

유한킴벌리 2012 사회책임경영보고서

# 사람이 희망이다

## 2012 사회책임경영보고서 개요

### About This Report

<b>보고 원칙</b>	GRI G3.1 가이드라인, BSR 가이드라인*, ISO 26000
<b>보고 범위</b>	국내 전 사업장 (통화 단위는 원화)
<b>보고 기간</b>	2011.01~2011.12 (2012년 일부 성과 포함)
<b>보고 기준</b>	회계연도 기준, 최소 3개년 이상 시계열 제시 (단, 경제 실적은 5개년, 환경 실적은 15개년 시계열 제시)
<b>보고 검증</b>	제3자 검증성명서
<b>보고 주기</b>	매년 보고
<b>구성 특징</b>	국제적 최신보고기준 GRI G3.1에 따른 보고, 총 4장 구성, 중요성평가 통한 핵심이슈 우선 보고
<b>공개 원칙</b>	웹사이트 <a href="http://www.yuhan-kimberly.co.kr">www.yuhan-kimberly.co.kr</a> 상시 공개, GRI 가이드라인, BSR 가이드라인 및 ISO 26000 총칙 여부 부록 공개
<b>추가 정보</b>	유한킴벌리 지속가능경영본부 환경경영팀 Tel. 02-528-1351



BSR가이드라인:  
대한상공회의소와 산업정책연구원과 공동으로 만든 지속가능보고서 가이드라인.  
B.E.S.T(Business Ethics Source of Top performance) Sustainability Report Guideline

유한킴벌리  
2012 사회책임경영보고서

# 사람이 희망이다

유한킴벌리는

2012 사회책임경영보고서를 통해

경제 · 사회 · 환경적 측면에서의 성과를 담았습니다.

본 보고서를 통해 비전 2020 선포 이후

핵심가치를 내재화하고

‘더 나은 생활을 향한 믿음-유한킴벌리’를

실천 하기 위한 도전과 변화를

이해관계자 여러분과 공유하고자 합니다.

## 유한킴벌리 지속가능경영을 돕는 이해관계자 참여 및 커뮤니케이션 채널



### 지역사회

- 사회공헌활동
- 공공 정책 참여 및 협력
- 이슈 모니터링
- 교육 프로그램 (성교육, 생명사랑, 신혼부부학교, 그린캠프 등)

### 고객

- 기업이미지조사
- 제품개발/만족도조사
- 소비자불만 접수 및 피드백
- 회사·제품·숲 공익 웹사이트
- 온라인 기업 블로그
- 채팅, 문자 서비스
- 고객지원센터 운영

### 사원

- 경영현황 설명회
- 비디오/가족사보
- 인트라넷
- 사원조사
- 노사협의회/노사간담회
- 노경합동 워크샵
- 고충처리 제도
- 안전보건위원회
- 전문가심리상담 프로그램(EAP)
- 지식경영시스템
- 기업소셜미디어(Yammer)

### 협력회사

- 협력회사 대표자 세미나/간담회
- 협력회사 온라인 커뮤니케이션
- 뉴스레터
- 직거래업체 컨설팅/지원활동
- 상생협력프로그램

### 주주

- 주주총회
- 이사회
- 비전 회의
- 사업장 벤치마킹
- 영업보고서
- 텔레컨퍼런스
- 타운홀미팅

## CONTENTS

06 사회책임경영보고서의 출발  
\_ 이해관계자 참여 중시

# 02

사회책임경영 4대 아젠다

- 22 Agenda 1 신규사업창출
- 24 Agenda 2 기후변화 대응
- 30 Agenda 3 우리강산 푸르게 푸르게
- 36 Agenda 4 가족친화경영
- 40 Special Page\_  
가족친화와 스마트워크

유한킴벌리는 지속가능보고서를 2006년부터 발간했습니다. 2010년부터는 이를 사회책임경영보고서로 명명하고, 지속가능경영을 보다 사회책임경영 관점에서 추진하고 있습니다. 2012년 사회책임경영보고서는 UN글로벌컴팩트 가입 후 일곱번째로 보고하는 COP(Communication on Progress)이기도 합니다.

# 01

유한킴벌리의 지속가능전반

- 08 CEO 메시지
- 14 비전과 핵심가치
- 15 지속가능한 조직과 사업
- 16 윤리경영
- 17 위기관리
- 18 장수기업이 되기 위한 최우선 조건
- 20 2011 하이라이트

# 03

사회책임경영  
경제 · 사회 · 환경 성과보고

경제성과 보고

- 44 경제성과 관리체계(DMA)
- 45 숫자로 본 경영지표
- 46 경제적 가치 창출과 효과적 자산관리
- 48 혁신경영 · 창조경영

사회성과 보고

- 49 사회성과 관리체계(DMA)
- 50 주주
- 51 사원
- 55 협력회사
- 58 고객
- 64 지역사회

환경성과 보고

- 67 환경성과 관리체계(DMA)
- 68 물질 흐름도
- 69 효율적인 자원사용과 재활용
- 70 환경실적 15년 추세

# 04

부록

- 72 제3자 검증성명서
- 74 GRI G3.1 Index, BEST Index
- 78 ISO 26000
- 79 여성위원회 주요 지침  
2011 사회책임경영보고서 피드백
- 80 2012 사회책임경영 보고 조직
- 81 독자 의견 설문지  
주요 학회 및 협회 가입현황 / 주요 협력 및 가입단체  
유한킴벌리 사회책임경영보고서가 걸어온 길



# 이해관계자 커뮤니케이션

유한킴벌리 사회책임경영보고서는 유한킴벌리가 이해관계자들과 어떻게 소통하고 있는지를 보고하고 있습니다. 유한킴벌리는 주주, 사원, 협력회사, 고객, 지역사회로 정의하며 회사 웹사이트와 매년 발간되는 사회책임경영보고서 등을 통해 성과를 공개합니다. 2006년부터 매년 사원, 협력회사, 지역사회, 고객을 대상으로 이해관계자 설문조사를 진행하여 총 7년의 결과를 누적해 활용하고 있습니다. 또한 보고서 발간 전 보고내용에 대해 외부 검증을 실시하고 발간 후에는 보고서에 대한 피드백 조사를 하고 있습니다. 2010년부터 지속가능경영에 대한 이해관계자의 다양한 의견을 반영하기 위해 각 분야 전문가 중심으로 이해관계자위원회를 개최해왔으며, 2011년에도 2회 개최했습니다. 이를 통해 수렴된 이해관계자 관점은 지속가능경영의 자양분이 되고 있습니다.

2,397

2012 이해관계자 설문조사 진행 \_ 2012년 1월 ~ 2월

사원(345), 협력회사(160), 지역사회(112), 고객(1,780)

78

2011 사회책임경영보고서 피드백 \_ 2012년 2월

보고서 독자의견 설문 이해관계자

40

CEO와 함께하는 런치데이트 \_ 2012년 8월 ~ 12월

본사(14), 대전공장(7), 충주공장(10), 김천공장(9)

6

제3회 이해관계자위원회 \_ 2011년 5월

박태진 대한상공회의소 지속가능경영원  
원장 (좌장)

김기찬 카톨릭대학교 경영학과 교수

윤정숙 아름다운재단 상임이사

김기용 카길코리아대표

김현진 서울과학종합대학원 교수

조영식 이화여자대학교 교수

6

제4회 이해관계자위원회 \_ 2011년 10월

조동성 서울대학교 경영학과 교수 (좌장)

고선주 한국건강가정진흥원 원장

김태홍 한국여성정책연구원

평등문화정책센터 실장

김효선 중앙대학교 경영학과 교수

정영애 서울사이버대학

노인복지학과 교수

조경식 제일기획 마케팅 전략본부장

2

2012 보고서 검증 \_ 2012년 9월

(주)DNV 인증원

## 이해관계자위원회 주요 개최 내용

	제3회 이해관계자위원회 (2011년 5월)	제4회 이해관계자위원회 (2011년 10월)
주제	책임과 공헌의 진화를 위한 제언 '우리강산 푸르게 푸르게' 중심으로	책임과 공헌의 진화 '가족친화경영'
제언 내용	KKG* 발전 전략 개발 및 이미지 혁신 KKG 활동 통한 신사업 분야 창출 지속가능한 라이프스타일 사회 확산	가족친화경영의 사회적 확산 시니어케어 제품 개발 및 보급 남성의 가족친화제도 마련 삶의 다양성 지원 프로그램 마련
피드백 및 추진사항	사회책임위원회 구성 및 활동 KKG 중장기 진화계획 수립 추진 가치 내재화 - 사원 자원봉사활동 강화	우수사례 발표 및 벤치마킹 방문 확대 시니어용품 2012 하반기 출시 계획 유연근무제도

\*KKG는 Keep Korea Green으로 '우리강산 푸르게 푸르게'를 줄여서 표기하였습니다.

# 01

CEO 메시지

비전과 핵심가치 | 지속가능한 조직과 사업 | 윤리경영

위기관리 | 장수기업이 되기 위한 최우선 조건

2011 하이라이트

## 유한킴벌리의 지속가능전반

유한킴벌리는 미션이자 비전인

더 나은 생활을 향한 믿음을 실천하고 있습니다.

이러한 미션과 비전은 유한킴벌리 지속가능경영의  
나침반과 같은 것입니다.

### 회사개요

**회사명** 유한킴벌리 주식회사 **설립일** 1970년 3월 30일 **업종** 제조 **대표이사 사장** 최규복 **매출액** 13,041억 원(2011년 기준) **매출액 구성** 국내 82%, 수출 18%(2011년 기준) **주요 브랜드** 하گی스, 더블하트, 화이트, 좋은느낌, 크리넥스, 뽀뽀, 스카트, 그린핑거 등 | **사업 분야** 일반 소비자 위생용품, 산업 및 의료 용품 등 **주요 사업장** 서울(본사), 충주, 대전, 김천 **대상 시장** 개인, 산업체, 연구실, 공공건물, 식당, 병원, 학교 등 **생산 및 판매 제품** 아기 기저귀, 욕아용품, 여성 생리대, 마용지, 화장지, 키친 타월, 내프킨, 물티슈, 스킨케어, 유니레버 등의 소비자 용품과 산업용품(와이퍼, 안전보호구), 화장실용품(물비누, 대용량화장지, 핸드타월, 방향제), 의료 용품(가운, 약세사리, 수술포), 부직포 원단, 농업용 보온 및 차광 재료 등



지속가능한 발전 초석 다지는 원년  
도전과 창의에서  
경쟁력의  
원천을 찾다



2012년 유한킴벌리는 우리나라에서 가장 존경받는 기업 중 하나로 9년 연속 선정되었습니다. 유한킴벌리를 아껴주신 이해관계자 여러분들께 감사드립니다. 유한킴벌리는 지속가능경영을 위해 2010년에 비전을 새롭게 세웠으며, 2011년 비전을 실행에 옮기기 위한 첫 해로서 발을 내딛었습니다. 2012년은 지속적인 업데이트를 통해 비전 2020을 보다 구체화시키고, 3대 핵심가치인 도전과 창의, 신뢰와 배려, 책임과 공헌을 보다 잘 실천하기 위해 노력하는 해가 될 것입니다. 이번 사회책임경영보고서를 통해 지난 한 해의 경제, 사회, 환경적인 성과들을 되돌아보고, 올해 보다 집중적으로 사회책임적이고, 지속가능한 경영을 위해 어떤 노력을 기울여나갈 것인지를 이해관계자 여러분들과 공유하고자 합니다.

**경제** 전체 매출액 1조 3천 41억 원, 이 중 국내영업만으로 매출 실적 1조 원 돌파

유한킴벌리는 전년대비 약 4%의 매출 성장을 하는 등 성장세를 회복해 가고 있습니다. 전반적으로 어려운 경제환경 속에서 외국 경쟁사들의 국내 시장 공략이 강화되고 있고, 원부자재 가격이 상승하고 있습니다. 그러나 기존사업과 온라인 사업에 집중함으로써 성장을 이룩했고, 전략적 제휴를 했던 유니레버 사업의 판매 신장이 추가적으로 성장에 기여를 해주었습니다. 또한 회사 창립 이래 전체 매출액 중 국내 생활용품 영업실적만으로 1조 원을 돌파하는 기록도 세웠습니다.

이제 조금 성장의 속도가 나고 있습니다. 그 바탕에는 유한킴벌리가 비전 2020을 수립하고, 선포하는 등 미래를 길게 그려본 이래 모든 부분에서 빠른 변화가 시도되었는데, 변화에 잘 적응해가면서 얻은 결과라고 생각합니다. 2012년에도 유한킴벌리는 비전 2020을 통해 수립한 재무목표와 전략방향을 구체화시켜 나가는 노력을 계속 해나갈 것입니다. 국내 경기침체와 중국 성장률 저하 우려, 원자재 가격 상승과 저출산 추세가 여전히 성장에 부담을 주겠지만, 유한킴벌리는 기존 핵심 사업과 온라인사업에서 경쟁우위 확보를 위해 노력하겠습니다. 또한 미래를 위해 신성장 사업인 시니어케어, 스킨케어, 육아용품사업 등을 지속적으로 성장시키도록 계속 도전해 나갈 계획입니다.

## 혁신과 창조 미래의 동력 확보 노력

지난 한 해는 혁신과 창조면에서 중요한 성과를 많이 거두었던 해였습니다. 첫째로 유한킴벌리는 2011년 3월에 충주공장을 세워, 미래의 중추적인 여성용품 생산기지 구축을 완료했습니다. 2012년 충주공장에 새로 시니어케어 생산 기계가 가동되면 고령화시대에 도움이 될 제품들이 생산되어 신시장 개척에도 중요한 모멘텀을 만들어갈 것입니다.

둘째로 2011년 10월 회사 최초로 제품개발의 메카가 될 이노베이션센터를 만들었습니다. 분야별로 흩어져 있던 제품개발팀의 역량을 모음으로써 시너지를 만들어낼 수 있을 것으로 기대하고 있습니다. 셋째로, 스마트워크시대에 맞는 도전적이고 창의적인 스마트오피스를 구축함으로써 가족친화경영과 연계해 새로운 조직문화의 전반적인 변화를 시도하고 있습니다. 2011년 8월부터 12월까지 4개월에 걸쳐 본사와 죽전이노베이션센터를 스마트오피스로 구축했고, 10월에 군포와 죽전에 스마트워크센터를 열었습니다. 스마트오피스와 스마트워크센터는 공간적 변화에 그치지 않고 기존 업무의 관행을 보다 도전적이고 창의적으로 변화시키는데 기여할 것입니다.

마지막으로 비전 2020을 수립한 이래, 5대 전략방향에 따른 68개의 세부전략과제를 수행하기 위한 집중적인 노력을 기울였다는 점을 평가하고 싶습니다. 2011년에 48개 과제를 완료해 유관부문에서 세부 개선활동에 착수했으며, 2012년에도 계속될 예정입니다.

## 조직과 문화 도전적이고 창의적인 조직문화 기반 확립

조직과 문화적인 차원에서 보다 창의적이고 혁신적인 회사가 되기 위해서는 이를 지원하는 제도적인 기반이 필요합니다. 이에 따라 창의적인 생각과 의견을 낼 수 있도록 수평적 호칭제도인 “님”호칭 제도를 전면 실시했으며, 소통을 강화하는 노력들에 집중해왔습니다.

경영현황설명회, 최고경영자와 사원간의 소통의 장인 런치데이트를 정기적으로 운영하는 한편 사내 SNS를 도입해 실시간 소통이 가능하도록 지원하고 있으며, 이러한 회사의 변화에 발 맞추어 새로운 조직과 직책을 신설했습니다. 2011년에 전략기획본부, 가족친화경영팀, 기저귀재활용사업팀, 공정거래자율준수위원회, 지속적 개선팀(CI, Continuous Improvement) 등을 신설했고, 더 도전적이고 창의적인 미래를 위해 인력면에서 다양성과 이를 포용할 역량을 향상시키고자 유한킴벌리 최초로 다양성최고책임자(CDIO, Chief Diversity and Inclusion Officer)를 임명했습니다. 이를 통해 임원들을 대상으로 포용역량을 높이는 교육을 실시하고, 다양성과 포용역량지수를 조사하는 등 다양성과 포용역량을 향상시키는 노력을 시작했습니다.

2012년에도 경영에 있어 변함 없이 강조하고 있는 것은 윤리와 안전입니다. 성장의 기반이 될 준법경영·투명경영·윤리경영의 중요성을 강화하는 교육을 전사적으로 진행하는 한편 이를 지속적으로 관리할 윤리경영본부를 신설했습니다. 또한 안전은 무엇보다도 우선적으로 우리가 지켜야할 기본 책무로서 이를 준수하고 있습니다. 제품에서의 안전을 중시하는 노력과 더불어 사업장 운영시에도 무재해를 최우선 과제로 선정하여 중점 관리하고 있으며 안전주간 캠페인, 노사합동 안전점검 등을 통해 지속적으로 위험요소를 발굴하고 개선하기 위한 노력을 해나가고 있습니다.

## 경영 성과 및 중장기 과제

평가 기준 | ■ 초과 ■ 부합 □ 노력 필요

목표	2011년 주요 실적	평가	2012년 목표 및 중장기 과제
경제적 목표	기존사업 활성화 전년대비 4% 성장	□	기존사업 활성화 전년대비 7% 성장
	신성장 사업 활성화 • 전년대비 46% 성장 (신규사업 포함)	□	신성장 사업 성장 • 전년대비 20% 성장 (신규사업 포함)
	신규사업 진출 • 유아용 의류 제품 출시 • 유니레버 매출 470억 원 달성 • 더블하트 전년대비 91% 성장	■	신규사업 확대 • 성인용 팬츠, 물티슈, 하이드로넛 제품, 병원용품 사업 확대
	원가 및 비용 절감 316억 원	■	원가 및 비용 절감 노력 지속
	전체 매출액 중 수출비중 18% • 수출 영업이익 약 20억 원 증가	■	수출비중 20% 이상
	수출 성장을 위한 혁신 2,330억 원 달성	■	수출목표 2,400억 원 수출품목 다각화 시니어 팬츠, 물티슈 원단
	지속적인 투자 유치 총 718억 원 • 시니어케어 팬츠 라인 투자유치 등	■	지속적인 투자 유치 총 328억 원 • 충주공장 성인용 팬츠 라인 설치 완료 및 가동 시작 • 대전공장 유아물티슈 라인 증설 • 대전공장 자동화 창고 건설 승인 등
	기후변화 대응 – 온실가스 저감 • 전년대비 제품 톤당 CO <sub>2</sub> 발생량 4.3% 감소	■	기후변화 대응 – 온실가스 저감 • 2020년 BAU대비 30% 감축 (중장기적 계획) • 배출권거래제 시범사업 참여 (자식경제부) • 그린카드 참여 제품 확대
	2차 포장재 저감 • 그린마일리지 제품 판매량 증가 (전체 10% 점유)	□	제품관련 환경법규 선제적 대응 • 폐기물 부담금 및 화장품 포장방법 등
사회적 목표	기업의 사회적 신뢰, 명성 지속 • 한국의 존경받는 기업 9년 연속 선정	■	기업의 사회적 신뢰, 명성 지속
	우리강산 푸르게 푸르게 캠페인 지속 • 1,981,295그루 심기 및 가꾸기 (1984~2011년 누적 44,712천 그루)	■	우리강산 푸르게 푸르게 캠페인 지속 (1984~2012년 46,712천 그루 누적, 2014년 5천만 그루 목표)
	가족친화경영 확산 노력 • 가족친화기업인증 연장 획득 • 스마트오피스와 스마트워크센터 구축	■	가족친화경영 확산 노력 • 스마트워크 문화 활성화 • 스마트오피스 성공사례 공유
	소비자불만 자율관리 강화 • 소비자불만 전년대비 25% 감소 • 소비자중심경영 (CCM) 도입 및 운영	■	고객 커뮤니케이션 강화 • 모바일 고객센터 어플리케이션개발 • 영업 현장 VOC 수집 채널 도입 등
	상생협력활동 지속 • 상생아카데미 50개사 256명 교육	■	상생협력활동 지속
	사회와의 약속 준수 지속 • 2011 UN글로벌콤팩트 COP 보고, CEO윤리경영서약 등	■	사회와의 약속 준수 지속 • 회사 최초 사회책임위원회 구성, CEO윤리경영서약 등

## 사회 “우리강산 푸르게 푸르게”와 “가족친화경영”의 성장과 진화

유한킴벌리는 비전 2020을 선포하면서 “우리강산 푸르게 푸르게”와 “가족친화경영”을 두 축으로 사회적 책임을 강화하겠다고 강조한 바 있습니다. 향후 2014년까지 5천만 그루의 나무를 심고 가꾸겠다는 “우리강산 푸르게 푸르게”의 약속과 더불어 더 진화 발전시킬 안을 구체화시켜 나가고 있습니다.

또한 저출산시대에 더 나은 해법을 제시할 수 있도록 노력하고 있습니다. 가족친화경영 전담팀인 가족친화경영팀을 신설했고, 여성가족부로부터 가족친화인증기간을 연장했으며, 가족친화포럼 등의 활동을 통해 가족친화를 확산하고자 노력해왔습니다. 회사 최초로 대전공장에 직장보육시설을 개소했으며, 스마트워크 개념을 도입한 스마트오피스 및 스마트워크센터를 구축하여 스마트워크 우수기업으로서도 새로운 영역을 개척했습니다. 그리고, 두 영역을 발전시켜 나가기 위해 각 분야의 전문가로 구성된 이해관계자 위원회를 개최해 지속적으로 의견을 경청하고 있습니다. 2012년에는 회사중심의 사회책임과 공헌이 아니라 사원과 가족들이 함께하는 사회책임과 공헌활동을 해나가려고 합니다. 이를 통해 회사의 핵심가치를 사원들과 가족들이 함께 실천할 수 있도록 함으로써 보다 지속가능한 환경을 구축하고자 합니다.

## 환경 기후변화에 능동적 대응, 온실가스 배출량 저감 노력 본격화

유한킴벌리는 환경경영에 있어 특히 기후변화에 능동적으로 대응하기 위해 노력하고 있습니다. 환경친화적인 제조공정에서 생산되는 펄프나 국제적으로 친환경산림인증을 취득한 펄프를 우선 구매하는 녹색구매 정책을 실천하고 있습니다. 2015년 배출권거래제 시행에 대비하여 2011년에 지식경제부가 주관한 산업발전부문 배출권거래제 시범사업에 자발적으로 참여했습니다. 또한 2011년에 자체 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 관리기준을 설정했으며, 2012년부터 본격적으로 감축프로그램 실행에 들어갔습니다. 2011년 3월에 제품의 전과정 측면에서 최초로 탄소배출량을 소비자에게 공개하는 탄소성적표지인증을 총 7개 제품에서 받았으며, 3년간 인증이 유효합니다. 특히 기저귀 제품의 경우는 동종업계에서 최초에 해당합니다. 물류에너지 목표관리제 협약식 참여를 통해 물류부문의 온실가스 배출량 저감과 함께 협력회사와의 그린 파트너십을 지속적으로 추진하는 등 전과정 측면에서의 저탄소화 노력을 지속적으로 추진하고 있습니다. 이와 함께 군포 및 죽전에 구축 완료된 스마트워크센터의 적극적인 활용을 통해 출퇴근 시간을 절약하고 이동거리 단축에 따른 탄소배출량 저감을 유도하는 활동과 더불어 그린캠페인을 지속적으로 활성화 할 것입니다.

## 이야기를 마치며

앞으로도 유한킴벌리의 노력을 통해, 이해관계자 여러분과 함께 한걸음 한걸음 나아갈 수 있도록 하겠습니다. 유한킴벌리의 도전과 창의 정신이 민들레 홀씨되어 차별화된 제품, 서비스 및 사회공헌활동 등으로 뿌리내려 움틀 수 있도록 더 나은 생활을 향한 믿음을 묵묵히 실천하도록 하겠습니다. 이해관계자 여러분의 적극적인 격려와 사랑 요청드립니다.

2012년 8월

유한킴벌리 대표이사 사장

최 규 복

## 2012년 유한킴벌리의 UN글로벌콤팩트 서약 및 실천

유한킴벌리는 2007년에 UN글로벌콤팩트에 가입하여 원칙 준수 및 매년 성과이행보고서(COP, Communication on Progress)를 제출하고 있습니다. 앞으로도 규칙의 선도적 이행으로 사회적 책임을 다하겠습니다.

분류	원칙	유한킴벌리 규정	2012성과 이행보고	보고페이지
인권	1. 우리는 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.	<b>인권 보호</b> • 경영방침 [인간존중] • 인사규칙 제 35조 [신분보장] • 행동규범 [사원에 대한 배려] • 단체협약 2장 제 27조 [부당징계의 구제]	• 전 사원 행동규범 교육 (연 2회)	52, 57
	2. 우리는 인권침해에 가담하지 않고 있음을 확인한다.	<b>인권 침해</b> • 협력회사 선정지침 [조직의 윤리적 건전성] • 협력회사 평가항목 [임금 및 고용]	• 협력회사 대상 인권부문 정기평가 • 경비보안담당 협력회사 인권교육 87명 (98.9% 실시) (군포7, 충주12, 김천13, 대전55)	55
노동	3. 우리는 결사의 자유와 단체교섭권리를 보장한다.	<b>결사자유</b> • 단체협약 2장 제 10조 [조합활동의 보장] • 단체협약 2장 제 11조 [부당노동행위 금지] • 단체협약 7장 제 66조 [노사협의회, 고충처리위원 및 고충처리위원회] • 단체협약 9장 제 75조 [교섭원칙]	• 노동조합 가입률 88.0% (노동 조합 가입 대상자 1,063명) • 노사협의회 분기별 개최 총 20회 • 임금협상 연 1회 실시	51~52
	4. 우리는 모든 형태의 강제노동을 배제한다.	<b>강제 노동 금지</b> • 취업규칙 제 3장 복무 제 21조 [시간외, 야간 및 휴일근무] • 단체협약 제 4장 35조 [연장, 야간 및 휴일근로]	• 연장, 휴일 또는 야간 근로시 노사 합의하에 실시 • 임산부 보건상 유해·위험한 작업 배치 금지 / 임산부 야간 근무 금지	52
	5. 우리는 아동노동을 효과적으로 폐지한다.	<b>아동 노동 금지</b> • 취업규칙 제 3장 복무 제 18조 [근무시간] • 단체협약 제 4장 제 34조 [근로시간]	• 18세 미만 사원 없음	52
	6. 우리는 고용 및 업무상 차별을 근절한다.	<b>차별 금지</b> • 취업규칙 9장 제 89조 [남녀차별금지] • 단체협약 5장 제 45조 [임금] 동일가치의 노동에 대한 동일 임금 지급 • 행동규범 제 2장 [사원에 대한 배려]	• 성희롱 예방교육 2,305명 이수 • 여성비율 (사무직 35.3%, 임원 17.7%) • 대졸신입사원 초봉 남녀 동일 원칙 준수	16, 51~52
환경	7. 우리는 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.	<b>환경 예방</b> • 구매이념 [환경친화적인 원료 구입 및 제품생산지원] • 환경경영방침 [환경부하의 최소화] • 환경경영방침 [환경사고의 사전예방]	• 녹색구매 연간 1,432억 원 • 사원대상 환경관리 교육 실시 (613명)	25
	8. 우리는 보다 많은 환경적 책임을 지는데 앞장선다.	<b>환경 책임</b> • 경영방침 [사회공헌] 선도적 환경보전활동 전개 • 행동규범 2장 [환경보호] • 구매이념 [파트너와의 협력 통한 상호 이익 실현] • 환경경영방침 [환경보호운동에 선도적 역할]	• 기저귀 하이스 네이처메이드 탄소성적표지인증 • 숲환경보호 캠페인 '우리강산 푸르게 푸르게' 진행 • 환경관리실적 15년 추세 관리	25, 30~34, 70
	9. 우리는 환경친화적인 기술개발 및 확산을 지원한다.	<b>환경 친화</b> • 구매이념 [기술적인 혁신 통한 우수제품 생산 지원] • 환경경영방침 [지속적인 환경개선] - 절감, 재사용, 재활용 노력 규정	• 환경친화적 제품 출시 (하이스 도톰한 물티슈 마일드)	19
반부패	10. 우리는 부당취득 및 뇌물 등의 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 노력한다.	<b>반부패</b> • 행동규범 제 2장 [선물 접대기준 명시] • 행동규범 제 2장 [공직자에 대한 금품 수여 금지] • 취업규칙 제 11조 [금지사항] 금지 - 회사거래처로부터 사례, 중여, 향연 등 행위 • 공정거래 자율준수 매뉴얼 제 2절 [회사 업무별 유의 사항] 및 제 4절 [실무적용 체크리스트]	• 행동규범 사항 숙지 독려 • 반부패 교육 (11회 실시, 온라인 별도 진행)	16

온라인 공개처 <http://www.yuhan-kimberly.co.kr>



# 비전과 핵심가치

유한킴벌리는 2020년까지의 장기적인 비전을 수립한 이래, 2011년부터 지속적으로 비전을 달성하기 위해 필요한 과제들을 도출해 이를 구체화하는 작업을 진행했습니다. 2012년을 도전과 창의의 해로 선언하고, 이러한 환경을 구축하기 위해 노력하고 있습니다.

## 유한킴벌리 비전체계도



## 3대 핵심 가치

핵심가치 1	핵심가치 2	핵심가치 3
<b>도전과 창의</b> 성공을 확신하는 열정적인 자세로, 목표를 도전적으로 정하고 창의적 방법으로 지속적인 개선 진행	<b>신뢰와 배려</b> 다양성을 존중하고 포용하며, 진심으로 배려하고, 열린 마음으로 신뢰 구축, 안전, 삶의 질 향상, 열린 경영, 평생학습, 인재육성, 동반성장, 고객만족 등을 위해 노력	<b>책임과 공헌</b> 진정성을 가지고 윤리경영, 공정거래, 성실납세, 생명존중, 환경경영, 가족친화경영 등 사회적 책임을 위해 공헌

### 비전 2020 수립 이후 2011~2012년 상반기 주요 변화들

구분		비전선포 전	비전선포 후	세부내용
비전공유 및 전략실행	전략과제	—	68개	과제 실행계획 48개 완료
	시니어 서플라이스	—	TFT 구성	2012년 하반기 시니어 서플라이스 제품 출시 예정
	영상회의 시스템 구축	—	5개	2011년 2월, 본사 및 군포, 대전, 충주, 김천 공장에 화상회의 시스템 구축
	글로벌 인재 양성	—	해외파견 활성화	11명 (2012년 1월 1일 기준) 김벌리클라크 해외 사업장 및 글로벌 이노베이션센터 (죽전)
업무효율 개선	내부통제 개선	—	45건	2011년 3월, 승인단계 최소화, 자율, 위임, 책임 경영 강화
	사내공모		24명	총 8회, 24명 참여
	재택근무 시범 운영	—	5명	2011년 제도 마련 및 2012년 1월 1일 시범운영
	스마트워크센터 운영	—	2개소	2011년 11월 1일 군포 및 죽전에 원격근무센터 운영
소통 및 수평적 문화 강화	사내 SNS 도입	사내 메신저	Yammer 도입	2011년 1월 시행, 스마트폰, PC 활용은 실시간 커뮤니케이션 강화
	가족 사랑의 날	월 1회 비정기적 실시	매주 수요일 매일	2011년 5월 1일부로 확대 실시, 소통을 통한 정서 퇴근 권장 2011년 12월 15일부로 본사 5개층 중 4개층 19:30 이후 소등 시행
	수평적 사내호칭제도	한국식 호칭/직책	사내호칭 통일	2011년 1월 1일 시행, 모두 '님'으로 호칭 통일
복지 및 교육 확대	유연복장제	금요일 시행	매일	2011년 5월 1일, 유연한 근무환경 조성 위한 복장제도 시행
	개인역량강화	—	30개	2011년 1월, 학습지원시스템을 통한 리더십, 직무, 창의성 교육 진행
	핵심가치 교육	—	14회	2011년 6월, 약 600명 대상 본사 7회, 공장 7회 실시

# 지속가능한 조직과 사업

유한킴벌리는 지속가능경영을 위한 전담조직인 지속가능경영본부를 운영하고 있습니다. 지속가능경영본부에는 사회협력팀, 가족친화경영팀, 커뮤니케이션팀, 환경경영팀으로 구성되어 있으며, 지속가능경영에 대한 유한킴벌리의 의지를 반영하고 있습니다. 비즈니스 조직으로는 유아/아동용품, 여성용품, 시니어케어, 가정용품, B2B사업부문이 있으며, 그 외에 고객사업, 제조생산, 공급망관리, 경영지원, 재무부문이 있습니다. 지속적 성장을 위해 신성장사업부문, 유니레버 본부, 헬스케어 고객개발본부 등이 신설되어 미래를 준비하고 있습니다.

지속가능경영 조직도

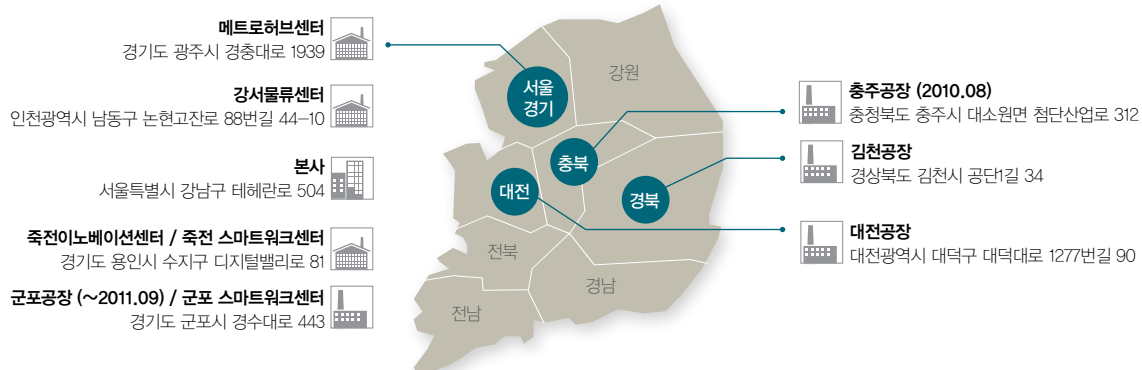
(2012년 7월 기준)



주요 사업 및 제품

유아·아동용품	여성용품	시니어케어	가정용품	산업·의료용품(B2B)	스킨케어
<b>유아위생/기저귀</b> 하기스 매직팬티, 네이처 메이드, 골드, 보송보송, 크린베베 등 <b>육아용품</b> 더블하트, 라온지 웨어	<b>여성위생 생리대</b> 화이트, 좋은 느낌 등 <b>팬티라이너</b> 애니데이, 티니 등 <b>여성용물티슈</b> 후레쉬데이	<b>성인위생</b> 35세 이상 여성패드 포이즈 35+, 디펜드 <b>성인용 물티슈</b> 디펜드 <b>물안쓰는 샴푸, 바디워시</b>	<b>가정·주방위생 화장지, 미용지, 종이타월, 청소용품, 냅킨, 가정용물티슈</b> 크리넥스, 뽀뽀, 비바, 스카티, 스카트 등	<b>산업위생 보호용 작업복, 산업용 와이퍼, 공중화장실용 화장지, 핸드타월, 물비누 등</b> (킴케어, 크린가드 등) <b>산업안전 안전용품</b> 안전화, 안전모 등 <b>병원위생 수술포, 수술용 가운, 마스크, 장갑 등</b>	<b>스킨케어 로션, 크림, 바스, 샴푸, 립밤, 선크림 등</b> 티엔, 그린핑거 베이비, 마이키즈 <b>여성스킨케어</b> 메이브리즈

주요 사업장 현황

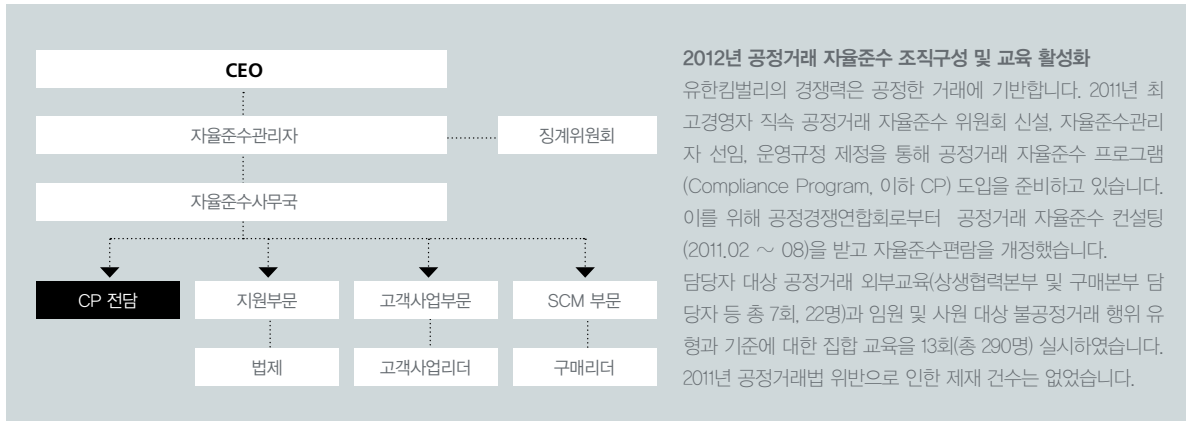


\*B2B(Business to Business)사업: 기업, 공공서 대상으로 서비스나 물품 판매하는 사업입니다. 산업위생용품과 산업안전용품, 병원위생용품, 부직포 제품 등이 해당됩니다.

\*SCM: Supply Chain Management(공급망 관리)

\*SHE: Safety, Hygiene, and Environment

# 공정거래 자율준수 강화



## 지속적인 내부 자율 통제 강화 노력\_청렴협약 의무화

유한킴벌리는 12월 본사 및 각 공장, 죽전이노베이션센터 직원들을 대상으로 반부패 교육을 총 11회 진행 하였습니다. 거래처에 청렴협약 방침을 공지하고, 내부통제팀에서는 자체 테스트를 시행하였습니다.

## 윤리경영 지원 조직 운영

유한킴벌리는 자율내부통제 전담 조직인 내부통제팀과 더불어 내부통제위원회(최고경영자, 내부회계관리자, 부문장으로 구성), 실무위원회(부문별 내부통제 코디네이터로 구성)를 운영하고 있습니다. 유한킴벌리의 사원들은 2011년 온라인을 통해 법정 의무교육인 성희롱 예방교육을 수강했습니다.

### 2011년 신규 유한킴벌리 계약서 청렴협약 주요 의무조항

1. 상호간 계약체결 및 계약이행 과정에서 공정거래 관련 법규를 성실히 준수한다.
2. 상호간 계약체결 및 계약이행 과정에서 계약관련 임직원에게 직·간접적으로 금품, 향응 등 접대나 부당한 이익을 제공하지 아니한다.
3. 상호간 계약체결 및 계약이행 과정에 있어 "국제상거래에 있어서 외국공무원에 대한 뇌물방지법"과 "미국의 FCPA(Foreign Corrupt Practices Act)" 규정을 준수하여야 하며 어떠한 경우라도 공무원에게 뇌물을 주거나 이에 준하는 행위를 해서는 안 된다.

### 유한킴벌리 행동규범

기업윤리의 실현은 개인의 가치관과 조직 전체의 행동규범이 분명하게 세워지고 생활화될 때 가능합니다. 이를 위하여 회사는 유한킴벌리의 규범과 관행을 정리하여 "유한킴벌리 사원들의 행동규범" 책자를 낸 바 있습니다. 사우 여러분이 본 내용을 마음에 새기어 언제 어디서나 행동의 기준으로 활용해 주시기를 당부 드리는 바입니다.

- 01 직무에 관한 윤리
- 02 직무활동에 따른 윤리
- 03 직무 외 사항에 대한 윤리
- 04 행동규범의 위반
- 05 준수 의무

※ 행동규범의 위반 사례  
※ 행동규범 위반사항에 대한 신고처

▶ **철저한 정보관리** | 업무를 수행하는 과정에서 우리는 회사의 비밀정보에 접하게됩니다...(중략) 이러한 정보가 밖으로 유출되면 회사가 피해를 입게 됩니다.

▶ **용도 외의 정보 이용 금지** ▶ **비밀정보에 관한 서약** ▶ **부적절한 회계, 내부 통제, 감사 관행 등의 신고**

회사는 여러분에게 직무 이외의 분야에서도 사원으로서 필요한 윤리를 지켜줄 것을 바라고 있습니다.

▶ **정치 참여** | 유한킴벌리는 정당이나 정치인에게 불법적인 정치자금을 기부하거나 지원하지 않습니다.

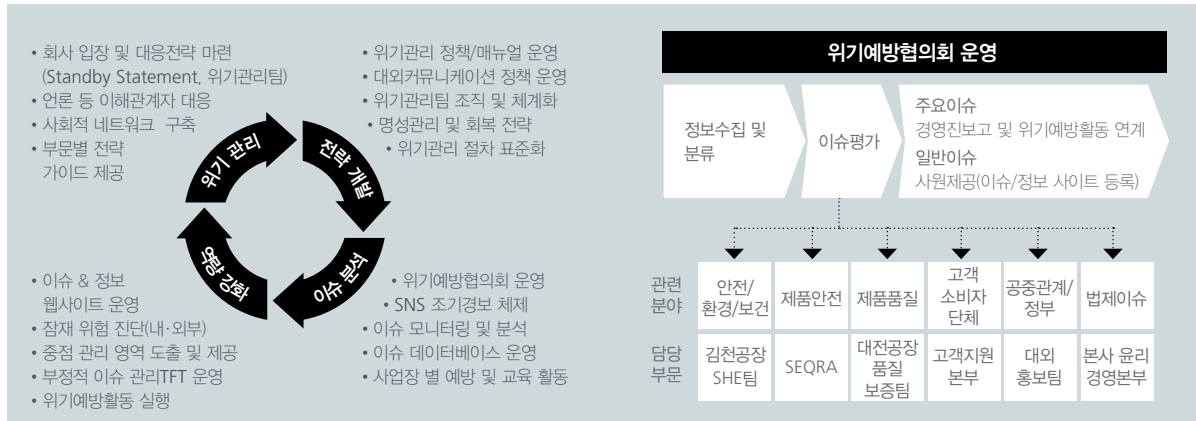
### 공정거래 자율준수 매뉴얼

제1절 CP(Compliance Program) 개요    제2절 회사 업무별 유의사항    제3절 공정거래법 위반에 대한 대응절차    제4절 실무적용 체크리스트



**공정거래 자율준수 프로그램:** 유한킴벌리가 공정 거래 관련 법규를 자율적으로 준수하기 위해 도입한 준법시스템입니다. 사전에 발생가능한 담합이나 불공정 거래행위 차단 장치를 운영함을 의미합니다.

# 위기에방협의회 신설



## 1천 명 대상으로 잠재 위험 진단 실시

유한킴벌리 위기관리팀은 2011년 12월에 위기관리 관련자를 대상으로 25개 위기 유형 평가를 시행하였습니다. 그 결과로 나온 원료 안전성 등 14개 항목을 중점 관리 중이며, 이를 위기관리 매뉴얼에 반영했습니다. 또한 주요 오피니언 리더와 1,000여 명의 소비자를 대상으로 잠재 위험 진단을 실시하였습니다.

## 위기관리조직 강화한 위기에방협의회 구성

유한킴벌리는 2012년 3월부터 기존 위기관리팀을 강화해 위기에방협의회(총 51명 참여)를 조직했습니다. 위기에방협의회는 위기에방 역량 강화와 리스크 최소화를 위해 환경, 제품안전, 품질, 소비자, 공중관계, 법제 등 10개 분야의 현안문제를 분석하여 위기에방활동에 연계시키고 있습니다. 향후 신규사업 추진시 잠재위험 점검이 가능하도록 위기에방협의회에서 사전에 신규사업과 관련된 법과 제도, 기준, 여론, 쟁점 정보 등을 제공하고 있습니다.

## 국내외 주요 이슈 분석 및 정보의 통합관리

유한킴벌리는 국내외 이슈를 모니터링하여 2011년 총 21권의 이슈보고서와 649건의 정보를 제공하였습니다. 인트라넷내에 사원들이 상시 접근가능한 이슈정보사이트를 구축하여 2012년부터 위기에방협의회에서 이슈정보를 제공하고 있으며, 통합적 정보관리 차원에서 외부 제공 자료의 정확성과 일관성 유지를 위해 팩트북을 사원들에게 제공하고 있습니다. 또한 소셜 네트워크를 사전 모니터링하여 이슈정보 사이트와 연계된 조기 대응 시스템을 구축하였습니다.

## 상시 위기에방 역량 강화를 위한 교육 및 프로그램 구축

유한킴벌리는 위기에방 역량 강화를 위해 위기관리 매뉴얼을 바탕으로 신입 리더들에게 위기관리 트레이닝을 실시하고 있습니다. 2011년 11월에 신입부문장과 공장장의 위기관리 트레이닝을 진행하였으며, 사회적 변화에 선제적으로 대처하기 위해 전략과제 태스크포스팀(2011.11~12)을 운영했습니다. 이를 통해 전사적 위기에방 역량 강화와 시스템화를 지속적으로 추진하고 있습니다.

# 제품 안전성 확보와 고객만족이 중요

**2012.01~02 2,397명 참여** 유한킴벌리는 매년 임직원, 협력회사, 고객, 지역사회를 대상으로 이해관계자 설문조사를 진행하여 장수기업이 되기 위한 주요항목을 점검하고 있습니다. 2012년 1월 설문조사에서 임직원은 경영진 리더십을, 협력회사와 고객은 제품 안전성 확보를, 지역사회는 윤리·투명경영을 최우선 순위로 응답하였습니다. 협력회사 장수기업 요건 중 협력회사 상생활동은 2008년 이후 4년만에 5위안으로 재편입되었고, 윤리·투명경영 항목은 고객을 대상으로 2009년 설문조사가 시작된 이후 처음으로 5위안에 진입하였습니다. 지역사회에서는 2008년부터 지속적으로 최상위권을 유지하고 있습니다. 유한킴벌리는 이해관계자 설문 결과를 참고하여 기업경영전반에 반영하고 이해관계자의 기대에 부응할 수 있도록 더욱 노력하겠습니다.

이해관계자 별 유한킴벌리 장수 기업 요소 변화 추이

구분		2007	2008	2009	2010	2011	2012
임직원	1위	고객만족경영	제품 안전성 확보	경영진 리더십	고객만족경영	경영진 리더십	경영진 리더십
	2위	CEO 리더십	신시장 개척	신시장 개척	제품 안전성 확보	제품 안전성 확보	제품 안전성 확보
	3위	윤리·투명경영	경영진 리더십	윤리·투명경영	경영진 리더십	고객만족경영	고객만족경영
	4위	우수 브랜드 개발	고객만족경영	제품 안전성 확보	신시장 개척	윤리·투명경영	제품 연구개발 혁신
	5위	제품책임	제품 연구개발 혁신	고객만족경영	신제품(신규사업)개발	제품 연구개발 혁신	신제품(신규사업)개발
협력회사	1위	고객만족경영	제품 안전성 확보	고객만족경영	제품 안전성 확보	고객만족경영	제품 안전성 확보
	2위	제품책임	고객만족경영	윤리·투명경영	고객만족경영	제품 연구개발 혁신	고객만족경영
	3위	우수 브랜드 개발	제품 연구개발 혁신	제품 안전성 확보	제품 연구개발 혁신	제품 안전성 확보	제품 연구개발 혁신
	4위	CEO 리더십	신제품(신규사업)개발	경영진 리더십	윤리·투명경영	환경친화적 제품개발	신제품(신규사업)개발
	5위	윤리·투명경영	협력회사 상생활동	제품 연구개발 혁신	신제품(신규사업)개발	윤리·투명경영	협력회사 상생활동
고객	1위	-	-	제품 안전성 확보	제품 안전성 확보	사회공헌활동	제품 안전성 확보
	2위	-	-	고객만족경영	고객만족경영	제품 안전성 확보	고객만족경영
	3위	-	-	환경친화적 제품개발	환경친화적 제품개발	환경친화적 제품개발	환경친화적 제품개발
	4위	-	-	생명 및 아동존중 문화	생명 및 아동존중 문화	고객만족경영	윤리·투명경영
	5위	-	-	환경 법규 준수	환경 법규 준수	환경 법규 준수	환경 법규 준수
지역사회	1위	제품책임	환경친화적 제품개발	제품 안전성 확보	윤리·투명경영	윤리·투명경영	윤리·투명경영
	2위	고객만족경영	제품 안전성 확보	윤리·투명경영	환경친화적 제품개발	제품 안전성 확보	고객만족경영
	3위	CEO 리더십	윤리·투명경영	경영진 리더십	제품 안전성 확보	고객만족경영	제품 안전성 확보
	4위	우수 인재 확보	고객만족경영	고객만족경영	고객만족경영	환경친화적 제품개발	환경친화적 제품개발
	5위	우수 브랜드 개발	환경 법규 준수	환경친화적 제품개발	환경 법규 준수	생명 및 아동존중 문화	환경법규 준수

\* 유색처리된 부분은 6년(2007년~2012년)동안 5위안에 장수기업 요건으로 선정된 문항임 (고객은 4년임)

\*\* 이해관계자 설문조사는 전문기관에 위탁하여 실시하고 있으며, 설문조사시 설문지 및 메일, 전화, 홈페이지 등을 통해 온·오프라인으로 진행합니다.



# 역사를 통해본 장수기업 노력들

이해관계자 설문조사에서 유한킴벌리가 장수기업이 되기 위한 요건 중 2007년부터 2012년까지 5위 안으로 선정된 항목별로 별도 보고 페이지를 마련하였습니다.

구분	고객만족경영	경영진 리더십	환경친화적 제품개발	제품 안전성 확보
임직원	●	●		
협력회사	●			
고객	●	●	●	●
지역사회	●			
~2005	1998 고객주문센터 가동	1987 경영혁신운동 도입	1971 친환경 구매 원칙 수립	1970 제품 안전성 관리 시작
	2000 회사웹사이트 오픈 제품 혁신을 위한 소비자 조사 실시 브랜드 및 웹사이트 운영 소비자 상담본부 운영	1988 비전 2000 발표 1995 혁신경영을 위한 뉴웨이프로젝트 시작 비전 2005 발표 1996 비디오사보 창간 2000 변화가속프로그램 시작 2003 윤경SM포럼 참여	1980 환경부문 전담인력 도입 1993 청정생산시스템 1986 부피 감소를 위한 제품 개발 1995 환경물류체제 시작 1997 환경경영방침 선언 2003 생산자책임재활용제도 이행 2004 환경친화형 연구 시작	1987 제품 안전성 관리 확대 - 원재료 및 포장재 1993 개인위생용품 제품개발실 2002 제조물책임제 도입 2005 안전성 사전 점검 담당 팀 신설
2006~2010	2007 고객상담시스템 구축 2008 소비자불만 자율관리프로그램 (CCMS) 도입 소비자불만 체험 프로그램 운영 2010 문자상담 및 실시간 온라인 채팅상담 개설	2007 비전 2015 발표 2010 비전 2020 발표 2007 UN글로벌콤팩트 가입 글로벌 R&D 센터 유치 내부통제 웹사이트 개설 2008 경영진의 윤리경영서약 및 협력회사 청렴의무 서약	2008 2차 포장 줄이기 2009 생리대 포장재 두께 감소	2007 원료 유해성 검증 프로세스 강화 및 유해성 분석 실험실 2008 제품 안전성 시스템 강화 고객 안전을 위한 정보 제공
2011	협력회사 CCMS 합동도입 고객만족프로그램 운영 지속 온라인 소비자 교육 지속 소비자불만 개선 TFT 운영 소비자중심경영 (CCM) 제도 운영 고객지원센터 운영	비전2020 전략과제 48개 (71%) 완료 (214명 참여) 공정거래 자율준수 (CP) 도입 준비 CEO 기후변화리더십 교육과정 수료 윤경SM포럼 참여 지속 UN글로벌콤팩트 준수 지속	하기스 네이처메이드 탄소성적 표지인증 환경표지인증 지속 그린스타 인증	신제품 사전 안전성 검토 지속 안전성 문제 제기에 대한 신속한 대처 제품안전 전문가 네트워크 강화

# 지속가능성을 지원하는 주요 연혁

## 1월

- 수평적 사내호칭 '님' 제도
- 2011 전자세금계산서 제도 본격 시행
- 김천공장, 안전보건경영 시스템 인증 취득



- 국내에서 가장 착한기업 선정
- 2011 국민생활안전 우수기업 선정

## 2월

- 사내 SNS Yammer서비스 시작
- 대전공장, 산재예방 길잡이 협약식 개최
- 각 사업장 영상회의실 운영 시작
- 1회 가족친화경영 워크숍 개최



- 8년 연속 한국에서 가장 존경받는 기업 선정

## 3월

- 대전공장, 직장 보육 시설 오픈
- 충주공장 준공식
- 윤경SM포럼 CEO서약 참여



- 모범납세 표창
- 제19회 소비자가 뽑은 좋은 광고상 수상 (KKG인쇄광고)

## 4월

- 신혼부부 나무심기
- 충주공장 임직원 나무심기
- 상반기 경영현황설명회 (본사)
- 상반기 노경간담회
- 원어민 상주강사 외국어 교육프로그램 시작

## 6월

- 사원핵심가치 워크숍
- 생명사랑 신혼부부학교
- 상반기 임산부간담회



- 2011 행복더함 사회공헌대상 수상
- 2011 한국에서 가장 일하기 좋은 기업 3년 연속 선정
- 가장 입사하고 싶은 외국계 기업 3위 선정

## 5월

- 유엔복장제, 탄력적 점심시간 운영 시작
- 제3회 이해관계자위원회
- 팀장 리더십 교육
- 전략기획/지속가능경영/온라인사업/neway3.0 본부 신설



- 2011 한국사회공헌대상 수상

## 7월

- 다양성과 포용역량 향상을 위한 워크숍
- CEO와 함께하는 런치데이트 시작
- 사원 경력계획 및 개발제도(CDP)시행
- 숲 체험 여름학교, 그린캠프



- 제 8회 서울특별시 여성상 최우수상 수상
- 휴가문화 우수기업 선정

## 8월

- 본사 스마트오피스 오픈
- 대전공장, 새로운 부직포 생산라인 가동 시작
- 2011 사회책임경영보고서 발간
- 비전 2020 달성 위한 우수 전략 과제팀 시상

## 9월

- 유한킴벌리 여성위원회 발족
- 대전공장, 기저귀 생산라인 월간 웨이스트 1.58% 달성

## 10월

- 유한킴벌리 이노베이션센터 오픈
- 유한킴벌리 스마트워크센터 구축 (군포, 죽전)
- 제4회 이해관계자위원회



- 사회책임경영보고서, KSI\*와 KRCA\*에서 우수보고서로 선정
- 글로벌 스탠다드 경영대상 지속가능성보고서상 수상
- 프로페셔널마케팅팀, 녹색화장실 문화 감사패 수상

\*KSI (Korean Sustainability Index)  
\*KRCA (Korean Readers' Choice Awards)

## 12월

- 제품개발팀, 포스터 세션행사 개최
- 하반기 경영현황설명회 (김천, 대전, 충주)



- 소비자의 날 대통령표창 수상
- 평판 좋은 기업 4위

## 11월

- 하반기 노경간담회
- 하반기 경영현황설명회 (본사)
- 임원 및 주요간부 워크숍, 공정거래 자율준수 및 행동규범 교육
- 위기관리 트레이닝 실시
- 비전과 사람위원회 개최



- 산업정책연구원(IPS)기업 KoBEX SM AAA 획득

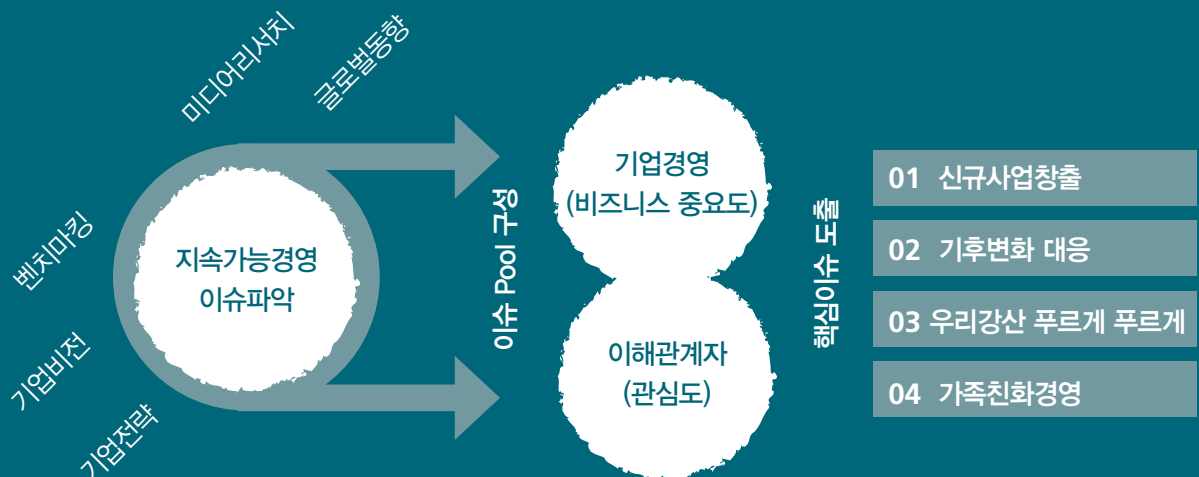
# 02

- Agenda 01 신규사업창출
- Agenda 02 기후변화 대응
- Agenda 03 우리강산 푸르게 푸르게
- Agenda 04 가족친화경영

## 사회책임경영 4대 아젠다

유한킴벌리는 매년 사회책임경영을 수행하는데 있어서  
지속가능경영의 주요한 이슈를 파악하고,  
비즈니스차원에서의 중요도와 이해관계자의 관심도에 따라  
우선순위를 도출하고 있습니다.

본 보고서에서는 중요성평가를 통해 도출된 4대 아젠다를  
집중 보고함으로써 유한킴벌리 사회책임경영에 대한  
이해를 돕고자 합니다.



# 1

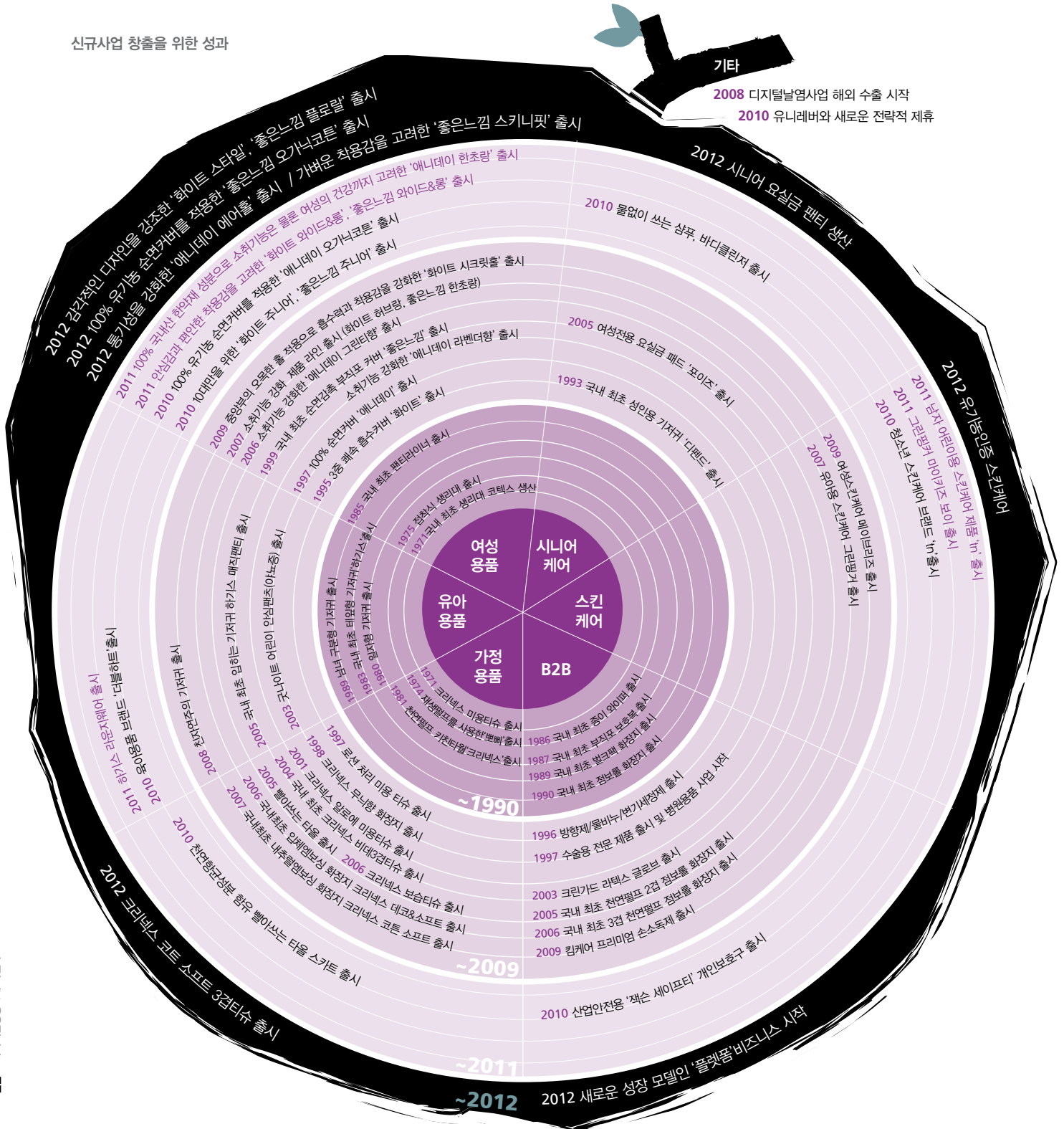
아젠다

2012 유한킴벌리 사회책임경영 4대 아젠다

## 신규사업의 창출, 어떻게 되고있나?

고령화시대 시니어케어 사업 통한 가치 창출

신규사업 창출을 위한 성과



## 시니어케어 사업 육성

유한킴벌리는 시니어케어 관련 중소기업과의 상생 및 고령화사회 문제해결 차원에서 공유 가치를 창출하고자 판매 채널 관리나 자체 마케팅이 어려운 중소기업 제품들의 기술력을 검증한 후 보증 판매할 계획입니다. 시니어계층의 관심사인 건강관련 제품과 생활용품을 중심으로 제공할 수 있는 가치를 ‘편안한 제안’, ‘건강한 제안’, ‘깨끗한 제안’, ‘아름다운 제안’으로 분류하여 액티브 시니어\*들의 신체변화를 극복할 수 있고, 중소기업의 기술력을 유한킴벌리가 검증·보증할 수 있는 제품을 제공하게 됩니다. 비전 2020에서 설정한 시니어 사업부문의 목표 달성을 지원하기 위해 2011년 9월부터 운영된 시니어 공급망 TFT(Senior Supplier Task Force Team) 추진조직은 기획, 운영, 마케팅, 유통, 제품소싱 및 제품개발 등으로 구성되어 있습니다.

## 시니어 대상\_시니어 제품개발과 판로개척 어려운 기업 및 개인 지원

유한킴벌리는 액티브 시니어 생활용품 협력업체를 오픈 소싱사이트에서 2012년 1월에 공개모집했습니다. 12개 카테고리(건강, 안전, 위생관련 제품군)였으며, 50개 업체가 결정되어 향후 협의를 통해 비즈니스 파트너로 상호 협력해갈 계획입니다. 이는 제품개발이나 판로 개척이 어려운 기업들(특히 사회적 기업) 및 개인을 발굴해 함께 액티브 시니어 생활용품 산업을 성장시켜나가는 취지로 추진되고 있습니다.

### 시니어 케어 산업

시니어용품 CSV 모델			시니어용품 CSV 미션
<b>유아부터 시니어까지 전 세대의 더 나은 생활을 위한 제품과 서비스를 공급함</b>			<b>가치의 나눔을 넘어선, 가치의 창출</b> 유한킴벌리가 약속하는 더 나은 사회를 향한 믿음입니다.
책임과 공헌	시니어 생활용품	플랫폼	
<ul style="list-style-type: none"> <li>중소제조업체와 동반성장하는 회사</li> <li>시니어 고용 창출을 통한 사회공헌활동</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>시니어 및 더 편함을 추구하는 소비자를 위한 생활용품 회사</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>시니어용품 및 편안한 생활용품을 한 곳에서 구매할 수 있는 온·오프 공간 제공</li> <li>공동 브랜드를 통한 중소기업 제품의 Co-marketing</li> <li>시니어 간, 세대 간 소통의 장 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>✓ 책임과 공헌</b> 마케팅 영업 플랫폼을 통한 중소기업의 성장 기회 창출</li> <li><b>✓ 신뢰와 배려</b> 시니어를 위한 더 편한 제품 제공</li> <li><b>✓ 도전과 창의</b> 중소기업 고령화사회 문제해결을 위한 창의적 도전</li> </ul>

## 시니어 대상\_국내 생산설비 투자로 시니어케어 신제품 출시 본격화

유한킴벌리는 시니어 인구 증가에 따른 성인용 팬츠 시장의 지속적 성장에 대비해 시니어 요실금 팬티 생산설비 투자를 2011년 6월 결정하였으며, 2012년 8월부터 가동할 계획입니다. 기존에 수입 판매하던 요실금 팬티의 직접 생산으로 고객 및 환경측면과 더불어 전반적인 매출 향상에 도움이 될 것으로 기대하고 있습니다.

## 어린이 대상\_유기농 인증 등 스킨케어 제품군과 타겟 확대

유한킴벌리 스킨케어 사업에서는 2012년 1월에 유기농인증 스킨케어를 출시하였으며, 온라인 거래선 및 베이비샵 개발 등으로 채널을 확대할 계획입니다. 2011년 7월에 남자 어린이 전용 스킨케어 제품인 그린핑거 마이키즈 보이(로션과 바스)를 출시해 타겟을 확대했습니다.



\* CSV(Creating Shared Value: 공유가치창출)은 경제·사회적 조건을 개선시키면서 비즈니스 핵심 경쟁력을 강화하는 일련의 기업 정책 및 경영활동을 의미합니다.



**액티브 시니어(Active senior)는?** 건강유지 활동과 취미생활을 즐기고 직장에서의 은퇴와 자녀들의 독립으로 시간적 여유를 가진 세대를 의미하며, 새로운 인생의 시기에서 자아실현의 욕구를 가지고 있는 세대를 지칭하고 있습니다.



# 2

아젠다

2012 유한킴벌리 사회책임경영 4대 아젠다

## 기후변화 대응을 어떻게 하고 있나?

탄소배출권거래제 시범사업 적극적 참여

유한킴벌리는 2020년 배출전망치(BAU)\*대비 온실가스 30% 감축 및 녹색제품 매출 30% 달성을 미션으로 하는 저탄소 비전에 따라 공정개선과 더불어 온실가스 조기감축 사업, 배출권거래제 시범사업, 물류에너지 목표관리제도에 참여하고 있습니다. 2011년 대표이사 사장은 기후변화리더십 교육과정을 이수했으며, 그린오피스 구현, 원격근무제도 정비 등을 통해 직원들의 참여와 이해를 증진시키고 있습니다. 유한킴벌리는 저탄소녹색성장기본법에 따라 관리업체로 지정되어 온실가스 에너지 목표관리 운영 지침에 의거 2011년 6월 최근 4개년(2007~2010)의 온실가스 배출량 및 에너지 사용량 명세서를 제3자로부터 검증받아 제출하였습니다. 9월에 정부로부터 2012년 온실가스 배출할당량을 부여받고, 12월에 이행계획서를 제출하였습니다.

<b>미션</b>	온실가스 (BAU 대비) <b>30% 감축</b> 녹색제품 매출 <b>30% 달성</b>
<b>비전</b>	<b>Vision 2020</b> 지속가능한 미래 창조

### 원료구매단계: 친환경 원료구매

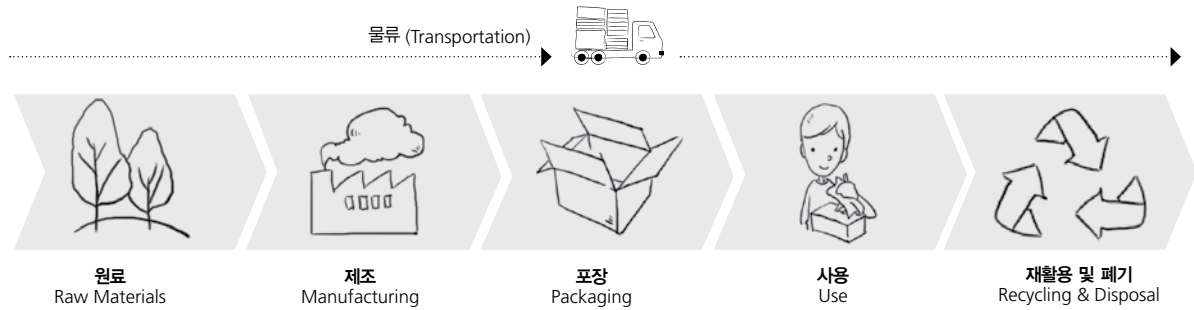
유한킴벌리는 친환경제품 구매를 촉진하기 위해 구매 규정을 마련하고 시스템을 개선하여 운영하고 있으며, 2009년부터 환경부·한국환경산업기술원과 제2차 녹색구매 자발적 협약을 체결하였습니다. 더불어 국제적으로 친환경산림인증을 취득한 펄프를 우선 구매하는 녹색구매 정책 등을 실천하여 2008년 유럽에 수출하는 크리넥스 티슈 원단에 대해 세계적인 지속가능한 산림인증(Forest Stewardship Council, 이하 FSC인증, 기간 2008.07.11~2013.07.10)을 취득하였고, 2011년 5월 인증자격 유지심사를 받았습니다. 각 공장은 재생 카트리지, 에너지 고효율 제품 등으로 대체구매해 2011년 원료 녹색구매 금액 약 1,432억 원\*과 친환경 제품 구매액 1,840만 원을 지출하였습니다.

핵심가치	추진프로그램 (계획)
Green operation <b>운영 저탄소화</b>	저탄소경영 시스템 탄소성과 관리체계 웹 기반 탄소배출량 관리 신재생 에너지 사용 에너지 최적화
Green product <b>제품 저탄소화</b>	저탄소 제품개발 탄소라벨링 지역자원 사용 그린 마케팅 확대 친환경 자재 사용
Green society <b>저탄소 사회실현</b>	자발적 탄소 크레딧 정부 정책 개발 지원 우리강산 푸르게 푸르게 CDP 참여 기후변화 커뮤니케이션
Green SCM <b>공급망 저탄소화</b>	공급망 온실가스 배출량 정량화 SCM 거점 최적화 그린 파트너십 선형 물류/복합 운송 활성화

저탄소 비전 및 로드맵

#### 인벤토리란?

기업이 활동하는 경계 안에서 직접적인 온실가스 배출원을 파악하고 이로 인한 온실가스 배출량을 산출, 목록화한 것으로 교토의정서에서는 6대 온실가스를 규정하였습니다. Scope 1은 고정 및 이동연소로 인한 직접적 배출, Scope 2는 전기, 스팀 등의 외부구매로 인한 간접적 배출, Scope 3은 기타 간접 배출을 의미합니다.



## 제조단계: 친환경 제품개발

**탄소발자국 도입 통한 저탄소화 노력** | 유한킴벌리는 2011년 3월 기저귀 하기사 네이처메이드 총 7종 제품에 대해 한국환경산업기술원으로부터 기저귀 제품 최초로 탄소성적표지 인증을 획득하였습니다. 하기사 네이처메이드 4단계(남아용)의 경우 1bag (42개입)의 제품 생산 시 온실가스 배출량은 약 6.8kg으로, 제조 전단계에서 63%, 폐기단계에서 27%, 제조단계에서 10% 순으로 나타났습니다. 유한킴벌리는 설계단계에서부터 탄소배출량을 저감시키기 위해 공정설계, 개선 및 원료사용 최적화 노력과 함께 구매정책 개선 및 협력업체의 상생프로그램으로 저탄소활동을 권장하고 있습니다. 향후에는 제품기능 단위 생산 시 배출되는 온실가스량을 공개함으로써 인증 획득뿐만 아니라 인증제품의 범위를 확대하고 제품 생산 전과정에서 발생하는 온실가스 배출량을 줄이기 위해 노력하겠습니다.

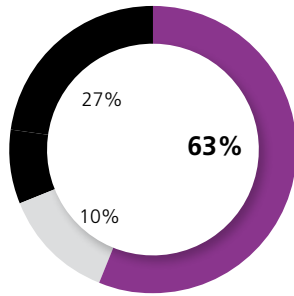


실적 (Performance)

\* 배출전망(BAU, Business As Usual): 특별한 조치를 취하지 않을 경우 배출될 것으로 예상되는 미래 전망치.

\* 녹색구매액은 1,108원/달러로 계산하였습니다.

탄소성적표지 인증제품 및 전과정 온실가스 발생률



(단위 : %)

- 제조단계
- 제조단계
- 폐기단계



**대표적인 환경표지 인증제품 총 15개** <sup>1</sup> 유한킴벌리의 2011년 환경표지 인증제품(인증기간 2년)은 뽀뽀 점보롤 화장지, 킴케어 셀 방향제 등 산업용품과 화장지 등 총 15개이며, 관련 제품의 매출액은 370억 원입니다. 2011년 기존 제품중 뽀뽀 점보롤 화장지, 핸드타올의 환경표지 인증을 갱신한 제품은 12개이며, 신규로 화장지 뽀뽀 45m가 2012년 2월에 인증을 받았습니다. 환경표지 인증제품들은 생산 및 소비 과정에서 오염을 상대적으로 적게 일으키거나 자원 절약가능한 제품들입니다.

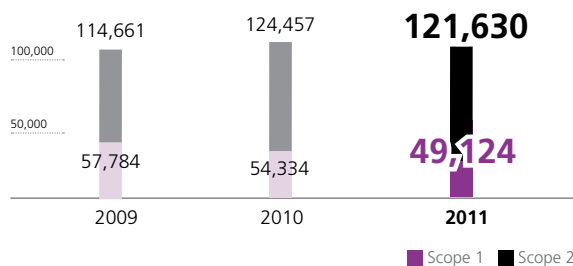
**생리대 좋은느낌, 불필요한 과대 포장 감소 노력으로 “그린스타” 선정** <sup>1</sup> 2011년 6월에 생리대 좋은느낌과 미용지 크리넥스가 한국능률협회인증원이 주관한 ‘2011 그린스타 인증제도’에서 생활용품 부문 그린스타 인증을 획득했습니다. ‘좋은느낌’은 불필요한 과대 포장 뿐만아니라 포장재 두께 역시 18%로 줄였으며, 크리넥스는 재생지를 활용한 패키지와 인쇄에 사용되는 화학물질을 최소화한 성과를 인정받았습니다.

### 온실가스 배출량 현황

유한킴벌리 2011년 온실가스 총 배출량은 170,750 tCO<sub>2</sub>eq로 전년대비 4.5%, 에너지 사용량은 3,312 TJ로 전년대비 3.8% 감소하였습니다. 또한 직영 및 위탁물류센터의 수송으로 인한 기타 간접 온실가스 배출량은 7,626 tCO<sub>2</sub>eq입니다.

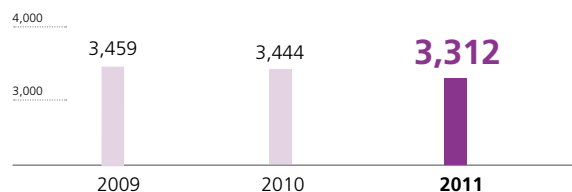
연도별 온실가스 배출현황 (2009~2011)

(단위: tCO<sub>2</sub>eq)



에너지 사용현황 (2009~2011)

(단위: TJ)



\* 연도별 온실가스 배출량 및 에너지 사용량은 환경부의 온실가스·에너지 목표관리 운영 등에 관한 지침에 따라 작성 후 외부기관으로부터 검증받았습니다. 온실가스 배출량의 경우, 사업장별 자료 취합시 소수점 이하 절사로 인해 Scope 1, 2 부분 배출량과 총 배출량간 약간의 차이가 있으며, 시스템의 오류로 인해 2010년 온실가스 배출량 및 에너지 사용량을 재산정하여 반영하였습니다.

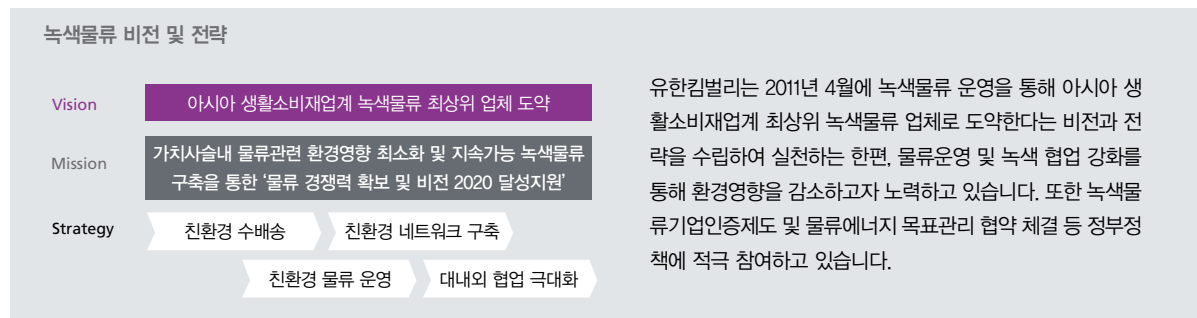
\* 탄소성적표지란? 제품의 생산 및 수송, 유통, 사용, 폐기 등의 과정에서 발생하는 온실가스의 배출량을 제품에 표기하여 소비자에게 제공함으로써 시장주도로 저탄소 소비 문화 확산에 기여

\* 환경표지인증이란? 정확한 환경정보를 소비자에게 제공하고 기업들로 하여금 소비자의 선호에 부응하여 환경제품을 개발, 생산하도록 유도하는 제도

## 온실가스 저감 이니셔티브

유한킴벌리는 2011년 정부로부터 2012년 온실가스 및 에너지 배출허용량을 209,598 tCO<sub>2</sub>eq로 할당받아 각 공장의 예상 성장률을 예측하고 감축 잠재량을 파악하여 2012년도 감축목표를 설정하였습니다. 또한 지속가능한 미래에 맞춰 중장기 온실가스 감축 계획을 연도별로 수립하고 온실가스 인벤토리 구축을 통해 배출량 분석을 완료하는 등 기후변화에 적극 대응하여 2020년까지 온실가스 (BAU 대비) 30% 감축과, 녹색제품 매출 30% 달성을 목표하고 있습니다.

2011년에는, 화장지를 주로 생산하는 김천공장의 경우, 스팀생산을 위한 보일러의 연료전환(B-A유 → LNG) 및 초지공정 내 직화 버너의 연료전환(난방유 등유 → LNG)사업으로 각각 10,237 tCO<sub>2</sub>eq, 1,582 tCO<sub>2</sub>eq의 온실가스 배출감축 실적을 인정받아 총 11,819 tCO<sub>2</sub>eq를 감축하였습니다. 또한 화장지 제조 공정 중 원료제조 공정을 통일하는 원질통합 프로젝트와 대전공장, 충주공장에서 추진하고 있는 냉난방 시스템, 공정개선을 통해 각각 연간 약 3,700 tCO<sub>2</sub>eq, 3,240 tCO<sub>2</sub>eq의 온실가스 저감효과가 있을 것으로 예상됩니다.



### 녹색물류 활동

구분	프로그램	2011년 활동 내용 및 성과
친환경 수배송 관리 (Green Transportation)	유통고객과 선행물류 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>신유통 납품시 복화운송 (Back Hauling) 활용 (2011년 시작)</li> <li>수송비절감 (2011년 6,700만 원) / 운행거리 단축 / 온실가스 절감 (205tCO<sub>2</sub>)</li> </ul>
	복화운송 (Back Hauling) 확대 및 시스템화	<ul style="list-style-type: none"> <li>회사시 복화물량 개발 및 연계 (2009년 시작)</li> </ul>
	운송차량 대형화, 최적화	<ul style="list-style-type: none"> <li>8톤 차량 11톤으로 전량 전환 (2008년 최초시작, 2013년까지 전차량 전환 목표)</li> </ul>
	차량위치관제 시스템 (CVO) 업그레이드	<ul style="list-style-type: none"> <li>시스템상 배송차량 정속운전 모니터링 (2005년 시작)</li> </ul>
	배기가스 저감, 에코드라이빙, 하이패스 장착	<ul style="list-style-type: none"> <li>법정기준 80%이하 관리 및 저감기 장착 (2007년 시작)</li> <li>급가속 / 급정지 / 정속운전 교육 (2010년 시작, 운송사 전 차주 대상)</li> <li>4.5톤 미만차량 장착 (통행료 절감) (2009년 시작 전 차량 장착)</li> </ul>
친환경 네트워크 구축 (Green Network)	운송거리 최적화된 친환경 네트워크 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>2012년 물류거점통합 3군데 예정</li> </ul>
	신규사업 대비 네트워크 탄력성 증대	<ul style="list-style-type: none"> <li>직송프로세스 개발 및 확대 (2009년 시작, 2011년 1,300만 원 절감, 온실가스11tCO<sub>2</sub>저감)</li> </ul>
친환경 물류 운영 (Green Operation)	온실가스 인벤토리 구축 및 정보 활용	<ul style="list-style-type: none"> <li>대전공장 및 물류부문 온실가스 인벤토리 구축 (2008년) 저탄소 경영 Master plan 구축 협력</li> </ul>
	재고관리 시스템화 통한 paperless DC 구현	<ul style="list-style-type: none"> <li>인수확인서를 출력하는 대신 pdf 로 저장 (2010년)</li> </ul>
	DC / TPL (물류센터, 물류위탁운영업체) 폐기물 효과적 재활용 방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>폐기물 적법 처리 및 재활용 극대화 (1999년 시작, 폐밧데리, 포장비닐, 폐형광등 등)</li> </ul>
	녹색물류 전문가 체계적 양성	<ul style="list-style-type: none"> <li>정부인증 교육을 통한 녹색물류 전문인력 양성 (물류에너지 목표관리제 2명 참여)</li> </ul>
	건강/안전/환경 캠페인 지속개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>자전거타기 / 카풀캠페인 (2008년)</li> </ul>
대내외 협업 극대화 (Green Partnership)	물류부문 Green Logistics 비전/전략 체계화	<ul style="list-style-type: none"> <li>유통사 온실가스 감축전략에 최적화시킨 실행전략 수립 (2011년)</li> </ul>
	통합 SCM부문 Green SCM 시너지 전략 수립	<ul style="list-style-type: none"> <li>2013년 예정</li> </ul>
	녹색물류기업 국가인증을 통한 정부 / 단체 / 기관과의 녹색 파트너십 증대	<ul style="list-style-type: none"> <li>물류에너지 목표관리 협약 체결 (2011년, 국토해양부)</li> <li>2012년 중간보고 및 녹색물류 인증 심사예정 (국토해양부)</li> </ul>

## 사용단계: 온실가스 감축 위한 정부 정책 및 캠페인 참여

**그린카드사업 업무 협약 통해 친환경상품 확대 노력** <sup>1</sup> 유한킴벌리는 2011년 5월에 환경부와 그린카드사업 업무 제휴협약을 체결하였습니다. 이를 통해 녹색제품(환경표지, 탄소성적표지, GR(Good Recycled) 인증 제품)의 구매 촉진과 녹색시장 확대에 앞장서고 있습니다. 소비자가 유한킴벌리 환경표지 인증제품인 화장지 뽀뽀 50m, 60m를 구매시 구매금액의 약 1.2%, 탄소성적표지 인증제품인 기저귀 하비스 네이처메이 드를 구매시 구매금액의 약 1.1%가 적립됩니다.

**탄소배출권거래제 시범사업 선도적 참여** <sup>1</sup> 유한킴벌리는 2011년 5월부터 지식경제부가 주관하는 산업발전 부문 배출권거래제 1단계 시범사업에 국내 78개 업체와 함께 참여중입니다. 7월부터 사이버 머니로 거래가 이루어져, 유한킴벌리는 전체 거래량중 약 12%인 72만 tCO<sub>2</sub>eq을 거래했으며 이는 약 140억 원에 해당합니다. 2012년에는 시범사업에 참여해 향후 배출권 거래의 사전학습 기회로 활용할 예정입니다. 한편 2009년 12월부터 대전공장은 환경부 주관 탄소배출권거래제 시범사업(2010~2012년)에 참여중입니다.

**카풀 및 자전거 타기 캠페인으로 그린 휠 모범기관 선정** <sup>1</sup> 유한킴벌리 대전공장은 차량 카풀제(1998년 시작)와 자전거 타기 캠페인(2005년 시작)을 진행해오고 있습니다. 2011년 대전공장 사원 중 약 32%가 자전거를 이용해 출퇴근했습니다. 유한킴벌리는 자전거 주차장 조명시설 설치, 자전거 수리 공구함 및 공기주입기 설치 등으로 자전거 이용을 장려하는 한편 카풀 및 자전거 이용에 대한 실적 대비 인센티브를 제공하고 있습니다. 이러한 노력으로 환경부로부터 그린 휠 모범기관으로 선정(2012.01.01~2013.12.31)되었습니다.

카풀 및 자전거 타기 캠페인 현황

분류	2007	2008	2009	2010	2011
카풀 참여인원 (명)	224	162	167	135	190
자전거 타기 참여인원 (명)	174	234	261	232	241
절약된 거리 (km)	58,822	133,862	118,154	99,789	127,348
나무로 환산 (나무)	5,189	11,389	10,052	8,489	5,854

\* 2008년의 경우, 차량 2부제 실시로 인해 절약된 거리(km)가 증가함

\* 20년생 잣나무가 연간 흡수하는 이산화탄소: 6.7kg/그루, 1km 운행시 발생 이산화탄소: 0.285kg

**CEO 기후변화리더십 교육과정 수료** <sup>1</sup> 유한킴벌리 대표이사 사장인 최규복님이 기후변화센터가 주관하는 10주 과정의 기후변화리더십 과정(기후변화센터 주관, 2011.09~11)을 이수했습니다. 본 과정은 회사의 최고경영자로서 필요한 기후변화 이해를 증진시키는 계기가 되었습니다.

## 폐기단계: 재활용 확대

유한킴벌리는 제품 또는 포장재 의무 재활용률에 대한 법률(2003.01)에 따라 2011년 필름류 포장재(3,420,269kg) 중 60%, 용기(317,902kg)의 80%를 재활용하였습니다. 이에 따른 재활용 분담금은 약 5.9억 원 입니다.





## 스마트오피스 겸 그린오피스 구축

유한킴벌리는 2011년 6월에 본사 스마트오피스 구축시 그린 오피스 개념을 넣은 공간을 디자인했습니다. 이를 위해 사전에 기존 오피스에서의 관행을 조사하고, 온실가스 감축효과를 제시했습니다. 대표적인 노력으로 개별 냉난방 기기 회수, 별도 야간근무 공간 지정, 태블릿 PC 사용 통한 보고용 종이

사용 최소화, 종이컵 사용 줄이기, 복사기 및 팩스 설비 최적화 등 다양한 활동을 실천하고 있습니다. 스마트워크 도입 이후 연간 1,100만 원의 원가절감과 427.6 tCO<sub>2</sub>eq의 온실가스 감축 효과가 있는 것으로 분석되었습니다. 그린오피스 구축 추진과제 중 하나인 실내공기질 측정의 경우 산업안전보건법상의 기준을 만족한 것으로 나타났습니다.

스마트워크 도입 이후 개선 효과

경제적 성과 원가절감

**11,584**  
(천원/년)



환경적 성과 온실가스 감축

**427.6**  
(tCO<sub>2</sub>eq/년)



- 사무공간 면적 최적화
- 개인 냉난방 기기 사용감소
- 5층 그린컵 사용
- 종이사용 억제
- 복사기 및 팩스 설비 최적화

사회적 성과 문화확산에 기여

**32** 개 기관



- 벤치마킹 우수사례로 기업 및 기관 방문
- 스마트워크 도입 우수기업 선정
- 한국정보화원장상 수상
- 2011 스마트워크 우수사례공모전 '조선경제아이데일상' 수상

## 사례 그린오피스 구축과 그린 컵 사용 캠페인

유한킴벌리 스마트오피스는 스마트워크뿐만 아니라 그린오피스 구축을 지향하고 있습니다. 본사 5층 경영지원부문 사원들과 임원들은 실천프로그램으로 사무실에서 자신의 컵을 사용하는 에코 캠페인(with my cup)을 2011년 12월부터 실천하고 있습니다. 사원들은 명함에 다짐을 적고 서명 후 컵과 교환하여 사용하고 있습니다.

## 군포 · 죽전 스마트워크센터 오픈

유한킴벌리는 스마트워크제도의 일환으로 2011년 11월 경기도 군포와 죽전에 스마트워크센터를 설립, 인근 지역에 거주하는 사원들이 주 3일은 본사로 출근하지 않고 근무할

수 있도록 운영하고 있습니다. 본사 590여 명의 사원 중 군포, 죽전 인근에 거주하는 사원은 각각 약 120, 130여 명이며, 개인업무공간 및 영상회의실, 임산부 우선석 등을 설치하였습니다.

### 군포 · 죽전 스마트워크센터

	군포 스마트워크센터	죽전 스마트워크센터
시설 개요	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고정좌석: 임산부 보호석 2석을 포함하여 20석의 고정좌석</li> <li>• 회의실, 휴게공간 비치</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고정좌석: 임산부 보호석 2석, 집중업무 좌석 5석을 포함해 25석</li> <li>• 대회의실, 영상회의실, 휴게공간, 소규모 회의실</li> </ul>
이용건수	<b>63</b> 건	<b>56</b> 건
운영시기	2011년 11월 ~12월	2011년 11월 ~12월
절약시간 환산*	약 <b>42</b> 시간	약 <b>39</b> 시간
특징		킴벌리클라크 글로벌 이노베이션센터

\* 본사-군포간, 본사-죽전간 거리는 각각 25km, 26km로 스마트워크센터와 사원 거주지간 거리를 5km 이내로 가정시 왕복거리를 이용건수에 따라 계산함. 또한 자가용출퇴근을 가정하고 60km/h를 적용하여 시간으로 환산함

# 3

아젠다

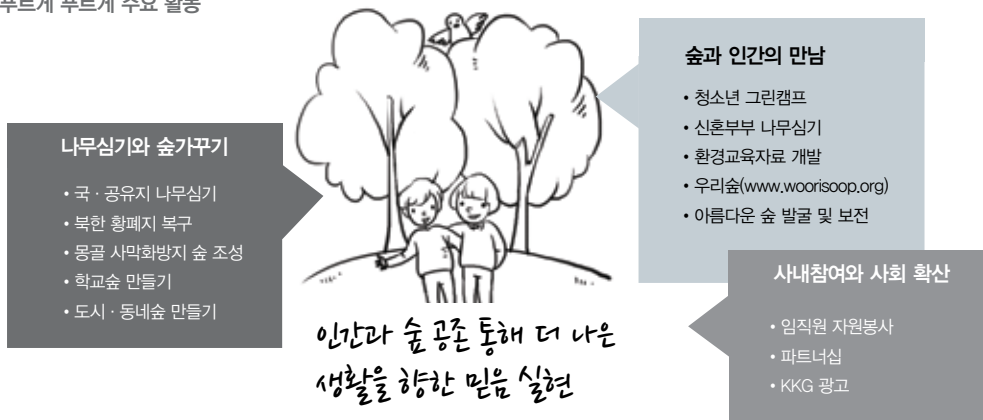
2012 유한킴벌리 사회책임경영 4대 아젠다

## ‘우리강산 푸르게 푸르게’는 어떻게 진화 시켜나가고 있나?

5천만 그루 비전 달성을 위한 단계적 노력 진행

유한킴벌리는 ‘우리강산 푸르게 푸르게’를 1984년부터 시작해 대표적인 사회책임경영과 환경경영 프로그램으로 지속적으로 진화시켜오고 있습니다. 국공유지에 나무를 심고 숲을 가꾸는 일부터 시작해, 미래세대를 위한 환경 교육과 국경을 넘어선 협력활동, 학교숲 운동을 포함한 도시숲 가꾸기에 앞장서 왔습니다. 유한킴벌리는 ‘우리강산 푸르게 푸르게’를 시작한 지 30주년이 되는 2014년까지 대한민국 인구 수인 5천만 명과 같은 5천만 그루의 나무를 심고 가꾸는 것을 목표로 추진하고 있습니다. 또한 2014년 이후 인간과 숲, 문화가 공존하는 숲 조성을 목표로 지속적인 사회책임활동의 진화를 모색하고 있습니다.

우리강산 푸르게 푸르게 주요 활동



우리강산 푸르게 푸르게 활동 주요 연혁 (1984~2011)

● 활동 시작

구분	주요 프로그램	1984	...	1988	...	1998	...	2000	...	2007	2008	...	2010	2011
나무심기와 숲 가꾸기	국공유지 나무심기, 숲가꾸기	●												
	학교숲 만들기							●						
	도시숲, 동네숲 만들기									●				
	북한 산림황폐지 복원					●								
	몽골 사막화 방지 조림							●						
숲과 인간의 만남	신혼부부 나무심기			●										
	청소년 그린캠프			●										
	환경총서 발간							●						
	숲 전문 웹사이트 운영							●						
	아름다운 숲 발굴 및 보전							●						
사내참여와 사회 확산	우리강산 푸르게 푸르게 광고	●												
	파트너십	●												

## 나무 심고 가꾸기

우리강산 푸르게 푸르게\_조림과 육림 실적(1984~2011)

구분	1984~1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
국내조림	4,945,305	67,852	137,507	52,785	408,897	315,863	196,676
북한조림	1,997,001	130,000	15,000	197,250	181,348	1,013,057	2,535,788
몽골조림	0	100	500	1,000	300,000	450,000	750,000
조림합계	6,942,306	197,952	153,007	251,035	890,245	1,778,920	3,482,464
국내육림	13,266,300	655,800	681,000	462,000	516,000	639,000	0
합계	<b>20,208,606</b>	<b>853,752</b>	<b>834,007</b>	<b>713,035</b>	<b>1,406,245</b>	<b>2,417,920</b>	<b>3,482,464</b>

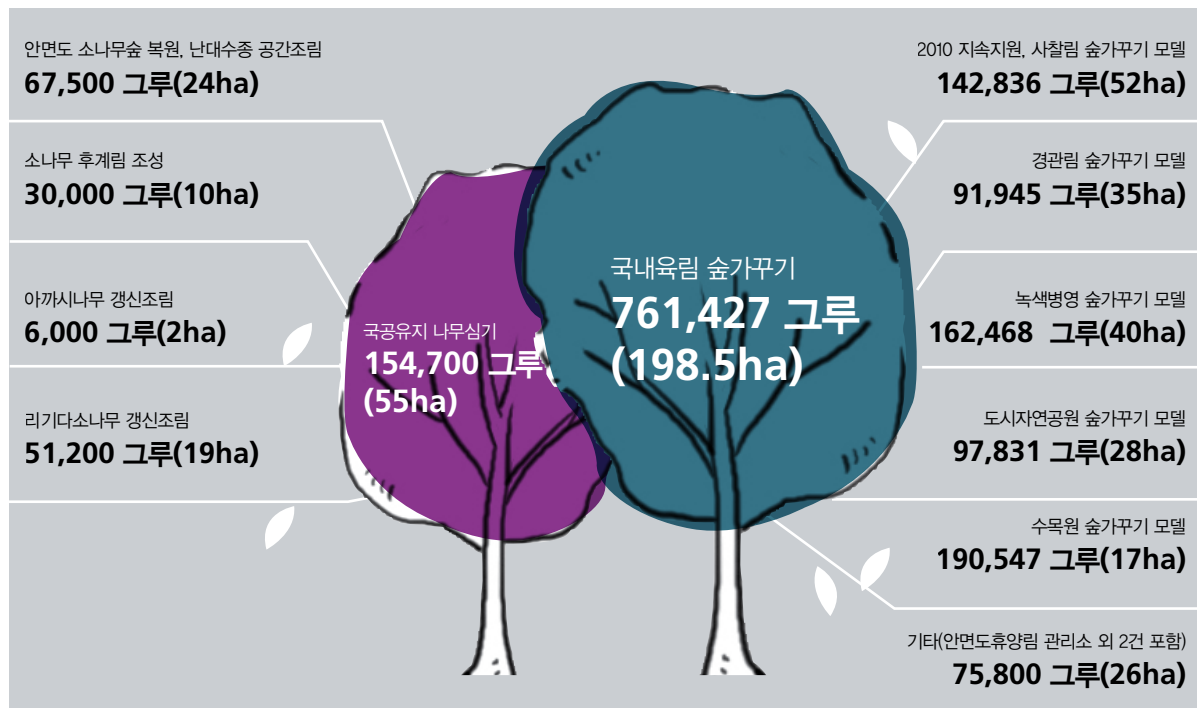
구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	합계
국내조림	295,224	185,938	67,246	39,418	165,952	174,302	<b>7,052,965</b>
북한조림	237,706	6,000	6,000	6,548,400	0	0	<b>12,867,550</b>
몽골조림	750,000	750,000	1,050,000	960,000	1,024,000	1,024,000	<b>7,059,600</b>
조림합계	1,282,930	941,938	1,123,246	7,547,818	1,189,952	1,198,302	<b>26,980,115</b>
국내육림	0	0	0	0	750,240	761,427	<b>17,731,767</b>
합계	<b>1,282,930</b>	<b>941,938</b>	<b>1,123,246</b>	<b>7,547,818</b>	<b>1,940,192</b>	<b>1,959,729</b>	<b>44,711,882</b>

\* 국내육림의 경우, 2004년까지는 산림조합중앙회, 2010년부터는 생명의 숲 국민운동과 함께 진행하고 있습니다.

### 국공유지 나무심기 및 숲 가꾸기

유한킴벌리는 ‘우리강산 푸르게 푸르게’를 통해 1984년부터 숲 가꾸기 공익기금을 조성하여 한국의 국유지와 공유지에서 나무를 심고 가꾸어 왔습니다. 2010년부터는 기후변화에 대응할 지속가능한 산림경영 모델 마련과 시민참여, 지역연계를 통한 통합적인 숲 관리방안을 시민단체인 “생명의 숲 국민운동”과 함께 만들고 있습니다.

2011년 우리강산 푸르게 푸르게 생명의 나무심기 및 숲 가꾸기 사업내역



\* 유한킴벌리는 2012년 사회책임경영보고서부터 KKG 활동실적을 조림과 육림으로 구분해 보고합니다. 국내조림은 국공유지 나무심기, 도시숲 만들기, 학교숲 만들기, 신혼부부 및 임직원 나무심기가 포함되며, 북한조림에는 양묘장 조성, 종자와 묘목 보내기(평양, 개성)를 포함하였습니다. 활동실적 중 과거년도 일부 데이터 오기가 있어 이를 정정하였습니다.

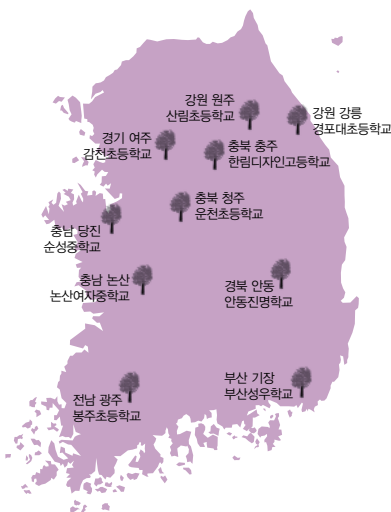
## 학교숲 만들기\_우리강산 푸르게 푸르게 모델 학교숲 선정

유한킴벌리는 미래 세대들이 자연친화적인 환경에서 자라나게 하기 위해 학교숲 만들기 운동을 1998년부터 시작했습니다. 이 운동은 국가기관인 산림청과 숲 보호 시민단체인 '생명의 숲'과 함께 진행되었습니다. 2009년부터는 지자체의 참여 등으로 학교숲 운동이 국내에서 전국적으로 확산됨에 따라 학교숲 조성활동의 모범적 모델을 집중적으로 육성하기 위해 모델학교숲을 선정하는데 집중하기 시작했습니다. 이를 “우리강산 푸르게 푸르게 모델 학교숲”이라고 명명합니다. 매년 모델학교숲을 선정하는데, 2011년에는 총 10개 학교를 모델학교숲으로 선정했습니다. 학교숲운동의 모델을 제시하고자 학생과 지역주민의 참여를 중시하며, 탄소저감형 학교숲, 에너지 특성화 학교숲, 지역참여형 학교숲, 교육활용형 학교숲 등을 조성하고 있습니다.

## 도시숲 · 동네숲 만들기

유한킴벌리는 한국 인구의 도시집중화에 따라 2003년부터 ‘우리강산 푸르게 푸르게’의 일환으로 시민단체인 서울그린트러스트와 함께 도시숲 운동을 시작하였습니다. 서울 도심에 도시숲인 ‘서울숲’을 조성하는데 참여했으며, 2007년부터는 도시 내 자투리 공간을 활용한 동네숲 조성에 앞장서고 있습니다. 2010년부터는 ‘우리동네 푸르게 푸르게 캠페인’을 시작해 시민들이 직접 자신의 생활 주변에 나무를 심는 운동을 벌여 매년 10,000 그루 이상 나무를 심고 있습니다.

모델 학교숲



도시숲 만들기 실적

대상지	참여자	식재수량
서울 노원구 상계동 마을자투리 공간	상계주민센터 동장 및 직원, 마을주민, 구청직원 등	1,100
서울 종로구 이화동	구청장 및 주민자치위원회, 마을주민	1,260
서울 동작구 상도동 상아유치원	유치원 원장 및 학부모	300
인천시 남구 종달새 어린이집	유치원 원장 및 학부모	104
서울시 송파구 방이동	주민센터, 자치위원회, 마을주민	900
서울시 노원구 중계동	국회의원, 시의원, 마을 주민	3,330
서울시 성동구 성수동 서울숲공원	유한킴벌리 사우 및 가족	1,000
서울시 구로구 궁동	국회의원, 시의원, 주민자치회	2,000
서울 난지도 노을공원	노을공원 시민모임	200

## 북한 및 몽골 조림 노력

유한킴벌리는 1999년부터 동북아시아 지역의 숲 복원을 통해 산림생태 황폐화 및 사막화를 방지하고자 ‘동북아산림포럼’과 함께 몽골 조림사업(나무심기, 사막화지역조사 및 연구활동 지원, 전문가와의 협력활동 등 포함)을 진행하고 있습니다. 2003년부터는 몽골의 토진나르스 지역의 산불피해지에 나무를 심어 토진나르스 인근 지역의 환경개선과 더불어 주민들에게 경제적 편익을 제공하고 있으며, 2012년까지 여의도 면적의 8.8배 규모의 땅에 총 8,082,000그루의 나무를 심을 계획입니다.

## 숲과 인간의 만남을 위한 노력들

### 신혼부부와 사회리더들과 함께하는 나무심기

유한킴벌리는 1985년부터 직접 나무를 심는 기회를 국민들에게 제공하고 있습니다. 첫 식수지는 충북 청원군 백운면 화당리였습니다. 그 이후로 매년 새롭게 가정을 꾸민 신혼부부에게 국유림에서 직접 나무를

심고 자연을 접할 기회를 제공하고 있습니다. 특히 2005~2008년에는 남측의 신혼부부들과 함께 북한 고성지역에서 나무심기를 실시하기도 했습니다. 2011년에는 4월 경기도 여주군 여주읍 하거리에서 300쌍의 신혼부부 및 40여 명의 사회리더와 함께 8,000여 그루의 소나무와 백합나무를 심었습니다.

 더 자세한 내용은 [http://www.yuhan-kimberly.co.kr/yk\\_social/we\\_newlywed\\_01.asp](http://www.yuhan-kimberly.co.kr/yk_social/we_newlywed_01.asp)에서 확인할 수 있습니다.

### 청소년 그린캠프 개최

유한김벌리는 1988년부터 미래의 주역인 청소년들이 숲과 자연환경의 소중함을 직접 체험할 수 있도록 여고생을 대상으로 매년 여름방학에 그린캠프를 개최하고 있습니다. 2011년 그린캠프 장소는 강원도 양양군 현북면 어성전 숲속수련장이었으며, 3박 4일씩 2회에 걸쳐 총 163명의 여고생들이 참여했습니다. 1988년부터 2011년까지 총 2,629개 학교에서 3,604명의 여고생들이 체험학습의 기회를 가질 수 있었습니다. 그 외에도 2011년에는 새롭게 9월과 10월에 각각 1박 2일씩 그린레인저와 공동주최로 본사 및 대전공장 임직원 자녀를 대상으로한 초중생 그린캠프를 열었습니다. 이 프로그램은 임직원 자녀들에게도 숲을 직접 체험하며, 숲의 중요성을 깨달을 수 있는 기회가 되었습니다.

### 환경총서 발간

유한김벌리는 1993년부터 시작한 숲과 환경에 관한 책자를 출판하고 보급하는 활동을 통해 숲에 대한 인식을 높이고 환경 보호활동에 대한 국민들의 참여를 확대시켜 나가고자 노력하고 있습니다. 2011년까지 총 25권의 KKG 총서가 발간되었습니다.

### 숲 전문 웹사이트 운영

유한김벌리는 2000년 12월 숲 공익 웹사이트(우리숲 [www.woorisoo.org](http://www.woorisoo.org))를 개설하여 자연과 환경에 대한 정보를 제공하고 있습니다. 2010년부터는 숲, 환경 전문가들이 전하는 정보 외에 인터넷 블로거들의 콘텐츠도 소개하고 있습니다.

 더 자세한 내용은 <http://www.woorinamtv.org/> 에서 확인할 수 있습니다.


### 아름다운 숲 보존 및 홍보 활동

유한김벌리는 사단법인 생명의 숲, 산림청과 함께 전국의 아름다운 숲을 발굴하고 보존하기 위해 2000년부터 ‘아름다운 숲 전국대회’를 매년 개최하고 있습니다. 시민들의 온라인 참여로 이루어지는 이 대회를 통해 2011년 11개를 포함하여 총 194개의 사이트를 선정해왔습니다. 더불어 국내의 잘 보존된 아름다운 숲에 대해 더 많은 사람들이 알 수 있도록 홍보하고 있습니다.

### 참여와 확산 노력


#### 우리강산 푸르게 푸르게 광고

유한김벌리는 1984년 캠페인을 시작한 이래 우리나라의 나무와 숲의 중요성을 알리는 광고를 진행해왔습니다. 기후변화에 대한 심각성이 부각됨에 따라 유한김벌리는 우리강산 푸르게 푸르게 인쇄광고로 지구온난화와 온실가스 저감을 위해 나무를 심고 가꾸는 일이 중요함을 알리고 있습니다. 2010년 7월 인쇄광고인 “나무는요, 탄소통조림이에요”가 대표적 광고입니다. 2012년 우리강산 푸르게 푸르게 인쇄 광고제작시, “지구온난화를 막는 방법은 나무를 심고 가꾸는 일”이라는 것을 소개하고 있습니다.

 더 자세한 내용은 [http://www.yuhan-kimberly.co.kr/yk\\_social/we\\_newlywed\\_01.asp](http://www.yuhan-kimberly.co.kr/yk_social/we_newlywed_01.asp)에서 확인할 수 있습니다.








우리강산 푸르게 푸르게


## 숲에서 아이들은 모두 함께 건강하게 자랍니다

숲에 가면 웃음소리가 커지는 아이들  
 숲에 가면 궁금한 것이 많아지는 아이들  
 숲에 가면 마음을 열고 친구와 손을 잡는 아이들

숲에서 아이들은 모두 함께  
건강하게 자랍니다



나무는 이산화탄소를 흡수하고 산소를 만들어 내보냅니다.  
지구온난화를 막는 좋은 방법입니다. 나무를 심고 숲을 가꾸는 것입니다.



### 숲단체들과의 긴밀한 파트너십

유한킴벌리는 건강한 숲운동을 활성화하기 위해 숲단체를 후원하고 있습니다. 2011년 9월에는 유한킴벌리가 건립 후원을 했던 숲센터의 개소식이 있었습니다. 이와 관련하여 유한킴벌리는 재단법인 한국숲으로부터 센터설립에 기여한 공로로 감사패를 받았습니다. 숲단체들의 새로운 보금자리인 숲센터는 서울시 마포구 성산동에 위치해 있으며, 5개의 숲단체(생명의 숲 국민운동, 서울 그린트러스트, 동북아산림포럼, 평화의 숲, 생태산촌)가 입주하여 일을 하게 되었습니다.

### 사원들의 자발적인 참여

유한킴벌리는 회사차원에서 진행하고 있는 사회책임과 공헌활동을 사원들과 가족들도 함께 참여하도록 격려하고 있습니다. 2011년에는 신공장인 충주공장을 준공하면서, 이를 기념하여 노사가 함께 충주지역에 나무를 심었습니다. 또한 2012년 3월과 4월에는 자원봉사차원에서 대전, 김천, 충주공장이 있는 지역을 중심으로 사원들과 함께 나무를 심었습니다. 또한 5월에는 본사 사원들과 가족들을 대상으로 서울숲 가꾸기 자원봉사에 참여했습니다. 이를 통해 회사차원에서뿐만 아니라 사원 및 가족들이 함께 참여함으로써 지속 가능한 사회책임과 공헌모델을 만들어내고자 노력하고 있습니다.

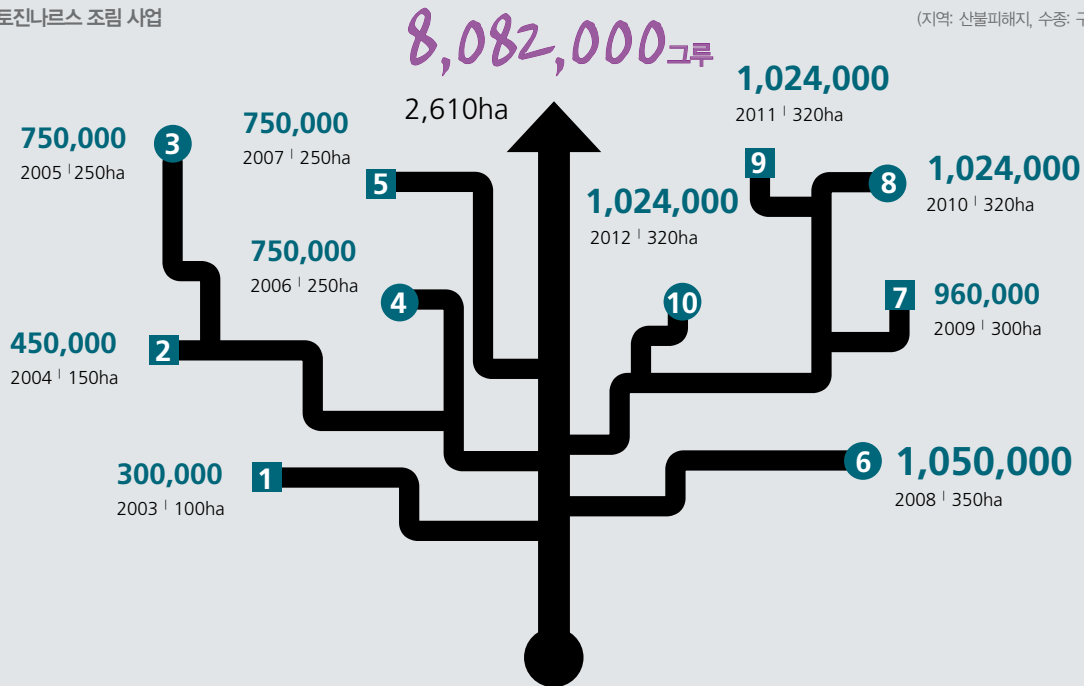




## 몽골 나무심기 10년, 사막화 막기에 나서다

유한킴벌리는 특별한 감회를 가지고 2012년을 맞이했다. 2003년부터 유한킴벌리와 동북아산림포럼이 협력하여 몽골 토진나르스 지역에 사막화방지 조림을 시작한 지 10년을 맞이했고, 그 결실을 보게 되었기 때문이다.

몽골 토진나르스 조림 사업



유한킴벌리와 몽골 나무심기의 인연은 1999년부터였다. 당시 한국은 황사현상을 겪고 있었고, 그 발원에는 한반도 면적의 7배, 세계 면적의 1.2%에 해당하는 넓은 지역임에도 불구하고 국토의 약 41%가 고비사막으로 이루어진 몽골의 사막화가 큰 영향을 미치고 있었던 것이다. 때문에 유한킴벌리는 환경문제의 해결은 국경을 넘는 협력이 필요하다는 것을 인식하게 되었다. 그래서 '우리강산 푸르게 푸르게'의 일환으로 몽골의 남고비 사막에 나무를 심기 시작했던 것이다. 그 뒤 2003년에 소나무 천연림 지역이었던 몽골 토진나르스 지역이 산불과 과도한 벌채로 인해 훼손되고 사막화에 직면하게 되자 피해지역에 나무를 심기 시작했다.

함께 조림에 참여해 온 유한킴벌리와 동북아산림포럼이 몽골 토진나르스 지역에 나무를 심은 지 10년째가 되는 해에 가장 큰

의문을 가진 부분은 20cm도 되지 않는 소나무 묘목들이 과연 어떻게 사막화 방지를 위한 숲을 조성할 수 있을까였다. 그런데 현장에서 희망을 발견했다. 2003년 조림지에서 10년째 자라고 있는 구주적송의 평균키는 1.9m, 10년간 진행한 나무심기로 숲이 되어가고 있었던 것이다. 토진나르스 지역에 심은 나무들은 20년 후에 매년 ha 당 3톤의 이산화탄소를 흡수할 수 있고, 그 이후 20년이 지나면 156,600톤의 탄소를 흡수할 것으로 기대된다. 이는 매년 1,957대의 자동차가 배출하는 이산화탄소를 저장할 수 있는 효과로 환산할 수 있다. 몽골의 토진나르스 지역이 몽골정부와 유한킴벌리, 시민단체, 학계가 협력하여 사막화를 막고, 세계적으로 자연생태계 복원에 성공한 대표적인 땅이 되었으면 한다.



전 vs 후

# 4

아젠다

2012 유한킴벌리 사회책임경영 4대 아젠다

## 가족친화경영은 어떻게 성장시켜가고 있나?

스마트워크 시대의 가족친화 모델 개발

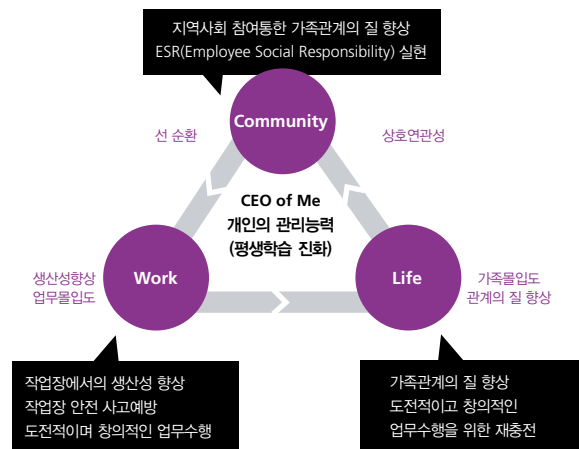
유한킴벌리 시대별 가족친화제도 변화

구분	1970 창립 ~1990	1991 ~2000	2001~2011											가족친화제도 주요변경사항 (도입 ★)
			2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
자녀학자금 지원 (대학까지)	●	●	●	●	●	●	●	●	★	●	●	★	●	2007년 학자금 지원 자녀 수 제한 폐지 2010년 유아교육비 취약전 3년간 지원으로 1년 연장
유연한 근무제		●	●	●	●	●	●	●	★	●	●	●	★	2007년 시차 출퇴근제 확대 (7시 ~ 10시) 2011년 탄력적 점심 시간제, 유연복장제 도입
가족사보		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
전문가심리상담 프로그램(EAP)				●	●	●	★	●	●	●	★	●	●	2005년 전문가 심리상담 프로그램(EAP): 가족으로 대상 확대 2009년 상담영역 (부동산, 상해, 세금)및 연간 상담 가능 횟수 증가
출산 축하 제도, 산전후직 · 유사산휴가						●	●	●	●	●	●	★	●	2010년 산전후직 기간 연장
가족데이(육아데이)							●	●	●	●	●	●	★	2011년 가족사랑의 날 도입 통해 월 1회에서 주 1회로 확대
정기적인 가족친화 설문조사							●	●	●	●	●	●	★	2011년 제도 사용 현황 및 용이성 관련 조사 실시
정년 연장 은퇴자 프로그램								★		★				2006년 정년 2년 연장 (57세) 2008년 정년 1년 추가 연장 (58세)
모성보호공간								★	●	●	●	●	★	2006년 모성보호 공간 업그레이드 (느티나무그늘방) 2011년 스마트오피스 도입 통한 임신부 배려석 마련
선택적 복지제도										●	★	★	●	2009년 선택적 복지제도 사용 범위 확대 2010년 선택적복지제도 금액 증가
출산축하 - 임신부간담회									●	●	★	●	★	2009년 임신부 참여 확대 (팀장 참여), 공장 동시 실시 2011년 임신부 간담회 연 2회 확대
직장보육시설													★	2011년 첫 직장보육시설 푸른 숲어린이집 개소 (대전공장)
가족친화우수 기업 인증										●	●	●	★	2011년 가족친화기업인증 연장 획득

## ‘책임과 공헌’의 실천 위해 가족친화경영 강화

유한킴벌리는 가족의 건전한 유지와 성장을 위해 1990년대 초반부터 결혼, 출산, 육아, 은퇴 준비 등을 포함, 생애 주기별 가족책임을 고려하는 유연한 근무제도와 평생학습시스템을 운영해왔습니다. 이후 2010년에 비전 2020을 수립하면서 핵심가치인 책임과 공헌의 중요한 두 축중 하나로 가족친화경영 실천을 강화하고 있습니다. 2011년과 2012년에 보다 명확한 가족친화경영의 개념을 재정립해 가족관계의 질을 높이고, 이를 바탕으로 지역사회에 공헌할 수 있는 방향을 설정했습니다.

## 유한킴벌리 가족친화경영 컨셉



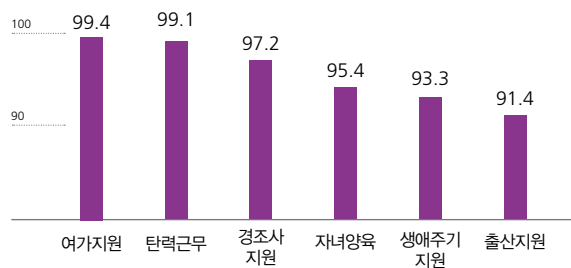
## 가족친화기업인증 2013년까지 연장, 국무총리상 수상

유한킴벌리는 우리나라가 일·가정 양립을 지원하기 위해 최초로 도입한 가족친화기업인증(2008.12.29~2011.12.28)을 2008년 첫 해에 받았습니다. 또한 2011년에는 인증기간 만료에 따라 재인증 심사를 받아 2013년 12월 28일까지 인증을 연장하는 한편 가족친화 사회·업무환경을 조성한 공로를 인정받아 2011년 11월에 국무총리상을 수상하였습니다.

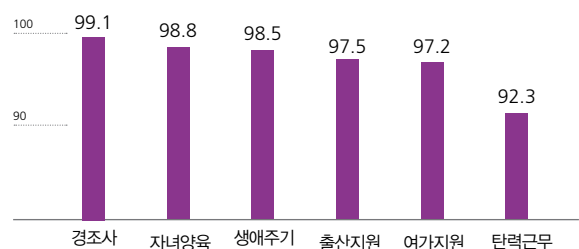
## 가족친화제도 높은 인지도와 용이성 기록

유한킴벌리는 생애주기별로 임직원의 가정생활을 지원하고 있습니다. 사내 가족친화 만족도 조사결과(2011.10.07~18, 총 326명 참여) 가족친화제도에 대한 임직원들의 인지도와 사용 용의성은 평균 96% 이상으로 사원들은 대부분 회사 제도를 잘 알고 있으며, 쉽게 사용할 수 있는 것으로 조사되었습니다.

나는 가족친화 관련 제도를 인지하고 있다 (%)



나는 가족친화 관련 제도를 쉽게 사용할 수 있다 (%)



## 가족친화문화 확산을 위한 제도운영\_유연복장제, 탄력적 점심시간제, 퇴근 소등제 도입

유한킴벌리는 2011년 5월부터 유연복장제(사원의 자유로운 복장 존중)와, 탄력적 점심시간제(변경전 12:00~13:00 → 변경후 11:30~13:30 중 1시간 선택) 운영을 시작했습니다. 또한 가족친화를 위해 정시퇴근문화를 정착하고자 2011년 5월에 매달 1회 실시되던 정시 퇴근 캠페인을 주 1회 가족사랑의 날로 확대 실시하고 있습니다. 한편 12월부터 본사 6개 층 가운데 야간 근무층으로 지정된 1개 층을 제외하고는 저녁 7시 30분에 일괄 소등함으로써 불필요한 야근을 줄이고 효율적인 근무문화를 조성하여 정시 퇴근을 독려하고 있습니다. 매월 사원과 가족들을 대상으로 가족사보를 발행하고 있으며, 아빠들의 가사참여와 육아일기 등을 통해 남성들의 육아돌봄의 중요성을 강조하고 있습니다.

제도	유형	내용
유연한 근무 체제	전 일근로	4조 2교대 (생산직) • 생산작: 4일 근무, 4일 휴무, 평생학습 지원
	사차출퇴근제 (사무직)	• 관리작: 오전 7~10시 출근시간 자율 선택
	현장출퇴근제 (영업직)	• 영업작: 정기 출퇴근 없이 현장 업무 수행
출산육아 지원	임신 축하 및 임신부 보호	• 임신부 도덕상, 보건상 유해 · 위험한 작업 배치 금지
		• 임신부 야간 근무 금지
		• 임신부 태아검진휴가 부여 • 임신 9개월까지 월 1일, 임신 10개월 이후 월 1일 및 검진시간 1회
	출산 축하 및 휴가제도 등	• 산전휴직 (3개월), 산전후 휴가 (90일)
		• 유산산휴가 (임신13~21주: 30일, 22~27주: 60일, 28주 이상: 90일)
		• 아버지 출산유급휴가 3일
		• 출산축하금 (첫째 40만 원, 둘째 60만 원, 셋째 150만 원, 넷째 이상 300만 원)
		• 여사원 자궁암 및 유방암 검진
	보육육아 지원	• 육아휴직 (출생 후 6년 이내)
		• 모유수유 보장 및 수유실 운영, 직장보육시설 - 대전공장 직장보육 시설 (2011년 3월 신설)
	자녀 학자금 지원	• 육아교육비 지원 (취학 전 3년X120만 원=360만 원)
		• 대학 졸업까지 자녀 학자금 지원 (자녀 수 제한 없음)
		• 장애자녀 학자금 지원
사원과 가족 지원	선택적 복지프로그램	• 1인당 연간 180만 원 지원 (자기계발, 건강, 레저 등 선택)
	전문가상담프로그램 (EAP)	• 사원과 직계가족, 24시간 연결, 비밀 보장 원칙
	가족 경조 지원	• 관혼상제 관련 휴가와 경조금 지급
	가족 간병휴직	• 가족간병 휴직 (3개월 이내)
	의료비 지원	• 본인 (배우자, 미혼자녀) 각 300만 원 한도 내 지원, 건강검진 사원 및 배우자 대상, 2년 1회 실시 지원
	평생학습 지원	• 사원과 가족 온라인 어학연수원 (500여 과정, 365일 사용)
	은퇴프로그램	• 은퇴 전후 6개월 종합컨설팅
	장제 지원	• 사원과 직계가족 대상 장제시 인력 및 물품 지원 (2011년 1월 신설)
가족친화 문화조성	가족사보 발행	• 매월 사원과 가족 위한 사보 발행
	가족사랑의 날 캠페인	• 매주 수요일 6시 정시 퇴근 캠페인 (2011년 5월 신설)
	가족초청행사	• 대전공장 철쭉제 등 연 1회 실시
	지역사회 공헌활동	• 신혼부부 초청 '생명사랑 신혼부부 학교' 운영 등
	탄력적 점심시간제도	• (기준) 12:00~13:00 고정 → (변경) 11:30~13:30 중 1시간 선택 사용 (2011년 5월 신설)
	유연복장제	• (기준) 주 1회 → (변경) 연중 자유복장제로 확산 (2011년 5월 신설)
	정시퇴근 장려	• 7시 반 이후 야근충을 제외한 일괄소등 (본사 2011년 12월 신설)

## 사례 출산친화적인 문화의 결과 육아휴직사용률 90%대

유한킴벌리의 출산친화적인 기업문화 등으로 인해 여성육아휴직 사용률은 증가하는 추세입니다. 2011년 여성육아휴직 사용률은 91.7%이며, 육아휴직 사용후 100% 복귀하였습니다.

연도별 육아휴직 사용 및 복귀비율

	복귀비율	사용비율
2011	100%	91.7%
2010	100%	69%
2009	100%	51.6%
2008	92.3%	45.5%
2009	100%	20%
2008	100%	4.8%

### 임산부간담회 연 2회 개최

출산 축하 문화로는 매년 4개 공장에서 개최되는 임산부간담회가 대표적이며, 사원들의 제안을 반영하여 2011년부터는 연 2회로 확대해 7월과 11월에 개최되었습니다.

### 회사 최초로 직장보육시설 개소

2011년에는 유한킴벌리 최초로 직장보육시설을 대전공장에 개소했으며, 주요 공장에 모유수유시설과 모성보호공간을 운영중입니다.

### 임산부 우선석 첫 운영

본사와 스마트워크센터에서 임산부 우선석을 운영하고 있습니다. 또한 대전공장내 주차공간에는 임산부 전용주차구역이 있어 다양한 임산부를 위한 지원노력을 계속해가고 있습니다.

제4회 이해관계자위원회

# “건강한 가족의 삶을 중심으로 하라”

## 비전 2020 달성을 위한 핵심가치의 진화 발전 \_ 가족친화경영의 진화안들

유한킴벌리는 비전 2020을 바탕으로 향후 10년의 책임과 공헌활동이 보다 진화하고 발전된 형태로 진행될 수 있도록 그간의 성과와 나아갈 방향을 점검하고자 책임과 공헌의 두 축인 ‘우리강산 푸르게 푸르게’와 ‘가족친화경영’을 주제로 3, 4회 이해관계자위원회를 개최하였습니다. 특히 4회 이해관계자위원회에서는 가족친화경영의 정의와 방향성을 재정립하고 정의된 가족친화경영을 바탕으로 유한킴벌리가 향후 전개해야 할 구체적인 실행방안에 대한 각계 전문가의 조언을 수렴하였습니다.

(진행일시: 2011년 10월 5일, 장소: 서울 본사 대회의실)



조경식\_제일기획 마케팅 전략본부장

“가족친화경영에 앞서 가족친화, 건전함에 대한 모델의 개념 재정의가 필요하며, 사람들에게 한 번에 쉽게 이해될 수 있는 개념이어야 합니다. 또한 가족친화경영의 추세 및 변화를 검토하여 장기적이고 단계적인 로드맵 수립 계획을 기반으로 추진되어야 합니다.”



조동성\_최장, 서울대학교 경영학과 교수

“유한킴벌리는 경영활동 과정에 있어 장기적인 관점에서 고려하고 사회적 측면을 중시하는 독특한 DNA를 가지고 있으며 이런 관점을 가족친화경영에 반영할 필요가 있습니다.”



고선주\_한국건강가정진흥원 원장

“유한킴벌리의 가족친화경영을 사회 전체로 확산하기 위한 쉬운 정의가 필요합니다. 세대전체를 아우르는 가족들의 생애주기별 스트레스를 가족친화경영으로 지원하면 건강한 가정을 위한 해결방법이 될 수 있을 것으로 생각합니다. 더불어 가족친화의 범위를 이야기할 때 유한킴벌리에만 그치지 않고 협력회사까지 확대할 필요가 있습니다.”



정영애\_서울사이버대학 노인복지학과 교수

“가족친화경영 확산을 잘 하게 되면 KKG보다 더 큰 영향력을 가질 수 있을 것입니다. 저출산, 고령화, 돌봄 등 사회문제에 유한킴벌리의 해법을 찾아 제시하면 사회적으로 큰 의미가 있을 것입니다. 또한 개별가족도 중요하지만 가족이 사회 속에서 가지는 공동체성도 주목해야 하겠습니다.”

“가족친화경영은 사회적 책임을 추구하면서도 기업의 기본활동인 경영성으로 이어져야 합니다. 이를 위해 세대 전체의 생애주기별 스트레스를 파악, 지원하고 새로운 패러다임을 제시해야 하며 사회적 책임에 가치를 두고 명확한 미션, 비전, 기여 방향에 대한 계획을 세워야 할 것으로 생각합니다. 또한 생산성 개선을 명확히 하고 경쟁력에 활용될 수 있어야겠습니다.”

김태홍\_한국여성정책연구원 평등문화정책센터 실장



김효선\_중앙대학교 경영학과 교수

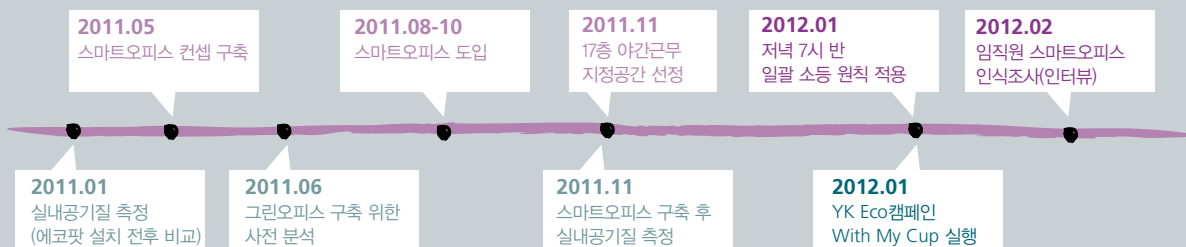
“가족친화경영은 근로자의 삶에 가족이 핵심임을 인정하는 문화를 바탕으로 일과 가족의 조화를 지원해야 하므로 남성의 가족친화 역시 강조하여 조직 전체적인 접근이 필요하며, 협력회사 및 지역사회를 포함할 수 있어야 합니다. 또한 공동체 개념으로 가족의 개념을 확대하고 노인 관련 가족친화를 사업과 연계하여 구체화시켜야겠습니다.”





## 유한킴벌리 스마트오피스 통해 도전과 창의 문화 구축

스마트오피스 도입과 변화



### IT 기반한 유연성과 소통, 협업이 강화된

#### 스마트한 환경 구축

유한킴벌리는 2011년에 핵심가치를 바탕으로 공간, IT, 기업문화, 인사제도 4가지 측면을 고려한 스마트워크를 도입했습니다. 1단계로 2011년 하반기에 본사 사무환경을 스마트오피스로 구축하는 한편 군포와 죽전에 스마트워크센터를 오픈했습니다. 본사 스

마트오피스 구축으로 직원들의 업무몰입도와 효율성이 증가했으며, 대면중심의 조직문화를 개선해 부문간 소통과 협업을 향상시켰습니다. 군포와 죽전의 스마트워크센터로 인해 직원들의 출퇴근 시간 절약, 그에 따른 탄소배출 감소, 삶의 질 향상과 더불어 가족과의 여가생활과 자기 개발을 위한 시간을 확보할 수 있게 되었습니다.

스마트워크 도입의 기본 설계

### 미래 경쟁력 확보, 가족친화경영 성숙, 사회적 모델화 (CSR)

#### Collaboration, Openness, Innovation, Creativity, Flexibility

##### 공간 + Green

- 업무몰입도 증가
- 업무효율성 향상
- 현장에서 업무완결
- 개인의 삶의 질 향상
- 사무실 운영비 감소

##### IT Infrastructure

- 네트워크 환경구축  
본사 무선 네트워크 설치
- 원격근무 환경구축  
- 전자결재시스템  
- 모바일오피스

##### 기업문화

- 업무의 유연성 확보
- 우수인재 Retention 확보
- 스마트워크에 적합한 조직 문화 구축  
- 기업 인식전환  
- 대면중심 조직문화 개선

##### 인사 / 제도

- 인사관리제도 개선  
- MBO(목표관리)와 ROWE(결과위주 업무 환경)의 평가 시스템

핵심가치의 구현 | 도전과 창의 | 신뢰와 배려 | 책임과 공헌

### 본사 스마트오피스의 변화 통해 핵심가치 실현

유한킴벌리 본사 스마트오피스의 가장 큰 특징은 변동좌석제를 도입했다는 것입니다. 이는 핵심가치인 도전과 창의에도 적합한 좌석제입니다. 변동좌석제는 전체인원의 80%만 자리를 만들고, 출근시 자유롭게 업무좌석을 선택할 수 있는 것이 특징입니다. 사전 조사를 통해 직원들의 좌석점유율을 분석한 결과를 활용해 설계되었습니다. 직원들은 출근 후 개인 사물함에서 노트북과 개인 사무용품 꺼내 원하는 자리에 앉으면 됩니다. 직급의 높고 낮음이 없는 오픈된 공간에서 다양한 팀의 동료 직원들과 얼굴을 마주보고 근무하고 있습니다. 공용라운지는 카페같이 자유로운 공간으로 만들어졌으며 집중해서 처리할 업무가 있을 경우에는 집중 업무공간을 이용하면 됩니다.

### 임산부 우선석 등 출산친화적인 오피스 지향

유한킴벌리 스마트오피스는 저출산 시대에 여성친화적 환경 구축을 위해 임산부 우선석을 지정하고 있습니다. 시차출퇴근제(오전 7~10시 중 출근 시간대 선택)를 이용하는 임산부들이 늦은 시간대에 출근해도 가장 좋은 위치의 자리에 앉아 일할 수 있도록 배려하였고, 책상의 높낮이를 조절할 수 있게 하였으며 책상과 배가 닿는 부분을 곡선으로 만들었습니다.

### 임원들의 술선수범으로 오픈형 회의실 검용 사용

유한킴벌리의 임원들도 변동좌석제에 모범적으로 참여하고 있습니다. 출근시 개인 사물함에서 노트북과 개인 사무품을 꺼내 원하는 임원실을 선택해 근무하고 사용하지 않을 경우에는 직원들이 회의실로 사용할 수 있도록 개방하고 있습니다.





### 재택근무제, 모바일오피스 구현 등 새로운 도전 지속

유한킴벌리는 스마트워크를 가속화하기 위한 노력도 지속해왔습니다. 2012년 상반기에는 전사원에게 태블릿 PC를 배포했으며, 전자결재시스템을 구현하는 등 스마트워크를 위한 단계별 접근을 진행하고 있습니다. 또한 재택근무제의 시범 실시를 통해 원하는 직원들에게 이를 사용토록 권장하고 있습니다.

### 스마트오피스 디자인시 그린오피스 구현

유한킴벌리는 스마트오피스를 구축하면서 개인 쓰레기통을 없애고, 층별로 2개의 공용 쓰레기통을 만들었습니다. 또한 업무 보고나 자료보관시 페이퍼리스 실천에 앞장서고 있습니다. 기존에 층별 10~15대의 프린터, 복사기 및 팩스기를 OA Zone에 1~2대만 설치함으로써 불필요한 인쇄 등을 줄여가고 있습니다. 이는 새로운 스마트워크의 방식을 익혀나가는데 의미있는 변화를 가져오고 있습니다.

### 스마트워크센터 구축 통해 출퇴근 시간 절약

유한킴벌리는 대다수의 본사 근무 직원들이 거주하고 있는 군포와 죽전에 스마트워크센터를 구축함으로써 대면문화를 지양하고, 출퇴근 거리를 단축해 가족친화와 환경경영에 기여하고 있습니다. 본사와 마찬가지로 변동좌석제를 채택하고 회의실 및 인터넷망을 구축하여 업무 수행에 문제없도록 설계되었습니다. 군포스마트워크센터에는 20좌석과 회의실 2개, 죽전스마트워크센터에는 업무공간 25좌석과 회의실 4개를 운영중이며, 직원들의 스마트워크센터 이용을 돕기 위해 회사 인트라넷에 '스마트워크센터 이용시스템'을 개발해 하루 전까지 승인을 받고 사용할 수 있도록 준비했습니다.

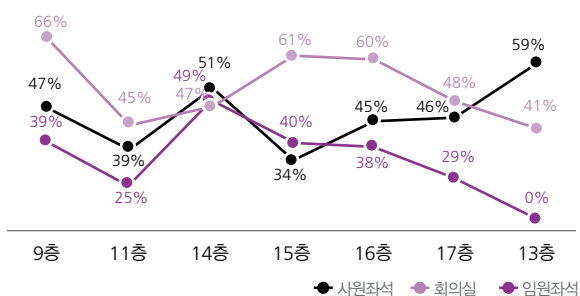
### 비전 2020에 맞는 도전적이고 창의적인 미래지향적 기업문화 창출

유한킴벌리는 본사 스마트오피스와 군포, 죽전에 운영 중인 스마트워크센터를 통해 일과 삶의 조화 실현, 전사적 협업 및 소통의 향상을 기대하고 있습니다. 또한 업무몰입도 향상과 업무처리 시간을 단축함으로써 정시 퇴근하여 가족친화와 개인의 역량을 개발할 수 있는 시간 확보를 통해 직원들의 근무 만족도를 향상시키고 있습니다. 새로운 문화 정착과 더불어 경제적 측면에서 임대료 절감효과를 거두었으며, 환경적 차원에서도 탄소배출량을 저감하고 있습니다.



### 사례 스마트오피스 변동좌석제 80%의 근거 (좌석점유율 조사진행 시기 2011.06.27~07.08)

비어있는 좌석들의 활용도 높이기 시도



유한킴벌리 본사에서 업무공간의 변동좌석제 채택 전 사전조사를 진행한 결과 직원들의 평균 좌석점유율은 31%~54%, 임원들은 30~40%로 나타났습니다. 또한 개인좌석의 점유율보다 회의실 점유율이 높았습니다. 이에 따라 스마트워크 관점에서 회의문화 개선이 필요하다는 점을 시사점으로 도출하는 한편 공용공간을 늘림으로써 공용공간의 사용이 2배 이상 늘어 직원들의 몰입, 소통, 협업, 학습이 이루어지는 창의활동공간으로 변화하였습니다.

## 저출산 극복 협력활동

### 연 매출의 만분의 일 기부로 “돌봄 공동체 모델” 개발

유한킴벌리는 사회 오피니언 리더 그룹들로 구성된 사단법인 미래포럼에 참여하여 저출산 극복 노력을 실천하고 있습니다. 특히 만분클럽(연 매출의 만분의 일 기부한 기업들)에 참여하는 기업들과 함께 2005년부터 돌봄모델 구축을 위해 노력해왔으며, 2009년부터 2011년까지 시범기관 3곳을 선정해 3년간 지역사회 돌봄시스템 구축 환경을 지원했습니다.

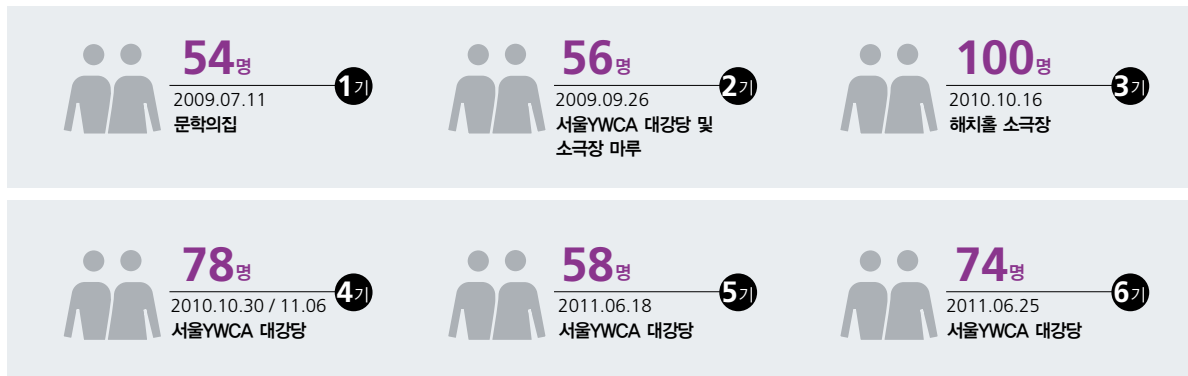
### 가족친화기업의 사회적 확산 위해 가족친화포럼 적극적 참여

유한킴벌리는 가족친화경영의 확산을 위해 2011년 3월 창립된 여성가족부의 가족친화포럼에 회원사로 참여하고 있습니다. 가족친화포럼은 180여 개 가족친화인증기업 및 관련 분야 전문가로 구성되어있으며, 대표이사 사장이 가족친화포럼 공동대표로, 지속가능경영본부장이 운영위원장으로 참여중입니다.

### 신혼부부 대상 건강한 부모 준비 돕는 생명사랑 신혼부부학교 개최

유한킴벌리는 신혼부부들을 대상으로 저출산 시대에 건강한 부모가 되기 위한 소통 방법을 배우는 신혼부부학교를 2011년에 2회 개최했습니다. 본 과정은 2009년부터 서울 YWCA와 공동개최하고 있으며, 2011년부터는 매년 6월에 연 2회 개최(6월 학교)를 정례화하였습니다.

유한킴벌리 생명사랑 신혼부부학교 실시 현황

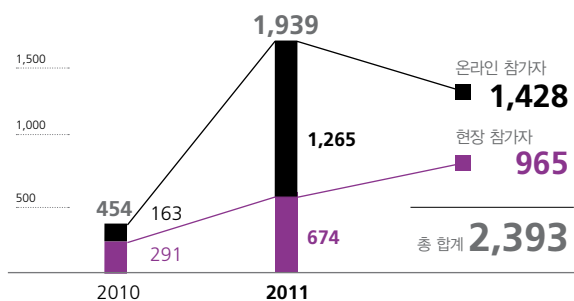


### 예비맘과 초보맘 대상으로 한 육아포럼 운영

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

유한킴벌리 육아포럼 참여자 현황

(단위: 명)



# 03

경제성과  
사회성과  
환경성과

## 사회책임 경영 성과

유한킴벌리는 경제, 사회, 환경분야에서  
다양한 활동 및 노력을 통해  
지속가능한 경영성과를 거두고  
이를 기반으로 미래의 변화를 추진하는 기틀을  
마련하고 있습니다.

# 경제성과 관리체계(DMA)

비전

지속적인 성장을 통해 2020년 매출액 5조 원 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

성과평과와 계획

평가 기준   ■ 초과 ■ 부합 □ 노력 필요					
분류		2011			2012
		성과	평가	페이지	계획
재무성과	매출액	13,041억 원	■	45	14,018억 원
	순이익률	8.58%	■	45	8.99%
내수시장 성장	기존사업 활성화 전년대비 4% 성장		□	46	기존사업 활성화 전년대비 7% 성장
	신성장 사업 활성화 • 전년대비 46% 성장 (신규사업 포함)		□	46	신성장 사업 성장 • 전년대비 20% 성장 (신규사업 포함)
	신규사업 진출 • 유아용 의류 제품 출시 • 유니레버 매출 470억 원 돌파 • 더블하트 전년대비 91% 성장		■	22~23, 46	신규사업 확대 • 성인용 팬츠, 물티슈, 하이드로넛 제품, 병원용품 사업 확대
	원가 및 비용 절감 316억 원		■	48	원가 및 비용 절감 노력 지속
수출 확장	전체 매출액 중 수출비중 18% • 수출 영업이익 약 20억 원 증가		■	45	수출비중 20% 이상
	수출 성장을 위한 혁신 2,330억 원 달성		■	47~48	수출목표 2,400억 원 수출품목 다각화 시니어 팬츠, 물티슈 원단
투자 유치 및 집행		지속적인 투자 유치 총 718억 원 • 시니어케어 팬츠 라인 투자유치 등	■	22~23	지속적인 투자 유치 총 328억 원 • 성인용 팬츠 라인 설치 완료 및 가동 시작 • 유아물티슈라인 증설 • 대전공장 자동화 창고 건설 승인 등

# 숫자로 본 경영지표

대차대조표와 손익계산서

(단위: 억 원)

구분		2006	2007	2008	2009	2010	2011
대차대조표 (재무상태)	유동자산	4,831	4,984	4,793	4,965	4,337	4,805
	비유동 자산	2,958	3,086	3,507	3,613	3,933	4,210
	자산총계	7,789	8,070	8,300	8,579	8,270	9,015
	유동부채	1,135	1,144	1,357	1,561	1,776	2,052
	비유동부채	251	168	132	166	0.49	151
	부채총계	1,386	1,312	1,489	1,727	1,777	2,203
	자본금	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
	자본잉여금	625	625	625	625	625	625
	이익잉여금	3,778	4,133	4,186	4,227	3,868	4,187
	자본총계	6,403	6,758	6,811	6,852	6,494	6,812
손익계산서 (경영성과)	부채와 자본 총계	7,789	8,070	8,300	8,579	8,270	9,015
	매출액	8,340	9,050	10,221	11,341	12,094	13,041
	매출원가	5,272	5,612	6,350	7,102	7,839	8,713
	매출총이익	3,068	3,438	3,871	4,238	4,255	4,328
	판매비와 일반관리비	1,996	2,134	2,397	2,552	2,760	2,975
	영업이익	1,072	1,304	1,474	1,686	1,495	1,353
	영업외 수익	245	209	442	457	307	238
	영업외비용	67	64	304	211	490	163
	법인세 차감전 순이익	1,250	1,449	1,612	1,932	1,312	1,427
	법인세비용	344	394	459	442	370	309
당기순이익	당기순이익	906	1,055	1,153	1,491	942	1,119

재무지표

구분	주요 경영 지표	유한킴벌리				동종산업(대기업) 평균			제조업(대기업) 평균		
		2008	2009	2010	2011	2008	2009	2010	2008	2009	2010
성장성	매출액증가율 (%)	12.95	10.95	6.65	7.83	20.84	3.18	9.37	21.99	0.39	18.51
	유형자산증가율 (%)	9.60	3.2	8.28	-5.44	8.05	7.59	10.43	13.86	6.57	9.63
	당기순이익(손실) 증가율 (%)	9.33	29.3	-36.78	18.79	97.64					
수익성	매출액영업이익률 (%)	14.42	14.9	12.36	10.37	4.98	9.40	6.38	6.58	6.54	7.83
	매출액순이익률 (%)	11.28	13.1	7.79	8.58	-1.45	5.19	2.91	3.00	5.90	7.36
	총자산순이익률 (ROA, %)	13.80	17.3	11.4	12.41	-1.38	4.57	2.62	3.43	5.96	7.98
	자기자본순이익률 (ROE, %)	17.00	21.82	14.12	16.82	-3.06	9.84	5.44	6.88	12.14	15.25
안정성	유동비율 (%)	353.09	318.14	244.20	234.16	97.40	114.13	116.88	108.33	115.65	116.12
	당좌비율 (%)	266.81	251.98	165.39	174.15	63.26	83.54	77.92	80.38	90.05	87.30
	부채비율 (%)	21.86	25.20	27.36	32.34	138.50	100.94	112.25	111.46	96.14	86.32
	비유동장기적합률 (%)	50.52	51.49	60.6	60.46	101.45	94.64	93.80	95.38	92.04	92.14
활동성	총자산회전율 (회)	1.25	1.34	1.44	1.45	0.95	0.88	0.90	1.14	1.01	1.08
	매출채권회전율 (회)	9.44	9.66	9.61	9.17	6.81	6.57	6.90	9.19	7.81	7.56
	재고자산회전율 (회)	10.18	10.29	9.94	9.91	8.46	8.66	9.50	11.67	10.82	11.98
	유형자산회전율 (회)	3.30	3.44	3.34	3.81	1.72	1.63	1.64	3.09	2.81	3.02

**비교기준** 유한킴벌리는 건강 위생용품 기업으로 보다 효과적인 비교를 위해 제조업(대기업) 평균을 활용하고 있습니다. 제조업 및 동종산업 평균비율은 한국은행이 매년 7월 발표하는 기업경영분석 중 'C17 펄프, 종이 및 종이제품' 산업(대기업) 평균과 제조업(대기업) 평균이며, 2011년 자료는 한국은행의 편제방식 변경에 따른 공표 지연으로 보고서 발간 시점에서 공표되지 않아 다음 보고서로 보고할 예정입니다.

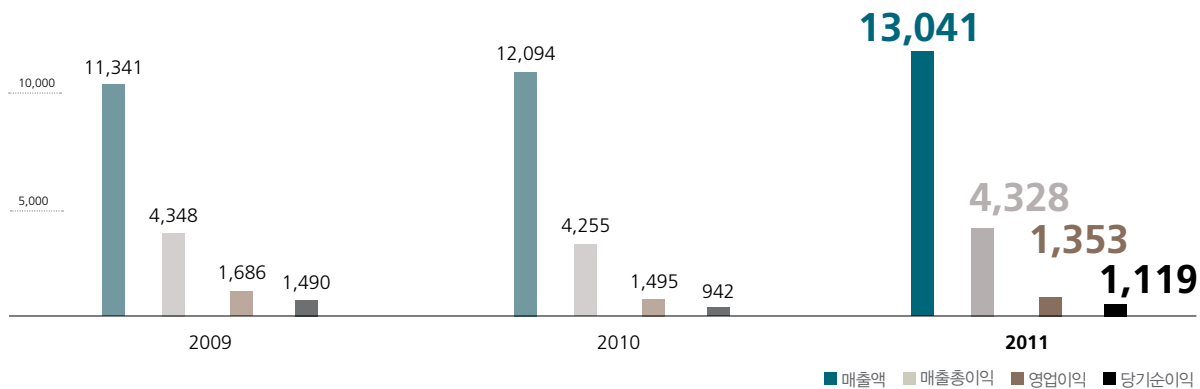
**금액기준** 각 지표 계산은 유한킴벌리 영업보고서의 금액을 기준으로 하였습니다.

# 경제적 가치 창출과 효과적 자산관리

유한킴벌리는 2011년 유럽 재정위기로 인한 경제성장률 하락과 소비위축, 유가상승 압력에 따른 주요 원부자재 가격 인상 등 어려운 사업환경에 대처하고자 선순환 사업구조를 정착시키기 위해 수익성이 높은 개인용품사업의 비중을 높이는 한편 신성장 사업의 성장 가속화를 위해 스킨케어의 신제품출시 및 청소년 대상 제품군의 비중을 확대하였습니다. 병원용품사업은 제품군확장 및 활발한 마케팅 활동을 통해 두 자릿수 이상의 매출 성장을 이루었고 생활용품은 기저귀 온라인 매출 성장, 유니레버 성장, 신성장 사업 성장 가속화 등에 힘입어 회사 창립 41년 이래 2001년 국내매출 5천억 원을 달성한 이후 10년 만인 2011년 12월, 생활용품부분 국내연간매출 1조 원을 달성했습니다. 회사전체 매출은 전년대비 7.8% 성장하였으나 가격인상의 한계 및 신성장 및 신규사업 지원을 위한 판촉비 투자와 미래 투자성비용 집행으로 인하여 영업이익은 전년대비 9.5% 감소하였습니다.

2011년 매출현황

(단위: 억 원)



분배된 경제적 가치

(단위: 억 원)

분배대상	분류	2006	2007	2008	2009	2010	2011
주주	배당금	504	700	1,100	1,450	1,300	800
사원	급여 및 복리후생비	1,393	1,491	1,616	1,710	1,649	1,900
협력회사	재화 및 서비스 구매비용	5,586	5,921	6,943	7,490	8,560	9,160
지역사회	정부	390	443	514	557	522	479
	지역사회, 고객	57	57	57	58	59	71
기타	기타비용(임차료, 감가상각비 등)	137	257	132	188	488	412
사내 유보	사내 유보 증감	404	355	53	41	42	319
총 수익 (매출액+이자수입 등)		8,471	9,225	10,416	11,494	12,223	13,141

\* 이전 보고서에서는 2010년 주주배당금의 경우 배당금이 결정된 시기 기준으로 기입하였으나 실제 지급된 시기를 기준으로 재검토하여 데이터를 수정하였습니다.

건전한 현금흐름 실적

(단위: 백만 원)

과목	2007	2008	2009	2010	2011
영업활동	133,861	133,218	225,682	111,859	179,043
투자활동	(76,037)	(19,241)	(89,414)	40,401	(79,152)
재무활동	(70,000)	(110,000)	(145,000)	(130,000)	(80,000)
순현금흐름	(12,176)	3,977	(8,732)	22,260	19,891

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



### 미래를 위한 지속적 투자 현황

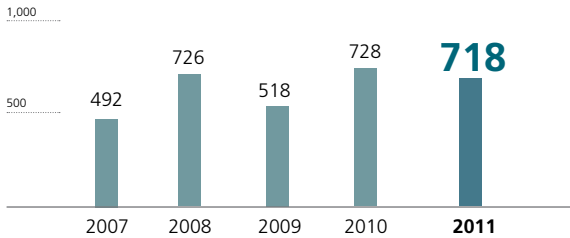
2011년 유한킴벌리 투자 금액은 성인용 기저귀 라인(MALBEC) 107억 원, 기저귀 원부자재 업그레이드를 위한 부직포 기계 신설 80억 원, 군포공장 이전비용 35억 원을 포함하여 총 718억 원입니다. 2011년에는 특히 기존 사업군 강화를 위해 기저귀 생산설비 증설과 여성제품 설비 개선 등에 대한 투자를 확대하였습니다.

### 연구개발(Research and Development, 이하 R&D) 투자

유한킴벌리는 지속적인 성장동력을 발굴하고, 경제적 가치 창출을 통해 성장 기반을 마련하고자 제품과 기술에 대한 연구개발을 적극적으로 수행하고 있습니다. 2011년 연구개발비의 경우, 기존에 각 공장에 배치되어있던 연구개발 인력이 효율적인 조직운영 및 협업 강화를 위해 이노베이션센터(죽전)로 통합됨에 따라 운영비 등으로 증가되었으며, 전체 약 105억 원 중 23.2%는 시장조사비로 사용되었습니다.

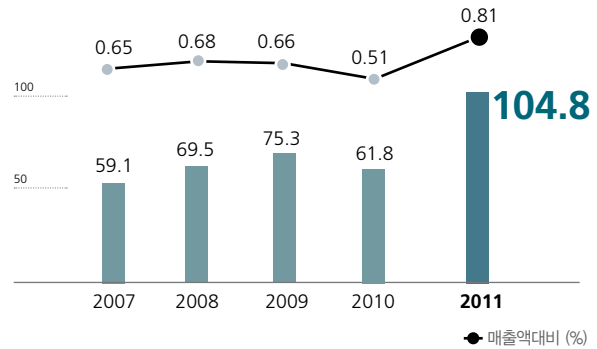
### 미래성장을 위한 설비투자 현황

(단위: 억 원)



### 연구개발 투자금액 현황

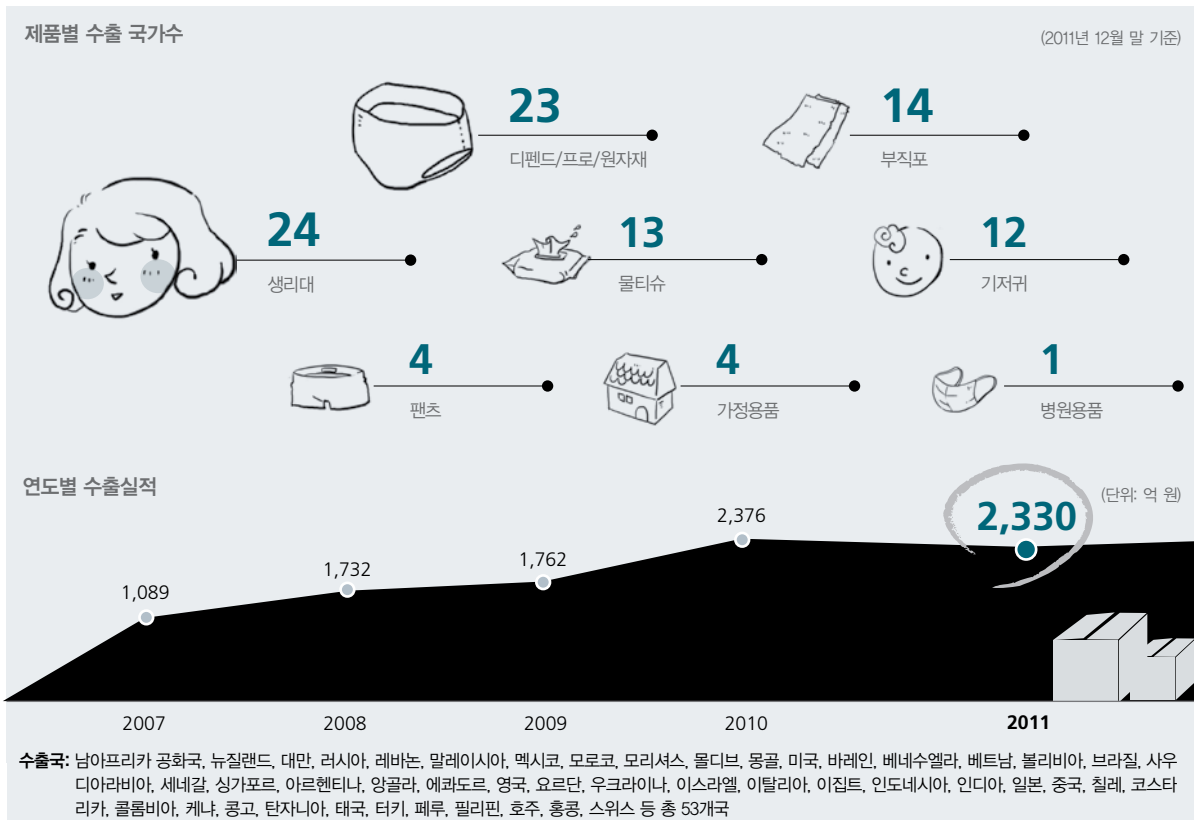
(단위: 억 원)



### 신시장 개척 및 사업전략: 해외시장 개척

유한킴벌리는 유아용 기저귀와 여성용 생리대를 주력 수출 상품으로 2011년 수출실적 2,330억 원을, 12월에는 월매출 최고기록인 263억 원을 달성하였습니다. 최근 5년간 연평균 성장률(CAGR, Compound Annual Growth Ratio)은 20.9%, 2011년 수출액은 전체 매출액의 약 17.9%를 차지합니다.

유한킴벌리는 다양한 제품개발을 통한 지속적인 수출시장 확대와 함께 시장점유율 증가로 매출증대를 위해 노력하겠습니다.



# 혁신경영·창조경영

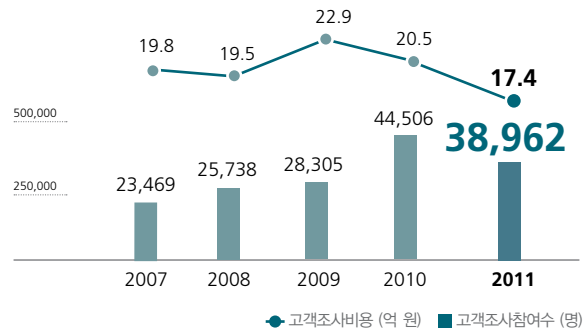
## 유한킴벌리 최초로 미래 제품 혁신 메카가 될 이노베이션센터 오픈

유한킴벌리는 2011년 11월에 회사 최초로 이노베이션센터를 경기도 죽전에 개소했습니다. 이노베이션센터는 혁신적 제품개발 및 신규사업 확장의 주요 기반이 될 것으로 기대되고 있습니다. 또한 2015년까지 연구 인력을 기존보다 44% 확대할 계획입니다. 한국에 설립된 킴벌리클라크의 이노베이션센터 아시아, 글로벌 이노베이션센터 등과 함께 오픈 이노베이션이 가속화될 것입니다.

## 제품혁신 위한 고객조사 115회 실시

유한킴벌리는 고객의 요구와 제안사항을 제품개발에 반영하기 위해 2011년 115회의 조사를 실행하였습니다. 64%는 기존 사업에 관한 것이었고, 신규 사업 관심도는 32%였습니다. 유한킴벌리는 고객 의견을 제품개발에 활용하고 있습니다.

고객조사 참여자 및 조사비용



## 원가절감 혁신활동\_ 연간 316억 원 절감

유한킴벌리는 연구개발과 제품 및 공정 최적화 등의 혁신활동으로 가격 경쟁력을 확보하고 있으며, 원가 절감 프로그램(FORCE)을 통해 약 316억 원을 절약하였습니다. 김천공장은 화장지 생산성 증가로 인해 33.4억 원, 저렴하면서도 고품질을 유지할 수 있는 화장지 원단을 개발함으로써 8.7억 원을 절감하였습니다. 군포와 충주공장에서는 성공적인 기계 이전 및 생산에 따른 착수비용 절감과 자재 불량, 공정 중 발생하는 웨이스트가 5.9%에서 5.4%로 감소함으로써 68.3억 원을, 대전공장은 기저귀 부문에서의 웨이스트 감소 및 팬츠 부분의 자재변경 적용 등으로 약 103억 원을 절감함으로써 목표 대비 125%를 달성했습니다.

## 설비종합효율(OEE, Overall Equipment Effectiveness) 4% 향상

유한킴벌리 대전공장은 린(Lean) 생산 방식을 도입하여 전사적인 운영시스템(OS, Operating System)의 톨과 프로세스 혁신을 통해 지속적인 개선 활동 문화를 정착시키고자 노력하고 있습니다. 2011년 설비종합효율은 88%로 전년대비 4% 향상되었습니다.

## 대전공장 기저귀 생산라인 월간 웨이스트 1.58% 달성

대전공장은 2011년 11월, 기저귀 생산 이래 월간 기록으로는 처음으로 1.58% 최저 웨이스트 기록을 달성했습니다. 웨이스트란 제품 생산 과정에서 기준에 부합되지 못한 제품 폐기물입니다. 웨이스트를 줄이면 공정 발생 폐기율이 감소하여 투입량 대비 완성된 양품의 비율이 높아집니다.

## 온라인 시장 지속적 성과 창출

유한킴벌리 하기스몰에서는 오프라인 매장보다 더 쉽게 제품 정보를 획득·비교할 수 있고, 마일리지 적립 및 특정 신용카드 결제시 할인 혜택을 받을 수 있습니다. 유한킴벌리는 하기스몰을 고객의 기대 파악 및 소통의 장으로 활용함으로써 제품군의 확장을 통해 온라인 채널 성장 가속화에 따른 매출 증대를 기대하고 있습니다.

# 사회성과 관리체계(DMA)

분류	비전	정책	주요 책임 부서
사원	사원들이 일하기 좋은 가족친화기업	• 안전제일, 고용안정, 평생학습, 인재 양성, 노사상생, 인간존중, 공정한 보상, 일과 삶의 조화, 평등추구, 열린커뮤니케이션	인사팀, 인력개발팀, SEQRA팀, SHE팀, 커뮤니케이션팀, 가족친화경영팀
협력회사	상생협력 통한 대기업과 중소기업의 동반성장 상생 모델 구축	• 공정한 선정 및 평가 • UN글로벌콤팩트 원칙 반영 • 정기평가를 통해 재무, 안전, 보건, 품질, 법규 준수, 사회적 책임 등 지속적 지원 • 상생협력 대상 확대, 환경 윤리경영 파급, 상생프로그램 다양화 • 쌍방향 커뮤니케이션 채널 구축	상생협력본부, 구매본부, SCM부문, SEQRA팀
고객	고객이 신뢰하는 대표적인 건강·위생 용품 업체	• 고객만족과 제품안전 최우선 • 사회발전에 기여하고, 환경친화적이며, 가치를 창조하는 제품과 서비스 제공 • 차별화된 고품질 제품개발	제품개발팀, 마케팅팀, SEQRA팀, 고객지원본부, 대외홍보팀, 지속가능경영본부
지역사회	기업시민으로서 사회책임경영을 수행하는 존경받는 기업	• 사익이 아닌 공익을 위해 순수성과 진정성 견지 • 모든 활동과정과 결과를 투명하게 공개 • 사회적 확산을 위해 다영역과 협력 • 모든 활동을 전계함에 있어 인간존중을 최우선으로 고려	공장 관리팀, 지속가능경영본부

## 성과평가와 계획

평가 기준 | ■ 초과 ■ 부합 □ 노력 필요

분류	2011			2012
	성과	평가	페이지	계획
사원	인재양성	• 1,357명 교육 참여 • 상생아카데미 50개사 256명 교육	■ 55	• 교육 참여 확대 • 재해율 0%
	평생학습	• 스마트 폰 및 넷북 지원	■ 41	
	안전제일	• 재해율 0.06%	□ 51~52	
	가족친화	• 가족친화경영팀 신설 • 가족친화경영협의회 구성 및 개최 • 가족친화기업인증 연장 획득	■ 36~39	• 가족친화경영 개념 명확화 • 남성 돌봄 프로그램 신설 • 패밀리 인게이지먼트 조사 실시
		• 스마트오피스, 스마트워크센터 새로 구축	■ 40~41	• 스마트워크 활성화 (회의문화 개선 등)
협력 회사	상생교육	• 상생아카데미 1,960M/H	■ 56	• 시스템 업그레이드 및 교육 강화
	안전공장 조성	• 32개사 안전환경 통합 점검 완료 (중대·안전, 환경 무사고 달성) • AEO인증평가: 27개사	신규 55	• 통합안전, 환경 점검: 전 협력회사 • 화재예방 모의훈련 지원: 5개사 • AEO인증평가: 30개사
고객	제품안전	• 제품 안전성 강화	■ 58~60	• 제품 안전성 강화
	소비자불만	• 고객 커뮤니케이션 채널 확대 (실시간 채팅 및 문자 상담 개설, 일반상담의 위탁운영 도입) – 소비자불만 전년대비 25% 감소 – 소비자중심경영 (CCM) 도입 및 운영	■ 59~60	• 고객 커뮤니케이션 채널 확대 – 모바일 고객센터 어플리케이션 개발 – 영업 현장 VOC 수집 채널 도입 등
		• 소비자의 날 대통령 표창	■ 62	• 소비자불만 전년대비 감소
지역 사회	숲과 환경보호 활동	• 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인 지속 • 1,981,295그루 심기 및 가꾸기 (1984~2011년 누적 44,712천 그루)	■ 30~34	• 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인 지속 (1984~2012년 46,712천 그루 누적, 2014년 5천만 그루 목표)
		• 학교숲 10개 학교 신규 조성	■ 32	
		• 동네숲 조성 (10,000그루)	■ 32	• 숲, 환경단체와의 MOU 체결 방식 신설
		• 여고생 그린캠프 개최 (138개교, 168명)	■ 33	• 사회책임위원회 신설 – 사원 자원봉사 강화 위한 3개 사업장 나무심기 첫 시행 – 몽골 사막화 방지 숲 조성 10년 기념 조림 실시
		• 아름다운 숲 11곳	■ 33	
	가족친화, 여성친화 활동	• 신혼부부 나무심기 개최 (800명, 8,000그루)	■ 32~33	
		• 미래포럼 공동 돌봄모델 3개년 사업 완료 • 미래 여성 리더십 장학사업 운영 (총 69명) • 신혼부부대상 소통 학교 2회 개최 (총 132명)	■ 42, 64	• 미래여성리더십 장학사업 운영, 단기과정 개최지 이동 • 신혼부부대상 소통학교 2회 개최 • 예비시니어부부 대상 소통학교 신설
	평생학습	• 대전공장 벤치마킹	■ 65	• 평생학습 공유 확산
	메세나	• 시민 대상 문학강좌 개최 (20회)	■ 65	• 시민 대상 문학강좌 실시 (20회)
		• 미래 세대 위한 문화 콘텐츠 개발에 4편 (십이지신시리즈 뱀, 말, 양 편, 동방고전 역주 맹자 편)		• 미래 세대 위한 문화 콘텐츠 개발에 3편 (십이지신시리즈 원숭이, 닭 편, 동방고전 역주 노자 편)

# 지배구조

## 지배구조 특징

유한킴벌리는 유한양행과 킴벌리클라크가 각각 30%, 70%를 소유하고 있는 합작회사입니다. 2011년 말 기준으로 주식 총수는 4천만 주, 납입 자본금은 2천억 원입니다. 2011년 지배구조의 변동사항은 없습니다.

## 이사회 구성과 보상

이사회는 법령이나, 정관에 규정된 사항과 사업운영상의 주요 사항을 의결하는 최고 의사결정기구로, 주주총회에서 경영, 회계 분야에서의 전문성을 고려하여 선임된 7명의 이사 및 감사 1인으로 구성되어 회사 경영 감독을, 감사는 이사의 직무 집행 견제 역할을 수행하고 있습니다. 이사회는 주식회사에 관한 대한민국 상법 규정을 따르는 한편 이사회 회장이 주주총회에 참석하지 못할 경우 이사회가 정한 회장 대행순서에 따라 대표이사가 의장직을 수행하고 있습니다. 주주 승인이 필요한 주요 투자나 신규사업 진출 등의 안전에 대해 과반수 이상의 동의로 의사결정을 하고, 심의안전에 대해 개별적으로 특별한 이해관계를 갖고 있는 이사는 표결에 참가할 수 없도록 정관에 규정되어 있습니다. 이사의 보상액은 2011년 3월 주주총회에서 승인한 연간보수한도액 40억 원 내에서 기본연봉과 조직의 재무적·비재무적 경영성과에 연동된 성과급을 종합해 지급합니다. 이사회는 연간 운영계획에 따라 정기적으로 개최되었으며, 기타 주요 경영사항의 발생시 임시이사회를 개최해 긴급 사안에 대처하고 있습니다.

## 이사회 개최 실적

유한킴벌리는 2011년 총 4회의 주주총회 및 이사회를 개최하였습니다. 2010년 3월에 처음 선임된 사외이사의 참석률은 100%를 유지하고 있습니다. 기타 이사회 외에 각 분야의 전문가로 구성된 이해관계자위원회를 매년 개최해 지속경영과 관련된 조언을 받고 있습니다. (6p, 39p 참조)

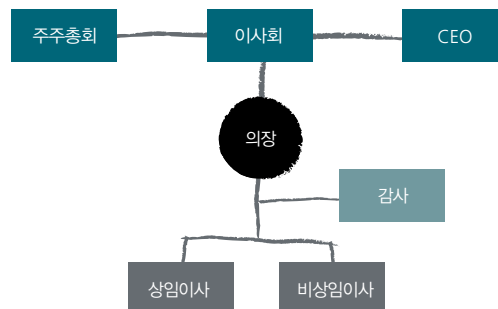
주주총회 및 이사회 개최 현황

개최일자	구분	주요 의결 사항
2011.1.18	정기이사회	재무제표 및 손익계산서 심의, 내부회계관리제도 평가보고
2011.3.9	정기주주총회	영업보고서 및 재무제표 승인, 이사선임 및 보수한도액 승인
2011.10.27	임시주주총회	비상임이사 선임
2011.12.12	임시이사회	중간배당 승인

구성 및 주요 역할

(2012년 7월 3일 기준)

구분	성명	직책
의장	토마스 제이 밀키 (T.J. Mielke)	킴벌리클라크 최고감사책임자
상임 이사	최규복	대표이사, 유한킴벌리 사장
	최상우	유한킴벌리 수석부사장
	브라이언 이 워커 (B.E. Walker)	킴벌리클라크 인적자원관리 부사장
비상임 이사	로드니 지 올센 (R.G. Olsen)	대표이사 킴벌리클라크 인터네셔널그룹 재무 부사장
	황주명	사외이사, 법무법인 충정 고문변호사
	데이비드 티앙 웨이핑 (David Tiang Wei Ping)	킴벌리클라크 아태지역 수석법률자문
감사	서백영	



\* 이사회 구성원은 현재 모두 남성입니다.

# 소통 및 인재 양성 통한 경쟁력 강화

유한킴벌리 구성원은 총 1,656명입니다. 직종별로는 생산직 52.2%, 사무직 29.8%으로 구성되어 있고, 사원의 평균 근속 연수는 15.7년입니다. 정규직 여성의 신규 채용비율은 52%를 차지하고 있습니다.

숫자로 보는 사원현황

(2011년 12월 말 기준)

분류		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
고용	전체 사원수 (명)	1,680	1,706	1,695	1,689	1,688	1,663	1,656
	장애인 고용 (%) <sup>1</sup>	1.9	2.0	2.1	2.2	2.2	2.3	2.2
	계약직 고용 (명)	19	24	19	9	2	1	1
	고용창출률 (%) <sup>2</sup>	4.9	1.5	-0.6	-0.4	-0.24	-1.48	-0.42
	평균 근속 연수(년)	11.8	12.6	13.3	14.0	13.9	15.9	15.7
	월평균 근로시간 (시간)	184	182	183	184	181	180	179
	결근일수 (일)	5	11	5	1	0	0	6
	손실일수 (일) <sup>3</sup>							50
퇴직	퇴직률 (%)	-	-	-	2.3	1.5	1.98	1.21
여성인력	전체 (%)	15.5	15.7	15.7	16.0	15.6	15.8	16.5
	이사 대우 이상 (%)	3.5	3.4	15.7	17.1	17.1	17.6	17.7
	사무직 여성비율 (%)	40.4	39.4	39.9	40.1	33.7	33.9	35.3
	신규 채용 여성비율 (%)	21.0	29.4	48.0	31.0	20.0	55.6	52.0
	출산휴가 사용자 비율 (%)	100	100	100	100	100	100	100
출산	출산휴가 사용자 (명)	18	21	25	33	31	29	24
	출산휴가 후 복직률 (%)	100	100	100	100	100	100	100
	육아휴직 사용자 (명)	1	1	5	15	17	20	22
	여성육아휴직 사용자 비율 (%)	0.0	4.8	20.0	45.5	51.6	68.9	91.7
	육아휴직 후 복직률 (%)	100	100	100	92.3	100	100	100
	배우자출산휴가 사용자 비율 (%)	100	100	100	100	100	100	100
	배우자출산휴가 사용자 (명)	63	103	108	83	71	52	74
	배우자출산휴가 사용자 비율 (%)	100	100	100	100	100	100	100
노조	노조 가입자 수 (명)	961	961	953	945	939	935	903
	노조 가입 비율 (%) <sup>4</sup>	80.4	80.5	80.0	83.4	83.7	88.0	88.0
작업장안전	산업재해율 (%) <sup>5</sup>	0.18	0.12	0.06	0.06	0.0	0.18	0.06

<sup>1</sup> 장애인 고용 인원: 월 평균 고용자 수X12, 한국장애인고용촉진공단의 산정기준에 의합니다. 2011년도 유한킴벌리의 장애인 의무 고용률은 2.3%입니다.

<sup>2</sup> 고용창출률: (당해년도인원수 - 지난년도인원수)/지난년도인원수X100

<sup>3</sup> 손실일수는 공장의 경미 혹은 중대한 사고로 인해 근로자가 제출한 진단서 상 일수를 기준으로 집계했습니다. GRI 기준을 적용하여 손실율을 계산하였습니다. (손실일수/총 근로시간 \* 계수)

<sup>4</sup> 노조 가입 비율: (가입 자 수/가입 대상) X100, 노조가입 대상은 관리, 감독직 종사자(과장급 이상),인사, 노무, 기획, 마케팅, 총무 담당자, 경리, 회계, 출납, 자금 담당자, 비서 업무 종사자, 임원 차량, 운전자, 경비직 종사자 등을 제외합니다.

<sup>5</sup> 산업재해율: (사고건수)X100/(상시근로자 수)

데이터 오기로 인해 2008년과 2009년의 여성육아휴직 사용률을 수정하여 반영하였습니다.

## 사원의 인권 보장

유한킴벌리는 취업규칙에 따라 인종, 성별, 종교에 의한 차별을 금지하고 있습니다. 생산직 남녀 신입사원간 기본급은 2011년 법적 최저임금 대비 180%\* 수준으로 동일합니다. 단체협약 제8조에 의거해 결사 자유의 권리를 존중하고 있으며, 조합원의 신분 변동이나 근로조건 변동이 예상될 경우 조합에 사전통보해서 협의하고 있습니다. 2007년부터 UN글로벌컴팩트에 가입하여 강제노동 및 아동노동 금지 원칙을 준수하고 있으며, 임신 중인 여성의 시간외 근로와 심야근로를 제한하고 있습니다. 2011년 강제노동 및 차별관련 위반사항은 없습니다.

## 안전 우선 정책 실시

유한킴벌리는 안전을 최우선으로 합니다. 이를 위해 노사 합동 산업안전보건위원회는 분기별로 안전 보건, 작업환경 개선, 건강 증진 등을 심의하고 있습니다. 산업안전보건위원회는 안전환경관련 주요지표에 대한 목표 및 달성여부, 심의 안전의 후속조치를 공유하고 있으며, 합의된 사항을 시행해 사원들에게 피드백하고 있습니다. 2011년에는 논의된 무재해운동 시상의 기준 개정, 흡연실 폐쇄 등 흡연장소 축소 통한 금연운동 확대, 인도 개선 및 주차장 조명 설치 등 출퇴근시 안전사고 예방활동을 전개했습니다. 더불어 매년 1회 전 사원을 대상으로 건강진단을 실시하고 있으며, 생산공장과 물류센터에서는 산업재해예방 캠페인과 안전관리 교육을 정기적으로 실시하고 있습니다. 전체공장에서 2011년 접수된 노사합동 위험발굴 건수는 1,327건입니다. 정전기 방지 호스 교체, 소음기 설치, 가공기계 주변 전동차 통행로 개선, 현장 내 지게차 진입금지를 위한 개선활동 및 원부자재 이송 수단 개선 등 조치를 이행한 결과 93.3%(1,238건)를 개선했습니다. 2011년 유한킴벌리 산업재해율은 0.06%로 낮은 수준이나 작업장 안전관리에 더욱 힘써 산업재해를 제로를 달성하고자 노력하겠습니다.

## 다양성과 포용역량 고양 위한 적극적 조치 시작

유한킴벌리는 비전 2020을 수립한 이래, 2011년 5월에 다양성과 포용을 체계적으로 관리할 최고책임자(CDIO, Chief Diversity and Inclusion Officer)를 임명하였습니다. 이어서 7월에 임원들과 주요 간부를 대상으로 포용성역량 강화 워크숍을 진행해 사내 다양성을 저해하는 요인과 해결방안에 대해 논의하였습니다. 유한킴벌리는 다양성과 포용역량 향상을 위한 활동으로 2011년 9월 유한킴벌리 최초로 여성임원과 여성팀장으로 구성된 여성위원회를 발족하였습니다.

## 공정한 성과평가 및 보상

유한킴벌리는 연봉제를 바탕으로 성과관리프로세스(GPM, Global Performance Management)를 운영함으로써 개인 업무성과에 따라 보상과 승진을 공정하게 추진하고 있습니다. 연초 팀리더와 멤버간 협의를 통해 수립된 목표에 따라 연 3회 성과점검 및 협의를 실시, 적절한 피드백을 제공하고 있으며 특히 연말에는 팀멤버, 동료사원, 고객으로부터 360도 다면평가 피드백을 받는 한편 평가위원회를 개최하여 평가를 진행합니다.

\* 2011년 보고서까지는 사무직 최저임금과 법적 최저임금을 비교하였으나 2012년부터는 생산직 최저임금과 비교하여 표기하고자 합니다.

\* 관련원칙은 79p에 수록하였습니다



## 경제적 안정을 위한 퇴직 보험제도 실행

유한킴벌리는 퇴직금의 안정적인 지급을 위해 퇴직보험을 활용하고 있습니다. 2011년 말 기준으로 퇴직보험은 삼성화재(29%), 삼성생명(35%), 메트라이프생명(20%), 교보생명(16%)에서 운용하고 있습니다. 1년 근속 시 1개월 이상의 급여를 제공하는 정부의 퇴직금 운용지침을 준수하고, 퇴직금 누진제를 통해 장기적인 경제적 안정을 지원합니다.

## 인재 역량 강화 위한 교육 지원

유한킴벌리는 글로벌 경쟁력을 갖춘 인재 양성에 집중하고 있습니다. 팀원 및 팀장, 임원의 계층별 역량강화 리더십 교육과 직무 공통 및 전문교육, 조직활성화 과정 및 가족친화프로그램으로 구성된 조직활성화 교육으로 구분하여 체계적으로 실시합니다. 한편 부문역량강화팀(FET, Functional Excellence Team)을 결성해 부문별 양성 프로그램을 운영하고 있습니다. 컴퓨터 정보화 교육, 리더십, 마케팅, 조직관리 등 26여 개의 사이버 교육을 실시하고 임직원을 중심으로 역할과 직급에 맞는 계층 교육을 제공하여 사원의 역량을 지속적으로 향상시키고 있습니다.

2012년에는 부문역량강화팀별로 마케팅부문에서는 통합스터디 그룹, 재무부문에서는 사업성과에 긍정적·효과적 영향력을 발휘할 수 있도록 역량 강화 프로그램, 고객사업부에서는 외부 환경변화에 관한 지속적인 연구와 모니터링을 통한 주제별연구회, 사내유통강좌, 공급망관리(SCM)부문에서는 SCM 혁신 세미나 등을 운영할 예정입니다.

2011년 교육지원 프로그램 및 이수 현황

(2011년 12월 말 기준)

구분	실적 및 활동내역	구분	실적 및 활동내역
고객사업부문	외국어과정, 직무/리더십과정 전문가과정, 비전 실행과정 총 17개/631명	SCM부문	비전 및 린 온라인교육: SCM부문 전 사원 교육 완료
연구개발(R&E) 부문	RET 워크샵: 3회/109명 RET 세미나: 9회 (28개 강좌) Finance College : 4회 인하우스아카데미 : 429시간 수강		GPA (Global Procurement Academy) II: 5명
재무부문	M&A Forum: 2명	경영지원부문	비전아카데미 (각 팀 단위 주관 운영): 매회 약 20명 핵심가치 내재화: 총 611명 직무교육 팀 단위 워크숍/KKG 진화를 위한 사회협력팀 워크숍 Global Communication e-café 및 전화영어 효과적인 프리젠테이션 스킬 학습을 위한 프리젠테이션 스킬 Golden Meeting 104회 (매월 공장 단위로 개최) Smile Meeting 24회 노사협의회 20회 (분기별 공장 단위로 개최) 계층별 간담회 69회
제조부문	자격획득 (AICPA): 1명 시행 Reading Club: 1회 One Y-K Operation 공장간 교류 증진(워크숍) Cross-benchmarking (우수사례 공유) 효율적 조직 운영 (MRO 개선/후생복지 연구) 노경전략, 프로그램 (노경 비전 수립) Talent Building 4조 2교대 (교육강사 Pool제 운영 등) 사무직 직원 (학습조직 확대 및 활성화 등) 팀리더 (HPL, High Performance Leadership 과정 이수 등)	기타	전략과제 수행: 8개/13명 Global Role: 6명 직무전문성 확보를 위한 외부강의: 3회 5명 직무전문성 확보를 위한 외부 세미나 및 포럼 참여: 7회 5명 직무 교육훈련을 통한 역량 개발: 4개 프로그램 4명 참여 직무 활동을 통한 역량 개발: 7명 환경교육: 1,073명 (1,083 시간) 건강 프로그램: 4,786명 (작업전 스트레칭 관리 프로그램 등 28건 (중복인원 포함)) 사외교육: 333시간 (일부 제외) 실무역량강화 교육: 14,292시간 (독서통신 및 사외교육 제외)

## 사원 경력계획 및 개발제도 (Career Development Plan, 이하 CDP) 시행

유한킴벌리는 사원들의 역량개발 및 향상을 위한 사원 경력계획 및 개발제도(CDP)를 2011년 7월부터 시행하고 있습니다. 성과평가 대상 사원들을 대상으로 경력 목표와 개발 계획을 수립하게 한 후 시행 중인 개인별 역량 향상 계획(IDP, Individual Development Plan)과 연계하고 있습니다. 본 제도로 사원은 자신의 업무 경험, 능력, 목표 등을 고려해 경력개발 계획을 세우고, 이를 상사와 협의하여 실행함으로써 자신을 체계적으로 개발해 나갈 수 있습니다. 제도의 이해를 돕고자 각 공장에서 2011년 7월부터 두 달간 15회에 걸쳐 설명회를 진행하였습니다.

### 소통 프로그램\_CEO와 함께하는 런치데이트

유한킴벌리는 최고경영자(CEO)와 사원간 소통의 시간을 정기적으로 실시하고 있습니다. 최고경영진과 함께하는 런치데이트를 통해 사원들의 현장 의견을 수렴하고 다양한 아이디어를 공유합니다. 2011년 7월 본사 사원들과의 런치데이트를 시작으로 8월에는 대전공장, 9월에는 충주공장, 12월 김천공장 생산직 및 관리직 사원들과 시간을 가졌습니다.

### 소통 프로그램\_경영현황설명회 실시

유한킴벌리는 투명한 경영 성과 및 사업 방향을 사원들과 공유하기 위해 최고경영자가 직접 진행하는 경영현황설명회를 매년 2회 실시하고 있습니다. 본사를 포함 김천, 충주, 대전공장에서 전 사원을 대상으로 5회에 걸쳐 진행하였으며, 11월 개최된 하반기 경영현황설명회에서는 비전 2020의 첫 번째 핵심가치인 '도전과 창의'의 원년인 2012년을 맞이하여 영업이익 성장에 대한 기대와 신사업 및 해외 수출에 적극적인 투자 의지를 밝히고 전반적인 경영 방향을 공유하였습니다.

### 소통 프로그램\_노경간담회 실시

유한킴벌리는 노사간 신뢰구축과 협업을 위해 노사 소통의 자리인 노경간담회를 매년 2회 실시하고 있습니다. 2011년 4월과 11월, 대표이사 사장과 부문장, 공장장, 노경관련 사원들을 비롯하여 노동조합의 간부 및 대의원이 참석한 가운데 경영현황 및 운영방향을 공유하고, 질의문답 시간을 통해 각종 현안문제를 듣고 해결책을 모색하였습니다.

## 노사협력 및 소통을 위한 활동

유한킴벌리는 노사간 상호 협조하여 노사 공동의 이익을 증진하고 기업의 건전한 발전을 도모하기 위해 노사협의회법에 따라 노사협의회와 고충처리위원회를 운영하고 매년 설문 조사를 실시, 사원 의견을 경영 활동에 반영하고 있습니다. 2011년 접수된 고충처리 건수는 노사협의회에서 논의된 안건을 기준으로 총 42건입니다. 고충처리제도에는 인권존중, 반부패, 차별금지, 업무개선 등 회사 생활에 관련한 모든 내용이 포함되며, 2011년 접수된 인권관련 고충처리 건수는 없었습니다.

### 고충처리 접수 건수 및 관련 내용

구분	고충처리 접수 건수 (건)	관련 내용	비고
2009	41	• 임신부와 자전거 전용 주차장 설치 등	
2010	151	• 통근버스 운행 요구, 여성 전용 주차 라인 등	충주공장
2011	42	• 공장설비 노후로 인한 개선, 구내식당 식단 개선 등 • 사무실 공간 확장 및 화장실 내부 개선, 헬스장 운동기구 개선 등	김천/대전/충주공장

# 협력회사

상생협력활동 성과 및 계획

분류	2011 성과	2012 계획
협력활동	품질혁신활동 (싱글PPM)	• 싱글PPM인증 유지 지원 • 품질파트너십 운영: 5개사 (약 2,000만 원)
	소비자불만 관리시스템 구축	• 운영주체와 구성체계 변경으로 보류 • 4개사 구축
	방충방역 지원	• 32개사 방역지원 (2,700만 원) • 10개사 방역지원 (1,000만 원)
	안전공장 조성	• 32개사 안전환경 통합 점검 완료 (중대 안전, 환경 무사고 달성) • AEO인증평가: 27개사 • 통합안전,환경 점검: 전 협력회사 • 화재예방 모의훈련 지원: 5개사 • AEO인증평가: 30개사
	정부과제사업 연계 지원	• 11.78억 원 • 15억 원
협력회사 커뮤니케이션 (SMA 등) 활성화	• 시스템 유지보수 (2,040만 원) • SMA 3.0개발계획 (1.3억 원)	
상생을 위한 교육강화	• 상생아카데미 7회 7과목 (1,960M/H) • 상생아카데미 9회 11과목 (1,760M/H)	

## 협력회사 선정 및 계약조건 이행

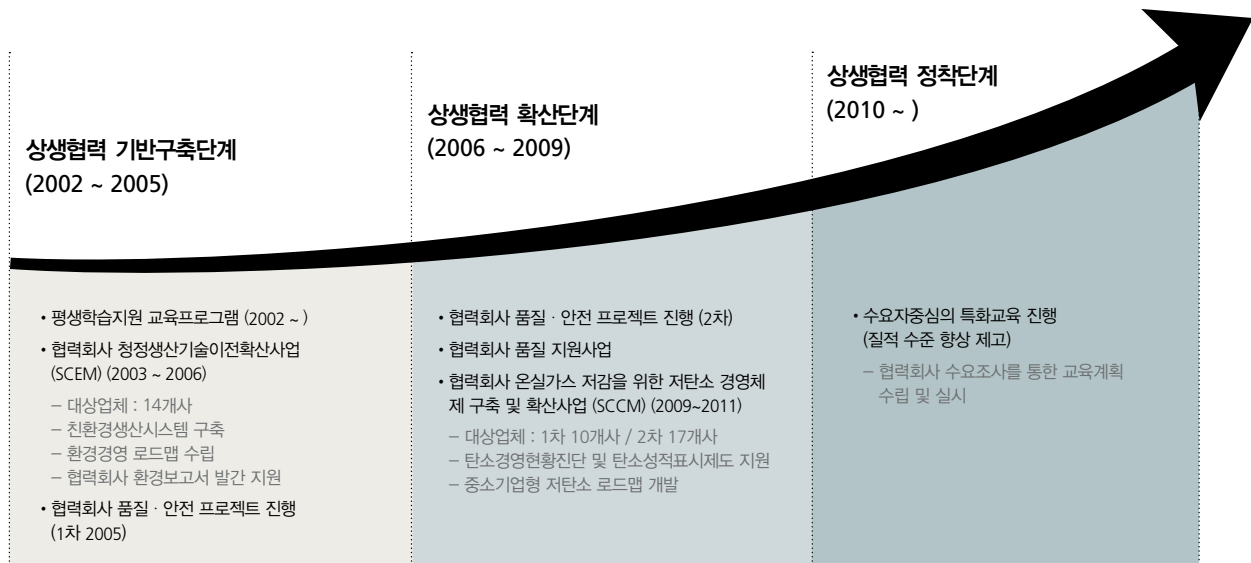
유한킴벌리는 주요 협력회사 선정 시 임금지불, 종업원 처우 및 교육, 작업장 환경개선 등 윤리 인권 분야에 대한 점검과 더불어 안전, 환경, 품질을 우선 고려하는 등의 환경경영 실천 여부에 대한 신뢰를 기반으로 공정하게 평가하고 있습니다. 또한 협력회사와 거래가 이루어지면 기본 정보 및 지불 정보를 결정하고 전사적 자원 관리시스템(SAP R3)에 등록한 후, 전산화된 거래 시스템에 따라 계약서 상의 지불조건을 신속하게 이행하고 있습니다.

## 정기평가 및 지원프로세스(Supplier Assessment Tool, 이하 SAT)

유한킴벌리는 주요 협력회사를 대상으로 매년 1회 평가를 실시하고 있습니다. 이 중 문제점으로 파악된 것은 개선안을 제시하여 경쟁력을 갖추도록 지원합니다. 평가항목은 경영일반, 품질, 안전, 환경, 윤리·법규, 재고관리, 시설관리(Housekeeping)로 구성되어 있습니다. 2011년부터 협력회사의 사회적 책임(Social Compliance) 실천 확산을 위해 11가지 항목을 추가·시행하고 있으며, 주요 협력회사에서 발생한 안전·환경분야의 중대사고는 없습니다.

협력회사 추가 평가항목

분류	번호	문항
일반관리	3.1.1	사업 활동에 의해 환경에 미치는 영향을 범주별로 파악하고 최소화 하려고 노력하고 있는가?
	3.1.3	해당 환경 영향을 최소화하기 위한 기술개발 노력과 활동을 목표로 관리를 하고 있는가?
	3.1.5	최근 2년 이내 환경법규 위반에 따른 행정벌칙을 받지않고 잘 준수하고 있는가?
법규 및 윤리	5.2.1	근로자에게 초과근무 수당을 포함한 당해 연도 최저임금을 공시하고 준수하며 인권보호 및 강제노동 및 남용을 금지하고 있는가?
	5.2.2	불법 외국인 근로자 고용 또는 아동노동을 금지하고 있는가?
	5.2.3	외국인 근로자에 대하여 내국인과 동등한 처우를 해주고 기타 지역, 종교, 장애, 성별 등에 따른 고용과 직업에 대한 차별은 없는가?
	5.2.5	합법적인 노동활동을 보장하며 최신분의 취업규칙을 가지고 있는가?
	5.2.6	근로자에게 급여명세표를 발급하며 최근 12개월 이내에 급여가 급여일에 지급되지 않은 적이 없는가?
	5.2.7	사업주는 관련 법에 따라 합의된 근로시간 준수와 근로자가 받을 수 있는 모든 법적 혜택과 징계 및 해고사유에 관하여 설명하고 근로계약을 통해 사전에 문서로 체결하고 있는가?
	5.3.3	깨끗하고 안전한 주거설비를 제공하고 근로환경 및 근로조건을 지속적으로 개선하고 있는가?
Housekeeping	7.2.1	생산된 제품(재고 물량 포함)을 적절히 보관 할 수 있는 창고공간을 확보하여 관리하고 있는가?



### 협력회사의 혁신활동 지원 (Supplier Partnership Agenda, 이하 SPA)

유한킴벌리는 원가개선, 생산성 향상, 품질혁신 등을 중심으로 협력회사의 혁신 지원을 위해 협력회사 파트너십 아젠다(SPA)프로그램을 운영하고 있습니다. 2011년 4개 협력회사와 7개 과제를 선정하여 추진한 결과 연간 약 1.7억 원의 경제적 성과를 창출하였고, 주요 고객 불만이 전년도 대비 11% 감소하였으며, 주요 협력회사의 종합효율 역시 95.4% 수준으로 향상하였습니다.

### 협력회사 평생학습 지원\_상생아카데미

유한킴벌리는 협력회사의 전문인력양성을 지원하기 위해 2002년 품질, 안전, 환경을 중심으로 한 SEQ College를 개설하였으며, 2005년부터 상생아카데미를 운영해 다양한 직무별 맞춤형 교육 프로그램을 제공하고 있습니다. 교육커리큘럼의 범위를 품질, 안전, 환경, 생산혁신 등의 제조관련 내용뿐만 아니라 인사노무, 리더십, 6시그마 등 경영혁신 부문으로까지 확대하고 있습니다. 매년말 협력회사 간담회와 매년 초 수요조사를 통해 의견을 수렴하고 있으며, 교육 후에는 협력회사를 방문하여 협력회사 대표자와 협의를 통해 교육자들이 교육 내용을 실행할 수 있도록 지원하고, 강의만족도 평가 후 차년도 교육 계획에 반영하는 것으로 피드백하고 있습니다. 또한 강의 내용 평가를 수렴하여 다른 교육 운영에도 활용하고 있습니다. 상생협력 추진전략에 따라 2010년부터 교육생 수의 양적인 확산보다는 수요자중심의 특화교육으로 질적인 수준 향상에 목표를 두고 진행함으로써 교육시간의 실적에서 이전보다는 다소 감소하는 경향을 보이고 있습니다. 2011년에는 약 50여개 협력회사에서 총 256명이 상생아카데미 교육 프로그램에 참여하였고, 특히 2010년부터 총 10회에 걸쳐 20일 과정으로 진행된 6시그마 품질혁신 리더과정을 14명이 최종 수료, 이 중 3명은 6시그마 GB자격을 인증받았습니다.

협력회사 연도별 교육인원 및 교육시간

(2011년 12월 말 기준)

구분	2009	2010	2011
교육인원 (명)	296	466	256
일인당 평균 교육시간 (man-hour)	3,668	3,104	1,960

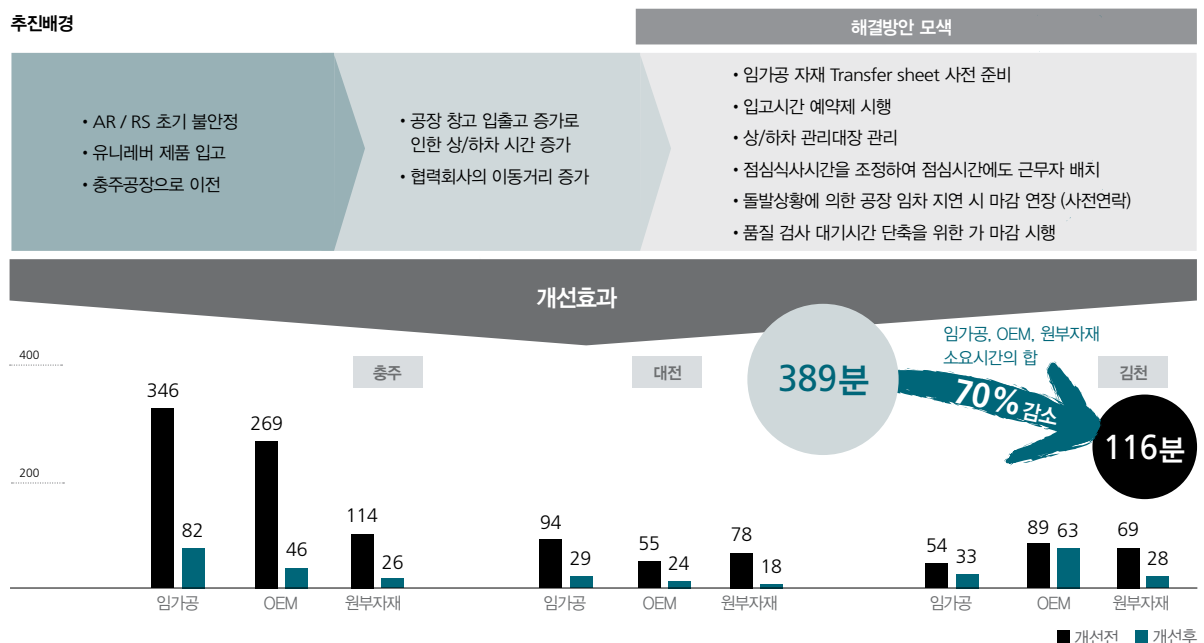
## 상생협력정보공유시스템 (Supplier Management Advisor, 이하 SMA)

유한킴벌리는 완제품 및 원부자재를 공급하는 협력회사를 대상으로 웹 상에서 주문정보, 자재수불, 구매 계획, 재고 현황정보를 제공하는 정보공유시스템(SMA)을 운영하고 있습니다. 2011년 사용자 등록을 완료한 273개 협력회사에 상생정보 및 커뮤니티를 통해 44차례에 걸쳐 중소기업지원 프로그램을 소개, 협력회사가 정부지원프로그램을 활용할 수 있도록 지원하였습니다.

## 협력회사와 열린 커뮤니케이션

유한킴벌리는 협력회사와의 다양한 채널을 통해 열린 커뮤니케이션을 진행하고 있으며, 2011년부터는 협력회사 대표자 세미나를 연 2회로 확대하여 개최하고 있습니다. 유한킴벌리의 경영현황과 협력회사 지원 프로그램을 공유하는 한편 협력회사의 건의 및 애로사항을 해결하고 있으며, 협력회사의 공장 입출고 개선 프로젝트를 진행한 결과 2011년 평균 입출고 소요시간을 약 70%이상 단축하였습니다.

협력업체 제품 입출고 시간 단축 개선활동



## 협력회사\_AEO 안전관리평가 활동

유한킴벌리는 종합인증우수업체(AEO, Authorized Economic Operator) 공인기준 및 심사절차에 따라 협력회사에 대한 수출입 안전관리 현황을 파악, 기록하고 있습니다. 협력회사에게 수출입 안전관리 정보 및 준수사항을 전달하고, 현장평가를 통한 개선 활동을 진행하고 있습니다. 2011년에는 AEO 안전관리평가시스템을 통해 총 9개부문 61개 점검문항을 구성하고 27개사에 대해 현장평가를 수행하였습니다. 평가에 참여한 협력회사들에게 평가결과보고서를 발송하고, 개선진행 사항들을 지속적으로 모니터링하고 있습니다. 2012년도에도 총 30개 이상의 협력회사를 대상으로 평가를 진행할 계획입니다.

## 협력회사로의 사회적 책임 확산 활동

유한킴벌리는 2007년 UN글로벌콤팩트에 가입한 이래 이를 협력회사로 확산시키고자 2009년 UN글로벌콤팩트 공급망관리 프로그램(Global Compact Supply Chain Program)을 도입하였습니다. 이는 UN글로벌콤팩트 개념과 가이드라인을 동일하게 적용하고 있습니다. 2011년 말 기준으로 9개 협력회사가 가입했습니다.

# 고객

고객만족 · 소비자불만 개선활동



## 고객 정보보호

유한킴벌리는 제품 및 서비스와 관련하여 회사와의 거래를 위한 목적으로 고객이 제공한 개인정보보호를 위해 ‘개인정보보호법’ 등 관련 법규를 준수하고 있으며, 2007년부터 보안시스템(SSL, Secure Socket Layer)을 적용하고 있습니다. 고객 사생활 침해와 관련된 불만사항 접수는 웹사이트를 통해 진행되고 있으며, 2011년 고객 정보보호 위반이나 고객 데이터 분실 등으로 인한 사생활 침해 관련 불만 접수는 없습니다.

## 신제품 사전점검 프로세스

유한킴벌리 고객만족팀과 RA팀에서는 신제품 및 사은품에 대한 사전스크린 프로세스를 구축하여 제품안전 및 포장광고에 대한 사전 점검을 실시하고 있습니다. 소비자 상해 및 안전과 관련하여 제품, 용기, 포장 등을 사전 점검하고 있으며, 제품 포장지의 표시사항, 제품광고 및 행사 등이 고객에게 유용한 정보가 제공될 수 있도록 점검하고 있습니다. 더불어 신제품 출시 이전에 관련부문과의 협업을 통해 제품의 잠재리스크 및 발생 가능한 불만에 대해 사전점검을 진행하고 소비자불만 사전예방을 위해 노력하였습니다. 특히, 유아부문의 신제품 매직팬티는 출시 전 제품개발팀, 품질보증팀, 고객만족팀 등 유관부서간의 사전 예방TFT를 구축하여 기존 제품 대비 변경되는 제품 규격에서 예상되는 불만을 자체적으로 사전 점검하고 도출된 문제점을 보완하는 추가적인 개선활동을 진행하였습니다.



## 고객 안전을 위한 올바른 정보제공

유한킴벌리는 제품라벨 표시기재규정을 준수하고 고객 안전을 위한 올바른 정보제공에 최선을 다하고 있습니다. 분기별로 광고문안에 대한 내부전문가 토론회를 진행하고 있으며, TV나 라디오 매체를 통한 광고는 한국광고자율심의기구의 사전 심의를, 기타 매체를 이용한 광고는 공정거래위원회로부터 사후 심의를 받고 있습니다. 2011년 제품 및 서비스 공급 및 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제 위반 및 부과된 벌금은 없습니다.

## 유해물질 관리

유한킴벌리는 유해물질 관리 항목 기준에 근거해 발생가능한 이슈의 사전예방에 노력하고 있습니다. 전 제품군에서 주기적으로 법규 및 자발적 사내 기준에 따라 모니터링하고 있습니다. 인체 유해물질인 중금속, 포름알데히드, 다이옥신, 프탈레이트, 메탄올, 석면, 잔류 농약 등의 검출 여부에 대한 고감도의 정밀 기기분석을 전문검증기관에 의뢰·실시하고 있습니다. 또한 자극성 원료를 천연물로 전환, 대체하는 제품이 증가함에 따라 엄격한 자체 기준을 설정하여 천연물 안전성 평가를 수행하고 있습니다.

## 소비자불만 개선: TFT 운영

유한킴벌리는 소비자불만 개선을 위해 마케팅, 제품개발팀, 품질보증팀, 고객만족팀으로 구성된 4개 사업부별 TFT를 운영하고 있습니다. 또한, 급증하는 소비자불만에 대해 신속한 개선이 필요한 경우, 소비자 상해 및 안전을 위협하는 사안이 발생했을 경우, 지속적으로 반복되는 불만으로 설계 변경이 필요한 경우에 개선 샘플을 생산하고, 관련 불만을 경험한 소비자를 대상으로 개선제품사용 만족도조사를 실시하고 있습니다.

### 소비자불만 개선 실적

부문	항목	조치사항
유아용품	매직팬티 사은품 담요 보푸라기	• 추가 사용 예정인 담요에 대한 사용 중지 및 향후 사은품 선정 시 반영
가정용품	아기물티슈 보푸라기	• 제품의 특성으로 인한 문제로 패키지 내 사용상 주의사항 문구 추가하여 소비자에게 올바른 정보 제공
유아용품	하비스 골드 표면커버 인쇄불량	• 품질관리 기준 재조정 및 프리미어 그래픽 보완
스킨케어	그린핑거 오일 저온에서 어는 현상	• 동절기 기온하강으로 천연성분 일부가 어는 현상으로 사용상 주의사항 문구 추가
유아용품	매직팬티 사은품 '장난감 말'로 인한 소비자 상해	• 문제가 된 장난감 말 사용 금지 요청 • 사은품으로 인한 예상치 못한 불만 발생 예방을 위하여 향후 사용될 모든 판촉물에 대한 사전 위험성 검토 프로세스 구축

### 2011년 개선제품 사용만족도 조사



## 소비자상담 및 불만 해결

유한킴벌리는 소비자불만을 신속, 성실하게 해결함으로써 고객과의 신뢰향상에 힘쓰고 있으며, 2011년 총 77,114명의 고객의 소리에 귀기울이는 한편, 문의 및 제안 등을 제외한 21,089건의 불만사항을 모두 해결하였습니다. 모든 소비자불만은 공정거래위원회에서 고시한 소비자분쟁해결기준에 근거하여 공정하고 신속하게 처리하며, 건강 및 안전과 관련한 중대 불만이 있을 경우에는 담당자가 방문하여 신속하게 대응하고 있습니다.

## 커뮤니케이션 채널 확대

유한킴벌리는 고객의 접근편리성 향상을 위해 지속적으로 고객과의 커뮤니케이션 채널을 확대하고 있습니다. 전화상담, 문자상담, 웹상담 이외에도 고객 불편 사항 또는 궁금한 사항에 대해 실시간 상담이 이루어질 수 있도록 2011년 5월 채팅상담 서비스를 신설하여, 콜 집중도가 기존 84%에서 80%로 감소되었습니다.

또한, 2011년 9월부터 일반상담을 고객지원센터로 위탁하여 운영하고 있습니다. 고객지원센터는 고객 상담 전문성이 입증된 상담업체를 선정하여 서비스품질 수준 유지와 생산성 향상을 위해 적극 노력하였으며, 그 결과 상담사 1인당 콜 생산성이 45건에서 57건으로 25% 증가되었습니다.

## 이슈 위기대응: 제품 안전관리 이슈

2011년 11월 KBS 소비자고발 '안전과 맞바꾼 향균, 물티슈의 두 얼굴' 편에서 물티슈 보존제에 대한 국내 안전기준 미비와 함께 메틸이소티아졸린/메틸클로로이소티아졸린(MI/MCI)보존제 검출사항을 지적함으로써 관련제품의 안전성에 대한 이슈를 제기하였습니다. 방송에서 언급된 종류의 보존제는 유한킴벌리의 일부 물티슈에서 천연보존제를 보완하기 위해 사용되고 있으나, 유한킴벌리의 모든 물티슈 제품은 국내 화장품 기준 뿐만 아니라, EU와 미국의 화장품 기준으로 철저히 관리되고 있습니다. 또한 해당 언론 보도 직후, 물티슈 안전기준에 엄격히 부합한 제품임을 알리는 공고문을 홈페이지에 신속하게 게재하여 제품 안전에 대한 고객의 불안감 해소를 위해 노력하였습니다.

## 고객관계강화: 사용경험제공활동

유한킴벌리는 고객이탈방지와 충성고객확보를 위해 불만경험 고객 대상으로 사업부문별 고객관계강화(CRM, Consumer Relation Management) 활동을 진행하고 있습니다.

불만고객 CRM 프로그램 실적

구분	사업부	대상자	인원
3월	여성용품	2010 화이트 불만경험 고객	850
4월	시니어용품	2010 디펜드 불만경험 고객	130
7월	유아물티슈	2010-2011 도통한물티슈 불만경험 고객	640
9월	여성용품	2010 화이트슬림/좋은느낌 불만경험 고객	665
10월	유아용품	2010 하기사 기저귀 불만경험고객	2,000
12월	유아용품	2011 매직팬티(BP) SAM누출 불만경험 고객	570
	가정용품	2010 가정용품 불만경험 고객	900
합계			5,755

## 고객만족의식 강화: 사내외 CS교육

유한킴벌리는 전 사원의 고객만족의식을 강화하고자 매년 5월 셋째 주를 CS주간으로 선정하여 다양한 CS 프로그램을 체계적으로 운영하고 있습니다. 본사 직원들을 대상으로 생생한 고객의 소리를 들을 수 있는 프로그램을 진행하여 고객을 직접 만나지 않는 직원들에게 고객과의 간접체험을 할 수 있는 기회를 제공하는 한편, 고객 관련 부문에서 소비자의 불만을 최소화하기 위해 할 수 있는 노력들에 대해 생각할 수 있는 프로그램을 실시하였습니다. 본사 직원을 대상으로 진행된 사내 CS Day행사에서는 불만제품전시회, CS 특강, CS 포스터공모전, CS 댓글 달기 이벤트 참여를 통해 고객만족의 진정한 의미를 직접 체험하고 느끼는 계기를 마련하였으며, 전 공장 생산직 사원(Operator)을 대상으로 'CS 아카데미'를 개최하여 소비자불만 감소와 고객만족을 위한 새로운 각오를 다지는 시간을 마련하였습니다. 또한, 판촉협력사/자재·완제품 협력사를 대상으로 'CS 파트너십' 교육을 진행하였습니다. OEM/임가공 및 자재협력회사 직원을 대상으로는 품질·안전의 중요성 및 소비자환경에 대한 이해를 높일 수 있는 교육을 실시하였으며, 판촉협력사원들을 대상으로 한 CS마인드 및 소비자불만 처리 프로세스 교육을 통해 고객접점에서의 소비자불만 사전예방과 신속한 사후구제에 기여하고 있습니다.

### 내외부 고객만족 강화 활동

#### 2011 CS Boom up 활동

	CS Day	CS 아카데미	CS 파트너십
참여인원	본사 임직원포함 175명 (2011년 5월 18일, 1회)	본사 및 공장포함 총 603명 본사 및 신입사원, 공장 14회	총 696명 판촉협력사/ 자재·완제품 협력사 20개처
프로그램	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 불만제품전시회</li> <li>• 한국소비자원 원장 특강</li> <li>• CS 포스터공모전</li> <li>• CS 댓글 달기 이벤트</li> <li>• 고객의 소리 청취 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자불만 감소와 고객만족의식 강화를 위한 특강</li> <li>• 불만제품전시회</li> <li>• 고객의 소리 청취 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자환경의 변화 및 소비자불만 처리 프로세스 교육 등</li> </ul>

\* CS는 Customer Satisfaction의 약자로 고객만족을 의미합니다.

## 소비자 교육: 온라인교육 사이트 운영

유한킴벌리는 위생·건강용품에 대한 정보 제공을 목적으로 1972년부터 초등학교 여학생을 대상으로 올바른 생리대 사용법 교육을, 중고등학교 여학생들에게는 청소년 건강교육을 실시하는 한편 소비자들에게 다양한 교육기회를 제공하고자 우리나눔TV([www.woorinanutv.org](http://www.woorinanutv.org))를 통한 온라인 소비자 교육을 기획·운영하고 있으며, 더불어 예비·초보 엄마를 대상으로 한 육아강좌프로그램을 추가·확대하여 실시하고 있습니다.

### 2011년 소비자교육 실적

구분	대상	실시방법	내용	참여자 수
소녀포럼	전국의 여자 초등학교 4-6학년	온라인 / 연중	사춘기 초경맞이 교육 및 성장하는 몸과 마음	초등학교 및 방과후 공부방 포함 총 487개처 52,171명 참여
청소년포럼	전국의 중고등학생	현장강연 + 온라인강연 시청 / 5회	사춘기 신체적, 정신적, 사회적 건강 함양 프로그램 (총 5회 진행)	총 26개처 9,253명 참여
육아포럼	예비·초보 엄마	매달 넷째 주 목요일	부모 탄생, 부모와 부모 사이, 영아기 양육 실제, 좋은 부모 되기	1,939명 참여 / 12회

## 소비자단체 파트너십 강화

유한킴벌리는 소비자단체를 대상으로 안전하고 위생적인 제품 생산공정을 공개하는 공장견학프로그램을 운영하고 있으며, 2011년 한국소비자원을 포함하여 5개 단체에서 142명이 참여하였습니다. 공장견학프로그램을 통해 기저귀 생산공정을 둘러보면서 제품 생산 과정 중, 품질관리시스템 (이물감지센서, 금속탐지기, 무게편차 감지기)과 원부자재 안전관리시스템에 대해 직접 확인하고, 궁금한 사항에 대해 제품 생산자에게 문의할 수 있는 기회를 제공하였습니다.

소비자단체 공장견학 실적

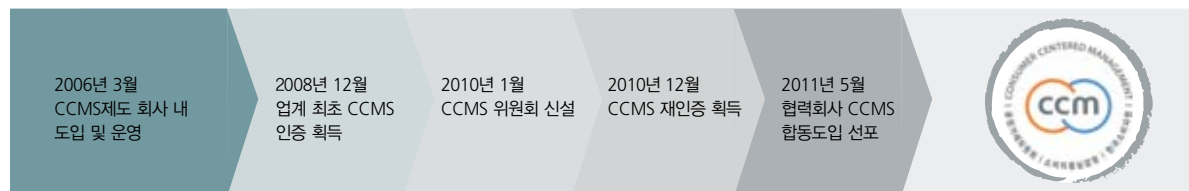
단체명	방문날짜	인원	해당사업장
한국소비자원	6.17	24	대전
부산 주부클럽	5.16	37	대전
안산 주부클럽	4.11	25	대전
충북 주부클럽	3.29	41	대전
한국소비자원-안전센터	10.26	15	대전
합계	5회	142명	

## 소비자중심경영(Consumer Centered Management, 이하 CCM) 활동

유한킴벌리는 소비자만족 자율관리 프로그램(CCMS, Consumer Complaints Management System)를 통해 소비자 불만을 체계적으로 관리하였으며, 2011년 9월에는 소비자중심경영(CCM)으로 변경된 제도를 운영함으로써 전사 업무를 고객 관점, 고객 중심으로 구성하여 관리하고 있습니다.

2008년 업계 최초로 공정거래위원회로부터 CCMS 인증을 받은 이후 불만감소와 고객만족을 위해 지속적으로 노력한 결과 2010년 재 인증을 획득하였습니다. 더불어 고객만족을 위한 실천, 소비자불만을 줄이는 노력을 자사에 국한하지 않고 2011년 5월 물티슈, 화장품 및 성인용 기저귀 등을 생산하는 13개 협력회사에 CCMS를 합동 도입하였습니다.

CCM 도입 · 운영 및 인증 추진 경과



## 공정거래위원회로부터 소비자의 날 대통령표창 수상

유한킴벌리는 고객만족 우선정책의 실현을 위해 노력하며, 고객불만이 생길 경우 고객의 관점에서 문제를 이해하고, 불만처리 전 과정에서 고객만족을 최우선으로 하고 있습니다. 유한킴벌리는 지속적으로 고객만족활동을 전개한 결과, 2011년 ‘제 16회 소비자의 날’ 공정거래위원회로부터 대통령표창을 수상하였습니다.

## 신제품 개발

유한킴벌리는 고객 니즈 파악과 제품 및 기술 연구개발로 고객만족 제품개발에 힘쓰고 있습니다. 2011년 12월 발표한 '2011 대한민국 100대 브랜드'에서 유한킴벌리 대표 제품인 화장지 크리넥스는 45위, 생리대 화이트는 63위에 선정되었습니다. 또한 2011년 12월 한국능률협회컨설팅에서 발표한 '고객이 가장 추천하는 기업지수(Korean Net Promoter Score, KNPS)'에서 소비재제조업 생리대분야 5년 연속 1위를 차지하였습니다.

### 01월

- 스카트 데코 방향제
- 하비스 복팬티

### 02월

- 하비스 도톰한 물티슈 마일드 & 하비스 도톰한 내추럴



### 03월

- 화이트 시크릿홀
- 더블하트 젓병과 젓꼭지
- 크리넥스 오토매틱 거품비누



### 04월

- 하비스 프리미엄
- 하비스 매직팬티 패션진
- 그린핑거 마이키즈 선크어 웨이셜 썸

### 05월

- 그린핑거 마이키즈 선크어 썸
- 하비스 물놀이팬티

### 06월

- 생리대 화이트, 좋은느낌 와이드&롱 출시
- 애니데이 한초량 출시



### 08월

- 하비스 매직팬티 신제품
- 잭슨 세이프티 자동차광 용접면



### 07월

- 하비스 위생택받이
  - 그린핑거 마이키즈 보이
  - tn 신제품
- 감쪽같은 BB크림2종, 예쁜손 핸드크림, 미스트 3종, AC클리어 샷, RealVery 수분크림, 아잉아잉 패치 총 6개로 출시



### 09월

- 하비스 라운지 웨어
- 하비스 네이처메이드팬티 신제품
- 크리넥스 수앤수 리뉴얼 제품
- 그린핑거 리뉴얼 제품
- 하비스 소프트드라이



### 10월

- 하비스 프리미엄 아기물티슈
  - 하비스 네이처메이드 리뉴얼
  - tn보이
- 청소년기 남자아이들이 사용할 수 있는 스킨케어 제품



## 12월

- 하비스물 신생아선물세트 완판
- 크리넥스 오토매틱 거품비누 시스템 출시



Tip

KNPS는 기업이 보유한 충성고객의 비율을 나타내며, 6대 광역시에 거주하는 만 18세~65세의 고객 1만 679명을 대상으로 실시된 조사의 결과입니다.

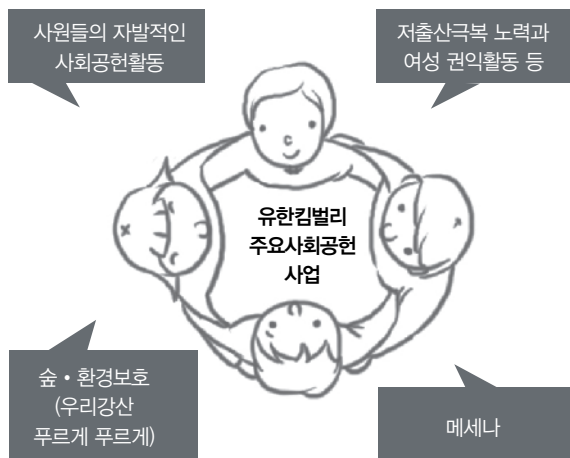
# 지역사회

## 지역사회를 위한 사회공헌 사업

유한김벌리는 한국사회의 지속가능 이슈들인 숲·환경 보호, 가족친화(돌봄과 여성), 문화적 자산확보, 자원들의 자원봉사 참여 등의 활동을 통해 지역사회와 협력하고 있습니다. 이 중 가장 대표적인 사회책임과 공헌활동은 숲과 환경보호를 위한 우리강산 푸르게 푸르게 프로그램과 저출산 극복과 고령화를 대비하기 위한 가족친화경영입니다. 유한김벌리는 지속적인 사회공헌활동 성과를 인정받아 2011년 5월에 한국언론인포럼이 주최한 '2011 한국사회공헌대상'에서 환경생태보존부문 대상과 환경부장관상을, 6월 한국소비자학회와 동아일보가 주최한 '2011 행복더함 사회공헌대상'에서 제조부문 종합대상을 수상하였습니다.

\*숲과 환경 보호를 위한 우리강산 푸르게 푸르게 프로그램(30p 참고)과 가족친화경영 및 저출산극복을 위한 노력(36p 참고)은 사회책임경영 4대 아젠다에 별도의 장을 만들어 소개하였습니다.

유한김벌리 사회공헌활동 추진 영역



## 우리 사회를 이끌 미래 여성 리더들의 양성을 위한 장기적 노력 ①\_ 2011 여성리더 양성

유한김벌리는 한국여성재단과 한국여성단체연합, 대학교(성공회대학교, 계명대학교)와 협력하여 매년 공모를 통해 여성단체 및 시민사회단체 여성활동가를 선발, 미래 한국사회의 리더가 되기 위한 평생학습의 기회(장기, 단기과정)를 제공하고 있습니다. 특히 참가자들이 장기적으로 한국사회의 인권 보호와 양성평등, 돌봄사회 구축 등에 참여할 수 있도록 독려하고 있습니다.

미래여성NGO리더십과정(장기 1년과정)은 성공회대학교에서, NPO 리더십 심화과정(단기 2회, 각 3개월과정)은 계명대학교에서 진행했습니다. 2010

년부터는 상대적으로 학습의 기회가 적은 지역사회의 여성활동가들을 위해 서울에 이어 대구 지역에서도 실시하고 있으며, 2012년부터는 강원도 지역까지 확대할 계획입니다.

여성리더 교육실적

(단위: 명)

분류	협력 파트너	횟수	실적				
			2007	2008	2009	2010	2011
미래여성NGO리더십과정	한국여성재단, 한국여성단체연합, 성공회대학교	연 1회	10	9	11	10	9
NPO리더십 심화과정	한국여성재단, 이화여자대학교 (2009), 계명대학교 (2010~)	연 2회	-	49	62	60	60



## 우리 사회를 이끌 미래 세대들을 위한 장기적 노력 ②\_ 미래 콘텐츠 개발

**한중일 비교문화 콘텐츠 개발** | 유한킴벌리는 한중일비교문화연구소(이사장 이어령 초대 문화부장관)와 함께 한중일비교문화콘텐츠 개발 및 확산을 위해 2003년부터 노력하고 있습니다. 2004년 매화편을 시작으로, 소나무(2005), 대나무, 국화, 난초(2006)를 발간하였으며, 2009년부터는 한 중 일 비교문화의 중요한 코드인 십이지신에 대한 콘텐츠 개발을 시작하여 호랑이(2009), 토끼, 용(2010)을 개발하였으며, 2011년에는 뱀, 말, 양을 개발하여, 한중일의 문화적 이해를 돕는 콘텐츠들의 확보에 기여했습니다.

**동방주요고전 역주 콘텐츠 개발** | 유한킴벌리는 도올 김용옥 선생의 동양과 한국의 주요 고전을 역주하는 프로젝트를 돕고 있습니다. 2008년도 ‘논어한글역주’, 2009년도 ‘효경한글역주’, ‘대학·학기한글역주’, 2010년도 ‘중용한글역주’, 2011년도에 사서(四書)의 마지막 보루인 ‘맹자한글역주’가 완간됨으로써 주희가 동아시아문명의 패러다임으로 제시한 사서(四書)가 모두 우리말로 역주되었습니다. 이 사업들을 통해 문화의 경쟁력을 강화하고, 한국사회의 근본이 되는 인문학을 살리는 데 기여하고 있습니다.

**시민들의 문화 접목 기회 확대** | 유한킴벌리는 서울 소재 문화관 ‘자연을 사랑하는 문학의 집·서울’의 주요 문화광장과 금요음악마당, 기획전 개최를 돕는 한편, 신작가곡 음악회인 ‘우리시 우리노래’를 통해 시민들이 문화를 접할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.

시민들을 위한 문화강좌 및 전시, 음악회 세부내용

(2011년 12월 말 기준)

구분	세부내용
수요문화광장	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문인초청강연, 문학강연독자와의 대화 등 총 122회 개최</li> <li>• 참여 문인수 174명, 참여 시민수 10,245명</li> </ul>
금요음악마당	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 성악가의 노래, 시낭송, 문학강연, 시인에 대한 증언 등 총 124회 개최</li> <li>• 참여 문인수 831명, 참여 시민수 10,311명</li> </ul>
기획전	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문인 취미 수집전, 문인 자화상 전 등 총 46회 개최</li> <li>• 참여 문인수 1,000명, 참여 시민수 17,428명</li> </ul>
신작가곡 음악회 ‘우리시 우리노래’	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 9년간 총 11회 개최</li> <li>• 참여 음악가 160명, 가곡창작 195곡, 참여 관객수 19,787명</li> </ul>

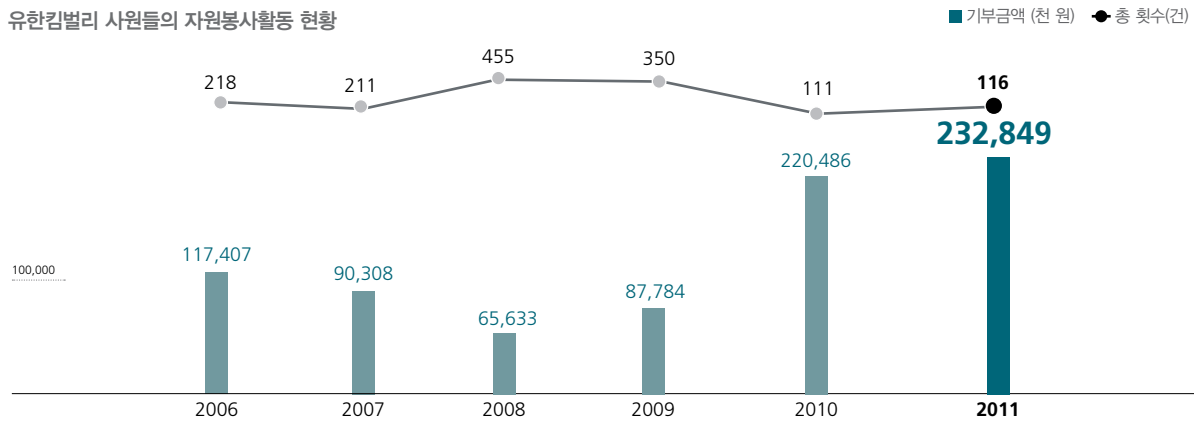
## 지식공유 확산 및 평생학습 방문 지원

유한킴벌리는 지식을 공유, 확산하고 평생학습을 지원하기 위해 노력합니다. 2011년 8월부터 국제연합환경계획(UNEP) 에코피스리더십센터, 강원대와 공동으로 에코피스리더십 프로그램을 1년간 진행하고 있습니다. 이는 아시아, 태평양 지역의 환경 및 산림생태 현안에 대한 솔루션을 제공하는 환경분야 국내 유일의 산·학·연 국제 프로젝트 지원사업으로, 시급성과 국제적 파급효과 따라 선정된 총 15개의 프로젝트에 대한 솔루션을 강구하고 있습니다. 한편 유한킴벌리 공장은 평생학습의 우수사례로 평가받고 있어 지역사회 및 유관단체에서 평생학습, 벤치마킹을 위해 2011년 대전공장, 김천공장, 충주공장에 각각 807명, 233명, 561명 등 총 1,601명이 방문하였습니다.

## 사원들의 자발적인 사회공헌활동

유한킴벌리 사원들은 자발적인 이웃 돌봄을 실천해서 2011년 총 자원봉사 건 수 116건, 1,683명이 참여하였습니다. 또한 총 기부금액은 약 2억 3천 3백만 원 입니다.

유한킴벌리 사원들의 자원봉사활동 현황



### 사례 김천공장 봉사위원회 발대식



김천공장은 사우 및 가족 참여 봉사활동의 방법과 대상을 결정, 체계적으로 시행하기 위해 2011년 8월 설립 이래 처음으로 봉사운영위원회를 조직했습니다. 봉사위원회는 50 명이 참여한 10월 발대식 및 하천정화활동을 시작으로 사업장이 위치한 김천지역의 사회적 책임과 공헌활동을 추진하고 있습니다.

공장 별 주요 사회공헌 활동 세부내용

(2011년 12월 말 기준)

구분	주최 및 대상	활동 실적
본사	연탄한장 (봉사동아리)	저소득층자녀 멘토링 봉사 별난놀이타: 연 6회, 55명 참여
	유리안 (사내모임)	불우이웃 돕기 바자회 개최: 연 1회, 4명 참여
	기타	대한사회복지회 아기돌보기 봉사: 연 12회, 40명 참여 / 사원가족 서울숲 자원봉사: 1회, 42명 참여
전체	기타	아이티 지진피해 아동돕기 월급여 1% 기부: 1,411명 참여 / 일본 쓰나미 복구 지원 월급여 1% 기부: 1,078명 참여
군포/충주 공장	여성부	충주 평화의 집 봉사: 연 12회, 72명 참여
	기타	농촌 봉사: 연 4회, 167명 참여
대전공장	가족봉사단	늘사랑아기집 청소 및 빨래, 아기돌보기 봉사: 연 10회, 70명 참여 독거노인방문 청소 및 빨래 봉사: 연 12회, 72명 참가 / 사랑의 김장 담기 봉사: 연 1회, 9명 참여
	기타	소망의집 원내주변 정리 및 텃밭 일구기 봉사: 연 1회, 64명 참여 장애인복지관 봉사: 연 4회, 85명 참여 / 일사일촌 농촌봉사: 연 2회, 94명 참여 사랑의 헌혈봉사: 연 1회, 15명 참여 / 사랑의 쌀 나눔 봉사: 연 2회, 64명 참여 사랑의 김장 나눔 행사: 연 1회, 5명 / 국토대청결 공장외곽 청소 봉사: 연 1회, 25명
		유전회
김천공장	유한킴벌리봉사위원회	무료 급식소 봉사
	여사원회	아나바다 바자회: 연 1회, 180명 참여 / 지역아동센터 (엠마누엘) – 아이타잔: 연 1회, 7명 참여 지역아동센터 지급용 학용품 선물 포장: 연 1회, 7명 참여 / 지역사회 11곳에 쌀 40kg씩 배달: 연 1회, 5명
		당구회
	기타	독거노인 연탄나눔 봉사: 연 1회, 160명 참여 / 김천내 하천일대 정화활동: 연 9회, 360명 참여 중증 장애인자립센터 봉사: 연 1회, 40명 참여 / 복지시설 및 기관 노력봉사: 연 1회, 137명 참여 자매결연 대목/대보 마을 농촌일손돕기: 연 2회, 110명 참여

충주공장은 지역사회의 소통과 나눔의 실천을 통해 책임과 공헌의 가치를 실현한다는 사명감을 가지고 저소득층 생활비 및 장학기부 등을 중심으로 한 활동을 추진하고 있으며, 2012년 상반기 중으로 지역사회 봉사의 역할까지를 포함한 미래발전추진협의회를 조직 운영할 계획입니다.

# 환경성과 관리체계(DMA)

## 비전

2015년까지 환경·에너지 비전을 달성하여 선도기업으로서 사회적 기여

- 전세계 김벌리클라크 사업장 중 5위 이내 수준 달성: 물 사용량, 에너지 및 온실가스 배출 저감, 폐기물 저감, 에코디자인 적용
- 포장재 사용량 25% 감소
- 온실가스 배출량 5% 감소
- 물 사용량 25% 감소 (이상 2010년 대비)

2020년까지 온실가스(BAU)대비 30% 감축

## 정책

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

## 주요 책임 부서

지속가능경영본부, SEQRA팀, 제품개발팀, 사업장SHE팀, 물류본부

## 성과평가와 계획

평가 기준 | ■ 초과 ■ 부합 □ 노력 필요

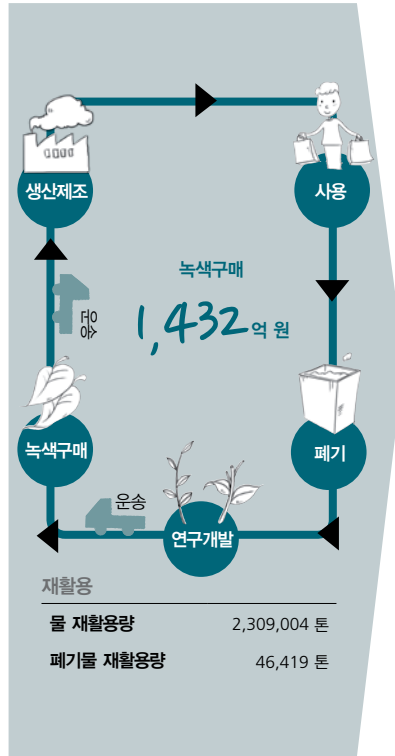
분류	2011	2012		
	성과	평가	페이지	계획
회사전체 활동	• 환경관련 투자 지속	■	70	• 환경관련 투자 확대
	• 저탄소 비전 및 로드맵 적극적 이행 – 전년대비 제품 톤당 CO <sub>2</sub> 발생량 4.3% 감소	■	24~28	• 기후변화 대응 – 온실가스 저감 – 2020년 BAU대비 30% 감축 (중장기적 계획) – 배출권거래제 시범사업 참여 (지식경제부) – 그린카드 참여 제품 확대
	• 2차 포장재 저감 – 그린마일리지 전체 판매 금액대비 13.8%	■	-	• 제품관련 환경법규 선제적 대응 – 폐기물 부담금 및 화장품 포장방법 등 • EHS system 심사* 환경부문 부적합 사항 100% 개선
기후변화 대응 노력	• 공급망 탄소발자국 도입	□	-	• 공급망 탄소발자국 확산
	• 온실가스 에너지 목표수립 – 김천공장 연료전환사업으로 온실가스 조기감축 (감축량 11,819 tCO <sub>2</sub> eq)	■	27	• 온실가스 에너지 목표 달성
	• 온실가스 저감 인센티브 도입	□	-	• 온실가스 배출권거래제 도입에 따른 준비
	• 환경라벨링 인증 유지 및 확산 – 국내 기저귀 제품군 중 최초로 탄소성적표지인증 (하기스 네이처메이드)	■	25	• 환경라벨링 인증 확대

\* 그린마일리지 협약은 2011년 6월에 종료되었습니다

\* EHS System 심사는 김벌리클라크에서 2년에 한번씩 산하의 사업장에 대해 진행되는 환경, 보건, 안전 시스템 심사입니다.

# 물질 흐름도

Input	
주요 원자재	
수입 재활용지	8,369 톤
국내 재활용지	53,737 톤
펄프	95,208 톤
고분자 흡수물질	23,249 톤
연료	
도시가스 (LNG)	21,737 천㎥
휘발유	55.5 kℓ
프로판	7.8 kg
경유 (가스 · 디젤오일)	56.8 kℓ
LPG (차량)	1 ㎥
스팀 (외부구매)	20,203 GJ
용수	
용수	3,181,832 ㎥
상수도	159,735 ㎥
하천수	2,737,461 ㎥
공업용수	284,636 ㎥



Output	
온실가스	
온실가스	170,750 tCO <sub>2</sub> eq
폐기물발생량	
폐기물	48,263 톤
대기오염물질	
먼지 (Dust)	2,470.7 kg
SO <sub>x</sub>	0 kg
NO <sub>x</sub>	0 kg
CO	0 kg
수질오염물질	
부유물질 (SS)	5,264.6 kg
생화학적 산소 요구량 (BOD)	2,633.7 kg
화학적 산소 요구량 (COD)	34,003 kg
방류량 (폐수)	
폐수	2,733,220 ㎥

## 환경 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. 2011년 환경 사고 발생 및 환경 법규 위반 사항은 없습니다.

## 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 대비하고 있습니다. 2011년 유한킴벌리 전체 사업장에서 중대한 유출은 없습니다.

## 생물다양성

유한킴벌리는 공장 신설시 주변 환경에 대한 조사를 통해 사전영향을 파악하여 필요 시 적절한 조치를 이행하고 있습니다. 2011년 생물다양성 가치가 높은 구역 및 주변지역에 소유 혹은 임대, 관리하고 있는 토지 등이 없으며 국제자연보호연맹이나 국가지정 멸종 위기종 역시 없습니다.

# 효율적인 자원사용과 재활용

## 물의 재사용과 재활용 노력

초치에 비해 상대적으로 물 사용량이 많은 하이드로넛 제품 생산량 증가 및 고지의 품질악화로 용수 사용량이 최근 5년간 증가하고 있습니다. 2011년 물 사용량은 제품 톤당 15.0m<sup>3</sup>으로 전년대비 0.6m<sup>3</sup> 증가하였으며, 재활용량은 전년과 유사한 수준으로 2,309천 톤입니다. 2012년부터 단계적으로 냉각수와 공정 내에서 발생하는 폐수를 재이용하는 프로세스를 도입하여 물 사용을 저감할 계획입니다.

## 재활용지 활용 최대화

유한킴벌리에서 사용하는 주요 원자재는 펄프, 수입 재활용지, 고분자 흡수물질, 국내 재활용지로 제품 톤당 주요 원자재 사용량은 전년보다 1% 증가하였습니다. 유한킴벌리는 국내 재활용지 사용을 극대화하여 수입 재활용지의 운송 과정 중 발생할 수 있는 탄소배출을 최소화하고자합니다.

## 폐기물 재활용

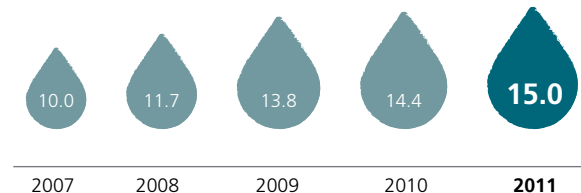
유한킴벌리는 사업장에서 발생하는 모든 폐기물의 효율적 수거를 통해 자원 재활용이 이루어 질 수 있도록 발생시부터 성상별로 분류한 처리절차를 구축하였으며, 발생폐기물에 대해서는 가급적 재활용할 수 있도록 다양한 방안을 강구하고 있습니다. 2011년 총 폐기물 발생량은 48,263톤으로 슬러지 70.4%, 폐합성수지 25.4%로 구성되어 있으며, 제품 1톤 생산시 폐기물 발생량은 0.23톤입니다.

## 폐기물 자원 재활용 프로세스

유한킴벌리는 생산 중에 발생하는 폐기물을 자원화하기 위해 재활용 전문업체에 위탁하여 처리하고 있습니다.

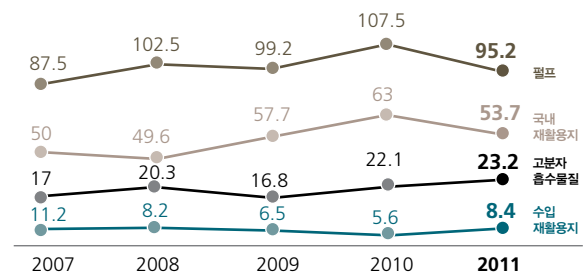
물 사용량

(단위: m<sup>3</sup>/제품ton)



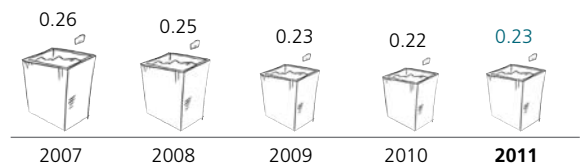
주요 원자재 사용량

(단위: 천 톤)



폐기물 발생량

(단위: ton/제품ton)



생산공정 폐기물 재활용

발생처	재활용 내용	2011(톤)	해당 사업장
화장지 공정상 생긴 슬러지	슬러그 진정제 원료	33,602	김천공장
	지렁이 먹이	589	군포공장
생리대 자투리	플라스틱 팔레트, 정화조, 오수배관	395	대전공장
종이가루	도로공사용 녹생토	47	대전공장
기저귀와 생리대 폐기물	열원	5,650	대전/충주/군포공장
허리밴드 사용 부직포	플라스틱 팔레트	1,165	대전공장
부직포	공장 내 재활용시설 원료, 재생원료	2,499	김천/대전공장
화장지 공정 폐기물	RPF 재활용	1,569	김천공장
하이드로넛 파지	단열 보온재	903	김천공장

# 환경실적 15년 추세 (1997~2011)

분류		1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
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	<b>124.7</b>
	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	<b>1.0</b>
에너지	직접에너지 사용량 (106BTU/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	<b>3.8</b>
	간접에너지 사용량 (106BTU/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	<b>3.8</b>
물 사용량 (m³/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	<b>15.0</b>
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	<b>86.5</b>
	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	<b>42.1</b>
수질 관리	수계 배출량 (m³/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	<b>12.9</b>
	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	<b>0.025</b>
	수질오염 배출량 생화학적 산소요구량 (kg/ 제품ton)	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	<b>0.012</b>
	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	<b>0.161</b>
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	<b>0.23</b>
온실 가스 저감	CO₂ 총 배출량 (천 tCO₂/년)	-	-	150.9	138.9	160	175	170	163	168	156	172	178	172	179	<b>171</b>
	원단위 CO₂ 배출량 (tCO₂/제품ton)	-	-	-	-	0.909	0.875	0.863	0.867	0.879	0.800	0.742	0.720	0.741	0.844	<b>0.808</b>
	염화불화탄소 사용량 (kg)	-	-	-	-	47.5	19.7	24.3	63.4	51.0	35.3	22.2	17.1	26.7	4.8	<b>19.6</b>
대기 관리	NOx (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	<b>0</b>
	SOx (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	<b>0</b>
	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	<b>0.012</b>

\* 군포 및 김천공장에서 사용하던 소각로 철거로 인해 NOx 및 SOx 발생량은 없습니다.

\*\* 보고항목의 순서를 내부관리기준에 따라 총 부유물질(SS), 생화학적 산소요구량(BOD), 화학적 산소요구량(COD)순으로 바꾸었습니다.

\*\*\* 시스템 오류로 인해 2010년 온실가스 배출량 및 에너지 사용량을 재산정함에 따라 원단위값도 수정되었습니다.

\*\*\*\* 온실가스 배출량 중 2007년 부터는 명세서 제출 데이터를 근거로 수정 되었음.

## 폐기물 부담금 제도

유한킴벌리는 1993년 이래로 종이 기저귀 폐기물 부담금을 납부하고 있으며, 2011년 종이 기저귀 폐기물  
에 대한 부담금에 해당하는 약 44억 원을 분납하고 있습니다.

## 유해폐기물 관리

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



# 04

제3자 검증성명서

GRI G3.1 Index, BEST Index

ISO 26000

여성위원회 주요 지침

2011 사회책임경영보고서 피드백

2012 사회책임경영 보고 조직

독자 의견 설문지

주요 학회 및 협회 가입현황 / 주요 협력 및 가입단체

유한킴벌리 사회책임경영보고서가 걸어온 길

## 부록

# 제3자 검증성명서

## 서문

주식회사DNV인증원 (이하 “DNV”)은 유한킴벌리주식회사(이하, “유한킴벌리”)의 사회책임경영보고서 2012 (이하 “보고서”)에 대해 검증을 수행하도록 요청 받았습니다. 검증은 보고서에 제시된 정보 관련 경영 프로세스, 보고 프로세스에 초점을 맞추어 진행되었습니다. 본 검증성명서는 유한킴벌리 보고서의 독자들을 위해 작성되었습니다. 유한킴벌리는 보고서에 실린 모든 정보의 수집, 분석, 취합, 보고에 대한 책임이 있습니다. 본 업무를 수행하면서 DNV의 책임은 계약 내용 및 합의된 업무 범위에 따라, 계약 당사자에 국한됩니다. DNV는 본 검증성명서에 기반하여, 내려진 (투자 등을 포함한) 제3자의 결정에 배상 책임이나 공동 책임이 없음을 명시적으로 표명합니다.

## 검증 범위

DNV 검증 업무는 2011년도 데이터를 포함합니다. DNV의 검증 범위는 아래와 같습니다.

- 보고서에 기술된 2011년 지속가능경영 방침, 목표 및 이니셔티브, 관행 및 성과. 유한킴벌리 본사 차원의 검증이 실시됨. 검증 범위에는 개별 부서 및 팀에서 수집된 활동데이터의 정확성에 대한 검증은 포함하지 않음.
- 안전보건, 사회 및 환경 데이터 관리시스템, 관련 프로세스 및 보고서에 제공된 정량적 및 정성적 정보의 수집, 분석, 취합 및 보고와 관련된 톨
- 보고서 경계 및 내용 결정 프로세스
- Global Reporting Initiative (GRI)의 지속가능경영보고서 가이드라인 (GRI G3.1)의 원칙과 요구사항이 보고서에 반영된 정도 검토
- AA1000 AS (2008)의 Type 1 검증의 요구사항에 따라 중요성, 포괄성 및 대응성의 원칙이 적용된 정도, 보고서 정보의 신뢰성은 중간 수준의 보증으로 검증되었습니다.

유한킴벌리의 보고 범위는 유한킴벌리 국내 사업장 및 활동에 한정됩니다.

## 제한사항

보고서에 명시된 유한킴벌리의 중요한 통제권이 영향을 미치지 않는 조직, 공급업체, 협력사 및 제3자의 지속가능경영, 성과 및 보고 관행 등은 본 검증의 범위에 포함되지 않습니다. DNV는 검증활동 중 외부 이해관계자 면담을 실시하지 않았습니다. 재무관련 데이터는 회계감사 기관에 의해 확인되었습니다. 재무 데이터를 포함한 경제 성과는 유한킴벌리 내부 문서 및 회계감사 기관의 감사를 받은 재무제표와 대비하여 검증되었습니다.

## 적격성 및 독립성

DNV는 전세계에서 활동하고 있는 조직내 전문가들을 통해 지속가능성 리스크 관리 서비스를 제공하고 있습니다. 본 유한킴벌리 보고서 검증은 자격이 부여되고, 충분한 경험을 갖춘 전문가들로 구성된 팀에 의해 수행되었습니다. DNV는 보고서 작성과 관련된 업무를 수행하지 않았으며, 2011년부터 2012년 보고서 검증 기간까지 독립성과 공정성에 영향을 미칠 수 있는 어떤 서비스도 유한킴벌리에 제공하지 않았습니다.

## 검증 방법론

검증활동은 DNV의 지속가능경영보고서 검증 프로토콜인 VeriSustain™ 및 AA1000AS(2008)에 따라 2012년 5-9월 동안에 실시되었습니다. 또한 보고서에 공시된 데이터 및 정보는 GRI G3.1의 내용 원칙과 품질 원칙에 따라 검증되었습니다. 데이터, 보고 톨, 문서 및 인터뷰를 실시한 현장 검증을 통해, DNV는 보고서에 기술된 내용을 확인하였으며, 유한킴벌리의 지속가능성 관련 방침의 실행 체제, 데이터 관리 시스템, 정보의 흐름과 관리 상태의 건실성에 대해 평가하였습니다. 중요한 이슈들의 성과에 기반을 두고 데이터 및 정보의 신뢰성 평가가 이루어졌으며, 평가는 완전성과 정확성의 검토를 포함합니다. 또한 데이터 및 정보의 수집, 통합, 분석, 내부 품질관리 및 보고에 적용된 방법론, 관행 및 톨의 검토도 이루어졌습니다. 높은 수준의 경향 검토, 이전 보고 사항으로부터의 변화 식별 및 정도 파악, 데이터 추적성 검토 그리고 데이터 흐름상의 기록 확인등도 포함됩니다. DNV는 현장 검증을 위해 서울에 위치한 유한킴벌리 본사 및 김천 공장을 방문하였습니다.

## 결론

검증활동을 수행한 결과, DNV는 2012년도 보고서가 유한킴벌리의 지속가능경영 전략, 경영시스템 및 성과를 공정하게 표현하고 있다고 판단하였습니다. 검증활동을 통해 DNV는 보고서가 GRI G3.1 및 AA1000AS(2008) 중간수준 보증(Moderate Level of Assurance), Type 1 검증의 원칙, 내용 및 품질 요구사항을 만족하고 있다고 생각합니다. 보고 원칙의 채택 및 특정 성과 정보에 대한 추가적인 의견은 아래와 같습니다. 보고 원칙의 준수 정도와 관련하여, 검증팀은 아래와 같이 판단합니다.

### AA1000 Principles

- **포괄성** 유한킴벌리는 지속가능경영 이슈와 관련하여 포괄적인 이해관계자 참여를 실시하였습니다. 이해관계자 참여 프로세스, 이해관계자 위원회 회의 결과 및 이해관계자 리서치 결과가 자세히 보고되고 있습니다. 보고서에는 임직원, 협력회사, 고객, 지역사회, 주주의 5개 이해관계자 그룹이 파악되어 있습니다. 이해관계자 위원회를 통한 다양한 의견 청취, 2006년부터 실시해온 이해관계자 설문결과와 누적 자료 활동등은 우수사례로 판단됩니다.
- **대응성** 이해관계자의 견해, 관심사항 및 기대사항은 보고서를 준비하고 유한킴벌리의 지속가능경영을 체계화하는데 반영되었습니다. 보고서는 전반적으로 이해관계자 대응성을 만족하고 있습니다. 유한킴벌리는 지속가능경영 비전달성을 위해 각각의 중요한 이슈들에 대한 중장기 전략적 목표를 설정하고, 성과를 모니터링, 측정, 보고할 것을 권고합니다.
- **중요성** 보고서는 유한킴벌리의 활동과 관련된 주요 이슈들과 이해관계자들에 관련성이 높은 이슈들의 성과를 제시하고 있습니다. 이해관계자 설문조사를 통해 도출한 중요한 이슈와 관련된 활동 및 성과들을 공정하게 보고하고 있습니다. 중요한 이슈들은 이해관계자의 의견을 반영하여 식별되고, 우선순위가 결정되었습니다. DNV는 유한킴벌리의 리스크 관리 프로세스를 통해 평가된 결과가 중요성 평가 프로세스에 통합될 수 있도록 하는 전체적인 접근방법을 권고합니다. 또한 방법론, 가정, 중요성 기준, 보고 및 검토 절차를 포함하는 중요성 평가 프로세스를 공식 문서화 할 것을 권고합니다. 유한킴벌리는 공급사슬의 지속가능경영 성과를 개선을 위해 적극적인 교육, 조언 및 평가 등을 확대해 나갈 것을 권고합니다.

### 추가 원칙

- **신뢰성** AA1000AS (2008) 및 VeriSustain™에 따라 검증된 데이터 및 정보에서 중요한 오류는 발견되지 않았습니다. 데이터 및 정보는 신뢰할만 합니다. 하지만, 주기적인 내부 데이터 평가를 통해 데이터 품질 향상을 고려해야 합니다. 환경성과 및 조림 관련 데이터는 10년 이상 기간동안에 대해 제공되고 있어 독자들이 연대기적 성과비교를 가능하게 해주고 있습니다. 일부 데이터의 경우, 검증 기간동안 확인된 원본 데이터와 일치하지 않은 경우가 발견되었으나, 이후 수정되었음을 확인하였습니다. 보고서 작성을 위해 매년 측정, 수집 및 산정되는 데이터의 기준과 산정방법론에 대해 문서화된 절차로 개발할 것을 권고합니다. 또한 데이터 품질을 확보할 수 있는 QA/QC 활동을 권고합니다. 매년 수집되는 데이터의 경우, 전사적 정확한 기준 확정 및 산정 방법을 표준화하여, 담당자 변경에 따른 데이터 품질 저하를 예방할 수 있을 것입니다.
- **완전성** 유한킴벌리에서 정의한 보고 범위 및 경계는 유한킴벌리의 중요한 이슈와 활동, 그리고 이해관계자들과 가장 관련있는 이슈와 활동을 다루고 있습니다. 검증된 데이터와 정보에서 중요한 누락은 발견되지 않았습니다.
- **중립성** 보고서는 유한킴벌리의 접근 방식 및 2011년도 성과를 공정하고 균형잡힌 형태로 제공하고 있습니다.

DNV는 유한킴벌리 보고서가 GRI지속가능경영보고서 가이드라인의 적용 수준 'A+'를 충족함을 확인하였습니다. DNV의 개선을 위한 제언 내용은 본 보고서의 결론에는 영향을 주지 않으며, 유한킴벌리의 지속적 개선을 도모하고자 제공된 것입니다.

2012년 9월  
서울, 대한민국



AA1000  
Licensed Assurance Provider  
000-10

곽 승 현  
검증팀장

안 인 균  
대표이사 원장

# GRI G3.1 Index, BEST Index

● 모두 보고 / ● 일부 보고 / ○ 보고 안함 / - 해당없음

GRI G3.1		보고여부	해당페이지	BEST	비고
<b>전략 및 분석</b>					
1.1	지속가능성과 관련된 조직, 전략에 관한 최고이사결정자의 선언	●	8~12	A_1	
1.2	주요 위험 및 기회요소	●	8~12, 22~23, 46	A_2	
<b>조직 프로필</b>					
2.1	조직 명칭	●	7	A_3	
2.2	대표 브랜드, 제품 및 서비스	●	7, 15	A_4	
2.3	조직의 운영구조	●	15	A_5	
2.4	본사, 본부 소재지	●	7, 15	A_7	
2.5	주요 사업장이 위치한 국가	●	15	A_7	
2.6	소유 구조와 법적 형태	●	50	A_8	
2.7	대상 시장	●	47	A_9	
2.8	조직의 규모 (직원수, 순매출, 총자본, 제품 또는 서비스 등)	●	7, 45, 51	A_10	
2.9	기업 규모, 조직 구조, 소유 구조를 고려한 보고기간 중의 주요 변화	●	변화 없음	B_8	
2.10	수상내역	●	20, 83	EC8, CO8	
<b>보고 매개변수</b>					
3.1	보고 기간	●	2	B_3	
3.2	최근 보고서 발간일자	●	2	B_8	
3.3	보고 주기	●	2	B_6	
3.4	보고서와 관련 내용에 대한 문의처	●	2, 81	B_9	
3.5	보고 내용 정의 프로세스(중요성, 우선순위 결정)	●	19, 21	B_4	
3.6	보고범위	●	2	B_1	
3.7	보고 범위 또는 보고 경계상의 제한사항	●	2	B_2	
3.8	조직간의 비교에서 중요한 사항에 대한 보고 근거	●	-	A_6	보고조직상 변화없음
3.9	데이터 측정방법과 계산 기준	●	25, 26, 29, 51	-	
3.10	이전 보고서에 제공한 정보의 재조정	●	26, 31, 46, 51	-	
3.11	이전 보고 대비 보고범위, 경계, 혹은 측정방법 등의 중대한 변화	●	-	B_5	변화없음
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	
<b>지배구조, 책임, 참여</b>					
4.1	조직 지배구조	●	50	GR1	
4.2	이사회 의장과 CEO 겸임 여부	●	50	GR1, GR3	
4.3	이사회 구성(사외이사 혹은 독립이사의 수)	●	50	GR2	
4.4	이사회에서 주주와 직원의 의견 반영 메커니즘	○	50	GR12	노사협의회, 간담회 등을 통해 직원의견을 간접적으로 반영
4.5	기업 성과와 이사, 경영진에 대한 보상 간 연계	●	50	GR7, GR8, GR9	
4.6	이해관계 간 갈등을 피하기 위한 이사회 수준의 프로세스	●	50	GR13, GR14	
4.7	경제, 환경, 사회 부문 전략을 가이드하는 이사의 전문성을 결정하는 프로세스	●	50	GR4	
4.8	경영 원칙	●	13~14, 19	GR10	
4.9	이사회가 경제, 환경, 사회 성과를 관장하는 절차	●	50	GR5	
4.10	이사회와 성과, 특히 경제, 환경, 사회 성과를 평가하는 프로세스	●	50	GR6	
4.11	사전예방의 원칙과 접근방법 채택 여부 및 채택 방식	●	16~17	GR11	

● 모두 보고 / ● 일부 보고 / ○ 보고 안함 / - 해당없음

GRI G3.1		보고여부	해당페이지	BEST	비고
4.12	경제, 환경, 사회, 환경 및 원칙 등 기업에 따라 지정하고 있는 외부 이니셔티브	●	13, 19	GR10	
4.13	협회, 국가, 국제 조직내 주요 회원	●	83	A_11	
4.14	조직에서 활동 중인 이해관계자 리스트	●	4	C_1, C_2	
4.15	주요 이해관계자들의 파악과 선정에 대한 근거	●	6, 21	C_1	
4.16	형태별, 이해관계자 그룹별 협의의 빈도로 본 이해관계자 협의에 대한 접근 방식	●	4, 6, 18	C_2	
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기되어온 주요 이슈 대응 방법 및 결과	●	18~19, 39	C_3	

#### 경제

DMA (경영접근방법 공시)			44	D_1, D_2, D_3, EC_DMA	
EC1	경제가치 창출과 분배	●	44~46	EC1	
EC2	기후변화로 인한 조직활동의 재무적 영향과 다른 위험과 기회요인	●	46	EC2	
EC3	연금지출에서 사측부담 범위	●	52	EC3	
EC4	정부지원금	●	-	EC5	보고기간동안 없음
EC5	주요사업지역에 대해서 현지의 최저임금과 비교한 신입사원의 임금	●	52	EM4	
EC6	주요사업지역에서 현지조달 정책, 실적, 비중	●	-	EC4	해외 사업장 없음
EC7	현지고용절차와 상급관리자의 현지인 비율	●	-	EC4	해외 사업장 없음
EC8	공공이익을 위한 투자와 서비스 제공	●	46, 64~65	EC6	
EC9	간접 경제 영향	*○	-	EC7	

#### 환경

DMA (경영접근방법 공시)			67	D_1, D_2, D_3 EV2, EV3 EV_DMA	
EN1	중량 또는 부피 기준 원료 사용량	●	69	EV10	
EN2	재생 원료 사용 비율	●	69	EV11	
EN3	1차 에너지원별 직접 에너지 소비량	●	26	EV7	
EN4	1차 에너지원별 간접 에너지 소비량	●	26	EV8	
EN5	절약 및 효율성 개선으로 절감한 에너지량	●	27~28	EC9, EV5	
EN6	에너지 효율적이거나 에너지 기반 제품/서비스 공급 노력 및 에너지 감축량	*○	25	EV5	
EN7	간접 에너지 절약 사업 및 성과	*○	29	EV5, EV25	
EN8	공급원별 총 취수량	●	68	EV9	
EN9	취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원	●	-	EV20	심각한 영향을 받는 취수원 없음
EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	●	68	EV18	
EN11	생물다양성 가치가 높은 구역 또는 주변지역에 소유, 임대, 관리하고 있는 토지	●	68	EV22	
EN12	생물다양성 가치가 높은 구역에서의 활동, 제품, 서비스로 인하여 미치는 영향	●	68	EV22, EV26	
EN13	보호 또는 복원된 서식지	●	-	EV27	없음
EN14	생물다양성 관리 전략, 이행 조치 및 향후계획	●	68	EV6, EV26	
EN15	국제자연보존연맹 (IUCN) 지정 멸종위기종(Red List)과 국가지정 멸종위기종의 수	●	68	EV28	
EN16	직·간접 온실가스 총 배출량	●	26, 68	EV12	
EN17	기타 간 접 온실가스	●	26	EV13	
EN18	온실가스 감축사업 및 성과	●	27	EV4	
EN19	오존층 파괴 물질 배출량	●	70	EV14	
EN20	NOx, SOx 및 기타 주요 대기오염물질 배출량	●	68, 70	EV15	

● 모두 보고 / ● 일부 보고 / ○ 보고 안함 / - 해당없음

GRI G3.1		보고여부	해당페이지	BEST	비고
EN21	최종 배출지별 폐수 배출량 및 수질	●	68, 70	EV17	
EN22	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	●	68~70	EV16	
EN23	중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량	●	68	EV21	
EN24	바젤 협약 부속서에 규정된 폐기물의 운송, 처리량 및 해외반출된 폐기물비율	●	70	EV29	없음
EN25	폐수 방출로 인해 영향을 받는 수역 및 관련 서식지의 상태/생물다양성 가치	●	-	EV19	심각한 영향 받는 서식지 없음
EN26	제품 및 서비스의 환경 영향 저감 활동과 성과	●	24~29, 67~70	EV23	
EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	●	11, 26, 67	EV24	
EN28	환경 법규 위반으로 부과된 벌금액 및 제재 건수	●	68	EV31	
EN29	제품 및 원자재 운송과 임직원 이동의 중대한 환경 영향	●	27, 29	EV30	없음
EN30	환경보호 지출 및 투자 총액	●	70	EV1	

#### 노동

DMA (경영접근방법 공시)			49	D_1, D_2, D_3 EM_DMA1	
LA1	고용유형, 고용계약 및 지역별 인력현황	●	51	EM1	
LA2	나이, 성별, 지역에 따른 종업원 수 및 이직률	●	51	EM5, EM6	
LA3	상근직에게만 제공되는 혜택	●	38	EM20, EM21, EM32	
LA4	단체협상결과에 적용을 받는 종업원의 비율	●	51	EM11, EM12	
LA5	운영상의 변화에 사전 고지기간	●	52	EM13	
LA6	보건과 안전 프로그램 평가 및 개선을 돕는 노사가 공동으로 참여하는 안전 및 보건위원회로 대표되는 인력의 비율	●	52	EM14	50%
LA7	부상, 질병, 결근률과 작업관련 사상자수	●	51	EM19	
LA8	심각한 질병에 관해 직원 및 그 가족 그리고 지역주민을 지원하기 위한 교육, 훈련,상담, 예방 및 위험관리 프로그램	-	-	EM18	해당사항 없음
LA9	노동조합과의 정식 협약 대상인 보건 및 안전사항	●	52	EM15, EM16	
LA10	종업원 유형별 1인당 한해 평균 훈련 시간	*○	53	EM27	
LA11	지속적인 고용가능성 및 경력관리를 지원하는 기술개발 및 평생교육을 위한 프로그램	●	53~54	EM28	
LA12	정기적 성과 및 경력개발 리뷰를 받은 종업원의 비율	●	52	EM24, EM29	100%
LA13	성별, 나이, 소수자 등 다양성 지표에 따른 종업원과 지배기구의 구성	●	50~51	EM2, EM33, EM34, CO10	
LA14	종업원 유형별 남녀의 평균 임금 비율	●	52	EM3, EM17	
LA15	육아휴직 후 복귀 비율(성별)	●	51		

#### 인권

DMA (경영접근방법 공시)			49	D_1, D_2, D_3 EM_DMA1	
HR1	인권 조항을 포함하거나 인권심사를 통과한 주요투자협약	●	-	PN1, PN2	주요투자협약 없었음
HR2	인권 심사를 받은 주요 공급자나 협력사의 비율	*○	55	PN3, PN4, PN5	
HR3	인권관련정책 및 절차에 대한 종업원의 교육상태	●	16	EM25, EM26, EM30	
HR4	총 차별 건수 및 관련 조치	●	52	EM7, EM22	
HR5	결사 및 단체협상의 자유 침해 위험 분야 및 예방 조치	●	13, 52	EM8, EM23	
HR6	아동노동 발생위험이 높은 사업분야 및 아동노동 근절을 위한 조치	●	13, 52	EM9	
HR7	강제노동 발생위험이 높은 사업분야 및 강제노동 근절을 위한 조치	●	13, 52	EM10	
HR8	인권 관련 정책 및 절차에 대해 훈련받은 보안 인력의 비율	●	13	EM31	



● 모두 보고 / ① 일부 보고 / ○ 보고 안함 / - 해당없음

GRI G3.1		보고여부	해당페이지	BEST	비고
HR9	원주민 권리 침해 건수 및 관련 조치	●	-		해외 사업장 없음
HR10	인권 검토, 영향 분석 운영 총 건수 및 비율	*○	-		
HR11	인권 분야 고충처리 건수	●	54		

#### 사회

DMA (경영접근방법 공시)			49	D_1, D_2, D_3 CO, DMA	
SO1	지역사회에 대한 참여, 영향평가 및 개발프로그램을 실시한 사업의 비율	*①	64~65	C_2, CO1, CO2, CO3, CO4	
SO2	부패 위험 관리를 위한 감사프로세스 및 감사 조치결과	●	16~17	CO5	
SO3	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 사원 비율	●	16	CO5	
SO4	부패 사건에 대한 조치	●	-	CO5	
SO5	공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비 활동 참여	●	27	CO6	
SO6	정당, 정치인 및 관련 기관에 대한 국가별 현금 / 현물 기부 총액	●	16	CO7	
SO7	부당 경쟁행위 및 독점행위에 대한 법적 조치건수 및 그 결과	●	16	CS3	
SO8	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재 건수	●	16	CO9	
SO9	지역사회에 상당한 잠재력을 가졌거나 또는 실질적으로 부정적 영향을 미치는 운영	*○	-	C_2, CO1, CO2, CO3, CO4	
SO10	지역사회에 상당한 잠재력을 가졌거나 또는 실질적으로 부정적 영향을 미치는 운영을 예방하고 완화하기 위한 조치	●	68	C_2, CO1, CO2, CO3, CO4	

#### 제품책임

DMA (경영접근방법 공시)			49	D_1, D_2, D_3,DMA	
PR1	제품 및 서비스의 전과정에서 고객의 건강과 안전을 향상하기 위한 절차	●	19	CS4	
PR2	제품 및 서비스의 고객 건강과 안전 관련 규제 위반 사례의 횟수와 형태	●	-	CS2, CS11	없음
PR3	절차상 필요한 제품 및 서비스 정보 유형, 그러한 정보요건에 해당되는 주요 제품 및 서비스의 비율	①	58	CS5, CS6, CS7, CS8	
PR4	제품 / 서비스 정보 및 라벨링과 관련된 법규 및 자발적 규칙 위반	●	61	CS12	없음
PR5	고객 만족도 설문조사의 결과를 포함한 고객만족과 관련된 절차	①	58~60	CS1, CS9, CS10	
PR6	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법, 표준, 자발적 규범을 지키기 위한 절차와 프로그램	●	58	CS13	
PR7	광고, 판촉, 후원 등 마케팅 커뮤니케이션에 관한 규제 위반 사례의 횟수와 형태	●	58	CS14	
PR8	고객개인 정보 보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만건수	●	58	CS15	
PR9	고객 사생활 침해에 관한 제기된 불만사항 수	●	58	CS12, CO2	

\*① / \*○ 데이터 없음

#### GRI G3.1 적용 레벨 선언

유한킴벌리는 GRI G3.1 가이드라인에 따라 본 보고서를 작성하였으며, 적용레벨 등급을 'A'로 자체선언합니다.  
유한킴벌리 2012 사회책임경영보고서 검증을 수행한 (주)DNV 인증원으로부터 금번 보고서가 GRI G3.1 적용수준 'A+'를 만족함을 확인하였습니다.

보고서 적용레벨		C	C+	B	B+	A	A+
지표영역표	G3.1 프로파일 공시 결과물	Output	보고 항목 : 1.1, 2.1-2.10, 3.1-3.8, 3.10-3.12, 4.1-4.4, 4.14-4.15	C레벨 모든 항목의 보고에 추가하여 보고 : 1.2, 3.9, 3.13, 4.5-4.13, 4.16-4.17	지표영역표	B레벨 요구사항과 동일	지표영역표
	G3.1 경영방식 공시 결과물		필요치 않음	지표범주별 경영방식 공시		지표범주별 경영방식 공시	
	G3.1 성과지표, 산업가이드 성과지표 결과물		경제, 사회, 환경에서 최소 한가 지씩을 포함하여 최소 10가지 성과지표에 관한 보고	경제, 환경, 인권, 노동, 사회, 제 품 책임에서 최소 한 가지씩을 포함하여 최소 20가지 성과 지 표에 관해 보고		a)지표에 관한 보고, b)누락에 대한 이유설명 중 하나를 통해 중요성 원칙과 관련된 핵심 G3 와 산업가이드 *지표 각각에 대한 보고	
*산업가이드 최종 버전							

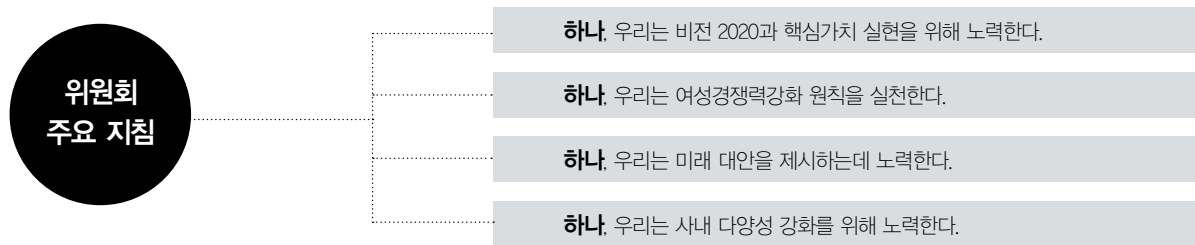
# ISO 26000

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 국제표준화 기구(ISO, International Organization Standardization)에서 제정한 지침입니다.

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

핵심주제	쟁점	페이지
조직 거버넌스	의사결정 과정과 구조	50
인권	실사	54
	인권위험상황	-
	공모회피	-
	고충처리	54
	차별과 취약집단	51~52
	시민의 권리와 정치적 권리	52
	경제, 사회 및 문화적 권리	52
	직장에서의 기본원칙과 권리	16, 52
노동관행	고용과 고용관계	51~52
	근로조건과 사회적 보호	51~52
	사회적 대화	52
	직장에서의 보건과 안전	51~52, 54
	인적개발과 직장 내 교육	52~54
환경	오염방지	67~70
	지속가능한 자원 이용	25, 68~69
	기후변화 완화와 적응	24~28
	환경보호와 자연서식지 복원	68
공정운영 관행	부패방지	13, 16
	책임있는 정치 참여	
	공정경쟁	13
	영향력 범위 내에서의 사회적 책임 촉진	57
	재산권 존중	-
소비자 이슈	공정 마케팅	58
	소비자 보건과 안전 보호	58, 60
	지속가능한 소비	25
	소비자 서비스, 자원 및 불만과 분쟁 해결	59~60
	소비자 정보보호와 개인정보보호	58
	필수서비스에 대한 접근	-
	교육과 인식	61
커뮤니티 참여 및 개발	지역사회 참여	64~66
	교육과 문화	65
	고용창출과 스킬개발	-
	기술개발과 접근	-
	부와 소득 창출	-
	보건	-
	사회적 투자	-

# 여성위원회 주요 지침

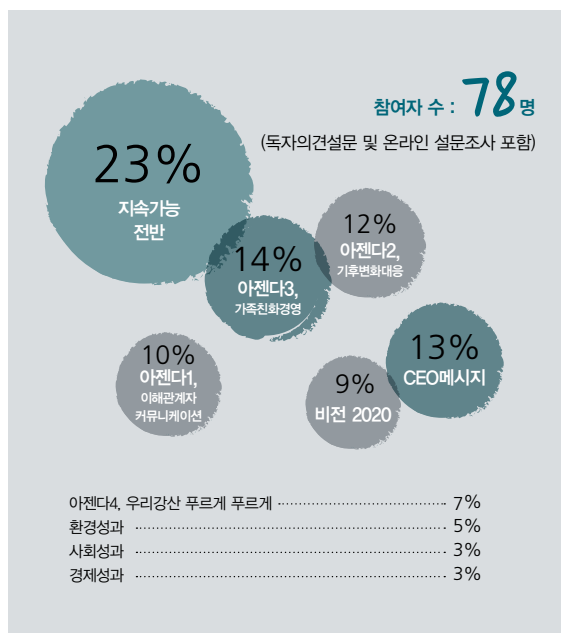


## [UN Global Compact 여성경쟁력강화(Women's Empowerment Principle) 원칙]

- 원칙 1** 양성평등을 위한 기업 고위급 리더십을 구축한다.
- 원칙 2** 직장 내에서 여성과 남성을 동등하게 대우한다. - 인권을 존중하고 차별을 철폐한다.
- 원칙 3** 여성과 남성 근로자의 보건, 안전, 복지를 보장한다.
- 원칙 4** 여성을 위한 교육과 직업훈련, 전문인력개발을 장려한다.
- 원칙 5** 여성경쟁력 강화를 위한 기업 개발, 공급망 및 마케팅 전략 구축 등을 실행한다.
- 원칙 6** 지역사회의 이니셔티브와 정책을 통해 양성평등 확보를 위한 노력을 한다.
- 원칙 7** 양성 평등 달성을 위한 과정을 측정하고 공시한다.

# 2011 사회책임경영보고서 피드백 (결과 수록)

독자의견 설문은 기존에 지속가능경영성과로 통합하여 진행하던 항목을 아젠다별로 별도 설정하였습니다. 또한 보고서의 전체 내용 중 유익했던 장을 복수응답으로 2개 선택한 후 선택한 장 가운데 어느 부분이 가장 유익했는지에 대한 의견도 수렴할 수 있도록 변경하여 조사하였습니다.



### 유익했던 내용 (최우선 순위 순)

- 1 지속가능전반 (윤리경영과 리스크 관리)
- 2 아젠다3, 가족친화경영 (가족친화 경영체계 및 활동)
- 3 CEO 메시지

### 2011 보고서에 대한 의견 & 2012 보고서 반영결과

**의견 1** 보고서에 전반적으로 많은 내용을 담고 있어서 좀 더 축약하면 더 읽기 용이할 것 같습니다.

→ 이번 보고서에서는 표 및 도식화를 통해 가독성을 높이고자 했습니다.

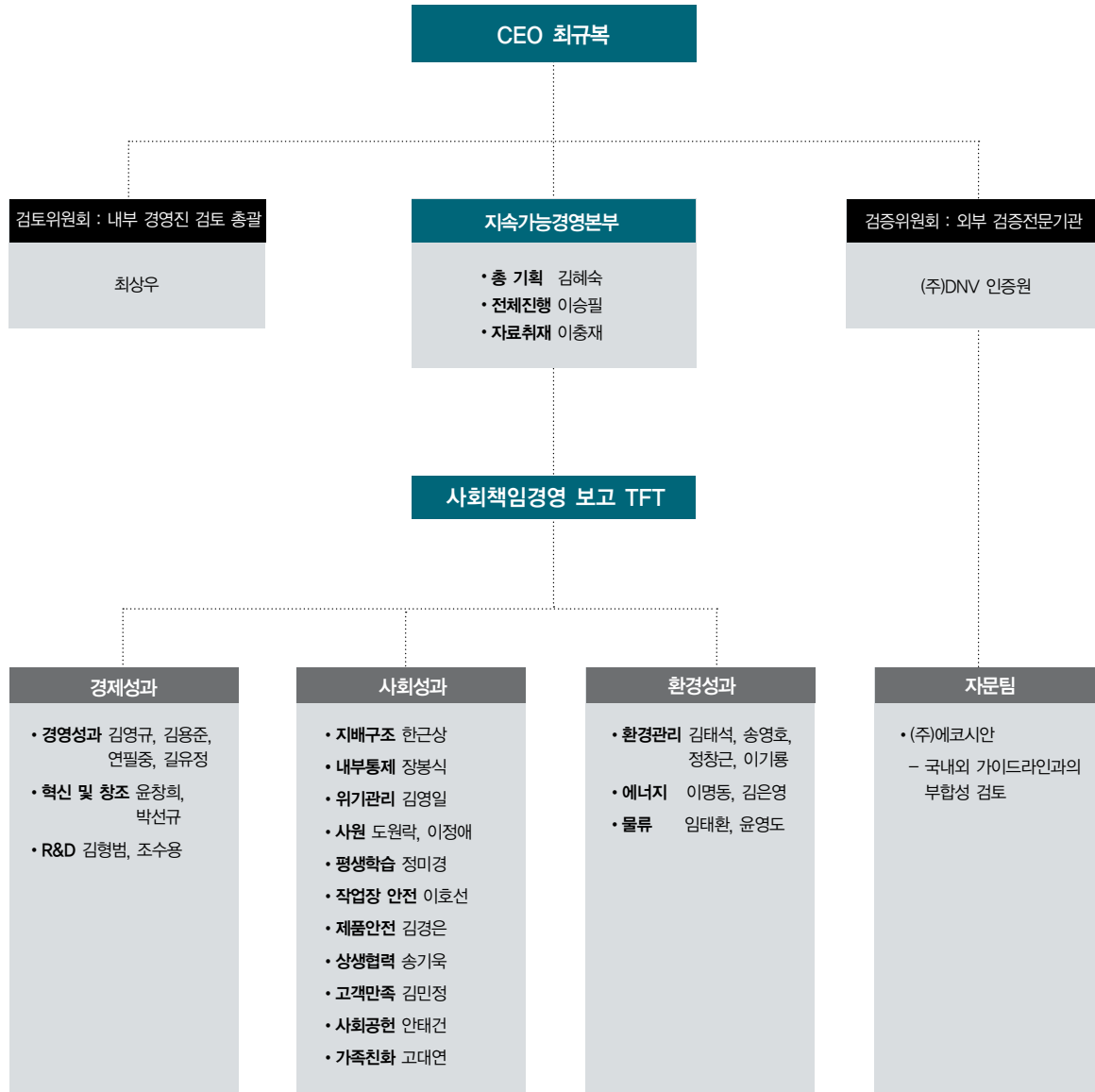
**의견 2** 예전 보고서에서 디자인이 확 바뀌었는데 그 이유가 무엇인지요?

→ 2011년 보고서의 경우 비전 2020의 수립에 따라 새롭게 힘찬 유한킴벌리의 도전을 표현하고자 디자인을 변경했습니다. 하지만 그 이전 보고서 디자인이 더 좋다는 많은 분들의 의견으로 인해 이번 보고서에는 2010년까지의 보고서 디자인과 유사한 컨셉으로 재변경하였습니다.

**의견 3** 뉴스나 메스컴에서 다루는 일반적인 사항을 자세히 다루어 주었으면 합니다.

→ 이번 보고서에는 물티슈 보존제에 대한 안전성에 관한 이슈를 제기한 마스크 사태 및 유한킴벌리제품과의 연관성을 보고하였습니다. (60p 참조)

# 2012 사회책임경영 보고 조직



사회책임경영 보고를 위해 도와주신 모든 분들께 감사드립니다.

그 외에도 보고서 작성에 참여해 주신 분들 (호칭 생략) : 강경희, 명하은, 서우찬, 신희철, 이재우, 이종웅, 정규식, 최영남, 홍승표

# 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 및 개인투자자   |
| <input type="checkbox"/> 협력회사    | <input type="checkbox"/> 정부기관 | <input type="checkbox"/> 시민단체 및 지역사회 주민 |
| <input type="checkbox"/> 언론 및 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? (대분류 중 택 2)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> CEO 메시지  |  |
| <input type="checkbox"/> 지속가능전반   | • 비전과 핵심가치 / 지속가능한 조직과 사업 • 윤리경영 / 위기관리<br>• 장수기업이 되기 위한 최우선 조건 / 2011 하이라이트 |
| <input type="checkbox"/> 사회책임경영 4대 아젠다(2개 선택)                           | • 아젠다 1. 신규사업 창출 • 아젠다 2. 기후변화 대응<br>• 아젠다 3. 우리강산 푸르게 푸르게 • 아젠다 4. 가족친화경영   |
| <input type="checkbox"/> 사회책임경영 성과보고(경제/사회/환경 성과 중 택 1, 선택한 성과에서 • 택 1) |  |
| <input type="checkbox"/> 경제성과   | • 숫자로 본 경영지표 • 경제적가치 창출과 효과적 자산관리 • 혁신경영 · 창조경영                              |
| <input type="checkbox"/> 사회성과   | • 주주 • 사원 • 협력회사 • 고객 • 지역사회   |
| <input type="checkbox"/> 환경성과   | • 물질 흐름도 • 효율적인 자원사용과 재활용 • 환경실적 15년 추세                                      |
| <input type="checkbox"/> 기타   |  |

## 4. 다음 설문은 보고서 전반에 대해 어떻게 생각하시는지에 대한 질문입니다.

		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
<input type="checkbox"/> 내용	1) 문장 표현이 명확하고 이해하기 쉽다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	2) 용어파악이 용이하다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> 중요이슈를 충분히 다루고 있다 (신규사업 창출, 기후변화 대응, 우리강산 푸르게 푸르게, 가족친화경영)		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	1) 색채 구성이 적절하다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> 디자인	2) 이해하기 쉽도록 도표가 사용되었다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	3) 글자크기가 적절하다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	4) 글씨체가 읽기 용이하다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> 제공된 정보에 신뢰가 간다		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> 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.

---



---



---



2012 사회책임경영보고서

독자 의견 설문지

# 사람이 희망이다

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

● 보내실 곳

우편 | 135-725 서울특별시 강남구 테헤란로 504

유한킴벌리 지속가능경영본부 환경경영팀

이메일 | [webmaster.korea@y-k.co.kr](mailto:webmaster.korea@y-k.co.kr)

팩스 | 02-528-1063





## 주요 학회 및 협회 가입현황

- 국제경영원 (KOKJE)
- 기업소비자전문가협회 (OCAP)
- 다목적기업최고경영자 협회  
(Korean CEO's Association of multina)
- 대한산업안전협회
- 유엔글로벌콤팩트 한국협회 (UNGCKN)
- 윤경 CEO 클럽 협회/윤경 SM포럼 협회
- 인사관리협회
- 전국경제인연합회
- 한국노년학회
- 한국능률협회
- 한국소방안전협회
- 한국씨에프오협회 (CFO KOREA)
- 한국에이이오진흥협회 (AEO)
- 한국에이치알디협회 (KOREA HRD)
- 한국전력기술인협회
- 한국제지공업연합회
- 환경보전협회  
(가나다 순)

## 주요 협력 및 가입단체

- 녹색연합
- 동북아산림포럼
- 만분클럽
- 문학의 집 서울
- 미래포럼
- 생명의 숲
- 서울그린트러스트
- 에코피리더십센터
- 평화의 숲
- 한중일비교문화연구소
- 환경운동연합
- 환경재단
- 환경정의  
(가나다 순)

## 유한킴벌리 사회책임경영보고서가 걸어온 길



- 2006** 제1회 지속가능경영대상 대상 수상 (서울과학종합대학원)
- 2007** 제2회 지속가능경영대상 2회 연속 수상 (산업자원부)  
지속가능경영지수평가 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)
- 2011** 한국사회공헌대상 수상 (한국언론인포럼)  
행복더함 사회공헌대상 수상 (한국소비자학회, 동아일보)  
글로벌스탠다드 경영대상 지속가능성보고서상 수상 (한국능률협회인증원)  
우수보고서상 수상 (한국표준협회)

“유한킴벌리가 100년, 200년이 지나도록  
계속 살아남으려면 윤리, 준법경영을 해야 합니다.  
때문에 윤리, 준법경영은 유한킴벌리의 지속가능경영의 원천이라고  
생각합니다. 또한 신뢰와 배려의 기본이기도 합니다.  
유한킴벌리가 꾸는 꿈이 건강하고 옳은 방향과 옳은 방법으로  
이루어지도록 항상 노력하여야겠습니다.”

- CEO 최규복님의 2012년 상반기 경영현황설명회 중에서 -



발행일 2012년 9월 | 발행인 최규복 | 편집인 최상우 | 총기획 김혜숙 | 전체진행 이승필 | 자료취재 및 작성 이충재 | 발행처 유한킴벌리 지속가능경영본부 환경경영팀  
주소 서울특별시 강남구 테헤란로 504 | 전화 02-528-1351 | Fax 02-528-1063 | 검증기관 (주)DNV 인증원 02-723-9598 | 디자인 (주)인투그래픽 02-583-7688