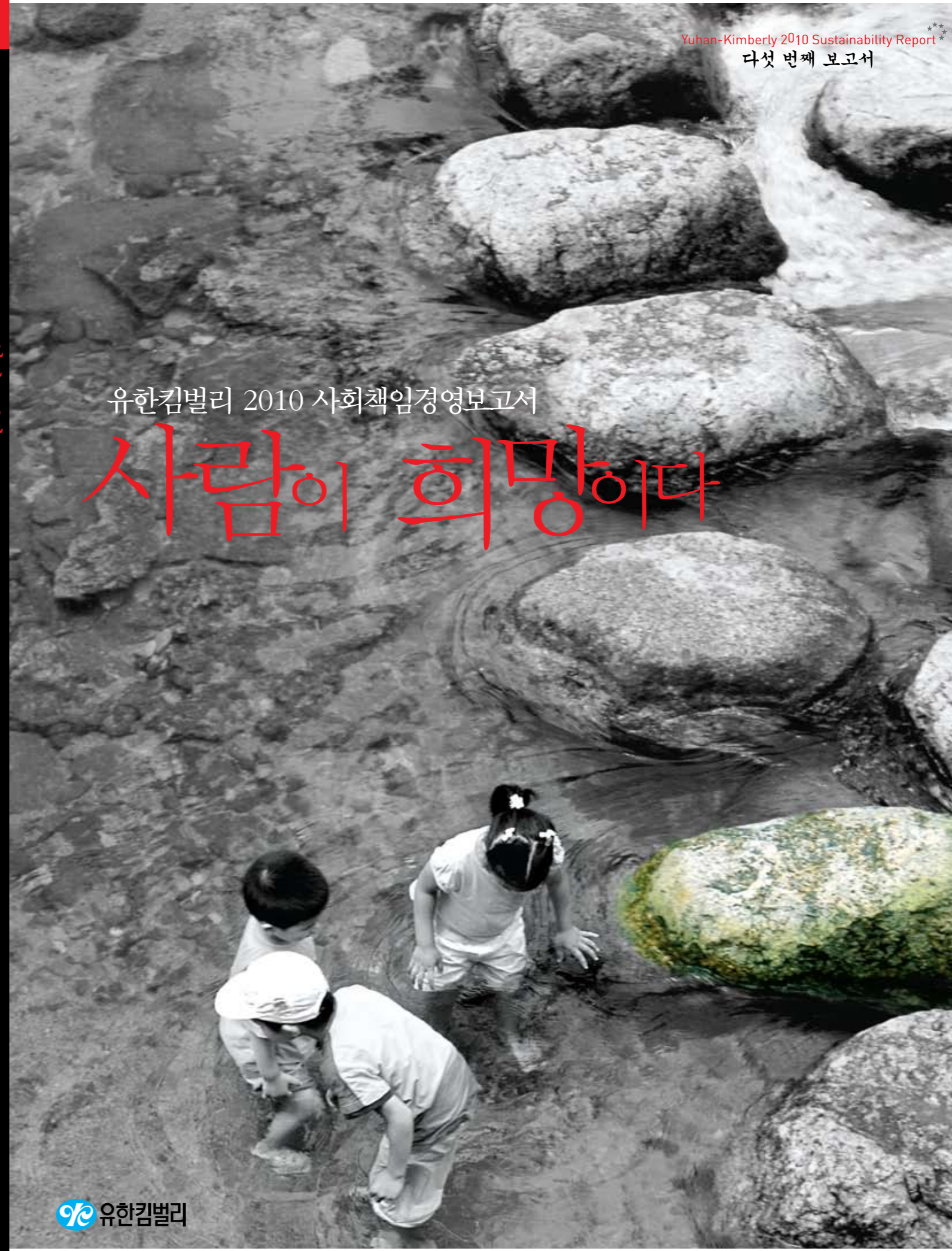


유한킴벌리 2010 사회책임경영보고서

사람이 희망이다

“지속가능하다라는 말은 두 마리 토끼를 모두 좇아야 한다는 말입니다.
두 마리 토끼를 좇으려면 ‘창조성’이 필요하다고 봅니다.
그런 면에서 유한킴벌리는 당장의 이익을 안정적으로 내면서도, 지금 남들이 볼 때는
이상하게 여길 지도 모르는 나무 심는 일을 해오면서 두 마리 토끼를 좇아오고 있다고 봅니다.
앞으로 유한킴벌리가 지속가능한 발전을 위해 더욱 노력해야할 부분으로
‘창조의 문화’를 이야기 하고 싶습니다...”

- 유한킴벌리 가족사보 2009년 11월호 25page, 이어령 초대문화부장관과의 인터뷰 중에서 -



유한킴벌리 2010 사회책임경영보고서

사람이 희망이다

유한킴벌리는 본 보고서를 통해 경제·사회·환경적 측면에서 어떻게 회사를 운영하고 있는지를 보고 합니다. 특히 2010년 보고서부터 명칭을 '사회책임경영보고서'로 명명함으로써 지속경영을 보다 사회책임경영 관점에서 추진해나가겠다는 의지를 알리고자 합니다.

2010 사회책임경영보고서 개요

작성 원칙 BEST가이드라인, GRI가이드라인

보고 기간 2009.01-2010.05

보고 기준 연 단위 회계연도 기준, 최소 3개년 이상 시계열 제시, 경제 실적은 5개년, 환경 실적은 13개년 시계열 제시

보고 범위 유한킴벌리 한국 소재 전 사업장 실적(수출 실적 포함), 통화 단위는 원화

보고 검증 내부 검증, 전문가 자문, 제3자 검증

보고 주기 매년 보고

구성 특징 총 6장 구성, 중대이슈 우선 보고, 경영 접근법 정리

이전보고서와 달라진 점 주요 4대 아젠다 선택 및 보고, 제1회 이해관계자위원회 개최 통해 이해관계자 참여 확대

공개 원칙 웹사이트 www.yuhan-kimberly.co.kr 공개, 가이드라인 충족 여부 부록 공개

추가 정보 유한킴벌리 사회책임경영보고팀, tel 02-528-2268, fax 02-528-1086



CONTENTS

01 지속경영전반보고

CEO메시지	006
지속가능성 전반	010
글로벌콤팩트 10대원칙 실천	013
제품과 사업 전반	014

02 주요아젠다

이해관계자 참여확대를 통한 신뢰 강화

이해관계자 의견청취	019
이해관계자 위원회	020
유한킴벌리 장수기업 조건	024
이해관계자조사 결과 3개년 비교	025
이해관계자별 커뮤니케이션 방법	026

지속가능 제품 개발

R&D와 마케팅리서치리더의 지속경영 좌담회	028
지속가능한 제품 개발 역사	028
지속가능한 제품들	030

시장변화 속에서의 기회 발굴

시장변화 대응을 위한 연구개발, 시장조사	033
신사업, 신시장으로의 진출과 확장	034
신제품, 신기술 개발 역사	035
수출시장으로의 진출과 확장	036

기후변화 대응

기후변화 대응을 어떻게 하고 있나	038
유한킴벌리의 온실가스 감축노력	039
사원들의 에너지 절감 실천	044

03 경제성과 보고

경제성과 관리체계(DMA)	046
경제적 가치 창출과 효과적 자산 관리	047
숫자로 본 경영지표	049
경제적 가치의 분배	050
혁신경영	051
창조경영	055

04 사회성과 보고

사회성과 관리체계(DMA)	058
주주	060
사원	061
협력회사	068
고객	071
지역사회	075

05 환경성과 보고

환경성과 관리체계(DMA)	086
환경실적 13년 추세	087
환경경영 전반 관리	088
환경친화적 제품·공정	090
자원절약과 재활용	092

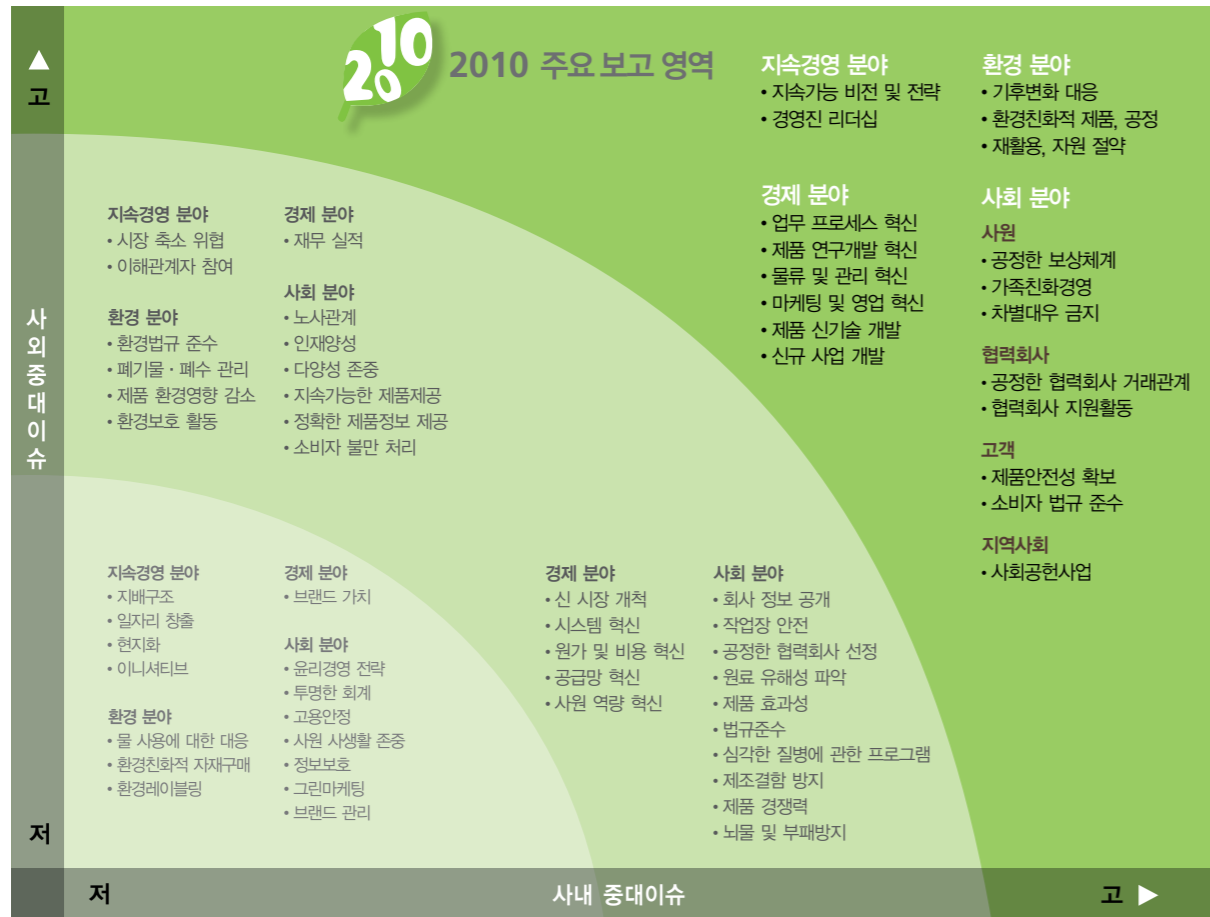
06 부록

제3자 검증 보고서	098
가이드라인 인덱스(BEST, GRI)	100
사회와의 약속들	104
사업장 현황	105
보고서의 객관적 평가 결과	106
웹보고 리스트	107
2010 보고 조직	108
독자 의견 설문지	109

2010 중대이슈는?

전년도와 비교 시 2010 신규 중대이슈 2010년에는 기후변화 대응, 경영진 리더십, 업무프로세스 혁신, 공정한 보상 체계, 차별 대우 금지, 소비자 법규 준수 등 6개 항목이 신규 이슈로 추가되었습니다. 유한킴벌리는 중대이슈로 이해관계자의 관심사와 우선순위를 파악해서 중점 보고하고 있습니다. 2010년에는 총 64개 이슈 중 19개가 주요보고항목으로 선정되어, 보고서 내에서 보다 관심 깊게 보실 수 있도록 아이콘(20)으로 표시했습니다.

2010 전체 중대이슈 - 지속경영 · 경제 · 사회 · 환경



01 Sustainability Management

지속가능경영 전반

유한킴벌리는 2010년에 7년 연속 존경 받는 기업으로 선정되었습니다. 존경받는 기업은 혁신능력, 주주가치, 고객가치, 사회가치, 이미지 가치 등 6개 항목을 가지고 평가합니다. 앞으로도 더욱 지속가능한 가치를 만드는 기업이 되도록 노력하겠습니다.

CEO 메시지 | 지속가능성 전반 | 글로벌콤팩트 10대원칙 실천 | 제품과 사업 전반

유한킴벌리 중대성 평가 프로세스 [IPS Materiality Test Model™]



생명 존중과 사람 중심에서 출발

더 건강한 미래를 희망하다!

- 창조적 변화를 준비하며 -



2010년은 유한킴벌리 창립 40주년이 되는 해입니다. 사람의 나이 40이면 한 평생의 절반에 가까운 시점으로, 앞만 보고 달리기 보다는 자신이 위치한 자리를 돌아보고 또 다른 미래를 준비할 때입니다. 기업도 마찬가지입니다. 또 다른 40년, 유한킴벌리를 지키고 지속 성장시켜온 원동력이 무엇인지를 되돌아보며, 미래를 준비해나갈 것입니다. 앞으로도 유한킴벌리는 차별적인 가치를 지속적으로 키워가며 보다 도전적이며 창조적인 변화로 새로운 40년을 준비해나갈 것입니다.

존경하는 이해관계자 여러분, 안녕하세요.

유한킴벌리를 포함해 모든 기업들은 금융 위기를 통해 전 세계적인 위기를 경험했고, 세계 경제의 불확실성이 확대되는 가운데, 생존을 위해 새로운 길을 모색하고 있습니다. 지금 유한킴벌리도 지속성장을 위해 미래를 새로 디자인 해야 하는 중대한 지점에 와 있습니다. 이에 더 많은 책임감을 느끼고 있습니다. 이번 보고서는 미래를 바라보며 유한킴벌리가 경제, 사회, 환경 분야에서 책임 있는 변화를 하기 위해 노력한 것들을 들여다 보실 수 있도록 준비했습니다.

기업의 건강성 확보 위한 이해관계자와의 만남 가져

우선, 2010년 유한킴벌리의 가장 기쁜 소식은 한국에서 가장 존경 받는 기업 중 하나로 선정되었다는 것이었습니다. 특히 7년 연속 선정되었다는 점은 매우 기쁘고 자랑스럽습니다.

이러한 사회적 평가에 부끄럽지 않게 유한킴벌리를 더욱 건강하게 성장시켜나가기 위해 더 노력해야 될 것이라고 생각합니다. 이러한 노력의 일환으로 올해 3월 회사 창립 이래 처음 이해관계자위원회를 열어서 우리에게 부족한 점과 더 준비해야 할 부분을 경청했습니다. 또한 이해관계자조사, 지속가능한 제품 개발을 위한 사내 R&D 리더들의 간담회, 여러 계층과의 사원간담회를 통해 더 노력해야 될 과제들을 진단해 가며, 이해관계자 여러분들의 의견을 충분히 들으려고 집중하였습니다. 이를 바탕으로 유한킴벌리는 건강한 성장을 위해 비전 2020을 수립하기 위한 준비에 들어갔습니다. 2011년 보고서에서 여러분에게 더 자세히 소개할 기회를 갖겠습니다.

어려움 헤치고 전년 대비 사업적 성장 지속

이제, 지난 한 해 경제적 측면에서의 성과를 간단하게 보고 드리겠습니다. 유한킴벌리는 지난 해 전반적인 내수시장 부진, 장기화된 저출산으로 인한 유아시장의 감소, 일본 기저귀와 생리대의 국내시장 침투 심화, 생리대와 화장지 시장에서의 치열한 가격 경쟁 등으로 어려운 환경 속에 놓여 있었습니다. 그러나 유한킴벌리는 지속적인 제품 고급화 전략, 신 성장 사업의 성장, 신시장 진출, 전사적인 비용절감 노력으로 전년 대비 11%라는 두 자리수 매출 성장을 지속할 수 있었습니다. 또한, 영업 이익은 국제펄프가격 상승 및 기저귀, 생리대 등 원재료 가격 상승에 따른 원가 부담 가중에도 불구하고 기저귀 생산성 향상을 비롯하여 혁신적인 원가절감과 전사적인 비용절감 노력으로 증가했습니다. 또한 성남 물류창고 매각에 따른 특별 이익 등도 기여했습니다. 사업 부문 별로 전년과 비교해 살펴보면, 기저귀 프리미엄즈 팬츠 시장 성장을 주도한 유아위생용품 사업이 13%, 생리대 화이트 시크릿 홀 등 차별화된 신제품을 출시한 여성위생용품 사업이 9%, 제품 고급화를 추구한 가정용 티슈 사업이 10%, 손 소독제 신제품 출시를 통해 물량 성장이

룬 B2B사업이 20% 성장했습니다.

신성장 사업에서는 유아대상에서 아동대상으로 스킨케어 시장을 확대하였고, 물티슈, 주방용 타올, 성인용 기저귀, 병원용품 등에서 물량 성장을 통해 22% 성장을 기록하였습니다. 또한 여성 스킨케어 신규사업에 진출하여 향후 회사 매출 성장의 발판을 마련하기도 하였습니다. 수출부문도 중국을 비롯한 동북아시아, 중앙아시아, 동유럽, 중동 등으로 기저귀와 생리대를 판매해서 전년 대비 2%의 성장을 이루는 등 기반을 다져 나가고 있습니다. 또한 2009년은 미래 성장 기반을 갖추기 위해 노력했던 해였습니다. 창립 이래 최초로 2009년 10월 브랜드 메이브리즈로 여성 스킨케어 시장에 진출해 신사업 확장에 돌입했고, 충주 신 공장 건설의 승인을 받아 투자를 본격화한 시기였습니다.

미래 성장 기반 마련 위한 신사업 진출 및 충주 신 공장 건설

유한킴벌리는 2010년 다가올 여러 사업환경의 어려움을 직시하고 있습니다. 원화가지, 물가, 금리 등이 동반 상승하는 신 3고에 따른 내수시장의 정체와 저출산 심화로 내수시장에서의 어려움이 가중될 것으로 봅니다. 또한 원화가지의 상승은 수입제품의 가격하락을 가져올 수 있으며, 특히 주 시장인 기저귀 시장에서 일본 수입제품과 경쟁해야 되는 우리에게는 큰 도전이 예상되고 있습니다. 그리고 2010년은 베이비붐세대(1955-1963년생)가 55세 정년퇴직을 하게 되어 향후 노인위생용품 시장의 규모가 커지는 만큼 미래 시장을 준비하기 위한 우리의 노력이 본격화 되어야할 때입니다. 이렇게 환경은 어려움과 기회를 같이 갖고 있습니다. 그 외에도 우리는 이미 지난 해 신종플루 등 새로운 전염병의 도래와 기후변화 같이 예측 불가능한 상황이 사업의 기회를 창출하는 상황을 경험한바 있습니다. 때문에 과거와 달리 빠르게 변화하는 이러한 환경에서 우리가 소중히 여기는 생명 존중과 사람 중심의 가치를 존중하면서 건강한 성장을 어떻게 해나갈 것인가가 당면과제라고 생각합니다.

유한킴벌리는 2010년 기존의 내수 시장에서의 제품 고급화, 청소년, 여성 대상 스킨케어 시장 라인 확장, 유아용 약세사리 시장 진출, 주방용 타올 및 성인용 기저귀 시장 개발 가속화, 수출지역 다변화를 통해 성장 목표를 이루는 한 해를 만들고자 노력할 것입니다. 2010년 3월 창립 이래 최초로 일본 피죤사와 전략적 제휴를 통해 더블하트라는 새 브랜드로 유아용품 시장에 진출했습니다. 또한 5월에는 브랜드 잭슨세이프터로 산업안전용품 시장에 진출했습니다. 창립 이래 최대 투자였던 충주 신 공장 건설과 이전, 하이드로넛 설비 가동을 향상도 올해 과제 중 하나입니다. 신 공장의 건설은 미래의 시장 준비를 위해 필요한 생산능력과 품질을 갖추기 위한 것으로 세계적인 수준의 여성위생용품 전문공장을 목표로 건설해왔는데, 하반기부터는 일부 라인부터 가동을 시작할 예정입니다. 여러분도 아시다시피 무한 경쟁 속에서 혼자 힘으로 세계적 경쟁력을 가지기에는 한계가 있기 때문에 유한킴벌리는 핵심 역량 발휘에 도움이 되고, 새로운 시장 개척에 도움이 될 수 있는 기업들과의 전략적 제휴를 모색할 것입니다.

협력회사와 함께 기후변화 대응 노력 지속

환경경영 차원에서 살펴보자면 2009년은 기후변화 대응에 관심을 갖고 미래 준비에 한 발 더 다가선 해였습니다. 유한킴벌리는 1984년부터 나무를 심고 가꾸으로써 기후변화 대응을 위해 실천해온 전통을 갖고 있습니다. 이에 더 나아가 2009년은 협력회사를 포함한 유한킴벌리 제품의 전체 제조 공정에 대한 탄소 배출 관련 잠재 요소를 발굴하고, 환경적 지속가능성과 수익성을 동시에 추구하는 경영 활동을 공급망에 확산하고자 저탄소경영체제구축 사업을 시작했으며, 정확한 온실가스 배출량 관리를 위해 대전공장과 물류 부문에서 발생하는 온실가스 진단을 위한 인벤토리 시스템 구축을 진행하였습니다. 또한 환경부하 감소를 위해 제품설계 시 2차 포장재를 줄여온 노력이 긍정적인 성과를 거둔 한 해이기도 했습니다. 출시 첫 해 판매가 늘지 않았던 그린마일리지 제품은 2009년 4사분기에 와서 생리대 전체 판매량의 11%에 달

경영 성과 및 중장기 과제

평가 기준 | ● 목표 초과 ● 목표 달성 ○ 목표 달성 필요

목표	2009 주요 실적	평가	2010 목표 및 중장기 과제
경제적 목표	1. 내수 시장 성장	<ul style="list-style-type: none"> ● 기존 사업 활성화 전년 대비 12% 성장 ● 신 성장 사업 활성화 전년 대비 23% 성장(신규사업 포함) ● 신규 사업 진출 여성스킨케어 메이브리즈 출시 ● 원가 및 비용 절감 334억 원 	<ul style="list-style-type: none"> ● 기존 사업 활성화 전년 대비 5% 성장 ● 신 성장 사업 성장 전년 대비 43% 성장 ● 신규 사업 진출 스킨케어 시장 확대 진출, 유아용품과 노인용품 약세사리, 산업안전용품 출시 ● 원가 및 비용 절감 노력 지속
	2. 수출 확장	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출 목표 달성 전년 대비 2% 성장 ● 수출 성장을 위한 동력 확보 수출 시스템 도입, 수출 순이익 증가 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수출 목표 전년 대비 8% 성장 ● 수출 성장을 위한 혁신 수출 품목 다변화, 수출 지역 확대
	3. 투자 유치	<ul style="list-style-type: none"> ● 성공적인 투자 유치 충주 신 공장 건설 투자 승인 	<ul style="list-style-type: none"> ● 지속적인 투자 유치 충주 신 공장 성공적 이전 및 가동 시작
	환경적 목표	4. 기후변화 대응	<ul style="list-style-type: none"> ○ 기후변화 대응 - 온실가스 저감 제품 톤당(원단위) CO₂발생량 16%감축(2005년 대비), 3%증가(전년대비) ● 2차 포장재 절감 그린마일리지 제품 판매량 증가(전체 11%)
사회적 목표		5. 사회책임경영 선도	<ul style="list-style-type: none"> ● 사회적 신뢰, 명성 지속 존경받는기업 7년 연속 선정 등 ● 우리강산푸르게푸르게 캠페인 유지·발전 2010-2013 ● 가족친화적 사회환경 조성 기여 유한킴벌리 가족친화사례 개발 및 대외적소개 ● 소비자불만자율관리 시스템 체계화 온라인 고객지원 일원화 ● 상생협력활동 진행 상생아카데미 60개사 296명 교육 ● UN글로벌콤팩트 원칙 준수 등

해 많은 가능성을 보여주었습니다. 그러나 여전히 과제도 있습니다. 2009년 제품 1톤 생산 시 발생하는 CO₂배출량을 2005년 대비 감축했음에도 불구하고, 전체 생산량 증가에 따라 총 배출량은 전년 대비 증가하였습니다. 따라서 2010년에는 이러한 과제를 풀기 위해 노력할 것입니다.

우리강산푸르게푸르게 숲 운동과 가족친화경영의 두 축 발전시킬 터

기업은 사회와 함께 성장해 가며, 사회에 대한 책임을 갖고 있는 존재입니다. 유한킴벌리 전 사원은 올 해 창립 40주년을 맞이해 창립식을 갖는 대신에 함께 나무를 심음으로써 향후 우리의 사회적 책임에 대해, 우리의 미래에 대해 생각하는 시간을 가졌습니다. 유한킴벌리는 우리강산푸르게푸르게를 통해 지금까지 3,900만 그루의 나무를 심고 가꾸었고, 시작한 지 30년째가 되는 2013년에는 우리 국민 수만큼인 총 5천만 그루의 나무를 심고자 하는 비전을 갖고 있습니다. 비전은 우리가 가야 할 분명한 길을 보여줍니다. 우리는 이 비전을 달성할 것이라고 믿습니다. 또한 이러한 숲조성 활동과 함께 저출산·고령화 시대에 대비해 가족친화경영이라는 양 축에서 사회공헌 노력을 함께 기울여 갈 것입니다.

앞으로도 유한킴벌리는 차별적인 가치를 지속적으로 키워 가면서 보다 도전적인 노력과 창조적인 변화로 새로운 40년을 준비해 나가겠습니다. 이와 관련하여 이해관계자 여러분들의 많은 조언을 기다리겠습니다. 감사합니다.

2010년 8월
유한킴벌리 대표이사 사장 **최 규복**

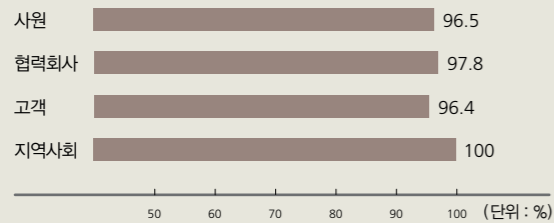
유한킴벌리 지속가능성 전반

회사개요

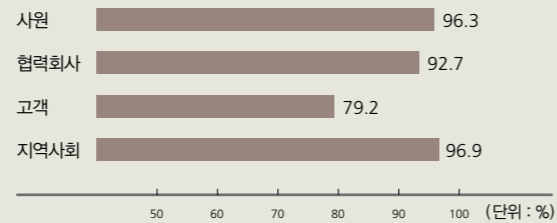
회사명 유한킴벌리 주식회사 / **설립일** 1970년 3월 30일 / **업종** 제조 / **대표이사 사장** 최규복 / **매출액** 11,340억 원(2009년 말 기준) / **매출액 구성** 국내 84.5%, 수출 15.5%(2009년 기준) / **주요 브랜드** 하گی스, 화이트, 크리넥스, 뽀뽀, 그린핑거, 더블하트 등 / **사업 분야** 일반 소비자 용품, 산업 용품, 화장실 용품, 의료 용품 등 / **주요 사업장** 서울(본사), 군포, 대전, 김천 / **대상 시장** 개인, 산업체, 연구실, 공공건물, 식당, 병원, 학교 등 / **생산 및 판매 제품** 아기 기저귀, 아기 목욕 용품, 여성 생리대, 여성 스킨케어, 미용지, 화장지, 종이 타월, 종이 내프킨, 물수건 등의 소비자 용품과 산업 용품(와이퍼, 보호복, 약세사리), 화장실 용품(물비누, 대용량화장지, 핸드타월, 방향제), 의료 용품(가운, 약세사리, 수술포), 부직포 원단, 농업용 보온 및 차광 재료 등

2010 이해관계자 조사 결과

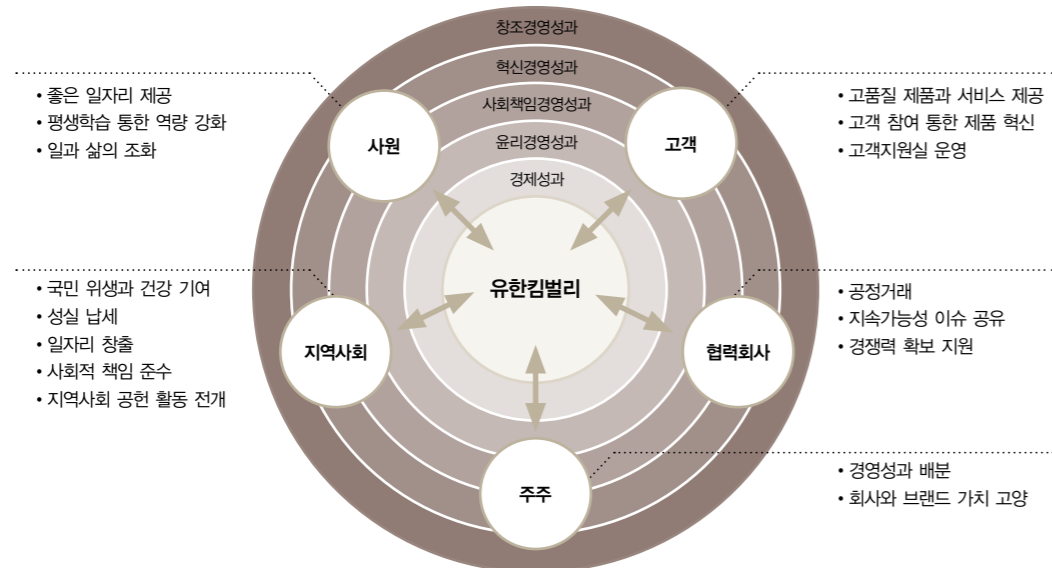
“유한킴벌리는 장수기업이 될 것이다”



“유한킴벌리는 윤리적 기업이다”



이해관계자에게 미치는 직·간접적 영향



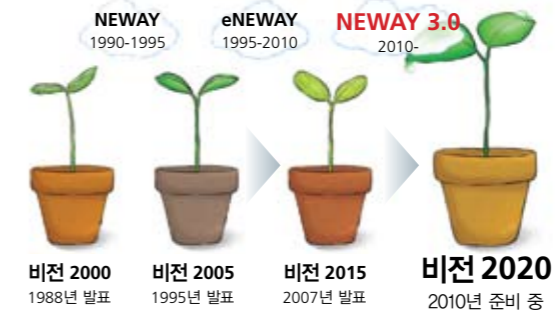
미션

소비자가 선호하는 유익한 제품과 서비스를 공급하여 위생문화 발전을 선도하고 건강과 복지향상에 기여한다.

비전 2015

아시아에서 가장 존경받는 회사가 된다

유한킴벌리는 1988년부터 비전을 수립해서 성취해오고 있습니다. 2010년 창립 40주년을 맞이해 사회 및 시장이 빠르게 변화함에 따라 더 멀리 보고 더 크게 지속가능한 미래를 준비할 수 있도록 비전 2020을 수립하기 위한 프로젝트를 시작했습니다. 이에 따라 비전과 주요가치, 전략들이 재정립될 예정입니다.



주요전략

세계적인 경쟁력 확보

- 전 사업 부문에서 고성능화, 고부가가치화, 고급화 시스템, 프로세스, 조직, 인력 개발 계획 수행
- 첨단 신기술 대규모 성장 프로젝트로 공장합리화
- B2B 산업위생용품, 병원위생용품, 부직포 사업 통합으로 성장 시너지 극대화

수출중심기업으로 전환

- 글로벌 경영 역량 강화로 해외시장 개척 가속화

신규 사업 창출

- 세계적인 규모의 신규 사업을 여성용품, 건강용품, 환경 사업 분야에서 창조
- 기술혁신을 통한 신규 사업 및 시장개발 가속화

사회책임경영 선도

- 사회적 자본의 극대화

주요가치

인간존중 고객만족 사회공헌 가치창조 혁신주도

주요 원칙

UN글로벌콤팩트 10대 원칙 준수 인권 노동 환경 반 부패

지속경영 조직

유한킴벌리는 전체를 총괄하는 경영진협의회 아래에 지속가능경영을 위해 경제, 사회, 환경을 담당하는 조직들이 유기적으로 활동하고 있습니다. 이러한 조직들은 유지, 혁신, 창조의 기능들을 수행하고 있습니다.

구분	경제	사회	환경
유지 조직 Keep	사업, 영업, 위기관리, HR, 재정, 물류, 구매	CSR부문, 상생협력, 공정거래자율 준수 조직	환경관리, SM부문
혁신 조직 Change	영업혁신, R&D, 마케팅리서치, SKU 합리화 TFT	가족친화경영협의회, 소비자불만자율프로그램	EHS 액셀러시스템
창조 조직 Create	신규사업부, 신기술프로젝트 팀, 신공장 TFT, 비전디자인팀, 사회책임경영 TFT		

CEO의 윤리경영 서약 및 공정거래 자율준수프로그램¹⁾의 실천 다짐

유한킴벌리는 지속경영을 위한 기반을 윤리경영에 두고 있습니다. 최규복 대표이사 사장은 2010년 3월 CEO로서 윤리경영에 앞장서겠다는 서약을 했습니다. 2004년부터 7년 연속 유한킴벌리 CEO는 윤경SM포럼을 통해 본 서약에 참여해 기업의 윤리경영 실천에 앞장서고 있습니다. 또한 2009년 윤리경영 서약서에 160명의 사원이 서약하고, 물류, 영업 실무자 교육을 통해 공정거래 자율준수를 위한 노력들을 해나가고 있습니다.

유한킴벌리는 행동규범을 통해 뇌물과 부패 방지, 경쟁사 비밀 보호 및 내 외부 정보 보호 정책, 불법적인 정치자금 기부 및 지원 금지, 성실한 납세, 공정 거래 준수, 경쟁사 비밀 보호 등의 항목을 명시해서 실천할 수 있도록 독려하고 있습니다. 2009년 연간 총 2회의 의무교육을 실시했습니다. 2010년 조사에 따르면 유한킴벌리 직원들은 94%가 행동규범 내용을 숙지하고 있는 등 윤리경영에 대한 높은 이해도를 갖고 있었습니다.

※ 행동규범 위반사항 신고처 tel 02-528-1084 e-mail HoYun.Choi@y-k.co.kr

 유한킴벌리 공정거래자율준수조직표는 웹사이트 [www.yuhan-kimberly.co.kr]에서 확인하실 수 있습니다.

투명한 문화 위한 회계시스템과 내부통제제도 운영

유한킴벌리는 전사적 자원관리 시스템을 통해 투명한 회계시스템을 운영하고 있습니다. 또한 인트라넷 내에 내부 통제 사이트를 통해 업무절차서, 업무위임 전결 규정, 계약승인 한도 등을 공개해 직원들이 평상시 참고할 수 있도록 하고 있습니다. 내부절차와 관련해 2009년 총 546여 개의 업무절차를 보완했고, 인트라넷을 통해 공지사항 및 신규 절차 등록 7건, 질의응답 25건, 행동규범 교육일지 85건을 공개 소통했습니다. 또한 보다 직원들이 관련 문서를 편하게 볼 수 있도록 2010년 2월 사이트를 업그레이드 했습니다.

통합적 위기관리 체제 구축 및 지속적인 개선

유한킴벌리는 기업과 제품의 명성 보호를 위해 위기관리팀을 두고 있습니다. 또한 위기의 예방과 관리를 위해 이슈 정보사이트를 인트라넷 내에 운영하고 있으며, 잠재 위기와 사회적 트렌드를 모니터링해서 총 31권의 이슈 리포트(2009년 25권, 2010년 1분기 6권, 총 527건의 정보)를 발행해 공유하고 있습니다. 2009년 12월, 잠재 위험 조사를 실시해 제품 오염, 원료 안전성 등 14개 항목을 중점 관리하고 있습니다. 위기관리 매뉴얼은 2010년 2월, 사회와 기업 환경의 변화에 맞춰 개정이 이루어졌습니다.









또한 잠재위험 및 쟁점에 대한 사전교육을 실시하고 있습니다. 2009년 임원 대상으로 사회적 이슈를 총 4회 발표했으며(2009.03·05·09, 2010.02, 임원회의), 협력회사 쟁점 예방 교육(2009.05), 사업장 쟁점관리 워크숍(2009.09, 관리자, 전체공장), 신종플루 위기관리 예방 활동(2009.09-12, 전 사원), 교대조 쟁점 대응 훈련(2009.11), 위기관리 매뉴얼과 잠재 위험 평가 전달 교육(2010.01, 전 사원) 등이 실시 되었습니다.

¹⁾ 공정거래 자율준수 프로그램 : 공정거래 자율준수 프로그램은 기업들이 공정거래관련 법규를 자율적으로 준수하기 위해 운영하는 준법 시스템입니다. 담당 부처는 공정거래위원회이며, 독점규제및공정거래에관한법률, 표시·광고의공정화에관한법률, 하도급거래공정화에관한법률, 약관규제법, 가맹사업공정화에관한법률, 전자상거래등에서의소비자보호에관한법률 등 경쟁 촉진과 공정거래 질서유지를 위해 제정된 제반 법규가 해당됩니다.

유한킴벌리의 UN글로벌콤팩트 실천

유한킴벌리는 2007년부터 UN글로벌콤팩트에 가입해 10대 원칙을 준수하고 있으며, 매년 성과이행보고서(Communication on Progress, COP)를 제출하고 있습니다. 2010년 3월 UN글로벌콤팩트 한국협회로부터 우수 COP상을 수상했습니다.

GRI 충족 상태 표시화 | ● 보고 ○ 일부보고 ◯ 해당 안됨 * 보고 안됨

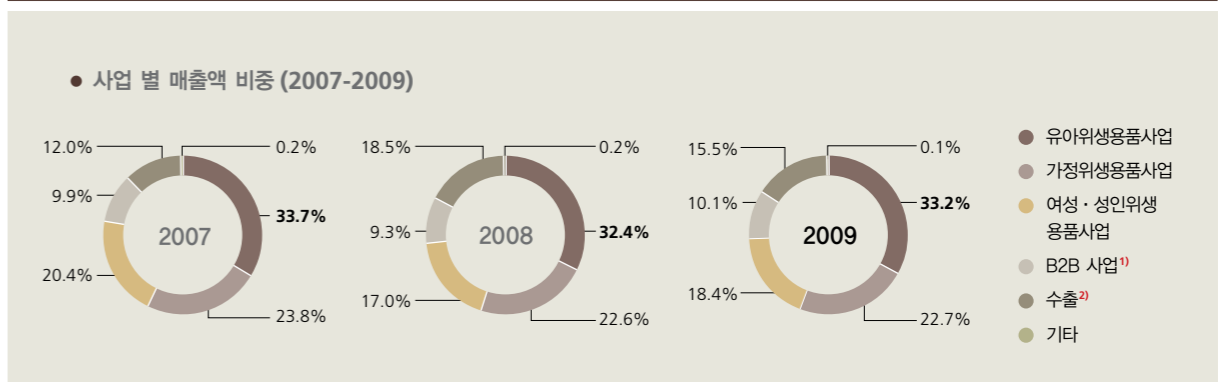
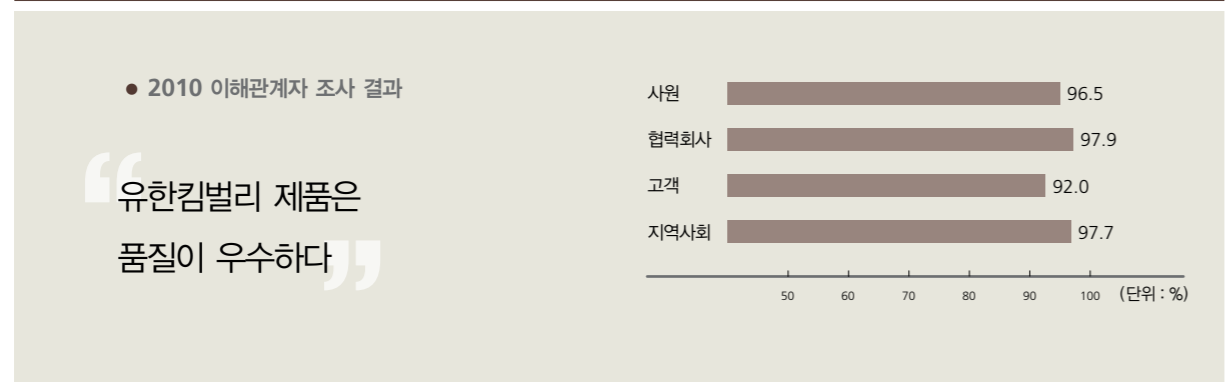
분류	원칙	유한킴벌리 규정·온라인 공개처	2009 성과	GRI	보고 페이지
인 권	1. 우리는 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.	인권 보호 • 경영방침 [인간존중] • 인사규정 제 35조 [신분 보장] • 행동규범 [사원에 대한 배려] • 단체협약 2장 제 27조 [부당징계의 구제]  www.yuhan-kimberly.co.kr 2007 보고서	• 전 사원 행동규범 교육 실시(연 2회)	[경제] ●EC5 [노동] ●LA8 ●LA9 ●LA13 ●LA14 ●LA7 [인권] ●HR1 ●HR2 ●HR3 ●HR4 ●HR5 ●HR6 ●HR7 ●HR8 ●HR9 [사회] ●S05 [제품책임] ●PR1 ●PR2 ●PR8	12, 27, 62, 69
	2. 우리는 인권침해에 가담하지 않고 있음을 확인한다.	인권 침해 • 협력회사 선정지침 [조직의 윤리적 건전성] • 협력회사 평가 항목 [임금 및 고용]  www.yuhan-kimberly.co.kr 2007 보고서	• 협력회사 대상 인권부문 정기평가 실시 • 경비보안담당 협력회사 인권교육 131명 실시	[인권] ●HR1 ●HR2 ●HR3 ●HR4 ●HR5 ●HR6 ●HR7 ●HR8 ●HR9 [사회] ●S05	62, 69
노동	3. 우리는 결사의 자유와 단체교섭 권리를 보장한다.	결사 자유 • 단체협약 2장 제 10조 [조합 활동의 보장] • 단체협약 2장 제 11조 [부당 노동 행위 금지] • 단체협약 7장 제 66조 [노사협의회, 고충처리위원회 및 고충처리위원회] • 단체협약 9장 제 75조 [교섭원칙]  www.yuhan-kimberly.co.kr 2007 보고서	• 노동조합 가입률 84.6% • 노사협의회 분기별 개최 총 20회 • 임금협상 연 1회 실시(2009.06)	[노동] ●LA4 ●LA5 [인권] ●HR1 ●HR2 ●HR3 ●HR5 [사회] ●S05	27, 62
	4. 우리는 모든 형태의 강제 노동을 배제한다.	강제 노동 금지 • 단체협약 4장 제 40조 [산전산후휴가] 여성조함원의 시간외 근로 금지	• 임신부 보건상 유해·위험한 사업 배치 금지 • 임신한 여성의 탄력적 근로시간제 적용 금지	[인권] ●HR1 ●HR2 ●HR3 ●HR7 [사회] ●S05	62, 64-66
	5. 우리는 아동노동을 효과적으로 폐지한다.	아동 노동 금지 • 취업규칙 3장 제 21조 2항 [근무] 18세 미만자의 시간외 근무조항 별도 적용	• 18세 미만 사원 없음	[인권] ●HR1 ●HR2 ●HR3 ●HR6 [사회] ●S05	62
환경	6. 우리는 고용 및 업무상 차별을 근절한다.	차별 금지 • 취업규칙 9장 제 89조 [남녀 차별 금지] • 단체협약 5장 제 45조 [임금] 동일가치의 노동에 대한 동일 임금 지급 • 행동규범 제 2장 [사원에 대한 배려]  www.yuhan-kimberly.co.kr 2007 보고서	• 성희롱예방교육 • 여성비율(사무직 33.7%, 임원 16.2%) • 대졸신입사원 초봉 남녀 동일	[경제] ●EC7 [노동] ●LA2 ●LA13 ●LA14 [인권] ●HR1 ●HR2 ●HR3 ●HR4 ●HR4 [사회] ●S05	62
	7. 우리는 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.	환경 예방 • 구매이념 [환경친화적인 원료 구입 및 제품 생산 지원] • 환경경영방침 [환경 부하의 최소화] • 환경경영방침 [환경 사고의 사전 예방]  www.yuhan-kimberly.co.kr 2007 보고서	• 환경친화적 제품 출시 • 녹색 구매 1,000억원 • 사원대상 환경관리 교육 실시 (1,755명)	[경제] ●EC2 [사회] ●S05 [환경] ●EN18 ●EN26 ●EN30	28-32, 86, 88-95
환경	8. 우리는 보다 많은 환경적 책임을 지는데 앞장선다.	환경 책임 • 경영방침 [사회 공헌] 선도적 환경 보전 활동 전개 • 행동규범 2장 [환경보호] • 구매이념 [파트너와의 협력 통한 상호 이익 실현] • 환경경영방침 [환경보호 운동에 선도적 역할]  www.yuhan-kimberly.co.kr 2007 보고서	• 순환경보호 캠페인 '우리강산푸르게 푸르게' 진행 • 환경실적 13년 추세 관리	[사회] ●S05 [제품책임] ●PR3 ●PR4 [환경] ●EN1 ●EN2 ●EN3 ●EN4 ●EN5 ●EN6 ●EN7 ●EN8 ●EN9 ●EN10 ●EN11 ●EN12 ●EN13 ●EN14 ●EN15 ●EN16 ●EN17 ●EN18 ●EN19 ●EN20 ●EN21 ●EN22 ●EN23 ●EN24 ●EN25 ●EN26 ●EN27 ●EN28 ●EN29 ●EN30	28-32, 38-44, 76-80, 87, 88, 90-93
	9. 우리는 환경친화적인 기술개발 및 확산을 지원한다.	환경 친화 • 구매이념 [기술적인 혁신 통한 우수 제품 생산 지원] • 환경경영방침 [지속적인 환경개선]-절감, 재사용, 재활용 노력 규정  www.yuhan-kimberly.co.kr 2007 보고서	• 환경친화형 생분해성 소재 개발 및 제품 적용 • 생산공정 폐기물 재활용 98%	[사회] ●S05 [환경] ●EN2 ●EN5 ●EN6 ●EN7 ●EN10 ●EN18 ●EN26 ●EN27 ●EN30	28-32, 88, 90-94
반 부패	10. 우리는 부당취득 및 뇌물 등의 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 노력한다.	반 부패 • 행동규범 제2장 [선물 접대기준 명시] • 행동규범 제2장 [공직자에 대한 금품 수수 금지] • 취업규칙 제11조 [금지사항] - 거래처로부터 사례, 중여, 향연 등 행위  www.yuhan-kimberly.co.kr 2007 보고서	• 윤리경영 및 공정거래 자율준수 관련자 160명 서약	[사회] ●S02 ●S03 ●S04 ●S05 ●S06	12

유한킴벌리 제품과 사업 전반

대상시장: 일반 생활 현장, 병원·산업체·연구실·공공건물·식당·학교



주요 브랜드	하기스, 그린핑거, 더블하트	뽀뽀, 크리넥스, 비바, 스카티, 스카트	화이트, 좋은느낌, 애니데이, 포이즈, 디펜드, 후레쉬데이, 메이브리즈	킴케어, 킴테크, 크린가드, 와이프올, 크리넥스, 뽀뽀, 스카트, 잭슨세이프티
해당 사업부	유아위생용품사업	가정위생용품사업	여성·성인위생용품사업	B2B 사업
주요 제품	유아위생 기저귀 (하기스 매직팬티, 네이처메이드, 골드, 보송보송, 크린베베 등) 스킨케어 로션, 크림, 바스, 샴푸, 린밤, 선크림 등 (그린핑거 베이비, 마이키즈) 육아 더블하트	가정·주방위생 화장지, 미용지, 종이타월, 청소용품, 냅킨, 가정용물티슈 (크리넥스, 뽀뽀, 비바, 스카티, 스카트 등)	여성위생 생리대(화이트, 좋은느낌 등), 팬티라이너(애니데이, 티니 등), 여성용물티슈(후레쉬데이) 성인위생 35세이상여성패드(포이즈35+ 등), 위생팬티, 소변용패드, 위생패드(디펜드), 성인용 물티슈(디펜드) 등 여성스킨케어 메이브리즈	산업위생 보호용 작업복, 사업용 와이퍼, 공중화장실용 화장지, 핸드타월, 물비누 등(킴케어, 크린가드 등) 산업안전 잭슨세이프티 병원위생 수술포, 수술용 가운, 마스크, 장갑 등



Corporate

지속가능경영 명예의 전당 입성

유한킴벌리는 지속가능경영대상을 3차례 수상하여 민간기업으로서 최초로 명예의 전당에 2009년 11월 등록되었습니다.

2009 로하스 경영대상 우수상 수상

유한킴벌리는 기업의 지속가능성과 사회공헌 노력을 인정받아 환경재단으로부터 로하스 경영대상 우수상을 2009년 10월에 수상했습니다.

UN글로벌콤팩트 우수성과이행 보고기업으로 COP상 수상

유한킴벌리는 지속가능경영 성과이행보고를 잘 수행해 UN글로벌콤팩트로부터 우수COP상을 2009년 3월 수상했습니다.

한국에서 가장 존경 받는 기업으로 7년 연속 선정

유한킴벌리는 한국능률협회컨설팅이 산업계 간부진, 증권사 애널리스트, 일반소비자를 대상으로 실시한 조사에서 환경친화적이며 윤리경영과 사회공헌활동에 적극적인 기업으로 인정받아 7년 연속 가장 존경받는 기업으로 2010년 10월 선정되었습니다.

가장 일하고 싶은 기업 3위 선정

유한킴벌리는 전국의 취업예정자와 직장인을 대상으로 한국능률협회컨설팅이 실시한 조사에서 비전제시와 인재관리, 기업문화 선도, 전반적 매력도 4개 항목에서 좋은 점수를 받아 일하고 싶은 기업으로 2009년 7월 선정되었습니다.

Product

하گی스 12년, 화이트 10년, 크리넥스와 뽀뽀 8년 연속, 한국산업 브랜드 파워 1위 선정

(한국능률협회컨설팅, Korea Brand Power Index)

하گی스, 화이트, 좋은 느낌, 애니데이, 크리넥스, 뽀뽀 해방 후 한국경제를 움직인 대한민국 1000대 브랜드 선정

이코노미스트가 CJ경영연구소, 브랜드엔컴퍼니와 공동 조사한 발표에서 유한킴벌리는 선정된 총 11개 브랜드 중 6개를 차지하여 동일 사업군 내 리딩브랜드로서의 가치를 인정받았습니다.

뽀뽀와 크리넥스 7년 연속 슈퍼브랜드 선정

전국의 20-60대 소비자 3천여 명을 대상으로 '가장 먼저 떠오르는 브랜드를' 평가하는 조사에서 뽀뽀와 크리넥스가 1위로 선정되어 2009년 11월 24일 상을 받았습니다 (산업정책연구원 주관).

빨아쓰는 타월 스카트, 한국마케팅프론티어 대상 수상

다용도타월로 위생성과 경제성에 높은 평가를 받아 한국마케팅프론티어 대상을 2010년 3월 수상했습니다.

유아스킨케어 그린핑거, 베스트브랜드어워드 2009 선정

코리아헤럴드 조사 결과를 바탕으로 유아스킨케어 부문 베스트브랜드로 2009년 12월 선정되었습니다.

생리대 좋은느낌, 2009 베스트셀러 선정

주간동아와 편의점(전국 1만 4,012개 편의점 판매자료를 취합)의 공동 조사결과 '2009년 편의점에서 가장 사랑 받은 제품'으로 2009년 12월 선정되었습니다.

1등 녹색기업으로 선정

유한킴벌리는 녹색경영을 실천하는 국내 대표기업으로 2009년 10월 선정되었습니다. 20-50대 남녀를 대상으로 실시된 조사에서 기업문화, 캠페인활동, 친환경정책 부분에서 높은 평가를 받았습니다.

대학생들이 가장 존경하는 국내기업으로 선정

유한킴벌리는 수도권 거주 대학생 500명을 대상으로 실시한 온라인 조사에서 고객들의 신뢰를 얻고 있는 점을 높이 평가 받아 2010년 3월 가장 존경하는 국내기업 2위에 선정되었습니다.

국회의원들이 꼽은 바람직한 기업에 선정

유한킴벌리는 한국경제신문이 제 18대 국회의원들을 대상으로 실시한 기업 및 경제인식조사에서 바람직한 기업 4위에 선정되었습니다. 특히 창업자인 유일한 박사의 정신을 이어받아 사회책임을 다하는 기업으로서 좋은 이미지를 만들어 왔다는 평가를 받았습니다.

생리대 화이트, 2년 연속 소비자가 뽑은 참 좋은 브랜드에 선정

소비자가 만드는 신문의 소비자 선호브랜드 투표 결과 생리대 부문에서 2년 연속 1위로 2009년 12월 선정되었습니다.

팬티라이너 애니데이, 4년 연속 웰빙인증 획득

한국능률협회경영인증원(KMAR)으로부터 웰빙인증을 2010년 3월 획득했습니다.

크리넥스와 하گی스, 한국 소비자 웰빙지수 1위 선정 (하گی스 3년 연속, 하گی스 골드 1년)

한국표준협회가 뽑은 한국소비자웰빙지수 조사에서 2009년 8월 선정되었습니다. 조사에는 154개 제품과 서비스를 대상으로 9만 8,600명의 소비자가 참여했습니다.



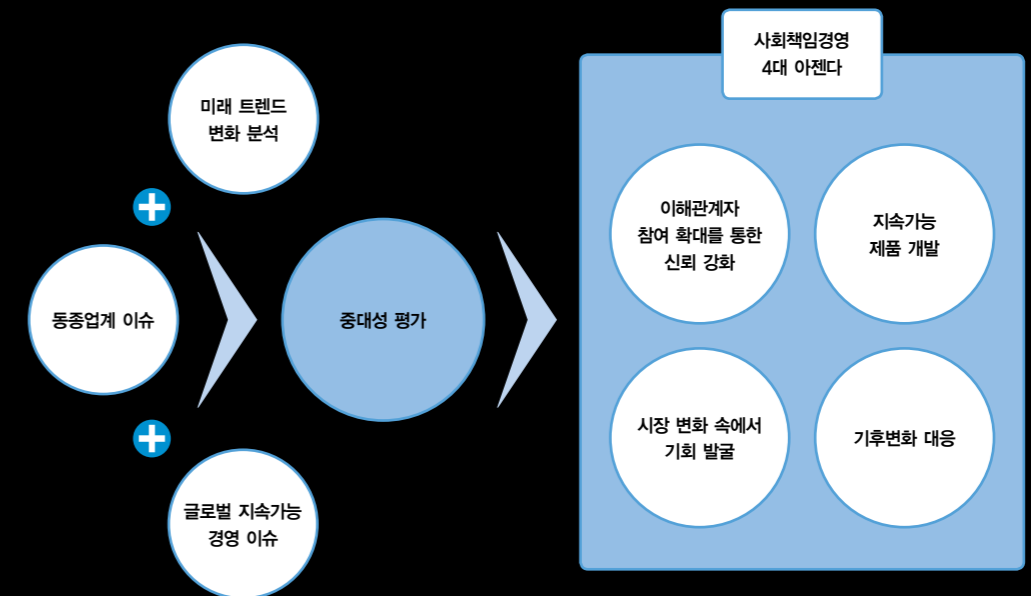
Special Page

유한킴벌리가 뽑은

사회책임경영 4대 아젠다

유한킴벌리는 환경변화와 주요 도전에 대한 대응을 보고하고자 사회책임경영 4대 아젠다를 도출하였습니다.

이해관계자 참여확대를 통한 신뢰 강화 | 지속가능 제품 개발 | 시장 변화 속에서 기회 발굴 | 기후변화 대응



아젠다 1

AGENDA

이해관계자 참여 확대를 통한 신뢰 강화

이해관계자들과 어떻게 소통하며, 신뢰를 쌓고 있나?

유한킴벌리는 5년째 이해관계자 설문조사, 보고서의 전문가 자문 및 검증을 실시하고 있으며, 신뢰도를 높이기 위해 제 3기관에서 분석결과를 받고 있습니다. 2010년에는 이해관계자의 참여를 보다 확대하기 위해 창립이래 처음으로 3월에 이해관계자 위원회를 개최했으며, 4-5월에는 CEO와 미래디자인을 위한 사원들과의 대화프로그램을 진행했습니다. 이러한 이해관계자의 참여 확대를 통해 지속성장을 위한 많은 과제를 도출했습니다.

2010 이해관계자 의견 청취

분류	참여방법 및 참여자수(명)	기간	이해관계자 그룹
지속가능 경영 전반	2010 이해관계자 설문조사 진행 6,030	2010.01-02	사원(481) 협력회사(138) 지역사회(130) 고객(5,281)
	제1회 이해관계자 위원회 개최 6	2010.03	윤은기 (전)서울과학기술대학교 총장 박희주 한국소비자원 지속가능소비팀 팀장 이원재 한겨레경제연구소 소장 이보은 여성환경연대 사무처장 전의찬 세종대학교 환경공학부 교수 김정인 중앙대학교 산업경제학과 교수
	R&D와 마케팅리서치 리더의 좌담회 개최 5	2010.03	유한킴벌리 R&D와 마케팅리서치 리더
	CEO와 사원들과 만남 진행 85	2010.04	본사 사원 4개 그룹(신입사원, 과장대리, 여성사원, 수석부장)
보고서 전반	사원 그룹들과 인터뷰 진행 39	2010.04-05	총 7그룹-생산직(군포공장, 대전공장, 김천공장), 생산관리직, 관리지원직, 영업마케팅, 글로벌
	2010 보고서 전문가 검증 5	2010.06-07	전체 - 서울대 조동성 교수 지속경영 성과 - 성신여대 신철호 교수 경제 성과 - 서울여대 이종욱 교수 사회 성과 - 서울과학기술대학교 박성필 교수 환경 성과 - 인하대 이동원 교수
	2009 보고서 피드백 471	2009.07-2010.03	보고서를 읽고 독자 의견 설문에 답한 이해관계자
소계	6,641		

사회책임경영 4대 아젠다 도출방식

미래 트렌드 주요 변화 분석, 동종업계의 주요 쟁점 파악, 글로벌 지속가능경영 이슈 분석의 총 3단계 이슈분석을 실시한 후 유한킴벌리의 2010년 중대성 평가 결과를 반영하여 4대 아젠다를 선정하였습니다.

<p>이해관계자 참여확대를 통한 신뢰 강화</p> <p>19페이지</p>	<p>우리의 환경 글로벌 금융위기 이후로 미래의 불확실성이 커지고 있습니다. 또한 시장과 기업에 대한 사회의 신뢰도가 하락하여 지속적인 성장을 위해 이해관계자와의 소통은 더욱 중요해지고 있습니다. 또 다른 한편으로 다양한 이해관계자와의 소통은 기업위기관리 기능과 함께 새로운 성장 기회를 제공해주고 있습니다.</p> <p>유한킴벌리 이해관계자들과의 다양한 소통채널을 확보하고 있습니다. 또한 지난 5년 동안 매년 이해관계자 설문조사 실시를 통해 의견을 청취하고 있습니다. 특히 2010년에는 유한킴벌리가 창립 40주년을 맞이하여 장기적인 발전을 위해 적극적으로 이해관계자의 참여를 확대했고, 그 결과를 본 보고서에서 공유합니다.</p>
<p>지속가능 제품 개발</p> <p>28페이지</p>	<p>우리의 환경 지속가능한 소비를 추구하는 소비자들을 위해 지속가능한 제품을 만드는 일이 중요해지고 있습니다. 특히 제품의 경제성뿐만 아니라 제품의 환경성이나 사회적 등에 대한 소비자들의 관심과 요구가 높아지고 있습니다.</p> <p>유한킴벌리 제품 설계단계부터 지속가능한 제품을 제공하기 위해 노력해왔습니다. 이러한 노력을 실제 제품을 개발하는 R&D 리더와 소비자의 요구를 파악하는 마케팅리서치 리더의 좌담회를 통해 본 보고서에서 공유합니다.</p>
<p>시장변화 속에서의 기회발굴</p> <p>33페이지</p>	<p>우리의 환경 한국사회에서의 급격한 저출산과 고령화 문제는 국가와 기업이 함께 풀어나가야 할 과제입니다. 특히 이러한 변화에 따라 기업 차원에서는 지속적 성장을 위해 새로운 시장을 창출할 필요성을 절감하게 하고 있습니다.</p> <p>유한킴벌리 시장의 축소와 관련하여 새로운 사업, 새로운 시장을 개척하기 위해 적극적인 노력을 기울이고 있습니다. 또한 수출을 통한 해외 시장 확대를 통해 새로운 기회를 창출하기 위해 노력하고 있습니다.</p>
<p>기후변화 대응</p> <p>38페이지</p>	<p>우리의 환경 기후변화로 인한 질병의 위험, 환경오염에 따른 면역체계 교란 등 오늘날 기업을 둘러싼 시장의 지형은 복잡해지고 있습니다. 이제 기후변화는 환경적 문제를 넘어서 경제, 사회환경에 직접적인 영향을 주고 있습니다.</p> <p>유한킴벌리 1984년부터 숲과 자연보호프로그램인 '우리강산푸르게푸르게' 캠페인을 통해 탄소통조림으로서의 나무심기의 중요성을 알리고, 이를 실천해오고 있습니다. 또한 사내적으로는 탄소 절감을 위한 실천에 앞장서고 있습니다.</p>

유한킴벌리가 장수기업이 되기 위한 조건들은? ‘다양성 관리 필요’

유한킴벌리는 이해관계자의 참여를 확대하기 위해 2010년 3월, 제 1회 이해관계자 위원회를 처음으로 열었습니다. 이 자리를 통해 한국 내 각 분야의 전문가들로부터 지속가능한 성장을 위한 조언들을 들었습니다. 모두가 공통적으로 제품안전성, 환경친화적인 제품의 다양화, 건강 가치의 적용, 역동성의 강화 및 적극적인 비전 준비, 사회책임활동의 지속, 이해관계자들과의 관계 재정립, 위기에 대한 신속한 대처능력과 시스템의 강화 등을 추천했습니다. 그 내용 중 일부를 소개합니다.

의제 1

“시간은 기업을 성장하게 하지만 늙게도 만든다.”라는 말이 있습니다. 창립 40주년을 맞이한 유한킴벌리가 직면할 수 있는 위기는 무엇일까요?

이은옥 부사장 안녕하세요. 유한킴벌리가 창립 40주년을 맞이하여 이해관계자의 중요성을 절감하며, 각 분야에 계신 여러분들의 의견을 경청하고자 이 자리를 마련했습니다. 좋은 말씀 부탁드립니다.

좌장 윤은기 원장 기업과 주주만의 관계가 아니라 이해관계자의 다양성을 반영하면서도 기업의 성장과 균형을 어떻게 찾아 갈 것인가, 미래에 공동의 가치를 어떻게 찾아 갈 것인가가 중요합니다. 이 자리는 유한킴벌리가 40년 이상 먼 미래를 생각하게 하는 토론이 될 것입니다. 장수기업으로 성장해가기 위해 유한킴벌리가 위기 발생시 어떻게 대처할 것인가가 첫 번째 의제입니다. 개인도 기업도 가장 두려워해야 할 것은 돌연사(Sudden death)입니다. 도요타의 경우 치명적인 한 곳이 있었음에도 불구하고 나머지가 잘 작동했기 때문에 잘못된 부분을 인식하지 못해서 돌연사 위기에 처했다고 봅니다. 위기에 대처하기 위해서 다양한 시각에서 기업을 바라볼 필요가 있습니다.

박희주 팀장 망하는 기업은 외부의 요청에 소극적 방식으로 대처하고, 이로 인해 기업의 문제를 사전에 파악하지 못하는 특징이 있습니다. 어느 미국의 경제학 교수는 로마 등의 대제국은 서서히 망한 것이 아니라 어느 날 갑자기 몰락했다고 합니다. 기업의 위기 대처가 지속가능성을 좌지우지 합니다.

김정인 교수 유한킴벌리가 위기관리를 해야 할 것들에는 크게 기후변화, 지역사회와의 협력 관계, 우수한 인재 유치 및 관리를 들 수 있습니다. 특히 환경규제의 다양화는 유한킴벌리에게

“개인도 기업도 가장 두려워해야 할 것은 돌연사입니다. 도요타의 경우, 치명적인 한 곳이 있음에도 불구하고, 나머지가 잘 작동했기 때문에 잘못된 부분을 인식하지 못해서 돌연사 위기에 처했다고 봅니다. 위기에 대처하기 위해서 다양한 시각에서 기업을 바라볼 필요가 있습니다. **윤은기 원장**”



이해관계자위원회 구성 1. 윤은기(좌장: 전 서울과학종합대학원 총장, 현 중앙공무원교육원 원장) 2. 김정인(중앙대학교 산업경제학과 교수) 3. 이원재(한겨레경제연구원 소장) 4. 전의찬(세종대학교 환경공학부 교수) 5. 박희주(한국소비자원 지속가능소비팀 팀장) 6. 이보은(여성환경연대 사무처장)
유한킴벌리 7. 이은옥(유한킴벌리 Comm., CSR, PR & CS 총괄 부사장)

타격을 줄 수 있습니다. 유한킴벌리는 해외매출도 늘고 있기 때문에 생산자책임제, 국외환경규제, FSC 인증 등의 강화에 더욱 신경 써야 합니다. 또한 유한킴벌리의 사업장이 있는 4개 지역사회와 어떤 협력관계를 가져갈 것인가를 고민해야 할 것입니다.

이원재 소장 유한킴벌리는 다루는 제품이나 소비자들의 이미지에 있어 엄마같은 기업입니다. 만약 엄마 같은 기업이 위기를 맞는다면 어떠한 위기일까요? 아마 디펜스를 많이 해보지 않은 HR(human resources)에서 위기가 올 것입니다. 유한킴벌리는 4조 교대제 등 많은 혁신적 성과도 있고 인력관리 부분에 많은 노력을 기울였지만, 상대적으로 기후변화 대응에서의 치열함은 부족했다고 봅니다.

이보은 사무처장 유한킴벌리는 음식 다음으로 몸에 가장 가까운 제품을 판매하고 있습니다. 그런 점에서 유한킴벌리는 늘 위기 위에서 있다고 봅니다. 제품 안전성 측면에서 선제적 대응이 필요합니다. 2003년 미국 평균 혈액검사 결과를 보면 400여 개의 합성물질이 있고, 이 중 50여 개의 발암물질이 혈액 속에 있습니다. 이에 더하여 2009년 국가 암 통계를 보면 40대 이전 여성암 특히 내분비계교란(갑상선암, 유방암, 자궁 관련 암 등)과 관련한 암이 급격히 늘어나고 있고 화학물질의 인체내 유입경로의 하나로 일상생활 용품에 대한 관심이 늘어나고 있습니다. 이러한 측면에서, 유한킴벌리는 항상 제품 자체에서 오는 리스크를 안고 있다는 점을 기억해야 합니다.

전의찬 교수 유한킴벌리는 신뢰가 가장 큰 장점입니다. 이러한 장점 때문에 시장 점유율도 높

습니다. 하지만 변화에 대한 속도전에 대비하기 위해서 ‘두터움에 더하여 반짝반짝 하는 무언가를 껌비하는 것’이 필요합니다. 유한킴벌리는 잠재 리스크를 발굴하고, 이를 관리할 수 있는 시스템, 정량적이고 과학적인 데이터 구축을 통한 대응이 필요합니다.

이원재 소장 협력업체가 모두 유한킴벌리와 같은 사업 방식으로 운영해야 앞으로의 위기가 관리될 것입니다. 협력업체의 사회책임경영 지원을 강하게 하여, 그 수준을 끌어 올려야 합니다.

의제 2 유한킴벌리가 장수기업으로 성장하기 위해 중요하게 다룰 것이 무엇일까요?

“영리한 소비자는 친환경적이며 건강에 이로운 제품을 선택하여 기성의 소비를 벗어나고 있습니다. 이런 소비자와 소통하기 위해서는 발상의 전환이 필요합니다. 발상의 전환을 통해 보다 지속가능한 소비를 촉진하는 노력이 필요하다고 봅니다. 또 다른 한편으로는 제품다변화에 신중해야 합니다. 몸에 좋은 물질을 넣었다는 식의 접근보다는, 해로운 요소가 들어가지 않다는 마이너스 발상의 광고가 더 좋은 접근법일 수 있습니다. **이보은 사무처장**”

좌장 윤은기 원장 역동성이 부족해 보인다는 지적에는 동감합니다. 최근 현대자동차는 2020년에 벤츠, BMW와 경쟁하겠다는 비전을 내놓았습니다. 유한킴벌리도 미래 비전을 제시하고 안팎으로 역동적인 노력을 알리는 것이 필요할 수 있습니다.

전의찬 교수 제품 안전성이 가장 중요합니다. 또한 사업을 확장할 때는 환경친화적인 제품을 다양화하는 것이 필요합니다. 특별히, 제품 대상이 어린이와 여성이므로 제품의 안전성이 더욱 중요해질 것입니다. 다음으로 유한킴벌리는 뭔가 발상의 전환이 필요합니다. 두터운 사회적 신뢰를 더욱 반짝이게 할 전환이 필요합니다.

이보은 사무처장 저도 제품안전성의 중요성을 강조 드립니다. 영리한 소비자는 친환경적이며 건강에 이로운 제품을 선택하여 기성의 소비를 벗어나고 있습니다. 이런 소비자와 소통하기 위해서는 발상의 전환이 필요합니다. 풍요와 편리의 대표 기업인 유한킴벌리는 일상의 편리함을 위한 소비제품을 생산하고 있기 때문에 제품 속성상 지속가능성과는 거리가 멀 수 있습니다. 크리넥스 광고에 손수건 쓰기 캠페인을 더하는 것과 같은 발상의 전환을 통해, 생산과 소비의 지속가능성에 대한 기업의 관심을 적극적으로 알리고 사회 변화를 준비할 필요가 있습니다. 또 다른 한편으로는 제품 다변화에 신중해야 합니다. 몸에 좋은 물질을 넣었다는 식의 접근보다는, 해로운 요소가 들어가지 않다는 마이너스 발상의 광고가 더 좋은 접근법일 수 있습니다.

이원재 소장 유한킴벌리의 사회책임경영활동의 지속성이 우선 중요합니다. 앞으로 40년 후를 생각하면, 도요타의 위기는 한 기업의 지속경영의 위기가 아니라 자동차 산업의 위기로 보

“편리”의 상징인 유한킴벌리에 대해 사람들이 감내할 수 있는 제품의 환경적 민감성이 높아지는 순간 기존 제품들이 급격히 사라지게 될 것입니다. 이를 위해, 건강 등을 중점에 놓고 제품을 만들어 가는 것이 장수 기업으로 가는 길이 될 것이라고 봅니다. **이원재 소장**”

일 것입니다. 이는 사람들이 감내할 수 있는 자동차의 안전성 수준이 높아졌다는 것입니다. 마찬가지로 ‘편리’의 상징인 유한킴벌리에 대해 사람들이 감내할 수 있는 제품의 환경적 민감성이 높아지는 순간 기존 제품들이 급격히 사라지게 될 것입니다. 이를 위해, 건강 등을 중점에 놓고 제품을 만들어 가는 것이 장수 기업으로 가는 길이 될 것이라고 봅니다.

좌장 윤은기 원장 사회 변화 속도가 빨라지고 글로벌화 되면서 리스크는 더 커지고 있습니다. 유한킴벌리는 이해관계자들의 커뮤니케이션 속도에 신속히 대응하기 위해서 다양한 이해관계자들과의 적극적인 커뮤니케이션 방법과 이해관계자에 대한 관계 설정 또한 다시 생각해봐야 합니다. 지금까지는 이해관계자들이 유한킴벌리가 ‘우리강산푸르게푸르게’ 등을 통해 사회 책임을 먼저 시도했기 때문에 꼼꼼히 살펴보지 않고 좋게 봐준 것이라고 생각합니다. 유한킴벌리는 새로운 변화에도 유연하게 대응해야 할 것입니다.

김정인 교수 유한킴벌리는 고객만족과 제품안전성을 반드시 지켜야 합니다. 이외에 더 무엇을 해야 하는가를 고민해야 합니다. 바로 ‘건강’이라는 가치와 철학입니다. 어린이와 여성을 잡는 것은 바람직하지만 어떤 컨셉으로 잡을 것인가를 고민해야 합니다. 의학 분야의 진출은 좋은 선택으로 봅니다. 이에 더하여 과감하게 손수건 쓰기 등 작지만 생활 속의 지속가능성을 실천할 수 있는 커뮤니케이션 전략이 필요합니다.

좌장 윤은기 원장 많은 다국적 기업들이 다양성 관리위원회를 두고 있습니다. 이들은 차이를 인정하고, 존중하며, 차이를 어떻게 이용해서 살아갈 수 있는가를 고민합니다. 차이가 차별로 연결되면 갈등이나 리스크가 발생하기 때문입니다. 미래 리스크 중 하나는 다양성을 잘 해결하지 못했을 때 발생합니다. 유한킴벌리가 장수기업이 되기 위해서는 다양성 관리에 대해 고민해주시기 바랍니다.

이은욱 부사장 말씀 감사합니다. 유한킴벌리는 보다 역동적인 기업의 모습이 필요하다는 것에 동감합니다. 이를 감안한 경영을 해나겠습니다.

본 내용은 2010년 3월 15일 서울 본사 13층 대회의실에서 진행된 위원회 내용을 정리한 것입니다.

유한킴벌리가 장수기업이 되기 위한 조건들은? '제품 안전성 확보와 고객만족경영 필요'

2010년 조사 2010.01-02, 총 6,030명 참여

유한킴벌리는 매년 이해관계자 조사를 진행하고, 그 결과를 보고하고 있습니다(2006-2010). 지난 5년간의 장수기업 요소 변화는 보다 중요한 부분들을 더 명확히 해주고 있습니다. 2010년 조사에 참여한 모든 이해관계자들은 유한킴벌리가 장수기업이 되기 위한 우선순위로 제품 안전성 확보와 고객만족경영을 꼽았습니다. 전년도와 대비해 새로 제기된 이해관계자별 장수기업의 요소는 사원과 협력회사의 경우 신제품과 신규사업 개발, 지역사회와 고객은 환경법규 준수였습니다.

이해관계자 별 유한킴벌리 장수기업 요소 변화 추이(2006-2010)

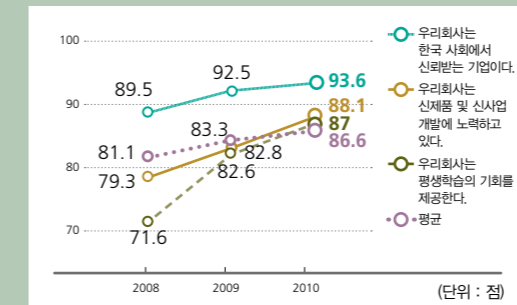
이해관계자 별	2006	2007	2008	2009	2010	
사원 Employee	1위	고객만족경영	고객만족경영	제품 안전성 확보	경영진 리더십	고객만족경영
	2위	CEO 리더십	CEO 리더십	신시장 개척	신시장 개척	제품 안전성 확보 NEW
	3위	제품책임	윤리·투명경영	경영진 리더십	윤리·투명경영	경영진 리더십
	4위	윤리·투명경영	우수 브랜드 개발	고객만족경영	제품 안전성 확보	신시장 개척(수출 등 포함)
	5위	우수 브랜드 개발	제품책임	제품 연구개발 혁신	고객만족경영	신제품(신규사업)개발 NEW
협력회사 Business Partner	1위	윤리·투명경영	고객만족경영	제품 안전성 확보	고객만족경영	제품안전성 확보
	2위	환경경영	제품책임	고객만족경영	윤리·투명경영	고객만족경영 NEW
	3위	우수 브랜드 개발	우수 브랜드 개발	제품 연구개발 혁신	제품안전성 확보	제품 연구개발 혁신
	4위	CEO 리더십	CEO 리더십	신규사업(신제품)개발	경영진 리더십	윤리·투명경영
	5위	사회 공헌 활동	윤리·투명경영	협력회사 상생활동	제품 연구개발 혁신	신제품(신규사업)개발 NEW
고객 Customer	1위	-	-	-	제품 안전성 확보	제품 안전성 확보
	2위	-	-	-	고객만족경영	고객만족경영 NEW
	3위	-	-	-	환경친화적 제품 개발	환경친화적 제품 개발
	4위	-	-	-	생명 및 아동존중 문화	생명 및 아동존중 문화
	5위	-	-	-	환경 법규 준수	환경 법규 준수
지역사회 Government & Community	1위	윤리·투명경영	제품책임	환경친화적 제품 개발	제품 안전성 확보	윤리·투명경영
	2위	환경경영	고객만족경영	제품 안전성 확보	윤리·투명경영	환경친화적 제품 개발
	3위	우수브랜드개발	CEO 리더십	윤리·투명경영	경영진 리더십	제품안전성 확보 NEW
	4위	CEO 리더십	우수 인재 확보	고객만족 경영	고객만족경영	고객만족경영 NEW
	5위	사회 공헌 활동	우수 브랜드 개발	환경 법규 준수	환경친화적 제품 개발	환경 법규 준수 NEW

* NEW는 전년 대비 2010년에 신규로 진입한 이슈를 표시함 (고객조사는 2009년부터 실시되었습니다).

* 2007년까지 CEO리더십, 2008년 이후 경영리더십으로 설문 변경

유한킴벌리가 장수기업이 되기 위한 조건들은? '사회적 신뢰와 소통 더 필요'

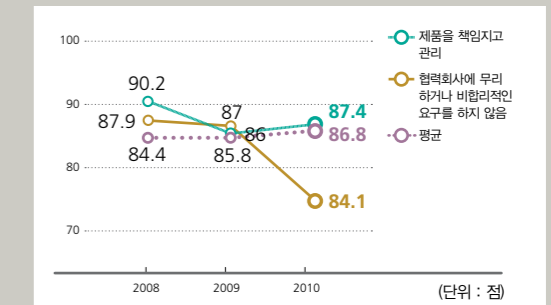
설문문항에 대한 평균점수는 지난 3년간(2008-2010) 꾸준히 상승하고 있습니다(81.1→83.3→86.6). 특히 '평생학습 기회제공'에 대한 만족도는 3년전보다 평균점수가 약 16점 상승하였습니다. 또한 2008년 이후 그린핑거, 메이브리즈, 더블하트 등 신규 사업이 시작 되어 '신 제품 및 신사업 개발 노력'이 향상되고 있습니다. 반면 사원들은 유한킴벌리가 사회적으로 더 신뢰받는 기업이 되기 위해 지금보다 더 많은 노력을 해야 한다는 의식을 갖고 있음을 알 수 있었습니다.



시사점
사회적 신뢰 받는
기업 되기 위해 더 노력해야

사원
Employee

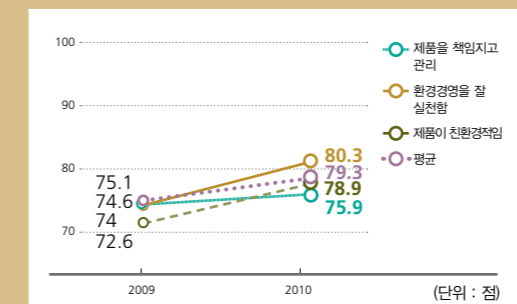
설문문항에 대한 평균점수는 지난 3년간(2008년-2010년) 원만하게 상승하고 있습니다(84.4→85.8→86.8). 제품책임과 관련하여 전년도와 비교 시 2010년도에 소폭 상승하였습니다. 앞으로도 계속 상승할 수 있도록 제품책임을 강화 해나가겠습니다. '협력회사에 무리하거나 비합리적인 요구를 하지 않음'의 경우 지난 3년간 하락세를 보이고 있습니다. 이에 '제품책임'과 함께 보다 책임 있고 공정한 공급망 관리를 위한 방안을 마련해 나가겠습니다.



협력회사
Business Partner

시사점
보다 책임있는
공급망 관리 위해 더 노력해야

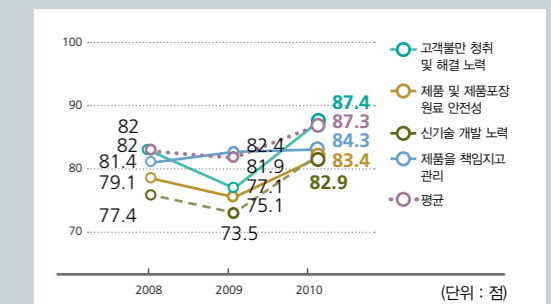
고객설문은 2009년 처음 시작해 평균 점수가 전년 대비 약 4.2점 향상(75.1→79.3)되었습니다. 그러나 아직 다른 이해관계자 그룹과 비교 시 회사에 대한 평균 이해도가 낮아 더 많은 커뮤니케이션이 필요하다고 봅니다.



시사점
유한킴벌리의 활동들을
알려나가기 위해 더 노력해야

고객
Customer

설문문항에 대한 평균점수는 2010년 전년도 대비 약 5.4점 향상되었습니다. '제품 및 제품포장 원료 안전성', '신기술 개발 노력', '고객불만 청취 및 해결 노력'은 2009년에 하락했다가 2010년도에 다시 향상되어 연계된 결과를 나타내고 있음을 알 수 있습니다. 다만, 제품의 안전성과 책임, 기술개발, 고객불만 관리 등의 항목은 전체 평균보다 낮아 제품을 통한 가치전달 및 이와 관련된 회사의 활동들을 지역사회에 알리는데 더 노력해나가겠습니다.

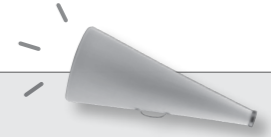


지역사회
Government & Community

시사점
전체 평균보다 낮은 부분의
노력 더 필요

유한킴벌리는 이해관계자별로 어떻게 커뮤니케이션 하고 있나?

분류	세부정의	이해관계자의 커뮤니케이션 방법
주주 Shareholder	1926 유한양행 1872 킴벌리클라크 (지속가능성을 보여 주는 창립 연도들)	주주총회, 이사회, 비전 회의, 사업장 벤치마킹, 영업보고서, 텔레컨퍼런스 www.yuhan-kimberly.co.kr, webmaster.korea@y-k.co.kr, 사회책임경영보고서(지속가능성보고서)
사원 Employee	1,688명	경영실적 공개, 비디오사보, 인트라넷, 가족사보, 사원조사, 노사협의회, 노사간담회, 노경합동 워크숍, 경영정보 공개설명회, 고충처리 제도, CS 아카데미, CM교육 이수리포트, 영업마케팅전략회의, 비즈니스 엑셀런트 팀미팅, 품질회의, 안전보건위원회, 사원가족상담제도(EAP), 지식경영시스템, www.yuhan-kimberly.co.kr, webmaster.korea@y-k.co.kr, 사회책임경영보고서(지속가능성보고서)
협력회사 Business Partner	2,150개 실질협력회사 1,323개	협력회사 대표자 세미나, 간담회, 뉴스레터, 협력회사 온라인 커뮤니케이션 (VMA, WMA), 직거래업체 컨설팅 및 지원활동 CDM, 프로그램 운영 (SEQ College, SCM College, 독서통신교육, 제품교육 등), www.yuhan-kimberly.co.kr, webmaster.korea@y-k.co.kr, 사회책임경영보고서(지속가능성보고서)
고객 Customer	28,350명 2010 사회책임경영보고서 피드백 조사에 참여한 고객들	기업이미지조사, 제품개발조사, 제품만족도조사, 소비자 불만 접수 및 피드백, 성교육, 회사·제품·숲공익 웹사이트, 온라인 교육, 온라인 기업 블로그, www.yuhan-kimberly.co.kr, webmaster.korea@y-k.co.kr, 사회책임경영보고서(지속가능성보고서)
지역사회 Government & Community	4개 국내 사업장 53개 수출국 238개 협력·지원단체	사회공헌활동-숲·환경, 평생학습, 가족친화 등 시민단체 협력 활동, 지역사회 요구 처리, 정부 정책 협력, 사원가족 자원 봉사, 지역사회 자매결연, 세미나, 심포지엄, 이슈 모니터링, www.yuhan-kimberly.co.kr, webmaster.korea@y-k.co.kr, 사회책임경영보고서(지속가능성보고서)



사. 레. (회사 발전의 밑받침이 되는) 사원들과의 다양한 소통 노력

사원들은 기업이 소통해야 할 중요한 내부 고객입니다. 회사의 상황을 투명하게 알리고 정확한 경영 정보를 사원들과 공유하는 것은 회사발전의 기본 조건입니다. 유한킴벌리는 이를 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

CEO와 사원간 대화

유한킴벌리 최고경영자는 2009년 총 6회에 걸쳐 사내 영상매체인 비디오사보를 통해 사원들에게 경영현황을 설명하고, 경영실적을 공개했습니다. 팀장과 팀원들은 이를 토론하고 그 결과를 사내 인트라넷에 올려 공유하고 있습니다. 그 외에도 인트라넷과 이메일 서비스를 통해 매일 사원들에게 회사관련 소식을 발송했으며, 투자 및 중요사안은 최고경영자가 직접 메시지를 전달하고 있습니다. 이러한 커뮤니케이션 노력은 상호신뢰로 이어져 회사발전의 밑받침이 되고 있습니다.

새 비전 수립 위한 소통 프로그램 전개

유한킴벌리는 2010년 창립 40주년을 맞아 지속가능성장을 위한 비전을 수립하는 기초 단계로 최규복 사장과 사원이 만나는 소통 프로그램인 CEO와 함께하는 미래디자인을 전개했습니다. 또한 심층면접방식을 통해 사원들의 의견을 수렴하였고, 전사원의 설문조사 기초자료로 활용했습니다(2010.04.13-05.06, 총 124명). 이러한 결과를 경영진에 2차례 보고했으며, 비전 수립을 위한 자료로 활용하고 있습니다.

동반자관계를 추구하는 노사의 정기적인 대화 진행

유한킴벌리 노동조합(노조위원장-조원갑, 1994.05.03 설립)은 한국노총 전국화학연맹 소속으로 노조 분부(김천)와 4개 지부(김천, 군포, 광주, 대전)를 두고 있습니다. 중앙노사협의회와 공장노사협의회를 운영하며, 1년 2회(봄, 가을) 노조간부와 임원진들이 경영 관련 워크숍을 진행하고 있습니다. 노경은 지난 13년간(1997-2009년) 노동쟁의 없이 신뢰를 바탕으로 상생을 추구하고 있는 모범적 동반자관계를 보여주고 있습니다. 대전공장 노경의 경우는 공동목표 달성 추진팀(안전, 품질, 공장혁신, 후생복지, 봉사, 원가혁신 등 6개 팀)을 두어 매년 노경간부 합동연수를 통해 팀을 편성해 공동목표를 실천하고, 우수팀에게 인센티브를 제공해 달성을 독려하고 있습니다.

유한킴벌리 노동조합 및 조직도 현황은 웹사이트 [www.yuhan-kimberly.co.kr]에서 확인하실 수 있습니다.

고충처리 수렴

유한킴벌리는 고충처리위원 임명(노사 1명씩), 상담실 운영, 노동조합 조합 홈페이지 운영, 노조지부장들과의 대화를 통해 고충을 수렴하고 있습니다. 상담결과는 10일 이내에 회신을 원칙으로 합니다. 2009년 고충처리접수건수는 총 41건이며, 임산부와 자전거 전용 주차장 설치 등이 포함되어 있습니다. 이런 노력으로 지난 8년간 부당노동행위 구제신청 사례는 한 건도 없습니다.

사원들의 의견조사 활성화

유한킴벌리는 사원들의 다양한 요구사항을 청취하기 위해 아래의 조사들을 실시했습니다.

- 행동규범 설문조사(2009.12)
- 군포공장 직무교육 사원 만족도 조사(2009.07·12), 안전의식과 건강관리 실태 조사(2009.12)
- 사회책임경영보고서 이해관계자 조사(2010.03)
- 김천공장 식당 서비스, 하계휴양소 설치에 관한 설문조사(2010.04)

아젠다 2

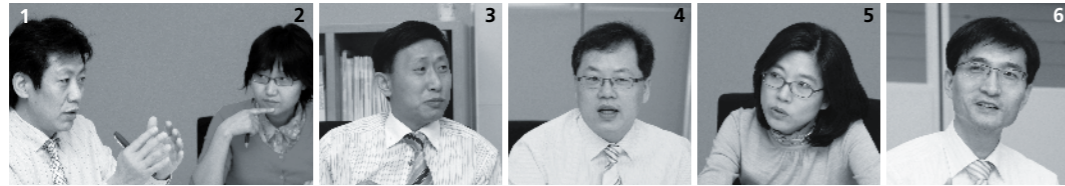
AGENDA

지속가능 제품 개발

'지속가능한 핵심 가치'를 어떻게 실현할까?

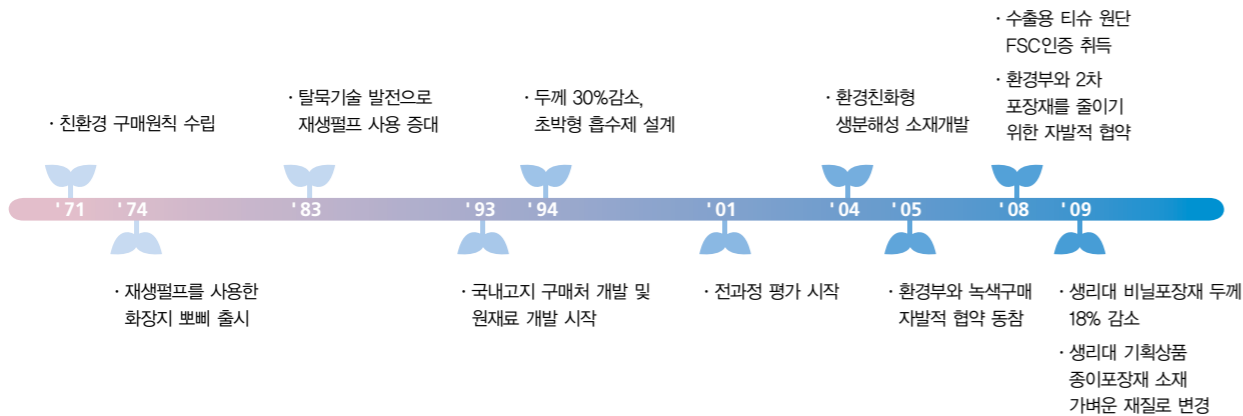
| R&D와 마케팅리서치 리더의 지속경영좌담회

기업은 사회와 함께 성장해 가는 존재입니다. 제품은 단순한 판매용 상품이 아니며 고객이 원하는 가치와 사회의 요구를 파악하고 반영하는 부단한 대화의 산물입니다. 제품을 개발하고 고객의 요구를 파악하는 리더들이 한자리에 모여 지속가능한 기업이 되기 위해 유한킴벌리가 고객에게 전달해야 할 가치에 대해 함께 이야기를 나누었습니다.



참가자들(가나다순 표기)
1. 김성훈 이사 | 미용지, 화장지, 카친타월 등 가정 및 주방위생용품 제품 개발의 리더이다. **2. 김혜숙 이사(사회)** | 이해관계자와의 커뮤니케이션, 가족친화경영, 지속가능성 보고를 담당하는 리더이다. **3. 김형범 수석부장** | 생리대, 디펜드 등 여성 및 성인용품 제품 개발의 리더이다. **4. 윤태일 수석부장** | 산업위생용품과 병원위생용품, 부직포 등 B2B 제품 개발의 리더이다. **5. 장양순 이사** | 고객의 니즈를 파악하는 마케팅 리서치의 리더이다. **6. 진재승 이사** | 기저귀를 포함한 유아 및 아동 위생용품 제품 개발의 리더이다.

지속가능한 제품개발을 위한 역사



의제 1

유한킴벌리가 제품을 통해 지속가능한 가치를 전달하고자 하는 노력이나 수준은 어디까지 왔다고 보는가?

사회 오늘 좌담회에 참석해 주셔서 감사합니다. 여러분들은 제품개발과 리서치의 리더들로서 유한킴벌리가 제품을 통해 고객에게 전달하고자 하는 가치는 무엇이며, 향후 지속가능한 기업이 되기 위해 어떤 가치를 전달해야 한다고 생각하는지 이야기를 듣고 싶습니다. 먼저, 제품을 통해 지속가능한 가치를 전달하는데 유한킴벌리가 너무 느리지는 않은 지도 되돌아보고 싶습니다. 여러분께서는 어떻게 생각하십니까?

김성훈 이사 지금 우리 사회는 개선이 아니라 상당한 변혁을 요구해요. 예를 들면 환경호르몬과 같은 것들도 예전에는 기준치까지만 대응해주면 칭찬을 받았는데, 지금은 혁신적으로 '아예 없음' 까지 이동해야 하는데 그런 측면에서는 늦을 수 있지요.

윤태일 부장 만약 느리게 느꼈다는 것은 기업 문화일 수도 있어요. 우리는 신중하기 위해 소비자 조사라든지 제품개발에 많은 시간을 썼고 또 출시한 후에도 변화를 주려면 그만큼 많은 시간이 걸리죠.

장양순 이사 유한킴벌리의 기저귀, 생리대가 꾸준히 발전을 이룰 수 있었던 것은 우리가 고객의 니즈에 꾸준히 발맞춰 제품을 개발해온 것도 있었지만, 어떻게 보면 고객들의 니즈가 빨리 변하지 않았던 측면도 있었어요. 최근에 기저귀 쪽에서 보자면, 엄마들이 출산 경험이 줄면서 잘 모르는 것들을 인터넷을 통해 여러 정보를 취하다보니 니즈도 빠르게 변하고 있어요. 그런 면에서 우리가 좀더 빨리 대처하는 게 필요하다고 봐요.

진재승 이사 회사는 두 가지가 필요하다고 생각합니다. 느린 것과 빠른 것. 빠르게 변화가는 니즈에 대해서는 빠르게 대처해야 하는 것이 당연하다고 생각합니다. 예를 들면 소비자가 지금까지는 상당히 부드러운 칼라를 원했는데, 보다 강렬하고 형태의 칼라나 제품을 원할 때는 빠르게 대응할 수 있어야 한다고 봅니다. 그러나 회사의 철학이나 유지해야 할 가치는 그대로 유지해야 합니다.

의제 2

안전성에 민감한 시대이다.

지속가능한 제품에 대한 소비자들의 인식은 어떻다고 보는가?

사회 지속가능한 제품에 대한 소비자들의 인식은 어디까지 왔다고 보나요? 환경오염이나 안전성에 민감해지면서 소비자들의 관심은 어떤 좋은 것을 더 넣느냐가 아니라 얼마나 많은 것을 뺐느냐에 관심을 기울이고 있지 않나요? 그래서 광고도 예를 들어 무색소라든지 이런 것을 더 선호하지 않나요? 어떻게 생각하세요?

윤태일 부장 당연히 우리도 빼는 계임을 하고 있죠. 예를 들면 출시 예정 중인 탈취제를 만들 때 인공으로 만든 화학성분을 하나도 안 집어 넣어요. 거기에 기본적으로 들어가야 될 성분이 있으면 가급적 천연으로 바꾸고, 저희도

100%천연이라고 이야기 할 수 있게끔 빼는 작업을 했어요. 가급적 자연적인 것으로 바꾸고 유해 논란이 있으면 빼버리고, 유해 논란이 없는 것으로 대체하는 노력을 각 사업부에서 하고 있어요.

김성훈 이사 무조건 빼라는 게 아니라 우리한테 불필요하거나, 해가 되는 걸 빼라는 거 아니겠어요? 제가 볼 때 그 대명사가 화학물질이죠. 우리가 집어넣는 부분은 분명히 있어요. 그러나 집어 넣는 것은 인간한테 이로운 기능을 주기 위한 기능성 물질들인데 물론 거기에 자연적인 것이면 더 좋겠죠.

김형범 부장 우리가 사용하는 화학물질이 친환경적이라고 이야기 하지만, 이 기술이 전세계적으로 펄프를 펄프 사용을 줄이는데 어떤 큰 영향을 주었는지는 측정하고 있지 않아요. 너무 한쪽에 포커스가 되어 있어요. 우리는 다이어트 콜라를 먹으면서 거기에 어떤 인공감미료가 들어가는 지 모르고 먹고 있는 것처럼요. 단지 설탕이 빠졌겠지만 대신에 다른 걸로 교체(Trade) 시킨 것일 수도 있죠.

장양순 이사 친환경 기저귀를 개발하면서 소비자 조사를 여러 번 진행했는데, 소비자들이 자신이나 가족의 건강에 도움이 되는 것에 보다 많은 관심을 갖고 농약을 적게 씌우므로 자연을 보호하고 우리 후손을 위해 지구를 깨끗이 물려주자는 개념까지 깊이 생각하는 소비자는 적은 편이에요. 그러다 보니까 우리가 친환경소재를 개발했지만 생분해가 빨리 될 수 있다는 친환경적인 접근보다 소비자들은 '식물성 소재로 만들어져 굉장히 부드럽고 우리 아기가 사용하면 정말 피부에 좋겠다 안심이 되겠다' 라는 점에 더 호감을 보였어요. 그래서 실제 시장에 내 보낼 때는 아기피부건강 컨셉을 좀더 강조했지만, 실제로 제품 측면에서는 친환경을 위해 더 좋은 제품을 만들기 위해 연구 개발을 지속하고 있답니다.

의제 3

신사업 진출이 많아지고 있다. 우리의 핵심가치가 변할 수 있는가?

사회 최근 유한킴벌리는 신 사업 진출이 많아지고 있습니다. 이와 관련해 우리가 추구하는 핵심가치가 바뀔 수 있다고 생각하시나요?

김형범 부장 천으로 만든 걸 써도 되는데, 왜 유한킴벌리에서 만든 생리대를 쓸까를 생각해 보면 결국 가장 큰 가치는 편리성인 것 같습니다. 더 확대하면 편안함이죠. 소비자들의 삶의 질을 향상 시켜주는 심미성, 흡수 성능을 좋게 하고 냄새를 제거해주는 등의 편리성, 그 부분을 간과해서는 안 된다고 생각합니다. 우리 소비자들의 삶의 질을 어떤 방법으로 어느 곳에서 더 윤곽하게 해줄 것이냐를 분명히 고민해야 된다고 생각합니다.

장양순 이사 소비자들을 위한 건강 제공이 기본 핵심가치라면, 그 상위의 핵심가치는 행복이라고도 볼 수 있죠. 그동안 우리는 위생에서 출발, 건강을 통해서 행복함을 주고자 했죠. 스킨케어는 피부건강을 통해 행복을 추구해요. 예를 들면, 사회적으로 아토피같은 문제가 심각해지면서 엄마는 아기피부가 편안하고 좋은 상태일 때야 만족감을 느끼죠. 우리 제품을 통해 감염으로부터 보호하고 건강을 유지해나가서 건강과 행복을 추구할 수 있도록 도와주는 회사로서의 핵심가치는 계속되고 있다고 봐요.

진재승 이사 궁극적으로는 제품을 통한 학습효과 제공까지도 생각해볼 수 있습니다. 최근 출시한 더블하트 같은 경우 아이들이 성장하는 과정 중에서 배워야 될 것 들을 트레이닝 할 수 있는 도구들이 포함되어 있거든요. 그런 도

지속가능성을 실현한 유한킴벌리 제품들



구들은 궁극적으로는 아이들의 정서발달과 어른들을 흥내 내려고 하는 과정 중에 필요한 학습 도구들을 제공해주는 것이기도 합니다.

의제 4

고객이 원하는 가치와 우리가 추구하는 가치가 상충했을 때 해결방법은 무엇인가?

사회 고객이 원하는 가치와 우리가 원하는 가치가 상충됐을 때 유한킴벌리는 어떻게 노력하고 있나요?

김성훈 이사 과거 티슈 제품을 만들어 가치를 제공했는데, 이제는 전세계의 관심이 원료를 좀 덜 쓰는 방법이 없겠냐는 질문을 던져요. 때문에 되도록이면 덜 사용해서 가치를 더 높이는 방향으로 제품개발을 하고 있습니다. 예를 들면 과거 총량 20그램의 티슈에 공기가 2% 들어있었다면, 지금은 10% 더 버블하게 만들어서 소비자들에게는 부드럽게 느껴지고, 실제 사용량을 줄이는 방향으로 움직이지요.

윤태일 부장 예를 들어 나무 사용량을 줄이고 재생섬유를 많이 쓰면 천연펄프를 쓸 때보다 소비자가 요구하는 흡수력과 강도는 떨어지지만 겹 수를 늘려서 흡수력을 높이는 쪽으로 제품을 개발해서 균형을 맞춰줄 수 있을 것 같아요.

김형범 부장 생리대는 부직포 커버를 선호하는 소비자와, 필름 커버를 선호하는 소비자가 있어요. 트렌드가 점점 부직포 쪽으로 가는데 아직도 각각의 장점을 통합할 수 있는 기술이 없어서 문제에 봉착하지요. 그래서 차선택으로 두 장점을 차용한 듀얼 커버 같은 제품들을 개발해나가는 것이죠.

진재승 이사 우리가 지금 개발하고 있는 것이 당장 상품화 되지 않는다고 다 잘라버리고 100% 상품화 될 것만 가져왔다면, 우리의 성공 가능성은 지금보다 많이 줄어들었을 것입니다. 예를 들어 처음부터 가격을 우려해 친환경 소재들을 다 배제하고 개발했다면 친환경소재의 기저귀 하키스 네이처메이드는 출시되지 못했을 겁니다. 향후 그 소재들의 가격이 낮아지고 시장상황이 좋아질 것이라는 비전을 가지고 적용을 하는 것입니다. 빠른 변화에 대응하려면 2가지 밖에 없다고 생각합니다. 첫 번째는 우리가 혁신을 통해 개발하는 시간을 최대한 줄이는 방법 또 하나는 많은 대안을 준비해놓고 그 중에서 사용자의 요구와 맞는 것을 선택하게 하는 방법입니다. 둘 다 많은 노력이 필요합니다.

장양순 이사 소비자는 냉정합니다. 우리가 국내 1등 기업이고 우리가 할 수 있는 것은 지금 다 하고 있다고 자만하다 보면 언제 어느 순간에 우리 소비자들이 단체로 등을 돌리는 일이 생길지 모릅니다. 때문에 우리는 항상 소비자의 변화하는 욕구를 주시하면서 끊임없이 노력해야 할 것입니다.

사회 감사합니다. 본 내용은 2010년 3월 17일 서울 본사 17층 블루오션룸에서 진행된 좌담회 내용을 정리한 것입니다.

아젠다 3 AGENDA **시장 변화 속에서의 기회 발굴**
시장변화에 대응해서 어떠한 노력을 펼쳐나가고 있나?

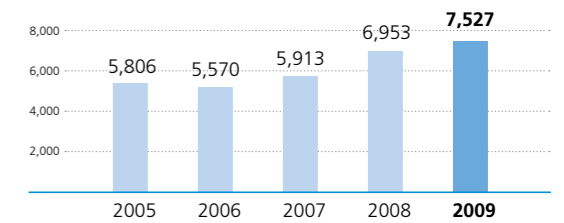
유한킴벌리는 고객의 필요와 요구를 빠르게 포착하고 이를 바탕으로 제품과 기술에 대한 지속적인 혁신과 창조를 통해 미지의 영역을 기회의 영역으로 바꾸어 가고 있습니다.

연구개발 · 제품과 시장 조사가 밑바탕

신시장 개척을 위한 제품 연구 개발 강화

유한킴벌리는 제품 연구 기술 혁신을 위해 2009년 연구 개발에 약 75억 원을 투자했습니다. 이는 전년 대비 8.2% 증가한 금액입니다. 2009년 신규 시장인 여성 스킨케어 시장 진출 등에 따라 연구 및 신제품 개발과 조사가 전년 대비 늘었기 때문입니다.

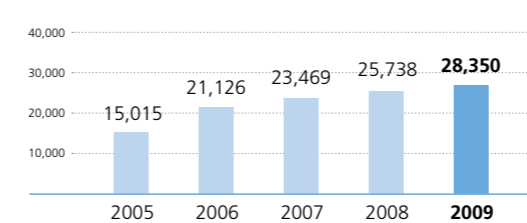
연구개발 투자금액 추이 (단위 : 백만 원)



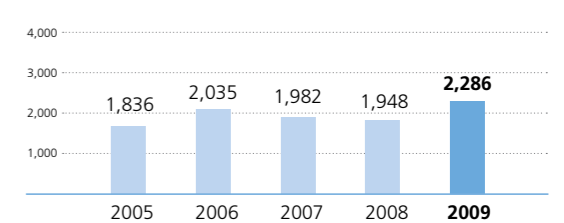
제품혁신을 위한 고객조사 진행

유한킴벌리는 소비자의 요구를 제품 개발에 반영하기 위해 2009년 총 28,305명이 참여한 134개의 조사를 진행하였습니다. 이 중에는 회사 성장의 핵심 동력이 될 신규사업과 해외시장 개척 조사를 위해 49개 프로젝트에 대한 총 11,040명의 소비자 의견이 포함되어 있습니다. 2009년 2,286백만 원의 조사비용을 사용했으며, 고객조사비의 사용비율은 기존 사업에 78.6%, 신규사업에 11.0%, 해외시장개척에 10.6%를 사용하였습니다.

제품 혁신을 위한 조사 참여 고객 (단위 : 명)



고객 요구 파악을 위한 비용 (단위 : 백만 원)



신사업, 신시장으로의 진출과 확장

더블하트 DoubleHeart

종합육아용품 기업을 꿈꾸며 육아용품 시장 진출

유한킴벌리는 일본 피죤사와 전략적 제휴를 맺고 '더블하트' 라는 새로운 브랜드를 만들어 2010년 3월 육아용품시장에 진출했습니다. 주요 제품들은 아기 성장단계 별 특성을 고려한 인체공학적 디자인을 갖춘 것이 특징입니다. 제품 종류로는 수유용품(젓병, 수유패드 등), 베이비 홈헬스케어용품(손톱가위, 콧물흡입기 등), 아기성장지원용품(치아발육기, 노리개젓꼭지 등) 그리고 임신부용품(임산부용 마사지크림 등)이 있습니다. 향후 '종합육아용품' 기업이 되어 국내 시장을 확대하고 향후 해외시장 개척하는데 기회로 삼고자 노력 중입니다. 브랜드 '더블하트' 는 '엄마와 아기의 심장이 하나로 합쳐진 모습' 으로 아기의 친밀감과 따뜻한 사랑' 이라는 의미를 담고 있습니다.



메이브리즈 Maybreeze™

창립 이래 처음으로 여성 스킨케어 시장에 진출

유한킴벌리는 성장 동력의 확보를 위해 2009년 10월 창립이래 처음 여성스킨케어시장에 진출했습니다. 새 여성스킨케어사업의 브랜드명은 '메이브리즈' 입니다. 식물성 원료와 저자극 원료를 바탕으로 2년간의 연구 개발 노력으로 출시되었습니다. 특히 출원 중인 '내추럴 바이탈플렉스™' 는 한국 여성의 피부를 목표로 개발되었으며, 식물성 원료를 통해 끈적임 없는 사용감과 보습력이 특징입니다.



잭슨세이프티 JacksonSafety

잭슨세이프티

산업현장에서 사용하는 고품질의 안전보호용품 시장 진출

유한킴벌리는 산업재해로부터 작업자와 환경을 안전하게 보호하는 안전용품사업에 2010년 5월 진출했습니다. 브랜드명은 잭슨세이프티(Jackson Safety)입니다. 이를 통해 산업체 위생용품뿐 아니라 안전용품을 포함한 제품을 종합적으로 판매하는 기업으로 나아가고자 합니다. 2010년 말까지 약 80가지의 다양한 안전용품이 출시될 예정입니다.



킴케어 Kimcare

질병예방을 위한 손소독제 출시

유한킴벌리는 젤타입으로 비누가 없어도 손을 소독할 수 있으며, 각종 질병이나 감염의 원인이 되는 주요 세균을 99.9% 제거할 수 있는 킴케어 프리미엄 손소독제를 2009년 3월 출시했습니다. 이는 개인 위생에 대한 관심이 증가함에 따라 트렌드를 반영하여 2008년부터 개발을 준비한 제품으로, 2009년 하반기부터 시작된 신종플루 유행에 선제적으로 대처했다는 점에서 의미가 있습니다. 유한킴벌리는 위생과 안전을 위한 제품을 지속적으로 강화해 갈 예정입니다.

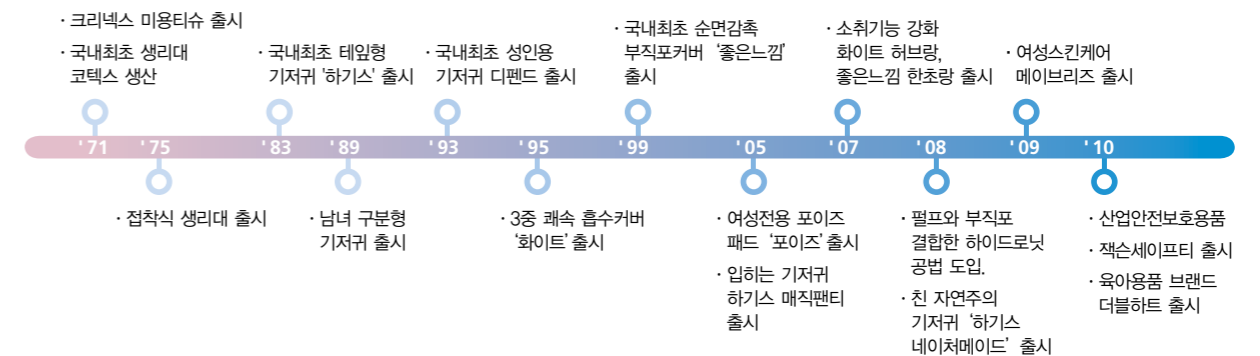


병원용품 의료기기 Medical Device

병원용품 의료기기

유한킴벌리는 2009년 10월 부터 의료기기 사업을 시작했습니다. 그 동안 병원용품으로 다루었던 제품들은 수술포, 가운 등 기존 의료 소모품 위주였으나 이를 더 확장한 것입니다. 2009년 12월 첫 제품으로 환자에게 안전하게 음식물 및 영양을 공급할 수 있는 튜브(Enteral Feeding Tube)제품을 출시했습니다.

유한킴벌리의 신제품, 신기술 개발 역사



수출 시장으로의 진출과 확장

수출 비중 전체 매출액 15.5% 차지

유한킴벌리의 2009년 수출 비중은 전체 매출액 중 약 15.5%(1,762억 원)를 차지합니다. 2009년 수출국 중 일본과 몽골 지역의 경우 영업에 도움을 주고, KPI를 공유하는 협업시장을 개발하여 해당지역 실적이 전년 대비 각각 70%와 60%성장했습니다. 또한 수출 재고 일수와 SKU 합리화 및 수출 관세환급을 분기별로 관세사를 통하지 않고 매달 직접 실시하는 수출시스템 도입을 통해 수출 순이익 증가를 도모하고 있습니다. 또한 무역 경쟁력을 강화하기 위해 2010년 하반기 취득을 목표로 물류감사 제도에 대한 공인무역인증제도 AEO(Authorized Economic Operator) 인증을 준비 중입니다.

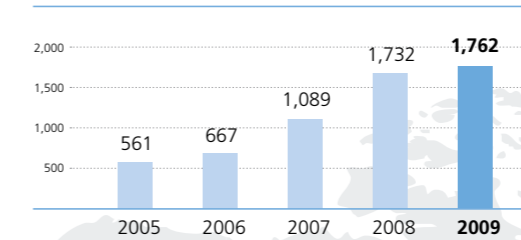
제품 별 수출 국가 현황 (단위: 개국)

품목	기저귀	팬츠	생리대	물티슈	가정용품	부직포	병원용품	DTP	디펜드, 원자재
수출국가수	12	4	24	5	4	14	2	6	23
전체수출국(53)	남아프리카공화국, 대만, 러시아, 레바논, 말레이시아, 멕시코, 모로코, 모리셔스, 몽골, 미국, 베네수엘라, 베트남, 볼리비아, 브라질, 사우디 아라비아, 세네갈, 싱가포르, 아르헨티나, 앙골라, 에콰도르, 영국, 요르단, 우크라이나, 이스라엘, 이탈리아, 이집트, 인도네시아, 인도, 일본, 중국, 칠레, 코스타리카, 콜롬비아, 케냐, 태국, 터키, 페루, 필리핀, 호주, 홍콩, 스위스, 카자흐스탄, 아제르바이잔, 그루지아, 아르메니아, 우즈베키스탄, 투르메니스탄, 타지키스탄, 키르기즈스탄, 탄자니아, 뉴질랜드, 바레인								

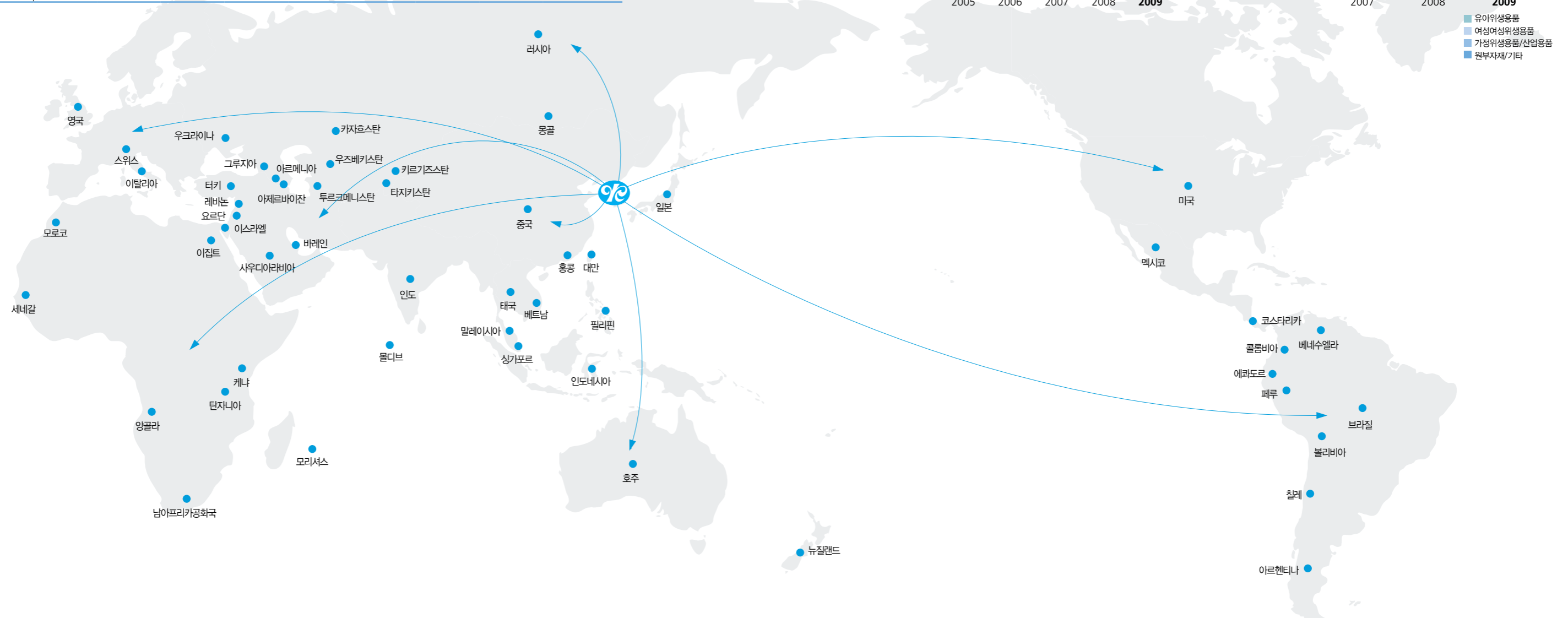
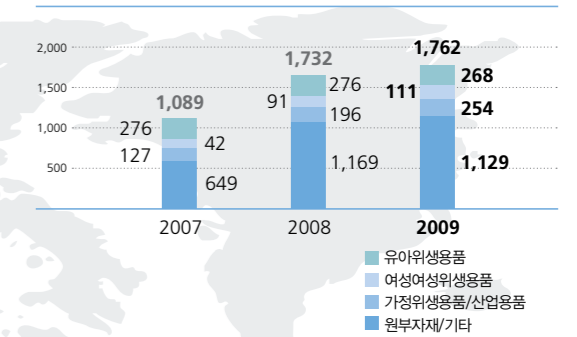
주요수출지역은 중국, 중동, 러시아 순

유한킴벌리는 기저귀와 생리대를 총 53개국(2008년, 52개국, 2009년 탄자니아 수출 시작)에 수출하고 있습니다. 주요 수출국가는 중국 지역, 중동 지역, 러시아 지역 순이며, 3개 지역의 수출 비중이 전체의 87%를 차지하고 있습니다. 이는 기존 수출 제품의 시장점유율이 높아지면서 판매가 증가했기 때문입니다. 주요 수출품은 완제품(기저귀, 생리대, 아기 물티슈, 산업용품, 병원용품 등)과 원부자재(부직포 및 티슈 원단, 기저귀 원부자재 등)로 구성됩니다. 수출 비중이 가장 큰 제품은 기저귀(63.8%), 생리대(13.8%)입니다. 생리대의 수출은 전년대비 약 26% 증가했습니다.

수출실적 (단위: 억 원)



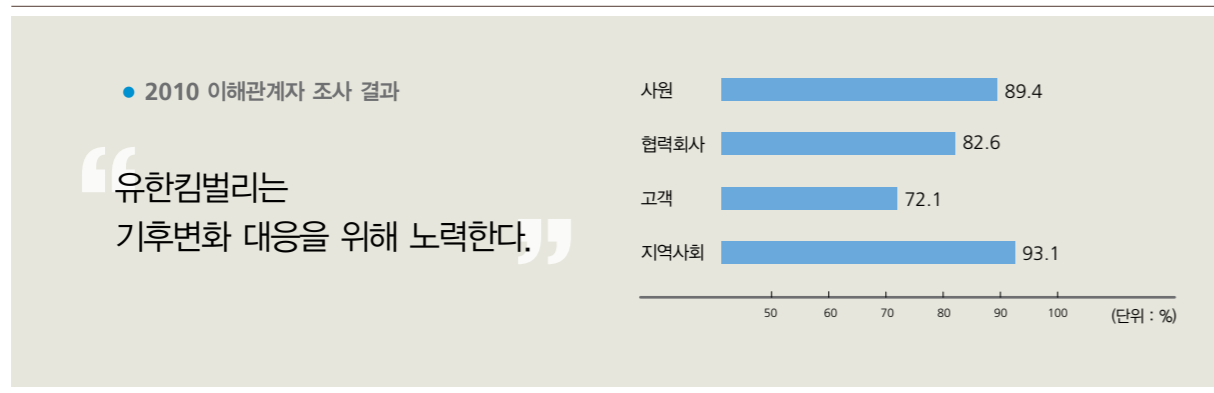
카테고리 별 수출 비중 변화 추이 (단위: 억 원)



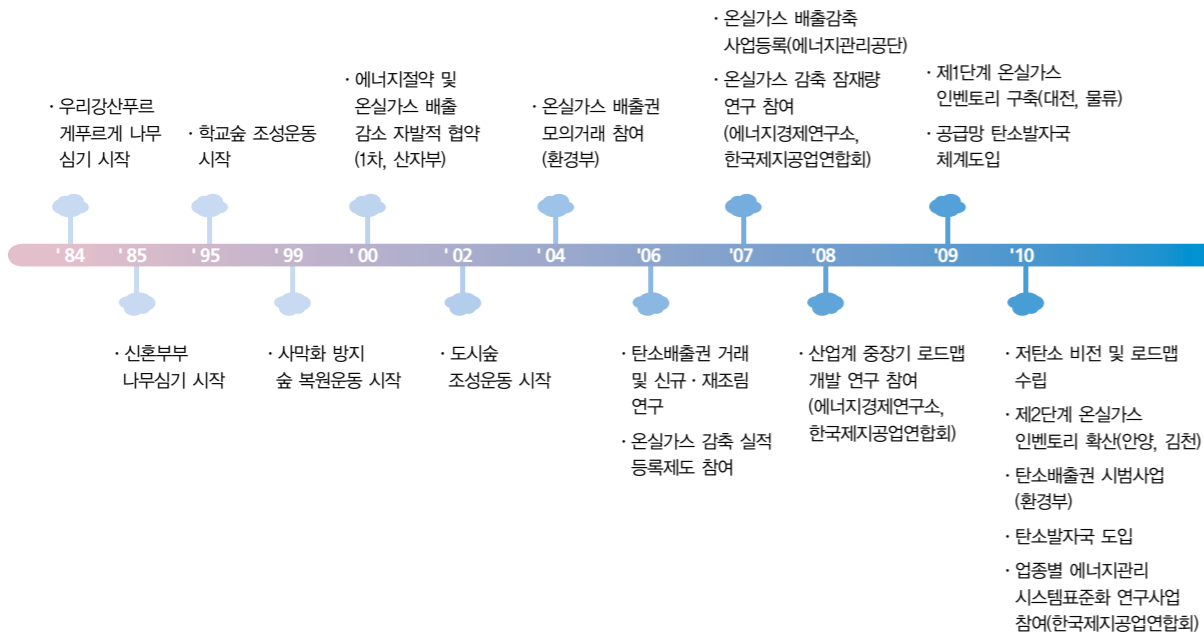
아젠다 4 AGENDA 기후변화 대응을 어떻게 하고 있나?

기후변화 대응 2010 주요 보고 영역

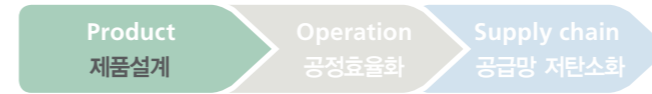
기후변화에 대응하기 위해서는 온실가스 배출원의 정확한 진단과 측정, 설비개선을 통해 에너지 소비량을 줄이면서 부가가치가 높은 제품을 만드는 것이 중요합니다. 또한 에너지 저소비형으로 생산구조를 변화시키는 것 외에 생태계에 나무를 심고 가꿔 탄소를 저감시키는 노력도 필요합니다.



기후변화 대응 노력



유한킴벌리의 온실가스 감축노력



제품설계 단계 부터 감축

2010년 목표로 탄소 라벨링 인증 획득 추진

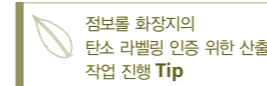
유한킴벌리는 제품의 온실가스 발생량 정보를 투명하게 공개해 나갈 예정입니다. 2010년 탄소라벨링 인증 취득 (2009.09-2010.12)을 위해 원부자재업체와 자체 생산공장의 배출량(탄소발자국)을 분석하고 있습니다. 탄소 라벨링 인증 대상 제품은 기저귀 (하기스 골드, 매직팬티, 네이처메이드), 물티슈 (크리빅스, 하기스), 로션류입니다. 향후 인증제품을 확대해 탄소배출량 저감에 노력할 것입니다.

전과정 평가(Life Cycle Assessment, LCA) 통해 감축 노력

제품 설계 시부터 보다 효과적인 감축을 위해 LCA(Life Cycle Assessment, 전 과정 평가)를 실시하고 있습니다. 환경영향을 검토하여 온실가스를 보다 합리적으로 감축할 수 있도록 노력하고 있습니다.

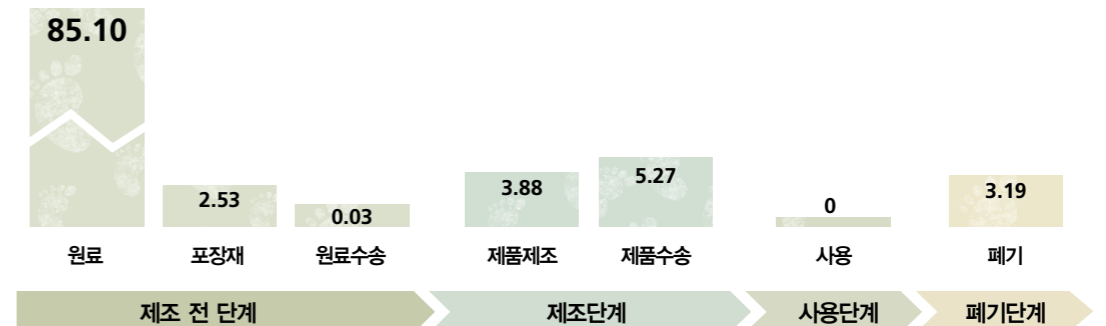
연도 별 전과정 평가 (2001-2008)

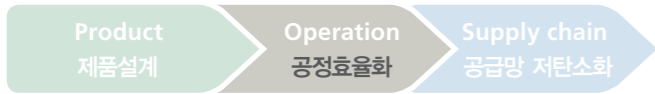
연도	대상	유한킴벌리 제품 설계 단계에서의 감축 노력
2001	화장지 LCA	수송과정 중 환경부하 감소 위해 수입 재활용지에서 국내 재활용지 구매정책 강화
2003	DTP LCA	기존 날염 방식과 디지털날염방식 비교 통해 환경친화성 객관적 제시
2003	기저귀 LCA	유한킴벌리 환경경영 기법과 청정생산기술을 공급업체에게 이전, 확산
2007	친환경기저귀 LCA	친자연주의 기저귀가 기존 기저귀보다 환경성이 개선됨을 정량적으로 증명. 이를 바탕으로 신제품 '하기스 네이처메이드' 출시
2008	생리대 LCA	기존 생리대와 에코 디자인 생리대의 비교 분석 통해 생리대 개발 전략 수립. 향후 환경친화적 팬티리너 개발 시 조사 결과 참고 예정



유한킴벌리는 2010년 정보를 화장지를 시작으로 탄소라벨링 인증을 위한 탄소배출량 산출 작업을 진행하고 있습니다. 정보를 화장지 500m 1박스(가능 단위의) 탄소 배출량 87.66%는 제품 제조 전 단계에서 배출됩니다. 이 중 화장지 원단 생산공정에서 배출량(17.65kg, 85.10%)이 가장 높으며, 원단 생산 공정에서의 에너지 사용량에 의한 배출량이 17.5kg로 총 배출량의 84.4%를 차지합니다. 참고로, 제품의 탄소발자국(Carbon Footprint)이란, 제품의 전과정에서 직간접적으로 배출한 온실가스배출의 총량을 이산화탄소 발생량으로 표현한 것을 의미합니다.

정보를 화장지 제조 단계 별 탄소배출 비율 (단위 : %)





공정 효율화 통한 감축

온실가스 인벤토리 구축

유한킴벌리는 정확한 온실가스 배출량 산정하고 검증하기 위한 기초단계로서 2009년 대전공장과 물류 부문에서 발생하는 온실가스 인벤토리¹⁾ 시스템 구축을 진행했습니다(2009.05-10). 데이터 구축 기간은 2005년부터 2008년까지였으며, 연간 배출량 산정 기간은 1월 1일부터 12월 31일까지입니다. 이를 통해 유한킴벌리는 온실가스 감축 기회를 규명하고, 감축 목표 설정과 우선순위를 결정하는데 활용할 계획이며, 이를 토대로 배출권 거래 및 온실가스 프로그램 참여의 기반을 구축하고, 이해관계자의 정보 공개요구에 대응할 수 있는 기회를 마련하였습니다. 또한 2010년에는 전 사업장의 온실가스 인벤토리를 확대해나갈 예정입니다.

원단위 CO₂ 발생량 (단위 : t CO₂/제품ton)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	
대전공장	총 배출량(tCO ₂ e)	26,854	27,737	32,415	37,354	34,399
	원단위(tCO ₂ e/제품톤)	0.533	0.540	0.470	0.464	0.434
물류부문	직·간접 배출량(tCO ₂ e)	262	260	291	403	385
	수송배출량(tCO ₂ e)	9,399	9,885	9,721	9,554	9,885

※물류 부문은 직영하고 있는 물류센터만 산정.

물류부문의 환경영향 감소 위한 향후 과제 도출

유한킴벌리는 물류 활동을 재평가해서 향후 환경영향 감소를 위한 과제를 도출하였습니다(2009.05-12).

분류	기존 주요 활동	신규 과제 및 활동
녹색협업 Green Alliance	지속가능성 관련 팀과의 협력 활동	환경물류 정책 모니터링 월간·분기별 모니터링 및 공유 고객사 물류본부 협업 강화 대형 유통사와의 공동 수송 방안 강구
녹색역량강화 Green Competence	온실가스 저감 노력 차주들의 에코드라이빙 캠페인, 매연 저감 장치 장착 및 청소, CVO, 차량 대형화, 복화 운송, 현지 출고, 무반품 약정, 폐기물 처리, LNG/CNG 차량 개발 동참 등	온실가스 저감노력 하이패스, 출고지시서 등 전자문서화, 연료 절감기 시범 장착, 환경자 원봉사
	에너지저감노력 전기난방 사용, 선풍기 사용, 전등절전, 자연채광, 자전거 타기, 카풀 참여	에너지 저감 노력 절전기 사용
녹색파트너십 구축 Green Partnership	친환경 물류 자재 사용 재활용 제품 사용 (복사용지, 램비닐, 토너, 장갑, 유니폼, 명함 등), 개인 컵 사용, 친환경 페인트, 에너지 효율 1등급 제품 우선 구매	물류대행업체·수배송 운송사 협업 강화 다이아그램 공동 개발 통한 공차율 개선, 공동 수송 개발, 유한킴벌리 프로그램 전수, 에코타이어 검토 친환경 물류센터 구축 물 안 쓰는 소변기, 포토 셀 설치, 옥외 벽면 녹화, 심야 전력, 벽천 분수, 자전거 보관소, 절전기 사용, 가로등 집열판

¹⁾ 온실가스 인벤토리(Green House Gas Inventory) : 교토의정서에서 규정하고 있는 온실가스 6대물질에 대한 배출, 흡수량을 수집, 기록, 산정, 관리하는 일련의 온실가스 통계시스템

온실가스 저감 이니셔티브 및 성과 - 온실가스 배출 감축사업 등록과 실천

유한킴벌리 김천공장의 2009년 검증된 온실가스 감축량은 12,662 ton CO₂-eq였으며, 정부의 온실가스 감축분에 대한 구매에 따라 약 6천 3백 만원의 판매 수익을 올려서 에코효율성 사례가 되었습니다. 이는 김천공장이 온실가스 배출 감축사업으로 보일러연료교체사업(2006.11, 사업계획서 제출, B/A→LNG방식)과 초지 기계 버너 연료교체사업(2007년 사업계획서 제출, 등유→LNG방식)을 추진해 2008년에 각각 정부 인증을 받은 결과입니다. 김천공장은 2012년 까지 5년간 온실가스 감축사업 등록에 따라 정부로부터 매년 평가를 받아 수익을 올릴 예정입니다.

대전공장, 탄소 배출권 거래제도 참여

유한킴벌리 대전공장은 온실가스 배출원별 배출량을 정량화해서 온실가스 인벤토리를 구축 완료하고, 탄소배출권 거래제 시범사업(2010-2012년, 환경부 주관)에 참여하고 있습니다. 참여하는 기관은 14개 광역자치단체, 환경친화기업협회 및 한국체인스��어협회 등입니다. 참고로, 탄소배출권 거래제는 사업장별로 기준 온실가스 배출량을 부여하고(대전공장 기준 배출량: 28,804 tCO₂/년), 기준을 초과하거나 절약해 아낀 만큼의 에너지에 해당하는 온실가스 배출권을 거래시장에서 사고 팔 수 있게 하는 제도입니다.

온실가스 16% 감축 (2005년 대비)

유한킴벌리는 2009년 제품 1톤 생산 시 발생하는 CO₂ 배출량을 약 16%(2005년 대비) 감축했으나, CO₂ 총 배출량은 전년 대비 약 2,400톤 CO₂ 증가하였습니다. 이는 김천공장 타올 생산 기계의 신규 증설 및 전체 생산량이 증가했기 때문입니다. 참고로, 유한킴벌리의 주요 온실가스 직접 배출원은 제품 생산 시 연소되는 연료(LNG)이며, 간접 배출원은 외부로부터의 구매해 오는 전기와 스팀입니다.

원단위 CO₂ 발생량 (단위 : tCO₂/제품ton)

구분	2005	2006	2007	2008	2009
군포공장	0.704	0.688	0.682	0.670	0.626
김천공장	1.119	0.986	0.984	0.983	1.075
대전공장	0.542	0.527	0.441	0.431	0.402
합계	0.879	0.800	0.742	0.720	0.741

CO₂ 총 배출량 (단위 : 천 tCO₂-eq/년)

구분	2005	2006	2007	2008	2009
직접배출원	68,541	58,545	53,922	53,763	49,087
간접배출원	99,257	97,801	101,538	107,454	114,540
합계	167,798	156,346	155,461	161,217	163,627

※전력 사용량에 따른 TC(ton C)의 배출계수 - 에너지경제연구원 2005년도 지정 계수 0.424 tCO₂(ton CO₂)/Mwh 사용.

※각사업장 데이터 기준을 통일시켜 재 산출하여 지표가 일부 수정되었습니다.



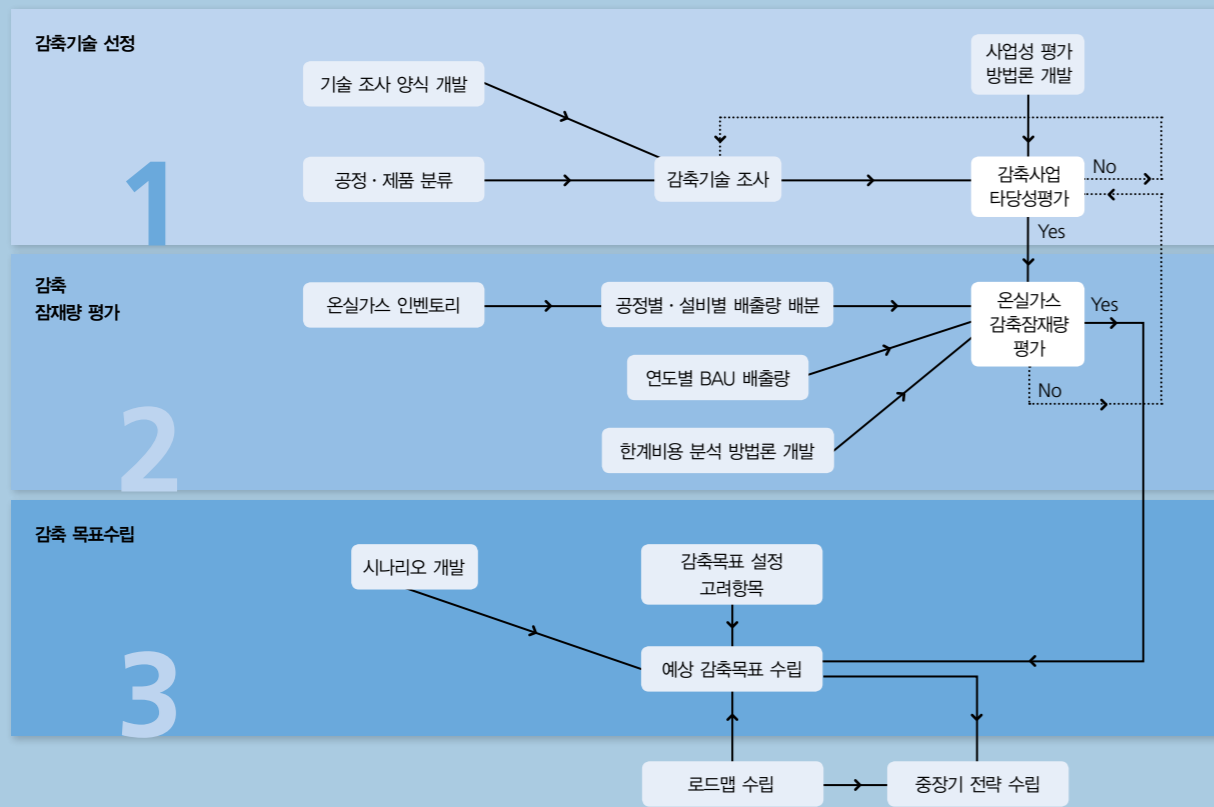
공급망 전체의 저탄소화 추구

유한킴벌리와 고객유통사의 저탄소 녹색소비 캠페인 참여

유한킴벌리는 공익캠페인 저탄소 녹색소비 캠페인(2009.10.8-14)에 참여해 탄소개시백이 적용된 뽀뽀 화장지와 그린마일리지 생리대를 약 15%할인된 가격으로 제공했습니다. 이는 고객유통사인 홈플러스 112개 점포에서 진행하는 것으로서, 친환경 소비에 대한 혜택을 제공하고, 녹색소비 문화를 확산시키자는 취지에서 기획된 것입니다.

공급망 저탄소 경영 체제(SCCM, Supply Chain Carbon Management) 확산

유한킴벌리는 공급망 환경경영 사업(SCEM, Supply Chain Environmental Management, 2003-2006)을 지식경제부 산하 국가청정생산지원센터와 공동 추진하여 공급망 환경경영의 기반을 다졌습니다. 이를 바탕으로 2009년 3월부터 협력회사 17개사와 공급망 저탄소경영 체제 구축사업을 추진하고 있습니다. 이는 탄소 배출 관련 위험요소를 최소화하고, 경제적 기회 발굴을 통해 환경적 지속가능성과 수익성을 동시에 추구하는 경영 활동을 공급망에 확산하는 것이 과제입니다. 1차 년도에는 에너지 진단 및 개선, 온실가스 인벤토리 구축, 물류·수송 분야 온실가스 감축, 저탄소 경영체제 구축, 온실가스 감축 잠재량 평가 등의 과제를 수행했으며 향후 공정진단, 탄소 성적표시제도, 중소기업형 저탄소 로드맵 개발 등의 과제를 운영할 계획입니다. 참고로, 유한킴벌리에서 전체 탄소 배출이 가장 높은 비중은 원료 및 포장재 부분입니다.



사. 레 .

유한킴벌리의 우리강산푸르게푸르게 광고를 통한 STOP CO₂ 캠페인(2002-2010)

나무는 탄소 통조림!

- 지구 온난화의 주범인 CO₂ 를 줄이는 가장 좋은 방법 소개



2002



2005

나무는 탄소 통조림 편

2002년은 우리나라가 교토의정서를 비준한 해로 이산화탄소 발생에 대한 사회의 관심이 증가되었으나 인식수준은 높지 않던 때였습니다. 본 광고를 통해 나무에 탄소를 고정시키는 효과가 있다는 관점을 제시했습니다.

나무는 탄소 통조림 편

2005년에 교토의정서가 정식 발효되었고 이산화 탄소 줄이기에 대한 전세계적 노력이 구체화되기 시작했습니다. 유한킴벌리는 우리나라 산림이 연간 7,200만 톤의 탄소를 흡수하는 커다란 탄소흡수원이며 이산화탄소를 줄이기 위해서는 숲의 확보가 중요함을 강조했습니다.



2008



2009



2010

CO₂를 줄이는 푸른방법 편

2008년에 교토체제가 출범하여 교토의정서에 따라 2008-2012년 5년간 온실가스 감축이 시행되었습니다. 본 광고는 실제 발생하고 있는 생태계의 교란과 생활에 큰 영향을 미치고 있으나 그 정도를 구체적으로 가능하기는 쉽지 않은 일상생활의 변화를 보여주고 기후변화의 심각성을 깨닫게 하고 있습니다.

숲이 고마운 이유 편

2009년에 코펜하겐 기후변화 회의가 개최되어 기후변화 대응에 대한 전세계의 노력이 강조되었습니다. 일상생활에서 배출되는 CO₂의 양과 이를 상쇄하기 위해 필요한 나무의 그루 수를 제시하여 기후변화의 심각성과 나무심기의 필요성을 인식할 수 있게 했습니다.

나무는 탄소 통조림 편

2010년에 저탄소녹색성장 기본법 시행령이 시행되어 2020년까지 온실가스 배출전망치 대비 30%를 감축목표로 설정했습니다. 우리가 내뿜은 탄소를 나무가 흡수해 고정해 준다는 사실을 일상생활과 긴밀하게 연결해 나무심기의 중요성을 역설하고 있습니다.

유한킴벌리는 1980년 중반부터 우리강산푸르게푸르게 캠페인의 광고를 통해 나무를 심고 가꾸는 것의 중요성을 계속 강조해왔습니다. 또한 2000년대 들어서는 지구온난화의 심각성을 알리고, 기후변화 대응 차원에서 나무를 심고 숲을 가꾸는 일의 중요성을 알리는 메시지를 지속적으로 소개해왔습니다. 특히 2009년 자동차, 에어컨, 결혼식 등을 소재로 CO₂배출의 심각성을 알리고 지구온난화의 주범을 없애는데 나무를 심고, 숲을 가꾸는 일이 중요하다는 메시지를 소개했으며, 2010년에도 이 시리즈를 계속 이어가고 있습니다. 본 광고는 한국의 여러 광고대상에서 기업 PR광고상을 수상하는 등 사회적으로 유익한 광고로서 좋은 평가를 받고 있습니다.

사원들의 자발적인 에너지 절감 실천

본사 사원 차 없는 날 행사 참여

유한킴벌리 본사에서 차량 지원을 받는 사원들(84.3%)은 서울시가 주최한 2009 서울 차 없는 날 행사에 2009년 9월 22일 참여했습니다. 이는 1년에 한번이라도 차를 타지 말자는 캠페인에 자발적으로 동참한 것입니다.

대전 사원들의 자전거 타기 캠페인 지속

유한킴벌리 대전공장 사원들이 차량 키폴제(1998), 자전거 캠페인(2005), 승용차요일제(2007) 캠페인 동참을 통해 2009년 절약된 거리는 118,154km입니다. 또한 공장 차원에서 보다 안전할 수 있도록 자전거 안전용품을 전시하고 판매했습니다(2009.12).

대전공장 자전거 타기 및 카풀 현황

구분	참여 인원(명)	절약된 거리(km)	잣나무로 환산(그루)	
2006	카풀	253	25,944	2,282
	자전거타기	175	22,498	1,985
2007	카풀	224	30,356	2,678
	자전거타기	174	28,466	2,511
2008	카풀	162	85,495	7,274
	자전거타기	234	48,367	4,115
2009	카풀	167	53,954	4,590
	자전거타기	261	64,200	5,462

03

Economic Value

경제성과

지속가능한 성장을 위해 혁신과 창조 노력에 보다 집중하고자 합니다.

경제성과 관리체계 DMA | 경제적 가치창출 및 효과적 자산 관리 | 숫자로 본 경영지표 | 국가와 사회에 기여
 2G 혁신경영 · 마케팅 및 영업혁신 · 물류 및 관리 혁신 · 원가 및 비용 혁신 · 업무 프로세스 혁신 | 2G 창조경영 · 제품 신기술 개발

경제성과 관리체계

비전

2015년에 지속적인 성장을 통해 매출액 3조원을 달성한다.

정책

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

조직

재무 및 ITS, 유아·여성·성인·가정위생용품, B2B사업, 생활용품영업

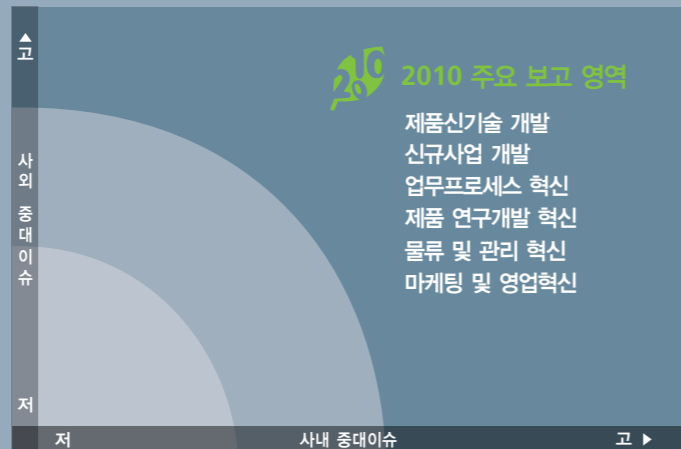
성과와 목표

평가 기준 | ● 목표초과 ● 목표달성 ○ 목표달성 노력 필요

분류	2009			2010	
	성과	평가	관련 Page	목표	
재무 성과	매출액	11,340억 원	●	49	11,400억 원
	순이익률	13.1%	●	49	11%
투자 유치 및 집행	518억 원	○	48	750억 원	
사업	전체매출액 중 수출비중 15.5%	●	36	전년대비 수출 8% 성장	
	전년대비 신성장 사업 22% 성장	●	47	전년대비 신성장 사업 43% 성장	
	신 사업 진출 - 메이브리즈 출시	●	34	신 사업 진출-더블하트 유아용 약세사리, 산업안전용품(Jackson Safety), 10대용 스킨케어 등	
경영 혁신	생산혁신 린식스시그마 시범 사업 시행	●	54	생산혁신 린식스시그마 시범 사업 지속	
투명성	2009 지속가능성 보고서 발간	●	-	2010사회책임경영 보고서 발간	

2010 경제 성과 중대성 평가 [IPS Materiality Test Model™]

혁신경영 성과(제품 연구개발, 업무프로세스 혁신, 물류 및 관리, 마케팅 및 영업 혁신)와 창조경영 성과(제품 신기술, 신규사업 개발)가 중대이슈로 도출되었습니다.



유한킴벌리의 재무적 건전성은 양호한가?

경제적 가치 창출과 효과적 자산 관리

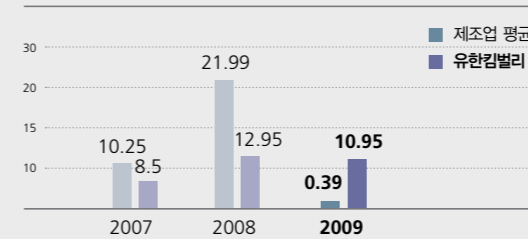
2009 매출 두자리 수 성장 달성

유한킴벌리는 2009년 내수 시장 부진, 유아시장 감소, 일본 제품의 국내 시장 침투 심화, 가격 경쟁 심화 등에 따른 어려운 경영 환경 변화 속에서도 재무 비율 분석 결과 동종산업(대기업) 평균 및 제조업(대기업) 평균보다 재무 건전성이 양호한 것으로 나타났습니다.

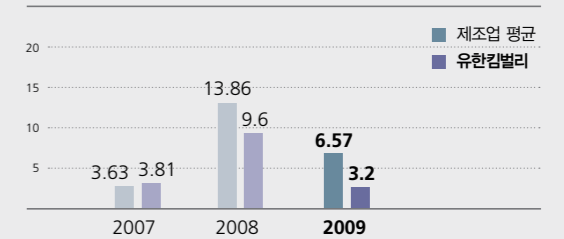
● 성장성

유한킴벌리는 2009년도 매출액은 전년대비 10.95%, 당기순이익은 물류창고 매각에 따른 특별 이익 발생 등으로 전년대비 29.3% 증가하였습니다. 제품 고급화와 혁신적인 신제품 출시, 원가절감 노력을 통하여 기존 내수 시장에서 성장 했으며, 아동 대상 스킨케어, 물티슈, 주방용 타월, 병원용품 등 신 성장 사업에서도 물량 성장을 통해 전년 대비 22% 성장했습니다. 또한 수출에서도 제조업 평균을 상회하는 성장성을 이루었습니다.

매출액증가율 (단위 : %)



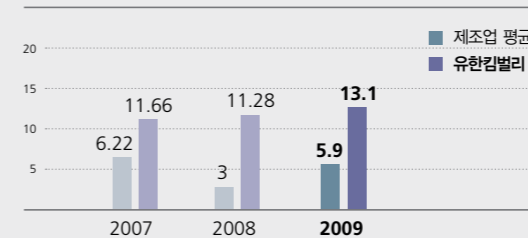
유형자산 증가율 (단위 : %)



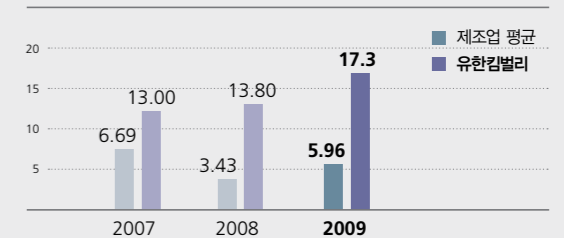
● 수익성

유한킴벌리는 지속적인 성장 기회 확보를 위해 현금확보의 중요성을 인식하고 전사적인 비용 절감 프로젝트를 전 부문에서 진행했습니다. 또한 기저귀 생산성 향상 등 생산 혁신을 통해 원가 절감 노력을 기울였습니다. 그 결과 모든 수익성 지표에서 산업 및 제조업 평균을 상회하는 실적을 달성하였습니다.

매출순이익률 (단위 : %)



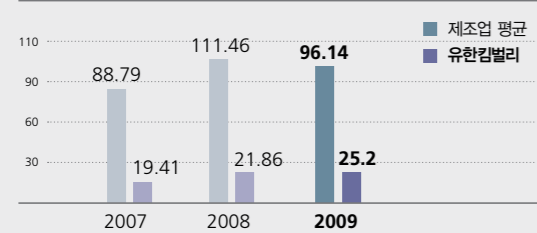
총자산이익률 ROA (단위 : %)



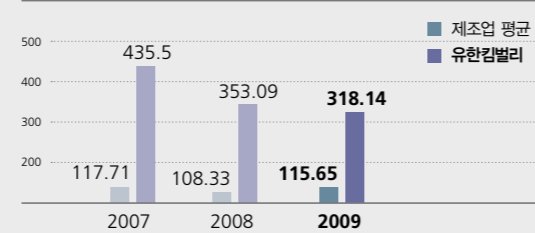
● 안정성

유한킴벌리는 안정적인 영업 현금 흐름과 무차입 경영으로, 유동비율, 부채비율, 당좌비율 등을 안정적으로 유지하고 있습니다. 2009년 부채비율이 증가 추세이나, 제조업 평균보다 재무적 안정성이 높게 유지되고 있습니다.

부채비율 (단위 : %)



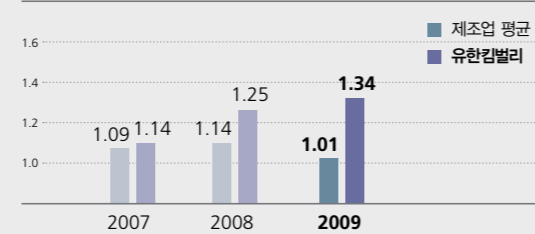
유동비율 (단위 : %)



● 활동성

유한킴벌리의 총자산회전율, 매출채권회전율, 재고자산회전율 및 유형자산회전율 등 활동성 지표가 모두 건전한 실적을 보여주고 있습니다. 이는 매출 창출에 있어 자산이 효율적으로 활용되고 있다는 의미입니다.

총자산회전율 (단위 : 회)



건전한 현금흐름

유한킴벌리는 영업활동으로 벌어들인 돈으로 투자와 재무활동에 다시 충당하는 건실성을 보여주었습니다. 특히 2009년도에는 충주공장 신설에 따라 투자활동이 증가하였습니다.

투자 실적 (단위 : 억 원)

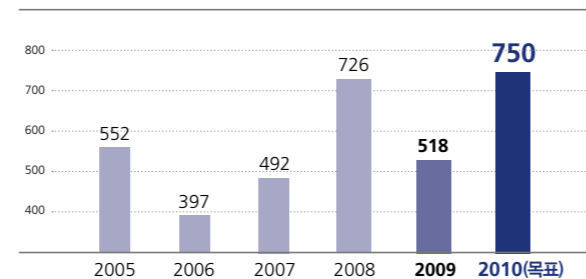
과목	2005	2006	2007	2008	2009
영업활동	95,458	161,632	133,861	133,218	225,682
투자활동	(34,039)	(68,381)	(76,037)	(19,241)	(89,414)
재무활동	(56,000)	(50,380)	(70,000)	(110,000)	(145,000)
순현금흐름	5,419	41,871	(12,176)	3,977	(8,732)

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

미래 성장을 위한 설비 투자 지속

유한킴벌리는 장기적인 성장 기반을 마련하기 위해 2009년에 수출 확대를 위한 기저귀 생산 라인 증설, 국내 최초 빨아쓰는 종이 타월 원단기계 설치 및 가동, 충주 신공장 건축 등에 총 518억 원을 투자했습니다.

투자 실적 (단위 : 억 원)



숫자로 본 경영지표

대차대조표와 손익계산서 (단위 : 억 원)

구분	2005	2006	2007	2008	2009	
대차대조표 (재무상태)	유동자산	4,282	4,831	4,984	4,793	4,965
	비유동 자산	2,686	2,958	3,086	3,507	3,613
	자산총계	6,968	7,789	8,070	8,300	8,579
	유동부채	883	1,135	1,144	1,357	1,561
	비유동부채	303	251	168	132	166
	부채총계	1,186	1,386	1,312	1,489	1,727
	자본금	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
	자본잉여금	625	625	625	625	625
	이익잉여금	3,157	3,778	4,133	4,186	4,227
	자본총계	5,782	6,403	6,758	6,811	6,852
부채와 자본 총계	9,968	7,789	8,070	8,300	8,579	
손익계산서 (경영성과)	매출액	7,743	8,340	9,050	10,221	11,340
	매출원가	4,863	5,272	5,612	6,350	7,102
	매출총이익	2,880	3,068	3,438	3,871	4,238
	판매비와 일반관리비	1,780	1,996	2,134	2,397	2,552
	영업이익	1,100	1,072	1,304	1,474	1,686
	영업외 수익	147	245	209	442	457
	영업외비용	44	67	64	304	211
	법인세 차감전 순이익	1,203	1,250	1,449	1,612	1,932
	법인세비용	310	344	394	459	442
	당기순이익	893	906	1,055	1,153	1,490

재무 지표

연도 지표	주요 경영 지표	유한킴벌리			동종산업(대기업) 평균			제조업(대기업) 평균		
		2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
성장성	매출액증가율(%)	8.50	12.95	10.95	2.66	20.84	3.18	10.25	21.99	0.39
	유형자산증가율(%)	3.81	9.60	3.20	-4.92	8.05	7.59	3.63	13.86	6.57
	당기순이익증가율(%)	16.28	9.33	29.30				21.45		97.64
수익성	매출액영업이익률(%)	14.41	14.42	14.90	2.22	4.98	9.40	6.82	6.58	6.54
	매출액순이익률(%)	11.66	11.28	13.10	-1.07	-1.45	5.19	6.22	3.00	5.90
	총자산순이익률(ROA, %)	13.00	13.80	17.30	-0.28	-1.38	4.57	6.69	3.43	5.96
안정성	자기자본순이익률(ROE, %)	16.03	17.00	21.82	-0.56	-3.06	9.84	12.40	6.88	12.14
	유동비율(%)	435.50	353.09	318.14	118.23	97.40	114.13	117.71	108.33	115.65
	당좌비율(%)	362.30	266.81	251.98	83.34	63.26	83.54	88.10	80.38	90.05
	부채비율(%)	19.41	21.86	25.20	105.06	138.50	100.94	88.79	111.46	96.14
활동성	비유동장기적합률(%)	44.56	50.52	51.49	92.62	101.45	94.64	91.53	95.38	92.04
	총자산회전율(회)	1.14	1.25	1.34	0.84	0.95	0.88	1.09	1.14	1.01
	매출채권회전율(회)	9.73	9.44	9.66	6.51	6.81	6.57	8.86	9.19	7.81
	재고자산회전율(회)	11.14	10.18	10.29	8.88	8.46	8.66	11.63	11.67	10.82
활동성	유형자산회전율(회)	3.12	3.30	3.44	1.42	1.72	1.63	2.79	3.09	2.81

* 비교기준 : 2007, 2008, 2009 제조업 및 동종산업 평균비율은 2010년은 6월 30일자로 한국은행이 발표한 '2009기업경영분석' 중 'C17. 펄프, 종이 및 종이제품' 산업(대기업) 평균과 제조업(대기업) 평균입니다. 유한킴벌리는 건강 위생용품 기업으로 보다 효과적인 비교를 위해 제조업(대기업) 평균을 활용했습니다.

* 금액기준 : 각 지표 계산은 유한킴벌리 영업보고서의 금액을 기준으로 하였습니다.
 ※ 작년보고서 지표에 오류가 있어 일부수치를 수정하였습니다.

경제적 가치의 분배를 어떻게 실현하고 있는가?

국가와 사회에 기여

유한킴벌리는 성실 납세, 공정 거래, 지역사회 공헌 등을 통해 사회 구성원으로서의 책임을 실천해가고 있습니다. 특히 유한킴벌리는 2009년 사회 공헌 활동 자금 중 69.8%를 숲을 조성하고 환경을 보호하는 활동에 사용하였습니다. 이를 통해 우리 사회의 지속가능성 이슈를 함께 고민하고 해결하고자 노력하고 있습니다.

분배된 경제적 가치 (단위: 억 원)

분배 대상	분류	2005	2006	2007	2008	2009		
						금액	비율(%)	
주주	배당금	1,660	504	700	1,100	1,450	12.6	
사원	급여와 복리후생비	1,157	1,393	1,491	1,616	1,710	14.8	
협력회사*	재화와 서비스 구매비용	5,248	5,586	5,921	6,943	7,490	65.3	
지역사회	정부	법인세 및 기타 제세공과금	364	390	443	514	557	4.8
	지역사회·고객	사회공헌활동**	34	57	57	57	58	0.5
기타	기타비용***	143	137	257	132	188	1.6	
사내 유보	사내 유보 증감	- 767	404	355	53	41	0.4	
총 수익(매출액+이자수입 등)		7,839	8,471	9,225	10,416	11,494	100%	

<보고 기준> * 협력회사: 재화와 서비스를 제공하는 파트너에 지급한 구매비용을 기준으로 산출하였습니다.

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

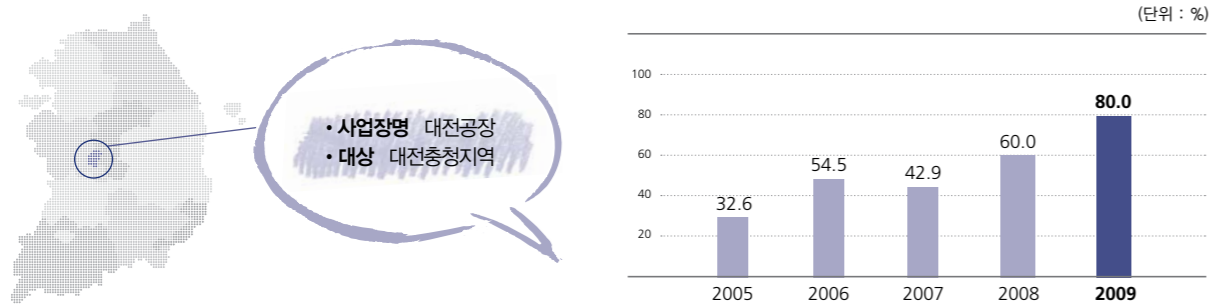
*** 기타비용: 매출액 중 이해관계자(주주, 사원, 협력회사, 고객, 지역사회)에게 분배된 금액을 제외한 것입니다. 임차료, 감가상각비 등이 포함됩니다.

※ 작년도보고서 지표에 오류가 있어 일부수치를 수정하였습니다.

국가 주요 프로젝트 참여 현황 (단위: 백만 원)

프로젝트명	국가기관	사업기간	2005	2006	2007	2008	2009
중소기업직업훈련 컨소시엄	노동부	2003.01-2010.12	1,192	1,147	1,464	765	707
고효율·고감성 DTP용 잉크개발사업	지식경제부	2008.07-2010.06	-	-	-	285	285
에너지 및 자원순환 기술개발 보급사업	지식경제부	2008.12-2010.11	-	-	-	265	350

대전공장의 대전충청지역 인력 수급 비율



* 김천공장은 2009년 신규채용이 없었으며, 군포공장은 수도권에 위치해 본 내용에 해당하지 않습니다.

혁신 경영을 어떻게 실현하고 있는가?

마케팅 및 영업 · 물류 및 관리 · 원가 및 비용 · 업무 프로세스 혁신



마케팅 및 영업 혁신

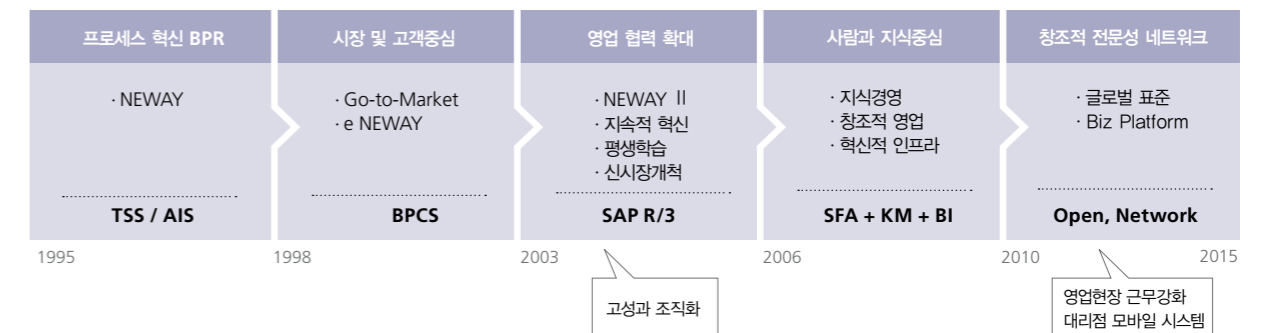
고령화 시대 대비한 전문 대리점 신설

유한킴벌리는 65세 이상 인구와 노인복지시설 수의 증가에 따라 2009년 5월에 기존 대리점에서 별도로 성인위생용품 전문 대리점을 분리시켰습니다. 또한 전문 인력을 배치해 판매 및 관리의 효율성을 높였습니다. 이러한 조직 혁신을 통해 성인위생용품 대리점 판매액은 전년 대비 38% 증가했으며, 장기적으로는 새로운 사업 기반을 구축하는 기회가 되었습니다.

영업 지식경영 시스템 체계 구축

유한킴벌리 생활용품영업은 영업업무자동화, 지식경영, 경영정보시스템을 동시에 구현할 수 있는 통합시스템인 지식경영시스템(KCAMP, Knowledge, Customer And Merchandising Portal)을 구축했습니다(2009.06-2010.02). 정보·지식관리, 판매예측, 판촉 서비스 관련 업무 연동, 고객정보, 일정관리 등이 하나의 시스템으로 통합 관리되면서, 업무 효율 증대와 비용절감 및 지식경영의 새로운 전기를 맞이할 것으로 예상하고 있습니다.

생활용품영업 부문 혁신 단계



물류 및 관리 혁신

물류 배송제도 혁신으로 물류비와 환경부하 감소

유한킴벌리 물류는 고객사인 이마트와 삼성테스코 물류센터로 직접 배송하는 제도를 2009년 부터 시작하였습니다. 직배송제도는 배송 단계 축소로 이동거리를 줄여 고객서비스 향상과 함께 원가 절감과, 배송 시 환경 부하 감소의 효과를 만들어냈습니다. 2010년 2월 부터는 고객사인 삼성테스코와도 선행물류 프로젝트를 진행 중입니다. 이는 물류비(2천 6백만 원/년)와 온실가스(51TCO₂/년)배출을 줄이는 효과가 있습니다.

파렛트 표준화 통한 고객 서비스 강화

유한킴벌리 대전공장은 2009년 생산부터 유통까지 일괄 수배송 시스템이 가능한 표준 파렛트(1.1x1.1m)로 변경하는 작업을 완료했습니다. 2010년까지 전 사업장에 적용할 예정이며 이번 혁신으로 시간 절약과 포장재 사용 감소를 통해 연간 15억여 원의 물류비를 절감하고, 유통고객사에 향상된 서비스를 제공할 수 있게 되었습니다.

파렛트를 통한 운영비용 절감 (단위: 백만 원/년)

구분	제품규격 개선 전	규격 개선 시 비용 절감 분	운영 비용 절감 합계
여성성인위생용품	148	-446	-298
유아위생용품	342	-899	-557
가정위생용품	713	-1,193	-480
B2B	161	-297	-136
기타	29	-68	-39
총계	1,392	-2,903	-1,511

주요 유통고객과 제조업의 공동 협업 활동 개발

유한킴벌리 생활용품 영업부문은 주요 유통 5개 고객사와 성과 향상을 위한 협업 활동을 전개했습니다. 또한 협업 활동의 효율 제고를 위해 협업 프로세스, 기능별 역할, 기본 프로세스를 구축하여 활용 중입니다.

주요 유통고객과의 협업 활동

협업형태	유통고객사	시기	주요 내용 및 성과
*JBP Joint Business Plan	이마트	2009년 1분기 2010년 1분기	공동 사업 계획 및 성장 합의
	롯데마트	2010년 3분기(예정)	공동 사업 계획 및 핵심 과제 합의
	GS리테일	2009년 1분기	공동 목표 및 세부 프로그램 합의 (2009 베스트 파트너로 선정)
**T2T Top To Top	홀플러스	2010년 2분기	핵심 추진사항 상호 협조 합의
	농협	2009년 2분기	상호 이해 증진 및 협조 합의

*JBP : 파트너십 증진 활동으로서 제조업체와 유통고객간 공동 목표와 프로그램을 개발 및 실행해서 목표를 달성하는 활동.

**T2T : JBP 보다 덜 구체적인 방식, 공동의식을 확인하는 수준의 미팅.

원가 및 비용 혁신



전 부문의 원가 및 비용 혁신 노력으로 목표 대비 60% 초과 달성

유한킴벌리는 경쟁력 확보를 위해 2009년 총 334개의 원가혁신프로그램(FORCE)을 통하여 약 334억 원¹⁾을 절감했습니다. 그 결과 2009년은 원가절감 목표를 60% 초과 달성했습니다.

자재 국산화 등의 노력 통해 월 평균 7억 7천 2백만 원 절감

유한킴벌리는 2009년 제품 원부자재 절감을 통해 월 평균 약 7억 7천 2백만 원의 원가 혁신을 이루었습니다. 이는 원가 절감 기회를 집중 분석하여 수입자재 국산화, 공급업체 개발 및 다변화, 디자인 최적화를 추진한 결과입니다.

화장지 공정 관리 최적화 통한 원료비 절감

감천공장은 화장지의 품질을 유지하고, 생산 공정 상의 불필요한 원료 사용량을 줄이는 공정 개선 노력을 기울였습니다. 그 결과 원료 사용의 최적화를 통해 2009년 약 11억 3천만 원의 원가 절감 효과를 거두었습니다.

¹⁾ 본 결과는 원가혁신 프로젝트(FORCE)의 집계 기준에 따라 평가한 결과이며, 집계방식은 월 별로 달러 기준입니다. 2009년 원가혁신 비용은 30,101,416달러이며, 원화 환산 시 1달러 당 1,000원으로 계산하였습니다.

기저귀 낭비율 감소 통한 원가 혁신

대전공장은 원가 경쟁력을 갖추고자 생산 시 발생하는 낭비 요소를 제거하는 생산 혁신 활동을 2009년 진행했습니다. 주요 활동으로는 공급업체의 자재 품질 불량률 줄이기 위해 교육 및 기술 지원을 실시하였으며, 기계와 장비 개선 및 기저귀의 그래픽 디자인 개선 작업을 진행해 생산과정 중 발생하는 자재 낭비를 줄였습니다.

불량 부직포 폐기를 99%까지 회수

대전공장은 불량 폐기물 부직포 재생 설비를 최신 설비로 교체해서(2009.04-11, 약 7억 원 투자), 기존의 약 64%의 회수율을 99%까지 높였습니다. 이를 통해 매월 30톤 가량을 추가 재활용해서 환경부하를 줄이고, 매월 약 4,500만 원 정도의 비용절감 효과를 가져왔습니다. 또한 운전자 작업에도 편리함을 제공해서 생산효율을 높이고 있습니다.

기저귀 시간당 생산량 52,300개, 생산능력 최대 활용

대전공장은 기계 속도 향상, 교체 시 발생하는 지연 시간 감소 노력을 통해 2009년 평균 기저귀 생산성이 전년 대비 향상되어 시간당 생산량으로 52,300개를 달성했습니다(4대 기저귀 평균). 이는 동일 기저귀 기계를 가진 전세계 사업장 중 가장 높은 생산성입니다. 이러한 성과로 인해 기존 설비로 증설 없이 수출 증가 물량을 공급할 수 있게 되었습니다.

업무 프로세스 혁신

2010 전자세금계산서 제도 도입

유한킴벌리 재무서비스센터는 2010년 1월 부터 실물 세금계산서 대신 전자세금계산서를 발행하도록 프로세스를 혁신했습니다. 이에 따라 거래내용은 세금계산서의 승인과 동시에 국세청에 전송되며, 세금계산서 관리 주기도 3개월에서 1개월로 축소되었습니다.

대리점의 위험관리 프로세스 개선

유한킴벌리는 재해와 사업상의 위험을 예방하기 위해 매출규모가 1억 5천만 원 미만인 대리점을 대상으로 2009년 3월 부터 위험관리 프로그램을 시행했습니다. 또한 2009년 5월 부터는 2차 거래선의 부도에 따른 대리점들의 손실 발생을 예방하기 위해 신용보증기금 매출채권보험에 가입하도록 돕고 있습니다. 2009년 12월에는 대리점의 재고자산이 화재 위험이 높아 보험 가입이 어려운 것을 파악하고 컨설팅을 통해 화재보험 가입률을 90%까지 높였습니다.

린 식스 시그마 프로젝트로 프로세스 낭비 최소화

유한킴벌리 3개 생산공장은 생산성 향상을 위해 린 식스 시그마 혁신 활동을 2009년 7월부터 진행하고 있습니다. 린(lean)은 비즈니스 프로세스 운용의 낭비(loss)를 최소화하여 최적화한다는 개념으로, '낭비제거경영'을 의미합니다. 시범 프로젝트를 3개 공장의 8개 기계에서 실시해서 생산 설비의 활용도 지표를 최고 14%까지 향상시켰습니다(2009.07-2010.02). 이를 통해 단기적으로는 원가 절감을 이루고, 장기적으로는 급격한 수요 증가 시 신규 기계 투자 없이 유연하게 대처하는 효과를 가져왔습니다. 1차 프로젝트의 원가절감 효과는 약 50억 원이며, 2010년에는 2차 프로젝트를 진행할 예정입니다.

창조경영을 어떻게 실현하고 있는가?

제품 신기술



제품 신기술 개발

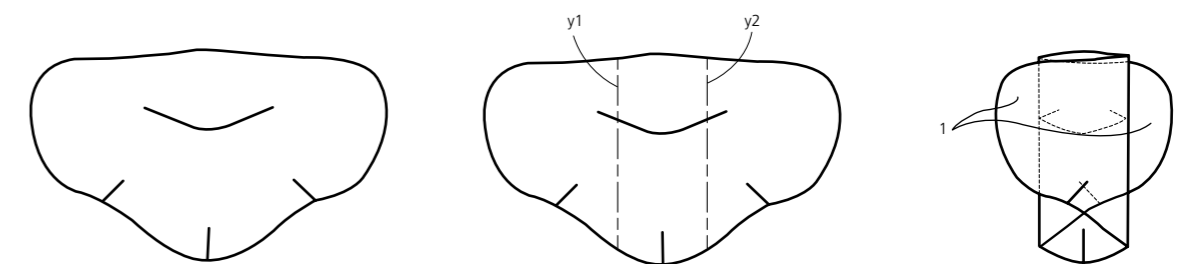
여성 패드와 여성 스킨케어 제품의 신기술 개발

유한킴벌리는 신제품과 신 사업 진출을 위해 2009년 여성성인위생용품과 관련해 4건의 특허를 출원했습니다. 패드 특허는 신제품 생리대 화이트 시크릿홀 제품에 적용한 타원형 흡수홀입니다. 여성스킨케어 특허는 보습 및 진피 강화 효과가 우수한 화장료 조성물에 관한 것으로서, 본 특허의 핵심기술은 2009년 10월 신시장에 진출한 메이브 리즈에 적용된 내추럴 바이탈플렉스(Natural Vitalplex™)입니다. 그 외 유한킴벌리 여성스킨케어 실용신안은 마스크 시트에 관한 것으로서, 코튼 셀룰로오스 100% 원단을 사용해 피부 밀착성이 우수하도록 디자인한 것과 사 용시 편리하도록 Z형태로 접는 것이 특징입니다.

특허 출원 현황

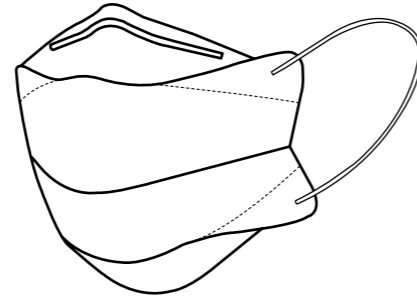
- 패드특허 출원번호 제10-2009-0104382호
- 보습 및 진피 강화 효과가 우수한 화장료 조성물 출원번호 제10-2009-0085314호
- 목 전용 마스크 시트 출원번호 제20-2009-0004820호
- Z-형태로 접힌 마스크 시트 출원번호 제20-2009-0004819호

실용신안인 Z형태로 접는 여성스킨케어용 마스크 시트



산업위생용품의 황사 마스크와 물티슈 제조용 용기 핵심 기술 개발

유한김벌리는 2009년 마스크와 제조용 용기와 관련한 특허 2건을 출원했습니다. 마스크 특허는 황사마스크 KF80의 핵심기술로서, 필터 부분을 전면 돌출시켜 여과 면적을 최대한 확보하고, 착용자의 뺨과 맞닿는 부분을 최소화해 분진 여과 성능을 향상시킨 것이 특징입니다. 유한김벌리는 2010년 1월에 이 특허를 반영해 황사마스크를 출시했습니다. 제조용기 특허는 물티슈 제조용 용기 세트와 이를 활용한 제조 방법으로, 소비자가 필요한 시기에 물티슈 제품을 제조해 사용하는 것이 특징입니다.



특허 받은 유한김벌리 황사 마스크

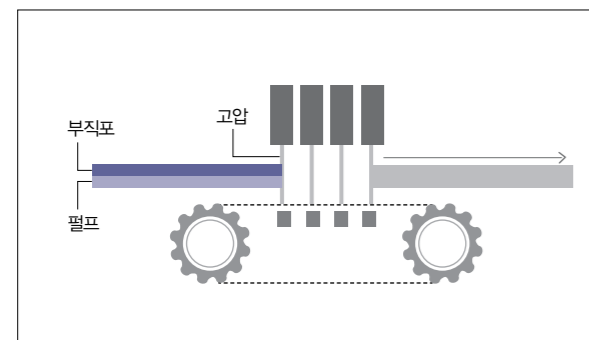
특허 출원 현황

- 마스크 특허 출원번호 제10-2009-0891701호
- 물티슈 제조용 용기 특허 출원번호 제10-2009-0074290호

펄프와 부직포를 결합한 높은 흡수력과 강도 갖춘 원단 개발

유한김벌리의 하이드로넷 원단은 펄프와 부직포를 결합시켜 높은 흡수력과 강도를 갖추고 있는 것이 특징입니다. '빨아쓰는 키친타올' 및 '참 편리한 행주타올'은 하이드로넷 원단을 활용해 만든 1세대 제품입니다. 유한김벌리 김천공장에 2009년 6월 관련 초지기를 놓아서 하이드로넷 원단 양산 체제를 구축했습니다. 2009년 하반기에는 하이드로넷 원단의 부드러움, 부피감 및 흡수력을 개선한 스테이플넷 원단을 개발했습니다. 이 원단은 하이드로넷 원단 대비 부피를 25%, 흡수력을 30% 향상시킨 부드러운 제품으로서, 향후 물티슈, 스포츠 타올 등 다양한 영역에 적용할 수 있는 특징을 갖고 있습니다.

하이드로넷 공정



하비스 골드, 네이처메이드 3D입체디자인 개발

유한김벌리는 허벅지와 엉덩이 부분의 디자인을 보다 입체적으로 변경하고(3D 입체디자인) 허리부분을 잡아주는 매직테이프의 디자인을 신체 곡선을 따라 디자인해 착용 시 편안함을 강화한 신제품을 2010년 3월 출시했습니다.

04 Social Value 사회성과

기업을 성장시켜준 사람과 사회를 위해
보답할 때 우리는 지속가능 할 수
있다고 믿습니다.

사회성과 관리체계 DMA

주주

사원 · 3G 차별 대우 금지와 인권보호 · 3G 인재양성과 공정한 보상 · 3G 가족친화경영 · 작업장 안전사고 예방

협력회사 · 3G 공정한 협력회사 거래관계 · 3G 협력회사 지원활동

고객 · 3G 제품안전성 확보 · 3G 소비자 법규준수와 불만개선활동

지역사회 · 3G 유한김벌리의 사회공헌 활동 사업

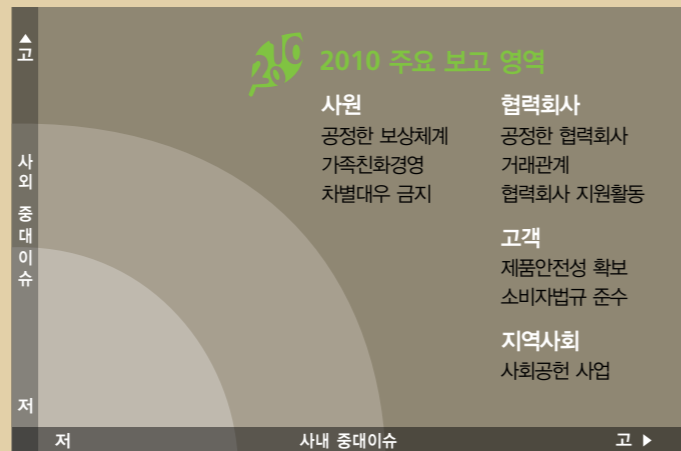
Disclosure on Management Approach

사회성과 관리체계

분류	비전	정책	조직
사원	사원들이 일하기 좋은 가족친화기업	안전 제일, 고용 안정, 평생학습, 인재 양성, 노사 상생, 인간 존중, 공정한 보상, 일과 삶의 조화, 평등 추구, 열린 커뮤니케이션	HR·경영혁신, 커뮤니케이션, 가족친화, 안전, 노경
협력 회사	상생협력 통해 대기업과 중소기업의 동반 성장 상생 모델 구축	<ul style="list-style-type: none"> 공정한 선정 및 평가 UN글로벌콤팩트 원칙 반영 정기평가 를 통해 재무, 안전, 보건, 품질, 법규 준수, 사회적 책임 등 지속적 지원 상생협력 대상 확대, 환경 윤리경영 파급, 상생프로그램 다양화 쌍방향 커뮤니케이션 채널 구축 	상생협력, 전략구매, 물류, 대리점, 품질·안전·환경, 공정거래자율준수
고객	고객이 신뢰하는 대표적인 건강·위생용품업체	<ul style="list-style-type: none"> 고객만족과 제품 안전 최우선 사회발전에 기여하고, 환경친화적이며, 가치창조 하는 제품과 서비스 제공 차별화된 고품질 제품 개발 	제품개발, 마케팅, 생산 및 품질, 위기관리, 고객지원, 지속경영
지역 사회	기업시민으로서 사회책임 경영을 수행하는 존경 받는 기업	<ul style="list-style-type: none"> 모든 활동 전개 시 인간 존중을 최우선으로 고려 사익 아닌 공익을 위해 순수성과 진정성 견지 사회적 확산 위해 다 영역과 우선적 협력 모든 활동과 결과를 투명하게 공개 	Corporate Communications & CSR

2010 사원·협력회사·고객·지역사회 중대성 평가

[IPS Materiality Test Model™]



성과와 목표

평가 기준 | ● 목표초과 ● 목표달성 ○ 목표달성 노력 필요

분류	2009			2010	
	성과	평가	관련 Page	목표	
사원	인재양성	• 1,268명 교육참여	●	63	<ul style="list-style-type: none"> 2,062명 교육참여 재해율 0% 가족친화제도의 진화
	평생학습	• 성과·능력개발프로그램 도입	●	63	
	안전제일	• 재해율 0%	●	67	
	가족친화	• 선택적복지제도 범위 확대, 가족친화경영협의회 강화	●	65	
협력 회사	상생교육	• 상생아카데미 3,668M/H 정보 공유시스템 개선	●	70	<ul style="list-style-type: none"> 연 4회 현장전문인력양성 과정·연4회 실무자 과정 운영 참여회사 확대 (약 80개 협력회사) 11개사 3개사 17개사 참여
	품질·안전 환경·협력	• 품질경영혁신 지원 20개 사 • 에너지 저감 진단 9개 사	●	68 70	
	저탄소경영	• 저탄소경영체계(SCCM) 17개 사 참여	●	70	
고객	제품안전	• 제품안전성 검증 강화	●	72	<ul style="list-style-type: none"> 병원용품 의료기기 사전 문서 검토 및 안전성 실험 하기사 브랜드 최초 상기도 80% 이상 화이트 브랜드 최초 상기도 40% 이상 크리넥스 브랜드 최초 상기도 60% 이상 응대 채널 확대(문자 상담·온라인 채팅 상담)
	제품경쟁력	• 하기사 브랜드 최초 상기도 80% 이상	●	-	
		• 화이트 브랜드 최초 상기도 40% 이상	●	-	
		• 크리넥스 브랜드 최초 상기도 60% 이상	●	-	
소비자 불만	• 고객만족 아카데미 신설	●	73		
지역 사회	숲과 환경보호 활동	• 2013년까지 5,000만 그루 조림 목표 수립	◎	77	<ul style="list-style-type: none"> 국공유지 289ha 조림 및 육림 학교숲 신규 조성 10개교 청소년 숲 체험교육 실시(3박4일, 2회) 숲 발굴 및 보전 백두대간 녹지축 보전 조사 실시 금강산 양묘장, 밤나무 단지 관리, 몽골 조림(1,200,000그루) 여성리더 양성 프로그램의 지역 확대 가족친화제도 개선 저출산 극복 캠페인 프로그램 운영(2회) 피터드러커 혁신상 및 에세이 공모전 가곡 음악회 개최 국제 심포지엄 및 논문공모전 개최 고전한글역주 증용 개발 손씻기 캠페인, 감염관리 세미나
		• 학교숲 신규 조성 15개교, 동네숲 조성(6-7호)	◎	77	
		• 청소년 캠프 개최(168개교, 174명)	◎	78	
		• 아름다운 숲 16곳, 자연·문화유산 발굴 9곳	◎	78	
	• 북한 양묘장 조림 지원, 몽골 조림(960,000그루)	◎	78		
	가족친화 대외활동 (돌봄·여성·노인)	• 사회적 돌봄모델 선정 및 1차년도 운영 시작	◎	81	
		• 저출산극복 협력 프로그램 신설(2회, 57명 참여)	◎	81	
	평생학습	• 여성, 노인 권익 향상 프로그램 운영 (여성 관련 2개 대학, 73명 리더십 교육)	◎	82	
		• 피터드러커탄생 100년 국제심포지움 개최	◎	83	
	문학	• 한중일문화콘텐츠 개발 시작, 국제 심포지엄 개최	●	83	
• 가곡 음악회 개최		●	83		
건강 위생 캠페인	• 고전한글역주 효경, 대학, 학기 편 콘텐츠 개발	●	83		
	• 손씻기 캠페인, 감염관리 세미나 개최	●	83		

기업지배구조를 대표하는 주주 Shareholder

2

합작회사

유한킴벌리 지배 구조의 특징 - 주주 구성

유한킴벌리는 합작회사입니다. 주식은 (주)유한양행이 30%, 킴벌리클라크(주) Trading LLC가 70%를 소유하고 있으며, 상장되어 있지 않습니다. 주식총수는 40,000,000주, 납입 자본금은 2,000억 원이며, 지배구조의 변동 사항은 2009년에 없습니다.

이사회 구성

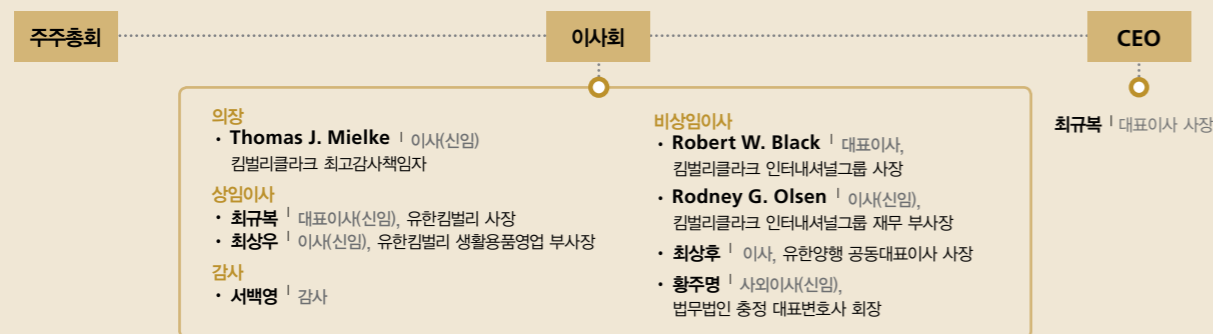
유한킴벌리 이사회는 최고 의사결정기구입니다. 비상임 이사는 양주주사를 대표하는 경영진 4인과 사외이사 1인으로 구성되며, 상임이사는 유한킴벌리 사장을 포함한 현 경영진 2인으로 구성되어 있습니다. 이사들은 주주총회를 통해서 선임 되는데, 2010년 3월 5일 제40기 정기 주주 총회에서 정관 및 주주의 제안에 따라 이사 7인 및 감사 1인을 선임했습니다. 이어 같은 날 이사회에서 유한킴벌리 대표이사 사장에 최규복 이사가 신규 선임 되었습니다. 2009년 1월부터 2010년 5월까지 총 7회의 이사회 및 주주총회가 열렸으며, 본 기간 동안 주주사의 인사 이동으로 3명의 이사가 교체 되었습니다. 이사들은 주주의 가치 증진과 이해 관계자의 권익 향상을 위해 일하고 있습니다. 이사회는 주식회사에 준한 대한민국 상법 규정을 따르며, 주주 승인이 필요한 주요 투자나 신규사업 진출 등의 경우는 과반수 이상의 동의로 의사결정을 하며, 사업운영은 전문경영인인 대표이사 사장에게 위임하고 있습니다.

주주총회 및 이사회 의결 사항은 웹사이트 [www.yuhan-kimberly.co.kr]에서 확인하실 수 있습니다.

이사 및 감사 보상

유한킴벌리 이사 및 감사에 대한 보상은 주주총회가 승인한 보수한도액 내에서 지급합니다. 경영진의 성과는 재무적·비재무적 평가결과에 따라 연봉 및 인센티브를 지급합니다. 2010년 주주총회에서는 이사 및 감사의 연간 보수 한도액을 50억 원으로 정하고, 이 범위 내에서 집행하는 것으로 승인했습니다.

주요 역할 및 구성



기업 경쟁력의 원천 사원 Employee

1,688

2009 사원수

유한킴벌리 사원들의 직종 구성은 생산직 51.8%, 사무직 21.9%, 기술직 11.9%, 영업직 8.2%, 임원직 2.1%, 기타직 4.2%로 되어있습니다. 이직률은 0.1%로 국내제조업 평균(2.2%, 2007 통계청)보다 낮습니다. *노동부 집계방식의 변화로 2008년 이후 국내제조업 이직률 자료가 보고시점에 산출되지 않아 2007년 자료를 사용했습니다.

숫자로 보는 사원 현황

분류	2005	2006	2007	2008	2009	
고용	전체 사원수(명)	1,680	1,706	1,695	1,689	1,688
	장애인 고용(%) ¹⁾	1.9	2.0	2.1	2.2	2.2
	계약직 고용(명)	19	24	19	9	2
	고용창출률(%) ²⁾	4.9	1.5	-0.6	-0.4	-0.24
	평균 근속 연수(년)	11.8	12.6	13.3	14.0	13.9
	월평균 근로시간(시간)	184	182	183	184	181
	결근일수(일)	5	11	5	1	0
이직	이직률(%) ³⁾	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1
	전체(%)	15.5	15.7	15.7	16.0	15.6
여성 인력	이사 대우 이상(%)	3.5	3.4	15.7	17.1	16.2
	사무직 여성비율(%)	40.4	39.4	39.9	40.1	33.7
	신규 채용 여성비율(%)	21.0	29.4	48.0	31.0	20
	출산휴가 사용률(%)	100	100	100	100	100
출산	출산휴가 사용자(명)	18	21	25	33	31
	출산휴가후 복직률(%)	100	100	100	100	100
	육아휴직 사용자(명)	1	1	5	15	17 ⁴⁾
	여성육아휴직 사용률(%)	0.0	4.8	20.0	45.4	54.8
	육아휴직후 복직률(%)	100	100	100	92.3	100
	배우자출산휴가 사용률(%)	100	100	100	100	100
	배우자출산휴가 사용자(명)	63	103	108	83	71

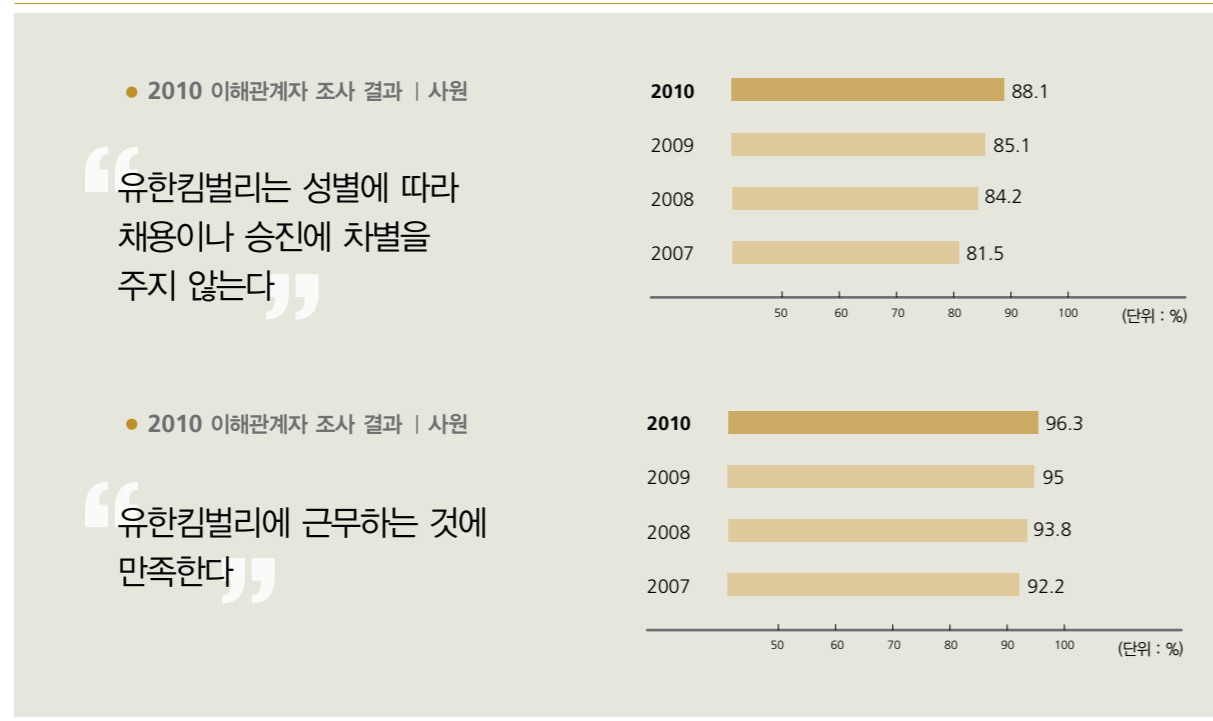
¹⁾ 장애인 고용인원 : 월 평균 고용자 수 X 12, 한국장애인고용촉진공단의 산정기준에 의합니다.

²⁾ 고용창출률 : (당해연도인원수 - 지난연도인원수) / 지난연도인원수 X 100

³⁾ 이직률 : (월 평균 이직자 수 / 월 평균 근로자 수) X 100

⁴⁾ 2009년 육아휴직자 중 남성근로자가 1명 포함되었습니다.

차별 대우 금지·인권 보호를 어떻게 실천 하나?



성별 차별 없는 공정한 보상과 평가

유한킴벌리는 행동규범과 취업규칙에 따라 평등한 고용(제89-90조), 인권 존중, 인종, 성별, 연령, 종교, 국적, 신체 장애에 의한 차별 금지를 준수하고 있습니다. 또한 단체협약(제45조)에 따라 성별 차별 없이 직무급을 기초로 동일 노동에 대해 동일 가치의 급여체계를 운영하며, 연봉제(생산직 제외)를 운영하며, 직무레벨과 역할, 성과에 따라 보상과 승진을 실시합니다. 평가는 성과와 행동을 기준으로 이루어집니다.

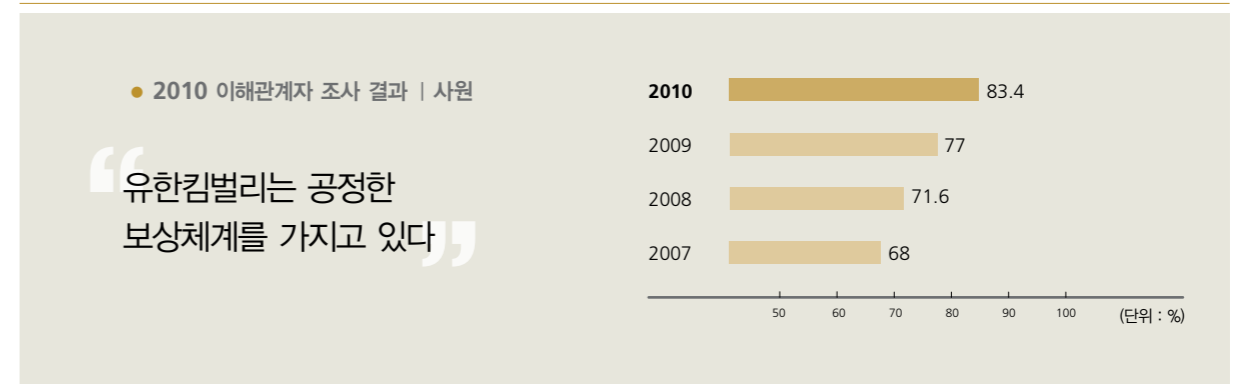
성희롱 예방 교육, 인권 관련 교육 실시

성희롱 예방 교육은 2009년 1,431명(참가율 84.8%)이 참여했으며, 2010년부터는 접근이 쉽도록 온라인 교육으로 바꾸었습니다. 3개 사업장에 근무하는 경비, 경호, 보안 담당 협력업체(유우산업, 유한시설관리, 범호산업)를 대상으로 성희롱 예방교육 실시를 권고하여, 100% 실시되었습니다.

구조조정 금지, 결사의 자유, 아동노동 및 강제노동 금지 조항 준수

유한킴벌리는 물리적·강제적 구조조정을 하지 않으며, 결사 자유의 권리를 존중합니다. 단체협약 제8조에 회사의 분할·합병, 사업의 전부 또는 일부의 양도, 회사조직 축소, 조합원이 수행하는 업무의 하도급 등에 대해서 조합과 사전에 성실히 협의하라는 규정을 준수하고 있습니다. 아동노동 및 강제노동 금지규정을 준수하고, 모성보호 차원에서 임신 중인 여성의 시간외 근로와 심야근로를 제한하고 있으며, 산전 후 휴가 90일 실시 등의 항목을 준수하고 있습니다. 2009년 위반사항은 없었습니다. * 고충사항 상담 핫라인(Hot Line)제도 운영 tel 02-528-1084 e-mail HoYun.Choi@y-k.co.kr

인재를 어떻게 키우며, 어떻게 보상하나?



공정한 평가 및 성과 지급

유한킴벌리는 사원들의 지속적인 성과 점검 및 향상을 위해 성과관리 프로세스(GPM, Global Performance Management)를 운영하고 있습니다. 모든 성과관리는 연초 팀리더와 팀멤버의 협의를 통해 이루어집니다. 회사·부문·팀의 목표를 세우고, 연 3회 성과 점검 및 협의를 통하여 진행상황을 점검하며, 적절한 피드백과 코칭을 실시합니다. 특히 공정하고 객관적 평가를 위해 사원들은 연말에 팀멤버, 동료사원, 고객으로부터 개인 리더십 역량에 대해 360도 다면평가 피드백을 받습니다. 성과평가는 먼저 팀리더가 하며, 최종평가는 평가위원회에서 확정합니다. 참고로 리더십 역량은 비전경영, 감동경영, 혁신경영, 판단·결정력, 팀·조직경영, 인재육성경영 등 6개로 구성되며, 팀 멤버, 팀 리더, 리더들의 리더 행동모델이 정의되어 있습니다.

인재 양성 위한 적극적 교육 실시

유한킴벌리는 유연한 근무제도를 바탕으로 평생 재충전학습체계를 통해 체계적으로 사원들을 육성하고 있습니다. 특히 생산직 사원들은 4조 2교대 근무형태로서, 4일 일하고(야간 12시간), 4일 쉬고, 4일 일하고(주간 12시간), 3일 쉬고, 나머지 1일을 회사에 나와 초과 근로수당을 받으면서 교육을 받습니다. 연간 교육 일정을 사전 제시하고, 다기능화 교육을 실시하며, 창의적 제안활동과 건강한 삶을 위해 교양과목을 확대 시행하고 있습니다. 유한킴벌리 생산직 사원은 2009년 1인당 연간 평균 306시간을 교육 받았습니다.

평생학습 연간 교육시간 및 회사부담교육시간은 웹사이트 [www.yuhan-kimberly.co.kr]에서 확인하실 수 있습니다.

사원 강점 개발 위한 교육프로그램 적극적으로 시행

2009년 성과관리 적용 사원을 대상으로 사원강점 개발을 위한 교육프로그램을 적극적으로 시행했습니다. 성과평가 협의 시 논의된 강점 및 개발필요 영역의 개발 목표 수립과 달성계획을 수립했으며, 팀 리더 교육을 실시해서, 팀 멤버들의 성과향상 및 능력개발에 대한 점검, 성공적인 실행을 더욱 적극적으로 지원할 수 있도록 도왔습니다. 또한 성과향상 및 능력개발계획 수립 시 참고하도록 교육프로그램 안내책자를 발간하여 배포하였습니다.

사원강점 개발을 위한 교육 프로그램은 웹사이트 [www.yuhan-kimberly.co.kr]에서 확인하실 수 있습니다.

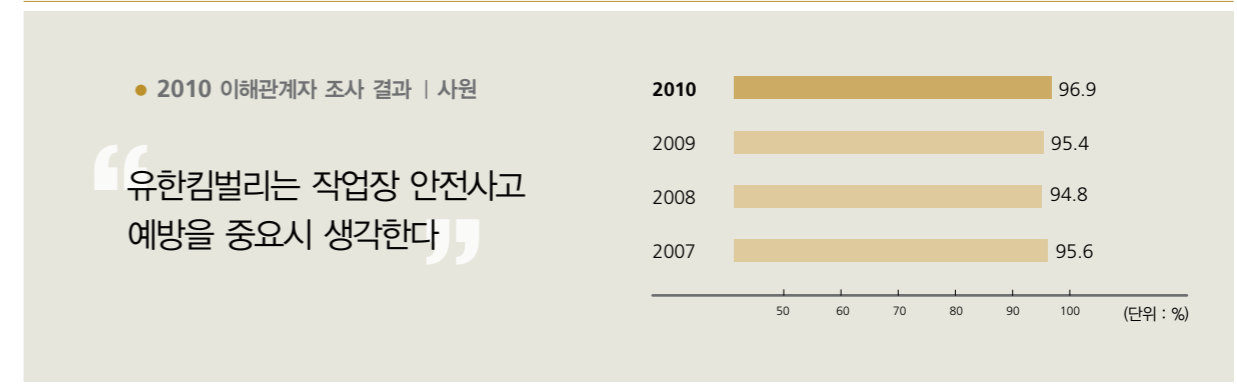
퇴직금 보험제도 실행

유한김벌리 퇴직금 누진제(1978) 시행 및 퇴직금 중간정산 제도를 시행해 사원들의 장단기적인 경제적 안정을 돕고 있습니다. 현재 퇴직금 보험제도(2005-)는 삼성화재(28%), 삼성생명(39%), 메트라이프생명(19%), 교보생명(14%)에서 운용하고 있으며, 1년 근속 시 1개월 이상의 급여를 제공하는 퇴직금 운용 정부지침을 준수하고 있습니다.

표로 보는 유한김벌리 가족친화주요제도 (2010)

제도	유형	내용
유연한 근무 체제	전일 근로	4조 2교대(생산직) · 생산직 - 4일 근무, 4일 휴무, 평생학습 지원
	사차출퇴근제(사무직)	· 관리직 - 오전 7-10시 출근시간 자율 선택
	현장출퇴근제(영업직)	· 영업직 - 정기 출퇴근 없이 현장 업무 수행
출산·육아지원	임신 축하 및 임신부 보호	· 임신부 도덕상, 보건상 유해·위험한 사업 배치 금지 · 임신부 탄력적 근로시간제 적용 금지
		· 임신부 태아검진시간 부여(임신7개월까지 격월회) · 임신 8 - 9개월 월 1회, · 임신 10개월 2주 1회 검진(태아검진소요시간)
	출산 축하 및 휴가제도 등	· 임신부의 날 간담회-임신과 출산 축하 간담회(매년 실시) · 산전휴직(3개월), 산전후휴가(90일) · 유산휴가(임신13-21주:30일, 22-27주:60일, 28주 이상: 90일) · 아버지 출산유급휴가 3일 · 출산축하금(첫째40만 원, 둘째60만 원, 셋째150만 원, 넷째이상 300만 원) · 출산축하품(기저귀) · 여사원 자궁암 및 유방암 검진
		· 육아휴직 출생후 6년 이내 · 모유수유(1일 2회 각 1시간) 보장 및 수유실 운영
보육·육아 지원	· 유아교육비 지원(취학 전 3년 X 120만 원 = 360만 원)	
자녀 학자금 지원	· 대학 졸업까지 자녀학자금 지원(자녀 수 제한 없음) · 장애자녀 학자금 지원	
사원과 가족지원	선택적 복지프로그램	· 1인당 연간 180만 원 지원(자기계발, 건강, 레저 등 선택)
	전문가상담프로그램(EAP)	· 사원과 직계가족, 24시간 연결, 비밀 보장 원칙
	가족 경조 지원	· 관혼상제 관련 휴가와 경조금 지급
	가족 간병휴직	· 가족간병 위한 휴직(3개월 이내)
	의료비지원	· 본인·배우자 및 미혼자녀 각 300만 원 한도 내 의료비 지원 · 건강검진 사원 배우자 대상, 2년 1회 실시 지원
	평생학습지원	· 사원과 가족 온라인어학연수원(500여 과정, 365일 사용)
은퇴프로그램	· 정년퇴직자 - 은퇴 전후 6개월 종합컨설팅	
문화조성	가족사보 발행	· 매월 1회 사원과 가족 위한 사보 발행
	가족데이 캠페인	· 가족데이 운영- 매월 6일 정시 퇴근 캠페인
	가족초청행사	· 대전공장 철쭉제 연회 실시
	지역사회 공헌 활동	· 신혼부부를 대상으로한 생명사랑학교 운영 등

사원·작업장 안전사고 예방을 어떻게 하고 있나?



안전 1순위 원칙의 실현

유한김벌리에서 안전은 제 1 순위의 가치입니다. 2009년 유한김벌리 산업재해율은 0%였습니다. 전 사업장 무사고를 목표로 사고의 주 원인을 통제하는 안전보건경영시스템을 갖추고 있습니다. 사고발생으로 인한 근로손실일수는 전산으로 등록되고 매월 최고경영자에게 보고합니다. 유한김벌리 노사는 안전보건최고의결기구와 소위원회를 두고, 정기 시찰을 통해 불안정한 요소들을 발굴해서 처리하고 있으며 2009년 사업장내 위험요소 1,438건을 처리했습니다(93.2% 개선 되어 전년도 보다 4.3% 향상).

산업재해율 (단위: %)

분류	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
유한김벌리	0.71	0.33	0.49	0.28	0.33	0	0.19	0.12	0.12	0.18	0.12	0.06	0.06	0
국내 제조업	1.13	1.02	0.9	1.14	1.21	1.2	1.22	1.42	1.28	1.18	1.18	0.95	1.15	1.04
국내 산업 전체	0.88	0.81	0.68	0.74	0.73	0.77	0.77	0.9	0.85	0.77	0.77	0.72	0.71	0.70
근로 손실률	-	-	-	-	-	-	-	-	0.022	0.240	0.011	0.053	0.018	0

· 계산 방법: 근로 손실은 노사분규로 인한 근로손실과 산업재해로 인한 근로손실을 포함하는데, 보고기간 동안 노사분규로 인한 근로손실이 없어 산업재해로 인한 근로 손실만 계산 하였습니다. 근로 손실률 계산공식은 근로휴직일수/(총근무일수X인원)X100 입니다.
· 비교 출처: 산업재해율은 노동부 2009 산업재해 현황을 참고했습니다.

안전 관련 국제 규범 및 표준 준수

유한김벌리는 안전과 관련해 국제노동기구(ILO)의 안전보건경영시스템 산업안전 협약 중 4개 협약 내용과 단체협약(제8장 산업안전보건 및 재해보상)을 실천하고 있습니다. 각 사업장은 내부감사(매년 1회)와 외부 감사(3년 1회)를 실시해 개선작업을 해나가고 있습니다. 2009년 안전관련 법령 위반사례는 없었습니다.

유한김벌리 국제노동기구(ILO)의 산업안전협약준수현황은 웹사이트 [www.yuhan-kimberly.co.kr]에서 확인하실 수 있습니다.

신종플루에 대한 예방과 확산 방지 활동

유한김벌리는 신종플루가 발생하자 2009년 위기관리팀을 구성해 예방에 노력했습니다. 사원 대상으로 손 씻기 캠페인을 진행했고, 적외선카메라, 위생 마스크, 간이 체온계와 손 소독기를 비치해 감염예방을 도왔습니다. 가족들을 위해 신종플루 예방 제품세트를 배포했습니다(2009년, 27명 신종플루 환자 발생).

동반성장을 추구하는, 협력회사 Business Partner

1,323 2009 실질 협력회사

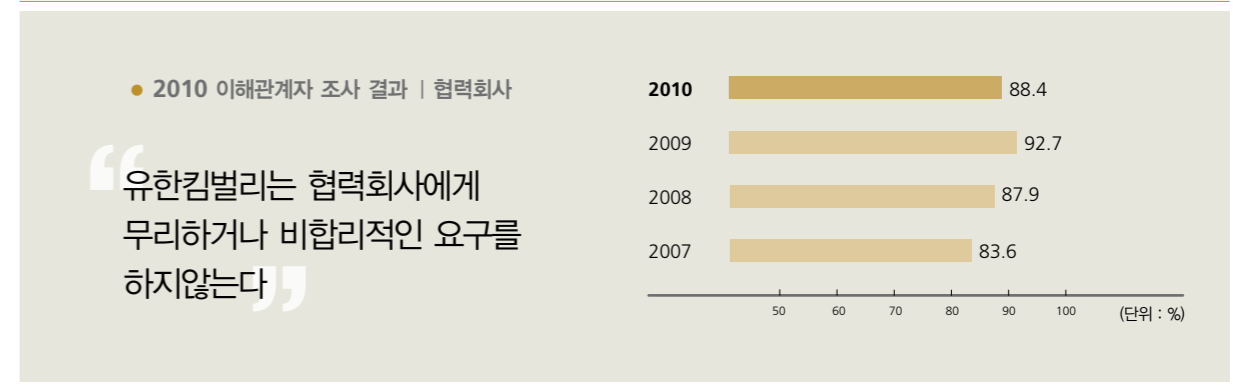
유한킴벌리 협력회사 상류(Upstream)에는 제품 생산에 영향을 미치는 공급업체들이 있으며, 하류(Downstream)에는 판매를 대행하는 대리점, 직거래, 물류업체 등이 있습니다. 유한킴벌리는 2009년에 2,150개사와 거래를 하였으며, 이중 1회성이며 연간 3백만 원 미만 거래 회사를 제외한 1,323개사를 실질 협력회사로 정의하고 있습니다. 소비자 보호와 제품책임 실천에 영향을 미치는 공급업체(Supplier) 중 70.7%(총 116개 중 82개사에 해당)를 별도 선정해 경쟁력 강화를 돕고 있습니다. 이는 2006년 30.6%, 2007년 64.1%, 2008년 69.8% 로 매년 증가 하고 있습니다.

유한킴벌리와 협력회사의 상생협력 프로그램 내용

범 주	협력 부문	주요 프로그램	2009 성과
공급업체 Supplier	품질·안전·환경	· 공급망 품질경영	· 싱글PPM 품질혁신활동 20개
	평생 학습	· 상생아카데미	· 17회 27과목 총, 3,668시간, 2,000만원 지원
	정보 공유	· 뉴스레터, 네트워크시스템	· 협력회사와의 정보공유 시스템(SMA) ¹⁾ 업그레이드
대리점 Wholesaler	교육지원	· 정기교육프로그램	· 대리점 대표 교육
	정보공유	· 대리점 정보공유시스템 WMA ²⁾	· 신규 대리점 교육
	환경개선	· 사무기기, 복지용품 개선 지원	· 업무효율성 증대 · 대리점 파트너십 증대 · 업무만족도 개선 통한 이직 방지
	위험관리	· 위험관리프로그램 시행	· 대리점 화재보험과 매출채권 보험 도입 컨설팅 프로그램 운영
물류업체 Distributor	협업	· 정기 간담회 (운송부문/TPL ³⁾ 부문)	· 운송사 간담회 3회 실시 - 환경 물류 협업(LNG차량 현황 공유 및 캠페인 동참) - 유류비 절감 위한 차량 복화를 증진방안 마련 - 선행물류 운영 방안 공유 · TPL 간담회 2회 실시 - 유한킴벌리 경영성과 및 경영 전략 공유
	투명성 확보	· 내부통제 시스템 구축	· TPL 방문을 통한 내부통제 교육 및 기술 전수
	품질·안전·환경	· 컨설팅 · 물류온실가스 인벤토리 구축 · 환경 캠페인 · 신종인플루엔자 위기관리TFT	· 안전동영상지원(심폐소생술, 화재피해 방지, 소방설비 사용법) · 원제품, 방충방역, 사망사고발생가능항목 관리 교육 · 아차사고 발굴 및 예방 캠페인 · 온실가스 데이터 수집 및 관리 방법 공유 · 물류 온실가스감축 프로그램 개발 및 정착 · 물류 전사업장 신종인플루엔자 예방 프로그램 운영

¹⁾ SMA : Supplier Management Advisor ²⁾ WMA : Wholesaler Management Advisor ³⁾ TPL : Third Party Logistics

협력회사와의 거래 관계는 공정한가?



공정한 협력회사의 선정 및 정기 평가

유한킴벌리는 협력회사 선정 시 전략 구매팀에서 평가팀(구매, R&D, 재무, 품질, 안전, 환경 등 관련 부문)을 구성하여 공급능력, 기술수준, 설비능력 등의 거래기본요건을 분석하고 있습니다. 유한킴벌리는 매년 1회 협력회사 평가를 통해 경제적, 사회적, 환경적 성과를 반영하고 있습니다. 평가항목은 120-150여 개로 구성되며, 품질, 안전, 환경, 윤리·법규, 노동·인권·반부패를 포함합니다. 2009년에는 34개 협력회사에 대해 평가를 실시하였습니다. 2010년 설문조사 결과, 88.4%가 협력회사 선정 시 공정한 절차를 거친다고 평가했습니다.

협력회사와 계약조건 이행

유한킴벌리는 협력회사와의 거래시 전사적 자원 관리시스템(SAP R3)에 등록해서 계약서 상의 지불조건을 신속히 이행하고 있습니다. 2010년 설문조사 결과, 협력회사 88.4%가 비합리적인 요구를 하지 않는다고 답해 높은 공정 거래 수준을 유지하고 있는 것으로 평가되었습니다.

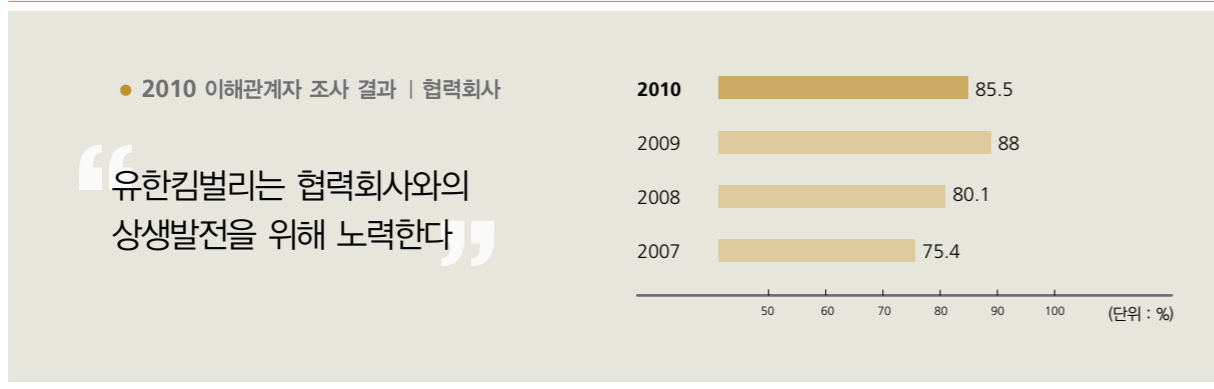
사회적 책임 반영된 협력회사 평가 항목 사례

공통 항목	평가 내용
5.2 임금 및 고용	5.2.1 당해 연도 최저임금을 공시하고 준수하는가?
	5.2.2 불법 외국인근로자를 고용하고 있는가?
	5.2.3 외국인 근로자에 대하여 내국인과 동등한 처우를 해주고 있는가?
	5.2.4 최근 12개월 이내에 작업장을 무단 이탈한 외국인 근로자가 없는가?
5.3 사회적 책임	5.3.1 최근 12개월 이내 원부자재 구매처에 지급 대금을 약속한 방법과 날짜에 지급하지 않아 문제가 발생한 적이 있는가?
	5.3.2 임직원이 지역사회 또는 사회단체를 위한 활동에 참여하고 있는 것이 있는가?

협력회사 제안 사항 청취 및 처리

유한킴벌리는 정보 공유 네트워크와 세미나, 간담회를 통해 협력회사 제안을 연중 청취하고 있습니다. 다만 2009년에는 신종플루로 인해 대표자 세미나를 개최하지 않고 웹 상에서 의견을 청취했습니다. 김천공장은 연 2회에 가 정용품과 B2B 사업부 협력회사 대상으로 대표자 간담회를 개최해서 협력회사의 목소리에 귀를 기울였습니다.

협력회사를 잘 지원하고 있나?



협력회사와 정부과제인 SCCM(Supply Chain Carbon Management) 프로젝트 수행

유한김벌리는 협력회사들과 함께 정부과제 SCCM(2009.03-2010.10)을 진행하고 있습니다. 1차 년도(2009)에는 10개, 2차 년도(2010)에는 7개 협력회사가 참여하고 있습니다. 주요 과제로 에너지 진단 및 개선, 온실가스 인벤토리 구축, 물류·수송 분야 온실가스 감축, 저탄소 경영체제 구축, 온실가스 감축 잠재량 평가 등의 과제를 수행하였고, 탄소성적표시제도, 중소기업형 저탄소 로드맵 개발 등의 과제를 운영할 계획입니다.

협력회사 품질혁신지원사업 - 불량률 싱글PPM¹⁾ 달성

유한김벌리는 싱글 PPM 불량률 달성 위한 품질혁신 프로그램(2007년 시작, 대한상공회의소 주관)에 참여해 2008년 총 18개, 2009년 총 20개의 협력회사가 참여하였습니다. 싱글PPM은 제품 100만 개 생산시 불량품을 9개 이하로 관리하는 품질불량률혁신 프로그램으로, 달성 시 정부에서 인증을 주는 제도입니다. 유한김벌리 담당자는 지도위원 자격을 취득하여 협력회사에 별도의 비용 없이 지도하고 있습니다.

협력회사 상생아카데미 운영으로 평생학습 지원, 대리점 근속상 제도 실시

유한김벌리는 협력회사 평생학습지원 교육프로그램(2002년 시작) 운영을 시작해서 계속 증가 추세에 있습니다. 2009년 60개의 협력회사 296명이 교육을 받았으며, 교육인원수 대비 교육시간(Man-Hour)은 3,668 M/H입니다. 교육 과목은 사전 설문조사를 통하여 협력회사의 수요를 반영하였습니다. 또한 20년 이상된 협력회사를 대상으로 근속상 시상제도를 2009년 신설해서 20명을 선발해 시상했습니다.

상생협력정보공유시스템 (Supplier Management Advisor : SMA) 운영

유한김벌리는 완제품 및 원부자재 공급회사를 대상으로 웹 상에서 주문, 자재수불, 구매계획, 재고현황 정보를 제공하고 있습니다. 시스템 내 상생정보센터는 중소기업 지원 정보를 제공하고, 애로사항 내용을 피드백하고 있습니다. 2009년 주문 관련 자료 변경시 이메일 서비스가 추가되어 사용자 입장에서 편리성을 강화하였습니다.

¹⁾ PPM : Parts Per Million의 약자. 싱글PPM품질혁신 운동은 중소기업형이 1995년부터 품질 경쟁력을 높이기 위해 인증 제도화하여 운영하고 있습니다. 제품이나 서비스 100만 개 중 불량품 개수를 한자리로 줄이고, 장기적으로 불량률 제로(0)를 달성하고자 조직 구성원이 참여하는 품질관리 운동입니다.

안전성을 추구하는, 고객 Customer

12 고객과의 소통을 위해 오픈하고 있는 웹사이트의 수

유한김벌리는 고객과의 커뮤니케이션을 위해 온라인상에서 2009년 12개 사이트(회사 1개, 브랜드 10개, 사회공익웹사이트 1개)를 운영 중이며 회원 수는 계속 증가 추세입니다. 고객들은 2009년 웹사이트를 통해 총 14,026건의 문의를 했고, 유한김벌리는 이중 13,178건을 답변했습니다. 미 응답은 칭찬이나 경품 수령 메시지 등에 해당합니다. 또한 2009년 10월 10개 브랜드 사이트에서 개별 응대하던 고객문의를 고객지원실로 일원화시켜 고객 응대를 더 신속하게 할 수 있도록 개선했습니다.

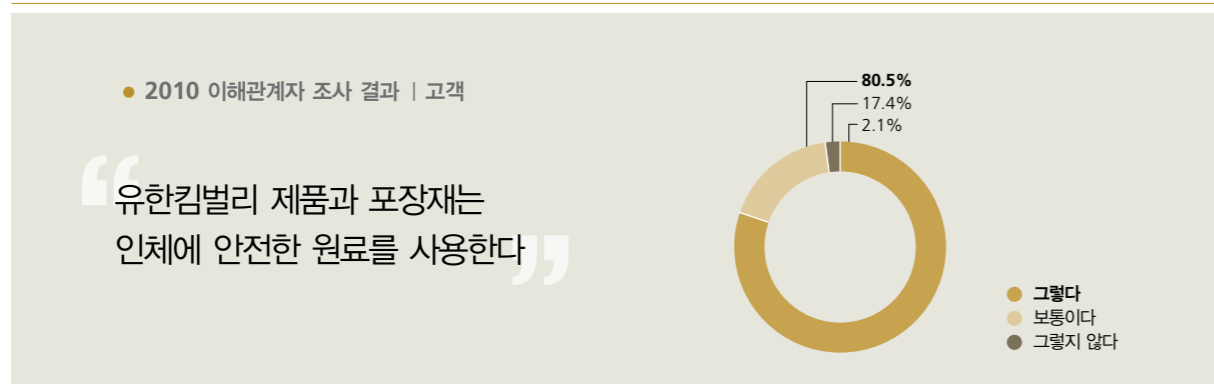
유한김벌리 웹 상의 고객과의 커뮤니케이션 통로는 웹사이트 [www.yuhan-kimberly.co.kr]에서 확인하실 수 있습니다.



고객 프라이버시 보호

유한김벌리는 개인정보 보호를 위해 '정보통신망이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률' 등에 근거하여 2007년 부터 보완시스템(Secure Sockets Layer, SSL)을 적용하고, 이를 웹사이트에 공지하고 있습니다. 소비자 사생활 침해와 관련된 불만사항 접수 프로세스는 웹사이트의 고객문의 접수 및 응대절차와 동일하며, 2009년 사생활 침해 불만 접수 건은 없었습니다.

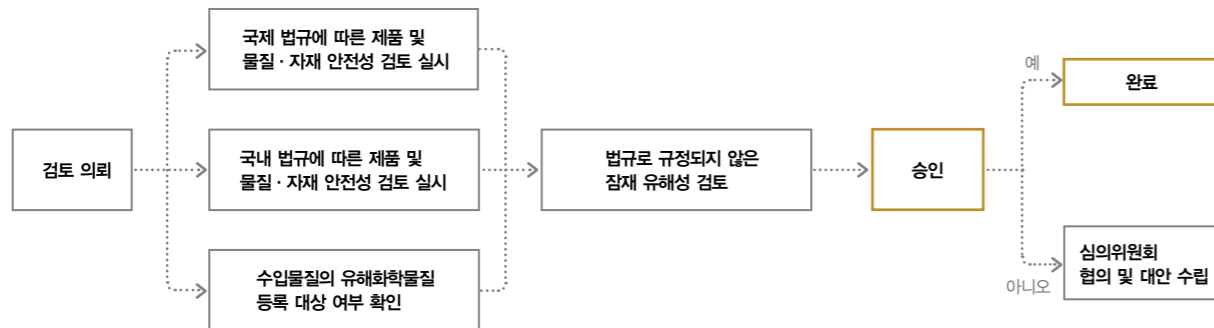
제품 안전성 확보를 위해 어떻게 노력하나?



제품안전성 검증 시스템 강화

제품과 물질의 안전성은 고객 안전에서 중요한 이슈입니다. 유한킴벌리는 국제표준과 국내 법규 및 사회적인 안전 기대 수준에 부합하기 위해 제품안전 승인 시스템과 제품안전성 확인 시스템을 운영하고 있습니다. 또한 소비자에게 불안을 줄 수 있는 기타 유해성 여부(사회적 이슈 포함)를 검토하고 사전 예방하는 활동을 지속하고 있습니다. 제품안전 정책에 따라 지난 6년간 누적된 데이터 분석결과 고객건강과 안전 관련 규정 위반 사례는 없었습니다.

안전성 검증 시스템



안전성 확보를 위한 노력 - Technical Position 개발

유한킴벌리는 사회적인 이슈가능성이 있는 물질 및 불안유발 가능성 물질에 대한 입장 및 물질 지침을 개발했습니다. 테크니컬 포지션(Technical Position)은 신제품개발 및 제품개발 시 안전성 확보를 위해 참고하기 위한 자료입니다. 2009년에는 1,4 Dioxane(1,4 디옥산), 내분비계장애물질, 비스페놀 A(Bisphenol A), 펄프와 다이옥신(Dioxine), 폼알데하이드(Formaldehyde)5개 물질에 대한 테크니컬 포지션을 개발했습니다.

유해물질분석실험실 운영

유해물질분석실험실을 대전공장에서 운영하고 있습니다. 실험결과 2010년 5월까지 유해물질이 검출된 바 없습니다. 참고로 유해물질 분석실험실은 2007년 3월 대전공장에 신설되었습니다.

소비자 불만개선 활동들은 무엇이 있나?

고객 안전을 위한 올바른 정보제공 검증 절차

유한킴벌리는 제품라벨 표시기재규정을 준수하고, 고객 안전을 위한 올바른 정보 제공에 최선을 다하고 있습니다. 2009년에는 75건의 광고문안을 사전 검토하여 수정 반영하였고, 광고문안에 대한 각 사업부의 수준을 맞추기 위한 내부전문가 토론회를 분기마다 개최하고 있습니다.

고객관계 강화를 위한 활동 진행 (CRM: Customer Relationship Management)

유한킴벌리는 지속적인 고객 만족과 신뢰 형성을 위해 노력하고 있습니다. 2009년에 여성과 유아위생용품 관련 제품에서 의견을 준 총 7,000명의 고객들에게 신제품 및 안내문을 발송하고, 사용후기를 접수하고 의견을 취합했습니다.

고객에게 유용한 정보제공

유한킴벌리는 기저귀 및 육아 상식 소책자 '엄마는 알아요' 를 2009년 12월 9일 발간해 고객에게 제공했습니다. 약 3,000명의 고객에게 책자를 발송했으며, 백화점 유아휴게실에 비치해 건강한 아기피부를 위한 관리방법, 기저귀 사용시에 발생 가능한 문제해결 방법 등을 공유했습니다. 회사 홈페이지 고객지원코너에도 책자 내용이 게재되어 있습니다.

소비자 불만의 사전 예방을 위한 노력

유한킴벌리는 소비자 불만의 사전 예방을 위해 노력하며, 불만 발생시 신속하게 해결하는 시스템을 갖추고 있습니다. 고객지원실은 2009년 생산직사원들을 대상으로 품질관련 교육인 고객만족아카데미를 실시했으며, 불만제품 전시회를 통해 전 과정에서 불만사전예방 노력을 지속하고 있습니다. 또한 전 사원을 대상으로한 사내 영상사보는 기획을 통해 불만의 주요 내용과 과제, 소비자들의 소리를 들을 기회를 마련하고 있으며, 사내 온라인매체인 인트라넷 내에 별도 페이지를 개설해 불만내용들을 언제든지 찾아볼 수 있게 했습니다.

불만 개선을 위한 소비자 피드백 의견 수렴

유한킴벌리는 소비자의 불만을 품질개선에 반영하는 해피콜 제도를 운영하고 있습니다. 개선이 신속하게 이루어져야 하는 건, 상해나 안전에 위협을 주는 건, 불만 반복으로 설계 변경이 필요한 경우 각 공장 생산부, 품질부, 생산지원부, R&D, 고객지원실이 협력하여 개선 샘플들을 만들어내고, 이를 소비자에게 전달해서 만족도 피드백 조사를 실시하여 불만을 최소화시킨 샘플을 알아내서 개선 작업에 적용하고 있습니다.

소비자 불만 개선 사례

연월	불만 내용	처리 결과	불만 감소율
2009.01	하기사 기저귀 소변알림마크 불만	소변알림마크 기능개선 제품 출시	95%
2009.02	녹차내추럴케어 아기물티슈 약취·냄새	약액 배합 조절	97%
2009.03	매직팬티 후크 불량	후크 접착기 변경	92%
2009.04	키친타올 절취선 철 파편 이물질 건	필프에 금속 탐지기 설치	100%
2009.05	애니데이 슬리밍 중국제품 이물질 건	중국 생산공장 이물질 점검 비전 설치	100%
2010.02	보송보송 벌레 압착 발생	필름과 부직포 공정 조명제거	100%
2010.03	그린핑거 용기 사출 플라스틱 이물질 발생	이물질 확인을 위한 설비 설치, 작업자 교육	100%
2010.04	그린핑거 펄프 내 이물질 유입	펄프 기능검사 강화와 이물질 제거를 위해 작동과 누액 검사 실시	100%

법규 위반 사례 및 제품관련 이슈 제기 사례

소비자 안전보전 관련, 제품정보 제공 관련해서는 법규 위반사례가 없었으며, 자발적 또는 비자발적 제품 철회 사례도 발생하지 않았습니다. 지난 1년 동안 강화된 표시기재사항 검증 절차를 적용하여 법규위반 사례는 없었습니다. 다만 불만수의 증가나 안전성 논란이 제기되었던 사항에 대해 답변을 게재합니다.



사. 레. (제품관련 이슈 제기)

발생시기 2009.03
해당제품 유아용 스킨케어 제품
주요내용 스킨케어 제품 성분 중 파라벤 이슈

회사의 답변
 스킨케어제품인 그린핑거 중 일부는 천연원료를 사용하므로 변질 우려가 상대적으로 클 수 있습니다. 때문에 이를 방지하기 위해 미량의 보존제를 사용하고 있습니다. 이 보존제 사용 기준은 현재 국내외 국제 안전기준에서 허용된 양보다 적은 최소량을 사용하고 있으나, 더 나은 방법을 찾아가고자 노력하겠습니다.

발생시기 2009.12
해당제품 기저귀
주요내용 기저귀 냄새 불만 접수 증가

회사의 답변
 기저귀를 만드는 원료인 펄프는 고유의 특성상 주변의 냄새와 수분을 쉽게 흡입하는 성질이 있어 판매처나 가정에서 보관 중 주변의 냄새를 흡입할 수 있습니다. 또한 기저귀 봉합 처리시 접착물을 녹여주는 과정에서 적정 온도보다 높았을 경우 약간의 냄새가 날 수 있습니다. 보통의 경우는 제품 개봉 시 통풍이 되어 냄새가 사라집니다. 일시적으로 기저귀 냄새의 불만접수가 늘어나자 원인을 더 최소화 하기 위해 지속적인 제품 및 자재의 개선, 개발로 불만건수를 줄였습니다.

사회적 책임이 더 중요해지는 지역사회

Government & Community

39,000,000

우리강산푸르게푸르게 통해 심고 가꾼 그루 수 (1984-2009)



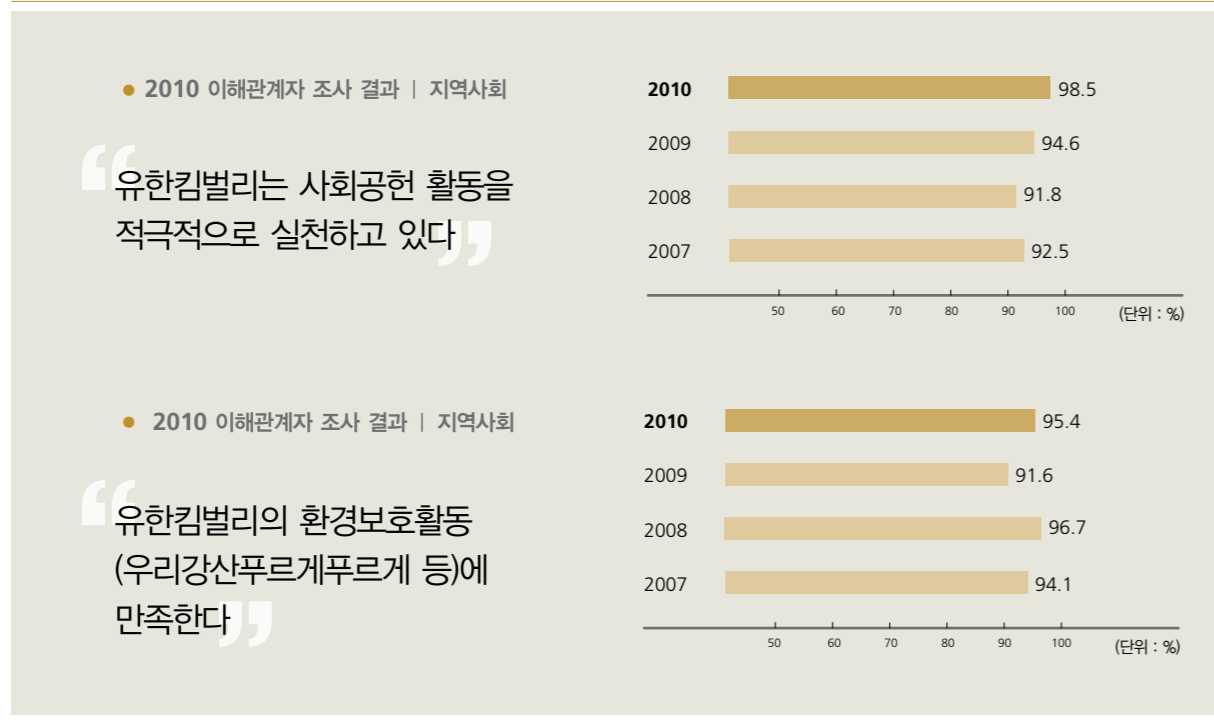
지역사회를 위한 공헌 사업들

유한킴벌리는 한국사회의 지속가능 이슈들인 숲·환경 보호, 가족친화(돌봄과 여성), 건강 위생 문화 확산, 문화적 자산확보, 평생학습문화 확산 등의 활동을 통해 지역사회와 협력하고 있습니다. 특히 숲과 환경 보호를 위해 우리강산푸르게푸르게 프로그램을 진행하고 있습니다.

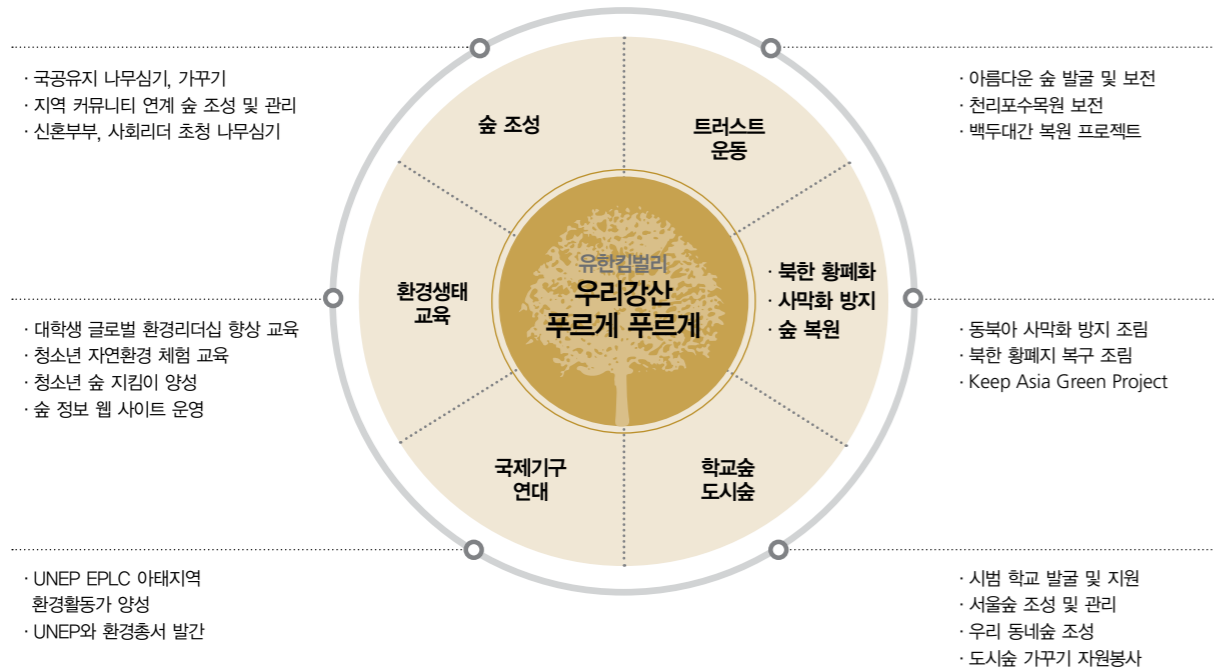
지역사회 요구사항 처리 내부 절차

지역사회의 요구를 사안별로 처리하고 있습니다. 사업장 인근 지역 주민의 요구는 각 공장에서, 고객요구는 고객지원실에서, 대외협력과 기부는 사회협력실에서, 웹사이트를 통한 질의는 질문내용에 대한 부서별 담당자가 답변하고 있습니다.

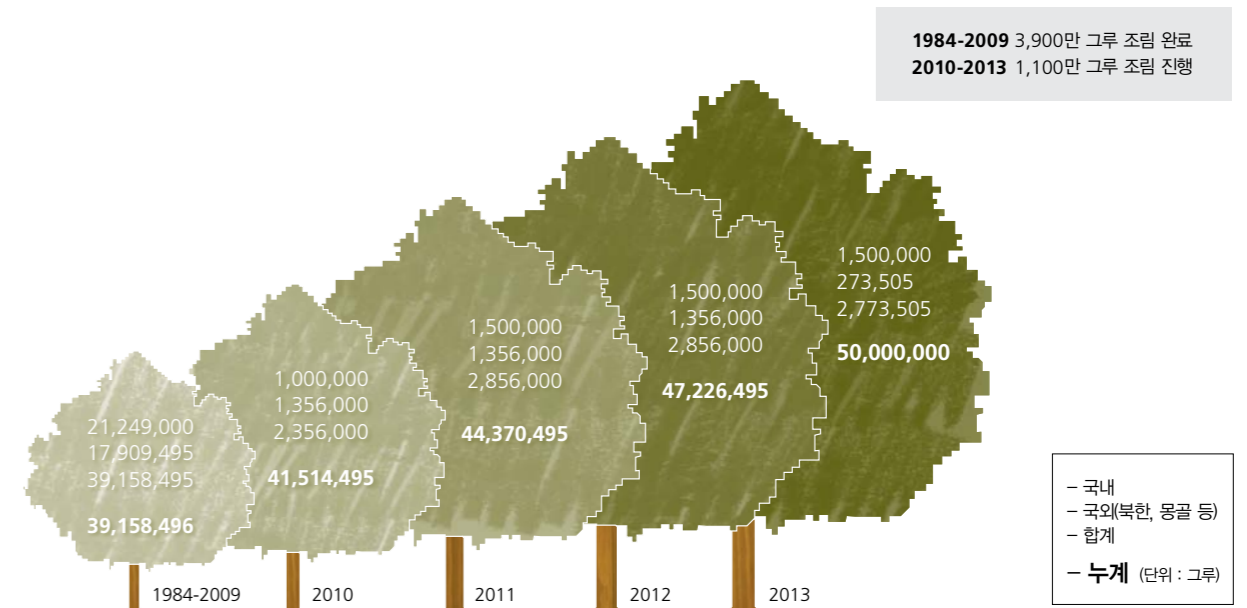
유한킴벌리 사회공헌활동 '우리강산푸르게 푸르게(1984-2010)' 는 어떻게 이루어지나?



우리강산푸르게푸르게 활동 영역



2013년까지 5,000만 그루 조림 계획



생태계 보전과 지속적인 자연자원 관리는 지구적 이슈가 되고 있습니다. 한국은 지난 40년간 과거의 전쟁과 경제적 어려움 등으로 훼손된 산림을 성공적 복원한 사례를 가지고 있는 대표적인 국가입니다. 유한킴벌리는 1984년 이래 숲환경보호활동인 우리강산푸르게푸르게 캠페인을 시작해 이러한 국가적인 성공사례를 만드는데 기여를 해왔습니다. 또한 1998년 한국이 IMF 경제위기체제하에서 숲 보호의 어려움을 겪자 다양한 시민참여의 장을 만들고, 일자리를 숲에서 창출할 수 있도록 주도적으로 참여했습니다. 또한 국경을 넘어 다영역간 파트너십을 구축하고 있습니다.

기후변화 대응에 대한 지구적 이슈가 높아지는 가운데 유한킴벌리는 2009년 11월에 탄소흡수원을 확보하고, 숲을 활용한 생태적 지역경영모델을 개발하기 위해 한국의 대표적인 숲단체인 생명의 숲과 함께 향후 4년간(2010-2013년) 국내 570만 그루, 해외 530만 그루 총 1,100만 그루의 나무 심기 및 숲가꾸기 실천 협약을 맺었습니다. 참고로 2013년은 우리강산푸르게푸르게 캠페인 30주년이 되는 해이며, 누적 5,000만 그루를 심게 됩니다. 5,000만 그루는 한국 국민 한 명이 한 그루의 나무를 심는 것과 같은 의미입니다.

- **2009 모델 학교숲 15개 운영, 동네숲 2곳 조성** 유한킴벌리는 점차 한국의 도시화가 가속화되고, 대부분의 인구가 도시에 모여 살게 되자, 1999년부터 도시숲 가꾸기 운동의 일환으로 학교숲운동을 새롭게 펼쳐왔습니다. 매년 모델이 되는 학교숲을 선정하고, 시민단체인 생명의 숲과 컨소시엄을 구성해 진행하고 있습니다. 이후 2009년에 이름을 우리강산 푸르게 푸르게 모델 학교숲운동으로 바꾸었습니다. 2009년 6월 부터 은퇴교사들이 매월 1회씩 학교 숲 자문을 해주는 기회를 마련했으며, 11월에는 학교숲운동 10년을 정리하는 국제심포지움을 개최해 발전의 기회를 도모했습니다. 또한 시민단체인 서울그린트러스트와 함께 2007년 부터 동네 자투리 공간을 활용한 동네숲 조성 운동을 시작했습니다. 2009년에는 서울 강서구 개화동과 우면동에 나무를 심고, 지역주민들과 숲의 중요성을 공유했습니다.

우리강산푸르게푸르게의 모습들

- 미래 환경 리더 키우는 여고생 그린캠프 개최 등** 유한김벌리는 매년 한국의 여고생을 대상으로 환경체험교육인 ‘그린 캠프’를 개최하고 있습니다(1988-2009, 총 참여자수 3,265명). 이 캠프는 여고생을 대상으로한 가장 오래된 기업 환경캠프중의 하나입니다. 2009년에는 2회 개최되었으며, 장소는 강원도 영양군내 캠프장이었습니다. 그 외에도 2009년에 1,000여명이 참여하는 초·중·고 청소년 대상 그린레인저 산림캠프를 지원해서 다양한 체험기회를 제공했습니다.
- 미래 보존해야할 숲 선정** 유한김벌리는 한국의 아름다운 숲을 발굴하고 보존하며, 또한 지키고 가꾸어야 할 가치가 있는 주변의 자연 및 문화유산을 발굴해서 선정하는 일을 지속적으로 하고 있습니다. 국가기관인 산림청과 사단법인 생명의숲국민운동과 함께 지난 10년 동안 총 169곳의 아름다운 마을숲, 숲길, 천년의숲, 학교숲을 개발하여 공유하고 있습니다. 특히 10년을 기념하여 2009년에는 기존 수상지들 중 보전상태와 지역 주민들의 참여도가 높은 2곳을 특별부문 ‘아름다운 숲지기’로 선정했습니다. 또한 시민들이 발굴하여 보존대상지로 선정하는 ‘이곳만은 꼭 지키자’ 시민공모전을 한국내셔널트러스트와 공동 주최 하고 있습니다(2000-2009, 누계 71곳 선정). 2009년 11월에는 7번째 캠페인을 전개해서 인천시 굴업도, 인천 송도갯벌을 포함해 9곳을 선정했습니다.
- 북한지역 숲 조성과 몽골지역에 재조림 연구 사업 진행** 유한김벌리는 한반도의 환경보전에 기여하고, 북한의 황폐화된 지역의 산림 복구를 위해 나무를 심고 가꾸는 사업을 돕고 있습니다. 이를 위해 종자와 묘목 및 나무심기 물자를 지원해서 총 130만여 그루의 나무를 심어 왔습니다(1999-2009). 2009년에는 사과, 밤나무, 잣나무 등 유실수 3,400본을 평양에 심었고, 금강산 양묘장에 잣종자 400kg을 발아하였습니다. 또한 매년 봄마다 한국의 황사문제가 심각해지자 유한김벌리는 1999년부터 황사 원천지인 몽골의 사막화 방지를 위해 나무를 심고 있습니다. 2009년에 장기조림사업을 추진하여 사단법인 동북아산림포럼과 함께 토진나르스(Tujiin nars) 지역 사막화 방지를 위한 조림을 실시하였습니다.
- 우리강산푸르게푸르게 총서 발간** 유한김벌리는 환경과 숲 관련 총서(1993-2009, 총 23권 발간)를 발간해서 자료 축적과 정보공유에 앞장서고 있습니다. 2009년에는 ‘2009 유넵연감’과 ‘기후행동-지구를 더 푸르게’(발간 : UNEP 한국위원회) 2권을 발간해서 도서관과 지자체 등 600여 곳에 배포하였습니다.
- 숲 관련 공익 사이트의 운영** 유한김벌리는 숲 보호활동 공익웹사이트인 우리숲사이트 [www.woorisoop.org]를 운영하고 있습니다(2000-2009). 우리숲 웹사이트는 숲과 환경을 사랑하는 사람들의 소통 공간으로, 숲과 자연에 대한 궁금한 점을 해소하고 블로거들의 글을 공유하는 자리를 제공하고 있습니다. 특히 인터넷에 친숙한 청소년들을 위한 온라인 숲체험 학교와 숲 보호활동 참여 안내는 아이들에게 숲과 환경에 대한 인식을 새롭게 하는데 도움이 되고 있습니다.



‘10년의 약속’ 지킨 유한김벌리

2010년 신혼부부와 사회인사 초청 나무심기에서는 특별히 10년전 참가했던 가족들을 초청해서 당시 심었던 나무와 이름 팻말을 돌려 보는 시간을 가졌습니다. 10년전 신혼부부 나무심기 참가자들에게 이후 다시 초대해서 가족들과 함께 나무가 자라는 모습을 돌려 볼 수 있는 기회를 마련하겠다고 약속했고 이를 지킨 것 입니다.

- 2010년 4월 11일 경기도 광주 퇴촌면



유한킴벌리 사회공헌 실적 26년 추세 (1984-2009)

분류		1984-1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
나무심기와 숲가꾸기	국내 조림육림	조림(그루) 5,023,900 육림(그루) 16,220,100	23,300 505,800	18,800 655,800	62,000 681,000	11,000 462,000	7,500 516,000	3,000 639,000
	북한 황폐화 된 숲 복원 위한 조림	나무수(그루) 12,894,595	2,167,830	130,000	211,750	10,000,000	30,115	131,096
	몽골 사막화 방지 위한 조림	나무수(그루) 4,051,500	-	-	500	1,000	300,000	450,000
	소계	38,190,095	2,696,930	804,600	955,250	10,474,000	853,615	1,223,096
도시 숲 조성	학교숲	선정학교수(개)	10	20	24	15	127	105
	동네숲	나무수(그루) 면적(m ²)	- -	- -	- -	- -	4,000 13,223	- -
교육과 체험	청소년환경생태교육	참가자수(명)	80	146	161	148	159	165
	신혼부부·사회인사 나무 심기	참가자수(명)	400	400	400	400	400	510
		나무수(그루)	89,000	6,000	6,000	3,000	3,600	1,500
숲보존 활동	이곳만은 지키자	수상자수(개)	-	9	10	-	-	-
	아름다운 숲 전국대회	수상자수(개)	-	22	21	16	20	15

분류		2005	2006	2007	2008	2009	합계	
나무심기와 숲가꾸기	국내 조림육림	조림(그루) - 육림(그루) -	- -	- -	- -	5,000 -	5,028,900 16,220,100	
	북한 황폐화 된 숲 복원 위한 조림	나무수(그루) 203,804	10,000	6,000	4,000	3,400	12,897,995	
	몽골 사막화 방지 위한 조림	나무수(그루) 750,000	750,000	750,000	1,050,000	960,000	5,011,500	
	소계	953,804	760,000	756,000	1,054,500	968,400	39,158,495	
도시 숲 조성	학교숲	선정학교수(개) 79	116	120	86	15	708	
	동네숲	나무수(그루) 면적(m ²)	- -	2,104 1,617	1,746 500	2,487 1,157	10,337 16,497	
교육과 체험	청소년환경생태교육	참가자수(명) 181	136	143	152	174	3,265	
	신혼부부·사회인사 나무 심기	참가자수(명)	200	210	260	270	680	15,930
		나무수(그루)	3,000	1,200	6,000	4,000	5,000	131,300
숲보존 활동	이곳만은 지키자	수상자수(개) 11	12	11	9	9	71	
	아름다운 숲 전국대회	수상자수(개) 11	16	18	14	16	169	

* 빈칸은 당해년도에 관련 활동이 시작되지 않았음을 의미합니다

우리강산푸르게푸르게 캠페인에 대한 자세한 내용과 실적은 웹사이트 [www.woorisop.org]에서 확인하실 수 있습니다.

유한킴벌리는 저출산 극복과 여성 권익 향상을 위해 어떻게 노력하나?



저출산 극복 활동

- 돌봄 공동체 모델 개발 2차년도 사업 진행** 한국은 저출산이 급속화 되면서 지속가능한 사회를 만들기 위해 인구 증가를 가능케하는 요소에 많은 관심을 기울이고 있습니다. 이와 관련하여 태어나서 자라나는 아이들을 위한 사회적 관심과 돌봄의 좋은 모델 개발이 시급합니다. 유한킴벌리는 우리사회 오피니언 리더 그룹들로 구성된 사단법인 미래포럼에 참여하여 이에 대한 노력들을 실천하고 있습니다. 특히 연 매출의 만분의 일 기부 기금조성에 참여하는 기업들과 함께 2005년부터 돌봄모델 구축을 위해 노력해왔으며, 2009년부터 시범기관 3곳을 선정해 3년간 지역사회의 돌봄시스템 구축 환경을 지원하기로 했습니다. 2010년에는 2차년도 사업을 진행하고 있습니다.


유한킴벌리 미래포럼 돌봄 모델 개발 과정은 웹사이트 [www.yuhan-kimberly.co.kr]에서 확인하실 수 있습니다.

- 저출산 시대, 생명의 소중함을 알리는 '신혼부부 학교' 개설** 유한킴벌리는 신혼부부들이 저출산 시대에 가족과 생명의 소중함을 배우고, 건강한 부모가 되기 위한 준비를 갖추실 수 있도록 2009년 7월과 9월에 처음으로 서울YWCA와 생명을 사랑하는 신혼부부학교를 열었습니다. 또한 2010년 1-2월에는 출산과 관련된 신혼부부들의 라이프스타일과 심리를 알기 위한 심층인터뷰 조사를 진행했습니다.

2009년 실시 현황

분류	제1기	제2기
주제	신혼부부들, 가족의 소중함을 배우다	신혼부부들, 유쾌한 소통을 시작하다
주요프로그램	생명특강, 뮤지션 선과의 만남, 라인댄스	생명특강, 드라마 통한 부부 의사소통 워크숍
참가자수	총 56명(27쌍)	총 60명(30쌍)
개최일	2009.07.11(토)	2009.09.26(토)
장소	자연을 사랑하는 문학의 집 서울	서울 YWCA 소극장 마루

- **서울시 다자녀 돕기를 위해 하기스에서 다둥이 카드 소지자 지원** 유한김벌리는 출산장려를 위해 서울특별시와 협약(2006.12)을 맺고 다자녀 가정에 혜택을 주고 있습니다. 다둥이 카드 소지자들에게 유한 김벌리가 진행하는 사은 행사인 '하기스선물대잔치'에 참여시 추가 점수를 주고, 온라인상의 하기스몰에서 제품을 살 때도 할인 혜택을 주고 있습니다. 이 제도를 통해 2009년 혜택을 받은 다둥이가족 수는 총 547명(2009.01.01-2009.12.31)이었습니다.

 하기스 매직물 [http://www.happybabyclub.co.kr/gift/magic/magic_index.asp]

여성 인권 및 권익 향상 활동

- **미래 여성 리더십 양성** 유한김벌리는 매년 공모를 통해 여성단체 및 시민사회단체 여성활동가를 선발해 미래 한국사회의 리더가 되기 위한 평생학습의 기회를 제공하고 있습니다. 특히 참여자들이 장기적으로 한국사회의 인권보호와 양성평등, 돌봄사회 구축 등에 노력할 수 있도록 독려하고 있습니다. 본 과정은 성공회대학교 실천여성학과과정과 계명대학교 NPO 리더십 심화과정으로 진행되고 있습니다. 성공회대학교 NGO대학원 석사과정인 실천여성학과과정은 1년간 진행됩니다. NPO리더십 심화과정은 매년 2회에 걸쳐 7주간 개최됩니다. 2010년부터는 상대적으로 학습의 기회가 적은 지역사회의 여성활동가들을 위해 서울에서 대구로 지역을 확대해 개최하고 있습니다.

여성리더 양성 위한 과정 (단위: 명)

분류	협력 파트너	횟수	형태	실적				
				2007	2008	2009	2010	소계
미래여성NGO리더십과정	한국여성재단, 한국여성단체연합, 성공회대학교	연회	1	10	9	11	10	40
NPO리더십 심화과정	한국여성재단, 이화여자대학교(2009), 계명대학교(2010)	연회	7	-	49	62	-	111

- **성폭력상담소 책자 발간 및 여성상담 긴급전화 1366안내** 유한김벌리는 2009년에 성폭력 피해자를 위한 소책자 '순간'의 발행을 지원했습니다(한국여성민우회 성폭력 상담소 발행). 본 소책자는 전국 성폭력상담소에 배포되고 있습니다(2009.11-현재). 한편, 여성의 안전을 위해 24시간 상담할 수 있는 여성긴급전화번호(1366)를 자사 생리대 제품인 화이트와 좋은느낌의 포장지에 기재하고 있습니다(2006.01-현재).
- **초경교육의 온라인 교육 강화** 유한김벌리는 바른 성문화 확산을 위해 2009년 33,215명의 학생들에게 성교육을 실시했습니다. 특히 2009년은 신종플루의 영향으로 단체 집합 교육을 지양하고 웹기반의 온라인 교육을 강화했습니다. 성교육 범위도 지역 아동센터와 방과후 공부방의 소외층 자녀까지 확대 하였습니다. 참고로, 1972년부터 초중고 여학생들에게 생리맞이 교육과 성가치관 교육에 약 13만 명이 참여했습니다.

고령화 시대를 대비한 협력 활동들

- **노년학 연구 지원** 유한김벌리는 2005년부터 매년 한국노인학회에 소속된 연구자들을 대상으로 주제를 공모하여, 연구를 돕고 있습니다. 2009년에는 노년학 연구 소모임 3개, 노년학 연구자 3명을 선정해 도왔습니다.
- **시민단체와 함께하는 고령사회 대비 연구 활동** 유한김벌리는 미래포럼과 함께 고령사회 대비를 위해 2009년에 '고령화'를 주제로 연구와 공개포럼 등을 통해 사회적인 관심 확산에 노력했습니다.


메세나 · 평생학습 · 위생문화 확산 노력들 어떤 것이 있나?

미래 세대를 위한 장기적 노력 - 한국의 대표 석학과 콘텐츠 개발

- **이여령 초대 문화부 장관과 한중일 비교문화 콘텐츠 개발** 유한김벌리는 한국의 대표적인 석학인 이여령 초대 문화부 장관과 함께 한중일비교문화콘텐츠 개발 및 확산을 위해 노력하고 있습니다. 십이지신의 첫 연구콘텐츠인 '호랑이'를 개발했으며, 제1회 한중일문화국제심포지엄(2009.10)과 대학생과 청년들 대상 논문공모전(2009.11)을 통해 한중일의 문화적 이해를 돕는 콘텐츠들의 확보에 기여했습니다.
- **도올 김용옥 선생과 동방주요고전 역주 콘텐츠 개발** 유한김벌리는 도올 김용옥 선생의 동양과 한국의 주요 고전을 역주하는 프로젝트를 돕고 있습니다. 2008년 '논어한글역주 1,2,3'발간에 이어 2009년에는 중국의 대표적인 고전이라고 할 수 있는 '효경'과 '대학과 학기'가 발간 되었습니다. 이 사업들을 통해 문화의 경쟁력을 강화하고, 한국 사회의 근본이 되는 인문학을 살리는 데 기여하고 있습니다.

문학인과 시민들의 만남

- **시민들을 위한 문학광장과 신작가음악회 개최 협력** 유한김벌리는 서울에 소재한 문학관인 '자연을 사랑하는 문학의 집·서울'을 통해 수유문학광장과 금요음악마당 개최를 돕고 있습니다(2001-2010, 예술가 800여명, 시민 16,000여명 참가). 또한 2009년 10월에는 문학의 집·서울, 한국예술가곡진흥위원회와 시에 가곡을 붙인 신작가곡 음악회를 개최해(참여자수 1, 851명) 한글의 아름다운 문화를 확산시키고 있습니다. 참고로 지난 7년동안 총 9회 공연(참여 음악가 228명, 가곡창작 179곡)이 있었습니다.

 문학광장과 음악회 개최에 대한 자세한 활동은 웹사이트 [www.yuhan-kimberly.co.kr]에서 확인하실 수 있습니다.

평생학습의 사회적 확산

- **피터드러커 탄생 100주년 기념 글로벌 컨퍼런스 후원** 세계적인 경영학자인 피터드러커 교수의 지식경영과 혁신경영을 한국사회에 확산시키고자 글로벌 컨퍼런스 개최를 도왔습니다. 컨퍼런스에는 '히든챔피언'의 저자 헤르만 지몬(Hermann Simon), 리더 투 리더(Leader to Leader)의 대표이자 전(前)걸스카웃연맹 총재였던 프란세스 헤셀바인 여사 등이 참석했습니다. 그 외에도 피터드러커 에세이 공모전을 개최하였습니다. 유한김벌리는 8월 발간된 '창조와 혁신' 제 2권 제 2호와 10월에 개최된 국제심포지움에서 각각 평생학습을 통한 '일과 삶의 균형'을 잘한 대표사례로 소개되었습니다.

병원 감염 방지 노력

- **병원 내 감염 예방과 깨끗한 공중 화장실 만들기 캠페인 앞장서** 유한김벌리는 병원 내 감염예방에 관심을 갖고 총 6회의 감염관리 세미나(2002-2008)를 개최하였습니다. 2009년부터는 교육 횟수를 확대해서 수술실 간호사를 대상으로 한 해 총 8회의 감염관리 세미나를 개최했습니다. 또한 한국사회에서 공중 화장실 문화 정착을 위한 위생 관리 캠페인을 지속하고 있습니다.

사원들의 자발적인 사회공헌 활동들은 어떤 것이 있나?

사원들의 지역사회 프로그램을 위한 투입 시간 및 기부 내역

유한킴벌리 사원들은 자발적인 이웃 돌봄을 실천해서 2009년 총 자원봉사 건 수가 350건, 자원봉사 시간은 총 11,395시간이 진행되었습니다. 또한 총 기부금액은 87,784,360원 입니다.

유한킴벌리 사원들의 자원봉사 활동 현황

분류	2006	2007	2008	2009
전체참여인원(명)	15,142	15,464	12,436	8,308
자원봉사시간(시간)	13,196	11,601	10,260	11,395
총 횟수(건)	218	211	455	350
기부금액(원)	117,406,920	90,307,950	65,632,510	87,784,360

지역사회를 위한 다양한 활동

군포공장 여성사우들은 독거노인을 방문해 대청소, 발일 봉사 등을 진행했습니다. 본사 자원봉사 동아리 '연탄한장'은 2010년 5월 가족의 달을 맞아 저소득 가정의 아이들 12명과 함께 방과 후 시간을 보내며 멘토링과 집수리도 했습니다. 김천공장 여직원 봉사모임 '예그리나'는 2010년 4월 15-17일 불우어린이 돕기 바자회를 열었습니다. 약 200여명의 사원 및 협력업체 사원들이 참여했습니다. 또한 자원봉사팀 '유천회' 회원들은 2010년 4월 24일 김천시 조마면 대방리에 혼자 사는 할머니들을 방문해 집수리 활동을 했습니다. 이 일은 5년째 지속되고 있습니다. 대전공장 사원 가족들은 매년 김장을 만들어 독거노인가정 및 조부모, 편부모 자녀 가정에 전달하고 있습니다. 또한 아나바다장터 행사를 대전공장 로비에서 진행하여 편부모 가정에 수익금을 전달했습니다.

- 여성돕기 기부 릴레이 캠페인 '딸들에게 희망을!' 참여(2010.05.01-31)** 유한킴벌리는 소외받는 여성들(여성가장, 여성노인, 성폭력 예방 등)을 돕기 위해 한국여성재단이 진행하는 기부 릴레이에 참여했습니다. 총 참여인원은 62명이었습니다. 유한킴벌리는 본 기부 캠페인에 2003년부터 매년 참여해 오고 있습니다.
- 농촌돕기 '쌀 팔아주기 운동' 참여(2010.04.29-05.06)** 유한킴벌리는 농협중앙회와 함께 겨울한파와 잦은 비로 농작물 수확에 어려움을 겪는 농민들을 돕기 위해 쌀 팔아주기 운동을 실시했습니다. 협력업체와 본사사원이 참여해 총 229포의 쌀을 팔아 농민들을 도왔습니다.
- 2010 지진 피해 입은 아이티 돕기 진행** 2010년 1월 12일 카리브해 연안의 최빈국 아이티의 수도 포르토프랭스 인근에서 강도 7.0의 강진이 발생해 수많은 이들이 사망했습니다. 유한킴벌리 사원들은 아이티 지진피해 지역의 아동들을 자발적으로 도왔습니다. 성금은 2010년 1월 21일부터 27일까지 일주일 동안 1%기부 자발적 성금모금을 진행하여 임직원의 약 84%인 1,411명의 임직원의 참여로 39,593,388원을 모금했고, 회사가 1:1로 기부하여 총 79,186,776원을 모금해 유니세프에 전달했습니다.

05

Environmental Value

환경성과

진정성과 책임감을 가지고 환경경영을 실현해 나가겠습니다.

환경성과 관리체계 DMA | 환경실적 13년 추세 | 환경경영 전반 관리 | 환경친화적인 제품·공정 |

자원절약과 재활용

환경성과 관리체계

비전

2015년까지 환경·에너지 비전을 달성하여 선도기업으로서 사회적으로 기여한다.

- 김벌리클라크 전세계 사업장에서 세계 5위 이내 수준 달성 : 물 사용량, 에너지 및 온실가스 배출 저감, 폐기물 저감, 에코디자인 적용
- 원단위 환경부하 10% 감소, 원단위 유해화학물질 50% 감소, 자원 재활용률 98% 이상 (2005년 대비)
- 원단위 에너지 사용량 10% 감소, 원단위 온실가스 배출량 10% 감축 (2005 대비)

정책

환경 부하 최소화, 지속적인 환경 개선, 효율적인 환경 관리, 에너지 효율 및 온실가스 저감기회 극대화, 조직원의 환경 관리 능력 배양, 정책 공개, 환경보호운동에 선도적 역할 준수

조직

지속가능경영본부, 제품개발(R&D), 사업장 안전환경부, 물류본부, EHS(Environment, Health & Safety) Excellence Team, 커뮤니케이션 본부

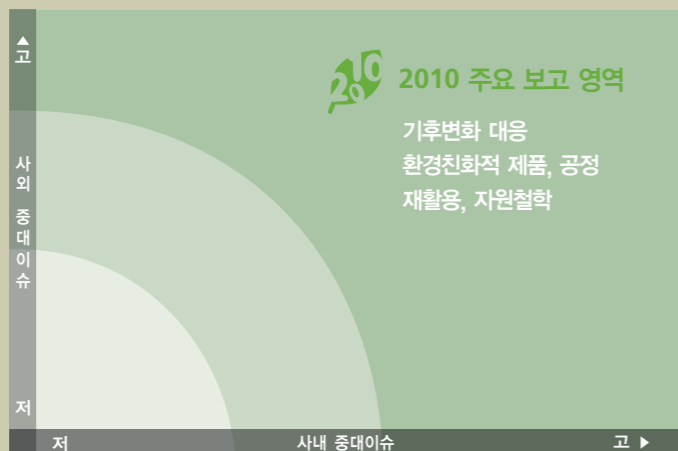
성과와 목표

평가 기준 | ● 목표초과 ● 목표달성 ○ 목표달성 노력 필요

분 류	2009			2010
	실적	평가	관련 Page	목표
회사전체 활동	환경관련투자 증가	●	88	• 환경관련투자 지속
	저 탄소 비전 수립 추진	○	-	• 저 탄소 비전 및 로드맵 수립
제품 · 공정 · 자원	탄소 라벨링 인증 획득 추진	○	40	• 탄소 라벨링 인증 획득
	생리대 포장재 무게 감소	●	32	• 생리대 포장재 무게 감소
	그린마일리지 판매 증가	●	90	• 그린마일리지 판매 증가
기후변화 대응 노력	공급망 탄소발자국 체계 도입	●	42	• 공급망 탄소발자국도입
	온실가스 인벤토리 구축	●	41	• 온실가스 인벤토리 확산

2010 환경 성과 중대성 평가 [IPS Materiality Test Model™]

기후변화 대응, 환경친화적 제품과 공정, 재활용 및 자원절약이 중대이슈로 도출되었습니다. 기후변화 대응은 2010년 처음으로 사내·외에서 모두 관심을 가지고 있는 주요하고 영역으로 선정되었습니다.



*기후변화대응은 38페이지에 별도로 보고하고 있으니 참고하여 주시기 바랍니다.

유한킴벌리 환경실적 13년 추세 (1997-2009)

Environmental Performance data

분 류	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
원료	재활용지 중 국내산 비율(%)	10.1	14.2	18.9	37.3	57.7	74.2	70.8	76.0	74.8	76.8	81.7	85.8	89.9
	직접에너지 사용량 (106BTU/제품ton)	6.7	6.4	6.0	5.3	5.1	5.2	5.1	5.1	5.3	5.0	4.5	4.2	4.3
에너지	간접에너지 사용량 (106BTU/제품ton)	3.5	3.3	3.2	4.0	4.0	3.8	3.7	3.8	4.0	3.9	3.8	3.7	4.1
	물 사용량 (m³/제품ton)	25.6	25.0	24.5	18.7	14.1	11.5	10.0	8.9	9.7	9.9	10.0	11.7	13.8
용수	물 재활용 비율(%)	39.3	41.6	41.0	34.9	46.1	55.5	61.8	59.2	57.3	57.3	56.3	50.8	43.1
	CO ₂ 총 배출량 (천 CO ₂ /년)	-	-	150.9	138.9	160	175	170	163	168	156	155	161	164
온실 가스	원단위 CO ₂ 배출량 (t CO ₂ /제품ton)	-	-	-	-	0.909	0.875	0.863	0.867	0.879	0.800	0.742	0.720	0.741
	염화불화탄소 사용량(kg)	-	-	-	-	47.5	19.7	24.3	63.4	51.0	35.3	22.2	17.1	26.7
	먼지(kg/제품ton)	0.187	0.223	0.173	0.119	0.077	0.058	0.042	0.021	0.016	0.008	0.004	0.003	0.006
대기 관리	황산화물 (kg/제품ton)	1.443	0.994	0.581	0.341	0.154	0.058	0.067	0.060	0.070	0.020	0.004	0.005	0.001
	질소산화물 (kg/제품ton)	1.595	1.175	0.851	0.577	0.506	0.467	0.506	0.449	0.409	0.152	0.066	0.053	0.028
	수계 배출량 (m³/제품ton)	19.9	17.4	13.5	13.0	11.2	8.2	7.5	6.3	6.4	6.4	7.4	8.6	11.1
수질 관리	생화학적산소요구량 (kg/제품ton)	0.07	0.07	0.09	0.05	0.03	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02	0.01	0.02
	화학적 산소요구량 (kg/제품ton)	0.33	0.35	0.43	0.29	0.18	0.14	0.12	0.09	0.09	0.09	0.11	0.11	0.14
	총 부유물질 (kg/제품ton)	0.17	0.14	0.17	0.11	0.05	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02	0.03	0.03
폐기물	발생량 (ton/제품ton)	0.54	0.50	0.47	0.38	0.38	0.44	0.45	0.37	0.34	0.28	0.26	0.25	0.23
	총비용(억 원)	-	52.8	57.3	65.2	88.1	91.6	83.6	84.5	94.2	90.5	86.9	90.8	125.8
환경 보호 비용	매출 대비 비중(%)	-	1.3	1.1	1.1	1.3	1.3	1.2	1.2	1.2	1.1	1.0	0.9	1.1

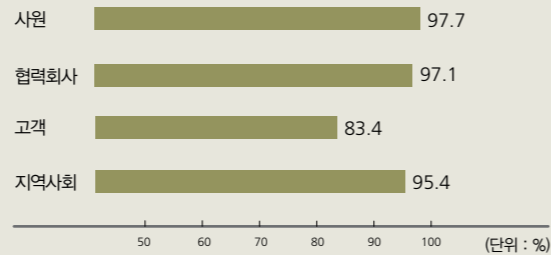
* 유한킴벌리는 1997년부터 환경 데이터 관리를 시작했으며, 온실가스관련 데이터는 1999년 이후부터 관리를 하고 있습니다.

* 환경성과 성과표는 보다 이해하기 쉽도록 재 조정하였으며, 2005년 이후 데이터는 각 사업장 데이터 기준 통일로 재 산출하여 2005년부터 지표 성과가 일부 수정되었으며, 온실 가스에는 물류부분이 제외되었습니다.

환경경영 전반을 어떻게 관리하고 있나?

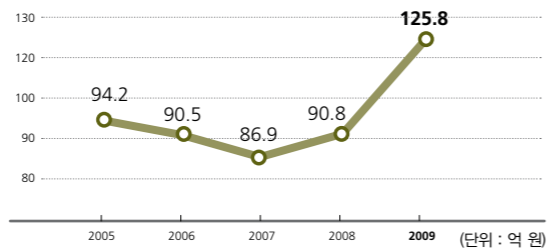
2010 이해관계자 조사 결과

“유한킴벌리는 환경경영을 잘 실천한다”



환경관련투자 결과

“환경 관련 투자가 전년대비 증가하다”



환경 관련 투자 전년대비 35.8% 증가

유한킴벌리는 2009년에 환경보호 비용으로 125억 8천만 원으로 전년대비 38.5%가 증가했습니다. 본 비용은 투자 내용중 50%이상을 환경에 투자한 것을 기준으로 산출합니다. 2009년 주요 환경 투자는 김천공장 슬러지의 전량 재활용 설비 투자(11.2억 원), 폐수처리시설 개선(3억 원), 대전공장 대기오염물질 감소 위한 집진시설 설치(3.3억 원), 부직포 공정내 폐기물 재활용시설(7.8억 원) 등이 있습니다.

환경 목표 관리시 온실가스 감축과

유해화학물질 내용 추가

유한킴벌리는 기존에 배출물 관리 위주였던 목표를 변경해서 2009년 환경부하, 폐기물 재활용, 유해화학물질, 에너지 사용량 및 온실가스 등을 새롭게 추가했습니다. 이는 온실가스 감축과 유해화학물질 사용에 대한 사회적 관심이 높아짐에 따라 새롭게 반영한 것입니다. 목표는 2005년 기준에 따라 관리하고 있습니다.

환경 목표 관리 내용

신규분류	2009	
	목표 (2005기준)	실적
환경 부하	10% 감소 (0.566 kg/제품톤)	62% 감소 (0.238 kg/제품톤)
폐기물 재활용	98% 이상 재활용	98% 재활용
유해화학물질	50% 감소 (0.478 kg/제품톤)	65% 감소 (0.335 kg/제품톤)
에너지 사용량	10% 감소 (8.325 MMBtu/제품톤)	9.7% 감소 (8.352 MMBtu/제품톤)
온실가스 배출량	10% 감소 (0.791 톤/제품톤)	15.6% 감소 (0.741 톤/제품톤)

사원들을 위한 사전 환경관리 능력 배양

유한킴벌리는 사원들과 협력회사 사원들을 대상으로 2009년 환경관리능력 배양을 위해 온실가스 저감, 지정 폐기물 이송방법, 환경·안전방침, 환경정책 등의 교육을 실시했습니다. 2009년 총 교육시간은 408시간이며, 참여자는 총 1,755명이었습니다.

사업장중 생물다양성이 있는 지역의 위치와 크기

유한킴벌리 사업장은 환경정책기본법, 대기환경보전법, 수질및수생태계보전에관한법률, 폐기물관리법, 토양 환경보전법 등의 법규를 준수합니다. 군포공장은 한강 수계, 김천공장은 낙동강 수계, 대전공장은 금강 수계의 수질오염총량관리법규를 준수하며, 전체 오염물질 배출은 법적 기준의 1/5수준에서 관리하고 있습니다. 2009년 법규 위반 사실은 없습니다. 그 외에 2009년에 성남물류센터를 매각하고 지역사회 환경오염 영향을 진단하고자 조사를 실시한 결과 토양 상태가 양호하다는 판정을 받았습니다.

- **제1공장 군포공장** 군포시 당정동 경수산업도로 접한 일반공업지역. 공장의 환경오염물질 배출은 정부기준 1/5이하로 관리하고 있습니다.
- **제2공장 김천공장** 김천시 대광동 공업지역 위치. 폐기물관리법에 따라 연 4회 방류수 검사를 실시하고 있으며, 2009년 조사 결과 기준 이내로 관리되고 있음을 확인하였습니다.
- **제3공장 대전공장** 대전시 문평동 제3공단에 위치. 인근에 생활폐기물 매립장과 소각장이 있어 2008년부터 악취관리지역으로 지정되어 연 2회 악취 측정을 실시하고 있습니다. 법적 요구 기준(공업지역 1000이하)보다 더 안정적 관리를 위해(300이하의 목표) 2009년 방지시설을 보완 하였습니다.
- **메트로허브 물류센터** 경기도 광주에 위치. 2008년 건립. 설계부터 환경 개념을 접목해서 자연채광, 전기난방, 센터 주변 조경을 추진했습니다. 앞으로도 모범적인 친환경 물류센터로 발전하고자 노력하고 있습니다.

물과 중대한 유출로 인해 주변환경에 미치는 영향 사전 관리

유한킴벌리는 취수원 및 취수원의 생태계에 미치는 영향의 최소화를 위해 방류수 수질을 하천 생활환경 기준으로 정화한 후 배출하고 있습니다. 참고로, 군포와 대전공장은 공업용수를 지방자치단체로부터 공급을 받고 있습니다. 김천공장은 낙동강 상류 지천인 감천으로부터 하천수를 공급 받고 있습니다.

유한킴벌리는 절차서에 따라 중대한 유출(기름·연료·폐기물·화학물질 유출 등)을 막기 위해 사전 관리를 철저히 하고 있습니다. 유출 시를 대비해 주요 구역에 방제함을 설치하고, 정기훈련을 실시하고 있습니다. 2009년에 이러한 노력으로 전체 사업장에서 중대한 유출사건은 없었습니다.

사. 레. (성남물류센터 토양 환경 분석 실시)

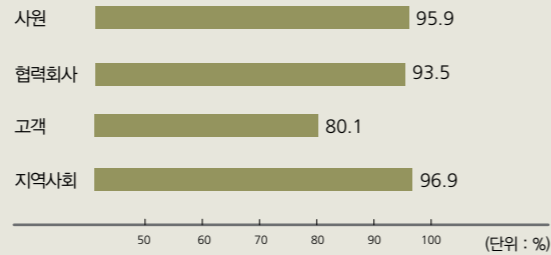
유한킴벌리는 20년간 운영했던 성남물류센터(경기도 성남시 상대원동 149-1번지 위치, 1989.11.-2009.11)를 매각하기로 결정하고, 지역사회에 미치는 환경적 영향을 진단했습니다. 조사 범위는 석면(보건)과 토양오염(환경)으로, 이는 관련 법규¹⁾를 근거로 진행되었습니다. 약 40곳의 샘플링 지점에서 석면조사를 실시한 결과 토양오염우려기준 이하 수준으로 나와 토양 상태가 양호했습니다. 또한 토양환경분석은 약 10개 지점에서 환경부 지침에 따라 이루어졌고, 그 결과 토양오염우려기준 이하로 토양 상태가 양호하다는 결과를 받았습니다.

¹⁾ 관련 법규 : 산업안전보건법 제 38조 2항(석면조사), 환경부 건축물석면관리 가이드라인(함량기준 1%), 토양환경보전법 제 10조 2항(토양환경평가)과 3항(토양오염의 피해에 대한 무과실 책임)

환경친화적 제품, 공정 개발을 어떻게 하고 있나?

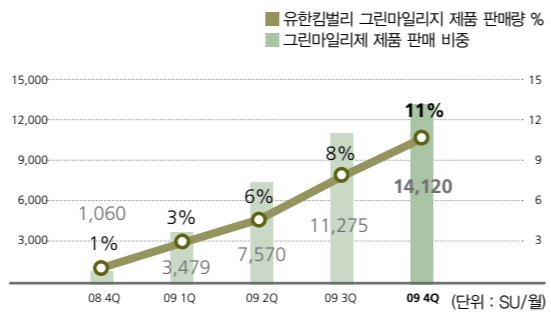
● 2010 이해관계자 조사 결과

“유한킴벌리는 친환경 제품개발을 위해 노력한다”



● 환경친화적 제품 판매 결과

“2차 포장재 줄인 유한킴벌리 그린마일리지 제품의 판매가 증가하다”



친환경적인 펄프 구매 통해 녹색 구매 정책 실천

유한킴벌리의 녹색 구매의 핵심은 펄프 구매입니다. 유한킴벌리는 펄프 구매 시 환경친화적인 제조공정에서 생산되는 펄프¹⁾ 나 친환경산림인증을 취득한 펄프만 구매하는 녹색구매정책을 실천하고 있습니다.

2008년 유럽에 수출하는 크리넥스 티슈원단에 대해 지속가능한 산림인증 중 하나인 FSC(Forest Stewardship Council, 이하 FSC) 인증(2008.7.11~2013.7.10)을 취득했고, 2010년 3월에 인증자격 유지심사를 받았습니다. 참고로, 유한킴벌리가 취득한 FSC인증은 펄프의 구매단계부터 생산, 제품 출시 이후의 전 과정의 요건을 충족해야 받을 수 있는 인증입니다.



환경보호에 관심을 가지고 있는 소비자들을 위한 Tip

FSC 로고 마크가 붙은 상품이나 산림인증을 받은 원료를 사용하는 제품을 구입하는 것은, 불법 벌목 등에서 생산된 상품을 피하고, 적절한 산림 관리를 통해 실시하고 있는 조림 활동을 지지하고 응원하는 기회가 됩니다.

¹⁾ 환경친화적 제조공정에서 생산된 펄프는 원주민의 권리를 침해하지 않고, 불법적으로 제조되지 않고, 잘 관리된 산림에서 제조된 펄프를 말합니다.

정부와 녹색구매 자발적 협약

유한킴벌리는 친환경 생산과 소비 촉진을 위해 정부와 제 2차 산업계녹색구매자발적협약(2009.06~2012.05, 환경부와 환경산업기술원 추진)을 맺었습니다. 2009년 총 구매액은 5,900억이며 이 중 친환경인증을 취득한 펄프를 포함한 녹색구매액은 약 880억 원입니다. 2009년에 국제환경인증 취득, 환경친화적인 제조공정 중 생산되는 펄프 사용 등을 통해 소비자에게 환경친화적인 제품을 공급하고자 노력했습니다. 이 외에도 기타소모품 구매 시 환경마크 혹은 재활용마크 인증을 득한 녹색구매 제품을 우선 구매하는 가격선호제를 실시하고 있습니다.

가정위생용품 화장지, 신규로 환경인증마크 획득

유한킴벌리는 환경인증마크(한국환경산업기술원)를 획득한 산업용품(뽀뽀 점보롤 화장지, 뽀뽀 핸드타올, 김케어 셀 방향제 등)과 화장지(뽀뽀 플러스)를 판매한 금액이 2009년 총 420억 원이었습니다. 2010년 1월에 기존 제품의 환경마크 갱신을 진행하였고, 신규로 가정위생용품 화장지의 환경마크 인증을 획득했습니다.

향후에도 지속가능한 사회를 위해 환경인증마크 제품을 늘려갈 계획입니다. 참고로, 환경인증마크는 정확한 환경정보를 소비자에게 제공하고 기업들로 하여금 소비자의 선호에 부응하여 환경제품을 개발, 생산하도록 유도하는 제도입니다.

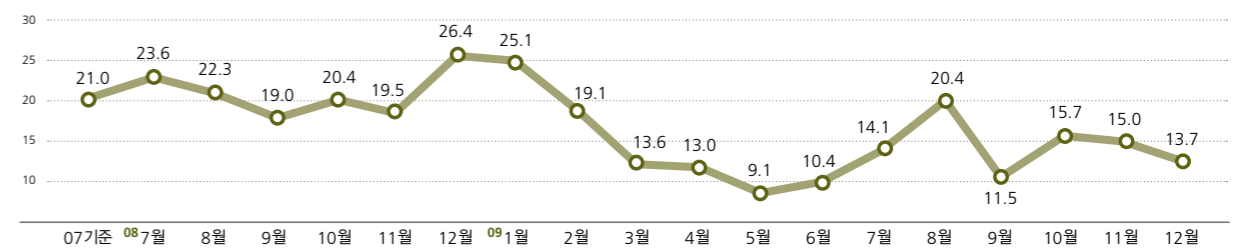
2차 포장재 절감 노력 확대-생리대와 팬티라이너 그린마일리지¹⁾ 제품 판매량 증가

유한킴벌리는 환경부와 2차 포장재를 줄이기 위해 자발적 협약²⁾ (2008.07~2012.06)을 맺고 실천 중입니다. 유한킴벌리의 그린마일리지 제품은 생리대와 팬티라이너(화이트, 좋은느낌, 애니데이)입니다. 포장재 두께를 18% 감축(55gsm→45gsm)하고 포장재 재질도 변경(종이120g→비닐 9g)했습니다.

또한 그린마일리지 제품의 판매 확대를 통해 2009년에 약 27%의 2차 포장재를 절감했습니다(기준연도2007.07~2008.02). 2009년 4사분기에 이중 포장을 없애고 추가 할인 혜택 제품을 개발한 그린마일리지 제품 판매량이 전 체판매량의 11%에 해당할 정도로 확대되고 있습니다.

2차 포장재 중량 감소 추이

(● 2차 포장재 무게 : ton)

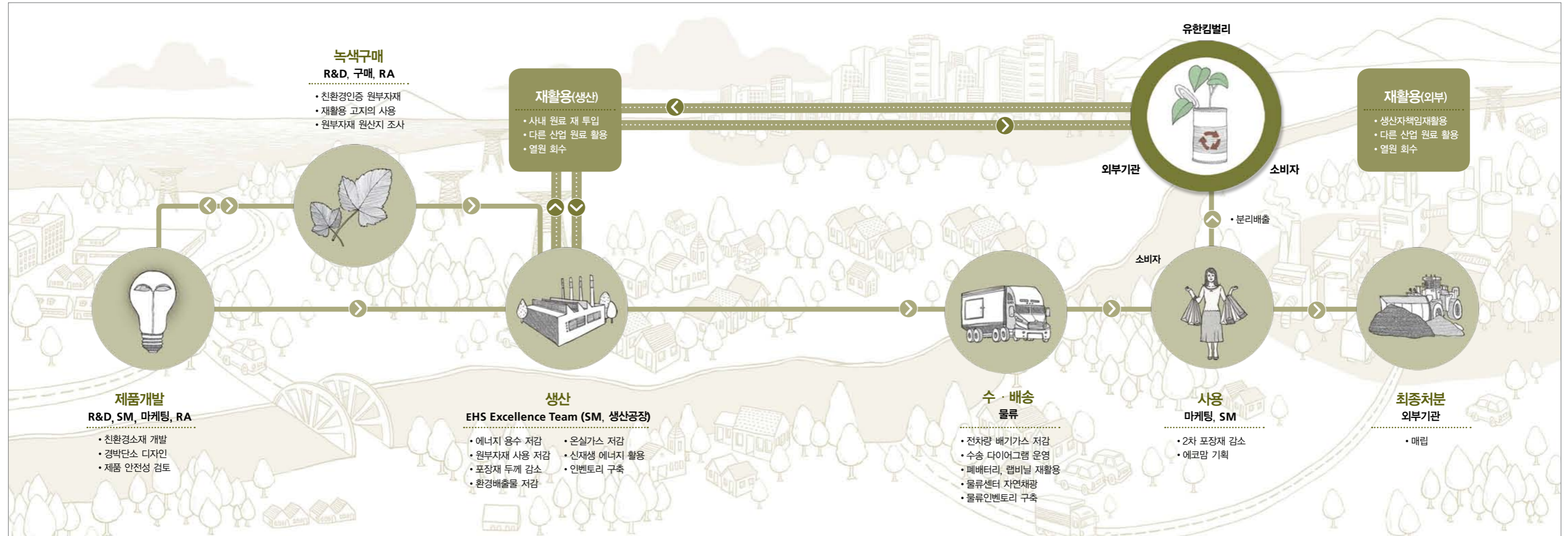


¹⁾ 그린마일리지 : 판촉용 포장재 생산 등에 소요된 제 비용의 절감 분을 유통업계를 통해 소비자에게 '포인트' 형태로 제공하는 제도입니다. 환경부, 자원순환사회연대, 조선일보, 기업들이 함께하고 있습니다.

²⁾ 포장 폐기물 줄이기 자발적 협약 : 판촉용 포장재를 업계 스스로 줄여 나가는 것을 주요 내용으로 하고 있으며, 참여 업계는 국내 18개 제조 및 유통업체입니다. 1차년도 목표는 2007년 대비 20%를 저감하는 것입니다.

자원 절약과 재활용의 실천을 어떻게 하고 있나?

유한킴벌리 제품 환경 영향 감소 노력 흐름도



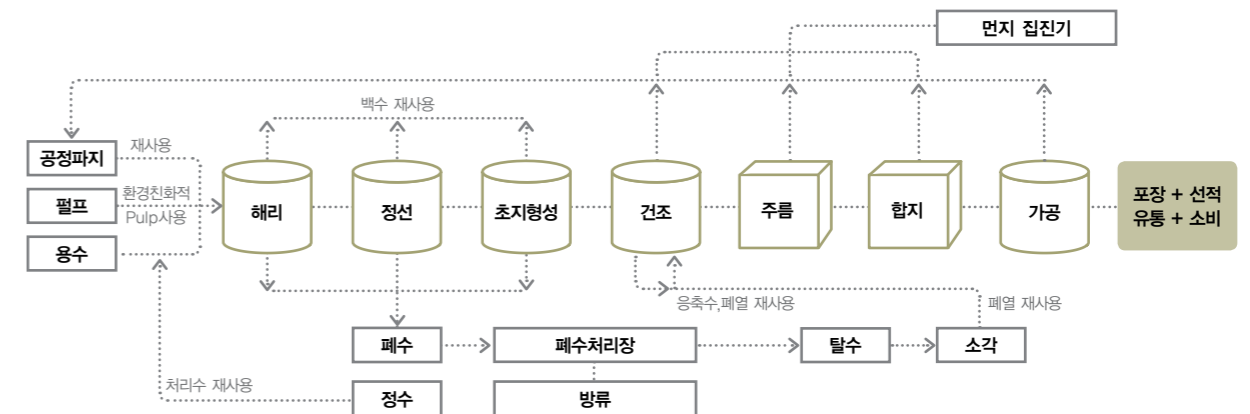
물의 재사용과 재활용 노력

유한킴벌리는 화장지 생산시 물 사용량을 1997년 25.6m³/ton에서 2009년 13.8m³/ton으로 줄였지만, 최근 4년간 물 재활용 비율은 줄어들고 있습니다. 이는 2007년 이후 순 펄프 화장지의 매출 증가와 헤팅 물질 검출에 대한 심리적 부담으로 청수 사용을 늘렸기 때문입니다. 이에 김천공장은 청수 절감 테스트포스팀을 2009년 8월 구성해서 12월까지 원단위 청수 사용량을 기존(2008년 9월)보다 25% 절감했습니다. 2010년 4월 2단계 프로 그램을 진행중이며, 2011년까지 신규 설비를 증설해 재활용 비율을 증가시켜갈 예정입니다.

물 사용량 절감 노력 (단위 : m³/MT)

분류	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
절감단위	25.6	25.0	24.5	18.7	14.1	11.5	10.0	8.9	9.7	9.9	10.0	11.7	13.8

화장지 원단 제작 시 물의 재활용과 재사용 공정



물을 제외한 주요 원자재 - 국내 재활용지¹⁾ 활용 노력

유한킴벌리 주요 3개 원자재는 펄프, 재활용지, 고분자 흡수물질²⁾입니다. 2009년 국내 재활용지 활용 노력으로 전체 재활용지 중 국내산 비율이 90%를 차지합니다. 이는 해외에서 재활용지를 가져오는 비율을 줄여 수송 과정중 탄소를 저감하는 효과를 가집니다.

주요 원자재 물질 사용량 (단위 : 1,000 ton)

연도	펄프	재활용지		고분자 흡수물질	합계
		국내재활용지	수입재활용지		
2005	77.8	60.2	20.2	14.8	173.0
2006	86.3	53.4	16.1	15.7	171.5
2007	87.5	50.2	11.2	17.0	165.9
2008	102.5	49.6	8.2	20.3	180.6
2009	99.2	57.7	6.5	16.8	180.2

생산공정 중 나온 폐기물 98% 재활용

유한킴벌리 폐기물 발생 형태는 슬러지 66%, 폐합성수지 22%, 소각재 8%, 폐지 3%, 철판류 및 기타 1%입니다. 사업장에서 배출되는 폐기물의 약 98%를 재활용하고 있으며, 나머지는 위탁 소각 1%, 위탁 매립 5%을 하고 있습니다. 2009년 폐기물 발생량은 0.23ton/제품 ton으로 전년 대비 약 8% 감소했습니다.

폐기물 발생량 (단위 : ton / 제품 ton)



화장지 공정중 발생하는 슬러지 전량 진정제로 전량 재활용

유한킴벌리 김천공장은 2009년 7월부터 화장지 공정에서 발생하는 슬러지³⁾를 전량 철 생산 시 진정제 원료로 전량 재활용하기 위해 자체 소각로 가동을 중지하고, 공장내 고효율 탈수기와 슬러지 저장 시설을 설치하는 한편 외부 위탁 처리 방식으로 변경하였습니다. 이는 정부의 폐기물 처리 재활용 촉진정책에 부합하면서 동시에 경제적인 효율성을 고려한 것입니다. 이를 통해 슬러지 소각 처리에 따른 일산화탄소(CO)와 질소산화물(NO_x) 감소 효과로 각각 4,722kg과 9,312kg의 배출을 줄였습니다.

생산공정 폐기물 재활용

발생 처	재활용내용	양(ton)	해당 사업장
화장지 공정상 생긴 슬러지	슬러지 진정제 원료	15,864	김천공장
	시멘트의 원료	3,901	김천공장
	지렁이 먹이	744	군포공장
생리대 자투리	플라스틱 팔레트, 정화조, 오수배관	600	대전공장
종이 가루	도로공사용 녹생토	81	대전공장
기저귀와 생리대 폐기물	열원	2,938	대전, 군포공장
허리밴드 사용 부직포	플라스틱 팔레트	3,018	김천, 대전, 군포공장
부직포 ⁴⁾	공장 내 재활용시설 원료	-	김천, 대전공장
화장지 공정 폐기물	열원	2,163	김천공장

¹⁾ 고지라고도 부릅니다. ²⁾ 고분자 흡수물질 (Super Absorbent Polymer, SAP)

³⁾ 슬러지 : 화장지 생산시 발생하는 폐수를 생물학적으로 정수하는 과정에서 생긴 침전물입니다.

⁴⁾ 부직포 : 부직포의 경우 바로 재활용 시설로 재활용 하기 때문에 정확한 양을 산출하기 어렵습니다.

포장재 의무 재활용률 준수

유한킴벌리는 생산자책임재활용제도¹⁾ 의무 이행품목들에 대해 재활용 분리 배출 표시를 하고 있습니다. 제품 또는 포장재의 의무 재활용률을 부여한 법(2003.01)에 근거해 2009년에 해당제품들인 생리대 포장재(408,869kg)중 약 47.6%, 화장품 그린핑거와 프로페셔널제품 용기(24,502kg)의 약 65.3%를 각각 재활용했습니다. 또한 자발적으로 의무대상 이외의 품목인 기저귀, 물티슈 등에도 분리 배출 표시를 하고 있습니다. 2009년 재활용 분담금은 약 6천4백만 원으로 한국플라스틱자원순환협회에 납부하였습니다.

폐기물부담금 제도 이행

유한킴벌리는 1993년부터 종이 기저귀 폐기물 부담금을 납부하고 있습니다. 2009년에는 연 약 15.3억 원을 납부했습니다. 또한 개정된 자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률에 따라 최종생산자로서 2009년부터 모든 제품 포장재에 사용하는 플라스틱 폐기물 부담금으로 연간 약 9,100만 원(2009년 출고 제품 포장재 기준)을 납부할 예정입니다.

위험폐기물 관리

대전공장은 금강유역환경청으로부터 보관 기간 연장 승인을 받아 사업장 내 별도 보관 중이었던 폴리염화비페닐²⁾(PCBs) 함유 폐변압기 1대(2.46ppm)의 안정적 처리를 목적으로 금강유역환경청의 자문을 거쳐 2009년 12월 9일 해당 폐 변압기를 환경부로부터 지정폐기물 중간처리업 허가를 득한 PCBs 함유폐기물 전문처리업체로 이송하여 세정(추출) 및 화학적 방법을 통해 적법처리 하였습니다. 유한킴벌리는 위험폐기물을 국제 협약과 국내 법규에 따라 관리하며, 바젤협약³⁾ 부속서가 규정한 통제 대상 폐기물을 점검하고 있습니다.

¹⁾ 생산자책임재활용제도(Extend Producer's Responsibility, EPR) : 제품이나 포장재의 최종 생산자에게 폐기물에 대한 일정량의 재활용 의무를 부여하여 재활용하도록 한 것입니다. 미 이행 시 재활용 소요 비용 이상을 생산자에게 부과합니다.

²⁾ 폴리염화비페닐 (Polychlorinated biphenyls/폴리클로리네이티드비페닐 : PCBs) : 우수한 절연성 때문에 변압기, 전기제품에 사용되어왔으나, 자연계에 방출될 경우 분해되지 않고 생물체내에 농축되어 독성을 띕니다.

³⁾ 바젤협약(Basel Convention) : 유해폐기물의 교역 통제에 관한 국제협약으로 1989년 스위스 바젤에서 체결되었으며, 유해폐기물의 불법이동을 줄이는데 그 취지가 있습니다.

사. 례 .

유한킴벌리 대전공장 사원들이 주도한 재활용품 전시회

Everyday = Greenday 전시회

유한킴벌리 대전공장은 2009년 6월 5일 환경의 날을 맞아 제2회 재활용 전시회를 가졌습니다. 사원, 환경 팀 및 그린디자이너들이 사업장 내 낡은 폐기물들을 가지고 아이디어를 내서 쓸모있는 작품들을 만들어서 창의적인 재활용 아이디어를 공유했습니다.



고장난 벽시계의 변신

환경위기시계가 오후 9시26분을 가리키고 있습니다. 본 작품은 지구의 환경이 나빠짐에 따라 전세계 환경전문가가 느끼는 인류존속의 위기감을 시간으로 표시한 것입니다. 대전공장 Hot melt통 지관뚜껑에 친환경 녹색 페인트로 초록평관을 그렸으며 고장난 벽시계의 부품을 재사용했습니다 (윤호섭 교수 대전공장 사원 공동작품).

LOVE & SAVE

흑등고래는 1960-70년대 고래사냥이 왕성하던 시기에 멸종위기에 있었습니다. 현재는 개체수가 늘어났지만 우리의 관심이 없으면 언제 또 멸종위기에 처할지 모릅니다. 폐 종이박스와 녹색 천연 페인트로 흑등고래를 그렸습니다(조수호 환경디자이너 작품).



명함만들기 이벤트



종이 인쇄 시 남겨 버려지는 자투리 종이로 명함을 제작하는 이벤트를 진행했습니다. 재생 종이에 공기름으로 인쇄하였습니다(박현정 그린 디자이너 작품).

손도장 퍼포먼스



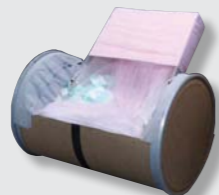
전 사원이 참여하는 손도장 퍼포먼스가 있었습니다. 사원들은 머그컵 사용과 잔전거 출퇴근, 분리수거, 잔반 남기지 않기 등을 스스로 약속하며 엄지 손가락에 녹색 잉크를 묻혀 앙상한 나뭇가지(밀그림)에 지장으로 푸른 잎을 찍었습니다.

나무 팔레트 전시대

제품 생산과정에서 발생하는 종이잔과 원부자재 이송 후 버려지는 나무 팔레트로 커다란 전시대를 만들었습니다. 제작 시 사용한 못 또한 다른 폐 팔레트에서 조달했으며 일부 자판에는 녹색 천연 페인트를 사용했습니다.



나도 환경디자이너



생산공정에서 배출되는 Hot melt 통과 자투리 부직포로 흔들의자를 만들었습니다. 대전공장 사원과 협력업체 사원이 함께 Hot melt 통과 자투리포로 흔들의자를 만들었습니다.



나무테이블과 친환경 다이어리는 Hot melt통의 팔레트로 사용되던 나무팔레트를 이용해 만들었습니다(박현정, 장지나 그린 디자이너 작품 대전공장 사원 공동작품).

화분



나무 울타리와 다양한 크기의 Core, 그리고 뚜껑들을 이용해 대전공장 사원과 협력업체 사원이 함께 만든 화분입니다.

덩크슛은 금지

대전공장 사원과 협력업체 사원이 함께 Hot melt 통과 뚜껑 그리고 크고 작은 Core로 농구골대를 만들었습니다.

*이 외에도 친환경 달력, 코어 의자 등 사원들의 재활용 작품들이 많이 전시되었습니다.



06

Appendix

검증 결과 보고

포괄성, 중대성, 대응성 항목을 잘 충족하고 있나?

제3자 검증 보고서 | 가이드라인 인덱스(BEST, GRI) | 사회와의 약속들 | 사업장 현황 | 보고서의 객관적 평가 결과 | 웹보고 리스트 | 2010 보고 조직 | 독자 의견 설문지

제3자 검증보고서

유한킴벌리 경영진 귀중

산업정책연구원(이하 검증인)은 ‘제3자 검증기관’ 으로서 ‘유한킴벌리 2010 사회책임경영보고서(이하 ‘보고서’)에 대한 검증을 요청 받아 다음과 같이 검증의견을 제출합니다.

책임 및 목적

보고서 작성에 포함된 지속경영 목표 설정, 성과관리, 정보의 수집, 보고서 작성과 관련된 모든 정보 및 주장에 대한 책임은 유한킴벌리에 있습니다. 본 검증보고서는 보고서 내 중대한 오류나 편견을 담고 있는지 여부, 정보수집시스템의 작동여부를 확인하고, 지속경영 이슈의 도출 및 프로세스를 검토하여 보고서 품질 개선을 위한 의견을 제시하는데 목적을 가지고 있습니다.

독립성

검증인은 유한킴벌리와 영리를 목적으로 하는 이해관계를 맺고 있지 않으며 보고서에 대한 의견 제시 외 보고서 내용에 대한 작성에 참여하지 않음으로써 독립성과 자율성을 지니고 검증작업을 수행하였습니다.

검증기준

본 보고서의 검증 작업은 이하 기준에 의거하여 진행되었습니다.

- AA1000Assurance Standard(2008)¹⁾ 검증기준
- BEST가이드라인²⁾
- GRI G3 사회책임경영보고서 가이드라인³⁾

검증유형 및 수준

본 보고서의 검증은 AA1000AS(2008)기준의 Type 1과 중위수준(Moderate level)에 따라 검증을 진행하였습니다.

- 검증인은 Type 1에 따른 검증을 진행하기 위해 ‘유한킴벌리 2010 사회책임경영보고서’에 제시된 데이터의 적합성을 검토하고, AA1000AS(2008)의 3대 원칙(포괄성, 중대성, 대응성)에 근거하여 공시자료 및 보고시스템, 성과관리 방식에 대해 평가를 진행하였습니다. 다만, 제공된 데이터의 신뢰성에 대한 검토는 본 검증내용에 포함되지 않았습니다.
- 또한 검증인은 보고내용에 대해 오류를 낫출 수 있을 정도의 증거자료를 확보하고 각 성과 영역별 담당자를 대상으로 제한적인 인터뷰를 실시함으로써 중위수준에 부합한 검증을 수행하였습니다.

검증범위 및 방법

본 검증인은 다음과 같은 과정을 통해 **1)보고내용의 포괄성, 중대성, 대응성에 대한 평가, 2)GRI · BEST 사회책임경영보고서 작성 가이드라인 지표 충족수준을** 확인하였습니다.

- 공개된 데이터의 출처 및 관리 부서 검토
- 영역별 성과 데이터 수집 시스템 및 보고 과정의 적합성 검토
- 보고서에 수록된 재무정보와 감사보고서의 일치 여부 검토

- 중대이슈에 대한 대응시스템
- 각 성과 영역별 담당자를 대상으로 한 인터뷰 실시
- 본사(서울)를 중심으로 한 현장실사검증(2010.07.20-2010.07.22)
- 사회책임경영보고서의 GRI · BEST가이드라인 적용수준

제한사항

- 각 성과영역 담당자, 성과정보 취합 담당자를 대상으로 한 인터뷰 및 데이터의 적합성에 대한 검토
- 국내 지역사업장(군포, 김천, 대전)을 제외한 본사에 대한 현장 실사 진행
- 해당 보고기간에 대한 자료 및 공개된 정보에 근거한 검증 진행
- 성과 데이터에 대한 신뢰성 평가는 진행되지 않음

검증의견

상기 검증범위와 방법, 제시된 평가기준에 근거하여 본 검증인은 보고서에 실린 보고내용에 중대한 오류나 편견이 담겨있지 않다고 판단하였습니다. 주요 검증결과는 본 보고서를 통해 제시하며 세부 검증결과 및 권고사항은 유한킴벌리에 제출하였습니다.

• 포괄성(Inclusivity) : 유한킴벌리의 이해관계자 참여에 대한 전략 수립 및 참여 프로세스가 적정한가?

검증인은 유한킴벌리가 사회책임경영을 추진하는데 있어 이해관계자 참여의 중요성을 인식하고 있으며 이해관계자 참여를 강화하고자 하는 의지를 가지고 있다고 판단합니다. 유한킴벌리는 이해관계자 참여를 위한 다양하고 적절한 프로세스를 운용하고 있으며 각 이해관계자그룹과 의사소통하기 위한 정례화된 채널을 구축하고 있습니다. 또한 정례화된 채널 외 개별미팅 및 간담회 등 수시로 이해관계자 참여행사를 개최하고 있으며 이해관계자의 요구와 관심 이슈를 바탕으로 보고서를 작성하였음을 확인하였습니다. 특히 다음과 같은 사항을 높이 평가합니다.

- 지속적으로 심도 있는 이해관계자 의견조사를 실시하고 있으며 결과추이를 보고하고 있는 점
- 이해관계자위원회를 개최하여 사회책임경영 각 분야의 전문가의 의견을 심도 있게 청취한 점
- 전년도 보고서 검증 시 제안되었던 이해관계자 범위 확대 및 세분화 의견을 반영한 점

다만 향후에는 이해관계자 의견을 의사결정에 반영하는 프로세스 및 각 담당부서가 파악한 이해관계자 의견을 전자적으로 공유하고 논의하는 과정과 결과에 대한 보다 상세한 보고가 이루어졌으면 합니다.

• 중대성(Materiality) : 본 보고서는 경제, 사회, 환경에 걸쳐 유한킴벌리와 이해관계자에게 가장 중요한 정보를 포함하고 있는가?

검증인은 본 보고서가 이해관계자에게 중요한 정보를 누락하거나 제외하지 않았다고 판단합니다. 유한킴벌리는 사내정책, 직간접적 경제효과 분석, 국내외 규범 및 법률 검토, 이해관계자 설문조사, 동종업계 벤치마킹, 언론보도내용 검토 등 체계적인 중대성평가를 통해 기업 내 · 외부 이해관계자에게 주요이슈를 도출하였으며 전년도 보고서 검증 시 제안되었던 평가 프로세스에 대한 보고를 강화하여 절차투명성을 강화하였습니다. 특히 다음과 같은 사항을 높이 평가합니다.

- 다양한 평가요소를 고려한 체계적인 중대성평가를 구축하여 중요한 사회책임경영 이슈를 도출한 점
- 장수기업 요건 조사, 이해관계자위원회 개최를 통하여 중장기적으로 기업에게 중요한 이슈를 면밀히 분석한 점
- 이해관계자와 유한킴벌리에게 중요한 4대 주요 아젠다를 선정하여 우선 보고하고 있는 점

다만 향후에는 주요이슈를 이해관계자 별로 구분하여 각 이해관계자가 무엇을 요구하는지를 보고서를 통해 보여주었으면 합니다.

• 대응성(Responsiveness) : 본 보고서는 이해관계자의 요구와 관심에 적절하게 대응하고 있는가?

검증인은 유한킴벌리가 주요이슈 관리를 위한 전사차원의 정책을 수립하고 있으며 이해관계자의 요구 및 관심사에 종합적이고 균형있는 대응을 하고 있다고 판단합니다. 효과적인 대응을 위해서는 이해관계자와의 효과적인 커뮤니케이션이 이루어져야 한다는 점에서 유한킴벌리가 다양한 채널을 통해 이해관계자의 요구와 의견을 수렴하기 위해 노력하고 있으며, 이해관계자 요구에 대응하기 위한 다양한 프로그램 및 운영성과에 대해 보고하고 있음을 확인하였습니다. 특히 다음과 같은 사항을 높이 평가합니다.

- 이해관계자 주요 관심사인 4대 주요 아젠다에 대한 기업의 노력과 성과를 보고한 점
- 사원 의견청취 사례, 고객관련 이슈가 되었던 사례, 소비자 불만 개선 등 실제로 제시된 의견에 대한 기업의 대응책을 보고한 점

다만 향후에는 이해관계자위원회를 정례화하고 의견에 대응할 수 있도록 하며 전문가 집단으로 구성된 이해관계자 뿐만 아니라 다른 이해관계자 집단도 참여할 수 있는 채널 및 대응 방안을 마련하였으면 합니다.

GRI 적용수준

검증인은 본 보고서의 GRI G3 가이드라인 적용 수준이 ‘A+’에 해당 하는 것으로 확인하였습니다.

BEST 충족률

본 보고서의 BEST 기준 보고율 및 정보의 심도를 고려한 결과, BEST 가이드라인 5단계 중 성숙형인 제5단계를 99.3% 충족하고 있다고 판단합니다.

보고서 발간연도	2006	2007	2008	2009	2010
발간회수	1차	2차	3차	4차	5차
단계	4단계	5단계	5단계	5단계	5단계
충족률	90.8%	98.6%	98.6%	99.3%	99.3%

* 검토 결과를 동일하게 5단계로 환산한 충족률임

권고의견

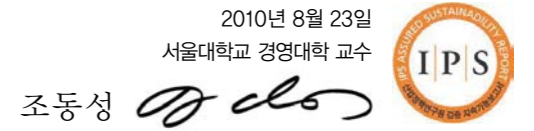
본 검증인은 유한킴벌리의 다섯 번째 보고서인 ‘2010 사회책임경영보고서’가 전년도 보고서에 비하여 **(1)주요 아젠다 우선보고**를 통하여 기업의 핵심이슈와 그 대응노력을 명확히 제시하고 **(2)이해관계자 참여**를 확대하여 이해관계자의 의견을 보다 적극적으로 청취하였으며 **(3)웹 보고**를 강화한 점을 높이 평가합니다. 향후 발간될 보고서에서는 다음과 같은 사항을 고려할 것을 권고합니다.

- 기업의 중장기 과제, 장수기업 요건, 중대이슈, DMA간 관계의 보다 명확한 제시 및 연계강화
- 중장기 목표 대비 사회책임경영 추진현황 보고 강화
- 시스템의 실제 운용과 효과를 보여주는 이해관계자 인터뷰 제시
- 사회책임경영 추진에 있어 이해관계자 참여의 폭을 확대시키는 방안 및 방향성 제시

본 검증보고서 및 별도로 제출된 권고사항을 바탕으로 유한킴벌리가 보다 체계화된 사회책임경영 및 보고서 발행시스템을 수립하고 개선해 나갈 것을 권고합니다.

검증기관의 적격성

유한킴벌리로부터 검증을 의뢰 받은 (사)산업정책연구원은 국내 지속가능경영보고서 검증을 수행하는 ‘제3자 검증기관’으로, 1993년 설립되어 2002년부터 윤리경영, 사회책임경영, 지속경영 관련 분야에서 경험을 쌓은 전문가입니다. 본 검증인 6인(신철호, 이종욱, 박성필, 이동원, 박정은, 손정아)은 경영전략, 회계, 환경 등 전공자로서 국내 주요 대학 교수진 및 지속경영 자문에서 경험을 쌓고 전문교육을 이수한 전문가입니다.



¹⁾ **AA1000AS(Assurance Standard)** : 영국에 소재한 사회책임경영 관련 비영리기관인 AccountAbility에서 1999년에 사회적, 윤리적인 회계, 감사, 보고서의 질을 향상하여 조직 전반적인 성과와 책임성을 증진시키고자 개발된 지속경영보고서 검증기준으로, 2008년에 개정된 버전을 2010년부터 적용하도록 함

²⁾ **BEST 지속경영 가이드라인** : 국내 기업의 지속경영보고서 확산을 목적으로 윤경SM포럼이 2006년 지식경제부, 산업정책연구원(IIPS), 대한상공회의소와 함께 공동으로 제작한 지속경영보고서 작성 및 검증에 관한 가이드라인으로 보고수준을 5단계로 파악할 수 있음

³⁾ **GRI G3 가이드라인** : 1997년 국제 환경단체연합인 환경책임경영연합(CERES)과 유엔환경계획(UNEP)이 합작하여 제정한 사회책임경영보고서 작성 가이드라인으로 2006년 10월 세 번째 개정판 G3를 발표함

BEST GUIDELINE INDEX

유한킴벌리 2010 사회책임경영보고서는 GRI지속가능보고 가이드라인(G3)과 BEST 지속가능보고 가이드라인을 기준으로 작성하였습니다. 본 보고서에 적용된 BEST 가이드라인은 미래포럼의 미래기업지표를 100% 수렴한 BEST가이드라인 버전 2.0입니다. 2008년부터 추가된 지표인 CO10, EM33, EM34, GR14는 유한킴벌리가 기업회원으로 참여하고 있는 미래포럼이 지속가능성을 확보하는데 꼭 필요한 미래기업의 지표로 선정한 항목들입니다. 인덱스는 본 보고서의 보고여부를 안내하여주는 역할을 할 것입니다.

가. 보고서 개요

● 보고 ○ 부분보고 ◯ 미보고 ◇ 해당없음

BEST	GRI	충족여부	지표 내용	해당 페이지
기업현황 소개				
A_1	1.1	●	지속 가능 경영에 대한 비전과 이에 대한 CEO 성명서	6-9
A_2	1.2	●	주요 위험 및 기회요소	6-9, 20-23
A_3	2.1	●	기업명	앞표지, 10
A_4	2.2	●	주요 제품과 서비스	10, 14-15
A_5	2.3	●	주요 부서 조직도 및 자회사, 제휴사 등의 현황	11
A_6	3.8	●	합자회사, 일부 소수 자회사, 임대설비, 외주운영 등의 현황	60
A_7	2.4, 2.5	◇	해외 사업장 현황	
A_8	2.6	●	조직의 법적 소유구조의 성격	60
A_9	2.7	●	활동 시장의 성격	6-9, 20-23
A_10	2.8	●	조직 규모	10, 26
A_11	4.13	●	국내외 산업 및 비즈니스 협회 가입현황	104, 홈페이지
보고서내용				
B_1	3.6	●	보고범위	2
B_2	3.7	●	보고서 범위 제한 요소	2
B_3	3.1	●	보고기간	2
B_4	3.5	●	경제적·사회적·환경적 성과의 비용과 효과 산출 기준과 정의	4
B_5	3.11	◇	경제적·환경적·사회적 성과의 측정방법의 변화	
B_6	3.3	●	보고주기	2
B_7	3.13	●	보고서 신뢰성 향상을 위한 노력	2, 부록
B_8	2.9, 3.2	●	이전 보고서 이후 변동사항	2
B_9	3.4	●	보고서 담당자 연락처	2
B_10	3.12	●	BEST 매트릭스	부록
이해관계자 참여				
C_1	4.14, 4.15	○	주요 이해관계자의 파악기준 및 선정	26
C_2	4.14, 4.16, SO1	●	이해관계자 참여 방식	26
C_3	4.17	●	이해관계자 참여 결과 및 사용	19, 20-23, 24, 25, 27
지속경영				
D_1	-	●	경제적·사회적·환경적 목표	9, 46, 58-59, 86
D_2	-	●	경제적·사회적·환경적 성과	9, 46, 58-59, 86
D_3	-	●	향후 지속경영 전략 및 목표	9, 46, 58-59, 86

나. 경제성과

● 보고 ○ 부분보고 ◯ 미보고 ◇ 해당없음

BEST	GRI	충족여부	지표 내용	해당 페이지
경제				
EC1	EC1	●	생산 및 분배된 경제적 가치 창출 및 분배	50
EC2	EC2	○	기후변화에 따른 경제적 영향	38, 41
EC3	EC3	●	조직의 정액연금지도 약정의 보상범위	66
EC4	EC6, EC7	●	주요 사업지역에서 인력 수급 및 조달	50
EC5	EC4	●	정부 수취 보조금	50
EC6	EC8	●	비핵심사업 인프라 구축	40, 42, 77-78
EC7	EC9	●	간접적 경제효과	10, 50
EC8	-	●	브랜드 가치	16
EC9	-	●	혁신경영 성과	51-54
EC10	-	●	창조경영 성과	34-37, 55-56
EC_DMA	DMA	●	경영방식공시_경제	46

다. 사회성과

* 타매체 보고 : 잡코리아 [www.jobkorea.co.kr]에서 확인하실 수 있습니다.

지배구조 및 리스크관리				
GR1	4.1, 4.2	●	기업지배구조	60
GR2	4.3	●	사외이사 비율	60
GR3	4.2	●	이사회 구성현황	60
GR4	4.7	●	이사의 전문성을 나타내는 프로세스	60
GR5	4.9	●	이사의 경제적·사회적·환경적 성과관리 및 평가 프로세스	9, 60
GR6	4.10	●	경제·사회·환경 정책을 수립, 실행, 감독하는 조직구조	11, 60, 108
GR7	4.5	●	임원 보상과 조직의 경제적, 사회적, 환경적 성과와의 연계	60
GR8	-	●	이사회 활동내용 및 결정사항	홈페이지
GR9	-	●	기업지배구조 관련 법규 준수현황	60
GR10	4.8, 4.12	●	기업에서 사용하는 경제·사회·환경 활동에 관련된 헌장	홈페이지
GR11	4.11	●	기업의 사전예방원칙 준수 여부	12
GR12	4.4	●	주주의 이사회 권고안 및 제안 제출방법	26
GR13	4.6	●	조직 최상위기구의 이해 충돌 방지 프로세스	60
GR14	신설	●	투자 및 협력구축에 있어서 사회적 영향을 고려하는 정책 및 제도	42, 52, 54
종업원				
EM1	LA1	●	종업원 현황	61
EM2	LA13	●	종업원과 경영진의 구성현황	61
EM3	LA14	●	남녀 종업원 평균 임금	타매체 보고*
EM4	EC5	●	사업지역, 동종산업과 비교한 임금 및 복리수준	64-66, 타매체 보고*
EM5	LA2	●	고용창출률 및 이직률	61
EM6	-	●	평균근속연수	61
EM7	HR4	●	차별관행 예방정책 및 모니터링 결과	62
EM8	HR5	●	결사자유정책	62
EM9	HR6	●	아동노동금지 정책 및 모니터링 결과	13, 62
EM10	HR7	●	강제노동금지 정책 및 모니터링 결과	13, 62
EM11	-	●	노동조합 관련 조직개요	27
EM12	LA4	●	노동조합 종업원 가입조항 및 가입 종업원 현황	27, 홈페이지
EM13	LA5	●	기업의 운영 변화 시 종업원에 대한 정보 제공, 협의 등에 대한 정책 및 프로세스	27
EM14	LA6	●	안전보건 위원회에 대한 설명	67
EM15	LA9	●	산업안전보건에 관련된 노사합의 사항	67
EM16	-	●	종업원에 관련된 국제 규범 및 표준 준수현황	62, 67

BEST	GRI	충족여부	지표 내용	해당 페이지
EM17	LA14	●	ILO협약 중 산업안전보건관리 항목에 대한 준수현황	67
EM18	LA8	●	질병예방 및 건강증진 정책과 프로그램	67, 홈페이지
EM19	LA7	●	부상 및 질병발생 종업원 수와 결근율	67
EM20	LA3	●	종업원 복리후생제도	64-66
EM21	-	●	종업원의 근로환경 개선을 위한 노력	64-66
EM22	-	●	종업원 관련 법규 준수 현황	62, 67
EM23	-	●	부당노동행위 제보 프로세스 및 운영현황	27, 62
EM24	-	●	노동쟁의 현황	27
EM25	-	●	윤리경영 전담부서, 투자규모, 보고라인	12
EM26	-	●	윤리경영에 대한 정기적인 교육 및 자치제공	12, 62
EM27	LA10	●	종업원 교육훈련 평균시간	홈페이지
EM28	LA11	●	종업원 교육훈련 프로그램	홈페이지
EM29	LA12	●	성과 및 경력개발 관련 종업원 상담제도 운영	63
EM30	HR3	●	인권관련 교육을 받은 종업원의 비율	62
EM31	HR8	●	인권관련 교육을 받은 경비, 경호, 보안을 담당하는 종업원의 비율	62
EM32	-	●	임직원의 가족친화경영을 위한 정책과 지원제도	64-66
EM33	신설	○	여성 리더십 개발	61, 62
EM34	신설	●	여성 친화적 업무환경 조성	62, 64-66
EM_DMA1	-	●	경영방식공시_인권	12, 62
EM_DMA1	-	●	경영방식공시_노동	58-59
협력업체				
PN1	-	●	협력업체의 특성 및 지속경영 이슈	58, 68
PN2	HR1	●	협력업체 선정요인 중 사회적, 환경적 성과에 대한 고려	69
PN3	HR2	●	협력업체의 사회적·환경적 성과에 대한 평가 프로세스	69
PN4	-	●	협력업체의 사회적·환경적 성과에 대한 지원 및 감사 프로세스	42, 68, 70
PN5	-	●	협력업체 불만처리 제도 및 처리결과	69
소비자				
CS1	-	○	제품 및 소비자의 특성 및 지속경영 이슈	14-15, 58, 72
CS2	-	●	소비자 관련 법규 준수 현황	72, 74, 홈페이지
CS3	SO7	●	공정경쟁, 독점금지과 관련된 정책 및 관리	12
CS4	PR1	●	제품 및 서비스 수명주기 동안 소비자 안전보건을 위한 정책 및 관리	72
CS5	PR3	●	제품정보 제공 관련 정책 및 관리	73
CS6	-	●	소비자의 주요 의견 및 반영 결과	73, 74
CS7	-	●	사회적·환경적 이슈를 고려하여 혁신한 제품과 서비스	28-32
CS8	-	●	제품영향을 감소하기 위한 노력	72, 94-95
CS9	PR5	●	소비자 만족 관련 정책 및 관리	73
CS10	-	●	자발적 또는 비자발적 제품철회 사례 및 이유 설명	74
CS11	PR2	●	소비자 안전보건 관련 법규위반 및 민원 사례	72, 74
CS12	PR4, PR9	●	제품정보 제공 관련 법규위반 사례	74
CS13	PR6	●	광고에 관련된 표준과 자발적 강령준수 현황	73, 74
CS14	PR7	●	광고와 마케팅 관련 법규위반 사례	74
CS15	PR8	●	소비자 사생활 침해와 관련된 불만사항	71
CS_DMA	-	●	경영방식공시_제품책임	58-59
지역사회				
CO1	SO1	●	활동하는 지역사회의 특성 및 지속경영 이슈	58, 75
CO2	HR9, SO1	●	활동하는 지역사회의 요구사항을 처리하는 내부 정책, 절차	75
CO3	-	●	지역사회 프로그램을 위한 사내 구성원 투입시간 및 투입비용	84
CO4	-	●	지역사회 프로그램의 성과	59

BEST	GRI	충족여부	지표 내용	해당 페이지
CO5	SO2, SO3, SO4	●	뇌물 및 부패에 관련된 정책 및 관리	13
CO6	SO5	●	정치적 로비와 헌금에 관련된 정책 및 관리	12
CO7	SO6	●	정당 및 정당후원기관에 대한 기부금	12
CO8	2.10	●	사회성과와 관련한 수상실적	111, 홈페이지
CO9	SO8	●	법규 위반으로 인한 제재현황	62, 67, 72, 74, 89, 홈페이지
CO10	신설	●	여성, 아동, 노령자를 위한 사회공헌 정책 및 성과	81-82
CO_DMA	-	●	경영방식공시_사회	58-59

라. 환경성과

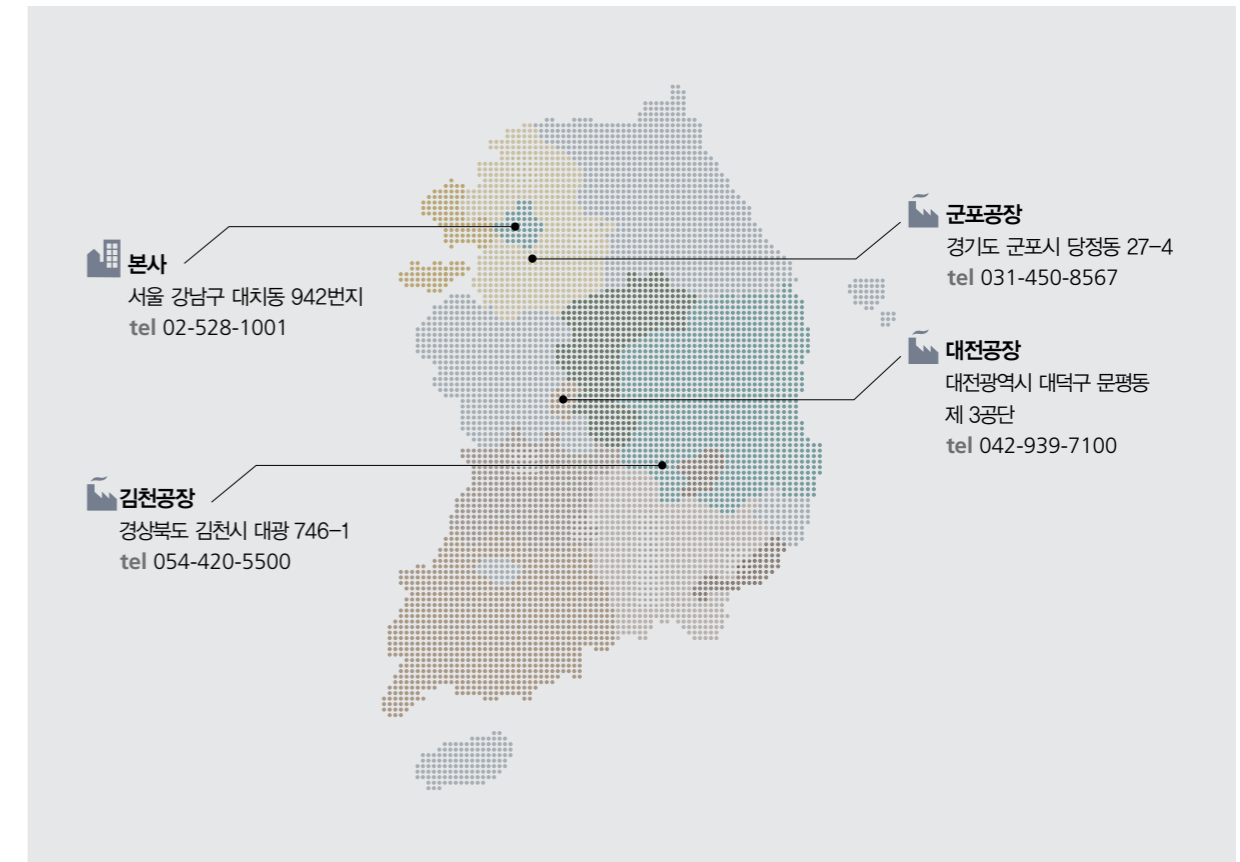
환경정책 및 투자				
EV1	EN30	●	환경관련 투자 및 비용	88
EV2	-	●	환경영향감소를 위한 정책	92-93
EV3	-	●	정량화된 환경목표 및 성과	88
EV4	EN18	●	온실가스 저감 이니셔티브 및 성과	38, 41
EV5	EN5, EN6, EN7	○	재생가능한 에너지원 사용현황 및 에너지 효율향상을 위한 이니셔티브	
EV6	EN14	●	천연생태계의 보호 및 복구 위한 목표와 프로그램	76-80
원재료 및 에너지사용				
EV7	EN3	●	직접 에너지 사용량(운영, 제품생산, 운송 포함)	87
EV8	EN4	●	간접 에너지 사용량	87
EV9	EN8	●	총 수자원 사용량	87, 92
EV10	EN1	●	물을 제외한 형태별 총 원자재 사용량	94
EV11	EN2	●	재생원료 사용비율	94
환경영향				
EV12	EN16	●	온실가스 배출량	41, 87
EV13	EN17	●	간접 온실가스(CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCs, PFCs, SF ₆)배출량	41
EV14	EN19	●	오존파괴물질 배출량	87
EV15	EN20	●	NO _x , SO _x 등 주요 대기오염물질 배출량	87
EV16	EN22	●	형태별, 최종 처리방법별 폐기물의 양	87, 94
EV17	EN21	●	수계 폐기량	87
EV18	EN10	●	물의 재활용과 재사용	87
EV19	EN25	●	조직이 방출한 폐수가 수역 및 생태계에 미치는 영향	89
EV20	EN9	●	조직의 취수가 수자원 안정성 및 생물다양성에 미치는 영향	89
EV21	EN23	●	화학물질, 기름, 연료누출로 주변 환경에 미친 영향	89
EV22	EN11, EN12	◇	생물다양성 가치가 높은 지역의 사업장 위치, 크기, 생물다양성에 영향을 주는 사례	
EV23	EN26	●	주요 제품과 서비스의 환경적 영향	92-93
EV24	EN27	●	제품 중 재생가능한 제품 무게와 실제 재생 무게의 비율	94-95
EV25	EN7	●	간접에너지 감축 성과	40, 87
EV26	EN12, EN14	◇	생물다양성 가치가 높은 지역에서의 사업활동 및 운영과 생물다양성에 미치는 영향 관리	
EV27	EN13	●	조직의 활동에 의해 야기된 자연서식지의 변화 및 조직이 자연서식지를 보호하거나 복구한 사례	76-78
EV28	EN15	◇	사업활동지역에서 서식하는 동식물 중 멸종위기동식물 명단에 등록된 종의 수	
EV29	EN24	●	바젤협약 첨부 I, II, III 그리고 VIII 기준 위험 폐기물의 발생, 운송, 수입, 수출, 처리	95
EV30	EN29	●	물류과정 중 운송의 중대한 환경영향	40
EV31	EN28	●	환경관련 법규 준수 현황(지역별, 산업별)과 법규위반 및 벌금 내역	89, 홈페이지
EV_DMA	-	●	경영방식공시_환경	86

사회와 어떤 약속들을 하고 있나?

유한킴벌리는 자발적으로 사회와의 약속을 선언하고, 이를 성실히 지키기 위해 노력하고 있습니다.

분류	주요약속내용	기관	협약 인증기관						
			2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
공통	UN글로벌컴팩트 10대 원칙	UN Global Compact	[2007-2010]						
윤리	CEO의 윤리 서약	윤경SM포럼	[2007-2010]						
	공정거래자율준수	공정거래위원회	[2007-2010]						
	윤리경영제조업부분 최우수 등급	지식경제부	[2008-2009]						
가족친화	가족친화우수기업인증	보건복지가족부	[2008-2011]						
	엄마에게 친근한 일터	유니세프	[2008-2011]						
환경	친환경별표인증(FSC)	미국산림관리협회	[2008-2013]						
	온실가스자발적감축	환경부	[2008-2013]						
	포장폐기물줄이기 자발적 협약	환경부	[2008-2011]						
	녹색구매자발적 협약 1차	환경부	[2007-2008]						
	녹색구매자발적 협약 2차	환경부	[2008-2013]						
	ISO14001 재인증 - 군포	UL Korea	[2009-2012]						
	ISO14001 재인증 - 김천	Kotric - QA	[2007-2010]						
	ISO14001 재인증 - 대전	BSI Korea	[2009-2012]						
	환경친화적기업 재인증 - 군포	환경부	[2009-2013]						
환경친화적기업 재인증 - 김천	환경부	[2007-2011]							
환경친화적기업 재인증 - 대전	환경부	[2007-2011]							
고객	소비자불만자율관리시스템	공정거래위원회	[2009-2010]						
품질	ISO 9001	SGS - KOREA	[2008-2010]						

사업장 현황



- 물류센터**
- 강북물류센터**
경기도 파주군 광탄면 분수리
tel 031-947-0321-5
 - 강서물류센터**
인천광역시 남동구 고잔동 311
tel 032-446-8125-9
 - 메트로허브센터**
경기도 광주시 장지동 569-10
tel 031-798-7880
- 영업지사**
- 전북지사**
전북 전주시 완산구 서신동 814-1
tel 063-255-4084
 - 전남지사**
광주광역시 동구 서석동 31-9
tel 062-672-8488
 - 대구지사**
대구광역시 수성구 범어4동 212-1
tel 053-743-3471
 - 부산·경남지사**
부산광역시 연제구 가재1동 76-2 국제빌딩10층
tel 051-517-8121-8
 - 충청지사**
대전광역시 서구 둔산2동 938번지 이안빌딩 7층
Tel. 042-488-6800

보고서의 객관적 평가 결과는?

신뢰성, 정확성, 균형성을 높게 평가 받다

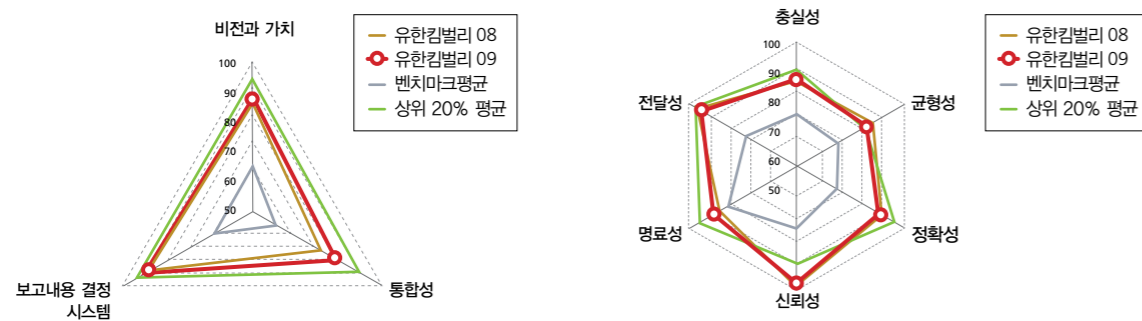
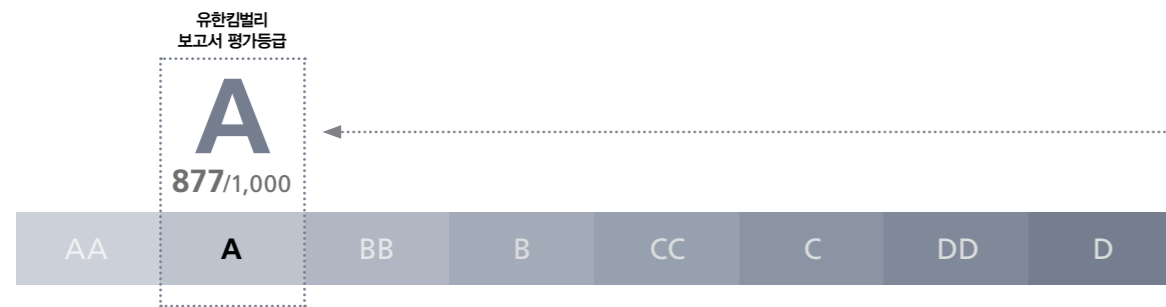
2009 보고서 보고 내용과 품질에 대한 외부 진단 결과 유한킴벌리는 다섯 번째 보고서 발간을 위해 작년에 이어 전년도 보고서의 보고 내용과 보고 품질을 정량적으로 평가분석¹⁾ 했습니다(2010.01). 분석기관은 산업정책연구원이며, 보고 내용 평가는 보고조직의 '비전과 가치', '통합성', '보고 내용 결정 시스템'²⁾ 3개 평가항목이며, 보고 품질 평가는 '충실성', '균형성', '정확성', '신뢰성', '명료성', '전달성' 6개 영역에서 이루어졌습니다.

평가 결과

유한킴벌리는 지속경영이 기업문화로 정착된 성숙단계 수준인 'A' 등급(1000점 만점 중 877점)으로 평가되었습니다. 이는 작년에 비해서 22점 상승한 수치로 중대이슈를 기업 경영의 기회와 위기로 인식하고 관리하고자 하는 노력에 대한 보고가 우수하다고 평가 되었습니다. 특히 유한킴벌리 2009 보고서는 지속경영 측면에서 리스크 관리와 이에 대한 최고 경영진의 이해와 방향제시가 전년 보고서 대비뿐 아니라 비교기업대비 우수한 것으로 나타났습니다.

보완점

유한킴벌리는 경제, 사회, 환경, 윤리를 아우르는 지속경영활동이 이루어지고 있으나 경영전략과 지속경영의 내용 통합, 명료성³⁾ 을 높이는 노력이 상대적으로 약하다고 평가되었습니다. 이를 보완하기 위해 2020 비전설정을 위한 준비 중이며, 다음 보고서에서 자세한 내용을 알려드리겠습니다.



¹⁾ 지속경영진단평가 (SYSAIL™: Scoring tool for Your SustainAbility II) : 산업정책연구원이 2009년 개발한 보고서 평가모델. 보고 내용은 기업과 이해관계자가 알고 싶어하는 정보를 담고 있는지 여부를 평가하며, 보고 품질은 정보가 타당하게 제시되어 있는 여부를 평가합니다. 이를 통해 유한킴벌리는 보고 정보의 깊이와 적절성, 내용 전달의 효율성 및 보고서 활용 수준을 종합적으로 평가 받고 있습니다.
²⁾ 보고내용결정시스템 : 보고내용의 중대성, 대응성, 완전성, 중요한 이슈에 대한 기업의 대응책과 성과가 타당한 범위에서 보고되고 있는지 여부
³⁾ 명료성 : 보고 정보에 대한 표현이 쉽고 분명한지 여부

웹보고용 리스트

분류	내용	
윤리경영		
		· 공정거래 자율준수 조직표
사회 성과	주주	· 유한킴벌리의 주주총회 및 이사회 의결 사항 내역
	사원	· 평생학습 연간 교육 평균 시간
		· 연도별 회사부담 교육시간
		· 사원강점 개발을 위한 교육 프로그램
		· 가족친화 경영 조직도
고객	· 유한킴벌리의 국제노동기구(ILO)의 안전보건경영시스템 산업안전 협약 준수 현황	
	· 사업장 별 사원건강프로그램 실시 현황	
지역사회	· 유한킴벌리 노동조합 현황	
	· 유한킴벌리 노동조합 조직도	
	· 웹 상의 고객과의 커뮤니케이션 통로	
부록	· 유한킴벌리 미래포럼 돌봄 모델 개발 과정	
	· 문학의 집·서울 주요 활동	
	· 2010 유한킴벌리 준법현황	
	· 수상 및 평가실적	
	· 유한킴벌리 행동규범	
	· 유한킴벌리 광고 윤리강령	
	· 단체 및 협회 가입 현황	

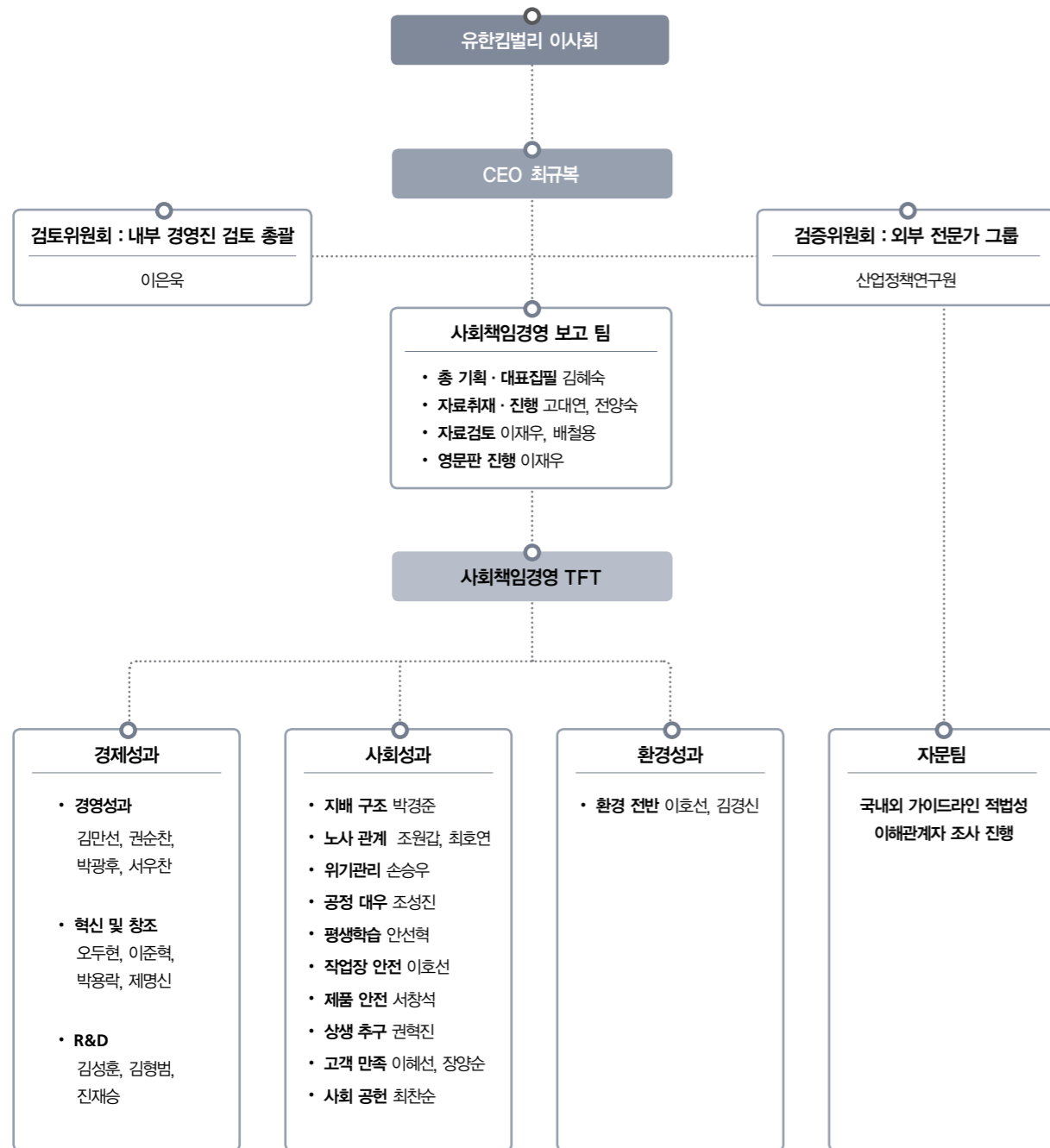
2010 사회책임경영보고서 추가 정보 공개처

www.yuhan-kimberly.co.kr

유한킴벌리는 웹 사이트를 통해 지속경영 노력을 통합적으로 소개하고 있습니다. 또한 이번 보고서의 추가적인 내용들을 찾아볼 수 있습니다. 추가 문의는 웹사이트를 통해 해주시면 성실히 답변 드리겠습니다.

- 주요 공개 내용**
 사회책임경영보고서 PDF 다운로드(2006-2009 보고서), E-Book 보기(2007-2009 보고서), 인쇄 보고서 신청하기, 독자 의견 보내기 기능이 있습니다. 이 외에 국제 가이드라인 정보와 중대이슈 키워드 검색 기능이 구비되어 있습니다.
 - 별도 전문 공개 자료 수상 실적, 행동규범, 광고윤리강령, 미래기업 현장, CEO 윤리 서약, 단체 및 협회 가입 현황
 - 상세자료 링크 E-Book보기 하단에 별도 편집 소개, 추가 자료 확인 가능.
- 보고서 신청 시 개인정보 보호 원칙**
 보고서 신청이나 독자 의견 접수 시 개인정보 보호를 위해 개인정보 취급 방식을 기재해 동의를 구하고 있으며, 보안프로그램이 설치되어 있습니다.

2010 사회책임경영보고에 참여하신 분들



사회책임경영보고를 위해 도와주신 모든 분들께 이 지면을 빌어 감사 드립니다.

그 외에도 보고서 작성에 참여해 주신 분들(호칭 생략) : 강경희, 김영일, 김주영, 김주호, 김진희, 김현희, 마임락, 문수진, 박미희, 변정옥, 성지현, 신지원, 안병익, 이경숙, 안태건, 연필중, 이분희, 이호경, 임태환, 정재욱, 조임중, 전수현

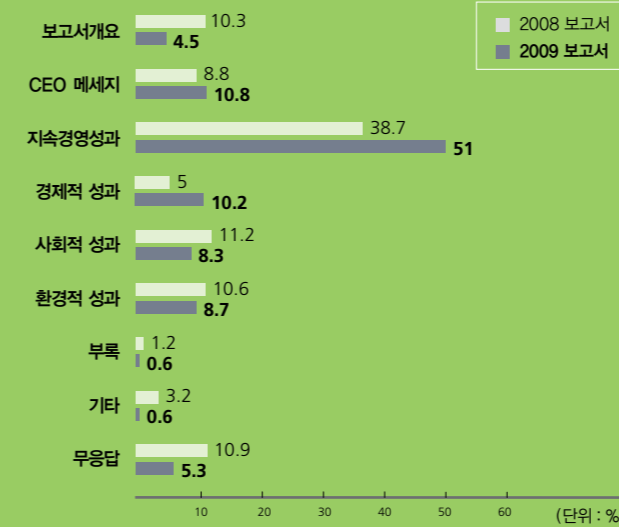
2009 보고서 독자 의견 피드백 결과

● 참여자 수는?

독자 의견 응답에 471분이 참여하셔서 전년보다 39%가 증가했습니다.

● 유익했던 장은?

조사 결과 지속경영성과 전반과 CEO메시지가 유익했다는 답변이 상대적으로 높았습니다. 특히 이 두 장의 공통점은 총체적으로 지속경영 전반에 대해 보고해서 유한킴벌리 지속경영 전체 진행현황을 이해하기 쉽게 되어있습니다. 향후에도 이러한 장점을 지속적으로 살려나가겠습니다.



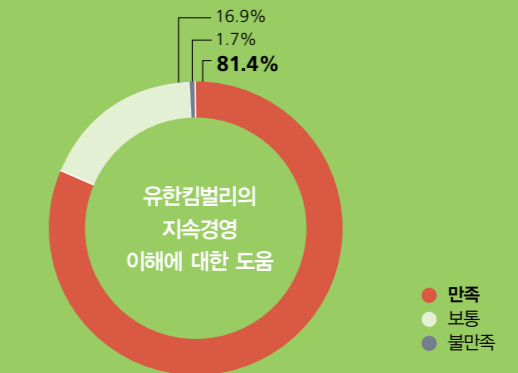
● 지속경영 이해에 대한 만족도는?

처음으로 사업부문 리더들의 지속경영좌담회를 통해 '지속가능한 소비'에 대한 생각들을 제시한 결과 지속가능경영 이해에 도움을 준다는 긍정적 답변이 88.1%로, 전년보다 13.2% 상승했습니다. 또한 전체적인 보고서 만족도도 81.4%로 전년보다 10.3% 상승했습니다.

● 향후 보고서에 바라는 점은?

이해도 제고, 사원을 포함한 내부자 참여 확대, 향후 전망 및 계획 기재 등 다양한 제언들이 나왔습니다. 이에 따라 2010년 보고서에는 이해관계자 참여를 늘렸습니다.

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



2010 사회책임경영보고서 독자 의견 설문지

사람이 희망이다

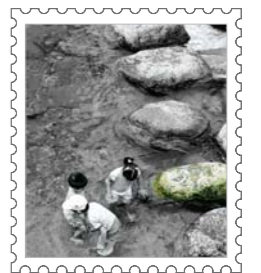
우편으로 보내고자 하시는 분들은 절취선을 따라 자르신 후 봉투에 넣어서 보내주시기 바랍니다.

● 보내실 곳

우편 | 135-725 서울시 강남구 대치동 942번지 해성빌딩 14층
유한킴벌리 사회책임경영 보고 팀

이메일 | webmaster.korea@y-k.co.kr

팩스 | 02-528-1086





유한킴벌리는 향후에 더 만족할만한 사회책임경영보고서 제작을 위해 이해관계자 여러분의 의견을 청취하고자 합니다. 고견을 부탁드립니다.

1. 본 보고서가 유한킴벌리 지속경영 이해에 도움을 주었습니까?()

- ① 매우 도움 ② 조금 도움 ③ 보통 ④ 도움 안됨 ⑤ 전혀 도움 안됨

2. 어느 점이 가장 유익하셨습니까?()

- ① 보고서 개요 ② CEO 메시지 ③ 지속경영성과 ④ 경제성과 ⑤ 사회성과 ⑥ 환경성과 ⑦ 부록 ⑧ 기타 ()

3. 본 보고서는 읽기 쉽게 되어 있습니까?()

- ① 매우 그러함 ② 조금 그러함 ③ 보통 ④ 그렇지 않음 ⑤ 전혀 그렇지 않음

4. 전체적으로 보고서에 만족하십니까?()

- ① 매우 만족 ② 만족 ③ 보통 ④ 불만족 ⑤ 매우 불만족

5. 향후 보고서에 바라는 점을 자유롭게 적어주십시오. 감사합니다.

.....
.....
.....
.....

유한김벌리 사회책임경영보고서가 걸어온 길



- 2006** 제1회 지속가능경영대상 대상 수상(서울과학종합대학원)
- 2007** 제2회 지속가능경영대상 2회 연속 수상(산업자원부)
 지속가능경영지수평가 1위(환경운동연합)
 지속가능성보고서평가 1위(한겨레신문)
- 2008** 제3회 지속가능경영대상 국무총리상 수상(지식경제부)
- 2009** 지속가능경영대상 대상 3회 수상, 국내기업최초 명예의전당 입성(지식경제부)
 글로벌녹색경영대상 지속가능성보고서부문 대상 수상(한국능률협회인증원)
 대한민국 지속가능성대회 지속가능성보고서상 수상(GRI, 한국표준협회)
 UNGC Notable COP선정(UNGC)
 KoBEX SM 'AAA' 최고등급 획득(산업정책연구원)