용해 고위험지역으로 식별된 지역에 위치한 사업장과 협력사의 주요 산업 활동이 의존하는 생태계서비스와 자연자본에 미치는 영향을 분석하였습니다. 분석 결과, 물 순환 조절, 홍수 완화, 폭풍 완화 등 수자원 기반 생태계서비스에 대한 의존도가 ‘보통’ 수준으로 평가되었으며, 이는 다른 생태계서비스에 비해 상대적으로 높은 편이나 전반적으로 산업 특성상 생태계서비스에 대한 의존도는 크지 않은 것으로 판단됩니다.

한편, 플라스틱 제조 활동은 수질 및 토양으로의 유해물질 배출, 펄프 제조 활동은 비온실가스 대기오염물질 배출 및 고형 폐기물 발생 측면에서 자연자본에 대한 영향도가 높게 평가되었습니다.

다만, ENCORE톨은 산업 평균을 기반으로 한 정성적 분석 도구이므로, 실제 공장별 활동 특성과 관리 수준을 정밀하게 반영하는 데에는 한계가 있습니다.

실제 공장 단위의 정밀성을 보완하기 위해 대전공장을 시범적으로 분석한 결과, 해당 공장은 대덕 산업단지관리공단 환경사업소를 거쳐 갑천으로 처리수를 방류하고 있으며, 갑천은 30종 이상의 저서무척추동물이 서식하는 수생태계로 확인되었습니다. 이를 통해, 대전공장은 수질 및 토양에 대한 유해물질 배출 측면에서 상대적으로 높은 환경 영향을 미칠 수 있음을 확인하였습니다.

갑천에 서식하고 있는 저서무척추동물¹⁾

개동하루살이	말조개	물벌레	꼬마줄날도래	등줄하루살이
네점하루살이	물달팽이	줄날도래	실지렁이	흰점줄날도래
물잠자리	작은강하루살이	동양하루살이	원돌이물달팽이	새뱅이
연못하루살이	아시아실잠자리	입술하루살이	재첩	각다귀류
애널적물뱀뱀이	등검은실잠자리	방울하루살이	애호랑하루살이	범꼬리하루살이
강우렁이	꼬리치레하루살이	갈따귀류	물자라	말잠자리

1) 저서무척추동물: 생활사의 전부 또는 일부를 수중에서 생활하는 무척추동물

하기스 네이처메이드 팬티, 좋은느낌 오리지널 입는 오버나이트 제품의 영향 및 의존도 히트맵

의존도

매우 낮음

낮음

보통

위험

매우 위험

주요 산업활동	생태계서비스														
	공급 서비스		조절 및 유지 서비스												
	수자원 공급	글로벌 기후 조절	강우 패턴 조절 (준대륙 규모)	지역 및 국지적 기후 조절	대기 정화	토양 및 퇴적물 유지	고형 폐기물 정화	수질 정화	물순환 조절	홍수 완화	폭풍 완화	소음 완화	생물학적 조절	대기 및 생태계에 의한 오염물질 희석	감각적 영향 (소음 제외) 완화
플라스틱 제조													-		
펄프 제조								-							-

영향

주요 산업활동	압력(Pressure)						
	교란 영향 (예: 소음, 빛 등)	온실가스(GHG) 배출	비온실가스 대기오염물질 배출	고형 폐기물의 발생 및 배출	토지 이용 면적	수질 및 토양으로의 유해물질 배출	수자원 사용량
플라스틱 제조							
펄프 제조							

생물다양성

리스크 및 기회 평가

ENCORE 분석을 통해 도출된 의존도 및 영향도가 높은 상위 6개 자연자본 항목에 대해, 각각이 기업의 비즈니스에 미치는 리스크 및 기회 경로를 설정하고 목록화하였습니다. 이후 제품 및 사업 활동에 대한 이해도가 높은 환경경영 워크그룹, 구매본부, 대전·충주공장의 환경 담당자, 유아/여성 제품군 마케팅 담당자 등 주요 부서의 내부 이해관계자들이 참여하여, 각 항목이 2025년부터 2030년 사이 유한킴벌리의 경영 활동에 미칠 잠재적 영향의 심각성과 발생 가능성을 기준으로 5단계 척도에 따른 정성적 평가를 실시하였습니다.

리스크 평가 결과

리스크 평가 결과, 생태계서비스 중에서는 폭풍 완화 서비스가 가장 높은 리스크로 도출되었습니다. 이는 기후변화로 인한 기상 재해(폭우, 태풍 등)가 빈번해지는 가운데, 주요 원자재 생산지, 제조 공장 및 수송 경로가 물리적 충격에 노출되면서 원자재 가격 급등, 납기 지연 등 공급망 전반의 불안정성이 커질 수 있음을 의미합니다.

한편, 환경에 부정적인 영향을 미치는 요인 중에서는 고형 폐기물의 발생 및 배출이 가장 중요한 리스크로 식별되었습니다. 제조 과정에서 발생하는 플라스틱 및 부직포 기반 폐기물이 규제 강화 및 처리 비용 증가로 연결될 경우, 운영비용 부담 증가 및 제품 단가 경쟁력 저하의 리스크가 발생할 수 있습니다.

기회 평가 결과

기회 평가 결과, 영향도 기반 항목이 상대적으로 높게 평가되었으며, 특히 비온실가스 대기오염물질 관리, 고형 폐기물 감축, 수질 및 토양 유해물질 배출 저감 활동이 규제 대응력 확보, 친환경 이미지 제고 측면에서 기회 요인으로 작용할 수 있음을 확인하였습니다. 아울러 주요 유통사와 글로벌 브랜드는 RSPO¹⁾, FSC®, CDP 등 생물다양성 관련 인증 및 보고 기준의 충족 여부를 공급사 평가 및 파트너 선정의 핵심 기준 중 하나로 반영하고 있습니다. 따라서 생물다양성 관리 활동은 납품 및 사업 기회 확대 측면에서도 중요한 경쟁력으로 작용할 수 있습니다.

1) RSPO(Roundtable for Sustainable Palm Oil): 지속가능 팜유 산업협력체

대응 전략

자연 관련 목표 설정 글로벌 이니셔티브인 SBTN(Science Based Targets Network)은 기업이 자연자본에 미치는 영향을 과학적으로 줄이기 위해 AR3T(Avoid, Reduce, Restore & Regenerate, Transform) 프레임워크에 따라 우선순위 기반의 대응을 이행할 것을 제안하고, TNFD 역시, 식별된 자연 관련 리스크와 기회에 대해 AR3T 원칙에 따라 대응 전략을 수립할 것을 권고하고 있습니다.

이에 유한킴벌리는 앞서 평가를 통해 식별된 폭풍 완화 기능 약화, 고형폐기물 발생 및 배출 등의 리스크와, 비온실가스 대기오염물질 관리, 고형폐기물 감축, 수질·토양 유해물질 저감 등의 기회에 대응하기 위해 AR3T 원칙에 기반한 회피·저감·복원·전환 전략을 수립하여 실행하고자 합니다.

AR3T에 따른 유한킴벌리의 수행 활동 및 목표

AR3T	활동	목표
회피 (Avoid)	1) 유한킴벌리 지속가능구매 산림정책 및 지속가능펠프 (Environmentally Preferred Fiber, EPF) 준수 및 사용	1) 유한킴벌리 지속가능구매 산림정책 및 지속가능펠프 100% 준수
감축 (Reduce)	1) 고형 폐기물 배출량 저감 위해 포장재 부문에서 플라스틱 사용량 감축 및 재생 플라스틱 비율 확대 - 2019년 대비 플라스틱 사용량 14% 저감 달성 - 2019년 대비 포장재 재생 플라스틱 35% 전환 달성 2) 핸드타월 재활용 캠페인 '바이사이클' 통한 핸드타월 333톤 재활용 3) 오픈이노베이션을 통해 비영리 스타트업과 협력하여 공장 및 제품 제조·판매 이후 발생하는 폐기물 업사이클링 4) 대전공장은 수질 오염물질 배출 저감을 위해 3억 원을 투자해 비점오염물질 저감시설 설치 및 관리	1) 2025년까지 북방한대림에서 생산된 펄프의 사용량을 2021년대비 50% 감축 2) 화석연료 기반의 신규플라스틱 사용을 2030년까지 2019년 대비 50% 감축 3) 2030년까지 필름용 포장재의 RC 50% 적용 4) 2030년까지 2015년 기준년도 대비 Scope 1, 2 GHG 배출량 25% 감축
복원(Restore) & 재생 (Regenerate)	1) 대전 지역사회와 연계한 '공존의 숲' 조성 활동을 통한 도시 산림 생태계 기능 회복	1) 2030년까지 누적 6천만 그루의 나무를 심는 것을 목표로, 매년 45만 그루 이상의 나무를 지속적으로 식재하고 관리해 나갈 계획
전환 (Transform)	1) 대전 부직포 설비의 석유계 플라스틱 원자재를 바이오매스로 전환 노력	1) 고지, 지속가능 인증펠프(예: FSC® CoC) 및 펄프 대체재(예: 대나무) 등 지속가능펠프를 100% 적용하여 천연림 보호

생물다양성

충주공장 생물다양성 보존 활동

돋보기



충주공장 생태교란 외래식물 제거 활동

1사1생태교란 외래식물 제거 협약

유한킴벌리 충주공장은 2014년에 원주지방환경청과 생태계교란 외래식물 제거 협약을 체결한 이후, 공장 주변에 분포한 가시박, 단풍잎돼지풀 등 생태계교란 외래식물의 완전 소멸을 목표로 지속적인 제거 활동을 수행해왔습니다. 아울러 생태계교란 외래식물 제거사업의 확산을 위해 생태계교란 외래식물의 위험성에 대한 교육과 홍보 활동도 함께 추진하였습니다.

동강 줍프팅

2024년, 유한킴벌리 충주공장은 원주지방환경청과 동강 줍프팅 업무 협약을 체결하고, 동강유역 생태·경관 보전지역에서 환경정화 활동을 통해 생물다양성 증진 및 수변 생태계 보전에 기여하고 있습니다.

유한킴벌리는 향후 3년간 정해진 범위 내에서 연 1회 이상의 동강 줍프팅 활동을 추진할 예정입니다.



충주공장 동강 줍프팅 활동

비즈니스 경쟁력 강화

비즈니스 경쟁력 강화를 통한 핵심사업 성장

유한킴벌리는 회사의 비전에 부합하고 경쟁사 대비 차별화된 역량과 경쟁 우위를 갖춘 제품군을 핵심사업으로 분류해 체계적으로 관리하며, 이러한 핵심사업을 통해 지속가능한 방식으로 수익성과 시장 우위를 확대하며 비즈니스 경쟁력을 강화하고 있습니다. 현재 유아용품, 여성용품, 가정용품 등이 핵심사업에 해당됩니다. 유한킴벌리는 향후 2~3년간 전사적인 노력과 자원을 핵심사업에 집중함으로써, 안정적인 성장 기반을 구축하고자 합니다.

유한킴벌리 핵심사업¹⁾ 제품군

사업영역	주요 제품	브랜드
여성용품	생리대, 팬티라이너, 입은오버나이트, 탐폰, 청결제 등	좋은느낌, 화이트
유아용품	기저귀, 팬티, 물티슈	하기스
가정용품	두루마리 화장지, 미용 티슈, 타월	크리넥스
에이징케어	요실금 라이너/패드, 언더웨어, 성인용기저귀	디펜드
B2B용품	보호복, 와이퍼, 글러브, 작업화, 마스크	킴텍크, 크린가드, 와이프울

1) 핵심사업은 국내 대상이며 수출은 포함하지 않음

제품 혁신을 위한 투자

유한킴벌리는 생활용품과 B2B 비즈니스 분야에서 핵심사업 제품의 경쟁력을 강화하고 안정적인 공급 기반을 확보하기 위해 적극적인 설비 투자를 추진하고 있습니다. 2024년 한 해 동안 투자한 금액은 총 458억 원이며, 유아 및 성인 기저귀, 생리대 등 핵심 제품 소재에 적용되는 부직포 생산 설비 개선에 가장 큰 비중을 두고 있습니다.

핵심사업 제품 혁신 성과

유한킴벌리는 급변하는 시장 환경과 소비자 니즈에 능동적으로 대응하며, 주요 사업부 전반에서 제품 혁신을 강화하고 있습니다.

여성용품은 좋은느낌 수퍼소프트와 좋은느낌 썸메디션을 출시하여 소비자의 고민과 다양한 상황을 고려한 혁신 제품을 선보였습니다. 또한, 천연 유래 성분 인증을 받은 폼 타입 여성 청결제와 번기에 버릴 수 있는 청결 티슈를 출시하며 제품군을 확장하였고, 그 결과 여성 청결제 매출이 전년 대비 82.8% 성장했습니다.

유아용품은 22~29kg 아동용 수퍼점보 사이즈 기저귀를 출시하여 하기스는 이른둥이용 초소형부터 수퍼점보까지 총 8단계 라인업을 구축하였습니다.

가정용품은 크리넥스 두루마리 화장지의 오프라인 유통채널 기준 시장 점유율 45.3%로 최고치를 달성했습니다. 합지용 풀이 아닌 환경부 기준 마시는 물로 결합한 아쿠아프레스 공법을 적용한 도톰한 4겹 화장지를 출시하여 품질 만족도와 환경 기여를 동시에 추구했습니다.

에이징케어용품은 요실금에 대한 소비자 인식 개선과 제품 사용 경험 확대를 통하여 요실금 제품 카테고리 침투율을 증대시키고, 거동이 불편하신 분들을 위한 지속적인 제품 개발을 통하여 최근 5년간 연평균 두 자릿수 매출 성장을 기록했습니다.

B2B 산업위생용품은 푸드 와이퍼, 식품용 글러브 등 신제품을 출시했으며, 전략제품인 크리넥스 센터폴 티슈는 전년 대비 9.6%의 매출 성장률을 달성했습니다.

2024년 미래 성장을 위한
설비 투자 현황

총액

455억 원

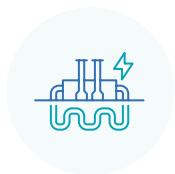
주요 프로젝트

2024년 투자 금액



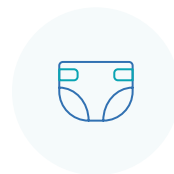
부직포 생산 설비 개선

178억 원



김천공장 전력선 지중화

56억 원



유아용 팬츠 제품 개선

27억 원



두루마리 화장지 제품 개선

25억 원

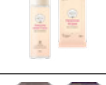


공정 개선 및 자동화를 통한
원가 개선

9억 원

비즈니스 경쟁력 강화

2024년 핵심사업 주요 신제품

사업영역	제품군	제품명	내용 및 제품 설명	제품 이미지
유아동용품	기저귀	하gis® 네이처메이드	- 자연유래 소재(바이오프라스틱)를 적용하여 아기 피부에 순하고 부드러운 친자연주의 기저귀 - 아기 피부를 보호하는 판테딘™ 시카 케어 로션을 안커버에 적용 - 흡수와 통기를 한 번에 제공하는 하gis®만의 듀얼액션코어™ 적용	
		하gis® 네이처메이드 썸머	- 자연유래 소재(바이오프라스틱)를 적용하여 아기 피부에 순하고 부드러운 여름 친자연주의 기저귀 - 얇은 두께, 통기성 뛰어난 소재, 최대 -3도 낮춰주는 쿨링감으로 여름에 특화된 하gis®의 대표 여름 기저귀 - 피부 진정에 도움을 주는 자연 알로에 로션을 함유한 안커버	
		하gis® 팬티형 8단계	- 성장이 빠른 아기들과 고월령 아기들을 위한 8단계 수퍼점보 사이즈(22~29kg) 기저귀 10mm 더 긴 제품 길이와 30mm 넓어진 허리 및 허벅지 둘레로 넉넉하고 편안한 착용감	
여성용품	생리대/팬티 라이너	좋은느낌® 수퍼소프트	- 캐시미어보다 최대 3.5배 얇은 원사를 적용해 부드러움과 피부 마찰을 획기적으로 개선한 생리대 - 에어포켓 흡수구조로 빠른 흡수력과 적은 묻어남, 기존 대비 13% 가벼운 착용감 제공 - 더마테스트 '센서티브' 등급 획득으로 민감한 피부에도 편안한 사용감	
		좋은느낌® 썸머에디션	3단계 통기 시스템을 적용하여 피부 답답함을 최소화한 여름 생리대 - 린넨블렌딩 순면커버와 6천여개의 에어홀로 빠른 건조와 통기성을 강화 - 국제특허출원 기술을 적용한 흡수층으로 되묻어남 없이 쾌적	
		좋은느낌® 여성청결제, 청결티슈	- 여성의 Y존 피부 pH와 유사한 약산성으로 설계된 폼 타입 여성청결제 - 제주산 클린워터 등 98.23%의 천연 유래 성분을 함유해 유럽의 코스모스 인증 (COSMOS NATURAL)을 획득한 천연화장품 - 사용 후 변기에 바로 처리하는 위생적인 여성 청결티슈	
에이징케어 용품	패드/라이너	디펜드® 스타일 라이너, 패드	2~7배 강화된 흡수력과 실금의 위치를 고려한 앞이 넓은 흡수 패드를 적용하여 썸 걱정 없이 안심 99%로 소취 효과로 냄새 걱정 없이 편안하게	
	언더웨어	디펜드® 스타일 언더웨어	- 듀얼 액션 코어로 흡수는 빠르게, 공기는 솔솔 - 냄새의 근본적인 원인을 제거하는 특허출원 소취 기술 - 편안한 착용감의 리얼 속옷핏	
가정용품	화장지	크리넥스® 4겹 두루마리 화장지	4겹으로 더욱 도톰 하고 부드러운 화장지 100% 천연펄프에 목화솜펄프 함유로 부드러운 화장지	
	미용티슈/ 물티슈	크리넥스® 쁘띠티슈	- 크리넥스가 처음 선보이는 정사각형 타입의 휴대용 티슈 - 기존 휴대용 티슈보다 컴팩트한 사이즈와 귀엽고 키치한 디자인으로 작은 가방에도 부담없는 외출 필수템	
		크리넥스® 100주년 디자인 스페셜 에디션	- 일러스트 작가 사키(saki)와 협업하여 크리넥스의 부드러움을 꽃으로 구현한 디자인 적용 - 실크소프트 미용티슈와 실크소프트 물티슈로 출시	

동보기

'썸머 제품'의 확장

유한킴벌리는 여름철 소비자의 쾌적한 생활을 지원하기 위해 여름 특화 제품인 썸머 제품군을 확대하고 있습니다. 2024년에는 대표 브랜드를 중심으로 여름철 전용 제품을 출시하며 제품군 다변화와 계절 맞춤형 기능성 강화를 동시에 실현했습니다.

유아용 기저귀 브랜드 '하gis'는 민감한 아기 피부를 보호하기 위해 통기성과 흡수력을 강화한 '네이처메이드 썸머 기저귀'를 선보였으며, 100% 통기 커버와 에어리프트 패턴을 적용해 무더운 날씨에도 피부 밀착감을 최소화했습니다.

여성용품 브랜드 '좋은느낌'은 여름철 땀과 피부 자극을 줄이고 3단계 통기 시스템으로 쾌적한 '좋은느낌 썸머 에디션'을 출시했고, '화이트'는 쿨링시트가 적용되어 시원함을 느낄 수 있는 '화이트 스테이컬'을 출시하여 여름철 생리와 관련된 소비자의 다양한 니즈를 충족하고자 합니다.

에이징케어용품 브랜드 '디펜드'는 가볍고 통기성 높은 '스타일 언더웨어 썸머' 제품을 출시하였고, 무더위에 부담 없는 초박형 설계로 티나지 않고, 통기성을 강화하여 더운 날씨에도 편안하게 착용할 수 있습니다.

가정용품 브랜드 '크리넥스'는 여름철 야외활동을 위한 '쿨링 물티슈'를 선보였으며, 피부에 닿는 즉시 청량감을 주는 쿨링 에센스를 함유해 더욱 속 사용 편의를 높였습니다.

앞으로도 유한킴벌리는 소비자의 계절별 라이프스타일과 환경 변화에 유연하게 대응하며, 계절별 적합한 제품군을 강화해 고객에게 차별화된 가치를 제공해 나갈 것입니다.



비즈니스 모델 혁신

비즈니스 모델 혁신을 통한 신사업 확장

유한킴벌리는 생활혁신용품 뿐만 아니라 산업 안전, 공중 위생, 헬스케어용품 분야까지 비즈니스 영역에 걸쳐, 지속가능한 성장 기반을 확보하기 위한 미래 핵심사업을 전략적으로 육성하고 있습니다.

최근 소비자의 건강, 위생, 안전에 대한 관심이 일상화되고, 글로벌 시장에서는 개인 맞춤형 위생·헬스케어 제품, 고기능 스킨케어, 프리미엄 가정용품, 개인 위생용품 등이 주요 트렌드로 자리잡고 있습니다. 이에 따라 유한킴벌리는 단순 제품 확대를 넘어, 신제품·신시장 진출을 통해 경쟁력을 강화하고 있습니다.

미래 핵심사업은 핵심사업과의 시너지, 성장잠재력, 시장성 등의 기준으로 선정되며, 주요 제품군으로는 스킨케어, 육아용품, 청소용품, 물티슈, 방역위생용품, 헬스케어용품 등이 포함됩니다. 유한킴벌리는 이들 미래 핵심사업을 차세대 핵심사업으로 육성하여 중장기 성장 동력으로 삼고자 합니다.

유한킴벌리 미래 핵심사업 제품군

사업영역	주요제품	브랜드
스킨케어	선크림, 스킨, 로션	그린핑거, 포레스트
육아용품	젖병, 젖꼭지 등 액세서리류	그린핑거, 베베그로우
청소용품	가정용·B2B용 청소 물티슈	스카트
물티슈	마이비데, 아기물티슈, 일반물티슈	크리넥스, 하기스, 그린핑거
방역위생용품	마스크, 손세정제 등	크리넥스
헬스케어용품	마스크, 라텍스 장갑 등	힐더스

미래 핵심사업 제품 혁신 성과

스킨케어

유한킴벌리는 18년간의 영유아 스킨케어 사업 경험을 바탕으로, 2023년에는 2030세대를 타겟으로 한 신규 브랜드 ‘포레스트(FoRest)’를 런칭하며 클린뷰티 시장에 진출했습니다. 또한, 일본·몽골·대만 등 해외 시장 진출을 통해 스킨케어 사업영역을 확대해 나가고 있습니다.

육아용품

유한킴벌리는 약 8,000억 원 규모의 국내 육아용품 시장을 대상으로 그린핑거 베베그로우 브랜드를 런칭해 젖병, 젖꼭지뿐만 아니라 치발기, 빨대컵, 구강케어, 세제 등 다양한 유아·아동 액세서리 제품을 공급하고 있습니다. 특히, 2025년 2월 출시한 퓨어 베이비 젖병은 일반 플라스틱 대비 탄소 배출량을 80% 저감한 식물 유래 원료 피마자를 45% 적용한 국내 최초 식물 소재 젖병입니다.

청소용품

유한킴벌리의 집안관리 용품 대표 브랜드 스카트의 주요 제품은 가정용과 B2B용 청소 물티슈 등이 포함되며, ‘유리거울 세정청소티슈’의 매출은 전년 동기 대비 3배 이상 성장하는 등 3개년 연평균 11.3%의 견고한 성장세를 보이고 있습니다.

물티슈

유한킴벌리는 현재 크리넥스와 스카트 브랜드에서 일반 가정용과 B2B용 종이 물티슈 제품을, 하기스와 그린핑거 브랜드에서 아기 물티슈를 공급합니다. 그 중 화장실용 물티슈 ‘크리넥스 마이비데’는 12년 연속 시장 점유율 1위¹⁾를 유지하고 있으며, 2024년에는 0세 이상 영유아부터 사용할 수 있는 저자극 제품 ‘마이비데 퓨어’를 출시했습니다.

1) 닐슨, 2013-2024 한국 소매유통시장의 화장실용 물티슈 브랜드별 판매액/판매량 점유율 기준

비즈니스 모델 혁신

2024년 미래 핵심사업 신제품

2024년 미래 핵심사업에서 18개의 신제품이 출시되었습니다. 주요 신제품으로는 크리넥스 마이비데 퓨어, 크리넥스 쿨링 물티슈, 그린핑거 베베로우 퓨어베이비 젖병 등이 있습니다.

2024년 미래 핵심사업 주요 신제품

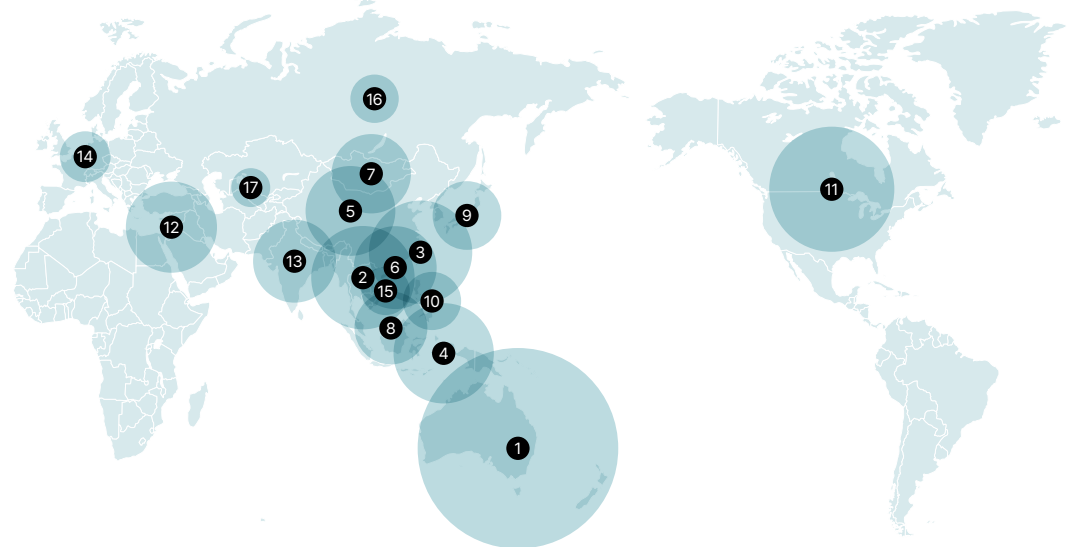
사업영역	제품명	제품 특징	제품 이미지
스킨케어	포레스트® 시카 세럼 크림	2030 세대에 집중한 클린 뷰티 스킨케어 - 숲에서 찾은 '피톤 리페어 시카 콤플렉스'에 특허받은 리포솜 테크놀로지 결합 - 제주 편백수, 병풀 추출물 등 유효 성분의 흡수율을 높여 피부 속 보습 개선	
	크리넥스® 마이비데 퓨어	0세 이상 영유아부터 사용할 수 있는 저자극 화장실용 물티슈 - 독일 더마테스트에서 부여하는 가장 높은 등급인 엑설런트 (Excellent) 등급을 획득한 저자극 플라스틱 프리 물티슈 9단계로 여과된 99% 정제수 제외 3가지 전성분으로 구성	
물티슈	크리넥스® 쿨링 물티슈	- 쿨링 기능을 강화한 여름철 쿨링 물티슈 - 일시적인 피부 온도 -6°C 쿨링 효과 - 보존제 파라벤 7종 외 식약처 고시 알레르기 유발 성분 25종 무첨가	
	그린핑거 베베그로우™ 퓨어베이비 젖병	- 우리나라의 꽃과 나무를 모티브로 한 디자인한 젖병 - 아기 입술 수유 가이드로 혼합수유에 적합 - 공기 순환을 원활하게 하는 에어밸브와 미끄럼 방지 오버캡으로 사용성 개선	
육아용품	그린핑거® 나비 쪽쪽이	- 제품 분리로 인한 삼킴, 질식 사고 등의 위험 최소화한 일체형 실리콘 쪽쪽이 - 물 고임이 적은 오픈형으로 세척, 건조, 소독 편리하고 위생적 - 치아와 잇몸 구조를 고려한 대칭적인 나비 디자인	

해외 시장 진출과 성장

유한킴벌리는 아시아 태평양 지역의 프리미엄 소비자 수요에 대응하기 위해 고품질 제품을 개발·생산하여 호주, 대만, 중국, 홍콩 등의 주요 관계사에 공급하고 있습니다. 관계사 수출 외에 그린핑거 브랜드는 베트남, 중국, 대만 등에서 스킨케어와 젖병 제품을 온·오프라인 채널을 통해 판매하며, 하gis·화이트·크리넥스는 몽골 프리미엄 시장에서 1~2위를 기록하며 높은 시장 점유율을 유지 중입니다.

2024년 기준 유한킴벌리는 총 24개국에 제품을 수출하였으며, 연간 수출액은 전년 대비 6% 증가한 1,201억 원을 기록하였습니다. B2B 제품 수출 물량 증가, 에이징케어 언더웨어 제품의 호주 수요 확대가 주요 성장 요인이었습니다. 2024년에는 미국 시장에 화장실용 물티슈 크리넥스 마이비데를 수출하고, 아마존 플랫폼을 통해 그린핑거 브랜드를 출시했으며, 스킨케어 브랜드 포레스트(FoRest)는 일본 시장에 진출하였습니다. 또한 베트남 시장에 베베그로우 젖병을 출시하는 등 신규 시장 확대를 지속 중입니다.

2024년 주요 수출 현황



No	국가명	수출액	No	국가명	수출액	No	국가명	수출액	No	국가명	수출액
1	호주·뉴질랜드	41,260	5	중국	8,880	9	일본	5,137	13	인도	1,248
2	태국	11,699	6	홍콩	8,254	10	필리핀	3,269	14	독일·영국	299
3	대만	11,257	7	몽골	7,185	11	미국·캐나다	2,689	15	베트남	273
4	인도네시아	10,387	8	말레이시아·싱가폴	6,392	12	이스라엘	1,624	16	러시아	226
									17	우즈베키스탄·키르기스스탄	32

(단위: 백만 원)

2024년 수출 현황

총액

120,112백만 원

비즈니스 전과정 혁신

가치사슬 혁신

유한킴벌리는 제조부터 물류, 소비자 접점에 이르기까지 비즈니스 전과정에 걸친 가치사슬 혁신을 추진하고 있습니다. 스마트 매뉴팩처링, 스마트 물류, 비즈니스 플랫폼, 채널전략, 오픈 이노베이션 등을 통해 전 영역에서 지속가능성과 운영 효율을 개선합니다. 비즈니스 전과정 혁신은 유한킴벌리가 변화하는 환경에 민첩하게 대응하고, 지속가능한 성장을 위한 경쟁력 있는 운영 기반을 구축하는 핵심 전략입니다.

스마트 매뉴팩처링

스마트 제조 시스템 구축

유한킴벌리는 데이터 디지털화와 대시보드 자동화를 통해 업무 효율을 높이고 미래 산업 변화에 선제적으로 대응합니다. 또한, 실시간 공정 모니터링을 통해 공정을 개선하고, 재고 정보와 연속 공정상 정보를 유기적으로 연결하고 있습니다. 특히 제조 실행 시스템(MES, Manufacturing Execution System)과 OSI-PI¹⁾ 등의 스마트 제조 시스템들의 사용을 활성화하는 디지털 혁신(DT, Digital Transformation) 문화 정착을 위해 노력하고 있습니다.

MES는 공장에서 생산 과정을 효율적으로 관리하고 모니터링하기 위한 통합 시스템으로, 제조 데이터의 추적성과 연결성을 강화합니다. 이 시스템은 대전공장에 먼저 적용된 이후 김천공장으로 확대되었으며, 현재는 기능 고도화 작업이 진행 중입니다. 2025년에는 충주공장으로의 확대 적용을 계획 중입니다.

OSI-PI는 데이터 통합·분석 플랫폼으로, MES에서 연결되는 제조와 공정데이터를 시각화하고 수집, 저장, 분석합니다. 2024년에 Microsoft Power Automate 기반의 전자결재 시스템을 도입하여 생산 일지를 디지털화하고 승인 프로세스를 자동화하였으며, 실시간 감지 및 알람 시스템을 통해 공정 이상이나 품질 문제 발생 시 신속한 원인 추적과 재발 방지 대책 수립이 가능하도록 하였습니다.

1) OSI사의 PI 시스템으로, 신뢰할 수 있는 실시간 운영데이터를 수집, 강화, 저장, 접근할 수 있는 솔루션

디지털 혁신 프로젝트

유한킴벌리는 제조 현장의 디지털 전환을 가속화하기 위한 디지털 혁신(DT)²⁾ 프로젝트를 통해 엔지니어들의 데이터 기반의 문제 해결 역량을 강화하고 있습니다. 특히 제조 KPI에 '디지털을 통한 가치 창출'을 반영함으로써, 전사적인 참여를 유도하고 디지털 혁신의 실행력을 높이고 있습니다. 엔지니어들은 공정 개선 과제를 직접 발굴하고, 자동화 기술과 데이터 분석을 통해 품질 향상, 유지보수 효율 증대 등 제조 경쟁력 강화를 위한 실질적인 성과를 창출하고 있습니다.

2024년에는 디지털 혁신 엑스포(Digital Transformation EXPO)를 개최하여 10개의 DT과제를 통해 제조 경쟁력 향상에 기여하였습니다. 대전공장에서는 자율이동로봇(AMR) 활용한 원부자재 자동 이송 시스템으로 운전자의 작업부하를 개선하였습니다. 충주공장에서는 현장 운전자들과의 워크숍을 기반으로 여성 패드 1, 8호기에 로봇을 도입하여 박스공급 작업을 완전 자동화하는 등 상향식의 작업부하 개선 프로세스를 구현하였습니다. 앞으로 유한킴벌리는 제조 지능화와 디지털라이제이션에 기반한 가치를 지속적으로 창출함으로써 제조 경쟁력을 강화해 나갈 것입니다.

2) 제조 공장의 엔지니어들이 디지털 툴(Tool)을 활용해 데이터를 기반으로 문제를 해결하는 활동

제조부문 자동화를 통한 작업부하 개선 프로젝트

대전공장

개선 전

개선 후



충주공장

개선 전

개선 후



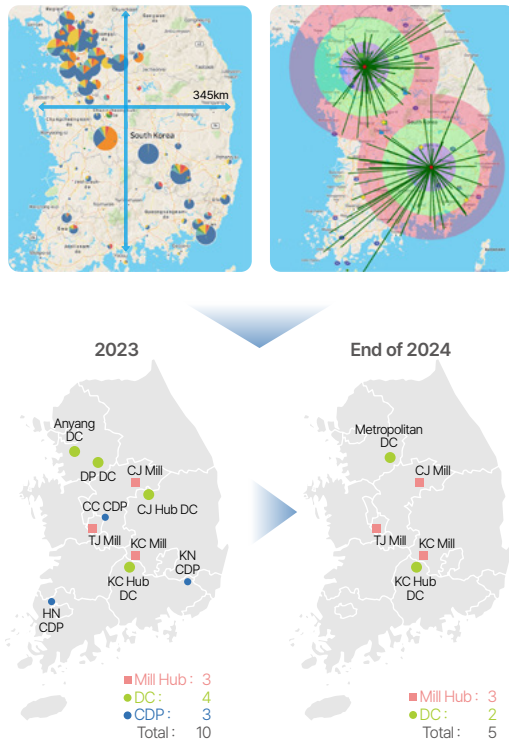
비즈니스 전과정 혁신

스마트 물류

물류 네트워크 설계 프로젝트

유한킴벌리는 급변하는 국내 물류 환경에 대응하고자 2022년 10월 물류 네트워크 설계 프로젝트(SND, Supply Network Design Project)를 착수하여, 경쟁력 있는 공급망을 구축하였습니다. 생산거점부터 고객까지의 공급망을 간소화하여 고객 서비스를 강화하고 물류비용을 절감하고, 물류거점 통합과 최소 주문수량(MOQ) 표준화를 통해 물류 효율성을 극대화하였습니다. 2023년 기준 10개의 물류거점을 2024년 12월까지 5개로 성공적으로 축소하였으며, 전체 프로세스를 최적화해 연간 55억 원의 물류비를 절감하였습니다. 더불어 물류 이동거리 축소를 통해 연간 이산화탄소 환산량 45톤의 온실가스를 감축하여 탄소 발자국 저감에도 기여하고 있습니다.

물류 네트워크 설계 프로젝트



이커머스 물류센터 내재화

유한킴벌리는 2014년 자사물 맘큐 운영을 시작으로 이커머스 분야에서 지속적인 성장을 이어오고 있습니다. 2021년에는 이커머스 자가 센터를 운영하며 물류 역량을 강화하였고, 2023년부터는 총 3개의 외부 이커머스 센터를 유한킴벌리 공장 내 물류센터로 통합하여 물류 효율화와 운영안전성을 더욱 견고히 하였습니다. 2024년 1월에는 곤지암 외부 창고와 군포 이커머스 창고를 통합하여 군포에서 운영하였습니다. 이후 2024년 12월에는 해당 군포 이커머스 창고를 유한킴벌리 안양 물류센터로 이전 및 내재화하여 현재까지 운영하고 있습니다. 이커머스 센터의 전면 내재화 완수를 통해 물류비 절감뿐 아니라, 급변하는 이커머스 시장에서의 대응력과 경쟁력을 갖췄습니다. 또한, 3자 물류창고에 대한 의존도를 낮추고, 창고 임차료와 운송비 절감을 이끌어냈습니다.

비즈니스 플랫폼과 채널

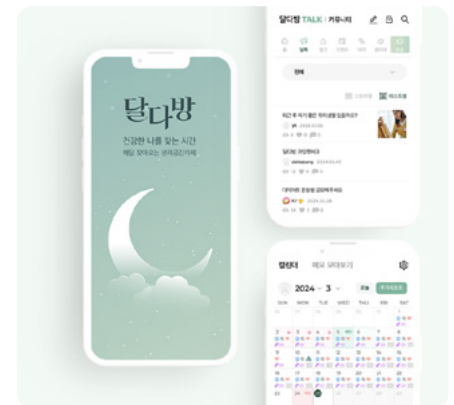
여성 웰니스 플랫폼, '달다방'의 성장

유한킴벌리는 서비스 채널의 다변화를 통해 비즈니스 플랫폼의 혁신을 추진하고 있으며, 특히 여성용품사업에서는 생리 건강 큐레이션 앱 '달다방'을 중심으로 디지털 플랫폼 경쟁력을 강화하고 있습니다. 달다방은 소비자 중심의 혁신을 위해, 이미지 콘텐츠에 익숙한 10~20대 이용자들이 이미지 기반 정보를 보다 쉽게 찾을 수 있도록 인공지능(AI) 기능을 도입하는 등, 기능 고도화와 디자인 개선을 지속적으로 추진하고 있습니다. 또한, 고객 맞춤형 브랜드 경험을 제공하기 위해 프리미엄 캠페인을 운영하고 있으며, 이를 통해 달다방은 마케팅 허브로서의 역할을 더욱 강화하고 있습니다.

2024년에는 웹 전환, 캘린더 기능 개선, 스토어 리뉴얼, 커뮤니티 신설 등 주요 서비스 개편을 완료하였습니다. 아울러 웹툰, 인터뷰 등 다양한 스펙트럼 콘텐츠를 통해 생리·여성 건강 정보를 쉽고 흥미롭게 전달하고 있으며, 초경부터 완경까지 전 생애주기를 아우르는 전문 콘텐츠와 함께 생리대 체험 기회, 커뮤니티 기능 등 종합적인 여성 건강 솔루션을 제공하고 있습니다. 그 결과, POME¹⁾과 10대 POBA²⁾ 중심으로 인지도가 상승하여, 출시 4년 만에 누적 다운로드 200만을 달성하였습니다.

1) Point of Market Entry: 처음으로 생리대를 사용하는 시기의 소비자

2) Point of Brand Adaption: 처음으로 생리대 브랜드를 선택하는 시기의 소비자



비즈니스 전과정 혁신

채널 혁신 D2MP

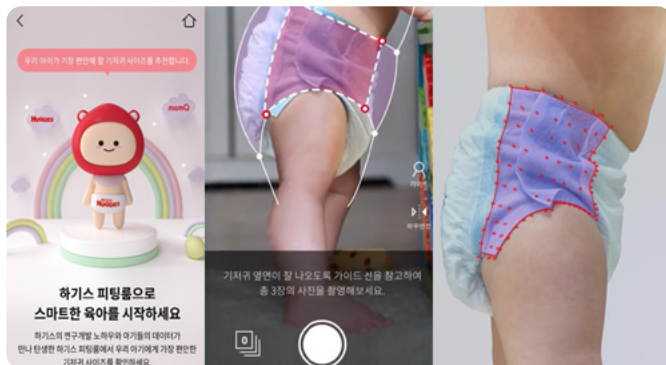
유한킴벌리는 제조사와 소비자를 직접 연결하는 D2MP(Direct to Marketplace) 비즈니스 모델을 강화해오고 있습니다. 2019년부터 네이버, 카카오, G마켓 등 주요 이커머스 마켓플레이스 채널을 통해 소비자와 직접 거래하면서 디지털 채널 중심의 고객 경험 혁신을 가속화하고 있습니다. 2024년 브랜드스토어를 통한 자사 직영몰 매출은 전년 대비 36% 증가하였으며, 브랜드 소식을 정기적으로 받아보는 알림 등록 고객 수는 전년 대비 35% 증가해 125만 명으로 확대되었습니다. 앞으로도 유한킴벌리는 D2MP 전략을 중심으로 콘텐츠-참여-구매로 이어지는 소비자 여정을 정교화하여, 디지털 시대에 맞는 지속가능한 유통 채널 경쟁력을 강화해 나갈 계획입니다.

육아 플랫폼 '맘큐'의 AI 서비스를 통한 고객경험 고도화

유한킴벌리의 직영몰 '맘큐'(momQ)는 누적 회원 수 200만 명 이상을 보유한 대한민국 대표 육아 플랫폼으로 성장하였습니다. 맘큐는 다변화되는 양육 환경과 아이 특성 등을 고려하여, 육아에 실질적인 도움과 편리성을 제공할 수 있도록 지원하는 인공지능(AI) 기반 서비스를 제공합니다. AI챗봇 '큐맘톡'은 대규모언어모델(LLM: Large Language Model) 기술을 적용한 챗봇으로, 맘큐에서 제공되는 다양한 육아 정보들과 신뢰할 수 있는 웹 상의 정보들을 활용하여, 아이를 키우는 보호자들이 궁금해하는 내용에 대해 친절하고 정확하게 설명합니다.

2024년에는 맘큐에서 AI 기술과 고객 빅데이터를 활용한 '하비스 AI 피팅룸' 서비스를 런칭하였습니다. 축적된 아기 체형 정보와 사이즈 만족도 등의 빅데이터를 기반으로 아이에게 가장 적합한 기저귀 사이즈를 AI가 분석하여 추천합니다. 이처럼 유한킴벌리는 AI 기반의 맞춤형 육아 서비스를 통해 소비자 접점을 확대하고, 생애주기 전반에 걸쳐 개인화된 서비스와 혜택을 제공해 나갈 것입니다.

맘큐



하비스 AI 피팅룸

미래 혁신제품 파이프라인

유한킴벌리는 소비자의 건강·위생·환경 요구에 부합하는 제품 중심으로 미래 파이프라인을 운영하고 있으며, 앞으로 피부 저자극·탄소저감·친환경·원료 기반의 주요 제품 30여 종을 순차적으로 출시할 예정입니다. 특히 크리넥스 두루마리 화장지, 스카트 예코종이 물티슈, 좋은느낌 라네이처 등은 2030 지속가능제품 매출 95% 달성 목표와 연계된 대표적인 과제로, 제품 기획단계부터 ESG 가치를 내재화하고 있습니다.

오픈 이노베이션

유한킴벌리는 환경·사회적 과제 해결을 위해 외부 파트너와 협력하여 새로운 가치를 창출하는 오픈 이노베이션(Open Innovation)을 적극 추진하고 있습니다. 특히 정부·공공기관, 스타트업과의 협업을 통해 친환경 소재 개발과 지속가능제품 혁신을 실현하고 있습니다.

2023년부터는 경기도 사회적경제센터, 경기농업기술진흥원 등 공공기관과의 협업을 확대하여, 지역 기반의 사회적 경제 조직과 공동 사업을 추진하였습니다. 친환경 패키징 스타트업 '리필리', 여성 헬스케어 스타트업 '뉴니브랩', 친환경 소재 스타트업 '리베이션' 등과 협력하여 친환경·카테고리 이노베이션 제품을 출시하였습니다.

유한킴벌리는 협력 스타트업이 중소벤처기업부의 TIPS(Tech Incubator Program for Startup) 프로그램에 선정되어 총 7억 원의 정부지원을 확보할 수 있도록 스타트업 공동연구 개발사업을 수행하였습니다. 이러한 협업은 에코넵트 원료 소싱, 저탄소 플라스틱 적용 등 자사 제품 출시에 직접적인 영향을 주었습니다. 앞으로도 유한킴벌리는 다양한 외부 파트너와의 오픈 이노베이션을 통해 새로운 기술과 자원을 공동으로 발굴하고, 제품 혁신을 확대해 나가고자 합니다.

비즈니스 전과정 혁신

돋보기

크리넥스 생산기지 김천공장, FSC® CoC 인증 획득

펄프 등 산림 자원의 활용이 필수적인 화장지 산업의 특성상, 지속가능한 산림 경영에서 생산된 원료를 활용해, 책임 있는 제조와 소비를 실천하는 것이 매우 중요합니다. 유한킴벌리는 최초로 티슈를 선보인 1971년부터 지속가능한 펄프 구매 정책을 운영해 왔습니다. 2025년에는 유한킴벌리의 김천공장이 Forest Stewardship Council®(산림관리협의회)의 FSC® CoC 인증(FSC® C207933)을 획득¹⁾ 했습니다.

FSC® 인증이란, 경제·사회·환경적 관점에서 책임감 있게 산림을 유지·관리하여 지속가능한 경영을 실현하기 위한 국제 규격입니다. FSC® CoC (Chain of Custody) 인증은 산림관리협의회(FSC®)에서 목재를 제조, 가공 및 유통하는 기업이나 공장에 수여되며, 산림 제품의 관리 연속성을 인증합니다.

유한킴벌리 김천공장이 FSC® CoC 인증을 획득함에 따라, 김천공장에서 생산되는 크리넥스 두루마리 화장지 전제품을 비롯해 미용티슈, 키친타월 일부를 아우르는 제품에 대해 인증산림에서의 원료부터 최종 가공까지 공정에 대한 지속가능성을 공식적으로 인증 받았습니다. 제품 패키지에서 FSC® 인증 마크를 확인할 수 있으며, 추후 물티슈 등으로 인증 제품 범위를 확대할 계획입니다.



FSC® 인증 마크가 표시된 크리넥스 화장지

1) 인증기간: 2024.11.14~2029.11.13

2) 인증기간: 2024.03.21~2027.03.20

좋은느낌·화이트 탐폰 생산기지 대전공장, 의약품 GMP 인증 획득

유한킴벌리는 여성용품 전체 제조 공장이 의약품 GMP(Good Manufacturing Practice) 인증을 획득하였습니다. 2023년 충주공장 생리대에 이어 2024년 유한킴벌리 대전공장이 탐폰 제조시설로서는 국내 최초로 의약품 GMP 인증을 획득²⁾ 하였습니다.

의약품 GMP는 식품의약품안전처가 인정하는 의약품 제조와 품질관리 기준으로, 전 제조 과정에 대한 적합성, 품질관리, 모니터링, 현장 심사 등 엄격한 기준을 충족해야만 획득할 수 있습니다. 유한킴벌리는 의약품 GMP 요건에 부합하기 위해 제조시설·품질·위생·인력 등 전 부문에 걸쳐 안정성과 품질을 지속적으로 강화해 왔습니다. 여성용품 전 제품군에 대한 품질 보증 체계를 기반으로 유기농 생리대, 탐폰, 입는 오버나이트 등의 제품 혁신을 가속화해 나가겠습니다.

앞으로도 제조 전 과정의 품질 보증 체계를 기반으로 소비자 신뢰를 확보하고, 보편적 월경권 확대 등 사회적 가치 창출에도 기여하고자 합니다.



의약품 GMP 획득한 대전공장에서 생산한 화이트 탐폰과 좋은느낌 탐폰

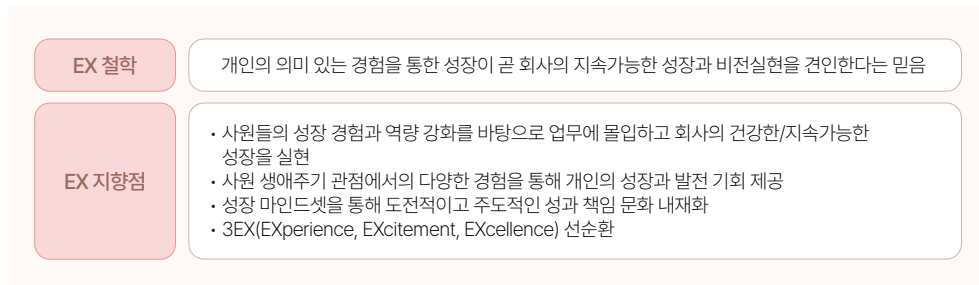
사원 경험과 성장 | 인재경영

EX철학을 바탕으로 한 인재경영

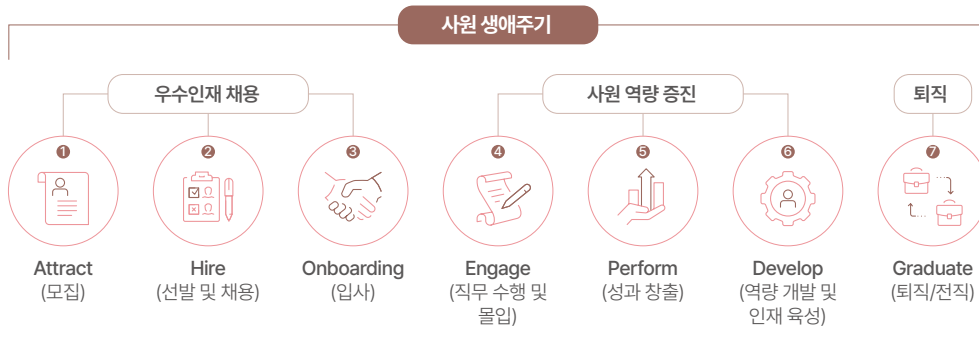
다양한 역량과 기술을 보유한 인재를 확보하고 사원의 역량을 지속적으로 개발하는 것은 사원 개인의 만족도와 성취감을 높이는 동시에, 조직의 경쟁력 강화와 지속가능한 성장으로 이어집니다. 유한킴벌리는 이러한 관점에서 사원의 의미 있는 경험(Employee eXperience)을 통한 성장이 곧 회사의 지속가능한 성장을 이끈다는 철학을 바탕으로 인재경영을 실천하고 있습니다. 의미 있는 경험(eXperience)은 사원 스스로의 자발적 몰입을 가능하게 하고(eXciting), 이는 새로운 성과(eXcellence)로 이어져 조직 전체의 성장을 견인합니다. 유한킴벌리는 인재경영을 체계적으로 수행하기 위해 사원생애주기* 관점에서 각 단계에 적합한 다양한 경험을 제공함으로써 사원이 주도적으로 성장 기회를 활용할 수 있도록 적극 지원합니다. 또한 모든 구성원이 존중받으며 성장할 수 있도록 공정한 성과 평가와 보상 체계를 운영하고 있습니다.

*사원생애주기는 입사 전부터 시작하여 입사, 온보딩, 업무몰입과 수행, 성과 창출, 역량 개발, 퇴직 이후 까지를 의미합니다.

유한킴벌리 EX(Employee eXperience) 철학과 지향점



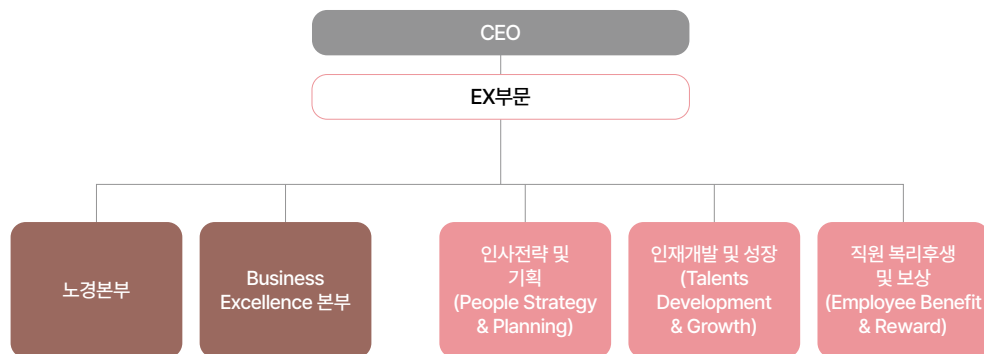
유한킴벌리 사원생애주기



인재경영 추진 조직

유한킴벌리는 인재경영 의지를 바탕으로 2022년에는 HR본부의 명칭을 EX(Employee eXperience)본부로 변경하였으며, 2024에는 EX부문으로 개편하였습니다. EX부문은 채용부터 퇴직까지 전 인사 영역을 아우르는 업무를 총괄합니다. 아울러 주요 EX프로그램의 효율성을 제고하고 인사 영역에서의 효과적인 의사결정을 위해 주요 경영진으로 구성된 EX위원회를 운영하고 있습니다. 승진자 결정, EX 관련 제도의 입안 등 주요 안건 발생 시 위원회가 소집되며, 사전에 EX부문이 공유한 안건을 중심으로 심도 있는 논의가 이뤄집니다.

EX부문 조직도

[본부](#) [워크그룹](#)

2024년 EX위원회 주요 의사결정사항

일시	주요 의사결정사항
2월	• 2024년 목표설정 및 확인
6월	• 정기 승진 리뷰 및 확정
12월	• 2024 전사 성과평가위원회(P&D, Performance and Development)

사원 경험과 성장 | 인재경영

사원생애주기에 따른 인재경영 실천

우수인재 채용

유한킴벌리는 변화와 혁신을 주도할 우수 인재 확보를 위해, 채용 전 과정에서 성장 마인드셋(Growth Mindset)과 직무 적합성을 중점적으로 평가합니다. 또한, 우수한 역량을 갖춘 인재를 유입하기 위해 다양한 채용 콘텐츠를 활용하고 있습니다. 특히 채용 홈페이지에 직무 소개, 현직자 인터뷰 등 실무 정보를 제공하고, 입사 이후 제공되는 보상과 성장 기회에 대한 조직의 약속인 EVP(Employee Value Proposition)를 제시하였습니다. 이를 통해 지원자는 직무에 대한 상세한 정보와 유한킴벌리의 조직문화 전반에 대한 이해를 높일 수 있습니다.

아울러 신입사원을 대상으로 온보딩(Onboarding) 프로그램을 진행하여 회사 생활에 필요한 지식을 제공하고, 기존 사원과의 유대감을 강화함으로써 소속감을 증진합니다. 특히 2024년에는 신규 입사자의 원활한 적응을 돕고 일관된 정보를 제공하기 위해 신규 입사자 가이드북을 제작하였습니다. 가이드북에는 회사 소개부터 복리후생 제도까지 신규 입사자의 회사 생활에 필요한 핵심 정보를 담고 있습니다. 향후 신규 입사자의 피드백을 반영하고, 회사 정책 변경 시 신속히 반영하여 최신 정보를 지속적으로 업데이트할 예정입니다. 2024년 온보딩 프로그램의 만족도는 4.7/5.0점을 기록하였습니다. 참여자들은 “회사 전반에 대한 이해를 높일 수 있는 유익한 시간이었다”, “보상 등 세부적인 항목까지 폭넓게 다루어 실질적인 도움이 되었다”고 응답하는 등, 프로그램의 구성 및 운영에 대해 전반적으로 긍정적인 반응을 보였습니다.

사원 역량 증진

유한킴벌리는 사원 역량 증진을 적극 지원하기 위해 리더십, 직무 전문성, 디지털 역량, 글로벌 역량 등 4대 영역을 중심으로 각 연차와 직급에 걸맞은 다양한 교육 프로그램을 운영하고 있습니다.

리더십 강화

리더십 역량 강화 및 차세대 리더 인재 양성을 위한 교육 과정에는 신입 리더 성장 프로그램, 핵심 리더 역량 강화 프로그램, 멘토링 프로그램, SERI CEO 및 휴넷 CEO 등이 있습니다. 신입 리더 성장 프로그램은 신입 리더를 대상으로 선배 리더의 강의를 통해 리더의 역할 및 핵심 역량을 교육하는 프로그램으로, 2024년 교육 만족도는 4.8/5.0점을 기록하였습니다. 핵심 리더 역량 강화 프로그램은 부문 리더의 인사이트와 외부 전문가의 강의를 통해 리더 후보자를 육성하는 프로그램입니다. 멘토링 프로그램은 경력과 역량을 갖춘 선배 사원으로부터 후배 사원이 회사 생활 전반에 대한 조언을 구할 수 있는 프로그램으로, 2024년 기준 누적 참여자는 169명이며, 멘티 만족도는 4.1/5.0점입니다. SERI CEO 및 휴넷 CEO는 경영자와 리더를 대상으로 최신 이슈와 경영트렌드를 전달하여 조직에 적합한 리더십을 강화하는 교육 프로그램으로, 2024년 참여자는 각 34명, 61명이며, 교육 시간(인당)은 각 77시간, 25시간입니다.

직무 전문성 강화

직무 전문성 강화를 위해 사내 학습 사이트인 YK Learning과 마이크로 러닝 콘텐츠 플랫폼인 지식카페를 운영합니다. 다양한 월별 신규 콘텐츠 업데이트를 통해 전년 대비 이용률은 29% 증가하였습니다. 제조 부문에서는 현장 실무에 기반한 교육 과정을 운영합니다. 대표적인 교육 과정은 필드 러닝(Field Learning), 선임운전자 리더십 과정, 사내강사 프로그램입니다. 필드 러닝 교육은 제조공장의 4조2교대 근무 사원을 대상으로 안전, 품질, 공정 관련 현장 학습을 통해 업무 수행 능력과 직무 전문성을 강화하는 프로그램입니다. 선임운전자 리더십 과정은 제조 현장에서 리더십 역할을 수행하는 인력을 위한 맞춤형 교육입니다. 사내강사 프로그램은 교육 이수 성과와 평가 결과를 바탕으로 주니어, 시니어, 마스터 강사로 이어지는 커리어 경로를 제공하여 다각화된 역량을 갖춘 인재를 육성하고 현장 역량을 강화하고자 합니다.

디지털 역량 강화

디지털 역량 강화를 위한 대표 교육 프로그램으로는 Power BI, 프로덕트 오너 교육, 디지털 스쿨, 생성형 AI 솜품 제작 과정 등이 있습니다. Power BI 과정은 태블로 기반의 데이터 시각화 도구를 실무에 적용하는 교육으로, 만족도 4.7/5.0점을 기록하였습니다. 프로덕트 오너 교육은 플랫폼 비즈니스 전략, 고객 니즈 분석 등 프로덕트 매니저에게 필요한 역량을 중심으로 구성되었으며, 만족도는 3.8/4.0점입니다. 챗봇 제작과 AI 이미지 활용을 주제로 한 실습형 교육인 디지털 스쿨은 4.0/4.3점의 만족도를 얻었고, 마케터를 대상으로 한 생성형 AI 솜품 제작 과정 역시 4.2/5.0점의 만족도를 기록하는 등 디지털 교육 과정 전반에서 긍정적 반응을 얻었습니다. 아울러, 2024년 6월부터 9월까지 4개월간 진행된 AI 아이디어 공모전 ‘슬기로운 회사생활 with AI’에서는 비즈니스 성과 향상, 업무 효율화, 미래 스킬 확보를 위한 다양한 AI 활용 아이디어 총 60건이 제안되었습니다. 이 중 대상 1건, 최우수상 5건, 우수상 10건이 선정되었고, 수상작은 생성형 AI를 활용해 요약 콘텐츠로 제작해 사내 인트라넷을 통해 전사에 공유 하였습니다.

2024년 4대 영역별 주요 프로그램 및 목적

4대 영역	리더십 강화	직무 전문성	디지털 역량	글로벌 역량
목적	- 차세대 리더 인재 발굴 및 양성 - 현재 리더들의 리더십 역량 강화	- 직무 수행 역량 강화 - 직무 수행 효율성 강화	- 목적에 맞는 데이터 생성 - 데이터 기반 인사이트 도출 및 실무 적용 역량 강화	글로벌 역량 배양을 통한 이해 관계자들과의 원활한 커뮤니케이션
주요 프로그램	- 신입 리더 성장 프로그램 - 핵심 리더 역량 강화 프로그램 - 멘토링 프로그램 - SERI CEO, 휴넷 CEO	- 사내 학습사이트 YK Learning - 지식카페 - 필드 러닝(직무공정) - 선임운전자 리더십 과정 - 사내강사 프로그램	- Power BI - 프로덕트 오너 교육 - 디지털 스쿨 - 생성형 AI 솜품 제작 과정	전화영어

사원 경험과 성장 | 인재경영

2024년 제조 사업장 주요 교육 프로그램

공장	교육명	교육 대상자	교육 목적
김천, 대전, 충주	디지털 전환 마인드셋 온라인 교육	사무직 전사원	· 디지털 역량 강화
	Power BI 초급 사내 과정	제조부문 엔지니어	· 체계적인 디지털 역량 교육으로 스마트 인재 양성 · 과제 해결 프로젝트를 통한 제조 부문의 지속적인 개선과 가치창출에 기여
	Power BI 중급 사외 과정		
	JMP® 초/중급 사외 과정		
	JMP 실험계획법(DOE) 사외 과정		
	JMP 초/중급 자격 과정		
	운영 최적화(OPEX) 및 센터라이닝 교육	제조부문 4조 2교대 근무자	· 지속적 개선 문화 구축 및 도전적인 가치 창출 · 원가 절감 및 생산성 향상을 통한 제조경쟁력 강화에 기여
	운영 최적화(OPEX) 5S 교육		
	린(Lean) 마인드셋 & 5S 교육	사무직 사원	
	BIG(big idea generator) 워크숍	제조부문 전사원	· 사원들에게 경영 참여 기회를 제공하여 일에 대한 자부심과 애사심을 높이고, 창의적인 제안 활성화로 제조부문 원가 절감 및 데이터베이스 구축에 기여
	리더/기장 조직관리 워크숍	리더/기장	· 리더십 역량 및 소통 스킬 향상
	선임운전자 워크숍	선임운전자	· 리더십 역량 향상 및 마인드셋 강화 · 선임운전자 역할에 대한 중요성 인식과 리더로서의 역할 강화
	사내강사 교육	사내강사	· 리더십 역량 향상, 문제 해결 기법, 마인드셋 강화 · 현장 오피니언 리더로서 모범적이며 전문성 있는 사내강사 육성으로 긍정적인 현장문화 조성에 기여
	필드 러닝(Field Learning)	4조2교대 근무자	· 직무역량 향상 · 일하는 중심의 관점에서 일하면서 학습하고 학습하면서 일하는 문화로 근본적인 문제 해결
충주	참여적 리더십 과정	충주공장 전 사원	· 최상의 성과 달성을 위해 필요한 지식과 기술 습득

1) 과학자 및 엔지니어를 위한 데이터 분석 소프트웨어

글로벌 역량 강화

글로벌 역량 강화를 위한 대표 프로그램에는 전화 영어 과정이 있으며, 사원의 실력과 상황에 맞춘 맞춤형 수업으로 운영되고 있습니다. 2024년 기준 누적 참여자 370명, 만족도 4.8/5.0점을 기록하였습니다.

퇴직자 지원

유한킴벌리는 퇴직 이후에도 건강하고 보람 있는 삶을 보내고, 퇴직에 따른 심리적 위축과 경제적 손실을 최소화할 수 있도록 퇴직자 지원 프로그램을 마련하였습니다. 해당 프로그램은 근속 1년 이상인 50세 이상 퇴직자를 대상으로 하며, 신청자에게 정년퇴직 예정자 교육(회사 제도 안내, 재무설계 등), 전문 상담 프로그램(EAP), 재취업 지원 서비스, 정년퇴직 예정자 지원프로그램(6개월간 재취업·생애 설계에 필요한 교육 및 교육비 300만 원 지원) 등을 제공합니다. 또한 사원들의 안정적인 미래 설계를 지원하고, 지속가능한 인재경영을 실현하기 위해 퇴직연금제도(DB/DC)를 운영하고 있습니다. 1년 이상 재직한 모든 사원을 대상으로 제도를 적용하며, 회사는 매년 퇴직연금 부담금을 외부 금융기관에 적립하여 퇴직 시점에 안정적인 급여 수령이 가능하도록 체계적으로 관리하고 있습니다. 특히, 장기근속자에 대한 보상을 강화하기 위해 퇴직연금 누진제를 도입하여 운영 중입니다. 해당 제도는 근속기간에 따라 퇴직급여 산정 시 최대 누진율 2를 적용하는 방식으로, 장기근속을 유도하고 회사의 지속가능한 성장을 위한 선순환 구조를 구축하는 데 기여합니다.

성과 평가 및 보상

유한킴벌리는 사원들이 성과에만 집중하지 않고, 경험을 통한 성장을 추구할 수 있도록 경험, 협업, 행동, 성과 중심의 평가 방식을 운영합니다. 성과평가는 전사원이 대상이며, 직군별 적합한 평가 방식으로 진행됩니다. 사무직·영업직 사원은 연초에 조직 목표와 연계된 개인 목표를 설정하고, 리더와의 정기적인 1:1 커뮤니케이션과 피드포워드, 그리고 반기 중간 성과 면담을 통해 목표 달성 과정을 관리합니다. 연말 성과 평가는 목표 달성률을 기준으로 진행되며, 모든 조직에서 성과평가위원회(Calibration)를 운영해 평가의 공정성과 객관성을 높이고 있습니다. 연 1회 정기 평가를 통해 도출된 결과는 당해 성과급, 차년도 연봉 인상을, 승진, 리더 선임 등에 반영됩니다. 생산직 사원은 연초 목표달성 워크숍을 통해 라인별 목표를 수립하고 공유합니다. 평가는 직능 중심의 평가로 연말에 이루어지며 연말에 이루어지며, 1차 평가는 기장, 2차 평가는 해당 리더가 담당합니다.

사원 경험과 성장 | 조직문화

긍정적이고 유연한 조직문화 구축

유한킴벌리는 신뢰를 바탕으로 수평적이고 창의적인 조직문화를 구축하며, 기업 경쟁력을 유지하고 변화에 유연하게 대응할 수 있는 조직 역량을 강화해 왔습니다. 이를 위해 일과 삶의 균형을 위한 다양한 제도를 운영하고, 포용과 다양성 프로그램을 통해 누구나 소외되지 않고 함께 성장할 수 있는 조직문화를 조성하고 있습니다. 아울러 가족초대 행사와 사원 참여 프로그램 등 다양한 활동을 통해 구성원의 소속감과 공동체 의식 제고에도 힘쓰니다.

기업문화 성장 TFT

2024년 유한킴벌리는 기업문화 성장 TFT를 운영하여 조직문화 관련 활동을 통합적으로 관리하였습니다. 긍정적이고 유연한 조직문화를 형성하기 위해서는 리더의 솔선수범이 중요한 만큼 TFT 책임자를 유관 조직의 리더그룹으로 구성하였습니다. 월 1회 이상 정기 회의를 개최하여 주요 활동의 진척 상황과 향후 계획을 공유하고, 조직문화 개선을 위한 사항들을 논의하였습니다.

긍정적이고 유연한 조직문화를 위한 프로그램

일과 삶 균형	포용과 다양성	구성원 소속감 및 공동체 의식 제고	성장
- 유연근무제와 재충전휴가 - 모성보호제도	- 포용과 다양성 위원회 - K-Win - 성별 다양성 목표 설정 및 이행	- 가족초대 행사 - 사원 참여 프로그램 - 스마트오피스 - 넵 호칭 제도 - GT 프로젝트 - 열린경영회의	- 학습조직강화 - 경력개발계획 - 전사멘토링 - 사내공모/직무순환 - 우수 사원 시상 - 인재개발

2024년 기업문화 TFT 주요 활동 및 결과

전략	주요 활동 및 결과
소속감·자긍심 경험 활동 강화	- 사우 가족 회사방문 프로그램 대규모 초대 1회(오피스) 진행 누적 142가족, 652명 참여: 소속감/자긍심향상 긍정율 100% 달성 - 가족친화 제도 및 프로그램 운영 - 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인을 통한 자긍심 강화 활동 진행 - 신규 입사자 환영 및 긍정경험을 위한 디지털 게시판 활용 웰컴 및 온보딩 진행
조직문화 공감력 강화	- YK체험데이 진행: 공감/만족도 98% 달성 - 열린경영회의 본사 및 공장에서 진행 (1, 3, 4, 10월 본사, 2월 김천, 5월 대전, 8월 전주, 9월 충주)
리더의 성장과 솔선수범으로 성장 조직 문화 구축	- 리더성장 프로그램 실시: 피드포워드, 1:1 대화 - 멘토링 프로그램 강화: 멘토링 3기 실시(멘토44명, 멘티45명) - 물리적인 접근성과 정보의 접근성 등 주제로 I&D 위원회 운영
능동적 참여와 유연성 제고	- GT 프로젝트 자발적 참여 방식 강화: 236명 참여 - 교육 관련 니즈 조사, 3회 교육 실시 - 제조생산 소통(4~6월) / GT Day(6월) - 외부 무료 세미나 연중 업데이트 진행

일과 삶 균형

유연근무제와 재충전휴가

유한킴벌리는 일과 삶의 균형을 중시하는 경영 기조 아래 유연근무제와 재충전 휴가 제도를 도입하여 실시하고 있습니다. 유연근무제는 시차출퇴근제, 선택근무제, 간주근무제, 자율근무제로 구성되어 있으며, 각 제도는 직무 특성과 개인의 근무 여건에 따라 탄력적으로 운영됩니다. 아울러 본사 사원을 대상으로 2025년 총 23일의 재충전의 날 연간 계획을 전년도에 미리 고지하고, 최고 경영자를 포함한 전사원이 동시에 휴가를 사용하도록 안내합니다.

유한킴벌리 유연근무제도

근무형태	적용대상	내용
시차출퇴근제	사무관리직 전원 (영업 외근직 제외)	1일 8시간, 1주 40시간 근무를 준수하면서 출퇴근 시간을 탄력적으로 조정할 수 있는 제도
선택근무제	업무 특성에 따라 적용이 필요한 사원	1개월 단위기간 총 근로시간 내에서 1일 최소 3시간 이상 근무를 전제로 1일 혹은 1주의 근무시간을 유연하게 운영할 수 있는 제도
간주근무제	영업 외근직 사원 또는 출장 중인 사원	주 5일 근무를 전제로 출퇴근시간과 무관하게 1일 8시간, 주40시간 근무한 것으로 간주하는 제도
자율근무제	워크리더 이상	주 5일 근무를 전제로 1일의 근무시간을 본인의 자율적인 관리에 맡기는 제도

사원 경험과 성장 | 조직문화

모성보호제도

유한킴벌리는 출산·육아기에 대한 배려 강화를 위해 법적 제도를 상회하는 다양한 제도를 여성 사원과 남성 사원 모두를 대상으로 운영합니다. 법정 제도인 임신 중 근무시간 단축제, 유산 및 사산 휴가, 출산 휴가, 태아 검진 시간, 육아 휴직 외에도, 산전 휴직, 출산 축하금 및 의료비 지원, 재택근무제, 자녀 교육비 지원 등의 자체 제도를 추가로 실시합니다. 아울러 저출생 시대에 출산을 격려하고 축하하기 위해 2009년부터 임신부의 날(10월 10일)을 기점으로 본사에서 시작한 예비부모 간담회는 현재 3개 생산 공장과 연구소로 확대되어, 2024년부터는 분기별 1회, 연 4회 정기 운영되고 있습니다. 간담회에는 임신부는 물론, 임신부 배우자를 둔 남성 사원, 그리고 해당 팀의 리더까지 초대하여 임신을 축하하고, 출산과 육아 관련 회사의 방침 및 제도를 안내하고 적극적으로 활용하도록 독려하고 있습니다.



2024년 예비부모 간담회

임신과 출산을 돕는 제도

구분	정부 제도 및 법규 사항	유한킴벌리 제도(법적 상회 및 자체 시행)
결혼	· 난임휴가 / 비밀유지의무 신설('25)	· 결혼 축하금 · 난임치료 의료비 지원 신설('25)
임신	· 유산 및 사산 휴가 · 태아 검진 시간 · 임신 중 근로시간 단축 · 임신 및 출산진료비 지원	· 유산 및 사산 휴가 · 태아 검진 휴가 · 산전 휴직
출산	· 출산전후 휴가 · 배우자 출산 휴가 · 첫만남 이용권	· 출산 의료비 · 출산 축하금 · 출산 선물
육아	· 육아휴직 · 육아기 근로시간 단축	· 육아휴직기간 회사지원금 지급 · 재택근무제 · 직장 어린이집(대전공장)
성장(교육)	· 부모급여 · 아동수당 · 가정양육수당 · 영유아보육료 · 유아학비(누리과정) · 초/중/고등학교 교육료	· 유아교육비 · 입학축하금 · 대학입학금, 등록금 · 장애자녀 학자금

가족친화 최고기업 지정

유한킴벌리는 유연근무제, 재충전휴가, 모성보호제도 등을 통해 전사원이 가정생활과 직장 생활을 조화롭게 병행할 수 있도록 하고 있으며, 제도를 자유롭게 사용할 수 있는 조직문화를 형성하기 위해 노력하고 있습니다. 이러한 노력을 인정받아 유한킴벌리는 2008년부터 지난 2025년 11월*까지 여성가족부의 가족친화기업 인증서를 받았으며, 지난 재인증 시에는 인증제 도입 15주년을 맞이하여 선정한 가족친화 최고기업에 지정되는 성과를 거두었습니다.

* 유효기간: 2022년 12월~2025년 11월

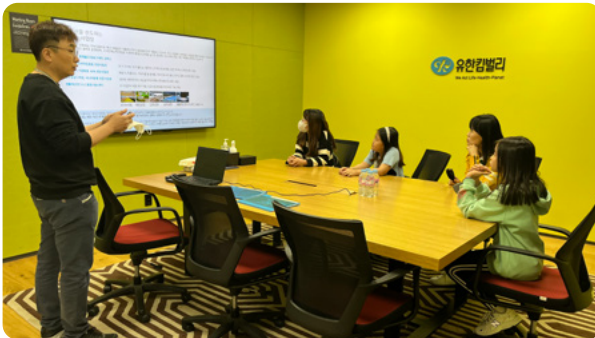
아울러 2024년 3월에는 여성가족부 2030세대 공무원으로 구성된 '혁신 패밀리'가 본사를 방문하여 유한킴벌리의 가족친화 제도와 조직문화 우수사례를 체험하고, 정부 정책 및 공공부문 내 확산 방안을 모색하는 시간을 갖는 등 가족친화 대표 기업으로 주목받고 있습니다.

사원 경험과 성장 | 조직문화

소속감 및 유대감 강화를 위한 사원 프로그램

사원 가족 회사 초대 프로그램

유한킴벌리는 2023년부터 가족친화적인 조직문화 조성을 위해 '사우 가족 회사 초대 프로그램'을 월 1회 정기 운영하였습니다. 높은 호응과 만족도에 힘입어 2024년에는 프라이빗 오피스와 오픈 오피스 두 가지 유형으로 운영 방식을 확장하였습니다. 프라이빗 오피스는 사원이 가족을 회사에 초대해 직접 회사 소개와 오피스 투어를 제공하는 사원 주도형 프로그램이며, 2024년에 도입된 오픈 오피스는 여러 가족이 동시에 회사에 방문해 사무실 투어, 신제품 소개, 기념 촬영 등을 제공하는 프로그램입니다. 2024년 기준으로 누적 142가족, 652명의 사원과 가족이 참여하였으며, 참여자 전원이 100%의 만족도를 기록하는 등 높은 성과를 나타냈습니다.



2024년 사원 가족 회사 초대 프로그램

긍정 경험을 위한 사원 참여 프로그램

유한킴벌리는 사원이 즐겁게 몰입할 수 있는 조직문화를 조성하기 위해, 회사 생활에 활력을 줄 수 있는 다양한 사원 참여 프로그램을 운영합니다. 2024년에는 상반기 출시된 신제품을 체험하고 회사의 주요 정보를 공유하는 YK 체험데이, 사원 모두가 함께 사무실 환경을 정리하는 오피스 클린데이, 연말 한 해를 마무리하며 동료와 가족에게 손편지로 감사의 마음을 전하는 즐거운 YK 감사 우체통 등 다양한 참여 프로그램을 운영하였으며, 특히 YK체험데이는 98%의 높은 만족도를 기록하였습니다. 이외에도 사내 서클 활동을 적극 장려하고 있으며, 이는 자기계발과 유대감 형성, 사내 교류 활성화를 통해 활기찬 회사 생활에 긍정적인 영향을 주고 있습니다. 현재 전사 서클은 축구, 농구, 테니스, 볼링, 등산, 낚시, 종교, 음악, 사진, 독서, 자원봉사 등 총 49개가 운영 중이며, 사원 2,723명(중복참여 포함)이 활발히 활동하고 있습니다.

포용과 다양성

유한킴벌리는 기업의 4대 핵심가치 중 책임과 협업에 기반해 다양성과 포용성을 존중하며 함께 성장할 것을 천명하고 있습니다. 이를 위해 2021년 I&D 선언문을 수립함으로써 포용과 다양성이 기업 경쟁력의 핵심임을 선언하였으며, 문화-제도-CSR-비즈니스 4대 분야를 중심으로 전사적인 노력을 지속 중입니다. 이러한 노력을 대외적으로도 인정받아 유한킴벌리의 포용과 다양성 관련 활동이 한국여성과학기술인육성재단(WISET)에서 발간한 『과학기술계 DE&I Report 2024』에 우수 사례로 수록되기도 하였습니다.

유한킴벌리 포용과 다양성 4대 분야별 주요 활동

4대 분야	주요 활동
문화	- 포용과 다양성위원회 출범 및 운영(2021년~현재) - 여성인재 육성을 위한 자발적 네트워크 K-WIN 운영(2014년~현재) - 예비 부모 간담회/조직문화 비대면 모임 운영 등(2009년~현재)
제도	- 여성 리더 목표 설정 및 리더십 강화 프로그램 - UNGC TGE 이니셔티브 참여 - DEI 정기 교육: Inclusion day, 리더 포용성 교육 - 유연근무제, 재택근무제도, 가족 간병 휴직, 모성보호 공간, 20대 건강검진 등 - 가족친화 우수기업 인증(인증 1호 기업 2008년 12월)
CSR	- 취약계층 삶의 질 개선을 위한 제품기부(생리대, 기저귀 등) - 인식개선 프로그램(신혼부부학교, 월경 교육 프로그램) - 여성 NGO 리더십 장학사업, 미래 포럼 30% 클럽(여성 고위리더십 확보) - 사원 참여 기부 프로그램(여성, 시니어)
비즈니스 연계	- 사회적 취약계층을 위한 제품 개발(이른둥이용 초소형 기저귀, 발달장애 여성을 위한 처음위생팬티, 여성용품 점자패키지) - 소비자 참여 및 소셜임팩트 굿브랜드 활동

유한킴벌리 포용과 다양성 역량 강화를 위한 지지선언문

유한킴벌리 포용과 다양성 역량강화를 위한 "2021 지지선언문"

우리는 포용과 다양성이 유한킴벌리의 기본 경쟁력이며, 실행해야 할 책무를 선언합니다.
이를 위해 우리는 포용과 다양성이 증진되는 조직과 기업문화를 만들기 위해 아래와 같이 노력합니다.

1. 우리는 다른 것과 틀린 것을 구별하겠습니다.
2. 우리는 성별, 세대, 직책을 넘어 서로를 협업의 동등한 파트너로 존중합니다.
3. 우리는 우리만의 다양한 편견과 차별을 알아보고, 줄이는데 협업하겠습니다.
4. 우리는 소속감과 포용성을 증진시키는 일에 앞장서겠습니다.
5. 우리는 조직의 다양성을 확보에 기여하겠습니다.

2021년 10월 20일
유한킴벌리 제1기 I&D 위원회 일동

사원 경험과 성장 | 조직문화

포용과 다양성 위원회 3기 출범

유한킴벌리 '포용과 다양성위원회(Inclusion & Diversity Council)'는 2021년 전사 공모를 통해 자발적으로 출범하였습니다. 이후 2022년~2023년 2기를 거쳐 2024년~2025년 현재 3기가 운영 중이며, 총 23명의 위원과 3명의 스폰서 그룹으로 구성되어 있습니다. 3기의 주요 목표는 지지선언문의 세 번째 항목인 편견과 차별을 인식하고 줄이는 것으로, 사원들의 인지적 다양성을 파악하고 이에 대한 인식 수준을 높이고자 합니다. 이를 위해 사원 개개인이 소수(Minority)라고 느끼는 순간을 설문과 인터뷰를 통해 확인하고, 마이너리티 리포트 발간을 통해 사내 인식 개선에 기여하고자 합니다. 나아가 포용 역량 강화 및 비즈니스 연계 가능성도 함께 검토하고 있으며, 다양한 관점을 존중하는 조직문화를 통해 회사의 포용성을 높이고자 합니다.

아울러 2024년에는 위원회 활동의 일환으로 YG 엔터테인먼트를 초청하여 외부 강연을 개최하였습니다. 이번 강연에서는 다양한 문화와 팬들과의 소통 경험을 바탕으로 한 접근성(Accessibility) 개선 사례를 공유하였으며, 이를 통해 구성원들이 다양한 관점의 중요성을 인식하고 새로운 인사이트를 얻는 계기를 마련하였습니다.



2024년 유한킴벌리 포용과 다양성 위원회 3기



2024년 포용과 다양성 외부 강연

여성 인재 육성을 위한 자발적 네트워크 K-WIN

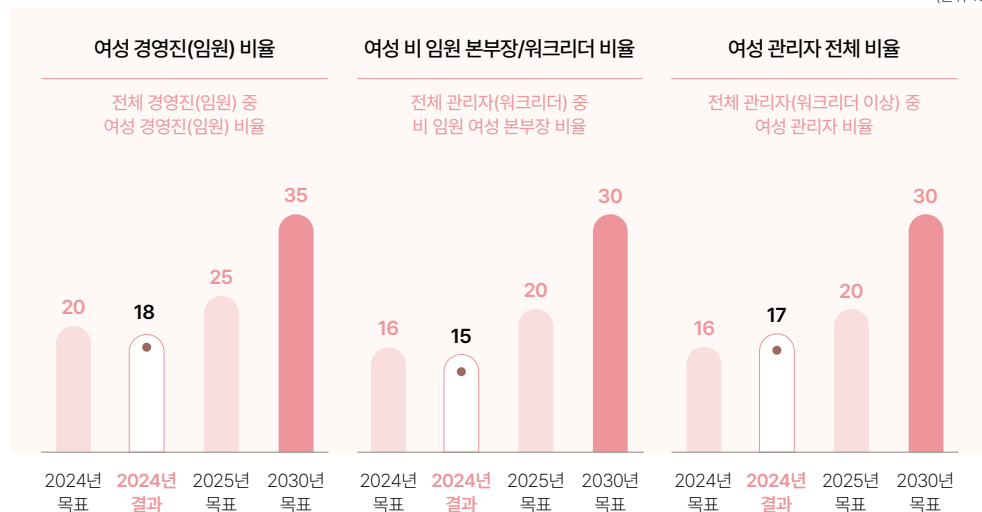
유한킴벌리 사내 자발적 여성 네트워크인 K-WIN(Korea Women's Interactive Network)은 2014년 발족 이후, 다양한 활동을 통해 여성 사원의 경력 개발과 회사의 지속가능한 성장에 기여하고 있습니다. 2024년에는 3.8 국제 여성의 날을 맞아 인트라넷을 통해 기념일의 의미를 소개하고, 'YK의 다양성과 포용을 위해 필요한 것은 무엇인가요?'라는 질문에 구성원들이 의견을 공유하며 포용적 조직문화를 위한 실천 방안을 함께 고민하는 댓글 이벤트를 진행하였습니다. 아울러 K-WIN 활동의 일환으로 본사 여성 사원 4명이 WIN(Women in Innovation)에서 주최하는 제31회 차세대 여성리더 컨퍼런스에 참여하였습니다. 이번 행사는 조직 내 갈등 상황을 성장을 위한 기회로 전환하는 리더십에 대한 논의를 중심으로 진행되었으며, 참여자들은 다양한 산업의 여성 리더들과의 교류를 통해 리더십에 대한 다양한 관점과 실천 사례를 학습하는 기회를 가졌습니다.

성별 다양성 목표 설정

유한킴벌리는 조직 내 경영진과 리더십 구성의 성별 다양성을 확대하기 위해, 2030년까지 고위 여성 리더 비율 목표를 수립하고 여성 관리자 30%, 여성 임원 35% 달성을 추진 중입니다. 목표 달성 현황은 연도별로 점검되며 이사회에 정기적으로 보고됩니다. 2024년 기준, 유한킴벌리의 여성 사원 비율은 약 22%이며, 여성 임원(이사 이상)의 비율은 약 18%입니다. 앞으로 유한킴벌리는 2030 목표를 달성함으로써 회사 내 포용역량을 갖추고 다양성을 인정하는 조직문화가 내재화되도록 할 것입니다.

성별 다양성 목표 및 결과

(단위: %)



노경협업

소통과 협력으로 만드는 지속가능한 노경문화

노경 간 소통과 화합은 조직의 효율성과 안전성을 높이고, 갈등 예방과 생산성 향상에 기여합니다. 유한킴벌리는 '고객가치·회사가치·사원가치의 공동 실현'을 목표로 노경 전략을 수립하였습니다. 고객가치는 소비자의 사용 가치 증대, 회사가치는 지속가능한 성장, 사원가치는 사원의 삶의 질 향상을 의미합니다. 이러한 목표 달성을 위해 유한킴벌리는 헌법과 노동관계법을 준수하여 전사원의 단결권, 단체교섭권, 단체행동권을 보장하며, 법적 요건에 따라 운영되는 협의체와 이를 넘어서는 자율적 소통 채널을 운영하여 다양한 의견을 수렴합니다.

노경 소통 채널

노경협의회

유한킴벌리는 노경 간 정기적 소통을 위해 중앙노경협의회와 공장별 노경협의회를 운영합니다. 중앙노경협의회는 CEO와 노동조합 대표들이 참석하여 경영 현황, 성장 전략, 주요 근로 관련 사항 등을 논의하고 의결하는 협의체입니다. 공장별 노경협의회에는 김천, 대전, 충주 공장의 공장장과 사원 대표가 참석하여, 근로환경 개선과 복지 증진 등 공장 운영에 관한 실질적인 사항을 논의합니다. 2024년에는 중앙노경협의회와 공장별 노경협의회 모두 분기별 1회, 연 4회 개최하여 회사의 주요 정책과 노경 간 협력 방향을 논의하였습니다.

노경대토론회

노경대토론회는 CEO, 주요 사원, 노동조합 위원장 등 약 60여 명이 참여해 회사의 경영 현황과 미래 성장에 방향에 대해 직접 소통하고, 지속가능한 성장과 대외 환경 대응 방안을 함께 모색하는 자리입니다. 2024년에는 총 2회의 노경대토론회가 개최되었으며, 특히 12월에는 '안전·노경상생·사회적가치'를 주제로 활발한 토론이 진행되었습니다. 2025년에 해당 논의 내용을 실행 과제로 구체화하여 추진할 예정입니다.

고충처리 사기진작협의회

고충처리 사기진작협의회는 공장에서 발생하는 다양한 고충 사항을 수렴하고, 근로환경 개선과 사기 진작을 위한 해결방안을 논의하는 자리로, 노동조합 대표와 노경본부장, EX부문 리더, 노경 담당자가 회사 대표로 참여합니다. 2024년에는 각 공장에서 분기별 1회, 연 4회 정기적으로 개최하였습니다.

상생실천기금을 통한 지역사회 상생 실현

유한킴벌리의 상생실천기금은 지역사회 취약계층을 지원하고자 노경이 공동으로 운영하는 사회공헌 활동입니다. 상생실천기금은 노동조합이 먼저 저소득층 자녀들을 돕기 위해 기금을 마련하고, 이에 공감한 회사가 추가로 기금을 출연하면서 처음 조성되었습니다. 유한킴벌리는 2024년 상생실천기금을 통해 다양한 지역사회 지원 활동을 전개하였습니다. 대전시청에 1천만원을 기부하였고, 이는 대전지역 취약계층 어르신의 따뜻한 겨울나기 지원, 행복한 집 무료급식소 후원, 국가유공자 어르신을 위한 밑반찬 나눔에 사용되었습니다. 아울러 장애인의 날을 맞아 대전시 대덕구장애인종합복지관에 2백만원을 전달하였으며, 이는 장애인의 안전한 생활권 보호를 위한 활동에 활용되었습니다. 유한킴벌리는 앞으로도 노경이 함께 지역사회와 상생할 수 있는 활동을 지속적으로 추진해 나갈 예정입니다.



2024년 유한킴벌리 노경 상생기금 전달식

노경협업

노경이 함께하는 산업안전보건 활동

산업안전보건위원회

유한킴벌리는 노경이 협력하여 사원의 안전과 건강을 보호하기 위해 노력하고 있습니다. 3개 제조 공장에서 분기별로 산업안전보건위원회를 운영하고 있으며, 해당 위원회는 산업안전보건법 등 관련 법령에 근거하여 각 공장의 안전보건 현황을 점검하고 모니터링하는 역할을 수행합니다. 2024년에 김천공장, 대전공장, 충주공장 각 공장별로 총 4회의 위원회 회의를 개최하였습니다.

2024년 산업안전보건위원회 현황

공장	위원회 구성 (사용자위원/근로자위원)	생산직 사원/총 사원	주요 안건
김천공장	10/10	228/355	• 개인보호장비(안전화, 보안경, 경작업모) 착용 안내 • 안전 관련 제안 제도 실시 • 작업환경 측정 결과 및 건강증진 결과 • 2024 우수안전인 시상
대전공장	10/9	232/329	• 개인보호장비(안전화, 보안경, 경작업모) 착용 안내 • 사원건강 프로그램 진행사항 • 사람 중심 안전 관찰 프로그램(PCS, People Centered Safety) 운영 개선 논의 • 2024 우수안전인 시상
충주공장	9/9	139/217	• 개인보호장비(안전화, 보안경, 경작업모) 착용 안내 • 건강증진 프로그램 진행 상황 • 작업환경 측정 결과 및 건강증진 결과 • 자재 적재 개선 방안 논의 • 분기 우수안전인 시상

노경이 함께 하는 위험성 평가

유한킴벌리는 노경 합동 통합 주간 안전 점검 프로세스를 통해 잠재 위험 요소를 발굴하고 개선 조치를 이행하고 있습니다. 특히 연 1회 실시되는 위험성 평가는 근로자 참여형 방식으로 진행되어, 사원들이 직접 작업장 내 유해 위험 요인을 파악하고 있습니다.

2024년 노경 합동 위험 발굴 및 개선 성과

구분	김천공장	대전공장	충주공장
발굴(건)	144	132	110
개선(건)	134	129	102
개선률(%)	93	98	93

인권경영

인권 존중 문화 확산을 위한 기반 확립

인권경영 선언

유한킴벌리는 사원, 협력사, 고객, 지역사회 등 모든 이해관계자의 인권을 보호하고, 가치사슬 전반 및 경영활동 전 과정에서 사회적 책임을 다하기 위해 노력합니다. 이에 따라 2022년 3월, 국제적으로 채택된 UN 기업과 인권 이행지침(UN Guiding Principles on Business and Human Rights), 유엔글로벌콤팩트(UNG) 10대 원칙, UN 세계인권선언(Universal Declaration of Human Rights) 등 국제 인권 기준과 원칙을 바탕으로 인권경영 8대 원칙을 수립하고, 이를 반영한 유한킴벌리 인권경영선언문을 사내 인트라넷과 자사 웹사이트에 공개하였습니다.

인권경영 8대 원칙

- 1 국가와 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중합니다.
- 2 인권존중의 첫 과제로 안전보건을 최우선으로 삼고 정책을 결정합니다.
- 3 법에서 정하는 노동법규를 준수하며, 결사의 자유와 단체교섭권을 보장합니다.
- 4 고용과 노동 및 사업 활동 전반에서 차별과 괴롭힘, 강제노동, 아동노동을 금지합니다.
- 5 공급망의 인권문제에 대해 책임감을 갖고, 부정적인 인권 영향의 사전 예방에 노력합니다.
- 6 지역사회 문화를 존중하고, 삶의 질 개선과 인권보호를 위한 활동에 협력하며, 현지 주문의 토지권과 재산권을 존중합니다.
- 7 소비자의 인권보호를 위한 지속적인 기술개발과 개선조치를 수행합니다.
- 8 기후위기를 포함한 지구환경문제에 예방적 접근을 지지함으로써, 환경과 관련된 인권 보호에 앞장섭니다.

유한킴벌리 인권경영선언문

인권경영 추진 조직

유한킴벌리는 인권 관련 대외 정책 및 가이드라인, 그리고 이해관계자 요구 변화에 효과적으로 대응하기 위해 CEO, ESG위원회, 사회 소위원회 등으로 구성된 인권 전담조직을 운영하며, 인권 관련 절차와 내부 규정을 지속적으로 검토·보완하고 있습니다.

인권 리스크 관리

전사원 대상 인권 리스크 점검 및 교육

유한킴벌리는 매년 전사원을 대상으로 실시하는 만족도 조사인 myVOICE를 통해 노동시간 준수, 강제노동 등 인권 관련 항목을 점검하여 잠재적 위험 요소를 확인합니다. 인권 리스크가 식별될 경우, 분기별 전사 고용안전 및 고충처리 사기진작협의회를 통해 위험 완화 조치를 수립합니다. 2024년 myVOICE 조사에서는 응답률 89%, 사원 몰입지수 72점을 기록하였으며, 유한킴벌리는 주요 지표를 기반으로 존중받는 조직 문화를 구축하기 위한 개선 계획을 수립하고 실행하고 있습니다. 이외에도 각 공장별로 노경협의회 및 고충처리위원회를 분기 1회 운영하여 현장의 고충과 인권 관련 이슈를 상시적으로 점검하고, 필요한 경우 신속한 대응 조치를 마련합니다.

아울러 EX부문과 윤리법무분부는 인권 리스크를 예방하고 조직 전반에 인권 존중 문화를 내재화하기 위해 인권 교육을 실시합니다. 2024년에는 전사원이 성희롱 예방, 장애인 인식 개선, 직장 내 괴롭힘 금지 등 법정 교육 과정을 이수하였습니다.

협력사 대상 인권 리스크 평가

유한킴벌리는 주요 협력사를 대상으로 인권 관련 항목이 포함된 협력사 역량평가(SAT, Supplier Assessment Tool)를 매년 실시하고 있으며, 2024년에는 총 63개 주요 협력사를 대상으로 평가를 실시하였습니다. 신규 협력사 중 원부자재, 상품, 임가공 업체에 대해서는 주주사 킴벌리클라크의 글로벌 공급망 인권 프로그램(SCHR, Supply Chain Human Rights)을 통해 매년 6~10개 협력사를 선정하여 아동노동, 강제노동, 차별, 공장 안전보건 등 주요 인권 영역의 규정 준수 여부를 평가합니다. 평가 결과 위반 사항이 확인될 경우, 인프라·장비·교육에 대한 투자, 정책 및 절차 개선, 피해 근로자 구제를 위한 조치 등 시정조치계획(CAP, Corrective Action Plan)을 수립하며, 필요 시 거래선 변경 등의 조치도 병행합니다. 2024년에는 총 6개 협력사를 대상으로 SCHR 평가를 진행했으며, 평가 후 각 협력사에 SCHR 보고서를 제공하고, 이를 기반으로 협력사는 자체적으로 시정조치계획을 수립해 개선 활동을 이행합니다.

인권경영

인권 침해 고충처리

유한킴벌리는 인권 침해 및 고충 사항에 신속하고 공정하게 대응하기 위해 다양한 제보 채널과 처리 프로세스를 운영합니다. 사원 대상으로는 24시간 익명 제보가 가능한 핫라인과 toEX 시스템을 실시합니다. 이 중 핫라인은 외부 기관을 통해 운영되어 고충처리의 독립성을 확보하며, 사안의 중대성에 따라 내부 경영진에게 보고됩니다. 또한, 협력사를 대상으로 불공정거래제보 채널을, 고객을 포함한 전 이해관계자를 위한 회사 및 제품 관련 문의 채널은 자사 공식 홈페이지를 통해 별도로 운영됩니다.

행동규범 제보 및 고충처리 채널

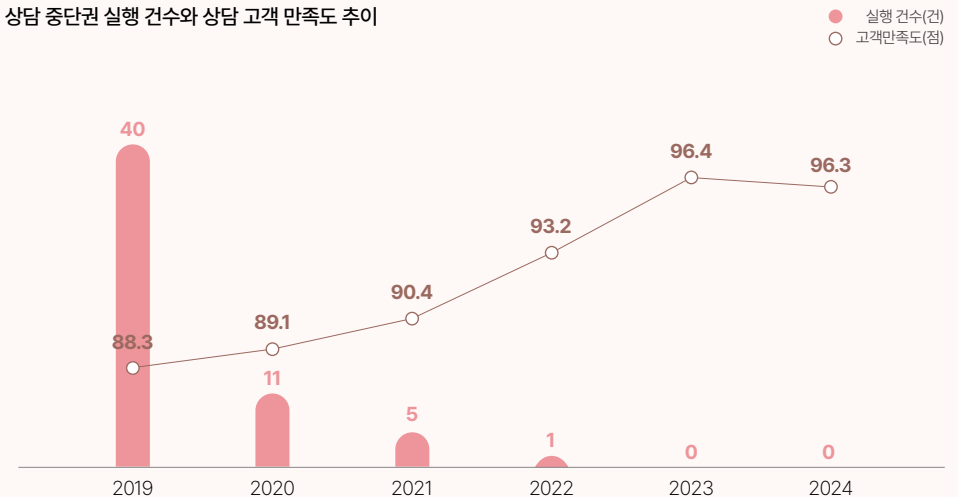
채널명	주요 접수 이슈	접수대상
핫라인	행동규범과 인권존중에 반하는 행동이나 활동	사원
toEX	EX부문에 공개적으로 질문하기 어려운 제도, 운영 사항에 대한 질문	사원
불공정거래 제보	불공정거래 행위와 관련한 제보	협력사
유한킴벌리 홈페이지	회사/제품 전반 관련 문의	전 이해관계자

고객응대 상담사 인권보호

유한킴벌리는 고객응대 상담사의 인권 보호를 위해 2018년 감정노동자 인권보호 정책 선언을 발표하고, 이후 관련 제도와 보호 조치를 지속적으로 강화해 왔습니다. 2023년 1월에는 상담사가 성희롱, 인격 모독, 욕설, 폭언, 위협 등의 상황에서 서비스 제공을 중단할 수 있는 '상담 중단권'의 실효성을 높이기 위해, 기존의 '3회 경고 후 중단' 기준을 '1회 경고 후 즉시 중단'으로 개선하였습니다. 이와 함께 상담사의 인권과 건강권을 보호하기 위해 휴식시간 보장, 재택근무 시행 등 다양한 제도적 조치도 병행합니다. 또한 '6대 원칙 안내' 및 포스터 캠페인을 통해 유한킴벌리가 상담사를 보호하고 있다는 메시지를 꾸준히 전달하고 있습니다. 이러한 노력을 바탕으로 상담 중단권의 실제 실행 건수는 2023년에 이어 2024년에도 0건을 유지하였습니다. 서비스 품질은 향상되고 고객 만족도 역시 상승하는 등 긍정적인 추이 또한 지속되고 있습니다.

유한킴벌리 감정노동자 인권보호 정책 선언문

상담 중단권 실행 건수와 상담 고객 만족도 추이



안전보건

안전보건 법령 준수 점검

중대산업재해 예방을 위한 관리

유한킴벌리는 중대재해 처벌법 등에 관한 법률에 따라, 사원과 협력사 직원의 중대재해 예방을 위해 반기 1회, 연 2회 이상 전사 차원의 안전보건 관리 체계를 점검합니다. 특히 안전보건본부는 김천, 대전, 충주공장에서 제출한 자체 평가 자료 및 인터뷰를 통해 안전보건 활동 현황을 점검하며 필요 시 현장 실사를 통해 안전보건 확보 의무의 이행 수준을 직접 확인하고 있습니다.

2024년에는 고용노동부의 자율점검표(총 149개 항목)를 활용하여 본사, 3개 제조공장, 1개 연구소, 물류센터 및 구매 본부를 대상으로 안전보건 관리체계 점검을 실시하였습니다. 평가 결과, 유한킴벌리 전 공장은 법적 요구사항을 충족하는 것을 넘어, 보다 높은 수준의 안전보건 관리가 이행되고 있는 것으로 나타났습니다. 점검 과정에서 도출된 우수사례는 타 공장으로 확산 적용하며, 개선이 필요한 사항은 상호 벤치마킹을 통해 지속적으로 개선하고 있습니다.

2024년 중대산업재해 반기점검 평가 항목 및 대상

점검 항목



대상



중대시민재해 예방을 위한 점검

유한킴벌리는 중대시민재해 예방을 위한 조치의 일환으로 매년 반기 1회 이상 제조공장 및 협력사를 대상으로 법령상 의무사항 이행 여부를 점검합니다. 2024년 하반기에는 3개 제조공장과 53개 협력사를 대상으로 의무교육, 인력, 시설 및 장비, 품질관리, 표시, 회수 등 10개 항목에 대해 점검을 실시하였으며, 일부 미비 사항은 현장에서 즉시 개선 조치하여 안전보건 확보 의무를 충실히 이행할 수 있도록 관리합니다. 특히 김천, 대전, 충주공장은 각 공장 간 교차 점검 방식으로 평가를 실시하고 도출된 개선사항은 즉시 조치하였습니다.

2024년 중대시민재해 반기점검 평가 항목 및 대상

점검 항목



대상



안전보건

안전보건 자율 점검

유한킴벌리는 중대재해처벌법 등 관련 법령 준수를 위한 안전보건 의무적 점검과 더불어, 글로벌 기준 준수와 내부 통제 강화를 위한 자발적 점검을 병행하여 운영합니다.

공장간 교차 평가 및 공동 학습 프로그램

공장간 교차 평가 및 공동 학습 프로그램은 주주사 킴벌리클라크의 아시아태평양(APAC) 지역 내 공장 간 상호 방문을 통해 안전보건 문화를 점검하고 학습하는 프로그램입니다. 사원 대상 인식 조사 및 인터뷰, 현장 관찰, 안전 관련 회의 참여 등을 통해 각 공장의 안전보건 운영 현황을 다각도로 진단하며, 우수 사례는 공유하고 개선이 필요한 사항은 최종 보고서를 통해 각 공장의 안전문화 향상에 반영하고 있습니다. 프로그램은 3년 주기로 진행되며, 2022년 김천공장을 시작으로 2024년 충주공장에서 시행되었습니다.

글로벌 안전보건 리스크 및 법규준수 감사

글로벌 안전보건 리스크 및 법규준수 감사는 주주사 킴벌리클라크의 글로벌 안전보건 팀과 외부 전문가가 참여해 3년 주기로 실시하는 종합적인 안전보건 진단 프로그램입니다. 전 공장에서 운영 중인 모든 절차와 안전보건경영시스템을 대상으로, 안전보건 기준 이행 여부, 법규 준수 등을 종합적으로 평가하며, 공장의 리스크 수준에 따라 평가 항목과 심층도를 조정하는 방식으로 각 공장에 최적화된 진단이 이루어집니다. 심사 결과는 성숙도 수준을 포함한 보고서로 정리되어, 체계적인 안전보건 수준 향상에 활용됩니다. 2021년에는 대전공장이 진단을 완료하였으며, 2024년에는 김천공장과 대전공장이 진단을 실시하였습니다.

글로벌 내부통제 감사

글로벌 내부통제 감사는 킴벌리클라크의 글로벌 내부통제 조직이 주관하여 매년 선정된 국가 및 공장을 대상으로 수행하는 감사 프로그램입니다. 안전보건을 포함해 인사, 공급망, 재무 등 주요 운영 프로세스를 평가하며, 위험 수준에 따라 등급이 부여됩니다. 심사 결과는 종합 보고서로 정리되어 각 공장에 제공됩니다. 2022년에는 김천공장이, 뒤이어 2024년에는 대전공장과 충주공장이 실시하였습니다.

공장 안전 상호 점검(Safety Cross Audit)

유한킴벌리는 공장 내 안전 위험 요소를 식별하고, 킴벌리클라크 안전보건 표준과 국내법 기준에 따른 안전 규정 및 절차 준수 여부를 점검하며, 우수 사례의 상호 벤치마킹을 추진하고자 공장 안전 상호 점검을 실시하고 있습니다. 해당 점검은 각 공장의 안전보건 관리자와 SH본부로 구성된 전담 팀이 참여하며, 직접 제조 현장을 순회 방문하여 킴벌리클라크의 안전보건 표준 및 국내 안전보건 법령에 기반한 규정과 절차의 준수 여부를 점검합니다. 총 18개의 점검 항목을 5개 기준에 따라 점검하여 잠재적 미준수 사항을 식별하고, 우수 사례를 발굴해 전사적으로 공유합니다. 2024년에 실시한 점검에서는 충주공장의 안전경영방침 공유, 안전보건 목표 관리, 안전서약 서명 등의 우수 사례가 도출되었으며, 대전공장에서는 위험성 평가 고도화, 비상 대응 행동 매뉴얼 운영 등 다양한 개선 사례가 발굴되었습니다.

협력사 대상 안전보건 위험관리

유한킴벌리는 중대재해 처벌법 등에 관한 법률에 따라 도급, 용역, 위탁 등의 계약 체결 시 협력사의 산업 재해 예방 조치 능력과 기술 수준을 사전에 평가합니다. 각 공장 구매팀과 안전 담당자는 협력사와 계약 체결 전 안전보건 관련 4가지 분야의 12개 항목을 통해 해당 업체의 안전보건 역량과 기술 수준을 검토하며, 평가 결과에 따라 계약 여부를 결정합니다. 평가 점수가 80점 이상인 경우에만 계약을 진행하고, 70점 이상 79점 이하일 경우에는 계약 가능 여부를 별도 검토합니다. 특히 90점 이상을 획득한 협력사에는 인센티브를 부여하고 있습니다.

아울러 주요 협력사를 대상으로 매년 실시하는 협력사 역량평가(SAT, Supplier Assessment Tool)를 통해 총 10개의 안전보건 항목에 대해 현황을 파악하고, 잠재 리스크 예방을 위한 사전 평가를 진행한 후 개선 조치를 취하고 있습니다. 해당 항목은 협력사의 안전보건 규정, 교육 이행 여부, 외부 작업자 및 방문자 관리 등 안전보건 관리체계 전반을 포괄하도록 구성되어 있습니다.

유한킴벌리 적격 공급업체 평가 절차



유한킴벌리 적격 공급업체 평가 항목

분야	평가 항목	분야	평가 항목
안전보건관리체계	일반 원칙	운영관리	소통체계
	계획수립		위험물질 및 설비
	이행 및 책임		비상조치
실행수준	위험성평가	재해발생수준	산업재해 현황
	안전점검		
	이행확인		
	교육 및 기록		
	안전작업허가		

안전보건

사원 참여 안전문화 확산

사람 중심의 안전 관찰 PCS(People Centered Safety)

유한킴벌리는 사고 발생의 주요 원인 중 하나인 불안정한 행동 및 관행을 제거하기 위해, 제조 공장 전 사원을 대상으로 행동 안전 관찰 프로그램을 실시하고 있습니다. PCS 프로그램은 작업자와 관찰자가 서로의 작업을 관찰하고 피드백을 주고받는 방식으로, 현장에서 배려 중심의 문화와 사람 중심의 안전 프로세스를 정착시키는 데 기여하고 있습니다. 2024년에는 1인당 월 2.0건의 관찰, 참여율 85%을 목표로 설정하였으며, 관찰자 1인당 월평균 2.8건, 전체 참여율 92.9%를 기록하며 목표를 초과 달성하였습니다.

위기 대응 비상 훈련

유한킴벌리는 전 사원을 대상으로 매년 새로운 위기 대응 시나리오를 적용해 반기별 연 2회 비상 대응 훈련을 실시합니다. 각 공장은 자체적으로 비상 상황 대응 매뉴얼을 수립하고 있으며, 해당 매뉴얼은 사고 발생 시 조치 사항, 보고 체계, 비상 연락망, 대피로, 업무 분장 등에 대한 내용을 포함합니다.

2024년 대전공장에서는 소방대피훈련과 밀폐공간 대응 훈련을 실시했고, 충주공장에서는 비상대피훈련과 충주소방서 합동소방훈련을 시행했으며, 김천공장은 약품 누출 대비 비상훈련과 119센터 참관 비상대피 훈련을 진행했습니다.

보호구 착용 문화 확산

유한킴벌리는 근로자의 안전 확보와 보호구 착용 문화 확산을 위해, 안전보건경영위원회 논의를 거쳐 김천, 대전, 충주공장에서 보호구 착용 강화 방안을 마련하였습니다. 김천공장에서는 기계 운전 작업 시 보안경과 경량 안전모 착용을 전사적으로 의무화하기로 결정하였으며, 대전공장과 충주공장에서는 작업 위험성 평가 결과를 반영하여 작업 상황에 따라 보호구를 구분 착용하도록 하였습니다. 이에 따라 3개 제조 공장 모두 착용계획 수립, 보호구 선정 및 구매, 지급 및 착용 홍보, 전 직원 대상 착용 의무화, 착용 실태 평가 등 전 과정을 단계별로 체계적으로 이행하고, 이를 통해 사원 주도의 보호구 착용 문화를 정착시키고 있습니다.

사원 건강 증진 및 직업병 예방

유한킴벌리는 사원의 신체적·정신적 건강을 보호하기 위한 다양한 건강관리 활동을 운영하고 있습니다. 전사원을 대상으로 한 일반 건강검진 외에도, 유해 물질에 노출될 가능성이 있는 직군에 대해서는 추가적인 특수 건강검진을 실시하며, 근골격계 질환 예방 및 관리에도 지속적으로 힘쓰고 있습니다. 아울러 사원의 정신건강을 위해 2002년부터 심리상담프로그램(EAP)을 운영하는 등 다양한 공장별 건강 관리 활동을 통해 전반적인 건강 증진을 지원합니다.

2024년 공장별 건강 관리 활동

공장	활동
김천공장	만보 걷기 프로그램
	건강행동 모니터링
	EAP 행복찾기 프로그램
대전공장	2024 걷기챌린지
	응급처치 교육
	근골격계 통증예방 프로그램
충주공장	2024 건강증진 프로그램 - 다이어트 펀드

제품 안전과 품질

제품 안전 관리 체계

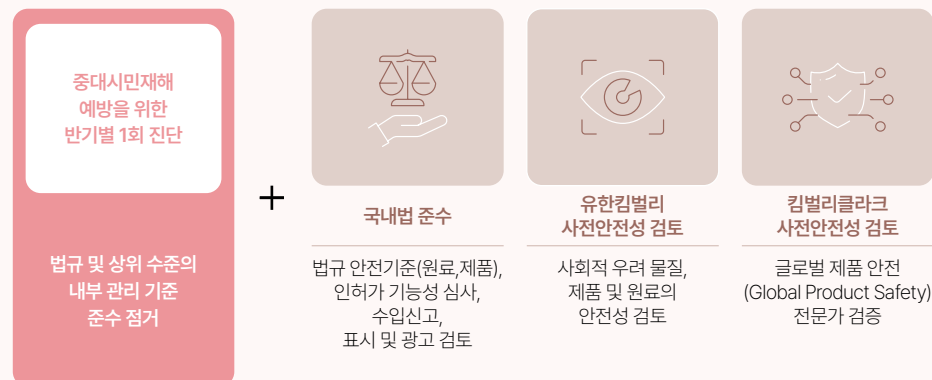
유한킴벌리는 '소비자에게 안심을 제공하는 품질'을 핵심 목표로 삼고, 모든 제품이 법적 안전 요건은 물론 사회적 기대 수준까지 충족할 수 있도록 설계합니다. 이를 위해 내부 사전 안전성 검토뿐만 아니라, 주주사 킴벌리클라크의 글로벌 제품 안전성 평가(Global Product Safety)를 통해 전문가의 검증을 받습니다.

또한 중대시민재해 예방을 위해 의약품, 의료기기, 화장품, 위생용품, 식품용기구, 생활화학제품, 어린이제품, 산업안전용품 등 8개 제품군을 대상으로 반기 1회 이상 법규 준수 여부를 점검하고, 위·수탁 제품에 대해서도 출시 전 법적 적합성 검토를 통해 협력사 관리 책임 강화에 선제적으로 대응합니다. 이러한 제품 안전 관리 체계는 4단계 프로세스를 기반으로 운영되며, 제품 안전 정책으로 정립되어 홈페이지에 투명하게 공개하고 있습니다. 아울러 김천, 대전, 충주 등 전 제조공장이 국제적인 품질 관리 기준을 충족하여 ISO 9001(품질경영시스템) 인증¹⁾을 취득하였으며, 2024년에는 제품 안전사고 0건을 기록하며 우수한 제품 안전 및 품질 관리 체계를 유지하고 있습니다.

1) 유효기간: 2023년 2월 ~2026년 2월

제품 안전 정책

제품 안전성 보증 체계



단계별 제품 안전 관리 활동

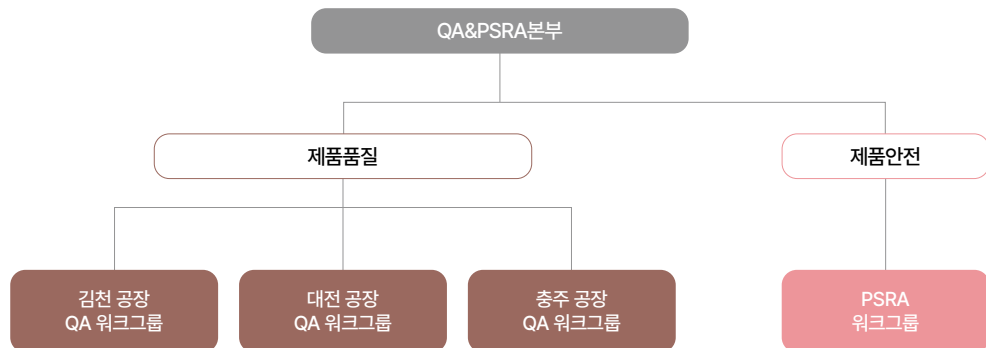
1	2	3	4
제품 개발 단계	제품 생산 단계	소비자 사용 단계	안전성 모니터링 단계
- 안전성 우려 물질 사용 제한 - 안전함이 입증된 원료 사용 - 신제품 사전 점검 통합 프로세스 운영 - 동물실험 금지	- ISO 9001 유지 - 여성용품 생리대/там폰 의약품 GMP 획득 - 내부 생산 제품과 아웃소싱 제품 품질 관리 및 지속적 개선 - 출시 전 적합성 검증 체계 운영	- 제품 출시 후 안전 관리 - 소비자 불만 정보 수집 - 사전예방시스템	- 유통 중인 제품 안전성 모니터링 - 유해사례 안전성 정보 보고

제품 안전을 위한 전담 조직

유한킴벌리 QA&PSRA²⁾본부는 제품의 품질과 안전을 전담하는 조직으로, 2025년 기준 4개의 워크그룹으로 운영됩니다. 제조공장별 3개 품질 관리 워크그룹은 각 공장에서 생산하는 제품의 품질을 철저히 관리하고 있습니다. 제품 법규 및 안전을 담당하는 PSRA 워크그룹은 R&E, 마케팅, 품질, 환경경영, 커뮤니케이션 등 유관 부서를 대상으로 내부 이해도 제고와 선제적 대응을 위한 활동을 수행합니다. 그 일환으로 매월 1일 '제품안전 뉴스레터'를 발송하며, 국내외 제품 안전 이슈를 상시 모니터링하고 관련 정보를 정기적으로 공유하고 있습니다.

2) QA: Quality Assurance(품질보증) PSRA: Product Safety Regulatory Affairs(제품안전법규)

제품 안전 및 품질경영 전담 조직도



제품 안전과 품질

제품 개발 단계에서의 안전 관리

유한킴벌리는 제품 개발 단계에서부터 철저한 안전성 확보를 위해 원료와 제품 전반에 걸쳐 사전 검토 체계를 운영하고 있습니다. 사회적으로 안전성에 대한 우려가 제기된 물질에 대해서는 자발적으로 사용을 제한하고 있으며, 자체적으로 법적 기준보다 엄격한 원료의 규격(17종)을 마련하여 원료의 안전성을 선제적으로 관리합니다. 또한 신원료는 정규 생산 이전에 사전 검증 프로세스를 통해 철저히 점검합니다. 안전성 우려 물질 190종은 홈페이지를 통해 투명하게 공개하고 있으며, 최신 국내외 규제 동향과 소비자 이슈를 반영해 연 1회 이상 안전성 모니터링을 실시하고, 필요한 조치를 취하고 있습니다.

이처럼 안전성이 검증된 원료를 기반으로, 신제품 개발 시에는 제품의 안전성과 법규 준수 여부, 사회적 잠재 이슈까지 종합적으로 고려하여 설계하고 있습니다. 2024년 총 2,091건(제품 안전성 203건, 법규 검토 749건, 표시광고 검토 1,139건)에 대한 사전 점검을 완료하였습니다.

안전성 우려 물질 190종

사전 원료 검증 프로세스



자발적으로 사용을 제한한 안전성 우려 물질 특징

- 1 해외에서 규제 대상이거나, 규제 강화 움직임이 있는 물질
- 2 소비자에게 안전성에 대한 잠재적 우려가 있는 물질
- 3 최신 연구 결과 안전성 문제가 제기된 물질
- 4 기타 안전성 정보가 부족한 물질

제품 안전성과 법규 검토 건수

구분	2020	2021	2022	2023	2024
안전성과 법 검토 건수(건)	2,029	1,947	1,829	1,968	2,091

동물실험 금지 원칙

전 세계적으로 생활위생용품(FMCG¹⁾ & Household & Personal Care) 분야에서 동물실험 등에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 유한킴벌리는 이러한 세계적 흐름에 선제적으로 대응하기 위해, 주주사인 킴벌리클라크와 협력하여 대체 시험 방법을 도입하고, 동물 실험을 없애고자 노력하고 있습니다. 인체 안전 보장을 위해 법령에 따라 실험이 요구되거나, 현실적으로 대체 방법이 없는 경우를 제외하고는 제품이나 성분에 대해 동물실험을 실시하지 않는 원칙을 준수하고 있습니다.

1) Fast-Moving Consumer Goods의 약자로 빠르게 소모되고 자주 구매되는 소비재를 의미함

제품 생산 단계에서의 안전 관리

유한킴벌리는 제품 생산 규모 확대에 따라 아웃소싱 제품의 비중이 점차 늘어나고 있습니다. 이에 내부 생산 제품과 외부 제조 제품의 품질 관리에 대한 전략을 이원화하여 수립하고 있습니다. 소비자 불만에 대한 체계적인 분석과 개선 활동을 통해 고객 관점의 품질 수준 향상을 도모하고, 디지털 기반 품질 관리 체계(Quality Digitalization) 도입을 통해 업무 효율성과 정확성 제고를 추진했습니다. 또한 품질경영시스템(QMS, Quality Management System)의 고도화를 통해 법적 기준을 상회하는 품질 확보를 전략의 핵심으로 삼았습니다.

외부 품질 부문에서는 공급 초기 단계(Upstream)에서의 리스크 차단을 중심으로, ECM²⁾/SQM³⁾ 기반의 협력사 품질 역량 강화와 시너지 창출을 통해 내부 생산과 동일한 수준의 품질 확보를 목표로 설정했습니다. 이를 위해 주요 협력사 대상의 정례 미팅과 주기적 현장 점검을 실시하고, 안전·품질 교육 영상 제공 및 실무 교육 등 예방 중심의 활동을 전략적으로 운영했습니다.

출시 전 적합성 검증

유한킴벌리는 출시 전 제품의 품질, 법규 준수, 안전성 및 유효성을 확보하기 위해 제품을 고위험, 중위험, 저위험으로 구분하고, 이에 따라 단계별 검증 체계를 운영합니다. 고위험 제품에 대해서는 설계 변경 관리를 통해 사전 검토를 실시하고, 중위험 및 저위험 제품은 제품출시위원회(PCC, Product Compliance Committee)를 통해 출시 전 적합성 여부와 광고 문구의 검토·승인을 거치는 표준화된 프로세스를 적용합니다. 특히 2024년에는 설계 변경 관리의 적용 범위가 중위험 제품까지 확대되었으며, 이를 통해 10건의 제품이 설계 변경 관리를, 32건의 제품이 제품출시위원회 검토를 거쳐 출시 전 검증을 완료하였습니다.

2) External Contract Manufacturing

3) Service Quality Management

제품 안전과 품질

소비자 사용 단계에서의 안전관리

소비자불만 정보수집 및 불만의 관리

유한킴벌리는 다양한 경로를 통해 소비자의 의견을 수집하고 이를 분석하고 관리하고 있습니다. 매년 판매량(또는 생산량) 대비 소비자불만 접수건수 CCR(Consumer Complaint Rate)을 핵심성과지표(KPI)로 설정하고 있으며, 2024년에는 전체 소비자불만이 전년 대비 1% 감소하였습니다. 보다 강화된 품질관리시스템(QMS, Quality Management Sysyem)을 통해 지속적인 개선과 불만의 감소를 견인해 나갈 예정입니다.

특히, 소비자의 안전과 위생에 관련된 소비자불만 유형은 정의와 구분을 세분화하고 더욱 철저하게 관리되고 있습니다. 소비자 사용 중 발생 가능한 다양한 가능성을 염두하여 우려가 되는 사례가 발생 시에는 PSRA, 품질, CX본부, R&E, PR 등 관련 부문이 개선 회의체를 소집하여 신속한 개선과 함께 사전에 예방하는 활동을 병행하고 있습니다.

유통 중인 제품 안전성 모니터링

유한킴벌리는 제품 출시 이후에도 사회적 이슈물질에 대한 소비자의 우려와 미디어 보도를 상시 모니터링하고, 전 사업부(유아동, 여성, 가정, 웰니스, B2B)의 대표제품을 대상으로 연1회 통합 안전성 모니터링을 실시합니다. 모니터링 대상 제품은 유통 중 제품의 안전 관리 기준에 근거하여 주기적으로 법규 및 자발적 사내 기준에 따라 매년 선정되며, 관련 법규 뿐만 아니라 사회적으로 이슈가 될 가능성이 있는 유해물질의 함유 유무를 자발적으로 확인합니다. 특히, 사회적 이슈가 있는 해외에서 규제가 강화되는 물질에 대해서는 정확성과 객관성을 확보하기 위해 제3의 전문 시험기관에 분석을 의뢰하고, 관련 이슈를 신속히 대응하고 있습니다.

품질 최우선 문화 내재화를 위한 노력

유한킴벌리는 품질 최우선 문화를 내재화하기 위해 3대 품질 다짐 캠페인을 통해 품질 마인드셋과 주인의식을 고취하고 있습니다. 2024년 김천, 대전, 충주 공장은 품질주간(Quality Week)을 맞아 '고객의 소리 귀담아듣기'를 주제로 품질 캠페인을 진행하였습니다. 캠페인 프로그램에는 고객의 불편 알기, 생생한 고객의 목소리 듣기, 고객의 입장에서 생각하기 등을 통해 고객 중심의 태도 강화를 목표로 하였으며, 고객의 목소리에 공감하고 이를 실천으로 옮기는 문화를 확산하고자 하였습니다. 또한 고객의 의견을 바탕으로 품질 개선에 대한 개인의 의지를 표현하는 나의 다짐 응모 프로그램도 함께 운영되었으며, 총 108명이 참여하였습니다.

정부 및 유관기관과의 협력을 통한 소비자 안전 강화

유한킴벌리는 정부기관인 행정안전부, 한국소비자원과 협력사업을 통해 사회적 안전 이슈에 선제적으로 대응하고자 노력합니다. 한국소비자원과 함께 위생용품정례협의체와 화장품정례협의체에 참여해 소비자 위해예방과 자발적인 제품 안전강화 활동을 추진하며, 특히, 위생용품협의체에서는 위원장 역할을 수행하며 주요한 활동을 주도하고 있습니다. 2024년에는 킨타월의 원단에 따른 올바른 사용법을 안내하는 정보 콘텐츠를 제작하고 5개 대형유통사(롯데마트, 홈플러스, 이마트, 신세계, 현대백화점)에 게시하는 등 소비자가 제품을 보다 안전하게 사용할 수 있도록 확산하였습니다.

또한 행정안전부와 '안전문화 사회공헌활동 업무협약'을 통해 기업 전문성을 활용한 안전사고 예방 활동, 생활 속 안전수칙 홍보 등 안전문화 활동, 안전 취약계층 대상 캠페인에 협력하고 있습니다.

공동 협력 활동으로 시각장애인의 생활안전 확보를 위해 여성용품 종이 패키지에 점자를 표시하고, 제품 지원 활동을 지속하고 있으며, 2024년에는 환경을 위한 물티슈 사용안내가 포함된 어린이 안전일기장을 제작하여 초등학생을 대상으로 배포하였습니다. 앞으로도 소비자 안전을 위해 정부, 유관단체, 기업 간 공동 노력을 지속할 것입니다.



2025년 안전문화 사회공헌활동 업무협약식

2024년 위생용품정례협의체 5대 아젠다

개선 과제	
안전	① 물티슈류: 개봉 후 사용 권장 기한 표시 및 티슈 내 추출물 함량 오인 방지를 위한 추출물, 용매 구분 표기
	② 보관 관련 주의사항 문구 추가
	③ 위생용품 유해물질 사업자 자율적 관리 체계
ESG	④ 지속가능한 포장재 사용(친환경, 재활용)
	⑤ 협의체 활동 소비자 정보 공유 및 콘텐츠 제작

고객만족

소비자중심경영을 통한 고객만족 및 혁신

소비자중심경영은 고객의 입장에서 생각하고 행동하는 것에서 시작됩니다. 유한킴벌리는 고객의 목소리를 단순한 의견이 아닌 혁신의 출발점으로 인식하고, 이를 경영 전반에 반영하는 소비자중심경영을 실천하며 모든 활동을 소비자 관점에서 기획하고 실행합니다. 유한킴벌리는 소비자중심경영을 체계적으로 수행하기 위해 소비자를 위한 7대 원칙을 제정하고, 고객의 의견을 적극 수렴하여 제품과 서비스 혁신에 반영합니다. 또한 고객만족 향상, 선제적 위기예방, 고객의 소리를 통한 경영 인사이트 도출, 충성고객 및 잠재고객 개발, 소비자 권익 향상이라는 5가지 전략 목표를 중심으로 실행과제를 추진하고 있으며, 이를 통해 고객 만족과 기업 가치 창출이라는 소비자중심경영의 비전을 실현해 나가고 있습니다.

아울러 2025년 소비자중심경영 인증(CCM) 획득을 목표로 준비를 진행하고 있으며, 소비자 관점에서 경영활동을 점검하고 개선하기 위한 체계를 강화하고 있습니다. 소비자중심경영 인증(CCM)은 공정거래위원회가 인증하고 한국소비자원이 운영하는 국가 인증제도로, 유한킴벌리는 이를 통해 소비자 권익 보호를 더욱 체계적으로 실현해 나갈 계획입니다.

CX본부 비전 & 미션

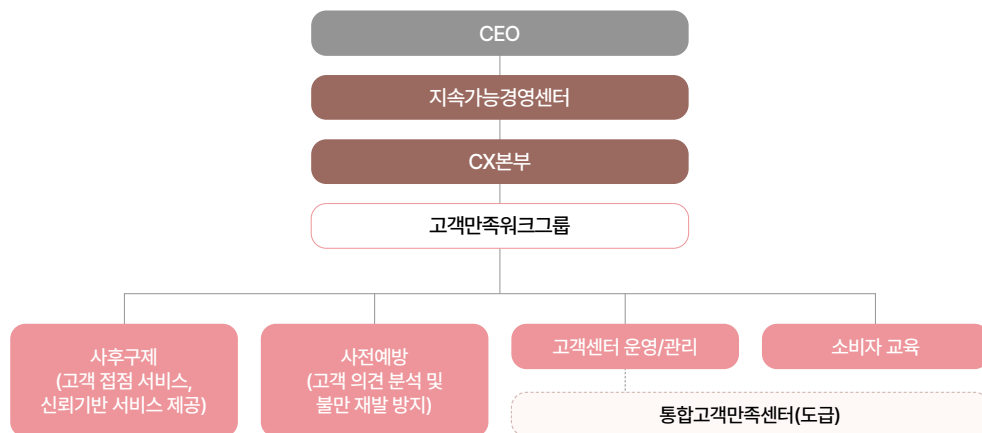


고객만족 추진 조직

유한킴벌리는 고객의 불만을 단순한 해결에 그치지 않고, 소비자가 우리 제품과 서비스를 만나는 접점에서 더 나은 고객 경험을 할 수 있도록 재설계하고 개선해 나가겠다는 의미를 담아, 기존 고객만족본부의 본부명을 2025년에 CX본부(Consumer eXperience)로 변경하였습니다.

CX본부는 긍정적 고객경험에 기반하여 고객만족도를 극대화하고 소비자불만을 관리하기 위한 컨트롤타워의 역할로서 소비자 불만의 사후 처리와 사전 예방 활동, 최점점의 고객센터의 운영·관리와 소비자 교육 등을 전담하고 있습니다.

CX본부 조직도



슈링크플레이션 TFT

유한킴벌리는 소비자 불만을 사전에 예방하고 제품에 대한 투명한 정보 제공을 강화하기 위해 2024년 슈링크플레이션 TFT를 발족하였습니다. 이는 제품 용량이나 사양 변경 시 충분한 고지가 이루어지지 않아 발생할 수 있는 소비자 오인과 불만을 방지하기 위한 조치입니다. 마케팅, R&E, PR, CX, 법무, 제품안전(PSRA) 등 주요 부서가 참여하여 관련 법적 요건과 사업에 미치는 영향 등을 신속히 분석하고, 내부 기준과 가이드라인을 수립하고 전사에 배포함으로써 사전 대응 체계를 구축하였습니다. 각 사업부는 용량 축소 등 주요 변경 사항 발생 시 사전검토 절차를 진행하여 소비자 오인 및 불만을 예방하고, 고객 신뢰를 보호하고 있습니다.

돌보기

고객만족

고객의 목소리 통합 관리

유한킴벌리는 문자, 채팅, 챗봇, 전화, 이메일 등 다양한 온·오프라인 채널을 통해 고객의 목소리(VOC)를 수집하고, 이를 통합고객케어 시스템으로 신속하고 체계적으로 관리합니다. 통합고객케어 시스템은 고객 이력, 제품 정보, 자주 묻는 질문, 이벤트 등 각종 정보를 통합 제공하여 상담사의 대응 효율성과 정확성을 높입니다. 고객의 문의나 불만은 실시간으로 응대하며, 3시간 이내 답변 원칙과 함께 신속한 응답이 기본입니다. 접수된 VOC는 CX본부의 대시보드를 통해 모니터링되며, 제품 안전이나 이물질 등 중대한 이슈는 유관부서 경영진에게 실시간으로 자동 보고되어 신속한 조치를 가능하게 합니다.

불만 처리와 사후 구제는 유한킴벌리의 내부 소비자 불만 해결 기준에 따라 공정하고 일관되게 이루어지며, 단순 문의는 챗봇 및 FAQ로 응대하고, 복합 이슈는 CX를 중심으로 관련 담당 부서가 협업해 객관적 근거를 바탕으로 분석하고 답변합니다.

소비자 피해 관련 분쟁 해결 기준과 처리절차는 홈페이지에 투명하게 공개하고 있으며 수집된 VOC를 품질 개선, 제품 개발, 서비스 혁신 등 다양한 분야에 반영함으로써 고객 만족도를 높이고 있습니다.

2024년에는 고객 스스로 문제를 해결할 수 있는 셀프 상담 채널을 확대하여 전년 대비 33% 증가한 약 19만 건의 상담이 이루어졌으며, 빠르고 간편한 상담을 선호하는 고객 니즈에 따라 단순 문의는 챗봇으로 효과적으로 전환되었습니다.

유한킴벌리 고객상담 프로세스



고객만족

우수 상담 서비스에 기반한 고객 만족 및 대외 성과

유한킴벌리는 실시간 모바일 소비자 만족도 조사 및 자동 분석 시스템을 운영하고 있으며, 이를 통해 수집된 고객만족지수(CSI)와 재구매의향지수를 주요 KPI로 설정해 체계적으로 관리합니다. 2024년에는 상담 고객 만족도 96.3점, 재구매의향지수 94.0점을 기록하며 높은 고객 만족 지표를 달성하였습니다.

아울러 소비자문제연구소인 컨슈머리서치가 한 해 동안 소비자고발센터에 제기된 총 7만여 건의 소비자 민원 통계 자료와 모니터링 결과를 분석해 선정하는 '소비자민원평가대상'에서 7년 연속 대상을 수상하며, 고객 대응 역량의 우수성을 입증했습니다.

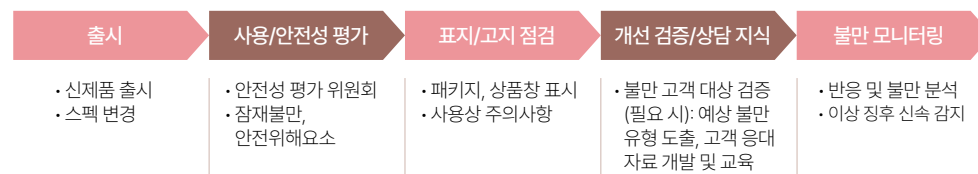
뿐만 아니라 유한킴벌리 고객만족센터는 생활용품 업계 최초로 한국표준협회가 주관하는 'KS서비스 인증(고객컨택트센터 서비스 부문)'을 획득했습니다. 해당 인증은 국가 산업표준 이상의 서비스 역량을 보유한 공장에 부여되는 제도로, 유한킴벌리 고객만족센터는 품질경영, 운영체계, 인적관리 등 전 부문에서 높은 점수를 받았으며, 특히 고객을 배려하는 공감표현 능력에서 우수한 평가를 받았습니다.

소비자 불만 사전 예방

제품 사전 점검

유한킴벌리는 소비자 불만을 사전에 예방하기 위해 제품 기획 단계부터 고객 경험 관점에서의 리스크를 점검하고 있습니다. 제품 사전점검 프로세스를 통해 표시사항 누락, 사용법 오인 등 소비자 불만 요소를 사전에 식별하여 반영하고, 면밀한 모니터링을 통해 신속히 개선하는 등 소비자 불만에 선제적으로 대응합니다.

사전 예방 프로세스



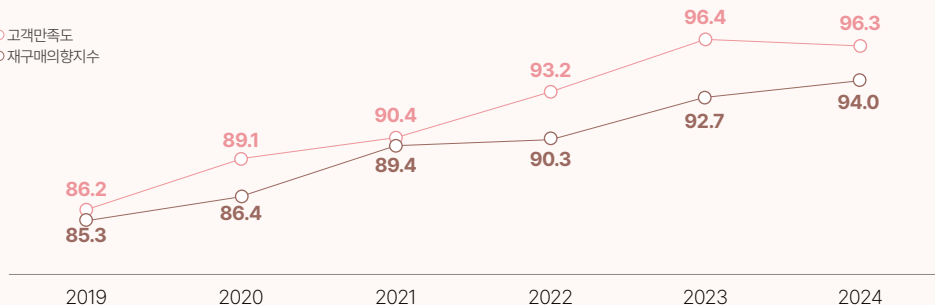
조기경보를 통한 부정이슈 확산 방지

유한킴벌리는 안전 및 위생과 관련된 중요한 불량이 발생하는 것을 조기에 개선하고 예방하기 위해 조기경보(Warning) 프로세스를 운영합니다. 고객의 목소리를 바탕으로 이슈 확산 가능성이 있는 사안에 대해 위기대응팀에 조기 경고를 전달하고, 전사적 협업이 필요한 경우 공식 대응 체계를 가동하여 신속히 조치합니다. 경보 단계는 문제 해결이 가능한 '주의 단계', 이슈 확산이 우려되는 '경계 단계', 부정 이슈가 실제 확산된 '심각 단계'로 구분되며, 각 단계별로 대응 주체와 방식이 명확히 설정되어 있습니다. 주의 및 경계 단계에서는 CX본부와 위기대응팀이 협력하여 조치하고, 심각 단계에서는 위기대응팀이 전사 차원의 공식 대응을 시행합니다. 2024년에는 총 25건의 조기경보가 발동되었으며, 유관 부서 간의 유기적인 협업을 통해 대부분의 이슈를 사전에 차단하고 확산을 방지하였습니다.

고객만족도와 재구매의향지수

(단위:점)

○ 고객만족도
○ 재구매의향지수



고객만족

고객의 목소리 간담회

유한킴벌리는 고객의 실질적인 의견을 경영에 적극 반영하기 위해 CEO, 사업부문장, 유관부서 리더가 고객센터 전문 상담사와 직접 소통하는 고객의 목소리 간담회를 운영하고 있습니다. 제품, 품질, 배송, 서비스, 이커머스 등 고객 접점 전반에 대한 주요 이슈를 논의하며, 2024년에는 총 9회의 간담회를 통해 92건의 안건을 논의하고, 88건의 개선 과제를 도출하여 그중 88%를 실제 개선에 반영하였습니다. 이와 함께 매월 고객의 목소리 보고서를 발행하여 고객센터를 통해 수집된 소비자 동향과 주요 이슈를 분석하고 공유합니다. 보고서에는 전체 상담 건수, 주목해야 할 고객의 목소리, 사업부별 제품 불만 트렌드 및 유형, 상담 부문별 결과 등이 포함되어 있습니다. 앞으로도 고객의 목소리를 가치 있는 변화의 출발점으로 삼고, 이를 경영 전반에 적극 반영해 나갈 것입니다.

소비자단체 및 정부와의 협력

위생용품과 소비자 안전에 대한 사회적 요구가 높아짐에 따라, 관련 법령과 관리 체계가 한층 강화되고 있습니다. 유한킴벌리는 이러한 변화에 선제적으로 대응하고자 정부 및 소비자단체와의 협력을 지속적으로 확대하며, 보다 안전하고 신뢰받는 제품 환경 조성을 위해 노력하고 있습니다.

한국소비자원과 함께 위생용품정례협의체에 참여해 소비자 위해 예방과 자발적인 제품 안전 강화 활동을 추진하고 있으며, 2024년에는 협의체 위원장 역할을 수행하며 관련 논의와 조율을 주도하였습니다. 특히 협의체에서 진행한 안전체험교실에 참여하여 4,500명의 소비자들에게 유한킴벌리 위생용품의 우수성과 올바른 사용법을 안내하고, 제품 샘플링을 실시하였습니다. 아울러 12개 소비자 단체 및 전국 194개 지역단체로 구성된 소비자단체협의회와의 파트너십을 통해 1372 소비자상담센터를 통해 접수되는 소비자 불만 및 피해구제를 신속히 해결하기 위한 노력은 물론 소비자단체의 소비자 인식 제고 캠페인 사업 등을 적극적으로 지원하고 있습니다. 앞으로도 정부 및 소비자단체와의 유기적인 협력을 바탕으로 선제적인 리스크 관리와 소비자 권익 보호에 앞장서며, 지속가능한 소비자중심경영을 실현해 나갈 예정입니다.



2024년 위생용품정례협의체 안전체험교실

제품 정보 투명성 제고를 통한 고객 신뢰도 증진

유한킴벌리는 제품별 법규 기준에 따른 표시광고의 법적 기준 준수를 위하여, 한국에 판매하는 모든 유한킴벌리 제품의 표시광고를 출시 전에 검토하고 있습니다. 아울러 표시광고 적합성 유지를 위하여, 연 1회 이상 표시광고 모니터링을 진행합니다.

2024년에는 제품별 법규 기준에 따른 광고의 적절성과 소비자의 광고 인식 및 오인 가능성을 종합적으로 점검하기 위해 대학생 모니터링단을 운영함으로써 소비자 관점에서 광고 표현을 검토하였습니다. 모니터링 결과, 일부 광고 표현에서 소비자의 오해 가능성이 있을 수 있는 개선 필요 영역을 도출하였습니다. 소비자가 작성한 사용 후기 중 의약품 효능효과로 오인할 수 있는 표현이 포함되거나, 출처 확인이 어려운 사례가 있었으며, 일부 광고는 가독성이 낮아 정보 전달에 한계가 있다는 의견과 마스크 제품 광고에서는 소비자의 이해를 돕기 위한 추가 정보 제공이 보완되면 좋겠다는 모니터링단의 의견이 있었습니다. 이러한 결과를 바탕으로 소비자가 보다 명확하게 정보를 인지하고 안전하게 사용할 수 있도록 표시, 광고하는 개선활동을 지속적으로 추진할 계획입니다.

돋보기

고객가치 기반 교육 활동을 통한 브랜드 신뢰 제고

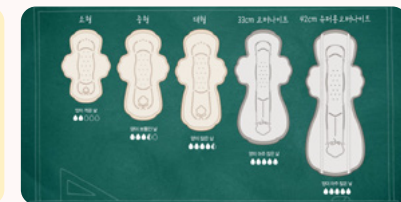
유한킴벌리는 고객가치 실현을 중심에 둔 소비자 교육 활동을 통해 사회적 책임을 이행하고, 동시에 브랜드 신뢰도 제고 및 장기적인 비즈니스 성장 기반을 다지고 있습니다. 초·중등학생을 대상으로 성교육과 위생교육 등의 교육 프로그램을 운영하여 고객과의 접점을 확대하고, 고객의 삶의 질 향상에 기여하고 있습니다.

유한킴벌리의 소비자 교육 활동은 1972년부터 학교 성교육을 중심으로 시작되었으며, 2010년 이후 온라인 성교육을 거쳐 2018년부터는 여성 CSR 활동의 일환으로 초등학교 보건교사 협의체와의 MOU 체결을 통한 학교 연계 교육을 이행하였습니다. 2024년에는 총 41만 명의 청소년이 교육에 참여하고, 총 1,738개의 학교에서 교육이 실시되었습니다. 유튜브 콘텐츠는 15만 회의 조회수를 기록하였습니다.

2025년에는 초·중등 위생교육에 대한 지속적 요구에 따라 학교 교육용 콘텐츠를 위생용품으로 확대하고, 초경교육을 실시하는 등 고객가치 실현을 강화할 계획입니다.



소비자교육 자료



공급망 관리

공급망 관리

전 세계적으로 공급망의 투명성과 지속가능성에 대한 요구가 확대되면서, 책임 있는 공급망 관리는 기업에게 필수입니다. 인권 침해, 환경 오염 등 공급망에서 발생할 수 있는 리스크는 기업의 신뢰도와 지속가능성에 직접적인 영향을 미치는 만큼, 이를 체계적으로 관리하는 노력이 중요합니다.

유한킴벌리는 이러한 흐름에 발맞춰 공급망 전반에 걸친 지속가능한 관리 체계를 구축하고 있습니다. 오픈 소싱부터 신규 협력사 심사·선정, 정기 평가, 사후관리에 이르는 단계별 공급망 관리 체계를 운영하며, 이를 지속가능한 구매 원칙에 명문화하였습니다. 아울러 공급망 행동규범을 통해 협력사가 준수해야 할 윤리 기준과 소비자·환경·지역사회를 위한 행동 원칙을 제시합니다.

협력사의 책임 이행을 관리하는 한편, 실질적인 역량 강화를 위한 지원에도 힘쓰고 있습니다. 동반성장을 중요한 가치로 삼고, 관련 논의가 본격화되기 전인 2013년부터 다양한 상생협력 프로그램을 꾸준히 운영해 오고 있습니다.

협력사와의 거래에서는 투명성과 공정성을 확보하고, 상호 신뢰를 바탕으로 한 지속가능한 파트너십을 구축하기 위해 공정거래 4대 원칙을 수립해 실천합니다.

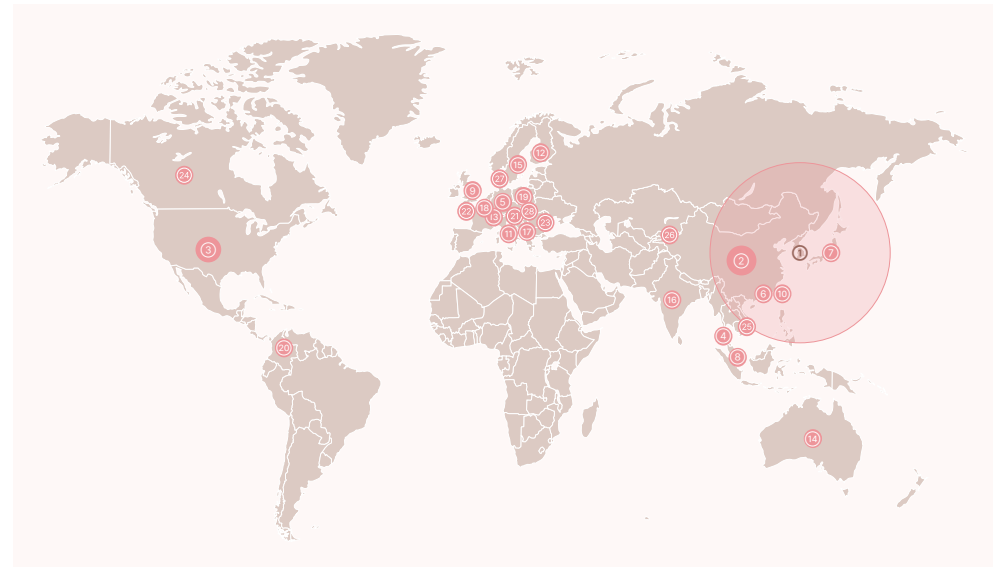
지속가능구매 원칙

공급망 행동규범

협력사 현황

2024년 유한킴벌리의 공급망 내 협력사는 총 1,243개사이며, 이 중 약 90%가 국내 협력사입니다. 또한 전체 거래 금액의 약 71%를 국내기업이 차지할 만큼 유한킴벌리는 국내시장과 밀접하게 협력하고 있습니다. 협력사는 원부자재 업체, 외부위탁제조업체, 그리고 이들을 제외한 기타업체로 구분됩니다. 원부자재 업체는 제품 생산에 필요한 원료를 공급하며, 외부위탁제조업체는 완제품을 생산·납품합니다. 기타 업체에는 도급 서비스 업체, 유통대리점, 광고대행사, IT·금융 관련 기업 등이 포함됩니다. 2024년에는 원부자재 업체의 구매 비중이 42%로 가장 높습니다.

2024년 협력사 국가별 분포



(수치: 협력사 수)

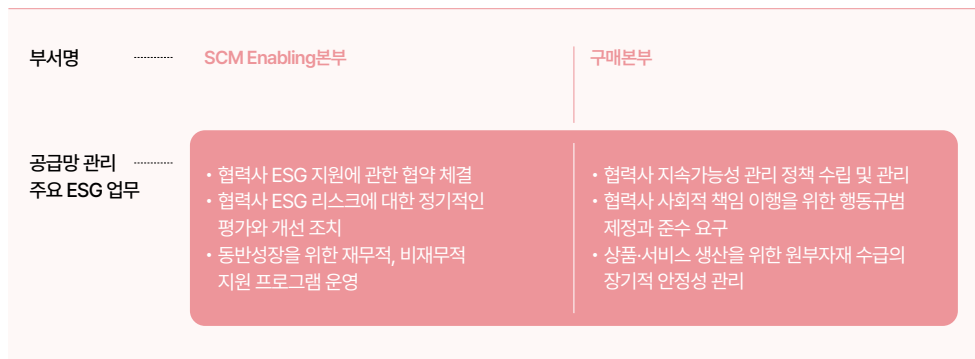
① 한국	1,111	⑦ 일본	6	⑬ 스위스	2	⑳ 덴마크	1	㉔ 베트남	1
② 중국	35	⑧ 싱가포르	5	⑭ 오스트레일리아	2	㉕ 콜롬비아	1	㉖ 키르기스스탄	1
③ 미국	27	⑨ 영국	4	⑮ 스웨덴	2	㉗ 오스트리아	1	㉘ 폴란드	1
④ 말레이시아	10	⑩ 대만	4	⑯ 인도	2	㉙ 벨기에	1	㉚ 헝가리	1
⑤ 독일	8	⑪ 이탈리아	4	⑰ 슬로베니아	1	㉛ 루마니아	1		
⑥ 홍콩	7	⑫ 핀란드	2	⑱ 룩셈부르크	1	㉜ 캐나다	1		

공급망 관리

공급망 관리를 위한 추진 조직

유한킴벌리는 SCM Enabling 본부와 구매본부를 중심으로 공급망 관리를 실시하고 있습니다. SCM Enabling 본부는 협력사와의 공정거래와 동반성장 문화 확산·개선, ESG 평가, 리스크 관리, 교육·컨설팅과 생산성 향상 지원, 고충 접수 등의 업무를 수행하며, 구매본부는 협력사와의 계약 체결 시 행동규범 준수 요구와 원부자재 수급의 안정성 관리 등의 역할을 수행합니다. 아울러 협력사의 경쟁력 강화를 위해 체계적 지원을 위해 각각 다른 부문에 속해 있던 전략제조, 상생혁신, SCM Excellence 등의 조직을 2024년 1월부터 SCM Enabling 본부로 통합하여 운영하고 있습니다.

공급망 관리 조직



신규 협력사 심사 및 선정

신규 협력사는 1차 서면심사를 실시하고, 필요 시 2차 방문 평가를 거쳐 공급업체 풀에 등록되며, 사회 규범준수에 대한 동의 후 입찰참여와 계약이 이뤄집니다. 사회 규범준수 표준 사항에는 아동노동, 강제노동 금지, 차별 금지, 안전하고 건전한 작업장, 환경 보호, 사업 정직성, 분쟁 광물 등의 내용이 담겨 있습니다. 등록 이후에도 협력사는 ESG 관리 및 품질, 개발, 납기 등의 실적에 대한 정기 평가를 통해 지속적으로 관리되며, 우수업체에는 인센티브를 부여하고, 평가 결과가 미흡한 협력사에게는 개선 기회 또는 거래 조정 등의 조치가 적용됩니다. 아울러 지속가능한 펄프 구매 정책과 킴벌리클라크의 면화 표준에 따른 원료 구매, 각종 원료들에 대한 인체와 환경 안전성 등을 평가하여 원료 구매단계에서의 인체 안전성·환경·사회적 리스크를 사전에 차단하고 있습니다.

1차 서면심사

유한킴벌리는 오픈소싱(Open Sourcing)을 통하여 잠재 협력사를 발굴합니다. 공급업체가 회사 동반성장사이에 거래희망신청서를 제출하면, 구매 본부에서 사업에 필요한 품목인지를 우선 확인하고, 필요한 경우 1차 서면 심사를 진행합니다. 거래희망신청서를 바탕으로 4대 보험 여부, 퇴직금제도 운영, 최저임금법 준수 등 노동관련 법규 이행 여부를 확인하며, 기타 재무상태, 품질 인증 등을 확인합니다.

2차 방문 평가

1차 심사를 통과한 잠재 협력사 중 2차 방문 평가가 필요하다고 판단될 경우, 2차 방문 평가를 진행합니다. 2차 방문 평가는 심화 평가 단계로, 관련 부서가 평가팀을 구성하여 협력사를 직접 실시하고 6개 평가 영역에 대해 종합적으로 평가합니다. 2024년에는 신규 협력사 117개 중 4개 협력사를 대상으로 방문 평가를 실시하였으며, 모두 협력사로 최종 선정되었습니다. 다만, 이 중 한 협력사에 대해서는 품질관리 시스템 개선이 필요하다고 판단되어, 이후 문서 관리 체계와 측정 장비 보완 조치를 시행하였습니다.

신규 협력사 방문 평가 영역



공급망 관리

협력사 역량 평가

유한킴벌리는 협력사의 역량과 관리 수준을 점검해 잠재적 위험요소를 사전에 발굴하여 부정적 영향을 예방하고, 실질적인 부정적 영향은 제거하기 위해 협력사 역량 평가(SAT, Supplier Assessment Tool)를 정기적으로 실시하고 있습니다. 역량 평가는 5단계 프로세스로 이루어지며, 품질경영, 사회적 책임, 공장 청결, 공정능력의 4개 영역과 총 76개 평가 항목으로 구성되어 있습니다. 이 중 사회적 책임 영역에는 환경법규, 환경경영시스템, 소방관리, 안전관리, 커뮤니케이션, 윤리경영, 보건경영, 창고·제품관리·기타, ESG 경영과 관련된 항목이 포함됩니다.

유한킴벌리는 원부자재, 외부위탁제조업체 중 해외 업체와 대기업을 제외한 일정 규모 이상의 업체를 우선 대상으로 선정합니다. 평가는 현장평가를 통해 진행되며, 협력사별 평가결과와 구매와 관련 부서에 공유되어 다음 해 평가계획에 반영됩니다. 아울러 평가 결과에 따라 인센티브를 부여하거나 개선을 유도함으로써 유한킴벌리와 상호 발전할 수 있는 거래관계를 유지하고 있습니다.

역량 평가 대상과 결과

2024년에는 전년 대비 10곳이 늘어난 총 63개 주요 협력사를 대상으로 역량 평가를 실시했으며, 전체 평균점수는 87.6점입니다. 전년 대비 평균 점수는 다소 하락했으나, 2023년과 2024년 연속으로 평가한 협력사 기준으로는 평균 점수가 상승하여 SAT평가에 따른 협력사들의 개선 노력이 효과가 있음을 입증하고 있습니다. 이번 평가에서는 일부 협력사에서 소방관리, 안전보건, 노동·인권, 화학물질과 폐기물 영역에서 주요 리스크가 발견되었으며, 이에 대해 즉시 조치를 이행하고 개선 여부를 확인했습니다. 2025년에는 국내외 공시와 평가기준을 반영해 SAT 평가 항목을 점검하고, SAT 대상 외 1차 협력사를 위한 서면 진단지를 새롭게 개발하는 등 공급망 관리의 범위를 확장하고 고도화하고 있습니다.

2024년 공급 리스크 수준에 따른 협력사 분류

공급 리스크 수준	구분	협력사 수	구매 비중(%)
Top Tier	원부자재·외부위탁제조업체 중 해외/대기업 제외한 일정 규모 이상 업체	62	29%
2nd Tier	상기 업체를 제외한 모든 국내 원부자재·외부위탁제조업체, 해외/대기업	52	11%
기타	나머지 업체(해외 업체 포함)	1,129	60%

협력사 역량평가 프로세스



2024년 사회적 책임 영역의 주요 위험과 조치 방안

평가 분류	항목별 확인된 세부 위험 사항	조치 방안
소방관리	· 축압식 소화기가 다른 위치에 설치된 사례 확인 · 소화전 입구에 불필요한 물건이 적치되어 통로가 확보되지 않은 사례 확인	즉시 개선·교체 차기 방문시 재점검
안전보건	· 보호구 지급대장 미작성 사례 확인	
노동·인권	· 상시근로자 30인 이상 공장에서의 노사협의회 규정 미작성, 고충처리 위원 미선정 사례 확인	
화학물질 및 폐기물	· 화학물질안전자료(MSDS) 미비지, 취급사원이 쉽게 이해할 수 없도록 작성된 사례 확인	

공급망 관리

동반성장을 위한 노력

유한킴벌리는 2013년부터 동반성장과 관련된 의무사항과 지원 프로그램 등이 수록된 동반성장 책자를 발간하고, 동반성장 홈페이지를 통해 협력사를 비롯한 이해관계자와 투명하게 소통하고 있습니다. 또한 정기적인 설문조사, 방문, 간담회 운영을 통해 협력사 사원의 의견과 고충을 수렴하기 위해 노력합니다. 아울러 공정거래 및 동반성장 협약을 체결하고 기술개발 지원, 결제조건 개선, 전문능력 제고 등 경쟁력 향상을 위한 다양한 지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 2024년에는 65개 사와 협약을 체결했으며, 이들로부터 구매한 금액은 전체 협력사의 약 13%에 해당하는 약 1,089억 원이었습니다.

[동반성장 홈페이지](#)

상생협력 및 동반성장 프로그램의 발전

상생협력 기반구축 단계	상생협력 확산 단계	동반성장 정착 단계	동반성장 고도화 단계
			
2002 - 2007	2008 - 2012	2013 - 2017	2018 -
- 상생협력 조직 구축 - 협력사 진단 시스템 - 협력사 교육 프로그램 - 협력사 품질 및 안전 프로젝트 진행	- 정보공유시스템(SMA) 운영 - 협업 프로젝트 진행 - 기술 지원 프로젝트 - UN 글로벌 콤팩트 도입	- 상생협력 조직 강화 - 공정거래 및 동반성장 협약 운영 1-2차 협력사간 동반성장 협약 지원 - 대리점 동반성장 지원 - 고객의 소리(VOC) 운영 2015년 이후 연속 동반성장 지수 평가 최우수 등급 획득	2017년 이후 8년 연속 동반성장지수 평가 최우수/우수 등급 획득 2차 이하 협력사 동반성장 지원

2024년 동반성장 주요 프로그램 성과

주요 프로그램	성과
대금 지불 방법	100 % 현금 지불
유무상 금융 지원	37억 원
협력펀드 운용	170억 원
기술 개발·기술 보호 지원	79건

공정거래 4대 실천사항 이행 및 고충처리

유한킴벌리는 공정거래 질서 확립을 위해 공정거래 4대 실천사항을 제정하고 충실히 이행하고 있습니다. 아울러 홈페이지에 구매윤리헌장, 청렴협약의무 등을 명시하여 대내외에 투명한 거래 원칙을 천명하고 있으며, 하도급 표준계약서에 청렴협약의무 조항을 반영함으로써, 협력사와의 거래 전반에 걸쳐 투명하고 공정한 관계가 지속될 수 있도록 노력합니다. 2024년에는 부서별로 개별 운영되던 협력사 관련 정보를 생산·수요정보 공유 시스템 (SMA, Supplier Management Advisor)로 통합하여 관리함으로써 정보 관리의 효율성과 활용도를 높였습니다. 아울러 익명 접수가 가능한 불공정거래 제보센터를 운영하여 협력사가 거래 과정에서 겪을 수 있는 불공정 행위나 고충을 안전하게 제기할 수 있는 채널을 마련함으로써 협력사의 권익 보호와 신뢰 기반의 파트너십 강화에 힘씁니다.

[익명 제보 가능한 불공정거래 제보 채널](#)

공정거래 4대 실천사항

 1 대·중소기업간 바람직한 계약 체결 실천사항	 2 협력사 선정·운용 실천사항
 3 하도급거래 내부 심의위원회 설치·운용 실천사항	 4 바람직한 서면발급· 보존에 관한 실천사항

지역사회 가치 창출

지역사회 상생 및 소셜임팩트 확산

유한킴벌리는 숲 그리고 사람을 위한 다양한 노력을 통해 지역사회 가치를 창출하고, 나아가 소셜 임팩트를 확산하는 데 기여하고자 노력하고 있습니다. 이를 위해 ESG위원회를 중심으로 사회공헌 및 소셜 임팩트 관련 목표 및 활동을 논의·승인하고 있으며, 구체적인 실행은 사회책임 워크그룹을 중심으로 추진합니다. 대표적인 활동으로는 '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인을 통해 숲을 매개로 환경과 사회문제를 함께 해결하고자 노력하며, 사회적 약자를 위한 배려 확산, 위생·건강 증진을 위한 제품 기부 및 교육 활동 등을 통해 취약계층의 삶의 질 개선에 힘쓰고 있습니다. 이를 위해 2030년 지속가능성 목표에서 사회적 임팩트와 관련된 '숲과 사람의 공존'과 '취약계층 삶의 질 개선'에 대한 목표를 수립 및 관리하며, 사회공헌 선언문과 지역사회 기부원칙을 제정해 홈페이지에 공개하고 있습니다.

지역사회 기부원칙

우리강산 푸르게 푸르게 캠페인을 통한 숲환경 보호 노력

동해안 산불피해지 생태복원

2022년 3월 울진, 삼척, 동해 등에서 발생한 동해안 산불은 9박 10일간 이어지며 16,302ha의 산림을 소실시켰습니다. 유한킴벌리는 기후 위기와 관련된 산불 피해를 심각한 사회적 문제로 인식하고, 숲 복원과 인식 개선을 위한 활동을 추진하고 있습니다. 특히 민관 협력으로 운영되는 '국민의 숲' 사업에 참여해 산불 피해지에 대한 복원 계획을 수립하고, 2023년부터 복원 활동을 본격화하였습니다.

2024년 3월 30일에는 '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인 40주년을 맞아, 유한킴벌리 전 공장의 사원과 전·현직 CEO, 사회 각계 리더 등이 참석한 가운데 강원도 동해시 초구동 산불 피해지 복원을 위한 나무심기 행사를 진행하였습니다. 이어 3월 31일에도 같은 지역에서 2024 신혼부부 나무심기 활동이 이어졌으며, 이틀간 약 700명이 참여해 총 11,000그루의 나무를 심었습니다. 아울러 2024년 6월에는 울진 산불 피해지의 산림생태복원과 관련해 산림청 및 전문가들과 함께 현장토론회에 참여해, 복원 추진 경과, 기반환경 조성, 법적 적용, 복원의 정의 등 주요 사안에 대해 논의하였습니다.



2024년 동해안 산불피해지 생태복원



멸종위기종 구상나무 보존

구상나무는 한라산과 지리산 등지에만 자생하는 우리나라 고유 수종으로, 국내 유일의 특산식물이자 생물다양성 측면에서 높은 가치를 지닌 희귀식물입니다. 현재 구상나무는 기후 위기에 따른 기온 상승과 적설량 감소 등으로 멸종위기에 처해 있으며, 이에 대한 체계적인 보전이 요구됩니다. 유한킴벌리는 2021년 9월 29일 한국수목원정원관리원과 '구상나무 및 멸종위기 고산 침엽수 보호와 보전을 위한 업무협약'을 체결하고, 구상나무의 현지외 보전체계 구축을 추진해왔습니다. 2021년부터 2024년까지 총 35만 립의 종자를 수집하고, 6,800본의 실생묘를 생산하였습니다. 2024년에는 자생지 조사를 기반으로 종자를 추가 확보하고, 실생묘의 대량 증식 및 관리 활동을 통해 구상나무 모델정원을 조성하였습니다. 2025년에는 종자 수집이 부족한 자생지를 중심으로 조사를 지속하고, 수집한 종자를 활용한 실생묘 생산을 확대하여, 2030년까지 현지외 보존원 조성 목표를 달성하기 위한 노력을 이어갈 계획입니다.



2024년 구상나무 모델정원 개원식

지역사회 가치 창출

탄소중립의 숲 조성

유한킴벌리는 기후변화 대응과 산림 생태계 회복에 기여하기 위해 '탄소중립의 숲' 조성 사업을 추진하고 있습니다. 이 사업은 나무 식재와 숲가꾸기를 통해 탄소를 흡수하고 생물다양성을 보전하는 동시에, 지역 사회에 일자리를 창출하는 것을 목표로 합니다. 2024년에는 용인과 화천 지역 등 총 73.13ha 규모의 산림에 35,800그루의 나무를 식재하고 숲가꾸기 작업을 실시하였으며, 이를 통해 총 567건의 일자리를 창출하였습니다. 조림은 생태적 특성을 고려해 혼효식재, 다층림 구성 등의 방식으로 이루어지며, 전문가의 자문과 모니터링을 바탕으로 지속적인 품질 관리가 이루어지고 있습니다. 또한 유한킴벌리는 산림청 산림탄소상쇄사업에 등록된 총 246ha의 산림을 관리하고 있으며, 이를 통해 총 약 5,800톤의 탄소 흡수 효과를 기대하고 있습니다.

창경궁 궁궐숲 가꾸기 활동

유한킴벌리는 2022년 11월, 국가유산청 궁능유적본부 창경궁관리소 및 서울그린트러스트와 '창경궁 숲가꾸기' 업무협약을 체결하고, 2025년까지 3년간 창경궁 권역의 수목과 녹지를 복원하고 지속가능하게 관리하기 위한 협력 활동을 이어가고 있습니다. 본 사업은 유한킴벌리가 20여 년간 축적해온 도시숲 조성 및 관리 경험을 바탕으로, 문화재 보호와 생태복원을 병행하는 시민 참여형 숲가꾸기 모델을 실현하고자 기획되었습니다. 2024년에는 총 4회의 봉사활동이 진행되었으며, 122명의 봉사자가 총 244시간 참여했습니다. 식재 규모는 9종 3,510본, 관리 면적은 5,150m²에 이르며, 생태계 교란종 3종을 제거해 89%의 저감 효과를 달성하였습니다. 활동 종료 후 실시한 설문조사에서는 참여자 전원이 궁궐숲에 대한 인식 향상과 녹지 보전에 긍정적인 평가를 보였습니다. 앞으로도 시민과 함께 문화재와 생태의 가치를 보전하는 지속가능한 녹지 관리 모델을 확대해 나갈 계획입니다.

연천 밀원 자생식물 꿀벌숲 조성사업

유한킴벌리는 꿀벌을 비롯한 주요 생물종의 서식지 보전과 생물다양성 증진을 위해 2022년부터 연천 국유림에서 밀원숲 조성사업을 추진하고 있습니다. 해당 사업은 자생 수종 중심의 건강한 생태계 조성을 통해 꿀벌을 포함한 곤충류, 조류 등 다양한 생물의 서식지와 먹이원을 확보하는 데 중점을 두고 있습니다. 2024년에는 조림지 6.2ha를 대상으로 풀베기 및 덩굴제거 작업을 연 2회 실시하였으며, 연중에 걸쳐 자생 밀원수종 중심으로 조성된 산림 생태계의 야생동물 및 곤충류 출현 현황을 모니터링하여 향후 지속가능한 산림경영 방안을 도출하기 위한 자료를 확보하였습니다. 이후 조림지 내 숲틈 조성을 위한 덩굴제거 등 총 1.8ha 면적에 숲틈을 조성하였습니다. 더불어, '생물다양성 증진을 위한 숲 포럼'을 개최하여, 기후위기 시대에 자연과 인간이 공존하는 산림경영 방향에 대한 의견을 전문가 및 관계자들과 함께 나누었습니다. 2025년에는 조성된 밀원숲의 안정적 정착과 생태계 서비스 강화를 위해 숲틈 조림, 조림지 보식, 숲가꾸기 등의 단계별 조치를 계획하고 있습니다. 이를 통해 생물다양성과 생태계 회복, 그리고 탄소흡수와 같은 환경적 가치를 아우르는 숲 조성 모델을 지속적으로 확산해 나갈 예정입니다.

몽골 유한킴벌리숲 사업

2024년, 유한킴벌리는 평화의숲 등과 협력하여 몽골 셀렝게주 토진나르스 특별보호구역 내 '유한킴벌리 숲'을 중심으로 제4차 산림복원 협약을 체결하고, 사막화 방지와 생태복원을 위한 본격적인 사업을 추진하고 있습니다. 이번 협약은 2027년까지 3년간 진행되며, 숲가꾸기, 재조림, 생태탐방로 정비 등 모델숲의 역할을 강화하고, 지역사회와의 교류 및 교육 활동을 병행하는 것이 주요 목표입니다. 2024년에는 양묘장 운영 정상화를 위한 지원 활동, 조림 대상지 보식 확대, 숲가꾸기 지속 추진 등을 통해 토진나르스 지역의 생태복원을 실질적으로 진전시켰습니다. 또한 복원지 방문과 관련된 사회적 관심도 증가하였으며, 향후 사업의 확산 가능성을 높이고 있습니다. 유한킴벌리는 향후 숲가꾸기 효과에 대한 정기적인 모니터링을 실시하고, 몽골 내 산림 정책 제언 자료로서의 활용 가능성을 모색할 예정입니다. 이와 함께 탐방로 안내 체계와 홍보 콘텐츠를 강화하고, 정량적 평가 시스템을 도입하여 참여자 확대와 사업 효과성을 높여갈 계획입니다.



2024년 창경궁 궁궐숲가꾸기 활동

지역사회 가치 창출

포용성과 다양성을 위한 노력

여성 NGO 리더십 육성 기금 마련

유한킴벌리는 여성 리더십 강화를 통해 우리 사회의 포용성과 다양성을 높이고자, 2007년부터 한국여성재단과 함께 '여성 NGO 여성리더십기금'을 조성하여 장학사업을 운영하고 있습니다. 해당 기금은 기업-시민단체-대학이 협력하는 대표적인 3자 협업 모델로, 장기 교육 과정인 '미래여성 NGO 리더십 과정', 단기 과정인 'NGO 여성활동가 리더십 과정', '여성운동아카데미' 등 다양한 프로그램에 장학금 및 사업비로 활용됩니다. 2024년 기준, 누적 1,206명의 활동가를 지원했습니다.



2024년 여성 NGO 리더십 개강식

생명사랑 신혼부부학교

유한킴벌리는 2009년부터 서울YWCA와 함께 신혼부부의 건강한 관계 형성과 삶의 질 향상을 지원하고, 저출생 극복에 기여하기 위한 '생명사랑 신혼부부학교'를 운영하고 있습니다. 이 프로그램은 출산, 결혼, 일가정양립 등 신혼부부가 직면하는 사회문제를 신혼부부 당사자들에게 직접 듣고 공감하며, 신혼부부-시민단체-기업이 함께 저출생 사회문제를 해결해 나가는 출발점이 되는 것을 목표로 합니다. 2024년에는 역대 최고 경쟁률인 8.9:1을 기록하며 1,200명(600커플)이 신청하였고, 오프라인 134명, 온라인 유튜브 Live 138명 등 총 272명이 참여하였습니다. UIU¹⁾ 토크콘서트에서는 출산·양육·가정생활에 대한 경험을 나누고, 신혼부부 간 소통과 공감의 장을 마련하였으며, 행사 후 만족도 조사 결과 배우자 이해(4.84/5), 결혼생활에 대한 성찰(4.79/5), 전반적 만족도(4.81/5) 등 전 항목에서 높은 평가를 받았습니다. 2025년에는 신혼부부를 예비·DINK·자녀양육 집단으로 세분화하여 차별화된 주제에 따른 프로그램을 실시하였습니다. 나아가, 신혼부부학교×저출생 연구 연계를 통해 실질적인 사회적 해법을 도출하는 공동 연구 및 교육 프로그램을 추진할 예정입니다.



2024년 신혼부부학교

1) UIU는 YOU 상대 배우자+YOU 함께 하는 신혼부부가 함께 모여 이야기하는 콘서트입니다. UIU를 90도 회전하면 한글 '을'이 되어 신혼부부당사자들이 이야기하는 결혼 출산 등 어려움을 시민단체 서울YWCA-동료 신혼부부-유한킴벌리가 함께 듣고 해결하겠다는 의미를 내포하고 있습니다.

기부를 통한 가치 확산

굿브랜드 기부 캠페인

유한킴벌리는 대표 브랜드인 하gis, 좋은느낌, 크리넥스, 디펜드를 중심으로, 소비자의 삶의 질 향상과 사회적 가치 실현을 위한 기부 캠페인을 지속적으로 전개하고 있습니다. 각 브랜드는 취약계층을 위한 맞춤형 지원을 통해 나눔의 가치를 실천합니다. 하gis는 초소형 기저귀 무상 지원, 희망뱅크 기부, 경제적 취약계층 대상 기저귀 지원 등 다양한 프로그램을 운영하며, 누적 1,262만 패드를 지원하였습니다. 좋은느낌은 여성 청소년과 발달장애 여성을 위한 생리대 기부 및 위생교육 활동을 통해, 누적 1,171만 패드를 지원하였습니다. 크리넥스는 마스크 및 위생세트 지원을 중심으로, 아동·청년 대상 위생캠페인을 펼쳐 누적으로 마스크 162만 장, 위생세트 9,260박스를 기부하였습니다. 디펜드는 사원 참여형 급여 나눔 캠페인을 통해 시니어 지원 활동을 이어가며, 누적 186만 패드를 지원하였습니다. 앞으로도 유한킴벌리는 브랜드의 사회적 책임을 강화하고, 더 많은 소비자와 함께하는 지속가능한 나눔 문화를 확산해 나갈 계획입니다.

기부 플랫폼

유한킴벌리는 제품 기부 활동과 더불어 기부 플랫폼을 활용해 소비자들이 직접 도움이 필요한 대상에 대해 공감하고 기부할 수 있도록 소통의 장을 마련하고 있습니다. 기부금의 집행 대상은 지역사회와의 협력, 공익의 증대 등을 목적으로 하는 비영리 단체와 공공기관 등으로 하며, 기부 진행 시에는 지속가능경영을 실천하고, 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 기부원칙을 수립하고 공개하고 있습니다. 2024년에는 약 2.9만 명이 기부에 참여하였고, 약 1.7만 명에게 기부 물품이 전달되었습니다.

2024년 브랜드별 기부 성과

브랜드	하gis HUGGIES	좋은느낌 [®]	크리넥스 [®]	디펜드 [®]
활동	• 이른둥이를 위한 초소형 기저귀 무상 공급(2017~) • 희망뱅크 : 사이즈 교환 기저귀 기부(2015~) • 경제적 취약계층을 위한 굿액션 기저귀 지원(2019~)	• 경제적 취약계층 여성 청소년을 위한 생리대 100만패드 기부(2016~) • 발달장애 여성의 생리대 교체 방법 교육 목적의 처음위생팬티 개발(2020~)	• 미세먼지 걱정아웃 마스크 나눔 캠페인(2015~2019) • COVID-19 마스크 100만개 기부(2020) • 자립준비 청년과 취약 계층을 위한 마스크 30만 장 기부(2022) • 아동 위생 건강을 위한 해피클린 캠페인(2023~)	• 불우한 시니어를 돕기 위한 사원 월정 급여 1% 나눔 캠페인(2015~)
2024년 12월 기준 성과(누적)	총 12,622,587 패드 지원	총 11,709,156 패드 지원	총 1,625,802장 지원 (마스크), 해피클린 위생세트 9,260박스 지원	총 1,864,927 패드 지원

지역사회 가치 창출

사원과 함께 하는 기부

유한킴벌리는 사원에게 지속적인 기부와 자원봉사 기회를 제공하며, 나눔 문화 확산에 앞장서고 있습니다. 2005년부터 이어온 ‘딸들에게 희망을’ 기부 릴레이는 성평등 문화 확산과 여성 인권 신장을 위한 사원 참여형 기부 활동으로, 2024년에는 사원들이 약 3천만 원을 모금하여 해피빈 플랫폼을 통해 한국여성재단에 지정 기부하였습니다. 또한, 사원 1% 월정급여 나눔은 취약계층 시니어 지원을 위한 대표적인 사원 참여 기부 프로그램으로, 2015년부터 시행되고 있습니다. 해당 프로그램은 매년 11월 급여의 1%를 기부하면 회사가 동일 금액을 매칭하여 기부하는 방식으로 운영되어 사원과 회사가 함께 사회적 가치를 실현해 나가고 있습니다.

사업장 지역사회공헌 활동

지역사회 나눔 사업

유한킴벌리는 기업의 사회적 책임을 실천하고 지역사회와의 상생 가치를 확대하기 위해 지역사회 기부 캠페인을 운영하고 있습니다. 2024년 9월, 김천·대전·충주 지역의 취약계층을 지원하기 위한 지역사회 나눔 캠페인을 진행하였으며, 기업과 소비자가 함께하는 매칭 기부 방식으로 추진되었습니다. 이번 캠페인에는 총 9개 비영리단체가 참여하였고, 유한킴벌리의 기업기부금 약 3,011만 원과 네티즌 기부금 약 3,011만 원을 더해 총 6,022만 원이 모금되었습니다. 해당 기부금은 저소득 여성장애인, 위기가정 아동, 독거노인, 미혼모, 발달장애 청소년 등 총 401명의 수혜자에게 전달되었습니다. 아울러 이번 캠페인을 통해 총 105건의 응원 댓글이 작성되고 6,404건의 기부 참여가 이루어져 지역사회와 시민의 공감대를 형성하고 사회적 연대를 확산하는 계기를 마련하였습니다. 앞으로도 지역사회와의 상생과 공존을 지속하며, 다양한 방식으로 기부와 나눔 문화를 실천해 나갈 계획입니다.

희망뱅크

유한킴벌리는 제조 사업장이 위치한 지역사회와의 상생을 위해 기업시민으로서의 역할을 적극 실천하고 있습니다. 각 제조 사업장 사원들은 매년 지역 내 영유아 보육시설과 취약계층을 대상으로 희망뱅크 기저귀 전달 자원봉사 활동에 참여하며, 지역사회 돌봄에 기여하고 있습니다. 2024년에 대전공장은 대전광역시 내 아동복지시설 및 가족센터 등 20개 기관에 총 842개의 하gis 기저귀를 지원하였으며, 충주공장은 충북 지역 9개 아동보육시설을 대상으로 아동의 나이와 장애 여부 등 개별 상황을 고려한 맞춤형 기부를 통해 총 86명의 아동을 지원하였습니다. 김천공장은 약 1천만 원 상당의 기저귀를 지역 내 취약계층에 기부하며 지역사회 돌봄에 기여하였습니다.

2024년 희망뱅크



김천공장



대전공장



충주공장

그린임팩트 프로젝트

유한킴벌리는 사회 및 환경 문제 해결에 기여하고자 2021년부터 기술 기반 벤처/스타트업 발굴 및 지원 프로그램인 그린임팩트 프로젝트를 운영하고 있습니다. 이 프로젝트는 사단법인 피피엘 및 MYSC와의 협력을 통해 UN 지속가능발전목표(SDGs)와 연계된 가치를 추구합니다. 1호 펀드는 ‘환경과 생활’ 가치에 부합하는 스타트업 10곳에 투자했으며, 이 중 7개사는 2024년 정부 TIPS 프로그램에 선정되어 총 55억 원의 R&D 자금을 확보했습니다. 2024년에는 INK세션, 그린임팩트 공모전, 오픈이노베이션 등 다양한 활동으로 스타트업 간 공감대 형성 및 네트워킹 기회를 제공했습니다. 이러한 과정을 통해 27개 스타트업이 신규 투자 대상으로 발굴되었고, 최종적으로 13개 기업에 대해 기후 위기 대응 및 사회 문제 해결을 위한 기술 및 비즈니스 지원, 그리고 일부 기업에 대한 투자도 이루어졌습니다.

시니어 임팩트 펠로우십

유한킴벌리는 초고령 사회의 문제 해결과 시니어 비즈니스 기회의 확장을 위해 ‘시니어 임팩트 펠로우십’을 운영하고 있습니다. 본 사업은 혁신적이고 지속가능한 모델을 가진 사회혁신가를 발굴하고, 함께일하는재단과 협력하여 1년간 펠로우십 기금을 지원하는 프로그램입니다. 2024년에는 총 8천만 원 규모의 예산으로 2기 펠로우를 선정하여 지원하였습니다. 2024년 2기 펠로우로 선발된 ‘하루하루움직임연구소’는 만성기저질환 시니어를 위한 O2O 헬스케어 서비스를 제공합니다. 또한, ‘스프링소프트’는 시니어 인지·정신 건강 증진 및 여가 문화 확대를 위한 ICT 디지털 케어 솔루션을 운영하며, 시니어 대상 비즈니스 모델을 구체화하고 시장을 넓혀가고 있습니다.

제품 브랜드의 소셜임팩트 주요 노력

브랜드	프로그램	내용	UN SDGs 연계
하gis	이른둥이 캠페인	• 이른둥이에 대한 인식개선을 위한 캠페인 및 이른둥이용 기저귀 기부	3 (건강한 삶)
	육아포럼	• 아이 양육에 도움이 되는 교육자료 개발 및 강연	
	허그박스	• 임신 및 출산을 앞둔 예비부모 대상 기저귀 및 육아용품, 교육자료 제공	
	해피빈 굿액션/희망뱅크	• 경제적 취약계층 대상 기저귀 기부	
좋은느낌	포용성을 더한 개발	• 점자 패키지 적용, 처음위생팬티 개발 및 배포	5 (성평등)
	생리건강정보 플랫폼 달다방/우생중/우월해	• 초경/월경 교육자료 개발 및 소통을 통한 월경에 대한 올바른 인식제고	
	딸들에게 희망을	• 사원 모금을 통한 성평등 문화확산 기여	
	힘내라 딸들아	• 생리대 기부를 통한 보편적 월경권 강화 기여(100만패드)	
디펜드	사원 1% 기부	• 경제적 취약계층 디펜드 제품기부	3 (건강한 삶)
	오늘플러스	• 시니어를 위한 정보 콘텐츠 제작 및 소통	
크리넥스	해피클린 캠페인	• 어린이 위생인식 개선을 위한 교육자료 개발 및 배포 • 크리넥스 제품 기부 및 화장실 개선을 통한 취약계층 위생환경 개선	3 (건강한 삶)
포레스트	해피빈 굿액션	• 자립준비 청소년 대상 스킨케어 제품 기부	3 (건강한 삶)

지역사회 가치 창출

숫자로 보는 유한킴벌리 사회공헌 활동

내용	시작 연도	단위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	누적 기여 ¹⁾
나무심기 및 숲 가꾸기 수(초목, 교목 포함) ²⁾	1984	그루	323,880	601,016	602,800	760,661	556,130	497,779	591,941	531,090	461,678	513,000	57,603,039
숲 가꾸기 관리면적	1984	ha	109	224	213	256	188	139	191	175	154	164.9	16,616.5
자원봉사 참여	2015	명	-	2,509	2,183	4,361	2,459	-	-	57	105	458	12,132
신혼부부 나무심기	1985	명	600	600	650	650	639	11,902	20,000	5,610	220	250	60,065
대학생 숲 환경 교육(유한킴벌리 그린캠프)	1998	명	120	110	98	98	176	209	400	400	100	80	5,850

1) 시작년도 이후 사회공헌 활동 전체 누적 현황
2) 우리강산 푸르게 푸르게 40주년 백서 기준

내용	시작 연도	단위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	누적 기여 ²⁾
유아													
취약계층 아동 돕기(기저귀 기부)	2012	패드	487,146	532,950	919,914	1,072,374	3,266,898	1,158,984	1,250,454	1,103,133	956,551	985,889	12,622,587
소비자 교육(육아포럼)	2011	명	11,952	14,738	13,234	23,091	53,163	95,190	295,263	370,385	184,681	200,080	1,297,001
시니어													
불우시니어 돕기(월급여 1%기부)	2015	명	1,277	877	1,042	1,040	1,019	2,242	848	874	798	639	10,656
여성													
NGO여성(리더십 교육)	2007	명	72	70	36	70	72	83	81	83	78	70	1,206
신혼부부(생명사랑학교)	2009	명	166	180	288	304	544	890	7,616	26,024	294	130	37,462 ³⁾
저소득층 여성(생리대 기부)	2016	명	-	699,786	13,888	10,393	4,925	7,159	6,220	6,587	8,200	6,575	763,733
성평등 사회 조성(사원기부)	2005	명	793	861	1,253	1,211	1,138	1,152	975	785	921	777	12,203
소비자 교육(청소년 월경 교육)	1972	명	323,917	299,681	354,360	367,540	867,924	896,200	1,153,934	611,996	317,339	414,389	19,875,197

1) 전체 수혜자 및 참여자 지표 중 간접 참여자를 제외한 분야별 주요 성과를 요약하여 표기함
2) 시작년도 이후 전체 누적 현황
3) 2021년~2024년 유튜브 온라인 중계 시청자수 포함