



지속가능경영 성과

Sustainability Performance

환경성과
경제성과
사회성과

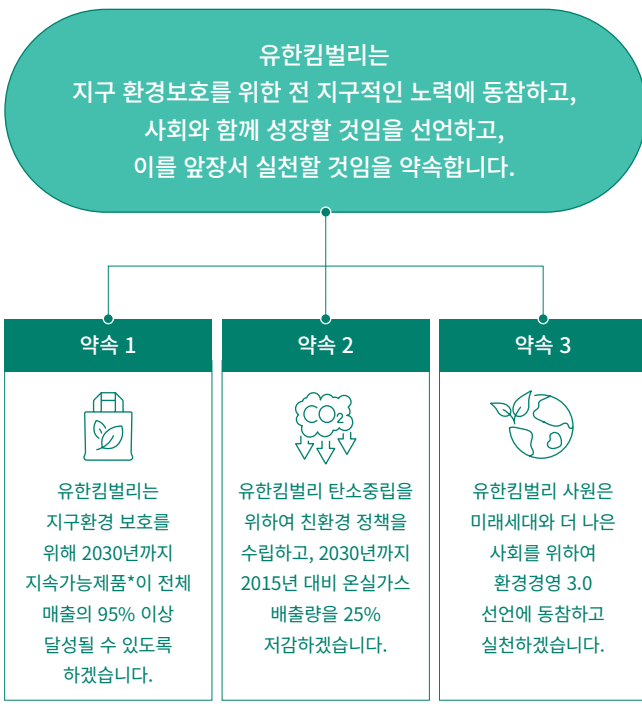
46
64
72

환경경영 체계

환경경영 3.0 선언

유한킴벌리는 회사 창립 이래로 정부의 환경규제를 준수할 뿐만 아니라 시설투자를 통해 규제보다 높은 수준의 환경 관리를 해왔습니다. 1996년 환경경영 방침 선언을 기점으로 환경경영 2.0 시대를 열어 지식경영, 품질경영, 윤리경영, 상생경영을 포괄하는 개념으로 환경경영을 정의하고, 환경 관리 영역을 공급망까지 확대하였습니다. 2020년 3월에는 창립 50주년을 맞아 환경경영 3.0을 발표해 2030년까지의 지속가능제품과 정량적 탄소저감 목표를 제시하였습니다.

환경경영 3.0

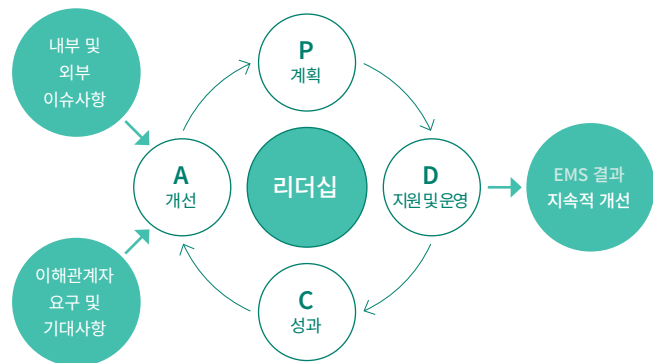


* 지속가능제품 기준은 보고서 19p에 공개되어 있습니다

환경경영체계

유한킴벌리 제조생산 사업장은 국제 표준에 부합하는 환경경영 체계인 ISO 14001을 기반으로 환경경영을 추진하고 있습니다. 각 사업장은 P(Plan), D(Do), C(Check), A(Act) 모델을 바탕으로 환경경영 방침을 수립하고, 기업 내부 및 외부 이슈사항 발굴, 이해관계자 요구와 기대사항을 반영하여 지속적 개선 및 환경오염물질 저감을 위한 환경지표를 설정하여 관리하고 있습니다. 또한 환경 및 안전 사고를 대비하여 사업장별 비상사태 대응 절차를 수립하고 비상 훈련과 교육을 실시하고 있습니다. 한편 환경 규제 준수를 위해 반기 1회 이상 주요 법규 개정 사항에 따른 제조 생산 사업장 현황을 관리하고 환경 규제 전반에 대한 검토를 시행하여 잠재적 이슈를 예방하고 있습니다.

환경경영시스템



사업장 환경경영체계 인증 현황

구분	인증처	인증 기간	사업장
녹색기업	환경부	2022.11~2025.11	충주공장
	ISO 14001	SGS*코리아	김천공장
			대전공장
순환자원 인정	원주지방환경청	2021.11~2024.10	충주공장
			충주공장
생태계 교란 외래식물 제거 협약	원주지방환경청	2022.01~2027.11	충주공장
		2014.05~ 현재	충주공장

* Société Générale de Surveillance

환경경영 추진 조직

유한킴벌리는 환경경영 3.0 선언을 효과적으로 실천하기 위해 CEO를 총 책임자로 하는 조직을 운영하고 있습니다. 환경 전략 관련 논의와 의사결정은 ESG위원회를 통해 진행하고 있으며, ESG위원회 산하 환경 소위원회를 조직하고 이사회 사내이사인 제조생산 부문장을 소 위원장으로 임명하여 환경에 대한 과제와 리스크에 대한 의사결정을 진행하고 사안에 따라 ESG위원회에 상정하여 이사회로 보고합니다. 환경경영 실무는 환경·에너지 실무 협의체(EWLM, Environment & Energy Working-Level Meeting)를 통해 사업장별 실적과 계획을 관리하고 있으며 2023년에는 온실가스 Scope 3 인벤토리 구축과 제품 LCA, 배출권 거래제에 따른 잉여배출량 매각 계획, 통합환경 관리제도 대응 현황 등에 대한 안건을 논의하였습니다.

환경경영 실천을 위한 조직



환경경영 내재화와 실천

유한킴벌리는 전사적인 측면에서 환경경영을 실천하기 위한 절약과 캠페인 활동을 실시하고 있습니다. 종이 출력 최소화, 개인컵 생활화, 사업장·사무실 냉난방 에너지 절약을 상시 실천하고 있습니다. 또한 환경 인식과 공감대 강화를 위해 캠페인을 진행하고 있으며, 2023년 6월에는 세계 환경의 날 캠페인을 개최했습니다.

환경부 녹색기업 지정

유한킴벌리 충주공장은 오염물질의 현저한 감소, 자원과 에너지의 절감, 제품의 환경성 개선, 녹색경영체제 구축 등 환경 개선을 인정받아 녹색기업으로 지정되었습니다. 충주공장은 2013년 최초 녹색기업 인증을 받았으며, 2025년 11월까지 유지됩니다.

돋보기

2023년 세계 환경의 날 캠페인

2023년 6월 5일 세계 환경의 날에는 ‘플라스틱 오염을 줄이자’라는 주제에 맞춰 전사원이 참여할 수 있는 이벤트를 개최했습니다. 이벤트를 통해 회사가 제품 디자인 단계부터 플라스틱 사용 최소화를 위해 노력함을 상기시켰으며, 사원들은 개인이 환경을 위해 실천하고 있는 노력들을 공유할 수 있었습니다.



2023년 사원 환경경영 활동

구분	주요 활동	내용
본사/사무실	종이 출력 최소화	· 개별 노트북 및 회사 공용 폴더 이용으로 종이 출력 저감 및 환경 보호 문화 조성 · 전자결재시스템을 활용하여 승인문서 간소화
	개인컵 생활화	· 개인 머그컵 제공으로 사용 독려 · 일평균 종이컵 사용량 600개에서 50개로, 약 92% 감소
	전기 사용량 절감 캠페인 (2023년 4월)	· 사무실 소등 시각을 기존 00시에서 21시로 변경 · 회의실 전등 자동센서 설치로 5분 부재 시 소등
	그린오피스 환경 조성	· 그린오피스 녹지율 2.53% 조성
	환경 인식 강화 활동 (2023년 4월)	· 지구사랑 실천 및 줌깅 인증 · 그린오피스 실천 서약 캠페인
사업장/사무실	에너지 절약	· 하절기 및 동절기 적정 온도 관리를 통한 냉난방 에너지 사용량 절감 · LED 조명 교체를 통해 전기 사용량 감축

지속가능제품

지속가능제품 중장기 목표

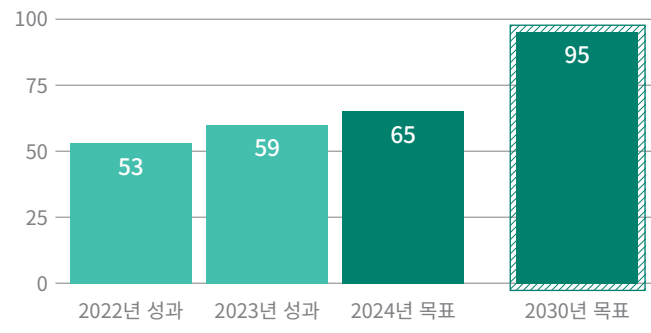
유한킴벌리는 환경경영 3.0 선언을 통해 2030년까지 지속가능 제품 매출 비중 95% 달성을 목표로 수립하였습니다. 유한킴벌리가 정의하는 지속가능제품은 2019년 대비 자체 수립한 환경성과 사회성 기준에 부합하는 제품을 의미합니다. 특히 환경성의 경우, 각 기여 영역별 정량적인 산정 방법이 있으며, 국가 플라스틱 관련 규제와 탄소 배출 규제 등을 고려하고 있습니다. 또한 제품 전과정성과 국내 환경 라벨링 제도를 반영하여 다각도에서 제품의 환경성을 평가하고 있습니다.

지속가능제품 및 포장재 개발 가이드라인

유한킴벌리는 국내 자원순환과 탈플라스틱 정책을 고려한 지속가능제품 및 패키지 개발 가이드라인을 마련하였습니다. 제품 및 패키지 개발 시에는 3R(Reduce, Recycle, Replace) 전략을 준용해야 하며, 특히 포장재에 사용되는 석유계 플라스틱의 소재를 바이오매스 등 비석유계 소재 또는 재생플라스틱으로 전환하는 데 중점을 두고 있습니다. 한편 생분해성 플라스틱은 일반 플라스틱과 혼합되면 재활용 효율을 저하시킬 수 있으므로 해양 등 환경유출 위험이 있는 경우에 한해 허용하고 있습니다.

지속가능제품 목표 달성률

(단위: %)



* 지속가능제품 목표 달성률 산정 시, 전체 매출은 내수 시장을 기준으로 하며 판매대행 제품과 안전 규제 대상인 B2B 병원용품 및 안전용품 등은 제외함

지속가능제품 및 패키지 개발 가이드라인



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

* 생분해 플라스틱은 환경 유출 위험이 있는 경우에 한함



플라스틱 사용 저감

플라스틱 사용량 저감 목표(2019년 대비)



유한킴벌리는 바이오매스 등 비석유계 소재와 재생 플라스틱의 사용을 확대하여 2030년까지 석유계 플라스틱 사용량을 2019년 대비 절반으로 줄이고자 합니다. 이를 위해 사업부별로 중장기 탈플라스틱 전략을 세분화하고 매년 성과를 평가하여 개선하고 있습니다.

지속가능 소재를 통한 탈플라스틱 제품 개발

유한킴벌리는 국내 주요 소재 개발 기업과 그린 액션 얼라이언스를 맺고 제품 개발 측면의 협업을 진행하고 있습니다. 이를 통해 석유계 플라스틱 사용량을 줄이고 지속가능 소재로 대체하는 자체 개발과 더불어 공정의 개선과 자원의 순환경제 활성화에 기여할 수 있는 소재 개발에 주력하고 있습니다. 2023년 지속가능 소재를 제품에 적용하기 위한 대표적인 성과로, ‘하기스 네이처메이드 퓨어코튼’ 제품에 바이오 소재를 사용한 고분자 흡수체(SAP, Super Absorbent Polymer)를 적용하였습니다.

플라스틱 포장재 재생플라스틱 전환 목표(2019년 대비)



포장재 및 제품의 재활용 원료 적용

유한킴벌리는 생산자 책임 재활용 의무비율을 준수하며 포장재의 재활용 원료 비중을 높이고 자원의 효율적 사용을 위해 노력 중입니다. 2023년 필름류 재활용 의무율은 86%, 용기류 재활용 의무율은 87%였습니다. 또한 화장지 등 위생용 종이제품 원료 중 재활용지 사용 비율은 약 17.6%입니다.

포장재의 재생플라스틱 전환

유한킴벌리는 포장재에 사용되는 석유계 플라스틱의 소재를 바이오매스 등 비석유계 소재 또는 재생플라스틱으로 전환하는 데 중점을 두고 있습니다. 재생플라스틱은 제조 공정에서 버려지는 플라스틱을 재활용한 PIR(Post-Industrial Recycled) 과 소비자 사용 후 버려지는 플라스틱을 재활용한 PCR(Post-Consumer Recycled) 소재로 구분할 수 있습니다. 유한킴벌리의 필름류 포장재에 적용된 재생 플라스틱은 PIR 소재 중심이며, 상대적으로 자원순환 가치가 높은 PCR 소재 적용을 확대할 계획입니다. 2023년에는 플라스틱 포장재 재생플라스틱 전환율 30%를 달성하였습니다.

사업부별 포장재와 플라스틱 저감 성과 및 중장기 전략

사업부	2023년 성과*	2030년 중장기 전략
유아용품	<ul style="list-style-type: none"> · 기저귀 포장재 재생플라스틱 50% 적용 · 베베그로우 노리개젓꼭지, 젓병 비닐 안 포장 제거 및 종이 패키지 대체 · 아기물티슈 캡 PCR 80% 적용 	<ul style="list-style-type: none"> · 각 사업부별 대표 제품군의 지속가능제품 전환에 집중 (소재/포장재)
가정용품	<ul style="list-style-type: none"> · 크리넥스 화장지 2차 포장 PCR 50% 적용 · 미용티슈(일부): 토출구 플라스틱 필름을 종이로 대체 · 물티슈 캡 PCR 80% 적용 	<ul style="list-style-type: none"> · 2025년부터 대표 제품군 외 기타 카테고리 (마스크, 스킨케어, 액세서리 등)에 대한 지속가능 개발 및 확장 추진
여성용품	<ul style="list-style-type: none"> · 필름류 포장재 재생플라스틱 30% 적용 	
웰니스케어용품	<ul style="list-style-type: none"> · 충주공장 생산 포장재 재생플라스틱 30% 적용 · 대전공장 생산 포장재 재생플라스틱 50% 적용 	
산업용품/메디컬케어 (B2B)	<ul style="list-style-type: none"> · 종이 유흡착재 개발 및 공급 	

* 비닐 포장재 플라스틱은 PIR을 의미

제품의 환경 영향 저감

전과정평가(LCA, Life Cycle Assessment)

유한킴벌리는 주요 제품 전과정평가를 통해 전과정 측면의 제품환경영향을 파악하고 제품 원료 변경에 따른 환경성 변화를 관리하여 경쟁력을 높이고자 합니다. 전과정평가란 원재료 채취에서 제품 사용 후 폐기까지 전과정에서 제품이 환경에 미치는 영향을 평가하는 것입니다. 2023년에는 총 10개의 제품을 대상으로 유한킴벌리 사업장 5개, OEM 제품 사업장 4개, 재활용 사업장 1개의 범위에 대해 전과정평가를 실시했습니다.

환경 영향 감축 시뮬레이션

유한킴벌리는 주요제품을 대상으로 LCA 시뮬레이션 툴을 구축하였고 이를 활용하여 환경 영향 기여도가 높은 이슈를 파악하고 저감 목표에 맞는 시나리오 분석을 수행했습니다. LCA 시뮬

레이션 툴은 제품개발 단계에서 지속가능소재 적용에 따른 제품 전과정 측면의 환경성을 자체적으로 판단할 수 있는 도구로 활용될 예정이며 특정 제품 생애 주기 동안 사용된 자원과 배출된 오염물질의 목록을 의미하는 LCI(Life Cycle Inventory) 데이터베이스를 지속적으로 고도화하여 LCA 툴에 활용할 계획입니다.

신제품 개발 시 지속가능 인덱스 평가

유한킴벌리는 신제품 출시 전 제품 개발 시 제품의 지속가능성을 자체 평가하는 인덱스 지표를 운영하고 있습니다. 평가 항목은 플라스틱, 온실가스, 펄프, 용수 영역으로 구분하여 제품 개발에 따른 주요 환경 영향을 기술하며 신제품 개발 시 제품의 지속가능성을 확인할 수 있도록 합니다.

제조 단계 탄소발자국 저감

유한킴벌리는 아쿠아프레시(Aqua Fresh) 프로젝트를 통해 3겹의 화장지에 합지용 풀 대신 물을 접착제로 사용하여 제품의 환경성을 높이고, 화학물질 사용을 저감하였습니다. 2023년에는 화장지 전 제품 60개*에 아쿠아프레시 공법을 적용하여 약 368ton의 합지용 풀(Glue) 사용량을 절감하고 총 75.4 tCO₂e**의 탄소 배출량을 저감하였습니다.

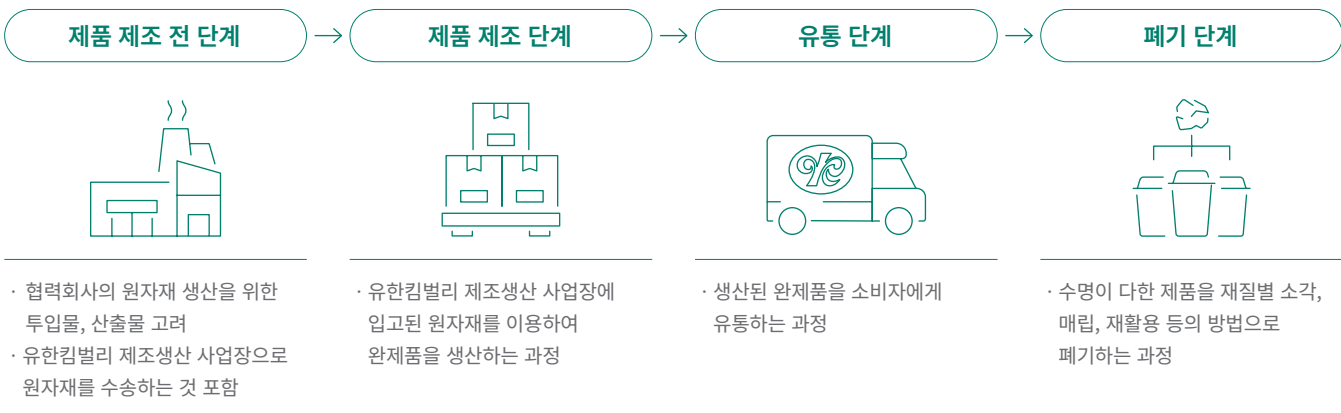
* 제품 관리 단위: SKU(Stock Keeping Unit)

** 폐기를 고려하지 않은 합지용 풀 생산 시 발생하는 탄소배출량 기준

2023년 전과정평가 수행 제품

구분	제품명
유아용품	· 그린핑거 촉촉한 자연보습 로션 · 그린핑거 마이키즈 워시 · 그린핑거 베베그로우 PPSU 젓병 트윈팩 크림&베이지
여성용품	· 좋은느낌 오리지널 입는 오버나이트 중형 · 좋은느낌 라이너 유기농 순면 · 좋은느낌 라네이처 네이처백 팬티라이너 롱 · 화이트 순한순면 탐폰 슈퍼
가정용품	· 스카트 올인원 변기청소브러쉬 · 크리넥스 마이비데 클린케어
B2B	· 페헨드타일 수거 및 재활용(1kg)

전과정평가 단계별 데이터 수집 범위



환경성 강화 제품

환경부 인증 제품

유한킴벌리는 2024년 3월기준 샴푸와 샤워젤, 화장지, 방향제 등 총 37종의 환경표지인증을 보유하고 있으며, 국내 환경표지 인증 확대를 통하여 자원순환성 향상과 유해물질 감소 등 제품의 환경성 개선 노력을 인정받고자 합니다.

환경표지 인증 제품 현황 (2024년 3월 기준)

대상 제품군	제품명	인증 개수(개)	
샴푸 · 린스 · 바디클렌저	그린핑거	2	
	화장지	크리넥스 에어셀	9
		크리넥스 드라이셀	9
		크리넥스 센터폴	1
		뽀뽀	6
세이브	3		
방향제	크리넥스 셀방향제	2	
	크리넥스 순수 방향제	5	
총 유지종인 인증 수		37	

그리너 프로덕트(Greener Product)

유한킴벌리의 그리너 프로덕트는 유한킴벌리가 자체적으로 정한 지속가능제품 기준을 충족하지 않지만 환경성 개선 노력이 진행되고 있는 제품을 의미합니다. 유한킴벌리는 지속가능제품으로의 전환 시 제품력의 유지 또는 개선을 근간으로 삼고 있습니다. 이는 환경성이나 사회성 개선을 목적으로 제품의 품질이 저하되는 것을 방지하고, 제품 본연의 가치를 제공해야 하는 생활용품 제품의 역할을 충실하게 이행하기 위한 목적입니다. 따라서 그리너 프로덕트는 지속가능제품을 향한 다양한 노력과 시도에 대한 내부 독려 목적도 함께 갖고 있습니다.

지속가능제품 및 그리너 프로덕트 사례

제품 출시년도를 기준으로 하여 원료 및 포장재 사용 최소화(Reduce), 재활용성 증대(Recycle), 탈플라스틱(Replace)의 3R 측면에 개선효과가 있는 제품을 선정하고 있습니다. 2023년 지속가능제품 및 그리너 프로덕트의 대표적 사례로 아쿠아프레시 공법을 적용한 크리넥스 화장지를 들 수 있습니다. 유한킴벌리는 그리너 프로덕트를 보수적으로 선정할 수 있는 정량적 기준을 마련하고, 3R에 맞춰 보고할 수 있는 체계를 수립하고자 합니다.

3R 관점의 지속가능제품 및 그리너 프로덕트 사례

<div data-bbox="181 1293 602 1532"> <h4>Reduce</h4> <p>원료 사용 최소화</p> <p>지속가능제품 개발을 위해 제품의 원료와 포장재 사용 자체를 줄이는 노력을 가장 우선시하고 있습니다.</p> </div> <div data-bbox="181 1532 602 1623"> <p>크리넥스 두루마리 화장지</p>  </div> <div data-bbox="181 1623 602 1692"> <p>3겹 화장지를 합지용 폴 대신 물로 결합하여 원부자재 사용 저감</p> </div> <div data-bbox="181 1692 602 1783"> <p>크리넥스 버블버블 핸드워시 에코그린허브</p>  </div> <div data-bbox="181 1783 602 1852"> <p>Bio-PET 적용으로 온실가스 배출량 및 신규 플라스틱 사용량 저감</p> </div>	<div data-bbox="646 1293 1066 1532"> <h4>Recycle</h4> <p>재활용성 증대</p> <p>재활용 소재를 포장재 원료로 이용 및 확대하고 전 제품의 포장재 재활용 용이성 등급을 우수 이상 달성하고자 노력하고 있습니다.</p> </div> <div data-bbox="646 1532 1066 1623"> <p>그린핑거 포레스트 샴푸/샤워젤</p>  </div> <div data-bbox="646 1623 1066 1714"> <p>용기는 재활용 플라스틱을 사용했으며 펌프는 보편적으로 사용하는 금속 스프링 대신 플라스틱 탄성소재를 적용하여 패키지 전체가 재활용 가능</p> </div> <div data-bbox="646 1714 1066 1804"> <p>스카트 에코종이 물티슈</p>  </div> <div data-bbox="646 1804 1066 1852"> <p>물티슈 캡 제거로 재활용성 증대</p> </div> <div data-bbox="646 1852 1066 1942"> <p>크리넥스 클래식 소프트 숲속향</p>  </div> <div data-bbox="646 1942 1066 2011"> <p>카톤 토출구의 플라스틱 필름을 종이로 변경한 100% 플라스틱 프리 카톤 포장재로 재활용성 증대</p> </div>	<div data-bbox="1110 1293 1531 1532"> <h4>Replace</h4> <p>탈플라스틱</p> <p>기존 소재를 지구에 흔적을 최소화할 수 있는 탈플라스틱 소재로 대체하고자 노력합니다.</p> </div> <div data-bbox="1110 1532 1531 1623"> <p>하거스 네이처메이드 팬티</p>  </div> <div data-bbox="1110 1623 1531 1670"> <p>사탕수수, 순면 등 자연유래 소재로 대체</p> </div> <div data-bbox="1110 1670 1531 1761"> <p>크리넥스 종이물티슈</p>  </div> <div data-bbox="1110 1761 1531 1830"> <p>재생 플라스틱을 캡, 파우치, 포장재 등에 적용</p> </div> <div data-bbox="1110 1830 1531 1942"> <p>좋은느낌 라네이저</p>  </div> <div data-bbox="1110 1942 1531 2011"> <p>방수층의 80%는 식물유래소재로 대체 했으며 100% 유기농순면커버를 사용</p> </div>
---	---	--

그린 액션 얼라이언스

유한킴벌리는 매출의 95% 이상 지속가능제품에서 달성하기 위해서는 제품 전과정 측면에서 산업계와의 협업이 필요하다고 판단하였습니다. 이에 다양한 협력 파트너사와 함께 지속가능한 산업생태계 확장을 통해 사회전반의 지속가능성 전환을 선도하고자 그린 액션 얼라이언스(Green Action Alliance)를 추진하고 있습니다. 지속가능한 원료와 소재의 개발을 통해 지속가능제품 목표 달성을 촉진하고, 공급망과 우리 사회 전반의 지속가능성을 선도함으로써 더 높은 미래 경쟁력을 확보하고자 합니다.

그린 액션 얼라이언스의 확장

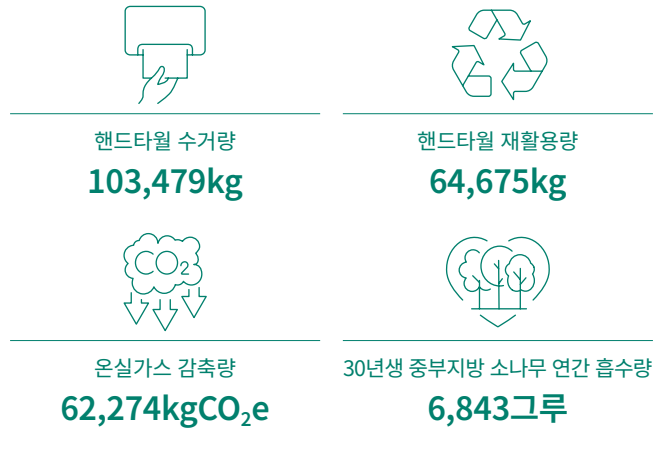
2022년에는 제조 전 단계의 원료 소재 개발 업체와 사용·폐기 단계의 재활용 업체 총 4개사와 업무협약을 체결하였고, 2023년에는 1차 협력사, 자원순환 고객사 등 28개사와 협약을 하였습니다. 2025년에는 누적 참여사 100개사 달성을 목표로 하고 있습니다.

핸드타월 재활용 캠페인

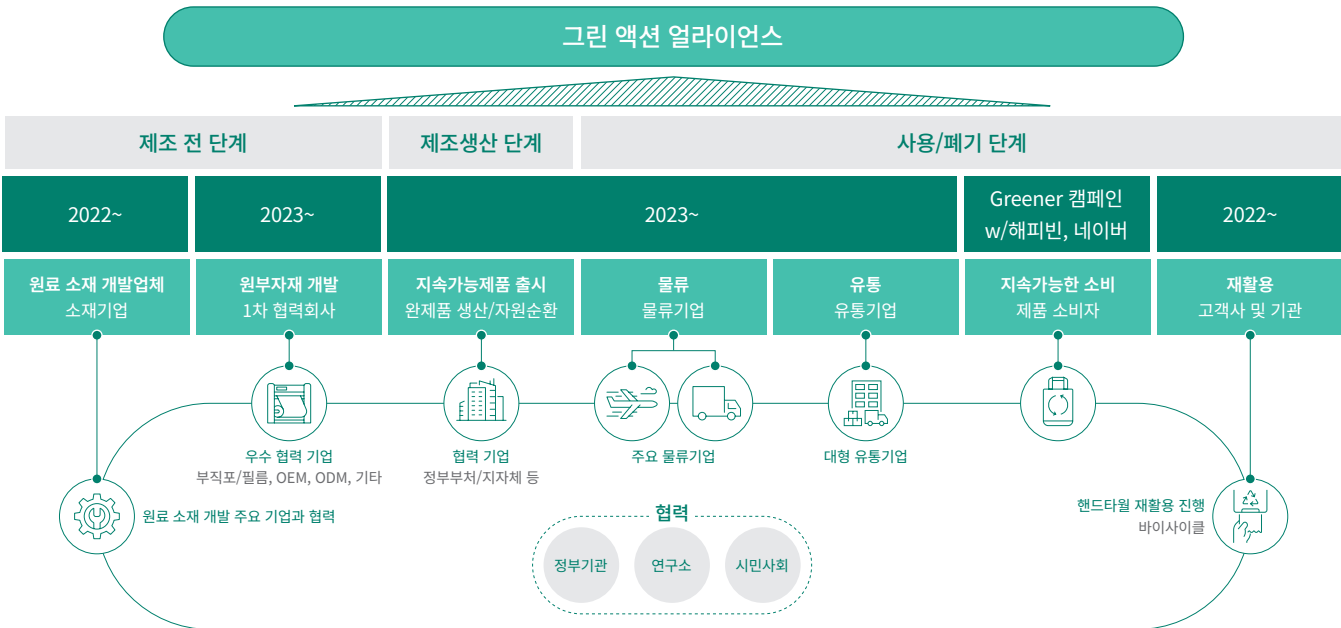
핸드타월 재활용을 위한 바이사이클 캠페인은 1차년도인 2022년에 출범하였으며 서울특별시, 대전광역시 서구 등 여러 지자체와 우수한 기업이 참여하였습니다. 2024년 4월까지 총 21개의 기관과 기업이 참여하여 핸드타월 약 103ton을 수거하고 약 65ton을 재활용하였습니다. 온실가스는 62 tCO₂e 감축하여 30년생 중부지방 소나무 6,843그루 이상이 연간 이산화탄소를 흡수하는 효과를 냈으며, 바이사이클 캠페인 활성화를 통해 고객과의 관계 강화와 매출 확대에도 기여할 수 있었습니다.

바이사이클 캠페인 현황 및 실적

(2022.11~2024.04 누적)



그린 액션 얼라이언스 체계도



사업장 환경 영향 저감_자원순환과 폐기물

자원순환과 폐기물 접근방식

제품 생산과정에서 발생하는 주요 폐기물에는 공정 불량 제품, 제지 슬러지, 원부자재 자투리 등이 있습니다. 유한킴벌리는 효과적인 폐기물 관리를 위해 2030년까지 폐기물 배출량을 2019년 배출량 대비 30% 감축하는 중장기 목표를 수립하였습니다. 유한킴벌리는 사업장별 폐기물관리절차서를 기반으로 자원순환 증대를 위한 모니터링을 진행하고 있고, 폐기물 관련 주요 이슈 및 개선을 위한 계획을 사업장 경영자 보고 사항에 반영하여 진행하고 있습니다.

사업장별 공정 방식과 공정 설비 개선

김천공장은 공정 방식과 설비 개선을 통해 폐기물을 감축하고 있습니다. 2023년에는 아쿠아프레시(Aqua Fresh) 프로젝트를 두루마리 화장지 가공공정으로 확대하였습니다. 이를 통해 화장지의 겹 분리 예방과 설비 청결도 향상, 화장지 파지(Reject Log) 감소 등 품질과 환경 측면에서 긍정적인 효과를 얻었으며 접착제(Glue) 사용 절감으로 연간 4억 원의 원가절감 효과를 얻었습니다. 또한, 슬러지 처리 효율에 큰 영향을 미치는 스크류프레스 설비의 마모된 스크류 날을 육성 가공하고 타공망을 교체하여 슬러지 함수율을 58%에서 53%까지 개선하였습니다. 뿐만 아니라 슬러지 발생량을 11% 저감하고 매년 폐기물 처리 금액 0.7억 원을 절감했습니다.

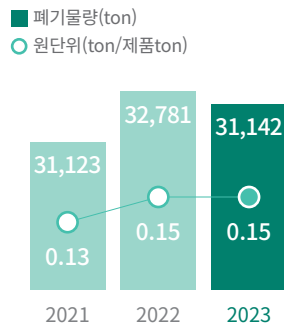
폐기물 재사용과 재활용

유한킴벌리는 재활용이 가능한 원부자재를 최대한 공정에 다시 투입하고 사내 재활용이 불가능한 경우 재활용 업체에 위탁하고 있습니다. 2023년 대전공장에서는 부직포 원단 제조 시 발생하는 파지 폐기물을 재사용하여 약 942.7ton의 폐기물을 저감하였습니다. 필름류 폐기물의 경우, 대전공장 기저귀 생산 공정에서 폴리프로필렌(PP, Polypropylene)과 폴리에틸렌(PE, Polyethylene) 재질의 폐기물이 연간 1,000ton 이상 발생되는데, 이는 재활용 업체를 통한 용융 등의 과정을 거쳐 재생플라스틱 원료로 가공되고 플라스틱 용기류, 건축자재용 플라스틱 판넬 등으로 재활용됩니다. 충주공장에서 발생하는 폐 합성수지류는 재활용 업체를 통해 재생원료로 가공되어 플라스틱 제품으로 제조되고 있습니다.

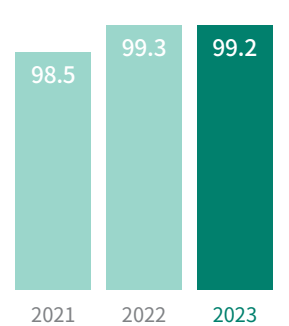
폐기물 중간처리업체 관리

유한킴벌리는 폐기물 관련 환경 사고와 민원 등의 위험을 방지하기 위하여 협력업체와 폐기물 처리업체를 대상으로 환경 관련 잠재 위험 요소가 있는지, 적법하게 운영하고 폐기물을 처리하는지 점검하고 있습니다. 이를 위해 협력업체 및 폐기물 처리업체 점검 지침서를 마련하였으며, ISO 14001 요구 사항 및 안전, 환경, 소방, 행정 처분 여부등을 포함한 자체 체크리스트를 구축하여 점검 및 평가하고 있습니다. 점검 결과는 폐기물 처리 업체 선정 시에 반영하며 미흡한 부분은 개선을 유도하고 있습니다. 더 나아가, 유한킴벌리는 폐기물 처리 관련 업체를 대상으로 환경 교육을 지원하며 리스크 저감 활동을 수행하고 있습니다.

폐기물 배출량



폐기물 재활용률 (단위: %)



돋보기

충주공장 폐 합성수지류 순환자원 인정

충주공장은 순환경제사회 전환촉진법(구 자원순환기본법)에 따라 폐 염화비닐수지류를 제외한 생리대 공정에서 발생하는 매각용 폐 합성수지류를 순환자원으로 인정받고 있습니다. 2023년 순환자원 인정량은 728.96ton으로, 사업장 폐기물 발생량의 약 22.3%입니다. 배출하는 폐 합성수지류는 재활용업체에서 재생원료로 가공되어 플라스틱 용기제품을 만드는데 사용됩니다. 순환자원 2차 인정기간은 2022년 1월 9일부터 2027년 1월 8일까지 5년동안 유지됩니다.

폐기물 중간처리업체 현장 점검 항목

환경 법규 준수	· 허가/신고 · 운영/기록 · 환경관리 체계 구축
지역사회 기여	· 환경보전 및 기여

사업장 환경 영향 저감_수자원

용수 관리 체계와 중장기 목표

화장지와 핸드타월을 생산하기 위해 원료로 펄프가 사용되며, 원료 가공 시에는 양질의 용수가 필요합니다. 유한킴벌리는 제조 사업장에서 발생하는 환경 영향을 줄이기 위해 2030년까지 용수 사용량을 2015년 대비 40% 감축하는 중장기 목표를 수립하였으며, 각 사업장은 물 효율 경영 시스템에 대한 국제 표준 ISO 46001 가이드라인에 따라 물 사용량과 조성 현황을 파악하고 있습니다.

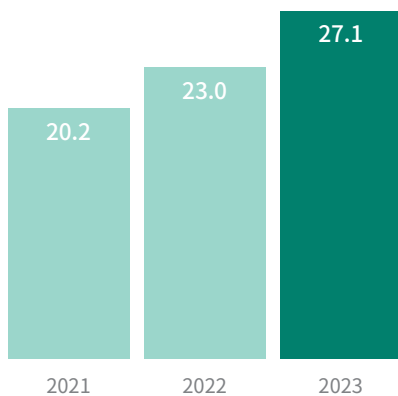
용수 절감을 위한 노력

유한킴벌리는 효과적인 물 사용을 위해 사업장별 용수 사용 현황에 맞는 저감활동을 추진하고 있습니다. 대전공장과 충주공장은 2022년 대비 용수 사용량 2.0% 저감 목표를 수립하고 노력한 결과, 2023년에는 3.6%를 저감하여 목표를 초과 달성하였습니다. 김천공장은 제지 공정 설비의 용수 원단위와 생산라인별의 용수 사용 절감량을 지속가능성 KPI로 관리하며, 공정 설비별로 용수 원단위를 측정하고 이에 맞는 목표를 분기별로 수립하고 있습니다. 그러나 유한킴벌리는 2023년 김천공장 신규 제지 설비 안정화에 많은 어려움을 겪었고, 용수사용량 지표가 전년대비 악화되었습니다. 2024년에 신규 제지 설비를 안정화하고 파이프라인 교체로 누수에 대한 사전 예방, 모든 티슈 기계에 대한 분기별 목표 달성, 물 관리 TFT 활동을 통한 지속적인 모니터링을 계획 중입니다.

또한 2024년에 보다 효율적인 용수 사용량 모니터링을 위해 원단위 관리지표를 강화하였고, 물 관리 TFT를 구성하였습니다. TFT는 월별 논의를 통해 재활용 가능한 백수와 재사용 가능한 처리수 사용 기회를 모색하여 용수 사용량 개선과 저감 기회를 발굴합니다.

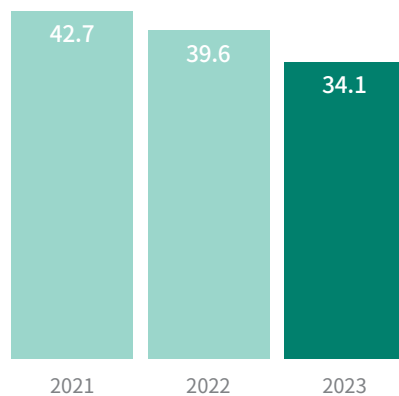
용수 사용량*

(단위: m³/제품ton)



용수 재활용률*

(단위: %)



* (취수량+재활용량)/재활용량x100으로 산식 변경하여 전년 보고 대비 수치 변경됨

* 재활용 비율=재사용량/총 취수량x100로 산식 변경하여 전년 대비 수치 변경됨

사업장 환경 영향 저감_오염물질

돋보기

물 리스크 관리

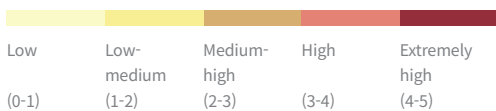
유한킴벌리는 효율적 물 사용을 위한 국제 요구가 증가함에 따라 ESG 대응 체제 기반 마련을 적극적으로 추진하고자 합니다. 2024년 세계자연 연구소(WRI)의 물 위험평가 도구인 ‘애퀴덕트(Aqueduct)’로 물 리스크를 모니터링하고 있으며, 현재 물 리스크가 높은 사업장은 없습니다.

2022년에는 안정적인 물 사용을 위한 잠재 리스크를 발굴하고자 용수 사용량이 높은 김천공장을 대상으로 탄소정보공개 프로젝트(CDP, Carbon Disclosure Project) 수자원 평가 방법론(Water Security Guidance)에 맞춰 자체 평가를 실시한 바 있으며, 이를 통해 물 관련 위험·기회 평가 프로세스 수립과 운영, 협력사 참여 확대와 성과평가, 15년 이상의 중장기 수자원 목표 수립 등을 주요 개선과제로 도출하였습니다.

2023년에는 이를 바탕으로 각 사업장 용수의 3R(Reduce, Reuse, Recycle) 기회를 발굴 및 개선하여 집진기 및 원료 농도 희석에 사용되는 용수를 재활용하였고, 2024년에는 노후 배관을 교체하여 누수 등 비효율적인 물 사용을 방지할 예정입니다.



Overall Water Risk



2024년 유한킴벌리 사업장 인근 지역 물 리스크

통합오염물질관리체계

유한킴벌리는 법적 기준치에 맞춰 오염물질 배출량을 관리하고 있습니다. 2023년에는 김천공장, 대전공장, 충주공장 모두 환경부에 통합환경관리체계 승인을 받아 기존의 대기, 수질, 토양, 폐기물 등 오염물질 배출 경로별로 관리하던 방식을 사업장 단위로 통합하여 관리하고 있습니다. 사업장 내 사용 물질, 시설 운영, 배출 오염물질, 자가측정 등 넓은 영역에 걸친 환경 영향을 모니터링하고 해당 결과는 환경부에 매월 보고하며 엄격한 환경관리 기준을 준수하고 있습니다. 특히 김천공장은 통합환경제도를 통해 법적기준치 대비 배출허용기준을 최대 49%의 엄격한 수준으로 새로 설정하였습니다. 이를 통해 지역환경에 미치는 환경 영향을 최소화하고, 오염물질 감축 목표 달성에 기여하고자 합니다.

오염물질 저감과 대응 활동

유한킴벌리는 수질, 대기 등 오염물질 배출의 지속적 감축을 위해 사업장별로 공정 및 배출시설 관리최적화에 노력하고 있습니다. 김천공장은 수질오염 관리를 위해 폐수배출을 실시간으로 모니터링하고 환경공단으로 전송하는 TMS 시스템을 설치하여 운영 중입니다. 대전공장은 2022년 사업장 불특정 장소에서 발생할 수 있는 수질오염물질을 저감하기 위해 3억을 투자하여 비점오염물질 저감시설을 설치한 이래로 이를 매년 관리하고 있습니다. 대기오염물질의 경우, 여과 집진 시설의 주기적 점검과 여과포의 주기적 교체를 통해 법적기준치의 10%이내로 관리하고 있습니다. 충주공장은 수질배출시설 5종 사업장으로, 실험실 폐수는 첨단산업단지 공공 폐수처리장에서 적법하게 처리하고 있습니다. 이 외에도 사업장별 폐수, 유해화학물질 유출 사고 발생 시 위기대응절차를 수립하고 이에 대한 교육과 모의 훈련을 실시하며 오염물질 관련 위기에 대응하고 있습니다.

기후변화 대응과 생물다양성_온실가스와 에너지

기후변화 대응 필요성

전 세계 국가들은 2015년 파리협정 이후 국가별 온실가스 감축 목표를 설정하고 이행을 약속하고 있습니다. 우리나라는 2050 Net Zero 선언에 따라 2030년까지의 온실가스 감축 로드맵을 수립하였으며, 2018년 대비 온실가스를 40% 감축하는 것을 목표로 하고 있습니다. 따라서 기업은 배출량 감축의 주체로서 온실가스 감축과 환경 영향 최소화를 위한 사회적 책임을 다해야 합니다.

기후변화 대응 거버넌스

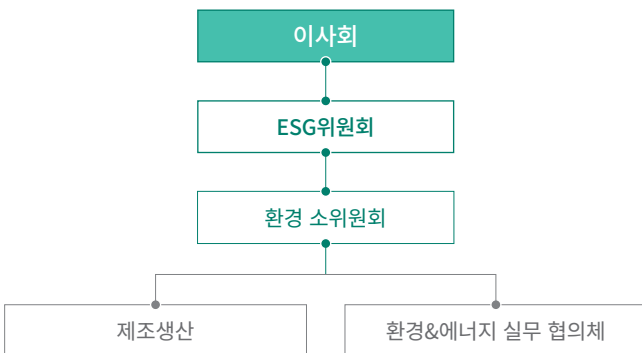
이사회의 감독과 경영진의 역할

유한킴벌리는 이사회 산하의 ESG위원회를 통해 ESG 전반의 현안과 더불어 기후변화에 대한 논의를 진행하고 있습니다. ESG위원회는 제조생산부문장, CEO, CFO를 각각 총 책임자로 하는 환경, 사회, 지배구조 소위원회와 사무국을 두고 있습니다. ESG위원회는 반기마다 개최하며, 운영규정을 통해 기후 위험 진단, 대응방안 검토 및 승인을 수행하며 지속가능성 관련 위험과 기회를 관리 및 감독할 것을 명시하고 있습니다. 주요한 기후변화 관련 안건에 대해서는 ESG 정기보고와 함께 연 3회 걸쳐 이사회에 보고하고 있습니다.

기후변화 대응 실무 조직

유한킴벌리는 환경경영팀을 중심으로 기후변화 및 탄소중립 관련 실무를 담당하고 있습니다. 온실가스 배출, 에너지 사용 등 기후 관련 주요 안건들은 ESG위원회 내부 검토를 거쳐 이사회에 보고하고 있습니다.

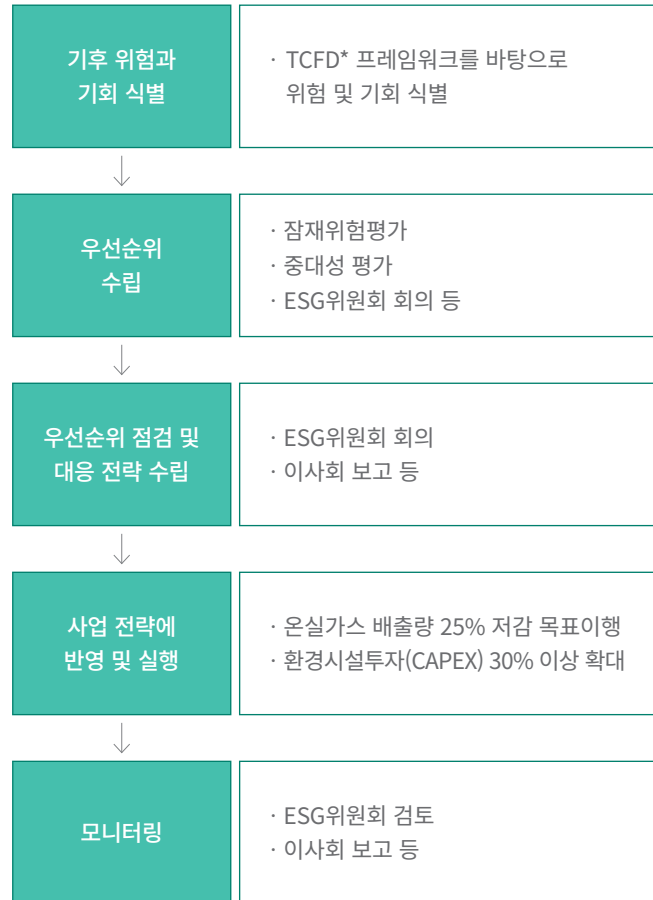
기후변화 대응 조직도



기후변화 위험과 기회 관리 프로세스

유한킴벌리는 기후변화 이슈에 대응하기 위해 위험과 기회 요인을 식별, 평가, 관리하고 있습니다. 식별단계에서는 TCFD 프레임워크를 기반으로 회사가 기후변화로 영향을 받을 수 있는 위험과 기회 요인에 대하여 파악하고 있습니다. 평가단계는 기후변화 관련 이슈를 포함하여 회사의 여러 위험 요인들을 대상으로 잠재위험평가, 중대성 평가 등을 수행하여 우선순위를 정합니다. 한편, 온실가스와 에너지는 월별 현황을 각 사업장별 공장장과 제조생산 부문장이 참여하는 MLT(Manufacturing Leadership Team)에서 보고하고 있습니다. 특히 온실가스 배출량은 ESG위원회에서 정기적으로 검토하며, 감축 성과는 제조생산 부문장과 각 사업장 리더의 KPI와 연계하여 관리하고 있습니다.

기후변화 위험과 기회 식별·평가·관리 프로세스



* Task Force on Climate-related Financial Disclosure, 기후변화 관련 재무정보공개 협의체

기후변화 위험과 기회 식별 및 재무 영향 분석

TCFD 프레임워크 기반 위험 및 기회 식별

유한킴벌리는 기후변화로 인해 발생할 수 있는 위험에 체계적으로 대응하고자 전사 주요 비즈니스와 자산을 대상으로 하여 단기(1년 미만), 중기(1년 이상 5년 미만), 장기(5년 이상)에 대한 기후변화 위험·기회 요인을 식별하고 각 요인에 대한 잠재적 재무 영향을 분석하였습니다. 장기 위험의 경우 파리협정에 따른 국가별 감축 계획, 기후변화에 관한 정부 간 협의체(IPCC, Intergovernmental Panel on Climate Change) 평가보고서의 RCP 2.6 시나리오와 8.5 시나리오*, CDP(Carbon Disclosure Project)에 따른 수자원 평가 방법론과 에너지공단에서 개발한 산업계 기후변화 적응을 위한 진단 툴(ICAT, Industrial Climate change Adaptation Tool) 등을 고려하였습니다.

* RCP 시나리오(Representative Concentration Pathways): 기후변화 연구에 사용되는 미래 온실가스 배출량과 대기 중 농도를 나타내는 경로
 - RCP 2.6: 가장 낙관적인 시나리오로, 지구 온난화를 1.5~2°C 내로 제한할 수 있음
 - RCP 8.5: 가장 비관적인 시나리오로, 인간이 온실가스 배출량을 줄이지 못하고 지구 온난화가 4°C 이상 상승할 수 있음

TCFD 기반 유한킴벌리 위험·기회 식별 및 분석

구분	유형	위험 요인	Timeframe	잠재적 재무 영향
전환 위험	정책 및 규제	탄소배출권 가격 상승 및 규제 강화	단기/중기	· 배출권 구매 비용 증가
		국내외 포장재, 폐기물 관리 규제의 심화	단기/중기	· 규제 준수 비용 증가
	기술	저탄소 제품을 생산하기 위한 연구, 협약, 투자 확대	중기/장기	· 연구 및 투자 비용 증가
		사업장 에너지 절감을 위한 신규 투자 및 설비 도입	단기/중기	· 투자 비용 발생 및 운영 비용 변동
	시장	고객의 친환경인증 제품에 대한 관심 증대	단기/중기	· 친환경인증 취득을 위한 기술 개발 및 연구 등 비용 발생
		기후변화로 인한 원자재 수급 불확실성 증대	중기	· 원자재 조달 비용 상승
평판	투자자 및 이해관계자의 기후변화 계획 및 성과 등의 대응 요구 강화	중기/장기	· 고객의 기후변화 요구 미대응시 평판 하락, 고객 이탈로 매출 손실 발생	
물리적 위험	급성	이상기후 (태풍, 홍수, 폭설) 발생 빈도 증가	단기/중기/장기	· 재해 예방을 위한 설비 투자 비용 발생 · 재해 발생시 복구를 위한 손실 비용 발생
	만성	사업장별 35도 이상의 폭염 일수 증가	단기/중기/장기	· 노동 생산력 저하, 영업 중단으로 인한 매출 손실 발생 · 실내 적정온도 유지를 위한 운영 비용 증가
기회	에너지 자원	재생에너지 발전 확대로 화석연료 가격 상승에 대한 비용 노출 감소	장기	· 화석연료 가격 변동성에 대한 영향 감소
	시장	지속가능제품 및 친환경 인증 제품 시장 확대	중기/장기	· 환경성 저감 소재 및 기술 수요 증가에 선제 투자하여 포트폴리오 수익성 증가
	자원효율성	재활용 가능한 포장재에 대한 관심 증대	단기/중기	· 환경성 저감 기술 및 제품 수요 증가로 인한 매출 확대
	제품·서비스	기후변화 발생 시 소비자의 위생용품 수요 증가	중기/장기	· 수요 증가로 인한 매출 확대
		고객의 지속가능제품, 친환경 인증제품에 대한 수요 증가	단기/중기	· 수요 증가로 인한 매출 확대

기후변화 위험과 기회에 대응하기 위한 노력

온실가스 배출량 저감 목표(2015년 대비) (김벌리클라크 내부산정 기준)

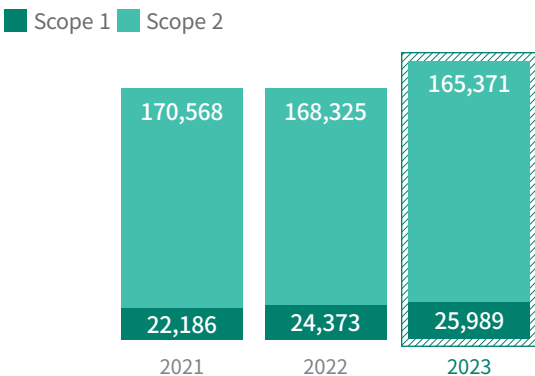


유한김벌리는 2030년까지 2015년 대비 온실가스 배출량 25%를 감축하는 목표를 수립하고 사업장별 온실가스 배출량, 에너지 사용량 실적을 관리하고 있습니다. 배출량 저감 실적은 지속가능경영부문과 제조생산부문 간 협업을 통해 관리하고 분기별 환경에너지 실무회의를 통해 검토하고 있습니다.

온실가스 배출권 거래제 참여

유한김벌리는 온실가스 배출권의 할당과 거래에 관한 법률에 대응하여 2015년부터 할당 대상 업체로 참여하고 있습니다. 매년 환경 소위원회와 ESG위원회를 통해 확보하고 있는 잉여량과 당해 연도 확정 배출량의 이월 또는 매도 물량을 승인하고 있습니다.

최근 3개년 온실가스 Scope 1, Scope 2 배출 추이*



* 배출권 제출시 배출량을 기준으로 산정하며, 사업장 단위 질사 배출량 차이로 최종값과 3 tCO₂e 차이 발생

공장 에너지 관리와 효율화

유한김벌리는 2016년 이래로 공정에너지관리 시스템(FEMS)을 적용하여 제조생산 사업장의 에너지 관리를 하고 있습니다. 또한 공정에너지관리 시스템(FEMS) 고도화를 위해 실시간으로 데이터를 수집·저장하여 생산성을 관리할 수 있는 히스토리안(Historian) 툴을 도입하여 실시간 생산 기반의 에너지 원단위 관리를 추진함으로써 에너지를 보다 효율적으로 사용하고자 노력하고 있습니다.

충주공장은 2023년 공장 내 전체 설비를 대상으로 에너지 절감을 위한 모니터링 시스템을 구축하고 기계별 불필요한 에너지와 원단위 에너지 사용량을 관리하고 있습니다. 모니터링 시스템을 활용하여 전년대비 전력비 3% 절감 목표를 수립했으며 연간 20MWh의 에너지 절감과 90 tCO₂e의 온실가스 저감 효과를 예상하고 있습니다. 또한 생리대, 시니어 기계의 제조 공정에 사용되는 대용량 팬의 전력 사용량 최적화로 매년 약 1,205MWh의 에너지 저감과 약 2억 1,300만 원의 원가 절감이 예상됩니다. 충주공장은 공장설비 개선을 통해 프로젝트 기간 동안(2023.01~2024.05) 37 tCO₂e의 온실가스를 감축하였습니다. 김천공장은 2022년부터 원지 제조 공정의 폐열을 회수하여 스팀으로 재활용하는 등의 에너지 효율 개선 프로젝트를 진행하였습니다.

대전공장은 2023년 모터전력절감기(OPC_M, Optimum Power Control for Motor)를 기저귀와 부직포 생산 공정 전 라인으로 확대하였습니다.

제조생산 사업장의 에너지 최적화와 온실가스 저감 노력으로 2023년 온실가스 Scope 1과 Scope 2의 배출량 합계는 191,357 tCO₂e이었습니다. 한편 2023년 재생에너지 소비량은 0.44TJ입니다.

2023년 공장별 온실가스와 에너지 절감 노력

구분	내용	온실가스 감축량	에너지 감축량
김천공장	공정 폐열을 회수하여 스팀으로 재사용	670 tCO ₂ e	0.31mmbtu/MT
충주공장	모니터링 시스템 구축	90 tCO ₂ e	20MWh/년
	대용량 팬의 운전 최적화	37 tCO ₂ e	1,205MWh/년
대전공장	모터전력절감기를 전 라인에 적용	1,705 tCO ₂ e	3,710MWh/년

온실가스 Scope 3 인벤토리 구축*

유한킴벌리는 기후변화 대응을 공급망 전반으로 확산시키기 위하여 Scope 3 인벤토리 구축을 완료하였습니다. 이를 통해 인벤토리 카테고리를 기존 1개에서 11개로 확장함으로써 국제가이드라인에 기반한 산정 범위의 완전성을 확보하였습니다. 유한킴벌리의 Scope 3 배출총량은 639,669 tCO₂e입니다. 온실가스 배출 기여도는 11개 카테고리 중 구매 제품 및 서비스, 판매된 제품의 폐기 단계 순으로 큰 비중을 차지하였습니다. 유한킴벌리는 Scope 3 인벤토리 구축으로 확인된 원부자재별 탄소배출량 원단위 등의 정보를 지속가능소재개발 및 협력사 관리 지표로 활용하고, 향후 Scope 3 온실가스 배출량 저감을 위한 정량적 목표 수립 검토와 그린 액션 얼라이언스를 통한 성과 연계 방안 등에 활용할 예정입니다.

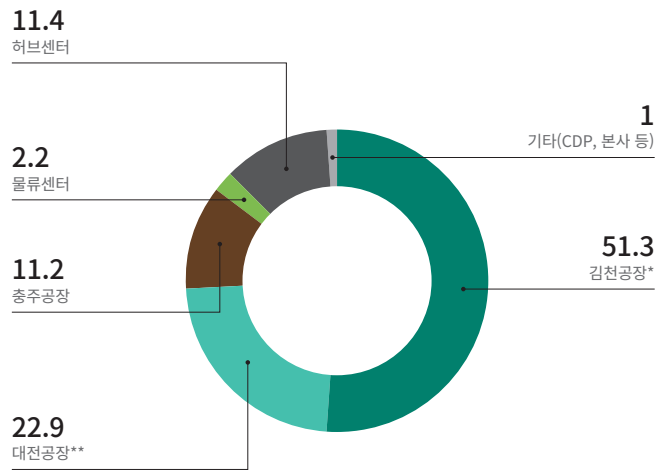
* 과업명: 유한킴벌리 Scope 3 배출량 산정 및 관리방안 마련
 수행기관: 에코에이블컨설팅
 기간: 2023. 7~12
 범위: Scope 3 배출량 산정 및 매뉴얼 개발

2023년 Scope 3 카테고리별 배출량*

구분	카테고리	배출량(tCO ₂ e)	기여도(%)
업스트림	구매한 제품 & 서비스	332,110	51.9
	자본재	1,883	0.3
	연료 및 에너지 관련 활동	32,548	5.1
	업스트림 운송 & 물류	21,001	3.3
	운영과정에서 발생된 폐기물	917	0.1
	출장	265	0.04
	직원 통근	682	0.1
	업스트림 임차자산	47	0.01
	다운스트림	다운스트림 운송 & 물류	6,302
	판매된 제품의 사용	8,062	1.3
	판매된 제품의 폐기	235,854	36.9
합계**		639,669	100

* 11개 카테고리별로 구매 중량 및 구매 금액에 배출계수를 곱하여 산정하는 국제 가이드라인 기반 추정 방식을 준용하며, 환산인자 변동에 따라 배출량 차이가 발생할 수 있음
 ** 카테고리별 배출량 수치는 반올림하여 기재함에 따라 합계 차이 발생

2023년 사업장별 Scope 3 배출량 비중 (단위: %)



* 김천공장: 미용티슈, 화장실용 화장지, 키친타올, B2B 전용 화장지 및 핸드타월, 부직포 등을 제조 및 생산
 ** 대전공장: 아기 기저귀, 아기 물티슈, 영유아 스킨케어, 첨단 부직포 소재 등을 제조 및 생산

물류 혁신 프로그램

유한킴벌리는 Scope 3 카테고리 중에서도 물류 부문의 온실가스 배출 및 에너지 사용 저감과 운송비 절감을 위해 2008년부터 물류 혁신 프로그램을 추진해오고 있습니다. 2023년에는 온실가스 감축을 위해 김천, 대전, 충주 3개 공장 모두 공급망 개선, 쿠팡 벤더 플렉스 확대 프로젝트를 진행했으며, 거점 통합으로 온실가스와 에너지 사용량을 감축하는 등 총 14개 과제를 추진했습니다. 그 결과, 2023년 한 해 동안 물류 부문의 온실가스 배출량을 6,302 tCO₂e로 줄였으며, 약 20억 원의 비용을 절감했습니다.

충주공장 녹색기업 탄소중립 실천 협약

충주공장은 2022년 5월 원주지방환경청과 ‘녹색기업 탄소중립 실천 협약’을 맺고 원주지역의 탄소중립을 위해 6가지 과제를 수행하고 있습니다.(종이사용자제, 녹색제품 구매, 고효율 전자 기기사용, 컴퓨터 절전기능, 재활용분리, 산불교육 정도) 녹색기업은 지방 환경청의 심사를 거쳐 환경부 장관이 지정하는 것으로, 환경오염물질 저감 및 온실가스 배출 최소화 등 환경 개선에 크게 기여한 친환경 사업장 인증입니다. 녹색기업으로 지정되면 환경분야 정기 지도·점검 면제, 환경개선에 필요한 자금과 기술 등을 지원받는 인센티브가 주어집니다.

환경성 개선을 위한 투자

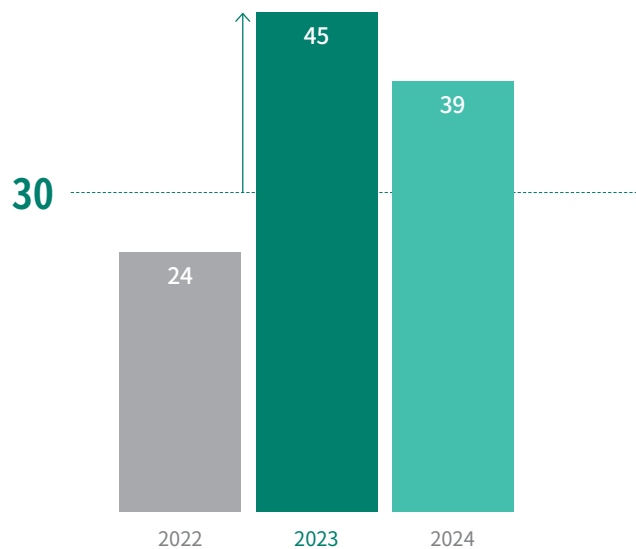
유한킴벌리는 기후변화 위험에 대응하고 온실가스 감축에 기여하고자 매년 시설투자자금(CAPEX, Capital Expenditure) 계획 시 환경성 개선을 위한 투자에 30% 이상을 의무적으로 할당하기로 하였습니다. 이에 따라 매년 ESG 위원회를 통해 투자 비중의 적정성과 현황을 검토하고 있습니다.

2023년 물류 부문 온실가스 감축 프로젝트

사업장	프로젝트
충주공장	· 공급망 개선을 통한 직송 증대 · 쿠팡 벤더 플렉스 확대
김천공장	· 공급망 개선을 통한 직송 증대 · SND* Project를 통한 거점 통합 · 쿠팡 벤더 플렉스 확대 · 팔레트 재활용
대전공장	· 공급망 개선을 통한 직송 증대 · 쿠팡 벤더 플렉스 확대 · 팔레트 재활용 · 폐기물 감소를 통한 ESG 실천
본사	· Paperless를 통한 ESG 실천 · SND Project를 통한 거점 통합 · 이커머스 박스 로직 개선을 통한 포장 합리화 · 팔레트 적재효율 개선 · 쿠팡 밀크런** 확대 · 폐기물 감소를 통한 ESG 실천

최근 3개년 시설투자자금 대비 환경성 개선 투자 비중 추이

(단위: %)



* Supply Network Design, 유한킴벌리 각 거점 공급망 네트워크 최적화 프로젝트

** 쿠팡의 화물 차량이 유한킴벌리 거점에 직접 방문, 상품을 실어 쿠팡 물류센터로 입고하는 방식

기후변화 대응과 생물다양성_생물다양성

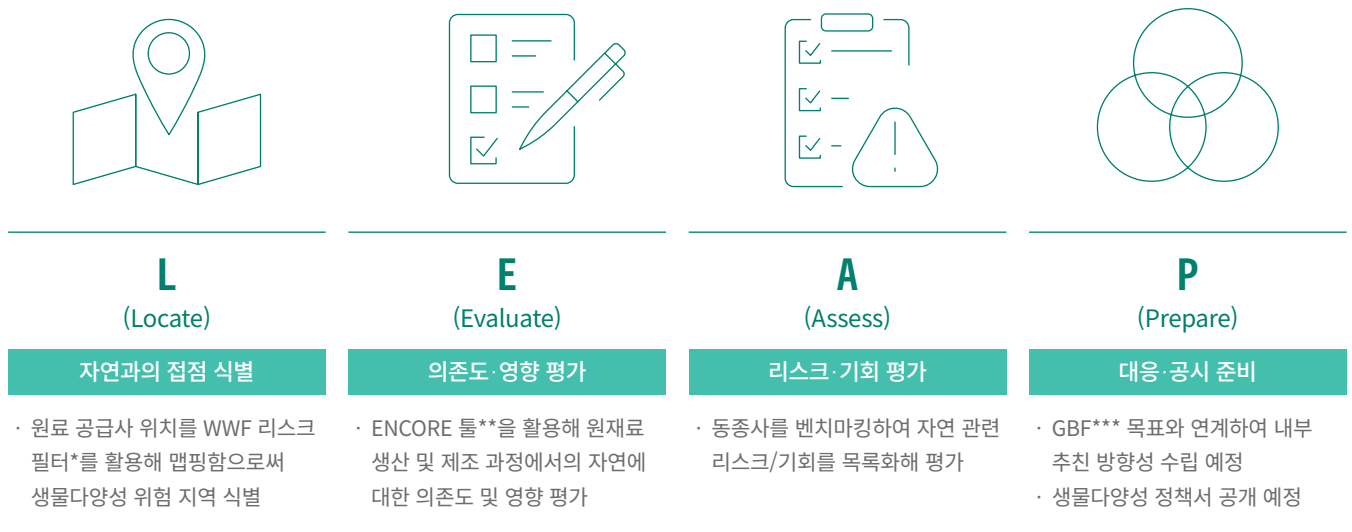
자연 보전의 중요성

회사의 다양한 비즈니스 활동은 자연이 제공하는 풍부한 자원 덕분에 가능합니다. 하지만 무분별한 자연 자원의 이용은 생물 다양성의 손실을 비롯한 자연 훼손을 초래하고, 이는 회사의 위기로 이어질 수 있습니다. 때문에 지속가능한 미래를 위해 전 세계적으로 관련 규제와 공시 요구가 강화되며 생물다양성을 비롯한 자연 보전의 움직임이 시작되고 있습니다.

생물다양성 보전을 위한 첫걸음

이러한 흐름에 발맞춰 유한킴벌리는 2023년 신규 과제 중 하나로 생물다양성을 선정하여, 대표 제품 한 개에 대해 LEAP(Locate, Evaluate, Assess, Prepare) 접근법을 적용함으로써 생물다양성 보전을 위한 첫걸음을 시작했습니다. LEAP 접근법은 자연 자본 공시 기준인 TNFD(Taskforce on Nature-related Financial Disclosure, 자연 관련 재무영향 공시에 대한 기준)에서 제시한 내부 실사 방법론입니다. 향후 유한킴벌리는 제품군을 확대해 가며 생물다양성 보전을 위한 노력을 지속할 것이며, 적용 범위와 기본원칙 등이 명시된 생물다양성 정책을 ESG위원회 승인을 통하여 자발적으로 공개할 예정입니다. 아울러 현재로서는 생물다양성 보전을 위한 체계가 마련되어 있지 않으나, 내부적으로 생물다양성 관련 리스크를 식별하고 관리할 필요성을 확인했으며 향후 전담 조직과 보고 체계를 구축할 계획입니다.

LEAP 접근법



* 기업의 비즈니스 활동과 관련된 생물다양성 위험을 식별하고 기업이 조치의 우선순위를 정하는 것을 도와주는 스크리닝 도구

** 기업이 노출된 자연 관련 위험과 자연에 대한 의존도 및 영향을 파악하는 것을 도와주는 도구

*** 콘밍-몬트리올 글로벌 생물다양성 프레임워크(GBF, Global Biodiversity Framework)

Case Study '크리넥스 드라이셀 핸드타월 제품'에 대한 생물다양성 리스크 식별과 분석

유한킴벌리는 생물다양성 리스크 식별과 분석을 목적으로 대표 제품 중 하나인 크리넥스 드라이셀 핸드타월 제품에 대해서 분석을 진행했습니다.

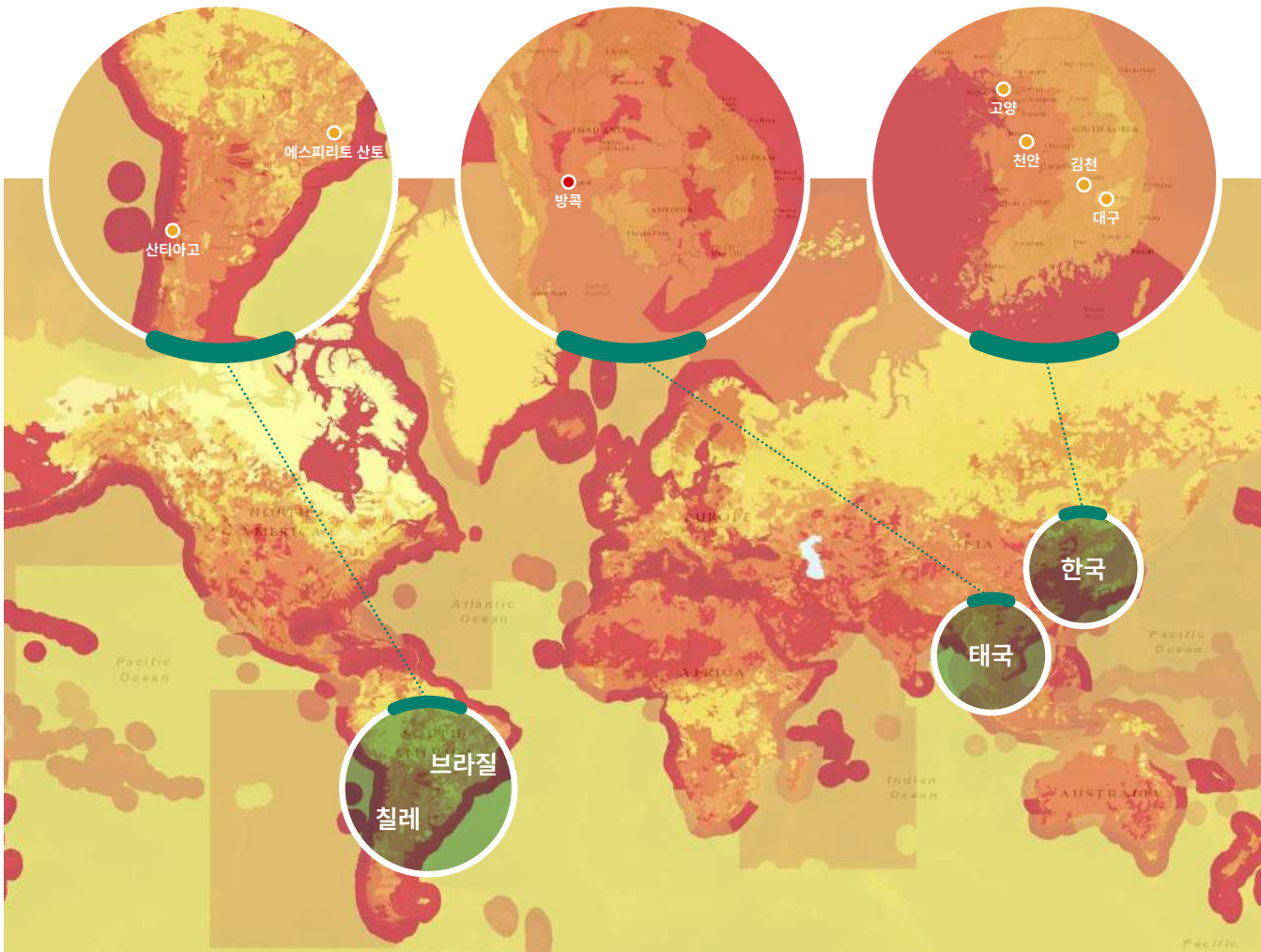
Locate 자연과의 점점 식별

Locate 단계에서는 크리넥스 드라이셀 핸드타월 제품의 비즈니스 활동 범위를 파악하기 위해 생산 사업장과 원재료 공급사의 위치를 맵핑하고, WWF(World Wide Fund For Nature) 생물다양성 리스크 필터*를 활용해서 생물다양성 물리적 위험 지역을 식별했습니다. 그 결과, 총 9곳의 공급 협력사 중에서 방콕에 위치한 공급사가 가장 위험 지역 내에 위치하고 있음을 파악할 수 있었습니다.

* 기업의 비즈니스 활동과 관련된 생물다양성 위험을 식별하고 기업이 조치의 우선순위를 정하는 것을 도와주는 스크리닝 도구

크리넥스 드라이셀 핸드타월 제품의 영향과 의존도 히트맵

WWF 생물다양성 위험 필터(2023)



핵심사업 성장

핵심사업 성장을 위한 접근방식

유한킴벌리는 회사의 비전과 잘 일치하며 경쟁사 대비 핵심 역량과 경쟁 우위를 지녀 회사 매출 창출에 크게 기여하는 아기 기저귀, 여성 생리대, 화장지 등의 제품들을 핵심사업으로 분류하여 관리하고 있습니다. 2022년부터는 웰니스케어의 본격적인 성장을 위하여 성인용 기저귀 등 웰니스케어 용품을 핵심사업으로 추가하였습니다. 회사는 핵심사업 성장을 위하여 향후 3년간은 전사적 노력과 자원을 핵심사업에 집중하고자 합니다. 이를 토대로 하여 2027년 이후 유한킴벌리의 핵심사업 제품의 안정적인 성장세를 유지하고자 합니다.

핵심사업 경쟁력 제고를 위한 투자

유한킴벌리는 생활용품과 B2B 비즈니스에서 핵심사업 제품을 개선하고 공급 기반을 확보하기 위해 공격적인 설비 투자를 추진하고 있습니다. 2023년에 시설에 투자한 금액은 총 656억 원이며, 그 중 주요 프로젝트 투자 금액은 총 439억 원입니다. 누적 투자 금액은 총 1,022억 원으로, 유아 기저귀, 생리대, 웰니스케어 등 다양한 제품 소재에 적용되는 첨단 부직포 설비 개선에 가장 큰 비중을 두고 있습니다.

핵심사업 제품 혁신 성과

유한킴벌리는 꾸준한 투자와 제품 혁신을 바탕으로 2023년에 미용지와 화장지 부문에서 전년대비 7.5%의 매출 성장률을 기록했으며 여성 생리대 부문의 매출 성장률은 3%를 기록했습니다. 미용지와 화장지 부문 매출 성장 배경에는 김천공장 신규 설비인 제지 10호기를 2023년 7월부터 가동하여 티슈 시장 원단 수요의 증가에 대응할 수 있게 되었다는 점이 있습니다. 또한 여성 생리대 부문 매출 성장 배경에는 ‘입는 오버나이트’ 제품 시장 개척이 있습니다.

2023년 신제품

유한킴벌리의 신제품은 혁신의 결과입니다. 2023년 신제품의 판매비중은 매출의 12%로서 새로운 매출의 동력이 되고 있습니다. 특히 2023년에 좋은느낌 라네이처는 최초로 사회적 약자를 위해 점자를 적용하였고, 국내 탐폰 생산설비를 신규 설치하여 11월에 탐폰을 출시하였으며, B2B 제품 중 보호복 라인업을 확대하여 산업용품 제품군을 확장하였습니다. 또한 여성용품 브랜드 ‘좋은느낌’은 화학적 처리 없이 고압수로 섬유를 결합하는 자연 친화적 공법을 커버에 적용하여 환경성과 제품 기능성을 모두 고려한 비건 생리대를 출시하였습니다.

유한킴벌리 핵심사업* 제품군

핵심사업 제품군

아기 기저귀

성인 기저귀

여성 생리대

화장지/미용티슈/타월

B2B용 산업/
화장실 용품

* 핵심사업은 국내 판매 대상이며 수출은 포함하지 않음

2023년 주요 프로젝트 투자 현황

주요 프로젝트							
	첨단 부직포설비	제지 10호기 신설	탐폰 신규 설비 설치	기저귀 제품 개선	생리대 제품 개선	웰니스 제품 개선	
2023년 투자 집행 금액	186억 원	208억 원	8억 원	21억 원	14억 원	1억 원	총액 439억 원
누적 투자 집행 금액	437억 원	430억 원	104억 원	24억 원	20억 원	7억 원	총액 1,022억 원

돋보기

웰니스케어 브랜드 ‘디펜드’의 성장

올해로 출시 30년차인 유한킴벌리의 웰니스케어 브랜드 ‘디펜드’는 적극적인 시장 개발과 시설 투자 노력을 바탕으로 하여 최근 3년간 약 14%*의 연평균 성장률을 기록했습니다. 디펜드는 시니어 시장 내에서 환자용 기저귀 외에 액티브, 세미 액티브용으로 요실금 전용 제품을 세분화하고 제품 구색을 라이너, 패드, 언더웨어로 다양화하였으며 남성용 제품도 출시하며 시장 변화를 이끌었습니다. 최근 고품질 제품의 수요가 높은 요양병원과 요양시설 등 시설 시장으로 사업을 확대해 나감과 동시에 안정적인 공급과 제품 혁신 기반을 마련하기 위해 총주공장과 대전공장에 전용 생산설비를 구축하였습니다. 앞으로도 디펜드는 웰니스케어 전문 브랜드로서 시장과 고객에 가치를 제공해 나갈 것입니다.

* 시설 대상 비즈니스를 제외한 리테일 기준

2023년 핵심사업 주요 신제품

사업영역	제품군	제품명	내용 및 제품설명	제품 이미지
유아/아동용품	기저귀	하گی스 네이처메이드 퓨어코튼	· 바이오 소재를 사용한 고분자 흡수체(SAP, Super Absorbent Polymer)를 적용한 친자연주의 기저귀 · 프리미엄 100% 순면(cotton natura) 등급 획득	
		하گی스 맥스드라이	· 더욱 뛰어난 흡수력과 통기성을 겸비한 하گی스 흡수력 1위 기저귀	
여성용품	생리대/ 팬티라이너	좋은느낌 입는데이팬티	· 붙이는 대신 입으니까 새는 걱정 없이 맘껏 움직이는 편안한 데이 팬티 · 낮 착용에 딱 맞춘 라이트 핏, 몸에 딱 붙는 심리스 타입	
		좋은느낌 라네이처	· 100% 유기농 순면커버를 적용하여 민감한 피부 고려, 식물유래 소재 80% 적용 방수층 · 친환경 섬유인증 에코서트(ECOCERT)인증 생리대	
웰니스케어	패드	디펜드 스타일 패드	· 여성의 신체 구조와 실금의 위치를 고려한 앞이 넓은 패드	
가정용품	화장지	크리넥스 3겹 아쿠아프레스	· 3겹의 화장지를 합지용 풀이 아닌 4단계 정수처리를 거쳐 마실 수 있는 물로 접합하여 더욱 안심하고 깨끗하게 사용 · 합지용 풀을 사용하지 않아 매년 약 75.4ton의 탄소배출량 저감 효과	
	미용티슈	크리넥스 오브제 에디션	· 비타민E와 자연유래 보습 성분 로션으로 부드러운 감촉 · 소프트 모브 컬러의 감각적인 시트 컬러로 유니크한 포인트	
		크리넥스 알러지 케어 로션	· 진정 효과를 가진 병풀 추출물, 카모마일 추출물 함유 로션으로 더욱 부드러운 사용감 · 식물성 잉크와 포장재로 환경성 개선	
B2B	장갑	킴테크 LDT 내화학 글러브	· 산업안전보건공단 기준의 필수 화학물질 테스트를 완료한 내화학 글러브 · 손끝부위의 두께를 보강하여 더욱 안심하고 사용이 가능하며, 한국인의 손둘레에 맞는 탁월한 핏과 그립감 제공	
	보호복	크린가드 A20 클랜드라이 보호복	· 특허받은 수분/땀흡수 원단을 적용하여 땀을 빠르게 흡수하고 건조하여 스트레스 없이 쾌적하게 착용 가능	

신사업 확장

미래 성장 동력

유한킴벌리는 ‘우리는 생활-건강-지구환경을 위해 행동합니다’라는 기업 비전을 바탕으로 일반 소비자 위생용품과 산업 및 의류용품을 제조 생산하며 더 나은 생활·건강·안전·위생·지구와 환경을 위한 가치를 제공하고자 노력해 왔습니다. 특히 COVID-19가 발발한 2020년부터 2024년까지 ‘고객 위생과 건강’은 중대성 평가에서 상위권을 유지할 정도로 개인의 위생과 건강에 대한 관심이 높아졌음을 확인할 수 있었습니다.

이에 부응하기 위해 유한킴벌리는 국민의 건강과 위생을 증진하기 위한 제품을 미래 핵심사업으로 선정하고 전략적으로 육성하여 시장을 선도하고자 합니다. 미래 핵심사업은 핵심사업과의 시너지, 성장잠재력, 시장성 등의 기준으로 선정하며, 주요 제품군으로는 스킨케어, 유아·키즈 액세서리, 물티슈, 스카트 청소용품, 메디컬케어 제품, 마스크·손세정제 등이 있습니다. 미래 핵심사업은 가까운 미래에 유한킴벌리의 핵심사업이 되는 것을 목표로 하며, 유한킴벌리의 성장 동력이 될 것으로 기대하고 있습니다.

미래 핵심사업

스킨케어

유한킴벌리는 18년 이상 영유아 스킨케어 사업을 성공적으로 운영하며 전문성과 시장 경험을 쌓아왔습니다. 이를 토대로 비즈니스 확장을 준비해 2023년에는 2030세대가 주요 타깃인 포레스트(FoRest) 브랜드를 신규 런칭하여 슬로우 에이징 스킨케어 시장에 진출했습니다. 아울러 유한킴벌리는 국내뿐만 아니라 일본, 몽골, 대만 등 해외 시장에서의 입지를 확보하고자 합니다.

종이물티슈

국내 물티슈 시장은 최근 연간 3% 내외의 성장률을 보이고, 이중 친자연 생분해 물티슈 시장은 약 25% 내외의 성장세를 보이고 있습니다. 유한킴벌리는 현재 크리넥스와 스카트 브랜드에서 일반 가정용과 B2B용 종이 물티슈 제품을 공급하고 있으며, 전년 대비 매출이 188% 성장했습니다.

육아용품

국내 육아용품 시장은 약 3,000억 원 규모로 추산되며, 유한킴벌리의 육아용품 전문 브랜드인 그린핑거 베베그로우는 자체 연구소에서 독자적으로 개발한 육아용품을 전량 국내에서 생산 및 공급하고 있습니다. 2023년에 그린핑거 베베그로우는 주요 채널에서 젓꼭지·젓병 분야 판매 1위를 달성하기도 했습니다. 아울러 유아동 식기류와 발달지원 용품, 유아 컵류, 노리개는 북유럽 육아용품 ‘무쉬’, ‘프리그’, ‘나뚜’를 공식 수입·판매하며 육아용품 비즈니스를 확장하고 있습니다.

해외 시장 진출과 성장

유한킴벌리는 아시아 태평양 지역 국가의 프리미엄 니즈에 맞춰 고품질 제품을 개발하고 생산하여 호주, 뉴질랜드, 홍콩, 대만, 일본 등의 주요 관계사에 공급하고 있습니다.

수출하는 주요 브랜드 중 하나인 그린핑거는 중국, 대만, 홍콩, 싱가포르 등의 국가에서 스킨케어와 젓병 제품을 온·오프라인 채널을 통해 판매하고 있습니다. 또한 하기스, 화이트, 크리넥스는 몽골 프리미엄 시장에서 1~2위를 차지할 정도로 높은 판매율을 보이고 있으며, 연평균 12% 성장률을 기록하고 있습니다. 2023년에 유한킴벌리가 수출한 국가는 총 20개국이며, 수출액은 총 1,134억 원입니다.

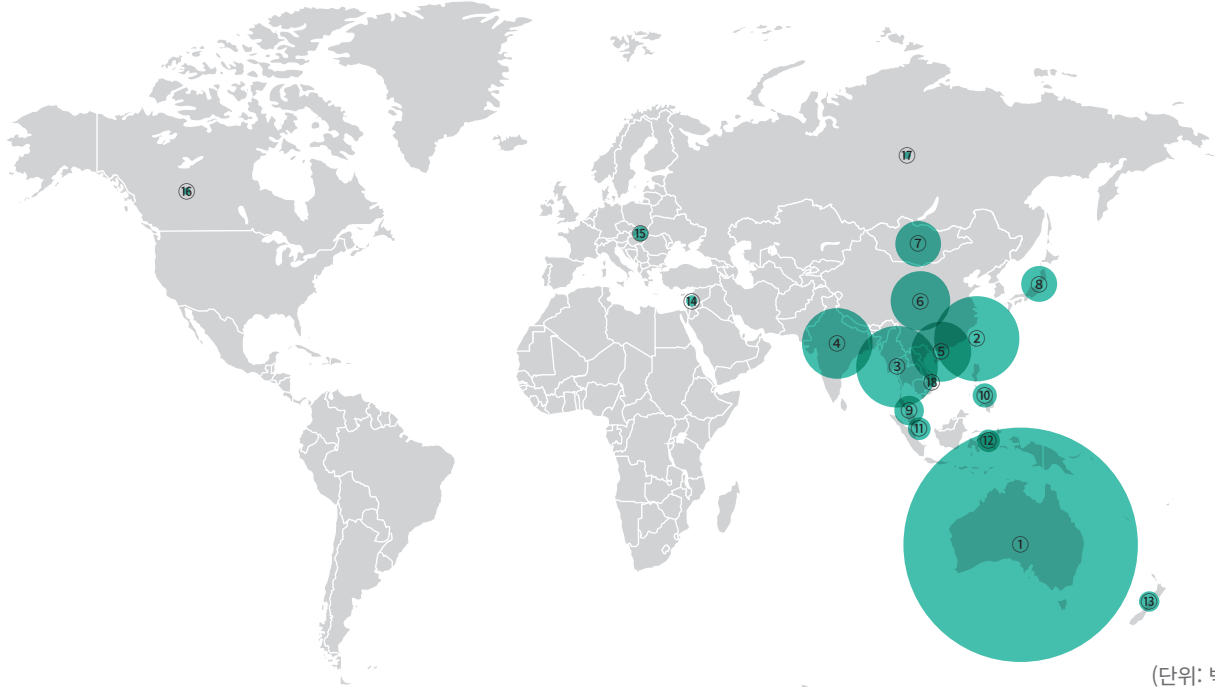
2023년 신제품

2023년에 미래 핵심사업에서 31개의 신제품이 출시되었습니다. 주요 신제품으로는 스카트 소프트 앤 스트롱 수세미, 하기스 썸머 물티슈 등이 있습니다.

미래 핵심사업

제품군	브랜드 및 주요 제품
물티슈	아기물티슈·일반물티슈 및 마이비데
스킨케어	그린핑거, 포레스트
육아용품	베베그로우 젓병, 젓꼭지 등
방역위생용	마스크, 손세정제 등
청소용품	스카트
메디컬케어	힐더스

2023년 수출국



(단위: 백만 원)

① 호주	36,140	⑤ 홍콩	7,944	⑨ 말레이시아	3,911	⑬ 뉴질랜드	2,656	⑰ 러시아	465
② 대만	11,262	⑥ 중국	7,879	⑩ 필리핀	3,192	⑭ 이스라엘	1,447	⑱ 베트남	158
③ 태국	10,785	⑦ 몽골	6,040	⑪ 싱가포르	2,997	⑮ 유럽	1,000		
④ 인도	9,340	⑧ 일본	4,754	⑫ 인도네시아	2,928	⑯ 북미 (미국, 캐나다)	535	합계	113,433

2023년 미래 핵심사업 주요 신제품

사업영역	제품군	제품명	제품 특징	제품 이미지
가정용품	청소용품	스카트 소프트 앤 스트롱 수세미	· 기존 자사 제품 대비 2배 더 부드러운 특수원단 · 스크래치 걱정 없이 안심 걸거지가 가능한 수세미	
육아용품	아기물티슈	하기스 썸머 물티슈 캡형	· 여름 더위에 높아지는 피부 온도를 최대 -5도까지 낮춰주는 썸머물티슈 · 원단부터 유한킴벌리 직접 국내 생산	
	수유용품	그린핑거 베베그로우 PPSU 트윈팩 젖병	· 아이 성장 단계에 맞추어 젖병으로 사용하다 빨대 컵으로 전환해 사용 가능 · 내열성과 내구성이 뛰어나고 유해물질이 없는 안전한 소재 적용 · 디자인 젖병 수익금 1%, 국내 멸종위기 야생식물 보호 기금으로 출연	
	세제용품	그린핑거 포근한코튼 세탁세제	· 물에서 생분해되어 잔여 세제 걱정 없는 온 가족 비건 세제 · 유해 우려 성분 15종과 미세플라스틱 불검출 테스트 완료	
	스킨케어	그린핑거 야외놀이 워셔블 선크림	· 물 세안만으로 99% 세정되는 워셔블 선크림 (SPF50+, PA++++) · 식물유래 성분 함유 및 33가지 걱정 성분 무첨가	
B2B	클러브	엔코어 라텍스 마이크로 수술용장갑	· 비디드 커프그립으로 안정적인 착용감 · 강한 수술실 조명의 반사를 줄일 수 있는 브라운 색상	

가치사슬 혁신

스마트 매뉴팩처링

스마트 제조 시스템 구축

미래 산업에 대응하고 시장을 선도하기 위해서는 제조 분야의 디지털화를 통한 역량 강화가 필수적입니다. 유한킴벌리는 이미 제조 분야 전반에서 디지털화를 시작했으며, 데이터의 디지털화 및 대시보드 자동화를 통한 업무 효율화, 데이터 기반 생산 문제해결과 실시간 공정 모니터링을 통한 공정 개선, 그리고 재고 정보와 연속 공정상 정보의 연결을 진행하고 있습니다. 특히 그동안 도입한 제조 실행 시스템(MES, Manufacturing Execution System)과 OSI-PI* 등의 스마트 제조 시스템들의 사용을 활성화하는 디지털 혁신(DT, Digital Transformation) 문화 정착을 위해 노력하고 있습니다.

MES는 공장에서 생산 과정을 효율적으로 관리하고 모니터링하기 위한 통합 시스템으로, 제조 데이터 추적성과 연결성을 강화하는 목적을 가지고 있습니다. 대전공장에 적용 완료 후 김천공장까지 확대 적용하여 현재는 기능 강화 작업을 진행 중이며, 2025년에는 충주공장으로 확대 적용을 계획하고 있습니다. OSI-PI는 데이터 통합 및 분석 플랫폼으로, MES에서 연결되는 제조와 공정 데이터를 시각화하고 수집, 저장, 분석하는 데 사용됩니다.

* OSI사의 PI 시스템으로, 신뢰할 수 있는 실시간 운영데이터를 수집, 강화, 저장, 접근할 수 있는 솔루션

디지털 혁신 프로젝트

제조 사업장에서는 디지털 혁신 프로젝트를 통해 엔지니어들이 데이터를 기반으로 문제를 해결하도록 돕고 있으며, 이를 더욱 강화하기 위해 '디지털을 통한 가치 창출'을 제조 KPI로 설정하고 있습니다. 엔지니어들은 프로젝트를 통해 제조 공정 개선에 기여하는 과제를 발굴하고, 이를 데이터와 디지털을 통해 개선하여 공정, 에너지, 폐기물 등 제조 원가 절감 또는 품질 개선 등에 기여하고 있습니다.

2023년에는 28개의 DT과제가 진행되어 제조 경쟁력 향상에 기여하였으며 2024년에는 40개 이상의 DT 과제를 발굴했습니다. 이외에도 제조 사업장에 데이터 분석 전문가를 투입하는 등 다양한 활동을 통해 제조 지능화와 디지털라이제이션에 기반한 가치를 지속 창출함으로써 제조 경쟁력을 강화해 나갈 것입니다.

* Digital Transformation을 가리키며, 제조 사업장의 엔지니어들이 디지털 툴(Tool)을 활용하여 데이터를 기반으로 문제를 해결하는 활동

스마트 물류

물류 네트워크 설계 프로젝트

유한킴벌리는 물류 효율을 향상시키기 위해 2022년 10월 물류 네트워크 설계 프로젝트(SND, Supply Network Design Project)를 착수하였습니다. SND 프로젝트를 통해 생산 거점에서 고객까지의 운송 과정을 축소 및 효율화하여 온라인 중점 유통 환경 변화에 대응하고, 유통과정의 온실가스 배출량을 저감할 수 있습니다. 2022년에는 물류 네트워크 최적화에 대한 분석과 연구를 수행했으며, 이를 바탕으로 2023년에는 일부 물류거점을 통합했습니다. 2023년 기준 10개인 물류거점은 2025년 5개로 축소되어 제품의 이동단계가 대폭 줄어들 것이며, 이에 따라 2023년부터 2025년까지 약 55억 원의 물류비용 절감이 기대됩니다.

이커머스 물류센터 내재화와 통합

유한킴벌리는 빠르게 변화하는 이커머스 시장에서의 경쟁력을 확보하기 위해 2023년 4월부터 이커머스 물류센터 내재화와 통합 프로젝트를 진행하여 3개의 이커머스 물류센터를 2개로 축소해 운영하고 있습니다. 이에 따라 운영 효율 증대는 물론 창고 임차료와 운송비 등을 포함하여 연간 약 25억 원의 비용 절감을 기대하고 있습니다.

벤더 플렉스

2016년부터 유한킴벌리 고객사업본부 및 물류본부와 이커머스 고객사는 벤더 플렉스(Vendor Flex)를 협업 운영하고 있습니다. 벤더 플렉스는 고객사의 창고관리 시스템을 유한킴벌리 제조사업장 내에서 직접 운영하여 실시간으로 주문을 받아 포장과 배송을 하는 형태로, 제조와 이커머스 고객사 간 상품 이동을 줄여 전체 공급망 비용을 최소화하고 가격 경쟁력을 확보하는 새로운 비즈니스 모델입니다.

2023년 5월에는 충주공장에 벤더플렉스를 신규 확장하였으며, 김천과 대전 모두 전년 대비 운영 공간을 더 확대하여 김천은 6,720㎡, 대전은 2,194㎡, 충주는 1,000㎡의 공간을 운영하고 있습니다. 유한킴벌리는 벤더 플렉스를 통한 제품 이동 거리 감소로 이산화탄소(CO₂)와 물류비 절감뿐 아니라 배송 소요 시간 단축 등 서비스 개선 효과를 거두고 있습니다. 더불어 다양한 상품 카테고리 운영을 통해 신규 판매 기회를 확대하고, 생산 제품의 즉시 대응으로 결품률을 낮춰 전년 대비 최소 20% 이상의 판매 증가를 전망하고 있습니다.

모바일 랙 설치

모바일 랙은 창고나 공장에서 사용되는 물류 시스템의 일종으로, 이동이 가능한 모바일 랙을 이용하면 재고를 쉽게 이동시킬 수 있습니다. 2023년 유한킴벌리 충주공장은 모바일 랙을 설치하여 창고 재고 보관율을 기존 대비 약 155% 증가시켰습니다. 이에 따라 외부 임차 창고를 폐쇄하면서 창고비, 운송비와 인건비를 포함하여 연간 약 12억 원의 비용절감을 예상하고 있습니다. 또한, 모바일 랙은 EWM(Extended Warehouse Management)과 연동되어 재고의 정확한 위치를 파악할 수 있어 물류 업무 효율을 크게 향상시켰습니다.

비즈니스 플랫폼과 채널

여성 웰니스 플랫폼, ‘달다방’의 성장

유한킴벌리는 서비스 채널 다변화를 통한 비즈니스 플랫폼 혁신을 실현해 왔습니다. 그중 여성용품사업부에서 출시한 생리 건강 큐레이션 앱인 달다방은 지속적으로 기능 개선과 디자인 업그레이드를 통해 앱 기능을 고도화하고, 브랜드 캠페인과의 연계를 강화하며 마케팅 허브로서 확장해 왔습니다. 2024년 3월에는 웹 전환, 캘린더 기능 개선, 스토어 리뉴얼, 커뮤니티 신설 등의 대대적인 개편을 진행했습니다. 또한 웹툰, 인터뷰 등 새로운 형식의 재미있는 스펙형 콘텐츠로 여성위생용품에 대한 이야기를 쉽고 재밌게 전달하고 있습니다. 그 결과, POME*과 10대 POBA** 중심으로 인지도가 상승하여 2024년 기준 누적 다운로드 수 160만을 돌파하였습니다.

* Point of Market Entry: 처음으로 생리대를 사용하는 시기의 고객

** Point of Brand Adaption: 처음으로 나의 생리대 브랜드를 선택하는 시기의 고객

건강한 생활을 위한 플랫폼, ‘오늘플러스’

오늘플러스는 유한킴벌리의 데일리 위생건강케어 직영물입니다. 크리넥스, 디펜드, 스카트, 좋은느낌, 화이트 등 유한킴벌리 브랜드 및 건강기능식품, 화장품 등 제휴상품의 판매뿐 아니라 다양한 유한킴벌리 제품의 샘플링을 진행하고, 건강·취미·생활 정보 등에 대한 콘텐츠를 제공하고 있습니다. 특히, ‘오늘+도전’ 메뉴에서는 건강한 습관을 길러주는 견기, 물 마시기 미션 형태의 서비스로 제공하며 고객들의 지속적인 방문과 참여를 유도하고 있습니다.

2022년 4월 출시 이후 2024년 4월까지 누적 가입 고객 수는 23만 명이며, 3050 연령대의 고객 위주로 성장 중입니다. 앞으로도 유한킴벌리 브랜드와 제품을 알리고, 콘텐츠·참여형 메뉴를 통해 고객 참여를 늘리며, 제품 구매까지 연결하여 고객 경험을 강화할 것입니다.

육아를 위한 맘큐 AI챗봇 큐맘톡 오픈

유한킴벌리 직영물 맘큐에서는 육아에 도움을 줄 수 있는 AI 챗봇 ‘큐맘톡’의 베타 버전을 2024년 론칭했습니다. 큐맘톡은 chatGPT 이후 널리 사용되고 있는 LLM(Large Language Model)을 활용한 챗봇으로, 사용자들이 실제 사람과 대화하듯이 육아에 관한 질문을 하면 상세한 답변을 제공합니다.

특히 맘큐에서 제공되는 다양한 육아 정보들과 웹 상의 신뢰할 수 있는 정보들을 활용하여 아이를 키우는 보호자들이 궁금해 하는 내용에 대해 친절히 설명해줍니다. 인공지능 서비스는 지속적인 사용을 통한 개선이 중요한 만큼, 론칭 이후 사용자들의 피드백을 적극적으로 수렴하여 답변의 품질을 지속적으로 향상해 나가고 있습니다.



충주공장 모바일 랙



달다방



오늘플러스

GT 프로젝트

성장과 변혁의 GT 프로젝트

유한킴벌리는 2020년 말에 창립 50주년을 맞아 성장과 변혁을 의미하는 GT(Growth & Transformation) 프로젝트를 시작했습니다. GT 프로젝트는 지난 50년의 성과를 토대로 지속가능한 성장과 변혁을 성취해 내 100년 기업으로 도약하고자 하는 유한킴벌리의 의지를 담고 있으며 핵심사업 성장, 신사업 확장, 가치사슬 혁신, 워닝컬처 강화, 사회·환경 공헌이라는 5가지 GT 목표를 달성하여 더 새롭고 큰 기업의 미래를 만들어가고자 합니다. 2020년에 GT 1기로 시작하여 2024년에는 5기가 활동 중이며, 자발적으로 지원한 사원들의 주도하에 전사적인 차원에서 프로젝트가 진행되고 있습니다. 지금까지 총 145개의 신규 이니셔티브를 발굴하고 시행했으며, 누적 435명(중복 제외)의 사원이 참여했습니다. 사원 세 명 중 한 명이 GT프로젝트에 참여하고 있으며 직무별, 세대별로 고른 분포의 참여도를 보이는 등 유한킴벌리의 일하는 문화로 자리 잡아가고 있습니다.

GT 프로젝트 진행 현황

연도(기수)	2020(1기)	2021(2기)	2022(3기)	2023(4기)	2024(5기)
주제	성장과 변혁의 기회 발굴	성장과 변혁의 구체화와 실행 시작	성장과 변혁의 가속화	성장과 변혁의 실행	더 높은 성장과 변혁을 위한 하이-파이브
실행 계획(수)	비전 도출	63개	60개(신규 25개)	36개(신규 26개)	37개(신규 31개)
주요 과제	<ul style="list-style-type: none"> 비전과 5가지 전략 방향 수립 4가지 핵심가치 수립 	<ul style="list-style-type: none"> 하기사 프리미엄화 전략 개발 시니어 시설 시장 리더십 확보 B2B 신규 사업 도입 및 확장 이커머스 신규 채널 기회 확보 고객 배송 서비스 향상 포스트 COVID-19 조직문화 및 제도 정립 	<ul style="list-style-type: none"> 김천 제지 10호기 가동 및 티슈 비즈니스 성장 스킨케어 카테고리 성장 커머스 판매 증대 위한 물류 최적화 및 상품 개발 추가 수출 실현 및 극대화 이해관계자 기반의 ESG 리스크 발굴 	<ul style="list-style-type: none"> 여성사업부문 신규 카테고리 성장 자사 플랫폼 활성화 및 채널 간 시너지 창출 B2B 인접 영역 확장 및 헬스케어 경쟁력 강화 비즈니스 AI 활용 사례 개발 환경세 모니터링 및 산정 프로세스 혁신 	<ul style="list-style-type: none"> 미래 제조 환경 구축을 위한 로봇개발과 신공정개발 및 디지털 리터러시 구축 Total ECM과 공급망 혁신 신제품/서비스 확장과 플랫폼 비즈 경쟁력 강화 Digital Tools/AI 활용 생산성 향상 및 조직문화 강화
참여 인원	39명	247명	136명	176명	239명

GT 4기 주요 성과

2023년은 ‘GT Four Action’이라는 가치를 바탕으로 계획 단계에서 나아가 다양한 프로젝트를 직접적인 실행에 옮긴 해였습니다. GT 4기는 유한킴벌리의 일하는 방식을 한층 업그레이드하고, 혁신 플랫폼으로서 다양한 성과를 창출하였습니다. GT 4기의 주요 프로젝트는 4가지로 요약할 수 있습니다. 첫째, 달다방 및 오늘플러스와 같은 플랫폼을 활성화했습니다. 둘째, 헬스케어 브랜드 경쟁력 강화를 통한 핵심사업 성장을 추진했습니다. 셋째, 그린핑거 및 여성사업부문 신규 카테고리의 성장과 B2B 인접영역 및 펫케어 등으로 확장하는 신사업 과제를 이행했습니다. 마지막으로, 업무 노하우 공유 플랫폼을 구축하고 가족 및 근무 친화 프로그램을 개발하는 등 유한킴벌리만의 문화와 정신을 강화하기 위한 프로그램을 운영했습니다.

GT 5기 전략

GT 5기는 ‘더 높은 성장과 변혁을 위한 하이-파이브’를 주제로 1~4기의 노력을 계승하여, 유한킴벌리의 일하는 문화로 GT의 가치를 더욱 발전시키고 비즈니스 우수성을 높이는 프로젝트를 수행할 예정입니다. GT 5기 멤버는 전원 자발적 참여자로 구성되었으며, 사원들이 직접 선정한 이니셔티브를 과제로 수행하게 됩니다. 2024년 3월 공식 출범하였으며, GT 5기를 통해 범부서적인 구성원들에 대한 상호 인정과 새로운 관계 형성을 시작하고, 협업을 통한 성과 창출을 경험함으로써 궁극적으로 개인의 성장을 통한 조직의 성장을 창출하고자 합니다.

Case

GT 4기 양방향 소비자 디지털 커뮤니케이션을 통한 신속한 품질 개선

소비 생활 환경이 디지털화되고 이커머스 구매 비중이 높아짐에 따라, 소비자는 디지털 환경에서 투명한 정보 확인을 원하며 제조기업에게 신속한 피드백과 개선을 요구하고 있습니다. 이를 위해 GT 4기의 품질 개선 프로젝트팀은 소비자가 제공한 피드백을 정확한 데이터로 추적하고자 패키지의 소비자용 QR 코드를 매개체로 활용하였습니다. 제조공정에서 각 제품에 각각 고유의 QR을 인쇄하였으며, 맘큐 앱에서도 해당 QR을 촬영하여 식별할 수 있는 페이지를 시범적으로 제공하였습니다.

소비자는 QR을 통해 100% 국내 생산인 제품의 원산지와 제조 일자를 확인하여, 제품의 안전성을 직접 확인해 볼 수 있습니다. 또한 유한킴벌리는 소비자의 피드백과 공정 정보를 연계한 데이터 분석이 가능하므로, 기존 소비자불만 데이터에서 수집한 제조일자와 비교하여 보다 정확한 정보를 확보할 수 있습니다. 유한킴벌리는 이 분석 정보를 토대로 제조 공정 개선을 진행하여, 소비자에게 높은 품질을 지속적으로 제공하고 있습니다.

2023년에는 QR 코드 기술의 적합성과 공정에서의 활용 가능성을 확인하였으며, 맘큐 소비자를 대상으로 한 조사를 통해 고객 정보와 제품 품질 데이터의 연결을 확인하였습니다. 2024년에는 해당 QR을 디지털 마일리지와 연계해 디지털 세대 고객 여정을 분석하고, 고객 만족 프로세스를 향상하기 위한 여정을 이어갈 것입니다. 나아가 2025년 이후에는 QR을 점진적으로 제품군 단위로 확대해 양방향 디지털 커뮤니케이션과 신속한 품질 개선 체계를 지속적으로 구현할 계획입니다.



참여자 인터뷰

류진호/유아용품마케팅

프로젝트 참여하면서, 브랜드와 제품 관리 외에 디지털 정보화 및 서비스 이노베이션의 영역에서 많이 배우고, 열정도 느끼고, 함께 가치를 만들어가는 소중한 시간이었습니다.

김해인/디자인

패키지 안의 QR 코드가 위치할 아주 작은 영역을 확보하는 것에 많은 부서의 도움과 생산라인에 대한 이해가 필요했습니다. 협업의 힘을 느끼는 프로젝트였습니다.

성정진/Digital Excellence

프로젝트를 통해 직접 결과를 확인할 수 있어서 더욱 의미 있었습니다. 저 또한 소비자로서 직접 참여도 해보고, 소비자들의 데이터를 분석해볼 수 있어서 더 좋은 기회였습니다.

사원 경험과 성장_인재경영

EX철학을 바탕으로 한 인재경영

다양한 역량과 기술을 보유한 인재를 확보하고 사원들의 역량을 지속적으로 증진시키는 것은 사원의 만족도와 성취감 향상을 이어서 중장기적으로 조직의 경쟁력 제고와 성장에도 긍정적인 영향을 줄 수 있습니다. 유한킴벌리는 사원의 의미 있는 경험(Employee eXperience)을 통한 성장이 회사의 지속가능한 성장을 견인한다는 철학 하에 인재경영을 실천하고 있습니다. 의미 있는 경험(eXperience)은 일의 재미와 스스로의 몰입을 가능하게 하고(eXciting), 이를 통해 새로운 성과가 창출(eXcellence)되어 회사의 성장을 이끌어 냅니다.

유한킴벌리는 인재경영을 체계적으로 수행하기 위해 사원생애주기* 관점에서 각 단계에 맞는 다양한 경험을 제공하며, 사원들이 개인의 성장과 발전을 위한 기회를 최대한 활용할 수 있도록 독려하고 있습니다. 이를 위해 38개의 이니셔티브를 수립하고 2022년부터 2024년에 걸쳐 실행하고 있습니다.

2023년은 이 중 17개를 완료하며 인재경영을 구체적으로 실천해 나가는 해였으며, 아직 완료하지 못한 활동들도 다수가 검토 중이거나 실행 중입니다.

* 사원생애주기는 입사 전부터 시작하여 입사, 온보딩, 업무몰입과 수행, 성과 창출, 개발, 퇴사 이후 까지를 의미합니다.

Employee eXperience 철학과 지향점

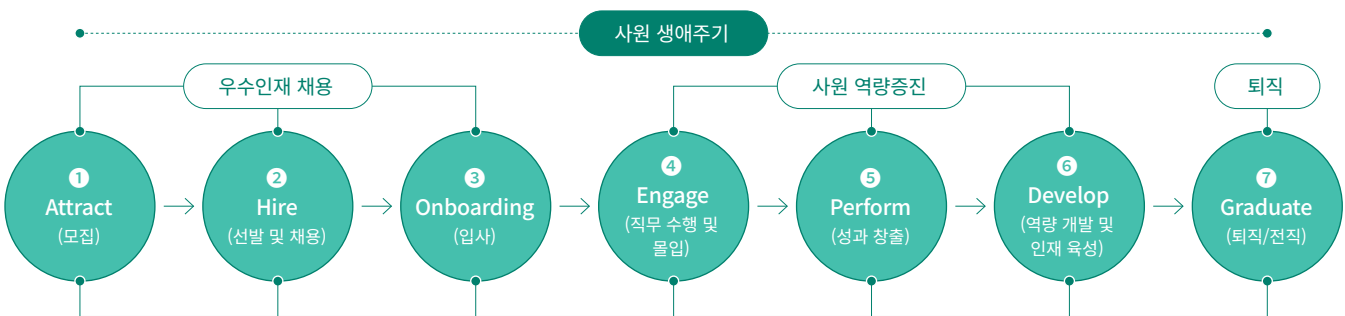
EX 철학

개인의 성장과 자기실현이 회사의 지속가능한 성장과 비전실현을 견인한다는 믿음

EX 지향점

- 사원들의 성장 경험과 역량 강화를 바탕으로 업무에 몰입하고 회사의 건강한/지속가능한 성장을 실현
- 사원 생애주기 관점에서의 다양한 경험을 통해 개인의 성장과 발전 기회 제공
- 성장 마인드셋을 통해 도전적이고 주도적인 성과 책임 문화 내재화
- 3EX(EXperience, EXcitement, EXcellence) 선순환

사원 생애 주기에 따른 2023년 주요 활동



주요 활동

- ① Attract : Employee Value Proposition 개선, 홈페이지 채용페이지 개편을 통한 채용브랜드 강화
- ② Hire : 성장 경험 확인을 통한 역량 높은 지원자 선발
- ③ Onboarding : 신입사원을 대상으로 진행되는 온보딩(Onboarding) 프로그램 운영, 신입사원 입사 100일 축하 행사 개최
- ④ Engage : 전사원 멘토링 제도 도입, 인정 프로그램 확산, 라이브 커머스 사원 출연 지원제도 신설
- ⑤ Perform : 성과 주도 및 피드포워드 중심의 문화 구축, 경험을 중시하는 평가 제도 도입
- ⑥ Develop : 리더십교육, 시장 트렌드를 반영한 비즈니스 교육, 디지털 러닝, 글로벌 커뮤니케이션 교육, 전사원 성장계획, YK 멘토링 프로그램, 커리어 포트폴리오 등의 교육 및 제도 확산
- ⑦ Graduate : 진로상담, 설계 등의 재취업 지원 서비스 및 퇴직 이후 자산관리 제공

인재경영 추진 조직

유한킴벌리는 CEO의 인재경영 의지를 바탕으로 2022년 7월 HR본부의 명칭을 EX(Employee eXperience)본부로 변경하였습니다. EX본부는 채용부터 퇴직까지 인사 관련 전반의 업무를 담당하고 있습니다.

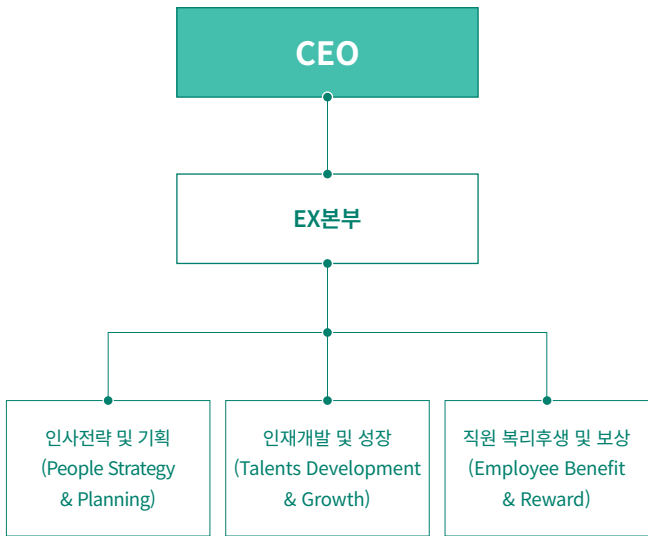
유한킴벌리는 주요 EX프로그램의 효율성을 확보하고 효과적인 의사결정을 위해 EX위원회를 운영하고 있습니다. 위원회는 승진자의 결정, EX관련 제도의 입안 등과 같은 주요한 의사결정이 있을 때마다 소집되며, EX본부가 위원회 위원들에게 사전에 공정한 유한 안전에 대한 논의를 진행하고 있습니다.

우수인재 채용

채용브랜드 강화를 통한 우수인재 유입 Attract Hire

유한킴벌리는 직무에 적합하고 핵심가치에 부합한 인재를 유입하기 위해 노력하고 있습니다. 우선 상세하고 명확한 인재상과 직무 정보를 제공하기 위해 2023년 3월 홈페이지 채용 사이트를 개편했습니다. 특히 생생한 직무 정보 제공을 위해 담당자 인터뷰와 VLOG 영상을 홈페이지에 게재했습니다. 이 중 이커머스 영업 대표의 직무소개를 담은 'YK인의 하루 VLOG'는 6.5만 회의 유튜브 조회수를 기록할 정도로 많은 관심을 받았습니다. 유한킴벌리는 서류전형부터 면접전형까지의 채용 전 과정에서 지원자의 성장 경험을 확인하여 성장마인드셋(Growth Mindset)을 지닌 도전적이고 주도적인 인재를 채용하고 있습니다.

EX본부 조직도



소속감과 자부심 증진을 위한 온보딩 프로그램 Onboarding

유한킴벌리는 신입사원을 대상으로 다양한 온보딩(Onboarding) 프로그램을 진행하여 회사 생활에 필요한 지식을 제공하고, 기존 직원들과의 유대감을 강화함으로써 소속감을 증진하고 있습니다. 입사 첫날에는 회사 및 직무에 대한 소개와 더불어 공장 견학 프로그램을 통해 신입사원들의 제조 공정과 제품에 대한 이해를 높이고 있습니다.

또한 별도의 프로그램을 통해 입사자가 성장계획을 작성하여 본인의 향후 커리어를 미리 설계할 수 있도록 하고, 리더와의 커리어 인터뷰를 통해 지원 방안에 대해 대화를 나누도록 하고 있습니다. 이후 입사 100일을 기념하는 축하 행사를 개최하여 신입사원의 유대감과 소속감을 지속적으로 증진하고 있습니다. 2023년 온보딩 프로그램의 설문조사 결과, 만족도 4.8/5.0점을 기록할 정도로 높은 만족도를 보였습니다.

사원 역량 증진

직무와 업무에 대한 몰입도 향상 Engage

유한킴벌리는 직원들이 생동감과 활력이 넘치는 조직 분위기 속에서 직무 및 업무에 대한 몰입도를 증진할 수 있도록 다양한 제도와 프로그램을 확대해 왔습니다. 2023년에는 전사원 멘토링 제도와 올해의 유한킴벌리인 제도를 확산했으며, 라이브커머스 사원출연 지원 제도를 신설했습니다.

전사원 멘토링 제도는 선별적으로 이뤄지고 있는 회사 멘토링 제도를 전사원에게 확대하기 위해 도입되었습니다. 직원들은 서로 멘토·멘티의 역할을 수행하고 성공 경험을 공유함으로써 업무에 대한 어려움을 쉽게 극복할 수 있습니다.

올해의 유한킴벌리인은 탁월한 성과로 본인과 회사의 성장에 기여한 10명(팀) 내외의 사원이나 팀에게 포상금을 지급하는 프로그램입니다. 사원은 도전적인 프로젝트와 업무를 수행하거나 핵심가치를 모범적으로 실천한 것에 대한 칭찬과 인정을 받는 기업 문화 속에서 건강한 자극을 받고, 업무에 대한 몰입도를 높일 수 있습니다.

아울러 라이브 커머스에 사원이 출연하는 경우, 이를 지원하는 제도를 운영하여 직원들이 새로운 직무를 경험할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 직원들은 본인이 직접 라이브 커머스 방송에 출연하여 회사의 제품을 홍보하고 소비자 및 소통함으로써 자연스럽게 업무에 몰입되는 효과를 누릴 수 있습니다.

성장을 통한 의미 있는 성과 창출 Perform

유한킴벌리는 직원들의 미래지향적인 문제해결 능력을 키우고, 성장 중심의 업무 집중 환경을 조성하여 직원 개인의 성장과 회사의 생산성을 동시에 증진하고자 합니다. 이를 위해 피드포워드 문화를 구축하고, 경험·협업·행동·성과 중심의 평가 제도를 운영하고 있습니다.

피드포워드란 리더와 멤버가 과거보다 미래에 집중하여 앞으로 발생할 문제에 대해 함께 고민하고 해결해가는 미래지향적 대화 방식입니다. 2023년에는 리더와 함께 대화하는 피드포워드 워크를 매월 진행하고, 피드포워드 경험 공유 이벤트를 진행해 피드포워드 문화를 확산하고자 했습니다. 이러한 노력 끝에 피드포워드 개념 이해 및 활용도에 대한 직원 설문조사 결과는 만족도 4.0/5.0점을 기록하였습니다.

아울러 유한킴벌리는 경험, 협업, 행동, 성과 중심으로 평가를 진행해 직원들이 성과에만 집중하지 않고, 경험을 통한 성장을 추구할 수 있도록 독려하고 있습니다. 직원들은 연초에 조직 목표와 연계된 개인의 목표를 설정하고, 리더와의 지속적인 1:1 커뮤니케이션 및 피드포워드, 그리고 반기 중간 성과 면담을 통해 목표를 달성하고 있습니다. 연말 성과평가는 목표 달성율을 바탕으로 이뤄지며, 보다 합리적이고 공정성 있는 평가를 위해 모든 조직에서 성과평가위원회(Calibration)를 진행합니다. 사무직 직원들은 연 1회 정기적인 평가를 받고 있으며, 평가 결과는 당해 개인 성과 상여, 차년도 연봉인상률, 향후 승진, 리더 선임 등에 반영됩니다.

역량 개발을 통한 전문성과 리더십 강화 Develop

유한킴벌리는 직원들의 전문성과 리더십을 강화하기 위해 다양한 교육과 제도를 운영하고 있습니다. 리더십 교육, 비즈니스 교육, 디지털 역량 강화 교육 등의 교육 프로그램을 비롯하여 전직원 성장계획 프로그램, YK 멘토링 프로그램, 커리어 포트폴리오 등의 프로그램과 제도가 마련되어 있습니다.

전직원 성장계획 프로그램은 모든 직원이 본인의 성장 계획을 직접 작성하고 이를 리더와 함께 협의하여 계획한 바가 실제로 실행될 수 있도록 하는 프로그램이며, 2024년에 직원 참여율 100%를 달성하는 것을 목표로 하고 있습니다.

YK 멘토링 프로그램은 경력이 많고 역량이 뛰어난 멘토로부터 후배 직원이 회사 생활에 대한 조언을 구할 수 있는 프로그램으로, 커리어에 관심이 많은 젊은 직원들의 참여율이 점차 높아지

고 있습니다. 특히 입사 10년차 이내의 직원 참여 비율이 2022년 대비 2023년에 2배 상승하여 60%를 달성하였습니다. 설문조사 결과, 멘토와 멘티 모두 YK 멘토링 프로그램이 성장과 발전에 도움이 되었으며, 회사 생활에 의미 있는 경험이 되었다고 답변하였습니다. 아울러 2024년부터 핵심 인재로 선발된 직원들이 리더십 역량 강화를 위해 멘토링에 필수로 참여하면서 프로그램을 더욱 활성화하고 있습니다.

2024년부터 본격적으로 시행되는 커리어 포트폴리오는 일부 직원을 선발하여 승진 중심의 단일 경로가 아닌 유연한 커리어 패스를 만들어 갈 수 있도록 지원하는 제도입니다. 선발된 직원은 다양한 직무경험을 통해 역량을 다방면으로 개발할 수 있으며, 조직은 인재를 신속하게 리더로 성장시킴으로써 경쟁력을 강화할 수 있습니다.

이외에도 전사 차원의 다양한 학습조직을 운영하고 자기계발을 지원하기 위해 사내 학습 사이트인 YK learning과 마이크로 러닝 교육 콘텐츠 사이트인 지식카페를 운영하고 있습니다. 2024년에는 현업 직무 노하우 및 사내 전문가 제도 등의 신규 프로그램을 통해 사내 전문가들의 지식, 스킬과 업무, 노하우를 쉽게 공유할 수 있는 프로세스를 구축하여 조직 역량을 고도화할 계획입니다.

퇴직자 지원 Engage

유한킴벌리는 퇴직 후에도 건강하고 보람 있는 삶을 보내고, 퇴직에 따른 심리적 위축과 경제적 손실을 최소화할 수 있도록 다양한 지원 프로그램을 마련하고 있습니다. 이는 고령자 고용법에 따라 근속 1년 이상의 50세 이상 퇴직자를 대상으로 하며, 신청자에게 정년퇴직 예정자 교육(회사 제도 안내, 재무설계 등), 직원 전문 상담 프로그램(EAP), 재취업 지원 서비스, 정년퇴직 예정자 지원프로그램(6개월간 재취업·생애 설계에 필요한 교육 및 교육비 300만 원 지원) 등을 제공하고 있습니다.

역량 개발을 위한 교육 프로그램

구분	교육명	대상	교육 내용	대상자
리더십 교육	SERICEO/CEO 교육	임원&리더	경영자와 리더에게 필요한 핵심 이슈, 지식과 정보 전달을 통해 리더들이 트렌드에 빠르게 대응하고 조직에 적합한 리더십을 갖출 수 있도록 지원	· 참여인원: 109명 · 교육시간(인당): 52시간
Biz 교육	라이브 커머스 교육	전사원	사원의 라이브커머스에 대한 전반적인 이해도를 높이고 활용 방안에 대해 전달하기 위해 2023년에 신설되었으며, 3주 차에는 전문 쇼호스트가 직접 진행하는 실습 강의를 통해 새로운 직원 경험의 기회 제공	· 참여인원: 누적 230명 · 기존에는 접하기 어려운 흥미로운 주제로 유익하고 신선한 경험이었던 피드백
디지털 역량 강화 교육	PBI Live MKT Data 활용 교육	전사원	사원의 시장(Market) 변동성과 성과점검 및 마켓대응 전략 수립에 활용할 수 있는 백데이터에 대한 이해도를 높이고, 현업에서 실질적으로 활용할 수 있는 디지털 툴(Power BI)에 대한 능력을 강화하는 교육	· 참여인원: 62명 · 교육시간(인당): 1.5시간
	PBI Action Learning	희망 조직	현업 데이터를 활용하여 6주간의 집중 Action Learning 진행 후, 해당 워크그룹/본부에서 바로 사용할 수 있는 Power BI 대시보드를 구축하는 교육	· 참여인원: 5명 · 교육시간(인당): 6시간
글로벌 역량 강화 교육	전화영어	전사원	사원의 글로벌 역량을 강화하기 위한 교육 프로그램이며, 2023년엔 모바일로 전환	· 참여인원: 456명 · 교육시간(인당): 9시간 · 출석률: 91% · 만족도 4.4/5.0점

사원 경험과 성장_조직문화

더 긍정적이고 유연한 기업문화로의 성장

유한킴벌리는 신뢰를 바탕으로 수평적이면서도 창의적인 기업 문화를 구축함으로써 기업 경쟁력을 지속하고, 시대 변화에 맞는 조직 유연성을 확보해 왔습니다.

2023년 9월에는 더욱 긍정적이고 유연한 기업문화를 실현하기 위한 기업문화 성장 TFT를 결성하여 기업문화의 성장 활동을 통합하고 체계적으로 관리하고 있습니다. 긍정적이고 유연한 조직문화를 형성하기 위해서는 리더의 솔선수범이 중요한 만큼 TFT 책임자를 지속가능경영부문, EX본부 그리고 GT추진실의 리더그룹으로 구성하였습니다. 2024년에는 월 1회 이상의 정기적인 회의에서 진척 상황과 계획을 공유하고 주요 전략별 활동에 대해 논의할 계획입니다.

사원의 소속감과 자긍심 증진을 위한 노력

유연근무제와 휴가제도

유한킴벌리는 일과 삶의 균형을 중시하는 경영 기조 아래 유연 근무제와 재충전 휴가 제도를 도입하여 실시하고 있습니다. 유연 근무제는 근무 형태와 적용 대상에 따라 5개의 유형으로 나뉘며, 사원은 이 중 본인에게 적합한 유형을 택해 라이프스타일에 최적화된 업무 환경을 구축할 수 있습니다. COVID-19의 대응 방안으로 강화되었던 재택근무제는 종식 이후에 주 4일 출근 체제로 전환되어 구성원들의 자율적인 근무 환경을 보장하고 있습니다. 또한 유한킴벌리는 재충전휴가를 통해 함께 일하고 함께 쉬는 문화를 구축하고 있습니다. 본사 사원을 대상으로 2024년 기준 총 27일의 재충전의 날 연간 계획을 전년도에 미리 고지하고, 최고 경영자를 포함한 전사원이 동시에 휴가를 사용하도록 가이드하고 있습니다.

2024년 기업문화 성장 TFT 운영 개요

운영 목적	<ul style="list-style-type: none"> · 기업문화의 성장 활동 통합 및 체계적 관리 · 사원 내재화, 점진적 긍정 변화를 위한 연간 활동 운영
주요 활동	<ul style="list-style-type: none"> · 구성원의 소속감, 자긍심, 안심감 강화 프로그램 · 긍정 경험, 공감력 강화를 위한 사원 커뮤니케이션 · 성장을 격려하고 지원하는 문화를 위한 활동
운영 일정	<ul style="list-style-type: none"> · 정기회의: 리드 그룹 분기 1회/활동 그룹 월 1회 · 운영기간: 2024년 2월~12월

2023년 기업문화 성장 전략과 연계 활동



출산휴가와 육아휴직

유한킴벌리는 출산·육아기 배려 강화를 통한 가족친화적 경영을 하고 있습니다. 법정 요건을 충족하는 것은 물론이며, 자체적으로 다양한 활동과 제도를 운영하고 있습니다.

우선 법정 제도에 따라 임신 중 근무시간 단축제, 유산 및 사산 휴가, 출산 휴가, 태아 검진 시간, 육아 휴직의 제도를 시행하고 있습니다. 특히 유산 및 사산 휴가와 태아 검진 시간은 법규 준수사항을 상회하여 제도를 운영하고 있습니다. 유산 및 사산 휴가는 법정 기준일의 2~3배에 해당하는 기간의 휴가를 제공하고 있으며, 태아 검진 시간 제도는 매월 1일의 태아 검진 휴가로 확대 보장하고 있습니다.

육아 휴직의 경우 자녀가 만 8세 이하 또는 초등학교 2학년 이하 일 경우 1년 이내 사용할 수 있으며, 육아기 근로 시간 단축제로

대체해 사용할 수 있습니다. 육아휴직급여는 고용보험에서 지급 하되 회사에서도 월 20만 원을 지급하고 있으며, 6+6 부모육아 휴직제에 따라 생후 18개월 이내 자녀를 돌보기 위해 부모가 동시 또는 순차적으로 휴직할 경우 첫 6개월 동안 부모 각자에게 월 최대 450만 원까지의 육아휴직급여를 지원하고 있습니다.

이에 그치지 않고 유한킴벌리는 산전 휴직, 출산 축하금, 출산 의료비, 재택근무제, 자녀 교육비 지원 등의 제도를 자체적으로 운영합니다. 출산 축하금의 경우 첫째는 50만 원, 둘째는 80만 원, 셋째는 180만 원 그리고 넷째 이상은 350만 원까지 지급하고 있습니다. 아울러 예비부모 간담회에 산부부터 임신부 배우자를 둔 남성 사원, 그리고 해당 팀의 리더까지 초대하여 출산과 육아에 관련한 회사의 방침을 안내하고 제도를 활용하도록 격려하고 있습니다.

유한킴벌리 유연근무제 형태

근무 형태	도입 시기	적용 대상	주요 내용
사차출퇴근제	1994	사무관리직 전원 (영업 외근직 제외)	· 1일 8시간, 1주 40시간 근무를 준수하면서 출퇴근 시간을 탄력적으로 조정할 수 있는 제도
재택근무제	2012	본사 사원	· COVID-19 종식과 함께 사원 간 협업과 소통 강화를 위한 주 4일 출근 체제로 전환 (2023.05) · 초등학교 3학년 이하 자녀가 있거나 기타 사유로 재택근무가 필요하다고 판단되는 사원은 리더와 상의하여 추가적인 재택근무 실시
선택근무제	2018	업무 특성에 따라 적용이 필요한 사람	· 1개월 단위 기간 총 근로시간 (근무일 8시간, 평균 주 40시간) 내에서 1일 최소 3시간 이상 근무를 전제로 1일 혹은 1주의 근무시간을 유연하게 운영할 수 있는 제도
간주근무제	2018	판매 활동비를 지급받는 영업 외근직 자원 또는 출장 중인 사원	· 주 5일 근무를 전제로 출퇴근 시간과 무관하게 1일 8시간, 주 40시간 근무한 것으로 간주하는 제도
자율근무제	2018	워크리더 이상	· 주 5일 근무를 전제로 1일의 근무 시간을 본인의 자율적인 관리에 맡기는 제도

임신과 출산을 돕는 제도

구분	정부 제도 및 법규 사항	유한킴벌리 제도 (법적 상회 및 자체 시행)
결혼	· 난임휴가	· 결혼 축하금
임신	· 유산 및 사산 휴가 · 임신 중 근로시간 단축	· 유산 및 사산 휴가 · 산전 휴직
출산	· 출산전후 휴가 · 첫만남 이용권	· 출산 의료비 · 출산 선물
육아	· 육아휴직 · 육아기 근로시간 단축	· 육아휴직기간 회사지원금 지급 · 직장 어린이집(대전공장) · 재택근무제
성장(교육)	· 부모급여 · 가정양육수당 · 유아학비(누리과정)	· 유아교육비 · 대학입학금, 등록금 · 입학축하금 · 장애자녀 학자금
	· 태아 검진 시간 · 임신 및 출산진료비 지원	· 태아 검진 휴가
	· 배우자 출산 휴가	· 출산 축하금
	· 아동수당 · 영유아보육료 · 초/중/고등학교	

가족친화 최고기업 지정

유한킴벌리는 2022년 여성가족부에서 가족친화기업 재인증을 받은 것을 넘어 인증제 도입 15주년을 맞이하여 선정한 가족친화 최고기업에 지정되는 성과를 거두었습니다. 가족친화기업 인증제는 여성가족부에서 직장인이 가정생활과 직장생활을 조화롭게 병행하는 가족 친화적인 사회환경을 만들기 위해 매년 우수 기업과 공공기관을 선정하여 인증을 부여하는 제도입니다. 유한킴벌리는 이 제도가 처음 시행된 2008년부터 지난 2022년 12월*까지 꾸준히 인증을 받아왔습니다.

재인증 기업 전체를 대상으로 한 이번 심사에서 유한킴벌리는 대기업, 공공기관 등의 평균 점수를 상회하는 총점 95.6점을 획득하며 법적 의무제도 외 다양한 가족친화제도를 이용할 수 있는 문화가 잘 이루어지고 있다는 평가를 받았습니다.

* 유효기간: 2022년 12월~2025년 11월

사원 가족 회사 초대 프로그램

2023년에는 가족친화를 위한 새로운 프로그램으로 사원 가족 회사 초대 프로그램을 월 1회 실시하였습니다. 사원이 가족을 회사로 초대해 직접 회사 소개와 오피스 투어를 제공하는 사원 주도적인 참여 프로그램이며, 전 사업장 임직원을 대상으로 진행됩니다. 참여 사원은 직접 회사를 가족에게 소개함으로써 회사에 대한 이해도를 높이고 소속감과 자긍심을 증진할 수 있습니다. 프로그램 이후 방문 가족과 사원을 대상으로 실시한 설문조사에서 참여자 모두 100%의 만족도를 기록하였습니다. 2024년 3월 기준 누적 방문 가족은 292명(사원 64명)이며 7.3:1의 신청경쟁률을 기록할 정도로 구성원의 참여도가 매우 높습니다. 6월에는 '다수 가족 동시 초대 프로그램'으로 개최, 총 38가족, 168명의 사원과 가족들이 참여했습니다.

소속감 및 유대감 강화와 긍정 경험을 위한 사원 참여 프로그램

2023년에는 사원들의 니즈를 적극 반영하여 커피 시음회, 즐거운 분위기 조성을 위한 사무실 공간의 변화(봄, 오락실, 겨울 등)와 같은 사원 참여 프로그램을 진행했으며, 그 결과 사원들의 즐거운 회사 생활 긍정률은 94.5%로 지난해 93.6% 대비 0.9%p 증가했습니다. 앞으로도 유한킴벌리는 회사 생활에 활력을 줄 수 있는 행사를 통해 즐겁게 몰입할 수 있는 기업문화를 만들어 갈 계획입니다.



커피 시음회 참여 사진



사원 가족들의 방명록 및 자녀들의 소감 그림

조직문화 내 성장 마인드셋의 내재화를 위한 노력

핵심가치 워크숍

유한킴벌리는 2011년부터 회사 핵심가치를 실천하고 이를 기반으로 성과를 달성할 수 있도록 장려하기 위해, 매년 전사원을 대상으로 핵심가치 워크숍을 실시해 왔습니다.

2023년 핵심가치 워크숍은 ‘나와 회사의 성장’이라는 주제로 성장에 대한 정의를 내려보고 나와 회사의 성장을 위한 우리의 역할과 성장 달성을 위해 집중해야 할 부분에 대한 토론으로 진행되었습니다. 2시간 30분으로 진행된 워크숍은 총 15회 진행되었으며 1,044명(본사 442명, 사업장 602명)의 사원들이 참여하였습니다.

워크숍 이후 진행된 사후 설문에서 ‘핵심가치워크숍이 나와 회사의 성장에 도움이 될 것이다’라는 응답이 4.0/5점, ‘동료들과의 성장 토론이 업무에 도움이 될 것이다’라는 응답이 4.1/5점으로 집계되었습니다.

조직문화 내 유연성 체득을 위한 4가지 일하는 방식

유한킴벌리는 기업의 핵심가치를 실행함으로써 조직 내 유연성을 체득하기 위해 2021년에 4가지의 일하는 방식을 수립하였습니다. 일하는 방식의 내재화 정도를 모니터링을 하기 위해 전사원을 대상으로 설문조사를 실시하고 있으며, 일하는 방식에 대해 인지하고 공감하는 구성원의 비율은 2022년 88.5%에서 2023년 94.3%로 상승하였습니다.

2023년에는 4가지 일하는 방식에 대한 인지도를 강화하기 위해 해당 내용이 담긴 포스터와 마우스패드 등을 전 사업장 사무

실에 지속적으로 비치하고, EX본부에서 주관하는 핵심가치 워크숍을 통해 일하는 방식과 우선 실천 사항에 대한 교육을 진행하였습니다.


포용과 다양성

유한킴벌리는 내부의 구성원뿐만 아니라 외부의 지역사회와 소비자를 대상으로 포용과 다양성 문화를 형성하고 가치를 실현하기 위해 문화·제도·CSR·비즈니스의 4대 분야에 대해서 목표를 설정하고 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

유한킴벌리 포용과 다양성 4대 분야별 주요 활동


4대 분야	주요 활동
문화	<ul style="list-style-type: none"> · 포용과다양성위원회 출범 및 운영(2021년~현재) · 여성인재 육성을 위한 자발적 네트워크 K-WIN 운영(2014년~현재) · 예비 부모 간담회/기업문화 비대면 모임 운영 등(2009년~현재)
제도	<ul style="list-style-type: none"> · 여성 리더 목표 설정 및 리더십 강화 프로그램 · UNGC TGE 이니셔티브 참여 · DEI 정기 교육: Inclusion day, 리더 포용성 교육 · 유연근무제, 재택근무제도, 가족 간병 휴직, 모성보호 공간, 20대 건강검진 등 · 가족친화 우수기업 인증(인증 1호 기업 2008년 12월)
CSR	<ul style="list-style-type: none"> · 취약계층 삶의 질 개선: 제품기부(생리대, 지저귀 등) · 인식개선 프로그램(신혼부부학교, 월경 교육 프로그램) · 여성 NGO 리더십 장학사업, 미래 포럼 30% 클럽(여성 고위리더십 확보) · 사원 대상 기부 프로그램(여성, 시니어)
비즈니스 연계	<ul style="list-style-type: none"> · 사회적 취약계층을 위한 제품 개발 · 소비자 참여 및 소셜임팩트 굿브랜드 활동

유한킴벌리 일하는 방식




책임+을 위해

우리는 일을 시작할 때 고객을 중심에 두고 일하는지를 늘 물으며, 목표를 이룹니다.




협업을 위해

우리는 즐겁게 충돌하여 프로자라퍼처럼 일함으로써 함께 성공을 이룹니다.



민첩을 위해

우리는 빠르게 결정하고 빠르게 실행합니다.



변혁을 위해

우리는 변화에 친절하며 변혁으로 나와 회사를 성장시킵니다.



일하는 방식 포스터

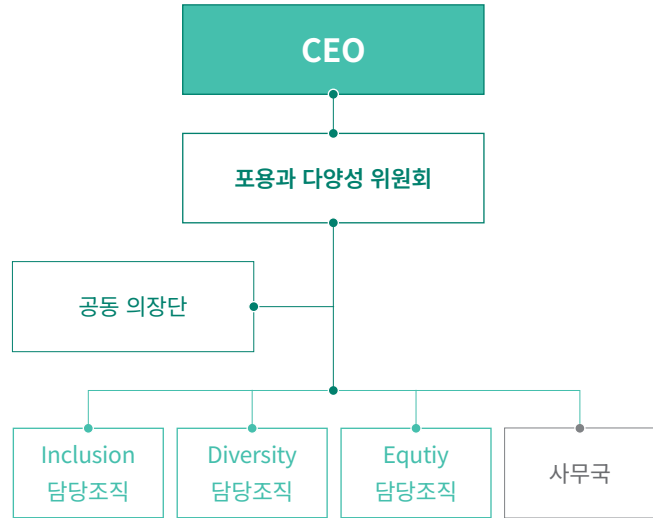
포용과 다양성 위원회 운영

유한킴벌리는 2021년 10월에 포용과 다양성이 기업 경쟁력의 핵심임을 선언하며 ‘포용과 다양성위원회(Inclusion & Diversity Council)’를 공식 출범하였습니다. 위원회는 총 26명의 위원으로 구성되어 있으며, 6인의 의장단 중 3명은 전사적인 공개 모집을 통해 선발되었습니다. 임기는 2년이며 총 3개의 분과와 사무국으로 연 1회 활동하고 있습니다.

2023년 5월 24일에는 문화다양성 주간*을 맞아 전사원이 참여하는 ‘2023 문화다양성 페스티벌’을 본사와 사업장에서 동시에 개최하였습니다. ‘우리는 성별, 세대, 직책을 넘어 서로를 협업의 동등한 파트너로 존중합니다’라는 주제를 선정하고 (주)카카오의 접근성 최고책임자 김혜일 이사의 특강, KDIN(Korea Diversity and Inclusiveness Network)**워크숍 등을 진행했습니다.

* 문화다양성 주간: UN은 문화 다양성의 중요성을 강조하기 위해 5월 21일을 세계 문화다양성의 날로 지정했으며, 우리나라는 문화다양성의 날로부터 1주년을 문화다양성 주간으로 정하고 있습니다.
 ** KDIN: 다양성과 형평성, 포용성의 가치 확산에 동참하는 기업 담당자들의 모임

포용과 다양성 위원회 조직도

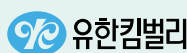


유한킴벌리 포용과 다양성 역량 강화를 위한 지지선언문

우리는 포용과 다양성이 유한킴벌리의 기본 경쟁력이며, 실행해야 할 책무임을 선언합니다. 이를 위해 우리는 포용과 다양성이 증진되는 조직과 기업문화를 만들기 위해 아래와 같이 노력합니다.

- 1 우리는 다른 것과 틀린 것을 구별하겠습니다.
- 2 우리는 성별, 세대, 직책을 넘어 서로를 협업의 동등한 파트너로 존중합니다.
- 3 우리는 우리 안의 다양한 편견과 차별을 알아보고, 줄이는데 협업하겠습니다.
- 4 우리는 소속감과 포용성을 증진시키는 일에 앞장서겠습니다.
- 5 우리는 조직의 다양성 확보에 기여하겠습니다.

2021년 10월 20일
 유한킴벌리 제1기 I&D 위원회 일동



여성 인재 육성을 위한 자발적 네트워크 K-WIN

유한킴벌리는 여성의 역량을 향상시킴으로써 기업 내 다양성을 강화하고, 최종적으로 기업 경쟁력을 확보하기 위해 노력하고 있습니다. 유한킴벌리 K-WIN(Korea Women's Interactive Network)은 2014년에 조직된 자발적 여성 네트워크조직으로, 다양한 활동을 통해 개인의 경력과 회사의 발전에 기여하고 있습니다. 2023년에는 여성리더십향상을 위한 여성리더 코칭, 성장 경험 지원을 위한 차세대 여성 컨퍼런스 참여 지원 등의 활동을 진행했습니다.



K-WIN 2023년 세계여성의날 포스터

여성 리더 목표 설정

조직 내 경영진과 리더들의 다양성을 강화하기 위해 2030년까지의 고위 여성 리더십 비중 목표를 수립하고 2022년에 이사회의 승인을 받았습니다. 2023년 말 기준 유한킴벌리의 여성 사원 비율은 21%이며, 여성 임원(이사 이상)의 비율은 18%입니다. 앞으로 유한킴벌리는 2030 목표를 달성함으로써 회사 내 포용역량을 갖추고 다양성을 인정하는 기업문화가 내재화되도록 할 것입니다.

여성 리더십 강화를 위한 글로벌 리더 멘토링 프로그램

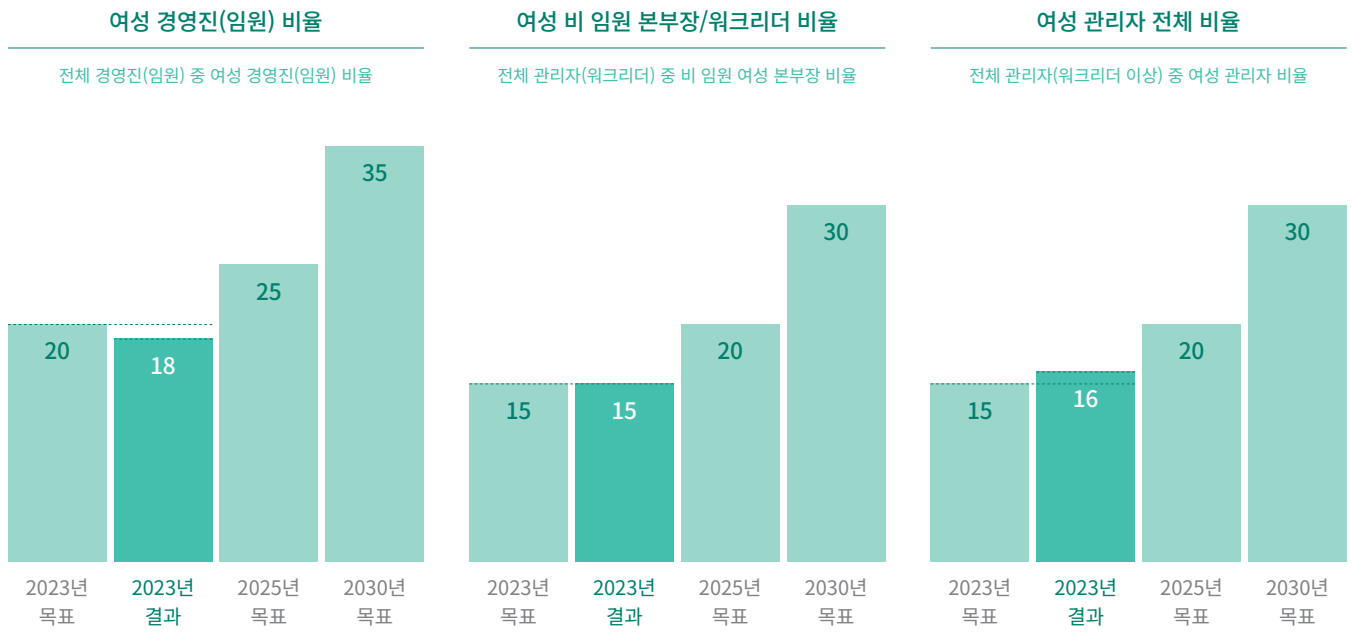
글로벌 리더 멘토링 프로그램은 주주사 킴벌리클라크 글로벌 리더들과 여성 리더들이 멘토링 결연을 통해 다양한 활동을 함께 수행하는 프로그램입니다. 여성 리더들은 글로벌 리더들의 멘토링을 통해 개인의 역량과 전문성을 향상하고 새로운 리더십 능력을 발전시킬 수 있습니다. 2023년에는 8월부터 약 6개월 동안 진행되었으며, 유한킴벌리의 3명의 여성 리더가 참여했습니다.

UNGC 이니셔티브 참여

UNGC TGE(Target Gender Equality) 이니셔티브는 유엔글로벌콤팩트의 기업 성별 다양성 역량 강화를 위한 글로벌 학습 프로그램으로, 유한킴벌리는 2021년부터 참여하고 있습니다. 특히 2023년에는 TGE 이니셔티브뿐만 아니라, UNGC가 새롭게 런칭한 GEK(Gender Equality Korea) 여성 리더스 네트워크에서 유한킴벌리의 사례를 발표함으로써 기업 내 여성 역량 강화와 다양성 인식강화에 기여하였습니다.

성별다양성 목표 및 결과

(단위: %)



사원 경험과 성장_노경협업

고객·회사·사원 가치의 공동 실현을 위한 노경문화

노사 간의 소통과 화합은 조직의 효율성과 안정성을 높이며, 갈등 예방과 생산성 향상에 기여합니다. 이에 유한킴벌리는 고객 가치와 회사가치, 사원가치의 공동 실현이라는 노경전략의 목표를 수립하였습니다. 고객가치는 소비자의 사용 가치 증대를, 회사가치는 지속가능한 성장을, 사원가치는 사원의 삶의 질 증대를 의미합니다. 유한킴벌리는 목표를 달성하기 위해 노동조합과 경영진 간의 다양한 소통 채널을 운영하여 상호 간 신뢰를 증진하고, 공통된 가치를 공유하고자 노력하고 있습니다.

노경협업을 위한 소통 채널

노사협의회

유한킴벌리는 CEO와 노동조합 대표들이 참석하여 경영현황과 성장전략, 노사 주요 의사결정 사항 등의 안건을 논의하는 중앙노사협의회와, 사업장별 공장장과 사원 대표가 참석하여 양측의 안건에 대한 심의 및 채택을 진행하는 사업장별 노사협의회를 운영하고 있습니다. 중앙노사협의회와 사업장별 노사협의회 모두 각각 분기별 1회, 연 4회 실시합니다.

노경대토론회

노경대토론회는 노동조합 대표와 간부들이 CEO에게 회사의 경영 상황과 미래 성장에 대해 묻고 CEO가 직접 답하는 자리로, 신뢰와 협업에 기반한 노경 모델을 구축하기 위해 2010년 처음 개최되었습니다. 토론회는 회사의 지속적인 성장을 위한 기회를 모색하고, 불확실한 대외 여건을 극복해 나가는 데 중요한 역할을 수행하고 있습니다.

2023년에 개최된 노경대토론회에서는 노경 소통, 노경 상생, 노경 사회적 가치에 대한 구체적인 실행 안과 해결 방안을 수립 하였습니다. 특히 노경 상생을 실천하기 위해 임금 교섭 TFT를 구성하고 임금 교섭을 조기에 타결하고자 하였습니다. 그 결과 30여 년간 진행해 온 단체교섭 사상 최초로 1차 임금 교섭에서 협약을 체결함으로써, 유한킴벌리의 노경문화를 한 단계 더 높이는 성과를 보였습니다.

고충처리 사기진작협의회

노사 간 소통을 위한 또 다른 채널로는 고충처리 사기진작협의회가 있습니다. 이는 각 공장의 EX본부, EX공장리더, 노경본부장, 그리고 노동조합 대표가 참여하는 소통 채널로, 이 기구를 통해 공장 내에서 발생하는 문제들을 분기별로 소통하고 해결하고 있습니다.



2023년 1차 임금교섭 및 체결식

2023년 노경대토론회 주요 안건

주요 과제	노경 소통	노경 상생	노경 사회적 가치
실행 안	<ul style="list-style-type: none"> · 소그룹 TFT 활동 활성화(공장장, 팀장, 대의원, 선임) · 님호칭 생활화로 존중과 경청 습관화 	<ul style="list-style-type: none"> · 노경협의체 통한 조기타결 · 노경 TFT를 통한 현안 신속 해결 	<ul style="list-style-type: none"> · 기부활동(재능, 금전 기부) · 신제품 소개를 포함한 소비자 만족 행사 강화

지역사회 상생을 위한 노경 활동

상생실천기금 조성

상생실천기금은 노사가 공동으로 참여하는 사회공헌 활동입니다. 노동조합에서 지역사회의 취약한 저소득층 자녀들의 어려움을 돕기 위해 먼저 기금을 마련하였고, 이에 공감한 회사가 기금을 추가로 출연하면서 처음 조성되었습니다. 2023년 12월에는 상생실천기금 1,000만 원을 출연했으며, 조성된 기금은 충주지역 내 저소득층 고등학교 3학년 학생들을 대상으로 추진 중인 '꿈에 더 가까이' 희망e음단 맞춤형 지원사업에 사용되었습니다.

노동조합 설립 30주년 기념 나무심기

유한킴벌리 노동조합은 2024년 조합 설립 30주년을 맞았습니다. 이를 기념하며 지역사회 상생의 모범 사례를 만들고자, 노동조합에서는 4월 16일 지역사회와 함께 하는 나무 심기 행사를 개최했습니다. 사업장이 위치한 김천시 소재 신음 공원에서 도시숲 가꾸기 활동을 진행하였으며, 김천시에서는 이에 화답하여 해당 숲의 명칭을 '크리넥스 숲'으로 지정하였습니다.

노경이 함께 지키는 사원 안전과 건강

산업안전보건환경위원회

유한킴벌리는 노사가 공동으로 사원의 안전과 건강을 지키기 위해 노력하고 있습니다. 이를 위해 3개 사업장에서는 분기별로 산업안전보건환경위원회를 운영하고 있습니다. 노경 공동 산업안전보건환경위원회는 산업안전보건법 등 관련 법령에 근거하여 각 사업장의 안전보건 현황을 점검하고 모니터링하는 기구입니다. 2023년 사업장에서 총 64건의 안전건을 다루었으며, 무재해 사업장으로 가기 위한 노력을 하고 있습니다.

노경이 함께 하는 위험성 평가

노경 합동 통합 주간 안전 점검 프로세스를 통해 잠재 위험 요소를 발굴하고 개선 조치를 이행하고 있습니다. 특히 연 1회 실시되는 위험성 평가는 근로자 참여형 방식으로 진행되어, 사원들이 직접 작업장 내 유해 위험 요인을 파악하고 있습니다.

2023년 노경활동 위험 발굴과 개선 성과

구분	충주공장	김천공장	대전공장	물류센터
발굴(건)	180	116	117	31
개선(건)	173	113	113	29
개선(%)	96	97	97	94

2023년 산업안전보건환경위원회 현황

사업장	위원회 구성	생산직 사원/총 사원	주요 안전	산업재해 건수
대전공장	10/10	265/334	· 작업별 개인보호장비 착용(경량 안전모, 위생모) · 건강진단 결과 유소견자에 대한 사후관리 · 작업환경 측정 결과공유	0
김천공장	11/11	257/340	· 직원 참여 안전 워크숍 (Safety Day) · 킴벌리클라크 안전 프로그램 운영 · 중대재해 원인조사 및 재발 방지 대책 수립	0
충주공장	10/10	170/213	· 고령화에 따른 건강증진 프로그램 강화 · 지게차 안전 시스템 설치 및 운영 · 안전 문화 증진을 위한 8가지 약속	2*

* 계약직 1건 포함

사원 경험과 성장_인권경영

인권경영 기반 조성

인권경영 8대 원칙

유한킴벌리는 인권을 보호하고 증진하며, 가치사슬 내 공급망 전반에 대한 사회적 책임을 다하고자 합니다. 이에 따라 2022년 3월, 국제적으로 채택된 UN 기업과 인권 이행지침, 유엔글로벌콤팩트 10대 원칙과 UN 세계인권선언 등에 의거하여 인권경영 8대 원칙을 수립하고 사내 인트라넷, 자사 웹사이트를 통해 유한킴벌리 인권경영선언문을 공개하였습니다.

인권경영 추진 조직

유한킴벌리는 인권 관련 대외 정책 및 가이드라인과 이해관계자 요구 변화에 보다 효과적으로 대응하고자 총 책임자인 CEO, ESG위원회, 사회 소위원회, 인권경영 TF로 구성된 인권 전담 조직을 운영하고 있습니다. 실무 추진체인 인권경영 TF는 유관 부서인 EX본부와 지속적으로 인권 관련 절차와 내부 규정을 검토 및 보완하고 있습니다. 또한 EX본부와 윤리법무본부는 인권에 대한 사내외 인식을 높이고 인권존중이 실천될 수 있도록 관련 교육을 담당하고 있습니다.

사업장과 협력회사 인권 리스크 관리

인권 리스크 관리 접근방식

유한킴벌리의 인권경영 원칙과 행동강령은 사회적·윤리적 기대치에 준하여 설정하고 있습니다. 유한킴벌리는 국제 표준을 기반으로 한 킴벌리클라크의 공급업체 사회규범 준수표준

(SSCS, Supplier Social Compliance Standards)의 적용 대상이며, 효과적인 구매 교섭을 위해 주주사인 킴벌리클라크와 공급업체를 공유하고 있습니다. 유한킴벌리는 이를 바탕으로 자체 사업장과 협력회사의 인권 리스크를 관리하고 있습니다.

자체 사업장 인권 리스크 관리

유한킴벌리의 제조 사업장은 공급업체 사회규범 준수표준 이행을 위하여 매년 자체 인권 리스크 평가를 실시하고 3년마다 킴벌리클라크의 감사를 받고 있습니다. 2024년에는 7월과 9월에 군포 사업장, 대전공장, 김천공장을 대상으로 인권 리스크 평가를 진행할 예정입니다.

협력회사 인권 리스크 관리

유한킴벌리는 킴벌리클라크의 공급망 인권 프로그램(SCHR, Supply Chain Human Rights)에 참여하여 매년 6~10개의 협력회사를 선정하고 아동 노동, 강제 노동, 차별, 사업장 안전보건 등 주요 인권 영역의 규정 준수 여부를 측정합니다. 규정을 준수하지 않는 경우 인프라, 장비 또는 교육에 대한 투자, 새로운 정책 또는 절차 개발, 영향을 받는 근로자를 위한 구제책 제공 등의 시정 조치 계획을 함께 수립하고 불가피한 경우에는 거래선을 변경합니다. 2023년에는 총 10개의 협력사를 대상으로 평가를 진행했으며, 협력사는 평가 결과를 바탕으로 시정계획(CAP, Corrective Action Plan)을 준비하여 실시합니다.

인권경영 8대 원칙

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

유한킴벌리 인권경영선언문 [Link](#) 

인권존중 내재화 활동과 성과

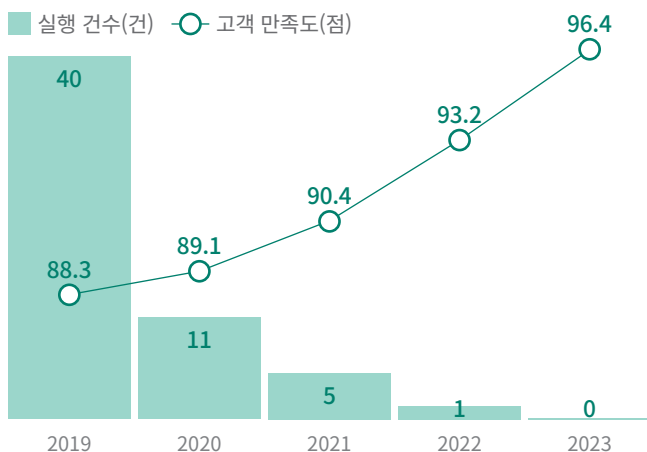
고객응대 상담사 인권보호

유한킴벌리는 고객응대 상담사의 인권보호를 위한 노력으로 2018년 유한킴벌리 감정노동자 인권보호 정책 선언을 실시하였습니다. 또한 2023년 1월 18일 상담사가 성희롱, 인격 모독, 욕설이나 폭언, 위협을 받는 경우 서비스 제공을 중단할 수 있는 상담 중단권의 실효성 강화를 위해 기존 3회 경고 후 중단에서 1회 경고 후 즉시 중단할 수 있도록 실행 절차를 변경하였습니다. 이 외에도 감정노동자들의 인권보호와 건강권 향상을 위하여 휴식시간 보장, 재택근무 시행 등의 활동을 지속하고 있습니다. 이러한 노력을 바탕으로 상담 중단권 실행 건수는 꾸준히 줄어 2023년 0건에 달했으며, 서비스 품질이 개선됨에 따라 고객만족도도 상승하고 있습니다.

인권존중문화 조성

유한킴벌리는 인권존중문화의 내재화를 위해 직원들에게 인권 교육을 제공하고 있습니다. 2023년 전사원이 성희롱 예방 교육, 장애인 인식 개선 교육, 직장 내 괴롭힘 금지 교육 등에 대한 법정교육을 이수하였습니다. 또한 전사 스피크업(Speak UP) 세션 등을 통해 사원 인권 침해가 발생하지 않도록 사전 예방에 힘쓰고 있습니다. 이 외에도 매년 전사원을 대상으로 만족도 조사인 마이 보이스(myVoice) 설문조사를 실시하고 있습니다. 이를 통해 직원이 존중받는 기업 문화 구축에 필요한 주요 지표의 만족도를 추적하고 개선 계획을 수립하여 실행해 나가고 있습니다.

상담 중단권 실행 건수와 상담 고객 만족도 추이



[유한킴벌리 감정노동자 인권보호 정책 선언문](#)



인권 침해 제보와 고충처리 채널

유한킴벌리는 제보 및 고충처리를 위한 다양한 채널과 프로세스를 갖추고 있습니다. 핫라인과 toEX는 사원을 대상으로 접수 받으며, 모두 익명 가능이고 24시간 접수가 가능합니다. 그 중 핫라인은 외부기관(연락처 00798-1-1-008-3594)을 이용하여 고충처리 독립성을 지니고 있으며, 사안의 중대성에 따라 내부 경영진에 보고하고 있습니다. 또한 협력사를 대상으로 불공정 거래 행위에 대한 제보를 접수 받는 불공정거래제보가 있으며, 전 이해관계자를 대상으로 회사·제품 관련 문의를 받는 홈페이지가 있습니다.

2023년 스피크업(Speak UP) 세션

목적	전사 스피크업 문화 확산
대상	전사원
내용	총 26개의 세션을 통해 직장 내 괴롭힘과 각 부문별 발생가능 유관 주제를 선정하여 사례 중심의 토론을 수행
참여자 수	886명
세션 만족도	4.58/5점

myVoice 설문조사 주요 항목

포용	조직문화	리더로부터 지원
대우 등 보살핌	아이디어 장려, 성장 발전 도모 등 인재육성	성과 향상을 위한 피드백
성과책임	소속감	동등한 기회

행동규범 제보 및 고충처리 채널

채널명	주요 접수 이슈	접수대상
핫라인	행동규범과 인권존중에 반하는 행동이나 활동	임직원
toEX	EX본부에 공개적으로 질문하기 어려운 제도, 운영 사항에 대한 질문	임직원
불공정거래 제보	불공정거래 행위와 관련한 제보	협력사
유한킴벌리 홈페이지	회사/제품 전반 관련 문의	전 이해관계자

사원 경험과 성장_안전보건

안전한 사업장을 위한 관리 체계

유한킴벌리는 안전보건을 경영의 최우선 가치로 삼고 무 중대재해 달성을 목표로 전사 차원의 안전보건 경영을 강화하고 있습니다. 사원과 협력회사 직원을 포함한 이해관계자의 재해와 질병, 중대재해를 예방하기 위해 안전보건 경영방침과 안전보건 3대 의무를 제정하고 자사 홈페이지에 공개하였으며 방침의 적정성을 정기적으로 평가하고 개정하고 있습니다.

아울러 국제 안전보건 경영 시스템인 ISO 45001의 내용을 포함한 주주사 킴벌리클라크의 EHS(Environment, Health and Safety Maturity system)을 성실하게 이행함으로써 안전한 근로환경을 위한 체계를 구축하고 있습니다.

이러한 노력의 결과로 2023년에는 안전보건 관련 법규를 위반한 사실이 없었으며 2024년에도 100% 준수할 계획입니다.

안전보건 5대 방침

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

안전보건 3대 의무

나 자신의 안전을 위한 노력	See Safety / Care About My Safety. 나는 작업 전 안전을 확인하고, 안전을 지키기 위해 올바른 선택을 합니다.
동료의 안전을 위한 노력	Own Safety / Care About the Safety of Others. 나는 동료의 안전을 지원하고, 잘못된 안전 선택이 없도록 막습니다.
우리의 안전강화를 위한 노력	Solve Safety / Care About Improving Safety. 나는 안전을 위한 동료의 의견을 경청하고, 지속적 개선에 앞장 섭니다.

한편 2023년의 재해 건수는 총 2건으로, 원인을 파악하여 재발 방지를 위한 개선 조치를 즉각 수립하여 실천하였습니다.

안전보건 관리를 위한 추진 조직

안전보건경영위원회

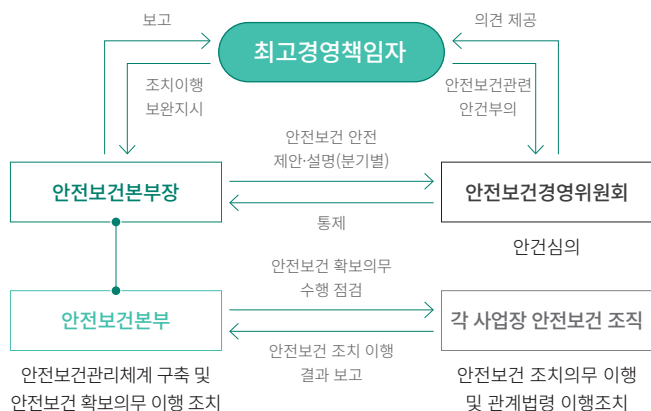
안전보건경영위원회는 CEO, 전사 안전보건 임원(안전보건책임자) 등으로 구성되어 있으며, 2022년에 처음 개최되어 매년 분기 1회 운영하고 있습니다. 위원회의 주요 역할은 전사 안전보건 경영 강화, 국내외 안전보건 주요 이슈 공유, 이사회 안전보건 계획 사전검토 등이 있습니다. 또한 안전보건본부로부터 반기별로 안전보건 관계법과 규제 준수 여부에 대한 보고를 받고 있습니다.

안전보건본부

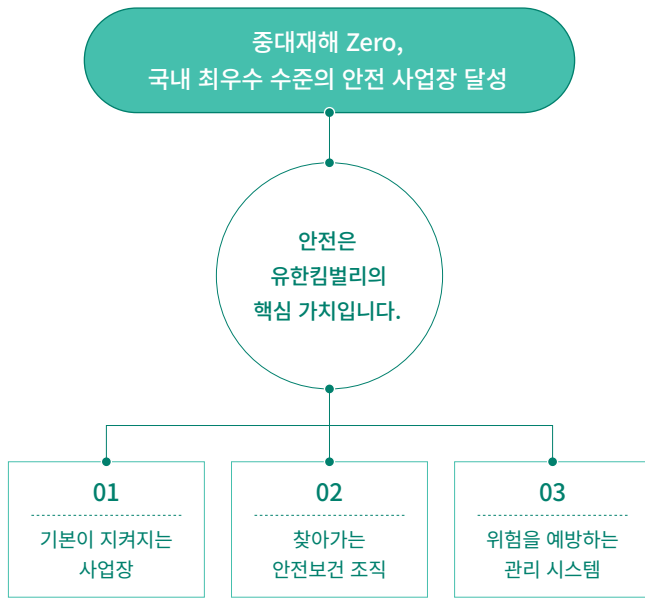
안전보건본부는 CEO 직속으로, 전사 차원의 안전보건 경영을 추진하고 있습니다. 각 사업장의 중대재해 처벌 등에 관한 법률과 안전보건 관계 법령에 따른 이행 조치에 대해 반기별로 점검 후 안전보건경영위원회에 결과를 보고하고 있습니다. 또한 안전보건관리책임자(관리감독자, 안전보건총괄책임자 포함)의 직무 평가, 안전보건 관련 예산 편성과 집행 등의 업무를 이행하고 있습니다.

2023년은 무 중대재해 사업장 달성과 전사 안전보건 관리 체계 구축과 안전보건 운영 안정화에 집중함으로써, 최우수 안전 사업장이 되기 위해 노력하였습니다. 이를 위해 3가지 주요 가치를 선정하고 추진 전략별로 다양한 프로그램을 이행하였습니다.

안전보건 관리 조직



2023년 안전보건본부 주요 가치



2023년 안전보건본부 주요 성과

1	2
2023년 무 중대재해 사업장 달성	중대재해처벌법 의무 체계 구축 이행 조치
<ul style="list-style-type: none"> · 전사원 참여 위험성 평가 실시 및 개선 조치 · 1인/2인 작업 발굴 및 개선 완료 · 외부 작업자 근무 전 건강 체크 및 안전 보호구 지급 	<ul style="list-style-type: none"> · 경영 책임자 의무 상하반기 점검 실시 · 안전보건 관리 책임자 등 업무수행 평가 실시 · 적격 수급업체 평가 100% 이행 · 위기 대응 비상 훈련 실시 (연 2회)
3	4
비 제조 부문(물류센터 포함) 안전보건 운영 안정화	글로벌 EHS 클러스터
<ul style="list-style-type: none"> · 사업장 밖의 물류센터 반기 점검 및 군포 물류 센터 개선 조치 · 본사 안전보건 교육 운영 · 사외 행사 프로그램 안전보건 관리 	<ul style="list-style-type: none"> · MBC*리더십 커리큘럼 교육 및 워크숍 개선안 발굴(25건) · 글로벌 사업장 지원 <p><small>*Mindset & Behavior, Capability</small></p>

안전보건 위험관리

중대산업재해 예방을 위한 점검

유한킴벌리는 중대재해 처벌법 등에 관한 법률에서 요구하는 기준에 따라 안전보건 관리 체계 구축과 관계 법령에 따른 이행 조치 여부에 대해 반기 1회 이상 점검하고 있습니다.

특히 안전보건본부는 고용노동부에서 제공한 자율 점검표를 활용하여 제조 각 사업장, 연구소, 본사, 물류센터의 안전보건 관리 체계 구축 등의 이행 사항을 점검하고, 구매팀과 본부 대상으로 적격수급업체 평가 진행 여부를 검토하고 있습니다.

2023년 점검 결과, 유한킴벌리의 모든 사업장이 중대재해 처벌 등에 관한 법률에서 요구하는 법적 요구사항 준수를 넘어 우수하게 관리되고 있음을 확인했습니다. 아울러 검토를 통해 발굴된 우수사례의 경우 타 사업장에 확산 적용하고, 일부 발굴된 기회요인은 상호 벤치마킹을 통해 개선될 수 있도록 하고 있습니다.

협력사 대상 안전보건 위험관리

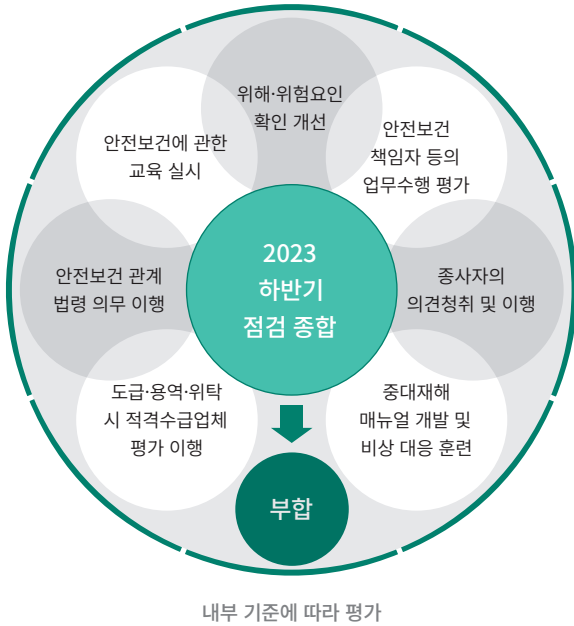
유한킴벌리는 협력사와 계약 시 각 사업장 구매팀과 안전 담당자가 안전보건 관련 4가지 분야의 12개 항목을 통해 해당 업체의 안전보건 역량과 기술 수준을 검토하고 있으며, 평가 결과가 70점 이상일 때에만 계약을 진행합니다.

또한 주요 협력회사를 대상으로 매년 진행하는 역량평가(SAT, Supplier Assessment Tool)에서 총 10개의 안전보건 항목을 통해 현황을 파악하고, 잠재 리스크를 예방하기 위한 평가를 진행한 후 개선 조치를 취하고 있습니다. 해당 항목은 협력회사의 안전보건 규정과 교육, 외부 작업자와 방문자 등의 안전보건을 관리하기 위한 문항들로 구성되어 있습니다.

안전보건 관리 체계 구축 등 이행 점검 개요

점검 방법	· 자율 점검표: 고용노동부에서 제공한 자율 점검표를 통한 인터뷰 및 관련 절차서 확인 등
점검 대상	· 제조 사업장 · 비제조부문 · 물류센터 · 구매팀/구매본부
점검 문항	· 9개의 주요 항목과 그에 따른 31개의 세부 항목 등 전체 145개의 의무이행 사항 점검 · 안전보건 교육 이행 조치 추가
점검 일정	· 상반기: 2023년 5월 22일 ~ 6월 15일 (9일간) · 하반기: 2023년 11월 13일 ~ 11월 21일 (4일간)

중대재해처벌법 시행령에 따른 7가지 의무 점검 사항



안전보건 문화 조성 및 개선 활동

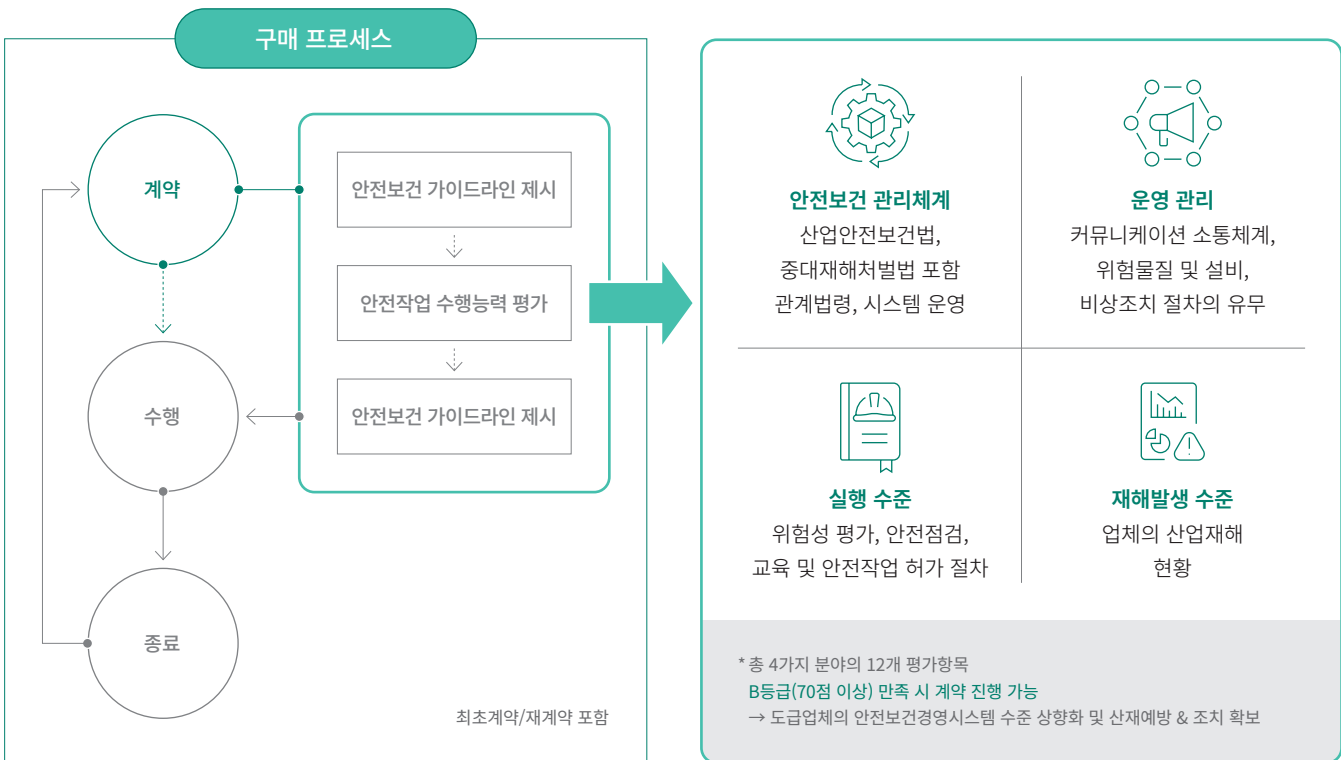
사업장 안전 상호 점검 시행

유한킴벌리는 사업장 내 안전 위험 요소를 식별하고, 우수 사례에 대한 상호 벤치마킹을 진행하고자 사업장 안전 상호 점검 (Safety Cross Audit)을 실시하고 있습니다.

각 사업장 안전 보건 관리자와 SH본부로 구성된 팀이 각 사업장을 방문해 제조 현장을 순회 점검하며, 킴벌리클라크 EHS 표준 및 국내법 기준의 안전 규정 및 절차 준수 여부를 점검하며 잠재적인 미 준수사항을 식별하고, 우수 사례를 발굴합니다.

2024년 3월에는 충주공장과 대전공장을 대상으로 1차 상호 점검을 실시하였으며, 하반기에는 전 제조 사업장을 대상으로 추가적인 상호 점검을 통해 사업장 전반의 안전 수준을 향상하고자 합니다.

적격 수급업체 평가 절차



사람 중심의 안전 관찰 PCS(People Centered Safety)

유한킴벌리는 사고 발생의 원인 중 하나인 불안정한 행동이나 관습을 제거하기 위해 제조 사업장의 모든 사원을 대상으로 행동 안전 관찰 프로그램을 실시하고 있습니다. PCS 프로그램은 작업자와 관찰자가 서로 관찰하고 피드백을 주는 활동으로, 현장에서 배려 문화와 사람 중심의 안전 프로세스를 기대할 수 있습니다. 2024년에는 관찰자 1인당 월평균 2건의 관찰 건수를 달성하고, 관찰자 참여율을 85%로 높일 계획이며, 사업장의 모든 사원이 참여할 수 있도록 독려할 것입니다.

위기 대응 비상 훈련 실시

유한킴벌리는 매년 새로운 위기 대응 시나리오를 통해 연 2회 비상 대응 훈련을 사업장별로 진행하고 있습니다. 각 사업장은 자체적으로 비상 상황에 대응하는 매뉴얼을 작성하고 있으며, 매뉴얼은 사고 발생 시 취해야 하는 조치 사항, 보고 체계, 비상 연락망, 대피로, 업무 분장 등의 내용을 포함하고 있습니다. 2023년 상반기에는 주요 중대재해 테마 훈련과 정전 시 대응 훈련을 실시하였으며, 하반기에는 합동 소방훈련을 하였습니다. 이외에도 전사 안전보건 문화 확대 적용을 위해 본사 안전보건 교육을 포함한 여러 프로그램들을 기획 및 실행하고 있습니다.

작업장 1인·2인 작업 개선 활동

유한킴벌리는 2022년부터 제조사업장에서 1인 또는 2인 작업을 찾아내어 분석하고, 1인 작업을 2인 작업으로 전환하거나 새로운 스마트 기술을 도입하는 등 작업의 위험을 줄이기 위해 노력하고 있습니다. 이는 최근 많은 중대 사고가 1인 작업 중 발생한 데 따른 대책입니다. 2023년에는 총 53건의 문제를 발굴하여 개선 작업을 완료했으며, 다른 공장과의 상호 교류를 통해 우수한 사례들을 공유하여 적용하고 있습니다.

사원 건강을 위한 프로그램

유한킴벌리는 사원의 신체와 정신 건강을 보호하기 위한 다양한 활동을 범위와 대상을 다양화하여 진행하고 있습니다. 전체 사원 대상의 일반 건강검진 외에도 유해 물질 노출 위험이 있는 직군에 대한 추가 특수 건강검진을 제공하고 있으며, 근골격계 질환 예방 관리에도 힘쓰고 있습니다. 사원의 정신건강을 위해서는 2002년부터 심리상담프로그램(EAP)을 운영하고 있고, 사업장별 건강 관리 활동 운영을 통해 사원의 건강 관리에 힘쓰고 있습니다.

2023년 사원 건강 보호 활동

활동	전담 조직	실행 시기
특수 건강검진 제공 (유해물질 노출 위험 직군)	각 사업장 안전보건 조직	1. 매년 1회 특수 건강 검진 실시: 소음, 분진, 야간작업 2. 6개월마다 (취급 화학적 유해인자별 검진 주기 상이)
직무 스트레스 검사	전사	연 1회 이상 (사업장별로 적용법에 따라 상이함)

2023년 사업장별 건강 관리 활동

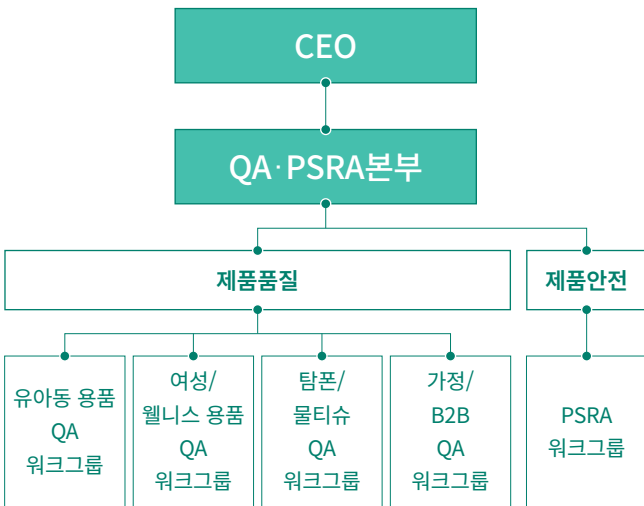
사업장	활동	대상자
김천공장	건강 습관 만들기 프로그램	희망자
	월별 유소견자 건강관리	고혈압, 고지혈증, 당뇨, 간장질환, 체중 관리가 필요한 사원
	소음성 난청 예방을 위한 청력 검사	현장 사원 및 유소견자
대전공장	음식 및 영양 관리	현장 사원 및 유소견자
	근골격계 질환 예방을 위한 점심시간 스트레칭 프로그램	주간 근무자
	뇌 심혈관계 질환 고위험군 집중관리	고위험군 대상자
충주공장	외부 작업자 작업 전 혈압 측정	외부 작업자
	식단 및 영양 관리 교육	유소견자
	체지방 측정 후 운동법 교육 및 개별 목표 부여, 달성자 대상 시상	전사원

소비자중심경영_제품 안전과 품질

제품 안전 관리 체계

유한킴벌리는 ‘소비자에게 안심을 제공하는 품질’의 실현을 목표로 합니다. 고품질 안전 제품에 대한 사회적 기대를 충족하고자 국내법 준수는 물론 유한킴벌리 사전안전성 검토와 킴벌리클라크 사의 사전안전성 평가(Global Product Safety, 전문가 검증)를 실시하고 있으며, 중대시민재해 예방을 위한 진단을 통해 안전 관리 시스템을 고도화하였습니다. 아울러 제품 안전 정책을 홈페이지에 공개하고, 제품의 안전과 품질을 관리하기 위해 4단계 프로세스를 기반으로 다양한 활동을 수행하고 있습니다.

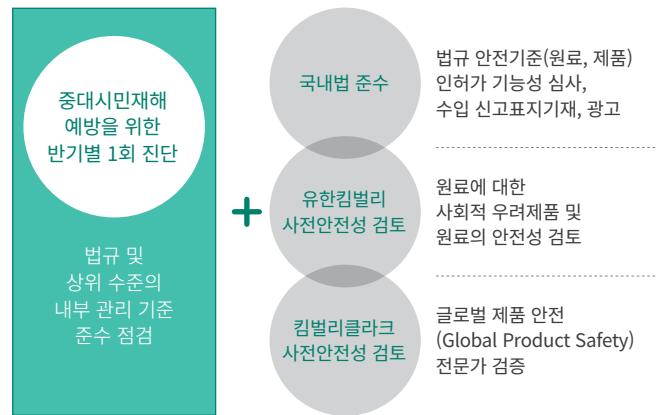
제품 안전 경영 조직도



제품 안전을 위한 전담 조직

CEO 직보 조직인 QA·PSRA본부는 제품의 품질과 안전 관리를 전담하며, 5개의 워킹그룹으로 구성되어 있습니다. 품질의 경우, 4개의 비즈니스별로 품질 관리 워킹그룹을 운영하여 해당 부문에서 생산되는 제품의 품질을 철저히 관리하고 있습니다. 아울러 제품 안전을 주관하는 PSRA워킹그룹에서는 내부 임직원의 이해도 증진과 선제적 대응을 위해 마케팅, 품질, 환경경영, 커뮤니케이션 등 유관부서를 대상으로 매월 1일 제품안전 뉴스레터를 발송하고 있습니다. 또한 다양한 제품 안전 이슈와 관련된 국내 및 해외 소식을 모니터링하여 관련 사항을 정기적으로 공유하고 있습니다.

제품 안전성 보증 체계



제품 품질 전략

내부 생산 제품 품질 관리

소비자블림 집중 개선
고객 가치 관점에서의 품질 분석 및 개선

품질 관리 디지털화
업무 혁신을 통한 프로세스 간소화 및 정확도 향상

품질 관리 시스템 강화
최소 요구사항 그 이상의 수준 달성

아웃소싱 제품 품질 관리

업스트림 중심의 예방 품질

전략제조 및 협력사와 시너지 강화
내부 생산 제품과 동등한 수준의 협력사 품질 관리

제품 안전 정책

[Link](#)

돋보기

중대시민재해 예방을 위한 노력

2022년 1월 시행된 중대재해 처벌 등에 관한 법률은 산업재해 뿐만 아니라 제품 안전으로 발생할 수 있는 중대한 시민 재해에 대해 점검하고 예방 조치를 취하도록 요구하고 있습니다. 유한킴벌리는 7개의 제품군(의약품, 의료기기, 생활화학제품, 식품용 기구, 화장품법, 위생용품, 산업안전용품)의 안전보건 관련 법령에 따른 의무 이행에 대해 반기 1회 이상 점검하였으며, 추가로 자율적인 점검과 개선 조치를 실천하고 있습니다. 특히 위·수탁 제품의 법규 적합성 중점 점검을 통해 협력업체에 대한 위탁사의 관리 책임 강화에 대비했습니다.

제품 개발 단계

원료 안전성 검토

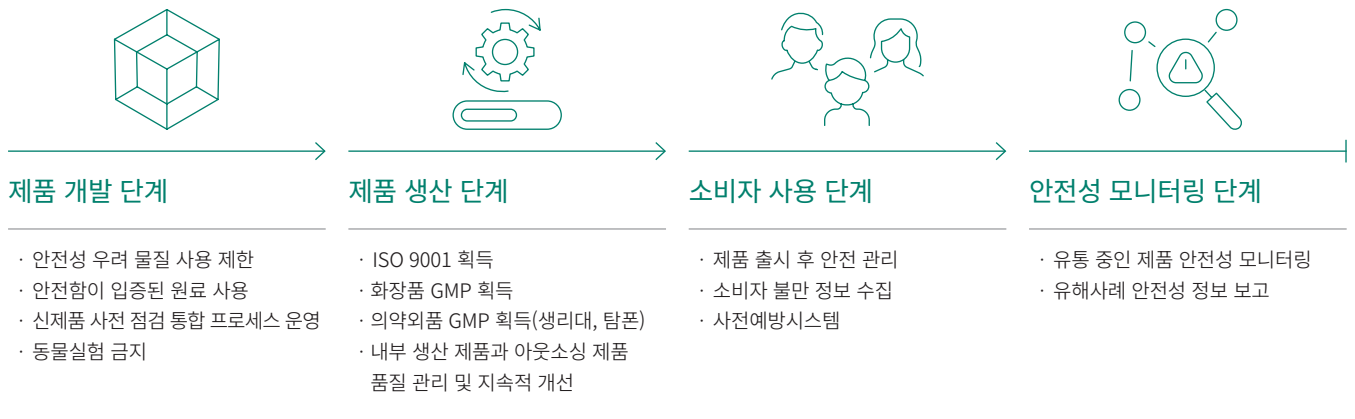
유한킴벌리는 사회적으로 안전성에 대한 우려가 제기된 안전성 우려 물질에 대하여 자발적으로 사용을 제한하는 원칙을 가지고 있으며, 법정 기준보다 엄격한 자체 원료 안전 규격(17종)을 마련해 원료의 안전성을 관리하고 있습니다.

안전성 우려 물질 190종은 홈페이지에 공개되어 있으며, 최신 국내외 규제 동향과 소비자 안전 문제 등을 참고하여 외부 전문가 자문위원단과 함께 반기별로 1회 이상 원료의 안전성을 평가하고 조치를 취하고 있습니다. 아울러 신원료를 정규 생산하기 전, 사전 원료 검증 프로세스를 통해 원료의 안전성을 점검하고 관리하고 있습니다.

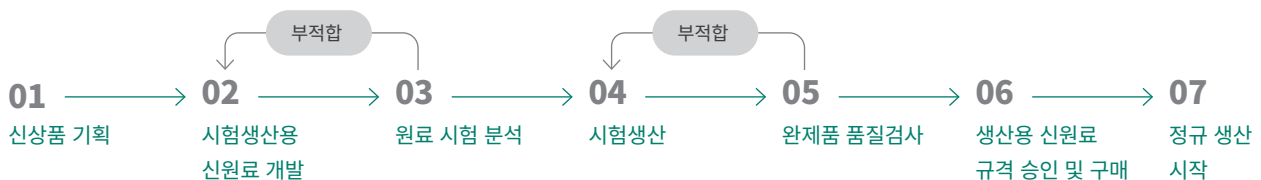
신제품 사전점검 통합 프로세스

유한킴벌리는 신제품 개발 시, 사전점검 통합 프로세스를 통해 제품 안전성과 법규 준수 사항, 그리고 사회 잠재 이슈까지 점검하고 있습니다. 2023년 총 1,968건(제품 안전성 224건, 법규 검토 448건, 표시광고 검토 1,296건)에 대한 사전 점검을 완료하였습니다.

단계별 제품 안전 관리 활동



사전 원료 검증 프로세스



자발적으로 사용을 제한한 안전성 우려 물질 특징

- 해외에서 규제 대상이거나, 규제 강화 움직임이 있는 물질
- 소비자에게 안전성에 대한 잠재적 우려가 있는 물질
- 최신 연구 결과 안전성 문제가 제기된 물질
- 기타 안전성 정보가 부족한 물질

제품 안전성과 법규 검토 건수

구분	2019	2020	2021	2022	2023
안전성과 법 검토 건수(건)	919	2,029	1,947	1,829	1,968

동물실험 금지 원칙

전 세계적으로 생활위생용품 카테고리(FMCG & Household & Personal Care) 사업군 내에서 제품 안전성, 지속가능한 소재, 제품의 환경 영향과 더불어 동물실험 등에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 이러한 세계적 흐름에 선제적으로 대응하기 위해, 유한킴벌리는 주주사인 킴벌리클라크와 협력하여 대체 방법을 사용함으로써 동물 실험을 없애고자 노력하고 있습니다. 또한 인체 안전 보장을 위해 법과 규정에 따라 실험이 필요한 경우와 대체 방법이 없는 경우를 제외하고는 제품이나 성분을 동물에 실험하지 않는 원칙을 준용하고 있습니다.

제품 생산 단계

ISO 9001, 화장품 GMP 인증 획득

유한킴벌리의 전 제조사업장(대전, 충주, 김천)은 모두 ISO 9001(품질경영시스템)을, 화장품을 생산하는 대전공장은 화장품 GMP(Good Manufacturing Practice) 인증까지 지속적으로 재인증받고 있습니다. ISO 9001은 모든 산업 분야와 활동에 적용할 수 있는 품질경영시스템의 요구사항을 규정한 국제 표준이며, GMP는 식품의약품안전처가 인정하는 제조 및 품질관리 기준입니다.

여성용품 제조시설 최초 의약외품 GMP 인증 획득

유한킴벌리는 의약외품 GMP 요건에 부합하기 위해 제조시설·품질·위생·인력 등 전 부문에 걸쳐 역량을 강화해 왔으며, 2023년 충주공장이 생리대 최초 의약외품 GMP 적합시설로 인정받은 데 이어 2024년 3월에 탐폰을 생산하는 대전공장이 의약외품 GMP 적합 판정을 받았습니다. GMP 인증은 품질 신뢰성과 우수성이 모두 입증된 대한민국 소재 제조업체에만 부여되는 만큼 유한킴벌리가 전 제조 과정에 대한 적합성, 품질관리, 모니터링, 현장 심사 등 엄격한 기준을 충족하고 있음을 확인할 수 있습니다.

생리대, 탐폰 의약외품 GMP 인증 획득



내부 생산 제품과 아웃소싱 제품 품질 관리

유한킴벌리는 내부 생산 제품 품질 관리를 위해 지속적인 제품 품질개선 프로젝트를 시행하고 있으며, 디지털화를 통해 최우수 품질의 제품만을 공급하기 위해 노력하고 있습니다.

아울러 유한킴벌리는 제품 생산 규모가 커짐에 따라 아웃소싱 제품의 비중이 점차 늘어나고 있기에 외부 제조 제품의 품질 관리 또한 강화하고 있습니다. 이를 위해 주요 업체에 대해 정례 미팅과 주기적 방문 점검을 실시함으로써 사전 예방 점검을 강화하고 있습니다. 또한 안전 및 품질 교육 녹화 영상을 배포하고 관련 교육을 진행하는 등 각종 지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 2024년에는 외부 제조 제품의 품질 관리가 내부생산 제품과 동일한 수준으로 관리될 수 있도록 품질관리시스템(QMS, Quality Management System)의 주요 프로세스를 점검 및 심사, 관리할 예정입니다.

출시 전 적합성 검증 시스템

유한킴벌리는 출시 전 제품의 품질, 법규 준수, 안전성과 유효성을 보증하기 위해 제품을 고위험, 중위험, 저위험으로 분류하여 검증하고 있습니다. 고위험 제품의 경우 설계 변경 관리 또는 프로젝트 검토 위원회(PRB, Project Review Board)를 통해 검토하며, 중위험과 저위험 위험 제품은 제품 출시 전 적합성을 확인하는 제품출시위원회(PCC, Product Compliance Committee)를 통해 출시 전 적합성을 확인하고, 광고를 검토 및 승인하는 표준화된 프로세스를 따릅니다. 2023년에는 1건의 설계변경관리, 15건의 프로젝트 검토 위원회, 52건의 제품 출시위원회 검토를 진행하였습니다.

소비자 사용 단계

제품 출시 후 안전 관리

유한킴벌리는 사회적으로 이슈인 물질에 대한 소비자 우려 사항, 미디어 등에 대한 모니터링을 상시 진행하고 있습니다. 또한 안전성 확보와 신속한 이슈 대응을 위하여 필요시 수시로 제3의 전문 시험기관에 분석을 의뢰하여 결과에 대한 정확성과 객관성을 확보하고 이슈에 신속하게 대응하고 있습니다.

소비자불만 정보 수집

유한킴벌리는 소비자불만을 지속적으로 감소시키기 위해 매년 소비자불만을 KPI로 수립하고 있습니다. 소비자 불만을 유형별로 분석하고, 그 결과를 바탕으로 유관부서와의 협업을 통해 개선해 나가고 있습니다. 2023년 소비자 불만은 전년 대비 6% 감소했으며, 내부 생산 제품은 물론 외부 제조 제품의 불만 역시 감소했습니다.

사전 예방 시스템

PSRA워크그룹과 고객만족본부 등 유관부서가 협업하여 제품 판매 후 안전관리 기준에 따라 소비자의 불만 정보를 수집하고 있습니다. 또한 치명적인 불량이 발생하는 것을 예방하기 위하여 조기경보 프로세스를 통해 위기에 대한 사전 예방 활동을 실시하고 있습니다.

모니터링 단계

유통 중인 제품 안전성 모니터링

유한킴벌리는 자사 제품의 안전성을 정기적으로 모니터링한 후 보고를 실시하며, 전 사업부(유아동, 여성, 가정, 웰니스, B2B)를 대상으로 연 1회 통합 안전성 모니터링을 진행합니다.

유통 중 제품의 안전 관리 기준에 근거하여 주기적으로 법규 및 자발적 사내 기준에 따라 매년 대표 제품을 선정하여 법적 안전 요건을 준수할 뿐만 아니라, 사회적으로 이슈가 될 가능성이 있는 유해물질의 함유 유무를 자발적으로 확인하여 소비자에게 안전한 제품을 제공하기 위한 프로세스를 통합적으로 관리하고 있습니다. 특히 사회적 이슈나 해외에서 규제가 강화되는 물질은 제3의 전문 시험기관에 분석을 의뢰하고 결과에 대한 정확성과 객관성을 확보하여 이슈에 신속하게 대응하고 있습니다.

품질 최우선 문화 내재화를 위한 노력

유한킴벌리는 품질 최우선 문화를 내재화하기 위해 사업장 및 팀별로 관련 교육을 실시하고, 다양한 캠페인을 실시하고 있습니다. 충주공장은 2023년 2월 22일과 23일 이틀 동안 진행된 품질위생 2325 캠페인을 통해 품질 향상과 품질 보증을 통해 더욱 안전하고 깨끗한 제품을 제공할겠다는 의지를 다졌습니다. 또한 대전공장은 품질 워크 주간을 맞아 간단한 게임과 함께 마인드셋(Mindset) 이벤트를 진행하며 품질 기본원칙 준수를 다짐하였습니다. 2024년에는 내부 품질 전문가 육성 확대를 통해 내부 품질 역량을 강화할 계획입니다.

위생용품협약체를 통한 소비자 안전 이슈 대응

유한킴벌리는 정부기관인 한국소비자원과 함께 위생용품협약체에 참여해 사회적 안전 이슈에 선제적, 포괄적으로 대응하고 있습니다. 2023년에는 화장지, 물티슈, 마스크 등 국민 다소비 위생용품을 대상으로 친환경 포장재 적용 및 플라스틱 자재 사용량 저감 활동을 시행하였으며 한국소비자원과 함께 시각장애인 생활안전 확보 위해 점자생리대 보급 지원 및 자원 선순환 프로세스 구축을 위한 활동을 홍보하는데 힘써 왔습니다.

위생용품협약체 활동*

2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
소비자 안전 문제제기	소비자 안전 확보 강화 노력	소비생활 안전 가속화	소비생활 안전 가속화	소비자 안전을 위한 선제적 실천	운영 내실화 및 산업 분야별 확대	제품 안전표시 강화 및 ESG 경영 실천 확대
<ul style="list-style-type: none"> · 생리대 안전 관련 사회적 이슈 확산 	<ul style="list-style-type: none"> · 자율 안전 규약 마련 · 이물질 감소 KPI 설정 · 소비자 정보 콘텐츠 제작 	<ul style="list-style-type: none"> · 물티슈 분과 신설 · 기저귀 이물질 16% 감소 · 중소기업 역량 강화 세미나 제공 	<ul style="list-style-type: none"> · 위생용품 품질과 안전성 공고화 · 소비자 안전을 위한 선제적 실천 · 협업을 통한 시너지 창출 중소기업 역량 강화 	<ul style="list-style-type: none"> · 공동 개선 과제 5건 발굴: 손소독제 펌프, 마스크 제품 개선 및 사용상 주의사항 문구 등 · 소비자 정보 콘텐츠 2편 제작, 확산 · ESG 활동 중요성 공감대 형성 	<ul style="list-style-type: none"> · 위생용품 생리대 기저귀 분과, 마스크 분과 운영 · 생활가정용품 협약체 구성 · 위생용품 벌레 유입 건수 25% 감소 · 마스크 품질 개선 (초음파 용착 부위 개선, 호흡 편의성 개선) 	<ul style="list-style-type: none"> · 물티슈 개봉후 사용기한 표시 적용 · 위생용품 보관 및 사용상 주의 사항 문구 추가 · 위생용품 유해물질 자율관리 체제 구축 및 확대 · 위생용품 환경성 개선 포장재 적용 · 플라스틱 자재 사용량 저감활동 확대 · 물티슈류 통합 콘텐츠 제작 및 배포

* 한국소비자원&위생용품정례협의체 성과

소비자중심경영_고객만족

고객만족을 위한 노력

소비자중심경영은 회사의 모든 활동을 소비자 중심으로 생각하고 행동하는 경영 방식입니다. 이러한 경영 방식을 실천하는 회사는 고객의 목소리를 신속하고 선제적으로 반영하기 위해 혁신적인 노력과 지속적인 개선 활동을 이행합니다. 유한킴벌리는 고객의 목소리에 혁신이 있다는 경영 철학 하에 소비자중심경영을 선언하고, ‘소비자를 위한 7대원칙’을 내부적으로 제정해 적극적으로 고객의 목소리를 수렴하여 제품과 서비스 혁신에 반영하고 있습니다. 2024년에는 더 높은 수준의 목표와 전략을 세우고 그에 따라 체계적으로 세부 이니셔티브와 프로그램을 이행하고자 합니다.

고객만족을 위한 추진 조직

유한킴벌리는 고객의 불만을 관리하고 만족도를 극대화하기 위한 컨트롤타워로 고객만족분부를 운영하고 있습니다. 고객만족분부의 본부장은 소비자불만 사전 예방과 사후 구제, 이슈불만 위기대응과 고객만족 강화, 소비자단체 파트너십 강화에 대한 책임을 맡고 있습니다. 아울러 고객만족분부는 소비자불만 사후 처리와 사전 예방 활동, 고객센터 관리, 소비자 교육 등을 전담하고 있습니다.

고객상담

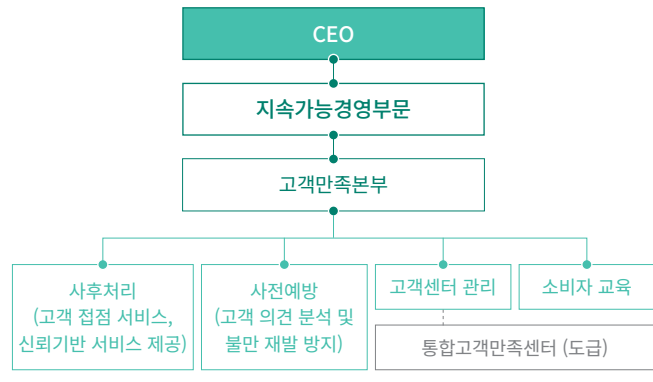
고객상담 프로세스

유한킴벌리는 다양한 온오프라인의 소통 채널을 통해 고객의 소리를 듣고, 통합적이고 체계화된 상담시스템을 통해 신속하고 효율적으로 문제를 해결합니다. 소통 채널로 수집된 고객의 소리(VOC, Voice of Customer)는 품질개선, 제품 개발, 서비스 개선, 마케팅 등에 활용하고 있습니다.

소비자를 위한 7대 원칙

1	소비자 중심 경영 우선 원칙	2	책임 있는 고객 불만 처리 원칙
3	고객의 정보 보호 원칙	4	접근 용이성 확보 원칙
5	신속한 처리 원칙	6	명확하고 투명한 의사 소통 원칙
7	지속적 개선 원칙		

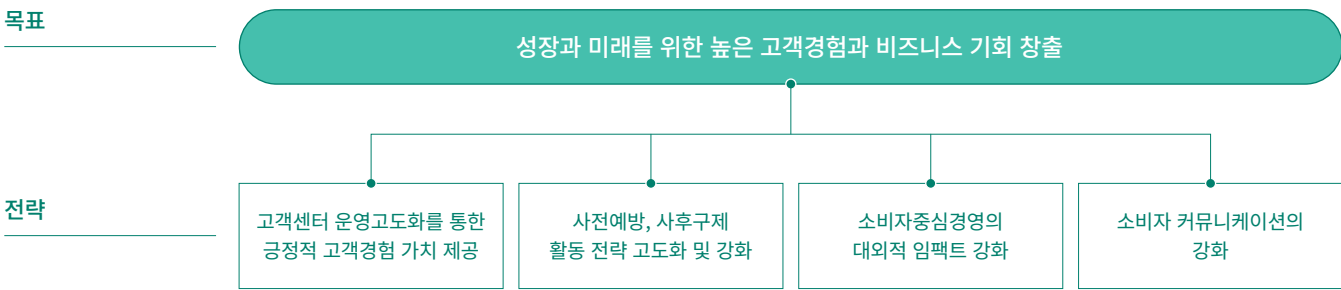
고객만족분부 조직도



고객상담 프로세스

1	2	3
고객문의 및 불만접수	선진화된 고객의 목소리 관리 시스템	고객문제 및 상담 처리
<ul style="list-style-type: none"> · 고객 접점 서비스 품질 향상 활동 · 다양한 상담 접수 채널 운영 (문자, 채팅, 챗봇, 전화, 이메일) 	<ul style="list-style-type: none"> · 통합고객케어 시스템 	<ul style="list-style-type: none"> · 표준화된 규정 및 프로세스를 통한 문제해결 · 소비자불만회의체 (QWS) 운영

2024년 고객만족 목표와 전략



고객문의 및 불만 접수

유한킴벌리는 고객상담 서비스를 통해 고객과의 최접점에서 제품의 가치를 전달하고 있습니다. 고품질 서비스는 차별화된 고객 경험으로 이어지기에 2023년에는 디지털 시대에 맞는 다양한 기능을 도입하고, 상담 인력의 전문성을 강화하는 등 4단계의 고객 접점 서비스 품질 향상 활동을 수행했습니다.

특히 카카오톡 상담 채널을 도입하여 고객의 접근성과 편의성을 향상했으며, 청각장애인 소비자 접근성 향상을 위해 고객이 자주 질문하는 내용을 수어 영상으로 제작해 카카오톡 챗봇으로 제공했습니다.

선진화된 고객의 소리 관리 시스템

유한킴벌리는 통합고객케어 시스템을 통해 다양한 접수 채널을 통합하여 관리하고, 모든 비즈니스의 상담을 통합적으로 대응하고 처리하고 있습니다.

고객 상담사는 시스템 내에서 유한킴벌리의 모든 고객 데이터베이스에 접근할 수 있어 상담 시 해당 고객에 대한 정보를 통합적으로 확인할 수 있습니다. 또한 시스템 내의 통합 검색 기능을 통해 자주 묻는 질문, 제품 매뉴얼, 불만 매뉴얼, 행사·이벤트 등의 정보를 빠르게 획득하여 효과적인 상담을 할 수 있습니다.

아울러 고객만족본부는 시스템상의 대시보드를 통해 제품 안전, 이물질 등 빠른 해결이 필요한 중대 결함, 고객의 중요 불만 등 이슈에 대한 기준을 관리하고 있습니다. 해당 이슈가 접수되면 해당 제품의 유관부서 경영진에게 실시간으로 자동으로 보고됩니다.

고객문제 및 상담 처리를 위한 사후구제 프로세스

유한킴벌리는 상담을 통해 파악한 소비자의 불만을 처리하기 위해서 표준화된 규정과 프로세스를 통해 신속하고 공정하며 효율적으로 문제를 해결하고 있습니다.

웹사이트나 채팅, SMS 등을 통해 실시간으로 고객을 응대하고, 3시간 이내 답변 원칙을 바탕으로 신속하게 답변을 제공하고 있습니다. 또한 소비자분쟁해결기준에 근거한 유한킴벌리 소비자불만해결기준에 따라 일관되고 공정하게 소비자불만을 해결하고 있습니다.

자주 묻는 질문에 대해서는 홈페이지와 챗봇으로 안내하고 있으나, 단순하게 해결할 수 있는 문제가 아닌 경우에는 고객만족 담당자, 품질 담당자, 물류 담당자가 소비자불만에 대한 원인을 객관적인 근거자료를 통해 전문적으로 분석해 소비자에게 회신하고 있습니다. 아울러 소비자 피해 관련 분쟁 해결 기준과 처리절차는 홈페이지에 공개하고 안내하고 있습니다.



자주 묻는 질문 수어 영상

고객접점 서비스 품질향상 주요 활동

1단계		2단계			3단계				4단계					
2022.10	11	12	2023.1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
새로운 고객지원센터 오픈 준비		새로운 고객지원센터 오픈 및 안정화			디지털라이제이션 강화				서비스 품질 표준화 및 고도화					
· 상담에 최적화된 근무 환경 조성 · 사전 오픈 및 테스트		· 감정노동자 인권 보호 선언식 · 품질관리 기준 수립 및 지속 개선 · 고물입형 고객센터로 재세팅			· 카카오톡 상담 도입 · 보이는 ARS 기능 강화 · 시나리오봇 고도화 · 상담 관리 체계 최신화 및 표준화				· KSQI인증획득(2024년) · 이커머스 상담 고도화					

상담 서비스에 대한 고객 만족도 관리

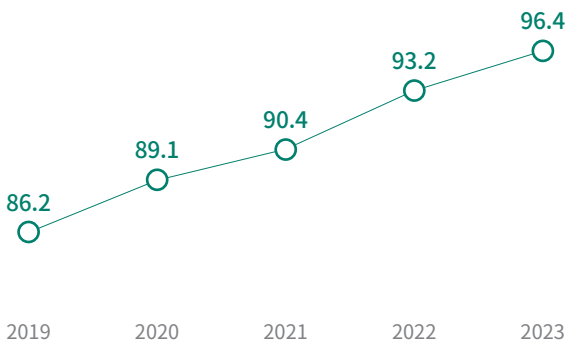
이커머스와 제품 상담 간의 유기적인 협력과 상담 전문성이 강화됨에 따라 서비스 품질과 고객 만족도가 지속적으로 향상하고 있습니다. 유한킴벌리는 실시간 모바일 소비자 만족도 조사 및 자동 분석 시스템을 갖추고 있으며, 이를 통해 획득한 고객 만족지수(CSI)와 재구매 지수를 주요 KPI로 설정하여 관리하고 있습니다.

상담 고객 만족도는 2023년 목표보다 2점 높은 96.4점을 기록했고, 2024년에는 95점 이상을 유지할 계획입니다. 또한 재구매의향지수는 상담 서비스가 제품구매에 미치는 영향을 나타낸 것으로 2023년에 92.7점을 기록했으며, 2024년에는 92점을 목표로 설정해 고득점을 유지할 계획입니다.

뿐만 아니라 유한킴벌리는 소비자고발센터에 제기된 총 13만여 건의 소비자 민원 통계 자료를 분석하여 민원 관리가 가장 우수한 대상 기업을 선정하는 소비자민원평가대상에서 5년 연속 대상을 수상하였습니다.

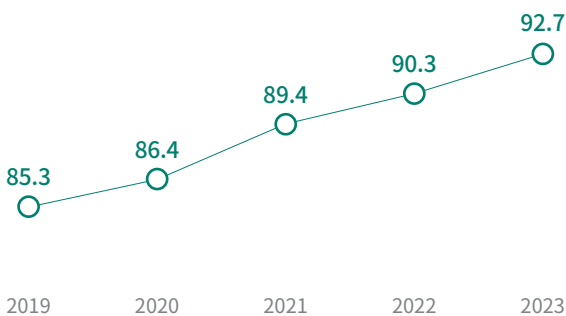
상담 고객 만족도

(단위: 점)



재구매지수

(단위: 점)

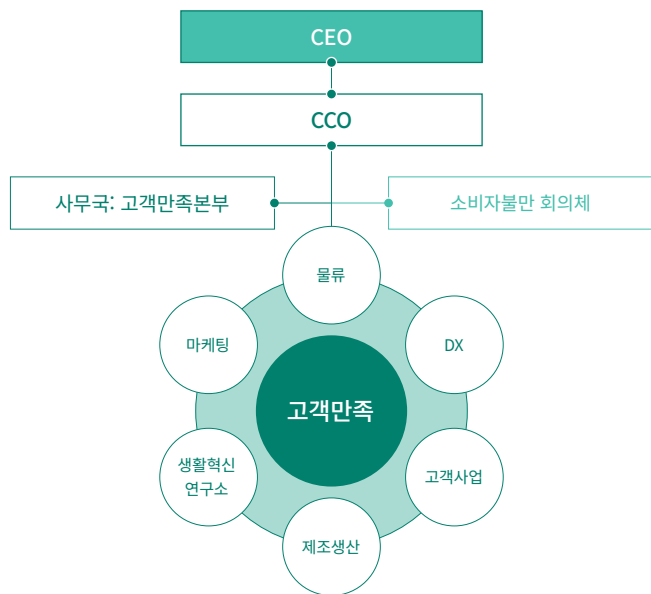


소비자 불만을 사전에 예방하기 위한 노력

소비자중심경영위원회

유한킴벌리는 소비자 불만 감소의 목표를 달성하기 위해 CEO 직속의 소비자중심경영위원회(CCM, Consumer Centered Management)를 운영하고 있습니다. 위원회는 더욱 책임감 있는 운영을 위해 고객만족 성과를 CEO, 부문장의 성과관리 지표(KPI)에 반영하고 있으며 최고소비자책임자(CCO, Chief Consumer Officer)를 두어 관리 감독하고 있습니다. 2022년까지는 연간 2회로 진행되었으나 2023년은 상반기에 1회 진행되었고, 이후 고객의 목소리 간담회가 월 1회로 확대되면서 이에 통합되었습니다.

소비자중심경영위원회 조직도



2023년 소비자중심경영위원회 주요 안건

- 이커머스 플랫폼의 사전예방 서비스 레벨 향상
- 친환경 소재 제품의 선제적 출시 및 리딩

고객의 목소리 간담회

고객의 목소리 간담회는 CEO, 각 사업부문장, 유관부서 리더가 고객센터의 전문 상담사를 만나 고객의 실질적인 의견과 요구를 직접 듣는 자리입니다. 간담회에서는 고객센터를 통해 접수된 제품·품질·배송·서비스·이커머스 등 고객과의 접점 전 영역에 대한 주요 안건들을 논의하고, 이에 대한 경영진의 신속한 의사결정이 이뤄지고 있습니다. 간담회를 통해 논의된 안건들에 대해서는 지속적으로 반영 가능성을 면밀히 검토하고 있으며, 반영 여부를 지속적으로 추적 관리함으로써 고객의 목소리에 민첩하게 대응하고 있습니다. 아울러 간담회 이후에는 논의된 사항에 대한 리포트를 작성하여 경영진에 제공합니다.

2023년 상반기부터는 더욱 적극적으로 고객의 목소리를 수렴하기 위해 간담회 주기를 격월에서 매월로 변경하였습니다. 9회의 간담회를 개최하여 총 81건의 안건을 논의하였으며, 77건의 개선 과제를 발굴하고 그 중 81%를 개선하였습니다. 주요 안건의 개선율은 대시보드를 통해 실시간으로 관리하고 있습니다.

부정 이슈 확산 방지를 위한 위기관리

유한킴벌리는 조기경보 프로세스를 통해 다양한 소비자불만 중 이슈 확산이 가능한 안전과 위생 관련 불만에 대해서 위기대응 팀에 조기경고(Warning)하고, 전사적 협업 하에 빠른 조치가 필요할 경우에는 조기경보 프로세스를 가동하여 공식적으로 대응하고 있습니다.

위기 경보 단계는 소비자불만의 해결이 가능한 상태인 ‘주의 단계’, 이슈 확산이 우려되는 상태인 ‘경계 단계’, 이미 부정 이슈가 확산된 상태인 ‘심각 단계’로 구분되어 있습니다. 주의 단계와 경계 단계는 부정 이슈가 확산되기 이전의 상황이기에 고객만족본부와 위기대응팀이 협력하여 소비자 불만에 대응하며, 심각 단계에서는 위기대응팀에서 회사 차원의 공식 대응을 시행합니다. 2023년에는 총 24건의 조기경보가 있었으며, 유관 부문의 협업을 통해 이슈를 사전에 차단하였습니다.

사원 대상 고객 경험 프로그램

유한킴벌리는 본사, 공장, 협력회사의 사원들이 고객의 목소리를 직접 체험하는 사원 고객 경험 프로그램을 운영하여 소비자 불만 개선을 가속화하고 소비자 중심 경영을 내재화하고 있습니다. 참여 대상은 소비자 안전 불만 개선을 주도하고 있는 마케팅, R&D, 제조, 품질 부문의 사원이며, 불만 고객 방문의 상황과 전화 상담을 직접 체험하고 있습니다.

2023년에는 총 62명의 사원이 참여하였으며, 이는 참여 대상의 66%입니다. 설문조사 결과 91%의 사원이 고객에 대한 이해도가 높아졌다고 응답했으며, 93.4%의 사원이 해당 프로그램의 경험을 실무에 직접 반영하겠다고 답변했습니다.

2023년 고객의 목소리 간담회 주요 안건 및 개선 사항

회차	주요 안건	개선 사항
1	물티슈 오픈 캡 개선 제안	오픈캡 금형 수정 적용
2	제품 패키지 잉크 이염	패키지 디자인 변경 및 커뮤니케이션 강화
	이커머스 고객의 목소리 사례 공유	휴먼 에러 최소화 대책 마련
3	셀방향제 효과 미비 문의	방향제 설치 장소와 제품 가이드 제작, 배부
4	여름용 생리대 출시 제안	여름용 생리대 출시 결정 (2024.04 좋은느낌 썸머에디션 출시)
	설계 상 발생 가능 불만	제품 스펙 조정 및 협력사 변경
5	제품 구조 상 발생 가능 불만 (젓꼭지 수유구 흡착, 원사 뭉침)	금형 수정, 비전 검출력 강화
6	표시 광고에 대한 감시 강화	광고 문구 수정 및 이미지 변경
	사용 상 주의 사항 표시 사항 점검	
7	특정 성분에 대한 고객 커뮤니케이션	성분 관련 고객 응대 매뉴얼 제시
8	식물유래 성분 함유 제품의 내용물 변색 / 무표백 제품의 고유 이물(목화씨앗 등)	고객응대 가이드 제공 및 원료 개선 작업 / 패키지 가독성 및 소비자 커뮤니케이션 강화
9	성인용 기저귀 흡수력	패속 흡수라인 적용

소비자불만 조기경보 프로세스



01
이슈확산이 가능한 안전·위생 소비자불만 항목의 정의 및 모니터링

02
고객 상담 시, 부정이슈 확산 가능 요소를 정의하여 상담관리

03
위기경보단계의 규정 및 정의

04
조기경보

제품 정보 투명성 제고를 통한 고객 신뢰도 증진

올바른 정보 제공을 위한 노력

유한킴벌리는 광고매체를 통한 제품 홍보 시 고객에게 정확한 정보를 전달하고, 표시·광고 관련 법률을 위반하지 않기 위해 표시·광고 가이드라인을 운영하고 있습니다. 가이드라인에는 관할기관의 규정에 따른 적정광고기준과 표시광고 공정화에 관한 법률 등 제품을 대상으로 준수해야 할 사항을 명확히 규정하고 있으며, 법규 개정과 신규기술 개발 등에 의한 새로운 표현과 운용 등의 변화를 반영하기 위해 가이드라인을 매년 개정하고 있습니다.

제품 출시와 홍보 이전에는 제품안전, 윤리법무본부, 환경경영워크그룹이 가이드라인을 바탕으로 모든 제품에 표시된 기재사항, 상품창 광고 등의 문구에 대한 3자 간 검토를 진행하고, 광고 제품에 대해 반기별로 모니터링을 실시하고 있습니다. 2023년 상반기에는 제품안전 및 환경경영워크그룹이 맘큐에 등록된 유한킴벌리 전 제품의 환경성 표시 광고를 대상으로 진행하여 개선이 필요한 사항은 마케팅 담당

자, RA 담당과 협의하여 수정했습니다. 광고 사항 검토 결과와 승인 내역은 사내 시스템으로 관리하는 등 검토 체계를 고도화하며 고객에게 제품의 환경적, 사회적 영향에 대한 올바른 정보를 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

사원 내재화를 위한 교육

유한킴벌리는 매년 마케팅 및 제품 개발 담당자들을 대상으로 그린워싱과 환경성 과장광고 안내에 대한 설명회를 진행하고 있습니다. 2023년에는 환경경영 워크그룹의 주관 하에 제품의 환경성 표시광고 법률에 대한 내용을 바탕으로 친환경, 에코 등의 표현을 사용하지 말되 비교대상을 명확히하고 구체적인 근거와 적용 범위를 명시할 것을 알렸습니다. 또한 유한킴벌리 제품 사례를 바탕으로 한국환경산업기술원에 질의응답한 내용들을 공유하며 담당자들이 이해하기 쉽고 실무에 적용할 수 있도록 하였습니다.

유한킴벌리 표시·광고 가이드라인 적용 범위와 대상 제품

적용 범위	대상 제품
제품 패키지, 인터넷(웹사이트·블로그 등), 신문, 잡지, TV, 라디오 등 일반 소비자를 대상으로 한 모든 광고매체에 있어서의 유한킴벌리 제품의 표시광고	유한킴벌리가 판매하는 모든 제품

2023년 상반기 모니터링 주요 내용

개선 전	개선 방향
포괄적인 속성과 효능 관련 용어 및 표현 · 친환경·그린·환경 친화적·Eco-Friendly	· 해당 키워드들은 '환경표지 인증 획득한 경우' 또는 '저탄소인증'을 획득한 경우에만 사용
자원의 사용·저감 관련 용어 및 표현 · 플라스틱 포장재를 최소화 · 패키지 잉크 사용량을 최소화	· 절약 또는 저감 관련 표현에서 대상 및 기준을 명확화하고 수치를 정확하게 표현
인체·환경 유해성물질의 함유·배출량 저감 관련 용어 및 표현 · 기후변화 및 지구온난화 대응에 기여 · 온실가스 배출량 저감	· 객관적인 증빙자료(전과정평가 결과, 원부자재 자체 데이터베이스 등)를 보유한 경우에만 사용
환경마크 및 문구 등의 사용	· 기업자가가마크 · FSC 인증마크 · KKG 문구
	· 기업자가가마크를 표기할 경우 '기업자가가마크임'을 명시 · 승인되지 않은 디자인/문구는 승인된 범위 내에서 수정 · FSC 인증 디자인/문구는 관련 업체 및 담당자 리뷰를 진행 · 제품 브랜드에서 KKG 소개 시, 기업주체가 아닌 브랜드 주체의 캠페인으로 오인되지 않도록 주의

공급망

공급망 관리의 필요성

전세계적으로 기업의 공급망 관리에 대한 관심이 높아지고 관련 규제를 강화하고 있습니다. 이러한 배경으로 2023년 유한킴벌리 중대성 평가 결과 중대 이슈로 공급망 관리가 선정되었습니다. 이에 따라 유한킴벌리는 공급망 관리를 2024년 신규 과제로 선정하고 공급망 관리 체크리스트를 통해 관리 체계 현황을 점검했습니다. 체크리스트는 공급망 실사지침(CSDDD, Corporate Sustainability Due Diligence Directive)에서 규정한 실사 요구사항 일부를 반영하여 작성하였습니다.

공급망 실사지침 주요 요구사항

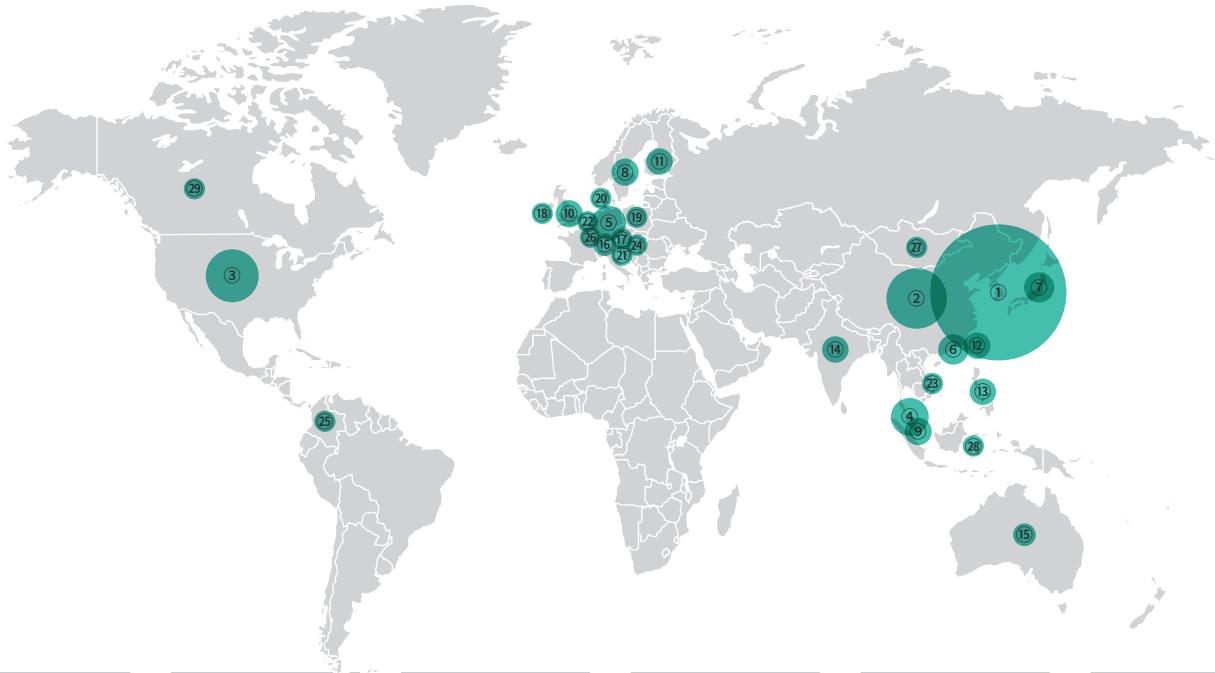
- 실사의무의 내재화
- 인권과 환경에 대한 실질적/잠재적 부정적 영향 식별
- 인권 및 환경에 대한 잠재적 부정적 영향 예방 및 완화
- 실질적 부정적 영향 제거 및 최소화
- 고충처리절차 구축
- 실사정책 및 조치의 실효적인 모니터링
- 실사의무 이행내용 공시

협력회사 현황

2023년 유한킴벌리의 공급망 내 협력회사는 총 1,250개사이며, 전체 협력회사 중 약 90%가 국내 협력회사입니다. 또한 전체 거래 금액의 약 73%를 국내기업이 차지할 만큼 유한킴벌리는 국내시장과 밀접하게 협력하고 있습니다.

유한킴벌리의 협력회사 유형은 원부자재업체, ECM(External Contract Manufacturing)업체, 도급업체, 그리고 이들을 제외한 기타업체로 구분됩니다. 원부자재 업체는 제품 생산의 원료를 공급하는 회사이고, ECM업체는 완제품을 생산·납품하는 회사입니다. 도급 업체는 원사업자로부터 업무를 도급받은 수급사업자가 원사업자의 사업장에서 위임된 업무를 수행하는 협력회사에 해당합니다. 그 외 기타 협력회사에는 유통대리점과 직거래, 광고대행, IT, 금융 관련 회사가 포함되어 있습니다. 2023년에는 원부자재의 구매 비중이 44%로 가장 높습니다.

협력회사 국가별 분포



① 한국	1,119	⑥ 홍콩	6	⑪ 핀란드	3	⑮ 스웨덴	4	⑳ 슬로베니아	1	㉔ 룩셈부르크	1
② 중국	33	⑦ 일본	6	⑫ 대만	3	⑯ 오스트리아	1	㉑ 벨기에	1	㉕ 몽골	1
③ 미국	28	⑧ 스웨덴	4	⑬ 필리핀	3	⑰ 아일랜드	1	㉒ 베트남	1	㉖ 인도네시아	1
④ 말레이시아	9	⑨ 싱가포르	4	⑭ 인도	3	⑱ 폴란드	1	㉓ 헝가리	1	㉗ 캐나다	1
⑤ 독일	8	⑩ 영국	4	⑮ 호주	2	㉒ 덴마크	1	㉔ 콜롬비아	1		

공급망 관리 정책

유한킴벌리는 공급망 행동규범을 통해 협력회사가 반드시 준수해야 하는 윤리적 지침과 소비자, 환경, 지역사회를 위한 행동의 기준을 제공하고 있습니다. 또한 오픈 소싱부터 거래업체 선정, 정기적 평가, 사후관리까지 각 단계별 공급망 관리 체계를 보유하고 있으며 이를 지속가능한구매 원칙 내에 문서화하고 있습니다. 아울러 지속가능한 펄프 구매 정책, 킴벌리클라크의 면화 표준에 따라 원료를 구매하여 원료 구매 과정에서 발생할 수 있는 리스크를 사전에 차단하고 있습니다.

지속가능한구매 원칙

Link

공급망 행동규범

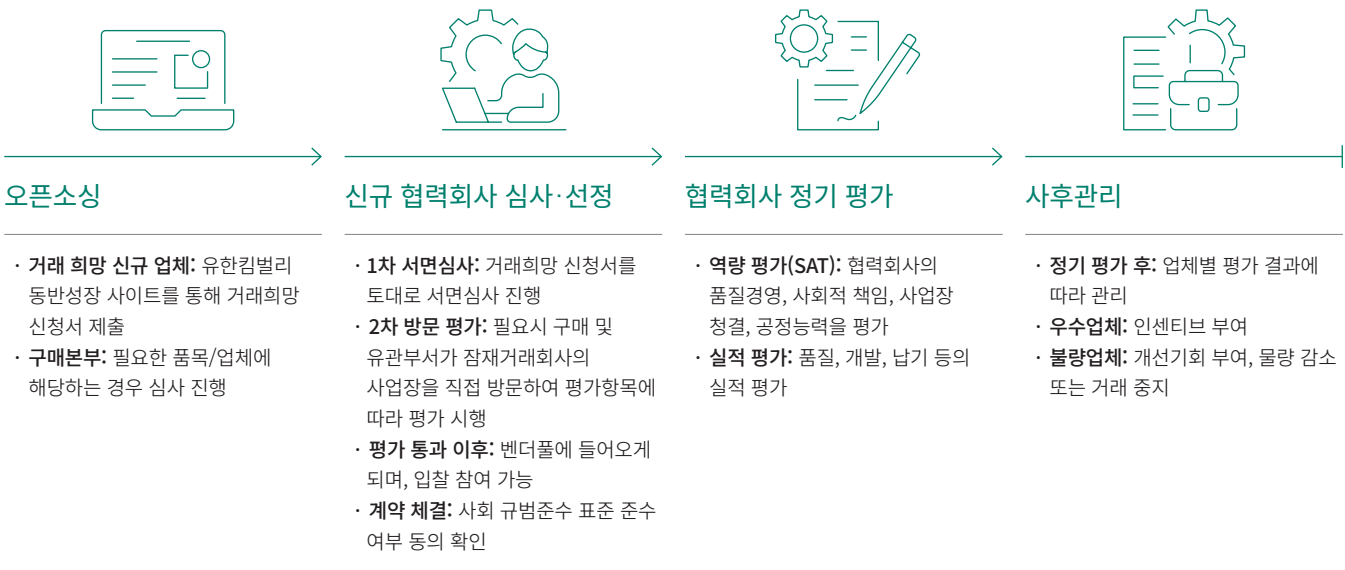
Link

공급망 관리를 위한 추진 조직

유한킴벌리는 SCM Enabling본부와 구매 본부에서 공급망 관리를 전담하고 있습니다. SCM Enabling 본부에서는 협력회사의 ESG 평가, 리스크 관리, 교육·컨설팅·생산성 지원, 고충접수의 업무를 수행하며 구매 본부에서는 계약 체결 시 협력회사에 행동규범 준수 요구와 원부자재 수급의 안정성 관리 등의 업무를 이행하고 있습니다.

또한 협력회사의 경쟁력 강화를 위해 2024년 1월부터 각각 다른 부문에 속해 있던 전략제조, 상생혁신, SCM Excellence 워크그룹이 SCM Enabling 본부로 통합되었습니다.

단계별 공급망 관리 체계



공급망 관리 전담조직

부서명

SCM Enabling 본부

구매 본부

담당 ESG 업무

- 협력회사 ESG 지원에 관한 협약 체결
- 협력회사 ESG 리스크에 대한 정기적인 평가 및 개선 조치
- 동반성장을 위한 재무적, 비재무적 지원 프로그램 운영

- 협력회사 지속가능성 관리 정책 수립 및 관리
- 협력회사 사회적 책임 이행을 위한 행동규범 제정 및 준수 요구
- 상품/서비스 생산을 위한 원부자재 수급의 장기적 안정성 관리

신규 협력회사 심사와 선정

신규 협력회사에 대한 리스크 관리

유한킴벌리는 오픈 소싱을 통해 잠재 협력회사를 발굴하며 1차 서면심사를 진행하고, 필요 시 2차 방문 평가를 통해 신규 협력 회사를 선정합니다.

아울러 신규 협력회사와 계약을 체결할 때, 협력회사로부터 행동규범 준수에 대한 동의 여부를 확인한 후, 이를 준수하는 협력회사와만 거래를 진행하고 있습니다. 사회 규범준수 표준 사항에는 아동노동, 강제노동 금지, 차별 금지, 안전하고 건전한 작업장 제공, 환경 보호, 사업 정직성, 분쟁 광물 등의 내용이 담겨 있습니다. 뿐만 아니라 주주사인 킴벌리클라크의 사회규범 표준서, 윤리·품질·안전·건강·환경 등의 주제와 관련하여 협력 회사가 준수해야 하는 사항과 정책에 대해 설명하고 있는 핸드북을 협력회사에 함께 제공하고 있습니다.

전체 잠재 협력회사 대상 서면심사

유한킴벌리는 오픈 소싱을 통해 잠재 협력회사를 발굴하며 협력회사 입력 정보를 기준으로 자동 스크리닝을 진행합니다. 통과된 협력회사에 한해 직접 제출한 거래희망신청서의 노동관련 법규준수 사항(4대보험, 퇴직금제도, 최저임금법) 등을 확인하여 1차 서면심사를 진행합니다.

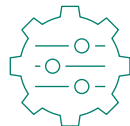
신규 협력회사 방문 평가

1차 심사를 통과한 잠재 협력회사 중 2차 방문 평가가 필요하다고 판단될 경우, 2차 방문 평가를 진행합니다. 2차 방문 평가는 심화평가로 관련 부서에서 평가팀을 구성하여 협력회사 실사 후 6가지 평가영역에 대해 평가를 실시하고 있습니다. 2023년에는 7개 회사를 대상으로 방문 평가를 진행했고, 그 결과 폐기물과 유해화학물질 관리에 대한 보완사항이 발생하여 조치를 취했습니다.

신규 협력회사 방문 평가 영역



재무·경영·공급망



품질



생산



개발



안전환경



노동, 인권, 반부패, 윤리

2023년 방문 평가를 통해 식별된 주요 위험과 조치 방안

평가영역	항목별 확인된 세부 위험 사항	조치 방안
안전환경	<ul style="list-style-type: none"> · 폐기물 및 유해화학물질 보관시설 미설치 · 화학물질 사용장소에 물질보건안전자료(MSDS) 미비치 · 위탁 처리 계약서 미작성 	시설 개선에 대한 요청과 법적요구사항 보완에 대한 내용은 즉시 개선 후 상태 확인

협력회사 정기 평가

협력회사 역량 평가

유한킴벌리는 협력회사의 역량과 관리 수준을 점검해 잠재적 위험요소를 사전에 발굴하여 부정적 영향을 예방하고, 실질적인 부정적 영향은 제거하기 위해 협력회사 역량 평가(SAT, Supplier Assessment Tool)를 정기적으로 실시하고 있습니다. 역량 평가는 5단계로 진행되며, 4개 영역의 76개 평가 항목에 대한 평가가 진행됩니다. 특히 2023년에는 사회적 책임 영역의 ESG경영과 윤리경영 주제의 평가 항목 4개를 추가해 사회적 책임에 대한 평가를 강화했습니다. 사회적 책임 영역에는 환경법규, 환경경영시스템, 소방관리, 안전관리, 커뮤니케이션, 윤리경영, 보건경영, 창고·제품관리·기타, ESG 경영과 관련된 평가 항목이 포함되어 있습니다.

아울러 평가 결과에 따라 인센티브를 부여하거나 개선을 유도함으로써 당사과 상호 발전할 수 있는 거래관계를 유지하고 있습니다. 2023년에는 우수협력회사 간담회를 개최하여 고득점을 받은 기업을 초청, 시상하였습니다. 반면 점수가 낮은 협력회사의 경우 조치가 원활히 이뤄지지 않을 경우 최후의 수단으로 계약을 종료할 수 있습니다.

협력회사 역량평가 대상과 결과

유한킴벌리는 원부자재, ECM 업체 중 해외 업체와 대기업을 제외한 일정 규모 이상의 업체를 최우선 대상으로 분류하여 SAT를 실시하고 있습니다. 평가는 현장평가를 통해 진행되며, 협력회사별 평가결과는 구매 및 관련 부서에 공유되어 차기 년도 평가

계획에 반영됩니다. 2023년에는 총 56개 협력회사를 대상으로 역량 평가를 실시하였으며, 평균점수는 88.1점을 기록했습니다. 아울러 2023년 평가 결과, 안전보건, 노동, 폐기물과 유해화학물질 관리 항목에서 주요 리스크가 식별되어 즉시 조치를 취하고, 개선사항을 확인했습니다.

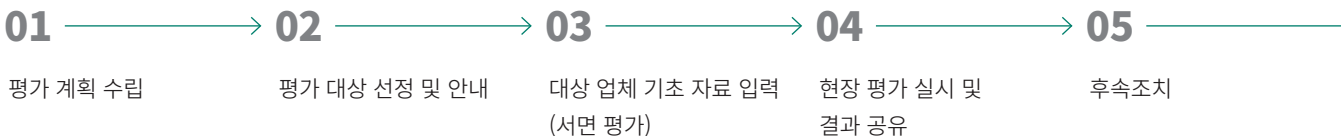
2023년 공급 리스크 수준에 따른 협력회사 분류

공급 리스크 수준	구분	협력회사 수 (개사)	구매 비중 (%)
Top Tier	원부자재/ECM 업체 중 해외/대기업 제외한 일정 규모 이상 업체	63	29
2nd Tier	상기 업체를 제외한 모든 국내 원부자재, ECM 업체, 대기업, 해외기업	50	12
3rd Tier	도급 서비스 업체	33	8
기타	나머지 업체(해외 업체 포함)	1,104	51

2023년 사회적 책임 영역의 주요 위험과 조치 방안

평가 분류	항목별 확인된 세부 위험 사항	조치 방안
안전관리	적절한 보호구 제공 및 관리 미흡	즉시 개선(교체) 및 차기 방문시 재점검
보건관리	근골격계 유해요인 조사 미 실시	
소방관리	소화기 및 소화전 관리 규정 위반	
창고/제품관리/기타	고충처리와 관련한 노사협의회 규정이 없으며 회의록 미작성	관련 규정수립 및 회의록 작성내용 이메일로 확인
환경법규	화학물질 사용장소에 물질보건안전자료(MSDS) 미 비치	즉시 시정조치 후 차기 방문시 재점검

협력회사 역량평가 프로세스



협력회사 역량평가 평가영역



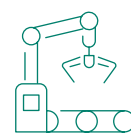
품질경영



사업장 청결



사회적 책임



공정능력

공정거래 4대 실천사항 제정

유한킴벌리는 공정거래 질서 확립을 위해 공정거래 4대 실천사항을 제정하고 실현하고 있습니다. 특히 협력회사와의 효율적인 정보 공유와 원부자재의 적시 공급을 위한 생산·수요정보 공유 시스템(SMA, Supplier Management Advisor)을 구축하여 활용하고 있습니다. 또한 홈페이지 내에 투명한 거래를 위한 구매윤리헌장, 청렴협약의무 등을 기재해 대내외에 천명하고 있으며, 불공정 거래 제보센터를 개설하여 불공정 거래 신고 시스템을 마련하였습니다. 뿐만 아니라, 하도급 표준계약서에 청렴협약의무 조항을 포함하여 협력회사와 상호간에 투명하고 공정한 거래가 이루어질 수 있도록 노력하고 있습니다.

동반성장

동반성장을 위한 노력

유한킴벌리는 동반성장의 개념이 강조되기 이전부터 다양한 상생협력 프로그램을 진행해왔습니다. 특히 2013년부터 동반성장과 관련된 의무사항과 지원 프로그램 등이 수록된 동반성장 책자를 발간하고, 동반성장 홈페이지를 통해 협력회사를 비롯한 이해관계자와 투명하게 소통하고 있습니다. 또한 정기적인 설문조사 및 방문, 간담회 운영을 통해 협력회사 임직원의 의견과 고충을 수렴하기 위해 노력하고 있습니다.

[동반성장 홈페이지](#)

Link



공정거래 4대 실천사항



대·중소기업간
바람직한 계약
체결 실천사항



협력회사
선정·운용
실천사항



하도급거래
내부 심의위원회
설치·운용
실천사항



바람직한
서면발급 및
보존에 관한
실천사항

동반성장을 위한 지원 프로그램

유한킴벌리는 공정거래 및 동반성장 협약을 체결하고 기술개발 지원, 결제조건 개선, 전문능력 제고 등 경쟁력 향상을 위한 다양한 지원 프로그램을 운영하고 있습니다. 2023년에는 58개사와 협약을 체결했으며, 이들로부터 구매한 금액은 전체 협력회사의 21%에 해당하는 약 1,809억 원이었습니다.

상생협력 및 동반성장 프로그램의 발전

상생협력 기반구축 단계	상생협력 확산단계	동반성장 정착단계	동반성장 고도화 단계
2002 - 2007	2008 - 2012	2013 - 2017	2018
<ul style="list-style-type: none"> · 상생협력 조직 구축 · 협력회사 진단 시스템 · 협력회사 교육 프로그램 · 협력회사 품질 및 안전 프로젝트 진행 	<ul style="list-style-type: none"> · 정보공유시스템(SAM) 운영 · 협업 프로젝트 진행 · 기술 지원 프로젝트 · UN 글로벌 콤팩트 도입 	<ul style="list-style-type: none"> · 상생협력 조직 강화 · 공정거래 및 동반성장 협약 운영 · 1-2차 협력회사간 동반성장 협약 지원 · 대리점 동반성장 지원 · VOC(Voice of Customer) 운영 · 2015년 이후 연속 동반성장지수 평가 최우수 등급 획득 	<ul style="list-style-type: none"> · 2017년 이후 8년 연속 동반성장지수 최우수/우수 명예 기업 연속 선정 · 2차 이하 협력회사 동반성장 지원

2023년 동반성장 주요 프로그램의 성과

주요 프로그램	성과
금융 지원	· 상생협력펀드 170억 원(IBK기업은행과 협약 운용)
기술개발, 품질개선 및 기술보호 지원	· 기술 지원 65건 · 기술 보호 6건
비협약사의 대금 지급 조건 개선	· 대금 지급 모니터링 시스템인 나이스윙(WinC)를 통해 비협약 협력회사에 대한 금 지급 조건 (현금결제율, 지급 기간 등) 개선 노력 · 현금 지급 모니터링 적용 비협약 1차 협력회사 12개 사 · 현금 모니터링 시스템을 통한 현금 지급 실적 91.5억 원 · 대금 지급 기일 평균 33.2일
매출 확대 지원	· 해외 전시회 참가 지원(1개 사, 매출확대를 위한 수출협의 진행)
기타 지원	· ESG 대응 방안 교육 실시(1회, 5개 사) · 생산성 향상을 위한 LED 설치

지역사회 가치 창출

지역사회 가치창출 및 소셜임팩트 확산

유한킴벌리는 숲 그리고 사람을 위한 다양한 노력을 통해 지역 사회 가치를 창출하고, 나아가 소셜 임팩트를 확산하는 데 기여하고자 노력하고 있습니다. 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인을 통해 숲을 매개로 사회문제를 해결하고, 사회적 약자에 대한 배려를 확산하고 위생 건강을 증진하기 위한 제품 기부, 교육 등의 활동으로 취약계층의 삶의 질 개선을 위해 노력하고 있습니다. 이를 위해 2030년 지속가능성 목표에서 사회적 임팩트와 관련된 ‘숲과 사람의 공존’과 ‘취약계층 삶의 질 개선’에 대한 목표를 수립 및 관리하고 있으며, 사회공헌 선언문과 지역사회 기부원칙을 제정해 홈페이지에 공개하고 있습니다.

유한킴벌리는 ESG위원회에서 사회공헌 및 소셜임팩트의 목표와 거버넌스에 대해서 논의 및 승인하고 있습니다. 지역사회와 관련된 프로젝트 실무는 사회책임 워크그룹에서 추진하고 있습니다.

지역사회 기부원칙

Link



사회공헌 선언문

첫째.

유한킴벌리는 사람과 숲과의 공존을 추구합니다.

둘째.

유한킴벌리는 건강한 사회를 위한 다양성과 포용 역량을 강화합니다.

셋째.

유한킴벌리는 사회와 함께하는 나눔 문화 확산에 힘씁니다.

세가지 약속

약속 1.

우리는 우리강산 푸르게푸르게 캠페인에 적극 참여하며, 지구 환경 보호를 위해 1인당 947그루* 이상의 나무를 심고 가꿉니다.

약속 2.

우리는 건강한 소통과 행복한 가정 만들기로 가족친화 사회 실현에 앞장섭니다.

약속 3.

우리는 미래세대와 시니어, 그리고 소외계층을 위한 기부와 봉사활동에 적극 참여합니다.

* 1인당 평생 배출하는 이산화탄소(온실가스) 약 2.6ton을 흡수하려면 소나무 기준 947그루를 심어야 합니다.(출처: 국립산림과학원 탄소중립 상세 표준) 선언문 공개: 2020년

우리강산 푸르게 푸르게 캠페인을 통한 숲환경 보호 노력

산불피해지 복원을 위한 신혼부부 및 사원 나무심기

우리강산 푸르게 푸르게 캠페인 대표 프로그램인 신혼부부 나무심기는 1985년 시작되어 2024년 40회째를 맞이했습니다. 새로운 첫발을 내딛는 예비부부, 신혼부부가 미래세대를 위해 직접 나무를 심고, 건강한 숲을 만드는 데 기여할 수 있으며, 지난해에 이어 2022년 대규모 산불이 발생한 동해시 초구동 지역을 복원하기 위한 나무심기를 2024년 3월 31일 진행하였습니다. 3월 30일에는 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인 40주년을 맞아 유한킴벌리 전 사업장의 사원과 전, 현직 CEO, 사회리더 등이 참석한 가운데 해당 산불피해지 복원을 위한 나무심기 행사를 진행했습니다. 2024년 3월 진행된 동해산불피해지 복원을 위한 두 번의 나무심기에는 부부 125쌍을 포함 700여 명이 참가, 11,000 그루의 나무를 심었습니다.

멸종위기종 구상나무 보존

해외에서 크리스마스트리로 잘 알려진 구상나무는 한라산과 지리산 등에서만 자생하는 우리나라 고유 수종으로, 생물다양성 측면에서도 그 가치가 매우 큰 나무입니다. 현재 구상나무는 기후 위기로 인한 기온 상승, 적설량 감소 등으로 인해 멸종위기에 처해 있어 보전 노력이 절실한 상태입니다. 이에 유한킴벌리와 한국수목원정원관리원은 2021년 9월 29일 한국 고유종인 ‘구상나무 및 멸종위기 고산 침엽수 보호와 보전을 위한 업무협약’을 체결하고, 경북 봉화에 위치한 국립백두대간수목원 내에 구상나무 현지 외 보존원 조성 세부 계획을 수립했습니다. 향후 백운산 등에서 직접 채종한 구상나무 씨앗 90,000개를 확보하여 지리산, 한라산 채종 씨앗과 함께 양묘할 예정입니다. 이를 위해 국립백두대간수목원 내에 생육 실험 온실과 대량생산 양묘 온실을 설치하여 구상나무숲을 만들기 위한 기반을 조성했으며, 2025년까지 전국 자생지 조사와 종자 수집, 양묘를 통해 구상나무 묘목을 확보하여 2026년부터 2030년까지 현지 외 보존원을 조성할 예정입니다.

한국자생식물 꿀벌숲 조성

기후변화 대응을 위한 두 번째 생물다양성 보전사업으로 2022년부터 국유림 내에 오랜 시간 숲을 이루고 있는 자생식물* 수종을 모니터링하고 필요한 공간에 필요한 밀원 식물** 수종으로 숲을 조성하여 점차 멸종위기를 겪고 있는 꿀벌 등의 먹이

활동이 가능한 밀원숲을 조성하고 있습니다. 평화의숲과 함께 2022년부터 2029년까지 8년간 연천군 내산리 일원에 한반도 접경지역 숲 조성을 계획하고 있으며, 벌을 부르는 꽃과 나무를 심어 꿀벌의 보금자리를 만드는 밀원숲을 조성을 목표로 하며, DMZ 접경 지역의 산림생물다양성 보존을 위한 첫 번째 시도입니다. 연천 숲 조성지역 내 기존 식생 보존지역과 완충지역을 제외하고 2027년까지 총 24만㎡ 면적에 4만 5천여 그루가 식재되어 다양한 생물에게 건강한 서식처와 먹이원을 공급할 수 있도록 할 계획이며, 이는 한반도 산림녹화와 평화를 기원한다는 점에서도 큰 의미가 있습니다.

* 자생식물: 일정한 지역에서 원래부터 살고 있던 토착식물(indigenous plants)을 뜻하며, 넓은 의미로는 일정 지역에서 사람의 보호를 받지 않고 자연 상태 그대로 자라는 식물(spontaneous plants)을 뜻한다. 따라서 외래식물이라 해도 오래 전부터 귀화하여 살고 있는 귀화식물(naturalized plants)도 토착식물과 함께 자생식물에 포함시킬 수 있다.(출처: 네이버 지식백과)
 ** 밀원식물: 벌이 꿀을 빨아 오는 원천이 되는 식물. 꽃이 많이 피고 꿀이 많은 식물을 뜻한다.(출처: 네이버 국어사전)

창경궁 궁궐숲 가꾸기 활동

유한킴벌리는 2022년 11월 문화재청 공능유적본부 창경궁관리소, 서울그린트러스트와 창경궁 숲가꾸기를 위한 업무협약을 체결, 2025년까지 3년간 울곡로 창경궁 권역의 수목과 녹지 복원에 대한 지속가능한 관리 환경 조성에 동참합니다. 지난 20여년간의 도시숲을 조성 및 관리 경험을 바탕으로 창경궁 내 궁궐 숲 숲가꾸기 활동 계획을 수립하고 추진하고 있습니다. 2023년 4월부터 울곡로 창경궁 권역에서의 나무 심기 봉사활동을 시작으로 연간 총 4차례에 걸쳐 사원과 사원 가족 및 시민참여 궁궐 숲 숲가꾸기 봉사활동을 진행했습니다. 이를 통해 창경궁의 수목과 녹지를 보전하는 데 국민의 공감과 지지를 얻어내고, 특히 창경궁을 찾는 시민들이 궁궐숲 가꾸기에 직접 참여하는 기회를 제공하는 계기가 될 것으로 기대합니다.



2023년 창경궁 궁궐숲 가꾸기

대학생 숲체험 프로그램, 그린캠프

유한킴벌리는 1988년부터 고등학생을 대상으로 미래여성숲 환경리더 양성을 위한 숲체험 프로그램 그린캠프를 운영해 왔습니다. 그린캠프는 물, 토양, 나무, 공기질 등 실제 숲에서의 실험과 체험을 통해 미래 환경리더의 꿈을 지원하는 프로그램입니다. 2023년에는 기후위기 대응과 숲환경 분야에 관심있는 대학생들을 대상으로 보다 전문적인 학습과 분야별 전문가와의 인적네트워킹 기회를 제공하였습니다. 특히 기후위기 대응 현장을 생생히 경험할 수 있도록 생명 의 숲, 서울그린트러스트, 평화의 숲, 한국수목원정원관리원 등 숲환경 시민단체 및 공공기관과 공동 주최 하에 진행되었습니다. 참가자들은 산불피해지 숲복원, 공존숲, 도시숲, 생물다양성의 숲 등 ‘우리강산 푸르게 푸르게’ 캠페인의 5가지 주요 숲환경 주제 중 1가지를 선택해 현장 학습, 문제해결 아이디어 기획 등의 활동에 참여하였습니다.

다양성과 포용성을 위한 노력

여성 NGO 리더십 육성 기금

유한킴벌리는 여성리더십 강화를 통해 우리 사회의 포용과 다양성을 높이는데 기여하고자 ‘여성 NGO 여성리더십기금’을 조성 한국여성재단과 함께 장학사업을 운영해 오고 있습니다. 2007년부터 지속해 오고 있는 여성 NGO 리더십육성기금은 기업-시민단체-대학이 참여하는 대표적인 3자 협업 프로그램으로, 한국여성재단에서 선발한 장학생에게 기업에서 기금을 지원하고 대학은 교육을 제공합니다. 해당 사업은 장기 과정인 미래여성 NGO 리더십 과정과 단기과정인 NGO 리더십 심화과정으로 이루어져 있으며, 미래여성 NGO리더십 과정은 성공회대 시민평화대학원 실천여성학 전공(4학기 석사과정) 장학생을 대상으로 교육비를 지원하는 사업입니다. 유한킴벌리는 이 프로그램을 통해 2023년 12월 누적 기준으로 총 1,136명의 활동가를 지원했습니다.



2023년 그린캠프

다양성과 포용성을 위한 제품 개발 노력

유한킴벌리는 여성을 위한 교육, 기부활동은 물론 포용적 비즈니스를 실천하고, 사회적 약자에 대한 배려를 확산하기 위한 제품 개발 노력도 함께 하고 있습니다. 생리대 교체에 어려움을 겪는 발달장애 여성을 돕기 위한 좋은느낌 처음위생팬티를 2020년 개발, 반복적으로 생리대 사용 연습이 필요한 발달장애 아동과 여성들이 쉽고 편안하게 생리대를 교체하는 방법을 배울 수 있도록 전국 특수학교를 중심으로 교구용 처음생리팬티와 학생용 팬티, 교육용 브로슈어, 영상 등을 제공해 왔습니다. 2023년부터는 좋은느낌과 화이트 탐폰 및 좋은느낌 라네이처 생리대 패키지에 점자를 적용하여 시각장애인 접근성을 높이기 위한 노력도 병행하고 있습니다. 아울러 평균적인 임신기간보다 빠른 37주 미만 또는 체중 2.5kg 이하로 태어나는 이른둥이 신생아를 위한 하기스 이른둥이용 초소형 기저귀를 국내에서 유일하게 생산하고 있으며, 가장 작은 사이즈는 무상으로 공급하고 있습니다. 2023년까지 누적 5백만 패드 이상의 초소형 기저귀를 총 33,723명의 이른둥이에게 무상 공급하였습니다.

생명사랑 신혼부부학교

유한킴벌리는 2009년부터 서울YWCA와 함께 신혼부부들을 대상으로 소통을 통해 배움을 실천하는 ‘생명사랑 신혼부부학교’ 프로그램을 운영하고 있습니다. 신혼부부학교는 행복한 부부가 행복한 사회의 기초가 된다는 가치를 기반으로 하고 있으며, 신혼부부들이 건강한 가정을 만들고 나아가 저출생의 사회문제 해결에 기여하는 것을 목표로 하고 있습니다. 2023년에는 부부가 소통을 통해 서로 이해하고 감싸며 상호 돌봄을 이루어 내는 웹툰 시리즈 배포 및 행복해지는 부부 탐구 주제의 전문가 강의와 함께 챌린지를 통해 부부간 건강한 연대를 강화할 수 있도록 구성했습니다. 부부가 함께 걸으며 소통하는 함께 챌린지에는 25,440명이 참여했으며, 현장 프로그램에는 145쌍(290명)이 참석해 즐거운 시간을 나눴습니다.

기부를 통한 가치 확산

기부 플랫폼

유한킴벌리는 제품 기부 활동과 더불어 기부 플랫폼을 활용해 소비자들 직접 도움이 필요한 대상에 대해 공감하고 기부할 수 있도록 소통의 장을 마련하고 있습니다. 기부금의 집행 대상은 지역사회와의 협력, 공익의 증대 등을 목적으로 하는 비영리 단체와 공공기관 등으로 하며, 기부 진행 시에는 지속가능경영을 실천하고, 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 기부원칙을 수립하고 공개하고 있습니다. 2023년에는 약 34만 명 이상의 소비자가 기부 또는 응원 댓글에 참여했고, 총 2만여 명의 사회적 경제적 취약계층에게 기부 물품이 전달되었습니다.

환경성 개선 제품 기부

유한킴벌리는 2021년부터 자사 제품 중 환경성을 이전보다 개선한 제품을 그리너 프로덕트라고 명칭하고, 해당 제품을 경제적 취약계층에게 기부하는 '그리너 프로덕트 기부 캠페인'을 전개하고 있습니다. 2023년에는 환경성 개선 노력 제품에 대한 소비자 투표를 진행했으며, 해당 제품을 환경 취약계층 5천명에게 기부하였습니다. 캠페인에는 총 12만 명의 소비자가 참여했습니다.

좋은느낌 생리대 100만 패드 기부

유한킴벌리는 모든 여성이 건강하게 월경할 수 있는 권리인 보편적 월경권 강화를 위한 기부 활동을 꾸준히 펼치고 있습니다. 한국여성재단과 함께 소외 청소년에게 생리대를 기부하는 ‘힘내라 딸들아’ 캠페인을 2016년부터 지속하며 좋은느낌 생리대를 매년 100만 패드 이상 기부했고, 2023년까지 누적 총 1,000만 패드 이상의 생리대를 약 75만 명에게 전했습니다. 유한킴벌리는 제품 기부와 함께 월경 교육 자료를 개발하여 수혜자층의 중장기 삶의 질 개선에 기여하고자 노력하고 있으며, 기부 파트너들과 복지 사각지대에 있는 학교 밖 여성 청소년, 자립 준비 청소년 등 생리대 지원이 필요한 대상을 매년 검토, 발굴하는 노력도 함께 하고 있습니다.



점자 적용 패키지 좋은느낌 탐폰



점자 적용 패키지 좋은느낌 라네이처 생리대



하기스 이른둥이용 초소형 기저귀

사원과 함께 하는 기부

유한킴벌리는 사원에게 지속적인 기부와 자원봉사 기회를 제공하고 있습니다. 취약계층 시니어를 돕기 위한 대표 사원 참여 기부 프로그램 ‘사원 1% 월정급여 나눔’은 2015년에 처음 시행되었으며, 11월 급여의 1%를 기부하면 회사에서 기부 금액에 동일한 금액을 더하는 매칭 펀드 방식으로 진행됩니다. 2019년부터는 해피빈 플랫폼을 통해 소비자 모금을 함께 진행하며 사원과 회사, 소비자가 가치를 확산해가고 있습니다. 2023년 캠페인에는 총 798명의 사원들이 참여하였으며, 누적 참여 사원 수는 총 10,017명입니다. 회사 매칭 펀드로는 디펜드 시니어 위생용품 1,870박스를 한국의료재단을 통해 시니어 총 3,743명에게 전달했습니다. 한편 성평등 문화 확산과 여성 인권 신장에 기여하기 위해 2005년부터 이어 온 ‘딸들에게 희망을’ 기부 릴레이에는 2023년에 총 921명의 사원이 참여, 누적 참여 사원 수가 총 11,425명을 기록했습니다. 기부 릴레이 모금액은 해피빈을 통해 한국여성재단에 지정 기부됩니다.

사업장 지역사회공헌 활동

유한킴벌리는 사업장이 속한 지역사회와 함께 성장하기 위해 기업시민의 역할을 다하고자 노력합니다. 지역 공장에서는 노경이 협력해 지역사회발전기금을 활용한 사회공헌 활동을 활발히 진행하고 있으며, 사원들도 기부와 봉사로 지역사회 이웃을 돕고 있습니다. 2023년 지역사회발전기금은 소비자 매칭 펀드로 운영하여 7,451명의 소비자가 모금에 함께 참여하였고, 모금액은 사회복지공동모금회를 포함한 9개 기부 단체에 전달했습니다. 또한 각 공장이 위치한 지역사회 영유아 보육시설과 취약계층에 하기사 기저귀를 전달하는 희망뱅크에는 매년 각 제조사업장 사원들이 자원봉사에 참여하고 있습니다.

2023년 사업장별 사회공헌 활동

사업장	사회공헌 활동
공통	<ul style="list-style-type: none"> · 기부릴레이 딸들에게 희망을 · 월급여 1% 기부(현금 기부) · 희망뱅크 기저귀 나눔
충주공장	<ul style="list-style-type: none"> · 충주시청 불우이웃 돕기 · 충주지역 4개 중고등학교 장학금 지원 · 충북북부보호원 지청에 국가유공자를 위한 후원물품 전달 · 충주시청과 연계해 국토정화봉사활동 · 우리산 정화활동
대전공장	<ul style="list-style-type: none"> · 복지관 기부 · 사랑의 김장나눔
김천공장	<ul style="list-style-type: none"> · 무료급식 봉사활동 · 집수리 봉사활동 · 연탄나눔 · 김장캠페인 김치에 사랑을 싣고



2023년 희망뱅크 충주공장



2023년 희망뱅크 대전공장



2023년 희망뱅크 김천공장

그린임팩트펀드





2021년 유한킴벌리는 사단법인 피피엘, 펀드운용사 MYSC와 함께 지속가능한 사회, 환경 변화를 이끌어 나갈 소셜벤처를 육성하는 '그린임팩트' 사업을 시작했습니다.

2021년 첫 결성된 '유한킴벌리 그린임팩트펀드' 1호는 KOICA와의 협업으로 규모가 확대되어 추가 투자를 유치했으며, 2021년부터 2023년까지 3년간 UN 지속가능발전목표와 연계되고 생활, 지구환경의 가치추에 부합한 10개의 스타트업에 투자되었습니다. 이는 물배터리, 친환경 패키징 등 사회, 환경 문제 개선을 위한 다양한 사업분야에 투자되어 성장을 돕고 있습니다.

시니어 임팩트 펠로우십

유한킴벌리는 초고령화 사회문제 해소에 기여하고 시니어 비즈니스 기회를 확장할 수 있는 혁신적이고 지속가능한 대응 방안을 제시하는 사회혁신가를 지원하기 위해 시범 사업인 '시니어 임팩트 펠로우십'을 진행하고 있습니다. 시니어 임팩트 펠로우십은 지난 10년간의 시니어 일자리 창출 경험을 바탕으로 함께 일하는재단과 함께 시니어 분야 사회 혁신가를 발굴하고 1년간 매달 펠로우십 기금을 지원하는 사업입니다. 2023년 공모전을 통해 1기 펠로우로 선발된 기업은 주식회사 '케어유', '내이루리' 주식회사, 주식회사 '닥터다이어리'이며 각각 시니어 대상 교육, 일자리 창출, 헬스케어 분야에서 초고령화 사회문제를 해결하고 있습니다. 해당 기업들과 노인인구 증가와 그에 따른 문제를 펠로우들의 다양한 서비스와 플랫폼으로 대응할 수 있는 가능성을 확인할 수 있었습니다. 2024년에는 2기 참가자 신규 모집 및 선발을 실시하고 있습니다.

제품 브랜드의 소셜임팩트 주요 노력

브랜드	프로그램	내용	UN SDGs 연계
하기스	이른둥이 캠페인	· 이른둥이에 대한 인식개선을 위한 콘텐츠 개발 및 이른둥이용 기저귀 무상제공	
	육아포럼	· 아이 양육에 도움이 되는 교육자료 개발 및 강연	
	허그박스	· 임신 및 출산을 앞둔 예비부모 대상 기저귀 및 육아용품, 교육자료 제공	
	해피빈 굿액션/희망뱅크	· 경제적 취약계층 대상 기저귀 기부	
그린핑거	해피빈 굿액션	· 경제적 취약계층 대상 스킨케어 제품 기부	
크리넥스	크리넥스 해피클린 캠페인	· 어린이 위생인식 개선을 위한 교육자료 개발 및 배포 · 크리넥스 제품 기부 및 화장실 개선을 통한 취약계층 위생환경 개선	
좋은느낌	힘내라 딸들아	· 처음위생팬티/생리대 기부를 통한 보편적 월경권 강화 기여	
	생리건강정보 플랫폼 달다방/우월해	· 초경/월경 교육자료개발 및 소통을 통한 월경에 대한 올바른 인식제고	
	딸들에게 희망을	· 사원 모금을 통한 성평등 문화확산 기여	
디펜드	오늘플러스	· 시니어를 위한 정보 콘텐츠 제작 및 소통	
	사원 1% 디펜드 기부	· 경제적 취약계층 디펜드 제품기부	
	시니어 임팩트 펠로우십	· 시니어 분야 사회혁신가 지원	

숫자로 보는 유한킴벌리 사회공헌 활동

숲

내용	단위	시작 연도	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	누적 기여 ¹⁾
나무심기 및 숲 가꾸기 수 ²⁾ (초목, 교목 포함)	그루	1984	323,880	601,016	602,800	760,661	556,130	497,779	591,941	531,090	461,678	57,090,039
숲 가꾸기 관리면적	ha	1984	109	224	213	256	188	139	191	175	154	18,583
자원봉사 참여	명	2015	-	2,509	2,183	4,361	2,459	-	-	57	105	11,674
신혼부부 나무심기	명	1985	600	600	650	650	639	11,902	20,000	5,610	220	59,815
청소년-환경 교육(그린 캠프)	명	1998	120	110	98	98	176	209	400	400	100	5,770
시니어(산촌학교) ³⁾	명	2016	-	79	78	80	40	632	-	-	-	927

1) 누적기여: 시작년도 이후 사회공헌 활동 전체 누적 현황

2) 우리강산 푸르게 푸르게 40주년 백서 기준

3) 시니어 산촌학교: 2021년 사업 종료

사람¹⁾

내용	단위	시작 연도	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	누적 기여 ²⁾
유아												
취약계층 아동 돕기 (기저귀 기부)	패드	2012	487,146	532,950	919,914	1,072,374	3,266,898	1,158,984	1,250,454	1,103,133	956,551	11,636,698
소비자 교육(육아포럼)	명	2011	11,952	14,738	13,234	23,091	53,163	95,190	295,263	370,385	184,681	1,096,921
시니어												
시니어(일자리 창출) ³⁾	개	2002	54	127	147	168	68	-	-	-	-	746
불우시니어 돕기 (1%월 급여 기부)	명	2015	1,277	877	1,042	1,040	1,019	2,242	848	874	805	10,024
여성												
NGO여성(리더십 교육)	명	2007	72	70	36	70	72	83	81	83	78	1,136
신혼부부(생명사랑학교)	명	2009	166	180	288	304	544	890	7,616	26,024	294	37,332
저소득층 여성(생리대 기부)	명	2016	-	699,786	13,888	10,393	4,925	7,159	6,220	6,587	8,200	757,158
성평등 사회 조성 (사원기부 릴레이)	명	2005	793	861	1,253	1,211	1,138	1,152	975	785	921	11,426
소비자 교육 (청소년 월경 교육)	명	1972	323,917	299,681	354,360	367,540	867,924	896,200	1,153,934	611,996	317,339	19,460,808

1) 전체 수혜자 및 참여자 지표 중 간접 참여자를 제외한 분야별 주요 성과를 요약하여 표기함

2) 누적기여: 시작년도 이후 전체 누적 현황

3) 시니어 일자리 창출: 2019년 사업 종료