

사람이 희망이다

CEO 메시지 04
유한킴벌리의 가치 재배분 06

개요

01

| | | |
|----|---------------|----|
| 개요 | CEO 메시지 | 04 |
| | 유한킴벌리의 가치 재배분 | 06 |

| | | |
|-----------|-------------|----|
| 지속가능경영 전략 | 지속가능경영 체계 | 08 |
| | 이해관계자 소통 채널 | 11 |
| | 이중 중대성 평가 | 13 |

| | | |
|---------|----------------------|----|
| 스페셜 페이지 | 지속가능성보고서 발간 20년 특별기획 | 17 |
|---------|----------------------|----|

| | | |
|-----------|--------|----|
| 지속가능경영 기반 | 지배구조 | 25 |
| | 윤리투명경영 | 26 |
| | 위기관리 | 29 |
| | 정보보호 | 32 |

| | | |
|------------|-------------|----|
| 지속가능경영 성과 | | |
| 환경성과 | 환경경영 체계 | 36 |
| | 지속가능제품 | 39 |
| | 자원순환 및 폐기물 | 43 |
| | 수자원 및 오염물질 | 46 |
| 경제성과 | 온실가스 및 에너지 | 48 |
| | 생물다양성 | 54 |
| | 비즈니스 경쟁력 강화 | 58 |
| | 비즈니스 모델 혁신 | 60 |
| 사회성과 | 비즈니스 전과정 혁신 | 62 |
| | 사원 경험과 성장 | 66 |
| | 노경협업 | 73 |
| | 인권경영 | 75 |
| | 안전보건 | 77 |
| | 제품 안전과 품질 | 81 |
| | 고객 만족 | 84 |
| | 공급망 관리 | 88 |
| 지역사회 가치 창출 | 92 | |

| | | |
|----|---------------------|-----|
| 부록 | 유한킴벌리 소개 | 98 |
| | ESG 정량 성과 | 99 |
| | GRI 대조표 | 110 |
| | TCFD 대조표 | 115 |
| | SASB 대조표 | 116 |
| | 유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 준수 | 117 |
| | UN SDGs 기여 활동 | 120 |
| | 제3자 검증의견서 | 124 |
| | 온실가스 검증서 | 126 |
| | 주요 수상, 인증 및 협력 파트너 | 127 |
| | 지속가능성보고서 독자 의견 모니터링 | 129 |

CEO 메시지



우리 사회에 지속가능경영의 좋은 모범이 되도록 더욱 노력하겠습니다

존경하는 이해관계자 여러분,

2025년은 유한킴벌리가 창립 55주년을 맞이하는 해이자, 지속가능성보고서를 20번째로 공개하는 의미 있는 해입니다. 끊임없이 성장해온 시간을 돌아보며, 우리는 어떻게 변화해왔는지, 그 변화 속에서도 변함없이 지켜온 것은 무엇인가를 고민해봅니다. 기업과 사회·환경 모두를 위한 조화로운 성장, 즉 경제적 성과와 더불어 사회·환경적 성과를 함께 추구해 나간다는 것은 여전히 쉽지 않은 선택이며, 동시에 담대한 혁신을 요구하는 길임을 잘 알고 있습니다. 유한킴벌리가 나아가야 할 길은 여전히 멀지만, 오늘의 실천이 지속되고 쌓여 다음을 내딛는 힘이 되어왔음을 기억하고, 멈추지 않고 지속해 나가겠습니다.

2024년 경제·사회·환경 성과

경제적 측면에서는 국내 신생아 수 및 여성 수 감소로 인한 유아용품 및 여성시장의 축소, 유통 파트너의 수익 전략 변화에 따른 영향, 전세계적 불확실성 증가 등의 영향으로 2024년 매출은 전년 대비 4.4% 감소한 1조 3,809억 원을 기록했습니다. 전체 시장 축소와 핵심 사업의 고전 속에서도, 에이징케어 사업과 육아용품, 물티슈, 청소용품 사업에서는 매출 성장을 달성했고, 긍정적인 잠재력도 함께 확인했습니다. 요실금 패드는 14.2%의 매출성장을 기록했으며, 유아동용품의 시장점유율은 지속 성장했고, 육아용품에서는 식물유래원료를 적용한 첫병을 국내 최초로 선보이며 리더십을 강화했습니다.

동시에 신규 부직포 생산 설비와 김천공장 전력 라인 지중화 등에 총 455억 원을 투자하며 미래 성장 동력을 확보했습니다. 또한 급변하는 물류 환경에 대응하기 위한 물류 네트워크 설계 프로젝트를 통해 경쟁력있는 공급망을 구축하였고, 물류 이동거리 합리화 등을 통해 온실가스 감축과 탄소 발자국 저감에도 기여했습니다.

사회·환경적 측면에서는 2024년 유한킴벌리 대전공장이 탐폰 제조시설로서는 국내 최초로 의약외품 GMP(Good Manufacturing Practice) 인증을 획득해 제품 안전성과 품질 체계를 한층 강화했습니다. 김천공장은 산림관리협의회(Forest Stewardship Council®)의 FSC® CoC 인증(FSC® C207933)을 획득하여, 김천공장에서 생산되는 크리넥스 화장지 전제품을 비롯해 미용티슈, 키친타월 일부를 아우르는 제품에 대해 인증산림에서의 원료부터 최종 가공까지 공정에 대한 지속가능성을 공식적으로 인증받게 되었습니다. 이는 제품 환경성을 앞장서 고민하는 크리넥스 브랜드의 노력을 알 수 있는 유의미한 성과입니다.

사람이 희망이다

| | | |
|-----------|----------------------|-----|
| 개요 | CEO 메시지 | 04 |
| | 유한킴벌리의 가치 재배분 | 06 |
| 지속가능경영 전략 | 지속가능경영 체계 | 08 |
| | 이해관계자 소통 채널 | 11 |
| | 이중 중대성 평가 | 13 |
| 스페셜 페이지 | 지속가능성보고서 발간 20년 특별기획 | 17 |
| 지속가능경영 기반 | 지배구조 | 25 |
| | 윤리투명경영 | 26 |
| | 위기관리 | 29 |
| | 정보보호 | 32 |
| 지속가능경영 성과 | | |
| 환경성과 | 환경경영 체계 | 36 |
| | 지속가능제품 | 39 |
| | 자원순환 및 폐기물 | 43 |
| | 수자원 및 오염물질 | 46 |
| | 온실가스 및 에너지 | 48 |
| | 생물다양성 | 54 |
| 경제성과 | 비즈니스 경쟁력 강화 | 58 |
| | 비즈니스 모델 혁신 | 60 |
| | 비즈니스 전과정 혁신 | 62 |
| 사회성과 | 사원 경험과 성장 | 66 |
| | 노경협업 | 73 |
| | 인권경영 | 75 |
| | 안전보건 | 77 |
| | 제품 안전과 품질 | 81 |
| | 고객 만족 | 84 |
| | 공급망 관리 | 88 |
| | 지역사회 가치 창출 | 92 |
| 부록 | 유한킴벌리 소개 | 98 |
| | ESG 정량 성과 | 99 |
| | GRI 대조표 | 110 |
| | TCFD 대조표 | 115 |
| | SASB 대조표 | 116 |
| | 유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 준수 | 117 |
| | UN SDGs 기여 활동 | 120 |
| | 제3자 검증의견서 | 124 |
| | 온실가스 검증서 | 126 |
| | 주요 수상, 인증 및 협력 파트너 | 127 |
| | 지속가능성보고서 독자 의견 모니터링 | 129 |

CEO 메시지

사람이 희망이다

2024 유한킴벌리
스무번째 지속가능성보고서

전사적 차원에서는 ESG 리스크를 사전 점검하고 대응하고 있으며, 지속가능성 이니셔티브 목표를 초과 달성했습니다. 2024년 기준 지속가능제품 매출 비중 63% 달성, 석유계 플라스틱 4,100톤 저감(2019년 대비), 온실가스 배출량은 14.2% 저감(2015년 대비)했습니다. 또한 핸드타월 자원순환 바이사이클 캠페인을 지속 확대하고, 전과정평가(LCA)를 실시해 핸드타월 재활용의 기존 폐기 후 소각 방식 대비 온실가스 저감 효과를 객관적으로 입증했습니다. 무엇보다 2024년은 '우리강산 푸르게 푸르게' 숲환경 공익 캠페인이 40주년을 맞은 해였습니다. 국내외 약 16,500ha 면적(여의도 56배 크기)에 누적 5,700만 그루 이상의 나무를 심고 가꾸오는 여정은 이해관계자와 함께 성장하고자 하는 유한킴벌리 경영의 근간이 되었습니다. 생리 빈곤 문제 해결에 기여하고, 보편적 월경권을 위한 좋은느낌의 '힘내라 딸들아 캠페인'은 올해로 10년차를 맞이하며, 하gis 이룬동이용 초소형 기저귀도 누적 600만 패드 기부를 넘어섰습니다.

2025년 지속가능성을 위한 과제

2025년에도 경기 침체와 대내외적인 불확실성은 지속될 것으로 예상됩니다. 어려운 환경 속에서 지속가능한 성장에 대한 답은 언제나 기본에 있음을 기억합니다. 나라를 성장시키는 이가 국민이듯, 기업 성장의 원동력은 결국 소비자입니다. 지금 우리에게 소비자의 눈으로 생각하고, 소비자의 마음으로 행동하는 것이 무엇보다 중요합니다.

2025년은 유한킴벌리만의 독보적인 강점을 성장 전략으로 전환하여 강력한 선순환을 이뤄가고자 합니다. 유한킴벌리의 성장을 이끌어내는 차별화된 강점은 소비자의 눈으로 기회를 발굴하고, 가장 민첩한 접근법으로 이를 실행하며, 1등 기업의 정신으로 행동하고, 통합된 가치사슬 내 시너지를 창출하는 데 있습니다. 핵심 사업의 성장, 전략적 인접 영역에서의 추가 성장, 생산성 향상을 포함한 다양한 혁신 기회 창출을 통해 이해관계자 여러분께 더 큰 가치를 제공할 것입니다.

유한킴벌리 제품과 서비스는 아기부터 어르신까지 대한민국 모든 국민이 매일 접하고 사용합니다. 소비자의 눈으로 본다는 것은 더 높은 수준의 기대와 사회와 환경에 대한 소비자들의 고민까지 함께 고려함을 의미합니다. 이해관계자의 눈과 마음을 기준 삼아 행동하겠습니다.

지난해 유한킴벌리는 기업 최초로 국가품질특별상 지속가능경영부문 대통령 표창을 수상했습니다. 늘 저희에게 인정과 함께 기대를 전해주시는 이해관계자 여러분께 진심으로 감사드립니다. 어려움이 있는 시기에도 변함없이 이해관계자 목소리에 귀 기울이고, 경제·사회·환경을 고려한 조화로운 성장을 이어가겠습니다.

감사합니다.

2025년 6월
유한킴벌리 대표이사 사장 이 제훈

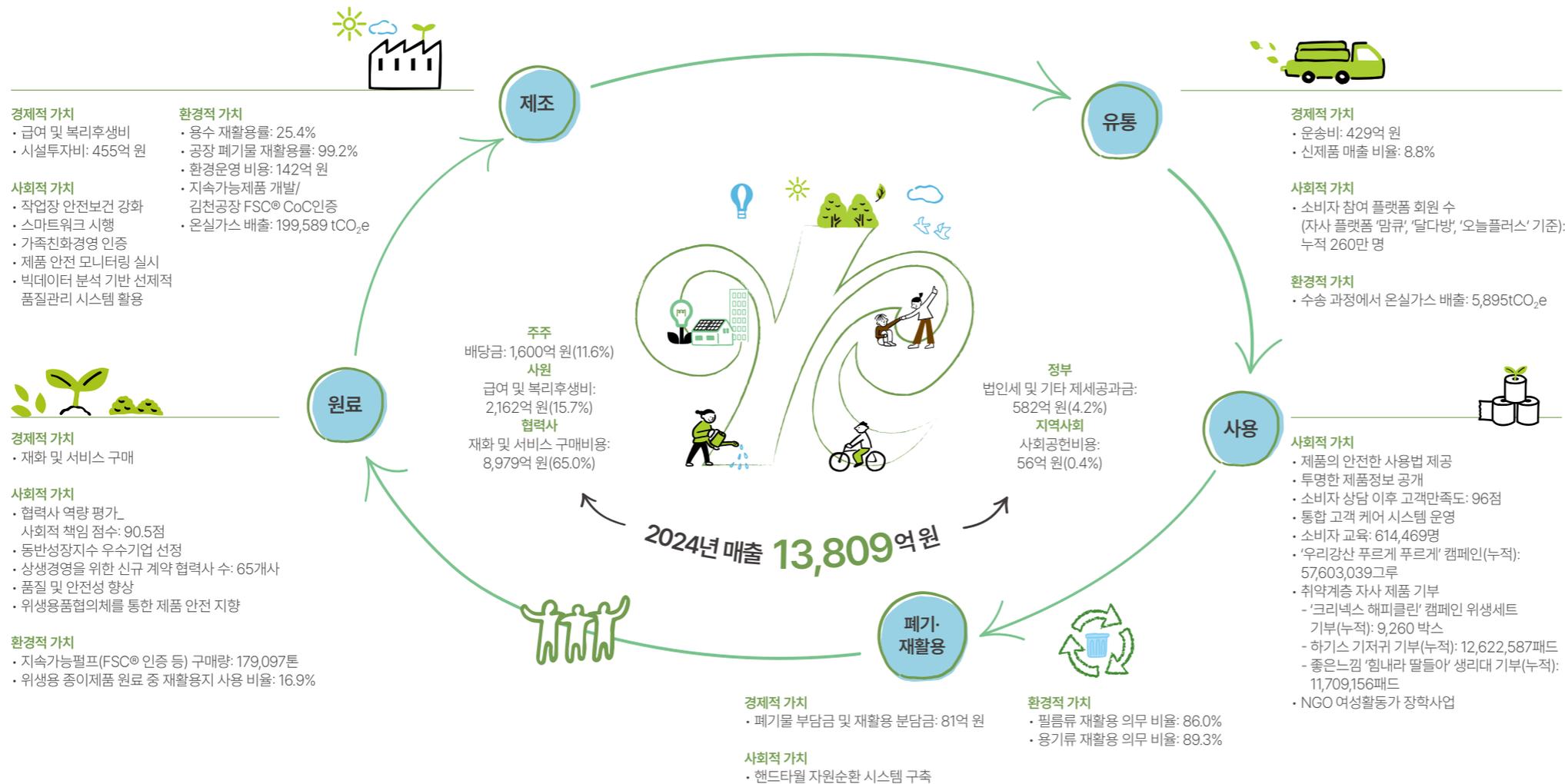
사람이 희망이다

| | | |
|-----------|----------------------|-----|
| 개요 | CEO 메시지 | 04 |
| | 유한킴벌리의 가치 재배분 | 06 |
| 지속가능경영 전략 | 지속가능경영 체계 | 08 |
| | 이해관계자 소통 채널 | 11 |
| | 이중 중대성 평가 | 13 |
| 스페셜 페이지 | 지속가능성보고서 발간 20년 특별기획 | 17 |
| 지속가능경영 기반 | 지배구조 | 25 |
| | 윤리투명경영 | 26 |
| | 위기관리 | 29 |
| | 정보보호 | 32 |
| 지속가능경영 성과 | | |
| 환경성과 | 환경경영 체계 | 36 |
| | 지속가능제품 | 39 |
| | 자원순환 및 폐기물 | 43 |
| | 수자원 및 오염물질 | 46 |
| | 온실가스 및 에너지 | 48 |
| | 생물다양성 | 54 |
| 경제성과 | 비즈니스 경쟁력 강화 | 58 |
| | 비즈니스 모델 혁신 | 60 |
| | 비즈니스 전과정 혁신 | 62 |
| 사회성과 | 사원 경험과 성장 | 66 |
| | 노경협업 | 73 |
| | 인권경영 | 75 |
| | 안전보건 | 77 |
| | 제품 안전과 품질 | 81 |
| | 고객 만족 | 84 |
| | 공급망 관리 | 88 |
| | 지역사회 가치 창출 | 92 |
| 부록 | 유한킴벌리 소개 | 98 |
| | ESG 정량 성과 | 99 |
| | GRI 대조표 | 110 |
| | TCFD 대조표 | 115 |
| | SASB 대조표 | 116 |
| | 유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 준수 | 117 |
| | UN SDGs 기여 활동 | 120 |
| | 제3자 검증의견서 | 124 |
| | 온실가스 검증서 | 126 |
| | 주요 수상, 인증 및 협력 파트너 | 127 |
| | 지속가능성보고서 독자 의견 모니터링 | 129 |

유한킴벌리의 가치 재배분

그림으로 본 지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리는 경영활동으로 창출한 가치를 공급망을 포함한 가치사슬과 기업을 둘러싼 외부환경에 재배분하고 있습니다. 전체 매출액 중 원료 구매 비용부터 최종 이해관계자들에게 배분되는 비용에 이르기까지 경제적 수익성, 사회적 책임성, 환경적 건전성을 바탕으로 재배분한 내역을 2013년도 지속가능성보고서부터 투명하게 공개하고 있습니다. 기업을 키워주신 이해관계자 여러분들께 감사드립니다.



사람이 희망이다

| | | |
|-----------|----------------------|-----|
| 개요 | CEO 메시지 | 04 |
| | 유한킴벌리의 가치 재배분 | 06 |
| 지속가능경영 전략 | 지속가능경영 체계 | 08 |
| | 이해관계자 소통 채널 | 11 |
| | 이중 중대성 평가 | 13 |
| 스페셜 페이지 | 지속가능성보고서 발간 20년 특별기획 | 17 |
| 지속가능경영 기반 | 지배구조 | 25 |
| | 윤리투명경영 | 26 |
| | 위기관리 | 29 |
| | 정보보호 | 32 |
| 지속가능경영 성과 | 환경성과 | 36 |
| | 환경경영 체계 | 36 |
| | 지속가능제품 | 39 |
| | 자원순환 및 폐기물 | 43 |
| | 수자원 및 오염물질 | 46 |
| | 온실가스 및 에너지 | 48 |
| | 생물다양성 | 54 |
| | 경제성과 | 58 |
| | 비즈니스 경쟁력 강화 | 58 |
| | 비즈니스 모델 혁신 | 60 |
| | 비즈니스 전략 혁신 | 62 |
| | 사회성과 | 66 |
| | 사원 경험과 성장 | 66 |
| | 노경협업 | 73 |
| | 인권경영 | 75 |
| | 안전보건 | 77 |
| | 제품 안전과 품질 | 81 |
| | 고객만족 | 84 |
| | 공급망 관리 | 88 |
| | 지역사회 가치 창출 | 92 |
| 부록 | 유한킴벌리 소개 | 98 |
| | ESG 정량 성과 | 99 |
| | GRI 대조표 | 110 |
| | TCFD 대조표 | 115 |
| | SASB 대조표 | 116 |
| | 유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 준수 | 117 |
| | UN SDGs 기여 활동 | 120 |
| | 제3자 검증의견서 | 124 |
| | 온실가스 검증서 | 126 |
| | 주요 수상, 인증 및 협력 파트너 | 127 |
| | 지속가능성보고서 독자 의견 모니터링 | 129 |