



# 05 SUSTAINABILITY PERFORMANCE

---



유한김벌리 우리강산 푸르게푸르게

---

56 환경성과

---

74 경제성과

---

86 사회성과

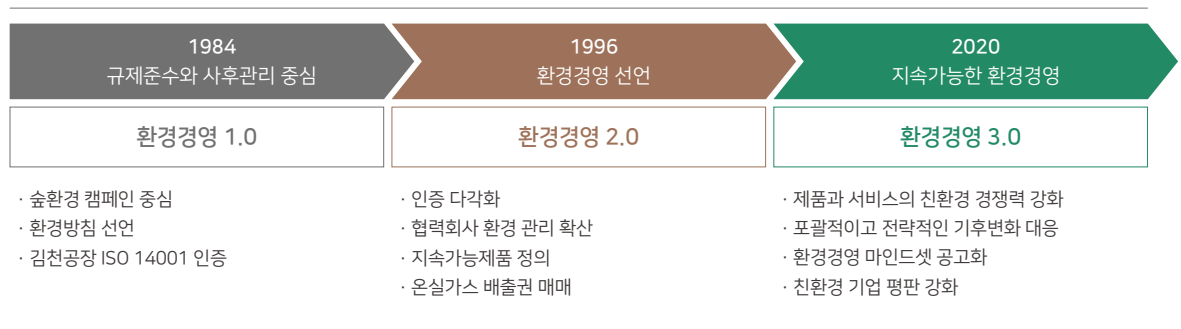


## 환경경영 3.0과 컴플라이언스

### 환경경영 3.0

유한킴벌리는 설립 당시부터 정부의 환경규제를 준수할 뿐만 아니라 시설 투자를 통해 높은 수준의 환경 관리를 실천해 오고 있습니다. 1996년에는 환경경영 선언과 함께 환경경영 2.0 시대를 열어 환경경영을 지식경영, 품질경영, 윤리경영, 상생경영을 포괄하는 개념으로 정의하고, 환경 관리의 영역을 공급망까지 확대하였습니다. 창립 50주년을 맞은 2020년 3월에는 환경경영 3.0을 발표하고, 2030년까지의 환경목표를 제시하였습니다.

#### 환경경영 발전 과정



#### 환경경영 3.0

유한킴벌리는 지구 환경보호를 위한 전 지구적인 노력에 동참하고, 사회와 함께 성장할 것임을 선언하고, 이를 앞장서 실천할 것임을 약속합니다.

##### 약속1.



유한킴벌리는 지구환경 보호를 위해 2030년까지 지속가능제품이 전체 매출의 95% 이상 달성될 수 있도록 하겠습니다.

##### 약속2.



유한킴벌리는 탄소중립을 위하여 친환경 정책을 수립하고, 2030년까지 2015년 대비 온실가스 배출량을 25% 저감하겠습니다.

##### 약속3.



유한킴벌리 사원은 미래세대와 더 나은 사회를 위하여 환경경영 3.0 선언에 동참하고 실천하겠습니다.

## 환경규제 컴플라이언스

### 환경성 과장광고 방지를 위한 사전 검토 프로세스 강화

유한킴벌리는 적정 광고 기준 및 표시/광고 공정화에 관한 법률 등의 준수와 그린워싱 리스크 최소화를 목적으로 모든 광고 매체를 대상으로 표시/광고 가이드라인을 운영하고 있습니다. 그린워싱 영역은 환경부 '환경성 표시/광고 관리 제도에 관한 고시'를 근간으로 제품안전, 윤리법무본부 및 환경경영위크그룹 3자 간 검토를 진행하고 있으며, 매년 마케팅과 제품 개발 담당자들을 대상으로 그린워싱과 환경성 과장광고를 주제로 설명회를 진행하고 있습니다. 또한 자사 환경성 광고 사례에 대해 주기적으로 한국환경산업기술원의 자문을 받고 있습니다. 특히 2022년 말부터는 그린워싱을 포함한 지속가능 관련 광고 사항에 대한 검토자의 검토 결과와 승인 내역을 사내 EtQ(Excellence to Quality) 시스템에 기록하도록 의무화하여 관리를 더욱 강화하였습니다.

### 환경성 과장광고 사전예방활동

항목	기존	강화 내용
관련 법규 이해	사내 제품안전, 윤리법무본부, 환경경영팀 검토	한국환경산업기술원 자문(잠재적 이슈 및 사례 중심)
환경성 과장광고 교육	각 사업부 관련자 대상 통합 교육	맞춤형 교육(제품개발, 마케팅 구분)
교육 자료	법규 전반 설명	해도 되는 것과 하지 말아야 할 것(사례 중심)
사전 검토 결과	E-mail 및 회의 결과 공유	사내 EtQ 시스템을 통한 승인 및 기록 관리 의무화

### 환경관련 법 규제 위반

유한킴벌리는 제조생산 사업장과 환경 규제 전반에 대한 대응 현황, 주요 법규 개정 사항에 따른 변경 관리 검토를 분기별로 시행하여 잠재적 이슈에 대한 예방 활동을 진행하고 있습니다. 2022년에 환경경영 관련 벌금 및 과징금 등 행정적 처분을 받은 바 없습니다.



## 패키징 및 플라스틱

### 플라스틱 사용량 저감(2019년 대비)

15%  
2022 성과

50%  
2030 목표

### 포장재 재생플라스틱 전환(2019년 대비)

17%  
2022 성과

50%  
2030 목표

## 자원순환 활성화

유한킴벌리는 2030년까지 제품 포장재에 재생플라스틱과 바이오매스 소재를 적용해 석유계 플라스틱 사용 비중을 50%로 줄이는 것을 목표로 삼았습니다. 이는 정부의 불필요한 포장재 사용 억제 및 폐기물 자원 선순환(Circular Economy) 정책에 동참하는 일이기도 합니다. 목표 달성을 위해 생산되는 포장재에 재생플라스틱/바이오매스/플라스틱 저감 기술을 적용하여 신규 플라스틱의 사용량을 매년 줄여 나갈 것입니다. 또한 유한킴벌리와 롯데케미칼, LG화학, CJ제일제당 등이 참여하는 그린 액션 얼라이언스를 통해 친환경 기술을 공동 개발하여 지속 가능한 포장재의 영역을 더욱 확장해 나갈 계획입니다.

## 탈플라스틱

유한킴벌리 환경경영 3.0의 핵심은 지속가능제품 구현에 있으며, 그 중 탈플라스틱 전략은 각 사업부의 제품 개발 방향성의 핵심입니다. 유한킴벌리는 포장재에 사용되는 석유계 플라스틱의 소재를 바이오매스 등 비석유계 소재 또는 재생플라스틱으로 전환하는 데 중점을 두고 있습니다. 특히 포장재 재생플라스틱의 경우, 2025년까지 30%, 2030년까지 50% 전환을 목표로 하고 있습니다. 2022년에 포장재에 사용된 총 석유계 플라스틱의 17%를 재생플라스틱으로 전환하였으며, 2023년에는 25% 전환을 목표로 개선을 진행하고 있습니다.

재생플라스틱은 제조 공정에서 버려지는 플라스틱을 재활용한 PIR(Post-Industrial Recycled)과 소비자가 사용 후 버려지는 플라스틱을 재활용한 PCR(Post-Consumer Recycled) 소재가 있습니다. 유한킴벌리는 이 중 자원순환 가치가 상대적으로 높은 PCR 소재의 적용을 확대하고 있습니다. 특히 국내에서 버려지고 재활용되는 재생플라스틱을 주로 사용하여 자원순환성을 강화하고 있습니다. 이에 따라 2022년에 물티슈 전체 캡뚜껑의 재생플라스틱 사용률을 2022년 8월까지 30%로 전환하였고, 2022년 9월부터는 50%로 확대하였습니다. 이를 시작으로 재생플라스틱 적용을 지속적으로 확대하고 패키징 혁신을 적극 추진하여 지속가능제품 구현을 가속화할 것입니다.

### 사업부별 패키징 및 플라스틱 저감 성과 및 2030 목표

사업부	2022년 성과	2030년 중장기 목표
개인용품(여성/유아)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오가닉 코튼, 사탕수수 유래 원료 적용 등 자연 유래 소재 확대</li> <li>· ISCC+ 인증 고분자 흡수체 적용</li> <li>· 포장재 재생플라스틱 전환 가속화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 각 사업부별 대표 제품군의 지속가능제품 전환에 집중 (소재/포장재)</li> </ul> <p style="text-align: right;">→ 2026</p>
가정용품	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지속가능펄프 적용 지속(FSC 등 지속가능펄프와 고지 사용)</li> <li>· 포장재 재생플라스틱 전환 가속화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2025년부터 대표 제품군 외 기타 카테고리(마스크, 스킨케어, 액세서리 등)에 대한 지속가능 개발 및 확정 추진</li> </ul>
B2B	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 환경마크 인증 제품 확대(40 SKU)</li> <li>· 북방한대림 펄프 사용량 저감(2022년 목표 대비 8% 초과 달성)</li> <li>· 포장재 재생플라스틱 전환 가속화</li> </ul>	<p style="text-align: right;">→ 2030</p>

## 패키징 전략·목표 및 실행 프로그램

2023년 유한킴벌리 중대성 평가 결과 패키징 및 플라스틱이 중대 이슈로 확인되었습니다. 유한킴벌리는 사업부 제품 개발의 핵심인 패키징의 탈플라스틱 전략을 다음과 같이 세분화하여 자체 평가와 개선을 진행하고 있습니다.

### 패키징 탈플라스틱 전략 및 현황

주요 핵심 고려 사항	현황 및 자체 평가 결과
패키징 환경 영향 저감 전략	유한킴벌리 지속가능제품 개발 가이드라인에 따라 포장 과다 발생 억제, 재활용성 증대, 비석유계 지속가능소재 적용 원칙을 적용하고 있습니다.
포장재 전환 노력에 대한 공개	포장재의 재생플라스틱 소재 적용을 2025년까지 30%, 2030년까지 50% 전환하는 것을 목표로 공개하였으며, 2022년 17% 전환을 달성하였습니다.
포장재 재활용 프로그램 활동	필름류 포장재의 재생플라스틱 30% 적용을 위한 테스트를 전 사업부 제품에 완료하였고 2025년 30% 적용 목표를 조기 달성할 계획입니다. 또한 멀티슈 캡의 경우, PCR 80% 적용을 추진 중이며, 불필요한 스티커 제거 및 캡과 필름류 단일 재질화를 통한 재활용 용이성 테스트도 진행하였습니다.
포장 디자인 및 라벨링 노력	분리배출 표시, 라벨링을 포함한 환경성 정보 공개를 진행하고 있습니다.
포장재 개선 효과와 모니터링	포장재 재생플라스틱 적용 현황을 월별로 모니터링하고 있습니다.(신규 석유계 플라스틱 사용량 절감량 포함)

## 지속가능제품 개발 가이드라인

유한킴벌리는 2020년 환경경영 3.0 선언에 따라 지속가능제품 구현을 위한 지속가능제품의 정의, 제품 개발 가이드라인, 지속가능제품 모니터링 세부 기준을 환경성과 사회성으로 구분하여 마련하였습니다. 제품과 패키징 모두 원료 사용 최소화, 재활용성 증대 그리고 탈플라스틱이라는 우선순위를 준용해야 하며, 패키징의 경우, 생분해 플라스틱은 환경 유출에 해당하는 제한된 영역에만 적용하는 것으로 합니다.

### 지속가능제품 개발 가이드라인

우선순위	Reduce 원료사용 최소화	Recycle 재활용성 증대	Replace 탈플라스틱
제품	최우선 과제 · 제품 원료사용 최소화 · 공정폐기물 저감	타당성 검토 중	지속가능원료 적용 (비석유계)
패키지	최우선 과제 · 포장 과다 발생 억제	재활용성 증대 · 고지, 재생 플라스틱 적용 확대	생분해 플라스틱 적용  Not Allowed*

유한킴벌리 제품 개발 환경성 개선 가이드라인은 대한민국 환경 정책에 기반하고 있습니다.





\* 생분해플라스틱은 환경 유출 위험이 있는 경우에 한함

## 자원순환과 폐기물

### 제조생산 사업장의 지속적 개선 및 환경 관리 목표

유한킴벌리는 환경 영향 최소화를 위한 환경발자국 성과지표를 공개하고 있습니다. 크게는 온실가스 배출 저감, 물 사용 절감 및 재사용, 지속가능한 펄프 및 고지, 자원순환 증대 및 폐기물 저감 영역에서의 2030 목표를 공개하고 있으며, 이를 달성하기 위한 중장기 전략을 제시해 지구환경에 미치는 부담을 줄이는 제품 생산을 위해 노력하고 있습니다.

#### 환경친화적 제품 제조 노력

 <p><b>온실가스 배출 저감</b> 20,500 tCO<sub>2</sub>e</p> <p>2022년도 할당량 대비, 배출권 제출 시 기준 배출량 간의 감축량</p>	 <p><b>물 사용 절감 및 재사용</b> 1,463,215m<sup>3</sup></p> <p>2022년 용수 재활용량</p>	 <p><b>지속가능한 펄프 및 고지</b> 100%</p> <p>킴벌리클라크 친환경펄프구매 정책 인증 기준</p>	 <p><b>자원순환 증대 및 폐기물 저감</b> 2,184ton</p> <p>대전 부직포공장 자투리(Trim) 및 충주공장 순환자원 인정 물량을 합산한 폐기물</p>
---	---	--	--

#### 제조생산 사업장별 주요 인증 및 협약 현황

구분	인증 기간	인증처	사업장
녹색기업	2022.11~2025.11	환경부	충주
ISO 14001	2021.11~2024.10	SGS코리아 (Société Générale de Surveillance, SGS)	대전
	2022.12~2025.12		김천
	2021.10~2024.10		충주
순환자원인정	2022.01~2027.01	원주지방환경청	충주
생태계 교란 외래식물 제거 협약	2014.05~현재	원주지방환경청	충주

## 지속가능한 제조생산 사업장

### 수자원 관리

물 사용량 절감(2015년 대비) (김천공장 기준)



펄프를 원료로 하는 화장지와 핸드타월 생산 공정은 원료 가공 시 양질의 용수를 필요로 합니다. 세계자원연구소(World Resources Institute, WRI)의 보고서에 따르면 유한킴벌리 제조생산 사업장이 위치한 김천, 대전, 충주 지역의 물 스트레스 지수는 ‘Low~Medium’으로 평균 이하 수준이지만, 유한킴벌리는 기후위기 관련 자연재해의 위험에 선제적으로 대비하고 있습니다. 2022년에는 유한킴벌리 용수 사용량의 95% 이상을 차지하는 김천공장에서 CDP(Carbon Disclosure Project, 탄소정보공개프로젝트) 수자원 평가 방법론(Water Security Guidance)을 활용하여 자체 평가를 실시하였습니다. 세계자원연구소 물 척도(World Resources Institute Aqueduct)에 따라 물리적인 수량과 수질에 관한 리스크, 규제 및 평판 리스크를 분석하여 10가지 잠재적 리스크를 발굴했습니다. 2023년에는 이 잠재적 리스크를 바탕으로 대응 전략을 수립하여 시행할 예정입니다. 또한 김천, 대전, 충주 공장은 ISO 46001(물 효율 경영 시스템) 가이드라인에 따라 각 공장의 물 사용량과 조성 현황을 파악했으며, 대전과 충주 공장에서는 전년 대비 2% 용수 사용량 절감 목표를 수립했습니다. 김천공장은 물 총 사용량 절감(Water Net Zero) 프로젝트의 일환으로 공정 개선 등을 통해 하루 사용하는 물의 양 중 1,080m<sup>3</sup>/d를 절감할 수 있었습니다. 또한 수자원의 효율적인 활용을 위해 처리수를 적극 재사용하고 있습니다. 유한킴벌리는 앞으로도 용수의 재사용률을 향상시키면서도 고품질의 제품 생산이 가능하도록 노력할 것입니다.

### 김천공장 Water Net Zero 활동

개선 내용	절감량(m <sup>3</sup> /d)
집진기 용수 절감	280
공정 개조를 통한 용수 절감	150
진공펌프 압력 세팅값 조정으로 청수 절감	100
공정 개조 및 배관 교체를 통해 통한 재활용수 사용을 늘려 청수 사용량 절감	200
청수라인 변경을 통해 용수 최적사용량 조정	350

### 수질오염 방지

비점오염저감시설이란 사업장의 불특정 장소에서 불특정하게 수질오염물질을 제거하거나 감소시키는 수질오염 방지시설을 말합니다. 대전공장은 2022년 우수로 인해 발생할 수 있는 수질오염을 최소화하고자 3억 원을 투자하여 4개 지점에 비점오염저감시설을 설치하였으며, 그 결과 방류 기준 부유물질이 80% 감소하였습니다. 유한킴벌리는 앞으로도 지속적인 투자를 통해 환경오염을 최소화하고자 노력할 것입니다.



## 폐기물 관리

### 폐기물 재활용을 통한 자원순환

유한킴벌리는 제품 생산 중 발생하는 재활용 가능 부자재를 공정에 다시 투입하는 등의 방식으로 폐기물을 최소화하기 위해 노력합니다. 대전 미래신소재공장에서는 부직포 원단 제조 시 발생하는 파지 물량을 적극적으로 공정에 재사용해 2022년에 약 1,236ton의 폐기물을 저감하였고, 이를 통해 6.2억 원의 원료비를 절감할 수 있었습니다. 2022년에 김천공장은 폐자원의 순환성을 높이기 위해 폐기물 86%에 해당하는 슬러지를 소각/매립하지 않고, 슬러지 진정제와 부석토의 원료로 재활용하여 자원의 가치를 높이고 원가 절감도 달성하였습니다. 추가로 사내 재활용이 불가능한 폐기물에 대해서는 재활용업체를 통해 물질 재활용이나 열원으로 활용될 수 있도록 수요처를 적극적으로 발굴하고 있습니다. 2022년 유한킴벌리에서 제품 1ton 생산 시 발생하는 폐기물량은 0.15ton이며, 폐기물 재활용률은 2021년 98.5%에서 2022년 99.2%로 0.7%p 증가하였습니다. 김천공장의 경우 폐기물 재활용률 99.9%를 달성하는 등 자원순환을 위해 더욱 노력하고 있습니다.

### 폐자원의 자원순환 활성화

대전공장 기저귀 생산 공정에서는 PP, PE 재질의 필름류 폐기물이 연간 1,000ton 이상 발생되며, 이 폐기물은 재활용업체를 통한 용융 등의 과정을 통해 재생플라스틱 원료로 가공되어 플라스틱 용기류, 건축자재용 플라스틱 판넬 등으로 재활용됩니다. 일반적으로 사업장 폐기물 배출자의 책임은 발생한 폐기물을 폐기물 중간처리업을 특한 업체를 통해 안정적으로 적법 처리하는 데 있습니다. 유한킴벌리는 플라스틱 폐기물의 안정적 처리에서 한 걸음 더 나아가 그린 액션 얼라이언스를 통해 제조생산 사업장에서 발생하는 폐자원의 자원순환 활성화와 다각화 방안에 대해 고민하고 있습니다. 그 일환으로 2022년 말부터 2023년 상반기까지 대전공장에서 발생된 플라스틱 필름류를 폐기물 중간처리업체를 통해 자원화한 후 국내 가전사와 함께 이를 가전제품 소재로 재활용하는 프로젝트를 진행했습니다. 유한킴벌리-폐기물 중간처리업체-가전사 3자 간 협업을 통해 폐자원의 순환가치를 높일 수 있었습니다. 또한 프로젝트를 통해 확보한 폐기물 재활용 전 과정 LCI 데이터베이스는 유한킴벌리의 제품 전과정평가에 활용할 계획입니다.

## 돋보기

### 통합환경관리제도 승인을 위한 준비

통합환경관리제도는 '환경오염시설의 통합관리에 관한 법률'에 따라 시행되는 환경관리제도입니다. 기존에는 대기, 수질, 토양, 폐기물 등 오염물질 배출 경로별로 관리하던 방식을 사업장 단위로 통합 관리하는 방식으로 변경한 것입니다. 위생용 종이제품 제조업 등 제지업종에 속해 있는 유한킴벌리 제조생산 사업장은 2023년까지 통합환경관리체계를 구축하고자 합니다. 2022년에는 먼저 '기존오염도(Background Concentration, BC)'와 '추가오염도(Process Contribution, PC)'를 합산해 '총 오염도(Predicted Environment Concentration, PEC)'를 산출하는 '배출 영향 분석'을 진행했습니다. 이는 제조생산 사업장에서 발생하는 오염물질이 대기, 수질 등 환경과 건강에 미치는 영향을 종합적으로 고려하여 기술/경제적으로 가능한 최적의 관리 기법을 적용하기 위한 것입니다. 2023년에는 통합환경관리체계를 구축하여 오염물질 발생량의 지속적 저감과 함께 배출시설 및 방지시설을 효율적으로 관리할 것입니다.

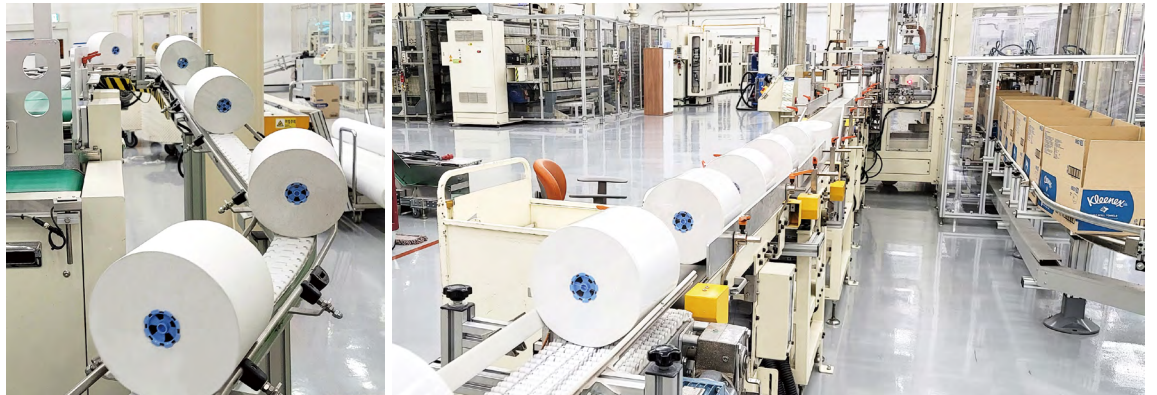
## 지속가능한 펄프 구매 및 사용

### 펄프 구매 정책

유한킴벌리는 지속가능한 펄프 구매 정책에 따라 자연환경 훼손을 최소화하는 FSC(Forest Stewardship Council) 등의 지속가능한 펄프 구매를 진행하고 있습니다. 이러한 전략 구매 과정은 킴벌리클라크의 글로벌 구매팀과의 협업을 통해 진행되며, 그 결과 FSC 인증 등의 펄프 구매량은 지난 6년간 꾸준히 증가해 2022년 총 132,293ton을 기록했습니다. 한편, 김천공장은 킴벌리클라크 FSC CoC 인증 라이선스를 이용하고 있으며, 해외 수출용 핸드타월과 일부 유통회사 납품용 화장지 제품에 인증 라벨을 부여하고 있습니다.

### 펄프 사용

2022년 유한킴벌리가 화장지류 제품 생산에 사용한 펄프의 약 17.9%는 재활용지였습니다. 이는 2021년 재활용지 사용 비율보다 1.0%p 증가한 수치입니다. 유한킴벌리는 생산자 책임 재활용 의무비율(필름류 85.9%, 용기류 86.3%)을 준수하고 있으며, 앞으로도 지속가능소재 적용을 확대하고 포장재의 재활용 원료 비중을 높임으로써 자원의 효율적 사용과 지속가능제품 구현을 위해 노력할 것입니다. 대전공장은 내수용 기저귀와 팬츠 전 제품에 대해 FSC CoC 인증을 획득하여 운영 중이며, 충주공장은 '좋은느낌 라네이처' 제품을 대상으로 PEFC(Programme for the Endorsement of Forest Certification) CoC 인증 심사를 받았습니다. 2023년 7월 최종 인증 라이선스가 발급되면 총 26개 제품에 인증 라벨을 부착할 예정입니다.



핸드타월 생산 과정



## 기후변화 대응과 생물다양성

온실가스 배출량 저감(2015년 대비) (킴벌리클라크 내부산정 기준)



### 기후변화 대응 체제 및 프로세스 구축

유한킴벌리는 2022년 기후변화 행동 프로젝트를 통해 2030년까지 2015년 대비 온실가스 배출량을 25% 감축하는 목표를 수립하였으며, ESG 환경 소위원회 검토를 거쳐 최종적으로 ESG위원회의 승인을 받았습니다. 이 프로젝트를 추진을 통해 각 사업장별 내부 감축 잠재량, RE100, 태양광 등 재생에너지 도입 타당성과 SBTi(Science Based Target initiative) 프로세스를 검토하였고, 기후변화 관련 내/외부 동향, RE100 추진을 위한 시나리오 분석, 재무적 영향 등 ESG위원회를 통한 내부 검토와 논의를 거쳐 최종적으로 이사회에 보고하였습니다.

### 기후변화 취약성 및 리스크 평가

기후 리스크에는 글로벌 기후체제, 관련 규제 강화, 원료 조달의 불확실성, 시장환경의 변화 등이 포함되며, 단기적으로는 탄소배출권 가격 변동성, 플라스틱 및 폐기물 관리 규제 강화로 인한 비석유계 플라스틱 전환 투자비 증가, 기상이변 대응을 위한 투자, 복구 비용 증가, 이해관계자의 요구 사항 증대를 잠재적인 리스크로 보고 있습니다. 기회 요인으로는 설비의 효율성 증대와 탄소 배출량 저감, 재생원료 사용에 따른 재활용분담금 비용 감소, 지속가능제품 생산과 기후변화 적응에 따른 새로운 시장 가치 창조 등이 있습니다. 중기적으로는 이해관계자의 소비 패턴 변화와 친환경 제품 선호에 따라 지속가능제품으로의 전환을 촉진함으로써 이해관계자의 신뢰도 상승을 기회 요인으로 예상하며, 장기적으로 기후변화에 따른 수자원 고갈 등과 같은 물리적 영향을 장기적인 리스크 요인으로 예상합니다. 특히, 장기 리스크의 경우 파리협정에 따른 국가별 감축 계획, 기후변화에 관한 정부 간 협의체(Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC) 평가보고서의 대표 농도 경로(Representative Concentration Pathways, RCP) 8.5 시나리오, CDP(Carbon Disclosure Project)에 따른 수자원 평가 방법론과 에너지공단에서 개발한 산업계 기후변화 적응을 위한 진단 툴(Industrial Climate change Adaptation Tool, ICAT) 등을 고려하여 대응 방안을 수립합니다. 도출된 주요 리스크는 각 사업장별 위기 관리 대응 매뉴얼과 사업연속성계획(Business Continuity Plan, BCP)에 반영하여 저감 활동을 진행합니다.

## 기후 리스크 대응 방안

유한킴벌리는 기후위기에 보다 전략적으로 대응하기 위해 2022년 7월, ESG위원회에서 온실가스 감축 활동으로 발생한 잉여배출권 판매 수익을 에너지 및 환경성 개선을 위한 지속가능(환경) 분야에 투자하는 선순환의 기금 운용을하기로 합의하였습니다. 또한 온실가스 배출량 감소를 위해 매년 시설투자기금 계획 시 환경성 개선을 위한 투자를 우선 고려하며, 30% 이상 의무적으로 할당하기로 하였습니다.

한편, 유한킴벌리 대전공장은 '홍수 관리 및 완화 프로그램(Flood Management and Mitigation Program)'을 통해 30년 이내 홍수 발생 가능성에 대해 인지하고, 기상이변에 대응하기 위해 홍수 범람 방지용 차단막을 선제적으로 설치하였습니다. 또한 각 사업장에서는 자연재해에 대한 인적, 물적 피해를 예방하고자 풍수해 예방 TF를 구성하여 대응하고 있습니다.

한편, 유한킴벌리는 산업계 전반의 생태계 구축을 통해 지속가능한 소재 개발과 제품 적용을 가속화하기 위해 지속가능소재 개발기업과 업무협약을 체결한 데 이어 국내 유수의 대기업들과도 지속가능한 친환경 소재 개발 및 공급 협약을 체결, 협력을 강화하고 있습니다.

## 생물다양성 정책

생물다양성의 가치와 지속가능한 이용을 중시하는 유한킴벌리는 산림, 토양, 물 등 자원을 활용하는 과정에서 생물다양성 변화에 미치는 영향과 생물다양성 변화가 원재료 조달, 평판, 규제 등 회사의 비즈니스에 미치는 영향에 대해 연구하며 효과적으로 대응하고자 합니다. 이를 위해 UN SDGs 목표 12(지속가능한 생산과 소비), 목표 15(육상생태계 보존)와 연계하여 생물다양성 정책을 수립, 실천하고 있습니다. 생물다양성 정책 중 하나로 2025년까지 북방한대림에서 생산된 펄프의 사용량을 2021년 대비 50% 감축한다는 목표를 추진하고 있습니다. 또한 생산 제품에 고지, FSC CoC를 비롯한 지속가능 인증펄프, 대나무와 같은 펄프 대체재 등 지속가능펄프(Environmentally Preferred Fiber, EPF) 적용프로그램을 시행하고 있습니다.

### 돋보기

#### 북방한대림 자원 사용 최소화

북방한대림은 환경적, 사회적, 문화적, 경제적 가치로 볼 때 세계의 열대림과 동등할 정도로 세계적으로 중요한 생태계입니다. 캐나다와 알래스카를 포함한 북방한대림 생물군은 전 세계에 남아있는 온전한 원시림의 25%를 차지하는 것으로 추정되며 캐나다 한대림의 상업적 산림 관리와 관련된 중요한 이슈로는 원주민 권리, 생물다양성 보존(순록 서식지에 대한 산림 관리 영향 포함), 기후변화 등이 있습니다. 유한킴벌리는 북방한대림 자원 사용을 최소화하여 생물다양성 보존을 위해 노력하겠습니다.

## TCFD(Task Force on Climate - Related Financial Disclosures)

구분	리스크			
전환 리스크	정책 및 규제	온실가스 배출권 거래제도	단기	· 탄소배출권 가격 상승과 배출 규제 강화
		전 세계 포장재, 폐기물 관리 규제의 심화로 제품 수출 리스크 및 규제 준수 비용 증가	단기	· 국내외 포장재, 폐기물 관리 규제의 심화로 규제 준수 비용 증가
	기술	고효율 기술 도입	단기	· 신규 탄소 감축 기술 확보를 위한 R&D 투자 확대 · 저탄소 제품 및 기술에 대한 연구 부담 증가
	에너지	재생에너지 사용 확대	중기	· 단기 전력 비용 상승에 따른 생산 비용 증가
	시장	소비자의 행동변화	중기	· 고효율/친환경 제품 인증 비용 증가
	원자재 비용 상승 및 조달	중기	· 기후변화에 따른 원자재 수급 불량으로 원자재 가격 상승	
평판			중기	· 소비자의 선호도 변화 · 이해관계자의 우려 또는 부정적 견해 증가
물리적 리스크	급성	태풍, 폭우 및 폭염 등	단기	· 자연재해 예방 환경/안전/방재 설비 투자 증가 · 재해 발생시 복구 및 사업 기회 손실 비용 증가 · 기상이변 대응을 위한 투자, 복구 비용 증가 · 냉방, 난방 설비 등 사업장 운영 비용 증가
	점진적	강우량 변화 온도 변화 물 부족 해수면 상승	장기	· 급격한 온도 변화에 따른 원부자재 및 제품 품질 저하 · 극심한 기후 현상 증가(태풍, 홍수 등)에 따른 생산 피해 (운송, 공급망 중단, 건강, 안전, 결근 등) · 설비 손상에 따른 복구 비용 증가 · 기후변화 적응 대책 수립에 따른 시설 안전, 임직원 보건 관리, 제품 품질 관리 강화 · 예방 차원의 기후적응 관리 전략 수립으로 잠재 리스크 저감 · 폭염 및 가뭄으로 인한 취수원 공급 부족

기회	잠재 재무 영향
<ul style="list-style-type: none"> <li>탄소 배출량 저감을 위한 투자 증가</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>탄소배출권 구매 비용 발생 및 가격 증가</li> <li>온실가스 감축 활동으로 배출권 구매 최소화</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>제품 경량화 및 재생플라스틱 적용으로 재활용 부담금 비용 감소</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>매년 부담금 단가 및 산정지수 상승으로 환경부담금 비용 상승</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>고효율 설비, 온실가스 감축 설비, 수자원 재활용 설비 등 투자 증가</li> <li>사업장 온실가스 배출 저감 및 에너지 비용 절감</li> <li>에너지 관리 시스템 등 사업 기회 창출</li> <li>저탄소 제품 생산 프로세스 마련</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>에너지 설비 효율화로 중장기 생산 원가 절감</li> <li>신규 투자 및 연구, 설비 도입 등에 따른 비용 증가</li> <li>저탄소 제품 연구개발비 및 원부자재 단가 상승</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>재생에너지 발전 확대로 화석연료 가격 상승에 대한 비용 노출 감소</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>재생에너지 발전 투자 비용 발생</li> <li>화석에너지 구매 비용 상승</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>고효율/친환경 제품 R&amp;D 투자 증가</li> <li>지속가능제품 생산 및 기후변화 적응에 따른 새로운 시장 가치 창조</li> <li>소비자 인지도 상승</li> <li>친환경 활동 확대로 진정성 있는 고객 소통 및 신뢰 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>저탄소 제품 판매 증대로 매출 상승</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>원자재 공급원 조기 확대로 시장 경쟁력 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>원자재 가격 상승</li> <li>원자재 경쟁력 확보로 단가 인하</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>이해관계자의 기대 충족으로 신뢰도 상승</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>신뢰도 하락으로 인한 제품 매출 하락</li> <li>신뢰도 상승으로 인한 제품 매출 증대</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>경량화 및 여름 전용 제품에 대한 판매 증가</li> <li>위생용품 수요 증가 가능성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>기상이변 대응을 위한 투자, 복구 비용 증가</li> <li>생산 중단 등에 따른 재정적 손실 증가</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>기후변화 적응 대책 수립에 따른 시설 안전, 임직원 보건 관리, 제품 품질 관리 강화</li> </ul>	

## 온실가스 배출량 저감 활동

유한킴벌리는 지속가능경영부문과 제조생산부문 간 협업을 통해 온실가스 배출권 거래제에 따른 할당 배출량과 내부 배출량 목표를 별도로 관리하고 있습니다. 이를 위한 각 사업장별 기후변화 대응 실적과 개선 프로그램을 분기별 환경에너지 실무회의를 통해 검토하고 있습니다.

### 에너지 관리 및 효율화

유한킴벌리는 환경 및 에너지 관리를 경영 활동의 핵심으로 추구하고 있습니다. 제조생산 사업장의 에너지관리 시스템은 2012년 충주공장을 시작으로 2016년 전 사업장에 확대되었으며 공정에너지관리 시스템(FEMS)을 적용하고 있습니다.

충주공장은 2022년에 고효율 공조기와 냉동기 도입하였고, 보일러 연료를 전환함으로써 약 1,419 tCO<sub>2</sub>e를 절감하였습니다. 또한 에너지 수요를 파악하고 불필요한 에너지 낭비를 줄이고 있습니다. 뿐만 아니라 2021년부터 100kW급 태양광 설비를 도입하고 2022년에는 태양광 가로등 26대를 설치한 데 이어 신재생에너지 사용 추가 확대를 검토 중입니다. 2022년에 충주공장 태양광 설비로 생산된 전력은 128MWh이며, 건물 내 조명과 전열 부하 등에 사용되었습니다.

김천공장은 2022년부터 전력 사용량 절감을 위한 고효율 터보 컴프레서 도입과 원지 제조 공정의 폐열을 회수하여 스팀으로 재활용하는 프로젝트를 진행함으로써 LNG 사용량을 최적화하기 위한 과제를 진행 중입니다. 이를 통해 연간 1,048 tCO<sub>2</sub>e\*의 온실가스 배출량 절감이 예상됩니다.

대전공장은 2022년 모터전력절감기(Optimum Power Control for Motor, OPC\_M)를 기저귀 및 부직포 생산 공정에 도입하여 기존 대비 전기에너지 사용량을 35% 절감하였고, 이를 통해 연 1,794 tCO<sub>2</sub>e의 온실가스 배출량을 저감하였습니다. 2023년에는 전 라인으로 확대 설치하여 온실가스 배출량을 감축해 나갈 예정입니다.

또한 제조생산 사업장은 공정에너지관리 시스템(FEMS) 고도화를 위해 실시간으로 데이터를 수집/저장하여 생산성을 관리할 수 있는 히스토리안(Historian) 툴을 도입, 실시간 생산 기반의 에너지 원단위 관리를 추진함으로써 에너지를 보다 효율적으로 사용하고자 노력하고 있습니다. 이와 같은 제조생산 사업장의 지속적인 에너지 최적화와 온실가스 저감 노력으로 2022년 온실가스 배출량은 192,694 tCO<sub>2</sub>e을 기록, 2021년 192,751 tCO<sub>2</sub>e 대비 57 tCO<sub>2</sub>e 감소하였습니다. 이 중 전력 사용에 의한 온실가스 배출량은 128,504 tCO<sub>2</sub>e으로 전체 배출량의 약 67%를 차지합니다.

\* 계기압력 10 kg/cm<sup>2</sup>, Tier 2 국가 온실가스 배출계수를 산정함

### 2022년 공장별 에너지 절감 노력

구분	내용	기대 효과
김천공장	· 공정 폐열을 회수하여 스팀으로 재사용	726 tCO <sub>2</sub> e*
	· 고효율 터보 컴프레서로 변경하여 전력 저감	322 tCO <sub>2</sub> e
충주공장	· 고효율 터보 컴프레서 적용	539 tCO <sub>2</sub> e
	· 고효율 냉동기 적용	290 tCO <sub>2</sub> e
	· 보일러 연료 전환	590 tCO <sub>2</sub> e
대전공장	· 모터 전력 저감기 도입	1,794 tCO <sub>2</sub> e

\* 계기압력 10 kg/cm<sup>2</sup>, Tier 2 국가 온실가스 배출계수를 산정함

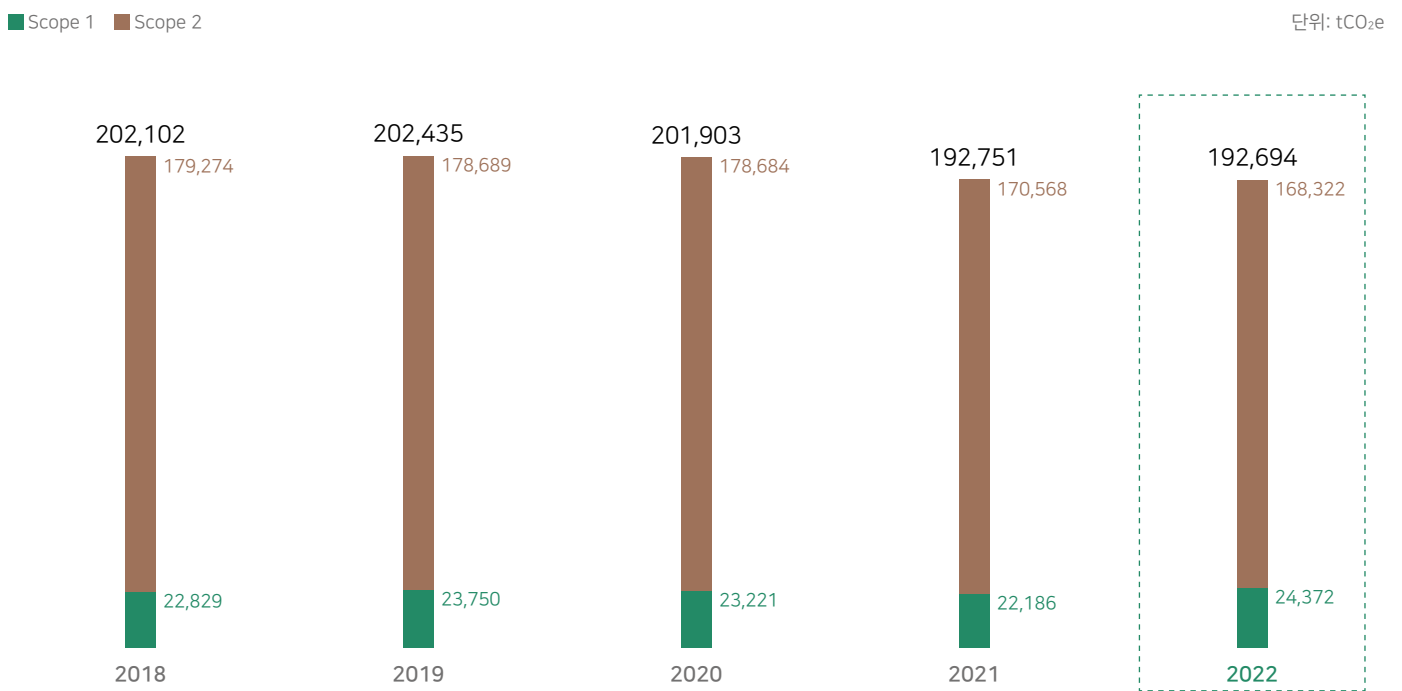
### 물류 혁신 프로그램

물류 네트워크를 최적화하고 온실가스 배출량을 줄이기 위한 유한킴벌리의 물류 혁신 프로그램은 기후위기라는 단어가 널리 쓰이기도 전인 2008년부터 시작되었습니다. 2022년에도 물류 혁신 프로그램의 일환으로 온실가스 감축을 위해 이커머스 사은품 단일 출고 제로화와 역적송 감소 과제를 진행하였으며, 에너지 사용량 감축을 위해 김천, 대전, 충주 3개 공장의 직송 확대와 쿠팡 선형 물류 실행 등 19개 과제를 추진했습니다. 그 결과, 온실가스 감축 효과는 물론 2022년 한 해 동안에만 약 28억 원의 운송비를 절감하는 등 물류 혁신 프로그램으로 2008년부터 약 186억 원의 비용을 절감하고 있습니다.

### 공급망 탄소 관리

유한킴벌리는 공정의 전 과정에서 탄소 배출을 최소화하고자 하며, 배출권 거래제의 명세서 보고량에 제외되는 운송 및 유통 단계(Scope 3)도 예외 없이 관리하고 있습니다. 2009년부터 제품을 운반하고 유통하는 과정에서 탄소 발자국 최소화를 위해 노력해 왔으며, 특히 2019년부터는 '친환경 물류 비전 2030'을 수립, 물류 시스템과 네트워크의 효율화/합리화로 물류 부문에서의 온실가스 배출량 저감을 실천하고 있습니다. 이러한 노력으로 2022년 제품의 수송 및 배송 과정에서 배출되는 온실가스 양은 9,037 tCO<sub>2e</sub>로 2021년 10,262 tCO<sub>2e</sub>에 비해 약 11.9% 감소했습니다. 향후에도 전기화물차 도입, 팔레트 적재 효율 증대, 전자인수증 시스템 구축 등의 정책을 지속적으로 추진하여 온실가스 배출량의 감소를 위해 더욱 힘쓸 것입니다. 한편, Scope 3 배출량 산정의 경우, 현재 다운스트림 운송/물류에 국한되어 있으나 기후위기 대응 역량을 강화하기 위해 2023년부터 가장 영향력이 큰 원부자재 구매, 운송/물류, 제품의 폐기를 중심으로 Scope 3 산정을 확대하여 결과를 공개할 예정입니다.

### 온실가스 배출 추이





### 배출권 거래제 대응 및 의사결정

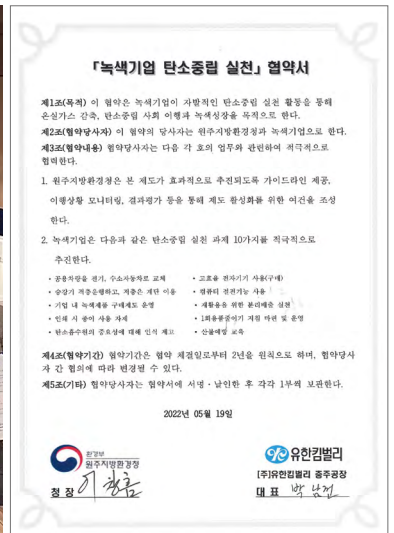
유한킴벌리는 온실가스 배출권의 할당 및 거래에 관한 법률에 따라 2015년부터 할당 대상 업체로 참여하고 있습니다. 확보하고 있는 잉여량과 당해 연도 확정 배출량 현황은 매년 환경 소위원회와 ESG위원회를 통해 이월 또는 매도 물량에 대한 승인을 획득하고 있습니다. 유한킴벌리는 배출권 거래제도의 불확실성과 향후 리스크 대응을 목적으로 한국거래소(KRX)를 통해 2023년 8월까지 매도량의 2배 물량을 2023년으로 이월하는 것으로 결정하였으며, 제조생산의 시설투자 금액 중 기후변화 대응과 환경 관련 투자 비중의 적정성을 ESG위원회에서 검토하고 있습니다.

### 충주공장 녹색기업 탄소중립 실천 협약

충주공장은 2022년 5월 원주지방환경청과 '녹색기업 탄소중립 실천 협약'을 맺고 원주지역의 탄소중립을 위해 10가지 실천 과제를 수행하고 있습니다. 특히 협약식에서 충주공장은 인쇄 종이 사용량 감소, 에너지 절약 캠페인, 저탄소 식단 운영, 대기 및 수질 배출시설 적정 운영 관리 방안의 전수 등 탄소중립 우수 활동에 대한 사례를 발표하였습니다.

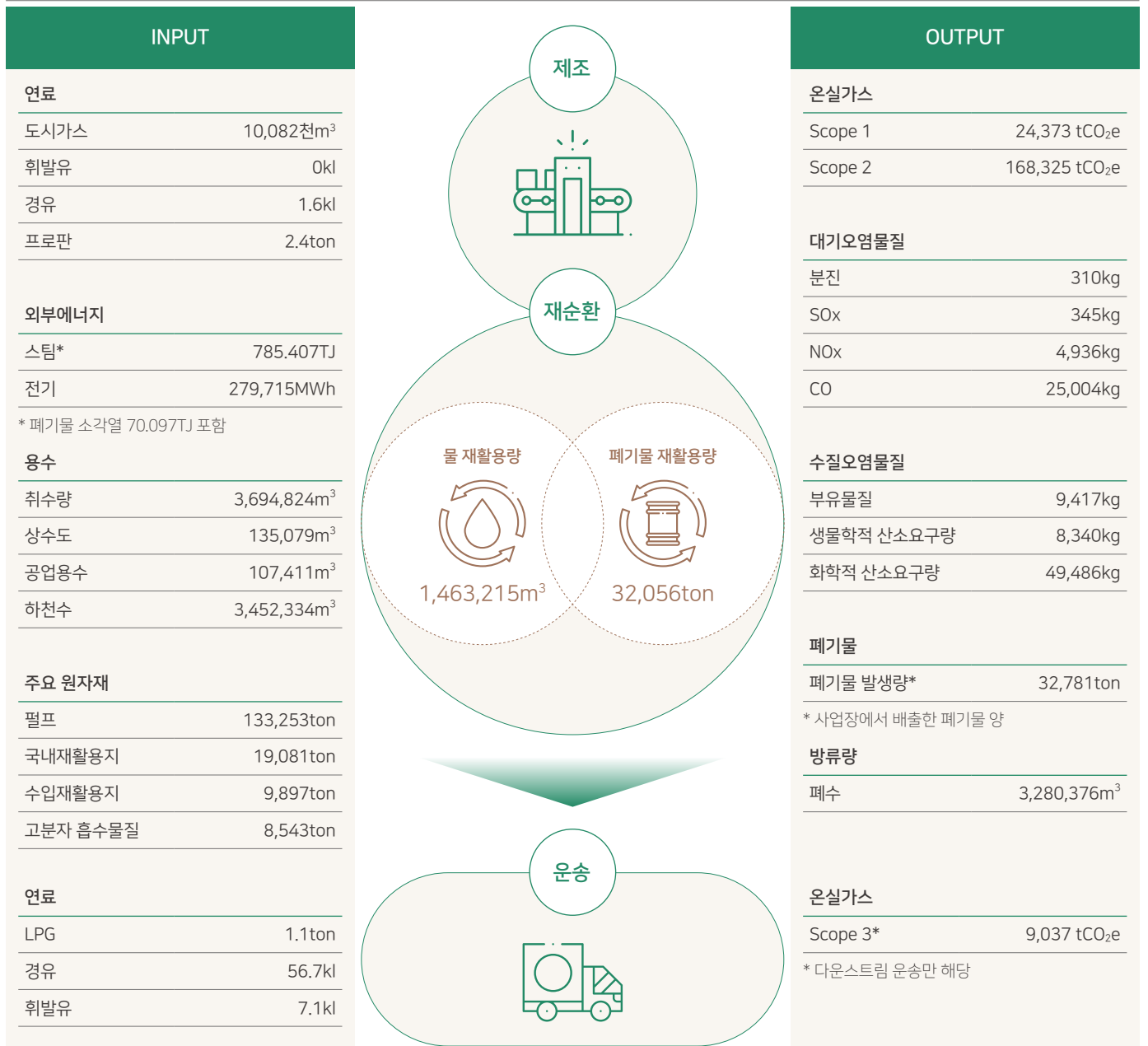


충주공장 녹색기업 탄소중립 MOU



녹색기업 탄소중립 실천 협약서

물질 흐름도





## 고객·사원과 함께하는 환경경영 실천 사례

### 고객과 동참하는 테라사이클 캠페인



하비스 네이처메이드 쓰담쓰담 캠페인

2022년 4월, 유한킴벌리는 테라사이클과 비닐포장재(LDPE, HDPE) 재활용 촉진을 위해 '쓰담쓰담 하비스' 캠페인을 진행하였습니다. 비닐포장재가 페트병 등 여타 포장재에 비해 재활용율이 낮으며 대부분 열원으로 활용이 되어 자원순환 가치가 떨어짐을 고려하여 비닐포장재의 수거 및 재활용을 촉진하고자 기획하였습니다. 이 캠페인에 참여한 고객들은 기저귀 포장에 비롯해 다양한 포장재에 인쇄된 분리배출 마크를 확인한 뒤 쓰담 박스에 모아 보냈으며, 수거된 비닐포장재는 테라사이클을 통해 전량 새로운 자원으로 사용되었습니다. 이를 통해 유한킴벌리는 고객들에게 비닐포장재 분리배출 마크를 확인하는 올바른 습관을 제안하면서 자원 선순환에 대한 의미를 전달할 수 있었습니다. 유한킴벌리는 앞으로도 사용된 자원이 고객의 생활 속 실천을 통해 유용한 자원으로 재탄생하도록 노력하겠습니다.

### 서울특별시 환경상 대상 수상



2022 서울시환경상 대상 수상

유한킴벌리는 2022년 6월, '제26회 서울특별시 환경상'에서 종합 대상을 수상하였습니다. 서울시는 매년 기후위기 대응과 서울의 쾌적한 환경에 기여한 시민, 단체, 기업을 대상으로 녹색기술, 에너지 전환, 환경경영, 자원순환, 기후행동 등 5개 분야에 걸쳐 수상자를 선정하고 있습니다. 유한킴벌리는 제품 생산 전 과정에서 탄소 배출과 플라스틱 사용을 줄이고, 탄소중립을 위한 환경경영을 실천한 점이 높은 평가를 받으며 종합 대상을 수상하는 성과를 거두었습니다.

### ESG 교육



ESG 내재화 교육

유한킴벌리는 2022년 전사 GT 과제 중 하나로 ESG와 환경경영 3.0의 이해 증진을 목적으로 하는 전 사원 대상의 'ESG 경영 내재화를 통한 전 사원 비전 실행 마인드 셋 강화' 프로젝트를 진행하였습니다. 이 프로젝트는 ESG경영이 유한킴벌리의 핵심 경쟁 요소가 됨에 따라 전 사원의 ESG 경영 이해 증진과 비전 실행 마인드 셋 강화를 통해 회사의 경쟁력을 높이고, 전 사원이 ESG경영과 관련하여 어떠한 역할을 수행하여야 하는지가 핵심 주제입니다. 이를 위해 ESG 전반(4 영역), E(7 영역), S(2 영역)를 중심으로 교육 커리큘럼을 구성하였고, 제품개발, 마케팅, 제조생산 등 주요 부문 구성원을 대상으로 총 11회 교육 프로그램을 진행하였으며, 총 823명이 참여하였습니다. 전 사원 대상의 ESG경영 이해도 조사 결과, ESG경영 이해도, 유한킴벌리 2030 지속가능성 목표 및 실천 현황에 대한 이해도가 6~10% 상승되었음을 확인하였습니다. 이와 더불어 유한킴벌리는 ESG경영 활동에 대한 적극적 이해관계자 소통을 시작하였습니다. ESG경영을 시작하게 된 배경, 지속가능제품의 정의와 추진 현황, 유한킴벌리 ESG경영 체계, ESG경영 성공 스토리 등의 콘텐츠를 기획하여 보도를 진행하였으며, 앞으로도 주기적으로 ESG경영의 성과에 대해 이해관계자와 소통할 계획입니다.

## 2022년 사원 환경경영 활동






구분	내용
종이 출력 최소화를 통한 친환경문화 조성	· 개별 노트북 및 회사 공용 폴더 이용으로 종이 출력 최소화를 통한 친환경 문화 조성 · 전자결재시스템을 활용하여 승인문서 간소화
사무실 개인컵 생활화	· 개인 머그컵 제공으로 사용 독려(일평균 종이컵 사용량 600개에서 50개로, 약 92% 감소)
사내 전기 사용량 절감 캠페인 (2023.04)	· 사무실 소등제: 기존 00시 -> 21시로 변경 적용 · 회의실 전등 자동센서 설치로 5분 부재 시 소등
사업장/사무실 에너지 절약	· 하절기 및 동절기 적정 온도 관리를 통한 냉난방 에너지 사용량 절감 · LED 조명 교체를 통해 전기 사용량 감축
환경 교육 실시	· 사원 맞춤 환경 교육으로 환경 인식 개선 및 공감대 형성
그린오피스 환경 조성	· 그린오피스 녹지율 2.53% 조성
환경 인식 강화	· 월1회 저탄소 식단 운영 · 지구사랑 실천 및 줄기 인증 · 그린오피스 실천 서약 캠페인(2023.04)
에너지 절감 캠페인	· 사업장 내 에너지 절약 캠페인 실시

# 지속가능성 성장을 위한 투자

## 2022년 투자 집행

2022년 신규 투자 승인 금액은 총 662억 원이며, 항목은 총 63개입니다. 이 중에서 2023년까지 약 260억 원, 2024년까지 약 200억 원을 집행할 예정입니다. 2022년 이전에 투자 승인을 받은 항목을 포함하여 2022년에 집행된 총 시설 투자 금액은 498억 원이며, 그 중 주요 프로젝트 투자 금액은 총 355억 원입니다.

### 2022년 투자 집행된 주요 프로젝트

프로젝트					
	탐폰 신규 설비	초지 10호기 신설	첨단 부직포 설비 업그레이드	생리대 제품 개선 (울트라 슬림)	기저귀 제품 개선 (흡수속도 개선)
총 투자 승인 금액	104억 원	430억 원	440억 원	24억 원	14억 원
	← 1,012억 원 →				
2022년 총 집행 금액	11억 원	220억 원	100억 원	12억 원	12억 원
	← 498억 원(기타포함) →				

### 탐폰 국내 생산 시작

유한킴벌리는 2023년 4월 27일 탐폰 신규 설비 설치를 완료하고 탐폰의 국내 생산을 시작하였습니다. 대전공장에서 생산되는 순면 탐폰은 소비자가 필요로 하는 설계 요구 사항을 모두 만족하여 국내 기준인 식품의약품안전처의 허가뿐 아니라 미국 FDA 의뢰기기 기준에도 부합하는 제품입니다. 국내 탐폰 시장은 2025년에 이르면 2017년 대비 약 50% 성장할 것으로 전망되는 잠재력 높은 시장인 만큼 국내 생산을 통해 시장의 성장을 이끌어갈 것으로 예측하고 있습니다.

### 김천공장 초지 10호기 가동

김천공장 신규 설비인 초지 10호기는 2023년 7월 17일부터 가동을 시작하였습니다. 기존의 김천공장 설비를 통해서 티슈 시장의 원단 수요 증가를 모두 대응하기 어려웠지만, 10호기 가동을 통해 이 점이 해소될 것으로 기대됩니다. 신규 설비는 원단 공급량을 확보하여 프리미엄 제품을 필요 시점에 충분하고 유연하게 공급할 뿐만 아니라 원단의 내부 공급을 통해 수익성 개선에도 기여할 것으로 전망됩니다. 또한 수입대체로 인한 온실가스 감축에도 기여합니다.

### 첨단 부직포 설비 신규 투자

대전공장에 신규로 투자되는 첨단 부직포 설비는 2022년 4월 승인 후 현재 주요 장비 및 시스템의 설계가 완료되어 제작 중입니다. 신규 첨단 부직포 설비는 연간 총 12,000ton 수준의 부직포 원단을 공급할 수 있는 생산능력을 갖추고 있으며, 2024년 3분기 가동 시작을 목표로 하고 있습니다. 이 설비의 본격적인 가동이 시작되면 플라스틱 사용량을 20% 이상 감축할 수 있는 1 데니아(1/100 머리카락 굵기) 초극세사 부직포뿐 아니라 소비자의 부드러움에 대한 니즈를 충족시킬 이중복합섬유(Bi-Co SB), 부드러움을 극대화한 스페셜 부직포 원단 그리고 친환경 소재 개발과 상업화의 역량을 갖춘 최고 품질의 지속가능한 부직포 원단을 제공하게 될 것입니다. 이러한 최첨단 소재를 유아 기저귀, 생리대, 시니어 언더웨어 등의 제품에 적용함으로써 사업부 전반의 제품 혁신을 견인할 것으로 예상됩니다.

## 신규 사업 확대를 위한 지속적 투자

유한킴벌리는 매년 신규 성장 동력이 될 사업군을 별도로 선정하고 다양한 방식으로 지원하여 회사의 미래 성장을 탄탄히 준비하고 있습니다. 2022년에는 'ACT(Agile Collaborative Team)'라는 명칭으로 유연성과 협업을 강조한 별도 조직을 구성하여 PPAA(Proactively Protect Anytime Anywhere), 유아 액세서리, 물티슈, 스킨케어, 스카트 청소용품 등 다섯 개 사업군을 집중 관리하였습니다. 2023년부터는 'Next Core Team'이라는 새로운 명칭과 함께 유아 액세서리, 스킨케어, 스카트 청소용품 등 세 개 사업군으로 범위를 좁혀 회사의 미래를 이끌어갈 다음 핵심 사업을 준비하고 있습니다.

# 제조 혁신

## 스마트 생산 시스템 구축

유한킴벌리는 지난 7년여 동안 제조 실행 시스템(Manufacturing Execution System, MES)을 도입, 데이터 기반 문제 해결을 통한 원가/품질 경쟁력 확보, 제조 현장의 디지털 문화 정착 등 스마트 공장 구축을 위해 DT(Digital Transformation)를 적극 추진해 왔습니다. 그 일환으로 통합적인 품질관리와 분석이 가능한 단계로 발전시킨 대 전공장의 제조 실행 시스템을 김천공장까지 확대 적용하였습니다. 향후에는 제조 전 부문에 제조 실행 시스템을 확대 적용하여 제조 데이터의 추적성(Traceability)과 연결성(Connectivity)을 한층 강화할 계획입니다. 아울러 장기적으로는 정보화 솔루션을 활용해 공정관리 정보부터 제품과 원부자재의 품질 정보, 소비자 피드백까지 연결하는 일관적인 품질보증체계를 구축해 선제적 품질관리 시스템을 마련할 예정입니다.

## 제조 지능화 달성을 위한 디지털 역량 강화

유한킴벌리는 제조부문 지능화를 위해 기존 SSC(SMART Supply Chain)본부를 MDX(Manufacturing Digital Excellence)본부로 신규 개편하여 새로운 DT 전략 개발에 집중하고자 합니다. 성공적인 디지털 인프라 구축, 제조부문 구성원의 디지털 역량 향상과 스마트 솔루션 개발을 통해 제조 지능화와 디지털라이제이션에 기반한 가치를 지속 창출함으로써 제조 경쟁력을 강화해 나갈 것입니다. 뿐만 아니라 지속적인 DT 과제의 발굴을 통해 신기술을 개발하여 제조부문에 접목하고 있으며, 제조 데이터 분석 전문가를 투입하는 등 디지털 역량을 강화하기 위해 노력하고 있습니다. 제조 사업장에서는 2019년부터 공장 엔지니어들이 참여하여 데이터 기반 문제 해결을 통한 개선 문화를 구축하고 데이터 분석을 적용한 개선 사례들을 지속 개발하는 등 매년 성과를 만들어내고 있습니다. 2022년에는 14개의 과제가 진행되어 디지털 가치 창출과 역량 강화에 기여하였으며, 2023년에는 공장별 DT 워크숍을 통해 발굴한 28개의 DT 과제가 진행 중입니다.

### 제조 지능화를 위한 발전 단계



## 물류 혁신

### 충주공장 코패킹 프로젝트

코패킹 프로젝트는 임가공 비용을 절감하기 위해 기존 임가공 업체에서 작업하던 수작업 제품 포장을 유한킴벌리 내부 인원을 활용하여 수행하는 프로젝트입니다. 온라인 다이렉트 제품을 비롯해 견본, 기획 제품, 띠지 제품 등 다양한 임가공 제품을 생산하여 연간 약 10억 원 이상의 비용을 절감하는 성과를 거두고 있습니다. 온라인 다이렉트로 대표되는 이커머스 전용 ePack 제품은 동종 제품의 합포장으로 포장재 사용을 획기적으로 절감하여 환경 개선에 도움이 될 뿐 아니라 고객사의 물류 효율을 극대화하여 판매 성장에도 크게 기여합니다. 또한 고객에게 규격화된 박스로 포장된 제품을 배송함으로써 배송 품질 개선 효과도 거두고 있습니다. 현재 온라인 고객사 채널 판매에 주로 활용하고 있으며, 자사물에서도 활용도를 높여 물류비를 절감할 계획입니다.

### 벤더 플렉스

2016년부터 유한킴벌리 영업본부 및 물류본부와 이커머스 고객사는 김천 및 대전공장에서 벤더 플렉스(Vendor Flex)를 협업 운영하고 있습니다. 벤더 플렉스는 고객사의 창고관리 시스템을 유한킴벌리 공장 내에서 직접 운영, 실시간 주문을 받아 포장, 배송하는 형태로, 제조와 이커머스 고객사 간 상품 이동을 줄여 전체 공급망 비용을 최소화하고 가격 경쟁력을 확보하는 새로운 비즈니스 모델입니다. 유한킴벌리는 벤더 플렉스를 통한 제품 이동 거리 감소로 CO<sub>2</sub> 저감, 물류비 절감뿐 아니라 배송 소요 시간 단축 등 서비스 개선 효과를 거두고 있습니다. 또한 다양한 상품 카테고리 운영이 가능해져 신규 판매 기회도 확대될 것으로 기대하고 있습니다. 2022년부터는 김천공장 2,528.9㎡, 대전공장 1,818.2㎡로 전년 대비 규모와 SKU를 확대하여 운영하고 있습니다. 향후 충주공장에도 벤더 플렉스가 구축되면, 충주공장에서 생산한 제품이 코패킹센터를 거쳐 벤더 플렉스를 통해 소비자에게 직접 전달되는 프로세스가 완성됩니다. 이를 통해 소비자 주문에 즉각 대응하여 익일 배송 서비스 품질을 유지할 수 있으며, 임가공 제품의 결품률을 획기적으로 낮추어 최소 10% 이상의 판매 증대가 가능할 것으로 기대됩니다.

벤더 플렉스







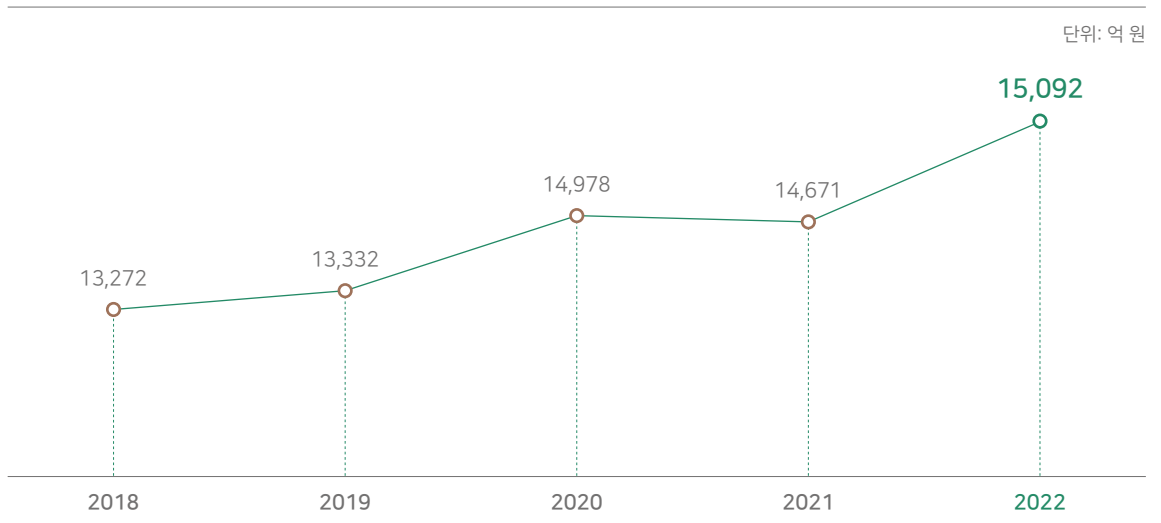
## 비즈니스 모델 혁신

### 시장환경 변화와 선도

#### 시장환경 및 성과

2022년 상반기는 지속적인 COVID-19의 여파로 인해 경제 상황이 불확실한 시기였습니다. COVID-19으로 인한 글로벌 공급망의 붕괴에 따른 영향이 존재했고, 환율 상승에 따른 원부자재 가격 상승, 러시아-우크라이나 전쟁으로 인한 유가 상승 등도 원가 부담으로 작용했습니다. 유한킴벌리는 생활용품 및 B2B 비즈니스에서 새로운 성장 동력과 혁신 제품 공급 기반을 확보하기 위해 2023년까지 1,430억 원의 투자를 결정하는 등 공격적인 설비 투자를 추진해 포스트 COVID-19 시대에 대비해 왔습니다. 또한 시니어 케어 사업의 강점이던 소비자 선호도를 바탕으로 시설 투자와 함께 공격적인 시장 공략을 시작해 향후 회사의 주요 사업으로 성장할 수 있는 기반을 마련했습니다. 청소 및 집안관리용품 시장에 갓 입성한 스카트 브랜드는 소비자의 소비형태 변화에 따른 대응과 신속한 실행력을 바탕으로 시장 안착에 성공했습니다. 그린핑거 스킨케어도 주요 판매 채널에서 시장 지배력을 갖춘 브랜드로 성장했습니다. 이처럼 핵심 사업군의 시장점유율 확대와 견고한 판매를 통해 2022년 매출은 전년 대비 2.9% 성장한 1조 5,092억 원을 기록했으며, 당기순이익은 1,445억 원으로 전년 대비 9.9% 성장했습니다. 2023년에는 투자를 집행했던 김천공장 초지 10호기, 대전공장 탐폰 생산 설비 등의 대형 설비들이 가동을 시작함에 따라 관련 시장 성장을 주도할 것으로 예상하고 있습니다.

#### 매출 추이(2018~2022년)



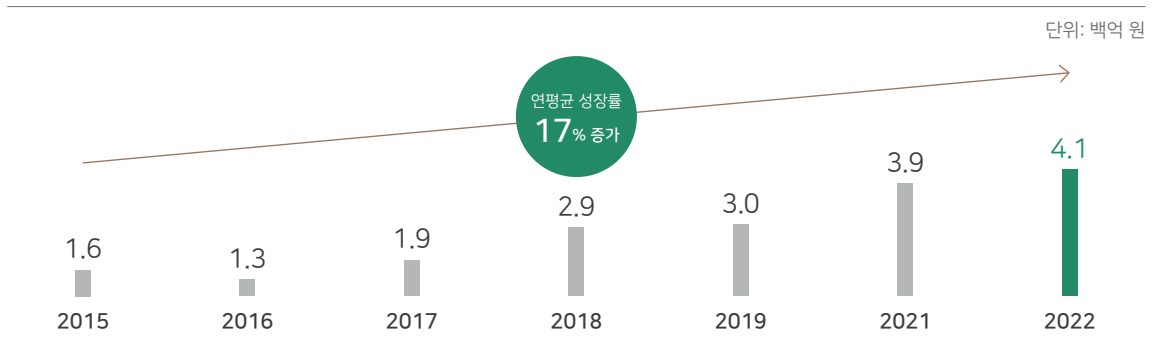
#### 이커머스 채널 강화

유한킴벌리는 소비자와 직접 거래하는 D2MP(Direct to Marketplace) 비즈니스 모델을 통해 네이버, 카카오, G마켓, 옥션, 11번가 등 주요 이커머스 마켓플레이스 채널에서 소비자의 구매 경험을 더욱 긍정적으로 개선해가고 있습니다. 라이브커머스, 숏클립 등의 콘텐츠를 통해 소비자와 소통을 강화하고 있으며, 당일 자정까지의 주문도 당일 발송해 익일 도착하도록 배송 서비스를 개편했습니다. 또한 네이버 해피빈과 연계한 '그리너프로덕트 캠페인', '힘내라 딸들아' 생리대 기부 캠페인 등 제품과 유한킴벌리의 가치를 함께 전달하는 콘텐츠를 선보이며 질적 측면에서도 성장을 거듭하고 있습니다. 그 결과, 2022년 D2MP 비즈니스 모델의 매출은 2021년 대비 17% 증가했고, 특히 네이버(+41%)와 카카오톡 스토어(+54%)에서 괄목할 만한 성장을 기록했습니다.

### 직영 온라인 쇼핑몰, '맘큐'의 성장

유한킴벌리 직영몰인 '맘큐'는 2015년 오픈 이후 연평균 17%의 성장률을 기록하고 있습니다. 하기스, 그린핑거 브랜드를 비롯한 출산 전후의 필수 카테고리 외에 키즈 카테고리까지 고객 유입이 늘어나면서 총 누적 가입자 수 160만 명 규모로 성장했습니다. '맘큐'의 대표 프로모션으로 자리잡은 '맘큐라이브'는 매주 더 많은 고객들과 실시간으로 소통하고 있습니다. 특히 콘텐츠/커뮤니티 서비스인 '맘큐위키'는 갈수록 인기가 높아지면서 고객들이 실제 육아 생활에 대해 서로 정보를 주고받는 소통 창구로 발전하는 중입니다. 이에 힘입어 '맘큐'가 육아생활의 필수 플랫폼으로 자리매김할 수 있도록 출산 정책부터 초보 부모에게 필요한 육아정보까지 다양한 수요를 아우르는 콘텐츠를 보강하고 콘텐츠 접근 경로를 개선하고 있습니다. 아울러 '하기스 쓰담쓰담', '이른동이', '허그박스' 등 다양한 캠페인을 통해서도 고객과의 접점 기회를 늘려가고 있으며, 브랜드 커뮤니케이션 플랫폼으로서의 신규 기능도 지속 개발 중입니다. 한편 '맘큐'에서 수집된 유아/아동 정보와 고객 관심/구매 데이터는 생애주기별 혜택을 제공하기 위한 CRM, 온사이트 마케팅에 효과적으로 활용하고 있습니다.

'맘큐'를 통한 비즈니스 성과(2015~2022년)



생리 건강 큐레이션 앱 '달다방'

### 여성웰니스 관리 앱, '달다방'의 성장

2021년 유한킴벌리 여성용품사업부에서 출시한 생리 건강 큐레이션 앱(App) '달다방'이 100만 다운로드(2023년 3월 말 내부 집계 기준)를 돌파하였습니다. '달다방' 앱은 간편하고 정확하게 월경 주기를 계산해주고, 월경 기간 중 다양한 증상을 저장, 추적할 수 있도록 개발되었습니다. 특히 2022년에는 편의성을 높인 UI/UX고도화와 주기 추적 기능 강화, 앱 관리 편의성 증대 등 대대적인 리뉴얼을 통해 품질 경쟁력을 향상시켰습니다. 이용자를 위한 콘텐츠의 양적, 질적 보강을 통해 앱 이용 경험 또한 확대시켰습니다. '달다방 Talk'에서는 생리대 경험 관련 정보와 생애주기별 여성 건강 지식을 큐레이션하여 제공하고, '초경로드'에서는 초경에 특화된 콘텐츠로 청소년과 보호자가 첫 월경 경험을 보다 편안하게 받아들일도록 돕고 있습니다. 앞으로도 보편적인 월경권에 대해 주제화하고, 월경에 대해 자연스럽게 논의할 수 있는 문화를 정착하기 위한 콘텐츠를 지속적으로 개발해 나갈 것입니다.

### 헬스케어 지속 성장을 위한 준비

유한킴벌리 헬스케어본부는 지속적인 성장을 위해 전략적인 동반자와의 협력을 중요하게 여기고 있습니다. 이러한 협력의 하나로 2023년 3월에 글로벌 글러브 선도 기업인 안셀(ANSELL)사와 수술용 글러브 '앙코르(ENCORE®)' 브랜드에 대한 국내 독점공급계약을 체결하였습니다. 안셀사는 1893년에 설립되어 130년의 역사를 가진 글러브 전문 기업으로서 자체 브랜드의 수술용 글러브 공급량 기준 세계 1위를 기록하며 탁월한 품질 경쟁력을 인정받고 있습니다. 유한킴벌리 헬스케어본부는 안셀사와의 수술용 글러브 공급계약을 계기로 품질 경쟁력을 더욱 강화하여 시장에서 확고한 우위를 점하고자 합니다. 더불어 안셀사와의 긴밀한 협력을 통해 혁신적인 제품을 국내에 소개하여 감염관리 실행을 한 단계 높임으로써 더 많은 고객의 신뢰를 얻을 것입니다.

# 제품 및 기술 혁신

## 2022년 새롭게 탄생한 유한킴벌리 신제품

카테고리	제품명	출시 시기	제품 특징	제품이미지	
유아용품	기저귀 & 팬츠	하비스 보송보송	2022.02	· 20% 넓어진 와이드 흡수패드 적용으로 2배로 빨라진 흡수 속도	
	하비스 네이처메이드 오가닉	2022.02	· 완전 무염소 TCF 공법으로 정제된 100% 스칸디나비아산 펄프 사용 · 신기술 적용으로 더 부드러운 허리밴드 · 싰테크™코어 적용으로 더 얇고 유연해진 착용감 및 흡수력 개선		
	하비스 매직컴포트 썸머	2022.04	· 싰테크™코어 적용 · 숨쉬는 다리밴드 및 뒷 썸 방지포켓 도입 · 라이오셀이 함유된 안 커버		
	하비스 네이처 썸머	2022.04	· 라이오셀을 통한 온도 저감 효과		
	그린핑거 포근한코트 섬유유연제	2022.12	· 물에서도 생분해되는 식물 유래 성분을 통한 섬유 유연 효과 · 미세플라스틱 불검출 테스트 완료		
	그린핑거 달콤한블라썸 세탁세제	2022.12	· 프리미엄 3중 세탁효소 함유 · 미세플라스틱 불검출 테스트 완료		
	시니어용품	기저귀	디펜드 에이플러스 일반테이프	2022.12	· 제품 착용 위치를 알려주는 위치표시선과 교체 시기가 한 눈에 보이는 소변표시선
		디펜드 에이플러스 라운드형 패드	2022.12	· 더 깊고 넓어 색 걱정 없는 와이드 & 롱 패드	
언더웨어		디펜드 스타일 언더웨어 라이트핏	2022.07	· 대나무 유래 성분 함유 안감으로 산뜻하고 부드러운 촉감 제공 · 낮아진 허리선과 라벤더 색상으로 더욱 속옷같은 느낌 제공 · 50% 얇아져 입은 듯 안 입은 듯한 가벼운 착용감 제공 · 압축파워 흡수층으로 샘 방지	
		디펜드 스타일 언더웨어 프리미엄	2022.09	· 대나무 유래성분인 라이오셀을 함유한 프리미엄 안 커버로 답답함 없이 피부에 편안함을 제공 · 2배 강화된 초강력 흡수 속도	
		디펜드 안심플러스 언더웨어 프리미엄	2022.09	· 대나무 유래 성분인 라이오셀을 함유한 프리미엄 안 커버로 답답함 없이 피부에 편안함을 제공 · 통기성과 신축성이 탁월한 소재 사용 및 신축성 있는 허리밴드 적용 · 3중 흡수층과 옆 샘 방지막 도입	
매트		디펜드 2배 길어진 안심 깔개매트	2022.07	· 자사 안심 깔개매트 대비 2배 길어진 사이즈	
		디펜드 에이플러스 깔개매트(리뉴얼)	2022.12	· 빠른 소변 흡수 및 보송보송한 촉감 유지	
패드라이너		디펜드 애니데이 (라이너 롱/라이너 수퍼롱/패드 대용량)	2022.06	· 라이너 롱 - 100% 유기농 순면커버로 피부 편안함 제공 - 얇고 가벼운 슬림 타입으로 티 나지 않는 착용감 · 라이너 수퍼롱 - 100% 유기농 순면커버로 피부 편안함 제공 - 얇고 가벼운 슬림 타입으로 티 나지 않는 착용감 - 1.5배 강화된 흡수력(디펜드 애니데이 라이너 롱 대비) · 애니데이 패드 대용량 - 100% 유기농 순면커버로 피부 편안함 제공 - 1.5배 강화된 흡수력(디펜드 애니데이 패드 중용량 대비) - 옆 샘 방지막	
보조용품		디펜드 매일쓰는 각질케어 바디로션	2022.07	· 피부각질 개선 시험 완료	
		디펜드 안심 위생장갑 50매	2022.07	· 국내산 니트릴 소재 적용	

카테고리	제품명	출시 시기	제품 특징	제품이미지	
스킨케어	그린핑거	그린핑거 힘센보습 인텐시브 워시	2022.04	· 슈퍼푸드 열매(코코넛, 올리브, 아보카도오일)의 고보습 케어 · 4무첨가 안심 처방 · 저자극 식물 유래 세정 성분	
		그린핑거 힘센보습 인텐시브 샴푸	2022.04	· 저자극 식물 유래 세정 성분	
		그린핑거 포레스트 릴렉싱 아로마 크림	2022.04	· 보습감과 촉촉한 영양감을 부여하는 바디 전용 크림 · 식물 유래 보습 성분의 포몰라*가 피부에 흡수되어 수분을 공급, 24시간 보습 효과 지속 * 포몰라: 제주의 청정 숲에서 찾은 동백나무꽃 추출물과 국내 푸른 숲에서 찾은 갯나무씨 추출물의 보습 효과로 피부에 생기와 수분을 제공	
		그린핑거 포레스트 릴렉싱 아로마 워시	2022.04	· 식물 유래 보습 성분의 포몰라가 피부에 흡수되어 수분을 공급, 24시간 보습 효과 지속	
		그린핑거 포레스트 릴렉싱 아로마 로션	2022.04	· 식물 유래 보습 성분의 포몰라가 피부에 흡수되어 수분을 공급, 24시간 보습 효과 지속	
		그린핑거 촉촉한 자연보습(샴푸/워시/로션)	2022.05	· 식물 유래 영양 오일(호호바씨, 해바라기씨, 아르간씨)	
		그린핑거 인텐시브 크리미오일	2022.10	· 슈퍼푸드 열매의 고보습 케어	
	여성용품	생리대	화이트 순면순면 입는오버나이트	2022.05	· 100% 천연 순면커버로 피부에 더욱 순하게 작용
		좋은느낌 유기농순면 피부에 직접 닿는 무표백	2022.03	· 화학공정 없는 무표백 100% 유기농 순면커버를 통한 편안함 제공 · 천연소재 100% 흡수체 · 자연 목화의 내수성으로 되묻어남이 적어 보송함 유지	
		좋은느낌 무표백 유기농순면커버 입는 오버나이트	2022.05	· 무표백 100% 유기농 순면커버 · 무표백 커버 고유의 내수성으로 묻어남이 적어 보송함 장기간 유지 · 얇아진 흡수층과 부드럽게 밀착되는 하이브리드 밴드로 편안한 움직임 제공 · 엉덩이 전체를 감싸주는 와이드 힙커버와 옆 샘 방지 사이드 커버로 샘 방지	
		좋은느낌 유기농순면커버 맥시슬림 에어리	2022.06	· 100% 유기농 순면커버와 천연소재 흡수체 사용	
		좋은느낌 좋은순면(중형/수퍼롱)	2022.07	· 100% 천연 순면커버 · 새로운 컴포트 흡수 구조로 되묻어남 50% 개선 · 부드럽게 밀착되는 에어핏 쿠션 · 길고 도톰한 패드로 샘 방지	
		라네이저 입는 오버나이트	2022.05	· 플라스틱 프리 흡수층 · 플라스틱 성분을 식물 유래 소재 바이오매스로 대체 · 천연펄프 흡수층이 많은 생리혈도 안심 흡수 · 360도 더블 샘 방지 설계	
팬티라이너		좋은느낌 유기농순면 무표백 라이너	2022.03	· 화학공정 없는 무표백 100% 유기농 순면커버	
처음생리팬티		처음생리팬티(블랙+화이트)	2022.03	· 생리대 사용이 익숙하지 않은 아이들을 위해, 어디에 생리대를 부착할지 쉽게 알 수 있는 그림이 포함된 이지가이드 적용 · 유기농 순면 100% 사용한 국내 생산 제품으로, 유럽 섬유 제품 품질 인증인 OEKO-TEX 획득 · 앞골부터 뒤끝까지 180도 커버되는 넓은 방수포를 통한 샘 방지	
가정용품	화장지	크리넥스 순수소프트 예코패키지	2022.03	· 100% 천연펄프 원단 · 더블 소프트 엠보싱을 적용하여 7% 더 도톰한 3겹 화장지 · 3무(무색, 무향, 무형광)	
		크리넥스 3겹 데코앤소프트 수딩 플러스	2022.05	· 100% 천연펄프 원단 · 도톰한 3겹 제품 · 독일 피부과학 연구소 더마테스트 완료	
	미용지	크리넥스 보습에센스 로션 미니 티슈	2022.01	· 보습 성분으로 더욱 부드러운 프리미엄 3겹 티슈	
		크리넥스 스타일에디션 60매 10입+디스펜서	2022.07	· 고급스러운 티슈 케이스와 부드러운 로션 티슈의 구성	
마스크	마스크	크리넥스 KF94 컴포트핏마스크	2022.03	· 종이 포장재	
		크리넥스 KF94 라이트핏 안티포그	2022.03	· 황사 및 미세먼지 등 입자성 유해물질 감염원으로부터 보호 · 밀착력을 높여주는 노즈폼으로 김서림 방지 · 부드럽게 밀착되는 2단 접이식, 편안한 착용감의 신축성 있는 밴드	
		크리넥스 KFAD 라이트핏 슬림&쿨 마스크 (소형/중형/특대형)	2022.04	· 42% 얇은 두께, 접촉냉감지수 19% 향상으로 얇고 시원한 착용감 · 귀가 편안 부드러운 이어밴드 사용 · BFE 박테리아(세균) 여과 효율 99.9% 이상의 초정전 필터 사용	
		크리넥스 안심케어 마스크	2022.08	· 초정전 필터가 포함된 3중 구조 시스템	

Economic

카테고리	제품명	출시 시기	제품 특징	제품이미지		
물티슈	아기 물티슈	하기스 네이처메이드 생분해 물티슈	2022.05	· 99% 생분해 · 미세플라스틱 불검출 테스트 완료		
	일반 물티슈	크리넥스 에코그린 소프트 물티슈	2022.07	· 생분해 테스트 완료(45일 만에 96% 생분해) · 미세플라스틱 불검출 테스트 완료 · 재활용 플라스틱 30% 함유된 캡, 번들 사용으로 신규 플라스틱 사용 저감		
		크리넥스 마이비데 클린케어 카카오(엑스라지)	2022.05	· 플라스틱 프리 원단 생분해 물티슈		
	크리넥스 마이비데 키즈	2022.05	· 플라스틱 프리 원단 생분해 물티슈 · 클린쿠션 엠보싱 원단 · 피부장벽 강화에 도움을 주는 판테놀 성분 함유			
	크리넥스 마이비데 밸런스케어/센서티브 케어/피톤치드 케어	2022.05	· 플라스틱 프리 원단 생분해 물티슈			
	크리넥스 종이 물티슈	2022.06	· 100% 천연 FSC 인증 펄프 · 미세플라스틱 불검출 테스트 완료 · 생분해 테스트 완료(45일 만에 100% 생분해) · 분리배출 용이성과 플라스틱 저감을 위해 캡스티커 제거			
	크리넥스 잘닥이는 물티슈	2022.09	· 천연펄프 함유 하이드로닉			
	B2B	위생	크리넥스 럭셔리 폼 핸드워시	2022.03	· pH 중성으로 피부에 안전	
			크리넥스 점보롤 화장지 데코	2022.01	· 100% 천연펄프 · 2겹 원단 · 크리넥스 로고 데코 엠보싱	
산업		크리넥스 에어셀 점보롤 스마트 500	2022.06	· 3배 빠른 물흡림성(자사 뽀뽀 점보롤 500 대비) · 뛰어난 흡수력 · 에어셀 원단으로 사용량 절감을 통한 우수한 내구성과 다팀성 · 500m 대용량으로 장기간 사용 가능 · 원단의 부드러운 향상(자사 뽀뽀 점보롤 500 대비)		
		크리넥스 에어셀 점보롤 프리미엄	2022.04	· 무색/무향/무형광 제품		
		크린가드 슈커버	2022.04	· SB 원단을 적용한 슈커버		
헬스		크린가드 코팅 앞치마	2022.06	· 위생적인 작업 환경 제공		
		크린가드 G70 절단저항 글러브	2022.12	· 실제 현장에서 더욱 안전한 작업을 할 수 있도록 우수한 그림감 제공		
		힐더스 어린이마스크 라이트그레이	2022.04	· 유한킴벌리 생산 필터 사용하여 7세~12세까지 사용 가능		
		힐더스 회색덴탈마스크	2022.05	· 초정전 필터 및 저자극 원단 사용 · 국내 생산		

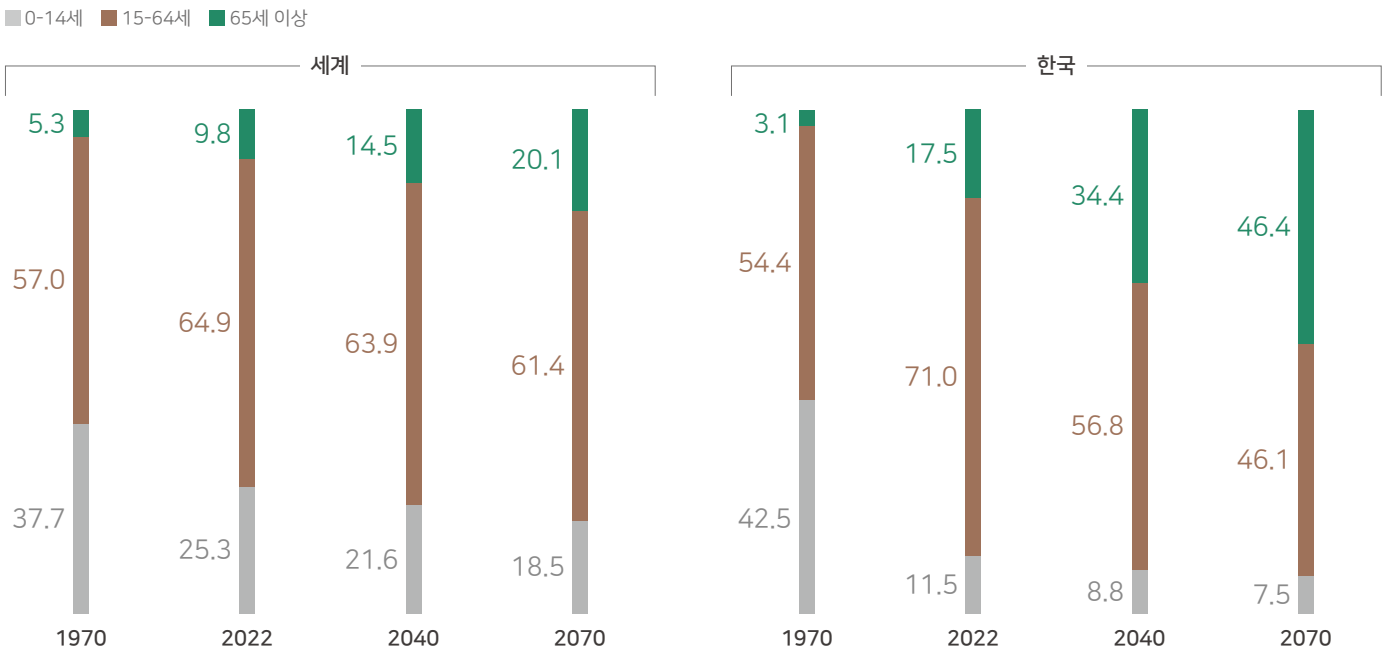
Special Page

## 저출생 고령화 시대 유한킴벌리 비즈니스의 미래

### 예견된 저출생·고령화에 대한 유한킴벌리의 대비

유한킴벌리는 2022년 1월 시장 변화의 선제적 대응을 통한 사업 성장 기회 창출과 이커머스 및 마케팅 채널 전략 강화를 위해 유아 기저귀 사업과 시니어 사업을 하나의 조직으로 통합하였습니다. 이는 저출생, 고령화로 대표되는 인구구조 변화에 따라 예견되는 위험 요소에 적절하게 대응하고 새로운 기회를 찾기 위한 노력의 일환입니다. 아기용 기저귀와 성인용 기저귀의 기본적인 구조와 제품 속성, 주 소비자 층의 제품 기대 사항이 유사하며, 시니어 사업의 이커머스 전이로 인한 주요 판매 채널의 변화가 가속화되고 있어 유아 기저귀 사업과의 통합을 통해 시너지를 높일 수 있는 장점이 있습니다. 이처럼 유한킴벌리는 저출생, 고령화라는 시장 변화를 맞아 다양한 영역의 확장 전략과 더불어 소비자 중심의 사고와 혁신을 통해 시장을 주도하는 리더로서 위치를 더욱 공고히 하고자 노력하고 있습니다. 이번 보고서에서는 실제 비즈니스 담당자들의 인터뷰를 통해 유한킴벌리가 어떻게 미래를 준비하는지 살펴보는 자리를 마련했습니다.

세계와 한국의 인구구조(통계청, 2022년)



유한킴벌리 시니어 케어 성장률(2017~2022년)

단위: %

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022
시니어 비즈니스 성장률	3	14	19	17	18	22

## 인터뷰: 시니어 마케팅(오하나 팀장) / 기저귀&팬츠 마케팅(류진호 팀장)

### Q1.

## 인구구조의 변화를 바라보는 유한킴벌리 각 사업부의 관점은?

### 시니어 사업

65세 이상 인구 수는 향후 연간 5% 이상 증가할 것으로 전망됩니다. 고령화로의 인구구조 변화는 예견된 현재이자 미래이며, 시니어 비즈니스 역시 이러한 시장 흐름에 맞춰 전개해 나갈 예정입니다. 특히 시니어 위생용품 시장의 주 고객층인 40~80대 고객의 경우, 연령별 신체 구조부터 라이프스타일 전반에 급격한 변화가 발생하는 만큼 각 고객층에 맞는 보다 세밀한 의사소통 방향과 전략을 기반으로 한 비즈니스 전개가 필요할 것입니다.

### 유아동 사업

현재 대한민국의 출생률은 전 세계적으로도 최하위 수준으로, 대략 0.78명 정도의 합계출산율을 기록하고 있습니다. 다만, COVID-19 해소, 사회적 차원 관심 등의 영향으로 일부 상승할 여지가 있다고 판단됩니다. 또한 유한킴벌리 직영몰 '맘큐'에서 실제 육아 중인 고객을 대상으로 진행한 설문조사에서 출산/양육 환경이 뒷받침된다면 평균 2.13명의 자녀를 계획하고 싶다고 응답하는 등 긍정적 변화를 예측하고 있습니다.

### Q2.

## 예측되는 인구구조, 시장 변화 속에서 유한킴벌리의 대응 전략은 어떤 것이 있나?

### 시니어 사업

첫째, 유통 환경과 서비스 면에서 시니어 고객층에 맞는 비즈니스와 서비스 변화를 이어갈 것입니다. 오프라인/온라인 채널 모두 구매 편의성을 증대하고, 자사 플랫폼 '오늘플러스' 역시 온라인 구매에 익숙한 40~60대 고객층의 편의성을 위해 개선할 예정입니다. 직영몰 '맘큐'에서의 경험을 토대로 서비스 성장 단계별 필요 기능과 서비스를 보강해 나가겠습니다.

둘째, 고객의 감정까지 고려하겠습니다. 시니어 사업을 전개해 오며 깨달은 점은 제품 개발을 통한 고객 편의 제공만큼 고객의 감정을 케어하는 것이 중요하다는 사실이었습니다. 특히 요실금은 나

이와 관계없이 누구에게나 발생할 수 있는 자연스러운 현상이기 때문에 신체의 변화를 겪게 될 40~50대 고객이 자신감을 잃지 않고 변함없이 일상을 이어갈 수 있도록 돕는 방향으로 커뮤니케이션하고자 합니다. 거동이 어려운 시니어 고객의 경우, 당사자뿐만 아니라 환자를 돌보게 될 보호자나 자녀의 마음까지 세심하게 고려하려고 합니다.

셋째, 시니어 인구의 지속 증가가 예상됨에 따라 장기적 관점에서는 기존 제품과 시너지를 낼 수 있는 제품군 확장을 고려하고 있습니다. 꼭 시니어가 아니더라도 물 없이 쓰는 세정 제품과 같이 돌봄이 필요한 고객을 위한 제품을 지속 출시할 예정입니다. 또한 기존 제품 역시 고객의 편의성과 삶의 질을 높일 수 있도록 제품 혁신을 거듭할 것입니다. 특히 고객의 상황에 따라 필요한 부분을 파악하여 액티브, 세미 액티브, 거동이 불편한 환자용 등 소비자 각각에게 최적화된 제품을 공급해 소비자 편의성 극대화를 위해 노력하겠습니다.

### 유아동 사업

첫째, 프리미엄화와 지속가능제품으로의 전환을 통해 차별화를 이어갈 것입니다. 특히 지속가능성은 유한킴벌리의 강점이기에 더욱 선제적으로 대응할 수 있다고 자신합니다. 끊임없는 제품 혁신과 함께 지속가능제품의 구매가 장려될 수 있도록 사회적 환경과 소비자 인식 개선에 앞장서겠습니다.

둘째, 아이의 건강한 성장을 돕는 성장 솔루션을 제공하는 '종합 유아동용품' 기업으로 거듭나고자 합니다. '하기스', '그린핑거' 브랜드를 통해 오랫동안 많은 소비자의 사랑을 받아왔고, 유아동 시장에서 유한킴벌리만의 경험과 노하우를 축적해 왔습니다. 이러한 자산을 바탕으로 육아용품 전반으로 사업 영역을 확장하고자 노력하고 있습니다. 그 일환으로 2023년 '그린핑거 베베그로우' 브랜드를 새롭게 출시했습니다.

셋째, 유한킴벌리 직영몰 '맘큐'를 통해 신규 비즈니스를 창출하겠습니다. '맘큐'는 육아를 하는 보호자에게는 필수인 대형 플랫폼으로 성장하였습니다. '맘큐'를 통해 유한킴벌리 브랜드에 대한 경험을 제공할 뿐 아니라 가입 고객의 구매 형태와 같은 정보를 활용하여 고객의 니즈에 맞는 정교한 서비스를 제공하고자 합니다. 즉, CEP(Consumer Engagement Platform)로서 역할을 수행할 수 있도록 '맘큐'의 영역을 확장해 나갈 계획입니다.

### Q3. ESG에 대한 중대성 및 관심도 확대와 더불어 지속가능제품에 대한 전망과 준비는?

#### 시니어 사업

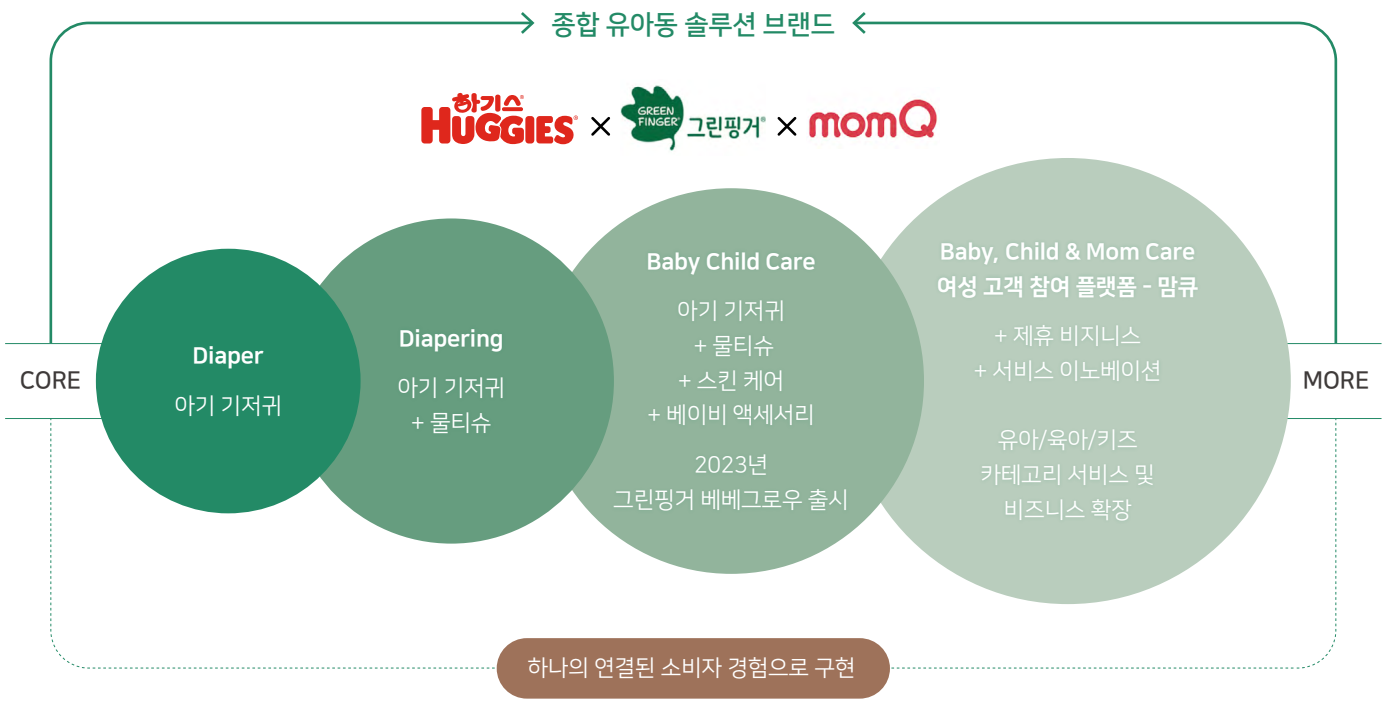
시니어 시장의 확대에 따라 향후 지속가능제품 역시 제품 혁신과 개발의 여지가 많은 시장이라 판단됩니다. 환경적 측면에서는 우선 단기적으로 제품 패키지에 재활용 플라스틱 30%를 전면 적용하여 전환할 예정이며, 함량을 높여가는 전사적 차원의 노력을 이어갈 것입니다.

사회성 측면을 고려하여 고객들을 가까운 접점에서 마음까지 세밀하게 케어하는 것은 물론, 그간 진행해 왔던 시니어 CSV사업에 이어 함께 일하는 재단과의 '시니어 임팩트 펠로우십' 등을 통한 시니어 시장 관련 사업 발굴과 일자리 창출, 기부 프로그램을 지속적으로 추진해 나갈 것입니다.

#### 유아동 사업

유한킴벌리는 2030 지속가능성 목표 중 하나로 지속가능제품의 매출 비중 95% 달성을 이루고자 합니다. 3R(Reduce/Replace/Recycle) 중 감소(Reduce), 즉 플라스틱 저감, 탄소 저감 등에 특히 집중하고 있습니다. 대표 제품으로 '하기스 네이처메이드 오가닉 코튼 커버'가 있습니다. 탄소 배출 저감에 기여하기 위해 제품 안 커버는 100% 유기농 순면, 다리밴드와 허리밴드는 사탕수수 유래 바이오매스 소재를 적용했고, 바이오 원료 함유 고흡수성수지(Bio-balanced SAP)를 자사 기저귀에 최초 적용했습니다. 지속가능한 소재 개발을 위한 '그린 액션 얼라이언스'를 체결해 산업 내 생태계 구축에도 앞장서고 있으며, 2030 지속가능성 목표 실현을 위해 제품 혁신 로드맵을 구축, 지속적으로 성과를 관리하고 있습니다. 이와 더불어 이른둥이용 초소형 기저귀 무상 제공 사업, 초보 부모들의 육아에 대한 고민과 궁금증을 해결하는 '맘큐위키'와 육아포럼 운영 등 지속가능한 브랜드로서 진정성 있는 노력을 지속할 것입니다.

#### 유아동 비즈니스







## 사원 경험과 성장

유한킴벌리는 사원 개인의 의미 있는 경험(Employee eXperience)을 통한 성장이 회사의 성장을 견인한다는 철학을 갖고 있습니다. 이러한 철학을 바탕으로 사원의 성장을 위한 다양한 직무경험과 기회부여, 교육, 건강한 조직문화 형성, 노경협업 등 전반에 반영하고 있습니다.

### 유한킴벌리의 EX(Employee eXperience)

유한킴벌리는 CEO의 인재경영 의지를 바탕으로 2022년 7월 HR본부의 명칭을 EX본부로 변경하였습니다. 이는 입사부터 성장, 교육, 승진, 은퇴 준비 등 삶에 이르는 사원생애주기 전 과정에서 의미 있는 경험을 통해 회사와 구성원이 함께 성장하겠다는 경영철학이 담겨 있습니다. 인적자원(Human Resource)이라는 것은 조직의 구성원을 기업 목표를 달성하는 여러가지 자원중의 하나로 보는 관점이었다면, 유한킴벌리는 조직을 구성하는 구성원을 하나의 자원이 아니라 구성원의 성장이 있어야 조직이 성장하고, 구성원의 성장은 조직내에서 다양하고 의미있는 경험을 통해 가능하다는 믿음에서 출발합니다. 의미있는 경험 (eXperience)은 일의 재미와 스스로의 몰입을 가능케 하고 (eXciting) 이를 통해 새로운 성과가 창출 (eXcellence)되어 회사의 성장을 이끌어 냅니다. 이에 따라 유한킴벌리는 사원생애주기 전 과정에서 모든 구성원이 자신의 성장의 주체로서 의미 있고 긍정적인 경험을 지원하여 구성원과 함께 회사도 성장하는 선순환 구조를 만들어 가고자 합니다.

이와 함께 유한킴벌리는 업무를 위한 소통 방식 또한 사원의 성장에 큰 영향을 미친다는 인식을 바탕으로 상호 긍정적인 소통문화를 형성하기 위해 노력하고 있습니다. 그 일환으로 리더들은 과거와 개선이 중심이 되는 피드백은 최소화하되, 미래에 발생할 문제를 리더와 함께 토론하여 해결안을 모색하며 공동의 목표를 달성하고 구성원의 성장을 돕기 위한 피드포워드(Feedforward)를 실행하도록 독려함으로써 소통문화를 더욱 발전시켜 가고 있습니다.

#### 유한킴벌리 EX

### 사원생애주기 전 과정에서 의미 있는 경험을 통해 회사와 구성원이 함께 성장하는 것



#### 사원생애주기

입사 전부터 시작하여, 입사, 온보딩, 업무 몰입과 수행, 개발, 은퇴를 준비하는 라이프까지를 의미



#### 의미 있는 경험

성장과 발전을 위한 긍정적이고 도전적인 경험



#### 함께 성장하는 것

지속가능한 성장을 통한 비전 달성  
“우리는 생활/건강/지구환경을 위해 행동합니다.”

사원생애주기 전 과정에서 의미 있는 경험(EX)



<p><b>① 모집</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유한킴벌리에서 할 수 있는 성장 경험을 직원 가치 제안으로 제공하여 비전, 핵심가치에 부합하는 인재 유입 강화</li> <li>· 다양한 홍보 채널 활용</li> </ul>	<p><b>② 선발 및 채용</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 대규모 채용에 대비한 채용 솔루션 도입 및 인재풀 활용 극대화</li> <li>· 성장 경험 확신을 통한 역량 높은 지원자 선발</li> </ul>	<p><b>③ 입사</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 입사 첫날 경험 관리 강화</li> <li>· 회사 생활에 필요한 지식 및 기존 멤버들과의 유대 강화</li> <li>· 기업의 사회적 책임 참여 유도로 유한킴벌리 입사에 대한 자부심 고취</li> </ul>	<p><b>④ 직무 수행 및 몰입</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 회사 생활에 의미 있는 경험 확대</li> <li>· 일하기 즐거운 조직</li> <li>· 성장과 발전을 위한 경험 제공</li> <li>· 피드포워드를 통한 긍정의 조직문화</li> </ul>	<p><b>⑤ 성과 창출</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 미래지향적인 문제해결 능력 배양</li> <li>· 결과뿐만 아니라 의미 있는 경험을 성과에 반영하고, 평가의 공정성, 수용성 증대</li> <li>· 성장 중심의 부가가치 있는 업무에 집중할 수 있는 환경 구축을 통한 생산성 증대의 선순환 사이클</li> </ul>	<p><b>⑥ 개발 및 육성</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 성장 마인드셋의 확산</li> <li>· 성장계획에 따른 다양한 업무 경험</li> <li>· 성장을 위한 자발적 참여 유도</li> <li>· 전문지식 공유 확대를 통한 지식 확산</li> </ul>	<p><b>⑦ 은퇴/전직</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 인력구조 변화에 따른 지식 및 업무 공백 최소화</li> <li>· 제2의 삶을 위한 준비 제공</li> </ul>
--	---	--	---	--	---	---

EXperience - EXcitement - EXcellence

**사원 역량 강화 프로그램**

유한킴벌리는 사원의 성장이 곧 기업의 성장이라는 생각으로 1990년대부터 사원의 역량 강화를 적극 지원해 왔습니다. 전사 차원의 다양한 학습조직을 운영하고 자기계발을 지원하기 위해 사내 학습 사이트인 'YKlearning'과 마이크로 러닝 교육 콘텐츠 사이트인 '지식카페' 뿐만 아니라 다양한 마이크로 러닝 콘텐츠를 제공하는 업체와의 제휴를 통해 자발적인 성장을 지원하며, 리더십 향상을 위한 다양한 사내 교육프로그램, upskilling and reskilling 을 위한 직무 관련 교육뿐만 아니라 변화하는 시대에 발맞춰 디지털라이제이션을 강화하기 위한 교육(테블로, 파워BI, JMP 등) 및 디지털과 관련된 직무경험을 통한 학습을 꾸준히 이어가고 있습니다. 사원 1인 당 교육시간은 47.4시간으로 전년 대비 19%(2021년 39.8시간) 늘었으며, 교육훈련비는 전년 대비 11.7% 증가 한 413,012원 이었습니다.

## 성별다양성 역량 강화

유한킴벌리는 UN글로벌콤팩트(UN Global Compact)의 기업 성별다양성 역량 강화를 위한 이니셔티브 활동인 'TGE(Target Gender Equality) Round II(2021~2022)'에 참여하였으며, 2030년까지 고위 여성 리더십 비중 목표를 수립해 2022년 3월 이사회의 승인을 받았습니다. 또한 향후에도 다양성 확보를 통해 조직 역량을 강화할 수 있도록 노력하며, 그 성과를 투명하게 공개할 것을 약속하였습니다.

### 유한킴벌리 성별다양성 목표

구분	2022년 결과(%)	2025년 목표(%)	2030년 목표(%)
여성 경영진(임원) 비율*	19	25	35
여성 비임원 본부장/워크리더 비율**	14	20	30
여성 관리자 전체 비율***	15	20	30

\* 전체 경영진(임원) 중 여성 경영진(임원) 비율 \*\* 전체 관리자(워크리더) 중 비임원 여성 본부장 비율 \*\*\* 전체 관리자(워크리더 이상) 중 여성 관리자 비율

## 조직문화

### 일과 삶의 균형을 지키는 유연근무제와 휴가제도

유한킴벌리는 1990년대부터 일과 삶의 균형을 중시하는 경영 기조 아래 유연근무제를 도입했습니다. 구성원 개개인에게 최적화된 업무환경을 구축할 수 있도록 장려하고 있으며, COVID-19에 대한 대응 방안으로 2020년부터는 재택근무제도를 포함해 다양한 유연근무제를 적극적으로 실시해 왔습니다. COVID-19이 종식된 이후에도 구성원들의 자율적인 근무환경 구축을 위해 유연근무제를 지속하고 있습니다.

### 유연근무제 형태

근무형태	시차출퇴근제	재택근무제	선택근무제	간주근무제	자율근무제
적용 대상	사무관리직 직원 (영업 외근직 제외)	본사 사원	업무 특성에 따라 적용이 필요한 사원	판매활동비를 지급받는 영업 외근직 사원 또는 출장 중인 사원	워크리더 이상
주요 내용	1일 8시간, 1주 40시간 근무를 준수하면서 출퇴근 시간을 탄력적으로 조정할 수 있는 제도	COVID-19 종식과 함께 사원 간 협업과 소통 강화 위한 주 4일 출근 체제로 전환 (2023.05)	1개월 단위 기간 총 근로시간 (근무일 8시간, 평균 주 40시간) 내에서 1일 최소 3시간 이상 근무를 전제로 1일 혹은 1주의 근무시간을 유연하게 운영할 수 있는 제도	주 5일 근무를 전제로 출퇴근 시간과 무관하게 1일 8시간, 주 40시간 근무한 것으로 간주하는 제도	주 5일 근무를 전제로 1일의 근무 시간을 본인의 자율적인 관리에 맡기는 제도
도입 연도	1994년	2012년	2018년	2018년	2018년

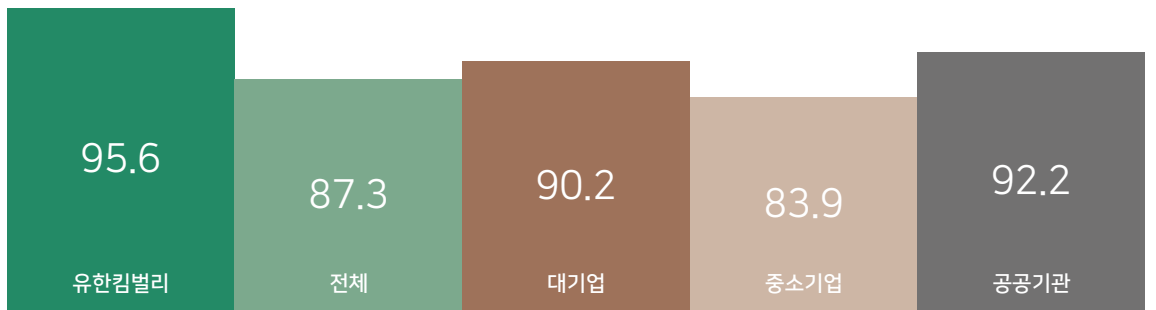
휴가 제도

분류	적용 대상	주요 내용	도입 연도
재충전 휴가 도입	본사 사원	연 15일로 확대, 전년도에 시행 예고, 동시 재충전휴가 시행	2016~2017년
	본사 사원	연 15일로 확대, 전년도에 사전 연간계획 고지, 동시 재충전휴가 시행	2018~2019년
재충전 휴가 확대	본사 사원	연 18일로 확대, 전년도에 사전 연간계획 고지, 동시 재충전휴가 시행	2020년

가족친화기업 재인증과 가족친화 최고기업 지정

여성가족부에서는 직장인이 가정생활과 직장생활을 조화롭게 병행하는 가족친화적인 사회환경을 만들기 위해 매년 심사를 통해 우수 기업과 공공기관을 선정해 인증을 부여하고 있습니다. 유한킴벌리는 이 제도가 처음 시행된 2008년부터 가족친화기업 인증을 받아왔고, 지난 2022년 12월에 재인증(유효기간 2022년12월 ~ 2025년11월)을 받았습니다. 재인증 기업 전체를 대상으로 한 이번 심사에서 유한킴벌리는 대기업, 공공기관 등의 평균 점수를 상회하는 총점 95.6점을 획득하며, 법적의무제도 외 다양한 가족친화제도를 이용할 수 있는 문화가 잘 이루어지고 있다는 평가를 받았습니다. 우수 사례로 평가받은 '예비부모 간담회'는 저출산 시대의 출산 독려를 위해 2009년부터 시행해 온 제도로, 임산부와 임산부 배우자를 둔 남성사원, 그리고 해당 팀 리더를 초대하여 출산과 육아에 관련한 회사의 방침을 안내하고 제도를 활용하도록 격려하는 프로그램입니다. 이러한 노력으로 2022년에는 여성가족부가 가족친화기업 인증제 도입 15주년을 맞이하여 선정한 '가족친화 최고기업'에 지정되는 성과를 거두었습니다.

2022년 가족친화 우수기업 점수 비교



\* 출처: 여성가족부 주관 가족친화 우수기업 인증 피드백 보고서

예비부모 간담회 운영 주요 경과(2009~2022년)



유한킴벌리 가족친화경영의 진화

저출생  
문제 제기

유연근무제와  
평생학습 도입

1970~1990년

- 자녀학자금 지원(대학까지)
- 토요일 자율출퇴근제(관리직)

출산육아장려  
제도 보완

1990~2000년

- 1994년 시차출퇴근제(관리직)
- 1997년 4조 2교대(생산직)
- 1999년 현장출퇴근제(영업직)

생애주기별  
프로그램 도입

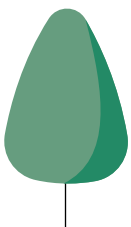
2001~2005년

- 2002년 전문가 심리상담 프로그램(EAP) 실시
- 2004년 출산 축하제도, 산전휴직, 유사산 휴가, 육아휴직급여 신설
- 2005년 가족친화경영 선포, 심리상담프로그램 가족으로 대상 확대, 가족데이(육아데이) 신설

2006~2010년

- 2006년 정년연장 은퇴자 프로그램, 느티나무 그늘방 개소 (모성보호 공간), 가족친화 설문조사 실시
- 2006년 가정의 달 '가족친화 공로' 대통령표창 수훈
- 2007년 학자금 지원 자녀수 제한 폐지
- 2008년 가족친화 공간 조성, 선택적 복지제도, 가족 간병 휴직, 가족친화 우수기업 인증 도입
- 2008년 엄마에게 친근한 일터 인증(유네스코 한국위원회)
- 2009년 임산부 간담회 개최(본사)
- 2010년 육아교육비 취학 전 3년간 지원(1년 연장)

가족친화 확산 노력





저출생  
심화 가중

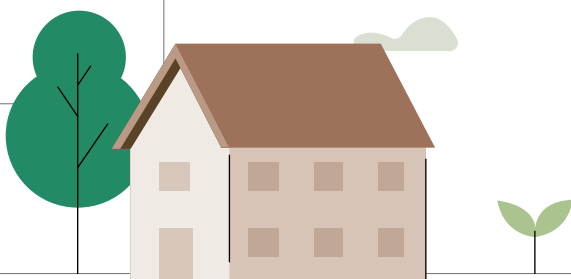


## 2020년~

- 2020년 COVID-19 상황에서 육아/자녀 돌봄을 위한 전면 재택근무 시행
- 2021년 건강검진 대상자 확대(30세 미만 사원 및 배우자 추가)
- 2021년 예비부모 간담회 대상 확대  
(임산부 간담회 및 가족친화 교육을 여성사원에서 남성사원까지 확장하여 진행)
- 2022년 가족친화기업 재인증(6회 연속)
- 2022년 여성가족부 가족친화 최고기업 선정

## 2011~2019년

- 2011년 시차 출퇴근제 확대, 유연복장제, 탄력적 점심시간 도입, 스마트 오피스 도입(임산부 배려석), 가족사랑의 날 도입, 직장보육시설 신설(대전공장), 임산부 간담회 전 사업장 확대
- 2012년 가족친화 조사, 재택근무제 도입, 아버지칭찬학교 실시
- 2013년 산전휴직 기간 연장, 사원 가족 자원봉사 나무심기 시작, 올해의 유한킴벌리인(롤모델) 선정과 학습휴가 시행
- 2014년 이모작학교 시범 운영
- 2015년 은퇴준비 교육 모델 개발
- 2016년 대전공장 푸른숲 어린이집, 우수 직장 어린이집 인증(보건복지부)
- 2016년 전국 스마트워크센터 구축 완료(9개소)
- 2016~2017년 재충전 휴가(10일) 장려, 은퇴준비 교육 프로그램 지원, 디지털라이제이션 통한 스마트한 업무 역량 증진
- 2018년 사전 예고 재충전휴가 확대 시행(15일)
- 2018년 가족친화제도
  - 출산 축하 기저귀 100만 원 지원
  - 장기근속자 추가 복지 포인트 부여
  - 설날과 추석 명절 복지 포인트 부여
  - 형제 자매 경조금 자격 요건 확대
- 2018년 가족친화 근무제도와 문화
  - 선택/간주/자율근무제도 도입
  - 재충전휴가 확대 시행(15일)
- 2019년 가족친화기업 재인증



### 열린 소통이 가능한 평등한 조직문화

유한킴벌리는 2013년부터 임원회의에 전 사원이 참여할 수 있도록 하고 있습니다. 2023년에는 '만타회의 (Monthly Townhall Meeting)'를 '월간열린경영회의'로 재구성하고 시간대를 단축, 조정하여 본사와 각 사업장 현장에서 번갈아 회의를 진행하는 등 사원 참여를 적극 독려하고 있습니다. 온/오프라인으로 동시 진행되는 이 회의는 평균 300여 명 이상의 사원들이 참석하며, CEO와 각 사업부문장이 참여하여 경영 현황과 각 사업부의 전략방향 및 현황을 공유하고 있습니다. 각 부문별로 우수한 업무 성과를 거두거나 모범이 되는 사원을 선정하여 시상하는 '우수 사원 시상(Monthly Recognition)'과 익명으로 수집된 사원들의 질의에 담당 임원이 직접 답변하는 '사원들과의 대화' 세션을 통해 열린 소통과 평등한 조직문화를 구축하고 있습니다. 특히 유한킴벌리 CEO는 기업의 성장을 위한 사원과의 열린 소통의 중요성을 인식하고, 취임 직후부터 전 사원과 일대일 소통을 실천해 왔습니다. 2023년 6월 기준으로 전체의 52.4%에 달하는 707명의 사원과 일대일 소통을 진행하였습니다.

### 포용과 다양성위원회

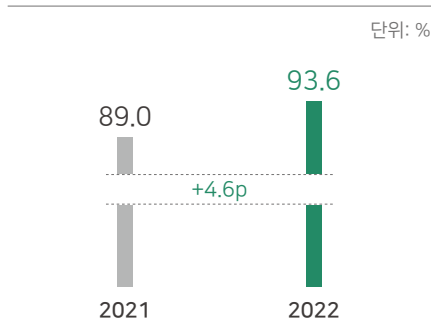
유한킴벌리는 2021년 10월 포용과 다양성이 기업 경쟁력의 핵심임을 선언하며 '포용과 다양성위원회(Inclusion & Diversity Council)'를 공식 출범하였습니다. 포용과 다양성위원회는 전사적인 공개 모집을 통해 선발된 선출직 3명과 당연직 3명(포용과 다양성 책임자, EX 본부장, ESG & COMM 본부장)의 의장단을 포함, 총 26명의 위원으로 구성되어 있습니다. 2023년 3월에는 기존 4개 분과에서 포용성, 다양성, 형평성 등의 3개 분과로 조직을 개편하였습니다. 아울러 편견이 없도록 직급, 성별, 나이 등을 가린 블라인드 방식으로 공동의장을 선출하기도 했습니다. 포용과 다양성위원회는 조직 역량 강화 전략으로서 다양한 제도와 문화 활동, 외부 사례 공유, 사회책임 활동과의 연계 강화를 진행하고 있습니다. 2023년 5월 24일에는 문화와 다양성 주관을 맞아 전 사원이 참여하는 '2023 문화다양성 페스티벌'을 본사와 사업장에서 동시에 개최하였습니다. 페스티벌에서는 (주)카카오의 접근성최고책임자 김혜일 이사의 특강, 각 3개 분과에서 주최한 사내 프로그램, 타사 다양성과 포용 담당자와 교류하는 KDIN\*워크숍 등이 진행되었습니다.

\* KDIN(Korea Diversity and Inclusiveness Network): 다양성과 형평성, 포용성의 가치 확산에 동참하는 기업 담당자들의 모임

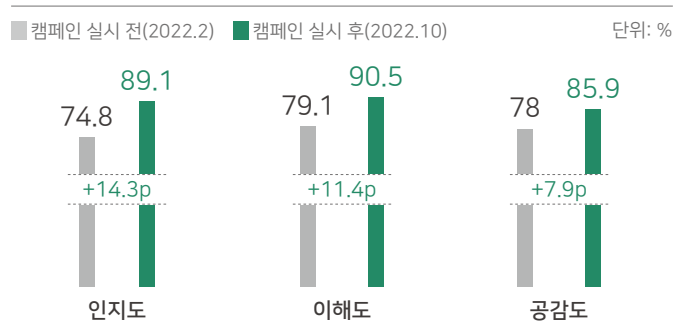
### 즐겁게 몰입하는 기업문화

유한킴벌리는 사원들이 일과 삶의 조화를 지키며 즐겁게 몰입할 수 있는 기업문화를 만들어 가고자 합니다. 2019년 12월 이후 팬데믹이 장기화되며 사원들의 소속감과 유대감 강화가 중요한 과제로 떠올랐고, 2021년 새롭게 수립된 일하는 방식을 내재화하는 것도 주요 목표였습니다. 사원들과 함께하는 랜선 여행, 일상 회복을 위한 사내 서클 홍보, 사원 재능기부 음악회 등 다양한 사원 참여 프로그램을 진행했고, 그 결과 사원들의 소속감, 유대감 긍정률은 93.6%로 지난해 89.0% 대비 4.6%p 증가했습니다. 또한 책임+, 협업, 민첩, 변혁이라는 4가지 핵심가치와 연계한 캠페인을 펼친 결과 새롭게 일하는 방식에 대한 인지도는 74.8%에서 89.1%로, 이해도는 79.1%에서 90.5%로, 공감도는 78.0%에서 85.9%로 각각 상승하는 성과를 거두었습니다.

사원 참여 프로그램을 통한 소속감/유대감 증진 긍정률



새롭게 일하는 방식 내재화 캠페인 실시 결과



## 안전보건경영

### 안전보건 3대 의무

**1**  
나의  
안전보건  
확보 의무

나는 무재해를 위해 업무의 전 과정에서 올바른 선택을 합니다.

**2**  
동료의  
안전보건  
지원 의무

나는 협력회사를 포함한 함께 일하는 동료의 안전보건을 지원하고, 잘못된 선택이 없도록 돕습니다.

**3**  
우리 모두의  
안전보건  
강화 의무

나는 우리의 안전보건 강화를 위해 의견을 내고, 경청하며, 지속적 개선에 앞장섭니다.

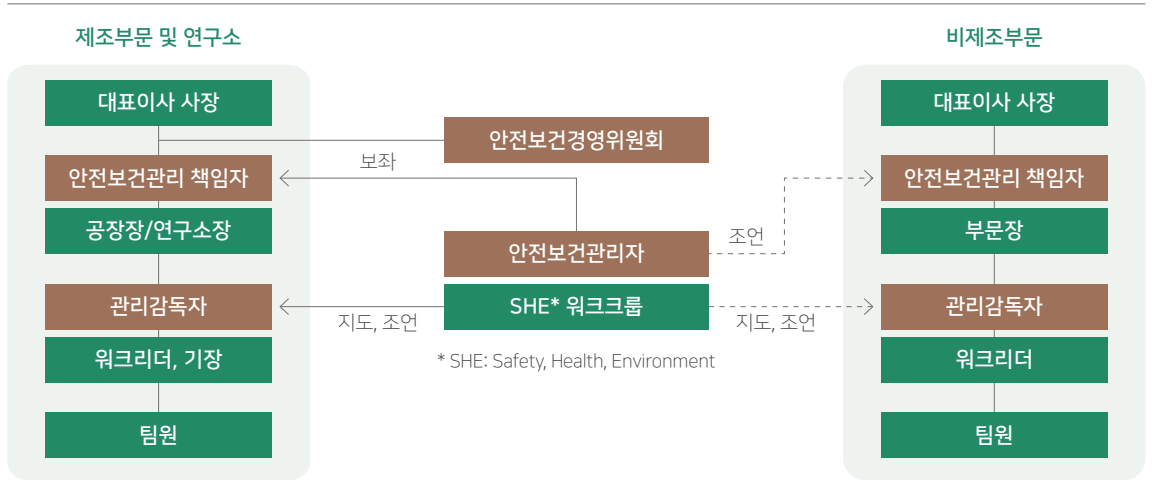
### 안전한 근로환경 구축에 대한 의지

안전보건경영은 유한킴벌리 경영 활동의 근본적 가치입니다. 유한킴벌리는 중대재해처벌법이 제정되기 이전인 2021년 1월, 제조와 물류 분야를 중심으로 중대재해 안전문화 강화 방안을 발 빠르게 모색했으며, 안전보건 TFT를 구성하여 안전보건 전담 조직과 함께 전사적 협업 방안을 구축하였습니다. 2022년 1월부터는 법령에서 정한 기준을 넘어 더 나은 환경과 시스템을 갖추기 위해 힘쓰고 있습니다. 작업 환경과 기술적 여건에 맞는 안전보건경영 시스템을 운영하고, 분기마다 안전보건경영위원회를 개최해 안전보건 주요 이슈를 공유하며 중대재해처벌법 이행 사항을 정기적으로 점검, 보고하고 있습니다. 특히 중대재해처벌법에서 규정하는 '안전보건 관리 체계 구축 및 그 이행에 관한 조치' 9가지를 준수하는 것에서 그치지 않고, 모든 사원과 협력회사, 내외부 고객 등 이해관계자 전반으로 대상을 확장해 더 촘촘한 점검과 시스템 구축을 통해 안전보건경영을 이행하고 있습니다.

### 안전보건 관리 체계 고도화

유한킴벌리는 산업안전보건법과 중대재해처벌법, 주주사 킴벌리클라크의 EHS(Environment, Health and Safety) 표준에 부합하는 조직을 구성, 인원과 역할을 부여하고 있습니다. 2022년 1월 1일 전사 차원의 안전보건 본부가 신설됨에 따라, 유한킴벌리는 각 제조 사업장과 연구소의 안전보건경영방침과 안전보건 목표를 정비하고, '유한킴벌리 안전보건 3대 의무'를 자사 홈페이지에 공개했습니다. 안전보건경영방침과 3대 의무는 사원은 물론 협력회사 직원 등 이해관계자의 안전보건 강화에도 기여하는 것을 목표로 하고 있습니다. 특히 2022년에는 사업장은 물론 비제조 시설인 본사에도 안전보건 프로그램을 마련하고, 사업장 외에 위치한 물류센터의 안전보건 관리를 강화하는 등 관리 체계를 전사 차원으로 확대, 고도화하였습니다.

### 안전보건 조직 구성



### 안전보건경영방침

① 법규 준수	전 부문에서 안전보건과 관련된 국제기준, 법규와 규정을 준수합니다.
② 안전 수칙 실행	전 사원은 안전보건 의무를 최우선 가치로 삼아 일상에서 실천하며, 유한킴벌리 사내협력회사 직원 및 방문객도 안전보건경영방침에 따릅니다.
③ 지속적 개선	안전보건의 지속적인 개선을 추진합니다. 제조부문은 안전보건관리시스템을 운영하며, 비제조부문은 부문 특성을 고려한 안전보건 프로그램을 운영합니다.
④ 협업	협력회사 직원들의 안전보건을 위한 지속적인 개선에 기여합니다.
⑤ 공개원칙	안전보건 관련 주요결과는 매년 이해관계자에게 공개합니다.



### 중대산업재해 예방

유한킴벌리는 안전보건 관리 체계 운영 현황을 확인하기 위해 전사 차원에서 반기별로 실시하는 정기 점검을 진행 하였습니다. 이는 안전보건 조치 이행 사항을 체계적으로 점검함으로써 중대산업재해를 예방하는 데 목적이 있으며, 2022년에 8개의 주요 항목과 그에 따른 28개의 세부 항목, 126개의 의무 이행 사항 점검을 완료하였습니다. 또한 사업장 내 우수 사례를 발굴하여 공유하고, 상호 점검을 통해 사업장 간의 협력 관계를 더욱 강화하였습니다.

#### 돋보기

##### 세계적 수준의 안전보건 점검 시스템

세계적 수준의 안전보건 시스템을 운영하기 위해 반기마다 안전보건본부 및 각 사업장 안전보건 전문가와 함께 점검팀을 꾸려 진행되는 Safety ICA(Independent Cross Audit)는 유한킴벌리만의 고유 평가 프로세스로 반복적인 정기 점검을 통해 아래와 같은 활동을 전개하며 지속적 개선 효과를 얻고 있습니다.

- ① 엄격하고 객관적인 평가 툴을 통한 최고 수준의 법규 관리 준수
- ② 안전 평가 툴(YK Safety Assessment Tool) 개발을 통한 사업장별 안전보건 수준 객관화
- ③ 각 사업장별 우수사례 및 개선 항목 발굴

### 중대시민재해 예방

유한킴벌리는 분기마다 진행되는 안전보건경영위원회에서 중대시민재해 관련 법에 의거한 주요 계획과 실행 결과를 정기적으로 검토합니다. 2022년에는 유한킴벌리 3개 제조 사업장과 50인 미만 업체 9개를 포함한 총 44개의 협력회사를 대상으로 반기 1회 이상 자율 점검을 실시, 안전보건 관계 법령에 따른 의무 이행과 의무 교육 시행에 대해 확인하고 조치를 완료하였습니다.

### 지속적인 리더십과의 커뮤니케이션

CEO 주도하에 매 분기마다 진행되는 안전보건경영위원회에서는 직원의 안전 관리에 대한 경영진의 강한 의지와 적극적인 지원을 엿볼 수 있습니다. 위원회에서 논의되는 주요 계획과 실행 결과는 물론, CEO를 비롯한 경영진의 추가적 조치 의견에 대한 이행 상황 역시 주기적으로 점검해 보고합니다.

#### 2022년 안전보건경영위원회 주요안건 및 진행 사항

구분	주요 안건	진행 사항
1분기	안전보건 사전 예방 활동 강화	안전보건관리체계 구축 및 그 이행에 관한 조치 정기 보고
	안전사고 발생 대응 절차 업그레이드	중대산업재해 위기 관리 프로세스 및 커뮤니케이션 업그레이드
	중대시민재해 관련 제품의 안전성 및 안전제품 설계 강화	고위험 제품 출시 전 검증 프로세스
2분기	안전보건 시스템 현 수준 및 법규 준수 진단 진행	사업장 Safety ICA(Independent Cross Audit) 정기 점검
	잠재 위험 분석을 통한 사고 발생 예측 사례 파악	위험성 평가를 통한 잠재 위험 분석 파악 및 리스크 감소 활동
	위기 관리 대응 실시 및 전사 위기 관리 매뉴얼	각 사업장 고위험 비상훈련 진행 및 관련 절차 보완
3분기	사후 조치가 아닌 예방 조치에 집중	안전보건 관계 법령에 따른 의무 이행 사항 점검 (중대산업재해 & 중대시민재해)
	사내뿐 아니라 사외로 확대되는 회사의 안전 & 사회적 책임 인식 필요	ESG 안전보건지표 관리 (안전보건 규정, 안전보건 데이터, 산업안전 관리, 교육, 건강 지원 등)
4분기	적극적인 안전교육 활동 재개	각 사업장 오프라인 안전 교육 및 안전 관련 교육 이벤트 진행
	현장 중심의 안전사고 예방을 위한 위험성 평가 실행	2023년 전 사원 참여 안전 워크숍 및 위험성 평가

## 노경협업

### 상호 신뢰를 바탕으로 한 노경문화

유한킴벌리 노경전략의 목표는 고객 가치와 회사 가치, 사원 가치의 공동 실현입니다. 고객 가치는 소비자의 사용 가치 증대를, 회사 가치는 지속가능한 성장을, 사원 가치는 사원의 삶의 질 증대를 의미합니다. 노경 상호 간의 신뢰와 소통을 기반으로 공통된 가치를 공유하고, 대화와 협력, 토론을 통해 이를 실천할 수 있도록 노력하고 있습니다. 대표적 예로 유한킴벌리는 IMF로 초래된 경영상의 어려움 속에서 노동조합이 제안한 평생학습 기반의 4조 2교대 근무를 받아들여, 사원들에게 유연한 시간과 학습의 기회를 제공하고 지식근로자로의 변화를 이끌어낸 바 있습니다. 이후에도 상호 신뢰를 바탕으로 대화와 협력, 토론을 중심으로 하는 상생의 노경문화를 이어 오고 있습니다.

### 2022년 노경 주요 성과

유한킴벌리 노경은 상호 신뢰를 기반으로 상생과 화합의 노경 관계를 꾸준히 유지해 왔습니다. 2022년 임금단체협상에서는 직무/성과 중심 보상 체계로의 변화를 위한 첫 단계로 직무 성과와 직접적인 연관이 없는 수당 3개 중 2개를 폐지하고 기본급화하는 데 합의, 원만하게 협상을 마무리했습니다. 또한 총주공장에서는 '2022 노사정 상생 공동선언 협약식'을 개최해 노사 간의 화합과 성장을 위해 더욱 긴밀히 협력하기로 약속했습니다. 이러한 모범적인 노사 관계를 인정받아 서울지방고용노동청으로부터 '2022년 노사문화대상 고용노동부장관상'을 수상했습니다. 노사문화대상은 고용노동부와 노사발전재단 주관으로 상생/협력의 노사문화와 사회적 책임을 모범적으로 실천한 기업을 선정, 발표하는 정부 포상으로, 2008년 이후 노사문화대상을 3회 연속 수상한 기업은 유한킴벌리가 유일합니다. 노경은 앞으로도 상생과 화합을 통해 '대한민국 노경문화의 새로운 롤 모델'을 제시해 나갈 것입니다.

### 노경 공동 지역사회 공헌 상생기금 출연

유한킴벌리는 2022년 11월, 노경 공동 사회공헌 활동의 일환으로 지역사회를 위한 상생실천기금 1,500만 원을 출연했습니다. 상생실천기금은 노동조합에서 먼저 기금을 마련하였고, 이에 공감한 회사에서 기금을 추가 출연해 조성했습니다. 조성된 기금은 크리넥스, 스카트 등의 가정위생용품 사업장이 소재한 김천시 관내 자활근로자 자녀 35명에게 장학금과 격려품으로 전달할 예정입니다.

### 주주사의 유한킴벌리 노동조합 대표 초청

유한킴벌리 주주사인 킴벌리클라크는 2022년 11월, 창립 150주년을 맞아 진행된 뉴욕증시 오픈링 벨 행사에 유한킴벌리의 노동조합 대표를 초대했습니다. 주주사인 유한양행과 킴벌리클라크 양사는 사회의 존경과 지속 성장의 근본인 유한킴벌리의 모범적인 노경 관계를 높이 평가하고 있으며, 이러한 인정을 바탕으로 상호 모범적인 협력 관계를 꾸준히 유지하고 있습니다.



2022년 노사문화 대상 수상



지역사회 공헌 상생실천기금 출연

### 노경이 함께 지키는 사원 안전과 건강

유한킴벌리는 사원의 안전을 지키기 위한 방안으로 3개 사업장에서 분기별로 노경 공동 산업안전보건환경위원회를 운영하고 있습니다. 산업안전보건법 등 관련 법령에 근거하여 각 작업장의 안전보건 현황을 점검하고 모니터링 하는 기구로, 2022년에는 총 783건의 위험 요소를 발굴해 이 중 92%를 개선했습니다. 최고 경영진과 노조 대표들이 참여하는 중앙노경협의회에서는 안전 관리 관련 안건을 논의하고, 노경 합동 통합 주간 안전 점검 프로세스를 운영해 잠재 위험 요소를 발굴하는 한편 각 사업장별로 안전 강조 프로그램을 실시하고 있습니다. 뿐만 아니라, 사원의 신체 및 정신 건강을 보호하기 위한 활동도 그 대상과 범위를 다양화하고 있습니다.

#### 산업안전보건환경위원회 현황

사업장	위원회 구성	생산직사원/총사원	주요안건	산업재해 건수
김천공장	11	276/364	안전보건관리규정 개정 방지턱 및 가딩을 통한 건물간 통행 안전 확보 건강관리실 헬스케어 설비 개선	1
대전공장	10	257/363	SHE KPI 공유 및 안전보건 활동 공유 근골격계 현황 및 건강 프로그램 안내 안전보호구 검토 및 테스트 결과 안내	0
충주공장	10	168/236	중대재해처벌법관련 시행 공유 안전보건법 취지 및 기준 공유 ByPass 규정 변경, 작업환경 측정결과 보고 지게차 현장 운행 속도 및 자재적재	0

#### 2022년 노경활동 위험 발굴 및 개선 성과

구분	김천공장	대전공장	충주공장	물류센터
발굴(건)	235	167	339	42
개선(건)	227	144	307	39
개선(%)	97	86	91	93

#### 사원 건강 보호 활동·프로그램

활동/프로그램명	전담 조직	실행 시기
특수 건강검진 제공 (유해물질 노출 위험 직군)	각 사업장 안전보건 조직	· 6개월마다(취급 화학적유해인자별 검진 주기 상이) · 매년 1회 특수 건강 검진 실시: 소음 분진, 야간 작업
직무 스트레스 검사	전사	· 연 1회 이상(사업장별로 적용법에 따라 상이함)
근무 장소별 위험성 평가	전사	· 연 1회 이상(사업장별로 적용법에 따라 상이함)
작업환경 측정	각 사업장 안전보건 조직	· 매 반기별 실시(상/하반기)
우수 안전보건 활동 발굴 및 벤치마킹	각 사업장 안전보건 조직	· 반기별 각 사업장 평가 시 교차 벤치마킹 실시(연 2회) · 우수안전인 수상(연 1회 이상)
안전 캠페인	각 사업장 안전보건 조직	· 상/하반기(사업장별 일정에 따라 달라질 수 있음)

\* 각 사업장 안전보건조직: 본사(스마트워크서비스 워크그룹), 생활혁신연구소(R&E 서비스 워크그룹), 제조사업장(SHE 워크그룹)

## 인권보호

### 인권 정책

유한킴벌리는 회사의 사원을 비롯하여 협력회사, 고객, 지역사회 등 회사 운영 전반의 가치사슬 내 모든 이해관계자의 인권이 반드시 존중되고 보호되어야 한다는 믿음을 가지고 있습니다. 이러한 신념을 기반으로 국제적으로 채택된 UN 기업과 인권 이행지침(UN Guiding Principles on Business & Human Rights), 유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 그리고 UN 세계인권선언 등에 의거하여 인권존중과 인권보호를 위해 모든 노력을 다하고 있습니다. 유한킴벌리는 2022년 회사의 '인권경영 8대 원칙'을 선언하고 사내 인트라넷과 자사 웹사이트를 통해 이해관계자들에게 공개하였습니다.

### 인권경영 8대 원칙

유한킴벌리는 이를 실천하기 위해 다음과 같이 인권경영 8대 원칙을 선언합니다.

1. 국가와 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중합니다.
2. 인권존중의 첫 과제로 안전조건을 최우선으로 삼고 정책을 결정합니다.
3. 법에서 정하는 노동법규를 준수하며, 결사의 자유와 단체교섭권을 보장합니다.
4. 고용과 노동 및 사업 활동 전반에서 차별과 괴롭힘, 강제노동, 아동노동을 금지합니다.
5. 공급망의 인권문제에 대해 책임감을 갖고, 부정적인 인권 영향의 사전예방에 노력합니다.
6. 지역사회 문화를 존중하고, 삶의 질 개선과 인권보호를 위한 활동에 협력하며, 현지 주민의 토지권과 재산권을 존중합니다.
7. 소비자의 인권보호를 위한 지속적인 기술개발과 개선조치를 수행합니다.
8. 기후위기를 포함한 지구환경문제의 예방적 접근을 지지함으로써, 환경과 관련된 인권 보호에 앞장 섭니다.

### 인권 전담 조직도



### 인권 전담 조직

유한킴벌리는 인권 관련 대외 정책 및 가이드라인과 이해관계자 요구 변화에 보다 효과적으로 대응하고자 ESG 사회 소위원회 산하에 실무 추진체인 인권경영 TF를 운영하고 있습니다. 인권경영 TF는 2022년에 인권경영 선언문을 준비하고 인권경영 8대 원칙을 선언하였으며, 관련 절차와 규정을 검토하여 인권보호 업무 지침과 징계 규정을 보완, ESG위원회에 보고했습니다. 인권경영 TF는 EX본부와 함께 지속적으로 회사의 인권에 관련한 절차와 내부 규정을 검토하고 보완하는 역할과 책임을 수행하며, EX본부 및 윤리법무본부는 인권에 대한 사내의 인식을 높이고 인권존중이 실천될 수 있도록 관련 교육을 담당하고 있습니다.

### 인권 고충처리 채널과 프로세스

유한킴벌리는 매년 전 사원을 대상으로 하는 사원조사를 통해 포용 역량과 다양성, 안전, 행동규범, 공정한 기회 등의 지표를 추적 관리하고, 개선 계획을 수립해 실행해 나가고 있습니다. 또한 인권 관련 각종 사내 교육 프로그램, 전사 스피크업(Speak UP) 워크숍 등을 통해 직장 내 괴롭힘, 성희롱 등이 발생하지 않도록 사전 예방에 힘쓰고 있습니다. 아울러 익명으로 행동규범과 인권존중에 반하는 행동이나 활동 등을 제보할 수 있는 핫라인과 'toEX' 등 사원 소통 채널을 마련하여 혹시라도 발생할 수 있는 사안에 대해 사후 조치하는 프로세스도 갖추어 인권보호에 주력하고 있습니다.

### 인권존중문화 조성을 위한 인권 교육 실시

유한킴벌리는 지속적인 인권 교육을 통해 구성원 전체의 인권 감수성 함양을 독려합니다. 성희롱 예방 교육, 장애인 인식 개선 교육, 직장 내 괴롭힘 금지 교육, 개인정보보호 교육 등에 대한 법정교육 이수율은 100%(휴직자 제외)입니다. COVID-19 시국 2년간 온라인과 오프라인을 적절히 활용하여 교육을 진행한 결과, 2022년에는 교육 시간과 교육비 지출이 예년 평균 수준을 회복했습니다.

### 인권 및 사회규범 준수 전략과 접근 방식

유한김벌리의 인권 정책과 행동강령은 사회적/윤리적 기대치에 준하여 설정하고 있으며, 당면한 주요문제에 책임감을 갖고 해결하고자 합니다. 이는, 유한김벌리 협력회사 행동강령에 명시되며, 공급업체의 직원과 사업장에도 적용될 수 있도록 노력하고 있습니다. 유한김벌리는 효과적인 구매 교섭을 위해 주주사인 김벌리클라크와 공급업체를 함께 공유하고 있으며, 이에 따라 김벌리클라크 공급업체 사회규범 준수표준(KC Supplier Social Compliance Standards)을 적용받고 있습니다. 공급업체 사회규범 준수표준은 올바른 기업시민 의식이 장기적인 비즈니스 성공에 필수적이라는 생각을 바탕으로 공급업체가 표준을 준수하기 위해 적절한 조치를 개발하고 시행할 것을 요구하고 있습니다.

### 인권 리스크 식별 및 개선 노력

김벌리클라크 공급업체 사회규범 준수표준의 목적은 공급망 전반에 걸쳐 인권 리스크를 사전에 관리하는 것으로, 유한김벌리와 유한김벌리의 공급업체도 그 대상에 포함됩니다. 2020년 김벌리클라크 공급망 인권팀은 약 50명의 다양한 내부 이해관계자와 협의하여 공급망 내에서 잠재적으로 두드러진 인권 리스크에 대한 평가를 실시했습니다. 우선순위로 지정된 리스크는 현대판 노예(아동 및 강제 노동 포함), 산업안전보건, 차별/괴롭힘, 임금/복지 후생, 환경 영향(기후변화 및 사용 후 폐기물 포함) 등이며, 인권 리스크가 높은 것으로 평가된 사업장과 공급업체는 우선적으로 실사를 진행하고 있습니다. 유한김벌리의 제조 사업장(공장)은 김벌리클라크의 사회규범 실적기준(Social Compliance Performance Standard)에 따라 매년 자체 평가를 실시하며, 3년마다 김벌리클라크의 감사를 받아 인권 전반의 수준을 높이는 노력을 지속하고 있습니다.

### 공급망 인권 프로그램

제조 시설과 주요 공급업체의 사회적/환경적 성과에 대한 기준 준수를 촉진하기 위해 김벌리클라크는 외부 감사기관을 통해 고위험 지역과 산업에서 매년 150개 이상의 시설을 평가하여 규정 위반을 식별하고 개선을 추진하는 공급망 인권 프로그램(Supply Chain Human Rights, SCHR)을 운영하고 있습니다. 해당 프로그램을 통해 평가받는 유한김벌리의 대상 공급업체는 매년 10개 수준이며, 선정과 실사 과정에는 유한김벌리의 구매, 전략제조 담당이 함께 참여합니다. 이 프로그램은 협력회사의 아동 노동, 강제 노동, 차별, 작업장 안전보건, 비즈니스 무결성 등 주요 문제 영역에 대한 규정 준수 여부를 측정하며, 만약 준수하지 않는 것으로 확인되면 공급업체와 협력하여 시정 조치 계획을 수립하고, 불가피한 경우에는 거래선을 변경합니다. 제기된 우려에 따라 시정 조치에는 인프라, 장비 또는 교육에 대한 공급업체 투자, 새로운 정책 또는 절차 개발, 영향을 받는 근로자를 위한 구제책 제공 등이 있습니다. 2022년 평가 결과, 시정 조치가 필요한 사항이 적발된 사례는 없습니다.

### 고객응대 상담사 인권보호를 위한 상담 중단권 실행

유한김벌리는 감정노동자의 인권을 보호하기 위한 방안으로 2018년 10월 '감정노동자 인권보호 6대 정책'을 선언하고 감정노동자들에게 고객의 성희롱, 인격 모독, 욕설이나 폭언, 위협 등의 상황이 생기면 서비스를 중단할 수 있는 권리와 함께 휴식시간 보장 등 건강보호 조치를 시행하고 있습니다. COVID-19 이후에는 고객응대 상담사들의 건강권 향상을 위해 재택근무를 시행하는 등 안전한 일터 가꾸기 캠페인을 꾸준히 실시해 오고 있습니다. 특히 2023년부터는 고객응대 상담사들의 상담 중단권 실효성을 강화하기 위해 기존 3회 경고 후 중단에서 1회 경고 후 즉시 중단할 수 있도록 실행 절차를 변경하였고, 이에 따라 서비스 품질이 개선되면서 고객만족도도 꾸준히 상승하고 있습니다.

### 고객응대 상담사 인권보호를 위한 상담 중단권 실행 및 고객만족도 추이

구분	2018	2019	2020	2021	2022
업무 중단 발생 건수	3건*	40건	11건	5건	1건
고객만족도	88.1점	88.3점	89.1점	90.4점	93.2점

\* 2018년 데이터 보완

## 공급망 관리

기업의 가치사슬 전반에서 공급망 관리에 대한 관심이 증가하고 관련 규제가 강화됨에 따라 유한킴벌리는 공급망 관리에 더욱 주력하고 있습니다. 협력회사가 사회적 책임을 다하며 지속가능한 기업으로 성장할 수 있도록 공급망 관리 정책에 따른 정기적 평가를 실시할 뿐 아니라, 공정거래 및 동반성장 협약을 체결하며 다양한 방면에서 지원을 펼치고 있습니다.

### 협력회사 분포

2022년 유한킴벌리의 공급망 내 협력회사는 총 1,122개 사이고, 2022년 신규 계약 협력회사는 99개 사입니다. 대부분 원재료와 완제품 공급, 물류 대행, IT 관련 회사입니다. 전체 협력회사 중 국내 기업 비율은 88%이며 전체 거래 금액의 약 70%를 차지하고 있습니다.

#### 협력회사 국가 분포

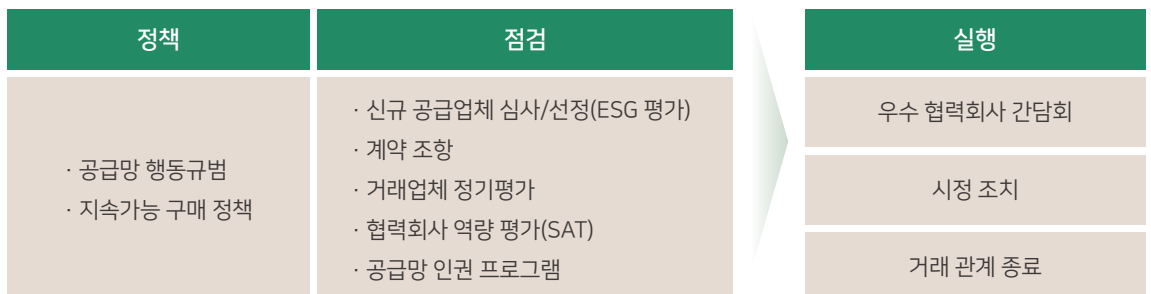
1 한국	989	11 스웨덴	4	21 칠레	1
2 중국	33	12 캐나다	4	22 폴란드	1
3 미국	25	13 핀란드	3	23 뉴질랜드	1
4 독일	10	14 대만	3	24 슬로베니아	1
5 말레이시아	8	15 스위스	2	25 베트남	1
6 일본	6	16 호주	2	26 네덜란드	1
7 싱가포르	5	17 인도	2	27 프랑스	1
8 이탈리아	5	18 아일랜드	1	28 스페인	1
9 영국	4	19 룩셈부르크	1	29 오스트리아	1
10 홍콩	4	20 콜롬비아	1	30 헝가리	1



### 공급망 관리 정책

유한킴벌리는 지속가능한 기업으로 성장하기 위해서는 무엇보다 책임 있는 공급망 관리가 중요하다는 것을 명확하게 인식하고 있습니다. 이러한 인식을 바탕으로 협력회사의 경쟁력을 높이고 ESG 리스크를 줄이기 위해 공급망 관리 정책을 시행해 오고 있습니다. 협력회사 선정 시 품질, 납입, 기술력, 개발 능력 등을 기반으로 공정한 평가를 진행하고, 선정된 협력회사에 대해서는 정기 평가를 통해 리스크를 관리합니다. 또한 주요 협력회사의 경우, 품질 경쟁력과 ESG 역량을 제고할 수 있도록 협력회사별로 지속적인 관리를 수행하고 있습니다.

#### 공급망 관리 정책 프로세스



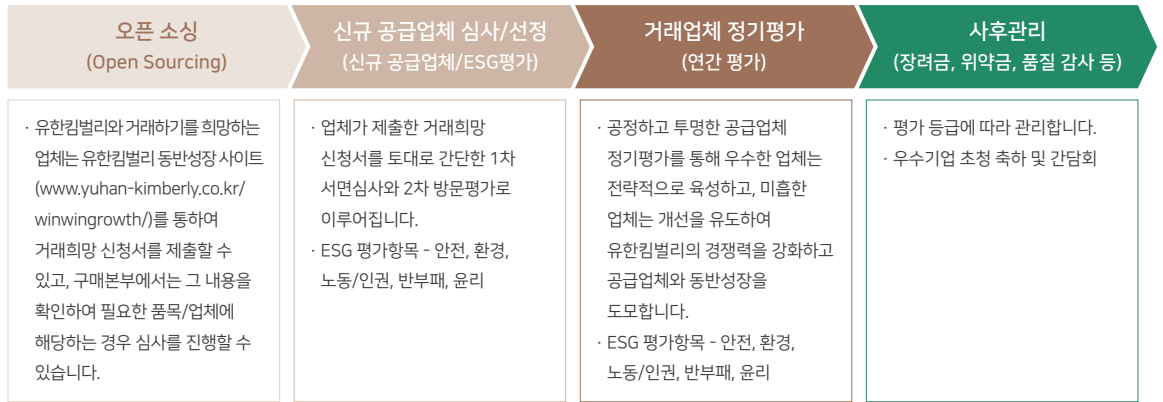
### 공급망 행동규범

윤리경영을 중요한 가치로 여기는 유한킴벌리는 공급업체를 비롯하여 소비자, 사원, 경쟁사에 대한 윤리적이고도 합리적이며 진정성 있는 가이드를 제공하고자 공급망 행동규범을 공개, 준수를 명시하고 있습니다. 유한킴벌리의 공급망 행동규범은 국제노동기구의 노동 관련 기본 원칙 및 권리에 관한 선언문(International Labor Organization's Declaration on Fundamental Principles and Rights at work)을 포함한 여러 국제적인 표준을 따릅니다. 공급망 행동규범은 노동/인권, 반부패, 공정경쟁, 법 준수, 정보보호, 지적재산권보호, 품질/안전/건강/환경, 공급업체 사회규범 준수 등의 내용으로 구성되어 있으며, 회사 홈페이지를 통해 공개하고 있습니다.

공급망 행동규범 8대 기본 원칙	노동/인권	반부패	공정경쟁	법준수	정보보호	지적재산권보호	품질, 안전, 건강, 환경	공급업체 사회규범 준수

### 지속가능성 구매 정책

유한킴벌리는 거래를 희망하는 업체들이 거래 품목을 자유롭게 제안할 수 있도록 오픈 소싱을 시행하고 있습니다. 또한 신규 공급업체 선정 시, 유한킴벌리와 최상의 협력이 가능한(Best total value) 업체를 선정하기 위해 다양한 분야의 다면 평가를 수행합니다. 이미 거래 중인 공급업체는 연중 평가를 실시하여 지속적인 거래가 가능한 파트너인지 검증하고 있습니다. 신규 업체 심사와 거래업체 정기 평가에는 ESG 평가 항목이 포함되어 있습니다.



### 협력회사 역량 평가(SAT)

유한킴벌리는 협력회사의 지속가능경영을 지원하기 위해 상생경영혁신워크그룹을 조직해 사회/환경 성과를 반영한 협력회사 역량 평가(Supplier Assessment Tool, SAT)를 실시하고 있습니다. 이는 협력회사의 경쟁력을 강화하고 인권, 노동, 반부패, 지역사회 봉사 활동 등의 평가를 통해 사회적 책임을 준수하는 지속가능한 기업으로 성장할 수 있도록 돕는 것에 그 목적이 있습니다. 협력회사 역량 평가는 4개 부문(품질, 사회적 책임, 사업장 청결, 공정능력) 72개 세부 점검 항목으로 구성되며, 평가계획 → 대상 업체 선정 → 대상 업체 기초 자료 입력(서면 평가) → 현장 평가 및 결과 공유 → 후속 조치 순으로 진행됩니다.

2022년에는 총 57개 협력회사를 대상으로 역량 평가를 실시하였으며, 평균점수는 89점을 기록했습니다. 2023년 5월 우수 협력회사를 초청, 간담회를 개최하여 시상하는 시간을 가졌습니다.

### 협력회사 역량 평가(SAT) 실행 단계

1	2	3	4	5	6	7
<b>SAT 평가 의뢰</b>	<b>평가계획 수립</b>	<b>평가실행</b>	<b>평가 중간점검</b>	<b>평가 결과 취합</b>	<b>평가 결과 통보</b>	<b>후속조치</b>
약 60개의 업체가 평가 의뢰 대상	담당자 제출 및 리더의 승인. SAT 평가지표 확인	담당자 현장방문. 회사의 SAT 평가지표에 따라 평가	평가 진행시 이슈 발생여부 점검 (반기)	담당자와 리더의 평가 결과 리뷰 및 총평	의뢰 부서인 구매에 평가 결과 통보	포상/시정조치
구매	상생경영			구매		

### 공급리스크에 따른 협력회사 관리

유한킴벌리는 공급 리스크에 따른 중요도를 기준으로 협력회사를 분류하였습니다. 분류에 따라 역량평가 외 서면 평가 등을 통해 협력회사의 ESG 리스크를 평가, 관리할 계획입니다.

#### 공급리스크에 따른 협력회사 분류

공급 리스크	업체 분류 기준*	ESG 리스크 평가 방법	평가 예외 사항
Top Tier	원부자재, ECM 업체 중 해외 업체, 대기업을 제외한 일정 규모 이상 업체	SAT를 통한 방문 실사 (환경, 노동, 인권 평가)	거래 종료 예정인 업체 등은 제외 가능, ESG 리스크가 큰 업체 추가 가능
2nd Tier	상기 업체를 제외한 모든 국내 원부자재, ECM 업체	ESG 설문을 통한 연간 서면 평가	거래 종료 예정인 업체 등은 제외 가능
3rd Tier	도급 서비스 업체	ESG 설문을 통한 연간 서면 평가	거래 종료 예정인 업체 등은 제외 가능
기타	나머지 업체(해외 업체 포함)	해당사항 없음	

\* 업체 분류 정의

- 원부자재: 제품 생산의 원료가 되거나 그 원료에 결들여 쓰는 재료를 공급하는 협력회사
- ECM(External Contract Manufacturing): 원사업주의 내부 생산이 아닌 외부에서 원사업주 판매용 완제품을 생산/납품하는 협력회사
- 도급: 원사업주로부터 업무를 도급받은 수급 사업주가 원사업주의 사업장에서 위임된 업무를 수행하는 협력회사
- 기타 업체: 원부자재, ECM, 도급을 제외한 나머지 모든 협력회사

## 파트너 동반성장 활동

유한킴벌리는 협력회사와 동반성장하기 위해 지속적인 노력을 기울이고 있습니다. 동반성장을 위한 활동으로 63개 협력회사와 공정거래 및 동반성장 협약을 체결하고 금융, 기술과 품질 개선, 매출 및 경쟁력 강화, 교육 프로그램 등을 지원하고 일자리 창출 지원책을 펼치기도 했습니다. 또한 협력회사의 경쟁력 향상을 위해 재무 건전화, 결제 조건 개선, 기술 개발 등을 지원하며 금융(자금) 지원, 매출 확대 지원, 납품 단가의 적극적 조정, 기술(개발) 지원, 인력 채용 및 교육 지원, 파트너십과 의사소통 강화, 2차 이하 협력회사 지원 프로그램 운영 등 다양한 정책을 추진하고 있습니다. 2022년 한 해 동안 이들 협력회사로부터 구매한 금액은 전체 협력회사 구매 금액의 33.8%에 해당하는 3,021억 원이었습니다.

#### 2022년 동반성장 성과

주요 프로그램	성과
협력회사 금융 지원	상생협력펀드 170억 원(IBK 기업은행과 협약 운용)
기술, 품질 개선 지원	기술 지원 83건, 기술 보호 6건
비협약사의 대금 지급 조건 개선	대금 지급 모니터링 시스템인 나이스윙크(WinC)를 통해 비협약 협력회사에 대한 대금 지급 조건(현금결제율, 지급 기간 등) 개선 노력 - 현금 지급 모니터링 적용 비협약 1차 협력회사 12개 사 - 현금 모니터링 시스템을 통한 현금 지급 실적 91.5억 원 - 대금 지급 기일 평균 33.2일
매출 및 경쟁력 향상 지원	- 국내 전시회 참가 지원(1개 사, 0.38억 원 국내 매출 확대 기여) - 해외 전시회 참가 지원(1개 사, 8.53억 원 해외 매출 확대 기여)



## 소비자중심경영

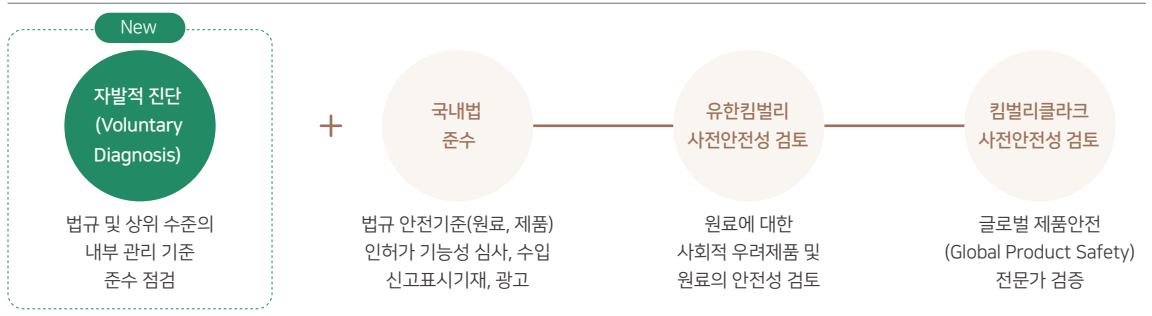
유한킴벌리의 소비자중심경영은 제품과 그 제품을 직접 경험한 소비자의 목소리에서 시작합니다. 유한킴벌리만의 엄격한 품질 관리 시스템을 바탕으로 제품의 설계, 기획 단계에서부터 사용 단계에 이르기까지 모든 단계에서 고객의 안전과 제품의 품질에 만전을 기하고 있습니다.

### 제품 안전

#### 제품 안전 정책과 제품 안전성 보증 체계

유한킴벌리는 소비자의 안전을 최우선 정책으로 삼고, 소비자가 안심하고 사용할 수 있는 안전한 제품을 개발하여 제공하고 있습니다. 모든 제품은 법적 안전 요건을 준수하며, 안전한 제품에 대한 사회적 기대 수준을 만족하도록 설계하고 있습니다. 또한 설계 단계부터 소비자 사용 단계에 이르기까지 제품의 안전성을 유지하도록 관리하고 있으며, 지속적인 제품 안전성 연구를 통해 높은 수준의 안전 기준을 수립하여 엄격히 지키고 있습니다. 소비자 중심의 사업 역량과 제품 품질/안전을 강화하고자 2022년 5월에 품질, 제품 안전 및 보증(Regulatory Assurance), 전략제조 기능을 통합하고 CEO 직보 조직으로 변경, 글로벌 제품의 안전 검증 수준 이상으로 관리를 이어가고 있습니다.

#### 제품 안전성 보증 체계



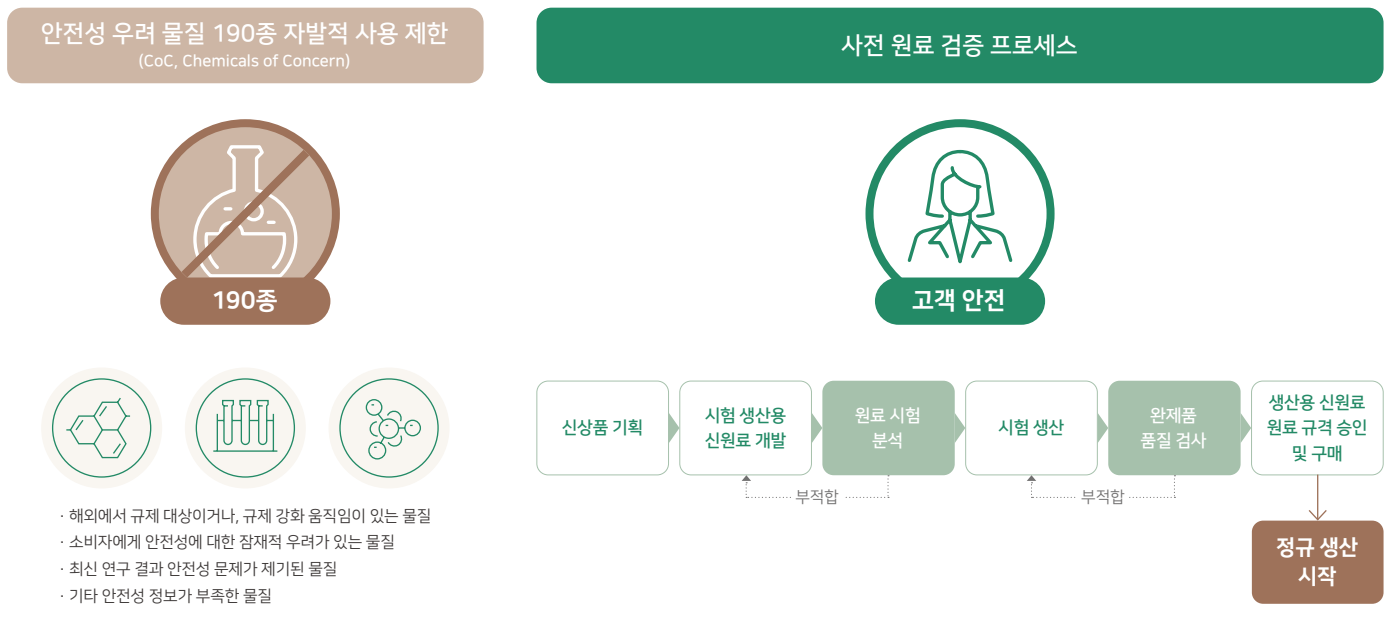
#### 제품 안전성 보증 통합 실행단계



### 원료 사용 정책과 투명한 공개

유한킴벌리는 사회적으로 안전성에 대한 우려가 제기된 '안전성 우려 물질'에 대하여 자발적으로 사용을 제한하는 원칙을 가지고 있으며, 이를 자사 홈페이지를 통해 공개하고 있습니다. '안전성 우려 물질'은 최신 국내외 규제 동향, 소비자 안전 문제, 학술 자료 등으로부터 원료의 안전성을 평가하여 지속적으로 업데이트하고 있습니다. 이를 반영한 유한킴벌리 안전성 우려 물질 가이드라인은 제품에 사용되는 원료에 대한 사용 원칙을 수립하여 이를 통해 개발된 제품이 안전성을 확보할 수 있도록 최신 안전성 정보를 반영하여 주기적, 지속적으로 개정하고 있습니다. 특히 2022년 11월부터는 기존 72개에서 190개로 대상 물질을 확대하였습니다. 2021년까지는 자발적 진단 (Voluntary Diagnosis)을 진행했으나, 2022년부터는 중대재해처벌법 시행으로 법령상 의무 이행 사항에 따라 반기별로 1회 이상 안전성 우려 물질을 점검하여 조치하고 있습니다.

### 원료 사용 정책



### 제품 안전성과 사전 검토 및 관리(2015~2022년)

구분	단위	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
안전성과 법규 검토 건수	건	175	234	216	623	919	2,029	1,947	1,829
안전성 우려 물질 관리	종	59	74	74	74	74	74	74	190

### 제품 및 원료 투명성

유한킴벌리는 법규상 요구되는 제품들에 대해 패키지에 전성분을 표시하고 있으며, 의약외품(생리대, 탐폰, 손소독제, 마스크), 화장품(인체용 물티슈 포함), 위생용품(기저귀, 화장지, 미용티슈, 냅킨)이 그 대상입니다. 특히 의약외품과 화장품의 경우에는 자발적으로 직영물 '맘큐'를 통해서도 전성분을 함께 공개하고 있습니다.

### 중대시민재해 예방

2022년 1월 시행된 중대재해처벌법은 산업재해뿐 아니라 제품 안전으로 발생할 수 있는 중대한 시민재해에 대해 점검하고 예방 조치를 취하도록 요구하고 있습니다. 유한킴벌리 QA/PSRA&전략제조 본부는 7개의 제품군(의약외품, 의료기기, 생활화학제품, 식품용 기구, 화장품, 위생용품, 산업안전용품)에 관한 법령에 따른 의무 이행에 더하여 자율 점검과 개선 조치를 추가로 시행하였습니다. 2022년에는 114건의 제품 안전성 검토를 진행하였습니다.

### 동물실험

전 세계적으로 생활위생용품 카테고리(FMCG & HouseHold & Personal Care) 사업군 내에서 제품 안전성, 지속가능한 소재, 제품의 환경 영향과 더불어 동물실험에 대한 관심과 주의 또한 높아지고 있습니다. 유한킴벌리는 이러한 글로벌 트렌드에 선제적으로 대응하기 위해 주주사 킴벌리클라크와 협력하여 동물실험 대체 방법을 확대하고 있습니다. 인체 안전 보장을 위해 법, 규정 등으로 실험이 필요한 경우와 대체 방법이 없는 경우를 제외하고는 제품이나 성분을 동물 대상으로 실험하지 않는 원칙을 준용하고 있습니다.

## 고객 위생과 건강 관리

### 위생용품협의체를 통한 소비자 안전 이슈 대응

유한킴벌리는 정부기관인 한국소비자원과 함께 위생용품협의체에 참여해 사회적 안전 이슈에 선제적, 포괄적으로 대응하고 있습니다. 2022년에는 화장지, 물티슈, 마스크 등 국민 다소비 위생용품을 대상으로 생산/유통/사용/폐기에 이르는 전 과정에 친환경 요소를 도입했고, 생리대/기저귀 분과 및 마스크 분과를 운영해 안전 관리 사각지대를 해소하고자 노력했습니다.

### 위생용품협의체 활동\*

2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
소비자 안전 문제제기	소비자 안전 확보 강화 노력	소비생활 안전 가속화	소비생활 안전 가속화	소비자 안전을 위한 선제적 실천	운영 내실화 및 산업 분야별 확대
· 생리대 안전 관련 사회적 이슈 확산	· 자율 안전 규약 마련 · 이물질 감소 KPI 설정 · 소비자 정보 콘텐츠 제작	· 물티슈 분과 신설 · 기저귀 이물질 16% 감소 · 중소기업 역량 강화 세미나 제공	· 위생용품 품질과 안전성 공고화 · 소비자 안전을 위한 선제적 실천 · 협업을 통한 시너지 창출 중소기업 역량 강화	· 공동 개선 과제 5건 발굴: 손소독제 펄프, 마스크 제품 개선 및 사용상 주의사항 문구 등 · 소비자 정보 콘텐츠 2편 제작, 확산 · ESG 활동 중요성 공감대 형성	· 위생용품 생리대 기저귀 분과, 마스크 분과 운영 · 생활가정용품 협의체 구성 · 위생용품 벌레 유입 건수 25% 감소 · 마스크 품질 개선(초음파 용착 부위 개선, 호흡 편의성 개선)

\* 한국소비자원&위생용품정례협의체 성과

## 품질경영

### 품질경영 정책

유한킴벌리는 소비자가 기대하는 품질과 성능, 가치를 제공하는 제품을 설계, 생산하여 제공하기 위한 품질 정책을 수립 운영하고 있습니다. 이에 따라 유한킴벌리는 모든 규제 요건을 충족하고 품질, 성능 및 가치에 대한 소비자의 기대치를 충족하거나 초과하는 제품을 설계, 제조 및 제공합니다. 품질 요건에 맞는 자재와 제품, 서비스를 조달하고 있으며, 관련 법률 및 규정을 준수하고 품질을 지속 개선하기 위한 관리 시스템을 구축하고 있습니다. 이러한 품질 정책은 자사는 물론 외부 공급업체를 포괄하며, 공급 계약과 품질 계약을 근거로 운영되고 있습니다.

### 제품 혁신과 품질 보증을 통한 초격차 품질 실현

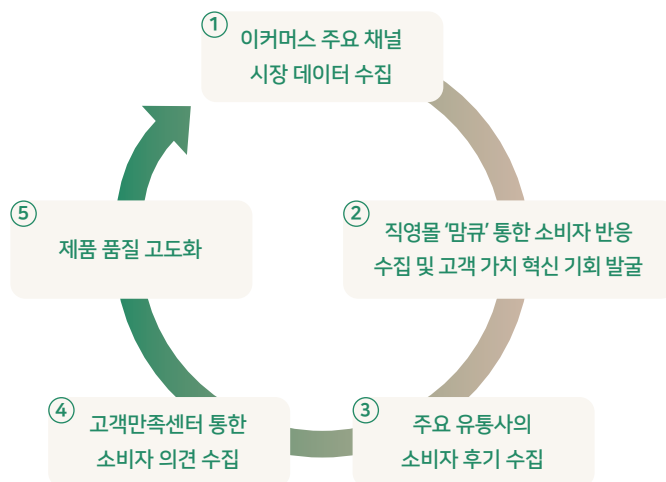
유한킴벌리는 '초격차 품질' 실현을 목표로 제품 혁신을 시도하고, 소비자 중심의 품질보증을 관리하고 있습니다. 이를 위해 '전 사원 참여', '품질 최우선'을 주요 골자로 하는 경영방침을 기반으로 모든 부문이 협업하는 품질 관리 시스템을 구축하고 있습니다. 아울러 제품 생산 규모가 커지면서 아웃소싱 제품의 비중이 점차 늘어나고 있어 외부 제조 제품의 품질 관리 또한 강화하고 있습니다. 그 결과, 2022년 소비자 불만은 전년 대비 17.8% 감소했고, 내부 생산 제품은 물론 외부 제조 제품의 불만도 크게 감소(내부 생산 11.2% 감소, 외부 생산 26.3% 감소)했습니다. 또한 지속적인 설계 변경 관리, 원부자재 업체의 품질 관리 시스템 평가, 제조장의 변동 관리 등 업스트림 품질을 강화하는 노력도 함께 펼치고 있습니다.

### 기저귀 품질 혁신을 위한 소비자 기반 데이터 활용

유한킴벌리는 이커머스가 가속화되는 시장환경에 대응하여 소비자 기반 데이터를 활용한 기저귀 품질 혁신을 위해 총 5단계로 이루어진 '소비자 중심 Agile Product Cycle(민첩한 제품 혁신 사이클)'을 수립하고, 이를 기반으로 소비자 의견을 실시간으로 수집, 추적하여 제품 혁신에 민첩하게 반영하고 있습니다.

실시간 크롤링 기법을 통한 주요 유통 채널의 시장/경쟁 상황(채널 중요도 시장 점유율 등)을 파악하며, 직영몰 '맘큐'에서의 선 런칭을 통해 소비자 초기 반응을 수집, 필요시 제품 개발에 빠르게 반영합니다. 또한 '맘큐 제품 평가단' 운영을 통해 소비자가 제품개발에 참여하는 등 소비자 가치 혁신 기회를 발굴합니다. '기저귀 리뷰 AI 분석 솔루션'을 통한 주요 유통사의 언어별 소비자 후기, 유한킴벌리 고객만족센터로 수집되는 고객 의견 역시 실시간으로 추적, 파악합니다. 이러한 소비자 기반 데이터 수집과 분석을 수차례 반복함으로써 기저귀 품질 고도화를 이끌어냅니다.

### 소비자 중심의 민첩한 제품 혁신 사이클



## 고객 가치 혁신

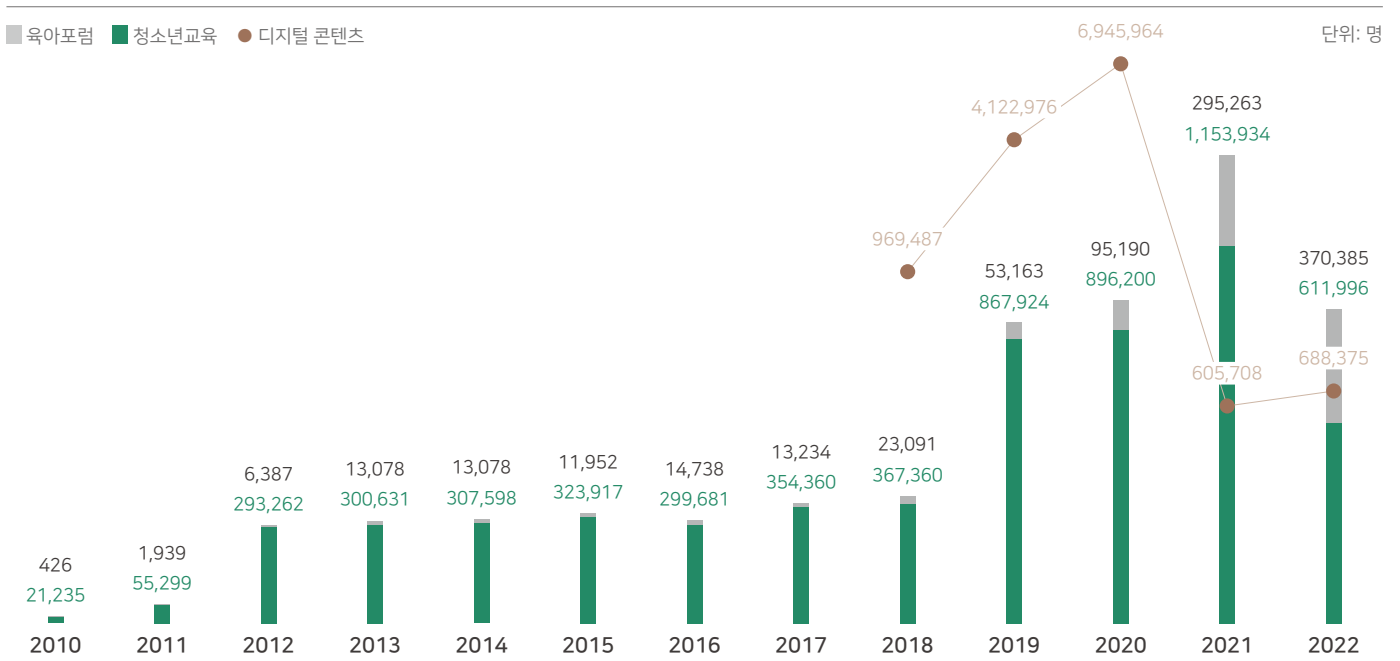
### 소비자 교육 운영

유한킴벌리는 대한민국 대표 생활용품 혁신기업으로서 고객 가치 혁신을 위해 노력하고 있습니다. 청소년과 초부모를 포함한 모든 소비자들이 제품을 올바르게 사용하여 편리하고 안전한 삶, 나아가 지속가능한 소비 생활 환경을 조성할 수 있도록 정보를 제공하고 교육을 실시하고 있습니다. 앞으로도 언제나 고객의 목소리에 귀 기울이며, 제품과 서비스를 통해 고객의 더 나은 경험과 삶의 질 상승에 기여할 것입니다.

### 2022년 소비자 교육

교육	청소년 교육(월경, 보건위생, 성평등)	육아포럼(육아강연/육아제품 정보 제공)
교육 주체	· 전국 초/중/고 보건교사 · 보건교사회와 MOU 체결	· 외부 육아 전문가 · 유한킴벌리 제품 전문가(마케터/R&E 담당자)
교육 대상	· 전국 초/중/고/특수학교 학생	· 육아 예비/초보 부모
교육 방식	· 보건교사를 통한 학교 내 교육 영상 시청 · 제품 샘플 제공 · 운영 플랫폼을 통한 정보 콘텐츠 제공	· 온라인 채널 스트리밍을 통한 강연 · 육아제품 샘플 제공 · 운영 플랫폼을 통한 정보 콘텐츠 제공
교육 및 소통 플랫폼	· '우월해' 블로그/인스타그램/유튜브	· 직영몰 '맘큐위키' 육아포럼/인스타그램/유튜브
주요 교육 내용	· 초경/월경 교육 · - 초등 및 중/고등학교용 교육 콘텐츠 제작 · - 보건교사 및 산부인과 의사 협업 교육 · 보건 위생 교육 · - 마스크 선택/사용법과 손 씻기 교육 진행_한국 소비자원 협업 · - 위생용품 디지털 교육 영상 제작 · 평등한 월경권을 위한 지원 사업 · - 특수학교 대상 처음팬티 및 가이드북 지원 · - 접자 생리대 개발(2023년 5월 출시)	· 육아정보 강연 · - 육아 전문가 초빙 및 초부모들에게 필요한 육아강연 제공 · - 다양한 육아용품(기저귀, 젖병, 마스크, 스킨케어 등)의 선택/사용법에 대해 유한킴벌리 마케터 직접 시연 및 강연 진행 · 육아정보 콘텐츠 제공 · - 포럼 이후 주요 정보를 뉴스 형태로 제작하여 제공
교육 참여자 수	611,996명	370,385명

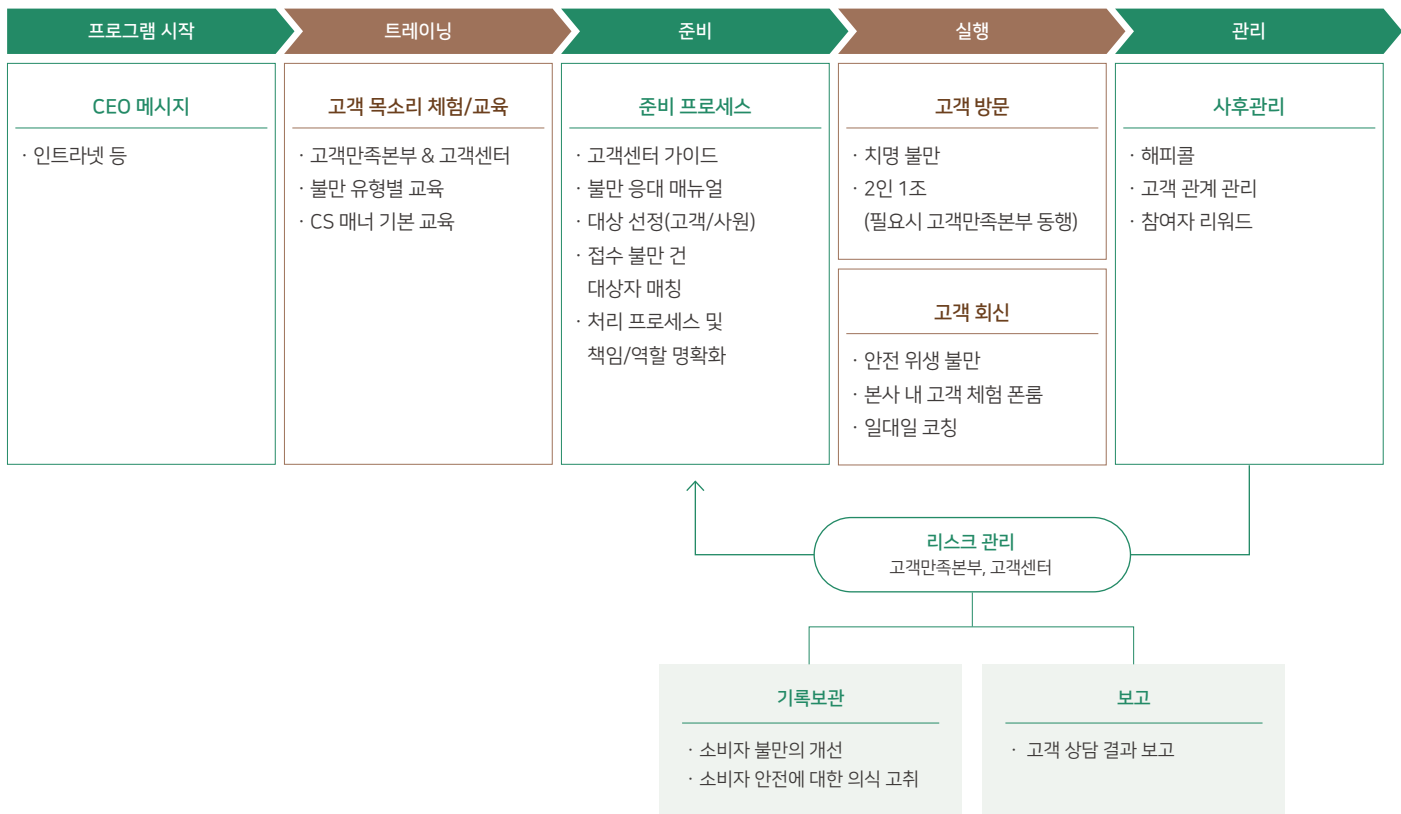
### 소비자 교육 인원(2010~2022년)



**사원 대상 고객 경험 프로그램**

유한킴벌리는 고객의 목소리가 혁신의 출발점이라는 인식 아래, 소비자중심 경영의 내재화를 추구하고 있습니다. 2023년에는 소비자 안전 이슈에 대한 경각심 제고와 전사적인 대응 역량 강화를 위해 ‘사원 대상 고객 경험 프로그램’을 진행하고 있습니다. 이 프로그램은 리더와 주요 유관 사업부문 사원을 대상으로 고객 목소리 체험 교육 및 트레이닝과 함께 불만 고객 방문과 전화 상담을 직접 경험하는 프로그램입니다. 이 프로그램을 통해 소비자 안전에 대한 문제 인식을 높이고 소비자 불만 개선 활동을 가속화할 뿐 아니라 제품으로 인한 리스크를 최소화할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

**사원 대상 고객 경험 프로그램**



### 고객의 목소리 간담회

유한킴벌리는 모든 사업과 서비스에서 소비자를 항상 중심에 두고 소비자 목소리를 적극 청취하고자 2021년부터 '고객의 소리에 귀 기울여 우리가 변혁의 기회로 삼는다면 언젠가 우리는 탁월한 제품과 서비스를 갖추게 될 것이다'를 이어 오고 있습니다. 온/오프라인으로 격월 진행되고, CEO를 포함한 핵심사업 부문장, 공장장, 품질 리더 및 주요 관계자들과 실무자들이 모두 참여하고 있으며, 2022년에는 총 6회의 간담회를 통해 43개 안건을 도출하여 개선했습니다.

#### 고객의 목소리 간담회 중요 안건과 조치 현황

회차	주요 안건	조치 사항
1회차	· 이커머스 서비스 · 생리대 패키지 개선 요구	· 택배배송 지연 및 오배송 감소를 위한 KPI 설정 합의 · 원부자재 소진 시부터 지퍼백 패키지를 카톤으로 변경 적용
2회차	· 물티슈 안전성 시스템 구축 · 제품불만에 대한 고객의 목소리	· 물티슈에 대한 조기경보 체계 구축 및 운영 결정 · 공장별 제품불만 개선을 위한 CS DAY: 제품불만 체험 프로그램 실시
3회차	· 생리대 무표백 제품에 대한 칭찬	· R&E와 연계하여 후속 보완 개선 요청
4회차	· 재구매를 위한 쿠폰 적용 · 이커머스 이벤트에 대한 고객의 목소리	· 일시적 오류 확인 후 재구매를 위한 쿠폰 발행 범위 확대 방안 적용 · 고객 관점의 이커머스 이벤트 기획 및 실시
5회차	· 맘큐 & 오늘플러스 회원 탈퇴 시 별도 탈퇴 불가	· 맘큐 & 오늘플러스 탈퇴 프로세스 및 시스템 수정 개선 완료
6회차	· 소포장 실링 포장불량 · D2MP 직영물: 박스별 반품비 부과 정책 불만	· 재고 전수조사 후 불량제품 확인 및 조치, 불량률 감소 방안 모색 · 자사물과 동일하게 주문건당 반품비 부과로 정책 변경

## 개인정보보호를 위한 노력

### 전담 조직 및 프로세스 운영

유한킴벌리는 고객 개인정보보호를 위한 전담 조직과 프로세스를 갖추고 있습니다. 전담 조직은 개인정보보호책임자(CPO)와 정보보호최고책임자(CISO), 정보보호 담당자로 구성되어 있으며, 체계화된 정보보호 정책과 프로세스를 수립하여 운영합니다. 기술적 측면에서는 최신의 보안 인프라와 시스템을 구축하고 있으며, 사원을 대상으로 개인정보보호에 대한 교육 또한 주기적으로 실시하고 있습니다.

### 정보보호 공시

유한킴벌리는 개인정보보호책임자(CPO)와 정보보호최고책임자(CISO)를 임명하여 개인정보보호 법률과 규정 준수를 감독하고, 보안 위협에 대응하기 위한 전략과 시스템을 구축하고 있습니다. 개인정보보호법에 따라 고객의 개인정보를 보호하고 고객의 고충을 원활하게 처리할 수 있도록 개인정보처리방침을 수립하여 공개하고 있으며, 지속가능성보고서를 통해 정보보호 관련 법/규제 위반 건수, 과태료, 과징금 내역을 매년 공시하고 있습니다.

### 소셜미디어 계정 관리 점검 및 보안 강화

유한킴벌리는 소셜미디어 계정을 통한 중요 정보 유출 또는 고객 피해 사례가 발생하지 않도록 철저히 예방하고 있습니다. 회사가 운영하는 소셜미디어 계정들을 전수 조사하고 강력한 암호 설정과 이중 인증 도입을 통해 계정 접근을 보호하고 있습니다. 또한 계정 담당자들을 대상으로 소셜미디어 관리 교육을 실시하여 관련 보안에 대한 인식 수준을 제고하였습니다.

## 지역사회 가치 창출

유한킴벌리는 지역사회 가치 창출을 위해 사회적 임팩트 목표를 설정하여 관리하고 있습니다. 더 많은 사람들에게 숲에서의 경험을 제공하여 그 가치를 알리고, 숲을 매개로 이 시대가 요구하는 새로운 사회적 의제를 해결하기 위해 행동하고 있습니다. 뿐만 아니라 취약계층 기부 활동과 새로운 사회적 모델로 강화된 굿브랜드 전략을 통해 공급망 내 모든 이해관계자들의 참여를 확대하는 등 기존 사회공헌 활동을 더욱 고도화하였습니다.

### 숲환경 보호 노력

#### ‘우리강산 푸르게 푸르게’ 캠페인

1984년부터 이어 온 ‘우리강산 푸르게 푸르게’ 캠페인은 숲을 매개로 사회문제를 해결하기 위해 유한킴벌리가 지속해 오고 있는 숲환경 공익 캠페인입니다. 황폐화된 국유림의 녹지화를 위해 산림청과 함께 나무를 심기 시작한 이후 사막화, 미세먼지, 탄소 흡수, 산불 복원 등 시대가 요구하는 사회문제를 해결하기 위해 이해관계자들과 활발히 소통해 왔습니다. 현재는 ‘탄소중립의숲’, ‘생물다양성숲’에 집중하여 기후변화에 적극 대응하고 있습니다. 2022년까지 ‘우리강산 푸르게 푸르게’ 캠페인을 통해 심고 가꾼 나무는 55,406,712그루이며, 2030년까지 6천만 그루를 심고 가꾸어 나갈 계획입니다.

‘우리강산 푸르게 푸르게’ 캠페인의 진화





### 기후위기 대응을 위한 탄소중립의숲

유한킴벌리는 2015년부터 공공기관을 비롯한 지자체 및 NGO와 협업하여 공존숲 사업을 진행해 오고 있습니다. 공존숲 사업은 장기적으로 탄소상쇄 효과를 거둘 수 있을 뿐만 아니라 숲 가꾸기를 통해 침당쿨 피해지역 동식물의 종 보존에도 기여할 수 있습니다. 김천, 대전에 조성된 유한킴벌리 '탄소중립의숲'을 통해 2025년까지 각각 약 27,638 tCO<sub>2</sub>e, 28,860 tCO<sub>2</sub>e의 탄소상쇄가 예측됩니다. 2020년부터 조성한 용인 탄소중립의 1호숲에서는 3년간 신혼부부 나무심기를 진행하였으며, 그 나무들이 잘 자랄 수 있도록 2025년까지 숲가꾸기를 이어갈 계획입니다. 앞으로도 유한킴벌리가 추구하는 가치에 공감하는 시민들이 자발적으로 참여할 수 있도록 다양한 기회를 제공해 나갈 것입니다.

#### '탄소중립의숲' 개요

지역	탄소상쇄 사업 기간	면적(ha)	탄소상쇄 예측량(tCO <sub>2</sub> e)
김천	2015.08.12~2025.08.11	222.57	27,638
대전	2015.07.27~2025.07.26	119	28,860
용인	2021.02.24~2030.12.31	19.08*	1,591

\* 2021보고서는 예측치로, 2022보고서는 실측치를 반영하였습니다.

### 비무장지대 인근 연천 자생식물 꿀벌숲 조성

'우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인의 산림생물다양성 보존 활동 중 하나로 '연천 밀원 자생식물 꿀벌숲 나무심기'가 2023년 4월 15일 강원도 연천군에서 진행되었습니다. 이 행사에는 유한킴벌리 신입사원과 자원봉사자 10명, 시민단체 평화의숲에서 4명, 북부지방산림청에서 7명이 각각 참여하여 멸종위기종인 꿀벌들에게 먹이원을 공급하고 지역주민들의 숲 보호 활동과 경제 활동의 기반이 될 헛개나무 300여 그루를 함께 심었습니다.

### 멸종위기종 구상나무 보존

멸종위기에 처한 구상나무는 한라산, 지리산 등 고산지대에서만 자생하는 우리나라 고유 수종으로, 생물다양성 측면에서 그 가치가 매우 높습니다. 기후위기로 인한 기온 상승, 적설량 감소 등으로 '국제자연보전연맹'으로부터 2013년 멸종위기 등급으로 지정되었으며 그 보전을 위한 노력이 절실한 상태입니다. 구상나무 보전을 위해 2021년에 유한킴벌리와 한국수목원정원관리원은 경북 봉화에 위치한 국립백두대간수목원 내에 구상나무 현지 외 보존원 조성을 약속하고, 한라산과 지리산에서 직접 채종한 구상나무 씨앗 140,000개를 파종하여 양묘하고 있습니다. 이 중 일부 씨앗을 국립백두대간수목원 시드볼트에 영구 보관할 수 있도록 기증했습니다.



연천 밀원 자생식물 꿀벌숲 나무심기

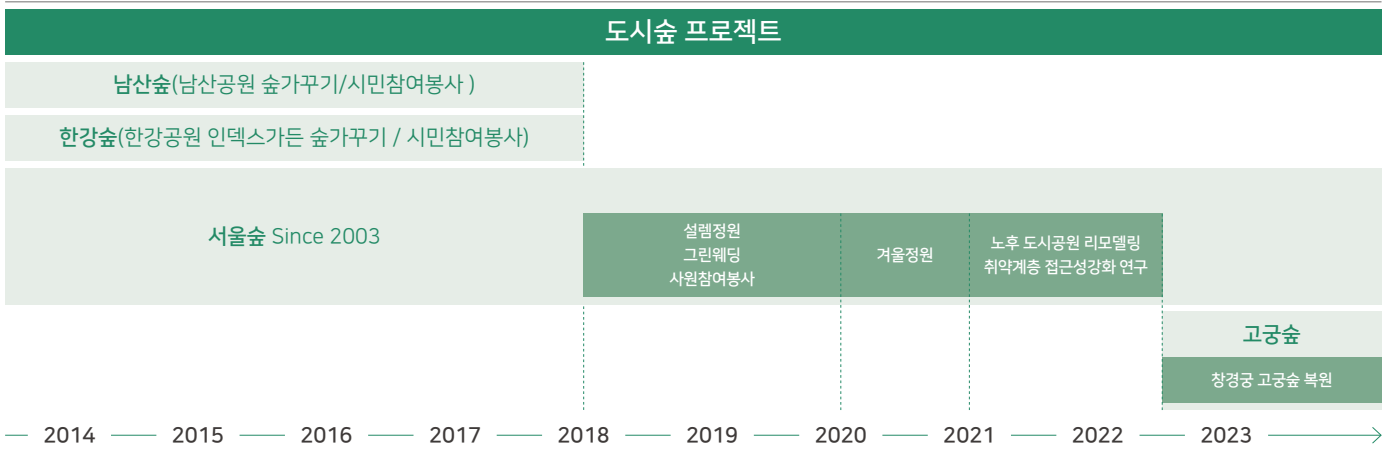


구상나무 시드볼트 영구보관 기증식

**도시숲 프로젝트**

유한킴벌리는 2003년 서울숲 조성 사업을 시작으로 도시에서의 숲의 기능에 집중하여 기후변화 대응 노력을 기울여 왔으며, 2022년까지 20년 동안 서울숲의 다양한 공원문화 확산을 위해 도시숲 활동을 지원하였습니다. 도시숲 프로젝트는 2023년부터 창경궁 권역의 수목 및 녹지 복원 사업으로 전환, 고궁숲 복원의 가치를 담아 새롭게 진행합니다. 이를 위해 2022년 11월 문화재청 공능유적본부 창경궁관리소, 서울그린트러스트와 창경궁숲 복원을 위한 업무협약을 체결하였습니다. 지난 20여 년간 서울그린트러스트와 협력해 서울숲과 한강 등에 도시숲을 조성하고 가꾸어 온 경험을 바탕으로 도심의 녹지축으로서도 중요한 가치를 지니고 있는 창경궁 권역에 적합한 고궁숲을 복원할 계획입니다. 2023년 5월에 진행된 나무심기에는 사원과 사원가족 등 40여 명이 참여하였습니다.

**우리강산 푸르게 푸르게 도시숲 프로젝트(2004년~)**



서울숲 인텍스가든 숲가꾸기



창경궁 궁궐숲 가꾸기

**몽골 유한킴벌리숲**

유한킴벌리는 2003년부터 몽골 셸렝게주 토진나르스 지역에 '유한킴벌리숲'을 조성하여 산불 복원과 기후변화 대응 사업을 시작했습니다. 2023년에는 숲 조성 20주년을 맞이하여 진재승 유한킴벌리 대표이사 사장, 박종호 동북아산림포럼 이사장, 오윤사나 몽골 산림청장, 사잉초크 셸렝게주 부지사 등이 참석한 가운데 20주년 기념식을 진행했습니다. 또한 6월 23일 수도 울란바토르 대통령 관저에서 진행된 진재승 대표이사 사장과 오흐나 후렐수흐 몽골 대통령의 면담에서는 지난 20년간의 사업 경과를 공유하고, 뜻깊은 성과에 대해 상호 감사의 마음을 나누었습니다.



몽골 유한킴벌리숲 20주년 대통령 면담



2023년 몽골숲 20주년 기념식



2023년 몽골숲 20주년 기념식수

## 시민 참여 프로그램

### MZ세대 숲체험 프로그램, 그린캠프

유한킴벌리는 1988년부터 고등학생을 대상으로 미래여성숲 환경리더 양성을 위한 숲체험 프로그램 그린캠프를 운영해 왔습니다. 그린캠프는 물, 토양, 나무, 공기질 등 실제 숲에서의 실험과 체험을 통해 미래 환경리더의 꿈을 지원하는 프로그램입니다. COVID-19 기간에는 참여자를 기존 고등학생에서 숲에 관심이 있는 MZ세대로 확대하여 메타버스에서 숲 교육을 중심으로 운영했으며, 2022년에는 온라인 교육과 국립백두대간수목원의 멸종위기종 보호 현장을 연계하여 진행하였습니다.



그린캠프 메타버스 교육 현장



국립백두대간수목원 그린캠프 숲체험 교육 현장

### 이해관계자와의 소통 - 39주년 반성문 광고 캠페인

‘우리강산 푸르게 푸르게’는 매해 광고 캠페인을 통해 숲환경의 중요성에 대해 소통해 오고 있으며, 2023년 6~7월에는 다가오는 40주년을 앞두고 지난 39년을 되돌아보는 ‘반성문’ 광고 캠페인을 실시했습니다. 시민들과 공감대를 나누기 위해 서울 지역 랜드마크와 대학가 주변, 지하철 스크린도어와 버스 정류장 등에서 대형 옥외광고를 진행했습니다. 이 광고 캠페인을 통해 생물다양성 보존, 산불 예방, 지속적인 숲가꾸기의 필요성 등 사회적 관심과 동참이 필요한 주제를 제시하고, 앞으로 더 노력해야 할 방향에 대한 고민을 공유했습니다. 이를 바탕으로 40주년이 되는 2024년에는 보다 많은 시민들과 소통하며 사회문제 해결에 기여할 수 있는 캠페인을 만들어갈 것입니다.



우리강산 푸르게 푸르게 39주년 반성문 옥외광고



시민 참여 이벤트

### 숲을 주제로 다양한 세대와 소통

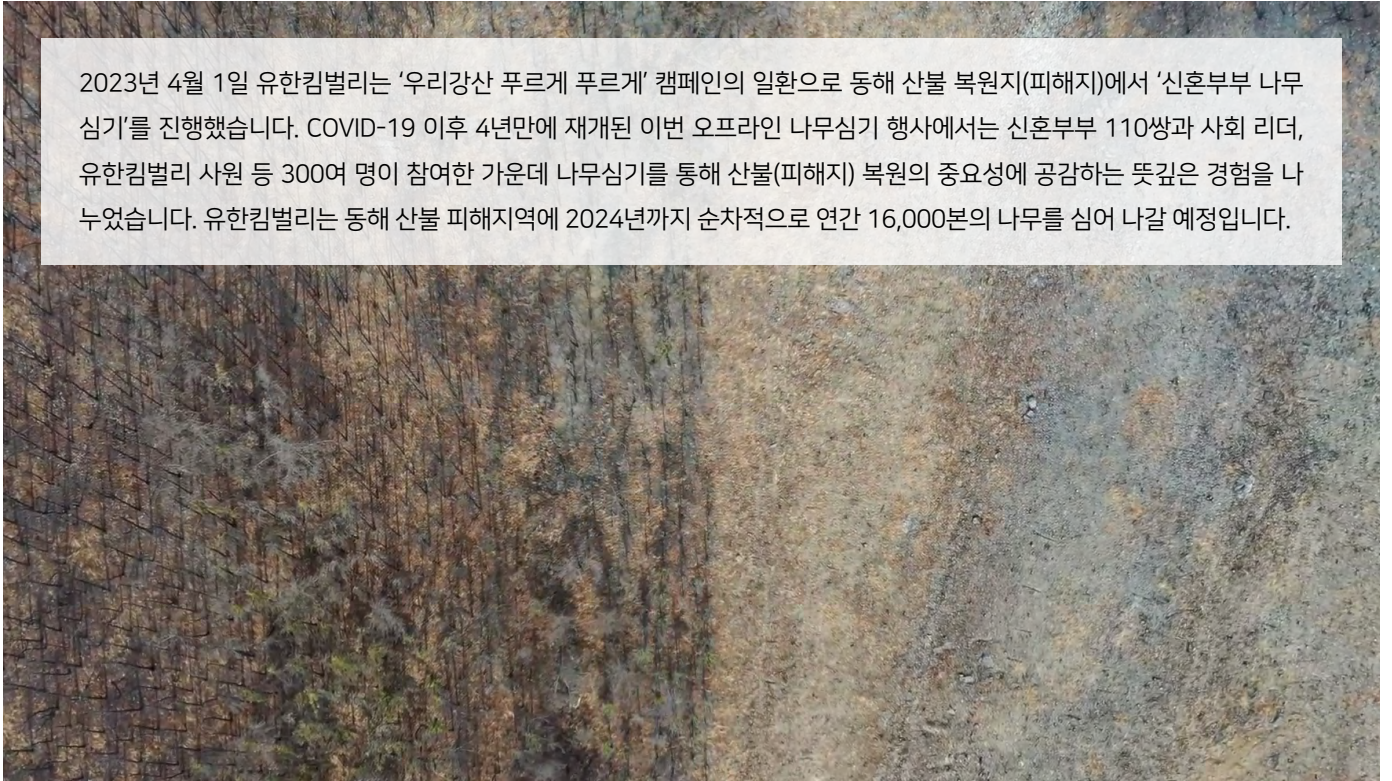
유한킴벌리는 잠 못 이루는 현대인들에게 숲 속에서의 꿀잠을 통한 휴식을 선사하는 ‘우리강산 푸르게 푸르게 숲 속 꿀잠대회’를 개최하며, 한국인의 수면부족 이슈를 제기하고, 숲의 중요성도 함께 알리고 있습니다. 35명이 최종 참여하는 해당 이벤트에 1만 1,187명의 신청자가 몰려 약 320대 1의 경쟁률을 보여주었으며, 수면 중 심박수 측정을 통해 우승자를 가렸습니다. 유한킴벌리는 이러한 이벤트를 통해 다양한 세대와 숲의 소중함에 대해 지속적으로 소통하고자 노력하고 있습니다.



우푸푸 숲 속 꿀잠대회

산불피해지역 신혼부부 나무심기

2023년 4월 1일 유한킴벌리는 ‘우리강산 푸르게 푸르게’ 캠페인의 일환으로 동해 산불 복원지(피해지)에서 ‘신혼부부 나무심기’를 진행했습니다. COVID-19 이후 4년만에 재개된 이번 오프라인 나무심기 행사에서는 신혼부부 110쌍과 사회 리더, 유한킴벌리 사원 등 300여 명이 참여한 가운데 나무심기를 통해 산불(피해지) 복원의 중요성에 공감하는 뜻깊은 경험을 나누었습니다. 유한킴벌리는 동해 산불 피해지역에 2024년까지 순차적으로 연간 16,000본의 나무를 심어 나갈 예정입니다.



2023년 신혼부부 나무심기 포스터

돋보기

메타버스 나무심기

유한킴벌리는 제페토 '우리강산 푸르게 푸르게 숲'을 통해 10대 중심의 미래세대에게 숲의 중요성을 알리고 가상 세계에서 사회공헌 활동에 참여할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 2022년에 진행된 '우푸푸 나무를 심어줘' 캠페인은 가상 공간에서 유저의 참여로 나무를 심으면, 실제 숲에 나무심기를 진행하는 새로운 모델의 사회공헌 캠페인입니다. '우푸푸 나무를 심어줘' 캠페인은 가상과 현실을 잇는 모델로 미래세대의 공감을 확장했다는 점을 인정받아 '2022 앤어워드'에서 디지털 광고 & 캠페인 부문 사회공헌, 이벤트/캠페인 분야 상을 수상하며 2관왕을 달성하기도 했습니다.



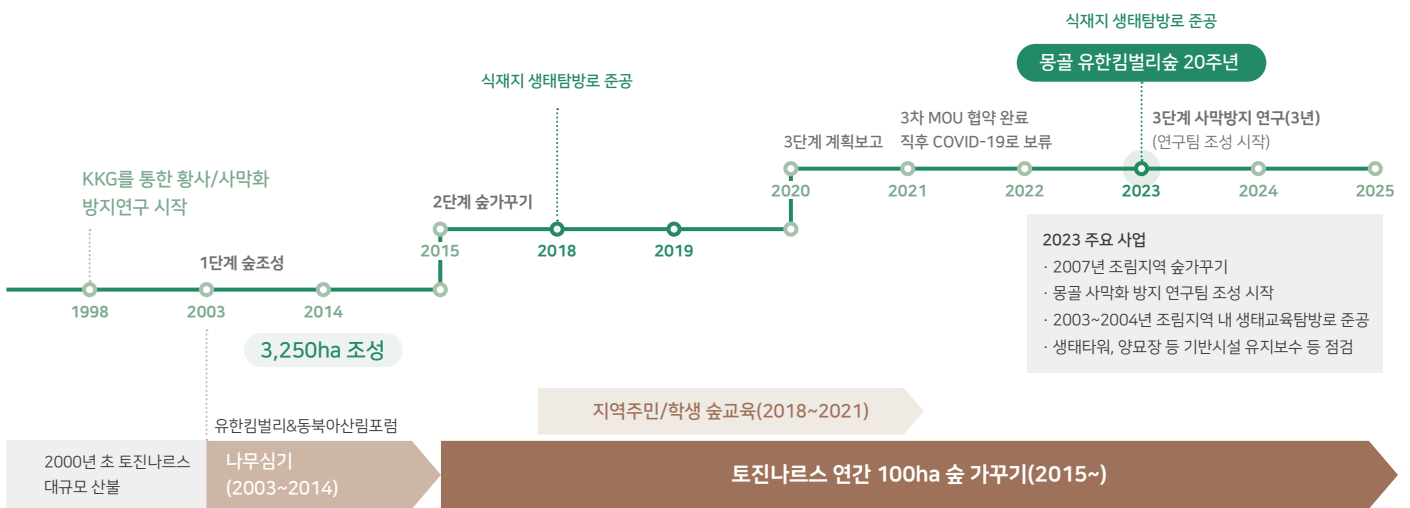
Special Page

# 몽골 유한킴벌리숲 20주년



유한킴벌리와 몽골 나무심기의 인연은 지난 1999년에 시작되었습니다. 당시 한국은 심한 황사 현상을 겪고 있었고, 그 발원에는 한반도 면적의 7배, 세계 면적의 1.2%에 해당하는 넓은 지역임에도 불구하고 국토의 약 41%가 고비사막으로 이루어진 몽골의 사막화가 있었습니다. 이를 계기로 환경문제의 해결은 국경을 넘는 협력이 필요하다는 것을 인식하게 되었고, 1999년 동북아시아 지역의 숲 복원을 통해 산림생태 황폐화와 사막화를 방지하고자 '우리강산 푸르게 푸르게'의 일환으로 '동북아산림포럼'과 함께 몽골의 남고비 사막에 조림 사업 (나무심기, 사막화지역 조사 및 연구 활동 지원, 전문가와의 협력 활동 등 포함)을 시작하였습니다.

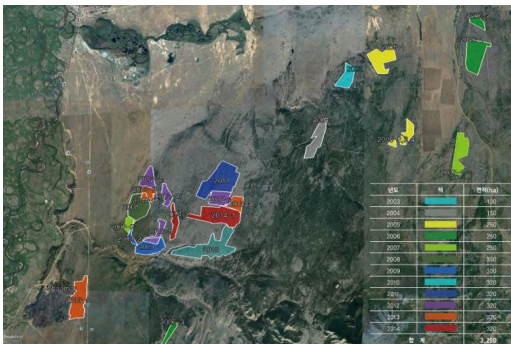
## 몽골 '유한킴벌리숲' 추진 로드맵



2000년 초 셸렝게주에서 발생한 대형 화재로 숲이 소실되어 사막화가 진행될 위기에 놓인 토진나르스(Tujiin Nars)는 역사적/생태적으로 중요한 지역으로, 산림 복구가 시급한 상황이었습니다. 유한킴벌리는 동북아산림포럼, 몽골 지역 정부 등과 협력하여 2003년부터 2014년까지 3,250ha의 면적에 총 1천만 그루 이상의 나무를 심어 숲을 조성하였습니다. 2015년부터 현재까지 몽골 국가 내 최초의 숲가꾸기 사업을 추진해 왔으며, 건강한 숲으로 성장할 수 있도록 매년 100ha 숲가꾸기를 지원하여 지속 관리하고 있습니다. 2018년 7월에는 조성한 숲을 ‘유한킴벌리숲’으로 명명하고, 생태전망대를 설치하였습니다. 유한킴벌리숲을 통해 미래세대를 비롯한 몽골 시민들에게 푸른 숲의 가치를 배울 수 있는 기회를 제공하고 있으며, 인근 지역의 환경 개선과 더불어 주민들의 경제적 편익까지 창출하고 있습니다.

몽골 유한킴벌리숲 조성 개요

연도	수종	면적(ha)	본수(그루)
2003	구주 적송	100	300,000
2004	구주 적송, 잎갈나무	150	450,000
2005	구주 적송	250	750,000
2006	구주 적송	250	750,000
2007	구주 적송	250	750,000
2008	구주 적송	350	1,050,000
2009	구주 적송	300	960,000
2010	구주 적송	320	1,024,000
2011	구주 적송	320	1,024,000
2012	구주 적송	320	1,024,000
2013	구주 적송	320	1,024,000
2014	구주 적송	320	1,024,000
계		3,250	10,130,000



몽골 유한킴벌리숲 식재 구역



몽골 유한킴벌리숲은 몽골 정부와 유한킴벌리, 시민단체, 학계가 협력하여 사막화를 막고 자연생태계 복원에 성공한 세계적 대표 모델로, 2022년에는 몽골 대통령이 유한킴벌리숲을 방문하여 '10억 그루 나무심기'를 선언하기도 하였습니다. 2003년에 시작한 이 사업은 몽골 정부와 협약을 통해 지속해 오고 있으며, 나무심기에 이어 기존 조림지를 가꿈으로써 국경을 넘어선 성숙한 숲의 모델을 제시하고 있습니다.

2023년에는 몽골 유한킴벌리숲 조성 사업 20주년을 맞아 토진나르스에서 기념식을 진행하였습니다. 더 많은 사람들에게 숲의 가치를 알릴 수 있도록 에코타워에 이어 생태탐방로를 오픈하고 기념식수 행사도 함께 진행하여 산림 복원과 사막화 방지에 대한 의지를 새롭게 다졌습니다.

한편, 2022년 제15회 세계산림총회\* 'International Dryland Greening Network' 세미나에서 『몽골숲의 조성 성과와 향후 사막화 방지림 계획』을 내용으로 '우리강산 푸르게 푸르게 몽골숲 조성 사례'가 발표되기도 했습니다.

\* 세계산림총회(WFC)는 유엔식량농업기구(FAO) 주관으로 6년마다 세계 산림 관계자 약 10,000명 이상이 참여해 전 지구적 산림/환경 문제를 공유하고 산림을 통한 해결 방안을 모색합니다. 산림 분야에서 가장 크고 영향력 있는 국제회의로 산림을 올림픽으로 불리기도 합니다.



몽골 유한킴벌리숲 20주년 기념식



몽골 유한킴벌리숲 소개(세계산림총회)

### 몽골 유한킴벌리숲 20주년 대통령 면담

몽골 유한킴벌리숲 조성 사업 20주년을 맞아, 진재승 대표이사 사장과 오희나 후렐수흐 몽골 대통령의 면담이 2023년 6월 23일 수도 울란바토르 대통령 관저에서 진행되었습니다. 면담에서는 지난 20년간의 사업 경과를 공유하고, 뜻깊은 성과에 대해 상호 감사를 표했습니다. 유한킴벌리는 기후변화 대응을 위해 2030년까지 10억 그루의 나무를 심을 것을 선언한 몽골 정부의 노력이 성공리에 진행될 수 있도록 지속적으로 협력하겠다는 의사도 전달했습니다. 이를 뒷받침하기 위해 동북아산림포럼과 함께 유한킴벌리숲 조성 과정에서 축적한 경험과 산림 기술을 적극 제공하고, 몽골 기후에 적합한 건강한 숲을 조성할 수 있도록 도움 계획입니다.



진재승 유한킴벌리 대표이사 사장(좌)과 오희나 후렐수흐 몽골 대통령(우)

유한킴벌리는 1984년부터 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인을 통해 국내/외 국공유림에 나무를 심고 가꾸어 왔습니다. 2003년부터는 심각한 사막화로 대량의 황사를 생성하는 몽골 나무심기의 필요성을 깨닫고 토진나르스 지역에 숲 조성을 시작, 오늘날 1,000만 그루가 넘는 나무가 숲을 이루게 되었습니다.



몽골 유한킴벌리숲

토진나르스 유한킴벌리 숲의 변화 모습



## 사회적 취약계층을 위한 노력

### 여성 인권 및 리더십 강화

세계경제포럼이 2021년 발표한 '젠더(성) 격차 보고서'에 따르면 한국의 성평등 수준은 156개국 중 102위를 기록해 여전히 개선이 필요한 것으로 나타났습니다. 유한킴벌리는 창립 이래 여성 인권 신장과 인식 변화, 생활 혁신을 위해 다양한 제품과 서비스를 제공해 왔고, 월경 교육, 생리대 기부 캠페인 등의 사회책임경영 활동을 통해 여성 인권 증진과 리더십 역량, 젠더 관점 강화를 적극 지지하고 있습니다. 그 중에서도 2007년부터 지속해 오고 있는 여성NGO 리더십육성기금은 기업-시민단체-대학이 참여하는 대표적인 3자 협업 프로그램으로, 한국여성재단에서 선발한 장학생에게 기업에서 기금을 지원하고 대학은 교육을 제공합니다. 이 프로그램을 통해 2022년 12월 기준으로 총 1,058명의 활동가를 지원하였습니다.

여성NGO리더십육성기금 지원 현황(2007~2022년)

(2022년 12월 기준)

NGO 여성 리더 육성 기금	연도	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL
장기과정 미래여성NGO 리더십 과정(석사과정)	인원(명)	10	9	11	10	9	11	10	8	12	10	6	10	10	13	11	8	158
	주파트너	한국여성재단, 한국여성단체연합, 성공회대학교																
단기과정 NGO리더십 심화 과정(3개월)	인원(명)	-	51	61	60	60	60	61	60	60	60	30	60	62	70	70	75	900
	주파트너		여성재단, 이화여대	여성재단, 계명대	여성재단, 계명대	여성재단, 계명대	여성재단, 이화여대	여성재단, 전북대	여성재단, 전남대	여성재단, 이화여대								
TOTAL	인원(명)	10	60	72	70	69	71	71	68	72	70	36	70	72	83	81	83	1,058

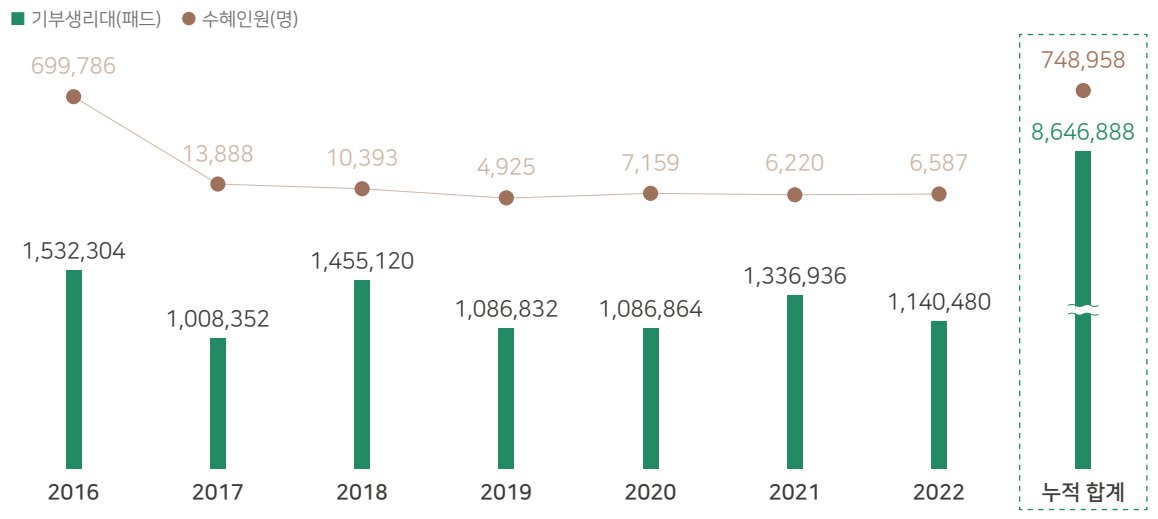
### 월경 교육 및 인식 개선 활동

1971년부터 소비자 교육을 매개로 고객과 소통해 온 유한킴벌리는 특히 교육을 통한 여성 청소년들의 보건 역량 강화와 월경권 증진에 힘써 왔습니다. 2017년에는 '우리는 생리하는 중입니다' 블로그를, 2018년에는 온라인 정보 공유 및 교육 플랫폼 '우리 월경해!'를 개설하여 운영 중입니다. '우리 월경해!'에서는 보건 교사가 학교 현장에서 사용할 수 있는 초경, 월경, 위생 교육 자료, 산부인과 전문의와 제작한 초경 위생 관리 영상 교육 자료 등을 제작/배포하는 등 양질의 교육 콘텐츠를 꾸준히 제공하고 있습니다. 특히 우생중 블로그는 2022년 2월 '우생중 by 달다방'으로 개편을 진행, 유한킴벌리의 여성 건강 큐레이션 앱인 '달다방'과의 시너지를 통해 더욱 다양하고 정확한 생리 건강 정보를 전달하고 있습니다.

### 생리대 100만 패드 기부

유한킴벌리는 여성 인권과 성평등 문화 확산을 위한 기부 활동을 꾸준히 펼치고 있습니다. 한국여성재단과 함께 소외 청소년에게 생리대를 기부하는 '힘내라 딸들아' 캠페인을 2016년부터 지속하며 좋은느낌 생리대를 매년 100만 패드 이상 기부했고, 2022년까지 누적 총 864만 패드 이상의 생리대를 약 75만 명에게 전했습니다. 유한킴벌리는 제품 기부와 함께 월경 교육 자료를 개발하여 수혜자층의 중장기 삶의 질 개선에 기여하고자 노력하고 있으며, 기부 파트너들과 복지 사각지대에 있는 학교 밖 여성청소년, 자립준비청소년 등 생리대 지원이 필요한 대상을 매년 검토, 발굴하는 노력도 함께 하고 있습니다. 또한 유한킴벌리는 생리대 교체에 어려움을 겪는 발달장애 여성을 돕기 위한 좋은느낌 처음생리팬티를 개발해 2020년, 발달장애 아동들에게 무상으로 제공하는 사업을 시행했습니다. 반복적으로 생리대 사용 연습이 필요한 여성들이 쉽고 편안하게 생리대를 교체하는 방법을 배울 수 있도록 전국 특수학교 189개교를 중심으로 교구용 처음생리팬티와 학생용 팬티 등 약 4,200세트와 교육용 브로슈어, 영상 등을 제공해 왔습니다.

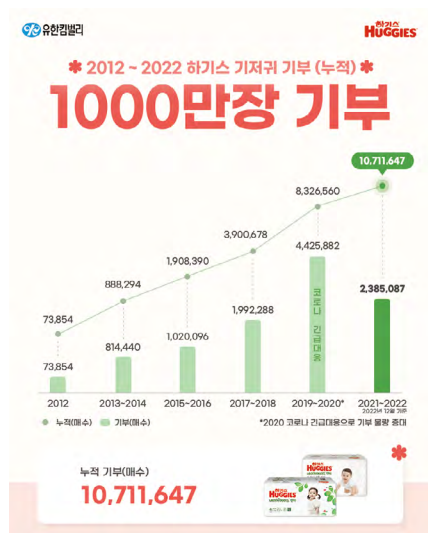
‘힘내라 딸들아’ 생리대 기부 현황(2016~2022년)



기저귀 기부 활동

유한킴벌리는 저출산 기조 속에서 사회적 책임을 다하기 위해 기저귀 기부 활동을 진행하고 있습니다. 2015년 시작된 ‘희망뱅크’ 프로그램은 보육시설, 영유아 가정 등 지역사회 취약계층 아동에게 기저귀를 전달하는 캠페인으로, 매년 각 사업장 사원들이 재포장 자원봉사에 참여합니다. 2022년에는 충주공장에서 1,002백, 대전공장에서 1,121백, 김천공장에서 976백의 기저귀를 사원 봉사 활동을 통해 전달하였습니다.

사원들의 자원봉사로 진행되는 취약계층을 위한 기저귀 기부 외에도 평균적인 임신기간 보다 빠른 37주 미만 또는 출생 체중 2.5kg 이하로 태어나는 신생아를 뜻하는 ‘이른둥이’에 대한 사회적 관심과 배려를 확산하기 위해 2017년부터 이른둥이용 초소형 기저귀 기부를 실시해 왔습니다. 2022년 기준으로 기부 수량은 누적 400만 매를 돌파했으며, 수혜 아기 수는 누적 29,065명에 달합니다. 신생아 집중치료실(NICU)이 있는 종합병원과 대학병원 30여 곳에 무상 공급하고 있으며, 직영물 ‘맘큐’를 통해서도 1인당 3백, 150매를 지원하고 있습니다.



하گی스 기저귀 기부 현황(2012~2022년)



2022 희망뱅크

### 마스크 기부 활동

유한킴벌리 크리넥스는 2015년부터 '미세먼지 걱정아웃' 캠페인을 펼쳐 취약계층에게 누적 130만 장 이상의 마스크를 지원해 왔으며, 특히 2020년에는 창립 50주년 기념식을 생략하고 대구에 마스크 100만 장을 기부하는 등 COVID-19로부터 우리의 소중한 일상을 지키기 위한 노력을 지속해 왔습니다. 2022년에는 월드비전과 전국 희망디딤돌 센터를 통해 취약계층 가정과 자립준비 청년들에게 크리넥스 마스크 30만 장을 전달하였습니다. 또한 청소년과 노년층을 대상으로 한 위생 교육과 COVID-19 예방에 초점을 둔 교육 콘텐츠 배포도 함께 진행하고 있습니다. 콘텐츠는 기획 단계에서부터 보건교사 회가 함께 참여하여 학교에서 아이들의 건강을 위한 수업 자료로도 활용할 수 있도록 제작했으며, 유한킴벌리 '우월해(우리월경해)' 채널 등에서 확인할 수 있습니다.

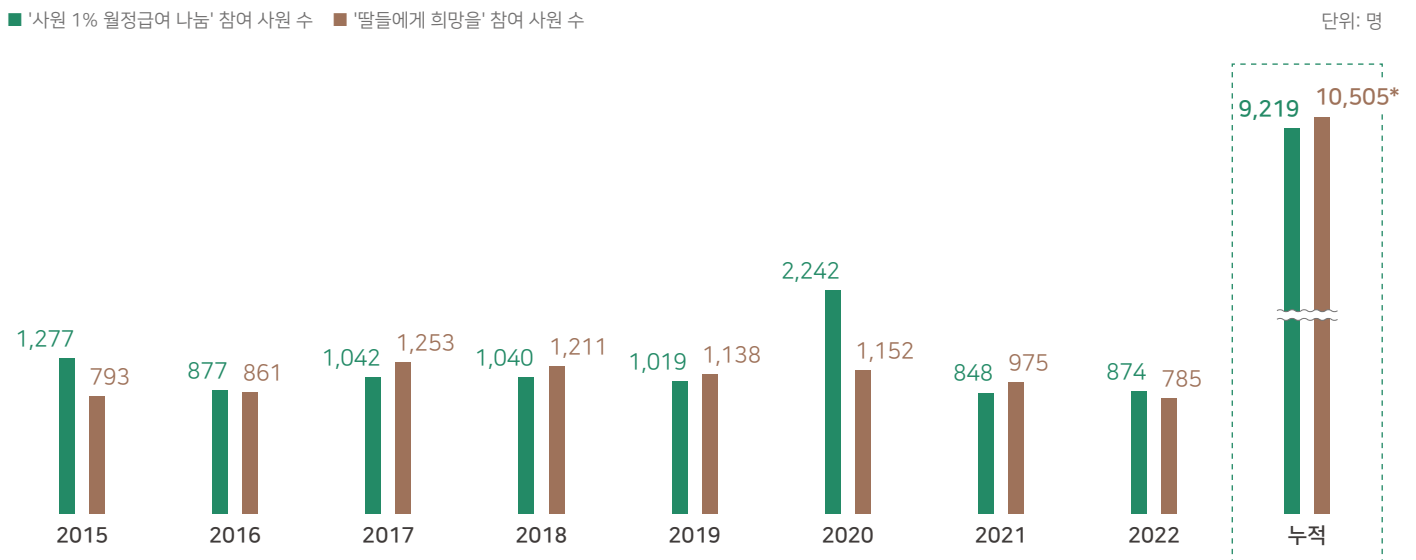


크리넥스 마스크 기부 전달식

### 사원들의 기부 참여

유한킴벌리는 지속가능경영을 실현하고 사회적 책임을 다하기 위해 사원에게 지속적인 기부와 자원봉사 기회를 제공하고 있습니다. 취약계층 시니어를 돕기 위한 대표 사원 참여 기부 프로그램 '사원 1% 월정급여 나눔'은 2015년에 처음 시행되었으며, 11월 급여의 1%를 기부하면 회사에서 기부 금액에 동일한 금액을 더하는 매칭 펀드 방식으로 진행됩니다. 2019년부터는 해피빈 플랫폼을 통해 소비자 모금을 함께 진행하며 사원과 회사, 소비자가 한 마음으로 진행하는 프로젝트로 그 의미를 더해가고 있습니다. 2022년 캠페인에는 총 874명의 사원들이 참여하였으며, 누적 참여 사원 수는 총 9,219명입니다. 회사 매칭 펀드로는 디펜드 시니어위생용품 1,800박스를 한국의료재단을 통해 10곳의 시니어 사회복지관에 전달했습니다. 한편 성평등 문화 확산과 여성 인권 신장에 기여하기 위해 2005년부터 이어 온 '딸들에게 희망을' 기부 릴레이에는 2022년에 총 785명의 사원이 참여하였습니다. 이로써 누적 참여 사원 수가 총 10,505명을 기록하며 누적 참여자 수가 1만 명을 돌파했습니다. 기부 릴레이 모금액은 해피빈을 통해 한국여성재단에 지정 기부됩니다.

### 사원 참여 기부프로그램(2015~2022년)



\* 2005년 이후 누적 수치

돋보기



튀르키예 지진 피해지역 응급구호물품 전달

**튀르키예 지진 피해지역 응급구호물품 전달**  
 유한킴벌리는 2023년 2월 튀르키예 및 시리아에서 발생한 지진 피해 구호를 위해 3월 초에 응급구호물품을 지원했습니다. NGO 단체인 지파운데이션과 소통해 하گی스/그린핑거 기저귀 558박스, 라네이처 생리대 100박스, 그린핑거 칫솔/물티슈 50박스 등 현금 포함 약 1억 원 상당의 현지에서 필요로 하는 구호물품을 전달해 지진 피해지역 주민들을 위로했습니다.

## 사회적 포용성 강화를 위한 가치 확산

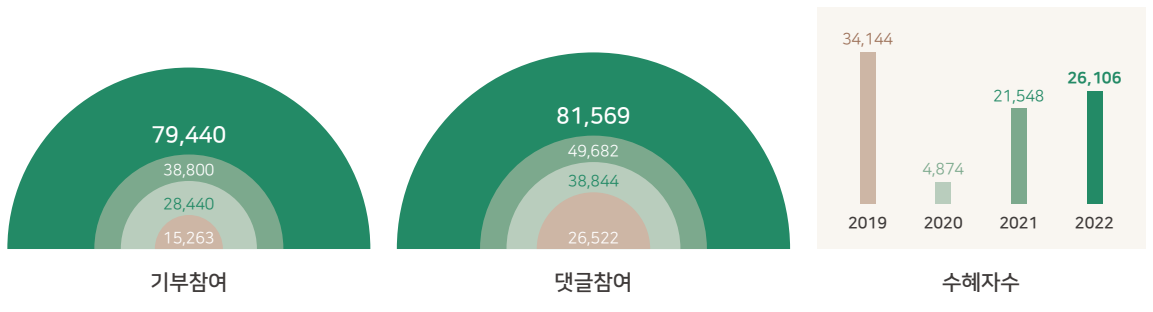
### 기부 플랫폼을 통한 가치 확산

유한킴벌리는 기존의 굿브랜드 제품 기부 활동과 더불어 기부 플랫폼을 활용해 소비자들이 직접 도움이 필요한 대상에 대해 공감하고 기부할 수 있도록 소통의 장을 마련하고 있습니다. 기부 플랫폼에서 이루어지는 ‘굿액션’으로 기부의 가치는 더해지고, 기부와 함께 응원도 보낼 수 있습니다. 2019년 기부 플랫폼 통합 이후 플랫폼을 통한 직접 기부와 응원은 지속적으로 늘어나는 추세입니다. 2022년에는 전년의 두 배 수준인 79,440명의 소비자가 유한킴벌리와 함께 기부에 참여했고, 81,569명의 소비자가 기부 캠페인에 응원의 댓글로 함께 했습니다. 그 결과, 총 403개 단체, 2만 6천 명 이상에게 기부 물품이 전달되었습니다.

### 기부 캠페인 참여(기부 플랫폼)

● 2019 ● 2020 ● 2021 ● 2022

단위: 명



### 사업장 지역사회 공헌활동

유한킴벌리는 사업장이 속한 지역사회와 함께 성장하기 위해 기업시민의 역할을 다하고자 노력합니다. 지역 공장에서 노경과 협력해 지역사회발전기금을 활용한 사회공헌 활동을 활발히 진행하고 있으며, 사원들도 기부와 봉사로 지역사회 이웃을 돕고 있습니다. 이러한 사회적 책임 실천은 유한킴벌리의 과거와 현재, 미래를 이어주는 핵심가치이기도 합니다. 2022년 지역사회발전기금은 소비자 매칭 펀드로 운영하여 14,605명의 소비자가 모금에 함께 참여하였고, 모금액은 사회복지공동모금회를 포함한 9개 단체에 전달하였습니다.

#### 지역사회 공헌활동 확대 모델



### 신혼부부 소통학교

유한킴벌리는 2009년부터 서울YWCA와 함께 신혼부부들을 대상으로 소통을 통해 배움을 실천하는 '생명사랑 신혼부부학교' 프로그램을 운영하고 있습니다. 신혼부부학교는 행복한 부부가 행복한 사회의 기초가 된다는 가치를 기반으로 하고 있으며, 신혼부부들이 건강한 가정을 만들고 나아가 저출생의 사회문제 해결에 기여하는 것을 목표로 하고 있습니다. COVID-19로 인해 비대면 활동과 병행하면서 2021년부터 온라인 참가자가 증가하였으며, 2022년에는 부부가 함께 걸으며 소통하는 '그리너 챌린지' 온라인 프로그램을 운영해 25,820명이 참여했습니다. 오프라인 프로그램에는 102쌍(204명)이 참석해 숲에서 함께 라이브 공연을 관람하고 부부 소통 강연을 듣는 등 즐거운 시간을 나눴습니다.

생명사랑 신혼부부학교 참여자 수(2009~2022년)

단위: 명

연도	~2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	누적(2009~)
생명사랑 신혼부부학교	1,192	180	288	304	544	890	7,616	26,024	37,038

**유한킴벌리 그린임팩트펀드 - 사회·환경 변화 선도 소셜 벤처·스타트업 기업 육성 지원**

2021년 유한킴벌리는 펀드 운용사 MYSC, 사단법인 피피엘과 함께 지속가능한 사회/환경 변화를 이끌어 나갈 소셜벤처를 육성하는 사회공헌 사업을 시작하였습니다. 지속가능 분야에서 잠재력이 있는 소셜벤처/스타트업에 투자하는 '유한킴벌리 그린임팩트펀드'는 2022년에는 재생에너지 발전량을 예측하여 에너지 통합관리 시스템을 운영하는 '식스티헤르츠', 지능형 수륙양용 로봇을 활용해 모니터링 솔루션을 제공하는 '아트와', 친환경 소재를 활용하여 배터리를 개발하는 '코스모스랩'에 투자하였고, 2023년에는 2년 연속 공모전을 진행하여 투자 기업을 선정하기도 하였습니다. 이들 기업에게는 그린임팩트 기금 투자와 함께 유한킴벌리의 기업문화와 ESG 관련 사원 멘토링 기회를 제공하며, 펀드 운용사를 통한 자원 연계와 임팩트 모니터링 혜택도 지원합니다. 소셜벤처/스타트업이 성장하여 발생하는 기금 투자 수익은 그린임팩트 프로젝트를 위한 투자 재원으로 재투입될 예정입니다.

**투자사 한 눈에 보기**

1차년도 기금 투자 기업	 60 Hertz 식스티헤르츠	 아트와	 COSMOS LAB 코스모스랩
솔루션	예측기술을 기반으로 태양광, 풍력 발전소 관리를 위한 가상발전소(Virtual Power Plant) 솔루션 개발	수륙양용로봇을 활용해 자동화된 수질 모니터링 서비스를 제공하고 소형화된 로봇으로 관로 탐사 서비스로 중대재해 대응	차세대 비발화성·친환경 수계 배터리 셀을 제조하여 원료부터 제조, 이용까지 모든 단계에 자연 친화적인 배터리 개발
SDGs 부합 목표	 7 지속가능한 에너지  13 기후변화 대응	 6 깨끗한 물과 위생  15 육상 생태계 보호	 3 건강과 웰빙  13 기후변화 대응
2차년도 기금 투자 기업	 창득	 에코넥트	 리베이션
솔루션	장사 고수와 소상공인 간 1:1 컨설팅 매칭 플랫폼을 지향하며, 이를 통해 소상공인 폐업 및 폐업 시 발생하는 건축 폐기를 저감	친환경 소재 큐레이팅 알고리즘을 기반으로, 상품별로 적용 가능한 최적화된 친환경 소재 탐색 및 적합성 검토 솔루션 제공	친환경 소재의 패키징 제품 R&D부터 제조까지, B2B 맞춤형 친환경 제품 원스톱 개발 솔루션 'RESTUDIO' 서비스 제공
SDGs 부합 목표	 8 지속적인 경제성장과 양질의 일자리 창출  11 지속가능한 도시 및 거주지 조성	 11 지속가능한 도시 및 거주지 조성	 12 지속가능한 소비와 생산

**함께일하는재단과 함께하는 시니어 임팩트 펠로우십**

유한킴벌리는 초고령화 사회문제 해소에 기여하고 시니어 비즈니스 기회를 확장할 수 있는 혁신적이고 지속가능한 대응 방안을 제시하는 사회혁신가를 지원하기 위해 시범 사업인 '시니어 임팩트 펠로우십'을 진행하고 있습니다. 지난 10년간의 시니어 일자리 창출 경험을 바탕으로 함께일하는재단과 시니어 분야 사회혁신가를 발굴하고 펠로우십 기금을 지원하는 사업으로, 2023년 공모전을 통해 3명의 사회혁신가를 선정했습니다. 대상자들에게는 연간 3천만 원의 펠로우십 기금을 지원하며, 유한킴벌리 위생/건강케어 플랫폼 '오늘플러스', 함께일하는재단 창업 지원 사업 등과의 연계, 시니어 분야 선배 창업자를 비롯한 전문가 멘토링, 프로젝트 공간, 네트워크 지원 등의 다양한 혜택도 함께 제공됩니다.

**1기 시니어 임팩트 펠로우십 지원 분야**



시니어  
치매 예방 교육



시니어  
일자리 창출



시니어  
건강 관리



유한킴벌리  함께일하는재단  함께일하는재단

**시니어  
임팩트  
펠로우십  
모집**

2023.  
3.8 ~  
3.31

유한킴벌리가 초고령 사회문제를 혁신적인 대응 방안으로 해결하고자 하는 사회적 혁신가 및 기업가들을 모집합니다.

숫자로 보는 유한킴벌리 사회공헌 활동(2015~2022년)

구분	단위	시작연도	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	누적기여*	
숲환경	나무심기 및 숲가꾸기 수 (초목, 교목 포함)	그루	1984	326,880	671,757	640,300	769,361	564,630	536,315	573,441	523,961	55,406,712
	숲가꾸기 관리 면적	ha	1984	109	224	213	256	188	139	191	175	18,429
	자원봉사 참여	명	2015	-	2,509	2,183	4,361	2,459	-	-	57	11,569
	신혼부부 나무심기	명	1985	600	600	650	650	639	11,902	20,000	5,610	59,595
	청소년 환경 교육 (그린캠프)	명	1998	120	110	98	98	176	209	400	400	5,670
	시니어(산촌학교)**	명	2016	-	79	78	80	40	632	0	0	927
	숲 환경보호 소통 (구독자 수)	명	2015	10,185	13,165	28,947	71,471	164,139	181,979	174,948	175,679	644,834
사회적 소외계층	시니어 (일자리 창출)***	개	2002	54	127	147	168	68	0	0	0	746
	NGO 여성 (리더십 교육)	명	2007	72	70	36	70	72	83	81	83	1,058
	신혼부부 (생명사랑학교)	명	2009	166	180	288	304	544	890	7,616	26,024	37,038
	저소득층 여성 (생리대 기부)	명	2016	-	699,786	13,888	10,393	4,925	7,159	6,220	6,587	748,958
기부와 자원봉사	불우 시니어 돕기 (1%월정급여기부)	명	2015	1,277	877	1,042	1,040	1,019	2,242	848	874	9,219
	성평등 기금 (사원 기부 릴레이)	명	2005	793	861	1,253	1,211	1,138	1,152	975	785	10,505
	불우아동 돕기 (희망뱅크 기저귀 기부)	Bag	2012	7,831	8,075	5,679	5,289	15,324	4,174	3,509	3,099	66,439
소비자	소비자 교육 (육아포럼)	명	2011	11,952	14,738	13,234	23,091	53,163	95,190	295,263	370,385	912,240
	소비자 교육 (청소년 월경 교육)	명	1972	323,917	299,681	354,360	367,540	867,924	896,200	1,153,934	611,996	19,143,469

\* 누적기여: 시작연도 이후 사회공헌 활동 전체 누적 현황

\*\* 시니어 산촌학교: 2021년 사업 종료

\*\*\* 시니어 일자리 창출: 2019년 사업 종료