

Bringing the best of nature to humankind





Bringing the



best of



patience



to humanity

About this Report

유니베라가 2010년 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. 또한 2008년 12월 UN글로벌컴팩트 가입 이후 발행하는 첫 번째 COP(Communication On Progress)이기도 합니다.

Message from the Chairman	12
이해관계자 및 중대성 평가	16
지속가능경영성과	18
경제성과	30
사회성과	44
환경성과	76
GRI Index	89
제 3자 검토의견서	91

6 / About this Report

작성 원칙

GRI(Global Reporting Initiative)의 G3 가이드라인

보고 기간

2009년 1월 1일~2010년 12월 31일

보고 범위

유니베라 한국

데이터 보고

연단위 회계연도 기준, 과거 실적 추이는 최근 2개년인 2009년~2010년

보고서 검증

내부검증, 전문가 자문

구성 특징

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

보고서 담당자

본 보고서에 대하여 추가 정보가 필요하거나 문의사항이 있으신 경우, 다음의 연락처로 문의해 주시기 바랍니다.

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

전화 _ 02-460-8992

팩스 _ 02-460-8899

담당부서 _ 서울특별시 성동구 성수2가3동 302-4 에코넷센터 (주)유니베라 마케팅기획팀

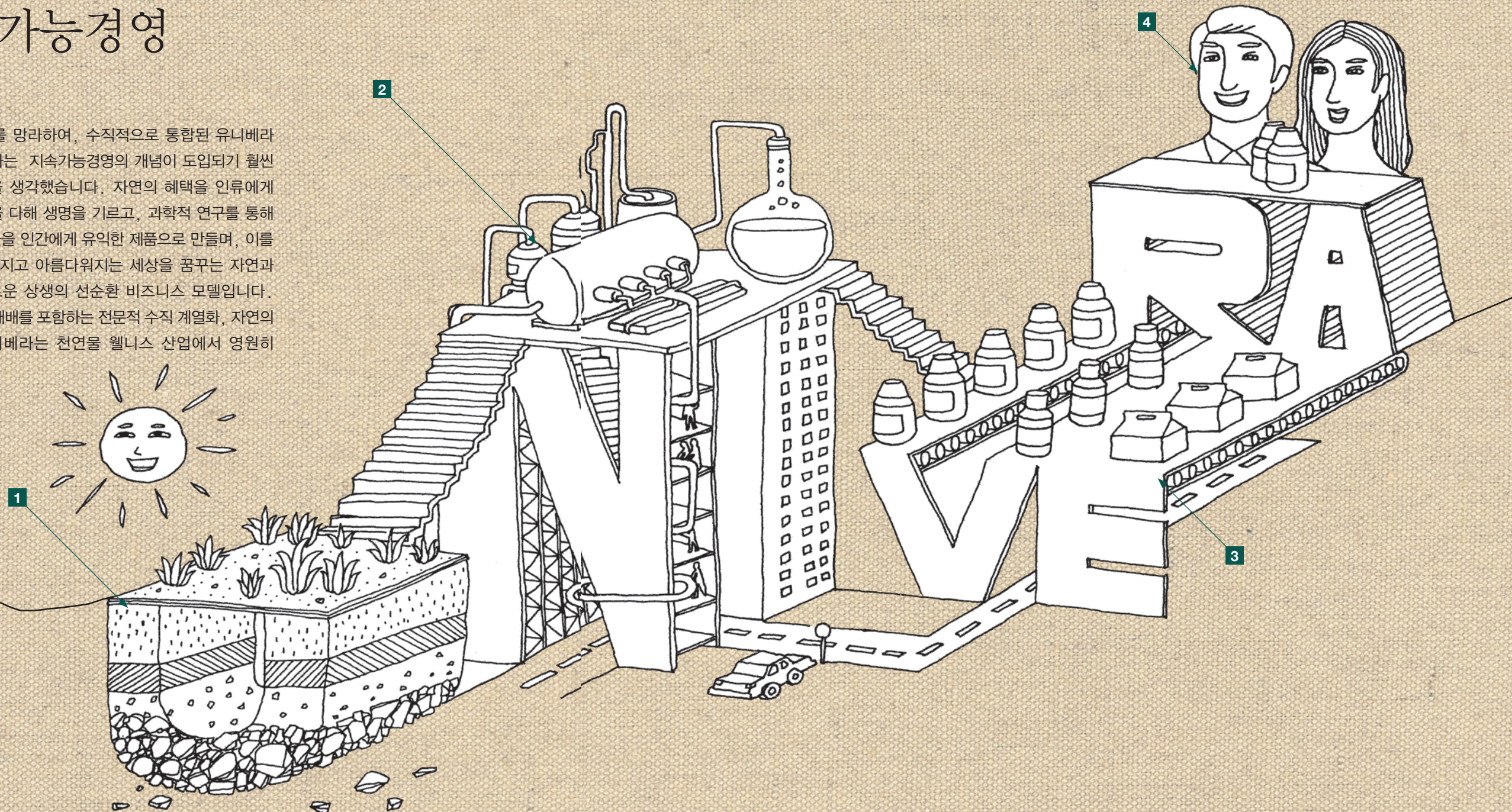
7 / Univera Sustainability Report



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 - 알로کم

세계적인 농장을 운영하여 원료를 공급하는 알로کم에서는 여의도 12배인 전 세계 천만 평 농장에서 천연물을 직접 재배하고 있습니다. 최적의 재배 장소를 찾아, 원료의 안정적 공급을 담당하는 알로کم에서는 연평균 23도에 풍부한 태양이 있는 멕시코 탐피코, 미국 힐탐가든, 중국 하이난 등지에서 알로에를, 러시아 크라스키노 농장에서는 황금과 에키네시아를 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 미국, 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
21,500,000㎡ (650만 평) 부지
의 세계 최대의 천연물 생산기지

중국 하이난 농장
1,884,000㎡ (57만 평)의
알로에 농장 및 가공공장 운영

미국 힐탑가든 농장
2,100,000㎡ (64만 평)으로
최고 품질의 알로에 원료 공급

멕시코 탐피코 농장
7,719,390㎡ (233만 평)으로
세계 최대의 알로에 단일 농장



직접 재배

- 1988년부터 천연물 재배 최적의 장소를 찾아 천만 평 (33,203,390 m²) 세계 4대 농장 운영
- 미국 힐탑가든 농장: 2,100,000㎡ (64만 평)
- 멕시코 탐피코 농장: 7,719,390㎡ (233만 평)
- 중국 하이난 농장: 1,884,000㎡ (57만 평)
- 러시아 크라스키노 농장: 21,500,000㎡ (650만 평)

성과

- 양질의 순도를 균일하게 유지, 안정적인 원료 공급
- 생산과 가격의 조절 능력은 고부가가치 수익으로 이어져 연구 개발 부문의 재원 확보
- 우수농산물관리시스템의 글로벌 인증제도 Global GAP(Good Agriculture Practice) 인증 획득

직접 연구

- 파이토로직스 - 전 세계 1만3천여 종의 천연식물의 유효성분에 대한 데이터베이스 구축
- CAP(Creation of Aloe Pharmaceutical) 프로젝트 연구
- 큐매트릭스 공법 개발

성과

- 천연물 분야의 최대 연구력 보유
- UP302 원료 해외유수의 기업 공급
- 큐매트릭스 액티브알로에 8년 연속 세계일류상품 및 알로에 세계 최초로 미국 FDA가 승인하는 GRAS(Generally Recognized As Safe) 인증 획득



“많은 사람들이 행복하기를 바라지만, 행복한 삶을 실천하며 사는 것은 누구에게나 어려운 과제인 듯합니다. 이윤 추구가 목적인 기업과 어울리지 않는 일인 듯 하지만, 유니베라는 인류의 행복을 고민하며 35년을 달려왔습니다. 이제 그 힘을 발판으로 백 년이 넘는 지속가능한 기업이 되겠습니다.”

Message from the Chairman

12 / Message from the Chairman

이병훈

에코넷 총괄사장 이병훈

유니베라와 함께하는 이해관계자 여러분!

유니베라는 지난 35년 동안 알로에를 비롯한 천연물을 가장 잘 다루는 기업이 되기 위해 노력해왔습니다. 누구도 쉬이 믿어주지 않았지만 땅에도 별을 심겠다는 마음으로 땅을 일구고 정직한 농부의 마음으로 자연을 가꾸어왔습니다. 유니베라는 그 자연에서 과학을 통해 최고의 것만을 골라내고 최상의 상태로 전하기 위해 부단히 노력하고 연구해왔습니다.

알로에를 통해 쌓아온 연구력과 노하우를 천연물로 확대, 세계 인류에게 더 큰 자연의 이로움을 전하고자 해외 천만 평 이상의 농장을 직접 운영하며 재배, 연구, 생산, 마케팅까지의 전 과정을 엄격하게 관리하는 ‘에코넷 시스템(ECONET System)’을 구축하고 혁신과 창조의 과정을 걸어왔습니다. 위기의 순간을 만날 때마다 남다른 지식과 발상의 전환을 통해 구조와 시스템을 단단히 하고 지속가능한 경영체계를 구축해왔습니다.

유니베라는 인류에게 온전한 건강과 웰니스를 자연에서 찾아 전하고자 쉬지 않고 우리 자신을 혁신하며 발전시켜왔습니다. 자연과 조화로운 치유의 소재를 얻기 위해 세계 방방곡곡에 농장을 일구었습니다. 때론 풍습과 관습의 차이로, 어느 때는 매물찬 자연 재해로 땀과 눈물로 일구어낸 유니베라의 역사들이 무너지는 좌절 속에서도 도전과 혁신은 계속되었습니다. 지금 이 시간에도 세계 곳곳에서 유니베라의 올바른 자원을 일구는 노력은 멈추지 않고 있습니다. 자연의 혜택을 인류에게 전하고자 하는 가치 있고 아름다운 노력과 도전은 연구 개발 분야에서도, 시장개척의 전선에서도 또 관리혁신의 현장에서도 계속되고 있습니다. 그리고 이는 지속가능한 기업이 되기 위한 노력이기도 합니다. 기업이 부를 쌓는 것도 중요하지만, 유니베라는 자연의 혜택을 인류에게 전하겠다는 오직 하나의 진실을 위해 달려왔습니다. 알로에 전문기업 남양알로에에서 세계적인 천연물 웰니스 기업으로 거듭 나고자 하는 것도 자연의 혜택을 좀 더 많은 인류에게 전하여 인간과 자연이 조화로운 세상을 만드는 데 기여하고자 함입니다. 유니베라는 사회, 환경, 인류의 미래 모두가 건강하길 희망합니다.

유니베라는 인류에게 건강하고 행복한 삶을 전하는 비전을 달성하기 위해 매진하고 있습니다. 유니베라는 지금, 지속가능한 건강과 미래를 위해 세계 최고의 천연물 웰니스 기업이 될 수 있도록, 지속가능경영의 첫 이야기를 시작합니다. 걸어온 길의 성과를 자랑하기보다는 앞으로 가야할 길을 내다보며 지금 무엇을 해야 할지 그리고 다음 세대를 위해 준비해야 할 것은 무엇인지, 지속가능성의 눈으로, 존경하는 이해관계자 여러분과 함께 유니베라를 꼼꼼히 살펴보고자 합니다. 지난 몇 년간 유니베라 전략의 핵심은 지속가능한 미래 성장 구조를 완성하는 데 있었습니다. 그의 일환으로 UN글로벌컴팩트에 가입, UN글로벌컴팩트의 이니셔티브를 지지하고 실천하는 데 노력해왔습니다. 본 보고서는 지속가능한 미래를 위한 유니베라의 노력과 UN글로벌컴팩트의 10대 원칙을 실행한 COP이기도 합니다. 본 보고서가 이해관계자 여러분과 더 나은 미래를 만들어갈 수 있는 창구 역할을 해주리라 기대하며, 성원과 격려를 부탁드립니다.

감사합니다.

13 / Univera Sustainability Report



Message from the CEO

“사업이라카는 게, 그기 돈 버는 것도 중요하지만,
사업을 잘 키워서, 사업을 키운다는 것은 많은
사람들이 일할 수 있는 공간을 만드는 거다.
그렇게 많은 사람들을 고용하는 것이지.
고용한 사람들에게 월급을 또박또박 잘 줘서,
그리 사람이 행복해지고, 또 그 사람들이 좋은 일을
하고, 그 사람들이 자식을 키우고,
이리 되는 기 사업의 선순환, 아이가.”

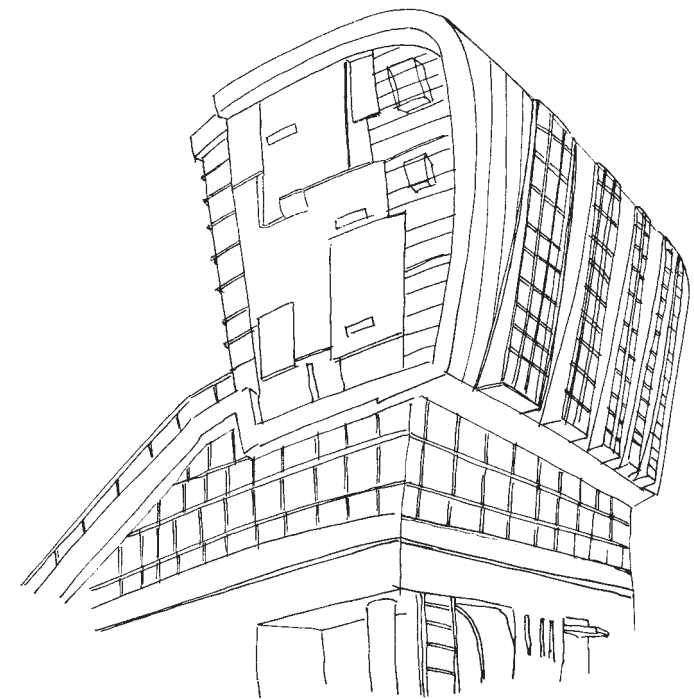


유니베라와 함께하는 존경하는 이해관계자 여러분

25년 전인 1986년 가을, 창업주 고 청강 이연호 회장님은 신입사원으로 이제 막 입사한 제게 느닷없이 자신이 알로에 사업에 왜 뛰어들었는 줄 아니며, 기업을 경영한다는 것의 의미를 말씀해주셨습니다. 막 대학을 졸업한, 회사에 갓 입사한 청년에게는 뚜렷한 직장관도 없었고 기업경영이라는 것도 생각해본 적 없었습니다. 하지만 5분간의 이 짧은 대화는 제 가슴 속에 뜨겁게 자리 잡았고 25년간 유니베라와 왜 함께해야 하는지에 대한 답이 되었습니다.

세월이 지나 신입사원이던 제가 유니베라의 대표가 되었습니다. 그 자리에서 다시금 이연호 회장님의 말씀을 되새겨봅니다. 기업의 선순환, 기업은 돈을 목적으로 하는 것이 아니라 궁극적 목적은 더 좋은 일을 하고 더 많은 사람에게 혜택이 돌아갈 수 있게 해야 한다는. 그 분에게서 저는 오늘날 유니베라가 지향하는 지속가능경영을 생각해봅니다.

유니베라는 '자연의 혜택을 인류에게'라는 철학 아래서 시작되었습니다. 그 사명감으로 자연의 혜택을 인류에게 전하는 일을 유니베라 가족들과 함께하기 위해 십 년, 백 년이 가도 영원히 지속가능한 기업이 되고자 조화를 경영 지표로 삼고 유니베라 대리점, 유포(UP)를 포함한 다양한 이해관계자와 조화를 이루는 데 최선을 다할 것입니다.



정찬수

유니베라의 이해관계자 및 중대성 평가

지속가능경영과 이해관계자

지속가능경영은 우리가 살고 있는 지역사회와 국가 나아가 전 지구의 지속가능성을 제고하기 위한 기업의 노력을 말합니다. 이는 기업의 존재이유가 부와 명성을 쌓는 것만이 아니라, 사회적 책임성과 환경적 건전성을 균형 있게 추진하는 것을 의미합니다. 또한 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, 고객 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 이번 지속가능경영 보고서에 담았습니다.

이해관계자 정의

유니베라의 주요 이해관계자는 주주, 고객, 협력사, 대리점, 임직원, 지역사회로 정의합니다. 이중 대리점은 법적으로는 위탁사업자의 형태를 띄고 있으나, 대리점의 사장과 유평(Univera Planner: 유니베라 생활건강설계사)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 땅 위에 심은 별
대리점	COS 시스템, 사내보 유니베라 피플, 사장단 협의회, 체험단, UCS(유평학습사이트), IPTV, 라이브방송, 해외농장연수, 전국사장단세미나, 지역별 사장단 간담회, 본사 담당과의 컨설팅
임직원	노사협의회, 임직원 월례조회, 글로벌 사내보 에코넷 웨이, 임직원 만족도 조사, 인트라넷(EGGS), 업무고충 상담제도 운영, 총괄사장 간담회, 사장개인면담의 시간
협력사	관계사 CCMS 개선회의, 신제품개발소위원회, 에코넷 임원 화상회의, 정기/비정기 제품개발 품질회의, 에코넷 임원 워크샵
지역사회	임직원 자원봉사활동, 유니베라 수요음악회, 정부정책 협력사업, 한국인권재단 후원사업, 지역사회 자매결연, 한국희귀난치성질환연합회 지원사업 등

중대성 평가

유니베라는 지속가능경영을 위한 주요 이슈와 우선 순위를 파악하기 위해 내외부 이해관계자를 대상으로 중대성 평가를 실시하였습니다. 본 중대성 평가를 위해 유니베라는 에코넷 차원에서 진행한 장기전략 수립 결과로 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



지속가능경영성과

지속가능경영 DMA(Disclosure on Management Approach)

기업소개

1976년 남양알로에라는 이름으로 시작한 유니베라는 지난 35년 동안 '자연의 혜택을 인류에게'라는 기업 철학을 실천하며, 건강기능식품 업계를 선도하는 기업으로 성장해왔습니다. 2006년 창사 30주년을 맞이 하여 ㈜유니베라로 사명을 변경하였습니다. 알로에 소재의 연구에 대한 노하우를 통해 천연물 소재로까지 연구 영역을 넓혀 세계 천연물 건강기능식품 및 화장품 사업에 본격 진출하고 있습니다 지난 35년 동안 구축해온 핵심역량들을 재조명하여 온전한 건강과 웰니스를 지향하는 소비자들의 패러다임 변화에 맞춰 시장을 주도할 수 있는 성장구조를 완성하는 것이 핵심전략입니다. 영업, 브랜드, 품질 경쟁력 강화를 3대 전략과제로 삼아 2014년까지 매출 1,481억 원 규모의 천연물 웰니스 기업으로 도약하고자 합니다.

(출고가 기준)

구분	2010	2012	2014
비전	천연물 웰니스 기업		
재무실적 및 목표	매출 678억 원	매출 889억 원	매출 1,481억 원

지속가능경영

유니베라는 자연에서 건강을 찾는 웰니스 기업입니다. 이 땅의 모든 이들이 건강하고 아름다운 삶을 누리기를 소망합니다. 자연의 혜택을 인류에게라는 경영철학에 기반하여 고객에게 건강과 아름다움을 주는 회사로서, 환경, 경제, 사회 분야의 지속가능경영을 추구합니다. 유니베라는 단순히 이윤추구라는 기업의 목적을 벗어나 사회를 구성하는 기업시민으로서의 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, 기업과 개인간의 상생의 선순환을 도모합니다.

성장비전

유니베라의 성장은 결코 수적인 성장이 아닙니다. 자연의 혜택을 좀더 많은 인류에게 전하여 인간과 자연이 조화로운 세상을 만드는 데 기여하고자 하는 꿈을 함께하는 대리점과 유포(UP), 유니베라가 모두 지속가능한 성장을 목표로 하고 있습니다.

도전과제

천연물 웰니스 기업으로서 지속가능한 성장구조 구축 지속적으로 성장하고 끊임없이 기여하는 기업만이 새로운 가치를 창출할 수 있습니다. 유니베라는 대표적인 천연물 웰니스 기업으로 성장하기 위해 유니베라를 이끄는 큰 축인 대리점, 유포(UP)가 진정한 경쟁력을 창출해야 한다고 판단하였습니다. 대리점, 유포(UP)가 천연물 웰니스 기업에 부합하는 지속가능한 성과를 도출하는 데 주력할 계획입니다.

기업소개

유니베라 개요

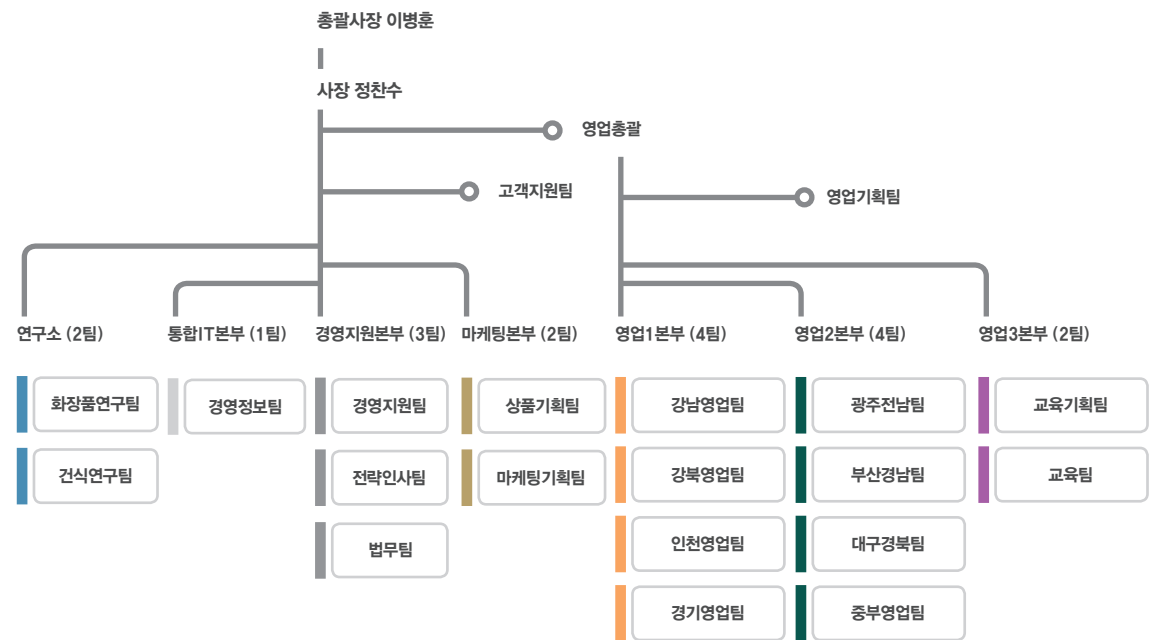
글로벌 천연물 기업 유니베라는 1976년 국내 최초로 알로에 건강보조식품 제조에 성공을 거두어 우리나라 알로에 산업을 개척해온 ㈜남양알로에로 시작, 2006년 창사 30주년을 맞이하여 ㈜유니베라로 사명을 변경하였습니다. 알로에 소재의 연구에 대한 노하우를 통해 천연물 소재로까지 연구 영역을 넓혀 세계 천연물 건강기능식품 및 화장품 사업에 본격 진출하고 있습니다.

유니베라는 자동화된 생산시설과 업계 최초로 KGMP(우수의약품 제조 및 품질관리 기준)시설을 갖추어 국내 알로에 건강기능식품 시장 전체의 45% 이상의 시장점유율을 차지하며堂堂히 업계 선두를 지키고 있으며, 전국적으로 410여 개의 대리점과 1만3천여 명의 유포(UP)들이 활동하고 있습니다. 세계적으로도 알로에 분야 1위 기업으로 전 세계 알로에 원료시장 규모 5,000만 달러(2003년 기준) 중 약 40%인 2,000만 달러의 알로에 원료를 전 세계에 공급하고 있습니다. 미국, 멕시코, 중국에 현지 법인과 농장과 공장을 두고 있으며, 2007년 캐나다 판매법인 설립을 비롯, 글로벌 시장으로 판매망을 확대해 나갈 계획입니다. 현재 알로에를 비롯하여 다양한 천연물을 원료로 한 건강기능식품과, 고기능성 화장품 브랜드 '리니시에', 친환경 퍼스널 케어 브랜드 '베라스파' 등을 선보이고 있습니다.

조직 개요

1. 회사명: ㈜유니베라
2. 설립일: 1976년 4월 5일
3. 대표: 이병훈, 정찬수
4. 대표전화: 1588-1976
5. 본사위치: 서울특별시 성동구 성수2가3동 302-4 에코넷센터 (우) 133-120
6. 주요사업: 건강기능식품, 화장품

조직 운영



(2010년 12월 31일 기준)

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 알려졌습니다. 하지만 알로에가 어떤 효능을 가졌는지, 그 효능을 발휘하는 성분이 무엇인지는 동서양을 막론하고 밝혀진 바가 없었습니다. 유니베라는 1976년 ㈜남양알로에로 시작, 국내 최초로 알로에 시험 재배에 성공한 이후, 알로에 산업화에 앞장서며 국내 알로에 시장 1위 기업이 되었습니다. 1988년부터 안정적인 원료 확보를 위해 미국 힐타가든에 알로에 농장을 개척하였으며, 미국, 멕시코, 러시아, 중국 등지에서 알로에와 천연약용식물 등을 직접 재배하고 있습니다. 또한 세계 최초로 알로에의 효능을 과학적으로 밝혀내며, 세계 최초의 알로에 전문재단인 ARF를 설립하고 알로에 과학화에 앞장서왔습니다. 이러한 원동력을 바탕으로 세계 알로에 시장의 40%를 점유하는 세계 최고의 알로에 전문 기업이 되었습니다. 하늘에서 알로에 발을 내려다보면 별이 총총 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 - 천연물 웰니스 시장의 영원한 세계 최고 기업

1. 유니베라는 '과학이라는 문명의 이기로 자연으로부터 최고를 찾아 건강과 아름다움을 주는 회사'라는 업(業)의 정의에 따라 '자연의 혜택'을 가장 직접적으로 전달 수 있는 천연물 시장을 사업의 범주로 합니다.
2. 기업철학을 통해 지속적으로 추구하는 '최고'의 가치는 세계적으로 인정받을 수 있는 앞선 기술과 품질이 지속되는 것입니다.
3. 천연물에 관한 강력한 연구개발 능력을 바탕으로 재배, 생산, 원료 및 완제품 판매마케팅을 수직 계열화하는 효율적 국제 네트워크를 구축함으로써, 천연물 웰니스 시장에서 영원한 세계 최고 기업이 되는 것입니다.

미션

• 세계적인 기업

기업의 이윤보다 세계 인류의 이로움을 먼저 생각하며 전 세계 천연물 산업을 이끌어가는 글로벌 기업으로 자리매김합니다.

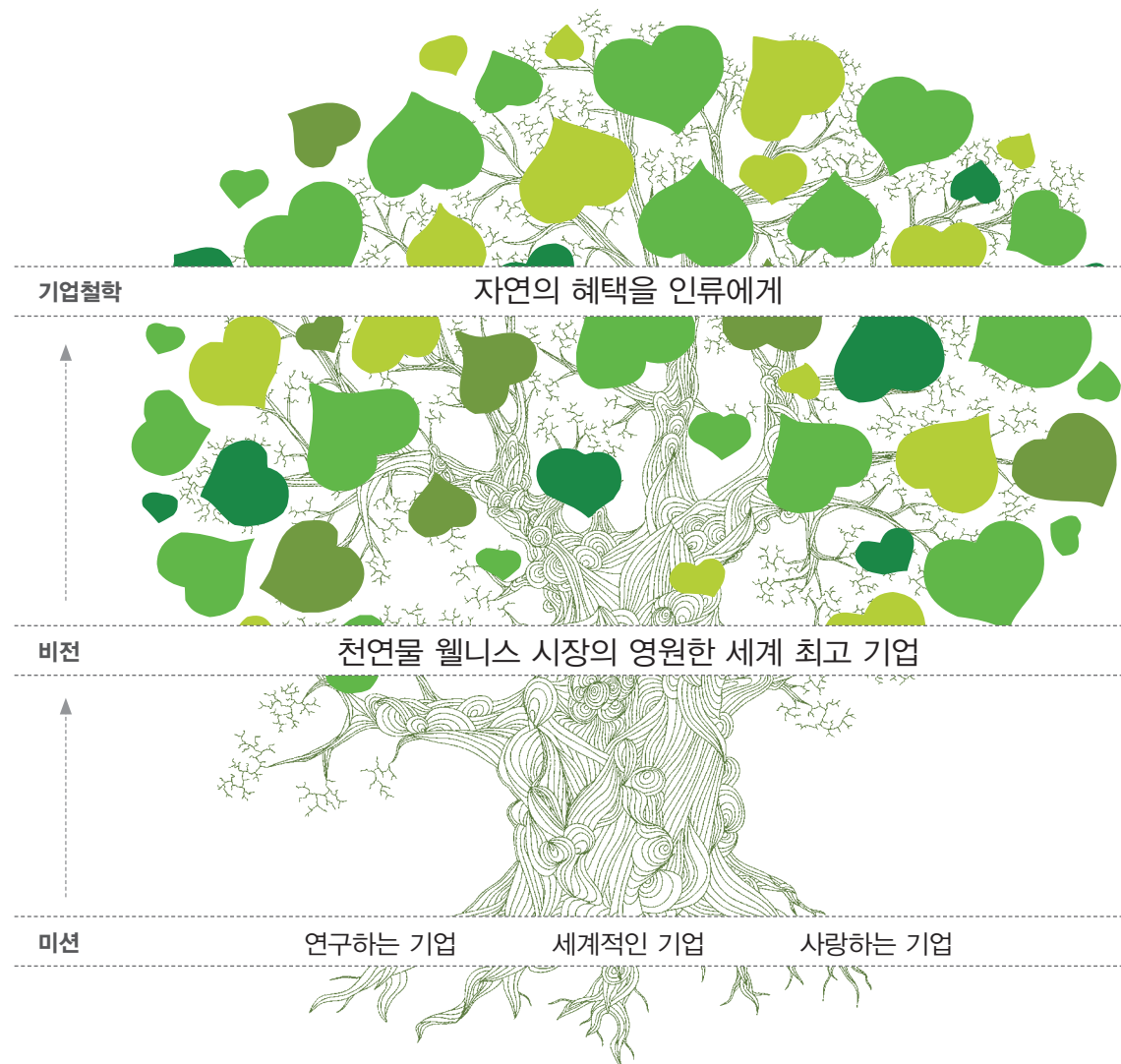
• 연구하는 기업

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

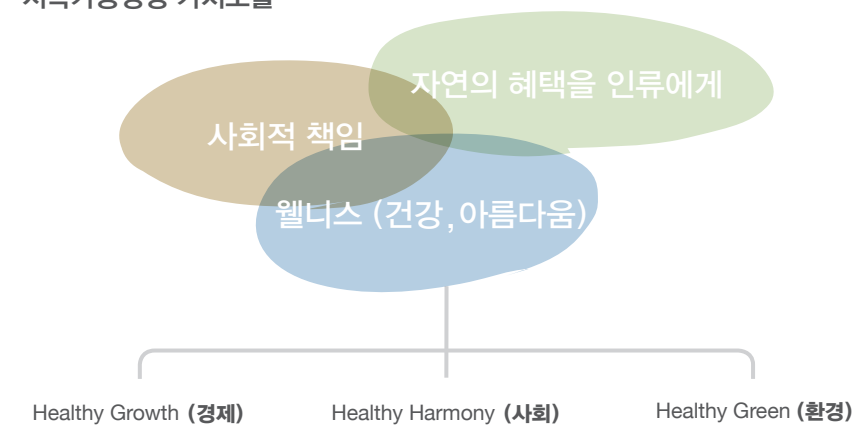


유니베라 지속가능경영

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

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

지속가능경영 가치도출



지속가능경영 10대 전략

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

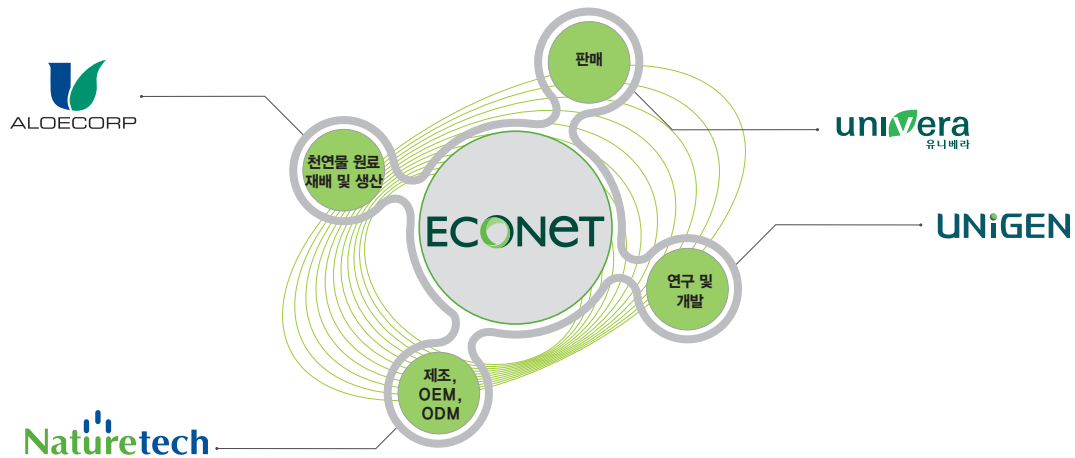
경제	Healthy Growth	투명경영: 에코넷의 재구, 지배구조의 투명성
		지속가능혁신 제품: 안전한 제품과 지속가능혁신
사회	Healthy Harmony	고객: 소비자 보호 및 가치 향상
		대리점, 유포(UP): 교육, 복지혜택
		임직원: 건강한 기업문화를 위한 인권통합경영
		협력사: 가치 사슬(Value Chain)의 지속적인 동반성장을 통한 경쟁력 강화
환경	Healthy Green	지역사회: 사회공헌, 기업 구성원의 봉사활동 강화
		Green Product
		Green Office
		Green Communication

지속가능경영 체계



지속가능경영 전략

유니베라 지속가능경영 비즈니스 모델



글로벌 에코넷 시스템 구조도

• **재배: 알로콧(Aloecorp)과 유니젠(Unigen)** 세계 알로에 원료시장의 40% 이상을 차지하고 있는 유니베라는 계열사인 알로콧과 유니젠을 통해 알로에와 각종 천연물을 세계 4대 해외농장을 통해 직접 재배함으로써, 우수한 품질의 천연물을 안정적으로 공급하고 있습니다. 유니베라는 현재 러시아 크라스키노에 21,500,000㎡, 멕시코 탐피코에 7,719,390㎡, 미국 힐타가든에 2,100,000㎡, 중국 하이난에 1,884,000㎡ 등 전 세계 총 33,203,390㎡, 여의도 면적의 12배가 되는 천연물 농장을 확보해 황금, 에키네시아, 알로에 등의 천연식물들을 재배하고 있습니다.

• **생산: 네이처텍(Naturetech)** 네이처텍은 건강기능식품 업계 최초로 KGMP 공장을 세웠으며, 자동화 라인을 구축해 천연물 제품을 생산하고 있습니다. 한국, 미국, 호주의 GMP 인증을 획득한 우수 제조시설을 체계적으로 갖추고 유니베라의 건강기능식품을 생산하고 있습니다.

• **연구: 유니젠(Unigen)** 유니젠은 알로에를 비롯한 모든 천연물의 유효성분을 연구·분석하기 위해 유니베라가 한국과 미국에 설립한 연구소로서, 최대 규모의 천연물 데이터베이스 '파이토로직스'를 구축하는 데 성공하였습니다. 유니젠은 천연식물 원료 신소재 개발 바이오 기업으로서 미국과 한국의 연구소 운영을 통해 천연물 소재의 연구개발 및 생산을 담당하고 있습니다.

• **판매: 유니베라(Univera)** 유니베라는 전국 410여 개 대리점, 1만3천여 명의 유포(UP)와 함께하고 있는 우리나라 최대의 건강기능식품·화장품 방문판매회사로서, 표준화된 조직관리시스템 UPS와 자체교육시스템 UBA, 전자적 전산시스템인 UCS를 통해 탄탄한 조직을 갖추고 있습니다. 이를 발판으로 세계적인 판매망을 구축해온 결과 미국, 캐나다에 직접판매법인을 설립했으며, 글로벌 시장으로 판매망을 확대해 나가고 있습니다.

글로벌 브랜드로서의 세계 천연물시장을 이끌어갑니다

유니베라는 활발한 해외 진출을 통해, 알로에를 비롯한 각종 천연물의 재배, 생산, 연구, 판매 전 과정을 유기적으로 연결하는 에코넷 시스템을 성공적으로 실천하고 있습니다



CANADA 2007년에 미국에서 이어 두 번째로 캐나다에 직접판매법인을 설립하였습니다. 새로운 아메리카 대륙의 전진기로서 성장해 나가고 있습니다.	USA 미국에서 현지 판매법인인 유니베라USA와 연구소인 유니젠USA 그리고 알로에를 제조 생산하는 알로콧이 한국의 에코넷 시스템처럼 유기적으로 연결되어 있습니다. 이를 통해 천연소재 건강기능식품들을 미국 소비자에게 소개할 수 있게 되었습니다.	MEXICO 알로에 단일 농장인 멕시코 탐피코 농장은 규모 면에서도 세계 최대를 자랑합니다. 탐피코 농장에서 운영하는 1차 원료가공 공장들을 통해 연 5만 톤의 원료가 생산되고 있으며, 멕시코를 중심으로 한 남미지역에 수출되고 있습니다.
RUSSIA 2001년에 현지법인 유니젠 러시아를 설립하고, 크라스키노에 21,500,000㎡(650만 평)의 넓은 부지를 확보하였습니다. 현재 천연 약물 재배와 가공, 판매를 하나로 연결하는 세계 천연물의 생산 지이자 미래 우리 민족의 식량기지인 동시에 한반도와 러시아, 중국을 잇는 세계적인 물류기지로 키워 나가고 있습니다.	KOREA 한국에는 유니베라 본사가 위치하고 있으며 판매사인 유니베라와 연구소인 유니젠, 제조사인 네이처텍, 이 세 개의 축이 에코넷 시스템을 통해 유기적으로 연결되어 있습니다. 특히 전 세계 천연물의 광범위한 데이터베이스를 기반으로 한 유니젠의 연구가 본격화되면서 활발한 제품 개발과 수익증대로 이어지고 있습니다.	CHINA 2000년 중국 남부 하이난에 현지법인 '하이난 알로콧'을 설립하였습니다. 하이난 알로콧을 통해 세계 알로에 소비시장의 점유율을 더욱 확대해 나갈 것입니다.

기업 지배구조

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 동등 대우, 기업지배구조에서 이해관계자의 역할·공시 및 투명성·이사회와 책임 등을 포괄하고 있습니다. 즉 통제에 관한 강력한 영향력을 가지고 있기 때문에 이해관계자에게 기업의 지배구조를 밝히는 것은 중요합니다. 유니베라의 주요 주식은 이병훈 총괄사장이 51.57%, (주)남양이 27.76%를 소유하고 있으며, 상장되어 있지 않습니다. 주식총수는 155,000주, 납입자본금은 15.5억 원이며 최근 2년간의 지배구조의 변동사항은 없습니다.

이사회의 구성

유니베라의 이사회는 회사의 최고 의사결정기구로서 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.

총괄사장의 추천·선정 및 경영실적 관리

대표이사인 총괄사장은 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. 총괄사장은 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 이사회 심의 의결을 거쳐 집행하고 있습니다. 이사회는 각종 경영사안을 심의하고 심의 안건에 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

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, 사립학교교원연금관리공단 자금운용소위원회 자문위원, 근로복지공단 기금운용위원회 자문위원, 영화진흥위원회 기금운용 소위 위원
감사	심호영	(주)남양 부사장	(주)남양 상무이사

【2009년 ~ 2010년 주요의결 사항】

연월	보고사항	의결사항
2009.01	• 2008년 사업현황 • 2008년 추정손익	• 2009년 사업계획 • 2009년 예산
2009.12	• 2009년 사업현황 • 2009년 추정손익	• 2010년 사업계획 (조직, 제품·브랜드 경쟁력 강화) • 2010년 예산
2010.01	• 2009년 사업현황 • 2009년 추정손익 • 이음사업현황	• 2010년 사업계획 (UPS 제도개선, UCS 강화) • 2010년 예산
2010.12	• 2010년 사업현황 • 2010년 추정손익	• 2011년 사업계획 (조직, 제품·브랜드 경쟁력 강화) • 2011년 예산

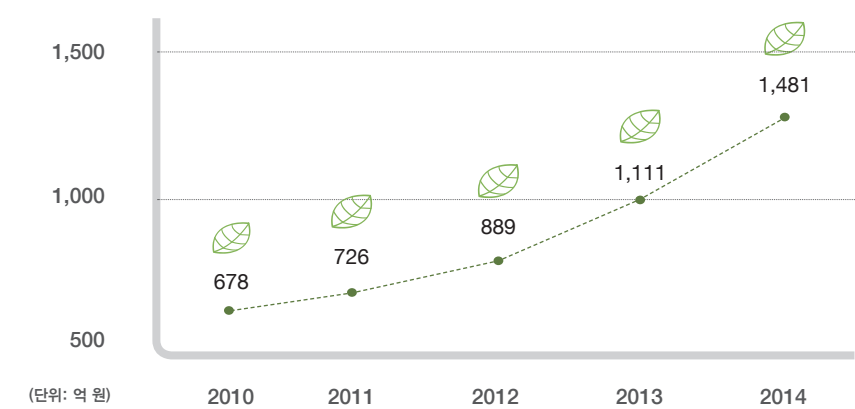
유니베라 성장비전

유니베라는 지난 35년 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 맞게 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 함께하는 대리점, 유피(UP), 유니베라가 모두 지속가능한 성장을 목표로 하고 있습니다.

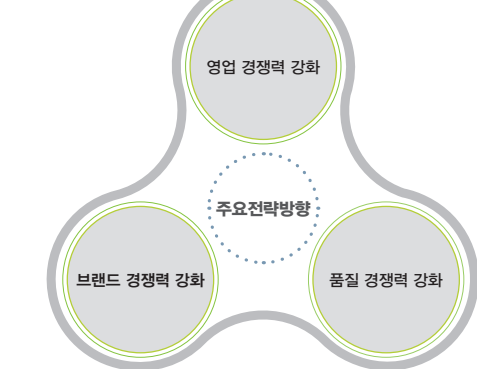
중장기 비전과 목표

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 (출고가 기준)



주요전략방향



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 시장 환경변화에 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 철저히 관리함으로써 소비자에 대한 신뢰성 확보에 주력하고 있습니다. 법무팀과 CCMS 사무국을 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. 그럼에도 불구하고 부득이하게 접수된 선물은 아동보육시설인 성애원에 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)에 가입하였습니다. UN글로벌콤팩트는 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 UN글로벌콤팩트 가입을 통해 글로벌 기업으로서 사회적 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다. UN글로벌콤팩트 원칙에 대한 실행 경과는 지속가능경영 보고서를 통해 매년 보고할 것입니다.



유니베라의 UN글로벌콤팩트 실천사항

분류	원칙	규정	2009년~2010년 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 항목한다.	협력사 대상 정기 평가
노동	3. 우리는 결사의 자유와 단체교섭 권리를 보장한다.	결사 자유 노사협의회 규정	노사협의회(영보드) 정기 4회 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 근절한다.	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 보다많은 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] [지속가능성]	홀푸드제품 문칭 예정 제품개발 원칙준수 천연화장품 자체사용금지 품목 지정(24개 no-no list)
반부패	10.우리는 부당취득 및 뇌물 등의 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 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 첫 번째 발간입니다. 이후 매년 COP를 공개할 예정입니다.

유니베라의 UN글로벌 콤팩트 실천



유니베라 본사 로비에는 UN글로벌콤팩트 10대 원칙 준수 포스터가 게시되어 있으며, 임직원 각자 책상마다 10대 원칙이 부착되어 UN글로벌콤팩트 10대 원칙의 가치를 내재화하고 있습니다.

경제성과

경제 DMA(Disclosure on Management Approach)

비전 및 전략방향

유니베라는 2014년까지 매출 1,481억 원 규모의 천연물 웰니스 기업으로 나아가기 위해 영업, 브랜드, 품질 경쟁력 강화를 3대 전략 방향으로 정하였습니다. 이를 통해 창출된 재무성과와 경제가치의 균형적 분배뿐 아니라 경영 전 부문의 혁신을 통해 급변하는 경영 환경에 대응할 수 있는 경쟁력을 갖추으로써 미래 성장동력 확보에 힘쓰고 있습니다.

중대성 평가 최상위 이슈

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

주요성과

- 미래성장동력 확보를 위한 제품개발 혁신으로 큐매트릭스 액티브알로에 8년 연속 세계 일류상품 선정
- 매출액과 영업이익 67,870백만 원, 4,794백만 원을 기록
- 재무성과

(단위: 백만 원)

구분		2008	2009	2010
재무성과	총자산	55,339	66,910	67,870
	매출액	73,021	74,259	67,870
	당기순이익	6,099	7,106	3,514
주요지표	부채비율 (%)	84.72	69.22	60.12
	유동비율 (%)	167.99	195.79	242.74
	총자산순이익률(ROA, %)	11.02	10.62	5.18
	자기자본순이익률(ROE, %)	20.36	17.97	8.29

도전과제

천연물 웰니스 기업을 향한 기업브랜드 이미지 구축 유니베라는 천연물 웰니스 기업으로 나아가고자 2006년 남양알로에에서 유니베라로 사명을 변경하였습니다. 알로에 시장 세계 1위 기업으로서의 확고한 발판으로 천연물 웰니스 시장의 최고 기업이 되고자 새로운 선택을 하게 되었습니다. 하지만 천연물 웰니스 기업은 소비자에게는 아직은 낯섭니다. 앞으로 유니베라는 브랜드 경쟁력 강화 전략을 통해 소비자에게 천연물 웰니스 기업 브랜드 이미지 구축에 힘쓰겠습니다.

경제적 가치
창출과 분배

경제성과요약

유니베라는 글로벌 금융위기에 따른 경기침체에도 불구하고 지속적으로 신제품을 출시하고 IT와 연계된 다양한 고객 서비스를 제공하는 등 적극적인 노력을 펼쳤습니다. 그러나 2010년에는 매출액과 영업 이익이 2009년 대비 각각 8.6%, 50.4% 줄어든 67,870백만 원, 4,794백만 원을 기록하였습니다. 하지만 2011년에는 영업경쟁력 강화, 브랜드경쟁력 강화, 품질경쟁력 강화라는 전사혁신을 통한 수익 성 개선으로 우수한 경영성과를 이룰 것으로 예상합니다.

요약 대차대조표 (단위:백만 원)

(출고가 기준)

	2008	2009	2010
유동자산	33,018	40,429	41,644
비유동자산	22,322	26,480	26,226
자산총계	55,339	66,910	67,870
유동부채	19,654	20,650	17,194
부채총계	25,381	27,369	25,483
자본금	1,550	1,550	1,550
자본잉여금	3,777	3,777	3,777
기타포괄손익누계액	(1,565)	2,461	2,934
이익잉여금(결손금)	26,197	31,753	34,126
자본총계	29,959	39,541	42,387
부채외자본총계	55,339	66,910	67,870

요약 손익계산서 (단위:백만 원)

(출고가 기준)

	2008	2009	2010
매출액	73,021	74,259	67,870
매출원가	44,066	45,930	43,630
매출총이익	28,954	28,330	24,240
판매비와 관리비	21,594	18,657	19,446
영업이익	7,361	9,672	4,794
영업외수익	2,869	2,068	3,803
영업외비용	2,875	2,188	1,342
법인세비용차감전 순이익	7,355	9,553	7,255
법인세비용	1,256	2,447	3,741
당기순이익	6,099	7,106	3,514

편집자주) 2010년 회계공시 전 자료로 예상치를 넣었습니다. 업데이트된 자료는 www.univera.com 지속가능경영 보고서에서 다운받으실 수 있습니다.

재무지표

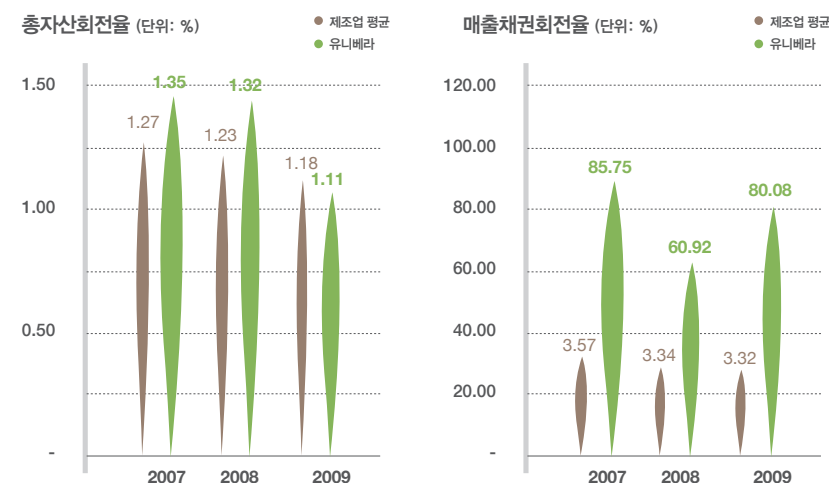
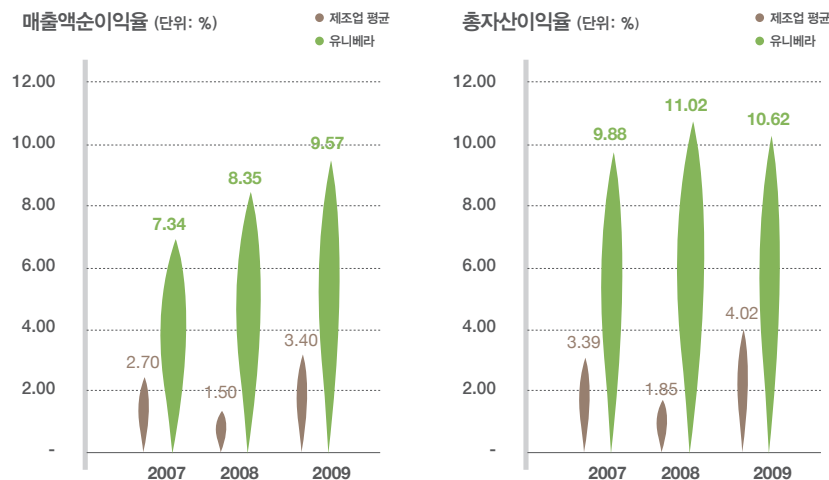
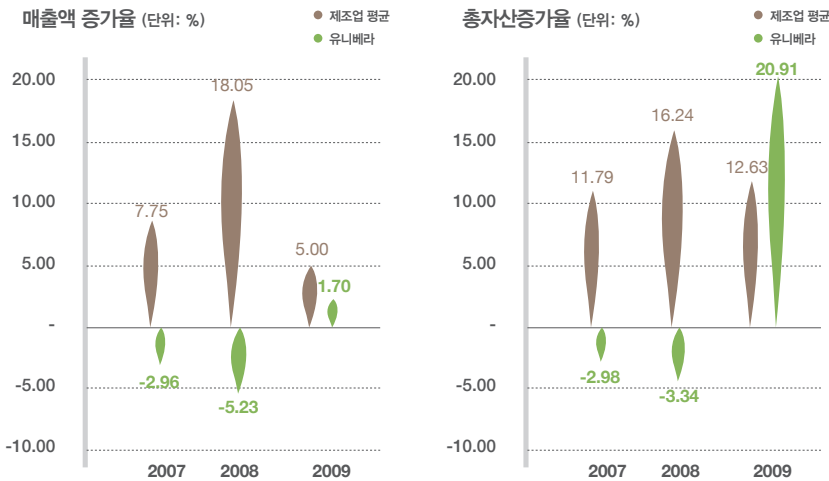
(출고가 기준)

지표	주요경영지표			유니베라			동종산업(중소기업) 평균			제조업(중소기업) 평균		
		2007	2008	2009		2007	2008	2009		2007	2008	2009
성장성												
	총자산증가율(%)	(2.98)	(3.34)	20.91		9.72	18.69	10.56		11.79	16.24	12.63
	자기자본증가율(%)	25.86	5.83	31.98		13.23	24.03	15.59		12.84	16.22	17.32
	매출액증가율(%)	(2.96)	(5.23)	1.70		4.74	22.31	8.78		7.75	18.05	5.00
수익성												
	매출액영업이익률(%)	10.79	10.08	13.03		3.25	4.06	3.82		4.41	4.82	5.58
	매출액순이익률(%)	7.34	8.35	9.57		1.99	1.45	2.82		2.70	1.50	3.40
	총자산순이익률(ROA, %)	9.88	11.02	10.62		4.13	1.99	3.84		3.39	1.85	4.02
	자기자본순이익률(ROE, %)	19.99	20.36	17.97		9.33	5.48	11.45		7.81	4.57	9.69
안정성												
	유동비율(%)	140.61	167.99	195.79		110.38	112.18	109.80		122.42	119.32	128.92
	당좌비율(%)	140.61	167.99	195.79		69.87	70.77	72.12		89.41	85.06	96.43
	부채비율(%)	102.24	84.72	69.22		181.94	169.78	192.28		146.98	147.03	136.86
	비유동장기적합률(%)	73.69	62.55	57.24		92.03	90.46	91.87		84.15	86.15	80.48
활동성												
	총자산회전율(회)	1.35	1.32	1.11		1.30	1.38	1.36		1.27	1.23	1.18
	매출채권회전율(회)	85.75	60.92	80.08		3.60	3.45	3.44		3.75	3.34	3.32
	재고자산회전율(회)	-	-	-		10.09	7.69	7.48		9.42	8.79	8.53
	유형자산회전율(회)	57.02	74.80	97.93		7.63	8.97	8.83		5.87	6.31	5.95

* 비교기준: 2007년, 2008년, 2009년 제조업 및 동종산업 평균비율은 2010년 6월 30일자로 한국은행이 발표한 '2009 기업경영분석' 중 'C10 식료품'산업 (중소기업) 평균과 제조업(중소기업) 평균입니다. 유니베라는 건강기능식품기업으로 보다 효과적인 비교를 위해 제조업(중소기업) 평균을 활용했습니다.

* 금액기준: 각 지표 계산은 유니베라 감사보고서의 금액을 기준으로 하였습니다.

분배된 경제적 가치



(단위: 백만 원) (출고가 기준)

분배대상	분류	2008	2009	2010	
				금액	비율
주주	배당금	775	1,550	3,100	4.6%
임직원	급여와 복리후생비 등	5,657	6,594	6,405	9.4%
협력사*	재화와 서비스	45,725	47,428	45,405	66.9%
	구매비용 등				
지역사회	정부				
	법인세 및 기타	1,495	2,760	4,059	6%
	제세공과금				
고객	지역사회				
	사회공헌활동**	297	273	265	0.4%
기타	기타비용***	13,748	10,098	6,262	9.2%
사내유보	사내유보증감	5,324	5,556	2,373	3.5%
총수익		73,021	74,259	67,870	100%

〈보고기준〉

*협력사 재화와 서비스를 제공하는 파트너에 지급한 구매비용을 기준으로 산출하였습니다.

**사회공헌활동: 정부와 시민단체 등의 협력을 통해 지역사회에 기여한 기금을 기준으로 산출 하였습니다.

***기타비용: 매출액 중 이해관계자(주주, 임직원, 협력사, 고객, 지역사회)에게 분배된 금액 을 제외한 것입니다. 임차료, 감가상각비 등이 포함됩니다.

유니베라 혁신경영- 제품개발 혁신

유니베라는 인류에게 온전한 건강과 웰니스를 자연에서 찾아 전하고자 쉬지 않고 혁신하며 발전시켜왔습니다. 자연과 조화로운 치유의 소재를 얻기 위해 세계 방방곡곡에 농장을 일구었습니다. 때론 풍습과 관습의 차이로 어느 때는 매물찬 자연재해로 땀과 눈물로 일구어낸 우리의 역사가들이 무너지는 쓰라림도 있었으나, 지금 이 시간에도 올바른 자원을 일구는 유니베라 혁신은 계속됩니다. 유니베라의 도전은 연구 개발 분야에서도 시장개척 전선에서도 또 관리 혁신의 현장에서도 계속됩니다.

제품개발 혁신

유니베라는 알로에 원료를 40여 개 나라 700여 개 기업에 수출합니다. 세계 유수 기업의 의약품과 건강 기능식품, 화장품의 원료로 사용되고 있습니다. 또한 지식경제부에서 주관하는 세계일류상품에 8년 연속 선정되는 쾌거를 이루었습니다. 대기업들도 줄줄이 탈락하는 엄격한 심사를 통과한 남다른 이유는 바로 적극적인 연구와 기술 혁신이었습니다. 유니베라의 지속가능경영의 원동력은 바로 연구를 통한 경영혁신입니다.

연구개발원칙	기능성, 안전성, 지속가능성의 3대 원칙 준수
지속적인 연구개발	CAP(Creation of Aloe Pharmaceutical: 알로에 신약개발) 프로젝트 운영 및 연구성과(특허 출원 및 제품화)
혁신적인 제조공법개발	큐매트릭스 공법 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 과학전문 회사로, 주요한 원료는 반드시 우리가 직접 표준 화하고 특화한다.	• 에코넷 파이프라인 소재의 우선 사용 • 자사 주도의 버추얼랩프로젝트(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 - 에코넷 파이프라인 소재의 3G(GMP, Global GAP, GRAS) 확보를 추구 - 사전 품질관리 및 배제 시스템을 구축 - 천연화장품 자체사용금지 품목 지정(24개 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 - 재활용 가능한 포장재 사용 관리

지속적인 연구개발

유니베라는 1993년부터 현재까지 19년간 CAP(Creation of Aloe Pharmaceutical: 알로에 신약 개발)프로젝트를 통해 연구에 대한 투자를 지속적으로 하고 있으며, 연구하는 기업이라는 일관된 기업철학을 꾸준히 이어가고 있습니다.

국내 유수 대학의 연구진을 중심으로 1993년 출범해 2001년까지 장장 9년간 지속된 제1기 CAP프로젝트는 알로에 성분의 효능을 과학적으로 밝혀내 천연 생약으로서 알로에의 기능성을 입증하였습니다. 이어 2002년부터 2005년까지 4년간 지속된 제2기 CAP프로젝트에서는 앞서 입증된 알로에의 효능을 실용화하는 데 중점을 두게 되었습니다. 그 결과, 알로에 상처치유촉진 보유 물질을 찾아냈으며, 알로에 다당체를 분석해냄으로써 중간 다당체 단백질이 면역증진과 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〉로 발간하게 되었습니다.

2006년 6월, 제3기 CAP프로젝트가 출범하게 되었고, 제3기 CAP프로젝트부터는 그 동안의 연구 결과를 토대로 알로에 연구가치 극대화 및 알로에 이외의 천연물 연구로의 확장을 위한 기반을 마련하게 되었습니다. 알로에 연구가치 극대화 과제 2건, 천연물연구 과제 5건, 특별연구 과제 3건 등 총 10개 과제로 나뉘어 진행된 제3기 CAP프로젝트는 알로에 연구가치 극대화 과제를 통해 알로에의 당대사 조절기능을 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 제품후보 소재를 도출하여 제품화하는 작업을 꾸준히 이어 나가고 있습니다.

〈CAP프로젝트 연구 성과 현황〉

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

〈CAP 연구의 효능 규명 물질 및 제품화 실적〉

성분명	성분 특징	제품 적용	성분명	성분 특징	제품 적용
NY 931	간세포 성장 촉진	남양931	Aloewhite	피부미백	라망, 리니시에 파이토화이트
NY 932	혈관 생성 촉진	알로맥 프로	QDMC	당대사 조절	2011년 적용 예정 (레벨*지)
NY 945	항알러지	아레지오	FCH추출물	대장 염증 완화	아보민플러스
NYK-1	항암요법 보조 (신장세포 보호효과)	알로신	FBH추출물	기억력 손상 및 치매 예방 등록	제품화 후보 소재 등록
Immuno-10	인체 면역체계 조절	리니시에			



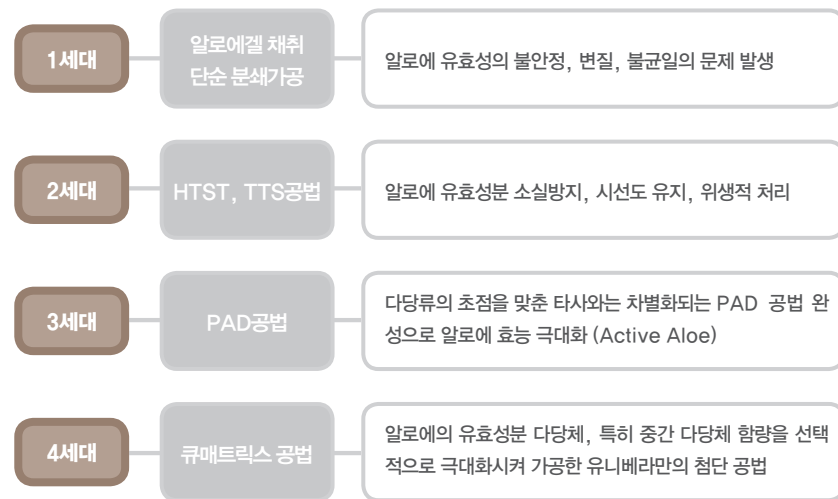
혁신적인 제조공법개발

유니베라는 천연상태의 알로에가 가진 효능을 그대로 유지, 보존하여 고객에게 전달하도록 알로에의 유효성분에 대한 연구에 전력을 다하였고, 술한 시행착오 끝에 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 이뤄져야 합니다. 유니베라가 자체 개발한 과학적 가공 방법은 TTS(Time, Temperature, Sanitation) 공정이라 불리는 혁신적인 방법으로, 알로에 잎을 채취하는 순간부터 총 6시간 이내에 가공을 완료시켜 세균을 완벽히 제거하되 유효성분은 손상되지 않게 하는 방법입니다.

유니베라는 2세대 공법이라 불리는 TTS 공법의 개발에 그치지 않고 알로에의 유효성분인 다당체 (Polysaccharide) 중에서 생리활성도가 높은 중간 크기의 다당체의 함량을 최대화하는 시스템인 PAD(Polysaccharide Auto Designing) 공법을 개발하였습니다. 3세대 공법인 PAD 공법은 1998년에 미국 특허 출원된 유니베라만의 혁신적이고 차별화된 제조 방법으로, 유니베라만의 액티브 알로에의 가치를 한층 더 높여주게 되었습니다.

2008년에 개발된 큐매트릭스 공법은 기존의 혁신적인 공정들의 집합체인 4세대 알로에 공법이라 불리고 있습니다. 이 큐매트릭스 공법은 한 가지의 집약된 기술과 설비가 아닌 TTS, PAD, RWD (Refractance Window Drying System) 건조공정이 조합된 기술로 알로에의 고유 유효성분을 선택적으로 극대화하게 되며 그 결과 생리활성도가 높은 중간 다당체의 함량을 극대화시킬 수 있는 공법입니다. 지금도 마구잡이로 가공해 저가 공세로 시장을 공략하는 알로에 기업들이 적지 않지만, 유니베라는 비용이 들더라도 품질이 우수한 알로에 제품을 선보인다는 방침을 한결같이 고수하고 있습니다. 오늘날 유니베라가 세계 알로에 원료 시장의 40%를 점유하며 세계 정상 기업으로 우뚝 서게 된 것도 남들이 시도하지 않은 일에 뛰어들어 끊임없이 연구하고 혁신해온 과학적 개척 정신의 결과입니다.

〈알로에 제조 공법의 변화〉



큐매트릭스 액티브알로에, 지식경제부 주관 8년 연속 세계일류상품 선정

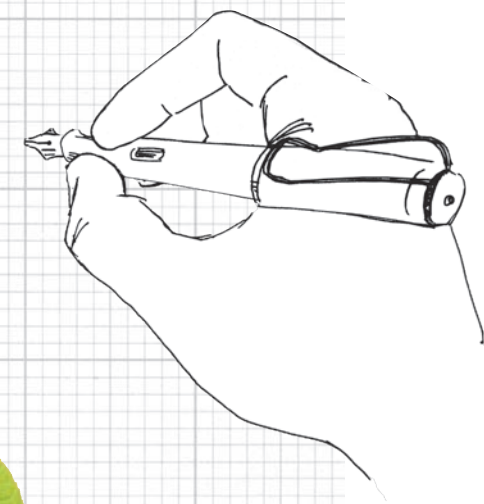
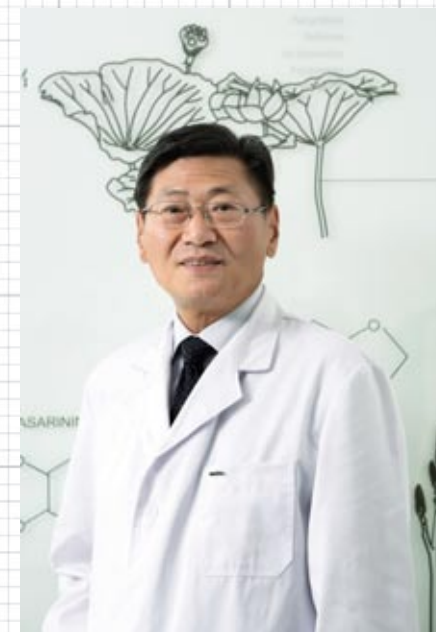
지식경제부는 매해 12월 세계 시장 점유율을 기준으로 세계일류상품과 이를 생산하는 기업을 선정하여 발표합니다. 유니베라의 '큐매트릭스 액티브알로에'가 2010년에도 지식경제부가 주관하는 세계일류 상품에 선정되었습니다. 이로써 유니베라 '알로에'는 2003년 이래 8년 연속 세계일류상품으로 선정되었습니다. 세계일류상품 중에서도 8년 연속 줄곧 세계 1위에 선정되었습니다. 2010년에는 387개 품목, 448개 기업을 심사하여 이 중 무려 40%나 되는 품목이 심사에서 탈락한 만큼 이번 연속 선정이 주는 의미는 크다고 할 수 있겠습니다.



interview_ 조태형 에코넷 홀딩스 COO(Chief Operating Officer) 사장

한눈팔지 않고 천연물 재배와 연구에 몰두하는 기업

유니베라는 35년 동안 다른 곳에 한눈팔지 않고 알로에와 천연물을 재배하고 연구했습니다. 자연에서 건강을 찾는 진정한 웰니스 기업으로서 정직한 농부의 마음으로 땅을 일구고 그 자연을 최상의 상태로 고객에게 전하기 위해 끊임없이 연구하고 노력하고 있습니다. 물론 그 과정에서 파란만장한 일들로 포기하고 싶은 적도 많았습니다. 몇 년을 정성 들여 키운 알로에를 출하를 불과 며칠 앞둔 시점에 태풍으로 인해 하루아침에 버린 적도 있고, 수십 억을 들인 연구가 성과가 나오지 않아 애매운 적도 많았습니다. 하지만 유니베라는 천연물 재배와 연구의 끈을 놓지 않고 원칙을 지켜왔습니다. 바로 이런 고집이 오늘날 세계 최고의 알로에 기업을 있게 한 원동력이 된 것이라 믿습니다. 유니베라는 2009년부터 중국 하이난에 최첨단 시설을 갖춘 알로에 가공공장을 본격 가동하여 세계 알로에 시장의 영토를 넓혔습니다. 전 세계인들이 유니베라로 인해 더욱 건강해지길 꿈꿉니다.



신시장, 신규영역으로의 진출과 확장



관리 혁신

알로엑스골드큐 액티브알로에

알로에 건강기능식품 시장 확장 – 유니베라를 대표하는 제품인 알로엑스골드 큐 액티브알로에가 큐매트릭스 공법 개발로 기존보다 강력해진 효능으로 업그레이드 된 제품이 알로엑스골드큐 액티브알로에입니다. 8년 연속 세계일류상품으로 선정된 큐매트릭스 액티브알로에가 함유되어 있으며, 천혜의 자연을 자랑하는 중국 하이난 섬에서 직접 재배하고 6시간 내 제조하는 원스탑 공법으로 만들어져 이제 세계인들은 알로엑스골드큐 액티브알로에를 접할 수 있게 되었습니다.

메타번

웰니스 시장 개척 – 비만은 성인병과 만성질환의 원인으로 몸의 건강은 물론 정신 건강을 해칩니다. 유니베라가 지향하는 웰니스 시장을 겨냥한 첫 제품으로, 안전하고 건강하게 체지방을 관리해주는 건강기능식품 메타번을 2010년 4월 론칭했습니다. 유니베라가 독자적으로 개발한 프리미엄원료 UG0712와 CLA의 최적의 조합으로 체지방은 감소시키고 기초대사량을 높여주어 효과적으로 체중 조절을 하는 데 크게 도움을 주는 제품입니다.

알로에버 플러스

중년 남녀로 갱년기 시장 확대 – 알로에버 플러스는 갱년기 증상으로 몸과 마음의 활기를 잃은 중년 남녀 모두를 위한 건강기능식품입니다. 2010년 4월 출시 제품으로, 호르몬 불균형으로 인한 남녀 모두의 갱년기 증상을 고루 완화시켜주는 건강기능식품입니다. 유니베라의 큐매트릭스 액티브알로에와 이소플라본, 이노시톨 등이 복합 처방되어 있어, 여성과 남성의 호르몬 감소 및 불균형을 개선하고 면역기능을 강화해 노화로 인해 생기는 질병이나 신체 쇠퇴를 지연시켜줍니다.

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.

리니시에 옴므

디톡스 제품으로 남성 스킨케어 시장 확대 – 2010년 9월 출시한 유니베라의 남성전용 디톡스 전문 화장품인 리니시에 옴므는 바쁜 사회 활동과 유해환경으로 인해 스트레스가 쌓여 지친 남성 피부에 건강함과 활력을 부여하는 제품입니다. 큰다당냉이추출물, 베리추출물, 황금추출물 등의 천연약용식물의 효능으로 남성 피부의 디톡스와 항산화, 스트레스 해소의 효과를 선사합니다.

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 통해 전략성과(KPI)별 목표수준, 실적, 차이원인 분석 및 개선대책 등을 성과회의 전에 작성해 사전 검토케 함으로써 회의석상에서 부진원인 분석과 전략대안에 집중할 수 있기 때문입니다.

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 PMS를 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 제품사양확정, 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.

유니베라 물류센터

2007년 11월 충북 진천에 문을 연 유니베라 물류센터는 동북아 지역의 수출입 물류 유치로 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 가동 중인 하이난 공장과 동남아 중심의 아시아권 시장을 위한 집하 기지로서의 역할을 수행하고 있습니다. 건강기능식품업계 최초로 CCMS(Consumer Complaints Management System: 소비자만족 자율관리 프로그램)를 도입한 기업인 유니베라는 한층 강화된 물류 역량을 토대로 공급과 반품 처리를 보다 신속하게 처리할 수 있게 되어 고객 만족도 향상에도 긍정적인 영향을 끼치고 있습니다.

물류 혁신

Special Report

에코넷의 글로벌 혁신 성과

큐매트릭스 액티브알로에의 우수성을 국제 인증 GMP, GRAS, Global GAP을 통하여 인정받았습니다. 이는 유니베라, 유니젠, 네이처텍, 알로콧 등 에코넷 전사가 다년간에 걸쳐 이뤄낸 노력의 결실입니다. 유니베라는 소비자에게 보다 안전하고 우수한 제품을 전달하기 위해 재배부터 연구, 생산 등 전 부분에 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.



- **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) 인증

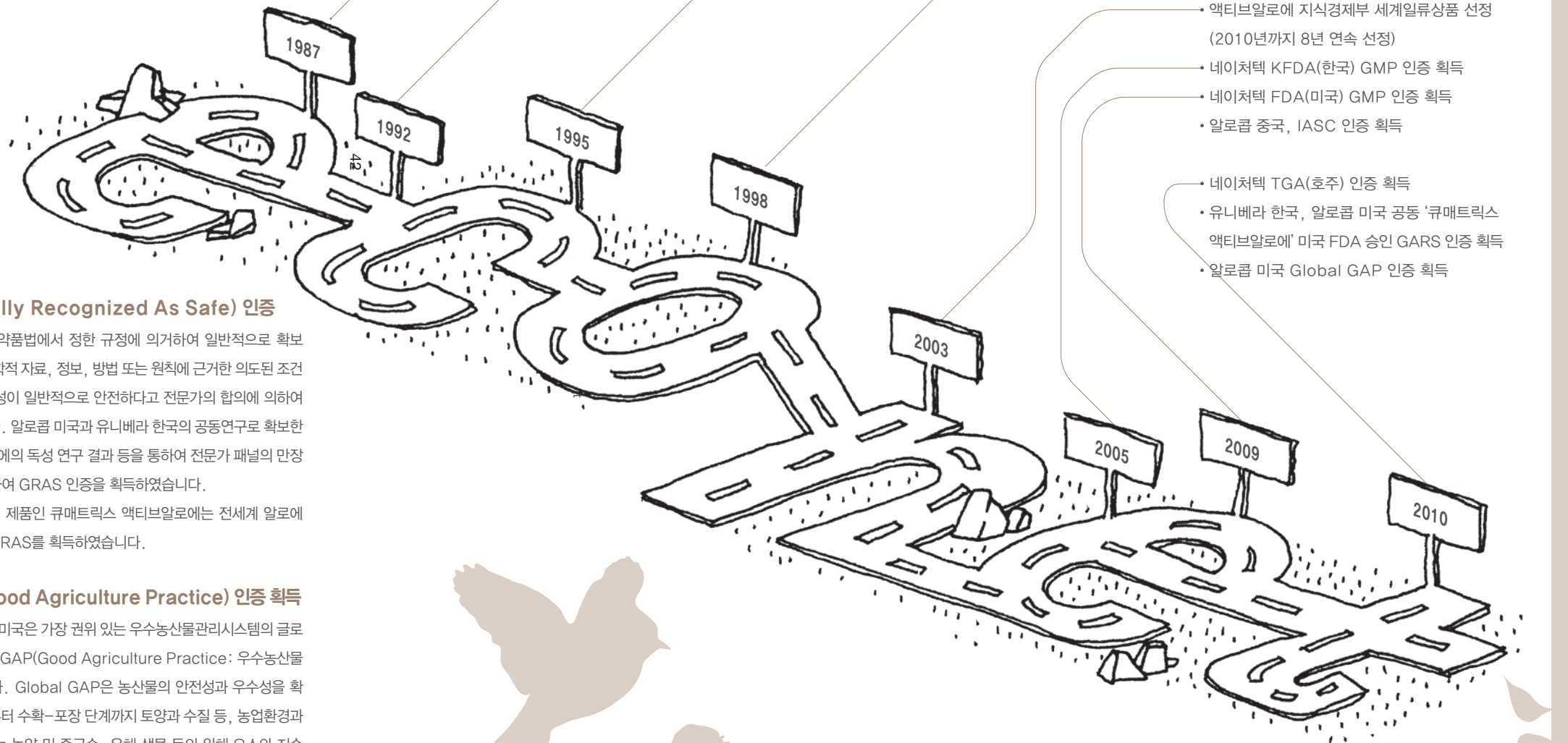
GRAS는 미국 식품의약품법에서 정한 규정에 의거하여 일반적으로 확보 가능하며, 인정되는 과학적 자료, 정보, 방법 또는 원칙에 근거한 의도된 조건에서 해당 물질의 안전성이 일반적으로 안전하다고 전문가의 합의에 의하여 인정된 성분을 뜻합니다. 알로콧 미국과 유니베라 한국의 공동연구로 확보한 큐매트릭스 액티브알로에의 독성 연구 결과 등을 통하여 전문가 패널의 만장일치로 안전성을 확인하여 GRAS 인증을 획득하였습니다. 알로콧의 4세대 알로에 제품인 큐매트릭스 액티브알로에는 전세계 알로에 제품으로는 유일하게 GRAS를 획득하였습니다.

Global GAP (Good Agriculture Practice) 인증 획득

2010년 12월, 알로콧 미국은 가장 권위 있는 우수농산물관리시스템의 글로벌 인증제도인 Global GAP(Good Agriculture Practice: 우수농산물 관리)을 획득하였습니다. Global GAP은 농산물의 안전성과 우수성을 확보하기 위해 생산단계부터 수확-포장 단계까지 토양과 수질 등, 농업환경과 농산물에 잔류할 수 있는 농약 및 중금속, 유해 생물 등의 위해 요소와 지속가능성을 안전하게 관리하는 것을 말합니다. Global GAP은 소비자에게 모든 생산단계가 국제적 기준에 부합하며, 식품 생산에 있어 규정에 맞게 관리되었다는 확신과 안전성을 입증합니다. 이번 획득으로, 유니베라는 해외 농장의 재배 시스템의 차별적 우위성과 알로에의 신뢰도를 한 단계 향상시켰습니다. Global GAP의 인증은 유니베라의 해외 4대 농장으로 확대시킬 예정이며, 오가닉 농장도 함께 확대해 나갈 방침입니다.

에코넷이 이끈 글로벌 인증 획득의 역사

- 네이처텍 국내최초 KGMP 공장 준공
- 네이처텍 국내최대 KGMP 제2 공장 준공
- 알로콧 전 제품 IASC 품질인증마크 획득
- 유니젠(미국) 미 정부 특허 획득
- 액티브알로에 지식경제부 세계일류상품 선정 (2010년까지 8년 연속 선정)
- 네이처텍 KFDA(한국) GMP 인증 획득
- 네이처텍 FDA(미국) GMP 인증 획득
- 알로콧 중국, IASC 인증 획득
- 네이처텍 TGA(호주) 인증 획득
- 유니베라 한국, 알로콧 미국 공동 '큐매트릭스 액티브알로에' 미국 FDA 승인 GARS 인증 획득
- 알로콧 미국 Global GAP 인증 획득



사회성과

사회 DMA(Disclosure on Management Approach)

이해관계자 분류	비전	중요성 평가 최상위 이슈	주요성과	도전과제
임직원	꿈을 함께하는 행복한 일터	• 인권통합경영 • 복지정책 • 공정한 보상	• 종교, 나이, 성별, 학벌에 따른 차별 금지 • 100% 정규직 근무 • 여성비율 36%, 출산 휴가 복직율 100%	인권경영원칙 제정 및 공표 임직원 교육
대리점	꿈을 함께하는 행복한 일터	• 건강한 수익구조 창출 • 복지향상	• UPS제도 활성화로 인한 조직확대 • 우수 유포(UP) 양성	우수 유포(UP) 증원
고객	천연을 과학으로 더욱 건강하고 아름다운 고객의 생활 영위 도모	• 고객의 소리 체계적 관리 • 모든 단위 업무의 고객지향성 확보	• CCMS우수운영기업 으로 인증 유지 • 고객불만처리내용 만족도 4.2(5점척도)	고객지향적 제품개발 및 불만 처리
협력사	동반성장 및 상생모델 구축	• 쌍방향 커뮤니케이션 채널 구축 • 공정한 선정 및 평가	• 품질 지속 향상	• 벤더 평가 시스템 재 구축
지역사회	사랑하는 기업	• 사회공헌을 통한 기업 철학 실천 • 건강테마사업의 실시 • 참여와 선순환	• 유니베라 수요음악회 연간 2,520명 관람 • 5차 한사랑나눔캠페인 운영 • 임직원 자원봉사 참여율 100%	• 사회 소외계층을 위한 효율적 사회공헌 사업 • 비영리단체 파트너십 강화

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 2010년 말을 기준으로 전체 임직원의 100%가 정규직으로 근무하고 있습니다.

강제노동과 아동노동 예방

유니베라의 월평균 근무시간은 160시간입니다. 주5일 근무를 원칙으로 하고 있으며 연장근무나 휴일 근무를 위해서는 항상 근무자와 소속부서장이 사전 합의를 하도록 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 건수는 최근 2년간 단 한차례도 없었습니다.

여성 인력 개발과 권리 보호

유니베라는 여성비율이 2010년에는 36%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.

〈직급별 여성인력비율〉

연도	사원-대리	과장-차장	부장	임원	전체
2009	36.5%	22%	25%	14%	35%
2010	41.9%	33.3%	16.7%	16.7%	36%

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, 임신부 모성보호 수당 지급 등 여성들이 안정된 직장생활을 할 수 있는 제도적 지원을 아끼지 않고 있습니다.

〈모성보호〉

구분	2009	2010
출산휴가사용자(산전후휴가)	3명	2명
출산 휴가 사용률	100%	100%
출산휴가 후 복직율	100%	100%
육아휴직 사용자	-	-
배우자 출산휴가 사용률	100%	100%
배우자 출산휴가 사용자	4명	19명

안전보건

직원 건강증진 프로그램 운영

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

금연 프로그램

유니베라는 임직원의 건강증진 뿐 아니라 건강한 라이프 스타일을 선도하는 기업으로서 앞장서기 위해 작은 습관부터 바꾸는 금연 캠페인을 2010년부터 실시했습니다. 2010년 1월에는 흡연자로 신고한 30명 전원이 참석한 가운데 금연선언식을 열었으며, 유니베라는 흡연자 30인에게 지속적인 금연교육, 금연홍보와 함께 성동구보건소와 연계한 금연이동클리닉을 열어 이산화탄소 측정, 금연상담, 금연패치 지급, 후원금과 금연 성공자에게 50만 원을 지급했습니다. 2010년 12월 말을 기준으로 11명이 확실하게 금연에 성공했습니다. 나머지 19명은 내년도 금연을 다짐하고 있습니다.



interview_ 유니베라 김우진, 정희진 사우부부

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 입장을 고려해줍니다. 마케팅 본부에는 저와 같은 워킹맘이 대부분이라 출산, 육아에 대한 고민도 많이 해결하고, 정보교환은 물론 유대관계가 형성되어 힘이 됩니다.



• 전 직원 중 여성 직원의 비율

전 직원의 36%가 여성. 특히 마케팅본부는 총 인원 13명 중 10명이 여성이며, 이들 중 4명을 제외한 직원이 유니베라에서 임신/출산과 육아를 병행

• 임신부를 위한 공간

사내 2층에 마련된 에스테틱 공간을 수유실로 전환 사용

• 워킹맘의 정보 공유

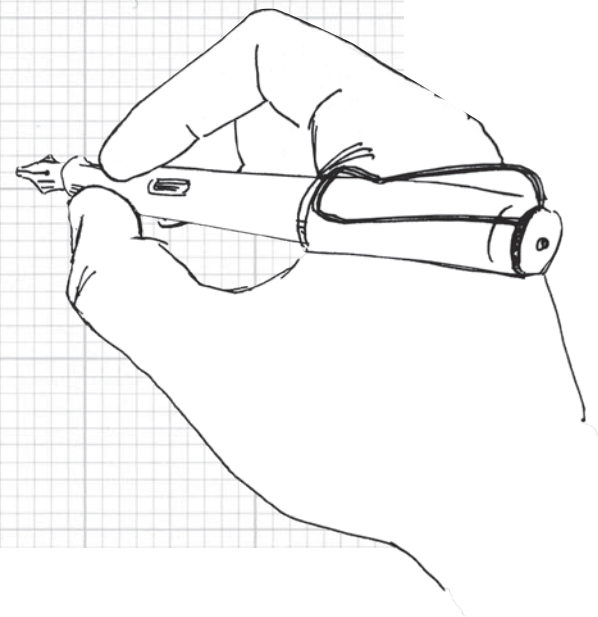
2011년부터 육아동호회 운영예정. 점심시간이나 티타임을 활용해 육아 및 회사지원 등에 관한 이야기들이 자유롭게 형성되고 있음

• 워킹맘과 가족들을 위한 유니베라의 지원 계획

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

• 유니베라 제도적 혜택

1. 출산/육아 지원: 출산휴가 3개월~1년까지 자유롭게 신청가능하며, 출산 시 10만 원 지급. 유치원생 자녀의 교육비 지급. (분기별 30만 원)
2. 근로자 가족 지원: 본사 임직원과 대리점 직원 자녀 대상 꿈나무 캠프 연 2회 개최, 중고등학교 등록금 분기별 50만 원 지원, 대학교 3백만 원 지원(총 8회)



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



‘에코넷 사람들의 좋은 습관’ 출간

2010년 12월 출간된 ‘에코넷 사람들의 좋은 습관’은 에코넷 직장 동료의 좋은 습관을 주제로 사내 백일장에 응모한 직장인들의 글을 모은 책입니다. ‘에코넷 사람들’은 유니베라, 유니젠, 네이처텍, 알로콤, 에코넷 홀딩스 등 친환경적인 웰니스 제품과 서비스를 생산, 제공하는 기업 네트워크의 구성원들을 말합니다. 책에는 행복한 삶, 성공한 삶을 꿈꾸는 ‘에코넷 사람들’들이 직접 선정하고 추천한 습관이 담겨 있습니다. 자신의 성공 모델을 주변에서 찾아 자신의 부족한 면을 고치고 채워 나가며 성공적인 삶을 사는 것에 의미를 두고자 기획되었으며, 대형문고를 중심으로 인터넷에서도 판매되고 있습니다.





임직원 만족도 향상

업무고충 상담제도 운영

유니베라는 에코넷 차원에서 업무고충 상담제도인 ECS(ECONET Counseling System)를 운영하고 있습니다. ECS는 장기적 관점에서 윤리경영, 투명경영을 통한 대내외 신뢰관계를 구축하고 원활한 시간 커뮤니케이션을 통한 업무 갈등, 지연방지로 에코넷 전략 달성과 제도, 행사 및 에코넷 표준화에 대한 니즈 파악을 목적으로 에코넷 홀딩스에서 주관하고 있습니다. 에코넷 전체 차원의 사안에 대한 의견과 제보를 주로 다루며, 개인 정보와 개개인의 인권보호를 위해 근거 없는 비방이나 음해성, 인신 공격 등을 다룬 내용의 의견은 접수하지 않으며, 가슴 깊이 숨겨둔 살아있는 목소리를 듣기 위해 익명으로 운영됩니다. 의견을 제시한 분들의 의사를 최우선으로 존중하여 내용의 공개를 원치 않을 시 비공개로 운영됩니다. 의견은 에코넷 기업본부의 COO와 CSO에게만 전달되며 철저한 보안 속에 처리됩니다.

〈이용안내〉

0. 사내 인트라넷 EGGs에 로그인하는 초기 화면에서 ECS 시스템으로 이동하실 수 있습니다.
1. ECS는 익명으로 운영되며 ECS 관리자 외에 일반 이용자의 개인 정보는 필요하지 않습니다.
2. 작성하실 내용에 따라 [제안합니다], [건의합니다], [도움을 바랍니다], [기타]라는 분류로 제목을 선택하실 수 있습니다.
3. ECS에 접수된 내용은 관리자의 판단에 따라 내용이 공개될 수 있으므로, 이를 원치 않으실 경우 비공개 요청을 반드시 체크해 주세요.
4. 한 번 작성 후 등록하신 글은 수정, 삭제가 불가능합니다.
5. 글을 등록하신 이후 진행 사항을 확인하고 추가적인 답 글을 작성하기 위해서 반드시 문서 번호와 비밀번호를 메모해 두시기 바랍니다.
6. 등록된 글은 관리자의 확인 전까지 접수대기 상태로 게시판에서는 [대기]라는 아이콘으로 표시됩니다. 관리자가 해당 사안을 접수 완료한 후에는 [진행]으로 아이콘이 바뀝니다. 해당 사안의 처리가 완료되면 [완료]라는 아이콘으로 표시되며, 글의 제목에 배경색이 들어갑니다. 완료된 글은 더 이상 답글을 다는 것이 불가능합니다.
7. 모든 이용자가 열람 가능한 글은 제목에 [OPEN]이라는 표시가 붙습니다.
8. 제도 운영의 목적에 맞지 않는 글은 [해당사안 아님]으로 분류되어 [제외]라는 아이콘으로 표시됩니다

임직원 만족도 조사

임직원만족도 조사는 2010년부터 정례화하여 지주회사인 에코넷 홀딩스 주관하에 각 계열사별로 연 1회 실시합니다. 2010년에는 에코넷 전 직원 중 총 186명(응답율 82%)이 설문조사에 응하였습니다. 설문은 구성원들이 생각하는 기업문화, 신뢰, 리더십 등 직무만족도에 영향을 주는 선행변수와 직무환경, 일과 삶의 균형, 팀워크, 직무만족 등을 매개변수로 삼아 전반적 만족, 자부심, 조직몰입 등 결과값에 대한 의견과 만족도를 조사하였습니다. 유니베라 임직원 의견조사 결과, 직무와 업무환경 만족도는 5점 척도로 3.4점이며 인사제도와 급여, 복리후생제도에 대한 만족도는 3.0을 차지하여 상대적으로 낮은 만족도를 기록하였습니다.

〈임직원 만족도〉

만족도 (5점척도)	2009	2010
직무와 업무환경 만족도	-	3.4
인사제도에 관한 전반적인 만족도	-	3.0

높은 만족도에 의한 낮은 이직률 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, 이직률은 9%로 낮은 편입니다.

〈근속연수〉

연도	평균근속	평균나이	성별비율	결혼여부
2009	6년	35.4세	남65% 여35%	미혼53% 기혼47%
2010	6.3년	34.7세	남64% 여36%	미혼57% 기혼43%

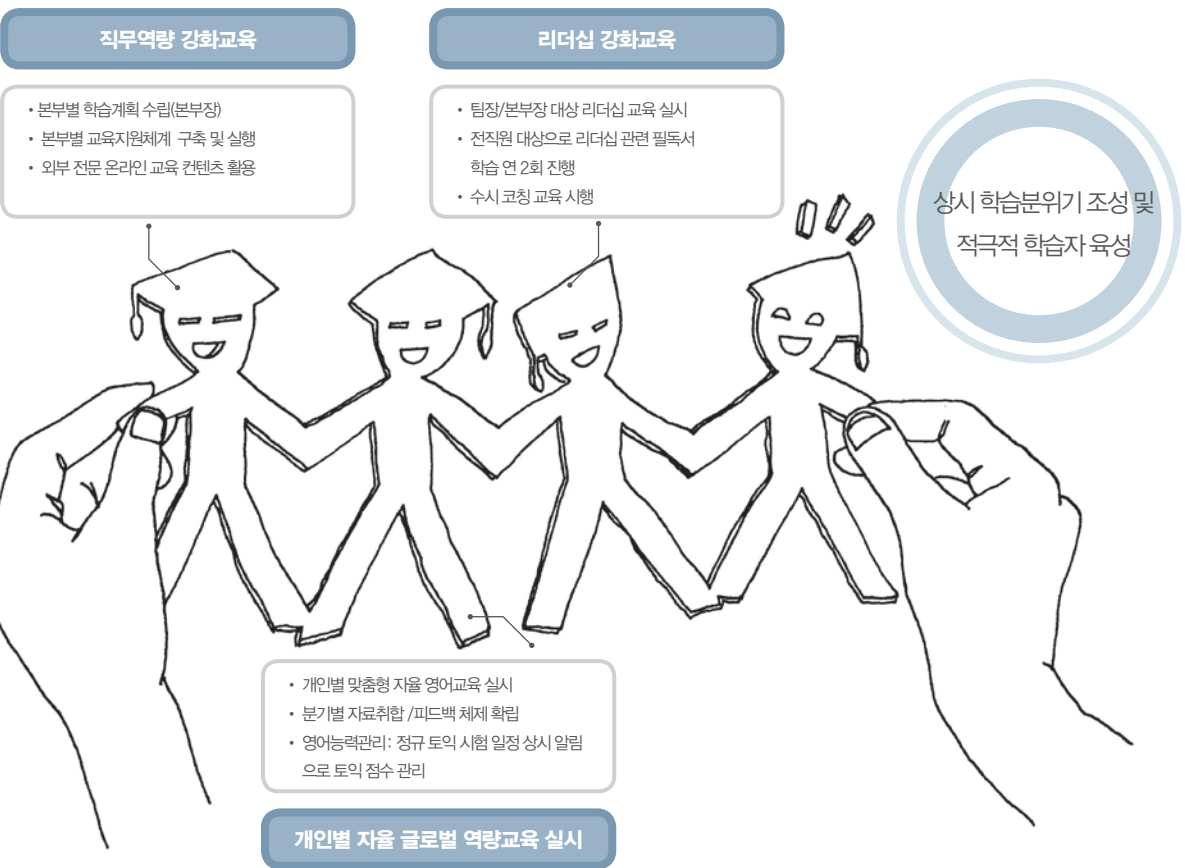
〈이직률 현황〉

연도	이직율
2009	8%(8/100명)
2010	9%(9명/101명)

인재육성

직원 교육 및 역량개발

유니베라는 직원이 회사의 가장 중요한 자원임을 인식하고, 직원 개인의 역량개발과 글로벌역량, 기본소양, 리더십 강화를 위해 분야별 교육훈련체계를 확립해 언제 어디서나 교육 받을 수 있는 교육환경 조성 및 적극적인 학습자를 육성하고자 합니다. 또한 직무역량강화를 위한 본부중심의 직무교육 강화 및 온라인 직무교육 학습 사이트 적극적 활용하고 있으며, 개인별 자율 선택 글로벌 역량 교육 실시 및 분기별 개인 교육상황 피드백 체제를 확립해 나가고 있습니다. 팀장 및 본부장 대상 리더십/직무 교육 집중육성 및 전직원 리더십 관련 필독서학습 등을 지속적으로 진행하고 있습니다.



• 2010년 교육체계도 - 유니베라 자사 학점(60학점)

구분	교육형태	필수학점	교육대상	교육방법	성격	학점인정
직무역량 강화교육	개별 직무 교육	16	직원전체	• 본부별 본부장과 팀장 협의 하에 본부별 교육계획 수립 • 온라인 학습: 팀원의 경우 휴넷 추천, 팀장의 경우 휴넷, 팀장리더십과정, SERISPARK과정 추천 • 오프라인 학습 시 사전에 교육신청서 작성 및 팀장과 협의	필수	온라인: 1개월 4학점 오프라인: 실시간 학점인정
	본부별 특별 직무 교육		직원전체	• 본부장 재량하에서 본부직원에게 외부교육 과정 추천 및 제공 • 사내전문가로 양성	선택	외부교육 실시간 학점
글로벌역량 영어교육 (5개월)	온라인 영어	20	직원전체	• 온라인 영어교육업체 “YBM”을 통해서 실시 • YBM 외 온라인 영어교육업체 수강 가능 (제출기한: 익월 초)	선택	1개월 4학점
	오프라인 영어		직원전체	• 교육기관 자율적 선택 가능 • 조건: 학원수강증과 출석표 제출 (제출기한: 익월 초)		
	전화 영어		직원전체	• 교육기관 자율적 선택 가능 • 조건: 교육기관 출석표 및 평가표 제출 (제출기한: 익월 초)		
	외부 영어시험	—	직원전체	• 영어점수 목표관리: 연간 영어목표점수 달성 • 외부공인기관 TOEIC 시험 2회까지 지원	필수	—
리더십 강화교육	직급별 집체 교육	10	직원전체	• 직급별 코칭 교육 실시 (본부장 2회/팀장 2회/팀원 1회) • 외부교육장에서 1박2일 형식으로 외부강사 초빙하여 진행	필수	팀장이상-1회 5학점 팀원-1회 10학점
	도서/독후감	8	직원전체	• 유니베라만의리더십고취및 도서학습의생활화 • 상/하반기 연 2회 진행 및 연 2회 독후감 제출	필수	1회 4학점/ 총 8학점
기초역량 교육	기본 소양교육	6	직원전체	• 고객마인드 교육(CCMS), 성희롱예방 교육, 안전 교육, 자사제품 교육, 직장예절 교육, 재테크 교육 등 • 전직원미팅 시간 후 1시간씩 진행	필수	6학점
필수학점 전체		60				

• 평균 1인당 교육훈련비

	외국어	직무	기타(필독서 및 코칭교육 월별특강 외)	총
인당 교육 평균시간	20시간(5개월)	16시간	24시간	60시간
총 교육훈련비	36,000,000원	68,000,000원	27,000,000원	131,000,000원
인당 교육훈련비	360,000 원	680,000원	270,000원	1,310,000원

성과와 공정한 보상

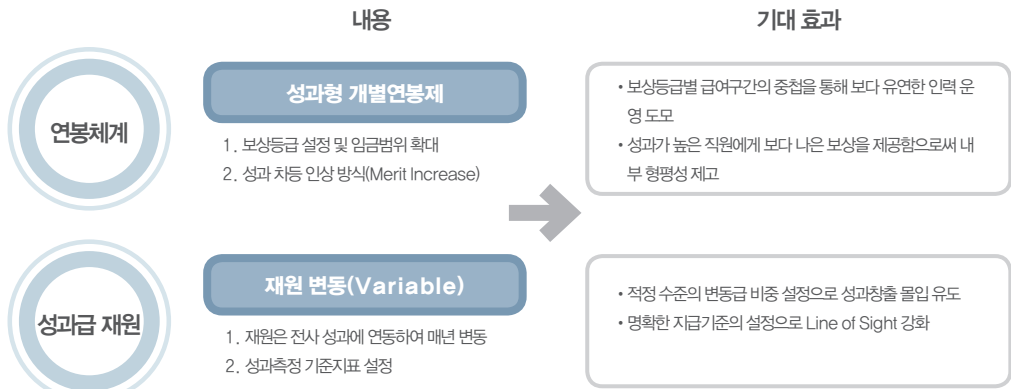
성과평가와 보상시스템 확립

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 등급배분을 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)	

〈보상제도〉



Special Report

기업문화 - 꿈을 함께하는 행복한 일터

유니베라의 기업문화는 꿈을 함께하는 행복한 일터입니다.

유니베라는 자연의 혜택을 인류에게 전하는 일을 통하여 인류를 건강하고 행복하게 만들고자 합니다.

그럼으로써 안으로는 유니베라 임직원들의 꿈을 함께하는 행복한 일터를 만들겠다는 것이

유니베라의 소망입니다.

유니베라가 생각하는 ‘꿈을 함께하는 행복한 일터’는 어떤 곳일까요?

한 기업의 구성원 모두가 꿈을 함께하려면 우선 기업이 공동선에 기초하여 구성원 모두가 동의하고 함께할 수 있는 비전을 분명하게 제시하여야 하고, 다음으로 이 비전이 자신의 꿈과 다르지 않음을 확인한 사람들이 함께 모여야 합니다.

그리고 교육과 훈련, 토론과 계몽을 통해 각자의 꿈을 전체의 꿈으로 모아나가는 과정을 통하여 꿈을 내재화하는 과정이 필요합니다. 중국에는 이 비전이 기업 고유의 실천, 즉 재화의 생산과 판매 활동에 깊이 스며들어 기업의 문화로 정착해야 합니다. 왜냐하면 비전을 공유하고 목표를 분명히 한 기업만이 일에 대한 동의와 열의를 끌어내어 좋은 결과를 성취할 수 있기 때문입니다. 비전이 기업문화로 정착되는 과정은 기업의 구성원이 하나의 목표를 가진 일의 동지, 일의 형제로 되어 가는 과정입니다. 열린 마음으로 서로가 서로를 아끼고 위하고 상생과 조화를 통해 서로를 스승으로 확인하고 존중하는 과정에서 일터는 이미 ‘행복한’ 그것이 됩니다. 작은 일에도 서로를 격려하고 성의를 보이는 문화가 자리잡을 때 직장은 즐거움과 감동이 넘치는 행복한 공간이 될 것입니다. (에코넷 비전집 pp 49~50)

CEO가 바라본 ‘꿈을 함께하는 행복한 일터’ 유니베라의 인재상

우리가 요구하는 인재는 앓, 지식이 있고, 더하여 마음, 정신이 충실한 사람입니다. 우리 회사는 지식이 중요한 회사입니다. 예컨대 농사도 과학적으로 해야 합니다. 농사에 대한 전략, 이력관리, GAP 등, 이 모두가 지식을 기반으로 합니다. 그런데 국제적인 시각과 지식을 갖춘 인재 발굴과 육성은 궁극적으로 회사가 책임져야 합니다. 기업은 구성원이 발전하고 성장하도록 교육과 훈련의 책임을 다해야 합니다. 아울러 유니베라는 기업철학, 기업가 정신을 강조하는 회사입니다. 개인의 조건과 능력만 갖고 움직이는 회사는 진정 꿈을 함께하는 행복한 일터가 아닙니다. 개인의 꿈과 철학과 정신이 기업의 꿈과 철학과 정신과 서로 맞아야 합니다. 그게 전제 조건입니다.

그런 마음을 갖고 있다면 회사는 그 마음을 북돋고 지원하는 역할과 책임을 다하겠습니다. 핵심역량과 핵심 정신과 가치로 무장한 사람들의 유니베라는 성장할 가능성이 충분합니다.

중견 직원 5인이 꿈꾸는 유니베라

1996년 신입사원으로 시작해 지금은 15년 차 중견 사원으로 유니베라를 이끌고 있는 5인이 생각하는 ‘꿈을 함께하는 행복한 일터 유니베라’에 대해 들어보았습니다.

공동 질문

- ① ‘꿈을 함께하는 행복한 일터’란 어떤 일터인가
- ② ‘꿈을 함께하는 행복한 일터’를 만들기 위해 나는 무엇을 할 것인가. 우리 는 무엇을 해야 하는가

- ① 유니베라가 가진 공동의 꿈, ‘세상을 건강하게’, 자연의 이로움으로 세상을 치유 하자는 공동의 꿈을 위해 서로 의지하며, 노력하는 일터가 꿈을 함께하는 행복한 일터이다.
- ② 꿈을 가진 우리 회사가 우리 세대뿐 아니라 미래에도 영원할 수 있도록 회사의 성장에 기여하겠다. 그리고 그 꿈이 퇴색하지 않도록 구성원들과 공유하며 지켜나 가겠다.

- ① 자신의 이익을 위해 다른 사람들을 속이고 이용하는 회사가 아니라 자연을 위해, 사람을 위해 봉사하겠다는 큰 꿈을 가진 회사이다. 행복이란 단어를 생각하면 따뜻한 마음이 일어나듯이 주말이 지난 후 월요일 아침 출근시간에 회사를 생각하면 짜증이 나는 것이 아니라 우리의 꿈을 향해 더욱 노력해야겠다는 생각이 드는 회사이다. 일로 만났지만 서로를 생각하는 마음이 있는 곳. 서로를 격려해주고 격려해주는 곳이다. 즉 꿈을 함께하는 행복한 일터란 ‘우리 공동의 목표를 위해 진실한 마음으로 구성원 모두를 감싸 안으며 함께 나아가는 곳’이다.

- ② 프로의식을 갖고 각자 목표를 정확히 인지한 후에 목표를 달성하기 위해 최선을 다해야 한다. 서로의 목표를 공유하고 책임을 다해 목표를 이루어야 한다. 자신의 목표만을 달성하겠다는 이기적인 태도나 행동보다는 서로의 목표를 공동으로 달성한다는 생각으로 서로 유기적으로 협조하면서 목표를 향해 다가가야 한다. 구성원 모두가 서로 책임지고 감싸 안아야 한다. 받기만 하려고 하고 노력하지 않으면 행복한 일터가 될 수가 없다.

- ① 사람들을 행복하게 만드는 비전을 가진 회사에서 개인의 비전을 이루기 위해서 구성원들이 함께 노력해 나가는 일터다.
- ② 맡은 바 주어진 일에 최선을 다해서 최대의 성과를 만들어 내고 동료들을 가족과 같이 아끼고 서로의 발전을 위해서 최선을 다해야 한다.

- ① 첫째, 지속성이 보장되는 일터이다. 이를 위해서는 구성원 개인만의 이익을 위한 활동이 아니라 도덕성을 바탕으로 한 이익 활동을 해야 한다. 또한 회사는 구성원이 일터의 지속성을 굳게 믿을 수 있도록 기업의 경쟁력을 키울 수 있는 환경 조성을 해야 한다. 둘째, 차별화된 기업문화가 있어야 한다. 행복은 많다고 느낄 수 있는 것이 아니다. 작더라도 우리만이 이야기할 수 있고 누릴 수 있어야 한다. 어디에서도 자신 있게 말할 수 있는 기업문화가 필요하다. 셋째, 밝고 웃음이 가득한 사람이 있는 곳이다. 이윤추구를 위한 집단이 회사이기는 하지만 그것을 구성하는 것은 사람이다. 따라서 그 사람들이 서로 만나고 일을 하면서 웃을 수 있는 공간은 어떠한 곳보다 행복한 일터일 것이다.
- ② 첫째, 사람이 우선시 되어야 한다. 단순한 물건을 만드는 회사가 아니라 인류에게 건강과 아름다움을 전해주는 아름다운 사람이 있는 회사여야 한다. 개인의 장점과 단점을 살펴 스스로에 대해 정확한 반성이 필요하다. 내가 아닌 우리의 개념으로 단점을 최소화할 수 있는 반성과 개선이 필요하다. 둘째, 현실을 솔직히 이야기할 수 있어야 한다. 순간의 어려움을 회피하고자 긍정적인 부분만을 이야기하는 것이 아니라 현재와 미래를 위한 판단을 하여 옳고 그름에 대한 소신을 밝힐 수 있어야 한다. 셋째, 함께 일하는 주위 사람들, 특히 유니베라 대리점 사장과 유포(UP)에 대한 감사함을 잊어서는 안 된다. 그들이 있기에 유니베라는 존재하며, 그들과 함께해야 행복한 일터를 만들 수 있다. 갑과 을의 입장이지만 갑의 자세가 아니라 항시 감사하고 고마움을 가지고 낮은 자세로 마음을 전하며 행동해야 한다.

- ① 회사의 비전과 미션이 직원들의 비전과 미션이 조화를 이루는 일터이다. ‘꿈을 함께 하는 행복한 일터’라는 개념이 개인의 삶의 목표의 방향을 잡아 주었다.
- ② 회사가 지향하는 방향과 목표가 하나인 만큼 태도의 다양성은 인정하더라도 임하는 마음가짐은 하나여야 한다. 대표적인 마음가짐이 바로 고객을 향하는 마음이 어야 하지 않을까? 무슨 일을 하고 있는 직원이든 내가 하는 일이 고객에게 어떻게 영향을 미치고 고객을 얼마나 행복하게 할 수 있는 일인지를 고민하는 마음가짐! 그런 마음을 모든 임직원들이 갖게 하는 데에 도움이 되고 싶다. 고객의 소리를 가장 먼저 가장 많이 듣는 일을 하는 사람으로서 마땅한 소임이라 생각한다. 지금까지 하던 CCMS활동에 더해서 조금이라도 고객의 마음과 생각을 쉽고 빠르게 전달할 수 있는 방법이 있다면 무조건 실행할 작정이다. 그것이 임직원들의 마음가짐에 긍정적인 자극이 되는 방법을 잘 선택할 수 있기 바란다.

>> 이 글에 참여한 중견직원들

박정아 고객지원팀장, 백승우 경기영업팀장, 이규남 강남영업팀장, 조용호 강북영업팀장, 최진영 인천영업팀장
(에코넷웨이 2010년 7월호 발채 재편집 하였습니다.)

Special Report

인권통합경영

유니베라는 기업의 다양한 이해관계자와 더불어 세계 인류가 신체적, 정신적으로 건강한 삶을 영위할 수 있는 지속가능경영을 추구해 왔습니다. 또한 한국 기업 최초로 본격적인 인권통합경영에 나서고 있습니다. 유니베라가 생각하는 인권의 핵심은 '꿈의 실현'입니다. '꿈을 함께하는 행복한 일터' 유니베라에서 직원 개인의 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

세계적인 알로에 전문 기업으로 도약하기 위해 안정적인 원료 공급이 필수였던 1991년, 멕시코의 탐피코 120만 평 대지를 구입하고 농장과 공장을 본격적으로 가동했습니다. 탐피코는 알로에 재배에 적합한 천혜의 자연과 남미와 유럽 시장 진출을 위한 유리한 지리적 조건을 갖추고 있었지만 농장 개간을 위한 멕시코에서의 첫 시작은 험난했습니다. 무엇을 심어도 자라지 않아 토착민들 사이에서는 '파머 데 디아블로(Farma de Diablo, 악마의 농장)'라 불리었던 땅이었기 때문입니다. 하지만, 유니베라의 노력과 합리적이고 경험이 풍부한 영농 기술에 힘입어 시간이 지날수록 허허벌판이나 다름없던 곳이 제법 농장 모습을 갖추게 되었으며, 농장 곳곳으로 호수의 물이 잘 공급 되도록 배관 작업을 마치자 드디어 멕시코 농장은 푸른 알로에가 가득 자라기 시작하였습니다. 사실, 이 땅이 불모지였던 원인은 농부들의 가난과 무지 때문이었습니다. 이 땅의 모든 이들이 건강하고 아름다운 삶을 누리기를 소망했던 유니베라 이병훈 총괄사장은 현지인들로 농장을 운영하며, 그들이 유니베라를 통해 일과 삶의 질이 향상되길 바랐습니다. 그리고 가족친화적인 현지인 전략을 통해, 해외농장 직원들을 위한 지원제도를 운영했고 그 변화는 놀라웠습니다. 기존에는 농사 주기에 따라 농번기에 임시직 인부로 일하는 게 고작이었던 주민들은 유니베라의 현지인 고용원칙을 통해 탐피코 농장에 안정적인 일자리를 얻게 되었습니다. 유니베라는 일에 대한 열정과 성실성을 고용기준으로 삼고, 인근 회사가 제공하지 않았던 다양한 혜택을 제공하기 시작했습니다. 많은 회사들이 무시하고 지급하지 않던 최저임금 및 사회연금비 지급을 준수함은 물론이고 50km 이상의 원거리 출근자들에게는 차량 경비를 지원하고, 가족 생계비로 사용할 수 있는 음식권 제공, 1년 이상 근무자의 자녀에게 대학학비 지원

게 되었습니다. 경제적 안정뿐만 아니라 교육지원, 가족 학비 지원 등을 통해 신체적, 심리적으로 건강한 생활을 누릴 수 있게 된 거죠. 유니베라에 대한 자부심이 남다른니다"고 말합니다. 이제 탐피코 농장은 233만 평의 세계 최대의 알로에 농장으로 규모와 시설을 자랑하게 되었고, 254명의 직원들이 일하고 있습니다. 그 중 현지인의 비율은 99.5%에 해당합니다. 그리고 더 이상 '악마의 땅'이 아닌 '천사의 땅'이라고 불립니다. 이처럼 유니베라의 멕시코 농장이 현지인들로부터 선망의 대상이, 주변 기업들로부터는 벤치마크 대상이 될 수 있었던 이유는 이처럼 인간사랑, 인간의 '행복권', '인격권'의 마음을 일관되게 보여주었기 때문입니다.



<탐피코 농장>

- **직원:** 254명
- **현지인 비율:** 99.5%
- **직원지원제도:** 최저임금 및 사회연금비 지급을 준수, 50km 이상의 원거리 출근자들에게는 차량 경비를 지원
- **가족지원제도:** 가족 생계비로 사용할 수 있는 음식권 제공, 1년 이상 근무자의 자녀에게 대학학비 지원

편집자 주) 위의 내용은 2010년 9월 21일과 22일 미국 뉴욕에서 열리는 MDGs 포럼 계기에 배포된 '새천년개발목표(MDGs: Millennium Development Goals)와 한국 기업의 사회적 책임'이라는 주제로 한국 기업들의 해외 사회 공헌 활동이 소개된 책자에 모범사례로 소개되었습니다.



'새천년개발목표(MDGs: Millennium Development Goals)'란

2015년까지 1. 절대빈곤 기아퇴치 2. 보편적 초등교육 달성 3. 남녀평등 및 여성능력 고양 4. 아동 사망률 감소 5. 모성 보건 증진 6. HIV/AIDS 말라리아 및 기타 각종 질병 퇴치 7. 지속가능한 환경보전 8. 개발을 위한 범지구적 파트너십 구축의 달성 등을 목표로 제시하고 있습니다. 유니베라는 인류의 보편적 복지와 건강을 위해 UN글로벌콤팩트 10대 원칙과 더불어 새천년개발목표를 지지하고 기업경영에 접목하려 노력합니다.

유니베라 한국에서의 인권

유니베라는 UN글로벌콤팩트에 가입하면서, UN글로벌콤팩트에서 추구하는 인권-노동-환경-반부패 등의 가치를 기업 내에 실현하고 있습니다. 그 중 건강한 인권에 관심을 갖고, 법이나 제도가 포괄하지 못하는 생활 속 여러 문제들을 '인권'의 눈으로 조망했습니다. 그리고 그 문제의식을 사회의제로 만들어 건강한 인권을 확산하는 사업을 추진하고 있습니다. 2009년에 40대 남성인권 프로그램 개발 약정식을 갖고 2,000만 원의 후원금을 한국인권재단에 전달하였습니다.

'한국 40대 직장남성들의 생활과 인권' 보고서 발간

생활인권사업의 첫 시작으로 한국인권재단과 서강대학교 정유성 교수와 함께, '한국 40대 직장남성들의 생활과 인권'에 대한 보고서를 냈습니다. 한국의 40대 남성 사망률이 세계 1위라는 점에 입각하여 40대 남성 직장인들의 생활 인권 실태를 돌아보았으며, 그들이 처한 반인권적인 상황에 대한 진단을 내놓았습니다. 보고서는 40대 직장 남성은 건강기능식품 섭취가 높아 지는 등 육체적인 건강에 대한 관심은 높아지지만, 정신적, 사회적 차원의 건강 상태의 심각성에 대해서는 자각하지 못하고 있기 때문에 '인권의 사각지대'에 놓여있다고 진단했습니다. 앞으로도 유니베라는 권력이나 제도에 의한 반인권적 억압처럼 가시적이지는 않지만, 일상적인 생활 속에 깊이 잠복해 개개인에게는 더욱더 억압적일 수 있는 반인권적인 내용을 찾아 많은 사람들이 더욱 건강하게 살 권리를 확산시키는 데 앞장설 것입니다.

생활인권 기획시리즈 - 남자 40대, 나대로 사는 법 강좌 후원

"머릿속에 맴돌던 이야기를 표현한다는 게 어려운 일인 것 같습니다. 속이 조금 시원합니다."

"답이 없는 삶의 방향과 모양, 색깔을 발견하고 40대의 삶을 되돌아보게 되었습니다."

- '나대로 사는 법' 강좌 후기 중(中) -



유니베라의 후원으로 한국인권재단은 '남자 40대, 나대로 사는 법' 강좌 프로그램을 개발하고 부천YMCA 아버지교실, 성미산 마을공동체 '사람과 마을', 느티나무 아카데미가 주관하여 강좌를 진행했습니다. 위의 내용은 2010년 10월부터 2011년 1월까지 각각 4회에 걸쳐 진행된 강좌 참가자의 소감입니다. 유니베라는 "자연의 혜택을 인류에게"라는 기업철학을 사회적 건강으로 확장시키고, 40대 남성 사망률 1위라는 오명을 지닌 한국의 사회적, 개인적 원인 진단과 대안모색에 관심을 기울였습니다. 2년여에 걸친 연구와 프로그램 개발을 통해 '영혼의 노숙자'인 40대 남성들이 자신을 보듬고 나아가는 길에 함께하는 동반자를 만나는 기회가 되었습니다. 앞으로도 생활 속의 인권문제를 구체적으로 찾아내고 기업의 미션과 연계하는 프로그램이 활성화 되도록 노력하겠습니다.



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 UN 글로벌콤팩트 10대 원칙과 ISO 26000, 두 이니셔티브로 유니베라의 인권 통합경영을 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 선언 된 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 제공하는 기 업들에 보안적 조치를 취하는가?	-
원칙 2 기업은 인권 침해에 연 루되지 않도록 적극 노 력한다.	6.3.6	고충처리	모든 당사자들이 고충 또는 불만해소를 위한 시스템에 접근이 가능한가?	업무고충 상담제도
	6.3.7	차별 및 약자 집단	기업이 접촉을 할 수 있거나 영향을 미칠 수 있는 사람 에게 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.

interview_정선애 (한국인권재단 사무처장)

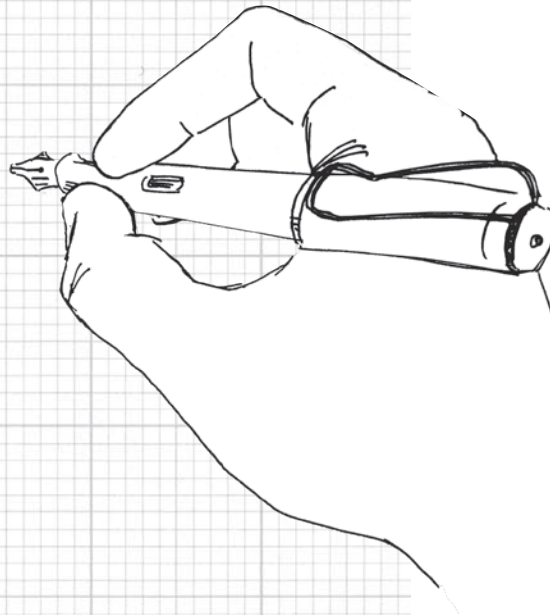
인권경영을 한걸음 더 진전시키기 위한 제언

기업활동이 인권에 미치는 영향을 중요하게 다룰 것을 제안해온 인권재단의 담당자로서 유니베라가 처음으로 지속가능경영 보고서를 발간하게 된 것을 매우 기쁘게 생각합니다. 특히 다음과 같은 점에서 사회성과 보고의 의미를 부여하고자 합니다. 기업이 인권을 존중하기 위해서는 의지를 대내외에 알리는 것이 중요합니다. 2010년 유니베라는 국내기업으로는 처음으로 인권경영을 선포하였고 보고서를 통해서도 국제적인 인권기준을 준수할 것을 천명하고 있습니다. 이는 경영진의 의지를 반영한 결과로 위로부터 문제의식을 확산할 수 있다는 점에서 무척 고무적입니다. 또한 구체적으로 주목할 만한 보고내용은 다음과 같습니다. 먼저 100%가 정규직으로 근무하고 있다는 점입니다. 이는 비정규직의 처우개선이 사회적 인 의제가 되고 있는 가운데 중견기업으로서 고용안정을 보장하기 위한 특별한 철학이 엿보이는 부분입니다. 두 번째는 최근 2년간 법규위반으로 부과된 벌금액과 비금전 제재건수가 없다는 점입니다. 인권경영에서 일차적으로 중요한 것은 관련 법규의 준수입니다. 이는 인사, 노무에 있어서 관련법규를 잘 이해하고 실행한 데 따른 결과입니다. 세 번째는 여성 인력 개발과 권리 보호가 돋보입니다. 유니베라는 여성비율이 2010년 기준 36%이고 여성 임원 비율이 16.7%입니다. 2009년 말 기준 1,000명 이상 기업 여성임원비율이 6%, 관리자 비율이 12%인 것을 감안할 때 여성 관리자 비율도 높은 편입니다. 특히 출산휴가 사용율과 복직율과 배우자 출산휴가 사용율은 100%로 회사가 출산휴가를 장려하지 않으면 불가능한 수치입니다. 마지막으로 탐피코 해외농장의 직원을 상용직으로 고용하고 최저임금 및 사회연금비 지급을 준수하는 것은 전세계적으로도 흔하지 않은 사례입니다. UN글로벌 콤팩트 뉴욕본부의 인권·노동 담당자도 이러한 사례에 경의를 표한 바 있으며 '새천년개발 목표(MDGs: Millennium Development Goals)와 한국 기업의 사회적 책임' 책자에 소개되기도 하였습니다. 인권경영은 하루아침에 도달하는 목표가 아닌 만큼 한걸음 더 나아가기 위한 몇 가지 제언으로 글을 마무리 하고자 합니다.

첫째, 인권존중에 대한 천명을 넘어서서 유니베라가 원료를 채취하고, 상품을 생산하며, 유통조직을 통하여 판매하는 전 과정에서 인권에 영향을 미칠 수 있는 요소를 찾아내고 분석하는 조치가 필요합니다. 인권통합경영이란 노무, 인사 영역에서 뿐만 아니라 기업활동의 전 과정에서 인권에 영향을 미치는 요소를 찾아내고 개선하기 위한 활동을 의미하기 때문입니다. 둘째, 이를 기반으로 인권경영 선언을 통하여 구체적인 내용들이 명시되어야 합니다. 세계의 유수한 기업들은 해당 산업분야의 특성에 맞는 인권경영 성명서를 공표하고 이를 전사적으로 교육하며, 주 거래를 하는 업체에 이르기까지 이러한 기준을 준수할 것을 요구하고 있습니다. 해외 농장과 시장을 개척하고 있는 유니베라로서는 전 직원과 협력업체에서 공감대를 만들어 나갈 수 있는 인권경영 성명서를 준비하는 것이 필요합니다.

By SEON AE JEONG Secretary General | Korea Human Rights Foundation

한국인권재단은 사회모든 영역에 인권가치를 확산하고 인권활동을 지원하기 위한 교류, 소통, 연대의 기반을 만들고자 설립된 비영리 민간재단입니다. 10여 년 동안 NGO활동을 해온 정선애 사무처장은 '인권의 눈으로 세상을 본다'는 것이 사람들의 일상생활에 자리잡을 수 있도록 다양한 실험을 모색하고 있습니다. 이병훈 총괄시장님이 인권재단의 이사였던 인연으로 시작된 유니베라와의 협력관계는 '인권통합경영'이라는 화두로 한걸음 더 나아가고 있는 중입니다.



소비자 불만의 소리를 기업가치 제고를 위한 노력, 인증 획득

유니베라는 2006년 6월, 공정거래위원회와 소비자불만자율관리위원회가 주축이 되어 국내 기업에 적용되기 시작한 소비자불만 자율관리 프로그램(CCMS, Consumer Complaint Management System)의 도입을 선포하고 제품, 서비스, 기업경영의 3가지 영역 내 고객 불만의 예방과 신속하고 정확한 처리, 동일 불만의 재발을 막고 새로운 제품개발에도 고객 불만요소를 반영하는 종합적인 불만 관리 시스템을 운영하고 있습니다. CCMS제도는 2010년 5월, 공정거래위원회 지침에 의해 국문명이 변경 (소비자불만자율관리프로그램 → 소비자만족자율관리프로그램)되면서 고객의 만족을 높이기 위한 활동으로 발전하였습니다. 2008년 건강기능식품업계, 화장품 업계 각 최초로 CCMS우수운영 기업으로 공정거래위원회 인증을 획득한 후 2년마다 실사를 통과해 인증을 유지하고 있습니다.

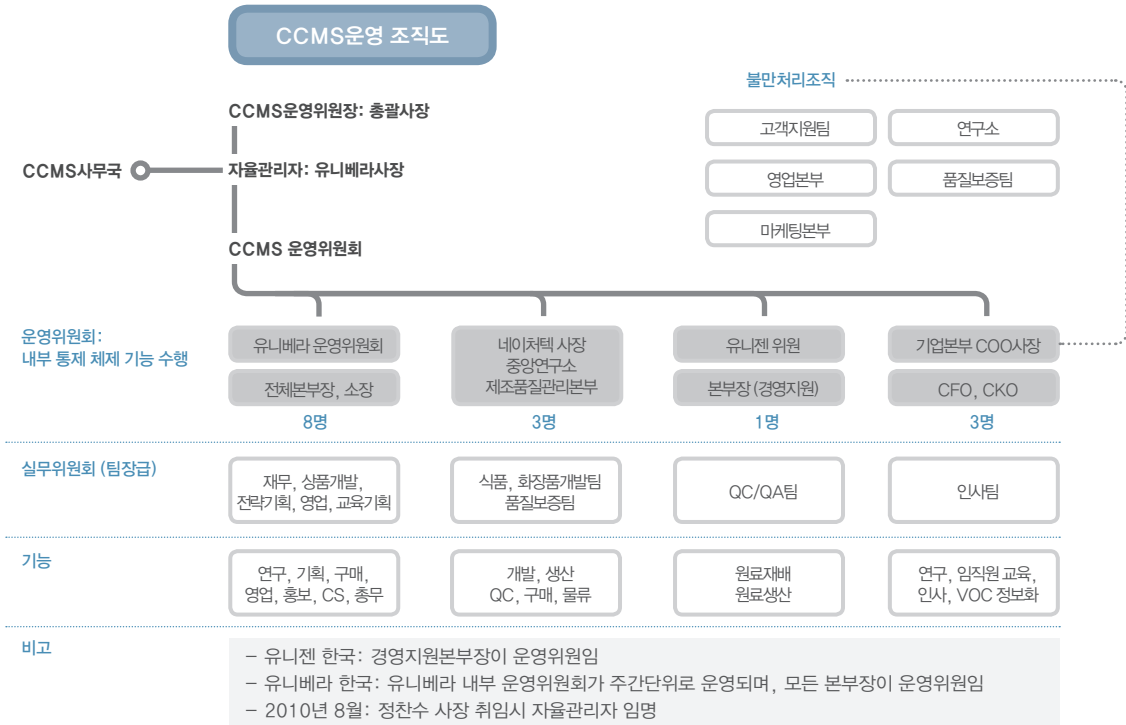
통합불만관리 체계 구축과 실현

CCMS의 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.

비전	목표	원칙
<ul style="list-style-type: none"> • 현재 고객 웃게 하는 CS력 • 미래 기업 웃게 하는 CS력 	<ul style="list-style-type: none"> • 지속, 종합적인 불만/VOC 관리 • 모든 단위 업무의 고객지향성 확보 	<ul style="list-style-type: none"> • 내가 하는 업무로 인해 고객 불만 발생하지 않도록 최고의 품질로 일한다.

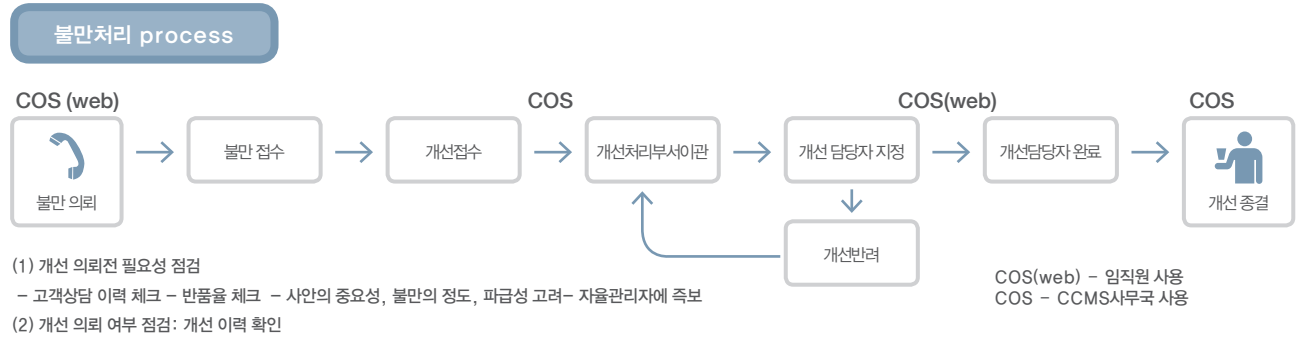
불만종합관리 위한 조직도

고객의 불만은 지속경영의 중요한 요소이기 때문에 에코넷 총괄사장을 운영위원장으로 하고 고객을 최중으로 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.



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.

1. 고객의 소리 접수 현황

접수경로			2009		2010
고객	인터넷	기업홈페이지	414		299
		리니시에홈페이지	107		7
		쇼핑몰	542		470
		소계	1,063		776
	전화		7,869		7,406
내부고객(임직원)			112		25
대리점(UCS)			265		239
총계			10,372		9,222

2. 관련자 공유 현황

연도	2009		2010
공유 건수	285		159

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, 정책 입안에 적용될 수 있도록 개선의뢰 및 적용을 위한 모니터링 체계를 갖추고 있습니다.

유형	2009		2010
불만	1,686		1,488
개선	139		49
총계	1,825		1,537

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
색조화장품 사용자 편의 개선	용기가 불투명하여 다 쓴 줄 모르는 고객이 펌프 불량이라고 오해.	용기의 투명도를 높여 사용하고 남은 양을 육안으로 확인할 수 있게 바꾸어 사용자의 편의를 높임.
정제 제품 휴대성 향상	권장량 2정씩인 제품이 9정 PTP로 포장 되어 1정이 남는 불편함.	10정씩 포장되는 PTP로 바꾸어 고객 휴대시 불편함 줄임.
소비자정보제공 서비스 강화	쇼핑몰 제품후기가 가장 오래된 정보부터 보여 최근 반응을 쉽게 알기 어렵고 찾기 에 불편함.	화면 첫페이지에 가장 최신 제품후기가 보이도록 등록글의 정렬 순서 변경. (시스템 개선)

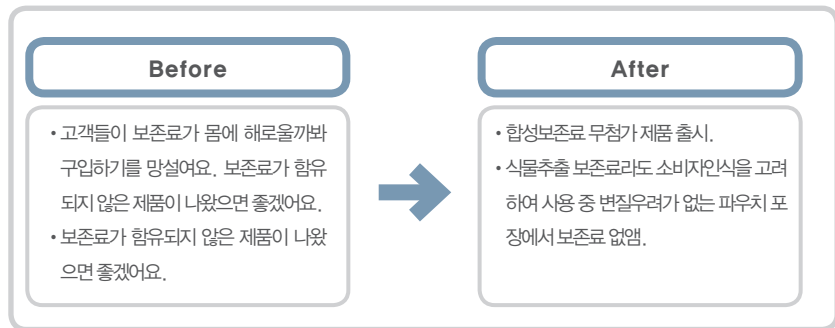
제품 만족

제품관련 이슈 제기 사례

건강기능식품 중 액제류의 장기 보관이 필요한 일부 제품에 합성보존료가 미량 함유되어 있었으나, 건강을 증진시키기 위한 고객들의 마음을 읽고 보존료를 합성이 아닌 천연보존료로 바꾸어 제품을 공급할 수 있게 되었습니다. 제품개발원칙을 재정비하게 된 좋은 사례로 사내에 공유하고 차기 제품개발에 적용하고 있습니다.



보존료를 없앤 알로엑스골드류 액티브알로에 2호세트



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(CCMS교육)을 필수로 이수토록 하고 있습니다. 이 과정과 평가 결과는 승진과 보상에도 연계하여 그 효과를 높이고 있습니다.

교육		2009	2010
본사 (관계사포함)	횟수	33	16
	인원	297	264
대리점	횟수	153	175
	인원	14,741	13,835
총계	횟수	186	191
	인원	15,038	14,099

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. 불만외려 고객에게 불만처리 후 처리내용과 과정에 대한 만족도를 실시하고 있습니다.

〈고객불만처리 만족도〉 (5점 척도)

문의유형	2009	2010
고객응대 친절함	4.2	4.3
고객응대 및 처리 신속함	4.0	4.2
처리내용 만족함	4.1	4.2

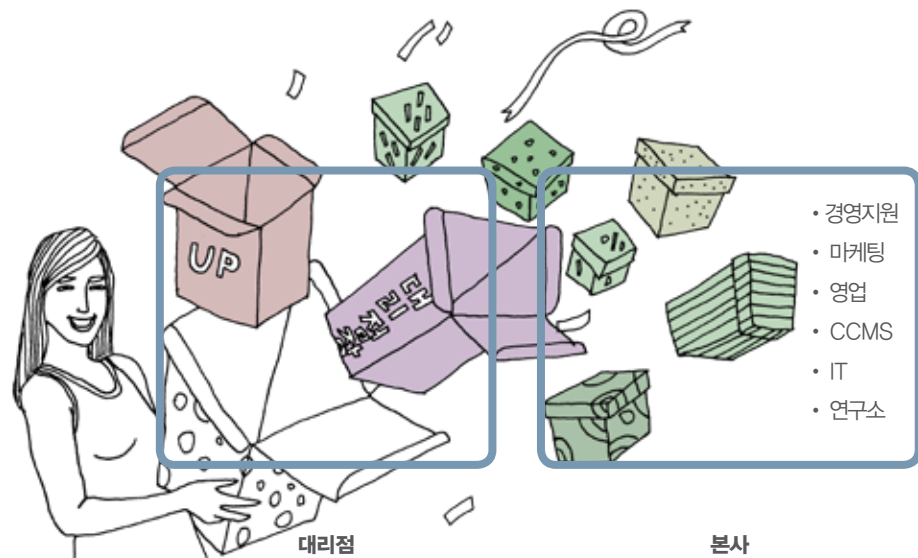
소비자관련법규의 준수

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.

대리점과 유피(UP)의 역할

유니베라에게 대리점과 유피(UP)의 존재

유니베라에서 기업철학을 현실화 할 때 그 존재이유가 있고 그 존재 이유를 더욱 키우기 위해서는 성장이 필수적입니다. 본사와 대리점이 주체가 되어 제품을 만들고, 유피(UP)의 지속적인 제품판매로 성장이 이루어지고 있습니다. 유니베라 생활건강설계사 유피(UP)는 건강뿐만 아니라 마음까지 건강해지는 웰니스의 삶으로 한 단계 업그레이드 되도록 도와주는 역할을 하는 사람입니다. 즉, 유피(UP)는 단순히 물건을 파는 판매원이 아닌, 고객의 건강과 행복한 삶을 설계하고 유니베라 기업의 철학과 가치를 전하는 건강상담전문가입니다. 이러한 유피(UP)에게 가장 큰 영향을 미치는 사람은 대리점장입니다. 때문에 유니베라는 대리점장과 유피(UP)에게 지속적인 교육을 제공함으로써 대리점-본사가 파트너 관계를 형성하게 합니다. 이러한 관계에 기반하여 대리점과 유피(UP)가 지속적으로 성장하고 있습니다.



대리점



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

	2009	2010	2011 목표
조직확대	유피(UP) 수: 13,108명 대리점 수: 390개	유피(UP) 수: 13,144명 대리점 수: 410개	유피(UP) 수: 17,462명 목표 대리점 수: 420개 목표
복지혜택	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	우수대리점 & 유피(UP) 현지법인 연수 우수 유피(UP) 자녀 장학금지급 유피(UP) 자녀 동계&하계캠프
제도	UPS 도입	UPS제도 활성화	UPS 제도 확대

조직확대

- 대리점- 점차적으로 증가를 목표로 하고 2011년 420개를 목표로 진행합니다.
- 유피(UP)- 전체 유피(UP)가 0.3% 정도 증가하였고 유피(UP)로 시작하여 팀장 이상의 간부 유피(UP)로 성장해나가고 있습니다. 팀장 이상 유피(UP) 수를 비교해 보았을 때 22% 정도 증가를 보이며 유피(UP)에서 정착 후 안정적인 매출과 증원이 이뤄지고 있습니다. 이는 방문판매 회사로서의 조직의 경쟁력을 갖추어 나가고 있음을 나타내는 것입니다. 또한 유피(UP) 개인적으로는 전업주부에서 프로 세일즈 우먼으로 성장하고 있음을 보여줍니다.

구분	본부장	수석지부장	지부장	부장	팀장	유피(UP)	합계
2009	15	13	281	835	2,074	9,890	13,108
2010	17	27	347	967	2,577	9,209	13,144
직급별증감	13%	108%	23%	16%	24%	-7%	0.3%

대리점과 복지정책

유피(UP)를 위한 대리점 복지정책

유니베라는 유피(UP)를 위한 별도의 대리점 복지정책을 갖추고 있습니다. 유피(UP)에게는 해외사상의 기회와 승진 시 연수를 보내주고 있으며, 유피(UP)의 자녀에게 직장의 자긍심을 전달하기 위해 장학금, 입시설명회, 꿈나무 캠프(연 2회)를 실시하고 있습니다.

구분	신입유피(UP)	팀장	부장	지부장	수석지부장	본부장
자녀혜택	장학금 / 입시설명회 / 스키캠프 / 꿈나무 캠프 / Univera USA 인턴십					
유피(UP) 혜택	시상	우수 유피(UP)사상품	중국현지 연수	러시아현지연수	자동차	
	승진		제주도연수	제주도연수	일본연수	제주도연수
	교육	전문가육성/직급별 UBA교육				

장학금 & 꿈나무캠프

유니베라에서는 유피(UP)들에게 다양한 사상과 교육, 현지법인 연수 기회 등을 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 청강대장학금 지원현황〉

(단위: 원)

	2009	2010
1학기	혜택 받은 자녀수 3명	장학금액 5,380,500
2학기	혜택 받은 자녀수 2명	장학금액 3,445,500
09년 합계	혜택 받은 자녀수 5명	장학금액 8,826,000
1학기	혜택 받은 자녀수 5명	장학금액 8,937,500
2학기	혜택 받은 자녀수 4명	장학금액 7,117,500
10년 합계	혜택 받은 자녀수 9명	장학금액 16,055,000

〈유피(UP) 자녀 장학금 지원현황〉

(단위: 원)

	2009	2010
1학기	혜택 받은 자녀수 239명	장학금액 106,729,480
2학기	혜택 받은 자녀수 236명	장학금액 104,118,246
09년 합계	혜택 받은 자녀수 475명	장학금액 210,917,726
1학기	혜택 받은 자녀수 248명	장학금액 110,266,172
2학기	혜택 받은 자녀수 244명	장학금액 101,321,306
10년 합계	혜택 받은 자녀수 492명	장학금액 211,587,478

꿈나무캠프

유니베라의 철학적 이념을 바탕으로 회사창립 후 매년 진행되는 꿈나무캠프에는 매회 500명이 넘는 유피(UP)와 임직원 자녀들과 아동복지시설 성애원 어린이들이 캠프에 참가하여 체험학습과 부모님께서 하시는 일과 회사에 대한 자부심을 가질 수 있도록 해드립니다. 올해로 24회를 맞이하는 유서 깊은 프로그램입니다. ‘꿈나무 스키캠프’는 2008년 초에 처음 개최되었는데 아이들이 스키를 통해 겨울을 이겨내는 힘과 도전정신을 기르고 부모의 직장에서 마련한 행사를 통해 부모의 일을 좀더 자세히 알고 가족에 대한 사랑과 조별생활을 통한 협동심 등을 배우는 것이 목적입니다. 꿈나무캠프는 집 안에서 TV, 비디오게임, 컴퓨터 등에 빠져들기 쉬운 아이들에게 유익한 야외활동의 기회를 제공했으며, 특히 올해부터 자매결연 사회복지시설인 성애원의 아동들이 지속적으로 참여해 자연과 인간을 사랑하자는 유니베라의 사회공헌을 실천하고 있다는 평을 받고 있습니다.



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, 담당 컨설팅
유피(UP)	전문가과정교육, 직급별 임명식, 아침교실, IPTV, UCS, 지역별 유피(UP)교육, 유니베라리더전진대회

아침교실

아침교실은 유니베라만의 독특한 교육문화입니다. 대리점에서 펼쳐지는 아침교실을 통해 유피(UP)들은 고객 상담기법과 유니베라에 대한 체계적으로 교육을 받고 있습니다. 아침 9시 20분에 출근하면 1시간 정도 동료들과 함께 전문지식을 학습하며, 생활건강설계사로서 실력을 다지게 됩니다.

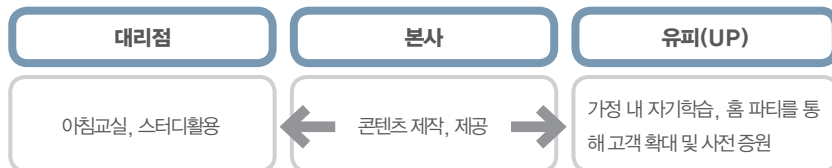
사내보 ‘유니베라 피플’

유니베라는 방문판매 조직의 특성에 맞는 사내보를 제작하여, 유피(UP) 세일즈력 향상은 물론 유니베라 본사와 유피(UP) 간의 원활한 교류와 공감대 형성을 위해 ‘유니베라 피플’을 격월 발간하고 있습니다. 베스트 유피의 모범판매사례부터 유피(UP)들이 공감할 수 있는 스토리를 넣어, 유니베라 가족으로서 자긍심을 고취하고 있습니다.

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 교류가 가능하고 일반가정에서 시청이 가능하며 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 활용 방안〉



유피(UP) 자녀와 함께한 유니베라 캘린더

2010년 유니베라 캘린더는 ‘유니베라가 만드는 건강한 세상’이라는 콘셉트 아래 유피(UP) 자녀들을 직접 섭외, 유니베라 기업이 어떤 일을 하는 회사인지 유니베라가 꿈꾸는 세상이 무엇인지 유피(UP)의 자녀들도 함께 이해할 수 있도록 꾸며졌습니다. 이번 캘린더는 유니베라가 만드는 건강한 세상에 대해 미래세대들과 함께 공유하는 소중한 기회를 제공하였습니다.

2009년~2010년 대리점 관련 중대이슈는 무엇일까요?

유피(UP)의 성공을 위해 유니베라가 개발한 UPS제도

UPS제도는 팀을 구성하는 유피(UP)의 개별적 역량과 활동성, 직업적 비전과 전문성이 보다 강화되어 유피(UP) 개개인의 경제적 성공과 생활건강설계사로서의 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 프로그램으로 각 직급별 입문과정을 운영하여 각 직급에 따라 필요한 학습과 역할이 주어지게 됩니다.

직급	역할	학습과정
유피(UP) / 팀장	<ul style="list-style-type: none"> 세일즈의 기본 스킬과 상품의 효능, 효과에 대해 학습 팀장과 함께 고객개척과 고객관리 학습 	<ul style="list-style-type: none"> 상품의 효능, 효과 병태생리 및 인체지식 판매스킬
부장/ 지부장	<ul style="list-style-type: none"> 체계적 고객관리와 개척활동을 통한 판매와 증원활동이 이뤄지도록 함 증원한 팀원이 초기에 정착될 수 있도록 멘토가 됨 	<ul style="list-style-type: none"> 고객관계관리 증원 멘토링
수석지부장/ 본부장	<ul style="list-style-type: none"> 그룹원이 안정적인 소득을 올릴 수 있도록 노하우 공유 대리점장을 도와 전체 영업이 활성화 되도록 술선수법 	<ul style="list-style-type: none"> 리더십 팀빌딩

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, 직급별 멘토링과 리더십, 세일즈 팀, 고객관리 등을 진행하고 있습니다.

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

지역별, 직급별, 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 수 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

증원, 유니베라의 가장 큰 힘은 유피(UP)

유니베라는 자연과 사람을 사랑하는 천연물 웰니스 기업으로 성장하고 있습니다. 알로에에 대한 정직한 믿음과 열정, 사람을 이롭게 하고자 하는 바른 마음, 그리고 무엇보다 유피(UP)들의 끊임 없는 노력 덕분에이었습니다. 유피(UP)는 단순히 물건을 파는 판매원이 아닌, 고객의 건강과 행복한 삶을 설계하고 유니베라의 철학과 가치를 전하는 생활건강설계사입니다. 이러한 유피(UP)를 수적으로 증가시키고 질적으로 성장시키기 위해 유니베라는 많은 노력을 하고 있습니다.



Interview 1_ 양주대리점 이해는 사장

“유니베라는 100년이 가도 변치 않을 올곧은 기업입니다.”

유니베라의 지속가능한 기업의 원천은 변치 않고 지켜가는 기업철학입니다. 건강기능식품은 유행을 타기 쉬운 시장입니다. 비타민, 클로렐라 등 그때그때 유행에 따라 소비자들이 움직이기 쉽지요. 하지만 유니베라는 유행에 편승한 제품을 만들기 보다는 자연의 혜택을 인류에게라는 철학 아래서 웰니스적인 제품을 만든다는 점입니다. 건강에 대한 철학, 이것이 꾸준하게 유니베라의 제품을 소비자들이 선택하게 하는 요인입니다. 그리고 우직함도 돋보이는 기업입니다. 끊임없이 천연물을 채배하고 연구하여 제품화합니다. 그리고 천연물 연구에 강한 회사가 되었지요. 하지만 이에 대한 우려도 있습니다. 아이폰이 지금의 혁신을 이룬 것은 협력사간의 수평적의 구조에서 기인한 것이 아닐까요. 굳이 내 것에서만이 아닌 더 나은 것에 대한 발빠른 대응이 아쉽기도 합니다. 유니베라의 지속가능경영을 위해서는 빠른 내부 혁신이 필요한 시점이 아닐까 합니다. 그런 점이 개선된다면 백 년, 천 년이 가도 소비자에게 사랑 받을 지속가능한 기업이 될 것이라 확신합니다.



이해는 사장은 20대부터 다양한 사업을 시작, 다방면의 경험을 두루 갖춘 사업가입니다. 방문판매를 다양하게 경험하고 유니베라 대리점을 개설하여, 빠른 성장을 이루고 있습니다. 타사와 비교해 소비자에게 전달될 수 있는 유니베라의 지속가능한 경쟁력에 대한 경쟁력에 대해 이야기를 들어보았습니다.

Interview 2_ 연신내대리점 장동의 본부장

“꿈조차 꾸지 않았던 제게 ‘꿈을 이루게 해준’ 행복한 일터 입니다.”

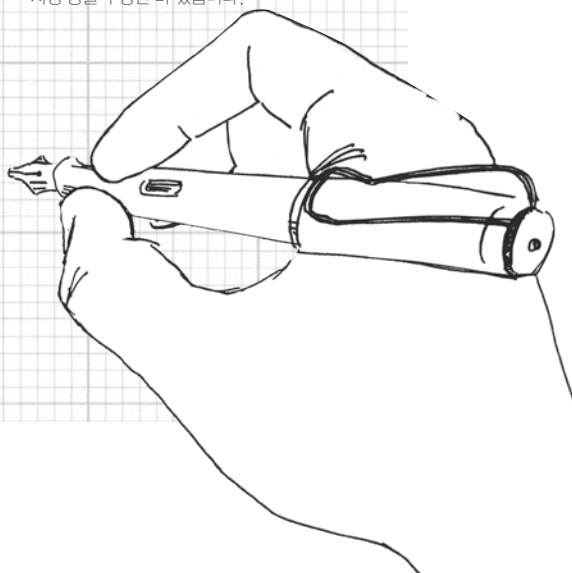
남양알로에 시절부터 10년 가까이 유니베라의 생활건강설계사 유피(UP)로 활동하고 있습니다. 유피(UP)는 누구나에게 열려 있습니다. 성별, 혼인, 학력 등의 차별이 없고, 누구나 유피가 될 수 있습니다. 하지만 누구나 유피(UP)가 될 수 있지만, 영원히 유피(UP)일 수는 없습니다. 노력이 따르지 않으면 지속가능할 수 없는 직업이기 때문입니다.

처음 유니베라 대리점에 문을 두드렸을 때, 한마디로 저는 짐이 되는 인생이었습니다. 골수 결핵과 각종 부작용으로 자신감도 없고, 영업은 꿈도 꾸지 못했을 때, 신문기사에서 읽어본 남양931의 소재 N931의 간 특허 기사를 읽고 대리점을 찾아가했습니다. 이때의 인연으로 유니베라에서 근무를 하게 되었고 고객을 만나가면서 유니베라는 ‘나도 할 수 있다’라는 자신감을 심어줬습니다. 제가 바라보는 유니베라 지속가능경영의 원동력은 건강을 생각하는 올곧은 마음입니다. 건강에 대한 철학과 마음으로 올곧게 제품을 만들고 유피(UP)들은 고객의 건강을 위해 마음으로 다가갑니다. 유니베라는 유행따라 가는 제품은 만들지도 않으며 유피(UP)들은 고객을 위해서 제품을 전합니다. 고객과 유피(UP)와의 믿음, 마음과 마음이 지속적으로 유지되고, 그 고객은 영원한 고객이 되어 다른 고객들을 소개해줍니다. 이런 믿음과 마음이 현재와 같이 계속 유지된다면 지속가능한 기업이 될 것이라 확신합니다.

그간 유니베라에서 꿈을 꾸고 이를 수 있었다면, 이제는 저 같은 유피(UP)들이 많이 양산될 수 있게 보다 확실한 전문가 양성체계가 자리 잡혔으면 합니다. 유피(UP)의 기본자세나 정책들이 혼재되어 있는데 이를 명확히 하고, 유니베라가 지향하는 웰니스 기업에 맞춰 고객에 몸상태에 맞춘 맞춤 건강컨설팅전문가를 양성했으면 하는 바람입니다.



10년 전, 골수결핵을 앓던 장동의 본부장은 인공관절을 삽입하고 합병증까지 앓게 된 뒤, 건강을 회복하기 위해 찾아온 유니베라에서 건강과 명예도 얻었습니다. 유니베라 최초로 두 차례나 최우수 유피(UP)로 선정되었고, 다섯 차례의 우수상과 두 차례의 연간 우수 관리자상 등을 수상한 바 있습니다.



지역사회에 대한 책임

유니베라의 사회공헌에 대한 인식

“결국 사업은 건강천연약물의 원료제품 생산과 제약, 화장품을 축으로 삼고, 연구로 기술을 개발하고 성인병 요양소를 운영하여 기술력의 결과를 확인함으로써 인류에 궁극적인 봉사를 한다.”

– 창업주 이연호 회장, 청강일기 중(中) –



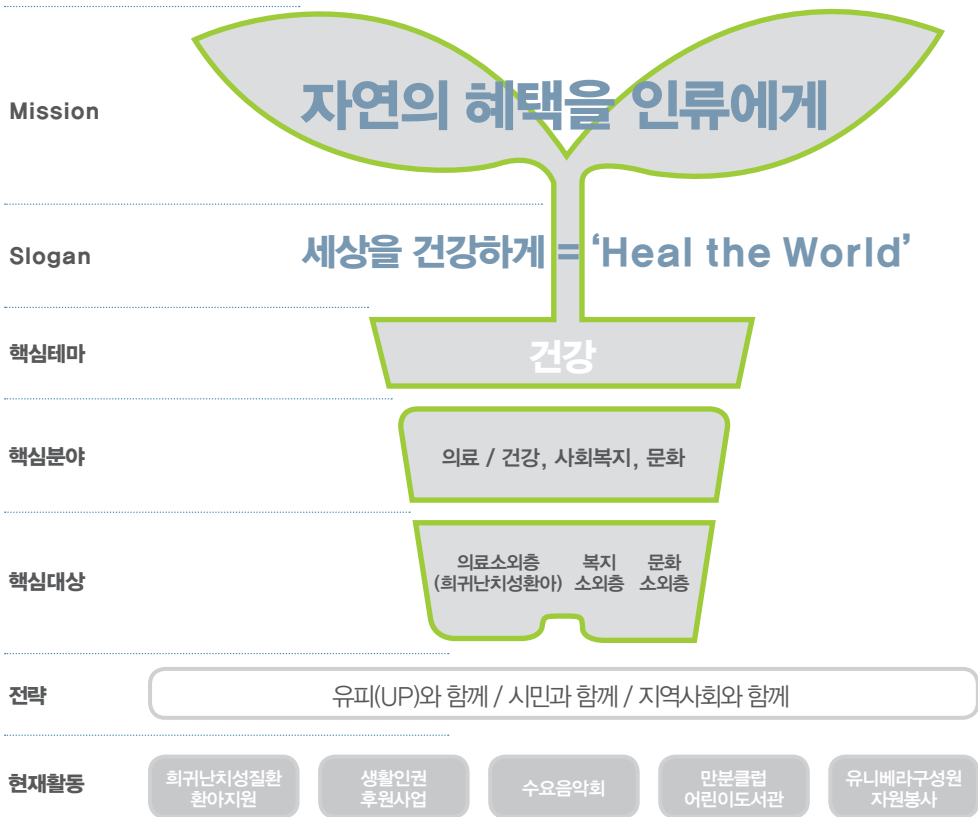
유니베라의 전신인 남양알로에 당시부터 기업이란, 인간과 자연, 기업과 사회, 개인과 회사간 선순환을 확립하는 것이라는 존재이유를 명확히 하고 선순환을 추구해왔습니다. 사랑하는 기업으로의 미션을 품고, 자연과 인간이 조화를 이루면서 더불어 행복하게 사는 세상을 만들기 위해 기업의 이윤을 많은 이들과 나누고자 노력해 왔습니다.

사회공헌 비전과 방향

유니베라는 궁극적으로 자연과 인간이 조화를 이루면서 더불어 행복하게 사는 세상을 만들기 위해 사회공헌 프로그램을 시작하였습니다. 유니베라는 건강을 단순한 신체적 건강으로 바라보지 않습니다. WTO가 정의한 신체적, 정신적, 사회적 등 통합적 건강으로 해석하고 있습니다. 사회공헌 비전을 실천하기 위해 건강의 주요영역(신체, 정신, 사회)의 어려움을 겪고 있는 사회적 소외계층을 위한 사회공헌 활동에 집중하고 있으며, 특히 아동관련 건강 사업에 주력하고 있습니다. 유니베라의 사회공헌 활동으로 인해 건강해지는 사람이 많아진다면, 세상은 건강하게 될 것이라고 믿습니다.

본사와 대리점이 함께하는 사회공헌

유니베라는 끊임없이 연구하는 기업이자, 사랑을 실천하는 기업입니다. 또한 이를 바탕으로 세계적인 기업이 되고자 노력하고 있습니다. 유니베라 가족들이 끊임없이 실천하고 있는 사회공헌 프로그램은 임직원을 뛰어 넘어 410개 대리점, 약 1만3천여 명의 유니베라 가족에게도 면면히 이어지고 있습니다. 유니베라는 자연에서 얻어진 천연물로 기업의 이익을 얻고 이를 세계 인류에게 되돌려주는 활동을 계속해 나갈 것입니다.



〈사회공헌활동 가이드라인〉

건강테마사업	• 사회공헌 비전을 실천하기 위해 건강의 주요영역(신체, 정신, 사회)의 어려움을 겪고 있는 사회적 소외계층을 위한 사회공헌 활동에 집중 (아동)여성)노인) • 통합적 건강해석: WTO가 정의한 건강의 개념인 신체적, 정신적, 사회적 건강
비영리단체 파트너십	• 신뢰도 있는 비영리단체와 파트너십을 통해 장기적인 관점에서 건강문제를 해결할 수 있는 프로그램을 개발하여, 지속가능한 지원제도를 만드는 데 중점
참여와 선순환	• 유피(UP)를 포함 유니베라 구성원의 자원활동 참여를 높여 '자원의 혜택을 인류에게'라는 기업철학을 구성원들이 실천, 개인과 사회와 인류의 선순환을 도모

사회공헌활동 사내제도지원

유니베라는 사회공헌활동의 활성화를 위해 매칭그랜트와 자원봉사 유급휴가 등의 제도적 지원을 하고 있습니다. 한사랑나눔캠페인에 임직원과 유피(UP)의 자발적 모금액에 회사의 매칭그랜트 기금이 더해져 희귀난치성질환환우들의 건강사업에 사용되고 있습니다. 이 제도를 통해 2003년부터 한사랑나눔캠페인이 5차에 걸쳐 운영되었습니다. 또한 유니베라는 근무시간 내 자원봉사를 인정합니다. 임직원이 업무시간 내 자원봉사활동을 업무의 지속으로 인정해주는 제도로 2003년부터 임직원을 대상으로 운영되고 있는 세브란스 환우 생일파티에 꾸준히 봉사할 수 있는 제도적 기반이 되었습니다.

사회공헌 활동

한사랑나눔캠페인

'한사랑나눔캠페인'은 기부문화의 사회적 확산을 목적으로 사회복지공동모금회(사랑의 열매)와 공동으로 진행하고 있는 직장모금 캠페인입니다. 이는 본사 임직원 및 전국의 유피(UP)가 함께 참여하는 전사적인 차원의 캠페인입니다. 2008년 3월부터 2009년 2월까지 4차 캠페인에는 4,799만 원의 기부금이 조성되었습니다. 60번째 캠페인 참여기업이 된 유니베라에서는 1만 번째 기부자가 탄생하기도 하였습니다.회사에서는 직원들의 기부문화를 적극 지원하기 위해 매칭그랜트를 지원, 그간 약 2억 원의 기금이 조성되었습니다. 이 모금액은 희귀 난치병 환아들을 위한 지원사업 기금으로, 전액 사회복지공동모금회(사랑의 열매)에 기탁하였습니다. 희귀, 난치성 환아들을 대상으로 신체는 물론 심리, 정서적인 문제 해결을 위해 한국희귀난치성질환연합회의 음악/운동/언어/미술 치료 프로그램이 운영되고 있습니다. 2011년 3월까지 모금된 5차 캠페인 금액 또한 희귀난치성 환아들을 위한 사업기금으로 투명하고 공정하게 운영될 것입니다.

1~4차까지의 한사랑나눔모금액 및 사업개요

구분	1차	2차	3차	4차
기간	03년4월~04년3월	04년4월~05년3월	07년4월~08년3월	08년3월~09년2월
사업처	세브란스 병원	한국희귀난치성질환 연합회	한국희귀난치성질환 연합회	한국희귀난치성질환 연합회
사업내용	마라톤개최비 환아치료비	자조모임 지원	재활치료 '쉼터' 운영 및 영양세미나, 학회 지원, 문화지원	재활치료 '쉼터' 운영 및 영양세미나, 학회지원, 홍보물 제작지원 예정
매칭그랜트	20,000,000원	-	20,000,000원	20,000,000원
지원총금액	63,840,000원	18,770,000원	54,550,000원	47,999,650원

유니베라 수요음악회

'유니베라 수요음악회'는 유니베라가 기업의 이익을 지역사회에 환원하고자 지역주민들을 위해 마련한 무료 야외음악회입니다. 성수동에 위치한 사옥 '에코넷 센터'에서 클래식, 퓨전 재즈, 아카펠라 등 '자연을 닮은 음악'이라는 콘셉트로 매월 이색적인 공연이 펼쳐지고 있습니다. 건축문화대상에 빛나는, '자연과 소통하는' 아름다운 사옥에서 지역주민들은 자연과 호흡하며 음악회의 낭만을 즐기고 있습니다. 2005년 9월 첫 공연을 시작으로 2010년까지 총 32회 공연이 진행되었습니다. 또한 수요음악회에는 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.





〈유니베라 수요일악회 주요경과 (2008년 ~2010년)〉

회차	월	공연팀	장르	관람객
17회	2008년 4월	‘유진박 밴드’	클래식	500명
18회	2008년 5월	‘암모암모’	클래식	400명
19회	2008년 6월	김준호 손심심의‘재미있는 우리소리 한마당’	국악	230명
20회	2008년 7월	‘이정식 재즈밴드’	재즈	250명
21회	2008년 8월	‘스윗소로우’	대중음악	700명
22회	2008년 9월	‘안치환’	대중음악	600명
23회	2009년 5월	‘스윗소로우’	대중음악	700명
24회	2009년 6월	‘말로’	재즈	300명
25회	2009년 7월	퍼니 클래식 퍼포먼스 ‘호호클래식’	클래식	300명
26회	2009년 9월	사물놀이의 거장 ‘김덕수와 한울림 예술단’	국악	350명
27회	2009년10월	싱어송 라이터 ‘김현철’	대중음악	330명
28회	2010년 5월	‘스윗소로우’	대중음악	700명
29회	2010년 6월	샌드애니메이션	퍼포먼스+클래식	220명
30회	2010년 7월	판소리 뮤지컬 ‘타루’	국악	250명
31회	2010년 8월	‘BMK’ + ‘전제덕’	SOUL + JAZZ	650명
32회	2010년 9월	‘이홍렬 + 김창완’ 토크콘서트	대중음악	700명

미래포럼 저출산의 해법 ‘돌봄’모델 구축사업

“아이 하나를 키우기 위해서는 마을 하나가 필요하다”라는 아프리카 속담이 있습니다. 저출산과 핵가족 시대를 맞이한, 현대세대에게는 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, 놀부, 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 내용은 유니베라 홈페이지를 통해 지속적으로 공유할 계획입니다.

- **만분클럽이란?** 미래세대에게 가정과 직장이 조화로운 사회, 건강하고 안전한 사회, 투명하고 공정한 신뢰사회를 선물하고자 하는 진취적인 기업들의 모임입니다. 현재 유니베라, 풀무원, 놀부, 유한킴벌리, 법무법인 지성 등이 회원사입니다.

자원봉사

자원봉사 프로그램

유니베라는 본사와 대리점 등 전국적인 조직망과 인력 인프라를 활용해 지역 사회에 가장 필요로 하는 활동에 적극 참여, 전 인류에게 건강과 행복을 전하고 사랑과 나눔의 문화를 실천해 나가고 있습니다. 2010년에는 총 17회의 자원봉사를 실시하였으며, 창립기념일인 4월 5일에는 임직원 전원이 자원봉사를 실시하였습니다.

〈임직원 자원봉사 참여인원〉

구분	2009	2010
평균 자원봉사시간	12시간	13시간
참여인원	100명	101명
참여율	100%	100%

본사와 대리점이 함께하는 사랑나눔이

단편적으로 실시하던 프로그램들이 체계화되면서 유니베라는 기업 자원봉사단인 ‘사랑나눔이’를 2003년 4월에 창단해 자원봉사가 기업문화를 자리 잡도록 했습니다. 유니베라는 기업의 사회적 책임을 적극적으로 실천하고 지역사회의 소외된 이웃과 함께하고자 창단하였습니다. ‘사랑나눔이’는 ‘지역사회와 함께하는 나눔 활동을 통해 사랑을 전하는 사람들’이란 의미로 유니베라의 본사 임직원과 유피(UP)가 함께 참여하고 있습니다.

유니베라는 본사와 대리점 등 전국적인 조직망과 인력 인프라를 활용하여 지역사회에 가장 필요로 하는 활동에 적극적으로 참여하고 있습니다. 본사, 서울지역, 경인지역, 중부지역, 대구경북지역, 부산경남 지역으로 지역 센터가 구성되어, 총 30여 개 팀이 결식가정 도시락 배달, 시설 김장 담그기, 사랑의 바자회, 아토피 아동 관리, 시설아동 외출 등 약 41개의 프로그램에 참여하여 ‘사랑’과 ‘나눔’을 실천하고 있습니다.

행복한 사랑나눔이상

‘사랑나눔이’로 사회활동의 기틀을 갖춘 유니베라는 나눔의 활동을 격려하기 위해 본사를 제외한 전국 대리점을 대상으로 우수자원봉사활동상을 제정, 시상하고 있습니다. 1년에 약 24개 대리점을 선정해 상패와 상금을 전달하는데, 상금 역시 지역사회를 위한 기금으로 뜻있는 곳에 쓰입니다.

세브란스 환아 생일파티

일련의 나눔활동을 펼쳐면서 유니베라는 무엇보다 지속적인 후원이 중요하다는 것을 깨달았습니다. 그래서 매월 1회 세브란스 병원을 방문하기로 하고 어린이 환자들을 위한 생일파티, 놀이교실 등을 꾸준히 하게 진행해 오고 있습니다. 2003년부터 시작된 ‘세브란스 생일파티 프로그램’은 매달 정기적으로 실시 되는 유니베라의 대표적인 사회봉사활동입니다. 한사랑나눔캠페인의 일환으로 본사의 임직원들이 모두 참여해 세브란스 병원에서 치료받고 있는 희귀, 난치병 어린이들을 위한 생일 축하파티를 열어주며 사랑과 나눔의 마음을 함께하고 있습니다.

평소 이동이 어려운 환아와 보호자들을 위해 케이크 전달과 축하 노래, 선물까지 본사 직원들이 사랑과 나눔의 마음을 가득 싣고 찾아가고 있습니다. 단조로운 병원생활 속에 환아와 가족들에게 병의 고통을 잊고 삶의 활기와 희망을 불어넣어 주는 시간으로 병원 내에서도 인기프로그램으로 자리 잡았습니다.

1. 본사와 대리점이 함께하는 사랑나눔이
2. 행복한 사랑나눔이상
3. 세브란스 환아 생일파티



Special Report

유니베라 CSR -자연이 준 선물을 사람에게 이롭게 하라

성수동에 자리잡은 유니베라 사옥의 이름은 '에코넷센터'입니다. 이 건물은 자연과 빛과 나무가 조화롭게 빛어낸 자연 조경물 같이 주변 근린공원과 어울려 있습니다. 야외주차장 역시 매월 열리는 수요음악회의 무대가 되기도 하니 에코넷센터는 이제 지역의 명소로 꽤 알려져 있습니다. 1층 현관에 'UN글로벌컴팩트 10대 과제'를 크게 게시해 둔 기업, 유니베라의 CSR을 총괄하고 있는 조복희 마케팅본부장과의 인터뷰를 통해 유니베라의 기업정신과 사회공헌 활동을 살펴봅니다.

o 땅에 심은 별, '알로에'의 효능을 온 국민이 누릴 수 있게

높이 위에서 내려다보면 알로에는 별 모양을 닮았습니다. 또 별은 '꿈, 희망'으로 상징되기도 하지요. 이것이 우리 회사가 생각하는 알로에입니다. 1970년대 초, 당시 40대 후반의 고 이연호 회장이 간경화를 앓으셨어요. 병원치료가 진전이 없던 중에 우연히 일본잡지를 통해 알로에가 좋다는 글을 보시고, 작은 농원에서 어렵게 알로에를 구해 생초 쥬스를 꾸준히 복용했더니, 의사도 놀랄 만큼 간수치도 내려가고, 회복이 되셨지요. 그 때부터 인천 효성동 비닐하우스에서 재배를 시작해서 1976년에 우리나라에서는 최초로 알로에 시험재배에 성공을 한 후에, 미국, 멕시코, 하와이 등에서 세계 최대의 농장을 운영하고 있습니다. 재배를 시작한 데는 창업주 고 이연호 회장님의 남다른 철학이 있었습니다. 어려운 이웃을 돕고, 남을 배려하는 한마디로 '더불어 사는 삶'을 실천하고자 평소에도 노력하시는 분이었던답니다. 당신이 효과를 본 만큼 비슷한 처지의 다른 사람들에게도 도움을 주자고 생각하신 거지요. 알로에를 재배하면서 성분 연구를 꾸준히 한 결과, 혈액순환, 간 기능 회복 등 여러 방면으로 인체에 효과가 있다는 것이 입증된 거예요. 국내 최초로 알로에 제품화에 성공한 것이 1985년입니다. 알로에를 우유처럼 쉽게 마실 수 있게 하자는 생각으로 알로에 농축주스를 생산하기 시작했어요.

o 오직 한 길, 천연물 산업 세계 1위 기업을 위하여

'유니베라(Univera)'는 '하나'라는 뜻의 유니(Uni)와 '진실'이라는 뜻의 베라(Vera)가 만나 '오직 하나의 진실'이란 의미로, 자연이 준 선물인 천연물의 이로운 점을 연구, 개발, 재배하는 일을 영속적으로 하겠다는 뜻입니다. 기업의 성장 위주보다는 한 우물을 파서, 제대로 이로움을 주는 기업이 되겠다는 의미입니다. 저희는 제품화를 우선하기 보다는 자연이 준 다양한 식물의 성분, 효능 연구에 엄청나게 투자합니다. 1996년 미국에 '유니젠'이

라는 회사를 설립하고, 전세계 1만3천여 종의 천연물에 대한 데이터 베이스를 구축, 성분·효능 연구에 집중하고 있습니다. 알로에도 재배에서부터 시작한 것처럼, 다른 천연식품들도 재배하면서 연구하고, 유묘한 성분들을 기초원료로 한 제품을 생산, 판매하고 있습니다. '파이토로직스'라는 기술을 자체 개발해서, 천연 식물의 효능을 끊임없이 연구하고 있습니다. 앞으로 가장 강한 경쟁력이 될 거라고 생각합니다.

o 기업이라는 본연의 기능자체가 사회에 도움이 되는 것이 더 큰 사회공헌

자연을 훼손하지 않으면서, 천연물을 연구해서 인간에게 이로운 제품을 만드는 것, 그 자체가 가장 우선시되는 것이 기업의 사회적 역할이라고 생각합니다. 그리고 기업 내부의 문화도 중요하게 생각합니다.

전국에 410여 개의 대리점이 있고, 방문판매를 전담하는 1만3천여 명의 '유피(UP)'가 저희의 가장 큰 인적 자산이지요. 유피(UP)가 입사할 때 학력, 배경 등의 자격조건은 없어요. 특히 유피(UP)분들은 대부분 주부들이신데, 가정을 책임져야 하는 분들이 많습니다. 평범한 주부들이 전문교육을 받고, 사람들을 건강하게 해주는 자기사업가로 성공하도록 지원하는 것이 우리들의 역할입니다. 그래서 이 일은 아주 중요한 '꿈을 함께하는 행복한 일터'를 만드는 과정이기도 합니다. 유피(UP)들의 자녀들을 위해서 1987년부터 <꿈나무캠프>를 개최해왔습니다. '청강문화산업대학' 유아교육학과 교수진이 프로그램을 짜는데 교육적인 요소들을 포함해서 아이들의 협동성, 교육성, 엄마에 대한 자부심을 갖도록 애를 씁니다. 우리가 하는 일 자체가 사람을 건강하게 하고 세상을 건강하게 한다는 의미에서 사회적 기업의 의미도 있고 사회공헌활동이라고 볼 수 있습니다.

o 꾸준히 오랫동안 한 길을 가는 사회공헌활동

기업과 생산품 자체의 사회적 책임도 중요하지만, 임직원이 함께 하는 다양한 사회활동도 중요하겠지요. 저희는 오직 한 분야를 집중적으로 연구하고, 확장하는 기업운영 철학과 마찬가지로 임직원의 사회공헌 활동도 한번 시작하면 꾸준히 한 방향으로 하는 편입니다. 1989년 생활보호대상자분들께 제품 무상공급에서 시작한 사회공헌활동은 2003년도부터 전사적으로 진행하는 '한사랑나눔캠페인' 있습니다. 유피(UP)분들도 함께 하는 모금활동인데요, 직원들의 참여를 독려하기 위해 회사에서 매칭그랜트를 지원하고 있습니다, 희귀난치성 아이들의 신체적 심리적 기능의 유지 및 회복을 도모하기 위해, 한국희귀난치성질환연합회를 지원, 웃음치료, 미술치료 등 다양한 재활치료 프로그램을 제공하고 있습니다. 특히 봉사 임직원과 대리점이 함께 지역 봉사활동을 하고 있는데, '사랑나눔이'라는 이름으로 활동을 하고 있지요. 봉사 활동 실적이 우수한 대리점은 연말에 최우수 영업실적과 동일하게 예우해서 포상합니다.

사옥 마당에서 하는 '수요음악회'는 32회를 맞이했습니다. 이제 타 회사들이 벤치마킹을 할 정도로 자리를 잡았습니다. 성수동 주변은 문화적으로 소외되어 있고, 서민들이 주로 거주하는 지역이에요. 김창완밴드, 전제덕, 대니정 등 대중성과 음악성을 겸비한 뮤지션들이 수요음악회에 초대되었습니다. 2005년부터 시작되어 7년째 지속적으로 진행되고 있는데, 그간 수요음악회 공연을 즐기고 간 관객수가 2만 명이 넘었습니다. 지난번에 동물원이 초대되었는데, 성수역을 지나는 지하철 소리가 마침 <시청 앞 지하철 역에서> 노래와 함께 어우러져 음향효과처럼 들리는 아름다운 광경도 있었지요. 참 재미있었습니다. 지역의 청소년공부방 등에서도 단체로 자주 오는데요, 유진박, 진보라 씨의 공연을 보고 자기 꿈을 찾았다고 하는 한 아이는 몇 년째 열심히 음악공부를 하고 있습니다.

그 외에도 러시아 연해주 크라스키노 지역에 있는 <안중근의사 단지동맹비>, <대학생 역사캠프> 등도 진행을 한 적이 있습니다. 그 지역은 두만강과 인접해 있고 우리에게도 역사적으로 의미 있는 곳인데, 버려진 땅을 개척해서 '기업농장'을 하고 있어서 지역민들이 아주 좋아합니다.

최근의 사회공헌활동으로는 우리 사회 40대 남성의 인권에 주목하고 있습니다. 가부장적 문화가 사라지고, 사회적 지위가 자신을 규정짓는 사회



조복희 유니베라 마케팅본부장

에서 40대 남성들은 '정신적 노숙자'상태라고 할 만큼 어려움이 많습니다. 이들을 위한 치유프로그램을 개발해서 진행하였습니다.

o 여성을 배려하는 문화, 여성친화적 기업문화

저희 팀의 직원이 모두 13명인데, 지난 1년 반 동안 6명이 임신하고 출산을 했어요. 어떤 직원은 출산 전 임신상태에서 7개월 휴직을 했어요. 이런 애기를 하는 이유는 제도를 떠나서 저희 회사는 여성이 근무하고, 임신·출산하고, 휴가를 쓰는 데 부담을 주거나, 스스로 부담스러워하는 분위기가 거의 없어요. 제도에 앞서 그런 문화가 정착되어 있습니다. 휴가기간이 끝나면 대부분 거의 복귀합니다. 단절이 거의 없어요. 저희 팀은 대부분 아가엄마들입니다. 이게 가장 큰 자랑입니다. 여성이 많은 탓도 있지만 입사조건, 승진에서도 혹은 비공식영역에서도 여성이라 불리한 것은 거의 없습니다. 여성들이 유연성, 위기대처능력, 공정성, 투명성 등 다방면에서 엄청난 장점을 가지고 있어요. '배려'를 중시하는 여성들에게 유리한 사회가 되고 있는 것 같습니다.



환경성과

환경 DMA(Disclosure on Management Approach)

비전 및 전략방향

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.

중대성 평가 최상위 이슈

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

주요성과

- 2010년부터 환경원칙을 제정하고, 체계적인 환경경영 전략과 실행 동력을 구비함
- 친환경 패키지를 적용한 건강기능식품과 화장품 출시
- 환경경영 임직원 교육 및 아나바다 장터 등 그린 커뮤니케이션 실시

구분	2009	2010
환경활동비	-	5,000만원
1인당 환경교육 시간	-	1.5시간

도전과제

온실가스 인벤토리 관리 및 구축의 필요성 유니베라는 2009년부터 환경경영을 도입하고, 전략범위 안에서 환경경영을 실천하고 있으나, 정량적인 온실가스 측정체계가 미미한 상태입니다. 따라서 온실가스 인벤토리 구축이 무엇보다 필요한 숙제입니다. 또한 2010년에 실시한 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

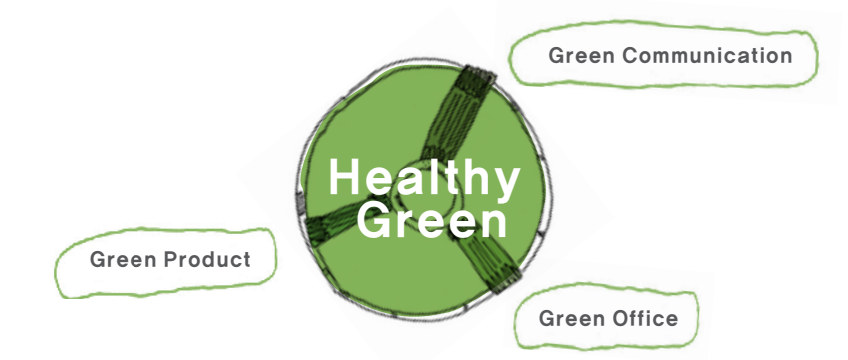
“자연을 건강하게, 사람을 건강하게”

환경경영방침

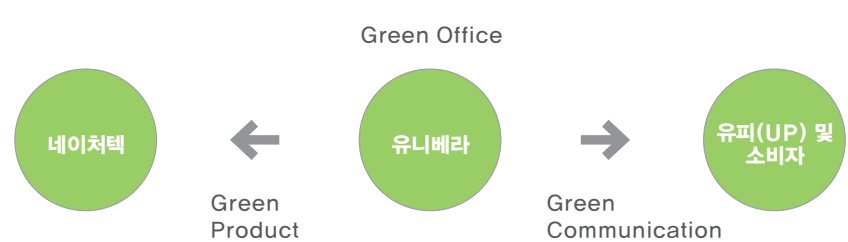
유니베라는 환경경영 가치를 실행하기 위해 전 사업영역 내에서 환경보전 원칙을 제정하여 준수하고 있습니다. (2010년 제정)

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



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

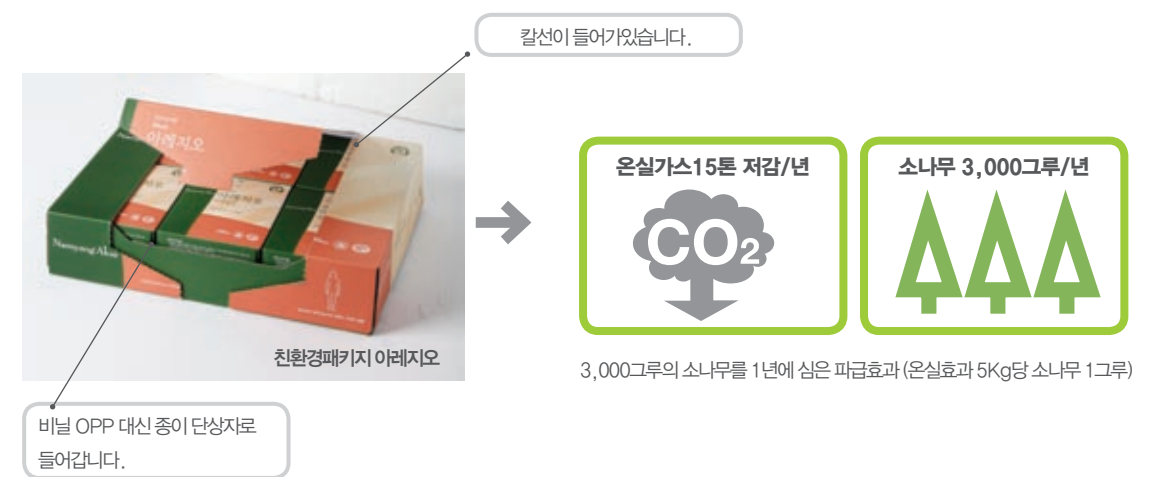
실행방안

	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(UP) 인식개선	• 유피(UP) 라이프 스타일 개선 환경캠페인
	소비자 인식 개선	• 소비자 친환경 라이프스타일 제언 '땅 위에 심은 별' • 온실가스 줄이기 생활화 캠페인

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. 2010년 3월 건강기능식품 아래 지오를 시작으로 유니베라의 전 제품에 순차적으로 적용되고 있습니다.

〈친환경 패키지 - 아레지오의 건강한 변화〉



환경친화적 제품개발과 공정관리



〈친환경 패키지가 적용된 유니베라의 건강기능식품〉

패키지 변경이 지구온난화에 도움이 될까요?

연간 15톤의 온실가스를 줄이는 효과를 기대할 수 있습니다. 소나무 3,000그루를 심는 효과와도 같습니다. 이는 단상자의 재질이 기존 비닐OPP 대신 종이로 변경되었기 때문입니다. 비닐은 분해되는 데만 100년 이상이 걸립니다. 현재대가 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)

*36페이지에서 유니베라 제품 개발원칙을 살펴보실 수 있습니다.

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	10	150
캡슐제품	9제품	40	10	70	0	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 계산

• 자사 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)

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)

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
Vera spa	Personal Care	40	0	80	10	130
전체진단 점수(평균)		40	10	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)

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

1. 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

2. 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

3. 자사 재활용분담금, 폐기물 부담금 감소를 위한 노력의 부재

－ 폐기물부담금은 관계사인 네이처텍에서 재활용 분담금(연간 6,000만 원)은 유니베라에서 부담

－ PVC 등 합성수지 사용의 경우 재활용부과금이 유리, 종이에 비해 상대적으로 높기 때문에 포장재질의 변경을 통해 재활용분담금을 줄일 수 있음

〈이를 통한 향후 제품 개발 계획〉

－ 건강기능식품

2011년 하반기 건강기능식품은 전체 디자인 리뉴얼이 계획되어 있습니다. 이 때, 친환경적인 포장재를 적용한 제품을 출시될 계획입니다. 또한 자연에서 찾은 원료로 소비자의 건강을 위한 홀푸드(Wholefoods)를 2012년 론칭을 목표로 개발 중에 있습니다.

－ 화장품

2011년 화장품 신제품에는 천연화장품 자체사용금지 품목 지정(24개 no-no list)을 지정해, 제품에 첨가하는 것이 허용되어 있으나 인체에 유해할 수 있다고 판단되는 24가지 성분(파라벤 등의 방부제, 동물유래성분, 광물성오일, 자극유발가능성분, 합성향, 인공색소 등)을 일체 넣지 않은 순수한 포뮬러가 적용될 방침입니다.

유니베라 그린오피스를 위한 노력

기업에서 발생하는 온실가스는 건물, 생산 및 업무 관련 이동으로 인해 주로 발생 (약 43% 해당)한다고 합니다. 유니베라는 유니베라 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 캠페인을 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 CO₂를 줄일 수 있습니다.



4층 이하는 계단을 이용합니다.
엘리베이터 1회 이용 시 약 30W의 에너지가
소모되며 12.7g의 CO₂가 발생합니다.



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



개인컵을 사용합니다.
하루에 종이컵 5개 사용시,
연간 20kg의 CO₂가 배출됩니다.



점심시간에는 조명과 냉난방기를 끕니다.
하루 1시간 형광등 15개를 끄면 연간
약 74kg의 CO₂를 줄일 수 있습니다.



이면지 다시 사용합니다.
인쇄용지 1박스 사용시 4.4kg의 CO₂가
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.

에코넷센터의 건강한 변화

유니베라는 건강한 지구를 위해 우선 온실가스 발생량을 줄여야 한다고 생각했습니다. 근무 환경 내에서 CO₂ 발생량 저감을 위해 쉽고 곧장 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 가까운 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 활용을 만들어 한 번 사용한 종이는 재사용합니다.

〈종이사용량〉



2008년
1,562,750



2009년
1,304,250



2010년
1,304,250 (단위: g)

화장실 수건 사용

유니베라 화장실에는 핸드드라이어나 톱톡 뿜아 쓰는 페이퍼타월이 없습니다. 대신 깨끗하게 빨아 말린 손수건이 켜켜이 쌓여 있습니다. 손수건으로 물기를 닦아내는 거죠.

그린 IT 도입 (UIPS, 전자팩스)

전세계 전력 및 CO₂ 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.

중고 컴퓨터 기증

유니베라는 기존 업체를 통해 자체폐기하던 방식을 변경, 2010년부터 중고 컴퓨터를 한국장애인정보화협회(www.kadi.or.kr)의 사랑의 PC 캠페인에 기증하였습니다. 총 13대의 컴퓨터가 재활용되었습니다.



종이컵 대신 머그컵을 사용

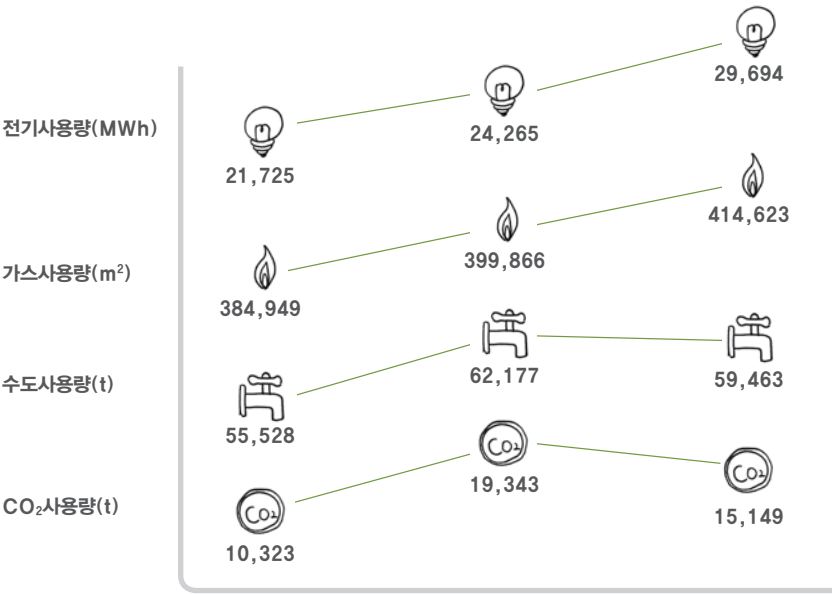
유니베라에는 종이컵이 없습니다. 종이컵 대신 모두 개인 머그컵을 사용합니다. 손님이 방문했을 때도 머그컵으로 대접합니다.

유기농 식사

유니베라에는 구내식당 ‘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, 매월 전기 사용을 절약하였습니다. 태양열을 이용한 주차장은 288kw를 절약하고 자동센서를 이용한 남녀 화장실은 416kw를 절약하게 되었습니다. 또한 1층 카페테리아 및 2층 전시실은 부득이한 경우를 제외하고 절전 차원에서 소등하여 카페테리아 139kw 및 2층 전시실 282kw의 절감효과를 본 바 있습니다. 하지만 이러한 노력에도 불구하고 예년에 비해 전기, 가스, 수도사용량이 증가되었습니다. 그 이유는 2010년 하반기 극심한 한파로 인해 전기, 가스 사용량이 대폭 증가되었기 때문입니다.



84 / 환경성과

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 2월을 시작으로 2010년 12월 말까지 총 5회 개최되었습니다. 유니베라 사옥 ‘एको넛센터’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. 아나바다 장터의 수익금 중 20%는 한사랑나눔캠페인 성금으로 기부되었습니다.

유피(UP)용, 에코머그컵과 에코장바구니 제공

유니베라는 환경경영의 일환으로 지구 환경 살리기 실천을 위해 에코머그컵과 에코장바구니를 마련했습니다. 2010년 4월 27일 유피(UP)들을 위한 가장 큰 시상식인 ‘2010년 유니베라리더전진대회’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 4000명의 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 CO₂ 제로 프로젝트를 연중 기획으로 펼치고 있습니다. CO₂ 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 2009년 환경경영을 개념적으로 도입하고, 2010년부터는 체계의 틀을 잡아나가려고 노력하고 있습니다. 제품과 사무실, 유피(UP), 소비자단의 커뮤니케이션 활동에 국한되어 있다는 것이 한계입니다. 2011년도에는 이러한 점을 개선하기 위해서 보다 점진적인 환경경영 활동을 펼칠 계획입니다. 우선, 환경경영 조직도를 개편하고, 개개인의 환경실적을 KPI에 적용할 계획입니다. 온실가스 인벤토리 구축을 통해 다가울 교도의정서 발효에 대응할 계획입니다. 제품 개발에는 친환경적인 원칙을 강화하고 수치화하여 제품 개발에 정확하게 적용할 것입니다.



Special Report

에코넷, 환경경영의 길을 걷다

권수남 과장 | 유니베라 한국 J. Soonam Kwon Manager | Univera Korea

에코넷에서 환경경영을 시작한 지 벌써 2년이 넘어갑니다. 2008년 4분기 경 러시아에서 열렸던 CEO 워크숍에서 환경경영의 필요성과 불가피성에 대해 논의한 바 있습니다. 이후 국내 각 사별로 환경경영 관련 현황이 어떠한지 분석하여 공통 실행 사항을 수립했고, 또 각 사의 특징과 목적에 맞는 환경경영 계획에 대해 공유했습니다.

에코넷 국내 각 사별 환경경영 관련 현황 (2008. 8)

각 사별 환경관리 현황 파악 Check (EMS of Each Subsidiary Company)

유니베라	유니젠	네이처텍
1. Management of product safety - review solutions from product development (합성첨가물, 잔류농약, 중금속, GMO, 미생물, 잠재적 유해물질, 트랜스 지방 등) - Establish proprietary safety management system	1. Safety management of raw material	1. Environmental friendly actions - Develop 'Green' purchase and guideline - review waste disposal process (Decrease waste & review recycle, reuse options) (열회수 등을 이용한 폐기물 자원화 검토) - 하 · 폐수 처리시설 검토 - 적정 용수 사용 관리 - 온실가스, 오존파괴물질 등 저감 요소 파악 - 사업장 환경 개선 (분진 발생 방지, 소음 · 진동 방지/저감)
2. Environmentally friendly packaging - Use recyclable material - 친환경 인쇄물(홍보물, 단상자 등) 사용 - 유해물질 배출이 적은 친환경 소재 사용 - 녹색 구매 및 가이드 라인 개발	2. Proper Waste disposal - 실험 폐기물(동물사체, 실험폐수, 쓰레기 등) 저감 (실험구상 단계에서 최적(Optimal)한 단위로 책정하여 실험비용의 저감효과 유발)	- 하 · 폐수 처리시설 검토 - 적정 용수 사용 관리 - 온실가스, 오존파괴물질 등 저감 요소 파악 - 사업장 환경 개선 (분진 발생 방지, 소음 · 진동 방지/저감)
3. Customer Satisfactory Service - 소비자 불만 자율관리 시스템(CCMS) - 제품에 대한 정보 공개 수준	3. Management of Hazardous materials - 제품 개발 단계에서 처방 검토 - 자체 정화시설의 필요성 검토 - 관리 평가 체계 구축	2. Develop environment technology - 사후처리 기술 개발 - 사전오염 예방 기술 개발 - 환경 위해성 평가 기술 개발
4. Save energy in distribution - 납품 절차/방법의 개선 - 포장의 슬림화 등	4. ISO 14001 운영 검토	3. ISO 14001 운영검토



〈ECONET common actions〉

1. Sufficient Energy use management
- 전력소비 저감(조명, 건축물시설 이용, 불필요한 실험기자재, 공정설비 가동률 최적화 등)
- 냉, 난방 에너지 저감 (재생에너지(태양광 등), 쿨비즈 캠페인 등)
2. Corporate Social activities
- 환경복원 사업 추진(녹지공원 설립, 환경 보호 캠페인 등)
- 그린마케팅(매출액의 일부 사회 기부), 환경기금 마련(복지재단 설립, 운영 등)
3. Education (교육을 통한 임직원의 인식 및 책임감 고취) - 기업문화 정착 운동

에코넷 환경경영 추진

또한 이러한 계획들에 대해 구체적인 시간표(Timeline)를 만들고 단계별 실행 계획을 세움으로써 좀 더 현실성 있게 전개 될 수 있도록 노력하였습니다.

에코넷 환경경영 추진 단계 (2008. 8)

Planning (Short Term)	Promote activities (Mid-Term)	Stabilization (Long-term)
- Possible for immediate actions and changes - No expense generated	- Expense generated - Need Short period of time - Direct benefit factors	- Expense for investment - Need long period of time - Indirect benefit factors
- 법 및 그 밖의 요건 확인 - 각 사의 환경 관리 현황 파악 - 환경경영 계획/목표 수립 - 환경경영 위원회/팀 구성 - 에너지 효율 관리 시행 - 고객만족 서비스 지속 - 임직원 환경교육 자료 수집 - 개발단계에서 환경친화적 처방 및 포장 설계 검토 - 친환경공정 개발추진(폐기물 처리공정 등)	- 자체 안전성 관리 원칙과 체계 구축/시행 - 환경 친화적 포장 적용 (녹색구매 시행) - 물류 납품 절차/방법의 개선 - 환경기술의 개발 추진 - 일부 친환경 공정 개선 시행 (포장재의 재활용 등) - 체계적인 환경 교육 시행 - 재생에너지 활용 부문 검토 (열회수 공정, 태양광 이용) - ISO 14001 운영	- 친환경 공정 완성 - 환경기술의 적용 - 사회 환경 활동 - 친환경 기업문화로 정착 - 지속가능경영으로 확대

환경경영 개요에 대해 소개한 후 국내 3사는 각 사의 환경경영 능력의 수준에 맞게 형평성 있는 계획을 수립하였고 그 계획에 맞추어 실행해 왔습니다. 2010년에는 이와 같은 실행 사항들을 공식화하고 대내외적으로 선포하기 위해 환경경영 방침도 수립하였습니다.

에코넷 각 사별 환경경영 방침 (2010)

유니베라	유니젠	네이처텍
1. 환경을 기업경영활동의 핵심가치로 인식하고 환경경영 시스템 구축을 통해 지속적인 환경경영을 실천한다.	1. 인류의 건강을 위해 지속가능한 환경가치 창조 및 유지를 끊임없이 실천한다.	1. 환경오염 예방과 환경개선 활동의 목표를 설정하고 추진계획을 수립하여 지속적인 환경혁신 활동을 전개한다.
2. 환경법규 준수 및 지속적인 환경개선을 통해 환경가치를 창조해 나간다.	2. 환경관련법을 적극 준수하며 환경관련 세부지침의 지속적인 개선과 보완을 통해 환경 비상대응체계를 정립한다.	2. 환경법규/기준을 준수하는 환경친화적 기업을 구축한다
3. 에너지 절감을 생활화한다.	3. 에너지와 원가절감을 생활화한다.	3. 에너지와 자원 절감을 생활화한다.
4. 인류의 건강과 지속가능한 지구환경을 위한 제품을 고객에게 전달한다.	4. 인류의 건강과 지속가능한 지구환경을 위한 제품을 구입 및 연구한다.	4. 인류의 건강과 지속가능한 지구환경을 위한 제품을 개발한다.
5. 조직구성원의 환경가치인식 고양을 위해 지속적인 교육을 추진한다.	5. 조직구성원의 환경가치인식 고양을 위해 지속적인 교육을 추진한다.	5. 환경에 대한 모든 임직원의 경각심을 고취시키고 지속적 참여를 위한 정기적인 교육을 실시한다.
6. 우리는 환경정책과 성과를 문서화하여 대중에게 공개하며 환경가치 인식 확산에 앞장선다.	6. 정기적으로 지역사회 환경개선 활동을 적극 지원함으로써 사회적, 지역적 발전에 기여하고 EMS(Environmental Management system)에 대한 대외적인 홍보활동을 통하여 친환경 기업이 미지 전달한다.	6. 환경 경영 내용을 문서화 하며 대내외적으로 공개하고 홍보한다.

Special Report

이렇게 수립된 환경경영 방침들은 앞으로 더욱더 활발히 실행될 국내 3사의 환경경영의 중요한 가이드라인으로서 체계적인 실행과 적극적인 추진을 위한 필수요소가 될 것입니다. 또한 이 방침들은 앞으로 우리가 환경경영과 관련하여 외부와 소통하는 기준이 될 것입니다.

환경경영의 시작으로 에코넷은 단순히 이익을 창출하는 기업이 아니라 이익 창출과정에서 환경보존에 노력하는 기업이 되었습니다. 이제 에코넷은 모든 사람들이 함께 행복하게 살 수 있는 세상을 향한 또 하나의 걸음을 내딛은 셈이다. 이에 우리 에코네시안들도 작게나마 환경경영에 기여할 수 있는 생활 방식과 태도를 갖는 것이 매우 중요하다고 하겠습니다.

자연을 위한 에코넷의 환경경영

유니베라는 여의도 면적의 12배에 달하는 천만 평 미국 힐탑가든, 멕시코 탐피코, 러시아 크라스키노, 중국 하이난의 세계 4대 농장에서 알로에를 비롯한 천연식물을 키웁니다. 척박한 땅을 개간하고 배해와 맞서가며 건강한 생명을 키우는 것, 지속적으로 산소를 생산해 탄소로 뒤덮인 이 지구에 생명력을 더해주고 있습니다. 천연물을 연구하고 제조하면서 발생하는 온실가스를 저감하기 위한 노력도 점진적으로 시행하고 있습니다. 자연과 지구, 사람을 위해 에코넷의 변화들은 조금씩 계속되고 있습니다.

• GRI(Global Reporting Initiative) G3 Index

Index	내용	보고 여부	페이지
전략 및 분석			
1.1	최고 의사 결정권자가 지속가능경영을 밝힌 선언문	o	13, 15
1.2	주요 영향, 위험 요인 및 기회	o	16, 17
기업 프로파일			
2.1	조직명칭	o	20
2.2	대표 브랜드, 제품과 서비스	o	20
2.3	주요 사업부서, 종속회사, 합작회사 등 조직구조	o	20, 24
2.4	본사/본부 소재지	o	20
2.5	해외사업장 위치 국가 수, 주요 사업장이 있거나 보고서에 다루는 지속가능성 문제와 구체적인 연관성을 갖는 국가명	o	24, 25
2.6	소유구조 특성과 법적 형태	o	26, 27
2.7	대상 시장	o	24
2.8	보고 조직의 규모(직원수, 순매출, 순수익, 총자산 내 부채 및 자기자본 내역, 시장에 공급된 제품 또는 서비스 수량)	o	20, 32, 33, 40
2.9	보고 기간 중 규모, 구조 또는 소유구조 상의 중대한 변화	o	26, 27
2.10	보고기간 중 수상내역	o	39
보고 매개 변수			
3.1	보고대상기간	o	7
3.2	최근 보고서 일자	o	7
3.3	보고주기	o	7
3.4	보고서 관련 내용에 대한 문의처	o	7
3.5	보고 내용 정의 프로세스	o	16, 17
3.6	보고 경계	o	7
3.7	보고범위 또는 보고 경계상의 제한사항	o	7
3.8	조직간 비교가능성에 영향을 줄 수 있는 객체	o	8, 9, 24, 25
3.9	성과 지표 등 기타 정보 수집 과정에서 적용된 예측을 뒷바침하는 가정과 기법을 포함한 데이터 측정 기법 및 계산 기준	o	7
3.10	이전 보고서에 제시된 정보의 재기술 효과와 그 사유	o	해당 없음
3.11	이전 보고기간 대비 보고서의 범위, 경계 또는 측정방식 상의 큰 변화	o	해당 없음
3.12	GRI 대조표	o	89, 90
경제성과			
EC1	직접적 경제적 가치 창출과 배분	o	32~35
EC2	기후변화의 재무적 영향과 사업활동에 대한 위험과 기회	o	77, 78
EC4	정부의 재정 보조 수혜 실적	o	해당 없음
EC6	주요사업장 현지 구매정책 관행 및 비율	o	24, 56
EC7	주요사업장의 현지인 우선 채용 절차 및 현지출신 고위관리자 비율	o	56
EC8	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동과 효과	o	35
지배구조, 책임, 참여			
4.1	조직의 지배구조	o	26
4.2	이사회 의장의 임원 겸직여부	o	26
4.3	일원화된 이사회의 경우 사회이사 혹은 독립이사의 수	o	26
4.4	주주와 직원이 이사회에 의견을 제시하는 매커니즘	o	26
4.5	이사회 구성원, 고위 관리자, 임원 등에 대한 보성과 조직의 성과	o	26, 27
4.6	이사회 내 이해관계 충돌방지 프로세스	o	26
4.7	경제, 사회, 환경 전략을 보조하기 위한 이사회 자격 및 전문성 기준, 결정 프로세스	o	26
4.8	경제, 환경, 사회 성과 및 활동 관련 미션, 핵심가치 진술문, 결정프로세스	o	21~23
4.9	이사회 의 경제, 환경, 사회 성과 파악 및 관리하는 절차	o	26
4.10	이사회 자체의 성과 평가 프로세스	o	26
4.11	사전예방의 원칙과 접근방법 채택 여부 및 채택 방식	o	28, 29
4.12	경제, 사회, 환경 현장, 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브	o	28, 29
4.13	협회 등 국가별, 국제적 정책기구 멤버십 획득	o	28, 29
4.14	참여한 이해관계자 그룹 목록	o	16, 17
4.15	참여한 이해관계자 식별 및 선정 기준	o	16, 17
4.16	참여 유형, 이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 참여방식 현황	o	16, 17
4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 주제와 관심사, 이에 대한 대처 방안	o	16, 17
사회성과			
SO1	업무활동의 관련 지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위 및 실효성	o	69~73
SO2	부패위험이 분석된 사업단위 수와 비율	o	28, 29
SO3	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	o	28
SO4	부패 사건에 대한 조치	o	28, 29
SO7	부당공정행위 및 독점행위에 대한 법적 조치건수	o	28
SO8	법률 규제행위 위반으로 부과된 벌금	o	28, 46

Index	내용	보고 여부	페이지
노동성과			
LA1	고용유형 고용계약 및 지역별 인력 현황	o	46
LA2	직원 이직 건수 및 비율	o	51
LA3	상근직 직원에게 주는 복지혜택	o	46~53
LA4	단체교섭 적용대상 직원 비율	o	49
LA5	중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보기간	o	49
LA7	부상, 직업병, 손실일수, 결근 및 업무관련 재해건수	o	해당 없음
LA8	심각한 질병에 관한 직원과 가족, 지역사회 구성원 대상 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험관리 프로그램	o	47
LA9	노동조합과의 협약대상인 보건 및 안전사항	o	47
LA10	직원 형태별 일인당 연평균 교육시간	o	52
LA12	정기 성과평가 및 경력개발 심사 대상직원의 비율	o	53
LA13	이사회 및 직원의 구성현황	o	26, 46~51
LA14	직원별 남녀직원간 기본급 비율	o	46
인권성과			
HR2	주요 공급업체 및 계약업체의 인권심사 비율	o	58
HR3	인권인권정책 및 교육을 받은 직원비율	o	58
HR4	총 차별 건수 및 관련조치	o	46, 47
HR5	결사 및 단체교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 업무 분야 및 침해 사례 예방 조치	o	50, 56~59
HR6	아동노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 아동노동 근절을 위한 조치	o	46, 56, 57
HR7	강제노동 발생 위험이 높은 사업분야 및 강제노동 근절을 위한 조치	o	46, 56, 57
HR8	인권교육을 받은 보안담당자의 비율	o	47, 58
HR9	현자인 권리침해 건수 및 관련조치	o	46, 56~58
제품책임성과			
PR1	제품 및 서비스의 건강 및 안정 영향을 평가한 라이프사이클 상의 단계, 주요 제품 및 서비스의 해당평가 실시 비율	o	36~43, 80, 81
PR2	제품과 서비스의 보건, 안전관련 규정 위반 횟수	o	63
PR3	절차 상에 필요한 제품 및 서비스의 정보 유형	o	60~63
PR4	제품과 서비스 라벨링 관련법규 위반 건수	o	63
PR5	고객 만족 관련 정책 및 절차	o	61
PR6	광고, 판촉, 스폰서 등의 마케팅 관련 정책, 프로그램	o	31
PR7	광고, 판촉, 스폰서 등의 마케팅 관련 법규위반 건수	o	46
PR8	고객정보보호 위반 관련 제기된 불만건수	o	61
PR9	제품 및 서비스 법규위반 벌금액수	o	63
환경성과			
EN1	원료 사용량	o	해당 없음
EN2	재생원료 사용비율	o	해당 없음
EN3	1차 에너지별 직접 소비량	o	83, 84
EN4	1차 에너지원별 간접 소비량	o	83, 84
EN5	효율성 개선으로 절감한 에너지량	o	83, 84
EN6	에너지 효율사업을 통한 에너지 감축량	o	83, 84
EN7	간접적 에너지 절약사업 및 성과	o	82~88
EN8	공급원별 총취수량 수도사용량	o	84
EN11	생태계 보호지역, 주변지역에 소유, 임대, 관리 중인 토지 위치와 크기	o	해당 없음
EN12	생태계 보호지역, 주변지역에서의 사업활동으로 인한 영향	o	해당 없음
EN13	보호 또는 복원된 서식지	o	해당 없음
EN14	생물 다양성 관리 전략, 조치 및 계획	o	88
EN15	사업지역에서 멸종위기 동식물의 수	o	해당 없음
EN16	직, 간접 온실가스 총 배출량	o	84
EN17	기타 간접 온실가스 배출량	o	83, 84
EN18	온실가스 감축사업 및 성과	o	79~88
EN19	오존층 파괴물질 배출량	o	83, 84
EN20	대기오염물질 배출량	o	해당 없음
EN21	최종 배출지별 총 폐수 배출량 및 수질	o	해당 없음
EN22	형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	o	88
EN23	형태 및 유해물질 유출 건수 및 유출량	o	해당 없음
EN24	비절협약서상의 유해물질 외부 반출량	o	해당 없음
EN26	제품 및 서비스의 환경영향 저감활동성과 성과	o	79~88
EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	o	80~81
EN28	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전 제재 건수	o	해당 없음
EN30	환경보호 지출 및 투자금액	o	77, 81

제 3자 검토의견서

유니베라의 지속가능경영 보고서 발간을 축하합니다. 유니베라의 지속가능경영 보고서는 UN 글로벌콤팩트의 COP 보고서도 겸하고 있으며, 재무적 가치 창출과 비재무적 성과를 효과적으로 결합하여 제시하고 있는바, 새로운 형태의 지속가능보고서의 좋은 표본이 되리라 생각합니다.

유니베라가 지속가능경영의 전략 면에서 자연의 혜택을 인류에게 나눈다는 사업 비전과 경영철학을 기초로 하여 환경, 경제, 사회부문의 지속가능경영 발전을 도모하며, 글로벌 에코넷(ECONET) 차원에서 UN글로벌콤팩트의 원칙을 구체적으로 실천하고 있음이 주목됩니다. 우선 임직원에 대한 역량 제고 및 리더십 배양을 위한 구체적인 학습체계 설정 이행 등과, 고객은 물론 대리점, 협력사와 유포(UP) 그리고 지역사회까지 고려한 소통과 협력의 노력이 구체적이고도 적시성있게 관찰됩니다.

유니베라는 특히 인권통합경영을 회사의 기본 경영원칙으로 도입하여 해외농장 등 사업장에 이르기까지 충실히 시행하고자 하고 있으며, 이를 위해 UN글로벌콤팩트 인권원칙과 ISO 26000 상의 조항을 충실히 이행하고자 하는 노력에 경의를 표합니다. 또한 앞으로 인권통합경영 의 원칙을 회사 자체적으로 마련한다는 계획에 대해 희망과 기대를 갖게 됩니다.

유니베라가 고객의 불만관리체제를 상세히 마련하고 있으며, 대리점과 유포(UP)에 대하여 수익 창출 및 복지측면의 배려, 충분한 교육기회를 부여하는 등 상생적 차원의 경영을 하는 것도 관찰의 대상입니다. 유니베라가 사회공헌의 비전을 기업철학에 도입하고 전사적으로 본사와 대리점이 함께하는 가운데 활발한 사회공헌을 하고 있으며, 사회공헌활동의 사내지원 제도 및 지역사회에 대한 봉사과 기여도 구체적으로 시행하고 있음이 주목됩니다. 이러한 성과를 바탕으로 새천년개발목표(MDGs) 와 연관된 귀사의 기여상황은 우리 기업의 모범사례로 관련 자료집에 포함되어 2010년 10월 유엔 민간부문 포럼게기에 소개된 바도 있어 지속적인 성과거양이 기대됩니다.

더불어 환경보전원칙을 제정하여 환경친화적 기업으로 발전하면서 꾸준한 자가진단을 통하여 개선해가고 있는바, 앞으로 온실가스 인벤토리의 구축을 통해 온실가스의 측정, 관리체계를 꾸준히 발전시켜 나가기를 권고합니다. 아울러 유니베라가 투명성 부문에서도 잘 대응하고 있으나, 앞으로 회사내의 윤리규정을 정비하거나 윤리장전을 채택 및 보급함으로써, 전사적 차원의 투명경영을 확충해 나가기를 바랍니다. 이러한 개선과 끊임없는 기술적 혁신을 통하여, 유니베라가 인간과 자연의 조화된 세상을 만들고, 경제, 환경, 사회적 측면에서 앞장서는 세계적인 천연물 웰니스 기업으로 지속 성장해가기를 기대합니다.

Chulgi Ju

UN글로벌콤팩트 사무총장 주철기

유니베라
지속가능경영
보고서
제 3자 검토



“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.

univera

