OVERVIEW

개요

04
CEO 메시지

05
유한킴벌리의 가치 재배분

사람이 희망이다

개요	CEO 메시지		04
	유한킴벌리의 가치 재배분		05
지속가능경영 전략	지속가능경영 체계		07
	이해관계자 소통 채널		10
	이중 중대성 평가		12
스페셜 페이지	보편적 월경권에 대한 유한킴벌리의 철학과 실천		16
지속가능경영 기반	지배구조		21
	윤리투명경영		22
	위기관리		26
	정보보호		28
지속가능경영 성과	환경성과	환경경영 체계	32
		지속가능제품	35
		자원순환 및 폐기물	39
		수자원 및 오염물질	41
		온실가스 및 에너지	43
		생물다양성	46
	경제성과	비즈니스 구조와 주요 성과	49
		비즈니스 전 과정 혁신	54
	사회성과	사원 경험과 성장	56
		노경협업	62
		인권경영	64
		안전보건	66
		제품 안전 및 품질	70
		고객만족	73
		공급망 관리	76
		지역사회 가치 창출	80
부록	유한킴벌리 소개		89
	ESG 정량 성과		90
	GRI 대조표		101
	TCFD 대조표		106
	SASB 대조표		107
	유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 준수		108
	UN SDGs 기여 활동		111
	제3자 검증의견서		115
	온실가스 검증서		117
	주요 수상, 인증 및 협력 파트너		118
	지속가능성보고서 독자의견 모니터링		119

CEO 메시지

소비자 중심의 행동으로,
전환과 도약을 시작합니다

존경하는 이해관계자 여러분,

유한킴벌리는 올해로 창립 56주년을 맞이했습니다. AI와 전쟁 등 예측할 수 없는 변화가 일상이 되는 현실에서, 우리의 존재 이유와 사회적 의미를 다시 생각해보았습니다. 유한킴벌리는 소비자에 대한 깊은 통찰력과 혁신 역량을 바탕으로 국민의 삶의 질을 높이고, 건강한 생활에 이바지하며, 생활문화 발전을 주도해 왔습니다. 나아가, 기업 시민의 책임을 비즈니스를 통해 실천함으로써 사회 발전에도 기여하고자 노력해왔습니다. 기업의 성장과 사회·환경 모두를 위한 조화로운 발전을 추구한다는 것은 여전히 쉽지 않은 도전이며, 동시에 담대한 혁신을 요구하는 길입니다. 그럼에도 유한킴벌리는 이 길 위에 서 있기를 선택합니다. 그 핵심은 소비자의 눈으로 바라보고, 소비자의 마음으로 행동하는 것에 있다고 믿습니다. 유한킴벌리의 제품은 일상의 필수품이기에, 모든 이해관계자가 곧 소비자이기도 합니다. 이 경험이 우리가 소비자를 중심에 두는 가장 깊은 이유입니다.

2025년 경제·사회·환경 성과

경제적 측면에서는 물가 상승과 소비 양극화 심화, 이커머스 채널 전환 가속화에 따른 가격 경쟁 심화, 36개월 미만 영유아 수의 지속적인 감소와 가임 여성 인구 축소로 유아용품 및 여성용품 시장 규모가 전반적으로 축소되는 어려운 환경이 이어졌습니다. 또한, 글로벌 불확실성 확대에 따른 원재료·에너지·물류비 상승과 달러 환율 급등은 성장과 수익성 확보에 상당한 도전이었습니다. 이러한 경영 환경 속에서도 수출 부문이 전년 대비 13.3% 성장하였고, 핵심 국내 사업부인 유아아동사업부가 신생아 수 증가와 제품 혁신 등에 힘입어 6.6% 성장하며 긍정적인 잠재력을 확인했습니다. 시니어 에이징케어 사업의 확장, 여름철 시즈널 제품의 매출 성장 등으로 당사 전체 매출은 전년 대비 1.6% 성장한 실적을 기록했습니다. 또한 제조 경쟁력 강화 프로젝트를 본격적으로 추진하여 향후 제조원가 혁신을 위한 기반을 마련한 해이기도 했습니다.

사회·환경적 측면에서는 B2B사업부의 '바이사이클' 핸드타월 자원순환 캠페인을 통해 온실가스 누적 695톤 이상을 저감했으며, '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인은 41주년을 맞아 누적 5,814만 그루 이상의 나무를 심고 가꾸는 성과를 이어갔습니다. 김천 및 대전공장은 FSC® CoC 인증을 유지하며 지속가능한 원료 조달 체계를 강화하였고, 2025년 기준 지속가능제품 매출 비중은 63%를 달성했습니다. 2025년 한 해 동안 약 210만 개의 제품을 취약계층에 기부하여 누적 기부 제품이 약 2,995만 개에 이르게 되었습니다. 경제적 취약계층의 보편적 월경권을 위한 좋은느낌의 '힘내라 딸들아' 캠페인은 10년째 이어지고 있으며, 하기스 이른둥이용 초소형 기저귀 무상공급은 누적 660만 패드를 돌파했습니다. 특히 '바이사이클' 핸드타월 자원순환 캠페인은 기후에너지환경부 주관 '친환경 기술진흥 및 소비촉진 유공' 분야 '탄소중립 생활실천 부문' 대통령표창을 받았습니다.

2026년 지속가능성을 위한 과제

2026년 전쟁 등으로 대내외적인 불확실성은 가속화될 것으로 예상합니다. 그러나 위기 속에서도 기회는 있습니다. 2026년에는 신생아 수 증가에 따른 36개월 미만 아동 수 확대로 유아아동 사업부의 성장 여력이 확대될 것으로 기대되며, 핵심 사업부들의 지속적인 제품 개선과 신제품 출시를 기반으로 더 큰 도약을 준비하고 있습니다. 2026년 경영 슬로건 "전환에서 도약으로!" 아래, 압도적 경쟁우위 기반의 성장, 새로운 시각과 일하는 방식 혁신을 통한 업무 경쟁력 강화, 전사 생산성 극대화를 통한 원가·품질 경쟁력 제고에 집중하겠습니다. 유한킴벌리 제품과 서비스는 아기부터 어르신까지 대한민국 모든 국민이 매일 접하고 사용합니다. 이해관계자의 눈과 마음을 기준 삼아, 경제·사회·환경의 조화로운 성장을 이어가겠습니다.

앞으로도 유한킴벌리는 이해관계자 여러분의 목소리에 귀 기울이고,
지속가능한 성장과 사회적 책임을 함께 실현해 나가겠습니다.

감사합니다.

2026년 6월
유한킴벌리 대표이사 사장 이 제 훈

개요	CEO 메시지		04
	유한킴벌리의 가치 재배분		05
지속가능경영 전략	지속가능경영 체계		07
	이해관계자 소통 채널		10
	이중 중대성 평가		12
스페셜 페이지	보편적 월경권에 대한 유한킴벌리의 철학과 실천		16
지속가능경영 기반	지배구조		21
	윤리투명경영		22
	위기관리		26
	정보보호		28
지속가능경영 성과	환경성과	환경경영 체계	32
		지속가능제품	35
		자원순환 및 폐기물	39
		수자원 및 오염물질	41
		온실가스 및 에너지	43
		생물다양성	46
	경제성과	비즈니스 구조와 주요 성과	49
		비즈니스 전 과정 혁신	54
	사회성과	사원 경험과 성장	56
		노경협업	62
		인권경영	64
		안전보건	66
		제품 안전 및 품질	70
		고객만족	73
		공급망 관리	76
		지역사회 가치 창출	80
부록	유한킴벌리 소개		89
	ESG 정량 성과		90
	GRI 대조표		101
	TCFD 대조표		106
	SASB 대조표		107
	유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 준수		108
	UN SDGs 기여 활동		111
	제3자 검증의견서		115
	온실가스 검증서		117
	주요 수상, 인증 및 협력 파트너		118
	지속가능성보고서 독자의견 모니터링		119

유한킴벌리의 가치 재배분

그림으로 본 지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리는 경영활동으로 창출한 가치를 공급망을 포함한 가치사슬 전반에 걸쳐 이해관계자와 함께 나눕니다. 경제적 수익성, 사회적 책임성, 환경적 지속가능성이라는 세 원칙 아래, 원료 조달부터 폐기·재활용까지 각 단계에서 이해관계자에게 배분되는 내역을 지속가능성보고서를 통해 매년 투명하게 공개해 오고 있습니다.

2025년 매출

14,028억 원

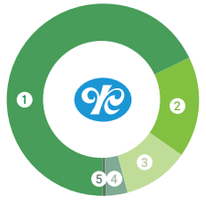
❶ **협력회사**
재화 및 서비스 구매비용 : 9,435억 원

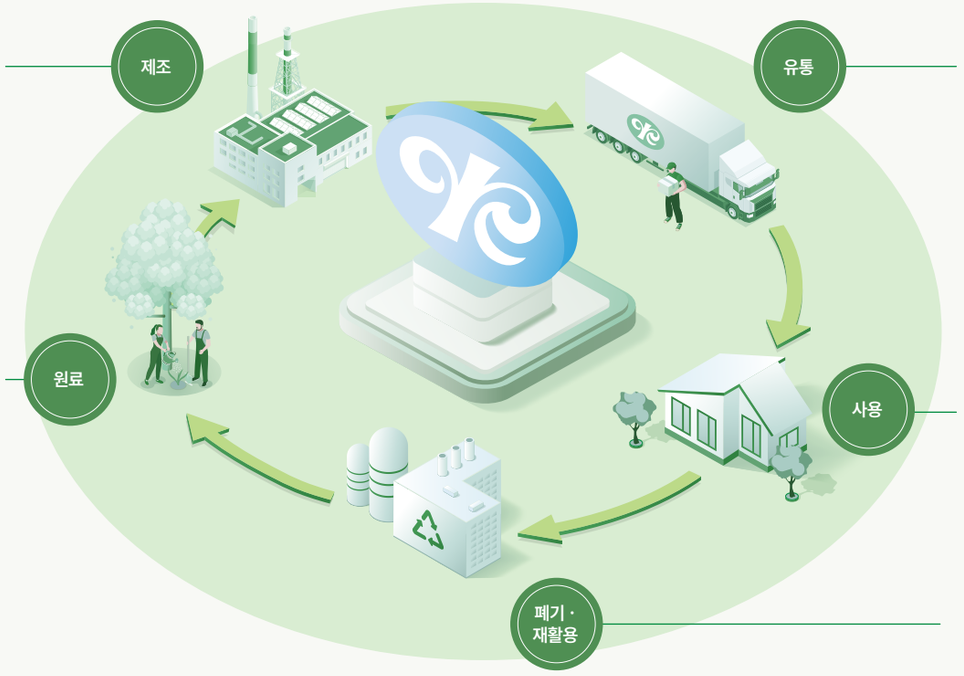
❷ **사원**
급여 및 복리후생비 : 2,334억 원

❸ **주주**
배당금 : 1,550억 원

❹ **정부**
법인세 및 기타 제세공과금 : 533억 원

❺ **지역사회**
사회공헌비용 : 49억 원





경제적 가치
· 시설투자비: 417억 원

사회적 가치
· 여성용품 의약외품 GMP 획득
· 가족친화경영 인증 유지
· 제품 안전사고 건수: 0건

환경적 가치
· 용수 재활용률: 27.6%
· 공장 폐기물 재활용률: 99.2%
· 환경운영 비용: 247.9억 원
· 김천 및 대전공장 FSC® CoC인증
· 온실가스 배출: 202,680 tCO_2e

경제적 가치
· 원부자재 구매 비용: 3,591억 원

사회적 가치
· 협력사 역량 평가 사회적 책임 점수: 91점
· 동반성장지수 우수기업 선정
· 동반성장을 위한 공정거래협약 체결 협력사 수: 61개사
· 동반성장 지원: 170억 원
· 안전성 우려 물질 사용 제한 대상: 190종

환경적 가치
· 지속가능펄프(FSC® 인증 등) 구매량: 170,238.2톤
· 위생용 종이제품 원료 중 재활용지 사용 비율: 17.5%

경제적 가치
· 운송비: 441억 원

사회적 가치
· 자사 플랫폼 누적 회원 수 (맘큐·달다방): 262만 명

사회적 가치
· 소비자 상담 이후 고객만족지수: 96.5점
· 소비자 교육(누적): 20,126,761명
· '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인(누적): 58,144,473그루
· NGO 여성활동가 장학사업(누적): 1,274명
· 취약계층 자사 제품 기부
- '크리넥스 해피클린' 캠페인 위생세트 기부(누적): 15,575박스
- 하기스 기저귀 기부(누적): 13,646,980 패드
- 좋은느낌 '힘내라 딸들아' 생리대 기부(누적): 12,709,796 패드

환경적 가치
· 친환경 인증 제품[1] 수: 50개
· 지속가능제품[2] 매출 비중: 63%[3]

경제적 가치
· 폐기물 부담금 및 재활용 분담금: 87.1억 원

사회적 가치
· 핸드타월 자원순환 바이사이클 캠페인 참여 기업 수: 35개사(누적)

환경적 가치
· 바이사이클 캠페인
- 핸드타월 재활용량(누적): 456.5톤
- 이산화탄소 감축량(누적): 695,413kgCO_2eq

1) 정부 인증을 획득한 제품(환경표지, 저탄소 인증 등)
2) 유한킴벌리의 지속가능제품 자체 기준을 충족한 환경성 및 사회성 개선제품
3) 전체 매출은 내수 시장을 기준으로 하며 판매대행 제품과 안전 규제 대상인 B2B 병원용품 및 안전용품 등은 제외함

개요	CEO 메시지		04
	유한킴벌리의 가치 재배분		05
지속가능경영 전략	지속가능경영 체계		07
	이해관계자 소통 채널		10
	이중 중대성 평가		12
스페셜 페이지	보편적 월경권에 대한 유한킴벌리의 철학과 실천		16
지속가능경영 기반	지배구조		21
	윤리투명경영		22
	위기관리		26
	정보보호		28
지속가능경영 성과	환경성과	환경경영 체계	32
		지속가능제품	35
		자원순환 및 폐기물	39
		수자원 및 오염물질	41
		온실가스 및 에너지	43
		생물다양성	46
	경제성과	비즈니스 구조와 주요 성과	49
		비즈니스 전 과정 혁신	54
	사회성과	사원 경험과 성장	56
		노경협업	62
		인권경영	64
		안전보건	66
		제품 안전 및 품질	70
		고객만족	73
		공급망 관리	76
		지역사회 가치 창출	80
부록	유한킴벌리 소개		89
	ESG 정량 성과		90
	GRI 대조표		101
	TCFD 대조표		106
	SASB 대조표		107
	유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 준수		108
	UN SDGs 기여 활동		111
	제3자 검증의견서		115
	온실가스 검증서		117
	주요 수상, 인증 및 협력 파트너		118
	지속가능성보고서 독자의견 모니터링		119