



더 나은 생활을 향한 믿음은 유한킴벌리가 존재하는 이유입니다.  
우리는 아주 작은 변화가 중요한 차이를 만든다고 믿는 사람들로 구성된 조직입니다.  
1970년 이후 화장지를 통해 화장실을 더러운 곳에서 깨끗한 곳으로,  
생리대를 통해 생리는 부끄럽고 불편한 것에서 존중받아야 할 여성의 권리로 인식을  
바꾸어 온 변화가 바로 유한킴벌리가 추구해 온 더 나은 생활의 전형이라고 할 수 있습니다.  
앞으로도 유한킴벌리는 더 건강하고 깨끗한 생활, 더 아름다운 생활, 더 지속가능한 생활을 위한  
최고의 제품과 서비스를 통해 믿음을 만들고, 실천해 나갈 것입니다.

- 비전 2020을 수립하는 과정에서 -

유한킴벌리 2011 사회책임경영보고서

# 사람이 희망이다



발행일 2011년 8월 | 발행인 최규복 | 편집인 송명식 | 총기획 김혜숙 | 전체진행 김경신 | 자료취재 및 작성 이충재 | 발행처 유한킴벌리 지속가능경영본부 환경경영팀 |  
주소 서울특별시 강남구 대치동 942번지 해성빌딩 | 전화 02-528-1351 | Fax 02-528-1063 | 검증기관 (주)DNV 인증원 02-723-9598 | 디자인 ㈜인투그래픽 02-583-7688

유한김벌리 2011 사회책임경영보고서

# 사람이 희망이다

“보고서를 관통하는 우측 상단의 구멍은  
유한김벌리가 나아가고자 하는  
도전과 창의를 정신을 상징하며 비전 달성과  
이해관계자와의 소통을 활성화하기 위한  
약속과 다짐입니다.  
수많은 발자국들은 목표를 향하여 나아가기 위해  
새로운 길을 만드는 다양한 사람들을 의미합니다.”

# 유한킴벌리는

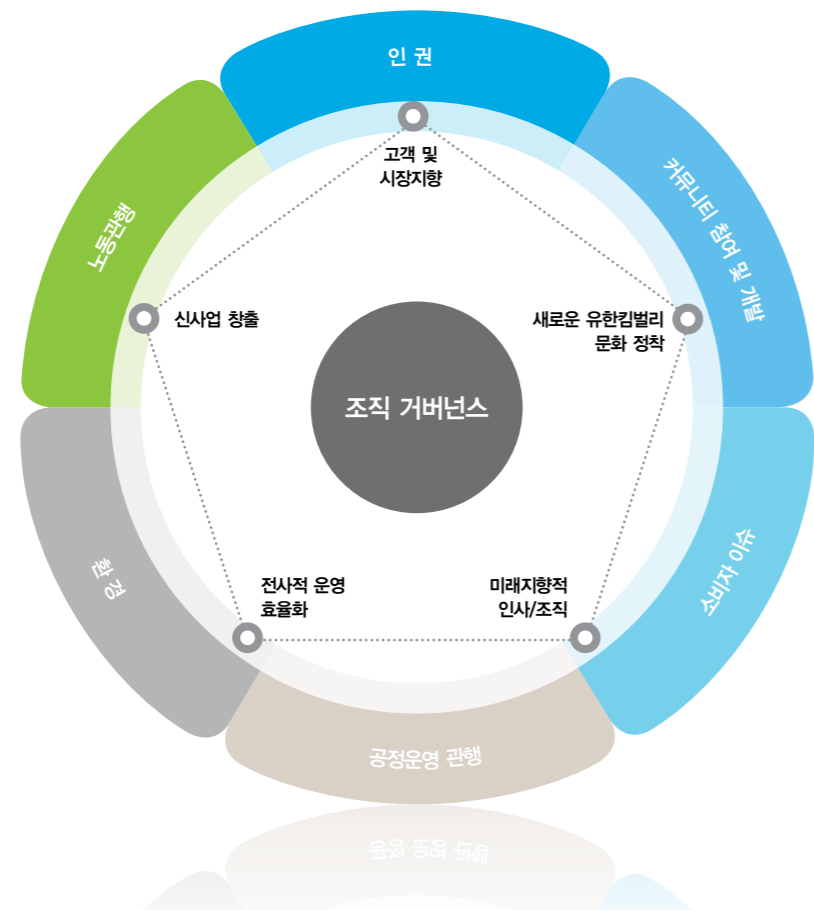
경제·사회·환경적 측면에서 지속가능성을 달성하기 위해  
추진했던 성과를 보고서에 담았습니다.

특히 2011년은 2020년까지 유한킴벌리가 나아가야 할  
비전을 실행하는 원년입니다.

본 보고서를 통해 유한킴벌리의 비전 수립 과정과 변화의 방향을  
이해관계자 여러분과 함께 공유하고자 합니다.

## Contents

01	유한킴벌리의 지속가능전반		04	경제·사회·환경 성과보고	
	CEO 메시지	006		경제성과 관리체계(DMA)	048
	회사 개요	010		숫자로 본 경영지표	049
	윤리경영과 리스크 관리	012		경제적 가치 창출과 효과적 자산 관리	050
	혁신경영과 창조경영	013		<b>[Special page]</b>	052
	한 눈에 보는 2010 유한킴벌리	016		미래를 위한 지속적 투자, 충주공장	
				사회성과 관리체계(DMA)	053
				주주	054
				사원	055
				협력회사	058
				고객	060
				지역사회	064
				환경성과 관리체계(DMA)	066
				환경실적 14년 추세	067
				환경친화적 제품과 공정	068
				환경법규 준수 및 생물다양성	070
02	Vision 2020의 바람		03	장수기업 최우선 조건과 4대 아젠다	
	미션과 비전	018		장수기업이 되기 위한 최우선 조건	024
	<b>[Special page]</b>	019		01. 이해관계자 커뮤니케이션	026
	사원들이 참여한 비전 수립 과정			02. 기후변화 대응	032
	핵심가치	020		03. 가족친화경영	039
	5대 전략방향	021		04. 우리강산 푸르게 푸르게	043
	비전 2020 수립 이후의 변화들	022			
			05	부록	
				제3자 검증보고서	072
				GRI Index, BSR Index	074
				ISO 26000	078
				웹보고용 리스트	079
				2010 보고서 독자 의견 피드백 결과	
				2011 사회책임경영 보고 조직	080
				독자 의견 설문지	081
				학회 및 협회 가입현황	



본 보고서는 사회적 책임에 대한 국제표준인 ISO 26000의 7개 핵심가치와 유한킴벌리의 비전 2020을 연계하여 구성하였습니다.  
(7대 핵심가치 : 조직 거버넌스, 인권, 노동관행, 환경, 공정운영 관행, 소비자 이슈, 커뮤니티 참여 및 개발)

## About This Report

**보고 원칙** GRI 가이드라인, BSR 가이드라인, ISO 26000

**보고 범위** 국내 전 사업장(통화 단위는 원화)

**보고 기간** 2010.01~2011.05(정량데이터의 경우 2010년 성과보고)

**보고 기준** 회계연도 기준, 최소 3개년 이상 시계열 제시(단, 경제 실적은 5개년, 환경 실적은 14개년 시계열 제시)

**보고 검증** 제 3자 검증

**보고 주기** 매년 보고

**구성 특징** 새로운 비전 2020 수립 내용 집중 보고, 처음으로 ISO 26000(사회적 책임에 대한 국제표준) 반영

**공개 원칙** 웹사이트 [www.yuhan-kimberly.co.kr](http://www.yuhan-kimberly.co.kr) 공개, GRI 가이드라인 및 ISO 26000 충족 여부 부록 공개

**추가 정보** 유한킴벌리 지속가능경영본부 환경경영팀 tel **02-528-1351**



# 01 Sustainability Management

## 유한킴벌리의 지속가능전반

CEO 메시지 | 회사 개요 | 윤리경영과 리스크 관리 | 혁신경영과 창조경영 | 한 눈에 보는 2010 유한킴벌리

유한킴벌리는 사회적 책임을 선도적으로 수행하여  
8년 연속으로 한국에서 가장 존경 받는 기업으로 선정되는 등  
지속가능경영 전반에서 신뢰를 구축해 왔습니다.

지속가능한 발전을 위해 비전 2020 수립 및 실행 시작

## 새로운 도전과 창의의 시대를 열다



“2011년은 유한킴벌리가 비전 2020을 수립하고 실행에 들어가는 첫 해입니다. 유한킴벌리에 있어 새로운 10년은 시작되었고, 유한킴벌리는 또 다른 미래를 위해 힘차게 나아가고자 합니다. 유한킴벌리는 미션이자 비전인 ‘더 나은 생활을 위한 믿음-유한킴벌리’를 위해 더욱 노력해나가겠습니다.”

존경하는 이해관계자 여러분,

2011년은 유한킴벌리의 비전 2020을 실행하는 첫 해입니다. 우리의 환경은 여전히 세계적인 금융 위기로 미래의 불확실성이 커져만 가고 있고, 저출산·고령화는 지속적인 시장의 변화를 예고하고 있습니다. 때문에 유한킴벌리는 지난 해에 2020년까지의 미래를 길게 그려보는데 집중하였습니다. 많은 이해관계자 여러분들의 의견을 청취하고, 함께 모여 비전을 수립하기 위해 어느 해보다 바쁜 한 해를 보냈습니다. 이번에 발간하는 2011년 보고서는 지속가능한 발전, 사회책임경영을 선도적으로 수행하기 위해 유한킴벌리가 세운 비전과 핵심가치, 전략방향을 보다 자세하게 소개할 기회가 될 것이며, 이 점을 기쁘게 생각합니다.

특히 이번 비전은 창립 이래 최초로 각 분야의 전문가를 모시고 개최한 이해관계자위원회, 계층별 사원 간담회와 사원의식조사, 임원과 사원 워크숍, 비전 프로젝트팀 워크숍을 통해 의견을 수렴하여 만든 비전이라는 점에서 큰 의미를 가집니다. 비전을 수립하는 과정에서 아낌없는 관심과 성원을 보내주신 모든 분들께 다시 한 번 감사드립니다.

### 지속적인 성장과 새로운 시도

**전략적 제휴** 사업적인 측면에서 2010년은 어려웠던 경제상황에도 불구하고 유한킴벌리가 많은 노력을 기울였던 한 해였습니다. 유한킴벌리는 원자재 가격과 유가·환율 변동에 대한 어려움이 있었지만, 기존 시장을 유지 발전시키는 한편, 해외 수출 및 신성장 동력이 될 사업을 확대하기 위한 노력으로 전년 대비 약 7%의 매출성장을 이루었습니다. 수출은 창사 이래 처음으로 2,000억 원을 돌파하여 2009년 전체 매출액 대비 약 15% 수준이던 수출 비중을 약 20% 수준으로 끌어올렸습니다. 이는 2004년 유한킴벌리가 대표 제품들의 수출에 집중한 이래 7년 만에 이룬 성과입니다.

또한 적극적인 사업영역의 확장 노력으로 2010년 3월에 유아용품의 새로운 브랜드인 더블하트(Double Heart)를 출시하였으며, 2010년 11월에 유니레버와 새로운 전략적 제휴를 통해 관련제품의 국내 판매를 시작했던 것도 의미있는 성과라고 봅니다. 더불어 스킨케어사업을 꾸준히 성장시켰습니다.

미래를 위한 투자가 지속적으로 이루어져 기저귀 생산라인과 유아용 스킨케어 설비가 증설되었으며, 절차 표준화와 프로세스 개선을 통해 하이드로넛 설비 가동률을 향상시켰고, 폐기물 발생 저감 및 원가 절감을 달성하였습니다. 또한 2010년 8월에는 여성·성인 위생용품 전문생산 공장으로서 미래성장을 위한 생산기반을 다지기 위해 기존 군포공장을 충주로 이전하여 생산을 시작하였으며, 2011년 3월에 안전과

위생, 혁신문화 선도 등 모든 면에서 미래의 중추적 역할을 담당할 충주공장의 준공식을 가졌습니다. 유한킴벌리는 이렇게 미래를 위한 준비를 지속적으로 해나가기 위해 노력해 왔습니다.

사회공헌과 책임의 실천

**‘우리강산 푸르게 푸르게’와 가족친화경영** 사회적인 측면에서 2010년은 유한킴벌리가 그동안 추진해왔던 책임과 공헌의 영역을 보다 구체적으로 ‘우리강산 푸르게 푸르게’와 가족친화경영 두 축에 집중하겠다는 비전 2020의 선언과 실천을 보여준 시기였습니다. 유한킴벌리는 ‘우리강산 푸르게 푸르게’ 캠페인을 시작한 지 30주년이 되는 2014년에 우리 국민의 수 만큼인 5천만 그루를 심고자 하는 목표를 갖고 있습니다. 그러한 노력에 동참하기 위해 모든 기념일에 전사원이 함께 참여하여 나무심기를 실천하고 있습니다. 2010년 3월에는 창립 40주년을 맞이하여, 2011년 4월에는 충주공장 준공을 기념하여 나무를 심었습니다. 앞으로도 ‘우리강산 푸르게 푸르게’ 캠페인을 보다 진화·발전시키기 위해 노력하고자 합니다.

유한킴벌리는 가족친화경영을 위해 노사가 협력하여 지속적으로 제도를 개선하는 한편, 기업의 문화 속에서 일과 삶의 조화를 강화하고, 모성보호 및 출산 증진에도 노력하고 있습니다. 이러한 노력의 일환으로 2011년 1월에는 가족친화경영팀을 신설하였고, 3월에는 창립 이래 첫 직장보육시설을 대전에 개설하였습니다. 5월에는 완전한 유연복장제, 점심시간 탄력운영제를 실시함과 더불어 매주 수요일에 가족사랑을 격려하는 캠페인을 벌이고 있습니다. 향후 본사에 공간, 기업문화, 인사제도, IT의 개념을 반영하여 스마트워크의 대표적인 기업이 될 수 있도록 준비 중이며, 가족간의 친밀도 향상을 위해 노력할 예정입니다. 이 점은 2012년 보고서를 통해 다시 소개하겠습니다.

저탄소경영체제 수립과

**탄소사업** 환경적인 측면에서 유한킴벌리는 지속가능한 발전과 환경영향을 최소화 하기 위해 저탄소 비전 및 로드맵을 수립하는데 노력한 해였습니다. 온실가스 감축과 녹색제품 매출 향상을 목표로 운영과 제품, 사회적 참여와 공급망에 대한 전략을 수립하였습니다. 친환경 자재를 사용한 저탄소 제품을 개발하고, 온실가스 감축 캠페인과 협력회사와의 그린 파트너십으로 함께 성장해가는 지속가능한 미래를 창조하기 위해 노력하고 있습니다. 특히 물류 부문에 대한 환경영향 감소를 위해 녹색물류 전략을 운영하여 녹색물류 기업인증제도에 참여하고 있습니다. 대전공장에 이어 군포와 김천공장에 온실가스 인벤토리를 구축하였고, 탄소배출권거래제 시범사업에 참여하여 온실가스 감축 실행에 박차를 가하는 한편 본격적인 배출권거래 제도 도입을 준비하고 있습니다. 이러한 노력에 힘입어 지속가능한 사회와 환경을 만들기 위해 녹색경영을 성실히 수행하고 있음을 인정받아 2010년 10월 ‘2010년 글로벌 녹색경영대상 수상기업’에 선정되었습니다. 향후 웹 기반으로 탄소배출량을 관리하고 신재생 에너지 사용 및 에너지 경영 시스템을 구축할 예정입니다.

2011 유한킴벌리 경영 성과 및 중장기 과제

평가 기준 | ● 초과 ● 부합 ○ 적극적 노력 필요

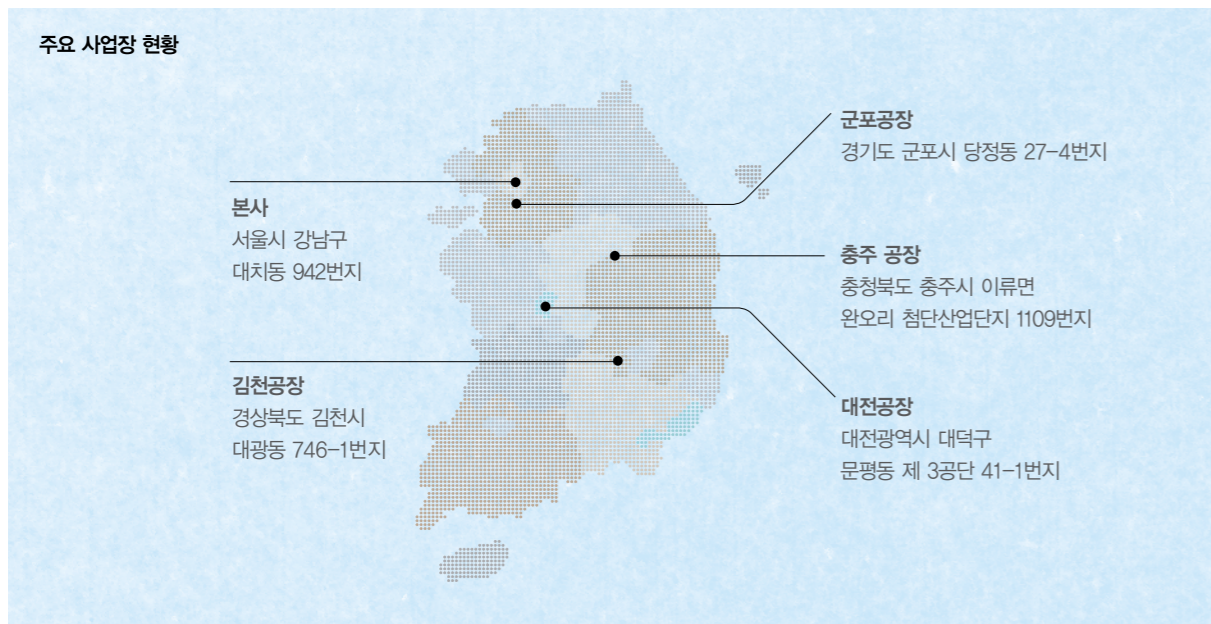
목표	2010 주요 실적	평가	2011 목표 및 중장기 과제
경제적 목표	1. 내수시장 성장	●	● 기존 사업 활성화 전년대비 6% 성장
		○	○ 신성장 사업 성장 전년대비 54% 성장
		●	● 신규 사업 진출 유아용 의류 제품 출시, 유니레버 사업진출
	2. 수출 확장	●	● 원가 및 비용 절감 노력 지속
		●	● 수출비중 16%
		●	● 수출 성장을 위한 혁신 수출품목 다변화, 수출지역 확대
환경적 목표	4. 기후변화 대응	●	● 지속적인 투자 유치 시너이어 팬츠 라인 증설
		●	● 기후변화 대응 - 온실가스 저감 전년대비 제품 톤당(원단위) CO <sub>2</sub> 발생량 0.3%감축 2020년 BAU대비 30% 감축
사회적 목표	5. 사회책임경영 선도	●	● 2차 포장재 저감 그린마일리지 제품 판매량 증가 (전체 10% 점유)
		●	● 기업의 사회적 신뢰, 명성 지속 관리
		●	● '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인 지속 2014년까지 5천만 그루 나무심기 단계적 시행
		●	● 가족친화적 사회 환경 조성 유한킴벌리 가족친화사례 개발 및 대외적 소개
		○	○ 소비자불만 자율관리 시스템 체계화 소비자불만 전년대비 1%감소 문자상담 등 신 채널 개발
		●	● 소비자불만 자율관리 강화 소비자불만 전년대비 30% 감소 전사적 고객서비스 (CS, Consumer Satisfaction) 문화 확산
		●	● 상생협력활동 지속
		●	● UN글로벌콤팩트 원칙 준수 등
		●	● 상생협력활동 진행 상생아카데미 60개사 466명 교육
		●	● 사회와의 약속 준수 지속
		●	● UN글로벌콤팩트 원칙 준수 등
		●	● 상생협력활동 진행 상생아카데미 60개사 466명 교육

유한킴벌리는 2011년 온실가스 저감 노력의 일환으로 하gis 네이처메이드를 대상으로 기저귀 최초 탄소라벨링 인증을 획득하여 고객들의 저탄소 제품 구매를 촉진하고 있으며, 향후 지속적인 환경친화적 제품 생산으로 더 많은 제품에 대한 탄소라벨링 인증 획득을 위해 노력할 것입니다.

유한킴벌리에 있어 새로운 10년은 시작되었고, 유한킴벌리는 또 다른 미래를 위해 힘차게 나아가고자 합니다. 이를 위해 이해관계자 여러분의 조언과 지지가 어느 때보다 중요합니다. 변함없는 관심과 성원을 부탁드립니다. 감사합니다.

유한킴벌리 대표이사 사장 **최규복**

# 미래시장 준비를 위한 지속가능한 경영 조직



## 지속가능경영 추진 체계

유한킴벌리는 사업부문별 조직(가정용품, 여성용품, 유아·아동용품, 시니어케어, 산업·의료용품, 스킨케어) 및 고객사업부문, 제조생산부문, 공급망관리부문, 경영지원부문, 재무부문과 함께 지속가능경영을 위한 신설 조직을 운영하고 있습니다.

미래의 지속적인 발전을 위해 2011년 1월과 5월에 조직을 개편하여 비전팀을 본부로 승격하고, 전략기획본부, 온라인사업본부, 마케팅지원본부, 가족친화경영팀을 신설하였으며, 창립 이래 최초로 다양성관리최고책임자(CDO, Chief Diversity Officer)를 선정하였습니다. 또한 협력회사와의 상생을 담당하는 상생협력팀을 상생협력본부로 승격하였습니다. 그 외에 회사경영에 대한 다양한 외부의견을 듣는 이해관계자위원회를 연 2회 개최로 상설화하였습니다.

## 세부적인 회사 개요

구분	내용
<b>회사명</b>	유한킴벌리
<b>설립년월일</b>	1970년 3월 30일
<b>대표이사 사장</b>	최규복
<b>사원수</b>	1,663명 (2010년 말 기준)
<b>주요 사업장</b>	서울 (본사), 대전, 김천, 충주, 군포
<b>주요 브랜드</b>	하기스, 화이트, 크리넥스, 뽀빠, 디펜드, 그린핑거, 더블하트, 메이브리즈, 티엔 등
<b>사업 분야</b>	가정용품, 여성용품, 유아·아동용품, 시니어케어, 산업·의료용품, 스킨케어 등
<b>대상 시장</b>	개인, 산업체, 공공건물, 식당, 병원, 연구실, 학교 등
<b>생산 및 판매 제품</b>	화장지, 기저귀, 여성 생리대, 여성 스킨케어, 종이냅킨, 물티슈 등의 소비자 용품과 산업 용품 (와이퍼, 보호복, 액세서리), 화장실 용품 (물비누, 대용량 화장지, 핸드타월, 방향제), 의료 용품 (가운, 액세서리, 수술포), 부직포 원단, 농업용 보온 및 차광 재료 등

유한킴벌리 지속가능경영 조직도 (2011년 5월 1일 기준)



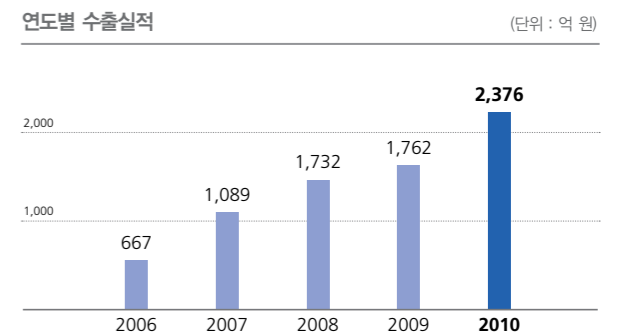
\* B2B사업(Business to Business) 기업 또는 관공서를 대상으로 각종 서비스나 물품을 판매하는 사업으로 유한킴벌리에서는 산업위생용품과 산업안전용품, 병원위생용품, 부직포 제품이 포함되어 있습니다.

**지속가능경영을 위한 신설 조직들 (2010.03~2011.05)**  
이해관계자위원회, 사회책임과 공헌위원회, 다양성관리최고책임자(CDO) 전략기획본부, neway3.0본부, 가족친화경영팀

## 신시장 개척 및 사업전략 : 해외시장 개척

유한킴벌리는 2004년 유아용 기저귀와 여성용 생리대를 수출하기 시작한 지 7년 만에 2010년 수출실적 2,376억 원을 달성하여, 창사 이래 최초로 2,000억 원을 돌파하였습니다. 2010년 8월에는 창사 이래 처음으로 월 수출 230억 원을 기록하였으며, 프리미엄 화장지와 타올(종이타올, 빨아쓰는 타올)의 매출이 증대되면서 2011년 1월에는 가정용품사업부문에서 최초로 월 300억 원을 달성하였습니다.

최근 5년간 연평균 성장률(CAGR, Compound Annual Growth Ratio)은 37%로 2010년 수출액은 전체 매출액의 약 20%를 차지하며 주요 수출국인 중국과 동아시아 지역에서 전년대비 각각 56%, 23% 성장하였습니다. 유한킴벌리는 다양한 제품개발을 통한 수출시장 확대와 함께 시장점유율 증가로 매출증대를 위해 노력하겠습니다.



## 제품별 수출 국가수

제품	기저귀	팬츠	생리대	물티슈	가정용품	부직포	병원용품	디펜드/프로/원자재
<b>수출 국가수 (개)</b>	12	4	24	13	4	14	2	23
<b>수출국</b>	남아프리카 공화국, 뉴질랜드, 대만, 러시아, 레바논, 말레이시아, 멕시코, 모로코, 모리셔스, 몰디브, 몽골, 미국, 바레인, 베네수엘라, 베트남, 볼리비아, 브라질, 사우디아라비아, 세네갈, 싱가포르, 아르헨티나, 앙골라, 에콰도르, 영국, 요르단, 우크라이나, 이스라엘, 이탈리아, 이집트, 인도네시아, 인도, 일본, 중국, 칠레, 코스타리카, 콜롬비아, 케냐, 콩고, 탄자니아, 태국, 터키, 페루, 필리핀, 호주, 홍콩, 스위스 등 총 53개국							

# 윤리경영과 리스크 관리

## 공정거래 자율준수 프로그램 준수

유한킴벌리의 최규복 대표이사 사장은 2011년 3월, 윤경SM포럼에서 윤리경영에 앞장서겠다는 서약을 하였습니다. 이는 2004년부터 지속적으로 참여해온 것입니다. 유한킴벌리는 공정거래 자율준수 프로그램을 운영하여 공정 경쟁 및 거래 문화 조성에 힘쓰고 있으며, 2011년 1월부터 5월까지 공정거래 외부교육을 3회 실시하여 구매본부 등 공정거래 관련 인원 12명이 이수하였습니다. 또한 행동규범에 뇌물과 부패 방지, 내·외부 정보보호 정책을 명시하여 사원들의 실천을 독려하고 있습니다. 2010년 현물 기부, 부패, 독점행위 위반 사례 및 이로 인한 벌금, 비금전적 제재는 없었습니다.

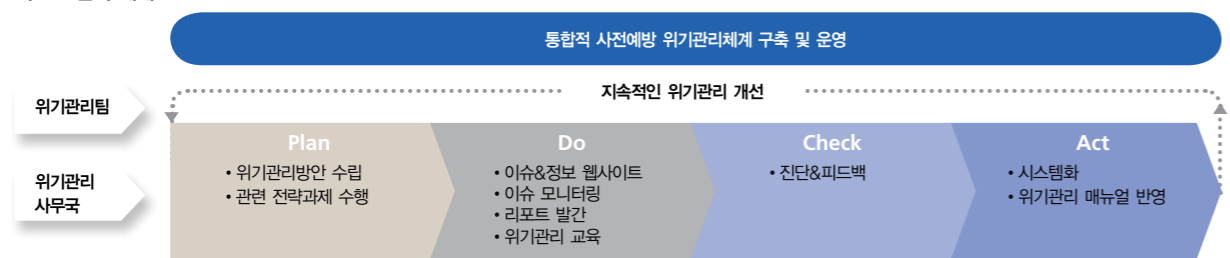
## 투명한 회계시스템

유한킴벌리는 전사적인 자원관리 시스템을 통해 재무투명성을 확인하는 회계시스템을 운영하고 있습니다. 또한 인터넷 내 내부통제 사이트를 통해 사원들에게 업무절차서, 업무위임 전결 규정, 계약승인 한도 등을 공개하고 있습니다.

## 리스크 관리

유한킴벌리는 사전예방원칙에 따른 위기관리체계를 구축하여 운영하고 있습니다. 위기관리팀과 위기관리 매뉴얼을 통해 통합적이고도 신속하게 대응하는 한편, 필요에 따라 위기관리 매뉴얼을 개정하고 있습니다. 향후 사회적 트렌드 분석 및 평가, 위기관리 트레이닝, 선제적 대처 활동 등을 지원하는 위기관리 사무국을 편제하여 운영할 계획입니다.

리스크 관리 체계



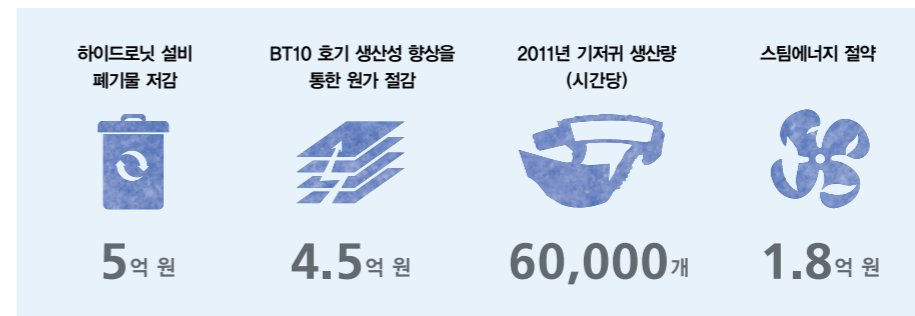
## 잠재 위험 진단 및 중점 관리

잠재 위험 진단을 위해 2010년 11월에 31개 위기 유형에 대한 사내 설문조사 평가결과를 위기관리 매뉴얼에 반영하여 제품오염, 원료 안전성 등 19개 항목을 중점 관리하고 있습니다. 또한 2011년 5월 각 분야별 NGO활동위원들이 참여한 잠재 위험 진단을 실시하여 외부에서 바라보는 유한킴벌리에 대한 기대 및 잠재 위기 유발 요인을 분석하였으며, 사전예방을 위한 중점 관리 영역을 더욱 현실화해 나가고 있습니다.

## 상시 위기 예방 역량 강화를 위한 교육 및 프로그램 구축

유한킴벌리는 중점 예방 과제와 위기관리 교육을 진행하여 위기 대응 역량을 강화하고 있습니다. 2010년 4월과 6월 총 2회에 걸쳐 임원 워크숍과 임원회의에서 사회적 이슈를 보고하였으며, 2011년 3월에는 위기관리 매뉴얼과 잠재 위험 평가 결과를 이슈&정보 웹사이트를 통해 전달하였습니다. 한편 사회적 변화에 선제적으로 대처하기 위해 전략과제를 2011년 2월부터 2달간 진행하였습니다.

# 혁신경영과 창조경영



## 하이드로넷 설비 폐기물 (Waste) 저감

유한킴벌리 김천공장은 2009년부터 하이드로넷 설비를 운영하고 폐기물 발생을 줄이기 위한 활동을 전개하여 원가 절감과 제품의 품질 경쟁력 향상에 기여하고 있습니다. 절차 표준화 및 개선을 통해 프로세스를 안정화하고 문제를 해결함으로써 2010년 폐기물 발생량은 9.5%로 전년대비 약 55% 감소하였으며, 약 5억 원의 원가 절감을 달성하였습니다.

## BT10 호기 (화장지 생산기계) 생산성 향상

김천공장은 크리넥스 데코앤소프트 제품을 생산하는 설비에 대해 가동 속도 증대를 위한 TFT 개선 활동과 체계적인 개선 툴을 도입하는 등 지속적인 생산성 증가를 위한 활동을 전개하였습니다. 이로 인해 교체 시간을 단축하고 낭비 요소를 제거하여 생산성이 전년대비 11% 증가하였으며, 약 4.5억 원의 원가 절감을 달성하였습니다.

## 설비종합효율 (OEE, Overall Equipment Effectiveness) 향상

유한킴벌리 대전공장은 린(Lean) 생산 방식을 도입하여 전사적인 운영 시스템(OS, Operating System)의 툴과 프로세스 혁신을 이루어 지속적인 개선 활동 문화를 정착시키기 위해 노력하고 있습니다. 2010년 대전공장 설비종합효율(OEE, Overall Equipment Effectiveness)이 84%로 전년대비 8% 향상되어 기저귀를 시간당 53,000개에서 최대 60,000개까지 생산할 수 있게 되었습니다.

## 스팀에너지 절약 (Steam Energy Saving)

대전공장은 외부공기를 100% 받아서 전량 배기하던 기존 냉난방 방식에서 공조기 개선을 통해 실내 공기 80%를 재사용함으로써, 부직포 및 기저귀 허리밴드 제조 현장의 스팀사용량을 줄여 연간 1억 8천만 원의 비용을 절감하였습니다.

31개

위기 유형에 대한  
사내 설문조사 평가결과를  
위기관리 매뉴얼에  
반영하였습니다.

대전공장, 기저귀 부문 최단기간 목표 생산성 달성

유한김벌리 대전공장은 새로운 기저귀 생산기계를 도입한 후 제품을 생산한지 6주만에(2010년 1월) 시간당 생산량 50,000개를 기록하여 김벌리클라크 산하 모든 생산 사업장 가운데 최단기간 목표 생산성에 도달하는 성과를 거두었습니다. 기계의 대부분을 국내에서 제작하였으며, 대전공장의 엔지니어들이 설비 디자인부터 직접 참여하여 다년간의 기저귀 기계 운영을 통한 노하우를 활용한 결과로 평가받고 있습니다.

전자세금계산서 도입 및 전자결재시스템 구축

유한김벌리 재무서비스팀은 프로세스를 개선하여 2010년 1월부터 전자세금계산서를 발행·운영하고 있습니다. 거래내용은 국세청으로 즉시 전송되며, 관리주기도 1개월로 축소·변경되었습니다. 또한 12월 업무 프로세스의 낭비를 제거하는 BPCI(Business Process Continuous Improvement)프로젝트의 일환으로 전자결재시스템을 구축하고, 본사 사원을 대상으로 총 5회에 걸쳐 시스템에 대한 교육을 진행하였습니다.

유니레버 제품 국내 판매 대행

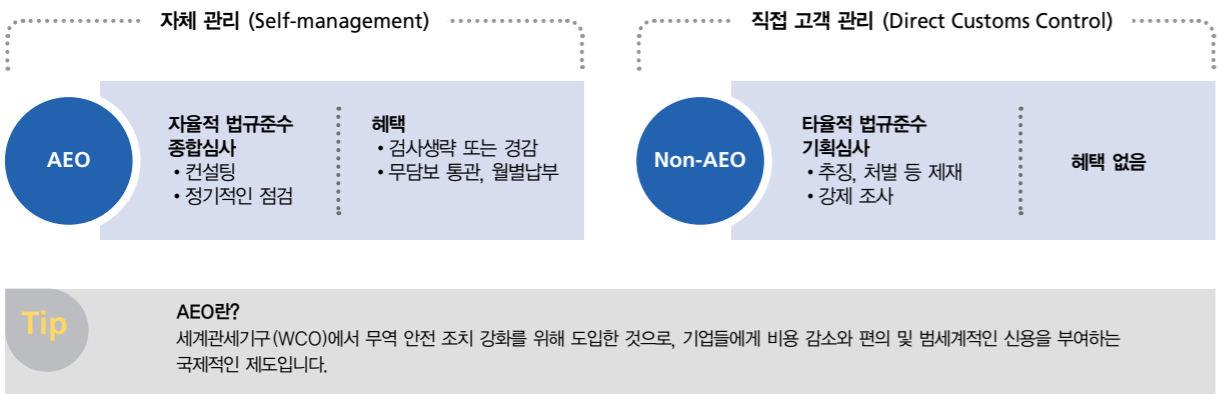
유한김벌리는 글로벌 생활용품 및 식품 선도기업인 유니레버코리아 제품과의 상호·보완적인 관계를 고려한 결과, 장기적으로 양사 제품 판매와 기업 성장에 도움이 될 것으로 판단하여 2010년 7월부터 관련 프로젝트를 수행하였으며, 11월부터 판매 대행을 시행하고 있습니다. 이로 인해 유한김벌리에는 유니레버의 헤어케어 및 바디케어 등 생활용품과 식품, 주요 브랜드인 도브(Dove), 폰즈(POND's), 립톤(Lipton) 등이 추가되었습니다.

원가 절감 혁신활동

유한김벌리는 국내 및 글로벌 시장에서 가격 경쟁력을 확보하기 위해 노력하고 있으며, 원가 절감 프로그램(FORCE)을 통해 2010년 약 263억 원을 절약하였습니다.

관세청 종합인증 우수업체 공인 획득 (AEO, Authorized Economic Operator)

유한김벌리는 수출시 무역안전에 대한 요구가 증가됨에 따라 무역 경쟁력을 확보하기 위해 2010년 12월 AEO 인증을 획득하였습니다. 이로써 통관 절차상의 혜택뿐만 아니라 상호인정협정(MRA, Mutual Recognition Agreement)을 통해 국가간 화물 수입 통관 시 서류 제출 간소화, 검사비용 축소, 통관 신속화 등의 혜택을 받을 수 있는 계기를 마련하였습니다.



# 한 눈에 보는 2010 유한킴벌리

주주 Shareholder

12,094억 원

유한킴벌리는 글로벌 경제위기 속에서도 연구개발 투자 및 신성장 발굴을 통해 창사 이래 처음으로 수출실적 2,000억 원을 돌파하였으며, 매출액도 전년대비 7% 증가하였습니다.

직원 Employee

425시간

유한킴벌리는 직원 역량개발과 평생학습을 위해 힘쓰고 있습니다. 2010년 직원 대상 교육은 MBA, 직무 및 리더십 과정으로 구성되어 총 425시간동안 진행되었으며, 2010년 5월 평생학습 실천을 위해 전사원에게 스마트폰 또는 넷북을 지원하였습니다.

협력회사 Business Partner

8,560억 원

유한킴벌리는 협력회사의 재화 및 서비스 구매비용으로 2010년에 연간 8,560억 원을 지출하였습니다. 협력회사의 동반성장을 위해 소비자 보호와 제품책임 실천에 영향을 미치는 공급업체를 선정하여 경쟁력 강화를 돕고 있습니다. 더불어 저탄소 비전 및 로드맵을 수립하여 공급망 전과정에서의 저탄소화를 위해 노력하고 있습니다.

고객 Customer

고객응대 일원화

실시간 채팅 상담 서비스, 문자 상담 서비스 도입

유한킴벌리는 브랜드 사이트에서 개별 응대하던 고객문의를 고객지원본부로 일원화하여 신속하게 고객 응대를 할 수 있도록 개선·운영하고 있으며, 온라인 시대에 따른 고객 니즈에 부응하기 위해 실시간 채팅 및 문자 상담 서비스를 도입하였습니다.

지역사회 Society

창립 40주년 기념 전사원 나무심기

8,500그루

4,100만 그루 (2010년 말 누적기준)

유한킴벌리는 2010년 '창립 40주년 기념 전사원 나무심기'를 개최하여 1,051명이 8,500그루를 식재하였습니다. 1984년부터 전개해 온 '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인으로 조성된 조림은 2010년 말 기준으로 4,100만 그루입니다.

2010 대한민국 사회책임경영대상

1위

유한킴벌리는 2010년 6월, '대한민국 사회책임경영대상'을 수상하였습니다. 27년간 '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인과 지속적인 환경경영을 실천하여 환경경영부문에서 단독 대상으로 선정되었습니다.

2010 대한민국 지속가능성지수

1위

유한킴벌리는 2010년 12월, 한국표준협회가 주최하는 지속가능성 경영 평가에서 생활용품 1위로 선정되었습니다. 종합점수는 64.05점으로 전체 평가 집단에서 최고점수를 받은 것으로 조사되었습니다.

가장 존경받는 기업 8년 연속 수상

3위

유한킴벌리는 2011년 2월, 한국능률협회컨설팅(KMAC)이 실시한 조사에서 한국에서 가장 존경받는 기업에 8년 연속 선정되었습니다. 특히 고객가치와 사회가치에서 1위를 차지하였습니다.

# 02

Vision 2020

## Vision 2020의 바람

미션과 비전 | Special page 사람들이 참여한 비전 수립 과정 | 핵심가치 | 5대 전략방향 | 비전 2020 수립 이후의 변화들

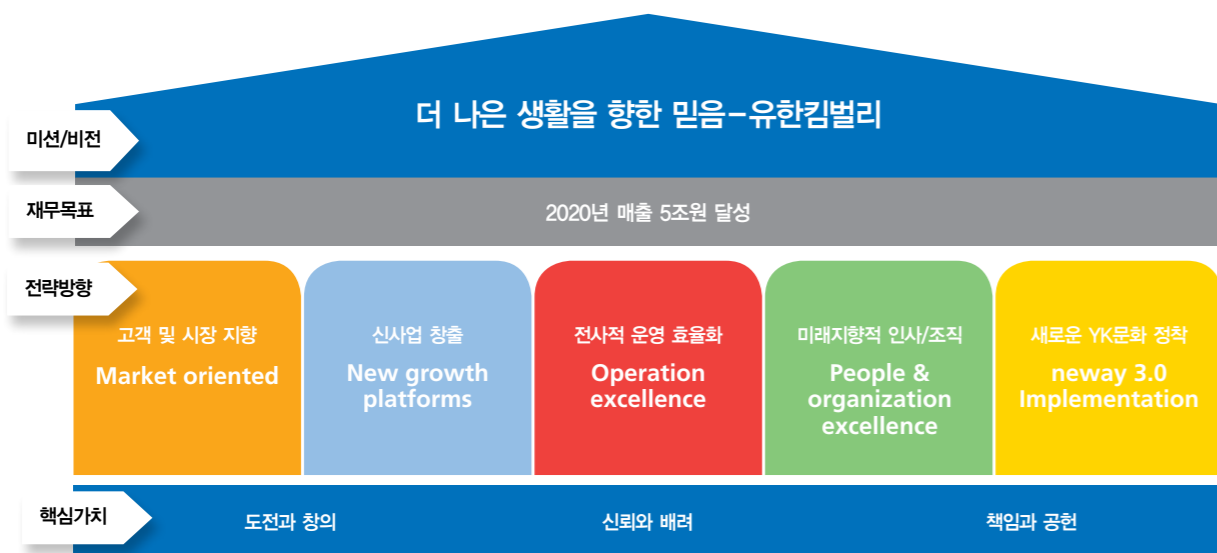
유한킴벌리는 전사원이 참여하여 향후 2020년까지의 비전과 보다 도전적인 재무목표를 수립하였습니다.

이를 위해 구체적인 전략방향을 도출하여 변화를 지속적으로 추진하고 있습니다.

# 더 나은 생활을 향한 믿음-유한킴벌리

## 비전 2020 체계도

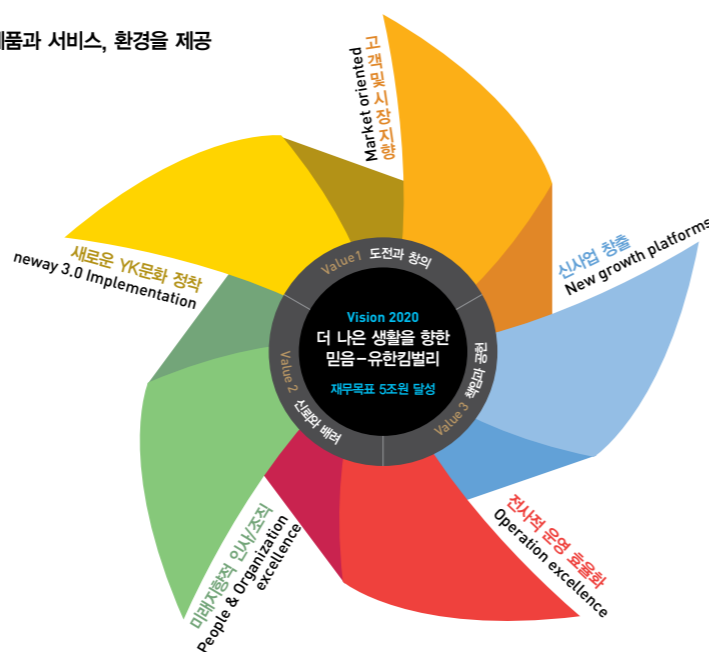
유한킴벌리는 창립 40주년을 맞아 2010년 10월에 건강한 성장과 새로운 도전을 만들어 가기 위해 2020년까지의 비전체계를 전반적으로 새롭게 수립하였습니다. 더 나은 생활을 만들어나가겠다는 것은 유한킴벌리의 존재이유이자 나아갈 방향입니다. 특히 매출 5조원이라는 도전적인 재무목표를 수립하고, 이에 도달하기 위한 구체적인 전략 방향을 도출하였다는 것이 특징입니다.



- “더 나은” 더 나은 수준의 제품과 서비스, 환경을 제공
- “생활” 유한킴벌리 사업의 방향성
- “향한” 더 나은 생활을 추구하는 지향성
- “믿음” 고객과의 신뢰를 유지하며 더 나은 생활이 가능한 제품과 서비스, 환경을 제공

## 비전 2020 상징-바람개비

유한킴벌리 ‘비전 2020’의 상징은 ‘바람개비’입니다. 바람개비는 새로운 바람에 의해 돌아가기도 하지만, 이것을 들고 있는 주체가 스스로 뛰어감으로써 바람을 만들어내는 속성을 갖고 있습니다. 때문에 바람개비는 스스로 미래의 변화를 만들어내는 도전적이고 역동적인 유한킴벌리 사람들과 문화를 의미합니다. 바람개비의 날개는 5대 전략방향을 담아 이것이 함께 돌아가감으로써 비전과 미션을 달성하겠다는 의지를 표현하고 있습니다.



## 사원들이 참여한 비전 수립 과정

유한킴벌리의 ‘비전 2020’은 기존의 비전과 차별화된 ‘사원 참여형 비전’입니다. 미션이자 비전인 ‘더 나은 생활을 향한 믿음-유한킴벌리’는 유한킴벌리 존재의 이유와 향후 지향하는 바를 동시에 담고 있습니다.

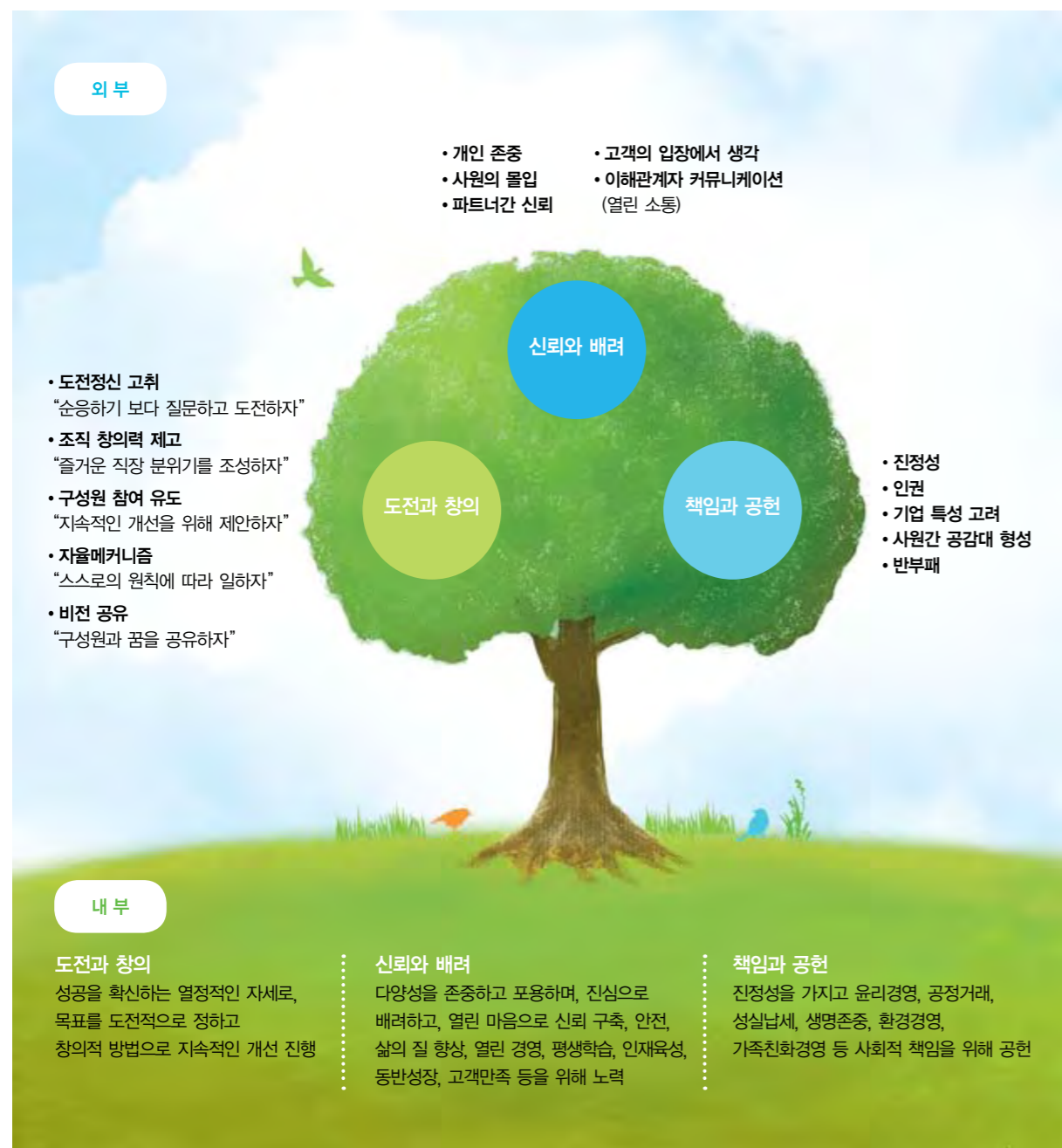
유한킴벌리는 새로운 비전 수립을 위해 2010년 3월부터 각 사업장의 그룹 인터뷰, 계층별 간담회, 사원 설문조사, 1박 2일 전사원 워크숍 등을 통해 사원들의 다양한 생각과 의견을 수렴하였고, 이를 분석하여 비전과 주요 전략과제, 핵심가치를 수립하였습니다.



# 도전과 창의, 신뢰와 배려, 책임과 공헌

## 3대 핵심가치의 수립

유한킴벌리는 기존의 5대 경영방침을 ‘도전과 창의’, ‘책임과 공헌’, ‘신뢰와 배려’ 라는 3대 핵심가치로 재정립하였습니다. 외부 이해관계자의 다양한 조언을 수렴하는 한편 모든 구성원이 핵심가치를 공유하여 실현해가기 위해 노력하겠습니다.



# 매출 5조원 실천을 위한 전략 구체화

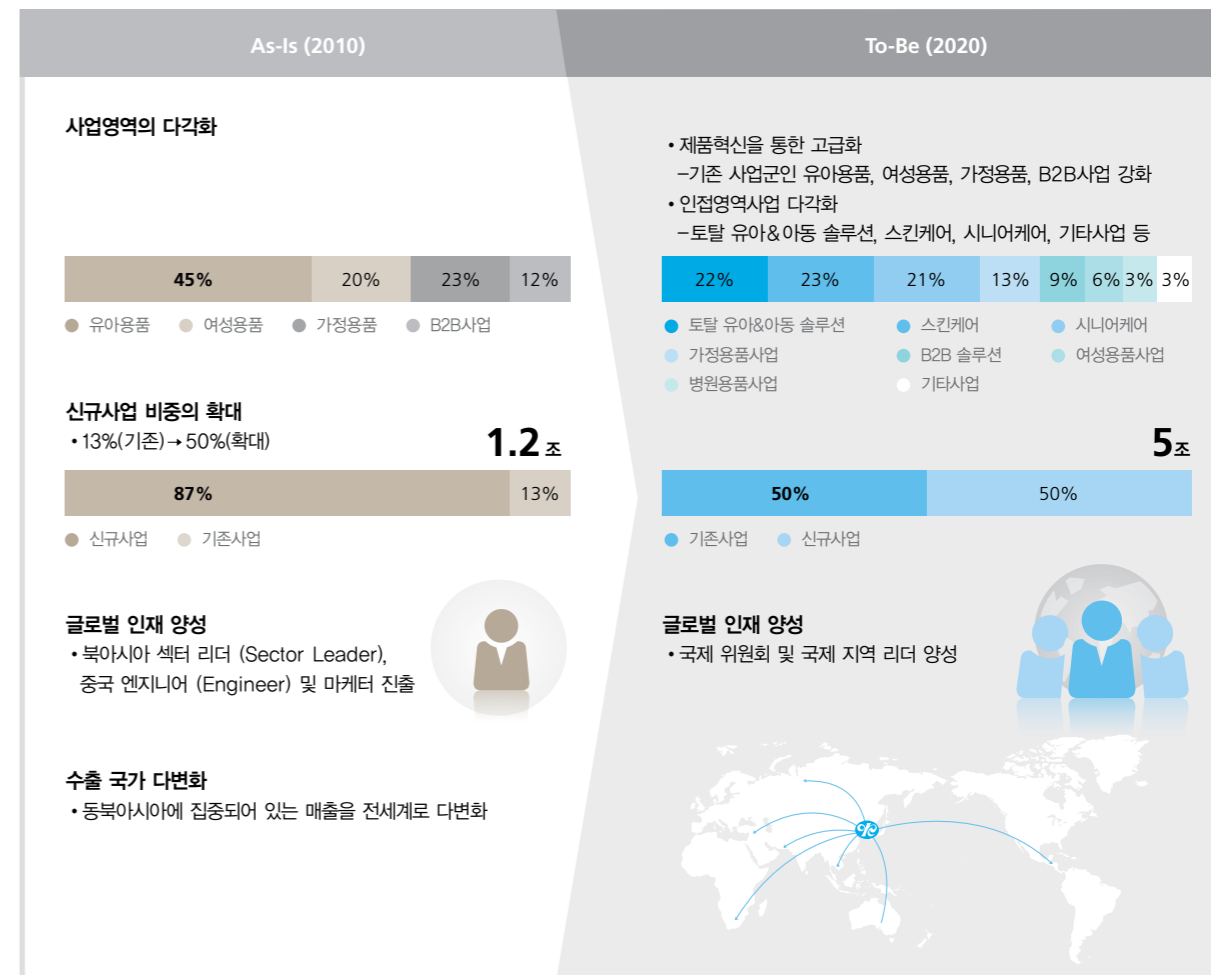
## 비전 2020에 따른 사업계획

유한킴벌리는 ‘비전 2020’에 따라 2020년까지 국내 매출순위 100대 기업과 연평균 성장률 15%를 달성하기 위해 전략방향으로 고객 및 시장지향, 신사업 창출, 전사적 운영 효율화를 수립하였습니다. 혁신을 통한 제품 고급화와 더불어 기존 사업군을 강화하는 동시에 스킨케어, 시니어케어 등 사업영역을 다각화하고 시장 개발 및 제품의 차별화로 신성장 사업을 구축해 나갈 계획입니다. 또한 국제 위원회 및 국제 지역에서 활동가능한 글로벌 인재 양성에 힘쓰는 한편 저가제품의 일본 시장 진출과 사업의 확장에 따라 동북아시아에 집중되어 있던 수출 국가를 다변화할 예정입니다.

## 비전 2020에 따른 인사 조직 문화 혁신 계획

유한킴벌리는 미래지향적인 인사 조직과 새로운 문화 정착을 위해 28개 과제를 집중적으로 설정하고 이를 추진하기 위해 노력하고 있습니다.

비전 2020에 따른 변화된 모습



# 유한킴벌리는 사장부터 사원까지 모두 “님”으로 호칭

## 비전 2020 실행의 첫 해와 변화들

2011년은 비전 2020 실행의 첫 해로서, 5대 전략방향 내 67개의 세부 전략과제를 지속적으로 실행하여 2010년 10월 ‘비전 2020’을 선포한 이후 건강한 성장을 위해 필요한 변화들을 준비하였습니다.

## 수평적 사내호칭제도 “님” 도입

2011년 1월부터 사장부터 사원에 이르기까지 수평적 의사소통 활성화 및 상호 존중 문화 정착을 위해 호칭을 “님”으로 통일하는 제도를 도입하였습니다. 수평적 사내호칭은 구두 대화나 이메일, 사내문서 등에서 적용되며, 사외호칭은 기존과 동일하게 사용됩니다.

## 첫 사내공모제도 실시

유한킴벌리가 창립 이래 최초로 경력개발, 직무전환, 인력재배치 기회 제공을 위해 시행한 사내공모제도(Internal Job Posting)는 입사 3년 이상을 대상으로 총 4회(2010.9~2011.3)에 걸쳐 진행되었습니다.

## 67개 전략과제 중 43% 진행

사원들의 의견을 바탕으로 도출된 67개 전략과제 중 약 43%인 29개 과제의 실행계획이 완료되었습니다(2010년 5월 말 기준). 이에 따라 성과평가 프로세스를 보다 합리적인 체계로 재정비하고 본사건물이 스마트 오피스로 구축되고 있으며, 신규 사업 가속화를 위해 전략기획본부가 신설되었습니다.

비전 2020에 따른 변화들

구분	비전선포 전	비전선포 후	세부내용
비전공유 및 전략실행	전략과제	-	67개
	비전 로드쇼	-	5회
	전략적 제휴	-	유니레버 제품 판매대행
업무효율 개선	영상회의 시스템 구축	-	5개
	내부통제 개선	-	45건
	전자결재시스템	-	195건/월
커뮤니케이션 및 수평적 제도 확산	사내공모	-	17명
	Yammer 도입 (기업용 SNS)	사내 메신저	사내 SNS Yammer 도입
	수평적 사내호칭제도	한국식 호칭 또는 직책	사내호칭 통일
복지 및 교육 확대	가족사랑의 날	월 1회 비정기적 실시	매주 수요일로 확대
	유연복장제	금요일 시행	매일
	IDP (Individual Development Plan) 강화 위한 교육계획 수립	-	30개

# 03

## Sustainability Agenda

# 장수기업 최우선 조건과 사회책임경영 4대 아젠다

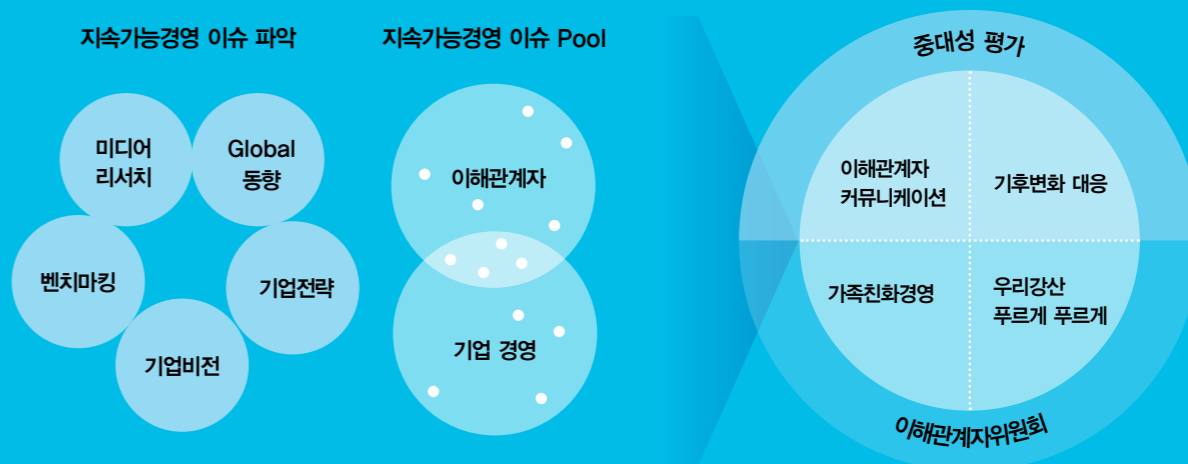
이해관계자 커뮤니케이션 | 기후변화 대응 | 가족친화경영 | 우리강산 푸르게 푸르게

유한킴벌리는 지속가능경영의 이슈를 파악하고,

중대성 평가와 이해관계자위원회 의견을 반영하여

사회책임경영 4대 아젠다를 도출하였습니다.

아젠다별로 유한킴벌리의 노력을 간략하게 보고합니다.



2011 유한킴벌리가 장수기업이 되기 위한 최우선 조건

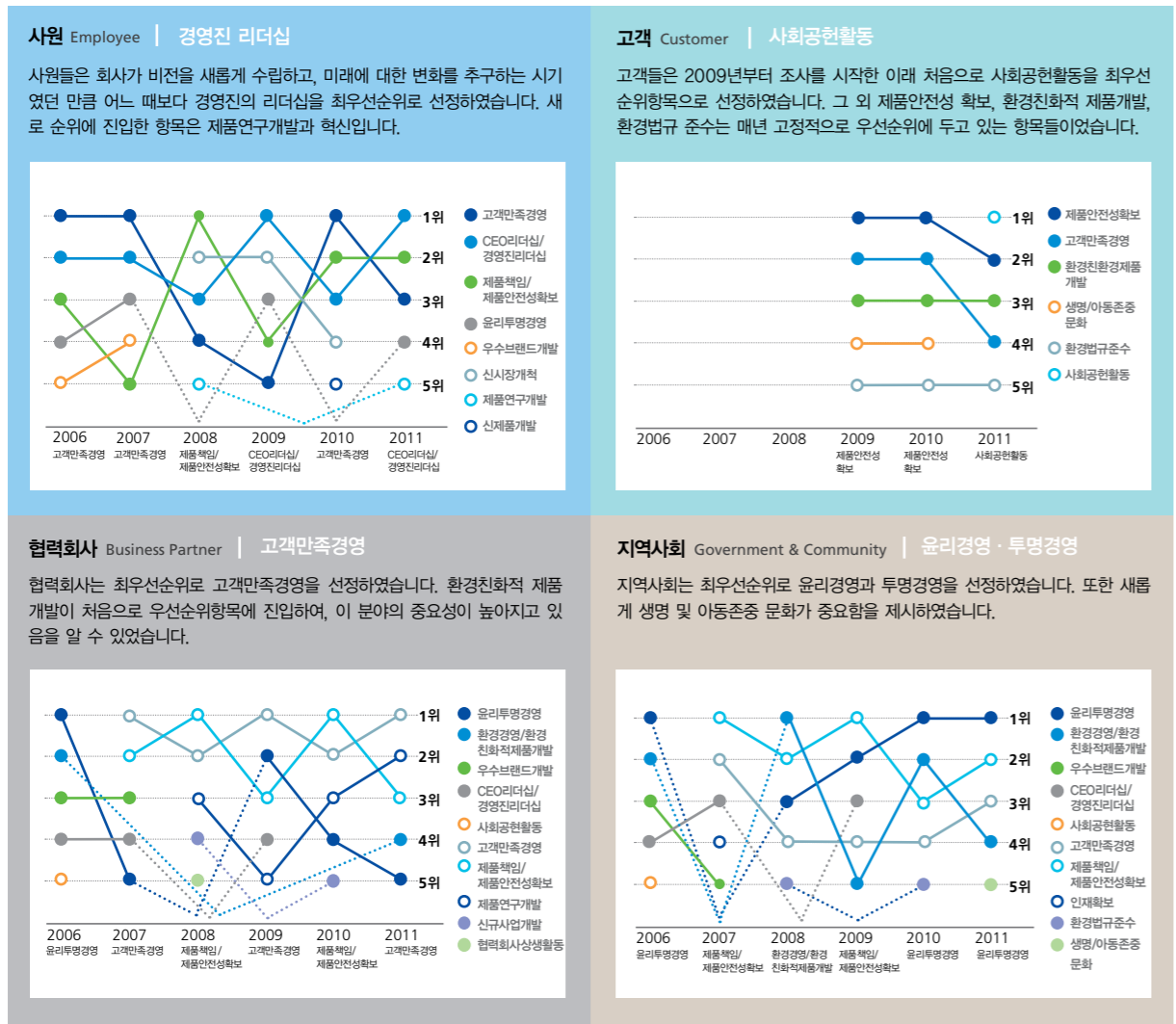
# 변함 없이 제품안전성 확보가 가장 중요한 화두!

(2011년 3월 조사) 총 1,266명 참여

유한킴벌리는 시장변화에 유연하게 대응하면서도 경쟁력을 강화하여 지속적으로 장수기업이 되도록 노력하고 있으며 매년(2006~2011년) 이해관계자들에게 설문조사를 진행하여 의견을 수렴하고 있습니다. 2011년 이해관계자 조사결과 경영진 리더십, 고객만족경영, 사회공헌활동, 윤리경영과 투명경영이 최우선순위로 선택되었으며, 새로운 이슈로는 제품의 연구개발과 혁신, 환경친화적인 제품개발, 사회공헌활동, 생명 및 아동존중 문화가 포함되어 이해관계자들이 무엇을 가장 중요시하고 있는지를 확인할 수 있었습니다. 또한 제품개발의 중요성에 대한 인식이 향상되고, 사회적 책임과 인권의 준중이 기업의 장수요건으로 새롭게 부각되었습니다.

유한킴벌리는 연도별·이해관계자별 트렌드를 함께 고려하여 사회책임경영활동에 반영하고 있습니다.

2011 이해관계자별 장수기업 필요 조건 1위 (2006~2011)



이해관계자로부터 제기된 장수기업 요건에 대한 유한킴벌리의 노력

분류	내용	보고서 내 연계 페이지
장수기업 4대 공통 요소	<p>유한킴벌리는 제품안전성 승인 및 확인 시스템을 운영하고 있습니다. 기저귀 제품류, B2B제품류, 물티슈 등 국내 판매용 및 수출용 유아위생용품에 적용되는 물질의 유해성 여부는 유해화학물질 관리법의 기준에 따라 주기적인 모니터링을 수행하고 있습니다. 2010년 기준으로 제품 안전 정책에 따라 데이터를 분석한 결과 고객건강과 안전관련 규정 위반사례나 유해물질의 검출은 없었습니다.</p> <p>2007년 3월부터 대전공장에서 유해물질분석실험실을 운영하고 있으며, 원료 유해성 검증 프로세스 강화 및 유해성 분석 실험실을 통해 유해물질을 상시 모니터링하고 있습니다. 한편, 제품라벨 표시 기재 규정을 준수하고 사회적인 이슈가능성 및 불안유발 가능성이 있는 물질에 대한 지침을 개발하는 등 제품안전성 확보를 위해 노력하고 있습니다. 표시문구에 대해서는 내부 검토를 실시하고 있습니다.</p> <p>제품안전성 확보</p> <p>제품안전성 평가 시스템</p>	61
	<p>유한킴벌리는 고객의 의견청취 및 반영을 통해 고객만족과 신뢰형성을 위해 노력하는 한편, 매년 고객만족도 조사를 실시하고, 고객서비스 프로그램 등 고객관계 강화활동을 지속적으로 실천하고 있습니다. 2008년 건강위생용품 업계 최초로 소비자불만 자율관리 프로그램 (CCMS, Consumer Complaints Management System) 인증을 획득한 이래 고객만족경영의 정착을 위해 전사적으로 교육 및 아카데미를 개최하고 있습니다.</p>	60~62
	<p>유한킴벌리는 윤리경영 실천을 다짐하는 서약에 참여하고, 윤경SM포럼을 통해 기업의 윤리경영 실천에 앞장서고 있습니다. 전사적 자원관리시스템을 통해 투명한 회계시스템을 운영하는 한편 사내 교육을 통해 공정거래 자율준수를 위해 노력하고 있습니다. 또한 2007년부터 UN글로벌팩트에 가입하여 회원국으로서의 인권 존중과 반부패 등 10대 원칙을 준수하고 있습니다.</p>	12,15
	<p>유한킴벌리는 기존의 경영방침을 바탕으로 새로운 핵심가치를 재정립하는 한편 다양한 직원들의 의견을 반영하여 비전 2020을 수립하고 달성을 위한 전략과제를 도출하였으며, 이를 추진하기 위한 조직을 신설하는 등의 노력을 하고 있습니다.</p>	6~11, 18~22
2011년 장수기업 자격요건의 새 요소	<p>유한킴벌리는 변화하는 시장과 고객 요구 및 제안사항을 개발에 반영하기 위해 고객조사와 경제적 가치 창출을 위한 연구기술 개발에 지속적으로 투자하고 있습니다.</p>	51
	<p>1997년에 환경경영방침을 발표하고, 녹색구매 원칙을 수립하여 청정생산시스템 및 생분해성 소재 개발, 녹색구매 확대 등을 추진하는 한편 2차 포장재를 절감하기 위해 노력하고 있습니다.</p>	34, 68
	<p>1984년 이래 숲보호활동인 '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인과 2004년부터 본격적인 저출산시대 극복을 위한 가족친화경영을 통해 우리사회의 바람직한 사회공헌활동의 모범이 되고자 노력하고 있습니다. 또한 직원들의 자발적인 사회공헌활동을 권장하고 있습니다.</p>	39~42, 43~46, 64~65
	<p>유한킴벌리는 사람이 희망이라는 이념을 바탕으로 UN글로벌팩트를 준수함은 물론 생명의 소중함을 알리는 '신혼부부 학교'를 개설하고 육아 지식을 온라인으로 강연하는 육아포럼을 진행하고 있습니다. 더불어 협력업체 평가 시 평가 항목에 최저임금 지급여부 및 외국인 근로자에 대한 공정한 대우 등의 인권사항을 고려하고 있습니다.</p>	15, 41, 58

# 아젠다 01 이해관계자 커뮤니케이션

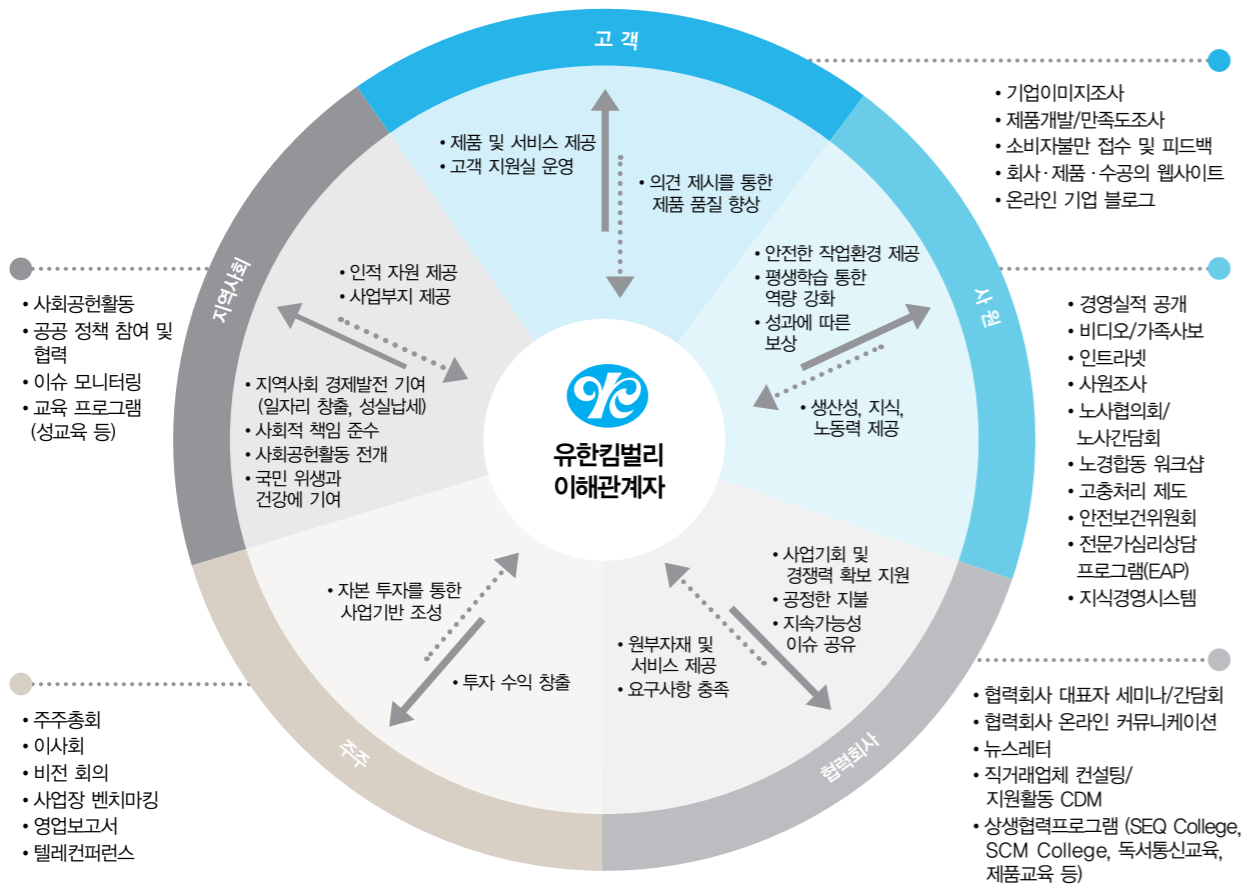
2011 유한킴벌리 사회책임경영 4대 아젠다

**우리의 환경** • 글로벌 금융위기 등 우리를 둘러싸고 있는 환경은 불확실성이 많아지고 기업에 대한 사회적 책임 요구가 증가하고 있습니다. 다양한 이해관계자의 소통을 통해 새로운 성장기회와 사전에 위기를 관리하는 것은 점점 중요해지고 있습니다.

**유한킴벌리** • 유한킴벌리는 이해관계자와의 커뮤니케이션을 위해 다양한 채널을 구축하여 소통하고 있습니다. 2006년부터 매년 이해관계자 설문조사를 통해 의견을 청취하여 이를 경영에 반영하고 있으며, 2010년에는 창립 이래 최초로 이해관계자위원회를 개최하여 각 분야의 의견을 수렴하고 있습니다.

유한킴벌리는 이해관계자를 고객, 사원, 협력회사, 주주, 지역사회로 정의합니다. 특히 이해관계자별 특성을 고려한 커뮤니케이션 채널을 구축하여 다양한 의견을 수렴하고 회사 웹사이트와 매년 발간되는 사회책임경영보고서 등을 통해 성과를 공개하고 있습니다.

이해관계자와의 커뮤니케이션 방법



## 이해관계자 의견청취

유한킴벌리는 이해관계자 참여 확대를 통한 지속가능경영을 실천하고 있으며, 2006년부터 이해관계자 설문조사, 지속가능경영 보고내용에 대한 자문 및 검증을 실시하고 있습니다. 또한 2010년 상반기에는 지속가능한 디자인을 위한 실무 리더들간의 좌담회 및 CEO와 사원간의 소통 프로그램을 진행하였습니다.

유한킴벌리는 2010년 3월 창립 이래 처음으로 제 1회 이해관계자위원회를 개최하였습니다. 지속적으로 이해관계자위원회를 개최하여 다양한 관점에서 회사의 이슈 및 리스크를 파악하고, 보다 지속가능한 성장을 위한 방안을 모색하고 있으며, 신규 기회 및 리스크 대응을 통한 혁신으로 연계하고자 노력하고 있습니다. 이해관계자위원회는 2011년 5월까지 총 3회에 걸쳐 각 분야별 전문가들이 참여하였습니다



2010 이해관계자 의견청취(2010.06~2011.05)

	구 분	추진기간	세부내용
지속가능경영 전반	2011 이해관계자 설문조사 진행 <b>1,266</b>	2011.01~02	사원 (407), 협력회사 (150), 지역사회 (100), 고객 (609)
	2010 보고서 전문가 검증 <b>5</b>	2010.06~07	조동성 교수 외 4명
	제2회 이해관계자위원회 개최 <b>6</b>	2010.11	전익찬 세종대학교 환경공학부 교수 김기용 카길코리아 대표 김기찬 카톨릭대학교 경영학과 교수 나운봉 경희대학교 교수 이원재 한겨레경제연구소 소장 이보은 여성환경연대 사무처장
	제3회 이해관계자위원회 개최 <b>6</b>	2011.05	박태진 대한상공회의소 지속가능경영원 김기용 카길코리아 대표 김기찬 카톨릭대학교 경영학과 교수 김현진 서울과학종합대학원 교수 윤정숙 아름다운재단 상임이사 조영식 이화여자대학교 교수
보고서 전반	2011 보고서 검증	2011.07	(주) DNV 인증원
	2010 사회책임경영보고서 피드백 <b>209</b>	2011.03	보고서를 읽고 독자의견 설문에 응답한 이해관계자
소계	<b>1,492</b>		

\*이해관계자위원회는 기존 설문조사나 인터뷰 형식에서 벗어나 보다 다양하고 심층적인 소통을 하기 위한 이해관계자 참여의 한 방법으로, 기업의 비전과 가치를 이해관계자들과 소통하여 지속가능경영 전략에 반영하기 위한 방향을 논의하기 위해 개최되었습니다.

1,492명

이해관계자 설문조사 및 이해관계자위원회, 사회책임경영보고서 피드백을 통해 이해관계자의 다양한 의견을 청취하였습니다.

## 제 2회 이해관계자위원회

# 유한킴벌리라면 더 가치있고 더 아름다운 일을 통해 기업의 비전을 달성하시기 바랍니다

비전 2020에 대한 제 2회 이해관계자위원회의 조언

• 주 제 “비전 2020 달성, 앞으로 10년에 대한 제언”

• 제 2회 이해관계자위원회 위원들 전의찬님(좌장, 세종대학교 교수), 김기용님(카길코리아 대표), 김기찬님(가톨릭대학교 교수), 나운봉님(경희대학교 교수), 이보은님(여성환경연대 사무처장), 이원재님(한겨레연구소 소장)

1  
의제

유한킴벌리의 현재를 진단하고 향후 10년을 예측해본다면, 앞으로 유한  
킴벌리가 보다 집중적으로 노력해야 하는 이슈는 무엇입니까?

### 비전 2020 공유 및 내재화

**김기용** 님 모든 참여자들이 주인의식을 갖고 일상에서 실행할 수 있는 비전을 만드는 것이 제일 중요하다고 생각합니다. 중요한 것은 비전을 만드는 것이고 그 다음에 가치와 비전을 공유하고 생활화시키는 것인데, 유한킴벌리에서 가지고 있는 고유한 문화가 비전 2020을 실현하기 위한 뒷받침이 되고 있느냐 하는 문제입니다. 회사의 비전을 이루는 데 사원들 각자가 자신의 역할이 어떤 것인지, 어떤 의미를 가지는지 느끼고, 그것의 가치를 깨닫는 과정을 거쳐야 비전 2020이 발전하는 동력이 될 수 있을 것이라 생각합니다.

**김기찬** 님 유한킴벌리는 비전을 숫자로 해서 따라와라 하는 것 보다는 그 비전이 왜 비전이 되어야 하는지 사회적 책임 차원에서 스토리로 설명할 수 있어야 합니다. 그런 고민에 대해 내부 이해관계자와 외부 이해관계자 간에 좀 더 커뮤니케이션이 되었으면 좋겠습니다.

### 저출산, 인구 고령화 등과 같은 사회 문제에 대한 솔루션

**김기용** 님 유한킴벌리는 굉장히 좋은 자산을 가지고 있는데 이러한 이미지가 사업과 잘 연결되면 좋을 것 같습니다. 저출산 문제라든지 인구 고령화, 시니어케어에 대한 솔루션을 만드는 그 자체가 한쪽으로는 비즈니스, 한쪽으로는 사회문제를 해결하는 것입니다. 구성원들이 각각 제품을 생산하는 것 그리고 자기가 제공하는 모든 활동이 사회적 문제를 해결하고 사회공헌한다는 기업의 사회적 책임(CSR, Corporate Social Responsibility 이하 CSR)을 비즈니스 측면에서 잘 정리한다면 사업도 커지고 구성원들이 보람을 느낄 수 있지 않나 생각합니다.

**이보은** 님 잠재적인 소비자이자 미래세대인 10대들과 유한킴벌리가 어떻게 소통할 것인가에 대한 고민이 필요합니다. 이들이 윤리적이고 체계적인 소비자가 될 수 있도록 즐거운 기업의 이미지들을 함께 공유하고 조금 더 자원을 집중하는 모습들이 필요하다고 생각합니다.

### 사업 확장에 따른 대책 마련 필요

**김기찬** 님 M&A를 통해 기업이 성장하는 경우가 많은데 매출 5조원을 이루기 위해 M&A 툴을 어떻게 활용할 것

1. 전의찬 님 (좌장, 세종대학교 교수)
2. 김기용 님 (카길코리아 대표)
3. 김기찬 님 (가톨릭대학교 교수)
4. 나운봉 님 (경희대학교 교수)
5. 이보은 님 (여성환경연대 사무처장)
6. 이원재 님 (한겨레연구소 소장)



인지 생각해야 합니다. 지금까지의 유한킴벌리가 조직능력으로 성장해왔다면 이제 역동적 능력으로의 전환은 아주 좋은 생각입니다. 이를 위해 지난 40년 간의 데이터를 분석하여 직원들간의 워크샵 같은 것들이 많이 있으면 좋겠습니다.

**이원재** 님 사업 확장으로 인한 리스크 관리를 위해서는 CSR을 강화하고 이해관계자와의 관계를 계속해서 유지해야 합니다. 기존 NGO와의 대화와 각 분야별 학자 및 전문가와의 교류를 확대할 필요가 있습니다.

2  
의제

2020년을 내다보는 유한킴벌리가 현재의 기업 명성을 유지하고, 빠르고 폭넓게 변화하는 사회·환경적 리스크 관리를 위해 고려해야 하는 주요 이슈 및 대응 방안은 무엇입니까?

### 사회적인 측면

**나운봉** 님 경영 패러다임의 핵심가치, 경영 키워드가 무엇인지가 중요합니다. 경쟁력의 핵심을 어디에 두어야 하는 것인지 생각해보고, 경쟁력의 키워드를 내부적으로 찾는 것이 중요합니다.

**전의찬** 님 기업의 사회적 책임에 대해 전 지구적인 환경 문제와 사회적인 이슈 등으로 범위를 넓혀야 한다고 생각합니다.

**이원재** 님 국제적인 이니셔티브와 CSR 리더십 유지 및 확장이 필요하다고 생각합니다.

### 환경적인 측면

**이보은** 님 유한킴벌리의 매출이 성장하면 성장할수록 발생하는 자원문제와 환경문제에 대한 공격들이 더 글로벌화될 것입니다. 편리함이라는 이점으로 일회용기저귀를 쓰고 있는데, 만약 여기에 안전성에 대한 리스크가 생긴다든지 조금이라도 아이의 건강에 도움이 되지 않는다면 아토피를 유발할 수 있다든지 하는 등의 아주 작은 리스크가 생기면 소비자의 머릿속은 매우 복잡해질 것입니다. 유한킴벌리가 장수기업이 되기 위해서는 안전성과 화학물질의 유해성에 대한 고민이 필요합니다. 또한 각종 생활용품들이 얼마만큼의 탄소발자국을 남기고 있고, 이를 해결하기 위해 유한킴벌리가 어떤 노력을 하고 있는지에 대해 소비자들과 적극적으로 소통하였으면 합니다.

# 우리강산 푸르게 푸르게, 건강한 잔뿌리를 위해 다음 단계를 준비하라!

책임과 공헌의 진화에 대한 제 3회 이해관계자위원회의 조언

- 주 제 “유한킴벌리의 책임과 공헌의 진화를 위한 제언- ‘우리강산 푸르게 푸르게’ 를 중심으로”
- 제 3회 이해관계자위원회 위원들 박태진님(좌장, 대한상공회의소 지속가능경영원 원장), 김기용님(카길코리아 대표), 김기찬님(가톨릭대학교 교수), 김현진님(서울과학종합대학원 교수), 윤정숙님(아름다운재단 상임이사), 조영식님(이화여자대학교 교수)



## 1 의제

‘유한킴벌리의 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인이 지속적이고 안정적인 성과를 내고 있는 지금이 과연 충분한 것인가’ 라는 문제 의식을 바탕으로, 지금까지 성과와 현황을 살펴본다면 어떻습니까?

**김기찬 님** 이제는 나무를 많이 심는 것이 중요한 것이 아니라, 정신건강에 좋은 휴양림 같이 우리생활에 도움이 되는 나무가 되어야 합니다.

**김현진 님** 품질, 가격, 디자인 등의 조화를 통해 나아가야 하는 점에서 잘 이루어지고 있고, 홍보 측면에서도 구체적인 콘텐츠가 있었기 때문에 지금까지 신뢰받고 존경 받는 기업이 되었다고 생각합니다. 이제 스토리들을 재해석하고 재창조하여 미래의 유한킴벌리 이미지를 새롭게 창조하는 근간으로 삼는 작업이 필요하지 않을까 생각합니다.

**조영식 님** ‘우리강산’ 에 대한 확장과 시야를 넓혀 ‘우리’ 가 아닌 좀 더 폭 넓은 관점에서의 주체 변환이 필요합니다. 언어 자체는 포기할 수 없지만 주체와 대상의 확장을 통한 다음 단계로의 로드맵이 필요하다고 생각합니다.

**윤정숙 님** ‘우리강산’ 이라는 말도 일반적이고, ‘푸르게 푸르게’ 라는 말도 지난 10년 동안 온갖 모든 것에 사용했기 때문에 ‘푸르다’ 라는 말의 느낌이 이제 소비나 유한킴벌리의 새로움과는 매칭이 안되고 있어 슬로건을 한번 고려해 주셨으면 합니다.

## 2 의제

유한킴벌리의 ‘비전 2020’의 실현을 위해 다가오는 2020년까지 우리 강산 푸르게 푸르게(KKG, Keep Korea Green)가 보다 진화·발전하기 위해 준비하고 계획해야 할 것은 무엇입니까?

**박태진 님** 사회적 가치를 추구하는 기업 이미지와 함께 환경, 창의, 공익, 미래세대 등과 같은 것들을 강화시켰으면 합니다. 또한 사회적 트렌드 인식 변화를 잘 읽는 것도 필요합니다.

그 동안은 양, 풍요롭고 편리한 것들에 관심을 가졌다면 이제는 질, 안전이라든지 건강에 관심을 가져야 할 것 같습니다. 로컬에서 글로벌로, 일류에서 초일류로 가도록 노력해야겠습니다.

**김기찬 님** 유한킴벌리를 나름대로 정의한다면 마케팅이 강한 것 같습니다. 원심력으로 강한 것 같은데, 과연 원심력을 맡아줄 만큼 조직의 생산에 있어서 제품 개발이 강한지 생각해 봐야합니다. 유한킴벌리가 앞으로 해야 할 과제는 마케팅 중심회사에서 구심력과 내부가 튼튼한 회사가 되는 것이라고 생각합니다. 좋은 사과가 열리려면 좋은 잔

뿌리가 필요하듯 유한킴벌리의 잔뿌리가 무엇인지 실제로 결과를 내보시는 것이 좋을 듯 싶습니다.

**김기용 님** 학교숲을 많이 강조하고 싶습니다. 나무와 함께 자란 아이는, 나무가 있는 학교는 무엇이 다른지, 경쟁 속에 있던 아이들이 나무를 보고 누군가가 심어놓은 나무와 함께 자랐을 때 어떻게 교육이 달라지고 학교 문화가 달라질지 고민해 보면 어떨까요? 요즘 가족친화나 환경과 접목하여 많은 청소년들이 자연에 가깝게 가는 프로그램들이 소개되고 있는데 학교숲도 그런 연장선에서 볼 수 있지 않나 생각합니다.

**김현진 님** 유한킴벌리의 새로운 슬로건을 얻는 방법으로 소비자가 동참할 수 있는 길거리 캠페인을 제안합니다.

## 기타

### 책임과 공헌에 대한 사원 몰입도 향상 필요

**김현진 님** 사원의 몰입도가 고객을 만들고 그 다음에 사회적인 공헌이 융합되어 성장이 나타난다고 생각합니다. 사원이 몰두함으로써 보람을 느끼고, 가치를 창출하고, 유한킴벌리의 ‘비전 2020’ 을 자신의 개인 비전과 연관시켜야 된다는 뜻입니다. ‘비전 2020’ 을 시작하면서 사원의 적극적인 참여유도(Highly Engaged Employee)를 회사 어떻게 만들어 가느냐가 굉장히 중요한 항목 중에 하나라고 생각합니다.

**김기용 님** 2020년 비전을 실현하는데 비전과 핵심가치가 일상현장에서 어떻게 생활화되고 표준화되느냐를 생각해 보시기 바랍니다. 모든 구성원들이 공유하는 핵심가치와 비전을 가지고 일했을 때 매출의 성장은 따라올 결과라고 생각하고, 비전생활화를 계속하시는 것이 어떨까 생각합니다.

## 기타

### 지속가능한 소비 대응전략

**윤정숙 님** 최근 5년 전부터 공정무역(Fair Trade)의 트렌드를 보면 20~30대 남녀들의 수요가 급증하고 있는 것을 볼 수 있습니다. 이런 사회적인 트렌드 인식의 변화를 잘 읽는 것도 필요한 것 같습니다. 이제부터는 제품을 통한 의사 전달과 제품의 차별성에 관심을 조금 더 가져야 할 것 같습니다.

**조영식 님** 유한킴벌리 제품은 고객들에게 어떠한 경험을 제공해줄까? ‘이 기업이 진정으로 환경과 생태를 고민하고 생각하는 기업이다’ 라는 것을 한 제품에 하나씩 경험할 수 있게 해주는 것이 필요합니다. 또한 플러스 디자인이 아닌 마이너스 디자인을 제안하고 싶습니다. 자꾸 덧붙여서 하다 보니 과해지는 것 같은데, 빼다 보면 유한킴벌리의 진정성이 고객에게 통하지 않을까 생각합니다.

# 아젠다 02

## 2011 유한킴벌리 사회책임경영 4대 아젠다

### 기후변화 대응

**우리의 환경** • 기후변화는 환경뿐만 아니라 경제, 사회 영역으로 영향력이 확대되고 있습니다. 기후변화로 인한 생태계 변화 및 환경 규제 강화는 기업에게 기회이자 위기요인입니다.

**유한킴벌리** • 유한킴벌리는 기후변화 대응에 적극적으로 동참하기 위해 전략과제팀을 만들어 2010년 저탄소 비전 및 로드맵을 수립하였습니다. 또한 탄소배출권거래제 시범사업 참여, 전과정평가를 통한 단계별 온실가스 배출량 측정, 탄소발자국을 도입하여 소비자에게 정보 제공 및 친환경적인 소비 실천을 권장하고, 내부적으로는 제품의 저탄소화를 통해 건강한 성장을 추구하고 있습니다.

연도별 기후변화 대응 노력

기간	기후변화 대응 노력	실시년도	1980	1990	2000	2010	2011
1980~1990	우리강산 푸르게 푸르게 나무심기 시작	1984					
	신혼부부 나무심기 시작	1985					
1991~1999	학교숲 조성운동 시작	1995					
	사막화방지 숲 복원운동 시작	1999					
2000~2005	에너지 절약 및 온실가스 배출감소 자발적 협약 (1차, 산업자원부)	2000					
	도시숲 조성운동 시작	2002					
	온실가스 배출권 모의거래 참여 (환경부)	2004					
	탄소배출권 거래 및 신규 · 재조립연구	2006					
2006~2009	온실가스 감축실적 등록제도 참여	2006					
	온실가스 배출감축 사업등록 (에너지관리공단)	2007					
	온실가스 감축 잠재량 연구참여 (에너지 경제연구소, 한국제지공업연합회)	2007					
	산업계 중장기 로드맵 개발 연구참여 (에너지 경제연구소, 한국제지공업연합회)	2008					
	온실가스 인벤토리 구축 (대전, 물류)	2009					
	공급망 탄소발자국 체계도입 (SCCM)	2009					
	저탄소 비전 및 로드맵 수립	2010					
	온실가스 인벤토리 구축 확산 (군포, 김천)	2010					
2010	탄소배출권거래제 시범사업 (환경부)	2010					
	탄소발자국 도입	2010					
	업종별 에너지관리 시스템표준화 연구사업 참여 (한국제지공업연합회)	2010					
2011	그린카드 MOU체결 및 시행 (환경부)	2011					
	산업발전부문 배출권거래제 시범사업 (지식경제부)	2011					

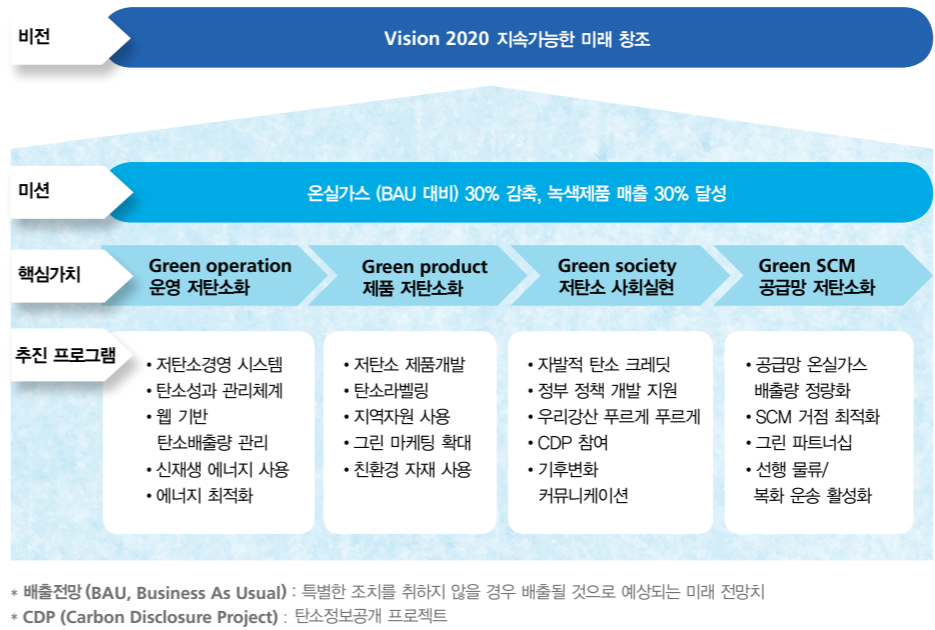
Tip

#### 인벤토리는?

기업이 활동하는 경계 안에서 직 · 간접적인 온실가스 배출원을 파악하고 이로 인한 온실가스 배출량을 산출, 목록화한 것으로 교토의정서에서는 6대 온실가스를 규정하였습니다. Scope1은 고정 및 이동연소로 인한 직접적 배출, Scope2는 전기, 스팀 등의 외부구매로 인한 간접적 배출, Scope3는 기타 간접 배출을 의미합니다.

#### 저탄소 비전 및 로드맵 수립

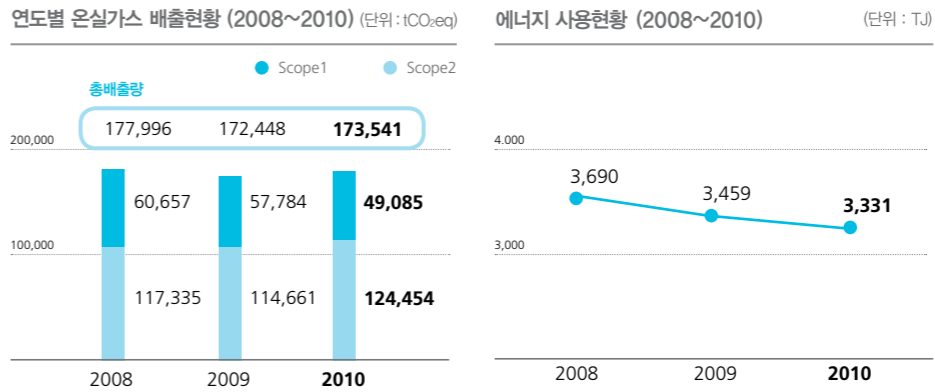
유한킴벌리는 2010년에 2020년까지 배출전망치(BAU) 대비 온실가스 30% 감축 목표 달성을 위한 저탄소 비전을 수립하고, 전사적인 탄소경영을 시행하고 있습니다.



#### 온실가스 배출량 현황

2010년 온실가스 총 배출량은 173,541 tCO<sub>2</sub>eq로 전년대비 0.63% 증가하였으며 에너지 사용량은 3,331 TJ로 전년대비 3.7% 감소하였습니다. 또한 직영 및 위탁물류센터의 수 · 배송으로 인한 기타 간접 온실가스 배출량은 13,826 tCO<sub>2</sub>eq입니다.

유한킴벌리는 2009년부터 기후변화 저감활동을 수립 · 이행하기 위해 정확한 온실가스 배출량을 산정해서 업계 최초로 대전공장이 인벤토리를 구축하였고, 2010년에는 군포와 김천공장으로 확대해 구축하였습니다.

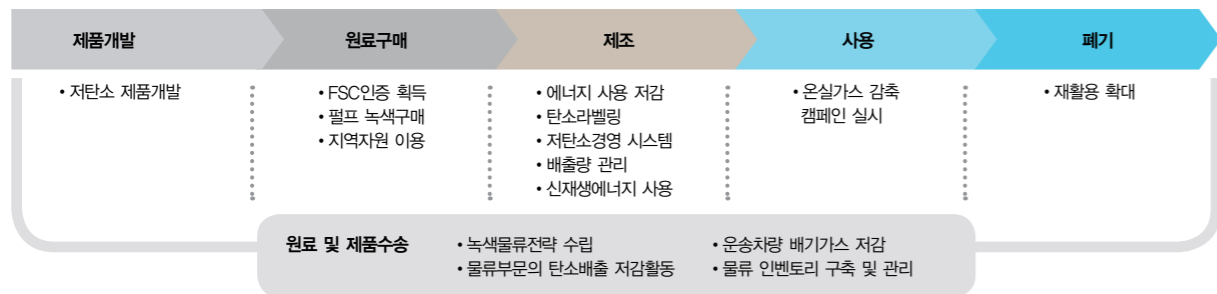


\*에너지 사용량 및 온실가스 배출량 산정시 에너지 기본법 시행규칙 제5조의 에너지열량환산기준과 IPCC(기후변화에 관한 정부간 협의체) 가이드라인에 제시된 에너지원별 온실가스 배출계수를 적용하였으며, 지구온난화지수(GWP)를 고려한 이산화탄소 당량(tCO<sub>2</sub>eq)으로 작성하였습니다. 본 보고서에 제시된 온실가스 배출량 및 에너지 사용량은 명세서를 기준으로 한 것으로 동일한 산정방법에 따라 2009년까지 소급 적용하였습니다. 온실가스 배출량의 경우, 사업장별 자료 취합시 소수점 이하 절사로 인해 Scope1, 2 부분 배출량과 총 배출량 간 약간의 차이가 있습니다.

173,541  
tCO<sub>2</sub>eq

2010년 온실가스 총 배출량은  
전년대비 0.63% 증가하였습니다.

유한킴벌리 단계별 온실가스 배출저감활동

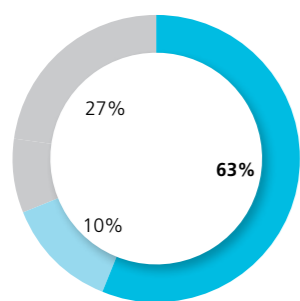


### 제품개발 : 탄소발자국 도입 통한 저탄소화 노력 ‘하비스 네이처메이드’

유한킴벌리는 제품의 설계부터 생산·운송·사용·폐기에 이르기까지 전체 과정에서의 환경영향을 파악하는 전과정평가(LCA, Life Cycle Assessment)를 수행하여 온실가스를 감축하기 위해 노력하고 있습니다. 2011년 3월에 기저귀 하비스 네이처메이드 제품에 대하여 한국환경산업기술원으로부터 탄소성적표지를 인증받았습니다. 향후에는 제품기능 단위 생산 시 배출되는 온실가스량을 공개함으로써 인증 획득 뿐만 아니라 인증제품의 범위를 확대하고 제품 생산 전과정에서 발생하는 온실가스 배출량을 줄임으로써 저탄소상품 인증을 받고자 노력할 것입니다. 하비스 네이처메이드 4단계(남아용)의 경우 1bag (42개입)의 제품 생산 시 온실가스 배출량은 약 6.8kg으로, 제조전단계에서 63%, 폐기단계에서 27%, 제조단계에서 10% 순으로 나타났으며, 유한킴벌리는 제조과정에서 설비를 개선하고 원자재와 운송을 담당하는 협력회사를 지원하여 온실가스를 감축하기 위해 노력하고 있습니다.

탄소성적표지 인증제품 및 전과정 온실가스 발생률

(단위 : %)



### 원료구매 : FSC인증 획득 및 펄프 녹색구매

유한킴벌리는 주로 환경친화적인 제조공정에서 생산되는 펄프나 국제적으로 친환경산림인증을 취득한 펄프만 구매하는 녹색구매 정책을 실천하고 있습니다. 2009년부터 제 2차 ‘산업계 녹색구매자발적협약’ (환경부, 한국환경산업기술원)을 맺고 녹색구매를 실천하고 있으며, 친환경제품 생산과 개발을 통해 환경마크인증을 취득하였습니다. 2010년 녹색구매액은 약 1,030억 원입니다. 또한 2008년 유럽에 수출하는 크리빅스 티슈원단에 대해 세계적인 지속가능한 산림인증(Forest Stewardship Council, 이하 FSC인증, 기간 2008.7.11~2013.7.10)을 취득하였고, 2011년 5월에는 연 1회 인증자격 유지심사를 받았습니다. 2010년에는 국내 화장지업계 최초로 재활용 원료를 이용하여 생산한 뽀뽀 제품에 대해 FSC인증을 획득하기 위해 사용 후 재활용 원료(Post-consumer Reclaimed Material)의 85%이상 사용 요건을 충족하였고, 고지업체 평가를 통해 철저한 원료 관리 시스템을 마련하였습니다.

\* 녹색구매액은 1,100원/달러로 계산하였습니다.

녹색구매 개념도



### 제조 : 온실가스 저감 이니셔티브

유한킴벌리는 에너지관리공단과 연계하여 2006년 온실가스 배출감축 사업 등록 이후 연간 500 tCO<sub>2</sub>eq 이상 감축하는 것을 목표로 관리하고 있습니다. 화장지를 주로 생산하는 김천공장은 2010년 증기보일러 및 버너의 연료(LNG) 전환사업을 통해 각각 10,777 tCO<sub>2</sub>eq, 1,611 tCO<sub>2</sub>eq의 온실가스 배출감축 실적을 인정받아 총 12,388 tCO<sub>2</sub>eq을 감축하였습니다. 또한 오존파괴물질 사용의 감소를 위해 노력하고 있으며, 2010년 냉매 4.8kg(염화불화탄소-11 환산값)을 구매하여 사용하였습니다.

### 그린마일리지 제품의 판매 확대

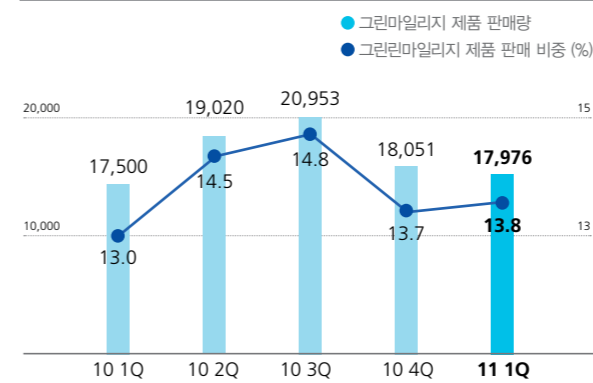
유한킴벌리는 생리대 제품의 2차 포장을 없애고 1차 포장에 추가 할인 혜택을 담은 신개념의 그린마일리지 제품을 개발·판매해오고 있습니다. 초기에는 전체 판매의 1% 정도로 미미한 성과였지만, 지속적인 소비자 홍보와 전략적인 계획을 통해 2011년 4월에는 기획제품 판매량의 약 15%에 해당하는 성과를 거두었습니다.

### 탄소배출권거래제 시범사업

저탄소 녹색성장을 효과적으로 달성하기 위해 유한킴벌리 대전공장은 자발적으로 ‘탄소배출권거래제 시범사업 (2010~2012년)’에 참여하고 있습니다. 본 사업에 참여하는 기관은 사업장 혹은 건물 별로 온실가스 기준 배출량을 설정하고, 감축한 실적에 따라 조기감축실적으로 인정받을 수 있습니다.

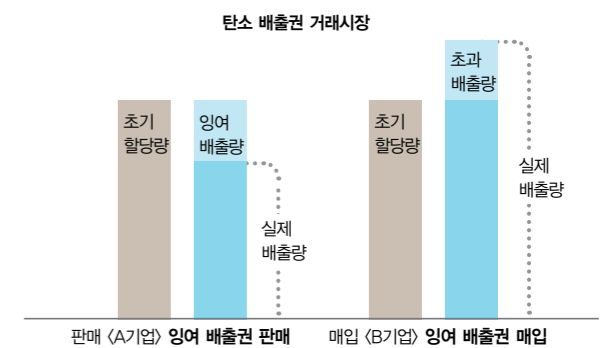
그린마일리지 제품의 판매 확대

(단위 : SU/월)



\* SU (Standard Unit) : 생리대 1,000패드

탄소배출권 거래시장 개념도



원료 및 제품 수송 : 녹색물류전략 수립 및 실천

유한킴벌리는 공급망 저탄소화를 위해 녹색물류전략을 추진하고 있습니다. 분석과 진단을 통해 물류활동을 관리하고, 물류운영 및 녹색 협업 강화를 통해 환경영향을 감소시키는 한편, 녹색물류전략의 체계적 실행을 위해 녹색물류 기업인증제도에 참여하는 등 정부 정책에 적극 참여하고 있습니다. 수송차량은 온실가스 배출량 감축을 목표로 저탄소 공급망 관리 (SCCM, Supply Chain Carbon Management) TFT를 운영하고, 협력회사를 대상으로 공동 온실가스 감축 모델 개발 및 물류, 수송 부문에 시범·적용 사업을 진행하고 있습니다.

유한킴벌리는 수송과정 중 온실가스 배출저감을 위해 수입 재활용지 대신 국내 재활용지 구매를 확대해왔으며, 환경영기법과 관련기술을 협력회사에 이전하여 공동의 노력을 통한 온실가스 감축활동을 진행하였습니다. 또한 친환경 제품 및 저탄소 제품에 대한 연구개발을 지속적으로 수행하고 있습니다.

배·수송차량 녹색 물류활동

분류	진행 프로그램	내용
배송	에코드라이빙 캠페인	급가속·급정지 자제 및 정속운전 통해 연료 사용량 감소 유도
	CVO	차량위치관제시스템 (CVO, Commercial Vehicle Operation)을 활용하여 화물차량 정속주행 모니터링
	화물차량 Hi-Pass장착	4.5톤 미만 전 차량 하이패스 장착, 연료 절감 통한 CO <sub>2</sub> 및 통행료 절감 * 절감비용 분석결과 : 연간 약 170만 원
수송	선행물류	신유통 납품시 복화 운송 활용으로 납품 배송 비용 절감 및 공차 운행 거리 단축으로 온실가스 발생량 감소 * 2010년 절감액 : 약 2,800만 원 (31.96 tCO <sub>2</sub> 절감)
	복화 운송 활성화	운송 후 회차시 복화물량을 개발하여 유류비용 및 온실가스 절감 노력 * 2010년 절감액 : 약 4,100만 원 (111.62 tCO <sub>2</sub> 절감)
	차량 대형화	8톤 차량을 11톤으로 전환하여 운송 효율성 증대로 유류사용량 절감 * 2010년 절감액 : 약 1억 600만 원 (61.13 tCO <sub>2</sub> 절감)

공급망 저탄소경영체제 (SCCM) 확산

유한킴벌리는 공급망 전체의 저탄소화를 추구하고 있으며, 2010년 시범사업으로 17개 협력회사를 대상으로 기후 변화 대응 전략을 수립하고 저탄소경영체제를 지원하였습니다. 참고로 유한킴벌리는 2003년부터 2006년까지 공급망 환경경영사업(SCEM, Supply Chain Environmental Management)을 지식경제부 산하 국가청정생산지원센터와 공동 추진하였으며, 공급망 탄소배출감축을 위해 2009년 12월부터 공급망 저탄소경영체제사업을 진행하였습니다.

사용 : 온실가스 감축 위한 정부 정책 및 캠페인 참여

그린카드를 통한 친환경상품 구매 확대 노력 등

유한킴벌리는 2011년 5월 환경부와 ‘그린카드’ 사업 업무제휴협약을 체결하여 환경마크나 탄소성적표지, GR(Good Recycled)마크 인증제품 등 녹색제품의 구매 촉진에 앞장서고 있습니다. 유한킴벌리 환경표지제품인 화장지 뽀뽀는 구매금액의 약 1.2%가 적립되며, 탄소성적표지 인증제품인 기저귀 하기사 네이처메이드는 구매금액의 약 1.1%가 적립됩니다.

Tip

**그린카드제도란?**  
환경마크인증 제품, 탄소성적표지 제품, 저탄소 상품 등 친환경상품 구입 시 얻은 '녹색소비 포인트' 등이 신용카드 포인트처럼 적립되어 사용이 가능한 제도입니다.

자발적인 에너지 절감 실천

유한킴벌리 대전공장에서는 사원들이 차량 카풀제와 자전거 캠페인에 적극 참여하여 에너지 절감을 실천하고 있습니다.

카풀 및 자전거 캠페인 현황

	2006	2007	2008	2009	2010
카풀 참여인원 (명)	253명	224명	162명	167명	135명
자전거 타기 참여인원 (명)	175명	174명	234명	261명	236명
절약된 거리 (km)	48,442km	58,822km	133,862km	118,154km	99,789km
나무로 환산 (그루)	4,267그루	5,189그루	11,389 그루	10,052 그루	8,489그루

폐기 : 재활용 확대

포장재 재활용 분리 배출 표시 및 의무 재활용률 준수

유한킴벌리는 생산자책임재활용제도 의무이행품목인 생리대, 화장품 포장재 및 일부 프로페셔널 제품뿐만 아니라 재활용 의무이행품목이 아닌 기저귀 물티슈 등에 대해서도 분리 배출 표시를 하고 있으며, 제품 또는 포장재의 의무재활용률에 대한 법률(2003.01)에 따라 2010년 필름류 포장재(3,398,079kg)중 56.2%, 용기(271,496kg)의 75.7%를 재활용하였습니다. 이에 따른 재활용 분담금은 약 5.5억 원입니다.

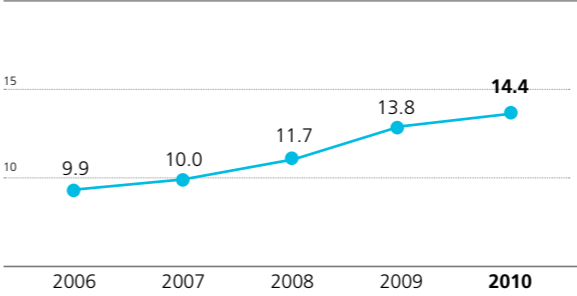
효율적인 자원사용과 재활용

물의 재사용과 재활용 노력

유한킴벌리 2010년 물 사용량은 제품 톤당 전년대비 0.6m<sup>3</sup> 증가한 14.4m<sup>3</sup>이며, 최근 5년 간 증가하는 추세입니다. 이는 2007년 이후 순 펄프 화장지의 매출 증가와 형광 물질 검출에 대한 심리적 부담으로 물 사용을 늘렸기 때문입니다. 물 사용 최소화를 위한 노력으로 공정 내 용수를 재사용하고 폐수처리 후 재활용을 하는 등의 활동을 하고 있으며, 화장지 생산 시 물 사용량을 줄이기 위해 노력하고 있습니다. 2010년 재활용 비율은 전년과 유사한 수준으로 43.4%입니다.

물 사용량

(단위 : m<sup>3</sup>/제품(ton))



1.2%  
1.1%

환경부와 '그린카드' 사업  
업무제휴협약을 체결하여  
환경표지제품인 화장지 뽀뽀와  
탄소성적표지 인증제품인  
하기사 네이처메이드  
구매금액의 일부가 적립됩니다.

8,489 그루

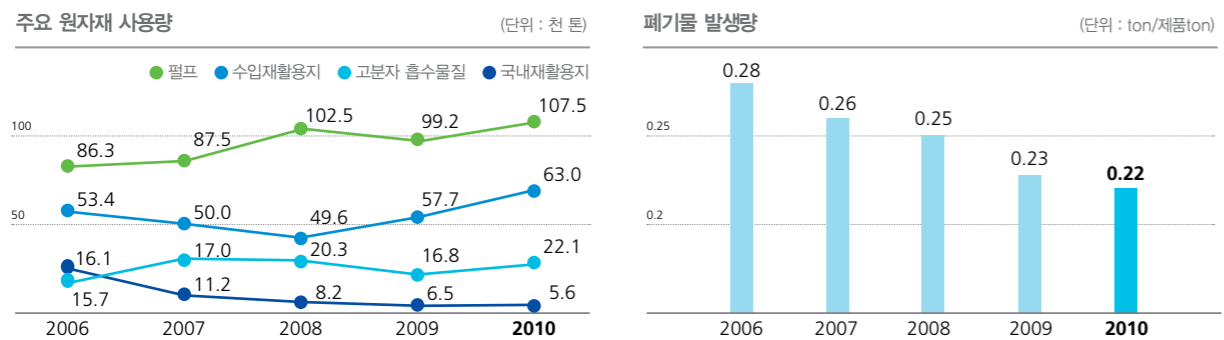
대전공장에서는  
차량 카풀제와 자전거 타기를  
활성화하여 에너지 절감을 통해  
나무심기 효과를  
나타내고 있습니다.

### 재활용지 활용 노력

유한킴벌리의 주요 원자재는 수입 재활용지, 국내 재활용지, 펄프, 고분자 흡수물질이며, 2010년 사용량은 각각 5,640톤, 63,010톤, 107,513톤, 22,161톤입니다. 국내 재활용지 사용량은 91.8%로 전년대비 1.8% 증가하였습니다. 국내 재활용지 사용의 증가는 수입 재활용지의 운송 과정 중 발생할 수 있는 탄소배출을 줄이기 위함입니다.

### 폐기물 재활용

유한킴벌리는 폐기물 발생을 줄이고 발생한 폐기물에 대해서는 재활용을 확대하기 위해 노력하고 있습니다. 2010년 폐기물 발생량은 51,389톤으로 슬러지 67%, 폐합성수지 26%, 폐지 2.9% 등으로 구성되어 있으며, 제품 1톤 생산시 폐기물 발생량은 0.22톤으로 최근 5년간 감소하고 있습니다.



### 폐기물 자원 재활용 프로세스

유한킴벌리는 생산 중에 발생하는 폐기물을 자원화하기 위해 재활용 전문업체에 위탁하여 처리하고 있으며, 2010년 전 사업장에서 위탁처리비용으로 약 18억 원을 지출하였습니다.

#### 생산과정 폐기물 재활용

발생처	재활용 내용	재활용량 (톤)	해당사업장
화장지 공정상 생긴 슬러지	슬러그 진정제 원료	32,916	김천공장
	시멘트의 원료	-	김천공장
	지렁이 먹이	917	군포공장
생리대 자투리	플라스틱 팔레트, 정화조, 오수배관	613	대전공장
종이가루	도로공사용 녹생토	104	대전공장
기저귀와 생리대 폐기물	열원	4,087	대전공장, 군포공장
허리밴드 사용 부직포	플라스틱 팔레트	976	대전공장
부직포	공장 내 재활용시설 원료, 재생원료	3,378	김천공장, 대전공장
화장지 공정 폐기물	열원	1,935	김천공장
하이드로넛 파지	단열 보온재	620	김천공장

### 폐기물 부담금 제도

유한킴벌리는 1993년 이래로 종이 기저귀 폐기물 부담금을 납부하고 있으며, 2010년 종이 기저귀에 대한 폐기물 부담금에 해당하는 약 39.9억 원을 분납하고 있습니다.

### 유해폐기물 관리

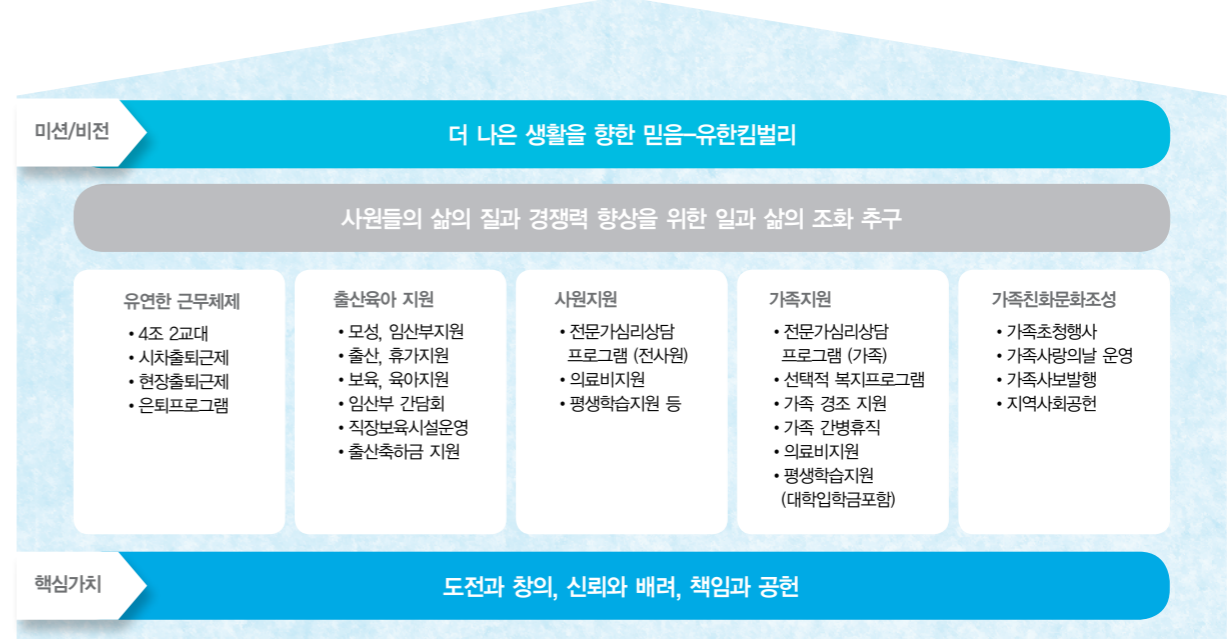
유한킴벌리는 국제 협약과 국내 법규에 따라 폐기물을 관리하고 있으며, 바젤협약 부속서에 규정된 유해폐기물은 발생하지 않았습니다.

# 아젠다 2011 유한킴벌리 사회책임경영 4대 아젠다

## 03 가족친화경영

### A G E N D A

#### 유한킴벌리 가족친화경영체계



**우리의 환경** • 최근 급격한 저출산과 고령화는 국가와 기업이 함께 풀어나가야 할 과제로 지속적인 성장을 위해 출산장려와 육아 돌봄 문화가 요구되고 있습니다

**유한킴벌리** • 사원들의 의견을 반영하여 가족친화제도를 강화하고, 보육시설 개원과 가족친화경영 워크숍을 개최하는 등 가족친화문화 조성에 힘쓰고 있습니다

### 비전 2020의 사회책임과 공헌의 핵심 축의 하나로 ‘가족친화경영’ 선정

유한킴벌리는 1990년대 초반부터 유연근무제를 실시하고, 2002년부터 전문가심리상담프로그램(EAP)을 운영하여 가족친화경영의 좋은 모델이 되어왔습니다. 이를 더욱 진화·발전시키기 위해 2010년 8월에 가족친화전략과제 TFT를 구성하여 가족친화경영을 위해 필요한 내용들을 검토해 우선과제를 도출하였고, 2010년 10월에는 비전 2020로 드쇼를 통해 향후 사회책임과 공헌을 위해 가족친화경영을 지속적으로 발전시켜 나가겠다는 선언을 하였습니다. 유한킴벌리는 저출산시대의 해법을 제시하고 생산성 향상 및 개인과 기업 경쟁력의 우수 모델을 만들기 위해 노력하고 있습니다. 또한 매년 가족친화경영의 목표를 세우고, 연말에는 평가를 진행하여 인트라넷에 상시 공개합니다.

### 가족친화경영 조직의 강화 - 가족친화전략과제팀과 가족친화경영팀 신설

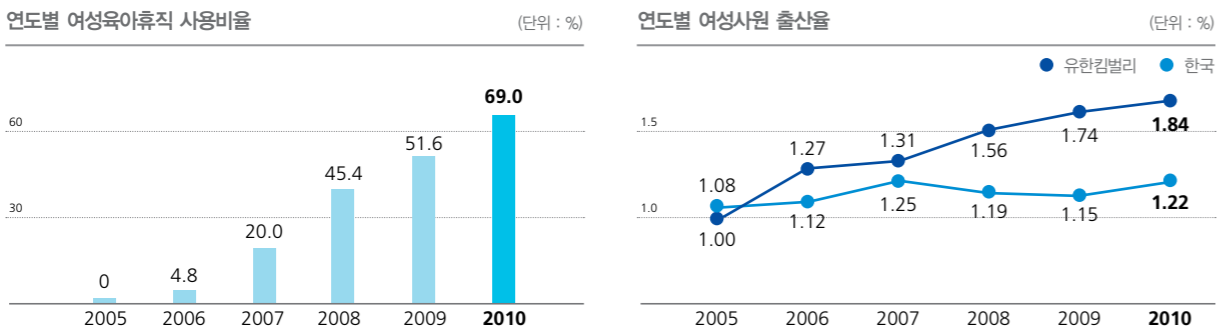
유한킴벌리는 가족친화경영을 체계적으로 발전시키기 위해 2011년 1월 가족친화경영팀을 신설하여 조직적인 관리를 시작하였습니다. 조직으로는 가족친화경영위원회(대표이사 사장, 경영지원부부장, 지속가능본부장)와 가족친화 실무자로 구성된 협의회가 있으며, 실무 추진 사무국은 가족친화경영팀에서 담당합니다. 2011년 3월에 본사 및 3개 사업장 가족친화경영 실무자들의 워크숍이 대전공장에서 열렸고, 실천 과제와 효과적인 가족친화경영 추진을 위한 방법을 공유하였습니다.

출산축하 문화 정착 및 출산율 증가

유한킴벌리의 출산친화적인 문화의 정착으로 2010년 여성육아휴직 사용비율이 69%를 나타내었고, 사용률이 매년 증가하고 있습니다. 본사와 3개 생산사업장에서 임신과 출산을 축하하기 위해 매년 임신부와 팀장들이 함께 참여하는 임신부 간담회를 열고 있으며, 2011년부터는 사원들의 제안을 반영하여 기존 연 1회에서 2회로 확대하였습니다. 또한 대전공장은 주차공간에 임신부 전용주차구역을 배치하는 등 다양한 지원활동과 더불어 주요 사업장에 모유수유시설과 모성보호공간을 운영중입니다.

2011년 6월에 김천공장은 산전·산후 휴가 및 육아휴직 중인 사원을 초대하였고, 충주공장은 배우자가 임신한 남자사원들까지 함께 초대하여 임신과 출산을 축하하는 등 문화활성화에 기여하고 있습니다.

또한 매월 사원과 가족들을 대상으로 가족사보를 발행하고, 아빠들의 가사참여와 육아를 권장하는 ‘아빠들의 육아일기’ 및 ‘우리가족 행복 발자국’ 등의 고정칼럼을 게재하여 가족의 소중함을 알리고 있습니다.



유한킴벌리 최초의 직장 보육시설 ‘푸른숲 어린이집’ 개원

유한킴벌리 대전공장은 2005년부터 꾸준한 수요조사를 바탕으로 2011년 3월 처음으로 직장 보육시설인 ‘푸른숲 어린이집’을 개원하였습니다. 33명 정원의 본 보육시설을 통해 사원들이 업무와 육아를 병행할 수 있게 됨에 따라 근무시간의 몰입도 및 기업의 경쟁력을 향상시킬 것으로 기대하고 있습니다. 대전공장을 시작으로 향후 본사, 충주공장, 김천공장 등에서의 사전조사를 통해 인력구성에 맞는 보육시설을 검토하고 설립할 계획입니다. 한편 대전공장은 가족친화문화의 정착과 여사원 및 임신부 배려, 출산 및 돌봄 장려문화에 기여한 공로를 인정받아 보건복지부로부터 2010년 8월 모유수유 우수기관으로 선정되기도 하였습니다.

사원과 가족 대상 전문가심리상담프로그램 (EAP) 운영

유한킴벌리는 2002년부터 사원과 가족을 위해 전문가상담심리프로그램(EAP, Employee Assistance Program)을 운영하고 있습니다. 법률, 직무 스트레스, 결혼, 양육, 건강, 재정설계, 정신건강 등 총 8개 분야에 대한 전문상담이 이루어지고 있으며, 2010년 7월에 적극적인 활용을 독려하고자 홍보 마그넷을 제작하였습니다. 전문가상담심리프로그램은 비밀 보장의 원칙을 기본으로 하고 사원들이 편리하게 이용할 수 있도록 24시간 운영되고 있습니다.

유연한 근무제도의 실시

유한킴벌리는 2011년 5월부터 가족친화경영환경 조성과 기업 경쟁력 향상을 위해 유연복장제, 탄력적 점심시간제, 가족사랑의 날 캠페인을 새롭게 실시하였습니다. 유연복장제를 통해 연중 편안한 복장을 입을 수 있도록 하였고, 탄력적 점심시간제를 통해 11시 30분부터 13시 30분까지 30분 단위로 1시간의 점심시간을 사원들이 선택하여 사용할 수 있도록 배려하였습니다. 아울러 기존에 매달 1회 실시되던 정시 퇴근 캠페인을 주 1회 가족사랑의 날로 확대하였습니다.

저출산 극복 협력 활동

가족친화포럼 활동

유한킴벌리는 여성가족부, 가족친화경영을 실천하고 있는 기업 및 관련 분야 전문가와 함께 가족친화포럼에 참여하였습니다. 가족친화포럼 창립 총회에서 3월 21일 최규복 대표이사가 공동 대표로, 김혜숙 지속가능경영본부장이 운영위원장으로 선출되었습니다. 유한킴벌리는 향후 가족친화경영을 사회에 확산하기 위한 다양한 활동을 전개해 나갈 계획입니다.

돌봄 공동체 모델 개발 3차년도 사업 진행

유한킴벌리는 우리사회 오피니언 리더 그룹들로 구성된 사단법인 미래포럼에 참여하여 활동하고 있습니다. 특히 연 매출의 만분의 일 기부 자금조성에 참여하는 기업들과 함께 2005년부터 돌봄 모델 구축을 위해 노력해왔으며, 2009년부터 시범기관 3곳을 선정하여 3년간 지역사회의 돌봄시스템 구축 환경을 지원하고 있습니다. 2011년에는 3차년도 사업을 진행하고 있습니다.

저출산 시대, 생명의 소중함을 알리는 ‘신혼부부 학교’ 개설

유한킴벌리는 신혼부부들이 저출산 시대에 가족과 생명의 소중함을 배우고, 건강한 부모가 되기 위한 준비를 갖추 수 있도록 2009년부터 서울 YWCA와 생명을 사랑하는 ‘신혼부부 학교’를 열었습니다. 2011년부터는 이를 매년 6월로 정해 ‘생명사랑 신혼부부 6월 학교’를 정례화하여 발전시킬 계획입니다.

신혼부부 학교 실시현황			
분류	진행일	장소	참가자수
1기	2009.07.11	문학의 집	54명
2기	2009.09.26	서울 YWCA 대강당 및 소극장 마루	56명
3기	2010.10.16	해치홀 소극장	100명
4기	2010.10.30 / 11.06	서울 YWCA 대강당	78명

아이 돌봄 교육

유한킴벌리는 2010년부터 육아의 다양한 지식을 온라인으로 강연하는 육아포럼 프로그램을 진행하였습니다. 특히 2011년부터는 예비맘, 초보맘을 위한 ‘우리아이 행복하게 키우기’ 전문가 강연을 운영하고 있으며, 매월 넷째 주 목요일 문학의 집에서 현장교육을 실시하고 이를 온라인으로 방영하여 행복한 육아에 대한 지식을 사회와 공유하고 있습니다.

육아포럼 참여자 현황				
분류	연도	2010	2011	누계
	월	1~12	1~5	
참가 결과 (명)	현장참가자	291	276	567
	온라인참가자	163	327	490
	총 참가자	454	603	1,057

69%

출산친화적인 문화의 정착으로 여성육아휴직 사용비율이 매년 증가하고 있습니다.

1.84%

본사 및 3개 사업장에서 임신부 간담회를 개최하고 있으며, 임신과 출산을 축하하는 문화활성화를 통해 최근 5년간 여성사원 출산율이 증가하고 있습니다.

다동이 카드 소지자 지원

유한킴벌리는 출산장려를 위해 2006년 12월에 서울특별시와 협약을 맺은 이후 다자녀 가정에 혜택을 주고 있습니다. 다동이 카드 소지자들에게 유한킴벌리가 진행하는 사은 행사인 ‘하기스선물대잔치’ 참여 시 추가 점수를 주고, 온라인상의 하기스몰에서 제품 구매 시 할인 혜택을 제공하고 있습니다.

보험제도 실행

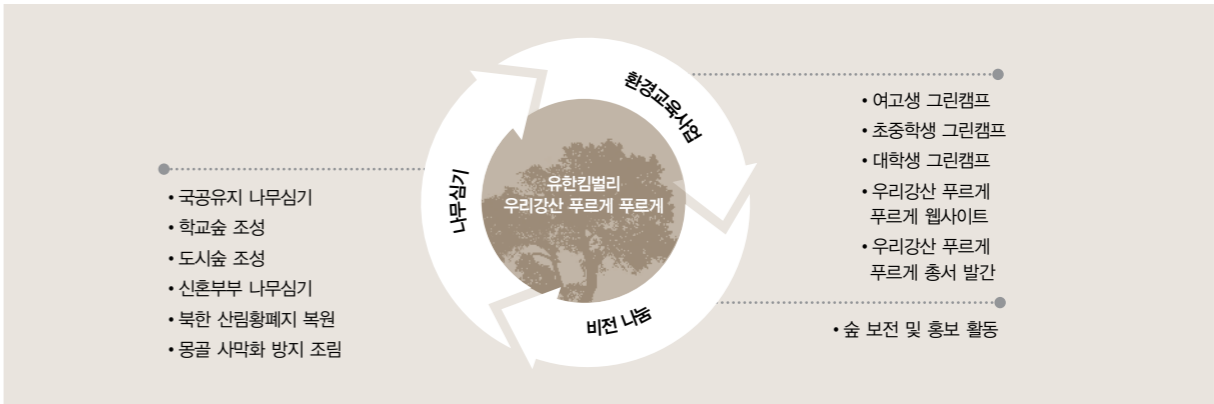
유한킴벌리는 1년 근속 시 1개월 이상의 급여를 제공하는 퇴직금 운용 정부지침을 준수하고, 퇴직금 누진제와 퇴직금 중간정산 제도를 시행하여 사원들의 장·단기적인 경제적 안정을 지원하고 있습니다. 또한 퇴직금의 안정적인 지급을 위해 퇴직보험을 활용하고 있으며, 2010년 말 기준으로 퇴직보험은 삼성화재(28%), 삼성생명(39%), 메트라이프생명(20%), 교보생명(14%)에서 운용하고 있습니다.

2011 유한킴벌리 가족친화주요제도

분류	유형	내용
유연한 근무 체제	4조 2교대 (생산직)	생산직 : 4일 근무, 4일 휴무, 평생학습 지원
	전일 근로	관리직 : 오전7~10시 출근시간 자율 선택
	현장출퇴근제 (영업직)	영업직 : 정기 출퇴근 없이 현장 업무 수행
출산육아지원	임신 축하 및 임신부 보호	임산부 도덕상, 보건상 유해·위험한 작업 배치 금지 임산부 야간 근무 금지 임산부 태아검진휴가 부여 : 임신 9개월까지 월 1일, 임신 10개월 이후 월 1일 및 검진시간 1회 산전휴직 (3개월), 산전·산후 휴가 (90일) 유사산휴가 (임신 13~21주 : 30일, 22~27주 : 60일, 28주 이상 : 90일) 아버지 출산유급휴가 3일 출산축하금 (첫째 40만원, 둘째 60만원, 셋째 150만원, 넷째 이상 300만원) 여사원 자궁암 및 유방암 검진 육아휴직 (출생 후 6년 이내) 모유수유 보장 및 수유실 운영
	출산 축하 및 휴가제도 등	직장보육시설 (2011년 3월 대전공장 직장보육시설 신설) 임산부 간담회 (2011년 6월부터 연 2회로 확대 실시) 유아교육비 지원 (취학 전 3년X120만원=360만원)
	보육육아 지원	대학 졸업까지 자녀학자금 지원 (자녀 수 제한 없음) 장애자녀 학자금 지원
	자녀 학자금 지원	1인당 연간 180만원 지원 (자기계발, 건강, 레저 등 선택) 사원과 직계가족, 24시간 연결, 비밀 보장 원칙
	선택적 복지프로그램	관혼상제 관련 휴가와 경조금 지급
	전문가상담프로그램 (EAP)	가족간병 휴직 (3개월 이내)
	가족 경조 지원	본인 (배우자, 미혼자녀) 각 300만원 한도 내 지원
	가족 간병휴직	건강검진 사원 및 배우자 대상, 2년 1회 실시 지원
	의료비지원	사원과 가족 온라인 어학연수원 (500여개 과정, 365일 사용)
	평생학습지원	은퇴 전후 6개월 종합컨설팅
사원과 가족지원	은퇴프로그램	사원과 직계가족 대상 장제 시 인력 및 물품 지원 (2011년 1월 신설)
	장제 지원	매월 사원과 가족 위한 사보 발행
	가족사보 발행	매주 수요일 6시 정시 퇴근 캠페인 (2011년 5월 신설)
	가족사랑의 날 캠페인	대전공장 철쭉제 등 연 1회 실시
	가족초청행사	가족친화 위한 '생명사랑 신혼부부' 학교 운영 등
	지역사회 공헌활동	11:30~13:30 내에서 30분 단위로 1시간 점심시간 자유 사용 (2011년 5월 신설)
	타력적 점심시간제	주 1회 금요일 비즈니스캐주얼 데이에서 연중 자유로운 복장제로 확산 (2011년 5월 신설)
	유연복장제	
문화조성	가정복지 프로그램	
	평생학습지원	
	은퇴프로그램	
	장제 지원	
	가족사보 발행	

아젠다 04 2011 유한킴벌리 사회적책임경영 4대 아젠다  
AGENDA 04 우리강산푸르게푸르게

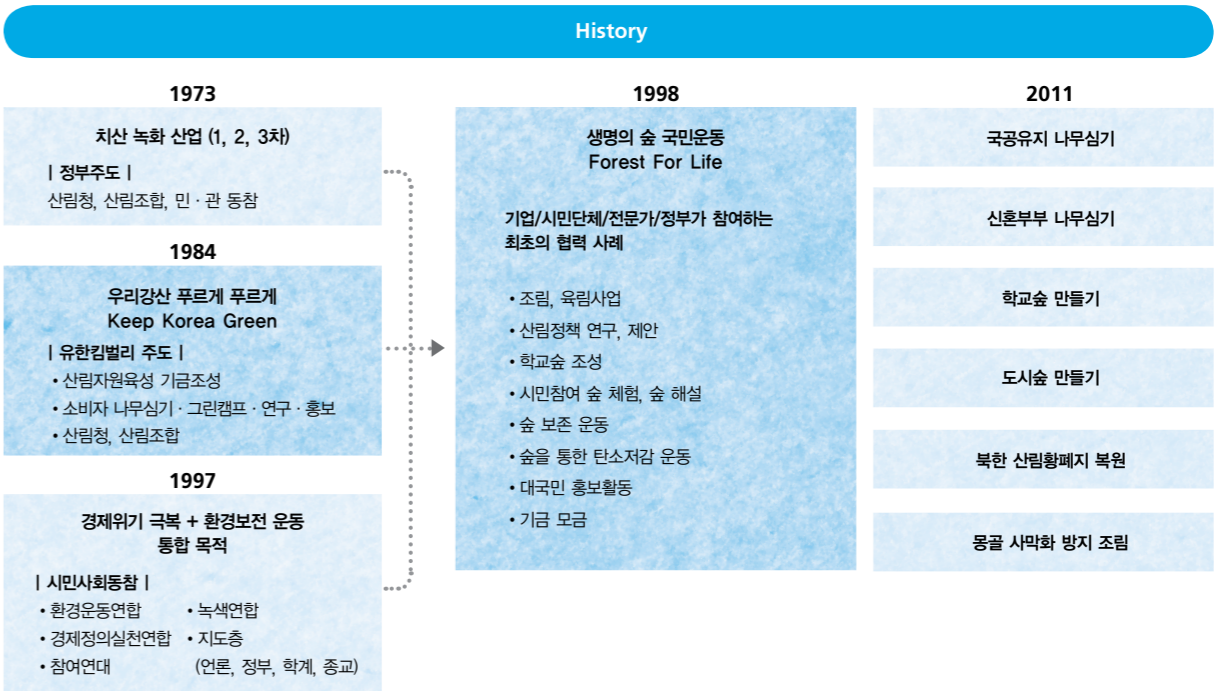
‘우리강산 푸르게 푸르게’ 활동 영역



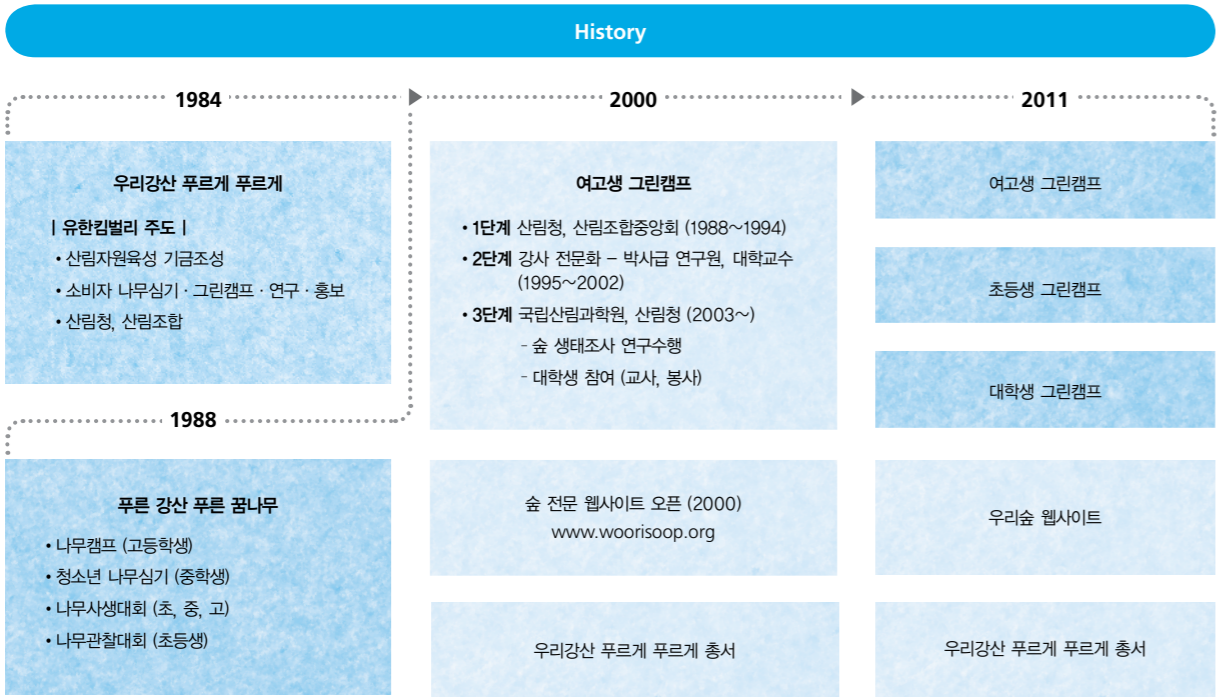
우리의 환경·생태계 보전과 생물다양성 보호는 기업과 사회의 지속가능성을 위해 고려해야할 가장 기본적인면서도 중요한 이슈입니다.

유한킴벌리·유한킴벌리는 자연 환경의 중요성을 강조하고 보존하는 활동을 전개하고 있습니다. 1984년부터 조림사업인 ‘우리강산 푸르게 푸르게’ 캠페인을 시작으로 미래세대를 위한 환경교육까지 범위를 확대하고 있으며, 2000년대 이후에는 지구온난화의 심각성을 알리고 기후변화 대응차원에서 나무를 심고 가꾸는 일의 중요성을 알리는 메시지를 지속적으로 소개하고 있습니다.

나무심기



환경교육사업





사람들은 왜  
창가에 화분을 놓을까요?

우리의 마음 속에 늘 숲이 있기 때문입니다

벤자민, 동백나무, 고무나무, 허브, 난초, 선인장... 햇볕 잘 드는 창가에, 아파트 베란다에, 사무실 책상 위에 우리는 화분을 키우고 가꿉니다. 맑은 비록 숲에서 멀리 떨어져 있어도 마음만은 늘 숲과 가까이 있고 싶기 때문입니다.

숲은 우리의 미래입니다  유한김벌리

# 04

Economic · Social ·  
Environmental Value

## 경제·사회·환경 성과보고

유한김벌리는 경제, 사회, 환경분야에서  
지속적인 노력을 통해 성과를 거두고 이를 기반으로  
미래의 변화를 추진하는 토대를 마련하고 있습니다.

Disclosure on Management Approach

경제성과 보고

경제성과 관리체계

비전

지속적인 성장을 통해 2020년 매출 5조원 달성

정책

- 해외시장 개척 가속화
- 첨단 신기술 도입으로 공장 합리화
- 사업 통합으로 성장 시너지 극대화, 기술혁신으로 신규 사업 및 시장개발 가속화
- 5대 분야(사원, 프로세스, 시스템, 조직구조, 시장개척)의 경영혁신 진행
- 통합적 경영정보관리 실행

주요 책임 부서

재무, 가정용품, 여성용품, 유아/아동용품, 시니어케어, B2B사업부문, 고객사업총괄, 스킨케어/유니레버본부

성과평가와 계획

평가 기준 | ● 초과 ● 부합 ○ 적극적 노력 필요

분류		2010		2011	
		실적	평가	Page	계획
재무 성과	매출액	12,094억 원	●	49	12,942억 원
	순이익률	7.8%	○	49	8.3%
투자 유치 및 집행		728억 원	○	51	709억 원
사업	전체 매출액 중 수출비중 20%		●	11	전년대비 수출비중 16%
	전년대비 신성장 사업 20% 성장		○	—	전년대비 신성장 사업 54% 성장
	신사업 진출-더블하트 출시, 청소년 스킨케어 티엔 출시		●	63	신사업 진출-유아용 의류 제품 출시, 유니레버 사업진출
경영 혁신		생산혁신 린식스시그마 시범 사업 지속	●	—	린을 적용한 업무프로세스 개선
투명성		2010 사회책임경영보고서 발간	●	—	2011 사회책임경영보고서 발간

숫자로 본 경영지표

대차대조표와 손익계산서

(단위 : 억 원)

분류		2005	2006	2007	2008	2009	2010
대차대조표 (재무상태)	유동자산	4,282	4,831	4,984	4,793	4,965	4,337
	비유동 자산	2,915	2,958	3,086	3,507	3,613	3,933
	자산총계	7,197	7,789	8,070	8,300	8,579	8,270
	유동부채	884	1,135	1,144	1,357	1,561	1,776
	비유동부채	314	251	168	132	166	0.49
	부채총계	1,198	1,386	1,312	1,489	1,727	1,777
	자본금	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
	자본잉여금	625	625	625	625	625	625
	이익잉여금	3,374	3,778	4,133	4,186	4,227	3,868
	자본총계	5,999	6,403	6,758	6,811	6,852	6,493
손익계산서 (경영성과)	부채와 자본 총계	7,197	7,789	8,070	8,300	8,579	8,270
	매출액	7,743	8,340	9,050	10,221	11,341	12,094
	매출원가	4,860	5,272	5,612	6,350	7,102	7,839
	매출총이익	2,883	3,068	3,438	3,871	4,238	4,255
	판매비와 일반관리비	1,781	1,996	2,134	2,397	2,552	2,760
	영업이익	1,102	1,072	1,304	1,474	1,686	1,495
	영업외 수익	147	245	209	442	457	307
	영업외비용	44	67	64	304	211	490
	법인세 차감전 순이익	1,205	1,250	1,449	1,612	1,932	1,312
	법인세비용	310	344	394	459	442	370
	당기순이익	895	906	1,055	1,153	1,491	942

\*회계기준 변경으로 인해 2005년도 소급 적용하였습니다.

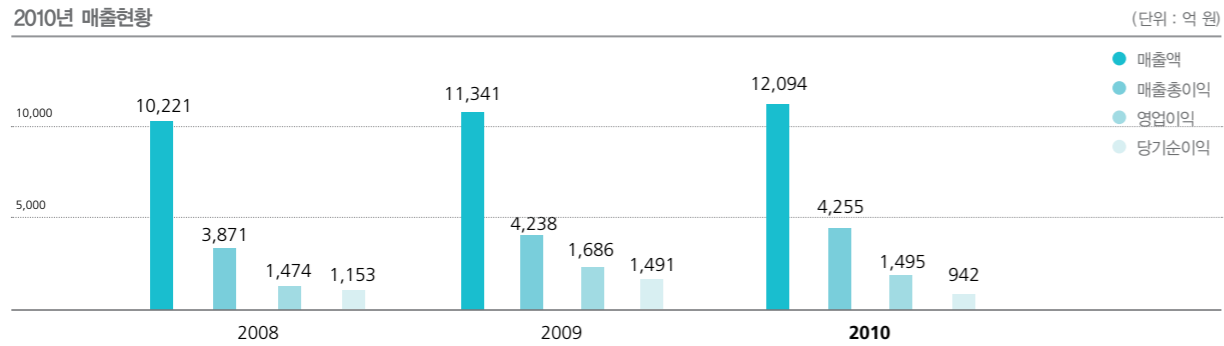
재무지표

연도 지표	주요 경영 지표	유한킴벌리				동종산업(대기업) 평균				제조업(대기업) 평균			
		2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010
성장성	매출액증가율(%)	8.50	12.95	10.95	6.65	2.66	20.84	3.18	9.37	10.25	21.99	0.39	18.51
	유형자산증가율(%)	3.81	9.60	3.2	8.28	-4.92	8.05	7.59	10.43	3.63	13.86	6.57	9.63
	당기순이익(손실)증가율(%)	16.28	9.33	29.30	-36.78					21.45		97.64	
수익성	매출액영업이익률(%)	14.41	14.42	14.90	12.36	2.22	4.98	9.40	6.38	6.82	6.58	6.54	7.83
	매출액순이익률(%)	11.66	11.28	13.10	7.79	-1.07	-1.45	5.19	2.91	6.22	3.00	5.90	7.36
	총자산순이익률(ROA, %)	13.00	13.80	17.30	11.4	-0.28	-1.38	4.57	2.62	6.69	3.43	5.96	7.98
연장성	자기자본순이익률(ROE, %)	16.03	17.00	21.82	14.12	-0.56	-3.06	9.84	5.44	12.40	6.88	12.14	15.25
	유동비율(%)	435.50	353.09	318.14	244.20	118.23	97.40	114.13	116.88	117.71	108.33	115.65	116.12
	당좌비율(%)	362.30	266.81	251.98	165.39	83.34	63.26	83.54	77.92	88.10	80.38	90.05	87.30
활동성	부채비율(%)	19.41	21.86	25.20	27.36	105.06	138.50	100.94	112.25	88.79	111.46	96.14	86.32
	비유동장기적합률(%)	44.56	50.52	51.49	60.6	92.62	101.45	94.64	93.80	91.53	95.38	92.04	92.14
	총자산회전율(회)	1.14	1.25	1.34	1.44	0.84	0.95	0.88	0.90	1.09	1.14	1.01	1.08
	매출채권회전율(회)	9.73	9.44	9.66	9.61	6.51	6.81	6.57	6.90	8.86	9.19	7.81	7.56
	재고자산회전율(회)	11.14	10.18	10.29	9.94	8.88	8.46	8.66	9.50	11.63	11.67	10.82	11.98
	유형자산회전율(회)	3.12	3.30	3.44	3.34	1.42	1.72	1.63	1.64	2.79	3.09	2.81	3.02

비교기준 2010 제조업 및 동종산업 평균비율은 2011년 7월 29일자로 한국은행이 발표한 '2010기업경영분석' 중 'C17. 펄프, 종이 및 종이제품' 산업(대기업) 평균과 제조업 (대기업) 평균입니다. 유한킴벌리는 건강 위생용품 기업으로 보다 효과적인 비교를 위해 제조업(대기업) 평균을 활용하였습니다. 금액기준 각 지표 계산은 유한킴벌리 영업보고서의 금액을 기준으로 하였습니다.

# 경제적 가치 창출과 효과적 자산관리

2010년 내수 시장 부진, 가격 경쟁 등에 따른 경쟁 심화 속에서도 유한킴벌리의 매출액은 꾸준히 증가하여 전년대비 약 6.7% 증가한 12,094억 원, 매출총이익은 전년대비 소폭 감소한 4,255억 원을 달성하였습니다.



분배된 경제적 가치 (단위 : 억 원)

분배대상	분류	2005	2006	2007	2008	2009	2010
주주	배당금	1,660	504	700	1,100	1,450	900
사원	급여 및 복리후생비	1,157	1,393	1,491	1,616	1,710	1,649
협력회사	채화 및 서비스 구매비용	5,248	5,586	5,921	6,943	7,490	8,560
지역사회	정부	364	390	443	514	557	522
	지역사회, 고객	34	57	57	57	58	59
기타	기타비용 (임차료, 감가상각비 등)	143	137	257	132	188	488
사내유보	사내 유보 증감	-767	404	355	53	41	42
총 수익 (매출액+이자수입 등)		7,839	8,471	9,225	10,416	11,494	12,223

건전한 현금흐름 실적 (단위 : 억 원)

분류	2006	2007	2008	2009	2010
영업활동	161,632	133,861	133,218	225,682	111,859
투자활동	(68,381)	(76,037)	(19,241)	(89,414)	40,401
재무활동	(50,380)	(70,000)	(110,000)	(145,000)	(130,000)
순현금흐름	41,871	(12,176)	3,977	(8,732)	22,260

\*투자활동 : 매출액에서 주요 이해관계자에 분배된 금액을 제외한 비용입니다. 임차료, 감가상각비 등이 포함됩니다. ( )는 마이너스를 의미합니다.

국가 주요 프로젝트 참여 현황 (단위 : 백만 원)

프로젝트명	국가기관	사업기간	2005	2006	2007	2008	2009	2010
중소기업 작업훈련 컨소시엄	노동부	2003.01~2010.12	1,192	1,147	1,464	765	707	423

## 간접적 경제가치 창출 및 지역사회 기여

유한킴벌리는 총 1,663명에게 일자리를 제공하고 있으며, 원부자재 및 운송과 관련된 협력회사와의 공조를 통해 간접적 경제가치를 창출하고 있습니다. 또한 다양한 사회공헌 활동으로 소외계층 지원 및 미래세대를 위한 환경교육을 수행하여 사회 인적 역량강화에 기여하고 있습니다.

## 미래를 위한 지속적 투자 현황

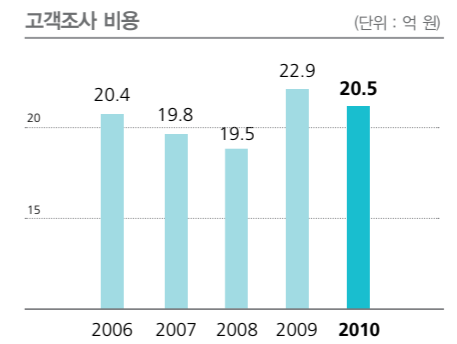
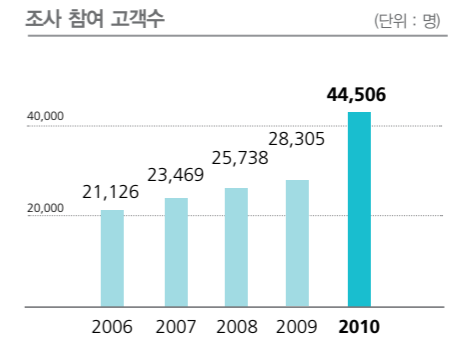
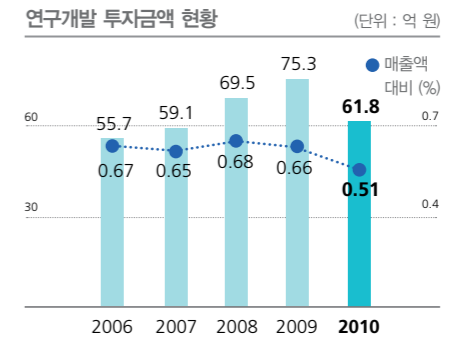
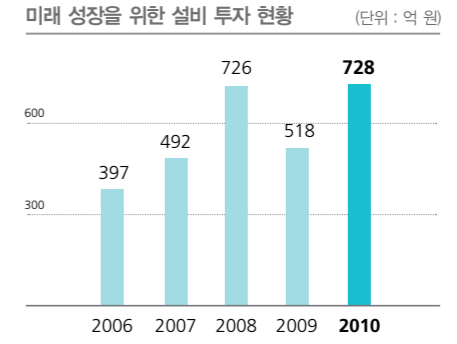
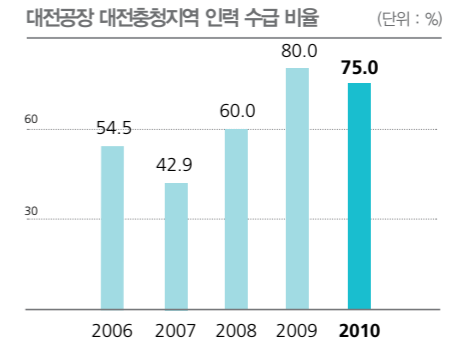
2010년 유한킴벌리 투자 금액은 충주공장 이전에 407억 원, 기저귀 생산설비 및 유아용 스킨케어 설비 신설에 47억 원을 포함하여 총 728억 원으로, 전년대비 40.5% 증가하였습니다. 특히 기존 사업군 강화를 위해 기저귀 생산설비 증설과 유아용 스킨케어 설비 신설에 대한 투자를 확대하였습니다.

## 연구개발 투자

유한킴벌리는 지속적인 성장동력을 발굴하고 경제적 가치 창출을 위한 성장 기반을 마련하기 위해 제품과 기술에 대한 연구개발을 적극적으로 수행하고 있습니다. 2010년 제품 연구, 기술혁신을 위해 전년대비 18% 감소한 약 62억 원을 투자하였으며, 주로 시장조사에 대한 투자를 수행하였습니다.

## 제품혁신을 위한 고객조사

유한킴벌리는 제품에 대한 고객의 요구와 제안사항을 개발에 반영하기 위해 2010년 133회의 조사를 실행하였으며, 총 44,506명이 참여하였습니다. 고객 의견은 주로 기존 사업에 관한 것이었으며, 신규 사업에 관한 관심도도 전년보다 27% 증가한 38%로 나타났습니다. 유한킴벌리는 소중한 고객의 의견을 지속가능한 제품을 개발하는데 적극 활용하고 있습니다.



1조  
2,094억 원

2010년도 매출은 전년대비 6.7% 증가한 1조 2,094억 원을 달성하였습니다.

## “2011년 최고의 여성·성인용품 생산 허브를 꿈꾸다”



## 충주공장 준공식

충주공장은 여성 및 시니어케어 전용공장으로 설립되었습니다. 2010년 8월부터 가동을 시작하였으며 충주첨단산업단지 내 122,939m<sup>2</sup>의 부지로 최첨단 생산시설과 함께 사무동과 자동화 물류 창고 등으로 구성되어 있습니다. 2008년 충청북도 및 충주시와 MOU(양해각서)를 체결한 이후 공장설립, 설비 도입 등에 총 2,000억 원 규모로 투자가 진행되었으며, 2011년 10월까지 군포의 모든 생산라인을 충주로 이전하여 여성용품 및 시니어케어 용품의 전문 생산사업장 체제를 갖추게 되었습니다. 2011년 3월 30일, 경영진과 노조 간부, 사원, 충주지역 주요인사들과 공사에 참여한 주요 협력업체 등 140여 명이 모여 충주공장 준공식을 가졌습니다. 또한 4월 5일 식목일을 맞이하여 공장 인근의 국유림지에서 본사 및 군포, 충주공장 사원 250여 명이 약 3,000그루의 소나무를 심어 충주공장 준공을 기념하였습니다.

## 안전, 위생, 복지 시스템의 선진화

생산 현장과 사무실, 식당 및 휴식시설을 분리하여 사람과 운송수단 등의 동선을 겹치지 않게 하는 등 안전과 보안 강화를 중점적으로 설계하였습니다. 생산사업장은 불필요한 이동시간의 낭비를 줄이기 위해 단층으로 만들었으며, 식당 및 휴게시설을 별도 건물로 분리함으로써 공간의 특수성을 살렸습니다. 또한 전 생산공간에 항균·항온 시스템과 자동 공기정화 시스템을 구축하여 제품 생산에 최적화 된 온도 유지로 세균 번식 등을 사전에 방지하고 있습니다.

## 글로벌 리더 양성 노력

엔지니어로 입사한 직원들이 자재 및 품질관리 등 전반적인 생산 프로세스를 배우면 프로젝트 엔지니어가 되고 실제 프로젝트를 성공적으로 수행하면 마스터 엔지니어가 되는 평생학습 시스템을 구축하여, 세계 무대에서도 유한킴벌리의 인력과 문화, 기술이 인정받을 수 있도록 인력 양성에 힘쓰고 있습니다.

## 사회성과 보고

## 사회성과 관리체계

분류	비전	정책	주요책임부서
사원	사원들이 일하기 좋은 가족친화기업	• 안전제일, 고용안정, 평생학습, 인재 양성, 노사상생, 인간존중, 공정한 보상, 일과 삶의 조화, 평등추구, 열린 커뮤니케이션	인사팀, 인력개발팀, SEQ/RA팀, 커뮤니케이션팀, 가족친화경영팀
협력회사	상생협력 통한 대기업과 중소기업의 동반 성장 상생 모델 구축	• 공정한 선정 및 평가 • UN글로벌컴팩트 원칙 반영 • 정기평가를 통해 재무, 안전, 보건, 품질, 법규 준수, 사회적 책임 등 지속적 지원 • 상생협력 대상 확대, 환경 윤리경영 파급, 상생프로그램 다양화 • 양방향 커뮤니케이션 채널 구축	상생협력팀, 구매본부, SCM부문, SEQ/RA팀
고객	고객이 신뢰하는 대표적인 건강·위생용품 업체	• 고객만족과 제품안전 최우선 • 사회발전에 기여하고, 환경친화적이며, 가치를 창조하는 제품과 서비스 제공 • 차별화된 고품질 제품개발	제품개발팀, 마케팅팀, SEQ/RA팀, 고객지원본부, 대외홍보팀, 지속가능경영본부
지역사회	기업시민으로서 사회 책임경영을 수행하는 존경받는 기업	• 사익이 아닌 공익을 위해 순수성과 진정성 견지 • 모든 활동과정과 결과를 투명하게 공개 • 사회적 확산을 위해 다양한 영역과 협력 • 모든 활동을 전개함에 있어 인간존중을 최우선으로 고려	지속가능경영본부, 사회협력팀

## Disclosure on Management Approach

## 성과평가와 계획

평가 기준 | ● 초과 ● 부합 ○ 적극적 노력 필요

분류	2010		2011		
	실적	평가	Page	계획	
사원	인재양성	• 1,357명 교육 참여	○	57	• 교육 참여 확대 • 재해율 0%
	평생학습	• 스마트폰 또는 넷북 지원	●	57	
	안전제일	• 재해율 0.18%	○	56	
	가족친화	• 가족친화경영협의회 강화	●	39	
협력회사	상생교육	• 상생아카데미 3,104M/H	●	59	• 시스템 업그레이드 및 교육 강화
	품질·안전 환경·협력	• 품질경영혁신 지원 11개 사	●	58	• 4개 사
		• 방충방역 지원 35개 사	●	58	• 35개 사
		저탄소경영	• 저탄소경영체제 (SCCM) 17개 사 참여	●	36
	정부과제사업 연계 지원	• 14.5억 원	●	58	• 16.5억 원
고객	제품안전	• 제품안전성 강화	●	25	• 제품안전성 강화
	소비자 불만	• 고객 커뮤니케이션 채널 확대 (실시간 채팅 상담 및 문자 상담 개설)	●	60	• 고객 커뮤니케이션 강화
지역사회	숲과 환경보호 활동	• 2010년 약 4,100만 그루 조성	●	45	• 약 4,322만 그루 조림 목표 • 학교숲 및 동네숲 신규조성 • 숲 체험교육 실시 (3박 4일, 2회) • 아름다운 숲 선정 • 신혼부부 나무심기 개최
		• 학교숲 10개 학교 신규 조성	●	45	
		• 동네숲 조성 (5개 지역, 10,016그루)	●	45	
		• 여고생 그린캠프 개최 (170개교, 176명)	●	45	
	가족친화 대외활동	• 아름다운 숲 14곳	●	45	• 신혼부부 나무심기 개최 (6,200그루, 800명)
		• 신혼부부 나무심기 개최	●	45	
		• 가족친화제도 개선	●	42	
		• 저출산 극복 프로그램 운영	●	41	
	평생학습	• 대전공장 벤치마킹 29회	●	65	• 평생학습 공유 확산
	문학	• 신작가곡 음악회 '우리시 우리노래' 개최	●	65	• 신작가곡 음악회 '우리시 우리노래' 개최
	건강 위생 캠페인	• 손씻기 캠페인 및 감염관리 세미나 개최	●	65	• 손씻기 캠페인 및 감염관리 세미나 개최

# 기업의 지배구조를 대표하는 주주

## 지배구조 특징

유한킴벌리는 1926년 유일한 박사가 창립한 유한양행과 1872년 설립된 킴벌리클라크의 합작회사입니다. 2010년 말 기준으로 주식 총수는 4천만 주이며, 납입 자본금은 2천억 원입니다. (주)유한양행이 30%, 킴벌리클라크(주) Trading LLC가 70%를 소유하고 있으며, 2010년 지배구조의 변동사항은 없습니다.

## 이사회 구성과 보상

유한킴벌리 이사회는 최고 의사결정기구로서, 비상임 이사는 양주주사를 대표하는 경영진 4인과 사외이사 1인, 총 5명으로 구성되어 있습니다. 2010년 3월 주주총회를 통해 유한킴벌리 대표이사 사장에 최규복 이사를 비롯하여, 이사 7인과 감사 1인이 선임되었습니다. 주주총회에서 선임된 이사들은 경영, 회계 분야에서의 전문가로 주주 및 이해관계자를 최우선으로 고려하여 주주가치와 권익 증진을 위해 일하고 있습니다. 이사회는 주식회사에 관한 대한민국 상법 규정을 따르는 한편, 주주 승인이 필요한 주요 투자나 신규 사업 진출 등의 안전에 대해 과반수 이상의 동의로 의사결정을 하고 있으며, 사업운영은 전문경영인인 대표이사 사장에게 위임하고 있습니다. 유한킴벌리 이사들의 보상은 주주총회가 승인한 보수한도액 내에서 지급하며, 경영진은 재무적·비재무적 성과평가 결과에 따라 연봉 및 인센티브를 받고 있습니다.

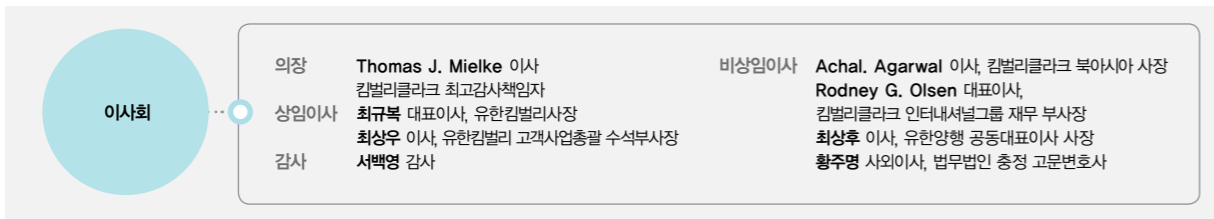
## 이사회 개최 실적

유한킴벌리는 보고기간 동안 임시이사회를 포함하여 총 8회의 이사회를 개최하였습니다. 사외이사는 2010년 3월에 처음 선임되었으며, 사외이사 참석률은 100%입니다.

주주총회와 이사회 개최 및 주요안건

개최일시	구분	주요 의결 사항
2010.01.12	임시이사회	대차대조표 및 손익계산서 심의, 내부회계관리제도 평가 보고
2010.03.05	주주총회	영업보고서 및 재무제표 승인, 이사 및 감사 선임, 이사 및 감사의 보수한도액 승인, 회사의 독립경영 침해사례에 대한 보고 및 권고사항의 채택
2010.03.05	임시이사회	이사회 회장, 대표이사 선임
2010.06.22	임시이사회	충주공장 준공 승인, 재무보고에 대한 내부통제정책에 따른 보고 주기 변경
2010.09.28	임시이사회	2010년 중간배당, 유한양행의 유한킴벌리 기여도에 대한 보상 방안 검토 및 승인
2010.09.28	임시주주총회	회사의 사업범위 확장에 따라 정관 변경
2011.01.18	임시이사회	재무제표 및 손익계산서 심의, 내부회계관리제도 평가 보고
2011.03.09	주주총회	영업보고서 및 재무제표 승인, 이사선임 및 보수한도액 승인

주요 역할 및 구성



# 기업 경쟁력의 원천인 사원

2010년 기준으로 유한킴벌리 구성원은 총 1,663명(계약직 포함)입니다. 직종별로는 생산직이 51.2%, 사무직이 32.3%, 남녀 비율은 각각 84.2%, 15.8%입니다. 정규직 여성의 신규 채용비율은 55.6%로 전년대비 28.3% 증가하였으며, 여성임원은 6명으로 전체 임원 중 17.6%를 차지하고 있습니다.

숫자로 보는 사원 현황

	분류	2005	2006	2007	2008	2009	2010
고용	전체 사원수 (명)	1,680	1,706	1,695	1,689	1,688	1,663
	장애인 고용 (%)¹	1.9	2.0	2.1	2.2	2.2	2.3
	계약직 고용 (명)	19	24	19	9	2	1
	고용창출률 (%)²	4.9	1.5	-0.6	-0.4	-0.24	-1.48
	평균 근속 연수 (년)	11.8	12.6	13.3	14.0	13.9	15.9
	월평균 근로시간 (시간)	184	182	183	184	181	180
	결근일 수 (일)	5	11	5	1	0	0
	결근율 (%)³	33.3	73.3	33.3	6.7	0	0
퇴직	퇴직율 (%)	-	-	-	2.3	1.5	1.98
여성인력	전체 (%)	15.5	15.7	15.7	16.0	15.6	15.8
	이사대우 이상 (%)	3.5	3.4	15.7	17.1	17.1	17.6
	사무직 여성비율 (%)	40.4	39.4	39.9	40.1	33.7	33.9
	신규 채용 여성비율 (%)	21.0	29.4	48.0	31.0	20.0	55.6
	출산휴가 사용자 (%)	100	100	100	100	100	100
출산	출산휴가 사용자 (명)	18	21	25	33	31	29
	출산휴가 후 복직률 (%)	100	100	100	100	100	100
	육아휴직 사용자 (명)	1	1	5	15	17	20
	여성육아휴직 사용자 (%)	0.0	4.8	20.0	45.4	54.8	68.9
	육아휴직 후 복직률 (%)	100	100	100	92.3	100	100
	배우자 출산휴가 사용자 (%)	100	100	100	100	100	100
	배우자 출산휴가 사용자 (명)	63	103	108	83	71	52
노조	노조 가입자 수 (명)	961	961	953	945	939	935
	노조 가입 비율 (%)⁴	80.4	80.5	80.0	83.4	83.7	88.0
작업장 안전	산업재해율 (%)	0.18	0.12	0.06	0.06	0	0.18

\* 2009년 여성 인력 중 이사대우 이상 비율 (%) 오기를 정정하였습니다.

¹장애인 고용 인원 월 평균 고용자 수×12, 한국장애인고용촉진공단의 산정기준에 의합니다.

²고용창출률 (당해년도 인원수-지난년도 인원수)/지난년도 인원수×100

³결근율 (해당 기간의 총 결근일 수/동기간에 근무한 총 인력 일수)×(50주×40시간×총인력 수), 실제 결근자의 손실일수를 측정한 것으로 동일 기간 중 해당 인력이 근무하기로 예정된 총 일수에 대한 비율로 나타냅니다.

⁴노조 가입 비율 (가입자 수/가입 대상)×100, 노조가입 대상은 관리 감독직 종사자 (과장급이상), 인사, 노무, 기획, 마케팅, 총무 담당자, 경리, 회계 출납, 자금 담당자, 비서 업무 종사자, 임원차량 운전자, 경비직 종사자 등을 제외합니다.

사원의 인권과 다양성 존중

유한킴벌리는 행동규범과 취업규칙에 따라 성별, 나이 등의 제한을 두지 않고 평등한 고용과 인권 존중을 실천합니다. 인종, 성별, 종교에 의한 차별을 금지하고, 단체협약 규정을 준수하여 직무급을 기초로 동일노동에 대해 동일가치의 임금을 지급하고 있습니다. 남녀 신입사원간 기본급은 동일하며 2010년 법적 최저임금 대비 341% 수준입니다. 연봉제를 운영하고 있으며, 개인의 직무 레벨과 역할, 업무성과에 따라 공정한 보상과 승진이 이루어지고 있습니다.

유한킴벌리는 결사 자유의 권리를 존중하며, 단체협약 제 8조에 따라 조합원의 신분 변동이나 근로조건 변동이 예상될 경우 조합에 사전 통보하고 충분히 협의하도록 규정하고 있습니다. 또한 2007년부터 UN글로벌콤팩트에 가입하여 강제노동 및 아동노동 금지조항을 준수하고, 임신 중인 여성의 시간외 근로와 심야근로를 제한하고 있습니다. 2010년 강제노동 및 차별관련 위반사항은 없습니다.

철저한 작업장 안전 관리

유한킴벌리는 회사 내에 산업안전 및 보건에 관한 사항을 심의 수행하는 산업안전보건위원회를 운영하여 매년 1회 건강진단을 실시하는 한편, 업무상 부상 또는 질병에 대한 재해보상을 실시하고 있습니다. 또한 작업장 안전을 최우선 가치로 사고율 제로를 목표로 EHS(환경·보건·안전) 통합시스템을 구축하여 운영하고 있습니다. 생산사업장과 물류센터에서 산업재해 예방 캠페인과 다양한 안전관리 교육을 정기적으로 실시하고 있으며, 사고발생으로 인한 근로손실일수는 전산으로 등록되어 매년 최고경영자에게 보고되고 있습니다. 2010년 유한킴벌리 산업재해율은 0.18%로 국내 제조업 평균 재해율인 1.07%보다 낮습니다. 앞으로도 작업장 안전관리에 더욱 힘써 산업재해율 제로를 달성하고자 노력하겠습니다.

안전보건경영시스템 인증 및 산업재해예방 길잡이 시범사업 협약식

유한킴벌리 김천공장은 대한산업안전협회와 영국표준협회(BSI Korea, OHSAS 18001)가 공동으로 인증심사를 진행하여 선정한 안전보건경영시스템(KISA 18001) 최초 인증사업장으로 선정되었습니다. 한편 대전공장은 2011년 1월 산업안전보건 우수기업 4개사와 함께 산업재해예방 길잡이 시범사업 협약식을 가졌습니다. 이는 산업안전보건의 노하우를 중소기업 및 사회적 기업에게 알려주어 안전하고 건강한 사업장을 만드는데 도움을 주기 위해 실시하는 최초의 시범사업으로, 향후 대기업과 중소기업의 상생문화 발전과 안전문화 확산에 기여할 것으로 기대됩니다. 본 사업으로 6개월간 5개 중소기업과 5개 사회적 기업에서 위험성 평가, 안전보건교육, 상호 사업장 견학 등의 현장 친화적인 멘토링 프로그램을 진행할 예정입니다.

공정한 성과평가 및 보상

유한킴벌리는 공정한 평가와 성과향상을 위해 성과관리 프로세스(GPM, Global Performance Management)를 운영하고 있습니다. 성과관리는 연초 팀리더와 팀멤버간 협의로 이루어지며, 연 3회 성과 점검을 통해 적절한 피드백과 코칭을 실시하고 있습니다. 특히 연말에 팀멤버, 동료사원, 고객으로부터 360도 다면평가 피드백을 받고 있으며, 평가위원회를 개최하여 평가를 진행합니다.

인재 역량강화를 위한 교육 지원

유한킴벌리는 경쟁력을 확보하고 지속적인 성장을 위해 인재 양성과 역량강화에 힘쓰고 있습니다. 지식근로자 양성을 위한 평생학습 프로그램 및 창의성과 리더십 개발, 미래 경영자 양성 MBA 교육 과정 등을 운영하고 있으며, 사원 가족에게도 다양한 온라인 학습 프로그램을 제공하고 있습니다. 한편 2011년 2월, 변화되는 경영환경과 사원들의 요구사항을 반영하여 성과향상과 능력개발을 위한 교육프로그램을 개발하였으며, 안내책자를 통하여 연간 교육 운영계획과 교육과정에 대한 상세한 정보를 공유하였습니다.

교육 지원 프로그램 및 이수 현황

구분	참여인원 (명)	주요 내용
성희롱 예방교육 (임직원)	1,470	본사 (공장제외) : 414명, 김천 : 388명, 대전 : 364명, 군포 및 충주 : 304명
학습지원 교육	441	총 교육 시간 425시간
건강 프로그램	1,917	금연 및 뱃살제로 프로그램 등 22건 (중복인원 포함)
환경교육 프로그램	949	참여율 57%, 총 교육 시간 : 1,295시간
평생교육 지원 (기타)	전 사원	평생학습을 위한 스마트폰 또는 넷북 지원 (2010년 5월)

환경교육 프로그램 운영

유한킴벌리는 체계적인 환경관리 능력을 강화하기 위해 각 사업장 마다 환경 문제에 대해 인식하고 대응방안을 준비할 수 있도록 환경교육 프로그램을 제공하여 폐기물 관리와 지정 폐기물 처리 방법, 비상사태 대응훈련 등에 대한 교육과 안전 및 사고 예방 교육 등을 실시하고 있습니다.

노사협력 및 소통

유한킴벌리는 다양한 커뮤니케이션 채널을 이용하여 노사간 활발한 소통을 지원하고 있습니다. ‘비전 2020’의 3대 핵심가치 중 하나인 ‘신뢰와 배려’를 실천하기 위한 전략과제를 이행하고 있으며, 2011년 1월부터 사원간 존중과 배려문화를 강화하고자 수평적 호칭제도를 운영하고 있습니다. 또한 시대적 변화에 발맞추어 2011년 2월부터 소셜네트워크 서비스를 시행하여 회사관련 소식 및 주요이슈에 대해 공유하고, 사원간 실시간 커뮤니케이션이 가능하도록 지원하고 있습니다.

유한킴벌리는 노사간 신뢰를 바탕으로 노사협의회법에 따라 노사협의회와 고충처리 위원회를 운영하고 매년 설문조사를 실시하여 사원 의견을 경영활동에 반영하고 있습니다.

고충처리 접수 건수 및 관련 내용

구분	고충처리 접수 건수 (건)	관련 내용	비고
2008	25	종이타올을 건조기로 교체, 안마의자 사용료 조정 등	
2009	41	임산부와 자전거 전용 주차장 설치 등	
2010	151	통근버스 운행 요구, 여성 전용 주차 라인 등	충주공장

# 동반성장을 추구하는 협력회사

상생협력활동 성과 및 계획

분류		2010 성과	2011 계획
협력활동	품질혁신활동 (싱글PPM)	11개사 (약 2,000만원)	4개사 (약 730만원)
	품질관리 소프트웨어 구축	-	5개사 (Documentation 지원)
	방충방역 지원	35개사 (2,700만원)	35개사 (2,700만원)
	안전사업장 조성	-	통합안전점검 실시
	정부과제사업 연계 지원	14.5억	16.5억
협력회사 커뮤니케이션 (SMA 등) 활성화		참여회사 확대 (약 80개 협력회사)	시스템 업그레이드 (약 3,000만원)
상생을 위한 교육강화		상생아카데미 15회 11과목 (3,104 man-hour)	상생아카데미 15회 11과목 (3,100 man-hour)

## 협력회사 평가 및 지원프로세스 (SAT, Supplier Assessment Tool)

유한킴벌리는 경제·사회·환경적 성과를 포함하는 총 7개 부문에 대해 120~150여 개의 문항으로 이루어진 평가 항목에 따라 매년 협력회사를 평가하고 있습니다. 2010년 31개 협력회사를 대상으로 경영일반에서 품질, 안전, 환경, 윤리·법규, 인권에 대한 다방면의 평가를 통해 개선을 유도함으로써 협력회사의 자체 경쟁력 향상에도 힘쓰고 있습니다.

매년 실시하는 협력회사 이해관계자 설문조사 결과는 협력회사의 공정한 거래 및 지원활동 개선을 위한 점검과 관리수단으로 활용되고 있습니다. 2010년 설문조사에서 80.2%의 협력회사가 유한킴벌리의 협력회사 선정과정이 공정한 절차를 거치고 있으며 거래 항목과 거래조건 등에 있어 무리하거나 비합리적인 요구를 하지 않는다고 응답하여 높은 공정거래 수준을 유지하고 있는 것으로 평가되었습니다.

유한킴벌리는 협력회사와의 거래 시 전사적 자원 관리시스템(SAP R3)에 등록하고 전산화된 거래 시스템에 따라 계약서 상의 지불조건을 신속하게 이행하여 입금 지연으로 인해 협력회사에서 경제적 문제가 발생하지 않도록 철저히 관리하고 있습니다.

협력회사 평가 항목 예제

공통항목	평가 내용
<b>5.2</b>	입금 및 고용
<b>5.2.1</b>	근로자에게 당해년도 최저임금을 공시하고 준수하는가?
<b>5.2.2</b>	불법 외국인근로자를 고용하고 있는가?
<b>5.2.3</b>	외국인 근로자에 대하여 내국인과 동등한 처우를 해주고 있는가?
<b>5.2.4</b>	최근 12개월 이내에 작업장을 무단 이탈한 외국인 근로자가 없는가?
<b>5.3</b>	사회적 책임
<b>5.3.1</b>	최근 12개월 이내 원부자재 구매처에 지급할 대금을 약속한 방법과 날짜에 지급하지 않아 문제가 발생한 적이 있는가?
<b>5.3.2</b>	사원이 지역사회 또는 사회단체를 위한 활동에 참여하고 있는 것이 있는가?

## 협력회사와의 커뮤니케이션 및 제안 청취

유한킴벌리는 정보 공유 네트워크, 세미나, 간담회를 통해 협력회사 제안을 청취하고 있으며, 2010년 7월 개최된 협력회사 대표자 세미나에서는 60개 협력회사가 UN글로벌컴팩트의 원칙을 함께 준수할 것을 서명하였습니다.

## 공급망 탄소관리 프로젝트 (SCCM) 완료

유한킴벌리는 정부 과제인 공급망 탄소관리(SCCM) 프로젝트(2009.03~2010.10)를 진행하여 완료하였습니다. 1차년도에는 10개, 2차년도에는 17개의 협력회사가 참여하여 에너지 진단 및 개선을 통한 경영체제 구축, 온실가스 감축 잠재량 평가 등의 1차 과제를 수행한 후 공정진단, 탄소성적표시제도, 중소기업형 저탄소 로드맵 개발 등의 과제를 추가적으로 수행하여 2011년 4월 완료하였습니다.

## 협력회사 평생학습 지원 - 상생아카데미

유한킴벌리는 2002년부터 협력회사를 대상으로 평생학습지원 교육프로그램을 운영하고 있습니다. 2010년에는 완제품 및 원부자재 공급을 담당하는 협력회사에서 466명이 교육을 이수하였으며, 일인당 평균 교육시간은 3,104(man-hour)입니다. 사전 설문조사를 통해 교과 과목에 협력회사의 요청사항을 반영하여 품질, 안전, 환경, 생산기술 등 직무 역량 개발 내용과 더불어 소양교육까지 폭을 넓혀 진행하고 있습니다.

협력회사 연도별 교육인원 및 교육시간

구분	2008	2009	2010
교육인원 (명)	523	296	466
일인당 평균 교육시간 (man-hour)	4,003	3,668	3,104

## 협력회사 품질혁신지원사업 - 불량률 싱글PPM 달성

유한킴벌리는 2007년부터 대한상공회의소가 주관하는 싱글PPM 불량률 달성을 위한 품질혁신 프로그램에 참여하고 있으며, 2010년에는 3개 협력회사가 인증을 받았습니다. 싱글PPM은 제품을 100만 개 생산하였을 경우 불량품을 9개 이하의 한 자리 숫자로 관리하고자 하는 품질불량률혁신 프로그램으로 달성 시 정부에서 인증을 주는 제도입니다. 유한킴벌리 담당자도 지도위원 자격을 취득하여 일부 협력회사에 별도의 비용 없이 지도하고 있습니다.

## 상생협력정보공유시스템 (SMA, Supplier Management Advisor)

유한킴벌리는 완제품 및 원부자재를 공급하는 협력회사를 대상으로 웹 상에서 주문정보, 자재수불, 구매계획, 재고현황정보를 제공하는 정보공유시스템(SMA)을 운영하고 있습니다.

시스템 내 상생정보센터를 통해 중소기업 지원프로그램과 정부 지원프로그램 등 중소기업에 도움이 될 수 있는 유용한 정보를 제공하는 한편, 애로사항이나 개선사항을 수렴할 수 있는 열린 공간을 개설하고 해당내용을 즉시 관련부서와 공유하고 있습니다. 더불어 구매요청 정보 및 구매요청 데이터 변경 요청 시 유한킴벌리 담당자에게 이메일이 발송되는 서비스가 추가되어 사용자 입장에서 편의성을 더욱 강화하였습니다.

\*PPM : Parts Per Million의 약자. 싱글 PPM품질혁신 운동은 중소기업청이 1995년부터 품질 경쟁력을 높이기 위해 인증 제도화하여 운영하고 있습니다. 제품이나 서비스 100만 개 중 불량품 개수를 한자리로 줄이고, 장기적으로 불량률 제로(0)를 달성하고자 조직 구성원이 참여하는 품질관리 운동입니다.

60개사

2010년 7월 개최된 협력회사 대표자 세미나에서 UN글로벌컴팩트 원칙을 준수하겠다는 서명을 하였습니다.

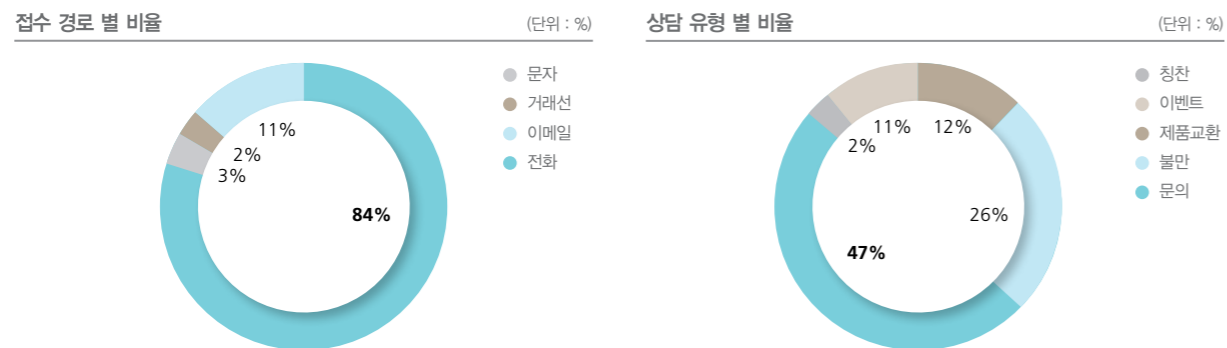
80.2%

매년 실시하는 협력회사 설문조사 결과 2010년에도 높은 공정거래 수준을 유지하고 있는 것으로 평가되었습니다.

# 제품안전성 추구하는, 고객

## 고객 커뮤니케이션

유한킴벌리는 고객과의 커뮤니케이션 채널을 확대하고 고객만족도 향상을 위해 노력하고 있습니다. 문자상담과 실시간 온라인 채팅상담을 개설하여 고객 불만사항 해소 및 관련상담이 신속하게 이루어질 수 있도록 운영하고 있으며, 2010년 총 67,834명의 고객의 소리에 응대하고, 18,344명의 불만사항을 해결하였습니다.



## 내부 고객만족 강화활동

구분	참여인원	교육 내용	비고
2010 CS Boom up 활동	CS 데이	본사 사원 130명	고객만족 댓글달기 행사 - 사원 22명 참여
	CS 아카데미	3개 공장 370명 (대전, 군포, 김천)	공장별 4회, 총 12회 개최
	CS 교육	655명 (영업사원 30명, 협력회사 224명, 판촉협력회사 401명)	만족도 98.5%

## 고객 안전을 위한 올바른 정보제공

유한킴벌리는 제품라벨 표시기재규정을 준수하고 고객 안전을 위한 올바른 정보제공에 최선을 다하고 있습니다. 2010년에는 25건의 광고문안을 사전 검토하여 수정 · 반영하였고, 광고문안에 대한 내부전문가 토론회를 분기마다 개최하고 있습니다. TV나 라디오 매체를 통한 광고의 경우 한국광고자율심의기구의 사전 심의를 거치고 있으며, 기타 매체를 이용한 광고는 공정거래 위원회를 통해 사후 심의를 받고 있습니다. 2010년 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제 위반 및 부과된 벌금은 없습니다.

## 고객만족도 조사

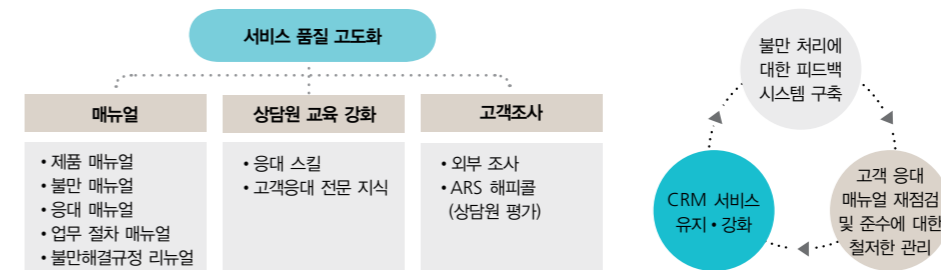
유한킴벌리는 CRM고객과 불만고객을 대상으로 불만처리 프로세스와 상담원 서비스 등 전반적인 고객 서비스에 대해 실시한 설문조사 결과를 바탕으로 전략방향을 도출하여 고객 서비스 향상을 위해 힘쓰고 있습니다.

## 2010 고객만족도 조사 결과

구분	고객만족도 조사 내용
유한킴벌리 호감도 및 제품 호감도	CRM고객 > 일반고객 > 불만고객
고객지원실 상담서비스 만족도	76.6점 (중상 수준)
고객지원서비스 (CRM) 만족도	81.9점 (상위 수준)
고객만족도 조사 결과	상담 내용에 대한 정확한 답변, 처리 결과에 대한 신뢰성 확보 필요

유한킴벌리는 2011년 고객지원본부 내부 워크숍을 통해 도출된 개선 방향에 따라 체계적인 개선활동을 위해 3가지 추진계획을 수립하였습니다. 앞으로도 고객과의 원활한 소통과 철저한 매뉴얼 관리를 통해 서비스를 강화하여 고객만족도를 높이기 위해 노력하겠습니다.

## 고객 서비스 향상을 위한 개선 방향



\*CRM (Costomer Relationship Management) : 불만경험 고객을 대상으로 신제품 사용기회를 부여하는 등의 고객관계 강화활동

67,834명

전화 및 이메일 등 고객 상담 채널을 통해 고객의 의견을 수렴하였습니다.

1,155명

내부 고객만족 강화활동으로 CS데이, CS아카데미, CS교육 등 다양한 CS Boom Up (고객만족 활성화 활동)을 전개하였습니다.

고객 정보보호

유한킴벌리는 제품 및 서비스와 관련하여 회사와의 거래를 위한 목적으로 고객이 제공한 개인정보를 보호하기 위해 ‘정보통신망이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률’ 등 관련 법규를 준수하고 있습니다. 2007년부터 보안시스템(SSL, Secure Socket Layer)을 적용하여 이를 웹사이트에 공지하고 있으며, 소비자 사생활 침해와 관련된 불만사항 접수 프로세스는 웹사이트의 고객문의 접수 및 응대절차와 동일합니다. 2010년 고객 정보 유출로 인한 사생활 침해 불만 접수는 없습니다.

고객만족 강화활동을 통한 고객 확보

유한킴벌리는 고객만족 강화활동의 일환으로 고객에게 유용한 정보를 제공하고 있습니다. 2010년 초·중·고등학교에서 초경교육과 청소년 포럼으로 구성된 청소년 교육을 실시하였으며, 벌레예방을 위한 동영상과 육아 및 여성 정보 책자를 발간하는 등 다양한 활동을 진행하였습니다.

고객만족 강화활동 실적 및 계획

	구분	활동 내용	비고
2010년 실적	청소년 교육	• 초경 교육 및 청소년 포럼 (총 20,300명 참여)	• 초등학교 221개 처 - 7,700명 • 중·고등학교 40개 처 - 12,600명
	행복프로그램	• 불만고객 초청 공장견학 프로그램 • 충성고객 확보	• 총 14명 참여
	CRM	• 불만경험고객 • 고객이탈방지 및 재구매 유도	• 총 14,709명 대상 • 총 9회 진행
	소비자단체 공장견학	• 소비자단체 공장견학 프로그램 운영을 통한 파트너십 강화	• 총 6개 처
2011년 계획	유한킴벌리 서포터즈	• 온라인상에서의 부정적인 이슈 최소화 • 블로그 운영 통한 긍정적 커뮤니티 형성	
	소비자와의 피드백을 통한 불만개선	• 해피콜 제도 운영 • 사용후기 및 정보제공창 활용	
	협력회사 CCMS 합동도입	• 협력회사 대상 CCMS 설명회 및 합동도입 선포	

자발적 회수

유한킴벌리에서 수입 판매하고 있는 더블하트 물놀이 장난감(오리·고래 모델) 중 일부에서 내부 부품으로 사용되는 스프링이 제조사 자체 규격에 부합하지 않는다는 것을 발견하여 해당 사실을 서울시에 보고하고 2010년 11월부터 3개월간 자발적 회수를 시행하였습니다. 해당 제품은 자율안전확인신고필증을 교부 받은 제품으로, 스프링 재질 불량이 제품의 작동에는 영향이 없지만 고객께 책임을 다하고자 전량 회수 및 환불하기로 하였습니다. 해당 제품은 즉시 판매를 중단하였으며, 같은 기간 제품 웹사이트 및 시중 매장을 통해 안내하여 대상 제품 1,728개 중 36개를 회수하였습니다. 또한 재발 방지를 위해 제조사에 대한 철저한 원인 조사 및 예방 조치를 시행하였습니다.



\*해피콜 제도 : 불만 접수와 처리현황을 실시간 문자로 안내하는 제도입니다.

신제품 개발



티엔tn, 십대들의 피부를 위한 청소년 스킨케어 시장에 진출

유한킴벌리는 청소년 전용 스킨케어 브랜드를 2010년 7월에 출시하였습니다. 브랜드명은 'tn'으로 'teen's nature' 혹은 'true nature'라는 의미를 담고 있습니다. 제품 종류로는 트러블용 및 중·저성용 토너와 모이스처 로션, 여드름 전용 폼 클렌저, 파우더 크림이 있습니다. 'tn'은 자연을 닮아 건강하고 순수한 십대들의 피부를 만들어주고자 하는 소망을 담고 teen(청소년)들에게 도움을 줄 수 있는 제품들을 지속적으로 출시할 예정입니다.

디펜드, 물없이 쓰는 샴푸, 바디클린저, 로션, 식사용 앞치마 출시

유한킴벌리의 성인위생용품 브랜드 '디펜드'에서는 2010년 10월 고령고객을 위한 신제품들을 출시하였습니다. 제품 종류로는 흘러내리지 않고, 사용 후 물로 씻어 낼 필요가 없는 샴푸와 스프레이 타입의 세정제로 사용 후 젖은 수건으로 닦아 사용하면 되는 바디클린저, 원하는 부위에 간편하게 뿌려서 사용하는 바디로션이 있으며 편리성 뿐만 아니라 고령 고객들의 피부특성을 고려하여 자극이 적고 피부진정효과가 높은 제품들입니다. 또한 움직임이 불편한 고령고객들을 대상으로 출시한 식사용 앞치마는 방수 코팅된 원단을 사용하여 세탁이 간편하고 흘러내린 음식물이 옆으로 새지 않게 제작된 것이 특징입니다.



잭슨세이프티, 위험한 산업현장에서 각종 광선 및 먼지로부터 눈을 보호할 수 있는 잭슨 보안경 출시

유한킴벌리는 다양한 산업 현장에서 안전하게 눈을 보호하도록 도와주는 '잭슨 보안경'을 2010년 10월에 출시하였습니다. 인체 공학적인 디자인으로 설계되어 편안한 착용감으로 작업능률과 생산성 향상을 돕기 위해 개발된 본 제품은 쓰임새에 따라 자외선용, 적외선용, 복합용, 용접용으로 구분되며 렌즈의 규격 및 등급에 맞는 다양한 제품들로 구성되어 있습니다.

하기스프리미어, 아기들의 어린 피부를 위한 기저귀 출시

유한킴벌리는 13년간 대표 기저귀인 '골드' 브랜드를 '프리미어'로 교체하여 2011년 4월 18일에 새롭게 출시하였습니다. 하기스 프리미어는 엠보싱 구조의 안커버로 통기도가 2배 이상 향상된 소재를 사용하였으며, 겉커버 역시 에어후레쉬 커버를 사용하여 통기성을 높였습니다. 또한 아기 피부를 위해 펄프와 부직포가 결합된 신소재 흡수시트를 적용하여 기존 제품 대비 수분을 30%이상 흡수하고 샘방지 안심포켓을 적용하여 움직임이 많아도 옆으로 새지 않도록 하였습니다.



유한킴벌리의 신제품·신기술 개발 역사



# 사회적 책임이 더 중요해지는, 지역사회

## 사회공헌활동

유한김벌리는 부서 및 사내 동호회를 중심으로 한 정기적인 봉사를 비롯하여 본사와 공장에서 지역사회를 위한 다양한 활동을 추진하고 있습니다. 2010년에는 111건의 사회공헌활동에 2,388명이 참여하였습니다.

사회공헌활동 추진실적

구분	2006	2007	2008	2009	2010
전체참여인원 (명)	15,142	15,464	12,436	8,308	2,388
총 횟수 (건)	218	211	455	350	111
가부금액 (원)	117,406,920	90,307,950	65,632,510	87,784,360	220,485,534

사회공헌활동 세부내역

구분	주최 및 대상	활동실적
본사	연탄한장 (봉사동아리)	저소득층자녀 멘토링 봉사 별난놀이터 : 연 8회, 81명 참여 연탄나눔 봉사 : 연 3회, 52명 참여 집수리 봉사 : 연 5회, 26명 참여 소년소녀 가장 및 결식아동, 저소득층 난치병 아동 지원 김밥데이 : 연 1회, 240명 참여
	유리안 (사내모임)	불우이웃 돕기 바자회 및 성금모금 : 연 1회, 200명 참여
	기타	대한사회복지회 아기돌보기 봉사 : 연 12회, 96명 참여 사원가족 서울숲 자원봉사 : 연 2회, 77명 참여
전체	기타	아이티 지진피해 아동돕기 월급여 1% 기부 : 1,411명 참여 일본 쓰나미 복구 지원 월급여 1% 기부 : 1,078명 참여
군포/충주공장	여성부	아름다운 사람들 청소 봉사 : 연 12회, 109명 참여
	사원가족봉사단	양지의 집 목욕 및 청소 봉사 : 연 10회, 88명 참여
	기타	후원단체 (9개) 한마당 잔치 봉사 : 연 1회, 45명 참여
대전공장	가족봉사단	늘사랑아기집 청소 및 빨래, 아기돌보기 봉사 (연 9회, 61명 참여) 독거노인방문 청소 및 빨래 봉사 (연 10회, 60명 참가)
	기타	소망의집 원내주변 정리 및 텃밭일구기 봉사 : 연 1회, 15명 참여 장애인복지관 봉사 : 연 3회, 61명 참여 사랑의 헌혈봉사 : 연 1회, 35명 참여 독거노인 연탄나눔 봉사 : 연 1회, 14명 참여 일사일촌 농촌봉사 : 연 1회, 78명 참여 사랑의 김장 나눔 봉사 : 연 2회, 24명 참여 사랑의 쌀 나눔 봉사 : 연 2회, 54명 참여 국토대청결 공장외곽 청소 봉사 : 연 1회, 12명
김천공장	유전회	김천내 불우이웃 전기시설 수리 및 설치, 생필품 전달 봉사 : 연 11회, 60명 참여
	여사원회	아나바다 바자회 : 연 1회, 100명 참여
	기타	독거노인 연탄나눔 봉사 : 연 1회, 160명 참여 김천내 하천일대 정화활동 : 연 9회, 360명 참여 중증 장애인 자립센터 봉사 : 연 1회, 40명 참여 사랑의 집 도배 및 도색 봉사 : 연 1회, 40명 참여 자매결연 요광마을 경로잔치 : 연 1회, 200명 참여

## 여성인권 및 권익향상 노력

유한김벌리는 매년 공모를 통해 여성단체 및 시민사회단체 여성활동가를 선발해 미래 한국사회의 리더가 되기 위한 평생학습의 기회를 제공하고 있습니다. 성공회대학교 NGO대학원 석사과정인 실천여성학과정은 1년, NPO(Non Profit Organization) 리더십 심화과정은 매년 2회에 걸쳐 7주간 개최됩니다. 2010년부터는 상대적으로 학습의 기회가 적은 지역사회의 여성활동가들을 위해 서울에서 대구로 지역을 확대해 개최하고 있습니다.

여성리더 양성을 위한 과정

구분	협력파트너	2007	2008	2009	2010	2011(계획)
미래여성NGO (명)	한국여성재단, 한국여성단체연합, 성공회대학교	10	9	11	10	9
NPO리더십 심화과정 (명)	한국여성재단, 이화여자대학교(2009), 계명대학교(2010)	-	49	62	60	60

## 미래세대를 위한 장기적 노력

유한김벌리는 한국의 석학인 이어령 초대 문화부장관과 함께 한중일비교문화콘텐츠 개발 및 확산을 위해 노력하고 있습니다. 2010년 6월 한중일비교문화연구소와 공동으로 국제심포지엄을 개최하였으며, 11월에는 문화의 지속가능한 경쟁력 강화를 목적으로 십이지신 시리즈인 '토끼' 를 발간하였습니다.

## 시민들의 문화 접목 기회 확대 및 평생학습의 사회적 확산

유한김벌리는 서울 소재 문학관 '자연을 사랑하는 문학의 집 · 서울' 의 수요문학광장과 금요음악마당, 기획전 개최를 돕고 있으며 신작가곡 음악회인 '우리시 우리노래' 를 통해 시민들이 문화를 접할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.

구분	세부내용
수요문학광장	문인초청강연, 문학강연독자와의 대화 등 115회 개최
금요음악마당	성악가의 노래, 시낭송, 문학강연 등 118회 개최
기획전	문인 취미 수집전, 문인 자화상 전 등 41회 개최
신작가곡 음악회 '우리시 우리노래'	2010.10 (50명 참여)

## 평생학습 및 지식공유 확산

유한김벌리 대전공장은 평생학습의 우수사례로 평가받고 있으며 2010년 개인 및 기관에서 466명이 방문하여 함께 공유하는 시간을 가졌습니다. 한편 유한김벌리는 12월에 12개국 35명의 환경전문가가 참여한 2010 아·태 환경포럼을 UNEP와 공동으로 주최하여 지식을 공유하고 확산하기 위한 활동을 수행하였습니다.

## 위생문화 확산 활동

유한김벌리는 병원 내 감염예방에 관심을 갖고 2010년 총 5회의 감염관리 세미나를 건국대병원, 춘천성심병원 등에서 개최하여 간호사 99명이 참여하였습니다. 한편 공중화장실 문화 정착을 위한 위생관리 캠페인을 지속적으로 추진하고 있습니다.

2,388명

정기적인 봉사활동 및 지역사회를 위한 다양한 사회공헌활동에 참여하였습니다.

2.2억 원

아이티 1% 나눔 기부를 포함하여 각 사업장 별 봉사동아리를 통해 기부하였습니다.

Disclosure on Management Approach

환경성과 보고

환경성과 관리체계

비전

- 2015년까지 환경·에너지 비전을 달성하여 선도기업으로서 사회적 기여
- 전세계 사업장에서 세계 5위 이내 수준 달성 : 물 사용량, 에너지 및 온실가스 배출저감, 폐기물 저감, 에코디자인 적용
  - 포장재 사용량 25% 감소
  - 온실가스 배출량 5% 감소
  - 물 사용량 25% 감소 (이상 2010년 대비)

정책

환경부하 최소화, 지속적인 환경개선, 효율적인 환경관리, 조직원의 환경관리 능력 배양, 정책 공개, 환경보호운동에 선도적 역할 준수

주요 책임 부서

지속가능경영본부, SEQ/RA팀, 제품개발팀, 사업장 SHE팀, 물류본부

성과평가와 계획

평가 기준 | ● 초과 ● 부합 ○ 적극적 노력 필요

분 류	2010			2011		
	실적	평가	Page	계획		
회사 전체 활동	• 환경관련 투자 지속	●	67	• 환경관련 투자 확대		
	• 저탄소 비전 및 로드맵 수립	●	33	• 저탄소 비전 및 로드맵 적극적 이행		
제품 공정 자원	• 생리대 포장재 무게 감소	●	68	• 생리대 포장재 무게 감소		
	• 그린마일리지 판매 증가	●	35	• 그린마일리지 판매 증가		
기후변화 대응노력	• 공급망 탄소발자국 도입	●	34	• 공급망 탄소발자국 확산		
	• 온실가스 인벤토리 확산	●	33			
	• 온실가스 저감 인센티브 도입	○	-	• 온실가스 저감 인센티브 도입		
	• 탄소성적표지 인증	●	34	• 탄소성적표지 인증 확대		

환경실적 14년 추세 (1997~2010)

분류		1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
환경 보호 비용	총 비용 (억 원)		52.8	57.3	65.2	88.1	91.6	83.6	84.5	94.2	90.5	86.9	90.8	125.8	125.1
	매출 대비 비중 (%)		1.3	1.1	1.1	1.3	1.3	1.2	1.2	1.2	1.1	1.0	0.9	1.1	1.0
에너지	직접에너지 사용량 (10 <sup>6</sup> BTU/제품ton)	6.7	6.4	6.0	5.3	5.1	5.2	5.1	5.1	5.3	5.0	4.5	4.2	4.3	3.7
	간접에너지 사용량 (10 <sup>6</sup> BTU/제품ton)	3.5	3.3	3.2	4.0	4.0	3.8	3.7	3.8	4.0	3.9	3.8	3.7	4.1	3.8
물 사용량 (m <sup>3</sup> /제품ton)		25.6	25.0	24.5	18.7	14.1	11.5	10.0	8.9	9.7	9.9	10.0	11.7	13.8	14.4
재활용	재활용지 중 국내산 비율 (%)	10.1	14.2	18.9	37.3	57.7	74.2	70.8	76.0	74.8	76.8	81.7	85.8	89.9	91.8
	물 재활용 비율 (%)	39.3	41.6	41.0	34.9	46.1	55.5	61.8	59.2	57.3	57.3	56.3	50.8	43.1	43.4
수질 관리	수계 배출량 (m <sup>3</sup> /제품ton)	19.9	17.4	13.5	13.0	11.2	8.2	7.5	6.3	6.4	6.4	7.4	8.6	11.1	11.6
	화학적 산소 요구량	0.33	0.35	0.43	0.29	0.18	0.14	0.12	0.09	0.09	0.09	0.11	0.11	0.14	0.155
	수질오염 배출량 (kg/제품ton)														
	총 부유물질	0.17	0.14	0.17	0.11	0.05	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02	0.03	0.03	0.027
폐기물 발생량	생화학적 산소요구량	0.07	0.07	0.09	0.05	0.03	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02	0.01	0.02	0.015
	폐기물 발생량 (ton/제품ton)	0.54	0.50	0.47	0.38	0.38	0.44	0.45	0.37	0.34	0.28	0.26	0.25	0.23	0.22
온실 가스 저감	CO <sub>2</sub> 총 배출량 (천 tCO <sub>2</sub> /년)	-	-	150.9	138.9	160	175	170	163	168	156	155	161	164	174
	원단위 CO <sub>2</sub> 배출량 (tCO <sub>2</sub> /제품ton)	-	-	-	-	0.909	0.875	0.863	0.867	0.879	0.800	0.742	0.720	0.741	0.739
	염화불화탄소 사용량 (kg)	-	-	-	-	47.5	19.7	24.3	63.4	51.0	35.3	22.2	17.1	26.7	4.8
대기 관리	NO <sub>x</sub> (kg/제품ton)	1.595	1.175	0.851	0.577	0.506	0.467	0.506	0.449	0.409	0.152	0.066	0.053	0.028	0.07
	SO <sub>x</sub> (kg/제품ton)	1.443	0.994	0.581	0.341	0.154	0.058	0.067	0.060	0.070	0.020	0.004	0.005	0.001	0.0001
	Dust (kg/제품ton)	0.187	0.223	0.173	0.119	0.077	0.058	0.042	0.021	0.016	0.008	0.004	0.003	0.006	0.006

# 환경친화적 제품과 공정

## 더 나은 삶을 위한 유한킴벌리의 지속가능한 제품

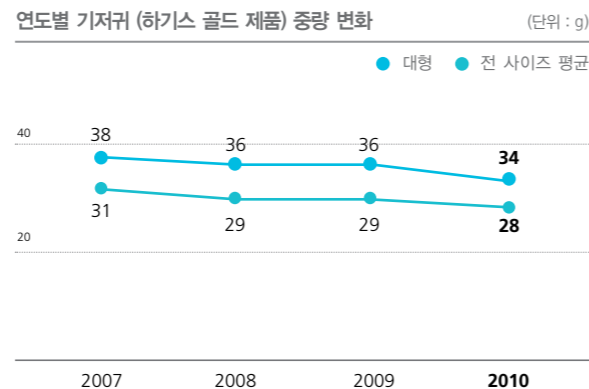
자연친화적 소재사용	기후변화 대응 저탄소 제품	포장재 절감	소비자 니즈 반영제품
<b>2008~ 하비스 네이처메이드</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>천자연소재 기저귀</li> <li>옥수수 추출 식물전분으로 안쪽 커버 제조</li> <li>피톤치드 성분을 함유한 로션 가미</li> </ul>	<b>2009~ 뽀뽀 탄소캐쉬백</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>화장지뽀뽀구매 시 탄소포인트 제공 (3겹 데코플러스 뽀뽀플러스, 3겹 타슈)</li> <li>탄소포인트를 제휴 가맹점에서 현금처럼 사용하는 탄소캐쉬백 운영</li> </ul>	<b>1986~ 하비스 기저귀</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1986년 흡수기술 발달</li> <li>1994년 초박형 설계 적용 ▶ 기존 두께 30% 감소</li> </ul>	<b>2010~ 하비스 소프트케어 아기물티슈</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>천연펄프 사용으로 일반 물티슈 제조공정대비 용수사용 66%절감</li> </ul>
<b>2009~ 크리넥스 에코 프렌드</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>재생용지를 활용한 패키지</li> <li>1개 컬러 사용으로 인한 인쇄 최소화</li> </ul>	<b>2011~ 하비스 네이처메이드</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>탄소성적표지 인증</li> </ul>	<b>2008~2011 그린마일리지 패키지</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>2008년 2차 포장 제거</li> <li>포장재 두께 18% 감축 (55gsm ▶ 45gsm)</li> <li>포장재 재질 변경 (종이 120g ▶ 비닐 9g)</li> </ul>	<b>2011~하비스 도통한 물티슈 마일드</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>스펀레이스 원단에서 천연 펄프로 가공하는 특허공법인 천연펄프 코폼 원단사용</li> <li>천연펄프 65% 이상 함유</li> <li>정수시스템으로 필터링한 음용수로 만들어 안전성, 위생성 향상</li> </ul>

## 환경마크인증 획득

유한킴벌리는 생산 및 소비 과정에서 오염을 상대적으로 적게 일으키거나 자원을 절약할 수 있는 제품에 부여하는 환경마크인증을 획득하기 위해 친환경제품생산에 힘쓰고 있습니다. 2010년 환경마크인증 해당 제품은 뽀뽀 화장지, 김케이 셀 방향제 등 산업용품과 화장지 등이며, 환경마크인증 제품의 매출은 217억 원입니다. 2011년에는 기존 제품의 환경마크를 갱신하는 한편, 가정용품 화장지에 대한 신규 환경마크인증을 신청하였습니다.

## 가벼운 기저귀 만들기를 통한 환경부하 감소

유한킴벌리는 화이트, 좋은느낌 등 생리대 제품의 비닐 포장재 두께를 줄여 연간 발생하는 포장 폐기물량을 줄이고 있습니다. 2010년 '가벼운 기저귀 만들기' 노력을 통해 1993년 폐기물 부담금 제도 도입 시 50g이었던 제품의 중량을 40% 감소한 30g으로 줄여 비용을 절감하고 환경부하를 감소하였습니다. 포장 폐기물량 및 환경부하 감소노력의 활동으로 하비스 골드 제품의 경우 대형사이즈 뿐 아니라 전 사이즈의 평균 중량이 지속적으로 감소하고 있습니다.



# 2010 물질 흐름도

## Input

주요 원자재	연료	용수
수입 재활용지 5,640 톤	도시가스 (LNG) 20,251.1 천㎥	용수 3,378,822 ㎥
국내 재활용지 63,010 톤	휘발유 35.2 kℓ	상수도 132,568 ㎥
펄프 107,513 톤	프로판 9.7 kg	하천수 2,765,717 ㎥
고분자 흡수물질 22,161 톤	경유 (가스·디젤오일) 492.7 kℓ	공업용수 480,537 ㎥
	LPG (차량) 1 ㎥	
	실내등유 3.5 kℓ	
	보일러등유 0.5 kℓ	



## Output

온실가스	수질오염물질	대기오염물질
온실가스 173,541 tCO <sub>2</sub> eq	부유물질 (SS) 6,361.5 kg	먼지 (Dust) 1,497.9 kg
폐기물발생량	생화학적 산소 요구량 (BOD) 3,510.2 kg	SOx 11.9 kg
폐기물 51,389 톤	화학적 산소 요구량 (COD) 36,330.3 kg	NOx 17,108.7 kg
방류량 (폐수)		CO 1,077.1 kg
폐수 2,717,914 ㎥		

30g

기저귀 평균 무게  
감소를 통한  
환경부하 감소

# 환경법규 준수 및 생물다양성

## 환경관련 법규 준수

유한킴벌리는 전 사업장에서 환경정책 기본법, 대기환경보전법, 수질 및 수생태계 보전에 관한 법률과 폐기물 관리법 등을 준수하고 있습니다. 특히 군포공장은 한강 수계, 김천공장은 낙동강 수계, 대전공장은 금강 수계의 수질오염총량관리법규를 준수하고 있으며, 사업장 내 오염물질 배출허용기준을 법적 기준의 1/5수준으로 엄격하게 관리하고 있습니다. 2010년 환경 사고 발생 및 환경 법규 위반 사항은 없습니다.

사업장 중 생물다양성이 있는 지역의 위치와 크기

구분	공장입지 및 인근현황	관리사항
군포공장	산업도로 인근 일반 공업지역	• 환경오염물질 배출의 경우 정부 기준의 1/5이하로 관리
김천공장	공업지역	• 폐수 방출시 생화학적 산소요구량 (BOD, Biochemical Oxygen Demand)기준 99% 이상의 제거효율로 방류 • 수질 TMS (Tele Metering System)로 실시간 모니터링
대전공장	생활폐기물 매립장, 소각장 인근 존재 (2008년 1월부터 악취관리지역으로 지정)	• 악취측정 연 2회 실시 (목표 : 500이하) (공업지역 법적 악취 관리 요구기준 : 1000이하)
충주공장	첨단지방산업단지 (공단지역)	• 토양오염유발 시설 없음 • 공단지역 입지로 인해 지역사회 민원발생소지 없음 (악취, 폐수, 소음) • 폐수의 경우, 공단종말처리장에서 처리
메트로 허브물류센터	경기도 광주	• 건축 설계 단계부터 환경 개념을 접목하여 자연채광, 전기 난방, 센터 주변 조정 등을 추진

## 물과 중대한 유출로 인한 주변 생태계에 미치는 영향 관리

김천공장은 낙동강 상류 지천인 감천에서 하천수를 공급받는 한편, 군포와 대전, 충주공장은 지방자치단체로부터 공업용수를 공급받고 있습니다. 유한킴벌리는 방류수 수질을 하천 생활기준으로 정화한 후 배출함으로써 취수원 및 주변 생태계에 미치는 영향을 최소화하고 있으며, 절차서에 따른 철저한 사전관리를 통해 중대한 유출을 방지하고 있습니다. 또한 사업장 내 주요 구역에 방제함을 설치하여 유출에 대한 대비를 하고 있습니다. 2010년 전체 사업장에서 중대한 유출은 없습니다.

## 생물다양성

유한킴벌리는 공장 신설시 주변 환경에 대한 조사를 통해 사전영향을 파악하여 필요 시 적절한 조치를 이행하고 있습니다. 생물다양성 가치가 높은 구역 및 주변지역에 소유 혹은 임대, 관리하고 있는 토지는 없으며 국제자연보호연맹이나 국가지정 멸종위기종 역시 없는 것으로 파악되었습니다.

# 05

## Appendix

# 부록

제3자 검증보고서

GRI G3 Index, BEST Index

ISO 26000

웹보고용 리스트

2010 독자 의견 피드백 결과

2011 사회책임경영 보고 조직

독자 의견 설문지

학회 및 협회 가입현황

# 제3자 검증보고서

## 서문

주식회사 DNV인증원 (이하 “DNV”)은 유한킴벌리주식회사 (이하 “유한킴벌리”)의 2011 사회책임경영보고서 (이하 “보고서”)에 대해 검증을 수행하도록 요청 받았습니다. 보고서는 GRI의 지속가능경영 보고서 가이드라인 2006(G3)에 따라 작성되었으며, 검증은 DNV의 지속가능경영보고서 검증 프로토콜 (VeriSustainTM)에 따라 진행되었습니다.

유한킴벌리는 보고서에 실린 정보의 수집, 분석, 취합, 보고에 대한 책임이 있습니다. 본 업무를 수행하면서 DNV의 책임은 계약에 따라, 계약 당사자에 국한됩니다. 유한킴벌리의 이해관계자는 본 검증 성명서 활용 예정자들입니다. 검증 활동은 DNV에 제출된 데이터와 정보가 완전하고 진실하다는 가정에 기반을 두고 실시되었습니다.

## 검증 범위

DNV 검증 업무의 범위는 아래와 같습니다.

- 범위 인쇄본 보고서에 포함된 2010년 환경, 사회, 경제 관련 정성적/정량적 정보, 원본데이터의 검증, 프로세스의 운영 효과성 그리고 내부관리는 본 검증 범위에 포함되지 않습니다.
- 기간 2010년 1월 ~ 2011년 5월 (단, 정량데이터의 경우, 2010년으로 한정)
- 대상 범위 대한민국 서울에 소재한 유한킴벌리 본사와 국내 4개 사업장
- GRI 적용 수준 유한킴벌리에서 선언한 A+ 등급

## 검증 방법론

2011년 7월에서 8월까지의 기간동안 DNV의 지속가능경영보고서 검증 프로토콜 (VeriSustainTM)에 따라 자격과 경험을 갖춘 DNV의 검증전문 심사원에 의해 검증이 수행되었습니다. 보고서 검증을 위해 DNV는 리스크에 기반을 둔 접근방법을 채택하였으며, 이는 유한킴벌리의 사업과 이해관계자들과 중요하게 관련된 이슈들에 초점을 맞추었음을 의미합니다.

유한킴벌리의 보고서는 아래의 기준에 따라 평가되었습니다.

- DNV 지속가능경영보고서 검증 프로토콜에 명시된 중요성 (Materiality), 완전성 (Completeness), 중립성 (Neutrality), 신뢰성 (Reliability), 대응성 (Responsiveness) 및 이해관계자 포괄성 (Stakeholder Inclusiveness) 원칙 준수
- GRI G3 지표 및 적용 수준

검증 활동을 통해, DNV는 보고서에 기재된 지속가능성 관련 내용과 주장에 대해 확인하였으며, 데이터 관리시스템 및 정보의 흐름과 관리의 견고함에 대해서도 평가하였습니다. 예를 들면, DNV는

- 유한킴벌리에서 제공한 문서, 데이터 및 관련 정보를 확인하고 검토하였습니다.
- 본사 및 샘플링을 통해 선정된 사업장을 방문하였습니다.
- 유한킴벌리 내 각 조직에서 데이터 관리 및 의사 결정업무를 수행하고 있는 책임자와 담당자를 면담하였습니다.
- 보고서에 기재된 바와 같이 유한킴벌리의 지속가능성 관련 방침을 이행하는 프로세스와 체계, 보고되어야 하는 중요한 이슈들을 결정하는 프로세스와 체계에 대해 샘플링을 통한 심사를 수행하였습니다.
- 보고서에 포함된 정량적 데이터 및 정성적 정보를 생산하고, 수집하고 관리하는 프로세스에 대해 샘플링을 통한 심사를 수행하였습니다.
- 외부인으로부터 감사를 받은 2010년 감사보고서로부터 정보 및 경제관련 데이터를 획득하는 프로세스를 검토하였습니다.

검증은 원칙적으로 보고서에 초점을 맞추고 있습니다. 유한킴벌리의 지속가능경영의 적절성과 효과성 또는 효율성의 확인은 본 검증의 대상이 아닙니다. 또한 보고서에 명시된 협력사 및 유한킴벌리 이외 조직의 지속가능경영, 성과 또는 보고 관행은 금번 검증의 범위에서 제외됩니다. 검증 기간 중 협력사 및 공급업체, 외부 이해관계자와의 면담은 실시되지 않았습니다.

## 결론

검증활동을 수행한 결과, DNV는 2011년도 보고서가 유한킴벌리의 2010년 지속가능경영 전략, 경영시스템 및 성과를 공정하게 표현하고 있다고 판단하였습니다.

DNV는 보고서가 아래 원칙들을 만족하는 정도에 대해 '양호 (Good)', '보통 (Acceptable)' 및 '개선 권고 (Needs Improvement)'의 3가지 형태로 평가하였습니다.

- **중요성 (Materiality)** 양호. 보고서는 유한킴벌리의 활동과 관련된 주요 이슈들과 이해관계자들에 가장 관련성이 높은 이슈들의 성과를 제시하고 있습니다. 이해관계자 참여를 통해 도출한 중요한 이슈와 관련된 활동 및 성과들을 공정하게 보고하고 있습니다.
- **완전성 (Completeness)** 양호. 유한킴벌리에서 정의한 보고 범위 및 경계는 유한킴벌리의 가장 주요한 이슈와 활동, 그리고 이해관계자들과 가장 관련있는 이슈와 활동을 다루고 있습니다. 검증된 데이터와 정보에서 중요한 누락은 발견되지 않았습니다.
- **중립성 (Neutrality)** 양호. 보고서는 전반적으로 균형된 정보로 제공하고 있습니다.
- **신뢰성 (Reliability)** 보통. 보고서 내 데이터와 정보는 전체적으로 신뢰할 수 있습니다. 체계적인 오류는 발견되지 않았습니다. 데이터 관리 프로세스와 데이터 확인을 위한 공식적인 내부 평가 프로세스가 이행되어야 합니다.
- **이해관계자 포괄성 (Stakeholder Inclusiveness)** 양호. 유한킴벌리는 지속가능경영 이슈와 관련하여 이해관계자 관심사항과 기대사항을 수렴하기 위하여 다양한 방법으로 이해관계자 참여를 실시하였습니다.
- **대응성 (Responsiveness)** 양호. 이해관계자의 견해, 관심사항 및 기대사항은 보고서를 준비하고 유한킴벌리의 지속가능경영을 체계화하는데 반영되어 졌습니다. 이 부분 또한 좀 더 체계화 할 수 있을 것입니다. 보고서는 전반적으로 이해관계자 대응성을 만족하고 있습니다. 더욱이 유한킴벌리는 각계의 전문가들이 참여하는 간담회를 통해 이해관계자의 관심사항과 기대사항을 파악하고 대응하고 있습니다.

더불어 DNV는 금번 보고서가 유한킴벌리에서 선언한 GRI 적용수준 “A+”를 만족함을 확인하였습니다.

## 개선을 위한 제언

다음은 유한킴벌리 경영진에 제공된 관찰 및 개선사항을 요약한 내용입니다. 본 사항들은 보고서에 대한 결론에는 영향을 주지 않으며, 지속적 개선을 도모하고자 제공됩니다.

- 보고서에 공시된 데이터 및 정보의 정확성과 신뢰성을 향상시키기 위하여 기존의 경영시스템을 활용하여 내부 검증을 실시할 것
- 문서화된 절차서 등을 통해 데이터 취합, 분석 및 보고서 편집 등과 같은 사회책임경영보고서 발행을 위한 주요 프로세스를 체계적으로 관리할 것

## DNV의 독립성

DNV는 보고 기간동안에 독립성과 객관성을 해치는 어떤 서비스도 유한킴벌리에 제공하지 않았습니다. 또한 검증 활동 중에 면담한 유한킴벌리 담당자들과의 면담 시 중립성을 유지하였습니다.

DNV는 어떤 개인이나 주체가 본 검증 성명서를 기초하여 내린 의사결정에 대해 배상 책임이나 공동 책임 등이 없음을 명시적으로 표명합니다.

서울, 대한민국  
2011년 8월



박 승 현  
검증팀장  
(주)DNV인증원

Antonio Astone  
지속가능보고서 검증 총괄 책임  
DNV Business Assurance Group AS

안 인 권  
대표이사 원장  
(주)DNV인증원

# GRI G3 Index, BEST Index

● 모두 보고 / ① 일부 보고 / ○ 보고 안함 / - 해당없음

GRI G3		보고여부	해당페이지	BEST	비고
전략 및 분석					
1.1	지속가능성과 관련된 조직, 전략에 관한 최고 의사결정자의 선언	●	6~9	A_1	
1.2	주요 위험 및 기회요소	●	6~9, 26, 32, 39, 43	A_2	
조직 프로필					
2.1	조직 명칭	●	10	A_3	
2.2	대표 브랜드, 제품 및 서비스	●	10, 63	A_4	
2.3	조직의 운영구조	●	10~11	A_5	
2.4	본사, 본부 소재지	●	10	A_7	
2.5	주요 사업장이 위치한 국가	●	11	A_7	
2.6	소유 구조와 법적 형태	●	54	A_8	
2.7	대상 시장	●	10~11	A_9	
2.8	조직의 규모 (직원수, 순매출, 총자본, 제품 또는 서비스 등)	●	49~50, 55	A_10	
2.9	기업 규모, 조직 구조, 소유 구조를 고려한 보고기간 중의 주요 변화	●	변화 없음	B_8	
2.10	수상내역	●	16	EC8, CO8	
보고 매개변수					
3.1	보고 기간	●	4	B_3	
3.2	최근 보고서 발간일자	●	4	B_8	
3.3	보고 주기	●	4	B_6	
3.4	보고서와 관련 내용에 대한 문의처	●	4	B_9	
3.5	보고 내용 정의 프로세스 (중요성, 우선순위 결정)	●	23	B_4	
3.6	보고범위	●	4	B_1	
3.7	보고 범위 또는 보고 경계상의 제한사항	●	4	B_2	
3.8	조직간의 비교에서 중요한 사항에 대한 보고 근거	●	4	A_6	보고조직상 변화없음
3.9	데이터 측정방법과 계산 기준	●	33, 34, 55	-	
3.10	이전 보고서에 제공한 정보의 재조정	●	33, 45, 49, 55	-	
3.11	이전 보고 대비 보고범위, 경계, 혹은 측정방법 등의 중대한 변화	●	변화 없음	B_5	
3.12	GRI 대조표	●	74~77	B_10	
3.13	외부검증 관련 정책 및 활동, 검증 범위 및 기준, 보고 조직과 검증기관의 관계	●	72~73	B_7	
지배구조, 책임, 참여					
4.1	조직 지배구조	●	54	GR1	
4.2	이사회 의장과 CEO 겸임 여부	●	54	GR1, GR3	
4.3	이사회 구성 (사외이사 혹은 독립이사의 수)	●	54	GR2	
4.4	이사회에서 주주와 직원의 의견 반영 메커니즘	①	54	GR12	노사협의회, 간담회 등을 통해 직원의견 을 간접적으로 반영
4.5	기업 성과와 이사, 경영진에 대한 보상 간 연계	●	54	GR7, GR8, GR9	
4.6	이해관계 간 갈등을 피하기 위한 이사회 수준의 프로세스	①	54	GR13, GR14	과반수 이상 의결로 결정
4.7	경제, 환경, 사회 부문 전략을 가이드하는 이사의 전문성을 결정하는 프로세스	●	54	GR4	
4.8	경영 원칙	●	12, 15, 18~22	GR10	
4.9	이사회가 경제, 환경, 사회 성과를 관장하는 절차	●	54	GR5	
4.10	이사회와 성과, 특히 경제, 환경, 사회 성과를 평가하는 프로세스	●	54	GR6	
4.11	사전예방의 원칙과 접근방법 채택 여부 및 채택 방식	●	12	GR11	

● 모두 보고 / ① 일부 보고 / ○ 보고 안함 / - 해당없음

GRI G3		보고여부	해당페이지	BEST	비고
4.12	경제, 환경, 사회 현장 및 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브	●	12, 15, 32, 35, 36~37	GR10	
4.13	협회, 국가, 국제 조직내 주요 회원	●	뒷표지	A_11	
4.14	조직에서 활동 중인 이해관계자 리스트	●	26~31	C_1, C_2	
4.15	주요 이해관계자들의 파악과 선정에 대한 근거	●	26~31	C_1	
4.16	형태별, 이해관계자 그룹별 협의의 빈도로 본 이해관계자 협의에 대한 접근 방식	●	26~31	C_2	
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기되어온 주요 이슈 대응 방법 및 결과	●	24~25, 28~31	C_3	
경제					
DMA (경영접근방법 공시)			48	D_1, D_2, D_3, EC_DMA	
EC1	경제가치 창출과 분배	●	49~50	EC1	
EC2	기후변화로 인한 조직활동의 재무적 영향과 다른 위험과 기회요인	●	9, 32~38	EC2	
EC3	연금제도에서 사측부담 범위	●	42	EC3	
EC4	정부지원금	●	50	EC5	
EC5	주요사업지역에 대해서 현지의 최저임금과 비교한 신입사원의 임금	●	56	EM4	
EC6	주요사업지역에서 현지조달 정책, 실적, 비중	*①	51	EC4	해외 사업장 없음
EC7	현지고용절차와 상급관리자의 현지인 비율	*①	51	EC4	
EC8	공공이익을 위한 투자와 서비스 제공	●	64	EC6	
EC9	간접 경제 영향	●	51	EC7	
환경					
DMA (경영접근방법 공시)			66	D_1, D_2, D_3 EV2, EV3 EV_DMA	
EN1	총량 또는 부피 기준 원료 사용량	●	67, 69	EV10	
EN2	재생 원료 사용 비율	●	38	EV11	
EN3	1차 에너지원별 직접 에너지 소비량	●	33, 67, 69	EV7	
EN4	1차 에너지원별 간접 에너지 소비량	●	33, 67, 69	EV8	
EN5	절약 및 효율성 개선으로 절감한 에너지량	●	13	EC9, EV5	
EN6	에너지 효율적이거나 에너지 기반 제품, 서비스 공급 노력 및 에너지 감축량	*①	34	EV5	
EN7	간접 에너지 절약 사업 및 성과	*①	36~37	EV5, EV25	
EN8	공급원별 총 취수량	●	37, 67, 69	EV9	
EN9	취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원	○	70	EV20	심각한 영향을 받는 취수원 없음
EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	●	37, 67, 69	EV18	
EN11	생물다양성 가치가 높은 구역 또는 주변지역에 소유, 임대, 관리하고 있는 토지	●	70	EV22	
EN12	생물다양성 가치가 높은 구역에서의 활동, 제품, 서비스로 인하여 미치는 영향	●	70	EV22, EV26	
EN13	보호 또는 복원된 서식지	●	70	EV27	
EN14	생물다양성 관리 전략, 이행 조치 및 향후계획	●	70	EV6, EV26	
EN15	국제자연보존연맹 (IUCN) 지정 멸종위기종 (Red List)과 국가지정 멸종위기종의 수	●	70	EV28	
EN16	직· 간접 온실가스 총 배출량	●	33, 67, 69	EV12	
EN17	기타 간접 온실가스	●	33, 67, 69	EV13	
EN18	온실가스 감축사업 및 성과	●	35	EV4	
EN19	오존층 파괴 물질 배출량	●	35, 67	EV14	
EN20	NOx, SOx 및 기타 주요 대기오염물질 배출량	●	67, 69	EV15	

● 모두 보고 / ① 일부 보고 / ○ 보고 안함 / - 해당없음

GRI G3		보고여부	해당페이지	BEST	비고
EN21	최종 배출지별 폐수 배출량 및 수질	●	67, 69	EV17	
EN22	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	●	38, 67, 69	EV16	
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	●	70	EV21	
EN24	비절 협약 부속서에 규정된 폐기물의 운송, 처리량 및 해외반출된 폐기물비율	●	38	EV29	
EN25	폐수 방출로 인해 영향을 받는 수역 및 관련 서식지의 상태, 생물다양성 가치	①	70	EV19	심각한 영향 받는 서식지 없음
EN26	제품 및 서비스의 환경 영향 저감 활동과 성과	●	34~35, 68	EV23	
EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	●	37	EV24	
EN28	환경 법규 위반으로 부과된 벌금액 및 제재 건수	●	70	EV31	
EN29	제품 및 원자재 운송과 임직원 이동의 중대한 환경 영향	●	36~37	EV30	
EN30	환경보호 지출 및 투자 총액	●	34, 67	EV1	
노동					
DMA (경영접근방법 공시)			53	D_1, D_2, D_3 EM_DMA1	
LA1	고용유형, 고용계약 및 지역별 인력현황	●	55	EM1	
LA2	나이, 성별, 지역에 따른 종업원 수 및 이직률	●	55	EM5, EM6	
LA3	상근직에게만 제공되는 혜택	●	42, 56~57	EM20, EM21, EM32	
LA4	단체협상결과와 적용을 받는 종업원의 비율	●	55	EM11, EM12	
LA5	운영상의 변화에 사전 고지기간	●	56	EM13	
LA6	보건과 안전 프로그램 평가 및 개선을 돕는 노사가 공동으로 참여하는 안전 및 보건위원회로 대표되는 인력의 비율	●	55~57	EM14	50%~75%
LA7	부상, 질병, 결근률과 작업관련 사상자수	●	53, 55	EM19	
LA8	심각한 전염성 질병에 노출된 종업원과 그 가족, 지역사회 구성원들을 돕기 위한 교육, 훈련, 예방, 위험관리 프로그램	●	57	EM18	
LA9	노동조합과의 정식 협약 대상인 보건 및 안전사항	●	56	EM15, EM16	
LA10	종업원 유형별 1인당 한해 평균 훈련 시간	*①	57	EM27	
LA11	지속적인 고용가능성 및 경력관리를 지원하는 기술개발 및 평생교육을 위한 프로그램	●	53, 57	EM28	
LA12	정기적 성과 및 경력개발 리뷰를 받은 종업원의 비율	●	15, 56	EM29	100%
LA13	성별, 나이, 소수자 등 다양성 지표에 따른 종업원과 지배기구의 구성	●	55	EM2, EM33, EM34, CO10	
LA14	종업원 유형별 남녀의 평균 임금 비율	●	56	EM3, EM17	
인권					
DMA (경영접근방법 공시)			53	D_1, D_2, D_3 EM_DMA1	
HR1	인권 조항을 포함하거나 인권심사를 통과한 주요투자협약	*①	58	PN1, PN2,	
HR2	인권 심사를 받은 주요 공급자나 협력사의 비율	*①	58	PN3, PN4, PN5	
HR3	인권관련정책 및 절차에 대한 종업원의 교육상태	●	12, 15, 57	EM25, EM26, EM30	
HR4	총 차별 건수 및 관련 조치	●	56	EM7, EM22	
HR5	결사 및 단체협상의 자유 침해 위험 분야 및 예방 조치	●	56	EM8, EM23, EM24	
HR6	아동노동 발생위험이 높은 사업분야 및 아동노동 근절을 위한 조치	●	56	EM9	
HR7	강제노동 발생위험이 높은 사업분야 및 강제노동 근절을 위한 조치	●	56	EM10,	
HR8	인권 관련 정책 및 절차에 대해 훈련받은 보안 인력의 비율	●	15	EM31	
HR9	원주민 권리 침해 건수 및 관련 조치	●	-	CO2	해외 사업장 없음

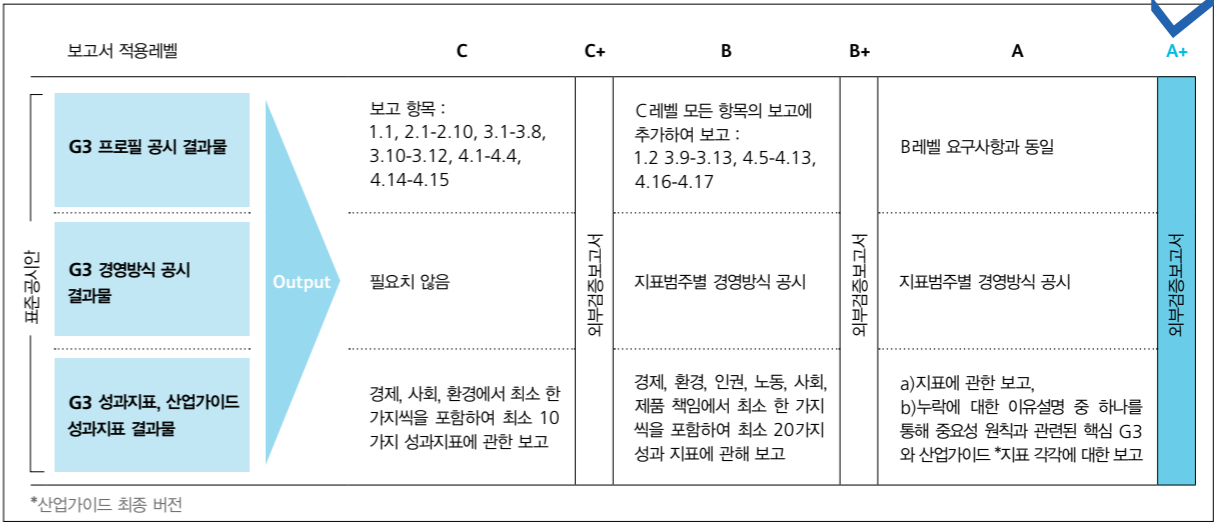
● 모두 보고 / ① 일부 보고 / ○ 보고 안함 / - 해당없음

GRI G3		보고여부	해당페이지	BEST	비고
사회					
DMA (경영접근방법 공시)			53	D_1, D_2, D_3 EM_DMA	
SO1	지역사회 영향을 평가하고 관리하기 위한 프로그램과 사례	●	43~46, 64~65	C_2, CO1, CO2, CO3, CO4	
SO2	부패 위험 관리를 위한 감사프로세스 및 감사 조치결과	●	12, 15	CO5	
SO3	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	●	12	CO5	
SO4	부패 사건에 대한 조치	●	12	CO5	
SO5	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비 활동 참여	●	12	CO6	
SO6	정당, 정치인 및 관련 기관에 대한 국가별 현금, 현물 기부 총액	●	12	CO7	
SO7	부당 경쟁행위 및 독점행위에 대한 법적 조치건수 및 그 결과	●	12	CS3	
SO8	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재 건수	●	12	CO9	
제품책임					
DMA (경영접근방법 공시)			53	D_1, D_2, D_3 EM_DMA	
PR1	제품 및 서비스의 전과정에서 고객의 건강과 안전을 향상하기 위한 절차	●	25	CS4	
PR2	제품 및 서비스의 고객 건강과 안전 관련 규제 위반 사례의 횟수와 형태	●	61	CS2, CS11	
PR3	절차상 필요한 제품 및 서비스 정보 유형, 정보요건에 해당되는 주요 제품 및 서비스의 비율	●	61	CS5, CS6, CS7, CS8	
PR4	제품/서비스 정보 및 라벨링과 관련된 법규 및 자발적 규칙 위반	●	62	CS12	
PR5	고객 만족도 설문조사의 결과를 포함한 고객만족과 관련된 절차	●	60~62	CS1, CS9, CS10	
PR6	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법, 표준, 자발적 규범을 지키기 위한 절차와 프로그램	●	61	CS13	
PR7	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션에 관한 규제 위반 사례의 횟수와 형태	●	61	CS14	
PR8	고객개인 정보 보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만건수	●	62	CS15	
PR9	제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 액수	●	61~62	CS12, CS15	

\*① 데이터 없음

GRI G3 적용 레벨 선언

유한킴벌리는 GRI G3 가이드라인에 따라 본 보고서를 작성하였으며, 적용레벨 등급을 'A+' 로 자체선언합니다.  
유한킴벌리 2011 사회책임경영보고서 검증을 수행한 (주)DNV 인증원으로부터 금번 보고서가 GRI G3 적용수준 'A+' 를 만족함을 확인하였습니다.



# ISO 26000

ISO 26000(사회적 책임에 대한 국제표준)은 조직의 규모나 위치한 장소에 관계없이 모든 형태의 조직에 사회적 책임을 강조하여 사회 전체의 지속가능한 발전에 기여하도록 지원하는 것을 목적으로 국제표준화기구(ISO, International Organization Standardization)에서 제정한 지침입니다.

유한킴벌리는 지속가능경영을 더욱 강화하고, ISO 26000에 따라 7대 핵심 주제(조직 거버넌스, 인권, 노동관행, 환경, 공정운영 관행, 커뮤니티 참여 및 개발, 소비자 이슈) 및 관련 이슈에 대한 조직의 성과를 이해관계자들과 의사소통하면서 기업의 사회적 책임을 완수하고자 노력하겠습니다.

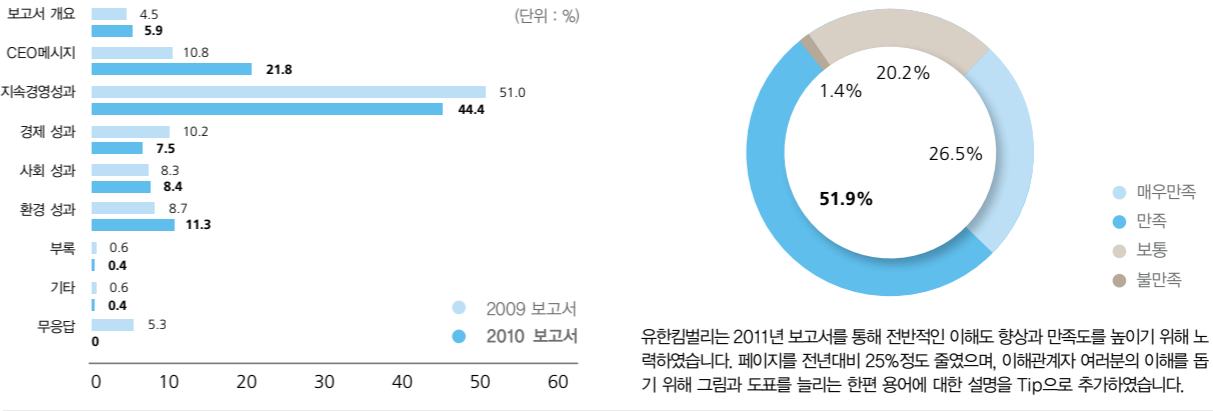
핵심주제	쟁점	페이지
조직 거버넌스	의사결정 과정과 구조	54
	실사	54
	인권 위험 상황	-
	공모 회피	15
인권	고충 처리	57
	차별과 취약집단	56
	시민의 권리와 정치적 권리	60~62
	경제, 사회, 문화적 권리	39~42, 56~57, 64~65
	직장에서의 기본 원칙과 권리	56
	고용과 고용관계	56
	근로조건과 사회적 보호	39~42
노동관행	사회적 대화	56~57
	직장에서의 보건과 안전	56~57
	직장에서의 인적 개발과 훈련	56~57
	오염방지	32~38, 68
환경	지속가능한 자원 이용	37~38, 68
	기후변화 완화와 적응	32~38
	환경보호와 자연서식지 복원	70
	부패방지	12
공정운영 관행	책임있는 정치 참여	12
	공정경쟁	12
	영향력 범위 내에서의 사회적 책임 촉진	58~59
	재산권 존중	-
	공정 마케팅	61
소비자 이슈	소비자 보건과 안전 보호	25
	지속가능한 소비	35~36, 68
	소비자 서비스, 지원 및 불만과 분쟁 해결	60~62
	소비자 개인 정보보호	62
	필수서비스의 보장	-
	교육과 인식	61~62
커뮤니티 참여 및 개발	지역사회 참여	43~46
	교육과 문화	43~46, 65
	고용창출과 직무능력 개발	58~59
	기술개발과 접근	-
	부와 소득 창출	49
	보건	42
	사회적 투자	43~46, 64

# 웹보고용 리스트

분류		내용
윤리경영		공정거래 자율준수 조직표
	주주	유한킴벌리 주주총회 및 이사회 의 주요 의결 사항 내역
		평생학습 연간 평균 교육시간, 연도별 회사부담 교육시간, 사원강점 개발을 위한 교육 프로그램
사회성과		가족친화경영 조직도
	사원	유한킴벌리 가족친화경영제도
		유한킴벌리의 국제노동기구 (ILO)의 안전보건경영시스템 산업안전 협약 준수 현황
		사업장 별 사원건강프로그램 실시 현황
		유한킴벌리 노동조합 현황 및 조직도
	고객	웹 상의 고객과의 커뮤니케이션 통로
	지역사회	유한킴벌리 미래포럼 돌봄 모델 개발 과정
환경성과		문학의 집 · 서울 주요 활동
		온실가스 배출량 및 에너지 사용량
		탄소성적표지 인증 제품
		온실가스 저감 이니셔티브 성과
		배 · 수송차량 녹색 물류활동 성과
		자발적인 에너지 절감 현황
		응수 재사용, 재활용 및 재활용지 활용 노력
		폐기물 재활용 프로세스 및 재활용량
부록		2010 유한킴벌리 준법현황
		수상 및 평가실적
		유한킴벌리 행동규범
		유한킴벌리 광고 윤리강령
		단체 및 협회 가입현황

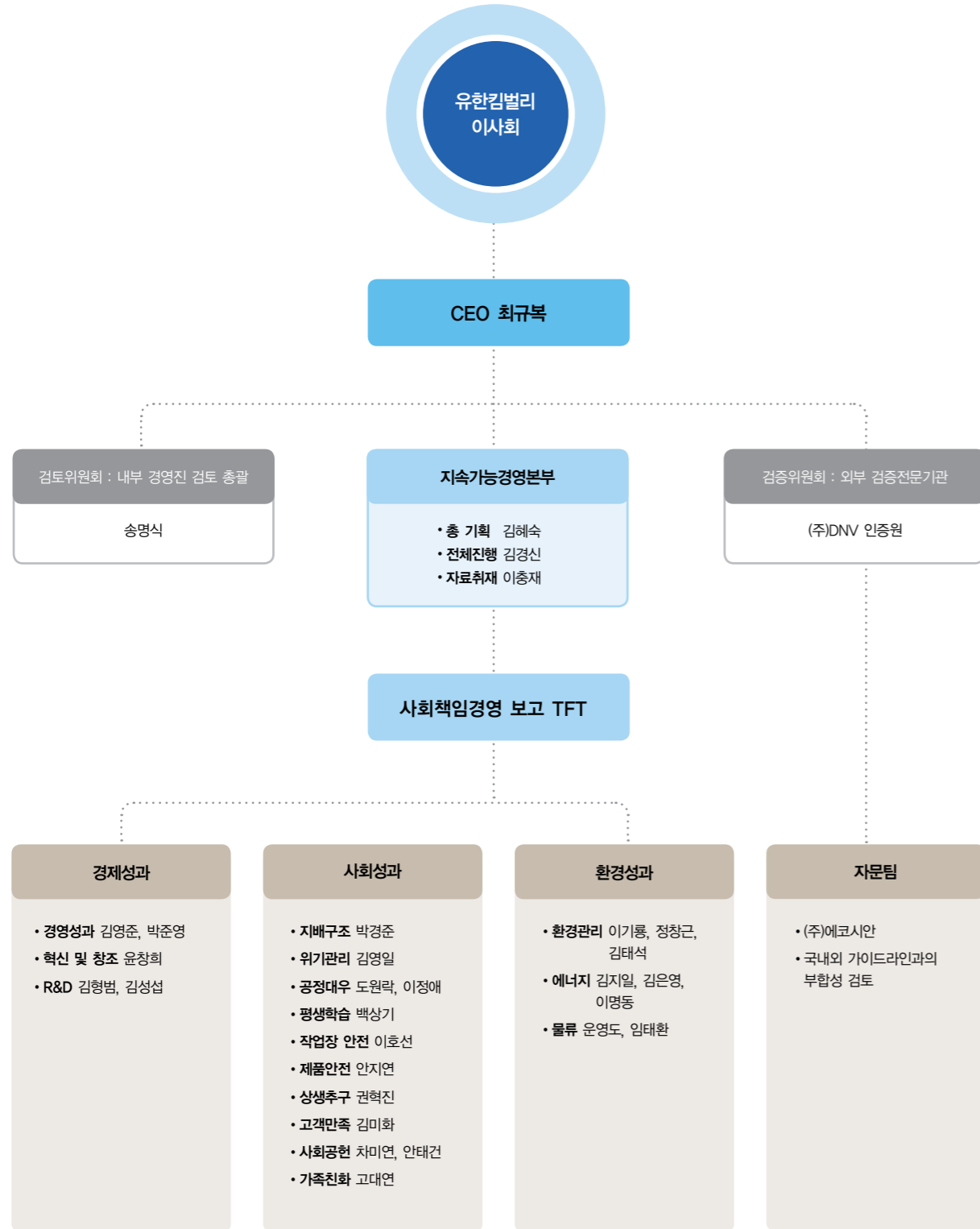
# 2010 독자 의견 피드백 결과

- **참여자 수** 독자 의견 설문지와 온라인 설문조사를 통해 총 209분이 참여하셨습니다.
- **보고서 전반에 대한 만족도** 보고서 이해도에 대한 긍정적인 답변은 약 94.7%로 전년 보다 6.6% 상승하였고, 전체적인 만족도는 78.4%로 전년보다 다소 감소하였습니다.
- **향후 보고서에 바라는 점** 내용을 간략화하고 그림과 도표를 통해 가독성을 높일 수 있도록 개선해달라는 의견이 대부분이었으며, 기타 의견으로는 페이지 축소, 비디오 형식 등 미디어를 적극 활용한 형식 다변화 등이 있었습니다.
- **유익했던 내용** 많은 독자들이 유한킴벌리가 지속가능경영을 위해 추진한 성과와 노력을 이해하기 쉽게 표현한 지속경영성과가 가장 유익했다고 평가하였으며, 그 다음으로는 CEO메시지, 환경 성과 순으로 나타났습니다.



\*여러분의 적극적인 참여와 제언이 유한킴벌리의 지속가능성에 의미있는 자원이 되고 있습니다. 감사합니다.

# 2011 사회책임경영 보고 조직



사회책임경영 보고를 위해 도와주신 모든 분들께 감사드립니다.  
그 외에도 보고서 작성에 참여해 주신 분들 (호칭 생략) : 김주영, 김주호, 김철수, 명하은, 이재우, 전수현, 한근상, 제명신, 조성진, 최영남, 강경희, 김영조, 이종윤, 이민성

유한킴벌리 2011 사회책임경영보고서

## 독자 의견 설문지

유한킴벌리의 사회책임경영보고서를 읽어주신 독자 여러분께 감사드립니다.  
유한킴벌리는 더 좋은 보고서 제작을 위해 이해관계자 여러분의 의견을 청취하고자 합니다.

우편이나 팩스를 통해 보내주시면 감사하겠습니다.

보내실 곳 : 서울시 강남구 대치동 942번지 해성빌딩 5층 유한킴벌리 지속가능경영본부 환경경영팀

Tel : +82-2-528-1351 Fax : +82-2-528-1063

### 1. 귀하는 다음 그룹 중 어디에 소속되어 있습니까?

- |                               |                               |                               |                                  |
|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 고객   | <input type="checkbox"/> 임직원  | <input type="checkbox"/> 투자기관 | <input type="checkbox"/> 개인 투자자  |
| <input type="checkbox"/> 협력회사 | <input type="checkbox"/> 정부기관 | <input type="checkbox"/> 시민단체 | <input type="checkbox"/> 지역사회 주민 |
| <input type="checkbox"/> 언론   | <input type="checkbox"/> 학계   | <input type="checkbox"/> 산업계  | <input type="checkbox"/> 기타 :    |

### 2. 본 보고서를 보시게 된 동기는 무엇입니까?

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> 투자정보를 얻기 위해    | <input type="checkbox"/> 참고자료로 활용하기 위해 | <input type="checkbox"/> 유한킴벌리의 지속가능경영을 알아보기 위해 |
| <input type="checkbox"/> 연구 및 교육 목적을 위해 | <input type="checkbox"/> 기타 :          |   |

### 3. 어느 장이 가장 유익하셨습니까? ( )

- |  |                      |                      |
|--|----------------------|----------------------|
| <input type="checkbox"/> CEO 메시지             |                      |                      |
| <input type="checkbox"/> 지속가능전반              | • 회사 개요              | • 윤리경영과 리스크 관리       |
| <input type="checkbox"/> 비전 2020             | • 혁신경영과 창조경영         | • 한 눈에 보는 2010 유한킴벌리 |
| <input type="checkbox"/> 장수기업 최우선 조건과 4대 아젠다 | • 미션과 비전             | • 핵심가치               |
| <input type="checkbox"/> 경제성과                | • 5대 전략방향            | • 비전 2020 수립 이후의 변화들 |
| <input type="checkbox"/> 사회성과                | • 장수기업이 되기 위한 최우선 조건 | • 이해관계자 커뮤니케이션       |
| <input type="checkbox"/> 환경성과                | • 가족친화경영             | • 기후변화 대응            |
| <input type="checkbox"/> 기타                  |                      |                      |

### 4. 보고서 전반에 대해서 어떻게 생각하십니까?

	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
① 내용이 이해하기 쉽다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 중요이슈를 충분히 다루고 있다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 디자인이 보기 좋다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 제공된 정보에 신뢰가 간다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑤ 전반적으로 보고서에 만족한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 5. 향후 보고서에 바라는 점을 자유롭게 적어주십시오. 감사합니다.

---



---



---



---



2011 사회책임경영보고서

## 독자 의견 설문지

# 사람이 희망이다

우편으로 보내고자 하시는 분들은 절취선을 따라 자르신 후 봉투에 넣어서 보내주시기 바랍니다.

### ● 보내실 곳

우편 | 135-725 서울시 강남구 대치동 942번지 해성빌딩 5층  
유한김벌리 지속가능경영본부 환경경영팀

이메일 | webmaster.korea@y-k.co.kr

팩스 | 02-528-1063



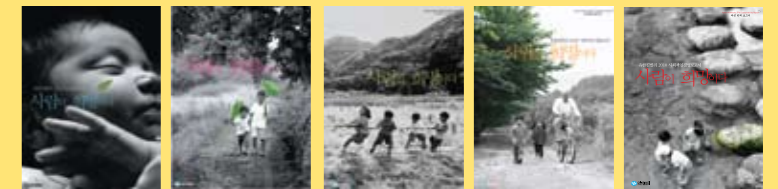
Paste

## 학회 및 협회 가입현황

### 주요 학회 및 협회 가입현황 (Membership)

- 국제경영원 (KOKJE)
- 기업소비자전문가협회 (OCAP)
- 다목적기업최고경영자 협회  
(Korean CEO's Association of multina)
- 대한산업안전협회
- 미래포럼
- 유엔글로벌콤팩트 한국협회 (UNGCKN)
- 윤경 CEO 클럽 협회/윤경 SM포럼 협회
- 전국경제인연합회
- 전과정평가학회
- 지속가능발전기업협의회
- 한국공정경영쟁연합회
- 한국노년학회
- 한국능률협회
- 한국산업기술진흥협회
- 한국소방안전협회
- 한국씨에프오협회 (CFO KOREA)
- 한국에이이오진흥협회 (AEO)
- 한국에이치알디협회 (KOREA HRD)
- 한국제지공업연합회
- 한국필프중이공학회
- 환경보전협회

## 유한김벌리 사회책임경영보고서가 걸어온 길



2006 2007 2008 2009 2010

2006	제1회 지속가능경영대상 대상 수상 (서울과학종합대학원)
2007	제2회 지속가능경영대상 2회 연속 수상 (산업자원부) 지속가능경영자수평가 1위 (환경운동연합) 지속가능성보고서평가 1위 (한겨레신문)
2008	제3회 지속가능경영대상 국무총리상 수상 (지식경제부)
2009	지속가능경영대상 대상 3회 수상, 국내기업최초 명예의전당 입성 (지식경제부) 글로벌녹색경영대상 지속가능성보고서부문 대상 수상 (한국능률협회인증원) 대한민국 지속가능성대회 지속가능성보고서상 수상 (GRI, 한국표준협회) UNGC Notable COP선정 (UNGC) KoBEX SM 'AAA' 최고등급 획득 (산업정책연구원)
2010	대한민국 사회책임경영대상 1위 (한국경제신문) 글로벌 녹색경영대상 수상 (한국능률협회인증원) 로하스 경영대상 수상 (환경재단) 대한민국 지속가능성지수 1위 (한국표준협회)