

2019 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이
희망이다



About This Report

- 보고 원칙 GRI Standards, 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact)
- 보고 경계 국내 전 사업장 및 주요 공급망
- 보고 기간 2018.1 ~ 12(2019년 1분기 활동 성과 포함)
- 보고 기준 회계연도 기준, 최소 3개년 이상 시계열 제시
- 보고 검증 제3자 검증의견서
- 보고 주기 매년 보고(최초 발간 2006년)
- 구성 특징 GRI Standards에 따른 보고, 중대 토픽 중심 보고
- 추가 정보 유한킴벌리 지속가능경영부문 지속가능성보고서 담당자 Tel. 02-6411-0283
- 공개 원칙 웹보고서(csr.yuhan-kimberly.co.kr) 상시 공개

사람이 희망이다

유한킴벌리 2019 지속가능성보고서 사회적 가치 특집호

2019년 지속가능성보고서, 지난 호와 무엇이 달라졌나?

- 유한킴벌리 사회적 가치 집중 조명** 유한킴벌리 창립 50주년을 앞두고 사회 문제에 깊이 있는 시선과 향후 사회적 가치 창출 방향성에 대해 보고했습니다.
- 목표관리 중심 SDGs 선도성 확보** 유한킴벌리 지속가능경영은 기업 차원을 넘어서 글로벌 공동 목표에 참여하도록 UN SDGs(Sustainability Development Goals)와 연계했습니다.
- 정보 접근성 강화** 유한킴벌리는 정보 접근성을 높이기 위해 웹보고서를 운영 중입니다. 보고서 내 관련 페이지로 이동, 웹보고서 바로가기 등의 기능과 주제별로 원하는 부분만 다운로드 나만의 보고서를 만들 수 있는 고객 맞춤형 보고서 서비스도 포함되어 있으므로 많은 활용 바랍니다.



VIDEO



WEB REPORT



HOME



CONTENTS



PAGE PRINT

2019년, 핵심 요소를 짚어주는 마크 도입

유한킴벌리는 2019년 지속가능성보고서에 중요 성과 마크를 도입했습니다.

독자들이 지속가능성보고서를 볼 때 마크를 해 놓은 부분만 읽어도 2019년 핵심 내용을 파악할 수 있습니다.

- 1 유한킴벌리 2019년 지속가능경영 중대 토픽_6p
- 2 과거, 현재의 지속가능경영 노력과 미래의 방향_8-12p
- 3 경영진과 사원들의 지속가능경영 의제 논의_14p
- 4 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션 적용_20p
- 5 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화_24-25p
- 6 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영_29p
- 7 경제 성과_혁신경영_이커머스 비즈니스 모델 진화_35p
- 8 사회 성과_지역사회_4대 사회책임 활동 주력_52p
- 9 환경 성과_저탄소 사회 실현_물질흐름도_68p
- 10 유한킴벌리 지속가능경영 중대성 10년간 트렌드 분석_78p



유한킴벌리 주요 이해관계자는 고객, 협력회사, 사원, 지역사회, 주주로 정의합니다.

유한킴벌리는 각종 경영공시, 주주총회, 이사회, 감사보고서, 웹사이트 등을 통해 경영 방향과 성과를 투명하게 공개하고 있으며, 다양한 소통채널을 통해 이해관계자의 의견을 청취하며 신속하게 대응하고 있습니다.

CONTENTS

04

유한킴벌리 지속가능경영 전반
04 지속가능경영 가치 사슬
06 지속가능경영 중대 토픽
08 CEO 메시지
13 비전과 가치내재화
14 지배구조
15 지속가능한 조직
16 윤리경영
17 위기관리
18 이해관계자 소통채널

19

지속가능발전 목표 실현 위한
유한킴벌리 3대 방향
20 비즈니스 모델 혁신_
디지털 트랜스포메이션의 적용
24 사회책임경영 지속_
우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
29 기업문화 변화 선도_
스마트워크 경영

31

유한킴벌리
경제·사회·환경 성과
33 경제 성과
39 사회 성과
61 환경 성과

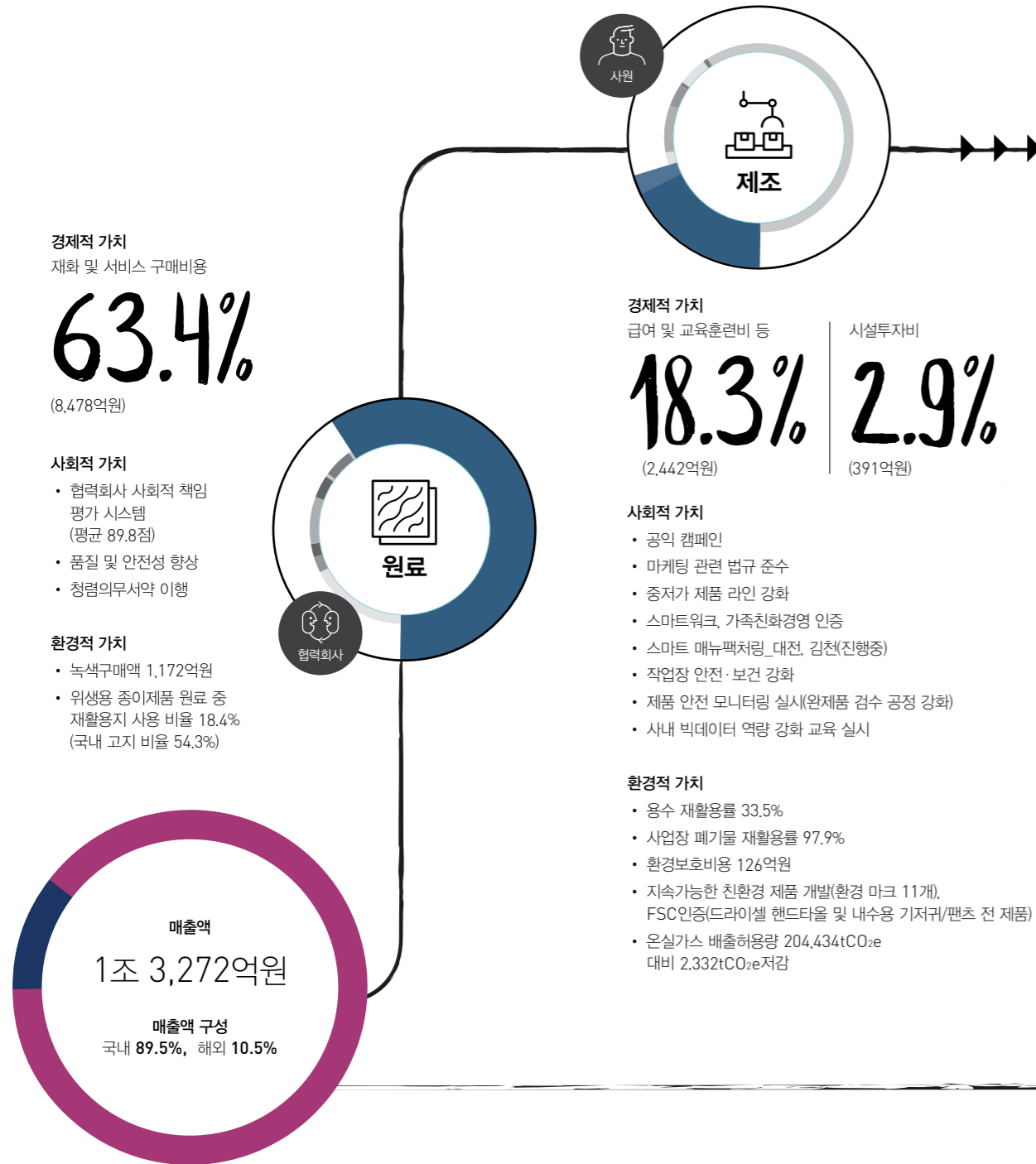
70

부록
71 제3자 검증의견서
73 GRI Index
76 유엔 글로벌 콤팩트
77 2018 유한킴벌리
UN SDGs 세부 활동
78 중대성 평가
79 이해관계자 인사이트
80 독자 의견 모니터링
81 지역사회 협력파트너 현황
82 주요 수상 기록

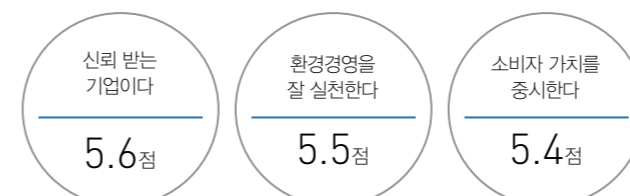
유한킴벌리는 어떻게 가치를 재배분하는가?

지속가능경영 가치 사슬 유한킴벌리는 사회와 함께 성장하는 기업입니다. 지속가능경영 가치 사슬을 통해 경제·사회·환경적 측면에서 이해관계자들(고객, 협력회사, 사원, 지역사회, 주주 등)과 어떻게 가치를 주고 받는지 투명하게 보고하고 있습니다. 유한킴벌리의 경영활동은 창출된 경제적 가치의 재분배를 통해 사회적, 환경적 파급 효과를 창출해 왔습니다. 이렇게 경영에 대한 지속적이고 투명한 보고 노력으로, 2019년 이해관계자 조사 결과에 따르면 유한킴벌리의 신뢰도는 7.0점 만점에 높은 수준인 5.6점이라는 점수를 기록했습니다.

[그림 1-1] 그림으로 본 유한킴벌리 지속가능경영 가치 사슬



[그림 1-2] 유한킴벌리 가치사슬 3대 주요 평가(2019.1~2, 5,226명 참여, 7점 척도)



사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한 유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

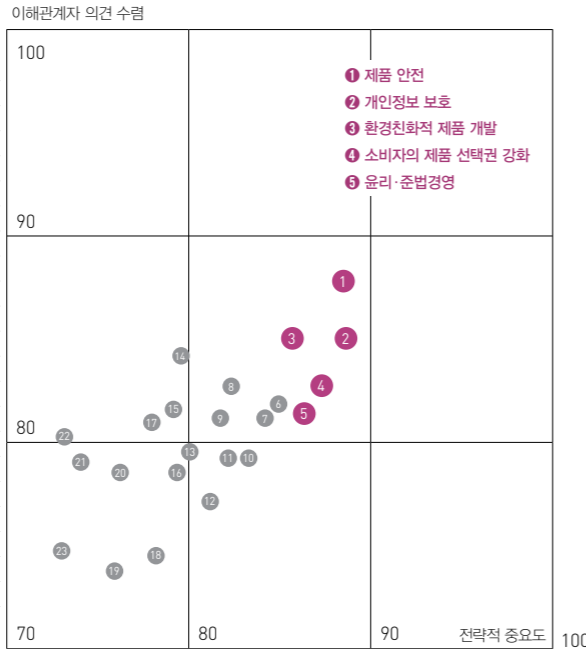
지속가능경영 중대 토픽

2019 이해관계자 조사 5,226명의 제언 “제품 안전과 개인정보 보호”가 중대 토픽으로 선정 유한킴벌리는 지난 14년 동안(2006~2019년)의 이해관계자조사 실시를 통해 경청하고, 이를 개선함으로써 지속가능경영 경쟁력을 강화하고 있습니다. 유한킴벌리는 매년 조사를 실시해서 이해관계자들이 생각하는 중대 토픽 우선순위와 지속가능경영 방향을 도출하고, 그 결과를 투명하게 보고하고 있습니다. 참고로, 2019년 보고서에는 특별히 지난 10년간의 지속가능경영 중대성 트렌드 세부사항을 확인할 수 있습니다. [\[보다 자세한 내용은 78쪽을 참고하세요\]](#)

2019년 중대성 평가의 주요 시사점 2019년의 중대성 평가(2019. 3. 18~3. 27)에서 유한킴벌리가 중요하게 다루야 할 토픽 1위는 제품 안전, 2위는 개인정보 보호, 3위는 환경친화적 제품 개발 등의 순위로 도출되었습니다. 즉, 유한킴벌리 지속가능경영 토픽의 두 축은 제품과 정보의 안전이라고 볼 수 있습니다. 이번 평가에서 주목할 점은 3가지입니다. 첫째, 제품 관련한 토픽(제품 안전, 환경친화적 제품 개발, 소비자의 제품 선택권 강화)의 중요도가 높다는 점입니다. 둘째, 시장과 기술의 변화에 따라 온라인 시장 비중이 늘면서 개인정보 보호를 중시하고 있다는 점입니다. 셋째, 전년 대비해서 기업의 윤리·준법경영의 요구가 높아졌습니다. 유한킴벌리는 중대 가치를 반영한 경영 노력을 지속해 갈 것입니다.

[표 1-1] 2019년 순위별 중대토픽

2019 중대토픽	이해관계자 의견 수렴(외부)	전략적 중요도(내부)	평균	2019 순위	2018 순위
제품 안전	89.3	87.8	89.2	1	1
개인정보 보호	88.5	84.3	88.4	2	3
환경친화적 제품 개발	86.3	84.2	86.2	3	5
소비자의 제품 선택권 강화	85.7	84.4	85.6	4	9
윤리·준법경영	85.8	81.1	85.6	5	10
환경영향 최소화	84.5	81.5	84.3	6	8
자원 활용 및 재활용	83.9	80.8	83.8	7	신규
안전한 근로 환경	83.3	82.3	83.2	8	4
고객건강과 안전 관리	82.3	80.8	82.3	9	2
기후변화 대응	82.1	79.3	82.0	10	12
고객 소통 확대	81.3	79.3	81.2	11	7
소비자 정보 제공	80.8	77.6	80.6	12	6
인권 및 다양성 존중	79.9	79.6	79.9	13	신규
제품 혁신	79.5	84.0	79.6	14	17
인재개발과 육성	79.3	81.6	79.4	15	14
동반성장 및 상생경영	79.3	78.5	79.3	16	11
임직원 일과 삶의 균형	78.1	81.4	78.2	17	16
지역사회 참여와 발전	78.3	81.4	78.2	18	19
여성역량 증진	76.7	74.6	76.7	19	18
노사 협업 활성화	76.4	78.5	76.4	20	13
산성장동력 확보	74.3	79.1	74.4	21	20
이커머스 시장 확대	73.6	80.5	73.8	22	15
스마트메뉴팩처링과 디지털라이제이션 기술 활용	72.8	75.5	72.9	23	21



순위	유한킴벌리의 노력	페이지
1위 제품 안전	제품 안전 품질 정책 강화, 제품/원료 사전검증 프로세스 및 임가공 품질관리 강화, 안전우려물질 지정·관리, 생리대 성분 공개, 제품 안전조직 강화, 소비자 중심경영위원회 개최, 위생용품사업자 정례협의회 참여 등	46-48
2위 개인정보 보호	개인정보 보호 교육 실시, 2018년 정보보호관리체계인증 ISMS(Information Security Management System) 인증 획득, 사이버스큐리위크 실시, 개인정보취급 협력회사 보안 점검 실시, 통합브랜드 사이트 메인화면에 법적사항 보완	50-51
3위 환경친화적 제품 개발	환경친화적 제품 출시(생리대 라네이저)	64
4위 소비자 제품 선택권 강화	가심비 제품 출시 확대: 친자연 생리대, 유기능 순면커버, 무향생리대, 오가닉 기저귀	37
5위 윤리·준법경영	협력회사 평가시스템 운영, 성실 납세, 사회적임 활동	16, 44

유한킴벌리 지속가능경영 전반

전년 대비 온실가스 배출허용량 목표 달성

저감 2,332 tCO₂e

WINNING CULTURE

OUR STORY  패드 기부 1,455,120

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한 유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자 의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록



CEO 메시지

2019년, 유한킴벌리는 희망을 노래합니다.



함께 하는 새로운 도약 사랑하는 이해관계자 여러분, 안녕하세요. 유한킴벌리는 2019년에 창립 49주년을 맞이합니다. 열네 번째로 발간하는 지속가능성보고서를 통해 유한킴벌리가 경제, 사회, 환경적 성과를 공유하게 됨을 기쁘게 생각합니다. **유한킴벌리는 어려움에 직면했을 때 혁신을 통해 반드시 해결책을 찾아내는 강한 조직문화(Winning Culture)가 있습니다. 유한킴벌리는 사회와 함께 성장한 기업으로서, 사회의 문제 해결에 앞장서면서 회사와 사회가 함께 성장해왔던 역사를 갖고 있습니다.** 유한킴벌리는 이 보고서를 통해 여러 부족함에도 불구하고, 기업으로서 책임을 다하기 위한 워닝 컬처의 여정에 여러분을 초대합니다.

지속가능경영 전반 16년 연속 존경받는 기업 선정 등 긍정적 평가 지속

유한킴벌리는 2019년에 한국에서 가장 존경받는 기업으로 16년 연속 선정(5위)되었습니다. 동종업계에서 지속가능지수 1위 기업으로 선정되었고, 일과 삶의 조화를 잘 이룬 기업으로서 사회적 모범이 되어 대통령 표창을 받았습니다. 앞으로도 겸손한 마음으로 지속가능한 사회를 위해 더 노력하겠습니다.

시장환경은 빠르게 변화하고 있습니다. 유한킴벌리는 다양한 시장 변화와 사회적 문제들의 중심에 서 있습니다. 저출생과 저성장, 이커머스 시장으로의 급격한 유통 환경 변화, 소비자의 철저한 안전·품질 관리 요구, 한중일 시장 통합화로 인한 국경을 넘는 경쟁, 원재료값 상승 부담 등을 해결해 나가야 합니다. 그러나 유한킴벌리는 기존 시장에서 선두 기업으로서 위치를 굳건히 하는 한편, 새로운 시장에서 가치를 만들기 위해 노력하고 있습니다. 본 보고서를 통해 이해관계자 여러분에게 유한킴벌리의 여정을 간단하게 보고 드리겠습니다.



경제적 성과와 과제 주요 4대 과제 바탕으로 성장과 도약 기회 창출

2018년 성과 유한킴벌리는 2017년도에 출생률 감소 등으로 시장이 축소되면서 유아동용품사업의 성장이 어려웠으나, 2018년에 국내시장 전체로는 3.4% 성장했고, 총 매출은 1조 3,272억원을 달성하였습니다. 수출이 여전히 어렵고, 원재료비 상승 등의 어려움이 있었습니다. 직원들이 원가절감 등을 위해 노력했으며, 가정, 여성, 시니어, B2B사업에서 성장을 기록하였고, 비전 카테고리 제품군을 관리해서 성장의 방향을 잘 잡은 결과입니다.

그러나 2018년 유한킴벌리의 가장 큰 경제적 성과는 미래 가능성을 재확인하고, 새로운 성장, 새로운 도약의 발판을 마련한 것이라고 생각합니다. 이커머스 시장에서 비즈니스 모델을 새로 정립했고, 미래성장을 위해 391억원의 설비 투자를 진행해서 화장지 및 시니어팬츠 기계 신설 등과 에너지 절감 설비 투자를 시작했습니다. 또한 소비자 중심의 혁신을 통해 제조, 영업 등을 포함한 전 영역에서 디지털화 구현을 시작한 것도 큰 의미를 가집니다. 제품 품질 및 안전체제 구축에 노력하여 소비자 신뢰도를 회복해가고 있습니다.

2019년 과제 유한킴벌리는 2019년에 “함께 하는 새로운 도약”을 슬로건으로 정했습니다. 작년에 이루어졌던 성장의 발판을 이용해서 다시 성장과 도약을 만들어낼 것입니다. 시장환경이 빨리 변하고 있기 때문에 이제 경쟁사와의 경쟁이 아니라 시장환경의 변화와의 경쟁이 진행되고 있습니다. 그 경쟁에서 이길 수 있는 답은 소비자 중심의 혁신입니다. 지난해에 전체 토탈 서플라이체인 차원에서 경쟁력을 가질 수 있는 것이 무엇인지를 고민했고, 이커머스그룹을 새로 운영하면서 다양한 대응 노력을 진행한 바 있습니다.

2019년에는 제품을 공장에서 소비자에게 직접 전달하는 이커머스 중심 비즈니스 모델을 구축해서 운영을 시작할 수 있게 되었습니다. 소비자들에게 보다 더 나은 가치를 전달할 수 있게 될 것이라고 생각합니다. 2019년 유한킴벌리는 국내시장에서 4%, 수출시장에서 10% 성장 계획을 수립했습니다. 이를 위해 유한킴벌리가 성공해야 할 4대 과제를 아래와 같이 제시드립니다.

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

지속가능경영 가치 사슬
지속가능경영 중대 토픽
CEO 메시지
비전과 가치내재화
지배구조
지속가능한 조직
윤리경영
위기관리
이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제 성과
사회 성과
환경 성과

부록

제3차 검증의견서
GRI Index
유엔 글로벌 콤팩트
2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
중대성 평가
이해관계자 인사이트
독자의견 모니터링
지역사회 협력파트너 현황
주요 수상 기록

첫째, 시장점유율 개선을 통해 중심 카테고리에서 성장하겠습니다. 유한킴벌리의 중심 카테고리는 기저귀, 생리대, 화장지, 티슈입니다. 이러한 중심사업에서 계속 성장하기 위해 노력할 것입니다. 특히 유아용품시장은 기존대비 1/3로 혁신적인 초박형 얇은 기저귀를 출시하여 성공을 이루어낼 계획입니다. 기저귀 시장에서의 매출 성장이 감소하는 것을 최소화하고, 여성용품과 가정용품을 포함한 기존의 시장들을 성장시킨다면 목표를 이룰 수 있을 것입니다.

둘째, 크로스 보더(Cross Border)시장에서 성공을 만들겠습니다. 국내시장은 감소되고 있으나, 국경을 넘어 새로운 성장의 기회를 찾기 위해 2019년 8월, 중국자유무역시장으로의 진출을 준비하고 있습니다. 현재 크로스 보더는 유한킴벌리의 큰 희망입니다. 비즈니스 영역을 확장해 나감으로써 성장의 기회를 만들어 갈 것입니다. 올해의 어려움이 내년의 희망으로 변할 것이라 믿습니다.

셋째, 신성장 제품 성장 가속화 및 신규 카테고리 제품 개발을 계속해 나가겠습니다. 국내시장의 비전 카테고리는 성장의 주요한 밑거름이 될 것이며, 2019년에도 신규 카테고리의 제품을 출시할 것입니다.

넷째, 고정자산 프로젝트를 성공적으로 스타트업 해내겠습니다. 어려운 상황 속에서도 유한킴벌리는 주주들의 지지를 받아 지속성장의 바탕이 될 800억원대(2018년 391억원, 2019년 447억원)의 고정자산 투자가 진행됨을 기쁘게 생각합니다. 국내외 소비자들이 환영할 제품을 만들고, 제공할 기회를 갖게 될 것입니다.

사회적 성과와 과제 기업이 정신 가지고 혁신과 사회책임 지속

2018년 성과 유한킴벌리는 기본에 충실한 기업입니다. 2018년에도 안전, 윤리, 준법, 환경, 동반성장, 사회책임 을 기본으로 삼고 실천하고 있습니다. 보다 자세한 내용은 보고서를 통해 보실 수 있으며, 2018년과 연계해서 사회 책임 활동 중 특별히 의미 있는 3가지 활동을 보고하고자 합니다.

첫째, 2018년에 사회공헌 활동으로 지속 개최해 온 여고생 그린캠프와 생명사랑 신혼부부소통학교가 각각 30년과 10년을 맞이했습니다. 특히 2018년은 우리사회에서 여성과 관련된 의제들이 많이 다루어졌던 해였던 만큼 여성리더십 고양과 성평등한 가족을 다룬 2가지 프로그램의 의미가 큼니다. 그린캠프는 여성과 숲 환경을 주제로 개최되었고, 지난 30년(1988~2018년) 동안 총 4,485명의 여고생들과 함께 했습니다. 생명사랑 신혼부부소통학교는 가족 내 성평등, 생명존중, 갈등해법, 소통방식을 다루어 왔습니다. 지난 10년(2009~2018년) 동안 약 1천쌍의 부부(총 1,964명)가 참여했고, 10년의 경험은 별도 보고서로 발간하여 저출생 해법을 제안하였습니다.

둘째, 미래 북한의 황폐화된 숲 복구를 위해 지난해 시작했던 화천 미래양묘센터에서 36만본의 묘목을 첫 출하(2017~2018년)하였다는 소식입니다. 아쉽게도 국가적 차원에서 아직 북측과의 대화가 진행 중이기 때문에 바로 숲 복구에는 사용하지 못했지만 향후 의미 있게 사용될 것으로 기대하고 있습니다.

셋째, 협력회사와 상호 신뢰를 바탕으로 상생 경영활동이 잘 진행되었다는 점을 보고드립니다. 2018년 동반성장지수 평가에서 2015년 이후 4년 연속 동반성장지수 최고 등급을 받고 있음을 기쁘게 생각합니다. 앞으로도 지속적인 상생 경영활동을 통해 함께 성장해 나가도록 노력하겠습니다.

2019년 과제 유한킴벌리는 2019년에도 기업이 정신을 바탕으로 사회책임 활동과 조직문화 혁신을 지속해 나갈 것입니다. 특히 저부가가치 업무/프로세스 개선과 함께 제품 안전성, 환경경영 3.0, 소비자 신뢰 공고화, 사회책임 및 지속가능경영, 컴플라이언스, 노경 협업, 작업안전 문화 정착 등의 키워드를 가지고 노력해 갈 것입니다.

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한 유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3차 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

평가: 초과 충족 노력필요

[표 1-2] 지속가능경영 성과와 목표

분류	2018년 성과와 목표			2019년 목표
	목표	성과	평가	
경제	전년 대비 주요 카테고리 성장률 증대	유아아동용품 ▼	○	1. 전년 대비 주요 카테고리 성장률 증대 2. 크로스 보더 성공 3. 신성장 제품 성장 가속화, 신규 카테고리 제품 개발 4. 고정자산의 성공적 스타트업
		여성용품, 가정용품, 산업용품▲		
	비전 카테고리* 매출 성장 지속 헬스&뷰티케어, 아기물티슈, 스킨케어, 스카트타올, 디펜드 스타일팬티, 크리넥스 마이비데, 탐폰, 입눈오버나이트, 맑은 물티슈, 라네이처, 굿나잇즈 등	비전 카테고리 성장(26.3%) ▲		
	이커머스 시장 경쟁적 우위/역량 확보	만류 회원수 확대 65만명(전년 대비 48% 성장)		
		전 부문 디지털 역량 강화, 시장분석 데이터 통합플랫폼 심화과정 운영	●	
	안전성 우려물질 확대 정책 지속	안전성 우려물질 72종 관리	●	
사회	윤리경영 CEO 서약	CEO 서약(3월)	●	5. 지속적 사회책임 및 지속가능경영 6. 제품 안전과 소비자 신뢰 공고화 7. 노경 협업 정착
	유엔글로벌콤팩트 이행	CoP 제출(9월)	●	
	동반성장(협력회사 윤리경영 강화)	협력회사 청렴의무준수서약 70개 업체 동참 (평가시스템 평균 89.8점) 동반성장 4년 연속 최우수 기업 선정		
	시니어 일자리 창출	시니어케어매니저 178명(3년 누적)	●	
	여성 경쟁력 강화(NGO 여성 리더십 육성, 성평등 사회 조성을 위한 기부활동)	여성 NGO 리더십 육성 기금 운영 생명사랑 부부소통학교 10주년(누적 1,964명 참여) 생리대 기부(146만 패드, 10,393명) 여성인권 기부 후원참여(1,211명)		
	소비자 중심경영 고객만족도 개선(86점)	상담 만족도 88.7점(전년 대비 2.7점 상승), 고객지원센터 감성노동자 인권선언 채택(10월)		
환경	기후변화 대응 온실가스 배출허용량 대비 저감	전년 대비 저감 목표 달성 2018년 배출허용량 204,434tCO ₂ e → 실제 배출량 202,102tCO ₂ e(저감 2,332tCO ₂ e)		8. 환경경영 3.0 추진 9. 온실가스 배출허용량 저감 목표 달성 10. 환경투자 성공적 완성
	전년 대비 환경마크 인증 제품 확대	환경마크 인증 제품 11종(환경마크, FSC 제품)	○	

* 비전 카테고리: 미래 성장을 위한 12개 관리 제품

[표 1-3] 유한킴벌리 소개

회사명	유한킴벌리 주식회사	대표이사 사장	최규복	사업분야	일반 소비자 위생용품, 산업 및 의료용품 등
설립일	1970년 3월 30일	사원수	1,577명	매출액	1조 3,272억원
영업이익	1,483억원	자본금	2,000억원	매출액 구성	국내 89.5%, 수출 10.5%
본사 소재지	서울특별시 강남구 테헤란로 504	대상시장	개인, 산업체, 연구실, 공공건물, 식당, 병원, 학교 등		
사업장 현황	본사(서울), 생산사업장(김천, 대전, 충주), 생활혁신연구소(죽전), 스마트워크센터(군포, 죽전, 부산, 대구, 대전, 광주), 물류센터(군포), 허브센터(덕평), 크로스 도킹 포인트(CDP_충청, 경남, 호남, 김천)				
브랜드	하비스, 크리넥스 마이비데, 더블하트, 화이트, 좋은느낌, 크리넥스, 뽀뽀, 스카트, 그린핑거, 티엔, 디펜드, 포이즈, 유니레버, 와이프몰, 크린카드, 킴테크 등				
생산 및 판매 제품	일반소비자용품 아기 기저귀, 아기 목욕용품, 유아수유용품, 여성 생리대, 미용지, 화장지, 종이타올, 종이 냅킨, 물티슈, 성인용 기저귀, 유니레버 등 산업용품 와이퍼, 보호복, 액세서리 등 화장실용품 물비누, 대용량 화장지, 핸드타올, 방향제 등 의료용품 가운, 액세서리, 수술포 등 기타 부직포 원단				
주요 수출국	중국, 호주, 홍콩, 필리핀, 태국, 말레이시아, 싱가포르, 대만, 몽골, 베트남, 인도, 콜롬비아, 일본, 유럽, 페루, 이스라엘, 코스타리카, 미국, 러시아, 카자흐스탄, 남아프리카공화국, 뉴질랜드, 브라질 등 28개국				
주요 연혁	유한킴벌리 웹사이트 참고 http://www.yuhan-kimberly.co.kr/Company/History/				

환경적 성과와 과제 배출권거래제 잉여배출량 매매 통해 21억원의 녹색가치 창출

2018년 성과 첫째, 온실가스 배출량 지속적 저감을 통해 목표를 달성했습니다. 2018년은 유한킴벌리가 배출권거래제 1차 계획기간(2015~2017년)을 마무리하고 2차 계획기간을 시작했던 해였습니다. 유한킴벌리는 사업장별 온실가스 배출허용량 목표를 설정했고, 에너지 효율 최적화, 온실가스 배출량 저감 프로그램을 진행해서 감축 목표를 달성한 것입니다. 또한 배출권거래제 1차 계획 기간 동안 효율적 관리로 잉여배출량을 만들고, 2018년 5월에 약 90,000tCO₂e를 한국거래소(KRX)를 통해 매각해서 약 21억원의 수익을 거두었습니다. 온실가스 저감 노력이 제조 생산의 혁신만 아니라 녹색가치 창출로 연결한 사례를 만들어 기쁘게 생각합니다.

둘째, 친환경 펄프 구매 정책을 지속적으로 추진하고 확대했습니다. 유한킴벌리는 지속가능한 제품 개발 의지와 환경성을 중요 가치로 여기고 있습니다. 소비자의 제품 안전성 및 친환경 펄프 니즈를 충족시키기 위해 2015년에 크리넥스 드라이셀 핸드타올에서 국제 친환경 펄프인증을 받고, 2018년 2월에 기저귀 및 팬츠제품 내수용 전체로 확대하여 인증을 받았습니다.

셋째, 충주공장은 2018년 1월 1일에 제정된 자원순환기본법에 의해 생리대 공장에서 발생하는 매각용 폐합성수지류의 순환자원인정을 받았습니다. 이후에도 타 사업장으로 적용 확대를 검토하고 있습니다. 김천공장은 폐수처리장 미생물에 산소 공급설비를 3대 설치하여 연간 7천 1백만원의 비용을 절감하였습니다.

2019년 과제 유한킴벌리는 2018년 신설한 환경경영추진본부를 통해 제품과 서비스를 중심으로 환경적 개선과 영향을 최소화할 수 있는 미래 경영활동에 집중할 것입니다. 유한킴벌리는 환경경영추진본부를 중심으로 제품 개발, 마케팅, 제조생산, 물류, 구매 관련자들과 함께 협업조직을 만들어 환경비전과 실행계획을 준비하고 있습니다. 이를 환경경영 3.0이라고 명명하였고, 앞으로 환경경영의 변화를 기대하여 주시기 바랍니다. 또한 김천공장을 중심으로 추진 중인 에너지혁신 프로그램(2018년 시작)을 2019년에 완료할 계획입니다. 지속적인 혁신의 성과와 녹색가치 창출의 기회를 공유할 수 있도록 노력하겠습니다.

이야기를 마치며 2018년을 절반의 성공이라고 한다면, 2019년은 성공을 완성할 때라고 생각합니다. 그리고 그 희망의 성과를 바탕으로 2020년에 50주년을 맞이할 것입니다. 2019년의 공격적인 목표를 달성하기 위해서 유한킴벌리에는 새로운 모습이 필요합니다. 유한킴벌리에는 시장이 어려울수록 새로운 경쟁력을 갖추고 성장하는 모습을 보여주었던 역사가 있습니다. 제품의 품질, 서비스 등 모든 면에서 경쟁사와 초격차의 수준을 만들어 모든 시장에서의 위닝 포지션을 만들겠습니다. 초격차 품질과 서비스를 만들기 위해 사원들의 디지털 역량 강화, 생산 공정에서의 디지털 트랜스포메이션의 가속화도 계속해 나겠습니다. 여기에 유연성과 민첩성이 강화된다면 더욱 위닝 포지션에 빨리 다가가리라 생각합니다. 또한 유한킴벌리의 기업가치와 평판을 논할 때 환경경영의 중요성을 빼놓을 수 없습니다. 환경경영추진본부의 신설과 적극적 운영을 통해 과거에 선도적이었던 친환경경영을 재도약시키겠습니다.

유한킴벌리는 희망을 가지고 다시 출발합니다. 2019년은 어느 해보다도 희망찬 새해라고 생각합니다. 우리는 함께 더 즐겁게, 더 긍정적으로, 더 신나게 도전하는 새해를 만들어갈 것입니다. 새로운 도약을 통해 50주년을 맞이하는 것이 그동안 회사를 성장시켜준 선배와 사회를 위한 기본자세라고 생각합니다. 기업이 지속 가능할 수 있도록 더 과감한 도전을 해나가겠습니다. 이해관계자 여러분의 관심과 사랑을 부탁드립니다. 감사합니다.

2019년 6월
유한킴벌리 대표이사 사장 최규복 **최 규 복**

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3차 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

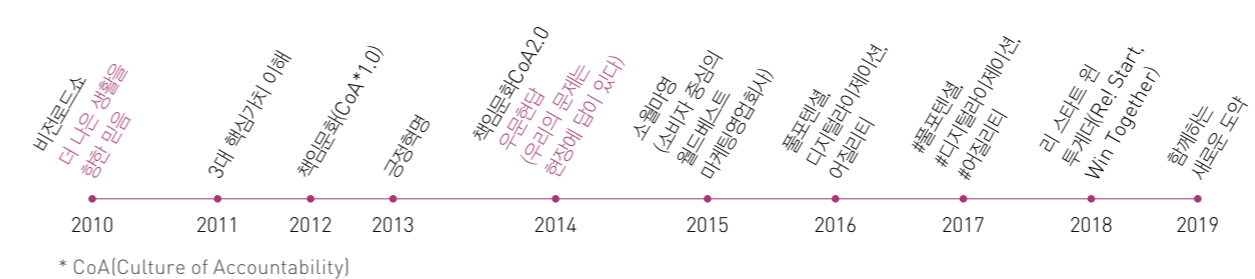
비전과 가치내재화

유한킴벌리의 미션이자 비전은 '더 나은 생활을 향한 믿음'입니다. 2010년에 미션과 비전을 새로 수립하고, 실천 해왔습니다. 2013년에 실행 로드맵을 완성했고, 목표를 이루기 위해 무엇을 해야 할지를 제시하였습니다. 2015년에 비전 업데이트를 실시했습니다. 이후 비전 내재화를 위한 전 사원 핵심가치 교육을 매년 진행하고 있습니다. **유한킴벌리의 최고경영자는 매년 경영키워드를 제시하고 있으며, 이를 내재화하기 위한 전 사원 워크샵을 실시하고 있습니다.** 2014년부터 경영키워드를 제시하기 시작했으며, 2015년부터는 경영키워드를 중심으로 가치공유워크샵을 진행하고 있습니다. 2018년에도 전 사원 참여로 실시되었습니다. 이를 통해 유한킴벌리는 소통을 바탕으로 전 사원이 목표를 공유하고, 미래성장을 준비하고 있습니다. 또한 2013년부터 사원들의 비전행동모달을 선정하는 프로그램으로 "올해의 유한킴벌리인상"을 제정하였습니다. 이를 통해 매년 3대 핵심가치(도전과 창의상, 신뢰와 배려상, 책임과 공헌상)를 실천하는 사원들을 선정하여 격려하고 있습니다.

유한킴벌리의 핵심가치 중 하나는 책임과 공헌입니다. 유한킴벌리 사회책임위원회는 2012년부터 시작되었으며, 2018년에 회사의 심볼과 함께 대표적인 사회책임 캠페인인 우리강산푸르게푸르게의 심볼을 사업장 간판 및 제품 포장, 광고 제작 등에 함께 표기하는 것을 권장해서 사회책임 의지를 분명히 하였습니다.



[그림 1-4] 전 사원 대상 비전과 가치공유 워크샵(2010~2019년)



핵심가치 실천한 '2018년 유한킴벌리인들'
유한킴벌리는 2018년 12월에 핵심가치를 잘 구현한 "올해의 유한킴벌리인"에게 상을 주었습니다. 핵심가치에 기준한 업무 성과기여도 외에 봉사 교육시간, 사원 참여 투표 점수와 경영진 점수가 합산되어 최종 선정된 분들입니다.

도전과 창의상 (이동건님, B2B사업부문)	신뢰와 배려상 (손민우님, 제조생산부문)	책임과 공헌상 (홍승표님, HR부문)	소셜마케팅 (송형섭님, 고객사업부문)
----------------------------	---------------------------	-------------------------	-------------------------

핵심가치 의지 표명하는 사회책임 심볼과 회사 로고의 만남
유한킴벌리 사회책임의 대표적 캠페인은 우리강산푸르게푸르게입니다. 2018년부터 본격적으로 회사로고와 캠페인의 심볼을 함께 사용함으로써 사회책임의 결의를 다지고 있습니다. 제품패키지, 제품광고, 리플렛, 기업광고, 지속가능성보고서 등에서 찾아볼 수 있습니다.

지배구조

지배구조 특징 유한킴벌리는 1970년 3월 30일 설립된 합작회사입니다. 주주는 (주)유한양행(30%)과 킴벌리클라크사(70%)입니다. 발행 주식 총 수는 4천만주, 자본금은 2천억원입니다. 유한킴벌리는 전문경영인체제로 운영됩니다. 이사회에서 권한을 위임받은 대표이사 사장이 경영을 총괄하며, **경제·사회·환경과 관련된 지속 가능한 의제**들을 수립하는 별도의 소위원회(이해관계자위원회, 사회적책임위원회 등)를 개최해서 기업의 건전성을 확보하고 있습니다. 보다 자세한 내용은 15쪽을 참고하세요

이사회 구성과 보상 유한킴벌리 이사회는 최고의사결정 기구로서, 이사 7인, 감사 1인(임기 3년)으로 구성되어 있습니다. 2019년 주주총회에서는 새로 이사 및 감사를 선발했습니다. 이사회 운영은 대한민국 상법 규정을 따르며, 의장 부재 시 이사회가 정한 순서대로 의장직을 수행합니다. 이사 및 감사의 보상은 2018년 3월 주주총회에서 승인한 연간보수한도액(이사 40억원, 감사 5억원) 내에서 지급하였습니다. 경영진은 재무적·비재무적 성과평가 결과에 따라 연봉 및 인센티브를 받고 있습니다.



[표 1-4] 유한킴벌리 주주총회(2019년 3월 기준)

직책	형태	성명	비고	임기
이사/이사회 의장	비상근	아찰 아가왈(Achal Agarwal)	킴벌리클라크 아시아퍼시픽 사장	2019년 3월 ~2022년 3월
이사/대표이사 및 사장	상근	최규복	유한킴벌리 대표이사 사장	
이사/대표이사	상근	제프 도허티(Jeff Doherty)	유한킴벌리 재무부문 부사장(CFO)	
이사	비상근	이정희	(주) 유한양행 대표이사 사장	
이사	비상근	데보라 바운(Deborah Vaughn)	킴벌리클라크 아시아퍼시픽 법무담당 부사장	
이사	상근	진재승	유한킴벌리 유아/아동용품 사업부문장, 부사장	
이사	상근	김성훈	유한킴벌리 가정용품 사업부문장, 부사장	
감사		이종호	공인회계사	

이사회 활동과 지속가능경영 의제 논의 2018년 주주총회는 1회, 이사회는 4회를 개최했으며, 의결 건수는 총 19건이었습니다. 이사 참석률은 96%였습니다. 주주총회는 영업보고서, 재무제표, 이익잉여금처분계산, 이사 및 감사의 보수한도액을 승인하였습니다. 이사회는 내부회계관리제도, 이사와 감사 보수, 미래 지속성장 전략, 주주사와의 협업 등을 검토 및 승인했습니다. 2018년에는 특히 양주주사 대표들이 유한킴벌리 임직원과 간담회 및 타운홀 미팅을 통해 회사의 지속가능경영 의제와 방향을 공유했습니다.

돋보기 | 주주사 경영진과 유한킴벌리 사원들의 지속가능한 의제 논의

유한양행 이정희 대표이사 사장과의 간담회
2018년 11월 16일(금)

유한양행의 지속가능발전 의지 공유 [주요메시지] "나는 CEO가 되면서 직원이 행복한 회사를 만들고 싶다고 말했습니다. 직원이 행복한 회사는 상여금을 많이 주는 회사일까요? 나는 미래의 터전과 역량을 잘 만들어서 오랫동안 걱정하지 않고 회사를 다닐 수 있도록 하는 것이라고 생각합니다. 나는 스스로 어떻게 미래를 준비하는지, 이를 위한 목소리의 크기가 어머니에 따라 유한킴벌리 여러분의 미래가 달라질 것이라고 생각합니다. 주주는 그러한 여러분의 열망의 목소리가 커질수록 귀 기울일 것입니다."

양 주주사 대표와 함께한 타운홀 미팅
2019년 3월 26일(화)

주주총회와 이사회 인건을 공유하였으며, 미래를 위한 주요 설비 투자 계획과 코스 보더를 통한 수출 확대 등 지속가능한 성장에 대해 대화를 나누었습니다.

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영_지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3차 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

지속가능한 조직

유한킴벌리는 비전과 미션을 실현하기 위해 전담 조직인 **지속가능경영부**를 두고 있습니다. 지속가능경영부문은 CEO 직접 보고조직으로서 고객만족, 커뮤니케이션과 사회책임, 스마트워크서비스를 하는 팀으로 구성되어 있습니다. 이 조직은 지속가능 가치를 구현하기 위해 여러 조직과 협업하고 있습니다. 또한 유한킴벌리는 급격한 환경 변화에 대비하고 비즈니스의 기회 확장을 위해 신설 조직을 유기적으로 만들어서 미래 변화를 대비하고 있습니다. 2018년에는 제품과 서비스의 환경과 안전을 강화하기 위해 **환경경영추진본부**를 신설했으며, 또한 신성장과 디지털 트랜스포메이션을 주도할 미래 조직도 강화해 나가고 있습니다. 환경경영추진본부 내에 협업강화 조직을 두어서 R&D, 마케팅, 지속가능, 물류, 구매 등 다양한 분야의 구성원들이 함께 미래의 환경친화적 방향과 사업 아이디어를 개발해서 정기적으로 경영진과 소통하고 있습니다.

[그림 1-5] 지속가능경영 조직도(2019년 1월 30일 기준)



[표 1-5] 연도별 지속가능한 조직을 위한 변화

분류	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
상설조직	신설	신성장사업부문, 전략기획본부, CI팀, 가족친화경영팀	디지털 마케팅팀	온라인 사업부문, 이커머steam, 디자인팀		스마트매뉴팩처링본부, 디지털엑셀런스본부, 이커머스마케팅 워크그룹	스마트 서플라이체인 본부	이커머스 사업그룹, 시니어케어 사업부문, 고객사업개발 및 혁신본부	환경경영추진본부, 이노베이션 프로젝트본부, 신성장사업부문
	강화	뉴웨이3.0 본부	윤리경영본부, 비전추진팀, 협력회사 기술지원팀	CP/ 동반성장팀	스마트 워크서비스 워크그룹	지속가능경영부문	품질보증(QA)본부, 제품법규·제품 안전 보증실(PSRA), 고객만족본부		PSRA/Support본부, 마케팅데이터 인텔리전스본부
유연조직	신설	이해관계자 위원회, 여성위원회, 다양성관리 최고책임자 (CDO), 스마트워크 TFT	사회책임위원회, 위기에방합의회	잠재위기 TFT	여성네트 워크조직 (K-WIN)		풀포텐셜 리더십팀	이커머스 사업그룹 버추얼조직	

* 상설조직과 유연조직 부문, 본부, 상시 워크그룹 등 상설조직과 특정 목적을 위해 마련된 위원회, 협의회, TFT 등 유연조직으로 구성되어 있습니다.
 1) B2B(Business to Business) 산업위생용품, 산업안전용품, 병원위생용품, 부직포 사업이 해당됨.
 2) 스마트서플라이체인본부 스마트매뉴팩처링 전담 조직
 3) SHE(Safety, Hygiene & Environment) 안전·보건·환경 총괄부서
 4) 풀포텐셜리더십팀 회사내 최고 의사결정기구로 경제·사회·환경 리스크 관리 및 성과 평가

윤리경영

윤리경영 조직 유한킴벌리는 CEO직속 윤리경영 전담 조직(윤리법무본부, 2012년 신설)을 운영하고 있습니다. 업무 진행 시 윤리법무본부 내 전문 변호사의 상시 법적 검토를 권장하고 있습니다. 또한 내부통제위크그룹, 내부 통제위원회, 자율준수실무위원회 등의 조직과 윤리경영을 협업하고 있습니다.

CEO의 윤리선언과 사회적 확산 노력 유한킴벌리 대표이사 사장(CEO)은 2019년 4월, 사단법인 윤경SM포럼의 CEO 서약식에 참여해 윤리경영이 회사와 사회의 경쟁력을 선언하였습니다. 이러한 유한킴벌리 CEO의 사회적 윤리경영 선언은 2004년부터 매년 지속해 왔습니다. 또한 윤경SM포럼과 유엔글로벌콤팩트 한국협회에서 유한킴벌리의 사례를 중심으로 특강을 진행해 윤리경영과 글로벌 가이드라인 준수의 중요성을 알렸습니다.

윤리 및 법규 준수를 위한 내재화 교육 유한킴벌리는 행동규범을 제정해서 회사 내 소통채널(인트라넷)에 상시 게재하고 있습니다. 윤리문화 내재화를 위해 2018년에는 햇갈리기 쉬운 컴플라이언스의 사례를 가지고 이메일 레터(총 25회)를 정기 발행해서 사원들의 윤리적 판단 기준을 제시하고 있습니다. 또한 전 사원 대상의 의무교육으로 직장 내 성희롱 예방, 개인정보 보호, 부패 및 뇌물수수방지에 대한 모바일 교육을 실시했으며, 교육이수율은 100%였습니다. 1인당 평균 윤리경영 관련 교육시간은 4.3시간입니다. 매월 열린임원회의 등을 통해 소신있게 말하기, 보복금지, 이해상충 방지, 회사기밀 보호, 상호 존중 등 5대 원칙을 반복 천명하고 있습니다. 그 외에 유한킴벌리는 협력회사에도 자율적 행동규범 마련과 시행을 권고하고 있습니다.

공정거래 자율준수 프로그램과 공정거래 교육 유한킴벌리는 투명하고 윤리적인 거래를 위해 공정거래 자율준수 프로그램(2012년 도입)을 실행하고 있습니다. 이를 통해 사원과 회사를 보호하고, 발생 가능한 담합이나 불공정 행위 등을 사전에 차단하고 있습니다. 또한 외주업체와의 계약 시 청렴의무준수협약서(2017년 5월 도입)를 받고 있으며, 영업 및 구매 담당자를 대상으로 공정거래 준수교육을 실시했습니다. 2018년 공정거래법 위반으로 인한 제재 건수는 없었습니다.

[표 1-6] 윤리경영 교육 현황

구분	단위	2016	2017	2018
윤리경영 교육	교육 내용	행동규범	행동규범	행동규범
	교육 건수(건)	17	27	25
	교육 시간(시간/인)	-	3.5	4.3
	이수율(%)	-	99(휴직자 제외)	100(휴직자 제외)
공정거래 교육	교육 내용	공정거래 및 부패방지 교육	공정거래 및 부패방지 교육	공정거래 및 부패방지 교육
	교육 건수(건)	6	6	6
	교육 시간(시간)	6	6	6
	이수율(%)	전원 필수(휴직자 제외)	전원 필수(휴직자 제외)	전원 필수(휴직자 제외)

제3자 외부업체 포함한 행동규범 위반신고 채널 유한킴벌리는 고충처리 접수 및 해결을 위해 사이버 신문고 제도, 제3자인 외부업체를 통한 24시간 헬프라인(1-844-524-3571)을 운영하고 있습니다. 유한킴벌리는 미국 연방 법인 '해외부패방지법'의 적용을 받고 있습니다. 2018년에는 징계위원회를 통해 총 2건의 사원 징계가 있었습니다.

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

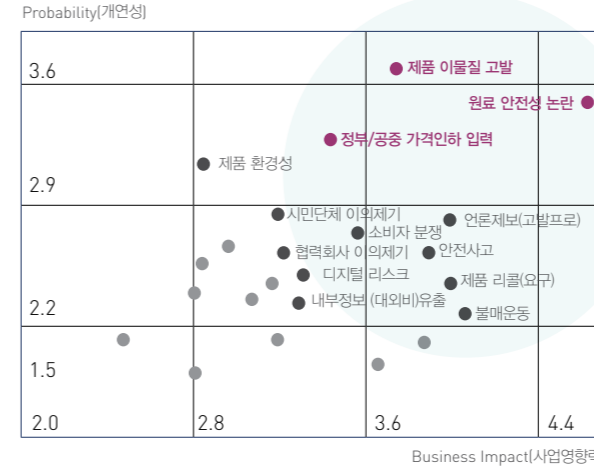
- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

위기관리

2019 잠재요인 진단 실시 2018년 12월에 2019년 잠재요인 진단을 실시해서 상위 3개의 중점 관리 항목(원료 안전성 논란, 제품이물질 고발, 가격인하 압력)을 도출해 관

리하고 있습니다. 2019년 내부진단과 외부조사(이해관계자 조사) 모두 제품 안전(원료 안전)의 이슈가 1위로 나타나 유한킴벌리가 보다 관심을 가져야 할 항목입니다. 내부진단에는 위기관리 책임자 및 관련자 46명이 참여했으며, 25개 위기 유형 중 13개의 중점 관리 항목을 도출해 위기관리 매뉴얼에 반영했습니다. 세부적으로 보면 잠재위험은 주로 제품(원료 안전성 논란, 제품 이물질 고발, 가격, 제품 환경성, 제품 리콜), 프로세스(디지털 리스크), 사람(안전사고, 내부정보 유출), 기업(언론제보, 시민단체 이익제기, 소비자 분쟁) 등 4가지 영역 등에서 나왔습니다.

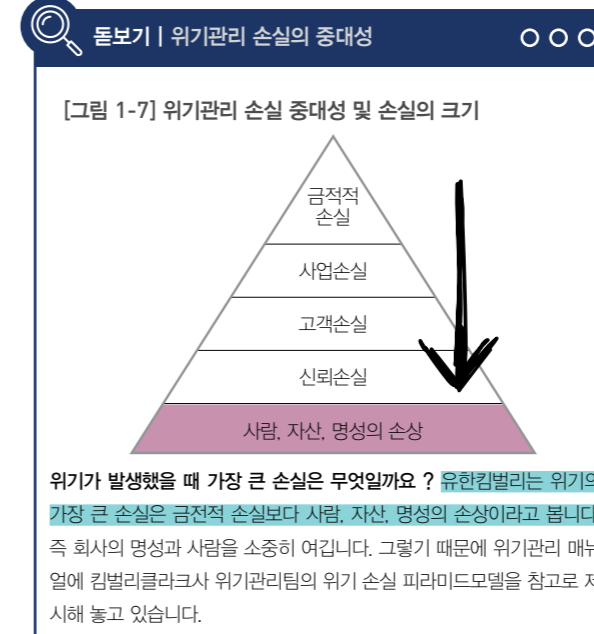
[그림 1-6] 잠재위험 위기관리 요소들



위기 관리 매뉴얼 유한킴벌리는 위기관리 매뉴얼에 따라 위기에 대처합니다. 위기의 정의, 관리 목적, 위기의 예방, 대응절차, 위기관리 책임자의 범위, 위기관리팀 구성, 역할과 책임, 잠재위험 평가, 위기관리 예방활동 우선순위, 커뮤니케이션 정책, 위기관리팀 연락망으로 구성되어 있습니다. 2019년 2월에 위기관리 매뉴얼 커뮤니케이터는 연 1회 위기관리 최고책임자에게 개정과 보완에 대해 보고 및 승인을 받았습니다.

위기관리 조직 유한킴벌리는 위기의 선제적 대응을 위해 위기에방협의회(Crisis Prevention Committee)를 운영하고 있습니다. 2014년부터는 제품과 관련한 선제적 대응에 집중해서 제품 안전과 법규이슈(생활혁신연구소), 제품품질(QA본부), 고객불만과 소비자단체이슈(고객만족본부), 언론과 공중이슈(커뮤니케이션&CSR본부), 법률이슈(윤리법무본부) 등 8개 부문으로 재편하였습니다. 2017년에는 위기관리팀 코디네이터를 신설했습니다. 이슈 발생 시, 해당 사안의 부문을 대표로 한 위기관리팀을 구성해 위기를 대응합니다. 위기는 회사 경영활동에 심각한 영향을 초래할 가능성이 있는 사안이나 사건 등을 말합니다.

위기유형과 소통 유한킴벌리는 위기를 유형별로 나누어 관리하고 있습니다. 제품 안전 사고, 불리한 오해 유포, 안전 사고, 회사 내 폭력, 제품과 관련한 심각한 클레임의 확산, 재정관련 리스크 관리, 환경관련 사고, 조업중단 사고, 노사 분규, 컴퓨터 시스템 장애 대응 및 복구, 지역의 전염성 질환 발생, 국지 분쟁, 주주사 방문자의 응급구조 등입니다. 사안별로 언론보도 및 공중이슈가 있으면 이메일을 통해 내부 이해관계자들에게 제공하고, 필요 시 사원들에게 인트라넷을 통해 위기 내용과 회사 입장을 공유하고 있습니다.



이해관계자 소통채널

이해관계자 참여를 통한 소통 유한킴벌리는 이해관계자와의 지속적 소통으로 니즈를 파악하고, 적극 대응해서 신뢰관계를 구축하고 있습니다. 다양한 이해관계자 채널에서 수집한 의견은 경영에 신속하게 반영하고 있습니다.

[표 1-7] 이해관계자 소통채널 및 중대토픽별 대응

이해관계자	주주	사원	협력회사	고객	지역사회
소통채널	온라인 • 웹사이트 • 이메일 레터	• 인트라넷 • 제안제도, 신문고	• 동반성장 웹사이트 • 공급업체 포털 • 상생협력정보 공유시스템	• 통합 웹사이트 • 온라인 쇼핑물 맘큐 • 대학생기자단 • 소비자 교육·정보블로그 (우생중, 우월해)	• 지속가능성보고서 • 우푸푸 SNS소통
	오프라인 • 주주총회 • 이사회 • 영업보고서 • 타운홀미팅	• 열린임원회의 • 경영현황설명회 • 노사협의회·간담회·노경워크샵 • 산업안전보건환경위원회 • 소비자 중심경영위원회 • 사회책임위원회 • 환경실무자회의 • 여성네트워크(K-WIN) • 여성위원회 • 임산부간담회	• 공정거래 동반성장 협약 • 동반성장 대표자 설명회 • 협력회사 제보/제안/멘토링 • 뉴스레터 • 상생아카데미	• 통합고객지원센터 • 고객불만개선 TFT • 소비자 교육 • 단체 공장견학 • 육아포럼	• 이해관계자위원회 • 사회책임위원회 • 정부정책 참여 • 위생용품사업자 정례회의체 • 사회공헌 활동
	조사 • 인게이지먼트 서베이 • 윤리경영 실태조사	• 이해관계자 조사 • 경영현황설명회 만족도 조사	• 이해관계자 조사	• 신제품만족도 조사 • 소비자 조사 • 소셜리스팅 • 이해관계자 조사	• 기업이미지 조사 • 이해관계자 조사
이해관계자별 중대토픽 Top 5	1위 • 제품 안전 2위 • 소비자 제품선택권 강화 3위 • 환경영향 최소화 4위 • 개인정보 보호 5위 • 윤리·준법경영	• 제품 안전 • 소비자 제품선택권 강화 • 개인정보 보호 • 환경친화적 제품 개발 • 제품 혁신	• 개인정보 보호 • 제품 안전 • 제품 안전 • 윤리·준법경영 • 고객 소통 확대	• 제품 안전 • 개인정보 보호 • 환경친화적 제품 개발 • 윤리·준법경영 • 소비자 제품선택권 강화	• 개인정보 보호 • 환경친화적 제품 개발 • 제품 안전 • 윤리·준법경영 • 소비자 제품 선택권 강화
유한킴벌리 대응	주요 성과 • 주주총회 1회 • 이사회 4회 • 안건 19건	• 제품 안전 조직 강화, 전문인력 채용, 사업장 무재해 • 개인정보 보호 교육 100% 이수 • 노경대토론회 • 환경친화적 제품 출시와 인증(생리대-라네이저)	• 협력회사 평가시스템 (1차 협력회사 70개사) • 개인정보 보안 인증 사후검증(2018.12)	• 생리대 전 성분 공개 • 고객만족도 88.7점 • 개인정보 보안 인증 획득 (2018.2)	• 성실납세 • 사회적 책임과 공헌 : 숲환경 캠페인 : 여성역량 강화 : 시니어 일자리 창출 : 자원봉사, 기부 : 소비자 교육

[표 1-8] 2018~2019년 이해관계자 소통 노력

2018년	2018년	2019년	2019년
32,439건 고객 의견	연간 4,013,854건의 고객 의견 조사	이해관계자 조사 실시	보고서 독자 의견 반영
고객상담을 통한 서비스와 제품 정보 제공 → 제품 품질 및 서비스 반영	소셜리스팅 시스템 가동, 빅데이터 분석, 시장조사(칸타)등 → 제품 개선 반영	지속가능경영 인식도, 지속가능경영 방향성, 중대성 평가 조사 → 지속가능성보고서 반영, 경영진 공유	2018년 지속가능성보고서 설문조사를 진행, SNS 채널 활용 → 2019년 보고서 기획시 반영

[표 1-9] 이해관계자 조사 참여 인원 구성 및 총 참여자 수(명)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
외부	248	182	321	7,833	5,549	859	2,052	4,802	2,412	4,463	4,173	4,645	8,302	5,064
내부	1,021	431	430	430	481	407	345	526	660	554	304	978	337	162
합계	1,269	613	751	8,263	6,030	1,266	2,397	5,328	3,072	5,017	4,477	5,623	8,639	5,226

지속가능발전 목표 실현 위한 유한킴벌리 3대 방향

유한킴벌리가 미래의 지속가능발전을 위해 3대 방향을 설정하고 노력하고 있습니다. 그 중에서 대표적인 내용들을 소개합니다.

HIGHLIGHTS

- 1 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 2 사회적책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 3 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

2019 SUSTAINABILITY HIGHLIGHTS

511,605개 마스크 나눔

53,208,365 KKG 나무심기

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한 유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

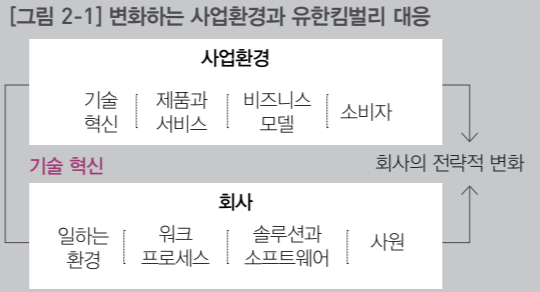
- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3차 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

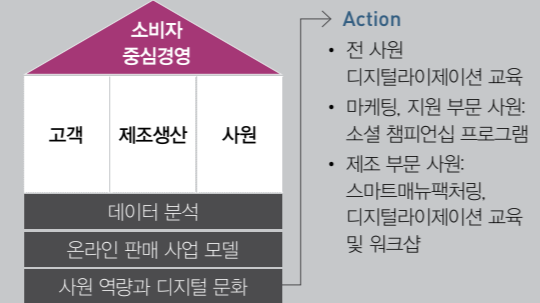
1. 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용

이 토픽은 왜 중요한가? 2010년대부터 한국에서 온라인의 판매 비중이 급격히 늘기 시작했습니다. 유한킴벌리의 경우는 2014~2016년도에 기저귀를 중심으로 이커머스 시장의 고성장을 경험했습니다. 사회 전반적으로 모바일, 클라우드, 빅데이터, 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT) 등을 활용한 디지털 기술의 혁신이 전방위적으로 일어나고 있습니다. 기업들은 생존을 위해 디지털 기술을 기반으로 한 전략적 변화가 필요한 상황입니다.



[그림 2-1] 변화하는 사업환경과 유한킴벌리 대응

유한킴벌리의 접근방법은 무엇인가? 유한킴벌리는 소비자 중심경영을 바탕으로 비즈니스 가치 향상을 위해 고객, 제조 생산, 사원 3가지 축에서 디지털 트랜스포메이션을 진행하고 있습니다. 기획, 마케팅, 제조, 판매 및 유통, 고객소통 등 전 부문에서 디지털 기술을 적용해 시장에서 혁신적인 고객 가치를 제공하고, 경쟁력을 확보하고자 합니다.



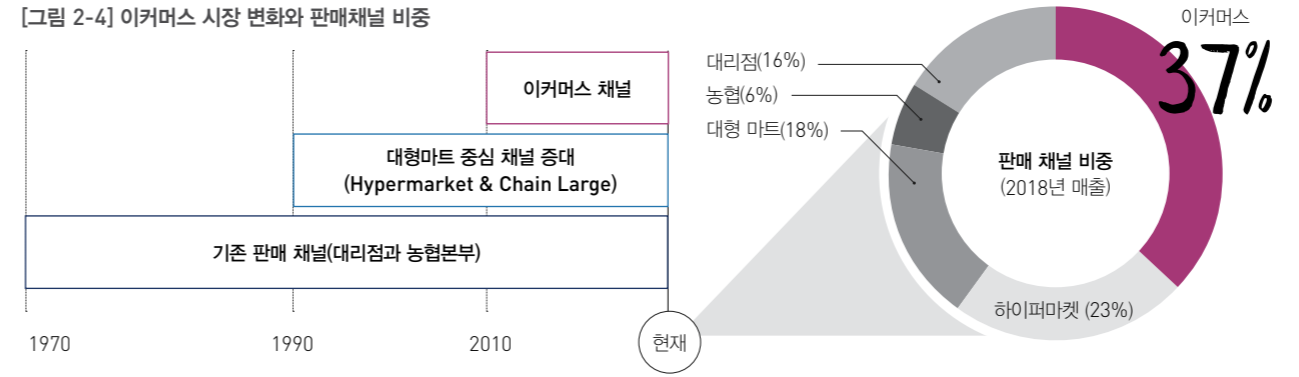
[그림 2-2] 비즈니스 가치 향상을 위한 디지털 트랜스포메이션

[그림 2-3] 연도별로 본 디지털 트랜스포메이션 노력들

연도	회사전반	제조	기획 및 마케팅/판매 및 유통	고객 소통
2000				기업 홈페이지, 브랜드 사이트
2003	자원관리시스템(SAP)		고객관리시스템(CRM), 영업	
2007	경비자동화처리시스템		물류신기술(RFID)시범 운영	CTI(Computer Telephony Integration) 시스템
2009	지식경영시스템(KCAMP)		크로스 도킹 시스템(Cross Docking System), 공장 수출물류관리 통합시스템(AEO) 현장근무 모바일 시스템(WMA 운영)	
2010	전자결재시스템, 전자세금계산서			문자 상담
2011	인사시스템(eHR)			온라인플랫폼 우리나라TV
2012			크로스 도킹 시스템(Cross Docking System)_덕평	고객 채팅 상담
2013			물류자동화창고(ASRS)	
2014			운송관리시스템(TMS)	통합고객케어시스템(B2C)
2015	스마트러닝 시스템		자사 쇼핑몰 맘큐(momQ1.0) 브랜드 통합고객관리 로그인	모바일채팅상담 솔루션, 고객 이메일 상담, 우리나라TV 모바일 웹서비스 소비자불만대우보드, '우푸푸' 페이스북 등
2016	@my HR 홈페이지	전자구매시스템	마케팅 플랫폼 맘큐(momQ2.0) 소셜분석 Social Analytics 온라인 모니터링 시스템 이커머스 분석 시스템	통합고객케어시스템(B2B) 소비자불만 소셜리스팅 분석
2017	스카이프 통화	EMS(Energy Metering System) 빅데이터 코어팀 구성	차별화된 디지털 플랫폼 맘큐(momQ3.0) CRM(Customer Relationship Management) eWM(Extended Warehouse Management)	모바일 고객만족도 조사 임시품질 상품 재 입고 알람톡서비스 프리미엄 회원 혜택 매월 1일 자동 지급
2018	정보보호관리체계(ISMS)인증	MES_대전공장 구축	CRM 확장(유아동 전체 카테고리) 데이터 레이크(Data Lake) IoT_모니터(기저귀 부착 센서) Salesforce Automation	회사 SNS 채널 +YK 스토리 청소년교육블로그 '우월해' 온라인 강연 '육아포럼'
2019		MES_김천공장 개발 진행 (2020년 구축완료)	D2MP(Direct to Market Place) 비즈니스 모델	온라인 통합제품기부플랫폼

1-1. 고객_이커머스 비즈니스 모델 혁신

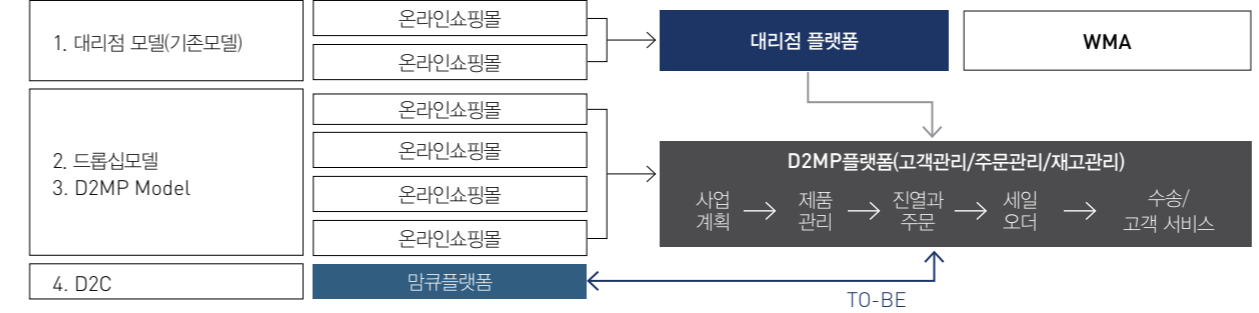
유한킴벌리는 어떻게 비즈니스 모델을 혁신하였는가? 유한킴벌리는 1990년대에 대형마트 중심의 채널 증대를 경험했습니다. 2010년대부터는 이커머스 채널 증대가 구체화되었고, 유한킴벌리 매출 중 최대 37%까지 비중이 늘기도 하였습니다. 이커머스 시장의 1단계(2014~2016년)는 기저귀 중심으로 고성장이었던 시기입니다. 2단계(2017~2018년)는 저출생이 본격화되면서 기저귀 시장이 감소되자 이커머스 시장에 여성용품, 가정용품, 더블하트 등으로 카테고리 확장했던 시기입니다. 유한킴벌리는 2019년에 적극적으로 이커머스의 사업 모델(맘큐, D2MP)을 확장해 나가고 있습니다. [보다 자세한 내용은 경제 성과 35-36쪽을 참고하세요](#)



[표 2-1] 소비자 접점 증대 따른 이커머스 비즈니스 모델의 중장기 계획

분류	현재(2018)	중장기 계획(2022)
비즈니스 모델	벤더중심	직거래 고도화
전략과 시장관리	간접적 전략수행 및 시장관리	직접적 전략수행 및 시장관리
영업활동	관리 위주, 채널 영업 병행	채널/고객 인사이트 중심, 채널 영업 중심
시스템	WMA, 택배사 WIMS, 박스단위 ERP 시스템	통합솔루션(OMS/PMS/WMS)
배송 프로세스	보관물류, 통과물류	이커머스 전용 물류, 소비자 직배송
데이터 분석	소비자 유통사 정보 획득/분석 제한	데이터 분석 고도화

[그림 2-5] 이커머스 비즈니스 모델



[용어설명]
 * WMA Wholesaler Management Advisor
 * 디지털 트랜스포메이션(Digital Transformation) 기존에 추구해 온 변화보다 한층 높은 강도의 근본적인 변화와 변혁을 의미. 디지털적인 모든것으로 인해 발생하는 다양한 변화에 디지털기반으로 기업의 전략, 조직, 프로세스, 비즈니스 모델, 문화, 커뮤니케이션, 시스템을 근본적으로 변화시키는 경영전략
 * 스마트 매뉴팩처링(Smart Manufacturing) 제조에서 제품기획, 설계, 생산, 유통, 판매 등 과정을 IT 기술로 통합, 최소 비용과 시간으로 고객 맞춤형 제품을 생산하는 공장 및 제조 혁신을 말함.
 * 이커머스(e-Commerce) 인터넷 등 전자매체를 이용해 상품을 거래

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한 유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

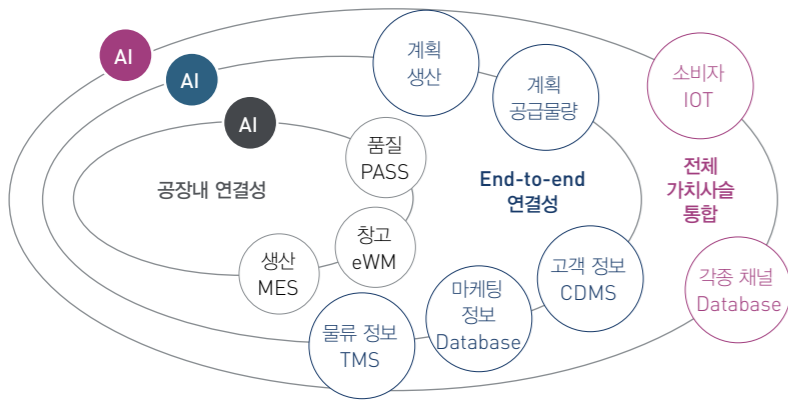
- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

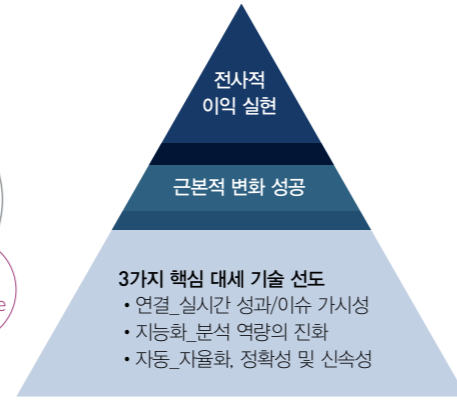
- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

1-2. 제조생산_스마트 제조혁신

[그림 2-6] 유한킴벌리 디지털 제조혁신 모델



[그림 2-7] 비전 모형



제조부문의 디지털라이제이션은 어떻게 진행하고 있는가? 유한킴벌리는 3개 제조공장을 가지고 있고, 디지털 기술 적용으로 성과를 거두기 시작했습니다. 유한킴벌리 스마트 제조혁신의 3대 가치는 연결, 지능화, 자동화입니다. 1단계로 대전공장에 MES(Manufacturing Execution System) 시스템을 구축(2017년~2018년 7월)하여 스마트 제조혁신을 리딩하고 있습니다. 이후 김천공장에서 2020년부터 사용할 수 있는 MES 시스템 확장을 준비하고 있습니다. 유한킴벌리는 새로운 시스템 구축으로 인공지능에 기반해서 제조부문의 자재, 공정, 품질, 제품의 이력 추적이 가능해져서 제품 개선과 소비자 불만에 신속하게 답할 수 있는 기반을 마련하게 되었습니다. 또한 원부 자재 공급자와 납품 정보 공유시스템, 창고 재고 정보 관리 시스템을 구축한 후 MES로 연결함으로써 자재공급-생산-물류의 정보를 통합해서 활용할 수 있게 되었습니다.

제조부문 디지털라이제이션의 주요 효과는 무엇이었는가?

원부자재 원가 절감 효과 웨이스트(폐기물) 수준 확인과 자재 낭비 개선 활동으로 연간 5억원의 웨이스트 절감 효과 가능	제품 추적성 확보 통한 소비자 불만/품질/공정 이슈 대응력 향상 자재 바코드 스캐닝, 품질 불량 원인 분석과 개선 조치 가능	품질/공정 연계 데이터 베이스 개선 축적된 공정 정보와 품질 자료는 생산성 향상, 공정 최적화, 품질 개선 등 연결	최적의 생산조건 도출 공정 데이터, 기저귀 제품 무게 등 빅데이터 이용, 무게 편차를 7% 이상 감소시킨 사례 가능
---	--	---	---

2019년 주요 계획은 무엇인가?

리얼타임 피드백 시스템 구축 제조현장에서 실시간 발생하는 데이터를 클라우드 데이터 베이스에 전송하며, 머신러닝 플랫폼으로 분석한 결과를 알려주어 최적의 공정 상태로 생산성 향상, 웨이스트 감소, 품질 불량 사전 예방을 추진할 계획입니다.

딥러닝 이미지 분석 기술 적용 대전공장에서는 형태가 일정하지 않은 대상도 분석하는 딥러닝 모델을 개발하고 있습니다. 노즐에 누적된 이물질, 포장실링 불량 등을 인공지능으로 인식하고, 불량을 선별하는 스마트 비전에 적용할 계획입니다.

김천공장 MES 시스템 도입 김천공장은 대형 설비가 많은 공장, 장치산업의 특성을 반영한 모델을 개발하고 있습니다. **제조 데이터 수집 저장하는 시스템(MES)과 함께 품질 검사와 지수관리(PASS) 시스템 연결** 시스템에서 생산과 품질 정보를 통합하고 유기적으로 분석, 선행적 품질 관리, 공정의 최적화하는 혁신적인 품질-생산 운영 모델을 개발할 예정입니다.

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3차 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

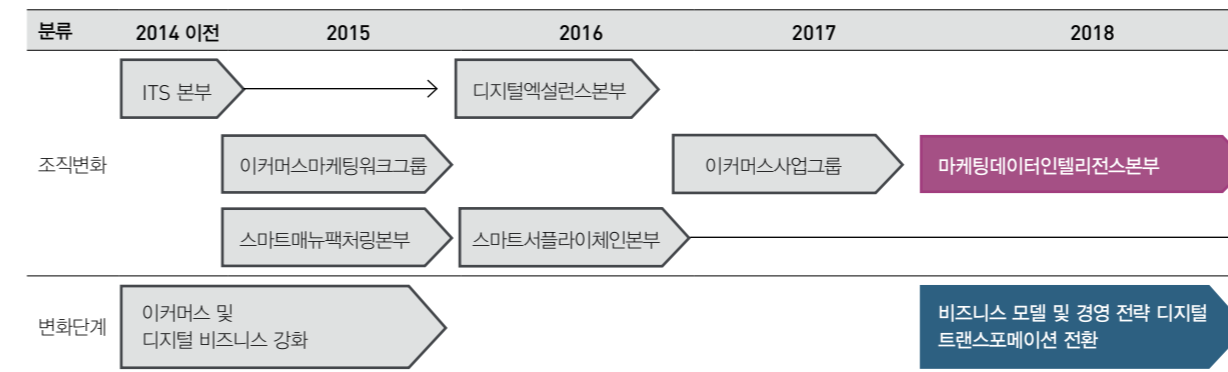
1-3. 사원과 문화_디지털 역량의 강화

유한킴벌리는 어떻게 디지털 역량과 문화를 구축하고 있는가? 유한킴벌리는 사원 역량과 디지털 문화 구축을 위해 2011년 일하는 환경의 변화로 스마트오피스를 구현하고, 스마트워크로 일하는 방식의 변화를 주도해 왔습니다. 또한 전 사원의 디지털라이제이션 교육을 강화했으며, 빅데이터를 중심으로 의사결정할 수 있도록 제반 시스템과 프로세스를 변화시켜 왔습니다. 이와 함께 디지털 역량 강화와 온라인 사업을 전담할 조직을 구성하고, 새롭게 부서명을 명명했습니다. 2016년 3월에 ITS본부는 디지털엑설런스본부로 변경했고, 이커머스마케팅워크그룹을 신설했습니다. 2017년 1월에 스마트매뉴팩처링본부를 스마트서플라이체인본부로 개편했고, **2018년 협업강화 조직인 이커머스사업그룹을 신설하여 판매채널 변화에 신속하게 대응하고 있습니다.**

[표 2-2] 2018년 유한킴벌리 사원 디지털 역량 강화 활동

분류	교육명	대상	규모	주요내용
제조 부문	MES 운영 교육	대전 운전자	102~154명	직무교육 활용 총 4회 실시
	데이터베이스 기능/빅데이터 분석	제조부문 엔지니어	약 60명	데이터 베이스 시각화, 분석 이론과 사례 등
	빅데이터 분석용 프로그램	김천 엔지니어	15명	빅데이터 분석용 프로그램 활용 스킬
전 부문 공통	빅데이터 분석 시스템 활용	각 10명씩/3회	30명	중급(8시간), 초급(8시간), 중고급(32시간)
	디지털라이제이션 특강	본사/임원특강	660명	특강 11회(회당 약 60명)
	정보화교육-인력개발	전 부문	필수	직무교육, 이러닝 시스템 활용 온라인 교육

[그림 2-8] 디지털라이제이션 조직 변화



[표 2-3] 유한킴벌리 분야별 디지털라이제이션 적용사례 및 효과

분류	기획 및 마케팅	제품생산	판매 및 유통	물류	
디지털 라이제이션 노력들	2014년 디지털 통합 플랫폼 구축 시작, 데이터 분석 기반 확보	2017년 데이터인프라 강화, 2018년 빅데이터 품질편차 개선 연구	설비에 센서부착, 에너지 사용현황 분석 시스템 구축	2018년 제조혁신/스마트 매뉴팩처링 기반 시스템(MES) 구축	
효과	실시간 데이터 기반 분석 통해 소비자 시장 이해 및 빠른 의사결정 가능	빅데이터 분석 기반과 역량 확보	화장지 생산공장 에너지 낭비요소 제거 및 최적화로 원가 절감(2017년 1억1천만원)	의사결정의 정확도가 높아져 웨이스트와 소비자 불만 감소, 공정 최적화, 설비 신뢰도 향상 등이 가능	새로운 판매 채널에 맞게 공장에서 제품을 직접 소비자에게 전달하는 토탈 서플라이체인 서비스 제공 기반 구축
				온니구매채널 방식 변화, 온디맨드(On Demand)방식의 서비스 이용 대응	
				크로스 도킹 시스템/ 이커머스 사업 모델 강화를 통한 배송거리 단축	
				고객결품률 감소, 창고 공간활용과 재고 건전성 고양, 고객 직접배송 모델 구축을 통한 운송거리 단축과 배송시간 절감으로 탄소배출량 감소, 고객 서비스 확대 기대	

2. 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전

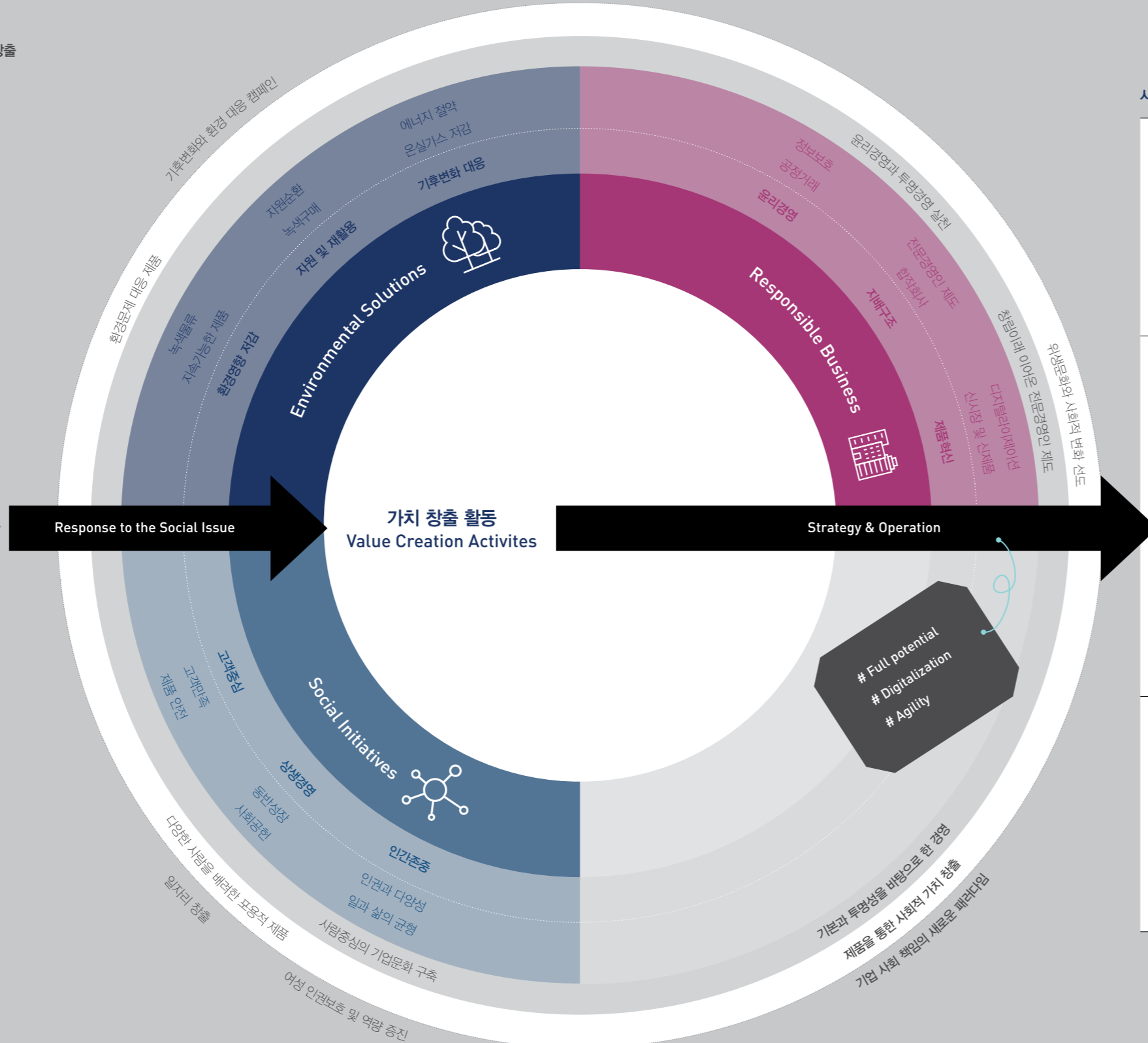
이 토픽은 왜 중요한가? 윤리경영과 기업의 투명성을 확보하고, 사회적 책임을 실행한 기업의 가치는 지속적으로 상승하고 있습니다. 또한 소비자의 가치와 소비 니즈가 마케팅 패러다임을 변화시키고 있습니다. 그렇기 때문에 기업들은 사회적, 환경적 이슈에 적절한 가치 있는 제품 개발과 함께 지역사회의 책임활동을 중요하게 다루어야 합니다.

[그림 2-9] 한눈에 보는 유한킴벌리 사회책임경영 가치 창출

Creating Social Value

저출생 · 고령화
경제 · 사회 양극화
이커머스 성장
4차 산업혁명 도래
소비패턴 다양화
가치있는 소비 지향
화학물질 안전 강화
공정사회 지향
기업 윤리 강화
일과 삶의 균형
스마트 워크
일자리 창출
인권 관심 증대
다양성 존중
산업 안전 강화
기후 변화 영향
미세먼지 대책 필요
필환경 시대
자원재활용 강화

사회적 이슈
Social Issue



사회적 영향력 창출 Social Impact Valuation

경제
Economic

49년

창립부터
전문경영인 제도로
투명경영 정신 계승

- 투명경영 : 합작회사, 전문경영인 제도, 투명한 회계 시스템
- 윤리경영 : CEO 윤리경영 선언, 공정거래 문화
- 혁신경영 : 디지털라이제이션, 이커머스 사업모델 다각화, 스마트매뉴팩처링, 해외시장 진출, 연구개발 투자, 비전 카테고리 성장
- 제품혁신 : 위생적이고 편리한 제품, 소비자 의견 반영한 제품, 소비자 포용 제품

사회
Social

36년

1984년 첫 번째
사회공헌을 시작으로
사회 변화 선도

- 고객관점의 경영 : 소월마명 추진, 고객 소통 고객만족 활동, 고객정보보호
- 제품 안전 확보 : 제품 안전 관리 조직 및 시스템 강화, 제품 안전 정책, 제품 정보 제공
- 지속가능한 공급망 관리 : 사회적 책임 평가 시스템, 공정거래 및 동반성장 강화
- 인재개발과 육성 : 평생학습 및 은퇴예정자 교육, 여성 리더십 및 역량 강화
- 사람중심 기업문화 조성 : 인간존중 실천, 워킹 컬처 등 조직문화, 작업장 안전 강화, 노사 협업 활성화
- 스마트 워크 : 일하는 방식의 혁신, 4조 교대제, 유연근무제, 스마트 오피스
- 사회적 책임 활동 발전 : 숲 · 환경 보호, 여성 · 시니어 등 취약계층을 위한 활동, 기부 및 자원봉사, 고객 건강정보 제공 및 소비자 교육

환경
Environmental

49년

1971년 친환경
구매 원칙 수립하여
지속적으로 환경경영
추진

- 환경영향 최소화 : 환경법규 준수, 유해물질 관리, 지속가능한 제품 개발
- 환경친화적 기술 확산 : 녹색구매 실천, 국내 재활용지 사용, 환경설비 개선
- 효율적인 자원 활용 : 에너지 사용 절감, 우수 절감 및 재활용 노력, 폐기물 부담금 및 생산자 책임 재활용 제도
- 기후변화 대응 : 온실가스 배출 저감, 녹색물류

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한 유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자 의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

2-1. 도시숲·미래숲·공존숲 통한 사회 가치 창출

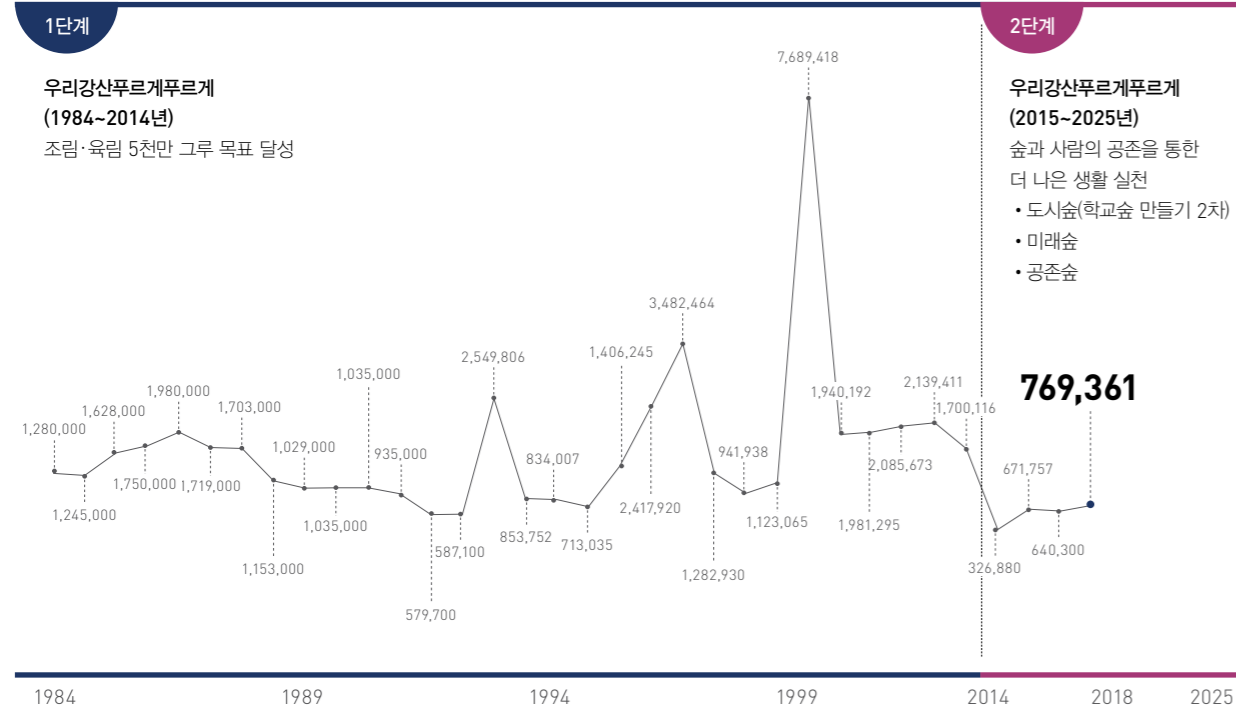
우리강산푸르게푸르게 캠페인을 통한 숲운동의 진화

유한킴벌리는 우리강산푸르게푸르게 캠페인을 통해 숲·환경 보호를 위한 사회적 책임을 실천해왔습니다. 1984~2018년까지 캠페인을 통해 총 53,208,365그루의 나무(산림청 자료 근거, 환산 시 이산화탄소 56,498톤 흡수 효과)를 심었습니다. 총 면적은 1,096,520m²입니다.

보다 자세한 캠페인의 내용과 프로그램들은 사회 성과 52-53쪽을 참고하세요



[그림 2-10] 우리강산푸르게푸르게 나무심기(그루)



© 몽골 유한킴벌리 숲 조성. <https://www.youtube.com/watch?v=Lg6TTB6uiH8>

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

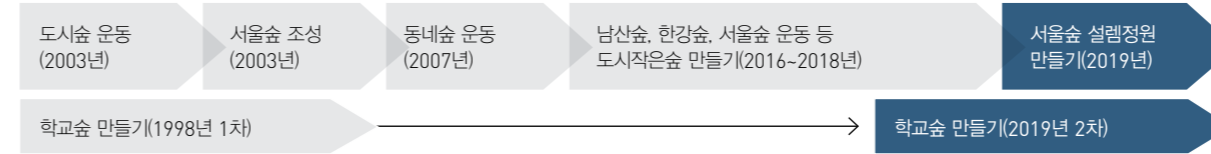
부록

- 제3차 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

도시숲 운동(1998~) 유한킴벌리는 산업화의 진전으로 도시의 환경문제가 심각해지자 인구가 집중된 도시에서 더 많은 시민들이 숲의 혜택을 경험하도록 숲운동을 확장했습니다. 1998년 학교숲 만들기 운동, 2003년 도시공원인 서울숲의 조성, 2007년 동네숲 만들기, 2016~2019년 한강 특색지구 한강숲 조성과 함께 도시 공원인 서울숲과 연계해 인텍스 가든을 조성하고 있습니다.

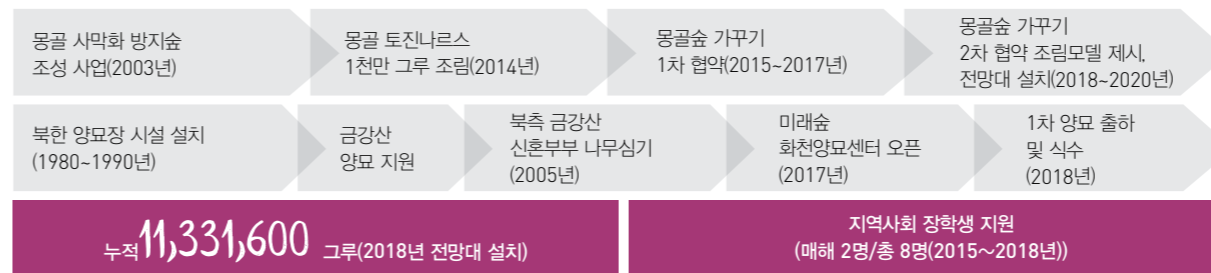
[사회·환경적 가치] 1인당 생활권 도시숲이 1m²이 증가하면 평균 소비전력량 20kWh가 감소하고, 여름철 도시의 한낮 온도도 1.15°C 낮아진다고 합니다. 기후변화가 심각해지는 상황에서 숲의 확산이 중요합니다. 참고로, 소나무 30년생 숲 1ha는 매년 10.8톤의 CO₂를 흡수하는 효과입니다. 1ha(100m×100m; 3천여 평)의 숲은 연간 총 168kg에 달하는 미세먼지 등 대기오염 물질(이산화황, 이산화질소, 오존 포함)을 흡수하는 효과를 갖고 있습니다.

(출처: 산림청 산림의 미세먼지 등 대기질 개선 효과, 주요 산림수종의 표준 탄소흡수량, 2012.11.14)



미래숲 운동(1999~) 유한킴벌리는 1980년대와 1990년대에 국내 산림의 황폐화 복구가 성공적으로 끝남에 따라, 국경을 넘어 몽골과 북한의 황폐화된 지역의 숲복구에 참여했습니다. 2017년 9월에 강원도 화천에 미래숲 양묘센터를 오픈해서 향후 북한숲을 조성할 때 기여할 수 있도록 묘목을 키워내고 있습니다. 몽골숲은 '유한킴벌리 숲'으로 명명되었으며, 토진나르스에서 1천만 그루의 조림을 완성했습니다. 2018년에는 전망대를 설치해서 변화된 숲을 볼 수 있도록 했습니다.

[사회·환경적 가치] 몽골정부와 지역주민과 함께 숲을 복구함으로써 환경개선과 경제적 편익을 창출하고 있으며, 국경을 넘어선 성숙한 숲의 모델을 만들어내고 있습니다.



공존숲 운동(2014~) 유한킴벌리 우리강산푸르게푸르게 캠페인은 2014년에 시작한 지 30주년을 맞이해 목표한 5천만 그루의 조림과 육림을 마치고, 이후 30년은 한국의 울창한 숲에서 사람과 자연이 공존할 수 있도록 모델숲을 제시하기 위한 공존숲 운동으로 진화했습니다. 대상은 2개 지역의 국공유림이며, 2015년 김천숲(대덕면 추량리 2,220,000m²), 2017년 대전숲(동구 추동 1,210,000m²)은 공동산림사업 협약을 완료해 사업을 시행중입니다.

[사회·환경적 가치] 공존숲의 사회·경제적 가치로는 숲을 통한 일자리와 함께 시니어의 자원봉사, 그린잡 등 다양한 형태의 산림서비스 창출이 기대됩니다. 환경적 가치로는 향후 10년간 총 5만 6천여톤의 탄소상쇄 효과를 가져오며, 숲 가꾸기 면적은 산림탄소상쇄사업 계획에 따라 산출되었습니다.

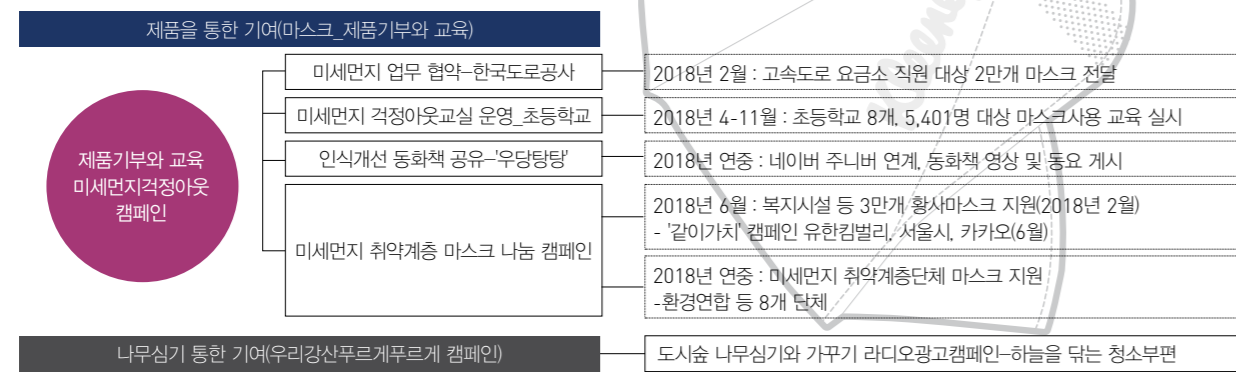


2-2. 미세먼지 캠페인 연계 통한 사회이슈 대응

이 토픽은 왜 중요한가? 미세먼지는 피부 모공이나 호흡기를 통해 인체 내부로 들어가 각종 질병을 유발해서 사회적 문제가 되고 있습니다. 2018 에어비주얼의 보고서에 따르면, 한국은 경제협력개발기구(OECD) 회원국 중 초미세먼지 오염도 2위를 기록했습니다. 2019년 내부조사에서 유한킴벌리 직원들은 미세먼지를 가장 심각한 환경문제 1위로 선정했고, 해결해야 할 과제라고 인식하고 있었습니다. 이는 우리 사회의 인식을 반영하고 있는 것으로서, 개인이나 회사, 사회의 생존을 위해 공동 대처가 필요한 상태입니다. 특히 유한킴벌리는 미세먼지 마스크를 판매하고 있기 때문에 더욱 사회적 책임감을 갖고 있는 이슈입니다.

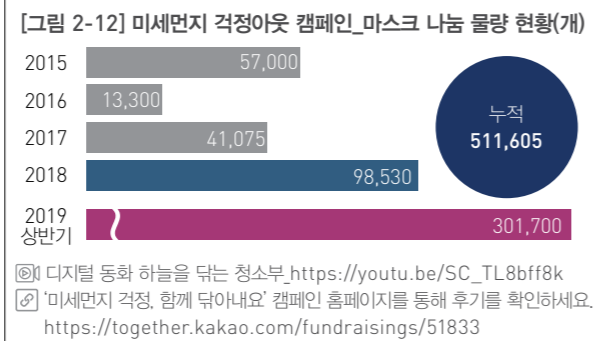
유한킴벌리의 접근방법은 무엇인가? 미세먼지 대책 중에는 나무를 심고 가꾸는 것과 마스크 착용 등이 있습니다. 유한킴벌리는 2010년부터 호흡기 건강을 지킬 수 있는 방어막인 마스크를 출시했습니다. 크리넥스® 황사마스크(KF80)는 2014년 식품의약품안전처에서 의약외품으로 허가를 받았고, 4중 구조 필터는 차단력이 높아 호흡기 질환 예방에 효과적입니다. 또한 우리강산푸르게푸르게를 통한 숲 확산 노력으로 장기적 실천에 앞장서고 있습니다. 2015년부터 매년 취약계층에게 마스크를 기부하는 등 다양한 미세먼지 대응 캠페인을 진행 중입니다.

[그림 2-11] 유한킴벌리 2018년 미세먼지 대응과와 사회적 책임 노력



어린이와 시니어를 위한 미세먼지 대응 교육 유한킴벌리는 2016년부터 어린이와 시니어 등 미세먼지 취약계층을 위해 미세먼지 대응 방법을 담은 책을 제작해서 교육을 진행하고 있습니다. 2018년 8개 초등학교 저학년을 대상으로 미세먼지 교육을 시범 운영했고, 2019년부터는 교육 횟수를 14회(기존 8회)로 늘리고, 수혜 대상을 미세먼지 취약계층인 시니어층까지 확대하기로 했습니다. 어린이들을 위해서는 미세먼지와 생활습관을 알려주는 동화책을 발간하고, 시설에 찾아가는 교육활동을 운영하고 있습니다.

미세먼지 취약계층 마스크 지원 유한킴벌리는 저소득층 아동과 노인을 위해 마스크 나눔캠페인(2015~2019년 상반기)을 진행해서 51만 개의 마스크를 지원했습니다. 2018년에는 서울시, 카카오, 서울시사회복지협의회와 함께 서울시 거주 미세먼지 취약계층에게 크리넥스 황사마스크를 기부하는 캠페인에 참여해 마스크 3만 개를 무상 지원했고, 2019년 상반기에는 통합제품기부플랫폼을 통하여 30만개의 황사마스크를 지원하였습니다.



① 디지털 동화 하늘을 나는 청소부 https://youtu.be/SC_TL8bf8k
 ② '미세먼지 걱정, 함께 뛰어내요' 캠페인 홈페이지를 통해 후기를 확인하세요. <https://together.kakao.com/fundraisings/51833>

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한 유한킴벌리 3대 방향

비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
 사회적책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자 의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

지속가능경영 3대 방향

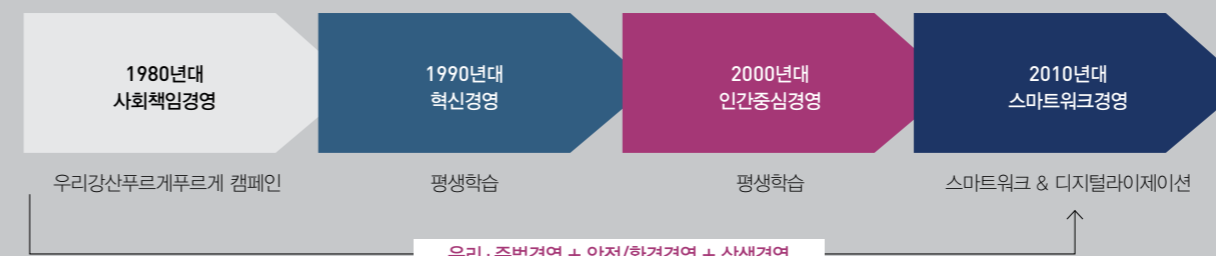
3. 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

이 토픽은 왜 중요한가? 한국사회의 산업지형은 디지털 기술이 일상의 삶으로 들어온 2010년대 이후 급속히 바뀌고 있습니다. 저출생과 고령화, 패러다임의 변화, 조직 변화가 동시에 진행되고 있습니다. 이에 따라 기업은 새로운 경쟁력의 확보를 위해 디지털라이제이션과 함께 스마트워크(유연성과 협업, 소통, 창의성 등이 주요 요소)가 중요시하게 되었습니다. 이제 주 40시간 안에서 디지털 기술 등을 활용하는 한편, 유연한 방식으로 일하면서도 효율성과 생산성을 낼 수 있는 것이 과제가 되었습니다.

유한킴벌리의 접근방법은 무엇인가? 유한킴벌리는 사원의 행복이 경쟁력의 원천이라고 생각합니다. 유한킴벌리는 1990년대 초반부터 유연근무와 평생학습을 시행한 대표적인 기업입니다. 이를 통해 일과 삶의 조화, 안전과 경쟁력을 확보하는 대표적 성공사례를 갖고 있습니다. 유한킴벌리는 이러한 자산을 바탕으로 가족친화경영의 틀을 만들었고, 2010년대부터는 시간을 넘어서, 공간과 자원의 유연성을 극대화하는 스마트워크경영을 하고 있습니다. 이를 통해 성공의 경험을 다른 기업과 사회에 나눔으로써 더 나은 미래를 준비하는데 기여하고 있습니다.

보다 자세한 디지털라이제이션 내용은 20-23쪽을 참고하세요

[그림 2-13] 경영의 발전사로 본 유한킴벌리 스마트워크경영_주주, 사원, 사회와 함께 성장하기 위한 노력



[그림 2-14] 일과 삶의 조화를 위한 유한킴벌리 스마트워크 실현 방향성

	1970~2010	2011~2015	2016~2020	새로운 기업문화
Flexible Time 시간의 유연성	1994 사차출퇴근제(관리직) 1997 4조2교대(생산직) 1999 현장출퇴근제(영업직)	2011 탄력적점심시간제 2011 유연박장제 2011 사무실소통제(본사) 2012 재택근무제 2013 육아기근로시간단축제	2016 재충전휴가제 2018 선택/간주/자율근무제 2019 육아기근로시간단축제 확대	
Flexible Space 공간의 유연성		2011 스마트오피스(본사,변동좌석제) 2011 스마트워크센터(죽전,군포) 2014 스마트워크센터(대전,부산) 2015 본사 청야공간 2015 스마트오피스(대전)	2016 스마트워크센터(대구,광주) 2016 스마트오피스(충주) 2017 스마트오피스(김천)	
Flexible Resources 자원의 유연성		2010 사내공모/직무순환제도 2011 수평적 호칭제도 "님" 2011 학습조직/부문FET ¹⁾ 2013 협업조직체계(워크그룹) 2014 열린인원회의	2016 대팀제 시범 실시 2016 Agility개년 도입 2019 Agile 조직 ²⁾ 논의 중	
				기업문화_협업 • 소통이 원활한 열린 문화 • 포용적이고 수평적인 문화 • 창의적이고 스피드경영 문화 사회_가족친화 • 일과 삶의 조화 • 저출생·고령화 문제에 도움 • 교통량과 환경부담 감소

1) FET(Functional Excellence Team)
 2) Agile(애자일) 조직 부서 간 경계를 허물고 필요에 맞게 소규모 팀을 구성해 업무를 수행하는 조직문화

주 40시간은 의식과 관행의 개혁 의미, 단순 혜택 아닌 유연성과 효율성이 공존해야 지속가능

주 40시간 근무가 2018년 7월 1일부터 시행됨에 따라 스마트워크는 시대적 화두가 되고 있습니다. 유한킴벌리는 2018년 5월 11일에 이해관계자위원회를 개최하고, 시대가 요구하는 일하는 방식과 문화를 어떻게 발전시켜 나갈 것인가에 대한 의견을 수렴했습니다. **전문 위원들은 스마트워크의 본질을 되돌아보고, 이것을 왜 해야 하는지를 정확히 설명하고 합의하는 것이 중요하다고 조언합니다. 참고로 유한킴벌리 이해관계자위원회는 2011년부터 매년 개최되고 있으며, 위원 중 30% 이상 여성 참여 원칙을 준수해 의견의 다양성을 확보하고 있습니다.**

최영우 교수
(고용노동연구원)
유한킴벌리의 스마트워크는 임직원 모두가 이번 근로기준법 개정의 취지를 이해하고 의식과 관행을 개혁해 나아갈 때 발전할 수 있습니다. 이번 법 개정은 우리 의식과 관행 개혁을 의미합니다. 유한킴벌리는 단순히 제도의 개혁만을 쫓아가는 것이 아닌지 되짚어 볼 필요가 있습니다. 사원 만족도 향상과 건전한 조직문화 구축을 위해서는 상급자(중간 관리자)와의 인간적인 유대감과 역할이 매우 중요합니다.



박우성 교수
(경희대학교 경영학과)
스마트워크에 대한 본질적인 문제의 성찰이 필요합니다. 일과 삶의 균형, 유연근무제 등이 혜택으로 인식되는 경우 지속가능성은 감소합니다. 스마트워크 취지를 구성원들에게 이야기를 할 때 유연성과 효율성이 공존해야 지속가능하다는 것을 설명할 수 있어야 합니다. 스마트워크 제도 취지를 올바르게 설명해 주고 공감을 이끌어 낼 수 있도록 현장 리더들의 리더십을 강화해야 합니다. 스마트워크는 임직원의 역량 확보가 핵심이며, 양보다 질로 승부하도록 역량을 강화해야 합니다. 유연성을 추구하면서 효율성이 높아진다는 것을 성과로 보여주고, 다른 기업들에게 성공사례를 제시하는 것이 선도기업으로서 유한킴벌리의 역할입니다.



김효선 교수
(중앙대학교 경영학과)
유연성이 잘 발휘되기 위해서는 제도의 경직성 해소와 임직원 의식을 동시에 향상시킬 수 있어야 합니다. 조직의 유연성은 창의적인 조직문화의 중요 요소이나, 현장에서는 효율성과 생산성 문제와 직결되므로 반감이 있습니다. 조직 유연성 저항을 이해하고 왜 저항이 있는지를 살펴보고 소통하는 것이 중요합니다. 유연성과 효율성이 균형을 잡고 있는지는 근로자의 행복만 강조되는 유연성인지, 성과만 강조되는 유연성인지 검토해볼 필요가 있습니다.



최두옥 대표
(베타랩)
유한킴벌리의 스마트워크가 성공할 수 있도록 내부 임직원과 끊임없이 소통하는 것이 중요합니다. 임직원들에게 내가 어떤 일을 하고, 사회적으로 어떤 일을 하는지를 생각해 보도록 의미를 부여하는 것이 중요합니다. 스마트워크 실패 사례를 보면 직원과 커뮤니케이션이 거의 없거나 형식적으로만 이루어진다는 것입니다. 향후 스마트워크에서는 생산성의 증가, 채용이 키워드가 될 것입니다. 경험을 기반으로 수시 채용을 통해 스마트한 인력들을 적극적으로 확보하는 노력이 필요할 것입니다.

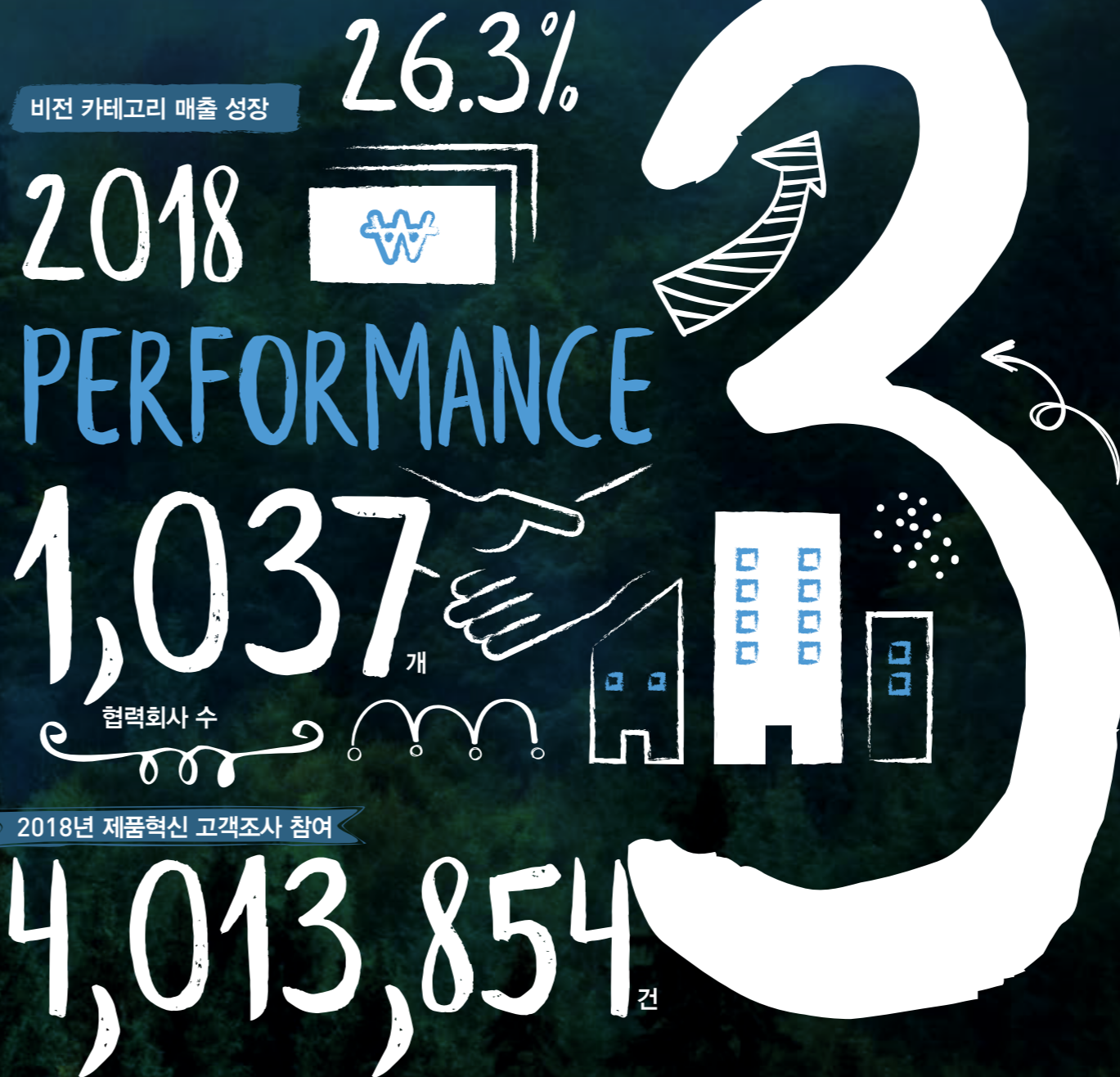


**제15 회
이해관계자위원회
전문가 5명의 조언**

한준 교수
(연세대학교 사회학과)
향후 스마트워크에서는 공동체(조직)와 기술 네트워크를 어떻게 스마트하게 결합을 시킬 것인가가 중요하게 다루어질 분야라고 생각합니다. 기술의 발달에 따라 생산성을 높이기 위해서는 결합이 중요합니다. 스마트워크가 지속 가능하려면 성과와 함께 가야 하며, 성과 모니터링이 중요합니다. 유한킴벌리는 리딩기업으로서 제도의 이슈, 조직 문화나 임직원들의 생각, 생산성의 향상 등 종합적인 관점에서 일과 삶의 균형을 이룩하고 스마트워크의 성공 사례를 제시할 수 있어야 합니다.



유한킴벌리 경제·사회·환경 성과



사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3차 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

경제 성과

At a glance_한눈에 보는 경제 성과

재무 성과

분류	단위	2016	2017	2018
매출액(증감률)	억원(%)	14,999(-1.26)	13,568(-9.54)	13,272(-2.18)
당기순이익(증감률)	억원(%)	1,791(27.27)	1,482(-17.28)	1,102(-25.65)
자산총계(증감률)	억원(%)	10,577(-0.98)	10,434(-1.35)	10,360(-0.71)
수출액(매출액 대비)	억원(%)	2,655(17.70)	1,869(13.78)	1,397(10.52)

내수와 수출 구성 비중

구분	단위	2016	2017	2018
내수	%	82.3	86.2	89.5
수출	%	17.7	13.8	10.5

사업부 매출 비중

구분	단위	2016	2017	2018
아기기자귀 부문	%	36.7	30.7	23.4
멀티슈, 타올, 성인 기자귀, 스킨케어 등 기타	%	17.7	18.7	21.4
미용지 및 화장지 부문	%	16.5	18.9	20.4
여성 생리대 부문	%	16.0	16.2	17.3
B2B사업 부문	%	13.1	15.5	17.4

분배된 경제적 가치

분배대상	분류	단위	2016	2017	2018
주주	배당금	억원	1,450	1,400	1,180
사원	급여 및 복리후생비	억원	2,200	2,175	2,442
협력회사	재화 및 서비스 구매비용	억원	9,443	8,599	8,478
정부	법인세 및 기타 제세공과금	억원	760	696	542
지역사회/고객	사회공헌비용	억원	82	71	60
기타	기타비용(임차료, 감가상각비 등)	억원	791	623	746
사내 유보	사내 유보액	억원	341	82	-78
총수익(매출액+이자수입 등)		억원	15,067	13,646	13,370

연구개발 활동 및 투자 실적

구분	단위	2016	2017	2018
R&D 인력	명	39	42	54
시설투자	억원	319.9	364.9	391.0
매출액 대비 시설 투자 비율	%	2.1	2.7	2.9
신제품 매출액	억원	2,423	3,358	2,365
매출액 중 신제품 기여 비중	%	16.2	24.7	17.8

B2B 매출성장 현황

구분	2017		2018	
	매출(십억원)	매출(십억원)	매출(십억원)	연간 성장률(%)
B2B 매출 성장	141.4	157.4	157.4	11.3
└ 산업용품	107.3	116.5	116.5	8.6
└ 병원용품	34.1	40.9	40.9	19.8

경제 성과

변화하는 시장에서 지속적으로 앞서 가기 위해 변화하고 있습니다.

세부 목표



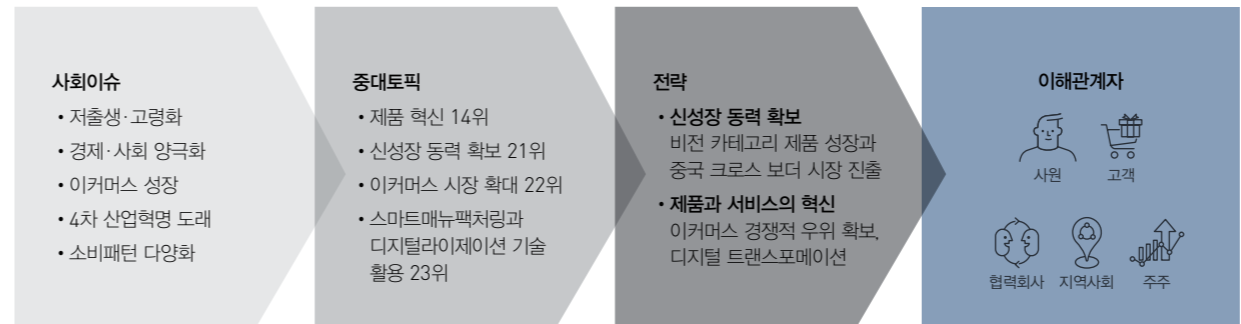
8.2, 8.3, 8.5, 8.8

Management Approach 경영접근방식

이 토픽은 왜 중요한가? 저성장 기조가 지속되고 있습니다. 저출생·고령화라는 인구변화는 유아 관련 시장의 축소로 이미 반영되었고, 전 산업계에 확장될 것입니다. 성장 기회를 창출하기 위한 기업들의 경쟁은 가속화되고 있습니다. 또한 원료의 원가 비중이 큰 제조회사로서는 원부자재와 환율의 인상은 잠재된 위협 조건입니다. 소비행태의 변화를 반영한 이커머스 시장 채널의 성장, 한중일을 포함한 글로벌 시장의 통합 추세, 안전성 확보 등은 기업의 생존과 밀접하게 연결되어 있습니다. 시장이 변화할 때 위기의 가능성은 커집니다.

유한킴벌리의 접근방법은 무엇인가? 유한킴벌리는 출생률이 40만 명대 이하로 내려오면서 유아용품 시장 축소의 영향을 받고 있습니다. 중국 저저귀 시장의 가열은 수출 감소와 가동을 저하로 반영되었습니다. 그러나 유한킴벌리는 기존 사업의 시장 점유율을 관리하면서, 비전 카테고리 제품군과 사업 제품 혁신 등을 가지고 새로운 성장기회를 찾고 있습니다. 특히 변화하는 유통채널에 신속하게 적응해서 이커머스 중심 모델을 개발하고 이를 뒷받침할 전 부문의 디지털 역량을 강화하고 있으며, 새로운 제품 혁신과 투자, 중국 이커머스 시장 진출을 통해 지속 성장의 기반을 적극적으로 다지고 있습니다.

성적을 어떻게 관리하는가?



2018년 성과와 목표			2019년 목표
목표	성과	평가	
전년 대비 주요 카테고리 성장률 증대	유아아동용품 ▼ 여성용품, 가정용품, 산업용품 ▲	○	1. 전년 대비 주요 카테고리 성장률 증대 2. 크로스 보더 성공 3. 신성장 제품 성장 가속화, 신규 카테고리 제품 개발 4. 고정자산의 성공적 스타트업
비전 카테고리 매출 성장 지속 (헬스&뷰티케어, 아기물티슈, 스킨케어, 스카트타올, 디펜드 스타일팬티, 크리넥스 마이비데, 탐폰, 입는오버나이트, 맑은 물티슈, 라네이저, 굿나잇츠 등)	비전 카테고리 성장(26.3%) ▲	●	
이커머스 시장 경쟁적 우위/역량 확보	맘규 회원수 확대 65만명(전년 대비 48% 성장) 전 부문 디지털 역량 강화- 시장분석 데이터 통합플랫폼 심화과정 운영	●	
안전성 우려물질 확대 정책 지속	안전성 우려물질 72종 관리	●	

평가: 초과 ○●●, 충족 ●●, 노력필요 ○

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

신성장 동력_비전 카테고리 제품 성장과 크로스 보더 시장 진출

미래 성장 위한 비전 카테고리 12개 제품, 전년 대비 26.3% 성장 유한킴벌리는 비전 카테고리 제품을 선정해서 미래 성장을 견인하도록 관리하고 있습니다. 2018년 비전 카테고리 제품은 총 12개(생리대 라네이치 추가)이며, 전년 대비 26.3% 성장하는 성과를 거두었습니다. 또한 성장 기회를 지속적으로 발굴하기 위해 신성장사업본부를 설치하였고, 빅데이터 관리를 통해 급변하는 시장과 소비 트렌드 변화에 대응하고 있습니다.

[표 3-1] 2018년 비전 카테고리 제품과 성장률

아기 물티슈	오버 나이트	시니어 언더웨어	마이비데	굿나이트	탐폰	크리넥스 타올	홈&뷰티 케어	스킨케어	스카트 타올	코폼 물티슈	라 네이치
1,171.4%	45.4%	29.8%	21.3%	19.6%	14.9%	13.8%	9.9%	7.2%	-1.5%	-3.6%	신규

* 참고 종이 타올: 크리넥스 타올, 빨아쓰는 타올: 스카트 타올

전체 매출 중 이커머스 시장 비중 1/4, 자사몰 강화 정책 시행 유한킴벌리의 매출 중에서 2018년 온라인 시장 비중은 1/4에 이릅니다. 유한킴벌리는 이커머스의 성장을 주도적으로 이끌어가기 위해 기존 온라인 유아용 자사몰(맘큐, 회원수: 2017년 44만명→2018년 65만명)을 강화하고 있습니다. 자사몰의 2019년 매출 목표는 314억원으로 전년 대비 50% 증가라는 적극적인 목표로 세웠습니다. 자사몰의 고객 증가를 대비해 고객 상담영역에서는 데이터 분석 기반의 고객경험 관리로 전환해서 서비스의 질을 높이고 있습니다.



2018년 설비투자 391억원, 2019년 449억원, 계속 투자 증가 추세 유한킴벌리는 2018년에 미래의 역량을 증진시키기 위해 설비투자에 총 391억원을 투자했습니다(매출액 대비 설비투자 비율 2.9%). 주요 설비투자는 화장지와 시니어팬츠 기계의 신설이며, 기계 에너지 절감과 생산성 개선을 위해서도 투자되었습니다. 2019년은 총 447억원이 계획되어 있어 미래를 위한 설비 투자가 활발한 해입니다. 소프트웨어 경쟁력을 가져다줄 자산인 국내외 특허 및 상표 등록의 건은 2018년 160건(국내 138건, 국외 22건)이었습니다.

2019년 중국 크로스 보더 이커머스 시장 진출 본격화 유한킴벌리는 2018년 준비기간을 거쳐, 2019년 기저귀를 가지고 중국 무역시장인 크로스 보더(Cross-Border)* 시장에 진출했습니다. 참고로, 중국 자유무역시장의 이커머스 유아용품 시장은 국내 시장보다 1.5배 이상의 규모로서 큰 기회의 장입니다. 2018년 유아스킨케어 브랜드 '그린핑거'가 중국 내 양대 전자상거래 사업자 중 하나인 '징둥(京東)닷컴'이 운영하는 해외직구몰 '징둥월드와이드'와의 협력을 통해 중국 시장에 진출하여 성장의 발판을 마련하였습니다. 유한킴벌리는 2018년에 총 28개국에 174종의 제품을 수출하였습니다.

* 크로스 보더(Cross-Border): '국경을 넘는다' 라는 뜻으로 기업이 온라인 사이트 혹은 채널을 이용해서 외국 소비자에게 상품을 직접적으로 판매를 하는 것을 말함

[표 3-2] 제품별 수출 국가 수(2018년 1~12월)

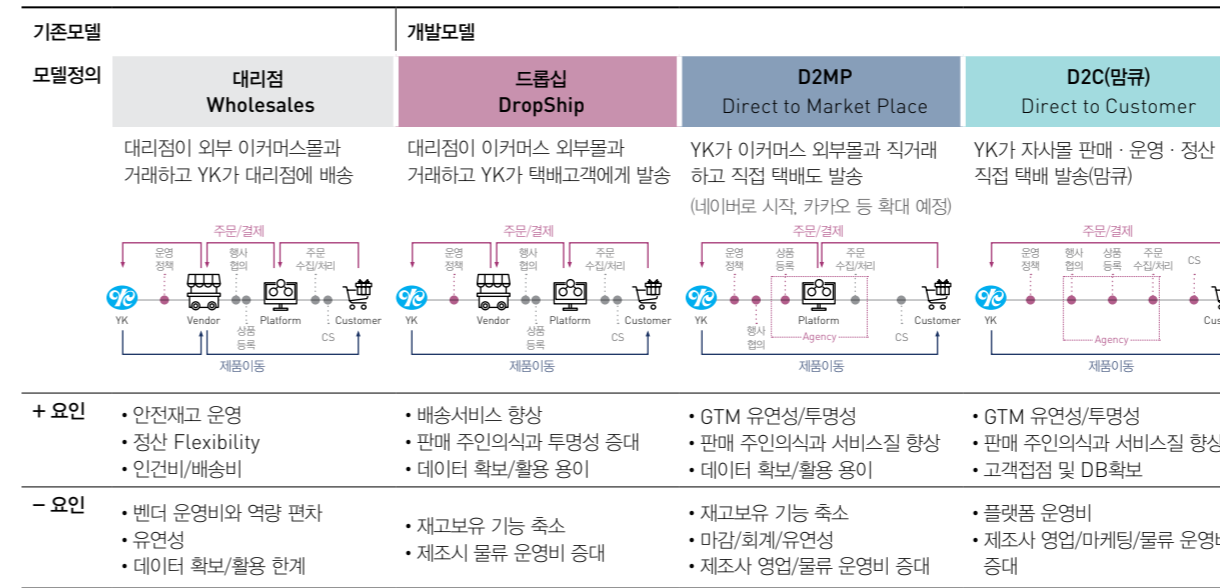
제품	기저귀	팬츠	아기물티슈	디펜드	생리대	일반물티슈	가정용품	B2B	하이드로닛 ¹⁾	억테드 ²⁾	기타
수출 국가수(개)	9	3	7	8	7	16	6	9	6	13	9
수출국 (28개국)	중국, 호주, 홍콩, 태국, 일본, 대만, 인도, 말레이시아, 미국, 싱가포르, 몽골리아, 필리핀, 영국, 프랑스, 브라질, 러시아, 인도네시아, 칠레, 페루, 사우디아라비아, 아르헨티나, 베트남, 이스라엘, 뉴질랜드, 코스타리카, 남아프리카공화국, 볼리비아, 콜롬비아										

1) 하이드로닛(Hydroknet): 킴벌리 클라크사 특허 공법, 강한 수압을 이용하여 물리적으로 부직포와 펄프를 결합 시킨 원단
2) 억테드(UCTAD): 공기로 원단을 건조시키는 공법, 김천공장의 티슈설비, 억테드 공법으로 흡수력은 더 높고 도톰한 티슈 원단 생산이 가능

사람이 희망이다

혁신경영_이커머스 비즈니스 모델 진화

[그림 3-2] 유한킴벌리 이커머스 비즈니스 모델 4가지

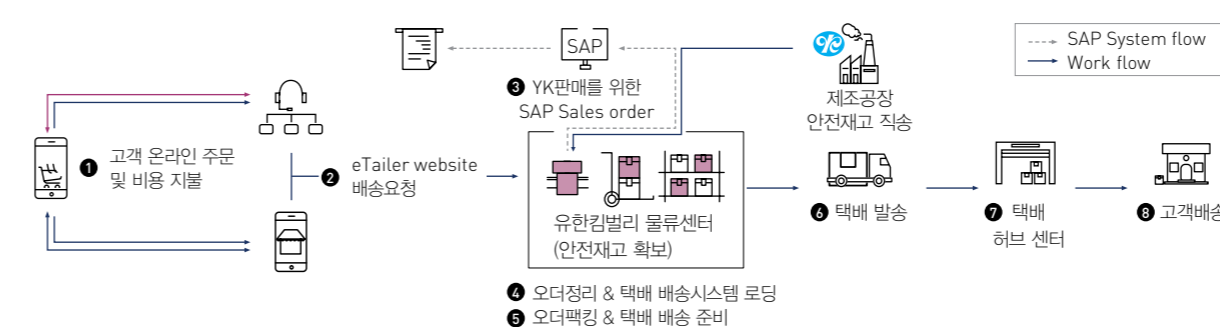


신규 이커머스 비즈니스 모델, D2MP의 최초 시장 도입 유한킴벌리는 국내의 치열한 전자상거래 시장의 경쟁과 달라지는 소비자 니즈 및 요구를 반영해 2018년 9월부터 7개월간 밸류체인 혁신 협업 프로젝트를 진행하였습니다. 그 결과로 "이커머스 통합 주문처리 시스템/공장별 직배송 운영 프로세스" 등 관련 시스템 및 연동 프로세스들을 개발, 정립해서 이커머스 시장 진입 및 핵심 경쟁력을 구축했습니다.

이후 2019년 4월에 이커머스 사업의 신규 비즈니스 모델 D2MP(*Direct To Market Place: 본사직영+공장 직배송 전자상거래 모델)를 구상한 이래, 고객사업부문 이커머스 사업전략본부는 네이버 쇼핑 플랫폼상에 직접 운영하는 직영 스토어(*본사직영+공장 직배송)를 오픈하여 가동하기 시작했습니다. 유한킴벌리는 새로운 이커머스 비즈니스 모델 도입으로 기존 공식 대리점에 본사직영 스토어까지 더해져 소비자에게 다양한 구매 선택권과 빨라진 배송 서비스(*택배와 전략적 제휴) 제공이 가능하게 되었습니다.

이커머스 사업전략본부는 향후 2020년까지 이커머스 5대 마켓 플레이스(G마켓/11번가/옥션/위메프/티몬)를 포함한 총 8개 직영스토어를 추가 오픈할 예정이며, 현재 5개 카테고리로 구성된 이커머스 취급 상품을 확대해 나갈 계획입니다.

[그림 3-3] 배송관점에서 본 드롭십 모델 프로세스



유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

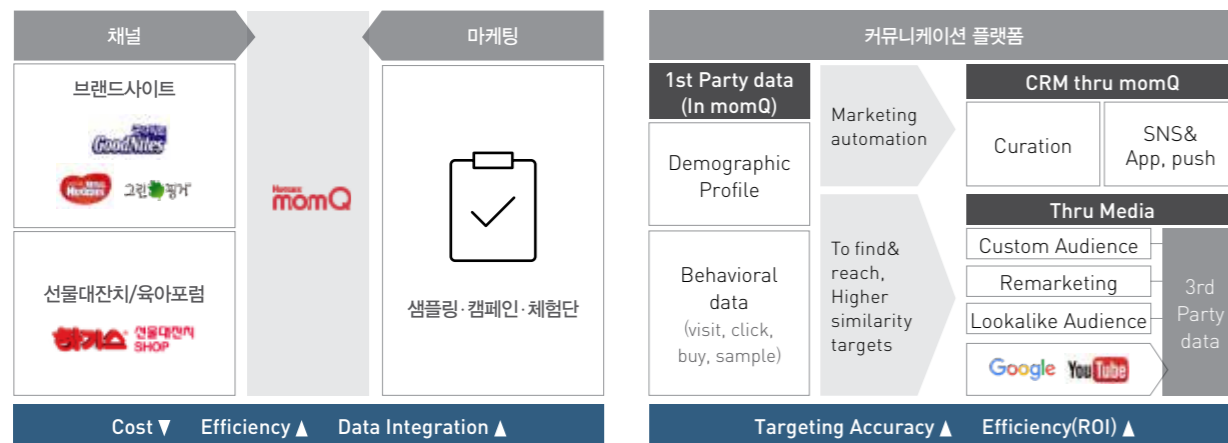
혁신경영_자사 마케팅 플랫폼 성공을 통한 미래 채널 확보 D2C

전문 쇼핑몰 하گی스 맘큐 2018년 회원수 65만 명 규모, 전년 대비 47% 증가 유한킴벌리의 대표적인 디지털라이제이션은 전문 온라인 쇼핑몰인 맘큐(momQ, 2015년 시작)에서 찾아볼 수 있습니다. 맘큐는 유아동 제품 전용 온라인 자사 판매 쇼핑몰에서 시작해서 2018년에 5개 유아동 브랜드를 통합 운영하는 플랫폼으로 진화했습니다. 이러한 진화는 2017년부터 맘큐의 구매 데이터를 종합 분석하여 제품과 서비스를 맞춤형으로 제공하는 큐레이션 커머스 방식이 정착되면서 가능해졌습니다. 맘큐는 소비자에게 직접 판매가 가능한 '유한킴벌리 자재 디지털 플랫폼 생태계'를 구현했습니다. 브랜드 통합 정보 제공 외에도 마일리지 프로그램인 하گی스 선물대잔치, 전문가 육아 정보 솔루션인 육아포럼을 통합해서 회원들에게 차별화된 정보와 서비스를 제공하고 있습니다. 이러한 혁신은 경제 성과에 영향을 주게 될 것으로 기대됩니다.

[표 3-3] 맘큐_디지털 소비자 경험 플랫폼 성과와 계획

구분	연도	형태	브랜드	회원수	주요 내용				
맘큐1.0	2015년	쇼핑몰	유아동 하گی스	-	모바일 퍼스트, 월별별 맞춤 상품과 맞춤 정보				
맘큐2.0	2016년	마케팅 플랫폼	유아동 하گی스	27만 명	신제품 마케팅, 이커머스 기획전 홍보, 유아동 브랜드커뮤니케이션, 데이터 인사이트				
맘큐3.0	2017년	차별화된 디지털 플랫폼	유아동 하گی스	44만 명	브랜드캠페인 플랫폼, 신제품 테스트, 소비자조사, 고객관리 기반 오픈링 최적화, 맘큐 전용제품 출시				
					2018년	직영쇼핑몰 & 브랜드 마케팅 플랫폼	유아동 5개 브랜드통합 확장	65만 명	[성과1] 분산된 마케팅 플랫폼 통합 : 육아포럼, 브랜드 사이트(하گی스, 그린핑거 등), 하گی스 선물대잔치 [성과2] 축적 데이터 기반 활용 : 고객관계관리(CRM), 타겟팅 광고기반 구축 [성과3] '프레쉬(Fresh) 갓생산 기저귀' 서비스 도입으로 차별화(1~2단계 기저귀) [성과4] 자사제품 외에 레고, 거버이유시 등 타사 유아 브랜드와 제휴, 맘큐에서 샘플 신청 서비스 구현
					2019년 계획	여성/가정/시니어 제품 까지 확장	-	[계획1] 플랫폼 확대 [계획2] AI 기반의 개인화된 제품 추천 기능 도입 [계획3] 서비스 향상 위한 맘큐 플랫폼 리뉴얼 프로젝트 진행(2020년 초 오픈 예정)	

[그림 3-4] 분산된 소비자 접점 채널과 콘텐츠의 통합



돋보기 | 맘큐의 주요 평가

- 맘큐 '2018 국가서비스 대상-유아동쇼핑몰 부문 대상' 수상(산업통상자원부, 산업정책연구원)
- 맘큐 이노베이션 베스트 사례(Best Practice)로 선정(킴벌리클라크 이사회(Board of Directors) 미팅 및 CEO 포럼)

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

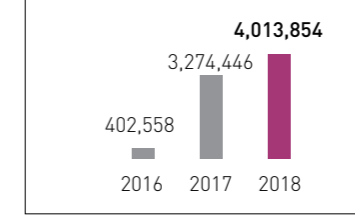
부록

- 제3차 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

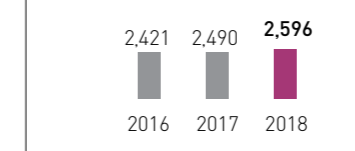
혁신경영_제품혁신을 통한 경쟁력 강화, 가치 창출

2018년 제품혁신 고객조사 참여 4,013,854건 소비자 중심의 제품 혁신을 위해 매년 고객조사를 실시해서 경쟁력을 강화하고 있습니다. 유한킴벌리가 사내 소셜 리스닝 시스템을 통해 얻은 소비자 빅데이터는 4,013,854건이었습니다. 이를 분석하여 소비 트렌드, 편의성, 맞춤형 디자인, 모바일 기술 등 다양한 측면에서 제품혁신에 적용하고 있습니다.

[그림 3-5] 소비자 빅데이터 분석(건)



[그림 3-6] 신제품 출시 노력(종) (신규 자재코드 기준)



2018년 신제품 2,596종 출시와 리뉴얼(신규 자재코드 기준) 유한킴벌리의 신제품은 혁신의 결과입니다. 2018년 신제품의 판매비중은 매출의 17.8%로서 새로운 매출의 동력이 되고 있습니다. 수세미 교체 주기를 반영한 '스카트 하루 한 장 수세미', 패션과 기능을 함께 고려한 '데일리 입체형 황사마스크 블랙', 기저귀에 실시간 센서를 부착한 '하گی스 IoT 서비스', 용량으로 제품 표시를 해서 편의성을 높인 '디펜드 스타일 패드' 등을 출시하였습니다.

[표 3-4] 주요 신제품들(2018.1~2019.3)

카테고리	제품명	내용	시기	
유아/아동용품	기저귀	하گی스 에어솔솔 섬머 하گی스 매직핏 맥스드라이	기존 대비 통기성 150~200% 향상. 독일 피부과학연구소 '엑셀리트' 등급 아기 특성에 따라 기능과 디자인이 다른 맞춤형 기저귀 1호 최대 흡수과학으로 최대 12시간까지 보송함을 지속 시켜주는 기저귀	
	기저귀부착	하گی스 스마트 베이비 모닛	대소변 구분하는 알람, 적합한 온/습도체크 등의 실시간 정보 제공	
	여성용품	생리대	에코프레쉬 가든프레쉬 안웨이 후아 좋은느낌 솜솜	국내 생리대 최초 OK Biobased ECO 인증 획득, 재생 가능 원료 사용 99% 소취 기능, 향 없이 냄새를 없애줌 유기농 순면커버
가정용품	생리대팬티형	좋은느낌 솜솜	유기농 순면커버	
	탐폰	좋은느낌 유기농 탐폰	유기농 순면 흡수체와 3중 구조 흡수시스템, 탐폰분야 최초 유럽 에코인증 획득	
	여성청결제	여성 청결제_러네이처 페미닌	친환경 여성청결제, 미국 환경단체(EWG*) All Green 등급 원료 적용	
시니어용품	요실금패드	맘스 안심패드	파워 흡수층, 부드러운 감촉의 산모 전용패드	
	요실금기저귀	디펜드 스타일 패드	소비자를 위해 사이즈 대신 요실금 용량으로 표기한 제품	
		디펜드 골든프렌즈	어르신과 간병인을 동시에 고려해 겹과 속 기저귀를 이원화한 제품	
B2B용품	물티슈	크리넥스 바다 물티슈	맘이나 냄새 닦아낼 수 있는 간편 바다 물티슈	
	마스크	티엔 AC 극세사 시트 마스크	초밀착 극세사 소재, 피지컨트롤 및 조절 성분 함유	
	물티슈	크리넥스 콧물전용 물티슈	식물유래 클리세린, 판데놀 성분 함유된 물티슈	
	수세미	스카트 원데이 수세미	한 장으로 하루 종일 사용하도록 고안한 수세미	
	스킨케어	티엔 BT21	글로벌 밀레니얼 인기 캐릭터 BT21와 콜라보	
	티슈	코편한 티슈	시아버터와 알로에베라가 함유된 부드러운 티슈 보습로션 함유된 부드러운 티슈	
B2B용품	마스크	크리넥스 황사 마스크 블랙	블랙을 선호하는 소비자의 패션과 기능을 고려한 입체형 마스크	
	마스크	어린이마스크(병원용)	마스크를 상시 착용해야 하는 면역력 약한 감기, 천식 환자용	
	클로브	원터클러브헤비G50	거울용 산업현장 작업용 기모처리 다목적 장갑	
	핸드타올	크리넥스 드라이셀 스탠다드	액타드(UCTAD)공법을 통한 흡수력과 부드러운 촉감	
	보호복	킴테크 A5 멸균	클린룸 및 제약회사 실험실에서 착용하는 멸균 보호복	
	화장지	크리넥스 에어셀 40m	물물림성이 뛰어난 B2B 시장 전용 두루마리 화장지	
	마스크	크린가드 황사마스크	대규모 입찰 및 관공서 수요에 대응하기 위한 황사마스크	
	와이프	와이프용 에어포켓	순간 흡수력, 다팀성이 대폭 개선된 물/기름 흡수용 와이퍼	

* EWG 미국환경단체 (Environmental Working Group)

사회 성과

At a glance_한눈에 보는 사회 성과

구분	단위	2016	2017	2018			
직원	전체 직원 수	명	1,708	1,671	1,577		
	고용형태	정규직(98.8%)	명	1,669	1,658	1,558	
		계약직(0.2%)	명	39	13	19	
	직종	생산직(50.7%)	명	833	811	799	
		사무직(49.3%)	명	875	860	778	
	성별	여성	명	323	298	283	
		남성	명	1,385	1,373	1,294	
	장애인 고용률	%	2.41	2.49	2.19		
	고용창출률	%	-2.29	-2.17	-5.63		
	평균 근속 연수	년	18.6	19.7	20.2		
	월평균 근로시간	시간	165	163	157		
	결근일수	일	0	0	1		
	손실일수	일	69	0	334		
	신규 채용 및 퇴직	신규 채용	전체 채용자 수	명	18	16	34
			신규 채용 여성 비율	%	63.5	68.8	79.4
신규 채용 남성 비율			%	36.5	31.2	20.6	
퇴직률		%	2.16	1.68	7.29		
이직률	%	2.16	1.38	7.29			
교육	1인당 교육시간	시간	81.3	56.8	45.8		
	1인당 교육비	만원	78.4	31.0	39.0		
여성 인력	전체 직원 중 여성 비율	%	18.9	17.8	17.9		
	이사 대우 이상 비율	%	17.1	12.9	15.4		
	사무직 여성 비율	%	38.9	36.4	37.1		
출산 및 육아	출산휴가 사용자	명	9	17	14		
	출산휴가 후 복직률	%	95	100	100		
	여성 육아휴직 사용자	명	17	18	21		
	여성 육아휴직 사용률	%	78	77	58		
	남성 육아휴직 사용자	명	1	3	2		
	육아휴직 후 복직률	%	100	100	86		
	육아휴직 복직 후 유지율	%	95	88	82		
노조	노조가입자 수	명	864	853	821		
	노조가입률	%	98.5	99.5	100		
작업장 안전	산업재해 건수	건	3	0	1		
	산업재해율	%	0.18	0	0.06		
협력회사	역량평가 시스템(사회책임 포함) 평균 점수	점	87.9	89.2	89.8		
	청렴의무 준수서약 기업 수	개	-	-	70		
고객	상담 고객 만족도	점	83.1	86.0	88.7		
지역사회	기부금	백만원	3,232	3,135	3,152		

사회 성과

사회적 가치 창출과 실천을 위해 노력하겠습니다.

세부 목표

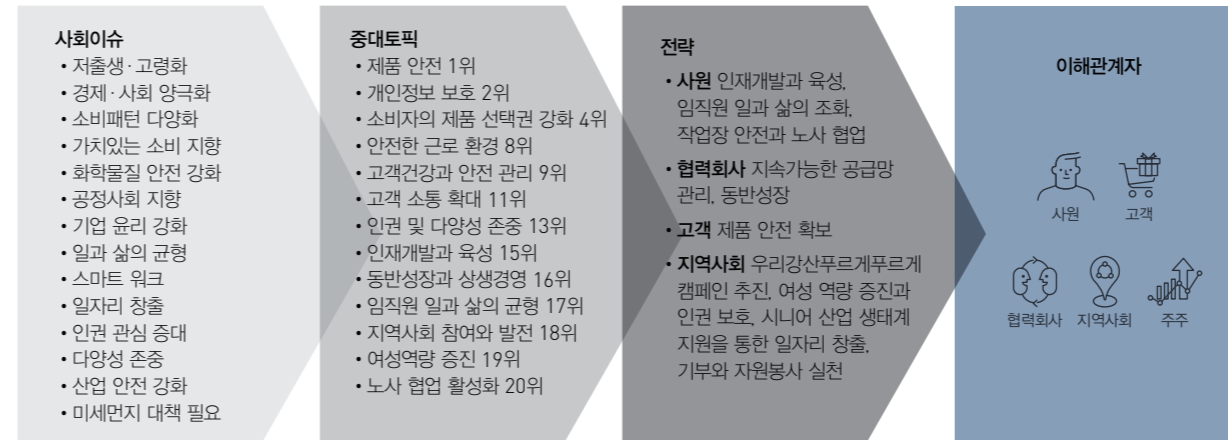


Management Approach 경영접근방식

이 토픽은 왜 중요한가? 이해관계자들은 사회적 책임을 위해 노력하는 기업을 신뢰합니다. 전 세계적으로 기업의 사회적 책임의 중요성에 대한 인식이 높아지면서 사회적 책임을 제도화한 국가들이 늘어나고 있습니다. 또한 사회적 임팩트 측정을 통한 투자가 확대되고 있습니다. 미래에 당연한 지역사회의 문제를 함께 해결해가면서 사회적 가치를 창출하는 기업이 더 많은 성장의 기회를 가질 수 있을 것입니다.

유한킴벌리의 접근방법은 무엇인가? 유한킴벌리는 사회적 책임을 실천하는 대표기업 중 하나입니다. 창립 이래 지속가능한 사회를 위해 법을 준수하며, 다양한 이해관계자와 함께 성장하는 원칙을 실현해 왔습니다. 직원들에게 더 좋은 일자리와 성장의 기회를 제공하고, 협력회사에는 지속가능한 공급망 관리를 위해 공정한 거래와 동반성장을 추진해 왔습니다. 고객들에게는 안전하고 좋은 품질의 제품과 서비스를 제공하기 위해 노력하고, 지역사회를 위해서는 사회적 책임과 공헌을 실천해 왔습니다.

성과를 어떻게 관리하는가?



2018년 성과와 목표			평가	2019년 목표
목표	성과	평가		
윤리경영 CEO 서약	CEO 서약(3월)	●	1. 지속적 사회책임 및 지속가능경영 2. 제품 안전과 소비자 신뢰 공고화 3. 노경 협업 정착	
UN글로벌콤팩트 이행	CoP 제출(9월)	●		
동반성장(협력회사 윤리경영 강화)	협력회사 청렴의무준수서약 70개 업체 동참평가시스템 평균 89.8점) 동반성장 4년 연속 최우수 기업 선정	◎		
시니어 일자리 창출	시니어케어매니저 178명(3년 누적)	●		
여성 경쟁력 강화(NGO 여성 리더십 육성, 성평등 사회 조성을 위한 기부활동)	여성 NGO 리더십 육성 기금 운영 생명사랑 기부소통학교 10주년(누적 1,964명 참여) 생리대 기부(146만 패드, 10,393명) 여성인권 기부 후원참여(1,211명)	◎		
소비자 중심경영 고객만족도 개선(86점)	상담 만족도 88.7점(전년 대비 2.7점 상승), 고객지원센터 감정노동자 인권선언 채택(10월)	◎		

평가: 초과 ◎ 충족 ● 노력필요 ○

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록



인권 존중_차별 없는 공정한 보상 유한킴벌리는 행동규범을 통해 결사 및 단체교섭의 자유 보장, 아동 노동과 강제노동 및 노동착취에 대한 보호, 차별 금지 등 인권보호 기준을 정하여 시행 중입니다. 고용정책은 평등을 원칙으로 하며, 공정한 평가를 위해 성과관리 프로세스를 운영하고 있습니다. 신입사원은 성별과 직종에 상관없이 동일 기본급을 받습니다. 2018년 신입사원(연봉) 기본급은 법적 최저임금 대비 126% 수준입니다. 남녀 기본급여, 보수 비율은 차별없이 성과로 판단합니다. 공급업체와 비즈니스 파트너도 기준을 준수하도록 지원하고 있습니다.

노사 관계_결사 및 단체교섭권 보장, 사원 고충처리 프로세스 가동 유한킴벌리 노동조합 가입률은 100%(821명)이며, 사업장별 노경공동목표추진팀이 활동 중입니다. 2018년 1월에 CEO와 함께 경영전략설명회와 위기극복 노경대토론회를 가졌으며, 2018년에는 총 4회의 노경협의회의(CEO 참여)를 개최했습니다. 이외에도 2050고용안정 TFT를 구성해 상생문화를 성숙시켜 나가고 있습니다. 또한 고용안정 및 사기진작협의회를 운영해서 사업장 환경 개선, 인권존중, 반부패, 차별금지 등과 관련된 고충처리 프로세스를 운영하고 있습니다. 2018년 고충처리는 100% (총 152건) 완료했으며, 차별 등 인권 관련 내용은 없었습니다.

* 유한킴벌리는 고용노동부 선정 '노사문화우수기업(2016년)'입니다.

작업장 안전_안전보건 영향에 관한 법률 규정 및 자율 규정 준수 유한킴벌리는 사업장 안전 전담 조직을 두고 있으며, 안전보건 영향에 관한 법률을 준수하고 있습니다. 노사는 4개 사업장 산업안전보건환경위원회를 통해 작업장 안전과 보건을 모니터링하고 있습니다. 이를 통해 2018년에 총 1,235건의 위험요소를 발굴해서 94%를 개선했습니다. 2018년 3월에는 대전공장 노사가 작업관련성질한 예방활동을 추진해 고용노동부와 안전보건공단으로부터 근로자 건강증진활동 우수사업장 재인증(인증기간 2011.8.30~2020.8.29)을 받았습니다. 유해물질 노출위험 사원들은 정기특수 건강검진을 실시합니다. 2018년 산업재해 건수는 1건(재해율 0.06%)이었습니다.

[표 3-5] 노사합동 발굴 위험 현황과 개선 현황(2016~2018년)

구분	2016			2017			2018		
	발굴(건)	개선(건)	개선(%)	발굴(건)	개선(건)	개선(%)	발굴(건)	개선(건)	개선(%)
총주공장	347	325	93.7	340	325	95.6	402	389	96
김천공장	388	380	98.0	338	325	96.2	310	305	98
대전공장	605	560	92.6	529	519	98.1	384	332	86
물류센터	25	24	96.0	62	60	96.8	139	139	100
합계	1,365	1,289	94.4	1,269	1,229	96.9	1,235	1,165	94

인력개발 및 훈련_디지털 역량 강화 교육 추진 유한킴벌리는 사원들의 평생학습을 권장합니다. 2016년에 학점 이수제 시스템을 구축했고, 2017년에 온라인을 통해 학습할 체계를 갖추었습니다. 차세대 리더양성과정과 전자 사원의 유연조직(FET)을 구성하여 사원들의 성장에 지원했습니다. 유한킴벌리는 2018년에 소셜채퍼인ship프로그램(2017년 마케팅과 지원그룹 사원 대상)을 전 사원으로 확대했습니다. 제조부문 사원들 대상으로는 스마트 매뉴팩처링, 디지털 트랜스포메이션 개념, 관련 기술 교육, 워크샵을 진행하였습니다. 2018년 사원 교육훈련비는 전년 대비 19% 증가했으며, 1인당 교육훈련비도 전년 대비 26% 증가했습니다. 2018년 인력운용 다양성(여성채용 79.4%, 경력채용 85.2%)을 위해 노력했습니다.

보다 자세한 디지털 역량 강화 내용은 23쪽을 참고하세요

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

여성 리더십 및 역량 강화 노력 유한킴벌리는 여성의 리더십 및 다양성 가치를 존중합니다. 2018년 여성 사원비율은 17.9%(사무직 비율은 37.1%)로서, 신규 채용 비율에서 여성이 79.4%(계약직 포함)로 여성 고용 강화를 위해 노력했습니다. 여성 임원(이사 이상) 비율은 15.4%입니다. 유한킴벌리는 2011년 다양성과 포용 최고책임자를 임명했고, 여성위원회를 발족했습니다. 2014년 자발적 여성네트워크(Korea Women's Interactive Network, K-WIN)를 만들어 4개 분과로 나누어 활동 중입니다. 2018년 K-WIN은 자녀가 있는 사원 대상 프로그램(50여 명 참여)을 진행했습니다. 참고로 유한킴벌리는 시민단체인 미래포럼의 기업회원으로 기업 내 여성 임원 30% 달성 활동을 지지하고 있습니다. 30%는 의사결정집단에 소수자가 의견을 낼 수 있는 최소한의 비율입니다.

가족친화경영 정책_출산축하 문화 및 육아휴직 이후 안정적 업무 복귀문화 정착, 직장어린이집 운영 2018년 사원들의 평균 근속은 20.2년입니다. 출산휴가 복직률은 100%이며, 육아휴직 복직률은 86%입니다. 매년 2회 임산 부간담회를 통해 출산을 축하하고, 가족친화정책과 제도를 소개하고 있습니다. 유한킴벌리는 자녀출산 시 축하금 지원과 함께 2018년부터 축하 기저귀 제공을 생후 1년간 100만원 상당(기존 기저귀 3박스)으로 확대 운영을 시작했습니다. 대전공장 내 직장어린이집(푸른숲 어린이집, 2011년 3월 개원, 정원 34명, 만 0~4세)이 운영 중이며, 보건복지부 재인증 평가 시 99.37점(2016년), 학부모 만족도 4.5점(5점 만점)으로 안정적 운영을 하고 있습니다. 한편, 유한킴벌리는 은퇴예정 사원을 위한 퇴직금 지급과 퇴직연금제도를 시행하고 있습니다. 정부 퇴직금 운영지침을 준수하며, 근속 연수에 따라 퇴직금 누진제를 적용하고 있습니다.

보다 자세한 가족친화경영 성과는 42쪽을 참고하세요.

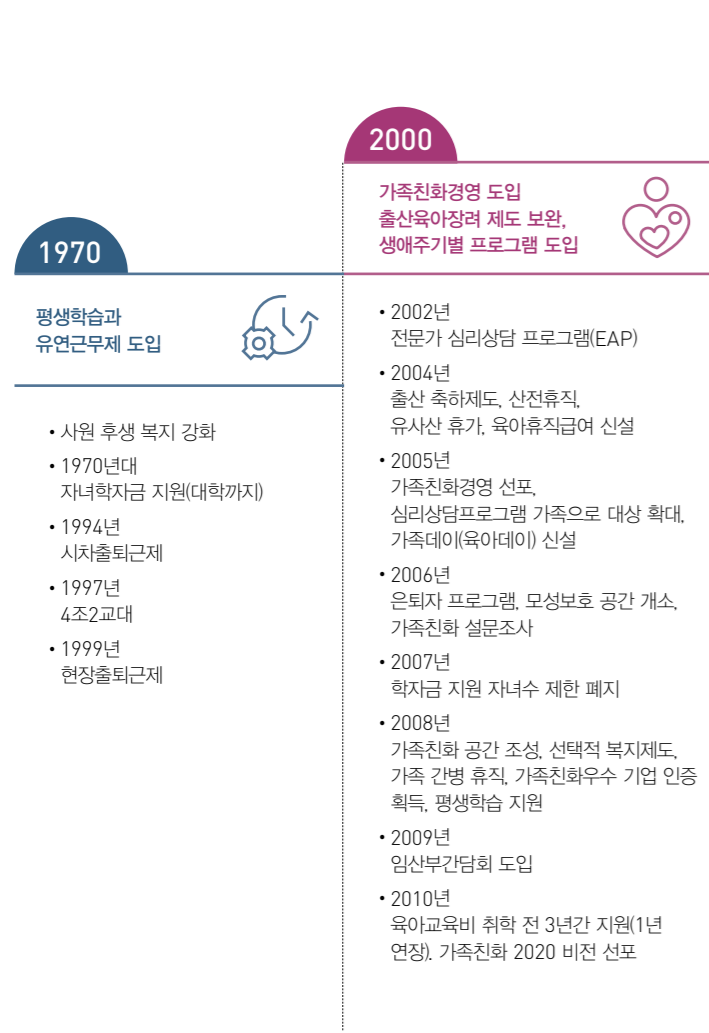
가족친화제도의 지속적 진화_스마트워크와 스마트오피스, 재충전휴가제 등 사원의 행복은 유한킴벌리 경쟁력의 원천입니다. 1990년대부터 시차출퇴근제, 영업현장출퇴근제, 4조2교대 등을 시행했고, 2011년부터 공간(스마트오피스, 스마트워크센터)을 구현하면서 스마트워크를 도입해 생산성은 높이면서도 사원들의 일과 삶의 조화를 돕고 있습니다. 스마트오피스 구축 경험을 사회와 공유해서 사회적 롤모델이 되고 있습니다. 2018년에는 주 40시간 근로제도 실행에 앞서 이해관계자위원회의 전문가 조언, 정시퇴근 및 회의문화 캠페인 등을 진행했고, 이후 시차출퇴근제 외에 다양한 유연근무제도를 도입했습니다.(자세한 내용은 표 참조) 또한 2018년에 연 15일로 재충전휴가를 확대해 예고제를 시행함으로써 사원 만족도를 높였습니다. 또한 2018년에 20주년과 30주년 장기 근속자(복지포인트 각각 100만원, 30만원 추가)에게 혜택을 늘렸습니다.

보다 자세한 스마트워크 경영 내용은 29쪽을 참고하세요.

[표 3-6] 유한킴벌리가 새로 도입한 휴가제 및 유연근무제 형태(2013~2018년)

분류	도입연도	대상자와 주요 시행 내용
휴가제	재충전휴가 확대	2018년 본사 사원 대상, 연 15일로 확대. 전년도에 사전 연간계획 고지. 동시 재충전휴가 시행
	재충전휴가 도입	2016~2017년 본사 사원 대상, 연 10일로 확대. 전년도에 시행 예고. 동시 재충전휴가 시행
	학습휴가 도입	2013년 유한킴벌리인상 최고 수상자 대상 8주 휴가. 포상금 1천만원, 2등 수상자 4주 휴가 부여
유연근무제	선택근무제	업무 특성에 따라 적용. 1개월 단위 총 근로시간 내 1일 최소 3시간 이상 근무 전체. 1일/1주 유연 운영
	간주근무제	2018년 12월 영업외근직. 출장사원 주 5일 근무를 전제로 출퇴근 시간 무관하게 1일 8시간/주 40시간 근무로 간주
	자율근무제	워크리더 이상 주 5일 근무 전체로 1일 근무시간 자율적 관리

[그림 3-7] 유한킴벌리 가족친화제도 진화



2010
스마트워크 경영 스마트워크, 스마트오피스 도입
<ul style="list-style-type: none"> 2011년 시차출퇴근제 확대, 유연복장제, 탄력적 점심시간 도입, 스마트오피스 설치, 스마트워크 개념 적용, 직장보육시설 신설(대전), 임신부간담회 확대 2012년 가족친화조사, 가족친화개념 재정의, 재택근무제 도입, 아버지직친친학교 실시, 회의문화 개선 1차 캠페인 2013년 산전휴직 기간 연장, 사업장 사원가족자원봉사 나무심기 시작, 올해의 유한킴벌리인 선정, 학습휴가 도입 2014년 이모작학교 시범 운영 2015년 은퇴준비교육모델 개발 2016년 스마트워크센터 9개소 구축 2016~2017년 재충전 휴가 10일제, 은퇴준비 교육 지원
2018년(신설내용) 가족친화 제도 - 출산축하 기저귀 100만원 지원 - 장기근속자 추가 복지포인트 부여 - 설날과 추석 명절 복지포인트 부여 - 형제 자매 경조금 자격 요건 확대 가족친화 근무제도와 문화 - 선택/간주/자율근무제도 도입 - 재충전휴가 확대 시행(15일) - 정시퇴근 캠페인과 야근 현황 조사 - 회의문화 개선 캠페인

[표 3-7] 가족친화관련 수상

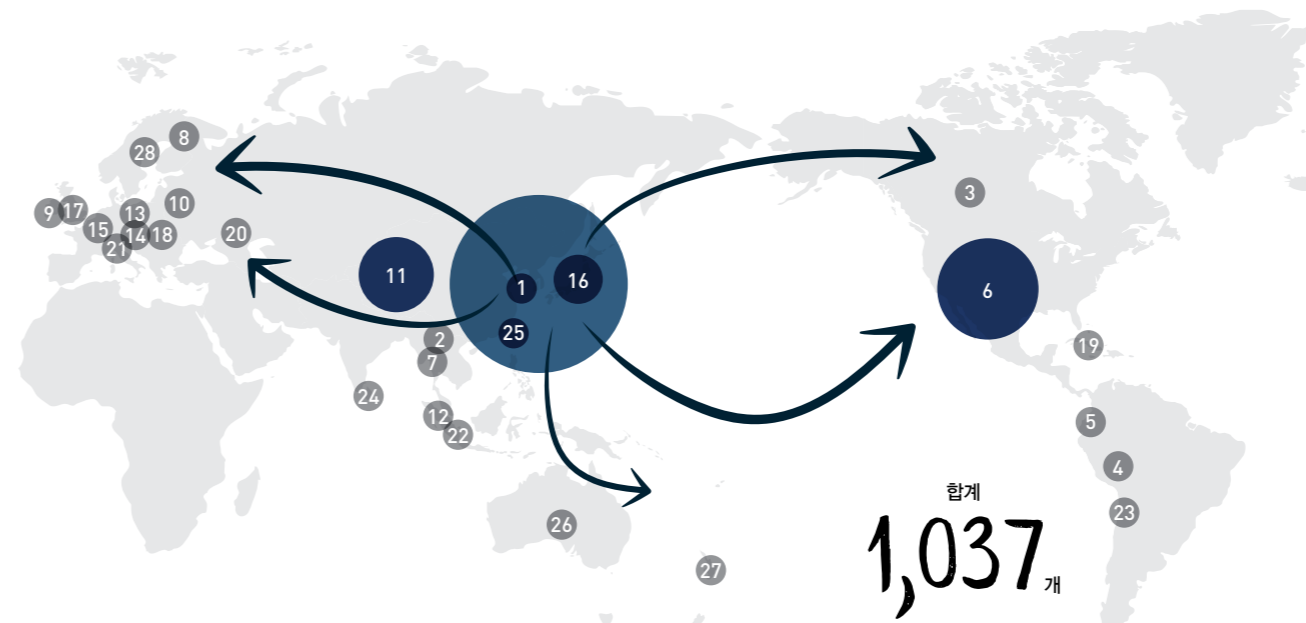
2018년	- 일-생활 균형 대통령 표창 수상(보건복지부, 인구의 날)	2013년	- 가족친화기업 재인증(여성가족부) - 대한민국 사랑받는 기업 '대통령표창'(산업통상자원부)
2016년	- 대전공장 푸른숲 어린이집, 우수 직장 어린이집 인증(보건복지부) - 가족친화 기업인증, 2008년 최초 인증 후 4회 지속적 인증(여성가족부) - 일가양득 및 시간선택제 전환 우수기업 공모전 최우수기업 선정(고용노동부)	2012년	- 최규복님 저출생 및 가족친화 기여로 국민훈장 동백장 수상(보건복지부) - 유한킴벌리 3명 가족친화문화 조성 기여로 장관상 수상(보건복지부) - 김천공장 가족친화 문화 조성 기여로 장관상 수상(보건복지부) - Good Place to Work 제조부문 대상 수상(GWP 코리아)
2015년	- '한국인재경영대상' 수상(한국인사관리학회) - '2015 한국에서 가장 일하기 좋은 기업' Best 30 제조부문 2위, 산업별 생활용품부문 1위(한국능률협회컨설팅) - 지속가능성지수 1위 선정 및 이해관계자가 선정한 사회적책임경영 종합 대상 수상(한국표준협회 & GRI(Global Reporting Initiatives)) - 인간경영대상 사회공헌부문 대상 수상(인간개발연구원)	2011년	- 여성친화적 기업문화 조성으로 서울시 여성상 수상(서울특별시) - 가족친화 우수기업으로 국무총리상 수상(여성가족부) - 가족친화기업인증 연장(여성가족부)
2014년	- 지속가능경영본부장, 가족친화경영 공로로 대통령표창 수훈(여성가족부) - 인력개발워크그룹 여성가족부장관 표창 수훈(서울시)	2008년	- 엄마에게 친근한 일터 인증(유네스코 한국위원회) - 가족친화기업인증 획득(여성가족부)
		2006년	- 가정의 달 '가족친화 공로' 대통령표창 수훈

사람이 희망이다

협력회사

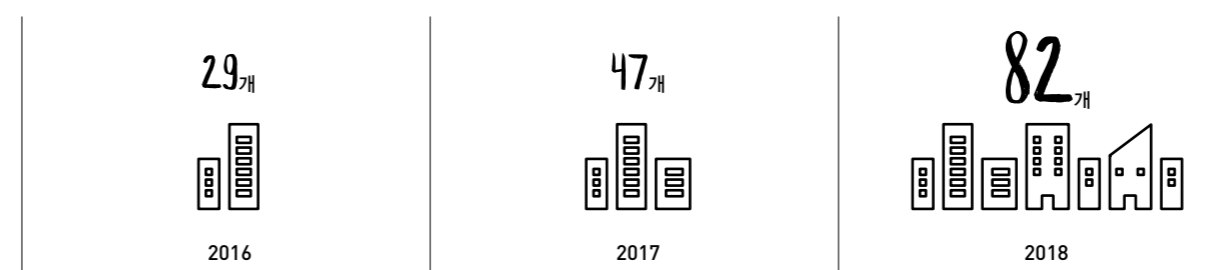
협력회사 수와 형태, 지역분포와 지역구매액 유한킴벌리는 협력회사와 함께 성장해갑니다. 2018년 거래 협력회사 수는 총 1,037사(국내기업 90.5% 차지)입니다. 주로 원재료와 완제품 공급, 유통대리점과 직거래, 광고대행, IT, 금융 등으로 이루어져 있습니다. 국내 협력회사의 72.1%가 수도권에 위치하며, 전체 구매액의 69.7%를 차지합니다. 수도권을 제외한 구매액은 대구·경북 지역(화장지 제조공장 김천공장 위치)이 총 거래액의 14.9%를 차지해 가장 높습니다. 2018년 신규 계약협력회사는 82개 사였습니다.

[그림 3-8] 유한킴벌리 협력회사 지역 분포



국가명(협력회사수)	국가명(협력회사수)	국가명(협력회사수)	국가명(협력회사수)	국가명(협력회사수)	국가명(협력회사수)
1. 한국(938)	6. 미국(23)	11. 중국(15)	16. 일본(7)	21. 이탈리아(6)	26. 호주(3)
2. 홍콩(4)	7. 태국(4)	12. 말레이시아(4)	17. 영국(4)	22. 싱가포르(3)	27. 뉴질랜드(1)
3. 캐나다(2)	8. 핀란드(2)	13. 독일(2)	18. 오스트리아(1)	23. 칠레(1)	28. 스웨덴(1)
4. 페루(1)	9. 아일랜드(1)	14. 스위스(1)	19. 카이만제도(1)	24. 스리랑카(1)	
5. 콜롬비아(1)	10. 체코(1)	15. 네덜란드(1)	20. 루마니아(1)	25. 대만(6)	

[그림 3-9] 신규 계약협력회사 수



유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

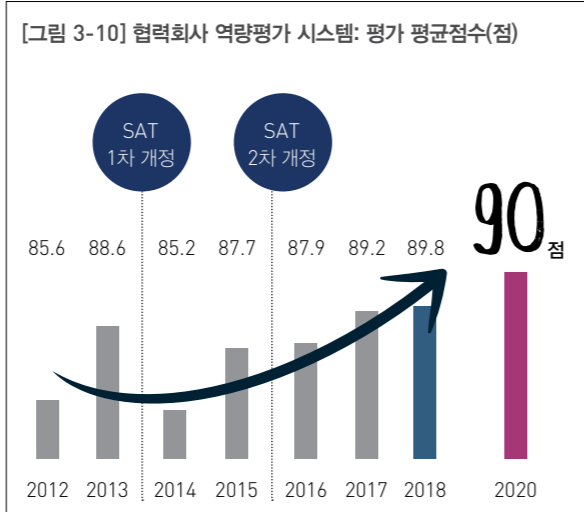
- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

인터넷 통한 제3자 공개입찰 원칙 준수

유한킴벌리는 협력회사를 제조위탁거래의 대상업체로 예정되거나 거래 중인 사업자로서 하도급법에서 규정하는 수급사업자뿐만 아니라 일반적인 수탁사업자로 정의하고, 선정 기준, 절차 및 결과 공개의 원칙을 가지고 운영하고 있습니다. 인터넷을 통한 제3자 공개 입찰 원칙을 준수하고 있습니다. 가격, 품질, 서비스 등 제반 사항 점검 및 분석 기준을 공개하고, 선정 결과를 협력회사 선정일 15일 이내에 서면으로 개별 통지하고 있습니다. 상시 협력회사 등록을 위해 거래를 희망하는 신규업체가 제안을 할 수 있도록 웹사이트를 운영하고 있습니다. 유한킴벌리는 구매절차서(내부통제)에 근거하여 구매를 진행합니다. 발주의뢰 생성 및 승인, 발주의뢰 변경, 구매주문서 발행, 서비스 구매관리, 입고검수, 클레임처리 절차, 공급업체 선정, 매각폐기물 업체 선정, 임가공 신용 한도 관리, 구매 장려금 관리, 공급업체 평가, 계약 관리, 인쇄용 동판제작 구매 및 관리 절차 등을 갖고 있습니다.

공급망 CSR 관리-사회적책임포함한평가시스템운영

유한킴벌리는 주요 협력회사 평가에 매년 사회적, 환경적 성과를 반영(2007년 시작)하고 있습니다. 2012년 사회적 책임분야 평가 비중을 강화했으며, 2017년 부패 관련 서약서를 받는 평가시스템을 추가했습니다. 평가내용은 4장 72개 평가문항이며, 품질경영, 하우스키피ング, 공정능력 외에 사회적 책임(환경시스템, 안전관리, 임금 및 고용, 윤리경영, 보건관리 등)이행 여부를 확인하고 있습니다. 2018년에는 총 70개사를 평가했고, 평균점수는 89.8점으로 전년 대비 0.6점 상승했으며, 안전, 환경, 인권, 사회 분야의 중대사고는 없었습니다.



협력회사에 대한 지속가능경영 관련 지원 유한킴벌리는 전담 조직인 상생경영본부를 통해 협력회사 동반성장 프로그램을 운영하고 있습니다. 상생협력 조직 구축(2002년), 정보시스템 운영(2008년), 전담조직 CP/동반성장팀(2013년) 신설 등을 진행했습니다. 2018년에는 70개사와 공정거래 및 동반성장 협약을 체결했습니다. 또한 협력회사 기술 지원 63건, 기술보호 6건, 인력 지원 16개사 등이 있었습니다. 원부자재 정보 제공, 상생협력펀드 제공 등을 시행하고 있습니다. 2018년에는 총 8회에 걸쳐 34개 업체에서 174명의 협력회사 임직원들을 대상으로 상생아카데미가 개최되었습니다. 현금결제모니터링 시스템을 도입(2014년)해서 운영 중입니다. 유한킴벌리는 1차 협력회사가 현금결제 및 대금지급기일 개선 등의 지원을 받으면 해당 내용대로 2차 협력회사에 적용하도록 안내하고 있습니다.



돌보기 | 4년 연속 동반성장지수 최우수기업 평가

유한킴벌리는 동반성장위원회가 주관하는 동반성장지수 평가에서 4년 연속(2015~2018년) 최고등급인 최우수기업으로 선정되었습니다. 앞으로도 유한킴벌리는 협력회사들과 경제적, 기술적 지원 차원을 넘어 사회적 책임까지 나누는 파트너로 성장하기 위해 노력하겠습니다.

[표 3-8] 동반성장지수 평가

	2015	2016	2017	2018
최우수 등급	최우수 등급	최우수 등급	최우수 등급	최우수 등급

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

유한킴벌리 CEO와 우수협력회사 파트너 간담회 개최 유한킴벌리는 2019년 4월 22일, "2019 우수협력회사 초청간담회"를 가졌습니다. 우수협력회사는 매년 원자재, 상품, 임가공 공급 협력회사들(2019년 기준 총 122개 파트너사)중 실적과 역량평가를 종합 반영해 선정됩니다. 간담회는 2017년부터 매년 우수협력회사를 발굴하고 육성하며, 양사의 경쟁력 강화를 위해 마련하고 있습니다. 2019년 간담회에는 유한킴벌리 CEO와 임직원 11명, 최상위 우수협력회사로 선정된 세림프라스틱, 우일씨앤티, 유유테크, 태성이앤아이, 폴리미래, 한독, 흠팩의 대표가 참석하였습니다.

[그림 3-11] 유한킴벌리 2018년 동반성장 성과

협력회사 금융 지원

상생협력펀드 운용 170억원 (IBK기업은행과 함께 운용)

협력회사 소통 강화

우수 협력회사 간담회, 월간 뉴스레터 등

매출 및 경쟁력 향상 지원

해외 제품 전시회 참가 지원 (해외시장 개척기여)
협력회사 수출 지원(3개사, 121.7억원 매출 증가 기여)

표준하도급계약서 사용 권장

협력회사들에게 1~2차 협력회사 간에도 공정거래위원회 표준하도급계약서 사용 권장. 공정거래위원회의 추진 정책 등을 안내함으로써 동반성장 문화확산을 위해 노력

기술, 품질 개선 지원

기술 지원 63건, 기술 보호 6건

현금결제모니터링 시스템 운영

정부의 대·중소기업 동반성장 계획에 참여하여 2014년 12월부터 현금결제모니터링 시스템을 도입해 운영 중입니다. 2018년에 1차 협력회사 29개사와 2차 협력회사 309개사가 참여했습니다. 1차 협력회사가 유한킴벌리로부터 현금결제 및 대금지급기일 개선 등의 지원을 받은 경우, 그 내용대로 2차 협력회사에 적용하도록 안내하고 있습니다.



협력회사 지속경영 직간접 지원

- 교육·훈련 지원**
협력회사 2018년 교육훈련 계획(상생아카데미) 수립 후 경기도경제과학진흥원에 교육을 위탁하여 2018년(4~10월) 총 8차에 걸쳐 협약사 22개사(75명), 비협약사 12개사(99명) 교육 진행(연간 교육비 13.5백만원). 별도 교육이 필요한 협력회사는 내부전문강사가 현장 훈련(CBD Korea - 110명)
- 협력회사 제조환경의 청결도 개선을 위한 방충·방역 작업 등의 지원**
협력회사 제조공정 중 해충 유입으로 인한 치명적인 품질이슈 사전예방 지원 방충·방역 전문회사인 세스코와 용역계약을 체결하여 11개 협력회사에 2018년 12월까지 총 1,200만원의 방충·방역 비용 지원
- 협력회사와 품질파트너십 회의체 운영**
협력회사 제품품질, 소비자불만 개선 위해 유한킴벌리 전문기술 인력과 협력회사의 품질 및 생산인력 간의 정기적 회의체(매월) 운영
* 지원협력회사: 유씨엘, 워노바, 다린, 영진팩, 부국 T&C, 아플로산업 외
- 협력회사 경쟁력강화를 위한 종합진단시스템 운영 및 정보 제공**
매년 정기적으로 종합적인 경영진단 진행. 협력회사의 잠재적 위험요소를 발굴, 개선할 수 있도록 객관적인 평가결과를 제공. 지속적인 개선을 위한 경영 및 기술 컨설팅 진행



사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

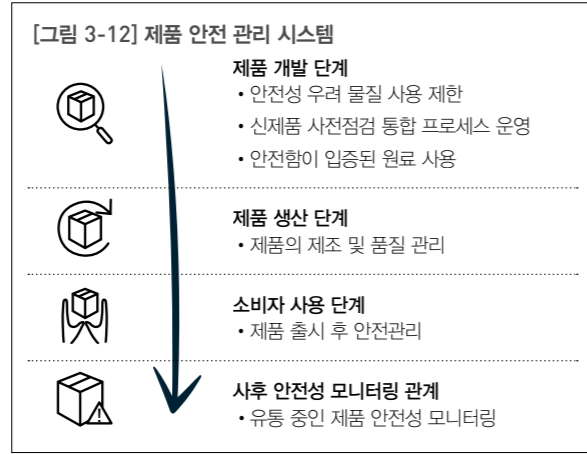
- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

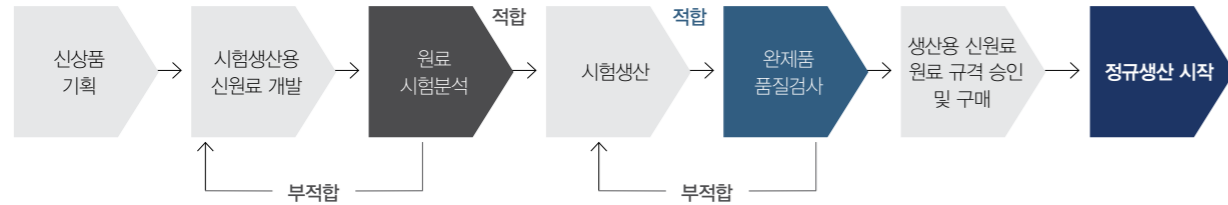
- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록



소비자 제품 안전 관리 프로세스 유한킴벌리는 안전과 윤리를 최우선 가치로 삼고 있습니다. 제품 안전 정책을 적극 공개하고 있으며, 제품 원료부터 제품 출시까지 제품 안전 관리 시스템을 통하여 관리하고 있습니다. 국내법 준수는 기본이며, 사전안전성 검토, 킴벌리클라크의 사전안전성 평가(Global Product Safety 전문가 검증) 등을 진행하고 있습니다. 제품 안전과 품질 관리를 위해 전담부서를 두고 있으며, R&E, 품질, 안전, 제조, 고객만족 관련 부서들이 협업하고 있습니다.



[그림 3-13] 사전원료 검증 강화 프로세스



안전한 원료 사용과 안전성 통합 검토 유한킴벌리는 사전 예방 활동으로 신제품의 안전성과 법규적합성, 사회 잠재 이슈까지 사전 통합 점검하는 프로세스를 가동하고 있습니다. 원료 사용 가이드라인(2014년)을 도입한 이래 제품원료 정보 데이터 베이스를 구축해 체계적 관리를 하고 있습니다. 자발적으로 안전성 우려 물질 74종을 지정해서 제품 개발 단계부터 원료 안전성을 확보하고 있습니다. 2017년 1월에는 물티슈의 자발적 회수 이후 원료 안전 규격(제품 제조에 사용되는 부직포, 고분자흡수체, 접착제, 포장재 등 총 17개)을 마련하였습니다. 2018년에 원료 사용 가이드라인 등을 토대로 총 623건(인허가 등록 331건, 제품과 원료의 안전성 검토 등 10건 패키지 검토 282건)에 대한 사전 점검을 완료하였습니다. 참고로 좋은느낌 유기농순면커버 생리대, 라네이치 생리대 등 유기농순면커버를 사용한 생리대 제품의 경우, 유럽의 컨트롤유니온으로부터 OCS(Organic Content Standard) 100 인증을 받은 유기농 순면만을 사용하고 있으며, 원료의 흐름 및 최종 제품의 함유량을 검증받고 있습니다.

[표 3-9] 제품 안전성과 사전 법규

구분	단위	2014	2015	2016	2017	2018
안전성과 법규 검토건수	건	147	175	234	216	623
안전성 우려물질 관리	종	59	59	74	74	74

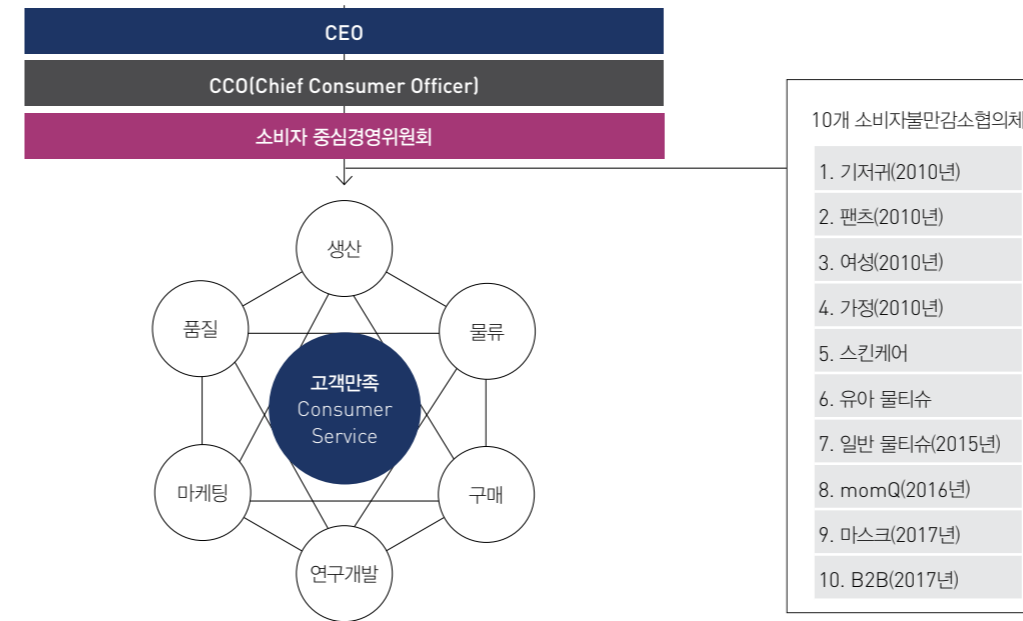
☞ 제품 안전 정책 <http://www.yuhan-kimberly.co.kr/Product/Develop>

올바른 고객안전 정보 제공_ 성분 공개 등 선제적 실천 유한킴벌리는 소비자의 알 권리를 존중하여 2016년부터 웹사이트에서 생리대 전 성분을 공개하고 있습니다. 2017년 생리대 휘발성 화합물(VOC) 이슈에 대한 소비자 불안 감 해소를 위해 학계, 정부, 관련 기업 등과 국제신포지엄(‘생활화학용품 안전성 관련 화학물질 이해와 대처법’)에 참여해 올바른 화학물질 정보 제공에 앞장섰습니다.

사람이 희망이다

소비자 불만처리 프로세스, 전문 상담채널 운영 유한킴벌리는 소비자의 상담과 불만을 처리하는 전담 조직인 고객만족본부와 소비자 전문상담 채널인 전문 통합고객지원센터를 운영 중입니다. 전화, 웹, 채팅 등의 상담채널을 갖추고 있으며, 시니어고객 텔레마케팅과 B2B고객 상담도 실시하고 있습니다. 2018년에는 7개 상담부문(고객지원, 맘큐, 하기사선물대잔치, 시니어 인포머셜, 프로페셔널, 유니레버, 베이비 페어 등)을 통합 운영하고 있습니다. 소비자 정보 제공 채널로 기업사이트, 통합브랜드사이트(2015년 2월 오픈), 맞춤육아정보쇼핑몰(Huggies MomQ)을 운영하고 있습니다.

[그림 3-14] 소비자 중심경영 조직



돋보기 | 소비자 제품 이슈와 대응

2018년에 라돈 검출, 소비자원 냄새 조사 등의 사회적 이슈가 있었습니다. 또한 베이비 면봉 제품 표시사항 위반 등의 회사 관련 이슈도 발생했습니다. 이에 대해 적극적 소통과 개선 노력을 진행했습니다.

주요 이슈	타사 제품 라돈 검출과 미디어보도 따른 고객 안전성 문의	베이비 면봉 제품 표시사항 위반
시기	2018년 10월	2018년 11월
유한킴벌리 대응	유한킴벌리는 라돈 우려물질을 사용하고 있지 않습니다. 문의 고객들을 위해 통합고객지원센터 상담 요원을 투입해서 라돈 우려물질을 사용하지 않음을 알렸습니다. 재점검 차원에서 제품 조사를 진행했으며, 법적 문제는 없으나 원부자재 고유 냄새 저감 활동을 하였습니다.	유한킴벌리는 더블하트 베이비 면봉을 자진 회수했으며, 제품 표시를 개선했습니다.
소통 채널과 건수	통합고객지원센터, 81건	통합고객지원센터, 637건

•유해성(Hazard) 화학물질의 독성 등 사람의 건강이나 환경에 좋지 아니한 영향을 미치는 화학물질 고유의 성질
 •위해성(Risk) 유해한 화학물질이 노출되는 경우 사람의 건강이나 환경에 피해를 줄 수 있는 정도. 위해성=유해성X노출량
 •휘발성유기화합물(VOCs, Volatile Organic Compounds) 유기화합물 중 휘발성 있는 물질. 쉽게 증발하는 유기화합물. 벤젠, 톨루엔, 아세톤, 포름알데히드를 비롯한 수백 종의 유기 화합물. 나무에서 나오는 피톤치드같은 자연적 방출물질, 세탁소, 주유소, 각종 운송수단의 배기가스 등 인위적 배출원으로 나누어집니다.
 * 참고로, 2018년 8월에 유한킴벌리는 인증취소 사유가 발생되어 소비자 중심경영인증이 취소되었습니다. 그러나 유한킴벌리는 자발적인 소비자 중심 경영체제를 발전시키기 위해 노력하고 있습니다.

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한 유한킴벌리 3대 방향

비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

소비자 불만 감소 노력_13년 만에 연간 불만수 절대 감소 2018년에 지속적인 전사적 목표관리를 통해 연간 소비자 불만을 감소시키는 성과를 거두었습니다. 2018년 연 2회 소비자 중심경영위원회를 개최했으며, 10개의 제품군별 소비자불만감소협의체를 통해 제품과 서비스의 품질관리 수준을 강화한 결과입니다. 또한 고객니즈를 파악하기 위해 통합고객케어시스템을 통해 상담부문 정보를 통합 관리하고 있으며, 지속적으로 디지털라이제이션을 진행해 왔습니다. 모바일 채팅상담 솔루션, 임직원 소비자불만 대쉬보드, 소셜 리스닝 분석 시스템 등이 대표적인 소통 개선 내용입니다. 온라인과 오프라인 소통채널로 수집된 고객의 소리(Voice of Customer, VOC)를 품질개선, 제품 개발, 마케팅, 서비스 개선 등에 활용하고 있습니다. 참고로 유한킴벌리는 2015년부터 소월마영(소비자 중심의 월드 베스트 마케팅 영업회사)을 경영키워드로 삼고, 적극적으로 소비자 중심경영을 수행하고 있습니다.

소비자 불만 감소 활동 유한킴벌리는 고객만족본부, 품질본부, 교육워크그룹과 협업하여 2018년 제조부문 사원의 소비자불만감소 협업프로그램(Winning Quality, 2016년부터 시작)을 운영했습니다. 이를 통해 제조부문 사원들은 1일 고객 상담 체합(26명 참여), 제품 서비스 개선 토크콘서트(상담사, 마케팅, 제품 개발본부 담당자 28명 참여), 통합고객상담센터의 상담사들의 제조현장 방문(총 4회, 23명 참여)을 진행해서 제품불만을 줄이는데 필요한 활동을 실시했습니다. 그 외에도 총 4,612명의 고객(1년 이내 제품 불만 고객 중 선발)에게 신제품 사용 경험을 제공해 고객만족 소통을 강화했습니다. 유한킴벌리는 고객만족도를 핵심 성과지표(KPI)로 설정하여 관리합니다. 2017년에 모바일 고객만족도 조사 방식을 도입하여 실시간 고객의 니즈를 파악해 서비스 개선에 활용하고 있습니다. 2018년 고객만족도 점수는 전년 대비 2.7점 상승하였습니다.

[표 3-10] 통합고객지원센터 고객 소통 현황

구분	단위	2016	2017	2018	
고객 상담 현황	서비스상담	건수	169,861	135,315	154,778
	제품상담	건수	20,164	96,465	14,535
	소계	건수	190,025	231,780	169,313
고객 만족도 활동	불만 고객 만족도 향상 활동	명	2,800	3,138	4,612
	고객만족도	점	91.1	86.0	88.7

2018년 위생용품관리법 시행 따른 반영 위생용품관리법(2018년 4월 1일자)이 시행되면서 기저귀, 화장지 등이 위생용품으로 변경되었습니다. 유한킴벌리는 위생용품 TFT를 조직해서 법 시행 이전에 법규 설명회, 패키지과 브랜드 페이지 등 점검을 완료했고, 안전기준과 표시기제를 진행했습니다. 2018년 10월 의약외품의 전 성분 표기 의무화에 따라 여성용품, 마스크, 손소독제 등을 적용했으며, 2020년 4월까지 위생용품관리법 시행 제품(기저귀, 화장지, 키친타올 등)도 표시를 앞당겨 적용 완료하였습니다. 유한킴벌리는 앞으로도 정부 및 산업계와 협력하여 올바른 정보 제공 역할에 최선을 다하겠습니다.

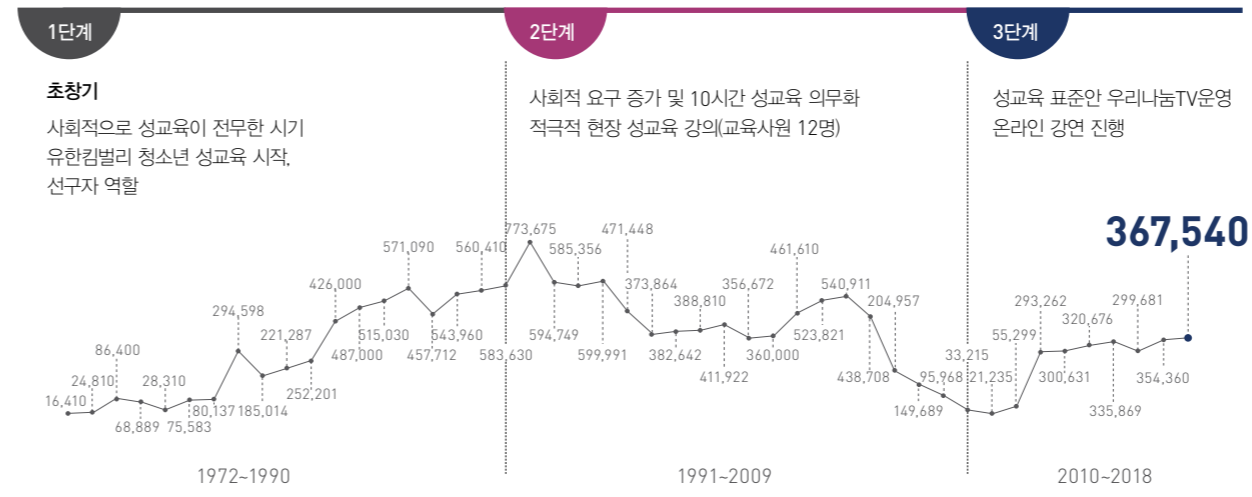
소비자 교육_47년 동안 월경 교육 통해 몸의 긍정적 인식 개선 유한킴벌리는 1971년 생리대 출시 이후 청소년들에게 초경의 이해와 생리대 사용법, 남성과 여성의 몸에 대한 올바른 이해를 돕는 콘텐츠를 개발해 소비자 교육을 시작했습니다. 2010년대는 온라인 플랫폼에서 청소년 월경 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 2018년에 월경 정보 접근성이 좋은 블로그 형태로 '우리월경해(줄임말 우월해)!'를 새롭게 열었고, 또 다른 블로그 '우리는, 생리하는 중입니다(줄임말 우생중)'를 통해 보다 전문적인 여성 생리 건강정보를 제공하고 있습니다. 특히 '생리'라는 표현 대신 '월경'이라는 표현을 쓰기 시작했고, 초경의 이해를 돕기 위해 학생용과 학부모 멘토용 책자를 발행했습니다.

사람이 희망이다

2018년에 초중고 학생 367,540명이 유한킴벌리의 월경교육 콘텐츠를 활용했고, 1972년부터 2018년까지 누적된 참여 인원은 15,665,842명입니다.

- ☑ 초경교육 블로그 우리월경해(우월해) <https://blog.naver.com/ourperiodwithyk>,
- ☑ 여성 생리정보 블로그 우리는, 생리하는 중입니다(우생중) https://blog.naver.com/yk_onperiod

[그림 3-15] 월경교육 참여 현황(1971~2018년)(명)



우리나눔TV 채널 혁신 통해 육아 소비자 교육 강화

유한킴벌리는 2010년대부터 온라인 플랫폼(우리나눔TV)을 만들어 청소년 월경교육과 함께 저출생 시대에 '육아포럼'을 개설해 육아에 어려움을 겪는 부모들을 위해 실시간 육아 및 다양한 제품정보를 알리는 소비자 교육을 진행해 왔습니다. 이후 2018년에 기존의 온라인 소비자 교육 플랫폼인 우리나눔TV 채널을 혁신했습니다. 총 100회 이상의 경험을 가진 육아정보 제공 강연사이트 육아포럼은 블로그로 새롭게 정비되어 강연을 통해 육아의 다양한 관점을 제공했습니다. 2018년부터는 자사몰인 맘큐를 이용하는 소비자들을 위한 소비자 교육을 진행하고 있습니다.

[표 3-11] 소비자 교육 인원(명)

구분	2016	2017	2018	
소비자 교육_육아포럼	14,738	13,241	23,091	
청소년 대상	초등 교육	101,148	72,930	100,100
	중등 교육	103,938	149,850	145,040
	고등 교육	93,968	131,580	122,400
합계	299,681	354,360	367,540	
누적(1972~)	14,897,617	15,265,211	15,655,842	

* 2017년 소비자 교육인원 바로 잡습니다.



유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

정보보호

고객의 정보보호 및 관리 인증 유한킴벌리는 개인정보 보호법과 정보통신망법을 준수하고 있습니다. 유한킴벌리는 인터넷내에 내부 개인정보처리방침을 상시 게재하고 있으며, 정보보호 교육 및 점검계획서에 근거해 관리하고 있습니다. 2018년에 정보보호관리체계인증(ISMS, 한국통신기술의 심사, 한국인터넷진흥원 심의)을 받았습니 다. 인증을 통해 온라인 유아동전자상거래 운영 서비스(맘큐)를 안정되게 관리하고 있습니다. 2018년 1월부터는 통합고객지원센터에서 수집된 고객의 개인정보가 시스템 내 자동처리 되도록 프로세스를 개발하여 적용하고 있 습니다. 2019년 4월에는 사전위험 평가를 통해 위험요소를 발견해서 조치하는 등 지속적으로 정보의 보안성, 안 정성, 체계적인 통합관리 등을 위해 노력하고 있습니다. **(2019년 이해관계자조사 중대토픽 2위: 개인정보 보호)**

서버 보안 월 1회 업데이트 유한킴벌리는 각종 업무 프로그램 및 보안강화, 정보보호를 위해 IT헬프데스크를 운영 하고 있습니다. 마이크로소프트에서 제공하는 최신 보안패치를 매월 적용하여 서버의 취약점을 보완하고 성능을 최신회하고 있습니다. 2017년부터 분기별 1회 업데이트에서 월 1회로 강화하였습니다.(2017~2019년 5월, 누적 총 29회 실시)

[그림 3-16] 정기점검 서버 보안 관리 대상

보안 관리 대상 시스템	상세 내용
통합EDI시스템	유통사 주문 SAP연동 시스템
수출입EDI시스템	수출입 통관/환급 업무처리 시스템 [Electronic Data Interchange]
통합상담시스템	통합비즈니스(CS, 맘큐, 시니어, B2C, B2B)고객(문의, 불만) 상담접수/처리시스템
캠프(KCAMP)시스템	사내 전자결재 및 영업지식 관리 시스템
IHB시스템	평랭킹 시스템
OSP시스템	세일 포스캐스팅(Sales forecasting) 업무 시스템 [One sales plan]
인트라넷	내부 회사 포털 인트라넷
제안관리시스템	김천 공장전용 업무 개선 제안
MCMS시스템	베어링 진동 모니터링 시스템



돋보기 | 정보보호 관리체계(ISMS) 획득_ 유한킴벌리 온라인 유아동 전자상거래 서비스 운영(맘큐) 인증 획득

유한킴벌리는 한국통신기술의 심사와 한국정보보호진흥원 심의를 거쳐 정보관리체계 인증서를 획득하였습니다. 정보보호관리체계는 기업이 각종 위험으로부터 정보자산을 보호하기 위한 모든 활동을 관리하는 종합적인 보안체계 인증입니다. 인증 획득에 따라 유한킴벌리의 맘큐서비스는 보안성, 안정성, 체계적인 통합관리 및 신뢰도를 대내외적으로 인정받게 되었습니다. (인증기간: 2018년 2월 23일 - 2021년 2월 22일)



사람이 희망이다

개인정보 보호 책임자 지정 유한킴벌리는 개인정보 처리에 관한 업무를 총괄해서 책임지고, 개인정보 처리와 관련 한 정보주체의 불만처리 및 피해구제 등을 위하여 개인정보 보호책임자를 지정하고 있습니다. 웹사이트 하단에 개 인정보 보호책임자를 게시하고 있습니다.

개인정보 보호 책임자 최성택/윤리법무본부/02-6411-0507	개인정보 보호 담당자 정다은/윤리법무본부/02-6411-0512
--	--

[표 3-12] 개인정보 보호 교육 실시

분류	임직원 정보보호 인식 제고 교육	외부직원 정보보호 교육	IT 및 정보교육 직무자 심화 교육
교육 대상	전 임직원	외부직원	IT 및 정보교육 직무자
교육 이행 시기	2018년 7~9월	상시	2018년 5월
주관부서	디지털엑셀런스본부/윤리법무본부/인력개발본부	디지털엑셀런스본부/각 부서	디지털엑셀런스본부
교육방법	온라인 교육 및 내부 집합 교육	자체 교육	집합 교육
교육내용	개인정보 보호법, 정보통신망법 등, 정보보호 관련 법규 이해	보안통제확인서 작성	IT 보안 동향
	개인정보를 보호하는 방법 및 주의사항 등	문서관리 보안 등	최신 주요 보안 취약성 및 해결방안 등

CYBER CLEAN WEEK 실시 전사 정보보호에 대한 인식을 제고하고, 사용자 입장에서 필요한 정보보호 조치를 수 행하기 위해, 문서와 PC보안용 CYBER CLEAN WEEK 체크리스트를 활용하고, 분기 1회 CYBER CLEAN WEEK 을 실시하고 있습니다(2018년 1월/4월/7월/10월 실시).

지속적 지침 보완 및 관리 2018년 6월, 정보보호조직운영과 자산분류 적합성, 최신 법률을 반영하여 개인정보관리 지침 등을 개정하였고, 사원들에게 공지하였습니다.

K-C 모바일 보안정책 변경안내 2019년 2월, 회사 이메일/일정/연락처/앱을 사용하고 있는 개인/법인 모바일에 대 한 보안정책이 강화되어 사원들에게 인트라넷을 통하여 안내하였습니다.

[그림 3-17] 개인정보 안전성 확보를 위한 노력

1. 관리적 조치	2. 기술적 조치	3. 물리적 조치
내부관리계획 수립 및 시행 정기적 직원 교육 등	개인정보처리시스템 등의 접근권한 관리, 접근통제시스템 설치, 고유식별정보 등의 암호화, 보안프로그램	서버실, 자료보관실 등의 접근 통제



돋보기 | 유한킴벌리의 개인정보관리 목록들은 어떤 것이 있나?

정보보안 관련 인증서, 개인정보 내부관리계획서, 개인정보처리방침, 네트워크 구성도 및 개인정보처리시스템 구성도, 보안장비 제품명, 침입 탐지 및 침입차단시스템 라이선스, 개인정보 위탁/제휴업체 및 제3자 제공업체 목록 및 계약서, 개인정보 취급자 전체 명단 및 접근권한 부 여·말소 대장, 오프라인 개인정보 수집 서류(회원가입, 계약서 등), 개인정보처리시스템 별 접속기록(최근 6개월)/권한변경기록(최근 5년), 방 화벽/웹서버 등 접속기록, 개인정보 보관DB ERD(Entity Relationship Diagram) 및 테이블 상세 설명서 등

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

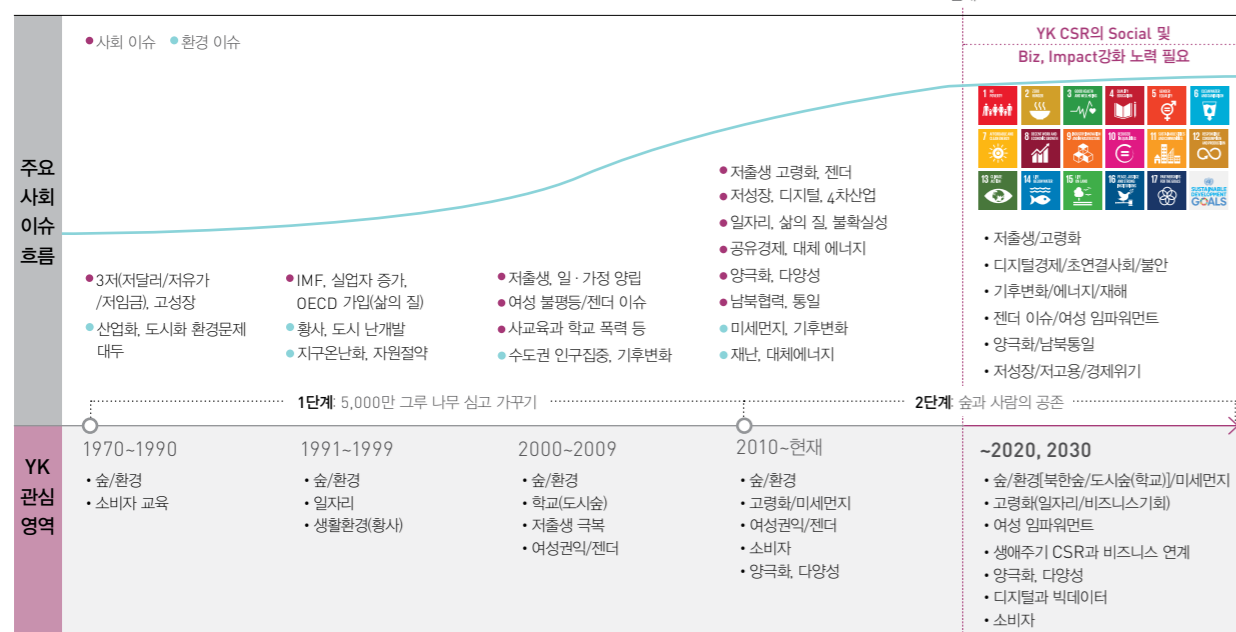
- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

지역사회

35년 동안 **53,208,365** 그루를 심고 숲 가꾸기 활동

숲·환경보호, 여성, 시니어, 기부와 자원봉사 등 4대 사회책임 활동 주력 유한킴벌리는 책임과 공헌을 핵심가치로 삼아 숲·환경보호, 여성, 시니어, 기부·봉사 등에서 사회책임 활동을 실천하고 있습니다. 특히 사회 문제의 공동해결에 초점을 맞추고 있습니다. 1970년대에 소비자 교육을 시작한 이래 1980년대에 산업화·도시화로 인한 환경문제 해결을 위해 우리강산푸르게푸르게 캠페인을 시작했고, 1990년대 후반에는 황사, 지구온난화 등을 해결하기 위해 도시숲과 미래숲 운동으로 진화시켜 왔습니다. 2000년대에는 저출생 문제와 여성인권과 관련해 가족친화, 성평등, 여성 리더십 증진 활동을 시작했으며, 2010년대부터는 일자리, 고령화, 미세먼지 등과 연계된 사회책임 활동을 개발해 실천하고 있습니다.

[그림 3-18] 사회적 아젠다 변화 과정과 유한킴벌리 사회책임 활동의 전개



[표 3-13] 유한킴벌리 숫자로 보는 사회책임 활동 주요 성과

구분	단위	2015	2016	2017	2018	누적 기여	
숲환경	숲환경보호 캠페인(디지털 소통)	명	10,185	13,165	28,947	71,471	126,907(2015~)
	숲 가꾸기 관리면적(육림기준)*	m ²	1,000,000	1,911,300	1,574,000	1,809,000	6,294,300(2015~)
	나무심기수	그루	326,880	671,757	640,300	769,361	2,408,298(2015~)
	자원봉사 참여	명	-	2,509	2,183	4,361	9,421(2015~)
	신혼부부 나무심기	명	600	600	650	650	21,444(1985~)
시니어	청소년 숲환경 교육(그린 캠프)	명	120	110	98	98	4,485(1988~)
	시니어_산촌학교	명	-	79	78	80	237(2016~)
	시니어_일자리 창출	개	54	127	147	168	678(2002~)
여성	NGO여성 리더십 교육	명	72	70	36	70	737(2007~)
	신혼부부_생명사랑학교	명	166	180	288	304	1,964(2009~)
	저소득층 여성 생리대 기부	명	-	699,786	13,888	10,393	724,067(2016~)
기부와 자원봉사	불우시니어 돕기 월정금 1% 기부	명	1,277	877	1,042	1,040	4,236(2015~)
	성평등 사회 조성_사원 기부 릴레이	명	793	861	1,253	1,211	6,454(2005~)
	불우아동 돕기 희망뱅크 기저귀 기부	Bag	7,831	8,075	5,679	5,289	39,883(2012~)
소비자	소비자 교육 육아포럼	명	11,952	14,738	13,234	23,091	98,239(2011~)
	소비자 교육 청소년 월경 교육	명	323,917	299,681	354,360	367,540	15,557,603(1972~)

* 숲 가꾸기 관리면적은 몽골, 국내육림 기준입니다.(2015년~)

사람이 희망이다

1. 숲·환경보호_우리강산푸르게푸르게 캠페인

유한킴벌리는 숲·환경 보호를 를 위해 어떤 노력을 해왔는가? 유한킴벌리는 1984년에 시작해서 기업의 대표적 숲·환경 캠페인으로 우리강산푸르게푸르게 캠페인을 성장시켜 왔습니다. 1단계 30년은 한국 국민의 수에 맞는 5천만 그루의 나무를 심고 가꾸는 조림과 육림의 시대였습니다. 2단계는 '숲과 사람의 공존'을 위한 모델을 만들기 위해 사회와 협력하고 있습니다. 2018년은 청소년들의 숲·환경 체험 프로그램인 그린캠프를 개최한 지 30주년을 맞는 의미 있는 해였습니다.

[표 3-14] 우리강산푸르게푸르게 주요 프로젝트와 프로그램

분류	주요 내용	2018년 성과	누적 성과
3대 프로젝트	미래숲 (1999~2018년) 북한숲 1단계(1999~2008년) 1999년 북한지역에 모목, 비료 등 지원, 금강산 양묘장 건설, 2001년 평양 묘목장 건설, 2005~2008년 금강산 등에서 신혼부부 나무심기(총 4회) 북한숲 2단계(2009~2019년) 미래 북측 황폐지 복구 위해 2017년 화천에 양묘센터 설치	양묘센터 첫 출하 모목 수 360,000본 민북군사지역 소나무/쉬나무 묘목 식수 27,000그루	금강산 조림 및 육림 13,009,150 그루 시민 참여자 수 626명
	몽골숲 1단계(2003~2014년) 러시아 국경지대인 토진나르스자연보호지역 3,250ha에 약 1천만 그루 나무심기 몽골숲 2단계(2015~2020년) 숲 가꾸기 600ha 실시, 전방대 설치 및 탐방교육장 조성	숲 가꾸기 산림면적 100ha 지역 장학금 전달 2명 전방대 설치 및 탐방로 정비	몽골숲 조림 및 육림 11,331,600그루 (2003~2018년), 지역사회 장학생 8명 (2015~2018년)
	도시숲 (1998~2018년) 자연친화적 사회 대안 제시 수도권 등 인구밀도 높고 도시화로 환경문제 심한 도시에 작은숲 확장을 주도하는 숲 운동, 1998년 학교숲 조성, 2003년 서울숲 조성 시작, 남산, 한강숲으로 확장 중	한강 인덱스 가든 3차 완성(2016~2018년) 숲 가꾸기 조림면적 0.2ha 숲 가꾸기 나무 661그루 시민참여 267명	학교숲 735개교 조성 한강 인덱스 가든 조성 면적 총 8,000㎡, 약 160톤의 탄소상쇄효과
	공존숲 (2015~2018년) 지역사회 모델숲 제시 국·공유지에 지역 산림서비스 모델숲(탄소상쇄 효과, 사회적 일자리, 그린친 등) 등을 포함한 대안 숲모델 개발 위해 시작 김천숲 공동산림사업협약(2015~2016년) 대전숲 공동산림사업협약(2015~2016년)	숲 가꾸기 산림면적 81ha 숲 가꾸기 조림면적 2ha 숲 가꾸기 나무 8,000그루 시민참여 300명	공존숲 숲 가꾸기 산림 면적 210ha 숲 자원봉사 참여자 수 4,361명(2018년) 공존숲 조림 그루 수 29,100그루
참여 프로그램	신혼부부 나무심기 (1985~2018년) 나무심기 체험 제공 매년 봄, 신혼부부들에게 국유림에 나무 심는 기회 통해 환경보호 의식 확산 5개년(2017~2021년) 계획으로 신혼부부숲(경기도 화성시 국유지, 14만㎡) 조성 중 숲체험 캠프 (1988~2018년) 청소년 숲체험 교육 여고생 대상 숲체험 캠프 1988년부터 매년 개최 [주요평가] '필드스터디' 개념 도입, 환경부 환경교육인증프로그램, 산림청 산림교육프로그램 인증 아름다운 숲 발굴 (2000~2018년) 보전해야할 한국의 숲 발굴 2000년부터 매년 전국의 숲을 심사해 선정 시니어산촌학교 (2016~2018년) 고령시대 시니어 숲 교육 기회 제공 귀산촌 교육을 통해 숲에서 시니어들의 새로운 삶의 대안을 모색	신혼부부(446명) 포함 사회리더, 및 관계자 등 650명 참여 전나무, 산뿔나무 등 식수 8,000그루 제50회 강원도 청태산휴양림 4일간 개최, 여고생 98명, 대학생 자원봉사자 10명, 대학생 체험단 26명 2018년 숲 발굴 7곳 연 2회 개최, 총 80명 교육 수료 (제5기, 제6기 운영)	신혼부부 참여자 수 21,444명(1985~2018년) 30년 동안 총 50회 개최, 캠프 여고생 참여자 수 4,485명(1988~2018년) 아름다운 국내숲 발굴 252곳 귀산촌 교육 시니어 수료자 수 237명

* 우리강산푸르게푸르게 주요 파트너십-시민단체인 시민법인 생명숲, 평화의숲, 동북아산림포럼, 서울그린트러스트와 산림청이 협력하고 있습니다.

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

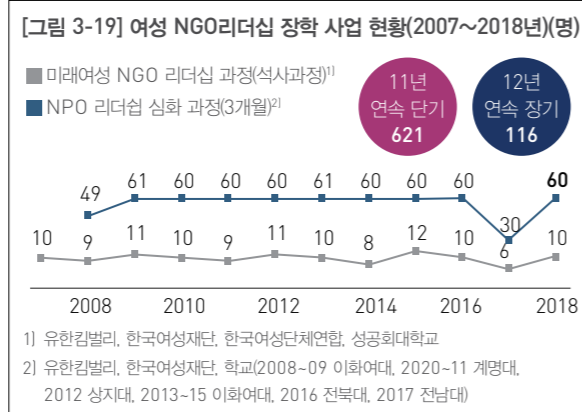
부록

- 제3차 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

2. 여성_인권과 역량 증진 사회책임 활동

유한킴벌리는 여성을 위해 어떠한 노력을 해왔는가?

한국 사회는 아직도 성평등 지수가 낮습니다. 유한킴벌리는 여성용품제조회사로서 평등하고 공정한 사회, 여성들의 인권 보호와 성장, 사회 인식 변화를 위해 노력해 왔습니다. 이를 위해 제품과 서비스를 제공하는 한편 여성들의 보다 나은 삶과 인권보호를 위해 평생학습 기회와 생리대를 지원하고 있습니다. 2018년은 저출생 극복의 해법을 찾고자 시작한 생명사랑 신혼부부 소통 프로그램이 10주년을 맞는 의미 있는 해였습니다.

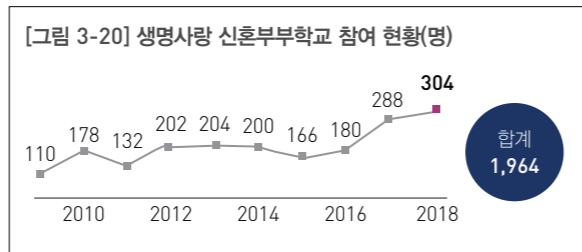


NGO 여성들에게 젠더 관점과 리더십 역량 증진(2007~2018년) 유한킴벌리의 대표적인 여성 리더십 증진 프로그램은 시민단체에서 활동하는 여성 활동가를 위한 장학사업입니다.

여성재단-여성단체-학교-기업의 협업모델을 통해 지난 10여 년 이상(단기와 장기 2개 리더십 과정 개설) 평생학습 기회를 제공해왔습니다. 이를 통해 2007년부터 2018년까지 총 737명이 참여해 성평등 사회조성 역량을 강화할 기회를 갖게 되었습니다. 2018년에는 장기 10명(성공회대학교), 단기 60명(이화여자대학교)에게 학습할 기회를 제공했습니다.

신혼부부들에게 가족 내 성평등 의식 제고(2009~2018년) 유한킴벌리는 10년째 생명사랑 신혼부부 소통

학교를 서울 YWCA와 공동 진행하고 있습니다. 이 프로그램은 저출생 시대에 신혼부부들에게 가족과 생명의 소중함과 가족 내 성평등 의식을 증진하고자 차이를 인정하고 배려하도록 기획되어 있습니다. 2018년 참여자는 304명이었습니다.(총 누적 참여 1,964명, 총 23회 개최) 2018년에는 특별히 신혼부부학교 프로그램이 10주년을 맞이해서 그동안의 경험을 바탕으로 저출생의 해법을 제안하는 한편, 조사와 기념책자를 발간하였습니다.



인권보호 위해 저소득 청소년에게 생리대 기부(2016~2018년) 유한킴벌리는 2016년부터 매년 경제적으로 어려운

청소년들을 위해 생리대를 기부하고 있습니다. 지난 3년 동안 396만 패드(2016년 150만, 2017년 100만, 2018년 146만)를 전달했습니다. 특히 2018년부터는 이커머스 채널인 11번가를 통해 '힘내라 딸들이' 캠페인 페이지에서 소비자 구매 생리대 수량만큼 자동 기부되는 소비자 참여 모델을 만들기도 했습니다. 기탁된 생리대는 전국 읍·면 소재 지역아동센터, 학교사회복지사를 통해 '초경교육 책자'와 함께 도움이 필요한 청소년들에게 전달되었습니다.

[표 3-15] 유한킴벌리 생리대 기부 현황(2016~2018년)

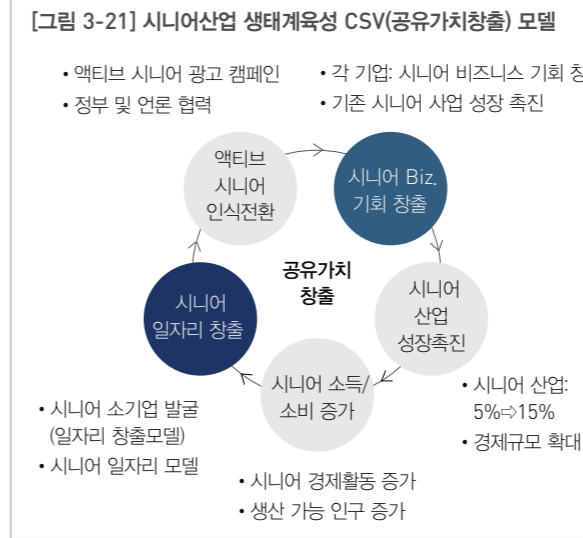
구분	2016	2017	2018
지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> 한국여성재단, 교육청 3자 간 협업 전국 학교에 생리대 전달 서울시약사회 기부: 기출 청소년용 	<ul style="list-style-type: none"> 한국여성재단 생리대 기부 전국지역아동센터협의회 통해 아동센터 배부 '힘내라 딸들이' 캠페인으로 명명 	<ul style="list-style-type: none"> 한국여성재단 생리대 기부: 한국학교사회복지사협회 통해 지역아동센터 전달 11번가와 판매 매칭 캠페인 진행
수혜 인원	699,786명	13,888명	10,393명
기부 수량	150만 패드(1,532,304)	100만 패드(1,008,352)	146만 패드(1,455,120)

사람이 희망이다

3. 시니어_인식 개선 및 일자리 창출

유한킴벌리는 시니어를 위해 어떤 노력을 해왔는가?

일자리 창출은 2018년, 2019년 모두 국가의 최우선 정책이자 사회적 과제입니다. 한국은 2017년 전체 인구 중 노인 인구가 14%를 넘어 고령사회로 진입했습니다. 고령화의 심화로 노인 빈곤과 시니어 일자리 창출이 사회적 이슈가 되었습니다. 유한킴벌리는 시니어들의 건강과 적극적인 생활을 돕는 제품과 사업을 확산하는 동시에 노인 인식 개선, 시니어의 일자리 창출에 노력해 왔습니다.



새로운 비즈니스 통해 시니어 일자리 창출 유한킴벌리는

사회책임 활동의 새로운 모델로 공유가치창출(Creating Shared Value, CSV)을 시니어 일자리 확산을 통해 구현해 왔습니다. 2012년부터(재)함께하는 일하는 재단과 함께 50인 이하의 시니어용품과 서비스 제공 소기업의 상품 판로와 제조 기반 확보를 지원하면서 일자리를 확장하였습니다. 2016년부터는 시니어케어매니저 사업을 통해 노인 요양시설이나 데이케어센터 등에 55세 이상의 은퇴한 간호사·물리치료사·요양보호사 등을 파견함으로써 시니어 비즈니스의 기회를 창출하는 한편 시니어가 시니어를 케어하는 일자리 모델 창출을 시도한 것입니다. 2017년에는 사단법인 50플러스코리아, 공익유통기업인 시니어허브와 함께 시니어 종합생활 지원 서비스 지원 활동을 시작했습니다. 2018년에는 신규 육성된 32명을 포함해 55세 이상 시니어 85명이 인지능력 향상 프로그램, 위생교육 전문 강사로서 163 곳의 시설에서 활동했습니다.

[표 3-16] 시니어 일자리 창출 모델(명)

구분	업무내용	사업기간 ¹⁾	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	누계
콜센터-시니어용품 상담	제품 상담사	2012-2018	2	9	9	8	8	8	8	52
소기업 육성	시설지원, 직간접 고용		17	35	98	37	77	69	75	408
시니어 산업유통생태계 조성	매장관리 및 판매		13	1	3	9	9	5	-	40
시니어케어매니저	케어매니저 ²⁾	2016-2018	-	-	-	-	33	60	85	178
합계			32	45	110	54	127	142	168	678

1) 연 단위 활동 인원으로 소계 산출

2) 55세 이상 간호사·물리치료사·요양보호사 등 시니어케어매니저 사업은 종료된 것이 아니고, 2019년에도 계속되고 있습니다.

[표 3-17] 시니어케어매니저 일자리 사업 현황

분류	시니어케어매니저	활동 시간	수혜 기관	수혜 인원	만족도
2016~2018년 누적	178명	8,222시간	385개	152,322명	시니어케어매니저 자기개발 만족 84%

시니어 산업 생태계 구축 위한 소기업 육성 유한킴벌리는 2012년부터 시니어 대상 제품과 서비스를 개발 및 판

매하는 50인 이하의 소기업, 사회적기업을 육성하기 위해 노력해 왔습니다. 유한킴벌리는 '시니어 일자리 기금'을 통해 시니어 비즈니스에 도전하는 소기업에 컨설팅을 제공하여 시니어 용품 시장 활성화와 시니어 일자리 확장에 기여해 왔습니다. 2018년까지 6개 소기업 육성(누적 38개), 6개(누적74가지) 제품 및 서비스를 육성하였습니다.

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

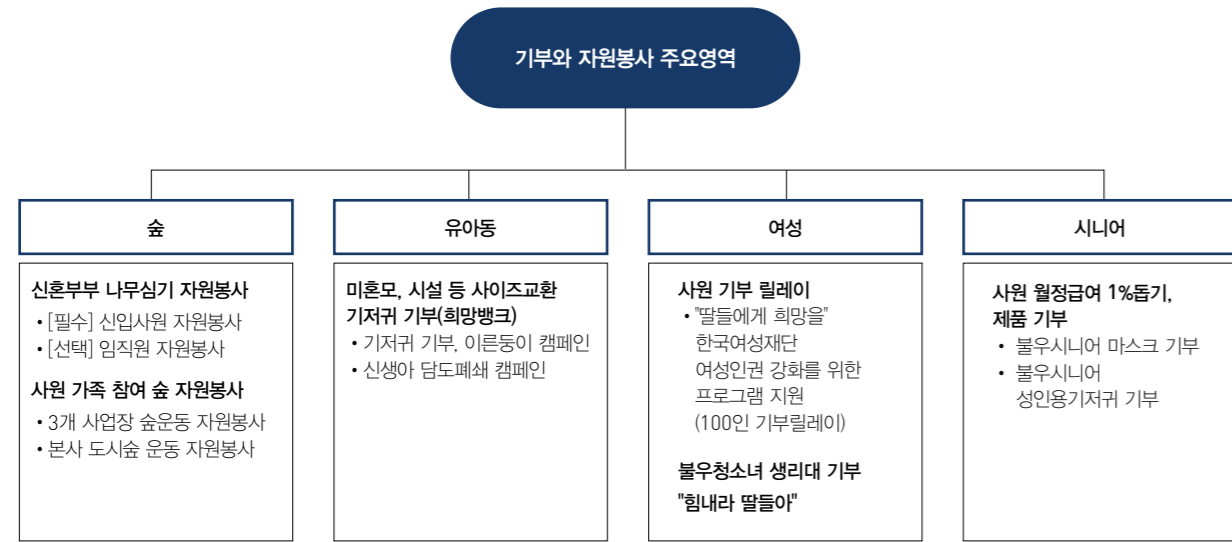
- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

4. 이웃 돕기_기부와 자원봉사 내재화

[그림 3-22] 기부와 자원봉사 주요영역



유한킴벌리는 어떤 기부와 자원봉사를 하고 있는가? 유한킴벌리는 주로 숲, 유아동, 여성, 시니어를 위한 기부와 자원봉사를 실천하고 있습니다. 기업문화의 장점은 회사뿐만 아니라 사원들과 가족들의 삶에 사회책임 활동이 일상화되도록 기부와 자원봉사의 기회를 지속적으로 제공하고 있다는 것입니다.

기부는 봄과 겨울에 정기적으로 도움이 필요한 여성과 시니어를 돕기 위해 전 사원들이 참여하는 정규 기부 캠페인이 진행되며, 사원과 가족이 함께 참여하는 숲·환경 자원봉사를 3개 생산 사업장을 주최로 해서 진행하고 있습니다. 사원들이 인터넷 내 자원봉사 페이지를 통해 스스로 연간 목표를 세우고 관리하도록 시스템을 지원하고 있습니다. 2018년 유한킴벌리 사원들의 자원봉사 시간은 총 4,566시간이었습니다.

[표 3-18] 2018년 주요 기부 및 자원봉사 활동 실적

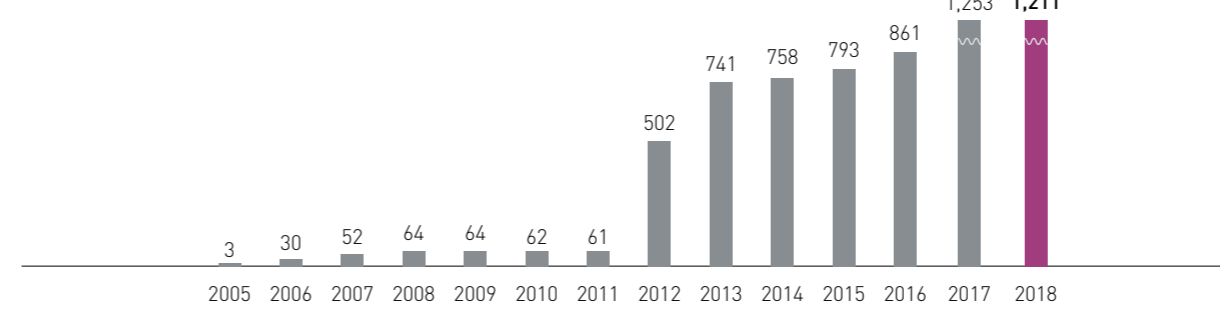
분류	사원참여 기부프로그램	자원봉사+기부연계	사원과 가족참여 자원봉사프로그램
활동	딸들에게 희망을 기부릴레이	연말 월정급여 1% 기부	희망뱅크_ 사이즈 교환 기저귀 나눔
내용	여성인권, 성평등 문화 확산 등	불우 시니어품 지원, 치매시설 내 물품 기부, 시니어 자립 지원	저소득 가정, 미혼모시설, 사회복지시설 기저귀 지원
2018년 성과	사원 참여 총 1,211명 기부금액 44,856,524원	사원+소비자 참여 총 1,040명+10,716명. 사원+소비자+회사매칭 기부금액 총 1억 2천만원	사원참여 총 180명(4회) 기부기저귀 총 5,289백
진행시기	2018년 3~4월	2018년 11월~2019년 4월	2018년 6월, 10월, 11월
파트너	한국여성재단	한국의료지원재단, 네이버 해피빈	사회복지공동모금회, 한국소년보호협회, 대한적십자사 등

* 2019년 1월에 구축된 통합제품기부플랫폼을 새로 개설해서 캠페인을 통해 소비자 참여가 가능한 모델이 되었습니다.

사람이 희망이다

딸들에게 희망을 사원 기부릴레이(2005~2018년) 유한킴벌리 사원들은 2005년 이후 지난 15년 동안 지속적으로 매년 4월에 정기적으로 성평등 문화 확산, 여성인권 등을 도울 목적으로 여성들을 위한 기부 캠페인에 참여하고 있습니다. 2018년에는 4명의 기부 주자가 기부 릴레이를 이끌어 총 1,211명의 사원이 참여했고, 모금액은 한국여성재단에 전달했습니다.

[그림 3-23] 성평등 사회 확산 위한 기부릴레이 참여 현황(2005~2018년)(명)



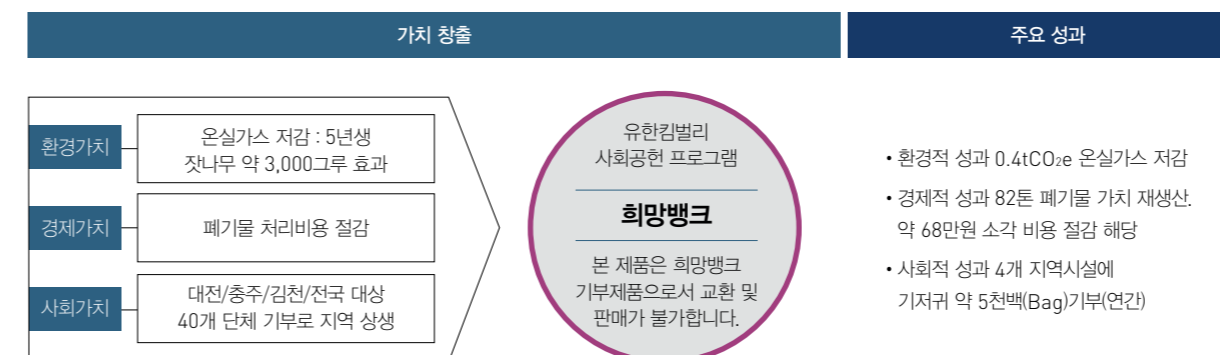
불우시니어 돕기 사원 월정급여 1% 기부(2015~2018년) 유한킴벌리는 사원들이 연 1회 월정급여 중 1%를 내어 도움이 필요한 시니어를 돕는 기부활동을 정례화 했습니다. 2018년에는 11월 월정급여에서 기부를 실시했으며, 회사도 매칭펀드방식으로 기부를 진행했습니다.

[표 3-19] 연도별 1% 나눔 캠페인 기부액(원)

구분	2015	2016	2017	2018
사우 기부금	50,584,327	45,508,703	43,478,028	43,729,418
회사매칭 기부금	50,584,327	36,000,000	48,999,995	45,000,000
소비자 참여 기부금	-	-	-	30,515,900
합계	101,168,654	81,508,703	92,478,023	119,245,318

사이즈 교환 기저귀 기부활동 희망뱅크(2012~2018년) 희망뱅크는 미개봉된 사이즈 교환 기저귀 중 일부를 자원봉사를 통해 재포장하여 지역사회에 기부해서 사회적·환경적 가치를 증진시키는 유한킴벌리 기부 프로그램 중 하나입니다. 2012년부터 시작했고, 기부처는 어려움에 처한 아이들을 돕는 복지시설과 미혼모시설 등입니다. 2018년에 희망뱅크를 통해 기부된 기저귀는 5,289백(Bag)이었습니다.

[그림 3-24] 희망뱅크를 통한 제품 기부



유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

기저귀 기부 캠페인 '이른둥이 캠페인'(2017~2018년) 저출생 시대에 이른둥이는 연간 3만명 이상이 태어나고 있습니다. 이른둥이는 2.5kg 미만 또는 재태기간 37주 미만으로 세상에 빠른 출발을 한 아기를 뜻하나 신체장기가 미숙해 돌봄이 필요합니다. 유한킴벌리는 2014년에 이른둥이용 기저귀 출시 후 관심을 갖게 되어 2017년에 캠페인을 본격적으로 시작했습니다. 이른둥이용 기저귀 사이즈를 더 세분화했으며, 자사물인 맘큐와 병원에서 이른둥이에게 기저귀를 무상 제공하고 있는데, **2018년 이른둥이에게 723,300패드를 전달했습니다.**

[표 3-20] 기저귀 제품 기부 현황

구분	단위	2016	2017	2018	기부처 및 배포기관
이른둥이 기저귀 기부	패드	-	570,600	723,300(약 97,000,000원)	2017년 7월 시작, 맘큐와 병원(이른둥이 부모)
희망뱅크 기저귀 기부	백	8,075	5,679	5,289(39,658,140원)	사회복지공동모금회, 미혼모가족협회 등

지역별 사회공헌 활동 대전, 김천, 충주공장은 지역사회를 위한 이웃 돕기, 장학금 전달 등을 추진하고 있습니다. 이 외에도 대전공장은 대전 대덕구 초·중·고교 저소득층, 취약계층 등 복지 사각지대에 있는 여성 청소년들에게 긴급 생리대(총 275박스, 2만 2천개)를 후원했고, 2018 결식아동 희망음식팩(HOPE Food Pack) 자원봉사에 참여했습니다. 충주공장은 '2019 보훈가족 나눔 실천' 등에 동참해서 지역과 상생노력에 앞장서고 있습니다.

[표 3-21] 2018년 지역사회 기부 활동

기부주체	기부처	기부내용	기부금액(원)
대전	사회복지공동모금회(대전)	지역이웃돕기	10,000,000
김천	김천시 인재양성재단	저소득 청소년 장학금 지급	10,000,000
충주	사회복지공동모금회(충북), 충주시 새마을회	지역이웃돕기, 김장담그기	7,000,000+3,000,000



돌보기 | 2018년 담도폐쇄 극복 캠페인 '아기 흰똥 4주 관찰 캠페인' 시작

[현황] 한국에는 매년 약 50명 정도의 신생아들이 희귀병인 담도폐쇄증을 겪고 있습니다. 담도폐쇄증은 간에서 소장까지 이어진 담도가 막히면서 간에 생성되는 담즙이 장으로 배출되지 못해 생깁니다. 황달부터 회백색 변, 복부팽창 증세를 보이며, 치료가 늦어지면 간 이식 또는 사망에 이를 수도 있어 빠른 진단이 필수인 희귀병입니다.

[대응] 유한킴벌리는 신생아들의 기저귀 대변 관찰을 통해 담도폐쇄증을 조기 파악할 수 있도록 2018년 11월 26일, 연세대학교 세브란스어린이병원과 3개년 협약(2018~2020년)을 맺고, 공동 캠페인을 시작했습니다. 참고로 담도폐쇄증은 신생아의 기저귀 관찰을 통해 흰똥이 나올 경우, 빠른 조치로 예방이 가능합니다.



사람이 희망이다

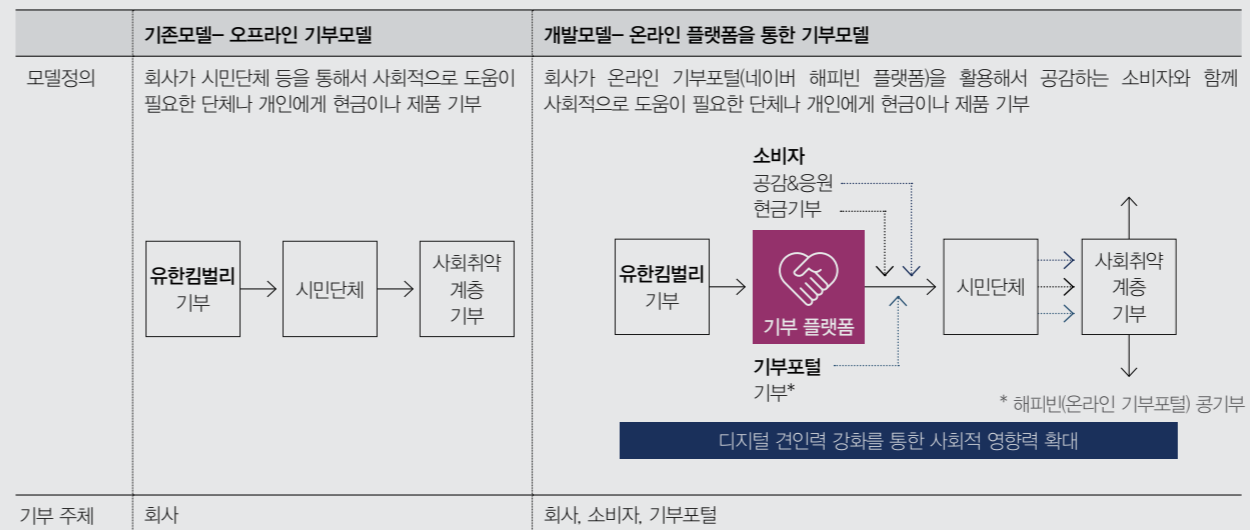
SPECIAL PAGE

사회책임 활동과 디지털 기술의 만남

유한킴벌리 최초로 디지털 시대에 맞게 소비자 참여형 “통합제품기부플랫폼” 구축과 활용 유한킴벌리는 사회적 책임 활동의 일환으로 양극화 해소에 기여하고자 2019년 1월에 통합제품기부플랫폼(네이버 해피빈)을 새로 구축했습니다. 이를 통해 유한킴벌리는 새로운 기부플랫폼을 통해 5개의 제품기부 캠페인을 소비자와 함께 할 수 있게 되었습니다. 디지털 시대에 유한킴벌리의 소비자와의 착한 소통은 사회적으로 도움이 필요한 이웃들을 돕는 한편, 회사와 소비자를 잇는 의미 있는 디지털 견인력이 될 것입니다. 또한 우리사회의 기부문화 촉진의 물모델이 될 것으로 기대합니다.



[표 3-22] 유한킴벌리 통합제품 기부플랫폼 모델 개념도



[그림 3-25] 유한킴벌리 통합제품 기부플랫폼 운영 현황

목적	한국사회 양극화 해소 유한킴벌리 통합제품기부 플랫폼				
	Employee Engagement 직원참여 기부프로그램 강화	Consumer Engagement 소비자 참여를 통한 공감 강화	Community Engagement 지역사회 네트워크 강화	CSR 사회와 함께 성장	
기부 모델	희망뱅크 기저귀 기부	힘내라 딸들아 생리대 기부	1%급여기부 시니어 기부	미세먼지 걱정아웃 마스크 캠페인	여직원회 바자회 수익금 기부
회사 기부 현황 (2019년 상반기)		생리대 50만 패드	기부금 88,728,418원	마스크 30만개	기부금 4,958,000원
소비자 참여(+) (2019년 상반기)	313,442건(공감클릭 255,617건/소비자 댓글 13,915건/소비자 기부금액 35,168,100원)				

유한킴벌리 통합제품기부플랫폼 <https://happybean.naver.com/GoodCompanyClub/123462986118>

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한 유한킴벌리 3대 방향

비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3차 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

환경 성과

At a glance_한눈에 보는 환경 성과

분류	구분	단위	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
환경보호 비용	총 비용	억원	125.1	124.7	147.0	157.1	161.8	177.1	171.9	148.1	126.0	
	매출대비 비중	%	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.1	1.1	0.9	
온실가스 배출과 저감	온실가스 배출 허용량 (목표)	tCO ₂ e	-	-	209,598	164,386	175,606	238,130	243,016	236,637	204,434	
	총 온실가스 배출	tCO ₂ e	178,787	170,750	168,351	166,177	172,097	201,723	204,943	202,986	202,102	
	직접(Scope 1)	tCO ₂ e	54,334	49,124	45,284	45,920	13,042	17,161	20,638	21,257	22,829	
	간접(Scope 2)	tCO ₂ e	124,456	121,630	123,069	120,260	159,058	184,564	184,308	181,730	179,274	
	원단위 온실가스 배출량	tCO ₂ e/제품톤	0.748	0.792	0.736	0.745	0.735	0.779	0.812	0.865	0.916	
에너지	에너지 사용	TJ	3,441	3,312	3,430	3,379	3,445	3,945	4,009	3,977	3,967	
물	총 용수 용량	m ³	3,378,822	3,181,832	2,874,315	2,865,243	2,846,816	3,924,777	3,516,736	3,561,610	3,407,973	
	상수도(취수량)	m ³	132,568	159,735	171,295	169,311	154,153	167,206	148,251	130,293	137,496	
	하수도(취수량)	m ³	2,765,717	2,737,461	2,631,874	2,634,040	2,650,303	3,719,091	3,332,427	3,401,403	3,227,216	
	공업용수(취수량)	m ³	480,537	284,636	71,146	61,892	42,360	38,480	36,060	29,914	43,261	
	제품생산량 당 물 사용량	m ³ /제품톤	14.4	15.0	12.3	12.5	11.7	15.3	13.9	15.2	15.4	
폐기물	제품생산량 당 폐기물 발생량	톤/제품톤	0.22	0.23	0.21	0.21	0.18	0.20	0.18	0.16	0.15	
	폐기물 재활용률	%	88.6	91.6	95.8	98.1	98.9	90.4	97.9	97.5	97.9	
재활용	재활용지 사용 비율	%	39.0	39.5	33.5	33.5	29.9	33.4	29.8	20.2	18.4	
	국내 고지	%	91.8	86.5	86.1	92.5	89.7	78.3	71.8	59.8	54.3	
	용수 재활용 비율	%	43.4	42.1	39.5	39.8	40.0	37.1	39.7	35.0	33.5	
수질	용수 방류량	m ³ /제품톤	11.6	12.9	10.6	10.7	10.2	13.5	12.4	13.2	13.3	
	수질오염 배출량	총 부유물질	kg/제품톤	0.027	0.025	0.020	0.023	0.022	0.041	0.043	0.031	0.038
		생화학적 산소 요구량	kg/제품톤	0.015	0.012	0.012	0.008	0.008	0.013	0.015	0.020	0.035
	화학적 산소 요구량	kg/제품톤	0.155	0.161	0.153	0.149	0.143	0.222	0.243	0.207	0.261	
대기	분진	kg/제품톤	0.006	0.011	0.012	0.013	0.009	0.028	0.024	0.023	0.028	
분담금	기저귀 폐기물 부담금	억원	40	44	82	82	85	90	88	76	68	
	포장재 재활용 부담금	억원	6	6	7	6	7	9	9	9	9.5	

*2011년 군포 및 김천공장에서 사용하던 소각로 철거로 인해 대기관리항목 NOx, SOx 발생량은 없습니다.

환경 성과

기후변화 대응과 환경부하 최소화를 위해 노력하겠습니다.

세부 목표



Management Approach 경영접근방식

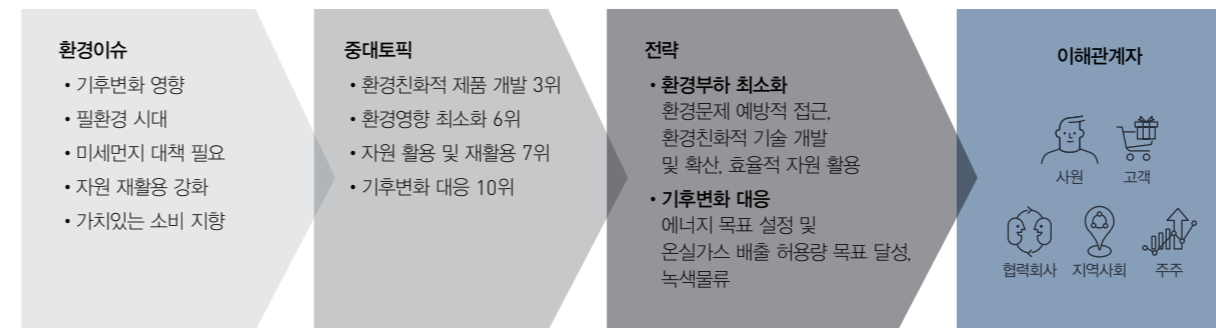
이 토픽은 왜 중요한가? 기후변화의 심각성이 대두되면서 지구온난화에 효과적 대응을 위해 세계가 협력하고 있습니다. 환경보호 및 에너지 관련 규제 등이 강화되고, 소비자들의 가치 소비 성향이 뚜렷해지면서 '친환경'을 넘어 '필환경'의 시대가 도래했습니다. 2019년 이해관계자조사(하단 표)를 보면 환경 관련 의제들이 전년 대비 2단계씩 상승되었고, 전략적 중요도가 높은 것으로 나타났습니다.

2019 중대 토픽	이해관계자(외부)	전략적 중요도	평균	2018년 순위	2019년 순위
환경친화적 제품 개발	86.3	84.2	86.2	5	3
환경영향 최소화	84.5	81.5	84.3	8	6
자원 활용 및 재활용	83.9	80.8	83.8	신규	7
기후변화 대응	82.1	79.3	82.0	12	10

유한킴벌리의 접근방법은 무엇인가?

유한킴벌리는 1996년 환경경영을 선포하고 환경과 관련된 국내외 이니셔티브 및 단체에 가입하여 적극적으로 참여하고 있습니다. 또한 모든 제조생산 사업장은 국제표준화기구의 ISO14001(환경경영시스템)을 보유하여 국제적 기준에 맞춘 환경경영 계획 수립 및 모니터링을 실시하고 있습니다. 2018년에는 환경경영추진 본부와 협업강화 조직을 신설해서 환경친화적 제품 개발과 서비스 등에 보다 집중하고 있습니다.

성과를 어떻게 관리하는가?



2018년 성과와 목표			2019년 목표
목표	성과	평가	
기후변화 대응_ 온실가스 배출허용량 대비 저감	전년 대비 저감 목표 달성 2018년 배출허용량 204,434tCO ₂ e → 실제 배출량 202,102tCO ₂ e(저감 2,332tCO ₂ e)	●	1. 환경경영 3.0 추진 2. 온실가스 배출허용량 저감 목표 달성 3. 환경투자 성공적 완성
전년 대비 환경마크 인증 제품 확대	환경마크 인증 제품 총 11개 제품 (환경마크, FSC 제품)	○	

평가: 초과 ● 충족 ● 노력필요 ○

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

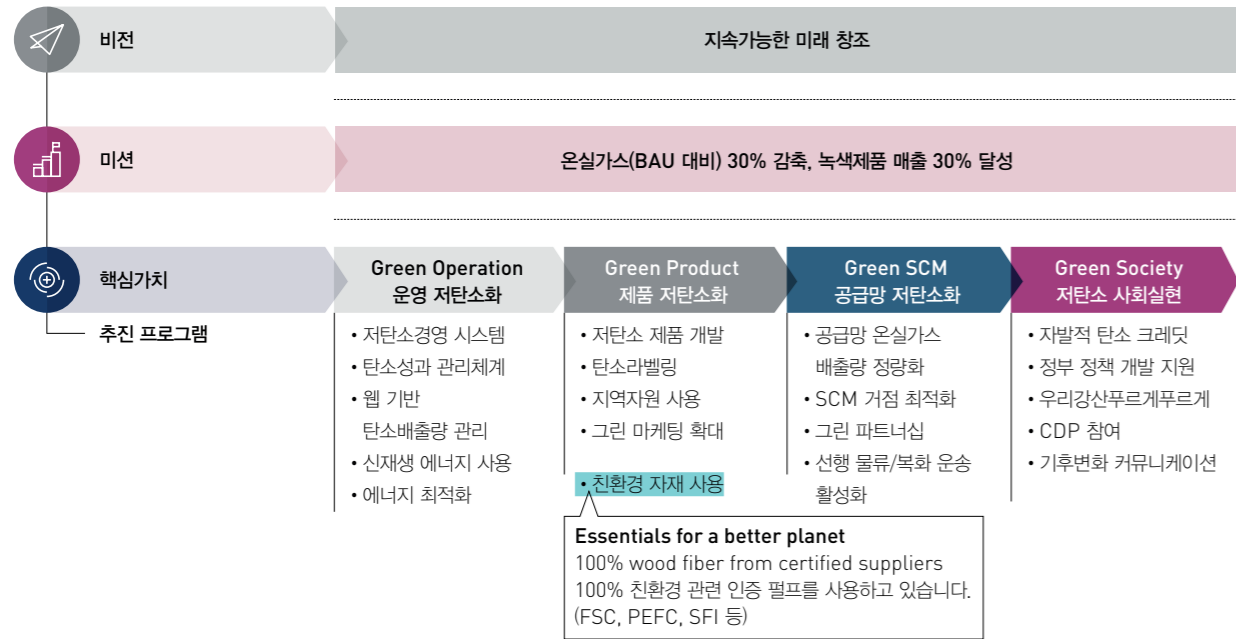
- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

저탄소 비전과 기후변화 대응활동

[그림 3-26] 유한킴벌리 환경경영 저탄소 비전



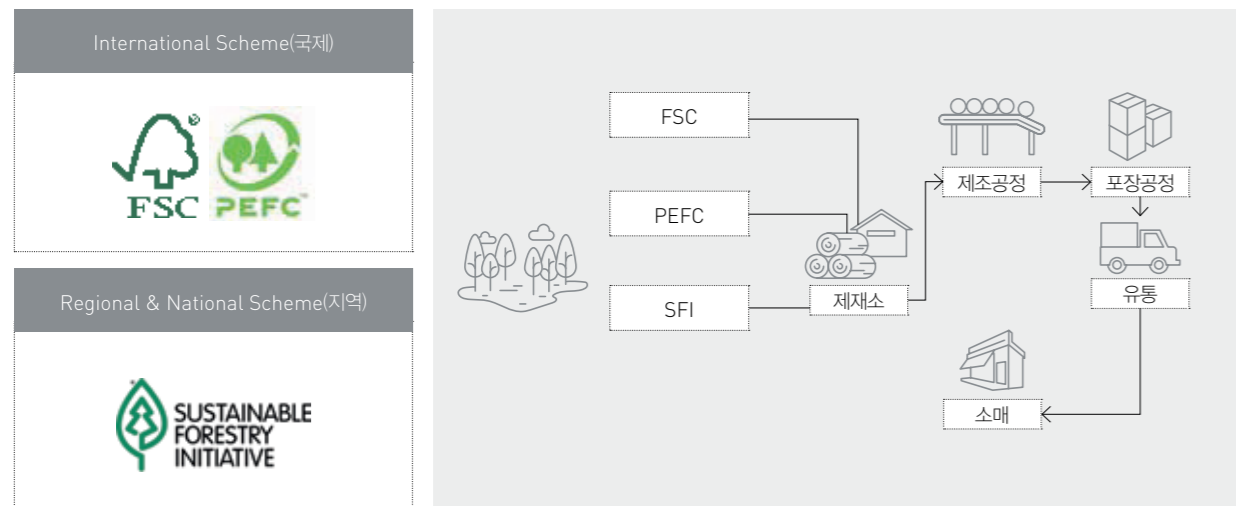
[표 3-23] 녹색구매(FSC 인증제품 원단 구매량)

년도	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	인증
구매량(톤)	95,314	112,766	95,208	106,756	99,857	112,543	116,095	134,041	135,398	140,948	FSC ¹⁾ , PEFC ²⁾ 등

1) FSC(Forest Stewardship Council)

2) PEFC(Programme for the Endorsement of Forest Certification)

[그림 3-27] 친환경 자재를 이용한 제조 공정



운영 저탄소화

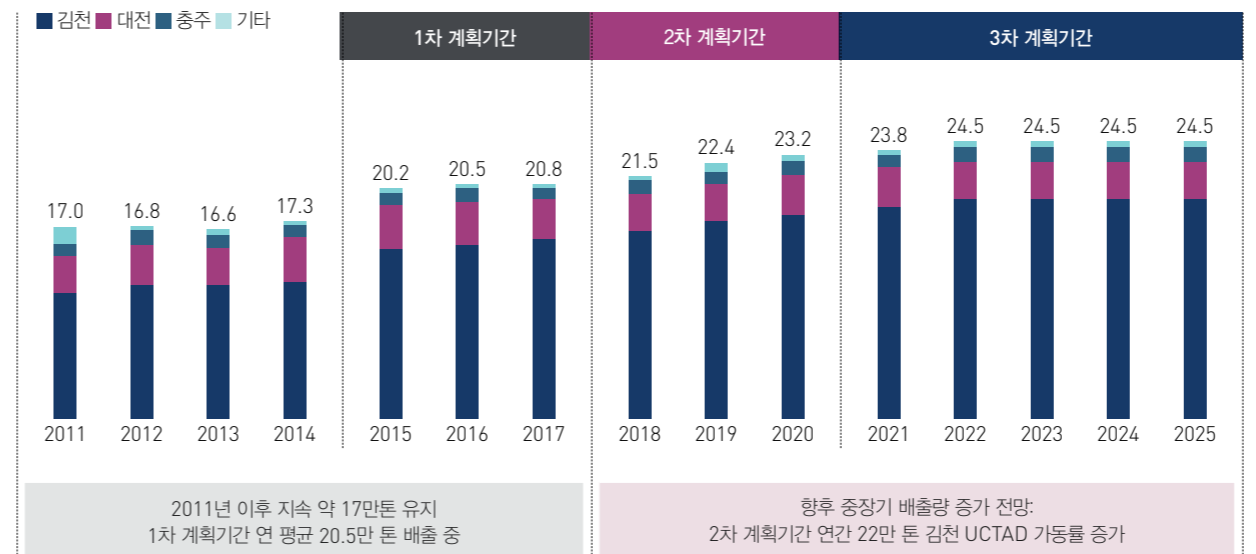
기후변화 대응 저탄소 비전과 2018년 목표 1.1% 초과 달성

유한킴벌리는 저탄소 비전과 로드맵을 수립해서, 2018년 정부로부터 받은 배출허용량 목표를 약 1.1% 초과(202,102tCO₂e=직접 22,829tCO₂e+간접 179,274tCO₂e) 달성했습니다. 최종적으로 온실가스종합정보센터로부터 2019년 5월에 전년도 배출량 인증을 받았습니다. 참고로, 목표대비 초과 달성한 온실가스 감축량(2,332tCO₂e)은 정부 배출권등록부 시스템을 통하여 배출권거래제 2차 기간으로 이월하거나 장외거래 등을 통해 매각할 계획이며, 매각 금액은 환경 및 에너지 실비개선 재투자 및 향후 배출권거래제 2기를 대비해 활용할 것입니다. 2018년 온실가스배출 거래금액은 21억원이었습니다.

김천공장 설비 에너지 효율개선 프로젝트

김천공장은 핸드타울 및 티슈 생산설비의 에너지 효율 개선을 통한 원가절감과 온실가스 배출량 저감을 목적으로 4개월간(2018년 3~6월) 에너지 진단 프로젝트를 김벌리클라크 에너지 지팀과 진행하였습니다. 이를 통해 기존설비의 고평량 진공펌프를 고효율 블로워로 대체하고, 8, 9호기 티슈 생산 라인의 건조용 후드시스템을 최적화하는 개선계획을 수립하였습니다. 본 계획은 2019년 약 70억원의 투자를 받아 하반기에 진행하며, 2017년 대비 에너지비용 7.3% 절감 및 온실가스 배출량 4.9% 저감이 예상됩니다.

[그림 3-28] 유한킴벌리 배출량 현황 및 중장기 전망



[표 3-24] 사업장별 환경인증

구분	인증기간	인증처	사업장
녹색기업	2017.7.4~2020.7.3	환경부	대전공장
	2016.11.27~2019.11.26	환경부	충주공장
ISO 14001	2018.10.30~2021.10.19	SGS	대전공장
	2016.12.24~2019.12.23		김천공장
	2018.10.27~2021.10.27		충주공장
건강증진활동우수사업장	2011.8.30~2020.8.29	고용노동부	대전공장

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

제품 저탄소화

친환경 원료 구매_녹색구매 유한킴벌리는 주 원부자재인 펄프 구매 단계에서부터 환경과 지속가능성을 생각합니다. 산업계 녹색구매 자발적 협약을 실천하고 있습니다. 친환경 산림인증을 받은 펄프를 2018년에는 1,172억원을 구매하였습니다. 2018년 내수용 기저귀 및 팬츠 제품이 국제 산림인증 중 하나인 FSC CoC(Forest Stewardship Council Chain of Custody)를 취득하였습니다. 유한킴벌리는 국제적 가이드라인을 준수함과 동시에 제품 개발 단계에서 친환경원료 사용 노력을 모니터링하며, 향후 다른 사업장 및 제품에 대해 인증을 확대해 나갈 예정입니다.

[표 3-25] 지속가능한 국제 산림인증 취득 현황

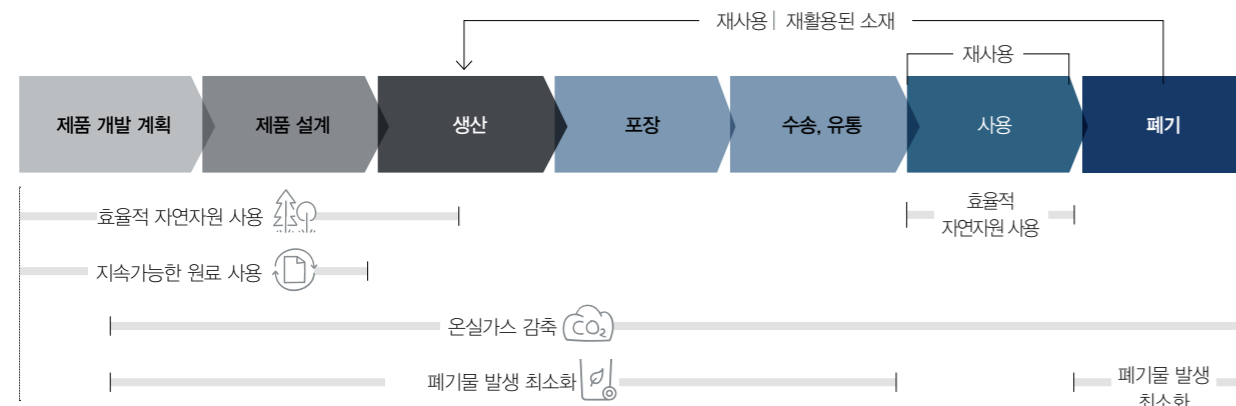
제품명	생산사업장	인증기간
크리넥스 드라이셀 핸드타올	김천공장	2015.8.6 ~ 2019.6.13
내수용 기저귀 및 팬츠	대전공장	2018.2.20 ~ 2023.2.19

친환경적 제품 개발 유한킴벌리는 지속가능한 제품을 원료-생산공정-제품성능-포장-제품인증의 총 5단계로 자체 정의하고 단계별로 환경 성과를 관리하고 있습니다. 2008년 하이스 네이처메이드를 시작으로 자연유래 및 유기농 원료를 사용한 제품을 출시하여 윤리적 소비 확산과 환경에 대한 소비자들의 관심에 발맞추고 있습니다. 크리넥스 드라이셀 핸드타올을 비롯한 B2B, 가정용품 및 기저귀 제품에 대해 환경마크 인증을 취득하였으며, 2018년 환경마크 인증 총 11개를 보유하고 있습니다. 기존의 5단계 친환경제품 프로세스를 7단계로 확장하는 친환경제품 개발 프로세스로 재정비하고, 친환경제품지수 개발, 사원 환경경영 마인드셋 강화 등에 노력하는 한편 지속가능한 친환경 제품 개발의 우선순위의 신제품, 패키징 전략 등에 연구하고 있습니다.

[표 3-26] 환경마크/탄소성적표지 인증 현황 (중)

구분	2016	2017	2018	인증 보유 제품
탄소성적 표지인증	7	7	-	네이처메이드 1단계 공용, 2, 3, 4단계 각각 남아 및 여아용
환경마크인증	22	18	11	뽀뽀 정보물, 뽀뽀 엠보싱 정보물, 세이브 두루마리 화장지, 세이브 정보물, 크리넥스 핸드타올, 드라이셀 프리미엄 톨타입 등 (현재 29종으로 확대 인증 준비 중)

[그림 3-29] 제품의 친환경 경쟁력 기여_제품 개발 흐름 재정비 노력



폐기물 발생량 최소화 및 재활용 노력 제조과정에서 발생하는 사업장 폐기물 저감을 위해 발생총량 및 원단위(제품 생산량 대비 폐기물발생량) 목표를 설정하고, 원부자재와 제품 폐기물 목표를 구분하여 관리하고 있습니다. 또한 공정 발생 폐기물 최소화를 목적으로 원부자재와 제품 폐기물 목표를 구분하여 관리하고 있습니다. 발생된 폐기

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

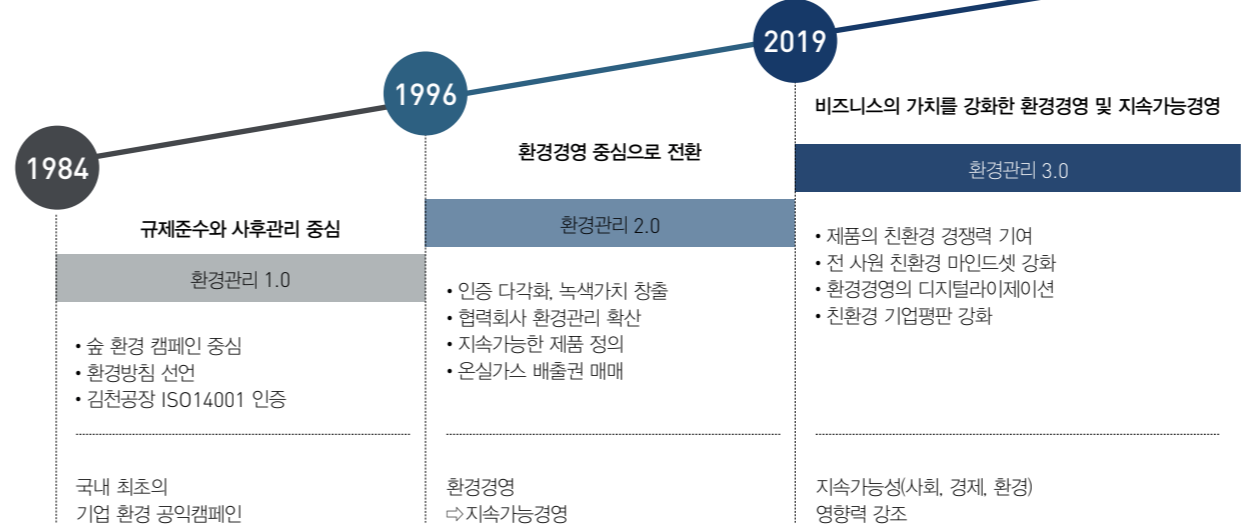
부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

물(98%)은 환경영향을 최소화하기 위해 재이용, 재사용, 재활용, 소각 순으로 처리하고 있으며, 폐기물 매립은 지양하고 있습니다. 파지 및 원단자투리는 각각 회수·재가공 후 재활용하여 폐기물 발생량을 최소화하고 있습니다. 부직포 원단의 경우, 공정 내의 자원 순환성을 높여서 원료 자원과 외부 수송 생략 및 원료 매입 비용을 줄이는데 기여하고 있습니다. (2018년 김천과 대전 부직포 생산 공정: 총 2,051톤, 원료 비용 약 19억원의 절감)

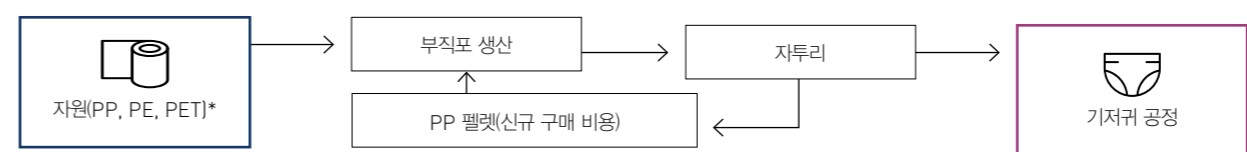
2018년 발생된 폐기물은 제지 슬러지, 기저귀 공정불량제품, 원부자재 자투리 등입니다. 나머지 폐기물(2%)은 대기방지시설 분진, 잡쓰레기 등입니다. 2018년 총 폐기물 발생량은 전년 대비 약 12% 감소한 33,476톤이었으며, 제품톤 당 폐기물 발생량 역시 0.152톤으로 전년 대비 약 6% 감소하였습니다.

[그림 3-30] 지속적인 환경경영 실천 노력



순환자원 인정_생리대공정의 폐합성수지류 충주공장은 2018년 1월 1일 제정된 자원순환기본법에 의거해 생리대 공정에서 발생하는 매각용 폐합성수지류가 순환자원 인정을 받았습니다. 순환자원 인정은 환경에 미치는 영향이 적고 경제성이 있어 원료로 직접 투입가능한 폐지·고철과 같은 폐기물을 순환자원으로 인정받을 수 있고, 해당 폐기물은 규제에서 제외됩니다. 해당 순환자원은 재활용업체에서 재생원료로 가공되며, 생활에 필요한 플라스틱 용기제품을 만드는데 사용됩니다. 순환자원 인정기간은 2022년 1월 8일까지입니다.

[그림 3-31] 자원 순환의 노력



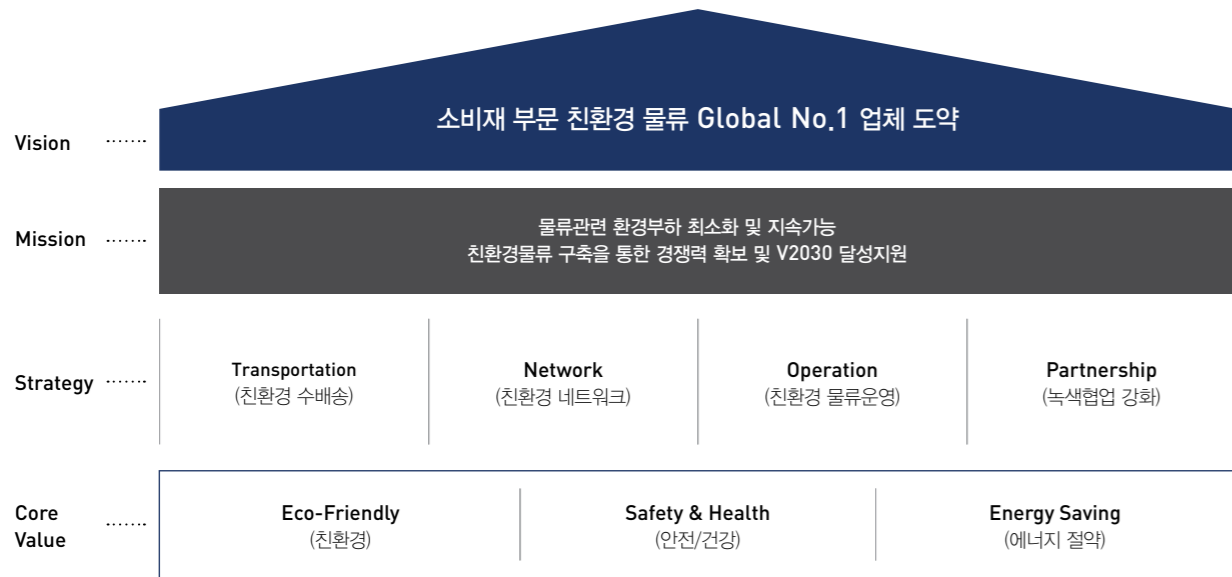
* 폴리프로필렌(PP), 폴리에틸렌(PE), 폴리에틸렌테레프탈레이트(PET)

재활용지 활용 화장지 생산공장인 김천공장에서 생산하는 위생용 종이제품은 펄프와 재활용지로 제조되며, 재활용지는 국내고지와 수입고지로 나뉩니다. 2018년 재활용지 사용 비율은 18.4%이며, 이 중 국내고지는 54.3% 사용하였습니다. 소비자의 요구에 따라 프리미엄 제품 생산량의 증가로 재활용지는 전년 대비 1.8%p 감소했습니다.

공급망 저탄소화

녹색물류 비전 및 전략 수립 사회적 변화에 따른 친환경 물류 책임을 수행하기 위해 2019년 전담 TF팀을 신설했습니다. 비전2030을 수립하고, 친환경 수·배송, 친환경 네트워크, 친환경 물류운영, 녹색협업 강화 4개의 전략을 제시하고, 실행 프로그램을 구체화하였습니다.

[그림 3-32] 친환경 물류 비전 및 전략



돋보기 | 이해관계자와의 소통: 환경경영에 대해 사원들에게 묻다

유한킴벌리는 환경경영추진본부 신설에 따라 사원들의 환경경영 인식조사를 실시하였습니다.(2019.1.29~2.14) 사원 420명이 참여하였으며, 환경경영 인식, 업무 연관도, 주요 환경이슈 등에 대해 조사하였습니다. '우리 회사가 환경친화적 기업이다' 항목에 참여 사원의 90.6%가 응답하였으며 '우리 회사가 더 많은 친환경 제품을 만들어야 한다'고 참여사원의 95.2%가 답하였습니다.

<p>우리 회사가 환경친화적 기업이다.</p> <p>그렇다 90.6% 그렇지 않다 9.4%</p>	<p>나는 우리회사가 더 많은 친환경제품을 만들어야한다고 생각한다.</p> <p>그렇다 95.2% 그렇지 않다 4.8%</p>	<p>우리 회사가 기여해야 할 환경문제는?</p> <p>1위 대기오염(미세먼지) 30.0% 2위 화학물질 19.5% 3위 기후변화 18.0%</p>	<p>우리 사회 가장 심각한 환경문제는?</p> <p>1위 대기오염(미세먼지) 38.1% 2위 기후변화 26.7% 3위 쓰레기 증가 12.7%</p>
---	---	---	--

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

환경 포스(FORCE) 프로그램 온실가스 감축기여 프로그램 실행을 통해 2018년 3월부터 12월까지 약 3억 2천만 원대의 물류비를 절감하였습니다.

[표 3-27] 2018년 혁신을 통한 운송비 절감

기간	내용	절감액
3~12월	기획팀 협업과 효율적인 창고 운영으로 적송비 절감	7천2백만원
6~12월	공업용수 노후 배관 및 물탱크 관리를 통한 공업용수 이용료 절감	3백만원
7~12월	쿠팡 대전 VF 운영에 따른 운송비 절감	1억4천5백만원
9~12월	2018년 운송계약에 대한 운송비 절감	1억8백만원
합계		3억2천8백만원

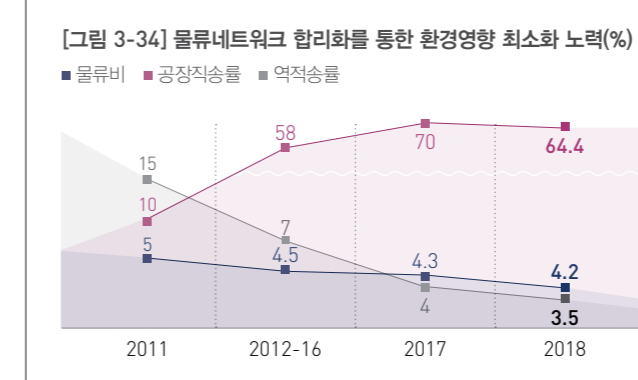
물류과정 중 운송부문의 환경영향 유한킴벌리는 생산제품을 사업장에서 유통센터 및 대리점으로 직배송하는 물류 시스템을 도입하여 녹색물류를 2009년부터 실천하고 있습니다. 유한킴벌리는 적재 및 운송 효율성 제고, 유통단계 환경부하 최소화를 목표로 삼고 있습니다. 이러한 노력을 통해 2018년에 온실가스 배출량을 전년 대비 약 2%를 감축하였습니다. 2018년 수·배송을 위해 사용된 경유량은 3,512,271L이며, 배출된 온실가스 발생량은 9,374tCO₂e입니다. 2019년에는 거점 간 역적송률을 3.42% 이하, 개선 직송률 67%로 높일 계획입니다. 참고로, 물류 수송 시 경유사용량 및 온실가스 발생량은 배출권거래제 명세서 작성 및 검증 대상에서 제외됩니다.

[그림 3-33] 친환경 물류 주요 실행 프로그램

Strategies & Initiatives	
<p>친환경 수배송 관리(Green Transportation)</p> <ul style="list-style-type: none"> 유통고객과 선형물류 확대 운송관리 시스템 운영 효율화 공장 직송 활성화 온라인 비즈니스 운송 최적화 	<p>친환경 네트워크 구축(Green Network)</p> <ul style="list-style-type: none"> 재고 통합을 통한 물류 흐름 최적화 e - Fulfillment Hub 센터 구축 이커머스 물류 모델 개발 및 적용
<p>친환경 물류 운영(Green Operation)</p> <ul style="list-style-type: none"> 온실가스 인벤토리 관리 및 제 3자 검증 확대 전기차 이용 및 전기 충전소 설치 DC/CDP 폐기물 효과적 재활용 방안 건강/안전/환경 캠페인 지속 개발 	<p>대내외 협업 극대화(Green Partnership)</p> <ul style="list-style-type: none"> 친환경물류 전담 TF팀 운영 YK Green Partnership 증대 녹색 물류 기업 국가인증 취득 친환경물류 인식 확산 및 환경 봉사 활동

이커머스 프로세스 구축을 통한 혁신

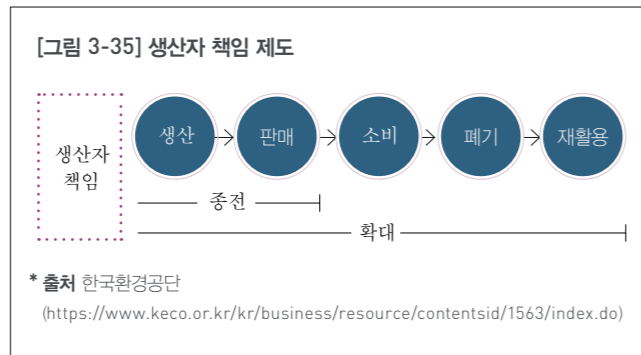
유한킴벌리는 급성장하는 이커머스 비즈니스 환경에 선제적으로 대응하기 위해 각 비즈니스 모델별 프로세스를 정의하고, 이에 맞는 프로세스와 시스템을 정립하여 운영하고 있습니다. 생산에서 고객에 이르기까지 배송의 리드타임과 단계를 단축함으로써 차별화된 서비스와 함께 환경부하를 줄여 온실가스 감축에 기여하고 있습니다.



저탄소 사회실현

생산자 책임 재활용 제도 및 폐기물 부담금 이행

유한킴벌리는 생산한 제품의 폐기 시점까지 책임지는 생산자 책임 원칙을 실천하고 있습니다. 자원재활용법에 따라 생산자 책임 재활용 의무(필름류 포장재 66.6%, 용기류 80.8%)를 준수하였습니다. 한편 재활용이 어려운 기저귀는 폐기물 부담금을 납부하고 있습니다. 2018년 재활용 분담금은 약 9.5억 원, 기저귀 폐기물 부담금은 약 68억원이었습니다.



환경오염물질 및 유해물질 관리

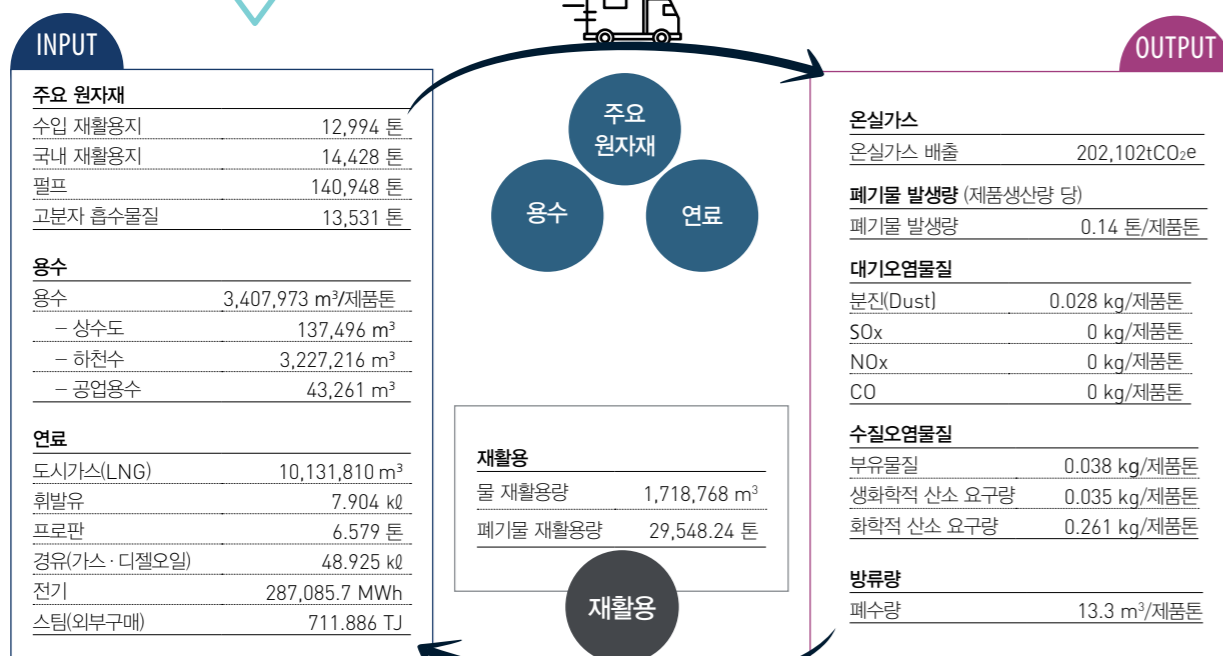
유한킴벌리는 전 사업장에서 환경정책기본법, 대기환경보전법, 물환경보전법, 폐기물관리법 등 환경 오염 물질 관련 국내 법규를 준수하고 있습니다. 제지공정상 필요한 가성소다 등 일부 유해 화학물질은 사전 승인 절차를 거쳐 사용하고 있습니다. 화학물질 리스크를 줄이고 화학물질 관리 법규에 능동적으로 대응하기 위해 사업장별 화학물질 목록을 통합 관리하고 있습니다. 환경 관련된 교육과 폐수 및 화학물질 유출상황 대비 훈련을 실시하였습니다. 2018년 환경 사고 발생 및 환경 법규 위반 사항은 발생하지 않았습니다.

환경법규 준수

유한킴벌리는 환경보호를 위해 전 사업장에서 법규를 준수하고 있습니다. 모든 제조 사업장에서 국제표준화기구의 ISO14001(환경경영시스템)을 보유하여 사업장별로 국제적 기준에 맞춘 환경경영 계획 수립 및 모니터링을 실시하고 있습니다. 한편 킴벌리클라크사의 지속가능경영 2022 계획에 따라 5개의 영역(소설임팩트, 포레스트 & 파이버, 웨이스트와 리사이클링, 에너지 & 기후변화, 공급망 관리)를 관리하고 있습니다. 유한킴벌리의 환경 개선 노력을 인정받아 대전과 충주공장이 킴벌리 클라크 우수제조사업장(Mill Excellence)으로 지정된 바 있습니다.

보다 자세한 환경 성과 내용은 60쪽을 참고하세요

[그림 3-36] 물질흐름도



사람이 희망이다

효율적인 자원 활용

용수 절감 및 재활용 노력

김천공장은 2018년 전체 용수 사용량을 전년 대비 약 4.6%p(3,407,973m³, 제품톤 당 15.4m³) 줄였습니다. 물 재활용률은 2018년에 33.5%(전년 대비 1.5%p 감소)였습니다. 크리넥스 드라이셀 핸드타올 설비를 2015년에 신설한 후 공정안정화 및 용수 절감을 위해 공정수 재사용으로 공정 내 폐수 발생량을 감소시켜왔습니다. 또한 폐수 처리 후 재활용을 위해 중요 정수 설비인 미세여과 자동필터를 효율적으로 관리해서 청수 사용량 증가를 개선하였습니다.

폐수처리장 산소 공급 시스템 개선

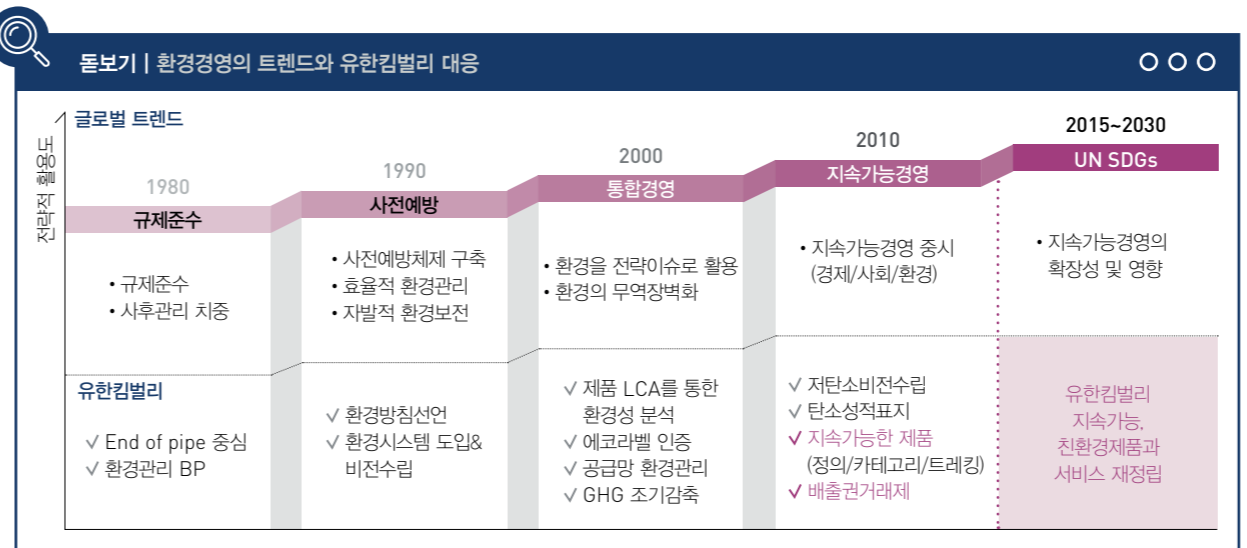
김천공장은 스마트 매뉴팩처링의 일환으로 2억 5천만원을 투자하여 폐수처리장 미생물에 산소 공급용 폭기 블로워를 고효율 블로워로 교체하고 고효율 블로워와 용존산소 센서를 설치하여 필요한 공기량이 최적으로 공급될 수 있도록 자동 제어시스템을 3대 설치하였습니다. 설치 후 폐수처리장 전력사용량은 13%(14,249 → 12,303 kWh/일) 감소되어 연간 7천 1백만원을 절감하였으며, 기계소음도 교체 전 90dB에서 70dB로 감소시켰습니다. 이를 통해 폭기조 운전을 자동 제어할 수 있도록 하여 폐수처리장 수질을 효율적으로 관리하도록 개선하였습니다.

방류수 수질 모니터링 시스템 개선

김천공장은 2018년(6~11월) 1억 3천만원을 투자하여 최종 방류수 수질오염물질 5개 항목을 실시간 자동 측정하는 기기를 추가 설치해서 환경시설 데이터를 모니터링하고 있습니다. 또한 물환경보전법 준수와 함께 현장 운전실에서 대형 모니터와 CCTV를 통해 방류수와 폐수처리 설비작동상태를 실시간 확인해서 환경오염을 방지하고 있습니다.

폐수처리 운영효율화를 통한 폐수처리장 최적화 운영

김천공장은 2018년 3월 21일부터 동절기 폐수처리장 2차 침전조의 슬러지 부상으로 인해 4개의 폐수처리장을 운영하던 것을 생산부서의 폐수발생량(480m³/일) 감소와 동절기 유입폐수 수온최적화(약 2℃ 증가)에 따라 폐수처리장 슬러지 침강성이 개선되어 순간유량을 제어할 수 있는 유량조로 기존 폐수처리장 1개를 변경 활용하여 3개의 폐수처리장으로 운영함으로써 연간 52백만원의 전기에너지 비용을 절감하였습니다. 향후 생산기계 증설 시에도 폐수처리장 증설 없이 기존 1개 유량조정조 역할을 하는 폐수처리장을 활용하여 운영될 수 있도록 할 것입니다.



유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3차 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

유한킴벌리가 2018년 지속가능성보고서 통해 만난 이해관계자 수

27,095 명



APPENDIX

4

제3자 검증의견서

2019 유한킴벌리 지속가능성보고서 독자 귀중

서문

한국경영인증원(KMR)은 2019 유한킴벌리 지속가능성보고서(이하“보고서”)의 검증을 요청 받았습니다. 보고서의 작성 책임은 유한킴벌리(Yuhan-Kimberly) 경영자에게 있으며, 본 한국경영인증원의 책임은 아래에 명시된 범위의 특정 데이터와 정보에 대한 검증의견서를 발급하는 데 있습니다.

검증 범위 및 기준

유한킴벌리는 보고서에서 지속가능성과 관련한 조직의 성과와 활동에 대해 기술하고 있습니다. 검증팀은 국제적 검증기준인AA1000AS(2008) 및 KMR 글로벌 경영위원회의 SRV1000 지속가능경영보고서 검증기준을 적용하였으며, Type 2, Moderate Level의 검증을 수행하였습니다. 즉, 검증팀은 포괄성(Inclusivity), 중요성(Materiality) 및 대응성(Responsiveness) 원칙의 준수여부를 평가하였으며, 보고서에 기재된 하기 GRI 지표에 대한 데이터와 정보의 신뢰성을 평가하였습니다. 이때 중요성 기준은 검증팀의 전문가적 판단(Professional Judgment)이 적용되었습니다.

GRI Standards의 핵심적 방식(Core Option) 보고요구사항 만족 여부에 대한 확인이 검증범위에 포함되었으며, 검증팀은 이를 확인하기 위해 하기 사항에 대해 검토하였습니다.

- GRI Standards 보고 원칙
- 공통표준(Universal Standards)
- 특정주제표준(Topic Specific Standards)
- 하기 특정주제표준 경영접근방식(Management approach)
- 경제성과(Economic Performance): 201-1, 201-2, 201-3
- 간접경제효과(Indirect Economic Impacts): 203-1, 203-2
- 반부패(Anti-Corruption): 205-1, 205-2, 205-3
- 원재료(Materials): 301-2, 301-3
- 에너지(Energy): 302-1, 302-4, 302-5
- 용수(Water): 303-3

- 배출(Emissions): 305-1, 305-2, 305-4, 305-5, 305-7
- 폐수 및 폐기물(Effluents and Waste): 306-2, 306-3
- 환경 규제준수(Environmental Compliance): 307-1
- 공급업체 환경평가(Supplier Environmental Assessment): 308-1
- 고용(Employment): 401-1, 401-2, 401-3
- 산업안전보건(Occupational Health and Safety): 403-1, 403-2
- 훈련 및 교육(Training and Education): 404-1, 404-2, 404-3
- 다양성과 기회균등(Diversity and Equal Opportunity): 405-1, 405-2
- 차별금지(Non-Discrimination): 406-1
- 결사 및 단체교섭의 자유(Freedom of Association and Collective Bargaining): 407-1
- 아동노동(Child Labor): 408-1
- 강제노동(Forced or Compulsory Labor): 409-1
- 공급업체 사회평가(Supplier Social Assessment): 414-1
- 고객 안전 보건(Customer Health and Safety): 416-2
- 마케팅 및 라벨링(Marketing and Labeling): 417-1
- 고객개인정보 보호(Customer Privacy): 418-1

보고서의 보고경계 중 조직 외부 즉, 유한킴벌리의 협력회사, 계약자 등에 대한 데이터와 정보는 검증범위에서 제외되었습니다.

검증절차

한국경영인증원의 검증팀은 합의된 검증 범위에 대해 상기 기술된 검증기준에 따라 검증하기 위해 아래와 같은 절차를 거쳤습니다.

보고서에 담긴 내용에 대한 전반적인 검토
중요성 평가 절차 및 방법에 대한 검토
지속가능경영 전략 및 목표에 대한 검토
이해관계자 참여활동에 대한 검토
보고서 작성에 대해 책임 있는 담당자와의 인터뷰

검증결과 및 의견

검증팀은 문서검토 및 인터뷰 등의 결과를 토대로 유한킴벌리와 보고서 수정에 대해 여러 차례 논의하였으며, 수정 및 개선권고 사항 반영을 확인하기 위해 보고서의 최종판을 검토하였습니다. 검증결과, 본 검증팀은 유한킴벌리의 지속가능성보고서에서 아래 기재된 원칙 준수와 관련하여 부적절한 부분을 발견할 수 없었

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

습니다. 또한 검증범위에 포함된 상기 데이터가 적절하게 기술되지 않았다는 증거는 발견되지 않았습니다.

포괄성 포괄성이란 지속가능성에 대해 책임있고 전략적인 대응 방안을 개발하고 달성해 나가는 과정에 이해관계자를 참여토록 하는 것입니다. 유한킴벌리는 이해관계자에 대한 조직의 책임에 대해 공약하고 이를 실천하기 위해 다양한 형태와 수준의 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 개발하여 유지하고 있으며, 검증팀은 이 과정에서 누락된 중요한 이해관계자 그룹이 있음을 발견하지 못하였습니다.

중요성 중요성이란 조직과 그 이해관계자에 대해 어떤 이슈가 갖는 관련성과 중대성을 판단하는 것으로서, 이러한 맥락에서 중요한 이슈란 조직 혹은 이해관계자들의 의사결정, 행동 및 성과에 영향을 줄 수 있는 이슈를 말합니다. 유한킴벌리는 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 통해 파악된 이슈들의 중요성을 고유의 중대성 평가 프로세스를 통해 결정하고 있으며, 검증팀은 이 프로세스에서 누락된 중요한 이슈를 발견하지 못하였습니다.

대응성 대응성이란 조직의 지속가능성 성과에 영향을 미치는 이해관계자 이슈에 대한 조직의 대응을 의미하며, 이해관계자와의 커뮤니케이션뿐만 아니라 조직의 의사결정, 활동 및 성과를 통해 실현됩니다. 검증팀은 중요한 이해관계자 이슈에 대해서 유한킴벌리의 대응 활동들이 보고서에 부적절하게 기재되었다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

또한 본 검증팀은 보고서가 GRI Standards의 핵심적 방식(Core Option)의 요구사항을 준수하지 않았다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

개선을 위한 제언

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

- 유한킴벌리는 적합한 중대성평가 프로세스를 기반으로 주요 주제(Topic)를 도출하고 이를 보고서에 담아내고 있습니다. 또한, 이해관계자의 의견을 Social Value Score Card에 작년보고서와 연계하여 반영한 이해관계자 지속가능경영을 충실히 수행하고 있습니다. 향후 조직의 지속가능성 제고를 위해 체계적인 중장기전략 하에 지속가능경영을 추진하고, 이를 성과지표에 지속적으로 철저하게 반영/관리하시기를 권고합니다.

검증의 독립성

한국경영인증원은 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 이외에 유한킴벌리의 사업활동에 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺지 않고 있으며 독립성을 유지하고 있습니다.

2019. 6. 27

대표이사 *황은희*

GRI Index

GRI Standards			UN SDGs	UNGC Advanced Level	UNGC Women's Empowerment Principles	보고지면	외부 검증
Topic	Disclosure	Description					
General Disclosures							
GRI 102: Organizational Profile	102-1	조직명		22		11	√
	102-2	주요 브랜드, 제품 및 서비스			5	11	√
	102-3	본사 소재지				11	√
	102-4	주요 사업장이 위치한 국가 수, 국가 명				11	√
	102-5	소유 성격과 법적 형태				14	√
	102-6	시장 영역				11	√
	102-7	조직 규모				11	√
	102-8	임직원 및 기타 근로자에 대한 정보	8			11, 38	√
	102-9	공급망		2		4-5, 43	√
	102-10	보고기간 동안 발생한 조직 및 공급망 주요 변화				보고기간 내 변화사항 없음	√
	102-11	사전예방방침, 원칙 명시				17	√
	102-12	외부 이니셔티브		15, 16, 17, 18	7	73-77	√
	102-13	가입한 협회(산업 협회 등)나 국내 또는 국제 후원기관				81	√
GRI 102: Strategy	102-14	최고의사결정권자의 성명서		1, 19, 9, 10		8-12	√
	102-15	핵심 영향, 위험과 기회				8-12, 17	√
GRI 102: Ethics and integrity	102-16	조직의 가치, 원칙, 행동기준 및 규범	16			13, 16	√
	102-17	윤리 및 법규준수 행위와 청렴성 문제에 대한 내외부의 자문 메커니즘	16	12, 13, 14		16	√
GRI 102: Governance	102-18	거버넌스 구조		2		14	√
	102-22	최고 거버넌스 기구와 그 위원회의 구성	5, 16			14	√
	102-23	최고 거버넌스 기구의 의장이 임원의 직위 겸직 여부	16			14	√
	102-27	최고 의사결정기구의 전문성 제고방안				14	√
	102-30	경제적, 환경적, 사회적 토픽에 대한 조직의 위험관리에 있어 최고 거버넌스 기구의 역할		20		14	√
	102-32	지속가능성보고서 담당 최고 위원회 또는 직위				14	√
	102-35	고위 임원에 대한 보수 정책				14	√
	102-38	전체 근로자와 최고 연봉자의 보상 비율				14	√
GRI 102: Stakeholder Engagement	102-40	이해관계자 목록				18	√
	102-41	결사 및 단체교섭의 자유	8	7, 8		40	√
	102-42	이해관계자 파악 및 선정기준				18	√
	102-43	이해관계자 참여방식				6, 18, 78-80	√
		고객 만족도 조사결과				48	√
102-44	이해관계자 주요이슈				6, 18, 78	√	
GRI 102: Reporting Practice	102-45	조직의 연결재무제표에 포함된 모든 기업				감사보고서	√
	102-46	보고내용 및 보고 범위 적용 방법				2	√
	102-47	중요 이슈 목록				6, 78	√
	102-48	이전 보고서 정보의 수정				49	√
	102-49	중요 이슈 및 범위 관점에서 발생한 변화				6, 78	√
	102-50	보고 기간				2	√
	102-51	최근 보고서 발간일자				2	√

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

GRI Standards			UN SDGs	UNGC Advanced Level	UNGC Women's Empowerment Principles	보고지면	외부 검증
Topic	Disclosure	Description					
General Disclosures							
GRI 102: Reporting Practice	102-52	보고 주기				2	✓
	102-53	보고서 문의 연락처				2	✓
	102-54	GRI 스탠더드 적용 옵션		21		2	✓
	102-55	GRI 인덱스				73-75	✓
	102-56	외부 검증				71-72	✓
Management Approach							
GRI 103: Management Approach	103-1	중요 이슈 및 범위에 대한 설명				6, 20, 24-25, 29, 33, 39, 61	✓
	103-2	중요 이슈 관련 경영 접근방법 설명	1, 5, 8, 16				✓
	103-3	경영 접근방법에 대한 평가					✓
Economic							
GRI 201: Economic Performance	201-1	경제가치 발생과 분배	1, 2, 5, 7, 8, 9			4-5, 32	✓
	201-2	기후변화가 조직의 활동에 미치는 재무적 영향 및 기타 위험과 기회	8, 13			28, 52	✓
	201-3	조직의 확정급여형 연금제도 채무 총당				41	✓
GRI 203: Indirect Economic	203-1	사회기반시설 투자와 지원 서비스의 개발 및 영향	2, 5, 7, 9, 11			26-27	✓
	203-2	영향 규모 등 중요한 간접 경제효과	1, 2, 3, 8, 10, 17			24-25, 52-59	✓
GRI 205: Anti-corruption	205-1	부패 위험을 평가한 사업장의 수	16			16	✓
	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	16			16	✓
	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	16			16	✓
Environmental							
GRI 301: Materials	301-2	재생투입 원재료 사용 비율	8, 12			60, 65	✓
	301-3	포장재의 재생 비율	8, 12			60, 68	✓
GRI 302: Energy	302-1	조직 내 에너지소비	7, 8, 12, 13			60, 63	✓
	302-4	에너지소비 감축	7, 8, 12, 13			60	✓
	302-5	제품 및 서비스의 에너지 요구량 감축	7, 8, 12, 13			60	✓
GRI 303: Water	303-3	재생 및 재사용 용수의 비율과 총량	6, 8, 12			60, 69	✓
GRI 305: Emissions	305-1	직접 온실가스(GHG) 배출	3, 12, 13, 14, 15			60, 63	✓
	305-2	에너지 간접 온실가스(GHG) 배출	3, 12, 13, 14, 15			60, 63	✓
	305-4	온실가스(GHG) 배출 집약도	13, 14, 15			60, 68	✓
	305-5	온실가스(GHG) 배출 감축	13, 14, 15			60, 63	✓
	305-7	NOx, SOx 및 기타 중요한 대기 배출물	3, 12, 13, 14, 15			60	✓
GRI 306: Effluents and Waste	306-2	총 폐기물 중량	3, 6, 12			60, 64-65	✓
	306-3	유해물질 유출 건수 및 유출량	3, 6, 12, 14, 15			68	✓
GRI 307: Environmental Compliance	307-1	환경법 및 규정 위반으로 부과된 중요한 벌금 및 제재	12, 13, 14, 15, 16	11		68	✓
GRI 308: Supplier Environmental Assessment	308-1	환경 기준 심사를 거친 신규 공급업체 비율				44	✓

사람이 희망이다

GRI Standards			UN SDGs	UNGC Advanced Level	UNGC Women's Empowerment Principles	보고지면	외부 검증
Topic	Disclosure	Description					
Social							
GRI 401: Employment	401-1	신규 채용 근로자와 이직 근로자의 인원수 및 비율	5, 8			38	✓
	401-2	주요 사업장별 상근직 근로자에게 제공하는 복리후생	8		3	41-42	✓
	401-3	성별에 따른 육아휴직 이후의 업무 복귀 및 근속 비율	5, 8		2	38, 41	✓
GRI 403: Occupational	403-1	노사공동보건안전위원회의 운용 및 비율	8			40	✓
	403-2	지역별 및 성별 부상, 질병, 결근률과 작업관련 사상자수	3, 8			38, 40	✓
GRI 404: Training and Education	404-1	근로자 1인당 한 해에 받는 평균 훈련시간	4, 5, 8			38, 40	✓
	404-2	직무교육 및 평생교육 프로그램	8		4	23, 40	✓
	404-3	업무성과 및 경력개발에 대한 정기적인 검토를 받은 근로자 비율	5, 8			40	✓
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity	405-1	거버넌스 기구 및 근로자의 구성 현황	5, 8			14, 38	✓
	405-2	남성 대비 여성의 기본급여 및 보수 비율	5, 8, 10		2	40	✓
GRI 406: Non-Discrimination	406-1	차별 사건의 수와 이에 대한 시정조치	5, 8, 16		1	40	✓
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining	407-1	결사 및 단체교섭의 자유를 보장하기 위해 취한 조치	8	6		40	✓
GRI 408: Child Labor	408-1	사업장 및 공급업체와 아동노동을 효과적으로 폐지하기 위해 취한 조치	8, 16	3		40	✓
GRI 409: Forced or Compulsory Labor	409-1	강제노동을 폐지하기 위해 취한 조치	8	4, 5	6	40	✓
GRI 414: Supplier Social Assessment	414-1	사회 성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	5, 8, 16			44	✓
GRI 416: Customer Health and Safety	416-2	안전보건 영향에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건의 수	16			40	✓
GRI 417: Marketing and Labeling	417-1	라벨링 절차에 요구되는 정보 요건을 갖추어야 하는 주요 제품 및 서비스 군의 비율	12, 16			46, 48	✓
GRI 418: Customer Privacy	418-1	고객개인정보 보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	16			50-51	✓

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한 유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3차 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

유엔 글로벌 콤팩트(UN Global Compact)

유한킴벌리의 유엔 글로벌 콤팩트(UN Global Compact) 실천 현황 2007년부터 UN 글로벌콤팩트의 인권, 노동, 환경, 반부패에 대한 10대 원칙을 준수하고 있습니다. 또한 매년 지속적인 실천을 한 내용을 성과이행보고(Communication on Progress, CoP)를 성실히 수행하고 있습니다.

[표 4-1] UNGC 대응 활동

분류	원칙	유한킴벌리 규정	2018 유한킴벌리 노력	보고 페이지
인권	1. 우리는 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.	<ul style="list-style-type: none"> 경영방침 [인간존중] 인사규정 제 35조 [신분보장] 행동규범 [사원에 대한 배려] 단체협약 제 2장 제 27조 [부당징계의 구제] 	<ul style="list-style-type: none"> 전 사원 행동규범 교육 실시 (연 1회) 성희롱 예방교육 실시 SDGs 이행 CEO지시 선언 	16
	2. 우리는 인권침해에 가담하지 않고 있음을 확인한다.	<ul style="list-style-type: none"> 개인정보 보호 지침 협력회사 선정지침 [조직의 윤리적 건전성] 협력회사 평가항목 [임금 및 고용] 	<ul style="list-style-type: none"> 개인정보 보호 의무 준수(인증 획득) 공정거래 자율준수 프로그램 도입 협력회사 대상 인권부문 정기평가 (1차 협력회사 70개사) 	16, 44, 50-51
노동	3. 우리는 결사의 자유와 단체교섭 권리를 보장한다.	<ul style="list-style-type: none"> 단체협약 제 2장 제 10조 [조합활동의 보장] 단체협약 제 2장 제 11조 [부당노동행위 금지] 단체협약 제 7장 제 66조 [노사협의회, 고충처리위원회 및 고충처리위원회] 단체협약 제 9장 제 75조 [교섭원칙] 	<ul style="list-style-type: none"> 노동조합 가입률 100% 노사협의회 분기별 1회 총 4회 개최 고충처리위원회 분기별 1회 총 4회 개최 임금협상 연 1회 실시 	40
	4. 우리는 모든 형태의 강제노동을 배제한다.	<ul style="list-style-type: none"> 취업규칙 제 3장 제 21조 [시간외, 야간 및 휴일근무] 단체협약 제 4장 제 35조 [연장, 야간 및 휴일근로] 	<ul style="list-style-type: none"> 연장, 휴일 또는 야간 근로 시 노사협의 하에 실시 임산부 보건상 유해·위험한 사업 배치 금지/임산부 야간 근무 금지 협력회사 평가항목 반영(임금 및 고용) 	40-41, 44
	5. 우리는 아동노동을 효과적으로 폐지한다.	<ul style="list-style-type: none"> 취업규칙 제 3장 제18조 [근무시간] 단체협약 제 4장 제 34조 [근로시간] 	<ul style="list-style-type: none"> 18세 미만 사원 없음 협력회사 평가항목 반영(임금 및 고용) 아동 노동과 강제노동 및 노동착취에 대한 보호 	40, 44
	6. 우리는 고용 및 업무상 차별을 근절한다.	<ul style="list-style-type: none"> 취업규칙 제 9장 제 89조 [남녀차별 금지] 단체협약 제 5장 제 45조 [임금] 동일가치의 노동에 대한 동일임금 지급 행동규범 제 2장 [사원에 대한 배려] 	<ul style="list-style-type: none"> 대출신인사원 초봉 남녀 동일 원칙 준수 여성 비율(사무직 37.1%, 임원 15.4%) 	38, 40
환경	7. 우리는 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.	<ul style="list-style-type: none"> 구매이념 [환경친화적인 원료 구입 및 제품생산 지원] 환경경영 방침 [환경부하의 최소화] 환경경영 방침 [환경사고의 사전예방] 	<ul style="list-style-type: none"> 녹색구매 연간 1,172억원 저탄소 비전과 로드맵 수립, 환경오염물질 및 유해물질 관리, 환경 법규 준수 	62-65, 68
	8. 우리는 보다 많은 환경적 책임을 지는데 앞장선다.	<ul style="list-style-type: none"> 핵심가치 [책임과 공헌] 선도적 환경보전활동 전개 행동규범 제 2장 [환경보호] 구매이념 [파트너와의 협력 통한 상호 이익 실현] 환경경영 방침 [환경보호운동에 선도적 역할] 	<ul style="list-style-type: none"> 숲·환경 보호 캠페인 진행 동반성장지수 최우수 기업 사회적 책임 항목 포함한 협력회사 평가 시스템 	44-45, 53
	9. 우리는 환경친화적인 기술개발 및 확산을 지원한다.	<ul style="list-style-type: none"> 구매이념 [기술적인 혁신 통한 우수제품 생산 지원] 환경경영 방침 [지속적인 환경개선] 절감, 재사용, 재활용 노력 규정 	<ul style="list-style-type: none"> 혁신적 제품 출시 환경경영추진본부 신설 	15, 37
반부패	10. 우리는 부당취득 및 뇌물 등 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 노력한다.	<ul style="list-style-type: none"> 행동규범 제 2장 [선물 접대기준 명시] 행동규범 제 2장 [공직자에 대한 금품 수여 금지] 취업규칙 제 11조 [금지사항] 거래처로부터 사례, 중여, 향연 등 행위 금지 공정거래 자율준수 매뉴얼 제 2절 [회사 업무별 유의사항] 및 제 4절 [실무적용 체크리스트] 	<ul style="list-style-type: none"> 전 사원 행동규범 교육 실시 (연 1회) 반부패 교육 실시(온라인 별도 진행) 공정거래 자율준수 교육 활성화 	16

사람이 희망이다

2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동

유한킴벌리 SDGs 성과 확산 유한킴벌리 최고경영자(CEO 최규복)는 SDGs 서약에 참여하고, 컨퍼런스에서 SDGs의 실천사례를 공유함으로써 사회적 확산에 앞장서고 있습니다.



[표 4-2] UN SDGs 대응활동

분류	목표	세부목표	활동	보고페이지
경제	Goal 8. 모두를 위한 지속적, 포용적, 지속 가능한 경제성장, 생산적인 완전고용과 양질의 일자리 증진	8.2	비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용	20-23
		8.3	협력회사 사회적 책임 포함한 평가 시스템 운영, 지속가능경영 관련 지원	43-45
		8.5	시니어 인식 개선 및 일자리 창출	55
		8.8	사원 인권 존중	40
사회	Goal 1. 모든 곳에서 모든 형태의 빈곤 종식	1.3	사원 가족친화경영, 안전보건 영항에 관한 법률 규정 및 자율 규정 준수 취약계층, 생리안보 보호 위해 저소득 청소년에게 생리대 기부, 사회복지시설에 사이즈 교환 기저귀 기부	40-42, 54, 56-59
		1.5	우리강산푸르게푸르게 캠페인_몽골과 북한의 황폐화된 지역의 숲복구에 참여	27
	Goal 3. 모두를 위한 전 연령층의 건강한 삶 보장과 웰빙 증진	3.7	생명사랑 신혼부부학교, 신혼부부 대상 가족 내 성평등 의식 제고	54
		3.9	우리강산푸르게푸르게캠페인_나무심기를 통한 숲 확산 노력	27, 53
	Goal 4. 모두를 위한 포용적이고 공평한 양질의 교육 보장 및 평생학습 기회 증진	4.7	소비자 교육, 월경 교육 통해 몸의 긍정적인 인식 개선 그린캠프_청소년들의 숲·환경 체험 교육	48-49, 53, 54
		5.1	여성 NGO리더십 장학 사업_젠더 관점과 리더십 역량 증진	40-41, 54
	Goal 5. 성평등 달성과 모든 여성 및 여아의 역량 강화	5.4	여성 NGO리더십 장학 사업_젠더 관점과 리더십 역량 증진	49, 54
		5.5	생명사랑 신혼부부학교, 신혼부부 대상 가족 내 성평등 의식 제고	40-41
		5.8	사원 인권 존중, 여성 리더십 및 역량 강화 노력	40-41
	Goal 8. 모두를 위한 지속적, 포용적, 지속 가능한 경제성장, 생산적인 완전고용과 양질의 일자리 증진	8.2	비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용	20-23
		8.3	협력회사 사회적 책임 포함한 평가 시스템 운영, 지속가능경영 관련 지원	43-45
		8.5	시니어 인식 개선 및 일자리 창출	55
8.8		사원 인권 존중	40	
Goal 9. 복원력 높은 사회기반시설을 구축하고, 포용적이고 지속 가능한 산업화 증진 및 혁신 장려	9.1	중저가 생리대_제품군 확대(좋은느낌 흡수)	37	
Goal 10. 국내 및 국가 간 불평등 감소	10.2	사원 인권 존중, 여성 리더십 및 역량 강화 노력 말들에게 희망을, 성평등 사회 확산 위한 기부 릴레이 참여	40-41, 57	
	10.3	고객 상담사, 감정 노동자 인권보호 정책 선언	49	
Goal 11. 도시와 주거지를 포용적이며 안전하고 복원력 있고 지속 가능하게 보장	11.4	우리강산푸르게푸르게 캠페인_도시숲·미래숲·공존숲 3대 프로젝트와 신혼부부나무심기, 청소년 숲체험 교육, 아름다운숲 발굴, 시니어 산촌학교 등 참여 프로그램	26-27, 53	
	11.6	우리강산푸르게푸르게 캠페인_도시숲·미래숲·공존숲 3대 프로젝트와 신혼부부나무심기, 청소년 숲체험 교육, 아름다운숲 발굴, 시니어 산촌학교 등 참여 프로그램	26-27, 53	
Goal 15. 지속 가능한 육상생태계 이용을 보호, 복원, 증진, 산림을 지속 가능하게 관리, 사막화 방지, 토지황폐화 중지 및 복구, 생물다양성 손실 중단	15.1	우리강산푸르게푸르게 캠페인_도시숲·미래숲·공존숲 3대 프로젝트와 신혼부부나무심기, 청소년 숲체험 교육, 아름다운숲 발굴, 시니어 산촌학교 등 참여 프로그램	26-27, 53	
	15.2	우리강산푸르게푸르게 캠페인_몽골과 북한의 황폐화된 지역의 숲복구에 참여	26-27	
	15.3	우리강산푸르게푸르게 캠페인_몽골과 북한의 황폐화된 지역의 숲복구에 참여	26-27	
Goal 16. 평화, 정의 강력한 제도	16.5	윤리경영 공정거래 자율준수, 청렴의무 준수협약서 도입	16	
Goal 17. 이행수단 강화, 지속가능발전을 위한 글로벌 파트너십 활성화	17.16	글로벌 파트너십_유엔 글로벌 콤팩트(UN Global Compact) 실천, UN SDGs 관련 활동	76-77	
환경	Goal 12. 지속 가능한 소비와 생산 양식 보장	12.4	저탄소 사회실현_환경오염물질 및 유해물질 관리, 환경법규 준수	68
		12.5	제품 저탄소화 폐기를 발생량 최소화 및 재활용 노력, 자원 순환 노력, 재활용지 활용 효율적인 자원 활용_윤수 절감 및 재활용 노력	65, 69
	12.6	환경경영_저탄소 비전과 로드맵 수립	62	
Goal 13. 기후변화 대응_정부로부터 받은 배출허용량 목표 대비 초과 달성, 환경법규 준수	13.2	기후변화 대응_정부로부터 받은 배출허용량 목표 대비 초과 달성, 환경법규 준수	63, 68	



유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영_지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

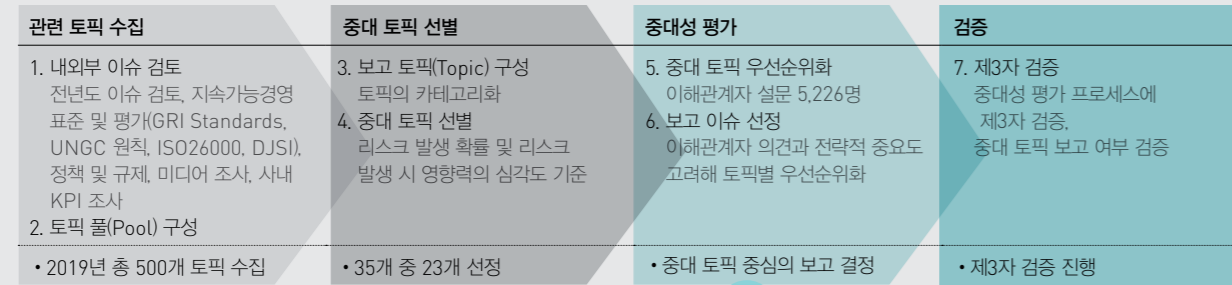
부록

- 제3차 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

중대성 평가

2019 중대성 평가의 객관적 도출 유한킴벌리는 이해관계자조사(2007~2019년)를 통해 중대성 평가를 하고 있습니다. 2019년 중대성 평가는 영향력 분석을 통해 약 500개 이슈 중 중대토픽 23개를 선정했습니다. 중대 토픽의 우선 순위는 이해관계자 설문을 가지고 결정했습니다. 본 건은 제3자 검증과정에서 중대성 평가 프로세스와 데이터 검증을 받았습니다.

[그림 4-1] 중대성 평가 프로세스



[표 4-3] 유한킴벌리 지속가능경영 중대성 10년간의 트렌드 분석(2010~2019년)

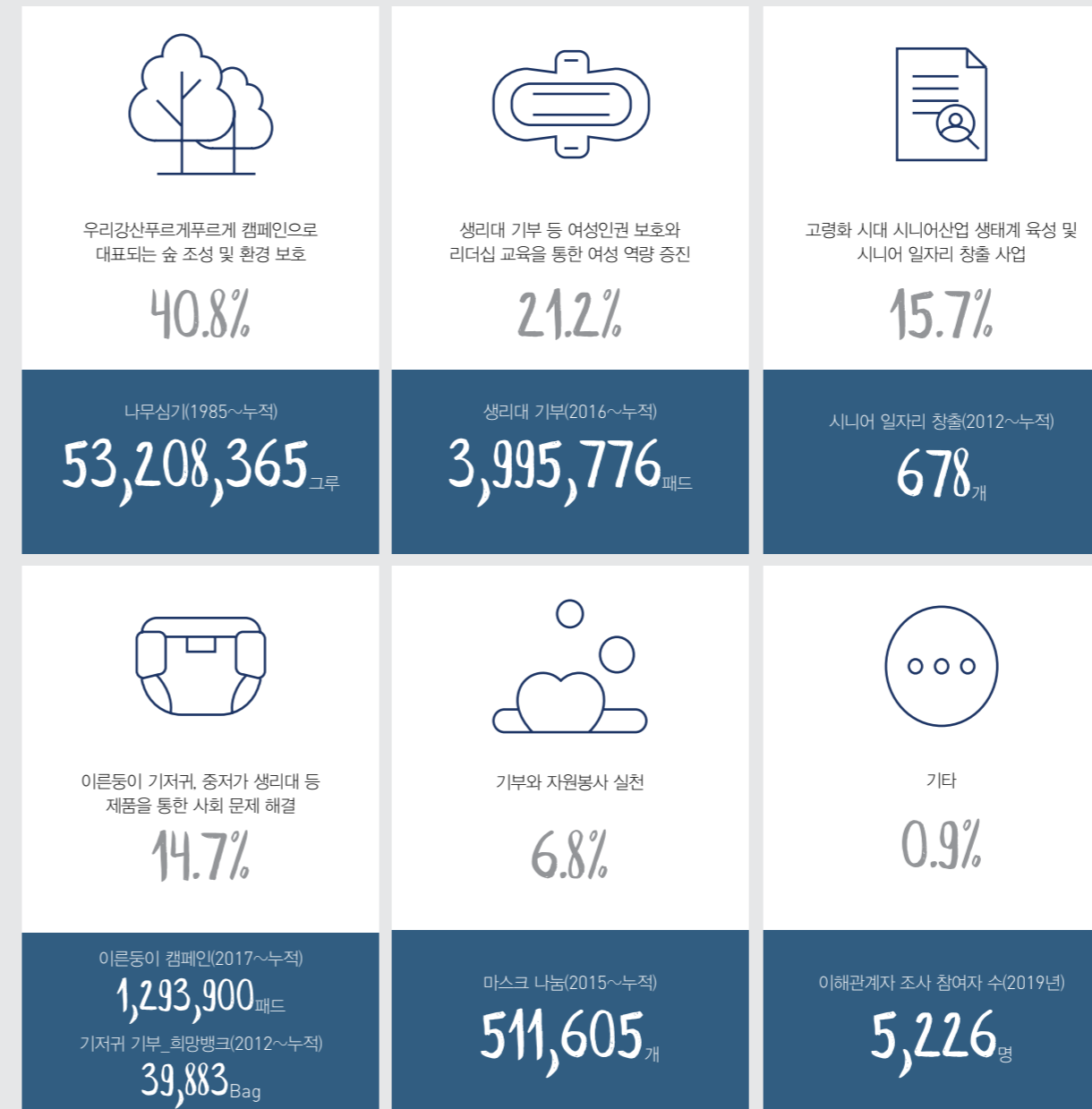
구분	1위	2위	3위	4위	5위	
고객	2010	제품 안전성	고객만족경영	환경친화적 제품 개발	생명/아동존중문화	환경법규 준수
	2011	사회공헌 활동	제품 안전성 확보	환경친화적 제품 개발	고객만족경영	환경법규 준수
	2012	제품 안전성	고객만족경영	환경친화적 제품 개발	윤리·투명 경영	환경법규 준수
	2013	제품 안전성	고객만족경영	환경친화적 제품 개발	환경법규 준수	생명 및 아동 존중문화
	2014	제품 안전성	고객만족경영	지속적인 개선	환경친화적 제품 개발	환경법규 준수
	2015	제품 안전성	고객만족경영	환경법규 준수	지속적인 개선	사회책임 경영
	2016	고객·건강 안전	사회책임 활동	고객만족	환경경영	지속가능한 제품
	2017	고객 건강과 안전	품질경영과 제품 안전	제품 및 서비스 정보	사업장 안전	제품 혁신
	2018	제품 안전성	고객 건강과 안전 관리	개인정보 보호	안전한 근로 환경	환경친화적 제품 개발
	2019	제품 안전	개인정보 보호	환경친화적 제품 개발	윤리·준법경영	소비자의 제품 선택권 강화
협력 회사	2010	제품책임/제품 안전성 확보	고객만족경영	제품연구개발	윤리투명경영	신규사업개발
	2011	고객만족경영	제품연구개발	제품책임/제품 안전성 확보	환경경영/환경친화적제품 개발	윤리투명경영
	2012	제품 안전성	고객만족경영	제품 연구 개발 혁신	신규제품 개발	협력회사 상생활동
	2013	고객만족경영	제품 안전성	제품 연구 개발 혁신	협력회사 상생활동	윤리·투명 경영
	2014	제품 안전성	환경법규 준수	고객만족경영	윤리·투명 경영	신제품 개발
	2015	신규제품 개발	제품 안전성	고객만족경영	제품 혁신	환경법규 준수
	2016	-	-	-	-	-
	2017	고객 건강과 안전	품질경영과 제품 안전	사회책임 활동	미래 비즈니스 가치 창출	사업장 안전
	2018	소비자 정보 제공	고객 건강과 안전 관리	제품 안전	노사 협업 활성화	개인정보 보호
	2019	개인정보 보호	제품 안전	안전한 근로 환경	윤리·준법경영	고객 소통 확대
사원	2010	고객만족경영	제품책임/제품 안전성 확보	경영진리더십	신시장개척	신제품 개발
	2011	경영진 리더십	제품책임/제품 안전성 확보	고객만족경영	윤리투명경영	제품연구개발
	2012	경영진 리더십	제품 안전성	고객만족경영	제품 연구 개발혁신	신규제품 개발
	2013	경영진 리더십	신규사업 개척	신시장 개척	제품 안전성	고객만족경영
	2014	경영진 리더십	제품 안전성	신시장 개척	신규제품 개발	제품 혁신
	2015	제품 안전성	경영진 리더십	환경법규 준수	윤리·투명 경영	신시장 개척
	2016	윤리·투명경영	고객·건강 안전	고객만족	사업전략	일과 삶의 균형
	2017	제품 및 서비스 정보	고객 건강과 안전	사업장 안전	윤리·투명 경영	품질경영과 제품 안전
	2018	제품 안전성	고객 건강과 안전	안전한 근로 환경	개인정보 보호	환경친화적 제품 개발
	2019	제품 안전	소비자의 제품 선택권 강화	개인정보 보호	환경친화적 제품 개발	제품 혁신
지역 사회	2010	윤리투명 경영	환경경영/환경친화적제품 개발	제품책임/제품 안전성 확보	고객만족경영	환경법규준수
	2011	윤리투명 경영	제품책임/제품 안전성 확보	고객만족경영	환경경영/환경친화적제품 개발	생명/아동존중문화
	2012	윤리·투명 경영	고객만족경영	제품 안전성	환경친화적 제품 개발	환경법규 준수
	2013	제품 안전성	경영진 리더십	고객만족경영	윤리경영 투명경영	환경친화적 제품 개발
	2014	제품 안전성	환경법규 준수	사회책임 활동	신뢰 구축	고객만족경영
	2015	제품 안전성	환경법규 준수	사회책임 활동	환경친화적 제품 개발	고객만족경영
	2016	-	-	-	-	-
	2017	사업장 안전	사회책임 활동	고객 건강과 안전	품질경영과 제품 안전	제품/서비스 정보 제공
	2018	고객 건강과 안전	제품 안전성	안전한 근로 환경	환경친화적 제품 개발	개인정보 보호
	2019	개인정보 보호	환경친화적 제품 개발	제품 안전	윤리·준법경영	소비자의 제품 선택권 강화

사람이 희망이다

이해관계자 인사이트

2019 이해관계자조사의 주요질문과 답변 유한킴벌리 사회공헌 활동에 대한 인식 결과, '우리강산푸르게푸르게(79.6%)'에 대한 인식이 압도적으로 높았으며 '힘내라 딸들아(생리대 기부)(42.6%)'에 대한 인식이 2위로 나타났습니다. 또한 유한킴벌리가 향후 집중해야 할 사회공헌 활동 1위는 '우리강산푸르게푸르게 캠페인으로 대표되는 숲 조성 및 환경 보호(40.8%)'이었으며 2위는 '생리대 기부 등 여성인권 보호와 리더십 교육을 통한 여성역량 증진(21.2%)'으로 나타났습니다. 유한킴벌리는 숲·환경 보호와 여성을 위한 사회적 책임 활동을 앞으로도 꾸준히 추진하겠습니다.

[질문] 유한킴벌리 사회공헌 활동 중 앞으로 더욱 집중해야 할 분야는 무엇이라고 생각하십니까?



유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

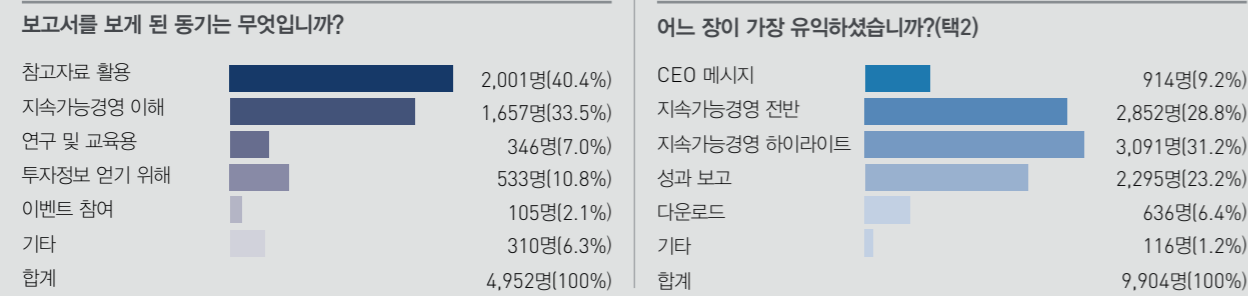
- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

2018 지속가능성보고서 활용 현황과 독자의견 모니터링

유한킴벌리가 2018년 지속가능성보고서 통해 만난 이해관계자 수 **27,095명**

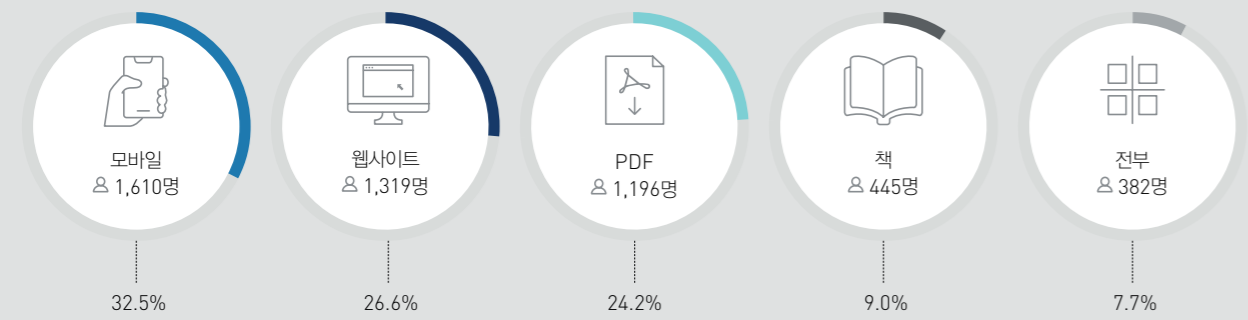
국가별 방문자 수는 국내보다 해외의 이해관계자 방문자 수가 62.5%로 높았습니다. 웹보고서의 경우, 모바일 접근율이 12.8%이어서 향후 고객채널의 변화를 알 수 있었습니다. 이제 지속가능성보고서는 회사경영 전반을 이해할 수 있는 신뢰할 만한 매체로서의 역할을 하고 있습니다. 유한킴벌리는 2018년 보고서 SNS채널을 통한 독자의견 조사에는 4,952명이 참여했습니다. 전년 대비 79.5% 증가할 만큼 참여율이 높았습니다. (2017년 2,759명 참여) 지속가능성보고서의 인기있는 콘텐츠 1위는 '지속가능경영 하이라이트'였으며, 회사의 지속가능경영을 이해하고, 참고 자료로 활용하고 있었습니다. 가장 선호하는 보고서 채널은 모바일, PDF 보고서이며, 웹보고서 형식의 선호도가 높았습니다.

[그림 4-2] 2018년 보고서 독자의견 설문조사 결과



보고서 중 선호하는 채널은 무엇입니까?

☞ 합계 4,952명(100%)



보고서 전반평가

항목	2016	2017	2018
보고서 만족도	-	71.5	73.7
정보의 신뢰성	72.0	72.5	73.6
글자 크기 적절성	-	67.1	72.9
이해하기 쉬운 도표	68.3	71.7	72.4
웹보고서 만족도	-	71.5	72.0
중요이슈 적절성	71.8	71.4	71.3
표현 명확성	70.2	68.8	70.2

2018년 고객접근과 2019년 독자의견 반영내용

2018년 보고서에 대한 주요 주관식 의견(명)
 정보 1,356 | 모바일 589 | 디자인 318 | 발간주기 81 | 기타 90

2019년 보고서 반영결과

- 정보 제공을 위해 중대성 트렌드 10년치 시계열을 제시했습니다.
- 웹보고서 만족도를 높이고자 온라인상의 나만의 보고서를 만들 수 있는 기능을 강화했습니다.
- 차별화된 디자인을 시도했습니다(핵심요소 마크 도입).
- 투명한 보고를 위해 부정이슈도 함께 다루었습니다.

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3자 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록

지역사회 협력파트너 현황

주요 학회 및 협회: 47개체(가나다 순)

본사 공통	제조 사업장
기업소비자전문가협회(OCAP), 녹색기업협회, 대한간호협회, 대한변호사협회, 대한산업안전협회, 대한화장품협회, 미래포럼, 소방안전관리자협회, 안전보호구협회, 유럽소아피부과학회, 유엔글로벌콤팩트한국협회, 윤경CEO클럽/윤경SM포럼, 위험물관리자협회, 전국경제인연합회, 전국연구소장협의회, 한국경영자총협회, 한국공정경쟁연합회, 환경기술인협회, 한국마케터(masok)협회, 한국마케팅협회, 한국무역협회, 환경보전협회, 한국산업간호협회, 한국산업기술진흥협회, 한국소방안전협회, 환경안전관리자협회, 한국인더스트리 4.0협회, 한국인사관리협회, 한국의료기기산업협회, 한국전기기술인협회, 한국전력기술인협회, 한국제지연합회, 한국제지자원진흥원, 한국호흡보호구학회, 한국SCM학회, CSV소사이어터	구미김천안전관리자협의회, 김천상공회의소, 경북서부환경기술연합회, 대구경북환경보전협회, 대구경북PSM안전관리협회, 대덕공업인협회, 충남경영자협회, 충주시기업인협회, 충주유성범죄피해자지원센터, 충주첨단산업단지협회, 법무부범죄예방위원회김천지역협의회

주요 협력 단체: 32개체(가나다 순)

업무 협력	사회 책임
3.4관리공단실무협의회, 국제경영원(KOKJE), 산업정책연구원, 한국에이이오진흥협회(AEO), 한국필름종이공학회, 한국품질경영학회, 한국화학실문화협의회, 화장지거래질서정상화협의회, 위생용품사업자정례협의회, 한국경영학회, 한국능률협회, 한국노인과학술단체연합회, 한국로지스틱스학회	50플러스코리아, 기후변화센터, 녹색소비자연대전국협의회, 녹색연합, 동북아산림포럼, 자연을 사랑하는 문학의집 · 서울, 미래포럼, 사랑의친구들, 사회복지공동모금회, 산림조합중앙회, 서울YWCA, 서울그린트러스트, 생명의숲, 여성환경연대, 평화의숲, 한국여성단체연합, 한국여성재단, 한국여성연화, 환경재단

제조사업장의 주제별 협력

분류	안전	환경	소방	보건	방사선
김천 공장	한국산업안전보건공단, 대한산업안전협회, 대구경북산업안전본부, 대구경북권 PSM 안전관리자협의회, 구미김천안전관리자협의회, 한국안전기술협회, 한국안전환경과학원, 한국승강기안전공단, 구미김천환경안전책임자협의회	김천환경안전관리자협의회, 경북서부환경기술인협회, 대구경북환경보전협회, 국립환경과학원, 한국제지연합회, 한국포장재재활용사업공제조합, 한국환경공단, 한국가스안전공사, 화학물질안전원, 한국화학물질관리협회, 경상북도지속가능발전협의회	김천소방안전관리자협의회, 한국소방안전원, 한국화재보험협회	기업체산업보건협의회, 한국산업간호협회, 대한간호협회, 대한산업보건협회, 한국산업보건학회	한국원자력안전기술원/안전재단/안전아카데미, 한국방사선진흥협회
대전 공장	고용노동부, 산업안전보건공단, 대한산업안전협회	금강유역환경청, 대전시청 기후대기과, 대덕3.4산업단지 관리공단, 충남대전환경보전협회	대덕소방서, 한국소방안전원	대한간호협회, 직업건강협회 (한국산업간호협회에서 명칭변경), 대덕구보건소	
충주 공장	고용노동부, 한국산업안전보건공단, 근로복지공단, 대한산업안전협회, 한국안전기술협회	충주시지속가능발전협의회, 원주지방환경청, 충청북도청 환경사랑국, 충주시청 환경수자원본부	충주소방서, 한국소방안전원	한국산업간호협회, 충주시보건소	

주요 수상 기록

2018~2019년 유한킴벌리 사회적 평판

회사전반	지배구조_주주사/유한킴벌리 명성 관련
2019.02	"2019 한국에서 가장 존경받는 기업 5위" 선정(한국능률협회컨설팅)
2018.09	킴벌리클라크, "콘페리" 선정 "일하기 좋은 회사 3" Award 수상(콘페리KORN FERRY)
2018.03	주주사 킴벌리클라크, 세계에서 가장 존경 받는 기업 100 진입(포스브FORBES)
2018.03	이정희 유한양행 대표이사 사장, 제45회 상공의 날 금탑산업훈장 수상(대한상공회의소)
2018.11	"2018 대한민국 지속가능성대회" 지속가능성지수 및 지속가능성보고서 1위 수상(한국표준협회)
2018.06	2017년 동반성장지수 평가 "최우수 명예기업" 등급 획득(공정거래위원회&동반성장위원회)
2018.03	최규복 대표이사 사장, 글로벌 비즈니스 한반도 평화기업인상 은상 수상(Religious Freedom & Business Foundation)
2018.02	2018 한국에서 가장 존경받는 기업 5위 선정/사회기치2위/생활용품부문 1위 선정(한국능률협회컨설팅)

경제

광고/제품/브랜드	
2019.04	립톤 브랜드 "2019 명품브랜드" 선정(한국경제)
2018.12	생리대 화이트 브랜드, "대한민국 100대 브랜드" 15년 연속 선정(브랜드 스타)
2018.12	립톤 브랜드 "2018 스타브랜드 대상" 수상(매일경제)
2018.11	생리대 라네이저(La Nature), "유럽 에코인증 최고 등급" 획득(OK Biobased)
2018.09	몰티슈 그린핑거, 2018 브랜드 고객만족도 조사(BCSI) 1위 선정(한국마케팅협회)
2018.09	쇼핑몰 하기사 맘큐, 2018 국가서비스대상 - 유아동쇼핑몰 부문 수상(산업통상자원부)
2018.04	립톤, 2018 대한민국 대표브랜드 대상 수상(한국경제, 동아일보)

사회

사회책임/가족친화/기타	
2018.12	대전공장, 기업사회공헌 부문 "보건복지부 장관 표창"(보건복지부&사회복지협의회)
2018.12	2018 한국의 경영대상 "사회기치 최우수 기업"으로 선정(한국능률협회컨설팅)
2018.11	한국회계정보학회 주관 "2018년 투명경영대상 수상"(한국회계정보학회)
2018.07	제7회 인구의 날 가족친화 공헌 "대통령 표창" 수훈(보건복지부)
2018.03	대전공장, 근로자건강증진활동 우수사업장 재인증(고용노동부&안전보건공단)

우리강산푸르게푸르게 캠페인 광고

2019.01	우리강산푸르게푸르게 서울영상광고제 동상 수상-KKG "어디까지 우리강산일까요?"(서울영상광고제 집행위원회)
2018.01	"숏폼날 열" 2017 & AWARD(앤어워드) Digital Media의 Events카테고리 Winner수상(사단법인 한국디지털기업협회)
2018.01	서울영상광고제 크래프트 부문 은상 수상(서울영상광고제 집행위원회)

2019 참여한 사람들

전반	최규복, 김해숙, 이수연, 김효정
경제	김경은, 김근호, 김민수, 김상영, 김세현, 김유리, 노현준, 노형균, 문장천, 민정선, 박광후, 배현정, 서성욱, 신지원, 우창제, 윤승현, 이경진, 이남연, 이영중, 이완구, 임지원, 최유란
사회	권오신, 김도현, 김영일, 김정현, 김진희, 김희용, 박경준, 백상기, 손승우, 안태건, 유선의, 윤영도, 이다혜, 임태환, 전용훈, 장석훈, 정창민, 차미연, 최영석, 최찬순
환경	안지연, 유광호, 이승필, 정상진, 조형석, 현준식
외부검증기관	한국경영인증원
자문팀	(주)마크스폰
디자인팀	(주)인투그래픽



2018 지속가능성보고서 수상
 "2018 대한민국 지속가능성대회" 지속가능성지수 및 지속가능성보고서 1위 수상 (한국표준협회)

사람이 희망이다

유한킴벌리 지속가능경영 전반

- 지속가능경영 가치 사슬
- 지속가능경영 중대 토픽
- CEO 메시지
- 비전과 가치내재화
- 지배구조
- 지속가능한 조직
- 윤리경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

지속가능발전 목표 실현 위한

유한킴벌리 3대 방향

- 비즈니스 모델 혁신_디지털 트랜스포메이션의 적용
- 사회책임경영 지속_우리강산푸르게푸르게의 진화 발전
- 기업문화 변화 선도_스마트워크 경영

유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제 성과
- 사회 성과
- 환경 성과

부록

- 제3차 검증의견서
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트
- 2018 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
- 중대성 평가
- 이해관계자 인사이트
- 독자의견 모니터링
- 지역사회 협력파트너 현황
- 주요 수상 기록



독자의견 설문

유한킴벌리는 지속가능성보고서를 읽어주시는 독자 여러분께 감사드립니다.
 더 좋은 보고서 제작을 위해 이해관계자 여러분의 의견을 듣고자 합니다.
 아래 QR코드를 통해 설문에 참여해주시면 감사하겠습니다.
 웹보고서 csr.yuhan-kimberly.co.kr

“유한킴벌리의 모든 사업부의 기본 전략에는 앞으로 친환경 전략이 필수로 들어가야 합니다.
모든 사업부 뿐만이 아니라 HR까지도 친환경 전략을 넣어야 합니다. 이것이 결국 우리의 가치를
높여줄 것이며, 우리의 경쟁력이 될 것입니다. 많은 분들이 친환경을 실천하면 품질을 좋게 하기 위해서
원가가 올라간다는 고정관념을 갖고 있지만, 오히려 품질이 좋아지면 일관되게 균일한 제품이 생산되어서
웨이스트를 줄이게 되고, 이것이 원가를 줄이는 계기가 됩니다. 물류의 경우, 차량이 적게 움직이는
방법을 찾고, 제조에서는 같은 제품을 만들면서 웨이스트를 줄이는 노력이 필요합니다. 친환경 전략은
우리회사와 우리사회가 함께 가야할 중요한 방향입니다.”

-2019년 7월 열린임원회의 CEO메시지 중에서 -

