

# 사람이 희망이다

유한킴벌리 2014  
사회책임경영보고서

# 사람이 희망이다

유한킴벌리 2014  
사회책임경영보고서

유한킴벌리는  
가치사슬 관점 및 주요 이슈를 중심으로  
지난 한 해의 사회책임경영 성과를 되돌아보고  
향후 미래지향적 책임경영을 어떻게 지속적으로  
추진해 나갈 것인지 이해관계자 여러분들과  
공유하고자 합니다.

## 2014년 사회책임경영보고서 개요

### About This Report

|       |   |
|-------|---|
| 보고 원칙 | GRI G4 가이드라인, BEST 가이드라인 2.0*, ISO26000   |
| 보고 범위 | 국내 전 사업장 및 주요 공급망*  |
| 보고 기간 | 2013.01~2013.12 (2014년 일부 성과 포함)  |
| 보고 기준 | 회계연도 기준, 최소 3개년 이상 시계열 제시 (단, 경제 실적은 5개년, 환경 실적은 15개년 시계열 제시)<br>(통화 단위는 원화)      |
| 보고 검증 | 제3자 검증의견서   |
| 보고 주기 | 매년 보고   |
| 구성 특징 | GRI G4에 따른 보고, 중대이슈 중심 보고, 신뢰성 강화   |
| 공개 원칙 | 웹사이트 <a href="http://www.yuhan-kimberly.co.kr">www.yuhan-kimberly.co.kr</a> 상시 공개 |
| 추가 정보 | 유한킴벌리 지속가능경영본부 환경경영워크그룹 Tel 02-528-1351   |

#### \* BEST(Business Ethics is the Source of Top performance) 가이드라인 2.0


산업통상자원부가 대한상공회의소 및 산업정책연구원과 공동으로 만든 지속가능경영보고서 가이드라인, 2008년 미래기업 지표가 통합되어 현재 2.0버전까지 공시됨

#### \* 주요 공급망(Supply Chain) 유한킴벌리 2014년 사회책임경영보고서는 GRI G4 가이드라인에 따라 다음 내용에 대해 공급망을 포함하여 보고하고 있습니다.

- |   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| 1. 이해관계자 중 협력회사를 상류와 하류로 구분하여 의견을 수렴하고 중대성 평가에 반영 | 2. 제품의 전과정 평가(LCA)를 통한 공급망의 환경영향 포함 |
| 3. 환경성과 중 물류단계 온실가스 배출현황 포함                       | 4. 환경성과 중 협력회사 환경교육 현황 포함           |

### 2014년 사회책임경영보고서, 무엇이 달라졌나?

본 보고서는 지난해 보고서와 구성 및 내용에 있어 다음과 같은 차이점을 가지고 있습니다.

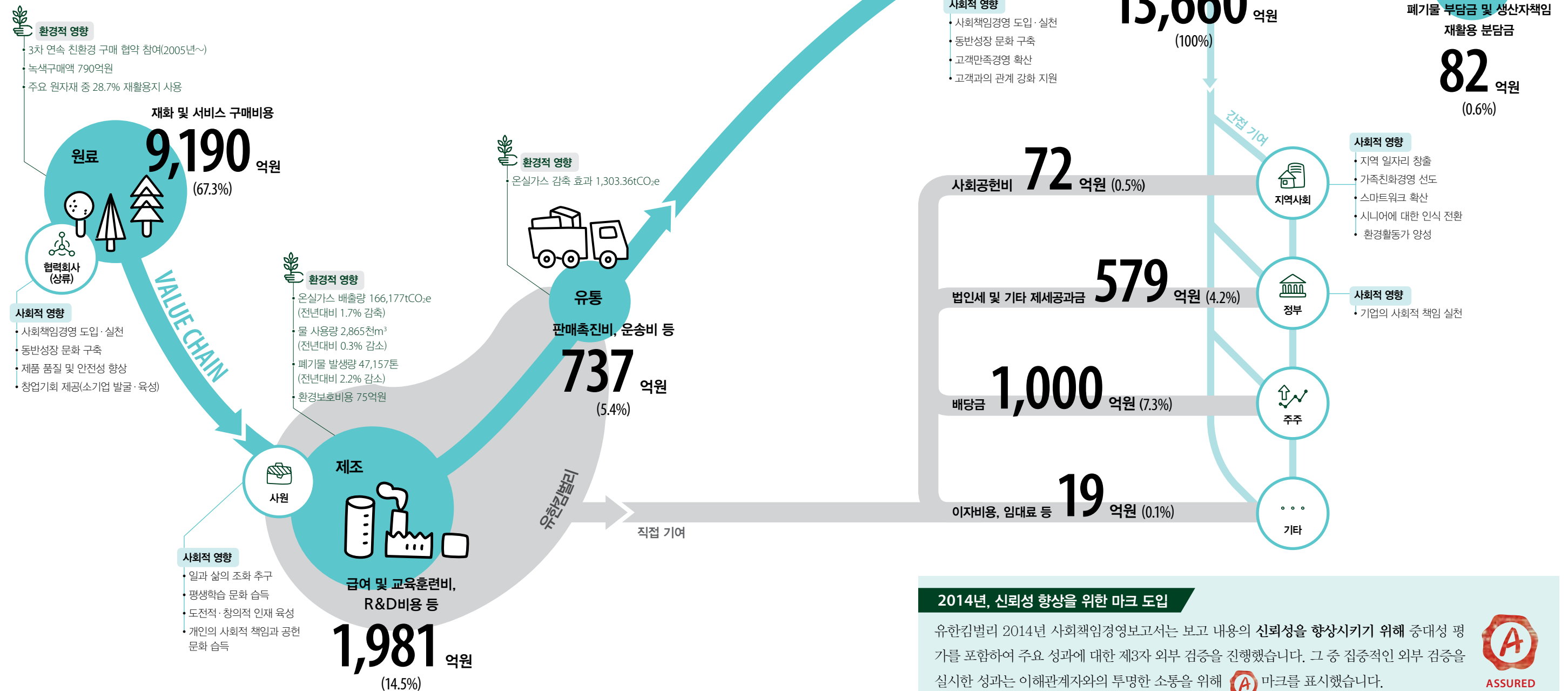
- 가치의 재분배 – 경제적·사회적·환경적 성과 모두 포함
- 신뢰성 향상을 위한  마크 도입
- 중대성 평가 프로세스 및 결과에 대한 제3자 검증 진행
- 사례 보고 확대 (Special Page 및 Special Story 등)
- 4대 아젠다에 대한 유한킴벌리의 도전 과제 공개

한눈에 보는 유한킴벌리

## 유한킴벌리는 사회에 어떤 영향을 미치나?

유한킴벌리의 지속가능경영 개념은 기업의 모든 경영활동 과정을 경제적 수익성, 사회적 책임성 및 환경적 건전성을 바탕으로 통합·추진함으로써 지속가능 발전을 추구하는 것입니다. 이에 경영활동을 통해 창출된 가치를 공급망을 포함한 가치사슬(Value chain)과 기업을 둘러싼 외부 환경에 재분배함으로써 직·간접적 파급효과를 창출하고 있습니다.

유한킴벌리의 가치 재분배 - 경제적·사회적·환경적 영향



### 2014년, 신뢰성 향상을 위한 마크 도입

유한킴벌리 2014년 사회책임경영보고서는 보고 내용의 신뢰성을 향상시키기 위해 중대성 평가를 포함하여 주요 성과에 대한 제3자 외부 검증을 진행했습니다. 그 중 집중적인 외부 검증을 실시한 성과는 이해관계자와의 투명한 소통을 위해 **A** 마크를 표시했습니다.



\* 사회책임경영보고서에 포함되지 않은 사항은 유한킴벌리 웹사이트(www.yuhan-kimberly.co.kr)에서 추가적으로 확인하실 수 있습니다.

• 유한킴벌리 연혁

• 중대이슈 선정을 위한 50가지 관련 이슈 리스트 등

CONTENTS



1

유한킴벌리의  
사회책임경영 전반

- 08 CEO MESSAGE
- 14 비전과 핵심가치
- 15 사회책임경영 조직과 사업
- 16 지배구조
- 18 윤리경영
- 21 이해관계자와의 열린 소통
- 22 2014년 유한킴벌리 중대이슈 선정
- 23 위기관리

2



사회책임경영 4대 아젠다

- 26 AGENDA 01 지속가능한 제품
- 31 AGENDA 02 우리강산 푸르게 푸르게
- 37 AGENDA 03 기후변화 대응
- 42 AGENDA 04 동반성장

3

사회책임경영 성과 보고

- 48 경제성과 보고
- 56 사회성과 보고
- 74 환경성과 보고

4

부록

- 80 제3자 검증의견서
- 82 중대이슈 도출 과정
- 83 GRI G4(포괄적 부합 방법), BEST 2.0, ISO26000 Index
- 87 2013년 사회책임경영보고서 피드백
- 88 2014년 사회책임경영 보고 조직
- 89 독자 의견 설문지
- 91 주요 학회 및 협회 가입현황/주요 협력 및 가입단체
- 유한킴벌리 사회책임경영보고서가 걸어온 길

Special Story

- 14 조직문화 혁신, 협업강화 조직 도입
- 52 하기사 탄생 30주년
- 53 액티브 시니어의 더 나은 생활을 위한 노력
- 54 공모사업을 통해 12개 시니어 소기업 발굴·육성 성과
- 64 스마트워크 경험을 사회와 나누다
- 68 스킨케어 이슈에 대한 대응 사례
- 68 화이트 탐폰 자발적 회수
- 76 6시그마를 통한 대전공장 전력비 개선

Special Page

- 20 역대 이해관계자위원회 개최 현황
- 24 장수기업이 되기 위한 요소
- 36 우리강산 푸르게 푸르게의 새로운 심볼
- 41 기저귀 재활용기술 연구
- 46 대리점 공동물류센터 프로젝트
- 63 아버지친찬학교

1

CEO MESSAGE

- 비전과 핵심가치
- 사회책임경영 조직과 사업
- 지배구조
- 윤리경영
- 이해관계자와의 열린 소통
- 2014년 유한킴벌리 중대이슈 선정
- 위기관리

유한킴벌리의 사회책임경영 전반

2014년은 유한킴벌리의 대표적인 사회책임공헌 활동인 우리강산 푸르게 푸르게를 시작한 지 30주년이 되는 의미있는 해입니다. 지난 43년간의 역사 속에서 ‘우리는 뭐든지 할 수 있다’는 자신감과 우리의 저력이 지속적인 문화로 자리매김 할 수 있도록 지속가능경영 활동을 추진해 나가고자 합니다.

참나무

4~5월에 꽃이 피고 가을에 도토리가 열리는 나무입니다. 도토리는 식재료로, 잎파리는 장수 풀땀이 애벌레의 먹이로 사용되는 사람에게나 곤충에게 두루 유용한 식물입니다.

회사개요

|                      |   |        |                          |
|----------------------|---|--------|--------------------------|
| 회사명 유한킴벌리 주식회사       | 설립일 1970년 3월 30일  | 업종 제조  | 대표이사 사장 최규복              |
| 직원수 1,722명(2013년 기준) | 매출액 13,660억원(2013년 기준)  | 매출액 구성 | 국내 83%, 수출 17%(2013년 기준) |
| 주요 브랜드               | 하기사, 마이비데, 더블하트, 화이트, 좋은느낌, 크리넥스, 뽀빠, 스카트, 그린핑거, 티엔, 디펜드, 포이즈 등   |        |                          |
| 사업분야                 | 일반 소비자 위생용품, 산업 및 의료용품 등  |        |                          |
| 주요 사업장               | 서울(본사), 김천, 대전, 충주  |        |                          |
| 대상시장                 | 개인, 산업체, 연구실, 공공건물, 식당, 병원, 학교 등  |        |                          |
| 생산 및 판매 제품           | 아기 기저귀, 육아용품, 여성 생리대, 미용지, 화장지, 키친타월, 냅킨, 물티슈, 스킨케어, 유니레버 제품, 시니어 팬티 및 시니어 용품 등 소비자 용품과 산업용품(와이퍼, 안전보호구), 화장실용품(물비누, 대용량 화장지, 핸드타월, 방향제), 의료용품(가운, 액세서리, 수술포), 부직포 원단, 농업용 보온 및 차광 재료 등 |        |                          |



## CEO MESSAGE



‘더 나은 생활을 향한 믿음 – 유한킴벌리’

## 미래지향적 책임경영을 추구합니다.

유한킴벌리는 더 나은 생활을 향한 믿음이라는 비전을 구현하고, ‘초일류 생활혁신기업’이 되겠다는 경영목표를 달성하기 위하여 노력하고 있습니다. 이번 사회책임경영보고서는 유한킴벌리가 지속가능한 경영을 위해 노력한 결과들을 충실하게 보고하고 있습니다.

2014년 유한킴벌리는 한국에서 11년 연속 가장 존경 받는 기업의 하나로 선정되었습니다. 또한 전년도에 평가에서도 지속가능지수 1위, 제1회 대한민국 사랑받는기업 정부포상 대통령표창 수상 등 여러 분야에서 좋은 평가를 받고 있습니다. 이렇게 유한킴벌리는 사회를 포함한 많은 이해관계자들의 사랑과 지지를 통해 성장해왔고, 이를 보답할 책임을 깊이 느끼고 있습니다. 앞으로도 많은 관심과 사랑을 부탁드립니다.

### 지속경영전반 및 경제

#### 미래성장 위해 890억원 투자, 제품 혁신 지속


**경영현황** 모든 회사는 위기를 기회로 삼아 성장하고 발전합니다. 되돌아보면, 2013년은 성장측면에서 아쉬움이 큰 한 해였습니다. 핵심사업에서의 지속적인 성장을 추진했고, 성장사업에서 성장과 신규사업의 문화 조성 및 채널 강화, 신규사업의 지속적인 발굴과 수출의 지역다각화 기회 발굴에 노력했습니다. 그러나 내수 시장의 축소 및 침체와 경쟁 심화, 주요 수출시장인 중국의 수요 감소 등으로 매출이 전년 대비 3.3% 하락했습니다.


그러나 어려웠던 경영환경 속에서도 유한킴벌리에 지속적인 투자와 제품 혁신, 신시장 개척 등은 계속되었습니다. 미래성장을 위해 890억원이 투자되었습니다. 대표적인 노력으로 김천공장 에어플렉스 티슈생산시설 투자가 확정되어 건설에 들어갔으며, 대전공장의 아기 물티슈 생산시설과 김천과 대전공장의 자동화 물류창고가 모두 가동을 시작했습니다. 제품 혁신측면에서는 유아용품과 여성용품의 전 품목 혁신과 더불어 신제품의 출시로 이어졌습니다. 또한 화장실용 전용물티슈인 ‘마이비데’가 새로운 시장에 성공적으로 진입했고, 고품화 시대의 적절한 시니어케어 제품인 ‘디펜드 스타일팬티’ 성장세가 계속 되고 있음은 희망적이라고 생각합니다.

**2014년 과제** 2014년은 지난 해를 교훈 삼아서 3가지 과제에 주력하고 있습니다. 첫째, 사업구조의 다각화 노력을 계속해나가고 있습니다. 성장과 신규사업 비중을 늘리면서, 변화하는 시장을 위해 이커머스 플랫폼 구축, 신수출 시장 개척, 새로운 투자유치를 해나갈 것입니다. 둘째, 핵심역량을 강화하고 있습니다. 모든 문제의 답은 바로 소비자와 시장에 있다고 생각하며, 이를 위해 소비자중심경영, 시장중심경영을 실천하고 있습니다. 소비자와 시장을 중심에 두고 기존 시스템, 제품, 생산, 사업모델에 혁신 속도를 높이고, 부문간 협업 강화 및 소비자 변화관리에도 노력할 것입니다. 셋째, 유한킴벌리의 강점인 기업문화를 더욱 강화해 나갈 것입니다. 윤리경영, 준법경영, 안전최우선경영 원칙과 실천을 강화하면서, 그 위에 협업경영을 가속화시킬 것입니다. 이러한 과제는 유한킴벌리의 생존과 성장에 중요한 방향을 제시해줄 것이라고 믿고 있습니다.


## 사회


### 우리강산 푸르게 푸르게 30주년 비전 발표 및 공유가치창출 노력

 **지역사회** 유한킴벌리는 우리 사회가 있기에 존재하는 회사이며 사회로부터 많은 사랑을 통해 성장해 왔던 회사입니다. 이를 감사하게 여기고 있습니다. 2014년은 유한킴벌리가 추진해온 ‘우리강산 푸르게 푸르게’가 30년이 되는 해입니다. 2014년에는 비전이자 사회와의 약속이었던 5천만 그루의 나무를 심고 가꾸기 약속을 달성하고, 조림과 육림의 시대를 넘어 ‘숲과 인간의 공존’을 추구해 나가려고 합니다. 또한 최근에 시작한 시니어 일자리 창출을 위한 공유가치창출도 더욱 열심히 함으로써 사회와 함께 성장해나갈 것입니다.

 **사원** 유한킴벌리는 글로벌시대에 맞게 미래의 글로벌인재를 키우기 위해 지속적인 해외파견, 소통, 협업 및 유연성 있는 조직 강화 활동을 추진하는 등 기업문화적 차원에서 노력해나가고자 합니다. 2011년 스마트워크 도입을 본격화한 이래 공간의 변화를 통해 조직문화 혁신을 리드해왔습니다. 2013년 11월 협업 강화 및 인적 역량 활용 극대화를 목적으로 협업 강화 조직제도를 신규 도입함으로써 조직의 유연성과 효율성을 향상시키는데 노력하고 있습니다.

유한킴벌리는 회사 차원에서만 핵심가치인 사회책임과 공헌을 실천하는 것이 아니라 사원들과 가족들이 사회를 위해 노력하도록 다양한 자원봉사의 기회를 확대해 나가고 있습니다. 2012년부터 자원봉사 데이(매년 3월 셋째주 토요일)를 만들어 사원과 가족들이 자원봉사 나무심기를 통해 지역사회에 기여하고 있습니다. 2014년에도 가족들과 함께 3개 사업장에서 나무를 심었으며, 이는 가족친화에도 좋은 영향을 미치고 있습니다. 참고로 유한킴벌리는 2008년 이래 가족친화인증기업으로서 건강한 가족 모델과 기업문화를 제시하고자 노력하고 있으며, 지난 해 새로 2016년까지 가족친화인증을 받았습니다. 2014년에는 은퇴자를 위한 이모작학교 프로그램을 새로 개설해서 가족의 구성원으로서 건강하게 살아갈 수 있도록 돕고 있습니다.

 **고객** 유한킴벌리가 매년 실시하고 있는 이해관계자 조사에서 장수기업이 되기 위해 가장 중요한 것은 안전임을 확인하고 있습니다. 때문에 더 안전한 제품과 더 좋은 품질로 고객과 사회에 보답하기 위해 노력하겠습니다. 2014년에는 소비자중심경영(Consumer Centered Management, CCM) 재인증을 받을 계획입니다.

 **협력회사** 유한킴벌리는 신뢰를 바탕으로 동반성장을 추구합니다. 2001년 상생경영본부를 조직하여 협력회사와의 동반성장을 위해 노력해오고 있으며, 2012년에는 공정거래 자율준수 프로그램 도입, 2013년 5월에는 동반성장 전담조직인 동반성장워크그룹을 신설하여 운영해오고 있습니다. 특히 2014년 5월에는 동반성장을 목표로 공동물류센터를 경기도에 오픈 하였습니다. 이를 통해 운영재고, 물류비용 최적화 인프라 구축 및 프로세스 개발로 유한킴벌리와 대리점의 공동물류센터 모델이며 영업과 물류차원의 대리점간 협업이 가속화 될 수 있는 계기가 될 것입니다. 이는 유한킴벌리와 가치사슬 관계에 있는 모든 협력회사와의 지속적인 동반성장 노력에 기인한 것이라고 생각합니다.

### 경영 성과 및 중장기 과제

평가기준 | ● 초과 ○ 부합 ◯ 노력 필요

| 목표        |               | 2013년 계획   | 2013년 주요 실적  | 평가 | 2014년 목표 및 중장기 과제  |
|-----------|---------------|--|--|----|--|
| 경제적<br>목표 | 1. 투자 유치 및 집행 | 투자 1,071억원 계획<br>• 김천공장 초지라인 증설 및 자동화 창고 건설 승인<br>• 대전공장 유아물티슈기계 가동 및 자동화 창고 완공                                  | 투자 890억원 실행<br>• 김천공장 초지라인 증설 및 자동화 창고 건설 승인<br>• 대전공장 유아물티슈기계 가동 시작 및 자동화 창고 완공                             | ●  | 투자 891억원 계획<br>• 김천공장 자동화 창고 가동 시작<br>• 대전공장 유아물티슈기계 증설 및 팬츠 제품 개선 투자  |
|           | 2. 내수시장 성장    | 기존 핵심사업 역량 강화<br>• 전년대비 7% 성장(매출액)   | 기존 핵심사업 매출 역성장 기록<br>• 전년대비 0.8% 하락  | ○  | 기존 핵심 사업 역량 강화<br>• 전년대비 3.6% 성장   |
|           |               | 성장사업 활성화 및 신규시장 개척<br>• 전년대비 20% 성장 (신규사업 포함)  | 성장사업 활성화<br>• 전년대비 5% 성장   | ○  | 성장사업 활성화 가속화 및 신규시장 개척<br>• 전년대비 11% 성장  |
|           |               | 원가 및 비용 절감<br>• 연 300억원 이상   | 원가 및 비용 절감<br>• 298억원  | ○  | 원가 및 비용절감<br>• 250억원 이상  |
| 환경적<br>목표 | 3. 수출 확장      | 수출품목 및 지역 다각화  | 전체 매출액 중 수출비중 17%  | ○  | 전체 매출액 중 수출비중 15%<br>• 2014년 일본 시장 진출, 유럽 수출 시작  |
|           | 4. 기후변화 대응    | 온실가스 배출허용량 164,386tCO <sub>2</sub> e 달성<br>• 제품생산량당 온실가스 발생량 0.710tCO <sub>2</sub> e/톤 이하<br>• 김천 스팀사용량 저감 방안 진단 | 온실가스 배출허용량 230톤 초과 달성<br>• 제품생산량당 온실가스 발생량 계획 대비 0.4%p 증가<br>• 김천 스팀사용량 저감 진단 및 개선<br>• 환경표지 인증제품 확대(14→17개) | ●  | 온실가스 배출허용량 175,606tCO <sub>2</sub> e 달성<br>• 환경표지 인증제품 확대(17→25개)<br>• 탄소성적표지 인증제품 신규 획득<br>• 2020년 BAU대비 30% 감축 (중장기적 계획) |
| 사회적<br>목표 | 5. 사회책임 경영 선도 | 사회와의 약속 준수 지속<br>• 2013년 UN글로벌콤팩트 COP보고<br>• 동반성장 문화 구축  | 사회와의 약속 준수 지속<br>• 2013년 UN글로벌콤팩트 COP보고<br>• 동반성장 문화 구축  | ○  | 사회와의 약속 준수 지속<br>• 2014년 UN글로벌콤팩트 COP보고<br>• 동반성장 문화 구축  |
|           |               | 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인 지속<br>• 2013년 나무 심고 가꾸기 목표 연간 2백만 그루  | 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인 진화<br>• 1984~2013년 4천9백만 그루 (2013년 실적 2백14만 그루)<br>• 비전 및 방향 개발                             | ●  | 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인 아젠다 개발<br>• 2014년 5천만 그루 목표 달성<br>• 새로운 심볼 개발과 비전 확산  |
|           |               | [신규] 공유가치창출(CSV) 모델 개발   | 공유가치창출 모델 개발<br>• 시니어 사업 소기업 육성(12개)<br>• 시니어 일자리 창출(64개)  | ○  | 공유가치창출 진화<br>• 시니어 사업 소기업 발굴(10개)<br>• 시니어 일자리 창출(160개, 누적개념)  |
|           |               | 가족친화경영 확산<br>• 가족친화 재인증<br>• 가족참여 자원봉사 정례화<br>• 스마트워크 진화조사 시행  | 가족친화경영 확산 기여<br>• 가족친화 재인증 획득(2014~2016년)<br>• 가족참여 자원봉사<br>• 스마트워크 조사 실시<br>• 아버지 칭찬학교 개최                   | ○  | 가족친화경영 진화<br>• 스마트워크센터 전국 확대(2→7개)<br>• 선도적 스마트오피스 환경 개선<br>• 은퇴자 프로그램 개발  |
|           |               | 소비자중심경영 강화를 통한 고객만족 향상<br>• 협력회사 CCM인증 획득(2개사)<br>• 통합고객지원센터 범위 확대<br>• 고객만족도 조사를 통한 서비스 목표 도출                   | 소비자중심경영 강화를 통한 고객만족 향상<br>• 협력회사 CCM인증 획득(2개사)<br>• 통합고객지원센터 범위 확대<br>• 고객만족도 조사를 통한 서비스 목표 도출               | ○  | 서비스품질 향상을 통한 고객만족 향상<br>• 통합 VOC시스템 2.0 구축<br>소비자중심경영 정착을 통한 이슈 대응 강화  |
|           |               | 상생협력활동 지속  | 상생협력활동 지속<br>• 상생아카데미 36개사 116명 교육   | ○  | 상생협력활동 지속<br>• 상생아카데미 개선 및 확대 (서비스업체 포함 280개 업체 대상)<br>• 협력회사 정기평가 대상 확대   |



## 환경

### 온실가스 배출량 전년대비 1.6% 감소

기후변화 대응에도 적극적 노력을 기울여왔습니다. 정부의 온실가스 목표관리제 관리 업체로서, 2012년에 이어 2013년에도 배출허용량 목표를 달성하였습니다. 특히 온실 가스 목표관리제 기준년도 시작년도인 2007년 대비 제품1톤 생산 시 배출량을 11.9% 저감하였습니다. 이는 공정에너지사용 최적화, 설비의 효율성 극대화 및 탄소배출량 모니터링을 통한 정보공유 강화 등의 노력이 반영된 결과입니다. 유한킴벌리는 2014 년에도 온실가스 배출권거래제를 대비하여 2020년까지 배출량 목표, 온실가스한계 저감비용 분석 등에 노력할 것입니다.

유한킴벌리는 지난 2013년 11월 충주공장이 환경부로부터 녹색기업으로 지정을 받 음에 따라 모든 생산공장이 녹색기업이 되었습니다. 또한 2014년 8월말까지 지속가 능한 제품 확대를 위해 기저귀 제품 중 네이처메이드의 탄소성적표지 재인증 프로젝 트를 완료할 예정입니다. 2014년에도 지속적인 개선과 환경부하 최적화에 노력을 계 속해나갈 것입니다

## 이야기를 마치며

### 지속가능성장과 혁신 추구

유한킴벌리는 2014년 11년 연속 한국에서 가장 존경 받는 기업으로 선정되었습니다. 2014년은 유한킴벌리가 2013년의 교훈을 발판삼아 미래지향적 책임경영의 실천을 위해 도약하는 한 해가 될 것입니다. 이해관계자 여러분의 적극적인 관심과 조언 부 탁 드립니다. 감사합니다.

2014년 7월  
유한킴벌리 대표이사 사장  
최 규 복

최 규 복

## 2013년 유한킴벌리의 UN글로벌콤팩트 서약 및 실천

2007년 UN글로벌콤팩트에 가입한 이래 인권, 노동, 환경, 반부패에 대한 10대 원칙을 준수하며, 매년 성과이행 보고서(COP, Communication on Progress)를 제출하고 있습니다. 앞으로도 지속적인 실천으로 유한킴벌리 의 사회적 책임을 다하겠습니다.

인권 노동 환경 반부패

### 01 우리는 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.

|                 |   |         |
|-----------------|---|---------|
| 유한<br>킴벌리<br>규정 | <b>인권 보호</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>경영방침 [인간존중]</li> <li>인사규정 제 35조 [신분보장]</li> <li>행동규범 [사원에 대한 배려]</li> <li>단체협약 제 2장 제 27조 [부당징계의 구제]</li> </ul> |         |
| 2013년<br>성과     | <ul style="list-style-type: none"> <li>전 사원 행동규범 교육 실시(연 1회, 5월)</li> <li>성희롱 예방교육 실시</li> </ul>  | 18, 19p |

### 02 우리는 인권침해에 가담하지 않고 있음을 확인한다.

|                 |   |         |
|-----------------|---|---------|
| 유한<br>킴벌리<br>규정 | <b>인권 침해</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>협력회사 선정지침 [조직의 윤리적 건전성]</li> <li>협력회사 평가항목 [임금 및 고용]</li> </ul>     |         |
| 2013년<br>성과     | <ul style="list-style-type: none"> <li>이해관계자조사 윤리경영 평가</li> <li>공정거래 자율준수 프로그램 도입</li> <li>협력회사 대상 인권부문 정기평가</li> </ul> | 19, 45p |

### 03 우리는 결사의 자유와 단체교섭 권리를 보장한다.

|                 |  |         |
|-----------------|--|---------|
| 유한<br>킴벌리<br>규정 | <b>결사자유</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>단체협약 제 2장 제 10조 [조합활동의 보장]</li> <li>단체협약 제 2장 제 11조 [부당노동행위 금지]</li> <li>단체협약 제 7장 제 66조 [노사협의회, 고충처리위원 및 고충처리위원회]</li> <li>단체협약 제 9장 제 75조 [교섭원칙]</li> </ul> |         |
| 2013년<br>성과     | <ul style="list-style-type: none"> <li>노동조합 가입률 99.8%</li> <li>노사협의회 분기별 1회 총 4회 개최</li> <li>고충처리위원회 분기별 1회 총 4회 개최</li> <li>임금협상 연 1회 실시</li> </ul>   | 57, 59p |

### 04 우리는 모든 형태의 강제노동을 배제한다.

|                 |   |         |
|-----------------|---|---------|
| 유한<br>킴벌리<br>규정 | <b>강제노동 금지</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>취업규칙 제 3장 제 21조 [시간 외 야간 및 휴일근무]</li> <li>단체협약 제 4장 제 35조 [연장 야간 및 휴일근로]</li> </ul>                       |         |
| 2013년<br>성과     | <ul style="list-style-type: none"> <li>연장, 휴일 또는 야간 근로 시 노사합의 하에 실시</li> <li>임산부 보건상 유해 · 위험한 사업 배치 금지 / 임산부 야간 근무 금지</li> <li>협력회사 평가항목 반영(임금 및 고용)</li> </ul> | 58, 45p |

### 05 우리는 아동노동을 효과적으로 폐지한다.

|                 |  |         |
|-----------------|--|---------|
| 유한<br>킴벌리<br>규정 | <b>아동노동 금지</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>취업규칙 제 3장 제18조 [근무시간]</li> <li>단체협약 제 4장 제 34조 [근로시간]</li> </ul> |         |
| 2013년<br>성과     | <ul style="list-style-type: none"> <li>18세 미만 사원 없음</li> <li>협력회사 평가항목 반영(임금 및 고용)</li> <li>아동친화경영 모범기업 선정</li> </ul>  | 45, 91p |

### 06 우리는 고용 및 업무상 차별을 근절한다.

|                 |  |         |
|-----------------|--|---------|
| 유한<br>킴벌리<br>규정 | <b>차별 금지</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>취업규칙 제 9장 제 89조 [남녀차별 금지]</li> <li>단체협약 제 5장 제 45조 [임금] 동일가치의 노동에 대한 동일임금 지급</li> <li>행동규범 제 2장 [사원에 대한 배려]</li> </ul> |         |
| 2013년<br>성과     | <ul style="list-style-type: none"> <li>대졸신입사원 초봉 남녀 동일 원칙 준수</li> <li>여성비율(사무직 35.6%, 임원 17.6%)</li> </ul>   | 57, 59p |

### 07 우리는 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.

|                 |   |         |
|-----------------|---|---------|
| 유한<br>킴벌리<br>규정 | <b>환경문제 예방</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>구매이념 [환경친화적인 원료 구입 및 제품생산 지원]</li> <li>환경경영 방침 [환경부하의 최소화]</li> <li>환경경영 방침 [환경사고의 사전예방]</li> </ul> |         |
| 2013년<br>성과     | <ul style="list-style-type: none"> <li>녹색구매 연간 790억원</li> <li>사원 및 협력회사 대상 환경관리 교육 실시(1,644명)</li> </ul>  | 39, 75p |

### 08 우리는 보다 많은 환경적 책임을 지는데 앞장선다.

|                 |  |                |
|-----------------|--|----------------|
| 유한<br>킴벌리<br>규정 | <b>환경책임</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>핵심가치 [책임과 공헌] 선도적 환경보전활동 전개</li> <li>행동규범 제 2장 [환경보호]</li> <li>구매이념 [파트너와의 협력 통한 상호 이익 실현]</li> <li>환경경영 방침 [환경보호운동에 선도적 역할]</li> </ul> |                |
| 2013년<br>성과     | <ul style="list-style-type: none"> <li>숲환경보호캠페인 '우리강산 푸르게 푸르게' 진행</li> <li>환경관리실적 15년 추세 관리</li> <li>협력회사 공생협력 프로그램 운영</li> <li>-대전공장, 충주공장 A등급 획득</li> </ul>                              | 31~36, 66, 77p |

### 09 우리는 환경친화적인 기술개발 및 혁신을 지원한다.

|                 |  |            |
|-----------------|--|------------|
| 유한<br>킴벌리<br>규정 | <b>환경친화</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>구매이념 [기술적인 혁신 통한 우수제품 생산 지원]</li> <li>환경경영 방침 [지속적인 환경개선] 절감, 재사용, 재활용 노력 규정</li> </ul> |            |
| 2013년<br>성과     | <ul style="list-style-type: none"> <li>지속가능한 제품 출시(매출액 비중 45%)</li> <li>혁신적 제품 출시</li> </ul>   | 26~30, 51p |

### 10 우리는 부당취득 및 뇌물 등 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 노력한다.

|                 |  |         |
|-----------------|--|---------|
| 유한<br>킴벌리<br>규정 | <b>반부패</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>행동규범 제 2장 [선물 접대기준 명시]</li> <li>행동규범 제 2장 [공직자에 대한 금품 수여 금지]</li> <li>취업규칙 제 11조 [금지사항] 거래처로부터 사례, 중여, 향연 등 행위 금지</li> <li>공정거래 자율준수 매뉴얼 제 2절 [회사 업무별 유의사항] 및 제 4절 [실무적용 체크리스트]</li> </ul> |         |
| 2013년<br>성과     | <ul style="list-style-type: none"> <li>전 사원대상 행동규범 교육 실시</li> <li>반부패 교육 실시(온라인 별도 진행)</li> <li>공정거래 자율준수 교육 활성화</li> </ul>  | 18, 19p |

## 비전과 핵심가치

### 유한킴벌리의 미션과 비전

유한킴벌리의 미션이자 비전은 '더 나은 생활을 향한 믿음-유한킴벌리'입니다. 2010년 10월 2020년까지의 비전을 발표했으며, 초일류 생활혁신기업이 된다는 경영목표를 설정했습니다. 2013년 비전 2020에 연계된 부문별 비전을 명확하게 하기 위해 각 부문의 비전을 정립하고 전략 방향, 실행 로드맵을 마련하는 프로젝트를 진행했습니다. 전사적 차원에서의 협력을 이끌어내어 비전 2020을 달성하기 위해 2013년 협업 강화 조직제도\*를 도입했으며 이를 통해 조직의 유연성을 향상시키고 효율성을 확보하게 되었습니다. 또한 5대 전략방향과 3대 핵심가치를 기반으로 조직을 구성하여 경영목표를 달성해 나가고 있습니다.

\* 협업 강화 조직제도 팀 내, 팀 간, 본부 간 협업을 강화하기 위해 유한킴벌리가 새롭게 도입한 '팀 없는' 조직 체계로 보다 자세한 사항은 하단의 [Special Story]를 참고하시기 바랍니다.

유한킴벌리 비전 2020

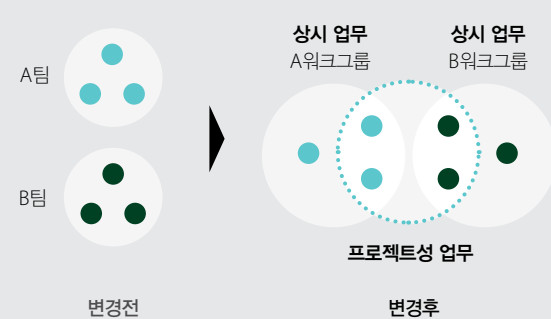


### SPECIAL STORY

#### 조직문화 혁신, 협업 강화 조직 도입

유한킴벌리는 협업 강화 및 인적 역량 활용 극대화를 위해 2013년 11월 협업 강화 조직제도를 도입했습니다. 이에 따라 기존 '팀'의 명칭은 공통 업무의 수행 집합체를 의미하는 '워크그룹'으로 전환되었으며, 상시 업무와 프로젝트성 업무를 병행하여 근무하고 있습니다. 부문 및 본부 간 유기적 협업이 가능하게 되어 조직의 효율성을 제고하고, 신규사업의 추진 등을 위해 인력을 유용하게 활용할 수 있게 되었습니다.

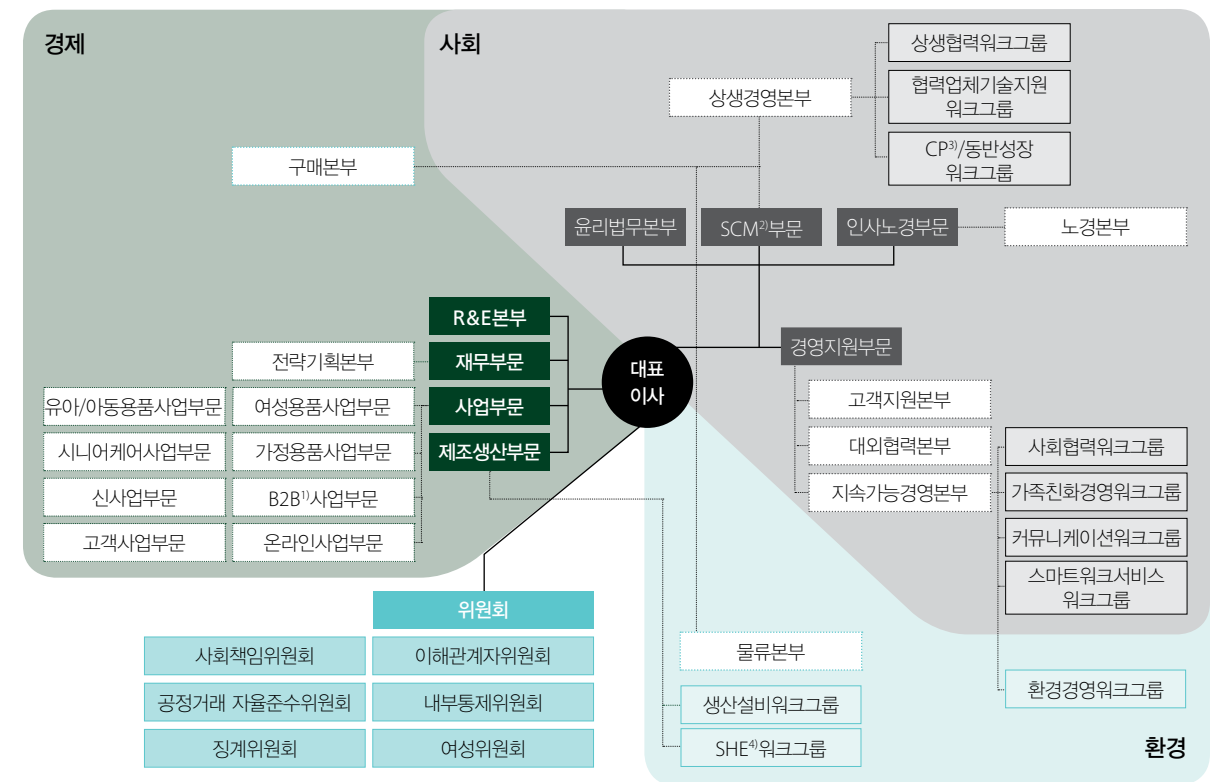
#### 조직체계 변경



## 사회책임경영 조직과 사업

유한킴벌리는 사회책임경영을 위해 별도의 전담조직인 지속가능경영본부를 운영하고 있습니다. 지속가능경영본부는 사회적·환경적 영역을 담당하는 사회협력, 환경경영, 가족친화경영, 커뮤니케이션, 스마트워크서비스워크그룹으로 구성되어 있으며, 별도로 다양성과 포용을 다루는 최고책임자를 둬으로써 유한킴벌리 사회책임경영의 의지를 명확히 하고 있습니다. 경제적 영역에는 유아·아동용품, 여성용품, 시니어케어, 가정용품, B2B사업, 고객사업, 온라인사업, 제조생산, 공급망관리(SCM)부문이 있으며, 이를 지원하는 경영지원, 인사노경, 재무부문 등이 유기적으로 결합되어 있습니다.

사회책임경영 조직도(2014년 5월 기준)



\* 1) B2B(Business to Business) 기업, 공공서 대상으로 서비스나 물품을 판매하는 사업입니다. 산업위생용품과 산업안전용품, 병원위생용품, 부직포 제품이 해당됩니다.  
2) SCM(Supply Chain Management) 공급망 관리

3) CP(Compliance Program) 공정거래 자율준수 프로그램  
4) SHE(Safety, Hygiene & Environment) 안전·보건·환경

### 사회책임경영 신생조직

비전을 달성함과 동시에 사회책임경영 활동을 강화시키기 위해 관련 조직을 신설했습니다. 특히 2013년 협업 강화 조직이 도입되면서 프로젝트성 업무를 위한 워크그룹이 신설되어 조직의 유연성과 효율성을 강화했습니다.

사회책임경영 신생조직 현황(2011~2014년)

| 구분    | 2011년                                      | 2012년                              | 2013년                           | 2014년                 |
|-------|--|------------------------------------|---------------------------------|-----------------------|
| 상설조직* | 신성장사업부문, 가족친화경영팀, 전략기획본부, Neway 3.0본부, CI팀 | 윤리경영본부, 협력업체기술지원팀, 비전추진팀, 디지털 마케팅팀 | 온라인 사업부문, CP/동반성장팀, 디자인팀, 이커머스팀 | 스마트워크서비스워크그룹, CSV사무국* |
| 유연조직* | 다양성관리최고책임자(CDO)*, 스마트워크 TFT, 여성위원회         | 사회책임위원회, 위기예방협의회                   | 잠재위기 TFT                        | 여성위원회(K-WIN)          |

\* 상설조직과 유연조직 부문, 본부, 상시 워크그룹 등 상설조직과 특정 목적을 위해 마련된 위원회, 협의회, TFT 등 유연조직으로 구성되어 있습니다.

\* 다양성관리최고책임자(CDO, Chief Diversity Officer) 포용성 높은 조직으로 개선시키고, 다양한 인재가 성과에 몰입할 수 있는 업무 환경을 조성하는 등의 역할을 수행합니다.

\* CSV사무국 유한킴벌리만의 CSV모델이 시니어 사업에 적용됨에 따라 임시 조직이던 CSV TFT가 상설조직인 CSV사무국으로 재조직되었습니다.



## 지배구조

### 2개사 | 유한킴벌리의 지배구조는 유한양행과 킴벌리클라크사로 구성되어 있습니다.

#### 지배구조 특징 A

유한킴벌리는 유한양행(30%)과 킴벌리클라크(70%)가 지분을 소유하고 있는 합작회사입니다. 2013년 말 기준 주식 총수는 4천만 주, 납입 자본금은 2천억원이며, 2013년 지배구조와 관련한 변동사항은 없었습니다. 유한킴벌리 이사회는 주주와 관련된 이해관계(투자, 이사회의 구성, 배분의 문제 등)를 논의하고, 이사회로부터 권한을 위임 받은 대표이사는 경제·사회·환경과 관련된 지속가능한 의제들을 수립하기 위해 별도의 위원회(이해관계자위원회 등)를 개최하여 내·외부 이해관계자의 의견을 청취해 합작회사가 가지는 지배구조상의 한계를 보완하고 있습니다.

#### 이사회 구성과 보상 A

이사회는 법령이나 정관에 규정된 사항과 사업운영상의 주요 사항을 의결합니다. 이사회의 구성은 주주총회를 통해 결정됩니다. 이사회는 주식회사에 관한 대한민국 상법 규정을 따르고 있습니다. 이사회는 총 8인(이사 7인, 감사 1인)으로 구성되어 있으며, 2013년 최초로 여성이사를 선임하여 다양성 측면을 보강했습니다. 주주 승인이 필요한 주요 투자나 신규사업 진출 등은 과반수 이상의 동의가 필요하며, 안건에 대해 특별한 이해관계를 가진 이사는 정관에 의해 표결에 참가할 수 없습니다. 이사 및 감사의 보상액은 2013년 3월 주주총회에서 승인한 연간 보수한도액 35억원 내에서 기본연봉과 조직의 재무적·비재무적 경영성과에 따른 성과금을 종합해 지급합니다.

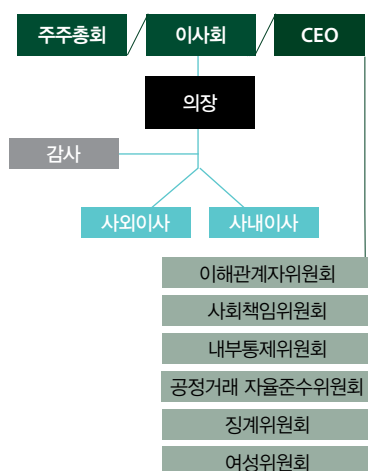
#### 이사회 개최 실적 A

2013년 총 4회의 주주총회 및 이사회를 개최했습니다. 주주총회에서는 영업보고서 및 재무제표에 대한 승인과 이사선임이 이루어졌으며, 선임된 이사는 향후 3년간 활동하게 됩니다.

주주총회와 이사회 개최 및 주요 안건

| 개최일자       | 구분     | 주요 의결 사항                          |
|------------|--------|-----------------------------------|
| 2013.01.24 | 이사회    | 재무제표 및 정기주주총회 안건심의, 내부회계관리제도 평가보고 |
| 2013.03.26 | 정기주주총회 | 영업보고서 및 재무제표 승인, 이사선임             |
| 2013.05.21 | 이사회    | 대표이사/이사회 의장선출, 이사의 업무검토           |
| 2013.11.06 | 이사회    | 중간배당 결정                           |
| 2014.01.21 | 이사회    | 재무제표 및 정기주주총회 안건심의, 내부회계관리제도 평가보고 |
| 2014.03.18 | 정기주주총회 | 영업보고서 및 재무제표 승인                   |

이사회 구성 및 주요 역할(2014년 4월 기준)



| 구분   | 성명                      | 직책                          |
|------|-------------------------|-----------------------------|
| 의장   | 토마스 제이 밀키 (T.J. Mielke) | 킴벌리클라크 최고감사책임자              |
| 대표이사 | 최규복                     | 대표이사, 유한킴벌리 사장              |
| 사내이사 | 로드니 지 올센 (R.G. Olsen)   | 대표이사, 킴벌리클라크 인터내셔널그룹 재무 부사장 |
| 사내이사 | 왕웡호* (Wong Weng Ho)     | 킴벌리클라크 아태지역 수석법률자문          |
| 사내이사 | 임영화                     | 제조생산부문장                     |
| 사내이사 | 최승균                     | 가정용품 사업부문장                  |
| 사외이사 | 최병선                     |                             |
| 감사   | 서백영                     |                             |

\* 2013년 최초로 여성이사가 선임되었습니다.

### 유한킴벌리 최고 의사결정기구에서는 어떻게 사회책임경영을 검토하나?

유한킴벌리 전문경영인인 대표이사 사장은 이사회로부터 사업운영권한을 위임 받아 경제·사회·환경 분야별 목표 및 전략 등을 구축하고, 사회책임경영 조직을 통해 리스크를 검토하고 있습니다.

#### 사회책임경영의 최고 의사결정기구 - 비전리더십팀

사회책임경영을 위한 사내 최고 의사결정기구는 비전리더십팀입니다. CEO 및 부문장으로 구성되어 있으며, 경제·사회·환경 이슈에 대한 리스크 관리 및 성과평가를 위해 매월 1회의 정기회의와 필요시 비정기회의를 개최하고 있습니다. 2013년 최고 의사결정기구의 구성원인 CEO 및 각 부문장들의 성과평가 항목에는 매출, 영업이익, 현금순환주기, 브랜드 가치 등 경제적 성과와 더불어 역량향상 및 직무순환, 다양성, 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인 진화계획, 공정거래, 동반성장 등 사회성과와 온실가스 배출량 관리 등의 환경성과가 반영되었습니다. 기업의 경영에 심각한 문제를 초래할 가능성이 있는 불만사항 등은 비전리더십팀에 보고되며, 처벌이 필요한 문제 발생 시 징계위원회를 개최하고 있습니다. 2013년 비전리더십팀에 보고된 고충처리 사항은 1건 입니다.

#### 사회책임과 공헌의 최고 의결기구 - 사회책임위원회

책임과 공헌을 전략적으로 수행하기 위해 2012년부터 사회책임위원회를 운영했습니다. 사회책임위원회는 CEO를 위원장으로 경영지원부문장, 제조생산부문장, 사업부문장, 재무부문장, 지속가능경영본부장, 대외협력본부장, 사회협력워크리더, 가족친화경영워크리더 총 9명으로 구성되어 있습니다. 사회책임위원회에서는 유한킴벌리의 사회책임과 공헌 방향 및 원칙을 설정하고, 연간 예산배분과 세부 사업을 승인하며, 신규 프로그램의 방향을 검토하는 등 다양한 역할을 수행하고 있습니다. 분기별 정기위원회와 필요시 임시위원회가 개최됩니다. 2013년 사회책임위원회는 매 분기별 1회씩 연간 총 4회 개최되었습니다.

#### 준법을 위한 검토위원회 - 내부통제위원회와 공정거래 자율준수위원회

별도의 CEO 직속 기구로 사회책임위원회 외에도 내부통제위원회, 공정거래 자율준수위원회 등을 구성하여 경제·사회·환경별 성과를 관리하고 문제를 해결하기 위해 노력하고 있습니다.

#### 전문가로 구성된 사외위원회 - 이해관계자위원회 등 A

사회책임경영과 관련된 이해관계자의 시각을 반영하고자 상·하반기 각 1회씩 분야별 전문가로 구성된 이해관계자위원회를 개최하고 있습니다. 또한 경제·사회·환경 분야에 대해 다양한 이해관계자의 의견을 수렴하기 위한 이해관계자 조사를 2006년부터 연1회 실시하고 있으며, 조사 결과를 최고 의사결정기구에 보고하고 개선이 필요한 부분을 검토하여 경영활동에 반영하고 있습니다. 유한킴벌리 사회책임경영보고서는 발간 전 사회책임경영 보고 조직 차원에서 내부 검수가 이루어지며, 제3자 외부 검증을 통해 신뢰성을 확보하고 있습니다.

#### 최고 의사결정기구의 성과평가와 보수 정책

경제성 성과를 기반으로 주요 업무에 따라 사회적, 환경적 성과가 반영되어 최종 보수가 결정됩니다. 최고 의사결정기구의 성과평가는 구성원별 주요 업무 목표에 따라 상위 결정자에 의해 평가됩니다. 구성원별 연봉은 평가 결과에 따라 등급이 결정되며, 외부 컨설팅 기관으로부터 시장평균 임금에 대한 확인과 내부 인상률을 적용하여 최종적으로 결정됩니다. 2013년 최고 연봉자와 사원 모두 연간 보수가 감소했으며, 최고 연봉자의 감소폭이 사원의 감소폭보다 크게 나타나 최고 연봉자의 보수는 사원 평균보수의 8배\*입니다.

\* 2013년 과세대상 근로소득을 기준으로 최고 연봉자를 제외한 전 사원의 연간 평균보수 대비 최고 연봉자의 연간보수 배수로 산정하였음 (2012년 최고 연봉자의 보수는 사원 평균보수의 9배였음)

## 윤리경영

10년 유한킴벌리 최고경영자는  
10년째 사회와 윤리경영 서약을 해오고 있습니다.

### 윤리법무본부 조직 운영

유한킴벌리는 윤리경영을 기업 경영활동의 기초로 삼고 있습니다. 2012년 최고경영자 직속으로 윤리법무본부를 신설하고, 자율내부통제 전담 조직인 내부통제워크그룹과 더불어 내부통제위원회(최고경영자, 내부회계관리자, 워크리더로 구성), 자율준수실무위원회(부문별 내부통제 코디네이터 23명으로 구성)를 운영하고 있습니다. 윤리법무본부에서는 기업의 윤리경영을 강화시키기 위해 행동규범 준칙과 가이드라인을 만들어 전 사원에게 배포했으며, 윤리경영에 따른 행동규범 교육을 전 사원이 이수하도록 하고 있습니다.

#### 윤리법무본부 조직도

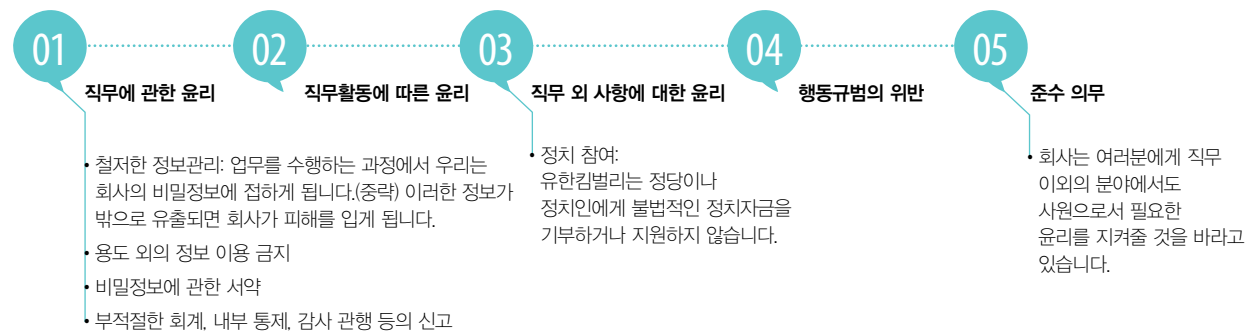


### 윤리강령

내부 윤리경영 인식도 확산을 위해 윤리경영에 기반한 행동규범을 마련하여 공유하고 있으며, 관련 교육을 통해 내재화를 위한 노력을 이어가고 있습니다.

**유한킴벌리  
행동규범**

기업윤리의 실현은 개인의 가치관과 조직 전체의 행동규범이 분명하게 세워지고 생활화될 때 가능합니다. 이를 위해 회사는 유한킴벌리의 규범과 관행을 정리하여 '유한킴벌리 사원들의 행동규범'을 마련했습니다.



### 사원대상 행동규범 교육 실시

2013년 영업, 회계, 신입사원을 대상으로 행동규범 온라인 교육을 실시했습니다. 매년 실시되는 행동규범 교육은 필수 교육으로 사원들이 일상생활에서 뇌물과 부패방지, 내·외부 정보보호, 성실한 납세, 공정거래 준수, 직장내 성희롱 예방, 인권 및 다양성 존중 등에 대해 판단 기준을 갖고 행동하도록 독려하고 있습니다.

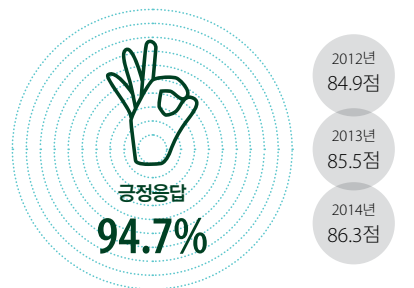
### 윤리경영 및 부패방지 교육 실시

윤리경영과 준법경영 노력의 일환으로 윤리경영 3대 핵심가치(예방, 감지, 조치)와 온라인을 통한 행동규범 교육을 실시하고 있습니다. 신입사원 교육, 윤리경영 및 준법 주간 행사, CEO 메시지 등을 통해 수시로 윤리경영을 강조하고, 전 사원을 대상으로 부패·뇌물수수방지를 위한 온라인 교육과 성희롱 예방교육도 진행했습니다.

### 윤리경영 인식도 조사

유한킴벌리는 매년 이해관계자 설문조사를 통해 사원들의 윤리경영 인식도를 조사하고 있습니다. 사원들의 윤리의식 강화를 위해 교육 및 캠페인을 실시한 결과 2012년 84.9점에서, 2013년 85.5점, 2014년 86.3점으로 상승하고 있습니다. 특히 2014년 진행된 이해관계자 설문조사 결과 '유한킴벌리는 윤리적 기업이다'라는 문항에 대해 설문에 참여한 전체 임직원의 94.7%가 긍정적으로 답변하여 기업의 윤리성에 대해 높은 신뢰를 가진 것으로 조사되었습니다. 유한킴벌리는 앞으로도 지속적인 반부패 캠페인과 교육 등을 통해 윤리경영 실천을 유도하고 윤리문화 확립을 통한 인식 개선을 이어갈 예정입니다.

Q. 우리회사는 윤리적 기업인가?



### 행동규범 핫라인 신규 개설 및 운영

즉각적인 고충처리 접수 및 해결을 위해 2013년 5월 행동규범 핫라인을 개설했습니다. 핫라인 접수\*는 독립성을 위해 외부기관에서 진행하고 있습니다. 사이버 신문고 제도 등을 통해 윤리와 관련된 사안이 접수되는 경우 검토를 통해 징계위원회가 소집됩니다.

\* 핫라인 접수처는 킴벌리클라우드에서 통합 운영하며, 24시간 접수 가능합니다. (연락처: 00798-1-1-008-3594)

### 부패사건에 대한 조치

부패행위에 대한 행동규범을 마련하고 있으며, 위반시 징계위원회를 소집하여 대응하고 있습니다. 징계위원회는 인사담당임원, 인사기획워크리더 및 위원장이 위촉하는 임원 또는 워크리더 등 5인으로 구성되며, 징계사유 및 심의기준에 따라 징계 수위를 결정하고 집행합니다. 2013년 징계위원회를 통해 총 11인이 정직 또는 출근정지 처분을 받았으나, 해외부패방지법(Foreign Corrupt Practices Act)\* 위반으로 처리된 사건은 없었습니다.

\* **해외부패방지법(FCPA)** 1977년 뇌물제공금지 규정과 회계관련 규정으로 구성된 미국 연방법으로 부패를 방지하고 합법적이며 공정한 거래를 확립하고자 제정되었으며, 미국회사의 해외 합작회사인 유한킴벌리에도 적용됩니다.

### 공정거래 자율준수 프로그램 도입과 교육

2012년 1월 투명하고 윤리적인 거래를 위하여 공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program, CP)을 도입하고 업무에 활용하고 있습니다. 공정거래 자율준수 프로그램은 기업 스스로 공정거래질서를 준수함으로써 법 위반으로부터 사원을 보호하여 회사손해를 방지하고, 발생가능한 담합 또는 불공정 거래행위 등을 사전에 차단하는 장치입니다. 공정거래 자율준수를 위해 영업 및 영업지원부서와 구매본부 담당자 등을 대상으로 공정거래 외부교육을 진행하고, 사원을 대상으로 불공정거래 행위 유형 및 기준에 대한 집합 교육을 실시했습니다. 2013년 공정거래법 위반으로 인한 제재 건수는 없었습니다.



SPECIAL PAGE 이해관계자 참여를 통한 사회책임경영의 실현, 이해관계자위원회

# Since 2010, 연2회 이해관계자위원회 개최

유한킴벌리는 2010년부터 사회책임경영에 대한 이해관계자의 다양한 의견을 수렴하여 경영활동에 반영하기 위해 각 분야 전문가를 중심으로 이해관계자위원회를 개최하고 있습니다. 매년 상·하반기 연2회 개최되는 이해관계자위원회는 CEO 및 부사장, 관련 워크리더들의 직접적인 참여에 의해 진행되며 2013년까지 총 8회 개최되었습니다.

역대 이해관계자위원회 개최 현황

• 주요 조언들 → 유한킴벌리의 대응

|   |   |
|---|---|
| <p><b>2010</b></p> <p>03.15<br/>1회</p> <p>유한킴벌리가 장수기업이 되기 위한 조건들은?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 역동성의 강화 및 적극적인 비전 준비</li> <li>• 사회책임활동의 지속</li> <li>• 다양성관리 필요</li> <li>• 위기에 대한 신속한 대처능력과 시스템의 강화</li> </ul> <p>→ 비전 2020 수립(2010년 10월)<br/>→ 다양성관리최고책임자(CDO) 선정(2011년)<br/>→ 상시 위기에방 역량강화(2011년)</p>      | <p>05.09<br/>5회</p> <p>유한킴벌리, 도전과 창의를 포용하다 I (기업문화 측면)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 도전과 창의를 장려하는 기업문화 마련</li> <li>• 커뮤니케이션 활성화</li> <li>• 도전과 창의를 내재화 및 단계적 접근</li> </ul> <p>→ 수평적 호칭제도 도입(2011년~)<br/>→ 스마트워크 도입(2011년~)<br/>→ 협업 강화 조직제도 도입(2013년)</p>                  |
| <p>11.22<br/>2회</p> <p>비전 2020으로 유한킴벌리의 10년을 그리다</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 비전 2020 공유 및 내재화</li> <li>• 저출산, 고령화 등 사회문제에 대한 솔루션 마련</li> <li>• 사업확장을 위한 전략 마련 필요</li> </ul> <p>→ 비전로드쇼 개최(2011년)<br/>→ 시니어 사업 육성 및 인식전환 캠페인 전개(2012년)<br/>→ 유니레버와 전략적 제휴 체결(2010년)</p>                                     | <p>10.29<br/>6회</p> <p>유한킴벌리, 도전과 창의를 포용하다 II (비즈니스 측면)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 외부변화에 대응하기 위한 기존사업 강화</li> <li>• 핵심역량을 바탕으로 신규사업 진출</li> <li>• 사회공헌활동에 공유가치 추가</li> </ul> <p>→ 온라인사업부문 신설(2013년)<br/>→ 시니어 사업 육성(2012년~)<br/>→ 공유가치창출 모델 구축(2012년~)</p>              |
| <p>05.17<br/>3회</p> <p>2011</p> <p>유한킴벌리의 책임과 공헌, 보다 더 진화 발전하다 - 우리강산 푸르게 푸르게</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 우리강산 푸르게 푸르게 발전 전략 개발</li> <li>• 책임과 공헌에 대한 사원몰입도 향상 필요</li> <li>• 지속가능한 소비에 대한 대응전략 마련</li> </ul> <p>→ 우리강산 푸르게 푸르게 새 비전 수립(2012년~)<br/>→ 비전매뉴얼 제작·배포(2013년)<br/>→ 지속가능한 제품 정의 및 관리(2013년~)</p> | <p>06.18<br/>7회</p> <p>유한킴벌리 비전 2020 실현과 혁신 이미지 구축</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• '혁신' 문화 구축 및 발상의 전환</li> <li>• 끊임없는 연구개발 및 투자 노력</li> <li>• 고객 요구에 기반한 제품 개발과 마케팅 혁신</li> </ul> <p>→ 글로벌 인재육성(~계속)<br/>→ 이노베이션센터 역할 강화 및 시설 투자 지속(2013년)<br/>→ 고객 의견을 수렴한 신제품 개발(~계속)</p> |
| <p>10.05<br/>4회</p> <p>유한킴벌리의 가족친화경영, 건강한 가족의 삶을 위해 발전하다</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 가족친화경영의 사회적 확산</li> <li>• 남성의 가족친화제도 마련</li> <li>• 삶의 다양성 지원 프로그램 마련</li> </ul> <p>→ 가족친화경영 사례 전파(2011년~)<br/>→ 아버지친화학교 실시(2012년~)<br/>→ 가족친화경영 제도 강화(2013년~)</p>   | <p>12.18<br/>8회</p> <p>저성장 시대의 유한킴벌리 성장 전략</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 양극화 트렌드에 따른 양손잡이 전략 모색</li> <li>• 차별적이고 혁신적인 제품의 지속적 개발</li> <li>• 혁신적 비즈니스 모델의 구축</li> </ul> <p>→ 혁신적 제품을 위한 신기술 개발(~계속)<br/>→ 공유가치창출 모델을 기반으로 시니어 사업 강화(2012년~)</p>                             |

유한킴벌리는 경영활동에 이해관계자 의견을 적극적으로 수렴하고 있는가?

YES, 이해관계자위원회를 통해 수렴된 핵심 사안들을 경영활동에 반영하고 있습니다.

공급망으로의 사회책임경영 확산

이해관계자가 기대하는 사회적 책임을 완수하기 위해 끊임없는 노력을 이어가고 있습니다. 높아진 기대에 부응하기 위해 비전 2020을 마련하여 사회책임을 기업문화로 내재화시켰습니다. 더불어 공급망으로 사회책임경영을 확산시키기 위해 주요 실천 사례를 외부로 전파하고, 협력회사의 사회책임경영 수준 향상을 위해 노력하고 있습니다. (p.45)

시니어 사업의 전략적 육성과 온라인 시장 확대

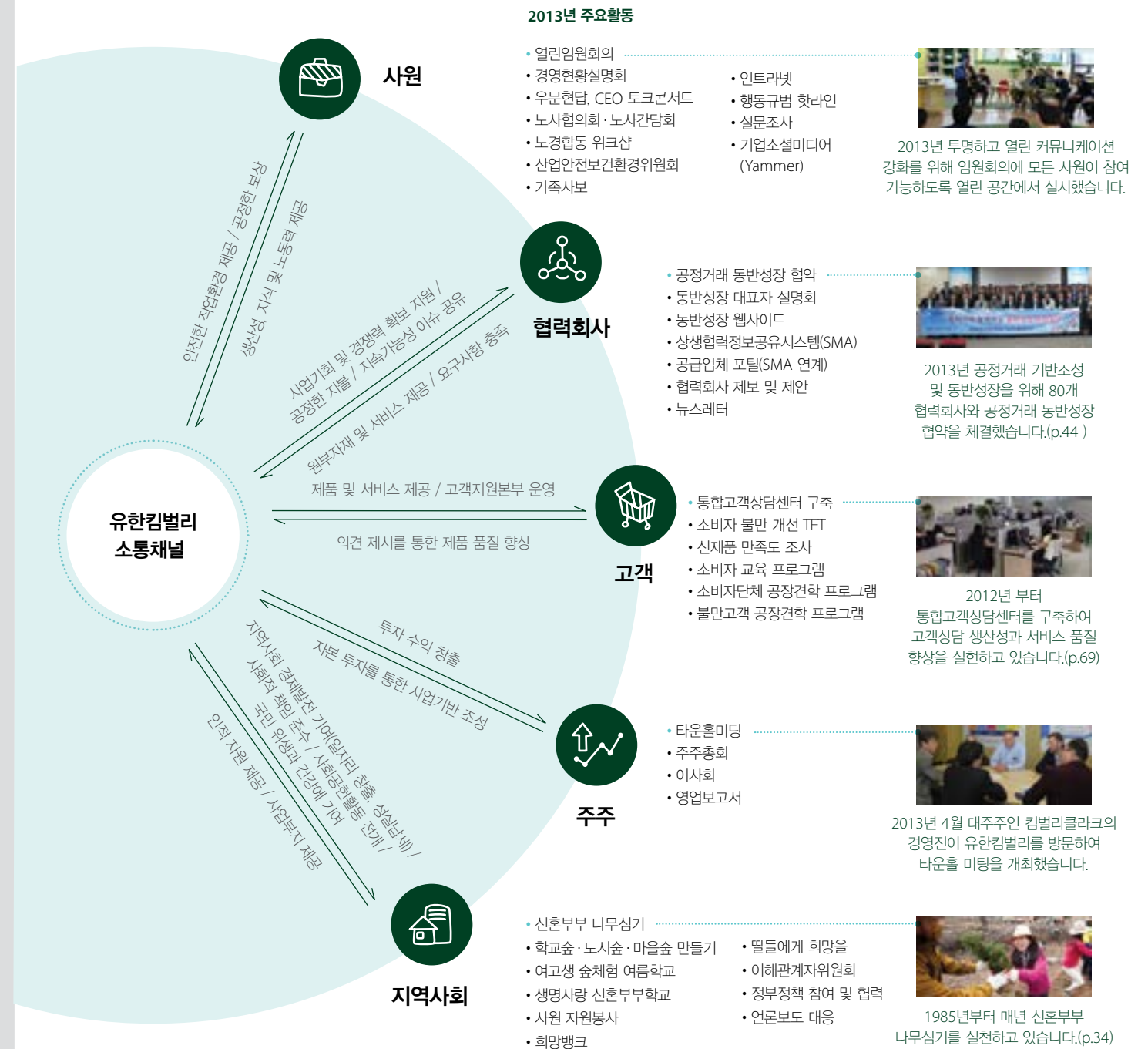
저성장 기조와 심화되는 경쟁 속에서 성장을 위한 발판 마련에 고심하고 있습니다. 빠른 고령화 사회로의 진입에 대응하기 위해 시니어 사업을 전략적으로 육성시키고, 온라인사업부문을 신설하여 온라인 시장을 선점해 나가고 있습니다. (p.51, 53~54)

## 이해관계자와의 열린 소통

38개 유한킴벌리는 38개 채널을 통해 이해관계자와 소통하고 있습니다.

이해관계자 커뮤니케이션 채널 **A**

사원, 협력회사(상류·하류), 고객, 지역사회, 주주를 주요 이해관계자로 정의하고, 이해관계자별 특성을 고려한 커뮤니케이션 채널을 구축하여 의견을 수렴하고 있습니다. 이해관계자의 의견을 다각적으로 수렴하기 위해 2006년부터 매년 사원, 협력회사, 고객, 지역사회를 대상으로 이해관계자 설문조사를 진행하고 있으며, 도출된 결과를 중대이슈 선정에 활용하고 있습니다.

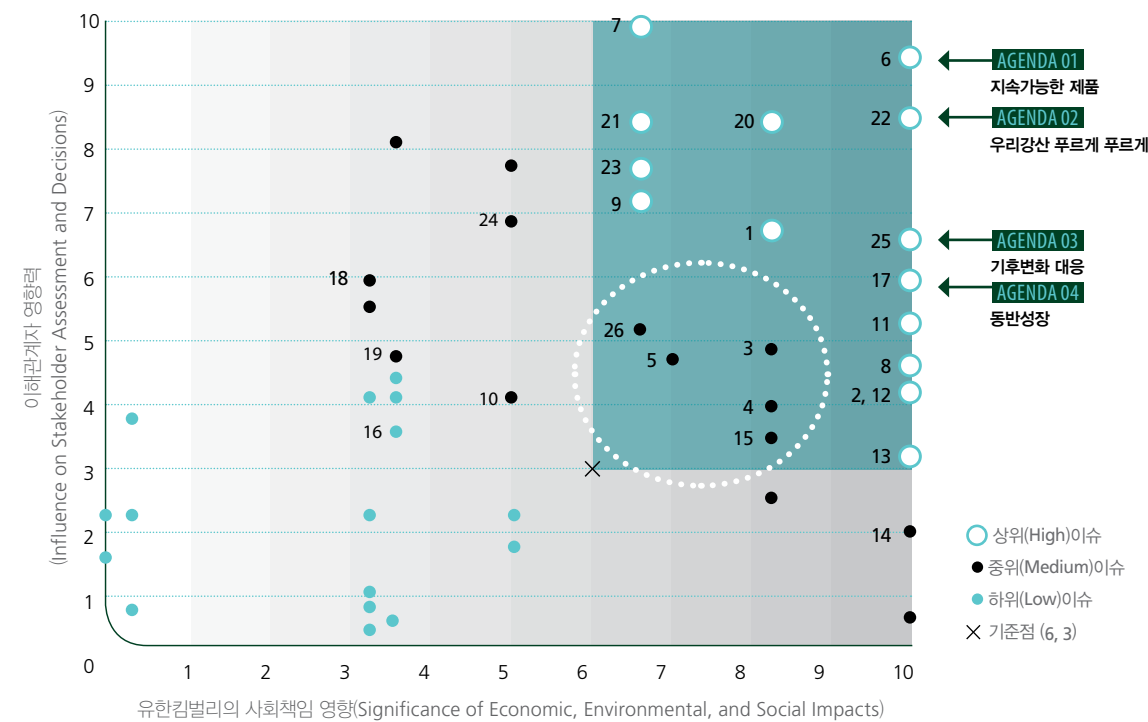




## 2014년 유한킴벌리 중대이슈 선정 A

### 26개 중대이슈 | 사회책임 영향과 이해관계자 영향력이 가장 높은 것은 '지속가능한 제품 및 브랜드'

유한킴벌리는 기업 내·외부 이해관계자의 의견을 수렴하여 중대성 평가(Materiality Test™)를 실시하고, 평가 결과를 바탕으로 선정된 중대이슈를 중심으로 보고하고 있습니다. 특히 다양한 이해관계자의 관점을 반영하기 위해 2013년부터 사원, 협력회사(상류/하류), 고객, 지역사회 등 전체 이해관계자를 대상으로 실시한 설문조사 결과를 반영하여 중대이슈를 도출하고 있습니다. 2014년 중대이슈는 중대성 평가 및 360° 이해관계자 설문조사 결과를 종합하여 선정했습니다. 중대성 평가 결과 도출된 상위이슈와 함께 추가적으로 관리이슈를 선정하여 보고하고 있으며, 관리이슈는 두 가지 기준을 통해 선정되었습니다. 첫째, GRI G4 가이드라인에 따라 기준점\* 개념을 도입하여 2014년 기준점으로 지정된 (6,3)\*보다 상위에 위치한 중위이슈 5개와 둘째, 이해관계자별 중대이슈 중 상위 이슈에 포함되지 않은 6개 이슈가 관리이슈로 선정되었습니다.



|    |                   |         |          |                           |         |          |                       |         |
|----|-------------------|---------|----------|---------------------------|---------|----------|-----------------------|---------|
| 일반 | 1. 경영진리더십         | p.8~12  | 임직원      | 11. 가족친화경영                | p.61~63 | 고객       | 20. 제품 책임 및 제품 안전성 확보 | p.67    |
|    | 2. 이해관계자 커뮤니케이션   | p.20~21 |          | 12. 스마트워크                 | p.64    |          | 21. 고객만족경영            | p.69~70 |
|    | 3. 장수기업           | p.24    |          | 13. 도전적·창의적<br>조직문화 기반 확립 | p.14    |          |                       |         |
|    | 4. 윤리경영 및 법규준수    | p.18~19 |          | 14. 사내커뮤니케이션              | p.59    |          | 22. 우리강산 푸르게 푸르게      | p.31~36 |
|    | 5. 리스크관리          | p.23    |          | 15. 개인 성과향상 및 능력개발        | p.60    |          | 23. 사회공헌활동 일반         | p.71~72 |
| 경제 | 6. 지속가능한 제품 및 브랜드 | p.26~30 | 협력<br>회사 | 16. 공정한 보상체계              | p.59    | 지역<br>사회 | 24. 지역밀착형 경영          | p.71    |
|    | 7. 혁신적 제품 개발      | p.51    |          | 17. 협력회사 상생활동             | p.42~46 |          |                       |         |
|    | 8. 시니어 사업         | p.53~54 |          | 18. 협력업체 지원               | p.65~66 |          | 25. 기후변화 대응           | p.37~41 |
|    | 9. 재무실적           | p.49~50 |          | 19. 공정한 협력회사 선정           | p.65    |          | 26. 효율적 자원 사용         | p.76    |
|    | 10. 신시장개척         | p.51    |          |                           |         |          |                       |         |

\* 기준점(Threshold) GRI G4 가이드라인에 따라 기업의 사회책임 영향(Significance of Economic, Environmental, and Social Impacts)과 이해관계자 영향력(Influence on Stakeholder Assessment and Decisions)에 대한 기준점을 지정하고, 중대성 평가 결과 상위이슈가 아니더라도 기준점보다 위에 위치하는 이슈를 관리이슈로 선정하여 보고하고 있습니다.

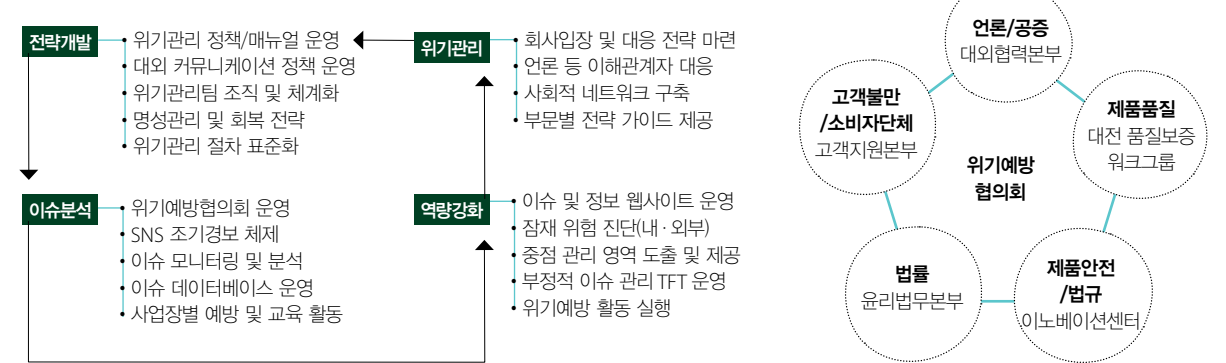
\* 유한킴벌리는 기준점 선정에 있어 이해관계자의 의견을 보다 폭넓게 수용하기 위해 기업 내부 기준보다 이해관계자 기준을 낮게 선정하고, 지난해 기준 (8,4) 보다 낮은 (6,3)을 기준점으로 채택함으로써 보고 이슈의 폭을 확대했습니다.

중대이슈 선정 프로세스에 대한 자세한 사항은 p.82 '중대이슈 도출 과정'을 참고하시기 바랍니다.

## 위기관리

### 21개 | 유한킴벌리는 25개 위기 유형별 21개의 중점항목을 도출하여 관리하고 있습니다.

#### 위기관리 프로세스



#### 위기에반사이트 런칭 - 상시 위기에반 역량강화 A

유한킴벌리는 2014년 3월 선제적 위기에반 역량강화를 위해 위기에반사이트를 오픈했습니다. 해당 사이트에는 위기에반을 위한 다양한 정보 외에 위기관리매뉴얼, 위기사 대처방법, 위기에반활동의 지식화, 안전성·품질 입증자료 등 상시적인 위기에반교육 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 이를 통해 위기에반의식 고취 및 전사적 위기에반 역량을 강화하고 만약의 이슈·위기에 효과적으로 대응할 수 있도록 선제적 위기에반활동의 구심점 역할을 하고 있습니다.

#### 위기에반협의회 운영 강화 A

사회적 현안과 트렌드에 대한 선제적 대처를 통해 전사적 위기에반 역량을 강화하고 리스크를 최소화 하기 위해 관련 부문의 사내 전문가로 구성된 위기에반협의회를 2012년부터 운영해 왔습니다. 현안 및 정보를 신속히 공유·분석하여 선제적인 위기에반 활동과 연계해 왔습니다. 제품안전, 품질, 고객 불만, 법제 등 다양한 분야에 대한 사전점검을 시행했으며, 주요 이슈의 경우 경영진에 보고하고 있습니다. 2014년부터 제품과 관련한 선제적 대처에 집중하기 위해 관심 분야를 제품안전, 품질, 소비자, 법률, 언론 등 8개 부문으로 재편하고, 이노베이션센터장과 윤리법무본부장이 참여하는 조직으로 강화하여 통합적 위기에반을 위한 핵심 프로그램을 운영해 오고 있습니다.

#### 잠재 위험의 진단 및 지속적인 개선활동 A

잠재 위험요인 진단을 위해 2014년 1월 위기관리 관련자를 대상으로 제품, 프로세스, 사람, 기업 분야 25개 위기 유형별로 심각성과 발생가능성 평가를 시행했습니다. 이를 위기관리 매뉴얼에 반영하여 제품 이물질, 원료 안전성 등 21개의 중점 관리 항목을 도출하여 전사원과 공유했습니다.

#### 리스크 대쉬 보드 도입 및 운영

잠재 위험을 체계적으로 관리하고, 선제적이고 일관성 있는 위기에반활동을 추진하기 위해 2013년 7월 리스크 대쉬 보드를 도입·운영하고 있습니다. 리스크 대쉬 보드는 12개 중점 위기에반 유형을 매 분기마다 위기에반협의회에서 잠재 위험 추이를 평가하고 중장기 관리방안을 도출하여 경영진 및 전사원과 공유하고 있습니다.

SPECIAL PAGE 유한킴벌리와 장수기업

3,072

명 이해관계자 조사 참여

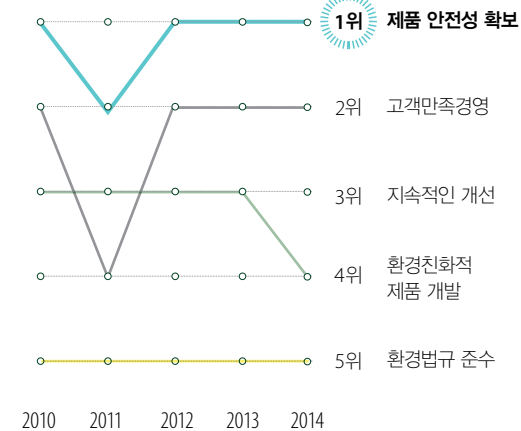
장수기업이 되기 위한 최우선 순위는  
'제품 안전성 확보' **A**

**2014.03 ~ 04. 3,072명 참여** | 유한킴벌리는 이해관계자인 사원, 고객, 협력회사, 지역사회를 대상으로 조사를 진행하고 장수기업이 되기 위한 항목을 점검하여 기업경영 전반에 반영하고 있습니다. 2014년 설문조사는 장수기업 필요 항목, 현재 경영활동 및 성과 평가를 함께 비교했습니다. 2014년 설문조사 결과 사원은 경영진 리더십을, 고객과 협력회사, 지역사회는 제품 안전성 확보를 최우선 순위로 응답했습니다. 모든 이해관계자 응답에서 제품 안전성 확보가 핵심 요소로 도출되어 보다 안전한 제품을 제공할 수 있도록 노력해 나갈 예정입니다. 본 조사는 2006년부터 매년 실시하고 있습니다.

| 구분   | 2010년            | 2011년         | 2012년         | 2013년         | 2014년       |
|------|------------------|---------------|---------------|---------------|-------------|
| 사원   | 1위 고객만족 경영       | 경영진 리더십       | 경영진 리더십       | 경영진 리더십       | 경영진 리더십     |
|      | 2위 제품 안전성 확보     | 제품 안전성 확보     | 제품 안전성 확보     | 신제품(신규 사업) 개발 | 제품 안전성 확보   |
|      | 3위 경영진 리더십       | 고객만족 경영       | 고객만족 경영       | 신시장 개척        | 신시장 개척      |
|      | 4위 신시장 개척        | 윤리·투명 경영      | 제품 연구 개발 혁신   | 제품 안전성 확보     | 신제품 개발      |
|      | 5위 신제품(신규 사업) 개발 | 제품 연구 개발 혁신   | 신제품(신규 사업) 개발 | 제품 연구 개발 혁신   | 제품 혁신       |
| 고객   | 1위 제품 안전성 확보     | 사회공헌 활동       | 제품 안전성 확보     | 제품 안전성 확보     | 제품 안전성 확보   |
|      | 2위 고객만족 경영       | 제품 안전성 확보     | 고객만족 경영       | 고객만족 경영       | 고객만족 경영     |
|      | 3위 환경친화적 제품 개발   | 환경친화적 제품 개발   | 환경친화적 제품 개발   | 환경친화적 제품 개발   | 지속적인 개선     |
|      | 4위 생명 및 아동 존중 문화 | 고객만족 경영       | 윤리경영·투명경영     | 윤리경영·투명경영     | 환경친화적 제품 개발 |
|      | 5위 환경법규 준수       | 환경법규 준수       | 환경법규 준수       | 환경법규 준수       | 환경법규 준수     |
| 협력회사 | 1위 제품 안전성 확보     | 고객만족 경영       | 제품 안전성 확보     | 고객만족 경영       | 제품 안전성 확보   |
|      | 2위 고객만족 경영       | 제품 연구 개발 혁신   | 고객만족 경영       | 제품 안전성 확보     | 환경법규 준수     |
|      | 3위 연구개발 혁신       | 제품 안전성 확보     | 제품 연구 개발 혁신   | 신시장 개척        | 고객만족 경영     |
|      | 4위 윤리경영·투명경영     | 환경친화적 제품 개발   | 신제품(신규 사업) 개발 | 협력회사 상생활동     | 윤리경영·투명경영   |
|      | 5위 신제품(신규 사업) 개발 | 윤리경영·투명경영     | 협력회사 상생활동     | 제품 연구 개발 혁신   | 신제품 개발      |
| 지역사회 | 1위 윤리경영·투명경영     | 윤리경영·투명경영     | 윤리경영·투명경영     | 제품 안전성 확보     | 제품 안전성 확보   |
|      | 2위 환경친화적 제품 개발   | 제품 안전성 확보     | 고객만족 경영       | 윤리경영·투명경영     | 환경법규 준수     |
|      | 3위 제품 안전성 확보     | 고객만족 경영       | 제품 안전성 확보     | 경영진 리더십       | 사회책임 활동     |
|      | 4위 고객만족 경영       | 환경친화적 제품 개발   | 환경친화적 제품 개발   | 제품 연구 개발 혁신   | 신뢰 구축       |
|      | 5위 환경법규 준수       | 생명 및 아동 존중 문화 | 환경법규 준수       | 고객만족 경영       | 고객만족 경영     |

고객에게 가장 중요한 요소는 제품 안전성 확보

제품 안전성 확보는 고객에게 가장 중요한 요소로 평가되고 있으며, 고객만족경영과 환경친화적 제품 개발, 환경법규 준수도 꾸준히 중요하게 평가되고 있습니다. 2014년 이해관계자 조사에서는 제품에 대한 지속적인 개선이 장수기업을 위한 중요 요소로 부상했습니다.



|             | 2012년 | 2013년 | 2014년 |
|-------------|-------|-------|-------|
| 제품 안전성 확보   | 88.7  | 87.7  | 87.4  |
| 고객만족경영      | 87.6  | 86.2  | 86.4  |
| 지속적인 개선     | 78.9  | 78.5  | 85.8  |
| 환경친화적 제품 개발 | 86.0  | 85.3  | 85.5  |
| 환경법규 준수     | 84.8  | 84.5  | 85.5  |
| 윤리경영·투명경영   | 85.4  | 84.7  | 82.9  |

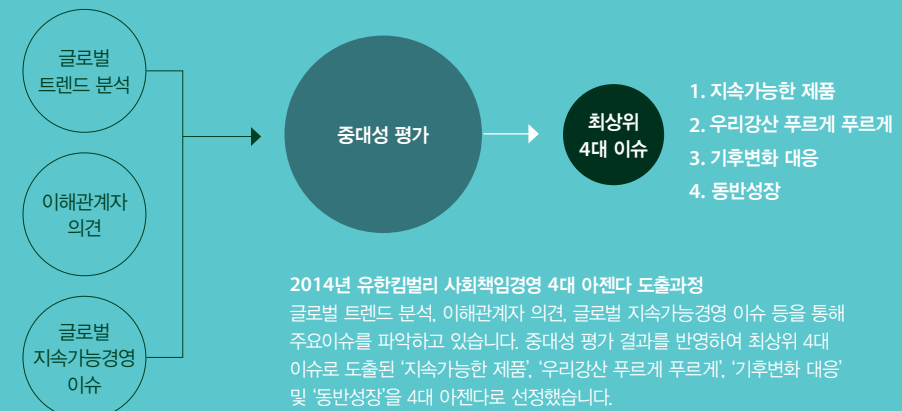
\* 이해관계자 설문조사는 전문가에 위탁하여 실시하고 있으며, 설문방법은 설문지 및 메일, 전화, 홈페이지 등을 통해 온·오프라인으로 진행합니다.

2

AGENDA 01 지속가능한 제품  
AGENDA 02 우리강산 푸르게 푸르게  
AGENDA 03 기후변화 대응  
AGENDA 04 동반성장

## 2014년 유한킴벌리 사회책임경영의 가장 중요한 의제들 4대 아젠다

유한킴벌리가 사회책임경영을 수행하는데  
가장 중요한 의제는 무엇일까요?  
2014년 4개의 아젠다가 도출되어  
이를 소개합니다.



바오밥 나무  
아프리카가 원산지인 바오밥 나무에는  
비타민C와 칼슘이 풍부한 열매와 피부를  
보호해주는 성분이 들어 있어 유한킴벌리  
제품에도 사용되고 있습니다.



AGENDA 01

유한킴벌리는  
어떻게  
지속가능한 제품을  
만들고 있나?

전체 매출액에서 지속가능한  
제품이 차지하는 비중

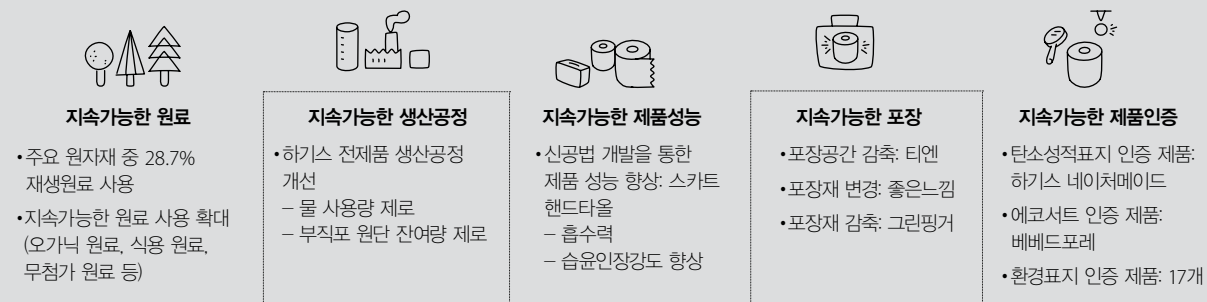
45%

DMA | 성과관리체계(DISCLOSURES ON MANAGEMENT APPROACH)

**유한킴벌리에서 지속가능한 제품은 왜 중요한가?** | 최근 지속가능한 제품에 대한 소비자의 니즈가 증가함에 따라 제품 단위에서의 지속가능성이 강조되고 있으며 국내외 지속가능경영 성과보고가 제품 단위의 성과보고로 전환되고 있습니다. 유한킴벌리는 생산과정에 따라 '원료-생산과정-제품성능-포장-제품인증'의 5단계로 구분하여 지속가능한 제품을 정의·관리하고 있습니다.

**유한킴벌리의 지속가능한 제품에 대한 접근법은 무엇인가?** | 유한킴벌리는 제품의 개발과정에서부터 환경과 사회에 대한 영향을 고려하고 있습니다. 지속가능한 제품은 제품의 원료에서부터 인증에 이르기까지 각 단계별 지속가능성을 평가하여 도출된 성과에 따라 선정됩니다. 유한킴벌리는 지속가능한 제품의 중요성을 인지하고 체계적인 제품 개발과 생산·관리를 위한 가이드라인을 마련하고 있으며, 지속가능한 제품 수와 매출액을 전체 제품 대비 비율을 바탕으로 관리하고 있습니다.

**2013년 주요 성과평가** | 전체 제품 대비 비율 및 매출액 비중 등 정량적인 목표를 수립하고, 지속가능한 제품에 대한 개발 및 관리 가이드라인을 마련하여 꾸준히 관리해 나갈 계획입니다.



5단계로 관리되는 지속가능한 제품들

유한킴벌리의 지속가능한 제품은 제품 생산과정에 따라 '원료-생산과정-제품성능-포장-제품인증'의 5단계로 나누어 관리됩니다. 각 단계별로 경제·사회·환경성 성과를 평가하여 지속가능한 제품을 구분하고 있습니다. 2013년 유한킴벌리의 지속가능한 제품은 총 6개 제품군, 26개 브랜드, 304개 제품입니다. 이는 전체 제품의 33%로 총 매출액의 45%가 지속가능한 제품을 통해 창출되고 있습니다.



\* 유한킴벌리의 지속가능한 제품은 전체 제품군에서 포장 단위가 다른 경우에도 동일한 제품으로 구분하여 제외하고 산정했습니다.





원료

## Q1. 지속가능한 원료를 사용하여 제품을 만드는가?

**A. YES,** 유한킴벌리는 지속가능성을 위해 제품 원료 개선에 노력하고 있습니다. 특히 자연유래 원료 등 인체에 무해하고, 환경친화적인 원료를 사용한 신제품을 출시함으로써 지속가능한 제품을 확대시켜 나가고 있습니다.

### 오가닉 원료 사용한 생리대, 좋은느낌 출시

유기농 제품에 대한 고객의 요구가 늘어감에 따라 점차적으로 오가닉 코튼 커버의 활용 범위를 넓혀나가고 있습니다. 2012년 오가닉 100% 코튼 커버를 사용한 생리대를 최초로 출시한 이래, 2013년 100% 자연순면커버 프리미엄 생리대인 좋은느낌을 출시했습니다. 또한 한방 생리대인 한초랑에도 오가닉 코튼커버를 적용하고, 흡수체에서 고분자 흡수물질\*을 제외한 천연소재 원료를 사용했습니다.

\* 고분자 흡수물질 아크릴산 중합체나 폴리비닐 알코올 등 화학성분으로 만들어진 흡수성 높은 물질



### 보존제 사용하지 않은 아기 물티슈, 순수한그루 출시

소비자가 더 안심하고 사용할 수 있도록 천연보습성분을 사용한 아기물티슈 순수한그루 무보존제 제품을 2013년 출시했습니다. 보존제가 사용되지 않음에 따라 유통기한은 통상 3년에서 1년으로 짧아졌지만, 유통기한에 구애받지 않고 사용할 수 있도록 제조일로부터 100일이 경과한 제품은 고객이 원할 경우 판매처에서 교환가능 하도록 '100일 안심' 프로그램을 운영하고 있습니다. 화학보존제 대신 천연보습성분(바질과 스타아니스의 구성성분)을 사용해 보존력을 보완했습니다.



생산  
공정

## Q2. 지속가능한 생산공정이 있는가?

**A. YES,** 김천, 대전, 충주에 위치한 유한킴벌리 생산공장들은 환경·보건·안전 통합시스템에 의해 운영되고 있습니다. 환경경영체제 인증인 ISO14001을 획득했고, 2013년 충주공장까지 포함되어 모든 생산 사업장이 녹색기업인증을 획득했습니다.

\* 지속가능한 제품 분류 기준에서 ISO14001, 녹색기업인증은 제외했습니다.

### 하비스, 생산공정 변경을 통한 성과 창출

유한킴벌리의 대표 기저귀 제품인 하비스는 2013년 하비스 프리미어, 보송보송, 네이처메이드의 기저귀 제품 생산공정을 변경했습니다. 이를 통해 제조 단계에서 발생하는 폐기물과 물사용량을 원천적으로 제거하는 성과를 창출했습니다. 기존 물을 사용하여 원단을 절단하던 공정을 기계적 방식으로 전환하여 물사용량을 제로화 하였으며, 부직포 원단 잔여량 제로 프로그램을 통해 연간 약 4억 7천만원을 절약할 수 있게 되었습니다.



제품  
성능

## Q3. 제품성능을 지속적으로 향상시키고 있는가?

**A. YES,** 제품성능 향상 및 신제품 개발을 위해 소비자의 불만사항을 분석하고, 신제품에 대해 사전 설문조사를 진행하고 있습니다. 이를 바탕으로 지속적인 연구개발을 통해 매년 신제품 및 개선 제품을 출시하고 있습니다.

### 신기술 도입을 통한 제품성능 개선 및 사용량 감소 유도, 크리넥스® 딱 한 장 타올

유한킴벌리는 신기술 도입을 통해 핸드타올 제품 성능을 개선시키기 위한 노력을 지속하고 있습니다. 특히 에어플렉스 타올\*은 기존 제품보다 습윤 인장강도와 흡수력이 뛰어난 핸드타올이며, 흡수력 개선으로 기존 핸드타올 대비 실제 사용량이 줄어들기 때문에 경제적인 제품입니다. 2015년 에어플렉스\* 타올의 생산설비를 김천공장에 설치하여 국내는 물론 해외 수출의 기회를 마련할 계획입니다.

\* 에어플렉스 타올 섬유조직 사이에 흡수주머니를 형성하여 흡수력을 향상시킴



포장 Q4. 포장 최소화 노력하고 있는가?



**A. YES,** 모든 제품의 포장 최소화 노력하고 있습니다. 지속가능한 제품의 확산을 위해 포장공간과 포장재 감축을 위한 연구·개발이 이루어지고 있습니다.

**포장에 대한 끊임없는 연구, 그린핑거**

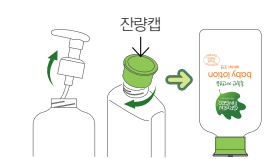
불필요한 제품 포장을 줄이기 위한 노력의 일환으로 단위제품에 대한 포장 제거 작업이 진행되고 있으며, 2014년 6월부터 적용·시행될 예정입니다. 이를 위해 포장 상자가 없어도 제품 라벨링이 가능한 구조로 용기 디자인을 변경했습니다.

소비자 피드백을 반영하여 2012년 10월부터 그린핑거 축축한 자연보습 제품 용기에 남아있는 로션을 모두 사용할 수 있도록 잔량캡을 제공하고 있습니다. 노력 결과 관련 소비자불만 건수가 2012년 67건에서 2014년 6건(5월 누적)으로 감소했습니다. 향후 제품 잔량을 기존 제품대비 약 10분의 1 수준으로 감소시킬 수 있는 지속가능한 포장으로 개발해 나갈 계획입니다.

포장제거를 위한 용기디자인 변경



잔량캡 사용법



제품 인증 Q5. 신뢰성 확보를 위해 지속적으로 제품 인증을 받고 있는가?



**A. YES,** 지속가능한 제품의 우수성에 대한 신뢰를 확보하기 위해 환경표지 인증(17건)을 비롯하여 에코서트 인증, 웰빙 인증 등 최종 제품에 대한 인증을 진행하고 있습니다.

**탄소성적표지 인증\*, 네이처메이드**

유한킴벌리는 2011년 국내 기저귀 제품 최초로 탄소성적표지 인증(7건)을 받았으며, 자연유래 원료를 활용하여 환경성을 개선하는 등 우수한 성과를 창출하고 있습니다. 현재 신제품에 대한 탄소성적표지 재인증을 진행하고 있으며, 2014년 8월 인증 완료를 목표로 하고 있습니다. 특히 이번 재인증 결과를 이전 결과와 비교·검토하여 향후 제품 개선에 있어 저탄소 성과를 창출하기 위한 기초 자료로 활용할 예정입니다.

\* 탄소성적표지 인증 제품의 생산 및 수송, 유통, 사용, 폐기 등의 과정에서 발생하는 온실가스 배출량을 제품에 표기하여 소비자에게 제공함으로써 저탄소 소비문화 확산에 기여하는데 목적이 있음



YK의 도전

**친환경 제품의 품질 향상**

지속가능한 제품 개발 확대를 목적으로 펄프와 같은 원자재의 대체재 연구 및 친환경(재생)원료 개발을 시도하고 있습니다. 재생원료는 상대적으로 원료 사용량이 증가하고 저효율 문제 등 환경과 경제적 측면에서 현실적으로 적용 타당성이 떨어지는 경우가 많습니다. 하지만 지속적인 개선 노력을 통해 가까운 미래에는 합리적 대안이 될 수 있을 것이라 생각합니다. 이에 유한킴벌리는 유관부문 및 협력회사와 함께 전과정 측면에서 환경성 평가를 진행하고, 재생원료를 사용한 원부자재의 품질을 증대시키는 등 지속가능한 제품 개발 노력을 이어가고자 합니다. **R&D본부 이노베이션센터장 김형범님**

AGENDA 02

사회책임과 공헌 위해  
우리강산 푸르게 푸르게가  
지속적으로  
진화해가고 있는가?

5천만 그루 나무 심고 가꾸기 달성률  
(2013년 12월말 기준)

97.9%

새로운 30년, 숲과 인간의 공존을 통한 더 나은 생활 구현

DMA | 성과관리체계(DISCLOSURES ON MANAGEMENT APPROACH)



**유한킴벌리에서 우리강산 푸르게 푸르게는 왜 중요한가?** | 1984년 시작된 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인은 유한킴벌리를 대표하는 사회공헌 프로그램이자 환경경영 캠페인입니다. 지구 온난화 및 환경파괴 등으로 인한 기후변화에 대응하기 위해 범 국가적, 정부적 차원에서의 움직임에 더하여 기업적, 개인적 차원에서의 실천이 이루어지고 있습니다. 캠페인이 시작된지 30년이 지나면서 우리강산 푸르게 푸르게는 더 이상 기업 차원에서의 사회공헌 활동이 아니라 개인적, 국가적 차원의 활동으로 성장하고 있습니다.



**유한킴벌리의 우리강산 푸르게 푸르게에 대한 접근법은 무엇인가?** | 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인 30주년을 맞아 새로운 비전과 목표를 수립했습니다. 1984년부터 2014년까지의 비전이 5천만 그루의 나무를 심고 가꾸는 양적인 추구였다면, 2014년 이후의 비전은 더 나은 생활을 위해 '공존'이라는 질적인 추구를 담고 있습니다. 이를 위해 그동안 유한킴벌리가 조성해왔던 학교숲 만들기, 도시숲 만들기의 연장선상에서 숲의 범위를 넓히고, 사람들의 참여를 통해 삶 속에서 녹지를 넓혀갈 예정입니다. 또한 다음세대를 이끌어갈 여성환경리더를 양성하고, 온라인 플랫폼과 미디어를 통해 사회가 숲의 가치에 더 많은 관심을 갖도록 알리고자 합니다.



**2013년 주요 성과평가** | 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인은 다양한 정량적 성과지표를 바탕으로 평가되고 있습니다. 특히 캠페인 30주년을 맞아 그동안의 성과에 대한 이해관계자의 의견을 수렴하고자 별도의 인지도 조사를 진행했으며, 2014년 이해관계자 설문조사에도 캠페인의 인지도와 영향력을 측정하기 위한 특별 문항을 구성하여 조사를 진행했습니다.



**새로운 비전**

- 숲과 인간의 공존 : 커가는 숲, 꿈꾸는 숲, 나누는 숲



**목표달성**

- 2014년 5천만 그루 나무 심고 가꾸기
  - 2013년 누적 4,895만 그루, 97.9% 달성



**이해관계자 평가**



- 우리강산 푸르게 푸르게 인지도 조사
  - 외부 이해관계자 2,074명 참여
  - 캠페인 호감도: 72.3%
  - 주요 프로그램 인지도: 31.4%
  - 프로그램 참여 의향: 58.9%



**주요 프로그램**

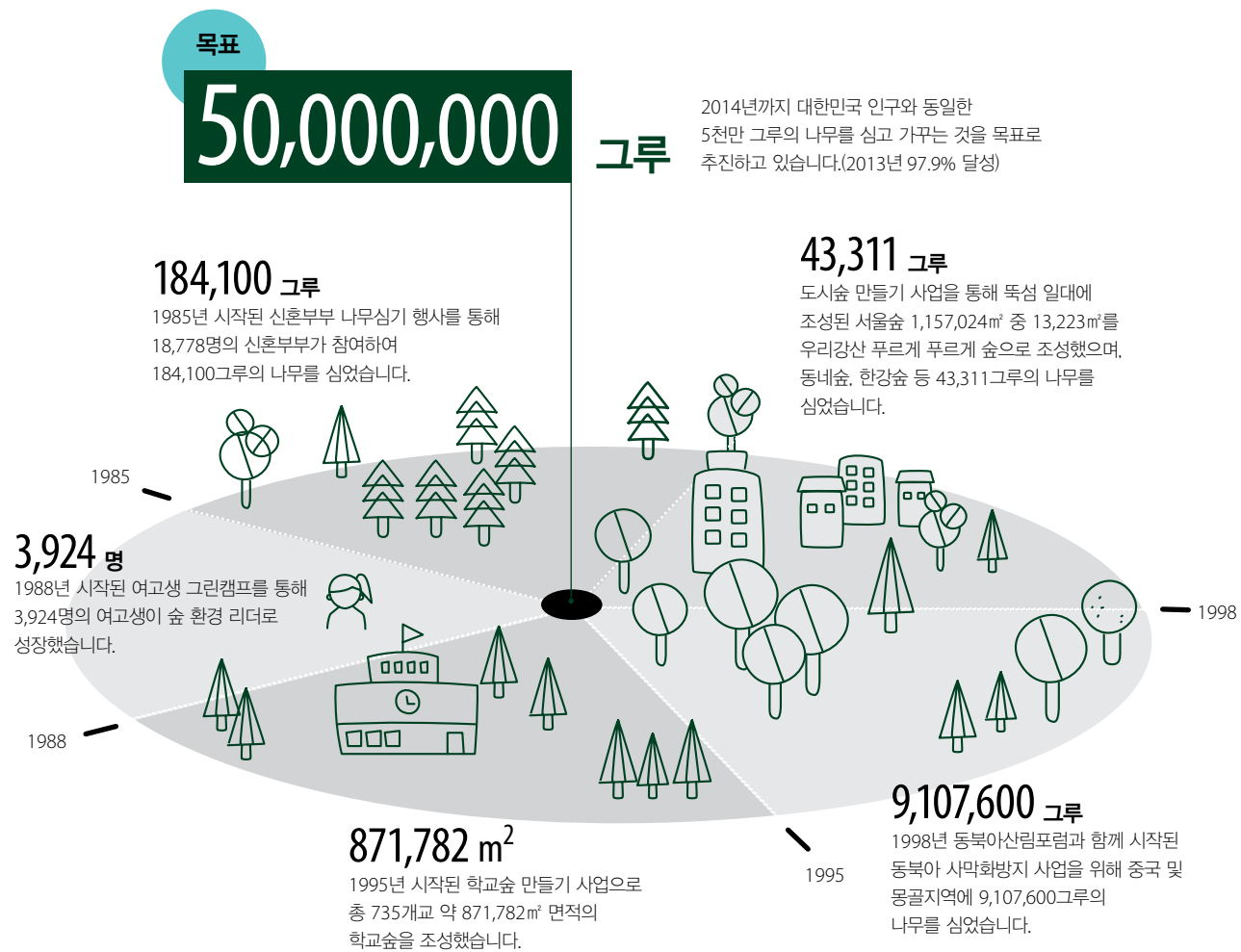
- 나무 심고 가꾸기: 국공유지 숲 가꾸기, 학교숲·도시숲·마을숲, 몽골 숲 조성 등
- 숲과 인간의 만남: 신혼부부 나무심기, 여고생 숲체험 여름학교 등
- 사내참여와 사회확산: 사원 자원봉사, 우리강산 푸르게 푸르게 광고 등



## SINCE 1984 숫자로 본 우리강산 푸르게 푸르게의 실적들

유한킴벌리는 1984년부터 국내 황폐화된 산림 복구의 중요성을 확인하고 이를 위해 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인을 전개하여, 나무를 심고 숲을 가꾸는 일을 시작했습니다. 지난 30년간 꾸준한 노력으로 산림복구는 물론 숲 환경에 대한 국민의 인식을 전환시키는 등 대한민국 대표적인 환경 캠페인으로 성장했습니다.

숫자로 본 우리강산 푸르게 푸르게



우리강산 푸르게 푸르게 주요 활동

| 나무 심고 가꾸기   | 숲과 인간의 만남  | 사내참여와 사회 확산   |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>국·공유지 나무심기(1984~)</li> <li>북한 황폐지 복구(1998~)</li> <li>학교숲 만들기(1999~)</li> <li>몽골 사막화방지 숲 조성(2000~)</li> <li>도시숲·마을숲 만들기(2003~)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>신혼부부 나무심기(1985~)</li> <li>여고생 숲체험 여름학교(1988~)</li> <li>환경총서 발간(2000~)</li> <li>아름다운 숲 발굴 및 보전(2000~)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>사원 자원봉사(1984~)</li> <li>파트너십(1984~)</li> <li>우리강산 푸르게 푸르게 광고(1984~)</li> </ul> |

### 나무 심고 가꾸기

#### 우리강산 푸르게 푸르게\_조림과 육림 실적(1984~2013년)

나무 심고 가꾸기 프로그램은 우리강산 푸르게 푸르게 30주년인 2014년까지 우리나라 인구와 동일한 5천만 그루의 나무를 심고 가꾸는 것을 목표로 추진되고 있습니다. 1984년부터 2013년까지 누적계 약 4천9백만 그루로 목표의 97.9%를 달성했으며, 2014년까지 계획대로 목표를 달성할 예정입니다.

**50,000,000 그루**

(단위: 그루)

| 구분   | 1984~2000년 | 2001년   | 2002년   | 2003년     | 2004년     | 2005년     | 2006년     |
|------|------------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 국내조림 | 5,013,157  | 137,507 | 52,785  | 408,897   | 315,863   | 196,676   | 295,224   |
| 북한조림 | 2,127,001  | 15,000  | 197,250 | 181,348   | 1,013,057 | 2,535,788 | 237,706   |
| 몽골조림 | 100        | 500     | 1,000   | 300,000   | 450,000   | 750,000   | 750,000   |
| 조림합계 | 7,140,258  | 153,007 | 251,035 | 890,245   | 1,778,920 | 3,482,464 | 1,282,930 |
| 국내육림 | 13,922,100 | 681,000 | 462,000 | 516,000   | 639,000   | 0         | 0         |
| 합계   | 21,062,358 | 834,007 | 713,035 | 1,406,245 | 2,417,920 | 3,482,464 | 1,282,930 |

| 구분   | 2007년   | 2008년     | 2009년     | 2010년     | 2011년     | 2012년     | 2013년     | 합계         |
|------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 국내조림 | 185,938 | 67,065    | 39,418    | 165,952   | 180,868   | 133,073   | 105,911   | 7,298,334  |
| 북한조림 | 6,000   | 6,000     | 6,540,000 | 0         | 0         | 0         | 0         | 12,859,150 |
| 몽골조림 | 750,000 | 1,050,000 | 960,000   | 1,024,000 | 1,024,000 | 1,024,000 | 1,024,000 | 9,107,600  |
| 조림합계 | 941,938 | 1,123,065 | 7,539,418 | 1,189,952 | 1,204,868 | 1,157,073 | 1,129,911 | 29,265,084 |
| 국내육림 | 0       | 0         | 0         | 750,240   | 776,427   | 928,600   | 1,009,500 | 19,684,867 |
| 합계   | 941,938 | 1,123,065 | 7,539,418 | 1,940,192 | 1,981,295 | 2,085,673 | 2,139,411 | 48,949,951 |

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

**43,311 그루**(2013년 누적기준)

### 한강숲 캠페인

유한킴벌리는 서울그린트러스트와 함께 한강의 자연성을 회복하고 시민이 직접 가꾸는 도시생태문화 조성을 위해 ‘우리강산 푸르게 푸르게 한강숲 캠페인’ 사업을 진행하고 있습니다. 2013년 11회의 프로그램에 1,250명이 참여하여 총 10,513주의 수목을 한강(여의도 지구)과 서울숲공원에 식재했습니다.

### 사막화 방지 위한 몽골 토진나르스 지역 조림

1999년 사단법인 ‘동북아산림포럼’과 함께 산림생태 황폐화 및 사막화를 방지하고자 몽골 조림사업을 시작했습니다. 2003년 소나무 천연림 지역이었던 몽골 토진나르스 지역이 산불과 과도한 벌채로 인해 훼손되고 사막화에 직면하게 되자 피해지역에 나무를 심어 환경개선과 더불어 경제적 편익을 제공하고 있습니다. 2003년부터 2013년까지 약 900만 그루의 나무가 심어졌으며, 앞으로도 지속적인 활동을 전개해 나갈 예정입니다.



## 숲과 인간의 만남을 위한 노력들

### 사회리더와 함께하는 신혼부부 나무심기

1985년 시작된 신혼부부 나무심기는 사회리더들과 신혼부부에게 직접 나무를 심고 자연을 접할 기회를 제공하여 숲의 중요성을 깨닫고 새로운 인생의 출발을 다짐하는 계기를 마련하고자 매년 식목일 경 개최됩니다. 2013년 신혼부부 나무심기 행사는 경기도 광주시 도척면 유정리에서 진행되었으며, 292쌍의 신혼부부와 사회리더 및 가족 31명, 유한킴벌리 사원 및 자원봉사자 92명 등 총 707명이 참석하여 6년생 잣나무 8,000그루를 식수했습니다.

### 여고생 숲체험 여름학교 개최 - 여성환경리더 양성

1988년 시작된 여고생 숲체험 여름학교는 청소년들이 숲과 자연환경의 소중함을 체험할 수 있도록 매년 여름 두 차례 개최됩니다. 2013년 진행된 41기, 42기 여고생 숲체험 여름학교는 경기도 양평군 산음리 국립산음자연휴양림 숲속수련관에서 진행되었습니다. 3박 4일에 걸쳐 총 136명의 여고생들이 참여했으며, ‘글로벌여성환경리더 양성’을 주제로 도전, 창의, 체험, 치유, 감성, 학습을 테마로 진행되었습니다. 특히 올해는 새로운 도약을 위해 체험 장소를 변경하고, 유엔협회세계연맹(WFUNA, World Federation of United Nations Associations)에서 진행하는 여성 글로벌 리더십 함양 프로그램을 신설했습니다. 본 프로그램은 환경부로부터 ‘우수 환경교육 프로그램’ 1호로 선정된 바 있습니다.

3,924 명 (2013년 누적기준)

## 참여와 확산 노력

### 숲단체들과의 긴밀한 파트너십 구축

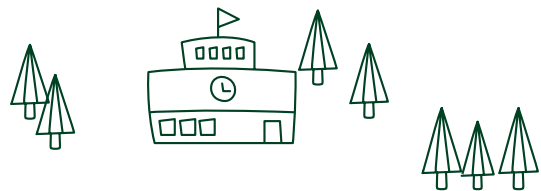
유한킴벌리는 생명의숲, 동북아산림포럼, 서울그린트러스트 등 숲 관련 NGO와 함께 2012년부터 매년 연간협력(MOU)을 체결하고, 우리강산 푸르게 푸르게 공헌 활동이 안정적으로 운영될 수 있도록 지원하고 있습니다.

### 에코피스리더십 프로그램

아시아·태평양 지역의 환경문제를 해결하기 위해 에코피스리더십센터 및 환경재단, UNEP 아태지역사무소, 강원대학교와 함께 교육사업을 진행하고 있습니다. 2013년 제6기 에코피스리더십 프로그램을 통해 CSO(Civil Society Organization) 환경활동가 및 정부기관 종사자 35명이 교육 과정을 수료했으며, 춘천시민과 함께하는 환경영화 상영 및 2013 아태환경포럼 등의 개최를 지원했습니다.

### 핵심가치 내재화 위해 사원 가족들과 자원봉사 나무심기 실시

2013년 3월 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인의 일환으로 김천, 대전, 충주지역의 유한킴벌리 전 사업장에서 사원과 사원가족들이 함께하는 자원봉사 나무심기를 진행했습니다. 같은 날 동시에 진행된 이번 나무심기 행사에는 총 583명의 사원 및 사원가족이 참가하여 국유림 및 사유림에 약 11,000그루를 식수했습니다.



SINCE 2014

새로운 비전 선포

## 우리강산 푸르게 푸르게의 미래

유한킴벌리는 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인을 통해 실제로 우리나라 국민 수에 준하는 5천만 그루의 나무를 심고 가꾸는 비전을 실천해 왔습니다. 동시에 내부에서는 우리강산 푸르게 푸르게를 더욱 진화시켜 사회에 기여할 수 있도록 2010년부터 지속적으로 태스크포스팀(TFT)을 마련하여 사회 각 분야 리더들의 의견을 청취하고, 이해관계자위원회 및 사회책임위원회 등을 통해 새로운 비전을 준비해왔습니다. 이러한 노력의 결과로 새로운 미래를 이끌어갈 비전과 심볼이 발표되었습니다.

### 새로운 비전의 핵심은 ‘숲과 인간의 공존’

그동안의 비전이 5천만 그루의 나무를 심고 가꾸는 양적 추구였다면, 2014년 이후의 새로운 비전은 더 나은 삶을 위한 ‘공존’이라는 질적 추구를 담고 있습니다. 새 비전은 우리 삶으로 들어와 주변의 숲을 가꾸고 커가는 숲, 꿈꾸는 숲, 나누는 숲을 통해 자연의 중요성을 알리겠다는 선언입니다.

비전

작은 숲 모여 더 큰 숲으로

“숲과 인간의 공존을 통한 더 나은 생활 구현”



전략

커가는 숲

우리강산을 더욱 푸르게

커가는 숲은 미래의 숲을 말합니다. 우리강산 푸르게 푸르게가 새롭게 시작할 일은 도심 속 작은 숲들을 연결해 큰 숲을 만들어 가는 것입니다. 동네 곳곳에 있는 공원과 집 근처 텃밭, 창틀에 올려 놓은 작은 화분까지, 우리 삶 속에 녹지를 만들고 사람들이 누리는 작은 숲을 만드는 것입니다.



꿈꾸는 숲

우리 꿈과 미래를 키워 더욱 건강하게

꿈꾸는 숲은 미래 환경리더를 양성하는 것입니다. 미래 글로벌 환경리더와 여성환경리더를 양성하는 꿈을 담은 여고생 대상의 그린캠프, 신혼부부 대상의 신혼부부 나무심기 체험이 바로 그런 활동들의 대표적인 예입니다. 유한킴벌리는 여성환경리더 양성에 적극적으로 나서겠다는 의지를 갖고 앞으로도 꿈꾸는 숲을 통해 다음세대를 이끌어갈 여성환경리더 양성 노력을 보다 더 키워 갈 것입니다.

나누는 숲

우리 마음을 나누어 더욱 따뜻하게

나누는 숲은 가치를 알리고 실천하는 숲입니다. 온라인 플랫폼과 미디어를 통해 숲의 가치를 사회가 더 많이 관심 갖도록 확산시켜 나갈 것입니다. 또 아름다운 숲 발길을 지속함으로써 숲의 가치를 찾고 알리는데 기여하고자 합니다. 더 나아가서 유한킴벌리 가족들이 숲에서 자원봉사를 실천함으로써 사회책임과 공헌에 앞장 설 것입니다.

핵심가치

순수성

지속성

참여성

## SPECIAL PAGE

### 우리강산 푸르게 푸르게 새로운 심볼

#### 우리강산 푸르게 푸르게 “숲과 인간의 공존”

우리강산 푸르게 푸르게의 새로운 심볼은 인간과 자연이 공존하는 더 나은 미래를 상징합니다.



#### 우리강산 푸르게 푸르게의 미래 비전

우리강산 푸르게 푸르게 심볼도 비전 선포에 따라 새로운 상징의미를 담았습니다. 디자인 작업을 주도한 디자인위크리더 감성미 님은 “새 심볼은 인간과 공존하는 숲을 통해 더 나은 생활을 향한 믿음의 실현이라는 캠페인의 목적을 이해하기 쉬우면서도 진정성 있는 젊은 이미지로 표현하고자 노력했다”고 심볼 디자인 취지를 설명했습니다.

#### 인간과 자연의 공존

기존 심볼은 테두리와 함께 나무와 새 그리고 물을 사용한 자연이미지였습니다. 새로운 심볼은 나무와 숲을 형상화하고 처음으로 ‘사람’ 이미지를 사용하는 한편, 테두리를 없애 더 자유롭고 넓은 느낌을 주어 사람의 삶 속에 뿌리 내린 자연과 숲의 공존이미지를 명확히 했습니다. 이 심볼은 최근 심볼을 점점 심플하게 만드는 트렌드를 반영하고 있습니다. 향후 새 심볼이 우리강산 푸르게 푸르게가 가야 할 길을 제시하는 지표로서 역할을 하기를 기대합니다.

**우리강산 푸르게 푸르게 캠페인,  
2013년 대한민국광고대상 라디오부문 금상 수상**

#### 우리강산 푸르게 푸르게 심볼 변천사



YK의 도전

#### 30년간 이어온 캠페인의 지속과 변화

우리강산 푸르게 푸르게는 꾸준한 활동으로 높은 인지도를 가진 대표적 사회공헌 활동으로 자리잡고 있습니다. 지난 30년간 지속적인 활동을 통해 캠페인의 진정성과 우수성이 인정되고 있지만, 한편으로 오래된 프로그램이라는 이미지도 가지고 있습니다. 이에 캠페인의 우수성은 유지하면서 새로운 미래 비전을 바탕으로 차별성을 확보하기 위해 노력해 나 갈 것 입니다. **사회협력위크리더 최찬순님**

## AGENDA 03

### 유한킴벌리는 기후변화에 어떻게 대응하고 있나?

온실가스 조기감축 실적

39,642.6 tCO<sub>2</sub>e

#### DMA | 성과관리체계(DISCLOSURES ON MANAGEMENT APPROACH)



**유한킴벌리에게 기후변화 대응은 왜 중요한가?** | 지구 온난화의 위기에 대한 전세계적 공감대가 형성됨에 따라 기후변화 대응이 국제적 과제로 자리잡았습니다. 범국가적 대응 차원에서 2005년 구체적인 온실가스 감축 목표가 포함된 교토의정서가 발효되었으며, 우리나라 정부도 온실가스 감축을 위해 다양한 제도를 도입하고 있습니다. 2020년까지 온실가스 예상배출량 대비 30% 감축을 위해 2010년부터 온실가스 에너지 목표관리제도를 시행하고 있으며, 2015년부터 온실가스 배출권거래제도가 시행될 예정입니다. 이에 기업차원에서도 체계적인 온실가스 관리와 감축잠재량 분석이 중요해지고 있습니다.



**유한킴벌리의 기후변화 대응에 대한 접근법은 무엇인가?** | 유한킴벌리는 1996년 환경경영을 선포하고 전담팀을 설치하여 지속적으로 기후변화에 대응하고 있습니다. 지속가능경영에 대한 통합적 관리를 위해 2011년 지속가능경영본부 하에 환경경영위크그룹을 편입시켜 현재에 이르고 있으며, 기후변화 대응을 위한 국내외 이니셔티브 및 단체에 가입하여 적극적으로 참여하고 있습니다. 특히 2010년 수립한 저탄소 비전을 바탕으로 2020년까지 기후변화, 제품, 사업장 관점에서 주요 업무 목표를 수립하여 대응하고 있습니다.



**2013년 주요 성과평가** | 온실가스·에너지 목표관리운영지침에 의거하여 정부로부터 부여받은 2013년 온실가스 배출허용량을 준수했습니다. 이를 위해 각 사업장 별 월간 목표대비 실적을 대표이사 사장을 포함한 경영진에게 보고하고, 감축프로그램 발굴 및 실천을 통해 4,942tCO<sub>2</sub>e의 온실가스 배출량을 저감하는 실적을 거두었습니다.



#### 운영 저탄소화

- 사업장별 배출량 월별 모니터링 및 경영진 보고
- 스팀에너지 저감을 위한 진단 프로젝트
- 에너지 절감 프로젝트



#### 제품 저탄소화

- 화장지 및 핸드타월 환경표지 신규인증 획득
- 하기사 프리미엄 전과정 평가



#### 저탄소 사회실현

- 온실가스 감축에 따른 탄소 크레딧 확보: 39,642.6tCO<sub>2</sub>e
- 기저귀 재활용 기술 연구



#### 공급망 저탄소화

- 크로스도킹 및 자동배차관리시스템 도입
- 협력회사 온실가스 인벤토리\* 구축 지원

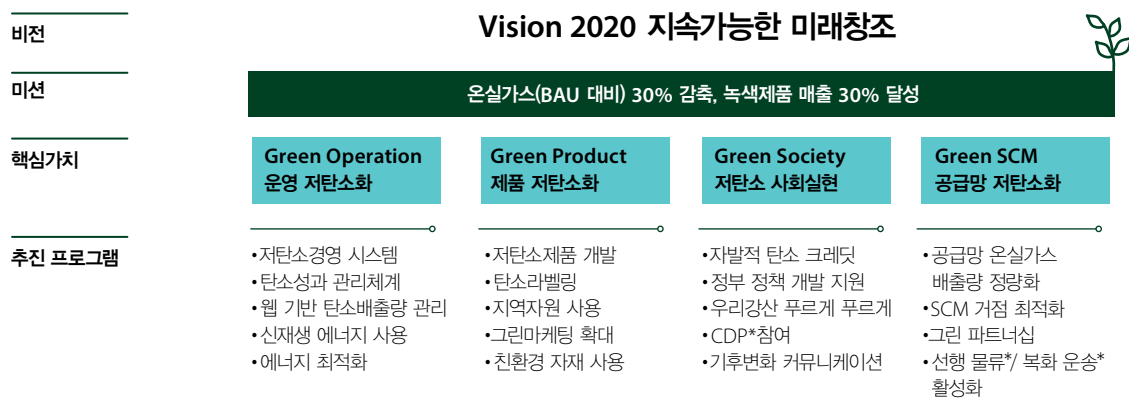
\* 인벤토리 기업이 활동하는 경계 안에서 작-간접적인 온실가스 배출원을 파악하고 이로 인한 온실가스 배출량을 산출, 목록화한 것

## 저탄소 비전 및 로드맵을 통한 기후변화 대응 활동

기후변화에 대응하기 위해 2010년 저탄소 비전 및 로드맵을 수립하고 온실가스 감축을 위한 프로그램을 지속적으로 운영하고 있습니다. 2020년 BAU\* 대비 온실가스 30% 감축과 녹색제품 매출 30% 달성을 위해 운영 저탄소화, 제품 저탄소화, 저탄소 사회실현, 공급망 저탄소화를 핵심가치로 설정하고, 공정개선과 더불어 온실가스 조기 감축 사업, 배출권거래제 시범사업, 물류에너지 목표관리제도 등에 참여하고 있습니다.

\* **배출전망(BAU, Business As Usual)** 특별한 조치를 취하지 않을 경우 예상되는 온실가스 배출량

유한킴벌리 저탄소 비전 및 로드맵



\* **CDP(Carbon Disclosure Project, 탄소공개프로젝트)** 2012년 기준 국내 100여개 기업과 전 세계 4,100여개 기업이 참여한 프로젝트로 국내 시가총액 250대 기업이 요청받은 탄소정보를 자발적으로 온라인공개시스템을 통해 응답하고 매년 보고서를 통해 탄소정보를 공개하는 프로젝트

\* **선행물류(Primary Distribution)** 대형유통사에서 제조사의 제품을 직접 운송함으로써 공차를 줄이고 환경 및 원가절감을 달성하는 물류방법

\* **복화운송(Back Hauling)** 물품 운송 완료 후 회차 시 공차가 아닌 영차운영(짐을 싣고 운송)을 함으로써 온실가스 배출 및 원가절감을 달성하는 운송방법

## 운영 저탄소화 온실가스 저감을 위해 어떤 노력을 하는가?

### 온실가스 감축 노력

유한킴벌리는 2010년 저탄소녹색성장기본법에 따라 관리업체로 지정되어 매년 정부로부터 온실가스 배출할당량을 부여받아 관리하고 있습니다. 목표이행대상인 김천, 대전, 충주 3개 공장의 2013년도 온실가스 배출량은 164,156tCO<sub>2</sub>e로 목표대비 0.1% 초과달성 했습니다.

### 온실가스 배출량 현황 A

본사를 포함한 2013년 온실가스 총 배출량은 166,177tCO<sub>2</sub>e(직접: 45,919tCO<sub>2</sub>e, 간접: 120,258tCO<sub>2</sub>e)로 전년대비 1.7% 감소했으며, 에너지 사용량은 3,379TJ(직접: 902TJ, 간접: 2,477TJ)로 전년대비 2.9% 증가\*했습니다. 또한 직영 및 위탁물류센터의 수송으로 인한 기타 간접 온실가스 배출량은 6,966tCO<sub>2</sub>e로 전년대비 1.0% 감소했습니다.

\* **에너지 사용량 증가** 2013년 국가에너지전력배출계수가 9.0GJ/MWh에서 9.6GJ/MWh로 6.7% 증가되어 2012년 대비 2013년 전력사용량은 약 2.0% 감소했지만 에너지 사용량으로 환산 시 증가한 것으로 계산된 것입니다.

### 온실가스 저감 이니셔티브 A

2013년 총 12건의 감축 프로그램으로 연간 4,942tCO<sub>2</sub>e의 온실가스와 105TJ의 에너지 사용량을 감축했습니다. 해당 이행실적은 온실가스종합정보센터에 보고했습니다. 2014년 정부로부터 온실가스 175,606tCO<sub>2</sub>e와 에너지 배출허용량 3,728TJ을 할당받았습니다. 이에 적극적인 대응을 위해 공장별 예상 성장률과 감축 잠재량을 파악하여 정부의 배출허용량 보다 2% 초과 달성하는 것을 내부 감축목표로 설정했습니다.

## 제품 저탄소화 제품의 탄소 저감을 위해 무엇을 하는가?

### 친환경 원료구매

2013년 친환경 제품 생산과 유통, 구매 유도를 위해 환경부가 주최하는 산업계 친환경 구매 자발적 협약식에 참여했습니다. 본 협약식은 2005년 처음 실시되어 현재 총 150개 기업이 참여하고 있으며, 유한킴벌리는 2005년 제1차, 2009년 제2차에 이어 2013년 제3차 협약까지 지속적으로 참여하고 있습니다. 친환경 구매 정책의 일환으로 국제적으로 친환경산림인증을 취득한 펄프를 우선 구매하고, 각 공장별로 재생 카트리지와 에너지 고효율 제품 구매를 실천하여 2013년 친환경 산림인증 펄프 약 790억원과 친환경 제품 1,200만원을 구매했습니다.

### 재활용지 활용 최대화 A

제품 특성상 주요 원자재는 펄프, 고분자 흡수물질, 재활용지로 주요 원자재 사용량은 전년대비 5.4% 감소했습니다. 이 중 재활용지 사용량은 28.7%로 전년대비 0.4%p 감소했으나 재활용지 중 수입용지를 국내용지로 전환하여 수입용지 사용량을 전년대비 49.6% 감축했습니다.

### 친환경 제품개발

제품의 개발 및 설계단계에서부터 탄소배출량을 감축시키기 위해 공정개선 및 최적화 원료사용 노력 등을 이어가고 있습니다. 특히 제품 개발단계에서 원료의 교체 또는 선정 시 환경성을 고려하여 최종 의사결정에 반영함으로써 환경성을 고려한 제품을 개발·생산하고 있습니다. 또한 생산된 제품에 대해 친환경 인증을 진행하고 있습니다. 2013년 3개 제품이 환경표지 인증을 신규로 획득하여 총 17개 환경표지 인증 제품과 7개 제품의 탄소성적표지 인증을 보유하고 있습니다.

## 저탄소 사회실현 저탄소 사회를 실현하기 위해 무엇을 하는가?

### 온실가스 감축에 따른 크레딧 확보 - 김천공장 연료교환

2007년부터 2011년까지 에너지관리공단의 자발적 온실가스배출 감축사업에 참여하여 온실가스에너지목표관리제도에서 총 39,642.6tCO<sub>2</sub>e의 조기감축실적을 인정받았습니다. 김천공장의 화장지 제조공정 중 건조를 위한 스팀생산 보일러 연료(병커A유 → LNG) 및 조지공정 버너의 연료(난방용 등유 → LNG)를 전환한 결과입니다. 조기감축실적 중 에너지관리공단에 판매하지 않은 24,207tCO<sub>2</sub>e는 향후 배출권거래제도에서 활용가능합니다.

### 기저귀 재활용 기술 연구

현재 사용된 기저귀들은 전량 소각(약 55%) 및 매립(약 45%) 처리되고 있어 폐기저귀의 재활용은 유아용품 산업의 오랜 과제였습니다. 2011년 유한킴벌리는 폐기저귀를 재활용하여 환경영향을 감소시키기 위해 기저귀 재활용 기술 연구를 시작했습니다. 2014년 노원구와 함께 재활용 기저귀 수거사업을 진행했습니다.

📖 기저귀 재활용 기술 연구에 대한 보다 사항은 p41 [저탄소 사회실현 사례] 기저귀 재활용 기술 연구를 참고하시기 바랍니다.

### 폐기물 부담금 및 생산자 책임 재활용 제도 이행 A

1993년부터 기저귀 폐기물 부담금을 납부하고 있으며, 2013년 기저귀 폐기물 부담금 약 82억원을 정부에 분납했습니다. 또한 생산자 책임 재활용 제도에 따라 2014년 필름류 포장재(3,458,518kg) 중 60.3%, 용기류(248,399kg)의 80.6%를 재활용할 예정이며, 이에 따른 재활용 분담금은 약 6억원 입니다.



공급망 저탄소화

저탄소경영을 공급망으로 확장시키기 위해 어떤 노력을 하는가?

녹색물류

녹색물류 운영 및 녹색 협업 강화를 통해 환경영향 감소 노력을 지속하고 있습니다. 또한 녹색물류 기업인증제도 및 물류에너지 목표관리 협약체결 등 정부정책에 적극 참여하고 있습니다.

네트워크 연계를 통한 물류 거점 축소

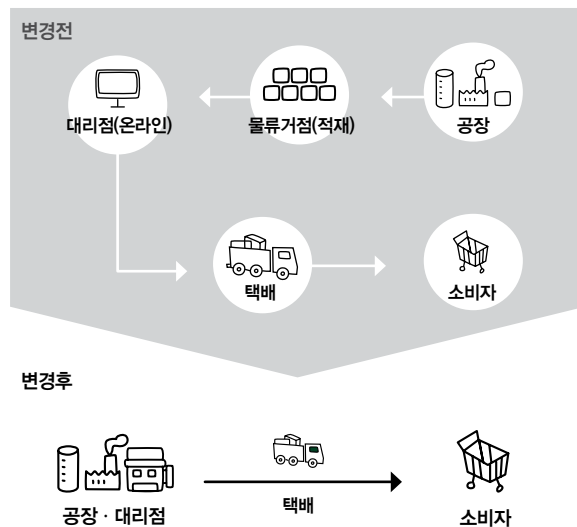
다중 물류 거점을 활용하던 유통구조를 개선하기 위해 생산 공장에 물류 창고를 건설함으로써 적재 공간을 마련하고 네트워크 시스템을 구축하여 물류 거점을 축소하고 있습니다. 2011년 13개이던 물류 거점은 2015년 3개 공장을 중심으로 재편되어 차량 변경을 위한 4개 거점으로 축소될 예정입니다. 생산된 제품은 각 공장에 집약되어 재고관리가 용이하고, 적재를 위한 거점으로서의 이동에 발생하는 물류 비용 및 배기가스 등을 감축하는 효과가 있습니다.

물류 흐름 개선\_크로스도킹(Cross Docking) 및 자동배차관리시스템의 도입

크로스도킹이란 생산된 제품을 다른 물류센터에 보관하지 않고 공장에서 일시 보관 후 곧바로 유통 및 대리점에 배송하는 물류 시스템입니다. 보관 단계를 제거하여 생산된 제품이 바로 판매가능한 제품으로 전환됨에 따라 배송기간과 물류비용을 절감하고, 공장 직송으로 빠르게 배송하여 고객서비스를 향상시키기 위해 도입되었습니다. 또한 고객이 요청한 주문에 대해 효율적이고 정확한 배송을 위해 2013년 자동배차관리시스템을 디자인하기 시작하여 2014년 운용을 시작했습니다. 자동배차관리시스템을 도입함으로써 효과적인 배차를 통해 운송비용의 절감은 물론 배기가스 감축 등 환경영향을 감소시키고 있습니다.

물류운영 최적화

하기사 온라인 주문에 따른 물류 흐름을 개선하기 위해 온라인 물량을 관리하는 대리점을 생산 공장에 입점시켜 제품의 이동을 최소화했습니다. 이를 통해 물류비용의 절감뿐만 아니라 주문에 따른 빠른 배송으로 고객 만족을 창출하고 있습니다.



녹색물류를 통한 온실가스 감축 효과

유한킴벌리는 물류와 관련된 다양한 방법의 활용으로 운송효율을 향상시키고 온실가스를 감축시키고 있습니다. 2013년 배송 차량 5대 대형화(8톤→11톤), 선행물류, 직송 및 현지출고 확대, 복화운송 등을 통해 연간 온실가스 총 1,303,36tCO<sub>2</sub>e를 감축했습니다.



YK의 도전

배출권거래제 시행에 따른 온실가스 내부감축과 외부구입

유한킴벌리는 1996년 친환경경영을 선포하고 지속적인 개선을 통해 온실가스 및 에너지를 포함한 환경부하 저감노력을 이어오고 있습니다. 이를 통해 우수한 온실가스 배출 저감성적을 창출해 왔습니다. 그러나 2015년 배출권거래제 시행을 앞두고 경제성과 환경성을 동시에 만족시키는 프로그램의 마련에 어려움을 겪고 있습니다. 배출권거래제 시행 시 여건에 따라 탄소시장에서 배출권을 사는 것이 내부적인 감축노력보다 경제적으로 효율적인 것으로 평가되고 있습니다. 그러나 친환경기업의 사명감을 바탕으로 내부감축을 위한 지속적인 개선항목을 발굴하기 위해 끊임없는 노력을 이어갈 것입니다.

환경경영워커리더 이승필님

SPECIAL PAGE

[저탄소 사회실현 사례] 기저귀 재활용 기술 연구

자원순환 경제, 기저귀 재활용의 가능성

2011년 유한킴벌리는 사용후 전량 소각 또는 매립되는 일회용 기저귀를 재활용함으로써 자원순환을 통한 지속가능한 사회 구현에 역할하기 위해 기저귀의 재활용 기술을 연구하기 시작했습니다. 성공적인 기저귀 재활용을 위해서는 사용된 기저귀가 제대로 수거되는 것이 무엇보다 중요하지만 많은 이해관계자의 협조와 효율적인 수거 시스템이 필요하기 때문에 아직까지 국내에서 운영된 사례는 없었습니다.

서울시 노원구 재활용 기저귀 수거 시범운영

유한킴벌리는 서울시 노원구와 협력하여 기저귀 분리 배출 및 수거 시스템 개발을 위한 기저귀 수거 시범운영을 2014년 3월 19일부터 4월 30일까지 실시했습니다. 노원구는 기저귀 수거 시범운영 참여기관을 선정했으며, 수거 시범사업의 전반적인 기획과 운영은 유한킴벌리가 주관했습니다. 시범사업에 참여한 어린이집 80여 곳과 가정집 50여 곳에서 사용된 기저귀는 종량제 봉투에 담겨 전용수거 차량에 의해 정기적으로 수거되었습니다. 모니터링 결과 배출용 봉투의 규격 다양화 등에 대한 의견이 수렴되었습니다.

기저귀 재활용 프로세스\*



\* 기저귀 재활용 프로세스는 해외 사례를 참고한 것으로 유한킴벌리는 현재 수거단계와 재활용 공정에 대해 시범사업 및 연구를 진행하고 있습니다.

지속적인 기저귀 재활용 기술 연구

현재는 연구의 시작 단계로 기저귀 분리 배출 및 수거 효율, 재활용 기술, 설비 투자 규모, 경제성 등에 따라 재활용 규모가 결정될 예정입니다. 기저귀 재활용 기술 연구는 정부 연구기관, 대학교, 재활용 업체가 함께 참여하고 있으며, 수거 시범운영 결과를 바탕으로 효율적인 분리배출 및 수거 시스템을 제안하고 재활용 기술을 정교화할 계획입니다.

AGENDA 04

유한킴벌리는  
어떻게  
동반성장을 실천해  
나가고 있나?

170억 원

협력회사 지원을 위한  
상생협력펀드 기금 조성액

DMA | 성과관리체계(DISCLOSURES ON MANAGEMENT APPROACH)

**유한킴벌리에게 동반성장은 왜 중요한가?** | 글로벌 경쟁시대에 동반성장은 경쟁력 우위를 판가름하는 주요 지표입니다. 유한킴벌리는 사업 파트너들에게 균등한 기회부여, 공정한 경쟁, 노력에 따른 성과 공유, 협력이익 배분 등 공정한 룰을 모니터링하고 실천함으로써 진정한 동반성장이 이루어질 수 있도록 노력하고 있습니다.

**유한킴벌리의 동반성장에 대한 접근법은 무엇인가?** | 유한킴벌리 동반성장의 바탕에는 상생 추구 기업문화가 오랜 전통으로 자리잡고 있습니다. 올해 30주년을 맞이한 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인은 지역사회와의 동반성장을, 최근 시작된 액티브 시니어 캠페인은 사회와의 동반성장을 지향하고 있습니다. 동반성장 기업문화는 협력회사와의 관계에도 적용되고 있습니다. 적극적인 소통과 다양한 동반성장 프로그램을 통해 상호 이해도와 신뢰를 높이고 있으며, 협력회사의 경쟁력 향상을 지원하고 있습니다. 2012년 1월 공정거래 자율준수 프로그램을 도입했고, 2013년 동반성장 담당 조직을 구성하고 동반성장협약 체결과 관련 프로그램을 마련하여 체계적으로 노력하고 있습니다.

**2013년 주요 성과평가** | CP/동반성장워크그룹의 성과평가 항목에 동반성장지수와 공정거래 및 동반성장 협약 평가 결과 등을 포함시켜 동반성장 관련 성과 향상을 위해 노력하고 있습니다. 또한 협력회사의 의견을 경영활동에 반영하기 위해 2014년 이해관계자 설문조사 중 협력회사의 응답 결과를 활용하고 있습니다.



동반성장 제도

- 공정거래 자율준수 프로그램 운영
- 공정거래 동반성장 협약 체결
- 동반성장지수 평가대상 편입
- 성과공유제 확산



동반성장 프로그램

- 구매지원: 결제조건, 기간개선, 매출확대
- 금융지원: 상생협력펀드
- 인력·교육지원: 상생아카데미, 기술인력지원



동반성장 문화구축

- 동반성장의 날 지정
- 동반성장 대표자 설명회 개최
- 대리점 비전 설명회 개최



동반성장 평가

- 협력회사 고충처리 사이트 개설
- 2014년 이해관계자 설문조사: 동반성장 인식도 2013년 71.2점 (전년대비 8.1점 상승)

동반성장 확산을 위해 노력하고 있는가?

2002년 | 상생경영을 도입하여 협력회사와 함께  
사회적 책임을 수행하고 있습니다.

동반성장 비전 및 목표

유한킴벌리는 동반성장이라는 개념이 등장하기 훨씬 전부터 협력회사들과 다양한 방법으로 상생경영을 진행하여 경제적, 기술적 지원 차원을 넘어 사회적 책임까지 함께 나누는 수준으로 발전해 왔습니다. 또한 산업 생태계가 함께 발전하지 않으면 글로벌 경쟁력을 확보할 수 없기에 동반성장의 개념인 공유가치창출(CSV)\*을 시니어 사업에 도입하게 되었습니다. 이를 통해 성장가능성을 가진 소규모 시니어 기업을 발굴하고 육성하여 네트워크를 구축함으로써 새로운 동반성장 모델을 창출하고 있습니다.

\* 공유가치창출(Creating Shared Value) 사회문제를 해결하는 과정에서 새로운 비즈니스 기회를 창출하는 새로운 경영 흐름

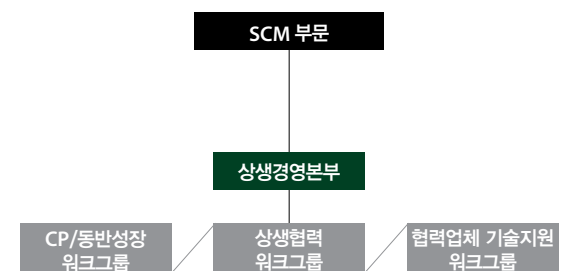
유한킴벌리 동반성장 발전 단계



동반성장 전담 조직 신설 운영

2002년 동반성장을 전담하는 상생경영본부가 만들어진 이래 체계적으로 생산성 향상과 품질 관리 등을 위한 협력회사 기술지원, 상생협력 전략 개발, 협력 프로그램 운영 등의 동반성장 노력이 있었습니다. 2012년 1월 공정거래 자율준수 프로그램을 도입하고, 2013년 5월 SCM부문 내 동반성장 전담조직인 CP/동반성장워크그룹을 신설하여 조직적으로 동반성장 노력에 집중하고 있습니다.

동반성장 조직 체계



동반성장지수 '우수' 등급 획득

2012년 첫 번째 발표가 이뤄진 이후 매년 발표되고 있는 동반성장지수는 다양한 산업의 주요 기업에 대한 동반성장 현황을 파악하여 공표함으로써 대·중소 기업간 양극화를 해소하고 국가 경쟁력을 제고하기 위한 목적으로 시행되고 있습니다. 동반성장지수의 평가대상은 사회적 관심이 크고 동반성장지수 평가에 따른 파급효과가 큰 기업을 대상으로 매년 확대·선정되고 있으며, 2011년 56개 대기업으로 시작하여 2013년 109개로 확대되면서 유한킴벌리도 평가대상에 포함되었습니다. 2014년 6월 동반성장위원회는 2013년 동반성장지수 평가 결과를 발표했으며, 유한킴벌리는 '우수' 등급을 획득하여 신규 편입 27개사 중 최고 등급을 받았습니다.

## 동반성장을 실천하기 위해 어떤 노력들이 이루어지는가?

**81개** | 협력회사와 공정거래 동반성장 협약을 체결하고,  
다양한 지원 프로그램을 운영하고 있습니다.

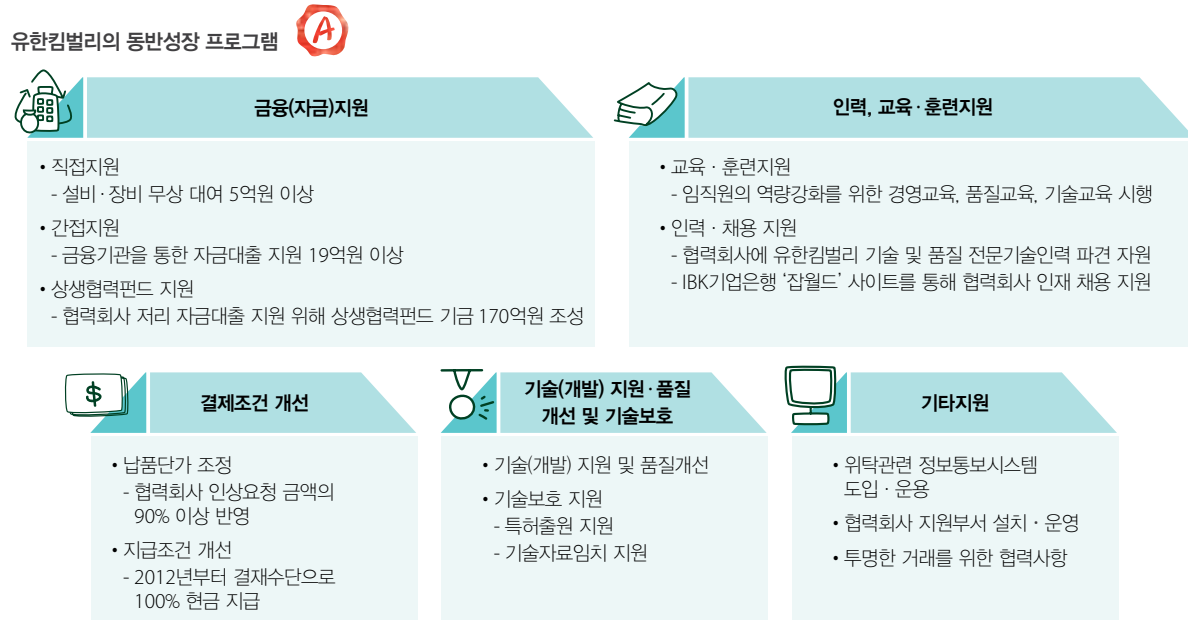
### 공정거래 동반성장 협약 체결

공정거래 기반조성 및 동반성장을 위해 ‘대·중소기업간 공정거래 및 동반성장 협약절차 및 지원 등에 관한 기준’에 따라 우일씨애펙 외 80개 협력회사와 2013년 5월 공정거래 동반성장 협약을 체결했습니다. 이를 바탕으로 대·중소기업간 공정한 하도급거래질서 확립을 위한 4대 가이드라인\*을 도입하고, 다양한 협력회사 지원 프로그램을 운영하고 있습니다.

\* **동반성장 4대 가이드라인** 공정거래위원회가 권장하는 동반성장 가이드라인으로 계약, 협력업체 선정·운용, 내부심의위원회, 서면발급 및 보존으로 구성

### 동반성장을 위한 지원

협력회사와의 상생협력을 위해 협력회사의 재무 건전화, 결제조건 개선, 기술개발 촉진, 전문능력 제고 등 경쟁력 향상을 위한 다양한 지원프로그램을 마련하여 지원·운영하고 있습니다.



### 동반성장의 날 지정

2013년 7월 회사 차원에서 최초로 ‘동반성장의 날’을 지정했습니다. 전 사원을 대상으로 하는 로드쇼 형식의 설명회를 개최하여 동반성장 문화를 구축하기 위한 기반을 마련했습니다. 동반성장은 기업차원에서의 노력과 함께 조직 구성원 개개인의 진정성 있는 참여가 필요하기에 동반성장의 날을 통해 그 의미를 되새기고 실천 의지를 다지고자 지정되었습니다.

### 동반성장 대표자 설명회 개최

신뢰에 기반한 진정한 의미의 동반성장 문화 정착 및 확산을 위해 협력회사 대표자 및 경영자들을 대상으로 ‘제1회 동반성장 대표자 설명회’를 2013년 9월 진행했습니다. 본 행사를 통해 공정거래법 및 하도급법의 이해, 유한킴벌리의 공정거래 및 동반성장 문화 구축 프로그램에 대한 상세한 설명과 기술자료 임치제도에 대한 설명이 진행되었습니다.

## 협력회사의 지속가능경영 활동을 지원하기 위해 무엇을 하는가?

**33개** | 협력회사에 대한 종합진단을 시행하여  
개선 필요 사항에 대해 방안을 제시하고 있습니다.

### 협력회사 정기평가

주요 협력회사를 대상으로 연 1회 정기평가를 실시하고 있으며, 정기평가는 경영일반, 안전·환경경영, 품질경영, 사회적 책임, 재무관리, 시설관리의 6장, 33개 부문, 132문항으로 구성되어 있습니다. 협력회사의 평가 결과를 향상시키기 위해 매년 목표를 설정하고 달성을 위해 노력하고 있으며, 평가 결과에 따라 필요시 개선안을 제시하여 경쟁력을 갖도록 지원하고 있습니다. 2013년 주요 협력회사에서 발생한 안전·환경·인권·사회분야의 중대사고는 없습니다.

협력회사 평가항목 

| 1장 경영일반   | 2장 안전·환경경영   | 3장 품질경영   | 4장 사회적 책임   | 5장 재무관리              | 6장 시설관리  |
|---|--|---|---|----------------------|--|
| 1.1 방침과 목표수립<br>1.2 조직 및 관리자의 역할과 책임<br>1.3 커뮤니케이션<br>1.4 자체평가<br>1.5 AEO평가<br>1.6 정보관리 | 2.1 방화관리<br>2.2 외부작업자 안전관리<br>2.3 비상조치<br>2.4 사고조사 및 개선<br>2.5 폐기물관리<br>2.6 토양오염관리 | 3.1 품질시스템의 요구사항<br>3.2 원부재료 품질관리<br>3.3 완제품 품질관리<br>3.4 실험실 및 계측장비 관리<br>3.5 제품보관 및 추적성 관리<br>3.6 생산 및 공정관리<br>3.7 커뮤니케이션<br>3.8 지속적인 개선 활동 | 4.1 환경보호<br>4.2 임금 및 고용<br>4.3 윤리경영<br>4.4 안전점검<br>4.5 보건관리 | 5.1 자산관리<br>5.2 손익관리 | 6.1현장 : 기계, 장치, 방호<br>6.2 창고 : 완제품 및 원부재료<br>6.3 공구 및 개인보호구<br>6.4 통로<br>6.5 휴게 장소 또는 식당<br>6.6 기타 |

### 협력회사 지속적 개선 프로젝트 시행

협력회사의 설비종합효율(OEE)\*, 웨이스트(Waste)\*, 품질보증 시스템, 원가 등을 개선하여 협력회사 제품의 품질 및 원가경쟁력을 확보하기 위해 기술 및 자문을 지원하고 있습니다. 2012년 디스산업을 대상으로 파일럿 테스트를 진행하고, 2013년 4개 협력회사(디스산업, 에이제이, 우일씨애펙, 유씨엘)에 대한 지속적 개선 프로젝트를 시행했습니다. 각 협력회사별로 겪고 있는 문제점을 개선하여 생산성 향상을 지원하고 있습니다.

\* **설비종합효율(OEE, Overall Equipment Effectiveness)** 실제 가동가능한 시간 대비 실제 제품 생산 시간

\* **웨이스트(Waste)** 제품 생산과정에서 기준에 부합되지 못한 제품 폐기물

### 협력회사로의 사회적 책임 확산 활동

2007년 UN글로벌컴팩트에 가입하고, 2009년부터 공급망관리 프로그램(Global Compact Supply Chain Program)을 도입하여 협력회사의 참여를 독려하고 있습니다. 2013년 말 기준 총 18개의 협력회사가 가입했습니다. 또한 협력회사의 지속가능경영 활동 지원을 위해 4개 협력회사(유진제지, 김벌리유통, 한독, 흙팩)의 지속가능경영보고서 작성 및 발간을 유한킴벌리 내부인력을 활용한 멘토·멘티 프로그램을 통해 지원했습니다.

### 협력회사 소비자중심경영(Customer Centered Management, 이하 CCM) 구축 지원

협력회사의 소비자중심경영 인증 획득을 위해 CCM 시스템 구축을 지원하고, 2개 협력회사(에이제이, 우일씨애펙)에 교육 및 컨설팅을 수행했습니다. 이를 통해 해당 협력회사가 공정거래위원회 산하 한국소비자자원으로부터 CCM 인증을 획득하는데 기여했습니다.



SPECIAL PAGE

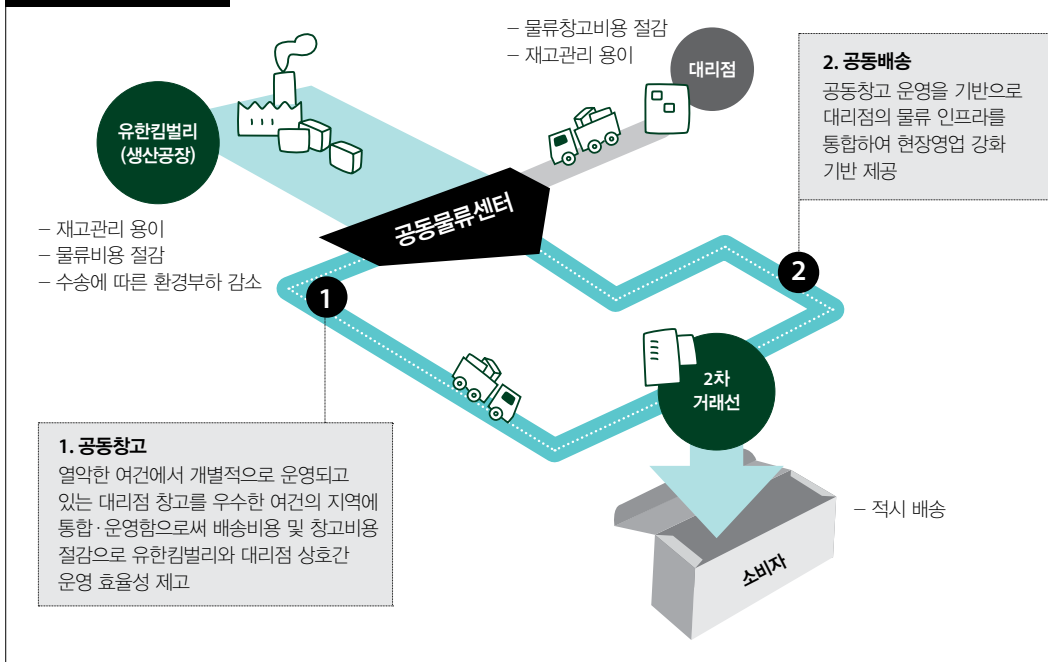
[동반성장 사례] 대리점 공동물류센터 프로젝트

대리점과의 동반성장을 위한 공동물류센터 오픈

2014년 5월 유한킴벌리는 대리점과의 동반성장을 목표로 '함께하는 유한킴벌리와 대리점, 미래를 향한 희망의 공동물류센터'를 경기도 남양주시 별내동에 오픈했습니다. 공동물류센터는 운영재고 및 물류비용이 최적화 될 수 있도록 공동창고를 구축하고 배송 프로세스를 개발하여 시행함으로써 유한킴벌리와 대리점의 동반성장 기반을 제공할 것으로 기대하고 있습니다. 이번에 설치된 공동물류센터는 업계 최초의 제조업체와 대리점의 공동물류센터 모델로 이를 통해 대리점은 공동재고 운영 및 공동배송 등 영업과 물류차원의 대리점간 협업이 가능해졌습니다.

유한킴벌리는 공동물류센터 개설에 따른 일체의 경비(창고 임차보증금, 창고 및 사무실 칸막이, 사무실 비품 등)와 1년의 시범 운영기간 동안의 모든 운영경비를 지불합니다. 지원금 중 창고임차보증금은 2년 후 회수하게 되며, 물류시스템 안정을 위해 SCM 물류센터운영위크그룹에서 전담사원을 3개월간 파견해 물류시스템에 대한 운영방법 등을 전수하게 됩니다.

공동물류센터 물류흐름도



한정된 협력회사 지원 비용과 지원 확대 요구

유한킴벌리는 2002년부터 협력회사와의 상생협력 노력을 지속해오고 있습니다. 기존의 상생협력 프로그램은 대부분 원부자재 및 임가공업체 등 일부 협력회사 지원에 초점이 맞추어져 있습니다. 이를 전사적인 동반성장으로 발전시켜 나가기 위해 대리점 등 모든 협력회사를 대상으로 확대하는 것이 필요합니다. 그러나 이를 위해서는 금전적, 인적 뒷받침 등이 필요합니다. 이에 유한킴벌리는 내부 자원을 최대한 활용하여 협력회사를 지원하는 프로그램을 개발하기 위해 노력하고 있습니다. **동반성장위크리더 명하은님**

3

- 01 경제
- 02 사회
- 03 환경

사회책임경영 성과 보고

유한킴벌리의 지속적인  
사회책임경영 활동은  
'더 나은 생활을 향한 믿음—유한킴벌리'를  
이루기 위한 원동력입니다.

유칼리투스

열대 건조 기후에서 주로 서식하는 나무로  
호주에서 많이 볼 수 있습니다. 잎에서 채취되는  
유칼리향은 면역력을 높이는 아로마테라피 효과가 있어  
유한킴벌리 제품에도 사용되고 있습니다.

## 경제

2013년 미래를 위한  
투자 규모

890 억원

### DMA | 성과관리체계(DISCLOSURES ON MANAGEMENT APPROACH)

#### 경제관련 중대이슈

2014년 유한킴벌리 중대성 평가 결과 경제 분야에서는 지속가능한 제품, 혁신적 제품 개발, 시니어 사업이 중대 이슈로 선정되었습니다. 이 중 지속가능한 제품은 4대 아젠다로 선정되어 p.26~30 '지속가능한 제품'을 참고하시기 바랍니다.

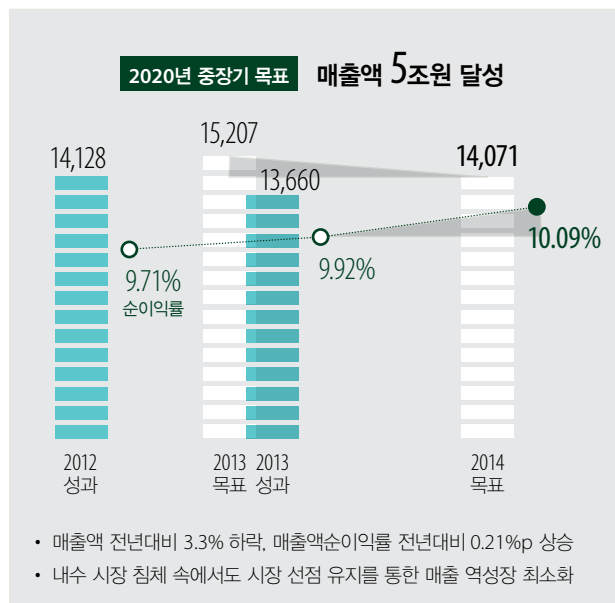
#### 유한킴벌리의 접근법

유한킴벌리는 비전 2020 달성을 위해 '초일류 생활혁신기업'을 경영목표로 삼음과 동시에 2020년 매출 5조원 달성이라는 중장기적 재무목표를 설정하여 집중적으로 관리해 나가고 있습니다. 재무목표는 기업의 핵심 성과인 만큼 모든 조직이 직접적으로 관여하고 있으며, 목표 달성을 위해 유기적으로 협력하고 있습니다.

#### 2013년 주요 성과평가

기업 내·외부의 환경적 어려움으로 인해 2013년 경제성과는 전년대비 감소했습니다. 2014년 도전과 창의정신을 가지고 지속가능한 성장기반을 확보하기 위한 다양한 노력을 통해 매출과 이익 모두 건실한 성장을 이루어 목표를 달성해 나갈 예정입니다.

#### 2013년 목표 및 성과(단위: 억원)



#### 2014년 핵심 전략 및 목표

|                     |   |
|---------------------|---|
| 투자 유치 및 집행          | <ul style="list-style-type: none"> <li>초지공정 라인 증설 및 김천공장 자동화 창고 가동 시작</li> <li>팬츠 제품 개선 투자</li> </ul>   |
| 기존핵심사업 역량 강화        | <ul style="list-style-type: none"> <li>전년대비 3.6% 성장</li> <li>기저귀/팬츠 시장점유율 65%</li> <li>화장지 31%, 미용지 37%</li> <li>여성위생대 시장점유율 57%</li> </ul>                             |
| 성장 사업 활성화 및 신규시장 개척 | <ul style="list-style-type: none"> <li>전년대비 11% 성장(신규사업 포함)</li> <li>시니어팬츠 27% 성장</li> <li>유아물티슈 13% 성장</li> <li>화장실용 물티슈(마이비데) 54% 성장</li> <li>가정용 타올 9% 성장</li> </ul> |
| 수출품목 및 지역 다각화       | <ul style="list-style-type: none"> <li>전체 매출액 중 수출비중 15%</li> <li>일본 시장 진출 실현 및 비중 확대</li> <li>2015년 핸드타올 제품 수출을 위한 준비</li> </ul>                                       |

원가절감 및 비용절감 250억원

## 숫자로 본 경영지표

대차대조표와 손익계산서(단위: 억원) **A**

| 구분              |             | 2009년  | 2010년  | 2011년  | 2012년  | 2013년  |
|-----------------|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 대차대조표<br>(재무상태) | 유동자산        | 4,965  | 4,337  | 4,805  | 5,246  | 4,723  |
|                 | 비유동자산       | 3,613  | 3,933  | 4,210  | 4,534  | 4,889  |
|                 | 자산총계        | 8,579  | 8,270  | 9,015  | 9,780  | 9,612  |
|                 | 유동부채        | 1,561  | 1,776  | 2,052  | 2,334  | 2,079  |
|                 | 비유동부채       | 166    | 0.49   | 151    | 362    | 92     |
|                 | 부채총계        | 1,727  | 1,777  | 2,203  | 2,696  | 2,172  |
|                 | 자본금         | 2,000  | 2,000  | 2,000  | 2,000  | 2,000  |
|                 | 자본잉여금       | 625    | 625    | 625    | 625    | 625    |
|                 | 이익잉여금       | 4,227  | 3,868  | 4,187  | 4,460  | 4,815  |
|                 | 자본총계        | 6,852  | 6,494  | 6,812  | 7,085  | 7,440  |
| 손익계산서<br>(경영성과) | 부채와 자본 총계   | 8,579  | 8,270  | 9,015  | 9,780  | 9,612  |
|                 | 매출액         | 11,341 | 12,094 | 13,041 | 14,128 | 13,660 |
|                 | 매출원가        | 7,102  | 7,839  | 8,713  | 9,093  | 8,834  |
|                 | 매출총이익       | 4,238  | 4,255  | 4,328  | 5,035  | 4,827  |
|                 | 판매비와 일반관리비  | 2,552  | 2,760  | 2,975  | 3,378  | 3,192  |
|                 | 영업이익        | 1,686  | 1,495  | 1,353  | 1,657  | 1,634  |
|                 | 영업외수익       | 457    | 307    | 238    | 232    | 209    |
|                 | 영업외비용       | 211    | 490    | 163    | 161    | 145    |
|                 | 법인세 차감전 순이익 | 1,932  | 1,312  | 1,427  | 1,728  | 1,698  |
|                 | 법인세비용       | 442    | 370    | 309    | 355    | 342    |
|                 | 당기순이익       | 1,491  | 942    | 1,119  | 1,372  | 1,356  |

#### 재무지표 **A**

| 구분  | 주요 경영 지표         | 유한킴벌리  |        |        |        | 동종산업(대기업) 평균* |        |        | 제조업(대기업) 평균* |        |        |
|-----|------------------|--------|--------|--------|--------|---------------|--------|--------|--------------|--------|--------|
|     |                  | 2010년  | 2011년  | 2012년  | 2013년  | 2010년         | 2011년  | 2012년  | 2010년        | 2011년  | 2012년  |
| 성장성 | 매출액증가율(%)        | 6.64   | 7.83   | 8.33   | -3.31  | 12.47         | 5.53   | -0.20  | 19.12        | 14.33  | 4.09   |
|     | 유형자산증가율(%)       | 8.26   | -5.42  | 8.71   | 7.74   | 8.33          | 2.62   | 0.92   | 11.65        | 9.45   | 5.32   |
|     | 당기순이익(손실)증가율(%)  | -36.84 | 18.79  | 22.69  | -1.21  | -             | -      | -      | -            | -      | -      |
| 수익성 | 매출액영업이익률(%)      | 12.36  | 10.37  | 11.73  | 11.96  | 5.51          | 3.57   | 6.07   | 7.67         | 6.13   | 5.43   |
|     | 매출액순이익률(%)       | 7.79   | 8.58   | 9.71   | 9.92   | 3.60          | 0.72   | 3.65   | 7.12         | 4.74   | 4.71   |
|     | 총자산순이익률(ROA, %)  | 11.39  | 12.41  | 14.03  | 14.10  | 3.25          | 0.66   | 3.31   | 7.91         | 5.41   | 5.20   |
| 안정성 | 자기자본순이익률(ROE, %) | 14.11  | 16.81  | 19.75  | 18.67  | 6.14          | 1.30   | 6.50   | 15.48        | 10.38  | 9.84   |
|     | 유동비율(%)          | 244.20 | 234.22 | 224.78 | 227.13 | 119.19        | 104.58 | 102.25 | 117.59       | 118.41 | 127.71 |
|     | 당좌비율(%)          | 165.39 | 174.19 | 168.79 | 175.06 | 79.23         | 70.69  | 71.45  | 88.11        | 86.86  | 95.52  |
| 활동성 | 부채비율(%)          | 27.36  | 32.33  | 38.05  | 29.19  | 92.82         | 102.08 | 91.21  | 91.26        | 92.60  | 85.54  |
|     | 비유동장기적합률(%)      | 60.57  | 60.46  | 60.89  | 64.91  | 93.36         | 98.05  | 99.03  | 91.17        | 90.55  | 87.63  |
|     | 총자산회전율(회)        | 1.34   | 1.44   | 1.51   | 1.50   | 1.41          | 0.91   | 0.91   | 1.11         | 1.14   | 1.10   |
|     | 매출채권회전율(회)       | 9.66   | 9.95   | 10.37  | 10.63  | 9.76          | 6.49   | 6.36   | 7.60         | 7.31   | 6.99   |
|     | 재고자산회전율(회)       | 10.29  | 9.94   | 9.91   | 11.13  | 11.43         | 8.91   | 9.44   | 11.75        | 11.04  | 10.67  |
|     | 유형자산회전율(회)       | 3.44   | 3.47   | 3.70   | 3.95   | 3.53          | 1.70   | 1.72   | 3.09         | 3.21   | 3.08   |

\* 원단위를 통일하고 소수점을 정리하는 과정에서 일부 수치상의 변동이 있었습니다.

\* **비교기준** 유한킴벌리는 건강 위생용품 기업으로 보다 효과적인 비교를 위해 제조업(대기업) 평균을 활용하고 있습니다. 제조업 및 동종산업 평균비율은 한국은행이 매년 7월 발표하는 기업경영분석 중 'C17. 펄프, 종이 및 종이제품' 산업(대기업) 평균과 '제조업'(대기업) 평균입니다.

\* **금액기준** 각 지표 계산은 유한킴벌리 영업보고서의 금액을 기준으로 했습니다.

\* 2011년부터 한국은행의 편제방식이 변경됨에 따라 전년도 보고서와 다른 2009년, 2010년 수치가 적용되었습니다.

## 경제적 가치 창출과 효과적 자산관리

2013년 유한킴벌리는 외부 환경면에서 내수 경기 침체로 인한 시장 규모 감소와 가격 경쟁의 심화, 엔화 가치 하락에 따른 일본산 기저귀의 도전 등으로 회사의 성장이 어려움에 직면했습니다. 또한 내부적으로 중국의 일시적인 수요 감소와 기저귀 자체 생산설비를 갖추에 따라 수출이 13.7% 감소하여 회사 전체 매출은 전년대비 3.3% 역성장했습니다. 내수 및 수출 판매 감소에 대응하기 위해 지속적인 원가 절감과 광고판촉비 및 일반관리비 등을 효율적으로 집행하여 영업이익은 전년대비 1.4% 감소했습니다. 내·외부 환경의 어려움으로 인해 2013년 재무 실적이 좋지 않았으나 2014년 도전과 창의정신을 바탕으로 지속가능한 성장기반을 확보하기 위해 조직 문화 측면에서 혁신 및 부문 간 협업을 강화하고 현장 중심 경영을 실행해 나갈 것입니다. 아울러 사업 측면에서는 공격적인 마케팅 강화를 통해 내수 시장에서의 시장점유율 확대와 수출 다각화 노력으로 매출과 이익 모두 건실한 성장을 이루어 낼 수 있도록 하겠습니다.

| 분배된 경제적 가치(단위: 억원) <span style="color: red;">A</span> |                    |                | 2009년  | 2010년  | 2011년  | 2012년  | 2013년  |
|---|--------------------|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 주주  | 배당금                |                | 1,450  | 1,300  | 800    | 1,100  | 1,000  |
| 사원  | 급여 및 복리후생비         |                | 1,710  | 1,649  | 1,900  | 2,096  | 1,906  |
| 협력회사  | 재화 및 서비스 구매비용      |                | 7,490  | 8,560  | 9,160  | 9,754  | 9,190  |
| 지역 사회   | 정부                 | 법인세 및 기타 제세공과금 | 557    | 522    | 479    | 591    | 579    |
|   | 지역사회/고객            | 사회공헌비용         | 58     | 59     | 71     | 93     | 72     |
| 기타  | 기타비용(임차료, 감가상각비 등) |                | 206    | 491    | 412    | 320    | 630    |
| 사내 유보   | 사내 유보액             |                | 23     | -358   | 319    | 272    | 356    |
| 총 수익(매출액+이자수입 등)                                      |                    |                | 11,494 | 12,620 | 13,141 | 14,226 | 13,733 |

\* 2013년 분류항목이 세분화됨에 따라 일부 수치가 변경되었습니다.

| 현금흐름 실적(단위: 백만원) |           |           |          |           |           |
|------------------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|
| 과목               | 2009년     | 2010년     | 2011년    | 2012년     | 2013년     |
| 영업활동*            | 225,682   | 111,859   | 194,687  | 216,910   | 188,275   |
| 투자활동*            | (89,414)  | 40,401    | (94,796) | (69,592)  | (97,261)  |
| 재무활동*            | (145,000) | (130,000) | (80,000) | (110,000) | (100,000) |
| 순현금흐름            | (8,732)   | 22,260    | 19,891   | 37,318    | (8,986)   |

\* **영업활동** 제품의 생산과 상품 및 용역의 구매·판매활동

\* **투자활동** 현금의 대여와 회수활동, 유가증권·투자자산·유형자산 및 무형자산의 취득과 처분활동으로 임차료, 감가상각비 등이 포함

\* **재무활동** 현금의 차입 및 상환활동, 신주발행이나 배당금의 지급활동 등과 같이 부채 및 자본계정에 영향을 미치는 거래로 현금 유입(차입금, 주식발행 등에서 현금 유출(배당금)을 제외한 비용

\* ( )는 마이너스를 의미

## 혁신경영 · 창조경영

### 미래를 위한 지속적 설비 투자

2013년 유한킴벌리는 신규 사업군의 확대를 위해 대전공장 물티슈 제조라인 및 자동화 창고를 증설하고, 김천공장에 자동창고를 증축하는 등 시설 확대에 890억원을 투자했습니다.

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

신제품 및 신기술 연구개발을 통해 지속적인 성장동력을 발굴하고, 경제·사회·환경적 가치 창출을 통한 성장기반을 마련하고자 노력하고 있습니다. 2013년 연구개발비는 약 92억원\*으로 전년 대비 소폭 증가했으며, 전체 매출액의 0.7%가 R&D 비용으로 활용되고 있습니다. 2013년 시장조사비는 약 35억원으로 집계되었습니다.

\* 기존 연구개발비는 시장조사비를 포함하여 산출했으나, 2014년부터는 연구개발비에서 제품개발과 관련이 없는 시장조사비를 별도로 구분하여 보고했습니다.

### 신시장 개척 및 사업전략: 해외시장 개척

주력 수출상품인 유아용 기저귀와 물티슈는 2013년 수출실적 2,362억원을 달성했으며, 이는 2013년 전체 매출액의 17.3%로 전년대비 2.1%p 하락했습니다. 2013년 총 31개국에 수출했으며, 터키와 이스라엘 등에 성인용 팬츠의 수출이 진행되었습니다. 2014년 이탈리아와 영국을 중심으로 유아용 기저귀 수출을 시작하여 유럽시장으로의 진출 교두보로 활용할 계획입니다.

| 연도별 수출실적(단위: 억원, %) <span style="color: red;">A</span> |       |       |       |       |       |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| 과목   | 2009년 | 2010년 | 2011년 | 2012년 | 2013년 |
| 실적   | 1,762 | 2,376 | 2,330 | 2,739 | 2,362 |
| 매출액 대비 비중  | 15.5% | 19.6% | 17.9% | 19.4% | 17.3% |

### 온라인 사업 강화를 위한 조직 마련

유아용품을 중심으로 대부분의 마케팅 활동과 구매 행태가 오프라인에서 온라인으로 이동함에 따라 변동성이 크고 속도가 빠른 온라인 비즈니스 환경에 발빠르게 대처하기 위해 2013년 온라인 사업부문이 신설되었습니다. 온라인을 통한 판매 비중은 빠르게 증가하여 2013년 매출액의 15.1%를 차지했습니다. 향후 전방위 온·오프라인 마케팅 활동을 통해 브랜드 가치를 제고하고 온라인 시장에서의 점유율을 확대해 나갈 계획입니다.

## 유한킴벌리의 혁신적 제품



마이비데키즈(2013년 9월 출시)  
칼로리 라이트 요리타올(2013년 8월 출시)

### ‘마이비데키즈’, ‘크리넥스 칼로리 라이트 요리타올’

마이비데는 화장지와 비데의 장점을 혼합한 제품으로 소비자들이 화장지만으로는 위생에 만족하지 못한다는 조사 결과를 바탕으로 2013년 출시되었습니다. 2013년 상반기 출시에 이어 하반기에는 10세 미만의 아동을 위한 ‘마이비데키즈’가 출시되었습니다. 마이비데키즈는 아이 손에 맞는 사이즈(200×107mm)로 제작되었으며, 순한 용액과 카모마일 및 녹차 성분을 함유하고, 향이 첨가되지 않은 안심제품으로 화장실 문화 변화를 주도할 수 있는 혁신제품입니다. 칼로리 라이트 요리타올은 일반 키친타올보다 기름흡수율이 약 2배 높은 제품으로 한 장당 최대 120kcal(기름 13.3g)를 흡수할 수 있도록 설계되었습니다. 기름기를 제거하는 키친타올의 기본적인 속성이 칼로리를 줄이는데 도움을 줄 수 있다는 다이어트 개념을 도입하여 소비자의 니즈를 충족시킬 새로운 컨셉의 제품입니다.



## 2013년 유한킴벌리 신제품 현황

유한킴벌리는 끊임없는 제품 혁신을 통해 보다 나은 생활을 위한 신제품을 매년 개발하고 있습니다. 2013년 하gis 네이처메이드, 순수한그루 무보존제, 좋은느낌 좋은순면 등 지속가능한 제품들과 마이비데, 칼로리 라이트 요리타올 등 제품에 새로운 개념을 접목하여 생활과 문화를 변화시키는 혁신적 제품들을 출시했습니다.

|          |  |  |
|----------|--|--|
| 유아용품     | <ul style="list-style-type: none"> <li>하gis 프리미엄 제품 개선</li> <li>하gis 네이처메이드 제품 개선</li> <li>하gis 보송보송 제품 개선</li> <li>하gis 매직팬티 제품 개선</li> </ul>   |    |
| 여성용품     | <ul style="list-style-type: none"> <li>화이트 탐폰 출시</li> <li>좋은느낌 좋은순면 출시</li> <li>좋은느낌 한초량 오가닉 코튼 출시</li> <li>좋은느낌 유카라이너 출시</li> </ul>   |    |
| 물티슈&스칸케어 | <ul style="list-style-type: none"> <li>순수한그루 무보존제</li> <li>순수한그루 프리미엄</li> <li>유한킴벌리 자체생산 코폼 아기물티슈</li> <li>하gis 점보백 아기물티슈</li> <li>크리넥스 수앤수 라이트</li> <li>그린핑거 마이키즈(모기피제), 클렌징 워터 외 3종</li> <li>티엔 수분크림, 헤어파우더 외 4종</li> </ul> |   |
| 가정용품     | <ul style="list-style-type: none"> <li>크리넥스 뽑아쓰는 화장지</li> <li>크리넥스 칼로리 라이트 요리타올</li> <li>크리넥스 실크터치</li> <li>크리넥스 마이비데 &amp; 마이비데키즈</li> <li>스카트 향균 뽑아쓰는 행주전용타올</li> </ul>  |    |
| 시니어케어    | <ul style="list-style-type: none"> <li>디펜드 스타일팬티 울트라 슬림라인 출시</li> <li>디펜드 남성용 제품 XL사이즈 추가</li> <li>포이즈 하이브리드 커버 제품 출시</li> </ul>   |  |
| B2B      | <ul style="list-style-type: none"> <li>잭슨세이프티 보안경</li> <li>잭슨세이프티 안전화</li> <li>크린가드 A71 내화학 보호복 등</li> <li>크린가드 방진마스크</li> <li>크리넥스 럭셔리품 핸드워시</li> <li>크리넥스 점보를 화장지 순수</li> <li>스카트 점보 물티슈</li> <li>킴테크 위생행주 등</li> </ul>      |  |

### SPECIAL STORY

#### 하gis 탄생 30주년

1983년 국내 최초 위생종이 기저귀로 생산된 하gis가 30주년을 맞이했습니다. 하gis는 제품 개발단계에서부터 고객인 어머니의 의견을 충분히 반영하고 출품 후에도 고객지원센터와 하gis 홈페이지 '맘스 아이디어' 게시판 등을 통해 지속적인 피드백을 받아 제품을 보완해 왔습니다. 또한 정기적으로 육아정보 프로그램 및 공장견학, 체험단 등을 진행하여 엄마들의 대화장소를 마련하고 직접 제품을 체험할 수 있는 다양한 활동을 실시했습니다. 이를 통해 하gis는 30년이라는 시간동안 꾸준한 성장을 이어올 수 있었습니다.

#### 하gis의 역사



### 경제성과 보고 | 사회성과 보고 | 환경성과 보고

## 시니어 사업 육성

1993년 국내 최초 성인용 기저귀 '디펜드'를 출시하면서 시니어 사업을 시작했습니다. 2000년대에 접어들면서 대한민국은 빠르게 고령화 사회로 전환되고 있으며, 고령화로 인해 수많은 경제적·사회적 문제가 야기되고 있습니다. 유한킴벌리는 시니어 사업의 성장 가능성에 주목하고 사회문제를 해결하면서 동시에 경제적 성과를 창출하기 위해 시니어 사업을 성장시키고자 노력하고 있습니다.

### 유한킴벌리의 시니어 사업

시니어 사업은 크게 시니어 팬티 사업과 시니어 용품 사업의 두 가지 축을 중심으로 구성되어 있습니다. 시니어 팬티 사업은 은퇴 이후 액티브 시니어의 활동적인 사회생활을 지원하기 위한 것으로 시니어케어 사업부문에서 담당하고 있습니다. 시니어 용품 사업은 고령 인구의 고용과 소득향상, 생활 편의를 창출하면서 동시에 중소기업의 판로 지원과 매출 증대를 창출할 수 있도록 시니어 서플라이스워그그룹과 CSV사무국의 협업을 이루어지고 있습니다.

### 액티브 시니어(Active Senior)의 삶의 질 향상, 시니어 스타일 팬티

액티브 시니어란 건강유지 활동과 취미생활을 즐기고, 직장에서의 은퇴와 자녀들의 독립으로 시간적 여유를 가진 세대로 새로운 인생의 시기에서 자아실현의 욕구를 가지고 있는 세대를 지칭합니다. 유한킴벌리는 시니어 스타일 팬티를 출시하여 이들의 활동적인 삶을 지원하고 있으며, 성인용 기저귀, 요실금 팬티 등이 가지는 부정적 이미지를 제거하고자 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

### 고령화 문제 해결과 시니어 비즈니스 기회 - 공유가치창출(CSV) 경영 도입

현재와 미래의 사회문제로 부각되고 있는 고령화를 보다 근원적인 방향에서 고려하고, 이를 시니어 비즈니스의 새로운 기회로 연계하기 위해 공유가치창출(Creating Shared Value, 이하 CSV)을 경영전략으로 도입했습니다. 2012년 12월 공식적으로 도입된 CSV경영은 시니어 용품과 서비스를 제공하는 중소기업의 발굴과 육성, 시니어 용품 유통생태계 조성과 시니어 일자리 창출, 액티브 시니어 캠페인을 상호 연계하고 있습니다.

### SPECIAL STORY

#### 액티브 시니어의 더 나은 생활을 위한 노력

#### 도전의 시작은 '시니어'에 대한 발상의 전환

시니어 사업이라는 아직 우리나라에서는 형성되지 않은 완전히 새로운 시장과 문화를 만들어 가기 위해 유한킴벌리는 '시니어'의 개념을 재정립했습니다. 자신의 삶을 즐기고 자신감 있게 사회활동을 영위해 나가는 활동적인 액티브 시니어를 대상으로 사업을 구성했습니다. 인식 전환을 위해 '성인용 기저귀'의 개념을 '일회용 팬티'로 바꾸고 기능성 신발, 동보기가 부착된 손톱깎이 등 필요하지만 구입하기 쉽지 않았던 제품들을 만날 수 있는 공간을 마련했습니다.

#### 시니어 사업을 위한 교두보, 골든프렌즈

골든프렌즈는 액티브 시니어를 위한 생활용품 전문 매장으로 액티브 시니어의 생활과 습관, 생각과 감정을 고려한 제품을 소개하고 있습니다. 사용자의 이용편의를 위해 오프라인과 온라인 매장을 함께 운영중입니다. 2012년 낙원상가 4층 실버영화관 입주를 시작으로, 2013년 안산 중앙역점을 오픈했으며, 2014년 7월 3호점인 대구 중앙역점을 오픈할 예정입니다. 또한 11번가 미니샵을 개설하여 온라인 매장을 운영하고 있으며, 골든프렌즈 사이트를 개설, 시니어가 좀 더 편리하게 주문할 수 있도록 전화주문 센터를 운영하고 있습니다.

골든프렌즈 사이트 [www.goldenfriends.yuhan-kimberly.co.kr](http://www.goldenfriends.yuhan-kimberly.co.kr)

#### 시니어에 대한 발상의 전환

액티브 시니어 YES



골든프렌즈  
SENIOR LIFE STYLE SHOP

## 시니어용품과 서비스를 제공하는 소기업 발굴·육성

시니어용품에 대한 기술과 아이디어를 가지고 있으나 R&D, 마케팅, 영업 역량 등의 부족으로 어려움을 겪고 있는 중소기업에 발굴·육성하는 과정에 시니어 고용을 촉진함으로써 궁극적으로 소기업과의 비즈니스 네트워크를 구축하고, 시니어가 생산·판매·사용하는 새로운 비즈니스 모델을 구축했습니다. 정규 산업으로 정착하지 못한 시니어 산업은 다품종 소량생산과 새로운 도전이라는 특성으로 인해 소기업들의 적극적인 참여가 필요합니다. 이를 위해 유한킴벌리는 우수한 소기업을 발굴·육성하고자 (재)함께일하는재단과 함께 '더 편리한 생활용품 공모사업'을 진행하고 있습니다. 2013년까지 총 12개의 소기업을 발굴하여 '액티브 시니어 기금'을 통해 R&D, 특허출원취득비용, 기계·장비임대 등을 지원했습니다. 2014년 공모사업을 통해 10개의 소기업을 추가로 발굴·육성할 예정입니다.

공모사업을 통해 발굴된 소기업에 대한 보다 자세한 사항은 하단의 'Special Story'를 참고하시기 바랍니다.

## 시니어 용품 유통생태계 조성


사)사회연대은행, 한국노인인력개발원과 함께 생산과 소비가 활성화되지 못한 시니어용품의 유통생태계 조성을 위해 노력하고 있습니다. 이를 위해 2014년 '시니어 유통생태계 촉진기금'을 출연하고, 보건복지부의 고령자친화기업 지원기금과 연계하여 액티브 시니어 용품 복합몰 구축사업을 추진하고 있습니다. 또한 전국적인 조직망을 갖춘 주요 시니어 단체의 참여를 유도함으로써 시니어들의 보다 역동적인 사회 참여를 이끌어 내고, 액티브 시니어 용품의 유통활성화에도 기여하고자 합니다.

## 시니어 일자리 창출(시니어사업, 소기업 육성활동) A

시니어 사업과 소기업 육성활동을 통해 55세 이상의 시니어 일자리를 창출하기 위해 노력하고 있습니다. 시니어 생활용품 판매장인 골든프렌즈 매장, 고객지원본부의 시니어 용품 상담 업무에는 시니어를 우선 고용하고, 소기업을 발굴 육성하는 과정에서 시니어 일자리창출을 독려하고 있습니다. 2013년까지 총 64개의 시니어 일자리를 창출했습니다.

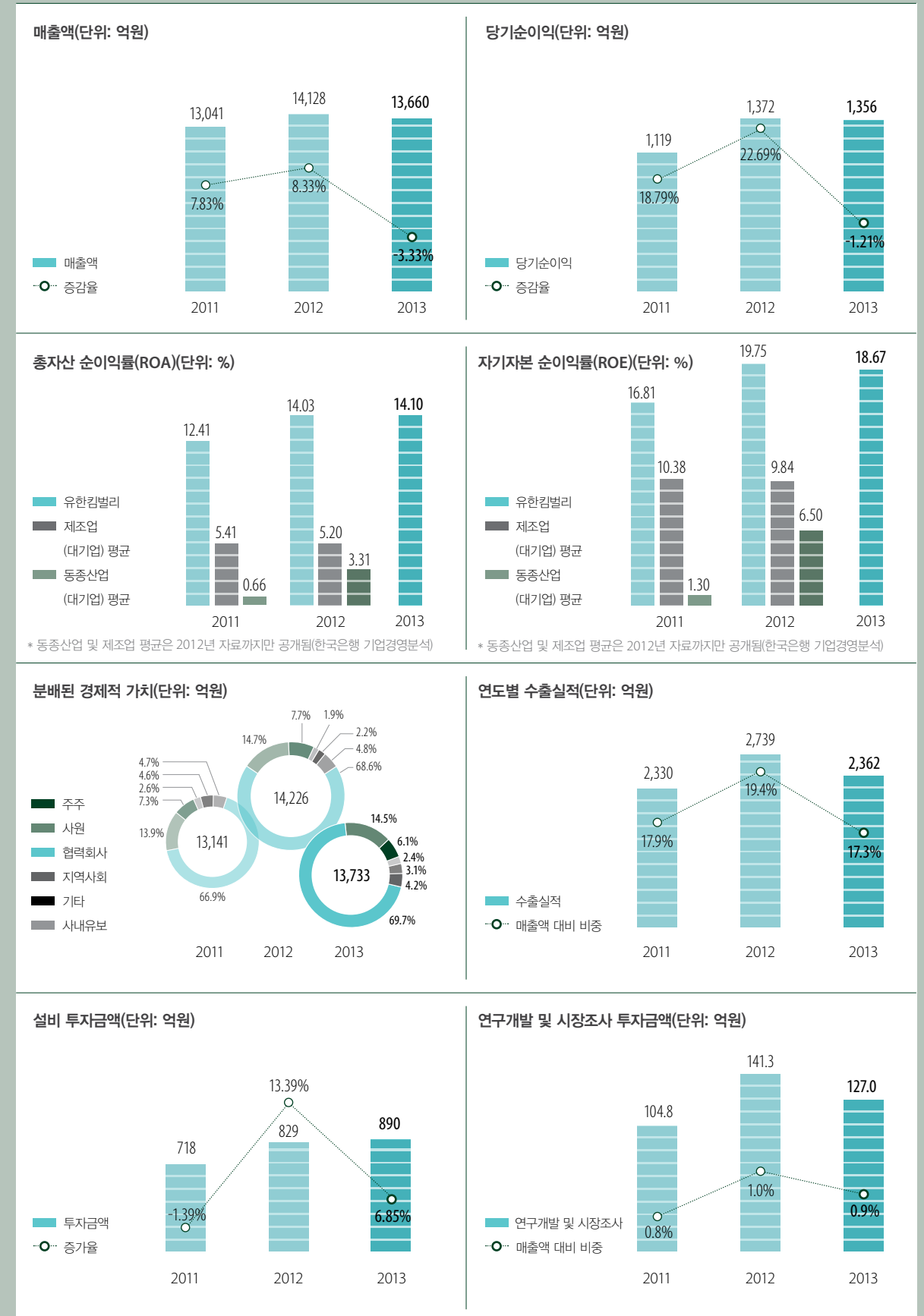
| 부문       | 2012년<br>(누적) | 2013년<br>(누적) | 업무내용         |
|----------|---------------|---------------|--------------|
| 시니어서플라이스 | 3             | 4             | 매장관리/판매      |
| 시니어사업부문  | 10            | 0             | 디펜드 스타일 매장판촉 |
| 고객지원부문   | 2             | 8             | 시니어제품 상담     |
| 소기업육성    | 17            | 52            | 소기업 직/간접 고용  |
| 합계       | 32            | 64            |              |

## 액티브 시니어 캠페인 A

많은 지식과 소중한 경제활동 경험을 지닌 시니어가 일과 여가활동, 자원봉사활동을 통해 액티브 시니어로 살아갈 수 있도록 함으로써 생산가능인구를 확장하고, 고령화 문제를 근본적으로 해결하는 모델을 제시하기 위해 '시니어가 자원입니다' 캠페인을 2012년부터 진행하고 있습니다. 이 캠페인은 2013년 한국광고주협회 선정 '소비자가 뽑은 좋은 광고상'을 수상했으며, 보건복지부로부터 '고령화문제 해소 기여 공로'로 감사패를 받기도 했습니다. 

## 그래프로 알아보는 경제성과 지표

유한킴벌리의 2013년 경제관련 성과를 확인할 수 있습니다.



### SPECIAL STORY

#### '유한킴벌리 더 편리한 생활용품 공모사업' 통해 12개 시니어 소기업 발굴·육성

유한킴벌리는 시니어 용품을 직접 생산하는 대신 우수한 아이디어를 가진 소기업을 발굴·육성하여 국내 시니어 산업을 성장시켜 나가고 있습니다. 2013년 공모사업을 통해 총 12개의 소기업이 발굴되었으며, 지원을 통해 제품을 상용화 했습니다.

| 기업명              | 2012 ~ 2013년 사업성과                                 |
|------------------|---|
| 이플루비             | 시니어 세대를 위한 패션동보기                                  |
| (주)두손컴퍼니         | 시니어 세대의 안검하수 문제를 해결하기 위한 쌍꺼풀 테이프                  |
| (주)에브리데이 해피인터내셔널 | 시니어용 기능성 언더웨어 및 요실금팬티와 패드                         |
| (주)상상우리          | 퇴직자 및 시니어의 새로운 인생설계와 재출발을 위한 액티브시니어 상상놀이터 사업      |
| GRIPIN           | 시니어에게 편리한 IT 악세서리 및 생활용품 제조 사업                    |
| (주)책농장           | 할아버지와 할머니가 읽어주는 책농장 이야기 - '어르신 구연동화 체험 프로그램' 개발사업 |

## 사회

1인당 평균  
교육훈련 시간

123시간

### DMA | 성과관리체계(DISCLOSURES ON MANAGEMENT APPROACH)

#### 🏠 사회관련 중대이슈

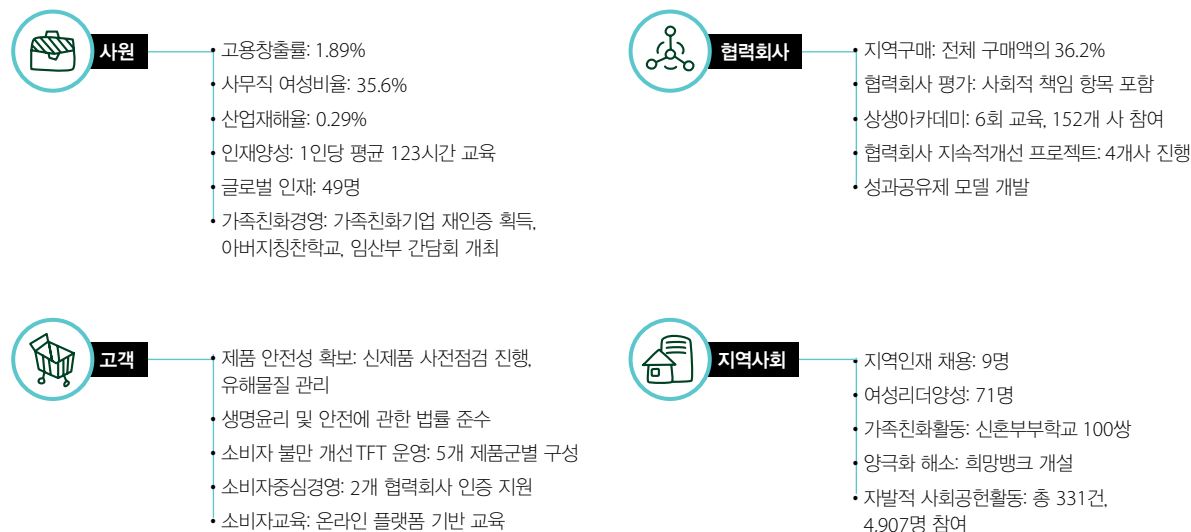
유한킴벌리의 사회성과는 대표 이해관계자인 사원, 협력회사, 고객, 지역사회로 구분하여 관리하고 있습니다. 중대성 평가 결과 가족친화경영, 스마트워크, 도전적·창의적 조직문화 기반 확립, 개인성과 향상 및 능력개발, 협력회사 상생활동, 제품책임 및 제품 안전성 확보, 고객만족경영, 우리강산 푸르게 푸르게, 사회공헌활동 일반 등 각 이해관계자별 주요 이슈들이 도출되어 해당 사항들을 중심으로 보고했습니다.

#### 🔗 유한킴벌리의 접근법

주요 이해관계자별 중대이슈를 중심으로 사회성과 지표를 관리하고 있으며, 인사노경부문을 비롯하여 상생경영본부, 고객지원본부, 지속가능경영본부 등 관련된 부서가 직접적으로 관여하고 있습니다. 각 이해관계자의 만족도 향상과 성과 창출을 위해 이해관계자별 핵심 프로그램을 운영하고 있으며, 가족친화경영, 협력회사 상생 프로그램, 고객만족경영, 사회공헌 프로그램 등 다양한 활동이 이루어지고 있습니다.

#### 💎 2013년 주요 성과평가

유한킴벌리는 관련 법규의 준수를 기초로 보다 강력한 기준을 적용하여 내부 정책을 수립하고, 목표를 설정하여 달성하기 위해 노력하고 있습니다. 특히 주요 프로그램 등에 대해 내·외부 이해관계자를 대상으로 설문조사 및 평가를 진행하여 의견을 반영하고 개선해 나가고 있습니다.



경제성과 보고 | **사회성과 보고** | 환경성과 보고

## 사원

### 소통 및 인재 양성 통한 경쟁력 강화

2013년 12월 31일 기준 유한킴벌리의 사원은 총 1,722명으로 전년대비 1.9% 늘어났습니다. 직종별로는 생산직 58.0%, 사무직 42.0%로 구성되어 있고, 사원의 평균 근속 연수는 16.8년입니다. 2013년 신규 채용인원은 총 55명이었으며, 여성의 신규 채용비율은 42.4%를 차지하고 있습니다. 지속적인 여성 고용 확대 노력으로 최근 5년간 전체 사원 중 여성 비율이 꾸준히 향상되고 있습니다.

#### 숫자로 보는 사원현황 A

| 구분    |                           | 2006년 | 2007년 | 2008년 | 2009년 | 2010년 | 2011년 | 2012년 | 2013년 |
|-------|---------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 고용    | 전체 사원수(명)                 | 1,706 | 1,695 | 1,689 | 1,688 | 1,663 | 1,656 | 1,690 | 1,722 |
|       | 장애인 고용(%) <sup>1)</sup>   | 2.0   | 2.1   | 2.2   | 2.2   | 2.3   | 2.3   | 2.5   | 2.5   |
|       | 계약직 고용(명)                 | 24    | 19    | 9     | 2     | 1     | 1     | 6     | 4     |
|       | 고용창출률(%) <sup>2)</sup>    | 1.5   | -0.6  | -0.4  | -0.24 | -1.48 | -0.42 | 2.11  | 1.89  |
|       | 평균 근속 연수(년)               | 12.6  | 13.3  | 14.0  | 13.9  | 15.9  | 15.7  | 16.3  | 16.8  |
|       | 월평균 근로시간(시간)              | 182   | 183   | 184   | 181   | 180   | 179   | 180   | 171   |
|       | 결근일수(일)                   | 11    | 5     | 1     | 0     | 0     | 6     | 0     | 0     |
|       | 손실일수(일) <sup>3)</sup>     | 130   | 329   | 190   | 0     | 163   | 479   | 244   | 500   |
| 신규채용  | 신규 채용자수(명)                | 69    | 25    | 44    | 13    | 12    | 51    | 55    | 55    |
| 퇴직    | 퇴직율(%)                    | -     | -     | 2.3   | 1.5   | 1.98  | 1.21  | 1.18  | 1.92  |
| 여성인력  | 여성 사원수(명)                 | 268   | 266   | 270   | 263   | 263   | 273   | 283   | 298   |
|       | 전체(%)                     | 15.7  | 15.7  | 16.0  | 15.6  | 15.8  | 16.5  | 16.7  | 17.3  |
|       | 이사 대우 이상(%)               | 3.4   | 15.7  | 17.1  | 17.1  | 17.6  | 17.7  | 18.8  | 17.6  |
|       | 사무직 여성비율(%)               | 39.4  | 39.9  | 40.1  | 33.7  | 33.9  | 35.3  | 35.1  | 35.6  |
|       | 신규 채용 여성비율(%)             | 29.4  | 48.0  | 31.0  | 20.0  | 55.6  | 52.0  | 36.4  | 42.4  |
|       | 신규 채용 여성비율(%)             | 29.4  | 48.0  | 31.0  | 20.0  | 55.6  | 52.0  | 36.4  | 42.4  |
| 출산    | 출산휴가 사용률(%)               | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
|       | 출산휴가 사용자(명)               | 21    | 25    | 33    | 31    | 29    | 24    | 25    | 23    |
|       | 출산휴가 후 복직률(%)             | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
|       | 육아휴직 사용자(명)*              | 1     | 5     | 15    | 17    | 20    | 22    | 23    | 16    |
|       | 여성육아휴직 사용률(%)             | 4.8   | 20.0  | 45.5  | 51.6  | 68.9  | 91.7  | 88.0  | 83.0  |
|       | 육아휴직 후 복직률(%)             | 100   | 100   | 92.3  | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   |
| 노조    | 노조 가입자 수(명)               | 961   | 953   | 945   | 939   | 935   | 903   | 887   | 899   |
|       | 노조 가입 비율(%) <sup>4)</sup> | 80.5  | 80.0  | 83.4  | 83.7  | 88.0  | 88.0  | 99.0  | 99.8  |
| 작업장안전 | 산업재해율(%) <sup>5)</sup>    | 0.12  | 0.06  | 0.06  | 0.0   | 0.18  | 0.06  | 0.06  | 0.29  |

\* 2013년 육아휴직 사용자 중 남성사원은 없습니다.

1) 장애인 고용율 월평균고용자 수x12, 한국장애인고용촉진공단의 산정기준에 의합니다. 정부 보고서 중중장애인은 2명으로 계산하며, 유한킴벌리의 장애인 의무고용률은 2.5%입니다.

2) 고용창출률 (당해년도인원수-전년도인원수)/전년도인원수x100

3) 손실일수 공장의 경미 혹은 중대한 사고로 인해 근로자가 제출한 진단서 상 일수를 기준으로 집계했습니다. GRI 기준을 적용하여 손실율을 계산했습니다. (손실일수/총 근로시간x계수)

4) 노조 가입 비율 (가입자 수/가입 대상)x100, 노조가입 대상은 관리, 감독직 종사자(과장급 이상), 인사, 노무, 기획, 마케팅, 총무 담당자, 경리, 회계, 출납, 자금 담당자, 비서 업무 종사자, 임원 처량, 운전자, 경비직 종사자 등을 제외합니다. 2012년부터는 비연봉대상 사원을 노조가입대상으로 산정하여 보고했으며, 향후 같은 기준으로 보고하겠습니다.

5) 산업재해율 (사고건수/상시근로자 수) x 100



## 작업장 안전

### 안전 우선 정책 실시

작업장 안전을 위해 산업안전보건환경위원회를 마련하여 분기별로 주요 안전을 협의하고 있으며, 안전 보건, 작업 환경 개선, 건강 증진 등에 대한 논의를 통해 지속적으로 개선하고 있습니다. 특히 작업 중 유해물질\* 노출 위험 대상 사원들은 특수건강검진을 실시하고 있으며, 정기적으로 안전사고 예방 교육을 실시하고 있습니다. 2013년 유한킴벌리의 산업재해율은 0.29%였습니다.

\* 유해물질 단순히 법적 대상물질이 아니라 분진 및 소음 등 단기·장기적으로 직업병을 유발할 우려가 있다고 판단되는 유해인자 모두로 정의하고 관리대상에 포함시키고 있습니다.

#### 2013년 산업안전보건환경위원회 현황

| 구분   | 총 사원수 | 구성              | 주요 안전  | 생산직 사원 | 산재현황 |
|------|-------|-----------------|--|--------|------|
| 김천공장 | 401명  | 사측 10명, 노조측 10명 | <ul style="list-style-type: none"> <li>공장 내 시설 조도개선</li> <li>생산현장 디젤지게차 배기가스정화장치 개선</li> <li>현장 방음휴게실 설치</li> <li>생산현장 온·습도 환기 개선</li> <li>안전화 불편 개선</li> </ul>                        | 303명   | 2명   |
| 대전공장 | 445명  | 사측 9명, 노조측 9명   | <ul style="list-style-type: none"> <li>부직포 생산 기계 정전기 방지 설비 설치 및 개선</li> <li>생산현장 내 휴대전화 사용 정책 마련</li> <li>현장 호이스트(Hoist)* 점검방법 개선</li> <li>현장 LED 조명 개선</li> <li>공정 내 소음 개선</li> </ul> | 329명   | 없음   |
| 충주공장 | 263명  | 사측 5명, 노조측 5명   | <ul style="list-style-type: none"> <li>현장 페인트작업 시 보호구 지급</li> <li>외부 협력회사 관리감독 강화</li> <li>비접오염시설 설치 보고</li> <li>지하주차장 차량정비 설명서 부착</li> </ul>  | 194명   | 3명   |

\* 호이스트(Hoist) 비교적 소형의 화물을 들어 옮기는 장치

### 노사합동 위험 발굴 및 개선

각 사업장별 위험사항에 대해 노사가 합동으로 점검하여 위험을 발굴하고 개선함으로써 안전한 작업장 유지를 위해 노력하고 있습니다. 2013년 발굴된 위험에 대해 87.1%를 개선했습니다.

#### 2013년 발굴된 위험 현황

| 구분   | 2011년 |       |       | 2012년 |       |       | 2013년 |       |       |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|      | 발굴(건) | 개선(건) | 개선(%) | 발굴(건) | 개선(건) | 개선(%) | 발굴(건) | 개선(건) | 개선(%) |
| 김천공장 | 308   | 266   | 86.4  | 165   | 101   | 61.2  | 462   | 397   | 85.9  |
| 대전공장 | 314   | 299   | 95.2  | 400   | 357   | 89.3  | 466   | 395   | 84.8  |
| 충주공장 | 548   | 520   | 94.9  | 618   | 520   | 84.1  | 469   | 415   | 88.5  |
| 물류센터 | 157   | 153   | 97.5  | 103   | 100   | 97.1  | 110   | 105   | 95.5  |
| 합계   | 1,327 | 1,238 | 93.3  | 1,286 | 1,078 | 83.8  | 1,507 | 1,312 | 87.1  |

### 사원의 건강 관리

사원의 건강을 위해 각 사업장별로 금연활동, 개인 건강지수 관리 등 다양한 건강관리 프로그램을 운영하고 있습니다. 사원 건강관리 프로그램은 사원의 특성을 고려하여 신규 프로그램을 확대하고 있으며, 각종 캠페인 및 건강체크의 날 행사 등을 통해 사원의 참여를 독려하고 있습니다.

## 공정한 보상체계

### 공정한 성과평가 및 보상

유한킴벌리는 신입사원의 성별 및 직종에 따른 구분 없이 동일한 기본급을 적용하며, 2013년 신입사원의 기본급은 법적 최저임금 대비 201% 수준입니다. 개인의 업무성과는 P&D(Performance & Development) 프로세스에 따라 연초 워크리더와 워크멤버간 협의를 바탕으로 수립된 목표에 의거하여 지속적인 점검과 피드백이 제공되며, 연중 워크멤버, 동료, 고객 등의 다면평가 결과를 반영하여 결정됩니다.

### 노후소득보장을 위한 퇴직연금제도 실행

퇴직금의 안정적인 지급과 노후소득보장을 위해 퇴직연금제도를 도입하여 시행하고 있습니다. 정부의 퇴직금 운영지침을 준수하여 1년 근속 시 1개월 이상의 급여를 제공하고 있으며, 근속년수에 따라 퇴직금이 증가하는 퇴직금 누진제\*를 통해 경제적 안정을 지원합니다.

\* 퇴직금 누진제를 통해 10년 근속 시 11.5개월, 15년 근속 시 19개월, 20년 근속 시 29개월의 퇴직급여를 제공하고 있습니다.

## 커뮤니케이션

### CEO 주도의 노사협력 문화

회사 경영에 대한 비전 및 목표 등을 전 사원과 공유하기 위하여 CEO가 직접 주도하는 상·하반기 경영현황설명회와 토크콘서트를 운영하고 있으며, 노경간담회를 연 2회 개최하고 있습니다. 특히 최고경영자와 사원들이 현장에서 직접 만나 경영현황 및 방향에 대한 이야기를 나누는 토크콘서트는 2013년 총 10회 개최되었으며, 520명의 사원이 참석하여 CEO와 직접 소통하는 시간을 가졌습니다.

### 노사협력 및 소통을 위한 활동

노사간 상호 협조를 통해 공동의 이익을 증진시키고 기업의 건전한 발전을 도모하기 위해 노사협의회를 마련하고, 노사협의회와 고충처리위원회를 운영하고 있습니다. 2013년 접수된 고충처리 건수는 노사협의회에서 논의된 안전을 기준으로 총 122건이었으며, 접수일로부터 10일 이내에 처리하여 결과를 해당 사원에게 서면으로 안내하는 프로세스를 확립했습니다. 고충처리제도에는 인권존중, 반부패, 차별금지, 업무개선 등 회사 생활 전반에 관한 모든 내용을 포함하고 있으며, 2013년 접수된 인권관련 고충처리 건수는 없었습니다.

#### 고충처리 접수 건수 및 관련 내용

| 구분    | 고충처리 접수 건수(건) | 관련 내용  | 비고         |
|-------|---------------|--|------------|
| 2011년 | 42            | <ul style="list-style-type: none"> <li>공장설비 노후로 인한 개선, 구내식당 식단 개선 등</li> <li>사무실 공간 확장 및 화장실 내부 개선, 헬스장 운동기구 개선 등</li> </ul> | 김천/대전/충주공장 |
| 2012년 | 169           | <ul style="list-style-type: none"> <li>도서관 설립, 점심시간 연장, 여자화장실 내부 보수 등</li> <li>주차장 조명 설치, 헬스 장비 노후로 인한 개선 등</li> </ul>       |            |
| 2013년 | 122           | <ul style="list-style-type: none"> <li>사원 복리후생제도에 대한 문의, 종합탈의실 시설 개선 등</li> <li>작업현장 환경 개선, 개인정보보호 강화 등</li> </ul>           |            |

### 님호칭제도 활성화

2011년 수평적 의사소통의 활성화와 상호 존중문화 정착을 위해 대표이사 사장부터 사원에 이르기까지 전직원이 직책 대신 '님'으로 호칭하는 제도를 도입하여 실시하고 있습니다. 2013년 전직원을 대상으로 한 님호칭제도의 사용현황에 대한 조사에서 평균 74%(말 70%, 글 또는 이메일 78%)가 님호칭을 사용하고 있는 것으로 나타나 기업 문화로 자리잡아 가는 것으로 확인되었습니다.

경제성과 보고 | 사회성과 보고 | 환경성과 보고

## 인재 역량 강화 위한 교육 지원

### 체계적인 교육지원 프로그램 운영 A

글로벌 경쟁력을 갖춘 인재 양성을 위해 워크멤버, 워크리더, 임원의 계층별 역량강화 리더십 교육과 직무 공통 및 전문교육, 조직활성화 과정, 가족친화 프로그램 등으로 구성된 체계적인 교육지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 2013년 사원 1인당 평균 123시간의 교육훈련을 실시했으며, 1인당 88만원의 비용을 사용했습니다.

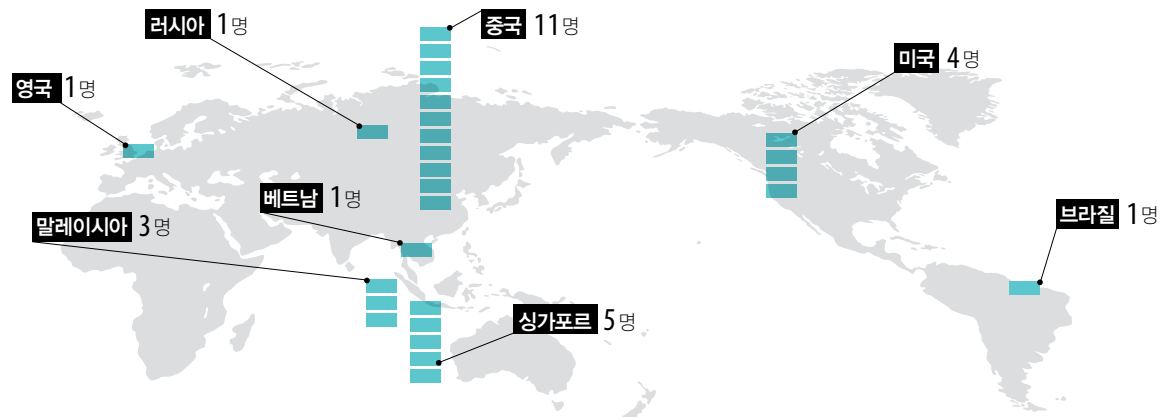
### 사원 경력계획 및 개발제도 시행

2011년 사원의 역량개발 및 향상을 위한 경력계획 및 개발제도를 마련하여 전 사원을 대상으로 시행하고 있습니다. 이를 통해 사원은 자신의 업무 경험, 능력, 목표 등을 고려한 경력개발 계획을 마련하고, 상사와 협의하여 실행함으로써 체계적인 자기개발이 가능하도록 지원하고 있습니다.

### 유한킴벌리의 글로벌 인재

글로벌 업무 수행은 개인의 경력개발 및 새로운 직무 경험 기회를 제공하고, 기업 조직문화에 다양성과 포용역량을 내재화시켜 경쟁력을 확보하는데 기여합니다. 유한킴벌리는 사원의 글로벌 파견을 적극적으로 지원하여 2013년 총 49명이 파견 근무를 수행했습니다. 이 중 중국, 싱가포르, 미국, 말레이시아, 러시아, 베트남, 영국, 브라질 등 실제 해외 근무지로 파견되어 글로벌 업무를 수행한 사원은 27명입니다.

글로벌 파견 현황



### 부문별 자발적 역량개발 프로그램, FET\*

부문별 학습조직(Functional Excellence Team, 이하 FET)은 사원들의 역량향상 및 인재육성을 위해 7개 부문별로 운영되는 연간 프로그램으로 부문별로 세부 주제를 수립하여 학습, 벤치마킹, 강의 등을 진행하고 있습니다. 유한킴벌리는 기업의 경쟁력 강화를 위해 타사의 성공사례를 지속적으로 벤치마킹하고, 부문, 본부, 팀별 학습동아리 확대를 통해 평생학습 문화를 가속화시킬 수 있도록 FET를 적극 권장하고 있습니다. FET의 활성화를 위해 매년 '학습과 협업, 재미'라는 FET의 취지를 가장 잘 살린 팀에게 올해의 FET상이 수여됩니다.

\* FET(Functional Excellence Team) 부문내 역량강화를 목적으로 구성된 학습조직

### 올해의 유한킴벌리인

핵심가치와 비전행동모델의 실천과 탁월한 성과에 대한 감사와 인정문화 활성화를 위해 '올해의 유한킴벌리인'을 선정했습니다. 전사원을 대상으로 추천을 받아 '도전과 창의', '신뢰와 배려', '책임과 공헌'의 3개 포상부문별로 1명씩을 선정하여 시상했습니다.

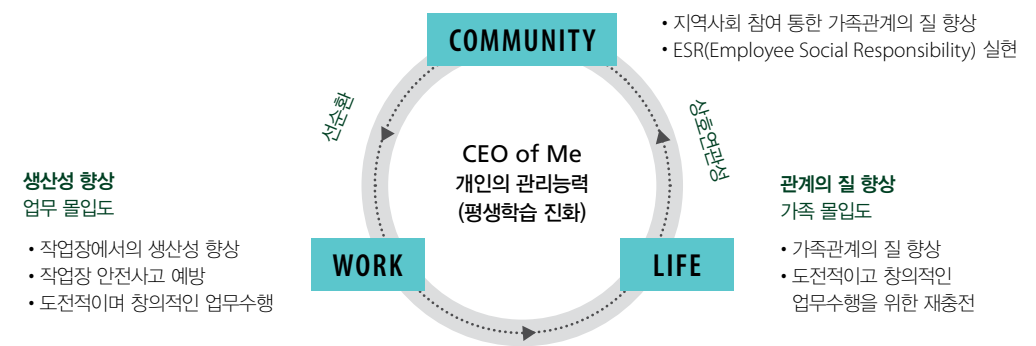
## 가족친화경영

유한킴벌리의 가족친화제도 개선

● 가족친화제도 주요 변경사항

| 구분                  | 주요 제도                  | 1970창립<br>~2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 주요 변경사항   |
|---------------------|------------------------|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---|
| 유연한 근무제             |                        |                 |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      | • 2011년 사차 출퇴근제 확대 (7시~10시), 탄력적 점심 시간제, 유연복장제 도입               |
|                     |                        |                 |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      | • 2012년 재택근무제 도입  |
|                     | 자녀학자금 지원               |                 |      |      |      |      |      | ●    |      |      | ●    |      |      |      | • 2007년 학자금 지원 자녀수 제한 폐지<br>• 2010년 유아교육비 취학전 3년간 지원으로 1년 연장    |
| 출산<br>육아<br>지원      | 출산 축하제도,<br>산전후직·유사산휴가 |                 |      |      |      |      |      |      |      |      | ●    |      |      | ●    | • 2010, 2013년 산전후직 기간 연장  |
|                     | 모성보호공간                 |                 |      |      |      |      | ●    |      |      |      |      | ●    |      |      | • 2006년 모성보호공간 리모델링<br>• 2011년 스마트오피스 도입 통한 임신부 배려석 마련          |
|                     | 출산축하<br>(임산부 간담회)      |                 |      |      |      |      |      |      |      | ●    |      | ●    |      |      | • 2009년 임신부 팀원과 팀장을 함께 참여, 사업장 동시 실시<br>• 2011년 임신부 간담회 연2회로 확대 |
|                     | 직장보육시설                 |                 |      |      |      |      |      |      |      |      |      | ●    |      |      | • 2011년 대전공장 내 직장보육시설 푸른숲어린이집 개소                                |
| 사원<br>및<br>가족<br>지원 | 선택적 복지제도               |                 |      |      |      |      |      |      |      | ●    | ●    |      | ●    |      | • 2009년 사용범위 확대<br>• 2010년, 2011년 금액 증가                         |
|                     | 전문가<br>심리상담프로그램(EAP)   |                 |      |      |      | ●    |      |      |      | ●    |      |      |      |      | • 2005년 가족으로 대상 확대<br>• 2009년 상담영역 및 연간 상담가능 횟수 증가              |
|                     | 정년 연장 은퇴자<br>프로그램      |                 |      |      |      |      | ●    |      | ●    |      |      |      |      |      | • 2006년 정년 2년 연장<br>• 2008년 정년 1년 추가 연장(58세)                    |
|                     | 가족친화<br>우수기업인증         |                 |      |      |      |      |      |      |      |      |      | ●    |      | ●    | • 2011년 가족친화기업 인증 연장 획득<br>• 2013년 가족친화기업 재인증 획득                |
|                     | 가족사보                   |                 |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |   |
| 문화<br>조성            | 가족데이(육아데이)             |                 |      |      |      |      |      |      |      |      |      | ●    |      |      | • 2011년 가족사랑의 날 도입 통해 월1회에서 주1회로 확대                             |
|                     | 정기적인 가족친화<br>설문조사      |                 |      |      |      |      |      |      |      |      |      | ●    | ●    |      | • 2011년 제도사용 현황 및 용이성 관련 조사 실시<br>• 2012년 가족관계의 질 조사 첫 실시       |
|                     | 가족자원봉사                 |                 |      |      |      |      |      |      |      |      |      | ●    |      | ●    | • 2011년 사업장별 나무 심기 행사 시작<br>• 2013년 가족과 함께하는 나무 심기 행사 시작        |


유한킴벌리 가족친화경영 컨셉



### ‘책임과 공헌’의 실천 위해 가족친화경영 강화 A

유한킴벌리는 가족친화경영 선두 기업으로서 우리 사회가 당면한 저출산·고령화 극복을 위해 건강한 가족 모델을 제시하고, 사회적으로 확산하고자 다양한 노력을 기울이고 있습니다. 1990년대 초반부터 유연 근무제와 평생학습 시스템을 도입하고, 결혼, 출산, 육아, 은퇴 준비 등을 포함하여 생애주기별 다양한 가족친화제도를 운영해왔습니다. 2000년대에는 출산육아장려제도를 중점적으로 보완·개발하였으며, 2010년부터 비전 2020 핵심가치인 책임과 공헌의 중요한 두가지 축 중 하나로 가족친화경영을 선언했습니다. 이어 가족친화경영의 개념을 재정립하고 합계출산율 및 가족관계의 질 조사를 실시하는 등 객관적인 자료를 수집하고, 지속적인 문화확산을 위해 많은 노력을 기울이고 있습니다.

### 가족친화기업 재인증 획득

가족친화경영에 대한 노력으로, 정부로부터 2008년 가족친화기업 최초 인증을 받은 이후, 2013년 재인증을 받았 습니다. 또한 2014년 5월 가정의 달을 기념하여 가족친화경영워크그룹은 그 동안의 저출산 극복 및 가족친화문화 조성의 공로로 대통령 표창을 수상했습니다. 

### 남성들의 돌봄 기능강화를 위해 ‘아버지칭찬학교’ 실시

저출산 극복 및 가족친화 활성화를 위해 남성들의 돌봄 기능 강화가 중요함을 인지하고 가족관계의 질 조사 결과 를 바탕으로 세대별 아버지칭찬학교를 운영하고 있습니다. ‘행복한 아버지가 행복한 일터를 만든다’를 주제로 연간 2~4회 일정으로 실시했습니다. 앞으로도 한국사회에서 남성들의 돌봄기능을 강화시키기 위해 지속적으로 아버지 칭찬학교를 실시하고 사례를 외부로 전파할 계획입니다.

 아버지칭찬학교에 대한 보다 자세한 사항은 p.63 [Special Page] 남성의 돌봄 기능강화 사례를 참고하시기 바랍니다.

### 다양성 확보를 위한 임신부 간담회 개최

2009년부터 저출산 극복을 위해 임신부 간담회를 본사를 비롯하여 전 사업장 공동으로 진행하고 있습니다. 임신부와 해당 워크리더가 함께 참여하여 임신과 출산을 축하하고 여성인력의 경력단절 근절을 위해 노력하고 있습니다. 모든 사업장에 모성보호공간 및 모유착유시설이 있으며, 그밖에도 다양성 확보를 통한 기업 경쟁력 강화를 위해 여성위원 회 산하 여성네트워크(K-WIN)를 조직하여 여성인재 양성을 위한 인력개발 및 문화확산 프로그램을 운영중입니다.

| 유한킴벌리 주요 가족친화제도                                 |             |                        |
|---|-------------|------------------------|
| 유형  | 내용          |                        |
| 유연한 근무 체제                                       |             |                        |
| 전일근무로   | 4조 2교대(생산직) | 4일 근무 – 4일 휴무, 평생학습 지원 |
|   | 시차 출근제(사무직) | 오전 7시~10시 출근시간 자율선택    |
|   | 현장출퇴근제(영업직) | 정기 출퇴근없이 현장업무 수행       |
|   | 재택근무제       | 모바일 기기를 이용해 집에서 근무     |
| 출산육아지원  |             |                        |
| 임신 축하 및 임신부 보호                                  |             |                        |
| • 임산부 도덕상, 보건상 유해·위험한 사업 배치 금지                  |             |                        |
| • 임산부 탄력적 근로시간제 적용 금지                           |             |                        |
| • 임산부 태아검진휴가 부여                                 |             |                        |
| (임신 9개월까지 월 1일, 임신 10개월 이후 월 1일 및 검진 시간 1회)     |             |                        |
| 출산 축하 및 휴가제도 등                                  |             |                        |
| • 산전 휴직(3개월), 산전후 휴가(90일)                       |             |                        |
| • 유사산 휴가(임신 13~21주 30일, 22~27주 60일, 28주 이상 90일) |             |                        |
| • 아버지 출산유급휴가 3일                                 |             |                        |
| • 출산축하금(첫째 40만원, 둘째 60만원, 셋째 150만원, 넷째이상 300만원) |             |                        |
| • 여사원 자궁암 및 유방암 검진                              |             |                        |
| 보육 육아 지원  |             |                        |
| • 육아휴직(출생이후~만 8세 이하, 1년이내)                      |             |                        |
| • 육아기 근로시간 단축제도(육아휴직과 합쳐서 1년이내)                 |             |                        |
| • 모유수유 보장 및 수유실 운영                              |             |                        |
| • 직장보육시설 마련(대전공장)                               |             |                        |
| • 임산부 간담회(년간 2회 실시)                             |             |                        |
| 자녀 학자금 지원                                       |             |                        |
| • 유아교육비 지원(취학전 3년x120만원=360만원)                  |             |                        |
| • 대학졸업까지 자녀학자금 지원(자녀수 제한없음)                     |             |                        |
| • 장애자녀 학자금 지원                                   |             |                        |

| 유형  | 내용 |
|---|----|
| 사원 및 가족 지원  |    |
| 선택적 복지프로그램: 1인당 연간 220만원(자기계발, 건강, 레저 등 선택)                         |    |
| 행복찾기(EAP): 사원과 직계가족 대상, 24시간 연결, 비밀보장                               |    |
| 가족경조지원: 관혼상제 관련 휴가와 경조금 지급  |    |
| 가족간병휴작: 가족간병을 위한 휴직(3개월이내)  |    |
| 의료비 지원: 본인 400만원 및 배우자, 미혼자녀 350만원 지원, 건강검진 사원 배우자 대상, 2년 1회 실시 지원  |    |
| 평생학습지원: 사원과 가족 온라인 어학연수원(500여 과목, 365일 사용)                          |    |
| 은퇴프로그램: 은퇴전후 6개월 종합컨설팅  |    |
| 장제지원: 사원과 직계가족 대상 장제시 인력·물품지원                                       |    |
| 문화조성  |    |
| 가족사보 발행: 사원과 가족을 위한 사보 발행   |    |
| 가족사랑의 날 캠페인: 매일 정시퇴근 캠페인  |    |
| 야간근무 지정공간 선정: 매일 저녁 7시 30분 이후 소등                                    |    |
| 가족초청행사: 대전공장 철쭉제 등  |    |
| 지역사회 공헌활동: 저출산극복을 위한 생명사랑 신혼부부학교 운영, 여성(저출산, 리더양성 등) 관련 사회단체 협력사업 등 |    |
| 탄력적 점심시간제: 11:30~13:30내에 30분 단위로 1시간 점심시간 자유로이 사용                   |    |
| 유연복장제: 연중 자유복장제   |    |
| 기부와 자원봉사: 기부문화 활성화 및 1인 봉사시간 7시간 목표                                 |    |

## SPECIAL PAGE

### [남성의 돌봄 기능강화 사례] 아버지칭찬학교

## 행복한 아버지가 행복한 일터를 만든다, 아버지칭찬학교 실시

한국사회에서 아버지의 역할이 변화하고 있습니다. 일과 가정의 양립을 위해 남성의 자녀 돌봄기능을 강화하는 것이 중요해졌습니다. 이에 유한킴벌리는 남성 사우를 대상으로 ‘행복한 아버지가 행복한 일 터를 만든다’를 주제로 아버지칭찬학교를 진행하고 있습니다.

### 세대에 따른 아버지의 역할 변화

가정에서 아버지의 역할이 강조되면서 자녀의 성장에 따라 아버지의 역할이 달라지고 있습니다. 이에 아버지칭찬학교는 첫육아 경험 세대, 사춘기 자녀와의 소통 문제를 안고 있는 세대, 은퇴를 준비하는 세대 등 가정에서 달라지는 역할을 세대별로 나누어 각자의 역할에 맞는 프로그램을 구성하여 제공하 고 있습니다. 2013년 아버지칭찬학교는 총 2회 실시되었으며, 총 28명이 참여하여 아버지로서의 역할 을 학습하는 기회를 얻었습니다.

| 2013년 아버지칭찬학교 개최 현황     |            |      |       |   |
|-------------------------|------------|------|-------|---|
| 구분                      | 일시         | 교육시간 | 참석자 수 | 주요 프로그램   |
| 첫 육아를 경험하는 아버지 (0세~만2세) | 2013.07.19 | 8시간  | 18명   | <ul style="list-style-type: none"> <li>관계회복을 위한 Love Talk!</li> <li>아빠의 성격에 따른 칭찬과 훈육법</li> <li>아이 성별에 따라 달라지는 육아법</li> </ul>         |
| 자녀 돌봄세대 아버지 (만3세~만5세)   | 2013.10.14 | 8시간  | 10명   | <ul style="list-style-type: none"> <li>관계회복을 위한 Love Talk!</li> <li>아빠의 성격에 따른 칭찬과 훈육법</li> <li>[참여] YK아빠와 선생님과 함께하는 육아 상담</li> </ul> |

## 아버지칭찬학교를 통한 변화 경험

아버지칭찬학교에 참여한 유한킴벌리 직원들은 배움을 바탕으로 실천을 통해 아버지로서의 역할을 되 돌아보는 시간을 가졌습니다.

### 나의 아버지를 이해하다

첫육아를 경험하는 아버지를 대상으로 한 프로그램에 참여한 가정용품사업부문의 전연호님은 아버지 칭찬학교를 통해 자녀 돌봄에 대한 교육뿐만 아니라 자신과 아버지와의 관계까지 되돌아보는 계기를 가졌습니다. 교육을 마치고 귀가하는 길에 아버지와의 저녁식사를 먼저 제안하여 처음으로 아들로써 아버지와 함께하는 시간을 가졌습니다.

### 자녀와의 시간을 늘리다

사춘기 자녀와의 소통 프로그램에 참여한 인사노경부문의 백상기님은 교육후 친구들과 함께 참석하기 로 예정되어 있던 스키여행을 취소하고, 그 주말을 자녀와 함께 보냈습니다. 이후 아들과 단둘이 제주 도 올레길 투어를, 딸과 단둘이 지방 여행을 준비해 다녀왔습니다.



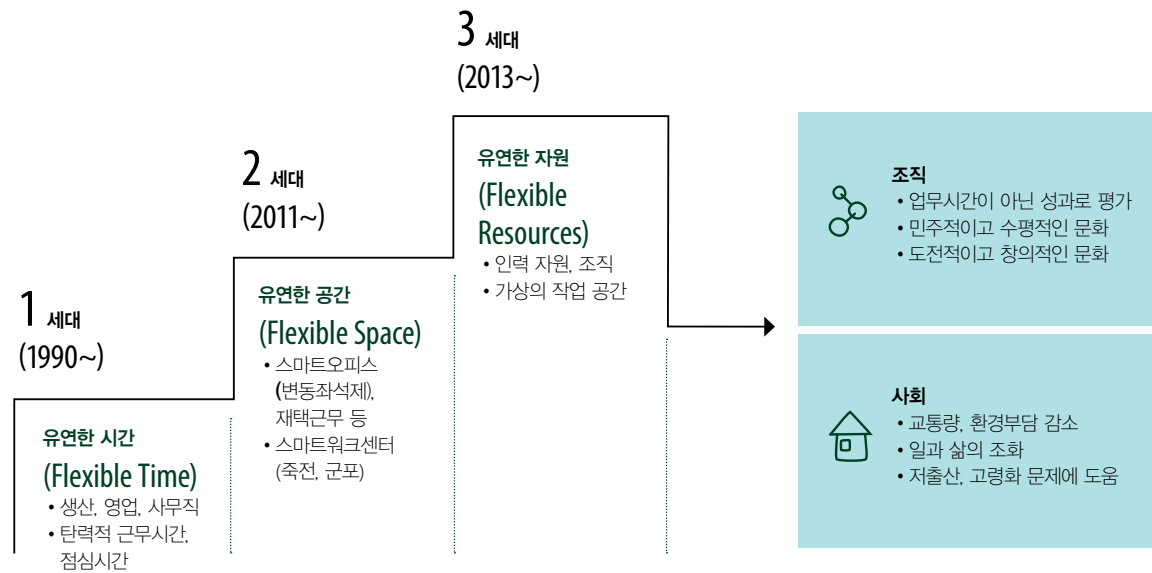
## 스마트워크

기존의 기업문화에 유연함과 도전정신을 더해 보다 혁신적이고 창의적인 기업문화 구축을 위해 2011년 스마트워크를 도입하여 유연한 시간과 공간을 바탕으로 새로운 기업문화를 창조해가고 있습니다. 이를 위해 기존에 시행하던 관리직의 시차 출퇴근제와 생산직 4조2교대 근무를 기반으로 재택근무 등을 확대 시행하고, 본사 외에 죽전 이노베이션센터와 군포에 스마트워크센터를 개설했습니다. 또한 오픈 좌석 시스템을 구축하여 공간 효율성을 높이고 임원과 사원이 함께 일할 수 있는 근무환경을 조성했습니다. 근무복장 자율화와 탄력점심시간제 등을 시행하는 등 보다 유연하고 창의적인 문화를 조성하기 위한 다각도의 노력을 전개하고 있습니다.

## 스마트워크 체계

전사적 차원의 스마트워크 시행을 위해 3단계의 스마트워크 체계를 구축하고 점진적으로 도입했습니다. 2013년 차원의 유연성 확보를 위해 협업강화 조직체계\*를 도입하여 워크그룹을 기본 단위로 개편했습니다. 또한 시간과 공간의 유연성을 확보하는 근무여건을 만들기 위해 상하간의 신뢰구축과 함께 업무 목표의 명확화와 객관적 평가 방식을 적용하기 위한 매뉴얼을 만들고, 각 부문별 업무목표와 성과측정에 대해 보완해 나가고 있습니다.

\* 협업강화 조직체계에 대한 보다 자세한 사항은 p.14 [Special Story] 조직문화 혁신, 협업 강화 조직 도입을 참고하시기 바랍니다.



## 스마트워크를 통한 사회와 환경에 기여

유한킴벌리의 스마트워크에는 가족친화환경에 대한 고려도 포함되어 있습니다. 근무시간과 공간의 유연화를 통해 일과 삶의 조화를 도모함으로써 저출산 문제 해소에 기여하고, 차량 이동의 최소화과 출퇴근 시간의 절약, 근무 외 시간 집중업무공간 사용을 통한 에너지 사용 최소화 등을 통해 직·간접적 사회, 환경성 성과를 창출하고 있습니다.

### SPECIAL STORY

#### 스마트워크 경험을 사회와 나눕니다

유한킴벌리는 2011년 스마트워크 개념을 바탕으로 스마트오피스를 구축한 이래, 이를 배우고자 하는 정부기관, 기업, 시민단체, 언론 등 여러 기관 및 단체와 경험을 공유하고 있습니다.

• 방문실적(2011~2013년) | 199회(총 방문인원 1,430명)

• 주요방문객 | 국무총리실, 산업통상자원부, 안전행정부, 서울특별시, 서울대학교, 중앙대학교, 무역협회, 삼성전자, GS건설, 기아자동차, SKT, 한국뉴프, 이마트, MBC, EBS, 동아원, 덴마크 IT기업 대표단 등

• 기타 관련 문의 | 커뮤니케이션워크그룹 이재우님  
(전화: 02-528-1058, 이메일: JaeWoo.Lee@y-k.co.kr)

## 협력회사

### 유한킴벌리의 공급망

협력회사를 상류와 하류로 구분하여 관리하고 있습니다. 상류에는 원재료 공급 및 완제품 공급 협력회사가 포함되며, 하류에는 대리점(유통), 유통직거래, 광고대행, IT, 금융관련 협력회사 등이 포함됩니다. 2013년 기준 유한킴벌리의 협력회사는 총 1,450개로 이 중 7.9%는 해외기업입니다. 2013년 신규로 계약을 체결한 협력회사는 총 240개로 사회적 책임 항목을 포함한 유한킴벌리의 협력회사 선정 기준에 의한 평가를 통해 최종 결정되었습니다.

### 유한킴벌리 협력회사 분포도

유한킴벌리의 국내 주요 협력회사는 서울 및 경기 지역에 62.8%가 위치하고 있으며, 그 외 생산공장이 위치한 대전 및 경북지역도 많은 기업이 있습니다. 2013년 유한킴벌리의 지역구매액\*은 전체 거래액의 36.2%이며, 특히 김천공장이 위치하고 있는 대구·경북 지역은 총 거래액의 15.7%로 가장 높은 지역구매가 이루어지고 있습니다.

\* 지역구매액 수도권(서울, 인천, 경기도)을 제외한 지역에 위치한 거래처로부터 구매한 금액

### 협력회사 선정 및 계약조건 이행

주요 협력회사는 노동, 인권, 윤리 등 기업의 사회적 책임에 대한 항목을 평가하고 안전, 환경, 품질을 우선 고려하여 선정하고 있습니다. 선정된 협력회사와 거래가 시작되면 관련 정보를 전사적 자원 관리시스템에 등록하고, 계약서에 의거하여 지불조건을 신속하게 이행하고 있습니다.

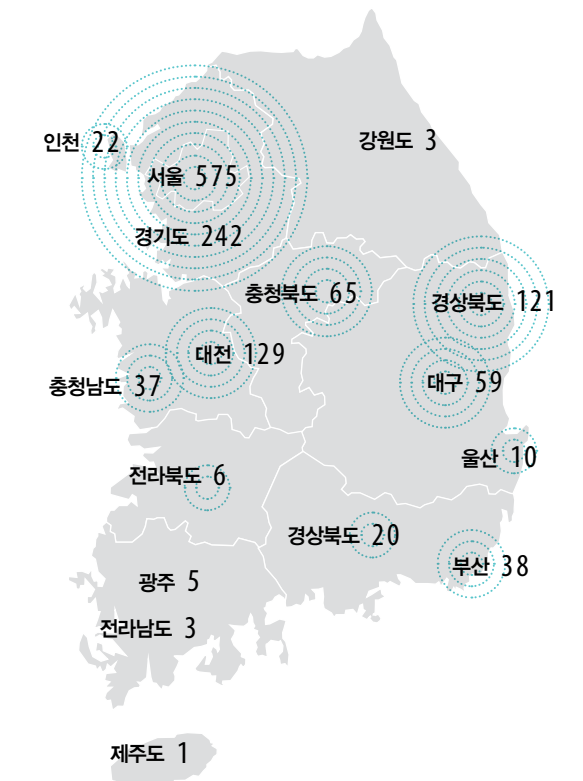
\* 협력회사 선정 및 정기평가에 대한 자세한 평가항목은 p.45 '협력회사 정기평가 항목'을 참고하시기 바랍니다.

### 협력회사 지원활동

협력회사와의 동반성장과 상생협력을 위해 다양한 협력회사 지원 프로그램을 마련하여 지원하고 있습니다. 상생협력정보공유시스템(Supplier Management Advisor, SMA)을 운영하여 협력회사와 각종 주문정보 및 상생정보 등을 공유하고 있으며, 공급업체 포털\*을 개발하여 사용 활성화를 지원하고 있습니다. 협력회사의 의견을 반영하기 위해 고충처리 담당을 지정하고 온라인 제보 및 제안 사이트 등을 운영하고 있습니다.

\* 공급업체 포털(Supplier Portal) 발행된 구매주문서를 직접 PDF 파일을 확인하고 출력 가능한 Tool

2013년 지역별 협력회사 현황



## 1 유한킴벌리의 사회책임경영 전반

## 2 사회책임경영 4대 아젠다

## 3 사회책임경영 성과 보고

## 4 부록

경제성과 보고 | **사회성과 보고** | 환경성과 보고

# 고객

### 고객만족·소비자불만 개선활동

| 제품 안전성 확보 활동  | 고객불만 사전예방 활동  | 고객상담서비스 활동  | 고객만족 활동   |
|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>신제품 사전점검 프로세스</li> <li>고객 안전을 위한 올바른 정보제공</li> <li>유해물질 관리</li> <li>생명윤리법의 준수</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>소비자불만 개선 TFT 운영</li> <li>불만 개선을 위한 신제품 만족도 조사</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>고객 상담 및 불만 해결</li> <li>통합고객상담센터 구축</li> <li>고객 만족도 조사</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>고객만족의식 강화를 위한 교육</li> <li>온라인 플랫폼 기반의 소비자 교육</li> <li>고객정보제공 활동</li> <li>소비자중심경영 활동 등</li> </ul> |

### 제품 안전성 확보 활동

#### 신제품 사전점검 프로세스 구축

신제품 사전점검 프로세스에 따라 제품품질 및 표시사항을 점검하여 제품 안전성을 확보하고, 소비자에게 정확한 정보를 제공하여 소비자불만을 사전예방하기 위한 노력을 기울이고 있습니다. 특히 신규 비즈니스 진출 시 고객 커뮤니케이션과 고객응대를 위한 준비를 통해 고객지원이 안정적이고 원활하게 수행될 수 있도록 하고 있습니다.

#### 유해물질 관리

유해물질 관리항목 기준에 근거하여 전 제품군에 대해 주기적으로 법규 및 자발적 사내 기준에 따라 모니터링하고 있습니다. 특히 인체 유해물질 혹은 사회적으로 이슈가 되고 있는 물질인 중금속류, 프탈레이트류, 미생물, 보존제, 불순물 등의 검출 여부에 대해 제 3의 전문 시험기관에 의뢰하여 평가하고 있습니다. 2013년 평가결과 유해물질이 검출된 사례는 없었습니다. 또한 NGO, 언론, 소비자 단체 등에서 문제를 제기하는 경우 제 3의 전문 시험기관에 분석을 의뢰하고 결과에 대해 정확하고 신속하게 대응하고 있습니다.

#### 제품 안전성 확보

유한킴벌리가 생각하는 안전한 제품은 과학적으로 충분히 입증된 안전성뿐만 아니라 잠재적 이슈까지도 고려한 제품입니다. 이에 제품안전/법규위크그룹에서는 2013년 제품에 사용되는 원료에 대한 가이드라인을 발표하고, 유한킴벌리가 앞장서서 고객이 안심하고 사용할 수 있는 제품을 개발하고자 노력하고 있습니다.

#### 생명윤리법의 준수

2013년 2월 ‘생명윤리 및 안전에 관한 법률’이 시행됨에 따라 윤리적 측면에서 피험자(시험참여자)의 권익을 보호하는 방안에 대한 관심이 고조되고 있습니다. 제품안전/법규위크그룹에서는 제품개발을 목적으로 인간대상 시험을 진행할 때 지켜야 할 규정을 안내하고 있습니다. 발생 가능한 문제 해결에 도움을 주기 위해 ‘유한킴벌리 인간대상 시험 가이드라인’을 마련하여 적용했습니다. 또한 시험자료를 연구(학회발표, 논문게재, 특허제출 등)의 목적으로 사용하는 경우 생명윤리와 안전에 관한 법률 적용 여부를 검토하고 기관윤리위원회(IRB)의 심의가 필요한지 결정하고 있습니다.

#### 고객 안전을 위한 올바른 정보제공

유한킴벌리는 제품 출시 전 자체 표시·광고 검토절차에 따라 검토 후 제품을 출시하고 있으며, 모든 제품에 대해 제품라벨 표시기재규정을 준수하여 고객 안전을 위한 올바른 정보제공에 최선을 다하고 있습니다. 이를 위해 전 사업부문의 표시기재 및 광고에 대해 월 평균 20여건을 검토하고 있으며, 검토과정에서 문제가 될 수 있는 사항은 사전에 입증자료를 확보하여 외부로부터 문제제기 시 대응하고 있습니다.

#### 협력회사와 품질파트너십 회의체 운영

협력회사의 품질 및 소비자불만을 개선하기 위해 유한킴벌리 전문기술인력과 협력회사의 품질 및 생산인력 간의 정기적 회의체를 운영하고 있습니다.

#### 화장품 공급업체 주기적 미생물 점검

유한킴벌리의 스킨케어 제품 중 OEM방식으로 생산되는 제품의 안전성을 확보하고 품질을 향상시키기 위해 주요 협력회사에 대해 미생물 점검을 매월 1회 진행하고 있습니다. 이는 생산 환경 전반에 대한 점검으로 협력회사와 사전 협의된 장소의 샘플을 채취하여 낙하균과 부각균에 대해 점검·관리하고 있습니다. 2013년 총 2개 협력회사에 대한 점검이 이루어졌으며, 향후 확대해 나갈 예정입니다.

#### 협력회사 평생학습 지원 – 상생아카데미

2005년부터 상생아카데미를 통해 협력회사별 맞춤형 교육 프로그램을 제공하고 있습니다. 2013년 협력회사의 요구에 따라 창조경영, 탄소경영, 품질경영, 윤리경영 및 동반성장 등 다양한 교육커리큘럼을 개발하여 교육 수준을 향상시켰습니다. 2013년 총 6회 교육을 실시하여 152개 기업, 212명이 참여했습니다. 또한 희망 협력회사에 대해 유한킴벌리 담당자가 직접 방문하는 현장방문 교육 프로그램을 총 3회 진행했습니다.

#### 안전보건 공생협력 프로그램

안전보건분야의 사회적 책임 강화와 협력회사의 안전보건 공생발전을 위해 대기업과 협력회사가 공동으로 참여하는 안전보건 공생협력 프로그램에 동참하고 있습니다. 협력회사에 대한 위험성 평가와 인적·물적 지원활동을 실시하는 산업재해 예방 사업으로, 분기별 위험성 감소 대책을 수립하고 평가 등 모니터링을 실시합니다. 유한킴벌리는 지역별 공장을 중심으로 총 34개 협력회사와 함께 본 프로그램을 추진하고 있으며, 2013년 대전지역에서 진행된 대전공장과 15개 협력회사 간 공생협력 프로그램이 고용노동부로부터 ‘A’ 등급을 받았습니다.



### 정확한 정보 전달을 통한 신뢰성 확보

2013년 제품안전/법규위크그룹은 ‘유한킴벌리 제품 및 판촉물의 표시·광고 검토 절차’를 개정하고 무함유, 무첨가, ~free, 항균, 천연, 자연, 순수, 유기농, 피부 안전성 관련 클레임에 대한 표시·광고 가이드라인을 개발하여 제품 마케팅 담당자를 대상으로 3차례에 걸쳐 설명회를 진행했습니다. 최근 표시·광고에 대한 법규 강화 및 이슈 사례가 증가함에 따라 제품 광고에 대한 모니터링을 지속적으로 진행하고 있습니다.

### 고객불만 사전예방 활동

#### 소비자불만 개선 TFT 운영

소비자불만 감소를 위해 각 사업부별 소비자불만 TFT를 운영하고 있습니다. 주요 사업제품인 유아, 여성, 가정, 스킨케어 이외 2013년 물티슈 TFT가 추가되어 총 5개의 불만 개선 TFT가 소비자불만 감소 목표를 수립하고 다양한 개선활동을 진행했습니다. 그 결과 2013년 판매량 기준 소비자불만이 전년대비 8% 감소했습니다. 이러한 TFT 활동 이외에도 주기적인 소비자불만 모니터링 및 개선활동을 통해 소비자불만의 추가발생을 방지하고 있습니다.

#### 2013년 주요 소비자불만 개선 사례

| 구분      | 불만사항   | 조치사항   |
|---------|--|--|
| 제품 개선   | 화이트 탐폰 레귤러 사이즈 유통 중 흡수체 노출                             | 자발적 회수   |
|         | 티엔 튜브형 섀젤 용기의 봉합부위가 터지면서 내용물 유출                        | 불량재고 판매 중단 및 용기재질 개선                             |
|         | 티엔 로션 저온에서 팽창되어 내용물이 용기 밖으로 누액 발생                      | 용기 중량 변경으로 여유공간 확보                               |
| 알림정보 개선 | 더블하트 모유실감, 마그마그 UV소독 불가 제품에 대한 오사용 발생                  | 사용상 주의사항에 ‘UV소독 불가’ 문구 추가                        |
|         | 한조랑 생리대의 한약재 가루와 코튼커버 팬티라이너의 천연목화 씨앗 입자가 소비자에게 이물질로 오인 | 사용상 주의사항에 ‘한약재 가루 및 천연목화 씨앗 입자가 발견될 수 있다’는 문구 추가 |
|         | 마이비데 변기막힘  | 사용상 주의사항에 ‘1회 사용 시 권장 매수’ 문구 추가                  |
| 시스템 개선  | 화장지 롤부족 및 트림흡입   | 불량 감지용 비전시스템 설치                                  |

### 불만 개선을 위한 신제품 만족도 조사

제품 출시 전 신제품에 대한 소비자불만 개선효과를 검증하기 위해 불만 고객을 대상으로 신제품 만족도 조사를 시행하고 있습니다. 2013년에 상반기 네이처메이드 팬티 신제품 출시 전 26명을 대상으로 조사가 이루어졌으며, 매직팬티와 보송보송팬티에 대한 소비자불만을 추가 개선하기 위해 총 3회에 걸쳐 76명을 대상으로 개선제품 사용 조사를 진행했습니다. 각 조사결과는 신제품 자체 및 규격설정의 주요 정보로 활용되었습니다.

#### SPECIAL STORY [소비자불만 개선 사례] 화이트 탐폰 자발적 회수

유한킴벌리는 2013년 9월 4일부터 10월 3일까지 화이트 탐폰 레귤러제품의 자발적 회수를 시행했습니다. 해당 제품은 정상제품으로 출고되었지만 운송 과정에서 충격이 가해질 경우 일부 제품에서 흡수체가 외통포장(흡수체의 삽입을 도와주는 외부포장) 밖으로 노출될 가능성이 있는 것으로 확인되었습니다. 삽입형 생리대로 첫 선을 보인 화이트 탐폰은 2013년 5월 첫 출시 후 높은 고객 호응과 함께 시장 확대에 주력하던 상황이었지만, 제품 사용시 만약의 고객 불편이 없도록 즉각적인 판매 중단과 더불어 자발적 회수조치를 시행했습니다. 흡수체 노출 현상은 고객 제보에 의해 인지되었으며, 즉시 시중에서 판매되는 제품에 대한 정밀조사를 진행했습니다. 자발적 회수와 함께 제품 개선에 착수하여 제품의 안전성은 유지하면서 외통의 강도를 향상시키고 어느 정도 이상의 힘이 가해져야 흡수체가 밀려나올 수 있도록 구조를 개선했습니다. 2014년 5월 소비자의 의견을 반영한 신제품이 출시되어 최초 제보 고객에게 해당 제품을 증정했습니다. 소비자는 본인의 의견이 반영된 신제품에 대해 높은 만족도를 보였습니다. 유한킴벌리는 앞으로도 고객의 소리를 귀담아 듣고 수렴하겠습니다.

경제성과 보고 | **사회성과 보고** | 환경성과 보고

### 고객상담서비스 활동

#### 고객 상담 및 불만 해결

2013년 총 203,279건의 고객의 소리를 신속하고 성실하게 응대했습니다. 모든 고객의 소리는 상담시스템을 통해 분석하여 제품 및 서비스 개선에 반영되고 있으며, 그 중 소비자불만은 공정거래위원회에서 고시한 소비자분쟁해결기준에 근거하여 공정하고 일관되게 처리함으로써 고객과 신뢰를 쌓아가고 있습니다. 특히 2013년 3개 생산공장 품질담당자가 직접 소비자불만 긴급 대응 업무를 수행함으로써 품질관리 및 고객중심 마인드의 중요성을 다시 한번 재인식하는 계기가 되었습니다.

#### 통합고객상담센터 구축

2013년 하기스물 상담업무를 고객지원센터로 일임하여 ‘통합고객상담센터’ 범위를 확대하고 안정화를 꾀했습니다. 이로써 전사 고객상담 운영전략을 수립할 수 있는 발판을 마련했으며, 2014년 고객상담 생산성 및 서비스 품질관리의 효율화를 위해 새로운 통합상담시스템 구축을 계획하고 있습니다.

#### 고객만족도 조사

고객중심 상담으로 서비스 품질을 향상시키기 위해 상담서비스를 이용한 고객 900명을 대상으로 한국능률협회컨설팅(KMAC)을 통해 만족도 조사를 실시했습니다. 본 조사는 2013년 11~12월 동안 전화조사를 통해 이루어졌으며, 조사결과 고객지원 부문의 만족 수준이 3년 전에 비해 4.7% 상승한 것을 확인했습니다. 뿐만 아니라 자사 쇼핑몰, 브랜드 이벤트, 인포머셜 등의 상담 영역별 현재 만족수준 진단과 함께 개선포인트를 확인하여 향후 상담서비스 개선을 위한 근거를 마련했습니다.

### 고객만족 활동

#### 고객만족의식 강화를 위한 교육

전사원의 고객만족의식 강화를 위해 다양한 프로그램을 개발·운영하고 있습니다. 본사 사원을 대상으로 한 CS Day, 공장 사원을 대상으로 한 CS아카데미, 그리고 협력회사 사원을 대상으로 한 CS파트너십 교육을 실시하여 고객만족 의식을 강화하는 노력을 기울이고 있습니다. 특히 2013년 협력회사를 대상으로 상생CS아카데미를 처음 개최하고 고객만족의식에 대한 교육을 실시하여 총 34개 협력회사, 48명이 참여했습니다. 또한 인트라넷을 통해 고객의 소리를 전직원에게 제공하는 등 사내외 고객만족의식 강화 노력을 기울인 결과, 전년보다 2배 이상 활성화하는 성과를 거두었습니다.

#### 2013년 고객만족의식 강화 활동

| 구분         | 횟수  | 참여 대상 및 인원                   | 세부 내용  |
|------------|-----|------------------------------|--|
| CS Day     | 1회  | 본사 사원 201명                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>전문가 CS특강</li> <li>소비자불만 트렌드, 고객의 소리 청취</li> <li>불만제품 전시 관람, 신제품 체험하기</li> <li>CS퀴즈 및 설문 참여</li> </ul> |
| CS 아카데미    | 6회  | 김천, 대전, 충주공장 337명            | <ul style="list-style-type: none"> <li>불만개선 아이디어 공모전</li> <li>소비자불만 및 고객의 소리를 통한 이해</li> <li>제품개발의 이해, 판매현장의 이해, 소비자 트렌드</li> </ul>          |
| CS 파트너십 교육 | 17회 | 관측협력회사, 영업직원 및 물류센터 담당자 675명 | <ul style="list-style-type: none"> <li>고객응대 및 소비자불만 처리 프로세스</li> <li>주요 소비자불만 유형 응대 요령</li> <li>고객만족 마인드 및 품질 향상</li> </ul>                  |

\* CS는 Customer Satisfaction의 약자로, 고객만족을 의미합니다.



경제성과 보고 | 사회성과 보고 | 환경성과 보고

## 지역사회

### 지역사회를 위한 공헌

기후변화 및 고령화, 저출산 등 사회문제 해결에 역할하기 위해 지속적인 사회공헌 프로그램을 운영하고 있습니다. 특히 지역사회 환경개선과 지역주민의 삶의 질 향상을 위해 학교숲, 마을숲 가꾸기 등을 운영하고, 신혼부부 나무심기 행사 및 여고생 숲체험 여름학교 등을 통해 숲가꾸기 문화를 확산시키고 있습니다. 또한 저출산 극복과 고령화에 대비하여 다양한 가족친화 프로그램들을 개발하여 운영하고 있습니다.

### 지역 인재 개발 및 채용

유한김벌리는 공장별 사원 채용에 있어 지역 인재를 개발하여 활용하고 있습니다. 김천공장과 대전공장의 경우 신입사원 선발 시 인근 지역 대학들과 연계하고 있으며, 2013년 채용된 신입사원 9명(김천 6명, 대전 3명) 중 7명(78%)이 해당지역 인재인 것으로 나타났습니다. 특히 김천공장은 전체 사원의 70% 이상, 상급자의 75%가 대구·경북지역 출신으로 높은 비율을 유지하고 있습니다. 앞으로도 꾸준한 지역 인재 개발 및 채용을 통해 지역을 대표하는 기업으로 성장해 나갈 예정입니다.

### 우리 사회를 이끄는 미래 여성리더 양성을 위한 장기적 노력

한국여성재단과 한국여성단체연합, 대학교와 협력하여 2007년부터 매년 시민사회단체 여성활동가를 선발하여 여성들에게 미래 리더가 되기 위한 평생학습 기회(장기, 단기과정)를 제공하고 있습니다. 특히 참가자들이 장기적으로 한국사회의 인권보호와 양성평등, 돌봄사회 구축 등에 참여할 수 있도록 독려하고 있습니다. 2013년 미래여성 NGO리더십과정(장기 1년 과정)은 성공회대학교에서, NGO 여성활동가 리더십과정(단기 2회, 각 3개월 과정)은 이화여자대학교에서 진행되었습니다.

#### 여성리더 교육 실적(단위:명)

| 분류                        | 협력 파트너   | 횟수   | 실적    |       |       |       |       |     |
|---------------------------|--|------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|
|                           |  |      | 2009년 | 2010년 | 2011년 | 2012년 | 2013년 | 누적계 |
| 장기과정(1년):<br>미래여성NGO리더십과정 | 한국여성재단, 한국여성단체연합, 성공회대학교                                   | 연 1회 | 11    | 10    | 9     | 11    | 10    | 70  |
| 단기과정(3개월):<br>NPO리더십과정    | 한국여성재단, 이화여자대학교(2009, 2013), 계명대학교(2010~2011), 상지대학교(2012) | 연 2회 | 62    | 60    | 60    | 60    | 61    | 352 |

## 사원의 자발적 사회공헌 활동

#### 유한김벌리 기부 역사



### 온라인 플랫폼 기반의 소비자 교육 프로그램 운영

유용한 정보제공을 통해 '고객만족' 가치를 실현하고자 온라인 강연사이트 '우리나눔TV'를 운영하고 있습니다. 예비·초보엄마를 위한 육아포럼과 청소년을 위한 초·중·고등교육 프로그램을 중심으로 대상을 점차 확대해가고 있습니다. 특히 2013년 교육컨텐츠 확대와 더불어 미취학 아동 및 초등학교 저학년을 대상으로 하는 교육 프로그램이 신설·운영되었습니다.

#### 2013년 소비자 교육 실적

| 구분     | 대상           | 실시 방법      | 내용                           | 참여자 수*   |
|--------|--------------|------------|------------------------------|----------|
| 육아포럼   | 예비·초보 엄마     | 현장강연+온라인강연 | '우리아이를 위한 좋은 부모 되기' 부모교육     | 13,192명  |
| 초등교육   | 초등학생 4~6학년   | 온라인강연      | 초등맛이 교육 성장하는 몸과 마음, 성폭력 예방교육 | 121,900명 |
| 중·고등교육 | 중·고등학생       | 온라인강연      | 우리들의 성 이야기(기초/심화)            | 178,731명 |
| 어린이교육  | 유치원/초등학교 저학년 | 온라인강연      | 청결위생교육                       | 7,601명   |

\* **참여자 수** 유한김벌리의 소비자 교육 프로그램은 주로 온라인 강연으로 구성되며, 학교에서 진행되는 경우 전체 학교에서 사용함으로 전교생이 참여자가 됩니다.

### 고객정보제공 활동

고객에게 유용한 정보를 다양한 매체로 제공하는 활동을 지속하고 있습니다. 2013년 신생아 목욕법, 수면교육법 등 육아정보 동영상 제작하여 온라인을 통해 제공하고, 신제품 '마이비데'의 올바른 사용방법을 안내하는 영상을 배포했습니다.

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

2008년 업계 최초로 CCM인증을 획득한 이후 지속적인 소비자중심경영의 실천 성과로 2010년, 2012년 재인증을 획득했습니다. 그리고 2013년 소비자중심경영 문화를 협력회사로 확산하여 2개사가 CCM인증을 획득했습니다.

\* **소비자중심경영(Consumer Centered Management, CCM)** 기업이 수행하는 모든 활동을 소비자 관점에서 소비자 중심으로 재구성하고, 관련 경영활동을 지속적으로 개선하고 있는지를 한국소비자원에서 평가하고, 공정거래위원회에서 인증해 주는 국가인증제도

### 고객관계강화 활동

고객이탈방지와 충성고객확보를 위해 불만을 경험했던 고객을 대상으로 고객관계강화 활동(Consumer Relation Management, CRM)을 진행하고 있습니다.

#### 2013년 불만고객 CRM 프로그램 실적

| 해당 월 | 품목                             | 인원     | 합계     |
|------|--------------------------------|--------|--------|
| 2월   | [유아용품] 2012년 하기사 매직팬티 & 네이처메이드 | 3,470명 | 6,342명 |
| 3월   | [가정용품] 2012년 가정용품              | 951명   |        |
| 4월   | [스킨케어] 2012년 티엔                | 66명    |        |
| 5월   | [스킨케어] 2012년 그린핑거              | 500명   |        |
| 6월   | [여성용품] 2012년 화이트 및 좋은느낌        | 1,031명 |        |
| 10월  | [유아용품] 2013년 하기사 프리미어          | 324명   |        |

### 소비자단체 파트너십 강화

소비자단체와의 신뢰 구축 및 파트너십 강화를 위해 공장견학 프로그램을 운영하고 있습니다. 2013년 울산광역시 소비자정보센터와 경기도 소비자정보센터 및 관내 7개 소비자단체 회원 총 94명을 초청하여 유한김벌리의 생리대 및 기저귀 생산공정 견학을 통해 품질관리시스템과 원부자재 안전관리시스템에 대해 직접 확인하고, 궁금한 사항에 대해 제품 생산자에게 문의할 수 있는 기회를 제공했습니다.

## 지역사회에 사회책임 이행 위한 유한킴벌리 희망뱅크

지역사회에 대한 사회책임 활동을 강화하기 위해 유아용 기저귀, 생리대, 성인용 기저귀 제품을 지역사회에 기부하는 희망뱅크를 2011년부터 실시하고 있습니다. 2013년 한국여성재단에 여성생활용품 147박스과 유아·아동용품 124박스가 전달되어 성폭력, 가정폭력 피해자 쉼터 및 양육미혼 가정에 전달되었습니다. 유한킴벌리 희망뱅크는 지역사회로부터 좋은 평가를 받아 앞으로도 지속적으로 확대해 나갈 예정입니다.

## 사원들의 자발적인 사회공헌활동

유한킴벌리의 사원들은 자발적으로 이웃 돌봄을 실천하고 있으며, 2013년 총 331건의 자원봉사를 통해 4,907명이 참여하여 약 253백만원을 기부했습니다. 2013년 사내 자원봉사 활동과 관련된 정보 교류를 위해 사내 인트라넷에 YK자원봉사 페이지를 개설하고, 개인, 조직, 전사의 목표 및 달성현황을 확인할 수 있도록 구성하여 사원들의 자원봉사목표 관리가 용이하도록 지원하고 있습니다.

## 가족과 함께하는 기부와 봉사

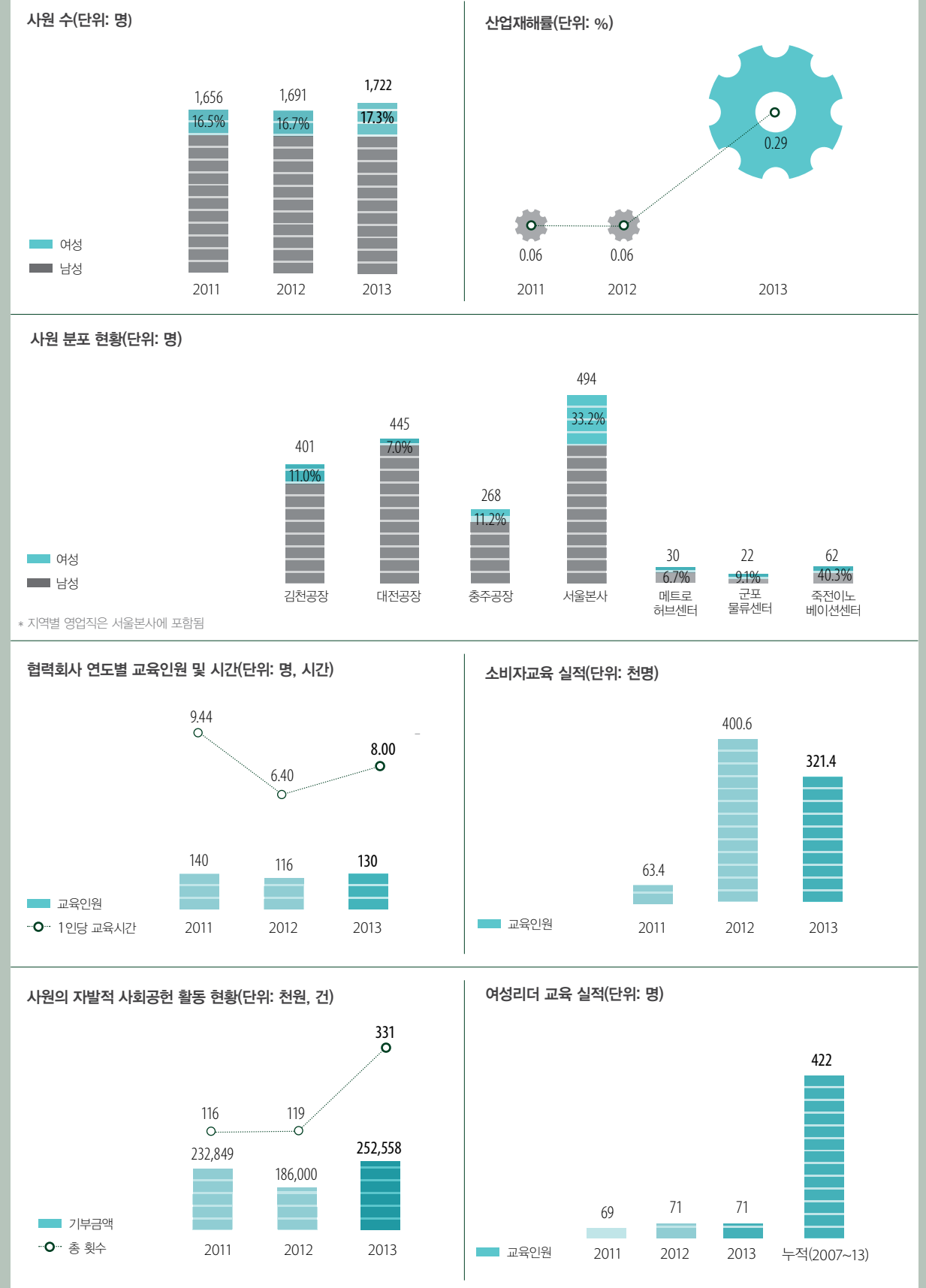
2012년부터 가족봉사데이를 3월 세번째 토요일로 지정하고 가족과 함께하는 자원봉사 프로그램을 마련하여 사업장 공동으로 가족과 함께 나무심기 자원봉사를 진행했습니다. 또한 기부캠페인(딸들에게 희망을—한국여성재단)에도 가족과 함께 참여하여 최다 기부 릴레이 기록을 매해 갱신하고 있습니다.(2013년 741명 참여, 전년 대비 2% 증가)

### 사업장별 주요 사회공헌 활동 세부내용(2013년 12월 말 기준)

| 구분    | 주최 및 대상     | 활동 실적  |
|-------|-------------|--|
| 본사    | 연탄한장(봉사동아리) | 별난놀이터, 집수리, 기타 후원(기아대책 외): 10회, 200명 참여  |
|       | 유리안(사내모임)   | 불우이웃 돕기 자선 바자회: 1회, 100명 참여  |
|       | 사회협력워크그룹    | 서울숲 자원봉사 나무심기, 신혼부부 나무심기 자원봉사 등: 3회, 292명 참여   |
| 물류 센터 | 누리회(봉사동아리)  | 시온의 집 노력봉사, 어린이재단 한사랑마을 노력봉사, 평화의모 후원, 영보자애원, 천리포수목원 후원 등: 10회, 79명 참여   |
|       | 기타          | 사랑의 헌혈행사: 1회, 20명 참여   |
| 김천 공장 | 공장지원워크그룹    | 사원 가족 참여 나무 심기행사, 불우시설 회사제품 지원, 서울 봉사활동, 필리핀 피해주민 돕기 급여 1% 기부, 묘광마을 경로잔치 후원 등: 33회, 983명 참여  |
|       | 봉사위원회       | 사랑의 김장나누기, 무료급식소 공양방 봉사활동, 독거노인 및 소년소녀가장 화장지 배달, 사랑의 연탄배달, 굿네이버스 희망나눔학교 여름방학교실 등: 14회, 115명 참여   |
|       | 사회공헌        | 시니어 클럽 일자리 창출 대회 후원, 유한킴벌리 희망뱅크, 김천시 인재양성재단 장학금 기탁 등: 3회   |
|       | 대진 공장       | 대전지역사회 8개 복지관 결연 후원, 천리포수목원 후원, 딸들에게 희망을 기부 릴레이, 신탄진 초등학교 명절맞이 후원, 아름다운 가게 후원, 1% 월정급여 필리핀 태풍피해 돕기, 지역사회 기부, 덕암동 저소득층 가구 물품 후원, 사원가족 자원봉사 나무심기, 어린이집 가족 참여 태신목장 정화활동, 사랑의 김장 담기 등: 129회, 1,745명 참여 |
| 대진 공장 | 학습조직        | 엔조이·심통 감성빌리지 환경정화·복지관지원, 송아리·다울 감성빌리지 환경정화·복지관지원, 심통그룹 어린이집 환경구성 대청소 등: 9회, 181명 참여  |
|       | 부서          | 생산설비팀 복지관 지원: 1회, 8명 참여  |
|       | 서클          | 뉴시부 복지관 물품후원 및 봉사활동, 축구부 공원 정화활동: 4회, 51명 참여   |
|       | 노경 봉사활동 TFT | 해외아동 결연 후원(저금통 모으기), 회사 제품 구입 기부, 환경정화 활동 등: 55회, 557명 참여  |
| 충주 공장 | 여성부         | 충주 평화의집 매월 정기 봉사활동: 12회, 60명 참여  |
|       | 기타          | 사회복지공동모금회 기부, 교육지원청, 기부금펀드 조성, 충주시청 통합사례 관리대상자 지원, 충주 희망나눔 캠페인, 유한킴벌리 희망뱅크, 천리포수목원, 농촌봉사활동, 연탄기부 및 봉사활동, 나무심기, 텃밭 봉사활동 등: 46회, 516명 참여   |

## 그래프로 알아보는 사회성과 지표

유한킴벌리의 2013년 사회관련 성과를 확인할 수 있습니다.



## 환경

환경경영 실천 기간

17년

### DMA | 성과관리체계(DISCLOSURES ON MANAGEMENT APPROACH)

#### 환경관련 중대이슈

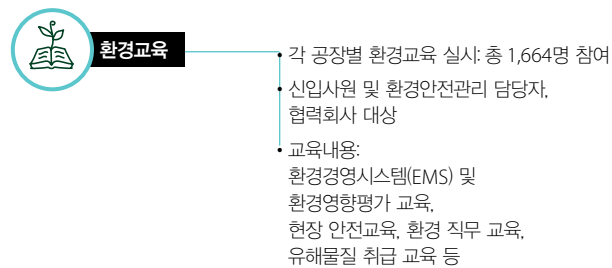
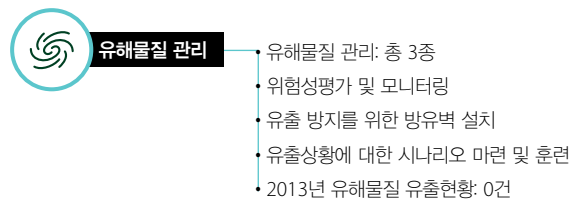
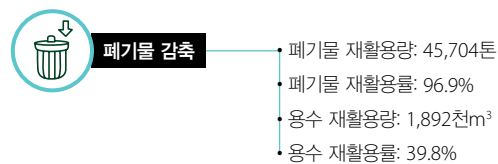
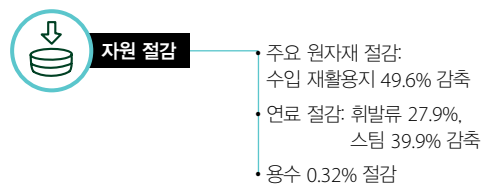
2014년 중대성 평가 결과 유한킴벌리의 환경관련 중대이슈는 기후변화 대응과 효율적 자원 사용으로 나타났습니다. 이 중 기후변화 대응은 4대 아젠다로 선정되어 p.37~41 ‘기후변화 대응’을 참고하시기 바랍니다.

#### 유한킴벌리의 접근법

1996년 환경경영을 선포한 이래 지속적으로 실천하고 있으며, 환경 관련 국내외 이니셔티브 및 단체에 가입하여 적극적으로 참여하고 있습니다. 특히 국제적 기후변화 협약, 정부의 온실가스 에너지 목표관리제, 생산공정의 원가절감과제 도출과 온실가스 감축 등에 대응하기 위해 환경목표를 설정하고 달성을 위해 노력하고 있습니다.

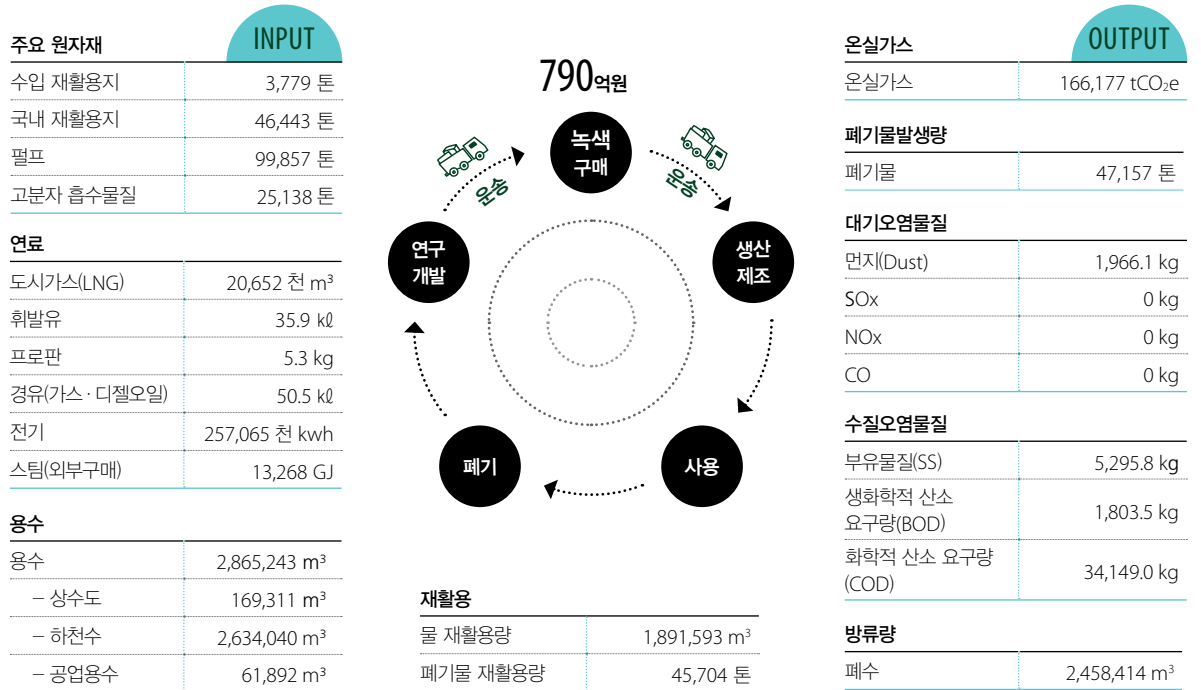
#### 2013년 주요 성과평가

환경성과는 정량적 목표를 바탕으로 엄격하게 관리하고 있습니다. 기후변화 대응을 위한 온실가스 배출량과 에너지 사용량뿐만 아니라 물 사용량, 폐기물 발생량, 유해물질 사용량 등을 감축하기 위해 노력하고 있습니다.



경제성과 보고 | 사회성과 보고 | **환경성과 보고**

## 물질 흐름도



### 유해물질 관리 및 유출 방지

유한킴벌리는 가성소다, 메틸에틸케톤, 메틸알코올 등 유해화학물질을 사용하고 있습니다. 사업장에서 사용되는 모든 화학물질은 승인신청을 거쳐 사용되며, 유해물질이 함유된 경우 대체 가능한 물질로 교체를 권장합니다. 유해물질 사용시 위험성평가를 통해 교육 및 모니터링을 실시하고 유출상황에 대한 훈련을 실시하고 있습니다.

### 환경 법규 준수 **A**

환경보호를 위해 전 사업장에서 환경정책기본법, 대기환경보전법, 수질 및 수생태계 보전에 관한 법률과 폐기물관리법 등을 준수하고 있습니다. 특히 오염물질 배출에 있어 김천공장은 낙동강 수계, 대전공장은 금강 수계의 수질 오염총량관리법규를 준수하고 있으며, 자체적으로 법적 기준의 1/5수준을 목표로 설정하여 엄격하게 관리하고 있습니다. 2013년 환경 사고 발생 및 환경 법규 위반 사항은 없습니다.

### 환경교육 실시

각 공장별로 신입사원 및 환경안전관리 담당자, 협력회사를 대상으로 다양한 환경교육을 지속적으로 진행함으로써 작업장 안전을 확보하고 환경경영을 실천하고 있습니다. 2013년 환경경영시스템(EMS) 및 환경영향평가 교육, 현장 안전교육, 환경 직무 교육, 유해물질 취급 교육 등이 실시되었으며, 총 1,644명이 참여했습니다.

#### 2013년 사업장별 환경교육 현황

| 구분   | 주요 교육 과정  | 참여 인원 | 합계     |
|------|---|-------|--------|
| 김천공장 | 환경경영시스템의 이해, 협력회사 현장안전교육, 유독물 운반 및 주입에 따른 사고 예방 교육, 사업장 환경사고 리스크 관리 및 개선방안, 환경 사고 사례 교육 등 | 546명  | 1,644명 |
| 대전공장 | 정기 환경교육, 환경경영 프로그램 교육, 협력회사 환경방침 교육, 폐기물 분리수거 및 환경정보 교육, 비상사태 대응 조치 요령, 작업 시 안전관련 사항 등    | 348명  |        |
| 충주공장 | 환경경영시스템 및 H-S 운영계획 설명, 위기관리 대응절차, 1사1하천 및 환경관련 이슈사항 공유, 폐기물 분리수거 교육 등                     | 750명  |        |



## 효율적 자원 사용

### 에너지 사용 절감 노력

2013년 대전공장의 부직포 공정 내 송풍기 용량 최적화 및 고효율 조명 교체 등을 통해 에너지 사용량을 감축시켰습니다. 또한 스마트오피스 도입을 통해 공간의 효율성 향상과 더불어 에너지 절감 효과도 창출하고 있습니다.

### 물의 재사용과 재활용 노력

2013년 물 사용량은 제품 톤당 12.5m<sup>3</sup>으로 전년대비 0.2m<sup>3</sup> 증가했으며, 재활용 비율은 39.8%로 전년대비 0.3%p향상되었습니다. 2012년부터 폐수 재이용 프로세스를 도입하여 냉각수와 공정 내에서 발생하는 물 사용량을 절감하고 있습니다.

### 재활용지 활용 최대화

유한킴벌리 제품의 주요 원부자재는 펄프, 고분자 흡수물질, 수입 재활용지, 국내 재활용지로 이중 펄프사용량을 재활용지로 전환하여 자원 재활용을 최대화 했습니다. 주요 원부자재 사용량은 전년대비 5.4% 감소했습니다.

### 폐기물 재활용

사업장에서 발생하는 폐기물의 효율적 수거와 재활용을 위해 발생시 성상별로 분류하는 처리절차를 구축하고 있습니다. 2013년 총 폐기물 발생량은 47,157톤으로 전년대비 2.2% 감소했으며, 제품 1톤 생산시 폐기물 발생량은 0.21톤입니다.

#### SPECIAL STORY 6시그마를 통한 대전공장 전력비 개선 사례

#### 용량 적정화를 통한 전기에너지 절감

2013년 2월 유한킴벌리 대전공장의 부직포 연신공정 브로워(Fibre Draw Unit, 이하 FDU)\*에 대한 용량 적정화 개선 프로젝트를 진행했습니다. 그 결과 전기에너지가 절감되어 연간 1,277tCO<sub>2</sub>e의 온실가스 감축 효과를 달성했습니다. 2003년 추후 생산라인의 증설을 대비하여 대용량 브로워를 설치했으나 장기간 생산라인의 미증설로 인해 낮은 부하로 운전이 장기화되어 결과적으로 전력손실이 발생했습니다. 이에 6시그마 기법과 전문제조사의 진단장비를 활용한 분석을 통해 개선활동을 추진했습니다. FDU 운전 현황을 분석한 결과 평균 부하율이 50%로 저부하 운전함으로 효율이 나빠지는 특성이 있고, 압축기의 효율

#### 브로워 용량 적정화 성과

| 구분       | 절감결과                    | 비고                     |
|----------|-------------------------|------------------------|
| 결과 분석 기간 | 2013.2.21~2014.2.20     |                        |
| 전력비 절감   | 458,429천원/년             | 6%(2013년 대전공장 전력요금 대비) |
| 투자비      | 310,000천원               |                        |
| 투자 회수    | 0.68년                   |                        |
| 온실가스 감축  | 1,277tCO <sub>2</sub> e | 4%(2013년 대전공장 전력배출 대비) |
| 예비 설비    | 기존설비 예비기로 활용            |                        |
| 기타 효과    | 김천공장 기회공유               | 김천공장 적용진행 중            |

\* 브로워(FDU) 실을 뽑아내는 공정 내 공기를 공급하는 송풍기

역시 저하되어 운전동력이 증가하여 전력 소비가 심각한 수준으로 나타났습니다. 이에 FDU 용량 적정화를 통한 전력비 절감을 목표로 기존 브로워는 예비기로 전환시키고, 적은 용량의 저압 브로워로 교체함에 따라 부하율을 상승시켜 운전 전력비용을 6% 절감했습니다. 이를 통해 결과적으로 회수기간 1년의 투자로 에너지 절감효과와 예비기 확보라는 두가지 효과를 동시에 창출했습니다.



경제성과 보고 | 사회성과 보고 | **환경성과 보고**

## 환경실적 15년 추세(1999~2013)



1996년 환경경영 선포 이후 지속적인 지표 관리가 이루어지고 있으며, 향후에도 꾸준한 관리를 통해 보다 나은 성과를 창출해 나갈 예정입니다.

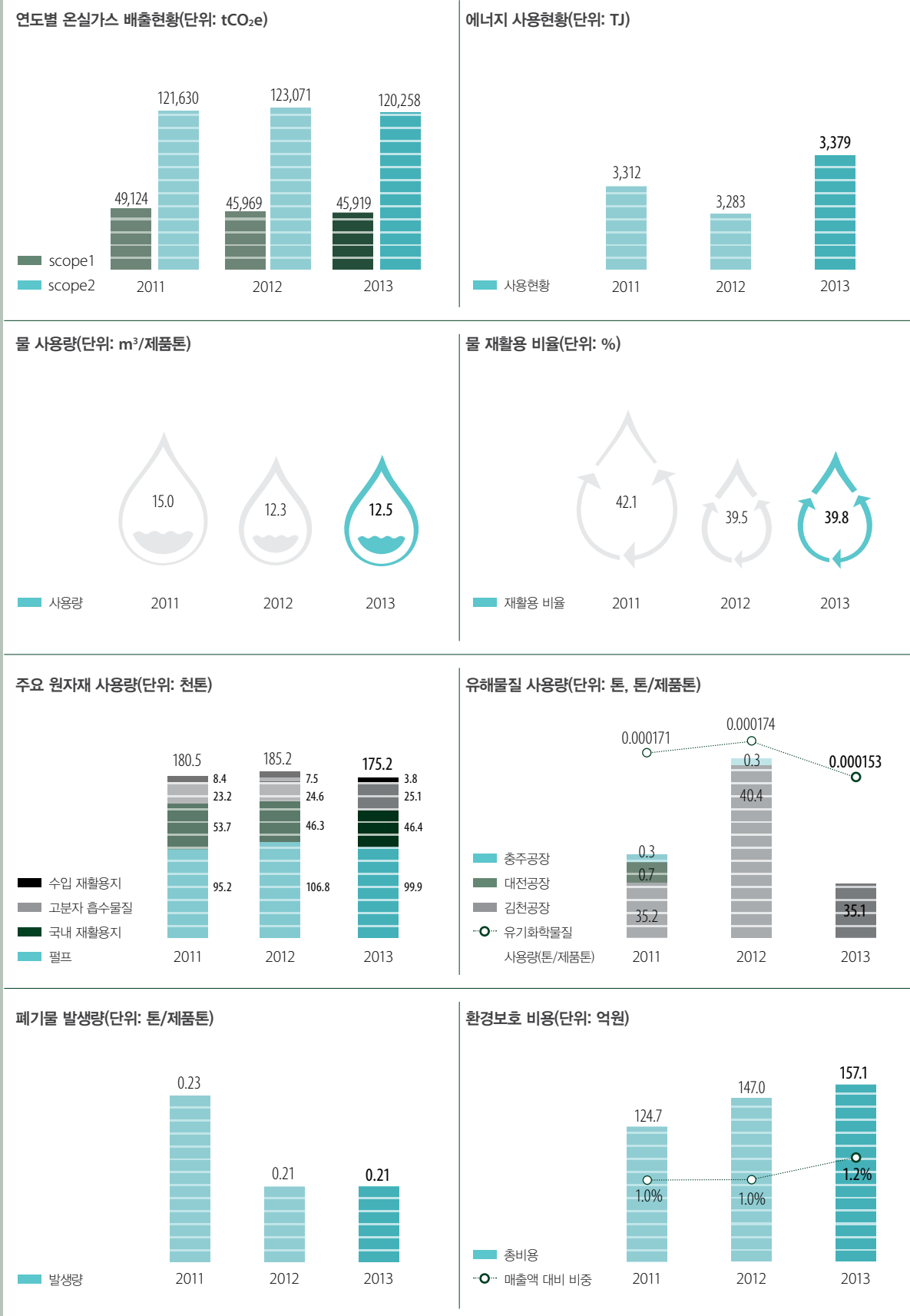
| 분류             |                             | 1999년       | 2000년 | 2001년 | 2002년 | 2003년 | 2004년 | 2005년 | 2006년 | 2007년 | 2008년 | 2009년 | 2010년 | 2011년  | 2012년 | 2013년 |       |
|----------------|-----------------------------|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|
| 환경<br>보호<br>비용 | 총 비용(억원)                    | 57.3        | 65.2  | 88.1  | 91.6  | 83.6  | 84.5  | 94.2  | 90.5  | 86.9  | 90.8  | 125.8 | 125.1 | 124.7  | 147.0 | 157.1 |       |
|                | 매출대비 비중(%)                  | 1.1         | 1.1   | 1.3   | 1.3   | 1.2   | 1.2   | 1.2   | 1.1   | 1.0   | 0.9   | 1.1   | 1.0   | 1.0    | 1.0   | 1.2   |       |
| 물 사용량(m³/제품톤)  |                             | 24.5        | 18.7  | 14.1  | 11.5  | 10.0  | 8.9   | 9.7   | 9.9   | 10.0  | 11.7  | 13.8  | 14.4  | 15.0   | 12.3  | 12.5  |       |
| 재활용            | 재활용지 중 국내산 비율(%)            | 18.9        | 37.3  | 57.7  | 74.2  | 70.8  | 76.0  | 74.8  | 76.8  | 81.7  | 85.8  | 89.9  | 91.8  | 86.5   | 86.1  | 92.5  |       |
|                | 물 재활용비율(%)                  | 41.0        | 34.9  | 46.1  | 55.5  | 61.8  | 59.2  | 57.3  | 57.3  | 56.3  | 50.8  | 43.1  | 43.4  | 42.1   | 39.5  | 39.8  |       |
| 수질<br>관리       | 수계 배출량 (m³/제품톤)             |             | 13.5  | 13.0  | 11.2  | 8.2   | 7.5   | 6.3   | 6.4   | 6.4   | 7.4   | 8.6   | 11.1  | 11.6   | 12.9  | 10.6  | 10.7  |
|                | 수질오염<br>배출량<br>(kg/<br>제품톤) | 총 부유물질      | 0.17  | 0.11  | 0.05  | 0.02  | 0.01  | 0.01  | 0.01  | 0.01  | 0.02  | 0.03  | 0.03  | 0.027  | 0.025 | 0.020 | 0.023 |
|                |                             | 생화학적 산소 요구량 | 0.09  | 0.05  | 0.03  | 0.01  | 0.01  | 0.01  | 0.01  | 0.01  | 0.02  | 0.01  | 0.02  | 0.015  | 0.012 | 0.012 | 0.008 |
|                |                             | 화학적 산소 요구량  | 0.43  | 0.29  | 0.18  | 0.14  | 0.12  | 0.09  | 0.09  | 0.09  | 0.11  | 0.11  | 0.14  | 0.155  | 0.161 | 0.153 | 0.149 |
| 폐기물 발생량(톤/제품톤) |                             | 0.47        | 0.38  | 0.38  | 0.44  | 0.45  | 0.37  | 0.34  | 0.28  | 0.26  | 0.25  | 0.23  | 0.22  | 0.23   | 0.21  | 0.21  |       |
| 온실<br>가스<br>저감 | CO₂ 총 배출량 (천tCO₂e/년)        |             | 151   | 139   | 160   | 175   | 170   | 163   | 168   | 156   | 155   | 161   | 164   | 179    | 171   | 169   | 166   |
|                | 원단위 CO₂ 배출량 (tCO₂e/제품톤)     |             | -     | -     | 0.909 | 0.875 | 0.863 | 0.867 | 0.879 | 0.800 | 0.834 | 0.806 | 0.793 | 0.748  | 0.792 | 0.736 | 0.735 |
|                | 염화불화탄소 사용량 (CFC)(kg)        |             | -     | -     | 47.5  | 19.7  | 24.3  | 63.4  | 51.0  | 35.3  | 22.2  | 17.1  | 26.7  | 4.8    | 19.6  | 8.2   | 8.2   |
| 대기<br>관리       | NOx(kg/제품톤)                 |             | 0.851 | 0.577 | 0.506 | 0.467 | 0.506 | 0.449 | 0.409 | 0.152 | 0.066 | 0.053 | 0.028 | 0.070  | 0     | 0     | 0     |
|                | SOx(kg/제품톤)                 |             | 0.581 | 0.341 | 0.154 | 0.058 | 0.067 | 0.060 | 0.070 | 0.020 | 0.004 | 0.005 | 0.001 | 0.0001 | 0     | 0     | 0     |
|                | Dust(kg/제품톤)                |             | 0.173 | 0.119 | 0.077 | 0.058 | 0.042 | 0.021 | 0.016 | 0.008 | 0.004 | 0.003 | 0.006 | 0.006  | 0.011 | 0.012 | 0.013 |

\* 온실가스 원단위는 2007년부터 생산공장의 온실가스 배출량을 생산량 함으로 나누어 산정하였습니다.

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

## 그래프로 알아보는 환경성과 지표

유한킴벌리의 2013년 환경관련 성과를 확인할 수 있습니다.



# 4

## 부록

제3자 검증의견서

중대이슈 도출 과정

GRI G4(포괄적 부합 방법), BEST 2.0, ISO26000 Index

2013년 사회책임경영보고서 피드백

2014년 사회책임경영 보고 조직

독자 의견 설문지

주요 학회 및 협회 가입현황 / 주요 협력 및 가입단체

유한킴벌리 사회책임경영보고서가 걸어온 길

### 전나무

소나무과에 속하는 수종으로

우리나라 산에서 흔히 볼 수 있습니다.

피톤치트를 발생시켜 삼림욕 효과가 크고,

송진은 상처 치료약으로도 사용되고 있습니다.

## 제3자 검증의견서

본 검증인은 유한킴벌리로부터 2014 사회책임경영보고서(이하 “보고서”)에 대한 검토를 요청받았습니다. 경제·사회·환경 측면의 정성적·정량적 성과정보를 포함하는 보고서 작성책임은 유한킴벌리에 있으며, 본 검증인의 책임은 보고서에 대한 의견을 표명하는데 있습니다.

**배경 및 범위** | 본 검증은 다음과 같이 제한적 검증을 제공하기 위해 계획되었습니다.

- 유한킴벌리 보고서의 “GRI Principles for Defining Report Content” 적용 여부
- ‘About This Report’에 기재된 보고 원칙에 의거하여 보고서에 수록된 정보가 중대성의 관점에서 적절하게 기술되었는지 여부
- 완전성, 정확성 측면에서 보고서 수록 성과정보의 신뢰성 검토

본 검증인은 KPMG Sustainability Assurance Manual(KSAM)™\* 에 따라 재무정보의 신뢰성을 검토하였으며, 보고서에 수록된 재무정보(49페이지)가 유한킴벌리의 감사받은 재무제표에서 적절히 추출되었는지 확인했습니다. 유한킴벌리의 경영성과 및 재무 상태에 대한 완전한 이해를 위해서 회사가 2014년 3월 10일자로 외부감사인의 감사를 받은 재무제표를 참조하시기 바랍니다.

**기준** | 유한킴벌리의 보고서는 GRI G4 가이드라인의 포괄적 부합방법(Comprehensive Option)을 기초로 작성되었으며, BEST가이드라인, ISO26000을 참고하였습니다.(2013년도 에너지 사용량 및 온실가스 배출량 데이터는 별도 검증)

**검증표준** | 본 검증인은 ISAE3000\*에 근거하여 검증을 수행했습니다. 해당 표준은 검증인의 독립성과 적격성에 대한 요건을 포함합니다.

#### 독립성 및 적격성 |

본 검증인은 IFAC(International Federation of Accountants)의 윤리헌장을 준수하며, 보고서 작성 업무를 포함한 독립적인 검증 활동과 의견표명에 영향을 줄 수 있는 여타 업무수행을 금지하고 있습니다. 해당 헌장은 검증수행인의 정직성, 객관성, 전문성, 적절한 주의, 비밀 준수 및 전문가적 행동의 요구사항을 포함합니다. KPMG는 독립성 문제발생 예방 및 윤리헌장 준수 모니터링에 관한 적절한 시스템과 프로세스를 보유하고 있습니다. 본 검증인은 이해관계자 참여 및 경제·사회·환경 측면에서의 전문 역량과 지속가능경영 분야에서 다년간 검증 경험을 보유한 전문가들로 구성되어 있습니다.

**수행 업무** | 본 검증인은 의견표명을 위해 다음 절차를 수행했습니다.

- 유한킴벌리의 이해관계자 참여 프로세스 검토
- 보고내용 결정을 위해 적용한 중대이슈 선정 방법론 및 중대성 평가 프로세스 검토
- 보고 기간 중 유한킴벌리의 지속가능성 이슈에 관한 언론보도 내용 검토
- 정성적·정량적 성과정보 확인을 위한 사업장(본사 및 충주공장) 담당자 인터뷰
- 내부 관리문서, 데이터베이스 등의 비재무정보 원천에 대한 검토
- 49페이지에 수록된 재무정보가 2013년 감사받은 재무제표로부터 적절히 추출되었는지 여부 확인
- 83~86페이지에 수록된 GRI 인덱스(Content Index)를 기준으로, 보고서가 G4 가이드라인의 포괄적 부합방법을 적절히 적용하였는지 여부 확인

본 검증인은 검증업무 수행 과정에서 유한킴벌리와 보고서 수정에 대해 논의하였으며, 발견 사항에 대한 반영 여부를 확인하기 위해 보고서의 최종 편집판을 검토했습니다.

#### 검증 의견 및 결론 |

GRI Principles for Defning Report Content 적용 부문

- 이해관계자 포괄성(Stakeholder Inclusiveness)**
- 유한킴벌리는 주요 이해관계자 그룹인 직원, 협력회사(상류/하류), 고객, 지역사회, 주주와의 커뮤니케이션 채널을 운영하고 있습니다.
  - 본 검증인은 보고서 작성 과정에서 배제된 주요 이해관계자 그룹을 발견하지 못했습니다.
- 지속가능성 맥락(Sustainability Context)**
- 유한킴벌리는 경영계획과 성과 판단 과정에 사업운영의 경제적·사회적·환경적 영향을 반영하고 있으며, 보고서 전반에서 이를 설명하고 있습니다.
  - 본 검증인은 유한킴벌리가 지속가능성의 포괄적 개념을 적절히 인식하여 기업 경영과 이해관계자 커뮤니케이션에 적용하고 있는 것으로 확인하였습니다.

\* 회계법인의 전문성을 바탕으로 지속가능경영보고서 검증 품질 향상을 위해 개발된 KPMG의 표준방법론으로서 ISAE3000을 준용하고 있음

\* ISAE(International Standard on Assurance Engagemenets) 3000 / 국제회계사연맹이 만든 ‘역사적 재무정보에 대한 감사 또는 검토 이외의 인증업무 기준임

#### 중대성(Materiality)

- 유한킴벌리는 전년도 보고서 발간 이후 핵심보고 내용을 결정하는 중대성 평가 프로세스를 강화하였으며, 해당 성과를 보고서 전반에 포함하였습니다.\*
- 본 검증인은 중대성 평가 과정에서 누락된 주요 지속가능경영 성과를 발견하지 못했습니다.

#### 완전성(Completeness)

- 유한킴벌리는 보고서 작성 시 보고범위, 경제, 시간적 기준을 반영하고 있습니다.
- 본 검증인은 본 보고서가 상기 기준 측면에서 이해관계자가 유한킴벌리의 지속가능경영 성과를 평가하기에 적절한 것으로 확인하였습니다.

상세 내용은 83~86페이지 GRI Index와 본문의  마크 참조

#### 보고서 정보 부문

본 검증인은 보고서에 대한 제한적 검증의견을 제시하기 위하여 다음의 2013년도 기준 비재무 성과 정보를 검토하였습니다.

| 사회책임경영 전반  |  |  |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>경영성과 및 중장기 과제</li> <li>비전과 핵심가치 실천 가이드라인</li> <li>신규 조직제도</li> <li>지배구조 특징</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>이사회 구성과 보상, 이사회 개최 실적</li> <li>사회책임경영 최고 의사결정기구 구성 및 역할</li> <li>윤리경영 및 부패방지 교육</li> <li>हार인 운영</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>위기에방 시스템</li> <li>이해관계자 커뮤니케이션</li> <li>중대성 평가</li> <li>제품 안전성</li></ul> |

| 사회책임경영 4대 아젠다  |  |   |   |
|--|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li><b>지속가능한 제품</b><br/>물티슈, 기저귀</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li><b>우리강산 푸르게 푸르게</b><br/>몽골 조림 사업</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li><b>기후변화 대응</b><br/>온실가스 저감 활동, 자원순환, 녹색물류</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li><b>동반성장</b><br/>동반성장 프로그램, 협력회사 종합진단시스템</li></ul> |

| 사회책임경영 성과 보고  |   |                                     |
|---|---|-------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li><b>경제</b></li></ul> | 재무지표, 경제적 가치 분배, 수출 실적, 연구개발 투자, 시니어 사업 |                                     |
| <ul style="list-style-type: none"><li><b>사회</b></li></ul> | 직원                                      | 안전보건 정책, 퇴직연금제도, 교육지원 프로그램, 가족친화경영  |
|   | 협력회사                                    | 협력회사 지원활동                           |
|   | 고객                                      | 유해물질 관리, 제품 안전성, 생명윤리법 준수, 고객만족도 조사 |
|   | 지역사회                                    | 지역인재 개발 및 채용                        |
| <ul style="list-style-type: none"><li><b>환경</b></li></ul> | 물질흐름, 환경법규 준수, 환경데이터                    |                                     |

#### 결론 |

상기 수행 업무에 의거하여 보고서에 수록된 정보는 중요성 관점에서 부정정하게 기술되었다고 보이지 않습니다.

#### 특기사항 |

다음은 본 검증인의 결론에는 영향을 미치지 아니하나, 향후 유한킴벌리의 발전된 사회책임경영보고서 발간을 위해 중요하다고 판단되는 사항입니다.

- 유한킴벌리는 중대성 평가 절차를 강화하고자 GRI G4 가이드라인을 바탕으로 개발한(IPS Materiality Ratings Scheme)을 적용하였습니 다. 앞으로도 중대성 평가 수준 향상을 위해 (IPS Materiality Ratings Scheme)의 지속적인 활용과 개선을 권장합니다.
- 유한킴벌리는 본 보고서를 통해 주요 공급망의 환경영향 저감 노력을 설명하고 있습니다. 향후에는 공급망의 사회적 성과까지 포괄하여 기 설정 된 보고경계에 보다 충실히 부합하도록 할 필요가 있습니다.
- 유한킴벌리는 협력회사 동반성장 지원과 리스크 관리를 위해 오프라인 기반의 종합진단을 시행하고 있습니다. 향후 진단의 객관성과 정보관리 효율 향상을 위해 온라인 시스템화 할 것을 권장합니다.

본 검증인은 유한킴벌리의 보고서 발간 담당부서와 보고 프로세스 및 보고서 관련 관찰 사항에 대해서도 논의했습니다. 유한킴벌리는 이에 대한 본 검증인의 의견을 잘 수용했습니다.

2014년 6월 KPMG삼정회계법인

대표이사 김 교 태

*Kyo Tai Kim*



제3자 검증의견서 | **중대이슈 도출 과정** | **GRI G4(포괄적 부합 방법), BEST 2.0, ISO26000 Index** | 2013년 사회책임경영보고서 피드백 | 2014년 사회책임경영 보고 조직 | 독자 의견 설문지

## 중대이슈 도출 과정

### 1단계 관련 이슈 수집

- 전년도 이슈 검토
- GRI G4 이슈(Aspect) 검토
- 법 및 정책 조사
- 미디어 조사
- 사내 KPI 조사

### 2단계 중대이슈 선정 우선순위화

- 중대성 평가  
(IPS Materiality Test™)\*
- 360° 이해관계자 설문조사

### 3단계 중대이슈 선정

- 중대이슈 선정  
- 중대성 평가 결과 상위이슈
- 관리이슈 선정  
- 중위이슈 중 기준점보다  
상위에 위치
- 이해관계자별 상위이슈 중  
중대이슈에 포함되지 않은 이슈

### 4단계 검증

- 중대성 평가 프로세스에  
대한 외부 검증
- 중대이슈 중심 보고 여부에  
대한 검증

\* **IPS Materiality Test™** 지속가능경영 전략 개발 및 지속가능경영보고서 작성을 위해 산업정책연구원(IPS)이 2006년 개발한 모델로, 단계별 테스트를 거쳐 해당 기업의 특성과 현황에 적합한 이슈를 도출하는 기법

**1단계 ▶ 관련 이슈 수집** | 중대성 평가에 앞서 기업 경영활동과 관련된 이슈를 수집하는 작업을 선행했습니다. 이슈의 연속성에 대한 고려를 바탕으로 미디어 검색 결과와 GRI G4의 이슈(Aspect)를 모두 포함하여 총 50개 이슈를 선정했습니다.

\* 중대성 평가에 활용된 50개 이슈 리스트는 유한킴벌리 홈페이지(www.yuhan-kimberly.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

**2단계 ▶ 중대이슈 선정 우선순위화(1) – 중대성 평가(Materiality Test™)** | 선정된 50개 이슈에 대해 사내정책, 직·간접적 경제효과, 규범 및 법률, 이해관계자 참여, 동종업계 분석, 미디어 검색의 6단계 평가 방법인 <IPS Materiality Test™>가 진행되었습니다. 각 단계별 테스트 결과를 합산하여 순위화한 결과 상위 30%에 해당하는 15개의 상위이슈를 도출했습니다.

중대성 평가 6단계



**2단계 ▶ 중대이슈 선정 우선순위화(2) – 360° 이해관계자 설문조사** | 공급망을 포함한 이해관계자별 관심을 이슈에 반영하기 위해 이해관계자 중 협력회사를 상류와 하류로 나누어 360° 이해관계자 설문조사\*를 진행했습니다. 설문조사 결과를 바탕으로 인식도가 낮은 하위 30%에 해당하는 이슈를 선별한 후, 앞서 진행한 중대성 평가 결과와 비교하여 상위이슈에 포함되지 않은 6개 이슈를 관리이슈로 선정했습니다.

360° 이해관계자 설문조사 결과

| 구분                             | 사원   | 협력회사(상류)   | 협력회사(하류)   | 고객          | 지역사회   |
|--------------------------------|--|--|--|-------------|--|
| 2014년 이슈 수                     | 29   | 19   | 19   | 13          | 14   |
| 이해관계자별 중대이슈 중 상위이슈에 포함되지 않은 이슈 | <ul style="list-style-type: none"><li>• 사내 커뮤니케이션</li> <li>• 공정한 보상체계</li> <li>• 신시장 개척</li> <li>• 공정한 협력회사 선정</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• 협력회사 지원</li> <li>• 공정한 협력회사 선정</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• 협력회사 지원</li> <li>• 공정한 협력회사 선정</li> <li>• 신시장 개척</li></ul> | 상위이슈에 모두 포함 | <ul style="list-style-type: none"><li>• 지역밀착형 경영</li></ul> |

\* **360° 이해관계자 설문조사** 유한킴벌리 이해관계자의 의견을 수렴하고 인식도를 파악하기 위해 2006년부터 이해관계자 설문조사를 진행하고 있으며, 중대성 평가를 위해 별도로 진행된 것이 아니기 때문에 각 이해관계자별 조사 이슈의 수에 차이가 있습니다.

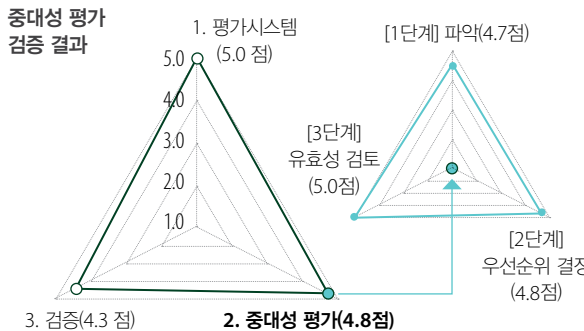
**3단계 ▶ 중대이슈 선정(Materiality Matrix)** | 2014년 중대성 평가를 통해 도출된 15개의 상위이슈와 11개의 관리이슈를 중대이슈로 선정하여 총 26개 이슈를 중심으로 보고했습니다.

중대성 평가 도출된 최종 중대 이슈는 p.22 ‘2014년 유한킴벌리 중대이슈 선정’을 참고하시기 바랍니다.

**4단계 ▶ 중대성 평가에 대한 외부 검증** | 2014년 중대성 평가 결과에 대한 신뢰도를 확보하기 위해 GRI G4 가이드라인에 따라 <IPS Materiality Ratings Scheme>\*을 마련하고 평가결과에 대한 외부 검증을 진행했습니다. 검증 결과 2014년 유한킴벌리 사회책임경영보고서는 GRI G4 가이드라인의 중대이슈 도출 프로세스를 95.2% 반영한 것으로 나타났습니다.

\* **IPS Materiality Ratings Scheme** GRI G4 가이드라인을 바탕으로 산업 정책연구원에서 개발한 중대이슈 도출 프로세스 평가 모델로 평가시스템, 중대성 평가, 검증의 3개 항목 25개 문항으로 구성되어 있음

중대성 평가  
검증 결과



**[중대성 평가 검증 결과]** 유한킴벌리는 우수한 중대성 평가 시스템을 구축하고 있으며, 도출된 중대이슈에 대한 유효성 검토 부분이 특히 우수한 것으로 평가되었습니다. 가장 낮은 점수를 받은 ‘검증’ 항목은 중대성 평가 결과에 대해 내부 검증을 진행하고, 보고서 발간 이전 최고경영진에 보고함으로써 보완해 나갈 예정입니다.

## GRI G4(포괄적 부합 방법), BEST 2.0, ISO26000 Index A

2014년 유한킴벌리 사회책임경영보고서는 중대성 평가 결과 도출된 26개 중대이슈(상위이슈 15개, 관리이슈 11개)를 중심으로 보고하고 있습니다. 이에 따라 GRI G4 가이드라인 및 BEST 2.0, ISO26000 Index는 도출된 중대이슈에 해당하는 지표에 대해서만 보고하고 있습니다.

| GRI G4             |            | 참고(페이지)  | BEST 2.0 | ISO 26000                       | 외부 검증 |
|--------------------|------------|--|----------|---------------------------------|-------|
| 1. 일반지표            |            |  |          |                                 |       |
| a. 전략 및 분석         | G4-1 Core  | 지속가능성과 관련된 조직, 전략에 관한 최고 의사결정자의 선언   | A_1      | 6.2                             |       |
|                    | G4-2       | 주요 위험 및 기회요소   | A_2      |                                 |       |
|                    | G4-3 Core  | 기업명  | A_3      |                                 |       |
|                    | G4-4 Core  | 주요 브랜드, 제품, 서비스  | A_4      |                                 |       |
|                    | G4-5 Core  | 본사/본부 소재지  |          | -                               |       |
|                    | G4-6 Core  | 주요 사업장이 위치하고 있거나 지속가능경영과 관련된 중대한 활동이 이루어지고 있는 국가 수와 국가명  | A_7      |                                 |       |
|                    | G4-7 Core  | 소유권의 성격과 법적 형태   | A_8      | 6.2.1                           | ✓     |
|                    | G4-8 Core  | 서비스를 제공하고 있는 시장  | A_9      |                                 |       |
|                    | G4-9 Core  | 조직 규모(종업원, 소매출, 총자본, 제품과 서비스 등)  | A_10     |                                 | ✓     |
| b. 조직 프로파일         | G4-10 Core | a. 계약형태 및 성별에 따른 종업원 수<br>b. 고용형태 및 성별에 따른 정규직 수<br>c. 성별에 따른 사원 및 관리직 수<br>d. 지역 및 성별에 따른 총 인력 수<br>e. 중대한 기업 활동 중의 일부만이 정규직이 아닌 법적으로 개인 사업자나 개인에게 위탁된 경우<br>f. 계절적 요인 등 특수상황으로 인한 중대한 단기 종업원 인력 변동 | EM1      | 6.3.7                           | ✓     |
|                    | G4-11 Core | 단체협상 결과의 적용을 받는 종업원의 비율  | EM12     | 6.4, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5 6.3.10 | ✓     |
|                    | G4-12 Core | 공급망  | -        | 6.6.6                           | ✓     |
|                    | G4-13 Core | 보고기간 동안 규모, 구조, 소유구조, 공급망(Supply Chain) 등의 주요변화  | B_8      |                                 |       |
|                    | G4-14 Core | 예방 접근이나 원칙을 천명하고 있는지, 어떤 방식으로 언급하고 있는지에 대한 설명  | GR11     | -                               | ✓     |
|                    | G4-15 Core | 자발적인 경제적, 사회적, 환경적 헌장과 일련의 원칙들, 또는 이니셔티브 중 참여하고 있는 내용  | GR10     |                                 | ✓     |
|                    | G4-16 Core | 주요 협회 가입현황   | A_11     |                                 |       |
| c. 중대이슈 및 보고 경계 도출 | G4-17 Core | a. 조직의 재무제표 또는 그에 상응하는 문서에 포함되는 모든 기업 리스트<br>b. 조직의 재무제표 또는 그에 상응하는 문서에 포함되나 보고서에 포함되지 않은 기업 리스트   | A_5, A_6 | 6.2                             |       |
|                    | G4-18 Core | a. 보고 내용 및 범위를 결정하는 프로세스<br>b. 보고 내용을 정의하기 위해 시행된 보고 원칙  | -        |                                 | ✓     |
|                    | G4-19 Core | 중대성 평가 결과 도출된 중대이슈 리스트   | -        |                                 | ✓     |
|                    | G4-20 Core | 조직 내 중대이슈별 보고 범위   | B_1, B_2 | -                               | ✓     |
|                    | G4-21 Core | 조직 외 중대이슈별 보고 범위   |          |                                 | ✓     |
|                    | G4-22 Core | 이전 보고서에 제공된 정보의 재인용 효과, 재인용 이유   | -        |                                 |       |
|                    | G4-23 Core | 이전 보고서에 제공된 정보의 재조정  | B_5      |                                 |       |
|                    |            | 경제적 가치 창출과 효과적 자산관리, _분배된 경제적 가치(p.50)   |          |                                 |       |

# 1 유한킴벌리의 사회책임경영 전반

# 2 사회책임경영 4대 아젠다

# 3 사회책임경영 성과 보고

# 4 부록

제3자 검증의견서 | 중대이슈 도출 과정 | GRI G4(포괄적 부합 방법), BEST 2.0, ISO26000 Index | 2013년 사회책임경영보고서 피드백 | 2014년 사회책임경영 보고 조직 | 독자 의견 설문지

| GRI G4      | 참고(페이지)   | BEST 2.0 | ISO 26000 | 외부 검증 |
|-------------|---|----------|-----------|-------|
| d. 이해관계자 참여 | G4-24 Core 참여 이해관계자 리스트   | C_1      | 6.8.3     | ✓     |
|             | G4-25 Core 주요 이해관계자 파악과 선정에 대한 근거   |          |           | ✓     |
|             | G4-26 Core 형태별, 이해관계자 그룹별 빈도로 본 이해관계자 협의에 대한 접근 방식과 보고서 준비를 위한 참여 프로세스  | C_2      |           | ✓     |
|             | G4-27 Core 보고서 발간을 포함하여 이해관계자 참여를 통해 제기되어 온 중대이슈 대응 방법 및 결과 (이해관계자별 주요 이슈)  | C_3      |           | ✓     |
| e. 보고 프로필   | G4-28 Core 보고기간   | B_3      | -         |       |
|             | G4-29 Core 최근 보고서 발간일자  | -        |           |       |
|             | G4-30 Core 보고주기   | B_6      |           |       |
|             | G4-31 Core 보고서 또는 보고서 내용에 관한 문의처  | B_9      |           |       |
|             | G4-32 Core GRI 인덱스<br>a. 'in accordance' 선택 옵션 보고<br>b. 선택된 옵션의 GRI Content Index 보고<br>c. 제 3자 검증 보고서                | B_10     | 7.5.3     |       |
|             | G4-33 Core a. 외부검증 관련 정책 및 활동<br>b. 검증 범위 및 기준<br>c. 보고 조직과 검증기관과의 관계<br>d. 지속가능경영보고서의 신뢰성 확보를 위한 최고 의사결정기구 및 경영진의 역할 | B_7      |           |       |
|             | G4-34 Core 위원회를 포함한 최고 의사결정 기구 조직도<br>경제·사회·환경 주제를 담당하는 위원회 리스트   | GR1      |           |       |
|             | G4-35 경제·사회·환경 과제에 대한 최고 의사결정기구-경영진-시원으로서의 견한위임 프로세스  | -        |           |       |
|             | G4-36 경제·사회·환경 분야에 대한 임원 레벨의 책임자 존재 여부 및 최고 의사결정기구의 의의 체계 수립 여부   | -        | GR12      |       |
|             | G4-37 경제·사회·환경 주제에 대한 이해관계자 및 최고 의사결정기구간의 협의 절차   | -        |           |       |
|             | G4-38 최고 의사결정기구 및 위원회 구성 보고   | GR2, GR3 |           |       |
|             | G4-39 CEO가 최고 의사결정기구 의장을 겸임하는지 명시   | GR1      |           |       |
|             | G4-40 최고 의사결정기구 구성원 추천 과정 및 선정 기준   | GR4      | GR13      |       |
|             | G4-41 최고 의사결정기구 구성원간 이해충돌을 피하는 프로세스   | -        |           |       |
| f. 지배구조     | G4-42 경제·사회·환경 분야별 목적, 가치, 미션, 전략, 정책, 목표 등을 구축하는데 있어 최고 의사결정기구의 역할   | GR6      | 6.2       |       |
|             | G4-43 경제·사회·환경 주제에 대한 최고 의사결정기구의 전문성 제고 방안  | -        |           |       |
|             | G4-44 a. 최고 의사결정기구의 경제·사회·환경 성과평가 절차<br>b. 최고 의사결정기구 성과평가 결과에 따라 취해진 조치   | GR5      |           |       |
|             | G4-45 a. 경제·사회·환경 영향 및 리스크, 기회 관리에 대한 최고 의사결정기구의 역할<br>b. 경제·사회·환경 영향 및 리스크, 기회 관리에 대한 이해관계자 의견 반영 여부                 | GR8      |           |       |
|             | G4-46 조직의 경제·사회·환경 리스크 관리에 대한 최고 의사결정기구의 역할 및 영향력   | -        | GR4       |       |
|             | G4-47 경제·사회·환경 영향 및 리스크, 기회에 대한 최고 의사결정기구의 검토 빈도  | -        |           |       |
|             | G4-48 지속가능경영보고서가 모든 중대이슈를 포함하고 있는지에 대한 확인을 포함하여 공식적 검토 및 승인 절차를 가진 최고 임원  | -        |           | ✓     |

| GRI G4          |  | 참고(페이지)   | BEST 2.0   | ISO 26000 | 외부 검증   |                                 |              |
|-----------------|--|---|--|-----------|---|---------------------------------|--------------|
| 9. 윤리 및 청렴도     | G4-49  | 최고 의사결정기구로의 심각한 우려 사항 전달 과정   | GR12   | 6.2       | <div>✓</div>  |                                 |              |
|                 | G4-50  | 최고 의사결정기구에 보고되는 불만의 성격, 횡수, 빈도 및 해결을 위한 고충처리 매커니즘   | -  |           |   |                                 |              |
|                 | G4-51  | a. 최고 의사결정기구 구성원, 고위관리자, 임원 등에 대한 보수정책<br>b. 최고 의사결정기구 및 임원의 보수에 영향을 미치는 경제·사회·환경 성과 기준   | GR7  |           |   | <div>✓</div>                    |              |
|                 | G4-52  | 보수 결정 절차  | -  |           |   | <div>✓</div>                    |              |
|                 | G4-53  | 보수 정책 및 계획 등에 대한 이해관계자 의견 포함 여부   | -  |           |   |                                 |              |
|                 | G4-54  | 동일국가 내 총 근로자 평균 보상금액 대비 조직 내 최고 연봉자(highest-paid individual)의 연간 총 보상금액 비율  | -  |           |   |                                 |              |
|                 | G4-55  | 동일국가 내 총 근로자 평균 보상금액 상승률 대비 조직 내 최고 연봉자의 연간 총 보상금액 상승률  | -  |           |   |                                 |              |
|                 | G4-56  | Core 기업의 행동강령 또는 윤리강령   | EM26   |           |   |                                 |              |
|                 | G4-57  | 조직 내외부 윤리 및 준법, 조직의 청렴도와 관련된 헬프라인 및 상담조직 등  | -  |           |   | 6.6, 6.6.1, 6.6.2, 6.6.3, 6.6.5 | <div>✓</div> |
|                 | G4-58  | 조직 내외부의 적발된 비윤리 행위 및 불법 행위에 대한 계층적 관리 체계  | -  |           |   |                                 |              |
| 2. 세부지표         |  |   |  |           |   |                                 |              |
| a. 성과관리 체계(DMA) |  |   |  |           |   |                                 |              |
| G4-DMA          | a. 중대이슈로 선정된 이유 및 영향<br>b. 중대이슈에 대한 관리 방법<br>c. 관리체계 평가 방법 | <div>• Agenda 01. 지속가능한 제품<br/>_성과관리체계(p.26)<br/>• Agenda 02. 우리강산 푸르게 푸르게<br/>_성과관리체계(p.31)<br/>• Agenda 03. 기후변화 대응_성과관리체계(p.37)<br/>• Agenda 04. 동반성장_성과관리체계(p.42)<br/>• 경제 성과관리체계(p.48)<br/>• 사회 성과관리체계(p.56)<br/>• 환경 성과관리체계(p.74)</div> | D_1, D_2, D_3, EC_DMA, EM_DMA1, EM_DMA2, CS_DMA, CO_DMA, EV_DMA  |           | <div>✓</div>  |                                 |              |
| b.이슈별 지표        |  |   |  |           |   |                                 |              |
| 경제              |  |   |  |           |   |                                 |              |
| 경제성과            | G4-EC1   | 경제가치 창출과 분배   | <div>• 경제적 가치 창출과 효과적 자산관리<br/>_분배된 경제적 가치(p.50)</div>   | EC1       | 6.8, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9                                    | <div>✓</div>                    |              |
|                 | G4-EC2   | 기후변화로 인한 조직의 재무적 영향 및 기회 또는 위험  | 해당사항 없음  | EC2       | 6.5.5   |                                 |              |
|                 | G4-EC3   | 연금제도에서 사측부담 범위  | <div>• 공정한 보상체계<br/>_노후소득보장을 위한 퇴직연금제도 실행(p.59)</div>  | EC3       | -   | <div>✓</div>                    |              |
|                 | G4-EC4   | 정부지원금   | 보고기간 내 정부지원금 없음  | EC5       |   |                                 |              |
| 간접 경제효과         | G4-EC7   | 공공이익을 위한 투자와 서비스 제공   | <div>• 경제적 가치 창출과 효과적 자산관리<br/>_분배된 경제적 가치(p.50)<br/>• 저탄소 비전에 따른 기후변화 대응 활동<br/>_기자재 재활용 기술 연구(p.39, 41)</div>                      | EC6       | 6.3.9, 6.8, 6.8.3, 6.8.4, 6.8.5, 6.8.7, 6.8.9               |                                 |              |
|                 | G4-EC8   | 간접 경제 영향  | <div>• 유한킴벌리는 사회에 어떤 영향을 미치나<br/>_유한킴벌리의 가치 재분배(p.4~5)<br/>• 시니어 사업 육성<br/>_고령화 문제 해결과 시니어 비즈니스 기회(p.53)<br/>_시니어 일자리 창출(p.54)</div> | EC7       | 6.3.9, 6.6.6, 6.6.7, 6.7.8, 6.8, 6.8.5, 6.8.6, 6.8.7, 6.8.9 |                                 |              |
| 조달관행            | G4-EC9   | 지역 공급업체에 대한 지출  | <div>• 유한킴벌리의 공급망<br/>_유한킴벌리 협력회사 분포도(p.65)</div>  | -         | 6.6.6, 6.8, 6.8.5, 6.8.7                                    | <div>✓</div>                    |              |
| 환경              |  |   |  |           |   |                                 |              |
| 원료              | G4-EN1   | 사용자원의 총 무게나 부피  | <div>• 물질흐름도(p.75)<br/>• 저탄소 사회실현<br/>_재활용지 활용 최대화(p.39)</div>   | EV10      |   | <div>✓</div>                    |              |
|                 | G4-EN2   | 재활용 자원 이용 비율  |  | EV11      |   | <div>✓</div>                    |              |
| 에너지             | G4-EN3   | 조직 내 직접 에너지 소비  |  | EV7       |   |                                 |              |
|                 | G4-EN4   | 조직 외 에너지 소비   | <div>• 운영 저탄소화<br/>_온실가스 배출량 현황(p.38)</div>  | EV8       |   |                                 |              |
|                 | G4-EN5   | 에너지 원단위   |  | -         | 6.5, 6.5.4  |                                 |              |
|                 | G4-EN6   | 에너지 사용 절감량  | <div>• 운영 저탄소화<br/>_온실가스 저감 이니셔티브(p.38)<br/>• 효율적 자원 사용<br/>_에너지 사용 절감 노력(p.76)<br/>_용량 적정화를 통한 전기에너지 절감 사례(p.76)</div>              | EV5       |   | <div>✓</div>                    |              |
|                 | G4-EN7   | 제품 및 서비스의 에너지 감축량   | 제품특성상 해당사항 없음  | CS8, EV5  |   |                                 |              |
|                 | G4-EN15  | 직접 온실가스 배출량   | <div>• 운영 저탄소화<br/>_온실가스 배출량 현황(p.38)</div>  | EV12      | 6.5, 6.5.5  | <div>✓</div>                    |              |
|                 | G4-EN16  | 간접 온실가스 배출량   | <div>• 환경실적 15년 추세(p.77)</div>   |           |   | <div>✓</div>                    |              |

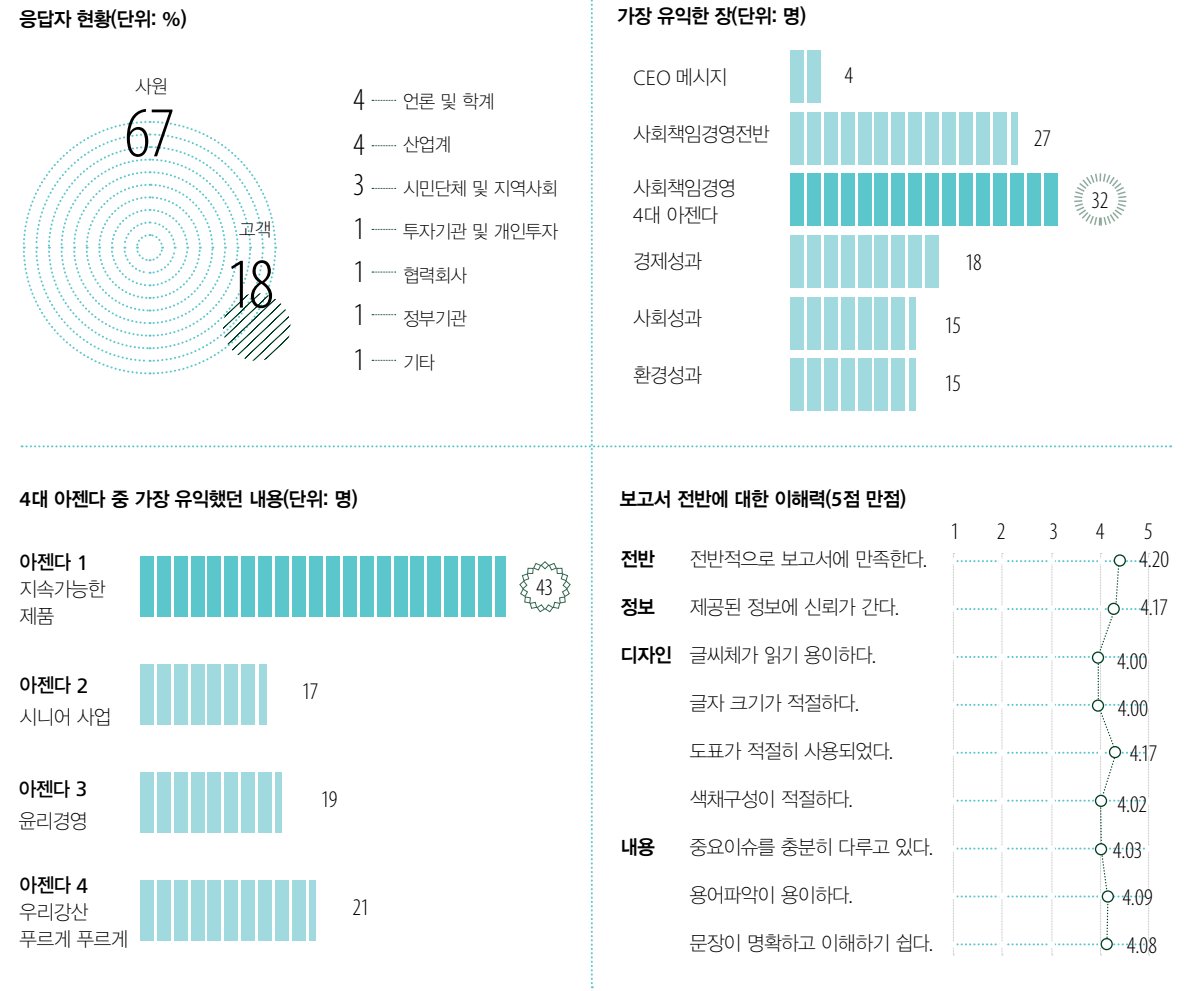
제3자 검증의견서 | 종대이슈 도출 과정 | GRI G4(포괄적 부합 방법), BEST 2.0, ISO26000 Index | 2013년 사회책임경영보고서 피드백 | 2014년 사회책임경영 보고 조직 | 독자 의견 설문지

2013년 사회책임경영보고서 피드백(결과 수록)

독자의견 설문 및 온라인 설문조사

유한킴벌리는 매년 보고서에 대한 독자의견을 수렴하기 위해 보고서 구독 목적 및 유익했던 정보, 보고서 전반에 대한 이해정도 등을 포함한 설문조사를 진행하고 있습니다. 2013년 보고서에 대한 설문에는 총 82명이 참여했으며, 사원과 고객이 가장 높은 응답비율을 보였습니다. 가장 유익했던 장에는 사회책임경영 전반과 4대 아젠다가 선정되었으며, 4대 아젠다 중에서는 지속가능한 제품이 가장 유익했던 것으로 조사되었습니다. 보고서 전반에 대한 만족도는 5점 만점에 4.20점으로 나타났으며, 글씨체와 글자 크기에 대한 적절성이 상대적으로 낮게 나타나 이번 보고서에서 해당 부분을 보완했습니다.

설문조사 결과



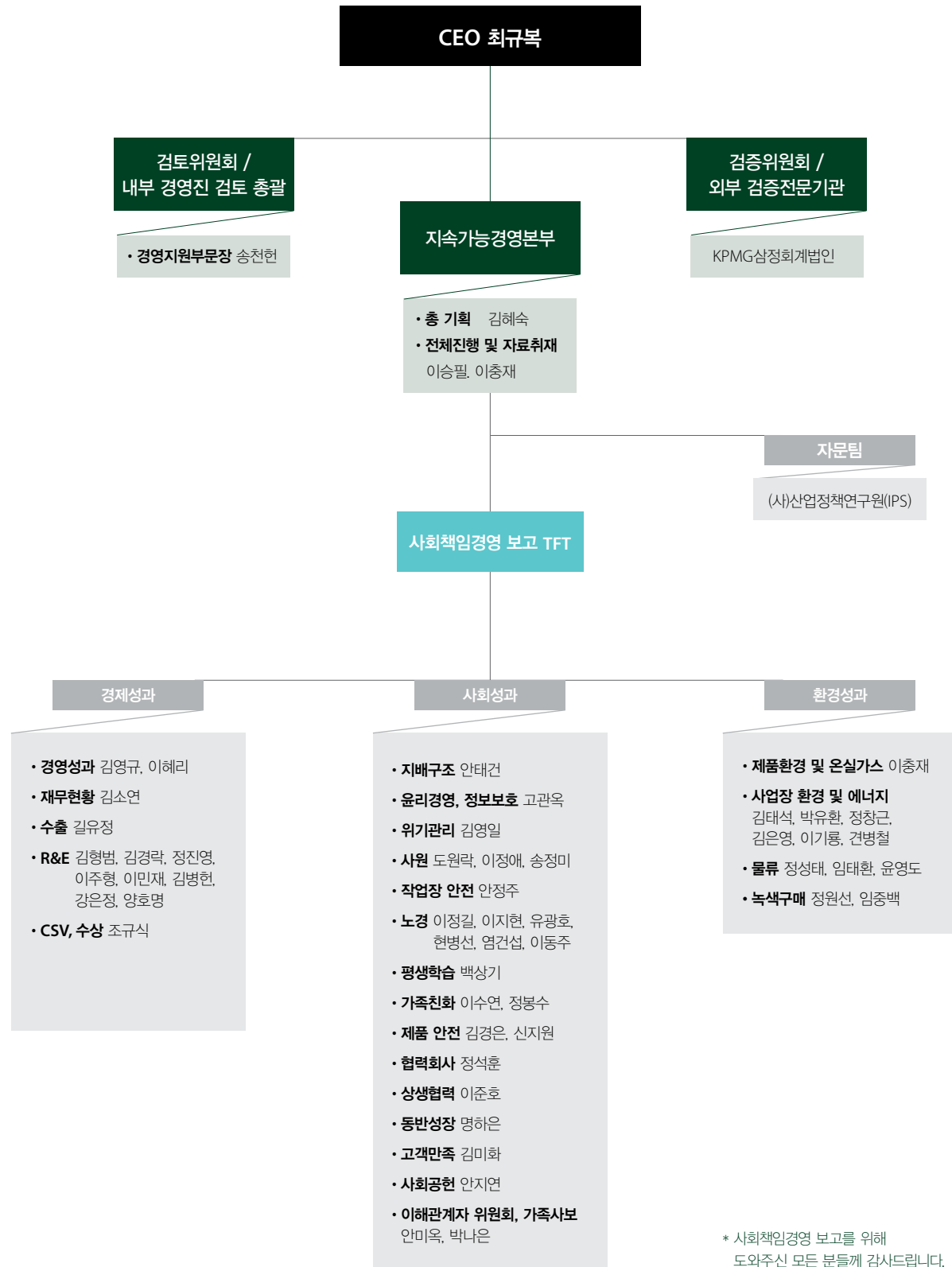
| GRI G4      |         |  | 참고(페이지)  | BEST 2.0   | ISO 26000                        | 외부 검증 |
|-------------|---------|--|--|------------|----------------------------------|-------|
| 배출          | G4-EN17 | 기타 간접 온실가스 배출량                                     | • 운영 저탄소화<br>_온실가스 배출량 현황(p.38)                            | EV13       |                                  | ✓     |
|             | G4-EN18 | 온실가스 배출 원단위  | • 환경실적 15년 추세(p.77)  | -          | 6.5, 6.5.5                       | ✓     |
|             | G4-EN19 | 온실가스 감축  | • 운영 저탄소화<br>_온실가스 저감 이니셔티브(p.38)                          | EV4        |                                  | ✓     |
|             | G4-EN20 | 오존층 파괴 물질 배출                                       |  | EV14       |                                  |       |
|             | G4-EN21 | NOx, SOx 및 기타 주요 대기오염물질 배출                         | • 환경실적 15년 추세(p.77)  | EV15       | 6.5, 6.5.3                       |       |
| 제품 및 서비스    | G4-EN27 | 제품 및 서비스의 환경영향 저감 활동과 성과                           | • 제품 저탄소화(p.39)  | EV23, EV25 | 6.5, 6.5.4, 6.6.6, 6.7.5         |       |
|             | G4-EN28 | 판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율                             | • 저탄소 사회실현<br>_폐기물 부담금 및 생산자 책임 재활용 제도 이행(p.39)            | EV24       | 6.5, 6.5.4, 6.7.5                | ✓     |
| 규정준수        | G4-EN29 | 환경 법규 위반으로 부과된 금액 및 제재 건수                          | • 물질흐름도_환경 법규 준수(p.75)                                     | EV31       | 6.5                              | ✓     |
| 공급망 환경 평가   | G4-EN32 | 환경성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율                        | • 협력회사의 지속가능경영 활동을 지원하기 위해 무엇을 하는가?<br>_협력회사 정기평가 항목(p.45) | PN3        | 6.6.6                            |       |
|             | G4-EN33 | 현재 또는 잠재적으로 부정적인 환경 영향을 가진것으로 확인된 공급업체 비율 및 대응방법   | 해당 공급업체 없음   | PN4        |                                  |       |
| 사회          |         |  |  |            |                                  |       |
| 노동관행 및 노동권  |         |  |  |            |                                  |       |
| 훈련 및 교육     | G4-LA9  | 종업원 유형별, 성별 1인당 한해 평균 훈련 시간                        | • 인재 역량 강화 위한 교육 지원<br>_체계적인 교육지원 프로그램 운영(p.60)            | EM27       | 6.4, 6.4.7                       | ✓     |
|             | G4-LA10 | 지속적인 고용가능성 및 경력관리를 지원하는 기술개발 및 평생교육을 위한 프로그램       |  | EM28       | 6.4, 6.4.7, 6.8.5                |       |
|             | G4-LA11 | 정기적 성과 및 경력개발 리뷰를 받은 종업원의 비율                       | • 인재 역량 강화 위한 교육 지원<br>_사원 경력계획 및 개발제도 시행(p.60)            | EM29       | 6.4, 6.4.7                       |       |
| 평등한 보상      | G4-LA13 | 종업원 유형별 남녀의 평균 임금 비율                               | • 공정한 보상체계<br>_공정한 성과평가 및 보상(p.59)                         | EM3        | 6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3, 6.4.4 |       |
| 공급망 노동관행 평가 | G4-LA14 | 노동관행에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율                        | • 협력회사의 지속가능경영 활동을 지원하기 위해 무엇을 하는가?<br>_협력회사 정기평가 항목(p.45) | PN3        | 6.6.6                            | ✓     |
|             | G4-LA15 | 현재 또는 잠재적으로 부정적인 노동관행 영향을 가진것으로 확인된 공급업체 비율 및 대응방법 | 해당 공급업체 없음   | PN4        |                                  |       |
| 인권          |         |  |  |            |                                  |       |
| 원주민 권리      | G4-HR8  | 원주민 권리 침해 건수 및 관련 조치                               | 원주민 권리 침해 없음   | CO2        | 6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.8, 6.6.7  |       |
| 공급망 인권평가    | G4-HR10 | 인권에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율                          | • 협력회사의 지속가능경영 활동을 지원하기 위해 무엇을 하는가?<br>_협력회사 정기평가 항목(p.45) | PN3        | 6.3, 6.3.3, 6.3.5, 6.4.3, 6.6.6  | ✓     |
|             | G4-HR11 | 현재 또는 잠재적으로 부정적인 인권 영향을 가진것으로 확인된 공급업체 비율 및 대응방법   | 해당 공급업체 없음   | PN4        |                                  |       |
| 사회          |         |  |  |            |                                  |       |
| 지역사회        | G4-SO1  | 지역사회에 대한 참여, 영향평가 및 개발프로그램을 실시한 사업의 비율             | 해당 사업장 없음  | CO1, CO2   | 6.3.9, 6.8, 6.8.5, 6.8.7, 6.6.7  |       |
|             | G4-SO2  | 지역사회에 상당한 잠재력을 가졌거나 또는 실질적으로 부정적 영향을 미치는 사업장       | 해당 사업장 없음  | -          | -                                |       |
| 제재          | G4-SO8  | 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재 건수                   | 법률 및 규제 위반 없음  | CO9        | 6.6, 6.6.7, 6.8.7                |       |
| 공급망 사회성과 평가 | G4-SO9  | 사회성과에 대한 평가를 실시한 신규 공급업체 비율                        | • 협력회사의 지속가능경영 활동을 지원하기 위해 무엇을 하는가?<br>_협력회사 정기평가 항목(p.45) | PN3        | 6.6.6                            |       |
|             | G4-SO10 | 현재 또는 잠재적으로 부정적인 사회 영향을 가진것으로 확인된 공급업체 비율 및 대응방법   | 해당 공급업체 없음   | PN4        |                                  |       |
| 제품책임        |         |  |  |            |                                  |       |
| 고객 보건안전     | G4-PR1  | 개선을 위해 보건안전 영향 평가를 고려하는 특정 제품 및 서비스 카테고리 비율        | • 제품 안전성 확보 활동<br>_유해물질 관리(p.67)<br>_제품 안전성 확보(p.67)       | CS4        | 6.3.9, 6.6.6, 6.7, 6.7.4, 6.7.5  | ✓     |
|             | G4-PR2  | 제품 및 서비스의 고객 건강과 안전 관련 법규 및 자발적 규칙 위반한 사례의 횟수와 형태  | 관련 법규 및 규칙 위반 없음   | CS11       |                                  |       |
| 규제          | G4-PR9  | 제품 및 서비스 공급에 관한 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금액               | 관련 법률 및 규제 위반 없음   | CS12       | 6.7, 6.7.6                       | ✓     |

종대이슈에 포함되지 않은 GRI G4 측면(Aspect)

- 경제: 시장지위(EC5~EC6)
- 사회: [노동관행] 고용(LA1~LA3), 노사관계(LA4), 산업안전보건(LA5~LA8), 다양성과 기회 균등(LA12), 노동관행 고충처리제도(LA16)  
[인권] 투자(HR1~HR2), 차별금지(HR3), 결사 및 단체교섭의 자유(HR4), 아동노동(HR5), 강제노동(HR6), 보안관행(HR7), 평가(HR9), 인권 고충처리제도(HR12)  
[사회] 반부패(SO3~SO5), 공공정책(SO6), 경쟁저해행위(SO7), 사회에 미치는 영향에 관한 고충처리제도(SO11)  
[제품책임] 제품 및 서비스 라벨링(PR3~PR5), 마케팅 커뮤니케이션(PR6~PR7), 고객 개인정보보호(PR8)
- 환경: 운수(EN8~EN10), 생물다양성(EN11~EN14), 폐수 및 폐기물(EN22~EN26), 운송(EN30), 종합(EN31), 환경 고충처리제도(EN34)



## 2014년 사회책임경영 보고 조직



## 독자 의견 설문지

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

우편이나 팩스를 통해 보내주시면 감사하겠습니다.  
보내실 곳 : 서울시 강남구 테헤란로 504 해성빌딩 5층 유한킴벌리 지속가능경영본부 환경경영유클그룹  
Tel : +82-2-528-1351 Fax : +82-2-528-1063

### 1. 귀하는 다음 그룹 중 어디에 소속되어 있습니까?

- ☐ 고객 ☐ 사원 ☐ 투자기관 및 개인투자자  
☐ 협력회사 ☐ 정부기관 ☐ 시민단체 및 지역사회 주민  
☐ 언론 및 학계 ☐ 산업계 ☐ 기타 :

### 2. 본 보고서를 보시게 된 동기는 무엇입니까?

- ☐ 투자정보를 얻기 위해 ☐ 참고자료로 활용하기 위해 ☐ 유한킴벌리의 사회책임경영을 알아보기 위해  
☐ 연구 및 교육 목적을 위해 ☐ 기타 :

### 3. 어느 장이 가장 유익하셨습니까?(대분류 중 택 2)

|   |                            |                       |               |          |
|---|----------------------------|-----------------------|---------------|----------|
| <input type="checkbox"/> CEO 메시지  |                            |                       |               |          |
| <input type="checkbox"/> 사회책임경영 전반  | △ 비전과 핵심가치 / 사회책임경영 조직과 사업 | △ 지배구조                |               |          |
|   | △ 윤리경영                     | △ 이해관계자와의 열린 소통       | △ 중대이슈 선정     | △ 위기관리   |
| <input type="checkbox"/> 사회책임경영 4대 아젠다(2개 선택)                             | △ 아젠다 1. 지속가능한 제품          | △ 아젠다 2. 우리강산 푸르게 푸르게 |               |          |
|   | △ 아젠다 3. 기후변화 대응           | △ 아젠다 4. 동반성장         |               |          |
| <input type="checkbox"/> 사회책임경영 성과보고(경제/사회/환경 성과 △ 중 택 1, 선택한 성과에서 ○ 택 1) |                            |                       |               |          |
| △ 경제성과  | ○ 숫자로 본 경영지표               | ○ 경제적 가치 창출과 효과적 자산관리 | ○ 혁신경영·창조경영   | ○ 시니어 사업 |
| △ 사회성과  | ○ 사원                       | ○ 협력회사                | ○ 고객          | ○ 지역사회   |
| △ 환경성과  | ○ 물질흐름도                    | ○ 효율적 자원 사용           | ○ 환경실적 15년 추세 |          |
| <input type="checkbox"/> 기타   |                            |                       |               |          |

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

|  |                          | 매우 그렇지 않다                | 그렇지 않다                   | 보통                       | 그렇다                      | 매우 그렇다                   |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 내용  | 1.1) 문장 표현이 명확하고 이해하기 쉽다 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | 1.2) 용어파악이 용이하다          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. 중요이슈를 충분히 다루고 있다<br>(중요이슈: 지속가능한 제품, 우리강산 푸르게 푸르게, 기후변화 대응, 동반성장) |                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. 디자인   | 3.1) 색채 구성이 적절하다         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | 3.2) 이해하기 쉽도록 도표가 사용되었다  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | 3.3) 글자크기가 적절하다          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|  | 3.4) 글씨체가 읽기 용이하다        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. 제공된 정보에 신뢰가 간다  |                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. 전반적으로 보고서에 만족한다   |                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

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

---



---

제3자 검증의견서 | 중대이슈 도출 과정 | GRI G4(포괄적 부합 방법), BEST 2.0, ISO26000 Index | 2013년 사회책임경영보고서 피드백 | 2014년 사회책임경영 보고 조직 | 독자 의견 설문지

2014 사회책임경영보고서  
독자 의견 설문지

사람이 희망이다



#### 보내실 곳

우편 / 135-725 서울특별시 강남구 테헤란로 504  
유한킴벌리 지속가능경영본부 환경경영워크그룹  
이메일 / webmaster.korea@y-k.co.kr  
팩스 / 02-528-1063

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

#### 주요 학회 및 협회 가입현황(Membership)

- 국제경영원(KOKJE)
- 기업소비자전문가협회(OCAP)
- 대한간호협회
- 대한산업안전협회
- 대한화장품협회
- 유엔글로벌콤팩트 한국협회
- 윤경CEO클럽/윤경SM포럼
- 전국경제인연합회
- 전력기술인협회
- 한국경영자총협
- 한국공정경영연합회
- 한국노인과학학술단체연합회
- 한국능률협회
- 한국마케터협회
- 한국무역협회
- 한국보호구협회
- 한국산업간호협회
- 한국산업기술진흥협회
- 한국소방안전협회
- 한국에이이오진흥협회(AEO)
- 한국인사관리협회
- 한국전력기술인협회
- 한국제지공업연합회
- 한국화장실문화협의
- 화장지거래질서정상화협의회
- 환경기술인협회
- 환경보전협회  
(가나다 순)

#### 주요 협력 및 가입단체

- 50플러스코리아
- 기후변화센터
- 녹색소비자연대 전국협의회
- 녹색연합
- 농촌사랑 범국민운동본부
- 동북아산림포럼
- 미래포럼
- 사랑의 친구들
- 사회복지공동모금회
- 생명의숲 국민운동
- 서울 YWCA
- 서울그린트러스트
- 소비자시민모임
- 직지사복지재단
- 평화의 숲
- 한국여성의전화
- 한국여성재단
- 함께일하는재단
- 홀플러스 이파란재단
- 환경운동연합
- 환경재단
- 환경정의  
(가나다 순)

#### 유한킴벌리 사회책임경영보고서가 걸어온 길



2006



2007



2008



2009



2010



2011



2012



2013



2014

- 2006 제1회 지속가능경영대상 대상 수상(서울과학종합대학원)**
- 2007 제2회 지속가능경영대상 2회 연속 대상 수상(산업자원부)**  
지속가능경영자수평가 1위(환경운동연합)  
지속가능성보고서평가 1위(한겨레신문)
- 2008 제3회 지속가능경영대상 국무총리상 수상(지식경제부)**
- 2009 지속가능경영대상 3회 연속 대상 수상**  
국내기업최초 명예의전당 입성(지식경제부)  
글로벌녹색경영대상 지속가능성보고서부문 대상 수상(한국능률협회인증원)  
대한민국 지속가능성대회 지속가능성보고서상 수상(한국표준협회)  
UNGC Notable COP선정(UNGC)  
KoBEX SM 'AAA' 최고등급 획득(산업정책연구원)
- 2010 대한민국 사회책임경영대상 1위(한국경제신문)**  
글로벌 녹색경영대상 수상(한국능률협회인증원)  
로하스 경영대상 수상(환경재단)  
대한민국 지속가능성지수 1위(한국표준협회)
- 2011 한국사회공헌대상 수상(한국언론인포럼)**  
행복다함 사회공헌대상 수상(한국소비자학회, 동아일보)  
글로벌스탠다드 경영대상 지속가능성보고서상 수상(한국능률협회인증원)  
대한민국 지속가능성대회 지속가능성보고서상 수상(한국표준협회)
- 2012 대표이사 사장, 저출산 및 가족친화 기여로 국민훈장 동백장 수상**  
그린플래닛어워드 10 환경공로상 수상(환경재단)  
대한민국 지속가능성지수(KSI) 생활용품부문 1위(한국표준협회)  
환경에너지대상 사회공헌부문 대상 수상(동아닷컴)  
제1회 녹색평판대상 종합 대상(녹색성장위원회) 및  
생활위생용품부문 최우수기업 수상(조선일보)  
서울시 환경상 최우수상 수상  
환경표지 우수인증기업 환경부장관표창 수상  
대한민국 지속가능성대회 지속가능성보고서상 수상(한국표준협회)
- 2013 대한민국 사랑받는기업 정부포상 대통령 표창 수상(산업통상자원부)**  
대한민국 지속가능성지수 1위(한국표준협회)  
대한민국 지속가능성대회 지속가능성보고서상 수상(한국표준협회)  
2013 대한민국광고대상 라디오부문 금상 수상(한국광고협회)  
아동친화경영기업 일터부문 모범사례 기업 선정(세이브더칠드런, 유니세프)  
창조브랜즈대상 도시(생활산업부문) 대상 수상(코리아CEO서밋)  
2013 시니어일자리나눔대회 보건복지부장관 감사패 수상(보건복지부)

우리가 추구하는 건강한 성장은 구성원과 함께 하는 성장입니다.  
그리고 사회와 함께 하는 성장입니다. 유한킴벌리는 우리 사회가  
있기에 존재하는 회사이며 사회로부터 많은 사랑을 통해 성장해 왔던  
회사입니다. 이에 따라 우리의 모든 의사결정과 행동이 우리 사회에  
어떻게 영향을 미치느냐를 고민해야 할 것입니다.

사회와 함께 하는 기업으로서 올바른 결정인가를 생각하여야  
할 것입니다. 우리 사회와 고객들이 우리를 항상 지켜보고 있으며,  
우리는 우리 사회와 고객의 기대에 부응하여야 할 것입니다.

계속해서 사랑을 받을 수 있도록 솔선수범 해야 하고, 그 사랑에  
보답하는 모습을 보여야 하겠습니다.

— 노동조합 창립 20주년 기념식 CEO 축사 중에서 —

