



## 자연의 혜택을 인류에게

자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업 유니베라는 이 땅의 모든 이들이 건강하고 아름다운 삶을 누리기를 소망합니다. 자연의 혜택을 인류에게라는 경영철학에 기반하여 고객에게 건강과 아름다움을 주는 회사로서, 경제, 사회, 환경 분야의 지속가능경영을 통해 자연과 인류의 건강한 선순환을 추구합니다. 유니베라는 모든 이해관계자들과 함께 좀더 나은 세상을 만들기 위해 노력하고 있습니다.

유니베라 지속가능경영 보고서

## 자연의 혜택을 인류에게

uniVera  
유니베라

uniVera  
유니베라

서울시 성동구 성수2가3동 302-4 에코넷센터



# About this report

유니베라가 2013년 지속가능경영 보고서를 발간합니다. 이 보고서는 자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업으로서 자연의 혜택을 인류에게 전하는 유니베라 사람들의 건강한 지속가능경영을 위한 의지와 노력, 그 결과물을 담고 있습니다.

## 작성 원칙

GRI(Global Reporting Initiative)의 G3 가이드라인

## 보고 기간

2011년 1월 1일~2012년 12월 31일

## 보고 범위

유니베라 한국

## 데이터 보고

연단위 회계연도 기준, 과거 실적 추이는 최근 2개년인 2011년~2012년

## 보고서 검증

내부검증, 전문가 자문

## 구성 특징

경제, 사회, 환경의 중대성 평가 결과에서 도출된 상위 이슈는 ‘Special Page’를 통해 보고하며, 이때 보고범위를 유니베라 한국을 포함한 전 사업장인 에코넷(ECONET)으로 확장합니다.

## 보고서 담당자

본 보고서에 대하여 추가 정보가 필요하거나 문의사항이 있으신 경우,

다음의 연락처로 문의해주시기 바랍니다.

지속가능경영 보고서 링크\_ <http://www.univera.com>

전화\_02-460-8922

팩스\_02-460-8833

담당부서\_서울특별시 성동구 성수2가3동 302-4 에코넷센터 (주)유니베라 브랜드커뮤니케이션팀



01 CEO'S Message	009
02 이해관계자 및 중대성 평가	011
03 지속가능경영성과	013
04 경제성과	027
05 사회성과	039
06 환경성과	067
07 GRI Index	079





자연의 혜택을 인류에게  
**Bringing the best of nature  
to humankind**

건강한 자연이  
사람을 미소짓게 합니다.

유니베라와  
함께 웃습니다.

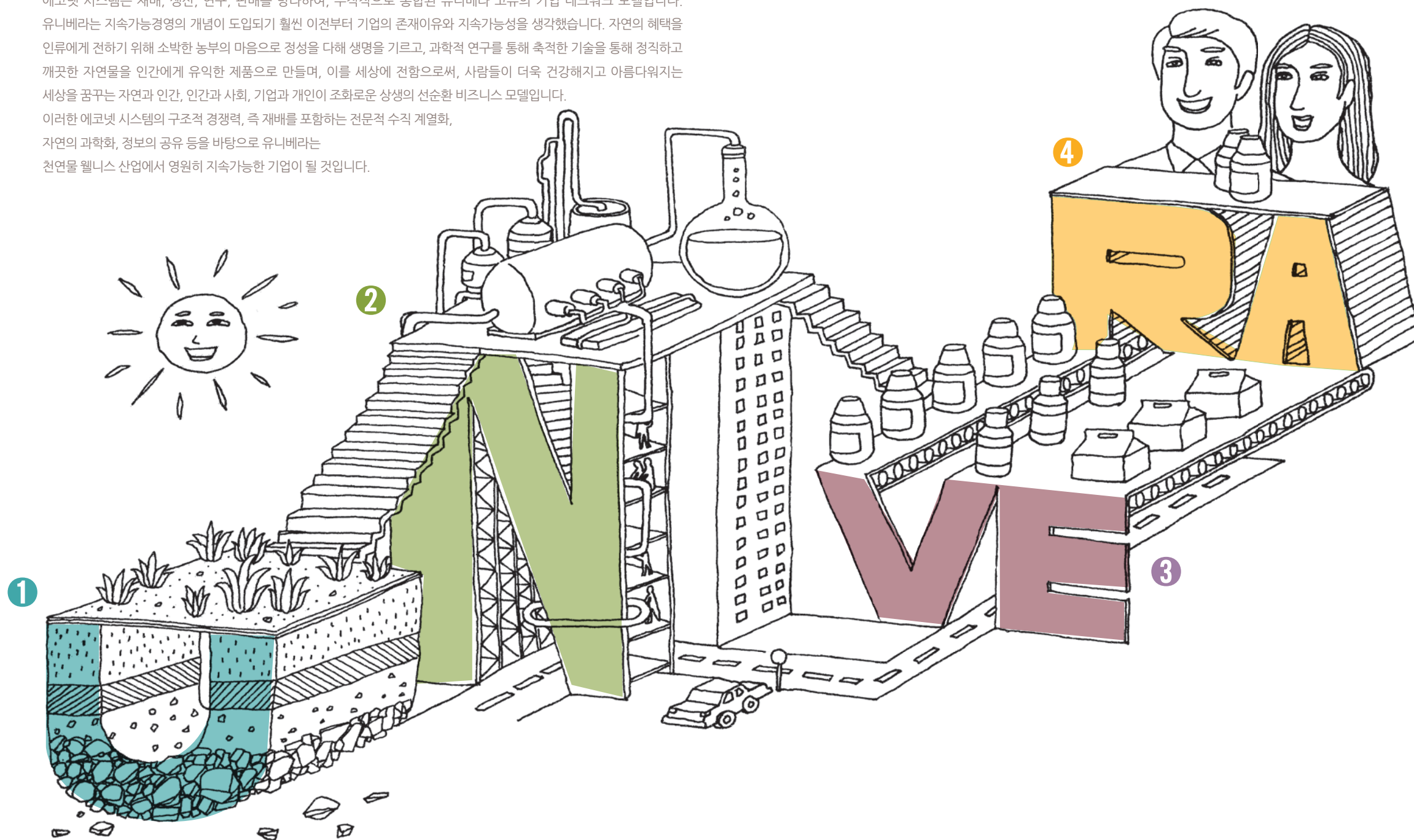


# 유니베라 지속가능경영 - 에코넷 시스템



에코넷 시스템은 재배, 생산, 연구, 판매를 망라하여, 수직적으로 통합된 유니베라 고유의 기업 네트워크 모델입니다. 유니베라는 지속가능경영의 개념이 도입되기 훨씬 이전부터 기업의 존재이유와 지속가능성을 생각했습니다. 자연의 혜택을 인류에게 전하기 위해 소박한 농부의 마음으로 정성을 다해 생명을 기르고, 과학적 연구를 통해 축적한 기술을 통해 정직하고 깨끗한 자연물을 인간에게 유익한 제품으로 만들며, 이를 세상에 전함으로써, 사람들이 더욱 건강해지고 아름다워지는 세상을 꿈꾸는 자연과 인간, 인간과 사회, 기업과 개인이 조화로운 상생의 선순환 비즈니스 모델입니다.

이러한 에코넷 시스템의 구조적 경쟁력, 즉 재배를 포함하는 전문적 수직 계열화, 자연의 과학화, 정보의 공유 등을 바탕으로 유니베라는 천연물 웰니스 산업에서 영원히 지속가능한 기업이 될 것입니다.



## ① 재배 - 알로콥

세계적인 농장을 운영하여 원료를 공급하는 알로콥에서는 전 세계 천만 평 농장에서 천연물을 직접 재배하고 있습니다. 최적의 재배 장소를 찾아, 원료의 안정적 공급을 담당하는 알로콥에서는 연평균 23도에 풍부한 태양이 있는 멕시코 탐피코, 미국 힐탐가든, 중국 하이난 등지에서 알로에를, 러시아 크라스키노 농장에서는 황금과 에키네시아, 복두를 재배하고 있습니다.

## ② 연구 - 유니젠

천연물을 연구하여 신소재를 개발하는 유니젠은 유니베라가 한국과 미국에 설립한 천연물 연구소로서 최대 규모의 천연물 데이터베이스인 파이토로직스를 구축, 천연물 관련 신소재를 개발하고 있습니다.

## ③ 생산 - 네이처텍

천연물 소재를 이용하여 제품을 생산하는 네이처텍은 건강기능식품 업계 최초로 KGMP 공장을 준공, 자동화 라인을 구축, 천연물 제품을 생산하고 한국과 미국의 GMP와 호주 TGA 인증을 획득하여 체계적이고 표준화된 우수제조시설로 인정받고 있습니다.

## ④ 판매 - 유니베라

건강기능식품과 화장품 등 웰니스 제품과 서비스를 판매하는 유니베라는 국내 최대의 건강기능식품, 화장품 방문판매회사로서 표준화된 조직관리시스템과 교육, 전산시스템을 통해 조직망을 구축하고 있으며, 한국, 미국, 캐나다에 판매 법인이 있습니다. 유니베라의 건강한 혜택을 전하는 일은 대리점과 유평(UP)가 담당하고 있습니다.



# 유니베라 지속가능경영의 경쟁력

유니베라는 자연에서 최상의 것을 찾아 직접 재배하고 자연의 효능을 뛰어넘는 천연물 연구를 통해 세계 최고의 천연물 웰니스 기업이 되고자 합니다. 유니베라의 꿈이 실현될 수 있도록, 지속가능하게 해주는 유니베라의 차별화된 경쟁력은 바로 직접 재배와 직접 연구입니다.



**러시아 크라스키노 농장**  
21,000,000㎡ (650만 평)부지의  
황금, 복두를 비롯한 천연물 생산  
천혜의 기지



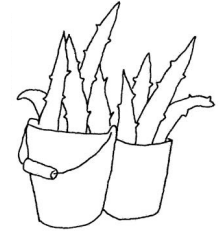
**중국 하이난 농장**  
1,890,000㎡ (57 만평)의  
제4세대 알로에 생산 보고



**미국 힐탑가든 농장**  
2,090,000㎡ (63만 평)으로  
힐링 스파시설을 비롯한  
복합 테마파크 조성



**멕시코 탐피코 농장**  
7,720,000㎡ (233만 평)의 면적으로  
세계 최대 규모의 알로에 농장







# CEO's Message

## 유니베라와 함께 하는 이해관계자 여러분,

2011년에 이어 다시 지속가능보고서를 여러분에게 전합니다. 이 보고서는 UN 글로벌콤팩트의 10대원칙을 기초로 기업과 사회, 인류의 지속가능한 미래를 지향하는 유니베라의 노력과 성과를 담고 있습니다.

아시다시피 기업이 오래 존속하려면 우선 재무적으로 탄탄해야 합니다. 지속적으로 이윤을 내야하고, 이를 통해 이해관계자에게는 적절한 가치를 제공하고 임직원에게는 윤리적인 생활의 토대와 발전의 기회를 제공해야 합니다. 이를 위해서는 물론 소비자가 믿고 찾는 좋은 품질의 제품을 생산해야 합니다.

자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업, 유니베라도 이러한 원리에서 벗어나지 않습니다. 이를 위해 유니베라는 재배, 연구, 생산, 유통이 수직적으로 통합된 '에코넷 글로벌 시스템'을 구축했습니다. 세계 여러 나라에서 농장을 직접 경영하며 최적의 조건에서 최적의 천연물을 재배합니다. 한국에서 처음으로 알로에를 산업화한 알로에 선도기업으로서 닮은 과학적 연구역량을 바탕으로 천연물 연구에 도전하여 인류의 건강과 아름다움을 위한 신소재를 개발합니다. 이는 '자연의 혜택을 인류에게' 철학으로 무장한 유니베라 사람들의, 인류의 진정한 웰니스를 추구하는 제품의 판매로 이어집니다.

기업활동으로 부를 쌓는 동시에 세상을 건강하고 아름답게 만드는 꿈을 함께 하는 행복한 일터, 유니베라의 진정한 가치 추구는 건강한 자연의 순환에서 벗어나지 않습니다. 자연의 법칙 안에서 자연을 지키고 가꾸며 자연 속에서 진실과 기적을 찾습니다. 이 경이로운 기쁨이 유니베라의 생산사슬의 바탕입니다. 나아가 유니베라는 기업 활동 자체가 인간의 삶과 사회의 질을 개선하는 방향으로 나아가기를 소망합니다. 단순히 이윤의 일부를 사회로 환원하는 이분법을 넘어서서 생산 연구 판매의 기업활동 자체가 인간과 사회의 진보에 기여하기를 희망합니다. 고객과 함께 하는 유니베라의 서브 퍼스트, 힐링원의 기적 활동이 이러한 생각의 단초입니다. 그리하여 말 그대로 좋은 제품을 제대로 만들어 더 많은 사람들에게 전하는 것, 더 많은 사람이 혜택을 얻고 더 많은 사람이 풍요롭게 되고 그 속에서 자연과 인간이 상생하고 세상이 전보다 나아지는 것, 그것이 유니베라의 웰니스, 지속가능경영의 요체입니다.

이 보고서가 이해관계자 여러분의 이해에 도움이 되고 함께 더 나은 미래를 열어가는 발판이 되기를 기대하며 성원과 격려를 부탁드립니다.

고맙습니다.

에코넷 총괄사장 이 병 훈



# 유니베라의 이해관계자 및 중대성 평가

## 지속가능경영과 이해관계자

지속가능경영은 우리가 살고 있는 지역사회와 국가, 나아가 전 지구의 지속가능성을 제고하기 위한 기업의 노력을 말합니다. 기업의 존재이유가 부와 명성을 쌓는 것만이 아니라, 사회적 책임성과 환경적 건전성을 균형 있게 추진하는 것을 의미합니다. 이를 바탕으로 주주뿐만 아니라 다양한 이해관계자에게 지속적으로 가치를 제공하는 것을 목적으로 삼는 새로운 기업경영 패러다임입니다. 다양한 이해관계자 경영을 시스템으로 도입해야 한다는 경영 원칙은 글로벌 기업을 중심으로 이미 세계적 트렌드로 자리 잡고 있습니다. 지속가능경영의 기본은 주주뿐 아니라 다양한 이해관계자를 경영에 참여시키는 것입니다. 임직원, 지역사회, 협력사, 소비자 등 다양한 이해관계자의 목소리가 경영 과정에 반영될 수 있어야 기업이 제대로 성장할 수 있습니다. 유니베라와 관계된 다양한 이해관계자의 가치를 높이기 위해 이해관계자를 정의, 중대성 평가 도출을 하고, 이를 중심으로 어떠한 노력과 이행을 하고 있는지를 보고서에 담았습니다.

## 이해관계자 정의

유니베라의 주요 이해관계자는 주주, 고객, 협력사, 대리점, 임직원, 지역사회로 정의합니다. 이중 대리점은 법적으로는 위탁사업자의 형태를 띄고 있으나, 대리점의 사장과 유피(Univera Planner: 유니베라 생활건강 설계사)역시 ‘유니베라 가족’입니다. 이에 내부 주요 이해관계자로 보고하고 있습니다. 이 밖에도 정부 및 민간단체, NGO 등 다양한 이해관계자와의 커뮤니케이션을 통해 회사가 창출한 경영성과를 투명하게 공개하고, 이해관계자들과 소통을 꾀하고 있습니다.

## 이해관계자와의 소통

유니베라의 경영활동은 이해관계자와의 소통과 참여 속에서 이루어지고 있습니다. 다양한 채널을 통해서 이해관계자와의 접점을 높여가고, 이들의 제안 및 의견을 수렴하여 경영활동에 반영하고자 노력하고 있습니다.

## 이해관계자 소통 채널

구분	커뮤니케이션 채널
주주	이사회, 공시, 기업방문
고객	COS 시스템, 콜센터, 기업 브랜드 사이트, 사외보 유니베라, 고객만족도 조사, 사외보 땅위의 심은 별
대리점	COS 시스템, 사장단 협의회, 체험단, UCS(유피학습사이트), IPTV, 라이브방송, 해외농장연수, 전국사장단세미나, 지역별 사장단 간담회, 영업 컨설팅
임직원	노사협의회, 임직원 월례조회, 사내보 에코넷 웨이, 임직원 만족도 조사, 인트라넷(EGGS), 업무고충 상담제도 운영, 총괄사장 간담회, 사장개인면담의 시간
협력사	관계사 CCMS 개선회의, 신제품개발소위원회, 에코넷임원화상회의, 정기/비정기제품개발품질회의, 에코넷임원워크샵
지역사회	임직원 자원봉사활동, 유니베라 웰니스음악회, 정부정책 협력사업, 지역사회 자매결연, 한국희귀난치성질환연합회 지원사업 등

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

011

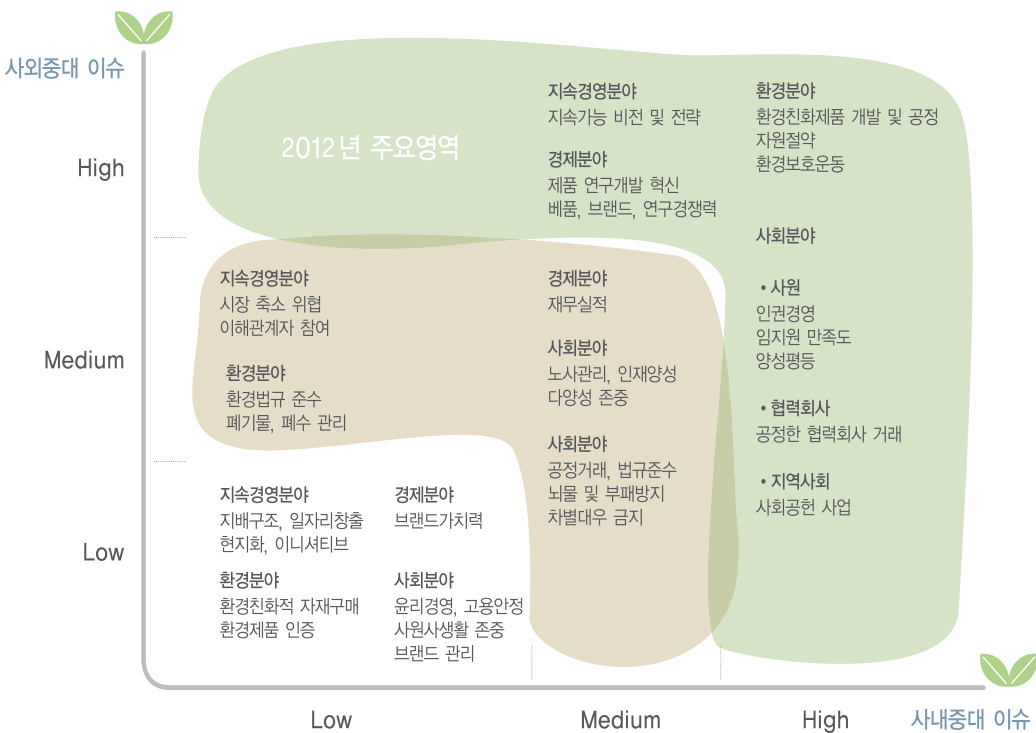
지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

012

## 중대성 평가

유니베라는 지속가능경영을 위한 주요 이슈와 우선 순위를 파악하기 위해 내외부 이해관계자를 대상으로 중대성 평가를 실시하였습니다. 본 중대성 평가를 위해 유니베라는 지속가능한 경영을 위해 에코넷 차원에서 장기전략 수립 결과를 통해 최초 이슈를 구성한 후, 각 본부의 리뷰를 거쳐 최종 이슈를 선정하였습니다. 이때 유니베라의 전략적 중요 사안에 대해서는 보고서와는 별도로 스페셜 이슈로 다루어 유니베라 한국 외 전체 에코넷 사업장으로 확대해 공개하고 있습니다. 앞으로도 이해관계자를 대상으로 정기적으로 이슈를 파악하여 이를 지속적으로 관리할 계획이며, 해당 이슈에 대해서는 지속가능경영 보고서를 통해 소통하겠습니다.

## 전체 중대 이슈 - 지속가능경영, 경제, 사회, 환경 분야







# 지속가능 경영성과



건강하고 아름다운 삶!!

자연의 혜택을 인류에게 전하여  
인간과 자연이  
조화로운 세상을 만드는 데  
기여하고자 하는 꿈을 실현하겠습니다.

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

013

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

014

## 지속가능경영 DMA(Disclosure on Management Approach)

### 기업소개

1976년 남양알로에라는 이름으로 시작한 유니베라는 지난 37년 동안 '자연의 혜택을 인류에게'라는 기업철학을 실천하며, 건강기능식품 업계를 선도하는 기업으로 성장해왔습니다. 2006년 창사 30주년을 맞이하여 ㈜유니베라로 사명을 변경하였습니다. 알로에 소재의 연구에 대한 노하우를 통해 천연물 소재로까지 연구 영역을 넓혀 세계 천연물 건강기능식품 및 화장품 사업에 본격 진출하고 있습니다. 지난 37년 동안 구축해온 핵심역량들을 재조명하여 온전한 건강과 웰니스를 지향하는 소비자들의 패러다임의 변화에 맞춰 시장을 주도할 수 있는 성장구조를 완성하는 것이 핵심전략입니다. 혁신적인 제품, 차별화된 서비스, 강력한 브랜드 인지도를 통해 2014년까지 매출 2,000억 원 규모의 웰니스 기업으로 도약하고자 합니다.

구분	2012	2013	2014
비전	자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업		
재무실적 및 목표	매출 830억	매출 1,500억	매출 2,000억

### 지속가능경영

유니베라는 자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업입니다. 이 땅의 모든 이들이 유니베라를 통해 건강하고 아름다운 삶을 누리기를 소망합니다. 유니베라는 '자연의 혜택을 인류에게'라는 경영철학을 기반으로 고객의 몸, 마음, 영혼의 웰니스를 추구하는 회사로서, 환경, 경제, 사회 분야의 지속가능경영을 추구합니다. 유니베라는 단순히 이윤추구라는 기업의 목적을 넘어 사회를 구성하는 공동체로서의 역할을 인식하고 있습니다. 유니베라와 관계를 맺고 있는 모든 이해관계자들과 좀 더 나은 세상을 만들며 지속가능한 인류의 발전을 위해 독자적인 비즈니스 모델인 에코넷 시스템을 갖추고 자연과 인간, 인간과 사회, 사회와 국가간의 선순환을 도모합니다.

### 성장비전

유니베라의 성장은 결코 수적인 성장만을 의미하지 않습니다. 자연의 혜택을 좀 더 많은 인류에게 전하고 인간과 자연이 조화로운 세상을 만드는 데 기여하고자 하는 꿈을 대리점과 유포(UP), 유니베라가 공유하며 함께 지속가능한 성장을 목표로 하고 있습니다.

### 도전과제

#### 글로벌 웰니스 기업으로의 성장

지속적으로 성장하고 끊임없이 기여하는 기업만이 새로운 가치를 창출할 수 있습니다. 유니베라는 글로벌 웰니스 기업으로 성장하기 위해 동반자 관계에 있는 대리점, 유포(UP)와 함께 진정한 경쟁력을 창출해야 한다고 판단하였습니다. 대리점, 유포(UP), 유니베라가 글로벌 웰니스 기업에 부합하는 지속가능한 성과를 도출하는 데 주력할 계획입니다.







# 기업소개

## 유니베라 개요

“만나세요 유니베라! 누리세요 웰니스”

유니베라(대표 이병훈)는 자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업으로 1976년 국내 최초로 알로에 건강보조식품 제조에 성공을 거두고 우리나라 알로에 산업을 개척해온 (주)남양알로에로의 새로운 이름입니다. 알로에 소재의 연구에 대한 노하우를 통해 천연물 소재로까지 연구 영역을 넓혀 건강 기능식품, 화장품 등을 통해 웰니스 시장에 본격 진출하고 있습니다.

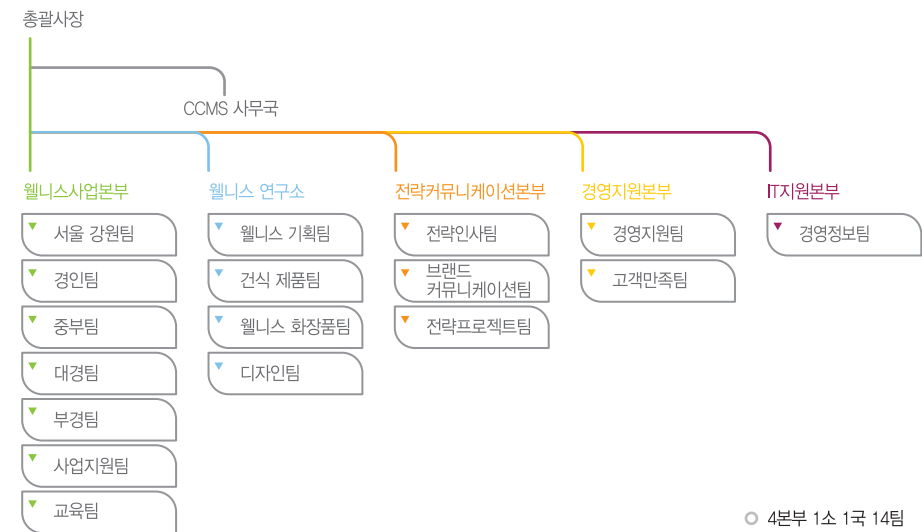
유니베라는 국내 알로에 건강기능식품 시장 전체의 45% 이상의 시장점유율을 차지하며 당당히 업계 선두를 지키고 있으며, 전국적으로 400여 개의 대리점과 2만5,000여명의 유포(UP: Univera Planner)들이 활동하고 있습니다. 세계적으로도 알로에 분야 1위 기업이며, 또한 지식경제부 주관 세계일류상품에 10년 연속으로 선정되는 쾌거를 달성했습니다. 현재 다양한 천연물을 원료로 한 건강기능식품과, 약용 식물의 신비로운 효능으로 피부를 근본부터 케어하는 천연 약용 식물 고기능성 화장품 ‘리니시에’, 세계 최초로 베이비 알로에를 활용한 자연주의 기조 스킨케어 브랜드 힐탑가든을 선보이고 있습니다. 또한 도라지 난초 뿌리에서 추출한 ‘유니화이트’ 성분으로 만든 전문 화이트닝 케어 라인 화장품 리니시에 W389가 고객에게 폭발적인 호응을 얻고 있으며 유니베라의 균형과학으로 설계한 푸드 솔루션, 빌리브 웰니스푸드가 출시되어 새로운 바람을 일으키고 있습니다.

## 조직 개요

- 회 사 명 : (주)유니베라
- 설 립 일 : 1976년 4월 5일
- 대 표 : 이병훈
- 대표전화 : 1588-1976
- 본사위치 : 서울특별시 성동구 성수동2가3동 302-4 에코넷센터 (우) 133-120
- 주요사업 : 건강기능식품, 화장품

## 조직 운영

(2012년 12월 기준)



2012  
Univera  
Sustainability  
Report

015

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

016



# 경영이념

## 업(業)의 시작

인류가 알로에를 사용한 역사는 거의 6,000년을 거슬러 올라갑니다. 기원전 4,000년경에 세워진 이집트 한 사원의 벽화에서부터 성경, 허준의 <동의보감>까지, 고문서와 사람들의 경험을 통해 알로에의 이로움이 알려져왔습니다. 하지만 알로에가 어떤 효능을 가졌는지, 그 효능을 발휘하는 성분이 무엇인지는 동서양을 막론하고 밝혀진 바가 없었습니다. 1976년 (주)남양알로에로 시작, 국내 최초로 알로에 시험 재배에 성공한 이후, 알로에 산업화에 앞장서온 결과 국내 알로에 시장을 선도기업이 되었습니다. 1998년부터 안정적인 원료 확보를 위해 미국 힐탑가든에 알로에 농장을 개척하였으며, 미국, 멕시코 러시아, 중국 등지에서 알로에와 천연약용식물등을 직접 재배하고 있습니다. 또한 세계 최초로 알로에의 효능을 과학적으로 밝혀내며, 세계 최초의 알로에 전문재단인ARF를 설립하고 알로에 과학화에 앞장 서 왔습니다. 이러한 원동력을 바탕으로 세계 최고의 알로에 전문기업이 되었습니다. 하늘에서 알로에 밭을 내려다보면 별이 촘촘 심긴 듯한 모양을 하고 있습니다. 인류의 건강과 미래를 위해 유니베라는 땅 위에 알로에 별을 심었습니다. 그리고 건강한 자연의 혜택을 보다 많은 세계 인류에게 전하기 위해 유니베라로 사명을 변경하고 천연물 웰니스 시장에서 세계 최고의 기업이 되고자 노력하고 있습니다. 백 년 이백 년이 가도 마르지 않는 우물처럼 사람과 자연, 인류의 건강과 미래를 생각하는 지속가능한 기업이 되고자 합니다.

## 기업철학

### 자연의 혜택을 인류에게 (Bringing the best of nature to humankind)

‘자연의 혜택을 인류에게’는 유니베라가 지향하는 공통의 기업철학이자 창업이념입니다. 이는 최고의 것, 최선의 것을 전달하겠다는 유니베라의 의지이자 약속입니다. 유니베라의 기업 활동은 궁극적으로 자연과 인류가 더불어 조화롭고 행복한 삶을 영위하는 것을 추구하고 있으며 유니베라의 기업 가치는 공공의 이익으로 국가와 사회를 넘어선 전 인류에 환원될 때 진정한 가치를 지닙니다.

## 비전

### 자연의 혜택을 인류에게 전하는 글로벌 웰니스 기업

- 유니베라는 ‘과학이라는 문명의 이기로 자연으로부터 최고를 찾아 건강과 아름다움을 주는 회사’라는 업(業)의 정의에 따라 ‘자연의 혜택’을 가장 직접적으로 전할 수 있는 천연물 시장을 사업의 범주로 합니다.
- 기업철학을 통해 지속적으로 추구하는 ‘최고’의 가치는 세계적으로 인정받을 수 있는 앞선 기술과 품질이 지속됨을 의미합니다.
- 천연물에 관한 강력한 연구개발 능력을 바탕으로 재배, 생산, 원료 및 완제품 판매마케팅을 수직계열화하는 효율적 국제 네트워크를 구축함으로써, 천연물 시장(Natural Product Industry)에서 영원한 세계 최고 기업의 기반을 구축합니다.

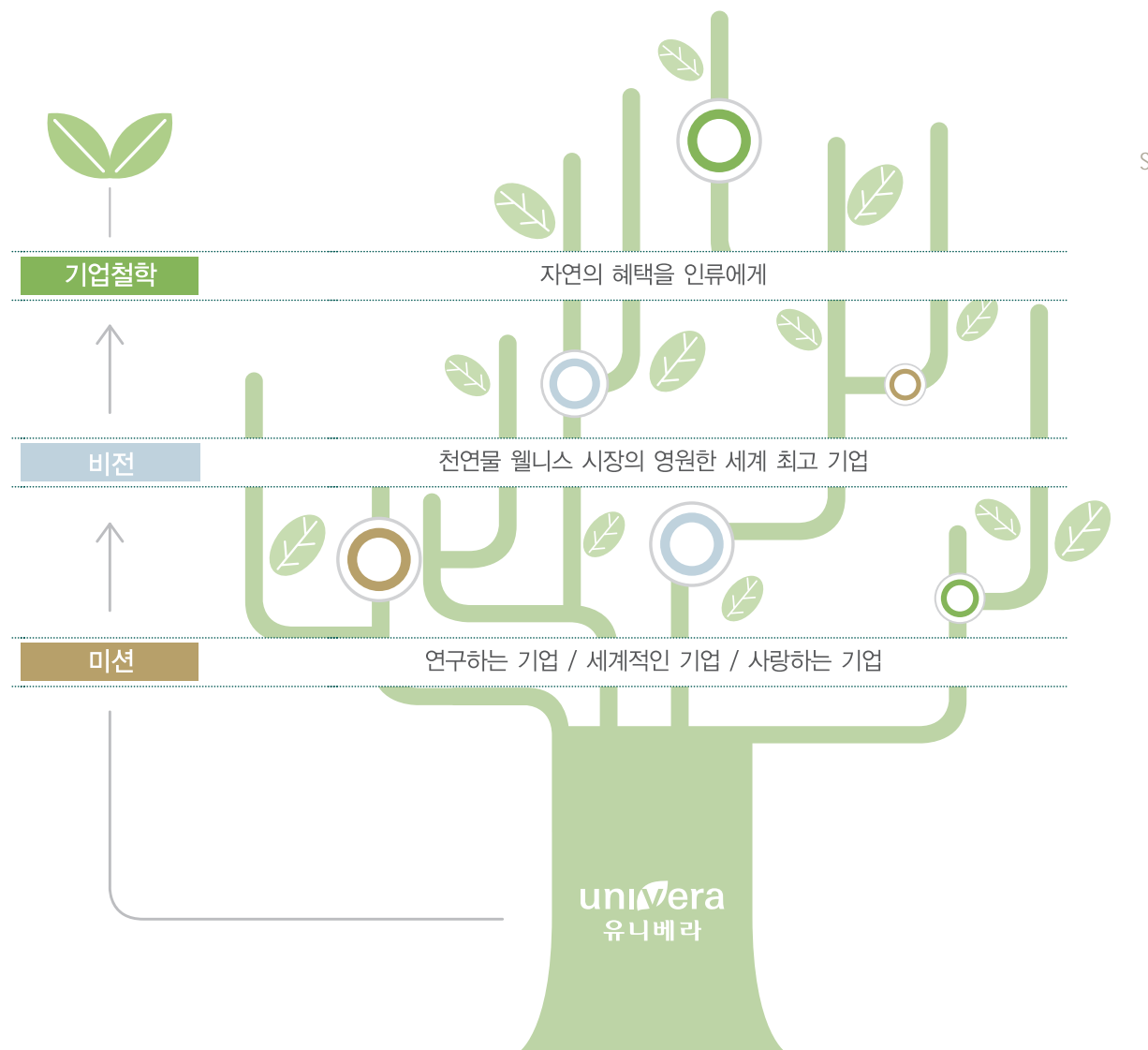




## 미션

- | 세계적인 기업 |** 기업의 이윤보다 세계 인류의 이로움을 먼저 생각하며 전 세계 천연물 산업을 이끌어가는 글로벌 기업으로 자리매김합니다.
- | 연구하는 기업 |** 세계 최고의 천연물 연구자들이 마음껏 연구할 수 있도록 아낌없이 투자하여 가장 좋은 천연물 제품을 만들어냅니다.
- | 사랑하는 기업 |** 사람을 귀하게 여기는 마음으로 사랑이 담긴 제품을 만들어 인류의 건강과 아름다움을 지켜주고 행복한 생활을 할 수 있게 해줍니다.

## 유니베라의 경영이념 체계



2012  
Univera  
Sustainability  
Report

017

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

018

## 지속가능경영 체계

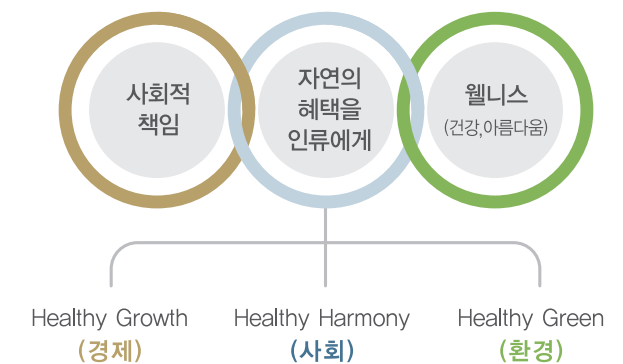
### 유니베라 지속가능경영

유니베라는 자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업입니다. 이 땅의 모든 이들이 건강하고 아름다운 삶을 누리기를 소망합니다. 고객에게 건강과 아름다움을 주는 회사로서, 환경, 경제, 사회 분야의 지속가능경영을 통해 자연과 인류의 선순환을 추구합니다. 유니베라는 단순히 이윤추구라는 기업의 목적에서 벗어나 사회를 구성원으로서의 역할을 인식하고 있습니다. 유니베라와 관계를 맺고 있는 모든 이해관계자들과 좀 더 나은 세상을 만들며 지속가능한 인류의 발전을 위해 노력하고 있습니다.

- 건강한 사회 없이 기업의 지속가능경영은 불가능합니다. 유니베라는 기업의 이해관계자를 비롯한 전 인류에게 건강과 아름다움을 전달하고자 경제, 사회, 환경의 지속가능발전을 추구하고, 건강한 지속가능경영을 펼칩니다.
- 유니베라는 건강한 지속가능경영의 인식을 바탕으로, 제품 개발과 글로벌 시장확대 등 미래 성장동력을 꾸준히 발굴하여 지속가능한 성장기반을 갖추며, 기업의 사회적 책임을 다하는 건강한 글로벌 천연물 웰니스 기업으로 나아갈 것 입니다.



### 지속가능경영 가치 도출







# 지속가능경영 전략

## 지속가능경영 10대 전략

유니베라는 경제, 사회, 환경 분야의 주요 10대 전략을 수립하여 경영 전 부문에 지속가능경영을 통해 건강한 기업을 만들고자 노력하고 있습니다.



# 유니베라 지속가능경영 비즈니스 모델

## 지속가능한 글로벌 통합 네트워크 '에코넷 시스템'

유니베라는 글로벌 천연물 기업으로 발돋움하기 위해 전세계에 천연물 농장을 확보하고 미국 등 선진국에 직접판매법인을 설립하는 등 '원료재배-연구개발-생산-마케팅'의 수직 계열화 된 유기적 기업 네트워크인 에코넷(ECONET) 시스템을 갖췄습니다. 천연물은 기후 조건에 따라 크게 영향을 받기 때문에 안정적인 원료공급이 어려우나 유니베라는 원료의 재배부터 연구개발, 생산, 판매를 총괄하는 에코넷 시스템 구축에 따라 안정적인 공급이 가능하게 됐으며, 소비자들에게 합리적인 가격으로 우수한 품질의 제품을 전달할 수 있게 됐습니다. 유니베라만의 독특한 경영모델인 에코넷은 세계 여느 기업도 선불리 단시일 내 구축할 수 없는 혁신적인 경영 모델로, 유니베라의 지속가능경영을 가능하게 하는 구심점 역할을 하고 있습니다.

## 글로벌 에코넷 시스템 구조도

### ● 재배 : 알로corp(Aloecorp)과 유니젠(Unigen)

세계 알로에 원료시장의 독보적인 위치를 차지하고 있는 유니베라는 알로에와 각종 천연물을

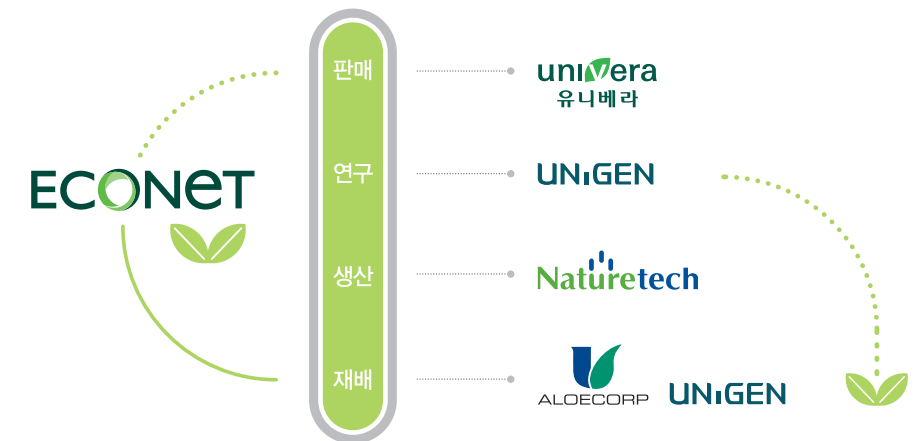
2012  
Univera  
Sustainability  
Report

019

### 지속가능경영성과

경제성과  
사회성과  
환경성과

020



세계 4대 해외농장을 통해 직접 재배함으로써, 우수한 품질의 천연물을 안정적으로 공급하고 있습니다.

유니베라는 현재 러시아 크라스키노에 2,150만㎡, 멕시코 탐피코에 772만㎡, 미국 힐타가든에 209만㎡, 중국 하이난에 189만㎡ 등 대규모 천연물 농장을 확보해 황금, 에키네시아, 알로에 등의 천연식물들을 재배하고 있습니다.

### ● 생산 : 네이처텍(Naturetech)

네이처텍은 1992년에 한국 건강기능식품업계 최초로 KGMP공장을 세웠으며, 현재 동양 최대 규모의 자동화 생산시설을 갖추고 알로에 및 천연물 제품을 생산하고 있습니다. 2005년에는 식품의약품안전청 으로부터 GMP(우수 건강보조식품 제조관리기준) 업소로 지정되면서 우수한 기술력을 인정받고, 이러한 최고의 기술과 시설을 바탕으로 세계적인 천연물 제조 전문회사로 발전하고 있습니다.

### ● 연구 : 유니젠(Unigen)

유니베라는 매출액의 10% 이상을 꾸준히 알로에 연구개발에 투자하면서 축적한 연구력을 바탕으로, 천연물 연구의 노하우까지 획득하였습니다. 유니젠은 알로에를 비롯한 모든 천연물의 유효성분을 연구·분석하기 위해 유니베라가 한국과 미국에 설립한 연구소로서, 유니젠KOREA와 유니젠USA의 공동기술을 통해 최대 규모의 천연물 데이터베이스 '파이토로직스'를 구축하는 데 성공하였습니다. 유니젠은 천연식물 원료 신소재 개발 바이오 기업으로서 미국과 한국의 연구소 운영을 통해 러시아 연해주와 중국 하이난의 천연물 생산단지를 책임 운영하며 천연물 소재의 연구개발 및 생산을 담당하고 있습니다. 2012년에는 글로벌 에스테틱 기업인 에스티로더로부터 혁신상을 받아 우수한 천연물 R&D 능력을 대내외에 입증하였습니다.

### ● 판매 : 유니베라(Univera)

유니베라는 전국 400여 개 대리점, 2만5천여 명의 유포(UP)와 함께하고 있는 우리나라 최대의 건강기능식품 · 기능성화장품 방문판매회사로서, 표준화된 조직관리시스템 UPS와 자체교육시스템 UBA, 전사적 전산시스템인 UCS를 통해 탄탄한 조직을 갖추고 있습니다. 이를 발판으로 세계적인 판매망을 구축해 온 결과 미국, 캐나다에 직접판매법인을 설립했으며, 글로벌 시장으로 판매망을 확대해 나가고 있습니다.





# 글로벌 에코넷

## RUSSIA

2001년 현지법인 유니젠 러시아를 설립하고 연해주 인근지역인 크라스키노 2,150만㎡의 넓은 부지를 확보했습니다. 현재 천연 약용식물인 황금을 비롯하여 신개념 건강식품 빌리브 웰니스푸드에 들어가는 복두 등 한대 지역의 천연물을 재배하고 있습니다. 또한 2011년에는 안중근 단지동맹비공원을 농장내에 건립하여 민족의 애국심을 기리는 국제적인 사회공헌활동을 펼쳤습니다.

## KOREA

국내 최초로 알로에 건강보조식품 제조에 성공을 거둔 유니베라는 40% 이상의 국내 알로에 건강기능식품 시장점유율을 차지하며 당당히 업계 선두를 지키고 있습니다. 전국적으로 400여 개의 대리점이 있으며, 2만 5천여명의 유포(UP: Univera Planner)들이 활동하고 있습니다.

## CHINA

2000년 하이난에 현지법인 알로콧 차이나를 설립하고 2008년 농장 및 원료 생산공장을 완성했습니다. 알로콧 차이나는 중국, 인도네시아, 태국 등 동남아시아와 호주를 비롯한 오세아니아 시장을 공략하기 위한 거점으로, 앞으로 혁신적인 공법으로 생산한 제4세대 알로에를 통해 세계 알로에 시장을 선도할 것입니다.

## USA

미국 현지 판매법인인 유니베라 USA와 유니젠 연구소 그리고 알로에를 제조 하는 힐탑가든 농장이 에코넷 시스템을 통해 유기적으로 연결되어 있습니다. 이를 통해 알로에, 유니화이트 등의 각종 천연물 소재와 다양한 제품들을 해외 시장에 선보이고 있습니다.

## MEXICO

알로에 단일 농장으로는 세계 최대 규모를 자랑하는 탐피코 농장이 위치해 있으며 농장에서 운영하는 공장을 통해 고품질의 알로에 원료를 생산하고 있습니다. 이 원료들은 주로 북미와 멕시코를 중심으로 한 남미지역에 수출되고 있습니다.

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

021

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

022

# 기업지배구조

## 유니베라 지배구조의 특징

기업지배구조는 기업 경영에 직접·간접적으로 참여하는 주주·경영진·임직원 등의 이해관계를 조정하고 규율하는 제도적 장치와 운영기구를 말합니다. 즉 기업의 소유구조뿐 아니라 주주의 권리·주주의 동등대우, 기업지배구조에서 이해관계자의 역할·공시 및 투명성·이사회 책임 등을 포괄하고 있습니다. 즉 통제에 관한 강력한 영향력을 가지고 있기 때문에 이해관계자에게 기업의 지배구조를 밝히는 것은 중요합니다. 유니베라의 주요 주식은 (주)네이처텍이 51.57%, (주)남양이 43.44%를 소유하고 있으며, 상장되어 있지 않습니다. 주식총수는 15만 5,000주, 납입자본금은 15억원입니다.

## 이사회의 구성

유니베라의 이사회는 회사의 최고의사결정기구로서 대한민국 상법과 정관에 따라 사장을 포함한 상임이사(사내이사) 2명과 비상임이사(사외이사) 1명을 포함하여 총 3명으로 구성되어 있으며, 감사 1명이 있습니다. 이사회 의장은 에코넷 총괄사장이 맡고 있습니다.

## 사장의 추천·선정 및 경영실적 관리

대표이사인 사장은 비상임이사와 민간위원으로 구성된 사장추천위원회의 추천과 주주총회의 의결을 거쳐 선임되며, 사장추천위원회는 운영규정에 따라 공정한 후보 심사기준을 마련하여 후보자로부터 제출받은 경영계획서, 후보지원서 등에 근거하여 최종 후보자를 심사, 선정하여 주주총회에 추천하고 있습니다. 사장은 모회사 에코넷과 매년 경영계약을 체결하여 당해연도 이행실적에 대해 경영실적을 평가받고 있습니다. 실적평가는 외부 대학교수 및 관련분야 전문가로 구성된 평가단의 객관적이고 공정한 평가를 받고 있습니다.

## 이사회의 권한과 책임

대한민국 상법 등 관련법과 유니베라 사규에서 규정한 바에 따라 회사의 경영에 관련된 중요사항은 이사회의 심의 의결을 거쳐 집행하고 있습니다. 이사회는 각종 경영사안을 심의하고 심의 안전에 대하여 부결 또는 수정을 통해 회사 경영전반을 견제 및 통제하고 있으며, 주요 경영현안에 대하여 의견을 제시하거나 권고하고 있습니다. 또한 이사는 법령과 정관 등 규정에 따라 회사의 이익을 위해 직무를 충실히 수행할 책임이 있습니다. 2010년을 포함하여 최근 3년간 이사들의 이사회 참석률은 100%로 향후에도 이사회가 보다 활성화 될 수 있도록 제반 여건을 지속적으로 개선해 나갈 계획입니다.





경영진 현황

(2012년 12월 기준)

구분	성명	직위	주요경력
상임이사	이병훈	총괄사장	(주)유니베라 대표이사 총괄사장, 에코넷 총괄사장, 한국건강기능식품협회 회장, (주)소프트뱅크 감사, 한국인권재단 이사, 세계경제포럼 차세대리더, 국제알로에기준심의협회(IASC) 회장
	정찬수	사장	(주)네이처텍 사장, (주)유니베라 부사장
비상임이사	김석한	새턴투자 자문대표	HSBC증권 법인영업부 이사, 한국경제신문 먼데이머니 자문위원, 사립학교교직원연금관리공단 자금운용소위원회 자문위원, 근로복지공단 기금운용위원회 자문위원, 영화진흥위원회 기금운용 소위 위원
감사	심호영	(주)남양 부사장	(주)남양 상무이사

2011년 ~ 2012년 주요의결 사항

연월	보고사항	의결사항
2011.03	2010년 사업현황 2010년 추정손익 이음사업현황	2011년 사업계획 2011년 예산
2012.03	2011년 사업현황 2011년 추정손익 이음사업현황	2012년 사업계획 (조직, 제품 • 브랜드 경쟁력 강화) 2012년 예산



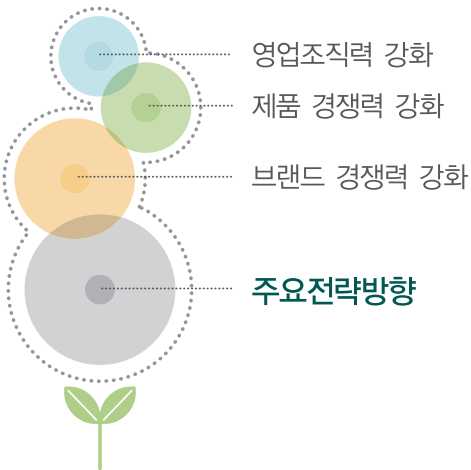
2012  
Univera  
Sustainability  
Report

023

지속가능경영성과

경제성과  
사회성과  
환경성과

024



성장비전과 전략

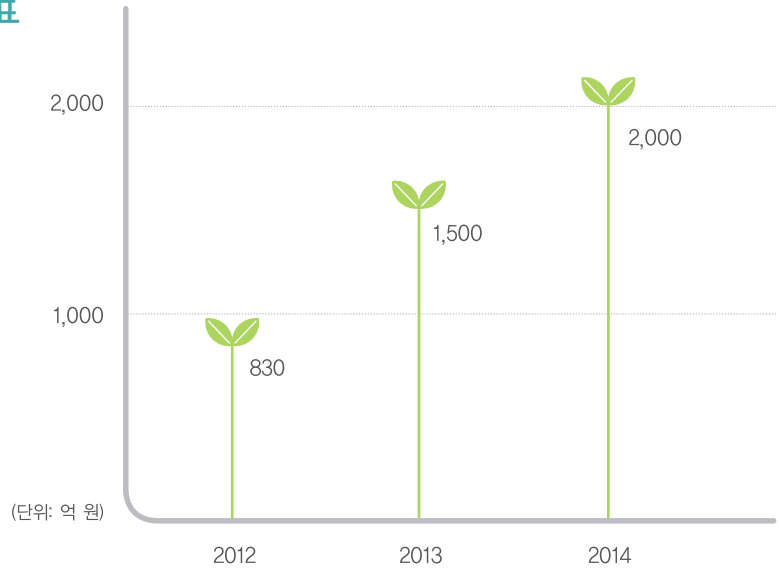
유니베라 성장비전

유니베라는 지난 37년 동안 구축해온 핵심역량들을 재조명하여 온전한 건강과 웰니스를 지향하는 소비자들의 패러다임의 변화에 맞춰 시장을 주도할 수 있는 구조를 완성하는 데 전략의 핵심을 잡고 있습니다. 이는 효과적인 내부혁신전략을 통해 변화하는 소비자들의 필요와 욕구에 혁신적인 제품과 서비스를 지속적으로 제공할 수 있는 이해관계자 차원의 성장구조를 완성하자는 것입니다. 유니베라의 성장은 결코 수적인 성장이 아닙니다. 자연의 혜택을 좀 더 많은 인류에게 전하여 인간과 자연이 조화로운 세상을 만드는 데 기여하고자 하는 꿈을 공유하는 대리점, 유피(UP), 유니베라가 모두 지속가능한 성장을 목표로 하고 있습니다.

중장기 비전과 목표

성공한 대리점	꿈을 실현 시켜줄 수 있는 행복한 비즈니스가 이루어지는 공간, 고객에게 웰니스 혜택을 더 많이 제공할 수 있는 유피(UP) 양성
역량있는 유피(UP)	웰니스 삶을 통해 고객의 건강과 아름다움을 설계해주며 행복한 삶을 함께하는 유피(UP)
유니베라	웰니스 제품과 서비스로 국민의 삶의 질을 향상시키며 건강한 사회를 책임 지는 기업

정량적 목표







# 지속가능경영 이행

## 리스크 관리·재무위험관리

기업 외부 환경의 변화로 인해 불확실성이 심화되는 경영환경에서 재무적 리스크가 경영성과에 미치는 영향에 대한 중요성을 인식하고, 전략적으로 대응하기 위해 내부적으로 재무 리스크를 분류하여 관리하고 있습니다. 관리대상 재무 리스크를 현금유동성, 기업신용도, 시장금리, 환위험으로 구분하여 각 리스크에 대한 요인분석 및 대응방안을 매월, 분기별로 경영진에 보고하고 신속한 대응 시나리오를 통해 전략적 의사결정에 대한 정보를 제공하고 있습니다. 이러한 재무리스크에 적절히 대응하기 위해 시장환경변화에 대한 지속적인 모니터링과 리스크에 대한 정보공유를 통해 효율적이고 안정적인 경영환경을 만들고자 항상 노력하고 있습니다.

## 유니베라의 윤리경영

유니베라는 윤리경영의 주요 이슈를 통합적으로 평가·관리하는 프로세스가 현재 활성화되어 있지 않으나, 향후 체계적인 윤리경영을 위해 관련 위험요인이나 기회요인들을 파악·관리하는 것이 필요하다고 판단하고 있습니다. 현재는 윤리, 투명경영의 일환으로 소비자에게 피해를 줄 수 있는 방문판매법을 위반하는 대리점의 부당거래를 철저히 예방하기 위해 노력하고 있습니다.

## 공정거래 및 준법준수

유니베라는 공정거래와 기타 관련법을 준수하기 위해 <독점규제 및 공정거래에 관한 법률>, <방문판매 등에 관한 법률> 등의 준수를 위한 명확한 기준제시 및 사전 예방을 위한 자율준수 풍토를 조성하고자 노력하고 있습니다. 또한 소비자의 건강과 안전을 보장하기 위하여 <건강기능식품에 관한 법률>, <화장품법> 등의 준수를 의무화함으로써 소비자에 대한 신뢰성 확보에 주력하고 있습니다. 경영지원팀과 고객센터팀을 중심으로 전사적인 준법시스템 실행을 위해 임직원들의 교육과 자율준수의식 향상을 위한 예방활동을 실시하고 있습니다.

## 명절선물 안 주고 안 받기 운동

2003년부터 유니베라는 윤리경영의 일환으로 설, 추석 등의 명절에 협력사 선물 수취를 근본적으로 금지하고 있습니다. 부득이하게 접수된 선물은 아동보육시설인 성애원(경기도 이천소재)에 기증하고 있습니다.

## 내부회계관리제도

내부회계관리제도는 회사의 재무제표가 일반적으로 인정되는 회계처리기준에 따라 작성, 공시되었는지에 대한 합리적 확신을 제공하기 위해 설계, 운영되는 내부통제제도입니다. 회사의 모든 임직원과 투자자 등 유니베라의 이해관계자들이 회사가 보고한 재무정보에 기초하여 경제적 의사결정을 진행할 수 있도록, 신뢰성 높은 정보 제공을 목표로 효과적인 내부회계관리제도를 운영하고 있습니다.

## UN글로벌콤팩트 가입

유니베라는 2008년 12월, UN글로벌콤팩트(UN Global Compact, UNGC)에 가입하였습니다. UNGC는 기업의 사회적 책임 실천을 활성화하기 위해 2000년 코피 아난 전 UN총장이 제안한 국제협약으로 인권·노동·환경·반부패의 4개 분야 10대 원칙으로 구성되어 있으며, 전 세계적으로 6,200여 개의 기업과 단체가 참여하고 있습니다. 유니베라는 UNGC 가입을 통해 글로벌 기업으로서 사회적 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다. UNGC 원칙에 대한 실행 결과는 지속가능경영 보고서를 통해 매년 보고할 것입니다.



2012  
Univera  
Sustainability  
Report

025

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

026

# 유니베라의 UN글로벌콤팩트 실천

## 유니베라의 UN글로벌콤팩트 실천사항

분류	원칙	규정	2009년~2012년 성과
인권	1. 우리는 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.	인권보호 노사협의회 규정	인권통합경영 선포 40대 남성인권 지원사업
	2. 우리는 인권침해에 가담하지 않고 있음을 확인한다.	인권 침해 협력회사 평가 항목	협력사 대상 정기 평가
노동	3. 우리는 결사의 자유와 단체교섭 권리를 보장한다.	결사 자유 노사협의회 규정	노사협의회(영보드) 정기 및 수시 모임 개최
	4. 우리는 모든 형태의 강제노동을 배제한다.	강제노동금지 취업규칙 제2장 채용	임산부 보건상 유해 위험한 사업 배치 금지
	5. 우리는 아동노동을 효과적으로 폐지한다.	아동노동 금지 취업규칙 제2장 채용	18세 미만 사원 없음
	6. 우리는 고용 및 업무상 차별을 근 절한다.	차별 금지 취업규칙 제12장 제108조 ~118조	성희롱예방교육 여성비율(36%)
환경	7. 우리는 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.	환경 예방 환경경영방침 1항 연구개발원칙[안전성]	친환경 패키지 제품 출시 베라스파 100% 천연펄프 패키지 사용
	8. 우리는 보다 많은 환경적 책임을 지는 데 앞장선다.	환경 책임 환경경영방침 2항 연구개발원칙[지속가능성]	그린 오피스 캠페인 아나바다 장터 그린 IT
	9. 우리는 환경친화적인 기술개발 및 확산을 지원한다.	환경 친화 환경경영방침 4항 연구개발원칙[안전성][지속 가능성]	빌리브 웰니스푸드 런칭 제품개발 원칙준수 천연화장품 자체사용금지 품목 지정(30여개 NO-NO List)
반부패	10. 우리는 부당취득 및 뇌물 등의 모든 형태의 부패를 근절하기 위 해 노력한다.	반부패 취업규칙 제11장 제103조 징계기준	명절선물 안 주고 안 받기 운동 공정거래 및 준법준수

\* UN글로벌콤팩트는 전 세계 기업들을 대상으로 책임 있는 기업활동을 촉구하는 UN차원의 캠페인입니다. 가입은 자발적이지만 가입조건으로 'UN글로벌콤팩트 10대 원칙'에 대해 어떤 활동들을 했으며, 어떤 계획들을 가지고 있는지 대외적으로 공표할 책임이 있습니다. 지금 보고 계신 이 보고서는 UN글로벌콤팩트 10대 원칙을 준수하기 위한 지난 2년 동안의 실적과 앞으로의 계획을 보고하는 COP(Communication On Progress) 역할도 수행합니다. 유니베라는 2008년 12월 UN글로벌콤팩트에 가입했으며 두 번째 발간입니다. 이후 매년 COP를 공개할 예정입니다.





# 경제성과



맑고 건강한 가치의 창조

경영 전 부문의 혁신을 통해  
급변하는 경영 환경에 대응할 수 있는  
경쟁력을 갖추으로써  
미래성장동력 확보에 힘쓰고 있습니다.

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

027



지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

028



## 경제 DMA(Disclosure on Management Approach)

### 비전 및 전략방향

유니베라는 2014년까지 매출 2,000억 규모의 천연물 웰니스 기업으로 나아가기 위해 영업, 브랜드, 서비스와 제품 경쟁력 강화를 3대 전략 방향으로 정하였습니다. 이를 통해 재무성과 창출과 창출된 경제가치의 균형적 분배뿐 아니라 경영 전 부문의 혁신을 통해 급변하는 경영 환경에 대응할 수 있는 경쟁력을 갖추으로써 미래성장동력 확보에 힘쓰고 있습니다.

### 중대성 평가 최상위 이슈

- 재무성과 창출
- 균형적인 경제가치 분배
- 미래성장동력 확보를 위한 혁신경영

### 주요성과

- 미래성장동력 확보를 위한 제품개발 혁신으로 큐매트릭스 액티브알로에 10년 연속 세계 일류상품 선정
- 매출액과 순이익 82,763백만원, 2,208백만원을 기록
- 주요재무성과 (단위:백만원)

구분	항목	2010	2011	2012
재무성과	총자산	65,495	58,559	65,739
	매출액	91,621	94,962	82,763
	당기순이익	2,671	2,097	2,208
주요지표	부채비율	65.12	48.04	51.9
	유동비율	227.5	322.8	152.2
	당기순이익	2,671	2,097	2,208
	총자산순이익률(ROA)	4.08	3.58	3.36
	자기자본순이익률(ROE)	11.69	6.87	5.10

### 도전과제

#### 천연물 웰니스 기업을 향한 기업브랜드 이미지 구축

유니베라는 천연물 웰니스 기업으로 나아가고자 2006년 사명을 변경하였습니다. 알로에 시장 세계 1위 기업으로서의 확고한 발판을 바탕으로 천연물 웰니스 시장의 최고 기업이 되고자 새로운 선택을 하게 되었습니다. 유니베라만의 차별화 된 에코넷 시스템과 브랜드 경쟁력 강화 전략을 통해 천연물 웰니스 기업으로 발돋움 하겠습니다.





# 경제적 가치 창출과 분배

## 경제성과요약

유니베라는 글로벌 금융위기에 따른 경기침체에도 불구하고 기업이미지 향상과 브랜드 홍보를 위한 TV광고를 비롯한 각종 내외부 커뮤니케이션을 진행했고, 끊임없는 R&D 연구활동을 통해 신제품을 출시하고 글로벌경쟁력을 키우는데 노력하고 있습니다. 2012년에는 82,763백만원, 순이익은 2,208백만원을 달성하였습니다. 2013년에는 R&D를 통한 알로에 가치 강화, 영업조직력 강화, 혁신적인 제품과 브랜드 경쟁력 강화를 통해 외형적인 성장과 웰니스 기업으로의 위상을 다질 것으로 예상합니다.

## 요약 대차대조표 (단위:백만원)

	2010	2011	2012
유동자산	39,774	33,922	25,008
비유동자산	25,721	24,637	40,731
자산총계	65,495	58,559	65,739
유동부채	17,486	10,509	16,433
부채총계	25,831	19,004	22,464
자본금	1,550	1,550	1,550
자본잉여금	3,777	3,777	3,777
기타포괄손익누계액	3,013	2,362	2,361
이익잉여금(결손금)	31,324	31,866	35,586
자본총계	39,664	39,555	43,275
부채외자본총계	65,495	58,559	65,739

## 요약손익계산서 (단위:백만원)

	2010	2011	2012
매출액	91,620	94,962	82,763
매출원가	43,630	44,742	38,480
매출총이익	47,990	50,220	44,282
판매비와관리비	43,271	47,427	43,104
영업이익	4,719	2,793	1,178
영업외수익	8,966	3,563	3,370
영업외비용	7,754	3,282	1,252
법인세비용차감전순이익	5,931	3,074	3,297
법인세비용	3,260	977	1,089
당기순이익	2,671	2,097	2,208

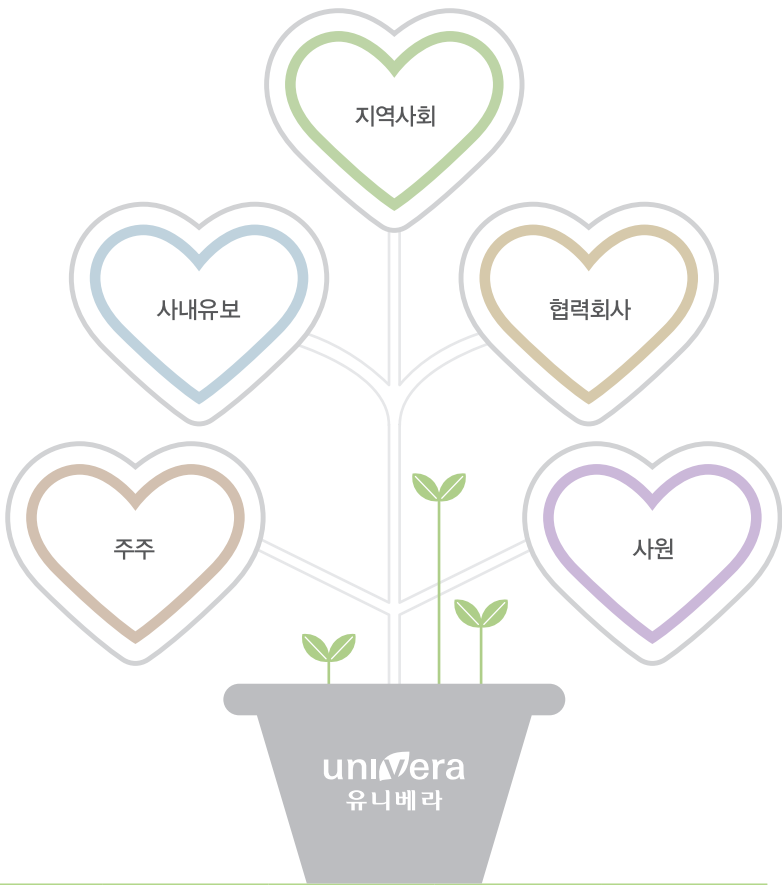
2012  
Univera  
Sustainability  
Report

029

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

030

# 분배된경제적가치



분배대상	분류	2010	2011	2012	
				금액	비율
주주	배당금	1,550	0	0	
사원	급여와복지후생비등	6,353	6,471	6,837	8.26%
협력회사*	재화와서비스구매비용등	49,634	53,831	42,328	51.1%
지역 사회	정부	3,260	977	1,089	1.31%
	지역사회,고객	265	267	301	0.36%
사내유보	사내유보증감	2,671	2,097	2,208	2.67%
총수익		91,620	94,962	82,763	100%

<보고기준>  
\*협력회사재화와서비스를제공하는파트너에게지급한구매비용기준으로산출하였습니다.  
\*\*사회공헌활동:정부와시민단체등의협력을통해지역사회에기여한기금을기준으로산출하였습니다.





# 혁신경영

연구개발원칙	기능성, 안전성, 지속가능성의 3대 원칙 준수
지속적인 연구개발	CAP 연구진 운영 현황 및 연구성과(특허 출원 및 제품화)
혁신적인 제조공법개발	큐매트릭스공법 등 알로에 제조공법의 혁신

## 연구개발 원칙

유니베라는 ‘자연의 혜택을 인류에게’ 전하고자 하는 사명 아래 다음의 3가지 제품개발 기본원칙을 수립하여 준수하고 있습니다.

구분	개발원칙	적용
기능성 (Efficacy)	주요제품은 반드시 과학적으로 기능성이 검증된 제품만을 개발한다.	• 제품의 기능성에 대한 인체시험 결과를 확보 - 건강기능식품: 개별인정 - 화장품: 기능성 인증
	우리는 천연물 과학전문회사로, 주요한 원료는 반드시 우리가 직접 표준화하고 특화한다.	• ECONET pipeline 소재의 우선 사용 • 자사 주도의 virtual lab project (아웃소싱 연구/ 외부 개발 소재 도입)을 통한 개발 활동 강화
안전성 (Safety)	모든 사용 원료에 관하여 사전에 안전성을 검증한다.	• 불가피하게 화학합성원료를 사용해야 하는 경우 반드시 충분한 안전성 자료가 확보되어야 하며 대체 천연 원료에 대한 연구를 강화하여 천연원료로 전환하도록 노력함 • 모든 사용 원료 및 부자재에 관한 사전 품질 관리를 강화함 - ECONET pipeline 소재의 3G(GMP, GAP, GRAS) 확보를 추구 - 사전 품질관리 및 배제 시스템을 구축 - 천연화장품 자체 사용 금지 품목 지정(31개 no-no list)
지속가능성 (Sustainability)	원료와 포장재는 환경의 지속가능성을 최대한 고려하여 개발한다.	• 원료 및 포장재의 환경 지속가능성을 평가지수로 관리하며 단계별 개선계획을 수립 - 친환경적 생산공정기술 적용 원료여부 관리 - 친환경적 원료 채취 여부 관리 - 분리수거를 통한 재활용 가능한 포장재 사용 관리

## 지속적인 연구개발

유니베라는 1993년부터 현재까지 20년간 CAP 프로젝트를 통해 연구에 대한 투자를 지속적으로 하고 있으며, 연구하는 기업이라는 일관된 기업철학을 꾸준히 이어가고 있습니다.

1993년 6월 국내 연구진을 중심으로 출범된 알로에신약개발(CAP: Creation of Aloe Pharmaceu- tical)프로젝트는 1993년부터 2001년까지 장장 9년간 지속된 제1기 CAP 프로젝트를 통해 알로에의

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

031

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

032

성분의 효능을 과학적으로 밝혀내 천연 생약으로서 알로에의 기능성을 입증하였습니다. 이어 2002년부터 2005년까지 4년간 제2기 CAP프로젝트에서는 입증된 알로에의 효능을 실용화하는데 중점을 두게 되었습니다. 그 결과, 알로에 상처치유촉진 보유 물질을 찾아냈으며, 알로에 다당체를 분석해 냄으로써 중간 다당체 단백질이 면역증강과 항스트레스 및 항암 효능이 있다는 것을 과학적으로 증명하는 성과를 이뤄냈습니다. 한편, 2006년 2월에는 제1, 2기 CAP프로젝트의 성과를 세계적인 과학서적 전문 출판사인 독일의 ‘슈프링거(Springer)’의 영문 연구논문집<New Perspectives on Aloe>으로 발간하게 되었습니다. 앞선 노하우를 바탕으로 2006년 6월, 제3기 CAP프로젝트가 출범하게 되었고, 제3기 CAP프로젝트부터는 그동안의 연구결과를 토대로 알로에 연구가치 극대화 및 알로에 이외의 천연물연구로의 확장을 위한 기반을 마련하게 되었습니다. 알로에 연구가치 극대화 과제 2건, 천연물연구 과제 5건, 특별연구 과제 3건 등 총 10개 과제로 나뉘어 진행된 제3기 CAP 프로젝트는 알로에 연구가치 극대화 과제를 통해 알로에의 당대사 조절기능이 밝혀냈으며, 관련 임상시험이 진행 중에 있습니다. 또한 알로에 이외의 천연물연구 과제를 통해 대장 염증 개선에 효과적인 FCH추출물의 효능을 입증하여 장건강제품에 적용하였으며, 인지능 개선에 효과가 탁월한 FBH추출물을 발견하였습니다.

유니베라는 2010년부터 제4기 CAP프로젝트를 다시 출범하여 그간의 연구결과를 토대로 제품후보소재를 도출하여 제품화하는 작업을 꾸준히 이어 나가고 있습니다. 특히 새로 도입된 PMS 체계를 통해 연구개발 과제를 NPR과제로서 체계적으로 관리함으로써 연구개발을 보다 효과적으로 추진할 수 있는 체계를 시작하였습니다. 이를 통해 2010년 이후 총 22건의 NPR 과제가 개시되었고, 이 중 11건이 이미 완료되어 신제품 개발 또는 제품 혁신에 적용되었습니다. NPR 과제 운영의 주요 성과로는 신제품 빌리브, W-389 등의 신제품 개발과 FGR 등 인체적용시험 연구, 레벨지 프로그램 개발 등이 있습니다.

## CAP 프로젝트 연구 성과 현황

구분	CAP 1기(1993-2001)	CAP 2기(2002-2005)	CAP 3기(2006-2009)	CAP 4기(2010- )
과제수	12건	7건	10건	13건
특허수	8건	2건	7건	2건
논문발표	19건	3건	6건	6건
기타	연구업적집(국문) 발간 국책과제화 5건 학술대회 10회	연구업적집(영문) 발간 국제 심포지엄 2회	국제천연물심포지엄 (ISANP) 개최 2회	외부 전문가 초청 워크샵 및 세미나 개최 12회 웰니스과학화연구회 출범

## 혁신적인 제조공법 개발

유니베라는 천연상태의 알로에가 가진효능을 그대로 유지, 보존하여 고객에게 전달하도록 알로에의 유효성분에 대한 연구에 전력을 다하였고, 술한 시행착오끝에 시간과 온도,위생이 중요한 변수라는 사실을 알아냈습니다. 알로에의 유효성분은 발에서 채취한 후 6시간이 지나면 소실되기 시작하기 때문에 전 공정이 6시간 이내에, 적절한 온도를 유지하며, 세균을 박멸하는 과정으로 이뤄져야합니다. 유니베라가 자체 개발한 과학적 가공방법은 TTS(Time,Temperature,Sanitation)공정이라 불리는 혁신적인 방법으로 알로에 잎을 채취하는 순간부터 총 6시간 이내에 완료시켜 세균을 완벽히 제거하되 유효성분은 손상되지 않게 하는 방법입니다.

유니베라는 2세대 공법이라 불리는 TTS공법의 개발에 그치지 않고 알로에의 유효성분인 다당체 (polysaccharide)중에서 생리활성도가 높은 중간 크기의 다당체의 함량을 최대화 하는 시스템인 PAD(P





# 자연에서 건강을 찾는 웰니스 시장으로의 진출과 확장



## 빌리브 웰니스푸드

### 신개념 건강식품을 시작으로 웰니스 시장 진출

빌리브 웰니스푸드는 '건강한 웰니스의 시작은 바로 식습관부터'라는 유니베라의 균형과학을 통해 탄생한 신개념 건강식품으로 다양한 식물영양소를 입체적으로 섭취할 수 있는 것이 가장 큰 특징입니다. 이 제품은 유니베라가 본격적인 웰니스 시장으로 진출하면서 내놓은 선두주자입니다. 유니베라는 '자연의 혜택을 인류에게'라는 이념하에 이 땅의 모든 사람들이 몸과 영혼 그리고 공동체의 진정한 웰니스를 실천할 수 있도록 최선을 다할 것입니다. 그리고 그 시작을 바로 건강한 식습관으로 보고 빌리브 웰니스푸드를 개발했습니다.

특히 러시아 크라스키노 농장에서 직접 재배한 콩(복두라 칭함. 콩의 원산지인 연해주 지역 유니베라 농장에서 재배한 대두의 별칭)을 사용했으며 고단백, 저당지수, 저열량식으로 영양밸런스를 맞춰줍니다.

## 웰니스 코치 및 관리 시스템 구축

### 전문 인력 육성 및 웰니스 서비스 실시

유니베라는 단순히 제품을 고객에 판매하는 것이 아니라 고객들이 웰니스 라이프를 실천할 수 있도록 캠페인을 주도하고 있습니다. 바쁘고 각박한 현대의 생활 속에서 건강을 지속하는데 관심을 가진 고객들에게 그들의 라이프 스타일에 맞게 맞춤형 프로그램을 제공하는 웰니스 캠페인을 진행하고 있으며 이를 위해 새롭게 웰니스 코치 교육 코스를 마련하고 전문 인력을 양성하고 있습니다. 특히 현대인들의 잘못된 식습관 상태를 진단하고 솔루션을 제공할 수 있도록 웰니스 코치 전문 강의 시스템으로 교육시키고 있습니다.

olysaccharideAutoDesigning)공법을 개발하였습니다. 3세대공법인 PAD공법은 1998년에 미국 특허 출원된 유니베라만의 혁신적이고 차별화된 제조방법으로 유니베라 알로에의 가치를 한층 더 높여 주게 되었습니다.

2008년에 개발된 Qmatrix공법은 기존의 혁신적인 공정 들의 집합체인 4세대 알로에 공법이라 불리고 있습니다. Qmatrix 공법은 한 가지의 집약된 기술과 설비가 아닌, TTS,PAD,RWD(RefractanceWindowDryingSystem)건조 공정의 조합된 기술로 알로에 유효성분을 선택적으로 극대화 하게 되며 그 결과 생리활성도가 높은 중간 다당체의 함량을 극대화 시킬수 있는 공법입니다. 이 같은 공법이 적지 않은 비용을 발생시키지만 '자연의 혜택을 인류에게' 기업철학을 실현하기 위해 고난이도의 공법을 고수하고 있습니다.

오늘날 유니베라가 세계 알로에 원료시장을 주도하는 이유는 남들이 시도 하지 않은 일에 뛰어들어 끊임없이 연구하고 혁신해 온 과학적 개척정신의 결과입니다.

### 알로에 제조 공법의 변화

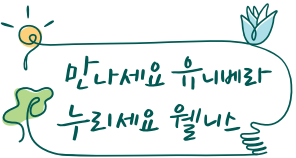
1세대	알로에겔 채취, 단순 분쇄 가공	알로에 유효성의 불안정, 변질, 불균일의 문제 발생
2세대	HTST, TTS공법	알로에 유효성분 소실방지, 신선도 유지, 위생적 처리
3세대	PAD공법	다당류의 초점을 맞춘 차별화된 공법으로 알로에 효능 극대화
4세대	큐매트릭스 공법	중간 다당체 함량을 선택적으로 극대화 시켜 만드는 유니베라만의 첨단 공법

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

033

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

034







## 리니시에

### 천연 약용 식물의 스킨 힐링 브랜드

리니시에는 유니베라의 독자적인 천연물 데이터베이스인 파이토로직스에서 찾은 천연성분을 이용해 피부 힐링(Healing Skin Program)을 실현하는 고기능성 화장품 브랜드입니다. 특히, 최근 출시한 전문 화이트닝 케어 라인 리니시에 W389가 고객들의 좋은 반응을 얻고 있습니다. 리니시에 W389는 10여년간 연구 끝에 찾아낸 도라지 난초 뿌리의 ‘유니화이트’ 성분으로 만든 제품들로 높은 화이트닝 효과를 보여주고 있습니다.

## 힐탑가든

### 자연이 간직한 근원적 힘과 지혜를 담은 자연주의 스킨케어 브랜드

힐탑가든은 1939년 최초로 알로에를 상업적으로 재배한 농장으로, 알로에 재배의 발원지이자 여기서 생산된 알로에 베라 겔이 화장품 원료로 처음 사용된 의미가 깊은 곳입니다. 그래서 브랜드 네임도 ‘정성을 다해 직접 재배한 베이비 알로에로 고객의 피부를 건강하게 책임지겠다’는 제품의 컨셉을 가장 잘 표현하는 ‘힐탑가든’으로 정했습니다. 유니베라는 베이비 알로에의 효능을 연구, 개발하여 국내 특허 및 국제PCT(Patent Cooperation Treaty 특허협력조약)를 출원한 상태입니다.

## 베라스파

### 친환경 퍼스널케어 시장에 진출

2009년 4월 출시된 제품으로, 신체 부위별 특징에 맞춘 퍼스널케어 제품라인입니다. 피부 보습과 세포 재생에 뛰어난 유니베라의 알로에를 베이스로 동물성 원료와 광물성 오일은 일체 배제하고 천연에서 찾은 원료로만 만들어서 온 가족이 안심하고 사용할 수 있는 제품입니다. 또한 100% 천연펄프 재생지를 사용하고 포장지를 최소화하여 출시된 유니베라의 첫 친환경 제품입니다.



2012  
Univera  
Sustainability  
Report

035

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

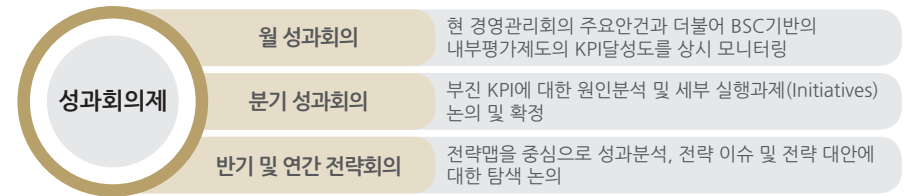
036

# 관리 혁신

## 경영혁신 BSC(Balanced score card)

유니베라는 2003년 경영혁신을 목적으로 BSC를 도입하였습니다. 당시 정부나 공공기관에서 도입했던 BSC를 도입을 통해 전략운영체계 및 위험관리 능력을 향상시키고 대리점 운영시스템인 UCS를 도입, 전략 경영, 공유, 인사평가, 보상 등의 유기적 연결을 통해 선진적 경영 시스템을 구축했습니다. 이러한 기업 전반을 아우르는 경영 시스템 구축과 운영은 기업 경영간 유기적 연결을 보다 강화하는 토대 역할을 하고 있습니다. BSC 운영 활성화를 위해 사내 회의체를 성과점검위주의 경영전략회의로 운영함으로써 전략적 성과의 주기적 모니터링을 통해 경영 효율성 및 전략실행력을 지속적으로 강화시켜 나가고 있습니다. 성과회의를 토해 전략성과(KPI)별 목표수준, 실적, 차이원인 분석 및 개선대책 등을 성과회의 전에 작성해 사전 검토케 함으로써 회의석상에서 부진원인 분석과 전략대안에 집중할 수 있게 되었습니다. 매월, 분기별로 실시되는 성과회의를 통해 예외 사항 중심보고, KPI에 대한 원인분석 및 성과변동에 대한 주요

이슈 논의, 대안 도출 및 부문별 협조사항 공유, 기존의 전략적 가정(인과관계, 목표수준)에 대한 재검토가 이루어지고 있습니다.



## PMS(Project Management System) 구축

2010년 6월부터 유니베라와 네이처텍은 주요전략과제에 해당하는 프로젝트의 진행과 결과 관리를 위해 PMS 시스템을 구축하기 시작했습니다. 2010년 8월, 시스템 구축을 완료하고 개별 프로젝트마다 등록하고 관리하게 되었습니다. PMS는 프로젝트 관리의 문제점을 혁신하기 위한 수단으로써, 특히 유니베라와 네이처텍이 협업하는 제품개발 프로세스로 표준 업무 프로세스와 의사결정체계, 프로젝트 론칭 전 제품시양확정, 결과물 관리 등을 정의하고 관리해 나가고 있습니다. 이 시스템을 구축함으로써 프로젝트는 시작 전에 반드시 과제선정과정을 거쳐야 하고 시장성, 기술적인 역량, 기존제품과의 관계, 자사 포트폴리오의 타당성 등을 검토해야 합니다. 그리고 프로젝트 과정 중에 일어나는 이슈를 신속하고 정확하게 파악하여 대처할 수 있게 되었습니다. 프로젝트 결과물은 DB로 관리함으로써 향후 비슷한 유형의 프로젝트를 수행할 때 활용하여 위험을 줄일 수 있습니다.

## 지식경영 시스템 체계 구축

유니베라는 영업업무자동화, 지식경영, 경영정보시스템을 동시에 구현할 수 있는 통합시스템인 지식경영시스템을 구축했습니다. 정보, 지식관리, 일정관리 등이 하나의 시스템으로 통합 관리되면서, 업무 효율 증대와 비용절감 및 지식경영의 새로운 전기를 맞이할 것으로 예상하고 있습니다.

# 물류혁신

## 유니베라 물류센터

2007년 11월 충북 진천에 문을 연 유니베라 물류센터는 동북아 지역의 수출입 물류 유치 및 물류 가공으로 고부가가치 물류 사업을 수행하기 위해 건립되었습니다. ‘원료재배-연구개발-생산-마케팅’의 수직 계열화 된 기업 네트워크인 에코넷(ECONET) 경영 시스템을 유기적으로 잇는 물류 허브로서의 기능을 담당하고 있습니다. 특히 본격적인 생산라인이 가동중인 하이난 공장과 동남아 중심의 아시아권 시장을 위한 집하 기지의 역할을 수행하고 있습니다. 건강기능식품업계 최초로 CCM을 (Consumer Centered Management) 도입한 유니베라는 한층 강화된 물류 역량을 토대로 공급과 반품 처리를 보다 신속하게 처리할 수 있게 되어 고객 만족도 향상에도 긍정적인 영향을 끼치고 있습니다.



# Special Report

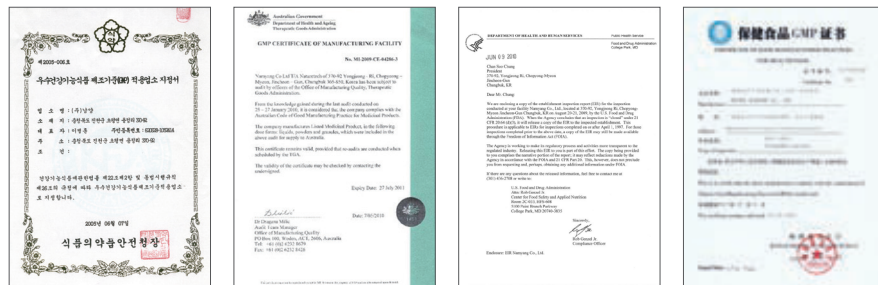


## 에코넷의 글로벌 혁신 성과

큐매트릭스 액티브 알로에의 우수성을 국제인증 GMP, GRAS를 통하여 인정을 받았습니다. 이는 유니베라, 네이처텍, 알로콧 등 에코넷 전사가 다년간에 걸친 노력의 결실로 얻은 결과입니다. 유니베라는 소비자에게 안전하고 우수한 제품을 전달하기 위해 재배부터 연구, 생산 등 전 부문에 걸쳐 글로벌 혁신을 거듭하고 있습니다.

### GMP(Good Manufacturing Practice) 획득

GMP는 소비자에게 신뢰받는 안전하고 우수한 품질의 제품을 제조하기 위하여 작업장의 구조, 설비를 비롯한 원료 구입, 생산, 포장, 출하에 이르는 전 공정의 생산과 품질 관리에 관한 체계적인 기준입니다. GMP 인증은 계획적이고 조직적인 제조 및 품질관리를 통하여 소비자에 대한 안전성과 유효성, 안정성에 대한 신뢰를 주고자 하는 선진국형 품질보증제도입니다. 에코넷의 글로벌 GMP 획득 현황은 아래와 같습니다.



- (주)네이처텍(Naturetech) 한국, 미국, 호주 GMP 획득  
KFDA(한국) GMP (2005년)  
FDA(미국) GMP (2009년 8월)  
TGA(호주) (2010년 5월)
- 알로콧 차이나(Aloecorp China, Hainan)  
중국 Hainan Provincial Health Bureau 보건식품 GMP (2009년 5월)
- 알로콧 미국(Aloecorp USA)  
FDA(미국) GMP (2010년)

### GRAS (Generally Recognized As Safe)

GRAS는 미국 식품의약품법에서 정한 규정에 의거하여 일반적으로 확보 가능하며, 인정되는 과학적 자료, 정보, 방법 또는 원칙에 근거한 의도된 조건에서 해당 물질의 안전성이 일반적으로 안전하다고 전문가의 합의에 의하여 인정된 성분을 뜻합니다. 알로콧

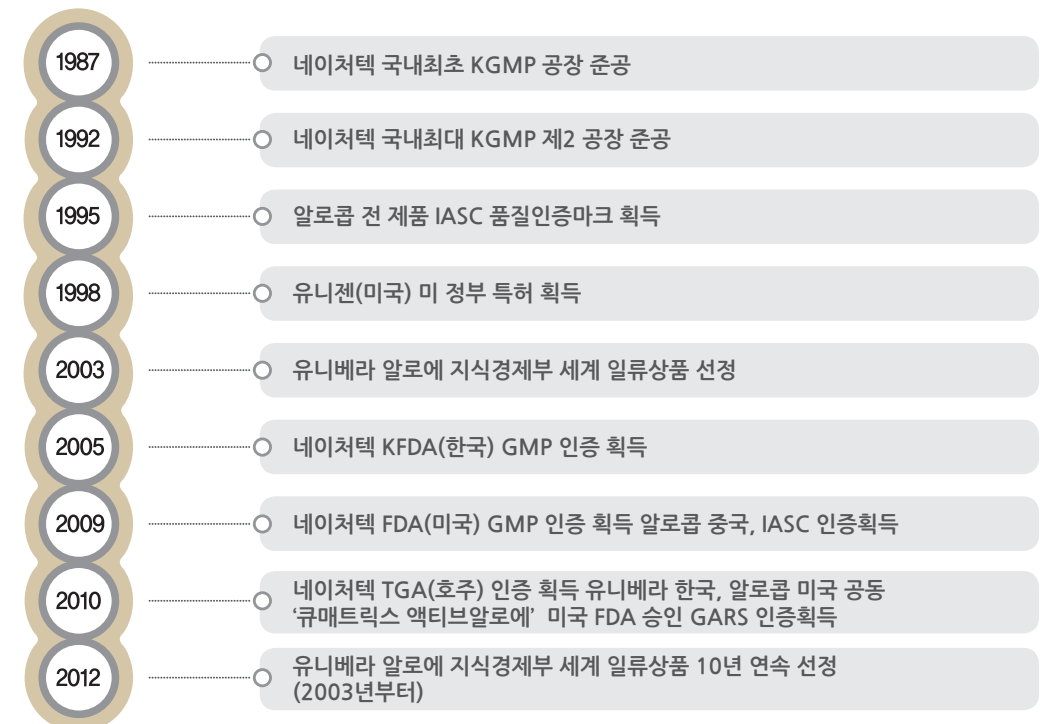
2012  
Univera  
Sustainability  
Report

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

037

038

### 에코넷이 이끈 글로벌 인증 획득의 역사





# 사회성과



모두의 아름다운 세상

‘지구를 건강하게, 사람을 건강하게’ 하는  
환경경영을 실천하여  
인류의 지속가능한 사회를  
만들어 가는 데 노력합니다.

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

039



## 사회 경영 DMA(Disclosure on Management Approach)

이해관계자 분류	비전	중요성 평가 최상위 이슈	주요성과	도전과제
임직원	꿈을 함께하는 행복한 일터	<ul style="list-style-type: none"> <li>인권통합경영</li> <li>복지정책</li> <li>공정한 보상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>종교, 나이, 성별, 학벌에 따른 차별 금지</li> <li>여성비율 37%, 출산휴가 복직율 100%</li> </ul>	인권경영원칙 제정 및 공표 임직원 교육
대리점	꿈을 함께하는 행복한 일터	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강한 수익구조 창출</li> <li>복지향상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>UPS제도 활성으로 인한 조직확대</li> <li>웰니스 코치 양성</li> </ul>	우수 UP 확대
고객	고객의 소리에 귀기울 이는 기업	<ul style="list-style-type: none"> <li>고객의소리 체계적 관리</li> <li>모든 단위 업무의 고객지향성 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CCM인증 유지</li> <li>고객불만처리내용 만족도 4,2(5점척도)</li> </ul>	고객지향적 제품개발 및 불만 처리
협력사	동반성장 및 상생모델 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>쌍방향 커뮤니케이션 채널 구축</li> <li>공정한 선정 및 평가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>품질 지속 향상</li> </ul>	벤더 평가 시스템 재구축
지역사회	사랑하는 기업	<ul style="list-style-type: none"> <li>사회공헌을 통한 기업철학 실천</li> <li>건강테마사업의 실시</li> <li>참여와 선순환</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>유니베라 웰니스음악회 연간 약2,500명 관람</li> <li>6차 한사랑나눔캠페인 운영</li> <li>힐링잎의 기적 캠페인, 전세계 약200만명 아이에게 생명의 비타민 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>사회 소외계층을 위한 효율적 사회공헌 사업</li> <li>비영리단체 파트너십</li> </ul>

040







# 임직원

## 기업문화 - 꿈을 함께하는 행복한 일터

유니베라는 ‘자연의 혜택을 인류에게 전하는’ 일을 통해 ‘세상을 건강하고 아름답게’ 만들기를 소망하며, ‘꿈을 함께하는 행복한 일터’를 추구합니다. 이러한 미션과 비전을 달성하기 위해서 창조와 도전, 인화의 핵심가치를 지키고, 일과 삶이 조화롭고 개인과 회사가 동시에 꿈을 함께하는 행복한 일터를 가꾸기 위해 노력합니다.

## 임직원 인권존중

### 유니베라 임직원 인권존중

유니베라는 개개인의 인권을 존중하고, 근로기준법, ILO(국제노동기구: International Labor Organization) 기준 등 노동관련 법규를 준수하여 차별 없는 일터를 만들기 위해 노력하고 있습니다. 모든 직원에 대해 종교, 나이, 성별, 학벌에 따른 차별을 일체 금지하고 있으며, 이에 따라 채용, 배치, 승진, 교육 기회를 공정하게 배분하고 있습니다.

### 비정규직 현황

유니베라에는 2012년 12월을 기준으로 전체 임직원중의 약 8%가 비정규직으로 근무하고 있습니다.

구분	정규직	계약직	총계
인원(명)	108	10	118
구성(%)	92%	8%	100%

### 강제노동과 아동노동 예방

유니베라의 월평균 근무시간은 160시간입니다. 주5일 근무를 원칙으로 하고 있으며 연장근무나 휴일근무를 위해서는 항상 근무자와 소속부서장이 사전 합의를 받도록 합니다. 또한 신입사원 모집 시 18세 미만에 대한 연령제한을 실시하여 아동 노동에 대한 위험을 원천적으로 예방하고 있습니다.

### 법규 준수

유니베라는 전 임직원 개개인을 존엄한 인격체로 여기고 현행 근로기준법 등 노동관계 법령과 관련 사규 ILO 협약 내용을 엄격히 준수하고 있습니다. 법규 위반으로 부과된 벌금액과 비금전 제재 건수가 창업 이래 단 한차례도 없었습니다.

### 여성 인력 개발과 권리 보호

유니베라는 여성비율이 2012년에는 37%입니다. 남녀고용 평등법과 남녀 차별 금지 및 규제에 관한 법률 등 관련 법규를 준수하고 있으며, 채용이나 승진에 성별의 차별이 없고, 향후 평가에 의해 차등적으로 인상됩니다.

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

041

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

042

본부	남	여	계
웰니스 사업본부	43	19	62
웰니스 연구소	8	11	19
전략커뮤니케이션 본부	10	5	15
경영지원 본부	4	9	13
IT지원 본부	9	0	9
총계	74	44	118
구성	63%	37%	100%

### 성희롱 예방 교육 및 모성보호

유니베라는 직장 내 성폭력을 예방하고 안전한 근무환경을 예방교육을 매년 1회 이상 실시하고 있습니다. 그리고 직장생활에 있어 여성들을 배려하기 위해 모성보호 출산장려금, 돌잔치 경조금 등 여성들이 안정된 직장생활을 할 수 있는 제도적 지원을 아끼지 않고 있습니다.

구분	2011	2012
출산휴가사용자(산전후휴가)	3명	2명
출산 휴가 사용률	100%	100%
출산 휴가 후 복직률	100%	100%
육아휴직 사용자	2명	1명
배우자 출산휴가 사용자	11명	3명
배우자 출산휴가 사용률	100%	100%

## 안전보건

### 직원 건강증진 프로그램 운영

유니베라는 다양한 건강증진 프로그램을 운영하여 직원 및 가족에 대한 정기검진을 지원함으로써, 구성원의 건강한 삶을 보장하기 위해 노력하고 있습니다. 전 임직원을 대상으로 매년 정기검진을 지원하고 있습니다. 생애전환기 대상자들과 기타 검진 대상자들은 무료 혹은 약간의 비용으로 추가적인 검진을 관할 보건소에서 받을 수 있도록 되어있습니다. 또한 40세 이상의 임직원에게는 병원에서 진행되는 종합검진비용을 매년 지원하고 있습니다.

구분	인원	1인당 지원 비용	총 지원 예산
40세 이상	27명	150,000원	4,040,000원
40세 미만	95명	20,000원	1,900,000원
총계	122명		5,940,000원





## 1인 1식물 기르기

유니베라는 임직원의 심신 안정을 위하여 1인 1식물 기르기 프로그램을 운영함으로써, 구성원의 마음과 몸이 건강한 회사 생활을 뒷받침해 주고 있습니다. 연초 임직원들은 회사에서 지원해 준 정해진 비용 내에서 본인이 원하는 식물을 1개씩 구입하여 기르며, 5월에는 본사 내 작은 공간에서 전시회에 참여를 합니다. 또한 전시회를 마치면 특이한 식물상, 건강한 식물상 같은 테마별 우수자들을 뽑아 시상하고 있습니다.



유니베라 전익표, 최민경 사우부부

interview



유니베라에 입사 후에,  
결혼과 출산/육아를 모두 경험했습니다.

출산과 육아를 경험하면서 유니베라는 법이 정하는 출산과 육아 관련 정책을 매우 잘 준수하고 있다는 것을 실감했습니다. 아주 기본적인 부분이지만, 산후휴가 동안 꾸준히 활동했던 육아 카페나 주변의 이야기를 들어보면, 제도만 있고 실제로는 기본적인 것조차 지켜지지 않아, 차별과 괴로움을 겪고 있는 워킹맘들이 많았습니다. 유니베라는 법이 기본적으로 보장하는 출산, 육아 관련된 정책을 성실히 준수하고 있을 뿐만 아니라, 가족친화적 기업문화가 잘 정착되어 있어 육아나 출산으로 회사의 눈치를 보는 경우는 거의 없습니다. 또한, 남녀 구분 없이 동등한 조건에서 근무하고 있으며, 기혼자나 육아문제로 인한 승진상의 차별도 없습니다. 가족친화적인 기업문화가 형성되어서 워킹맘의 입장을 고려해줍니다. 마케팅본부에는 저와 같은 워킹맘이 대부분이라 출산, 육아에 대한 고민도 많이 해결하고, 정보 교환은 물론 유대관계가 형성되어 힘이 됩니다.

### • 전 직원 중 여성 직원의 비율

전 직원의 37%가 여성. 특히 마케팅본부는 총 인원 22명 중 17명이 여성이며, 대부분의 여성이 결혼 및 육아 중.

### • 워킹맘과 가족들을 위한 유니베라의 지원 계획

워킹맘의 가장 큰 고충은 제도적인 보장보다도 워킹맘을 곁에 바라보지 않는 주변의 시선이 더 큰 문제, 가정의 중요성을 강조하는 가족친화적 분위기가 형성되어 있음

### • 유니베라 제도적 혜택

1. 출산/육아 지원: 여성은 출산 휴가 3개월, 남성은 3일 100% 지원. 여성은 육아 휴가 1개월~1년까지 자유롭게 신청이 가능함. 자녀 출산 시 10만원 지급, 돌 시 10만원 지급. 유치원생 자녀의 교육비 지급.(분기별 30만 원/ 입학금 별도 지원)
2. 근로자 가족 지원: 본사 임직원과 대리점 직원 자녀 대상 꿈나무 캠프 연 2회 개최, 중고등학교 등록금 분기별 50만 원 지원, 대학교 학기별 3백만 원 지원(입학금 별도 지원)



2012  
Univera  
Sustainability  
Report

043

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

044



## 노동

### 노동조합 현황

유니베라는 노·사 간의 원활한 의사소통을 위해서 노사협의회를 운영하고 있는데 영보드와의 커뮤니케이션 형태로 운영합니다. 정책결정에 있어 중요한 변수나 아이디어, 건의사항을 제안하고 주요 인사 및 복리후생정책에 대한 자문의 역할을 수행하고 있습니다.

### 소통의 기업문화- 영보드 운영

유니베라는 소통의 기업문화를 위해 하향식 채널인 영보드를 운영하고 있습니다. 법규준수 및 건의사항이나 미처 고려하지 못한 점들을 보완하기 위해 유니베라 직원들로 구성됩니다. 이때 관리자는 제외됩니다. 노사간 가치공유를 위한 다양한 프로그램을 통해 파트너십을 향상시켜 노사간 분쟁예방활동을 강화하고 있습니다. 이러한 노력은 직원들의 창의적인 잠재력을 이끌어내고 다양한 의견을 수용하여 개방적이고 혁신적이며 변화를 지향하는 기업풍토를 조성할 수 있으며 자연스럽게 투명경영과 윤리경영을 이끌어 궁극적으로는 직원 모두가 마음껏 일할 수 있는, 꿈을 함께하는 행복한 일터를 조성하고 있습니다.

### <운영원칙>

- 구성원 요건 및 임기: 대리급 이하 사원, 임기는 1년(연임가능)
- 구성원 선발: 근로자들의 추천에 의해 선발
- 영보드는 노사협의회 기능 및 정책결정에 있어 중요한 변수나 아이디어, 건의사항을 발굴, 제안하고 주요 인사 및 복리후생정책에 대한 자문의 역할 수행
- 사용자측 위원들과 분기 1회 모임(노사협의회를 영보드와 커뮤니케이션 형태로 운영)
- 사용자측 위원: CEO와 CEO가 위촉하는 자

### 임직원 만족도 조사

임직원 회사 만족도 조사는 2010년부터 지주회사인 에코넷이 주관이 되어 각 계열사를 대상으로 연 1회 실시하고 있습니다. 2012년에는 118명이 설문조사에 응하였습니다. 설문은 회사비전과 임원 신뢰도부터 윤리경영, 상사리더십, 팀워크, 개인비전, 기업문화, 인사제도 등 총 114문항으로 이루어져 있습니다. 유니베라 임직원의 만족도는 평균 3.7점으로 조사되었으며, 유니베라는 이를 활용하여, 조직제도개선에 반영기로 하였습니다.

### <임직원 만족도>

\* 5점 척도

만족도	2011년	2012년
근무 만족도	3.8	3.8
회사 비전	3.7	3.4
회사에 대한 자부심	4.5	4.5

### 높은 만족도에 의한 높은 근속률 실현

유니베라는 입사부터 퇴직까지 체계적인 상시학습을 통해 개인의 역량개발 및 성장의 기회를 제공하고, 업무성과에 대해 공정한 평가 및 보상을 시행함으로써 직원들의 직장 만족도를 높여온 결과, 비교적 높은 근속률을 보이고 있습니다.





〈근속 연수〉						*정규직 기준
연도	평균근속	평균나이	성별비율		결혼여부	
2011	5.4년	34.6세	남66%	여 34%	미혼56%	기혼44%
2012	5.4년	33.7세	남66%	여34%	미혼44%	기혼56%

### 다양한 복리 후생

생일을 맞은 임직원들에게 생일 선물과 축하 카드, 풍선 및 플라로이드 사진을 전달해주며, 매월 1회 진행하는 전직원 미팅에서 생일자를 소개하고, 전직원이 이용하는 엘리베이터에 안내문을 부착 한다. 또한 도서구입이나 문화활동 지원을 위하여 연간 1인 10만원의 선택적 복리후생비를 지원하고 있다. 그리고 사내 다양한 동호회 활동을 지원하고 있으며, 1인 10만원의 활동비용과 함께, 탁구, 영화, 맛집 동호회 등 총 5개 동호회 활동을 관리하고 있다.

## 인재육성

### 직원 교육 및 역량개발

유니베라는 직원이 회사의 가장 중요한 자원임을 인식하고, 직원 개인의 역량개발과 글로벌역량, 기본소양, 리더십 강화를 위해 분야별 교육훈련체계를 확립하였으며, 신체와 마음과 사상까지 건강한 조직이 되기 위한 Wellness HRD를 육성하고자 합니다. 또한 직무역량강화를 위하여 본부별 주도형 교육을 수립, 각각의 직무에 적합한 교육과정을 도출하고 이에 맞는 육성체계를 구축하였으며, 개인별 자율 선택 글로벌 역량 교육 실시 및 외국인영어 상주강사를 초빙하여 직원들의 외국어 역량 개발에 힘쓰고 있다. 또한 신체적, 정신적, 마음적 3개의 영역으로 구분한 특강을 분기 1회 이상 진행하고 있으며, 전직원 대상으로 필독서 학습을 지속적으로 시행하고 있다. 또한 매월 별 개인 교육상황 피드백 프로세스를 확립해 나가고 있고, 팀장 및 본부장 대상 리더십을 집중 육성하는 프로그램도 실시하고 있다.

### 교육 방향



2012  
Univera  
Sustainability  
Report

045

### 2012년 교육체계도

구분	교육형태	학점	대상	교육방법	성격	학점인정	비용	비고
직무 역량 강화 교육	리더십 교육		팀장 이상	• 팀장 및 본부장의 경우, 리더십 교육 진행 1~3월 : 신입팀장입문교육(휴넷 팀장 리더십교육) 4~9월 : 리더중급교육 1차(오프라인 1일 2회) 10월 : 리더중급교육 2차(오프라인 1개월)	필수	입문교육 10학점 중급교육 10학점	입문/중급 : 각 1인 50만원	리더십 교육으로 직무강화교육 학점 이수로 대체
	개별 직무 교육	10	직원 전체	• 본부별 본부장, 팀장 협의하에 교육계획 수립 • 온라인 학습 : 휴넷 외 업체 추천 가능 • 오프라인 학습 시 사전에 교육신청서 작성 및 팀장과 협의	필수	온라인 : 1개월 4학점 오프라인 : 실시간학점	1인 400,000원	
	본부별 특별 직무 교육		직원 전체	• 본부장 재량 하에서 본부직원에게 개별 외부교육과정 추천 및 본부별 집중교육 시행 • 사내전문가로 양성 • 영업 및 마케팅과 연구소는 본부별 집중교육 시행 : 영업컨설턴트 중/고급과정, 마케팅 OJT교육, 연구소 전문가 초 청 세미나 외	선택	외부교육 실시간 학점	본부 별 할당 금액	
글로벌 역량 영어 교육 (4개월)	온라인/ 전화		직원 전체	• 온라인 영어교육업체(YBM)를 통해서 실시 • YBM 외 온라인 영어교육업체 수강 가능 (증빙서류 제출 기한 : 익월 10일 내 제출)				
	오프라인 영어	16	직원 전체	• 교육기관 자율적 선택 가능 • 조건 : 학원수강증과 출석표 제출 (제출기한:익월 10일 내 제출)	선택	1개월 4학점	1인 400,000원	*증빙서류 (출석부 및 수강증) 제출 기한 미준수 시, 학점 미인정 및 교육 비용 지원 불가  *개별적 전표처리 후, 전략인사팀 팀장 승인
	영어 프로그램		직원 전체	• 주 2회 외국인이 전략인사팀에 출근 • 해당 날짜에 짜여진 프로그램 매달 공지, 신청 받고 월별 진행 • 4월~10월 동안 7개월 진행		10시간 4학점	연간 약 2천만원	
기본 역량 교육	외부 영어시험	-	직원 전체	• 외부공인기관 TOEIC 시험 1회까지 지원 : 영수증과 시험점수 제 출 시 비용 지원 • 11월까지 제출(10월 시험까지)	필수	-	1인 응시비용: 1회 42,000원	영어점수는 2년마다 1회 제출
	도서/ 독후감	10	직원 전체	• 유니베라 리더십 고취 및 도서학습의 생활화 • 상/하반기 연 2회 진행 및 연 2회 독후감 제출 (연간 필독서 10권 중 선택 2권)	필수	1회 5학점/ 총 10학점	2011	상반기 - 5월 진행 하반기 - 8월 진행
	기본 소양교육	24	직원 전체	• 월 1회 전직원미팅 시 외부강사 특강(2월~11월) • 전직원 미팅 이후 1~2시간씩 진행 • 전직원 미팅은 학습의 장으로 활용	필수	1회 2시간 3학점/ 8회 총24학점		세부계획 및 일정 확 정 후 EGGS에 공지 해당 교육에 따라 인 정 학점은 조정 가능
필수학점 전체		60						

### 평균 1인당 교육훈련비

구분	외국어	직무	기본역량	총계
인당 권장교육시간	16시간(4개월)	10시간	34시간	60시간
총 교육훈련비	53,040,000원 (영어시험비 포함)	본부별 40,000,000원 개인별 24,000,000원	10,000,000원	127,000,000원
인당 교육훈련비	442,000원	550,000원	100,000원	약 1,100,000원





성과와 공정한 보상

성과평가와 보상시스템 확립

유니베라는 건전한 내부경쟁을 통해 경영목표 달성과 경영효율 증진하기 위해 평가제도 규정에 따라 매년 직원들의 업무 기여정도를 측정하여 성과평가를 실시하고 이에 따른 성과급을 지급하고 있습니다.

평가제도

평가종류 및 시기	업적평가		역량평가	종합평가
	조직업적	개인업적	개인역량	개인업적+개인역량
평가내용	조직목표 달성 수준	개인목표 달성 수준	역량수준 (조직/직무/리더십/기본)	종합평가수준
평가대상	본부, 팀	전 임직원	전 임직원	전 임직원
평가절차 평가방식	분기평가 4회, 연간평가 1회		연 1회	연 1회
	• 업적평가 절차 ① plan: 목표설정 ② Do: 실행/고찰 ③ See: 평가/피드백 • 목표설정은 BSC와 연계		• 업적평가 절차 ① plan: 목표설정 ② Do: 실행/고찰 ③ See: 평가/피드백 • 행동척도(*B.I.), 요구수준(**R.L.) 기준평가	업적평가 + 역량평가 (70:30) 총점의 등급 서열화 (조직평가에 의한 등급배분율 활용)
평가등급	3등급 (상, 중, 하)	5등급 (S, A, B, C, D)		5등급 (S, A, B, C, D)
평가주체	• 팀 → 본부장 • 본부 → CEO 평가	• 1차 평가: 직속 상위 직책자 • 2차 평가자 모니터링: 차상위 직책자		직속 및 차상위 직책자 인사평가위원회
결과반영	조직성과급 결정	개인성과급 결정	조직/ 직무	Merit Increase (연봉 차등 인상률)
			HR 전반에 활용 (보상, 승진, 직책보임, 교육훈련 및 육성)	

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

047

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

048

보상제도





# Special Report

## 인권통합경영

유니베라는 기업의 다양한 이해관계자와 더불어 고객과 사회가 생태적, 정신적으로 건강한 삶을 영위할 수 있는 지속가능경영을 추구해 왔습니다. 또한 한국 기업 최초로 본격적인 인권통합경영에 나서고 있습니다. 유니베라가 목표로 하는 기업의 참 모습은 '꿈을 함께하는 행복한 일터'입니다. 유니베라는 모든 임직원들이 개개인의 꿈과 비전을 갖고 주체적인 참여를 이끌어 내려 노력합니다. 모든 사람이 차별 없이 기본적 권리를 누리며 건강하게 살 수 있는 사회를 만들기 위해, UN글로벌콤팩트의 10대 원칙을 기반으로 한 '인권통합경영'을 시행하고 있습니다.

### 해외농장에서의 인권

미국 텍사스의 힐탑가든 농장, 멕시코의 탐피코 농장, 중국 하이난 농장 등의 운영을 통해 글로벌 알로에 No.1 기업으로 우뚝 선 유니베라는 세계적인 천연물 기업으로 나가기 위해 러시아 연해주에 새로운 농장을 설립했습니다.

러시아 농장은 서로 약 10km 떨어진 츠카노브 농장과 까미쇼브 농장, 2개의 농장으로 구성되어 있습니다. 두 농장은 각각 약 300ha의 토지를 보유하고 있는데 길과 호수 등 경작하지 않는 부분을 제외한 실 경작지는 553ha로 현재 황금과 공을 재배하고 있습니다. 당초 크라스키노 지역으로 이전했을 때는 토지의 생산성을 확인하기 위해 시험적으로 채소를 재배했으나 장기적으로 글로벌 시장에서 유통 가능한 기능성 작물의 재배를 목표로 세우고 있습니다. 현재는 유니베스틴의 원료인 바이칼린을 추출하는 황금을 재배하고 토지 개량과 생산성 증대를 위해 공을 윤작하고 있습니다. 특히 이 곳의 공은 추운 환경하에 자라 다른 공 보다 단백질의 함유가 20% 가량 더 높으며 유전자변형을 하지 않은 NON-GMO 공으로 안심하고 사용할 수 있습니다. 이 공(복두라 칭함)을 원료로 유니베라는 저열량 고단백 건강식 빌리브 웰니스푸드를 출시하여 시장의 좋은 호응을 얻기도 했습니다.

원래 러시아는 주변국가에 비해 평균 수명이 짧고 특히 연해주 지역은 인구가 적어 전문 농사인력을 구하기 어렵습니다. 뿐만 아니라 물가도 한국에 비해 2배 정도 비싸기 때문에 농장을 운영하기 힘든 나라입니다. 하지만 초창기의 온갖 어려움을 극복하고 현재 러시아 농장에는 기획 및 법무담당, 트랙터 운전기사, 농기계 수리전문가, 회계와 물품관리직원, 시설경비 등 한국 뿐 아니라 러시아, 중국 국적을 가진 50여명의 직원들이 한가족처럼 근무하고 있습니다. 시간이 지날수록 농장이 체계적으로 운영되고 직원의 능력이 향상되며 복지 개선이 약속한대로 하나씩 이루어지면서 직원과 회사사이에 신뢰가 형성되고 있습니다. 또한 직원들이 점점 '나의 농장'이라는 주인의식도 갖게 되었습니다. 연해주 지역에 낮은 경제 여건속에서도 러시아 농장은 직원들의 급여체계와 근무 조건을 선진화 시켰습니다. 그리고 직원들의 생일을 챙겨주고 각종 기념일마다 직원의 사기를 올려주고 있습니다. 실례로 농장의 소속감과 동료애를 나누기 위해 매년 봄 농사 마감 축제와 송년파티에 임직원의 가족들을 초대하여 함께 즐거운 시간을 나누고 있습니다.

나아가 직원들이 직접 재배한 감자와 채소를 크라스키노 인근 지역의 학교와 유치원에 기증하고각종 행사에 인적,물적인 지원을 하여 지역 사회 발전에 이바지하고 있습니다. 이외에도 직원들의 자격증 취득, 보수 교육, 안전관리 교육, 건강관리 및 금주, 금연 학교에 대한 지원도 적극적으로 하여 지역 사회의 높은 호응도 얻고 있습니다. 이처럼 유니베라는 직원들이 농장에 근무하면서 개개인의 능력도 향상시키며 가정의 행복도 같이 채우며 향후 더 좋은 농장으로 발전할 것이라는 확신을 심어주고 있습니다.

유니베라는 이곳 러시아 크라스키노 농장을 인간에게 유익한 작물을 재배하여 자연의 혜택을 인류에게 전하는 농장의 미션하에 비즈니스 시설, 웰빙 및 관광 시설 등을 조성할 계획입니다. 그래서 농장을 방문하는 많은 고객들이 자연의 혜택을 경험할 수 있는 복합개념의 생산테마농원을 목표로 하고 있습니다.

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

지속가능경영성과  
경제성과  
**사회성과**  
환경성과

049

050



### ISO 26000의 영역 중 인권으로 본 유니베라 인권통합경영 진단

ISO 26000은 '사회적 책임에 관한 국제 표준'입니다. UN글로벌콤팩트와 마찬가지로 기업이 사회적으로 책임 있게 행동해야 한다는 근본적인 믿음을 바탕으로 출발하고 있습니다. 유니베라는 인권통합경영을 시작하면서 UN글로벌콤팩트 10대 원칙과 ISO 26000, 두 이니셔티브로 유니베라의 인권통합경영을 진단해보고, 향후 방향성을 도출해보았습니다.

### 유니베라의 인권통합경영 자가진단

UN글로벌콤팩트 10대 원칙	ISO 26000 조항	ISO 26000 핵심주제 /이슈	ISO 26000 핵심주제/ 이슈를 시행하기 위한 주요질문	유니베라 규범 및 실천사항
원칙 1 기업은 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중해야 한다.	6.3	충분한 주의 의무	인권정책이 기업 전체에 통합이 되어 있는가?	-
	6.3.3	인권위험상황	기업의 노동자들이 악조건 속의 환경에서 업무를 하고 있는가?	취업규칙
	6.3.4	공모의 지양	인권침해의 가능성이 있는 재화와 용역을 제공 하는 기업들에 보안적 조치를 취하는가?	-
	6.3.6	고충처리	모든 당사자들이 고충 또는 불만해소를 위한 시스템에 접근이 가능한가?	업무고충 상담제도
원칙 2 기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.	6.3.7	차별 및 약자 집단	기업이 접촉을 할 수 있거나 영향을 미칠 수 있는 사람에게 차별이 가지 않도록 보장하는가?	취업규칙
	6.3.8	시민권 및 정치권	기업은 개인의 삶을 존중하는가?	-
	6.3.9	경제, 사회, 문화적 권리	기업은 경제, 사회, 문화적 권리를 존중하는가? 또한 이러한 권리들을 방해하는 일은 하지 않는가?	노사협의회
	6.3.10	직장에서의 기본권	기업의 모든 인원은 단체 교섭의 권리가 있는가?	노사협의회
	BOX 7	아동노동	기업은 국제노동기구가 지정하는 근로를 위한 최소 연령을 준수하고 있는가?	취업규칙

### 인권통합경영의 향후 방향성

유니베라는 인권통합경영 선포 이후, 방향성에 대한 고민을 하고 있습니다. 진단표에서 살펴볼 수 있듯이 국제표준에서 제시하는 인권의 핵심주제를 포괄적으로 실천하지 못하고 있습니다. UN글로벌콤팩트 10대 원칙과 ISO 26000에서 제시하는 이니셔티브들을 점진적으로 실천하기 위한 첫걸음으로 에코넷 시스템에서 발생할 수 있는 이해관계자 별 위험요소들을 파악하고 분석해 이를 토대로 인권통합경영의 원칙을 제정할 계획입니다. 또한 임직원들의 이해도와 공감을 높이기 위해 인권교육을 실시할 예정입니다.





# 고객

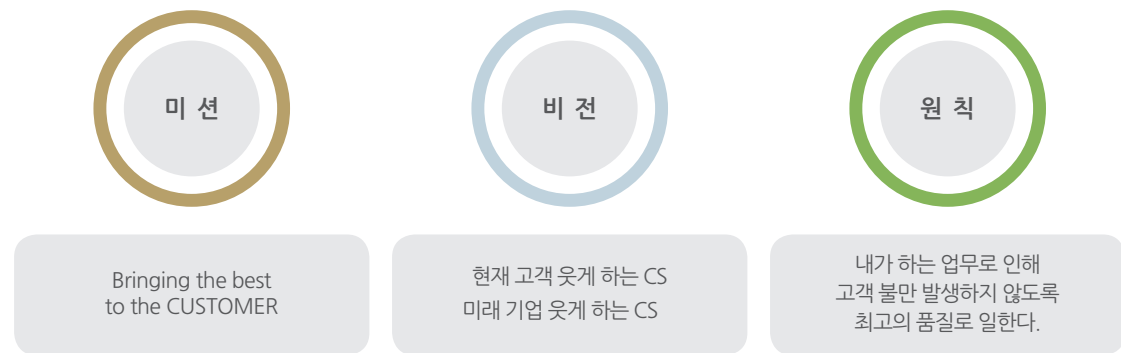
## 고객만족

소비자 불만의 소리를 기업가치 제고를 위한 노력, 3회 연속 인증 획득

유니베라는 2006년 6월, 공정거래위원회와 한국소비자원이 주축이 되어 국내 기업에 적용되기 시작한 소비자 중심 경영(CCM, Consumer Centered Management)의 도입을 선포하고 제품, 서비스, 기업경영의 3가지 영역 내 고객 불만의 예방과 신속하고 정확한 처리, 동일 불만의 재발을 막고 새로운 제품개발에도 고객 불만요소를 반영하는 고객중심경영을 지속적으로 강화하고 있습니다. CCM제도는 2011년 9월, 공정거래위원회 지침에 의해 국문명이 변경 (소비자만족자율관리프로그램 → 소비자중심경영)되면서 고객의 만족을 높이기 위한 활동으로 발전하였습니다. 2008년 건강기능식품업계, 방문판매 업계 각 최초로 CCM우수운영 기업으로 공정거래위원회 인증을 획득한 후 2년마다 실사를 통과해 인증을 유지하고 있습니다.

## 통합불만관리 체계 구축과 실현

CCM의 효율적, 효과적 운영을 위하여 비전, 미션, 원칙을 정하고 유니베라와 그 협력사(에코넷 산하)와 통합으로 프로그램을 운영하는 국내 최초의 사례로 고객불만 통합관리 체계를 구축하고 고객만족을 높이는 활동을 지속하고 있습니다.



## 불만종합관리 위한 조직도

고객의 불만은 지속경영의 중요한 요소이기 때문에 에코넷 총괄사장을 운영위원장으로 하고 고객을 최종으로 접하는 유니베라의 사장이 실무적인 책임자(자율관리자)를 맡아 연구전문회사(유니젠), 제조/품질관리 전문회사(네이처텍), 기업본부(홀딩스)가 모두 운영위원으로 참여하고 제품, 서비스, 기업경영 부문의 고객불만요소를 사전에 예방하기 위한 활동에 더욱 집중하고 있습니다.

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

051

지속가능경영성과  
경제성과  
**사회성과**  
환경성과

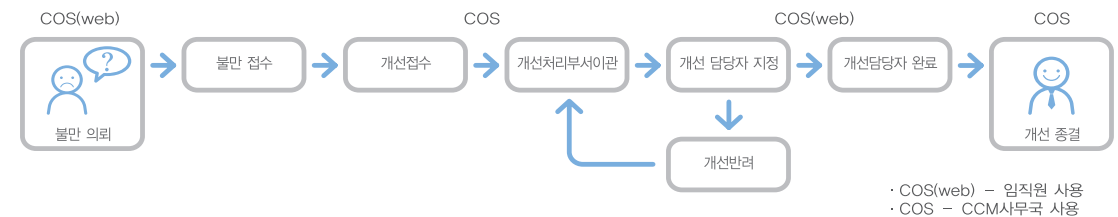
052

## CCMS운영 조직도



## 고객불만처리 프로세스

불만처리는 고객을 응대하는 부분과 재발을 막기 위한 혁신활동이 함께 병행되어야 하므로, 관련책임자와 프로세스를 정비하여 운영하고 있습니다.



## 고객의 소리 접수와 공유 현황

고객이 유니베라와 접하고자 하는 모든 채널(온-오프라인)의 정보가 COS(Customer Oriented Service) 시스템으로 통합 등록되도록 구현하고 모든 고객의 소리를 분석 후 사내는 물론 관련협력사에도 공유하고 있습니다. 이는 정보공유사이트(EGGS)를 통해서 이루어집니다.

## 고객의 소리 접수 현황

본부		2010년	2011년	2012
고객	기업홈페이지	299	286	198
	리니시에홈페이지	7	0	페이지
	쇼핑몰	470	329	285
	소계	776	615	483
	전화	9,542	9,914	9,948
내부고객(임직원)		77	94	364
대리점(UCS)		239	275	254
총계		11,410	11,513	11,049





#### 관련자 공유 현황

연도	2010년	2011년	2012년
공유 건수	159	114	299

#### 고객불만 접수, 처리 현황

고객불만처리는 신속, 정확함이 최우선이기 때문에 1일 이내 종결 후 접수된 불만을 유형별로 분석하여 개선과 혁신활동으로 연계하고 있습니다. 혁신활동은 유니베라가 중심이 되어 제조사인 네이처텍에서도 그 책임을 다하고 있습니다. 고객의 소리가 개별처리로 끝나지 않고 제품이나 서비스 개발, 정책입안에 적용될 수 있도록 개선의뢰 및 적용을 위한 모니터링 체계를 갖추고 있습니다.

#### 불만&개선 건수

유형	2010년	2011년	2012년
불만	1,962	2,389	1,554
개선	49	46	64
총계	2,011	2,435	1,618

#### 고객불만 개선 대표 사례

고객이 제기한 불만 중에는 제품 자체의 하자나 결함보다는 사용자 입장에서의 불편함, 휴대성, 소비자가 알아야 할 정보 제공 서비스에 대한 의견이 많은 편입니다. 그 중 대표적인 사례를 소개합니다.

유형	불만현상	개선내용
파우치 팩 사용자 편의 개선	절취선이 한쪽에만 있어 뜯기가 어렵고 불편함	제품 상단 양쪽에 절취선을 만들어 개봉 시 불편함 줄임.
식품 단상자 사용자 편의 개선	단상자 양쪽 사이드에 있는 여유공간이 없어 소상자를 꺼내기가 불편함.	손가락이 들어갈 수 있는 여유 공간을 만들어 양쪽 사이드에 있는 소상자를 꺼내기 쉽도록 사용자의 편의를 높임
소비자정보제공 서비스 강화	홈페이지에 전화상담 안내 시간이 표시되지 않아 불편함.	소비자가 문의하기 편리하도록 고객센터의 가능 시간을 표시함.

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

053

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

054

## 제품 만족

### 제품관련 이슈 제기 사례

건강기능식품 중 비닐 포장을 재활용이 가능한 종이 포장으로 포장 방식을 변경하고, 자동화 공정으로 공정시간을 단축하는 등 친환경 경영 시스템을 적용하였습니다.

OPP포장보다 친환경적인 종이 소재로 고객님이 개별 미니 제품을 보관시에도 좀더 용이하고 재활용도 가능하도록 포장이 이쁘게 바뀌었습니다.



친환경 종이소재인  
아레지오, 알로맥프로

Before

단상자코팅, 소팩은 비닐로 되어있어 재활용이 불가능해요  
유통기한이 단상자에만 표시되어 있어요

After

친환경 경영시스템 적용 : 재활용 가능한 포장방식으로 변경, 자동화 공정  
유통기한 결상자, 소상자에 모두 표시

## 고객만족도 향상을 위한 노력

### 고객불만 통합관리 교육 실시

제품과 서비스, 기업경영 부문 고객불만의 사전예방과 처리, 재발방지, 혁신활동에 관계되는 모든 유니베라 임직원은 물론 협력사의 임직원까지 고객불만관리교육(CCM교육)을 필수로 이수토록 하고 있습니다. 이 과정과 평가 결과는 승진과 보상에도 연계하여 그 효과를 높이고 있습니다.

교육		2009년	2010년	2011년	2012년
본사 (관계사포함)	횟수	33	16	15	15
	인원	297	264	280	296
대리점	횟수	153	175	180	183
	인원	14,741	13,835	14,456	14,627
총계	횟수	186	191	195	198
	인원	15,038	14,099	14,736	14,923





### 고객불만처리 만족도 설문 조사

고객 불만처리의 키워드는 ‘신속, 정확, 혁신’으로 모든 불만은 다른 어떤 업무보다 우선적으로 처리하되 24시간 이내 완료토록 원칙을 수립, 준수하고 있습니다. 중대불만 혹은 검사에 시일이 소요되는 경우는 5일 이내 처리하고 있습니다. 불만의뢰 고객에게 불만처리 후 처리내용과 과정에 대한 만족도를 실시하고 있습니다.

〈고객불만처리 만족도〉				5점 척도
문의유형	2009년	2010년	2011년	2012년
고객응대 친절함	4.2	4.3	4.9	4.9
고객응대 및 처리 신속함	4.0	4.2	4.8	4.4
처리내용 만족함	4.1	4.2	4.7	4.8

### 소비자관련법규의 준수

유니베라는 소비자의 권리 향상과 보호를 위한 관련법을 준수하고 있으며, 이를 실무에 적용토록 하기 위해 ‘자사 관련법률의 이해’ 책자를 매년 발간하고 그 이해 정도를 평가하여 승진에 반영하고 있습니다. 현재까지 소비자관련법규 위반의 사례는 없었습니다.

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

지속가능경영성과  
경제성과  
**사회성과**  
환경성과

055

056

## 대리점

### 대리점과 유피(UP)의 역할

#### 유니베라에게 대리점과 유피(UP)의 존재

기업에서 성장은 생존의 필수 불가결한 조건입니다. 유니베라의 성장은 본사와 대리점 그리고 유피가 조화롭게 함께 이루어내는 결과입니다. 유니베라는 자연의 혜택을 담은 천연물들을 연구, 개발하여 뛰어난 품질의 제품을 만들고 이를 유피가 고객에게 전달하여 회사, 대리점, UP 그리고 고객이 함께 성장하고 행복해지는 것을 추구합니다.

유피는 ‘유니베라 플래너(UNIVERA Planner)’의 약자로, 단순히 제품을 판매하는 것이 아니라 고객의 몸과 마음, 그리고 영혼의 건강함까지 케어하는 전문가 입니다. 때문에 유피는 ‘자연의 혜택을 인류에게’ 전하려는 유니베라의 기업 철학과 가치를 전하는 웰니스 코치입니다.

또한 대리점은 이러한 유피들을 전문적으로 교육하고 지원을 합니다. 유니베라는 대리점과 유피에게 과학적이고 체계적인 교육, 서비스 시스템을 제공하며 파트너 관계를 형성해왔습니다. 이는 유니베라 성장을 본사와 대리점의 파트너 관계에 기반, 대리점과 유피(UP)가 지속적으로 성장하고 있습니다.

### 건강한 수익구조 창출

유니베라는 회사의 가장 큰 이해관계자인 대리점과 유피(UP)의 건강한 수익구조 창출 및 복지향상을 위해 꿈을 함께하는 행복한 일터의 비전을 정립하고 이와 관련된 정책 및 프로세스를 갖추고 있습니다.

### 주요성과와 계획 요약

	2011년	2012년
조직 확대	유피(UP)수: 13,144명 대리점 수: 379개	유피(UP)수: 13,153명 대리점 수: 390개
복지 혜택	우수대리점& 유피(UP)현지법인 연수 우수 유피(UP) 자녀 장학금지급 유피(UP)자녀 동계&하계캠프	우수대리점& 유피(UP)현지법인 연수 우수 유피(UP) 자녀 장학금지급 유피(UP)자녀 동계&하계캠프
제도	UPS 제도 확대	UPS 제도 확대

### 조직확대

대리점- 점차적으로 증가를 목표로 하고 2013년 450개를 목표로 진행입니다.

UP- 전체 유피(UP)가 소폭 증가하였고 유피(UP)로 시작하여 팀장 이상의 간부 유피(UP)로 성장해나가고 있습니다. 이는 방문판매 회사로서의 조직의 경쟁력을 갖추어 나가고 있음을 나타내는 것입니다. 또한 유피(UP) 개인적으로는 전업주부에서 프로 세일즈 우먼으로 성장하고 있음을 보여줍니다. 특히, 2012년에는 웰니스 코치를 전문적으로 약1,500여명 양성하여 차별화된 웰니스 서비스를 진행하고 있습니다.

### 대리점과 복지정책

#### 유피(UP)를 위한 대리점 복지정책

유니베라는 유피(UP)를 위한 별도의 대리점 복지정책을 갖추고 있습니다. 유피(UP)에게는 해외시상의 기회와 연수를 보내주고 있으며, 유피(UP)의 자녀에게 직장의 자긍심을 전달하게 위해 장학금, 입시설명회, 꿈나무 캠프를 실시하고 있습니다.

구분		유피(UP)			
자녀혜택		장학금 / 입시설명회 / 스키캠프 / 꿈나무 캠프 / Univera USA 인턴십			
유피(UP) 혜택	시상	우수 유피(UP)시상	중국현지 연수	러시아현지연수	고급세단
	교육	전문가육성/직급별 UBA교육			

### 장학금 & 꿈나무캠프

유니베라에서는 유피(UP)들에게 다양한 시상과 교육, 현지법인 연수 기회등을 제공하고 있습니다. 또한 그들의 자녀에 대한 부분까지 감안하여 자녀들에게까지 복지지원제도를 운영함으로써 기업에 대한 소속감과 만족감을 높여 유니베라 방문판매의 성장과 경쟁력을 더욱 강화하고 있습니다

-장학금제도; 유니베라는 사랑하는 기업으로서 기업이윤을 사회에 환원하고자 유니베라가 설립한,

경기도 덕평에 위치한 청강문화산업대학에 입학한 경우 장학금을 지원받게 됩니다.





#### 유피(UP)자녀 청강대 장학금 지원현황

2011년 지급			2012년 지급		
1학기	혜택받은자녀수	장학금액	1학기	혜택받은자녀수	장학금액
	5	9,051,500		4	6,802,500
2학기	혜택받은자녀수	장학금액	2학기	혜택받은자녀수	장학금액
	4	7,296,500		2	3,444,500
2011년 합	혜택받은자녀수	장학금액	2012년 합	혜택받은자녀수	장학금액
	9	16,348,000		6	10,247,000

#### 유피(UP)자녀 장학금 지원현황

2011년 지급			2012년 지급		
1분기	혜택받은자녀수	장학금액	1분기	혜택받은자녀수	장학금액
	138	61,140,000		102	47,320,080
2분기	혜택받은자녀수	장학금액	2분기	혜택받은자녀수	장학금액
	106	47,683,726		65	29,618,810
3분기	혜택받은자녀수	장학금액	3분기	혜택받은자녀수	장학금액
	133	60,111,870		70	33,508,890
4분기	혜택받은자녀수	장학금액	4분기	혜택받은자녀수	장학금액
	86	39,883,040		68	32,079,340
2011년 합	혜택받은자녀수	장학금액	2012년 합	혜택받은자녀수	장학금액
	463	208,818,636		305	142,527,120

### 원활한 의사소통

#### 대리점과의 소통

유니베라는 대리점의 의견을 청취하고, 이를 기업경영에 적용하기 위한 소통의 통로를 마련하고 있습니다.

대상	커뮤니케이션 통로
대리점장	지역별 사장단 간담회, IPTV, UCS, 전국대리점장세미나, 영업국장세미나, 담당컨설팅
유피(UP)	전문가과정교육, 직급별 임명식, 아침교실, IPTV, UCS, 지역별 UP교육, 리더전진대회

#### 아침교실

아침교실은 유니베라만의 독특한 교육문화입니다. 대리점에서 펼쳐지는 아침교실을 통해 유피(UP)들은 고객 상담기법과 유니베라의 제품에 대한 정보 그리고 서비스에 대한 체계적인 교육을 받고 있습니다. 아침 9시 20분에 출근하면 1시간 정도 동료들과 함께 전문지식을 학습하며, 건강설계전문가로서 실력을 다지게 됩니다.

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

057

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

058



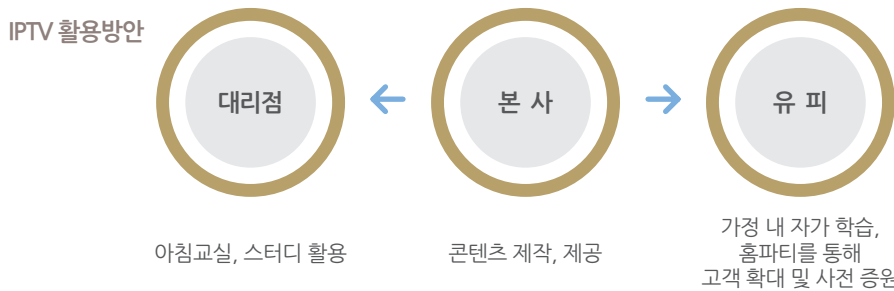
#### 사내보 '유니베라'

유니베라의 다양한 제품들과 서비스에 대한 최신의 정보가 담긴 사내보를 제작하여, 유피(UP) 세일즈력 향상은 물론 유니베라 본사와 유피(UP) 간의 원활한 교류와 공감대 형성을 하고 있습니다. 유니베라지는 격월 발간이 되며 시즌에 주목해야 제품의 정보와 다양한 웰니스 정보 그리고 고객이 유니베라 제품과 서비스 체험담까지 담겨있습니다.

#### 대리점, IPTV 보급

유피(UP)들의 역량강화 교육을 위해 셋톱박스를 제공해 왔습니다. 본사에서 콘텐츠를 제공하는 일방향 방식인 데다 화질이 떨어지는 문제점이 있어 이를 개선하기 위해 2010년 3월부터 대리점과 본사, 상호간의 쌍방향 교유가 가능하고 일반가정에서 시청이 가능하고 화질이 뛰어난 IPTV를 보급하고 있습니다. 대리점에서는 IPTV를 통해 유니베라만의 맞춤 콘텐츠를 시청할 수 있으며, 유피(UP) 가정에서도 설치가 가능합니다. 대리점에서는 IPTV를 통해 보다 효율적으로 아침교실을 실시하고 있으며 대리점 내 다양한 학습에도 활용하고 있습니다.

#### IPTV 활용방안



#### 유니베라의 웰니스 메시지 담긴 유니베라 캘린더

2013년 유니베라 캘린더는 “유니베라의 웰니스”를 주제로 하고 있습니다. 몸과 마음 그리고 영혼의 건강까지 지향하며 UP와 유니베라를 아껴주시는 모든 고객님들이 함께 실천할 수 있는 생활가이드가 담겨 있습니다. 유니베라는 모든 고객과 UP 및 이해관계자들이 매월 캘린더에 담긴 메시지의 실천을 통해 이 땅에 진정한 웰니스를 함께 누릴 수 있도록 2013 웰니스 캘린더를 제작하였습니다.

### 유니베라만의 차별화된 UP 육성 시스템

#### 유피(UP)의 성공을 위해 유니베라가 개발한 UPS제도

UPS제도는 팀을 구성하는 유피(UP)의 개별적 역량과 활동성, 직업적 비전과 전문성이 보다 강화되어 유피 개개인의 경제적 성공과 영업전문가로서의 비전을 더 빨리 이룰 수 있도록 도와주는 유니베라의 제3세대 유피(UP) 비즈니스 모델입니다.

UPS제도는 차별화된 인재양성교육프로그램(UBA)과 체계적인 컨설팅지원시스템을 통해 육체적, 정신적, 경제적으로 지원하여 최고의 방문판매 영업 전문가로 키워내며, 동시에 유피(UP) -대리점-본사가 함께 Win-Win할 수 있는 선진적인 비즈니스 시스템을 갖추고 있습니다.





## UBA 교육을 통한 유피(UP)역량강화

유니베라가 지원하고 있는 UBA교육은 개개인의 역량을 강화하여 전문가를 키워내는 프로그램으로각 기본교육과 고급교육을 통해 우수한 방문판매원으로서의 성장을 돕고 있습니다.

구분	역할	학습과정
기본교육	세일즈의 기본 스킬과 상품의 효능, 효과에 대해 배웁니다 고객개척과 고객관리에 대하여 배웁니다	상품의 효능, 효과 병태생리 및 인체지식 판매스킬
심화교육	체계적 고객관리와 개척활동을 통한 판매와 신입 UP가 정착 될 수 있도록 멘토가 됨	고객관계관리 멘토링

## UBA 교육 시스템(Univera Business Academy)

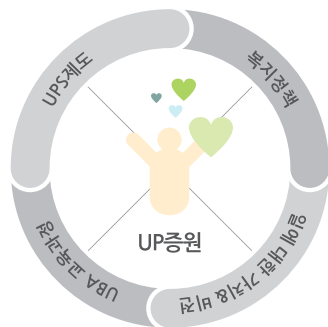
학습을 통해 체계적인 전문가로 거듭날 수 있도록 마련한 UBA 교육제도는 개개인의 역량을 강화하여 프로세일즈 우먼을 키워내는 프로그램이며, 전 유피(UP)들에게 폭넓게 제공하기 위해 기초부터 심화교육을 아우르는 지역별&전국통합으로 운영하고 있습니다. 전국통합교육은 연간 과정별로 운영되고 있는 기초교육과정으로, 멘토링과 리더십, 세일즈 팁, 고객관리 등을 진행하고 있습니다.

## 유피(UP), 스스로 학습이 가능한 UCS(Univera Communication System) 활용

지역별, 전국통합 별 등 진행되는 교육 외에도 각 개인별로 궁금한 정보라든가, 놓친 교육프로그램이 있을 때 활용 가능한 UCS사이트를 운영하고 있습니다. 홈페이지 ucs.univera.com에 접속하면 다양한 교육자료를 만나볼 수가 있으며, 영상자료실에는 동영상 강의를 준비하여 쉽고 재미있게 교육 자료를 습득할 수 있습니다. 현 이슈와 연계된 건강, 미용 정보들을 실질적인 사례와 엮어 제공되고 있습니다. 또한 평소 궁금했던 고객관리, 세일즈 팁, 제품정보, 고객 유형별 대응요령 등의 문제의 답을 찾아볼 수 있도록 운영하고 있습니다.

## 유니베라의 가장 큰 힘은 유피(UP)

유니베라는 ‘자연의 혜택을 인류에게’라는 기업철학 아래 자연에서 건강을 전하는 웰니스 기업으로 성장하고 있습니다. 유니베라가 지금의 위치를 다질 수 있었던 것은 알로에를 비롯한 천연물에 대한 정직한 믿음과 열정, 사람을 이롭게 하고자 하는 바른 마음, 그리고 무엇보다 유피(UP)들의 끊임 없는 노력 덕분이었습니다. 유피(UP)는 단순히 물건을 파는 판매원이 아닌, 고객의 건강과 행복한 삶을 설계하고 유니베라의 철학과 가치를 전하는 웰니스 전도사입니다. 이러한 유피(UP)를 더욱 성장시키기 위해 유니베라는 많은 노력을 하고 있습니다.



2012  
Univera  
Sustainability  
Report

059

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

060



## 1\_천안희망대리점 김홍필 사장

interview

### “유니베라와의 끝없는 조우, 그리고 인연”

유니베라와 저는 끝없이 만남을 계속했고, 그 만남이 남다른 인연이 되었습니다.

1991년 유니베라 연구실에 입사하여 같은 회사에서 근무하던 아내를 만났고, 2005년부터는 유니베라 대리점을 개설하여 사업을 하고있기 때문입니다. 본사 근무할 때 제품을 연구한 연구원이었기 때문에 제품과 회사에 대한 자신감이 있었습니다. 현대에는 오랫동안 살 수는 있지만 통증이나 만성 질환은 쉽게 없어지지 않기 때문에 유니베라의 건강기능식품 사업이 많은 사람을 이롭게 하면서 지속적으로 성장할 수 있는 잠재력을 가지고 있다는 점이 매력적이었습니다.

또한 눈 앞의 매출보다는 일을 하는 사람에게 비전을 심어주는 일을 더 값지게 생각하는 유니베라는 저를 장사꾼이 아닌 사업가인 사장으로堂堂하게 만들어주었습니다. 꿈을 함께하는 행복한 일터인 유니베라에서 성장한 UP님들이 제2, 제3의 희망대리점을 개설하는 것이 제 소원입니다. 물론 미래를 유니베라와 함께 하는 지속적인 인연을 바탕으로 말입니다. 유니베라 Forever!



## 2\_김해남양대리점 박기숙 지부장

11년 전 가을이 시작될 때 저는 가정주부로서의 삶에서 유니베라 라는 새로운 기회의 시간 속으로 들어갔습니다. 두 아이 엄마, 누구의 아내로 불리던 저는 그때부터 잊고 있던 저의 이름을 되찾게 되었죠. 조금씩 일을 배워갈 즈음 남편에게 무서운 병이 찾아왔습니다. 오래 견디지 못하고 남편은 결국 가족들의 곁을 떠나 하늘의 품으로 돌아갔습니다. 그렇게 남편이 떠난 후 남은 것은 낡은 아파트, 초등학교 3학년이 된 딸과 다섯 살이 된 아들, 그리고 저를 찾아온 갑상선 암이라는 진단이었습니다.

그때부터 저의 전쟁은 시작되었습니다. 숨쉬 틈 없이 하루하루 견디며 살았습니다. 그래도 자신 있게 말할 수 있는 것은 누구보다 열심히 일했고, 그 시간이 있었기에 지금의 제가 있다는 것입니다. 2008년에 갑상선 암 수술을 했고 보호자였던 중2인 제 딸이 저의 보호자가 되었습니다. 딸아이는 자기가 직접 헤쳐나갈 테니 엄마는 엄마 건강만 생각하라고 얘기하더군요. 그런 딸 아이가 커서 고3이 되어 진로를 결정하기에 이르렀습니다. 저는 4-5년 전부터 한 달에 한번씩 사무실 부장님 세분과 함께 장애인 시설로 봉사활동을 나가고 있었는데요. 언제던가, 딸 아이가 저를 따라 그곳에서 봉사활동을 하고 돌아오는 길에 “엄마 나도 이 길을 가야겠다.”고 하더군요. 그러면서 딸아이는 제게 말합니다. 돈을 벌 수 있는 방법은 많지만 나는 엄마가 자랑스럽다고 사람을 사랑하는 법을 배웠다고.

지금 생각해보면 제게 유니베라란 피로 이어진 형제는 아니지만 노력으로 형제를 얻을 수 있는 곳이었습니다. 저와 같은 길을 걷고자 하는 딸아이가 자랑스럽게 느낄 수 있도록 유니베라 함께 성장하도록 노력하는 것, 그것이 유니베라를 지속가능한 기업으로 만드는 원동력이 될 거라 믿습니다.





# 지역사회

## 지역사회에 대한 책임

유니베라의 사회공헌에 대한 인식

“사랑을 아는 사람은 남과 더불어 살아가는 가운데 인간과 사회를 사랑하게 되며 이러한 구성원들이 모일 때 기업은 사회와 국가로부터 사랑받는 기업이 됩니다”

- 창업주故 이연호 회장, 1993년 제1회 사랑의 실천운동 본선 대회 개회사 中



유니베라는 처음 설립 당시부터 인간과 자연, 기업과 사회, 개인과 회사간 선순환을 확립하는 것이라는 존재이유를 명확히 하고 선순환을 추구해왔습니다. 사랑하는 기업으로의 미션을 품고, 자연과 인간이 조화를 이루면서 더불어 행복하게 사는 세상을 만들기 위해 기업의 이윤을 많은 이들과 나누고자 노력해 왔습니다.

### 사회공헌 비전과 방향

유니베라는 궁극적으로 자연과 인간이 조화를 이루면서 더불어 행복하게 사는 세상을 만들기 위해 사회공헌 프로그램을 시작하였습니다. 유니베라는 건강을 단순한 신체적 건강으로 바라보지 않고 WTO가 정의한 신체적, 정신적, 사회적 등 통합적 건강으로 해석하고 있습니다. 더 나은 인류의 미래를 위해 신체와 정신의 어려움을 겪고 있는 많은 이들에게 생명을 전달하고 도움을 주기 위한 활동에 집중하고 있습니다. 특히 2011년부터 글로벌 사회 공헌 활동인 힐링잎의 기적 캠페인에 주력하고 있습니다. 또한 국내에서도 유니베라 나눔캠페인, 웰니스 음악회 등을 활발히 벌이고 있습니다. 자신과 사회 더 나아가 인류를 사랑하고 또한 모든이들에게 사랑을 받는 기업이 되기 위해 오늘도 유니베라는 노력하고 있습니다.

### 기업과 대리점 그리고 고객이 함께하는 사회공헌

유니베라는 사랑을 실천하는 기업입니다. 유니베라 가족들이 끊임없이 실천하고 있는 사회공헌 프로그램은 임직원을 뛰어 넘어 “대리점, UP 등” 유니베라 가족에게도 면면히 이어지고 있습니다. 또한 유니베라 제품과 서비스를 이용하는 고객들도 함께 동참하여 웰니스 사회를 만들기 위한 활동을 계속해 나갈 것입니다.

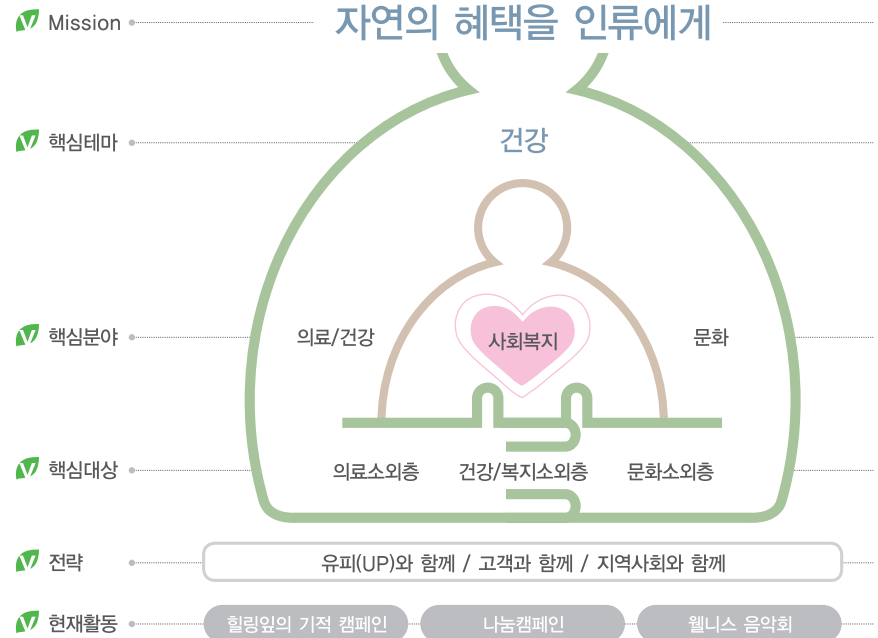
2012  
Univera  
Sustainability  
Report

061

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

062

사회공헌 체계



사회공헌 가이드 라인

건강테마사업	<ul style="list-style-type: none"><li>• 사회공헌 비전을 실천하기 위해 건강의 주요영역(신체,정신,사회)의 어려움을 겪고 있는 사회적 소외계층을 위한 사회공헌 활동에 집중 (아동&gt;여성&gt;노인)</li><li>• 통합적 건강해석: WTO가 정의한 건강의 개념인 신체적,정신적, 사회적 건강</li></ul>
비영리단체 파트너십	<ul style="list-style-type: none"><li>• 신뢰도 있는 비영리단체와 파트너십을 통해 장기적인 관점에서 건강문제를 해결할 수 있는 프로그램을 개발하여, 지속가능한 지원제도를 만드는 데 중점</li></ul>
참여와 선순환	<ul style="list-style-type: none"><li>• 유피(UP)를 포함 유니베라 구성원의 자원활동 참여를 높여 '자연의 혜택을 인류 에게'라는 기업철학을 구성원들이 실천, 개인과 사회와 인류의 선순환을 도모</li></ul>



## 사회공헌활동 사내제도지원

유니베라는 사회공헌활동의 활성화를 위해 매칭그랜트와 자원봉사, 유급휴가 등의 제도적 지원을 하고 있습니다. 나눔캠페인에 임직원과 유피(UP)의 자발적 모금액에 회사의 매칭그랜트 기금이 더해져 희귀난치성질환환우들의 건강사업에 사용되고 있습니다. 이 제도를 통해 2003년부터 한사랑나눔캠페인이 7차에 걸쳐 운영되었습니다. 또한 유니베라는 근무시간 내 자원봉사를 인정합니다. 임직원이 업무시간 내 자원봉사활동을 업무의 지속으로 인정해주는 제도로 2003년부터 임직원을 대상으로 운영되고 있습니다.

## 사회공헌 활동

### 생명의 비타민을 전달하는 힐링잎의 기적 캠페인

힐링잎의 기적 캠페인은 유니베라 한국과 미국이 전세계 영양 결핍으로 고통 받는 아이들에게 생명의 비타민을 전하는 글로벌 사회공헌활동입니다.

유니베라 제품에는 힐링잎으로 환산된 숫자가 표시되어있습니다. 고객이 제품을 구매할 때마다 표시된 수의 힐링잎이 자동으로 적립됩니다. 힐링잎 10개가 모이면 영양 결핍으로 고통 받는 아이 한 명에게 생명의 비타민을 전달할 수 있습니다. 유니베라는 2012년 12월까지 약 2,380,421명의 아이들에게 비타민을 전달했습니다.

비타민이 전달된 아이들의 숫자는 홈페이지를 통해서, 유니베라 본사 1층의 키오스크를 통해서 실시간 으로 공개되고 있습니다.



2,380,421명

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

063

064



## 유니베라 웰니스 음악회

웰니스 음악회는 유니베라가 2005년부터 시작한 활동으로 문화적으로 소외 받는 지역주민들에게 작은 혜택을 선사하기 위해 만든 공연입니다. 성수동에 위치한 사옥 ‘एको넷 센터’에서 클래식, 퓨전 재즈, 아카펠라 등 ‘자연을 닮은 음악’이라는 콘셉트로 매월 이색적인 공연이 펼쳐지고 있습니다. 건축문화대상 등에 빛나는, ‘자연과 소통하는’ 아름다운 사옥에서 지역주민들은 자연과 호흡하며 음악회의 낭만을 즐기고 있습니다. 웰니스 음악회는 매년 5월부터 9월까지 셋째주 수요일에 진행됩니다. 2005년 9월 첫공연을 시작했으며 매년 스윗소로우, BMK, 등 유명 가수들을 비롯해 난타, 전통 국악, 재즈, 클래식 등 해마다 다양한 장르를 선보이고 있습니다. 또한 이 음악회에는 지역 내 소외계층들을 초청하여 ‘문화나눔’을 더불어 실천하고 있습니다. 앞으로도 유니베라가 지속적으로 후원하고 있는 성애원(경기도 이천 소재)의 아이들을 비롯, 지역 내 소외아동, 장애인, 어르신 등 다양한 대상들과 함께 이 공연을 함께할 계획입니다.

회차	월	공연팀	장르	관람객
33회	2011년 5월	스윗소로우	대중가요	750여명
34회	2011년 6월	카타	퓨전국악	350여명
35회	2011년 7월	허클베리핀	인디밴드	330여명
36회	2011년 8월	류복성	재즈	390여명
37회	2011년 9월	봄여름가을겨울	대중가요	500여명
38회	2012년 5월	스윗소로우	대중가요	650여명
39회	2012년 6월	서울오라토리오	클래식	250여명
40회	2012년 7월	라보엠	팝페라	240여명
41회	2012년 8월	브로콜리너마저	인디밴드	750여명
42회	2012년 9월	윈터플레이	재즈	350여명

## 미래포럼 저출산의 해법 ‘돌봄’모델 구축사업

“아이 하나를 키우기 위해서는 마을 하나가 필요하다”라는 아프리카 속담이 있습니다.

저출산과 핵가족 시대를 맞이한, 현대대에게는 과거 마을 공동체가 가지고 있던 돌봄의 관계망이 필요합니다. 유니베라는 한국이 당면하고 있는 저출산 극복의 과제를 해결하고 미래를 준비하고자 미래포럼의 기업회원으로 활동하고 있습니다. 그 일환으로 연 매출의 만분의 일 기부 기금 조성을 통해 유니베라를 비롯 풀무원, 농부, 유한킴벌리 등 4개 기업이 뜻을 모아, 2005년부터 돌봄 공동체 구축을 위한 사업을 진행하고 있습니다. 2009년에 지역사회의 어린이도서관을 통해 주민들이 자발적으로 소통하고 어린이를 돌보는 공동체 모델을 만들고자 시범사업을 시작했습니다. 시범사업의 대상은 부산의 ‘맨발동무어린이도서관’, 광주의 ‘바람개비어린이도서관’, 용인의 ‘밤토실어린이도서관’ 등 3곳으로 선정되었으며, 향후 3년간 돌봄 시스템을 구축하는 데 필요한 환경을 갖추고 유지하는 것을 도울 계획이며, 이 내용을 유니베라 홈페이지를 통해 지속적으로 공유할 계획입니다.

### 만분클럽이란?

미래세대에게 가정과 직장이 조화로운 사회, 건강하고 안전한 사회, 투명하고 공정한 신뢰 사회를 선물하고자 하는 진취적인 기업들의 모임입니다. 현재 유니베라, 풀무원, 농부, 유한킴벌리, 법무법인 지성 등이 회원사입니다.

## 유니베라 나눔캠페인

‘유니베라 나눔캠페인’은 기부문화의 사회적 확산을 목적으로 아름다운재단과 공동으로 진행하고 있는 직장모금 캠페인입니다. 2012년 7월까지 총 6회차까지 캠페인이 진행됐으며 2억4천3백여만원의 기부금이 조성되었습니다. 유니베라는 직원들의 기부문화를 적극 지원하기 위해 매칭그랜트를 매년 지원하고 있습니다. 모금액은 희귀 난치병 환아들을 위한 지원사업 기금으로, 전액 아름다운재단에 기탁하였습니다. 이를 통해 희귀, 난치성 환아들을 대상으로 신체는 물론 심리, 정서적인 문제 해결을 위해 한국희귀난치성질환연합회의 음악/운동/언어/미술 치료 프로그램이 운영되고 있습니다. 2013년 7월까지 모금이 될 7차 캠페인 금액 또한 희귀난치성 환아들을 위한 사업기금으로 투명하고 공정하게 운영될 것입니다.

### 1~6차까지의 한사랑나눔모금액 및 사업개요

구분	1차	2차	3차	4차	5차	6차
기간	2003/4~ 2004/3	2004/4~ 2005/3	2007/4~ 2008/3	2008/3~ 2009/2	2010/4~ 2011/3	2011/6~ 2012/7
사업처	세브란스 병원	한국희귀난치성 질환연합회	한국희귀난치성 질환연합회	한국희귀난치성 질환연합회	한국희귀난치성 질환연합회	한국희귀난치성 질환연합회
사업내용	마라톤개회비 환아치료비	자조모임 지원	재활치료 ‘쉼터’ 운영 및 영양세미나, 학회지원, 문화지원	재활치료 ‘쉼터’ 운영 및 영양세미나, 학회지원, 홍보물 제작지원	재활치료 ‘쉼터’ 운영 및 영양세미나, 학회지원, 홍보물 제작지원	재활치료 ‘쉼터’ 운영 및 환아치료비
매칭그랜트	20,000,000원	없음	20,000,000원	20,000,000원	18,435,000원	11,000,000원
지원총금액	63,840,000원	18,770,000원	54,550,000원	47,999,650원	36,870,000원	21,550,928원



# Special Report

## 유니베라 CSR \_ 자연의 혜택을 인류에게

### 유니베라 마케팅본부장 김교만

회색빛이 가득하고 전동차의 소음이 들리는 성수동에 자리잡은 유니베라 사옥의 이름은 '에코넷센터'입니다. 도시적인 느낌과 달리 이 건물은 자연의 선물인 천연물을 다루는 기업의 이미지와 주변의 환경과 조화로운 교류를 할 수 있도록 세워졌습니다. 매년 5월부터 9월까지의 아름다운 선율과 빛의 무대로 꾸며지는 웰니스 음악회도 열려 지역 주민들의 문화적 오아시스의 역할도 하고 있습니다. 그래서 이제 에코넷 센터는 인근 주민들이 편하게 쉬고 아끼는 명소가 알려져 있습니다. 1층 현관에 'UN글로벌콤팩트 10대 과제'를 크게 게시해 둔 기업, 유니베라의 CSR을 총괄하고 있는 김교만 마케팅본부장과의 인터뷰를 통해 유니베라의 기업정신과 사회공헌 활동을 살펴봅니다.

### ● 몸과 마음, 그리고 영혼까지 건강해지는 유니베라의 나눔의 실천, 웰니스

웰니스는 무엇일까요. 많은 분들이 건강, 행복, 물질적인 평안 등으로 생각합니다. 그러나 유니베라가 내세우는 웰니스는 몸과 마음, 그리고 영혼의 영역으로 생각할 수 있습니다. 몸의 웰니스는 영양분이 풍부하고 몸에 유익한 성분이 들어있는 음식을 섭취하고 규칙적인 운동을 하며 건강을 지키는 것을 의미합니다. 마음의 웰니스는 명상이나 음악, 여행 등으로 스스로의 마음가짐을 올바르게 하고 주변인들과의 칭찬, 사랑, 아낌 등의 아름다운 교류를 통해 평온한 상태를 유지하는 것입니다. 마지막으로 영혼의 웰니스는 환경운동, 내가 가진 것들을 이웃과 함께 나누는 봉사활동 등을 통해 내가 속한 공동체의 사회적 책임을 다하는 것을 뜻합니다. “자연의 혜택을 인류에게”로 시작한 유니베라는 고객과 모든 이해관계자들이 몸과 마음 그리고 영혼의 웰니스를 누릴 수 있도록 앞으로도 최선을 다할 것입니다.

### ● 나눔의 철학, 유니베라의 서번트 리더십

유니베라는 '서번트 리더십(SERVANT LEADERSHIP)'이라는 문화가 있습니다. 서번트는 말 그대로 '섬기는 사람', 즉 조직 구성원을 섬기며 구성원의 능력을 최대한 이끌어내 성과를 낼 수 있도록 뒷받침하는 조력자를 말합니다. 과거에는 카리스마, 지식, 유머 이런 부분이 리더십의 근간을 이뤄왔지만 앞으로는 그 이상의 가치를 리더십에서 요구된다고 생각하고 그것이 서번트라고 생각합니다. 조력자는 동료가 스스로 창의적인 영감을 불러일으킬 수 있도록 조직에 권한과 자율성을 부여한다. 구성원들 앞에서 무엇인가를 억지로 강요하는게 아니라 움직일 수 있는 동기와 목표를 만들어 결국 자신을 드러내지 않고 조용히 조직을 움직이는 것입니다.

서번트리더십의 중요한 3가지 자세가 있는데 정직, 경청, 존중입니다. 서번트 리더는 먼저 자신이 '섬기는 자'라는 생각에서 출발해야 하는데, 자신의 생각을 솔직히 말하고 신념에 따라 행동하는 것 그것이 정직의 태도입니다.

이청득심(以聽得心)이라는 격언이 있는데 '상대의 말을 잘들으면 마음을 얻을 수 있다'는 뜻입니다. 리더는 입으로 지시하는게 아니라 먼저 귀를 열고 다른 사람들이 말하는 것을 들어야 최선의 방법을 찾아 행동할 수 있습니다.

마지막으로 "내가 왕이 되고 싶으면 남을 왕처럼 받들어야"라는 말처럼 서로를 사려 깊게 배려하고 존중하는 것이 필요합니다.

배려와 존중하는 마음속에서 구성원들간의 신뢰가 피어나고 이를 통해 조직은 점점 강해지는 것입니다.

이처럼 유니베라는 서번트 리더십을 근간으로 국내외 다양한 사회공헌활동을 펼치고 있습니다.

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

065

066

### ● 필수 영양소 결핍으로 고통 받는 전세계 어린 생명을 구하는 힐링잎의 기적 캠페인

“어린 아이들에게 내일을 선물해주세요”

힐링잎의 캠페인은 유니베라 제품을 고객이 구입하면 일정량의 적립금이 발생, 이를 통해 필수 영양소를 공급받지 못해 고통을 받는 어린이들에게 생명의 비타민을 전달하는 고객 참여형 글로벌 CSR 활동입니다.

해마다 태어나는 아이들중 약 5,400만 명의 어린이들이 비타민을 비롯한 필수 영양소가 없어 생명의 위협을 받고 있는데요,. 특히 5세 미만의 아동 약 2,000만명이 영양 결핍으로 인한 질병으로 귀한 목숨을 잃고 있는 안타까운 현실입니다. 유니베라는 이런 안타까운 현실 속에서 죽어가는 귀한 생명을 살리기 위해 국제구호단체인 비타민엔젤과 함께 '힐링잎의 기적' 캠페인을 국내 최초로 진행하고 있습니다.

힐링잎의 기적 캠페인에 동참하는 방법은 두 가지입니다.

첫째는 고객이 제품을 구입하면 일정량의 금액이 적립금으로 쌓여 전달되는 방법입니다. 유니베라의 전 제품(일부 바디용품 제외)에는 힐링잎의 개수가 표시되어 있으며 10개가 모이면 한 아이에게 생명의 비타민이 전달되는 것이죠.

둘째는 서브퍼스트 팔찌를 구매하는 것입니다. 서브퍼스트 팔찌 한 개를 구입하면 다섯 명의 아이에게 비타민이 전달되는데요, 팔찌는 유니베라 온라인몰(www.univeramall.com)또는 UP에게 구매할 수 있습니다. 이 캠페인은 단순한 기부형 활동이 아니라 유니베라 직원부터, UP, 고객까지 이해관계자 한사람 한사람이 동참하는 뜻깊은 일입니다. 2011년은 60만여명의 아이들에게 비타민을 전달했으며 올해는 100만명 이상을 목표로 하고 있습니다.

### ● 희귀난치성질환으로 고통받는 환우들과 함께 합니다. 유니베라 나눔캠페인

작은 것도 나눌 줄 아는 아름다운 기부문화를 만들기 위해 유니베라는 또 다른 나눔 캠페인을 전개했습니다. 아름다운 재단과 공동으로 추진하고, 유니베라 임직원과 전국의 UP가 함께 참여하는 캠페인입니다. 국내 약 50만명의 희귀난치성질환을 앓고 있는 아이들을 위해 유니베라는 2003년부터 2012년까지 총6회에 걸쳐 모금한 금액을 한국 희귀난치성질환연합회에 전달했습니다. 일부 희귀질환에만 국고가 지원될 뿐 대부분의 환아들에게는 보험적용이 되지 않아 제대로 된 치료가 이뤄지지 않고 있는 형편입니다. 유니베라는 희망조차 품어보지 못한 희귀난치질환 아이들을 위해 작은 마음을 모아 후원하며 또 직접 찾아가 봉사하는 나눔을 실천하고 있습니다. 이런 활동을 통해 아이들이 보다 건강하고 행복한 세상을 꿈꾸었으면 좋겠습니다.

### ● 지역 주민들에게 일상의 작은 여유와 잔잔한 문화를 드려요, 웰니스 음악회

웰니스 음악회는 2005년부터 시작한 활동으로 문화적으로 소외 받는 지역주민들에게 작은 혜택을 선사하기 위해 만든 공연입니다. 성수동에 위치한 유니베라 사옥 야외 무대에서 매년 5월부터 9월까지 셋째주 수요일에 진행됩니다. 2005년 9월 첫공연을 시작으로 8년째를 맞이하고 있으며 스위트소로우, BMK, 등 유명 가수들을 비롯해 난타, 전통 국악, 재즈, 클래식 등 해마다 다양한 장르를 선보이고 있습니다. 음악회는 별도의 신청 과정 없이 누구나 공연장을 찾아와서 관람할 수 있습니다. 좌석규모는 400석으로 야외서 진행되기 때문에 어느 곳에 앉아도 즐거운 무대를 감상할 수 있고 주변에 지나가는 주민들도 서서 구경할 만큼 자리가 없어도 부담없이 함께 즐길 수 있습니다. 또한 공연도중에 이벤트도 있어 푸짐한 경품도 받을 수 있습니다.

그 외에도 러시아 연해주 크라스키노 농장에 조성한 <안중근의사 단지동맹비>, <대학생 역사캠프> 등도 진행을 한 적이 있습니다.

그 지역은 두만강과 인접해 있고 우리에게도 역사적으로 의미 있는 곳인데, 버려진 땅을 개척하여 지역민과 꿈을 함께하는 행복한 농장을 운영하고 있습니다.





# 환경성과



지구를 건강하게, 사람을 건강하게

‘지구를 건강하게, 사람을 건강하게’ 하는  
환경경영을 실천하여  
인류의 지속가능한 사회를  
만들어 가는 데 노력합니다.

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

067



지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

068



## 환경 DMA(Disclosure on Management Approach)

### 비전 및 전략방향

세계 인류에게 자연의 혜택을 주는 회사로서, ‘자연을 건강하게, 사람을 건강하게’ 하는 환경경영을 실천하여 인류의 지속가능한 사회를 만들어 가는 데 노력합니다. 또한 환경경영을 통해 경제적 가치와 환경적 가치를 동시에 향상시키는 것을 목적으로 합니다.

### 중요성 평가 및 최상위 이슈

- 환경경영 비전 및 전략수립
- 환경친화적 제품 개발
- 자원의 절약과 그린커뮤니케이션

### 주요성과

- 2010년부터 환경원칙을 제정하고, 체계적인 환경경영 전략과 실행 동력을 구비함
- 네이처텍 ISO14001인증(환경경영 목표)
- 유니젠, 친환경 약초원 조성
- 제품의 친환경 패키지 적용

### 도전과제

#### 온실가스 인벤토리 관리 및 구축의 필요성

유니베라는 2009년부터 환경경영을 도입하고, 전략범위 안에서 환경경영을 실천하고 있으나, 정량적인 온실가스 측정체계가 완비되지 못한 상태입니다. 따라서 이에 대한 체계를 마련하는 것이 시급한 상황입니다. 또한 친환경 패키지 적용에서 한 단계 나아가 소비자의 안전과 건강은 물론 원료에서 생산, 판매, 소비의 전 과정에서 친환경적인 제품을 출시할 예정입니다.







# 환경에 대한 책임

## 환경경영 비전 및 방침

유니베라는 '자연의 혜택을 인류에게'라는 기업철학과 경영이념 아래, 세계 인류에게 건강과 아름다움을 주는 회사로서, '지구를 건강하게, 사람을 건강하게' 하는 환경경영을 실천하여 인류의 지속가능한 사회를 만들어 가는 데 노력합니다. 또한 환경경영을 통해 경제적 가치와 환경적 가치를 동시에 향상시키는 것을 목적으로 합니다.

## 환경경영 슬로건

자연을 건강하게, 사람을 건강하게

## 환경경영방침

유니베라는 환경경영 가치를 실행하기 위해 전 사업영역 내에서 환경보전 원칙을 제정하여 준수하고 있습니다.

1. 환경을 기업경영활동의 핵심가치로 인식하고 환경경영 시스템 구축을 통해 지속적인 환경경영을 실천한다.
2. 환경법규 준수 및 지속적인 환경개선을 통해 환경가치를 창조해 나간다.
3. 에너지 절감을 생활화한다.
4. 인류의 건강과 지속가능한 지구환경을 위한 제품을 고객에게 전달한다.
5. 조직구성원의 환경가치인식 고양을 위해 지속적인 교육을 추진한다.
6. 우리는 환경정책과 성과를 문서화하여 대중에게 공개하며 환경가치 인식 확산에 앞장선다.

## 환경경영 발전모델



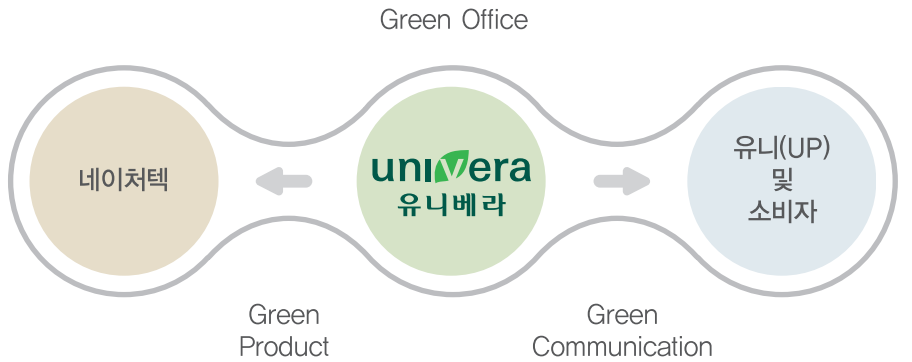
2012  
Univera  
Sustainability  
Report

069

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

070

## 환경경영 3대 전략



- Green Product : 친환경제품, 안전한 제품 개발
- Green Office: 구성원의 환경교육 및 환경활동
- Green Communication: 유피(UP)/소비자 대상 캠페인 펼쳐, 친환경 기업이미지 구축

## 실행방안

	주요과제	실행방안
Green Product	친환경제품개발	• 에너지, 온실가스 절감형 친환경 제품 개발 • 에코디자인, 패키지 - 친환경적인 자동 포장형태의 패키지 제작
	안전성 확보	• 제품개발 단계서 안전성 확보
Green Office	구성원 인식개선	• EMS 비전 수립 및 공유 • EMS 선포식 • 구성원 환경교육(SVC)
	환경활동	• Green Office 캠페인
Green Communication	유피 인식개선	• 유피(UP) 라이프 스타일 개선 환경캠페인
	소비자 인식 개선	• 소비자 친환경 라이프스타일 제안 '땅 위에 심은 별' • 온실가스 줄이기 생활화 캠페인





# 환경에 대한 책임

## Green Product

유니베라는 기업의 온실가스로 점점 뜨거워지는 지구를 위해, 에너지와 온실가스를 저감할 수 있는 제품을 만들고자 합니다. 이에 친환경적인 제품 생산과 신뢰할 수 있는 안전한 제품 만들기에 앞장서고 있습니다. 지구환경을 생각한 제품이 바로 유니베라의 그린 프로덕트입니다. 제품 개발 전체 과정에서 각 단계별로 에너지와 온실가스 저감을 최소화하고 있습니다. 또한 재활용이 가능한 종이재질을 사용하고, 친환경적인 자동라인 공정적용으로 온실가스 배출을 저감하고 있습니다. 건강기능식품의 경우 2010년 3월 아레지오부터 적용하고 있으며 화장품은 2011년 출시된 힐타가든 친환경 패키지로 시작하고 있습니다.

## 친환경 패키지로 탄생한 자연주의 스킨케어 브랜드 힐타가든

힐타가든은 제품 개발 컨셉트도 그렇지만 원료 자체부터 제품 제작의 프로세스까지 친환경적으로 만들어졌습니다. 먼저 단상자 및 지선대는 코팅을 하지 않은 무염색 펄프지로 만들었으며, 인쇄도 공에서 추출한 친환경 잉크원료(Soy Ink)로 했습니다. 색상도 1도 단색인쇄를 하였는데 이것도 환경에 유해한 물질의 발생을 최대한 줄이기 위해서였습니다.

힐타가든의 용기 또한 친환경 컨셉으로 개발됐습니다. 용기의 뚜껑은 친환경 소재로 구분되는 PP(폴리프로필렌)와 PE(폴리에스테르)를 사용하여 환경에 대한 비용을 절감했습니다. 그리고 내용물을 담고 있는 유리병은 재활용이 가능하며 유리병 겉을 비닐 코팅이 아닌 에칭 기법(다른 환경 유해 가공을 하지 않고 유리 표면을 뿌영게 부식시켜 불투명하게 만드는 친환경 제조 기법)을 사용했습니다. 힐타가든의 파우치도 면 소재로 제작하여 재사용이 가능하게 만들었습니다.

이처럼 유니베라는 건강기능식품 만이 아니라 화장품을 비롯한 전제품에 향후 적용하여 지속적인 환경경영을 추진할 계획입니다.

## 패키지 변경이 지구온난화에 도움이 될까요?

연간 15톤의 온실가스를 줄이는 효과를 기대할 수 있습니다. 소나무 3000그루를 심는 효과와도 같습니다. 이는 단상자의 재질이 기존 비닐opp 대신 종이로 변경되었기 때문입니다. 비닐은 분해되는 데만 100년 이상이 걸립니다. 현대대가 살아있는 시간보다 더 긴 시간이 필요하지요. 하지만 종이 상자를 적용하게 되면 재활용이 가능합니다. 유니베라는 다음 세대를 위해 재활용이 가능한 재질을 선택하였으며, 보다 단축된 친환경공정 적용으로 온실가스를 더 줄일 수 있게 되었습니다.

## 제품 안전성 확보

유니베라는 자체 안전성 관리 체계를 구축하였습니다. 제품개발 단계에서 처방에 대한 엄격한 적용 기준을 갖고 있습니다. (합성첨가물, 잔류농약, GMO, 미생물, 유해물질 등)

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

071

072

## 사례) 유니베라 제품 친환경 포장 자가 진단 평가 및 향후 방안

친환경포장 가이드라인 등 마련을 위한 연구(한국환경자원공사, 2005. 11)에 근거하여 유니베라 제품에 대한 친환경포장 자체 자가진단 평가를 실시했습니다. 자가진단이기는 하나, 제품 포장재에 대한 객관적인 시각의 평가 자료로써 환경경영이나 포장재 개선 방향결정에 도움이 되고 있습니다.

### 건강기능식품

건강기능식품		감량	재사용	재활용	열회수	총점
전체점수		50	10	90	10	160
액상제품	5제품	40	10	90	0	150
캡슐제품	9제품	40	10	70	10	120
과립제품	3제품	40	10	90	10	150
정제제품	1제품	40	10	90	10	150
	1제품	40	10	70	10	140
전체진단 점수(평균)		40	10	79.5	5.3	134.8

※ 전체 진단점수(평균)은 각 제품 별 품목 수에 비례하여 계산자사 건강기능식품 친환경 포장 자가 진단

>> 결과 → 준수율 : 84.25%

>> 감점요인

- 전체적으로 감량 진단 항목에서는 합성수지 재질 포장재 사용을 줄이기 목표를 준수하지 않아서 10점 감점 (자체 목표 불명확)

- 캡슐제품의 경우 전부 PTP포장재질(PVC+AL)을 사용하고 있음 → (30점 감점)

1) 포장재에 PVC를 사용하여 첩합, 수축포장, 도포(코팅)한 포장재 사용 (-10점)

2) 복합재질의 합성수지 분리배출표시 도안 “OTHER” 미표시 (-10점)

3) 폐기물 소각(열회수) 단계에서 PVC 재질로 된 포장재 사용시 분리배출 미표시 (-10점)

- 정제제품 중 1제품(그린칼슘)의 경우 PTP포장 재질(PE+AL) 및 OPP필름포장을 사용 → 20점 감점

1) 복합재질의 합성수지 분리배출표시 도안 “OTHER” 미표시 (-10점)

2) 필름·시트형 포장재(내부가 보이는 투명한 포장재) 분리배출 미표시 (-10점)

### 화장품

화장품		감량	재사용	재활용	열회수	총점
전체점수		40	10	80	10	140
Linitie	Daily Care	40	10	80	10	140
	Special Care	40	10	80	10	140
	Make-Up	40	0	80	10	130
	Man Care	40	10	80	10	140
Atoaloe	Atopy Care	40	10	80	10	140
Aloclassic	Esthetic	40	10	80	10	140
Veraspa	Personal Care	40	0	80	10	130
전체진단 점수(평균)		40	7.1	80	10	137.1



※ 전체 진단점수(평균)은 각 제품 별 품목 수에 비례하여 계산

>> 자사 화장품 친환경 포장 자가 진단 결과 → 준수율 : 97.93%

>> 감점요인

- 재사용 단계 : 화장품의 리필생산 권고 비율을 준수하기 위하여 재사용이 가능하도록 설계하지 않음 → 10점 감점
  - 1) 색조화장품(메이크업)의 리필 제품 미 생산 (-10점)
  - 2) 샴푸, 린스류의 리필 제품 미 생산 (-10점)

#### 자사제품 친환경 포장 자가 진단 고찰 및 개선사항 도출

- 자사 친환경 포장 개선 목표의 부재
  - 친환경 포장을 위한 노력은 진행 중이나, 이에 대한 연차별 계획 및 목표가 없음
  - 다음의 개선사항을 시간적 목표를 두고 관리할 필요가 있음
    - 1) 합성 수지 재질 포장재의 사용량의 연차별 감소
    - 2) 폐기물 부담금, 재활용분담금의 연차별 줄이기
- 자사 건강기능식품 PTP 포장 재질 개선
  - 현재 자사 PTP포장은 PVC(폴리비닐클로라이드)와 AL(알루미늄)의 복합재질을 사용하고 있음
  - PVC의 사용을 줄이면 친환경 포장 가이드라인의 준수율을 95% 이상의 수준으로 높일 수 있음
- 자사 재활용분담금, 폐기물 부담금 감소를 위한 노력의 부재
  - 폐기물부담금은 관계사인 네이처텍에서, 재활용분담금은 유니베라에서 부담하고 있음 (재활용분담금: 연간 약 6000만 원 수준)
  - PVC 등 합성수지 사용의 경우 재활용부과금이 유리, 종이에 비해 상대적으로 높기 때문에 포장재질의 변경을 통해 재활용분담금을 줄일 수 있음
  - 폐기물부담금 및 재활용분담금은 출고량에 비례하여 적용되기 때문에 매출이 증가할 경우 납부해야 하는 금액이 늘어나게 되며, 향후 관련 법률의 규제가 엄격해질 전망이다
  - 따라서, 폐기물부담금 및 재활용분담금의 납부 준수단계를 넘어 비용이 발생할 수 있는 원인을 줄이는 노력이 필요함

#### 이를 통한 향후 제품 개발 계획

##### - 건강기능식품

2013년 건강기능식품 전체 디자인 리뉴얼이 진행됩니다. 친환경적인 포장재를 적용한 제품을 출시할 계획입니다.

##### - 화장품

유니베라는 인체에 유해할 수 있다고 판단되는 31가지 성분(파라벤 등의 방부제, 동물유래성분, 광물성오일, 자극유발가능성분, 합성향, 인공색소 등)을 일체 넣지 않은 순수한 포물러를 적용했습니다. 2014년까지 모든 화장품에 적용될 수 있도록 할 계획입니다.

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

073

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

074

## 그린오피스

### 유니베라 그린오피스를 위한 노력

기업에서 발생하는 온실가스는 건물, 생산 및 업무 관련 이동으로 인해 주로 발생한다고 합니다. 유니베라는 사옥인 '에코넷센터'내 온실가스를 저감하는 것이 지구온난화 방지를 위한 가장 빠르고 효과적인 방법임을 알았습니다. 2010년부터 에너지와 온실가스를 저감하고 친환경 오피스 환경 구축에 노력하고 있습니다. 오피스에서 발생하는 폐기물을 적극적으로 분리수거하고, 최대한 재활용을 하려 노력하고 일회용품 사용자제, 전력, 가스 등의 에너지 사용량 감소시켜 비용과 온실가스 발생 저감하고자 노력하고 있습니다.

### 유니베라 그린오피스 캠페인

유니베라는 임직원의 절약 마인드 고취를 통한 자원절약 캠페인 시행하고 있습니다. 그 첫 단계로 '에코넷센터' 내 온실가스를 저감할 수 있는 가장 쉽고, 빠른 방법들을 구체적으로 제시, 임직원들의 생활습관화를 가져오기 위해 대대적인 캠페인을 펼치고 있습니다.



**출퇴근시 대중교통을 이용합니다.**  
승용차 이용을 1주일에 하루만 줄여도 연간 445kg의 CO<sub>2</sub>를 줄일 수 있습니다.



**4층 이하는 계단을 이용합니다.**  
엘리베이터 1회 이용 시 약 30W의 에너지가 소모되며 12.7g의 CO<sub>2</sub>가 발생합니다.



**컴퓨터를 쓰지 않을 때는 전원을 끕니다.**  
컴퓨터 1시간 켜 놓을 경우 100WH의 전기를 낭비해요.



**개인컵을 사용합니다.**  
하루에 종이컵 5개 사용시, 연간 20kg의 CO<sub>2</sub>가 배출됩니다.



**점심시간에는 조명과 냉난방기를 끕니다.**  
하루 1시간 형광등 15개를 끄면 연간 약 74kg의 CO<sub>2</sub>를 줄일 수 있습니다.



**이면지 다시 사용합니다.**  
인쇄용지 1박스 사용시 4.4kg의 CO<sub>2</sub>가 발생합니다. 간단한 보고는 이면지로!



**여름엔 넥타이를 풀고 겨울엔 내복을 입습니다.**  
노타이나 긴 소매 스웨터 하나만으로도 1~2도의 체감효과를 볼 수 있습니다.



**퇴근시 전기 플러그를 뽑습니다.**  
대기전력은 에너지 제품이용전력의 약 10%를 차지 합니다.





# 건강한 지구를 위한 에코넷센터의 노력

## 에코넷센터의 건강한 변화

유니베라는 건강한 지구를 위해 우선 온실가스 발생량을 줄여야 한다고 생각했습니다. 근무 환경 내에서 CO<sub>2</sub> 발생량 저감을 위해 쉽고 공장 실천에 옮길 수 있는 일들을 찾아 개선해 나갔습니다. 유니베라의 사옥 '에코넷센터'가 건강한 지구를 위해 노력한 변화를 소개합니다.

## 이면지는 필수! 사무용품은 재활용이 원칙

유니베라에는 사무용품을 모두 재활용하는 것이 원칙입니다. 클립이나 포스트잇 등 한 번 쓰고 버리기엔 너무나 아까운 사무용품들을 재사용하고 있습니다. 그리고 점심시간에 사무실을 비울 때는 전등을 모두 소거하고, 퇴근 시에는 반드시 컴퓨터의 콘센트를 뽑습니다. 사무실에서 가장 많이 사용하는 것이 바로 종이입니다. 회의자료는 되도록 출력 대신 이메일을 사용하고, 이면지 함을 만들어 한 번 사용한 종이는 재사용합니다.

## 종이사용량(장)

연도	종이사용량
2010년	565,041
2011년	277,500
2012년	300,000

## 화장실 수건 사용

유니베라 화장실에는 핸드드라이어나 토크 뽑아 쓰는 페이퍼타올도 없습니다. 대신 깨끗하게 빨아 말린 손수건이 커커이 쌓여 있습니다.

## 그린 IT 도입 (UIPS, 전자팩스)

전세계 전력 및 CO<sub>2</sub> 배출량 중 약 2%가 IT 부문에서 배출된다고 합니다. IT 확산으로 에너지 사용급증, 온실가스의 배출은 점점 늘어나는 가운데, 유니베라는 전력 및 에너지 절감을 통해 환경경영에 동참하고자 그린IT를 도입하였습니다. 우선 PC 자동 절전모드인 UIPS (Univera IT Power Saving Solution)를 도입 대기전력을 최소화해 전기료를 절감하고 있으며, 팩스수신문서 단일화 기능인 전자팩스 도입, 대량송신 업무 단순처리해 업무 처리 속도를 대폭 개선하였습니다. 또한 불필요하게 중복되는 종이의 낭비도 막고 있습니다.

## 종이컵 대신 머그컵을 사용

유니베라에는 종이컵이 없습니다. 종이컵 대신 모두 개인 머그컵을 사용합니다. 손님이 방문했을 때도 머그컵으로 대접합니다.



2012  
Univera  
Sustainability  
Report

075

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

076



## 유기농 식사

유니베라에는 직원을 위한 웰니스 레스토랑 '이음'이 있습니다. 낮에는 구내식당, 저녁에는 이탈리아 레스토랑이 됩니다. 점심에는 친환경 식자재를 이용한 유기농 식단이 제공됩니다. 화학조미료는 쓰지 않고, 맵고 짜고 자극적인 맛도 추구하지 않습니다. 이는 웰니스를 선도하는 기업으로서, 임직원들이 먼저 건강해야 한다는 믿음 때문이었습니다. 가끔 샐러드에서 무당벌레가 춤을 추지만 유니베라 임직원들을 유기농 식사를 통해, 자연에 가장 가까운 것이 몸이 건강해진다는 사실을 몸소 느끼고 있습니다. 또한 이음에서는 남은 음식은 푸드뱅크에 기증합니다.

## 전기를 절약하는 자동센서를 설치

2010년 3월부터는 주차장과 남녀 화장실 전등을 태양열 에너지 및 자동센서를 설치하여, 매일 전기 사용을 절약하였습니다. 태양열을 이용한 주차장은 288kw를 절약하고 자동센터를 이용한 남녀 화장실은 416kw를 절약하게 되었습니다. 또한 1층 카페테리아 및 2층 전시실은 부득이한 경우를 제외하고 절전차원에서 소등하여 카페테리아 139kw 및 2층 전시실 282kw의 절감효과를 본 바 있습니다. 이처럼 에너지 절약을 위한 노력은 계속되고 있습니다.

# 환경경영 활동

## 임직원 환경교육

유니베라는 2010년부터 임직원 대상 환경교육을 실시하였습니다. 올해 초 환경다큐멘터리 '북극의 눈물'을 시청하며 지구온난화에 대한 심각성을 함께 인지하고, 유니베라에서 실행할 수 있는 전략과제과 실행사항들을 공유하는 자리를 가졌습니다.

## 아나바다 장터 개최

아껴쓰고, 나눠쓰고, 바꿔 쓰고, 다시 쓰자는 의미의 아나바다 장터가 2009년 2월부터 시작하여 현재도 정기적으로 진행하고 있습니다. 유니베라 사옥 '에코넷센터'에서 열린 장터는 임직원들이 사용하지 않는 제품을 갖고 나와 저렴한 가격에 사고파는 장터입니다. 환경경영의 일환으로 마련된 이번 장터는 환경을 생각하는 마음을 되새기는 한편, 임직원과의 교류의 장 역할을 톡톡히 하고 있습니다.



## 유피(UP)도 함께, 에코머그컵과 에코장바구니로 지구환경을 살려요.

유니베라는 환경경영의 일환으로 지구 환경 살리기 실천을 위해 에코머그컵과 에코장바구니를 마련했습니다. 2010년 4월 27일 유피(UP)들을 위한 가장 큰 시상식인 '2010년 유니베라리더전진 대회'에서 처음 선보인 에코머그컵과 에코장바구니는 건강한 지구를 위해 생활습관을 바꾸는 방법을 제시하였습니다. 에코머그컵을 사용하면 1년에 소나무 4그루를 심는 효과를 내고, 에코장바구니는 비닐봉지 대신 사용하면 땅을 건강하게 합니다. 1회용 비닐봉지가 분해되는 데 자그마치 100년이 걸린다는 점을 생각하면 비닐봉지를 쓰지 않고 에코장바구니를 사용하는 습관 하나가 미치는 영향은



매우 크다고 할 수 있습니다. 이런 차원에서 이 날 모인 4,000명의 유피(UP)에게 배포하였습니다. '지구를 건강하게, 사람을 건강하게!' 유니베라 환경경영 슬로건에서 알 수 있듯이 사람과 지구, 모두를 위한 행복한 실천운동이 될 것입니다.

사외보 땅 위에 심은 별, 에코라이프 제안

유니베라의 웰니스 매거진 '땅 위에 심은 별'에서는 CO<sub>2</sub> 제로 프로젝트를 연중 기획으로 펼치고 있습니다. CO<sub>2</sub> 발생량을 제로로 만드는 12가지 생활수칙 제안하고 있으며, 국내최초, 이웃과 함께 돌려보는 잡지 캠페인 실행해, 자원의 재활용을 유도하고 있습니다. 또한 실제 가족의 웰니스 라이프 도전기를 다루는 에코패밀리 시리즈를 다뤄 생활 속 온실가스를 저감하는 친환경적 방법을 소개하고 있습니다.

유니베라의 환경경영 계획

유니베라는 2009년부터 환경경영을 개념적으로 도입한 이후 경영의 틀을 잡아나가려고 노력하고 있습니다. 2013년 이후 부터는 제품과 사무실, 유피(UP), 소비자단의 커뮤니케이션 활동에 이를 반영하여 '자연의 혜택을 인류에게' 전하는 웰니스 기업에 맞는 활동을 펼칠 계획입니다. 임직원 개개인에서부터 재배, 연구, 생산 등 기업의 활동 그리고 제품 개발과 판매에 이르기까지 친환경적인 원칙을 강화할 것입니다.

에코넷 각 사별 환경경영 방침



- 1. 환경을 기업경영활동의 핵심가치로 인식하고 환경경영 시스템 구축을 통해 지속적인 환경경영을 실천한다.
- 2. 환경법규 준수 및 지속적인 환경개선을 통해 환경가치를 창조해 나간다.
- 3. 에너지 절감을 생활화한다.
- 4. 인류의 건강과 지속가능한 지구환경을 위한 제품을 고객에게 전달한다.
- 5. 조직구성원의 환경가치인식 고양을 위해 지속적인 교육을 추진한다.
- 6. 우리는 환경정책과 성과를 문서화하여 대중에게 공개하며 환경가치 인식 확산에 앞장선다.

- 1. 인류의 건강을 위해 지속가능한 환경가치 창조 및 유지를 끊임없이 실천한다.
- 2. 환경관련법을 적극 준수하며 환경관련 세부지침의 지속적인 개선과 보안을 통해 환경 비상대응체계를 정립한다.
- 3. 에너지와 원가절감을 생활화한다.
- 4. 인류의 건강과 지속가능한 지구환경을 위한 제품을 구입 및 연구한다.
- 5. 조직구성원의 환경가치인식 고양을 위해 지속적인 교육을 추진한다.
- 6. 정기적으로 지역사회의 환경개선 활동을 적극 지원함으로써 사회적, 지역적 발전에 기여하고 EMS(Environmental Management system)에 대한 대외적인 홍보활동을 통하여 친환경 기업이미지 전달한다.

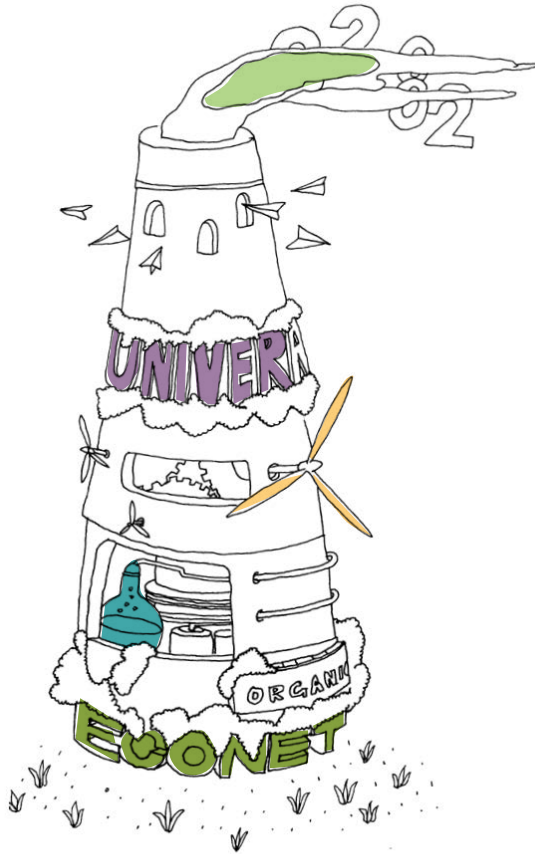
- 1. 환경오염 예방과 환경개선 활동의 목표를 설정하고 추진계획을 수립하여 지속적 환경혁신 활동을 전개한다.
- 2. 환경법규/기준을 준수하는 환경친화적 기업을 구축한다.
- 3. 에너지와 자원 절감을 생활화한다.
- 4. 인류의 건강과 지속가능한 지구환경을 위한 제품을 개발한다.
- 5. 환경에 대한 모든 임직원의 경각심을 고취시키고 지속적 참여를 위한 정기적인 교육을 실시한다.
- 6. 환경 경영 내용을 문서화 하며 대내외적으로 공개하고 홍보한다.

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

077

078



알로콧

- 천만 평 해외농장 알로에, 황금, 에키네시아 등 천연물 재배, CO<sub>2</sub> 흡수
- 윤작, 관행농법 시행
- 오가닉 인증 농장 확대

유니젠

- 친환경 연구 및 실험
- 실험 폐기물(동물사체, 실험폐수, 쓰레기 등) 저감
- 실험구상 단계에서 최적 단위로 책정하여 실험비용의 저감효과 유발

네이처텍

- 친환경 공정 적용
- 환경경영 KPI

유니베라

- 그린프로덕트  
친환경 패키지, 베라스파 천연펄프 재생지 적용 패키지
- 그린오피스  
사무실 CO<sub>2</sub> 제로 캠페인, 환경교육, 그린 IT, 아나바다 장터, 머그컵 사용, 이면지 사용, 화장실, 태양열 에너지 및 자동센서 설치, 수건 사용, 유기농 식단 - 이음

유니베라 대리점

- 그린커뮤니케이션  
사외보 '땅 위에 심은 별' CO<sub>2</sub> 제로 프로젝트



• GRI(Global Reporting Initiative) G3 Index

Index	내용	보고 여부	페이지
전략 및 분석			
1.1	최고 의사 결정권자가 지속가능경영을 밝힌 선언문	o	9
1.2	주요 영향, 위험 요인 및 기회	o	11, 12
기업 프로필			
2.1	조직명칭	o	15
2.2	대표 브랜드, 제품과 서비스	o	15
2.3	주요 사업부서, 종속회사, 합작회사 등 조직구조	o	19, 20
2.4	본사/본부 소재지	o	15
2.5	해외사업장 위치 국가 수, 주요 사업장이 있거나 보고서에 다루는 지속가능성 문제와 구체적인 연관성을 갖는 국가명	o	21
2.6	소유구조 특성과 법적 형태	o	22
2.7	대상 시장	o	19, 20
2.8	보고 조직의 규모(직원수, 순매출, 순수익, 총자본 내 부채 및 자기기본 내역, 시장에 공급된 제품 또는 서비스 수량)	o	28, 29, 30
2.9	보고 기간 중 규모, 구조 또는 소유구조 상의 중대한 변화	o	22, 23
2.10	보고기간 중 수상내역	o	38
보고 매개 변수			
3.1	보고대상기간	o	1
3.2	최근 보고서 일자	o	1
3.3	보고주기	o	1
3.4	보고서 관련 내용에 대한 문의처	o	1
3.5	보고 내용 정의 프로세스	o	11, 12
3.6	보고 경계	o	1
3.7	보고범위 또는 보고 경계상의 제한사항	o	1
3.8	조직간 비교가능성에 영향을 줄 수 있는 객체	o	5, 6, 19, 20
3.9	성과 지표 등 기타 정보 수집 과정에서 적용된 예측을 뒷바침하는 가정과 기법을 포함한 데이터 측정 기법 및 계산 기준	o	1
3.10	이전 보고서에 제시된 정보의 재기술 효과와 그 사유		해당 없음
3.11	이전 보고기간 대비 보고서의 범위, 경계 또는 측정방식 상의 큰 변화		해당 없음
3.12	GRI 대조표	o	79, 80
경제성과			
EC1	직접적 경제적 가치 창출과 배분	o	28~30
EC2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	o	68, 69
EC4	정부의 재정 보조 수혜 실적		해당 없음
EC6	주요사업장 현지 구매정책 관행 및 비율	o	19, 49
EC7	주요사업장의 현지인 우선 채용 절차 및 현지출신 고위관리자 비율	o	49
EC8	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동과 효과	o	30
지배구조, 책임, 참여			
4.1	조직의 지배구조	o	22
4.2	이사회 의장의 임원 겸직여부	o	22
4.3	일원화된 이사회의 경우 사회이사 혹은 독립이사의 수	o	22
4.4	주주와 직원 이사회에 의견을 제시하는 매커니즘	o	22
4.5	이사회 구성원, 고위 관리자, 임원 등에 대한 보상과 조직의 성과	o	22, 23
4.6	이사회 내 이해관계 충돌방지 프로세스	o	22
4.7	경제, 사회, 환경 전략을 보조하기 위한 이사회 자격 및 전문성 기준, 결정 프로세스	o	22
4.8	경제, 환경, 사회 성과 및 활동 관련 미션, 핵심가치 진술문, 결정프로세스	o	16~18
4.9	이사회의 경제, 환경, 사회 성과 파악 및 관리하는 절차	o	22
4.10	이사회 자체의 성과 평가 프로세스	o	22
4.11	사전예방의 원칙과 접근방법 채택 여부 및 채택 방식	o	25, 26
4.12	경제, 사회, 환경 현장, 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브	o	25, 26
4.13	협회 등 국가별, 국제적 정책기구 멤버십 획득	o	25, 26
4.14	참여한 이해관계자 그룹 목록	o	11, 12
4.15	참여한 이해관계자 식별 및 선정 기준	o	11, 12
4.16	참여 유형, 이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 참여방식 현황	o	11, 12
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 주제와 관심사, 이에 대한 대처 방안	o	11, 12
사회성과			
SO1	업무활동의 관련 지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	o	61~64
SO2	부패위험이 분석된 사업단위 수와 비율	o	25, 26
SO3	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	o	25
SO4	부패 사건에 대한 조치	o	25, 26
SO7	부당공정행위 및 독점행위에 대한 법적 조치건수	o	25
SO8	법률 규제행위 위반으로 부과된 벌금	o	25

2012  
Univera  
Sustainability  
Report

지속가능경영성과  
경제성과  
사회성과  
환경성과

079080

• GRI(Global Reporting Initiative) G3 Index

Index	내용	보고 여부	페이지
노동성과			
LA1	고용유형 고용계약 및 지역별 인력 현황	o	41
LA2	직원 이직 건수 및 비율		해당 없음
LA3	상근직 직원에게 주는 복지혜택	o	41~48
LA4	단체교섭 적용대상 직원 비율	o	44
LA5	중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보기간	o	44
LA7	부상, 직업병, 손실일수, 결근 및 업무관련 재해건수		해당 없음
LA8	심각한 질병에 관한 직원과 가족, 지역사회 구성원 대상 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험관리 프로그램	o	41
LA9	노동조합과의 협약대상인 보건 및 안전사항	o	41
LA10	직원 형태별 일인당 연평균 교육시간	o	46~48
LA12	정기 성과평가 및 경력개발 심사 대상직원의 비율	o	46~48
LA13	이사회 및 직원의 구성현황	o	22, 41~48
LA14	직원별 남녀직원간 기본급 비율	o	41
인권성과			
HR2	주요 공급업체 및 계약업체의 인권심사 비율	o	50
HR3	인권인권정책 및 교육을 받은 직원비율	o	50
HR4	총 차별 건수 및 관련조치	o	41, 42
HR5	결사 및 단체교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 업무 분야 및 침해 사례 예방 조치	o	44, 49, 50
HR6	아동노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 아동노동 근절을 위한 조치	o	41, 49, 50
HR7	강제노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 강제노동 근절을 위한 조치	o	41, 49, 50
HR8	인권교육을 받은 보안담당자의 비율	o	42, 50
HR9	현지인 권리침해 건수 및 관련조치	o	41, 49, 50
제품책임성과			
PR1	제품 및 서비스의 건강 및 안전 영향을 평가한 라이프사이클 상의 단계, 주요 제품 및 서비스의 해당평가 실시 비율	o	31~38, 72, 73
PR2	제품과 서비스의 보건, 안전관련 규정 위반 횟수	o	51~55
PR3	절차 상에 필요한 제품 및 서비스의 정보 유형	o	51~55
PR4	제품과 서비스 라벨링 관련법규 위반 건수	o	51~55
PR5	고객 만족 관련 정책 및 절차	o	51~55
PR6	광고, 판촉, 스폰서 등의 마케팅 관련 정책, 프로그램	o	28
PR7	광고, 판촉, 스폰서 등의 마케팅 관련 법규위반 건수	o	41
PR8	고객정보보호 위반 관련 제기된 불만건수	o	51~55
PR9	제품 및 서비스 법규위반 벌금액수	o	51~55
환경성과			
EN1	원료 사용량		해당 없음
EN2	재생원료 사용비율		해당 없음
EN3	1차 에너지별 직접 소비량	o	75
EN4	1차 에너지원별 간접 소비량	o	75
EN5	효율성 개선으로 절감한 에너지량	o	75
EN6	에너지 효율사업을 통한 에너지 감축량	o	75
EN7	간접적 에너지 절약사업 및 성과		해당 없음
EN8	공급원별 총취수량 수도사용량		해당 없음
EN11	생태계 보호지역, 주변지역에 소유, 임대, 관리 중인 토지 위치와 크기		해당 없음
EN12	생태계 보호지역, 주변지역에서의 사업활동으로 인한 영향		해당 없음
EN13	보호 또는 복원된 서식지		해당 없음
EN14	생물 다양성 관리 전략, 조치 및 계획		해당 없음
EN15	사업지역에서 멸종위기 동식물의 수		해당 없음
EN16	직, 간접 온실가스 총 배출량		해당 없음
EN17	기타 간접 온실가스 배출량		해당 없음
EN18	온실가스 감축사업 및 성과		해당 없음
EN19	오존층 파괴물질 배출량		해당 없음
EN20	대기오염물질 배출량		해당 없음
EN21	최종 배출지별 총 폐수 배출량 및 수질		해당 없음
EN22	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량		해당 없음
EN23	형태 및 유해물질 유출 건수 및 유출량		해당 없음
EN24	바젤협약서상의 유해물질 외부 반출량		해당 없음
EN26	제품 및 서비스의 환경영향 저감활동성과 성과	o	71~73
EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	o	71~73
EN28	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전 제재 건수		해당 없음
EN30	환경보호 지출 및 투자금액	o	72



자연을 건강하게, 사람을 건강하게  
BRINGING THE BEST OF NATURE TO HUMANKIND

