



2006



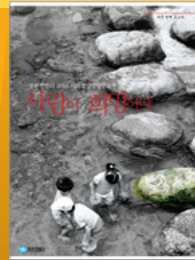
2007



2008



2009



2010



2011



2012



2013



2014

Special

유한킴벌리 지속가능성보고서 발간 20년 특별기획



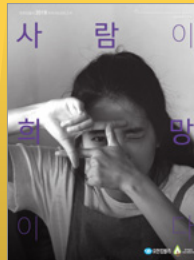
2015



2016



2017



2018



2019



2020

지난 20년은 마치 청년으로 성장하는 과정이 그러하듯, 많은 고민과 실수들 그리고 시도로 가득합니다. 우리의 목표는 경제, 사회, 환경 영역에서의 균형있는 성장을 고민하고, 이해관계자와 함께 조화롭게 공존하기 위한 방향성을 논의하며, 이를 실현하기 위한 다양한 혁신 노력을 투명하게 공개하는 데 있었습니다. 그러나 지난 20년을 돌아보면 제대로 실행했는가 반성하게 됩니다. 현실은 늘 어렵습니다. 한걸음씩 내딛으며 지나온 시간 동안, 우리에게 어떤 일이 있었는가를 함께 들여다보고자 합니다. 시간을 통해 쌓아온 경험과 변화의 여정을 재구성하고 재해석해 여러분과 공유합니다.



2021



2022



2023



2024



2025



유한킴벌리는 어떻게 지속가능경영을 실천해 왔는가?

지속가능성보고서
발간 20년 특별기획

01

지난 55년간 유한킴벌리가 이해관계자로부터 꾸준히 인정받을 수 있었던 원동력은 바로 기업의 사회적 책임을 실천하고자 하는 지속적인 노력과 실천에 있었습니다. 지속되는 경기침체, 경쟁심화, 저출생 및 초고령사회, 불확실성 증가 등 어려움을 슬기롭게 극복하기 위한 핵심 경쟁력으로 지속가능경영 활동을 지속하고자 합니다. 초심을 잃지 않고 변화와 혁신을 이어가겠습니다.

지속가능측면구분 |  경제  사회  환경

1970년대	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	
• 회사 설립 • 국민위생문화개혁	• 회사 설립 • 안양공장 준공	• 국내 최초 생리대 화장지, 미용지 대량 생산 📈 • 지속가능필프 구매 정책 도입 🌱	• 여성 청소년 월경 교육 시작 📖	• 안양공장 증축공사 준공	• 재생 화장지 '뽀뽀' 생산	• 제지용 건조기 이란수출	• 부직포 건조기 태국수출	• 국내 최초 초지 플랜트 콜롬비아 수출 • 화장지 기계 말레이시아 수출	• 초지플랜트 엘살바도르 수출	
1980년대	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
• 사회책임경영 우리강산 푸르게 푸르게 📖	• 김천공장 준공 • 국내 최초 일회용 기저귀 '크린베베' 생산 📈	• 크리넥스 가정용 종이 타올 및 냅킨 발매 📈	• 사보 '유한킴벌리' 창간 📖 • 김천공장 부직포 생산시설 완공	• '하기스' 기저귀 브랜드 탄생 📈	• 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인 시작 📖	• 신혼부부나무심기 행사 시작	• 김천공장 부직포공장 준공	• 경영혁신 운동 QMP 도입	• 비전 2000 개발, 공유 • 초지기계 플랜트 대만 수출 • 청소년 숲체험학교 그린캠프 시작	• 김천/안양공장 환경관리 모범업체 선정(환경부) 🌱
1990년대	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
• 혁신경영_평생학습 • 제품/서비스 지속적 개선 기반 구축 📈	• 환경오염방지 소각로 준공_김천공장 🌱 • 회사웹사이트 오픈 • 사업본부제 도입	• 환경분야 국무총리표창 수상_김천공장 🌱	• 유아생활연구실 개설 • 환경 및 에너지 연구실 신설	• S&T이슈 환경마크 획득 🌱 • 다펜드 발매 📈 • 회계정보시스템 가동 • 4조 고대 근무제 시행	• 시차출근제 시행 📖 • 노동조합 설립 📖 • 폐기물처리 소각로 준공_안양공장 🌱	• 혁신경영 위한 뉴웨이 프로젝트 시작_ Neway, BPR, 평생학습, 윤리경영 • 전사적자원관리 시스템 가동 • 환경경영방침 선언 🌱	• 비전 2005 수립 • ISO14001획득_대전공장, 김천공장 🌱 • 크리넥스 키친타올 발매 • 환경친화기업 지정_김천공장 🌱 • 환경경영 선포 🌱	• 하기스 프리미엄 발매 • 김천공장 안전보건 초일류기업 인증 획득 (제지업계 최초) 📖 • 환경친화기업 지정 (환경부)_대전공장 🌱 • ISO 14001 획득_안양공장 🌱	• 환경-에너지비전 2005 수립 • 생명숲가꾸기국민운동 📖 • 고객주문센터 가동 • 녹색에너지지표(GEI) 우수업체 선정_김천공장 🌱 • 4조 2고대 도입	• 영업현장출퇴근제 도입 • 학교숲 운동 시작 📖 • 환경친화기업 지정 (환경부)_안양공장 🌱



유한킴벌리는 어떻게 지속가능경영을 실천해 왔는가?

지속가능성보고서
발간 20년 특별기획

01

지속가능측면구분 | 경제 사회 환경

2000년대	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
• 인간중심경영_가족친화경영 • 경제·사회·환경성과 관리 • 비전 2010 수립	• 하기사 골드 아기물티슈 출시 • 안전, 보건, 방화 경영시스템 (KOSHA 18000) 획득_김천공장 • 공익 숲 포털 웹사이트 사회 헌정	• 전과정평가 실시_화장지 • 국내 최초 메이크업 전용 티슈 개발_크리넥스 알로에 플러스 • 크리넥스 뿔아 쓰는 키친 타올 개발 (국내 최초) • 디지털 날염사업 시작 • 부직포공장 증설 • 제1호 환경보고서 발간	• 상생협력조직 구축	• e-NEWAY 시작 • 전과정평가 실시_기저귀 • 유한킴벌리 사원들의 행동규범 발간 • 윤경포럼 가입	• 대전공장 4조 3교대 → 4조 2교대 변경 실시 • 크리넥스3겹 프리미엄 화장지 출시	• 가족친화경영 선포 • 제 1차 녹색구매 자발적 협약 참여_환경부 • 환경의날 대통령표창 수훈	• 비전 2015 지속가능경영 선포 • 지속가능경영보고서 발간 • 이해관계자조사 시작 • 가정의달 가족친화 공로 대통령표창 수훈 • 유한킴벌리 BEST HRD 인증 획득	• UNGC 가입 • 가족친화우수기업 선정 • 천자연주의 기저귀_하기스 네이처메이드 전과정평가 실시	• 그린핑거 생산 • 고객관리 통합시스템 구축 • 메트로허브센터 오픈 • 전과정평가 실시_생리대 • 소비자자율관리 프로그램(CCMS)인증 획득 • 하기사 '네이처메이드' 출시	• 가족친화기업 인증 획득 • 제2차 녹색구매 자발적 협약 참여_환경부 • 제1회 생명사랑 신혼부부 학교 개최 • 작업장 혁신 대상 수상 (노동부)_대전공장 • 하이드로넛 기계설치 뿔아쓰는 타올생산 • 임신부 간담회
2010년대	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
• 스마트워크 도입 • CSR 뉴 비전 제시 및 CSV경영 • 핵심가치 내재화 노력 • 포용적 비즈니스 강화	• 비전 2020 선포 • 이해관계자위원회 시작 • 공급망 탄소경영 프로젝트 수행 • 육아용품 브랜드 '더블하트' 출시 • 충주공장 가동 시작	• 충주공장 준공 • 수평적 호칭제도 도입 • 스마트워크, 스마트오피스 도입 • 이노베이션센터 설립 • 네이처메이드 환경성적표지 인증 획득 • 가족사랑의날, 유연복장제, 탄력적 점심시간 도입	• CSV경영 도입 • 영유아 스킨케어 유기농라인_그린핑거 베베드포레 출시 • 아바지학교 실시 • CEO직속 사회책임위원회 출범	• 제3차 녹색구매 자발적 협약 참여_환경부 • 공정거래자율준수 프로그램 도입 • 전과정평가 실시_기저귀 • 온라인 사업 강화 • 화장실용 물티슈 '마이비데' 출시	• 협업강화조직 도입 • 우리강산 푸르게 푸르게 5천만그루 나무심기 비전 달성 • 산의날 대통령표창 수훈 • 성과공유제 도입 • 여성네트워크 조직 (K-win)구성 • 이모작학교 실시 • 하기사 이룬동이용 0단계 기저귀 출시	• 비전 2020 업데이트 • 크리넥스 드라이셀 핸드타월 생산기계 가동시작 • 하기사 여름 기저귀 출시 • D2C 비즈니스 모델_자사몰 맘구 런칭	• 좋은느낌 힘내라 딸들아 생리대 기부 캠페인 시작 • 시니어케어매니저 일자리 사업 시작	• 하기사 이룬동이용 기저귀 생산, 무상공급(소형) 시작 • 생대복원을 위한 화천 미래숲 양묘센터 오픈	• 스마트매뉴팩처링 도입 • 인구의날 대통령 표창 수훈_저출산/고령화 대응 기여 공로 • 초경/월경 교육 전문 블로그 '우리 월경해 (우월해)' 오픈 • 천자연 생리대 라 네이처 출시 • 감정노동자 인권보호정책 선언	• 통합 제품기부 플랫폼 런칭 • 이커머스 신규 비즈니스모델, D2MP 개시 • 비즈니스 영토 일본, 몽골 확장 • Agile & Collaborative Team 조직 신설
2020년대~	2020	2021	2022	2023	2024	2025				
• ESG경영 고도화 • 2030 지속가능성 이니셔티브 수립 • 이해관계자 연대/지배구조 강화	• 코로나19 극복 마스크 100만 패드 기부 • 재택근무제 정례화 (관리직) • 발달장애아동을 위한 처음생리팬티 개발, 공급 • 스카트 종이 물티슈 출시 • 마스크 수급난 해소 위한 MB필터 개발	• NEW 비전 선포 • 2030 지속가능성 이니셔티브 수립_제품, 사람, 숲 • CEO 직속 ESG위원회 출범 • GT(성장과 번영) 전사 프로젝트 도입 • 그린 임팩트 펀드 시작 • 포용과 다양성 위원회 출범 • 여성 웰니스앱 '달다방' 런칭	• 그린액션얼라이언스 출범(공급망 자원순환 체계 구축 및 촉진 모델) • 전사 안전보건 경영위원회 출범 • 몽골 유한킴벌리숲 공로, 몽골 대통령 감사패 수훈 • 핸드타월 자원순환 캠페인 본격화	• 생리대 공장 최초 의약품 GMP 획득_충주공장 • 김천공장 첨단 티슈 신설비 준공 (연산 20만톤 확보) • 독자 육아용품 브랜드 '그린핑거 베베그로우' 런칭 • Scope 3 온실가스 배출량 산정을 위한 인벤토리 구축	• 첨단 부직포 신설비 준공_대전공장 • 탐폰 공장 최초 의약품 GMP 획득_대전공장 • 국가품질특별상 지속가능경영 부문 대통령 표창 수훈 • 좋은느낌 섬머에디션 출시	• FSC®(산림관리협의회) CoC 인증 획득_김천공장 • 더마 기저귀 하기사 스킨에센셜 출시				



이해관계자의 기대는 어떻게 변화해 왔는가?

지속가능성보고서
발간 20년 특별기획

02

지속가능성 보고와 공개의 과정은 이해관계자의 기대를 지속적으로 확인해오는 과정이었습니다. 2006년 첫 보고서를 발간하면서, 경영 활동으로부터 중대한 영향을 받거나 경영목표를 달성하는 데 영향을 주는 이해관계자를 주주, 사원, 협력회사, 고객, 지역사회*로 정의하였습니다. 2007년 처음 중대성평가를 도입하고, 이해관계자 조사를 시작했으며, 이해관계자들이 중요하게 여기는 주제를 중심으로 정보를 공개하고자 했습니다. 조직이 경제, 환경, 사회(인권 포함)에 미치는 실질적인 영향(impacts)을 식별하고, 그 영향의 중대성(significance)을 평가하며, 중대이슈(material topics)로 보고할 항목을 결정하는 것은 이해관계자들의 의사결정에 중요한 정보를 공개하는 노력입니다. 따라서 20년 간의 중점 보고 이슈는 이해관계자의 기대를 확인하는 중요한 잣대이며, 이는 기회이면서 동시에 내부관리와 준비가 필요한 영역이기도 합니다. 중점보고를 해 온 중대 이슈는 지속적으로 변화해왔으나, 업의 경쟁력인 제품과 관련된 이슈는 지속적으로 중대 이슈로 선정되었으며, 코로나 이후 기후위기로 인한 환경 리스크 등 기업 전반에 대한 기대가 변화하고 있음을 함께 확인할 수 있었습니다.

*지역사회는 정부, 규제기관, 언론, 학계, 지역주민, 시민단체를 포함하는 포괄적 의미입니다.

유한킴벌리 중대 이슈 Top 10 (2007~2025)

항목	빈도
1 지속가능한 제품 # 환경친화적 제품 # 제품의 환경영향 감소	16
2 제품 안전 및 품질 # 제품 안전 # 제품 책임	13
3 제품 경쟁력 # 신제품개발 # 신제품투자 # 제품신기술 개발	10
4 고객 위생과 건강 # 고객 위생과 안전	9
4 윤리 및 준법 경영	9
4 가족친화경영	9
7 사회공헌	7
7 기후변화대응	7
7 협력회사 상생활동	7
10 신규사업	6
10 공정한 협력회사 거래관계	6

변하지 않는 중대이슈

1 지속가능한 제품

환경친화적 제품 개발을 선제적으로 추진하는 내부 전략적 노력과 더불어 환경, 사회를 고려하는 책임있는 소비 트렌드 확산

2 제품 안전 및 품질, 고객 위생과 건강

피부에 직접 닿는 위생용품을 주력으로 하는 산업 특성상, 제품의 안전성과 위생 기준에 대한 요구가 높음

3 제품 경쟁력

소비재 시장의 빠른 트렌드 변화와 치열한 가격 경쟁 속에서, 기술 혁신과 품질 강화가 기업의 생존과 직결됨

4 윤리 및 준법 경영

법규 준수와 윤리적 책임 이행 여부는 고객의 신뢰를 형성하고 유지하는 핵심 요인

5 가족친화경영

여성과 영유아를 주요 고객으로 하는 제품 포트폴리오와 밀접하게 연계되어, 기업의 사회적 책임과 이미지 제고 측면에서 중요

이중 중대성 평가의 영향 비교 (2022 이전 vs. 이후)

연도

중대성
평가 방법

세부 내용

2007~2022

중대성평가
(영향중대성)

1 중대이슈 Pool 도출

- 법률, 규범 분석
- 동종업계 벤치마킹
- 미디어 조사
- 사내 정책, 전략 분석
- 글로벌 지속가능경영 평가 및 표준

2 중대이슈 선정 방법

- 이해관계자 설문
- 이슈별 영향중대성 평가



2023~2025

이중 중대성평가
(재무중대성, 영향중대성)

1 중대이슈 Pool 도출

- 법률, 규범 분석
- 동종업계 벤치마킹
- 미디어 조사
- 사내 정책, 전략 분석
- 글로벌 지속가능경영 평가 및 표준

2 중대이슈 선정 방법

- 이해관계자 설문
- 이슈별 영향중대성 평가
- 이슈별 재무중대성 평가
- ESG 전문가 평가
- 글로벌 지속가능경영 평가 및 표준
- 이슈별 빈도분석 반영

주요 변화 및
사사점

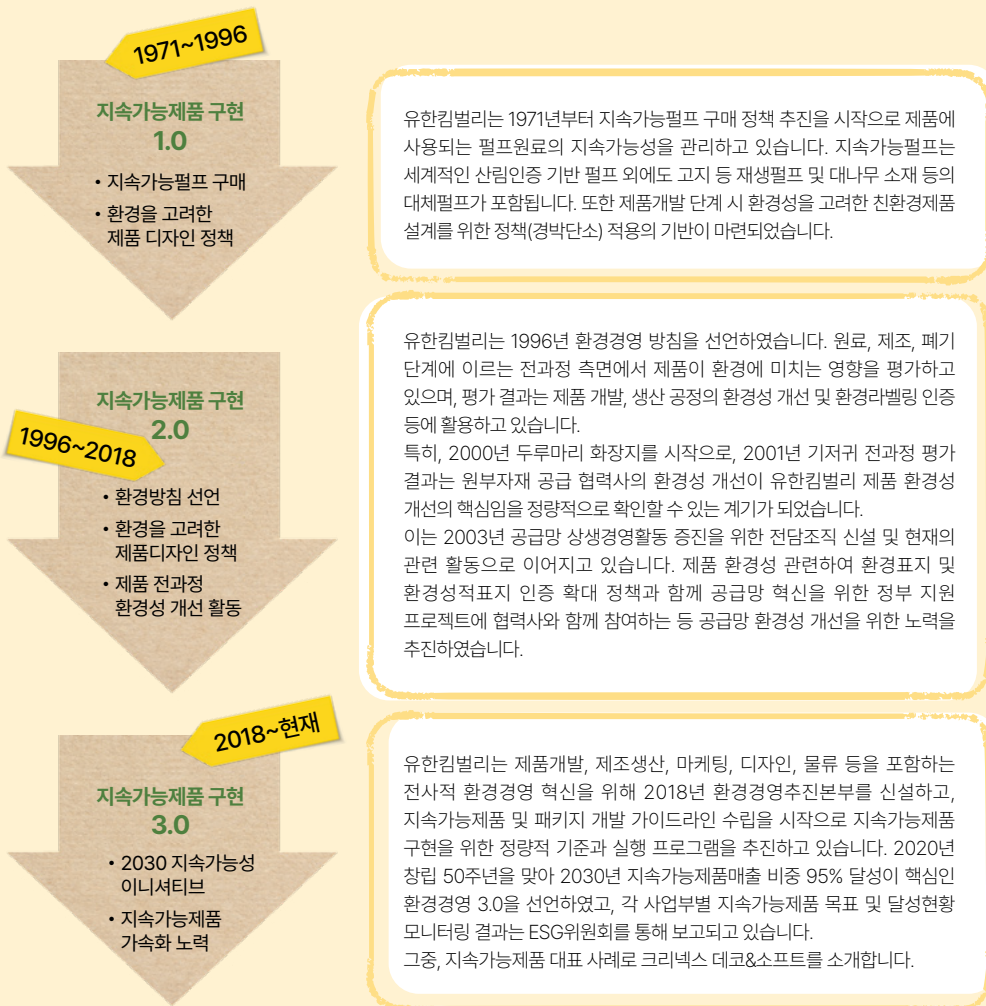
이슈별 재무적 영향과 발생 가능성 등을 추가로 고려한 결과, '포장재 및 플라스틱', '자원순환과 폐기물', '온실가스 관리' 등 환경 이슈의 중요도 상승: 기후변화와 자원 고갈 등의 환경 리스크가 규제 미이행으로 인한 과태료 발생, 대응 비용 부담 등으로 현실화됨에 따라, 이해관계자들은 환경 이슈를 윤리적 책임뿐 아니라 경영 전략 및 재무성과에 영향을 미치는 핵심 요소로 인식

이해관계자 기대 변화에 따라 무엇을 변화시켜왔으며, 대표적 성과의 사례는 무엇인가?

지속가능성보고서
발간 20년 특별기획

03

유한킴벌리가 국민 위생건강 발전에 기여하고, 지속가능한 성장을 거듭하기 위한 변화와 혁신은 제품 안전과 품질을 바탕으로 한 제품과 서비스의 지속가능성으로 귀결됩니다. 제품의 지속가능성 구현을 위한 변화과정은 다음과 같습니다.



사례 | 크리넥스 데코&소프트 제품의 지속가능성



집중탐구

지속가능제품에 대한 앞으로의 기대는 무엇일까?

지속가능성보고서
발간 20년 특별기획

04

지속가능성 보고 20년을 맞아, 그간 중대이슈로 최다 도출되었던 지속가능제품에 대한 기대사항과 더불어 더 집중해야 할 영역과 소통을 강화해야 할 영역은 무엇인지를 점검하고자 총 6,960명의 이해관계자 여러분의 의견을 수렴하였습니다.

이해관계자가 가장 유의미하다고 평가한 지속가능제품은?

→ 사회성 개선 제품에 대한 이해관계자의 높은 인정



1위

이른둥이를 위한
국내 유일 하비스 초소형 기저귀



2위

발달장애 여성의 생리대 부착 교육을 위한
좋은느낌 처음위생팬티

2025 유한킴벌리 지속가능제품 인식도 조사

- 조사 목적: 유한킴벌리 지속가능제품의 인식도와 인지 가치에 대한 이해관계자 의견 수렴
- 조사 기간: 25.04.01 ~ 25.04.12
- 응답자: 총 6,960명



조사 결과, 이해관계자 여러분은 사회성 개선 노력이 환경성 개선 노력보다 더욱 의미가 있고 가치가 있다는 의견을 주셨습니다. 유한킴벌리가 정의하는 지속가능제품이란 2019년 대비 자체 수립한 환경성과 사회성 기준에 부합하는 제품을 의미하며, 그중 사회성에 대한 고려가 특히 필요하다는 의견으로 해석됩니다. 사회성 개선 제품에 대한 이해관계자 여러분의 높은 인정과 평가를 확인한 만큼, 이러한 제품들이 보다 널리 알려져 필요로 하는 소비자들이 적시에 활용하실 수 있도록 보다 적극적인 소통을 실시하고, 이른둥이와 장애인을 비롯한 사회적 취약계층에 대한 관심과 배려를 확산하는 데 기여할 수 있도록 노력하겠습니다.

집중탐구

지속가능제품에 대한 앞으로의 기대는 무엇일까?

지속가능성보고서
발간 20년 특별기획

04

이해관계자가 환경·사회의 지속가능성을 위해 보다 집중해야 한다고 평가한 활동은?

→ 제품 환경성 개선에 대한 이해관계자의 높은 기대

순위	종합(전 이해관계자)	고객	사원	협력사	지역사회·NGO·정부	ESG전문가·담당자
1위	제품 전과정 측면에서 탄소 배출량 저감을 위한 기술 개발 및 제품 적용	플라스틱 사용량을 저감한 제품과 포장재 개발	플라스틱 사용량을 저감한 제품과 포장재 개발	제품 전과정 측면에서 탄소 배출량 저감을 위한 기술 개발 및 제품 적용	제품 전과정 측면에서 탄소 배출량 저감을 위한 기술 개발 및 제품 적용	제품 전과정 측면에서 탄소 배출량 저감을 위한 기술 개발 및 제품 적용
2위	플라스틱 사용량을 저감한 제품과 포장재 개발	제품 전과정 측면에서 탄소 배출량 저감을 위한 기술 개발 및 제품 적용	제품 전과정 측면에서 탄소 배출량 저감을 위한 기술 개발 및 제품 적용	자연유래 성분을 적용한 제품 개발	재활용 용이성을 개선한 포장재 개발	사회적 취약계층(장애인 등)을 위한 제품 개발
3위	자연유래 성분을 적용한 제품 개발	자연유래 성분을 적용한 제품 개발	재활용 용이성을 개선한 포장재 개발	재활용 용이성을 개선한 포장재 개발	플라스틱 사용량을 저감한 제품과 포장재 개발	플라스틱 사용량을 저감한 제품과 포장재 개발

1) 이외 응답항목: '사용 후 제품을 원료로 재활용하기 위한 자원순환 체계 구축', '경제적 취약계층을 위한 제품 개발'

2025 유한킴벌리 지속가능제품 인식도 조사

- 조사 목적: 유한킴벌리 지속가능제품의 인식도와 인지 가치에 대한 이해관계자 의견 수렴
- 조사 기간: 25.04.01 ~ 25.04.12
- 응답자: 총 6,960명



이해관계자 여러분이 평가한 유한킴벌리가 환경과 사회의 지속가능성을 높이기 위해 가장 집중해야 할 활동은 제품 환경성 개선 노력으로 나타났습니다. 구체적인 활동 영역에 대해선 주요 이해관계자 그룹별 순위가 일부 상이했지만, 유한킴벌리가 더 집중해야 한다고 의견을 주신 영역은 결국 제품 환경성 개선 노력으로 확인됩니다. 종합 1위인 '제품 전과정 측면에서의 탄소 배출량 저감 노력'의 경우 전 이해관계자 그룹에서 높은 평가를 받았습니다. 유한킴벌리 지속가능제품 및 자체 환경성 개선 제품의 선정 기준인 3R(Reduce, Recycle, Replace) 측면에 해당하는 '플라스틱 사용량 저감(Reduce)', '자연유래 소재 적용(Replace)' 노력 역시 앞으로 가장 집중해야 할 활동으로 뒤이어 높은 평가를 받았습니다. 앞으로도 이해관계자의 기대사항과 시대 흐름을 기준 삼아, 품질을 기반으로 한 생활용품 제품 본연의 역할을 충실히 이행하면서도, 환경·사회적 측면의 지속가능성을 높이기 위한 전사적인 혁신 노력을 지속하겠습니다.