

인권경영

인권 존중 문화 확산을 위한 기반 확립

인권경영 선언

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

인권경영 8대 원칙

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

 유한킴벌리 인권경영선언문

인권경영 추진 조직

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

인권 리스크 관리

전사원 대상 인권 리스크 점검 및 교육

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

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

협력사 대상 인권 리스크 평가

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

사람이 희망이다

개요	CEO 메시지	04
	유한킴벌리의 가치 재배분	06

지속가능경영 전략	지속가능경영 체계	08
	이해관계자 소통 채널	11
	이중 중대상 평가	13

스페셜 페이지	지속가능성보고서 발간 20년 특별기획	17
---------	----------------------	----

지속가능경영 기반	지배구조	25
	윤리투명경영	26
	위기관리	29
	정보보호	32

지속가능경영 성과		
환경성과	환경경영 체계	36
	지속가능제품	39
	자원순환 및 폐기물	43
	수자원 및 오염물질	46
	온실가스 및 에너지	48
경제성과	생물다양성	54
	비즈니스 경쟁력 강화	58
	비즈니스 모델 혁신	60
사회성과	비즈니스 전과정 혁신	62
	사원 경험과 성장	66
	노경협업	73
	인권경영	75
	안전보건	77
	제품 안전과 품질	81
	고객 만족	84
공급망 관리	88	
지역사회 가치 창출	92	

부록	유한킴벌리 소개	98
	ESG 정량 성과	99
	GRI 대조표	110
	TCFD 대조표	115
	SASB 대조표	116
	유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 준수	117
	UN SDGs 기여 활동	120
	제3자 검증의견서	124
	온실가스 검증서	126
	주요 수상, 인증 및 협력 파트너	127
	지속가능성보고서 독자 의견 모니터링	129

인권경영

인권 침해 고충처리

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

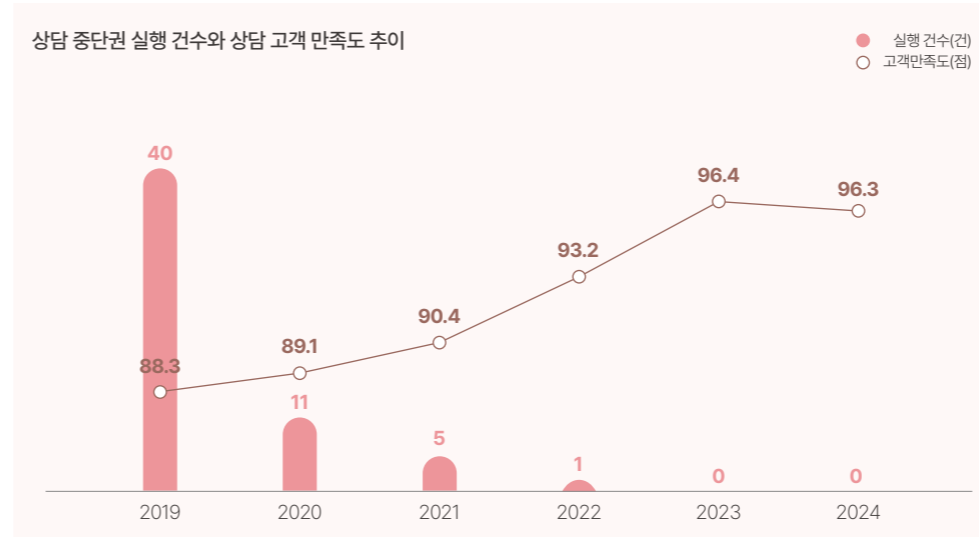
행동규범 제보 및 고충처리 채널

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

고객응대 상담사 인권보호

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

유한킴벌리 감정노동자 인권보호 정책 선언문



사람이 희망이다

개요	CEO 메시지	04
	유한킴벌리의 가치 재배분	06
지속가능경영 전략	지속가능경영 체계	08
	이해관계자 소통 채널	11
	이중 중대성 평가	13
스페셜 페이지	지속가능성보고서 발간 20년 특별기획	17
지속가능경영 기반	지배구조	25
	윤리투명경영	26
	위기관리	29
	정보보호	32

지속가능경영 성과		
환경성과	환경경영 체계	36
	지속가능제품	39
	자원순환 및 폐기물	43
	수자원 및 오염물질	46
경제성과	온실가스 및 에너지	48
	생물다양성	54
	비즈니스 경쟁력 강화	58
	비즈니스 모델 혁신	60
사회성과	비즈니스 전과정 혁신	62
	사원 경험과 성장	66
	노경협업	73
	인권경영	75
	안전보건	77
	제품 안전과 품질	81
	고객 만족	84
	공급망 관리	88
	지역사회 가치 창출	92

부록	유한킴벌리 소개	98
	ESG 정량 성과	99
	GRI 대조표	110
	TCFD 대조표	115
	SASB 대조표	116
	유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 준수	117
	UN SDGs 기여 활동	120
	제3자 검증의견서	124
	온실가스 검증서	126
	주요 수상, 인증 및 협력 파트너	127
	지속가능성보고서 독자 의견 모니터링	129

지역사회 가치 창출

포용성과 다양성을 위한 노력

여성 NGO 리더십 육성 기금 마련

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



2024년 여성 NGO 리더십 개강식

생명사랑 신혼부부학교

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



2024년 신혼부부학교

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

기부를 통한 가치 확산

굿브랜드 기부 캠페인

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

기부 플랫폼

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

2024년 브랜드별 기부 성과

브랜드	하گی스 HUGGIES	좋은느낌	크리넥스	디펜드
활동	<ul style="list-style-type: none"> 이른둥이를 위한 초소형 기저귀 무상 공급(2017~) 희망뱅크: 사이즈 교환 기저귀 기부(2015~) 경제적 취약계층을 위한 굿액션 기저귀 지원 (2019~) 	<ul style="list-style-type: none"> 경제적 취약계층 여성 청소년을 위한 생리대 100만패드 기부(2016~) 발달장애 여성의 생리대 교체 방법 교육 목적의 처음위생팬티 개발 (2020~) 	<ul style="list-style-type: none"> 미세먼지 걱정아웃 마스크 나눔 캠페인(2015~2019) COVID-19 마스크 100만개 기부(2020) 자립준비 청년과 취약 계층을 위한 마스크 30만 장 기부(2022) 아동 위생 건강을 위한 해피클린 캠페인(2023~) 	<ul style="list-style-type: none"> 불우한 시니어를 돕기 위한 사원 월정 급여 1% 나눔 캠페인(2015~)
2024년 12월 기준 성과(누적)	총 12,622,587 패드 지원	총 11,709,156 패드 지원	총 1,625,802장 지원 (마스크), 해피클린 위생세트 9,260박스 지원	총 1,864,927 패드 지원

사람이 희망이다

개요	CEO 메시지	04
	유한킴벌리의 가치 재배분	06

지속가능경영 전략	지속가능경영 체계	08
	이해관계자 소통 채널	11
	이중 중대성 평가	13

스페셜 페이지	지속가능성보고서 발간 20년 특별기획	17
---------	----------------------	----

지속가능경영 기반	지배구조	25
	윤리투명경영	26
	위기관리	29
	정보보호	32

지속가능경영 성과		
환경성과	환경경영 체계	36
	지속가능제품	39
	자원순환 및 폐기물	43
	수자원 및 오염물질	46
	온실가스 및 에너지	48
경제성과	생물다양성	54
	비즈니스 경쟁력 강화	58
	비즈니스 모델 혁신	60
사회성과	비즈니스 전과정 혁신	62
	사원 경험과 성장	66
	노경협업	73
	인권경영	75
	안전보건	77
	제품 안전과 품질	81
	고객 만족	84
공급망 관리	88	
	지역사회 가치 창출	92

부록	유한킴벌리 소개	98
	ESG 정량 성과	99
	GRI 대조표	110
	TCFD 대조표	115
	SASB 대조표	116
	유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 준수	117
	UN SDGs 기여 활동	120
	제3자 검증의견서	124
	온실가스 검증서	126
	주요 수상, 인증 및 협력 파트너	127
	지속가능성보고서 독자 의견 모니터링	129