



창립 50주년특집호
열다섯번째 보고서

50 *years*

2020 유한킴벌리
지속가능성보고서
사람이 희망이다



유한킴벌리



우리강산
푸르게푸르게

About This Report

보고 원칙	GRI Standards, 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact)
보고 경계	국내 전 사업장 및 주요 공급망
보고 기간	2019. 01 ~ 12 (2020년 2분기 활동 성과 포함)
보고 기준	회계연도 기준, 최소 3개년 이상 시계열 제시
보고 검증	제3자 검증
보고 주기	매년 보고(최초 발간 2006년)
구성 특징	GRI standards에 따른 보고, 중대이슈 중심 보고
공개 원칙	웹보고서(csr.yuhan-kimberly.co.kr) 상시 공개

2020년 지속가능성보고서, 지난해와 무엇이 달라졌나?

1. 창립 50주년 역사 재조명 및 과제 특집

유한킴벌리 창립 50주년을 맞이한 준비를 정리해 보고했습니다.



2. 코로나19 관련 유한킴벌리 대응 보고

2020년에 새롭게 직면하게 된 코로나19와 관련하여 기업인 유한킴벌리의 대응을 정리했습니다.



3. 3대 주요 글로벌 가이드라인에 근거한 관점 보고

지속가능개발계획(SDGs)에 연계한 유한킴벌리 대응, 기후변화 재무정보공개 태스크포스(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD), 유엔 이행지침 인권보고 프레임워크(UN Guiding Principles Reporting Framework)등을 다양한 관점과 기준에서 보고하였습니다.



4. 고객맞춤 서비스 위한 웹보고서 검색기능 추가

다양한 고객맞춤서비스를 위해 웹보고서 내 검색 기능이 추가되었습니다. 이를 통해 정보 접근성이 더욱 강화되고, 이용자 목적에 따라 쉽게 편리하고 빠르게 콘텐츠를 이용할 수 있습니다.



유한킴벌리는 이해관계자를 주주, 사원, 지역사회, 협력회사, 고객으로 정의합니다. 유한킴벌리는 지속가능보고서의 경영공시, 주주총회, 이사회, 사업보고서, 웹사이트를 등을 통해 경영 방향과 성과를 투명하게 공개하고 있습니다. 또한 다양한 소통채널을 통해 이해관계자의 의견을 청취하며 신속하게 대응하고 있습니다.

2020 참여한 사람들

전반: 최규복, 김해숙, 최찬순, 이수연

경제: 강연하, 김상진, 노형균, 배현정, 서성욱, 조용준, 전양숙, 김근호, 민정선, 임지원, 윤승현, 이영중, 이남연, 이완구

사회: 김도현, 김현희, 백상기, 조성호, 이희다, 정다은, 김철수, 김영일, 김희웅, 변정욱, 이다혜, 이지원, 정석훈, 최영석

환경: 이준호, 박경준, 김용, 안지연, 이승필, 임중환, 김경은, 여상직, 정상진, 현준식, 전용훈, 신소영, 임태환, 조영희

외부검증기관: 한국경영인증원 **자문팀:** ㈜마크스폰 **디자인팀:** ㈜인투그래픽

지속가능성보고서 디지털라이제이션 | 유한킴벌리는 투명한 정보공개와 정보 접근성을 높이기 위해 2017년부터 웹보고서를 발간하기 시작했습니다. 본 보고서는 보고서 내 관련 페이지로의 이동과 웹보고서 바로가기 등의 기능이 포함되어 있습니다.

Home	Contents	Back Page	Page Print	Search	Download
표지페이지로 이동	목차페이지로 이동	이전 페이지로 돌아가기	페이지 프린트	검색	다운로드

CONTENTS

04	유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?
06	2020 중대성평가
07	SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천
08	유한킴벌리 사회적 평판

09

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

10	CEO Message
15	비전과 지속가능한 조직
17	지배구조
18	윤리경영 · 투명경영
19	위기관리
20	이해관계자 소통채널

21

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

22	2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언
24	2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표
25	2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언
27	2-4. 사원참여 의견 청취
28	2-5. 본사 이전

29

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

30	3-1. 사회책임활동-제품과 서비스
33	3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰
34	3-3. COVID19-기부
35	3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응
36	SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

37

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

38	경제성과
43	사회성과
63	환경성과

71

5. Appendix

72	제3자 검증 의견
74	GRI Index
76	유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수
77	유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침 인권보고 프레임워크
78	지속가능성보고서 활용현황과 독자 의견 모니터링

유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

지속가능경영 가치사슬 유한킴벌리는 경영활동을 통해 창출한 가치를 이해관계자들에게 재분배하며 성장해왔습니다. 매년 지속가능경영 가치 사슬을 투명하게 보고하고 있습니다. 경제, 사회, 환경적 측면에서 어떠한 영향과 가치를 주고받는지와 함께 보고하고 있으며, 2020년부터는 디지털라이제이션 성과도 포함하였습니다.

- 경제적 가치**
- 재화 및 서비스 구매비용 64.1% (8,545억원)
- 사회적 가치**
- 협력회사 사회적 책임 평가 시스템 (70개사 평균 87.8점)
 - 품질 및 안전성 향상
 - 청렴의무서약 이행
- 환경적 가치**
- 녹색구매액 1,013억원
 - 위생용 종이제품 원료 중 재활용지 사용비율 18.6%(국내고지 비율 56.9%)

64.1%

경제적 가치 창출 및 배분

매출액 1조 3,332억원

주주 배당금 11.8% (1,580억원)

정부 법인세 및 기타 제세공과금 5.1% (684억원)

지역사회 사회공헌비 0.4% (58억원)

기타 (이자비용, 임대료, 감가상각비, 이자수입, 사내유보금 등) 4.7% (630억원)

*매출액 대비 비율입니다.

경제적 가치

- 급여 및 복리후생비 등 16.4%(2,189억원)
- 시설투자비 3.5%(469억원)

사회적 가치

- 작업장 안전보건 강화(환경과 안전 조직 분리)
- 스마트워크, 가족친화경영인증
- 제품안전 모니터링 실시(완제품 검수 공정 신설)

환경적 가치

- 용수 재활용률 33.7%
- 사업장 폐기물 재활용률 98.5%
- 환경보호비용 133억원
- 지속가능한 친환경 제품 개발(환경마크 19개, FSC인증(드라이브 핸드타월 천 제품 및 내수용 기저귀, 팬츠)
- 온실가스 배출 202,435tCO₂e

디지털라이제이션

- 빅데이터 분석 기반 선제적 품질관리 시스템 구축
- 스마트 매뉴팩처링_작업 연간 837시간 절감
- 리얼타임피드백 시스템 통한 웨이스트 발생, 품질 불량, 자재 낭비 사전예방(2019년 대전공장 6억원)

16.4%

[표-1] 유한킴벌리 개요

회사명	유한킴벌리 주식회사	본사 소재지	서울특별시 송파구 올림픽로 300 롯데월드타워 29층
설립일	1970년 3월 30일	사업분야	일반 소비자 위생용품, 산업 및 의료용품 등
대표이사 사장	최규복	대상시장	개인, 산업체, 연구실, 공공건물, 식당, 병원, 학교 등
직원수	1,566명	영업이익	1,734억원
매출액	1조 3,332억원	자본금	2,000억원
매출액 구성	국내 90.2%, 수출 9.8%	주요 연혁	유한킴벌리 웹사이트 참고 http://www.yuhan-kimberly.co.kr/Company/History/
사업장 현황	본사(서울), 생산사업장(김천, 대전, 충주), 이노베이션센터(죽전), 스마트워크센터(군포, 죽전, 부산, 대구, 대전, 광주), 물류센터(군포), 허브센터(덕평), 크로스 도킹 포인트(CDP_충청, 경남, 호남, 김천)		
브랜드	하기스, 크리넥스 마이비데, 더블하트, 화이트, 좋은느낌, 크리넥스, 뽀빠, 스카트, 그린핑거, 티엔, 디펜드, 포이즈, 크린가드, 와이프울, 킴텍크 등 (유니레버 2019년 9월 업무협약 종료)		
생산 및 판매 제품	일반소비자용품: 아기 기저귀, 아기 목욕용품, 유아수유용품, 여성생리대, 미용지, 화장지, 종이타월, 종이 냅킨, 물티슈, 성인용 기저귀, 마스크 등 산업용품: 와이퍼, 보호복, 액세서리, 세정제 등 화장실용품: 물비누, 대용량 화장지, 핸드타월, 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		

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

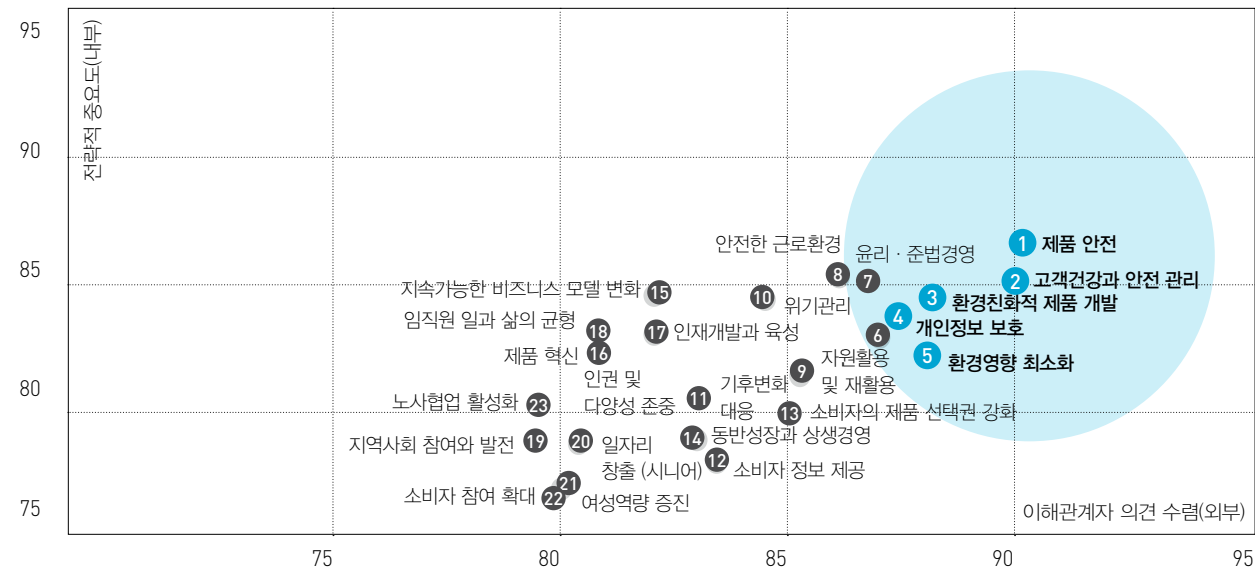
지속가능성보고서 활동현황과 독자의견 모니터링

2020 중대성평가

제품안전 중요도 1위, 코로나19로 고객건강과 안전관리 중요도 대폭 상승

이 토픽은 왜 중요한가? 유한킴벌리는 매년 중대성 평가를 통해 지속가능경영을 위해 필요한 주요 보고 토픽을 선정하고, 이를 우선적으로 실행하기 위해 노력하고 있습니다. 2020년에는 약 500여개의 이슈 중 35개 보고 토픽으로 선정했고, 최종적으로 23개의 중대 토픽을 선정하였습니다. 이해관계자조사에는 총 5,869명의 이해관계자가 참여했습니다. 창립 50주년을 맞이하면서 이해관계자들이 선정한 상위 5개 중대토픽은 2020년 보고서를 통해 보다 집중적으로 다룸으로써 향후 장수기업이 되기 위한 명확한 방향을 확인할 수 있는 계기가 되어 중요합니다.

[그림-1] 2020 유한킴벌리 지속가능경영 중대 토픽



2020년 중대성평가의 주요 시사점은

무엇인가? 2020년 중대성 평가에서 상위 5개 중대토픽은 제품안전, 고객 건강과 안전관리, 환경친화적 제품 개발, 개인정보 보호, 환경영향 최소화 순입니다. 특히 이번에 주목할 점은 2019년과 달리 2020년에는 개인정보 보호와 함께 “안전과 환경 이슈”가 상위권을 차지했으며, 전년도에 9위였던 고객건강과 안전 관리가 2위로 대폭 상승했다는 점입니다. 이는 코로나19 사태로 인해 고객의 건강과 안전 관리가 이해관계자의 주요관심으로 상승했다고 볼 수 있습니다.

[표-2] 2020년 순위별 중대 토픽

2020년 순위	2019년 순위	2020년 중대 토픽	이해관계자 의견 수렴(외부)	전략적 중요도(내부)	평균
1	1	제품안전	90.2	86.8	90.0
2	9	고객건강과 안전 관리	89.9	85.1	89.7
3	3	환경친화적 제품 개발	88.2	84.5	88.1
4	2	개인정보 보호	88.1	82.2	87.8
5	6	환경영향 최소화	87.4	83.7	87.3
6	7	자원 활용 및 재활용	87.0	82.9	86.8
7	5	윤리·준법경영	86.8	85.1	86.7
8	8	안전한 근로 환경	86.1	85.3	86.1
9	10	기후변화 대응	85.3	81.4	85.1
10[신규]	—	위기관리	84.5	84.2	84.4
11	13	인권 및 다양성 존중	84.4	82.4	84.3
12	12	소비자 정보 제공	83.4	77.9	83.1
13	4	소비자의 제품 선택권 강화	83.0	78.7	82.8
14	16	동반성장과 상생경영	82.9	80.3	82.7
15	21,22,23	지속가능한 비즈니스 모델 변화	82.1	84.7	82.3
16	14	제품 혁신	82.1	82.6	82.1
17	15	인재개발과 육성	82.0	83.0	82.1
18	17	임직원 일과 삶의 균형	80.9	83.2	81.0
19	18	지역사회 참여와 발전	80.8	78.0	80.6
20[신규]	—	일자리 창출 (시니어)	80.4	78.6	80.3
21	19	여성역량 증진	80.1	77.1	80.0
22	11	소비자 참여 확대	80.0	76.8	79.8
23	20	노사협업 활성화	79.4	78.6	79.4

SPECIAL PAGE

OECD의 더 나은 삶의 지수와 유한킴벌리 실천 노력

유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

더 나은 생활을 실현하기 위해 무엇을 해야 할까요? 유한킴벌리 임직원은 제품과 서비스를 통해 더 나은 생활을 실현하는 것 외에 더 나아가서 불평등을 개선해서 국민들의 삶과 질이 행복해질 수 있도록 노력하고 있습니다. 이를 위해 OECD가 국가별 삶의 질과 행복수준 측정 지수(매년 소득, 일자리, 교육, 환경 등 11개 분야의 결과를 종합)를 바탕으로 한 유한킴벌리의 노력을 간단 보고 드립니다(2019년 가입국가 36개국, 2011년부터 시행). 참고로 2020년의 한국은 주거, 지식과 역량, 건강, 개인적 안전 등이 평균보다 높으나 일과 직업의 질, 환경의 질, 사회적 관계, 주관적 웰빙 등에서 하위권이며, 1인당 온실가스 배출량, 멸종위기동물관리, 정치에서의 남녀평등 등에서 지속적 개선이 필요한 것으로 평가받았습니다.

[표-3] OECD의 더 나은 삶 지수와 유한킴벌리의 노력

2020 한국 나은 삶 지수 (Better Life Index, BLI)			유한킴벌리 대응
일과 직업의 질 고용률과 임금격차, 장시간 근로시간으로 측정하는데 한국의 고용률은 OECD 평균인 76.5%보다 낮은 74.1%였으며 임금격차는 OECD 평균인 12.9%에 비해 매우 심각한 34.6%였습니다.	고용률(평균) 전체 25-64세 인구 중 고용된 인구의 비율		신규 채용자 수 2018년 34명 → 2019년 53명
환경의 질 대기오염 노출비율로 산출됩니다. 이 문항은 WHO 기준 대비 노출비율로 측정되는데 OECD 평균이 62.8%인데 비해 한국은 99.2%로 매우 높았습니다.	야외 대기 오염 노출 (불평등) WHO 기준을 초과한 인구의 비율		대출신임사원 초봉 남녀 동일 원칙 준수: 남성 평균 임금 대비 여성 평균 임금 격차 2018년 27.5% → 2019년 24.9%
사회적 관계 이 문항은 사회적 교류시간과 사회적 지원 부족도(어려움이 생겼을 때 의지할 수 있는 주변사람이 없다고 응답한 비율)를 근거로 산출됩니다. 사회적 교류시간이 OECD 평균인 6시간에 비해 낮은 4.9시간이었으며 의지할 대상이 없다고 응답한 비율이 19.2%로 OECD 평균 8.6%에 비해 월등히 높습니다.	사회적 교류시간(평균) 주 당 시간		저소득층 기저귀 기부_ 희망뱅크 2018년 5,289백 → 2019년 15,324백
주관적 웰빙 삶의 만족도에 대한 지표로 10점 척도 OECD 평균은 7.4점이었으나 한국은 6.1점이었습니다. 또한 부정적 응답 비율이 OECD 13%에 비해 높은 17%였습니다.	삶의 만족도(평균) 10점 척도 평균값		생리대 기부 저소득층 청소년_ 힘내라팔달아 2018년 146만 패드 → 2019년 108만 패드
부정적 응답(불평등) 과거에 비해 부정적 감정과 상태라 응답한 사람의 비율	부정적 응답(불평등) 과거에 비해 부정적 감정과 상태라 응답한 사람의 비율		우리 회사는 내가 직장 생활과 개인 생활 사이에서 적절한 균형을 유지하도록 지원해준다.

2020 유한킴벌리
지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message
비전과 지속가능한 조직
지배구조
윤리경영·투명경영
위기관리
이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

- 2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연
- 2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표
- 2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언
- 2-4. 사원참여 의견 청취
- 2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

- 3-1. 사회적책임활동-제품과 서비스
- 3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰
- 3-3. COVID19-기부
- 3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과
사회성과
환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견
GRI Index
유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수
유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침
인권보고 프레임워크
지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

유한킴벌리 사회적 평판

수상과 주요 평가

지속가능전반

2020.02	2020 한국에서 가장 존경받는 기업 올 스타 4위 선정, 17년 연속 선정(한국능률협회컨설팅)
2019.11	2019 국가경쟁력대상 제조부문 대상-고객사업부문 수상(국가경쟁력혁신위원회)
2019.10	2019 대한민국 지속가능성대회 생활용품부문 1위(9년 연속) 수상(한국표준협회)
2019.10	2019 지속가능성 보고서상 1위 수상(제조부문 8회 수상)(한국표준협회)
2019.07	2019 대한민국 회계대상 최우수상 수상(매일경제신문)
2019.02	2019 한국에서 가장 존경받는 기업 올 스타 5위 선정, 16년 연속 선정(한국능률협회컨설팅)

인증

2019.12	가족친화우수기업 재인증(2019.12.01~2022.11.30)(여성가족부)
2019.04	수출입 안전관리 우수공인업체(AEO) 재인증(2018.12.31~2023.12.30)(관세청)



경제

2020.02	[디자인] 크리넥스 코편한 티슈&콧물전용 물티슈, 독일 iF 2020 패키지디자인 어워드 수상(iF 인터내셔널 포럼 디자인)
2020.01	[브랜드] 디펜드, 2020 대한민국 브랜드 명예의 전당 시니어용품부문 1위 선정(산업정책연구원)
2020.11	[브랜드] 생리대 좋은느낌 "2019 올해의 SNS 인스타그램 부문 대상" 수상(한국소셜콘텐츠진흥협회)
2019.08	[브랜드] 폰즈, 틱톡 모먼트 브랜드 커뮤니케이션 "우수사례로 선정"
2019.06	망큐 "2019 국가서비스대상 유아생활용품 전문몰 부문 대상" 수상(산업정책연구원)
2019.04	[브랜드] 2019 한국산업의 브랜드파워 생리대 부문 1위 선정, 17년 연속(한국능률협회컨설팅)
2019.04	[브랜드] 립톤, 2019 명품브랜드 선정(한국경제신문)
2019.02	[디자인] 생리대 라네이처 '독일 iF 디자인 어워드 2020 패키지 디자인 부문' 수상(iF 인터내셔널 포럼 디자인)

사회/환경

2020.02	생리간강전문 블로그 우생중 2020 AVA 디지털 어워즈 기업, 블로그, 콘텐츠, 매디컬 4개 부문 금상 수상 (Association of Marketing and Communication Professionals)
2019.12	2019 노사문화대상 고용노동부 장관상 수상-좋은 일터 만들기 문화혁신 공로(고용노동부)
2019.12	2018년 동반성장지수 평가 최우수기업상 수상(동반성장위원회)
2019.12	공정거래협약 이행평가 최우수 등급 공정거래위원장 표창 수상(공정거래위원회)
2019.12	희망뱅크-기저귀 기부 프로그램 "청소년 선도·교육 공로, 법무부 표창"(법무부)
2019.12	2019 한국의 경영대상 사회가치부문 최우수기업상 수상(한국능률협회컨설팅)
2019.11	김천공장 기부, 봉사참여로 감사패 수상(한국교통안전공사)
2019.06	2019 소비자민원평가 생활용품부문 대상 수상(소비자가 만드는 신문)

광고

2020.02	[생리대] 화이트 산뜻하루 캠페인 "앤어워드(&Award) 디지털 광고&캠페인 부문" 수상(&Award 위원회)
2020.01	[우리강산푸르게푸르게] 풀잠대회 앤어워드(&Award) 본상 수상(&Award위원회)
2020.01	[우리강산푸르게푸르게] 17회 서울영상광고제 TV부문 은상 수상 "나무의 새벽"과 "나무의 밤" (서울영상광고제 집행위원회)
2019.01	[우리강산푸르게푸르게] 서울영상광고제 동상 수상 "어디까지 우리강산일까요?"(서울영상광고제 집행위원회)



2019 지속가능지수 1위 수상 (생활용품부문 9년 연속, 한국표준협회)
 2019 대한민국 지속가능성대회 지속가능성보고서 1위 수상 (제조부문 8회 수상, 한국표준협회)
 2020 영국 CRRA(Corporate Register Reporting Awards),
 Creativity in communications 분야 4위 수상



우리강산푸르게푸르게
 나무심기(1984~)

53,772,995 그루(누적)

힘내라 딸들아 생리대 기부

5,082,608 패드(누적)

유한킴벌리
지속가능경영 전반

- 10 CEO Message
- 15 비전과 지속가능한 조직
- 17 지배구조
- 18 윤리경영·투명경영
- 19 위기관리
- 20 이해관계자소통채널

1993년 업계 최초
 유엔군무제 도입

2020 유한킴벌리
지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

- CEO Message
- 비전과 지속가능한 조직
- 지배구조
- 윤리경영·투명경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

- 2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언
- 2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표
- 2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언
- 2-4. 사원참여 의견 청취
- 2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

- 3-1. 사회책임활동-제품과 서비스
- 3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰
- 3-3. COVID19-기부
- 3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제성과
- 사회성과
- 환경성과

5. Appendix

- 제3자 검증 의견
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수
- 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침
- 인권보고 프레임워크
- 지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

“우리는 100년기업을 향해 새로운 미래를 만들어가겠습니다”



사랑하는 이해관계자 여러분, 안녕하세요. 유한킴벌리는 2020년 3월 30일, 창립 50주년을 맞이했습니다. 지난 50년 동안 유한킴벌리는 경제, 사회, 환경측면에서 더 나은 생활을 향한 믿음을 실천해왔으며, 사회와 함께 어려움을 극복하며 성장해왔습니다. 이 모든 결과는 이해관계자 여러분의 지원과 사랑이 있었기에 가능한 일이었습니다. 이제 100년 기업을 향해 새롭게 출발하게 되어 기쁘게 생각하며, 오늘이 있기까지 격려와 지원을 해주심에 깊이 감사를 드립니다.

유한킴벌리는 한국사회의 저출생과 저성장의 영향을 직접 받고 있으나, 적극적인 노력으로 성장의 기회를 찾고 있습니다. 산업경계가 사라지고 전통적 기업과 경쟁사, 고객의 개념이 달라지고 있으며, 보호무역 기조 강화, 급격한 유통환경 변화, 사회 규제 및 원재료값 상승 부담 등과 함께 코로나바이러스감염증(이후 코로나19, COVID19로 표기)으로 이전에 경험하지 못한 새로운 위기에 직면해 있습니다. 본 보고서는 위기에서 가치를 창출하며 새로운 기회를 찾아가는 유한킴벌리의 노력을 보고 드리고자 합니다. 2020년 지속가능성보고서로 이해관계자 여러분들을 초대합니다.

지속가능경영 전반 17년 연속 존경받는 기업 선정 등 의미 있는 평가 지속

창립 50주년을 맞이하는 유한킴벌리는 좋은 평가를 받고 있습니다. 2020년 한국에서 가장 존경받는 기업중 하나로 17년 연속 선정(4위) 되었고, 지난 해와 올해 초에 각각 주요 브랜드 파워, 지속가능지수, 동반성장지수, 노사문화, 사회가치, 회계, 가족친화 등에서 모두 의미 있는 수상과 평가들을 받았습니다. 강점은 더 살려나가고, 부족한 점은 더 보완해서 더 좋은 기업이 되겠습니다.

경제적 가치 창출 Economic Value

2019년 성과와 2020년 과제 유한킴벌리는 시장환경이 어려운 가운데 2019년 국내시장 전체로 2%의 매출 성장을 이루어냈습니다. 여성과 시니어사업, 가정사업, B2B사업 등 주요사업이 골고루 성장한 결과입니다. 특히 유아용품사업이 급격하게 감소해서 어려움이 있었지만, 한국의 저출산 영향으로 10%가량 유아인구가 감소하는 시장에서 그에 따른 비율만큼 역성장을 하지 않고, 감소 최소화를 위해서 선전하였습니다. 또한 미래를 위한 비전 카테고리 사업군을 핵심 관리해서 연 11.6%라는 큰 성장을 이루어서, 전체적으로 성장을 이루게 된 것입니다. 2019년 또다른 큰 성과는 미래를 위한 투자였습니다. 총 469억원의 미래투자가 진행되었습니다. 점보롤 티슈 가공기, 시니어기계, 쉐네펙 코어 설비, 화장지 기계 등의 신규투자가 미래를 위해 큰 힘이 될 것입니다.

2020년은 코로나19로 인해 불확실성이 커졌습니다. 그럼에도 불구하고 유한킴벌리는 경제적 성장을 위한 목표를 세워서, 가야할 방향을 명확히 하고 있습니다.

첫째, 비즈니스 이노베이션 집중을 통해 국내 주요 사업의 시장 점유율을 개선해 나가겠습니다. 시장 점유율 개선을 통해 핵심사업영역에서 지속적으로 성장하겠습니다. 유한킴벌리는 매년 혁신을 통해 2,000종 이상의 신제품을 출시하고 있으며 2019년 전체 매출의 14.2%를 차지했습니다. 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, 미래성장을 견인하기 위해 새로운 사업 영역의 성장과 신규 시장 판매를 본격화하겠습니다. 매년 두 자리 수 이상으로 성장하고 있는 비전 카테고리 사업의 포트폴리오를 관리하고, 관련 제품의 시장 점유율과 성장률을 높이기 위해 생산설비 등의 신규 투자를 확대하겠습니다. 온라인 판매시장의 확대로 유통의 국경은 사라지고 있습니다. 유한킴벌리는 2019년에 중국자유무역시장(Cross Border, 이하 크로스 보더)에 들어가기 시작했는데, 본격화가 과제입니다. 유아용품 제품의 입점을 시작으로 여성용품 등 적극적으로 제품군의 확대를 해나갈 것입니다. 이를 위해서는 기본적으로 초격차품질 관리가 중요하며, 원가경쟁력 확보가 필수적으로 되어야겠습니다.

셋째, 디지털트랜스포메이션과 신규투자 확보를 계속 해나가겠습니다. 유한킴벌리는 그동안 스마트매뉴팩처링 등 제조부문의 디지털화를 추진해왔으며, 이를 확대해 나가고자 합니다. 또한 장기적으로 새로운 시장변화 속에서 경쟁력을 갖추기 위해 플랫폼 중심의 새로운 비즈니스 모델을 구축해나갈 것입니다. 제품과 추가적인 서비스 개념의 결합, 대량맞춤생산(매스커스터마이제이션 MassCustomization, Mass대량과 Customization고객화의 합성어) 등 지속가능한 비즈니스 모델로 변화하고 있습니다. 유한킴벌리가 가진 자체 플랫폼인 맘큐의 가치를 더 높여갈 것입니다.

넷째, 창립 50주년을 맞이하여 23년만에 본사를 성공적으로 이전하고, 향후 미래로 나갈 터전을 재세팅 하겠습니다. 본사이전은 경제적 미래투자이기도 하지만, 미래를 향한 일하는 방식의 변화를 포함한 새로운 문화, 새로운 동력을 만들어내는데 기여하게 될 것입니다. 유한킴벌리가 새로운 50년을 새로 이전한 본사에서 시작할 수 있어 기쁘게 생각합니다. 2020년 본사 이전을 계기로 스마트워크를 확대하고 일하는 방식을 바꿔 나가겠습니다. 호기심과 열정으로 빠르게 학습해 창의적으로 문제를 해결하는 구성원, 유연하게 대응하고 도전을 즐기는 조직문화를 통해 고객과 사회의 변화에 능동적으로 대응해 고객을 지속적으로 만족시킬 수 있는 조직을 만들어 나가겠습니다.

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

사회적 성과와 가치 창출 Social Value



2019년 성과와 2020년 과제 유한킴벌리는 이해관계자중심으로 사회적 성과와 가치를 관리해오고 있습니다. 2019년에도 사회적 가치 창출을 위해 안전, 윤리와 준법, 인권경영과 소비자중심경영, 동반성장, 사회공헌 등 전 영역에서 기본을 충실히 하기 위해 노력해왔으며, 동반성장과 노사관계 등의 주요 영역에서 의미 있는 수상을 하여 좋은 평가를 받았습니다. 또한 미래를 준비하기 위해 미래디자인 페스타를 진행해서 직원들의 여러 제안을 수렴한 것도 의미가 있었습니다. 지역사회를 위해서는 우리강산푸르게푸르게 캠페인을 수행해서 2019년 나무심기 및 숲 가꾸기 등을 지속하였으며(2019년 총면적1,880,000㎡, 누적 1984~2019년, 53,772,995그루), 도시숲운동의 일환으로 학교숲 비전을 선포하였습니다. 신혼부부 나무심기(35년차)와 청소년 그린캠프(51기) 등 주요 프로그램을 실시하였으며, 여성NGO 장학사업의 지원을 늘려 리더십 향상과 성평등 의식 제고에 노력했습니다. 또한, 취약계층을 돕는 기부와 봉사 중심의 사회책임활동을 수행하였습니다.

2020년도는 코로나19로 인해 특수한 상황입니다. 사회적 가치 창출의 목표는 우선적으로 코로나19로 인해 어려움을 겪고 있는 우리사회를 위해 무엇을 할 것인가에 초점을 맞추려고 합니다. 첫째, 안전과 건강확보를 위한 노력을 최우선으로 할 것입니다. 둘째, 창립 50주년을 기념하기 위해 준비했던 활동들을 코로나19 극복을 위해 필요한 것을 지원하는데 우선적으로 사용하겠습니다. 셋째, 주요 사회공헌 활동들은 지속해 나갈 것입니다. 유한킴벌리는 사회이슈와 이해관계자의 니즈 변화에 따라 사회책임활동의 진화를 경험하고 있습니다. 특히 창립 50주년을 맞이한 3월 30일, ‘유한킴벌리 사회공헌 2020 - 우리강산 푸르게 푸르게, 우리 사회 푸르게 푸르게’선언은 기업을 키워준 사회와 함께 건전 한 성장을 할 것임을 약속했다는 점에서 의미가 크다 하겠습니다. 사회책임을 위해 앞으로도 지속적으로 노력하겠습니다.

환경적 성과와 가치 창출 Environmental Value

2019년 성과와 2020년 과제 유한킴벌리는 원료조달부터 제조, 폐기까지 가치사슬 전반에서 온실가스를 다량으로 배출하는 소비재 기업으로 기후변화 대응을 위한 적극적 노력이 비즈니스의 지속가능성에 매우 중요합니다. 2019년 기준 유한킴벌리는 사업장별 온실가스 배출허용량 목표를 설정했고, 에너지 효율 최적화, 온실가스 배출량 저감 프로그램을 진행해서 관리하고 있습니다. 2019년 온실가스 배출량은 202,435 tCO₂e(직접 23,749 tCO₂e, 간접 178,688 tCO₂e)로 정부가 설정한 배출 허용량 목표를 약 1.0% 초과 달성했으며 2020년 4월에 제3자 검증결과서와 함께 배출량 명세서를 환경부에 제출하였습니다.

유한킴벌리는 환경보호를 위해 전 사업장에서 환경정책기본법, 대기환경보전법, 폐기물관리법, 환경오염물질의 통합관리에 관한 법률 등을 준수하고 있습니다. 3개 제조 사업장 모두 ISO14001(환경경영시스템) 인증을 유지중입니다. 제조생산 사업장의 폐기물을 최소화하기 위해 발생총량 및 원단위(제품 생산량 대비 폐기물 발생량) 목표를 설정하고 원부자재와 제품 폐기물 목표를 구분하여 일일 현황을 모니터링하고 있습니다. 또한, 2009년부터



2020 유한킴벌리
지속가능성보고서

사람이 희망이다

유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

[표 1-1] 2019년 지속가능경영 성과와 목표

평가: 초과 충족 노력 필요

분류	2019년 목표	2019년 성과	평가	2020년 목표
경제	1. 전년 대비 주요 카테고리 성장률 증대	전년 대비 주요 카테고리 국내 1.4% 성장 여성용품, 가정용품, 산업용품 ▲ 유아아동용품 ▼	 	• 주요사업 전년대비 시장점유율 개선 • 신규사업 매출 성장
	2. 크로스 보더 성공	크로스 보더 진출, 기저귀, 생리대 판매 시작		• 새로운 비즈니스 모델 개발
	3. 신성장 제품 성장 가속화, 신규카테고리 제품개발	신규사업 비전 카테고리 전년대비 11.6% 성장 이커머스시장 경쟁 역량 확보-망규 회원수 확대 85만명 (전년대비 31%성장, 전년대비 회원수 20만명 증가)		• 디지털 트랜스포메이션 • 창립 50주년 본사 이전
	4. 고정자산의 성공적 스타트업	제품혁신 약 469억원 시설투자 매출액 대비 3.5% 해당		
사회	5. 지속적 사회책임 및 지속가능경영	이해관계자 참여와 공감 강화 지속가능성보고서 통한 이해관계자 참여(36,299명) 기부플랫폼 통한 이해관계자 기부 참여(521,212명) 유엔 글로벌 콤팩트 이행 CoP 제출(9월)		• 조직문화 혁신 • 제품안전 및 소비자중심경영 강화 • 사회책임활동 지속
		윤리경영 CEO 서약 참여(4월)		
		우리강산푸르게푸르게 캠페인 지속(564,630 그루) 여성NGO리더십 육성기금 강화 생리대기부(108만 패드, 4,925명)		
		동반성장 4년 연속 최우수 기업 선정		
환경		고객소통 경쟁력 강화(재구매의향률 85.4점) 고객지원센터 감정노동자 상담중단권 부여, 실천(40건)		
	6. 제품안전과 소비자 신뢰 공고화	안전성 우려물질 확대 정책 지속 -안전성 우려물질 74종 관리		
	7. 노경협업 정착	노사문화대상 수상(12월)		
	8. 환경경영 3.0 추진	환경경영 3.0 선언, 2030년까지 목표 수립		• 기후변화 대응_온실가스 배출허용량 저감 목표 달성 • 환경제품 출시 강화
	9. 기후변화대응, 온실가스 배출 허용량 저감 목표 달성	2019년 저감 목표 달성(저감 1,999tCO ₂ e) 2019년 배출허용량 204,434tCO ₂ e → 실제 배출량 202,435tCO ₂ e		
	10. 전년대비 환경마크 인증 제품 확대	환경표지 인증 제품(환경마크) 19종 내수용 기저귀 및 팬츠 전 제품 FSC 인증		

▲ 비전 카테고리: 미래 성장을 위한 관리제품군으로 매해 성장 전략에 따라 선정합니다.(2018년 12종, 2019년 9종_ 마이비데, 스카트 타올, 맑은 물티슈, 라네이처, 옴바나이트, 디펜드 스타일펜티, 아기물티슈, 스킨케어, 핸드워시)

[표 1-2] 2019년 신규사업 비전 카테고리 제품과 성장률

마이비데	스카트 타올	코폼 물티슈	라네이처	옴바나이트	시니어 언더웨어	아기 물티슈	스킨케어	핸드워시
10.7%	-5.4%	-3.2%	30.1%	20.8%	18.6%	9.2%	7.0%	25.0%

운송 및 유통단계의 탄소발자국을 최소화하는 노력을 기울이고 있으며 2019년 수·배송을 위해 사용된 경유량은 3,501,605L이며, 온실가스 배출량은 전년 대비 0.3% 감축한 9,345 tCO₂e입니다. 온실가스 감축기여 프로그램 실행을 통해 2019년 약 5억8천6백만 원의 물류비를 절감하였습니다.

2020년에 유한킴벌리는 환경경영 3.0을 선언하고 2030년까지 지속가능한 소재 100% 적용, 탄소중립 정책과 환경지수 관리 · 공개를 약속했습니다. 2020년은 계획을 실행하기 시작하는 첫 해입니다. 주요 사업부별로 2020년 성과목표를 설정하고 실행프로그램을 운영 중입니다. 2030년까지 BAU 대비 온실가스 30% 감축, 녹색제품 매출 30% 달성을 목표로 관리하고 있습니다. 주요 내용은 다음과 같습니다.

첫째, 지속가능한 소재비중을 높이겠습니다.

환경영향을 줄이기 위해 친환경적인 원료와 재활용 소재 비율을 높이는 노력이 더욱 중요해지고 있습니다. 2030년까지 유아 및 여성제품군의 지속가능한 소재사용 매출비중을 95%까지 증대시키고 가정제품군과 B2B군의 제품을 100% 친환경 소재로 개발하겠습니다. 2020년에 지속가능한 소재 확대 적용, 자원사용 감소, 자원순환성 증대, 소비자 커뮤니케이션 증대를 목표로 하고 있습니다.

둘째, 목표대비 온실가스 배출을 감소시키겠습니다. 유한킴벌리는 매년 에너지 목표를 설정하여 온실가스 배출량을 관리하고 있습니다. 배출권거래제 제 3차 계획기간 할당을 포함한 기후변화 대응을 목적으로 태양광 설비 도입 및 설치확대를 진행하고 있습니다. 또한 감축 잠재량 평가를 통한 지속적인 온실가스 배출량 및 원단위 감소와 2030 목표달성을 위해 노력하겠습니다.

셋째, 공급망의 저탄소화를 실현하겠습니다. 2019년 친환경 물류 책임을 다하기 위해 비전 2030을 수립했습니다. 2020년에는 거점 간 역적송률 2.9% 이하, 공장직송률 68% 이상을 목표로 하고 있습니다.

이야기를 마치며 새로운 50년을 위해 안전 최우선 가치(Safety First)와 함께 혁신 가속

유한킴벌리가 100년을 향해 가는 첫 걸음은 무엇일까요. 첫째, 유한킴벌리는 바로 높은 수준의 안전, 윤리준법경영, 사회공헌의 실천이라고 생각합니다. 소비자의 안전과 사원과 협력회사, 가족들의 안전에 기여하는 것이 첫째 미션이자 가치입니다. 코로나19로 인해 우리 사회 모두가 어려움을 겪고 있습니다. 또 다른 50년의 출발점에서 안전 확보를 위해 기업의 책임을 다하면서 미래로 나아갈 것입니다. 둘째, 유한킴벌리는 그동안 잘해왔던 주요 사업을 더욱 공고히 하는 한편, 미래를 미리 준비해 나갈 것입니다. 이를 위해 새로운 채널과 시장, 새로운 비즈니스모델 개발에 집중하며, 제품만이 아니라 서비스까지 할 수 있는 토탈솔루션 회사로 거듭나도록 노력할 것입니다. 초격차 품질혁신을 지속하면서 오픈이노베이션과 디지털트랜스포메이션을 강화해 나갈 것입니다. 이를 위해 유한킴벌리는 코로나19를 전후해서 일하는 방식의 변화에 맞게 개인과 조직 역량을 강화해나가고, 시스템화할 것입니다. 또한 조직의 강점인 수평적인 문화를 강화하면서 새로운 변화와 도전을 위해 일사불란한 실행력을 갖추어 나갈 것입니다.

이해관계자 여러분, 유한킴벌리가 더 나은 생활을 위해 앞으로 더 큰 희망, 더 새로운 기회를 만들어가겠습니다.

2020년은 큰 변화의 전환점입니다. 변화를 통해 성장하며, 사회의 어려움을 풀어가며 새로운 기회를 만드는 것이 유한킴벌리의 문화입니다. 사회를 위해 큰 그림을 그릴 수 있는 유한킴벌리가 되도록 노력하겠습니다. 여러분의 더 많은 관심과 사랑을 부탁드립니다. 감사합니다.

2020년 파이팅!

2020년 7월
유한킴벌리 대표이사 사장

최규복

비전과 지속가능한 조직

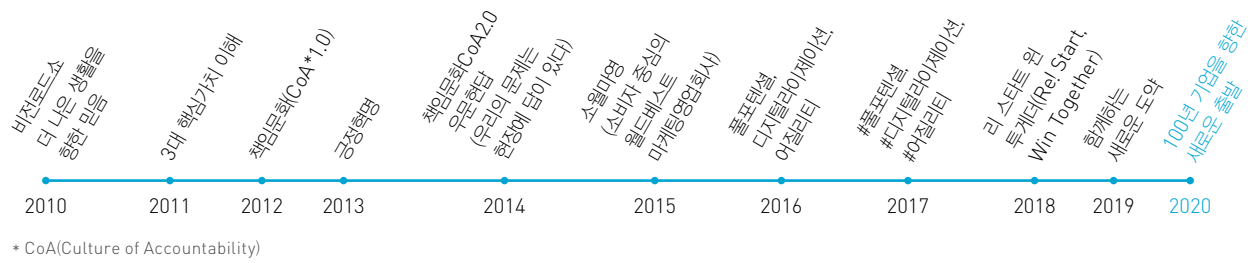
[그림 1-1] 비전 체계도



미션과 비전 유한킴벌리 미션이자 비전은 ‘더 나은 생활을 향한 믿음-유한킴벌리’입니다. 2010년에 재수립한 미션과 비전을 바탕으로 2013년에 실행 로드맵을 완성했고, 비전 내재화를 위해 도전과 창의, 신뢰와 배려, 책임과 공헌의 3대 핵심가치 교육을 지속하고 있습니다. 또한 매년 핵심가치를 실현한 사원들에게 “올해의 유한킴벌리인상”을 수여하고 있으며, 2019년에도 선정해서 상을 수여했습니다.

핵심가치 내재화와 경영슬로건 유한킴벌리는 사원을 대상으로 가치내재화 교육을 진행해왔습니다. 2019년에는 476명이 참여하였고, 1인당 4시간 교육을 받았습니다.

[그림 1-2] 전 사원 대상 비전과 가치공유 워크숍(2010~2020년)



돋보기 |

핵심가치와 비전행동모델 실천한 2019년 ‘유한킴벌리인’
유한킴벌리인은 2013년부터 매해 핵심가치에 기준한 업무 성과와 봉사, 교육시간, 사원참여 투표, 심사위원단 평가를 반영하여 선정하고 있으며, 지금까지 총 90명이 수상하였습니다.

- 도전과 창의상 (강재윤님, 유아아동용품사업부문)
- 신뢰와 배려상 (류시형님, 제조생산부문)
- 책임과 공헌상 (김주석님, 물류구매부문)
- 소월마영상 (허담님, B2B사업부문)

핵심가치 의지를 표명하는 사회적임 심볼과 회사로고의 만남
유한킴벌리는 2018년부터 본격적으로 회사로고와 우리강산푸르게푸르게 캠페인 심볼을 함께 사용함으로써 기업의 사회적 책임의 결의를 다지고 있습니다. 제품패키지, 제품광고, 리플렛, 기업광고, 지속가능성보고서 등에서 찾아볼 수 있습니다.

2020 유한킴벌리
지속가능성보고서



사람이 희망이다

유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

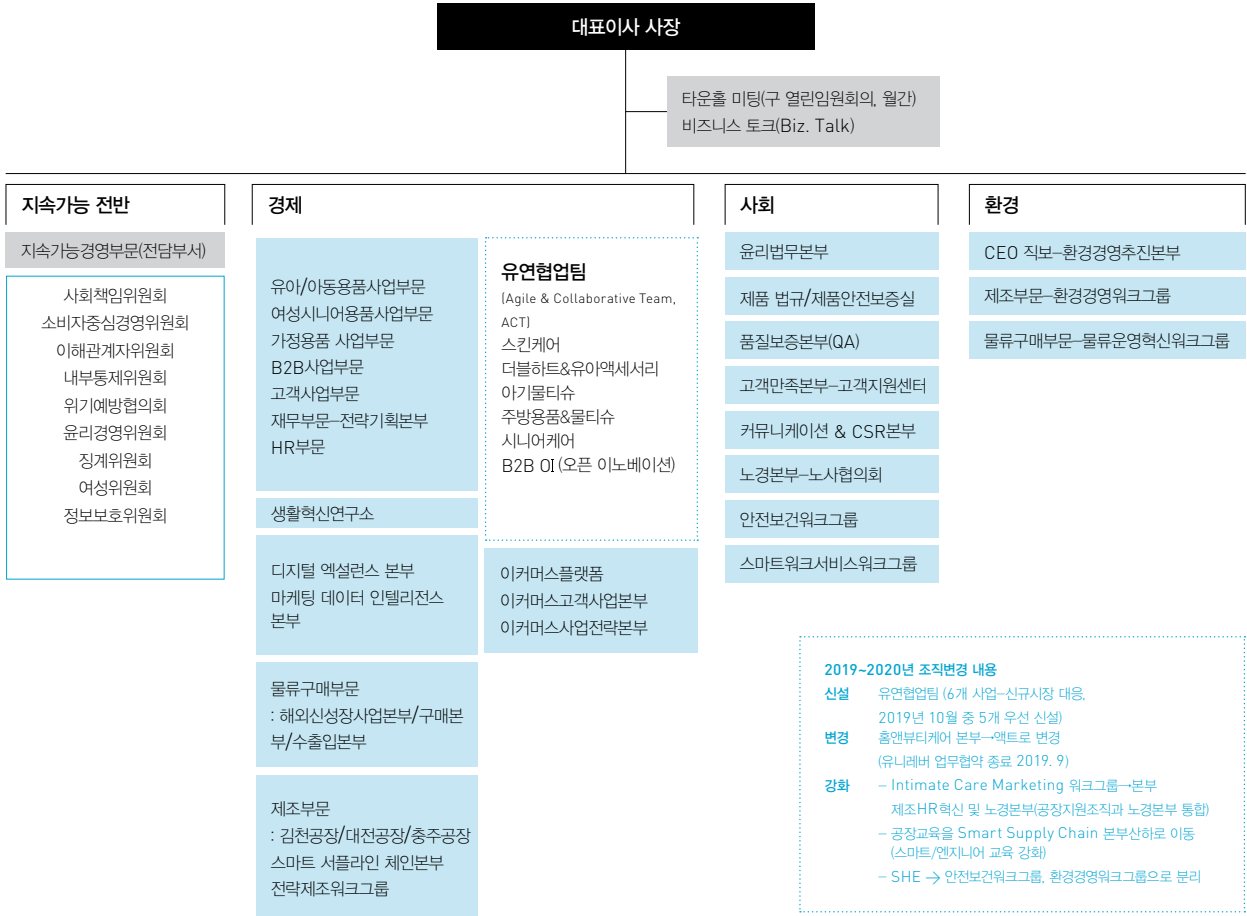
유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

지속가능한 조직 유한킴벌리는 부문-본부-워크그룹으로 구성됩니다. 지속가능경영의 상위전담부서로 지속가능경영 부문을 두고 있습니다. 지속가능경영부문은 다양성과 포용최고책임자, 개인정보최고책임자가 있으며, 고객만족본부, 커뮤니케이션 & CSR본부, 스마트워크서비스워크그룹 등으로 구성되며, 이해관계자들과의 소통을 통해 미션을 실천하고 있습니다. 회사의 방향과 가치를 구현하기 위해 주요 위원회들이 조직되어 있습니다. 참고로 2019년 사회책임 위원회는 연 4회 개최되었습니다.

[그림 1-3] 지속가능경영 조직도 (2020년 3월 30일 기준)



**돋보기 | 주주사 경영진과 유한킴벌리 직원들의 지속가능한 의제 논의**

양 주주사 대표와 함께한 타운홀 미팅(2019.3.26)
주주총회와 이사회 안건을 공유하였고, 미래를 위한 주요 설비 투자 계획과 크로스 보더를 통한 수출 확대 등 지속가능한 성장에 대해 대화를 나누었습니다.

유한양행 이정희 대표이사 사장과 함께한 타운홀 미팅(2020.2.20)
이정희 대표이사 사장은 유한양행의 신규 사업 현황을 공유했고, 사회책임활동에서 서로 지속가능한 진보적인 협업을 당부하였습니다.



지배구조

지배구조-합작회사 유한킴벌리는 (주)유한양행(40%)과 킴벌리클라크사(60%)의 합작으로 1970년에 설립되었습니다. 발행 주식 총 수는 4천만주이며, 납입 자본금은 2천억원입니다. 유한킴벌리는 전문 경영인체제로 이사회에서 권한을 위임받은 대표이사 사장이 경영을 총괄합니다.

* 사진은 왼쪽 유한킴벌리 대표이사 사장 최규복님, 중앙은 유한양행 대표이사 사장 이정희님, 오른쪽은 킴벌리클라크 마이크 슈(Mike Hsu)님입니다.



이사회 구성 이사회는 경영과 회계 분야 전문성을 갖춘 총 8인(이사 7인, 감사 1인)으로 구성되어 있습니다. 2019년 주주총회에서는 총 8인의 이사 및 감사를 선발했으며, 2020년 3월에 이사회 의장으로 킴벌리클라크 아시아퍼시픽 사장님 아론 파웰(Aaron Powell)님이 선임되었습니다. 이사회는 대한민국 상법 규정을 따르며, 의장이 주주총회에 참석하지 못할 경우에는 이사회가 정한 대행 순서에 따라 의장직을 수행합니다. 유한킴벌리내에는 이해관계자위원회, 사회책임위원회 등의 소위원회들이 있어 기업의 건전성과 지속성 확보를 지원합니다.

[표 1-3] 유한킴벌리 이사회(2020년 3월 기준)

직책	형태	성명	성별	비고	임기
이사/이사회 의장	비상근	아론 파웰 (Aaron Powell)	남성	킴벌리클라크 아시아퍼시픽 사장	2020년 3월 ~2023년 3월
이사/대표이사 및 사장	상근	최규복	남성	유한킴벌리 대표이사 사장	2019년 3월 ~2022년 3월
이사/대표이사	상근	제프 도허티(Jeff Doherty)	남성	유한킴벌리 재무부문 부사장(CFO)	
이사	비상근	이정희	남성	(주)유한양행 대표이사 사장	
이사	비상근	데보라 본(Deborah Vaughn)	여성	킴벌리클라크 아시아퍼시픽 법무담당 부사장	
이사	상근	진재승	남성	유한킴벌리 유아/아동용품 사업부문장, 부사장	
이사	상근	김성훈	남성	유한킴벌리 가정용품 사업부문장, 부사장	
감사		이종호	남성	공인회계사	

이사회 평가와 보상 이사 및 감사의 보수는 2019년 3월 주주총회에서 승인한 연간보수한도액(이사 40억원, 감사 5억원) 내에서 기본 연봉과 성과급을 종합해 지급됩니다. 성과급은 조직의 재무적, 비재무적 경영성과에 따라 결정되며, 최고 의사결정기구의 성과는 구성원별 목표에 따라 상위 결정자에 의해 평가됩니다. 구성원별 연봉은 평가 결과에 따르며, 외부 컨설팅 기관으로부터 내부 인상률과 시장평균 임금을 적용해 확정됩니다.

이사회 활동과 지속가능경영 의제 논의 2019년 주주총회는 1회, 이사회는 3회 개최했습니다. 총 의결 건수는 18건이었으며, 주주 및 이사회 평균 참석률은 100%입니다. 주주총회에서는 영업보고서 및 재무제표 승인, 신입 이사 및 감사 선임 등이 이루어졌습니다. 이사회는 주주총회 안건 심의, 내부회계관리제도, 이사와 감사 보수 검토 및 결정, 미래 지속성장 전략 논의 등이 있었습니다. 특히, 2019년과 2020년 각각 이사회를 마친 후, 사원과의 간담회, 타운홀 미팅 등을 통해 회사의 지속가능경영에 관련 의제와 방향성을 공감하는 자리가 마련되었습니다.

지속가능 위한 설비투자 지속 양주주사는 유한킴벌리의 성장과 기업역량 강화를 위하여 지속적으로 설비투자를 진행해서 2019년에는 482억원의 설비투자를 하였습니다. 또한 지속가능발전을 위해 상호 전략을 공유하고, 우수 성과를 격려하고 있습니다. 2020년 6월에는 킴벌리클라크가 주관한 2020 크리스탈 트리 어워드(Crystal Tree Award) 에너지 혁신(Energy Innovation)부문에서 유한킴벌리 김천공장의 역태드(UCTAD)기계의 에너지 프로젝트(연간 16.2억원 절감 성과)가 우수사례로 선정되어 상을 받았습니다.

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

윤리경영·투명경영

윤리경영 전담조직 운영 유한킴벌리는 윤리경영 실천을 위해 CEO 직속으로 전담 조직인 윤리법무본부를 운영하고 있습니다. 본부내에는 전문변호사가 법적 업무사항들을 사전에 검토합니다. 유관조직으로는 내부통제워크그룹, 내부통제위원회, 자율준수실무위원회 등이 있으며, 분기별로 윤리경영위원회를 개최하고 있습니다. 내부감사조직은 재무 및 현업 경력 15년 이상의 인력으로 구성되어 있습니다. 부서 감사 결과는 최고 경영진에 직접 보고하고 있습니다.

윤리 정책과 CEO의 윤리문화 확산 노력 유한킴벌리는 직원들의 자유로운 의견을 표명하고 보복을 당하지 않을 권리를 강조하기 위해 임원회의 등을 시작할 때 실천원칙을 강조하고 있으며, 2019년 7월부터는 CEO의 요청에 따라 5대 실천정책에 “안전이 핵심가치”임을 더 추가했습니다. 유한킴벌리 행동규범은 올바른 결정을 내리고 정직성의 문화를 조성하는데 지침이 됩니다. 행동규범과 함께 반부패정책, 공정거래정책, 공정거래자율준수 프로그램을 사내 소통채널인 인트라넷에 상시 공개하고 있습니다. 보복금지정책을 채택한 이래 직원들이 자유롭게 의견을 표명하고 적극적으로 제보할 수 있는 문화를 만들고 있습니다. 협력회사에도 지속적 권고를 통해 2019년 기준 70개의 협력회사가 자체 행동규범을 보유하고 있습니다. 현재 사단법인 윤경SM포럼 회원사로서, 사회적으로 윤리경영 확산을 지지하고 있으며, 2019년에도 CEO가 참여하여 윤리경영선언에 동참했습니다.

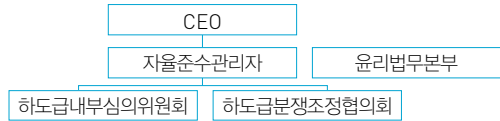
유한킴벌리 보복 금지 정책의 3가지 약속

- 1. 솔직하게 제기한 우려사항을 공정하고 객관적으로 검토하며, 적절한 시정 조치를 취할 것입니다.
- 2. 우려사항을 제기한 직원들을 보복 행위로부터 보호할 것입니다.
- 3. 보복행위가 보고되면, 완전한 조사를 시행하고, 최고 해고를 포함한 시정 조치를 시행할 것입니다.

[그림 1-4] 유한킴벌리 6가지 윤리문화 실천원칙(Ground Rules for Compliance)



[그림 1-5] 자율준수 조직



공정거래자율준수프로그램 공정한 동반성장 원칙 준수를 위해 2012년 1월에 공정거래자율준수프로그램(Compliance Program, CP)을 도입해서 법규 준수 및 문화 확산을 지속하고 있습니다. 전담부서와 자율준수관리자를 지정해서 관리 중입니다.

윤리교육과 공정거래교육 진행 유한킴벌리는 전직원을 대상으로 개인정보 보호, 부패 및 뇌물수수방지 의무교육을 실시하고 있으며 2019년에 100%(휴직자 제외)가 수료하였습니다. 영업 및 구매 담당자를 대상으로 공정거래 준수교육을 실시하였으며, 신규계약업체 및 1차 협력회사 평가 시에도 비즈니스 역량뿐만 아니라 윤리경영, 인권, 사회책임 등을 평가하고 있습니다. 2019년 1인당 평균 윤리교육 시간은 3.6시간으로 전직원의 100%(휴직자 제외) 이수하였습니다. 2019년 공정거래법 위반으로 인한 제재 건수는 없었습니다.

제3자를 포함한 행동규범 위반신고 채널 유한킴벌리는 고충처리 접수 및 해결을 위해 사이버 신문고 제도, 제3자 외부 채널 헬프라인(1-844-524-3571)을 24시간 운영하고 있습니다. 유한킴벌리는 미국 연방법인 해외부패방지법의 적용을 받고 있습니다. 2019년 사원 징계 건수는 없습니다.

참고로 해외부패방지법(Foreign Corrupt Practices Act, FCPA)은 미국 기업 및 미국 증시에 상장한 기업 등이 제3국 공무원에게 금전 등 뇌물공여를 금지하는 법입니다.

돋보기 | 2019 대한민국 회계 대상 최우수상 수상

유한킴벌리는 매일경제가 주최한 2019년 대한민국 회계대상에서 최우수상을 수상했습니다. 비상장사임에도 선진 회계시스템을 바탕으로 성실한 감사를 이행하고, 내부 감사 조직을 효율적으로 운영하고 있는 점을 인정 받았습니 다. 재무 보고의 투명성을 높이기 위해 외부감사를 성실하게 받는 점도 높이 평가받았습니다.

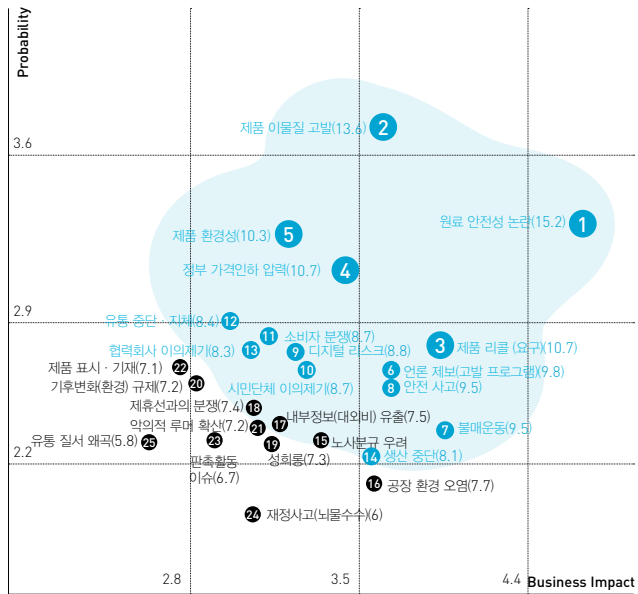


위기관리

선제적 위기예방 전담조직 유한킴벌리는 제품과 관련한 위기를 선제적으로 대응하기 위해 위기예방협의회(Crisis Prevention Committee)를 운영하고 있습니다. 협의회는 고객불만, 제품안전과 법규, 제품품질, 법률, 언론과 공중이슈를 해결하기 위해 해당 내부 전문가들이 참여합니다. 2019년에 해당연도 10월부터 본격 시행하는 생리대 사용기한 의무표기(3년)와 관련하여, 법 개정 취지와 구입시 고려사항 등의 정보를 자사 여성용품 브랜드 사이트와 언론을 통해 소비자에게 제공했습니다. 그리고, 2019년 9월 유아사업부문을 대상으로 위기관리 트레이닝을 1회 실시하였습니다.

리스크 관리 위해 2020 잠재위험요인 진단 및 관리항목 도출 유한킴벌리는 매년 잠재위험요인을 진단하는데, 2019년에는 12월에 총 57명의 주요 이해관계자들을 대상으로 잠재위험요인을 진단했습니다. 1위는 제품 안전(원료)이었으며, 제품환경성, 불매운동, 제품리콜 등의 항목이 상승폭이 컸습니다. 조사를 바탕으로 제품, 프로세스, 사람, 기업 등 4개 영역 25개 위기 유형별로 14개의 중점 관리 항목을 도출해서 위기관리 매뉴얼에 반영했습니다.

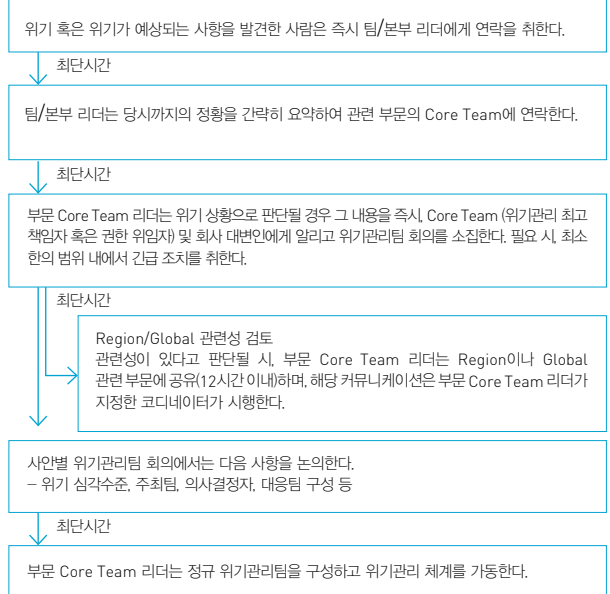
[그림 1-7] 2020 유한킴벌리 리스크 맵



[그림 1-6] 위기예방 협의회



[그림 1-8] 위기 대응 절차



위기관리 매뉴얼 유한킴벌리는 경영 위기 사항에 대비하여 체계적인 위기관리 매뉴얼을 갖추고 실행 중입니다. 위기관리 책임자 범위, 위기관리팀 구성, 역할과 책임, 잠재위험 평가, 위기관리 예방활동 우선순위, 대응절차, 커뮤니케이션 정책, 위기관리팀 연락망 등으로 구성되어 있습니다. 이 매뉴얼은 위기관리 최고책임자의 승인을 거쳐 매년 개정하고 있습니다. 2020년 2월 언론 정책 및 외부문의, 요청응대 지침에서 일부 가이드를 신설하였습니다.

돋보기 | 위기관리팀 운영

유한킴벌리는 위기관리 매뉴얼에 근거해서 2019년에 개인정보유출건으로 위기관리팀(관련부서 리더)을 운영했으며, 2020년에는 코로나19로 인해 전사위기관리팀(CEO 참여)을 운영 중입니다.

- * 유한킴벌리의 위기 정의 : 위기는 회사 경영활동에 심각한 영향을 초래할 가능성이 있는 사안이나 사건 등을 말합니다. (출처-위기관리팀 매뉴얼)
- * 유한킴벌리 및 투자자와 관련된 소비자, 직원, 고객, 또는 기타 주요 관련자들의 잠재적 혹은 실질적인 인명 손실 및 심각한 상해를 초래할 수 있는 사건
- * 유한킴벌리 및 투자자의 자산에 심각한 손해를 미치거나 일시적인 것이라고 하더라도 시설이나 영업활동의 정상적인 운영 중단을 야기할 수 있는 사건
- * 유한킴벌리 및 투자자의 명성이나 무형적 가치에 심각한 해손을 초래할 수 있는 사건

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

이해관계자 소통채널 신뢰 구축의 장

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

[표 1-4] 2019~2020년 이해관계자 소통 노력

2019 고객 의견 수렴	2019 고객 의견 조사	2020 이해관계자 조사 실시	2020 보고서 독자의견
196,961건	4,761,034건	5,869명	4,467명
고객상담을 통한 서비스와 제품 정보 제공	소셜리스팅 시스템 가동, 빅데이터 분석, 시장조사(칸타)등	지속가능경영 인식도, 지속가능경영 방향성, 중대성 평가 조사	2019년 지속가능성보고서 설문조사를 진행, SNS 채널 활용

[표 1-5] 이해관계자 조사 참여 인원 구성 및 총 참여자 수(단위: 명)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
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	5,579
내부	1,021	431	430	430	481	407	345	526	660	554	304	978	337	162	290
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	5,869

[표 1-6] 이해관계자 소통채널 및 중대도픽별 대응

이해관계자	주주	사원	협력회사	고객	지역사회
소통채널	온라인 • 웹사이트 • 이메일 레터	• 인터넷 • 제언제도, 신문고	• 동반성장 웹사이트 • 공급업체 포털 • 상생협력정보 공유시스템	• 통합 웹사이트 • 온라인 쇼핑물 맘큐 • 대학생기자단 • 소비자 교육·정보블로그 (우생중, 우월레)	• 지속가능성보고서 • 우푸푸 SNS소통 • 유한킴벌리 희망뱅크 (기부블랫폼)
오프라인	• 주주총회 • 이사회 • 영업보고서 • 타운홀미팅	• 열린임원회의 • 경영현황설명회 • 노사협의회·간담회·노경워크샵 • 안전보건환경위원회 • 소비자 중심경영위원회 • 사회책임위원회 • 환경심무자회의 • 여성네트워킹(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 정례협의체 • 사회공헌 활동
조사	• 인게이지먼트 서베이	• 이해관계자 조사 • 경영현황설명회 만족도 조사	• 이해관계자 조사	• 신제품만족도 조사 • 소비자 조사 • 소셜리스팅 • 이해관계자 조사	• 기업이미지 조사 • 이해관계자 조사
이해관계자별 중대도픽 Top 5	1위 2위 3위 4위 5위	• 제품안전 • 고객건강과 안전 관리 • 기후변화 대응 • 윤리·준법경영 • 환경친화적 제품 개발	• 제품안전 • 안전한 근로 환경 • 윤리·준법경영 • 고객건강과 안전 관리 • 지속가능한 비즈니스 모델 변화 (산성장동력확보, 이커머스 시장확대, 디지털라이제이션 등)	• 제품안전 • 고객건강과 안전 관리 • 기후변화 대응 • 자원 활용 및 재활용 • 개인정보 보호 • 환경영향 최소화	• 고객건강과 안전 관리 • 제품안전 • 윤리·준법경영 • 개인정보 보호 • 기후변화 대응
유한킴벌리 대응	주요 성과 • 주주총회 1회 • 이사회 3회 • 안전 18건	• 제품 안전 조직 강화, 전문인력 채용, 사업장 무재해 목표관리 • 개인정보 보호 교육 100% 이수 • 노경대토론회 • 환경친화적 제품 출시와 인증 (생리대-리네이치)	• 협력회사 평가시스템 (1차 협력회사 70개사) • 개인정보 보안 인증	• 생리대 전 성분 공개 • 고객만족도 88.2점 • 개인정보 보안 인증 획득 (2018년 2월)	• 성실납세 • 사회적 책임과 공헌 : 숲환경 캠페인 : 여성역량 강화 : 시니어 일자리 창출 : 자원봉사, 기부 : 소비자 교육 • 사회적 약속이행 (CEO 윤리경영선언 등)

특집

유한킴벌리
지속가능경영 50주년,
100년 향한 출발을
어떻게 할 것인가?

창립 50주년을 의미 있게 만드는
유한킴벌리만의 방식을 생각해봅니다.

2

창립 50주년,
100년을 향한 출발

- 22 2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언
- 24 2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표
- 25 2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언
- 27 2-4. 사원참여 의견 청취
- 28 2-5. 본사 이전

2020 유한킴벌리
지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

- 2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언
- 2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표
- 2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언
- 2-4. 사원참여 의견 청취
- 2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

- 3-1. 사회책임활동-제품과 서비스
- 3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰
- 3-3. COVID19-기부
- 3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

창립 50주년 준비_제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언

창립 50주년, 유한킴벌리 미래 방향은?

2-1. 장수기업은 “품격”이 중요, “가치와 정체성” 분명히 해야 가능

[그림 2-1] 이해관계자위원회가 제안한 내용들

유한킴벌리 50년 넘어 미래로 가는데 필요한 3가지 영역의 질문

미래 사회변화/경향트렌드	유한킴벌리가 해결할 과제	유한킴벌리 방식 미래 대응 방안
1. 디지털화-4차산업혁명 영향 - 기업 해체, 흡수, 융합 가속화 - SNS활용 소비자 데이터수집방식 변화 - 전통제조 → 구독경제(Subscription)변화, 플랫폼 비즈니스화, 단순 제조판매 아닌 제품서비스화(Servitization), 생활소비재기업 → 맞춤형 라이프 스타일/토탈케어 서비스 제공기업으로 변화	1. 외부환경 대응 - 복잡화된 소비자 취향-니즈 만족이 중요 (탁월한 경험, 소통 진정성, 취향 세분화) - 대응 민첩성(Agility) 필요 - 산업간 융합으로 신규 경쟁자 유입	[비즈니스 모델혁신] - 서비스혁신-구독형 판매모델, 탁월한 고객경험 제공 등 - 제품혁신-화장품과 시니어의 새로운 고객니즈 반영 - 플랫폼 혁신-YK 보유 플랫폼(맘큐)의 적극 활용
2. 사회 트렌드 반영 - M(1981~1996년생)과 Z세대가 주소비자층 대두 1인 가구/1자녀 가구 증가: 베이비시장에서의 고급화 증가 - 소속감 약화, 사회의 개인주의화 - 고령인구의 니즈 변화: AIP(Aging in Place), 나이보다 젊은 취향의 Young 시니어 등 - 기술발전, 스마트화 → 삶의 획일화, 규율화	2. 내부 역량 강화 - 유한킴벌리만의 가치와 정체성-제품 정체성에 대한 내·외부 공감대 형성: 왜 이 사업을 하는지, 어떤 가치를 추구하는지 공감 필요 - 외부환경 변화 대응할 민첩성 탑재 - 인력과 소통 증시하는 기업의 품격 향상 필수	[오픈 이노베이션] - 기반기술 외부 공개 → 협력적 혁신 창출 - 기술보유 스타트업의 창의적 개발 지원 - 소비자니즈 모니터링 '기업-고객 협력 리빙랩' 운영
		[이해관계자 공감 형성] - 라이프스타일 동반자인 생활 토탈케어 기업으로 발전 - 미래혁신 기업되기 위해 Young Korea(YK)세대 포용 - 사회와 함께 즐기며 성장하는 기업으로 공감대 형성

미래를 향한 질문들의 답을 듣다 창립 50주년을 준비하면서, 유한킴벌리는 향후 트렌드 변화와 변화방향에 대한 조언을 듣고자 2019년 6월 14일에 이해관계자위원회를 개최 하였습니다. 참여자는 카톨릭대 교수 김기찬님(좌장), 가천대 교수 김한얼님, 과학기술정책연구원 연구위원 성지은님, 서강대교수 안준모님, 삼정KPMG 경제연구원 이사 이효정님, 서울대 교수 전상인님과 유한킴벌리 CEO 최규복님을 포함 주요 경영진이 함께 했습니다. 주회는 지속가능경영부문이 했습니다. 내용을 간략하게 정리해서 보고합니다.

[그림 2-2] 핵심키워드 도출

YK의 미래 과제는 어떤 것이 있을까?



YK는 어떤 방향으로 나아갈 수 있을까?



2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

향후 50년동안 유한킴벌리의 아이덴티티는 무엇이 될 것인가를 물어봐야 합니다. 김한얼 교수(가천대학교) – 기업 수명이 짧아져 가는 시대에서 50년을 유지하고 있는 것은 대단한 일이며 앞으로 어떻게 경영할 것인가를 심각하게 고민을 해야 할 시점입니다. 이제 지금까지 잘 해왔던 것이 앞으로는 걸림돌이 될 수도 있다는 것을 인정해야 할 때입니다. 세상의 작동방식이 변화함을 인정하고, 하던대로 계속 하는 것이 아니라 어떤 부분에서는 탈바꿈을 해야 하는 시점입니다. 제품이 아니라 비즈니스 모델이 바뀌어야 한다고 생각합니다. 특히 기업의 아이덴티티 이슈를 고민해야 합니다. 디지털 시대에 던져야 할 질문은 과연 향후 50년 동안 유한킴벌리 아이덴티티는 무엇이 될 것인가 입니다. **훌륭한 기업은 왜(Why)에서부터 출발한다고 합니다.** 우리는 왜 이 사업을 하고, 스스로 공감하고 있는지가 중요하며, **사회구성원이 유한킴벌리만이 가지고 있는 독특한 가치가 무엇이고 그것이 우리에게 정말로 중요한 것인가를 설득할 수 있는지가 앞으로의 사업에 중요 과제가 될 것입니다.**

기업이 앞으로도 계속해서 가치를 통해서 좋은 사회를 만들고자 한다면 품격부터 한 층 더 높아져야 한다고 생각합니다.

전상인 교수(서울대학교) – 모빌리티 사회화의 문제는 우리의 삶이 점차 공간적으로 뿌리가 뽕한다는 것에 있습니다. 정체성과 소속감을 둘러싼 실존적 고민이 더 많아질 것이라고 생각합니다. 유한킴벌리는 앞으로 개인에 대한 배려, 개인의 고통 등에 대한 배려를 하는 기업, 기업의 사회적 책임, 기업 시민의식 등 가치가 중시되는 것이 중요합니다. 이제 품격이 높아져야 기업의 책임활동이 더 빛을 발할 것입니다. 방법 중 하나는 직원에 대한 존엄을 존중해주는 것을 들 수 있으며, 능력보다 인격, 경험과 소통을 중시하는 풍조를 통해 품격을 높일 수 있을 것입니다. 장수기업 측면에서 잘 팔릴 것 같은 제품을 생산하는 것이 아니라 오래 갈 것 같은 상품을 제공하고, 가치와 연계하여 이미지를 혁신해 나가는 방향으로 나아가야 합니다.

사회 문제를 해결하는 인간의 한 축이 되어 역할을 해주시기 바랍니다. 성지은 연구위원(과학기술정책연구원) – 리빙랩은 우리가 사는 이 공간과 우리 사회를 하나의 실험실로 하여 새로운 비즈니스를 창출하고자 하는 것입니다. 그 동안 정부 또는 민간 주도로 성공하기 어려웠던 사업을 시민과 정부, 인간이 협력하여 해결하고자 하고 있습니다. 리빙랩이 요즘은 기업 중심으로 가고 있으며, 기업의 사회적 가치 확보, 성장전략이 되고 있습니다. 혁신적인 과학기술을 통해 사회문제를 해결함으로써 시범사업이 본 사업으로 이어져야 합니다. 사회적 문제를 해결해가는데 인간의 한 축으로서 유한킴벌리가 리빙랩을 통해 역할을 하기 바랍니다.

채널 혁신, 토탈케어 서비스, 표준화 주도 기업이 되시기 바랍니다. 안준모 교수(서강대학교) – 고민할 이슈를 말씀드리겠습니다. 첫째, 세일즈 채널 혁신이 필요합니다. 이제 유한킴벌리 제품군처럼 생활에서 사용하는 제품은 주문조차 귀찮을 수 있습니다. 때문에, 세제가 떨어지면, 버튼을 눌러 등록된 주소로 세제를 주문하듯이, 마이비데, 그린핑거 등의 제품도 디지털 채널 혁신이 되어야 합니다. 둘째, 앞으로는 매뉴팩처링과 서비스의 결합으로 넘어갈 수 밖에 없습니다. 개별 제품을 파는 세상이 지나, 토탈 케어로 진입할 수 있습니다. 모든 생활에서 사용하는 제품을 토탈 케어해주는 서비스 형태가 메인이 되고, 제품은 그 하위항목이 되는 구조로 갈 수 있습니다. 셋째는 기술 규제 이슈에 대한 것입니다. 기업의 패러다임이 기술규제에 있어서 수동적일 수 없는 시대가 오고 있습니다. 이를 위해 가장 쉬운 접근방식은 표준화를 주도하는 것이라고 봅니다. 기업과 고객간의 거리가 짧아지는 트렌드 가운데 디지털 네이티브들을 잘 수용, 니즈를 잘 파악해 오픈 소셜 이노베이션을 선도하는 리더 기업이 되기를 기대합니다.

젊은 이미지, 민첩성, 개별소비자 맞춤형, 기술혁신 활용한 친환경 가치를 창출해 나가시기 바랍니다. 이효정 이사(삼정 KPMG 경제연구원) – 유한킴벌리와 관련해 떠오르는 키워드 3개와 향후 어떻게 할 것인가 제안해보고자 합니다. **첫번째는 영입니다(YOUNG → YOUNG FOREVER).** 모든 연령이 영해지고 싶은 욕구가 있습니다. 앞으로 중요한 소비자가 될 시니어에게 이러한 이미지를 확보하기 위한 노력이 필요합니다. 이를 위해 민첩성(Agility)이 굉장히 필요할 것입니다. **둘째는 라이프입니다(LIFE → LIFESTYLE).** 유한킴벌리 제품이 항상 소비자 곁에 있는 동반자같은 제품이라고 볼 수 있는데, 이를 라이프 스타일(Life Style)로 가져갈 수 있어야 합니다. 라이프 스타일은 소비자 개별점(Segmentation 또는 Personalization)과 같은 의미인데, 개별 소비자 맞춤형 라이프 스타일을 제공하는 기업으로서, 보유 플랫폼을 발전시켜 소비자와 상호작용할 수 있는 방안을 넓힘으로써 실현 가능할 것입니다. **셋째는 그린입니다(GREEN → GREEN 4.0).** 4차 산업혁명을 적용한 환경보호 노력이 미래 발전방향이 될 것입니다. 기술혁신을 활용한 친환경 가치를 창출해 나가야 합니다.

리뷰가 많은 기업이 되시기 바랍니다. 김기찬 교수(카톨릭대학교, 좌장)– 피터드러커는 기업이 소비자 문제를 푸는 것이 아니라 사회의 문제를 풀어야 장수기업이 될 수 있다고 했습니다. 예전에는 돈(크레딧)이 많은 회사가 좋은 회사였는데, 이제는 리뷰가 좋은 회사가 좋은 회사가 되어가고 있습니다. 이제 리뷰가 좋은 회사로 거듭나야 할 것입니다. 이를 위해 SNS 등에서 소비자 후기를 파악하고 부족한 점을 개선하고자 하는 의지를 보여주는 것이 중요할 것입니다. 유한킴벌리가 라이프 솔루션 프로바이더로서, 업의 영역을 변화할 필요가 있다고 정리할 수 있겠습니다. 가치창출을 위해서는 사람들로부터 지지를 받고 신뢰를 얻는 회사, 함께 즐기며 성장하는 회사가 되시기 바랍니다.

목표1. 지속가능한 원료 100% 제품과 포장재 출시 환경영향 감소를 위해 친환경적 원료와 재활용 소재 비율 증대가 중요합니다. 전 제품 및 포장재에 지속가능 소재 적용을 확대해서 2030년까지 주요 사업 영역에서 지속가능 제품 및 브랜드 출시가 목표입니다.

목표2. 제조생산에서의 탄소중립 “0”을 목표로 하였습니다. 스마트매뉴팩처링을 통한 자원 사용 최소화, 지속적인 제품 혁신, 초격차 품질관리를 통한 불량률 감소, 사용후 남은 원자재 재활용과 폐기, 에너지 고효율 설비 도입을 통한 에너지 사용량 감소, 순물류와 역물류 전체 수송 혁신을 통한 이산화탄소 배출 감소 등을 실천해서 온실가스 배출을 줄여 나가겠습니다.

목표3. 자원 사용 감소, 자원순환성 증대 재활용 원료 포장제품 비율을 높이고 재활용 함유 제품 판매량 증대를 목표로 하고 있습니다. 이를 위해 지속가능한 원료 및 재활용 원료 사용을 높이고, 다양한 리사이클링 프로그램과 친환경 제품을 개발하겠습니다. 특히 재활용 플라스틱 원료의 포장재 적용 비율을 2030년까지 50%까지 높이고 핸드타올과 접보를 스탠다드의 재활용펄프 비중을 90%까지 증대시키겠습니다. [담당부서-환경경영추진본부]

유한킴벌리 사회책임경영_사회공헌 2020 선언

어떤 노력을 해왔나? 유한킴벌리의 대표적인 사회책임활동(Corporate Social Responsibility, CSR)은 1984년부터 지속적으로 해오고 있는 숲·환경 보호캠페인인 우리강산푸르게푸르게 캠페인입니다. 캠페인을 통해 1984~2014년까지 30년동안 5천만 그루의 나무를 심고 가꾸는 일에 주력했으며, 이후부터는 숲과 인간의 공존을 위한 숲환경프로젝트와 참여 프로그램들을 해왔습니다. 또한 여성과 소비자, 기부와 자원봉사, 메세나 등을 통해 사회책임활동을 해오고 있습니다. 이후 2014년부터는 시니어와 관련한 공유가치창출(Created Shared Value, CSV) 노력을 지속해오고 있습니다.

앞으로 무엇을 하고자 하는가? 유한킴벌리는 창립 50주년인 2020년에 앞으로의 100년을 생각하며 더 지속가능한 사회를 위하여 ‘유한킴벌리 사회공헌 2020 선언’을 발표했습니다. “우리강산 푸르게 푸르게, 우리사회 푸르게 푸르게”라는 슬로건을 갖고 우리 가족을 위한 가족친화, 우리 사회를 위한 기부와 봉사, 우리 푸른 지구를 위한 나무 심기에 앞장서겠다는 의지를 담았습니다. 사회와 함께 성장하기 위하여, 기업의 사회공헌을 사원과 소비자가 함께 참여할 수 있도록 사회적 연결을 강화하는데 집중할 계획입니다. 우리강산푸르게푸르게 숲환경 캠페인의 지속과 함께 여성의 자립을 돕고, 경제양극화 해소를 위해 공감하고, 참여하는 새로운 기부모델을 기부플랫폼(유한킴벌리 희망뱅크)을 통해 제시하고자 합니다. 2019년에 구축한 통합제품 기부플랫폼을 유한킴벌리 희망뱅크로 명명하였습니다. 디지털 소통을 통해 제품기부활동에 대한 소비자 공감을 강화할 뿐 아니라 자원참여로 확대하여, 지역사회 발전을 위해 더 많은 시민단체를 만나고, 도움이 필요한 분들과 함께 하겠습니다. 자세한 내용은 아래와 같습니다.

첫째, 유한킴벌리는 사람과 숲과의 공존을 추구합니다. 우리강산푸르게푸르게 캠페인은 새롭게 가정을 꾸린 신혼부부에게는 나무심기를, 청소년에게는 숲속에서의 체험과 교육을, 시니어에게는 산촌에서의 자연친화적 삶을 제안합니다. 도시에는 도시 허브공간인 학교를 숲속학교로 전환하고, 산불피해를 위해 긴급복구에 참여하고, 지구촌 사막화방지를 위해 몽골에 사막화방지숲을 조성하고 있기도 합니다.

둘째, 유한킴벌리는 건강한 사회를 위한 다양성과 포용 역량을 강화합니다. 여성과 청소년에 대한 약자 보호와 역량강화를 위한 활동으로 청소년을 위한 월경교육, 숲환경리더십 교육, NGO여성 역량강화 교육 등이 있습니다. 회사내 문화정립을 위해 사내에 한국여성네트워크(K-WIN)를 구축하였고, 임산부의 날 지정 및 시행, 가족친화기업 인증 획득, 기업 여성리더십 30%지시 등의 프로그램 뿐 아니라 다양성과 포용 최고책임자(Chief Diversity & Inclusion Officer, CDIO)를 두고 있습니다.

셋째, 유한킴벌리는 사회와 함께 나눔 문화 확산에 힘씁니다. 유한킴벌리 희망뱅크라는 이름으로 생리대, 기저귀, 마스크 등은 생활속에서 꼭 필요한 제품으로 취약계층에게 나눔을 실천하고 있습니다. 회사차원 뿐만아니라, 사원 개인차원에서의 기부와 봉사도 포함하고 있습니다. 매년 제품 기부와 사원들의 연말 급여1% 기부, 여성인권강화를 위한 기부, 회사와 사원이 참여하는 연말 불우이웃돕기 바자회 등 금전적 기부활동도 있습니다.



창립 50주년 준비_사원참여 의견 청취

사원들, 지난 50년 잘해왔다 94.2%

2-4. 향후 50년 위해 초일류 생활혁신기업 꿈꾼다

[그림 2-5] 유한킴벌리 창립 50주년 미래디자인 내용



100년 기업을 향한 준비를 하다 유한킴벌리는 2019년에 사원들과 함께 미래디자인을 공모하기 위한 페스타(Festa)와 별도 태스크포스팀(이하 TFT)을 구성해 활동하고 결과를 제안하였습니다. 페스타는 2019년 7~11월 중에 진행되었으며, 최종 제안서를 제출한 103명(33개팀)이 준비한 내용 중에 온라인투표와 경영진 심사를 통해 확정하고 12개팀에게 상을 수여했습니다. 수상작은 하반기 임원 워크샵에서 임원과 본부장급 리더들에게 발표했으며, 사내 온라인매체인 인트라넷에 게시해서 공유하고 있습니다.

미래디자인 TFT 별도로 구성된 팀에서는 9~12월 중에 사원들을 대상으로 설문과 인터뷰를 진행해서 미래디자인 보고서를 발간하였고, 비즈니스 방향성, 사원이 바라는 조직과 문화 등의 내용과 함께 9가지 일하는 방식을 제시했습니다. 이후, 2020년 창립을 맞이해서 임직원들에게 발표의 시간을 가졌습니다. 참고로 사내조사결과, 사원들은 유한킴벌리가 지난 50년 동안에 잘해왔다는 94.2%가 긍정적으로 답했습니다. 또한, 향후 50년 후에도 생존할 것이라는 질문에 51.4%가 그렇다고 답했습니다. 사원이 바라는 조직과 문화는 고객과 사회의 변화에 능동적으로 대응해 고객을 지속적으로 만족시킬 수 있는 조직(Truly Agile)과 호기심과 열정을 가지고 빠르게 학습해 창의적으로 문제를 해결하는 구성원(Creative Fast Learner), 모든 환경, 변화, 이해관계자에게 유연하게 대응하여 도전을 기꺼이 즐기는 조직문화(Friendly & Fun)입니다. 이를 위해 2020년까지 지속적인 업무 효율화를 통해 자부가가치 업무를 최소화하고 창의시간을 신설하여 구성원 개인은 물론, 조직의 성과를 창출해 나갈 것을 제안했습니다.



돋보기 | 미래디자인 페스타 12개 수상팀과 내용

- 대상(2팀) – 스마트페어런팅 비즈니스와 플랫폼, 유한양행과의 비즈니스 융합 플랫폼 구축
- 금상(2팀) – 유한킴벌리 프랜차이즈 1호점, 맘큐(MomQ)를 활용한 CSR 플랫폼 프로젝트
- 은상(2팀) – 유한킴벌리 e-로지스틱스2030, 2030 홈큐(HomQ) 프로젝트
- 동상(6팀) – 모빌리티혁명과 제품의 진화, 음성쇼핑시대가 온다 –데이터를 구축하라, 공동작장 어린이집(WECARE), 좋은 날에 좋은 나라, 에버그린프로젝트, 미래기술을 활용한 생산모델 제안

2020 유한킴벌리
지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

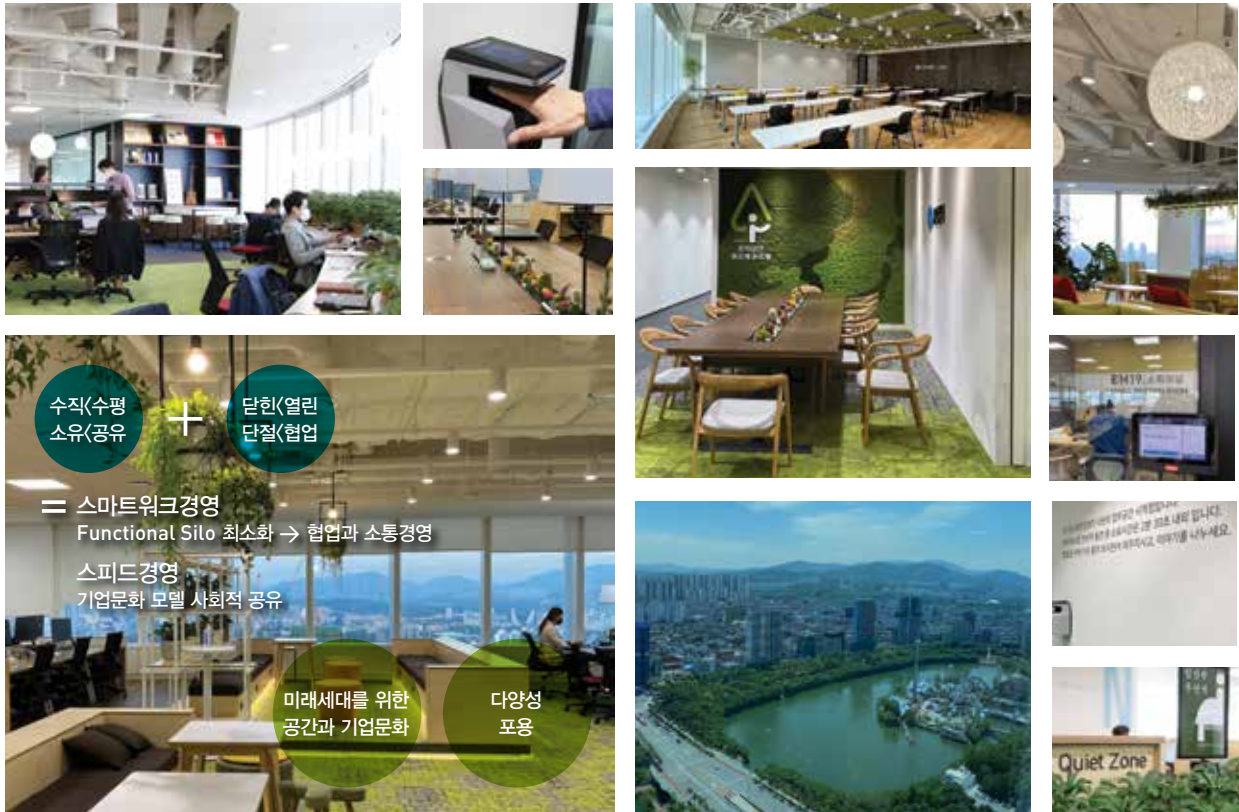
지속가능성보고서 활용현황과 독자 의견 모니터링

창립 50주년 준비_본사 이전

23년만의 본사 이전

2-5. 새로운 50년을 새로운 공간에서 시작하다

[그림 2-6] 유한킴벌리 본사 이전 (2020년 4월)



미래 기업문화 구축을 위한 본사이전 유한킴벌리가 창립 50주년을 맞이하면서 2020년 4월에 본사(서울, 잠실소재, 롯데월드타워 29층)를 이전하고, 잠실시대를 열었습니다. 2011년 이후 스마트오피스와 스마트워크문화를 조기 정착시킴으로써 선도적인 대표 모델을 제시해 왔던 유한킴벌리는 2018~2019년 본사공간 이용률조사, 리더인터뷰, 임직원 니즈 조사, 주거지 위치 등의 결과 바탕으로 활동기반 업무 (ACTIVITY BASED WORKPLACE, 이하 ABW)를 반영한 미래공간을 새로 기획했습니다.

새로운 공간의 특징은 무엇인가? 새로운 본사 스마트오피스의 컨셉은 '다양성과 포용'입니다. 1단계 스마트오피스에서는 변동좌석제 80%, 수평적호칭제도로 모두 '님'호칭을 사용하는 문화답게 임원실과 지정좌석이 없는 수평적 공간과 낮은 칸막이, 오픈성, 그린오피스가 특징이었는데, 2단계로 이전한 스마트오피스는 이러한 장점을 그대로 유지하는 한편 직원들이 업무스타일과 업무목적, 취향에 따라 다양한 선택이 가능할 수 있도록 다양한 좌석과 회의실, 협업 공간 등을 설계한 것이 특징입니다. 특히 1개층에 전 부서가 고정화된 자리를 갖고 있지 않으며, 2분 30초 이내에 직원들이 만날 수 있도록 설계되어 소통과 협업이 증진되고 있습니다. 또한 전체 면적중 식수면적이 2%가 넘는 그린오피스이며, 종이 없는 사무실을 추구합니다.

디지털라이제이션 강화된 미래 오피스 새로운 본사오피스에는 공간의 효율적 활용과 업무의 효율을 올리기 위한 새로운 디지털라이제이션 기술이 도입되었습니다. 회의실 예약 및 좌석 점유 시스템, 비접촉식 지문 출입관리, 무선 화면 공유기, 스마트 글라스, 비대면회의를 증진시키는 시스템 등을 도입함으로써 직원들의 편의성 증대와 향상된 업무지원 환경을 만들었습니다. 이러한 스마트오피스 플랫폼 구축으로 회의실예약, 좌석점유, 화장실 재실 감지를 통합적으로 운영하며, 편리하게 모바일, 월패드를 통해 회의실을 예약하고, 회의실 및 좌석 활용도를 높িয়ে 되었습니다. 이러한 스마트오피스의 디지털라이제이션을 통해 직원들의 신속성과 유연성을 포함한 디지털 경쟁력 강화의 기반이 되고 있습니다.

특집

코로나19와 유한킴벌리, 사회적 가치를 어떻게 실현하는가?

고객의 건강과 안전을 지키는 노력을 점검해 보았습니다.



3

HIGHLIGHTS-코로나19 대응

30	3-1. 사회책임활동-제품과 서비스
33	3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰
34	3-3. COVID19-기부
35	3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응
36	SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

2020 유한킴벌리
지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

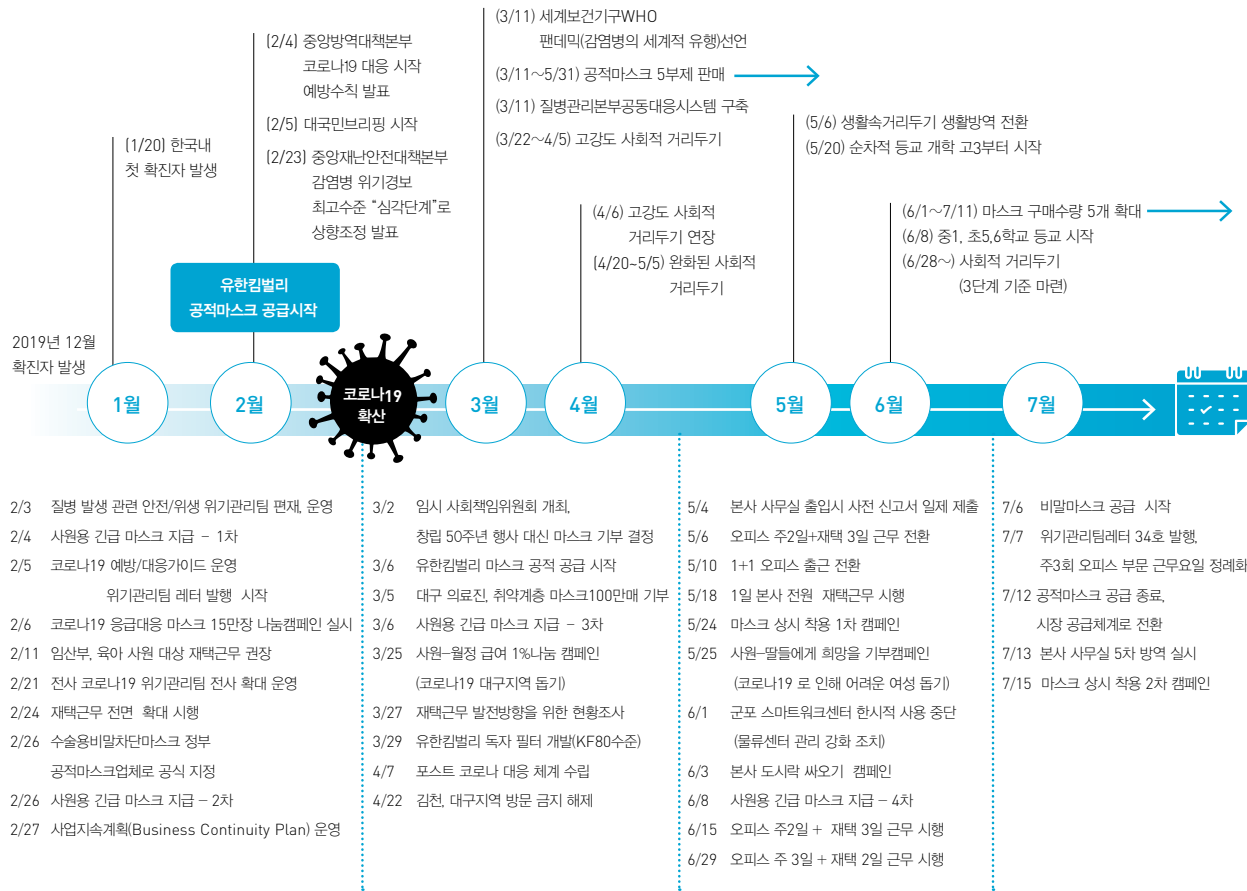
지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

3-1. 제품과 서비스

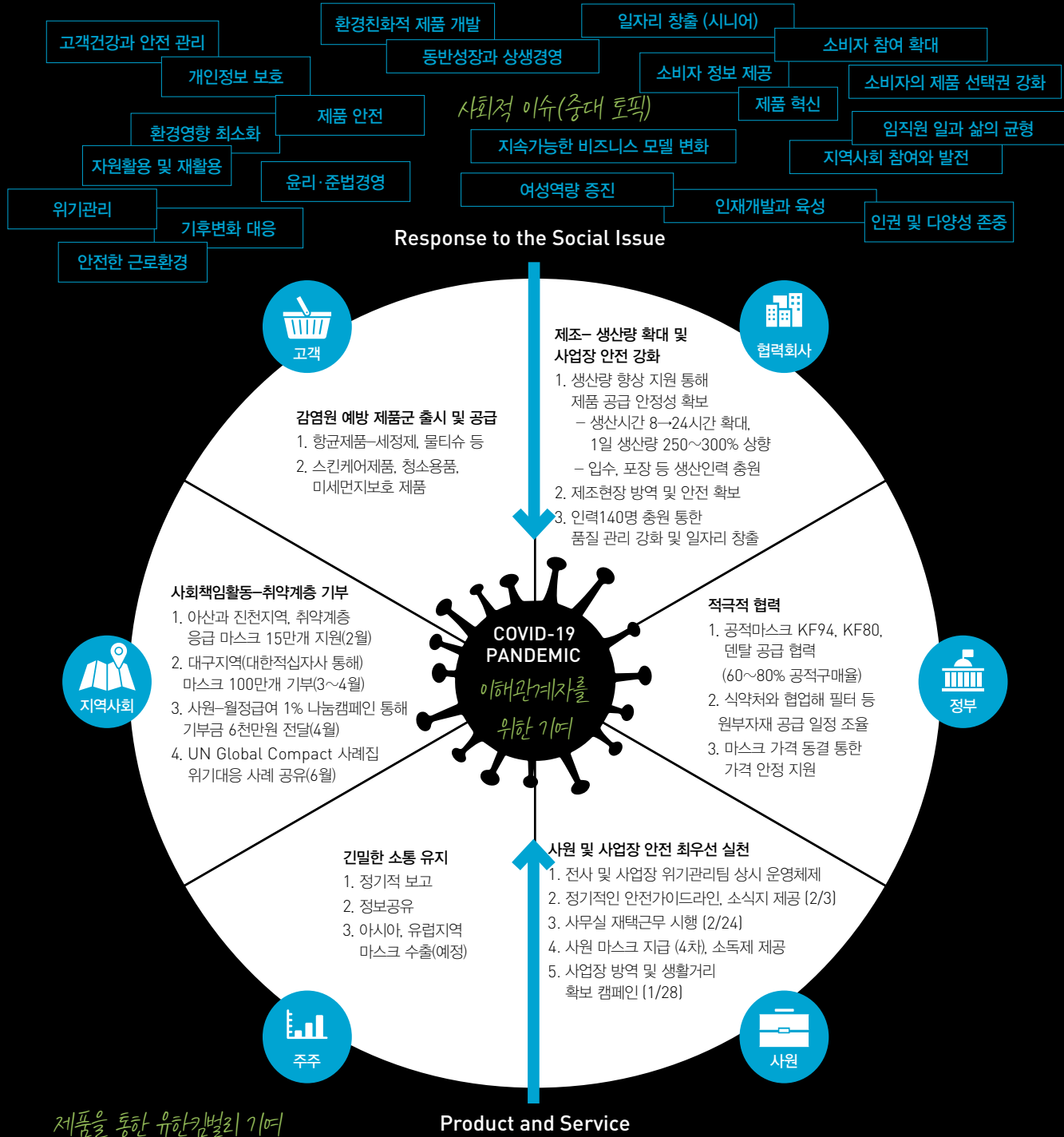
이토픽은 왜 중요한가? 유한킴벌리는 코로나19라는 사회적 재난에 직면했습니다. 2019년 12월에 처음 발생한 코로나바이러스감염증-19 (코로나19 또는 COVID 19로 명명)은 전세계로 확산되었고, 세계보건기구(WHO)가 2020년 3월 11일에 코로나19에 대해 전염병의 최고 경보 단계인 팬데믹(감염병의 세계적 유행)을 선포했는데, 전세계 확진자수가 12만명, 피해국가도 110개국을 넘어섰던 시점이었습니다. 한국은 그보다 앞서 2월 23일에 감염병 위기경보의 최고수준인 심각으로 상향조정했으며, 5월 6일부터 생활 속 거리두기로 전환했으나 백신 개발이 안된 상태로 장기화되고 있습니다. 유한킴벌리는 코로나19로 인해 전세계가 긴밀히 연결되어 있음을 확인할 수 있었습니다. 세계적 재난 상황을 지속가능성을 위협하는 기업 리스크로 인식하고, 유한킴벌리가 사회에 속한 기업으로서 어떤 역할과 책임을 다해야 할지를 우선적으로 생각하며 관리해나가고 있습니다.

유한킴벌리의 접근방법은 무엇인가? 코로나19로부터 방역을 위해서 가장 강조되는 것은 마스크 사용과 손씻기입니다. 감염자 비밀(침방울)과 접촉을 통해 전파가 이루어지기 때문이며, 한국에서의 방역은 이 점을 가장 중요한 실천 수칙으로 삼고 있습니다. 유한킴벌리는 마스크를 포함한 일련의 관련 제품을 개발한 역사가 1993년부터 시작되어 고객건강과 안전관리를 해 필요한 제품을 이해관계자들에게 제공할 수 있는 역량을 갖추고 있습니다. 이에 공적마스크를 포함해서 정부 협업에 적극적으로 참여했으며, 다른 한편으로는 창립 50주년 기념행사 등을 하지 않고 대구 경북 등 지역사회에 필요한 마스크 100만개 등을 기부하고, 사원과 노조가 참여해 월정급여 1% 기부 등을 진행하는 등 적극적 사회책임활동을 수행했습니다. 또한 단기간내 집중적으로 마스크 사용량이 증대되면서, 마스크 필터의 수요가 원활하지 않자, 짧은 기간 동안 자체 기계와 기술로 식약처의 기준을 통과한 수준의 필터를 개발해서 조달역량을 갖추어서 사회적 기여를 하고 있습니다. 이를 통해 위기대응에 함께 책임을 나누고 연대하고 있습니다.

[그림 3-1] 코로나19와 유한킴벌리 대응일지



[그림 3-2] 유한킴벌리 코로나19 대응 노력



제품을 통한 유한킴벌리 기여



2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

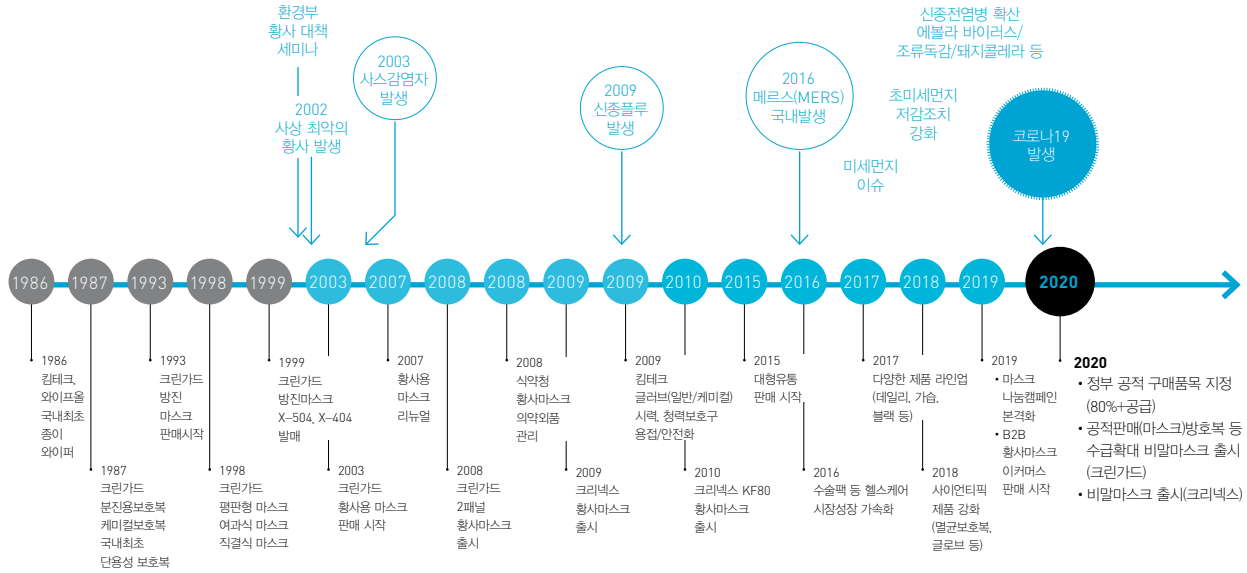
유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

유한킴벌리와 마스크 유한킴벌리는 2010년부터 호흡기 건강을 지킬 수 있는 마스크를 출시했습니다. 2014년에 식품의약품안전처로부터 크리넥스 황사마스크(KF80) 허가를 받은 이래 2015년부터 지속적인 제품 개발을 바탕으로 마스크를 소비자들에게 제공해왔습니다. 마스크 종류는 크게 일반용(브랜드 크리넥스), 산업용(브랜드 킴텍, 크린가드), 의료용(브랜드 유한킴벌리)으로 총 38종을 개발해서 국내에서 판매하고 있습니다. 코로나19기간 동안 차단을 등급(80,94,99, Korea Filter, KF)을 가진 마스크를 집중 판매했습니다.

[그림 3-3] 미세먼지 및 감염원 차단을 위한 국민건강 지키기 유한킴벌리 대응 노력



마스크 소비형태의 변화 한국의 소비자들은 코로나19 이전에는 마스크의 착용 필요성을 크게 느끼지 않았습니다. 감기 등으로 인해서 일부 착용을 하거나, 얼굴을 가리는 용도로 착용을 하였으며, 이후 황사 및 미세먼지 방어용으로 착용이 늘기 시작했습니다. 그러나 코로나19로 인해 마스크 사용이 일상화되면서, 이후 상황이 종료되어도 마스크 사용의 장점들이 부각되면서 향후 소비형태가 변화되고 있습니다. 이에 소비자의 니즈에 따라 유한킴벌리도 비말마스크를 개발해, 제공하고 있습니다.



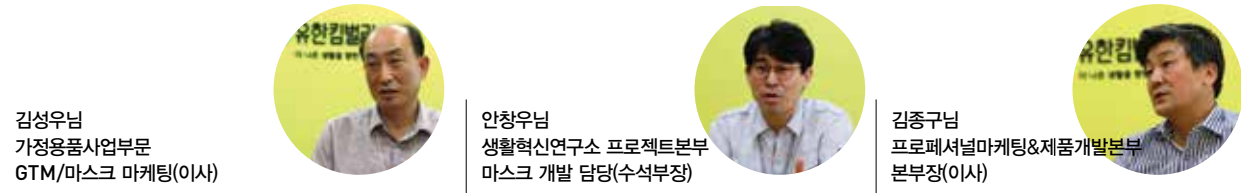
[표 3-1] 코로나19 전후로 본 마스크소비형태와 시장 변화

분류	코로나19 이전	코로나 상황	코로나19 이후
소비자 마스크 인식 변화	 마스크 착용 필요성 낮음 미세먼지로 일부 착용 증가	코로나 감염예방 필수품으로 착용 중요도 증가. 사회적 사선, 자신의 보호, 타인의 피해 감소 위한 착용 생활화	 개인 위생 중요도 증가 코로나 이후에도 마스크 착용 의향 상승
한국의 마스크 일 평균생산량 변화 (자료-식품의약품안전처)	2019년 12월 300만개	2020년 1월 659만개/3월 1,173만개/5월 1,466만개 수급안정 위한 공적마스크 요일별 구매 5부제 실시(3~5월) 마스크중복구매확인제도 실시	일 평균 공급능력 증대. 원가, R&D능력 수출 필요성 증대 원가 증대 예측 제조원가+임가공료 확보
유한킴벌리 대응 변화	황사대응 마스크 제공 미세먼지 차단 기능	비말차단 KF 공적마스크 제공 필터 개발 베이비와 어린이(4~10세)에 적합한 소형마스크 판매 ※마스크 115만장 기부	향후 검토 필요 ※마스크 사회책임 기부 지속

* 비말 차단용 마스크 KF-AD(Anti Droplet)는 액체 저항성을 갖고 있음을 의미하며, 물 100mL를 담은 뒤 마스크에 부어 30분간 물이 새지 않으면 KF-AD 인증을 받습니다.

경험에서 배운다 | 방역현장에서 뒀 3인의 유한킴벌리 대표 전문가 인터뷰

3-2. 유한킴벌리는 코로나19 상황에서 어떤 가치를 실현했나?



김성우님 가정용품사업부문 GTM/마스크 마케팅(이사)	안창우님 생활혁신연구소 프로젝트본부 마스크 개발 담당(수석부장)	김종구님 프로페셔널마케팅&제품개발본부 본부장(이사)
주요역할은? 유한킴벌리 생활용품 마스크사업 리더. 코로나19가 시작되면서 공적마스크 조달 및 국내 생활용품 마스크 수급 전반의 주요 역할을 수행했습니다.	유한킴벌리 마스크사업 개발업무 담당자. 2020년 3월에 유한킴벌리 기계와 기술을 이용해 독자적으로 마스크 필터 개발에 성공해, 향후 지속적 필터 공급을 가능케하는데 기여했습니다.	유한킴벌리 B2B사업부문 마케팅과 제품개발 리더. 코로나19 기간동안 산업용품 현장에서 방역용품 수급의 주요 역할을 수행했습니다.

코로나19위기 발생시, 초기에 가장 어려운 일들은?		
구성원들을 마치자 마스크 대란이 나서 4일만에 재고까지 모두 판매하였습니다. 준비없이 맞이한 코로나19로 인해 우리사회도 그렇지만 기업도 정말 힘들었습니다. 담당 인력도 부족한 상태에서, 정부 주최 간담회에 계속 참여하고, 3월초 판매위탁업체로 승인받은 후 바뀐 정책에 따라 약 3개월동안 80%는 일반소비자에게, 남은 20%는 공공재 물량으로 공급하였습니다. 공적물량은 7월 1일부터는 해제되었습니다. 우리회사가 마스크 전체 시장에서 재공할 수 있는 생산능력은 3~5%정도의 기여였습니다. 정말 바쁘고 힘든 시간이었습니다.	코로나19 확산에 따라 물량이 늘어났는데 해외로부터 원부자재 수급이 어려웠습니다. 생산시설이나 작업시간을 늘려도 가장 문제가 되는 것은 정부기준에 부합된 필터 확보였습니다. 과거에 필터제품 테스트 중 성공 경험과 기존 특허와 문헌 100건 이상을 조사하면서, 3월 27일 개발프로젝트를 제안했고, 3월 29일, 김관공정에서 첫 시도가 있었고, KF80수준의 필터 제조에 성공했습니다. 코로나19 기간동안 대구지역도 출장을 못하고, 재택근무도 못하고 연구소에서 늦은 시간까지 연구를 했는데, 결과가 좋게 나와 기쁩니다.	방역관련업무자들을 보호하기 위한 마스크 공급도 시급했습니다. 2월 확산초기에 보호복 생산량을 증산하도록 계획을 조정하고, 물품 부족과 관련해서 보호복 관련 봉제업체 100여군데를 임시 계약하고, 원단을 제공하고 만드는 일을 시작하였습니다. 당시, 코로나 확산이 심각해서 비대면으로 진행하느라 어려움이 컸습니다. 직원 안전을 최우선으로 한 의사결정, 가격동결, 새로운 환경에 맞게 임가공업체를 늘이거나, 생산량 조정시 전담부서에 전문적인 의사결정이 가능하게 해준 회사에 감사드립니다.

코로나19 대응중 유한킴벌리의 가장 가치 있는 일들은 무엇이었나?		
마스크가 사회적으로 부족한 상태에서 가치있는 유한킴벌리의 선택이 많았다고 생각합니다. 첫째, 회사차원의 위기관리팀에서 마스크의 공공재 역할을 결정하고, 우선적으로 마스크 100만개를 기부한 것이 의미 있었습니다. 또한 어린이들의 건강을 위해 베이비용과 소형마스크 공급에 노력했던 것도 가치가 있었습니다. 다만 관련 제조업체의 계약해지로 빨리 공급이 안되어 아쉬웠습니다. 둘째, 유한킴벌리가 정부, 협력업체와 긴밀한 협업을 통해 공적마스크 80%를 제대로 수급하도록 최선을 다했다는 점도 중요합니다. 셋째, 공적마스크 판매분량 외에 남은 20%의 공급우선순위를 소방서, 학교 등 공공재에 판매했다는 점도 의미가 있었습니다. 마지막으로, 마스크가 부족하자 부르는 대로 준다고 할 만큼 가격대가 다양해졌으나, 최대한 국민의 부담을 줄이기 위해 가격 안정화를 위해 노력했다는 점일 것입니다.	기존 유한킴벌리 부직포 설비 시설을 이용해서 자체 필터를 생산하고, 대량공급이 가능하게 된 점이 가장 가치 있는 일 이어서 기쁘게 생각합니다. 다른 국가, 다른 기업에 의존하지 않고, 생산팀과 협력 하에 KF80이상 품질이 확보된 필터를 생산할 수 있게 되어, 마스크를 안정적으로 공급할 수 있게 된 것입니다. 기존에 부합되는지 검토 과정도 여러 부문에서 빠른 협력이 진행되어, 보름에서 1주일로 단축할 수 있었습니다. 방진마스크 개발 때는 호흡기 보호 목적이 중요했고, 생활용 마스크 개발 때는 황사방지, 미세먼지 방지가 중요했습니다. 그러나 이번 코로나19로 인해 소비자들 마스크를 사용하면 비말 전염 예방은 물론 감기 없이 겨울을 보낼 수 있었다는 장점을 경험한 것이 중요하다고 봅니다. 이번 마스크 착용이 앞으로 마스크에 대한 새로운 인식을 만들어갈 것이라고 기대합니다.	마스크는 눈에 보이는 가장 큰 이슈라면, 보이지 않는 영역에서 방역 업무를 맡고 있는 의료진, 질병관리본부 등 관련 업무 종사자들에게 보호복 제품 공급을 할 수 있었던 점이 가치 가 있었다고 생각합니다. 방역복이 없으면 방역작업이 어렵고, 환자진료가 안되기에 의미 있는 제품입니다. 또한 B2B 사업의 특성상 코로나19라는 위기하에서도 우리 사회가 원활하게 순환이 될 수 있도록 사업장과 종사자, 음식점 등 다중 이용시설 관계자들의 안전 확보를 위해 시설방역에 필요한 제품을 공급하는 것도 의미가 있었습니다. 참고로, 코로나 집중방역 기간동안 약 50만벌의 보호복을 생산하여 보급하였습니다.

경쟁력은 어디서 나왔나? 향후 계획은?		
유한킴벌리는 생산현장 방역 마스크 사업에서, 2015년에 생활형 마스크 사업으로 확대 전환했습니다. 때문에 마스크 개발 경험이 축적되어 이번 위기 상황에서 신속하게 대처할 수 있었다고 생각합니다. 유한킴벌리는 향후 어린이를 위한 소형제품 생산량도 늘려갈 계획이며, 8월부터는 베이비 마스크(공산품도 150만개 이상 공급할 예정입니다. 지난 4월부터 인체 어디서나 사용가능한 방역제품(Proactive Protection Anytime Anywhere, PPAA)사업들이 체계화되고 있어 기대가 됩니다. 유한킴벌리 제품들이 향후 예방가능 제품으로서 국민의 안전과 건강 증진에 더 기여하기를 바랍니다.	유한킴벌리가 지난 40여년간 부직포 생산기술의 노하우를 갖고 있었던 것이 짧은 기간내 정부기준에 부합된 필터개발을 할 수 있는 힘이 되었습니다. 이제 기저귀, 생리대 외에도 신규 영역으로 마스크 필터에 대한 코어 기술을 가지게 되었으니, 자체 설비를 구비해야 한다고 제안하고, 개발된 필터의 특허를 준비중입니다. 향후 방역뿐만 아니라 마스크가 일상생활에서 다양한 고객(어린이, 베이비 등)과 패션이 가능한 생활마스크로 사업이 성장하기를 기대합니다.	유한킴벌리 제품은 최우수 제품이며, 한번 사용한 소비자는 다른 제품을 쓸 수 없다는 피드백을 많이 받습니다. 원자재 공급이 어려울 때도 품질을 포기하지 않고 관리하기 위해 노력한다는 점을 높게 평가하고 싶습니다. 아이디어를 제품화할 수 있는 역량과 수입 공급이 중단된 시점에서 자체 부직포설비 보유도 큰 경쟁력입니다. 모든 사업장의 안전이 중요합니다. 방역관련 개인안전위생용품 시장을 선도하기 위해 속도를 내겠습니다. 7월에 출시된 비말마스크를 판매중입니다.

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

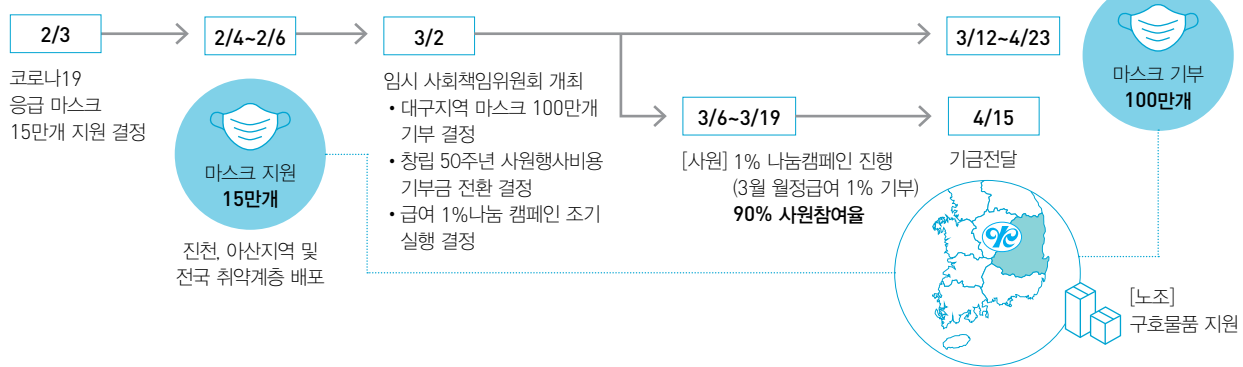
유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

3-3. COVID19-기부

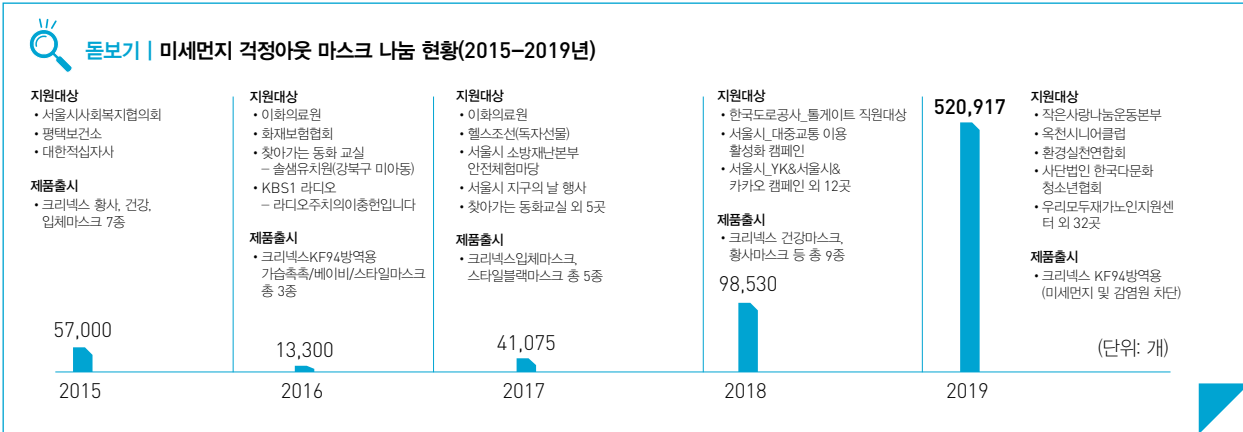
[그림 3-4] 코로나19 대응 마스크 기부와 응급지원



마스크 긴급 기부 코로나19 확산으로 마스크 품귀 현상이 심화되면서 취약계층의 건강권 확보가 중요해졌습니다. 이에 유한킴벌리는 마스크 기부 물량 15만장을 확보해서 아산, 진천 지역의 격리 중인 우한 교민들, 해당 지역 주민, 전국 취약계층에게 전달했습니다. 3월에는 창립 50주년 기념해서 진행하기로 했던 전사원 나무심기를 하지 않고, 그 예산으로 대구 지역의 의료진과 취약계층에게 마스크 100만 장을 기부함으로써 사회적 책임을 실천했습니다. 기부종류는 크리넥스 KF80 35만 매, KF94 35만 매, 덴탈 마스크 30만 매 등 총 100만 매였으며, 대구 적십자사를 통해 기부했습니다.

의료진을 지키는 보호복 수요 대응 유한킴벌리는 방역복 및 일반 산업용 보호복을 제작하고 있습니다. 코로나19 위기 발생에 따라 의료종사자들의 안전과 직결되는 방역복 확보를 위해 3월부터 확대 생산에 시작했습니다. 이 과정에서 군복 및 의류를 생산하는 국내 봉제공장들을 발굴, 계약을 맺어 코로나19로 침체된 국내 봉제업체와의 상생의 기회로 삼았습니다. 2020년 4월까지 질병관리본부에 15만벌을 공급했으며, 질병관리본부의 직접관리 대상이 아닌 병원, 경찰 및 소방서, 지방공공기관 등에도 공급하고 있습니다. 6월말까지 약 60만벌의 보호복을 공급할 예정이며 2020년 추가판매 기여는 약80억원으로 예상됩니다.

월정급여 1% 나눔과 노동조합 특별 구호 기금 전달 유한킴벌리의 사원은 코로나 확진자가 가장 많이 발생한 대구지역 취약계층, 의료진 등을 돕기 위해 3월 급여의 1%를 기부하는 나눔 캠페인을 진행했습니다. 사원의 90%(1,367명)이 참여하여 약 5,980만원을 전달했습니다. 이와 더불어 노동조합은 자체적으로 기금을 조성하여 사업장이 위치한 지역의 의료시설과 공공기관에 마스크, 화장지, 생리대, 손소독제 등 구호물품을 기부했습니다.



코로나19 대응

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

본사



제조와 물류



적극적 소통



일하는 방식의 변화



2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회적책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회적책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

SPECIAL PAGE

유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

유한킴벌리는 소비재 제조 회사로서 기후변화 관련 재무 정보를 공개하고 있습니다. 참고로 본 정보공개는 금융안정위원회가 2015년 ‘기후변화와 관련된 재무 정보 공개를 위한 태스크포스(이하 TCFD)’를 발족하고, 2017년 6월에 보고서 발간을 통해 기후변화와 관련 재무적 영향 공시 권고에 따라 이루어졌습니다.

TCFD 권고사항	유한킴벌리 대응	유한킴벌리 계획	
지배구조	a) 기후변화와 관련된 위험과 기회에 대한 이사회의 감독 설명 b) 기후변화와 관련된 위험과 기회를 평가하고 관리하는 경영진의 역할 설명	CEO직속 환경경영추진본부에서 기후변화를 포함한 전사적 차원의 환경경영업무를 관장하고 있으며, 분기별로 진행되는 사회책임위원회(CEO 포함 주요부문장 참여)를 통해 기후변화와 온실가스 문제를 논의하고 있습니다.	유한킴벌리는 CDP 자발적 참여를 포함하여 TCFD 권고사항 적용권을 검토 중에 있습니다.
전략	a) 조직이 단기, 중기 및 장기에 걸쳐 확인한 기후변화 관련 위험과 기회 설명 b) 기후변화 관련 위험과 기회가 조직의 사업, 전략, 및 재무 계획에 미치는 영향 설명 c) 2℃ 이하의 시나리오를 포함한 기후변화와 관련된 시나리오를 고려하여, 경영전략의 유연성을 설명	기후변화 대응과 관련하여 환경경영 2030 계획에 장기적 관점에서 탄소중립을 선언과 함께 단기, 중기, 장기 계획을 수립하였습니다. 2019년 환경경영3.0추진팀은 각 사업부와 공급망, 제품, 제조 측면에서 기후변화 적응, 완화를 위해 환경경영 2030 계획논의를 진행 하였습니다. 사업부별 목표 및 실행계획을 수립하였고, 2019년에 주요제품 총 11종의 전과정평가를 실시하여, 온실가스 발생 및 저감 기회를 모색하였습니다. 대표이사 사장 및 주요 부문장이 참여하는 사회책임위원회와 임원워크숍(2019.11.14)에서 유한킴벌리 2030 환경경영계획이 발표되었습니다. 내용에는 제조생산의 탄소중립이 포함되어 있습니다.	기후위기 종대에 따른 온실가스 배출량 전망과 내부감축 잠재량 업데이트 및 배출권거래제의 능동적 대응 방안에 대한 재검토가 필요합니다. 각 사업부별 기후변화 적응 및 완화 프로그램에 대한 모니터링을 진행할 계획이며, 매월 각 사업부의 지정된 환경경영 2030 사업부별 담당자들과 업무협의를 통해 현황 및 지원방안을 논의할 것입니다.
위험관리	a) 기후변화 관련 리스크를 식별하고 평가하기 위한 조직의 프로세스 설명 b) 기후변화 관련 위험을 관리하기 위한 조직의 프로세스 설명 c) 기후변화 관련 위험을 식별, 평가 및 관리하는 프로세스가 조직의 전반적인 위험 관리에 통합되는 방법에 관한 설명	유한킴벌리는 CEO 직속 환경경영추진본부와 제조생산부문장 직속 환경경영추진워크그룹에서 배출권거래제를 포함한 기후변화 대응 및 리스크 저감 논의를 주도하고 있으며, 주요사항을 CEO를 포함한 경영진에게 보고하고 있습니다. 매년 전사 온실가스배출량 목표와 사업장별 목표를 수립하여 월별 모니터링을 진행하고 있으며, 제조사업부문장과 각 사업장 리더의 개인성과 목표에 반영되어 있습니다. 환경경영추진본부와 제조생산부문 환경경영워크그룹은 분기별 회의를 통해 기후변화 대응실적 및 개선프로그램을 논의하고 있습니다.	2020년의 경우, 재무본부와 함께 기후변화 대응을 위한 재무적 리스크를 중점적으로 논의하기 위한 협의체를 별도로 구성할 계획입니다. 유한킴벌리 상생경영본부에서는 협력회사의 지속가능경영을 지원하고 있습니다. 기후변화에 대한 사전예방적 대응을 목적으로 협력회사와 협업강화 방안이 필요합니다.
지표와 감축목표	a) 조직이 경영전략 및 위험관리 프로세스에 따라 기후변화 관련 위험과 기회를 평가하기 위해 사용한 지표 공개 b) Scope 1, 2, 및 Scope 3(해당되는 경우) 온실가스 배출량 및 관련 위험 공개 c) 기후변화 관련 위험과 기회 관리를 위해 조직에서 사용하는 목표 및 목표 대비 성과 설명	온실가스 배출총량, 에너지원단위를 포함한 지표를 관리하고 있고, 온실가스 배출량은 지속가능성보고서 등을 통해 공개하고 있습니다. 유한킴벌리는 매년 온실가스 배출량은 지속가능성보고서를 통해 공개하고 있습니다. Scope 1: 23,749tCO ₂ e, Scope 2: 178,688tCO ₂ e, Scope 3: 9345tCO ₂ e. 유한킴벌리는 2019년 내부 온실가스배출량 목표를 초과 달성(1.0%) 하였습니다. 환경경영 2030 계획에 제조생산 탄소중립이 반영되어 있고, 이를 위한 배출량 저감계획, 감축장제량 재 분석, 재생에너지 도입확대 및 제지생산 우수원단위 혁신 프로그램 등을 수립하여 진행하고 있습니다.	Scope 3 영역에 협력회사 및 국내 임직원 출장 등에 따른 배출량이 반영되어야 합니다.

4

유한킴벌리
경제·사회·환경 성과

38 경제성과
43 사회성과
63 환경성과

유한킴벌리희망뱅크-기부플랫폼을 통해 만난 소비자수

521,212 명

신제품 매출비중

14.2%

노사문화대상 수상

(고용노동부) 2019년 12월

상생경영 협력회사

1,085개

온실가스 배출허용량 대비

1,999 tCO₂e 저감

2020 유한킴벌리
지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

경제 성과

At a glance_한눈에 보는 경제 성과

재무 성과

분류	단위	2017	2018	2019
매출액(증감률)	억원(%)	13,568(-9.54)	13,272(-2.18)	13,332(0.5)
당기순이익(증감률)	억원(%)	1,482(-17.28)	1,102(-25.65)	1,371(24.45)
자산총계(증감률)	억원(%)	10,434(-1.35)	10,360(-0.71)	10,338(-0.22)
수출액(매출액 대비)	억원(%)	1,869(13.78)	1,397(10.52)	1,307(9.80)

내수와 수출 구성 비중

구분	단위	2017	2018	2019	전년 대비 증감률(%p)
내수	%	86.2	89.5	90.2	0.7
수출	%	13.8	10.5	9.8	-0.7

사업부 매출 비중

구분	단위	2017	2018	2019	전년 대비 증감률(%p)
아기기자귀 부문	%	30.7	23.4	21.0	-2.4
물티슈, 타올, 성인 기저귀, 스킨케어 등 기타	%	18.7	21.4	21.1	-0.3
미용지 및 화장지 부문	%	18.9	20.4	20.7	0.3
여성 생리대 부문	%	16.2	17.3	18.6	1.3
B2B사업 부문	%	15.5	17.4	18.6	1.2

* 기저귀 부문 매출 비중 감소 원인: 국내 출생을 저하에 따른 시장 감소

분배된 경제적 가치

분배대상	분류	단위	2017	2018	2019	전년 대비 증감률(%p)
주주	배당금	억원	1,400	1,180	1,580	33.9
사원	급여 및 복리후생비	억원	2,175	2,442	2,189	-10.4
협력회사	재화 및 서비스 구매비용	억원	8,599	8,478	8,545	0.8
지역사회	정부	법인세 및 기타 제세공과금	696	542	684	26.2
	지역사회/고객	사회공헌비용	71	60	58	-3.3
기타	기타비용(임차료, 감가상각비 등)	억원	623	746	630	-15.5
사내 유보	사내 유보액	억원	82	-78	-208	-166.7
총수익(매출액+이자수입 등)		억원	13,646	13,370	13,478	0.8

연구개발 활동 및 투자 실적

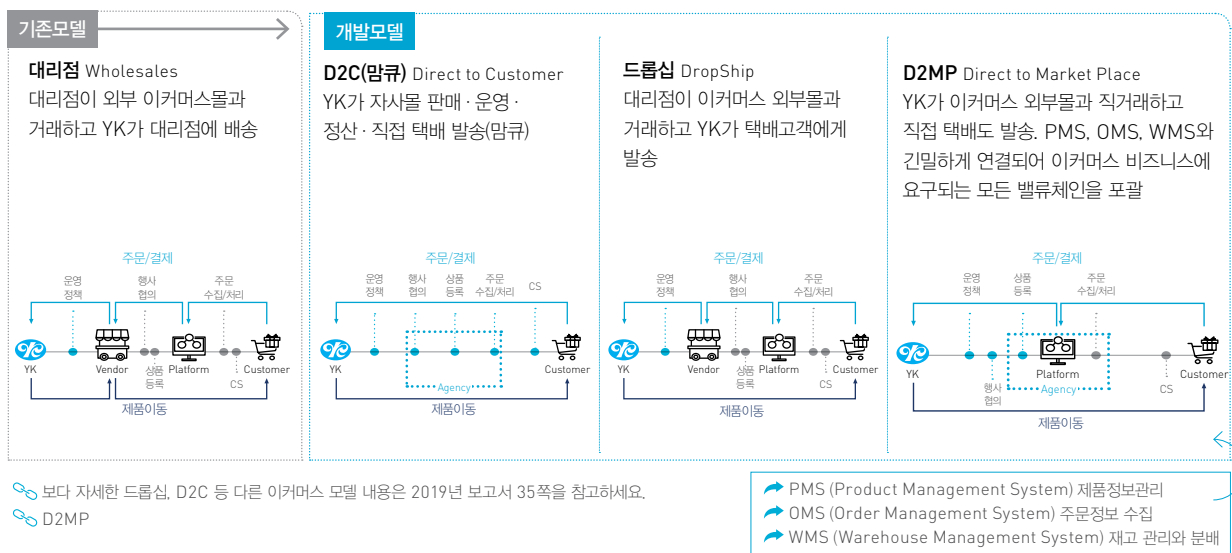
구분	단위	2017	2018	2019
R&D 인력	명	42	54	55
시설투자	억원	364.9	391.0	469.1
매출액 대비 시설 투자 비율	%	2.7	2.9	3.5
신제품 매출액	억원	3,358	2,365	1,891
매출액 중 신제품 기여 비중	%	24.7	17.8	14.2

B2B 매출성장 현황

구분	단위	2017	2018	2019	연간 성장률(%)
	매출	매출	매출		
B2B 매출 성장(내수)	십억원	141.4	157.4	168.2	6.8
└ 산업용품	십억원	107.3	116.5	122.3	4.9
└ 병원용품	십억원	34.1	40.9	45.9	12.3

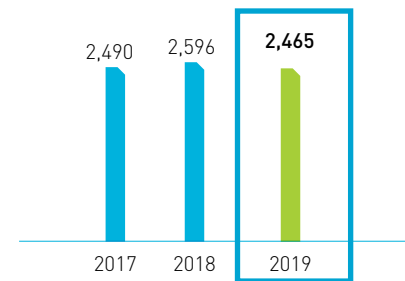
경제성과와 과제 1. 시장변화를 이끄는 비즈니스 모델 혁신

[그림 4-1] 유한킴벌리 4가지 이커머스 비즈니스 모델



코어비즈니스 지속 성장, 꾸준한 혁신과 변화 영향 유한킴벌리의 시장변화를 이끄는 노력은 제품혁신과 사업모델혁신에 있습니다. 2019년에 2,465종의 신제품을 출시했으며, 신제품은 전체 매출의 14.2%를 차지했습니다. 변화에 대응하고자 조직을 유연하게 운영해서 제품 출시 주기를 앞당기고, 소재, 기능, 디자인 등을 혁신하고 초격차 품질관리의 성과로 여성용품사업은 10%, B2B 사업은 7%, 가정용품사업은 2%의 매출성장을 하였습니다. 유아용품사업은 썬테크 코어 기술 신제품 출시 등으로 저출생으로 인한 시장축소영향을 최소화하였습니다.

[그림 4-2] 신제품 출시 노력 (단위: 종) (신규 자재코드 기준)



시장 변화 1_이커머스 시장 비중 확대 유한킴벌리는 이커머스 시장 비중이 확대되면서 드롭십(DropShip), D2MP(Direct to Market Place), D2C(Direct to Customer) 모델을 개발하며 이커머스* 채널을 확장하고 있습니다. 국내 뿐 아니라 중국 등 크로스 보더* 시장을 공략 중에 있습니다. 2019년 알리바바 티몰 글로벌(Tmall Global), 징둥(京東)닷컴과 기저귀 제품 판매 협약을 맺었고 티몰글로벌, 타오바오(Taobao)에 좋은느낌을 입점하면서 제품군을 여성용품으로 확대했습니다. 2019년 유한킴벌리의 온라인 이커머스 시장이 전체 매출에서 차지하는 비중은 32.8%입니다.

* 이커머스(e-Commerce): 인터넷 등 전자매체를 이용해 상품을 거래

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

시장 변화 2_D2MP 플랫폼 런칭 및 확산 2019년 신규 개발한 모델(D2MP)은 본사직영의 공장 직배송 전자상거래 모델로 외부 이커머스 쇼핑몰에 유한킴벌리 직영 스토어를 오픈하는 모델입니다. 제품 등록부터 소비자가 상품을 받아볼 때까지 각 단계를 디지털 시스템으로 관리하기 때문에 오배송 등 인적 착오를 줄이고 효율적 운영이 가능합니다. 2020년 3월까지 마켓 플레이스 2곳(G마켓, 11번가)과 IT 플랫폼(네이버, 카카오) D2MP 플랫폼을 런칭했으며 6월 중 옥션까지 확장할 예정입니다. 2020년 4월 자사몰인 맘큐와 주문, 배송, 정산 시스템을 통합하였습니다.

2020 유한킴벌리
지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회적책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회적책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

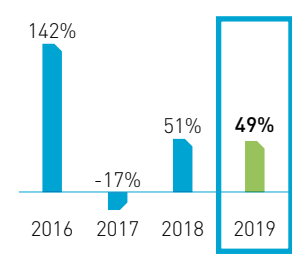
인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자 의견 모니터링

시장변화 3_D2C 소비자 참여 플랫폼 맘큐의 성장

D2C 채널인 맘큐는 유아동 제품 직영 쇼핑몰에서 시작해서 가정용품, 여성용품 판매까지 확대해 공식 직영 커머스 플랫폼으로 진화했습니다. 또한 브랜드 정보 제공, 소비자 조사 등을 통합하고 다양한 이벤트 등 특화 서비스로 고객참여도를 높여 브랜드 체험 전 과정에서 소통하고 있습니다. 소비자 참여플랫폼으로 혁신하면서 2019년 회원수 85만 명 규모, 전년 대비 매출 증가율 49%로 성장했습니다.

[그림 4-3] 맘큐 매출 성장률(전년대비)



시장변화 4_맘큐 서비스 향상을 위한 AI 도입

유한킴벌리의 맘큐가 디지털 플랫폼으로 자리잡기까지 큐레이션 커머스 방식의 도입(2017년)이 큰 영향을 미쳤습니다. 큐레이션 커머스는 소비자의 구매 데이터를 중합 분석하여 제품과 서비스를 맞춤으로 제공하는 것입니다. 더 나아가 2019년 고객의 숨겨진 니즈까지 파악할 수 있는 AI 솔루션(salesforce)을 도입했습니다. 맘큐 고객의 인구학적 정보, 쇼핑 행동, 구매 히스토리 등을 분석해 고객별 맞춤 제품을 설계해 추천하고 있습니다.

[표 4-1] 주요 신제품들(2019~2020년 3월)

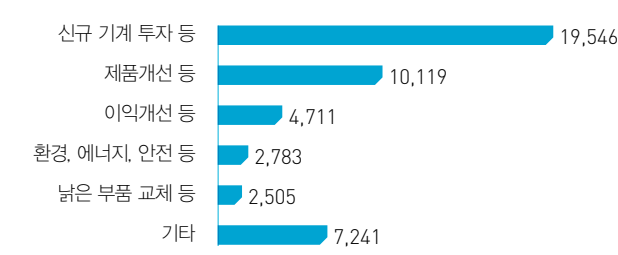
카테고리	제품명	내용
유아/아동용품	기저귀&팬츠	쿠팡전용 네이처메이드 밤부 기저귀 & 팬츠 네이처메이드 오가닉
		천연대나무 유래 성분 함유 / 더 넓어진 안쪽커버 100% 오가닉코튼 커버 / 10% 유람산 안심 흡수 소재
유아	더블하트	머그컵_마그마그 빨대컵(3색)
		폴리페닐설폰(PPSU) 소재의 대용량 빨대컵
여성용품	생리대	화이트 에코프레시 울트라 슬림, 화이트 시크릿홀 울트라슬림
		흡수층 3개를 하나로 결합한 싱글코어™ 적용으로 산뜻한 착용감 / 국제특허출원: PCT/US2018/028352
		라네이처 시그니처
		ECO CERT 인증 / 100% 유기농 순면커버 및 북유럽 천연흡수소재 / 생분해 방수층
		화이트 에코프레시 데오올트라슬림
팬티라이너		OK Biobased 유럽 에코인증 2 Star 획득 / 피부에 닿는 면 천연유래 커버 적용 / 천연유래 구연산 99% 소취
		좋은느낌 100 (아이오오)
		국내 생리대 최초 GOTS 인증* 획득 제품 / 커버부터 흡수체까지 유기농 순면 100% / 퇴비화가 가능한 생분해성 방수층 / 무타르, 무합성착 향료, 무염소 가스 표백, 무농약, 무화학비료 / 종이카톤 방식으로 포장재 재사용 * GOTS 인증: 유기농 면 차지 함량 70% 이상 제품에 부여. 엄격한 유기농 국제인증
타폰	타폰_좋은느낌 유기농 순면 흡수체	ECOCERT 인증 / 100% 유기농 순면커버, 100% 북유럽 천연흡수소재 흡수층 2배 / 생분해 방수층
입는 오버나이트	좋은느낌 입는오버나이트	타폰 분야 최초 OK Biobased 유럽 ECO 인증 획득 / USDA Biobased인증 / 100% 유기농 순면흡수체
국내유일 NO SAP / 국내제조 / 와이드 힙커버와 프리미엄 소재로 속옷같은 착용감		
시니어용품	팬츠	맘스 안심팬티
		산모전용팬티 / 부드러운 순면감촉 커버 / 편안한 착용감
가정용품	화장지	크리넥스 데코 & 소프트
	미용지	크리넥스 코편한 티슈
	청소용품	스카트 청소용품
		2009년 주방용품사업에서 2020년 청소용품 시장 진출
마스크	마스크	메이브리즈 황사마스크
		초정전 필터 / 3중 구조 시스템 / 안쪽 밀착가드로 호흡 누설 최소화
물티슈	아기물티슈	릴리우_퓨어골드, 퓨어그린, 퓨어핑크
		천연유래 함유 원단 / 정제수를 제외한 단 세가지 전성분만 사용
스킨케어	그린핑거	선_야외놀이 선로션
		강한 자외선에 노출되는 아이를 위한 선크림
B2B	타올	크리넥스® 에어셀 정보를 프리미엄
		억태드(UCTAD) 공법 적용 원단내 공극을 극대화, 흡수력과 흡수속도가 탁월
	마스크	크린가드® 밀착 방진 마스크
		한국인의 얼굴 사이즈 반영한 컷형 마스크 설계 / 몸체와 독립적인 머리끈 부착 / 3단 후크 끈 조절 / 접어서 보관

경제성과와 과제 2. 비전카테고리의 집중과 성장

미래성장을 위한 신규투자 가속화

유한킴벌리는 미래 성장을 견인할 역량을 증진하기 위해 2019년 약 469억원(매출액 대비 3.5%)을 시설에 투자했습니다. 2018년 보다 약 1.2배 확대 투자를 통해 시니어팬츠, 점보롤 화장지, 기저귀 신기술 설비등을 신설하거나 증설하였습니다. 투자의 결과로 2019년 20건의 특허 및 상표를 등록(국내 8건, 국외 12건)하여 미래 경쟁력을 다졌습니다.

[그림 4-4] 2019년 주요 신규투자 현황 (단위: 백만원)



사업 포트폴리오 관리 및 성장_성장을 11.6%

유한킴벌리는 시장 규모 성장세, 점유율, 수요 잠재력을 기준으로 매년 비전 카테고리* 제품을 선정해 관리하고 있습니다. 2019년 시장 점유율과 브랜드 경쟁력을 고려하여 비전 카테고리에 핸드워시를 추가하였습니다. 2019년 비전 카테고리 매출 성과 달성률은 91.6%, 성장률은 11.6%를 기록했습니다.

[표 4-2] 2019년 비전 카테고리 제품과 성장률

마이비데	스카트 타올	코폼 물티슈	라 네이처	오버나이트	시니어 언더웨어	아기 물티슈	스킨케어	핸드워시
10.7%	-5.4%	-3.2%	30.1%	20.8%	18.6%	9.2%	7.0%	25.0%

* 비전카테고리(Vision Category)는 2020년부터는 액트(ACTs, Agile & Collaborative Teams) 카테고리로 명칭이 변경되었습니다.

총 28개국 수출

유한킴벌리는 2019년 총 28개국에 제품을 수출했습니다. 수출용 신제품으로 유기농 생리대와 기저귀(La Vie(Organic Feminine Pads), 네이처메이드 기저귀, 팬츠), 프리미엄 기저귀와 팬츠를 개발해 미국, 일본, 베트남, 호주, 뉴질랜드 시장에 출시하였습니다.

[표 4-3] 제품별 수출 국가 수(2019년)

제품	기저귀	팬츠	아기 물티슈	디펜드	생리대	일반 물티슈	가정 용품	B2B	하이드로넛*	억태드**	기타 원재료
수출 국가 수(개)	9	5	7	8	7	16	7	10	6	14	11
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										

* 하이드로넛(Hydroknit): 킴벌리 클리크스 특허 공법. 강한 수압을 이용하여 물리적으로 부직포와 펄프를 결합시킨 원단
** 억태드(UCTAD): 공기로 원단을 건조시키는 공법. 감천공장의 티슈설비. 억태드 공법으로 흡수력은 더 높고 도톰한 티슈 원단 생산이 가능

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

- 2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연
- 2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표
- 2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언
- 2-4. 사원참여 의견 청취
- 2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

- 3-1. 사회책임활동-제품과 서비스
- 3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰
- 3-3. COVID19-기부
- 3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

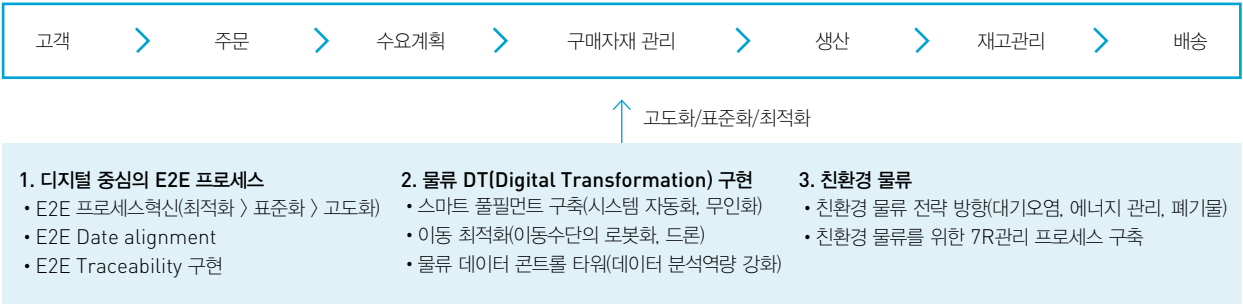
인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자 의견 모니터링

경제성과와 과제 3. 선도적 혁신(End to End) 통한 가치 창출

스마트 공급관리(Smart SCM)_부곡 복합물류단지내 이폴필먼트센터 오픈 유한킴벌리는 2020년 1월 이커머스 시장 확대를 대비한 자동화 물류 시스템 구축을 위해 부곡 복합물류단지에 이폴필먼트센터를 오픈하였습니다. 이폴필먼트 센터(e-Fulfillment Center)는 기존 방식의 재고를 쌓아 보관하던 창고 형태에서 이커머스 상품의 주문 데이터를 기반으로 입고-포장-검수-출하-배송-반품까지 물류프로세스를 자동화한 물류센터입니다. 데이터 기반의 비용분석 및 재고 관리를 통하여 자원 사용의 최소화, 에너지 절감, 폐기물 재사용, 대기오염 감소 등에 기여하게 됩니다. 2030년까지 물류 전과정에 디지털 중심의 E2E 프로세스를 구축하고, 물류 디지털 트랜스포메이션 구현하여 친환경 e-물류를 달성하고자 합니다.

[그림 4-5] 2030 Smart SCM 전략



▶ **제조생산 변화_스마트 생산체계 구축** 유한킴벌리는 제조 부문에 디지털 기술을 적용하고 있습니다. 단기적으로 빅 데이터 분석에 기반한 선제적 품질관리 시스템을 구축하고 생산 제품 추적성 확보에 중점을 두고 있습니다. 이를 근간으로 중장기에는 소비자 제품 사용 피드백부터 공정 관리 정보, 제품 및 원부자재 품질 정보까지 연결한 품질보증체계를 목표합니다.

▶ **리얼타임 피드백 시스템 구축** 제조현장에서 발생하는 데이터를 시각화(Manufacturing Execution System, MES)해서 운전자나 엔지니어가 공정 현황을 실시간 모니터링 할 수 있습니다. 웨이스트 발생, 품질 불량, 자재 낭비(2019년 대전공장 6억원)를 사전에 예방하고 공정 상태를 최적화합니다.

▶ **딥러닝 이미지 분석 기술 적용** 모니터링 시스템에 형태가 일정하지 않은 대상에 딥러닝(Deep learning) 이미지 분석 기술을 적용 중입니다. 생산 공정 중 노즐에 누적된 이물질을 인식하는 시스템을 대전공장에 구축했고 김천공장에서는 포장 공정의 불량을 선별할 분석 모델을 개발하고 있습니다.

▶ **김천공장 RFID 기술 적용 MES 시스템 도입** 킴벌리 클라크의 스마트 매뉴팩처링 모델로 선정된 김천공장은 대형 설비가 많은 공장, 장치산업의 특성을 반영해 제조현장 최초로 RFID 기술*을 적용할 예정입니다. 작업자의 편의성, 정보의 정확도를 개선하고 에너지, 다운타임, 웨이스트 심층분석과 레시피 관리기능에 적용됩니다.

* RFID(Radio-Frequency Identification) 기술: 반도체 칩이 내장된 태그(Tag), 라벨(Label), 카드(Card) 등의 저장된 데이터를 무선주파수를 이용하여 비접촉으로 읽어내는 인식시스템

▶ **제조 데이터 수집 저장하는 시스템 연결(Manufacturing Execution System, MES)과 함께 품질 검사와 지수관리 시스템(Product Acceptance Software System, PASS)** 생산과 품질정보를 통합한 품질-생산 운영의 시스템 모델로 유기적으로 분석, 품질 관리, 공정 최적화할 수 있습니다. 특히, 대전공장에서는 완제품과 자재의 고유 아이디(ID)를 조회하여 제품 생산에 사용된 자재, 공정 정보, 품질 검사 결과를 양방향으로 확인할 수 있는 통합 리포트를 운영해 제품의 추적성을 강화했습니다.

▶ **전사 업무 효율화 위해 단순 업무 자동화하는 RPA (Robotic Process Automation) 도입** 유한킴벌리는 전사 업무 효율화를 위해 데이터 수집, 입력, 비교 등과 같이 반복적으로 처리하는 단순 업무를 자동 수행하는 기술(Robotics Process Automation, 이하 RPA)을 도입했습니다. 빠르고 정밀한 수행으로 업무 시간과 비용 단축 효과가 있습니다. 2019년 제조/물류/영업 부문에 RPA를 도입해 연간 3,352시간을 절감했습니다. 또한 소비자불만 현황 자료추출, MES시스템 성과지표 취합 등 기존 품질 엔지니어 업무 중 단순반복작업에도 적용하여 연간 839시간을 절감하기도 하였습니다. 재무회계, HR, 공급망 관리 등 더 많은 분야로 확대해서 부가 가치 높은 업무에 집중할 수 있도록 지원할 계획입니다.

사회 성과

At a glance_한눈에 보는 사회 성과

구분			단위	2017	2018	2019	
사원	고용	전체 사원 수	명	1,671	1,577	1,566	
		고용형태	정규직(98.3%)	명	1,658	1,558	1,540
			계약직(1.7%)	명	13	19	26
		직종	생산직(48.7%)	명	811	799	762
			사무직(51.3%)	명	860	778	804
		성별	여성	명	298	283	289
			남성	명	1,373	1,294	1,277
		장애인 고용률	%	2.49	2.19	2.47	
		고용창출률	%	-2.17	-5.63	-0.7	
		평균 근속 연수	년	19.7	20.2	20.6	
		월평균 근로시간	시간	163	157	162	
		결근일수	일	0	1	2	
		손실일수	일	0	334	732	
	신규 채용 및 퇴직	신규 채용	전체 채용자 수	명	16	34	53
			신규 채용 여성 비율	%	68.8	79.4	66
			신규 채용 남성 비율	%	31.2	20.6	34
		퇴직률	%	1.68	7.29	0.83	
		이직률	%	1.38	7.29	0.83	
	교육	1인당 교육시간	시간	56.8	45.8	43.6	
		1인당 교육비	만원	31	39	42.6	
	여성 인력	전체 사원 중 여성 비율	%	17.8	17.9	18.5	
		이사 대우 이상 비율	%	12.9	15.4	9.8	
		사무직 여성 비율	%	36.4	37.1	37.1	
출산 및 육아	출산휴가 사용자	명	17	14	15		
	출산휴가 후 복직률	%	100	100	100		
	여성 육아휴직 사용자	명	18	21	23		
	여성 육아휴직 사용률	%	77	58	76		
	남성 육아휴직 사용자	명	3	2	1		
	육아휴직 후 복직률	%	100	86	100		
	육아휴직 복직 후 유지율	%	88	82	85		
노조	노조가입자 수	명	853	821	798		
	노조가입률	%	99.5	100	99.8		
작업장 안전	산업재해 건수	건	0	1	2		
	산업재해율	%	0	0.06	0.06		
협력회사	역량평가 시스템(사회책임 포함) 평균 점수	점	89.2	89.8	87.8		
	청렴의무 준수서약 기업 수	개	-	70	70		
고객	상담 고객 만족도	점	86	88.7	88.2		
지역사회	기부금	백만원	3,135	3,152	2,848		

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침
인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자 의견 모니터링

사원



노사관계_결사 및 단체 교섭권 보장, 2019년 노사문화 대상 수상 유한킴벌리의 노동조합 가입률은 2019년에 100% (821명)입니다. 결사 및 단체 교섭권 등 노동권을 보장하고 있으며, 노사가 함께 사업장별 노경공동목표추진팀을 구성해서 활동하며, 초격차품질캠페인 진행 등 협업과 상생문화를 구축해왔습니다. 2019년에 CEO와 함께 경영전략설명회, 노경협의회(총4회), 노경대토론회 등을 가졌습니다. 참고로, 유한킴벌리 노사는 2014년 신뢰와 투명성을 바탕으로 성장을 통한 성과공유제 등을 도입해서 실행 중입니다. 유한킴벌리는 노사문화를 모범적으로 실천한 기업으로 선정되어 2019년 고용노동부로부터 노사문화대상 고용노동부 장관상을 수상했습니다. 노사문화대상은 노사관계부문의 최고 권위를 가진 상으로서, 최근 3년간(2017~2019년) 노사문화우수기업으로 선정된 기업 중에 선정된 것입니다.

안전 최우선 정책 실시 유한킴벌리는 안전을 최우선 정책으로 삼고 있습니다. 4개 사업장에 노사 공동 산업안전 보건환경위원회를 분기별로 운영하고 있습니다. 위원회는 각 작업장의 안전보건 관련 사항을 논의하고 모니터링했으며, 산업안전보건법 등 법령을 철저히 준수하고 2019년에 총 819건의 위험요소를 발굴해서 94%를 개선했습니다. 잠재위험요소를 발굴하기 위해 노사 합동으로 통합 주간 안전점검 프로세스를 운영하고 있습니다. 2019년 산업재해 건수는 2건(재해율 0.06%)입니다. 이외에도 유한킴벌리는 전 사원 정기 일반 건강검진 외에 유해물질 노출 위험이 있는 직군에 특수 건강검진을 제공합니다. 대전공장은 노사 합동 작업관련성질환 예방활동 노력을 인정받아 고용노동부와 안전보건공단으로부터 근로자 건강증진활동 우수사업장 재인증(인증기간 2011.8.30~2020.8.29)을 받았습니다. 2019년 4월에는 법규준수와 안전관리수준 등에 대한 심사를 받아 관세청의 수출입안전관리우수공인업체(Authorized Economic Operator, AEO)의 재공인 및 재인증(인증기간 2018.12.31~2023.12.30)을 획득하였습니다.

[표 4-4] 2019년 산업안전보건환경위원회 현황

사업장분류	위원회 구성	생산사원/총 사원	주요 안전 및 개선사항	산재현황
김천공장	회사 11명+노조 11명	272명/387명	건물 트러스(Truss) 노후로 이물질 낙하방지용 가천장 설치 김천물류 사외안전진단(대한산업안전협회) 단기 항목 14개소 개선	없음
대전공장	회사 10명+노조 10명	270명/384명	안전화 모델 추가 / 노사 합동 안전캠페인 실시 / 보건경영 디지털라이제이션	없음
충주공장	회사 7명+노조 7명	194명/246명	우수안전인 선정 / 손가락 골절 사고원인조사후 해당 항목 안전점검리스트 업데이트 및 안전 교육 시행 / 고소작업시 관리감독자 배치 집중감독 / 협력업체 예방안전관리 실시	1건
물류센터	회사 3명+노조 3명	17명/22명(현장/총인원)	안전도우미, 안전관리항목 실천으로 위험성 제거 / 상하차 안전 작업 기준 설정 운영	2건

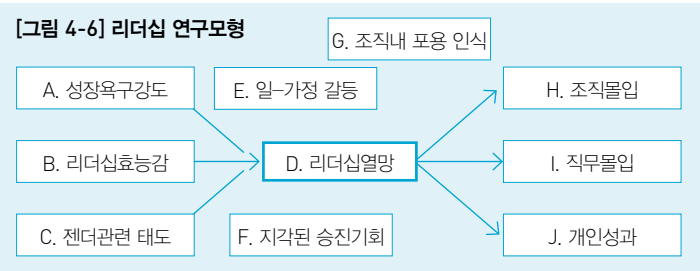
[표 4-5] 노사합동 발굴 위험 현황과 개선 현황(2017~2019년)

구분	2017			2018			2019		
	발굴(건)	개선(건)	개선(%)	발굴(건)	개선(건)	개선(%)	발굴(건)	개선(건)	개선(%)
충주공장	340	325	96	402	389	96	211	198	94
김천공장	338	325	96	310	305	98	172	168	98
대전공장	529	519	98	384	332	86	395	323	82
물류센터	62	60	97	139	139	100	130	130	100
합계	1,269	1,229	97	1,235	1,165	94	908	819	94

사원의 학습 지원_디지털라이제이션 역량 강화 유한킴벌리는 전 사원의 자기개발과 평생학습을 지원하고자 학점이수제 시스템과 온라인 교육 체계(Welearning, 위러닝)를 갖추고 운영중입니다. 전사 차원의 유연조직(FET)을 구성하여, 자율 적으로 과제를 산출하며 성장할 수 있도록 했습니다. 연간 20학점 이수를 권장하고 있으며, 2019년 사원 1인당 교육시간 은 43.6 시간, 교육훈련비는 전년 대비 약 9% 증가한 42.6만원이었습니다.

조직의 디지털 역량 강화

유한킴벌리는 스마트워크경영과 디지털 문화 구축을 위해 디지털라이제이션 교육을 하고 있습니다. 2019년 빅데이터전문가 심화과정 등 디지털 역량 강화 교육을 전 부문 사원 대상으로 진행했습니다. 제조부문 직원들에게는 제조 데이터, 디지털 플랫폼 활용 교육을 중점적으로 했습니다. 유한킴벌리 디지털트랜스포메이션을 총괄하는 디지털엑셀런스본부(2016), 이커머스를 전담하는 마케팅데이터인텔리전스본부(2018), 스마트 제조혁신을 이끄는 스마트서플라이체인본부(2016)가 있습니다.



여성리더십 역량 강화_다양성 증진 및 기업여성

역량강화 위한 조직 진단 실시

유한킴벌리는 회사내 여성리더십 성장을 위해 2019년 사단 법인 미래포럼, 연구진과 함께 기업연구를 진행 하였습니다. 그 결과를 공개세미나를 통해 사회 적으로 공유함으로써 기업내 여성리더십을 증 진하는데 기여했습니다. 2020년 1월 기업여성 리더 양성을 위하여 킴벌리클라크 아시아퍼시픽지역 내 ‘쉬캔 컨넥트(SHECAN CONNECT)’ 조직을 런칭하여, 고위리더십 경력개발프로그램에 참여하기도 하였습니다. 참고로, 유한킴벌리는 2011년에 다양성과 포용 최고책임자를 임명했고, 여성 위원회를 발족했으며, 2014년에는 여성들의 자발적 여성네트워크조직(Korea Women's Interactive Network, K-WIN)을 발족해활동중입니다. 2019년 말 기준 유한킴벌리의 여성 사원비율은 18.5%, 여성 임원(이사이상)의 비율은 9.8%입니다.

인권교육 실시_온라인 교육이수율 100%완수

유한킴벌리는 인권 존중 문화의 내재화를 위해 사원들에게 인권 교육을 제공하고 있습니다. 2019년 온라인으로 진행된 성희롱 예방교육, 장애인 인식개선 교육 등 법정교육 이수율은 100%입니다(휴직자 제외). 이 외에도 2019년 직장내 괴롭힘 금지법이 시행됨에 따라 직장내 괴롭힘 관련 규정을 강화하였으며, 괴롭힘의 정의와 사례를 사원들과 공유하여 상호 존중과 배려의 문화를 조성하기 위한 실천을 독려하였습니다. 2019년 7월에는 근로기준법에 신설된 직장내 괴롭힘 금지 관련 조항을 취업규칙에 반영하였습니다.

시간자원의 유연화_사전예고된 재충전 날 연 18일로 확대 정착

유한킴벌리는 1990년대부터 시차출퇴근제, 현장 출퇴근제, 4조교대근무제 등 유연근무제를 도입해서 정착시켰던 대표 기업입니다. 2018년에는 주40시간 시행에 따라 다양한 유연근무제를 도입했습니다. 선택근무제(업무특성에 따라 1개월 단위로 총 근로시간내 1일 최소 3시간 이상 근무 전제로 유연운영), 간주근무제(영업 외근직과 출장사원의 근무상황을 고려해서, 주5일 근무를 전제로 출퇴근 시간과 무관하게 1일 8시간/주40시간 근무로 간주), 자율근무제(워크리더 이상 주5일 근무를 전제로 1일 근무시간을 자율적으로 관리하는 제도)를 도입했습니다. 또한 휴가사용문화의 정착을 위해서 본사사원을 대상으로 연 18일을 전년도에 “재충전의 날” 사전 연간 계획을 고지하고, 최고경영자부터 전사원이 동시에 휴가를 사용하고 있습니다. 2019년 본사 사무관리직 기준 시차 출퇴근제 사용 비율은 50%, 전사원 평균 휴가사용일은 13일입니다.

[표 4-6] 유한킴벌리가 새로 도입한 휴가제 및 유연근무제 형태 (2013~2020년)

분류	도입연도	대상자와 주요 시행 내용
휴가제	재충전휴가 확대	2020년 본사 사원 대상, 연 18일로 확대. 전년도에 사전 연간계획 고지, 동시 재충전휴가 시행
		2018~2019년 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	재택근무제	2020년 코로나19대응을 위한 본사 전사원 대상 재택근무 실시(전일~주3일 출근 변동 운영중)
	선택근무제	2018년 12월 업무 특성에 따라 적용, 1개월 단위 총 근로시간 내 1일 최소 3시간 이상 근무 전제
	간주근무제	영업외근직, 출장사원 주 5일 근무를 전제로 출퇴근 시간 무관하게 1일 8시간/주 40시간
	자율근무제	워크리더 이상 주 5일근무 전제로 1일 근무시간 자율적 관리

2020 유한킴벌리
지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이천

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자 의견 모니터링

공간의 유연화_본사이전 통해 다양성 존중, 자율성과 효율성 증진 스마트오피스 구축 2020년 4월에 이전한 본사의 스마트오피스는 사원들의 공간 니즈 데이터를 근거로 ‘협업, 효율적공간, 소음차단, 공기질 개선과 그린오피스, 업무효율을 올리는 기술’이라는 5개 영역 업그레이드했습니다. 특히 협업과 효율적 공간을 위해 세대, 업무 스타일, 취향, 다양성을 반영한 6가지 타입의 좌석과 회의실 등을 구축하고 변동좌석제를 시행하고 있습니다. 스마트오피스의 녹지비율 2.53%로서, 그린오피스의 새로운 모델을 제시하였습니다.

인적자원의 유연화_유연협업팀 운영 유한김벌리는 유연성과 협업, 소통, 창의성을 중심으로 유연한 조직 문화와 시스템을 바탕으로 주어진 자원 활용도를 극대화하기 위해 노력해왔습니다. 유한김벌리는 2013년 워크그룹을 도입한 이후 유연화 개념을 확장하여 2019년 유연협업팀(ACT, Agile & Collaborative Team) 제도를 신설했습니다.

[표 4-7] 시간·공간·자원의 유연화로 본 변화

분류	스마트워크 1.0 (1990~2009년)	스마트워크 2.0 (2010~2019년)	스마트워크 3.0 (2020~2030년)
시간의 유연화	1990 근속휴가제 1993 4조근무제 도입(생산직) 1994 시차출퇴근제(관리직) 1996 현장출퇴근제(영업직) 1997 4조2교대 도입(생산직)	2011년 탄력적 점심시간제 2011년 사무실 소동제 첫 실시(본사) 2012년 재택근무제(육아기 자녀돌봄 대상) 2012년 육아기근로시간단축제 2013년 학습 휴가제(유한김벌리인상 수상자 대상, 최대 8주에서 4주까지) 2016년 재충전휴가제(연 10일)가족돌봄휴직 2018년 선택/간주/자율근무제도 도입, 재충전휴가제 확대 시행(연 15일), 정시퇴근캠페인 강화 및 야근현황 조사, 회의문화 개선 캠페인 2019년 재충전휴가제 확대(연 18일), 육아기근로시간단축제 확대, 배우자 출산휴가 확대, 근속휴가제 개선(분할 사용), 가족돌봄휴가 신설	2020년 코로나19 대응 재택근무 실시, 재충전휴가제 (연 18일) 운영
공간의 유연화	1997년 본사 이전 (서울 대치동) 2007년 사무환경 리모델링 (본사, 영업소 포함), 모성보호공간 설치	2011년 본사와 죽전아노베이션센터 스마트오피스 첫 구축, 죽전과 군포 스마트워크센터 구축 2014년 스마트워크센터 대전과 부산 구축 2014년 김천공장 관리동과 본사 스마트오피스 업그레이드 2015년 스마트워크센터_본사 창의공간 구축 2016년 대전공장 스마트오피스 구축 2016년 스마트워크센터_대구, 광주 구축 총 9개소 구축 완료 2017년 김천공장 스마트오피스 구축 2018년 본사 스마트오피스 조사 2019년 스마트워크센터_대구 이전 통한 업그레이드 2019년 본사이전 위한 프로젝트 진행	2020년 본사이전(서울 잠실) 통합 스마트오피스 업그레이드
인적 자원의 유연화	1990년대 평생학습 2000년대 혁신경영	2010년 사내공모/직무순환제도 도입 2011년 수평적 호칭제도"님"도입 2011년 학습조직/부문FET(Functional Excellence Team) 2013년 협업조직체계(워크그룹)도입, 열린임원회의 실시 2014년 프로젝트워크그룹 운영 2016년 대팀제 시범 실시 2016년 애자일(Agility)* 개념 도입 2018년 이커머스 사업그룹(가상조직) 운영, 환경경영추진본부 버추얼팀 운영 2019년 유연협업팀(Agile & Collaborative Team, ACT) 5개 신설	2020년 애자일 조직 운영 (ACT 6개_B2B 추가)

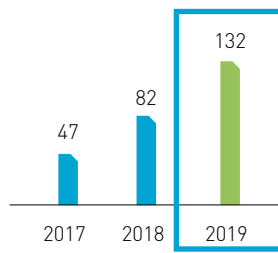
 년도별 가족친화제도 진화내용은 2019년 보고서 42쪽을 참고하세요.
 보다 자세한 스마트워크경영 내용은 2019년 보고서 29쪽을 참고하세요.
* 애자일(Agile)조직 : 부서간 경계를 허물고 필요에 맞게 소규모 팀을 구성해 업무를 수행하는 조직문화

사원의 건강한 삶을 추구, 사원 전문가 심리상담프로그램(EAP) 지속적 운영 2019년 심리상담프로그램을 이용한 사원은 131명이었습니다. 2002년에 프로그램이 신설되었으며, 2005년 가족심리상담으로 확대되어 운영중입니다. 사원의 건강한 삶을 추구하기 위하여, 2020년 4월에는 사원 스트레스에 대한 조직진단을 진행하였고, 정확한 직무스트레스 원인을 분석하여 조직문화개선방향을 찾고자 하였습니다.

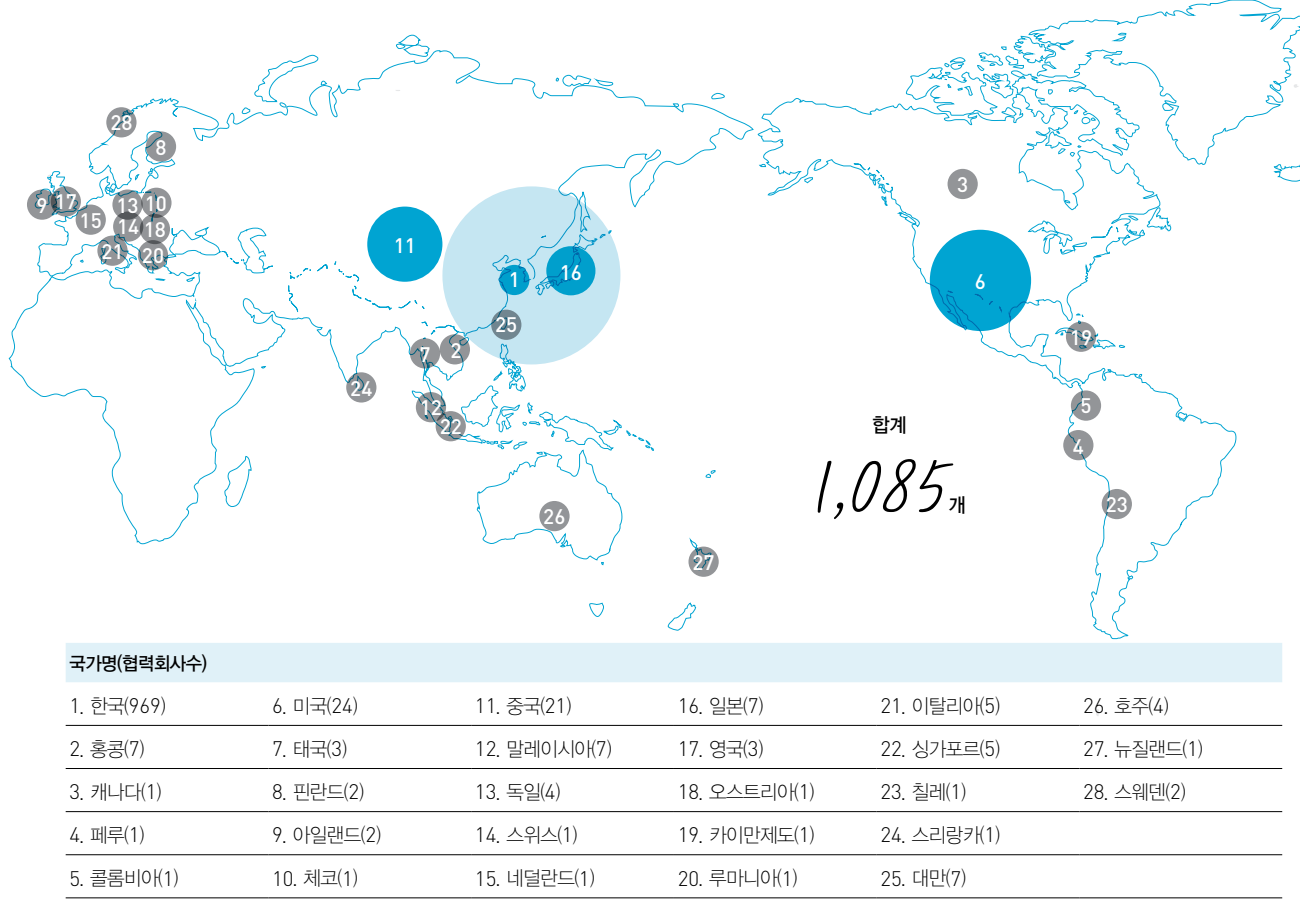
협력회사—동반성장

협력회사 수와 형태, 지역분포와 지역구매액 2019년 유한김벌리의 공급망 내 협력회사는 총 1,085사(국내기업수 89.3% 차지, 국내기업의 거래금액은 74.3%)이며, 2019년 신규 계약을 맺은 협력회사는 132개사입니다. 대부분 원재료와 완제품 공급, 유통대리점과 직거래, 광고대행, IT, 금융 등으로 이루어져 있습니다. 전체 협력회사 중에 수도권(서울, 경기, 인천 지역)에 위치한 국내기업수는 86.9%이며, 전체 구매액의 50.5%를 차지합니다. 주요 협력회사가 위치해 있는 한국의 구매액은 전체 거래액의 80.8%로 가장 높습니다.

[그림 4-7] 신규 계약협력회사 수



[그림 4-8] 유한김벌리 협력회사 지역 분포



돋보기 | 동반성장지수 4년 연속 최우수 획득

유한김벌리는 기업의 지속가능한 성장을 위하여 OEM/입가공 등 파트너사의 역량 진단평가를 통하여 함께 경쟁력을 강화하고, 사회적 책임준수를 이행할 수 있도록 협력하고 있습니다. 4개부문 72개 세부 점검 항목중 사회적 책임경영 비중이 44%로 가장 높으며 평가 점수 또한 90점대로 가장 높습니다. 지속적으로 전략제조 등 구체화된 전략을 제시하고 함께 사회적 가치를 만들어 가고 있습니다.

2020 유한김벌리 지속가능성보고서



사람이 희망이다

유한김벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한김벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한김벌리 사회적 평판

1. 유한김벌리 지속가능경영전반

- CEO Message
- 비전과 지속가능한 조직
- 지배구조
- 윤리경영·투명경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

- 2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연
- 2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표
- 2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언
- 2-4. 사원참여 의견 청취
- 2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

- 3-1. 사회책임활동-제품과 서비스
- 3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰
- 3-3. COVID19-기부
- 3-4. 사진으로 보는 유한김벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한김벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한김벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제성과
- 사회성과
- 환경성과

5. Appendix

- 제3자 검증 의견
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수
- 유한김벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침
- 인권보고 프레임워크
- 지속가능성보고서 활용현황과 독자 의견 모니터링

협력회사 지속가능경영 관련 지원 유한킴벌리는 전담 조직인 상생경영본부를 통해 협력회사와의 동반성장프로그램을 운영중입니다. 매년 실시하는 협력회사 역량평가에는 사회적, 환경적 성과를 반영하고 있습니다. 2019년에는 총 70개사를 평가했고, 평균점수는 87.8점을 기록했습니다. 안타깝게도 2019년 11월에 충주공장에서 제품 출고 물류 협력사원이 안전사고를 입었습니다. 유한킴벌리는 공급망 내 사고 발생에 대해 무겁게 생각하고 사고의 직·간접 원인을 제거하기 위해 표준운영절차 업데이트 및 안전 점검 체크리스트 업데이트, 안전상황 모니터링 위한 장비 설치 등 개선 조치를 취했습니다.

협력회사와의 파트너 간담회 개최 유한킴벌리는 협력회사와 소통 자리를 통해 상생 협력과 경쟁력 강화를 도모합니다. 2019년 4월 22일에는 우수협력회사 11개사와 초청간담회를 열어서 동반성장프로그램을 소개했고, 8월 27일에는 대전공장에서 40여개사를 대상으로 전략제조설명회를 개최했습니다.

동반성장 노력과 성과 유한킴벌리는 2019년에 협력회사 70개사와 공정거래 및 동반성장 협약을 체결하고 금융, 기술 및 품질개선, 매출 및 경쟁력 강화, 교육훈련 등 다각도에서 지원해왔습니다. 특히 2019년에는 협력회사에 청년 일자리 창출 지원을 새롭게 시작했습니다. 유한킴벌리는 협력회사전용 온라인 채용관 운영, 채용 및 활용 실적이 우수한 협력회사에 종합평가 가점 부여 등의 지원책을 통해 51명의 청년 채용 실적을 맺었습니다. 유한킴벌리는 2015년부터 4년 연속 동반성장지수 최우수기업으로 선정 되었습니다.(동반성장위원회 주관, 2019년 결과는 2020년 9월 발표 예정)

[표 4-8] 유한킴벌리 2019년 동반성장 성과

주요 프로그램	2019년 성과
협력회사 금융 지원	상생협력펀드 170억원(IBK기업은행과 협약 운용)
기술, 품질 개선 지원	기술지원 37건, 기술 보호 6건
비협약사의 대금지급조건 개선	대금지급 모니터링 시스템인 나이스윙크(WinC)를 통해 비협약사의 협력회사에 대한 대금지급 조건(현금결제율, 지급 기간 등)을 개선 노력 1) 현금 지급 모니터링 적용 비협약 1차 협력회사 8개 사 2) 현금모니터링시스템 통한 현금 지급 실적 3,977,960,296원 3) 대금지급 기일 평균 30.3일
매출 및 경쟁력 향상 지원	해외 제품 전시회 참가 지원(1개 사, 해외 시장 개척 기여), 협력회사 수출 지원(2개 사, 8.5억원 매출 증가 기여)

🔗 지속적인 동반성장 활동에 대해서는 2019년 보고서 45쪽을 보세요.

**돋보기 | 2019년 협력업체 사회적 컴플라이언스 평가 실시(Social Compliance Audit, CSC) 의미와 가치**

유한킴벌리는 고객맞춤형 제품의 대량생산 기회를 찾기 위해 2019년에 제조부문내 전략제조워크그룹을 신설하였고, 2020년 6월부터는 상생경영본부로 이관하여 협력회사의 상생역량 강화를 위해 노력중입니다. 2019년 4월에 협력회사 10개사를 대상으로 사회적 컴플라이언스 평가를 했고, 효과적인 자산관리, 공정 안정성과 기업의 경쟁력 확보를 위한 기술 지원 등으로 함께 성장하도록 기존 상생경영본부와 긴밀하게 협업해왔었습니다. 평가 항목은 사회적 책임 항목중 8개 분야입니다.

CSC(K-C Social Compliance Audit)	
1. 강제 노동 및 노동 남용	5. 안전하고 건강한 작업 환경 제공
2. 아동 노동 금지	6. 임금, 혜택 및 고용의 조건
3. 집회 및 단체 교섭의 자유	7. 근무시간
4. 차별 금지	8. 환경

🔗 지역사회 파트너 현황: 주요 학회 및 협회 47개처 / 주요 협력 단체 32개처 / 제조사업장의 주재별 협력

2020
이해관계자조사를 통한
장수기업 되기 최우선순위

고객 - 제품안전 관리, 고객안전과 건강

KEY TOPIC 1, 2



이 토픽은 왜 중요한가?

제품 안전과 고객안전과 건강 확보는 사회적 관심이 증대되는 한편, 규제도 강화되고 있습니다. 유한킴벌리의 대표적 제품중 의약외품(식품의약품안전처, 제품 판매 전에 미리 허가를 받도록 특정항목을 규제함, 안전수준과 기능성이 입증되어야함)으로는 황사마스크, 생리대 등이 있으며, 위생용품(식품의약품안전처와 복지부 나누어 관리)으로는 화장지, 타월 등이 있습니다. 정부기준에 적합할 뿐아니라 소비자가 안심할 수 있는 제품을 만드는 것이 곧 기업의 의무이자, 책임이며, 경쟁력이 되었습니다.

유한킴벌리의 접근방법은 무엇인가?

유한킴벌리는 소비자에게 제품 및 원료정보를 적극적으로 공개하고 있습니다. 웹사이트에 2016년 이래 🔗제품 안전 정책과 🔗생리대 전성분을 상시 공개하고 있습니다. 2018년 10월 의약외품의 전 성분 표기 의무화에 따라 여성용품, 마스크, 손소독제 등에 적용했으며, 2020년 4월 위생용품관리법 시행 제품(기저귀, 화장지, 키친타올 등)에도 적용 완료하였습니다. 또한, 위생용품 사업자 정례협의체에 자발적으로 참여해 2019년 생리대 VOCs 저감, 물티슈 안전강화 실천 등에 앞장섰습니다. 또한 제품 사용과 보관에 관한 정보를 소비자들에게 제공하고 있습니다.

유한킴벌리는 미세먼지, 바이러스, 케모포비아 등의 국민 건강 관련 이슈가 발생할 때마다 필요한 제품을 공급하고 있습니다. 2002년 황사 발생 이후에 2003년에 황사용 마스크를 출시했고, 특정 증상이나 특정 계절에 사용하는 마스크가 생활용품으로 전환하는데 기여했습니다. 그 대표적인 제품이 미세먼지 차단기능을 가진 '크린가드 황사용 마스크'입니다. 유한킴벌리는 신종인플루엔자, 중동호흡기증후군 등 몇 차례 바이러스 유행 이후 KF80, KF94마스크를 출시하여 바이러스 감염 예방에 도움을 주었고, 2017년 제품안전에 대한 사회적 요구에 대응하여 친자연 생리대와 안전성 기준이 강화된 물티슈를 출시했습니다. 유한킴벌리는 앞으로도 건강과 안전을 지킬 수 있는 제품을 적시에 공급함으로써 사회적 가치를 실현하겠습니다.

제품 다변화	제품 기부
• 사회적 리스크에 대응할 새로운 제품을 개발	• 시민단체와 협업하여 취약계층 건강권 확보를 위한 기부 진행
• 제품의 기능 향상 및 디자인 다양화	
• 유통채널 변경	

2019~2020년 상반기 주요성과

**제품안전**
의약외품
전성분 적용 완료

**고객건강과 안전관리**
공적마스크 등
안정적 제공

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message
비전과 지속가능한 조직
지배구조
윤리경영 · 투명경영
위기관리
이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

- 2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언
- 2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표
- 2-3. 환경경영과 사회적책임 미래 선언
- 2-4. 사원참여 의견 청취
- 2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

- 3-1. 사회적임활동-제품과 서비스
- 3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰
- 3-3. COVID19-기부
- 3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

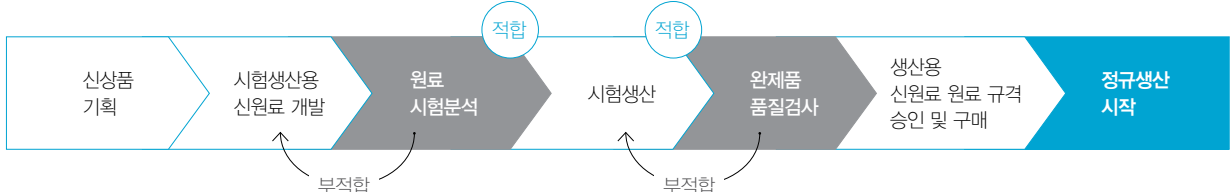
경제성과
사회성과
환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견
GRI Index
유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수
유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침
인권보고 프레임워크
지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

제품 안전 관리 시스템 유한킴벌리는 소비자의 안전과 윤리를 최우선 가치로 삼고 제품 안전 관리 시스템으로 원료부터 제품 출시까지의 과정을 관리하고 있습니다. 관련 국내법, 사전안전성 검토, 킴벌리클라크의 사전안전성 평가(Global Product Safety 전문가 검증) 등 자체 제품 안전 정책을 기준으로 신제품의 안전성과 법규적합성, 사회 잠재 이슈까지 파악하고 있습니다. 품질안전법규본부(Product Safety& Regulatory Affairs, 이하 PSRA)를 전담부서로 R&E, 품질, 안전, 제조, 고객만족 관련 부서들이 협업하고 있습니다.

[그림 4-9] 사전원료 검증 강화 프로세스



올바른 고객안전 정보 제공_ 성분 공개 등 선제적 실천 유한킴벌리는 소비자의 알 권리를 존중하여 2016년부터 웹사이트에서 생리대 전 성분을 공개하고 있습니다.  제품안전정책과 안전성 우려물질 관리 등 생리대 휘발성 화합물(VOCs) 이슈에 대한 소비자 불안감 해소를 위해 올바른 화학물질 정보 제공에 앞장섰습니다.

안전한 원료 사용과 신제품 사전 검증 유한킴벌리는 자발적으로 안전성 우려 물질을 지정해 자체 원료 사용 가이드 라인(74종)을 도입하고 제품원료 정보 데이터 베이스를 구축했습니다. 또한 법정 기준보다 엄격한 자체 원료 안전 규격(17종)을 마련해 원료의 안전성을 관리하고 있습니다. 신제품 개발 시 정규 생산까지 사전 통합 점검 프로세스를 두었으며, 2019년 총 919건(인허가 등록 336건, 제품과 원료의 안전성 검토 등 72건, 패키지 검토 511건)에 대한 사전 점검을 완료하였습니다.

[표 4-9] 제품 안전성과 사전 법규

구분	단위	2015	2016	2017	2018	2019
안전성과 법규 검토건수	건	175	234	216	623	919
안전성 우려물질 관리	종	59	74	74	74	74

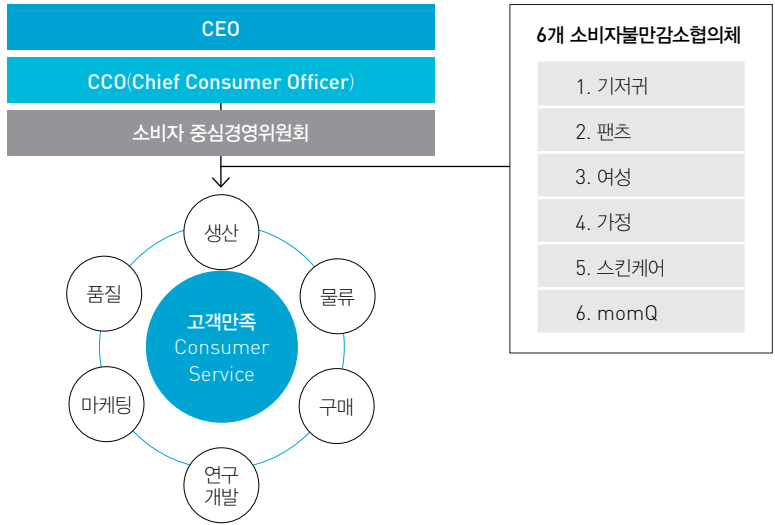
[표 4-10] 제품종류별 적용 법령 - 유한킴벌리 제품 사례

분류	위생용품	의약외품	화장품	의료기기	식품용, 기구, 용기, 포장	안전확인대상 생활화학제품	어린이제품	산업안전 보호구	생활용품
관할부처			식약처			환경부	산업부	고용부	
원료규격									
제조업 등록 (수입업)시설관리		생리대 팬티라이너							
제조관리 품질관리	기저귀	탐폰	어린이용 화장품	수술용장갑	식품제조용 장갑		완구	보호복	
안전성 규격 or 검토	화장지	보건용/수술용/비말차단 마스크	화장품 물티슈 비누	수술포	장갑	세정제 방향제	수유패드 어린이 평면마스크	안전장갑 보안경 방진마스크	
제품 표시	키티타올	냅킨							일반 일회용 마스크
제품 정보	핸드타올	손 소독제							
광고	냅킨								

2020년 7월 현재

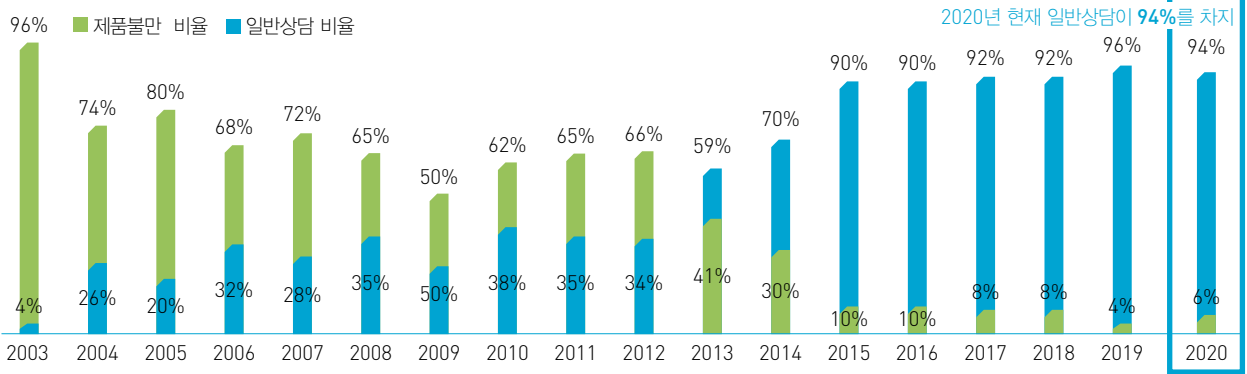
소비자 전담부서 운영 및 소통 채널 유한킴벌리는 소비자경영 전담조직으로 고객만족본부를 두고 있으며, 소통채널이 고객지원센터(콜센터)를 운영중입니다. 6개 상담부문(고객지원, 맘큐, 시니어 인포머셜, 베이비 페어, D2MP 이커머스(2019 신설))및 공식 홈페이지, 통합브랜드 사이트, 자사몰 맘큐에서 소비자 정보 제공 채널로 운영하고 있으며, 2019년 에도 CEO와 제조, 품질, 사업 등 전부문의 관계자가 참여한 소비자중심경영위원회를 연2회 개최했습니다.

[그림 4-10] 소비자중심경영위원회 조직운영



소비자 올바른 정보제공 및 불만 감소 노력 2019년 고객상담건수는 약 20만건이었으며, 서비스에 대한 문의가 96%, 고객불만 4%의 비중이었습니다. 2003년 96%에 달하던 고객불만을 감소하고자 고객의 소리(Voice of Customer, VOC) 시스템을 통하여 실시간 분석을 제공하고, 소비자불만감소협의체를 통해 품질과 서비스의 관리수준을 높이고, 제품사업 부문, 품질만족본부, 제조현장이 협업하여 품질개선, 제품 개발, 마케팅, 서비스 개선 등에 활용하고 있습니다.

[그림 4-11] 소비자상담 연도 별 추이 (단위 :%)



[표 4-11] 통합 고객지원센터 고객 소통 현황

구분	단위	2017	2018	2019
고객 상담 현황	서비스상담	건	135,315	154,778
	제품상담	건	96,465	14,535
	소계	건	231,780	169,313
고객 만족도 활동	불만 고객 만족도 향상 활동*	명	3,138	4,612
	고객만족도	점	86	88.7

* 1년 이내 제품 불만 고객 중 산발

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서



사람이 희망이다

유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

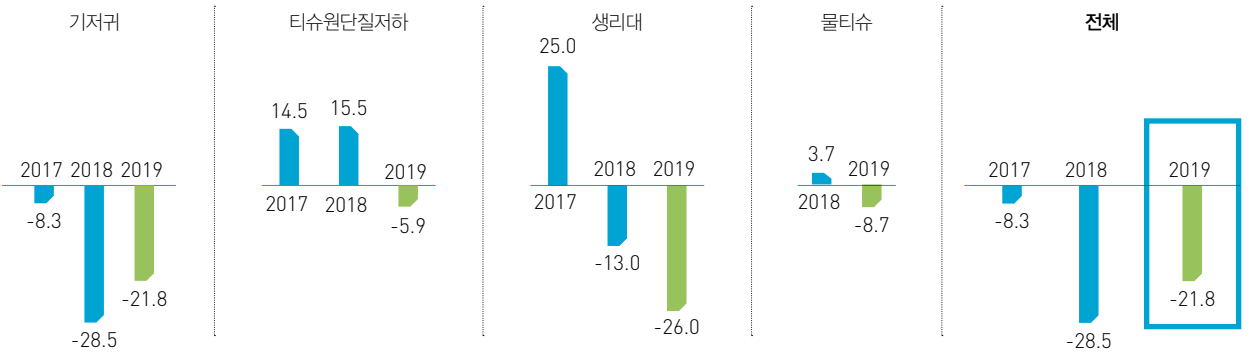
유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자 의견 모니터링

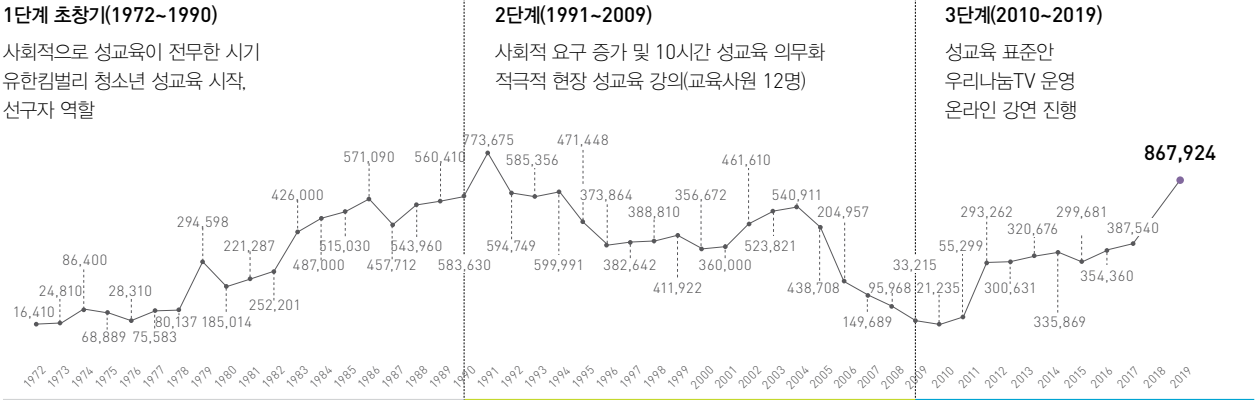
물티슈 사용자 편의성 제고 물티슈에서 발생하는 소비자불만의 주요 유형은 보푸라기, 냄새, 파우치백에서 티슈 뽑힐 때 생기는 팝업에 대한 것이었습니다. 유한킴벌리는 최적화된 펄프 함량에 따른 원단 조성비를 변경하고, 보푸라기 품질 수준을 엄격하게 관리했습니다. 65%이상 펄프를 함유해 수분함량이 일반물티슈의 30%이상 높은 자체개발 원단인 코폼(coform) 물티슈의 도톰한 장점을 유지하면서도 보푸라기는 감소시켜 소비자 불만이 73.5% 감소하였습니다. 또한 냄새 개선을 위해 원료 함량을 조정하고 첫번째 티슈를 접어주도록 팝업공정을 개선해 티슈의 첫번째 시트가 찢어지는 불만을 개선했습니다.

[그림 4-12] 제품군 별 전년대비 불만 증감률(2017~2019년)



소비자 교육 제공 유한킴벌리는 온라인 플랫폼 및 SNS 채널을 활용해 여성 청소년 월경교육, 미세먼지 대응정보를 제공하고 있습니다. 자사몰인 맘꾸 이용하는 소비자들을 위해 ‘육아포럼’을 진행하고 있습니다. 2019년에는 유튜브 (실시간TV&채널 운영), 카카오톡(카카오TV&플친) 등 SNS 채널별 소통을 강화하고, 초등학교 저학년을 위한 '미세 먼지 걱정아웃교실' 교육영상 제작(2020년)하여 보급하고 있습니다.

[그림 4-13] 소비자 교육 인원(1972~2019년) (단위 : 명)



보다 자세한 청소년 월경교육 내용은 59쪽을 참고하세요.
 육아포럼 공식 유튜브 채널 ‘육아실롱’, 유한킴벌리 공식 유튜브 채널, 우리월경예(소비자교육) 블로그
 보다 자세한 미세먼지 걱정아웃교실 내용은 2019년 보고서 28쪽을 참고하세요.

돋보기 | 감정노동자 보호법 시행에 따른 유한킴벌리 상담사 인권보호 현황

유한킴벌리는 2018년 10월 16일 감정노동자보호법 시행 이후 상담사들에게 상담 중 전화를 먼저 끊을 수 있는 상담 중 단권(Ending policy)을 부여하였고, 2019년 1차 경고 49건, 2차 경고 20건, 상담 중단 건은 40건 발생되었습니다. 유한킴벌리의 인권보호 정책 이후 상담사들의 '감정노동에 관한 설문조사'에 따르면 인권 보호에 따른 만족도도 2019년 상반기 대비 하반기 6점 향상되었습니다.

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서



사람이 희망이다

유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회적책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회적책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

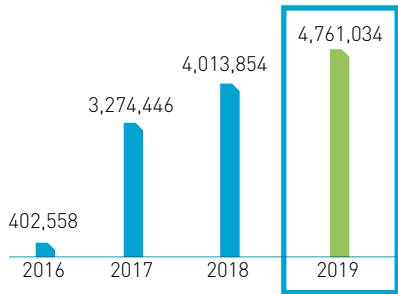
유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자 의견 모니터링

제품개발 및 혁신에 소비자 의견 청취, 신제품 출시에 반영 유한킴벌리는 소비자 중심의 제품 혁신을 위해 고객의 의견에 귀기울이고 있습니다. 2019년 유한킴벌리가 소셜 리스닝 시스템을 통해 얻은 소비자 빅데이터는 4,761,034 건이었습니다. 또한 유한킴벌리는 빅데이터를 분석해서 소비 트렌드와 관심, 편의성 관련 의견을 확인하고, 제품혁신에 활용하였습니다. 고객이 직접 · 간접적으로 참여한 제품개발과 혁신이 유한킴벌리의 경쟁력입니다.

[그림 4-14] 소비자 빅데이터 분석 (단위: 건)



[표 4-13] 소비자 의견 반영 신제품 출시 사례(2015~2020년)

주제	이해관계자 의견	제품 및 서비스	설명	출시일
안전과 품질	생리대 유해성(VOCs)이 걱정됩니다.	생리대 전성분 공개 라네이처 브랜드 출시	제품안전정책, 전성분 공개(홈페이지)천연소재 선호 소비자 위한 친자연주의 브랜드 출시	2016년 2018년
	얇고 부드럽고 흡수가 잘되는 기저귀를 원해요	하기스 맥스 드라이	맘큐와 빅데이터 연구 통해 강력한 흡수력과 신테크 코어 적용한 얇고 유연한 기저귀 출시	2019년
첨단기술	우리 아기 기저귀 어떤 사이즈가 맞을지 미리 알고 살 수 있을까요?	매직피팅롤	한국 아기 체형맞춤 큐레이션 서비스	2020년 예정
디자인	마스크도 패서너블하게 쓰고 싶어요.	크리넥스 KF80 황사마스크 블랙	유행 트렌드를 반영한 블랙마스크	2019년
제품 다양화	물티슈를 번기에 버리면 막혀요.	물에 녹는 마이비데 키즈	물에 녹아 편리하게 걱정 없이 사용	2014년
	세안하기 쉬운 선크림이 있었으면 좋겠어요.	그린핑거 워셔블 선크림	유아용 워셔블선크림	2017년
	이른둥이만을 위한 작은 사이즈의 기저귀가 필요해요.	하기스 네이처메이드	이른둥이 기저귀 XS, S 사이즈로 세분화	2017년
	필수 기능에 충실한 중저가 생리대 필요해요.	좋은느낌 순수, 화이트 클린, 좋은느낌 숨숨	기본적 품질과 안전성을 갖춘 중저가 생리대중저가 생리대	2016년 2018년
	마스크처럼 오염원을 예방하는 화장품이 필요해요.	레드투레드	미세먼지 흡착량 감소, 안티폴루션 성인용화장품 최초출시	2020년



돋보기 | 소비자 제품 이슈와 대응

주요이슈	그린핑거 선크렌징 티슈 리콜	PFR95 수술용 마스크 식약처 민원
시기	2019년 8월	2019년 1월
유한킴벌리 대응	품질 이슈 (냄새 등)에 대한 소비자 불만이 있어, 신속한 리콜보고 및 정해진 기한 내에 판매제품에 대한 리콜 완료하였습니다.	제품소개자료내 근거가 미약한 기능에 대한 광고에 대한 과학적인 소명자료를 식약처에 제출하여 행정처분 등을 받지 않았으며, 즉각적인 제품소개자료 수정을 통해 소비자의 올바른 사용을 안내하였습니다
소통 채널과 건수	통합고객지원센터, 105건	통합고객지원센터, 0건

2020
이해관계자조사를 통한
장수기업 되기 최우선순위

“개인정보 보호, 어떻게 하고 있나?” **KEY TOPIC 4**

이 토픽은 왜 중요한가?

랜섬웨어, 악성코드 등의 사이버 공격이 커지고, 개인정보 안전성 정책과 규제도 강화되면서 기업의 제도적 · 기술적 관리와 조치를 요구하고 있습니다. 개인정보 보안은 이해관계자의 신뢰와 직결되므로, 중요성이 증가되고 있습니다. 기업은 리스크 관리 차원에서 더 나아가 지속가능한 경쟁력 확보 측면에서 개인정보보호를 적극적으로 해나가야 합니다.

유한킴벌리 접근방법은 무엇인가?

유한킴벌리는 디지털라이제이션의 고도화에 기반해 시장을 확장하고, 업무의 방식을 혁신하고 있습니다. 이에 따라 과거에 비해 온라인 몰 등 사이버 공간에서 고객과의 접점이 늘어나고 있으며, 처리해야할 개인정보 역시 증가하고 있습니다. 유한킴벌리는 정보보안관리체계를 구축하고 관리적, 기술적, 물리적 차원에서 개인정보 안전성을 확보하고 있습니다.

관리적 조치	기술적 조치	물리적 조치
- 내부관리계획 수립 및 시행 - 법률 준수여부 평가 - 정기적 직원 교육, 주기적 보안점검 - 외주업체 보안관리 및 점검 실시	- 개인정보처리시스템 등의 접근 권한 관리, 접근 통제 시스템 운영 - 민감정보의 암호화 - PC 보안 프로그램 설치 및 운영 - 외부 해킹 침입 탐지, 차단 시스템 운영	서버실, 자료보관실 등의 제한구역 출입 통제 및 CCTV 운영

[표 4-14] 유한킴벌리 정보보호 관리체계(ISMS)도

증적관리	대책이행	자산관리	위험평가	대책수립
- ISMS 운영체계 관리절차 준수여부 - 모니터링 및 증적 관리, - 내/외부 보안교육 및 점검 수행	수립된 보호대책과 이행계획을 기반으로 이행작업 진행 – 취약점 보완, 관리절차 보완, 시스템 수정 개발 등	- 인증범위 내 시스템 자산 목록화 - 시스템 별 중요도 산정 - 시스템 별 책임자 확인 및 할당	- 웹/모바일 모의 해킹 등 취약점 진단 - 서버/네트워크 등 인프라 취약점 진단 - 시스템 별 위험평가 실시	- 위험평가에 따른 보호대책 수립 및 이행 - 계획 수립

2019년 상반기 주요성과



개인정보보호
배상책임보험 가입



2019년 1인당
정보보호 필수교육 100%이수

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

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

* 정보 보호 관리 체계 인증(ISMS): 기업의 정보자산 보호 위한 활동을 관리하는 종합적인 보안체계 인증. 한국통신기술이 심사하고 한국정보보호진흥원이 심의.



2020 유한킴벌리
지속가능성보고서



사람이 희망이다

유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

정보보호 관리체계 운영 및 재해발생 대응훈련 실시 유한킴벌리 온라인 직영물인 맘큐가 2018년 정보보호 관리 체계 인증(ISMS)을 받았으며, 재심사로 인증을 유지하고 있습니다. 2019년 6월에는 개인정보와 업무 네트워크 간 자료 전송을 통제하는 망연계 솔루션을 도입하였습니다. 연 1회 정보보호 위협평가, 내부감사를 실시하며, 보안사고, 재해발생 대응체계를 구축하고, 연 1회 침해사고 대응, 재해복구 모의훈련을 실시하고 있습니다.

원격근무자 개인정보 관리 유한킴벌리는 원격근무를 위해 사내 시스템 접근시 보안 위협을 탐지하고 차단할 수 있는 접속 수단과 인증 수단을 보유하고 있습니다. 2019년 9월 Zscaler 솔루션을 구축했으며, 2-Factor 인증기반*의 OKTA 솔루션을 이용한 인증수단을 제공하여, 회사와 사원들의 정보를 외부로부터 보호하고 있습니다. 또한 코로나19로 재택근무가 전면 시행되자 6대 실천사항을 공지했습니다.

* 2-Factor 인증: 기본 아이디와 비밀번호 인증과 더불어 일회성 비밀번호와 같은 추가적인 인증을 더하는 기술

개인정보 처리이력 월 1 회 점검, 보존기간 2년으로 늘려 추적성 확보 유한킴벌리는 2019년부터 개인정보 처리이력 분기별 1회에서 매월 1회점검으로 증가시켰고, 처리이력 보관기간은 6개월에서 2년으로 늘려 감사 추적성을 확보했습니다. 또한 개인정보 취급자의 접속일시, 처리내역 검토, 불필요하거나 비정상적 이상행위 점검 모니터링을 강화했습니다.

개인정보보호배상책임보험 가입 사이버 공격의 대상과 규모가 증가하고 있습니다. 유한킴벌리는 개인정보의 유출로 인한 고객 피해 사례가 발생과 그 손해배상책임 보장에 대비해 2019년 12월 5억원 규모의 개인정보보호배상책임보험에 가입 하였습니다. 고객 개인정보 유출 피해가 발생하지 않도록 최선을 다하고 있으며, 고객피해보상에도 책임을 다하겠습니다.

[표 4-15] 손해배상책임 이행을 위한 최저가입금액(최소적립금액) 기준

적용대상 사업자의 가입금액 산정요소		최저가입금액 (최소적립금액)
이용자수	매출액	
10만명 이상	100만명 미만	800억원 초과
		5억원

외부업체 보안점검 실시, 사원 정보보호 인식 환기 2019년중 2개월간(6~7월) 총 30개의 외부업체 보안 점검을 실시하였습니다. 체크리스트 기반의 인적보안, PC보안, 접근통제 관리, 물리적 보안, 문서보안, 매체 보안, 시스템 개발 및 운영 보안을 중점 점검하였고, 발견 이슈의 보안책을 강구, 조치했습니다. 10월에는 업체 이행 점검을 추가로 실시해 취약사항 재점검을 실시하였습니다. 유한킴벌리는 주기적인 프로그램을 통해 사원들의 정보보호 책임의식을 고취해 보안 위협 대응방안 체득, 예방 및 대응을 하고 있습니다. 2019년 1인당 정보보호 필수교육 이수 시간은 1.5시간(이수율 100%)입니다.

[표 4-16] 2019년 사원 정보보호인식 환기를 위한 프로그램

프로그램명	프로그램 내용	시행 횟수 및 기간
사이버 크린 주간CYBER CLEAN WEEK	사원의 개인별 자발적 참여를 통한 문서 및 PC 보안 자가점검 실시	4회, 총 4주
(개인)정보보호교육	사원 온라인 교육시스템을 이용한 동영상 및 체험 학습 실시	1회, 총 2개월
사고사례 전파 및 정보보호 안내	사내 이메일을 통한 정보보호 관련 사고사례 전파 및 경각심 고취	총 13회
정보보호 안정성 확보 조치방안 교육	IT 직무자 대상의 심화 학습	1회

정보보호 담당자, 개인정보보호 책임자 지정 유한킴벌리는 개인정보보호법과 정보통신방법을 준수하고 있습니다. 유한킴벌리는 2019년 6월 정보통신방법 개정에 따라 정보보호 업무 총괄 및 정보처리 법규 준수, 내부 지침 강화 및 준수 책임자(정보보호 최고책임자)를 지정하고 있습니다. 유한킴벌리는 정보통신방법 제45조의3에 따라 과학기술정보통신부장관에게 신고하였습니다. 개인정보보호책임자(CPO, Chief Privacy Officer)와 개인정보보호담당자를 임명하여 웹사이트에 게시하고, 개인정보처리업무를 총괄하고 피해구제, 개인정보 유출 및 오남용 방지 내부통제시스템 구축, 개인정보 보호 및 관리감독 책임을 지고 있습니다.

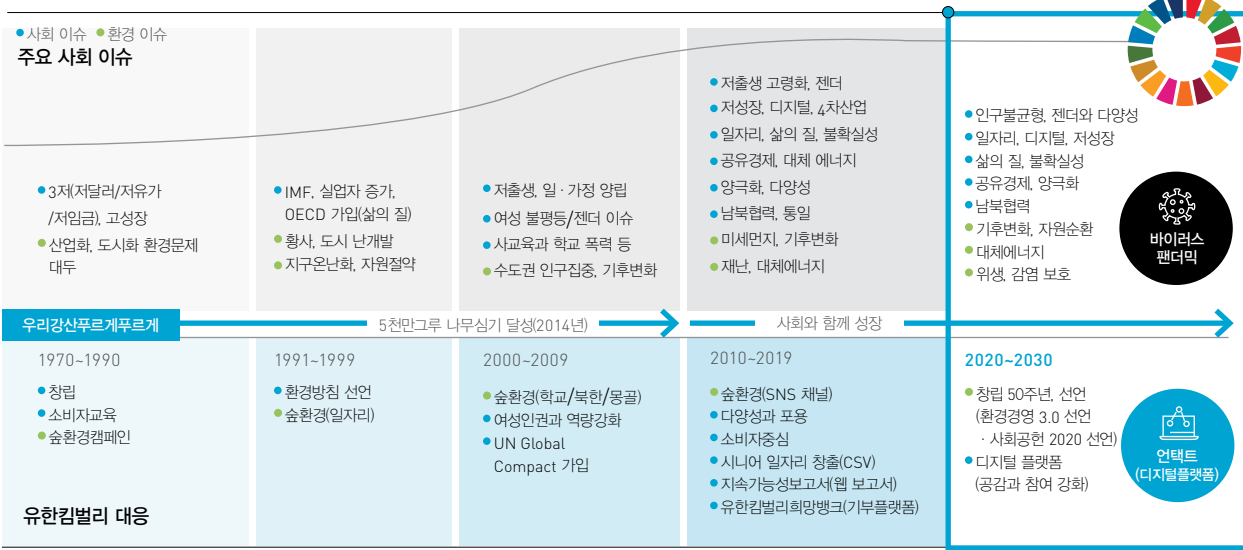
개인정보보호 최고책임자	개인정보보호 담당자	정보보호 최고책임자
김해숙: 지속가능경영부문/부문장(전무) 080-022-7007	김진희: 고객만족본부/본부장(수석부장) 080-022-7007	김근호: Digital Excellence(차장) 02-6411-0498



지역사회-사회책임

유한킴벌리는 기업시민으로서 사회문제의 공동해결을 위해 노력하고 있습니다. 첫째, 숲 · 환경보호사업, 둘째, 일하는 방식과 삶의 방식을 바꿔 새로운 사회변화 모델 개발 셋째, 취약계층의 사회문제 해결을 위한 기부와 봉사입니다.

[그림 4-15] 주요 사회 이슈별 유한킴벌리 사회책임 대응



[표 4-17] 숫자로 보는 유한킴벌리 사회책임 활동 주요 성과

구분	단위	2015	2016	2017	2018	2019	누적 기여
숲환경	숲 · 환경보호 캠페인(디지털 소통)	명	10,185	13,165	28,947	71,471	164,139
	숲 가꾸기 관리면적	ha	109	224	213	256	188
	나무심기수(조목, 교목 포함)	그루	326,880	671,757	640,300	769,361	564,630
	자원봉사 참여	명	-	2,509	2,183	4,361	2,459
	신혼부부 나무심기	명	600	600	650	650	639
시니어	청소년 숲 · 환경 교육(그린 캠프)	명	120	110	98	98	176
	시니어_산촌학교	명	-	79	78	80	40
	시니어_일자리 창출	개	54	127	147	168	68
여성	NGO여성_리더십 교육	명	72	70	36	70	72
	신혼부부_생명사랑학교	명	166	180	288	304	544
	저소득층 여성_생리대 기부	명	-	699,786	13,888	10,393	4,925
기부와 자원봉사	불우시니어 돕기_1%월 급여 기부	명	1,277	877	1,042	1,040	1,019
	성평등 사회 조성_사원 기부 릴레이	명	793	861	1,253	1,211	1,138
	불우이동 돕기_희망뱅크 기저귀 기부	Bag	7,831	8,075	5,679	5,289	15,324
소비자	소비자 교육_육아포럼	명	11,952	14,738	13,234	23,091	53,170
	소비자 교육_청소년 월경 교육	명	323,917	299,681	354,360	367,540	867,924

돋보기 |

우리 몽골 푸르게 푸르게 상표 등록 유한킴벌리는 2003년 몽골 토진나르스에 나무를 심어 숲을 조성하고, 2018년에 '유한킴벌리숲'으로 명명했습니다. 2019년에는 한국에서처럼 지역을 넘어 숲환경이 확장되도록 '우리 몽골 푸르게 푸르게 상표'를 등록하고, 건강한 숲 모델이 되도록 지원하고 있습니다.

학교숲 20주년 맞이해 숲속학교 비전 제시 유한킴벌리는 1999년에 시작했던 학교숲운동 20주년을 맞이하여, 2019년 10월에 기념 세미나를 열고 사단법인 생명의 숲과 함께 비전을 선포했습니다. 내용은 미래세대의 건강하고 창의적인 공간을 만들어주기 위해 학교숲조성기금으로, 학교 옥외공간 및 실내소 모델을 조성하겠다는 내용입니다. 제1호 숲속학교로는 화랑초등학교가 선정되었습니다.

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

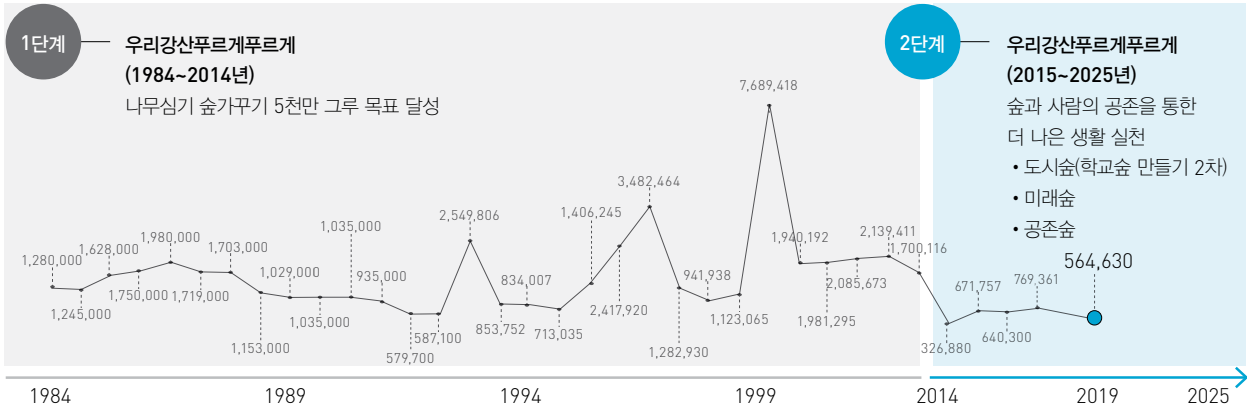
유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

1. 숲·환경보호_우리강산푸르게푸르게 캠페인

[그림 4-16] 우리강산푸르게푸르게 나무심기 (단위: 그루)



유한킴벌리는 숲·환경 보호를 위해 어떤 노력을 해왔는가? 유한킴벌리는 1984년부터 우리강산푸르게푸르게 캠페인을 통해 나무를 심고 가꾸어 왔으며, 30주년 후인 2014년부터는 숲과 사람의 공존을 위한 모델을 만들기 위해 노력함으로써 지속적으로 숲환경보호에 기여해왔습니다. 참고로, 2019년까지 심은 나무는 누적 53,772,995그루이며, 나무심기와 숲가꾸기 등의 면적은 17,924ha 입니다. 해당 나무심기 및 숲가꾸기 활동으로 이산화탄소 193,583톤의 흡수 효과가 있었습니다.

🔗 신혼부부나무심기 1985년 제1회 영상보기

[표 4-18] 도시숲·미래숲·공존숲 통한 사회가치 창출

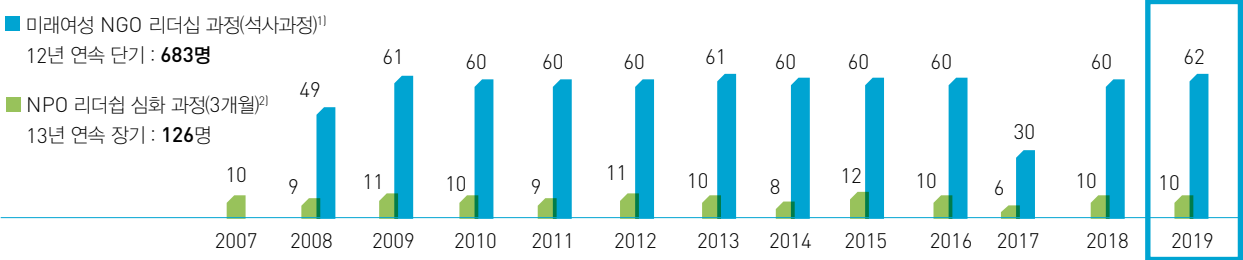
분류	주요 개요	2019 성과	누적 성과
3대 프로젝트	미래숲 1999~2019년 국경을 넘은 협력 모델숲 제시 북한숲 1단계(1999~2008년) 1999년 북한지역에 모목, 비료 등 지원, 금강산 양묘장 건설, 2001년 평양 모목장 건설, 2005~2008년 금강산 등에서 신혼부부 나무심기(총 4회) 2단계(2009~2019년) 미래 북측 황폐지 복구 위해 2017년 화천에 양묘센터 모델 시범운영 몽골숲 1단계(2000~2014년) 러시아 국경지대인 토진나르스자연보호지역 3,250ha에 약 1천만 그루 나무심기, 2단계(2015~2019년) 숲 가꾸기 500ha 실시, 전망대 설치 및 탐방교육장 조성	양묘센터 신규 파종 120,000본, 양묘장 모뎀화 운영 메뉴얼 제작	금강산 나무심기 및 숲가꾸기 13,009,150그루, 양묘장 프로그램 참여자 수 931명
도시숲 1998~2019년	자연친화적 사회 대안 제시 수도권 등 인구밀도 높고 도시화로 환경문제 심한 도시에 적응숲 확장을 주도하는 숲운동, 1998년 학교숲 조성, 2003년 서울숲 조성 시작, 남산, 한강숲에 이어 2019년 서울숲 내 설렘정원 조성 및 학교숲 3.0_숲속 학교 비전 발표 및 모델학교 2곳 조성	인덱스 가든 4차_설렘정원 완성 (2016~2019), 숲 가꾸기 조림 면적 0.5 ha 1,773그루 시민참여 61명	학교숲 737개교 조성 학생 1인당 6㎡의 숲을 조성하는 숲속 학교 사업 시작
공존숲 2015~2019년	지역사회, 모델숲 제시 국·공유지에 지역 산림서비스 모델숲(탄소흡수, 효과, 사회적 일자리, 그린잡 등) 등을 포함한 대안 숲모델 개발 위해 시작 김천숲 공동산림사업협약(2015~2025년) 대전숲 공동산림사업협약(2015~2025년)	숲 가꾸기 산림 면적 42 ha 나무심기 면적 1 ha 모목 3,000그루 시민참여 171명	공존숲 숲 가꾸기 산림 면적 252 ha, 공존숲 자원봉사 참여자 수 4,531명, 공존숲 조림 그루 수 32,100그루
참여 프로그램	신혼부부 나무심기 1985~2019년 나눔심기 체험 제공 매년 봄, 신혼부부들에게 국유림에 나무 심는 기회 통해 환경보호 인식 확산 3년차 신혼부부숲(경기도 화성시 국유지, 9만㎡) 조성	신혼부부(504명) 포함 사회리더, 및 관계자 등 639명 참여 전나무, 산사나무 등 식수 8,000그루	신혼부부 참여자 수 22,083명(1985~2019년)
청소년 그린캠프 1988~2019년	청소년 숲체험 교육 여고생 대상 숲체험 캠프 1988년부터 매년 개최 [주요평가] 숲길 걷기를 통해 산림복구를 위한 모욕 기증, 숲을 주제로 한 팀프로젝트 참여 등 3박 4일간 다양한 자기주도형 숲체험 프로그램 진행	한국산림복지진흥원 업무협약 국립황성숲체원에서 51기 그린캠프 진행 여고생 176명, 대학생 자원봉사자 10명	31년 동안 총 51회 개최, 캠프 여고생 참여자 수 4,661명(1988~2019년)
아름다운숲 발굴 및 보전 2000~2019년	보전해야 할 한국의 숲 발굴 2000년부터 매년 전국의 숲을 심사해 선정, 총 18회의 전국대회 개최 후 아름다운숲 가치확산을 위한 콘텐츠 제작 및 배포	2019년 십리대숲, 평창국민의숲, 원대리 자작나무숲 등 전국 대표적인 아름다운숲 7곳을 선정, 영상제작	전국 아름다운 국내숲 발굴 252곳
시니어 산촌학교 2015~2019년	고령시대 시니어 숲 교육 기회 제공 귀산촌 교육을 통해 숲에서 시니어들의 새로운 삶의 대안을 모색 토코콘서트를 통해 인생이모작 준비 필요성, 산촌학교 입문과정 홍보	토코콘서트 1회, 7기 교육 진행 총 40명 교육	귀산촌 교육 시니어 수료자 수268명 토코콘서트 4회

2. 여성과 소비자_리더십 향상 및 여성 인권 증진

유한킴벌리는 여성을 위해 어떤 노력을 해왔는가? 세계경제포럼이 2019년 발표한 ‘성별다양성 리포트’에 따르면 한국의 성평등 지수는 153개국 중 108위로 낮고, 개선이 필요합니다. 유한킴벌리는 창립 이래 여성들의 인권과 더 나은 삶을 위해 인식 변화를 위한 제품과 서비스를 제공하고 있으며, 교육, 기부, 캠페인 등 다양한 사회책임경영 활동을 펼치고 있습니다. 특히, 2019년에는 NGO여성활동가의 리더십 증진을 위해 학교와 시민단체가 함께 지원했던 장학금의 지원 기간을 2학기에서 4학기까지 늘리는 등 지원을 강화했습니다.

NGO 여성활동가들에게 젠더 관점과 리더십 역량 증진(2007~2019년) 유한킴벌리의 성평등사회 강화 및 여성리더십 증진을 위한 대표적인 사회책임활동은 시민단체의 여성활동가 장학사업입니다. 여성재단-여성단체-대학교-기업이 참여하는 상생협업모델로서 지난 13년간 지속되어 왔습니다. 2019년에는 장기과정 10명(성공회대학교), 단기 62명(이화여자대학교)의 여성리더들을 지원했습니다. 2007년부터 총 누적 장학생은 809명입니다.

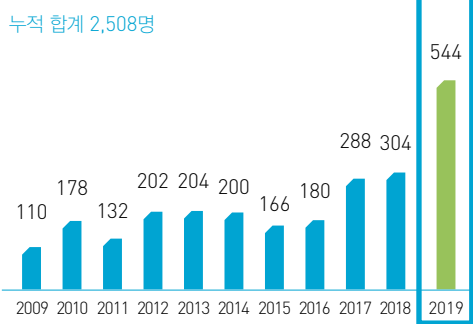
[그림 4-17] NGO 리더십 지원 현황 (단위 : 명)



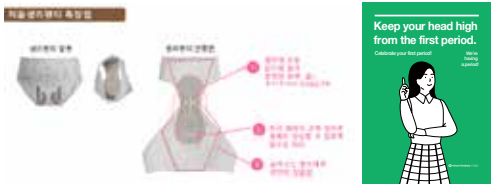
1) 유한킴벌리, 한국여성재단, 한국여성단체연합, 성공회대학교
2) 유한킴벌리, 한국여성재단, 학교(2008~2009 이화여대, 2010~2011 계명대, 2012 삼지대, 2013~2015 이화여대, 2016 전북대, 2017 전남대)

신혼부부 소통학교 통해 성평등 의식 제고(2009~2019년) 유한킴벌리는 건강한 가족과 가족내 성평등 증진을 위해 11년째 ‘생명사랑 신혼부부 소통학교’를 서울YWCA와 공동 진행하고 있습니다. 기존에는 실내에서 진행되었으나, 2019년에 처음으로 총 3회(6/22, 6/29, 9/21)에 걸쳐 도시숲공원인 서울숲(서울 성동구 소재)에서 숲·환경과 연계한 프로그램을 개발해서 진행했습니다. 참석한 신혼부부들은 연예인(개그맨 김재우님)과 부부갈등을 해결하고 행복한 부부가 되는 법을 배우며 숲속 토크쇼, 숲속 음악회, 가훈 만들기 등을 하였습니다. 2019년 참여자는 544명이었습니다. (총 누적 참여 2,508명, 총 28회 개최)

[그림 4-18] 생명사랑 신혼부부학교 참여 현황 (단위 : 명)



청소년 월경 교육과 인식 개선(1972~2019년) 유한킴벌리는 2019년에 새로 다문화 가정, 장애 청소년으로 교육대상을 확대해서 초중고 학생 867,924명(누적 16,523,766명)이 초경 이해와 생리대 사용법, 남성과 여성의 신체 이해 등 소비자 교육 기회를 마련했습니다. 유한킴벌리는 초경 리플렛을 제작하여 배포하고 있으며, 2019년에는 총 5개국어(본인용/멘토용_한국어, 베트남어, 중국어, 영어, 필리핀어)로 발간하였습니다. 유한킴벌리는 2018년부터 ‘생리’라는 표현 대신 ‘월경’이라고 용어를 변경하기 시작했습니다. 온라인 정보 및 교육 플랫폼 “우리월경해!”(2018년 개설), “블로그” 우리는, 생리하는 중입니다”(2017년 개설)를 운영 중입니다. 또한 기존 월경 교육 영상은 비장애 청소년들을 대상이었습니다. 유한킴벌리와 보건교사회가 협약을 맺고 장애와 상관없이 모든 청소년들이 초경교육을 받고, 스스로 생리대 교체가 가능하도록 교육자료와 생리팬티를 제작 하였습니다. (2020년 7월 교육영상 배포예정)



2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

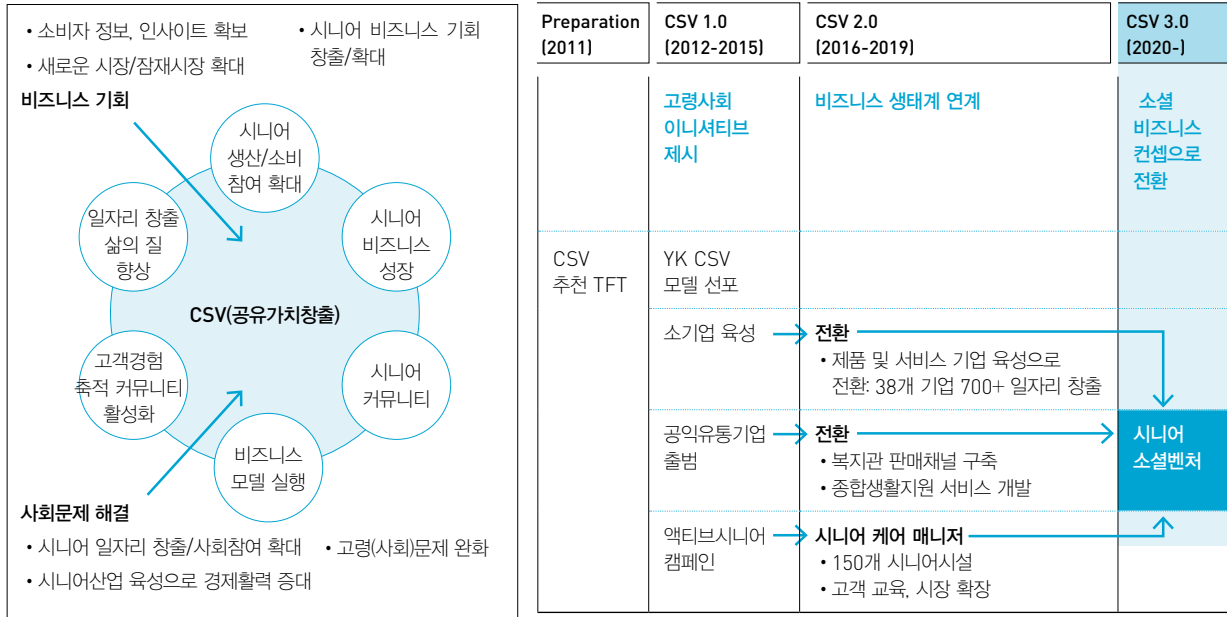
인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자 의견 모니터링

3. 시니어_인식개선 및 일자리 확대

유한킴벌리는 시니어를 위해 어떤 노력을 해왔는가? 2019년말 한국 사회는 65세 이상 인구 비율 14.3%의 고령 사회입니다. 전체의 14.3%에 달하는 시니어들을 부양과 보호의 대상으로 보는 시각에서 벗어나 사회·경제적 활동의 주체로 보는 인식 변화와 함께 시니어 일자리 창출이 중요한 과제로 대두되고 있습니다. 유한킴벌리는 사회책임활동의 모델로 2012년부터 공유가치창출(Creating Shared Value, CSV)을 시작했으며, 특히 시니어 일자리 창출을 위해 노력해왔습니다.

[그림 4-19] 시니어산업 생태계육성 CSV(공유가치창출) 모델 [그림 4-20] 유한킴벌리 시니어산업 CSV 로드맵



1단계 유한킴벌리는 공유가치 창출을 위해 2012년부터 재단법인 함께 일하는 재단과 시니어 대상 제품과 서비스를 개발하고 판매하는 50인 이하의 소기업들의 판로 개척을 지원하면서 일자리를 확장하여 왔습니다. 이후 컨설팅을 제공하고 제조 기반 확보를 지원해 2019년까지 38개의 시니어비즈니스 소기업을 키웠습니다.

2단계 2016년부터는 시니어케어 매니저 사업을 진행해서 노인요양시설이나 데이케어센터 등에 55세 이상의 은퇴한 간호사, 물리치료사 등을 파견해서 심리, 위생교육 등을 제공함으로써 시니어-시니어 돌봄 비즈니스 모델을 제시했습니다. 2017년에는 공익유통기업인 '시니어허브'를 설립해 시니어용품을 판매하고, 종합생활 서비스를 제공해 더 많은 시니어들의 활기찬 일상 생활에 기여했습니다.

3단계 시니어 소셜벤처로 전환 CSV 3.0(2020~) 유한킴벌리는 지난 8년간의 공유가치창출 경험을 바탕으로 2019년 9월 26일 소셜 시니어벤처 설립 지원사업 협력을 위한 다자간 업무협약을 사단법인 함께일하는재단, 한국노인인력개발원, 한국시니어클럽 서울지회와 체결했습니다. 시니어벤처는 공익단체-시니어단체-민간기업의 일자리플랫폼으로, 향후 커뮤니티 구축, 양질의 일자리 창출 및 확장을 목표로 하는 모델입니다. 2020년 2월 21일에 '임팩트 퍼플스'가 설립되어 운영을 시작하였습니다.

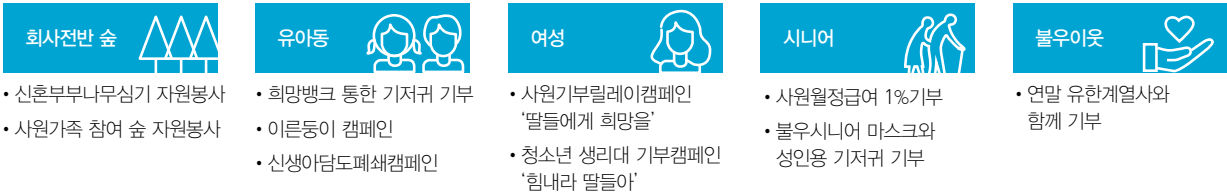


돋보기 | **사원들의 시니어 돕기-2019년 8,956만원 기부**

유한킴벌리 사원들은 월급의 1%와 회사 매칭펀드를 받아 2015년부터 시니어를 돕는 기부활동을 자발적으로 해오고 있습니다. 회사의 미래사업으로 시니어사업이 있는 만큼 취약계층인 시니어들에게 관심을 갖고 돕는데 앞장서고 있습니다. 2019년에는 사원 1,019명이 참여하여 기금으로 총 8,956만 원을 모아, 한국의료지원재단, 광장종합사회복지관에 전달해서 시니어를 도왔습니다.

4. 불우 이웃돕기_기부와 자원봉사 문화화

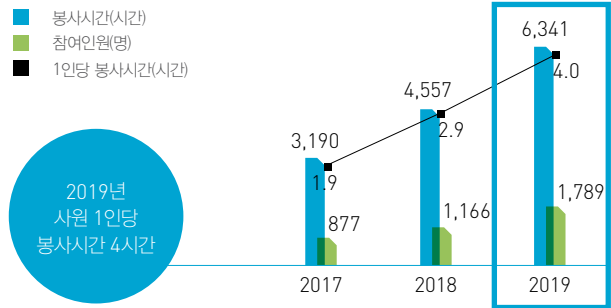
[그림 4-21] 기부와 자원봉사 주요 영역



유한킴벌리는 기부와 자원봉사를 어떻게 하고 있나?

기부와 자원봉사는 숲, 유아동, 여성, 시니어영역에서 진행하고 있습니다. 핵심가치중 하나인 책임과 공헌이며, 회사뿐만 아니라 사원들도 지속적이고 정기적인 기부와 자원봉사 기회를 통해 이를 실천하고 있습니다. 사내소통 채널인 자원봉사 페이지가 있어 사원들이 스스로 연간 목표를 세우고 관리하도록 돕고 있습니다.

[그림 4-22] 유한킴벌리 사원자원봉사 현황(2017~2019년)



[표 4-19] 주요 사업별 이해관계자들을 위한 제품기부 현황

기부타입	분류	주요 개요	성과(2019년, 2020년)	누적 성과	
회사주관	아기 기저귀와 젖병 기부	희망뱅크 사이즈교환기저귀 기부 2012~2019년 이룬동이 기저귀 기부캠페인 2017~2019년	미개봉 사이즈 교환 기저귀 중 일부를 폐기하지 않고 자원봉사를 통해 재포장해서 필요로 하는 미혼모 및 단태 등에 기부하고 있습니다. 2014년에 이룬동이용 기저귀 출시 이후 2017년부터 2.2kg 미만 이룬동이용 기저귀를 기부하고 있습니다. 참고로, 이룬동이용 기저귀는 소형(~2.2kg), 중형(2~3.5kg)으로 세분화했습니다.	총 15,324백(Bag)을 30개 육아기관에 전달했습니다. 연평균 82톤의 폐기물의 가치 재생산 및 온실가스 0.4tCO ₂ e를 저감효과를 거두고 있습니다. 2019년 676,950 패드(약 8천 5백만원 상당)를 무상으로 공급했습니다.	누적 55,207백 (Bag). 2019년말 기준(약 360만 패드) 누적 2,284,350 패드/15,229명_2020년 6월 기준
		더블하트 구순구개열 젖병 기부캠페인 2020년 시작	한국은 1000명에 1명꼴 선천성 얼굴기형인 아이가 태어납니다. 입술이나 잇몸 또는 입천장이 갈라져 젖꼭지를 쉽게 빨지 못하고, 호흡이 가빠 잘 먹지 못하는 아기들을 위한 젖병기부를 시작했습니다.	2020년 6월부터 전용 젖병을 신생아 집중치료를 받을 갖춘 전국 12개 대형병원, 자사를 망루를 통해 올해말까지 공급할 계획입니다. (아기당 2개 무상제공)	신규(사법운영)
	생리대 기부	청소년인권보호를 위한 생리대 기부캠페인 2016~2019년	경제적으로 어려운 청소년들에게 '힘내라 딸들이' 캠페인을 통해 2016년부터 매년 생리대 100만패드를 기부하고 있습니다.	2019년 108만 패드(1,086,832)를 기부했습니다. *소비자 모금활동도 함께 진행하여 생리팬티를 추가로 전달하였습니다. (2회, 총 모금액 18,914,000원)	누적 5,082,608 패드_2019년말 기준
	마스크 기부	미세먼지 걱정아웃 캠페인 2015~2019년	미세먼지 차단을 위한 마스크 사용인식 개선 교육과 함께 취약계층에 나눔캠페인을 진행하였으며, 2020년에는 코로나19로 인해 바이러스 감염원 예방을 위한 취약계층 건강권 확보가 중요해졌습니다.	2019년 저소득층과 초등, 시니어를 위해 520,917 개의 마스크 나눔을 진행하였고, 일상에서의 보건위생 강화를 위해 마스크 사용법에 대한 소비자 교육 콘텐츠 영상도 제작하였습니다.	누적 723,702개 나눔_2019년말 기준
사원과 회사 매칭펀드	시니어 기부	불우 시니어를 돕기위한 사원 월정급여 1% 나눔캠페인 2015~2019년	매해 연말 월정급여 1%를 도움이 필요한 시니어를 돕기 위해 사원들이 기부에 참여하고, 회사가 매칭방식으로 기부를 진행해왔습니다.	2019년 사원 1,019명 참여하였고, 총 88,729,418원을 기부했습니다. *소비자도 함께 유한킴벌리희망뱅크(기부플랫폼)을 통해 모금에 참여하였습니다.(30,515,900원)	누적 5,525명 사원참여_2019년말 기준
사원	여성 인권 증진을 위한 기부	'딸들에게 희망을' 기부릴레이 참여 및 기부 2005~2020년	한국여성재단에서 주관하는 100인 기부릴레이에 2005년부터 자발적인 사원참여로 진행하였고 있으며, 사업장별 이공이들의 활약으로 여성인권강화를 위한 기부캠페인 참여 사원수는 꾸준히 증가하고 있습니다.	2020년 사원 1,152명 참여하였고, 총 37,286,624원의 기부금으로 코로나19로 인해 어려움을 겪는 여성들을 위해 사용될 예정입니다.	누적 7,592명 참여_2020년 기준
	기금 기부	본사 여직원회 '유리안' 바자회 수익금 기부 2019~2020년	사원바자회를 통한 수익금을 취약계층 기부로 진행해오다, 2019년부터는 여성의 경제적 자립을 돕는 기금으로 기부하였습니다.	2020년까지 총 기부금 11,320,000원이 여성의 경제적 자립을 돕기 위한 자력증 취득에 사용되었습니다.	
사원+ 소비자+ 기부플랫폼 협업	펀딩	유한킴벌리희망뱅크 내 소비자 기부참여* 2019년	소비자 공감과 참여 강화를 위해 기부플랫폼을 2019년 네이버 해피빈에 구축하였고, 다양한 기부모형을 제시하고 있습니다. 2020년에는 사원참여 프로그램도 플랫폼내에서 확대하고 있습니다.	2019년 기부금 49,429,900원(3회)을 모금하였고, 15,263명의 소비자가 함께 기부에 참여하였습니다.	누적 15,263명 기부 참여 (2019년 신규, 3회)

* 소비자 펀딩: 기부플랫폼 내에서 청소년을 위한 생리대 기부와 시니어 돕기 위한 응급활동에 연계하여 진행하였습니다. (2019년, 3회)

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자 의견 모니터링

소비자 참여형 통합제품기부플랫폼 구축 유한킴벌리는 2019년 1월에 통합제품기부플랫폼(네이버 해피빈)을 새로 구축해서, 연간 521,212명의 소비자와 함께 사회책임활동의 소통장을 만들고, 기부 활동도 함께 진행하고 있습니다. 새로운 기부플랫폼은 도움이 필요한 이웃에 대한 소비자의 사회적 관심을 끌어낼 수 있으리라 기대 됩니다. 2020년에는 플랫폼 내에 사원 참여 프로그램도 확대하여 진행하고 있습니다.

여성-청소년 인권보호 위한 생리대 기부, 성평등 문화 확산 위한 사원 기부릴레이—유한킴벌리는

여성인권과 성평등문화 확산을 위한 기부에 앞장서고 있습니다. 2019년에는 생리대 108만 패드를 불우한 청소년들을 위해 기부했습니다. 또한 2018년부터 소비자 참여를 위해 온라인 기부채널을 열었고, 이커머스채널인 11번가와도 협업해서 생리대 구매수량만큼 자동 기부하는 참여모형을 만들었습니다. 2019년에는 네이버 해피빈내에 기부플랫폼을 런칭하고, 소비자의 공감과 참여를 강화했습니다. 모아진 기금은 생리대와 위생팬티, 초경교육 책자도 기부하고 있습니다. 배분은 전국 읍·면 소재 지역아동센터, 학교사회복지사를 통해서 진행했습니다. 또한 2005년부터 16년 동안 매년 4월에 성평등 문화 확산, 여성인권 제고를 목표로 여성들을 위한 기부 캠페인을 열고 있습니다. 2017년부터 매년 4명의 기부 주자가 기부 릴레이를 이끌어서 3년 연속 사원 참여율이 70%를 상회하는 결과를 만들어 냈으며, 2019년 모금액은 한국여성재단에 전달했습니다.

[표 4-20] 기저귀 기부 현황 (2012~2020년)

분류	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	누적
사이즈교환기저귀 기부수량(Bag)	1,119	4,964	7,376	7,381	8,075	5,679	5,289	15,324		55,207
이른둥이 나눔 캠페인 패드 수						570,600	723,300	676,950	313,500	2,284,350

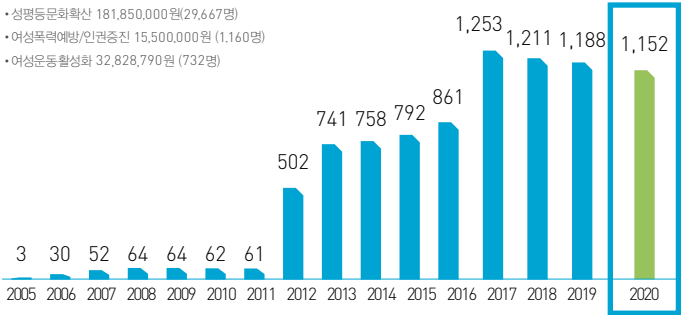
[표 4-21] 생리대 기부 현황 (2016~2019년)

구분	2016	2017	2018	2019	누적
기부량	153만 패드(1,532,304)	100만개 패드(1,008,352)	146만 패드(1,455,120)	108만 패드(1,086,832)	508만 패드기부(5,082,608)
수혜인원	699,786명	13,888명	10,393명	4,925명	728,993명
지원 내용	2016년 시작	힘내라 딸들이로 캠페인 명명	이커머스채널 11번가와 매칭 캠페인 진행	이커머스채널 11번가와 매칭 캠페인 진행,기부플랫폼내 소비자기금모금(2회)	
기부배분처	한국여성재단 +교육청	한국여성재단 +전국지역아동센터협의회	한국여성재단 +한국학교사회복지사협회, 지역아동센터	한국여성재단 +한국학교사회복지사협회, 지역아동센터	

지역별 사회공헌 활동 대전, 김천, 충주공장은 지역사회 발전기금을 통해 지역사회를 위한 이웃 돕기, 장학금 전달 등을 지속적으로 추진하며 각 공장 별 사회공헌 활동을 진행하고 있습니다. 김천공장은 무료급식소 주택보수, 연탄나눔행사 등 다양한 활동을 했고, 대전공장은 현혈 및 대전대덕구 취약계층을 위한 연탄나눔 봉사를 했습니다. 충주공장은 사랑의 빵, 노경과 함께 하는 환경정화활동 등 지역사회와의 상생을 위한 노력에 꾸준히 참여하고 있습니다.

[그림 4-23] 성평등 사회 확산을 위한 기부릴레이 참여 현황(단위: 명)

2019년 지원결과(한국여성재단 기부결과보고서)
•성평등문화확산 181,850,000 원(29,667명)
•여성목력예배/인권증진 15,500,000 원 (1,160명)
•여성운동활성화 32,828,790 원 (732명)



돋보기 | 유한킴벌리 희망뱅크_기저귀 기부



법무부 표창장을 받았습니다.(2019년 12월 31일)

유한킴벌리는 2016년 7월부터 매해 전국 저소득 소년원 출원생가정을 대상으로 '영유아보육지원사업'에 필요한 기저귀를 기부하여 저소득 소년원 출원생가정의 자녀돌봄비용의 부담을 줄이고 안정적인 사회정착에 기여한 공로로

환경 성과

At a glance_한눈에 보는 환경 성과

분류	구분	단위	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
환경보호 비용	총 비용	억원	125.1	124.7	147.0	157.1	161.8	177.1	171.9	148.1	126.0	132.9
	매출대비 비중	%	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.1	1.1	0.9	1.0
온실가스 배출과 저감	온실가스 배출 허용량 (목표)	tCO ₂ e	-	-	209,598	164,386	175,606	238,130	243,016	236,637	204,434	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	202,435
	– 직접(Scope 1)	tCO ₂ e	54,334	49,124	45,284	45,920	13,042	17,161	20,638	21,257	22,829	23,749
	– 간접(Scope 2)	tCO ₂ e	124,456	121,630	123,069	120,260	159,058	184,564	184,308	181,730	179,274	178,688
	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	0.903
에너지	에너지 사용	TJ	3,441	3,312	3,430	3,379	3,445	3,945	4,009	3,977	3,967	4,074
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	3,516,738	3,407,973	3,279,092
	– 시수(수돗물)	m ³	132,568	159,735	171,295	169,311	154,153	167,206	148,251	130,293	137,496	136,128
	– 하천수(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	3,097,578
	공업용수(취수량)	m ³	480,537	284,636	71,146	61,892	42,360	38,480	36,060	29,914	43,261	45,386
	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	14.6
폐기물	제품생산량 당 폐기물 발생량	톤/제품톤	0.22	0.23	0.21	0.21	0.18	0.20	0.18	0.16	0.14**	0.15
	폐기물 재활용률	%	88.6	91.6	95.8	98.1	98.9	90.4	97.9	97.5	97.9	98.5
재활용	재활용지 사용 비율	%	39.0	39.5	33.5	33.5	29.9	33.4	29.8	20.2	18.4	18.6
	국내 고지	%	91.8	86.5	86.1	92.5	89.7	78.3	71.8	59.8	54.3	56.9
	용수 재활용 비율	%	43.4	42.1	39.5	39.8	40.0	37.1	39.7	35.0	33.5	33.7
수질	용수 방류량	m ³ /제품톤	11.6	12.9	10.6	10.7	10.2	13.5	12.4	13.2	13.3	13.2
	총 부유물질	kg/제품톤	0.027	0.025	0.020	0.023	0.022	0.041	0.043	0.031	0.038	0.043
	수질오염 배출량 생화학적 산소 요구량	kg/제품톤	0.015	0.012	0.012	0.008	0.008	0.013	0.015	0.020	0.035	0.043
	화학적 산소 요구량	kg/제품톤	0.155	0.161	0.153	0.149	0.143	0.222	0.243	0.207	0.261	0.294
	대기 분진	kg/제품톤	0.006	0.011	0.012	0.013	0.009	0.028	0.024	0.023	0.028	0.017
분담금	기저귀 폐기물 부담금	억원	40	44	82	82	85	90	88	76	68	68
	포장재 재활용 분담금	억원	6	6	7	6	7	9	9	9	9.5	12

* 2011년 군포 및 김천공장에서 사용하던 소각로 철거로 인해 대기관리항목 NOx, SOx 발생량은 없습니다.
** 2018년 제품생산량 당 폐기물 발생량 정정합니다.

**2020 유한킴벌리
지속가능성보고서**

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

환경친화적 제품개발과 환경영향 최소화,
어떻게 하고 있나? KEY TOPIC 3, 5

이 토픽은 왜 중요한가?

환경친화적 제품개발 기후 변화를 지나 이제 ‘기후 위기’의 시대입니다. 윤리적 소비가 새로운 소비 행태로 자리잡으면서, 사업장 운영과 공정뿐만 아니라 제품 포장, 사용, 폐기 등 전과정에서 탄소 감소를 줄일 제품 개발이 중요 과제입니다.

환경영향 최소화 기후 위기 심화로 전세계 국가들은 2015년 파리협정을 기점으로 온실가스 감축 목표를 설정하고 이행을 약속했습니다. 한국도 BAU(Business As Usual) 대비 37%(약 536백만 톤) 감축을 주내용으로한 2030 온실가스 감축 로드맵을 발표했습니다. 기업은 배출량 감축의 주체로서 온실가스 감소와 환경영향 최소화를 위한 사회적 책임을 다해야 합니다.

유한킴벌리의 접근방법은 무엇인가?

유한킴벌리는 창립 50주년인 2020년에 환경경영 3.0 선언을 통해 2030년까지 미래세대를 위한 친환경 제품개발과 환경영향 최소화 정책을 발표했습니다.

환경친화적제품개발 주내용은 2030년까지제품과포장재의지속가능한소재적용비율100%달성을위해목표및프로그램을설정한것입니다. 친환경제품 가이드라인 인덱스(2030 YK Greener Products Guideline Index)모니터링, 친환경제품 평가위원회 운영을 시작했습니다. 환경영향 최소화 주내용은 지속가능한 소재 100% 적용, 탄소중립 정책과 환경지수 관리·공개를 약속한 것입니다. 특히, 제조생산 사업장에서 수자원의 효율적 사용, 기후위기에 따른 선제적 대응 및 지속가능한 생산에 집중하고자 합니다. 참고로, 유한킴벌리의 제조생산 사업장은 모두 ISO14001(환경경영시스템) 인증을 획득했습니다.

유한킴벌리 추진 방향 YK Greener Products Guideline Index	제품	포장재
효율적 자연자원(자재) 사용 재활용/재사용 지속가능한 원료 지속가능한 대체원료 사용 사용량 감축	• 자원 최소 사용 • 재활용/재사용 가능한 설계 • 생분해성 원료 등	• 잉크 감축 및 친환경 인쇄 • 재활용/재사용 가능 소재 • 플라스틱 사용 감축 및 대체 등

전사 저탄소 프로그램 대응 전략	운영 저탄소화	공급망 저탄소화	저탄소 사회실현
	• 저탄소경영 시스템 • 탄소성과 관리체계 • 웹 기반 탄소배출량 관리	• SCM 거점 최적화 • 그린 파트너십 • 선형 물류/복화 운송 활성화	• 자발적 탄소 크레딧 • 우리강산푸르게푸르게 • 기후변화 커뮤니케이션
제조생산 탄소중립	수자원의 효율적 사용	기후위기 선제적 대응	지속가능한 소비 및 생산
	• Global 제2생산 용수 원단위 벤치마크 사업장 • 10m³/MT	• 온실가스 (BAU 대비) 30% ↓ • 재생에너지(태양광) 도입 확대 • CDP 참여 • 스팀공급원 저탄소화(김천)	• 가용 순환자원 인증 100% • 폐기물 재활용율 98.5% • 폐기물 발생량 30% ↓

2019년 주요성과



환경친화적 제품개발
환경경영 3.0 수립, 녹색구매 125,214톤
(FSC 인증제품 원단 구매량)



환경영향 최소화
폐기물 재활용률 98.5%
온실가스 배출허용량 대비 1,999 tCO₂e 저감

1. 환경성과와 과제_ 환경친화적 제품개발 KEY TOPIC 3

[그림 4-24] 국내 최초 생분해 인증 생리대 '라 네이처 시그니처 맥시슬림'(2019년 출시)



2030 환경친화제품지수 개발(Challenges for Greener Products) 유한킴벌리는 지구 환경 보호와 환경 친화적인 제품 생산을 위한 고민을 담아 '2030 Challenges for Greener Products'를 수립했습니다. 지속적인 관리를 위해 전 과정평가를 주기적으로 실시하고 내부 가이드라인을 통해 매해 모니터링 결과를 공유할 계획입니다. 지속가능한 재생적인 접근 방식을 적용하고 최소의 자원을 사용할 수 있는 결정과 탄소 배출을 줄일 수 있도록 하기 위해서 2019년에는 지속가능소재의 적용, 플라스틱 원료 사용량 줄이기, 인쇄 도수 줄이기, 환경영향 최소화 용기 디자인 적용 등의 활동을 하였습니다.

지속가능한 소재의 적용(1) 친환경 펄프 유한킴벌리는 친환경 산림인증을 받은 펄프를 주 원부자재로 사용하고 있으며 마케팅 정책에 따라 국내 및 수출제품에 친환경 산림인증 마크를 활용하고 있습니다. 2018년 내수용 기저귀 및 팬츠 제품이 국제 산림인증 중 하나(Forest Stewardship Council Chain of Custody, FSC CoC)를 취득하였습니다. 또한, 위생용 종이제품의 원료로 펄프 외에 재활용지를 사용하고 있습니다. 2019년 재활용지 사용 비율은 18.6%입니다.

[표 4-23] 녹색구매(FSC 인증제품 원단 구매량)

년도	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	인증
구매량(톤)	95,314	112,766	95,208	106,756	99,857	112,543	116,095	134,041	135,398	140,948	125,214	FSC ¹⁾ , PEFC ²⁾ 등

1) FSC(Forest Stewardship Council)

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

지속가능한 소재 적용(2) 유기농 코튼 기저귀와 팬츠, 생리대의 주요 소재는 코튼(면화)입니다. 유한킴벌리는 유기농 코튼소재 사용한 제품 비율을 높이고(좋은느낌 유기농 소재 70% 증가) OCS(Organic Content Standard) 100, GOTS(Global Organic Textile Standard) 등의 엄격한 인증으로 관리하고 있습니다. 특히 GOTS는 유기농 면이 차지하는 함량이 70% 이상인 제품에 부여하는 가장 엄격한 유기농 국제인증으로, 유한킴벌리의 '좋은느낌 iOO'가 2019년 국내 생리대 최초로 획득했습니다. 또한 사탕수수에서 추출한 바이오매스PE로 코튼을 대체한 '화이트 에코프렌시 맥시슬림'은 재생 가능한 원료를 사용하여 OK Biobased 유럽 에코인증 3 star를 획득했습니다.

2020 유한킴벌리
지속가능성보고서



사람이 희망이다

유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자 의견 모니터링

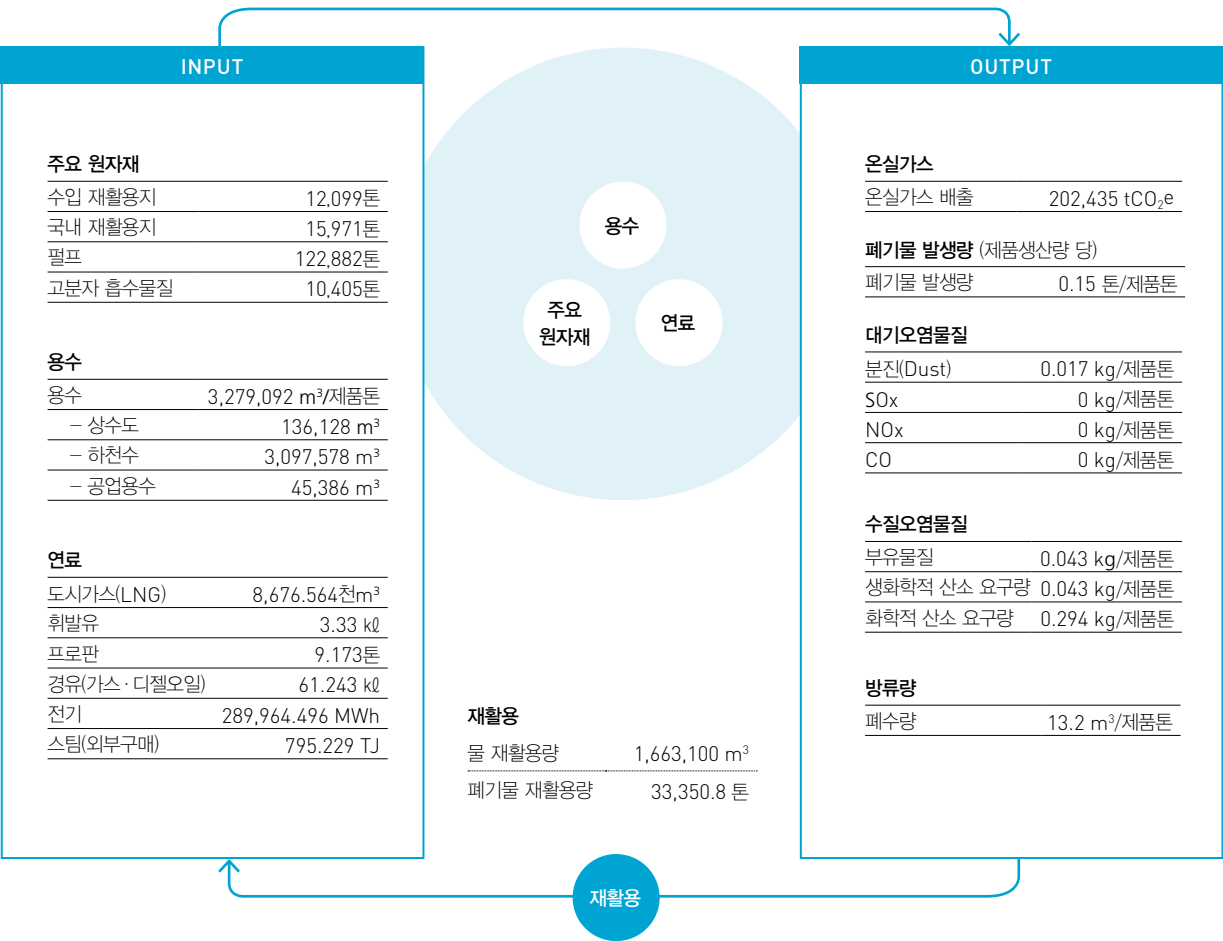
운영 저탄소화

2019년 온실가스 배출량과 배출권거래제 대응 유한킴벌리는 매년 에너지 목표를 설정하여 온실가스 배출량을 관리하고 있습니다. 2019년 온실가스 배출량은 202,435 tCO₂e(직접 23,749 tCO₂e, 간접 178,688tCO₂e)입니다.(2020년 5월 인증) 2020년에는 신규로 수립된 제 3차 배출권거래제 기본계획에 대응하기 위해 2019년 하반기 김천공장 설비 에너지 효율개선 프로젝트를 진행하였으며, 향후 각 사업장별 감축 잠재량을 분석해 저감 노력을 강화하고자 합니다. 유한킴벌리는 배출 허용량 초과 달성분을 정부 배출권 등록부 시스템을 통해 이월하고 있으며, 2019년 9월 이월물량은 35,211 tCO₂e이었습니다.

김천공장 고효율 터보 블로워 시스템으로 개선 김천공장은 제지생산 공정 설비의 에너지 효율화와 온실가스 발생량 저감을 위해 2019년 약 65억원을 투자했습니다. 그 중 티슈 및 종이 타올 공정에 고효율 터보 블로워(Vacuum Turbo Blower) 시스템을 도입해 전기 에너지 사용을 절감했습니다. 뿐만 아니라 블로워에서 배기되는 열원을 공정 내 스팀 재활용에 활용하고 잔열을 연료 공급에 이용해 천연가스 사용을 줄일 수 있게 되었습니다. 이와 같은 설비 개선 노력으로 2019년 김천공장 온실가스 배출량은 원단위 기준 1,100tCO₂e/MT으로 전년대비 3.8% 감소했습니다.

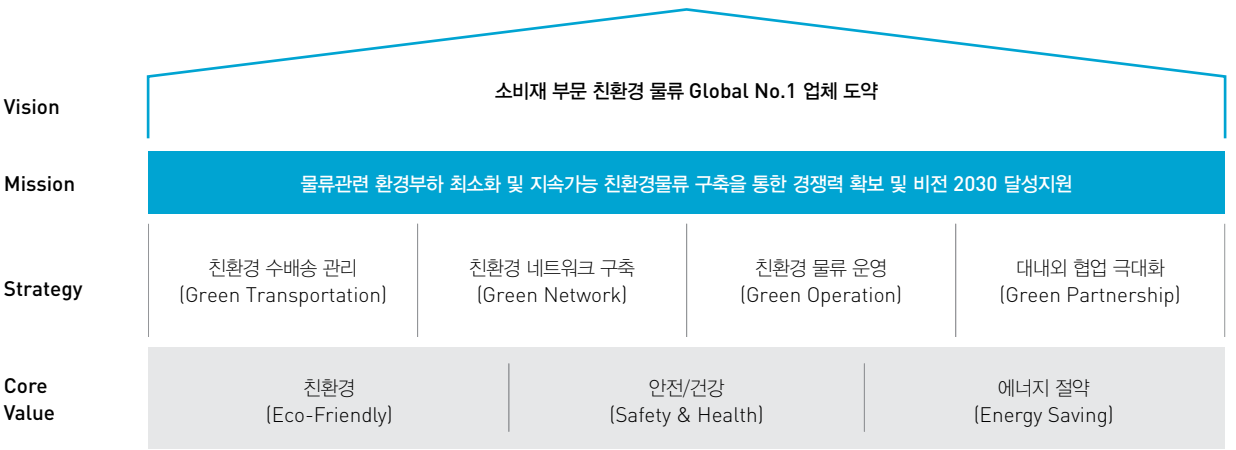
충주공장 태양광 패널 설치 프로젝트 유한킴벌리는 제조생산 사업장에 신재생에너지 도입에 대한 타당성 검토를 재실시 후, 우선적으로 충주공장 설비동 옥상(건평 330평)에 100kWh 태양광 패널을 설치해 2019년 12월 가동을 시작하였습니다. 연간 전력사용량 124,100kWh(온실가스 57 tCO₂e) 절감이 예상됩니다.

[그림 4-27] 2019년 물질흐름도



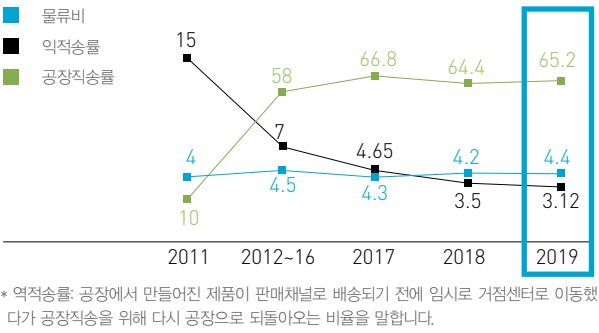
공급망 저탄소화

[그림 4-28] 친환경 물류 비전 2030



친환경 녹색물류 유한킴벌리는 2009년부터 운송 및 유통 단계의 탄소발자국을 최소화하는 노력을 기울이고 있습니다. 2019년 친환경 물류 책임을 다하기 위해 비전 2030을 수립했습니다. 2019년 수·배송을 위해 사용된 경유량은 3,501,605L이며, 온실가스 배출량은 전년 대비 0.3% 감축한 9,345tCO₂e입니다. 2020년에는 거점 간 역적송률* 2.9% 이하, 공장직송률 68% 이상을 목표로 하고 있습니다. 참고로, 물류 수송 시 경유사용량 및 온실가스 발생량은 배출권거래제 명세서 작성 및 검증 대상에서 제외됩니다.

[그림 4-29] 물류네트워크 합리화를 통한 환경영향 최소화 성과(단위: %)



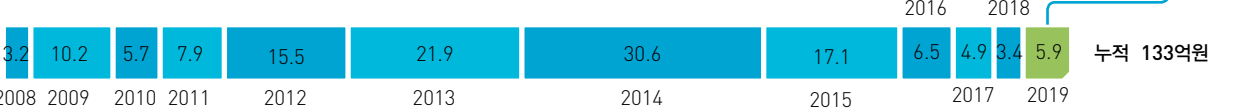
환경 포스(FORCE*) 프로그램 온실가스 감축기여 프로그램을 통해 2019년 약 5억8천6백만 원의 물류비를 절감하였습니다. 직거래 비중을 높여 이동거리를 줄이고, 물류 창고 최적화 시스템을 구축하는 등 2008년부터 지속해온 운송비 절감과 혁신 프로젝트 등을 통하여 누적 133억원의 에너지를 감축하였습니다.

*FORCE : 원가혁신 프로젝트

[표 4-25] 2019년 온실가스 감축 노력과 운송비 절감 성과

기간	내용	절감액(만원)
2019. 1~2월	기획팀 협업과 효율적인 창고 운영으로 적송비 절감	2,900
2019.1~6월	쿠팡 대전 VF 운영에 따른 운송비 절감	15,900
2019.1~8월	2018년 운송계약에 대한 운송비 절감	25,500
2019.1~12월	파렛트 반납횟수 및 적송횟수 조정을 통한 운송료 절감	11,100
2019.2~12월	덕평물류 창고 전등 LED 교체로 인한 전기료 절감	3,200
합계		58,600

[그림 4-30] 2019년 물류 온실가스 감축 노력 (단위: 억원)



2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영·투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자 의견 모니터링

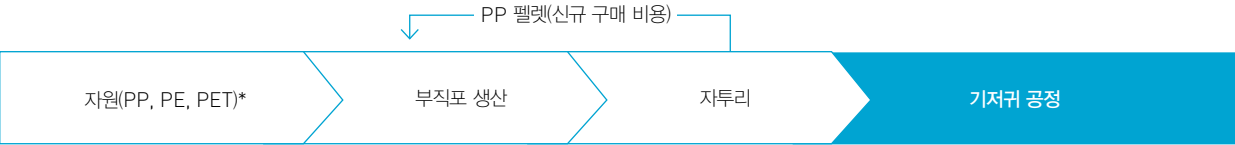
효율적인 자원 활용과 폐기물 관리

생산공정 원료 투입 효율화 생산공정에서 원료로 사용되는 약품의 효과성 극대화와 과다사용을 방지하기 위한 개선활동을 지속하고 있습니다. 2019년 김천공장 종이타올을 생산하는 공정에서 사용하는 건조지력 증강제의 원료 내 침투 및 분산 극대화를 위해 약품분사각도와 투입방법을 개선했습니다. 기존 대비 약품사용량 4% 저감과 0.45억원의 원가절감을 달성했습니다.

제조생산 사업장 폐기물 발생량 최소화 및 재활용 노력 폐기물 발생량 최소화를 목적으로 총량 및 원단위(제품생산량 대비 폐기물 발생량) 목표를 설정하고 원부자재와 제품 폐기물 목표를 구분하여 일일 현황을 모니터링하고 있습니다. 주요 폐기물은 제지 슬러지, 기저귀 공정불량제품, 원부자재 자투리 등이며 환경영향 최소화를 위해 재이용, 재사용, 재활용, 소각 순으로 처리하고 있습니다. 폐기물 중 자투리 부직포 원단은 사업장 재활용 시설을 통해 부직포 원료로 가공 후 공정에 재 투입함으로써 폐기물 발생량 최소화에 기여하고 있습니다. 이를 통해 2019년 김천과 대전 부직포 생산 공정에서 2,249.13톤, 원료 비용 약 14억원을 절감하였습니다.

충주공장 순환자원 인정 충주공장은 자원순환기본법에 따라 2019년 1월 생리대 공정에서 발생하는 매각용 폐합성수지류(폐염화비닐수지류는 제외)를 순환자원으로 인정받았습니다. 2019년 충주공장의 순환자원 인정비율은 전체 폐기물 중 21.5%이며 발생된 폐합성수지류는 재활용업체에서 재생원료로 가공되어 플라스틱 용기제품을 만드는데 사용됩니다. 순환자원 인정기간은 2022년 1월 8일까지 3년입니다. 유한킴벌리는 타 사업장으로 순환자원 인정제도를 확대 도입하기 위해 검토 중에 있습니다.

[그림 4-31] 자원 순환의 노력



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

용수 절감 및 재활용 노력 김천공장은 용수 절감을 위해 2015년부터 공정수를 재사용함으로써 꾸준히 폐수 발생량을 감소시켜왔습니다. 또한 폐수 재활용을 위해 중요 정수 설비인 미세여과 자동필터를 정기적으로 모니터링하고 관리하고 있습니다. 2019년 전체 용수 사용량은 전년대비 3.78% 감소한 3,279,092m³(제품톤 당 14.6m³)입니다.

책임있는 폐수처리 운영 폐수처리는 지역 주민의 안전과 직결되는 중요한 과정이므로 유한킴벌리는 책임있는 폐수처리를 위해 노력하고 있습니다. 2019년 1월 김천공장 폐수처리장의 주요 환경 설비인 1차 침전조 내 스크래퍼(Scraper)의 고장 발생에 따른 수리를 위해 1차 침전조에 경유(By-pass) 배관 및 차단게이트를 설치하고 기존 펌프를 활용해 폐수를 타 침전조로 이송시키는 창의적인 대응으로 폐수처리에 지장 없이 수리를 완료하였으며, 이 경험을 바탕으로 사전 예방적 비상대응 프로그램을 보완하였습니다.



2019년 보고서를 통해 만난 이해관계자수

36,299명

대한민국 지속가능성지수
9년 연속 1위
(생활용품부문)

5 APPENDIX

- 72 제3자 검증 의견
- 74 GRI Index
- 76 유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수
- 77 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동
유엔 이행지침 인권보고 프레임워크
- 78 지속가능성보고서 활용현황과
독자의견 모니터링

2020 유한킴벌리
지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

- CEO Message
- 비전과 지속가능한 조직
- 지배구조
- 윤리경영 · 투명경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

- 2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언
- 2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표
- 2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언
- 2-4. 사원참여 의견 청취
- 2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

- 3-1. 사회책임활동-제품과 서비스
- 3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰
- 3-3. COVID19-기부
- 3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제성과
- 사회성과
- 환경성과

5. Appendix

- 제3자 검증 의견
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수
- 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침
인권보고 프레임워크
- 지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

제3자 검증 의견

2020 유한킴벌리 지속가능성 보고서 독자 귀중서문

한국경영인증원(KMR)은 2020 유한킴벌리 지속가능성보고서 (이하 “보고서”)의 검증을 요청 받았습니다. 보고서의 작성 책임은 유한킴벌리 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 검증 기준인 AA1000AS(2008) 및 KMR 글로벌경영위원회의 SRV1000 지속가능경영보고서 검증 기준을 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.

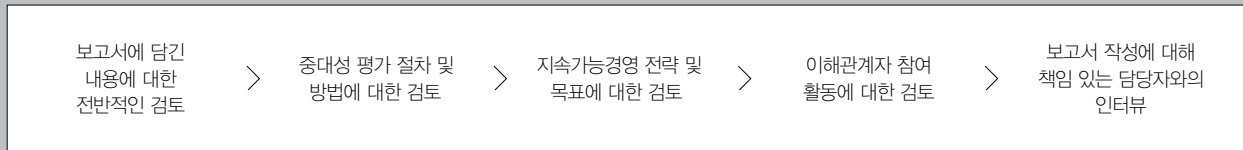
GRI Standards의 핵심적 방식(Core Option) 보고 요구사항 만족 여부에 대한 확인이 검증 범위에 포함되었으며, 검증팀은 이를 확인하기 위해 하기 사항에 대해 검토하였습니다.

• GRI Standards 보고 원칙	• 공급업체 환경평가(Supplier Environmental Assessment): 308-1
• 공통 표준(Universal Standards)	• 고용(Employment): 401-1, 401-2, 401-3
• 특정주제표준(Topic Specific Standards)	• 산업안전보건(Occupational Health and Safety): 403-1, 403-2
• 하기 특정주제표준 경영접근방식(Management approach)	• 훈련 및 교육(Training and Education): 404-1, 404-2, 404-3
• 경제성과(Economic Performance): 201-1, 201-2, 201-3	• 다양성과 기회균등(Diversity and Equal Opportunity): 405-1, 405-2
• 간접경제효과(Indirect Economic Impacts): 203-1, 203-2	• 차별금지(Non-Discrimination): 406-1
• 반부패(Anti-Corruption): 205-1, 205-2, 205-3	• 결사 및 단체교섭의 자유(Freedom of Association and Collective Bargaining): 407-1
• 원재료(Materials): 301-2, 301-3	• 아동노동(Child Labor): 408-1
• 에너지(Energy): 302-1, 302-4, 302-5	• 강제노동(Forced or Compulsory Labor): 409-1
• 용수(Water): 303-3	• 공급업체 사회평가(Supplier Social Assessment): 414-1
• 배출(Emissions): 305-1, 305-2, 305-4, 305-5, 305-7	• 고객 안전 보건(Customer Health and Safety): 416-2
• 폐수 및 폐기물(Effluents and Waste): 306-2, 306-3	• 마케팅 및 라벨링(Marketing and Labeling): 417-1
• 환경 규제준수(Environmental Compliance): 307-1	• 고객개인정보보호(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.



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 보고서에서 아래 기재된 원칙 준수와 관련하여 부적절한 부분을 발견할 수 없었습니다. 또한 검증 범위에 포함된 상기 데이터가 적절하게 기술되지 않았다는 증거는 발견되지 않았습니다.

포괄성 포괄성이란 지속가능성에 대해 책임 있고 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 창립 50주년 특별판 보고서를 효율적으로 구성하고 100년 경영을 위한 미래 전략 방향을 지속가능성 맥락에서 상세히 보고하고 있습니다. 특히, 매년 지속가능경영 주요성과를 일관성 있게 보고하고, 이해관계자의 의견을 포괄적으로 수렴하여 경영활동에 적극 반영하고 있습니다. 또한, 경제성과에 대한 심층 분석과 미래성장을 위한 혁신적 노력이 돋보입니다. 향후, 배당금의 경제적 가치 배분에 있어 현금주의가 아닌 발생주의 기준으로 전환하여 정보의 명확성 및 적시성을 제고시키길 권고합니다.

검증의 독립성

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

2020. 7. 24
대표이사

황은석



2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

GRI Index (Global Reporting Initiative 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		5	√
	102-2	주요 브랜드, 제품 및 서비스			5	5	√
	102-3	본사 소재지				5	√
	102-4	주요 사업장이 위치한 국가 수, 국가 명				5	√
	102-5	소유 성격과 법적 형태				17	√
	102-6	시장 영역				5	√
	102-7	조직 규모				5	√
	102-8	임직원 및 기타 근로자에 대한 정보	8			5, 43	√
	102-9	공급망		2		4-5, 47-48	√
	102-10	보고기간 동안 발생한 조직 및 공급망 주요 변화				보고기간 내 변화사항 없음.	√
	102-11	사전예방방침, 원칙 명시				19	√
	102-12	외부 이니셔티브		15, 16, 17, 18	7	76-77	√
	102-13	가입한 협회(산업 협회 등)나 국내 또는 국제 후원기관				48	√
GRI 102: Strategy	102-14	최고의사결정권자의 성명서		1, 19, 9, 10		10-14	√
	102-15	핵심 영향, 위험과 기회				10-14, 19	√
GRI 102: Ethics and Integrity	102-16	조직의 가치, 원칙, 행동기준 및 규범	16			15-16, 18	√
	102-17	윤리 및 법규준수 행위와 청렴성 문제에 대한 내부부의 자문 메커니즘	16	12, 13, 14		18	√
GRI 102: Governance	102-18	거버넌스 구조		2		17	√
	102-22	최고 거버넌스 기구와 그 위원회의 구성	5, 16			17	√
	102-23	최고 거버넌스 기구의 의장이 임원의 직위 겸직 여부	16			17	√
	102-27	최고 의사결정기구의 전문성 제고방안				17	√
	102-30	경제적, 환경적, 사회적 토픽에 대한 조직의 위험관리에 있어 최고 거버넌스 기구의 역할		20		16, 17	√
	102-32	지속가능보고서 담당 최고 위원회 또는 직위				16	√
	102-35	고위 임원에 대한 보수 정책				17	√
	102-38	전체 근로자와 최고 연봉자의 보상 비율				17	√
GRI 102: Stakeholder Engagement	102-40	이해관계자 목록				20	√
	102-41	결사 및 단체교섭의 자유	8	7, 8		43-44	√
	102-42	이해관계자 파악 및 선정기준				20	√
	102-43	이해관계자 참여방식				6, 20, 78	√
		고객 만족도 조사결과				51	√
102-44	이해관계자 주요이슈				6, 20, 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	√
	102-48	이전 보고서 정보의 수정				63	√
	102-49	중요 이슈 및 범위 관점에서 발생한 변화				6	√
	102-50	보고 기간				2	√
	102-51	최근 보고서 발간일자				2	√
	102-52	보고 주기				2	√
	102-53	보고서 문의 연락처				2	√
	102-54	GRI 스탠더드 적용 옵션		21		2	√
	102-55	GRI 인덱스				74-75	√
	102-56	외부 검증				72-73	√
Management Approach							
GRI 103: Management Approach	103-1	중요 이슈 및 범위에 대한 설명				6, 30, 49, 55, 64	√
	103-2	중요 이슈 관련 경영 접근방법 설명	1, 5, 8, 16				√
	103-3	경영 접근방법에 대한 평가					√

GRI Standards			UN SDGs	UNGC Advanced Level	UNGC Women's Empowerment Principles	보고지면	외부 검증
Topic	Disclosure	Description					
Economic							
GRI 201: Economic Performance	201-1	경제가치 발생과 분배	1, 2, 5, 7, 8, 9			4~5, 38	√
	201-2	기후변화가 조직의 활동에 미치는 재무적 영향 및 기타 위험과 기회	8, 13			36	√
	201-3	조직의 확정급여형 연금제도 채무 총당				45, 46	√
GRI 203: Indirect Economic	203-1	사회기반시설 투자와 지원 서비스의 개발 및 영향	2, 5, 7, 9, 11			58	√
	203-2	영향 규모 등 중요한 간접 경제효과	1, 2, 3, 8, 10, 17			57~62	√
GRI 205: Anti-corruption	205-1	부패 위험을 평가한 사업장의 수	16			18, 48	√
	205-2	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	16			18	√
	205-3	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	16			18	√
Environmental							
GRI 301: Materials	301-2	재생투입 원재료 사용 비율	8, 12			63, 68, 70	√
	301-3	포장재의 재생 비율	8, 12			65~66	√
GRI 302: Energy	302-1	조직 내 에너지소비	7, 8, 12, 13			63	√
	302-4	에너지소비 감축	7, 8, 12, 13			63	√
	302-5	제품 및 서비스의 에너지 요구량 감축	7, 8, 12, 13			63	√
GRI 303: Water	303-3	재생 및 재사용 용수의 비율과 총량	6, 8, 12			63	√
GRI 305: Emissions	305-1	직접 온실가스(GHG) 배출	3, 12, 13, 14, 15			63	√
	305-2	에너지 간접 온실가스(GHG) 배출	3, 12, 13, 14, 15			63	√
	305-4	온실가스(GHG) 배출 집약도	13, 14, 15			63	√
	305-5	온실가스(GHG) 배출 감축	13, 14, 15			63	√
	305-7	NOx, SOx 및 기타 중요한 대기 배출물	3, 12, 13, 14, 15			63, 68	√
GRI 306: Effluents and Waste	306-2	총 폐기물 총량	3, 6, 12			63, 68	√
	306-3	유해물질 유출 건수 및 유출량	3, 6, 12, 14, 15			67	√
GRI 307: Environmental Compliance	307-1	환경법 및 규정 위반으로 부과된 중요한 벌금 및 제재	12, 13, 14, 15, 16	11		67	√
GRI 308: Supplier Environmental Assessment	308-1	환경 기준 심사를 가진 신규 공급업체 비율				47	√
Social							
GRI 401: Employment	401-1	신규 채용 근로자와 이직 근로자의 인원수 및 비율	5, 8			43	√
	401-2	주요 사업장별 상근직 근로자에게 제공하는 복리후생	8		3	44~46	√
	401-3	성별에 따른 육아휴직 이후의 업무 복귀 및 계속 비율	5, 8		2	43	√
GRI 403: Occupational Health and Safety	403-1	노사공동보건안전위원회의 운용 및 비율	8			44	√
	403-2	지역별 및 성별 부상, 질병, 결근률과 작업관련 사상자수	3, 8			43~44	√
GRI 404: Training and Education	404-1	근로자 1인당 한 해에 받는 평균 훈련시간	4, 5, 8			43	√
	404-2	직무교육 및 평생교육 프로그램	8		4	44~46	√
	404-3	업무성과 및 경력개발에 대한 정기적인 검토를 받은 근로자 비율	5, 8			44	√
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity	405-1	거버넌스 기구 및 근로자의 구성 현황	5, 8			17, 43	√
	405-2	남성 대비 여성의 기본급여 및 보수 비율	5, 8, 10		2	7	√
GRI 406: Non-Discrimination	406-1	차별 사건의 수와 이에 대한 시정조치	5, 8, 16		1	18, 45	√
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining	407-1	결사 및 단체교섭의 자유를 보장하기 위해 취한 조치	8	6		44	√
GRI 408: Child Labor	408-1	사업장 및 공급업체와 아동노동을 효과적으로 폐지하기 위해 취한 조치	8, 16	3		45, 48	√
GRI 409: Forced or Compulsory Labor	409-1	강제노동을 폐지하기 위해 취한 조치	8	4, 5	6	45, 48	√
GRI 414: Supplier Social Assessment	414-1	사회성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율	5, 8, 16			47~48, 76	√
GRI 416: Customer Health and Safety	416-2	안전보건 영향에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건의 수	16			44	√
GRI 417: Marketing and Labeling	417-1	라벨링 절차에 요구되는 정보 요건을 갖추어야 하는 주요 제품 및 서비스 군의 비율	12, 16			50	√
GRI 418: Customer Privacy	418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	16			55~56	√

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서



사람이 희망이다

유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3차 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침

인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수(UN Global Compact)

유한킴벌리 2019년 여성역량증진 분야 리더기업으로 선정 유한킴벌리는 2007년 UNGC에 가입하고 인권, 노동, 환경, 반부패 4대 분야 10개 원칙을 준수하고 있습니다. 매년 성과이행보고서(Communication on Progress)를 제출해서 이해관계자들에게 실천 성과를 공개하고 있습니다. 유한킴벌리의 성평등 문화 확산 및 여성역량강화 노력이 인정을 받아서 2019년 국내 최초 리더(LEAD) 그룹 여성 역량증진(Women’s Empowerment) 분야에 선정되었습니다.

[표 5-1] UNGC 대응 활동

분류	원칙	유한킴벌리 규정	유한킴벌리의 노력	보고지면
인 권	1. 우리는 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.	• 경영방침 [인간존중] • 인사규정 제 35조 [신분보장] • 행동규범 [사원에 대한 배려] • 단체협약 제 2장 제 27조 [부당징계의 구제]	• 전 사원 행동규범 교육 실시 (연 1회) • 성희롱 예방교육 실시 • SDGs 이행 CEO지지 선언, 윤경CEO 선언	18, 45
	2. 우리는 인권침해에 가담하지 않고 있음을 확인한다.	• 개인정보 보호 지침 • 협력회사 선정지침 [조직의 윤리적 건전성] • 협력회사 평가항목 [임금 및 고용]	• 개인정보 보호 의무 준수(인중 획득) • 공정거래 자율준수 프로그램 도입 • 협력회사 대상 인권부문 정기평가 (1차 협력회사 70개사) • 감정노동자인권선언 및 시행	18, 47-48, 55, 56
노 동	3. 우리는 결사의 자유와 단체교섭 권리를 보장한다.	• 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]	• 노동조합 가입률 99.8% • 노사협의회 분기별 1회 총 4회 개최 • 고충처리위원회 분기별 1회 총 4회 개최 • 임금협상 연 1회 실시	44
	4. 우리는 모든 형태의 강제노동을 배제한다.	• 취업규칙 제 3장 제 21조 [시간외, 야간 및 휴일근무] • 단체협약 제 4장 제 35조 [연장, 야간 및 휴일근로]	• 연장, 휴일 또는 야간 근로 시 노사합의 하에 실시 • 임신부 보건상 유해·위험한 사업 배치 금지/임산부 야간 근무 금지 • 협력회사 평가항목 반영(임금 및 고용)	44-46, 48
	5. 우리는 아동노동을 효과적으로 폐지한다.	• 취업규칙 제 3장 제18조 [근무시간] • 단체협약 제 4장 제 34조 [근로시간]	• 18세 미만 사원 없음 • 협력회사 평가항목 반영(임금 및 고용) • 아동 노동과 강제노동 및 노동착취에 대한 보호	45, 48
	6. 우리는 고용 및 업무상 차별을 근절한다.	• 취업규칙 제 9장 제 89조 [남녀차별 금지] • 단체협약 제 5장 제 45조 [임금] 동일가치의 노동에 대한 동일임금 지급 • 행동규범 제 2장 [사원에 대한 배려]	• 대출신임사원 초봉 남녀 동일 원칙 준수 • 여성 비율 (사무직 37.1%, 임원 9.8%)	7, 43
환 경	7. 우리는 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.	• 구매이념 [환경친화적인 원료 구입 및 제품생산 지원] • 환경경영 방침 [환경부하의 최소화] • 환경경영 방침 [환경사고의 사전예방]	• 녹색구매 연간 1,013억원 • 저탄소 비전과 로드맵 수립, 환경오염물질 및 유해물질 관리, 환경 법규 준수	64-70
	8. 우리는 보다 많은 환경적 책임을 지는데 앞장선다.	• 핵심가치 [책임과 공헌] 선도적 환경보전활동 전개 • 행동규범 제 2장 [환경보호] • 구매이념 [파트너와의 협력 통한 상호 이익 실현] • 환경경영 방침 [환경보호운동에 선도적 역할]	• 환경경영 3.0 선언 및 사회 공헌 2020 선언 • 숲 · 환경 보호 캠페인 진행 • 동반성장지수 최우수 기업 • 사회적 책임 항목 포함한 협력회사 평가 시스템	25-26, 48, 58
	9. 우리는 환경친화적인 기술개발 및 혁신을 지원한다.	• 구매이념 [기술적인 혁신 통한 우수제품 생산 지원] • 환경경영 방침 [지속적인 환경개선] 절감, 재사용, 재활용 노력 규정	• 혁신적 제품 출시 • 환경경영추진본부 신설	54, 65-66
반 부 패	10. 우리는 부당취득 및 뇌물 등 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 노력한다.	• 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]	• 전 사원 행동규범 교육 실시 (연 1회) • 반부패 교육 실시(온라인 별도 진행) • 공정거래 자율준수 교육 활성화	18

유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동

유한킴벌리 UN SDGs 및 K-SDGs 지지와 기여

UN은 2015년 지속가능발전목표(SDGs, Sustainable Development Goals)를 채택하고, 경제 · 사회 · 환경 등 모든 분야에서 2030년까지 해결해야 할 인류공동의 목표 17개와 169개 세부과제를 설정했습니다. 각 국은 각기 다른 사회 상황에 맞춰 SDGs를 달성하기 위해 노력하고 있습니다. 이러한 흐름 속에서 한국 정부도 국제사회의 공동 목표 달성에 기여하고 한국 사회의 시급한 문제를 해결하기 위해 한국형 지속가능발전목표(K-SDGs)를 수립했습니다. 포용사회 구현, 환경보전, 경제성장, 인권보호와 남북 평화구축, 지구촌 협력의 5대 전략과 이를 실천하기 위한 17개 목표, 122개 세부목표, 214개 지표를 설정하였습니다.



유한킴벌리는 SDGs 지지를 선언하고 SDGs와 K-SDGs를 경영 활동에 반영하여 목표 달성을 위해 노력하고 있습니다. 2019년에는 여성역량강화 리더(LEAD)기업으로 선정되기도 하였습니다. 또한, UNGC 한국협회가 발간한 ‘SDGs 우수 이행 기업 사례집 2019’과 ‘코로나19대응 사례집’을 통해 유한킴벌리의 사회책임활동이 국내외로 널리 공유되었습니다.

유한킴벌리 이해관계자들이 생각하는 UN SDGs 유한킴벌리는 2019년 지속가능경영보고서 독자 모니터링 조사에 참여한 이해관계자 4,467명을 대상으로 UN SDGs 17개 목표 중 한국에서 가장 시급한 것이 무엇인지 물었습니다. ‘건강과 복지’가 약 22%로 가장 높은 응답율을 보였습니다. 유한킴벌리는 소비자의 건강과 안전, 삶의 질을 책임지는 생활용품 제조 기업으로서 목표 달성에 기여하고 있습니다.

유엔 이행지침 인권보고 프레임워크(UN Guiding Principles Reporting Framework)

유한킴벌리는 이해관계자의 인권보호를 위해 노력하고 있습니다. 유엔 이행지침 인권보고 프레임워크(이하 UNGP)는 기업의 인권보고를 위한 지침에 맞추어 아래의 내용을 보고합니다.

[표 5-2] 유엔 이행지침 인권보고 프레임워크

분류	보고원칙	세부내용	보고 지면
인권 존중을 위한 거버넌스	A1. 인권정책	인권 존중 의지 대외 공개 여부	76
	A2. 인권 존중 내재화	인권 존중 의지 내재화를 위한 노력	45
중점 보고 분야	B1. 주요 인권 이슈 목록	사업 활동과 연관된 주요 인권 이슈	-
	B2. 주요 인권 이슈 식별	주요 인권 이슈 선정방법	-
	B3. 주요 인권 관리 지역	주요 인권 이슈 발생 지역 및 지역 선정 방법	-
	B4. 잠재적 인권 이슈	주요 인권 이슈 외 잠재적 인권 이슈	-
주요 인권 이슈 관리	C1. 주요 인권 이슈를 위한 세부 정책	주요 인권 이슈를 위한 세부 정책	18, 54, 76
	C2. 이해관계자 참여	주요 인권 이슈 별 이해관계자의 참여	20
	C3. 영향평가	지속적인 주요 인권 이슈 식별	-
	C4. 인권 이슈 대응	주요 인권 이슈의 의사결정 프로세스 및 활동 반영	-
	C5. 성과평가	주요 인권 이슈 해결을 위한 활동의 효과성	54
	C6. 사후 지원	인권 관련 피해자를 위한 사후 지원 활동	18

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

CEO Message

비전과 지속가능한 조직

지배구조

윤리경영 · 투명경영

위기관리

이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조연

2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표

2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언

2-4. 사원참여 의견 청취

2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

3-1. 사회책임활동-제품과 서비스

3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰

3-3. COVID19-기부

3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

경제성과

사회성과

환경성과

5. Appendix

제3자 검증 의견

GRI Index

유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수

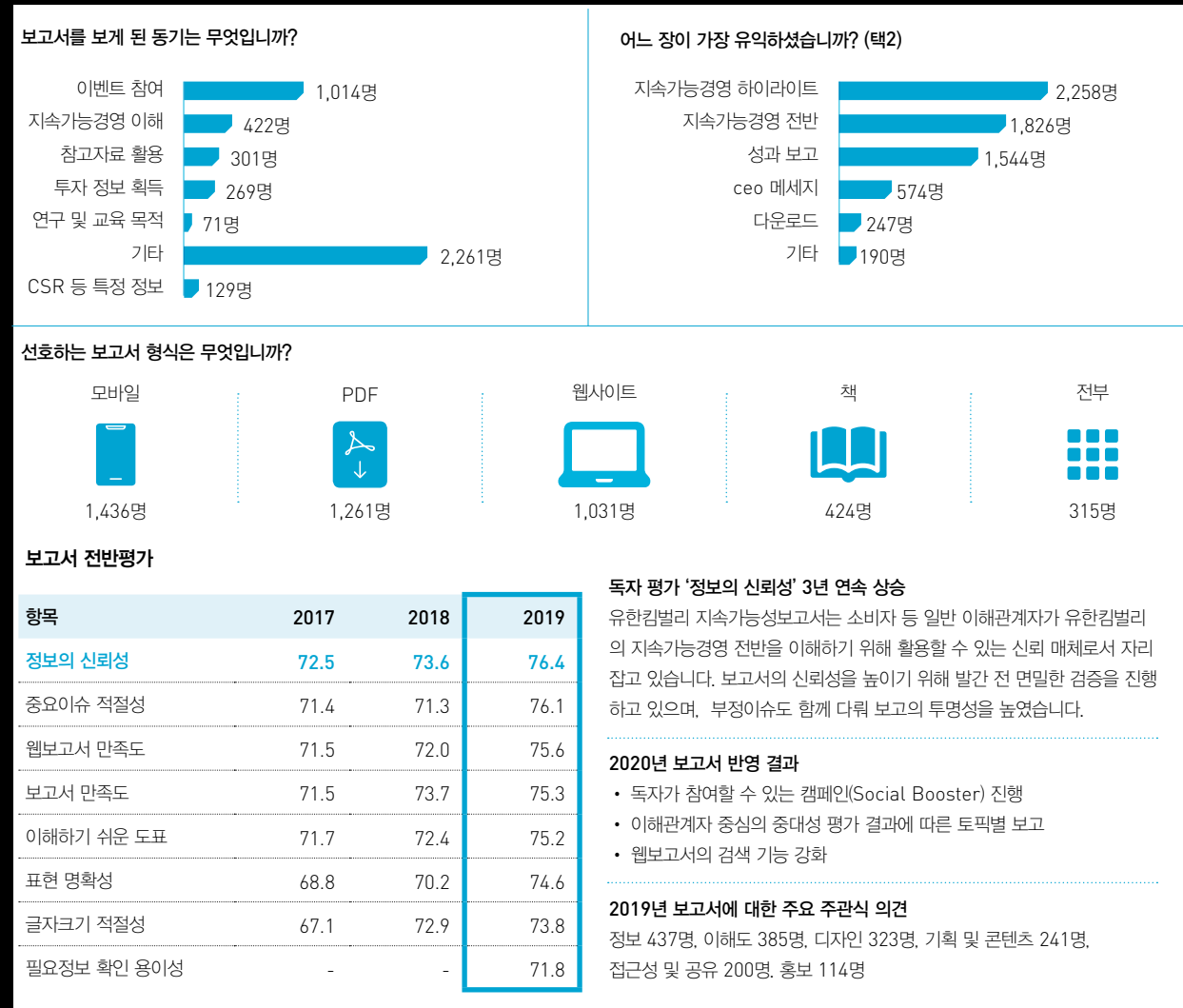
유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침 인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자 의견 모니터링

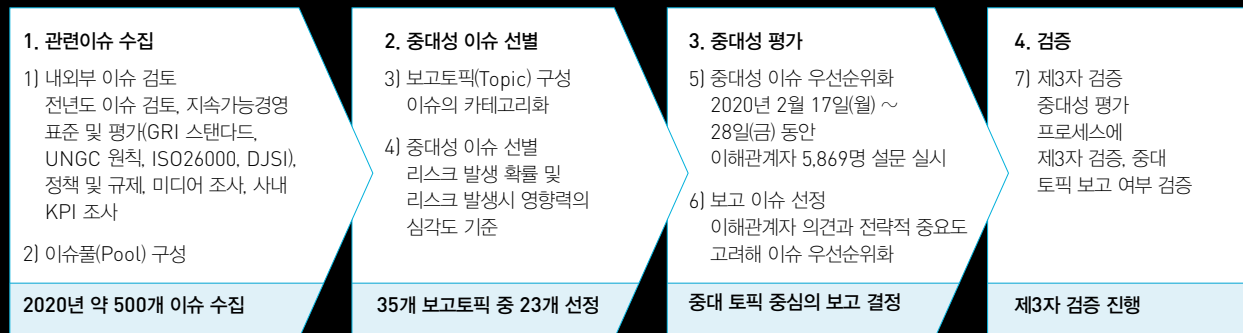
지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

2019 지속가능성보고서에 참여한 이해관계자 수 36,299명

유한킴벌리 지속가능성보고서는 경영전반을 이해할 수 있는 정보채널입니다. 웹보고서(2017년부터 운영)는 국내 방문자가 61.8%로 가장 높았으며, 모바일 접근율은 19.9%로 작년대비 7.1% 높아졌습니다. 재방문률도 12%였습니다. 2019년 보고서 모니터링(2019년 9월 9~30일)에는 4,467명의 독자가 참여했습니다. 유한킴벌리의 지속가능경영을 이해하기 위해 독자들은 보고서를 보고 있으며, 정보 신뢰도가 3년 연속 상승하여 보고 채널로서 사회적 의미를 확인할 수 있었습니다. 모바일과 웹보고서의 선호도가 강세를 이어가는 가운데, 웹보고서 만족도가 전년대비 상승했습니다.



[그림 5-1] 중대성 평가 프로세스



독자의견 설문

유한킴벌리 지속가능성보고서를 사랑해주시고, 읽어주신 독자 여러분께 감사드립니다.

더 좋은 보고서를 만들기 위해 이해관계자 여러분의 의견을 듣고자 합니다.

QR 코드를 통해 설문에 참여해주시면 감사하겠습니다.

웹보고서 www.csr.yuhan-kimberly.co.kr

2020 유한킴벌리 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리는 어떻게 가치를 재분배하는가?

2020 중대성평가

SPECIAL PAGE 유한킴벌리의 삶의 지수를 높이기 위한 실천

유한킴벌리 사회적 평판

1. 유한킴벌리 지속가능경영전반

- CEO Message
- 비전과 지속가능한 조직
- 지배구조
- 윤리경영 · 투명경영
- 위기관리
- 이해관계자 소통채널

2. 창립 50주년, 100년을 향한 출발

- 2-1. 제 16회 이해관계자위원회 전문가 5명이 조언
- 2-2. 조직문화 혁신을 위한 계획 발표
- 2-3. 환경경영과 사회책임경영 미래 선언
- 2-4. 사원참여 의견 청취
- 2-5. 본사 이전

3. HIGHLIGHTS-코로나19 대응

- 3-1. 사회책임활동-제품과 서비스
- 3-2. 3인의 현장 전문가 인터뷰
- 3-3. COVID19-기부
- 3-4. 사진으로 보는 유한킴벌리 대응

SPECIAL PAGE 유한킴벌리 기후변화 재무정보공개 (TCFD)

4. 유한킴벌리 경제·사회·환경 성과

- 경제성과
- 사회성과
- 환경성과

5. Appendix

- 제3자 검증 의견
- GRI Index
- 유엔 글로벌 콤팩트 10대 원칙 준수
- 유한킴벌리 UN SDGs 세부 활동/유엔 이행지침
- 인권보고 프레임워크

지속가능성보고서 활용현황과 독자의견 모니터링

“2020년은 창립 50주년을 맞이하는 특별한 해입니다.

우리는 축하보다는 100년 기업을 향한 새로운 출발에 초점을 맞추어야 합니다.

좋은 일들이 많았으나 사회적 이슈 때문에 모두 모여 크게 축하하기가

어려운 때이므로, 보다 겸손하고 차분하게 미래를 준비하는데 집중하고 있습니다.

코로나19로 인해 많은 변화가 시작되었습니다. 코로나19상황 하에서

23년만의 본사 이전이 주는 의미는 장소의 변화만이 아니라, 새롭게 일하는 방식도

완전히 바꿀 수 있는 기회로 만들고자 합니다. 코로나19로 인해 많은 사우들이

재택근무에 들어가 있습니다. 재택근무를 워라벨 개념으로 보는 경향이 많았는데,

이제 생산성을 올리는 모델로서 재조명할 기회가 될 것입니다.

2020년 실감나는 변화, 혁신을 해봅시다. 사무실도 바뀌보고, 일하는 방식도

바뀌보고, 문화도 바뀌보는 실감나는 변화를 만들어봤으면 좋겠습니다.

그러다 보면 100년, 200년, 300년 지속될 기업이 될 것입니다.”

2020년 7월 창립 50주년 상반기 워크샵 CEO 메시지 중에서



코로나19 응급 마스크 기부

115 만장 (2020년)



2019년 온실가스
배출허용량대비

저감 1,999 tCO₂e



우리강산푸르게푸르게 캠페인

53,772,995 그루(누적)

