

“2020년이 되면 65세 이상 노인들이 15세 미만 어린이들보다 많아질 것입니다.
인구가 줄고 있어요.
이제 ‘Dynamic Korea’ 가 아니라 ‘Dying Korea’ 가 될 지도 모릅니다.
우리나라는 죽어가는 나라예요.”

어느 날, 이화여자대학교 최재천 석좌 교수의 특강이
귀에 쏙 들어와 불안의 따리를 듭니다.

노인과 어린이 -

2개의 자전거 바퀴처럼

이들의 세대간 균형과 공존이 짐이 되지 않고 행복이 되는 시대 -

이것이 우리가 만들어야 할 지속가능한 미래입니다.

그 미래를 위해 힘을 보태야겠습니다.



유한김벌리 2009 지속가능성보고서 **사람이 희망이다**

유한김벌리 2009 지속가능성보고서

사람이 희망이다



발행인 김중곤 편집인 이은숙 총기획·집필 김혜숙 자료수집·정리 전양숙, 고대연 교열 권혜린 발행처 유한김벌리 지속가능성 보고팀 사진 배철용
일러스트 이은정(인투그래픽) 카툰 시병권 발행일 2009년 7월 24일 주소 서울특별시 강남구 대치3동 942번지 해성빌딩 14층 전화 02-528-1057 Fax 02-528-1086
검증기관 산업정책연구원 02-360-0760 디자인 ㈜인투그래픽 02-583-7688

유한김벌리



유한김벌리 2009 지속가능성보고서

사람이 희망이다

C O N T E N T S

01 보고서 제작 전반 보고

2009 지속가능성보고서 개요 005

이해관계자 의견 수렴 006

Special Page 유한킴벌리의 지속가능성 노력들 Best 5 011

02 지속경영성과

CEO메시지 018

이해관계자와의 커뮤니케이션 023

지속가능성 전반 024

제품·서비스의 경쟁력 026

윤리경영의 경쟁력 028

위기관리의 경쟁력 031

사회적 약속 032

Special Page 사업 리더들의 지속경영 좌담회 034

03 경제성과

경제성과 관리체계 (DMA) 040

경제적 가치 창출 및 자산 관리 041

혁신경영 046

창조경영 052

04 사회성과

사회성과 관리체계 (DMA) 058

주주 062

사원 064

협력회사 077

고객 083

지역사회 091

05 환경성과

환경성과 관리 체계 (DMA) 104

환경 정책 및 투자 106

환경친화적 제품과 공정 107

환경영향 감소 노력 110

자원 절약과 재활용 114

에너지 사용 116

저탄소 녹색성장 위한 온실가스 저감 활동 117

06 부록

제3자 검증 보고서 124

지속가능성 보고 가이드라인 인덱스 (BEST, GRI) 126

준법 현황 130

추가 보고서 정보 131

2009 지속가능성 보고 조직 132

독자 의견 설문지

01 Introduction

보고서 제작 전반 보고

지속가능성을 위해 무엇에 기울이고 있는가?

보고서 개요 | 이해관계자 의견 수렴 | Special Page 유한킴벌리의 지속가능성 노력 Best 5

자세한 내용은 www.yuhan-kimberly.co.kr 2009 지속가능성보고서에서 볼 수 있습니다.

전문공개 유한킴벌리 행동규범 | 광고윤리강령 | 미래기업 현장 | CEO의 윤리서약 | 단체 및 협회 가입 현황 | 수상 실적

2009 지속가능성보고서의 첫 장을 열며

2009 지속가능성보고서 개요

작성 원칙 BEST / GRI 가이드라인 **보고 기간** 2008.01~2009.05 **보고 기준** 연 단위 회계연도 기준, 최소 3개년 이상 시계열 제시, 경제 실적은 5개년, 환경 실적은 12개년 시계열 제시 **보고 범위** 유한킴벌리 한국 소재 전 사업장 실적(수출 실적 포함), 통화 단위는 원화 **보고 검증** 내부 검증, 전문가 자문, 제3자 검증 **보고 주기** 매년 보고 **구성 특징** 총 6장 구성, 중대성 평가 우선 소개, 경영 접근법 정리 **공개 원칙** 웹사이트 www.yuhan-kimberly.co.kr 공개, 항목 별 층층 여부 부록 공개 **추가 정보** 유한킴벌리 지속가능성 보고 팀, 전화 02-528-1057, 팩스 02-528-1086



유한킴벌리가 4번째 발간하는 지속가능성보고서입니다. 이해관계자 여러분들에게 유한킴벌리의 지속경영을 경제·사회·환경적 측면에서 잘 보고하기 위해 보고서를 지속적으로 혁신, 창조하고 있습니다. 그 결과 2008 보고서와 달리 2009 보고서에서는 12가지 영역에서 새로운 시도들이 이루어졌음을 보고 드리며, 이러한 시도들이 지속경영을 보다 역동적으로 이해하는데 도움을 드릴 것으로 기대합니다.

보고서의 혁신영역

1. 첫 실시·고객 대상 이해관계자 조사, 해외 이해관계자 포커스 그룹 인터뷰
2. 하이라이트(Highlight) 정리·해당 연도 수상 실적을 통해 해당 분야의 대외적 평가를 쉽게 알 수 있게 신설
3. 독자의 이해도 제고를 위한 그림 표현 - 사업 분야와 제품 소개 등
4. 경제성과 지표 분류 - 성장성, 수익성, 안정성, 활동성 차원으로 분류
5. 비교 가능 지표 제시 - 재무, 안전 데이터 등의 수준을 제조업 및 산업 평균 등과 비교
6. UN글로벌콤팩트 COP 보고 일원화 - 실천 내용 쉽게 알도록 실천 사항 보고 추가
7. 해당 분야의 전문가 포커스 그룹 인터뷰 통한 제언을 명확히 볼 수 있도록 위치 조정
8. 사회와의 책임감 있는 협약 실천을 위한 기간 명시

보고서의 창조영역

9. Special Page 지속경영에 대한 경영진 좌담회 첫 실시 - 각 사업부 리더의 의지 제시
10. Special Page 연도 별 5개 핵심 분야의 지속가능성 노력 정리
11. 개선 위한 지속가능성보고서의 보고 내용과 보고 수준 첫 평가 실시
12. 사원 공유 위한 사내 인트라넷 내 지속가능성보고서의 데이터 페이지 신설

기존 2008 지속가능성보고서의 특성을 강화해서 유지한 영역 : 중대성 평가에서 도출한 중요 이슈의 우선 보고 항목 표시 및 집중 보고 | 경영 접근법 서술 | 이해관계자 대상 4개년 설문 조사 결과 변화 추이 보고 (2006~2009) | 환경경영 성과의 시계열 추이 보고 (1997~2009) | 지속가능성 성과 요약표 유지 | 온라인 보고 및 기존 발간 유지

2009 장수 기업¹⁾의 조건은?

- 안전성 확보와 고객만족경영이 주목 받다

2009년 이해관계자 조사결과 지난 4년간(2006~2009) 이해관계자 조사 결과, 유한킴벌리가 장수 기업이 되기 위해서는 제품 안전성 확보와 고객만족경영이 중요하다는 것을 배울 수 있었습니다. 또한 전년 대비해서 2009년 조사에서 신규로 진입한 이슈를 통해 이해관계자 그룹의 관심의 변화를 알 수 있었습니다. 이를 통해 유한킴벌리는 장기적 관점에서 고려해야 할 요소와 연도 별 트렌드를 함께 고려해 관리하고 있습니다. 이를 참고하여 더욱 노력하겠습니다.

이해관계자 별 유한킴벌리 장수 기업 요소 변화 추이

이해관계자 별	2006	2007	2008	2009	
사원	1위	고객만족경영	고객만족경영	제품 안전성 확보	경영진 리더십
	2위	CEO 리더십	CEO 리더십	신 시장 개척	신 시장 개척
	3위	제품책임	윤리·투명경영	경영진 리더십	윤리·투명경영 NEW
	4위	윤리·투명경영	우수 브랜드 개발	고객만족경영	제품 안전성 확보
	5위	우수 브랜드 개발	제품책임	제품 연구개발 혁신	고객만족경영
협력회사	1위	윤리·투명경영	고객만족경영	제품 안전성 확보	고객만족경영
	2위	환경경영	제품책임	고객만족경영	윤리·투명경영
	3위	우수 브랜드 개발	우수 브랜드 개발	제품 연구개발 혁신	제품안전성 확보 NEW
	4위	CEO 리더십	CEO 리더십	신규사업(신제품)개발	경영진 리더십
	5위	사회 공헌 활동	윤리·투명경영	협력회사 상생활동	제품 연구개발 혁신
지역사회	1위	윤리·투명경영	제품책임	환경친화적 제품 개발	제품 안전성 확보
	2위	환경경영	고객만족경영	제품 안전성 확보	윤리·투명경영
	3위	우수브랜드개발	CEO 리더십	윤리·투명경영	경영진 리더십 NEW
	4위	CEO 리더십	우수 인재 확보	고객만족 경영	고객만족경영
	5위	사회 공헌 활동	우수 브랜드 개발	환경 법규 준수	환경친화적 제품 개발
고객 <small>*2009년부터 실시됨</small>	1위	-	-	-	제품 안전성 확보
	2위	-	-	-	고객만족경영
	3위	-	-	-	환경친화적 제품 개발
	4위	-	-	-	생명 및 아동존중 문화
	5위	-	-	-	환경 법규 준수

※ NEW는 전년 대비 2009년에 신규로 진입한 이슈를 표시함 (고객은 전년도 조사가 없어서 제외함).

¹⁾ 장수 기업 요건 선정 방식 : 유한킴벌리가 장수 기업이 되기 위해 고려해야 한다고 생각하는 장수 기업의 요건으로 20개 항목을 선정해서 이해관계자들이 7점 척도로 평가한 결과 중 우선순위를 파악하고 있습니다. 반면에 중대성 평가는 당해 연도의 중대이슈를 도출하는 것입니다.

지속가능성보고서의 객관적 평가 결과는?

- 신뢰성, 정확성, 균형성이 건강하다고 평가 받다

2008 지속가능성보고서 보고 내용과 품질에 대한 외부 진단 결과 유한킴벌리는 네 번째 보고서 발간을 위해 처음으로 전년도 보고서의 보고 내용과 보고 품질을 정량적으로 평가 분석²⁾했습니다(2009.01 ~ 03). 분석 기관은 산업정책연구원이며, 보고 내용 평가는 보고 조직의 '비전과 가치', '통합성', '보고내용결정시스템' 3개 평가 항목이며, 보고 품질 평가는 '충실성', '균형성', '정확성', '신뢰성', '명료성', '전달성' 6개 영역에서 이루어졌습니다. 이를 통해 유한킴벌리는 보고 정보의 깊이와 적절성, 내용 전달의 효율성 및 보고서 활용 수준을 종합적으로 평가 받고 있습니다.

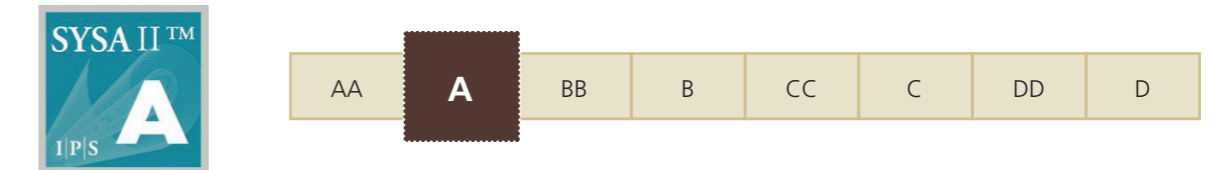
평가 결과

유한킴벌리는 지속경영이 기업문화로 정착되어, 성숙 단계 수준인 'A' 등급(1000점 만점 중 855점)으로 평가되었습니다. 보고 내용 중 보고 내용결정시스템³⁾, 보고 품질 중 신뢰성⁴⁾ 과 정확성⁵⁾, 균형성⁶⁾ 에서 높은 평가를 받았습니다.

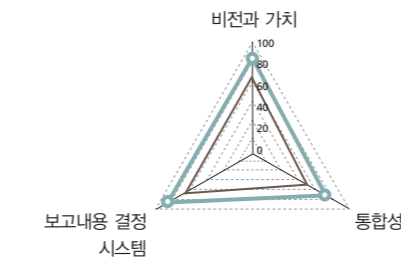
보완점

유한킴벌리는 경제, 사회, 환경, 윤리를 아우르는 지속경영 활동이 이루어지고 있으나 일부분에 한하여 지속경영체계 및 시스템이 미흡하다는 지적이 있어 이를 보완하고자 합니다. 또한 경영전략과 지속경영의 내용 통합, 명료성⁷⁾ 을 높이는 노력이 상대적으로 약하여 이를 개선하도록 노력하겠습니다.

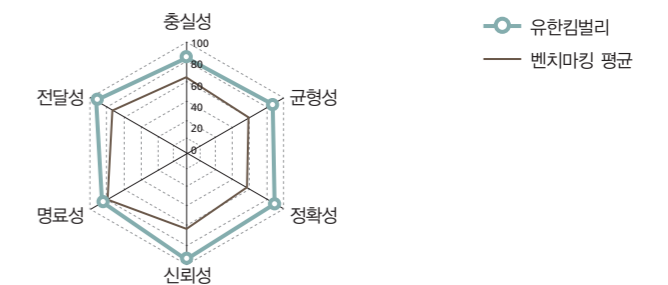
유한킴벌리 평가등급



내용부분 평가



품질부분 평가



²⁾ 지속경영진단평가 (SYSAII™ : Scoring tool for Your SustainAbility II) : 산업정책연구원이 2009년 개발한 보고서 평가모델. 보고 내용은 기업과 이해관계자가 알고 싶어하는 정보를 담고 있는지 여부를 평가하며, 보고 품질은 정보가 타당하게 제시되어 있는 여부를 평가합니다.
³⁾ 보고 내용결정시스템 : 보고내용의 중대성, 대응성, 완전성, 중요한 이슈에 대한 기업의 대응책과 성과가 타당한 범위에서 보고되고 있는지 여부
⁴⁾ 신뢰성 : 외부검증을 통하여 확인된 정보를 제공하고 있는지 여부
⁵⁾ 정확성 : 보고정보에 오류가 없는지 여부
⁶⁾ 균형성 : 영역 별 성과정보와 긍정적, 부정적 성과가 균형있게 제시되고 있는지 여부
⁷⁾ 명료성 : 보고 정보에 대한 표현이 쉽고 분명한지 여부

유지·혁신·창조 차원에서의 지속가능성 성과 요약 결과는?

- 3가지 영역에서 고루 활발한 활동들이 전개되다

Special Page

유한킴벌리 주요 성과 구분 표 (2008.01 ~ 2009.05)

구분	지속경영성과	경제성과	사회성과	환경성과
유지 Keep	<ul style="list-style-type: none"> • 존경받는 기업 6년 연속 선정 • 지속가능성보고서 발간 • UN글로벌콤팩트 COP 진행 	<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 파워 1위 유지 - 하기사 11년 연속, 화이트 9년 연속, 크리넥스 7년 연속 • 브랜드 파워 1위 • 주요 사업 부문 시장점유율 1위 	<ul style="list-style-type: none"> • 우리강산푸르게푸르게 활동 • 고객만족도 조사 • 가족친화경영 	<ul style="list-style-type: none"> • 법규 협약 준수 • 에너지 및 물 절약 • 카풀, 자전거 타기 실천 • 녹색 구매 · 녹색 생산 • 친환경 펄프 인증 심사
혁신 Change	<ul style="list-style-type: none"> • 2008 로하스 경영 대상 종합대상 수상 • 경영진의 윤리경영 서약 및 협력회사 청렴의무 서약 • 이해관계자 조사 및 포커스 그룹 인터뷰 확대 	<ul style="list-style-type: none"> • 빨아쓰는 타월 원단 기계 성공적 가동 • 기저귀 생산성 혁신 프로젝트 성공 • 입히는 기저귀 시장 확대 • 혁신 제품 출시 - 생리대 등 • 수출 성장 확대 - 기저귀, 생리대 • 벽지 프린팅 솔루션 개발 	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자불만자율관리시스템 인증 획득 • 가족친화기업 인증 획득 • 여성리더양성프로그램 신설 • 정년 단계적 연장(만58세) • 아버지 출산유급휴가 신설 • 제품 안전성 프로세스 신규사업부 확대 운영 	<ul style="list-style-type: none"> • 생리대 포장재 비닐 두께 감소 • 생리대 LCA 수행 • 에너지 소비 표준화
창조 Create	<ul style="list-style-type: none"> • 신 공장 부지 매입 • 인터넷 내 커뮤니케이션 위한 페이지 신설 - 이슈관리, 윤리경영, 지속가능성보고, 일과 삶의 조화 	<ul style="list-style-type: none"> • 어린이 전용 화장품 사업 시작 - 그린핑거 마이키즈 • 자연소재 활용 기저귀 출시 - 하기사 네이처메이드 • B2B사업, 조달시장 개척 	<ul style="list-style-type: none"> • 선택적 복지제도 실시 • 온라인어학연수원 신설 • 가족간병휴직 신설 (3개월 이내) • 아이디어룸 신설 • 한중일비교문화연구소 개소 • 러브그린캠페인 시작 	<ul style="list-style-type: none"> • 신재생에너지 도입 - 태양광 조명 설비 설치 • 온실가스 배출 감축 사업 • 2차 포장재 감축 위한 그린마일리지 제품 출시

외부 이해관계자들이 알아두면 좋은 유한킴벌리의 지속가능성 노력들 Best 5

2009 이해관계자 설문 조사 결과를 통해 유한킴벌리의 여러 활동 중에 사내 이해관계자는 잘 하고 있다고 평가하며 자부심을 갖고 있지만, 외부 이해관계자는 상대적으로 잘 모르기 때문에 낮게 평가한 항목들이 있었습니다. 이러한 항목들로는 어떤 것이 있을까요? 이해관계자의 이해와 지지를 얻기 위해서 더 자세히 설명할 필요가 있습니다. 이에 설명이 필요한 우선순위 5가지 항목을 뽑았습니다. 각 분야에서 연도 별로 어떤 노력들이 있었는지 소개합니다. 유한킴벌리의 지속가능성을 이해하는데 유익한 도움이 되시기 바랍니다.

1. 제품 신기술 개발
2. 사회 공헌 활동
3. 제품 안전성 확보
4. 제품 환경영향 감소
5. 환경친화적 제품, 공정

01 제품 신기술 어떻게 개발해왔나?

연도 별 제품 신기술 개발 역사

1990

- 1993 정보신기술의 화장지 적용
표면적을 넓혀 부드러움 및 흡수력 강화
- 1997 로션 처리 미용 티슈 출시
- 1993 국내 최초 성인용 기저귀 '디펜드' 출시
- 1995 3중 패속 흡수커버 '화이트' 출시
- 1997 숨쉬는 통기성 커버 '화이트' 적용
- 1999 국내 최초 순면감촉 부직포 커버 개발 '좋은느낌' 출시
- 1993 통기성 커버의 아기 기저귀 첫 적용
- 1994 두께 30% 감소, 초박형 흡수제 설계
- 1996 순면 감촉 통기성 커버 개발 및 적용
- 1997 뽀뽀 늘어나는 매직벨트 개발

1980

- 1981 천연펄프 킴타월 '크리넥스' 출시
- 1983 탈목기술 발전으로 재생펄프 사용 증대
- 1985 국내 최초 팬티라이너 출시
- 1980 일자형 기저귀 출시
- 1983 국내 최초 테일형 기저귀 '하비스' 출시
- 1986 흡수 기술의 발달 고흡수제 첫 적용,
기저귀 두께 감소
- 1988 국내 최초 재접착 시스템
- 1989 남녀 구분형 기저귀 출시

1970

- 1971 크리넥스 미용티슈 출시
- 1974 재생펄프를 사용한 '뽀뽀' 출시
- 1971 국내 최초 생리대 코텍스 생산
- 1975 접착식 생리대 출시

2000

- 2004 3겹 티슈 개발
- 2007 30% 더 도톰한 3D 내추럴 엠보싱 공법 화장지 적용
- 2008 펄프와 부직포 결합한 하이드로넛 공법 도입
- 2002 흡수속도 2배 향상 크린시트 개발
- 2004 소음 1/4 줄인 크린 원터치 개발
- 2005 여성전용 요실금 패드 '포이즈' 출시
- 2007 소취기능 강화 제품 라인 출시
화이트 허브랑, 좋은느낌 한초랑
- 2008 부드러운 커버 개발 - 좋은느낌 순수 출시
미세섬유, cm²당 18개 흡수홀
- 2009 뉴3차원 크린 커버 - 2중 3차원 구조
- 2003 보송보송함 강화를 위한 3중 흡수층 설계
- 2005 입히는 기저귀 '하비스 매직팬티' 출시
- 2008 친자연주의 기저귀 '하비스 네이처메이드' 출시
생분해성 소재 등

색상별 분류	제품
가정위생용품	
여성·성인위생용품	
유아위생용품	

02 사회 공헌 활동을 어떻게 하고 있나?

연도 별 사회 공헌 활동

1984

숲·환경 보호 캠페인 '우리강산푸르게푸르게' 시작
산림자원조성기금을 조성하여 산림청에 전달하고 산림기금사업운영위원회 결성, 본격적인 캠페인 시작

- 1985 **신혼부부 나무심기 시작** 미래 세대와 가정을 준비하는 신혼부부들이 국유림에서 직접 나무를 심고 숲의 중요성을 느낄 수 있는 나무심기 개최
- 1988 **청소년 환경 체험 교육 '그린캠프' 시작** 미래의 주인인 청소년들에게 자연환경의 소중함을 느낄 수 있도록 숲을 통한 환경 체험 교육 그린캠프 개최
- 1995 **학교숲 조성운동 시작** 전국의 학교를 푸른 숲이 있는 공간으로 가꾸 녹지를 확충하고 학생들에게 생태명 극복, 생태 존중 환경 조성, 자연 체험의 기회를 제공하기 위한 학교숲 조성
- 1999 **사막화 방지 숲 복원 운동 시작** 동북아산림포럼, 평화의 숲과 함께 북한, 중국, 몽골 지역에 사막화 방지를 위한 숲을 조성하는 숲복원 운동 시작
- 2000 **아름다운숲·자연유산 발굴 운동 시작** 아름다운 숲을 찾아 사람들에게 소중함을 알리고 보존하기 위한 아름다운 숲 발굴과 개발 등 외부 압력으로부터 자연문화유산을 보존하기 위한 트러스트 운동 참여
- 2002 **도시숲 조성운동 시작** 도시주민들의 도시수에 대한 이해와 참여를 이끌어 우리나라 도시의 녹지 공간을 확대하기 위한 서울숲 조성 참여. 2007년부터 각 동네의 녹지확대 및 생태환경 조성을 위한 동네 숲 조성 참여

2001

메세나 시작
'자연을 사랑하는 문학의 집·서울'이 운영하는 문화프로그램에 참여 시작, 사라져가는 우리 가곡의 지속적인 발전을 위해 우리 시에 가곡을 불린 신작 가곡 음악회 개최, 한중일 비교문화 콘텐츠 개발 시작(2003~), 동방고전한글역주 콘텐츠 개발 시작(2008~)

2004

평생학습 본격화
유한킴벌리 평생학습 모델을 토대로 뉴패러다임을 사회적으로 확산하기 위한 노력의 시작. 뉴패러다임센터 창립 및 인적자원 파견(2003), 지식근로자와 평생학습 통한 경쟁력 강화를 위한 피터드러거 소사이터 창립(2006)

2004

가족친화 본격화
한국의 지속가능성을 위협하는 저출산·고령화 문제를 해결하는 대안을 모색하기 위해 미래포럼 창립 및 가족친화 문화 확산 노력 시작, 고령사회 연구 장학 지원(2004~). 유한킴벌리 가족친화경영의 정착 및 가족친화경영의 사회적 확산(2005~), 여성 리더 양성을 위한 장학 프로그램의 시작(2007~), 돌봄 모델 구축을 위한 어린이 도서관 지원 시작(2008~)

2008

'우리강산푸르게푸르게' 캠페인 25년 진행
유한킴벌리는 1984년 캠페인 시작 이후 국공유지 나무심기와 가꾸기를 지속했고 사막화 방지를 위해 북한, 중국, 몽골 지역 숲복원과 도시 및 학교 녹지공간 확보를 위한 도시숲, 학교숲 운동으로 영역을 확대했습니다. 또한 미래 세대에겐 풍요로운 숲환경을 물려주기 위한 신혼부부 및 사회 리더와 함께 나무심기, 환경 지도자 양성을 위한 숲체험 여름학교 등 다양한 체험 활동을 실시하고 있습니다. [관련페이지 : 93p](#)

03 제품 안전성 확보 노력은 어떻게 하고 있나? 연도 별 제품 안전성 관련한 실천

1970 제품 안전성 관리 시작

제품 출시 위한 제품, 안전성 관리 시스템 운영, 미국 FDA에 준한 기준 적용

1987 제품 안전성 관리 확대 - 원재료 및 포장재

주요 제품, 원료의 공급 생산 공정 과정과 연계한 제품 안전성 검증 강화, 원부자재 안전성 데이터 시트 관리 시작, 기 승인 제품 및 원자재에 대한 공정 변경 및 구성 내용 변경시 철저히 검증 및 재 인증 진행

1993 개인위생용품 제품개발실 신설

기존 품질에서 진행한 개인용품 제품의 안전성을 제품개발실로 이관, 제품 개발 관점에서의 안전성 검토 정교화, 4단계 검토 기준 적용, 국내외 안전성 심사 강화

2002 제조물책임제 도입

제조물책임법 도입에 따라 제품과 관련된 모든 범위에 대한 제품 안전성과 결함 요인 분석, 품질경영시스템 내 제품 설계 단계의 위험성 분석을 위한 결함 형태 영향 분석 시스템 적용, 제품 개발 단계에서 발생 가능한 예상 위험(Risk)을 점검해 제품 개발 시부터 제품의 품질과 안전성에 적용하는 노력 진행

2005 안전성 사전 점검 담당 팀 신설

법적 기준을 넘어선 자율 기준 검토를 위한 전문 기관 신설, 안전을 저해하지 않더라도 사회적 관심 물질까지 사전에 걸러낼 수 있는 시스템 정비를 위한 담당 팀 신설, 위기관리 체계 보완

2007 원료 유해성 검증 프로세스 강화

국제 표준과 사회적 안전 기대 수준 부합 위한 원료 유해성 검증 프로세스 강화, 사전 모니터링 범위 확대

2007 유해물질 분석 실험실 신규 운영

대전공장 내 신설 '품질경영 및 공산품안전관리법'에서 제시하는 유해물질 기준 및 사회적 이슈가 될 수 있는 유해물질을 내부에서 상시적으로 모니터링, 매월 기저귀 및 성인용품 대상 자재 및 완제품 실험 실시

2008 제품 안전성 시스템 강화

캠벌리클라크의 제품안전성 승인 시스템과 유한킴벌리 안전성 확인 제도를 병행, 사전 예방하는 프로세스를 강화해, 내수 및 수출용 유아 위생용품 등 생활용품 전반 프로세스를 개정 통합 관리

2008

고객 안전을 위한 올바른 정보 제공

제품 및 광고·판촉물 표시 기재 사항 검증 절차 강화

유한킴벌리는 올바른 제품 정보의 제공이 고객의 안전을 위해 중요한 사안이라는 것을 인식하고 있습니다. 국내 광고를 지양하고, 제품 성분에 대해 오인이 없도록 정확한 정보를 기재하고자 노력하고 있습니다. 이를 위해 제품라벨 표시 기재 규정을 준수하고, 제품라벨 정보와 광고물, 판촉제품 내용이 관련 법규, 규제에 부합하는지를 전문적으로 검토해 이를 반영해오고 있으며, 2008년 11월에 제품 및 광고·판촉물 표시기재사항 검증 절차를 재검토하고 내부통제 절차로 등록해 프로세스를 강화했습니다. 관련페이지 : 85p

04 제품 환경영향 감소 노력을 어떻게 하나? 연도 별 전과정평가(LCA) 관련한 실천

2001 화장지 LCA

수송과정 중 환경 부하 감소 위해 수입 재활용지에서 국내 재활용지 구매정책 수행

2003 DTP LCA

기존 날염 방식과의 비교 분석 통해 디지털날염프린팅의 우수한 환경친화성을 객관적으로 제시, 각 단계 별 환경 부하 요인 분석하여 지속적 개선

2003 기저귀 LCA

전체 부하 감소를 위해 유한킴벌리 노력의 한계를 인식하고, 기저귀 자재 공급업체의 환경 부하 개선 필요성을 확인, 이를 위해 공급업체를 대상으로 한 프로젝트를 수행하여 유한킴벌리의 환경경영 기법과 청정생산기술을 공급업체에게 이전·확산

2004 소각로 LCA

군포공장과 김천공장 소각로 개선의 방향 파악, 김천공장은 모든 폐기물을 자체 소각방식에서 슬러지 자체 소각, 가연성 폐기물은 외부 전문 소각로 업체에 위탁 소각 처리로 변경, 소각로 연료도 경유를 LNG로 변경, 군포공장은 슬러지 전량 지렁이 먹이로 재활용, 폐합성수지류만 소각로에서 태우는 등 공정 및 선별 과정을 지속적 개선

2005 협력회사 LCA 실시

주요 협력회사의 주요 납품 제품 대상, 전과정평가를 확대 적용(7개 회사 실시), 각 회사 별 대체용 필름 개발, 대기질 개선, 폐열 회수에 따른 에너지 재이용 등 개선 사례 적용.

2007 친자연주의 기저귀 LCA

친자연주의 기저귀가 기존 기저귀에 비해 환경성이 개선됨을 정량적으로 증명, 이를 바탕으로 후속 프로그램을 추진하여 신제품 '하이스 네이처메이드' 출시

2008 생리대 LCA

기존 생리대 제품과 에코 디자인 제품의 전 과정의 환경영향 비교 분석을 통해 향후 제품 개발의 전략 수립, 향후 환경친화적 팬티라이너 개발 시 조사 결과 참고 예정

2008

생리대 전과정평가 진행

유한킴벌리는 2008년에 협력회사 원부자재 및 유한킴벌리 제품 제조공정의 연간 자료를 바탕으로 기존 생리대 제품 및 친환경 디자인 제품의 전 과정의 환경영향을 비교 분석했습니다. 대상 제품은 울트라슬림 중형 날개형 생리대인 화이트와 좋은느낌을 포함해 총 4개 품목이었으며, 친환경적 제품 개발 시 소재 선택의 우선순위를 파악하는 등 향후 전략 수립에 반영할 계획입니다. 관련페이지 : 110p

05

환경친화적 제품, 공정 노력을 어떻게 하나?

연도 별 제품설계, 구매, 생산공정, 물류, 폐기

2008

2차 포장을 줄이기 위한 노력 - 그린 마일리지 제품 출시
유한킴벌리는 불필요한 판촉용 포장재 및 과대 포장을 발생단계부터 줄이자는 취지에 공감하고, 환경부와 2차 포장재를 줄이기 위해 자발적 협약(2008.07~2012.06)을 맺었습니다. 이를 보다 적극적으로 실천하기 위해 그린 마일리지 제품을 생산 판매하기 시작했습니다(2008.10~현재). 이는 2차 포장을 없앤 것으로, 기존 프로모션 제품 가격보다 2% 할인된 제품입니다. 환경도 살리고, 가격도 싼 '그린 마일리지' 제품에는 화이트, 좋은느낌, 애니데이 브랜드가 참여하고 있습니다. **관련페이지 : 108p**

2009 생리대 포장재 두께 감소

생리대 제품의 비닐포장재의 두께를 18% (55gsm-)45gsm) 감소 통한 환경 부하 및 비용 감소

2004 환경친화형 소재 연구 시작

환경친화형 생분해성 위생 섬유 소재 개발을 위한 정부 프로젝트 참여. 기간(2004.10~2008.09)

2003 생산자책임재활용제도 이행

자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률 시행령, 재활용 가능 폐기물의 일정량 이상을 재활용하도록 생산자에게 의무를 부여하는 제도 참여, 매년 재활용 분담금 납부 의무 준수, 해당 품목 분리배출 표시 및 이외 품목 표시 확대

1997 환경경영방침 선언

유한킴벌리 환경경영방침(환경 부하 최소화, 지속적인 환경 개선, 효율적인 환경 관리, 조직원의 환경관리 능력 배양, 방침 공개, 환경보호 운동의 선도적 역할) 선언, ISO 14001 환경경영시스템 전 사업장 확산

1995 환경물류체제 시작

친환경 개념인 자연채광 물류센터 첫 도입. 환경친화적인 수송을 위해 수배송 체제 정비 및 차량의 효율적인 관리 등 노력. 차량위치 자동추적 시스템 활성화(2000~). 배기가스 저감 관리(2001~), 배기가스 저감장치 100% 장착 완료(2008~)

1993 청정생산시스템의 구현

선진국형 자동 생산공정 시스템의 도입과 실현. 사전예방적 환경관리 시스템의 적용, 제품설계 단계부터 폐기까지 청정생산 시스템 대전공정 본격 구현

1986 부피 감소를 위한 제품 개발 시작

친환경제품 디자인 설계인 경박단소(가볍고, 얇고, 짧고, 작은 제품)를 아끼기저거 적용한 제품 출시. 기저귀 압축 포장 성공. 원부자재 및 물류 수송 과정의 환경 부하 저감(2007~)

1980 환경부문 전담인력 도입 및 과학적 관리 시작

생산공정상 발생하는 환경 부하 관리를 위한 전담 인력을 배치, 제품 생산공정의 세분화와 이에 따른 환경오염 예방과 관리를 위한 내부 프로세스의 과학적 관리 강화. 제지업계 최초 생물학적 물처리 공법 도입(김천공장)

1971 친환경 구매 원칙 수립

환경에 유해하지 않는 환경친화적인 원부자재 사용 원칙 수립, 미용지 선진국 친환경 펄프 수입 구매 시작(1971). 고지 사용한 화장지 뽀뽀 제품 개발 및 출시(1974). 수입고지의 물류수송 비용과 환경 부하를 고려, 국내 고지 구매처 개발 및 원재료 개발 시작(1993). 이후 지속적인 개선 지속, 환경부 산 업계 '녹색 구매 자발적 협약' 동참(2005). 수출용 티슈 원단의 환경 단계인 그린피스가 인정하는 FSC 인증 취득(2008.07)

Sustainability Management

지속경영성과 보고

핵심 경쟁력은 무엇인가?

CEO 메시지 | 이해관계자와의 커뮤니케이션 | 지속가능성 전반 | 제품·서비스의 경쟁력
윤리경영의 경쟁력 | 위기관리의 경쟁력 | 사회적 약속 | **Special Page** “사업 리더들의 지속경영 좌담회”

* 유한킴벌리 UN글로벌콤팩트 COP가 제시되어 있습니다.

회사개요

회사명 유한킴벌리 주식회사 설립일 1970년 3월 30일 업종 제조 대표이사 사장 김중곤 매출액 10,221억 원(2008년 말 기준) 주요 브랜드 하비스, 화이트, 크리넥스, 뽀뽀 등 사업 분야 일반소비자용품, 산업용품, 병원용품, 디지털날면, 스킨케어 주요 사업장 서울(본사), 군포, 대전, 김천 대상 시장 개인, 산업체, 연구실, 공공건물, 식당, 병원, 섬유평업체, 학교 등 주 생산 품목 기저귀, 생리대, 화장지, 미용지, 부직포, 종이타월, 물티슈, 마스크, 작업복, 산업용 와이퍼, 유흡착재, 수술포, 가운, 소독포, 스킨케어, 나노잉크 등

생명 존중과 사람 중심에서 출발

지속가능성의 세계, 그 세계는 넓고 할 일은 많다!

- 어려움의 파고를 넘는 지혜 -



2008년 · 2009년 세계적인 불황이 계속되는 가운데 우리를 둘러싸고 있는 경제 전반이 좋지 않습니다. 이에 전 세계의 많은 기업들은 생존을 위해 선택과 집중을 하고 있습니다. 기업이 어려울 때 그 기업이 추구하는 우선 가치를 더 잘 알 수 있다고 하는데, 문제는 어떤 선택과 집중을 하느냐는 것입니다. 올해로 네 번째 발간하는 2009 지속가능성보고서를 통해 유한킴벌리는 꼭 지켜야 할 우선 가치와 자산이 무엇인지, 비전을 향해 우리가 해야 될 일이 무엇인지를 점검하는 귀중한 기회가 되었습니다.

유한킴벌리가 어려움 속에서도 흔들리지 않고 지속적으로 성장해 나갈 수 있도록 만든 원동력은 평생학습과 가족친화로 대변되는 ‘혁신적인 기업 문화’와 윤리경영, 환경경영, 우리강산푸르게푸르게 캠페인 등으로 대표되는 ‘사회적 책임에 대한 지속적 노력’입니다.

2009 지속가능성보고서는 이러한 유한킴벌리의 가치들이 유지되고, 혁신되고, 창조되는 과정을 소개하고 있습니다. 또한 목표와 평가를 통해 앞으로 나아갈 방향을 사회와 소통하고 있습니다. 각 사업부의 리더들이 한 자리에 모여 지속경영과 지속가능한 소비에 대해 갖고 있는 관점을 논의하고, 지난 4년간 축적된 이해관계자들의 의견 조사의 결과들을 공유하며, 그동안의 노력들을 소개하고, 부족한 점이 무엇인지를 돌아보는 계기를 만들었습니다. 이를 통해 우리는 지속가능성의 세계가 매우 넓고 할 일이 많음을 깨닫고 있습니다.

이번 보고서를 통해 여러분은 세계 경제의 불황이라는 자욱한 안개에 싸여있음에도 불구하고, 회사의 우선 가치를 지켜가며 한 걸음씩 비전이라는 푯대를 향해 가는 유한킴벌리의 열정을 확인하실 수 있을 것입니다.

수출과 신 성장 사업의 의미 있는 기여

21년을 되돌아보았을 때 유한킴벌리에서 가장 신나고 의미 있는 결과는 무엇보다도 창립 이래 매출액 1조 원을 처음 달성하였다는 점입니다. 모든 사원들과 가족들이 소원하였던 일을 달성하였기에 기쁨은 매우 컸습니다. 특히 유한킴벌리가 기업의 사회적·환경적 책임을 다하면서 이러한 경제적성과를 이루었다는 것이 자랑스럽습니다.

물론 사업 환경은 미국발 글로벌 금융 위기 확산, 고유가, 원재료 가격 상승, 불안정한 환율, 국내시장의 소비부진, 치열한 가격 경쟁, 출생아수 감소의 현실화 등으로 어려웠습니다. 그러나 유한킴벌리는 지속적인 제품 고급화 전략, 혁신적인 신제품 출시, 원가절감 노력을 통하여 기존 내수 시장에서 신 성장 사업 개발에 주력했던 것과 해외시장 개척에 더 노력한 것이 매출 목표 달성에 결정적 역할을 해주었습니다.

회사의 전체 매출액은 전년 대비 13% 성장하였으며, 사업 부문 별로는 아기지저귀 프리미엄 팬츠 시장의 성장을 중심으로 유아위생용품사업이 3%, 생리대 화이트 프리미엄 등 신제품을 출시한 여성위생용품사업이 2%, 가정위생용품사업이 7%, B2B사업이 7%, 물티슈 및 유아용 스킨케어사업을 포함한 신 성장 사업 부문이 21%의 성장을 기록 하였습니다.

수출 부문에서는 중국을 비롯한 동북 아시아 국가에 고급 제품을 기반으로 한 지저귀 및 생리대의 꾸준한 매출 증가세와 더불어 중앙아시아, 동유럽, 중동, 아프리카 등의 신 시장 개척을 통하여 전년 대비 59%라는 높은 성장을 기록하였습니다.

더 가치 있는 기업을 만들기 위한 지속적 노력 필요

또한 국제 펄프 가격 상승 및 원화 가치 하락에 따른 원재료 가격 상승으로 원가 부담이 가중되었으나, 기저귀 생산성 향상을 비롯한 혁신적인 원가절감과 함께 전 사원이 참여한 비용 절감 노력을 통해 목표를 달성할 수 있었습니다. 다만 이십계도 원가절감은 더 혁신적인 노력이 필요합니다.

환경경영 차원에서는 대규모 신규 투자가 이루어지는 과도기였던 만큼 시험 생산 등으로 목표했던 환경 수치 관리에서는 일부 미진한 부문이 발생하였습니다. 하지만 전반적으로는 신재생에너지 도입, 환경·위생·안전 시스템(EHS)의 정착, 협력회사 환경 개선 지원, 녹색 구매와 생산, 포장재 절감 노력, 친환경 소재를 활용한 기저귀의 출시, 오염 배출 방지시설 평가가 도입되는 등 다방면에서 노력이 기울여졌던 한 해였습니다.

이러한 경제적, 환경적 노력과 함께 사회적인 노력을 통해 존경 받는 기업으로서 6년 연속 선정되었고, 윤리적인 기업으로서 상을 받았으며, 일과 삶의 조화를 잘 수행하는 대표 기업으로서 정부가 주는 첫 가족친화인증 받는 등 좋은 평가들이 이루어졌습니다. 또한 여성들에게는 친근한 일터이자, 대학생들이 가장 일하고 싶은 직장 중의 하나로 선정되기도 했습니다. 이 모두를 자랑스럽게 생각합니다.

시장 위협 조건과 과제들

그러나 이제 2009년 새로운 목표를 향해 도전해야 합니다. 2009년 역시, 경제적성과를 내는데 위협 조건이 많습니다. 지난 해에 이어 고유가, 금융 불안, 원부자재 가격 상승 그리고 이것을 제품 가격에 반영할 수 없는 여건들이 존재하기 때문입니다. 또한 저가로 밀려오는 수입 제품들과 경쟁사 간의 가격 경쟁도 고품질의 경쟁을 목표로 한 우리에게 위협 요소 중 하나입니다. 더욱이 급속한 저출산과 고령화 같은 사회적 트렌드도 계속되고 있어 회사 성장에 위협과 기회라는 양면적 과제로 남아있습니다. 일시적으로 출산율이 늘었으나 다시 떨어지고 있는 등 근본적으로 시장을 키우는데 있어 물량 성장이 어려운 형편입니다. 또한 전 세계적인 불황으로 우리 국민들의 소득뿐만 아니라 수출 시장의 국민들의 소득도 떨어지고 있어 내수 시장이나 해외 시장의 매출이 줄어들 것으로 예상됩니다.

그러나 우리는 기업의 지속적인 성장을 위해 매출 목표 달성에 최선을 다하려고 합니다. 기저귀, 생리대, 티슈사업 부문의 제품고급화를 계속 추진할 것이며, 주방용 타월, 물티슈, 화장품 등 신 성장 사업 확대, 그리고 최상의 제품력과 원가 경쟁력을 바탕으로 전 세계 수출 시장 확대를 통해 지속적인 성장을 이루기 위해 노력할 것입니다. 이를 위해 혁신과 투자를 계속할 것이며, 가격 경쟁력 확보를 위해 원가절감 노력과 함께 협력회사, 그리고 노사와의 상생 노력을 더 긴밀히 해나갈 것입니다.

불황에 대처하는 과감한 증설과 신제품 출시

경험은 성숙의 기회를 줍니다. 유한킴벌리는 10년 전 외환위기 때에 일자리를 지키며, 위기를 기회로 전환시키면서 새로운 미래 성장의 발판을 마련했던 경험을 갖고 있습니다. 또한 어려움을 참고 견디며, 미래를 준비하는 노력으로 위기가 지난 후에 더 높은 경쟁력을 만들었던 경험을 갖고 있습니다. 때문에 우리는 어느 때보다도 이러한 경험을 바탕으로 미래 준비에 매진하고 있습니다. 특히 이를 위한 3가지 측면의 전략은 우리의 지속가능성의 가치를 더욱 높여줄 것으로 기대하고 있습니다.

첫째, 비전 달성을 위한 미래의 성장 동력을 갖추기 위해 과감한 대규모 시설 투자를 진행하고 있습니다. 2008년에 충주에 세계적인 수준의 여성위생용품 전문 생산공장을 짓기로 목표하고, 2009년에 건설에 들어가서 2011년 초에 제품을 생산할 계획을 갖고 있습니다. 또한 향후 기존 공장도 각각 전문 공장으로 서 변신할 청사진을 갖추었습니다. ‘빨아 쓰는 타월’ 원단 기계 설치와 유아위생용품 기계 증설 등도 이루어졌습니다. 모두가 줄이는데 관심을 가질 때 유한킴벌리는 비전 달성과 미래의 시장의 준비를 위해

경영 성과 및 증장기 과제

평가 기준 ● 초과 ● 부합 ○ 적극적 노력 필요

목표	2008 주요 실적과 평가	평가	2009 목표 및 증장기 과제
경제적 목표	1. 내수 시장 성장	<ul style="list-style-type: none"> 기존 사업 활성화 전년 대비 4% 성장 ● 신 성장 사업 활성화 전년 대비 21% 성장 ● 지속적인 혁신 제품 출시 하기사 네이처메이드 출시 등 ○ 	<ul style="list-style-type: none"> 기존 사업 활성화 신 성장 사업 활성화 -전년 대비 22% 성장 혁신적인 제품 출시
	2. 수출 확장	<ul style="list-style-type: none"> 수출 목표 달성 전년 대비 59% 성장 ○ 수출 비중 증대 전체 매출액 중 수출 비중 17% ○ 수출 성장을 위한 동력 확보 ○ 	<ul style="list-style-type: none"> 수출 목표 달성 -제품고급화, 전년 대비 16% 성장 수출 비중 증대 -전체 매출액 중 수출비중 18% -수출 성장을 위한 동력 확보
경제·환경적 목표	3. 과감한 혁신과 투자	<ul style="list-style-type: none"> 성공적인 투자 유치 신 공장 부지 매입 완료 ● 기계 개조, 가동 극대화 기저귀 생산성 혁신 : 시간당 16% 추가생산가능 ○ 원가 및 비용 절감 239억 원 ○ 친환경 소재 개발 하기사 네이처메이드 출시 ○ 온실가스 저감 제품 톤당(원 단위) CO₂발생량 18% 감축(2005년 대비) ● 2차 포장재 절감 제품 톤당 18% 감소 ○ 	<ul style="list-style-type: none"> 지속적인 투자 유치 -신 공장 건설 투자 승인 기계 개조, 가동 극대화 지속 원가 및 비용 절감 노력 지속 친환경 소재 개발 지속 온실가스 저감 -저탄소 비전 수립, 온실가스 인벤토리 구축, 탄소라벨링 참여 2차 포장재 절감 -2차년도 자발적 협약 참여
	4. 신뢰받는 환경·사회·가족친화적 기업 실천	<ul style="list-style-type: none"> 우리강산푸르게푸르게 캠페인 진행 학교숲, 마을숲 조성 및 안정적 운영 등 ○ 가족친화적 사회환경 조성 가족친화인증우수기업 AA 획득 ○ 소비자불만자율관리 시스템 체계화 CCMS인증 획득 ○ 상생협력 활동 지속 품질관리소프트웨어 구축 26개사, 방역 지원 32개 사 ○ 	<ul style="list-style-type: none"> UN글로벌콤팩트 원칙 준수 사회적 책임 운동 확산 가족친화적 사회환경 조성 지속가능성 체계화 평생학습 사회적 확산 고객만족경영 강화 인재양성 강화 상생협력 지속

평가 기준 유한킴벌리가 매년 설정한 목표 대비 실적을 기준으로 자체 평가하고 있습니다.

필요한 큰 투자를 준비했던 것입니다. 이는 비전 2015를 실현하기 위해 필요한 생산 능력과 품질을 갖추어나가기 위한 노력들이었습니다.

둘째, 연구개발과 신제품 출시에 적극적으로 투자하고 있어, 그 결과물이 계속 시장을 선도해가고 있습니다. 고객의 요구에 맞춰 불황 속에서도 지속적으로 제품을 개발하고 신제품을 낼 수 있다는 것은 유한김벌리의 강점이기도 합니다. 기저귀, 생리대, 화장지, 미용지, 병원용품 등 건강과 위생 관련된 기존 제품 외에도 지난해 지속가능성보고서에서 보고한 바와 같이 새로운 시장의 개척을 위해 자체 숲·환경보호 캠페인인 우리강산푸르게푸르게의 축적된 자연친화적 기업이미지를 제품에서 구현해 그린핑거라는 브랜드로 유아용 바스와 크림 등을 출시하였습니다. 이 신 사업의 범주를 4~10살의 어린이를 대상으로 한 사업으로 확장시켜서 미래 성장의 동력들을 하나씩 갖추어나가고 있습니다. 또 친환경 원료를 엄선하여 개발한 기저귀 하이스 네이처메이드의 개발 및 출시는 경제적인 성과뿐만 아니라 환경적인 성과로서도 의미 있는 개발로 기록될 것입니다.

어려울 때 사회 책임 잊지 않아야 지속가능한 기업 될 수 있어

그리고 마지막으로 기업의 사회적·환경적 책임을 완수하기 위해 노력해 왔습니다. 어려울수록 사회적 책임과 공헌은 중요한 의미를 지닙니다. 유한김벌리는 어려울 때 윤리경영, 환경경영, 가족친화경영, 사회공헌과 같은 사회 책임 노력을 잊지 않아야 지속가능한 기업이 될 수 있다는 신념을 갖고 있습니다.

올해로 26년째를 맞이하는 우리강산푸르게푸르게 캠페인은 지구온난화 방지와 환경보전을 위한 대표적인 활동으로서 앞으로도 지속적으로 성장시켜나갈 계획입니다. 환경경영의 지속적 실천을 통해 청정기술 개발, 친환경 제품 생산, 에너지 절감 등을 지속해 갈 예정이며, 특히 온실가스 저감을 위해 협력회사와 함께 온실가스 인벤토리 구축, 저탄소 비전 수립과 공급망 탄소경영 체계 도입을 진행할 예정입니다. 저출산 극복을 위해 대 사회적 노력들에 협력하는 일들에 앞장설 것이며, 이해관계자들께서 조안하신 것처럼 제품 안전성과 고객만족경영을 위해 더욱 노력하겠습니다.

혁신의 주체는 '사람'

기업이 어려울 때 그 상황을 헤쳐나가는 것은 '사람'입니다. 유한김벌리 조직은 다양한 분야에서 다양한 깊이의 전문성을 가진 인재들이 창의적이고 자율적인 문화를 바탕으로 회사를 이끌어가고 있습니다.

직원들과의 소통을 위해 2008년에 사내 온라인 매체인 인트라넷을 통해 언제든지 회사의 윤리경영, 가족친화경영, 지속경영, 이슈관리, 고객만족과 관련된 목표와 주요 내용들을 자세히 살펴볼 수 있도록 커뮤니케이션 접근을 편리하게 해주고 내용을 이해하기 쉽게 했으며, 고객관리 시스템을 한층 업그레이드 해서 별도의 인증을 받기도 했습니다. 또한 협력회사와의 지속적인 상생 협력 활동들도 활발히 추진하고 있습니다.

이 모든 노력의 출발에는 생명과 사람이 중심이라는 우리의 가치가 있습니다. 민들레의 씨처럼 더 넓게 우리의 가치를 펼쳐나갈 수 있도록 노력하며, 더 넓은 세상에서 차별화된 우리 제품과 서비스로 고객을 감동시키는 노력을 계속해 가겠습니다. 부족함이 더 채워질 수 있도록 많은 격려와 사랑을 요청드립니다. 감사합니다.



이해관계자와의 커뮤니케이션 방식은?

유한김벌리는 이해관계자를 주주, 사원, 협력회사, 고객, 지역사회로 정의합니다. 이해관계자란 유한김벌리의 경영 활동으로부터 중대한 영향을 받거나 경영 목표를 달성하는데 영향을 주는 조직과 개인을 의미합니다. 유한김벌리는 커뮤니케이션을 통해 이해관계자의 의견을 수렴하며, 각 분야에서 성과를 내도록 돕고 있습니다.



유한킴벌리 지속가능성의 지향점은?

Highlight

‘한국에서 가장 존경받는 기업’으로 6년 연속 선정(한국능률협회컨설팅 선정, 2009)
 유한킴벌리는 보건복지가족부 가족친화기업인증 AA 등급 획득, 유니세프 한국위원회 ‘엄마에게 친근한 일터’, 인크루트 ‘일하고 싶은 기업’에 선정되었습니다.

2008 로하스경영대상 종합대상 수상
 유한킴벌리는 기업의 지속가능성과 사회 공헌 노력을 인정받아 환경재단으로부터 로하스경영대상 종합대상을 2008년 12월 3일에 수상했습니다. 본 상은 기업과 공공 부문의 환경, 사회, 경제적성과를 평가하고 미래 경쟁력을 키워가자는 취지에서 지난 2004년부터 매년 시상하고 있는 상입니다.

동아시아 기업 투명성 조사 3위 선정
 유한킴벌리는 한겨레 경제연구소에서 동아시아 3개국(한국, 중국, 일본)의 기업을 대상으로 실시한 투명성 조사에서 3위를 차지한 사실이 2008년 7월 8일 소개되었습니다. 본 조사는 경제, 사회, 환경 3개 영역에서 투명성 정도를 평가했으며, 대표적으로 정보공시율이 높은 기업으로 평가되었습니다.

{ 2009 이해관계자 조사 결과 }

장수 기업이 될 것이다

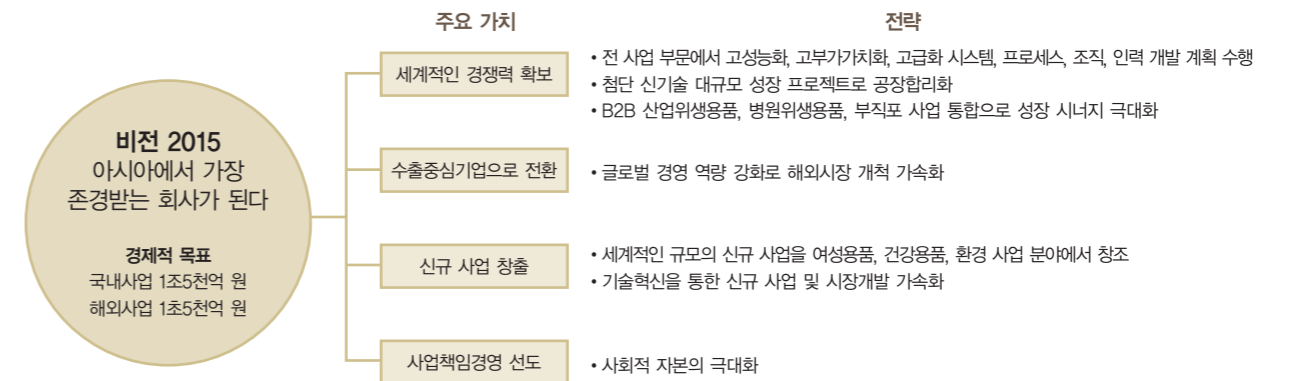
이해관계자	점수 (%)
사원	96.6
협력회사	96.9
지역사회	95.3
고객	95.5

지속경영의 이념과 원칙, 비전과 전략, 조직

경영 이념과 원칙

- 기본 사명** 소비자가 선호하는 유익한 제품과 서비스를 공급하여 위생문화 발전을 선도하고 건강과 복지 향상에 기여한다
- 5대 경영 이념** 인간존중 고객만족 사회공헌 가치창조 혁신주도
- UN글로벌콤팩트 10대 원칙 준수** 인권 노동 환경 반 부패

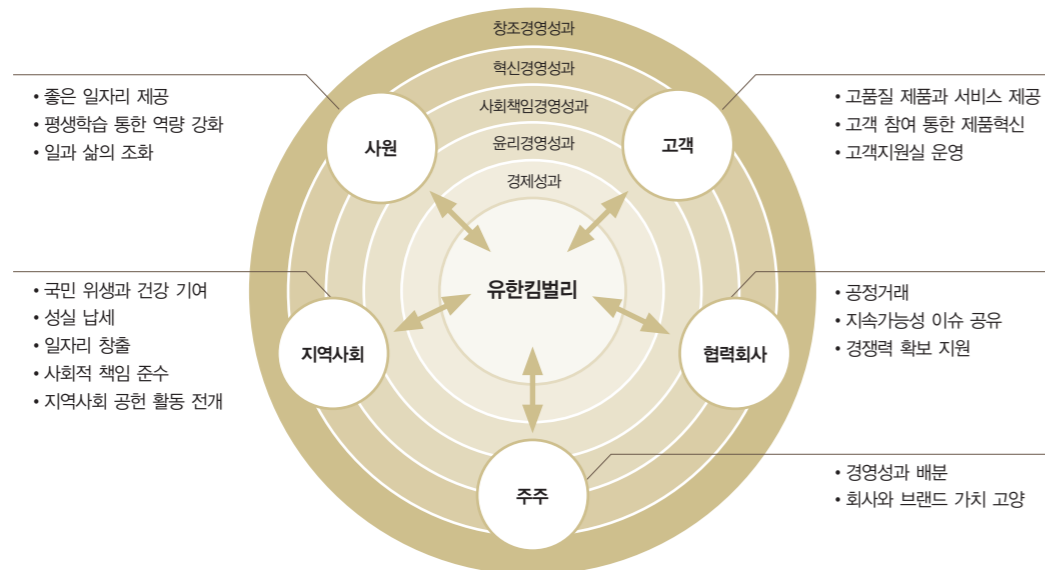
비전과 전략



지속경영 조직¹⁾

유한킴벌리의 조직은 크게 사업 부문과 영업·지원 부문으로 구성되어 전 부문이 지속경영을 실현하고 있습니다.

이해관계자에게 미치는 직간접적 영향



¹⁾ 지속경영 조직 : 유한킴벌리의 전 조직은 지속경영을 실현하는 조직입니다. 본 조직도는 지속경영을 위해 유지·혁신·창조 기능 측면에서 기여하는 조직들을 재 분류한 것 입니다. 기본 정규 조직의 기능을 포함해 새롭게 다 영역에서 협력해 구성하고 있는 TFT(Task Force Team)들도 함께 소개했습니다.

제품·서비스의 경쟁력"은 어디서 나오나?

대상 시장 일반 생활 현장

주요 브랜드 하기사, 그린핑거, 뽀빠, 크리넥스, 비바, 스카티, 스키트

주생산 품목

- 유아위생 관련 제품**
 - 기저귀(하기사 매직팬티, 네이처메이드, 골드, 보송보송, 크린베베 등)
 - 유아용 물티슈 (하기사 코튼케어, 녹차내추럴케어 등)
- 스킨케어 관련 제품**
 - 로션, 크림, 바스, 샴푸, 립밤, 섰션 등 (그린핑커 베이비, 그린핑거 마이키즈)
- 가정·주방위생 관련 제품**
 - 화장지, 미용지, 종이타월, 청소용품, 냅킨, 가정용 물티슈 (크리넥스, 뽀빠, 비바, 스카티, 스키트 등)
- 여성위생 관련 제품**
 - 생리대(화이트, 좋은느낌 등)
 - 팬티라이너(애니데이, 티니 등)
 - 여성용 물티슈(후레쉬데이)
- 성인위생 관련 제품**
 - 35세 이상 여성패드(포이즈 35+ 등)
 - 위생팬티, 소변용패드, 위생패드 등(디펜드)
 - 성인용 물티슈(디펜드)

대상 시장 병원·산업체·연구실·공공건물·식당·학교

주요 브랜드 킴케어, 킴테크, 크린카드, 와이프울, 크리넥스, 뽀빠, 스키트

주생산 품목

- 산업위생 관련 제품**
 - 보호용 작업복, 사업용 와이퍼, 공중 화장실용 화장지, 핸드타월, 물비누 등 (킴케어, 크린카드 등)
- 병원위생 관련 제품**
 - 수술포, 수술용 가운, 마스크, 장갑 등
- DTP 섬유산업체**
 - 나노컬러런트 등
- 수출**
 - 기저귀, 생리대, 미용지, 원부자재 등

Highlight

주요 제품의 높은 브랜드 가치 보유

하기스는 11년 연속, 화이트는 9년 연속, 크리넥스 7년 연속, 뽀빠 7년 연속 한국산업의 브랜드 파워조사(한국능률협회컨설팅, Korea Brand Power Index)에서 각 부문 1위로 선정되었습니다.

하기사 5년 연속, 뽀빠와 크리넥스 6년 연속 슈퍼브랜드 선정

전국의 20~60대 소비자 1천여 명을 대상으로 브랜드 인지도와 긍정적인 브랜드 연상을 통해 소비자의 구매 결정 시 영향을 미칠 수 있는 브랜드파워를 평가하는 조사에서 각 브랜드가 1위로 선정되어 2008년 11월 25일 상을 받았습니다(산업정책연구원 주관).

하기사 브랜드, 한국마케팅프론티어 대상 수상

기저귀 하기사 브랜드가 '제17회 한국마케팅프론티어 대상'을 2009년 3월 7일 수상했습니다.

기저귀와 생리대, 2년 연속 친환경 대상 수상

'2008 대한민국 친환경대상'에 선정되어 2009년 10월 29일 대상을 수상했습니다. 이는 환경미디어가 주최하고 5개 정부 부처가 함께 참여했으며, 일반인 1,023명과 환경전문가 125명을 대상으로 설문조사를 실시해 선정했습니다.

화장지, 고객만족도 3년 연속 1위 선정

한국경제신문사가 주최하는 2008 제품 분야 별 고객만족도 조사에서 화장지 부문 3년 연속 1위에 2008년 9월 10일 선정되었습니다.

생리대 화이트, 소비자가 뽑은 2008 참 좋은 브랜드에 선정

소비자가 만드는 신문이 조사한 소비자 선호브랜드 투표 결과 생리대 부문 1위로 선정되었습니다. 결과는 2008년 11월 26일 발표되었으며, 웹 사이트를 통해 총 22만 4,962명이 참여했습니다.

팬티라이너 애니데이, 3년 연속 웰빙인증 획득

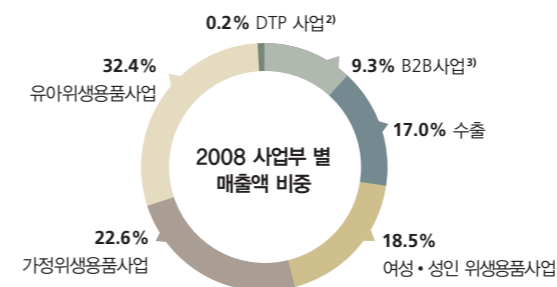
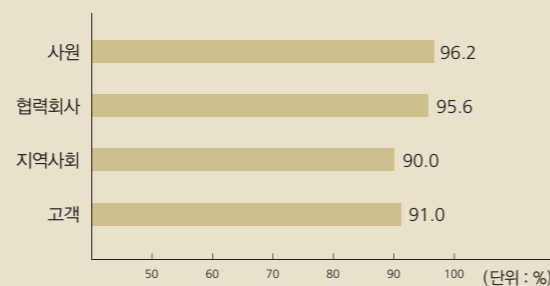
한국능률협회경영인증원(KMAR)으로부터 웰빙인증을 2009년 3월 10일 획득했습니다.

크리넥스, 한국 소비자 웰빙지수 2년 연속 1위 선정

한국표준협회가 뽑은 한국소비자웰빙지수 조사에서 2년 연속 1위에 2008년 8월 13일에 선정되었습니다. 조사에는 154개 제품과 서비스를 대상으로 10만 5700명의 소비자가 참여했습니다.

{ 2009 이해관계자 조사 결과 }

유한킴벌리 제품은 품질이 우수하다



¹⁾ 제품·서비스의 경쟁력: 종대이슈인 현지화경쟁력 확보를 의미합니다.

²⁾ DTP 사업: Digital Textile Printing의 약자로 디지털날염프린팅을 의미합니다. 유한킴벌리는 나노잉크 등을 판매하고 있습니다.

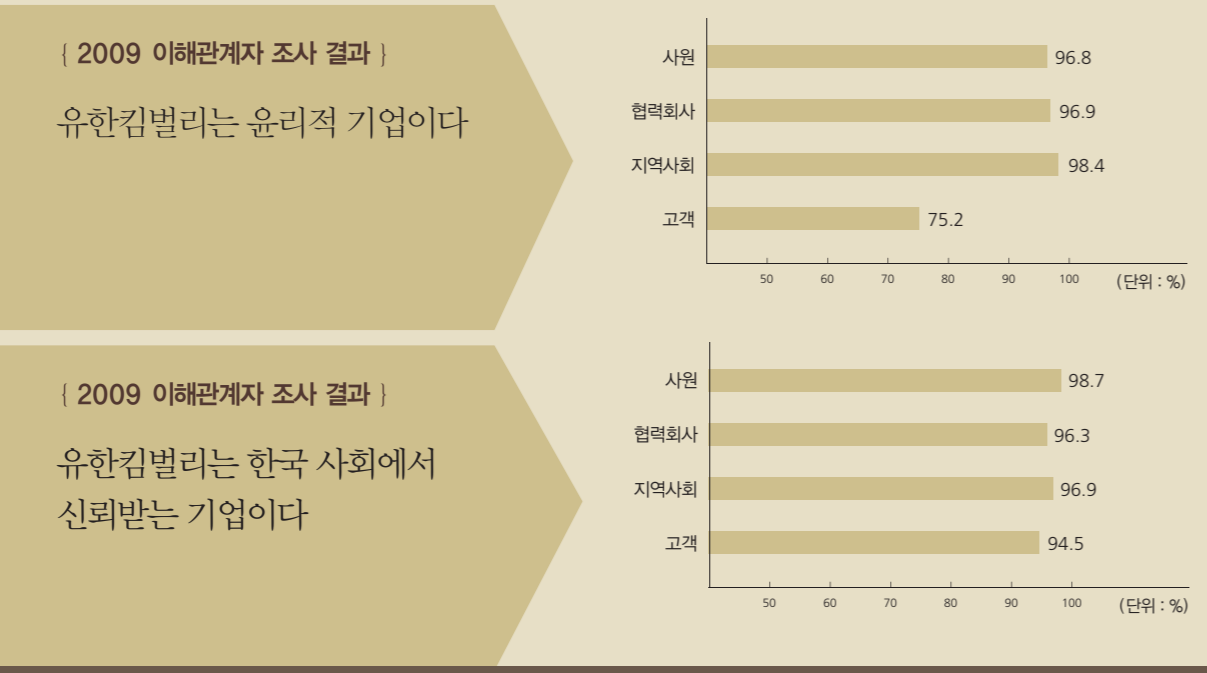
³⁾ B2B 사업: 산업위생용품과 병원위생용품, 부직포 제품이 포함되어 있습니다.

윤리경영의 경쟁력은 어디서 나오나?

Highlight

유한킴벌리, 윤리경영 제조업 부문 최우수 등급(AA) 획득
 유한킴벌리는 윤리경영 확산을 위해 지식경제부 주관으로 산업정책연구원에서 실시한 주요기업 윤리경영 실태조사(Korean Business Ethics Index, KoBEX)에서 제조업 부문 최우수 기업으로 AA등급을 2008년 11월 26일에 받았습니다. 이번 평가에서 소비자 보호 부문에서 10점 만점을 받았으며, 지역 사회 공헌, 건전한 재무 보고 등 7개 평가 영역에서 4개 부문에 걸쳐 총점 10점 만점에 8.93(업계 평균 7.69)점을 받았습니다.

유한킴벌리, 한국의 윤리경영 잘 실천한 10대 기업 중 하나로 선정
 '아시아경제신문사'와 경제월간지 '이코노미리뷰'가 유한킴벌리를 국내 기업들 중 윤리경영을 가장 잘 실천하는 10대 기업 중 하나로 선정하여 2009년 1월 4일 소개하였습니다.



지속가능성 차원에서 본 유한킴벌리 윤리경영 실천 현황

분류	주요 실천 내용	분기 별 실행(2008~2009)					지속가능성성과		
		1	2	3	4	1	유지 Keep	혁신 Change	창조 Create
서약	CEO - 윤경SM포럼 서약 통해 의지 천명(3월)	●				●	■		
	경영진 전체 - 윤리경영 준수 위한 서약 참여(9월)			●					■
교육	전 직원 - 행동규범 교육 참여	●	●		●	●	■		
	CEO 및 책임자 - 공정거래 자율준수 교육 참여(9월)			●				■	
	협력회사 - 윤리경영 실천 협조요청 공문 발송(11월)				●				■
점검	회사 전체 - UN글로벌콤팩트 실천 평가, 2차년도 COP등록(7월)			●			■		
	회계 감사 (연 3회), SOX감사(연 3회)	●	●	●	●	●	■		
시스템 · 제도	투명한 회계 시스템 운영	●	●	●	●	●	■		
	업무 절차집 정기 점검 통한 중복 절차 삭제(5월)		●					■	
	인트라넷 윤리경영 정보 공개 페이지 신설(10월)				●				■

윤리경영 서약 및 공정거래 자율준수 프로그램¹⁾의 실천 다짐

유한킴벌리의 김종근 사장은 국내의 CEO들과 함께 윤경SM포럼에서 진행되는 2009년 3월 CEO 윤리경영 실천을 다짐하는 서약에 참여했습니다(2003~2009, 7년 연속 유한킴벌리 CEO 서약).

유한킴벌리는 공정 경쟁과 공정거래 풍토 조성에 기여하고자 공정거래 자율준수 프로그램의 실천을 위해 2008년 9월 CEO를 포함한 경영진 및 구매, 영업, 마케팅 등 관련 실무자를 대상으로 사내 교육을 실시했고, 경영진 32명을 포함한 총 177명의 사원들이 윤리경영 준수 서약서에 서명했습니다. 향후 공정거래 자율준수를 위해 부문별로 필요한 교육을 연 1회 이상 정기적으로 진행할 예정입니다. 또한 팀 리더들을 대상으로 매 분기 별 윤리경영에 대한 확인서를 작성하도록 하고 있습니다.

공정거래 자율준수 조직표는 웹 사이트(www.yuhan-kimberly.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

유한킴벌리 윤리경영 개념도



내부통제 비전 2010



연 3회 정기적인 윤리경영 교육 실천

유한킴벌리는 사원들이 일상생활에서 뇌물과 부패 방지, 정보 보호, 공정거래 준수 등에 대해 판단 기준을 갖고 행동하도록 행동규범에 명시하고 있으며, 2008년에 부서 별로 총 3회의 행동규범 의무교육을 실시했습니다. 이러한 의무교육 결과는 2/4분기부터 인트라넷에 공개하고 있습니다.

투명한 회계 시스템, 절차집 운영

유한킴벌리는 전사적 자원관리시스템을 통해 재무 현황을 투명하게 볼 수 있도록 회계시스템을 운영 중입니다. 본 회계시스템은 1일 마감 원칙에 따라 월 거래 마감 실적을 다음 달 첫 날에 보고하고 있으며, 전 사원이 경비 사용 시에 법인카드를 결제하는 것을 의무화하고 있습니다.

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

또한 업무상 모든 절차를 투명하고 윤리적으로 수행하도록 총 555여 개의 업무절차집을 보유해서 매년 지속적인 보완 작업을 수행하고 있으며, 내부통제실과 부문 별 내부통제 담당자를 선정해서 관리하고 있습니다. 2008년 5월에는 지속적인 보완을 위해 정기점검을 통해 중복 절차 15개를 삭제하는 등 보다 투명하고 안전하게 일하도록 돕고 있습니다.

회사 웹 사이트 내 윤리경영 소개 강화

유한킴벌리는 외부의 이해관계자들이 윤리경영의 운영현황을 잘 이해할 수 있도록 2008년 8월에 회사 웹 사이트의 윤리경영 소개내용을 보다 강화했습니다. 또한 10월에는 사내 온라인 커뮤니케이션 매체인 인트라넷 내에 회사 원칙 코너에 ‘윤리경영’ 페이지를 별도로 생성해서 행동규범, 공정거래와 관련된 자료들을 참고할 수 있도록 관리하기 시작했습니다. 그리고 본 페이지는 2008년 4월에 이미 개설한 자율내부통제문화 페이지와 연동시켜 놓았습니다.



현재 내부통제문화 페이지에는 업무절차서, 업무위임전결 규정, 계약승인 한도 등이 공개되어 있어, 사원들이 업무 시 참고할 수 있으며, 공지사항 및 신규 절차 등록 총 10건, 질의응답 총 86건, 행동규범 교육일지 총 222건이 공개 소통되었습니다(2008.04 ~ 2009.04). 이러한 노력으로 유한킴벌리 윤리경영의 문화가 강화되고 있습니다.

협력회사 930개 사에 윤리경영 공동 노력 서신 송부

유한킴벌리는 협력회사와 공동으로 윤리경영을 실천하자는 취지에서, 930개 사에 윤리경영의 실천과 공정거래 준수 의지, 모니터링 제도 안내를 담은 협조 요청 공문을 2008년 11월에 송부했습니다. 또한 윤리경영 모니터링 접수된 내용의 비밀 보장 원칙을 실행하고 있습니다. (윤리경영 모니터링 제도 접수처 : webmaster.korea.@y-k.co.kr)

주요 원칙들의 준수 유한킴벌리는 행동규범 내 주요 원칙들을 규정해서 운영하고 있습니다.

- 경쟁사 비밀 보호, 법률 위반 예방 차원에서 내·외부 정보보호 정책 실행
- 불법적인 정치자금 기부 및 지원 금지(2008년 위반 사항은 없었습니다)
- 성실한 납세, 공정거래를 포함한 제반 법규 준수
- 비윤리적 행위 개선이나 고충사항 상담을 위한 핫라인(Hot Line)제도 운영

행동규범 위반 사항에 대한 신고처

분류	담당자	전화	팩스	이메일
법제담당	최호연 이사	02-528-1084	02-528-1067	HoYun.Choi@y-k.co.kr
내부통제	김만선 이사	02-528-1042	02-528-1851	Mansun.kim@y-k.co.kr
감사	서백영 감사	02-528-1015	02-528-2677	pysuh@y-k.co.kr

위기관리의 경쟁력은 어디서 나오나?

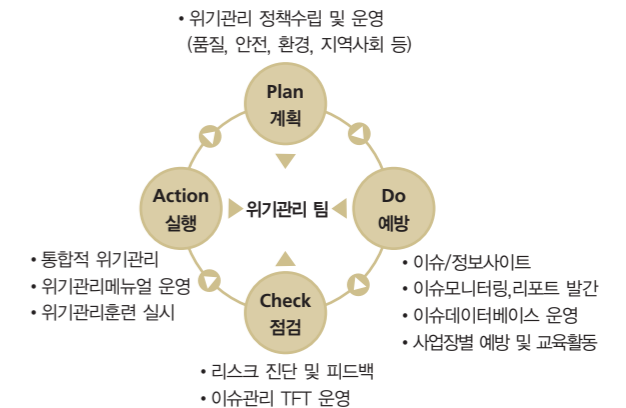
지속가능성 차원에서 본 유한킴벌리 위기관리 실천현황

분류	주요 실천 내용	분기 별 실행 (2008-2009)					지속가능성성과		
		1	2	3	4	1	유지 Keep	혁신 Change	창조 Create
사전 예방 활동	이슈 리포트 발간(31회)	●	●	●	●	●	■		
교육	위기관리 교육			●	●	●	■		
점검	잠재 위험 진단(12월)				●		■		
시스템·제도	이슈 / 정보 사이트 신설(6월)		●						■

통합적 위기관리 체제 구축

유한킴벌리는 기업과 제품의 명성을 보호하기 위해 위기관리 팀을 두고 있으며, 위기 예방과 위기관리 정책을 정하고 있는 위기관리 매뉴얼을 운영하고 있습니다. 위기관리 매뉴얼은 매년 2차례 정기 개정과 수시 개정이 진행하며, 2009년 2월, 사회와 회사 변화에 맞춰 개정했습니다. 2008년 12월에 회사 및 제품과 관련된 잠재 위험 조사를 실시하여 29개 위기 유형을 도출하고 제품 오염, 원료 안전성 등 12개 항목을 중점 관리 대상으로 선정하여 전 사원에게 전달하고 위기 예방 활동에 반영했습니다.

유한킴벌리 위기관리 시스템



총 31권의 이슈 리포트 발간

위기관리 팀은 사원들이 회사와 관련된 잠재 위기와 사회적 트렌드를 이해할 수 있도록 상시 모니터링을 시행하고, 이를 분석한 총 31권의 이슈 리포트를 발행하였으며, 총 426건의 이슈관련 정보를 제공하였습니다.

위기 예방 교육

위기관리 및 쟁점관리에 대한 설명회(2008.05, 임원 회의), 개정된 위기관리 매뉴얼과 잠재 위험 평가 결과 전달 교육 실시(2008.12, 전 사원, 회사 내부 통신망), 불량품으로 인한 회사와 제품의 명성 훼손 예방을 위한 제품 이물질 예방 TFT 활동 및 예방 활동(2008.07, 사내 관계자 21명 · 협력회사 28개), 회사와 관련된 사회적 이슈 분석 및 교육(2009.03·05, 전 임원)등이 실행되었습니다.

이슈/정보 사이트 신설

사원들이 위기를 쉽게 이해하고, 위기 예방과 관리를 수행하는 데 도움을 주기 위해 2008년 6월에 이슈/정보 사이트가 개설되었습니다. 이곳에는 위기의 정의, 예방 활동에 대한 교육 내용과 함께 사원들이 궁금해 하는 이슈관련 정보, 최근 개정 법규 등 위기의 이해와 예방 활동에 도움이 되는 내용을 담고 있으며, 이슈 리포트를 통해 제공되는 국내외 이슈 및 사회 트렌드에 대한 정보도 제공함으로써 사원들의 위기관리 역량을 높이는데 도움을 주고 있습니다.

사회와 어떤 약속들을 하고 있나?

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

사회적 협약 및 인증 약속

분류	주요 약속 내용	협약·인증 기간(2007~2013)							협약·인증·국가기관
		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
공동	UN글로벌콤팩트 가입	●————→							UN글로벌콤팩트
윤리	CEO의 윤리서약	●————→							윤경 SM포럼
	공정거래자율준수	-----							공정거래위원회
	윤리경영 제조업부문 최우수등급	●————→							지식경제부
가족 친화	가족친화우수기업 인증	●————→							보건복지가족부
	엄마에게친근한일터 인증	●————→							유니세프 한국위원회
환경	친환경펠프인증(FSC)	●————→							미국산림관리협의회
	온실가스 자발적 감축	-----							환경부
	포장폐기물 줄이기 자발적 협약	●————→							환경부
	녹색구매 자발적 협약 1차	●————→							환경부
	녹색구매 자발적 협약 2차			●————→					환경부
	ISO14001 재인증 - 군포	●————→							UL Korea
	ISO14001 재인증 - 김천	●————→							Kotric - QA
	ISO14001 재인증 - 대전			●————→					BSI Korea
	ISO14001 인증	●————→							SGS-Korea
	환경친화기업 재인증 - 군포	●————→							환경부
환경친화기업 재인증 - 김천	●————→							환경부	
환경친화기업 재인증 - 대전	●————→							환경부	
고객	소비자불만자율관리프로그램			●————→					공정거래위원회

사례 그린핑거, 아동친화적 나라 만들기 앞장 서

2009년 5월 어린이날에 어린이들의 인권 보호를 위해 "아동친화적 나라 만들기"를 알리는 데 참여하기 위해 그린핑거가 웹 사이트 서명 캠페인에 참여했습니다. 또한 어린이날 기념식 참가자들에게 그린핑거 마이키즈를 선물로 배포했습니다. 본 프로그램은 보건복지가족부가 주최하고 한국아동단체협의회와 한국아동복지협회가 주관한 것입니다.

 어린이 인권 보호 서명은 웹 사이트 (www.greenfingger.com)에서 참여할 수 있습니다.

유한킴벌리의 UN글로벌콤팩트 실천

BEST Index 충족 상태 표시화 ● 보고 ○ 일부보고 ○ 해당 안됨 * 보고 안됨

분류	원칙	유한킴벌리 규정·온라인 공개처	2008성과	GRI	BEST	보고 페이지
인권	1. 우리는 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.	인권 보호 • 경영방침 [인권존중] • 인사규정 제 35조 [신분 보장] • 행동규범 [사원에 대한 배려] • 단체협약 2장 제 27조 [부당징계의 구제] www.yuhan-kimberly.co.kr 2007보고서	• 전 사원 행동규범 교육 실시(연 3회) • 어린이 인권 보호 서명 캠페인 지원	● HR1 ● HR2 ● HR3 ● HR4 ● HR5 ● HR6 ● HR7 ● HR8 ● HR9	● CO2 ● EM7 ● EM8 ● EM9 ● EM10 ● EM30 ● EM31 ● PN2 ● PN3	33, 72, 78, 79, 91
	2. 우리는 인권침해에 가담하지 않고 있음을 확인한다.	인권 침해 • 협력회사 선정지침 [조직의 윤리적 건전성] • 협력회사 평가 항목 [임금 및 고용]	• 협력회사 대상 인권 부문 정기평가 실시 • 경비보안담당 협력회사 인권교육 106명 실시	● HR1 ● HR2 ● HR8	● EM31 ● PN2 ● PN3	72, 78, 79
노동	3. 우리는 결사의 자유와 단체교섭 권리를 보장한다.	결사 자유 • 단체협약 2장 제 10조 [조합 활동의 보장] • 단체협약 2장 제 11조 [부당 노동 행위 금지] • 단체협약 7장 제 66조 [노사협의회, 고충처리위원회 및 고충처리위원회] • 단체협약 9장 제 75조 [교섭원칙] www.yuhan-kimberly.co.kr 2007보고서	• 노동조합가입률 82.8% • 노사협의회 연간 총 20회 개최 • 단체협상 2년 1회 실시 (2008.6) • 임금협상 연 1회 실시 (2008.6)	● HR5 ● LA4 ● LA5	● EM8 ● EM12 ● EM13	72, 75
	4. 우리는 모든 형태의 강제노동을 배제한다.	강제 노동 금지 • 단체협약 4장 제 40조 [산전산후휴가] 여성조합원의 시간외 근로 금지	• 임신부 보건상 유해·위험한 사업 배치 금지 • 임신한 여성의 탄력적 근로시간제 적용 금지	● HR7	● EM10	33, 72
	5. 우리는 아동노동을 효과적으로 폐지한다.	아동 노동 금지 • 취업규칙 3장 제 21조 2항 [근무] 18세 미만자의 시간외 근무조항 별도 적용	• 18세 미만 사원 없음	● HR6	● EM9	33, 72
	6. 우리는 고용 및 업무상 차별을 근절한다.	차별 금지 • 취업규칙 9장 제 89조 [남녀 차별 금지] • 단체협약 5장 제 45조 [임금] 동일가치의 노동에 대한 동일 임금 지급 • 행동규범 제 2장 [사원에 대한 배려] www.yuhan-kimberly.co.kr 2007보고서	• 성희롱 예방 교육 • 여성 비율(사무직 40.1%, 임원 17.1%) • 대졸 신입 남녀 사원 초봉 동일	● HR4 ● LA2 ● LA10 ● LA13 *LA14	● EM2 *EM3 ● EM5 ● EM7 ● EM17 ● EM27	64, 66, 72, 73
환경	7. 우리는 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.	환경 예방 • 구매이념 [환경친화적인 원료 구입 및 제품 생산 지원] • 환경경영방침 [환경 부하의 최소화] • 환경경영방침 [환경 사고의 사전 예방] www.yuhan-kimberly.co.kr 2007환경경영	• 환경친화적 제품 출시 • 녹색구매 1,000억 원 • 생리대 LCA 수행 • 환경보호 비용 90억 8천만 원	● 4.11	● GR11	15, 16, 31
	8. 우리는 보다 많은 환경적 책임을 지는데 앞장선다.	환경 책임 • 경영방침 [사회 공헌] 선도적 환경 보전 활동 전개 • 행동규범 2장 [환경보호] • 구매이념 [파트너와의 협력 통한 상호 이익 실현] • 환경경영방침 [환경보호 운동에 선도적 역할] www.yuhan-kimberly.co.kr 2007환경경영	• 우리강산푸르게푸르게 캠페인 진행 • 환경 실적 12년 추세 관리	● EN2 ● EN5 ● EN6 ● EN7 ● EN10 ● EN13 ○ EN14 ● EN18 ● EN21 ● EN22 ● EN26 ● EN27 ● EN30	● EV1 ● EV2 ● EV3 ● EV4 ● EV11 ● EV16 ● EV17 ● EV23 ● EV24 ○ EV26 ● EV27	93, 105, 106, 110, 111, 114, 115, 117, 118
	9. 우리는 환경친화적인 기술개발 및 확산을 지원한다.	환경 친화 • 구매이념 [기술적인 혁신 통한 우수 제품 생산 지원] • 환경경영방침 [지속적인 환경개선]-절감, 재사용, 재활용 노력 규정 www.yuhan-kimberly.co.kr 2007환경경영	• 환경친화형 생분해성 소재 개발 및 제품 적용 • 생산공정 폐기물의 재활용 94% • 국내 재활용지 사용 비율 84.9%	● EN2 ● EN5 ● EN6 ● EN7 ● EN10 ● EN18 ● EN26 ● EN27	● EV4 ● EV5 ● EV11 ● EV18 ● EV23 ● EV24	105, 110, 111, 114, 115, 116, 117, 118
반 부패	10. 우리는 부당취득 및 뇌물 등의 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 노력한다.	반 부패 • 행동규범 제2장 [선물 접대기준 명시] • 행동규범 제2장 [공직자에 대한 금품 수여 금지] • 취업규칙 제11조 [금지사항] - 거래처로부터 사례, 중여, 향연 등 행위 www.yuhan-kimberly.co.kr 2007공정거래	• 윤리경영 및 공정거래 자율준수 임원 및 관련자 177명 서약 • 협력회사 930개 기관 윤리경영 실천 협약	● SO2 ● SO3 ● SO4	● CO5 ● EM25 ● EM26	29, 30, 33

*유한킴벌리는 2007년 3월 UN글로벌콤팩트에 가입하였으며, 매년 COP를 공개하고 있습니다.

“각 사업 부문 리더들과 R&D 리더의 지속경영 좌담회”

유한킴벌리는 지속가능한 소비를 꿈꾼다!

5가지 의제의 5가지 생각들



참가자들

1. 최승균 부사장 미용지, 화장지, 키친타월 등 가정·주방위생용품 사업을 총괄하는 리더이다.
2. 진재승 이사 기저귀를 포함한 유아 및 아동 위생용품 제품 개발의 리더이다.
3. 김혜숙 이사(사회) 이해관계자와의 커뮤니케이션, 가족친화경영, 지속가능성 보고 업무를 담당하는 리더이다.
4. 이호경 이사 기저귀, 물티슈, 스킨케어 제품을 담당하는 유아 및 아동위생용품 사업 본부의 마케팅 리더이다.
5. 송천현 전무 산업위생용품과 병원위생용품, 부직포 사업 등을 총괄하는 리더이다. 일명 B2B(Business to Business) 사업이라고 부른다.
6. 최병선 부사장 유한킴벌리 신규 사업을 포함해 전체 사업 전반을 이끌고 있는 사업 총괄 리더이다(Chief Operating Officer).

의제 1 지속가능한 시장을 어떻게 창출해야 하나요?

사회 바쁘신 중에도 좌담회에 참여해 주셔서 감사합니다. 주요 사업을 맡고 계신 여러분들께서는 지속가능성 차원에서 유한킴벌리 시장을 어떻게 전망하고 계시나요?

최병선 부사장 인구 변화 측면에서 저출산, 고령화 등으로 많은 변화가 예상됩니다. 유한킴벌리는 사업 경계를 늘리는 노력들을 많이 하고 있어요.

이호경 이사 고령화는 기회죠. 우리 제품은 지금 성인용 기저귀 정도지만, 노인들이 쓰는 서비스나 제품을 더 개발한다면 무궁무진한 기회를 창출할 수 있어요.

진재승 이사 인구 수가 줄어들고, 일본 제품이 국내 출시되는 것은 위협 요인이지만, 거꾸로 우리가 일본 시장에 진입할 수도 있고, 다른 나라까지 확장할 수 있는 긍정적인 측면들이 있을 것 같습니다.

최승균 부사장 유한킴벌리는 포트폴리오가 좋은 회사입니다. 현재에 안주하지 않고 미래를 내다보고 지금도 전 세계에 몇 개 없는 기계를 설치해서 아시아의 선두 지역으로 거듭날 수 있는 배경을 만들

어 놓았거든요. 앞으로도 노력하기에 따라 더 발전할 준비가 되어있다고 봅니다.

송천현 전무 B2B(Business to Business) 사업은 세계적인 트렌드, 정부 정책, 소비 형태가 중요하죠. 한국은 전 세계에서 B2B 사업을 하는데 가장 좋은 환경입니다. 한국이 세계 최강인 부분들이 많기 때문이죠. 첨단 산업, IT, 철강, 조선, 자동차, 건설 그리고 최근 의료까지도 말이죠. 그뿐만이 아니라 국민소득이 상승하면서 가정에서는 위생과 안전이 중요 요소로 대두되고, 공공기관이나 산업체에서 고품질 요구가 늘어나고, 산업체에서는 안전이 중요하다는 의견의 일치를 보고 있습니다. 의료 기관들의 대형화와 전문화도 그렇고, 병원도 감염 예방 인식이 높아졌습니다. 그래서 굉장히 큰 기회가 올 것으로 생각하고 있습니다.

최병선 부사장 공감이 되네요. 유한킴벌리가 작년에 매출 1조 원을 쌓은 능력은 바로 시장을 형성시키고 독특한 사회적 가치와 상품을 만들어 내는 능력들이 탁월하기 때문이라는 점이 인정받고 있어요. 다 발굴되지 않았지만 무한하다고 생각되는 분야들을 중심으로 다양한 상품을 개발하려는 시도들이 이루어지고 있어요.

이호경 이사 지속가능한 시장 개발과 동반해서 생각해야 될 부분은 세계 경기 부분입니다. 침체가 계속될 지 몰라요. 고급화도 좋고, 가치 창출도 좋지만 경제 부분도 생각해 봐야 합니다.



2 경제적 위기가 소비에 어떤 영향을 줄까요?

사회 잠깐 중간 정리를 하겠습니다. 우리 경영진은 희망적으로 미래를 보고 있는데요. 한편에서는 지금 이호경 이사가 이야기한 것처럼 경제적 위기와 연관해서는 어떻게 보시나요?

이호경 이사 소비자들은 경기가 어려워지면 소비에 신중해지죠. 우리제품들이 생활용품이기는 하지만 아까 말한 것처럼 신중히 생각해 사는 만큼 그만큼의 가치를 제공해야 한다는 생각이 들어요.

진재승 이사 소비자들은 제품의 안전성 등에 민감한데 이를 통과한 제품들을 선호하겠죠. 그런 안정감을 제공해 주는 것이 우리 회사의 강점이죠.

이호경 이사 그래요. 바로 그것이 가치라고 봐요. 단순히 테크놀로지가 더 들어간 제품이 아니라, 나한테 더 안전하고 디자인이 더 좋고 즐거움을 더 줄 수 있는지까지 다 포함한 것이 가치인데, 우리가 그것을 만들어내는 것이 중요해요.



3 사회적 가치를 극대화하면서 자원 소비를 최소화할 방법은 없을까요?

사회 자연스럽게 세 번째 의제로 넘어 가셨네요. 우리는 사회적 가치를 극대화하면서 자원 소비를 최소화하도록 제품과 서비스를 고려하고 있나요? 오늘 좌담회의 가장 꽃인데요 그 부분을 더 이야기 해주시기 바랍니다.

최병선 부사장 우리의 지속가능성 제품 모델로는 옥수수 전분을 소재로 한 기저귀 하이스 네이처메이드, 자연추출물을 활용한 스킨케어 그린핑거, 가정에서 여러 번 빨아 쓸 수 있는 하이드로넛 공법으로 만든 스퀘어 타월 등, 그리고 여러 가지 건강관련 첨단 제품들이 있습니다. 다양한 소비자층의 새로운 니즈를 일깨워주는 마케팅 능력들이 다 혁신 과정이라고 생각해요. 이러한 혁신들이 지속가능성의 모델을 만드는 우리 회사의 근간이 되지 않을까요?

송천현 전무 생활용품 시장은 성숙 단계에 있다면 B2B 시장은 이제 성숙기 시장에 도입했다고 봅니다. 사회적 가치를 공중위생, 안전에 최우선 순위로 두는 활동을 많이 해야 된다고 봐요. 이를 바탕으로 좀 더 에너지 절약적이고, 친환경적이며, 재활용이나 재사용이 가능한 것이 필요해요. 특히 포장 디자인도 더 콤팩트하게 만들면 물류의 환경부하가 줄어 도움을 줄 것입니다. 보호복도 기능을 부여해서 더운 데서 차게 느끼는 기능을 강화하면 에너지 절약형 시장이 커지지 않을까 생각합니다.

진재승 이사 예를 들어 제품에 결점이 발견되어 소비자들에게서 피드백 되어 돌아오는 과정에서 낭비들이 생겼어요. 처음부터 제대로 만들어냈다면 그런 낭비들을 줄일 뿐만 아니라 제품 제조 과정 중에 발생하는 낭비도 줄어드는 측면이 있고, 공급망관리에서도 낭비를 최대한 높일 수 있어요.

최병선 부사장 중요하지만 어려운 문제라고 봐요. 우리들의 과제는 항상 얼마나 어떻게 줄일 것이냐는 문제였고, 실제 지속가능한 소비를 원할 것이냐는 기준을 가늠해서 맞추었어요. 이제는 전략을 갖고 어떤 사회적 표준이 만들어져서 그것을 따르거나, 단순히 줄이는 것이 아니라 전 프로세스를 잘 보



지금 우리 수준은 조사를 통해 트렌드를 읽고, 원재료들을 전략적으로 반영하고, 여러 가지 유해 환경 물질을 줄이는 수준이었다고 봐요. 그러나 앞으로 다루어질 문제들은 물이나 공기이지요. 소비자의 가치를 지속가능성 관점에서 재정리를 해주어야 한다고 봅니다. 그런 면에서 우리가 소비자 인식을 지속가능성과 관련된 인식으로 전환하는데 선도해 나가야 합니다. **최병선 부사장**



고 잘 관리 하는 쪽에서 접근해야 할 것입니다.

이호경 이사 그래요. 단순한 문제가 아닙니다. 우리가 과거 기저귀에 대해 환경에 나쁘다고 비난을 받았잖아요. 그 당시 생각은 주로 어떻게 하면 자원을 덜 쓰고, 썩게 만드는지에 대해 집중했기 때문이죠. 그러나 앞으로는 전 과정 차원에서 생각해야 되고요. 회사 전체가 지속가능성의 콘셉트를 갖고 일하면 모든 부문에서 다 기여할 부분을 찾을 수 있는 것처럼 말이지요.

송천현 전무 유한킴벌리는 가장 환경친화적인 기업으로 대표되고 있습니다. 국가정책은 2030년까지 저탄소 녹색성장을 신성장 동력으로 삼고 있어요. 저탄소 녹색성장의 핵심은 에너지 자원 사용량의 최소화가 주인데, 유한킴벌리와 이런 차세대 녹색성장을 더 적극적으로 연결하는 게 어떤가라는 생각을 합니다.

최병선 부사장 좋은 생각입니다. 단순히 원재료의 절감이나 프로세스 혁신, 재활용 정도로는 사업 유지에 한계가 있다고 봅니다. 앞에서 이야기한 것 같이 그린마인드로 무장된 사람들, 회사 문화, 프로세스들이 중요하죠. 무엇 하나를 구매 하더라도 그런 쪽으로 가야 한다는 거죠. 보다 근원적인 접근이 필요해요. 우리가 그린 마인드, 그린 프로세스를 가져야 되고, 이 점에서 네트워킹 하는 협력회사들과 날줄 씨줄로 공감대를 가져야 되고요. 바람직한 모델들을 사업 영역에 확대하고, 이 체계 자체가 소통되어야 합니다. 기후변화 관련 영역도 그 수준을 끌어올리는 노력이 필요합니다.

진재승 이사 제품 디자인 측면에서 4시간을 사용한다면 4시간 사용하는 데에 들어가는 자원을 최소화해서 슬림화로 가져갈 건가, 아니면 4시간을 8시간이나 12시간, 24시간으로 사용 시간을 늘려 줄 것인가 하는 문제가 있습니다. 기술적으로 다 가능해요. 다만, 그 부분을 어떻게 커뮤니케이션 할 것이냐는 것이죠. 24시간을 사용했을 경우 나타나는 제반 요인들도 많이 있거든요.



4 앞으로 지속가능하지 않은 제품이나 서비스를 어떻게 할 것인가요?

사회 많은 얘기가 나왔네요. 그런데 우리가 지속가능하지 않은 제품 및 서비스에 대해서는 어떤 노력을 해야 한다고 보니까? 예를 들어 포장재 절감에 대해 사업부 관심은 어떤 건가요?

송천현 전무 우리가 옛날에 핸드타월의 비닐 포장을 종이로 바꿨잖아요.

최병선 부사장 그것도 우리가 지속가능성을 돕기 위해 새로운 표준을 만든 예입니다. 처음에는 불편하



“친환경 소재의 기저귀인 하비스 네이처메이드를 출시 할 때 가장 고민했던 부분은 환경친화적으로 런칭할 때 소비자들이 공익을 위해 사겠느냐는 것이었어요. 그래서 천연 소재와 피부 건강과 웰빙을 부각시킨 것이 환경친화적인 신제품을 기쁘게 구입하는 연결 고리가 되었죠. 이렇게 우리가 지속가능한 프로세스를 만들고, 제품과 서비스를 만드는 것 뿐만 아니라 소비자들에게 그 가치를 연결시켜 주는 것도 가장 빨리 지속가능한 소비로 가도록 돕는 길이 아닐까요? 이호경 이사”

고, 이상하지만 사회적으로, 경제적으로, 나에게 좋으면 표준이 되죠. 그런 표준을 우리가 어떻게 만들어가느냐가 키 포인트입니다. 쉬운 일은 아니지만 해법들이 있어야 되요.

이호경 이사 과거의 소비자들은 같은 돈이면 푸짐한 것들을 좋아했어요. 플라스틱 재질이 더 품위가 있는 것처럼 보는 소비자나 제조 회사에 있는 우리의 마인드를 바꿔야 되요. 우리는 스킨케어 그린핑거의 리뉴얼 제품 포장을 많이 줄였어요. 재질도 종이로 바꾸고요. 더 나아가 아예 없애 버리려고 하고 있어요.

최병선 부사장 다른 얘기지만 지금 지속가능성을 환경 쪽에서 많이 다루고 있어요. 그러나 회사, 국가 전체적으로 파악할 필요가 있어요. 프로세스나 에너지 같은 것들을 고려한 제품이나 소재 설계로 선도를 나가야 되요. 큰 틀 내에서 장기적으로 잘 보면서 가야 됩니다.

의제 5 우리는 기업 차원에서 어떤 자세를 가져야 하나요?

사회 여기 사업부에 오신 여러분들이 지속가능성의 새로운 사회 기준을 만드시고 전파하는 대표자들이 되시기 바랍니다. 우리에게 남는 과제들로 또 무엇이 있을까요?

최승균 부사장 과거에 유한킴벌리가 친환경적으로 재활용지인 신문용지를 가지고 화장지를 만들었는데 그 후 없어졌습니다. 소비자들의 이야기와 실제 행동이 다르더라고요. 우리는 옳다고 생각하는데 소비자들이 안 따라 주면 지속가능한 소비를 하도록 발전할 수 없거든요. 고려 사항이 참 많아요.

이호경 이사 소비자 조사에서 환경친화적인 제품이 나오면 사겠느냐는 질문에 대부분 살 의사가 있다고 했는데, 내면을 들여다보면 소비자들은 자신의 가치와 직접 연관이 없으면 안 사겠다는 것이거든요. 지속가능한 소비를 소비자들이 선택하도록 캠페인과 계몽 활동 등 엄청난 비용과 오랜 시간을 들여 하는 것도 방법이겠지만, 소비자 조사에서 찾은 것처럼 “나하고 어떤 가치가 있는지, 관련이 있는지” 를 연결 시키면 더 빨리 도달할 수 있습니다.

최병선 부사장 그렇죠. 지속가능성을 사회적으로 모델화하는데 어마어마한 비용을 지불해야 할 지 몰라요. 다른 효용과 묶지 않으면 지속가능성만 가지고는 풍선효과가 생긴다고 봐요. 그러나 그런 것을 다 생각해서 여러 가지로 무장을 해야 되겠죠. 우리가 선도를 해야 되는 것은 틀림 없는 일입니다.

사회 감사합니다. 본 내용은 2009년 4월 24일 유한킴벌리 본사 17층 블루오션홀에서 진행된 좌담회 내용을 정리한 것입니다.

03 Economic Value

경제성과 보고 혁신과 창조를 만들어내는 동력은 무엇인가?

경제성과 DMA | 경제적 가치 창출 및 자산 관리 | 혁신경영 | 창조경영

경제성과 관리체계

비전

2015년에 지속적인 성장을 통해 매출액 3조원을 달성한다

정책

- 해외 시장 개척 가속화
- 첨단 신기술 도입으로 공장 합리화
- 사업 통합으로 성장 시너지 극대화, 기술혁신으로 신규 사업 및 시장 개발 가속화
- 5대 분야 (사원, 프로세스, 시스템, 조직 구조, 시장 개척)의 경영혁신 진행
- 통합적 경영 정보 관리 실행

조직

재무 및 ITS, 유아·여성·성인·가정위생용품, 신규사업, 디지털날염, B2B, 생활용품영업

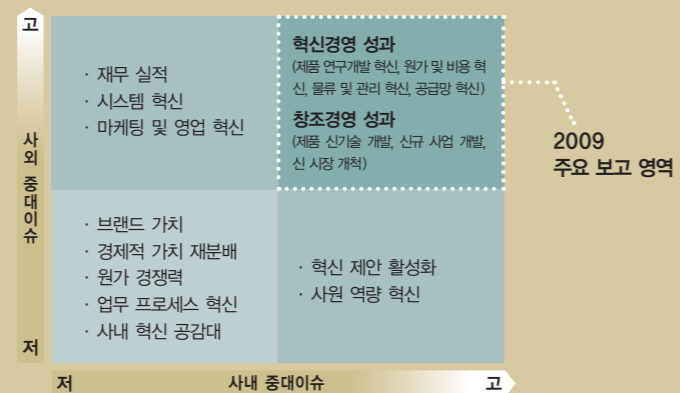
성과

평가 기준 ●초과 ●부합 ○적극적 노력 필요

분류	2008			
	세부내용	평가	관련 Page	
재무 성과	매출액	10,221억 원	●	43
	순이익률	11.3%	●	43
투자 유치 및 집행	726억 원	●		42
사업	전체 매출액 중 수출비중 17%	●		53
	전년 대비 신성장 사업 성장 21%	●		19, 21, 46
	친자연주의 기저귀 출시	●		55
경영 혁신	수출통관자카시스템 구축	●		50
투명성	지속가능성보고서 발간	●		6,9

2009 경제성과 중대성 평가 IPS Materiality Test Model™

혁신경영 성과(제품 연구개발, 원가 및 비용, 물류 및 관리, 공급망 혁신)와 창조경영 성과(제품 신기술 개발, 신규 사업 개발, 신 시장 개척)가 중대이슈로 도출되었습니다.



유한킴벌리의 재무적 건전성은 양호한가?

경제적 가치 창출과 효과적 자산 관리

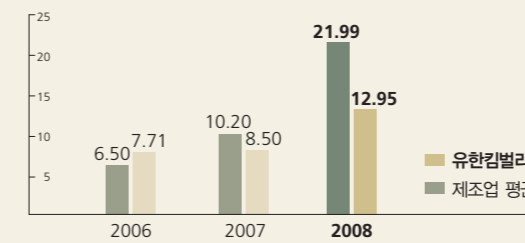
2008년 매출 목표 1조 원 달성

유한킴벌리는 2008년에 유가와 원재료 가격 상승 등에 따른 어려운 경영 환경 변화 속에서도 창사 이래 처음으로 매출 1조 원을 달성하였습니다. 또한 재무 비율분석 결과 수익성, 안정성, 활동성 측면에서 동종산업 및 제조업 평균보다 재무 건전성이 양호한 것으로 나타났습니다.

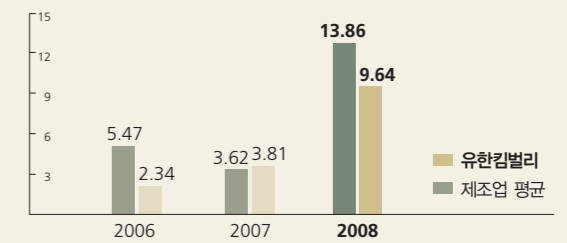
성장성

유한킴벌리의 2008년도 매출액은 전년대비 13%, 당기순이익은 9% 증가하였습니다. 제품고급화, 혁신적인 신제품 출시, 원가절감 노력을 통하여 기존 내수 시장과 신 성장 사업 개발에 주력하면서, 다른 한편으로는 해외시장 개척에 노력하여 지속적인 성장을 이루었습니다. 특히 가정위생용품 사업의 적극적인 신규 설비투자 등으로 유형자산의 증가가 있었습니다. 이는 유한킴벌리가 어려운 환경 속에서도 장기적인 설비투자를 통해 경제활동에 기여하고 있다는 것을 의미합니다.

매출액증가율 (단위: %)



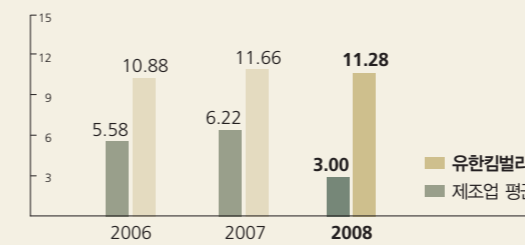
유형자산증가율 (단위: %)



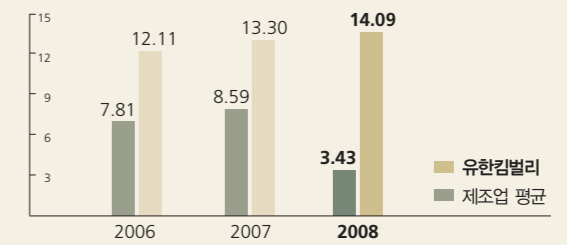
수익성

유한킴벌리는 2008년도에 국제 펄프 가격 상승과 원화 가치 하락에 따른 원재료 가격 상승으로 원가 부담을 받았으나 기저귀 생산성 향상을 비롯한 혁신적인 원가 절감과 전사적인 비용 절감 노력으로 모든 수익성 지표에서 산업 및 제조업 평균을 상회하는 실적을 달성하였습니다.

매출순이익율 (단위: %)



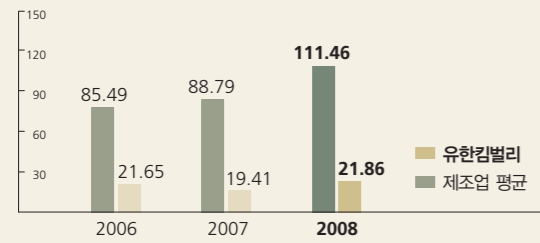
총자산순이익률 (ROA) (단위: %)



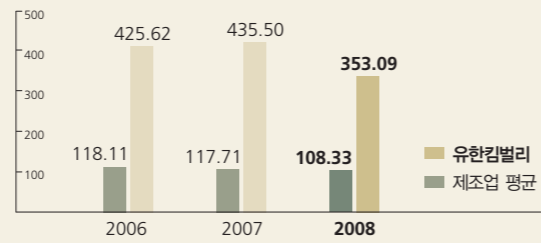
안정성

유한킴벌리는 안정적인 영업 현금 흐름을 바탕으로 무차입 경영을 하고 있습니다. 유동비율, 부채비율 등의 분석결과 동종산업 및 제조업 평균보다 재무적 안정성이 높게 나타났습니다.

부채비율 (단위 : %)



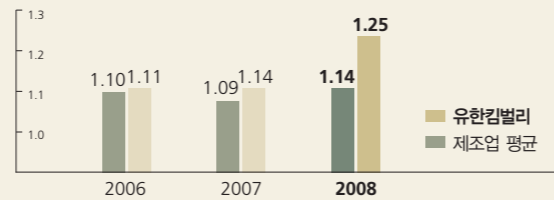
유동비율 (단위 : %)



활동성

유한킴벌리의 총자산회전율, 매출채권회전율, 재고자산회전율 및 비유동자산회전율 등 활동성 지표 모두 건전한 실적을 보여주고 있습니다. 이는 회사의 자산을 효율적으로 활용하여 안정적으로 매출을 창출하고 있다는 의미입니다.

총자산회전율 (단위 : 회)



건전한 현금흐름

유한킴벌리는 영업활동으로 벌어들인 돈을 투자와 재무활동에 다시 충당하는 건실성을 보여주었습니다. 특히 2008년도에는 726억 원의 대규모 고정자산 투자에도 불구하고, 차입금 없이 순현금흐름이 증가하였습니다.

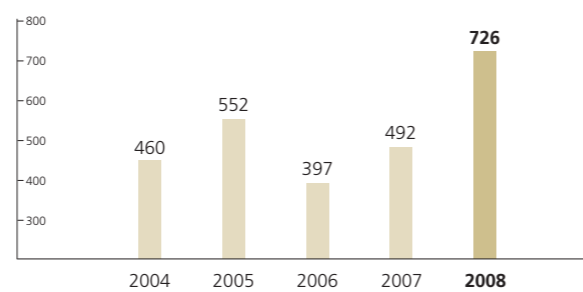
현금흐름표 (단위 : 백만 원)

과목	연도	2004	2005	2006	2007	2008
영업활동		125,885	95,458	161,632	133,861	133,218
투자활동 ¹⁾		(100,786)	(34,039)	(68,381)	(76,037)	(19,241)
재무활동		(25,000)	(56,000)	(50,380)	(70,000)	(110,000)
순현금흐름		99	5,419	41,871	(12,176)	3,977

미래 성장을 위한 설비투자 확충

유한킴벌리는 장기적으로 성장 잠재력 확보와 미래 시장 변화를 준비하기 위해 2008년도에 충주 신공장 부지를 매입하고 가정위생용품사업 신규 설비에 투자하였습니다. 신공장의 부지 선정은 지역사회의 일자리 창출 등이 고려되었으며, 신규 설비 투자는 경제적 이유와 더불어 신기술에 따른 원료와 에너지 절약이라는 환경적 목적이 함께 반영되었습니다.

투자 실적 (단위 : 억 원)



¹⁾ 투자활동 : 매출액에서 주요 이해관계자에 분배된 금액을 제외한 비용입니다. 임차료, 감가상각비 등이 포함됩니다. ()는 마이너스를 의미합니다.

숫자로 본 경영 지표

대차대조표와 손익계산서 (단위 : 억 원)

구분	2004	2005	2006	2007	2008	
대차대조표 (재무상태)	유동자산	4,518	4,282	4,831	4,984	4,793
	비유동자산	2,505	2,686	2,958	3,086	3,507
	자산총계	7,023	6,968	7,789	8,070	8,300
	유동부채	1,045	883	1,135	1,144	1,357
	비유동부채	529	303	251	168	132
	부채총계	1,574	1,186	1,386	1,312	1,489
	자본금	900	2,000	2,000	2,000	2,000
	자본잉여금	625	625	625	625	625
	이익잉여금	3,924	3,157	3,778	4,133	4,186
	자본총계	5,449	5,782	6,403	6,758	6,811
부채와자본총계	7,023	6,968	7,789	8,070	8,300	
손익계산서 (경영성과)	매출액	7,226	7,743	8,340	9,050	10,221
	매출원가	4,483	4,863	5,272	5,612	6,350
	매출총이익	2,743	2,880	3,068	3,438	3,871
	판매비와일반관리비	1,557	1,780	1,996	2,134	2,397
	영업이익	1,186	1,100	1,072	1,304	1,474
	영업외수익	149	147	245	209	442
	영업외비용	58	44	67	64	304
	법인세차감전순이익	1,277	1,203	1,250	1,449	1,612
	법인세비용	372	310	344	394	459
	당기순이익	905	893	906	1,055	1,153

재무 지표

연도	주요 재무 지표	유한킴벌리			동종산업(대기업) 평균			제조업(대기업) 평균		
		2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
성장성	매출액증가율 (%)	7.71	8.50	12.95	1.46	2.66	20.84	6.50	10.20	21.99
	유형자산증가율 (%)	2.34	3.81	9.64	-2.96	-4.92	8.05	5.47	3.62	13.86
	당기순이익증가율 (%)	1.6	16.28	9.33	-	-	-	-	-	-
수익성	매출액영업이익률 (%)	12.87	14.41	14.42	4.10	2.22	4.98	5.98	6.82	6.58
	매출액순이익률 (%)	10.88	11.66	11.28	-1.22	-1.07	-1.45	5.58	6.22	3.00
	총자산순이익률(ROA, %)	12.11	13.30	14.09	0.42	-0.28	-1.38	7.81	8.59	3.43
	자기자본순이익률(ROE, %)	14.63	16.03	17.00	-2.02	-0.56	-3.06	11.41	12.37	6.88
안정성	유동비율 (%)	425.62	435.50	353.09	108.53	118.23	97.40	118.11	117.71	108.33
	당좌비율 (%)	356.32	362.30	266.81	74.42	83.34	63.26	87.77	88.10	80.38
	부채비율 (%)	21.65	19.41	21.86	100.71	105.06	138.50	85.49	88.79	111.46
	비유동장기적합률 (%)	44.46	44.56	50.52	96.46	92.62	101.45	91.93	91.53	95.38
활동성	총자산회전율 ²⁾ (회)	1.11	1.14	1.25	0.81	0.84	0.95	1.10	1.09	1.14
	매출채권회전율(회)	9.75	9.73	9.44	6.05	6.51	6.81	8.72	8.85	9.19
	재고자산회전율(회)	10.39	11.14	10.18	8.33	8.88	8.46	11.56	11.69	11.67
	유형자산회전율(회)	2.96	3.12	3.30	1.37	1.42	1.72	2.64	2.79	3.09

비교기준 2006, 2007, 2008 산업 및 제조업 평균비율은 2009년 7월 1일자로 한국은행이 발간한 '기업경영분석' 중 펄프, 종이 및 종이 제품업의 산업평균(대기업)과 제조업(대기업) 평균입니다. 유한킴벌리는 건강·위생용품 기업으로 보다 효과적인 비교를 위해 제조업(대기업) 평균을 활용했습니다.
금액기준 안정성 재무지표 계산에 사용한 대차대조표 금액은 기말 잔액이며, 수익성 및 활동성 재무 지표 계산에 사용한 대차대조표 금액은 기초잔액과 기말 잔액의 산술 평균입니다.

²⁾ 총자산회전율 : 기업의 소유 자산들을 얼마나 효과적으로 이용하고 있는가를 측정하는 지표로서, 매출액을 평균총자산으로 나눈 비율입니다.

분배된 경제적 가치를 실현하고 있는가?

납세, 일자리 창출, 공정한 거래, 지역사회 투자 실현

국가와 사회에 기여

유한킴벌리는 납세, 일자리 창출, 공정한 거래, 지역사회 투자 등을 통해 국가와 사회에 기여하는 기업 시민입니다. 특히 유한킴벌리는 2008년에 사회 공헌 활동 기금 중 68.2%를 숲을 조성하고 환경을 보호하는 활동에 사용하였으며, 우리 사회의 지속가능성 이슈를 함께 고민하고 해결하고자 노력하고 있습니다. 또한 국가 프로젝트 등에 참여해 새로운 가치를 창조하고 있습니다.

분배된 경제적 가치 (단위: 억 원)

분배 대상	분류	2004	2005	2006	2007	2008	
주주	배당금	250	1660	504	700	1,100	
사원	급여와 복리후생비	994	1,157	1,393	1,491	1,616	
협력회사	재화와 서비스 구매비용	4,783	5,248	5,587	5,921	6,951	
지역사회	정부	법인세 및 기타 제세공과금	412	364	390	443	514
	지역사회 · 고객	사회 공헌 활동	23	34	57	57	50
기타	기타비용 ¹⁾	213	143	137	257	132	
사내 유보	사내 유보 증감	655	-767	404	355	53	
총 수익(매출액+이자수입 등)		7,331	7,839	8,471	9,225	10,416	

보고기준 변경 2008년부터 손익계산서를 기준으로 분배된 경제적 가치를 재구성하였으며, 주요 내용은 협력회사의 범위를 공급업체로 한정했던 것을 유한킴벌리 이해관계자 정의에 맞게 재화와 서비스를 제공하는 파트너에 지급한 구매 비용으로 확대한 것입니다. 또한 사회 공헌 활동 비용은 정부와 시민단체 등 외부 기관과의 협력 활동을 통해 지역사회에 기여한 기금만으로 변경 산출하였습니다.

국가 주요 프로젝트 참여 현황 (단위: 백만 원)

프로젝트명	국가기관	사업기간	2004	2005	2006	2007	2008
중소기업직업훈련 컨소시엄	노동부	2003.01~계속	155	1,192	1,147	1,464	765
섬유산업 기술개발사업	지식경제부	2007.06~2009.05	-	-	-	470	401
고속프린트용잉크개발사업(2)	지식경제부	2008.07~2010.06	-	-	-	-	285
에너지 및 자원순환 기술개발보급사업	지식경제부	2008.12~2010.11	-	-	-	-	265

생산 공장의 지역사회 일자리 창출 기여

생산 공장은 지역사회 일자리 창출에 기여하고 있습니다. 대전공장에서 2008년도 지역사회 출신자(대전·충청 지역) 채용 비율은 총 60%이며, 김천공장의 신규채용은 없었습니다. 군포공장은 수도권에 위치하고 있어 본 내용에 해당하지 않습니다.

디지털날염 디자인 인재 양성 및 일자리 창출 기여

유한킴벌리는 2004년부터 디지털날염 디자인 인재양성을 위해 노동부 중소기업 직업훈련 컨소시엄 운영 기관인 유한디자인인력개발원을 통해 교육을 하고 있으며, 2008년에는 총 700명을 교육했고, 신규 교육자 중 총 116명이 취업에 성공했습니다(취업목표 16%초과 달성). 취업자들은 주로 디자이너(91%)로 일하고 있습니다.

¹⁾기타비용: 매출액에서 주요 이해관계자(주주, 사원, 협력회사, 고객, 지역사회)에 분배된 금액을 제외한 비용입니다. 임차료, 감가상각비 등이 포함됩니다.

2008년 12월 훈련규정 추가 변경에 따라 2009년에는 구직자, 채용 예정자에서 채용 확정자로 교육 대상이 변경됩니다. 그 외에도 유한킴벌리는 디지털섬유패션산업의 인재 발굴을 위해 2008년에 전국 디지털 텍스타일 디자인 경진대회를 개최해서 우수 인재 발굴에 앞장서고 있습니다. 본 대회는 2001년부터 매년 개최하고 있는 공모전으로, 2008년 참가자는 1,650여 명으로 전년 대비 10% 더 증가했습니다.

유한디자인인력개발원의 인재 양성 및 일자리 창출 현황 (단위: 명)

구분	2004	2005	2006	2007	2008	
교육	신규 인력 양성	157	188	230	245	127
	섬유 패션업계 재직자 직무향상	64	420	424	642	573
	총 교육 인원	221	608	654	887	700
컨소시엄 참여업체	83	83	92	100	40	
과정 개발	향상 교육	11	2	1	2	3
	양성 교육	2	-	1	1	-
교육 훈련 강사(누적인원)	20	43	7	11	5	
수료생 취업자 수(명)	94	134	143	206	116	

퇴직금 보장 제도 실행

유한킴벌리는 퇴직금 보험제도(2005부터 시행)의 안정적 운영을 위해 삼성화재(28%), 삼성생명(39%), 메트라이프생명(19%), 교보생명(14%)에서 운용하고 있습니다. 또한 1년 근속 시 1개월 이상의 급여를 제공하는 퇴직금 운용 정부 지침을 준수하며, 퇴직금 누진제(1978) 시행 및 퇴직금 중간 정산 제도를 시행해 사원들의 장단기적인 경제적 안정을 돕고 있습니다.

주요 이해관계자의 조언¹⁾ 류영재 대표

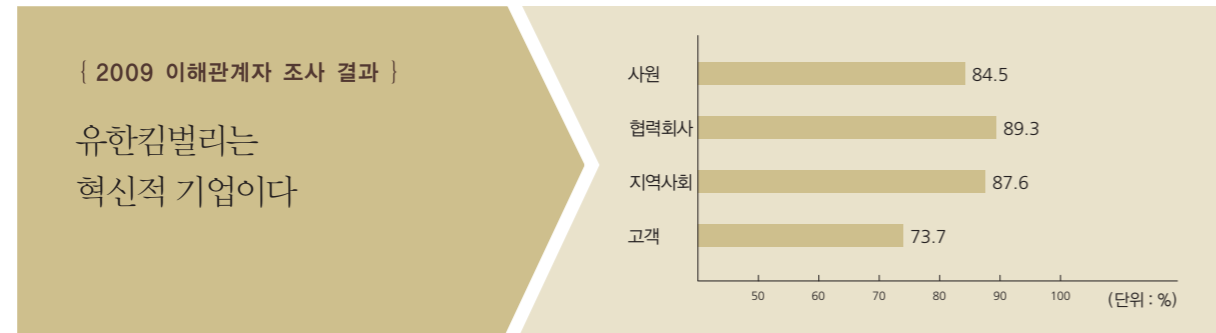
경제·사회·환경 부문의 균형적 투자를 고려할 필요 있어

유한킴벌리의 재무 성과는 동종업계 대비 우수한 성과를 나타내고 있습니다. 이러한 성과를 바탕으로 지속경영의 3가지 축인 경제·사회·환경 부문의 균형적 투자를 고려할 필요가 있습니다. 현재 유한킴벌리는 메세나 운동에 대한 지원을 하고 있으나 전체 지역사회 투자액 중 5%에 불과한 실정입니다. 따라서 이의 비중을 더욱 높이고 순수한 자선 활동 프로그램도 더욱 다양화시킬 필요가 있습니다. 더불어 그동안 실천했던 캠페인과 사례들을 다양한 형식과 매체들을 통해 우리 사회에 전파·확산시킨다면, 자사는 물론 우리 사회에도 윈윈효과를 가져올 것입니다.

¹⁾류영재 국내 대표적인 SRI 관련 컨설팅 기업인 (주)서스틴베스트의 대표. 국내외 투자자들을 대상으로 사회책임투자(SRI) 접근 및 포트폴리오 구성에 대한 컨설팅 서비스 제공 및 지속경영을 진단을 위해 기업들의 재무적 평가를 진행하고 있다.

혁신경영을 어떻게 실현하고 있는가?

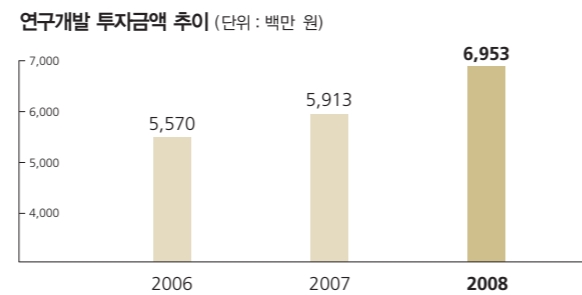
제품 연구개발, 원가 및 비용, 공급망, 물류 및 관리 혁신 실현



제품 연구개발 혁신

연구개발 투자 현황

유한킴벌리는 지속적인 제품기술 혁신을 위해 2008년 연구개발에 약 69억 원을 투자했으며, 연구개발 인력은 58명(2007년 46명)으로 늘렸습니다. 유한킴벌리의 3대 핵심기술은 섬유소(Fiber), 부직포(不織布, Non-woven fabrics), 흡수성(Absorbency)입니다.



하이드로넛 공법을 이용한 종이타월 원단 생산 능력 완비

유한킴벌리는 비전 2015 달성을 위한 주요 설비 투자 중 하나로 하이드로넛 공법(여러 번 사용할 수 있는 종이타월)을 이용한 생산 설비 증설을 완료하고, 첫 시험생산을 2009년 4월 시작하였습니다(2008.02~2009.04). 본 설비는 한국에 설치되는 최첨단 설비로, 향후 가정위생용품 및 산업위생용품의 새로운 시장 개척의 동력이 될 것입니다.

자연주의 스킨케어 '그린핑거'의 성공

자연주의 스킨케어 '그린핑거'가 시장 진출 1년 6개월 만에 유아·어린이 스킨케어 시장점유율 2위를 달성했으며, 대형 매장에서는 1위를 차지했습니다(2009.01~02 실적 기준, 출처는 AC 닐슨자료). 지난 4년 간의 연구개발을 통해 고객의 니즈를 철저히 반영해서 끈적임 없는 사용감과 보습력 유지 등 품질 높은 것과 우리강산푸르게푸르게 캠페인을 통해 지난 25년간 쌓아온 친자연적 기업이미지, 자연주의 컨셉트의 제품개발이 주요 성공 요인입니다. 참고로 한국의 유아용 스킨케어 시장은 100여 개 이상의 브랜드가 경쟁을 벌이고 있습니다.

친환경 벽지 프린팅 솔루션 개발

유한킴벌리 디지털날염사업부는 프린터, 잉크, 소프트웨어 등을 연구개발한 경험을 바탕으로 다품종 소량 생산 및 고객 맞춤형 생산을 벽지 생산 분야에 적용한 친환경 벽지프린팅 솔루션(프린터, 수성잉크, 소프트웨어, 천연 소재 벽지원단)을 2009년 2월에 개발했습니다. 이는 천연 마 소재 벽지에 수성잉크로 프린팅하는 기술로서, 생산 전 과정이 친환경 시스템으로 구성된 것이 특징입니다.

인적 역량 혁신

비즈니스엑셀런스 팀 역량 강화 프로그램 활성화

유한킴벌리는 마케팅, 사업분석, 마케팅리서치 인력 45명을 대상으로 2009년 1월부터 비즈니스엑셀런스 팀(Business Excellence Team, BET) 활동을 시작했습니다. 이는 변화하는 사업 환경에 맞는 경쟁력 강화와 지속가능한 성장을 위한 것으로, 2009년 3월 19일 제1차 워크숍을 진행해서 역량 강화에 나섰으며, 향후 사내 외 강좌, 직무 별 교육 등을 시행할 예정입니다.

사원 역량 혁신 제도 개편, 영업 부문 외부 교육 실시

교육대상자 선정의 명확성과 형평성 확보, 교육 효과 고양을 위해 본부 별 진행프로그램을 2009년부터 일원화해서 운영하기 시작했습니다. 또한 영업 부문의 핵심역량 개발을 위해 내부 경쟁을 통해 선발된 인력을 외부 교육에 파견하였습니다.

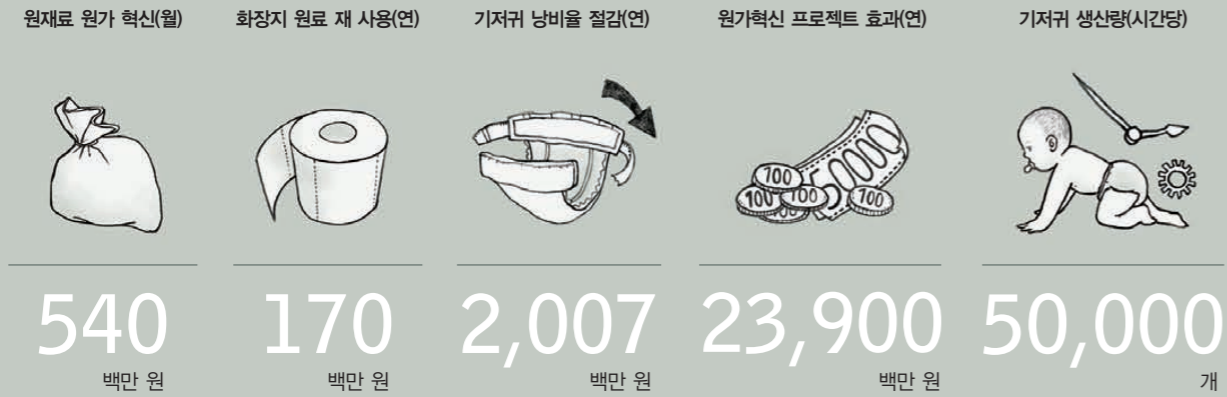
대학원 및 외국어 교육 지원제도 개선안 주요 내용

분류	대학원 지원 제도	외국어 지원 제도		
		온라인 영어 과정	단기 인센티브 과정	장기 인센티브 과정
주요 내용	핵심 인재 리더 양성, 대학원 학비 지원	1년 온라인 영어학습 지원	3~7일 영어 비즈니스 스킬 지원	2~6주 영어 역량 향상 지원
대상자·연 인원	사업본부장 추천, 선발위원회 승인 4~6명	사업본부장 승인 전 사원 대상	사업본부장 승인 12명	해외 파견 예정자, 차세대 리더 4명
지원 금액	대학원 등록금 100% 지원 (학점 3.0 이상 시)	교육비 100% 지원(수료시)		
교육 기관	야간·주말 대학원	YBM사사, 글로벌잉글리쉬	현대인재개발원	현대인재개발원, 퓨처리더십센터

영업 사원 역량 혁신 지원 현황 (단위: 명)

분류	프로그램·대상	2007	2008
글로벌 인재 양성	영어특별프로그램-생활용품사업	1	1
	MBA과정-생활용품사업	2	2
핵심 역량 개발	MBA과정-B2B사업	1	1
	단기 마케팅 전문과정-B2B사업	4	4

원가 및 비용 혁신



원재료비의 급상승과 구매 다변화 노력

2008년은 불안정한 환율, 유가 급등으로 인한 원재료 가격 상승이 경영 전반에 영향을 주었습니다. 특히 원재료비가 전년대비 24.1% 상승하였습니다. 이에 원재료비 혁신을 위해 수입 자재의 국산화, 공급업체 개발 지원 및 다변화, 제품 디자인 최적화에 힘써 2008년 10월부터 성과를 거두기 시작했습니다. 이 같은 노력은 2009년에도 계속될 예정입니다.

원재료비 부문 원가 혁신 프로그램 (단위: 백만 원)

프로젝트명	2008	2009
수입 자재 국산화	68	181
공급업체 개발 및 다변화	37	193
디자인 최적화	435	205
소계	540	579

2009년은 예상 금액을 의미하며, 각각 월 평균 금액을 의미합니다.

원료 재 사용 통한 원가 절감

화장지 생산 공장인 김천공장은 완제품 생산 시 발생하는 손실을 감소시키기 위하여 화장지 원료 분리 및 재생 장치를 개발하였습니다. 이를 통해 원료 회수율을 1.4% 향상시켜서 2008년에 연간 1억 7천만 원의 제조 원가절감 및 환경 부하 감소의 효과를 거두었습니다. 2009년에는 유사 공정에 원료 회수 장치를 보완 설치할 예정이며, 추가로 4억 원 이상의 절감 효과를 예상하고 있습니다.

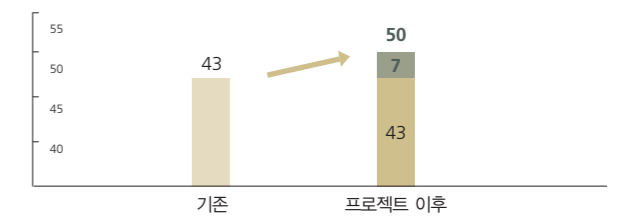
20억 7백만 원의 절감 효과 - 낭비를 감소 통한 원가 절감

기저귀 생산 공장인 대전공장은 유아위생용품 생산 시 발생하는 낭비를 감소시키기 위해 생산부서에서 자체적으로 내부 데이터를 분석하고, 새로운 프로세스를 도입해서 2008년에 연간 약 20억 7백만 원의 절감 효과를 거두었습니다.

기저귀 시간당 5만 개 생산 능력 구비

유한킴벌리는 2008년에 기저귀 생산성 향상 프로젝트를 진행해서 시간당 약 5만 개를 생산할 수 있는 능력을 갖추게 되었습니다. 이는 2006년과 2008년 두 차례에 걸쳐 대규모 프로젝트를 진행해 기계의 성능을 향상시키고, 효율적인 생산계획을 반영한 결과입니다. 이를 통해 공급 물량뿐만 아니라 추가적인 수출 증가 물량까지 공급할 수 있는 생산 체계를 갖추게 되었습니다.

기저귀 생산성 향상 (단위: SU¹⁾/시간)



전 부문의 원가 및 비용 혁신 노력

유한킴벌리는 기업 경쟁력 확보를 위해 2008년 총 305개의 프로그램을 운영해서 약 239억 원²⁾을 절감했습니다. 원가혁신 프로젝트(FORCE)를 진행하고, 각 사업부와 구매, 물류 등의 별도 목표 관리를 통해 매년 원가 및 비용 혁신 노력을 하고 있습니다.

식스시그마 프로젝트 통한 원가와 비용 혁신

군포와 대전공장은 품질 혁신과 고객 만족을 달성하기 위해 원가, 안전, 환경, 품질, 협력회사 부문 등에서 식스시그마 운동을 전개하고 있습니다. 2008년에 군포공장은 총 90개의 과제를 실행해 연간 31.9억 원의 예상 원가절감 효과를 거두었으며, 대전공장은 총 56개의 과제를 실행해 약 4억 3천만 원의 원가절감 효과를 거두었습니다(2006~2008).

식스시그마³⁾ 운동 결과

분류	연도	2006	2007	2008	
				목표	성과
과제 추진 건수 (단위: 건수)	군포공장	9	43	100	90
	대전공장	47	54	60	56
	합계	56	97	160	146
인증 인력 양성 (단위: 명)	군포공장	-	22	41	29
	대전공장	19	30	19	28
	합계	19	52	60	57

¹⁾ SU : Standard Unit의 약자로, 기저귀 생산량을 세는 단위입니다. 1SU는 기저귀 1,000개를 의미합니다. 생산성(생산능력)은 기계 가동 속도에 의해 결정되며, 프로젝트 이행 이후 기계의 가동 속도가 16% 향상되었습니다. 계산법은 43,000(시간당)×1.16으로 계산해 산출한 것입니다.

²⁾ 집계기준 : 본 결과는 원가혁신 프로젝트(FORCE)의 집계 기준에 따라 평가한 결과이며, 집계 방식은 월 별로 달리 기준입니다. 2008년 원가혁신 비용은 23,867,095달러이며, 원화 환산 시 1달러당 1,000 원으로 계산하였습니다.

³⁾ 식스시그마(six sigma) : 품질 혁신과 고객 만족을 달성하기 위해 전사적으로 실행하는 21세기형 경영전략입니다.

공급망과 물류·관리 혁신

롯데마트와의 협력을 통한 성과 혁신

유한킴벌리는 롯데마트와 협력적 계획·예측·보충(CPFR, Collaborate Planning, Forecasting Replenishment) 시범사업을 진행해 서 기저귀와 키친타월 등의 행사 판매 품목 5% 증가, 매장 별 판매 예측 정확도 11% 증가, 행사 품목 재고회전을 20% 증가의 성과를 거두었습니다. 이를 위해 사내에서는 공급망관리(SCM, Supply Chain Management)·영업·구매 부문이 협력하고 있으며, 프로젝트 범위는 행사 계획에서 판매 예측, 재고 보충을 포함합니다. 2009년에는 롯데마트와 중장기 실행 계획 및 전략 수립에 합의했습니다.

주요 유통 고객과의 협업 활동 전개

유한킴벌리 영업혁신분부는 제조사와 유통사의 협력을 통한 성과 향상을 위해 주요 유통 고객사 5개 기관과 협업 활동을 전개했습니다. 향후 진행될 협업 활동의 효과 및 효율을 제고하기 위한 JBP¹⁾ 임시 팀을 구성하여 유한킴벌리 내부 협업 프로세스 및 기능별 역할과 필요한 기본 프로세스를 구축하였습니다.

2008 주요 유통 고객과의 협업 활동

협업 형태	유통고객사	시기	주요 내용 및 성과
JBP ¹⁾ (Joint Business Plan)	이마트	2008년 1분기	공동 사업 계획 및 성장 합의
	롯데마트	2008년 2분기	2008년 사업 계획 합의
	GS리테일	2008년 2분기	공동 목표 및 세부 프로그램 합의
T2T ²⁾ (Top To Top)	홈플러스	2008년 2분기	연간 목표 및 예산 계획 합의
	코스트코	2008년 2분기	신제품 취급 등 합의

수출 시스템 구축 업그레이드 진행

유한킴벌리는 늘어나는 수출 업무에 대비하고 수출 관리 업무를 자동화하기 위해 2009년 시스템의 업그레이드를 진행하며, 북아시아에 수출 프로세스와 시스템의 구축을 지원할 예정입니다. 참고로 2008년 5월 수출물류시스템을 구축하여, 수출 관리 업무의 생산성을 높이고 수출을 위해 지불되던 관세수수료를 절약한 경험을 갖고 있습니다.

대만의 전사적자원관리³⁾시스템 구축 지원

유한킴벌리는 전사적자원관리 시스템(SAP R3, 2003)을 성공적으로 구축한 경험을 바탕으로 김벌리클라크 대만의 이익 분석 보고를 위한 영업프로모션최적화 시스템(Sales Promotion Optimizer, SPO)구축을 지원하였습니다(2008.09 ~ 2009.02).

생산 공장 인터넷 전화 시스템 사용

유한킴벌리 3개 생산 공장은 교환기를 신형으로 교체해서 인터넷 전화 사용 환경을 조성함으로써 공장간 전화 통화를 무료로 사용할 수 있게 되었습니다. 그 결과 공장 별로 평균 30% 정도의 통화 비용 절감 효과가 발생하였습니다(군포공장 2008.09, 김천공장·대전공장 2008.11).

¹⁾ JBP : 좁은 의미로는 제조업체와 유통고객이 공동의 사업 목표를 설정하고 핵심 과제나 프로그램을 개발 및 실행하고, 성과 평가를 통해 궁극적인 사업 목표를 달성하고 파트너십을 증진시키는 활동을 의미합니다.

²⁾ T2T : JBP에 비해 보다 덜 구체적인 방식. 실무 목표나 프로그램 협의보다는 광범위한 공동 의식을 확인하는 수준의 미팅을 의미합니다.

³⁾ 전사적자원관리 : Enterprise Resource Planning(ERP)

B2B사업, 신종인플루엔자를 대비한 개인 보호구 첫 납품 시작

유한킴벌리는 국민의 안전과 위생에 도움을 주는 물품들을 중앙정부 및 지방자치단체에 납품하고 있습니다. 2009년 3월에는 질병관리본부에 신종인플루엔자 초기 대응자가 착용할 수 있는 개인 보호구 납품을 시작했습니다. 또한 지방자치단체에 양돈의 위생제거 시범사업의 일환으로 2009년에 돼지 분만 보조용 와이퍼를 납품하기 시작했습니다. 이러한 시장 개척은 품질 경쟁력을 바탕으로 고객이 요구하는 제품 개발을 통해 이룬 성과입니다.

디지털날염사업, 서울시 선물 상품 제작 납품

유한킴벌리는 서울시의 대표 10색을 활용하여 디자인한 맞춤형 벵타이, 스카프 선물 상품을 제작해 서울시 대표 선물로 채택되었습니다. 선물 및 관촉물 시장에 맞춤형 디자인 개념을 도입한 첫 사례로 디지털날염프린팅을 활용한 새로운 시장의 가능성을 열었습니다(2008.12 ~ 2009.03).

조직 인프라 재편 - B2B사업 및 생활용품영업 부문

유한킴벌리는 시장 환경 변화에 따라 이에 적합한 영업 조직으로 개편하였습니다. B2B사업부는 대상 시장 세분화를 통해 영업본부 별 역할을 재정립하였으며, 생활용품영업은 현장 중심의 영업 지원과 채널 전략 프로젝트 추진, 북아시아 지원 업무 수행을 위해 조직을 재편했습니다.

서비스 경쟁력 강화 - 판촉업체 다각화

유한킴벌리는 2008년 초에 서비스 제공업체 현황을 파악하고, 공개 평가 결과 상위 4개 업체를 선정하였습니다. 이는 판촉 경쟁력 강화 및 단독 거래에서 발생할 수 있는 위험을 최소화하기 위한 경쟁 체제 도입에 따른 것입니다. 또한 신규 파트너의 역량 검증을 위해 단기 판촉 행사 서비스 부문에서 다각화를 진행하였습니다. 2009년 3월에는 부문 별로 파트너 일원화를 위한 작업을 진행하고 있습니다. 향후 정기적인 공개 경쟁 절차를 통해 판촉 서비스 경쟁력을 제고하고, 파트너 관리 표준 절차를 통해 운영 효율을 극대화할 예정입니다.

창조경영을 어떻게 실현하고 있는가?

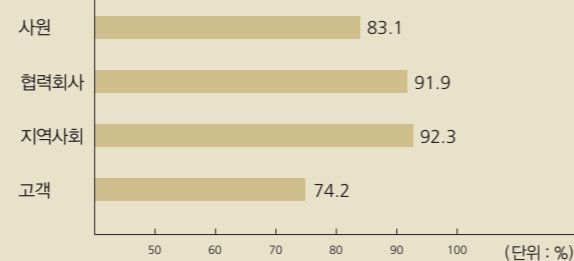
신 시장 개척, 제품·신 기술, 신규 사업 개발



2005년 : 28개국 2006년 : 29개국 2007년 : 37개국 ● 2008년 : 52개국

{ 2009 이해관계자 조사 결과 }

유한킴벌리는
창조적 기업이다

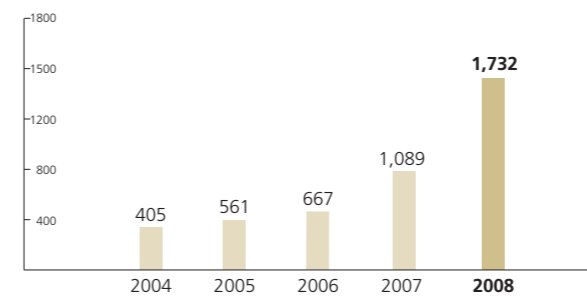


신 시장 개척 활발

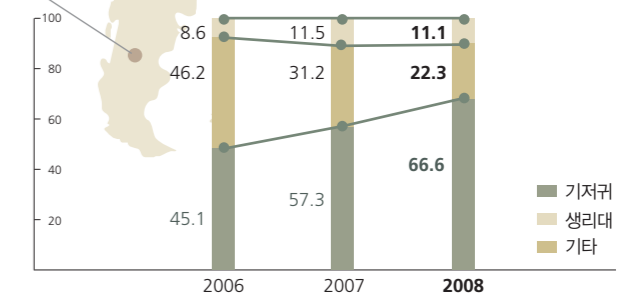
수출 비중 전체 매출액 17%로 증가

유한킴벌리의 2008년 수출 비중은 전체 매출액 중 약 17%(1,732억 원)로서, 2006년 비해 약 2배 이상 급성장했습니다. 특히 중국을 비롯한 동북아시아 국가에서의 고급 품질을 갖춘 기저귀 및 생리대에 대한 꾸준한 매출 증가와 중앙아시아, 동유럽, 중동, 아프리카 등으로의 시장 개척에 힘 입어 전년 대비 59% 성장을 기록했습니다. 이러한 수출은 2008년 매출 성장을 견인하였으며, 가동률 증가 등으로 이익 개선에도 기여했습니다.

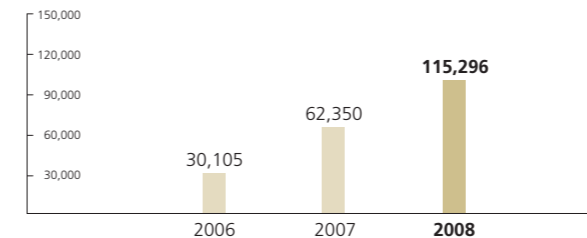
수출 실적 (단위 : 억 원)



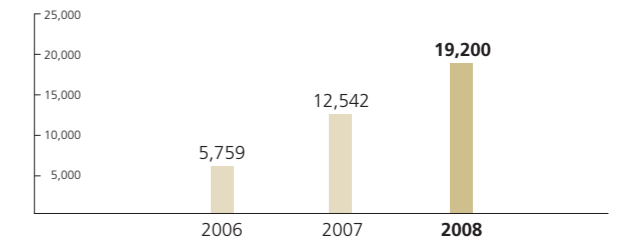
수출 품목 비중 변화 추이 (단위 : %)



기저귀 수출 현황 (단위 : 백만 원)



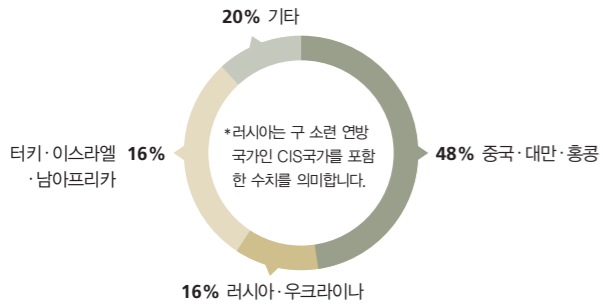
생리대 수출 현황 (단위 : 백만 원)



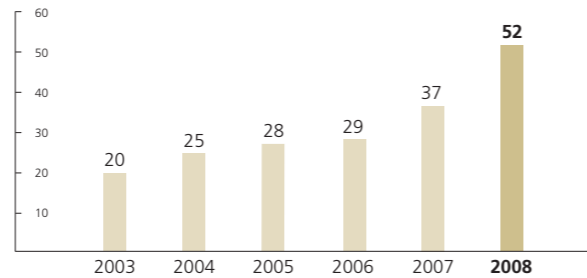
해외시장 개척으로 수출 국가 수 52개국으로 확대

수출 증가와 더불어 2008년 유한킴벌리 수출 국가 수는 52개국(2007년, 37개국)으로 확대되었습니다. 주요 수출국가는 중국 지역, 러시아 지역, 중동 지역 순이며, 수출 제품들이 시장에서 호평을 받아 남아프리카공화국, 터키, 러시아, 중국 등에서 전년 대비 수출 증가세가 두드러졌습니다.

2008 수출 국가 비중 (단위 : %)



수출 국가 수 증가 추이 (단위 : 개)



전체 수출 품목 중 1위는 기저귀

유한킴벌리의 수출 완제품 품목은 생활용품(기저귀, 생리대, 아기 물티슈 등)과 B2B 제품(산업위생용품, 병원위생용품 등)이며, 원부자재는 부직포 및 티슈 원단, 기저귀 부자재 등입니다. 2008년 주요 수출 품목은 기저귀로서 전체 수출품목의 약 66.6%를 차지하며, 전년 대비 약 84.9%성장해 수출 증대에 기여했습니다. 그 다음은 생리대로 11.1%를 차지하며, 전년 대비 53% 성장했습니다.

디지털날염사업 해외 수출 시작

2008년에 사우디아라비아와 미국에 대리점을 개설했으며, 해외 전시회에 참여해 디지털날염 기술의 우수성을 알렸습니다. 미국 애틀랜타시의 SGIA 2008 전시회(2008.10.15~18), 태국 방콕시의 FESPA ASIA 2008 전시회(2008.11.28~30)에 참여해서 미국과 아시아 지역으로의 시장 확대를 시도했고, 우리나라 서울의 2009 경향하우징페어(2009.02.18~23)에 참여해 벽지 분야에서 디지털날염프린팅의 가능성을 소개하였습니다.

주요 이해관계자의 조언 | 길라드 구레빗치 이사

해외 고객 맞춤 솔루션을 더 향상시켜 주십시오

유한킴벌리 제품의 품질은 매우 우수한 편입니다. 하지만, 중동아시아와 아프리카 등지에서는 물가에 비해 가격이 높은 편입니다. 이 지역 시장에서 보다 경쟁력을 갖추기 위해서는 비용 효율적인 제품 개발에 더 큰 노력을 기울여야 합니다. 궁극적으로 고객과의 관계에 있어서는 다음의 세 가지 요소를 고려하였으면 합니다. 첫째, 고객 맞춤 솔루션을 향상시키는 것입니다. 둘째, 지속적으로 경쟁력을 향상시키는 것입니다. 셋째, 제품개발에 있어 비용 효율적인 프로젝트를 수행하는 것입니다. 이상의 3가지 요소를 항상 염두에 둔다면 고객과의 관계 형성을 보다 발전시킬 수 있을 것입니다.

길라드 구레빗치 (Gilad Gurevitch, Kimberly-Clark, Sourcing & Supply Director) 킴벌리클러크 중동 및 동유럽, 아프리카 지역 구매 총괄 담당 이사. 유한킴벌리 생산 기저귀 원부자재 및 부직포, 생리대 완제품을 수입하고 있다. 시장 조사를 위해 유한킴벌리를 방문한 경험을 가지고 있다.

제품·신 기술 개발

여성위생용품과 유아위생용품의 신기술 개발

유한킴벌리는 신제품 개발을 위해 2008년도에 여성 성인위생용품에서는 4건, 어린이용 스킨케어에서는 1건의 특허를 출원하고, 이를 적용한 신제품을 출시했습니다. 패드 특허는 자재의 추가 투입 없이 패드 넓이를 넓히면서 부드러운 디자인을 구현한 것이 특징이며, 포이즈 관련 특허는 참숯을 적용한 것이 특징입니다. 어린이용 스킨케어의 특허는 숲의 식물성분을 함유한 '포레스트 릴랙싱 성분(Forest Relaxing Recipe™)' 으로, 피지 분비가 원활하게 이루어 지지 않으며, 피부의 수분 보유량이 낮고 외부 활동이 많아져 건조해 지기 쉬운 4세에서 10세 사이의 어린이를 대상으로 보습 효과를 강화한 것이 특징입니다.

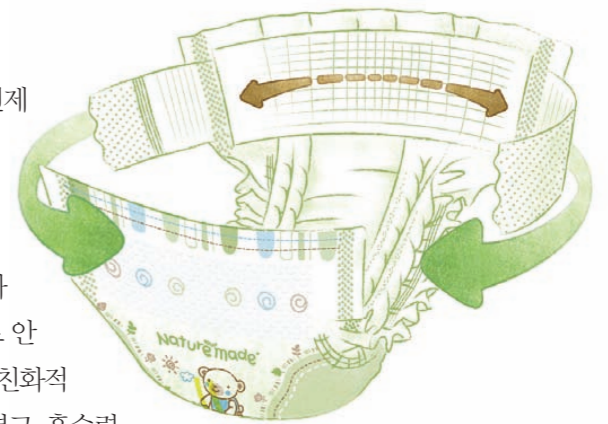
특허 출원 현황

- 패드 및 라이너 특허 : 출원번호 제10-2008-0062789호
- 패드 디자인 특허 : 등록번호 제30-0513168-0000호
- 포이즈 참숯 디자인 특허 (2건) : 등록번호 제30-0513166호 & 제30-0513167호
- 어린이용 스킨케어 특허 : 출원번호 제10-2008-94285호

친 자연 소재 기저귀 '하گی스 네이처메이드' 출시



유한킴벌리는 자연 소재가 강화된 신제품 기저귀 '하گی스 네이처메이드' 를 2008년 10월 출시했습니다. 이는 약 3년 6개월 간의 노력 끝에 선보이는 제



품으로, 안쪽 커버와 흡수 전달층에 식물의 전분에서 추출한 원료가 적용된 기저귀입니다. 신제품은 옥수수에서 추출한 식물 전분으로 안쪽 커버를 만들고, 피톤치드 성분이 함유된 로션을 가미하여 자연친화적으로 제작된 것이 특징입니다. 기존 제품보다 커버가 더 부드러워졌고, 흡수력도 좋아진 제품입니다. 향후 자연 소재를 활용한 기저귀 시장 개척에 기여할 것으로 예상하고 있습니다(참고로 본 기저귀는 지식경제부의 소재 개발 프로젝트의 추진 결과를 반영한 제품입니다).

뉴하گی스 골드 순간 흡수시트 반영

유한킴벌리는 소변을 빨리 흡수시키는 순간 흡수시트와 제 때 갈아줄 수 있게 알려주는 오줌알림마크를 넣은 기저귀 뉴하گی스 골드를 2008년 10월에 출시했습니다.

참숯 성분을 넣은 패드 포이즈, 사람의 피부에 가까운 약산성 커버 애니데이 빠띠어링

유한킴벌리는 위생적인 기능뿐 아니라 건강을 함께 고려하는 고객들을 위해 자연 소재의 활용과 피부 건강을 고려한 제품 혁신을 이루어 오고 있습니다. 2008년 성인여성용 패드 포이즈는 의약품용으로 정제된 숯 성분을 포함한 커버를 활용해 냄새를 잘 흡수할 수 있는 신제품을 출시했으며, 팬티라이너 애니데이 빠띠어링은 사람의 피부에 가까운 약산성(pH 5.5) 커버를 기존 100% 순면 코튼 커버에 적용했습니다.

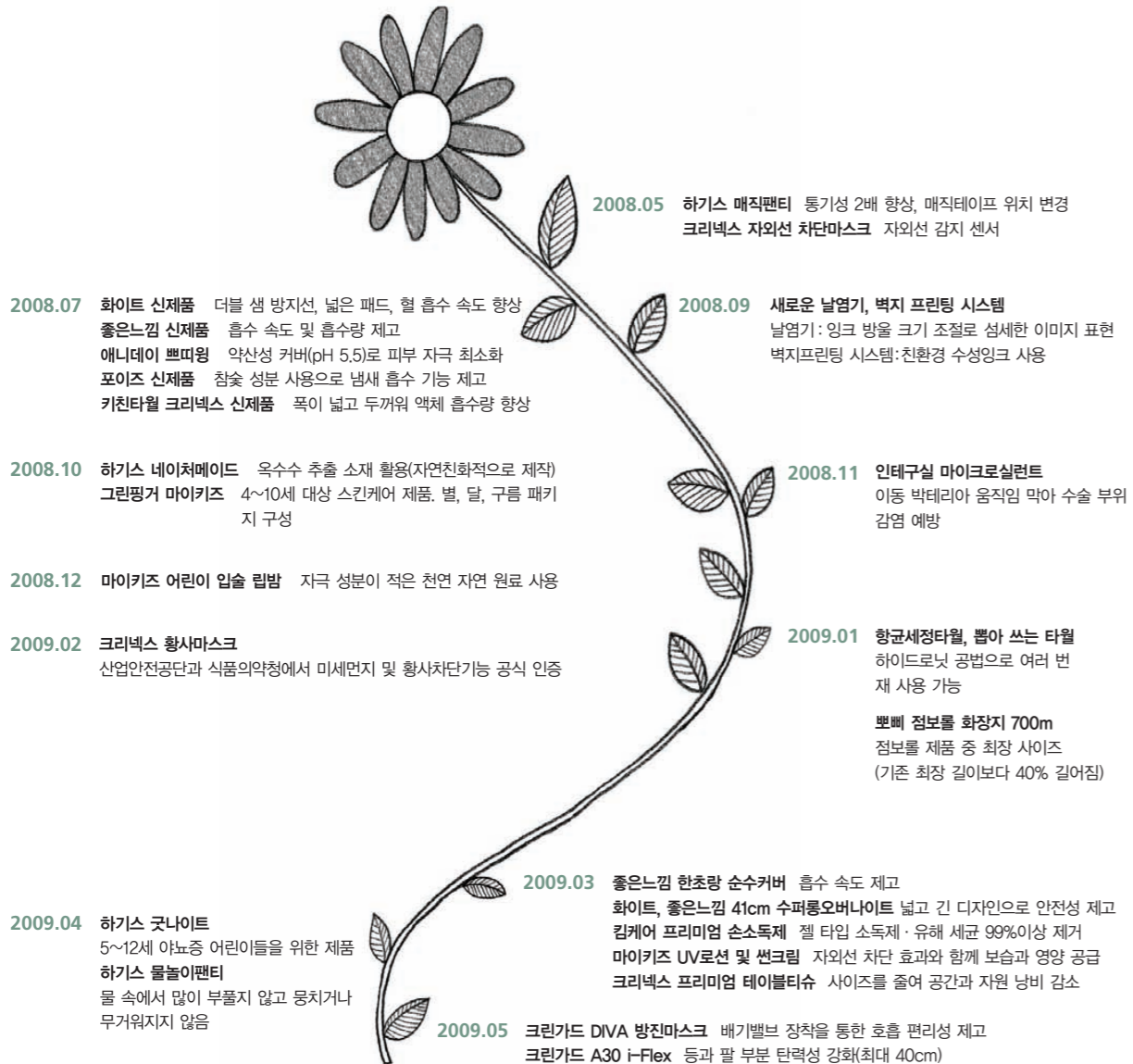
신규 사업 개발

어린이 전용 스킨케어 '그린핑거 마이키즈' 출시

유한킴벌리는 미래성장동력을 개발하기 위해 2007년 7월 신규 사업으로 스킨케어 사업을 시작했으며, 첫 제품으로 유아를 위한 스킨케어 '그린핑거'를 출시한 바 있습니다. 2008년 10월에는 스킨케어 시장 확대를 위해 4~10세 어린이를 위한 전용 스킨케어 '그린핑거 마이키즈'를 출시했습니다. 이는 어린이 피부 특성을 연구해 출시한 제품입니다. 어린이 피부는 수분 함유량이 적어 아기 때보다 빨리 건조해지고, 피지 분비량이 성인의 약 1/3수준이어서 외부 자극에 민감한 특성을 가지고 있습니다. 신제품은 이러한 피부 특성을 고려하여 세정력과 보습력을 보완하기 위해 숲의 식물 성분을 함유한 '포레스트 릴랙싱 성분(Forest Relaxing Recipe™)'을 포함한 것이 특징입니다.



새로운 가치와 기술을 실현한 신제품들 (2008.05 ~ 2009.05)



04 Social Value

사회성과 보고

이해관계자들의 만족을 어떻게 높이는가?

사회성과 DMA | 주주 | 사원 | 협력회사 | 고객 | 지역사회

사회성과 관리체계

사원 Employee

비전

사원들이 일하기 좋은 가족친화 기업

정책

안전 제일, 고용 안정, 평생학습, 인재 양성, 노사 상생, 인간 존중, 공정한 보상, 일과 삶의 조화, 평등 추구, 열린 커뮤니케이션

조직

HR·경영혁신, 커뮤니케이션, 가족친화, 안전, 노경

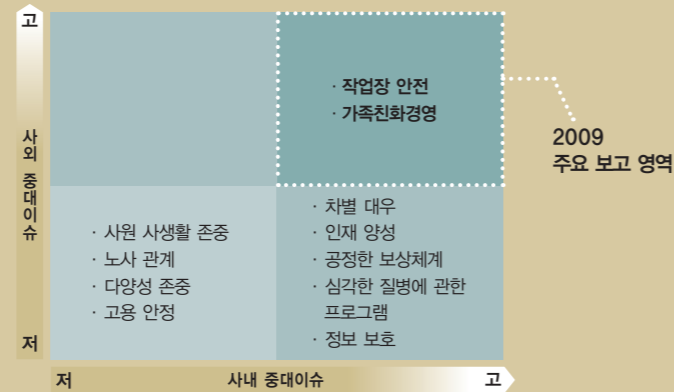
성과

평가 기준 ● 초과 ● 부합 ○적극적 노력 필요

분류	2008		
	세부 내용	평가	관련 Page
인재 양성	· 인재 양성 총 교육비 (9,128백만 원) · 여성 중역 비율 강화 (17.1%)	●	64, 73
평생학습	· 해외 연수 프로그램 개발 · 코칭 교육 심화 과정 개발	●	73, 74
건강·안전	· 안전한 작업장 관리 (산업 재해율 0.06%) · 건강 프로그램 다양화 (참여 1,961명)	●	65, 66, 67
일과 삶의 조화	· 일하기 좋은 직장 만들기 사원 설문 조사 · 제도개선 : 정년 연장, 선택적 복지제도 · 가족 친화우수 기업 인증, 엄마에게친근한일터 인증	●	68, 69, 76

2009 사원 중대성 평가 IPS Materiality Test Model™

작업장 안전, 가족친화경영이 중대이슈로 도출되었습니다.



협력회사 Business Partner

비전

상생협력 통해 대기업과 중소기업의 동반 성장 상생 모델 구축

정책

- 공정한 선정 및 평가
- UN글로벌컴팩트의 인권, 윤리, 노동, 반부패 정책 반영
- 정기 평가¹⁾를 통해 재무, 안전, 보건, 품질, 법규 준수, 사회적 책임 등을 지속적으로 지원
- 상생협력 대상 확대, 환경·윤리경영 파급, 상생 프로그램 다양화
- DB시스템 구축 및 쌍방향 커뮤니케이션 채널 구축

조직

상생협력, 전략구매, 물류, 대리점, 품질·안전·환경, 공정거래 자율준수

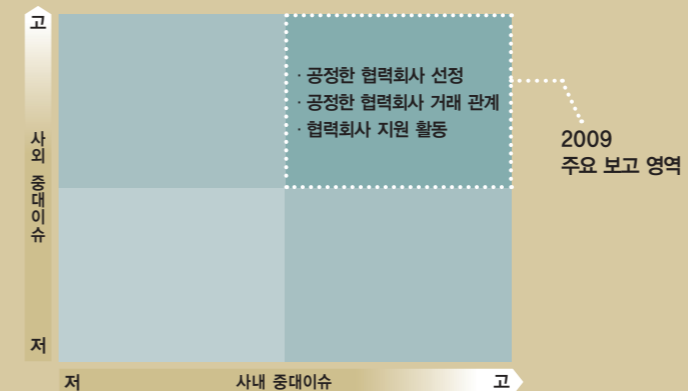
성과

평가 기준 ● 초과 ● 부합 ○적극적 노력 필요

분류	2008 성과		
	세부 내용	평가	관련 Page
상생 교육	상생 아카데미 총 4,003 시간	●	80
품질·안전·환경 협력	품질 경영 혁신 지원 1개 사	●	77, 81
	품질관리 소프트웨어 구축 26개 사	●	
	방충방역 지원 32개 사	●	
	에너지 저감 진단 1개 사	●	
환경경영	· 환경관리 시스템 구축 4개 사 · 지속가능성보고 워크숍	●	80, 81
커뮤니케이션	상생협력 정보 공유 시스템 운영	●	81

2009 협력회사 중대성 평가 IPS Materiality Test Model™

공정한 협력회사 선정, 공정한 협력회사 거래 관계, 협력회사 지원 활동이 중대이슈로 도출되었습니다.



¹⁾ 정기평가 : Supplier Assessment Tool, SAT

Disclosure on Management Approach

사회성과 관리체계

고객 Customer

비전

고객이 신뢰하는 대표적인 건강·위생용품 업체

정책

- 고객 만족과 제품 안전 최우선
- 사회발전에 기여하고, 환경친화적이며, 가치를 창조하는 제품과 서비스 제공
- 차별화된 고품질의 제품 개발

조직

제품개발, 마케팅, 생산및품질, 고객지원, 위기관리, 지속경영

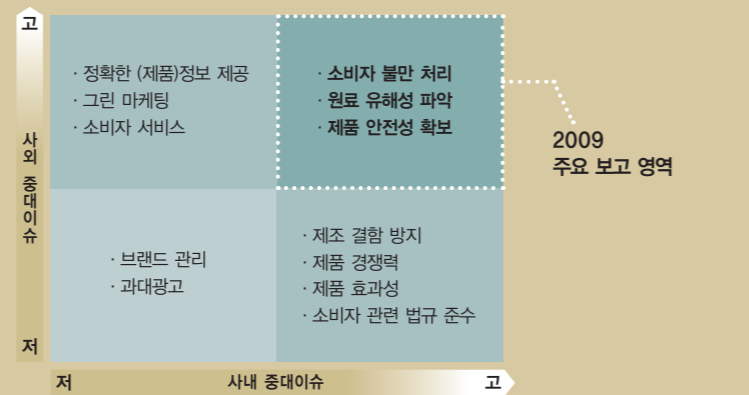
성과

평가 기준 ● 초과 ● 부합 ○적극적 노력 필요

분류	2008		
	세부 내용	평가	관련 Page
제품 안전	제품 안전성 검증 강화(스킨케어)	●	84, 85, 86
제품 경쟁력	하비스 브랜드 최초 상기도 ¹⁾ 88%	●	27
	화이트 브랜드 최초 상기도 40%	○	
	크리넥스 브랜드 최초 상기도 71%	●	
소비자 불만	소비자 불만자율관리시스템(CCMS)인증 획득	◎	89

2009 고객 중대성 평가 IPS Materiality Test Model™

소비자 불만 처리, 원료 유해성 파악, 제품 안전성 확보가 중대이슈로 도출되었습니다.



2009 주요 보고 영역

¹⁾ 브랜드 최초 상기도 : 외부 전문 조사 기관에 의뢰하여 측정하는 자료로, 보고서에는 별도 기재하지 않았습니다.

지역사회 Government & Community

비전

기업시민으로서 사회책임경영을 수행하는 존경 받는 기업

정책

- 모든 활동 전개 시 인간 존중을 최우선으로 고려
- 사익이 아닌 공익을 위해 순수성과 진정성 견지
- 사회적 확산을 위해 다 영역과 우선적 협력
- 모든 활동과 결과를 투명하게 공개

조직

Corporate Communications & CSR

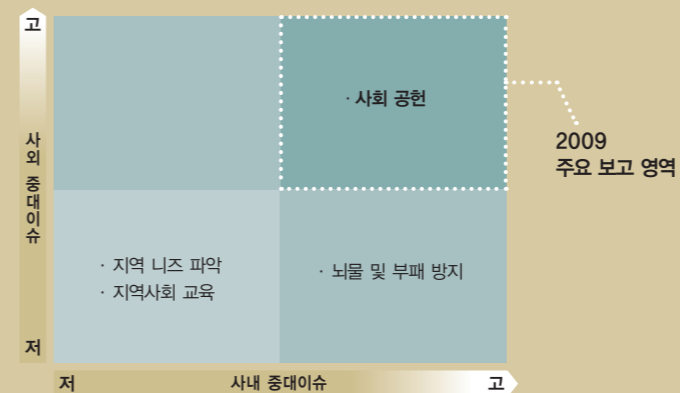
성과

평가 기준 ● 초과 ● 부합 ○적극적 노력 필요

분류	2008			
	세부 내용	평가	관련 Page	
숲·환경 보호 우리강산푸르게푸르게	학교숲 도시숲 운동	· 학교숲시범학교 운영 86개교, 자문 301개교 · 유한킴벌리 동네숲 조성(3~5호)	◎	93, 94
	숲조성	· 백두대간 보호연구 · 국내 폐도로 활용 녹지 공간 조성 연구	●	-
	환경생태교육	청소년 캠프 개최(131개교, 152명)	●	94
	트러스트운동	· 아름다운 숲 선정 : 14곳 · 자연·문화 유산 발굴 : 9곳	●	95
	북한황폐화 사막화방지 숲복원운동	· 금강산 지역 솔잎혹파리 피해지 복구, 양묘장 · 몽골 CDM 연구 진행 및 조림(750,000그루) · 사회 리더 및 신혼부부 나무심기(3,000그루)	◎	95
	국제기구 연대활동	· 아시아 태평양 지역 환경운동가 25명 교육 · 히말라야 바그마티강 유역 환경 답사	●	95
돌봄·여성·노인	· 여성 리더 양성 프로그램의 운영(2개 대학, 58명) · 미래포럼 돌봄 모델 대상 기관 선발 · 유한가족 - 다문화 가족 돕기 참여 · 저출산 극복 차원의 육아 교실 개최 협력	●	97, 98	
평생학습	· '평생학습' 국제 심포지움 개최 · 저널 '혁신과 창조' 발간	●	99	
문학 메세나	· 문학강좌 18회 개최 · 재단법인 한중일비교문화연구소 설립 참여 · 동방고전한글역주 논어편 콘텐츠 개발	◎	100	
건강 캠페인	손씻기캠페인, 감염 관리 세미나 지속	○	99	

2009 지역사회 중대성 평가 IPS Materiality Test Model™

사회 공헌이 중대이슈로 도출되었습니다.



2009 주요 보고 영역

유한킴벌리 지배 구조의 특징

유한킴벌리는 합작회사입니다. 주식은 (주)유한양행이 30%, 킴벌리클라크(주) Trading LLC가 70%를 소유하고 있으며, 상장되어 있지 않습니다. 납입 자본금은 2,000억 원이며, 지배 구조의 변동 사항은 2008년에 없습니다.

이사회 구성과 권한

유한킴벌리 이사회는 최고 의사 결정 기구로서 비 상임 이사 4명과 상임이사 3명으로 총 7명으로 구성되어 있습니다. 비상임이사는 양 주주사인 킴벌리클라크와 유한양행을 대표하는 경영진 4명으로 구성되어 있으며, 상임 이사로는 유한킴벌리 사장을 포함한 현재의 경영진 3명으로 구성됩니다. 주주총회에서 선임된 이사들은 경영경험과 전문 지식을 가진 이들로써, 주주의 장기적인 가치 증진과 이해관계자의 권익 향상을 위해 일하고 있습니다. 유한킴벌리 이사회는 주식회사에 관한 대한민국 상법 규정을 따르며, 주주 승인이 필요한 주요 투자나 신규 사업 진출 등의 경우는 과반 수 이상의 동의로 의사 결정을 하며, 그 외는 전문 경영인인 대표이사 사장에게 위임하고 있습니다.



임원진의 보상과 성과

유한킴벌리 임원들의 보상 체계는 성과를 원칙으로 하며, 재무적·비 재무적 평가 결과에 따라 연봉 및 인센티브를 지급합니다.

이사회 운영 실적

2008년 1월부터 2009년 5월까지 총 7회의 이사회 및 주주총회가 열렸습니다. 본 기간 동안 주주사의 인사 이동으로 3명의 이사가 교체된 것이 주요 사안입니다. (자료참고 - 표 주요 의결사항)

주요 의결 사항

연 월	이사회·주주총회	주요 내용	의결(건)
2008.01	이사회	<ul style="list-style-type: none"> 제 38기 (2007.01.01 ~ 12.31) 대차대조표 및 손익계산서 심의 2008년 자금조달 승인 2007년 내부회계관리제도 평가 보고서 승인 약사법 시행규칙 제 83조 4항 3개 공장 법인등기부등본 지점 등록 승인 제 38기 정기 주주총회 상정할 의안 심의 결정 	5
2008.03	주주총회	<ul style="list-style-type: none"> 제 38기 영업보고서, 재무제표 승인 이익잉여금처분 계산서 승인 이사 및 감사의 보수한도액 승인 	3
2008.08	이사회(임시)	<ul style="list-style-type: none"> 중간 배당안 승인 	1
2008.12	주주총회(임시)	<ul style="list-style-type: none"> 이사 선임 : R.W.BLACK(전임자 잔여 임기) 	1
2009.01	이사회	<ul style="list-style-type: none"> 제 39기 (2008.01.01 ~ 12.31) 대차대조표 및 손익계산서 심의 이익잉여금 처분 계산서 심의 2009년 자금 조달 검토 승인 2008년 내부 회계 관리 제도 평가 보고서 승인 대표이사 선임 : R.W.BLACK 제 39기 정기 주주총회 개최일자 및 장소 제 39기 정기 주주총회 상정할 의안 심의 결정 	7
2009.03	주주총회	<ul style="list-style-type: none"> 제 39기 영업 보고서, 재무제표 승인 이익잉여금처분 계산서 승인 이사 및 감사의 보수한도액 승인 이사 선임 : AGARWAL, ACHAL 	4
2009.05	주주총회(임시)	<ul style="list-style-type: none"> 이사 선임 : 최상후 	1

UN글로벌컴팩트의 2차년도 성과 이행 보고

유한킴벌리는 2007년 3월 8일 자발적으로 UN글로벌컴팩트에 가입했으며 한국 협회 회원사로서 10대 원칙을 준수하고 있습니다. 2007년 6월에 참여기업으로서 성과 이행 보고서(Communication on Progress, COP¹⁾)를 등록했으며, 2차년도인 2008년 8월에도 이를 보고해서 이해관계자와 커뮤니케이션 하고 있습니다. 유한킴벌리의 준수 내용은 글로벌컴팩트 웹 사이트(www.unglobalcompact.org)에서 직접 확인할 수 있습니다.

지속가능성 확보를 위한 준수 법규 및 가이드라인



¹⁾ COP : 기업을 포함한 참여자가 해당 사업활동에서 글로벌컴팩트의 원칙들을 어떻게 이행하고 있는 지를 이해관계자(소비자, 고용인, 노동조합, 주주, 언론, 정부 등)에게 전달하기 위한 것입니다. 따라서 COP는 활동 내역과 성취 결과를 포함하고 있어야 합니다.
²⁾ 국제노동기구(ILO) 협약 : 산업안전(제 148호, 제 155호, 제 170호, 제 174호), 결사자유(제 87호), 아동노동금지(제 29호, 제 105호), 강제노동금지(제 182호), 차별금지(제 111호)

1,689

2008 사원 수

유한킴벌리 사원들의 평균 근속 연수는 14.1년(여성 10.6년, 남성 14.7년)이며, 직종 구성은 생산직 53.1%, 사무직 21.8%, 기술직 10.3%, 영업직 8.7%, 임원직 2.1%, 기타직 3.8%로 되어있습니다. 이직률은 0.1%로 국내 제조업 평균(2.2%, 2007 통계청)의 1/11 수준이어서 고용 안정성과 만족도가 높은 편입니다.

*집계 방식의 변화로 2008년 국내 제조업 이직률 자료가 보고 시점에 산출되지 않아 2007년 자료를 사용했습니다.

숫자로 보는 사원 현황

분류 \ 연도		2005	2006	2007	2008
고용	전체 사원수(명)	1,680	1,706	1,695	1,689
	장애인 고용(%) ¹⁾	1.9	2.0	2.1	2.2
	계약직 고용(명)	19	24	19	9
	고용 창출율(%) ²⁾	4.9	1.5	-0.6	-0.4
	평균 근속 연수(년)	11.8	12.6	13.3	14.0
이직	월 평균 1인당 근로시간(시간)	184	182	183	184
	이직률(%) ³⁾	0.2	0.2	0.2	0.1
여성 인력	전체(%)	15.5	15.7	15.7	16.0
	이사 대우 이상(%)	3.5	3.4	15.7	17.1
	사무직 여성 비율(%)	40.4	39.4	39.9	40.1
	신규 채용 여성 비율(%)	21.0	29.4	48.0	31.0
출산	출산휴가 사용자(%)	100	100	100	100
	출산휴가 사용자(명)	18	21	25	33
	출산휴가 후 복직률(%)	100	100	100	100
	육아휴직 사용자(명)	1	1	5	15
	여성 육아휴직 사용자(%)	0.0	4.8	20.0	45.4
	육아휴직 후 복직률(%) ⁴⁾	100	100	100	92.3
	배우자 출산휴가 사용자(%)	100	100	100	100
	배우자 출산휴가 사용자(명)	63	103	108	83

보고 기준 사무직 여성 비율은 영업보고서와 일치시키기 위하여 작년과 기준을 변경하였습니다.

¹⁾ 장애인 고용 인원 : 월 평균 고용자수 X 12. 한국장애인고용촉진공단의 산정 기준에 의함이다.
²⁾ 고용 창출율 : (당해 연도 인원수 - 지난 연도 인원 수) / 지난 연도 인원 수 X 100
³⁾ 이직률 : (월 평균 이직자 수 / 월 평균 근로자 수) X 100
⁴⁾ 육아휴직 후 복직률 감소 이유 : 2008년 육아휴직 사용자 중 1명이 육아휴직 종료와 동시에 본인 희망으로 퇴사하였습니다.

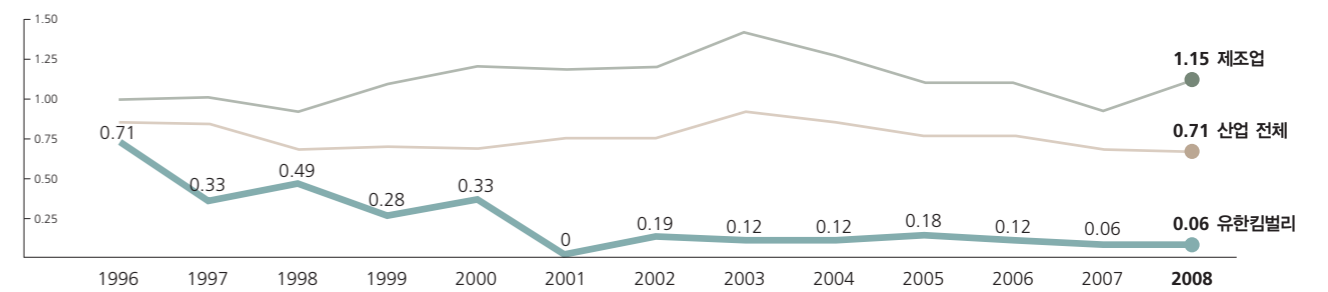
작업장의 안전을 어떻게 관리하고 있나?



안전 1순위 원칙 및 비전의 실현

유한킴벌리는 인간 존중의 경영 방침에 따라 안전을 제 1순위 가치로 삼고 있습니다. 2010년에는 근로 손실 제로 사업장을 만들기 위해 노력하고 있습니다. 이를 관리하기 위해 전 사업장은 무사고를 목표로 해서 지속적인 설비 개선, 효율적인 안전 시스템의 개발과 운영, 안전 교육을 통한 인적 오류 제거 등 3가지 안전경영 전략을 실현하고 있습니다. 또한 사고의 주 원인을 통제하는 안전보건경영 시스템을 갖추고 있습니다. 2008년 유한킴벌리 산업 재해율은 0.06%(총 1명)로서 제조업 평균 재해율의 약 1/20 수준으로, 유형화할 만한 사고는 발생하지 않고 있습니다. 한편, 사고 발생으로 인한 근로 손실 일수는 전산으로 등록되고 매일 자료가 최고경영자에게 보고됩니다. 전 사원 총 결근 일수는 총 1일로 결근 손실은 매우 낮습니다.

산업재해율 (단위 : %)



분류 \ 연도	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
유한킴벌리	0.71	0.33	0.49	0.28	0.33	0	0.19	0.12	0.12	0.18	0.12	0.06	0.06
국내 제조업	1.13	1.02	0.9	1.14	1.21	1.2	1.22	1.42	1.28	1.18	1.18	0.95	1.15
국내 산업 전체	0.88	0.81	0.68	0.74	0.73	0.77	0.77	0.9	0.85	0.77	0.77	0.72	0.71

연도 별 근로 손실률

연도	2004	2005	2006	2007	2008
근로 손실률(%)	0.022	0.240	0.011	0.053	0.018

계산 방법 근로 손실은 노사분규로 인한 근로 손실과 산업 재해로 인한 근로손실을 포함하는데, 보고 기간 동안 노사분규로 인한 근로 손실이 없어 산업재해로 인한 근로 손실만 계산하였습니다.
 계산 공식 근로 손실률 = 근로 휴직 일수 / (총 근무 일수 X 인원) X 100
 비교 출처 산업재해율은 노동부 2008 산업 재해 현황을 참고했습니다.

국제 규범 및 표준 준수

유한킴벌리는 안전과 관련해 국제노동기구(ILO)의 안전보건경영 시스템 산업안전 협약 중 4개 협약 내용과 단체 협약(제8장 산업안전보건 및 재해보상)을 실천하고 있습니다. 각 사업장은 내부 감사(매년 1회)와 외부 감사(3년 1회)를 실시해 개선 작업을 해나가고 있습니다. 2008년 근로기준법, 노동 관련 법령을 위반하지 않았습니다.

유한킴벌리의 국제노동기구(ILO)의 안전보건경영 시스템 산업안전 협약 준수 현황

범 주	협약 번호	협약 명 및 해당 조항	해당 조항 수(개)	준수 현황(%)	2008년 개선 노력
산업 안전	148	공해, 소음, 진동으로 인한 작업 환경 상 위험으로부터 근로자 보호에 관한 협약 (7~15조)	9	100	<ul style="list-style-type: none"> 자체 개선 팀 구성 통해 소음 발생원 개선 소음 관련 외부 전문기관 선정 통해 저소음 운전 조건 및 설비 보완 사원의 소음에 대한 노출을 줄이기 위하여 방음룸 개선 개인 보호구 지급 및 보호구 착용 습관화
	155	산업 안전 보건과 작업 환경에 관한 협약 (16~21조)	6	100	<ul style="list-style-type: none"> 산업 보건 유해성 조사 및 위험성 평가 유해화학물질, 분진 개선 및 밀폐 공간 개선 프로그램과 건강 관련 프로그램 통해 사원 건강 및 작업 환경 개선
	170	작업장에서의 화학 물질 사용 안전에 관한 협약 (10~17조)	8	100	<ul style="list-style-type: none"> 모든 화학 물질 관련 절차에 따라 사용 여부 승인 후 등록 사용 화학 물질에 대한 위험성 평가 통한 관리 취급자 사전 관련 정보 교육, 훈련 후 사용
	174	중대 산업 사고의 예방에 관한 협약(7~14조)	8	100	<ul style="list-style-type: none"> 계획 점검 및 개선 통한 잠재 위험 요인 감소 아차 사고 발굴 및 교육 유해 위험 기계 기구 및 설비 관리 설비 설계 안전성 검토 및 위험성 평가 등 재해 예방 프로그램 주기적 운영

노사가 협력한 산업 안전 보건 활동

유한킴벌리 노사는 안전보건 최고의결기구와 소위원회를 두고 안전, 보건, 방화 주제를 관리하고 있으며 정기적인 시찰을 통해 불안정한 요소들을 발굴하고 사업장들끼리 정보를 공유하여 사원들이 안전한 환경 속에서 업무에 집중하도록 돕고 있습니다. 2008년에 노사는 안전과 관련한 팀 활동을 통해 사업장 내 잠재 위험 요소 1,772건을 발굴해서 1,575건을 처리했습니다(88.9% 개선).

주요 노사합의사항

연 도	2006	2007	2008
내 용	<ul style="list-style-type: none"> 근골격계 질환 예방 프로그램 운영 특수 건강 검진 작업 환경 측정 건강 진단 결과 심의 	<ul style="list-style-type: none"> 노사안전보건운영위원회 확대 소음 발생원 원인 규명 및 개선 종합 검진 병원 선정 	<ul style="list-style-type: none"> 노사 안전 목표 수립 워크숍 실시 소음 개선 활동 태스크포스 팀 운영 종합 검진 폐암 검사 추가

눈 높이에 맞춘 사원 건강 프로그램 시행

유한킴벌리는 사업장 별로 건강 프로그램 담당자를 두고 사업장에 맞는 프로그램을 개발 및 관리하고 있습니다. 김천공장의 금연 프로그램의 성공적 실행으로 금연율을 2001년 38%에서 2008년 62%로 증가시켰습니다. 또한 2002년부터 전문가 심리상담서비스(Employee Assistance Program, EAP)제도를 시행해서 사원과 가족들의 정신 건강을 돕고 있습니다.

사원 건강 프로그램

분 류	연 도	1989	2002	2004	2006	2009
종합건강검진		35세 이상 사원 대상 시작	배우자 포함	여사원 대상 자궁암과 유방암 검진 실시	30세 이상 사원 대상 확대 실시	-
전문가 심리상담서비스(EAP)		-	본사 사원 대상 시작	전사 확대 실시 사원 가족 포함	-	상담 영역 재정 상담 및 법률 자문으로 확대

사업장 별 사원 건강 프로그램 실시 현황 (단위 : 명)

분 류	No	활동 내용	2007		2008		2009	
			실시	참여자	실시	참여자	실시	참여자
군포공장	1	근골격계 예방 치료실 운영	0	36	0	22	0	진행 중
	2	척추 질환 예방·치료 교육	-	-	-	-	0	진행 중
	3	금연·질주·스트레스 관리 교육	0	17	0	5	0	진행 중
	4	개인 건강 지수 관리 프로그램	0	23	0	48	0	진행 중
	5	체력 증진 운동요법 관리 프로그램	-	-	-	-	0	진행 중
	소 계			3	76	3	75	5
김천공장	1	금연 프로그램	0	10	0	20	0	진행 중
	2	체력 관리 프로그램	0	110	0	71	-	-
	3	비만 관리 프로그램(뱃살 제로 펀드)	0	20	0	60	0	진행 중
	4	헬스(운동 관리) 프로그램	0	10	-	-	0	진행 중
	5	식생활(영양 관리) 프로그램	0	20	0	120	0	진행 중
	6	가족 건강 등반 프로그램	0	105	-	-	0	진행 중
	7	스트레칭 관리 프로그램	-	-	0	20	0	진행 중
	8	가족 건강 걷기 프로그램	-	-	0	148	0	진행 중
	9	뇌심혈관계 질환 예방 홍보	-	-	0	248	0	진행 중
	10	체 성분 분석 관리 프로그램	-	-	-	-	0	진행 중
소 계			6	275	7	687	9	-
대전공장	1	알코올 예방 교육	0	94	-	-	-	-
	2	4조 2교대 건강 증진 프로그램	0	334	-	-	-	-
	3	사무직 스트레칭 교실	-	-	0	100	-	-
	4	체형 별 웨이트 트레이닝	-	-	0	50	0	진행 중
	5	여사원 집중 운동 프로그램	-	-	-	-	0	25
	6	영양 프로그램	0	420	0	420	0	진행 중
	7	몸짱펀드 ¹⁾	0	12	-	-	-	-
	8	뱃살안녕 프로그램 ²⁾	-	-	0	30	-	-
	9	1515운동 프로그램	-	-	-	-	0	진행 중
	10	체 성분 분석	0	-	0	420	0	진행 중
	11	스트레스 관리 프로그램 : 웃음	-	-	-	-	0	420
	12	뇌심혈관계 질환 위험 관리	-	-	-	-	0	진행 중
소 계			5	860	5	1,020	7	445
물류센터	1	금연 프로그램	0	10	0	7	0	진행 중
	2	체력 관리 프로그램	-	-	0	11	0	진행 중
	3	헬스(운동 관리) 프로그램	0	50	0	50	0	진행 중
	4	사원 건강 등반 프로그램	-	-	-	-	0	진행 중
	5	스트레칭 관리 프로그램	0	50	0	50	0	진행 중
	6	사원 건강 걷기 프로그램	-	-	-	-	0	진행 중
	7	뇌심혈관계 질환 예방 홍보	0	50	0	50	0	진행 중
	8	체 성분 분석 관리 프로그램	-	-	0	11	0	진행 중
소 계			4	160	6	179	8	-
총 계			18	1,371	21	1,961	29	445

자료는 2009년 5월 현재까지 자료입니다.

¹⁾ 몸짱펀드 : 지원한 사원들의 수준에 따라 팀을 나누고 8주간 건강 관리 프로그램에 참가해서 성공적인 체중 감량 팀에게 적립 금액을 나눠주는 프로그램입니다.

²⁾ 뱃살안녕 프로그램 : 12주간 건강관리 프로그램으로, 회사 식단에 대한 조언을 해주고 매주 금요일 11시 뱃살을 빼기 위한 집중적인 운동을 시켜주고 있습니다.

가족친화경영을 어떻게 성숙시켜 가는가?

Highlight

2008 가족친화 우수기업 인증 취득 · 2008 엄마에게 친근한 일터 선정

유한김벌리는 보건복지가족부가 저출산 극복을 위해 첫 시행한 인증 심사를 통과해 2008년 12월에 가족친화 우수기업 인증을 받았습니다(기간 : 2008.12.29 ~ 2011.12.28). 또한 유니세프한국위원회로부터 '엄마에게 친근한 일터'로 2008년 12월 선정되어 인증을 받았습니다(기간 : 2008.12.10 ~ 2010.12.10).

대학생들이 가장 일하고 싶은 기업 4위 선정

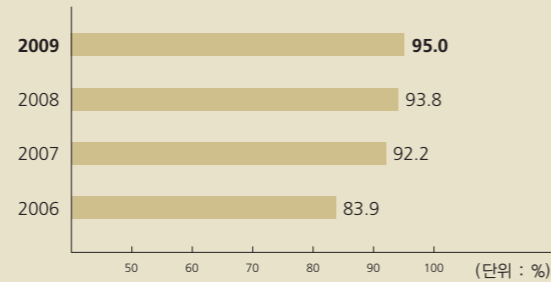
유한김벌리는 총 13개 업종 별 매출 10대 업체인 130개 기업을 대상으로 전국 대학생 2,205명에게 선호도 조사를 한 결과 가족친화경영 등을 통해 '삶을 위한 가치 존중'을 실천하는 기업이라는 점에서 가장 선호하는 기업 4위로 선정되었습니다. 이는 취업 인사 전문 사이트인 인크루트의 2008년 8월 발표 자료에 따른 것입니다.

가족친화경영 우수 기업 1위 선정

유한김벌리는 한겨레신문사가 조사한 이미지 좋은 외국계 기업 조사에서 2008년 9월에 '여성 배려와 가족친화경영이 잘 이루어질 것 같은 기업' 1위에 선정되었습니다. 이 조사는 대학생과 직장인 239명을 대상으로 실시한 조사였습니다. 구직자 105명 중 취업 선호도 조사에서 3위를 차지하였습니다.

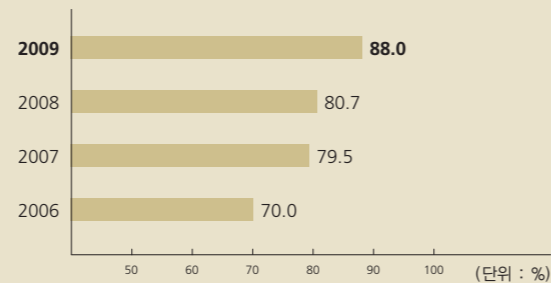
{ 2009 이해관계자 조사 결과 - 사원 }

우리 회사에 근무하는 것에 만족한다



{ 2009 이해관계자 조사 결과 - 사원 }

우리 회사는 사원들이 일과 삶의 조화를 추구하도록 지원한다



* 2006년 설문 : 나는 업무와 개인 생활 간에 적절한 균형을 유지하고 있다.

유한김벌리의 가족친화경영을 실현하는 제도들

유한김벌리 가족친화경영은 인간 존중을 바탕으로 탄력적이고 유연한 근무 제도와 평생학습 시스템을 확보해 사원들이 일과 삶의 조화를 이루도록 돕는 것이 특징입니다. 또 심리상담을 통해 정신적인 삶의 문제들을 해결해주며, 생애 주기 별로 육아 지원, 가족 지원, 근로자 지원, 가족친화 문화 조성을 위한 가족친화 프로그램들을 운영하고 있습니다. 이 프로그램들을 통해 출산과 육아, 자녀 교육 책임을 남성과 여성이 함께 하는 것을 격려하며, 고령사회 대비를 위한 정년 연장 및 정년퇴직 예정자 프로그램을 운영해 건강한 복귀를 돕고 있습니다.

제도의 지속적 개발 - 선택적 복지 제도 도입, 가족 지원 제도 강화

유한김벌리는 사원들의 생애 주기를 반영해서 지속적으로 가족친화제도를 개발하고 있습니다. 2008년 7월에는 노사 합의를 통해 사원들의 정년을 만 58세로 연장하고 의료비 지원을 늘렸으며, 10월부터는 회사가 예산 한도로 정한 140만 원 기준에서 복지를 선택할 수 있는 선택적 복지 제도를 시행했습니다. 또한 가족 간병 휴직 제도를 도입했고(2008.11), 사원과 가족들이 평생학습에 참여할 수 있도록 온라인 어학 연수원(2009.01)을 신설해서 가족친화제도의 만족도를 지속적으로 높이고 있습니다.

가족친화경영협의회 조직의 강화

유한김벌리는 기존 가족친화경영을 보다 체계적으로 발전시켜나가기 위해 2008년 11월에 가족친화경영협의회를 재정비하고, 비전, 목표, 성과, 담당 조직을 사내 온라인 커뮤니케이션 매체인 인트라넷에 연중 공개하고 있습니다. 2009년부터 정기 회의도 기존 연 1회에서 연 4회로 늘렸으며, 이를 통해 대사회적인 가족친화제도 변경 연구, 정책 개발, 제도 운영 등을 보다 가족친화적인 기업 문화를 발전시키기 위해 노력하고 있습니다.

가족친화경영협의회 조직도는 웹 사이트(www.yuhan-kimberly.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

커뮤니케이션 활동 - 웹 페이지 신설, 2009 가족친화 설문 조사 실시

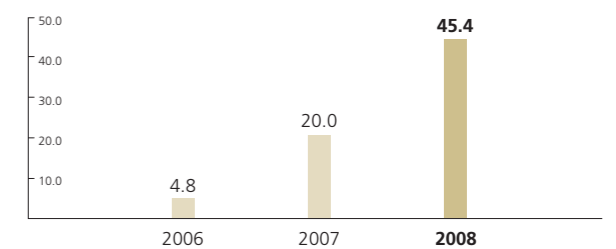
유한김벌리는 사원들이 회사 내 가족친화경영 전반을 잘 이해할 수 있도록 사내 온라인 커뮤니케이션 매체인 인트라넷에 '일과 삶의 조화' 페이지를 신설했습니다(2008.11). 이는 최고경영자의 의지 및 방침, 제도 이용 시 프로세스를 쉽게 찾아 볼 수 있도록 하였습니다.

또한 가족친화경영협의회가 사원들의 결혼, 출산, 보육 관련 의식과 현황에 대한 전수조사(2009.04.06 ~ 04.17)를 실시했습니다. 이는 합계 출산율, 기대 자녀 수 등의 현황을 객관적으로 파악하기 위함입니다.

출산 축하 문화 - 육아휴직 사용 증가

유한김벌리는 사원들의 출산과 돌봄을 격려하는 기업 문화를 갖고 있습니다. 임신부들과의 간담회(2008.10.10 임신부의 날)가 본사 및 3개 생산 사업장으로 확대 실시되었고, 이 자리를 통해 출산 관련 제도들의 설명이 있었습니다. 모유수유 사원들을 위해서는 2009년 4월에 본사 모성보호 공간에 수유 관련 비품(개수대, 젖병 소독기 등)을 보완했습니다. 또한 사원과 가족들을 대상으로 발행하는 가족사보에 해당연도에 태어난 사우아이들을 소개하는 특집란을 개설했고(2008.12), 2009년 상반기에는 저출산의 미래에 대한 특집시리즈를 연재해서 출산의 중요성을 공감하는 장을 만들었습니다. 이러한 노력들이 반영되어 육아휴직 사용(2008년 출산한 여성 사원 육아휴직 사용률 45.4%)이 전년 대비 2배 이상 증가했으며, 2009년 5월에는 남성 사원이 육아휴직을 신청하는 등의 변화가 있었습니다.

여성 사원 육아휴직 사용률 (단위 : %)



사원과 가족의 상담 프로그램의 만족도 제고 노력

유한김벌리는 2002년부터 사원과 가족이 24시간 언제든지 도움을 요청할 수 있는 전문가 심리상담 프로그램(Employee Assistance Program, EAP. 피톤치드로 명명)을 운영하고 있습니다.

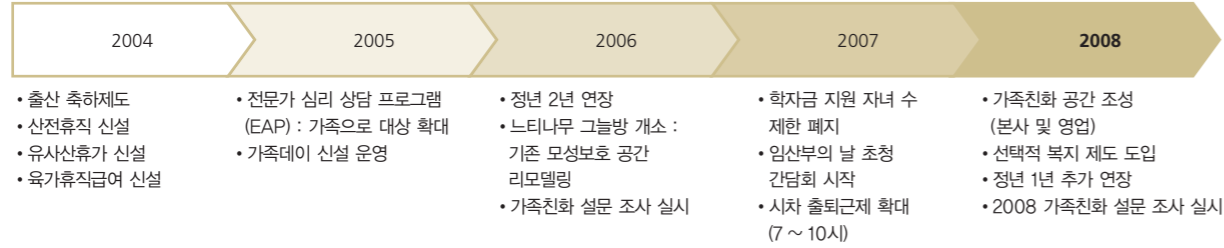
2008년 서비스 이용률은 3.6%였으며, 상담 주제는 개인적인 내용의 상담이 90%를 차지하였습니다. 2009년 3

월부터는 상담 영역을 재정 상담 및 법률 자문(부동산, 교통사고, 상해, 세금 등)까지 확장했고, 연간 상담 가능 횟수를 늘렸으며 월간 웹진 발송 서비스를 추가했습니다.

가족친화 공간 확장 - 아이디어룸 신설

유한킴벌리는 사원들이 일하면서 사무실 내에서 잠시라도 편안하게 휴식할 수 있도록 사무 공간을 개선하는데 지속적으로 투자를 하고 있습니다. 신설한 2008년 본사 회의실 중 유레카룸은 이러한 휴식과 창의성을 동시에 반영한 공간입니다.

유한킴벌리 가족친화제도 주요 변화



2009 가족친화제도의 주요 변경 사항

제도	유형	변경	내용	도입 연월	주체
은퇴자 지원	정년 연장	강화	만57세에서 만 58세로 단계적 연장	2008.07	노사 합의
출산·육아 지원	임산부 보호	강화	임산부 태아검진시간 부여(초기 ~ 7개월 격월 1회, 8 ~ 9개월 월 1회, 임신 10개월 2주 1회)	2008.07	
	유·사산휴가	강화	유·사산 발생 시 휴가 부여 - 임신 13 ~ 21주(30일), 22 ~ 27주(60일)	2008.07	
	출산휴가제도	강화	아버지 출산 유급 휴가 3일	2008.07	
가족 지원	선택적 복지 프로그램	신설	1인당 연간 140만 원 사용 가능(자기계발, 건강관리, 가족친화, 문화레저 등 자발적 선택)	2008.10	회사 정책
	가족 간병 휴직	신설	가족 간병을 위한 휴직(3개월 이내)	2008.11	
	평생학습지원	신설	사원 가족 온라인 어학연수원(500여 과정, 365일 사용)	2009.02	

주요 이해관계자의 조언 | 이삼식 연구 위원

육아를 돕는 제품을 만드는데 힘써야 한다

육아를 도와줄 수 있도록 주위 사람들도 편하게 사용할 수 있는 제품이 개발된다면 육아와 가사의 부담에서 조금이나마 도움이 될 것이며, 이것이 소비자의 가족 친화적 관점을 이해하고 지향 하는 것이라 할 수 있습니다. 이 점은 기업의 이미지 제고 면에서나 상품의 우수성 확보 면에서도 효과적인 것입니다. 사회 공헌 활동을 많이 하는 기업으로서 주주들의 관점에서는 성과가 크게 나타나지 않는다는 점에서 부정적일 수도 있습니다. 그러나 이 것은 소비자에게 우수한 제품을 제공하고 소비자를 위한 아이디어를 개발하여 소비자의 니즈를 충족시켜 줌으로써 해결될 수 있다고 봅니다.

이삼식 국책 연구 기관인 한국보건사회연구원의 연구 위원으로 활동하고 있다. 저출산·고령화 사회에 대한 연구를 수행하고 있으며, 이에 대한 다수의 논문 및 보고서를 발표하였다. 2009년 4월 유한킴벌리 가족친화현황 조사를 진행한 바 있다.

표로 보는 유한킴벌리 가족친화경영제도 (2009)

유한킴벌리의 가족친화제도 전반

제도	유형	내용	
유연한 근무 체제	전일 근무	시차 출퇴근제	관리직 : 오전 07 ~ 10시 출근 자율 선택
		4조 2교대	생산직 : 4일 근무, 4일 휴무. 휴식, 평생학습 지원
		현장 출퇴근제	영업직 : 정기 출퇴근 없이 업무 수행
	은퇴 준비	은퇴 프로그램	정년퇴직자 : 은퇴 전후 6개월 종합 컨설팅
출산·육아지원	임산부 보호		<ul style="list-style-type: none"> 임산부 도덕상, 보건상 유해·위험한 사업 배치 금지 임부 탄력적 근로 시간제 적용 금지 임산부 태아 검진 시간 부여(임신 초기 ~ 7개월까지 격월 1회, 임신 8 ~ 9개월 월 1회, 임신 10개월 2주 1회 검진(태아 검진 소요 시간))
		출산, 휴가 제도 등	<ul style="list-style-type: none"> 산전휴직(2개월) 산전후 휴가(90일) 유·사산 휴가(임신 13 ~ 21주 : 30일, 22 ~ 27주 : 60일, 28주 이상 : 90일) 아버지 출산 유급휴가 3일 출산 축하품, 축하금 여사원 자궁암 및 유방암 검진
	보육·육아 지원	<ul style="list-style-type: none"> 육아휴직, 시간제 육아휴직 모유수유(1일 2회 각 1시간) 보장 및 수유실 운영 가족데이 운영 - 매월 6일 정시 퇴근 캠페인 	
	평생학습 지원	<ul style="list-style-type: none"> 유아 교육비 지원(취학 전 2년 x 120만 원 = 240만 원) 대학 졸업까지 자녀 학자금 지원 장애 자녀 학자금 지원 	
가족 지원	선택적 복지 프로그램	1인당 연간 140만 원 사용 가능(자기계발, 건강관리, 가족친화, 문화레저 등 자발적 선택)	
	전문가심리 상담 프로그램(EAP)	직계가족, 24시간 연결, 비밀 보장 원칙	
	가족 경조 지원	관혼상제 관련 휴가와 경조금 지급	
	가족 간병 휴직	가족 간병을 위한 휴직(3개월 이내)	
	의료비 지원		의료비 - 가족 250만 원 한도 내 지원
			건강 검진 사원 배우자 대상, 2년 1회 실시 지원
평생학습 지원	사원 가족 온라인 어학 연수원(500여 과정, 365일 사용)		
근로자 지원	전문가심리 상담 프로그램(EAP)	사원 대상, 24시간 연결, 비밀 보장 원칙	
	평생학습 지원	사원 온라인 외국어 교육(100% 교육비용 지원, 연간 개별계획 학습)	
	의료비 지원	<ul style="list-style-type: none"> 의료비 - 본인 300만 원 한도 내 지원 사원종합건강검진제도(격년 실시) 	

유한킴벌리의 유연하고 탄력적인 근무 제도 도입 현황

도입 연도	근무 제도	대상	대상 사업장	내용
1993	4조 3교대	생산직	대전	4조 3교대 근무
1994	시차 출퇴근제	사무직	본사	출근 시간 오전 7 ~ 9시 자율 선택
1997	4조 2교대	생산직	김천공장 생산 일부	33% 증원 채용 지속 효과
1998	4조 2교대	생산직	군포공장 생산 일부	25% 감원 예방 효과
1999	현장 출퇴근제	영업직	생활용품 영업	화, 수, 목, 금요일 현장 출근(9시30분)
	4조 2교대	생산직	김천,군포,부직포 공장 전체	25% 감원 예방 효과
2004	4조 2교대	생산직	대전	4조 3교대 → 4조 2교대로 전환
2005	현장 출퇴근제	영업직	생활용품 영업	화, 수, 목요일 현장 출근(오전 11시)
2007	시차 출퇴근제	사무직	본사	출근 시간 오전 7 ~ 10시로 연장

좋은 일자리를 어떻게 만들고 있나?

평등한 고용 보장·성별 차별 없는 공정한 보상과 평가

유한킴벌리는 행동 규범과 취업규칙(제89~90조)에 근거해 평등한 고용, 인권 존중과 인종, 성별, 연령, 종교, 국적, 신체 장애에 의한 차별 금지를 실천하고 있습니다. 또한 단체협약(제45조)에 따라 성별에 상관없이 동등하게 직무급을 기초로 동일 노동에 대해 동일 가치의 급여 체계를 운영합니다. 연봉제(생산직 제외)를 운영 중이며, 인사 평가 및 승진 규정에 근거해 성별 차별 없이 개인의 직무 레벨과 역할, 성과에 따라 보상과 승진을 실시합니다. 평가는 성과와 행동을 기준으로 이루어집니다.

성희롱 예방 교육, 인권 관련 교육 실시

유한킴벌리는 인간 존중을 경영 방침에 명시화하고 있으며, 근로조건을 취업규칙과 단체협약에서 정하고 있습니다. 이와 관련해 행동 규범 교육을 의무화해서 실시했습니다(연 3회). 성희롱 예방 교육은 2008년에 1,511명(참가율 88.8%)이 참여해서 작년(72.8%)보다 증가했습니다. 이외에도 3개 사업장에 근무하는 경비, 경호, 보안 담당 협력업체(유우산업, 유한시설관리, 범호산업)를 대상으로 성희롱 예방 교육을 실시하도록 권고하고 있습니다.

경비, 경호, 보안담당 협력업체 사원들의 인권 교육 현황

대상	내용	시행 월	참여 인원·전체 인원(명)	인권 교육 참여율(%)
대전 : 유우산업, 범호산업		7월, 11월	57 / 79	72
김천 : 유한시설관리		3월, 10월	34 / 34	100
군포 : 유우산업, 유한시설관리		8월	15 / 15	100

업체 변경 대전공장은 2008년 10월에 경비 업체가 변경되었으며, 선정 업체는 성희롱 예방 교육을 2009년 4월에 전원 실시하였습니다.

구조조정 금지, 결사의 자유, 아동노동 및 강제노동 금지 조항 준수

유한킴벌리는 물리적·강제적 구조조정은 하지 않습니다(단체협약 제8조). 회사의 분할 합병, 사업의 전부 또는 일부의 양도, 회사 조직의 축소, 현재 조합원이 수행하고 있는 업무의 하도급 등에 대해서는 조합과 사전에 성실히 협의할 것으로 규정하고 있습니다. 또한, 결사자유의 권리를 존중해서, 노동조합 및 대표기구 결성을 보장하며, 노동조합 및 노동관계조정법, 단체협약, 조합규약 등에서 정하는 바에 따라, 사원들이 자율적으로 조합원이 될 권리를 존중하고 있습니다. 아동노동 및 강제노동 금지 규정을 준수하며, 모성보호 차원에서 산후 1년을 경과하거나 임신 중인 여성의 시간외 근무와 심야 근무를 제한하고 있으며, 산전후 휴가 90일 실시 등의 항목을 준수하고 있습니다. 2008년 위반 사항은 없었습니다.

인재를 어떻게 키우고, 평가하나?

인재 양성 정책의 특징

유한킴벌리는 유연한 근무 제도를 바탕으로 평생 재충전학습 체계를 통해 체계적으로 사원들을 육성하고 있습니다. 특히 생산직 사원들을 대상으로 실시하는 4조 2교대 근무 형태는 4일 일하고(야간 12시간), 4일 쉬고, 4일 일하고(주간 12시간), 3일 쉬고, 나머지 1일을 회사에 나와 교육을 받습니다. 이 때 회사의 교육 장려 정책에 따라 초과근로수당을 받으면서 교육을 받는다는 것이 특징입니다. 연간 일정에 근거해 프로그램을 사전에 제시해주고 있으며, 직무 교육은 주로 직무 통합을 위한 다기능화 교육을 실시하며, 창의적 제안 활동과 건강한 삶을 위해 교양 과목을 확대 시행하고 있습니다. 4조 2교대제하에서 생산직 사원이 받은 교육시간은 1인당 연간 평균 306시간(의무교육 일 4주당 1.75일)입니다.

계층별 리더십 교육 체계



평생학습 연간 교육 평균 시간

분류	연도					2008
	2004	2005	2006	2007		
인건비 대비 교육훈련비율(%)	6.09	6.42	7.62	5.79	5.65	
총 교육훈련비(백만 원)	6,052	7,252	7,675	8,629	9,128	
1인당 교육훈련비(백만 원)	3.78	4.32	4.50	5.09	5.40	

계산 방법 총 교육훈련비 = 교육훈련비 (영업보고서 기준 금액) + 감사인건비 + 교육특근비

연도별 회사부담 교육시간 (군포공장 현황, 단위 : 시간)

연도	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
148	167	180	280	302	306	310	302	317	314

평생학습 차원에서 전 사원 제2기 해외연수 시작

유한킴벌리는 평생학습의 일환으로 일본(오사카, 동경)으로 2008년에 8회에 걸쳐 272명의 사원들의 해외연수를 진행했습니다. 참고로 제 1기(2001~2006)에 총 46회(총 1,748명)에 걸쳐 전 사원이 4박 5일 동안 중국(베이징, 상해)연수를 다녀왔으며, 2007년에는 노사가 합의하여 제2기 해외연수를 시작하였습니다.

연도 별로 본 사원들의 해외연수 실적

분류	연도							2008
	2001	2002	2003	2004	2005	2006		
참가인원(명)	88	500	250	400	405	105	272	
연수국가	중국						일본	

공정한 평가 및 성과 지급

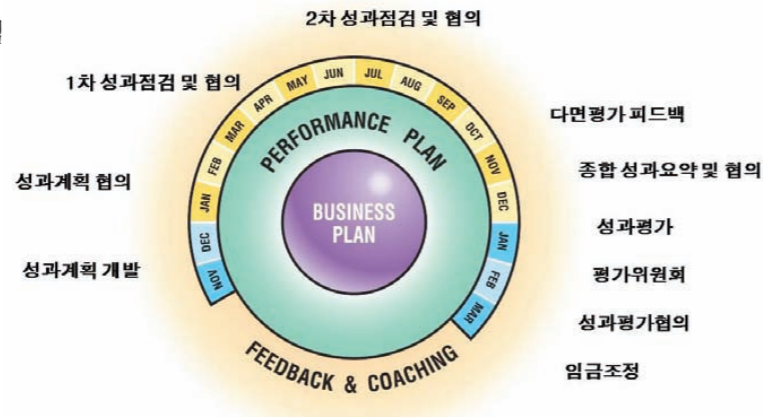
유한킴벌리 사원들은 연말에 팀 멤버, 동료 사원, 고객으로부터 개인의 리더십 역량에 대해 360도 다면평가 피드백과 성과 평가를 받습니다. 팀 리더가 1차적으로 성과 평가를 하며, 최종 성과 평가는 평가 위원회에서 확정합니다. 참고로 리더십 역량은 비전경영, 감동경영, 혁신경영, 판단·결정력, 팀·조직경영, 인재육성경영의 6개로 구성되며, 팀 멤버, 팀 리더, 리더들의 리더 행동모델이 정의되어 있습니다.

성과 평가의 객관성 향상 및 사원 강점 개발을 위한 노력

2008년에 성과 평가의 방식을 보다 현실에 맞게 변화시켰습니다. 연 4회 성과 협의 횟수를 연 3회로 줄이고, 연말에 성과 종합 의견을 성과 평가서 양식에 반영하여 평가의 객관성을 향상시켰습니다. 또한 다면평가 피드백의 평가 등급을 5점 척도에서 3단계 평가 등급으로 변경하고 제도 취지대로 행동 중심의 피드백을 실시하여 강점 및 개발이 필요한 영역을 파악하는데 중점을 두도록 하였으며, 시행 일정(10.01~11.30)을 2주 앞당겨 시간을 갖고 피드백을 제공하도록 하였습니다. 그리고 이러한 평가 제도의 변화 내용과 성과 관리 프로세스의 이해도를 높이기 위해 2008년 10월 6~8일 사이에 사업장 별로 성과 관리 교육(2시간)을 실시하였습니다.

사원들의 성과 관리(GPM) 프로세스

유한킴벌리는 사원들의 지속적인 성과 점검 및 향상을 위해 성과 관리 프로세스를 운영하고 있습니다. 모든 성과 관리는 연초 팀 리더와 팀 멤버의 협의를 통해 이루어집니다. 회사·부문·팀의 목표에 기여하는 개인 목표를 세우고, 분기 별로 진행 상황을 협의하며, 적절한 피드백과 코칭을 실시합니다.



노사간 소통은 어떻게 이루어지나?

동반자 관계를 추구하는 유한킴벌리 노사

유한킴벌리 노동조합(노조위원장-조원갑, 1994.05.03 설립)은 한국노총전국화학연맹 소속으로 본부(김천)와 4개 지부(군포, 김천, 대전, 광주)를 두고 있으며, 중앙노사협의회와 공장노사협의회를 분기 별로 운영하고 있습니다.

2008년 노사협의회는 총 20회 개최되었으며, 노조 간부를 대상으로 한 경영진과의 토론 형식의 워크숍은 연 2회(봄, 가을)에 걸쳐 진행되었습니다. 임금협상은 매년, 단체 협상은 2년마다 진행되고 있으며, 2008년 7월에 선택적 복지제도의 도입, 정년 연장 등에 합의하였습니다. 유한킴벌리 노사는 지난 12년간(1997~2008) 신뢰를 바탕으로 동반자관계를 보여주었습니다.

유한킴벌리 노동조합 조합원 현황

분류	연도	2004	2005	2006	2007	2008
노조원 가입자 수(명)	군포지부	254	254	258	251	253
	김천지부	342	339	336	329	326
	대전지부	263	320	321	321	319
	광주지부	50	48	46	52	40
	합계	909	961	961	953	938
가입 대상(명)		1,141	1,196	1,194	1,191	1,133
가입율(%)		79.7	80.4	80.5	80.0	82.8
주요 연혁		임금교섭 회사 일임 대전 4조2교대로 전환		임금교섭 회사 일임 정년 2년 연장(만 57세) 제5대 노조위원장 선출(신성태 위원장)	전 사원 제2기 해외 연수 합의	정년 1년 연장(만 58세) 선택적 복지제도 도입

계산 방법 가입율 = 가입자 수 합계 / 가입 대상 x 100

유한킴벌리 노동조합 조직도는 웹 사이트(www.yuhan-kimberly.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

고충 처리 수렴

유한킴벌리는 노사 1명씩 고충처리위원 임명, 상담실 운영, 노동조합 홈페이지 운영, 노조 지부장들과의 대화를 통해 노조원의 고충을 수렴하고 있습니다. 2008년 고충 처리 건수는 총 25건이었으며, 상담 내용은 10일 이내에 결과 회신을 원칙으로 해서 운영했습니다. 이런 노력의 결과로 지난 7년간 부당 노동행위 구제 신청 사례는 한 건도 없습니다.

2008 공개 가능한 고충 처리 내용

내용	접수 월	처리 결과	노사 각 1명 고충처리 위원	
			회사	노동조합
종이타월을 건조기로 교체	3월	시범 설치 후 효과 검증	김천 : 장병희 수석부장 군포 : 이규백 수석부장 대전 : 박익수 수석부장	김천 : 김종철 지부장 군포 : 권오신 지부장 대전 : 김재성 지부장
자녀대상 풋살프로그램 실시	6월	여름방학 지속 실시		
안마 의자 사용료 조정	7월	500 → 200원		
회사 단체보험 내용 공유	12월	교육 및 보험약관 공람		

노경 공동 목표 달성 추진 활동

2008년 대전공장 노경 공동 목표 달성 추진 팀(안전, 품질, 공장혁신, 후생 복지, 봉사, 원가 혁신 등 6개 팀)은 목표를 설정하고 실천함으로써 좋은 기업 문화 만들기에 모범을 보여주었습니다. 매년 노경간부 합동 연수를 통해 팀을 편성하고, 우수 팀에게 인센티브를 제공하며, 매월 1회 공장 운영 현황 공유를 통해 경쟁력 강화에 노력하고 있습니다.

2008 대전공장 노경 공동 목표 달성 추진 팀의 활동 성과

분 과	주요 활동 내용
안전 TFT	<ul style="list-style-type: none"> 추석 연휴 안전 홍보 및 점검, 연휴 근무자 격려 무중 예방 양말 지급 팀 멤버 창의적 아이디어 활동 위한 사업장 의자 비치 중앙 현관 가족 사진 전시 및 유 자녀 사원 대상 안전 동영상 제공 연말연시 안전 광고판 설치
원가 혁신 TFT	<ul style="list-style-type: none"> 버려지는 볼트·너트 낭비 제거 통한 연간 20% 절감 효과 압축공기 누기 방지 통해 연간 100건 이상 발굴 후 정비 원가 절감 아이디어 40건 공모
품질 TFT	<ul style="list-style-type: none"> 최우수 품질 개선 사례 발굴 및 홍보 협력회사 품질 현황 이해 및 방문 신제품 품명회 활성화 수출 대상국 이해
봉사 활동 TFT	<ul style="list-style-type: none"> 이웃 돕기 성금 모금 : 총 22,132,180원, 봉사활동 실시 : 총 3,316 시간 (7.7시간 / 1인당) 1사촌 봉사 활동 75명 - 10월, 가족 봉사단 활동 약 16명 (늘사랑아기집, 독거 노인) - 매월
공장 혁신 TFT	<ul style="list-style-type: none"> 야간 근무자 격려 배려하기(하이 파이브 캠페인) 살의 현장 순회를 통한 술선수범(깨진 유리창 술선 수범하기)
후생 복지 TFT	<ul style="list-style-type: none"> 사우자녀 대상 어린이 풋살교실 운영 자전거 명찰 달기, 수리 서비스, 보관대 설치

최고경영자와의 정기적 커뮤니케이션

유한킴벌리의 최고경영자는 사원과의 정기적인 커뮤니케이션을 위해 사내 영상 매체인 비디오사보를 통해 격월로 회사 비전과 경영 전반의 내용을 설명하고 있습니다. 2008년에 사원들을 위해 총 6편을 제작했으며, 사원들은 시청 후 팀 리더와 팀 멤버가 한 자리에 모여 회사의 당면 의제를 질문하고 토론했으며, 토론 결과 및 의견을 사내 인트라넷을 통해 게시해서 공유하고 있습니다(2008년 의견 게시 총 530건, 조회 수 15,360건).

그 외에도 이메일 서비스를 통해 매일 사원들을 대상으로 회사 관련 뉴스 메일 발송 서비스를 운영 중이며, 투자 및 중요 사안에 대해서는 최고경영자 메시지를 별도로 전달하고 있습니다. 이러한 커뮤니케이션 노력은 상호 신뢰로 이어져 회사 발전의 밑받침이 되고 있습니다.

사원들의 의견 조사 활성화

유한킴벌리는 사원들의 다양한 요구사항을 청취하기 위해 조사를 상시적으로 실시하고 있습니다. 2008년 3월 이후 총 6회의 조사를 진행했으며, 그 결과를 각 분야의 업무에 반영했습니다.

- 선택적 복지제도 도입을 위한 설문 조사(2008.08)
- 일하기 좋은 직장 만들기 사원 설문 조사(2008.10~11)
- 내부통제 웹 페이지 사내 설문 조사(2008.12)
- 컴퓨터 사용 및 유지보수 만족도 조사(2009.02)
- 지속가능성보고서 이해관계자 조사(2009.03)
- 가족친화 및 출산 현황 조사(2009.04)

협력회사 Business Partner

1,404

2008 실질 협력회사

유한킴벌리의 협력회사의 상류(Upstream)에는 제품 생산에 영향을 미치는 공급업체들이 있으며, 하류(Downstream)에는 판매를 대행하는 대리점, 직거래, 물류업체 등이 있습니다. 유한킴벌리는 2008년에 2,111개사와 거래를 하였으며, 이중 1회성이며 연간 3백만 원 미만 거래 회사를 제외한 1,404개사를 실질 협력회사로 정의하고 있습니다. 소비자 보호와 제품책임 실천에 영향을 미치는 공급업체(Supplier) 중 69.8%(총 116개 중 81개사에 해당)를 별도 선정해 경쟁력 강화를 돕고 있습니다. 이는 2006년 기준 30.9%, 2007년 64.1%보다 증가한 수치입니다.

2008년 총 거래 회사 2,111개, 실질 협력회사 1,404개. 일회성이며 300만 원 미만의 소규모 거래 회사 707개 제외

유한킴벌리와 협력회사의 상생협력 프로그램 내용

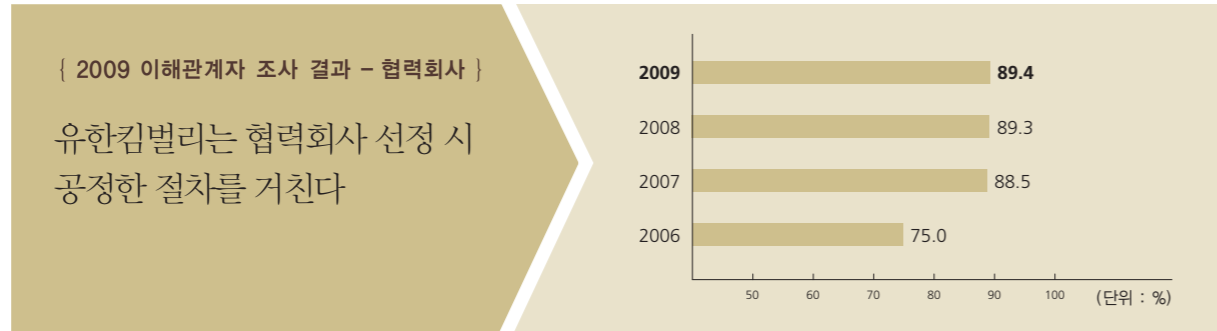
범 주	협력 부문	주요 프로그램	2008 성과
공급업체 Supplier	인프라 구축	· 에버그린 네트워크	· 환경관리 시스템 지원(3개사)
	품질·안전·환경	· 공급망 품질경영 · 분기 별 안전 점검 · 벌레 방지 시스템	· 싱글 PPM 품질 혁신 활동(18개사) · 25개 사 연 1회 점검(정기 평가) · 27개 사 약 3,000만 원 지원
	생산성 향상	· 협력활동 VIP ¹⁾ 활동 · 6시그마 추진	· 품질, 생산성 향상 지원 · 2개 사 2개 과제 지원
	평생학습	· 상생 아카데미	· 17회 26과목(총 4,003시간), 2,700만 원 지원
대리점 Wholesaler	정보 공유	· 뉴스레터 · 네트워크 시스템 SMA ²⁾	· 협력회사 정보 공유 시스템(SMA)으로 통합 운영, 2,040만 원 지원
	교육 지원	· 정기 교육 프로그램	· 시스템 스킵, 신제품 교육 · 영업 관리 교육 · 온라인을 이용한 독서 통신 교육
	환경 개선	· 대리점 정보 공유 시스템 WMA ³⁾	· 신규 대리점 교육 · 지사 별 지원 인원 확대 배치
물류업체 Distributor	평생학습	· 사무기기, 복지 용품 개선 지원	· 업무 효율성 증대, 유한킴벌리와 대리점 간 파트너십 증대 대리점 사원들의 업무만족도 개선을 통한 이직 방지
	투명성 확보	· SCM College · 대표자 정기 간담회	· 협력사 중간관리자 6명 교육 이수 · 간담회 통한 협업 및 Fun경영 교육
	품질·안전·환경	· 내부통제 시스템 구축	· 내부 통제 사전 진단 통한 교육 및 절차 준수
		· 컨설팅 · 배기가스 저감	· 특별 안전 동영상 교육 지원(안전·작업장 내 사고 사례·응급처치) · 아차사고 발굴 및 캠페인 · 사업장 폐기물처리 법규 변동 내역 전달 지도 : Allbaro system ⁴⁾ · 하이패스 정착 홍보 ⁵⁾

¹⁾ VIP : Vendor Involved Program ²⁾ SMA : Supplier Management Advisor ³⁾ WMA : Wholesaler Management Advisor

⁴⁾ Allbaro system : 환경부에서 추진하는 환경 폐기물 처리 적법화 전산시스템으로 사업장내에서 발생하는 폐기물을 적법하게 처리하기 위한 시스템입니다.

⁵⁾ 하이패스 정착 효과 : 톨게이트 정차 시 공회전 발생으로 아끼되는 CO₂ 발생을 줄일 수 있습니다.

협력회사의 선정 절차는 공정한가?

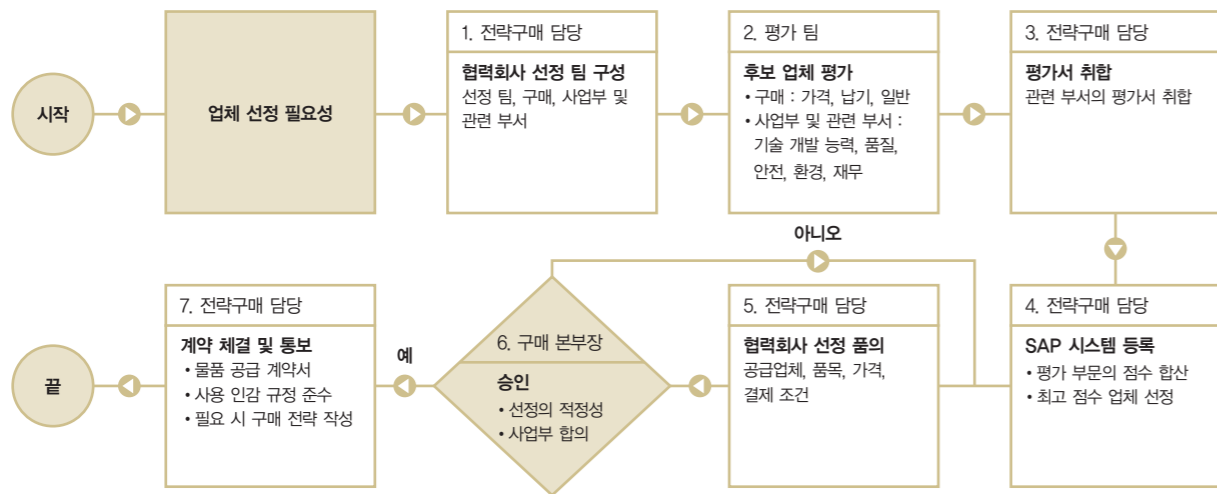


공정한 협력회사의 거래 관계와 평가 시스템

유한킴벌리는 협력회사 선정 시 전략 구매 팀에서 평가 팀(구매, R&D, 재무, 품질, 안전, 환경 등 관련 부문)을 구성하여 공급 능력, 기술 수준, 설비 능력 등의 거래 기본 요건을 분석하고 있습니다. 공급업체는 자체 평가 도구(Supplier Assessment Tool, SAT)를 활용해서 품질, 안전과 보건, 손실 예방, 환경, 하우스키퍼링(Housekeeping) 등과 윤리, 법규 준수, 지역 주민과의 민원 등을 포함한 사회적, 환경적 성과를 반영하고 있습니다.

2009년 협력회사 이해관계자 설문 조사 결과, 89.4%가 협력회사 선정 시 공정한 절차를 거친다고 답해 높은 공정거래 수준을 유지하고 있는 것으로 평가되었습니다.

협력회사 선정 기준 및 절차 (공급업체)



협력회사와의 거래 관계는 공정한가?



협력회사와 계약 조건 이행

유한킴벌리는 협력회사와의 거래가 이루어지면 기본 정보와 지불 정보를 결정하고 전사적 자원 관리 시스템(SAP R3)에 등록합니다. 전산화된 거래 시스템에 따라 계약서 상의 지불 조건을 신속하게 이행하고 있습니다. 2009년 협력회사 이해관계자 설문 조사 결과, 92.7%가 유한킴벌리는 거래 조건 등에 있어서 협력회사에게 무리하거나 비합리적인 요구를 하지 않는다고 답해 높은 공정거래 수준을 유지하고 있는 것으로 평가되었습니다.

협력회사 정기 평가 및 지원 프로세스(Supplier Assessment Tool, SAT)

협력회사 평가는 매년 1회, 총 7개 장, 120 ~ 150 여 개의 문항으로 이루어지며 경제적, 사회적, 환경적 성과를 질문하여 결과를 반영하고 있습니다. 평가 항목은 경영 일반에서 품질, 안전, 환경, 윤리, 법규, 노동·인권·반부패까지 다양하며, 평가 도구는 개선 항목이 명확해 협력회사의 경쟁력 향상에 도움을 줄 수 있습니다. 2008년에는 32개 협력회사에 대하여 평가를 실시하였으며 평가가 좋은 기업은 더 좋은 시스템을 구축하도록 돕고 있습니다.

사회적 책임 반영된 협력회사 평가 항목 사례

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

협력회사 제안 사항 청취 및 처리

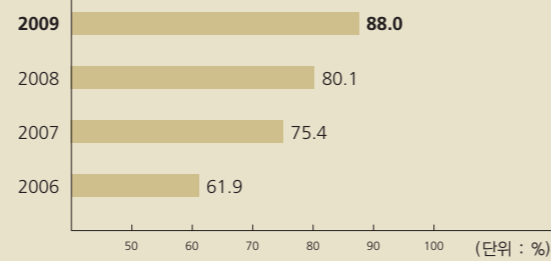
협력회사 제안 사항은 온라인과 오프라인(세미나, 간담회) 등을 통해 청취하고 있습니다. 온라인 상으로도 정보 공유 네트워크를 통해 건의를 받고 있으며, 관련 부서에 피드백을 제공하고 연 1회 대표자 세미나를 개최하여 의견을 수렴하고 있습니다. 2008년 11월에는 총 94명(유한킴벌리 22명, 외부강사 3명, 63개 회사 69명)이 참가하여 협력회사 관계자들과 학계, 정부 관계자를 초청한 세미나를 가졌습니다. 또한 김천공장에서는 분기 별 연 2회 협력회사 대표자 간담회를 개최하여 협력회사의 목소리에 귀를 기울이고 있습니다.

협력회사를 잘 지원하고 있나?

{ 2009 이해관계자 조사 결과 - 협력회사 }

유한킴벌리는 협력회사와의 상생발전을 위해 노력한다

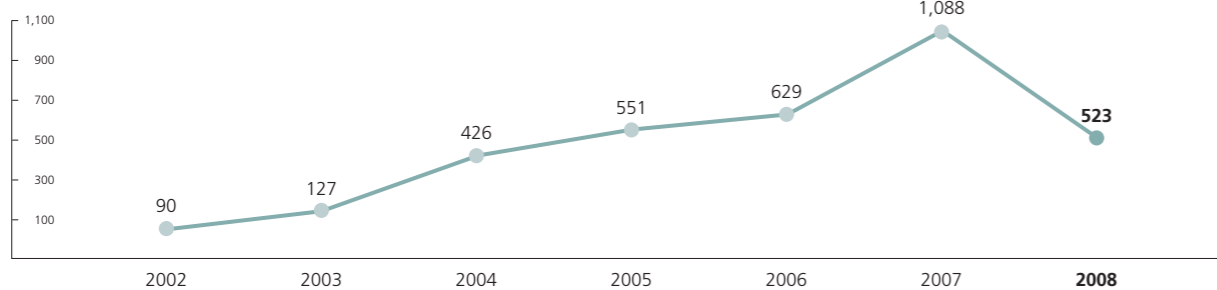
- 2006년 설문 : 유한킴벌리는 사업파트너의 발전을 위해 지원(물적·인적)을 한다.
- 2007 ~ 2008년 설문 : 유한킴벌리는 협력회사의 발전을 위해 지원(물적·인적)을 한다.



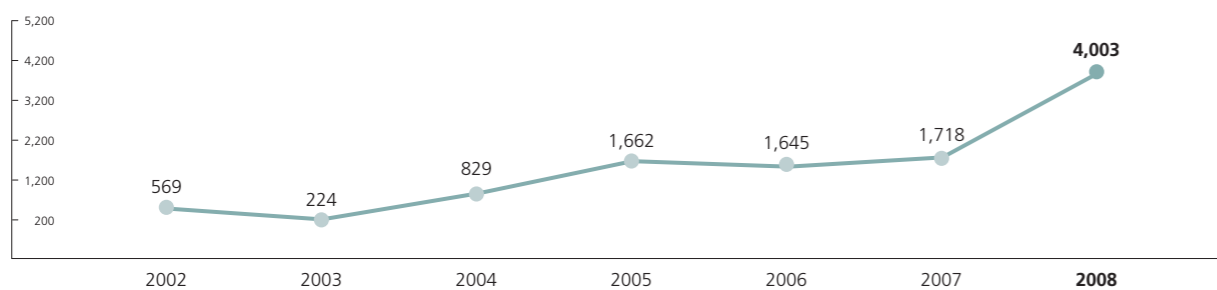
협력회사 평생학습 지원 - 상생 아카데미

유한킴벌리는 2002년도 협력회사 평생학습 지원 교육 프로그램을 운영한 이래 지속적으로 증가추세에 있습니다. 2008년 기준 완제품 및 원부자재 공급 관련 약 60여 개의 협력회사 523명이 교육을 이수했으며, 교육 인원 수 대비 교육 시간은 총 4,003시간입니다. 교육 과목은 사전 설문 조사를 통하여 협력회사의 수요를 반영하였으며, 품질, 안전, 환경, 생산기술 등 직무 역량 개발 내용과 더불어 소양교육까지 폭을 넓혔고 특히, 2008년에는 정부의 중소기업 지원 프로그램을 활용하여 외부의 전문가를 초빙한 전문 프로그램을 운영하고 있습니다.

연도 별 교육 인원 (단위 : 명)



연도 별 교육 인원 수 대비 교육 시간 (단위 : 시간)



상생협력 정보 공유 시스템(Supplier Management Advisor : SMA)

유한킴벌리는 완제품 및 원부자재를 공급하는 협력회사를 대상으로 웹 상에서 주문 정보, 자재 수불, 구매 계획, 재고 현황 정보를 제공하는 정보 공유 시스템을 운영하고 있습니다. 2008년에는 35개의 지원 프로그램을 제공해서 정보 공유 시스템을 사용하는 협력회사 수가 86개사(2006년 35개사)로 늘어났으며, 사용자도 282명(협력회사 238명, 유한킴벌리 44명)으로 증가하였습니다. 또 시스템 내에는 상생 정보 센터가 있어 유한킴벌리의 중소기업 지원 프로그램 및 정부의 지원 프로그램 등 중소기업에 도움이 될수 있는 유용한 정보를 제공하며, 애로 사항이나 개선 사항을 받는 열린 공간을 마련해 접수를 받고 그 내용을 즉시 관련 부서에 피드백하고 있습니다. 또한 매년 연말에는 협력회사 대표자 세미나를 개최해서 의견을 수렴하고, 상생협력 방향을 논의하며, 우수 기업의 사례 발표와 유한킴벌리의 상생협력 프로그램을 설명하는 기회를 갖고 있습니다.



협력회사 품질 혁신 지원 사업 - 불량률 싱글PPM¹⁾ 달성 방법

유한킴벌리는 대한상공회의소가 주관하는 싱글PPM 불량률 달성을 위한 품질 혁신 프로그램(2007년 시작)에 참여해서 2008년에는 총 18개 협력회사, 2009년에는 총 20개의 협력회사가 참여하고 있습니다. 싱글PPM은 제품을 100만 개 생산하였을 경우 불량품을 9개 이하의 한 자리 숫자로 관리하고자 하는 품질 불량률 혁신 프로그램으로, 이를 달성 시 정부에서 인증을 주는 제도입니다. 유한킴벌리 담당자도 지도 위원 자격을 취득하여 일부 협력회사에 별도의 비용 없이 지도하고 있습니다. 2008년에는 2개 회사가 싱글PPM 인증을 받았으며 2009년에는 더 많은 인증 기업이 배출될 것으로 기대하고 있습니다.

싱글PPM 품질 혁신 프로그램은 영세한 중소기업의 품질 불량률을 개선하기 위하여 정부가 총 비용의 60%를 지원하고 협력회사가 40%를 부담하여 중소기업의 교육에 대한 재정적 부담을 경감시켜 주고 있으며 대한상공회의소가 섭외한 외부의 전문 지도 위원이 연간 10일에 걸쳐서 협력회사를 방문해서 지도하고 있습니다.

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

협력회사와 탄소경영 등 더 높은 가치를 공유하기 위해 노력할 것이다

유한킴벌리의 상생협력의 특징은?

유한킴벌리는 협력회사를 비즈니스 동반자로서 인식하고 협력회사 눈높이에 맞춰서 상생협력을 추구하는 것이 특징입니다. 매년 연말 사전 수요조사를 통해 교육 프로그램을 수립하고, 교육 내용 역시 참석자의 눈높이에 따라 운영하죠. 협력을 위해서 설득의 과정이 필요한데, 유한킴벌리는 지속경영을 잘하는 기업으로 알려져 협력회사들의 공감대가 형성된 상태인지라 설득과정 없이 출발할 수 있는 장점이 있었습니다. 이번에 탄소경영 프로젝트를 시작할 때도 협력회사들이 적극적으로 참여하고 계십니다.



어떻게 발전해왔으며, 앞으로의 계획은?

유한킴벌리는 2002년부터 상생협력 지원활동을 시작했습니다. 이는 기초 단계였습니다. 2006~7년부터는 2단계로, 어떻게 성과를 높일 것인가에 주력했고, 교육 등을 시행하고, 생산성 향상을 할 수 있는 프로젝트 등을 공동으로 진행했습니다. 유한킴벌리는 2010년부터는 가치 공유를 위한 단계 즉, 탄소경영, 공급망 전체 가치 최적화 등을 실천하기 위해 2009년 준비작업을 진행하고 있습니다. 또 경쟁력 강화를 위해 정부가 운영하는 좋은 프로그램들을 많이 활용할 수 있도록 안내하는 등 실질적 도움을 주려고 노력하고 있습니다. 최근에 유한킴벌리 생활용품 영업 대리점이 제주에서 상생협력 지원프로그램에 참여하게 된 것을 계기로 협력회사의 지원 범위를 공급업체에서 더 넓혀 생활용품 영업 대리점까지 도울 기회가 생겨서, 더 노력할 예정입니다.

협력활동의 어려운 점과 가장 보람된 순간은?

함께 노력했던 협력회사가 외부로부터 좋은 평가를 받을 때입니다. 지난 7~8년 동안 고락(苦樂)을 해왔던 협력회사 한독이 2009년에 1등을 해서 50명 규모의 회사가 환경경영 대상 장관상을 받게 되었습니다. 협력회사의 지원을 위해 1주일에 2~3일 씩은 직접 현장으로 출장을 가는 것이 힘들지만 이런 점에서 정말 보람을 느낍니다.

송기욱 수석부장은 상생협력&EHS(Energy, Hygiene, Safety) 팀 리더로, 2002년부터 열정과 사명 의식을 갖고 유한킴벌리와 공급업체들간의 상생협력의 장을 이끌어 오고 있다.

25,738

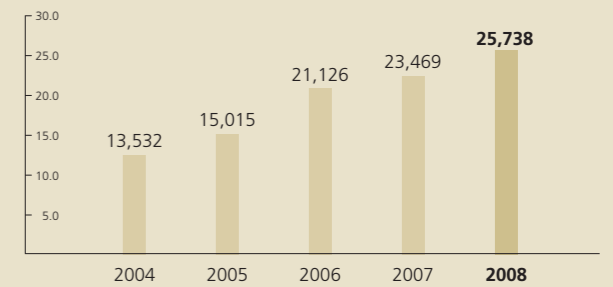
2008 의견 수렴한 고객 수

유한킴벌리 고객은 가정의 일반 소비자들로부터 산업체, 연구실, 공공건물, 화장실, 식당, 병원, 섬유산업체, 학교 등에 있는 분들까지 다양합니다. 이는 유한킴벌리의 제품이 주로 건강과 위생에 관련된 제품들이며, 생활용품(유아위생용품, 여성위생용품, 가정위생용품, 스킨케어)과 B2B 제품(산업위생용품, 병원위생용품, 부직포), 디지털날염 관련 제품으로 다양하게 구성되어 있기 때문입니다.

제품 혁신을 위한 고객 조사 진행

유한킴벌리는 소비자의 요구를 제품 개발에 앞서 반영하기 위해 노력하고 있습니다. 2008년 한 해 동안 100개의 프로젝트에 대해 소비자 조사를 진행하여 소비자 의견(총 25,738명)을 수렴하였습니다. 이 중에는 회사 성장의 핵심 동력이 될 신규 사업과 해외시장 개척 조사를 위해 29개의 프로젝트에 대한 소비자 의견(총 5,501명)을 수렴한 내용이 포함되어 있습니다.

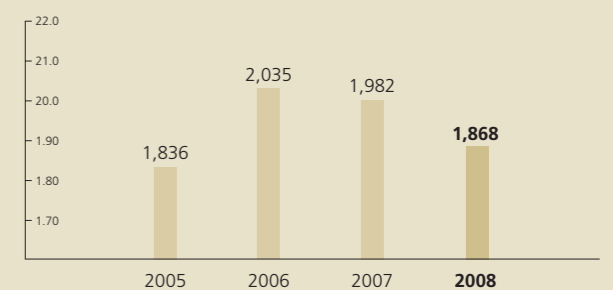
제품 혁신을 위한 조사 참여 고객 (단위 : 명)



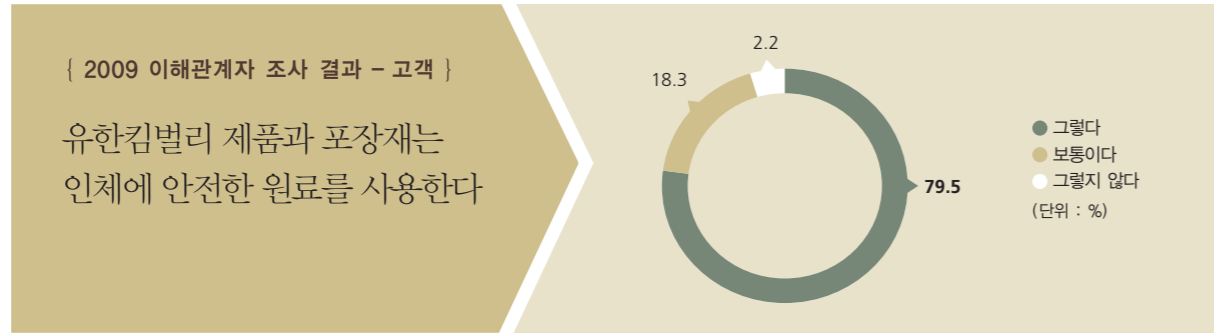
고객의 제품에 대한 요구 파악 노력

유한킴벌리는 고객에게 더 좋은 제품을 제공하기 위해 2008년 1,868백만 원의 조사 비용을 사용하였습니다. 2009년에는 제품에 대한 소비자의 니즈 파악을 위해 더 많은 조사 비용이 들 것으로 예상됩니다. 고객 조사비의 사용비율은 기존 사업에 78.6%, 신규 사업에 21.4%를 사용하였습니다.

고객 요구 파악을 위한 비용 (단위 : 백만 원)



원료 유해성 파악과 제품 안전 관리는?



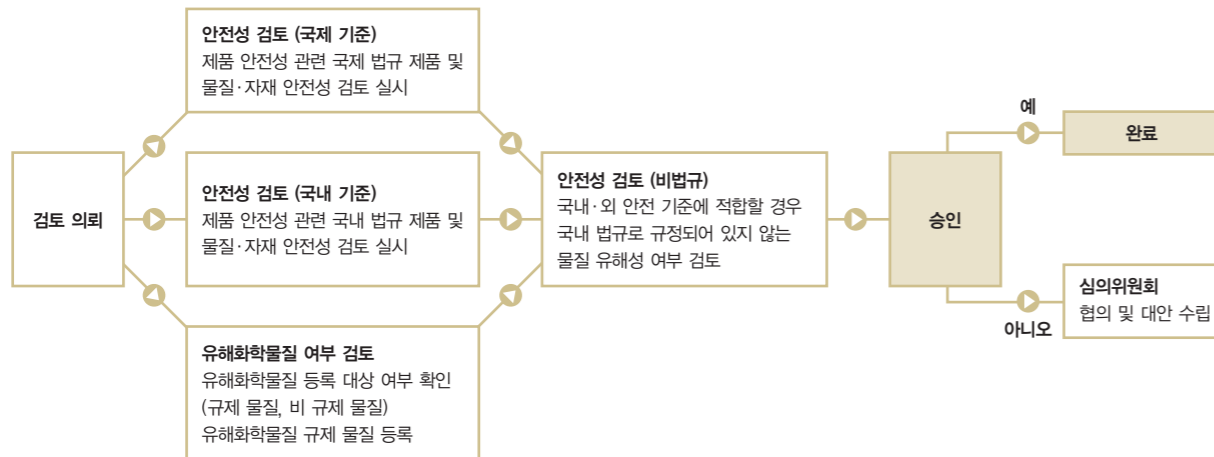
제품 안전성 시스템 강화

킴벌리클라크의 제품 안전성 승인 시스템과 유한킴벌리 안전성 확인 제도를 병행하여, 제품 안전 이슈를 사전 예방하는 프로세스를 강화하고 있습니다. 2008년 내수 및 수출용 유아위생용품 등 생활용품 전반 프로세스를 개정 통합 관리했습니다.

제품 안전성 검증 시스템 강화

제품과 물질의 안전성은 고객 안전보건에서 가장 중요한 이슈입니다. 유한킴벌리는 국제표준과 국내 법규 및 사회적인 안전 기대 수준에 부합하기 위해 제품 안전 승인(Product Safety Clearance) 시스템과 제품 안전성 확인 시스템을 운영하고 있습니다. 2009년 2월부터 제품과 물질의 안전성 프로세스를 기존 제품뿐 아니라 신규 사업 제품으로 확대 운영하고 있습니다. 이를 통해 법적 기준뿐만 아니라 법으로 규정되어 있지 않지만 소비자에게 불안을 줄 수 있는 불안 유발 물질 여부(사회적 이슈 물질 포함)를 검토하고 사전 예방하는 활동을 지속하고 있습니다. 제품 안전 정책에 따라 지난 5년간 누적된 데이터 분석 결과 고객 건강과 안전 관련 규정 위반 사례는 없었습니다.

안전성 검증 시스템



유해물질 분석실험실 운영

유해물질 분석실험실을 대전공장 내에서 운영하고 있습니다. 매월 실시되는 실험에서 2009년 5월까지 유해물질이 검출된 바 없습니다. 그 외에도 법에서 규제한 것이 아니더라도 소비자에게 유해하다거나 사회적으로 이슈가 될 수 있는 유해물질들을 선정해서 월 1회 테스트하고 있으며, 유해물질의 차단을 위해 협력회사로 하여금 기저귀나 생리대에 쓰이는 자재의 유해물질 테스트를 진행하도록 하고 있습니다. 참고로 유해물질 분석실험실은 2007년 3월 대전공장에 신설되었습니다.

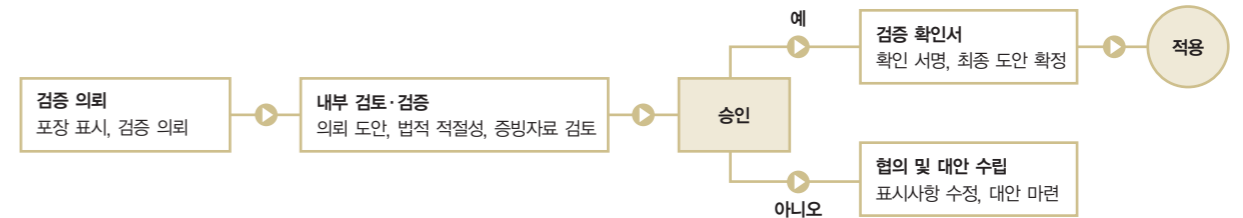
유해물질 분석실험실 개요

분류	내용
목적	<ul style="list-style-type: none"> • 품질경영 및 공산품안전관리법 유해물질 대상 제품의 존재 여부 주기적 검토 • 내부 유해물질 분석 능력 확보 통한 사전 예방 체계 마련 • 법규 대상 외 제품과 유해물질 지속적인 모니터링 확대 실시
주기	<ul style="list-style-type: none"> • 매월 1회 실시(필요 시 추가분석 실시) • 외부위탁 분석 진행
대상	<ul style="list-style-type: none"> • 5개 제품 군(기저귀·생리대·성인위생용품·물티슈·스킨케어) • 제품 별 4~6개 항목 테스트(포름알데히드, 중금속 9종, 미생물, 형광증백제 등)

고객 안전을 위한 올바른 정보 제공 검증 절차 강화

유한킴벌리는 제품 라벨 표시 기재 규정을 준수하고, 고객 안전을 위한 올바른 정보 제공에 최선을 다하고 있습니다. 제품 라벨 정보와 광고물, 판촉 제품 내용이 관련 법규, 규제에 부합하는지를 전문적으로 검토해 이를 반영하고 있습니다. 2008년 4월에 표시·광고실증에관한운영고시¹⁾ 시행에 따라 대상자료들을 사전 검토해서 입증자료를 근거로 정보를 제공하도록 인식을 공유하고 있습니다. 또한 광고·판촉물 표시 기재 사항 검증 절차를 강화해 2008년 11월에 마련하여 체계적으로 관리하고 있습니다. 이를 통해 지속경영본부가 기존 검증 절차를 체계화, 실증화하여 검증을 강화했습니다.

포장 표시 기재 검증 절차



법규 위반 사례

소비자 안전 보건 관련, 제품 정보 제공 관련해서는 법규 위반 사례가 없었으며, 자발적 또는 비 자발적 제품 철회 사례도 발생하지 않았습니다. 지난 1년 동안 강화된 표시 기재사항 검증 절차를 적용하여 법규 위반 사례는 없었습니다.

¹⁾ 광고실증에관한운영고시 : 공정거래위원회가 소비자의 알 권리를 향상시키고 실증 자료 심사 기준에 대한 객관성을 확보하기 위해 2008년 4월 1일부터 개정 시행한 법입니다. 표시·광고법 제 5조에 근거한 것으로서 표시·광고 내용 사실과 관련한 주장에 대해 사업자가 제출하는 실증 자료에 대해 심사 기준을 정하고 있습니다.

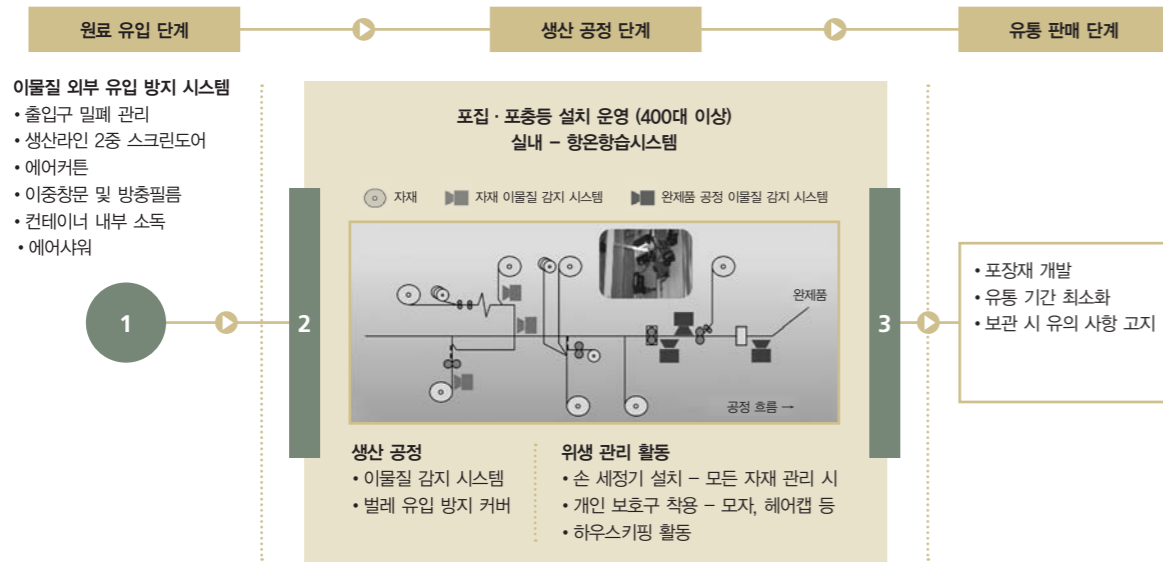
제품 관련 이슈 제기 사례

법적인 규정 위반 사례는 없습니다. 다만 '제품 안전과 위생'에 대한 고객들의 관심이 높아지면서, 생산 과정에 서뿐만 아니라 유통 및 판매 이후 보관 단계에서까지 벌레 유입 발생에 대해 생산자의 책임론이 대두되고 있습니다. 이와 관련해 기저귀와 생리대가 언급되었던 보도 시안에 대한 회사 답변을 게재합니다. 또한 2009년에 부가가치세 면세와 관련되어 소비자들의 궁금증을 유발했던 내용을 설명 드립니다.

'제품 포장을 뚫는 벌레' 보도와 관련한 회사의 답변

발생시기	해당제품	주요내용	회사의 답변
2009.05	기저귀 등	MBC 뉴스데스크 2009년 5월 14일자 보도와 관련하여	'기저귀나 생리대와 같은 제품포장에 싹벌레 등이 뚫고 들어가 문제가 된다'는 보도를 보시고 심려하셨을 것으로 생각합니다. 안전하고 위생적인 제품을 만들기 위해 최선을 다하고 있음에도 기저귀와 생리대를 만드는 회사 중 하나로서 이러한 일이 발생하여 안타깝게 생각하고 있습니다. 전문가 의견에 따르면, 주로 발견되는 것들은 싹벌레로 불리는 화랑곡나방 유충이라고 하며, 제품의 비닐이나 은박 포장도 뚫고 들어가는 것으로 알려져 있습니다. 이를 해결하기 위해 국내외 전문가들과 기업들이 많은 노력을 기울이고 있습니다. 저희 회사도 지난 3년 동안 벌레 유입 방지를 위한 천연 물질을 개발하여 현재 테스트 단계에 있으며, 한편으로는 포장 개선 노력도 병행하고 있습니다. 최대한 빠른 시일 내에 해결될 수 있도록 노력하겠습니다. [참고사항] 유한킴벌리는 생산공정 중에 항온항습시스템을 가동하며, 이물질 실시간 감지시스템을 운영하고 있습니다. 벌레포집등은 400개 이상 설치했으며, 모든 출입구를 통제하고 있습니다. 앞서도 언급하였듯이 유통 판매 과정에서 벌레가 싫어하는 새로운 천연 물질을 개발하여 제품 포장재에 넣고자 현재 테스트 단계(특허출원 중에)이며, 본 사안이 발생한 이후 제품 포장재에 있던 보관상 벌레 유입 주의 문구를 더 잘 보이도록 개선했습니다. 참고로, 원료 유입 단계, 생산공정 단계, 유통 판매 단계 등 3단계로 나누어 관리하고 있으며, 이해를 돕기 위해 관리 과정을 첨부 드립니다.

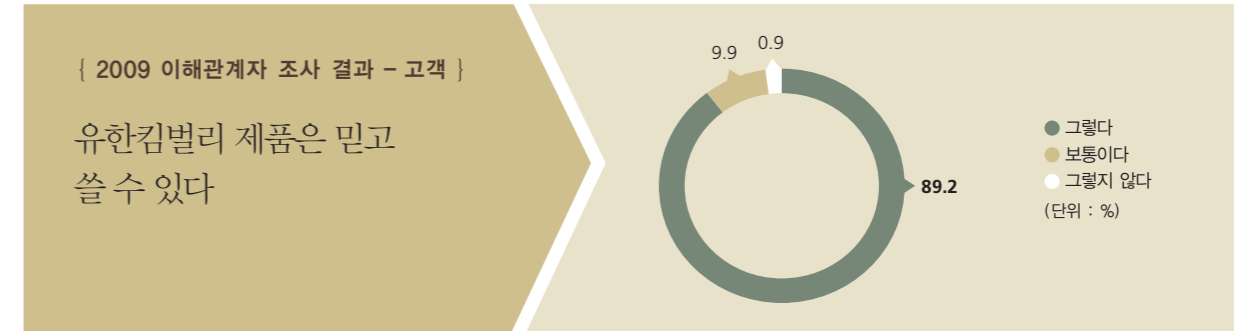
자료 - 3단계로 관리되는 이물질 유입 방지 시스템



기저귀 부가가치세 면세 효과에 대한 회사의 답변

발생시기	해당제품	주요내용	회사의 답변
2009.01	기저귀	기저귀 부가가치세 면세에 대한 기업과 고객의 혜택은?	2009년부터 2011년 말까지 3년간 조세특례제한법 제106조(부가가치세의 면세)에 근거해 기저귀 부가가치세 면세가 시작되었습니다. 출산 장려 및 양육 지원 차원에서 반가운 소식입니다. 이와 관련하여 소비자들의 궁금증은 제품에서 어느 정도의 혜택을 받는가 하는 점입니다. 주로 부가가치세는 원자재 구입이나 기계 설비 도입 등과 같이 최종 판매 이전에 부가되는 매입부가세와 최종 판매 단계에서 부과되는 매출부가세로 구분되는데, 기업에서는 원료 구입이나 기계 설비 도입, 판촉 활동 등에서 이미 부가세를 지출하고(매입부가세) 이를 최종 판매 단계의 부가세(매출부가세)에서 환급 받게 됩니다. 하지만 이번 부가세 면세는 매출부가세만 면제되므로 기업에서는 매입부가세를 환급 받을 수 없게 되고, 제품에 매입부가세는 그대로 남아있게 됩니다. 그러므로 소비자 가격은 부가세 면세 반영 범이나 구입처에 따라 다르겠지만, 하기사 기저귀의 경우는 약 3.5% 내외의 가격 인하 효과가 있을 것으로 예상됩니다.

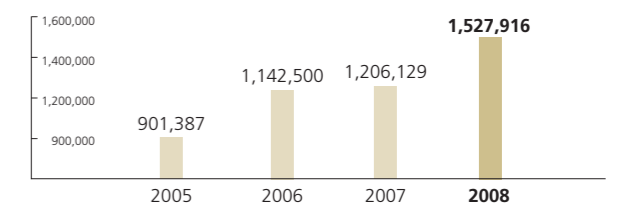
고객과의 소통은 어떻게 이루어지나?



12개 웹 사이트를 통해 고객과 소통 노력

유한킴벌리는 고객과의 커뮤니케이션을 위해 온라인 상에서 2008년 12개 사이트를 운영 중입니다. 2008년에 웹 사이트를 통해 접수된 고객 문의 중 유한킴벌리는 11,871건(응답률 98.5%)을 답변했습니다. 미 응답의 경우는 제품 관련 칭찬이나 경품 수령 메시지 등에 해당합니다.

유한킴벌리 웹 사이트 회원 수 증가 추이 (단위 : 명)



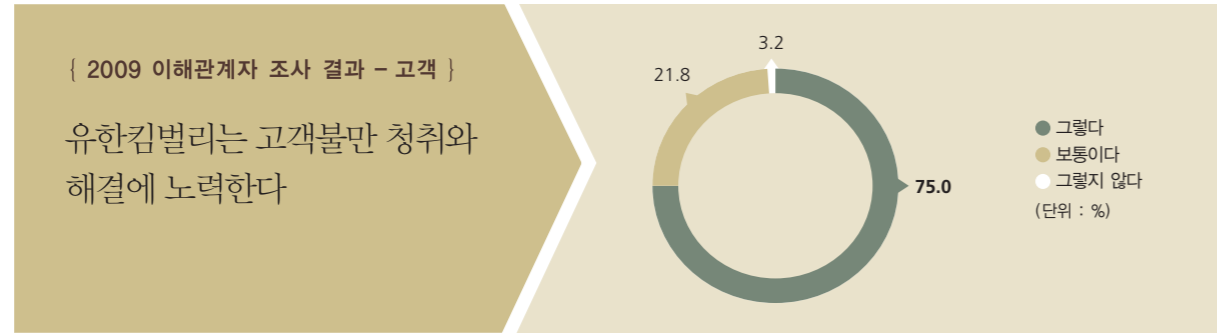
웹 상의 고객과의 커뮤니케이션 통로

종류	내역	주소	2008			
			회원 수(명)	문의(건)	응답(건)	
회사 전체	유한킴벌리	www.yuhan-kimberly.co.kr	비회원제	2,094	2,046	
	하기사	www.kr.huggies.com	531,523	903,518	5,650	5,612
	그린핑거	www.greenfinger.com		709	709	
	퓨어스토리	www.purestory.co.kr		206	191	
	화이트	www.kotexwhite.com		880	844	
	좋은느낌	www.kotexgoodfeel.com		649	625	
	애니데이	www.kotexanydays.com		1,049	1,042	
	포이즈	www.purestory.co.kr/ReNewal/ps_poise		47	44	
	디펜드	www.kr.depend.com		6,371	9	9
	디지털날염	www.dtplink.com		2,316	130	130
산업위생용품	www.kcprofessional.com	193		341	341	
사회 공익	우리숲	www.woorisoop.org	83,995	282	278	
소 계			1,527,916	12,046	11,871	

고객 프라이버시 보호

유한킴벌리는 개인정보 보호를 위해 '정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률' 등에 근거하여 2007년부터 보안 시스템(Secure Sockets Layer, SSL)을 적용하고 있으며, 웹 사이트에 공지하고 있습니다. 소비자 사생활 침해와 관련된 불만 사항 접수 프로세스는 기타 응대절차와 동일하며, 2008년 사생활 침해 불만 접수 건은 없었습니다.

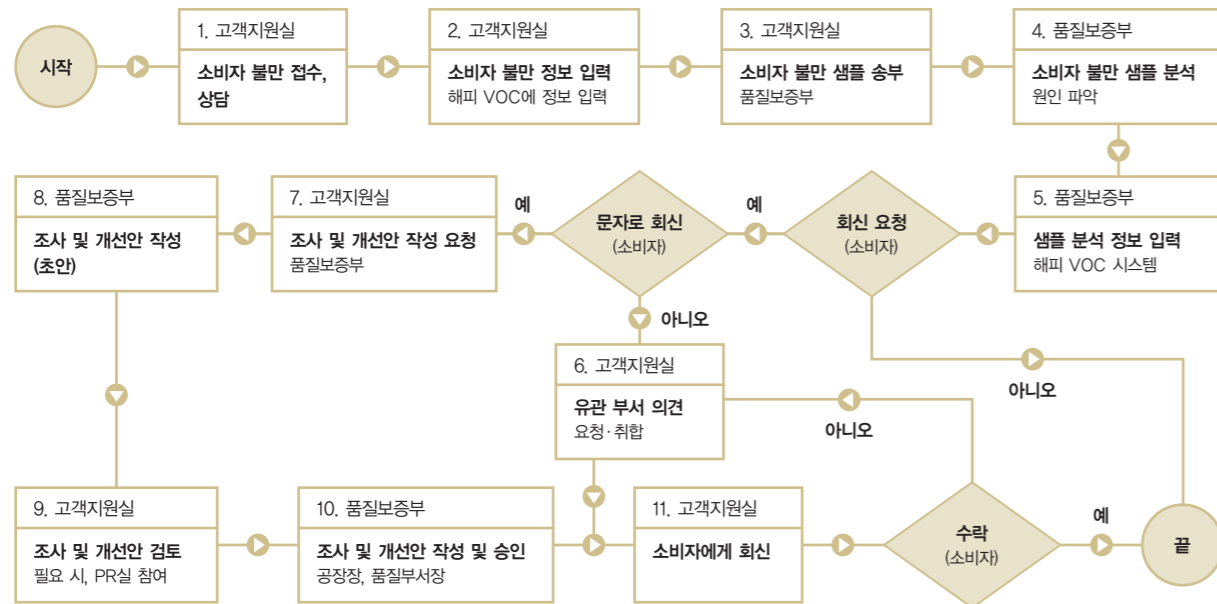
소비자 불만 개선을 위해 어떤 노력을 하나?



유기적인 소비자 불만 처리 정책의 실현

유한킴벌리는 소비자 불만이 발생하지 않도록 사전 예방에 노력하며, 불만이 발생시 신속하게 해결하기 위한 시스템을 갖추고 있습니다. 소비자 불만을 접수하는 담당부서로서 고객지원실을 운영하고 있으며, 이들 부서는 불만 처리 외에도 지속적인 수칙관리를 통해 원인을 파악하고, 관련 부서와 적극적으로 이를 해결하기 위해 협력하고 있습니다. 또한 직접 제품을 생산하는 사원들을 대상으로 품질 관련 교육 및 체험 프로그램을 진행하고 있으며, 전 사원을 대상으로는 격월로 발행하는 사내 영상사보를 통해서 불만의 주요 내용과 과제, 소비자들의 소리를 들을 기회를 마련하고 있으며, 사내 온라인 매체인 인트라넷을 통해서도 별도 페이지를 개설해 관련 내용들을 언제든지 찾아볼 수 있게 했습니다.

소비자 불만 처리 흐름도



불만 처리 체계 강화 통한 소비자불만 자율관리 프로그램 인증 획득

유한킴벌리는 고객들에게 보다 정확한 정보와 서비스를 제공하기 위해 소비자불만 자율관리 프로그램(Consumer Complaints Management System, CCMS)을 도입·운영했으며, 2008년 12월 건강위생용품 업계 최초로 인증을 획득했습니다. 이 과정에서 2008년 5월에 김종근 사장은 프로그램 도입을 공식 선언했으며, 프로그램 설명회 개최, 실행지침서 발간 등이 진행되었습니다. 관련지침서는 전 사원에게 배포되었습니다.



사전 예방 관리를 위한 조직도



사내 공유 위한 고객의 소리 페이지 신설

유한킴벌리는 월 별 소비자 불만 현황과 생생한 고객의 소리, 트렌드 등을 사원들이 쉽게 열람하고, 이를 통해 고객의 요구가 무엇인지를 이해할 수 있도록 2009년 2월에 사내 인트라넷에 고객의 소리 페이지를 신설하였습니다.

사전 예방 교육 실시

유한킴벌리는 2008년에 소비자 불만을 사전에 예방하기 위해 생산직 사원, 품질관리자, 협력회사 사원들을 대상으로 총 683명에 대해 품질 의식 향상 교육을 실시했습니다. 생산직 사원들을 대상으로 소비자 불만 체험 프로그램(2006~2007)을 운영한 경험을 바탕으로 2009년에는 본격적으로 '고객만족아카데미'를 실시하여 고객을 이해하고 품질의 중요성을 인식하여 생산 과정부터 근본적으로 불만 제품을 줄이기 위해 노력하고 있습니다.

사전 예방 교육 현황 (단위 : 명)

연도	품질 의식 향상 교육 참여 인원				소 계	소비자 불만 체험 프로그램 참여 인원		
	대전공장	군포공장	김천공장	협력회사		대전공장	군포공장	소 계
2006	150	60	-	200	410	200	-	200
2007	-	-	50	50	100	-	150	150
2008	200	83	300	100	683	-	-	0

불만 개선을 위한 소비자 피드백 의견 수렴

유한킴벌리는 소비자의 불만을 빠르게 품질개선에 반영하기 위하여 해피콜 제도를 운영하고 있습니다. 개선이 신속하게 이루어져야 한다고 판단되는 건, 상해를 줄 수 있거나 안전에 위협을 주는 건, 불만이 반복되는데 설계 변경 등이 필요한 경우 각 공장 생산부, 품질부, 생산지원부, R&D, 고객지원실이 협력하여 개선 샘플들을 만들어내고, 이를 소비자에게 전달, 만족도 피드백 조사를 실시하여 불만을 최소화시킨 샘플을 알아내서 개선 작업에 적용하고 있습니다. 2008년 기저귀 후크 불량 및 2009년 기저귀 샘 누출 불량에 대한 건 등이 있었습니다.

소비자 불만 개선 사례

연월	불만 내용	처리 결과
2008.02	하비스 내추럴케어 아기물티슈 약액 냄새 불만	약액 냄새 개선 하비스 녹차내추럴케어 신제품 출시
2008.12	하비스기저귀 소변일림마크 불만	소변일림마크 기능개선 제품 출시
2009.05	그린핑거 용기 불만	용기타입 및 증정용 용기의 날카로운 두경 개선

고객 관계 강화를 위한 활동 진행(Customer Relationship Management, CRM)

유한킴벌리는 지속적인 고객 만족과 신뢰 형성을 위해 노력하고 있습니다. 2008년에 여성과 유아위생용품 제품과 관련하여 의견을 준 총 7,601명의 고객들에게 신제품 및 안내문을 발송하고, 사용 후기를 접수하고 의견을 취합 했습니다.

정기적으로 전 사원 대상 현황 공유

유한킴벌리는 전 사원을 대상으로 격월에 1회 씩 제작하는 비디오사보를 통해 소비자 불만 현황을 지속적으로 공유하고 있습니다. 2008년에는 냄새, 안전, 위생, 녹색성장 등의 소재를 각각 다루었습니다. 참고로 인트라넷을 통해 총 24개 부서에서 약 160건의 개선 제안이 공유되었습니다.

주요 이해관계자의 조언! 이보는 사무처장

사전 예방적 관점에서 안전성 문제 적극 대처 노력 필요하다

안전성과 관련한 국내외의 다양한 규정에 의거하여 면밀하게 관리되고 있음에도 불구하고, 그 제도적 기준이 충분하게 안전하다고 신뢰하는 소비자들은 많지 않고 느껴집니다. 또 많은 소비자들은 현재 안전하다고 하지만 앞으로 유해성이 확인될 수도 있는 각종 성분들에 대해 염려하고 있습니다.

지금의 상황은 무엇보다 회사가 사전 예방적 관점에서 안전성 문제에 대해 적극적으로 대처하는 노력이 필요한 시점입니다. 회사제품이 가장 안전하고 늘 안전하다는 설명은 고객에게 감동을 주지 못합니다. 제품의 장점에 대한 현란한 광고보다는 오히려 민감한 사람에게 미칠 수 있는 영향 등에 대한 정확한 정보를 제공하려는 노력이 더욱 필요합니다.

또한 회사가 자연과 건강에 이로운 제품 생산을 위해 해결하고자 하는 과제들을 제시하고 이에 대한 사회적 관심을 확산 시킴으로써 제품에 대한 신뢰는 물론 '소비자의 안전과 건강을 책임지는 기업 - 유한킴벌리'에 대한 소비자의 인식을 제고시킬 수 있을 것입니다.

이보은 여성환경연대 사무처장. 일상에서 녹색 대안을 실천하며, 여성들이 주로 사용하는 제품의 환경건강 이슈를 고민하고 사회적 공론화를 위한 여러 운동을 전개하고 있다.

지역사회 Government & Community

36,000,000

우리강산푸르게푸르게
(1984 ~ 2008)가 심고 가꾼 나무 수

유한킴벌리는 한국 사회의 지속가능 이슈 중 숲·환경보호, 여성과 노인 돌봄 노력, 평생학습 확산, 가족친화, 문화교양, 건강 위생 문화 확산을 위한 프로그램을 통해 사회적 책임 활동을 수행하고 있으며, 다 영역에서 지역사회와 협력하고 있습니다. 특히 숲과 환경 보호면에서는 우리강산푸르게푸르게 캠페인을 진행하면서, 그동안의 경험을 바탕으로 국경을 넘어 북한의 황폐화된 산림 복구와 중국, 몽골 등지의 사막화 방지, 네팔의 수자원 보호 등 아시아 태평양 지역의 자연환경 복원에 참여하고 있습니다.

지역사회 요구사항 처리 내부 절차

지역사회의 요구를 사안별로 처리하고 있습니다. 사업장 인근 지역 주민은 각 공장에서, 고객은 고객지원실에서, 대외협력과 기부 요청 등은 사회협력실에서, 웹 사이트를 통한 접수 사항은 해당 부서가 답변하도록 하고 있습니다.

우리강산푸르게푸르게 활동 영역



지속경영 · 기업의 사회적 책임 · 소통이 더 중요해진다

지속경영에 대해 어떤 생각을 가지고 있나?

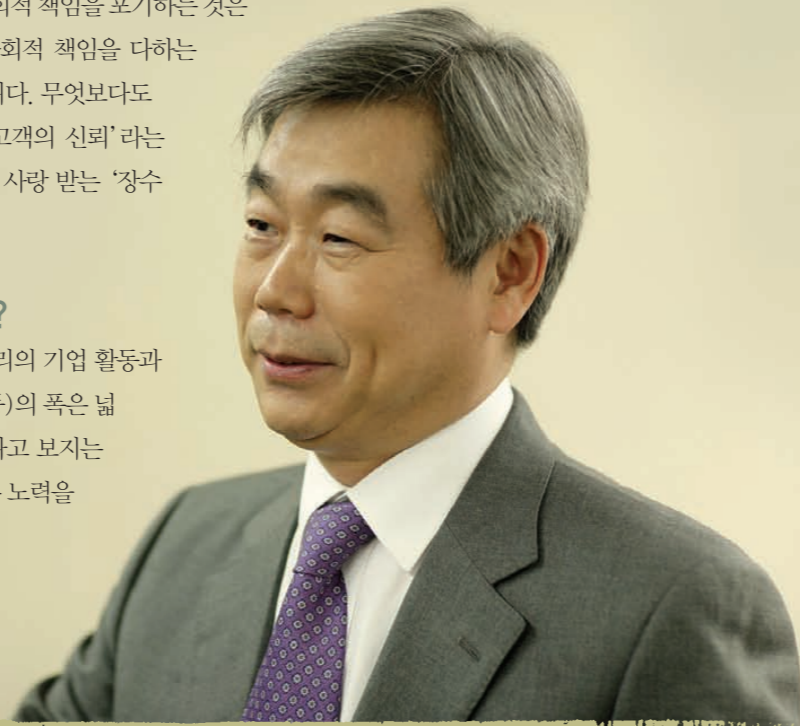
우리가 발 딛고 있는 사회는 복잡하게 연결되어 있습니다. 사회 책임 활동에 대한 투자는 기업이 이러한 사회와 공생하겠다는 약속입니다. 기업의 지속적 성장을 위해서 윤리가 바탕으로 되어야 하며, 내가 살고 있는 사회와 환경이 건전하고 건강해야 기업도 나도 모두 지속가능할 수 있습니다. 이것이 바로 지속경영의 배경이라고 봅니다. 신뢰를 기반으로 한 기업은 사회로부터 명성을 얻을 수 있으며, 기업의 좋은 명성은 직원들의 만족도와 자긍심을 높여주고 소속감을 강하게 해 줍니다. 이러한 직원들의 자긍심은 개선을 위한 다양한 아이디어로 이어져 비용 절감과 생산성 향상이 동시에 가능하게 됩니다. 이것이 지속가능한 선 순환을 이루게 합니다.

불황기, 기업의 사회적 책임은 어떤 의미인가?

경영이 좋을 때는 사회적 책임을 강조하다가 경영이 나빠졌다고 사회적 책임을 포기하는 것은 진정한 의미의 책임과는 거리가 있습니다. 경영이 어려울수록 사회적 책임을 다하는 모습을 보일 때 고객들에게 진정한 신뢰를 얻을 수 있다고 생각합니다. 무엇보다도 '장기적인' 안목으로 사회 책임 활동(CSR)에 임할 때 기업은 '고객의 신뢰'라는 달콤한 열매를 맛 볼 수 있게 됩니다. 신뢰가 쌓였을 때 오랜 기간 사랑 받는 '장수 기업'이 탄생하는 것이라 믿습니다.

다양한 이해관계자와의 소통에 대해 어떻게 생각하나?

제품 개발과 사용 그리고 사회 공헌 활동에 이르기 까지 유한킴벌리의 기업 활동과 연계된 이해관계자(고객, 협력회사, 사원, 지역사회, NGO, 정부 등)의 폭은 넓습니다. 물론 지금까지 소통하고자 해왔던 우리의 노력이 완벽하다고 보지는 않습니다. 앞으로도 이해관계자들의 생각을 듣고, 소통하고자 하는 노력을 지속해나갈 것입니다.



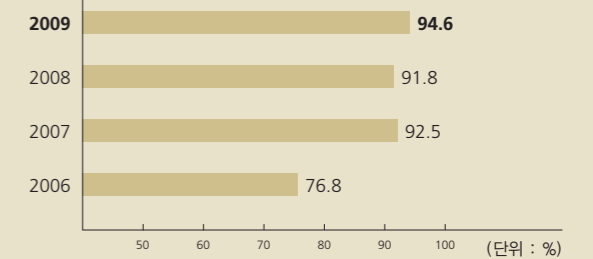
이은욱 부사장은 2008년 12월에 지속경영 리더로서의 기여한 공로를 인정 받아 제3회 지속경영대상 국무총리 표창을 수상했다. 1984년 유한킴벌리의 대표적인 숲·환경 보호 캠페인인 우리강산푸르게푸르게를 이끌어 온 선봉인이며, 지역사회, 사원, 고객 등 주요 이해관계자와 관련된 업무를 총괄하고 있으며, 지속경영 보고의 총 책임자이다.



유한킴벌리의 사회 공헌 활동은 어떻게 이루어지고 있나?

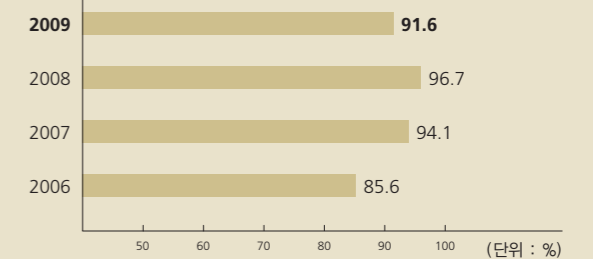
{ 2009 이해관계자 조사 결과 - 지역사회 }

유한킴벌리는 사회 공헌 활동을 적극적으로 실천하고 있다



{ 2009 이해관계자 조사 결과 - 지역사회 }

유한킴벌리의 환경보호 활동(우리강산푸르게푸르게 등)에 만족한다



1. 숲·환경 보호 활동의 지속적 실천 '우리강산푸르게푸르게(1984 ~ 2009)'

유한킴벌리는 경영 방침 중 하나로서 '사회 공헌'을 명시하고, 주요 사회 공헌사업의 영역으로 '숲·환경 보호 활동'에 비중을 두어 지난 26년이라는 긴 세월동안 실천해 왔습니다. 특히 숲·환경 보호 활동은 '우리강산푸르게푸르게'라는 구체적인 기업 캠페인과 실천 프로그램을 가지고 발전시켜서 사회에 실질적으로 공헌한 긴 역사를 가지고 있으며, 시민들의 참여의 장을 만들고, 기업과 국경을 넘어서 숲의 비전을 공유하며 다 영역간 파트너십을 구축하는 등 실질적인 사업을 벌이고 있다는 것이 특징입니다.

www.woorisoop.org에서 보다 자세하게 확인할 수 있습니다.

1-1 학교의 숲, 도시의 숲을 조성하는 운동에 앞장서다

2008 학교숲 시범학교 86개교 운영 | 2008년에는 학교숲 조성을 위해 시범학교로 86개교를 선정하고 수목을 지원하며, 전문가의 자문과 교육 활동을 지원하는 일에 시민단체인 생명의숲국민운동, 산림청과 함께 참여했습니다. 또한 학교숲 관찰일지 공모전(2008.05.01 ~ 08.31)을 실시하고, 2008년 9월 24일에는 학교, 교수, 전문가들 500여명이 참가한 제6회 학교숲의 날을 개최하고, 학교숲 조성 사례 소개 책자를 발행하는 일들을 도왔습니다.

학교숲 시범학교 현황

년 도	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
공모 명	숲이있는 학교	학교숲 가꾸기운동	학교숲 가꾸기운동	학교숲 가꾸기운동	학교숲운동	학교숲운동	학교숲운동	학교숲 시범학교	학교숲 시범학교	학교숲 시범학교
선정 학교 수	10	20	24	15	127	105	79	116	120	86
포기 학교 수	0	1	0	0	3	0	0	3	1	1
누적 계수	10	29	53	68	192	297	376	489	608	693

보고 기준 2009년부터 지원 기간 동안 학교숲 조성을 완료한 학교만을 합산하는 것으로 기준이 변경되었습니다.

2008 동네숲 3곳 조성 | 유한김벌리는 시민단체인 서울그린트러스트와 함께 도시숲 운동의 일환으로 동네 자투리 공간을 활용해 동네숲을 조성하는 운동을 시작해서, 2008년에는 도봉구 쌍문동(10월), 동대문구 휘경동(11월), 강서구 개화동(11월)에 나무를 심고, 지역주민들과 숲의 중요성에 대해 공유하는 시간을 가졌습니다. 참고로 유한김벌리는 2002년도부터 서울 독섬에 도시숲인 ‘서울숲’을 조성하는데 참여했으며, 2007년부터는 동네숲 조성을 통해 도시 내에 녹지공간을 확장하는 일을 돕고 있습니다.

유한김벌리가 참여한 동네숲 조성 현황

분 류	연 도		2007			2008			합 계
	위치	석관2동	개화동	쌍문동	휘경동	개화동	5개 지역		
동네숲 명칭		1호	2호	3호	4호	5호	5호	5호	
면적(㎡)		497	1,120	124	140	236	2,117	2,117	
총 수목(그루)		411	1,693	459	722	565	3,850	3,850	

1-2 미래의 환경 리더들을 키우기 위한 ‘청소년 환경 생태 교육’을 실시하다

2008 여고생 대상 그린캠프 2회 개최 | 유한김벌리는 2008년 여름, 2회에 걸쳐 여고생 152명을 대상으로 자연의 소중함을 일깨워주는 환경 생태 교육인 ‘그린 캠프’를 개최하였습니다. (2008.07.28~08.04). 장소는 강원도 양양군 현북면 어성전리의 숲 속 캠프장이었습니다. 참고로, 그린캠프는 1988년부터 시작해서 2008년까지 3,091명(참여 학교 수 2,143개)의 청소년들을 배출했습니다.



초·중·고 청소년 대상 그린 레인저 산림캠프 지원 | 유한김벌리는 2008년 여름에 전국의 초·중·고 청소년 500여명이 참여하는 그린 레인저 산림캠프를 지원함으로써, 다양한 환경 체험 교육 기회를 통해 학생들이 숲과 더 가까워지는 계기를 마련했습니다. 참고로 그린 레인저들은 매년 전국 2,000여 개의 학교에서 30,000여 명의 학생들이 선발되어 산림학교, 식목일 나무 심기, 푸른 학교숲 만들기 등 숲을 주제로 하는 다양한 활동에 참여하고 있습니다.

1-3 미래의 보존해야 할 숲을 찾고, 알리는 작업을 하다

2008 아름다운 숲 전국대회 개최 통해 14곳 선정 | 유한김벌리는 마을숲, 학교숲, 천년의 숲 등 다양한 형태의 숲을 시민들이 직접 찾아 공모하는 형식으로 아름다운 숲을 찾아 보호하는 활동을 10년 동안 계속하고 있습니다(2000~2008, 누계 153곳). 2008년 10월에는 시민단체인 생명의숲국민운동과 함께 제9회 아름다운 숲 전국대회를 개최해서 아름다운 숲 14곳을 선발해 발표했습니다. 2008년 전국대회를 수상자인 연둔리 둔동 마을 숲에서 열고, 참가자들과 숲 기행 프로그램을 진행하였습니다.

2008 자연·문화유산 보존 대상지 9곳 선정 | 유한김벌리는 지키고 가꾸어야 할 가치가 있는 주변의 자연 및 문화유산을 시민들이 직접 발굴하여 보존대상지로 선정하는 ‘이곳만은 꼭 지키자’ 시민공모전을 한국내셔널트러스트와 공동 주최 하고 있습니다(2000~2008, 누계 62곳 선정). 2008년 11월에는 물과 습지의 중요성을 부각시키고자 한반도 강을 주제로 유산을 찾는 캠페인을 전개해서, 남한강 바위 높 구비, 임진강 두루미 서식지를 포함해 9곳을 보존 대상지로 선정했습니다.

내셔널트러스트 아시아 컨퍼런스 공동 주최 | 유한김벌리는 아시아 지역 국가들의 경험을 공유하고 발전적인 숲운동의 구심점을 찾기 위해 2008년 5월에 한국내셔널트러스트와 공동으로 ‘내셔널트러스트 아시아 컨퍼런스’를 개최했습니다. 이 자리에는 7개국에서 30여명의 관계자들이 참여해 교류의 폭을 넓혔습니다.

1-4 황폐화된 북한숲의 회복, 사막화 방지를 위한 몽골 조림 운동에 앞장서다

북한지역 숲 조성 | 유한김벌리는 한반도의 환경보전에 기여하고, 북한의 황폐화된 지역의 삼림 복구를 위해 나무를 심고 가꾸는 사업을 돕고 있습니다. 이를 위해 종자와 묘목 및 나무 심기 물자를 지원해서 총 13,000,000여 그루의 나무를 심어 왔습니다(1999~2008). 특히 그 동안 사회 리더 및 신혼부부들과 우리나라 국유지에서 진행했던 나무 심기(1985~2004)를 2005년부터는 북한 금강산으로 장소를 옮겼습니다. 2008년 3월(3.29~30)에는 강원도 고성군 온정리 금강산 지역에 나무를 심었으나, 2009년 3월에는 북한 개방이 이루어지지 않아 경기도 양평에 나무를 심었습니다.

몽골지역에 재조림 연구 사업 진행 | 유한김벌리는 1999년부터 매년 봄마다 한국의 황사 문제가 심각해짐에 따라 황사의 진원지가 되고 있는 몽골의 사막화 방지를 위해 나무를 심는데 참여하고 있습니다. 2008년에는 장기적인 조림사업의 추진을 위하여 동북아산림포럼과 함께 몽골 지역 내 청정개발체제(Clean Development Mechanism, CDM) 연구를 실시하였습니다.

북한·몽골 나무 심기 실적 (단위 : 그루)

연 도	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
북한 나무 심기	2,167,830	130,000	211,750	10,000,000	30,115	131,096	203,804	10,000	6,000	4,000
몽골 나무 심기	-	-	500	1,000	300,000	450,000	750,000	750,000	750,000	1,050,000

북한 금강산 지역 사회 리더 및 신혼부부 나무심기 실적

연도	2005	2006	2007	2008
분류				
나무 심기 횟수	22회	23회	24회	25회
참가 인원(명)	250	262	320	270
심은 나무 수(그루)	3,000	1,200	6,000	4,000
수종	잣나무	밤나무	잣나무, 금강소나무	금강소나무
나무 심은 장소	강원도 고성군 온정리 금강산 구룡연 입구	강원도 고성군 금천리 밤나무 단지	강원도 고성군 금천리 검은늪 산불 피해 지역	강원도 고성군 온정리 금강산 신계사 부근 솔잎혹파리 피해 지역

1-5 숲과 환경 관련 자료 축적 및 정보 공유를 위한 활동들을 지속하다

우리강산푸르게푸르게 총서 발간 | 유한킴벌리는 환경과 숲 관련 총서 발간(1993~2009, 총 40여 종 발간)으로 자료 축적과 정보 공유에 앞장서고 있습니다. 2008년에는 ‘지구를 위해 나무를 심어요’, ‘습관을 바꿔요’ 등 총 3권의 책을 UNEP 한국위원회와 함께 발간하였으며 이중 2008년 3월에 출판한 ‘지구환경전망보고서’가 환경부의 ‘우수환경도서’에 선정되었습니다.

숲 관련 공익 사이트의 운영 | 유한킴벌리는 숲과 환경과 관련된 정보들의 소통을 활성화시키기 위해 온라인 상에서 숲 보호 활동을 전개하는 공간으로 공익 웹 사이트인 우리숲 사이트(www.woorisoop.org)를 운영하고 있습니다(2000~2009). 우리숲 웹 사이트는 특히 인터넷에 친숙한 청소년들을 위한 온라인 숲 체험 학교와 구체적인 숲 보호 활동 참여 안내를 통해 자라나는 아이들에게 숲과 환경에 대한 인식을 새롭게 하는데 도움이 되고 있습니다. 2009년 1월부터 우리숲 사이트에서 연말정산을 통해 생활 속 이산화탄소 배출을 줄이기 위한 구체적인 실천 방안을 제시하는 CO₂ 연말정산 프로그램을 제공하고 있습니다.

초등학생들을 위한 숲 관련 교육용 스티커 세트 배포 | 2008년 7~8월에는 우리숲 사이트를 통해 아이들이 준비된 스티커 판에 자유롭게 스티커를 붙이면서 동식물에 대한 공부와 함께 아름다운 숲을 꾸며 볼 수 있는 교육용 스티커 세트인 ‘내가 만드는 숲’을 제작하여 5,000명에게 보급했습니다.

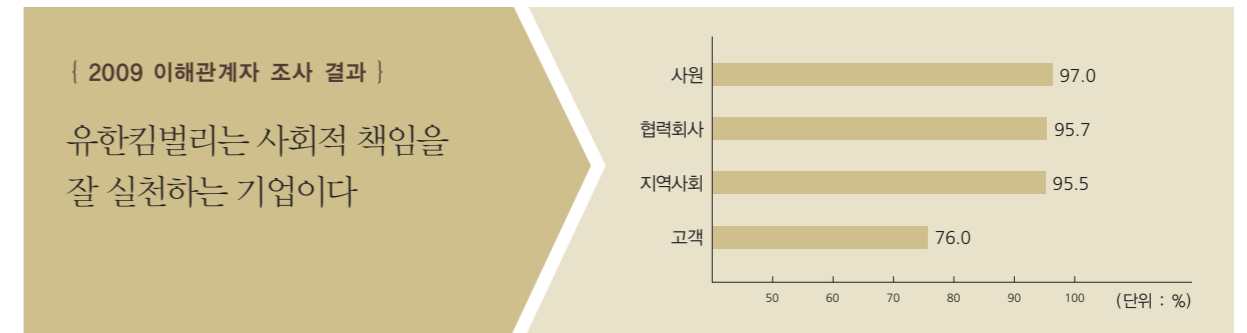
주요 이해관계자의 조언 | 번 슈미트 교수

우리강산푸르게푸르게 캠페인과 신제품 출시를 연계시킨다면?

유한킴벌리는 친환경 연계 전략을 어느 수준까지는 도입하고 있지만, 순수 친환경 제품 라인의 제품 정보 및 디자인 측면에서 이러한 연계 전략을 더욱 강화할 수 있을 것이라 생각합니다.

번 슈미트 (Bernd Schmitt) 현재 콜롬비아 대학 경영대학원 마케팅 교수, 연세대학교 경영대학 장대원 교수와 2009년 1월 유한킴벌리를 방문해 인터뷰를 진행하는 등 유한킴벌리의 사회적 책임 활동 전반에 대한 경영 사례 연구를 진행했다.

2. 저출산 시대에 강화되고 있는 사회 공헌의 영역 ‘돌봄·여성·노인’



2-1. 저출산 시대의 극복을 위해 돌봄 모델 개발에 노력하다

돌봄 공동체 구축을 위한 1차년도 사업 시작 | 유한킴벌리는 한국이 당면하고 있는 저출산 극복의 과제를 해결하고 미래를 준비하고자 미래포럼의 기업 회원으로 활동하는 한편, 연 매출의 만분의 일 기부 기금 조성을 통해 풀무원 등 4개 기업과 함께 2005년부터 돌봄 공동체 구축을 위한 사업을 모색 해오고 있습니다. 2009년에 지역사회의 어린이도서관을 통해 주민들이 자발적으로 소통하고 어린이를 돌보는 공동체 모델을 만들고자 시범사업을 시작했습니다. 시범사업 대상은 부산의 ‘맨발동무어린이도서관’, ‘광주의 바람개비어린이도서관’, ‘용인의 밤토실어린이도서관’ 등 3곳으로 선정되었으며, 향후 3년간 돌봄 시스템을 구축하는데 필요한 환경을 갖추고 유지하는 것을 도울 계획입니다.

유한킴벌리 미래포럼 돌봄 모델 개발 경과는 웹 사이트(www.yuhan-kimberly.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

서울시 다 자녀 돕기를 위해 하기스에서 다둥이 카드 소지자 지원 | 유한킴벌리는 저출산 시대에 출산을 장려하기 위해 다 자녀를 가진 가정에 혜택을 주는 활동을 하고 있습니다. 이를 위해 서울특별시와 협약(2006.12)을 체결하고, 2자녀 이상을 둔 다둥이 카드 소지자들에게 유한킴벌리가 진행하는 ‘하기스선물대잔치’에 참여시 추가 포인트 점수를 주고, 온라인 상의 하기스몰에서 제품을 살 때도 할인 혜택을 주고 있습니다. 2008년에 이 제도를 활용해 혜택을 받은 다둥이 가족 수는 총 706명 (2008.05.02~12.08)이었습니다.

다둥이 카드 소지자 지원 방식

대상	포인트 지급 현황	처리 결과
2자녀 이상 가구	선물대잔치 매직포인트 100점 일괄 지급	하기스 매직몰 내 상품 구매 시 15,000원 상당 할인 혜택
3자녀 이상 가구	선물대잔치 매직포인트 200점 일괄 지급	하기스 매직몰 내 상품 구매 시 45,000원 상당 할인 혜택

유한킴벌리 하기스 다둥이 가족 지원 실적은 웹 사이트(www.yuhan-kimberly.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

예비 엄마 아빠들의 건강한 출산 준비를 돕는 ‘싱싱육아교실’ 개최 | 유한킴벌리는 2008년 10월에 YWCA와 함께 예비 부모들이 임산부의 심리적, 신체적 변화를 이해하고 생명의 소중함을 체험할 수 있도록 돕기 위한 과정을 개설해서 총 5주에 걸쳐 서울을 포함 총 5개 지역에서 교육을 진행했습니다.

다문화 가족 대국민 캠페인 | 유한킴벌리는 2008년 5월 가정의 달을 맞아 유한양행 등과 함께 ‘다문화가족 대국민 캠페인’에 참여해 우리사회에 다문화에 대한 의미를 알리고, 동시에 다문화 가족에 대한 이해도를 증진시키는데 기여했습니다.

2009 유통업체들과 출산 기획전 참여 | 유한킴벌리는 저출산 극복을 위해 대형 유통업체인 이마트 및 유아제조업체들과 함께 출산·육아용품 특별기획전(2009.04)을 가졌습니다. 5회째 참여하고 있는 행사로서, 행사기간 동안 판매된 제품의 일정 수익금을 저 소득 아동 지원을 위해 국제구호개발 NGO인 굿네이버스에 지원했습니다. 이 외에도 롯데마트와 제 2회 희망사회 캠페인에 동참해 행사 기간 매출액의 1%를 기부했습니다.

2-2. 우리 사회를 이끌 미래 여성 리더들의 재충전 기회를 제공하다

2008 여성 리더 양성 | 유한킴벌리는 한국여성재단과 한국여성단체연합, 대학교(성공회대학교, 이화여자대학교)와 협력하여 시민단체와 여성단체에서 일하는 여성활동가들을 선발해서 2개 과정(장기, 단기)에서 평생학습과 재충전의 기회를 가질 수 있도록 장학금을 전달했습니다. 미래여성NGO리더십과정은 2007년 처음 시작해 1년 과정으로 운영되며, 3차년도인 2009년에 11명이 선발되어 학습의 기회를 가졌으며, NPO리더십심화과정은 2008년에 새로 시작해서 연 2회 각 7주 과정으로 운영되고 있습니다(2008.04~06, 09~10, 2009.03~05). 이 외에도 유한킴벌리는 디지털 시대의 디자인 경쟁력을 갖는 여성인재를 양성하는데도 기여하고 있습니다(유한디자인인력개발원 2008 교육 대상자 중 약 91%인 116명이 여성).

여성 리더 양성 위한 장학 과정 (단위: 명)

분 류	주 파트너	실 적		계 획
		2007	2008	2009
미래여성NGO리더십과정(연 1회)	한국여성재단, 한국여성단체연합, 성공회대학교	10	9	11
유한킴벌리이화NPO리더십심화과정(연 2회)	한국여성재단, 이화여자대학교(이화리더십개발원)	-	29	20
				30

초경 교육 실시 | 유한킴벌리는 바른 성문화 확산을 위해 2008년 95,968명의 학생들에게 성교육을 실시했습니다. 1972년부터 2008년까지 약 13만 명을 대상으로 초등 여학생들에게는 생리맞이 교육을, 중·고등 여학생들에게는 성가치관 교육을 실시했습니다.

여성 긴급 상담 전화 1366 안내 | 그 외에도 유한킴벌리는 여성들이 긴급한 상황이 생길 경우 상담을 위한 여성 긴급 전화번호 1366(2006~현재)을 자사의 생리대 제품인 화이트와 좋은느낌 포장지에 기재하고 있습니다.

2-3. 고령화 시대에 연구 기금을 조성하다

노년학 연구 지원 | 유한킴벌리는 고령화 시대에 대비하기 위해 한국노년학회와 함께 ‘유한킴벌리 고령사회 연구기금’ 공모사업을 시행하여 매년 노년학 연구 소모임 3개와 노년학 연구자 3명을 지원하고 있습니다(2006~현재).

3. 기업과 국가의 경쟁력을 높이기 위한 실천 ‘평생학습의 사회적 확산’

3-1. 유한킴벌리의 평생학습 사례를 소개하다

유한킴벌리는 평생학습을 통해 개인과 기업의 경쟁력을 높이고, 이를 통해 기업이 지속가능성을 높일 수 있도록 지원하기 위해 사단법인 피터드러커소사이어티, 경영 전문가들과 다양한 협력활동을 전개하고 있습니다. 2007년부터 시작된 세계적인 경제 위기로 기업들의 경영활동이 위축되고 일자리가 줄면서 유한킴벌리의 평생학습을 기반으로 한 경영이 위기 극복을 위한 대안으로 국내외 언론의 관심을 모으고 있습니다.

세계적 경영 컨설턴트인 엘리자베스 에더사임(Elizabeth Edersheim)은 평생학습을 통해 규격 외 제품을 줄이고 생산성을 높인 유한킴벌리 사례에 주목하여 창조와 혁신 창간 기념 심포지엄에서 발표하였으며(2008.08.26), 피터드러커 경영 전문가인 릭 왈츠만(Rick Wartzman)은 비즈니스위크(Business Week)에 근무제도의 혁신과 이를 통한 일자리 나누기 효과 사례를 소개하면서 해고 중심으로 구조조정을 단행하고 있는 미국 기업들에 시사점을 제시하기도 했습니다. 조직 학습과 인력개발의 대가인 미국 콜롬비아 대학의 빅토리아 마식(Victoria Marsick) 교수는 인간 중심의 철학을 바탕으로 한 평생학습의 실천이 바람직한 조직학습의 모습이라고 제시하며, 글로벌인재포럼(2008.11.06)과 한국조직경영개발학회 추계학술대회(2008.11.05)에서 유한킴벌리를 대표적인 사례로 소개하였습니다.

3-2. 피터드러커 제2회 혁신상 개최를 통해 우수 사례를 알리다

유한킴벌리는 2008년 8월부터는 평생학습 사회 확산 활동의 주요 파트너인 사단법인 피터드러커소사이어티가 저널 ‘창조와 혁신’을 새로 발간할 수 있도록 지원하고 있으며, 다양한 영역의 전문가들이 좋은 경영 사례를 공유하고 확산할 수 있도록 국제 심포지움도 개최하였습니다. 또한, 선순환 구조의 사회를 구축하기 위해 피터드러커 교수의 경영 이론, 철학, 실천을 체계적으로 학습하는 혁신기업가(Innovative Entrepreneurship) 과정에 NGO의 활동가들이 참여할 수 있도록 지원하고 있으며, 피터드러커 혁신상을 통해 혁신적인 경영 사례를 제시하고 있는 기업과 NGO를 발굴하여 시상하고 모범적인 경영 사례를 우리 사회에 보급하고 있습니다.

4. 건강과 위생용품 전문 기업으로서의 실천 ‘병원 감염 방지 노력’

병원 내 감염 예방과 깨끗한 공중 화장실 만들기 캠페인 앞장서

유한킴벌리는 한국의 병원 내 감염 예방에 관심을 갖고 2008년 8월에 제6회 감염 관리 세미나를 개최했습니다(2002~2008). 2009년부터는 매월 병원을 직접 방문하여 수술실 간호사를 대상으로 감염 관리 세미나를 개최하고 있습니다. 또한 깨끗한 공중 화장실 문화 정착과 위생 관리 캠페인을 지속하고 있습니다.

감염 관리 세미나 개최 현황

세미나	일 자	주 제	강 사
제6회	2008.09.24	Surgical Site Infection	김주호
제5회	2007.06.12	Protecting OR Staff from Biological Exposures	Ms. Kathy Stoessel, RN, BSN, MSE
제4회	2006.10.30	Surgical Site Infection: Strategy for Prevention	Ms. Kathy Stoessel, RN, BSN, MSE
제3회	2003.10.17	Infection Control: Principles & Practices	Ms. Mickie Pfarr, RN, CNOR
제2회	2003.02.28	Glove Management	Ms. Kathy Stoessel, RN, BSN, MSE
제1회	2002.08.20	The Fact about Infection Control in Peri-operative Setting	Jay R. Sommers, Ph.D

5. 미래 세대를 위한 장기적 노력 ‘문학 메세나’

5-1. 한국의 대표적인 석학과의 만남을 통해 미래 세대를 위한 콘텐츠를 개발하다

지속적인 한중일 비교문화 콘텐츠 개발 위한 기반 확립 | 유한킴벌리는 한중일의 비교문화 콘텐츠를 발굴하는 연구의 지속적인 기반을 확립하기 위해 2008년 10월 한중일비교문화연구소(이사장 이어령)의 창립 및 재단법인 설립의 전 과정을 도왔습니다. 이는 장기적인 동북아 시대 문화의 동질성과 고유성을 이해하고 평화와 화합의 새로운 패러다임 해법을 제시하고자 하는 장기적 과제의 하나입니다. 참고로, 2003년부터 콘텐츠 개발을 도왔던 내용이 매화, 소나무, 대나무, 국화, 난초 편이 책으로 발간되었으며(총 45명의 공동 집필자 참여), 이중 매화 편은 2005 프랑크푸르크 도서전 한국의 아름다운 책 100으로 선정되어 영문판으로 발간되었으며, 대나무와 국화 편은 2006년 문화체육관광부 우수 학술 도서로 선정된 바 있습니다. 2009년에는 십이지신 중 ‘호랑이 편’ 콘텐츠 개발을 도울 예정입니다.

석학 도올 김용옥 선생과의 만남 통한 동방주요고전 역주 사업 시작 | 유한킴벌리는 한국의 대표적인 석학인 도올 김용옥 선생의 뛰어난 문화콘텐츠와 가치를 미래 세대와 소통하기 위한 사회 공헌 연구 사업으로 동양 고전과 한국의 주요 고전을 역주하는 연구 사업을 추진하고 있습니다. 첫 해 ‘논어한글역주 1,2,3’이 2008년 12월에 발간되었습니다. 유한킴벌리는 이 사업들을 통해 21세기 동북아 시대에 우리 문화의 지속가능한 경쟁력을 강화하고, 사회의 근본이 되는 인문학을 살리는 데 기여하고자 합니다.

5-2. 아름다운 한국의 문화 확산 위해 문학인과 시민들의 공감의 장을 만든다

문학 광장과 음악 마당 개최 협력 | 유한킴벌리는 문학인과 시민들이 교감하는 장을 만들고자 ‘자연을 사랑하는 문학의 집·서울’을 후원하여, 문학과 예술 프로그램의 성공적인 모델을 보여주고 있습니다. 매주 수요문학광장과 금요음악마당이 개최되어 예술가 약 750여 명, 시민 14,000여 명이 참여했습니다(2001.01 ~ 2009.03).

2008 신작 가곡 음악회 개최 참여 | 유한킴벌리는 한글의 아름다운 문화를 지키고 확산시키기 위한 메세나 활동으로 우리 시에 가곡을 붙인 신작가곡 음악회를 2008년 11월 11일에 문학의 집·서울에서 개최했습니다(500명 참석). 이 메세나 활동은 문학의 집·서울, 한국예술가곡진흥위원회와 함께 6년째 지속하고 있는 활동으로 총 7회의 공연을 통하여 음악가 180명이 참여했으며, 126개의 가곡이 창작되었습니다.

문학의 집·서울 주요 활동 (2001.10 ~ 2009.03)

분류	횟수(회)	상세 내용	참여 예술가	참여 문인(명)	참여 시민 수(명)
수요문학광장	93	문인 초청 강연	소설가 - 김원일, 오정희, 김훈, 시인 - 강은교 등 문학인	146	7,080
		문학 강연 독자와의 대화			
금요음악마당	95	성악가의 노래	성악가·작곡가	210	7,321
		시 낭송	시인	197	
		문학 강연	문학 관계자	200	
기획전	34	작고 문인 초상 드로잉전, 파블로 네루다 탄생 100주년 기념 전시 등			

6. 자발적인 공헌 문화의 확산 ‘사원들의 봉사 활동’

사원들의 지역사회 프로그램을 위한 투입 시간 및 기부 내역

유한킴벌리 사원들의 회사를 통한 자발적인 이웃 돌봄 내역을 집계한 결과 2008년 자원봉사 참여 인원은 총 12,436명이며, 총 자원봉사 건수는 455건, 자원봉사 시간은 총 10,260시간이었습니다. 또한 총 기부 금액은 65,632,510원입니다.

유한킴벌리 사원들의 자원봉사 활동 현황

분류	연도	2006	2007	2008
전체 참여 인원(명)		15,142	15,464	12,436
자원봉사 시간(시간)		13,196	11,601	10,260
총 횟수(건)		218	211	455
기부 금액(원)		117,406,920	90,307,950	65,632,510

헌혈을 통한 지속적 혈액 기증

본사 동아리 신우회, 축구사랑, 여사원 모임인 유리안회는 2008년 6월 18일 헌혈을 통해 백혈병 환자들에게 혈액을 기증했습니다. 이를 위해 사내 포스터, 개인 이메일을 통한 사전 홍보 및 당일 헌혈자를 위한 빵과 음료, 생리대, 썬로션 등이 회사 각 부문에서 지원되었고, 총 25명이 참여했습니다. 메트로허브센터와 강서물류센터에서는 23명이 6월 25일에 헌혈 후 받은 헌혈증서를 도움이 필요한 단체에 기부했습니다. 참고로 물류센터의 헌혈봉사는 2002년부터 매년 실시해 7회째를 맞고 있습니다.

서울숲 가꾸기 지속적 참여

2003년 서울숲 조성을 위한 나무 심기에 참여한 이후 서울숲 내에 있는 1천 평 규모의 우리강산푸르게푸르게숲을 가꾸는 활동에 지속적으로 참여하고 있습니다. 사원들 뿐만 아니고 사원들의 가족과 지인들이 숲을 가꾸고 나무를 심는 활동에 참여했으며 사원 자녀들을 위해 나무 관찰, 꽃사슴 먹이주기, 나무로 열쇠고리·핸드폰 고리 만들기 등 다양한 생태체험 프로그램을 운영하고 있습니다.

서울숲 자원봉사 실시 현황 (단위: 명)

연월	2003.05	2003.11	2004.04	2005.06	2006.05	2006.11	2008.04	2008.09
사원 및 가족	106	35	129	64	66	37	70	30

군포 사원들의 재능 나눔

군포공장 사원들은 다양한 재능을 봉사 활동에 활용하고 있습니다. 군포공장 음악 동아리 하기스밴드는 평소 갖고 있던 실력으로 지역사회 주민들에게 공연 봉사를 실시하고 있습니다. 또 여성 노동조합 여사원들은 노인들을 대상으로 미용 봉사를 진행하고 있습니다.

본사 자원봉사 동아리 '연탄한장'

본사 자원봉사 동아리 '연탄한장'은 저소득 가정의 아이들과 함께 방과 후 시간을 보내는 멘토링 활동을 하고 있습니다. 또 1년에 2차례씩 본사 전 사원이 점심 시간에 김밥을 먹고 수익금을 기부하는 행사를 주최해서 월드비전에 사랑의 도시락을 전달하고 있습니다,

김천 소외된 이웃을 위한 나눔

김천공장 사원들은 결식아동에게 관심을 갖고 2008년 한해 동안 총 9명 학생들의 점심을 책임졌습니다. 2009년 1월에는 명절을 앞두고 독거 노인, 장애우 가정, 사회복지시설에 가래떡을 나누는 행사를 가졌습니다. 또 김천 공장 내 봉사 동아리 유전회는 2006년부터 지역사회 내 전기 및 주택설비 보수 봉사 활동을 꾸준히 펼치고 있습니다.

대전 지역사회를 위한 다양한 활동

대전공장 사원 가족들은 송강지역의 독거 노인을 정기적으로 방문해서 어르신들의 좋은 말벗이 되어 드리고 있습니다. 또 매년 김장철이 되면 사원 가족들이 모여 김치를 담가서 사회기관에 전달하고 있으며 사회의 도움이 필요한 17가정과 자매결연을 맺고 매월 소정의 기부금을 전달하고 있습니다.

05 Environmental Value

환경성과 보고

녹색성장을 위해 어떻게 뛰고 있나?

환경성과 DMA | 환경 정책 및 투자 | 환경친화적 제품과 공정 | 환경영향 감소 노력
자원 절약과 재활용 | 에너지 사용 | 저탄소 녹색성장 위한 온실가스 저감 활동

사례 유한킴벌리 기빙인덱스 발표 통한 기부 문화 발전 기여

유한킴벌리는 지속가능한 미래를 맞이하기 위해서는 기업의 사회적 책임과 더불어 개인의 사회적 책임에 대한 인식 개선도 매우 중요한 사항이라 여기고 있습니다. 유한킴벌리는 아름다운 재단과 2001년부터 공동으로 한국인의 기부 지수를 조사하고 결과를 공유하는 '유한킴벌리 기빙인덱스'를 진행하고 있습니다. 지난 7년 여에 걸쳐 축적된 자료는 우리나라의 기부 문화 트렌드를 제시하며 한국의 대표적인 기부 지수로 사용되고 있습니다.

유한킴벌리 기빙인덱스 참여 현황

	2002	2004	2006	2008
일 자	2002년 11월 20일	2004년 11월 18일	2006년 11월 8일	2008년 12월 3일
장 소	이화여자대학교 LG Convention Hall	한양대학교 한양종합기술연구동 (HIT관)	한양대학교 백남학술정보관 6층 국제회의실	프레스센터 20층 국제회의장
주 제	2001년 한국인의 기부지수 조사 발표 및 '아름다운 재휴 - 기업과 NGO간의 파트너십을 통한 사회 공헌 활동'	2003년 한국인의 기부지수 조사 발표 및 '한국인의 기부지수 발표 및 선진적인 모금 문화 정착을 위한 제언'	한국인의 기부지수 조사 발표 및 '미래 세대를 나눔의 세대로 키우기 위한 전략'	2007년도 한국인의 기부 지수 조사 결과 발표 및 5개국(미국, 호주, 일본, 네덜란드, 영국)의 기부 동향 비교

Disclosure on Management Approach

환경성과 관리체계

비전

2015년까지 환경·에너지 비전을 달성하여 선도 기업으로서 사회에 기여한다
 · 김벌리 클라크 전 세계 사업장에서 5위 이내 수준 달성 : 물 사용량, 에너지 및 온실가스 배출 저감, 폐기물 저감, 에코디자인 적용
 · 환경 부하 10% 감소, 자원 재활용률 99% 이상, 유해물질 사용 제로화
 · 제품톤 당 에너지 사용량 10% 감소(2005 대비), 지구온난화 가스 및 대기 배출량 제품 톤 당 10% 감축 및 사업화, 신 재생 에너지 10% 사용

정책

환경 부하 최소화, 지속적인 환경 개선, 효율적인 환경관리, 조직원의 환경관리 능력 배양, 정책 공개, 환경보호 운동에 선도적 역할 준수

조직

지속가능경영, 제품개발(R&D), 사업장 안전·환경, 물류, EHS(Environment, Health & Safety) Excellence Team¹⁾

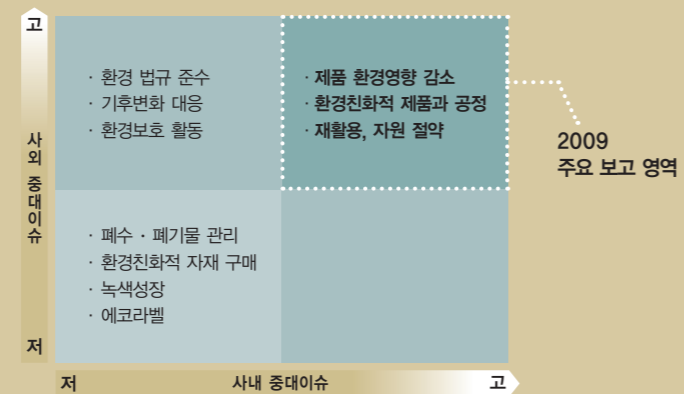
성과

평가 기준 ●초과 ●부합 ○적극적 노력 필요

분류	2008		
	세부 내용	평가	관련 Page
회사 전체 활동	OEM·임가공업체·원부자재업체 환경개선, 인증	●	81, 107
	오염배출·방지시설 평가, 개선	●	77, 78, 106
제품 공정 지원	환경마크 인증 획득	●	107
	환경성 분석 활성화	●	110
	친환경 펄프인증 취득	●	107
	기저귀 에코 디자인 적용 시도	◎	108
기후변화 대응 노력	에너지 전담 인력 확보와 양성	●	112
	에너지 효율 평가 및 개선	●	116
	지구온난화 가스 저감 인센티브 도입	○	118
	에너지 설비 표준화	●	116, 118
	청정 에너지 도입	●	116
	신 재생 에너지 스테디	●	116

2009 환경성과 중대성 평가 IPS Materiality Test Model™

제품 환경영향 감소, 환경친화적 제품과 공정, 재활용 및 자원 절약이 중대이슈로 도출되었습니다.



¹⁾ EHS Excellence Team : 기존 분리 운영되던 조직인 E&E(환경&에너지) 엑셀런스 팀과 Safety(안전) 엑셀런스 팀이 통합된 조직으로 5개의 소위원회(환경, 에너지, 안전, 보건, 방화분야)로 구성되어 있습니다.

유한킴벌리 환경경영 실적 12년 추세(1997~2008)

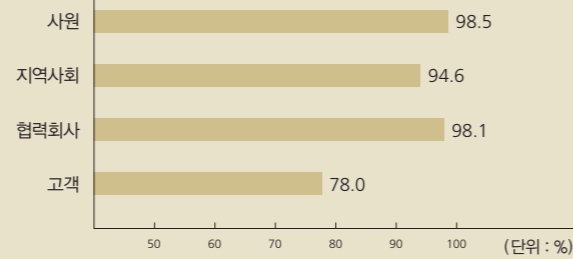
분류		1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
환경보호 비용	총 비용(억 원)	-	52.8	57.3	65.2	88.1	91.6	83.6	84.5	94.2	90.5	86.9	90.8	
	매출 대비 비중(%)	-	1.3	1.1	1.1	1.3	1.3	1.2	1.2	1.2	1.1	1.0	0.9	
에너지	직접 에너지 사용량 (10 ⁶ BTU/제품ton)	6.7	6.4	6.0	5.3	5.1	5.2	5.1	5.1	4.4	4.8	4.3	4.0	
	간접 에너지 사용량 (10 ⁶ BTU/제품ton)	3.5	4.0	3.9	4.0	4.1	3.0	2.9	2.8	2.8	2.6	2.4	2.3	
물 사용량(m ³ /제품ton)		25.6	25.0	24.5	18.7	14.1	11.5	10.0	8.9	9.7	9.9	10.0	11.7	
재활용	재활용지 중 국내산 비율(%)	10.1	14.2	18.9	37.3	57.7	74.2	70.8	76.0	75.5	81.8	86.4	84.9	
	물 재활용 비율(%)	39.3	41.6	41.0	34.9	46.1	55.5	61.8	59.2	57.3	57.3	56.3	50.8	
수질 관리	수계 배출량(m ³ /제품ton)	19.9	17.4	13.5	13.0	11.2	8.2	7.5	6.3	6.4	6.4	7.4	8.6	
	수질오염 배출량 (kg/제품ton)	화학적 산소요구량	0.33	0.35	0.43	0.29	0.18	0.14	0.12	0.09	0.09	0.09	0.11	0.11
		총 부유물질	0.17	0.14	0.17	0.11	0.05	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01	0.02	0.03
		생화학적 산소요구량	0.07	0.07	0.09	0.05	0.03	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
폐기물 발생량(ton/제품ton)		0.54	0.50	0.47	0.38	0.38	0.44	0.45	0.37	0.34	0.28	0.26	0.25	
온실가스 저감	CO ₂ 총 배출량(10 ³ t CO ₂ /년)	-	-	150.9	138.9	160	175	170	163	167	157	156	161	
	원단위 CO ₂ 배출량 (tCO ₂ /제품ton)	-	-	-	-	0.909	0.875	0.863	0.867	0.876	0.801	0.744	0.718	
	염화불화탄소 사용량(kg)	-	-	-	-	47.5	19.7	24.3	63.4	51.0	35.3	22.2	17.1	
	NO _x (kg/제품ton)	1.595	1.175	0.851	0.577	0.506	0.467	0.506	0.449	0.417	0.204	0.116	0.142	
	SO _x (kg/제품ton)	1.443	0.994	0.581	0.341	0.154	0.058	0.067	0.060	0.070	0.020	0.004	0.004	
Dust(kg/제품ton)	0.187	0.223	0.173	0.119	0.077	0.058	0.042	0.021	0.019	0.010	0.003	0.003		

*유한킴벌리는 1997년부터 환경 비용의 데이터를 시작했으며, 온실가스 관련 데이터는 1999년 이후부터 관리를 하고 있습니다.

환경 정책과 투자 내용은 무엇인가?

{ 2009 이해관계자 조사 결과 }

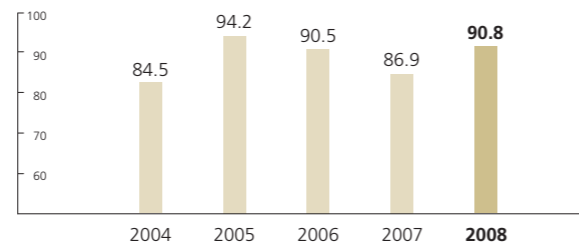
유한킴벌리는 환경경영을 잘 실천한다



환경 관련 투자

유한킴벌리는 2008년에 환경보호 비용으로 90억 8천만 원을 사용했습니다. 본 비용은 투자 내용 중 50% 이상을 환경에 투자한 것을 기준으로 산출합니다. 2008년의 주요 환경 투자로는 배출물질의 원격 모니터링 시스템(tele-Metering System, TMS)과 데이터 전송 설비 개선, 슬러지¹⁾ 탈수시설의 신규 설치 등이 있었습니다.

환경보호 비용 (단위: 억 원)



정량화된 환경 목표 및 성과

유한킴벌리는 폐기물 발생, 에너지 사용, 처리수 재활용, 배출 농도 관리 등 4개 분야에서 정량적인 목표를 세워 실적을 관리하고 있습니다. 2008년에 폐기물 발생량과 에너지 사용량은 목표를 달성했으나, 처리수 재활용과 배출 농도 관리는 목표를 달성하지 못했습니다. 이는 화장지 생산에서 새로운 공정이 도입되는 전환기였고, 순수 펄프로 생산되는 프리미엄 제품의 생산이 증대되었기 때문입니다.

환경 목표 관리 내용

분류	2008	
	목표 (1997기준)	실적
처리수 재활용	85% 재활용 (3.0m ³ 방류/제품ton)	57% 재활용 (8.6m ³ 방류/제품ton)
폐기물 발생량	45% 감소 (0.30 ton/제품ton)	55% 감소(0.25 ton/제품ton)
에너지 사용량	20% 감소 (8.1MMBTU/제품ton)	38% 감소 (6.3MMBTU/제품ton)
배출 농도 (국가 기준: 20% 이하)	주요 20개 항목 전체 달성	17개 항목 달성

¹⁾ 슬러지: 화장지 생산 시 발생하는 폐수를 생물학적으로 정수하는 과정에서 생긴 침전물입니다.

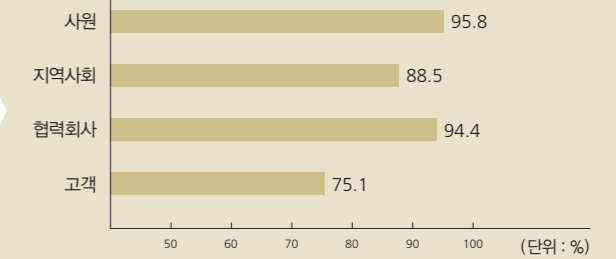


2009 주요 보고 영역

환경친화적 제품·공정 개발을 어떻게 하고 있나?

{ 2009 이해관계자 조사 결과 }

유한킴벌리는 친환경 제품 개발을 위해 노력한다



녹색 구매 노력

유한킴벌리는 '산업계녹색구매자발적협약' (환경부, 친환경상품진흥원)을 맺고, 친환경 생산과 소비 촉진을 위한 정부 노력에 동참하고 있습니다. 2008년 1차 협약 기업(2005.09~2008.08) 중에서 우수 등급(30개 기업 중 10개 기업에 부여)으로 평가를 받았습니다. 향후 재 협약(2009.06~2012.05)에도 가입해서 녹색 구매 실천에 협력해 나갈 예정입니다. 2008년 유한킴벌리의 녹색 구매의 핵심은 펄프 구매이며, 국제적으로 환경인증을 취득했거나, 환경친화적인 제조공정에서 생산되는 펄프를 사용해, 소비자에게 더욱 환경친화적인 제품을 공급하고자 노력하고 있습니다. 이 외에도 기타 소모품 구매 시 친환경 제품 구매를 진행하고 있습니다. 2008년 녹색 구매액은 약 1,000억 원입니다.

친환경 펄프 구매 정책 실천 - 수출용 티슈 원단 산림인증 사후 심사 실시

유한킴벌리는 녹색 구매 차원에서 펄프 구매 시 환경친화적인 제조공정에서 생산되는 펄프²⁾나 국제적으로 친환경 산림인증을 취득한 펄프만 구매하는 정책을 실천하고 있습니다. 유한킴벌리는 2008년 유럽에 수출하는 크리넥스 티슈 원단에 대해 세계적인 지속가능한 산림인증 중 하나인 FSC(Forest Stewardship Council, 이하 FSC) 인증(2008.07.11~2013.07.10)을 취득했고, 2009년 2월 인증 자격을 유지하기 위한 연 1회 사후심사를 받았습니다. 참고로, 유한킴벌리가 취득한 FSC인증은 숲에서의 가공 공정 추적 조사를 통해 관리하는 연쇄인증(Chain of Custody, CoC)으로, 펄프의 구매 단계부터 생산, 제품 출시 이후의 전과정의 요건을 충족해야 합니다.

환경인증마크 획득

유한킴벌리는 생산 및 소비 과정에서 오염을 상대적으로 적게 일으키거나 자원을 절약할 수 있는 제품에 부여하는 환경인증마크(한국환경산업기술원)를 획득하여 생산자로서 친환경 제품 생산을 실천하고자 노력하고 있습니다. 환경인증마크 해당 제품은 산업위생용품(뽀뽀 점보롤 화장지, 뽀뽀 핸드타올, 김케어 셀 방향제 등)과 화장지(뽀뽀 플러스) 등입니다. 2008년 환경인증마크 제품의 매출은 454억 원입니다.

²⁾ 환경친화적 제조공정에서 생산된 펄프: 엄격한 환경적 규격에 따라 잘 관리된 산림에서 나온 목재를 이용하여 만든 펄프를 말합니다.

기저귀와 생리대의 환경친화형 생분해성 소재 개발

유한킴벌리는 환경친화형 생분해성 위생 섬유 소재 개발을 위한 지식경제부 프로젝트에 참여해 2008년 9월에 과제를 완료하였습니다(2004.10 ~ 2008.09). 이 프로젝트는 유한킴벌리를 포함한 협력회사 5개 기업과 전문 위탁 기관 2곳이 함께 수행하였으며, 연구 과제는 기저귀 안감·겉 커버, 흡수 전달층, 섬 방지막, 고 흡수성 수지, 생리대 소재 등의 소재 연구였습니다. 유한킴벌리는 스펀본드 부직포 개발, 개발 소재를 활용한 제품 생산 및 상업화와 마케팅을 담당했으며, 연구 결과를 2008년 신제품으로 출시한 기저귀 하이스 네이처메이드에 일부 적용하였습니다. 이 연구 결과를 토대로 향후에도 환경친화형 생분해성 소재 개발과 적용에 앞장서 나갈 것입니다.

생리대 포장재 두께 조정을 통한 환경부하 감소

유한킴벌리는 화이트, 좋은느낌, 애니데이 등 생리대 제품 포장재 중에서 비닐포장재(PE Poly Bag)의 두께를 18%(55gsm¹⁾→45gsm) 줄여 2009년 2월부터 제품에 적용, 연간 발생하는 해당 포장물의 폐기물을 줄이게 되었습니다. 2009년 5월 현재 아직 폐기물 감소량의 정량화 데이터는 없지만, 구매 비용을 3.3%를 줄여 원가 절감에도 기여했습니다. 이러한 작업은 포장지 사용량과 폐기량을 줄이는 등 비용 절감의 경제적 효과뿐 아니라 환경부하 감소 성과가 동시에 반영된 혁신 사례입니다.

2차 포장재 절감 노력 - 생리대 화이트, 좋은느낌, 애니데이 그린마일리지²⁾ 제품 개발

유한킴벌리의 여성위생용품사업본부는 불필요한 판촉용 포장재 및 과대 포장을 발생 단계부터 줄이자는 취지에 공감하고, 환경부와 2차 포장재를 줄이기 위해 자발적 협약³⁾(2008.07~2012.06)을 맺었습니다.

2차 포장재 환경부하 감소 | 유한킴벌리는 환경부하 감소차원에서 2009년 2월에 화이트, 좋은느낌, 애니데이 등 생리대 제품의 기획상품의 종이포장재 소재를 더 가벼운 재질로 변경했으며(종이 120g→비닐 9g), 2차 포장 비닐포장재의 두께를 18%(55gsm→45gsm) 줄였습니다.

그린마일리지 제품과 포장 디자인 개발 | 유한킴벌리는 이중 포장 자체를 없애고 1차 포장에 추가 할인 혜택을 제공하는 신 개념의 그린마일리지 제품을 개발 판매했습니다(2008.10). 이를 위해 포장디자인을 다시 개발했으며, 이에 맞게 생산공정을 변화시키고(2008.09~12) 기존 기획 제품 대비해서 가격을 2% 추가 할인하는 마일리지 혜택을 제공해 판매하고 있습니다.

그린소비 촉진 위한 장바구니 증정 노력 | 그린마일리지 소비를 촉진시키기 위해 그린 장바구니 증정 등의 노력을 기울였습니다(2009.05). 이러한 노력으로 2차 포장재를 줄일 수 있는 환경친화적인 대안 제품이 나오게 된 것은 긍정적인 성과였지만, 아쉽게도 자발적인 협약에서 목표한 성과를 거두지는 못했습니다. 이를 활성화 하기 위해 무엇이 필요한가에 대한 많은 교훈을 얻었으며, 아래와 같은 제안을 하고 싶습니다.

2차 포장재 절감 활성화 위한 주요 제안

- 자발적 협약에 참여하는 기업으로서 보다 적극적 감축 노력
- 근본적으로 과대 포장으로 구매를 유도하는 기획 제품을 제한하는 관련 법안 마련
- 일부 제조사들만의 노력이 아니라 모든 제조사로 확대
- 소비자들이 2차 포장재 줄이기 활동을 지지할 수 있도록 인지 증대 프로그램 확대

¹⁾ gsm : gram per square meter (제곱미터 당 그램)

²⁾ 그린마일리지 : 판촉용 포장재 생산 등에 소요된 비용의 절반 분을 유통업체를 통해 소비자에게 '포인트' 형태로 제공하는 제도입니다. 이는 환경부, 자원순환사회연대, 조선일보, 기업들이 함께하는 프로그램입니다. 현재 유통업체에서 판촉용 팩 제품 구입시 적용되는 기존의 가격 할인 이외에 추가로 그린마일리지 포인트를 제공하고, 고객은 제품 구입시 등 포인트를 현금처럼 사용할 수 있게 됩니다.

³⁾ 포장 폐기물 줄이기 자발적 협약 : 그동안 불필요한 포장으로 인식되어 온 판촉용 포장재(2차 포장재, 프로모션 팩)를 업계 스스로 줄여 나가는 것을 주요 내용으로 하고 있으며, 참여 업체는 삼푸·린스류, 세제류, 생리대, 보디클린저 등 국내 18개 제조 및 유통업체입니다. 1차년도 목표는 2007년 대비 20%를 저감하는 것입니다.

카툰으로 본 유한킴벌리의 그린마일리지 노력과 교훈

착한 소비를 위한 우리의 선택은?



카툰·시병권

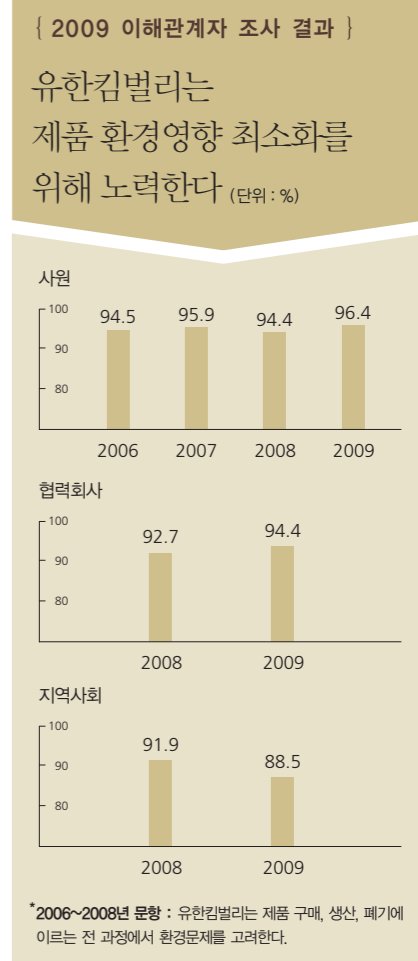
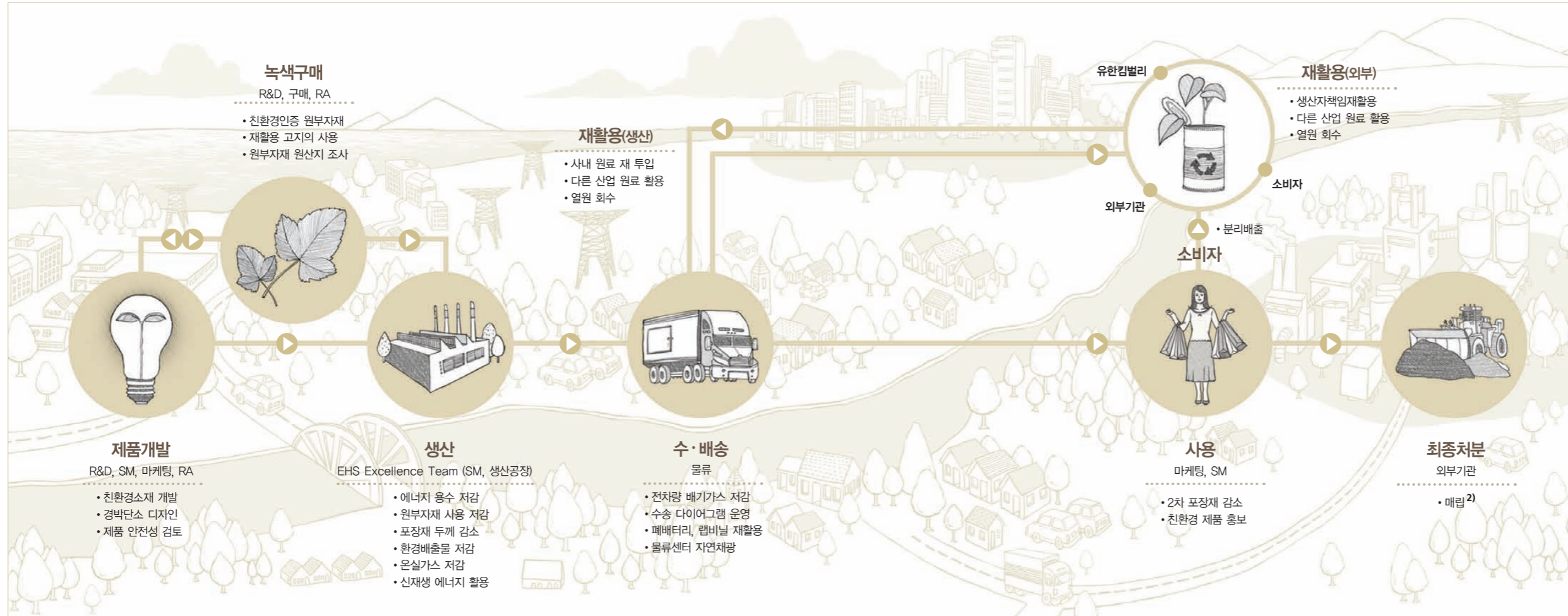


지구를 살리는 최소한의 선택. 2중 포장재를 줄인 제품을 사는 착한 소비자가 되지 않으시겠습니까?

- 유한킴벌리 그린마일리지 제품 담당자 올림 -

환경영향을 어떻게 감소시키고 있나?

유한킴벌리 제품 환경영향 감소 노력 흐름도



전과정평가(LCA)를 통한 주요 제품과 서비스의 환경영향 감소 정책 실현

유한킴벌리는 원료 채취부터 설계, 생산, 운송, 사용, 폐기 단계까지 전과정평가(Life Cycle Assessment, LCA)¹⁾를 통해 환경적 영향을 정량분석해서 환경영향 감소를 위한 정책을 만들고 있습니다. 대표적인 예로 2001년 환경오염 발생원의 감축과 환경 개선을 목표로 화장지 전과정평가를 실시해서 수송 과정에서 발생하는 환경부하를 낮추기 위해 외국산 고지 수입에서 국내산 고지로 전환(85%)하는 정책 수립을 가져온 것을 들 수 있습니다. 2008년에는 유한킴벌리의 제품 제조 공정의 연간 자료와 협력회사 원부자재 자료를 바탕으로 기존 생리대 제품과 친환경 디자인 제품의 전 과정 환경영향을 비교 분석했습니다(2008.06~11). 대상 제품은 생리대인 화이트와 좋은느낌을 포함해 총 4개 품목이었으며, 향후 친환경적 제품 개발 시 소재 선택의 우선 순위를 파악하는 등 전략

¹⁾ 전과정평가(Life Cycle Assessment, LCA) : 서비스를 포함한 특정 제품의 원료 및 가공, 제조, 수송, 유통, 사용, 재활용, 폐기물 관리 과정에 소모되고 배출되는 에너지 및 물질의 양을 정량화하여 이들이 환경에 미치는 영향을 총체적으로 평가하고, 이를 토대로 환경개선 방안을 모색하고자 하는 객관적이며 적극적인 환경영향평가 방법입니다.

수립에 반영할 계획입니다. 유한킴벌리는 이렇게 화장지, 기저귀, 생리대의 전과정평가의 경험을 축적하고 있으며 이를 개발에 반영하고 있습니다(참고-연도 별 LCA를 통한 환경영향 감소 노력은 15페이지를 참고하여 주십시오).

철저한 환경 관련 법규 준수

유한킴벌리 사업장은 환경정책기본법, 대기환경보전법, 수질및수생태계보전에관한법률, 폐기물관리법, 토양환경보전법 등의 법규를 준수합니다. 군포공장은 한강 수계, 김천공장은 낙동강 수계, 대전공장은 금강 수계의 수질오염총량관리법규를 준수하고 있습니다. 또한 전체 오염물질 배출 허용 기준을 법적 기준의 1/5수준에서 관리하고 있습니다. 2008년 법규 위반 사실은 없습니다.

²⁾ 매립 방법 : 유한킴벌리는 환경 법규에 따라 적법한 절차로 외부기관에 위탁하여 매립하고 있습니다.

환경 잠재 위험의 선별 관리 및 개선

2008년 환경·보건·안전 통합 시스템을 도입하기 위해 1기 프로젝트 팀을 발족해서 시급성, 중요성을 기준으로 잠재 위험을 선별해 개선함으로써 최초 평가에서 3개 사업장 모두 기준 이상(Green, Yellow, Red 레벨 중 Green 획득)의 운영 성과를 얻었습니다. 2009년에는 2기 프로젝트 팀을 운영해 중대 사고 예방을 위한 센티넬 이벤트(Sentinel Event) 프로그램¹⁾, 건강 증진 프로그램 개발, 환경 프로세스 점검 및 보완, 온실가스 인벤토리 구축²⁾, 저탄소 비전 및 마스터 플랜수립 등을 진행할 예정입니다.

사원들을 위한 환경관리 능력 배양

유한킴벌리는 사원들과 협력회사 사원들의 체계적인 환경관리 능력을 배양하기 위해 온실가스 저감, 지정 폐기물 이송 방법, 환경·안전 방침, 환경정책 등 다양한 환경관리 교육을 실시하고 있습니다. 이를 통해 2008년에는 연간 441시간의 교육(총 3,539명 대상)을 진행하였습니다.

분류	2005	2006	2007	2008
유한킴벌리 사원 수강 인원	2,183	2,519	2,684	3,539
협력회사 사원 수강 인원	9	41	117	119

취수원 및 취수원의 생태계에 미치는 영향 관리

군포와 대전공장은 농업용수를 지방자치단체로부터 공급 받고 있습니다. 김천공장은 낙동강 상류 지천인 감천에서 1일 평균 약 5,500m³의 하천수를 공급 받고 있으며, 취수원 및 취수원의 생태계에 미치는 영향을 최소화하기 위해 방류수의 수질을 하천 생활환경 기준으로 '좋음(1b)' 수준으로 정화한 후 배출하고 있습니다. 이 방류수는 감천의 수량 유지 및 농번기 농업용수로 사용됩니다.

방출한 처리수에 대한 환경 영향의 관리

유한킴벌리가 제품 1톤 생산시 발생하는 생화학적 산소 요구량은 0.015kg으로서 1997년 대비 22% 수준으로 감소하였습니다. 이중 김천공장은 3차 처리 시설의 운전 조건 최적화 및 처리 효율 강화로 제품 1톤 생산 시 발생하는 생화학적 산소 요구량을 1997년 대비 33% 수준으로 감소시켰으며, 특히 최종 처리수의 수질 향상과 배출 유량의 감소로 하천 유입 총 물질도 감소시켰습니다. 그러나 신규 확장지 기계 가동 시운전 실시와 펄프 제품 판매 비중 증가로 용수 사용과 방류량은 일시 증가하고 있습니다.

중대한 유출(기름, 연료, 폐기물, 화학물질 등)로 주변 환경에 미치는 영향의 관리

유한킴벌리는 중대한 유출을 막기 위해 절차서에 따라 사전 관리하고 있으며, 유출을 대비한 정기적으로 훈련을 실시하고 있습니다. 또한 사업장 내 주요 구역에 방제함을 설치해 대비하고 있습니다. 2008년에 이러한 노력으로 전체 사업장에서 중대한 유출 사건은 없었습니다.

¹⁾ **센티넬 이벤트(Sentinel Event)** : 사람 또는 재해 손실을 유발하는 잠재적인 중대 손실 사고 또는 중대 이상 사고를 말합니다. 사고의 종류로는 낙하하는 물체, 지게차 접촉, 추락, 전기 접촉, 기계 접촉, 밀폐 공간, 화재나 폭발, 운송 관련 사고 등이 있습니다.

²⁾ **온실가스 인벤토리(Greenhouse Gas Inventory)** : 기업이 정한 조직 경계 안에서의 직간접적인 온실가스 배출원을 규명하고, 배출원으로 인한 온실가스 배출량을 산출, 목록화하여 배출 현황을 파악하는 작업입니다.

위험폐기물 관리

위험폐기물은 국제 협약과 국내 법규에 따라 관리하며, 바젤협약³⁾ 부속서가 규정한 통제 대상 폐기물을 점검해 왔습니다. 대전공장은 통제 대상이면서 국내 법규상 처리 방법이 없는 폴리염화비페닐(PCBs)⁴⁾의 기준을 초과한 폐 변압기 1대(2.46ppm)를 금강유역환경청으로부터 보관 기간 연장 승인(1년)을 받아 사업장 내 별도 보관 중입니다.

사업장 중 생물다양성이 있는 지역의 위치와 크기


금강유역환경청 등 지방환경청과 지방자치단체에 확인한 결과 유한킴벌리에는 해당 사항이 없습니다.

제1공장 군포공장 | 군포시 당정동 경수산업도로 접한 일반 공업지역 위치. 1970년 세워진 이래 도시 환경의 변화로 고층 아파트 밀집 단지와 마주 보고 있습니다. 지역사회에 쾌적한 환경 조성을 위해 공장의 녹지 공간을 확보하고 있으며, 공장의 환경 오염 물질 배출은 정부 기준 1/5 이하로 관리하고 있습니다.

제2공장 김천공장 | 김천시 대평동 공업지역 위치. 낙동강 상류 지천인 감천의 하천수를 농업용수로 사용하고 다시 생화학적 산소요구량을 기준으로 99% 이상의 제거 효율로 방류하고 있습니다. 폐기물관리법에 따라 연 4회 방류수 검사를 실시하고 있으며, 2008년 조사 결과 기준 이내로 관리되고 있음을 확인하였습니다.

제3공장 대전공장 | 대전시 문평동 제3공단에 위치. 인근에 생활폐기물 매립장과 소각장이 있어 2008년 1월부터 악취 관리 지역으로 지정되어 연 2회 악취 측정을 실시하고 있습니다. 법적 악취 관리 요구 기준은 공업지역 1,000이하이나 유한킴벌리는 안정적인 관리를 위하여 300이하의 목표를 실현하고자 2009년 5월 방지시설 보완을 위한 예산 확보 및 방법론 검토를 완료하였습니다. 악취측정 결과(2008년 3월과 12월, 2009년 1월) 법규기준 이내로 관리되고 있음을 확인 하였습니다. 대전공장은 지역사회와 연계한 환경보호 프로그램, 충청 지역 환경친화기업 협의회 활동, 지역 봉사활동 등을 하고 있습니다.

메트로허브 물류센터 | 경기도 광주에 위치. 건축 설계 단계에서 적극적으로 환경 개념을 접목해서 자연 채광, 전기 난방, 센터 주변 조경 등을 추진했습니다. 앞으로도 지속적인 프로그램 개발을 통하여 모범적인 친환경 물류센터로 발전하고자 노력하고 있습니다.

 주요 생산 공장 환경 실천(2008.03~2009.03) 웹 사이트 (www.yuhan-kimberly.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

 주요 이해관계자의 조언 | 김현진 교수

탄소 중립 (Carbon Neutral) 제품 생산을 준비해야

앞으로 제품 생산에 따른 이산화탄소 배출량을 표시하는 탄소발자국(Carbon footprint)이 기재된 제품과 이산화탄소 배출량을 제로화했다는 탄소 중립 제품은 타 제품들과는 차별화 될 것입니다. 유한킴벌리가 지속적으로 진행하는 우리강산푸르게푸르게와 같은 산림 조성 프로그램을 탄소상쇄(Carbon off-set)프로그램과 연결시켜 탄소 중립 제품을 생산한다면 글로벌 친환경 기업으로 더욱 자리매김 할 것 입니다.

김현진 서울과학종합대학원 교수이자 대학원 부설 환경경영연구소 소장으로 재직하고 있다. 현재 대통령 자문기구인 녹색성장위원회 민간 위원으로 활동하고 있다.

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

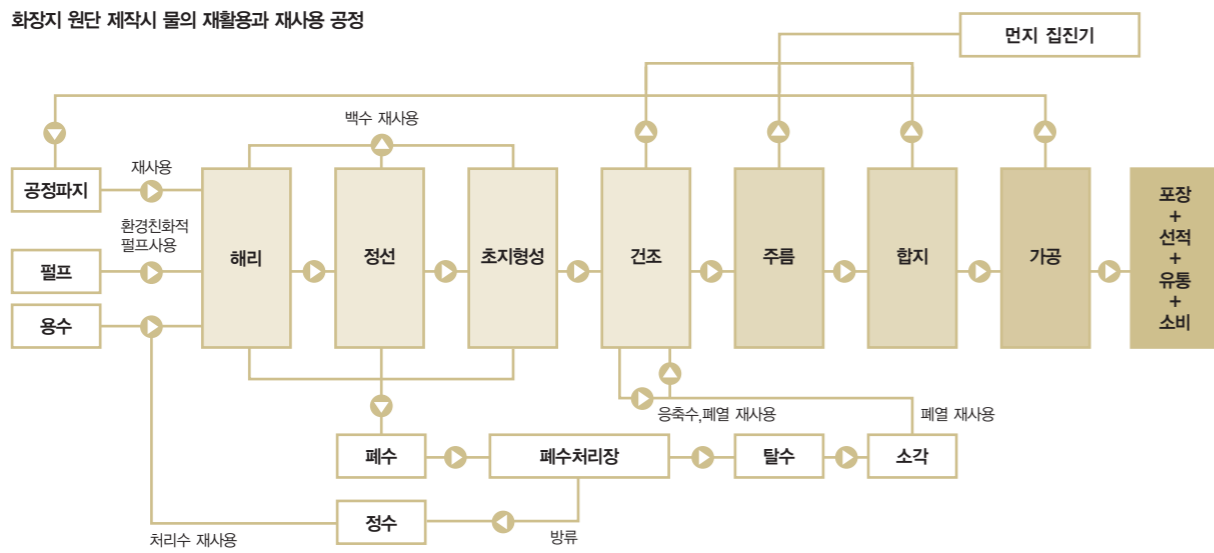
⁴⁾ **폴리염화비페닐(Polychlorinated biphenyls 폴리클로리네이트비페닐 : PCBs)** : 우수한 절연성 때문에 변압기, 전기제품에 사용되어 왔으나, 자연계에 방출될 경우 분해되지 않고 생물체 내에 농축되어 독성을 띕니다.

자원 절약과 재활용의 실천을 어떻게 하나?

물의 재사용과 재활용 노력

유한킴벌리는 화장지 생산시 물 사용량 절감 노력으로 1997년 25.6m³/제품ton에서 2008년에는 11.7m³/제품ton으로 물 사용량을 절감했습니다. 이는 공정 내 재사용을 증가시키고, 폐수처리 후 재활용을 늘리는 노력이 성과를 거두었기 때문입니다. 물의 재활용 비율은 50%대를 유지하고 있습니다. 신규 설비 가동 등으로 물의 사용량은 전년 대비 1.7m³/제품ton 증가했습니다.

화장지 원단 제작시 물의 재활용과 재사용 공정



물을 제외한 주요 원자재 - 국내 재활용지¹⁾ 활용 노력

유한킴벌리에서 물을 제외하고 사용되는 주요 3개 원자재는 펄프, 재활용지, 고분자 흡수물질²⁾로서, 원자재 전체 사용량의 약 85%를 차지합니다. 유한킴벌리는 국내 재활용지 활용 노력으로 전체 재활용지 중 국내산 비율이 85%이며, 이를 통해 외국으로부터 화장지를 들여오는 과정에서 발생하는 탄소를 저감하고 있습니다.

주요 원자재 물질 사용량 (단위 : 1,000 ton)

연도	펄프	재활용지		고분자 흡수물질
		국내재활용지	수입재활용지	
2003	71.0	65.1	26.8	12.8
2004	72.5	62.9	19.7	13.2
2005	77.8	60.2	20.2	14.8
2006	86.3	53.4	16.1	15.7
2007	87.5	50.2	11.2	17.0
2008	102.5	49.6	8.2	20.3

¹⁾ 국내 재활용지 : 고지라고도 부릅니다.
²⁾ 고분자 흡수물질 : Super Absorbent Polymer, 일명 SAP이라고도 부릅니다.

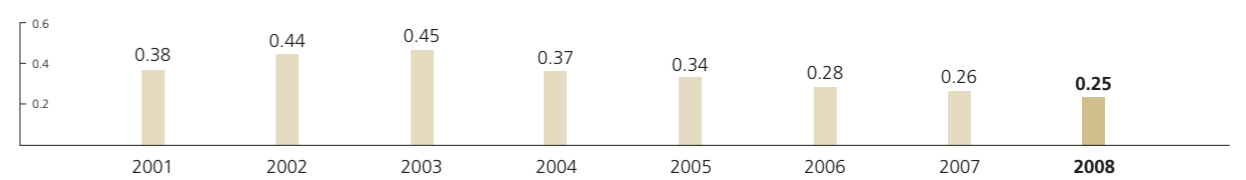
국내 재활용지 사용 비율과 사용량 (단위 : %, 1,000ton)

분류	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
사용비율(%)	10.1	14.2	18.9	37.3	57.7	74.2	70.8	76.0	75.5	81.8	86.4	84.9
사용량(단위: 1,000ton)	8.0	11.2	16.8	28.6	50.6	70.2	70.8	62.5	60.3	56.8	50.2	49.6

생산공정 중 나온 폐기물의 재활용 94%

유한킴벌리의 폐기물 발생 형태는 슬러지 71%, 폐합성수지 18%, 조각재 13%, 폐지 3%, 폐합성 섬유 2%, 기타 5%, 철편류 1% 순입니다. 사업장에서 배출되는 폐기물의 약 94%를 재활용하고 있으며, 나머지는 위탁 조각 1%, 위탁 매립 5%을 하고 있습니다. 2008년 폐기물 발생량은 0.25ton/제품ton으로 전년 대비 약 4% 감소했습니다.

폐기물 발생량 (단위 : ton/제품ton)



생산과정에서 나오는 폐기물의 자원 재활용 프로세스

유한킴벌리는 자원의 지속성을 고려해 생산과정에서 나오는 대부분의 폐기물들을 재활용 업체를 통해 재활용하는 프로세스를 갖고 있습니다.

- 생리대 자투리 | 생산과정 중 발생. 플라스틱 팔레트, 정화조, 오수 배관으로 재활용
- 종이가루 | 분쇄과정 중 발생. 도로공사용 녹생토로 재활용
- 기저귀와 생리대 폐기물 | 품질 검사 시 발생. 압축해서 열원으로 재활용
- 허리밴드 사용 부직포 | 플라스틱 팔레트, 정화조, 오수 배관으로 재활용
- 부직포 | 공장 내 재활용 시설을 통해 원료로 재활용
- 화장지 공정상 생긴 슬러지 | 지렁이 먹이나 시멘트의 원료로 사용

포장재 - 재활용 의무이행 품목의 재활용 분리 배출 표시, 포장재 의무 재활용률 준수

생리대, 산업 위생용품 일부, 스킨케어의 일부 포장재는 생산자책임재활용제도³⁾ 의무 이행품목으로, 재활용 분리 배출 표시를 하고 있습니다. 또한 자발적으로 의무 대상 이외의 품목인 기저귀, 물티슈 등에도 확대해 분리 배출 표시를 하고 있습니다. 2008년 재활용 분담금은 약 5천 1백만 원으로 한국플라스틱자원순환협회에 납부하였습니다. 그리고, 생산자에게 제품 또는 포장재의 의무 재활용률을 부여한 법(2003.01)에 근거해 2008년에 생리대 포장재(394,603kg) 중 약 43.3%, 스킨케어 그린핑거와 산업위생용품 제품 용기(14,652kg)의 약 62.8%를 재활용했습니다.

폐기물부담금 제도의 이행

유한킴벌리는 1993년 이래로 기저귀 폐기물 부담금을 납부하고 있으며, 2008년에는 약 15억 원을 납부했습니다. 그리고, 개정된 자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률에 따라 최종생산자로서 2009년부터 모든 제품의 포장재에 사용하는 플라스틱의 폐기물 부담금으로 연간 약 7,800만 원(2008년 출고 제품 포장재 기준)을 납부할 예정입니다.

³⁾ 생산자책임재활용제도 : Extended Producer's Responsibility (EPR) 제품이나 포장재의 최종 생산자에게 폐기물에 대한 일정량의 재활용 의무를 부여하여 재활용하도록 한 것입니다. 미 이행 시는 재활용 소요 비용 이상을 생산자에게 부과합니다.



특별 보고

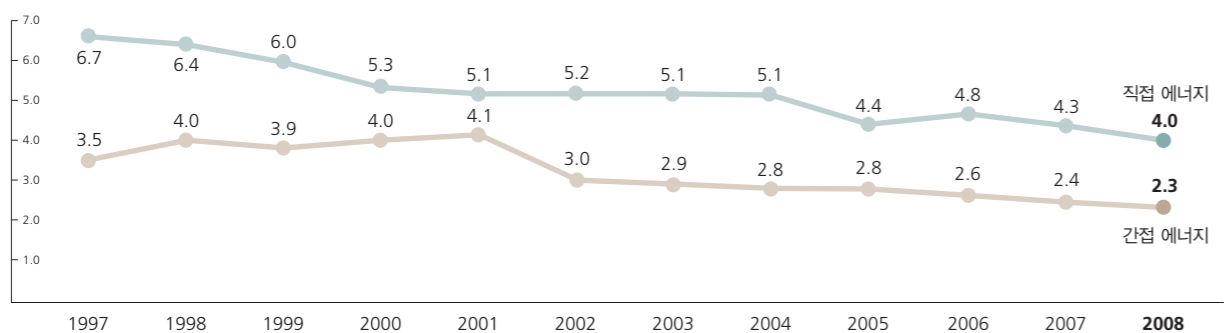
저탄소 녹색 성장을 위한 온실가스 저감 실천을 어떻게 하고 있나?

에너지 사용을 어떻게 감소시키나?

에너지 사용량 감소 노력

유한킴벌리가 사용하는 직접 에너지는 주로 화장지 생산에 소비되는 연료입니다. 김천공장은 2008년 노후된 보일러의 열 교환기를 교체해 에너지 효율을 향상시키는 한편, 보일러 순수 처리 설비인 역삼투 여과 설비를 추가 설치하여 에너지 사용량을 감소시켰습니다. 군포공장은 기존 형광등(20W)을 고효율 친환경 LED 조명(8W)으로 교체하여 연간 약 264만 원 절감하였습니다. 대전공장은 회사에서 최초로 태양광 조명 설비를 설치하여 신재생 에너지를 도입하였으며, 고효율 인버터 15대(총320KW)를 교체 설치해서 에너지 사용을 절감했습니다.

에너지 사용량 추세 (단위 : 10⁶BTU/제품 ton)



신재생에너지¹⁾ 사용

유한킴벌리는 2015년까지 전체 에너지 사용량 중 신재생에너지를 10%까지 증가시킬 것을 계획하고 있습니다. 대전공장에서는 2008년 5월 이후 태양광 에너지를 활용하여 공장의 일반 조명을 위한 전기 에너지를 발전·사용하고 있으며, 새로운 공장의 설립 및 김천공장에서도 적용하기 위하여 풍력, 태양열 그리고 지열을 이용한 신재생 에너지 분야의 관련 산업과 기술에 대해 지속적으로 모니터링하고 적용 가능성을 검토하고 있습니다.

¹⁾ 신재생에너지 : 기존의 화석연료를 변환시켜 이용하거나 햇빛, 물, 지열, 강수, 생물유기체 등을 포함하여 재생 가능한 에너지를 변환시켜 이용하는 에너지로서 태양열, 태양광, 바이오, 풍력, 수력, 지열, 해양, 폐기물, 연료전지, 석탄액화가스화, 수소에너지의 11개 분야입니다.

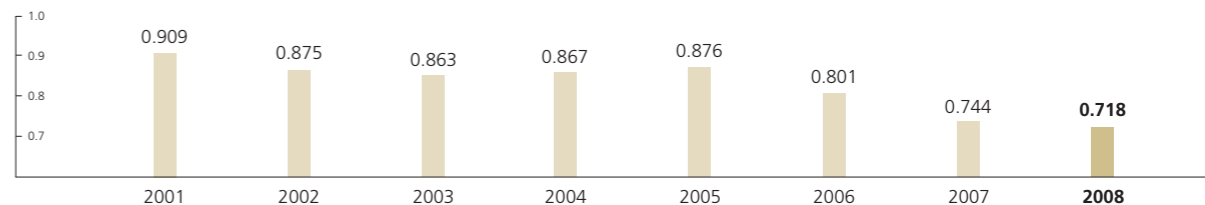
연도 별 유한킴벌리 온실가스 저감 활동 내역



온실가스 감축을 위한 노력

유한킴벌리의 주요 온실가스 직접 배출원은 제품 생산 시 연소되는 연료(LNG)이며, 간접 배출원은 외부로부터 구매해 오는 전기와 스팀입니다. 유한킴벌리는 2005년에 장기적 목표를 수립하고 제품 1톤 생산 시 발생하는 CO₂ 배출량을 10% 감축(2005년 대비)하겠다는 목표를 설정했습니다. 온실가스 감축을 위해 고효율 기기의 사용, 버려지던 열 공기의 재순환, 기존 연료의 청정 연료 교체, 사내 캠페인 등과 같은 노력을 지속해서 제품 1톤 생산 시 발생하는 CO₂ 배출량은 2008년에 약 18%(2005년 대비)를 감축했습니다. 반면 2008년 CO₂ 총 배출량은 전년 대비 약 5,300 톤 증가하였습니다. 이는 전체 생산량 증가에 따른 것으로 효율의 향상이 있어도 총량 발생을 감소하는 데는 한계가 있었습니다. 사업장 온실가스 배출량 산정 방법은 정부의 온실가스 산정 지침과 배출 계수를 사용한 것 입니다. 소각로와 수송 부문에서 발생하는 CO₂는 데이터의 신뢰성이 낮아 제외했으며 수송 부문은 2009년 인벤토리 구축 후 추가할 예정입니다.

원단위 CO₂ 발생량 (단위 : tCO₂-eq / 제품ton)



CO₂ 총 배출량 (단위 : 10³ tCO₂-eq / 년)

연도	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
배출량	160	175	170	163	167	157	156	161

단위 전력 사용량에 따른 TC(Ton C)의 배출계수 - 에너지경제연구원 2005년도 지정 계수 0.424 tCO₂(Ton CO₂)/MWh를 사용했습니다. 보고 기준 원단위 CO₂ 발생량은 생산량 단위를 영업보고서 기준으로 변경하여 산출하였습니다.

온실가스 저감 이니셔티브 및 성과 - 온실가스 배출 감축 사업 등록과 실천

유한킴벌리는 온실가스 감축을 위한 자발적 협약과 감축 실적 등록 등 정부 시범 사업(2004.01~현재, 에너지관리공단)에 적극적으로 참여하고 있습니다. 온실가스 배출 감축 사업 등록 이후 지속적으로 연간 500 CO₂톤 이상씩 감축 규모를 정해 관리하고 있습니다. 김천공장은 보일러연료교체사업(2006.11사업계획서 제출, 벙커A유 → LNG방식)과 초지 기계 버너연료교체 사업(2007.02 사업계획서 제출, 등유 → LNG방식)을 추진해서 2008년에 각각 정부 인증(지식경제부)을 받았습니다. 검증된 감축량은 13,338CO₂-eq이며, 정부의 온실가스 감축분에 대한 구매를 통해 약 6천 2백만 원의 판매 수익을 올려서 에코효율성 사례가 되었습니다. 김천공장은 2013년까지 5년간 온실가스 감축 사업 등록 효과를 정부로부터 매년 평가 받아 수익을 올릴 예정입니다.

* 자세한 내용은 2008년 보고서 131페이지 참고

온실가스 저감에 따른 경제성 조사

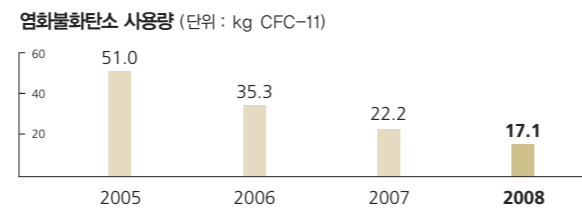
유한킴벌리는 고효율 모터로의 변경, 압축기 압력 적정화, 인버터·절전기 설치 등 사업장 별 온실가스 배출 저감을 위한 활동을 경제적 비용 절감 효과로 분석했습니다. 이를 통해 2008년 총 전력에너지 사용량을 약 6,587,000 kWh 절감(약 4.3%)하였으며, 약 4.0억 원¹⁾의 전력 비용 절감 효과를 얻었습니다.

2008 온실가스 저감 전략 주요 실천 내용

온실가스 저감 전략	실천과 실적
에너지 저소비 산업 확대	<ul style="list-style-type: none"> 에너지 저소비 산업인 디지털날염사업을 통한 사용량 감축
에너지 이용 효율 향상	<ul style="list-style-type: none"> 고효율 LED 조명 사용 여과집진설비 열 공기 실내 재순환 배출장치 개선 통한 에너지 절감 집진장치 에너지 효율 개선 스티핑 응축수 회수 절전기 사용 등 고효율 기기(송풍기, 모터, 조명기기) 구매와 사용 생산공정 내 실내 공기 생산공정 내 습증기 초지기 유입 장치 및 노후 전기 설비 교체 공조기 인버터 설치
청정 연료 사용	<ul style="list-style-type: none"> 저탄소 연료 사용 : 온실가스 발생량 감축 약 13,338tCO₂-eq /년
공익적 차원의 캠페인 추진	<ul style="list-style-type: none"> 차량 카풀제, 승용차 요일제, 자전거 출 퇴근제 시행 대전공장 기후변화 포스터 전시회 나무심기와 숲 조성 통해 온실가스 제거 추진 : 우리강산 푸르게 푸르게 조성 그루수(1,058,500)

오존파괴물질 사용

오존파괴 물질 사용의 감소를 위해 노력해 온 결과, 매년 사용량이 줄어 들었으며, 2008년에는 냉매 17.1kg(염화불화탄소-11 환산 값)을 구매해 사용하였습니다.

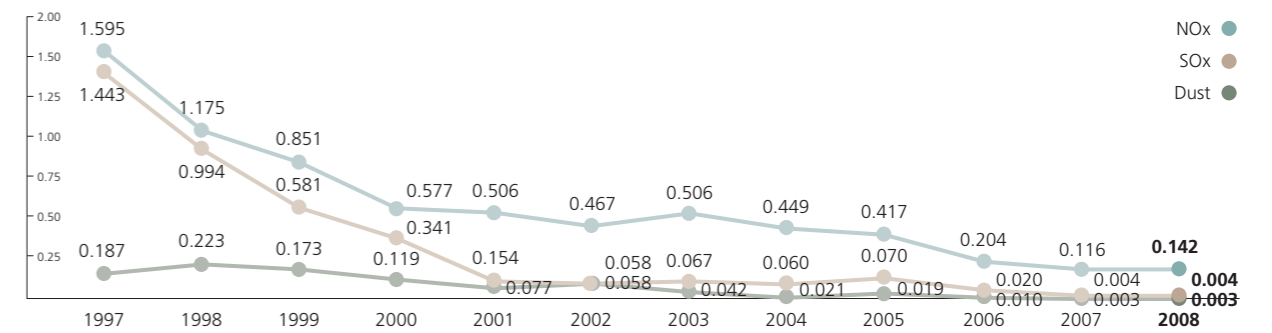


주요 대기오염물질 배출량 감소 노력

유한킴벌리는 제품 생산 시 배출되는 대기오염물질들을 감소시켜 왔으나 2008년에는 대기오염물질(NOx)의 배출이 소량 증가하였습니다. 이유는 소각로뿐만 아니라 미용지를 제조하기 위한 보일러 가동 시 일부 보일러에서 NOx의 배출농도가 증가하였으며, 미용지의 생산량도 증가하여 총량이 증가되었기 때문입니다.

¹⁾ 전력 비용 환산 기준 : 이 금액은 사업장의 평균 전력에너지 사용단가를 사용하여 비용으로 환산했을 경우입니다.

주요 대기오염물질 배출량 (단위 : kg / 제품ton)



친환경적인 생산 솔루션 - 디지털날염 통한 사용량 감축

유한킴벌리 디지털날염프린팅사업은 친환경적 섬유·패션 산업의 생산 솔루션이자 온실가스 배출량 감축에 효과적입니다. 전과정평가 결과를 보면 기존 날염 대비 온실가스 배출량을 약 1/75로 줄일 수 있으며, 수계독성 부분을 1/5로, 산성화를 1/125로 줄이는 효과를 보여주고 있습니다. 본 평가에서 HFCs, PFCs, SF₆의 발생량은 미비해 기재하지 않았습니다. 참고로 본 사업은 2001년부터 시작되었습니다.

1회 시험 생산 시 발생하는 온실가스 양 비교

가스	비교	디지털 날염		기존 날염	
		발생량(g)	CO ₂ eq.	발생량(g)	CO ₂ eq.
CO ₂		748	748	58600	58600
CH ₄		0.819	17.199	27.4	575.4
N ₂ O		0.0734	22.754	0.137	42.47
총계			788		59,218

출처 : 디지털날염 전과정평가 자료(2002), 보다 자세한 내용은 2008 지속가능성보고서 129페이지 참고

기후변화가 유한킴벌리에 미치는 영향

유한킴벌리와 관련된 기후변화로 인한 사업 활동의 위험으로는 기상변화로 인한 풍수해, 높은 기온으로 인한 질병의 발생 등이 있습니다. 사업적 기회로는 새로운 기술이나 제품을 요구하는 시장의 확대, 에너지 효율을 극대화 노력으로 생긴 경쟁력의 확보 등이 있습니다. 재무적 영향으로는 보험료의 인상, 배출권의 확보와 판매를 통한 영향 등이 있을 수 있습니다. 이러한 영향을 정량화하는데 필요한 기준과 결과를 정리하기 위해 노력하고 있습니다.

기후변화에 따른 사업 활동의 위험과 기회



- 기후변화 관련 법적 규제 준수 위한 비용 증가
- 기온 상승에 의한 벌레 등의 제품 혼입
- 비용 규제(탄소세)에 의한 원가의 상승
- 온실가스 배출 제품의 사회적 감시 및 압력
- 이해관계자의 기대 수준에 부합하지 못할 경우 사회적 평판 하락 등



- 위생용품 관련 새로운 시장 탄생
- 위생용품의 요구 증대
- 에너지 효율 증대에 의한 경쟁력 제고
- 온실가스 배출 규제 및 거래에 의한 추가 이익
- 저탄소 제품을 통한 시장 확보 및 장비 활용 등

운송효율 극대화로 온실가스 배출량 전년 대비 6.7% 감소

유한킴벌리의 물류 과정 중 환경부하가 가장 큰 부문은 운송 부문입니다. 운송 구간의 최적화로 공차율을 감소시키고, 적재 효율 향상과 차량 대형화로 운송 효율을 극대화시킨 결과 온실가스 배출량이 전년 대비 약 6.7% 감축되었습니다. 이러한 배출량은 제품을 이송과 판매 시 사용되는 에너지로서 온실가스 배출량¹⁾으로 산정하여 관리하고 있습니다. 2009년에는 물류대행업체를 포함하여 전 물류 부문의 온실가스 인벤토리 구축을 통하여 포스트 코토의정서 시대를 대비해 물류 비전과 목표, 프로그램을 제시할 예정입니다.

대량 물량의 통합배송으로 효율 향상 및 온실가스 감축

유한킴벌리는 2008년에 새로 신축한 메트로허브센터를 통해 주요 고객사인 이마트, 테스코, 롯데마트 등의 대량 물량들을 통합 배송해서 운송 효율 향상과 온실가스 감축에 기여했습니다.

지속적인 환경물류의 목표와 활동 관리

유한킴벌리는 물류부문의 환경 영향 감소와 지속가능성의 실천을 위해 2009년 1월에 녹색 협업, 녹색 역량 강화, 녹색 파트너십 구축과 같은 분야의 활동을 강화하는 계획을 수립하였으며, 지속적으로 노력해 나갈 예정입니다.

 환경물류의 목표와 활동은 웹 사이트 (www.yuhan-kimberly.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

세계 사내 재활용 전시회를 통한 자각과 실천



유한킴벌리 대전공장에서는 6월 5일 환경의 날을 맞아 2008년부터 '재활용전시회'를 개최하고 있습니다. 이는 대전공장을 포함한 생산 공장에서 발생한 폐기물을 재구성해 사용가능한 작품으로 만들어 보는 기회로 환경과 자원의 소중함을 인식하고 일상 생활에서 실천하는 경험을 나누었습니다(2008년 출품작 총 9개).

- 1. 일회용 종이컵 탑** - 안전환경부 이승필 과장
매일 사업장에서 약 800개의 종이컵이 발생됩니다. 종이컵은 내부의 코팅만 벗겨 내면 그 자체가 고급 펄프이며, 종이컵 한 개로 A4 용지 한장을 만들 수 있다고 합니다. 머그잔 사용을 장려하는 작품입니다. 약 800개의 종이컵을 회수 해 물로 씻어 말린 후 전시하였습니다.
- 2. 이면지로 만든 메모지** - 안전환경부 이승필 과장
사업장에서 발생하는 이면지를 절단, 접착하여 만든 작품입니다. 겉표지는 폐 대봉투를 활용하였습니다.
- 3. 신문지로 만든 연필** - 그린디자인 외부 작가작품
폐 신문지로 말아 만든 종이 연필입니다. 케이스는 재생 종이에 공기를 인크로 인쇄하고 접착제를 사용하지 않았습니다.

¹⁾ 운송차량 온실가스 산정 방식 : 연간 경유사용량(kl/년)을 기준으로 국제에너지기구(IEA) 석유 환산톤과 기후변화에 관한 정부간 패널(IPCC) 배출계수를 사용하였습니다. 물류 창고 건물은 연간 전력 사용량(kWh/년) 및 난방용 경유 사용량을 기준으로 산정하였습니다.

우리강산푸르게푸르게 광고 STOP CO₂ 캠페인

유한킴벌리는 공익적인 차원에서 우리강산푸르게푸르게 캠페인의 일환으로 2008년에 지구온난화로 인한 생태계의 변화를 다루는 시리즈 기업광고를 제작했습니다.

광고를 통해 명태 어획량과 벌꿀수확량 감소, 들신선나비가 발견되지 않는 현상 등 실생활에 영향을 주는 지구온난화를 설명하고 해결책으로 CO₂를 줄이기 위한 기업, 정부, 국민의 공동노력이 필요하고 구체적인 실천으로 나무를 심고 숲을 가꾸어야 함을 이야기했습니다. 한편, 우리강산푸르게푸르게 캠페인(1984~2008)을 통해 나무심기와 숲 조성에 노력해서 연간 총 3,600만 그루의 나무를 심고 가꾸었습니다. 이를 통해 온실가스 저감에 기여해 오고 있습니다.

김천공장과 김천시청의 고지수거 공동캠페인

유한킴벌리 김천공장은 김천시청과 함께 2008년 8월 22일부터 김천시 관 내에서 폐기되는 종이폐기물을 모아 고지로 사용하는 캠페인을 진행했습니다. 이러한 협력을 통해 쉽게 낭비될 수 있는 자원을 재활용하고, 수입에 의존해야 하는 고지를 내수에서 충당할 수 있는 계기를 만들었습니다. 매월 셋째 주는 김천시 산하 읍·면·동을 돌며 폐지를 수거하게 되며 둘째, 넷째 주에는 김천 시청을 돌며 수거하고 있습니다.

대전공장 직원들의 자전거 타기 캠페인과 자전거 무상수리 시행

유한킴벌리 대전공장 직원들은 생활 속에서 자발적으로 차량 카풀제(1998), 자전거 캠페인(2005), 승용차 요일제(2007) 캠페인을 실천하고 있습니다. 이를 통해 2008년 절약된 거리는 133,862km입니다. 참고로 2008년 대전공장 직원들은 60,000km를 자전거로 출퇴근 기록을 갖고 있습니다. 이는 월평균 자전거 출퇴근거리가 1인당 11km에 달합니다. 그리고 공장 차원에서는 환경보호와 에너지 절감을 위해 자전거 출퇴근 직원들을 대상으로 자전거를 무상으로 점검해주었습니다(2008.07.29 ~ 30).

이러한 노력으로 대전공장은 2009년 1월 30일에 주주사 중의 하나인 김벌리클라크 글로벌 스킵 브랜드 팀으로부터 자전거 출퇴근 캠페인의 2008년 최우수기록 보유 팀으로 선정되어 최우수 트로피를 받았습니다. 이 기록은 전 세계의 사업장에서 자전거 출퇴근 인원 수와 이용시간 등을 측정한 결과입니다.

2008년 STOP CO₂ 캠페인 '명태의 숲' 편 신문광고



광고내용 "예전엔 그물이 찢어져라 잡았는데, 작년엔 한 마리도 못 잡았어!" 어느 명태잡이 어부의 말처럼 12만톤의 명태 어획량을 기록하던 대한민국이 작년엔 0톤을 기록했습니다. CO₂로 인한 지구온난화가 내 이웃의 삶을 바꾸고 있는 것입니다. 하지만 사라져가는 명태를 다시 돌아오게 하는 길은 있습니다. 바로 우리의 손으로 나무를 심고 숲을 가꾸는 것입니다.

사내 에너지 절감과 환경보호를 위한 캠페인

유한킴벌리는 에너지 절약을 실천하기 위해 하절기 근무 복장으로 남자직원들에게 넥타이를 매지 않는 쿨비즈니스 캐주얼 차림을 권장하고 있습니다. 또한 2008년 7월부터 에너지 절감과 환경보호를 위한 실천 방안을 전 직원들에게 안내하고, 실천을 독려하고 있습니다. 그 주요 내용은 다음과 같습니다.

- 점심시간 및 퇴근 시에는 사용하지 않는 조명 끄기
- 사용하지 않는 회의실의 조명 및 냉방기 끄기, 퇴근시 컴퓨터 끄기
- 가까운 층 이동 시에는 엘리베이터 이용 자제
- 가급적 종이컵 대신 개인용 컵 사용 권장
- 원본을 요하지 않는 문서는 팩스로 보내거나 PDF파일로 변환하여 메일로 송부

사례 지구 온난화 방지 위한 러브그린캠페인 최초 참가

유한킴벌리 최지은·김성섭 사우 부부



유한킴벌리는 사원과 사원가족을 대상으로 지구 온난화 방지를 위한 친환경예식문화 정착을 유도하는 러브그린캠페인을 2008년 10월 21일 시작했으며, 11월 1일에 러브그린 커플로 최지은·김성섭 사우 부부가 탄생했습니다. 러브그린캠페인은 결혼을 하는 커플들이 결혼식으로 인해 발생하는 CO₂의 양을 환산하여 나무 심는 활동에 참여함으로써 탄소 중립을 지향하는 운동입니다. 참여를 원하시는 분은 생명나무국민운동(www.forest.or.kr)으로 연락하시면 됩니다.

06 Appendix

검증 결과 보고 중대성, 완전성, 대응성 항목을 잘 충족하고 있나?

제3자 검증 보고서 | GUIDELINE INDEX | 준법 현황 | 추가 보고서 정보 | 2009 지속가능성 보고 조직 | 독자의견 설문지



제 3자 검증보고서

‘유한킴벌리 2009 지속가능성보고서’ 경영진 귀중 산업정책연구원(이하 ‘검증인’)은 ‘제 3자 검증기관’으로 ‘유한킴벌리 2009 지속가능성보고서(이하 ‘보고서’)에 대한 검증을 요청 받아 다음과 같이 검증의견을 제시하고자 합니다. 본 보고서에 포함된 지속경영 목표 설정, 성과관리, 정보의 수집, 보고서 작성 및 보고서에 포함된 정보 및 주장에 대한 책임은 유한킴벌리에 있습니다.

검증기관 독립성 Independence

- 본 검증인은 보고서에 대한 의견 제시 외 보고서 내 주요내용의 작성에 참여하지 않았으며, 독립성과 자율성을 지니고 검증 작업을 수행하였습니다.
- 검증인은 유한킴벌리와 영리를 목적으로 하는 이해관계를 맺고 있지 않습니다.
- 외부의 압력이나 간섭 없이 검증을 수행하였으며 본 의견서에는 검증인의 의견이 정확히 반영되었습니다.

목적 Objective

- 본 검증보고서의 목적은 다음과 같습니다.
- 보고서 내 정보 및 주장이 중대한 오류나 편견을 담고 있는지 여부 확인
 - 정보수집 시스템의 작동여부
 - 지속경영이슈의 도출 및 보고 프로세스 검토
 - 보고서 품질 향상을 위한 의견제시

검증기준 Criteria

- 검증 작업은 이하 기준에 의거하여 진행되었습니다.
- AA1000Assurance Standard(2003)²⁾ 검증기준의 중대성, 완전성, 대응성 원칙
 - BEST 가이드라인³⁾
 - GRI 가이드라인 G3 버전⁴⁾

검증범위 및 방법 Scope and Work Undertaken

- 본 검증인은 다음과 같은 과정을 통해서 (1) 보고내용의 중대성, 완전성, 대응성 준수 정도 (2) GRI/BEST 지속경영보고서 작성 가이드라인 지표 충족수준을 확인하였습니다.
- 유한킴벌리의 언론보도내용 검토
 - 보고서 정보 및 정보 수집 시스템에 대한 검토 (사내 지속경영조직, 시스템, 수행활동)
 - 데이터 샘플링 및 설문조사결과 분석
 - 보고내용의 근거자료 요청 및 검토
 - 중대이슈에 대한 대응시스템
 - 보고서에 수록된 재무정보와 감사보고서의 일치 여부 검토

- 각 영역 별 성과 책임자를 대상으로 한 인터뷰
- 본사 및 군포공장 방문을 통한 현장실사

제한사항 Limitations

- 본 검증의 범위는 각 성과 영역 담당자, 성과 정보 취합 담당자를 대상으로 한 인터뷰 및 데이터의 정확성과 신뢰성에 대한 검토입니다.
- 3개 생산공장 가운데 1곳(군포 사업장)에 대한 현장검증이 이루어졌습니다.

검증의견 Conclusions

검증보고서에 설명된 검증인의 수행업무와 제시된 평가기준에 근거하여 본 검증인은 보고서에 실린 보고내용에 중대한 오류나 편견이 담겨있지 않다고 판단하였습니다. 주요 검증결과는 본 보고서를 통해 제시하며 세부 검증결과 및 권고사항은 유한킴벌리에 제출하였습니다.

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

검증인은 본 보고서가 유한킴벌리와 이해관계자에게 중요한 정보를 포함하고 있다고 판단합니다. 유한킴벌리는 사내정책, 관련 규범 및 법률, 이해관계자 의견조사, 동종업계 벤치마킹, 언론보도내용 검토를 통해 기업 내 외부 이해관계자에게 중요한 이슈를 도출하였습니다. 특히 다음과 같은 사항을 높이 평가 합니다.

- 장수기업의 요건, 지속경영에 대한 인식도 조사 등 다양한 이해관계자 조사를 실시하여 이해관계자들이 중요하게 생각하는 이슈를 면밀히 분석한 점
- 전년도 보고서에 대한 검증에서 제안되었던 중대이슈 우선보고를 충실히 반영한 점

다만 향후에는 이해관계자의 관심도, 각 이해관계자에게 미치는 영향, 위험도를 고려하여 ‘중대이슈’에 대한 보다 정교한 분석을 실시하고 중대성 평가 프로세스에 대한 보다 상세한 보고가 이루어졌으면 합니다.

• 완전성(Completeness) : 본 보고서에 수록된 정보가 신뢰할 수 있고, 이를 뒷받침하는 수집 시스템이 완전하고 타당한가?

검증인은 본 보고서에 제시된 데이터에 중대한 오류가 없으며 신뢰할 수 있다고 판단합니다. 검증인은 유한킴벌리가 재무회계, 윤리경영, 안전과 보건, 임직원 교육, 협력업체 선정, 사회공헌, 환경경영 관련 성과데이터를 체계적으로 수집하고 관리하고 있음을 확인하였습니다. 특히 다음과 같은 사항을 높이 평가 합니다.

- 중대이슈 별 데이터 담당 책임자를 파악하고 있는 점
- 사내 인트라넷을 통해 성과정보를 체계적, 지속적으로 관리하고 있으며 투명하게 공개하고 있는 점

다만 향후에는 각 영역 별, 사업장 별 데이터를 통합하여 수집, 관리할 수 있는 방안을 마련하고 다양한 공시자료 및 성과의 근거가 되는 정보를 연계하여 정보의 신뢰성 수준을 높일 것을 권고합니다.

• 대응성(Responsiveness) : 본 보고서는 이해관계자의 요구와 관심을 반영하고자 하는 노력을 보고하고 있는가?

본 검증인은 유한킴벌리가 이해관계자와의 의사소통이 지속경영에 중요한 요소임을 인식하고 있으며 이해관계자의 의견을 수렴하고 있음을 확인하였습니다. 특히 다음과 같은 사항을 높이 평가 합니다.

- 이해관계자 별로 의사소통채널을 개발하여 의견을 청취하고 있는 점
- 임직원, 협력회사, 지역사회, 고객 등 주요 이해관계자를 대상으로 설문조사를 실시하였으며 전문가의견을 청취하고 있는 점

다만 향후에는 의사소통채널 운영 성과, 즉 이해관계자와 실제 커뮤니케이션 내용에 대한 보고를 강화하고 이해관계자가 제시한 의견에 대한 기업의 구체적인 대응책을 제시하였으면 합니다.

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

유한킴벌리 지속가능성보고서 지표 충족률 추이 (단위 : %)

보고서 발간연도	2006	2007	2008	2009
5단계 충족률	90.8	98.6	98.6	99.3

* 검토 결과를 동일하게 5단계로 환산한 충족률임

부가의견 Recommendations

본 검증인은 유한킴벌리 2009 지속가능성보고서가 전년도 보고서에 비하여 (1)중대이슈를 우선적으로 보고하여 보고 내용과 중대이슈간의 연계성을 높이고 (2)지속가능성 노력 BEST 5를 통해 기업의 지속경영성과를 보다 설득력 있게 제시하였으며 (3)경영진 좌담회, 지속경영조직의 제시를 통해 전사적인 지속경영추진의지를 천명한 점을 높이 평가합니다. 향후 발간될 보고서에서는 다음과 같은 사항을 고려할 것을 권고합니다.

- 지속경영 추진 로드맵 제시
- 구축된 시스템의 실제 활용 사례와 개선점 보고 강화
- 이해관계자와의 상호관계, 이해관계자를 설득하고 지지를 얻기 위한 방안에 대한 보다 적극적인 보고
- 추가정보를 얻을 수 있는 다양한 매체 (감사보고서, 사업보고서, 홈페이지, 뉴스레터, 사보, 전년도 보고서 등)를 연계하고 해당 매체에 접근할 수 있는 경로를 명시함으로써 정보의 신뢰성을 강화하는 동시에 기업의 다양한 보고매체들이 적극적으로 활용될 수 있게 함

본 검증보고서 및 별도로 제출된 권고서한을 바탕으로 유한킴벌리가 보다 체계화된 지속경영 및 보고서 발행 시스템을 수립하고 개선해 나갈 것을 권고합니다.



2009년 7월 17일
서울대학교 경영대학 교수

조동성

¹⁾ 산업정책연구원(IPS : The Institute for Industrial Policy Studies) : 산업정책연구원은 1993년 설립되어 2002년부터 윤리경영, 사회책임경영, 지속경영 관련 분야에서 경험을 쌓은 전문가이며, 검증위원단 검증위원단은 경영전략, 회계, 환경 등 전공자로서 국내 주요대학 교수진 및 지속경영전문 및 검증에서 경험을 쌓고 전문교육을 이수한 전문가로 구성되었습니다.

²⁾ AA1000AS(Assurance Standard) : 영국에 소재한 사회책임경영 관련 비영리기관인 AccountAbility에서 1999년에 사회적, 윤리적인 회계, 감사, 보고에서의 질을 향상하여 조직 전반적인 성과와 책임성을 증진시키고자 개발된 지속경영보고서 검증기준입니다.

³⁾ BEST 가이드라인(BEST Sustainability Reporting Guidelines) : 국내 기업의 지속경영보고서 확산을 목적으로 윤경SM포럼이 지식경제부, 산업정책연구원, 대한상공회의소와 함께 공동으로 제작한 지속경영보고서 작성 및 검증에 관한 가이드라인으로 보고수준을 5단계로 파악할 수 있습니다.

⁴⁾ GRI 가이드라인 G3 버전 : 1997년 국제 환경단체연합인 환경책임경제연합(CERES)과 유엔환경계획(UNEP)이 합작하여 제정한 지속경영보고서 작성가이드라인으로 2006년 10월 세 번째 개정판 G3 발표하였습니다.

BEST GUIDELINE INDEX

유한킴벌리 2009 지속가능성보고서는 GRI 가이드라인(G3)과 BEST 가이드라인을 기준으로 작성하였습니다. 본 보고서에 적용된 BEST 가이드라인은 미래포럼의 미래기업지표를 100% 수렴한 BEST 가이드라인 버전 2.0입니다. 2008년 추가된 신규지표인 CO10, EM33, GR14 는 유한킴벌리가 기업회원으로 참여하고 있는 미래포럼이 지속가능성을 확보하는데 꼭 필요한 미래기업의 지표로 선정한 항목들입니다. 이 인덱스는 본 보고서의 보고여부를 안내하여주는 역할을 할 것입니다.

가. 보고서 개요

기업현황 소개

● 보고 ● 부분보고 ○ 미보고 ◇ 해당없음

BEST	GRI	충족여부	지표 내용	해당 페이지
A_1	1.1	●	지속 가능 경영에 대한 비전과 이에 대한 CEO 성명서	18~22
A_2	1.2	●	주요 위험 및 기회요소	20, 34~38
A_3	2.1	●	기업명	Cover, 17
A_4	2.2	●	주요 제품과 서비스	26~27
A_5	2.3	●	주요 부서 조직도 및 자회사, 제휴사 등의 현황	25
A_6	3.8	●	합자회사, 일부 소유 자회사, 임대설비, 외주운영 등의 현황	62
A_7	2.4, 2.5	◇	해외 사업장 현황	-
A_8	2.6	●	조직의 법적 소유구조의 성격	62
A_9	2.7	●	활동 시장의 성격	20,34~38
A_10	2.8	●	조직 규모	17,23
A_11	4.13	●	국내외 산업 및 비즈니스 협회 가입현황	홈페이지 공시

보고서내용

B_1	3.6	●	보고범위	5
B_2	3.7	●	보고서 범위 제한 요소	5
B_3	3.1	●	보고기간	5
B_4	3.5	●	경제적·사회적·환경적 성과의 비용과 효과 산출 기준과 정의	7
B_5	3.11	●	경제적·환경적·사회적 성과의 측정방법의 변화	5, 7
B_6	3.3	●	보고주기	5
B_7	3.13	●	보고서 신뢰성 향상을 위한 노력	5, 부록
B_8	2.9, 3.2	●	이전 보고서 이후 변동사항	5
B_9	3.4	●	보고서 담당자 연락처	5
B_10	3.12	●	BEST 매트릭스	5, 부록

이해관계자 참여

C_1	4.14, 4.15	●	주요 이해관계자의 파악기준 및 선정	23
C_2	4.14, 4.16, SO1	●	이해관계자 참여 방식	23
C_3	4.17	●	이해관계자 참여 결과 및 사용	6, 8, 9

지속경영

D_1	-	●	경제적·사회적·환경적 목표	40, 58~61, 104
D_2	-	●	경제적·사회적·환경적 성과	10,40,58~61,104
D_3	-	●	향후 지속경영 전략 및 목표	40, 58~61, 104

나. 경제성과

경제

● 보고 ● 부분보고 ○ 미보고 ◇ 해당없음

BEST	GRI	충족여부	지표 내용	해당 페이지
EC1	EC1	●	생성 및 분배된 경제적 가치 창출 및 분배	44
EC2	EC2	●	기후변화에 따른 경제적 영향	37~38, 119
EC3	EC3	●	조직의 정액연금제도 약정의 보상범위	45
EC4	EC6, EC7	●	주요 사업지역에서 인력 수급 및 조달	44
EC5	EC4	●	정부 수취 보조금	44
EC6	EC8	●	비핵심사업 인프라 구축	13~16, 80~81
EC7	EC9	●	간접적 경제효과	24, 44
EC8	-	●	브랜드 가치	27
EC9	-	●	혁신경영 성과	46~51
EC10	-	●	창조경영 성과	52~56
EC_DMA	DMA	●	경영방식공시 경제	40

다. 사회성과

지배구조 및 리스크관리

GR1	4.1, 4.2	●	기업지배구조	62
GR2	4.3	●	사외이사 비율	62
GR3	4.2	●	이사회 구성현황	62
GR4	4.7	●	이사회 의 전문성을 나타내는 프로세스	62
GR5	4.9	●	이사회 의 경제적·사회적·환경적 성과관리 및 평가 프로세스	62
GR6	4.10	●	경제·사회·환경 정책을 수립, 실행, 감독하는 조직구조	25, 62
GR7	4.5	●	임원 보상과 조직의 경제적, 사회적, 환경적 성과와의 연계	62
GR8	-	●	이사회 활동내용 및 결정사항	62~63
GR9	-	●	기업지배구조 관련 법규 준수현황	62
GR10	4.8, 4.12	●	기업에서 사용하는 경제·사회·환경 활동에 관련된 헌장	홈페이지 공시
GR11	4.11	●	기업의 사전예방원칙 준수 여부	31
GR12	4.4	●	주주의 이사회 권고안 및 제안 제출방법	23
GR13	4.6	●	조직 최상위기구의 이해 충돌 방지 프로세스	62
GR14	-	●	투자 및 협력구축에 있어서 사회적 영향을 고려하는 정책 및 제도	46~47,50~51

종업원

EM1	LA1	●	종업원 현황	64
EM2	LA13	●	종업원과 경영진의 구성현황	64
EM3	LA14	○	남녀 종업원 평균 임금	-
EM4	EC5	●	사업지역, 동종산업과 비교한 임금 및 복리수준	68, 71, 72
EM5	LA2	●	고용창출률 및 이직률	64
EM6	-	●	평균근속연수	64
EM7	HR4	●	차별관행 예방정책 및 모니터링 결과	72
EM8	HR5	●	결사자유정책	72
EM9	HR6	●	아동노동금지 정책 및 모니터링 결과	33, 72
EM10	HR7	●	강제노동금지 정책 및 모니터링 결과	33, 72
EM11	-	●	노동조합 관련 조직개요	75
EM12	LA4	●	노동조합 종업원 가입조항 및 가입 종업원 현황	75
EM13	LA5	●	기업의 운영 변화 시 종업원에 대한 정보 제공, 협의 등에 대한 정책 및 프로세스	75
EM14	LA6	●	안전보건 위원회에 대한 설명	66
EM15	LA9	●	산업안전보건에 관련된 노사협의 사항	66
EM16	-	●	종업원에 관련된 국제 규범 및 표준 준수현황	66

종업원

● 보고 ○ 부분보고 ◊ 미보고 ◇ 해당없음

BEST	GRI	충족여부	지표 내용	해당 페이지
EM17	LA14	●	ILO협약 중 산업안전보건관리 항목에 대한 준수현황	66
EM18	LA8	●	질병예방 및 건강증진 정책과 프로그램	66~67
EM19	LA7	●	부상 및 질병발생 종업원 수와 결근율	65
EM20	LA3	●	종업원 복리후생제도	68~71
EM21	-	●	종업원의 근로환경 개선을 위한 노력	68~71
EM22	-	●	종업원 관련 법규 준수 현황	62, 72
EM23	-	●	부당노동행위 제보 프로세스 및 운영현황	75
EM24	-	●	노동쟁의 현황	75
EM25	-	●	윤리경영 전담부서, 투자규모, 보고라인	29
EM26	-	●	윤리경영에 대한 정기적인 교육 및 지침제공	29
EM27	LA10	●	종업원 교육훈련 평균시간	73
EM28	LA11	●	종업원 교육훈련 프로그램	73
EM29	LA12	●	성과 및 경력개발 관련 종업원 상담제도 운영	74
EM30	HR3	●	인권관련 교육을 받은 종업원의 비율	72
EM31	HR8	●	인권관련 교육을 받은 경비, 경호, 보안을 담당하는 종업원의 비율	72
EM32	-	●	임직원의 가족친화경영을 위한 정책과 지원제도	71
EM33	-	○	여성 리더십 개발	64, 72
EM34	-	●	여성 친화적 업무환경 조성	71
EM_DMA1	-	●	경영방식공시_ 인권	25
EM_DMA1	-	●	경영방식공시_ 노동	58

협력업체

PN1	-	●	협력업체의 특성 및 지속경영 이슈	59, 77
PN2	HR1	●	협력업체 선정요인 중 사회적, 환경적 성과에 대한 고려	78~79
PN3	HR2	●	협력업체의 사회적·환경적 성과에 대한 평가 프로세스	78~79
PN4	-	●	협력업체의 사회적·환경적 성과에 대한 지원 및 감사 프로세스	79~80
PN5	-	●	협력업체 불만처리 제도 및 처리결과	81

소비자

CS1	-	●	제품 및 소비자의 특성 및 지속경영 이슈	60, 83~84
CS2	-	●	소비자 관련 법규 준수 현황	85
CS3	SO7	●	공정경쟁, 독점금지과 관련된 정책 및 관리	29
CS4	PR1	●	제품 및 서비스 수명주기 동안 소비자 안전보건을 위한 정책 및 관리	14, 84~85
CS5	PR3	●	제품정보 제공 관련 정책 및 관리	85
CS6	-	●	소비자의 주요 의견 및 반영 결과	90
CS7	-	●	사회적·환경적 이슈를 고려하여 혁신한 제품과 서비스	46~47, 55
CS8	-	●	제품영향을 감소하기 위한 노력	14~15, 84~85
CS9	PR5	●	소비자 만족 관련 정책 및 관리	88~89
CS10	-	●	자발적 또는 비자발적 제품철회 사례 및 이유 설명	85
CS11	PR2	●	소비자 안전보건 관련 법규위반 및 민원 사례	86
CS12	PR4, PR9	●	제품정보 제공 관련 법규위반 사례	85
CS13	PR6	●	광고에 관련된 표준과 자발적 강령준수 현황	85
CS14	PR7	●	광고와 마케팅 관련 법규위반 사례	85
CS15	PR8	●	소비자 사생활 침해와 관련된 불만사항	87
CS_DMA	-	●	경영방식공시_ 제품책임	60

지역사회

CO1	SO1	●	활동하는 지역사회의 특성 및 지속경영 이슈	61, 91
CO2	HR9, SO1	●	활동하는 지역사회의 요구사항을 처리하는 내부 정책, 절차	91
CO3	-	●	지역사회 프로그램을 위한 사내 구성원 투입시간 및 투입비용	101

● 보고 ○ 부분보고 ◊ 미보고 ◇ 해당없음

BEST	GRI	충족여부	지표 내용	해당 페이지
CO4	-	●	지역사회 프로그램의 성과	61
CO5	SO2, SO3, SO4	●	뇌물 및 부패에 관련된 정책 및 관리	33
CO6	SO5	●	정치적 로비와 헌금에 관련된 정책 및 관리	30
CO7	SO6	●	정당 및 정당후원기관에 대한 기부금	30
CO8	2.10	●	사회성과와 관련한 수상실적	21, 24, 27
CO9	SO8	●	법규 위반으로 인한 제재현황	84~86, 111, 부록
CO10	-	○	여성, 아동, 노령자를 위한 사회공헌 정책 및 성과	97~98
CO_DMA	-	●	경영방식공시_사회	61

라. 환경성과

환경정책 및 투자

EV1	EN30	●	환경관련 투자 및 비용	106
EV2	-	●	환경영향감소를 위한 정책	110~111
EV3	-	●	정량화된 환경목표 및 성과	106
EV4	EN18	●	온실가스 저감 이니셔티브 및 성과	117~118
EV5	EN5, EN6, EN7	●	재생가능한 에너지원 사용현황 및 에너지 효율향상을 위한 이니셔티브	116
EV6	EN14	●	천연생태계의 보호 및 복구 위한 목표와 프로그램	93~96

원재료 및 에너지 사용

EV7	EN3	●	직접 에너지 사용량(운영, 제품생산, 운송 포함)	105, 116
EV8	EN4	●	간접 에너지 사용량	105, 116
EV9	EN8	●	총 수자원 사용량	105, 114
EV10	EN1	●	물을 제외한 형태별 총 원자재 사용량	114
EV11	EN2	●	재생원료 사용비율	114~115

환경영향

EV12	EN16	●	온실가스 배출량	117
EV13	EN17	●	간접 온실가스(CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFCs, PFCs, SF ₆)배출량	120
EV14	EN19	●	오존파괴물질 배출량	118
EV15	EN20	●	NOx, SOx등 주요 대기오염물질 배출량	105, 119
EV16	EN22	●	형태별, 최종 처리방법별 폐기물의 양	115
EV17	EN21	●	수계 폐기량	105
EV18	EN10	●	물의 재활용과 재사용	105, 114
EV19	EN25	●	조직이 방출한 폐수가 수역 및 생태계에 미치는 영향	112
EV20	EN9	●	조직의 취수가 수자원 안정성 및 생물다양성에 미치는 영향	112
EV21	EN23	●	화학물질, 기름, 연료누출로 주변 환경에 미친 영향	112
EV22	EN11, EN12	●	생물다양성 가치가 높은 지역의 사업장 위치, 크기, 생물다양성에 영향을 주는 사례	113
EV23	EN26	●	주요 제품과 서비스의 환경적 영향	110~111
EV24	EN27	●	제품 중 재생가능한 제품 무게와 실제 재생 무게의 비율	115
EV25	EN7	●	간접에너지 감축 성과	116
EV26	EN12, EN14	◇	생물다양성 가치가 높은 지역에서의 사업활동 및 운영과 생물다양성에 미치는 영향 관리	-
EV27	EN13	●	조직의 활동에 의해 야기된 자연서식지의 변화 및 조직이 자연서식지를 보호하거나 복구한 사례	93
EV28	EN15	◇	사업활동지역에서 서식하는 동식물 중 멸종위기동식물 명단에 등록된 종의 수	-
EV29	EN24	●	바젤협약 첨부 I,II,III 그리고 VIII 기준 위험 폐기물의 발생, 운송, 수입, 수출, 처리	113
EV30	EN29	●	물류과정 중 운송의 증대한 환경영향	120
EV31	EN28	●	환경관련 법규 준수 현황(지역별, 산업별)과 법규위반 및 벌금 내역	111
EV_DMA	-	●	경영방식공시_환경	104

지표내용	충족여부	해당페이지
Disclosure on Management Approach	●	25, 40, 58, 60, 61, 104
Global Compact 'Communication on Progress'	●	33

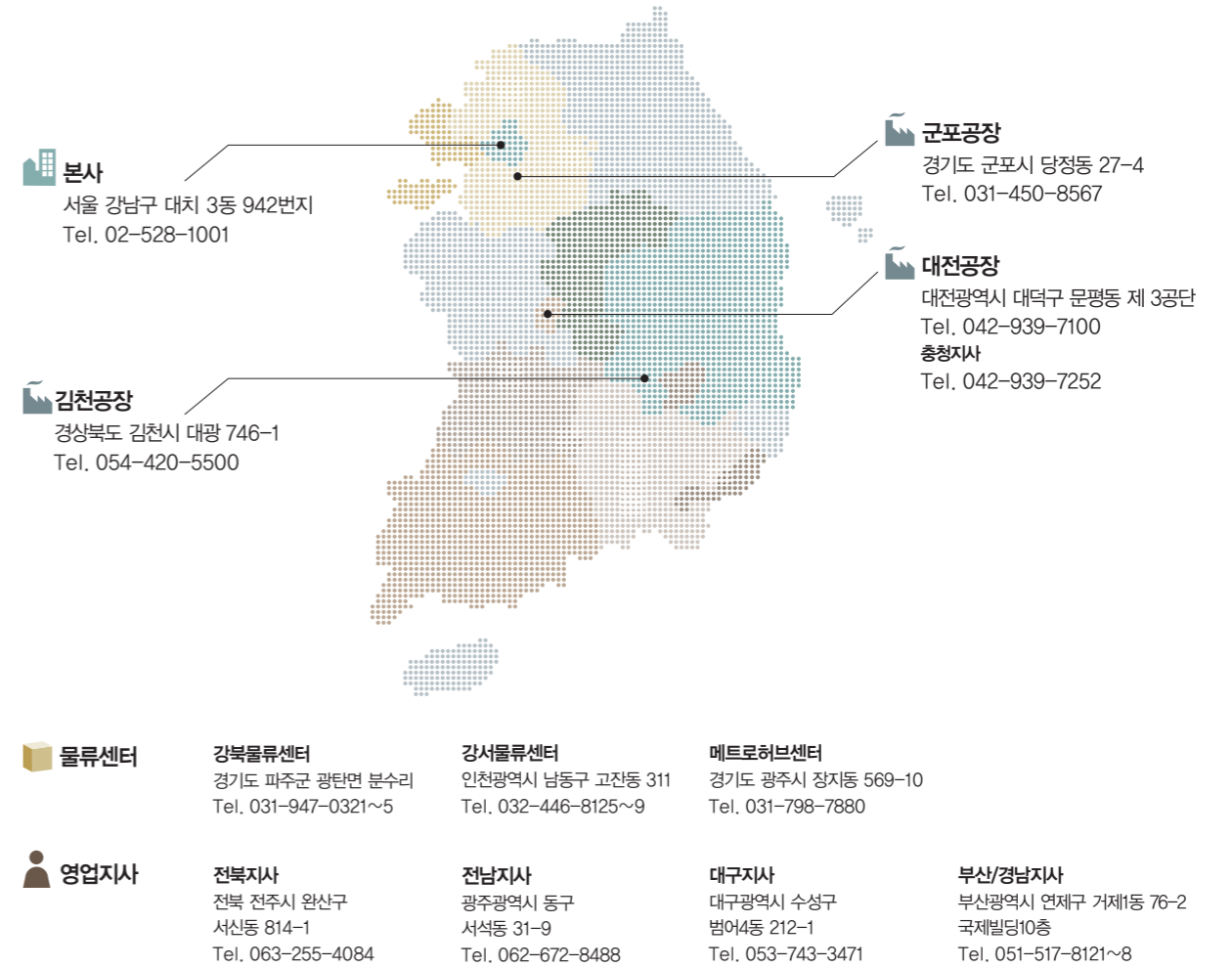
2009 유한킴벌리 준법 현황

국제협약·국내법

글로벌 기업으로 도약하기 위해 국제협약인 UN글로벌컴팩트, ILO노동기준을 준수하며, 사업주로서 기업 경영상 필수적인 국내법을 준수하고 있습니다. 관련 협약이나 법에 대한 위반(법원 판결, 처벌, 벌금) 사례는 과거 5년간 단 한 건도 없습니다

환경정책기본법, 대기환경보전법, 수질및수생태계보전에관한법률, 자연환경보전법, 토양환경보전법, 환경기술개발및지원에 관한법률, 환경개선비용부담법, 환경개선특별회계법, 환경기술개발및지원에관한법률, 환경친화적 산업구조로의전환촉진에관한법률, 유해화학물질관리법, 소음진동규제법, 자원의절약과재활용촉진에관한법률, 교토의정서(Kyoto Protocol), 하도급거래공정화에관한법률, 장애인고용촉진및직업재활법, 근로기준법, 산업안전보건법, 소방시설설치유지및안전관리에관한법률, 고용정책기본법, 직업안정법, 근로자참여및협력증진에 관한 법률, 산업재해보상보험법, 고용보험법, 노동조합및노동관계조정법, 최저임금법, 근로자퇴직급여보장법, 파견근로자보호등에관한법률, 가족친화사회환경의조성촉진에관한법률, 기간제및단시간근로자보호등에관한법률, 남녀고용평등과일·가정양립지원에관한법률, 독점규제및공정거래에관한법률, 소비자기본법, 품질경영및공산품 안전관리법, 제조물책임법, 고객안전및보건관련법규, 제품정보와라벨링관련법규, 잡지등정기간행물의진흥에관한법률, 정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률, 광고와마케팅관련법규, 상법, 세법, 헌법및형사법

사업장 현황



2009 지속가능성보고서 추가 정보 공개처

www.yuhan-kimberly.co.kr

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

주요 공개 내용

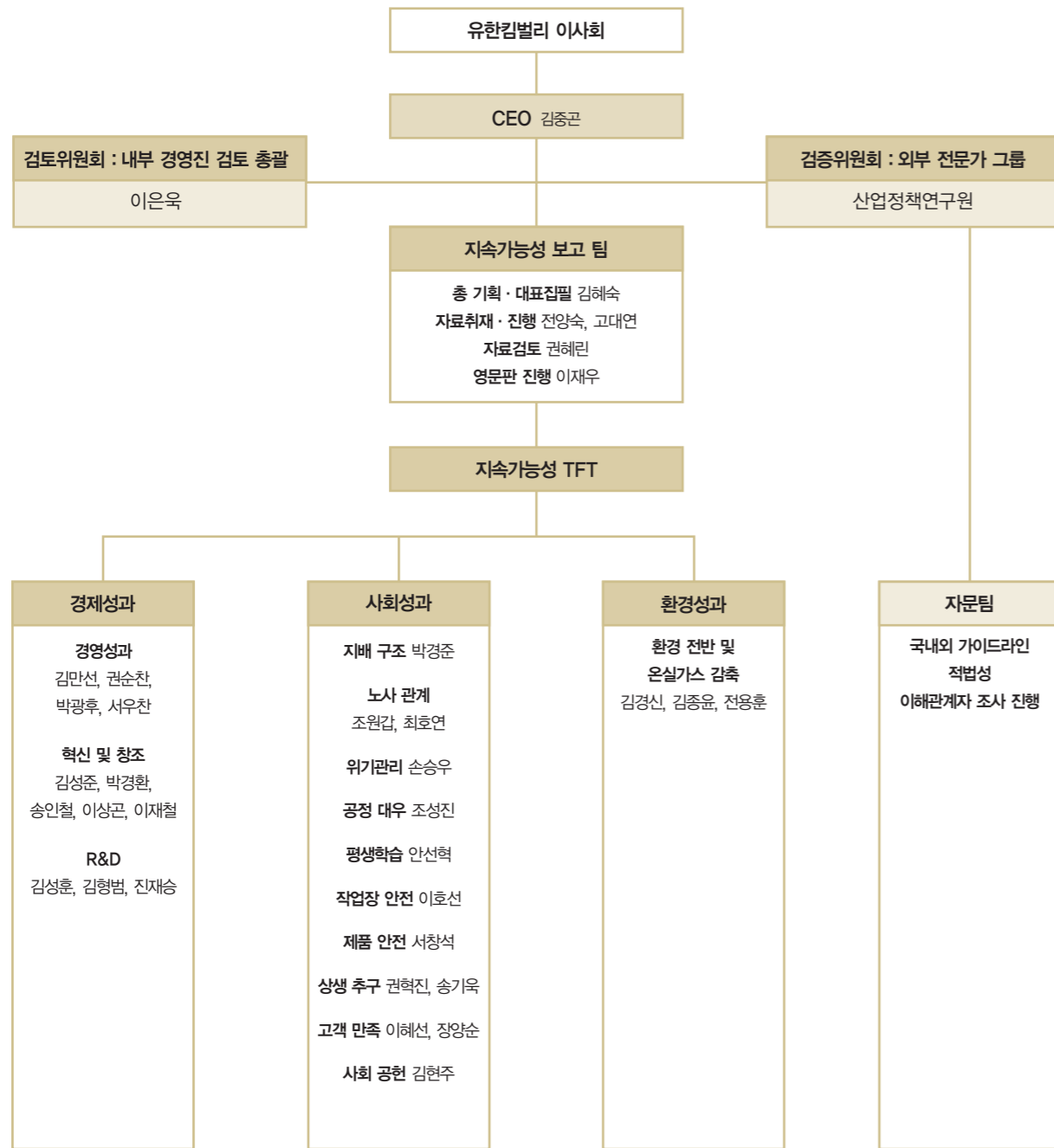
지속가능성보고서 PDF 다운로드(2006~2009 보고서), E-Book 보기(2007~2009 보고서), 인쇄 보고서 신청하기, 독자 의견 보내기 기능이 있습니다. 이 외에 국제 가이드라인 정보와 중대이슈 키워드 검색 기능이 구비되어 있습니다.

별도 전문 공개 자료 수상 실적, 행동규범, 광고윤리강령, 미래기업 현장, CEO 윤리 서약, 단체 및 협회 가입 현황
상세자료 링크 E-Book보기 하단에 별도 편집 소개, 추가 자료 확인 가능.

보고서 신청 시 개인정보 보호 원칙

보고서 신청이나 독자 의견 접수 시 개인정보 보호를 위해 개인정보 취급 방식을 기재해 동의를 구하고 있으며, 보안프로그램이 설치되어 있습니다.

2009 지속가능성 보고에 참여하신 분들



호칭은 생략합니다. 그 외에도 지속가능성 보고를 위해 참여해 주신 모든 분들께 이 지면을 빌어 감사 드립니다.
 보고서 작성에 참여해 주신 분들 : 강경희, 김경은, 김미화, 김영일, 김용준, 김주영, 김제형, 김진희, 김현희, 마임락, 문성, 문수진, 박미희, 변정욱, 성지현, 송은주, 신지원, 안병익, 안태건, 연필중, 이기룡, 이분희, 이승필, 이종웅, 이호경, 정재욱, 정원선, 조규식, 조임중, 지일조, 최종건

2008 지속가능성보고서 독자 의견 피드백 결과 공유

참여자 수는?

전년보다 20.6%가 증가한 총 339명이 참여하셨습니다.

유익했던 장은?

조사 결과 '지속경영 전반', '사회적 성과', '환경적 성과' 등의 순으로 답해주셨습니다.

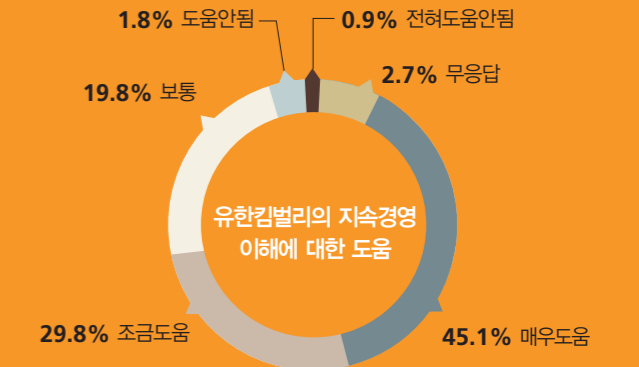
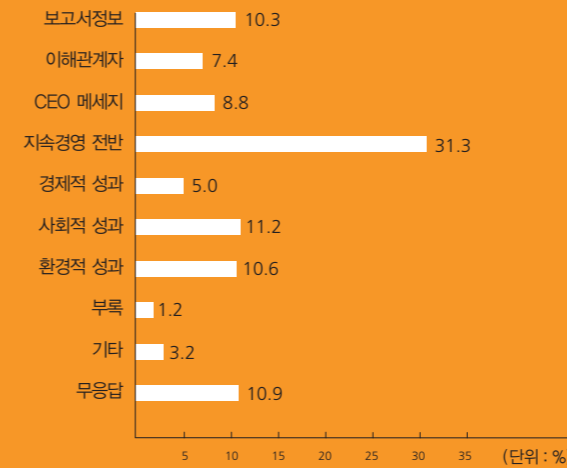
정보 접근성 만족도는?

지속가능성보고서를 온라인 상에서 접근하기 편리하도록 개선한 결과, 정보 접근성 만족도가 전년보다 12.1%가 상승한 92.9%로 나타났습니다.

향후 보고서에 바라는 점은?

가독성 제고, 내용의 간소화, 더 쉽고 재미있는 구성, 재생용지 사용 등 다양한 제언들이 나왔습니다.

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



2009 지속가능성보고서

독자 의견 설문지

사람이 희망이다



우편으로 보내고자 하시는 분들은 절취선을 따라 자르신 후 봉투에 넣어서 보내주시기 바랍니다. 유한킴벌리 웹 사이트(www.yuhan-kimberly.co.kr)를 통해서도 참여하실 수 있습니다.

보내실 곳

우편 | 135-725 서울시 강남구 대치3동 942번지 해성빌딩 14층
 유한킴벌리 지속가능성 보고 팀

이메일 | webmaster.korea@y-k.co.kr

팩스 | 02-528-1086



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

1. 본 보고서가 유한킴벌리 지속경영 이해에 도움을 주었습니까?()

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

2. 어느 장이 가장 유익하셨습니까?()

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

3. 본 보고서는 읽기 쉽게 되어 있습니까?()

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

4. 전체적으로 보고서에 만족하십니까?()

① 매우 만족 ② 만족 ③ 보통 ④ 불만족 ⑤ 매우 불만족

5. 향후 보고서에 바라는 점을 자유롭게 적어주세요. 감사합니다.

.....

.....

.....

.....

작성자명 | 소속

연락처(전화 | 이메일)

