

사람들은 지속가능성보고서를 내고 기업이 어떻게 달라졌는지를 물어봅니다.
많은 지표들이 있고 그것을 충족하기에는 어렵지 않았냐고 물어봅니다.
투명한 공개를 위해 노력하였다는 이야기에 내부 저항은 없었냐고 물어봅니다.
넘치는 일은 자랑처럼 보이고, 부족한 일은 비판거리가 될 수 있는 까닭입니다.

유한킴벌리는 지속가능성보고서를 내면서 더 성숙해지고 있습니다.
더 총체적으로 보게 되었고, 더 길게 보게 되었고, 더 채워야될 부분이 무엇인지를 보게 되었습니다.
때문에 더 큰 비전을 갖게 된 계기가 되었으며, 과거에는 실적을 우선 이야기하려고 했다면
이제는 앞으로 해야될 일에 대해 더 많은 이야기를 하고 있습니다.
앞으로도 지속가능성보고서 발간을 통해 더욱더 사회적 책임을 소중히 수행하면서
지속가능한 경영을 해나가는 모범적인 모습을 보여드리고자 합니다.

유한킴벌리 2007 지속가능성보고서

사람이 희망이다



유한킴벌리 2007 지속가능성보고서

사람이 희망이다

004 2007지속가능성보고서 개요
006 이해관계자 개요

01

Sustainability Management 지속가능경영

- 010 CEO 메시지
- 016 유한킴벌리 지속가능성
*경영접근법 제시

02

Economic Value 경제성과

- 024 주요 성과 요약
- 026 경제적 가치 창출 및 분배
- 030 혁신경영
- 034 창조경영
*이해관계자조사 결과

03

Social Value 사회성과

- 042 주요 성과 요약
- 044 주주
- 046 사원
- 061 협력회사
- 066 고객
- 071 지역사회
 - *우리강산 푸르게 푸르게
 - *가족친화
 - *이해관계자조사 결과

04

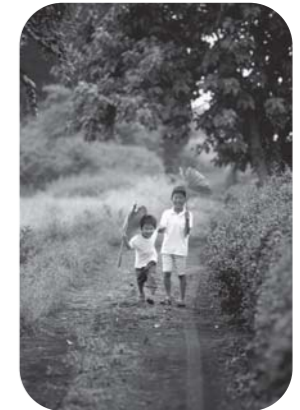
Environmental Value 환경성과

- 092 주요 성과 요약
- 094 환경비전과 성과
- 095 환경부하 최소화 정책 및 투자
- 097 원료 및 에너지
- 100 환경영향 감소 노력
- 104 지구 온난화 방지·온실가스
저감 노력
*이해관계자조사 결과

05

Appendix 부록

- 제3자 검증 보고서
- BSR Index
- 준법현황 및 이사회
- 이해관계자 참여결과
- 포커스 인터뷰
- 수상 및 평가실적
- 인증획득 내역
- 미래기업 현장
- CEO의 윤리경영 서약
- 광고 윤리강령
- 행동규범
- 단체 및 협회 가입 현황
- 용어정리
- 추가보고서 정보
- 2007 지속가능보고에 참여하신 분들
- 독자의견 설문지



유한킴벌리 2007 지속가능성보고서

2007 지속가능성 보고서에 대하여

유한킴벌리 지속가능성보고서는 경제·사회·환경적 측면에서의 기업의 책임수행과 사회와의 약속이행 전반을 보고합니다.

작성 원칙

2007 지속가능성 보고서 ‘사람이 희망이다’는 유한킴벌리가 발간하는 2번째 보고서입니다.

본 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative)가 2006년 10월에 공표한 새로운 가이드라인(G3)과 한국형 지속가능경영 가이드라인 BSR(B.E.S.T. Sustainability Reporting)에 근거하여 작성했습니다.

두 가이드라인 항목별 충족여부는 부록에서 확인하실 수 있습니다.

보고내용은 회사 웹사이트(www.yuhan-kimberly.co.kr)에 공개하고 있습니다.

보고서 구성

내용은 지속가능경영 전반, 경제적 성과, 사회적 성과, 환경적 성과, 부록 등 5장으로 구성했습니다. 지난해 주제별 분류(지속가능, 윤리, 사회책임, 환경, 혁신, 창조경영)에서 성과별 분류로 재구성했으며, 해당 내용들은 각 성과에 고루 소개해 놓고 있습니다.

보고 기간과 주기

보고 기간은 연단위 회계연도가 기준이며, 데이터 수집은 2007년 보고서 발간시점까지를 포괄하고 있습니다.

대부분의 데이터는 최소 3개년 기준으로 시계열 추이를 제시하였으며, 환경성과는 적극적으로 10개년을 기준으로 시계열 추이를 제시하였습니다. 첫 보고서는 2006년 발간되었으며, 보고는 매년 이루어질 예정입니다.

보고 범위 및 보고서 제한 요소

본 보고서 데이터의 출처는 한국에 소재한 유한킴벌리 전사업장을 대상으로 한 실적(해외시장 진출 따른 수출 실적 포함)입니다.

2006년 1월에서 2007년 5월까지의 자료를 근거로 합니다. 통화단위는 원화입니다.

보고서 검증

본 보고서는 전 부문의 주요관계자(노조 포함)들이 참여하는 자체내 지속가능보고 TFT를 결성해 정보를 수집하고,

내부적으로는 경영진 검증을 거쳤으며, 외부에서는 전문가 자문 및 산업정책연구원(IPS)의 제3자 검증과정을 거쳤습니다.

해당 결과는 부록에 수록하였습니다.

상세자료 링크 및 추가정보

상세자료링크 www.yuhan-kimberly.co.kr

전자메일 webmaster.korea@y-k.co.kr/ 팩스번호 02-528-1086 /전화번호 02-528-1054

주소 서울특별시 강남구 대치3동 942번지 유한킴벌리 지속가능성보고팀

이전 보고서와의 차이점

〈차이점 1〉 중대성 평가(Materiality Test) 실시

본 보고서는 이전 보고서와 비교시 GRI의 새로운 가이드라인(G3)에서 강조하는 중대성 평가*를 수행하여 도출한 이슈를 중심으로 구성한 것이 특징입니다. 중대성 평가요소는 사내규범, 법률 및 국제 가이드라인, 이해관계자 참여, 동종업체 벤치마킹, 미디어검색의 5-STEP으로 구성하였으며, 평가모델은 IPS Materiality Test Model*을 사용하였습니다. 최종테스트 결과 상위 30%에 해당하는 중대 이슈를 제시했으며, 보고서 내에서 우선순위로 기술하였습니다. 또한 여기에는 이해관계자의 의견 수렴을 포함하였습니다.

〈차이점 2〉 경영 접근법(DMA)에 대한 서술 추가

경영관리 접근법에 대한 정보공개(Disclosures on Management Approach, DMA)를 추가했습니다. 이는 각 지표의 범위, 관점(Aspects)에 대한 정보를 보고하기 위함입니다.

〈차이점 3〉 이해관계자 참여와 피드백 강화

이전 보고서의 피드백 결과를 반영해서 보다 읽기 쉽도록 편집했으며, 효과적인 커뮤니케이션을 위해 이해관계자 조사결과를 장별로 배치했습니다. 또한 사회참여 경영에 있어 이해관계자별로 나누어 소상하게 내용을 정리해서 소개했습니다.

〈차이점 4〉 전략 및 프로파일 강화

비전이 수립되면서 조기 달성을 위한 전략을 유기적으로 연결시킨 것을 공개하고 있습니다. 또한 이와 관련된 각종 프로파일들을 공개하는데 최선을 다하였습니다. 또한 시계열 추이를 성실히 공개함으로써 변화의 흐름을 볼 수 있도록 했습니다.

〈차이점 5〉 성과별 구성으로 변경

이전 보고서는 주제별 분류(지속가능, 윤리, 사회책임, 환경, 혁신, 창조경영)를 했으나 성과중심으로 파악할 수 있도록 구성을 변경하였습니다.

〈차이점 6〉 글로벌 콤팩트 가입 따른 준수사항 공개

새로 글로벌 콤팩트에 가입하면서 관련된 내부 규약들을 점검하였으며, 공개를 통해 지속적인 실천을 다짐하고 있습니다.

용어정의

중대성 평가(Materiality Test) 이해관계자에게 중요한 정보를 파악하여 이해관계자 관심도가 높은 사안(High Interest)과 위험도가 높은 사안(High Risk)을 도출해 우선순위 이슈를 선별하는 방법을 뜻합니다. 중대한 이슈(Material Issues)로 선별된 사안들을 중심으로 지속가능성 보고서의 내용을 구성하는 것을 목적으로 합니다.

IPS Materiality Test Model 지속가능경영 전략 개발 및 지속가능성 보고서 작성을 위하여 산업정책연구원(IPS)이 2006년 12월 개발한 모델로서 테스트를 거쳐 개별 기업의 특성과 현황에 맞는 중대한 이슈를 도출하는 기법입니다.

이해관계자에 대하여

유한킴벌리는 이해관계자를 크게 주주, 사원, 협력회사, 고객, 지역사회 등 5가지 범주로 보고 있습니다. 사원 의견은 근무만족도 조사, 간담회, 인트라넷상 의견 게시코너 운영 등을 통해, 고객의견은 연중 제품관련 조사 등을 통해, 사업파트너와 지역사회의 의견은 간담회 등을 통해 수렴하고 있습니다.

이해관계자 커뮤니케이션

주주사
Shareholders

1926
유한양행 창립 (년)
1872
킴벌리 클라크 창립 (년)

- 정기 주주총회
- 정기 이사회
- 전략 및 비전 회의
- 사업장 벤치마킹 방문
- 영입보고서
- 지속가능보고서

www.yuhan-kimberly.co.kr
webmaster.korea@y-k.co.kr

사원
Employees

1,713
사원수 (명)

- 분기별 정기노사협의회와 노사간담회
- 노경합동 워크숍
- 경영정보 공개 설명회
- 비디오투로 통한 최고 경영자와의 대화 및 실적 공개
- 인트라넷 통한 일간 사내외 정보 전달
- 가족사보 발간
- 이슈리포트, 월간사업 보고서 공유
- 본부별, 부서별 정기 미팅
- 안전보건위원회
- 사원만족도 조사 - 영업사원 만족도, 사원직무만족도, 노조원만족도 조사 등
- 고충처리 제도 운영
- 사원가족 상담제도 및 특강 (피트니스, EAP)
- 지속가능성보고서

www.yuhan-kimberly.co.kr
webmaster.korea@y-k.co.kr

협력회사
Business Partners

1,925
거래한 협력회사 수 (개)
432,908
총 구매 금액 (백만원)

- 협력회사 대표자 정기 세미나
- 협력회사 정기 간담회
- 협력회사 교육 지원 프로그램 운영 (SEQ College, SCM College, 독서통신교육, 제품교육 등)
- 협력회사 ERP 솔루션 제공 및 온라인 커뮤니케이션 (VMA, WMA)
- 협력회사 불만 접수 및 피드백 프로그램 운영
- 협력회사 뉴스레터
- 직거래업체 컨설팅 및 지원활동
- 지속가능성보고서

www.yuhan-kimberly.co.kr
webmaster.korea@y-k.co.kr

고객
Customers

21,126
제품 혁신 참여
고객 수(명)

- 소비자 불만 접수 및 피드백 프로그램
- 고객지원실 운영
- 조사 - 제품만족도, 기업이미지
- 제품 개발 참여 조사
- 회사 및 제품, 순 관련 공익 웹사이트 운영
- 청소년·여성을 위한 성교육 프로그램 운영
- 세미나 및 심포지엄 개최
- 온라인 커뮤니케이션
- 지속가능성보고서

www.yuhan-kimberly.co.kr
webmaster.korea@y-k.co.kr

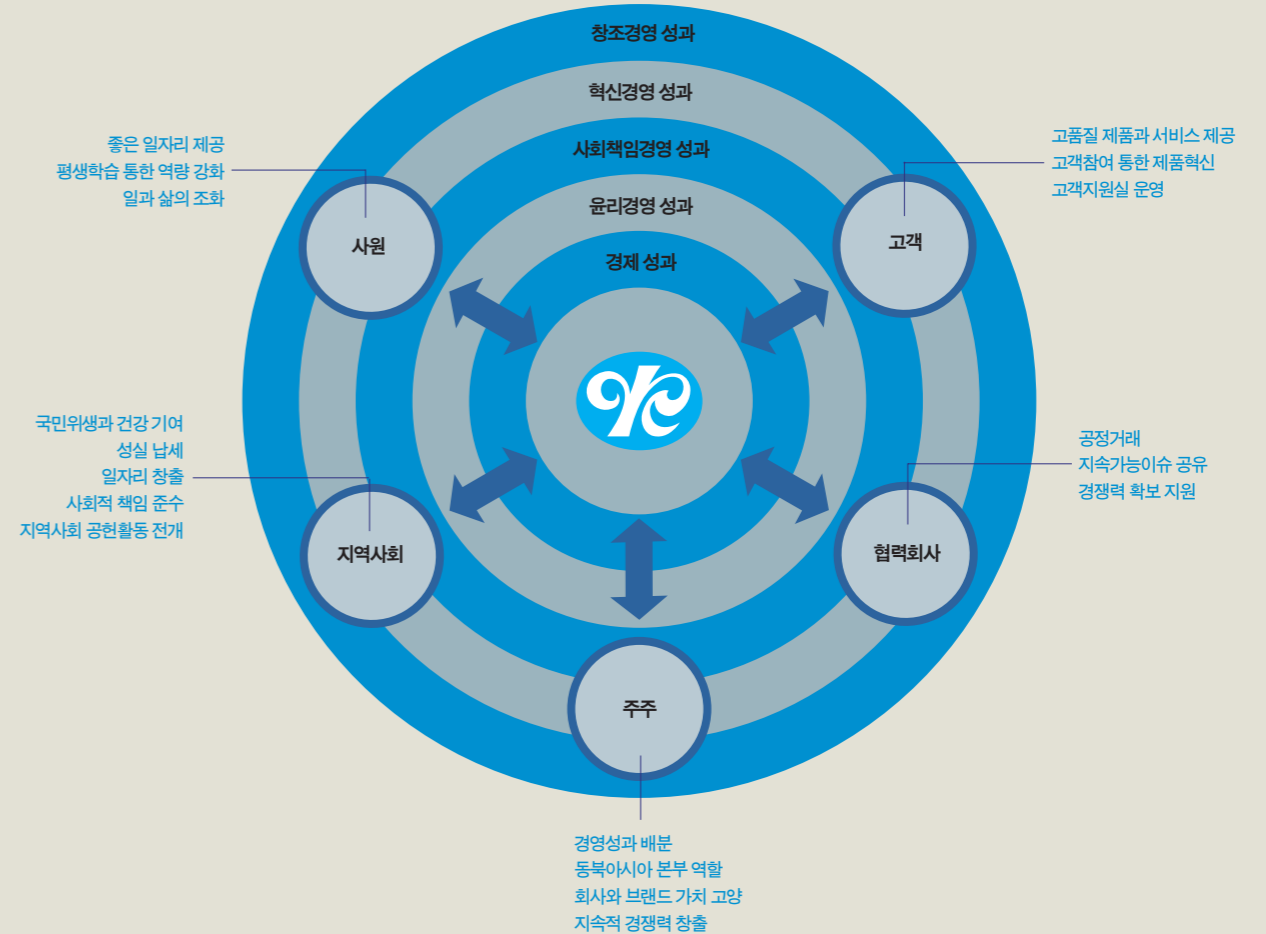
지역사회
Government & Community

4
국내 사업장(개소)
29
수출국가(개국)
274
협력 및 기부지원 (단체)

- 지역사회의 요구사항 처리 정책 및 절차
- 정부 정책의 적극적인 협력 및 실행
- 사회공헌 활동 - 숲·보호환경, 평생학습, 가족친화 등
- 시민단체와의 협력 활동
- 뉴패러다임 컨설팅 활동
- 만분클럽 (매출액의 1/10000 약정기부)
- 기업회원활동
- 사원가족들의 자원봉사활동
- 지역사회와의 자매결연
- 세미나 및 심포지엄 개최
- 이슈 모니터링(주요국가)
- 지속가능성보고서

www.yuhan-kimberly.co.kr
webmaster.korea@y-k.co.kr

이해관계자에게 주는 간접적 경제 영향



2007 보고서의 이해관계자 참여방법

이해관계자 의견수렴 및 검증은 별도로 참여방법을 사용했으며, 결과는 본 보고서내에 첨부하였습니다.

지속가능성보고서 이해관계자 조사

참여방법	기간	내용	이해관계자 그룹
설문조사	2007년 1-2월	지속가능경영 인식도 및 만족도 조사	유한킴벌리 임직원 431명 협력회사직원 61명 지역사회주민 및 단체 121명
포커스그룹 인터뷰	2007년 2월	심층적 의견 수렴	소비자보호원, 동아시아연구원, 코트라(KOTRA), 학계
전문가 자문 및 검증	2007년 2-3월	체계적 반영위한 자문 수렴 및 신뢰도 검증	서울대 조동성 교수, 가톨릭대 김기찬 교수, 성신여대 이석영 교수, 성신여대 신철호 교수, 인하대 이동원 교수

2006 지속가능성 보고서 이해관계자 피드백 실시

유한킴벌리는 지속가능성 보고서를 통해 이해관계자들과의 커뮤니케이션을 전개하고 있습니다. 이에 2006년 보고서에 대한 이해관계자의 만족도 조사를 통해 2007년 보고를 위해 개선해야 할 점을 진단하고 이를 반영하고자 노력하였습니다. 설문 내용은 총 5문항으로 구성되었으며, 전체만족도, 가장 인상적인 부분, 보강이 필요한 부분, 도움이 된 정보를 물었으며, 자유로운 의견을 쓴 주관식 질문을 추가하였습니다. 객관식은 5점 척도였습니다. 본 조사에는 사원과 협력회사 총 102명이 참여했으며, 조사 결과는 아래와 같습니다.

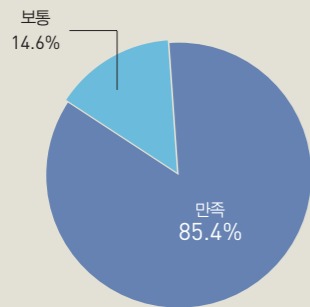
이전 보고서 만족도 결과

보고서에 대해 전체 응답자의 85.4%가 만족했으며, 보통이라는 의견은 14.6%, 불만족에 대한 응답은 없었습니다. 주관식 문항에 대한 의견을 적극적으로 반영하여 읽기 쉬운 보고서를 제작하기 위해 노력하였습니다.

의견 및 반영 결과

2006 지속가능성보고서 이해관계자 의견	2007 지속가능성보고서 반영 결과
어려운 용어들의 추가 설명 필요	용어정리집 부록내 별도 신설
작은 글씨의 가독성 개선	본문글씨크기 기존 8포인트에서 10포인트로 상향 조정
많은 분량의 효과적 읽기 필요	장마다 주요 성과 요약 정리
창조경영, 혁신경영 별도 장 개설의 낮은 이해도	경제적 성과 내에 통합 소개
이해관계자조사 눈에 띄지 않음	성과별로 평가 보도록 장마다 나누어 결과 재구성

만족도 조사결과



가장 인상적으로 읽은 부분	보강이 필요한 부분	참고할 수 있는 유익한 부분
1 사회적책임경영	1 창조경영	1 사회적책임경영
2 윤리경영	2 경제성과	2 환경경영
3 경제성과	3 혁신경영	3 윤리경영
4 혁신경영	4 이해관계자 조사와 답변	4 경제성과
5 환경경영	5 사회적책임경영	5 창조경영
6 이해관계자 조사와 답변	6 윤리경영	6 혁신경영
7 부록	7 보고서 정보	7 이해관계자 조사와 답변
8 창조경영	8 환경경영	8 부록
9 보고서 정보	9 부록	9 보고서 정보
10 개요	10 개요	10 개요



지속가능경영의 전체 비전과 전략, 관점을 제시하고 유기적으로 이를 어떻게 실현해가고 있는지를 보고합니다.

SUSTAINABILITY MANAGEMENT

지속가능경영

향후 5년은 유한킴벌리는 물론 우리나라로서도 대단히 중요한 시기입니다. 이 기간에 재창조와 도약의 기회를 놓치지 않고 우리 모두가 힘을 합쳐 새로운 유한킴벌리, 새로운 대한민국을 창조해나간다면 우리의 성공과 미래가 보장될 것입니다. 이를 위해 총체적 혁신으로 새롭게 태어나야 한다고 생각합니다. 우리 모두는 우리사회가 국제화하는데, 평생학습을 기반으로한 지식 전문가 사회와 창조경제로 이진해 가는데, 신뢰사회를 만드는데, 가족친화적 기업과 사회가 되어 경제와 사회와 환경이 통합되는 혼이 있는 경제를 만들어 가는데, 세계인과 아시아인들로부터 신뢰받고 존경받는 국가, 국민, 기업이 되는데 남다른 노력을 기울여야 할 것입니다.

2007년, 우리 기업과 사회, 국가의 보다 지속가능한 미래를 열기 위해 한 차원 더 발전된 논의들이 활성화되고 있어 반갑습니다. 유한킴벌리는 세계적인 기업으로의 도약을 소망하며 2007년을 열었습니다. 그동안 생명존중과 사람중심에서 출발했던 여러 노력을 바탕으로 한 차원 더 높은 혁신적 가치창조, 시장창조의 노력을 기울여나가고자 합니다.

이번 보고서는 이러한 출발에 앞서 유한킴벌리가 지난 해 5가지 세운 목표에 대비해서 성과를 어떻게 이루어왔으며, 향후 중장기적으로 어떻게 나아가려고 하는지를 더 중점적으로 보고드리고자 합니다.

내수시장의 보강 성공적 수행

첫째 계획은 내수시장의 보강이었습니다. 저출산 시대, 급격히 줄어가는 국내시장이 유아용품산업계에게는 위기였지만, 유한킴벌리는 기저귀 하이스 매직팬티를 성공적으로 출품하여 좋은 성과를 거두으로써 새로운 투자를 앞당기는 계기를 마련할 수 있었습니다. 또 생리대 화이트 프리미엄은 경쟁사 일본 수입제품들의 집중적인 가격 인하와 신제품 출시로 어려움을 겪었으나 시장점유율을 더 늘려나갔고, 이를 계기로 전세계 생리대 경영의 중심지를 한국으로 이동해올 수 있는 꿈을 가지게 되었습니다. 또한 가정위생용품 쪽에서도 혁신적인 품질을 확보해서 종이타올인 '빨아쓰는 키친타올' 이 성공을 거두었습니다. 전반적으로 유한킴벌리의 혁신 능력을 잘 발휘한 한 해였다고 할 수 있습니다.

총체적 혁신과제 계속 추진

둘째는, 총체적 혁신을 시작하는 원년으로 삼아보고자 했습니다. 그러나 아쉽게도 원가경쟁력 20% 이상을 혁신한다든지, 수출지역까지 공급망을 혁신해서 중국 등 해외시장에서 원가경쟁력을 높이는 것과 과감한 혁신과 설비투자를 하는 측면에서는 일부 부족하고, 일부 미흡한 성과가 나왔다고 봅니다. 과감한 혁신측면에서 녹색마크를 준 것은 가정용품쪽에 세계 최고의 설비로 가는 것을 진행한 것이 수확이라고 할 수 있습니다. 2007년에 특별히 노력해야 할 분야이기도 합니다.

생명 존중과 사람 중심에서 출발

**혼이 있는 경영,
창조 경영으로 가는 길을 생각하다**

-제 3의 도약을 위한 결단-



사진설명: 2007년 봄, 황사의 진원지 중 한 곳인 중국 황토 고원지역. 지속가능한 지구의 미래에 대한 우리의 책무를 느끼게 하는 곳이다.

유한 80주년, 사회·가족 친화적 기업으로서의 실천

셋째는, 유한 창립 80주년을 맞이해 유한킴벌리의 사회적 역할을 더 고양시켜 나가자는 계획을 가지고 있었습니다. 유한의 발상지인 부천시에서 경기도, 서울시 구로구, 중앙정부 등과 협력하고, 시민, 학자, 기업인들의 힘을 합해 「유일한로」를 지정하고 그 시발점에 2006년 6월 「신뢰의 문」을 건설한 것은 참으로 고맙고 감격스런 일이었습니다.

또한 기업의 사회적 책임 운동을 선도하고 가족친화기업제도를 도입·확산시켜 나가는데 많은 노력을 기울였는데, 이 점은 시의적절하고, 유일한 정신을 제대로 계승·발전시켜나가는 것이라고 굳게 믿고 있습니다. 그 결과 5월에 가족친화우수기업으로 대통령 표창을 받은 바 있습니다. 2007년에도 우리 사회 전체가 사회친화적이고 가족친화적인 방향으로 나아갈 수 있도록 더욱 많은 노력을 해나가려고 합니다.

세계적인 R&D 센터의 성공적 유치가 가져온 미래

네번째 계획은 한국에서의 연구개발 능력을 보장하는 것이었습니다. 이를 위해 건강위생용품의 세계적인 기업인 킴벌리클라크사가 해외에서 처음으로 설치하는 글로벌 R&D 센터(Innovation Center Asia, ICA)를 한국에 유치하고자 많은 노력을 기울였습니다. 그 결과 2007년 3월 2일 경기도 기흥에 문을 열게 되었습니다. 이는 오랜 유한과의 좋은 파트너십, 유한킴벌리 경영능력에 대한 신뢰 그리고 정부와 관련부서의 적극적 지원이 있었기에 가능한 것이었다는 평가를 받고 있습니다.

새롭게 문을 연 글로벌 R&D 센터는 국가적으로는 해외자본의 한국 유치로서 좋은 모델이 될 것이며, 국내외 석박사급의 고급연구 인력의 일자리를 창출하게 될 것이어서 매우 기쁘게 생각하고 있습니다. 이뿐만 아니라 킴벌리클라크와 유한양행, 유한킴벌리의 R&D 능력이 협력되면 새로운 미래를 창출해 나가는데 좋은 계기를 만들어 줄 것입니다.

비전 2015 완성 및 공유 시작

다섯번째는 유한킴벌리가 지속가능경영을 위해 지난 2년여 가까이 준비해온 동북아시아 경영을 포함한 2015년 비전이 2007년 3월에 완성되었다는 것입니다. 이해관계자들과의 많은 논의를 거친 완성이었기에 더욱 의미가 깊습니다. 이제 2007년 유한킴벌리는 나아가야 할 지표를 결정했으며, 다가올 2015년의 꿈을 이루기 위해 이를 수행할 인적·물적 역량을 갖추는데 가일층 노력을 해나갈 예정입니다. 장기적인 계획이 나왔고, 중요한 전략과 설비 투자계획이 나왔기에 개인적으로, 부문적으로, 회사 전체적으로 완전히 새로운 경쟁력 있는 아시아 최고의 기업으로 도약하기 위해 노력할 것입니다.

장기적인 계획이 나왔고, 중요한 전략과 설비 투자계획이 나왔기에 개인적으로, 부문적으로, 회사 전체적으로 완전히 새로운 경쟁력 있는 아시아 최고의 기업으로 도약하기 위해 노력할 것입니다.

쟁력 있는 세계적인 조직으로 다시 태어나고, 아시아 최고의 기업으로 도약하기 위해 노력할 것입니다. 이런 점에서 우리 개개인들의 역량을 강화하는 해로 선언하고 싶습니다.

새로운 시장과 사업에 대한 가능성 타진

그외에도 지난 1~2년 사이에 수출대상 지역 확대는 유한킴벌리에 새로운 가능성을 보여주었습니다. 아기기저귀 하기의 중국 주요 프리미엄 시장에서의 성공, 여성생리대 화이트의 터키 수출 계약 등은 2007년, 2008년 이후에 우리에게 희망의 어떤 계기가 되지 않을까 생각합니다. 그리고 협력회사들과 함께 해왔던 대중소 그린파트너십 프로젝트가 성공했고, 신규사업중 핵심기술인 '나노킬러러트'를 상용화시키는 한편 해외시장에 우리의 선진 기술을 선보여 인정받은 해이기도 합니다. 향후에도 안전, 환경, 윤리, 품질과 관련된 공급망 혁신을 위해 협력해갈 것이며, 더 나아가 우리사회와 산업의 경쟁력 향상을 위해 노력할 것입니다. 요약하자면 어려움도 컸지만 수확도 큰 한 해였으며 그 성과가 2007년 유한킴벌리에 새로운 기회를 제시해주고 있다고 말씀 드리고 싶습니다.

목표 대비 실적, 증장기 과제

평가색 기준 | ● 충족 ● 미흡 ● 적극적 노력 필요

목 표	주요 전략과 평가	증장기 과제
1. 내수시장 보강	<ul style="list-style-type: none"> * 하기사 매직팬티 성공적 출품 * 생리대 화이트 프리미엄 성공적 관리 * 혁신적 품질의 '빨아쓰는 키친타올' 성공적 출품 	<ul style="list-style-type: none"> • 하기사 신규 투자 유치 • 생리대 전세계 시장 도전 • 혁신적인 품질 생산
2. 과감한 혁신 설비 투자	<ul style="list-style-type: none"> * 과감한 혁신설비 투자 * 원가경쟁력 20% 이상 혁신 * 수출지역까지 공급망 혁신 	<ul style="list-style-type: none"> • 과감한 혁신설비 투자 • 원가경쟁력 혁신 • 수출지역 공급망 혁신 • 환경부하 감소위한 제품·공정·자원 혁신 • 에너지 절감 및 지구온난화 감소
3. 유한창립 80주년 - 사회·가족 친화적 기업으로서의 실천	<ul style="list-style-type: none"> * 2006년 4월 지속가능경영 대상 수상 * 2006년 5월 가족친화우수기업 대통령 표창 수상 * 2006년 6월 신뢰의 문 개설 	<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 콤팩트의 가입 및 원칙 준수 • 사회적 책임운동 확산 • 가족친화적 사회환경 조성
4. 연구개발 능력 보강	<ul style="list-style-type: none"> * 2007년 3월 글로벌 R&D센터 오픈 	<ul style="list-style-type: none"> • 고급연구인력 일자리창출 • R&D 능력의 협력
5. 비전 완성 및 공유	<ul style="list-style-type: none"> * 2007년 3월 비전 선포 	<ul style="list-style-type: none"> • 개개인 역량 강화 추진 • 비전에 맞는 조직과 역량, 설비 및 투자 계획 진행

‘우리강산 푸르게 푸르게’ 동북아로의 확산

2007년은 유한킴벌리가 1984년 ‘우리강산 푸르게 푸르게’ 운동을 시작한 이래 24년이 되는 해이기도 합니다. 그동안 수많은 생애·환경 보전 및 교육활동을 확산해 왔으며, 국내외 많은 전문가들 및 시민사회가 인정하는 다영역간 파트너십 운동으로 자리잡아 왔습니다. 이에 머물지 않고 공동 발족에 참여했던 유엔이피 생애·평화리더십센터의 활동을 시작할 예정입니다. 국내 주요 도시에서의 그린웨이운동과 생명의숲운동, 트러스트운동을 아시아로 뻗어나가게 하는데 장기적으로 기여해나가려고 합니다. 여러분의 적극적인 관심과 참여를 부탁드립니다.

경제·사회 환경이 통합된 혼이 있는 경제 지향

물론, 아직도 우리사회가 지속가능성을 확보하기 위해서 풀어야 할 문제들은 많습니다. 우리는 그 길의 한 가운데 서 있습니다. 이미 지난 보고서에서도 언급했던 바와 같이 저출산 고령화 문제와 함께 부패구조, 자원낭비적 생활방식과 운영방식, 대기업과 중소기업의 격차, 개선이 필요한 고용구조와 고용의 질은 여전히 우리가 풀어나갈 우선순위가 있는 것들입니다. 기업으로서 우리의 미래세대를 위해 무엇을 해야 할까를 지속적으로 고민하고 있습니다.

새로운 비전을 가지고 총체적 혁신을 선도해 가는데 있어 윤리적 주춧돌을 재정비하며, 사회적 신뢰와 협력회사로부터의 신뢰, 투명성, 이런 것들이 완벽한가를 돌아보는데도 더 노력하겠습니다. 또한 유한킴벌리 자원을 총 투입해서 구성원들과 회사 전체가 세계적인 인력과 세계적인 능력, 문화를 갖춘 기업으로 다시 태어나게 하는데도 최선을 다할 생각입니다. 사회적·경제적으로 중요한 양극화 이슈 등을 피하지 않고, 사원들의 일과 삶의 균형, 경쟁력을 끊임없이 개척해 나가면서 수익을 내고, 해외로도 뻗어나갈 수 있다는 모습을 보여주고 싶습니다.

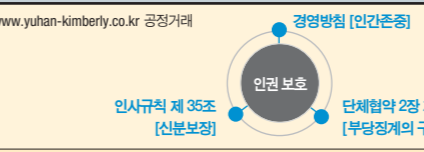
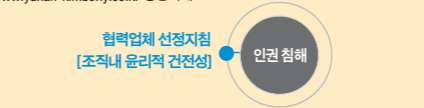
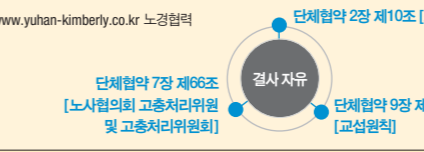
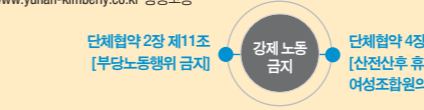
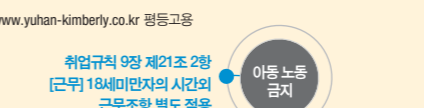
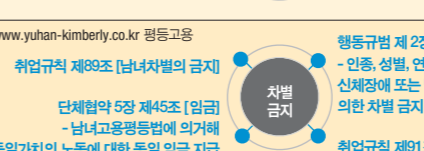
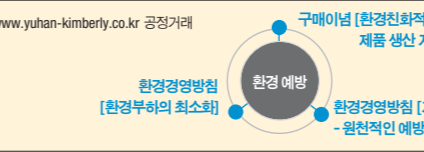
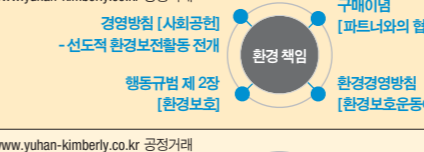
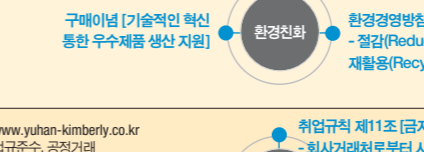
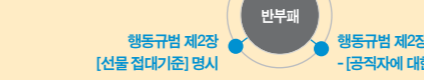
새로운 비전은 새로운 미래를 갖게 합니다. 유한킴벌리는 이번 2007년 글로벌 콤팩트 가입을 자랑스럽게 생각하며, 또한 세계의 시민으로서의 역할에도 더 충실히 수행해나가고자 합니다. 아무쪼록 유한킴벌리뿐만 아니라 우리 기업, 사회, 국가가 모두 생명과 인간존중을 바탕으로 창조적 혁신과 열정적 리더십을 발휘하여 새 시대, 새 비전을 이루어나갔으면 좋겠습니다. 많은 격려와 관심을 부탁드립니다. 감사합니다.

2007년 6월
유한킴벌리 대표이사 사장

문국현

유한킴벌리 글로벌 콤팩트 Global Compact 실천

BSR Index 충족 상태 표시화 | ■ 보고, □ 일부보고, ○ 해당없음, ✕ 보고없음

분류	원칙	원칙을 구현하는 유한킴벌리 규정 및 온라인 공개처	GRI	BSR	보고페이지
인 권	1. 우리는 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.	www.yuhan-kimberly.co.kr 공정거래 	■ HR1 ■ HR6 ■ HR2 ■ HR7 ■ HR3 ■ HR8 ■ HR4 ■ HR9 ■ HR5	■ PN2 ■ EM10 ■ PN3 ■ EM30 ■ EM7 ■ EM31 ■ EM8 ■ CO2 ■ EM9	46, 47, 62, 72
	2. 우리는 인권침해에 가담하지 않고 있음을 확인한다.	www.yuhan-kimberly.co.kr 공정거래 	■ HR1 ■ HR2 ■ HR8	■ PN2 ■ PN3 ■ EM31	47, 62
내 부	3. 우리는 결사의 자유와 단체교섭 권리를 보장한다.	www.yuhan-kimberly.co.kr 노경협력 	■ HR5 ■ LA4 ■ LA5	■ EM8 ■ EM12 ■ EM13	47, 58-60
	4. 우리는 모든 형태의 강제노동을 배제한다.	www.yuhan-kimberly.co.kr 평등고용 	■ HR7	■ EM10	47
	5. 우리는 아동노동을 효과적으로 폐지한다.	www.yuhan-kimberly.co.kr 평등고용 	■ HR6	■ EM9	47
인 권	6. 우리는 고용 및 업무상 차별을 근절한다.	www.yuhan-kimberly.co.kr 평등고용 	■ HR4 ■ LA2 ■ LA10 ■ LA13 ■ LA14	■ EM2 ■ EM7 ■ EM3 ■ EM17 ■ EM5 ■ EM27	46, 49, 53
	7. 우리는 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.	www.yuhan-kimberly.co.kr 공정거래 	■ 4.11	■ GR11	45
	8. 우리는 보다 많은 환경적 책임을 지는데 앞장선다.	www.yuhan-kimberly.co.kr 공정거래 	■ EN2 ■ EN18 ■ EN5 ■ EN21 ■ EN6 ■ EN22 ■ EN7 ■ EN26 ■ EN10 ■ EN27 ■ EN13 ■ EN30 □ EN14	■ EV 1 ■ EV 17 ■ EV 2 ■ EV 23 ■ EV 3 ■ EV 24 ■ EV 4 ■ EV 26 ■ EV 11 ■ EV 27 ■ EV 16	94, 95, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 104, 105, 106
인 권	9. 우리는 환경친화적인 기술개발 및 확산을 지원한다.	www.yuhan-kimberly.co.kr 공정거래 	■ EN2 ■ EN18 ■ EN5 ■ EN26 ■ EN6 ■ EN27 ■ EN7 ■ EN10	■ EV 4 ■ EV 24 ■ EV 5 ■ EV 11 ■ EV 18 ■ EV 23	95, 97, 98, 100, 102, 103, 104, 105, 106
	10. 우리는 부당취득 및 뇌물 등의 모든 형태의 부패를 근절하기 위해 노력한다.	www.yuhan-kimberly.co.kr 법규준수, 공정거래 	■ SO2 ■ SO3 ■ SO4	■ CO5 ■ EM25 ■ EM26	56, 57, 72

Corporate Profile

유한킴벌리 지속가능성

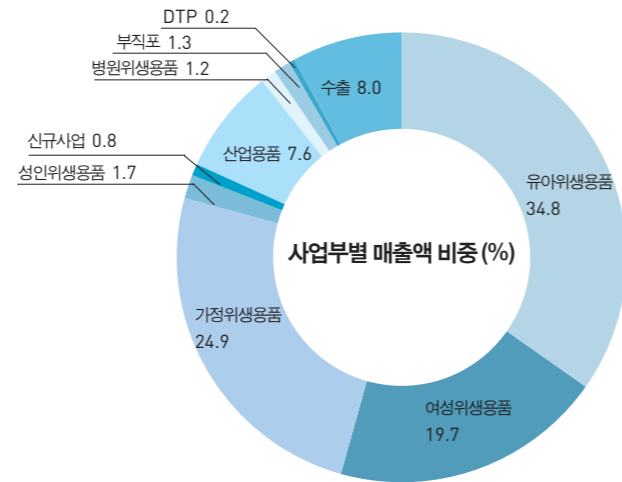
유한킴벌리는 1970년 설립된 우리나라 최초의 합작기업 (유한양행과 킴벌리클라크) 으로서 단순한 생산기지가나 상표도입과 같은 수동적 합작 형태가 아니라 기술과 자본을 투자하는 장기적이고 적극적인 개념의 합작사로 모범적인 성장을 해왔습니다.

1995년 이후 환경경영, 윤리경영, 평생학습 등 혁신적인 경영을 통해 우리 사회에 사회 책임 경영의 모델을 제시하는 대표적인 기업 중 하나로 성장해 왔습니다.

조직규모

회사명 유한킴벌리	주요사업장 군포, 대전, 김천, 서울(본사)
설립일 1970년 3월 30일	본사 서울 강남구 대치 3동 942번지
업종 제조	주요 브랜드 하이스, 화이트, 크리넥스, 뽀뽀 등
대표이사 문국현	사업분야 생활용품, 산업용품, 병원용품, 디지털날염사업 등
사원수 1,713명	대상시장 개인,산업체,연구실,공공건물,식당,병원,섬유산업체,학교 등
매출액 8,340억원	주생산품목 기저귀, 생리대, 화장지, 미용티슈, 부직포, 종이타올, 물티슈, 매직글로브, 마스크, 보호용작업복, 산업용 와이퍼, 유출차재, 수술포, 기운, 소독포, 디지털날염프린터와 소프트웨어 등

* 보다 자세한 규모에 대한 정보들은 경제적, 사회적 성과를 참고하여 주십시오.



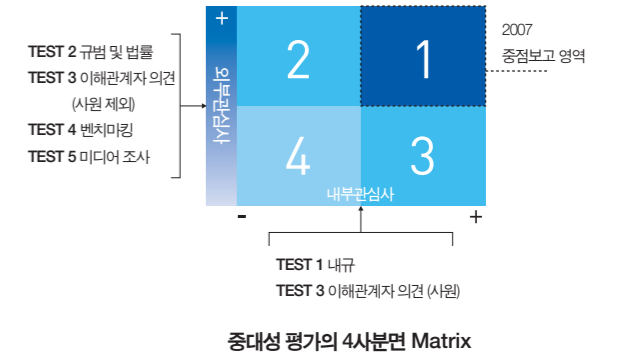
* 매출액은 2006년 실적입니다

경영 접근법 (Disclosure on Management Approach)

중대 이슈 접근법

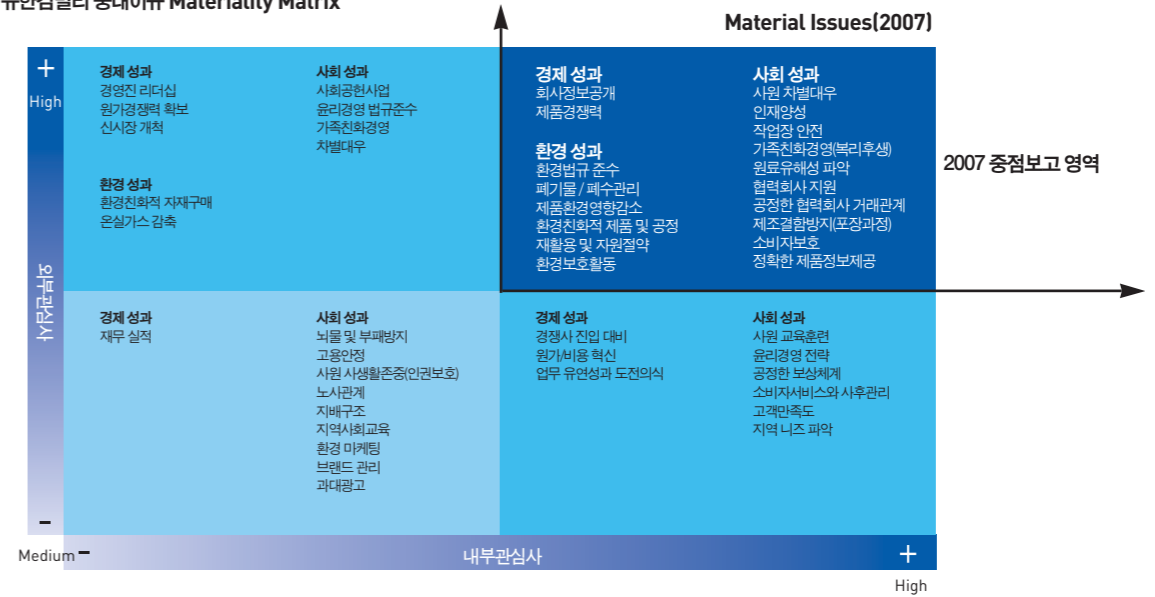
본 보고서는 「IPS Materiality Test Model」에 따른 외부 관심사와 내부 우선순위의 중대성 평가를 진행해서 외부 관심사(External Concerns)는 규범 및 법률, 이해관계자 의견(사원 제외), 미디어 조사 결과, 벤치마킹을 기준으로, 내부 우선순위(Internal Priorities)는 사내 규범, 이해관계자 의견(사원)을 기준으로 이슈를 선정하였습니다. 옆의 그림에 1번 영역에 해당하는 중점 보고영역은 각 테스트 결과 중대한 이슈로 도출되었던 이슈들입니다. 4번 영역에는 중대성 평가에 언급되었으나 중대성이 낮은 이슈들입니다.

이를 반영하여 도식화한 유한킴벌리의 2007년 중대성 평가 결과는 아래의 표와 같습니다.



중대성 평가의 4사분면 Matrix

유한킴벌리 중대이슈 Materiality Matrix

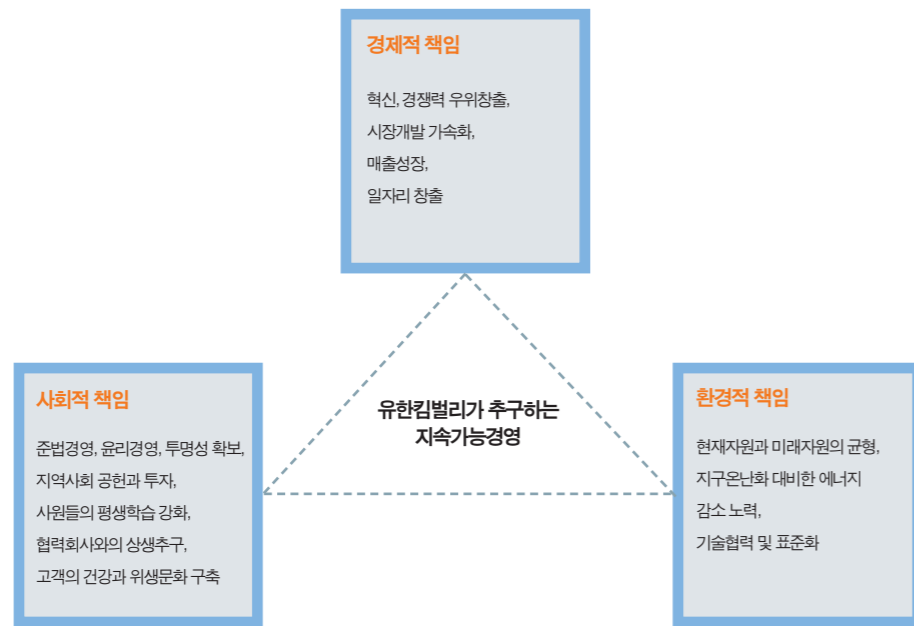


원칙과 방침

유한킴벌리 지속가능경영은 경제, 환경, 사회 측면에서 지속적인 성과를 창출하고 궁극적으로 경쟁우위를 확보하여 지속가능한 기업의 가치를 증진시키는데 목적을 갖고 있습니다.

5대 경영이념과 함께 2007년 3월 국제 협약인 글로벌 콤팩트의 가입을 통해 인권, 노동, 환경, 반부패에 관한 10가지 원칙을 지속가능경영의 주요 원칙으로 받아들여 이를 실천하고자 노력하고 있습니다.

유한킴벌리가 추구하는 경제·사회·환경적 책임



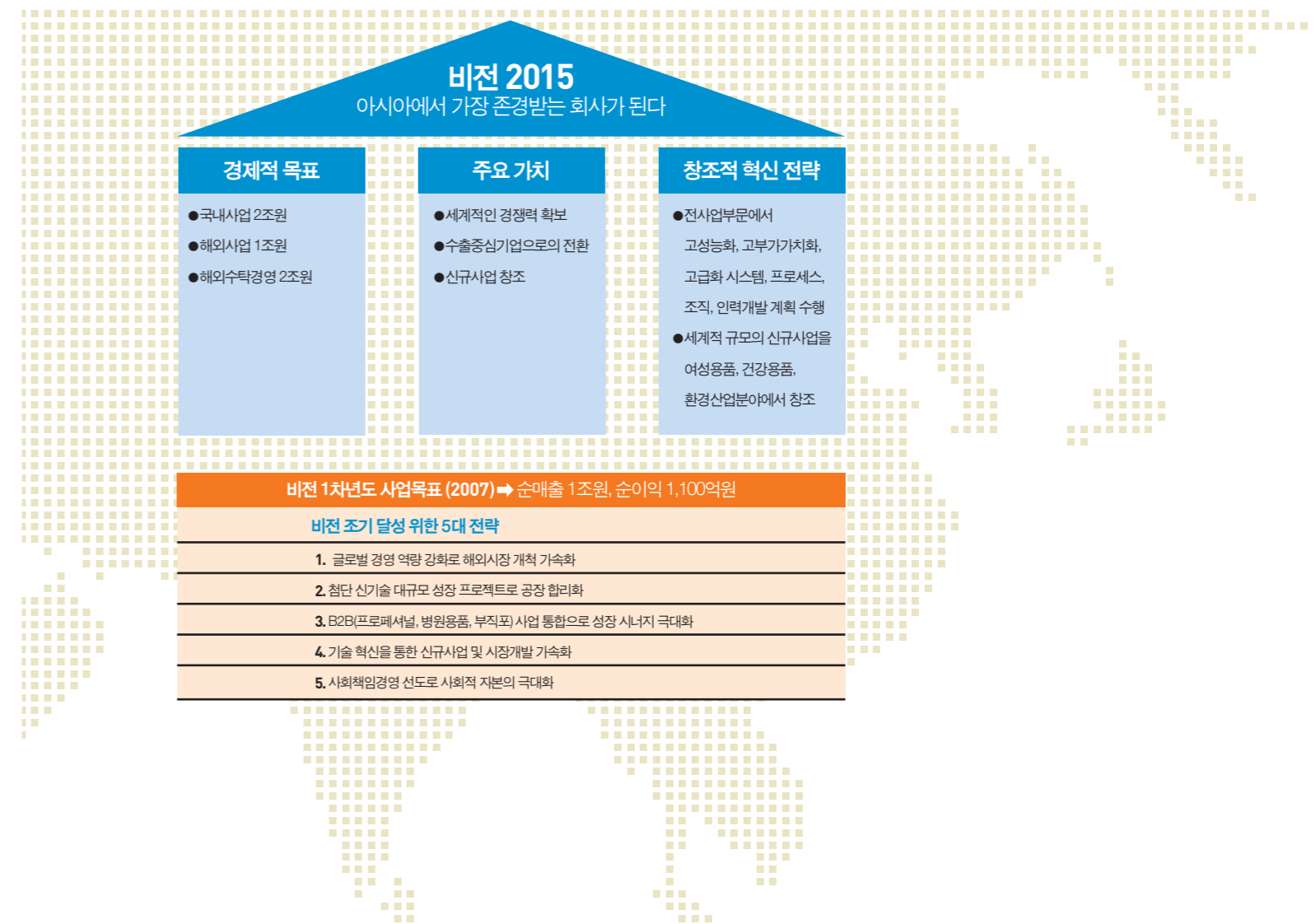
유한킴벌리 5대 경영이념 - 인간존중 고객만족 사회공헌 가치창조 혁신주도
글로벌 콤팩트 10대 원칙 - 인권 노동 환경 반부패

유한킴벌리 경영이념에 담긴 구체적 내용들

- 인간존중:** 사원 안전 제 1순위 생명존중 실현, 사원 상호간 신뢰 형성, 열린 경영 실천, 인재 양성, 공정한 보상 등
- 고객만족:** 고객 입장에서 생각하며, 최고의 가치를 주는 고품질 제품을 제공함으로써 회사와 고객의 공동 성장 추구
- 사회공헌:** 선도적 환경보전 활동, 윤리적 경영 실천, 공정한 거래, 성실한 납세를 통한 사회 공헌
- 가치창조:** 미래성장 추구, 생산성 향상, 좋은 기업 평판 획득을 위한 노력과정에서 가치창조
- 혁신주도:** 모든 부문에서 앞서 나가려는 도전정신 함양과 뒷받침해 주는 학습조직 활성화, 유연성 확보, 변화 주도

비전과 전략

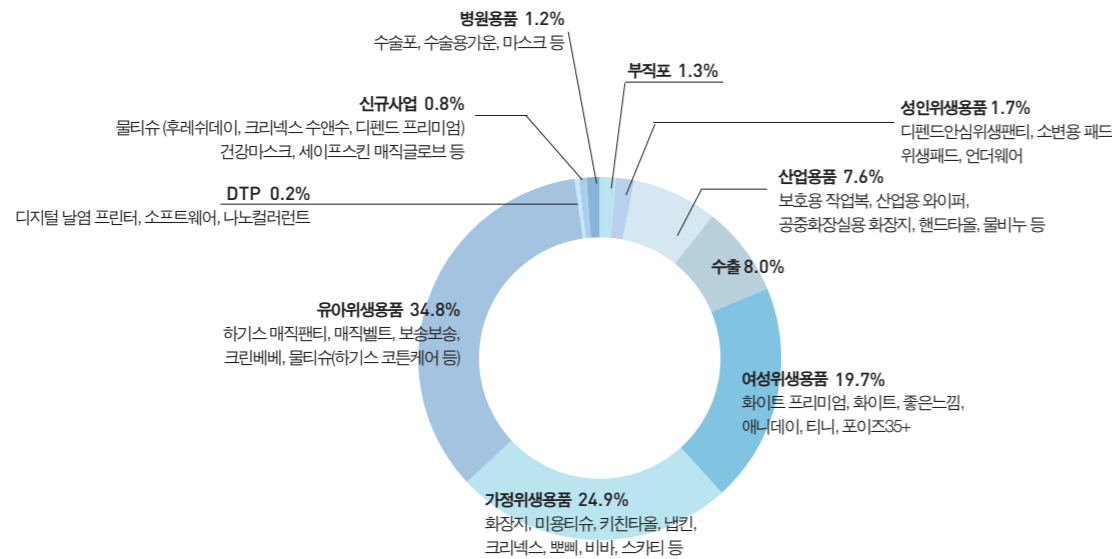
유한킴벌리는 2007년 3월, 보다 업그레이드된 비전 2015를 선포해서 향후 지속적으로 성장하기 위한 구체적인 길을 제시하였습니다. 비전 2015의 주요 요지는 아시아 최고의 존경받는 기업으로 태어난다는 것입니다.



제품과 서비스의 경쟁력

유한킴벌리 주요사업으로는 유아위생용품, 가정위생용품, 여성위생용품 사업이 있습니다. 이들 사업들은 저출산과 수입제품의 진입, 저가격 공세 등의 위험요인에도 불구하고 고품질로 경쟁력을 갖추어 시장점유율에서 국내 1위를 유지하고 있습니다. 또한 다른 한편에서는 미래시장 창출을 위해 새시장 개척(해외시장 포함)과 신규사업 추진에 노력하고 있습니다. 이와 관련된 신규사업, 병원위생용품, 부직포, 디지털날염, 수출 등에서 매출액 비율을 늘려나가고 있어(전년 대비 24.3% 증가) 지속가능한 성장가능성을 보여주고 있습니다.

매출액 기준 사업 비중 및 제품소개(단위 : %)



조직의 경쟁력

유한킴벌리는 크게 국내사업부문 (6개 사업본부)과 영업·지원부문으로 나뉘며, 상류에서 하류에 이르기까지 지속가능경영을 위한 특성화된 조직을 운영하고 있습니다.

VISION 2015 Committee : 비전, 실행계획 수립 및 제시하는 경영진 협의체. 최종의사결정 기구

Business Planning : 지속가능한 사업 예산 수립 및 집행, 사업계획, 사업성과 예측 및 분석

NEWAY : 기업 전 과정 혁신 진행팀. 2004년 업무재배치 통해 부문별 Operation Analyst 역할 수행

Excellence Team : 마케팅, 재무, 엔지니어링, 구매, 품질, 안전, 환경, 생산, 물류 등 혁신과 학습주도팀

SM : 상생협력, 공급망 지원, 환경경영, 에너지국제협약, 지구온난화 방지 노력. 지속가능경영

CM : 위기관리 정책 수립 및 시행, 이슈모니터링. 위기관리팀

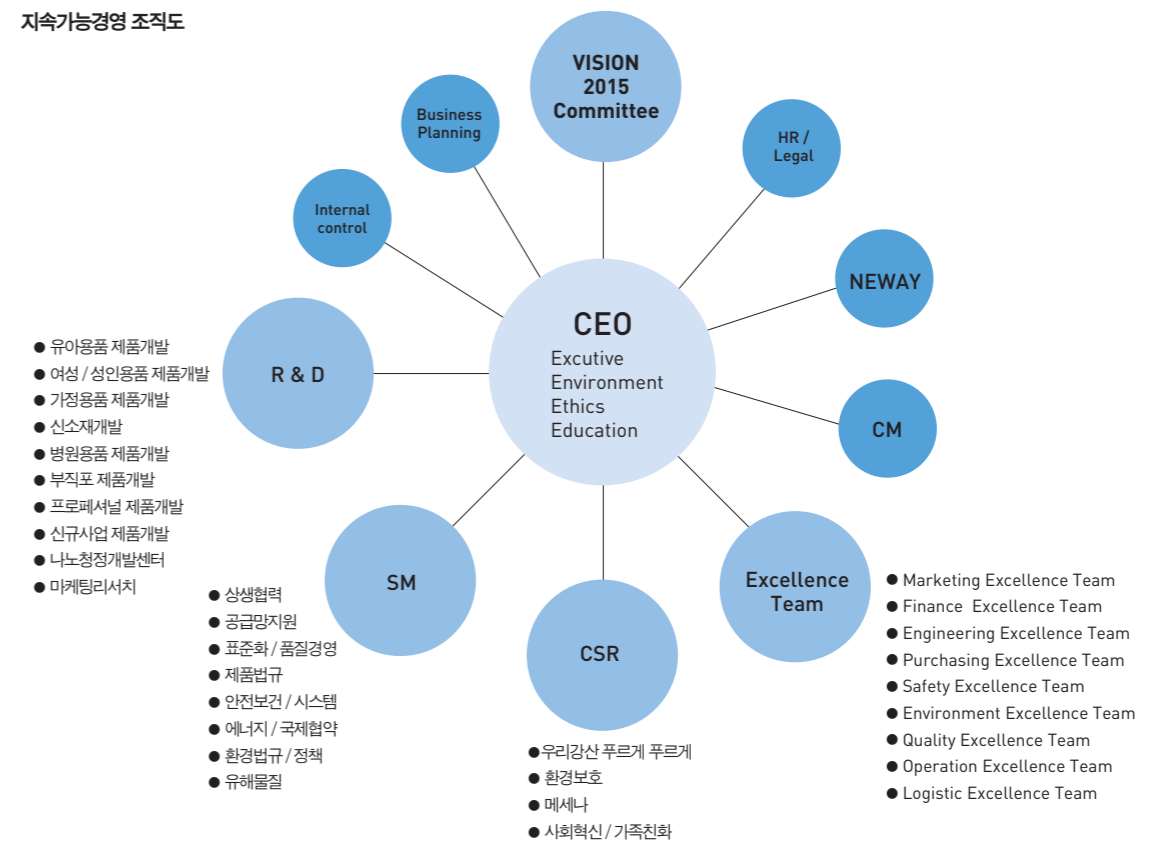
R&D : 환경, 안전, 품질을 고려한 제품 개발 수행. 각 사업부 제품개발 및 마케팅리서치

HR/Legal : 공정한 처우, 인권존중, 평생재충전 학습체계 운영 조직. 인사인력개발, 법제, 노경

Internal Control : 윤리, 투명경영 뒷받침하는 내부통제 운영 및 자문과 조정, 점검 역할 수행. 내부통제

CSR : 사회공헌과 사회책임경영, 이해관계자 커뮤니케이션 주도. Corporate Communications & C.S.R.

지속가능경영 조직도



*본 차트는 지속가능경영보고서와 관련된 다양한 부문에 대한 조직도입니다.
*이는 회사 전체 조직 구성을 의미하는 것은 아닙니다.

유한킴벌리가 걸어온 길

유한킴벌리는 미래를 향해 멈추지 않고 날마다 혁신하고 있습니다. 이러한 변화에 대해 긍정적 평가를 받아왔으며, 이는 또다른 자산이기도 합니다.

1970년대 유한킴벌리는 국내 최초로 생리대, 미용지, 화장지 등을 대량 생산하면서 국내의 건강한 위생문화 발전을 선도했으며, 이들 제품은 한국사회 생필품의 대표적인 제품이 되었습니다.

1980년대 국내 최초로 기저귀를 출시하는 등 사업다각화를 시작한 시기이며 기업의 사회적 책임을 적극적으로 수행하고자 1984년부터 '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인을 시작했습니다.

1990년대 윤리경영, 환경경영, 지식경영 등의 기업문화가 뿌리를 내렸으며, 혁신으로 지속가능한 경영의 기틀을 다졌습니다. 평생학습, 숲운동 등 사회적 공헌활동을 활발히 전개했습니다.

2000년대 존경받는 기업, 일하기 좋은 직장, 가족친화경영의 대표기업으로 평가받고 있습니다.

차별화된 고품질로 성과를 내고 있으며 비전 2015를 발표하고 동북아 최고 기업으로 도약을 추진중입니다.

연도		주요 일정	사회적 협약, 성과 발표
2007	1분기	24회 신혼부부 나무심기 개최, 극동 러시아 신제품 출시 제 37회 정기 주주총회 글로벌 R&D센터 이노베이션 센터 아시아(ICA) 오픈 본사 사차출퇴근제 실행 확대 시행 러시아 수출 시작 대전공장 6시그마 인증식 개최	2007 윤리경영 실천 서약 UN 글로벌 콤팩트 협약
	4분기	타키 수출 시작, 전 사업장 비전 간담회 개최 이어령 초대 문화부장관 초청 특별강연회 개최 제4차 병원감염관리 세미나 개최 비전 2015 설명회 및 비전 달성 노경 간담회 개최	미래기업 서명 킴벌리클릭 Innovation Center Asia 설립 협약 환경부와 혁신 협약
2006	3분기	대전공장, 승용차 자율요일제 실시 유한가족회사 태풍 에워니아 재해 상금 1억원 기탁 그린캠프 27, 28기 개최	대중소 그린파트너십 성과 발표회 개최, 단체협약 타결 대전, 김천 환경친화기업 재지정
	2분기	유일한로 기념식 개최 제5회 디지털 텍스타일 디자인 경진대회 개최 생활용품영업과 마케팅 부문, 백두산 등정 유한 창립 80주년 기념식 및 오창공장 준공식 매월 6일 가족데이 확대 실시 2006 상반기 중국 산업시찰 연수 대전공장 기저귀 생리대 신 기계 스타트업 23회 신혼부부 나무심기 개최 김천공장, 비전 발표회 및 시장납과의 대화 실시 대전공장, 품질의식 향상 프로그램 실시	녹색구매 자발적 협약
	1분기	생리대 코텍스* 화이트 프리미엄 출시 김천공장 친환경 설비 위한 원료 LNG 교체 완료 5대 노조위원장, 신성태 씨 연임 SHEQ, 2015 환경 비전 워크숍 실시 DTP 사업부, 독일 전시회 참가	2006 윤리경영 실천 서약 지속가능성보고서 1호 발간 문국현 사장, 다보스포럼에서 '창조적 책무' 토론 우리강산 푸르게 푸르게 산림지원조성기금 사업보고회 개최



조직의 경제활동으로
인한 직접적, 간접적 경제효과와
이로 인해 발생된
경제적 성과를 보고합니다.

ECONOMIC
VALUE

경제성공



직접 경제 성과 매출액 7.7% 성장, 순이익률 10.9% 달성, 수출 18.9% 증가, 납세액 751억원, 지역사회투자 112억 5천만원
간접 경제 성과 글로벌 R&D센터의 성공적 개설, 고용창출 1.5% 증가, 정부 프로젝트 6개의 성공적 수행, 지역사회 인력 수급 (대전공장 55%, 김천공장 100%)

비 핵심 사업의 인프라 구축 유한디자인 인력개발원의 운영을 통한 디자이너 674명 배출, 143명 취업

주요 경제 성과 요약 브랜드 가치 하گی스 9년 연속, 화이트 7년 연속, 크리넥스 5년 연속 브랜드 파워 1위, 하گی스 매직팬티 명품 브랜드 인증, 존경받는 기업 선정

혁신 경영 성과 비전 2015 완성, 식스시그마 프로젝트 추진, 비즈니스웨어하우스 1단계 구축, 생활용품 영업 및 물류 프로세스 혁신

창조 경영 성과 터키, 러시아, 이스라엘 등 신규 시장 진출, 디지털날염잉크 나노컬러린트 상용화, 신제품 지속 출시

경제적 가치 창출 및 분배

주요 재무 실적

전년대비 매출액은 약 7.7%, 당기순이익은 1.7% 증가하였으며, 매출액 순이익률은 10.9%로서 건전한 수익성을 보여주고 있습니다. 참고로 2005년 납세의 일시 감소는 신규기계 투자로 법인세 감면을 받았기 때문입니다.

주요 재무실적 (단위: 억원)

분류		2004	2005	2006	
생성된 경제적 가치	매출 및 이익	순매출	7,227	7,743	8,340
		수출실적	405	561	667
		영업이익	1,186	1,102	1,073
		경상이익	1,277	1,205	1,251
		당기순이익	905	895	907
	자본	자본금	900	2,000	2,000
		부채	1,574	1,197	1,386
		자본	5,449	5,999	6,403
		합계	7,024	7,197	7,789
		분배된 경제적 가치	정부	법인세	362
기타 납부세액**	358			408	415
사원	급여 및 복리후생비		994	1,157	1,393
주주	배당금		250	1,660	504
지역사회투자 (사회공헌활동)	우리강산 푸르게 푸르게 캠페인		47.5	57.4	54.0
	환경보호 캠페인		17.2	21.8	19.7
	가족친화 및 사회발전		7.6	11.5	31.6
	문학 메세나		5.9	7.9	7.2
	합계		78.2	98.6	112.5

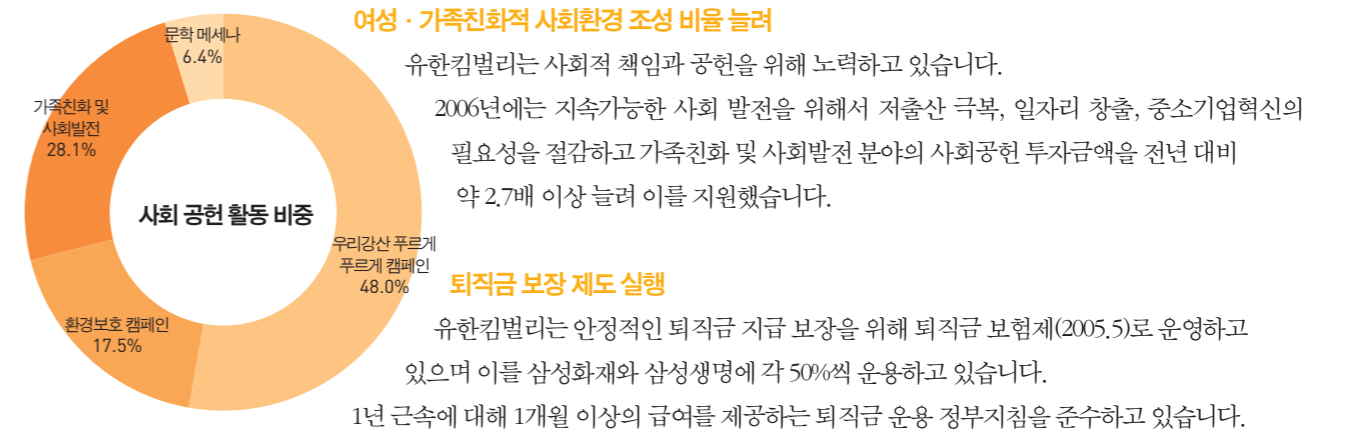
*메세나: 문화예술, 스포츠 등에 대한 원조 및 사회적 인도적 입장에서 공익사업 등에 기업들의 지원활동
 *주요재무실적은 영업보고서를 기준으로 하고 있습니다.
 *세금내역은 귀속년도를 기준으로 정리한 내용임(실제 납부 연도 아님)
 주1) 기타납부세액은 부가세, 원천세 및 기타 세세공과금을 포함한 금액임.

주요평판

브랜드가치 하기스는 9년 연속, 화이트는 7년 연속, 크리넥스는 5년 연속 한국산업의 브랜드 파워조사(한국능률협회컨설팅 Korea Brand Power Index)에서 각 부문 1위로 선정되는 등 높은 브랜드 가치를 보유하고 있습니다. 2006년 9월에 하기스 매직팬티는 한국표준협회로부터 명품브랜드로 인증받았습니다.

기업 이미지 및 평판 유한킴벌리는 윤리경영, 환경경영, 가족친화경영, 지식경영을 실천함으로써 기업과 지역사회가 함께 발전해갈 수 있는 상생 모델로 소개되고 있습니다. 2007년 한국능률협회 컨설팅이 선정한 '한국에서 가장 존경받는 기업' 으로 4년 연속 주목받은 바 있습니다. 또한 지식경영 실천 기업으로서 2006 BEST HRD 인증(교육인적자원부, 산자부, 중소기업청)을 획득하였으며, 가족친화기업 대통령 표창, 제1회 지속가능경영대상 수상 등 지속가능한 기업으로서 좋은 평가를 받고 있습니다.

국가와 사회 기여



이외에 퇴직후 경제적 안정을 주는 퇴직금 누진제(1978.1)를 시행하고 있으며, 주택구입 등 긴급자금이 필요한 사원들에게 중간정산채를 함께 운영하고 있습니다. 참고로, 2006년 중 총 4회의 중간정산 신청기간을 이용해 120명의 사원들이 이를 활용했습니다.

주요 사업의 지역사회 인력수급

주요 제품의 생산공장은 지역사회(대전, 김천)에 위치하고 있어 지역사회의 일자리 창출에 기여하고 있습니다. 2006년도 대전공장 생산직 채용 인력의 55%가 지역사회 출신이었으며, 김천공장 생산직 인력도 100% 지역사회 출신을 채용해 지역사회 일자리 창출에 기여하고 있습니다.

정부 수취 보조금-국가에 대한 기여

유한킴벌리는 중소기업 혁신, 일자리 창출, 환경친화사업 등 6가지 정부지원 참여프로젝트에 지속적으로 참여하여 새로운 사회모델을 창출하고자 노력하고 있으며, 그에 따른 성과를 내고 있습니다.

주요 프로젝트 참여 현황

(단위: 백만원)

프로젝트명	2004	2005	2006
1 중소기업 직업훈련 컨소시엄(노동부)	955	2,146	3,300
2 부품소재 기술개발사업(산업자원부)	710	710	1,433
3 협력업체 환경경영사업(한국생산기술연구원)	693	1,375	1,375
4 고속프린터용 잉크개발(산업자원부)	—	181	447
5 폐수처리 장치 개발(환경부)	—	30	60
6 디지털 날염용 잉크개발 사업(한국생산기술연구원)	320	350	350

*연도별 금액은 프로젝트 누적합계금액임

경제성과

ECONOMIC VALUE

비핵심사업 인프라 구축 - 유한디자인인력개발원 (Yuhan Design Institute) 운영

유한김벌리는 미래 디지털 날염 디자인 인재 양성을 위해 유한디자인인력개발원(노동부 중소기업 직업훈련 컨소시엄 운영기관)을 운영하고 있습니다. 2006년 총 교육생 674명을 배출해 섬유 디자인 패션부문의 활성화에 기여하고 있습니다. 교육은 재직자와 구직자를 대상으로 하며, 중소기업 비중이 높은 디자인 패션업체의 인력들에게 체계적인 신기술 교육기회를 주고 있으며, 해당 업체에게는 우수 신규 인력 확보에 도움을 주고 있습니다. 또한 일자리 창출에도 기여해 개발원의 교육자 취업 동향을 보면 2006년 목표대비 92%를 달성했으며, 주로 디자이너(70%), 관련업체 운영 및 기획(15%) 등에서 일하고 있습니다. 이러한 노력을 통해 OEM 위주의 우리나라 섬유산업을 디자인과 DTP 첨단 기술이 접목된 고부가가치 산업으로 전환시키는 허브 역할을 수행하고 있습니다.

또한 유한김벌리는 섬유산업의 국제경쟁력 향상과 고부가가치 창출을 위해 차세대 인재 발굴 및 육성을 가장 큰 과제로 삼고 장학금 지원 프로그램을 실행하고 있습니다. 이들 장학생들은 DTP 인력의 확대로 이어지고 있으며, 졸업 후 보다 많은 취업 기회를 가지고 있습니다.

유한디자인인력개발원 교육 현황

구분		2004	2005	2006	누적합계(2004-6)	2007(목표)
교육	구직자 양성	157	188	223	568	230
	재직자 직무향상	74	420	451	945	510
	총 교육 인원	231	608	674	1513	740
교육 수료생 취업 연결		94	134	143	371	155
컨소시엄 참여업체		83	83	92	258	100
과정개발	항상교육	14	15	9	38	14
	양성교육	4	1	1	6	2
교육 훈련 감사(누적인원)		20	63	70	81	90

*유한디자인인력개발원 주요 프로그램 소개 (<http://www.ydiedu.com>)

전국 디지털 텍스타일 디자인 경진대회 개최

유한김벌리 디지털날염사업부는, '전국 디지털텍스타일 디자인 경진대회'를 매년 개최하고 있습니다. 이는 21세기 섬유, 패션분야를 이끌어 갈 인재를 발굴하고, 디지털 섬유패션 산업 기반 구축을 위한 것으로 노동부가 후원하고 있습니다. 2001년 부터 총 5회 개최되었으며, 매년 참여도가 늘어 2006년에는 1,300여명의 학생들이 참가한 가운데 6월에 시상식을 진행했습니다.

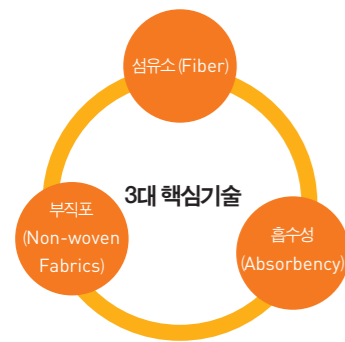


글로벌 R&D센터 한국 유치 Innovation Center Asia

김벌리클라크 글로벌 R&D 센터인 이노베이션센터 아시아(Innovation Center Asia, ICA)가 2007년 3월 2일 경기도 기흥에 소재한 유한양행 중앙연구소 부지내 1,580평에 문을 열었습니다. 이노베이션센터 아시아는 김벌리클라크가 미국 이외에 지역에 설립하는 첫 번째 글로벌 R&D 센터로, 한국이 아시아 R&D 거점이 될 수 있다는 것을 보여준 사례이기도 합니다. 성공적인 동북아 경영과 한국내에서의 높은 명성은 2007년 3월 김벌리클라크의 글로벌 R&D 센터를 한국에 유치할 수 있는 밑거름이 되었습니다. 국내 석박사 중심의 고급연구 인력 80여명이 채용되어 차세대 건강위생기술 및 제품 개발을 위해 일하게 됩니다. 이노베이션센터 아시아에서는 글로벌 R&D 기능의 상당부분을 한국에서 수행할 예정이며, 건강 위생제품의 연구 개발과 함께 중국, 인도 등 아시아 전역의 R&D 거점 역할도 담당하게 될 것입니다. 신제품 개발과 수출 등에 시너지 효과도 기대할 수 있게 되었습니다.

혁신경영

혁신적인 제품 및 원부자재 개발

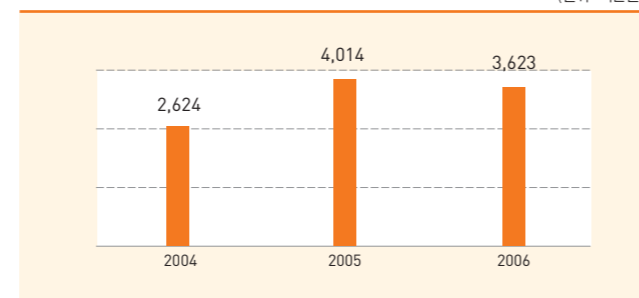


유한킴벌리 3대 핵심기술은 섬유소(Fiber), 부직포(不織布, Non-woven fabrics), 흡수성(Absorbency)입니다. 지속적인 혁신을 위해 제품개발, 나노청정기술센터, 환경연구소 등에서 연구개발이 이루어지고 있습니다. 차세대 제품 개발을 위해 노력하고 있는 제품개발관련부서는 생활용품(유아, 여성/성인, 가정, 신소재 등) 사업부문과 병원용품, 프로페셔널, 부직포, 신규사업분야입니다.

연구개발 투자 현황

나노청정기술센터(NCTC), 디지털날염사업부(DTP), 기존의 신제품 개발사업 부에서 진행된 연구개발 투자금액은 약 36억원이며, 연구개발 인력은 2003년 26명에서 2006년 말 41명으로 증가했습니다.

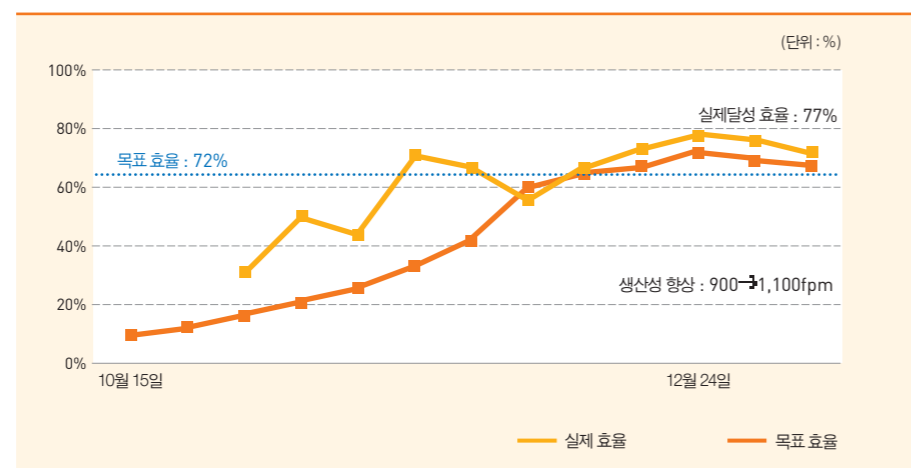
연구개발 투자금액 추이



부직포, 수입대체할 고품질 부직포 자체 생산 성공

유한킴벌리 부직포공장은 기존 기술을 혁신해 2006년 10월 아기들이 편안하게 기저귀를 착용할 수 있는 고품질 스펀관련 부직포원단을 자체 생산하게 되었습니다. 이를 통해 2007년 예상매출액 대비 약 36%의 원가절감(연간 약 50 억원 절감 예상)효과를 거둘 예정입니다.

단기간 내 목표효율을 초과달성한 부직포 원부자재 생산 혁신 현황



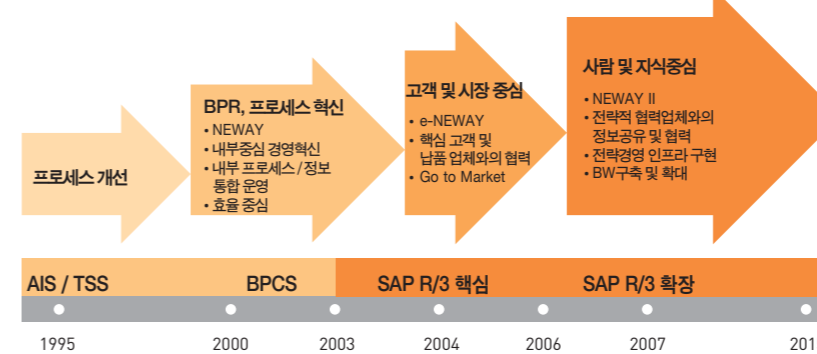
입히는 기저귀 하기사 매직팬티의 성공

하기사 매직팬티는 출시 7개월만인 2006년 5월에 시장점유율 10%를 넘어 입히는 기저귀시장 개척에 빠른 성과를 보였습니다. 이는 끊임없는 제품혁신과 적극적인 고객조사의 병행한 성과입니다.

혁신 기반 준비

2006년은 사업환경의 변화를 기회로 인식하고 미래준비에 역점을 둔 해입니다. 원화강세현상은 저가 수입제품의 국내시장 잠식을 촉진했고, 저출산은 미래 총인구 감소가 예상되어 국내소비자를 기반으로한 내수부문 시장전망을 어둡게 했습니다. 이에 세계최고의 품질력과 원가 경쟁력 확보가 강조되었으며, 전 사업부문의 고성능화, 고부가가치화, 고급화가 가속페달을 밟도록 각 부문의 혁신이 진행되었습니다.

NEWAY 경영 혁신 전개



핵심성과지표 선정 - 전략경영 인프라 구현

유한킴벌리는 2006년 전사적자원관리시스템(Enterprise Resource Program, 이하 ERP)을 활용해 전략적 의사결정 도구인 비즈니스웨어하우스(Business Warehouse, 이하 BW) 웹 리포팅 1단계를 구축해 시스템 활용을 한 차원 더 높였습니다. 특히 비즈니스 환경변화 예측과 목표에 의한 관리의 평가지표인 핵심성과지표(Key Performance Indicator, KPI)의 선정을 위해 성과요인을 재무적인 관점(Value Driver Tree, 이하 VDT)과 비 재무적인 관점(Performance Driver Tree, 이하 PDT)으로 정의하고, 상관관계 매핑작업으로 150여 개 리스트를 도출했습니다.

2006년 8월, 1단계로 24개 지표를 선정했고, 2007년 2단계 프로젝트를 수행할 예정입니다. 참고로, 유한킴벌리는 1995년 ERP도입 이후 2003년 전사적자원관리시스템(SAP R/3)을 운영해 기업문화 혁신의 통합적 시스템으로 활용하고 있습니다.

또한 2004년 핵심성과지표 선정 워크숍을 개최한 바 있습니다.

생산, 식스시그마 프로젝트 통한 원가 혁신

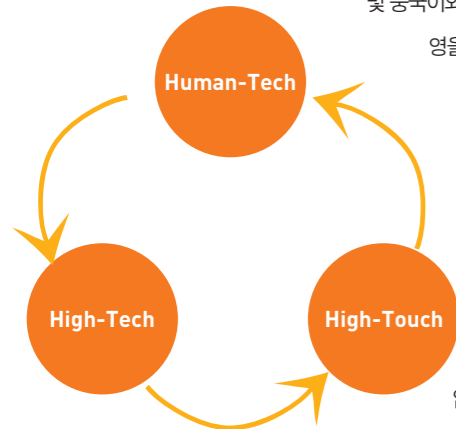
대전공장은 2006년부터 새롭게 품질혁신과 고객만족 달성을 위해 식스 시그마(6 sigma) 운동을 전개하여 총 47개 과제를 실행하였으며, 원가 혁신 성과로 8억 8천 8백만원을 절감했습니다. 군포공장도 식스 시그마기법을 도입해서 원재료 낭비절감을 통해 16억 4천 5백만원을 절감하였습니다.

영업의 내부 혁신-인프라 구축

생활용품영업 내부혁신활동은 2006년에도 3가지 관점에서 전개되었습니다. 첫 번째 “Human-Tech”는 고객과의 윈윈 파트너십을 만들내는 영업컨설턴트 개발이고, 두 번째 “High-Tech”는 유비쿼터스 영업환경 구축을 통한 서비스 제공이며, 마지막 “High-Touch”는 사원만족도조사를 바탕으로한 사무 환경 및 문화 개선 활동을 통칭합니다.

Human-Tech : 영업의 평생학습 지원

2006년 미래 역량개발 중심 교육체계 및 직무별 커리큘럼을 완성했으며, 2007년부터 개인역량 개발을 진행할 예정입니다. 혁신적인 핵심역량 개발투자로는 MBA 지원 (2004년 ~2006년 7명, 2015년까지 총 30명 목표), 중국지역전문가과정 진행, 중국유통연구회 운영 등이 있습니다. 2007년 부터는 영어특별프로그램 및 중국이외의 북아시아국가 유통관련 활동을 확대해 나갈 예정입니다. 아울러 영업전문가 육성과정 및 재충전팀 운영을 통해 학습 및 재충전을 돕고 있습니다.



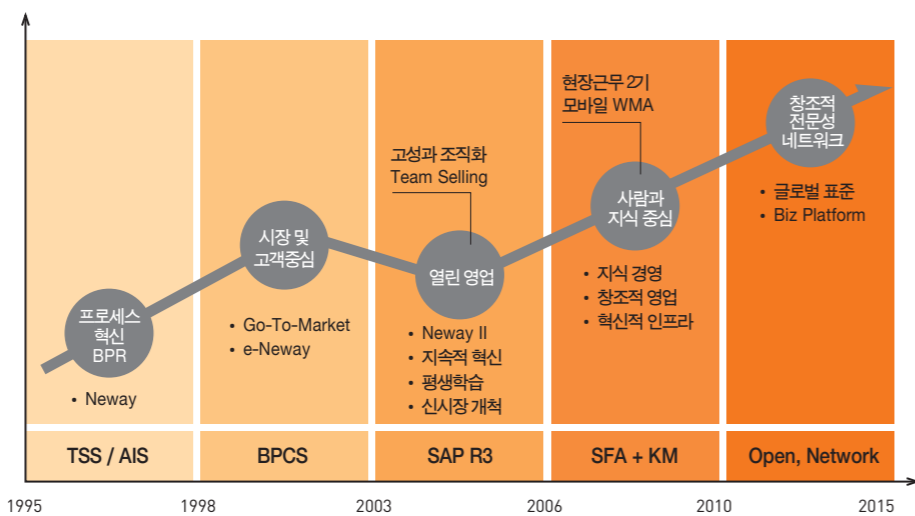
High-Tech : 최첨단의 영업환경 구축

e-Neway로 시작된 전사적 ERP 시스템(SAP R/3)은 혁신적인 변화의 전기를 맞이했습니다. 유한킴벌리 영업은 ERP 시스템 속에서 고객관계관리 모듈을 구현해서 고객정보 및 데이터를 기반으로 영업활동을 재설계할 수 있으며, 상황별 시뮬레이션을 통해 고객에게 최적의 제안이 가능합니다. 또한 모바일 홈-오피스(Mobile Home-Office) 환경을 구축했습니다. 2006년에 사무환경혁신 일환으로 무선 사무환경이 구축되었으며, 향후 지식경영을 기반으로 하드웨어적인 개선에도 박차를 가할 것입니다.

High-Touch : 생활용품 영업 부문의 문화 혁신

생활용품영업 부문은 전년도 사원만족도 조사를 바탕으로 장단기 개선 프로그램을 실시해서 2006년에 20여 개 동일조사 회사 중 최고의 만족도를 기록하였습니다. 이러한 직원만족도향상 프로그램으로는 멘토링 파트너십, 순환 보직제도, 티부서 오픈 포지션에 대한 잡포스팅(Job-posting) 등이 대표적입니다. 멘토링 파트너십 운영은 조기 퇴사율을 줄였고, 영업팀과 유관부서 팀워크 강화를 위해 분기별 영업전략회의와 연간 사업전략을 공유하는 연례미팅을 진행했습니다. 또한 2007년에 지방 영업근무자를 위한 사무환경개선 프로그램을 진행할 예정입니다.

생활용품영업 부문 혁신 단계



파트너십을 통해 발생한 혁신 성과

직거래 유통업체, 합리적 주문 프로세스 혁신

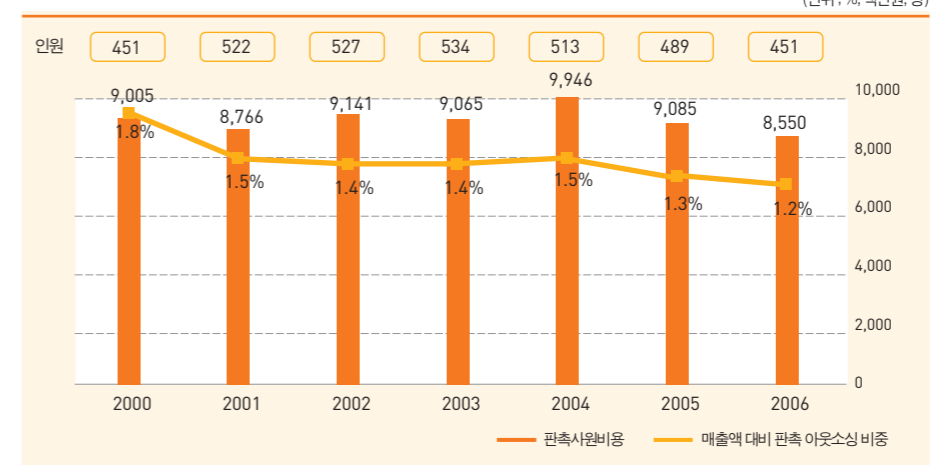
국내 제조업체중 최초로 카테고리 매니지먼트 기법을 도입해서 매장관리의 혁신적인 변화를 주도해온 유한킴벌리는 해당내용을 아시아 태평양 지역 ECR 컨퍼런스에서 2006년까지 3년 연속 어워드 수상 등 국내외에서 높은 평가를 받고 있습니다. 2007년에는 롯데마트, GS 마트 · 슈퍼, 올리브 영과 카테고리 매니지먼트를 진행하고 있습니다.

또 다른 혁신 활동으로 기존 재고관리와 주문처리방식을 양방향으로 전환한 프로그램(Continuous Replenishment Program, CRP)을 도입해 협업을 전제로 유통업체와 제조업체간 합리적인 주문 프로세스를 진행했습니다. 그 결과 매장내 결품과 미납을 감소 등의 지표를 개선했습니다. 또한 최첨단 재고관리 시스템 도입을 위한 사전 준비를 진행하고 있습니다.

대리점 재고관리를 통한 혁신

생활용품 영업부문의 사업파트너는 전국 170여 개 대리점으로, 시장 환경변화 속에서도 유한킴벌리와 대리점과의 ‘World Class Wholesale Team’ 구축이라는 비전 달성을 위해 혁신 활동을 기반으로 상생 파트너십을 만들어오고 있습니다. 가격제도, 장려금 제도 개선, 영업차량 지원 프로그램 등의 재정적 지원과 유통채널 재편을 통해 시장 확대노력을 기울여 왔습니다. 또한 대리점주에게 영업활동 분석 등 종합포털서비스 제공으로 혁신을 추구해 재고수준을 낮추어 재무 상황 개선효과를 가져왔습니다.

판촉 아웃소싱 운영 현황



판촉서비스,

인원 파견의뢰 프로세스 혁신

판촉 서비스 아웃소싱 파트너인 유한 M&C와 지속적인 핵심성과지표 관리를 통해 생산성 향상과 적정 비용 집행으로 상생관계를 구축했습니다. 특히 2006년 인원 파견의뢰 프로세스를 100% 전산화하여 사전 계획에 따른 프로모션과 서비스 혁신을 이루었습니다. 그 결과 판매금액 대비 판촉 사원비용은 낮아지고 서비스수준은 높아졌습니다.

물류, 프로세스 혁신

물류는 2006년 고객주문의 약 90%를 전자상거래 방식(Electronic Data Interchange, EDI)으로 자동 처리하며, 운송서류의 지동발행시스템을 갖추었습니다. 공급망관리 프로세스를 도입해 지속적인 혁신과 개선을 해온 결과입니다. 또한 물류와 유통 분야에서 차세대 성장 동력이자 신사업 기회 창출의 핵심 분야로 일컫는 무선인식시범사업(Radio Frequency Identification, RFID) 컨소시엄 (산업자원부 주관)에 참여하고 있습니다. 삼성테스코와 2006년 12월 실용화를 위한 시범 테스트를 실시하고 있으며, 대형유통업체와 상생협력증진을 위해 협력적 계획, 수요예측 및 재고보충 프로세스를 도입하여 같은 시기 삼성테스코와 시범 운영중입니다. 또한 자동재고보충 프로세스(Vendor Managed Inventory, VMI)를 보완해서 운영함으로써 2006년 매장 재고일수 10일 이하 관리 및 재고 가용율 및 납품 완납율 98% 이상으로 제고되었습니다.

유한킴벌리 수출 국가



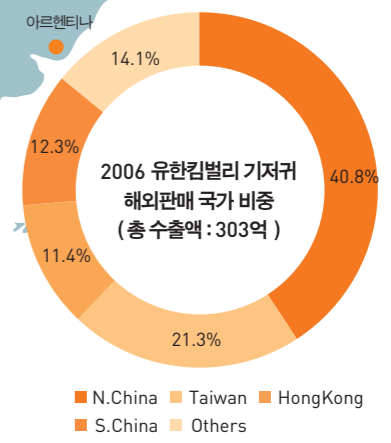
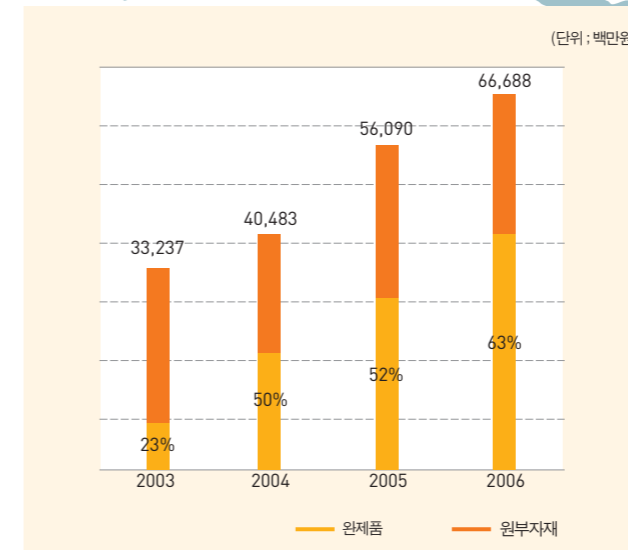
창조경영

새로운 경영모델 창조, 수출 시장 창출

기회 창출 "해외 수출시장으로의 확대"

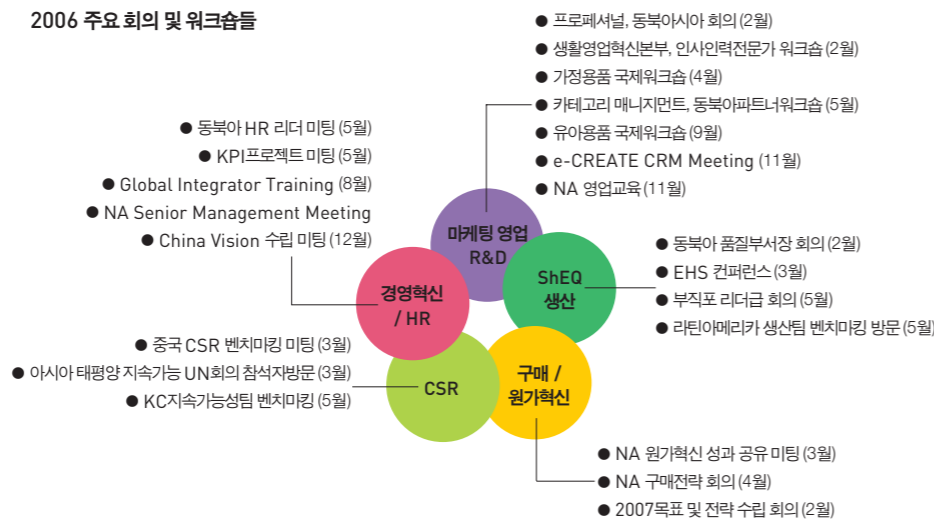
유한킴벌리는 창립 이래 지난 4년간 사업영역을 넓히고, 우리제품을 중국, 동남아시아, 인도, 중동, 동유럽, 남아프리카, 남아메리카 등 전세계 29개 국가에 수출하는 국제적 기업으로 재창조되어가고 있습니다. 특히 기저귀 사업의 경우는 베이징, 상하이 등 초대형 도시 시장에서 고급품 시장을 선점했으며, 극동 러시아에도 2007년 시험 진출할 예정입니다. 생리대도 홍콩, 중국을 넘어 터키, 동유럽 국가에까지 수출시장을 확대해나가기 위해 노력하고자 합니다. 이에 수익성과 지속가능성 확보를 위해 창조적 혁신이 필요함을 절감하고 있으며 이를 위해 노력할 것입니다. 유한킴벌리는 내수시장중심에서 벗어나 새로운 수출시장을 창출해나기는데 주력하고 있습니다. 실제로 2006년 수출시장 국가 수가 계속 증가하고 있으며, 완제품도 프리미엄 기저귀를 중심으로 전체 수출 비중의 약 63%를 차지하는 등 급상승하고 있습니다. 지난 4년간 수출실적은 약 200% 신장하였습니다.

수출 실적



기회 창출 “해외시장에서의 상생의 협력파트너”

유한킴벌리는 해외투자사는 별도로 없으나, 지난 4년간 문국현 사장이 주주사중의 하나인 킴벌리클라크로부터 북아시아 사업체들의 수탁경영을 위임받은 이래 정보 및 인력 교류를 활성화시키고 있습니다. 이를 통해 서로간의 상생을 위한 다양한 프로그램들을 진행시키고, 상호 새로운 미래 성장의 동력을 창출하는데 협력하고 있습니다. 2006년 동북아시아 사업장들과 함께 한 회의는 84회이며, 각 사업본부를 비롯 생산, 품질 등 여러 영역에서의 협력이 이뤄졌습니다. 또한 2007년 5월까지 31회의 국제협력회의가 진행되었습니다.



동북아시아 전사적 자원관리 구축 지원 및 인적 자원 개발 지원

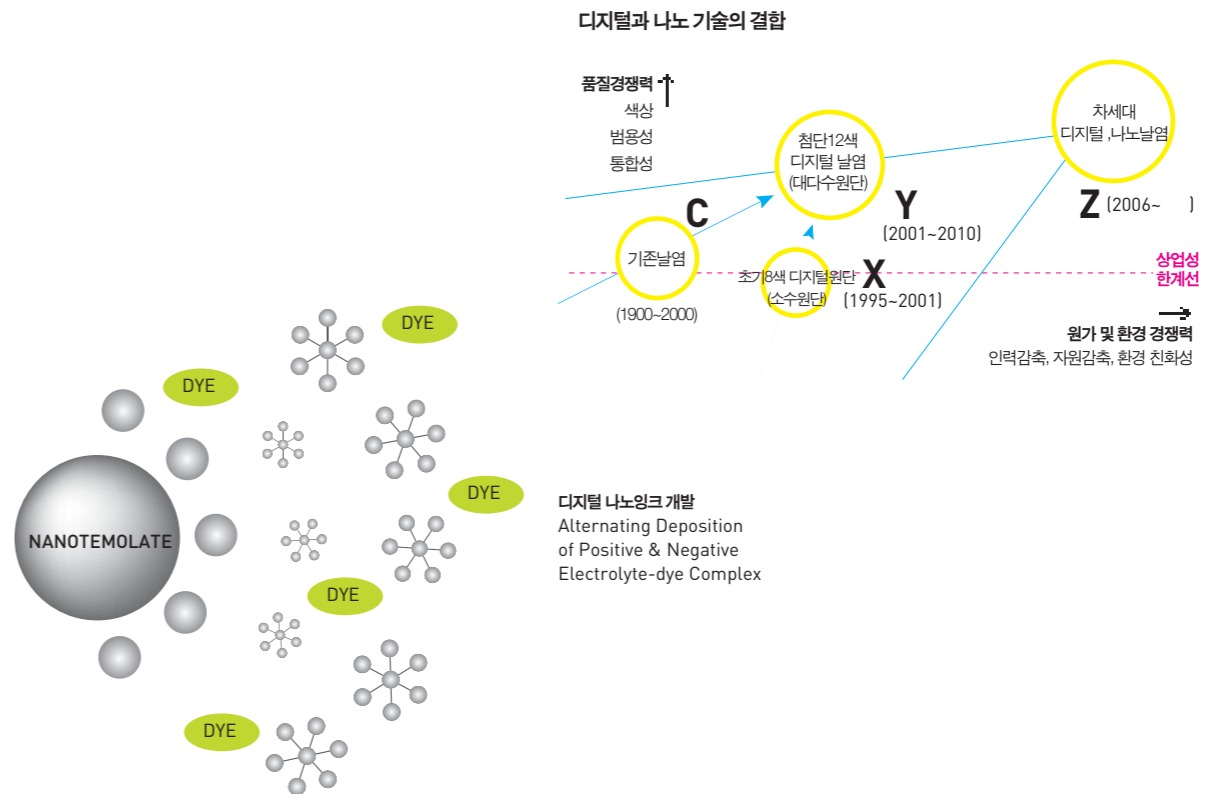
유한킴벌리는 제품과 서비스 수출뿐 아니라 뉴웨이(NEWAY)의 성공 경험을 바탕으로 킴벌리클라크 투자사인 KC차이나의 중국과 홍콩팀들에게 경영혁신 컨설팅(2005.9~2006.3)을 실시하고, 2007년 7월부터 전사적자원관리시스템이 가동되도록 돕고 있습니다. 또한 전문 인력 파견과 초대 등 다양한 기회를 통해 사례를 공유하고 있습니다. 그리고 해외시장의 성공적 진출을 위해 진출예정 국가의 언어와 문화교육을 지원하고 있습니다. 그외에도 국내시장 성공을 바탕으로 영업과 마케팅 전문 인력과 시장개발에 연결시켜 교육효과뿐만 아니라 판매성과도 얻고 있습니다. 일례로 머천다이징 아웃 소싱 회사인 유한 M&C도 현지 관측교육과 컨설팅으로 입체적인 시장 개발을 지원하고 있습니다. 이런 결과로 중국에서 유한킴벌리 프리미엄 기저귀는 돋보이는 판매 성과를 보이고 있습니다. 이러한 노력으로 새로운 시장에 대한 전망을 밝게 하고 있습니다.

웰빙 시장과 이머징 시장에서의 가치 창조

유한킴벌리는 성장동력이 될 차세대 사업 발굴을 위해 디지털날염 사업, 병원위생용품, 성인위생용품과 같은 건강위생용품 시장을 개척해나가고 있습니다. 이중 호주, 대만, 홍콩과 남중국 등에 수출되는 물티슈와 마스크는 전년 대비 매출액이 28% 성장을 하였습니다.

새로운 섬유산업의 개척, 디지털날염사업의 나노컬러런트 상용화

나노청정기술센터가 2005년 9월에 개발한 ‘나노컬러런트’ 를 2006년 9월에 상용화함으로써, 무공해 청정 날염을 실현하였습니다. 이는 수질오염 원인인 전처리 공정을 생략하고, 습식 후처리 방식을 건식으로 대체할 수 있기 때문입니다. 날염공정의 획기적인 단축으로 디자인부터 프린팅까지 ‘1 Day Process’ 를 완성했으며, 우수한 컬러표현과 뛰어난 견뢰도를 통해 다양한 분야에서 최상의 제품을 생산할 수 있도록 디지털 날염의 수준을 한 단계 끌어올리고 있습니다. 참고로 나노컬러런트는 2003년 정부의 청정생산 기술개발사업 과제로 채택되어 2년에 걸쳐 일구어낸 성과입니다. 기존날염대비 수계독성부분을 1/5로, 산성화를 1/125로 줄인 지구와 환경을 생각하는 섬유패션산업의 획기적인 생산솔루션입니다. 우수한 컬러표현으로 최상의 제품 생산이 가능해 IT와 패션의 접목을 통해 세계 섬유패션산업에서 우리나라 디지털날염 수준을 향상시키는데 기여할 것입니다.



DTP의 새로운 도전 - 수출타당성 검토

유한킴벌리는 국내외 전시회, 이벤트 참가를 통해 섬유, 패션마켓에 DTP를 알려왔습니다. 2006년 1월 독일에서 개최된 '하임텍스타일 2006' 전시회에 유한인력원과 함께 참가하여 유럽시장에 유한킴벌리와 나노컬러린트의 가능성을 알렸습니다.

2006 DTP사업 참여 전시회

전시회명	시기	개최장소	성과와 성과
하임텍스타일 2006 Heimtextil 2006	1.11~1.14	프랑크푸르트, 독일	· 세계 최대 가정직물 및 섬유 전시회 · 나노컬러린트 유럽시장 런칭
2006 대한민국 섬유교역전 Preview in Seoul 2006	9.6~8	코엑스, 서울	· 국내 최대 섬유직물 패션 전시회 · 협력회사와의 공동관 운영 · DTP 비즈니스활용모델 제시
2006 대한민국 기술대전	10.25~28	코엑스, 서울	· 국내 최첨단 신기술 전시회 · 나노컬러린트 친환경 우수성 고지
2006 친환경 상품전	11.23~26	코엑스, 서울	· 국내 최대규모 친환경전시회 · 나노컬러린트 활용한 현장 프린팅 이벤트, 친환경 기술 알림
유한킴벌리, 생산기술연구원 공동개최 포커스그룹 세미나	6.15	생산기술연구원, 안산	· 날염업계 시장 및 공장장 대상 전문세미나 · 품질 및 가격등 비교분석 통한 DTP 우수성, 활용도 제시

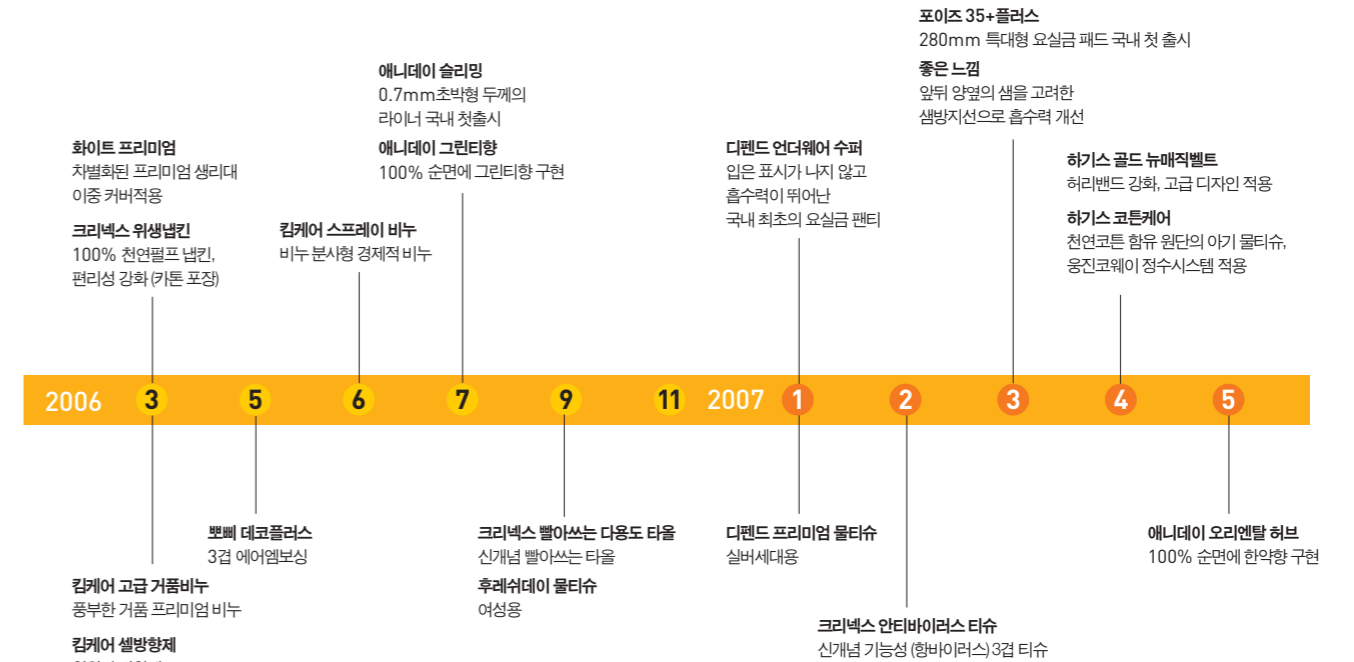
차세대 디지털 날염기술의 국산화 과제 수행

DTP사업부는 산업자원부 중기거점기술개발사업의 일환으로 '차세대 디지털 날염기술의 국산화 기술 개발 사업'에 참여, 1차년도 (2005.7.1~2006.6.30)에 고속용 반응성 잉크 8종을 개발하였으며, 2차년도 (2006.7.1~2007.6.30)에 고속용 나노잉크 4종을 개발중입니다. 본 프로젝트는 5년간(2005~2010) 2단계에 걸쳐 145억원을 정부가 지원하며, 유한킴벌리는 중점개발과제 5개 중에 '고효율, 고감성 잉크 개발' 담당업체로 선정되어 이를 추진하고 있습니다.

서울시 '고부가가치 패션산업을 위한 디자인 R&D 클러스터 육성사업' 참여

유한킴벌리는 2006년 8월부터 서울시가 주관하는 '고부가가치 패션산업을 위한 디자인 R&D 클러스터 육성사업'에 참여하고 있습니다. 이는 DTP 직무교육, 디자인 및 생산기술 개발 등을 포함하고 있습니다. 1단계 사업 기간(2006.8~2008.7)동안 서울시는 연간 8억원을 지원하며, 1단계 결과에 따라 2단계 사업 (2008.08~2010.07)을 추가 진행합니다.

창조적인 가치와 기술 반영한 신제품들



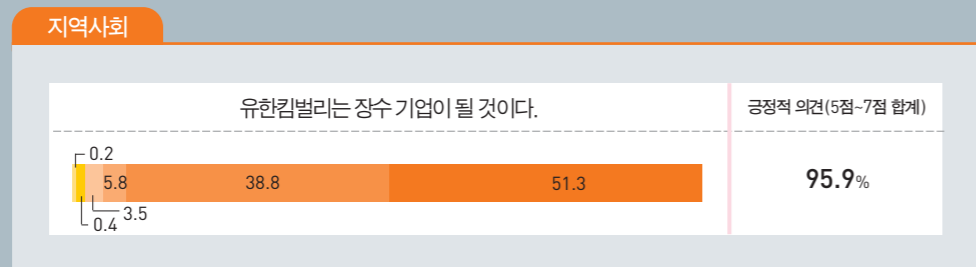
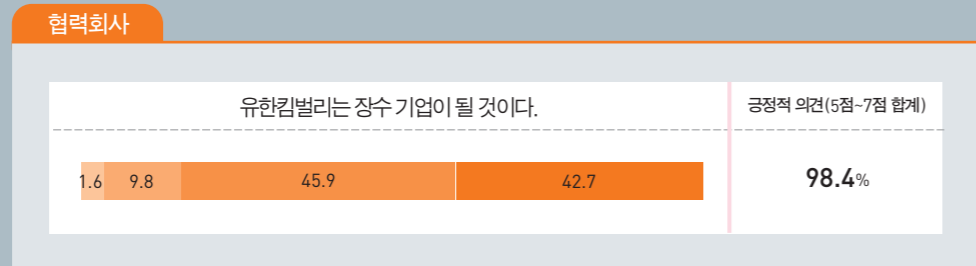
tip 섬유산업의 재도약, 디지털 날염 공정의 경쟁력 비교

기존 날염산업은 제작공정의 복잡함으로 많은 시간과 인력이 들었으며, 수질오염 등 환경에 직접적으로 심각한 영향을 주었으나, DTP는 전공정을 컴퓨터로 처리해, 수질오염 없이 복잡한 날염 공정을 단순한 첨단 날염방식입니다. 이를 통해 디자인 원본 재현 및 다양한 디자인 응용이 가능하며, 신속한 샘플 제작으로 패션 변화에 신속히 대응할 수 있고, 다품종 소량생산이 가능해져 고부가가치를 실현할 수 있는 효과적인 차세대 날염시스템으로 각광받고 있습니다.



이해관계자 조사결과 - 지속가능성에 대한 의견

유한킴벌리의 경제적 성과를 포괄하는 종합적인 이해관계자들의 의견을 물어보았습니다. 그 결과, 지속 가능한 장수기업이 될 것이라는 점에 높은 평가를 받았습니다. 앞으로도 더욱 노력하는 유한킴벌리가 되겠습니다.



본 내용은 유한킴벌리 임직원 431개, 협력회사 61개, 지역사회 주민 및 단체 121개의 설문지를 수거해 신뢰도 95%에 해당하는 샘플을 대상으로 분석했습니다. 7개 척도를 사용하였으며, 상위 3개의 척도를 합산하여 긍정적 의견으로 표기하였습니다. (자세한 내용은 부록에 설명됨)



사회책임경영은 기업이 자발적으로 사회·경제적 문제 및 이해관계자와의 상호작용을 기업가치 및 활동에 통합하는 것입니다.

SOCIAL VALUE

사회성과



주주 글로벌 콤팩트 가입 통한 투명경영 실천, 문국현 사장 이사회 회장 선임, 잠재적 리스크 진단 실시 및 체계적인 위기관리 시스템 운영
 사원 고용창출 1.5% 증가, 생산직 교육 연 306시간, 교육훈련비 5.8% 증가, 산재율 0.12%, 행동규범 교육 연 4회 실시, 비전 공유 간담회 전사적 실시, 노조 임금교섭 회사 일임 및 단체협약(정년연장 등), 본사 시차출퇴근제 확대, 가족친화경영 우수기업 표창

협력회사 협력회사 범위 설정 및 지원 전략개발 위한 전 사업부문 참여 논의(실질 협력회사수 1,029개), 대중소 파트너십 프로젝트 완료 및 성과보고회 개최, 협력회사 상생지원 확대

주요 사회 성과 요약

고객 제품 안전 정책 실현, 제품 영향 감소를 위한 품질개선 프로젝트 추진, 생산직 사원 소비자불만 체험 프로그램 실시, 고객 의견청취 21만여 명, 해외시장으로 고객 조사 확대, 웹회원 120만여 명과 커뮤니케이션, 여성 청소년 위한 성교육 20 여 만명 실시

지역사회 사회공헌 기금 112억 5천만원 투자, 가족친화 및 사회발전 분야 투자 2.7배 증가, 우리강산 푸르게 푸르게 해외조림활동 확대, 사원봉사활동 총 218건, 참여인원 15,142명

1' 주주 Shareholder

투명한 지배구조

기업지배구조

유한킴벌리의 주식은 유한양행 30%, 킴벌리 클라크 Trading LLC가 70%를 소유하고 있으며
납입 자본금은 2,000억 원입니다.

이사회

유한킴벌리 이사회는 사업운영상 주요사항을 의결합니다. 이사들은 주주총회에서 선임되며,
이들은 경영 전반의 경험과 전문지식을 보유한 이들로, 주주의 장기적인 가치 증진과 이해관계자 권익을 위해 노력하고 있습니다.
이사회는 유한킴벌리 문국현 대표이사 사장, 이덕진 부사장, 김중곤 부사장과 유한양행 차중근 대표이사 사장,
킴벌리 클라크 로버트 이 에버나씨 신규성장사업 그룹사장, 로버트 이 토버 대만 사장,
에를 따블류 플라우만 동북아 부사장과 서백영 감사 등 총 7명의 이사와 1명의 감사로 구성되어 있습니다.
참고로, 유한킴벌리 대표이사는 한국의 경영성과를 인정받아 2003년부터 킴벌리 클라크로부터 동북아(중국, 일본, 대만,
홍콩, 극동러시아, 몽골 지역) 경영을 위임받아 함께 경영하고 있습니다.

연도별 이사회 결정사항

연 도	주요 이사회 내용 및 결정사항
2005	기업의 사회적 책임 확장을 위해 사회공헌기금의 매출액 1.5% 이내 사용 의결
2006	대차대조표 및 손익계산서 등 심의
2007	문국현 사장, 대표이사 및 사장-이사회 회장 선임
	로버트 이 에버나씨 사장, 대표이사로 선임
	이사회 주관 순서 결정(이사 문국현, 이사 차중근, 이사 로버트 이 에버나씨 순)

의사결정 및 임원 보상 체계

유한킴벌리 이사회는 주식회사에 준한 상법 규정을 따르며, 주요 투자나 신규사업 진출처럼 주주 승인이
필요한 경우 과반수 이상 의사결정 정족수를 넘는 것을 원칙으로 의사결정을 하고 있습니다.
그의 의사결정은 전문경영인인 대표이사에게 위임하고 있습니다. 임원들의 보상체계는 철저한 성과위주 급여체계로서,
재무적·비재무적 평가결과에 따라 연봉 및 인센티브를 지급합니다.

글로벌 콤팩트 (The Global Compact) 가입

유한킴벌리는 기업의 사회적 책임 실천을 활성화하도록 자발적인 가입을 권장하고 있는 국제협약인
UN 글로벌 콤팩트(UN Global Compact)에 2007년 3월 8일 가입했습니다.
유한킴벌리는 모범적으로 글로벌 콤팩트 10대 원칙을 준수하고, 향후 실천성과를 공개하여 이해관계자와의 커뮤니케이션을
실천해나갈 예정입니다. 이러한 노력을 통해 다른 한국기업의 참여를 독려하고 확산하는데도 기여하고자 합니다.

체계적인 위기관리

위기관리 정책 수립 및 시행

유한킴벌리 위기관리시스템은 사전 예방을 원칙으로 합니다. 환경변화와 니즈를 사전에 파악하여 경영에 반영하도록
이슈 분석과 보고, 위기에방 정책 수립 및 위기관리팀 운영, 리스크 사전진단, 위기관리 훈련 및 평가 등이 이루어지고 있습니다.
2006년 7~9월 잠재적 리스크 진단을 실시하고 결과를 공유하였으며, 11월에 임원 대상으로 32개 항목의 리스크 진단을 실시한 결과
평균값 이상인 제품안전성, 원료 안전성, 규제 및 수출입 장벽 등 15개 항목을 집중관리하고 있습니다.

위기관리 매뉴얼 업데이트

위기관리 매뉴얼은 총 2권이며, 공장별 매뉴얼(안전, 품질, 보안 관련)을 별도로 운영하고 있습니다.
위기 진단결과를 2006년 12월 매뉴얼에 반영해 이를 공유하고 있습니다.
참고로, 2006년 지역 전염성 질환 발생(조류 인플루엔자 등)을 위기 유형에 추가해 능동적으로 대처하였습니다.

위기관리 훈련

2006년 위기관리 매뉴얼 활용 교육은 온라인으로 이루어졌으며, 주요 제품 시안별 위기관리 훈련이 진행되었습니다.
또한 사업장별로 안전, 품질, 환경 등에 관한 위기관리 훈련이 진행되었습니다.

위기 진단

2006 잠재적 리스크 진단을 위해 전
문팀에 의뢰해 3개월간 총 18회에
걸친 인터뷰를 진행하였고 결과를
공유하는 설명회를 가졌습니다. 진
단결과를 토대로 2007년 후속 계획
을 마련할 계획입니다.

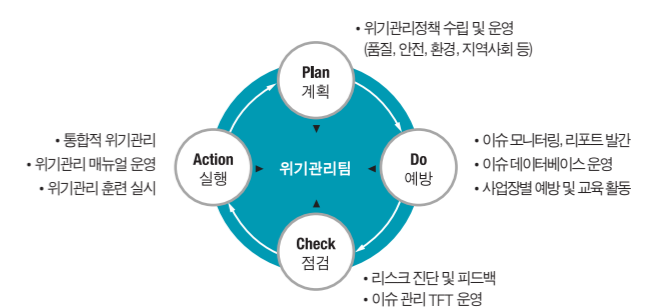
2006 잠재적 리스크 진단

연 월	이해관계자 그룹	횟 수	내용 및 결과 활용
2006. 7	국내 4개 NGO단체 (환경재단, 환경운동연합, 여성환경연대, 녹색소비자연대)	총 4회(NGO별 1회)	기업, 제품 트렌드와 요구 사항
2006. 8-9	유한킴벌리 실무부서 (제품개발, 품질팀 등 총 12개 부서)	총 12회(부서별 1회)	각 제품, 안전, 환경, 공급망관리 부문 잠재적 리스크 진단
2006. 8	대리점	총 2회(대리점 별 1회)	제품 취급상 잠재적 리스크 진단

이슈 모니터링, 리포트 발간, 이슈 데이터베이스 구축

격주로 이슈를 모니터링하고 분석한 리포트 발간을 통해 환경
변화와 요구에 관심을 기울임으로써 회사 각 부문이 올바른
정책 결정을 하도록 돕고 있습니다. 2006년 27권, 2007년 1분
기 9권이 발간되었으며 제품안전기준 변경, 제품 및 환경에 대
한 사회적 요구, 국내외 시장 환경 변화 등 총 343건의 이슈 및
정보가 제공되었습니다. 이슈 데이터베이스는 2006년까지 관
련자에게 개별 제공되었으며, 2007년부터 인트라넷을 통해 상
시 제공될 예정입니다.

유한킴벌리 위기관리 시스템



2 | 사원 Employee

좋은 일자리 제공

숫자로 보는 유한킴벌리 고용현황

분류		2004	2005	2006	2007**
고용	전체사원수(명)	1602	1680	1706	1713
	장애인 고용(%)*	1.7	1.9	2.0	2.2
	계약직고용(명)	19	19	24	14
	고용창출률(%)	0.06	4.9	1.5	0.4
	평균 근속 연수(년)	11.6	11.8	12.6	12.9
이직	이직률(%)	0.3	0.2	0.2	0.1
	전체(%)	15.0	15.5	15.7	15.7
여성인력	수석부장이상(%)	9.5	9.8	9.3	11.3*
	사무·연구직분포(%)	31.5	33.1	33.0	31.2
	신규 채용(%)	35.9	21.0	29.4	38.5
출산	출산휴가사용률(%)	100	100	100	100
	출산휴가사용자(명)	34	18	21	15
	출산휴가후 복직률(%)	100	100	100	100
	배우자출산휴가 사용률(%)	100	100	100	100
	배우자출산휴가 사용자(명)	96	63	103	40

* 고용창출률 = (당해년도인원수 - 지난년도 인원수) / 지난년도 인원수 × 100
 * 이직률 = (월평균 이직자수 / 월평균 근로자수) × 100
 * 여성중역 2007년 13.7%
 * 장애인 고용인원 : 한국장애인고용촉진공단의 산정기준에 의함 (월평균고용자수 × 12)
 ** 2007년 5월까지 기준

사원수 개요

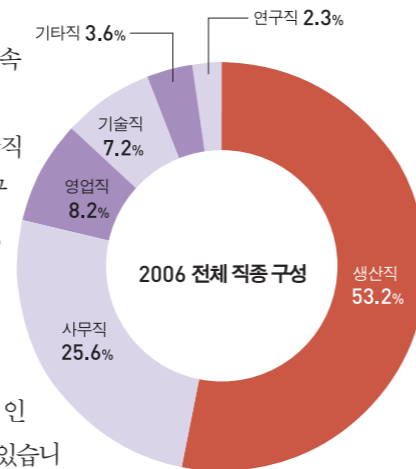
유한킴벌리 2006년 총사원수는 1,706명으로, 주로 정규직을 고용하고 있습니다. 평균 근속 연수는 12.6년(남성 13.2년, 여성 9.1년)입니다.

직종구성은 생산직 53.2%, 사무직 25.6%, 영업직 8.2%, 기술직 7.2%, 기타직 3.6%, 연구직 2.3%로 되어 있습니다. 남녀 비율은 84 : 16이며, 여성 사원은 본사 사무직(40.5%), 연구직(35.9%)직종에서 상대적으로 높습니다. 단체협약이 적용되는 조합원수는 961명이며, 조합대상의 약 80%가 노동조합에 가입하고 있습니다.

평등 고용 원칙

행동규범과 취업규칙(제89-90조)에 따라 평등한 고용을 보장하고, 제반 인사관리에 있어 인 권 존중과 인종, 성별, 연령, 종교, 국적, 신체장애에 의한 차별을 금지하고, 이를 준수하고 있습니다.

인사평가 및 승진규정에 근거해 남녀성별차이 없이 능력에 의해 평가받고 그에 적합한 급여를 받습니다. 차별관행이 있을 시 자체 신고 절차를 갖고 있습니다.



고용창출률 및 이직률

2006년 이직률은 연평균 0.2%로서 고용안정성과 만족도가 높은 편이며, 국내 제조업 평균(2.4%, 통계청 노동통계)보다 낮습니다. 근속연수도 증가 추세이어서 평균 근속 연수는 12.9년입니다. 고용신규창출은 1.5%입니다.

임직원 인권보호

사원을 뽑을 때 면접관을 대상으로 피면접인의 인권보호 및 차별근절을 위한 인권존중교육을 실시하고 있으며, 전사원 대상으로 성희롱 교육을 정기적으로 실시하고 있습니다. (연 1회 필수) 또한 경비, 경호, 보안담당 사원을 대상으로 헌법 및 형사법이 규정한 인권 보호 조항들을 교육하고 있습니다.

결사자유정책

유한킴벌리는 결사자유를 존중합니다. 노동조합 및 대표기구 결성을 보장하며 노동조합 및 노동관계조정법, 단체협약, 조합규약 등에서 정하는 바에 따라 단체협약에 정해진 경우를 제외하고, 사원들이 자율적으로 조합원이 될 권리를 존중하고 있습니다.

구조조정 관련 원칙 수립

유한킴벌리는 물리적·강제적 구조조정은 하지 않습니다. 단 취업규칙 제52조에 따른 해당사항으로 인해 임직원을 해고할 사유가 발생할 경우를 제외합니다.

이동노동 및 강제노동 금지 조항 준수

유한킴벌리는 국제노동기구의 이동노동 및 강제노동 금지규정을 준수하고 있습니다. 또한 모성보호 차원에서 취업규칙과 단체협약에 산후 1년 경과 여성과 임신중 여성의 시간외 근로와 심야근로의 금지, 산전 후 휴가 90일 실시 등의 항목을 넣어 이를 준수하고 있으며, 2006년 위반사항은 없었습니다.

고충처리 제도 운영

임직원 불만이나 고충 처리를 돕기 위하여 노사가 협력하고 있습니다. 노사 각 1명을 고충처리 위원으로 임명하고 있으며, 상담실을 마련하여 수시 상담하며, 노동조합도 조합홈페이지를 활용하여 제안이나 고충사항을 접수하거나, 노조지부장과의 대화시간을 활용하여 고충을 수렴하고 있습니다. 상담 후 10일 이내 결과를 회신하고, 특기사항은 매일 노사간담회와 노사협의회회의 의의를 통해 처리하고 있습니다. 지난 5년간 부당노동행위 구제신청 사례는 없습니다.

임직원 고충처리 제도 주요 일지

일자	내용	처리결과
3. 28	황사 대비[한]마스크 지급 요청	각 기장실 황사 대비마스크 비치
6. 30	초지현장 열음 조끼 지급 요청	TFT 구성해검토, 에어컨 설치 업그레이드
6. 18	남자화장실비데 설치 홍보 요청	총무팀 비데 설치 홍보 스티커 부착
8. 30	식당 밥 설어는 것 문제 제기	조리원 교육 실시 통해 양질 식사 제공

* 고충처리 접수 건수는 총 38건으로 공개 가능한 내용 일부를 소개했습니다.

인재 양성과 공정한 평가

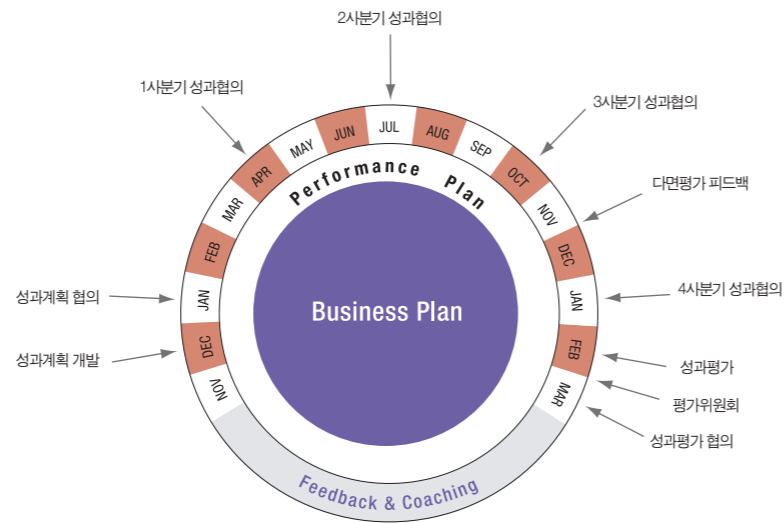
사원들의 성과관리

업무 성과관리를 위해 1년 주기 성과 관리 체계(GPM)에 근거해 계획을 세우고, 분기별로 연 4회 성과협의의 해나감으로써 사원들의 업무목표와 기대사항, 잠재적 장애요인 최소화 조치, 리더십 역량 고양 등을 총체적으로 조연하고 있습니다. 또한 사전면담을 실시해 목표를 설정하고, 결과를 피드백하고 있습니다.

공정한 평가 및 성과 지급

유한킴벌리는 개인 직무레벨과 역할, 성과에 따라 보상을 실시합니다. 360도 평가를 실시하며, 평가는 성과(Results)와 행동(Behaviors)을 기준으로 9단계 영역에서 이루어지며, 결과에 따라 최종 보상을 하고 있습니다. 연봉제(생산직 제외)를 운영중이며, 성별 동등하게 직무급을 기초로 동일 노동에 대해 동일 가치의 급여체계를 운영합니다. 참고로 2006년 대졸신입사원 초봉은 남녀 평균 3,500만원(상여금 700%기준)이며, 온라인 리크루팅업체 잡코리아(www.jobkorea.co.kr) 조사결과 업계평균을 상회하는 수준입니다.

성과관리 시스템



평생학습

평생학습 정책

유한킴벌리는 전사원을 대상으로 경쟁력 있는 지식근로자로 성장하도록 평생 재충전학습체계를 통하여 체계적으로 육성하고 있습니다. 이러한 평생학습 모델은 지속가능한 사원, 회사, 사회, 국가를 만드는데 기여하고 있습니다.

연간 교육 평균 시간

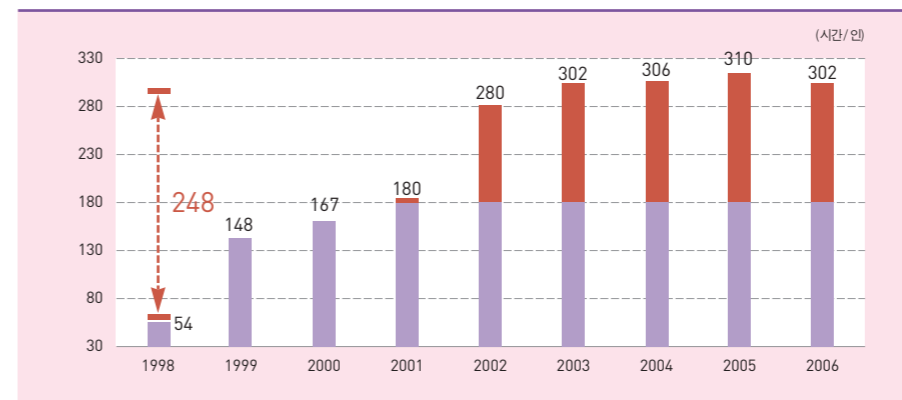
유한킴벌리 교육훈련 평균시간은 근로시간제와 연관성을 갖고 있습니다. 생산직 사원은 4조 2교대제 근무형태하에서 의무 교육일이 4주당 1.75일로서, 1인당 연간 평균 306시간을 교육받았습니다. 교육시 초과근로수당 지급을 통해 교육을 장려하고 있습니다.

평생학습 지원 현황

내용	2004	2005	2006
인건비 대비 교육훈련비율(%)	6.09	6.42	7.62
총 교육훈련비(백만원)	6,052	7,252	7,675
인당 교육훈련비(백만원)	3.78	4.32	4.50

*총교육훈련비 = 교육훈련비(영업보고서 기준 금액) + 강사인건비 + 교육특근비

연도별 회사부담 교육시간 (군포공장 현황)



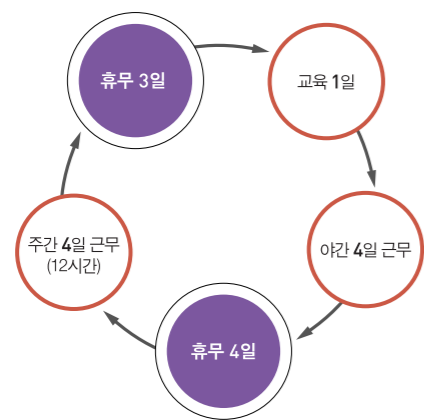
근무제도의 혁신

유한킴벌리가 생산직 사원들을 대상으로 실시하고 있는 4조 2교대 근무형태와 교육의 지원은 좋은 경영혁신의 사례로서 사회적 관심이 되고 있습니다. 안정적인 고용과 여유조 운영을 통해 창조형 지식근로자를 양성한다는 점과 청년실업문제 해결을 위한 모범사례로서도 긍정적으로 평가되고 있습니다.

생애주기를 고려한 유한킴벌리 평생학습 개념



생애주기를 고려한 유한킴벌리 평생학습 개념



근무제도 도입 시기

도입시기	근무제도	해당 직군
1993	4조 3교대	대전공장 생산직
1994	사차출퇴근제	본사 관리직
1997	4조 2교대	김천공장 생산직 일부 (33% 증원채용 지속효과)
1998	4조 2교대	군포공장 생산직 일부 (25% 감원예방효과)
1999	현장출퇴근제 (On-field work)	생활용품 영업사원 (화, 수, 목, 금 9시 30분 현장 출근)
	4조 2교대	김천공장, 군포공장, 부직포공장 전체 (25% 감원예방효과)
2004	4조 2교대	대전공장 (4조 3교대 → 4조 2교대) 전환
2005	현장출퇴근제	생활용품 영업사원 (화, 수, 목 11시 현장 출근)
2007	사차출퇴근제	본사관리직 (출근 7~10시)로 변경

적극적인 평생학습 교육프로그램 운영

유한킴벌리는 경쟁력 향상을 위해 교육훈련시간을 지속적으로 늘리고 있으며, 교육에 있어 다양성을 존중하고 있습니다. 생산직은 연간일정에 근거해 프로그램을 사전에 제시해주고 있으며, 직무교육은 주로 직무통합을 위한 다기능화 교육을 실시하며, 창의적 제안활동과 건강한 삶을 위해 교양과목을 확대시행하고 있습니다.

주요 교육훈련 프로그램

내용 대상	직무전문	기본 비즈니스 역량			글로벌 역량	일반 소양
		개인 역량	팀 역량	리더십 역량		
시니어 리더	Functional Excellence - 마케팅 - 영업 - 물류 - 재무 - 구매 - 엔지니어 - 안전 / 환경	정명준 하계 파견 Seri - CEO 파견리더 파견	OGSM 4 Roles of Leadership 7 직무 세션	OGSM 파견리더 (CAP) 유지리더	영웅 피리리드 인턴 / 영웅 자선단 중급 해외 연수 초이스 그룹	영웅 / 안전 / 환경 패티스 그룹
	Internal School - 마케팅 스쿨 - 물류 대학 - 환경경영스쿨 - 컨설턴트스쿨	워킹인 MBA 파견리더의 사명 커뮤니케이션 스킬 리더십 향상 S-OJT 파견리더 인턴십 리더십 안전리더	파견리더 파견리더 인턴 파견리더 인턴십 파견리더 인턴 파견리더 인턴	파견리더 인턴십 파견리더 인턴 파견리더 인턴 파견리더 인턴	영웅 피리리드 인턴 / 영웅 자선단 중급 해외 연수 초이스 그룹	영웅 / 안전 / 환경 패티스 그룹
팀 멤버	- 단기 해외 위탁교육 - 경영대학원 위탁교육	사이버 대학원 신수리더	신수리더 신수리더 신수리더 신수리더	신수리더 신수리더 신수리더 신수리더	신수리더 신수리더 신수리더 신수리더	신수리더 신수리더 신수리더 신수리더

OJT 사내교육 e-러닝 외부위탁 스터디 그룹

주요 교육훈련 프로그램

종류	내용
직무 전문 / 양성 교육	<ul style="list-style-type: none"> Excellence팀 운영 - 마케팅, 엔지니어링, 구매, 재무, 물류, 영업 전문스쿨 운영 - 마케팅, 환경경영, 컨설턴트 스쿨, 물류컬리지 위탁교육 - 단기해외, 경영대학원 위탁교육 등
기본 비즈니스 역량 교육	<ul style="list-style-type: none"> 직무교육 - 신입사원 대상 OJT' 와 Off - JT 결합형식 신기술 습득 3주과정 - 새 생산기계 도입 시이론, OJT 교육 실시 전문기 기술심화교육 - 10년이상 오퍼레이터 대상 교육 실시 문제해결능력기법교육 - 생산공정문제 해결 위한 교육 월 32시간 지식근로자 양성교육 프로그램 - 워크숍로 진행
글로벌 역량 교육	<ul style="list-style-type: none"> 개인역량 / 팀역량 / 리더십역량 개발 교육
글로벌 역량 교육	<ul style="list-style-type: none"> 외국어교육지원 / 중국전문가 과정 운영 / 해외연수 및 파견근무
일반 소양 교육	<ul style="list-style-type: none"> 특강, 독서통신교육 및 독서클럽 지원, 자원봉사활동 기회 제공

*상세자료링크(생산직 직무교육 및 고성과생산조직) - 2006 지속가능성보고서 72페이지

용어정의

OJT'(On-The Job Training) 업무수행의 중단 없이 직무에 종사하면서 지도교육을 받는 것으로 관리자 · 감독자는 업무수행상의 지휘감독자이자 업무수행과정에서 부하직원의 능력향상을 책임지는 교육자가 되는 것입니다.

고성과 생산조직의 효과

사원들에게 근무일과 휴무일을 사전계획함으로써 계획적인 생활을 가능하게 했고, 육체 피로 감소로 안전 사고 위험성을 감소시켰으며, 심화된 직무교육, 신기술 및 교양습득을 통해 경력개발을 가능하게 해주었습니다. 반면 회사도 경쟁력 강화, 제안증가, 시설가동률 극대화, 산업재해를 감소, 불량률 감소 등의 효과를 거둘 수 있었습니다.

사원 안전 최우선

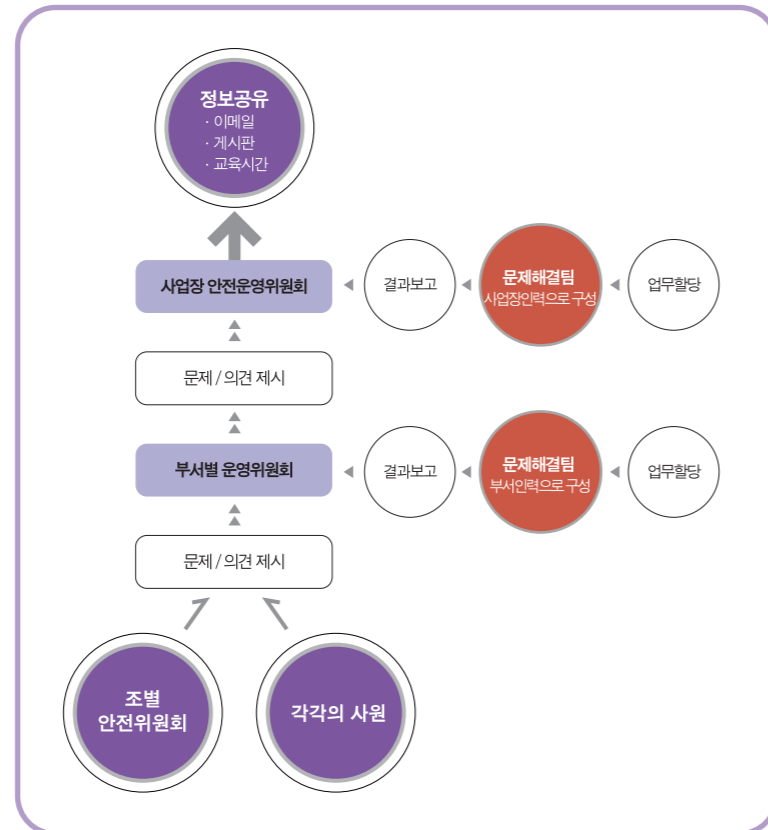
사전 예방 중시

유한킴벌리는 안전하면서도 고객들의 기대에 부합하는 제품을 생산, 판매하는데 주력하고 있으며 사업활동에 있어서 사원들의 안전을 가장 첫번째로 고려해야 하는 “가치(Value)” 로서 생각하고 있습니다.
 이에 제조 및 지원 사업장에서는 “무사고”를 목표로 지속적인 설비의 개선, 효율적인 안전시스템의 개발과 운영 그리고 안전교육을 통한 인적 오류의 제거와 같은 안전경영의 3가지 기본전략을 충실히 이행하고 있습니다.

산업안전보건위원회의 운영

유한킴벌리는 노사협의회와 별도로 산업안전보건위원회 구성을 규정한 개정산업안전보건 규정법(2006년 9월)을 이전부터 운영하고 있습니다. 노사 동수로 구성된 산업안전보건위원회는 안전보건에 대한 최고의결기구이며, 소위원회들을 두고 있습니다. 이중 노경공동목표 추진팀(상설팀)들의 활약이 두드러졌는데, 안전, 환경, 품질, 생산, 노경문화 등을 개선하기 위한 여러 가지 활동들을 노경합동으로 진행하고 있습니다.

안전보건 운영위원회 운영 프로세스



산업안전보건에 관한 노사합의 사항

2006년 노사가 합의한 내용 중 안전보건사항은 사원 및 가족에 대한 의료비지원 확대와 특정질병에 대한 진단범위 확대와 같은 의료 및 개인건강과 관련한 사항들이 포함되어 있습니다.
 또한, 각 사업장의 안전보건 위원회에서는 다음과 같은 프로그램들을 검토/심의하여 이슈가 되는 사항들에 대해서는 문제 해결팀을 구성하고 예산배정을 통하여 체계적으로 해결하고 있습니다.
 - 근골격계 예방 프로그램 및 사원체력 증진에 관한 심의
 - 사원 일반 및 특수 건강 검진에 관한 심의
 - 작업환경 측정 결과 및 건강진단 결과에 대한 심의

국제 규범 및 표준 준수

유한킴벌리 안전보건경영시스템의 규정들은 국제노동기구(ILO)의 안전보건경영시스템 지침의 내용을 포함하여 관리하고 있습니다. 단체협약(제8장 산업안전보건 및 재해보상)을 통해 내부지침을 실천하며, 의무실을 상시 운영하고 있습니다.
 또한 각 사업장은 매년 1회 내부감사와 3년에 1회 외부감사를 실시하고 있습니다. 감사결과는 과거 5년간 근로기준법, 노동관련 법령의 위반사례는 발생하지 않았습니다.

국제노동기구(ILO) 산업안전보건 관리 항목 준수현황

범주	협약번호	협약명 및 해당조항	해당조항수(개)	준수현황(%)	개선노력
산업 안전	120	상업 및 사무직 부문 위생에 관한 협약(7조 ~ 19조)	13	100	유한킴벌리 생산사업장은 저동 형온합습 설비를 갖추어 근무시간중 쾌적한 환경에서 근무할 수 있으며, 사무실이나 사업장 내부의 유해성물질 발생 여부와 조도를 정기적으로 측정, 점검하고 있습니다.
	148	공해, 소음, 진동으로 인한 작업환경상 위험으로부터 근로자 보호에 관한 협약(7조 ~15조)	9	100	2006년 신규 유아 및 여성용품 기계들 (대전과 군포공장)은 설계단계부터 소음 절감이 고려되었으며, 작업장 소음수치 80dB이하를 목표로 개선을 진행하고 있으며, 개인보호구 지급을 이행하고 있습니다.
	155	산업 안전보건과 작업환경에 관한 협약(16조 ~ 21조)	6	100	유한킴벌리 사업장은 연1회 신규위험인자 발굴작업과 목록 업데이트를 진행하여 위험인자를 파악하고 파악된 위험인자는 위험성 평가후 목록화와 우선순위 평가를 거쳐 개선을 진행하고 있습니다. 특히 협약 19조 바항의 모든 사원들이 안전하게 업무에 임할 권리를 문서화 및 절차화해서 실천에 옮기고 있습니다.
	170	작업장에서의 화학물질 사용 안전에 관한 협약(10조 ~ 17조)	8	100	사업장내 사용 화학물질은 구매단계부터 검토를 거치며, 신규자재나 기존자재 변경시 안전성을 확보한 경우에만 구매 및 사용허가를 받는 프로세스를 운영하고 있습니다. 화학물질은 사용 전 교육을 하며, 구입-취급-운송-폐기 과정을 문서화하여 동일한 방법으로 프로세스가 진행될 수 있도록 하고 있습니다.
	174	중대산업사고의 예방에 관한 협약(7조 ~14조)	8	100	매년 사업장의 설비 및 작업내용은 목록화하고, 연1회 정기적으로 진행되는 중대사고예방프로세스를 통하여 사업장내외의 잠재위험들을 파악해서 업데이트 하고 있습니다. 2006년 파악된 주요 잠재위험으로는 국외출장중 납치, 상해, 사망 등과 같은 사고와 조류독감 유행에 관한 것이었습니다.

*ILO협약중 산업안전 항목은 총 13개 협약이며, 이중 유한킴벌리 해당사항은 5개 협약으로 요약할 수 있습니다.

사전예방적 질병예방 및 건강증진 정책과 프로그램

유한킴벌리는 법정 진단과 더불어 종합적인 건강진단 프로그램을 수립하여 사전 진단 및 질병치료를 지원하고 있습니다.

2006년에는 비만과 근골격계 질환에 관련된 프로그램과 스트레스 경감 프로그램을 진행하였습니다. 근골격계 질환예방 프로그램은 5단계로 나누어 사전 원인규명을 위한 설문과 인터뷰를 실시하고 의료진과의 정기상담을 병행하여 조기 관리할 수 있는 프로그램을 운영하고 있습니다. 그외 2006년에 실행한 프로그램은 아래와 같습니다.

운동·영양 상담 및 개별 처방 연1회 사원체력조사결과를 분석하여 표준정상 체력에 미치지 못하는 경우 운동프로그램에 반영하도록 하고 있습니다.

비만·금연펀드 운영 도전한 사원들에게 3개월 동안 특정금액을 적립하고 목표체중(본인 체중의 5%)감량이나 금연에 성공하면 적립금액을 나눠주고 있습니다.

스트레스 관리 프로그램 생산직 사원 스트레스 수준 측정 결과를 바탕으로 경감 프로그램을 마련하였습니다. 이외에 스트레스 전문강좌나 전문가 상담 등도 이용하고 있습니다.

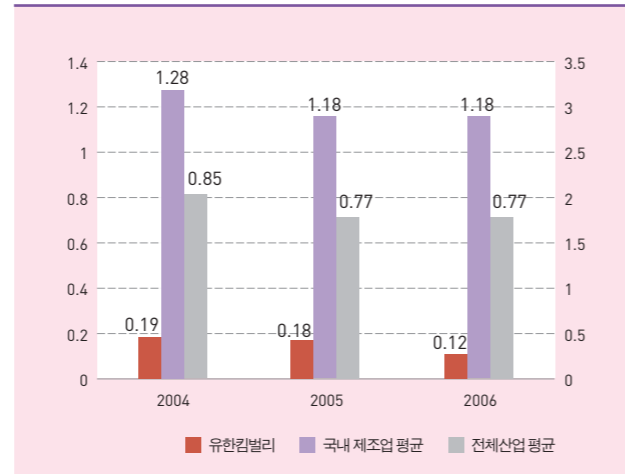
연도별 산재현황 및 재해율

유한킴벌리 사고로 인한 근로손실일수는 전산으로 등록·관리되며, 매월 자료가 최고경영자에게 보고되고 있습니다.

2006년 산재율은 0.12%(총2명)이며, 참고로 우리나라 제조업 평균 재해율은 0.77%입니다.

전 사원 총 결근일수는 총 7일로 결근손실은 낮습니다. (참고: 노동부, 2006년 산업재해현황)

산업재해율

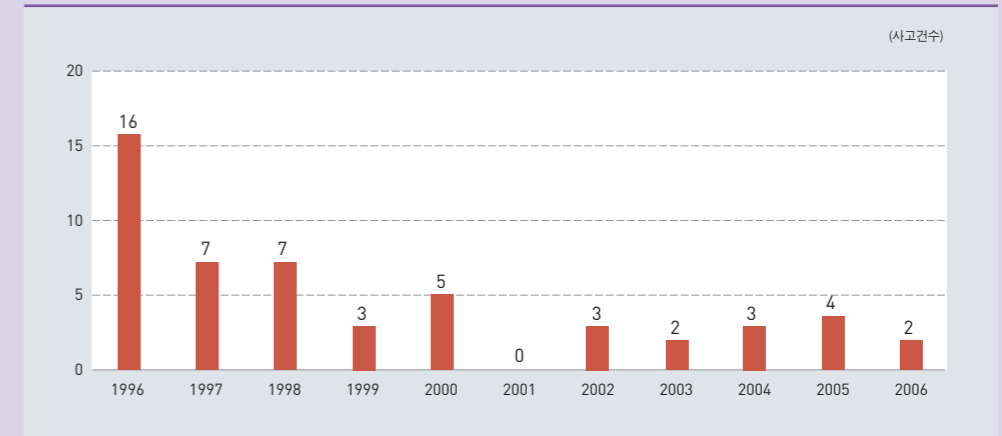


tip 4조 2교대 실시와 사고건수의 변화

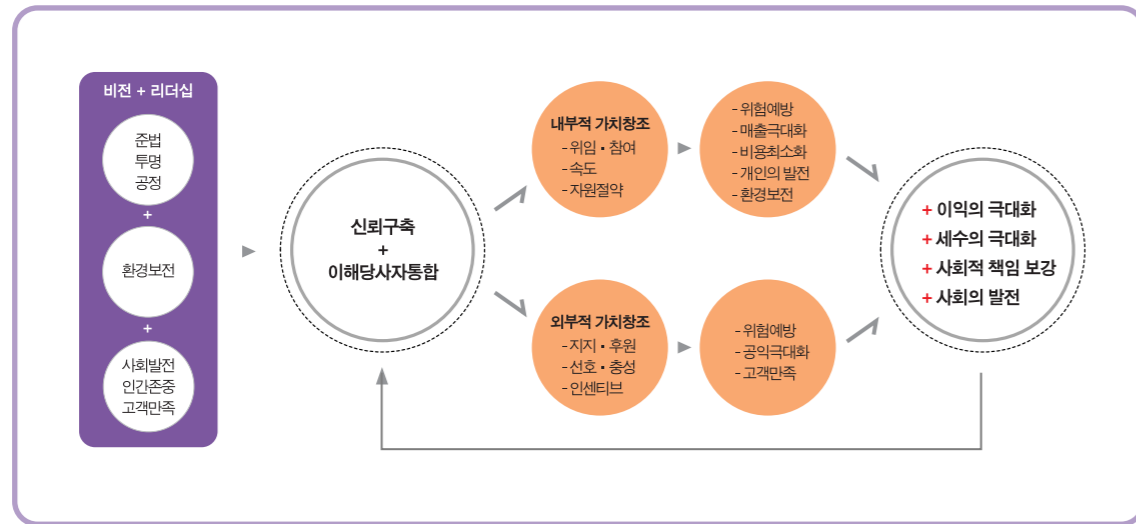
유한킴벌리 안전경영의 3가지 기본전략은 지속적인 설비의 개선, 효율적인 안전시스템의 개발과 운영 그리고 안전교육을 통한 인적 오류의 제거입니다. 이중 인적 오류를 제거하는 것이 가장 어렵고 시간이 걸리는 부분으로 많은 시행착오와 노력이 필요한 부분입니다.

4조 2교대의 도입은 우리에게 인적 오류를 제거하는데 획기적인 대안을 제시하였습니다. 일반적으로 인적 오류의 주요 원인은 개인의 지식부족, 불충분한 정보공유, 서로간의 불신 등에 의해서 나타나게 됩니다. 하지만, 4조 2교대의 도입으로 인하여 사원 개인의 업무능력과 지식개발, 안전문화형성에 필요한 정보공유, 그리고 임직원간의 원활한 커뮤니케이션이 매우 풍부하게 이루어지게 되었으며 체계적인 교육시스템을 구축하고 이를 실행함으로써 재해율 감소에 커다란 기여를 하였습니다.

아래의 그래프는 이를 단적으로 보여주는 하나의 결과물이라고 할 수 있습니다.



경쟁력의 원천을 만드는 윤리경영



법규 준수와 성실한 납세

기업경영에서 법령과 세법규정을 지키는 일은 기본적인 책임입니다. 유한킴벌리는 기본적인 책임을 다하고자 노력하며, 세법 개정내용을 모니터링하고 다양한 거래형태의 충족 여부를 검토하여 사내에 알리고 있으며, 준법운동, 반부패 운동에 힘을 보태고 있습니다. 유한킴벌리는 공정거래 제 법규를 준수를 기본 지침으로 하고 있으며, 사원들의 뇌물과 부패방지, 정보보호, 공정거래 준수 등에 대한 교육을 하고 있습니다. 또 업무상 발견하는 비윤리적 행위와 사적인 고충사항을 상담하고 개선을 요구할 수 있는 핫라인(Hot Line)을 운영하고 있습니다.

투명한 회계시스템 운영

유한킴벌리 윤리경영은 투명한 정보공개를 바탕으로 합니다. 시스템 차원에서는 전자적자원관리 시스템을 통해 주문, 구매, 생산, 배송, 판매 등에 이르는 확장된 공급사슬(Supply Chain)을 관리해 잠재된 오류 및 비윤리적 상황들을 사전에 제거해 투명한 지불절차를 통한 거래가 가능하게 했습니다.

'Day One Closing' 거래정책을 통해 마감 거래실적을 다음 달 첫날에 보고함으로써 작업상 조정이 조장을 불가능하며, 경비사용시 법인카드 결제를 의무화해서 비윤리적 지출을 사전에 예방하고 있습니다.

내부통제 조직 운영

유한킴벌리는 투명경영 실천을 위한 컨설팅 역할 및 지속적인 관리를 담당하는 내부통제실을 별도로 운영함으로써, 법률적 측면에서는 국내 회계관리제도와 미국의 사베인즈-옥슬리법에서 요구하는 요소를 충족하며, 업무의 효율성을 위해 사전예방 차원의 통제개념을 도입하여 시스템을 통한 자동통제, 자율적 내부통제 분위기를 조성하고 있습니다. 2007년 인트라넷상에 내부통제 웹페이지를 개설하여 자율적인 참여 및

업무 효율성을 높일 계획입니다. 내부규정으로는 내부통제 업무절차집과 업무의 전결 및 승인 한도규정, 업무분장규정, CFI(Corporate Financial Instruction) 등을 구비하고 있습니다.

업무절차 마련 및 지속적인 개선

유한킴벌리는 윤리적으로 일할 수 있도록 내부업무절차 표준화를 통해(총 620여 개 업무절차집 소유) 투명하고 안전하게 업무를 진행하도록 돕고 있습니다. 또한 연간 개선목표를 세워 기존 업무절차를 지속적으로 개선해나가고 있습니다.

윤리강령 정기 교육 및 지침 제공

유한킴벌리는 윤리경영과 투명경영의 실천을 위한 가치를 정립하고 시스템적으로 이를 지원하며, 기업문화차원에서 자율적이고 사전적으로 문제요인들을 파악하고 제거하도록 노력하고 있습니다.

유한킴벌리는 윤리강령에 해당하는 행동규범(Code of Conduct)을 제정해 사원들이 2006년 분기별로 1회씩 총 4회 부서별로 교육을 실시하여 그 결과를 보고하고 있으며, 인트라넷과 사원다이어리에 규범을 게재해 언제든지 내용을 확인하고 실천하도록 격려하고 있습니다.

유한킴벌리의 윤리경영 목표 및 실천사항

윤리경영	실천사항
철저한 법규준수	공정거래법, 조세관계법, 노동관계법 등
잘못된 과거 관행의 과감한 청산	관공비, 경조비제도 폐기, 술, 골프, 선물 접대 금지
일시적 손실 감수	변화기 매출, 이익 감소·감수 개혁 추진, 사원 특별 보호

공개적인 커뮤니케이션 정책

유한킴벌리는 사내커뮤니케이션 영상매체인 비디오 사보를 통해 비전과 최고경영자의 의지, 회사목표와 사업현황 및 실적, 기업문화를 공유하고 있습니다. 또한 노조임원과 경영진 간담회, 공장장의 노조간부대상 공장운영 설명회 등의 원활한 정보공유를 통해 노경간 신뢰를 구축하고 있습니다. 정보공개범위는 재무적 상황, 투자계획 및 실적, 연간 공장운영계획과 인력운용 등을 포함하고 있습니다.

내·외부 정보 보호 정책

유한킴벌리는 '내부자 거래 금지의 규칙' 을 통하여 개인적 이득이나 다른 목적으로 회사의 기밀을 유출하는 것을 금지하고 있습니다. 또한 타사의 정보를 보호하려는 취지에서 경력사원 채용시 타사의 회사정보를 사용하지 않겠다는 서명을 받고 있습니다. 이는 경쟁사 비밀 보호와 동시에 법률에 위반되는 잠재된 위험을 예방하기 위해서입니다.

투명한 커뮤니케이션 통한 신뢰 구축

최고경영자와의 정기적 커뮤니케이션

유한킴벌리는 비전과 함께 회사 전반에 관한 경영내용을 투명하게 공개하고, 이를 공유할 수 있도록 다양한 커뮤니케이션 활동을 전개함으로써 상호신뢰를 형성하고 있습니다.

사원들은 상시적으로 경영전반에 대한 설명을 듣고 있으며, 그 결과 주인의식을 갖고 경영에 참여하게 됩니다.

또한 유한킴벌리는 주요 현황에 대한 토론 문화를 중요시 여겨, 정기적인 토론을 통하여 그 결과를 공유해나가고 있습니다.

전사적 비전 수립 및 공유 위한 간담회 개최

유한킴벌리는 회사의 중요한 일을 결정할 때 경영진과 사원간의 충분한 커뮤니케이션을 중요시합니다. 특히 2006년 비전 2015를 수립하면서 노경간담회외에도 전사적인 간담회를 사업장별로 9-12월에 개최했으며, 이를 통해 회사의 현재와 향후 과제와 비전을 공유해서 최종의 비전결과를 내놓았습니다.

비전 2015 공유 간담회 일지

	일자	장소	참석인원 (여명)
노경 비전 설명회	2006. 9. 27	중소기업인력개발원	250
본사 비전 간담회	2006. 12. 26	서울 삼유센터 20층	120
대전 비전 간담회	2006. 12. 27	대전공장 대강의실	100
김천 비전 간담회	2006. 12. 28	김천공장 금강산룸	60
군포 비전 간담회	2006. 12. 29	군포공장 대강당	80

자유로운 토론의 기업문화

유한킴벌리 사원들은 격월로 준비된 사내커뮤니케이션 영상매체인 비디오 사보를 시청하고 팀장과 팀원이 함께 토론하는 시간을 별도로 갖고 있습니다. 토론결과 및 기타 자유의견은 인터넷을 통해 게시해서 공유하고 있습니다.

주요 조사

	일자	참석인원
영업사원 만족도 조사	2006. 1~3	생활용품 영업사원 전원
가족친화경영 만족도 조사	2006. 11	사원 400명(전 사업장별 샘플조사)
지속가능성보고서 이해관계자 조사	2007. 1	사원 431명(전 사업장별 샘플조사)

노동조합과의 상생 추구

노동조합 개요

유한킴벌리 노동조합(노조위원장 - 신성태, 1994.5.3 설립)은 한국노총 전국화학연맹 소속으로 노조 본부(김천)와 지부(군포, 성남, 대전)를 두고, 중앙과 공장 노사협의회를 운영하고 있습니다.

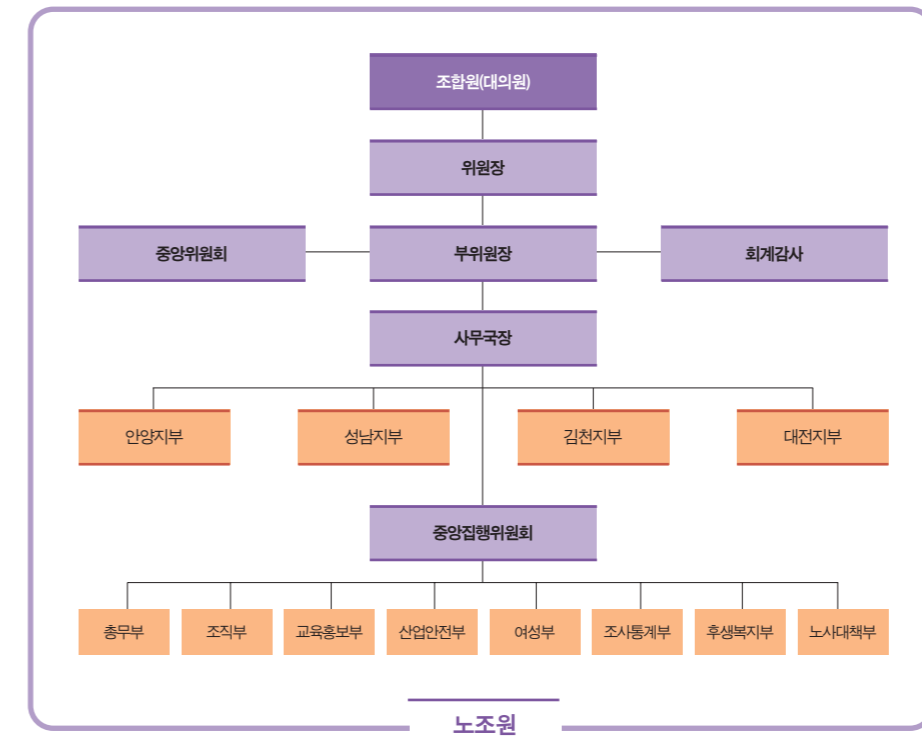
지난 3년간 쟁의는 없었으며, 2006년 임금교섭의 회사 일임 등 신뢰를 바탕으로 상생의 길을 추구하고 있습니다.

조합원 현황

(2006년 12월 기준, 단위/명)

연도	사업장				가입자수 / 가입대상	가입률 (%)	주요연혁
	김천	대전	군포	성남			
2004	342	263	254	50	909 / 1141	79.7	임금교섭 회사 일임
2005	339	320	254	48	961 / 1196	80.4	
2006	336	321	258	46	961 / 1194	80.5	임금교섭 회사 일임

노동조합 조직도



2006 단체교섭 주요 합의

단체협약은 2년에 1회 노사합의에 의해 이루어지며, 2006년 단체협약은 2006년 7월에 합의되었습니다. 2006년도에는 가족친화차원에서 사원들의 일과 삶의 조화를 지향하며 특히 저출산·고령화시대에 사회적으로 보다 앞서나가는 주요 38개 사항을 합의하였습니다.

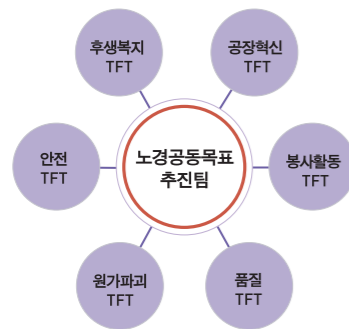
단체교섭 주요 합의사항

주요 항목	합의 사항
정년 확대	고령화시대 인력 활용과 고용안정 위해 정년 2년 연장(55세 → 57세)
출산과 육아지원 확대	출산 격려 위해 출산 축하금 증액 (20만원 → 30만원) 분만 비용 지원 (배우자 포함) 자녀 육아교육비 지원기간 확대 (취학전 1년 → 2년, 총 2백만원)
사원가족 건강지원 확대	사원 의료비 지원비 확대 (반액 → 1회 250만원 한도 전액지원) 사원 및 배우자 회사 건강진단 지원 연령 확대 (35세 이상 → 30세 하향 조정)
특정질병진단 확대	질병시 부담 완화를 위해 단체정기보험 범위 기존 사망 / 장애 보장 / 재해입원 보장에 특정 질병 진단(암 진단 포함) 추가

노경공동목표 추진팀 활동

유한킴벌리 노경은 매년 노경간부합동연수를 통해 노경공동목표달성추진팀을 편성하고, 정기적으로 우수팀에게 인센티브를 제공하며, 매월 1회 공장 운영현황을 공유하는 등 경쟁력 강화를 위해 노력하고 있습니다. 2006년 대전공장 노경공동목표달성추진팀은 안전, 품질, 존중문화, 후생복지, 봉사, 원가혁신 등 6개팀을 구성해 목표를 설정하고 실천함으로써 좋은 기업문화 만들기에 모범을 보여주었습니다.

노경공동목표 추진팀 조직도



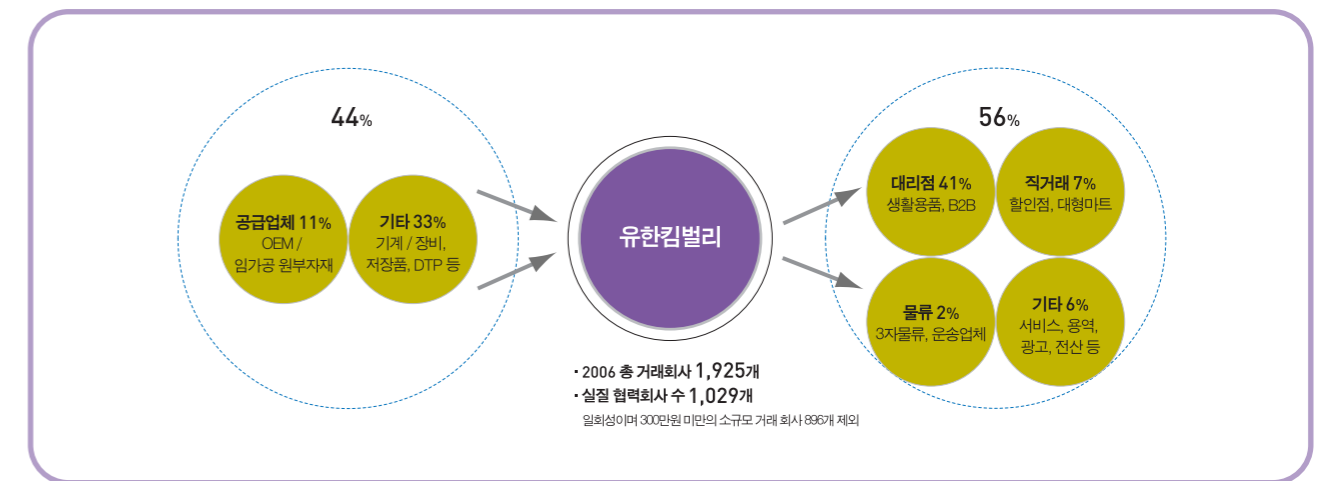
노경공동목표 추진 성과

팀명	합의 사항
안전 TFT	안전화 살균기 설치, 3년 미만 사원 집중 안전 교육 및 후견인 지원 강화, 비타민 음료 제공, 잠재 위험 발굴 노경합동 점검
품질 TFT	소비자불만사례 교육, 생리대 품평회 개최, 마이 머신 운동 전개 등
존중문화 TFT	직장내 예절 교육, 유니폼 가져다주기, 존중테마 캠페인
후생복지 TFT	비데 설치 (화장실 30% 개선), 휴게실 TV 설치, 세탁물 보관함 설치, 후생복지 설문조사(3월), 시설 사용안내 캠페인, 자전거 보관소 설치(식당 옆)
봉사 TFT	가족 봉사단 지원, 1사1촌 봉사(10월), 서울연계 봉사, 용문사회복지관 행사, 자매결연가정추석선물 전달(9월), 송강노인위안잔치(12월) 등
원가혁신 TFT	낭비제거 아이디어 공모, 원가현황 공유 및 교육, 현장순회 점검, 원가 TFT 모임 실시

3 | 협력회사 Business Partner

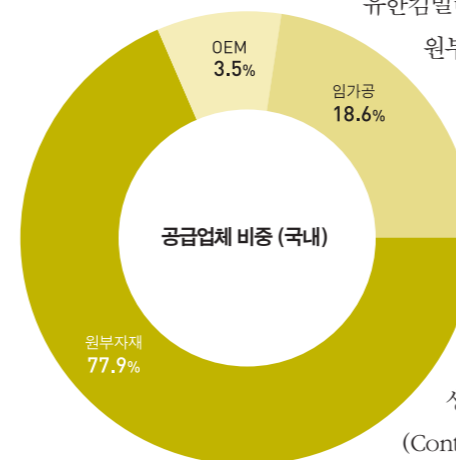
협력회사 상생 정책 추구

협력회사 특성



유한킴벌리는 협력회사(Business Partner)를 상류(Up stream)와 하류(Down stream)으로 분류하고 있습니다. 상류는 유한킴벌리 제품 생산에 영향을 미치는 공급업체 등이며, 하류는 제품 판매를 대행하는 대리점, 직거래, 물류 등이 포함됩니다. 2006년 1,925개사와 거래를 하였으며, 이중 일회성(3백만원 미만) 소규모 거래 회사를 제외한 1,029개사를 협력회사로 정의하고 있습니다. 소비자 보호와 제품책임 실천에 영향을 미치는 공급업체(Supplier) 113개사 중 총 35개사를 선정해서 경쟁력 강화를 돕고 있습니다.

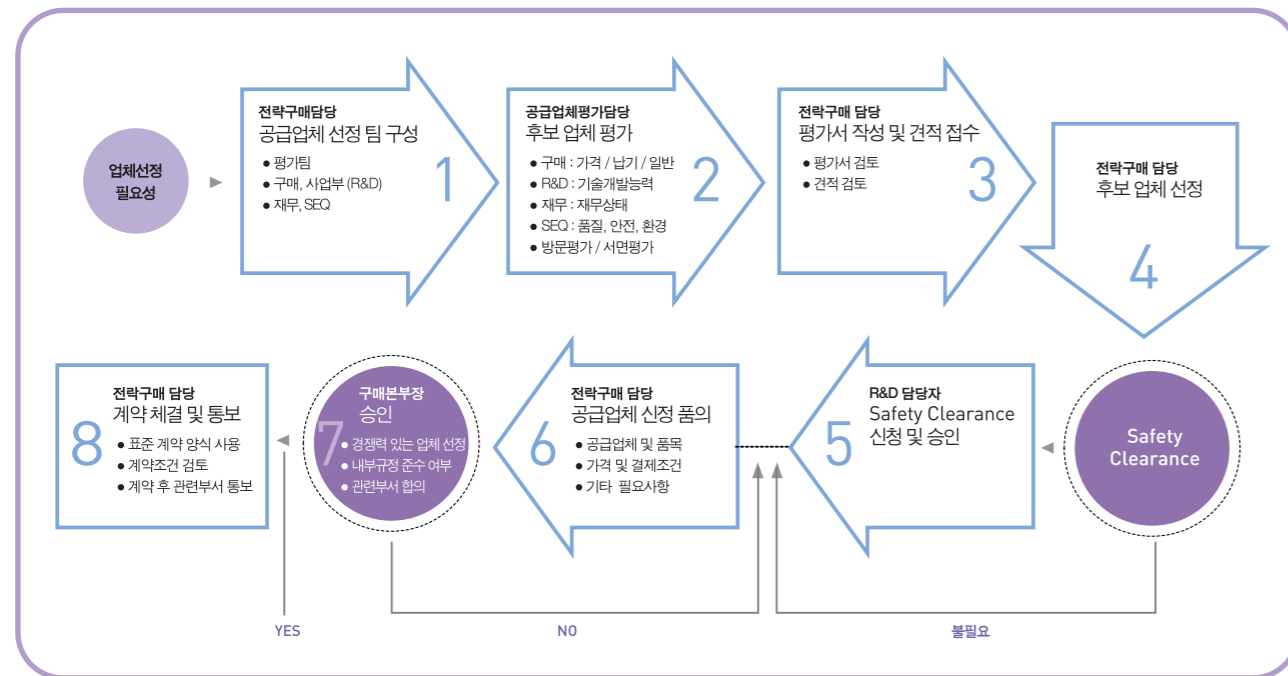
협력회사 지속가능경영 이슈



유한킴벌리 협력회사는 중소기업이 많은 비중을 차지하며, 공급업체(Supplier)의 경우 원부자재업체가 높은 비중을 차지합니다. 이에 중소기업 및 공급업체를 중점적으로 평생학습, 환경, 윤리경영 성과를 나누고 있습니다. 특히 이들 회사가 겪는 인력 확보와 사원 교육 어려움, 기술·정보 습득의 한계 등을 극복하도록 도왔으며, 인권, 윤리, 노동, 반부패 등 기업의 사회적 책임으로 돕는 영역을 확대해가고 있습니다. 2006년 11월, 협력회사 대표자 세미나에서 24개사 대표는 유한킴벌리와 함께 신뢰와 협력, 건전한 기업윤리를 바탕으로 지속가능경영다짐을 선언했으며, 선언문에는 환경보존, 법규준수, 사회적 책임, 부패 방지, 윤리경영, 인권보호 등의 의지가 반영되어 있습니다. 생활용품부문은 대리점(Wholesaler), 대형유통업체(Retailer), 판촉서비스 아웃소싱업체(Contactor)와 협력을 통해 시장변화에 대비하고 있습니다.

공정한 거래와 평가 시스템

협력회사 선정기준 및 절차 (공급업체)



유한킴벌리는 협력회사 선정시 전략 구매팀에서 평가팀(구매, R&D, 재무, 품질·안전·환경 등 관련 부문)을 구성하여 공급능력, 기술수준, 설비능력 등의 거래기본요건을 분석하고 있습니다. 공급업체(Supplier)의 경우 자체 평가 도구(Supplier Assessment Tool, SAT)를 활용하여 윤리, 법규준수, 지역주민과의 민원 등과 품질, 보건과 안전, 손실 예방, 환경, 하우스킵핑(Housekeeping) 등도 평가하여 사회적, 환경적 성과를 반영하고 있습니다.

협력회사와의 계약조건 이행

유한킴벌리는 협력회사와의 거래 착수시 기본 정보와 지불정보를 결정하고나서, 전사적 자원관리 시스템(SAP R3)에 등록해 전산화된 거래 시스템에 근거해 계약 서상의 지불조건을 투명하고 신속하게 이행하고 있습니다.

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

평가는 매년 1회, 총10개 장, 280여 개의 문항을 통해 이루어지며 사회적, 환경적 성과를 질문하여 일관된 결과를 도출하고, 전략구매팀은 이를 반영하고 있습니다. 2006년 공급회사 정기평가(9.21~11.3)결과, 개선이 필요한 4개 기업에 내용의 피드백을 제공했으며, 공급망협력 개발팀과 개선을 위해 2007년 집중컨설팅을 진행중입니다. 또 평가가 좋은 기업들은 더 좋은 시스템을 구축하도록 상시적으로 돕고 있습니다.

협력회사 제안사항 청취 및 처리

웹상의 상시 의견 청취와 함께 협력회사의 애로사항을 직접 듣고자 연 2회 협력회사 대표자와의 정기간담회를 갖고 있습니다. 2006년 1차간담회(6.22)는 원부자재 출납시간 조정, 원단의 원활한 공급, 프로세스 변경 등이 논의되었고, 2차간담회(12.12)에서는 품질현황 토론회와 평가제도의 공유, 자체 보전 능력 향상 등을 논의한 바 있습니다.

협력회사와 상생 추구 프로그램 운영

유한킴벌리는 사업환경 및 근무조건 개선, 교육 제공 및 지원을 통해 상생을 추구하고 있습니다.

유한킴벌리와 협력회사의 상생협력프로그램 결과

범주	협력부문	주요 프로그램	2006 상생협력 내용
공급업체 Suppliers	인프라 구축	- 에버그린 네트워크 - 전사적 자원관리	- 환경관리시스템 개발 (14개사, 약 3억원) - 저문 및 비용 지원 (4개사 대상, 1억원)
	품질 / 안전 / 환경	- 공급망 품질경영 - 공급망 안전보건 - 분기별 안전점검 - 벌레방지 시스템	- 품질경영시스템 구축 (10개사) - 안전보건규칙 수립, 위험지수 발굴 (8개사) - 잠재위험 요소 발굴 및 컨설팅 (분기별) - 22개사, 약 0.3억원 지원
	생산성 향상	- 협력활동 Vendor Involvement Program, VIP - 공정개선 지원	- 품질 생산성 향상팀 운영 - 5개사, 낭비율 2006, 1 대비 50% 감소
	평생 학습	- Supplier College	- 총 54회 144과목 연 누적 1,823명 이수
	정보 공유	- 뉴스레터 - 네트워크 시스템 Vendor Management Advisor, VMA	- 이메일 정보 제공 (총 29회) - 생산계획, 재고정보 35개사 공유
대리점 Wholesalers	교육지원	- 정기 교육 프로그램 - 네트워크 시스템 Wholesaler Management Advisor, WMA	- 시스템, 스킵 (매월), 신제품 교육 - 판매계획, 재고정보공유 네트워크 시스템
	정보 공유		
물류업체 Distributors	평생 학습	- 교육 프로그램	- 물류교육 SCM College, 독서통신교육 지원
	투명성 확보	- 내부통제 시스템 구축	- 사전전단 통한 내부통제 지원 및 교육
	품질 / 안전 / 환경	- 컨설팅 - 배기가스 저감	- 물류대행업체 품질 / 안전 / 환경 개선 지원 - 계약운송업체 배기가스 저감기 장착 지원
	정보 공유	- 계약운송업체	- 품질 / 안전 / 환경 자료 공유 및 위험성 진단

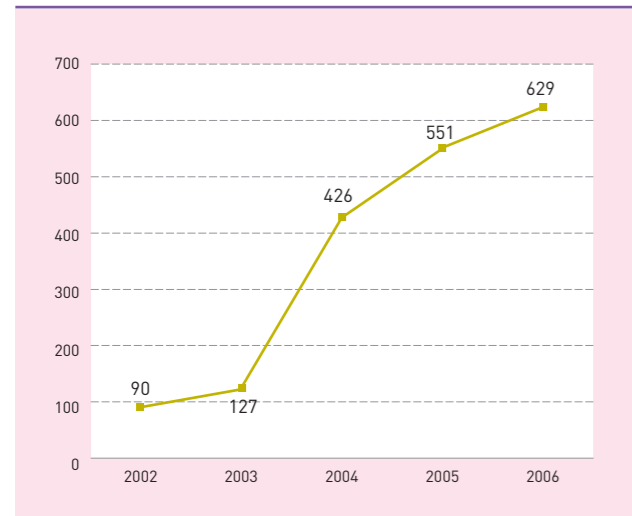
인프라 구축: 자원관리 혁신기반 구축 (Enterprise Resource Planning; ERP)

유한킴벌리는 2006년부터 공급업체 4개사를 대상으로 중소기업 맞춤형 전사적 자원관리 시스템 구축 및 일부 구축비용을 지원했습니다. 이를 통해 공급업체는 자원의 효율적 사용을 통한 생산성 향상과 정보 공유 혁신으로 의 사결정의 효율성을 증대할 수 있게 되었습니다.

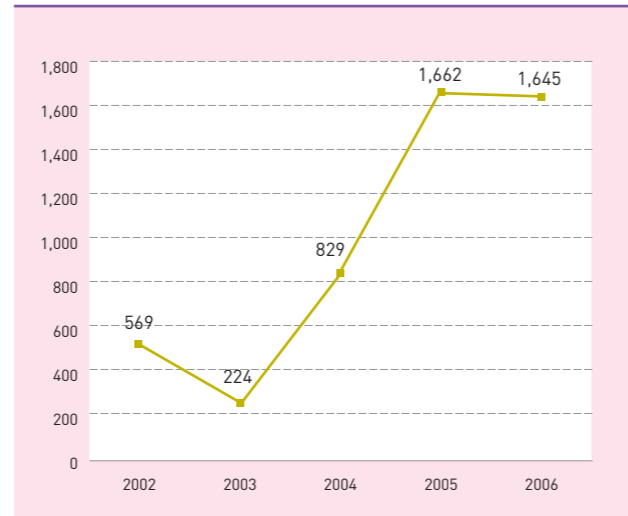
평생학습 지원

유한킴벌리는 협력회사 평생학습지원 교육프로그램을 운영한 이래 총 교육시간과 참여인원이 지속적으로 증가 추세에 있고, 2006년 완제품 공급 협력회사 23개사 629명이 교육을 받았으며, 교육인원수×교육시간(Man-Hour)은 1,645입니다. 과목은 설문조사를 실시하여 협력회사의 의견을 반영하고 있으며, 품질, 안전, 환경, 생산기술 등 직무 역량 개발 내용과 더불어 소양교육까지 포함합니다.

연도별 교육 인원



연도별 교육인원수×교육시간



네트워크 시스템 통한 정보 공유

유한킴벌리는 2006년 하반기부터 공급업체 35개사를 대상으로한 정보공유시스템(Vendor Management Advisor, VMA) 운영을 통해 웹상에서 현황을 관리하고 있습니다.

지난 5개월간(2006. 12.~2007. 4) 문의건수는 38건으로, 주로 제품 정보와 재고 정보, 소비자 불만 건으로 처리 중인 2건을 제외하고 모두 처리가 완료되었습니다. 또한 2005년부터 대리점을 대상으로 정보공유시스템(Wholesaler Management Advisor, WMA)을 운영하고 있습니다. 이 시스템은 유한킴벌리의 주문, 조달계획, 재고, 수불, 신용정보를 공유해서 물류흐름 개선과 계획 생산을 도와 생산성 향상에 기여하고 있으며, 제인통로로 활용하고 있습니다. 2007년에 전체 공급업체로 점차 확대 운영할 예정입니다.

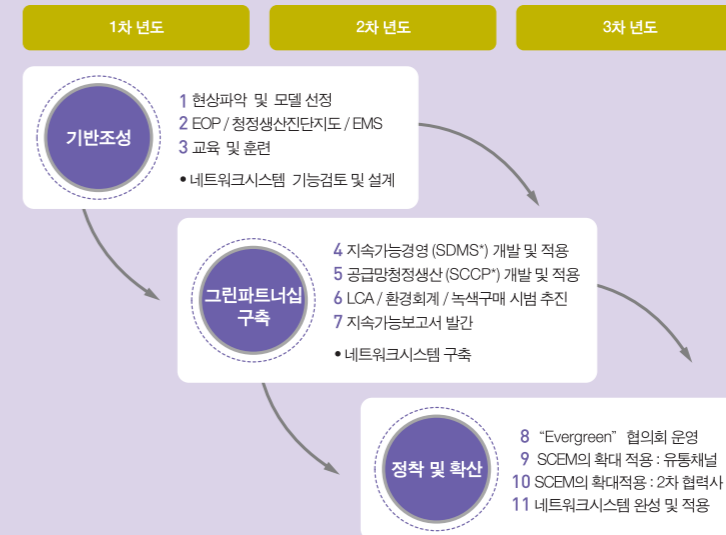
공급망 안전보건 지원 (SCSM)

유한킴벌리는 협력회사 안전사고를 예방할 수 있도록 사업장 안전시스템 구축을 돕습니다. 2006년 25개 완제품 공급 협력사 중 자발적으로 지원한 8개사에 대한 시범운영을 통하여 가장 기본적인 시스템을 마련하였습니다. 첫 번째로 회사별 맞춤형 안전규칙을 제정하고 운영에 대한 Know-how를 공유하여 법규 및 규칙준수가 사고예방에 끼치는 영향에 대한 이해도를 높였으며, 두 번째로 사업장에 잠재하는 위험성을 파악하여 개선할 수 있도록 하는 위험도 평가 프로그램을 도입하여 설비와 주변 환경에 잠재해 있는 물리적인 위험들을 파악하고 제거할 수 있도록 하였습니다.

tip 환경경영 확산을 위한 대중소 그린파트너십 프로젝트 성과 (SCEM)

2006년은 협력회사 환경경영 확산을 위한 대중소 그린파트너십 사업의 3년간 성과를 결산한 해로서, 참여한 14개 회사 모두 ISO14001인증을 획득하였습니다. 또한 폐기물, 에너지 등 환경부하도 10% 이상 개선하였으며, 이중 13개사는 중소기업 실정에 맞도록 지속가능보고서도 발행하였습니다. 유한킴벌리는 본 프로젝트를 통해 얻은 방법론과 성과물을 CD와 매뉴얼로 제작하여 향후 다른 협력회사와 중소기업에 환경경영이 확대되도록 지원할 예정입니다.

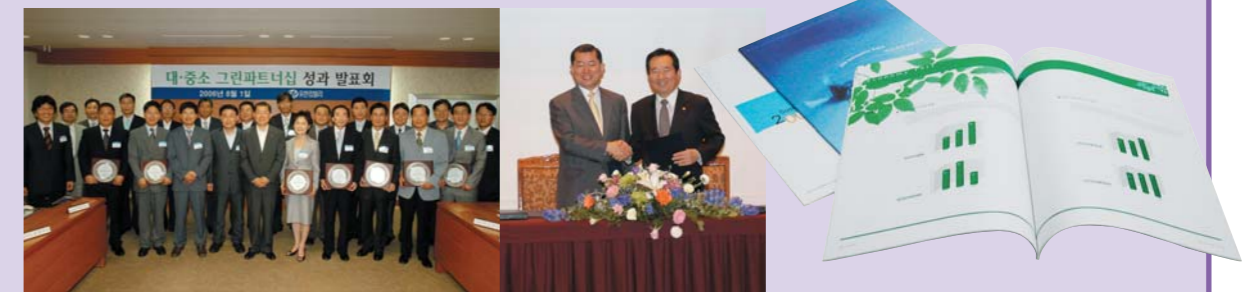
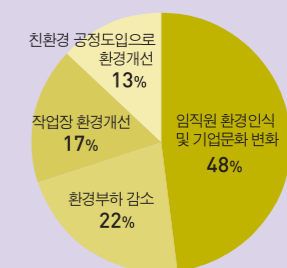
추진내용



그린파트너십 항목별 개선 효과

성과 내용	사업 전	사업 후	개선 효과	
ISO 14001인증 획득 (기업수)	3개사	14개사	환경경영 체계구축	
전과정평가 실시 (기업수)	0개사	5개사	환경부하저감확산 효과	
폐기물 저감	발생량 (kg/톤)	43	35	18.60%
재활용률 (%)	73.7	80	10%	
에너지 저감 (MWh)	78.585	70.726	10%	
지분 저감 (kg/일)	120	480	400%	

참여기업이 평가한 프로젝트의 중요기여 항목



4 | 고객 Customer

제품 안전 정책 실현

제품 및 고객의 특성

유한킴벌리의 주요 제품은 생활용품, 산업용품, 병원용품, 디지털날염관련 제품들이 있으며, 주로 건강과 위생에 관련된 제품들이라는 점이 특징입니다. 고객들도 이러한 제품특성에 따라 가정, 산업체, 연구실, 공공건물, 화장실, 식당, 병원, 섬유산업체, 학교 등에서 만나는 다양한 시장의 고객이 있습니다.

지속가능 경영이슈 - 고객 안전 보건을 위한 정책 및 관리, 법규 준수 현황

고객과의 관계에서 주요한 이슈는 고객 안전에 관한 것입니다. 유한킴벌리는 국제표준과 사회적인 안전 기대수준 부합을 위하여 비용과 시간을 투자하고 있습니다. 이를 뒷받침하기 위하여 제품안전성(Safety Clearance)시스템을 가동하고 있으며, 이는 검증되지 않은 물질은 제품에 사용할 수 없도록 정하고 사후평가를 통해 재확인함으로써 안전한 제품만을 전달하도록 규정하고 있습니다. 이러한 정책에 따라 지난 5년간 누적된 데이터 분석결과 고객건강과 안전 관련 규정 위반 사례는 없었습니다.

원료 유해성 검증 프로세스



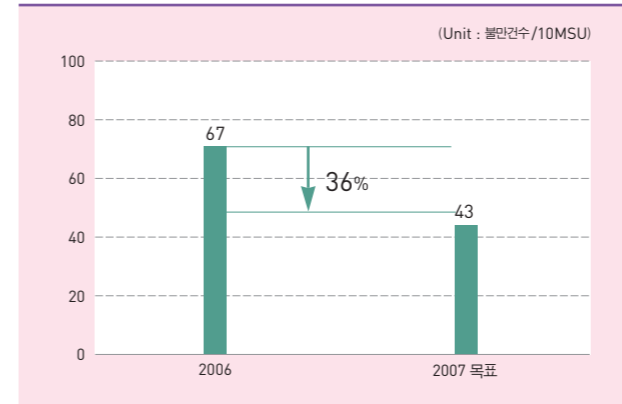
정확한 제품정보 제공 관련 정책 및 관리

유한킴벌리는 제품 라벨 표기규정을 준수하며, 고객이 제품을 안전하게 사용하도록 올바른 정보를 제공하고자 최선을 다하고 있으며, 제품라벨 정보와 광고물(브로셔 등), 판촉제품 내용이 관련 법규, 규제에 부합하는지를 전문적으로 검토해 이를 반영하고 있습니다.

제품영향을 감소하기 위한 노력

2006년은 고객만족을 위한 제품생산과 품질개선에 중점을 둔 한 해였습니다. 고객만족 지표는 생산량 대비 불량건수를 통해서 관리하고 있습니다. 일례로 2006년 대전공장은 하이스 매직벨트 1천만 개당 불량 건수를 67건으로 관리했으며, 2007년 43건을 목표로 노력중입니다. 이는 식스시그마 활동과 기계 청결유지, 설비 개선 등과 함께 300여명의 사원이 소비자불만 철폐 프로그램(4.17~8.18)에 참여해서 노력한 결과로 전년대비 소비자불만을 약 50% 감소시켰습니다.

하이스 매직벨트 소비자 불만 현황



* MSU = 기저귀 1백만 개를 의미함. 위의 수치는 1백만 개중 소비자불만 건수임.

법규 위반

본 보고서를 내는 기간동안, 소비자 안전보건 관련, 제품정보 제공 관련, 마케팅 관련 법규 위반사례가 없었으며, 자발적 또는 비자발적 제품 철회 사례도 발생하지 않았습니다.

제품 관련 이슈 제기 사례

법적인 규정 위반 사례는 없었으나 2006년 제품과 관련하여 소비자들의 궁금증을 유발했던 내용이나 법적으로 제제와 관련된 변화사항을 아래와 같이 소개합니다.

가격비교 관련 회사의 입장

발생시기	해당제품	주요내용	회사의 답변
2006.9	기저귀	글로벌 브랜드 제품의 세계 7대 도시 가격비교와 상대적으로 비싸다는 지적에 대한 이견	한 국내 언론지 9월 18일자 A3면에 하이스 기저귀 2단계(소형)가 서울 27달러(2만 6천 4백원), 뉴욕 16달러, 도쿄 12달러로 판매된다는 기사가 있었습니다. 그러나 하이스 해당 제품수는 100여 종류에 이르며, 브랜드내에 '골드', '보송보송', '매직팬티' 로 나뉘며, 뉴욕과 도쿄에는 하이스골드가 판매되고 있지 않습니다. 또한 실제 품질특성과 수량, 사이즈에 의해 1만 5천원부터 3만 5천원까지 다양한 가격대를 형성하고 있습니다. 이에 동일하지 않은 제품을 비교대상으로 삼는데 오해의 소지가 있음을 밝힌 바 있습니다.

폐기물 부담금 법률시행령 관련 회사의 입장

발생시기	해당제품	주요내용	회사의 답변
2007.2	기저귀	자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률시행령 개정의 건	폐기물 부담금이 법률 개정에 따라 오는 2008년부터 2012년까지 단계적으로 오를 예정입니다. 기저귀의 경우는 2008~2009년 1.2원, 2010~2011년 3.3원, 2012년 5.5원으로 인상안이 나왔으며, 현재 심의절차 및 법률공포를 남겨두고 있습니다. 유한킴벌리는 그동안 소비자에게 보다 위생적이고 편리한 제품을 제공하는 한편 보다 적극적으로 지난 10여년간 기저귀 소재 개선, 원료사용 절감, 포장축소 등 전과정 환경평가(LCA)를 통해 환경적 부하를 낮추기 위한 노력과 투자를 계속해 와서 폐기물 부담금 적용을 시작한 1993년에 비해 2006년 약 1/3 이상 줄이는 성과를 이룩했습니다. 폐기물부담금 인상은 기업으로서 부담입니다만, 그동안 친환경적 설계 및 생산을 통한 노력과 더불어 본 법의 설립취지처럼 부담금에 앞서 해당제품이 원천적으로 자원절약과 재활용 촉진에 기여할 수 있도록 더 많은 관심을 갖고 연구 노력해나가고자 합니다.

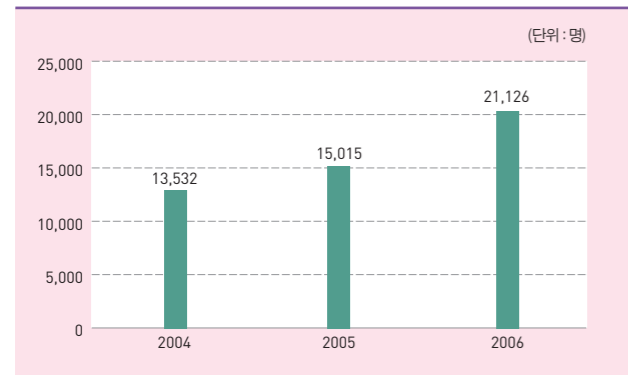
고객 만족 위한 지속적 조사활동

고객 참여 통한 제품혁신

유한킴벌리는 창립 이래 합리적인 고객조사를 통해 제품개발 초기단계부터 고객의 핵심니즈를 분석해 제품개발과 혁신에 반영시켜 왔습니다. 소비자 조사는 매년 증가 추세이며, 2006년 한 해동안 21,126명(94개 프로젝트)의 소비자 의견을 수렴하여 소비자니즈를 파악하였으며, 이중 회사성장의 핵심 동력이 될 신규사업과 해외시장 개척 조사에 총 4,238명(24개 프로젝트)의 소비자 조사가 진행되었습니다. 특히 전체 조사비용의 18%가 신규사업 분야의 조사에 투자되고 있으며, 기저귀 해외시장 개척을 위해 유아사업부 조사비용중 16%를 해외 소비자 조사에 사용했습니다. 해외 소비자 조사를 통해 얻은 정보는 제품개발 및 현지 마케팅 전략 수립에 반영하고 있으며, 이는 수출물량 증가에 밑거름이 되고 있습니다.



제품혁신을 위한 소비자 조사 참여 고객 수



마케팅 리서치 비용



고객과의 커뮤니케이션

고객의 의견 청취 및 반영

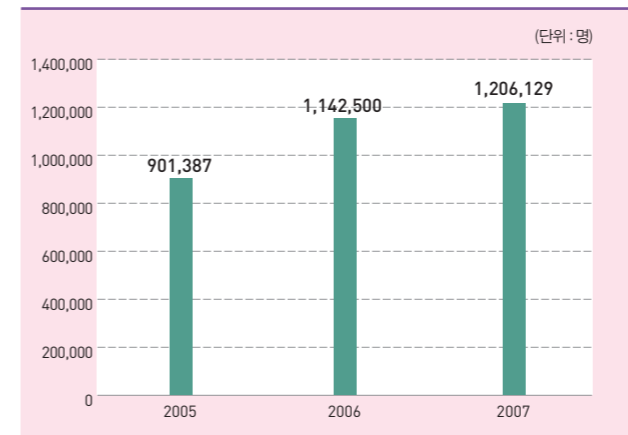
유한킴벌리는 일반고객과의 신뢰성있는 커뮤니케이션을 위해 회사 및 브랜드, 사회공익 웹사이트 총11개와 브랜드 카페를 운영하고 있습니다. 이중 9개 웹사이트는 회원제를 운영해 2007년 5월 1,206,129명의 회원을 확보하고 있습니다. 고객의 질문은 커뮤니케이션 가이드라인에 근거해 답변하며, 빈도수 높은 질문은 따로 답변을 공개하고 있습니다. 이러한 노력을 통해 고객에게는 정확한 정보를 제공하며, 고객들의 의견을 청취하는 장으로 활용하고 있습니다.

웹상의 고객과의 커뮤니케이션 통로

종류	주소	접수현황	응답건수	응답률
회사전체	유한킴벌리 www.yuhan-kimberly.co.kr	15,926	15,469	95.1%
브랜드	하기스 www.kr.huggies.com			
	퓨어스토리 www.purestory.co.kr			
	화이트 www.kotexwhite.com			
	좋은느낌 www.kotexgoodfeel.com			
	애니데이 www.kotexanydays.com			
	포이즈 www.purestory.co.kr/ReNewal/ps_poise			
	디펜드 www.kr.depend.com			
디지털날염 www.dtlink.com				
프로페셔널 www.kcprofessional.com				
브랜드 카페	미시뵐베 cafe.daum.net/pope			
사회공익	우리숲 www.woorisoop.org			

*브랜드 카페 미시뵐베 cafe.daum.net/pope
*미응답율을 온라인 응답을 제외한 유선상의 응답한 경우, 연락처가 불분명한 경우 등 해당됩니다.

유한킴벌리 웹 회원 수 추이



*일반고객을 대상으로 운영하는 9개 웹사이트의 회원수를 종합한 결과입니다. 미시뵐베는 집계대상에서 제외하였습니다.

불만 처리 정책

유한킴벌리는 고객불만 처리규정을 두고 품질과 규격불만으로 분류해 고객들에게 피드백하고 있습니다. 2006년부터 전사원을 대상으로한 영상커뮤니케이션 매체인 비디오사보를 통해 소비자 불만 코너를 신설하고, 정기적으로 불만건수와 유형, 추세를 분석해서 지속적으로 사원들에게 중요성을 환기시키고 있습니다.

사회적, 환경적 이슈를 고려한 서비스 - 성교육 프로그램 무료 제공

유한킴벌리는 바른 성문화 확산을 위해 무료로 성교육 프로그램을 운영하고 있습니다(1972~2005년 교육참가자수 12,742,650명). 2006년에는 204,957명에게 성교육을 제공했습니다. 또한 성교육 효과와 대상학년 적정성 설문조사(참가자수 총 10,757명)를 진행해서 2007년 목표수립시 초경교육 적정나이를 조사된 초등학교 5학년 비중을 늘리고, 양성평등과 성폭력 방지 내용을 보강시키 나가려고 합니다.

‘여성긴급전화 1366 홍보 참여

유한킴벌리는 2006년부터 화이트와 좋은느낌 생리대 포장지에 여성의 안전을 돕고자 24시간 상담을 하는 여성긴급전화번호 1366을 기재해 이를 안내하고 있습니다.

고객 프라이버시 보호

유한킴벌리는 개인정보 보호규정 ‘개인정보 보호지침’ 을 준수하고 있습니다. 2007년 3월부터 보안프로그램을 적용하여 웹사이트 개인정보를 암호화하고, 개인정보 보호담당자 연락처를 웹사이트에 공개하였습니다. 또 개인정보 보호를 위해 어떠한 조치가 취해지고 있는지를 웹사이트에 공지하고 있습니다.

tip 생산자가 고객의 소리를 들으며 개선점을 찾다

“품질 불만, 제로로 갈 수 없을까?”

- 소비자 불만 응대에 대한 체험교육 소감 -

기저귀 생산시 사소한 문제라 생각했던 것들이 소비자 불만으로 접수되는 것을 보며 안타까웠다. 다시는 아주 사소한 것도 소홀히 하지 않을 것을 다짐했다. 또 소비자를 위한 생산이 되어야 한다는 것을 새삼 느꼈다. (대전공장 유아위생용품생산1부 전용근)

현장근무를 하면서 말로만 듣고 사진으로만 보았던 불만들을 직접 상담실에서 보니 제품에 더 정성을 들여야겠다는 생각이 들었다. 해가 지나갈 수록 소비자들의 생각과 의식이 바뀌고 있다. 우리가 좀 더 세심하게 관심을 가진다면 소비자 불만 건수가 반 이상으로 줄지 않을까 생각한다.

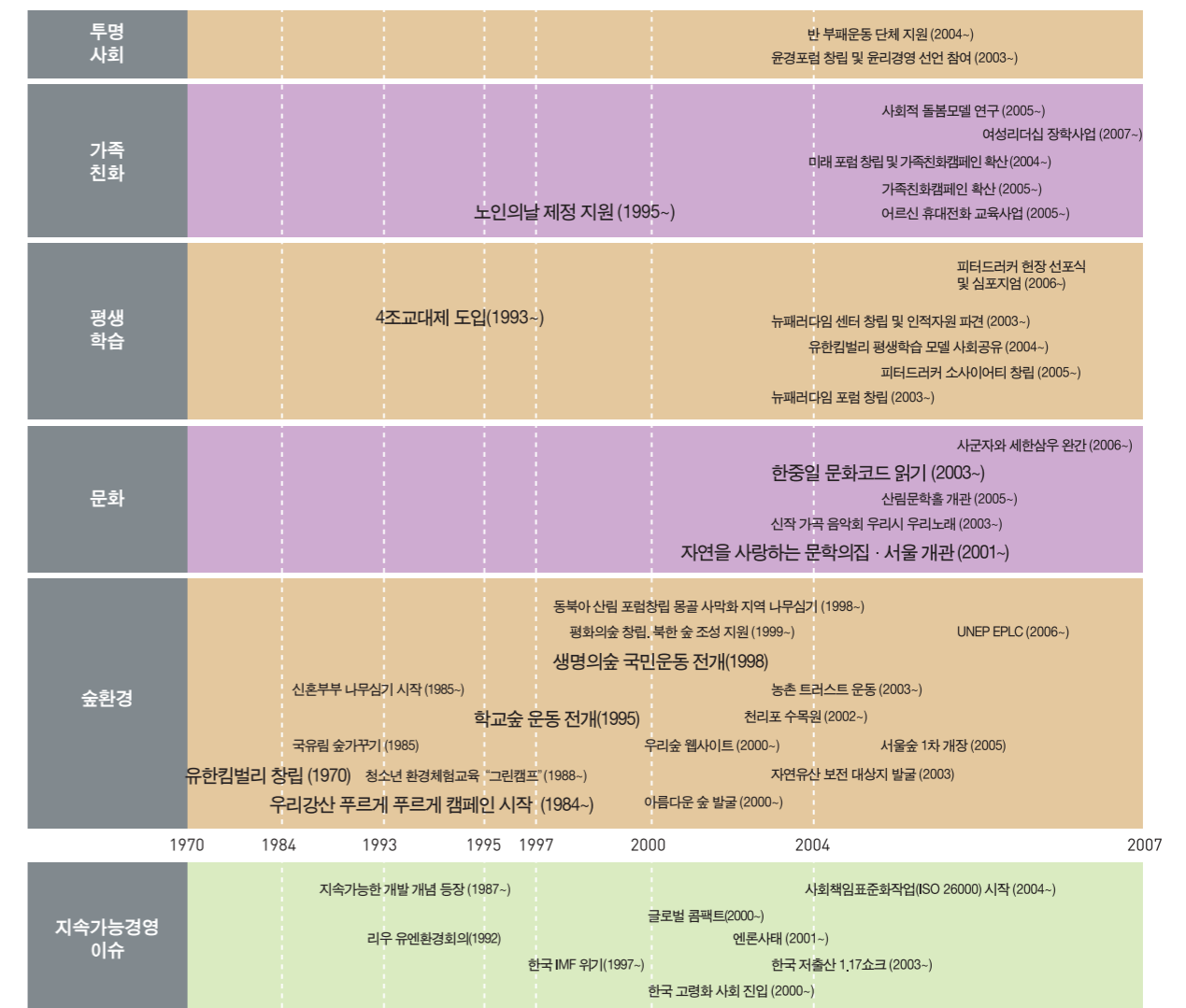
(유아위생용품 생산1부 최치원)

출처 : 유한킴벌리 가족사보 ‘숲은 마음의 고향입니다’ 2006년 7월호 24-25페이지

5 | 지역사회 Government & Community

기업 시민으로서의 노력

지역사회 공헌활동 연혁



활동하는 지역사회의 특성 및 지속가능경영이슈

유한킴벌리는 한국사회의 지속가능 이슈 중 숲과 환경보존, 평생학습, 가족친화, 문화고양, 건강위생, 이웃돌봄 등에 관심을 갖고 활동을 전개해 왔습니다. 특히 2006년 가족친화적 사회환경 조성과 평생 학습의 사회적 확산, 중소기업혁신 등의 사회발전 분야의 비중을 전년 대비 실적보다 약 2.7배 이상 증가시켰으며, 숲가꾸기에는 몽골 등 해외 조림과 더불어 국제환경전문가 양성을 위한 노력을 시작했습니다.

활동하는 지역사회의 요구사항을 처리하는 내부 절차

지역사회와의 의사소통을 위해 고객은 고객지원실, 사업장 인근 지역주민은 각 공장, 기부 요청은 대외협력실에서 정보 및 요구사항을 접수하고 처리, 회신하는 절차를 운영하고 있습니다. 또한 웹사이트를 통해 접수한 사항은 각 관련 부서가 답변하고 내부적으로 반영하도록 하고 있습니다.

지역사회 관련 주요 정책

유한킴벌리는 행동규범에 아래와 같은 내용을 넣어 지역사회에서 모범을 보이고 있습니다.

뇌물 및 부패에 관련된 정책 및 관리 3만원 수준 넘는 선물 받을 경우 사규 위배

관행 청산 윤리경영 도입 성공 위한 첫 단계. 기밀 판공비 및 경조비 제도 폐지. 술 및 골프 접대 금지

공직자에 대한 금품수여 금지 특정 정당과 후보 지지 기관 정치자금 기부 금지

정당 및 정당후원기관에 대한 기부금/정치적 로비와 헌금에 관련된 정책 및 관리 불법적인 정치자금 기부와 지원, 금품수여 금지

신고제도 핫라인(Hot Line)제도 운영. 익명 신고 가능. 비밀보장과 처리결과 통보의무 규정

부적절한 회계, 내부통제, 감사 관행 등의 신고 익명 보고 가능. 신고자 보호

지역사회 환경보전을 위한 노력

유한킴벌리는 지역사회와의 효율적이고 효과적인 의사소통을 위해 이해관계자로부터 환경관련 정보 및 요구를 접수하고 처리, 회신하는 절차를 수립하여 운영하고 있습니다.

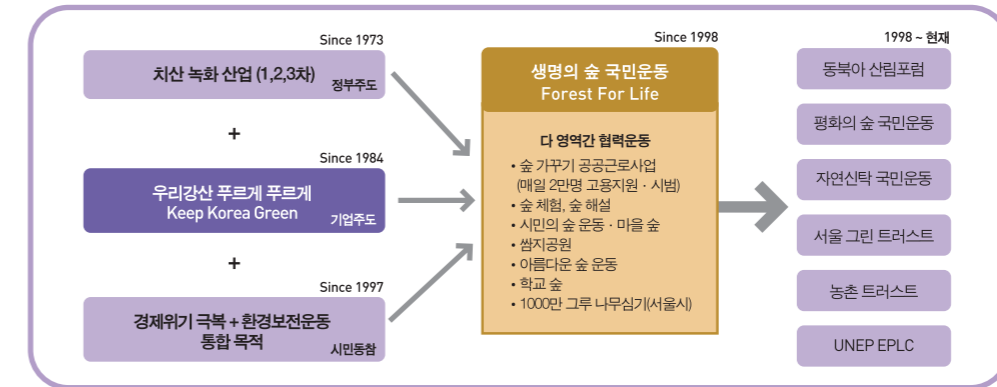
tip 유한킴벌리 기빙인덱스 2006 조사 - 사회돌봄 문화 향상 추세 소개

유한킴벌리는 회사차원에서 우리나라 국민의 기부 및 자원봉사 실태와 이에 대한 인식 태도 결과를 파악해 올바른 기부문화를 조성하고자 2001년부터 아름다운 재단과 함께 격년으로 이를 조사해 기빙인덱스를 발표하고 있습니다. '유한킴벌리 기빙인덱스 2006'의 결과는 2006년 11월에 열린 제 6회 국제기부문화심포지엄 '기빙코리아 2006'에서 발표되었으며, 기부경험과 자원봉사경험 국민 수가 계속 증가하고 있음을 확인할 수 있었습니다. 기부를 한 적 있다는 응답이 68.8%로 2001년(48.0%)과 2003년 (64.3%)보다 상승한 수치입니다. 또한 자원봉사 활동에 참여한 적이 있다는 응답은 24.7%로 2003년(16.8%)보다 증가하였습니다.

우리강산 푸르게 푸르게 Keep Korea Green

유한킴벌리는 사회공헌의 경영방침에 따라 1984년 '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인을 시작한 이래 숲과 환경보호를 위한 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

우리강산 푸르게 푸르게 다영역간 파트너십 확장



2006 우리강산 푸르게 푸르게 주요 협력 활동

활동사항	활동사항	주요 협력 활동 내용	일정
국내	나무심기와 숲체험교육	'제23~24회 신촌부나무심기', 북한 금강산 고성산불피해 지역 개최 청소년 환경 체험교육 제 27~28회 그린캠프 개최	2006. 4, 2007. 4 2006. 7-8
	생명의숲 숲가꾸기 활동, 숲이 있는 학교 만들기, 숲 발굴활동, 활동가 워크숍 및 연구조사활동 등	시민참여 숲가꾸기 및 교육 활동 지원	연중
		전국 초·중·고등학교 대상 제 8차 시범학교 116개 선정 (생명의 숲, 산림청과 공동 주최)	연중
		제7회 아름다운 숲 전국대회 (생명의 숲, 산림청과 공동 주최)	2006. 5 ~ 11
		숲운동단체 활동가 워크숍, 생태숲 조성사례 및 도시숲, 그린웨이운동 선진사례 조사	2006. 7
	서울숲 프로그램, 가꾸기 활동	우리가 지켜야 할 소나무 100곳, 농산촌문화 컨텐츠 연구조사 활동 참여	연중
		서울그린트러스트 운영 숲 프로그램	연중
		사색의 벤치 기증	2006. 3
		봄 화단 조성, 월동준비 등 사원가족 자원봉사	2006. 5, 11
		한국내셔널트러스트 운동 비전 마련 활동 및 선진지 답사 지원	제4회 보전대상지 시민공모전 공동 주최.
국민신탁법 제정 및 발효와 특수법인 설립 따른 발전방향 모색, 비전 마련 활동 지원			연중
천리포수목원 교육, 회원참여 프로그램	내셔널트러스트 운동 본고장(영국)방문 및 연계 방안 모색	2006. 11	
	식물종 확보 및 보존 위한 식물자원 수집, 체계적 관리 및 식물 전문가 양성 프로그램	연중	
	회원 대상 수목원 현황 및 비전 공유 행사	2006. 4	
	유일한로 거리숲	경인로 6.7km를 유일한로로 명명하고 거리숲 조성	2006. 6 ~
국외	북한 숲 조성활동	북한 고성지역 밤나무 단지 100ha 조성 참여	연중
	몽골 사막화지역 나무심기	몽골 토진나르스 지역 나무 심기 (50ha 조성)	연중
	UNEP-EPLC 창립	이태지역 생명과 평화공동체 구축 위한 UNEP-EPLC 창립 지원	2006. 8
	이태지역 NGO 활동가 회의 지원	Global Civil Society Forum 후원	2006. 11

나무심기와 숲체험 교육

신혼부부 나무심기 매년 신혼부부에게 나무심을 기회를 제공함으로써 숲의 소중한 가치를 생각할 기회를 제공해온 유한킴벌리가 지난 해에 이어 2006년과 2007년 3월에 각각 북한 황폐지 복구 일환으로 북한 고성지역에서 신혼 부부와 사회지도층(1985 ~ 2007. 14,241명), 북한 주민과 함께 나무를 심었습니다. 참고로 유한킴벌리는 우리나라에 건강한 숲 조성을 목적으로 1984년부터 국공유지 1,538ha 에 502만 여 그루 나무를 심었고, 5,976ha에 숲 가꾸기 사업을 실시하여 총 7,533ha의 숲을 가꾸었습니다. 또 64.8km의 숲길을 신설 또는 보수하여 건강한 미래 숲 조성에 기여한 바 있습니다.

청소년환경체험 교육 미래 환경의 주역인 청소년들을 위해 숲을 통한 환경체험교육인 '그린캠프'를 매년 개최하고 있는데, 2006년에는 2회(7.28~31, 8.1~4)에 걸쳐 각각 3박 4일동안 총 141명(1988~2006, 2,796명)을 교육했습니다. 이 캠프는 국내에서 가장 오래된 청소년 환경캠프중 하나로서, 매년 전문가 30여 명이 자원봉사자로 참여해, 프로그램의 질을 높이고 있습니다.

숲가꾸기와 보존 활동

아름다운 숲 발굴 유한킴벌리는 아름다운숲 전국대회를 생명의숲과 공동주최해 2006년 아름다운 마을숲 3곳, 학교숲 5곳, 천년의 숲 3곳, 숲길 2곳, 숲지기 2곳, 누리상 1곳 등 총 16곳을 선정했습니다. 이러한 노력을 통해 총 105곳의 보존해야 할 아름다운 숲의 발굴과 보존(2000~2006)에 앞장서고 있습니다.

숲 가꾸기와 정책제안활동 유한킴벌리는 2006년 생명의 숲이 시민대상으로 실시하는 숲문화교육운동과 숲가꾸기활동(생명의 숲 어린이 캠프, 숲 기행 등)을 24회 지원하였으며, 숲운동단체 상근활동가 10명에게 재교육 기회를 제공하였습니다. 참고로 생명의 숲은 1998년 창립부터 유한킴벌리와 함께 '자원으로서의 미래숲 가꾸기 사업의 중요성'을 강조해왔으며, 숲가꾸기 사업을 통해 대규모의 고용 창출 효과를 낸 바 있습니다.

내셔널트러스트 운동 유한킴벌리는 문화유산과 자연환경에 관한 국민신탁법 입법을 앞두고, 공공신탁 확대 방안 논의를 진행한 3월 내셔널트러스트 세미나 개최와 5월 국민신탁법 제정을 계기로 향후 활성화 방안과 목표를 공유하는 비전보고대회에 참여했습니다. 참고로 내셔널트러스트운동은 국민신탁법인이 일반국민과 기업으로부터 기부 또는 위탁 받은 재산을 활용, 보존가치가 있는 문화 유산과 자연환경자산을 취득하고 보존 관리하는 운동을 말합니다.

자연환경국민신탁 유한킴벌리는 2007년 3월 국내 보존 가치가 높은 자연환경의 취득·보존을 목적으로 하는 '자연환경국민 신탁' 출범에 협력하였습니다. 국민신탁은 문화유산과 자연환경자산에 관한 국민신탁법에 따라 설립된 법인으로, 확보한 자산은 법에 따라 매각·교환 등이 금지됩니다. 우리나라의 3대 핵심 생태축인 백두대간과 비무장지대일원, 도서 연안지역을 중심으로 2050년 까지 국토면적의 3%(2,985km)를 자연환경자산으로 확보, 보존하는 계획에 동참할 예정입니다.

수목원 보존 활동 국제수목학회로부터 세계에서 가장 아름다운 수목원 중 하나로 지정된 천리포 수목원의 소중한 수목들을 보존하기 위하여 수목원 시민참여 프로그램의 개발과 생태전문가 양성 프로그램에 참여하고 있습니다.

도시숲 운동

학교숲 조성 유한킴벌리는 2006년 8차로 학교숲 시범학교 116개를 선정, 지원(1999~2006, 총 616개 선정)했으며, 학교숲의 날 개최, 전문가 육성, 워크숍 개최, 우수 학교숲사례 책자 발행(2006년 7권 발행)등을 했습니다. 또한 대형할인업체인 이마트와 2006년 3월 특별기획전을 기획해 수익금 1%를 생명의 숲 학교숲 가꾸기에 기증했으며, 2007년에는 학교숲 매뉴얼 2번째호를 준비중입니다.

학교숲 시범학교 선정 및 활동 내용

연도	주요 활동	주요 활동시범학교 선정 및 지원
2001	학교 숲 기금 기탁, 학교 숲 워크숍, 세미나 등 지원, 연구 활동 지원	시범학교 3차 선정 (24개 학교)
2002		시범학교 4차 선정 (15개 학교)
2003		시범학교 5차 선정 (127개 학교)
2004		시범학교 6차 선정 (105개 학교)
2005		시범학교 7차 선정 (79개 학교)
2006		시범학교 8차 선정 (116개 학교)

학교숲 우수학교 사례집

함께 만들어가는 아름다운 학교숲 우수학교사례집	발행일 (연월)
목행초등학교	2003.05
안덕중·홍천정보과학고등학교	2003.05
신영초등학교	2003.05
수원원일초등학교	2004.10
아름다운 숲길이 있는 안양신기초등학교	2005.05
작은식물원 풀무농업고등기술학교	2005.10
미래의 특수교육 환경모델 성남혜은학교	2006.02

그린웨이 운동 도시숲 운동의 일환으로 미래세대 삶의 질을 확보하고 도시와 국가의 경쟁력을 갖추고자 2006년 1월에는 책 발간을 통해 그린웨이 개념을 소개하고 (2006년 1월 총서 7편인 '도시의 생명력, 그린웨이'), 2월에는 국제워크숍을 개최했습니다. 또한 그린웨이 활성화를 위한 발전기금을 기탁했으며, 난지도 노을공원 가족 공원화 촉구를 위해 시민가족들 72명이 걷기대회 운동에도 참여하였습니다. 또한 도시의 미래를 꾸려나가고자 2006년 5월에 출범한 '공익도시환경디자인센터'의 창립과 운영을 돕고 있습니다.

서울숲 조성 유한킴벌리는 '서울숲' 조성과 운영에 기업파트너로 참가하고 있습니다. 2006년 연중 서울숲의 500여 개 프로그램(참여인원 23,947명)을 후원했으며, 3월에 벤치를 기증했으며, 11월에 시민참여형 도시숲 심포지엄 개최를 도왔습니다. 참고로 서울숲은 2003년 기업 70곳과 개인 5천여 명의 후원금을 모아 시작했고, 서울숲 내 별도로 유한킴벌리 숲 4천 평을 조성해 회사와 시민가족들이 참여해 이를 가꾸고 있습니다.

유일한로 도시숲 조성 유한킴벌리는 2006년 유일한로 도시숲 조성에 4억 원을 유한대학에 기탁하여 거리숲을 조성했습니다. 유일한로는 2004년 기업인의 이름을 딴 국내 최초의 도로로서, 전봇대 지중화사업, 신뢰의 문 건설, 쌈지공원 조성 등을 통해 숲이 있는 거리로 변화하고 있습니다.

'우리숲' 웹사이트 운영 - 청소년 대상 숲 체험학교 신설 www.woorisoop.org

유한킴벌리는 공익사이트 '우리숲' 운영을 통해 숲 보호활동을 전개중입니다. 2006년 청소년 대상 온라인 숲체험학교 신설, 숲 용어 해설, 숲 보호활동 단체 및 회원 참여 안내, 숲 블로그 운영 등 콘텐츠 개발에 앞장서서 2006년 12월 '제1회 대한민국 인터넷 대상' 국무총리상을 수상했습니다.

우리강산 푸르게 푸르게 총서 발간

유한킴벌리는 환경과 숲관련 총서 발간으로 자료 축적과 정보 공유에 앞장서고 있습니다. 2006년 총 6권의 책이 발간되었고, 이중 '도시의 생명력, 그린웨이', '숲은 더 큰 학교입니다'는 문화관광부 우수학술도서 및 청소년 권장도서로 선정됐습니다. 2007년 5월 현재 총 30여종(1993~2006)의 총서가 발간되었습니다.

환경정책연구

지속가능한 미래 숲을 준비하기 위해 1996년부터 숲관련 정책 결정과 숲비전 제시 활동에 협력하였으며, 2006년 '우리가 지켜야할 소나무 숲 100곳', '농산촌 문화 콘텐츠 연구', '사회적 일자리 사업 평가 및 정책연구', '마을조사단을 통한 사회적 일자리 창출과 지역공동체 살리기 연구', '친환경적 숲 탐방문화 정착을 위한 숲길 가꾸기' 등 총 5건(1996~2006, 총43건)의 연구가 이루어졌습니다.

국제환경프로그램 협력의 길 열어 - 생태환경리더십센터 설립 참여

유한킴벌리는 아태지역 국가 환경운동가들의 교육연구전담 최초기관인 생태환경리더십센터(Eco Peace Leadership Center, 이하 EPLC) 설립에 2006년 1월 참여한 이래 지속적으로 이를 돕고 있습니다. 강원대학교, 생명의 숲 국민운동, 환경재단과 함께 아시아 태평양지역 생명 평화 네트워크 구축과 자연환경 관리기술 이전과 공유, 자연환경보전 및 복원 프로젝트 추진을 위한 것입니다. 8월에는 국제연합환경계획(United Nations Environment Program, 이하 UNEP)의 협력교육기관으로 지정되어 국제적 공신력을 가지게 되었습니다. 11월1~3일에는 UNEP, 아태지역 NGO 대표 등 50명이 참여하는 국제시민사회포럼을 개최하였습니다..

북한 산림 황폐지 복구활동 지속

유한킴벌리는 북한 산림복구를 통해 한반도 환경보전에 기여하자는 목적으로 창립된 '평화의 숲' 과 산림황폐지 복구 물자전달, 양묘장 조성 활동, 임업협력을 위한 전문가 회의를 돕고 있으며, 매년 나무를 심고 있으며, 2006년에는 북한 고성지역 밤나무 단지 100ha 조성에 참여하였습니다.

북한에 심은 나무현황

(밤나무모목)

연도	1999	2000	2001~2002	2003	2004	2005	2006
심은 나무수	2,167,830	130,000	211,750	30,115	131,096	203,804	10,000

* 상세자료링크(북한 산림 복구 프로그램)- <http://www.yuhan-kimberly.co.kr/>

동북아 사막화 방지

-몽골 사막화 방지 나무 심기 노력

유한킴벌리는 동북아지역 산림생태 황폐화 및 사막화 저지 및 숲 복원을 위해 1999년부터 동북아 산림포럼과 현지조사, 나무심기, 연구활동을 하고 있으며, 2006년에도 셀렝게주 토진나르스 50ha에 소나무를 심었습니다.

몽골에 심은 나무현황

연도	2001	2002	2003	2004	2005	2006
심은 나무수(본)	500	1,000	200,000	150,000	150,000	150,000
지역	몽골 어린이 공원내	울란바타르시 가로수	셀렝게주 토진나르스			
나무수종	전나무/잎갈나무	소나무/전나무	20만평 소나무	15만평 소나무, 잎갈나무	15만평 소나무	15만평 소나무

* 상세자료링크(연도별 사막화 방지 프로그램) <http://www.yuhan-kimberly.co.kr/>

문화 발전을 위한 메세나 활동

문학인과 시민들의 공감의 장 운영에 참여

유한킴벌리는 문학인과 시민들이 교감하는 장을 만들고자 '자연을 사랑하는 문학의 집·서울' 을 후원하여, 문학과 예술 프로그램의 성공적인 모델을 보여주고 있습니다. 매주 수요일문학광장과 금요일음악마당이 개최되어 예술가 약 600여 명, 시민 11,000여명이 참여했습니다.(2001~2007.6)

산림청과 함께 우리강산 푸르게 푸르게 기금으로 건설을 도왔던 산림 문학관은 2006년 한글세계화사업, 세계문학의 집 연대사업 등의 의미있는 장으로 활용되고 있습니다.

문학의 집·서울 주요 활동 (2001.10~2007.6)

	횟수(회)	상세내용	참여예술가	참여문인수(명)	참여시민수(명)
수요일문학광장	79	문인초청강연	소설가 김원일, 오정희, 김훈 시인 강은교등 문학인	128	5,460
		문학강연독자와의 대화			
금요일음악마당	79	성악가의 노래	성악가/작곡가	481	5,636
		시낭송	시인		
		문학강연, 시인에 대한 증언	문학관계자		
기획전	27	글로 보는 작가의 하루, 파블로 네루다 탄생 100주년 기념전시, 문인들의 취미전 6회 등			

예술문화 보급 위한 음악회 지속적 개최

한글의 아름다움을 소개하고자 우리 시에 가곡(총18곡)을 붙인 신작가곡 음악회를 2006년 10월 17일 LG아트센터에서 개최해 1,300명이 참석했습니다. 본 음악회는 2006년까지 총 6회, 음악가 160여명이 참여해 103곡의 가곡이 창작되었으며, 공연에 약 7천여 명의 시민들이 참석하였습니다.

우리시 우리노래 주요 경과

행사명	일시	장소	시인	작곡가	음악가	참여시민(명)
제6회 '우리시 우리노래' 신작가곡 음악회	2006.10.17	LG아트센터	20	18	11	1,200
제5회 '우리시 우리노래' 신작가곡 음악회	2005.10.25	호암아트센터	20	20	13	614
제4회 '우리시 우리노래' 연주회	2004.12.17	문학의 집·서울	12	12	11	60
제3회 '우리시 우리노래' 신작가곡 음악회	2004.05.12	세종문화회관 대강당	23	23	53	2,500
제2회 '우리시 우리노래' 연주회	2003.10.24	문학의 집·서울	16	16	7	85
제1회 '우리시 우리노래' 신작가곡 음악회	2003.04.12	예술의 전당	24	24	15	2,200

한글, 한국어 세계화 작업 동참

유한킴벌리는 한글이 세계언어로서 자리매김할 수 있도록 한글 창제 560돌을 기념해 2006년 10월 10일 '자연을 사랑하는 문학의 집·서울' 에서 열린 국제심포지엄을 후원하는 등 국내외 바른 한글과 한국어 알리기에 동참하고 있습니다.

한중일 문화콘텐츠사업 추진-식물편 완성

유한킴벌리는 동북아시아 문화의 동질성과 고유성을 이해하고 평화와 화합의 새로운 패러다임 해법을 제시하고자 장기적 과제의 하나로 3천년 한·중·일 문화 유전자 해독 작업(콘텐츠 개발)을 진행하고 있습니다.

본 사업의 총 책임은 이어령 초대문화부 장관이 맡고 있으며, 그동안 총 45명의 공동집필자가 참여해 2006년 대나무, 국화, 난초편을 완결해 '사군자와 세한삼우'를 소재로한 총 5권의 책이 완성되었습니다. 이중 대나무와 국화편은 2006년 문화관광부 우수학술도서로 선정되어 그 가치를 더했습니다.

한편 이 사업의 취지를 널리 알리고자 2006년 11월 2일 특별강연회를 개최하여 우리사회 문화계의 인사들 240여명의 공감대를 이끌어내기도 했습니다. 향후 십이지(十二支 - 쥐·소·호랑이·토끼·용·뱀·말·양·원숭이·닭·개·돼지)를 소재로한 문화콘텐츠 개발을 계속해 나갈 계획입니다.

비교문화 상징사전 콘텐츠 개발사업 주요 내역

연도	주요 활동
2004	한중일 비교문화 상징사전 시리즈 (1) 매화편 출간*
2005	한중일 비교문화 상징사전 시리즈 (2) 소나무편 출간
2006	한중일 비교문화 상징사전 시리즈 (3) 대나무편 출간**
	한중일 비교문화 상징사전 시리즈 (4) 국화편 출간***
	한중일 비교문화 상징사전 시리즈 (5) 난초편 출간 특별강연회 개최

* 매화편 - 2006 프랑크푸르트 도서전 한국의 아름다운 책 100 선정, 영문판 발간
 ** 대나무편 - 2006 문화관광부 우수학술 도서 선정
 *** 국화편 - 2006 문화관광부 우수학술 도서 선정

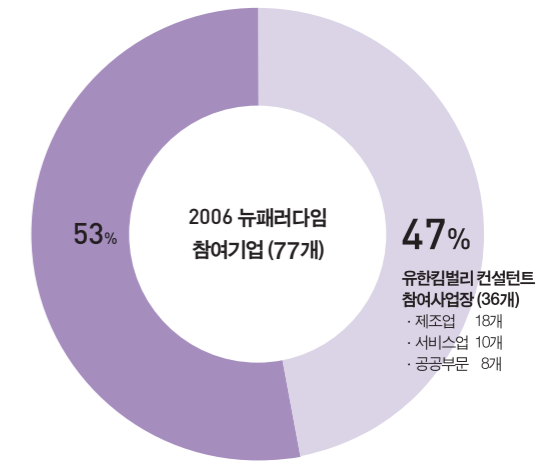
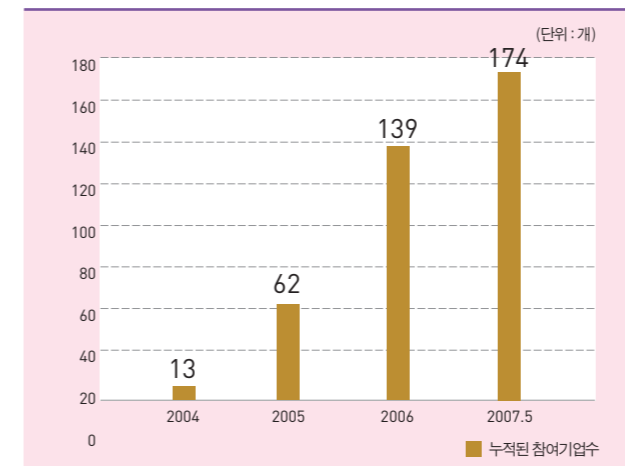
평생학습 모델의 사회적 확산

- 뉴패러다임 -

뉴패러다임 통한 사회적 책임 수행

유한킴벌리는 뉴패러다임의 사회적 확산을 돕고자 인적 자원을 파견하는 등 적극적인 사회적 책임 노력을 수행하고 있습니다. (2004~2006, 총 24명) 2006년에는 컨설턴트 7명이 중소기업이나 기타 조직들의 평생학습체제와 근무시스템을 만들어주는 프로젝트(평균 3~4개월 소요)를 돕거나, 뉴패러다임센터 구성원들을 대상으로 유한킴벌리 경영모델을 전수했습니다. 이를 통해 2006년 총 36개 기업 컨설팅을 진행했습니다. 참고로, 뉴패러다임은 2007년 5월 현재 총 174개의 기업 및 기관에 확산되어 교육시간 증가, 생산성 및 경영실적 향상 등 뉴패러다임 도입후 뚜렷한 성과를 거두고 있습니다.

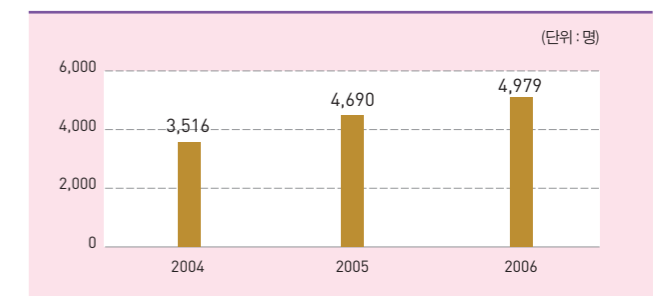
연도별 뉴패러다임 확산 추세



유한킴벌리 평생학습 모델, 사회와 공유

유한킴벌리는 개인과 조직의 경쟁력을 향상하고, 한국 사회와 경제의 선순환 구조를 형성하고자 평생 학습 모델을 사회에 공개하고 있습니다. 2006년 총 4,979명(386여 개 단체 포함)에게 사업장(김천, 군포, 대전 공장)을 개방해, 유한킴벌리 사례가 기업, 기관, 학계 등에 공유되고 있습니다.

유한킴벌리 벤치마킹을 위한 전체 방문자 수



지식경영의 사회적 확산

- 피터드러커 소사이어티 -

피터드러커 현장 선포식 및 교육프로그램 진행

유한킴벌리는 세계적인 경영학자인 피터드러커 교수의 지식근로자 정신을 한국사회에 접목시키고자, 피터드러커 소사이어티(이하 PDS)와 협력활동을 시작해서 PDS 혁신상 지표개발연구 및 2006년 6월 현장 선포식 및 심포지엄 서울 개최를 도왔으며, 9월부터 혁신상 제정 준비에 참여중입니다. 그외에 9월부터 기업 CEO와 핵심인재대상 양성 교육프로그램 실시를 돕고 있습니다.

피터드러커 평생학습 프로그램 진행현황 (2006. 9 ~ 2007. 2)

프로그램	기간	강의	참여
제1기 PDS CEO Mastery 과정	2006. 9.14 ~ 2007. 2. 8	8회	12명
제2기 PDS CEO Club 과정	2006. 9.14 ~ 2007. 2. 7	7회	17명
제1기 Innovative Entrepreneur 과정	2006. 9.22 ~ 2007. 2.23	7회	25명

*상세자료링크 (피터드러커 평생학습 프로그램 진행현황) <http://www.pdsociety.or.kr>

연구조사 활동 - 평생학습 및 지식경영 확산

유한킴벌리는 평생학습사재를 사회와 공유하고자 뉴패러다임포럼 창립 지원을 시작으로 평생학습시스템 보급과 뉴패러다임 확산에 협력하고 있습니다. 현재 뉴패러다임센터, 뉴패러다임포럼, 피터드러커 소사이어티, 시민경제사회연구소 등 다양한 섹터와의 네트워크를 형성하고 있습니다. 또한 체계적이고 전문적인 지식 보급을 위해 2006년 총 7건의 연구조사 활동을 진행했고, 2007년 1~3월에도 11건을 진행하고 있습니다. 결과는 발표회, 토론회, 정책제안, 국제심포지엄 등을 통해 공유하고 있습니다.

2006 연구조사 목록 : 고성과 정부조직을 위한 기회와 과제, 뉴패러다임 비전 2020, 정부의 사회적 일자리 사업 평가 및 정책 연구, 농산촌 문화 콘텐츠 연구, 중소기업 근로자에 대한 경쟁력 강화지원 방안, 정부의 조직과 예산 개편 방안 연구 경제패러다임의 전환 등



건강위생

병원감염예방 노력

유한킴벌리는 생명존중의 첫걸음으로서 감염관리 중요성을 인식하고, 우리나라의 감염관리 선진화를 위해 매년 관련 세미나를 개최해오고 있습니다. 2006년 제4회 세미나에서 전세계가 병원내 감염이 위험한 수준에 올라와있음을 보고하고, 환자 및 수술실내 의사와 간호사를 병원감염으로부터 예방하기 위해 적절한 수술용품 및 기구들의 사용이 효과적임을 소개했습니다. 참석자는 수도권의 주요 병원 40여명의 수술실 수간호사들이었습니다. 병원감염예방은 의료선진국으로 가기 위해 해결해야 할 과제 중 하나로 전문가와 일반 대중의 관심이 높아지고 있습니다.

감염관리 세미나 개최 현황 (2002~2006)

세미나	일자	주제	강사
제4회	2006.10.30	Surgical Site Infection: Strategy for Prevention	Ms. Kathy Stoessel, RN,BSN, MSE
제3회	2003.10.17	Infection Control: Principles & Practices	Ms. Mickie Pfarr, RN, CNOR
제2회	2003.02.28	Glove Management	Ms. Kathy Stoessel, RN, BSN, MSE
제14회	2002.08.20	수술 환경에서의 감염관리에 관한 연구	Jay R. Sommers, Ph.D

깨끗한 화장실 만들기 캠페인, 올바른 손씻기 캠페인 전개

우리사회에 깨끗한 공중화장실 문화를 정착시키고 위생관리의 중요성을 발전시키고자 캠페인에 주도적으로 참여해왔던 유한킴벌리는 2006년 이를 더 고양시키고자 공중건물의 화장실 위생관리의 표준을 설정하고 모범사례를 나누는 제1회 골든서비스 어워드(GSA-Golden Service Awards) 제정에 한국화장실 협회, 한국건물위생협회, 화장실 시민연대와 참여했으며, 관련 수상식은 11월 21일 개최했습니다. 참고로, 본 상은 1991년부터 영국, 호주, 이탈리아 등에서 시행되는 것으로, 한국도 상을 제정해 훌륭한 제품과 서비스 표준을 제공하고, 건강위생용품의 모범대상을 발굴해 격려할 계획입니다. 그 외 시민들의 건강한 생활습관을 만들고자 2000년부터 '올바른 손 씻기' 캠페인도 지속적으로 진행해오고 있습니다.

이웃 돌봄

지역사회 프로그램을 위한 사원들의 사내 투입시간 및 기부금액

유한킴벌리는 사원들의 자발적인 자원봉사활동을 격려하고 권장하고 있습니다. 자원봉사활동 내역은 사원들이 자발적으로 참여한 활동내역입니다. 이웃돌봄활동은 크게 자원봉사활동과 기부활동으로 구분되며, 2006년 이웃돌봄 활동은

218건이 이루어졌습니다. 단, 이 모든 집계자료는 회사를 통해 발생한 자발적인 이웃 돌봄활동 내역만을 기재한 것으로, 사원들이 개별적으로 참여하고 있는 활동은 포함하지 않았습니다.

분류	전체 참여인원 (명)	자원봉사 시간 (시간)	총 횟수 (건)	기부금액 (원)
실적	15,142 (사원가족 432)	13,196	218	117,406,920

숲 가꾸기 자원봉사 사원 및 사원가족들이 서울숲 월동준비 '우드칩 깔기', 서울숲 화단조성 참여 등

농촌사랑, 1사 1촌 운동 대전공장은 금산군 제원면 길국 1리와 1사 1촌 결연을 맺어 사원 200명이 벼 베기, 탈곡, 인삼수확 등 농촌 일 지원, 독거노인 집 개선에 참여

환경정화 활동, 1사1하천 운동 군포, 대전, 김천공장 사원들의 지역사회를 위한 1사1하천 정화 활동

재능나눔 봉사 군포 여성노동조합 여사원들은 매월 '미용봉사', 음악동아리인 '하기사밴드'는 공연봉사, 김천 생산설비 관리팀 사원들의 동아리 '유전회'는 독거노인들의 전기배선공사활동, 대전 테니스 동아리는 전국체전 심판봉사활동, 무선행동이라는 애항 아동원 체육대회 지원

1부서 1단체 돕기 군포공장 생산부 관리팀 사원의 불우시설 돕기 운동이 전 부서로 확산

계층별 봉사 대전공장 사원들은 독특한 계층별(부서장, 팀장/기장, 과/차장, 대리, 사원) 자원봉사 활동 전개
십사일반 불우이웃돕기 모금 대전공장 사원들은 매월 5,000원씩 기금을 모금하여 5개 사회복지관에 연간 2,400만원씩, 23개 자매결연 가정에 생활비 지원. 2006년부터 초등학교 결식아동들에게 쌀과 생필품 전달, 해마다 송강지역 독거노인 150명을 위한 연말 위안잔치 실시(1994년부터)

수해복구 자원봉사 유한양행 등과 함께 2006년 수재의연금 1억원 기탁. 군포공장 사원 200여 명이 강원도 인제군에서, 대전공장 계층별 학습조직에서도 단양군 영춘면 수해복구 자원활동 참여

물류부문 봉사활동 매년 2월을 '헌혈의 달' 로 지정, 사랑의 헌혈 나누기 운동. 성남물류센터는 자체 사회봉사팀을 만들어 무의탁 노인들을 찾아가 자원봉사

사원 자원봉사동아리 '연탄한장' 90여 명 본사 회원들 저소득 가정 연탄 배달, 결손가정 멘토링 등 봉사

가족봉사단 활동 대전공장 사원 아내들로 구성, 매월 아기보호소인 늘사랑 아기집과 인근지역 저소득 가정을 방문해 청소와 병원가기 등을 봉사. 이외에 공장별 사원아내들이 겨울 김장김치 담기에 참여해 이웃에게 전달



2006 사원들의 지역사회 참여 노력

성격	소속 / 단체명	지역사회 이웃돌봄처	월	결과들
자원봉사활동	김천공장	독거노인 가정	1	연탄 배달 4회
	신입사원	열린사회 (헤뜨는 집)	2	도서관 수리 및 도서등록
	본사유리안	석암 베데스다 요양원	2	아이돌보기 및 급식 지원
	대전가족봉사단	사회복지기관 늘사랑아기집	9	아이들 예방접종, 청소, 빨래
	김천공장	제87회 전국체전기획단	10	경기도 선수단 자매결연 지원
	대전가족봉사단	사회복지기관 늘사랑아기집	12	김장김치 전달
	본사연탄한장	사랑의연탄나눔운동본부 등	1,12	성북구 삼선동 등 연탄나눔 봉사
	본사신우회	용인종합사회복지관	1-12	무의탁 노인 후원
	군포노동조합	용인 영보자애원, 양지의집	1-12	헤어미용봉사 등
	김천유전회	김문연 문우리 외 13곳	1-12	독거노인 전기시설 보수, 화장실 보수(9월)
	대전공장	소망의집 등 사회복지기관	10-12	배추밭 조성, 연탄배달 등
	대전공장	송강 지역 자매결연가정	3-11	독거노인 방문 봉사, 노인잔치
	대전가족봉사단	사회복지기관 늘사랑아기집	3-11	청소, 빨래봉사
	본사연탄한장	사랑의연탄나눔운동본부 등	3-7, 9, 11	집수리 봉사
본사연탄한장	강북 오현, 번동초등학교 등	4-6, 9-12	멘토링 - 별난놀이터	
군포공장	군포시 노인복지회관 등	9-10	배식지원, 노인정청소, 목욕봉사 등	
불우이웃돕기 기부활동	대전공장	전주수녀원 (양로원)	2	부서원 불우이웃 돕기
	물류본부	경기혈액원	2	헌혈 행사 후 사회 기증
	김천공장	김천시 자원봉사단체 후원	5	어린이날 명찰 부착금
	김천공장	평안의집 외 6곳	5	어린이날 / 어버이날
	김천공장	한국장애인생산품관장	9	후원금 지원
	대전공장	자매결연 17개 가정, 복지기관	12	화장지 후원, 김장김치 전달
	김천공장	평안의집 외 6곳	12	김장김치 전달
	김천공장	평안의집 외 4곳	1, 10	설날 및 추석 선물지원
	군포공장	기쁜소식(열린재활원)외 등	1, 9	설날 및 추석 맞이 추추절 선물
	대전공장	자매결연 17개 가정, 복지기관	1-12	불우이웃 돕기 성금 및 복지관 지원금
	김천결식아동돕기기금	동신초등학교, 어모중학교	1-12	급식비 후원
	강서물류센터	한국신체장애인 복지회 등	5-12	단체생활 기증 및 보육시설 물품지원
본사연탄한장	국제기아대책 등	6, 7, 12	인도네시아 지진피해 성금, 난치병 어린이들이 헌혈 및 수해성금	
본사연탄한장	북부 열린사회 등	7, 11, 12	저소득층 급식, 난방비 지원 모금, 김밥데이 모음	
환경보호활동	물류본부	천리포 수목원	4	자원봉사(4월) 및 후원
	본사, 군포공장	서울숲	5	화단조성 - 사우와 가족 총 66명, 관목 80주, 초화류 증자 300주, 소나무 묘목 50주
	본사, 군포공장	서울숲	11	나무 보양 주기, 우드칩 깔기 - 사우와 가족 총 37명
환경정화활동	성남물류센터	센터 외곽	1-12	주변정화 및 정리
	김천공장	대광천 및 모광입구 도로	1, 3-5, 7-10	1사1하천 정화 활동
	대전공장	갑천 / 공장주변	3, 11	1사1하천 정화 활동
	군포공장	당정천	6, 9	1사1하천 정화활동
	김천공장	직지천, 고성산 등	6-12	뉘시회, 배드민턴회, 하천 및 등산로 환경정화
군포공장	수원성 주간보호센터 등	9-10	의왕시 거리청소, 수원성 청소 등	
1사 1촌운동	김천공장	묘광마을	7	묘광마을 경로잔치
	대전공장	금산면 제원면 길국 1리	9	일사일촌 결연식 및 냉장고 기증
수해복구 지원활동	군포공장	인제군 하추리	7-8	수해복구
	대전가족봉사단	진부리 단양 수재지역 봉사	8	영춘면 농가 지원
	본사연탄한장	충북 단양 파프리카 농원	8	수해복구

WORK & LIFE BALANCE 가족친화

유한킴벌리 가족친화 개념

2006년은 우리사회가 저출산시대에 기업과 사회, 국가의 지속적인 발전을 위해 가족친화경영의 필요성을 인식하고 가족친화적 사회환경조성에 높은 관심을 가졌으며, 유한킴벌리 모델이 대 사회적으로 높은 관심을 받았던 해입니다.

유한킴벌리가 추구하는 가족친화경영의 핵심은 인간존중을 바탕으로 생애 주기별 가족책임(결혼, 출산, 육아, 은퇴준비 등)을 고려한 유연한 근무제도와 이와 병행한 평생학습 시스템의 모범적 운영으로 이루어집니다. 이를 통해 사원들의 과로를 방지하고 학습기회를 제공함으로써 개인과 가족, 기업의 경쟁력을 확보할 수 있다는 사례로 많이 소개되었습니다.

참고로, 유한킴벌리 2006년 5월 가족친화대표기업으로서 대통령표창을 받았으며, 한국가족관계학회로부터도 상을 받았습니다. 여성가족부가 발간한 가족친화기업 사례집중 우수기업 사례로 소개되었으며, 국내 언론기관뿐만 아니라 일본 아사히 신문(2006.8)과 후지TV(2006.9)에 모범사례로도 소개되었습니다.



후생복지지원 넘어서 전생애 삶의 질 개선

유한킴벌리는 단순한 후생복지 차원에서 넘어서 전생애적인 삶의 질 개선을 위해 노력하고 있습니다. 유한킴벌리는 출산과 육아, 자녀교육 책임을 남성과 여성이 함께하는 것을 격려하며, 출산시 축하금과 선물을 지급하며, 모성보호제도의 법정기준을 준수하고 있습니다. 육아 휴직시 휴직급여를 추가 지원하며, 여사원 건강검진(유방암, 자궁암 등 여성질환), 분만시 의료비 지원, 배우자 출산휴가 2일 등 다양한 제도를 실행하고 있습니다. 또한 2006년 유한킴벌리 노사는 단체협약을 통해 고령사회 대비를 위한 정년 연장을 결정했으며, 정년퇴직예정자를 위한 프로그램을 운영해 사회로의 건강한 복귀를 돕고 있습니다.

그리고 2002년부터 사원과 가족들이 일터와 가정에서 겪는 어려움을 현명하게 풀어나갈 수 있도록 전문가 심리상담서비스를 제공하고 있습니다. 24시간 언제든지 도움을 요청할 수 있으며, 비밀보장을 원칙으로 합니다. 이 프로그램을 피톤치드(Employee Assistance Program, EAP)라고 부르고 있습니다. 2006년에는 전체 인원 중 4.9%가 이 제도를 이용했으며, 총 39회의 가족특강을 개최해서 총 1,397명(총 교육 75시간)이 참여했습니다.

유한킴벌리 가족친화제도의 운영과 성과

제도	유형	내용	2006.1~2007.3 성과	
유연하고 탄력적인 근무제	전일근로	시차 출퇴근제	관리직 대상. 오전 7시~10시 사이 출근 선택 가능	본사 시차출퇴근제 시간 확대
		4조 2교대	생산직 대상. 4일 근무, 4일 휴무. 휴식과 평생학습 지원	
		현장출퇴근제	영업직 대상. 정기 출퇴근 없이 업무 수행	
	은퇴준비	정년퇴직예정자 프로그램	은퇴전후 6개월 종합 컨설팅 서비스 제공	정년 2년 연장 (만 57세)
육아지원	교육서비스	유아교육비 지원	유아교육비 지원 확대(취학전 2년)	
		대학졸업까지 자녀 학자금 지원	대학학자금 자녀수 제한 폐지	
	출산, 아버지 휴가제도 등	출산시 축하품 및 축하금 지원	출산축하금 확대 (30만원), 출산 및 남녀분만의료비 지원 추가	
		산전후와 유사산 휴가, 산전휴직 출산시 남성사원들 유급휴가(2일) 여사원 자궁암 및 유방암 검진		
보육 / 육아 지원 등 기타 지원서비스	육아휴직 매월 6일 정시 퇴근 통해 가족과의 시간 지원 수유실 운영 등	육아데이를 가족데일로 변경 실시 전 사업장 모성보호공간 리모델링		
가족지원	의료비 지원서비스	가족까지 의료비 지원	배우자건강검진 확대 (기존 35세 → 30세 이상)	
	가족휴가 지원 서비스	경조휴가 및 경조금 지급 등		
	전문가상담심리프로그램 (EAP)	사원가족 대상. 24시간 연결. 비밀 보장 사원대상 - 24시간 연결, 비밀보장	재무컨설팅도 추가	
근로지원	의료비 지원 서비스	휴직제도(학습 및 간호 등), 사원건강검진제도	사원건강검진 확대 (기존 35세 → 30세 이상), 단체정기보험 중 암진단 포함	
	생활안정 지원서비스 등	퇴직금누진제, 퇴직보험, 주택대여 및 전세금 대여 등		
가족친화 문화 조성	가족친화 문화조성 프로그램	주말농장, 사원가족초청행사, 가족특강, 가족사보 등	가족관련 특강 강화	
	사원 만족도 조사	정기적 실시 통한 의견 수용 및 개선	가족친화 설문조사 및 연구 실시	

*본 제도는 여성가족부에서 안내하고 있는 가족친화제도의 유형에 근거한 것입니다.

함께하는 보육 동참 및 모성보호 공간 리모델링 및 확대

유한킴벌리는 매월 6일 전사원들을 대상으로 가족데이를 실시하고 있습니다. 또한 대사회적으로 함께하는 보육개념 확산하고자 2006년 5월 유통 매장에서 육아데이 홍보에 나섰습니다. 또한 2007년 4월에는 대형유통업체(이마트)과 유아제조업체들의 출산기획전에서 나온 수익금을 보육시설에 전달하는 프로그램에 참가하였습니다. 그외에도 2006년 직장내 여성들을 위한 모성보호공간을 리모델링 하거나 추가개설도 진행하였습니다. 본사와 대전공장(5월), 군포공장(9월), 김천공장(12월)에 이루어졌으며, 생리중이거나 임신중인 여성들의 쉼터이자 모유수유공간으로 활용되고 있습니다.

가족친화캠페인 확산

유한킴벌리는 2006년 3월부터 11월까지 문화일보와 공동기획으로 '가족사랑, 기업사랑' 가족친화 캠페인을 진행해서 가족친화경영의 필요성과 중요성을 대사회적으로 알렸습니다. 주로 가족친화 의식 조사, 해외 우수 사례 벤치마킹, 전문가와 최고경영자 인터뷰, 국내·외 50여 개 모범사례를 발굴하였습니다.

가족친화 확산 제안 활동

유한킴벌리는 가족친화사회 조성 및 확산을 위해 관련 토론회 및 공청회에 참가해 지속적으로 기업의 가족친화모델을 소개하고 있습니다. 또한 기업과 연계된 사회돌봄모델 개발 필요성을 인식하고, 지역조사(총 8회, 2006.1~6)를 진행하였습니다. 이 결과를 바탕으로 저출산으로 지역사회내에 비어있는 학교시설 활용안 등을 미래포럼과 저출산고령사회위원회에 제안했습니다.

가족친화 주요 협력활동(2006.2~2007.5)

일자	협력처	활동
2006.02	국회	가족친화사회조성법 정책토론회 토론 발제
2006.04	미래포럼	가족친화경영 사례 발표
2006.05	한국가족관계학회	가족친화경영 사례 발표
2006.07	여성가족부	가족친화경영 선언식 참가 및 가족친화경영 우수사례 발표
2006.08	국회	가족친화 사회환경조성법(가칭) 발의 관련 토론회 토론발제
2006.10	가정문화포럼	제4회 가정문화포럼 강연
2006.11	저출산 고령사회위원회	'저출산 극복을 위한 기업과 정부의 역할' 간담회
2006.12	서울시	다자녀 가정 협약식 협약 참여
2007.01	노동부	일과 가정 양립 지원법 제정 TFT 참여
2007.02	산업자원부	저출산사회 대응위한 간담회 참여
2007.04	충남공무원교육원	제1기 저출산고령사회실무과정 기업사례 발표
2007.04	국회	가족친화 관련법 제정 공청회 진출 참여
2007.05	보건복지부 저출산고령사회위원회	국제세미나 사례 발표

여성 미래리더 양성 · 여성미래센터 건립 참여

유한킴벌리는 저출산시대, 디자이너 교육을 통한 여성 인재 양성과 제3세계 여성 및 여성 NGO리더십 개발을 위한 장학 사업을 진행한 바 있습니다. 또한 한국사회의 지속가능한 성평등사회를 선도하는 메카가 될 여성미래센터 건립 약정식에 2006년 6월 참여하였습니다.

여성 리더 양성 교육 현황

명칭	기간	대상	협력처	내용
디지털텍스타일 디자이너 교육	2006. 1~12	674	유한디자인인력개발원	중소기업체 디자인 인력보급
	2007. 1~ 3	202		
미래여성NGO리더십 장학기금	2007. 3~12	10	미래포럼, 한국여성단체연합	리더십 과정 장학금 전달
이화글로벌 파트너십 프로그램	2006. 3~12	1	이화여자대학교	세계 여성인재 육성 프로그램 참여

고령화 대비한 프로그램 개발 및 보급

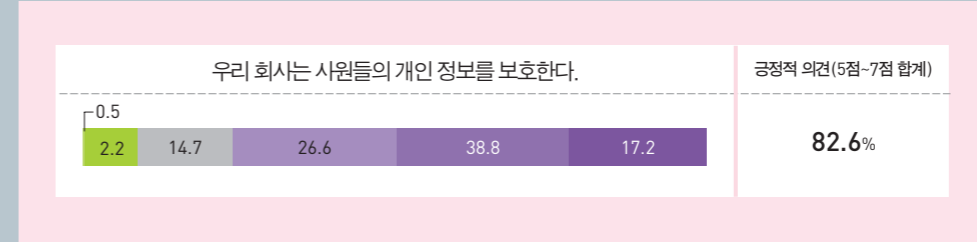
유한킴벌리는 노인들을 위해 2006년부터 성공회대학교 연구팀과 함께 노인대상 휴대전화 사용법 교육 프로그램을 개발하고 보급하는 사업에 참여하고 있으며, 2007년 대상수를 확장해 가고 있습니다. 이를 통해 세대 간의 정보 격차를 해소하고, 노인들이 좀 더 밝은 노년기를 맞도록 돕고 있습니다.

노인을 위한 휴대전화 교육프로그램 진행사항

연구대상	서울시 소재 노인종합복지관 및 우수 경로당 노인
1차년도 사업 (2006.7~2007.3)	명칭 - 제 1차 어르신 휴대전화 교육프로그램의 보급을 통한 정보 격차 해소 연구사업
	실행규모 - 노인종합복지관 10개소, 60개 반 (노인 500명, 교육도우미 500명)
	선정기준 - 60세 이상, 휴대전화 소유한 자, 지정된 일시에 참여 가능한 자 (주 1회) 내용 - 휴대전화 교육프로그램 개발 연구 (2006.5 - 2006.12)
2차년도 사업 (2007.4~2008.3)	명칭 - 제 2차 어르신 휴대전화 교육프로그램의 보급을 통한 정보 격차 해소 연구사업
	실행규모 - 노인종합복지관 12개소, 80개 반 (노인 800명, 교육도우미 800명)
	선정기준 - 60세 이상, 휴대전화 소유한 자, 지정된 일시에 참여 가능한 자 (주 1회) 내용 - 교육 도우미 훈련, 노인 휴대폰 교육

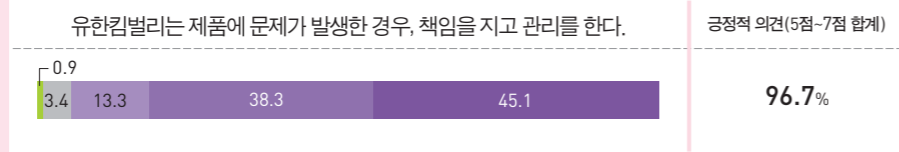
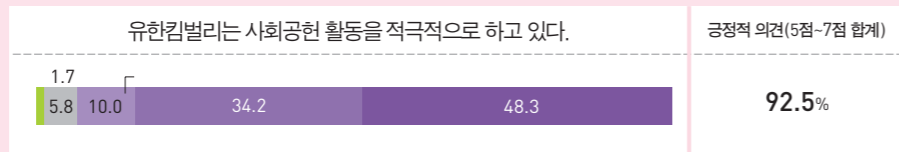
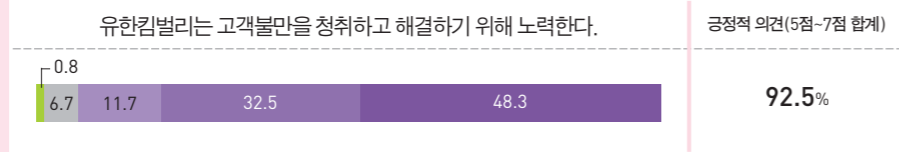
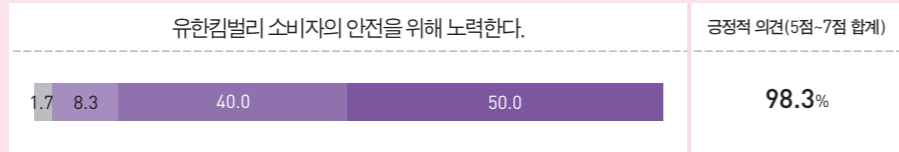
이해관계자 조사결과

유한킴벌리의 이해관계자들은 어떤 평가를 내리고 있는지를 알 수 있도록 피드백 받은 것을 공개합니다.



지역사회

전혀 그렇지 않음 그렇지 않음 그렇지 않은편임 보통 그러한 편임 그러함 매우 그러함



본 내용은 유한킴벌리 임직원 431개, 협력회사 61개, 지역사회 주민 및 단체 121개의 설문지를 수거해 신뢰도 95%에 해당하는 샘플을 대상으로 분석했습니다. 7개 척도를 사용하였으며, 상위 3개의 척도를 합산하여 긍정적 의견으로 표기하였습니다. (자세한 내용은 부록에 실명됨)



유한킴벌리는 1997년 이래 환경부하 최소화, 지속적인 환경개선, 효율적인 환경관리, 조직원의 환경관리 능력 배양, 방침공개, 환경보호운동에 선도적 역할이라는 환경경영방침을 수립하고 이를 실천해오고 있습니다.

ENVIRONMENTAL VALUE

환경성과

환경 · 에너지 비전 | 환경부하 최소화 정책 및 투자 | 원료 및 에너지 |
 환경영향 감소 노력 | 지구온난화 방지 · 온실가스 저감 노력



환경비전 환경·에너지비전 2015 준비

환경부하 최소화 정책 및 투자 환경 투자 비용 전년 대비 9% 증가, 원가절감 통한 관리비용 4% 절감, 친환경펄프와 친환경 소모품 모범적 구매, 환경 교육 사원당 1.5회 실시, 생리대 포장재 40% 재활용

원료 및 에너지 간접 에너지 7%절감, 화장지 원단 건조과정의 연료 교체 통한 에너지 절감, 부직포 건조과정의 열사용량 감소

주요 환경 성과 요약 환경영향 감소 노력 물 재활용 57% 유지, 국내 재활용지 사용 비율 증가 81.8%, 생화학적 산소량감소, 폐기물 발생량 전년대비 17% 감소, 화학 물질 사용량 감소, 폐기물 발생 감소 목표 초과 달성

지구온난화 방지·온실가스 저감 노력 CO₂ 배출량 2002년 대비 10% 감축, 주요대기오염물 감축, 온실가스 배출 저감 대책팀 구성 및 체계적 실천

환경·에너지 비전

비전 수립

유한킴벌리는 환경경영방침을 선언했던 1996년이후 1단계로 2005비전을 수립한 바 있으며, 2단계로 2006년 2010 비전을 제시했고, 3차로 2007년 2015비전인 환경·에너지 비전을 준비해 한 발 앞서 환경경영의 비전을 제시하고 이를 달성하고자 노력해왔습니다.

환경, 에너지 비전 2015 주요 내용과 실적

분류	주요 내용		
	2015 비전	2006 실행	2007 ~ 2008 계획
회사 전체 활동	• 전세계 사업장에서 세계 5위 이내 수준 달성 (물사용량·에너지 및 온실가스배출저감·폐기물 저감, 에코디자인 적용)	• 법규 협약준수 모니터링, 도구 개발	• OEM / 임가공업체 환경개선, 인증 • 오염배출 / 방지시설 평가, 개선
제품 / 공정 및 자원	• 환경부하 10% 감소 (2005년 대비) • 자원재활용 99% 이상 달성 • 유해물질 사용 제로화	• 녹색구매 가이드라인 개발	• 주요 제품 / 공정 환경성 분석 • 유해성 평가시스템 개발 적용 • 에코디자인 가이드라인 개발 • 폐기물 재활용 기술 업체 개발
에너지 절감 및 지구온난화 감소	• 제품당 에너지 사용량 10% 감소 (2005년 대비) • 신재생 에너지 10% 사용 • 지구온난화가스 및 대기배출량 10% 감축 및 사업화 (2005년 대비)	• 지구 온난화 가스 저감 캠페인	• 에너지 전담 인력 확보 / 양성 • 공정 / 설비 에너지 효율 평가, 개선 • 지구 온난화 가스 인센티브 • 에너지 설비 표준화 • 청정 에너지 도입 • 신재생 에너지 스타디

환경부하 최소화 정책 및 투자

환경관련 투자 증가

유한킴벌리는 매년 환경관련 비용을 산출하고, 이에 근거하여 예산을 관리합니다. 2006년 환경보호비용은 약 90.5억원이었으며, 전년대비 투자는 9% 증가하였습니다. 관리비용은 원가절감 노력으로 4% 감소되어 총비용이 줄어들었습니다. 참고로 환경투자 및 관리비용의 집계는 설비투자나 비용발생 목적이 50% 이상인 환경 관련한 비용입니다.

환경 보호 총비용

일시	2001	2002	2003	2004	2005	2006
환경보호 총비용 (억원)	88.1	91.6	83.6	84.5	94.2	90.5
매출액 대비 환경보호비용 (%)	1.3	1.3	1.2	1.2	1.2	1.1

2006 주요 환경 투자 내용

사업장	환경투자명	투자비용 (백만원)
군포	대기배출물질 원격측정시스템 개선 및 데이터 전송 설비 설치	70
김천	보일러의 연료교체	461
	폐수처리장 악취 제거장비 설치	341
	폐수처리장 처리수 펌프 및 제어판 설치	18
	폐수처리장 처리수 실험 장비 구입	6

녹색구매 확대 및 생산자 책임 재활용 제도 의무 이행

유한킴벌리는 환경영향 감소를 위해 환경경영방침을 수립하고, 일관적이고 지속적인 프로그램을 개발하여 실천하고 있습니다.

녹색구매 적극 확대

유한킴벌리는 친환경생산, 소비 촉진을 위한 산업계 녹색구매자발적협약(2005.9)에 참여하고 있으며, 이를 이행하기 위하여 녹색구매가이드라인을 개발하여 녹색구매를 이행하기 위한 각 부문의 역할과 책임을 규정하였으며, 사내/외 교육을 통해 홍보활동을 하였고, 녹색구매 절차와 시스템을 구축하고자 노력하고 있습니다.

또한, 구매 정책에 환경친화적인 자재를 사용한다는 원칙을 반영하고 있습니다. 특히 친환경인 증 펄프와 재활용 제품의 구매가 총 구매 비용 중 약 14.4%에 해당한다는 것이 모범 사례로 선정되어 2006년 4월 11일 환경부와 친환경상품진흥원이 개최한 녹색구매자발적협약 추진 위원회 발표되기도 했습니다. 유한킴벌리가 구매하는 펄프의 경우 국제적으로 환경인증 취득했거나, 환경친화적인 제조공정에서 생산되는 펄프이며, 이를 통해 소비자에게 더욱 환경친화적인 제품을 공급하고자 노력하고 있습니다.

생산자책임재활용제도 (Extended Producer's Responsibility, EPR) 의무 이행

해당품목인 생리대, 물비누, 세정제 품목 등의 일부 포장재의 해당 재활용분담금(2006년 약 5천만원, 한국플라스틱자원순환협회 납부)의 납부 의무를 이행하고 있습니다. 또한 해당품목에 재활용 분리배출표시를 하고 있으며, 의무 이외의 품목에도 표시를 확대시행하고 있습니다.

환경관리 능력 배양

사내외 이해관계자들을 대상으로 체계적인 환경능력 배양교육을 수행하고 있습니다. 환경교육은 사원 1인당 평균 2.2시간을 수강하였습니다.

환경 교육 현황

분류	과정명	교과목 내용	수강인원(명)	교육시간
사외	협력회사환경교육	잔반 및 분리수거 방법	6	1
		오존, 미세먼지, PCB, ISO 14001	10	1
		분리수거장 이송시 환경사항 / 지분 재활용정보	20	0.5
	사무동 발생 폐기물 분리수거장 배출 요령	5	0.5	
출입자환경교육	신규출입자 대상 환경정보 소개	1	1	
사내 - 관리직 / 생산직대상	외부인사초청강의	일상생활에서의 폐기물 분리배출 교육	50	1
		ISO14001 내부심사원 과정	4	16
	외부위탁교육	지구온난화가스 검증심사원	1	24
		대기환경시설탐방 (수도권대기환경청)	2	7
		기후변화협약대응실무교육 (에너지관리공단)	5	8
		환경성적표지 인증심사원	2	43
	일반환경교육	ISO 14001요건 이해 및 내부감사원 자질 양성	25	16
		2005년도 KC 지속가능 보고서 교육	40	1
		지속가능발전을 위한 환경정책 방향	65	1
		지속가능발전 잠재적 리스크 진단하고 개선함	45	1
		협력업체 환경목표대비 실적 보고회를 마련하여 환경경영의 중요성을 인식함	35	1
		폐기물 부담금 현황 및 진행방향 교육	20	1
		기업의 사회적책임에 대한 이해와 우리들의 대응지세	25	1
		새롭게 변경되는 환경정책 이해	35	1
		녹색구매의 필요성 및 향후 계획 교육	55	1
		강화되는 환경법규를 공유하고 향후 대응방안 마련	50	1
		Specialist Room 분리수거 요령	14	1
		사무실 분리수거 요령	50	1
		환경경영운영현황 공유	79	12
사내 생산직	교대조교육	환경운영계획 공유 / 현장분리수거 방법 협의	135	4
		이스터 섬이 우리에게 주는 교훈 및 현장점검 결과 내용공유	142	5
		환경경영활동 및 Forming screen 세척	103	7
		현장 분리수거 요령 및 청소용수 처리방법	106	1
		바닥청소용수 처리 방법, 공장 외곽지역 환경정화 활동	107	4
		환경경영운영계획 및 현황 공유 (상하반기)	155	1.5
		웹빙과 로하스	155	1
		환경에 관한 우리의 오해	155	1
		우리가 알지 못하던 환경 - 대기편	155	1.5
		시청각자료 감상 - 메가쓰나미 + 바이러스역습	155	2
사내 기술직	직무교육	생물학적 폐수처리의 이상현상 진단 및 조치	1	24
		폐기물 분리수거 방법 및 처리 절차 교육	350	1
		하절기 풍수에 대비한 jac 설비 보호 등에 기초를 하여 비상훈련을 실시함	15	2
		생산부서에서 발생할 수 있는 환경사고 시나리오를 작성하여 비상훈련 실시	90	1
		생물학적 폐수처리의 이상현상 진단 및 조치	1	24
		냉각탑 관리 방법 및 레지올라 테스트 및 약품 관리	2	1
		EMS, ISO 14001 소개 및 공장환경변화 소개	1	2
		환경영향평가 절차서 및 지침서 내용설명 / 영향평가 방법설명	3	1.5
		ISO 14001: 2004 변경내용 및 요구사항 해설	5	3
사내 신입사원	신입사원교육	대전공장 환경방침 소개 (총5회)	21	1
		공장 환경경영 소개	8	1
		부직포공장 환경시설 현장 방문	2	1
		분리수거 요령 및 현장 방문	2	1
		EMS 소개와 ISO 14001	6	2
합계 (전체 임직원 1,706명 평균 1.5회 평균 2.2시간 수강) 2,519명				

원료 및 에너지

총 수자원 사용량

냉각기 설치를 통한 생산공정 냉각용수 재이용으로 연간 약 22,000톤의 물을 절감하고 있습니다.

그러나 전년 대비 사용량의 증가는 재활용지에 포함된 형광증백제를 제거하기 위해 일부 공정의 재활용을 중단했기 때문입니다.

물 사용량



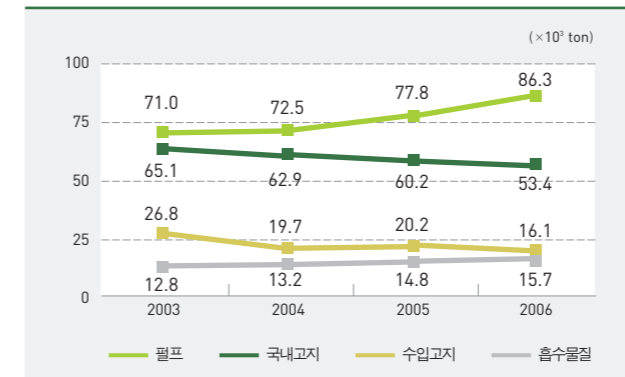
물을 제외한 형태별 총 원자재 사용량

유한킴벌리의 물을 제외한 주요 원자재는 펄프, 수입고지, 국내고지 그리고 고분자 흡수물질 (Super Absorbent Polymer, SAP)입니다. 이들 원자재는 총 원자재 사용량의 약 85%를 차지하고 있으며, 95% 이상 정보 공개를 목표로 시스템을 구축 중입니다. 2006년에는 펄프 86,297톤, 수입고지 16,123톤, 국내고지 53,362톤, 흡수물질 15,730톤을 사용하였습니다.

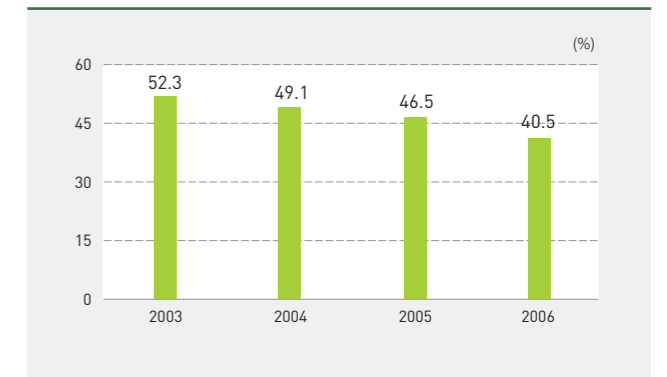
재활용된 폐자원 사용비율

주요 원자재 총 사용량 중 재활용된 고지 (Recycled Fiber, 수입과 국내 고지 포함)는 약 40.5% 사용되고 있습니다.

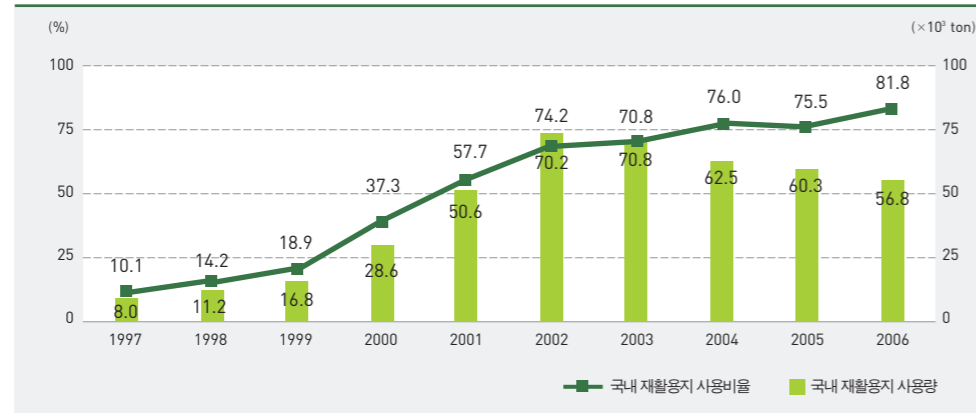
물을 제외한 물질 사용량



고지 사용비율



국내 재활용지 사용비율 (화장지 원료)



직접 에너지 사용량 (운영, 제품생산, 운송 포함)

유한킴벌리에서 사용하는 직접 에너지는 화장지 제조를 위한 스팀의 자체생산에 소비되는 연료입니다.

2006년 김천공장에서는 노후 스팀 및 용수 배관을 교체하여 에너지 손실을 예방하였고, 기존 사용하던 벙커 A유 보다 더욱 청정한 연료인 LNG(Liquefied Natural Gas)를 사용하여 화장지를 제조하고 있습니다.

이러한 연료의 사용이 직접 사용 에너지원의 대부분을 차지하고 있으며,

2006년 다소 상승한 이유는 군포공장의 화장지 제조 시설의 보수를 통한 생산성 향상의 준비과정이 있었기 때문입니다.

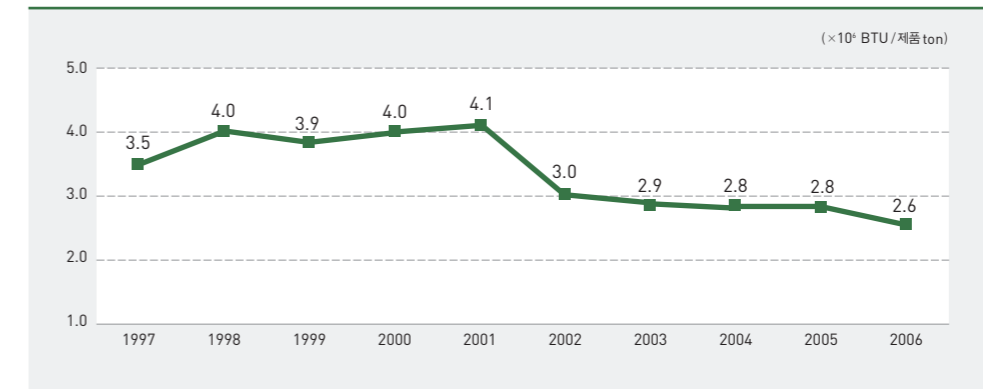
직접 에너지 사용량



간접 에너지 사용량

간접에너지 효율 향상을 위해 오래된 설비의 자체 성능검사를 강화하고, 부식 및 마모가 있는 냉동 공조시설 일부를 고효율 압축기로 교체해 설비 용량을 감소(연간 86,400kWh 절감효과)시킴으로써 전체적으로 전기 에너지를 7% 절감하고 있습니다.

간접 에너지 사용량



청정에너지 사용 및 에너지 효율 개선 노력 - 고효율 설비 교체, 부적포 에너지 효율 개선

화장지 제조 공조설비를 고효율 설비로 교체해서 에너지 사용을 감소시켰으며(연간 약 86,400kWh 절감 효과), 원단 건조과정의 스팀생산 보일러 연료를 지구온난화 가스가 덜 발생하는 액화 천연 가스로 대체해서 주요 에너지 절감뿐 아니라 이산화탄소(CO2)의 발생 감소, 먼지, 황산화물, 질소산화물과 같은 대기오염을 줄여 환경성과 경제성을 동시에 만족시켰습니다.(약 4억 9천만원 투자, 연간 약 8억 9천만원 절감 효과) 또, 부적포 생산 공정중 원단 분사처리방식 개선을 위해 2006년 10월 거품 처리 시스템으로 교체 함으로써 건조과정에서 발생하는 열 사용량을 줄였습니다. (약 4억원 투자, 연간 약 2천5백만원 비용 절감 효과)

사업장중 생물다양성이 있는 지역의 위치와 크기

금강유역환경청 등 지방환경청과 지방자치단체에 확인한 결과 유한킴벌리에는 해당 사항이 없습니다.

제1공장 군포공장 군포시 당정동 경수산업도로 접한 일반공업지역 위치. 고층 아파트 밀집 단지과 마주보고 있고, 주거 지역내 시의 자원재활용센터가 있어 시민들의 환경의식 수준은 높으며, 환경이나 지속가능성 이해를 돕고자 지역주민과 의 다양한 커뮤니케이션 계획을 수립하고 있습니다.

제2공장 김천공장 김천시 대광동 공업지역에 위치. 주변에는 농공단지 및 지방공업 단지로서 각 업체가 입주해 사업 활동을 벌이고 있습니다. 공장은 낙동강 상류 지천인 감천에서 하천수를 취수하여 공업용수로 사용하고 다시 BOD기준 99% 이상의 제거효율로 방류하고 있습니다.

제3공장 대전공장 대전시 문평동 제3공단에 위치. 대전시 생활폐기물 매립장과 소각장이 인접해 있어 테크노밸리 및 지역 주민들의 약취 발생 민원에 대해 점검 및 연구활동을 진행하고 있습니다. 지역사회, NGO 등과 연계한 환경보호 프로그램, 생태산업단지 사업 참여 및 충청지역 환경친화적기업 협의회 활동, 지역 봉사활동 등으로 지역사회와의 유기적 커뮤니케이션을 실시하고 있습니다.

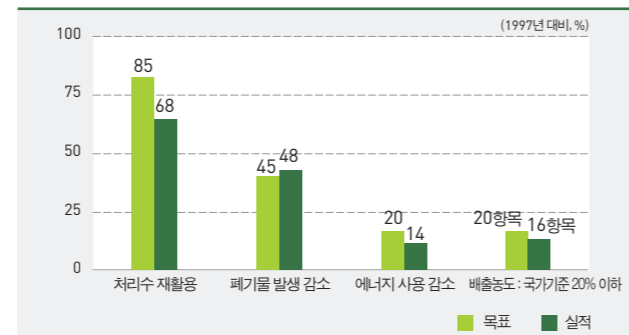
환경영향 감소 노력

정량화된 환경목표 및 성과

유한킴벌리 환경경영은 제품의 설계, 생산시 에코디자인과 청정생산을 적용함으로써 사전 예방 차원적 접근에 주로 노력하고 있습니다.

또한 환경관리는 목표에 근거한 실적 관리를 해오고 있습니다. 환경/에너지 배출물 관련 목표관리는 4가지 분야에 걸쳐 이뤄지고 있으며, 2006년 폐기물 발생감소 목표는 초과 달성했습니다. 그러나 처리수 재사용은 오염물질 제거와 용수 품질 유지 위한 화학물질 대폭 감소, 생산성 유지 등으로 인해 달성하지 못했습니다. 에너지 사용은 화장지 제조시설 보수로 일시적인 사용이 증가해 목표 달성은 못했으나 향후 생산성 향상에 도움을 줄 것으로 기대됩니다. 또한 배출농도는 20개 항목으로 관리하고 있으며 16개 항목이 목표를 달성하였습니다.

2006 환경관리 목표 및 실적



취수원 및 취수원의 생태계에 미치는 영향

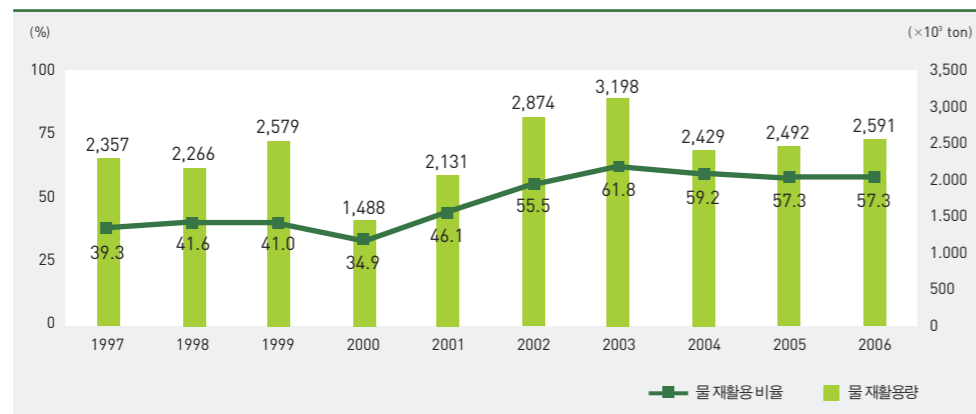
유한킴벌리 군포와 대전공장은 지방자치단체로부터 공업용수를 공급받습니다.

그러나 김천공장은 낙동강 상류 지천인 감천에서 하루 약 3,700m³의 하천수를 공업용수로 받으므로, 감천의 절대적 수량 유지 및 농번기 농업용수로 방류수 일부를 재이용하도록 수질을 정화해 내보내고 있습니다.

물의 재활용과 재사용

물 사용 최소화를 위해 공정내 재이용 혹은 폐수 처리 이후 재활용을 추진하고 있습니다. 현재 용수 오염물질 제거 및 용수품질 유지를 위해 화학물질을 감소시키면서 생산성을 유지하는 정책을 쓰고 있습니다.

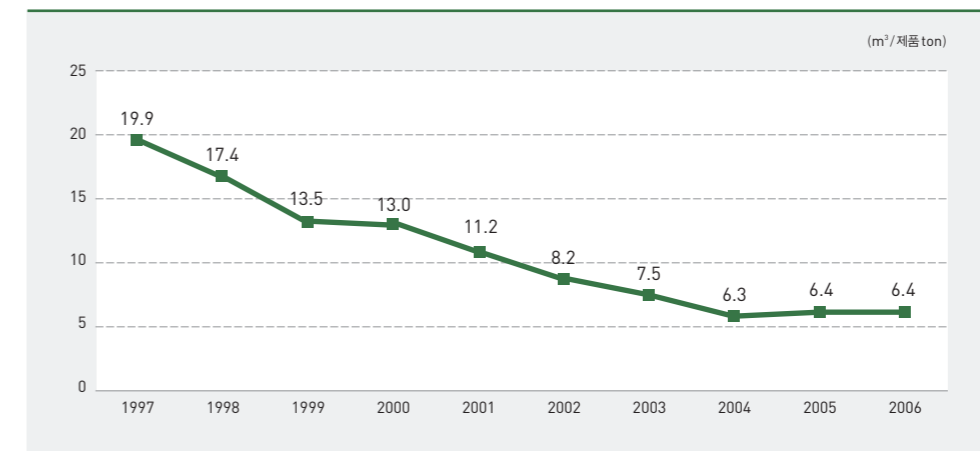
물 재활용 비율



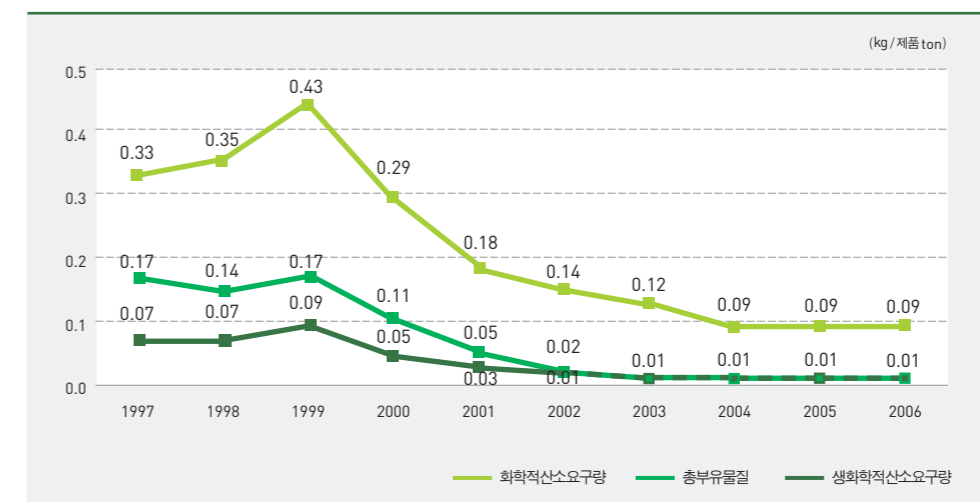
수계 폐기량

제품 1톤 생산 시 발생하는 생화학적 산소요구량을 2001년 대비 절반 수준으로 감소시켰습니다. 이는 화장지 원단 생산 시 세척 시스템을 보다 효과적인 시스템으로 개선했기 때문입니다. (화장지 1톤 생산 필요 용수 0.7톤 절약, 세척제 사용 감소 효과) 또한 처리수 재활용을 늘리고, 재활용수 혹은 방류수내 오염물질 감소를 위해 고도정수처리시설을 주기적으로 관리해 농도를 낮추고 있습니다. 이러한 과정을 통해 방류수내 오염물질의 농도는 생화학적 산소요구량 1ppm(parts per million), 화학적 산소요구량 15ppm, 총 부유고형물 1ppm을 유지하고 있습니다.

수계 배출량

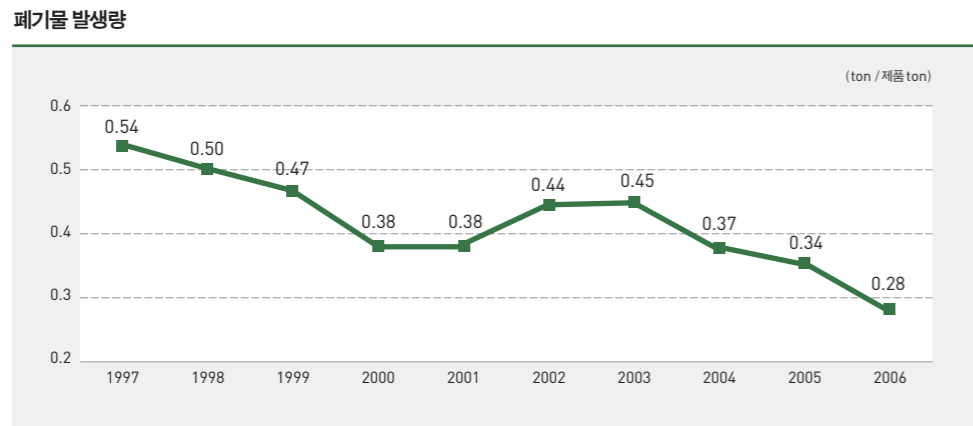


수질오염배출량



형태별, 최종 처리 방법별 폐기물의 양

폐기물 발생 자체를 줄이는 데 중점을 두고 노력해서 전년 대비 약 17%를 감소시키는 성과를 거두었습니다. 발생 형태는 슬러지 64%, 폐합성수지 14%, 소각재 14%, 폐지 3%, 철편류 1%, 폐합성 섬유 1%, 기타 3%이며, 최종 처리는 주로 위탁방식을 통해 재활용 92%, 소각 5%, 매립 3% 하고 있습니다.



위험폐기물 관리

유한킴벌리는 바젤협약 부속서가 규정한 통제대상 폐기물을 점검하고, 국제협약과 국내 법규에 따라 처리하고 있습니다. 오래된 변압기 폐기시 절연유에 포함된 폴리클로리네이티드비페닐 (PCB), 잉크와 접착제 생산과정시 발생 폐기물, 산업폐기물 소각 처리 후 잔재물, 산성(염기성) 용액 또는 고형상 등이 해당됩니다.

화학물질, 기름, 연료누출 사전관리

유한킴벌리는 2006년 주요화학물질 사용량을 감소시켰고, 화학물질 누출사고도 없었습니다. 또한 연료전환으로 사용하지 않는 유류 저장시설(김천공장내)을 사전 철거해 토양오염 예방에 앞장서고 있습니다.

환경적 영향 분석 - 전과정 평가

주요 제품은 주로 생활위생용품으로서 사용시 추가로 자원이나 에너지가 소비되지 않습니다. 다만, 사용 후 생활 쓰레기가 발생하고, 최종 소각이나 매립되기 때문에 두루마리화장지, 디지털날염 제품 등에 대한 전과정 평가를 통해 정량적으로 분석하고 영향을 최소화하도록 노력을 하고 있습니다.

*상세자료: 전과정 평가 실시 내용 2006 지속가능성 보고서 55 페이지

재생 가능한 제품 무게와 비율

우리나라는 생산자에게 제품 또는 포장재의 의무 재활용률을 부여하고 있는데 2006년 유한킴벌리는 해당제품인 생리대 포장재(408,567kg)중 약 40%를 재활용하였습니다.

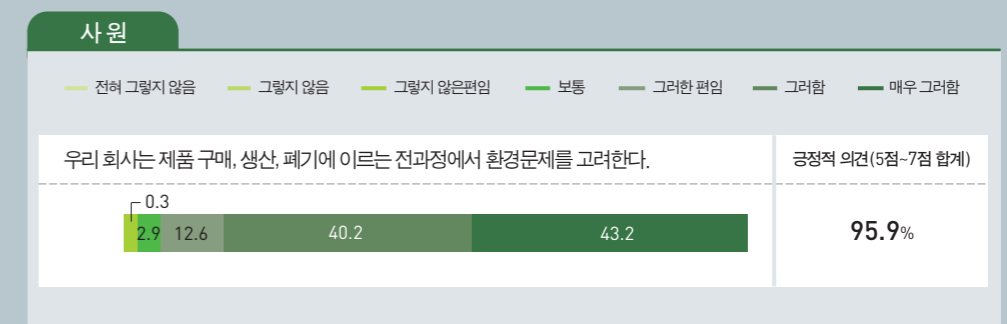
재생 가능한 에너지원 사용 및 에너지 효율 향상을 위한 이니셔티브

유한킴벌리는 현재 태양열, 태양광 발전, 바이오매스, 풍력, 소수력, 지열, 해양에너지, 폐기물에너지와 같은 재생에너지를 이용하고 있지 않지만, 향후 기술발전과 함께 직접 발전 혹은 구매를 통해 총 에너지 사용량 중 신 에너지 및 재생 가능한 에너지를 10%까지 사용하려고 계획하고 있습니다.

환경관련 법규 준수

유한킴벌리 사업장은 환경정책기본법, 대기환경보전법, 수질환경보전법, 자연환경보전법, 토양환경보전법 등 관련 법규를 준수하며, 법규보다 강화된 사내기준(오염물질 배출허용기준을 법적 기준의 1/5수준으로 함) 준수에 노력하고 있습니다. 또한 군포공장은 한강수계, 김천공장은 낙동강수계, 대전공장은 금강수계에 해당하여 수질오염총량관리 제도에 적용을 받고 있으며 수도권대기환경 개선에 관한 특별법은 수도권내 위치한 군포공장이 준수하고 있습니다. 2006년 사업장 내에서 환경사고 발생 및 환경규정 위반 및 벌금사항은 없었습니다.

이해관계자 조사결과



본 내용은 유한킴벌리 임직원 431개, 협력회사 61개, 지역사회 주민 및 단체 121개의 설문지를 수거해 신뢰도 95%에 해당하는 샘플을 대상으로 분석했습니다. 7개 척도를 사용하였으며, 상위 3개의 척도를 합산하여 긍정적 의견으로 표기하였습니다. (자세한 내용은 부록에 설명됨)

지구 온난화 방지·온실가스 저감 노력

온실가스 배출량

유한킴벌리는 온실가스 배출량을 감축하고자 노력해 2002년 대비 약 10% 를 감축했습니다. 계산방법은 정부의 온실가스 산정지침에 따른 것입니다. 소각로 및 수송부문에 발생하는 이산화탄소는 데이터의 신뢰성이 낮아 제외했음을 밝힙니다.

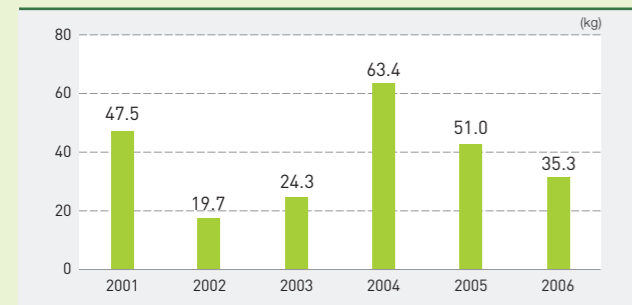
CO₂ 총 배출량



오존파괴물질 사용과 배출량

2006년 전체 사업장에서 냉매 35.3kg(염화불화탄소 환산값)을 구매해서 사용하고 있으며, 오존파괴 유발물질을 사용하지 않기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

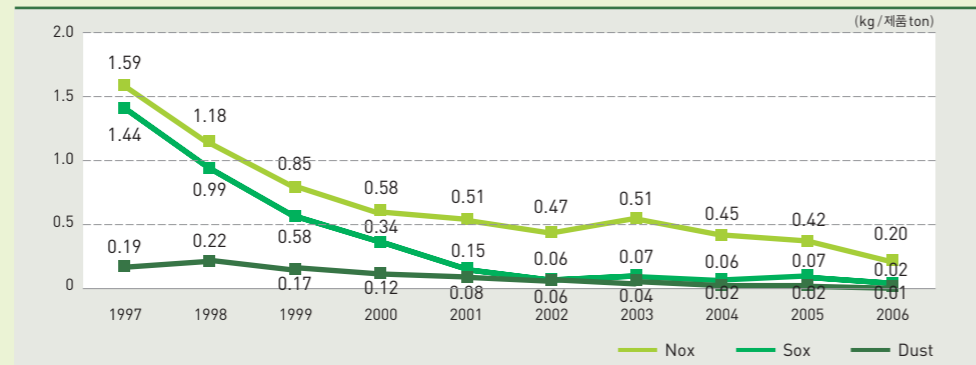
염화불화탄소 사용량



주요 대기오염물질 배출량

제품제도시 에너지 생산연료와 소각로 보조연료를 청정연료로 교체하고, 최적의 운전 조건을 찾아 보완함으로써 대기배출량을 지속적으로 감소시켜왔습니다. 그 결과 2006년 제품 1톤 생산시 필요한 양을 전년 NOx(Nitrogell Oxides, 질소산화물) 약 51%, SOx(Sulfur Oxides, 황산화물) 약 71%, Dust(먼지) 약 47%를 감소시켰습니다.

주요 대기오염물질 배출량



온실가스 저감 이니셔티브 및 성과

전사적으로 온실가스 배출 저감을 위한 대책팀을 구성하여 사업장을 모니터링하고, 온실가스 저감의 주요전략을 선택해 노력을 기울이고 있습니다.

온실가스 저감전략과 실천내용

온실가스 저감전략	주요 실천 내용
1. 에너지 저소비 산업 확대	에너지 저소비산업인 디지털날염사업 활성화 통해 에너지 사용량 감축
2. 에너지 이용 효율 향상	고효율 기기 구매와 사용을 통해 에너지 이용 효율을 향상과 지구온난화 가스 발생량 감축. 고효율 전동기, 조명, 공조기, 인버터 사용. 백 필터 컴프레서, 스팀 응축 수에서 발생한 폐열 재활용. 컴프레서 역률 개선용 컨덴서 사용 등
3. 청정연료 사용	주요 에너지 자원을 천연액화가스같은 청정연료로 교체하여 저탄소 연료 사용 (버너와 보일러 연료 LNG사용 등)
4. 공익적 차원의 캠페인 추진	'우리강산 푸르게 푸르게' 와 같이 공익적 차원의 캠페인을 통해 온실가스 제거 활동 추진. 카풀 124명 참여 = 25944km 절약 = 잿나무환산 약 2,300그루 CO ₂ 고정 효과 (국립삼림과학원) 자전거타기 88명 참여 = 22498km 절약 = 잿나무환산 약 2,000그루 CO ₂ 고정 효과. 승용차 요일제 시행

tip 온실가스 저감을 위한 대전공장의 노력



카풀과 자전거 타기 운동

대전공장에서는 지구환경을 위해 도움을 줄 수 있는 사원 참여 실천 활동을 지속적으로 전개하고 있습니다. 1998년부터 차량 카풀제도를 도입하였으며, 2005년부터 자전거 타기 캠페인을 진행하고 있습니다. 2006년 사원들의 참여를 독려하기 위해 매월 카풀을 한 운전자와 자전거로 10일 이상 출퇴근한 사원들에게 도서상품권을 지급했습니다.

2006 활동결과

항목	참여인원 (명)	절약된 거리 (km)	나무환산 (그루)	
상반기	카풀	129	14,568	1,278
	자전거타기	68	9,092	802
하반기	카풀	124	11,376	1,004
	자전거타기	107	13,406	1,183

환경성과

ENVIRONMENTAL VALUE

물류부문 에너지 절감과 배기가스 저감제도 실행

물류는 환경물류 체제 구축 및 환경 친화적 수송을 위하여 수·배송 체제 정비 및 차량의 효율적인 관리, 물류 생산성 향상, 생활 에너지 절감 등에 노력하고 있습니다. 차량위치 자동추적 시스템 활성화, 배송차량 표준 연비 합리화, 포장방법 슬립화 및 초박형으로 변경, 수·배송 차량의 다이어그램 운영, 복화운송 개발, Eco-Drive 생활화, 납품방법 개선, 거래처와 무반품 약정, 근거리화 추진 및 일부 물류센터 자연 채광 활용 등을 시행하고 있습니다. 또한 수도권 거주 화물차량은 협력업체 포함 대상차량 모두 '배기가스 저감기 장착' 을 완료했으며, 매연인자(날씨, 차량 컨디션 등)의 영향으로 제품 수·배송 차량이 법정기준의 80%를 초과하지 않도록 점검하고 있습니다.

기타 간접에너지 관련

제품특성상 간접에너지 사용과의 연관은 없으며, 간접에너지 절약을 위한 여행(출장) 프로그램은 개발 중에 있고 간접에너지 상당 부분을 차지하는 사업장의 에너지 집약 설비나 고효율 기기를 사용하고 있습니다.

간접 온실가스 배출

제도적으로 영업과 물류사원들의 현장출퇴근제와 현지퇴근제를 운영함으로써 이동거리를 줄임으로써 온실가스 배출을 줄이며, 사원들과 출퇴근시 카풀제도, 승용차 요일제, 자전거타기 운동을 전개해 간접적으로 온실가스의 배출 저감을 위한 생활속의 실천에 동참하고 있습니다.

기후변화의 영향에 대한 인식

앞에서 언급한 바와 같이 에너지 절감 및 지구온난화 감소에 대한 비전과 별도의 목표를 가지고 있습니다. 또한 기후변화가 기업에 미치는 영향을 분류하고, 정량적 평가를 통해 기회요인과 위기를 파악하고 대응하고자 합니다. 이를 위해 유한킴벌리의 구체적인 사업 위기와 기회를 분류하기 위한 관련 전문가 그룹이 결성되어 연구하고 있습니다.

지구온난화 방지를 위한 협력활동

전 지구적인 환경문제인 지구온난화 방지를 위해 노력하고 있으며, 기후변화협약과 관련하여 온실가스 감축을 위한 자발적 협약과 온실가스 감축실적등록 등과 같은 정부시범 사업에 적극 참여하고 있습니다.

2006 주요 활동	주최	역할 및 책임	참가횟수
온실가스외 대기오염물질 통합 감축 위한 자발적 협약서 서명 및 이행	환경부, 전국환경친화기업협의회	유한킴벌리 3개 사업장	1회
정부 추진 사업 검토 및 의견제시 • 산업계 기후변화협약 대책 기획단 및 업종별 대책반 활동 참여 • 포스트(Post) - 교토 기후변화체제 논의 동향과 기업의 대응방안 논의 • 자발적 온실가스 감축 정부 지원방안 논의 및 건의 • 대기오염물질과 온실가스 통합 배출권 거래제(안) 검토 및 건의 • 온실가스 업종별 배출량 산정지침 적용 가능성 검토 • 폐지재활용 따른 온실가스 배출 저감효과 분석 결과 검토	대한상의, 제지공업연합회, KBCSD	실무위원 참여	6회
보일러 연료교체에 따른 온실가스 배출 감축사업 등록신청	산업자원부	유한킴벌리 김천공장	1회
기타 정부 연구용역 과제 평가 및 지지체 토론회 참여 • 온실가스 배출 감축실적 활용을 위한 정책도입 연구 평가 • 에너지 절약에 관한 공익성 광고의 홍보 효과 평가 • 기후 변화협약에 따른 대전시 로드맵 작성을 위한 토론회	산업자원부, 대전의제21	평가위원 토론자 참여	3회

APPENDIX

제3자 검증 보고서

BSR Index

준법현황 및 이사회

이해관계자 참여결과

포커스 인터뷰

수상 및 평가 실적

인증획득내역

미래기업 현장

CEO의 윤리경영 서약

광고윤리강령

행동규범

단체 및 협회가입 현황

용어정리

추가보고서 정보

2007 지속가능보고에 참여하신 분들

독자의견 설문지

‘유한킴벌리 2007 지속가능성보고서’ 경영진 귀중



산업정책연구원(이하 ‘검증인’)은 유한킴벌리로부터 ‘유한킴벌리 2007 지속가능성보고서’(이하 ‘보고서’)의 특정 정보에 대한 독립적인 ‘제3자 검증기관’으로서 검증을 요청 받았습니다.

본 보고서에 포함된 정보의 수집과 작성, 정보수집 시스템 및 내부통제의 유지에 대한 책임은 유한킴벌리에게 있습니다.

본 검증의 목적은 유한킴벌리가 작성한 보고서의 정보 및 주장이 중대한 오류나 편견을 담고 있는지와 정보수집 시스템의 작동여부에 대하여 독립적 의견을 제시하는데 있으며, 이에 따라 다음과 같은 제3자 검증보고서를 제출합니다.

검증배경 및 범위

‘유한킴벌리 2007 지속가능성보고서’에서 유한킴벌리는 지속가능경영과 관련한 노력, 성과 및 향후 계획에 대하여 보고하고 있으며, 본 검증인은 다음과 같은 사항을 검토하였습니다.

● 합리적 검증

‘2. 경제성과 지표’에 수록된 재무정보가 유한킴벌리 2006년도 재무제표에 대한 감사보고서에서 적절히 추출되었는지 검토

● 제한적 검증

‘1. 지속가능경영, 3. 사회성과 지표, 4. 환경성과, 5. 부록’에 수록된 정보가 적절하고 중대한 오류나 편견을 담고 있는지 검토

* 합리적 검증은 제한적 검증보다 상위수준의 검증임

독립성 (Independence)

본 검증인은 본 보고서에 포함된 주요 사항에 대한 작성에 참여하지 않았으며, 회사의 어떠한 영향력, 이해상충으로부터 거리를 둘 수 있는 독립성과 자율성을 지니고 있습니다. 또한 검증인은 유한킴벌리의 운영활동전반에 걸쳐 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않습니다.

검토기준 (Criteria)

본 검증인은 (1) AA1000 검증기준*의 3대 항목(중대성, 완전성, 반응성), (2) GRI 지속가능경영 보고서 작성가이드라인 G3 버전*, (3) BSR 가이드라인*에 의거하여 검증을 진행하였습니다.

* 부록 용어정리 참조

검토방법 및 검토범위 (Work undertaken and Scope)

본 검토인은 다음과 같은 과정을 통해서 본 보고서의 중대성, 완전성, 반응성을 확인하였습니다.

- 유한킴벌리의 언론 보도내용 검토
- 보고서 정보 및 정보수집 시스템에 대한 검토 (사내 지속가능경영 조직, 시스템, 활동 검토)
- 데이터 샘플링 및 고위험 영역을 파악하여 주요 보고서 정보, 내부 정책, 문서 및 정보 시스템에 대한 집중 검토
- 본사 및 제3공장(대전)을 포함한 사업장 방문을 통한 현장 심사
- 지속가능경영, 보고서 작성 및 보고서 정보 담당자를 대상으로 한 임직원 인터뷰
- 지속가능경영 담당 경영진 인터뷰
- 사회적 책임 경영 담당 경영진 인터뷰
- 보고서 수록된 재무정보와 감사보고서의 일치 여부 검토

검토의견 (Conclusions)

상기의 검증절차에 따라 다음과 같은 검증의견을 밝힙니다. 본 검증인은 보고서에 실린 보고내용이 중대한 오류나 편견을 담고 있지 않은 것으로 파악합니다. 모든 중대한 검증결과를 본 검증보고서에 포함시켰으며, 세부 검토결과 및 향후 권고사항은 유한킴벌리에 제출하였습니다.

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

본 검증인은 유한킴벌리에게 가장 중요한 정보를 누락하거나 제외하지 않았다고 판단합니다. 유한킴벌리는 중대성 평가

(Materiality Test : 사내규범, 법률 및 국제 가이드라인, 이해관계자 참여, 동종업계 벤치마킹)를 실시하여 이해관계자에게 중요한 정보를 파악하고 관심이 높거나 위험도가 높은 사안을 우선적으로 보고하였습니다. 다만, 앞으로 이해관계자들이 원하는 핵심 이슈를 지속적으로 파악하기 위하여 중대성 평가 모델을 더욱 정교화 할 것을 권고합니다.

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

본 검증인은 유한킴벌리가 전사적으로 지속가능경영을 위한 조직을 운영하여, 지속경영 비전 및 최종사결정(Vision 2015 Committee), 혁신경영, 협력회사 상생협력, 위기관리, 윤리경영, 사회공헌 등의 활동을 조직적으로 수행하고 있음을 알 수 있었습니다. 특히 전사적 자원관리 시스템을 통하여 협력업체와의 거래에서 발생할 수 있는 오류 및 비윤리적인 상황들을 차단하여, 투명하고 신속한 회계시스템을 구축하고 있음을 확인하였습니다. 또한, 전반적인 환경 측정, 관리시스템을 구축하여 환경관련 성과들을 관리하고 있다고 판단하였습니다.

- **반응성(Responsiveness)**: 본 보고서는 유한킴벌리의 이해관계자에게 중요한 정보를 포함하고 있는가?

본 검증인은 유한킴벌리가 임직원(431명), 협력회사(61개), 지역 사회 주민 및 단체(121개)에 해당하는 이해관계자 설문조사를 실시하여 지속가능경영 이슈 및 의견을 수렴하였으며, 경제 사회 환경 각 파트별 포커스 그룹 인터뷰를 통하여 이해관계자에게 중요한 정보를 파악하는 노력을 하고 있다고 판단하였습니다. 그리고 2006 지속가능성보고서 피드백 조사를 통하여, 이해관계자를 고려한 내용 구성 및 디자인 개선으로 본 보고서가 향상되었음을 알 수 있었습니다. 다만, 향후에는 다양한 커뮤니케이션 채널을 운영함으로써, 차기 보고서에 이해관계자와 약속한 목표치에 실제로 얼마나 달성하였는지를 제시할 것을 권고합니다.

향후 고려되어야 할 사항

본 검증인은 유한킴벌리의 두 번째 보고서인 ‘유한킴벌리 2007 지속가능성보고서’가 첫 번째 보고서에 비하여 (1) 이해관계자에게 중요한 이슈를 파악하는 방법과 노력이 한층 강화된 것과

(2) GRI, BSR 기준에 따른 보고율이 증가된 것을 알 수 있었습니다. 지속적인 지속가능경영 성과 및 보고의 질을 향상하기 위하여 본 검증인은 다음을 권고합니다.

BSR 및 GRI 가이드라인 보고율

본 보고서를 BSR 기준으로 보고율을 분석한 결과, ‘BSR 가이드라인’ 5단계 중 제5단계(성숙형)를 98.6%를 충족하고 있다고 판단합니다. 이는 지난 2005년 보고서 검증 당시의 결과인 제4단계(정착형) 92%에 비하여 향상된 수치이며, 주로 향상된 부분은 사회성과(지배구조 및 리스크관리), 환경성과(환경영향)입니다. 충족되지 못한 1.4% 지표에 대해서는 유한킴벌리에 제출한 경영권고서한을 참고하여 보완하시기를 권고합니다.

*2005년 검증결과: 5단계로 환산시 90.8%

보고 정보의 심도

- 각 파트별 주요 이슈들의 목표치를 제시하고, 목표달성도를 함께 기재하여 유한킴벌리가 이해관계자와의 약속을 준수하기 위해 노력하고 있음을 보고서를 통해 나타내기를 권고합니다.

- 보고서 발간회차가 늘어남에 따라 보고 내용도 함께 증가하고 있어, 1차, 2차 보고서에 반복적으로 기재된 내용을 중 일관적인 내용이나 중대성이 낮은 내용은 가급적 보고의 비중을 줄이고, 보고서 기간에 해당되는 주요활동에 대해 구체적으로 제시할 것을 권고합니다.

- 이해관계자들이 보고서의 내용을 쉽게 열람하고 피드백 할 수 있도록 다양한 채널을 개발할 것을 권고합니다.

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

2007년 6월 20일

(사)산업정책연구원 지속경영연구센터장, 서울대학교 경영대학 교수

조동성

유한킴벌리 2007 지속가능성 보고서는 GRI지속가능보고 가이드라인(G3)과 B.E.S.T 지속가능보고 가이드라인(BSR)을 기준으로 작성하였습니다. 이 인덱스는 본 보고서의 보고여부를 안내하여주는 역할을 할 것입니다.

가. 보고서 개요

BSR Index 충족 상태 표시화	
■	보고
□	일부 보고
□	해당없음
✕	보고안함

	지표	지표내용	충족여부	해당페이지	관련 G3 지표
A. 기업현황 소개	A_1	지속 가능 경영에 대한 비전과 이에 대한 CEO 설명서	■	10-14	1.1
	A_2	주요 위험 및 기회요소	■	10-14	1.2
	A_3	기업명	■	표지	2.1
	A_4	주요 제품과 서비스	■	16	2.2
	A_5	주요 부서 조직도 및 자회사, 제휴사 등의 현황	■	21	2.3
	A_6	합자회사, 일부 소유 자회사, 임대설비, 외주운영 등의 현황	■	44	3.8
	A_7	해외 사업장 현황	□	—	2.4, 2.5
	A_8	조직의 법적 소유구조의 성격	■	44	2.6
	A_9	활동 시장의 성격	■	10-14	2.7
	A_10	조직 규모	■	6, 16, 24	2.8
	A_11	국내외 산업 및 비즈니스 협회 가입현황	■	부록	4.13
B. 보고서내용	B_1	보고범위	■	4	3.6
	B_2	보고서 범위 제한 요소	■	4	3.7
	B_3	보고기간	■	4	3.1
	B_4	경제적·사회적·환경적 성과의 비용과 효과 산출 기준과 정의	□	7	3.5
	B_5	경제적·환경적·사회적 성과의 측정방법의 변화	■	4-5	3.11
	B_6	보고주기	■	4	3.3
	B_7	보고서 신뢰성 향상을 위한 노력	■	5	3.13
	B_8	이전 보고서 이후 변동사항	■	4-5	2.9,3.2
	B_9	보고서 담당자 연락처	■	132	3.4
	B_10	BSR 매트릭스	■	부록	3.12
C. 이해관계자 참여	C_1	주요 이해관계자의 파악기준 및 선정	■	6-7	4.14,4.15
	C_2	이해관계자 참여 방식	■	5-6	4.14,4.16,S01
	C_3	이해관계자 참여 결과 및 사용	■	8, 40, 60, 65, 67, 70, 74, 90, 97,117-119	4.17
D. 지속가능경영	D_1	경제적·사회적·환경적 목표	■	13,94	—
	D_2	경제적·사회적·환경적 성과	■	10-15	—
	D_3	향후 지속가능경영 전략 및 목표	■	13,19	—

나. 경제 성과

	지표	지표내용	충족여부	해당페이지	관련 G3 지표
경제	EC1	생성 및 분배된 경제적 가치 창출 및 분배1	■	26-28	EC1
	EC2	기후변화에 따른 경제적 영향	✕	—	EC2
	EC3	조직의 정액연금지도 약정의 보상범위	■	27	EC3
	EC4	주요 사업지역에서 인력 수급 및 조달	■	27	EC6, EC7
	EC5	정부 수취 보조금	■	27	EC4
	EC6	비핵심사업 인프라 구축	■	28-29	EC8
	EC7	간접적 경제효과	■	13	EC9
	EC8	브랜드 가치	■	26	—
	EC9	혁신경영 성과	■	30,34	—
	EC10	창조경영 성과	■	35, 38, 39	—

다. 사회 성과

	지표	지표내용	충족여부	해당페이지	관련 G3 지표
자배구조 및 리스크관리	GR1	기업지배구조	■	44	4.1, 4.2
	GR2	사외이사 비율	■	44	4.3
	GR3	이사회 구성현황	■	44, 부록	4.2
	GR4	이사회 전문성을 나타내는 프로세스	■	44	4.7
	GR5	이사회 경제·사회·환경적 성과관리 및 평가 프로세스	■	44	4.9
	GR6	경제·사회·환경 정책을 수립, 실행, 감독하는 조직구조	■	21	4.10
	GR7	임원 보상과 조직의 경제적·사회적·환경적 성과와의 연계	■	44	4.5
	GR8	이사회 활동내용 및 결정사항	■	44	—
	GR9	기업지배구조 관련 법규 준수현황	■	44	—
	GR10	기업에서 사용하는 경제·사회·환경 활동에 관련된 현장	■	부록	4.8, 4.12
	GR11	기업의 사전예방원칙 준수 여부	■	45	4.11
	GR12	주주의 이사회 권고안 및 제안 제출방법	■	44	4.4
	GR13	조직 최상위기구의 이해 충돌 방지 프로세스	■	44	4.6
종업원	EM1	종업원 현황	■	46	LA1
	EM2	종업원과 경영진의 구성현황	■	46	LA13
	EM3	남녀 종업원 평균 임금	■	48	LA14
	EM4	사업지역, 동종산업과 비교한 임금 및 복리수준	■	48	EC5
	EM5	고용창출률 및 이직률	■	46	LA2
	EM6	평균근속연수	■	46	—
	EM7	차별관행 예방정책 및 모니터링 결과	■	46	HR4
	EM8	결사자유정책	■	47	HR5
	EM9	아동노동금지 정책 및 모니터링 결과	■	47	HR6
	EM10	강제노동금지 정책 및 모니터링 결과	■	47	HR7
	EM11	노동조합 관련 조직개요	■	59	—
	EM12	노동조합 종업원 가입조항 및 기업 종업원 현황	■	59	LA4
	EM13	기업의 운영 변화 시 종업원에 대한 정보 제공, 협의 등에 대한 정책 및 프로세스	■	47,58-60	LA5
	EM14	안전보건 위원회에 대한 설명	■	52	LA6
	EM15	산업안전보건에 관련된 노사합의 사항	■	53	LA9

BSR Index 충족 상태 표시화	
표식	설명
■	보고
□	일부 보고
□	해당없음
✕	보고안함

	지표	지표내용	충족여부	해당페이지	관련 G3 지표
종업원	EM16	종업원에 관련된 국제 규범 및 표준 준수현황	■	53	—
	EM17	ILO 협약 중 산업안전보건관리 항목에 대한 준수현황	■	53	LA14
	EM18	질병예방 및 건강증진 정책과 프로그램	■	54	LA8
	EM19	부상 및 질병발생 종업원 수와 결근율	■	54	LA7
	EM20	종업원 복리후생제도	■	54	LA3
	EM21	종업원의 근로환경 개선을 위한 노력	■	52	—
	EM22	종업원 관련 법규 준수 현황	■	56	—
	EM23	부당노동행위 제보 프로세스 및 운영현황	■	47	—
	EM24	노동쟁의 현황	■	59	—
	EM25	윤리경영 전담부서, 투자규모, 보고라인	■	56	—
	EM26	윤리경영에 대한 정기적인 교육 및 지침제공	■	56-57	—
	EM27	종업원 교육훈련 평균시간	■	49	LA10
	EM28	종업원 교육훈련 프로그램	■	50-51	LA11
	EM29	성과 및 경력개발 관련 종업원 상담제도 운영	■	50	LA12
	EM30	인권관련 교육을 받은 종업원의 비율	■	47	HR3
	EM31	인권관련 교육을 받은 경비, 경호, 보안을 담당하는 종업원의 비율	□	47	HR8
EM32	임직원의 가족친화경영을 위한 정책과 지원제도	■	60	—	
협력업체	PN1	협력업체의 특성 및 지속가능경영 이슈	■	61	—
	PN2	협력업체 선정요인 중 사회적·환경적 성과에 대한 고려	■	62	HR1
	PN3	협력업체의 사회적·환경적 성과에 대한 평가 프로세스	■	62	HR2
	PN4	협력업체의 사회적·환경적 성과에 대한 지원 및 감사 프로세스	■	63-65	—
	PN5	협력업체 불만처리 제도 및 처리결과	■	63	—
소비자	CS1	제품 및 소비자의 특성 및 지속가능경영 이슈	■	66	—
	CS2	소비자 관련 법규 준수 현황	■	66-67	—
	CS3	공정경쟁, 독점금지과 관련된 정책 및 관리	□	57, 부록	SO7
	CS4	제품 및 서비스 수명주기 동안 소비자 안전보건을 위한 정책 및 관리	■	66	PR1
	CS5	제품정보 제공 관련 정책 및 관리	■	부록	PR3
	CS6	소비자의 주요 의견 및 반영 결과	■	67	—
	CS7	사회적·환경적 이슈를 고려하여 혁신한 제품과 서비스	■	68	—
	CS8	제품영향을 감소하기 위한 노력	■	66	—
	CS9	소비자 만족 관련 정책 및 관리	■	69-70	PR5
	CS10	자발적 또는 비자발적 제품철회 사례 이유 설명	■	67	—
	CS11	소비자 안전보건 관련 법규위반 및 민원 사례	■	67	PR2
	CS12	제품정보 제공 관련 법규위반 사례	■	67	PR4, PR9
	CS13	광고에 관련된 표준과 자발적 강령준수 현황	■	부록	PR6
	CS14	광고와 마케팅 관련 법규위반 사례	■	67	PR7
	CS15	소비자 사생활 침해와 관련된 불만사항	■	70	PR8
지역사회	C01	활동하는 지역사회의 특성 및 지속가능경영 이슈	■	71	—
	C02	활동하는 지역사회의 요구사항을 처리하는 내부 정책, 절차	■	72	PR9, S01
	C03	지역사회 프로그램을 위한 사내 구성원 투입시간 및 투입비용	■	77	—
	C04	지역사회 프로그램의 성과	■	71, 73, 75, 77, 78	—
	C05	뇌물 및 부패에 관련된 정책 및 관리	■	72	S02, S03, S04

	지표	지표내용	충족여부	해당페이지	관련 G3 지표
지역사회	C06	정치적 로비와 헌금에 관련된 정책 및 관리	■	72	S05
	C07	정당 및 정당후원기관에 대한 기부금	■	72	S06
	C08	사회성과와 관련한 수상실적	■	부록	2, 10
	C09	법규 위반으로 인한 제재현황	■	부록	S08

라. 환경 성과

	지표	지표내용	충족여부	해당페이지	관련 G3 지표
환경정책 및 투자	EV1	환경관련 투자 및 비용	■	95	EN30
	EV2	환경영향감소를 위한 정책	■	94, 100	—
	EV3	정량화된 환경목표 및 성과	■	100	—
	EV4	온실가스 저감 이니셔티브 및 성과	■	104-106	EN18
	EV5	재생가능한 에너지원 사용현황 및 에너지 효율향상을 위한 이니셔티브	■	97, 100, 103	EN5, EN6, EN7
	EV6	천연생태계의 보호 및 복구 위한 목표와 프로그램	□	—	EN14
원재료 및 에너지사용	EV7	직접 에너지 사용량 (운영, 제품생산, 운송 포함)	■	98	EN3
	EV8	간접 에너지 사용량	■	99	EN4
	EV9	총 수자원 사용량	■	100	EN8
	EV10	물을 제외한 형태별 총 원자재 사용량	■	97	EN1
	EV11	재생원료 사용비율	■	97, 98	EN2
환경영향	EV12	온실가스 배출량	■	104	EN16
	EV13	간접 온실가스 (CO2, CH4, N2O, HFCs, PFCs, SF6) 배출량	✕	—	EN17
	EV14	오존파괴물질 배출량	■	104	EN19
	EV15	NOx, SOx 등 주요 대기오염물질 배출량	■	104	EN20
	EV16	형태별, 최종 처리방법별 폐기물의 양	■	102	EN22
	EV17	수계 폐기량	■	101	EN21
	EV18	물의 재활용과 재사용	■	100	EN10
	EV19	조직이 방출한 폐수가 수역 및 생태계에 미치는 영향	■	100	EN25
	EV20	조직의 취수가 수자원 안정성 및 생물다양성에 미치는 영향	■	100	EN9
	EV21	화학물질, 기름, 연료누출로 주변 환경에 미친 영향	■	102	EN23
	EV22	생물다양성 가치가 높은 지역의 사업장 위치, 크기, 생물다양성에 영향을 주는 사례	□	—	EN11, EN12
	EV23	주요 제품과 서비스의 환경적 영향	■	95	EN26
	EV24	제품 중 재생가능한 제품 무게와 실제 재생 무게의 비율	■	102	EN27
	EV25	간접에너지 감축 성과	■	99	EN7
	EV26	생물다양성 가치가 높은 지역에서의 사업활동 및 운영과 생물다양성에 미치는 영향 관리	□	—	EN12, EN14
	EV27	조직의 활동에 의해 야기된 자연서식지의 변화 및 조직이 자연서식지를 보호하거나 복구한 사례	■	99	EN13
	EV28	사업활동지역에서 서식하는 동식물 중 멸종위기동식물 명단에 등록된 종의 수	□	—	EN15
	EV29	비열협약 첨부 1, II, III 그리고 VIII 기준 위험 폐기물의 발생, 운송, 수입, 수출, 처리	■	102	EN24
	EV30	물류과정 중 운송의 중대한 환경영향	□	106	EN29
	EV31	환경관련 법규 준수 현황 (지역별, 산업별)과 법규위반 및 벌금 내역	■	103	EN28

지표내용	충족여부	해당페이지
Disclosure on Management Approach	■	13, 17-19
Global Compact 'Communication on Process'	■	15

국내법

사업주로서 기업경영상 필수적인 국내법을 준수하고 있습니다.

하도급 거래 공정화에 관한 법률, 독점규제 및 공정거래에 관한 법률, 남녀 고용 평등법, 장애인고용법(장애인 고용 촉진 등에 관한 법률), 상법, 세법, 근로기준법, 단체협약, 헌법 및 형사법, 법정복리후생제도, 환경정책 기본법, 대기환경 보전법, 수질환경 보전법, 자연환경 보전법, 토양환경 보전법, 환경개선비용 부담법, 환경개선 특별회계법, 환경기술개발 및 지원에 관한 법률, 환경친화적 산업구조로의 전환촉진에 관한 법률, 소음진동규제법, 생산자책임재활용제도, 오수 분뇨 및 축산폐수의 처리에 관한 법률, 자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률, 산업안전보건법, 고용정책기본법, 직업안정법, 산업안전보건법, 근로자 참여 및 협력 증진에 관한 법률, 산업 재해보상보험법, 고용보험법, 노동조합 및 노동쟁의 조정법, 소비자보호법, 품질경영 및 공산품안전관리법

국제협약

글로벌 기업으로 도약하기 위해 다음과 같은 국제협약을 준수합니다.

UN 글로벌 콤팩트, ILO노동기준

위반사항

다음 사항에 대한 위반(법원 판결, 처벌, 벌금) 사례가 과거 5년간 단 한 건도 없습니다.

- ➔ 고객안전 및 보건관련 법규 위반
- ➔ 처벌, 벌금, 제품정보와 라벨링 관련 법규 위반
- ➔ 처벌, 벌금, 광고와 마케팅 관련 법규 위반

이사회 주요 경력

성명	구분	직위	내용
문국현	상임	대표이사 사장	유한킴벌리 대표이사 사장(1995~현재), 킴벌리 클라크 북아시아 총괄 사장(2003~현재), 학교법인 유한학원 이사장(2004~현재), 자연환경국민신탁 이사장(2007~현재), 서울그린트러스트 재단 이사장(2003~현재), 천리포수목원재단 이사장(2002~현재), 생명의숲 공동대표(1998~현재), 미국 드러커 인스티튜트 운영이사(2006~현재), 한국 피터드라커소사이어티 이사장(2005~현재), 평생학습 CEO클럽 공동회장(2005~현재), CEO 지속가능경영포럼 회장(2004~현재), 윤경포럼 공동대표(2003~현재), 미래포럼 공동대표(2004~현재)
로버트 이 에버나씨	비상임	대표이사	킴벌리 클라크 신규성장사업 그룹 사장(2003~현재)
이덕진	상임	이사 부사장	HR 및 경영혁신 총괄(2004~현재), HR&GA/Legal&ER/병원 및 부직포사업부(1997~2004), 인력개발부(1988~1997), 전산실(1979~1987), 기획조정실(1976~1978), 군포공장 생산부(1973~1977) * 2006 부패방지 유공 정부포상 수상
김중근	상임	이사 부사장	여성/성인위생용품사업총괄 및 MEA/Asia 시장개발, 여성/성인위생용품 사업본부(2003~현재), 재무/MIS & SAP Project Team(2000~2003), 기획조정실(1978~1998) * 한국 노년학회 이사(2005~현재)
에를 따블류 플라우만	비상임	이사	킴벌리 클라크 북아시아 부사장(2003~현재)
로버트 이 토버	비상임	이사	킴벌리 클라크 대만 사장(2005~ 현재)
차중근	비상임	이사	유한양행 대표이사 사장(2003~현재), 유한학원 이사, 유한재단 이사, 한국상장회사협의회 이사 *세계에서 가장 존경 받는 기업가(43위, FT선정)
서백영	비상임	감사	감사(2004~현재), DTP사업본부장(2001~2004), 군포공장 공장장(1995~2001), 제조/물류합리화 추진팀(1993~1997), 기획조정실(1983~1990)

*경력사항은 요약된 자료입니다

‘유한킴벌리 2007 지속가능성 보고서’ 를 위한 설문조사 개요

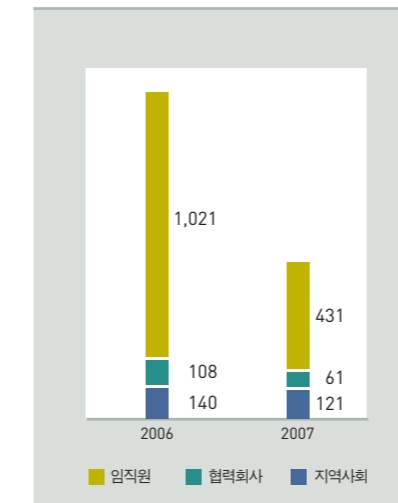
설문개요

유한킴벌리는 지속가능경영 실태에 대해서 전문가의 검증뿐만 아니라 이해관계자 검증을 받고자 설문조사를 실시하게 되었습니다. 이를 통하여 지속가능성에 대한 새로운 이슈 도출과 향후 보고서의 개선을 위한 의견을 수렴하고자 노력하였습니다. 설문은 유한킴벌리의 지속가능경영에 대해 측정하기 위해 BSR 에 해당하는 지표들의 실행 정도를 묻는 문항으로 구성되었습니다. 또한 제3의 기관에 분석을 의뢰하여 설문결과에 대한 신뢰도를 높이고자 하였으며 이에 대한 주요 수치를 ‘설문조사 결과’ 로 수록하였습니다.

설문대상

설문지는 유한킴벌리 임직원 431 개, 협력회사 61여 개, 지역사회 주민 및 단체 121여 개가 수거되어 신뢰도 95%에 해당하는 샘플을 대상으로 분석하였습니다. 임직원 설문은 본사와 3개 사업장의 모든 임직원을 대상으로 하였고, 협력회사 설문은 원자재, 부자재 등의 납품업체와 광고, 교육 등에 관련된 사업파트너를 대상으로 배포하였습니다. 지역사회 설문은 정부 및 공공기관, 지역주민, 학계, 시민단체를 대상으로 하여 그 결과를 수렴하였습니다.

이해관계자 참여결과도



설문척도

설문지의 각 문항은 보다 정확히 측정하기 위하여 7개의 척도를 사용하였습니다.

즉 '7점 : 매우 그렇다', '6점 : 그렇다', '5점 : 그러한 편이다',

'4점 : 보통', '3점 : 그렇지 않은 편이다',

'2점 : 그렇지 않다', '1점 : 매우 그렇지 않다' 로 측정되었습니다.

본 척도에 따라 7점, 6점, 5점에 해당하는 상위 3개의 척도를 합산하여 설문결과 수치 중 '긍정적 의견' 으로 표기하였습니다.

대상	Materiality Area	지속가능경영 위한 평가와 제언	Y-K의 입장
박용수 KOTRA 신사업팀 팀장	경영진 리더십, 사업특성, 비전 (지속경영 전략)	2007년 3월 킴벌리클라크가 해외에서 처음으로 투자하는 글로벌 R&D센터설립(Innovation Center Asia, ICA)의 한국 유치에 유한킴벌리가 많은 노력을 한 것으로 알고 있습니다. 이는 석, 박사 중심의 고급연구·혁신인력의 채용과 생명과학, 나노기술의 발전을 돕는 국가적 차원의 공헌이기도 합니다. 앞으로도 한국의 우수 인력과 기술을 전세계적으로 전파할 수 있도록 유한킴벌리의 투자와 노력이 계속 되기를 바랍니다.	유한킴벌리는 단순한 생산기구나 상표 도입과 같은 수동적 합작 형태가 아니라 기술과 자본을 투자하는 장기적이고 적극적인 개념의 합작사로서의 역할을 수행하기 위해 노력하고 있습니다. 앞으로 유한킴벌리는 R&D 역량 구축과 함께 ICA 네트워크를 활용하여 세계적으로 의미있는 제품을 만드는 등 보다 능동적이고 적극적인 합작 모델을 구축하기 위해 노력하겠습니다.

대상	Materiality Area	지속가능경영 위한 평가와 제언	Y-K의 입장
이창욱 한국소비자 보호원 식약약 안전팀 팀장	원료유해성 파악, 폐기물 / 폐수 관리, 환경친화적 자재구매, 제품환경영향 감소, 환경친화적 제품/공정	근래 웰빙을 추구하는 소비자의 니즈에 맞추어 제품의 안전성은 날로 향상되고 있으며, 환경보호를 고려한 친환경제품에 대한 이해관계자의 감시가 더욱 강화되고 있기 때문에 유한킴벌리는 이러한 영역에 대해 끊임없이 연구하고 투자해야 할 것입니다. 더불어 생필품을 생산·판매하는 유한킴벌리가 반드시 관심을 갖고 추진해야 할 일은 과소비를 지양하고 적정소비를 유도하는 건전한 마케팅활동과 제품 쓰레기로 인한 환경오염 문제 해결에 대한 것입니다.	유한킴벌리는 환경친화적인 제품 디자인 개발을 추구하고 있으며, 사후관리보다 사전적 예방의 중요성을 인식하고 친환경적 제품 개발과 생산을 위해 노력하고 있습니다. 제품이 생산되기 위해 원료 채취단계부터 설계·생산·운송·사용 그리고 폐기 단계에 이르기까지 발생하는 환경적 영향은 전과정 평가를 통해 정량적으로 분석되고 있으며, 그 영향을 최소화하기 위해 각 단계별로 노력을 다하고 있습니다. 앞으로도 이를 위해 노력하겠습니다.

대상	Materiality Area	지속가능경영 위한 평가와 제언	Y-K의 입장
정원철 동아시아 연구원(EAI) 선임연구원	지배구조, 회사 정보공개, 사회공헌사 업, 지역니즈파악, 그린마케팅, 원료유 해성파악, 환경친화적 자재구매, 제품 환경영향 감소, 환경친화적 제품, 공정, 환경보호활동	유한킴벌리는 녹색구매를 통해 원재료의 구매 시 환경 친화적인 자재를 구매하도록 하고 있겠지만, 이해관계자가 알고 있는 원재료의 구매와 관련된 정보는 한계가 있습니다. 즉 어떤 노동력에 의해, 어떻게 원재료를 확보하여, 어떻게 운송을 했는가에 대한 구체적인 정보는 파악할 수 없다는 아쉬움이 있습니다.	유한킴벌리는 환경친화적인 자재 구매 정책을 시행하고 있으며, 녹색구매 자발적 협약에도 참여하고 있습니다. 또한 연구원님께서 지적하신 것처럼 녹색구매의 보다 명확한 실현을 위해 2006년 녹색구매 가이드라인을 보완하여 개발·완료하였습니다. 펄프의 경우 국제적으로 환경인증을 취득했거나, 환경친화 제조공정에서 생산된 100% 생분해성인 펄프만을 구매하고 있습니다. 또한 소비자에게 환경친화적 제품을 공급할 수 있도록 사업파트너를 지원하고, 이러한 기준을 협력회사 선정 기준에 포함하여 관리하고 있습니다.

대상	Materiality Area	지속가능경영 위한 평가와 제언	Y-K의 입장
전의찬 세종대학교 교수	폐기물 / 폐수관리, 원료유해성 파악, 환경친화적 자재구매, 제품연구개발혁 신, 제품신기술 개발, 경쟁심화, 지역니 즈파악, 사회공헌사업, 환경보호활동	유한킴벌리의 캠페인은 '우리강산 푸르게 푸르게'로 우리에게 잘 알려져 있으며, 이제 중국에서도 이 운동을 전개하는 것으로 알고 있습니다. 온실가스인 이산화탄소의 좋은 흡수원인 나무를 많이 심는 활동뿐만 아니라 유한킴벌리의 사업장 지역에 자전거 타기 운동을 활성화 시켜 공해 감소효과와 함께 건강한 시민을 만드는 캠페인을 하는 것도 좋은 방법이라고 생각합니다. 이러한 지구 온난화를 막는데 기여할 수 있는 다양한 활동들을 통하여 유한킴벌리의 이미지를 제고할 수 있는 계기를 마련하기를 바랍니다.	유한킴벌리는 1984년 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인을 시작한 이래 1997년부터는 동북아 사막화 방지, 북한 산림 황폐지 복구를 위한 다양한 노력을 해왔으며, 2006년에도 북한 고성지역 밤나무 단지 100ha 조성을 도왔으며, 사회 지도자들과 신혼부부와 함께 나무를 심는 등 노력을 계속하고 있습니다. 2006년에는 아태지역의 생명과 평화공동체 구축을 돕는 등 아태지역사회의 환경과 삶의 질 향상을 위해 노력하고 있습니다. 현재 사업장에도 사원들의 자발적인 카풀제와 자전거 타기 운동 등이 이루어지고 있습니다만, 더욱 다양한 활동을 통해 지구 온난화방지에 책임 있는 기업이 되도록 힘쓰겠습니다.

1. 회사 및 CEO

연도	월	시상명 및 평가내용	수상처
2000	12	좋은 기업 대상 수상 (화장지 / 생리대 부문)	여성신문사
	12	제1회 새천년 새기업상 수상 (환경 / 안전 부문)	대한상공회의소, 중앙일보
2001	10	문국현 사장, 한국 생산성 경영대상 수상	한국생산성학회
	10	제12회 한국인재경영대상 최우수기업상	한국능률협회, KMA 등
	10	문국현 사장, '한국의 얼굴 55인' 에 선정	경향신문
2002	01	문국현 사장, 한국을 움직이는 100대 CEO에 선정	조선일보
	07	2002년 기업이미지 대상 윤리경영부문 최우수상 수상	한국능률협회컨설팅
	07	문국현 사장, 최고경영자상 수상	한국능률협회컨설팅
	09	'한국의 50대 우량 대기업 8위 선정	월간조선
	09	제1공장 제15회 한국아이디어경영 대상 최우수상 수상	한국능률협회컨설팅
	09	제3공장 제1회 대한민국 안전대상 수상	행정자치부, 경향신문사
	10	문국현 사장, '2002 글로벌 코리아상' 선정	미시간주립대, 아시아연구소
	11	커뮤니케이션 및 PR부문, 아시아 최고의 PR 부서 선정	PR Week Asia 협회
2003	01	제1회 한국윤리경영대상 종합대상 수상	한국신산업경영원
	01	제1회 경영혁신 대상 '지식경영부문' 수상	한국품질경영학회/포브스코리아
	02	문국현 사장, 제4회 경영인 대상 대기업부문 최우수상 수상	전경련 국제경영원
	04	'아시아에서 근무하기 가장 좋은 직장' 한국 1위	AWSJ, Hewitt, 매일경제신문
	05	'대한민국 기업이미지 대상' 위생용품부문 1위	한국능률협회컨설팅
	08	문국현 사장, 제 13회 일가상 - 산업부문/사회공익부문 수상	일가 기념사업재단
	11	커뮤니케이션 및 PR 부문, 'PR Week Award 2003' Best PR 부서 선정	PR Week
	11	'외국인 투자기업 존경 받는 기업' 1위 선정	연세대학교, 중앙일보 경제연구소
2004	02	제2회 한국윤리경영대상 대상 수상	한국기업윤리학회
	03	문국현 사장, 참 경영인상 수상 중앙대학교	중앙대학교
	06	'한국에서 가장 존경 받는 기업' 4위 선정	한국능률협회컨설팅
	12	제1회 평생학습대상 기업부문 대상 수상	한국교육개발원
2005	04	'한국에서 가장 존경 받는 기업' 6위 선정	한국능률협회컨설팅
	06	'존경받는 30대 한국 기업' 1위 선정	동아일보, 한국 IBM BCS
	08	문국현 사장, 경영자 대상 수상 한국경영학회	한국경영학회
2006	04	'한국에서 가장 존경 받는 기업' 4위 선정	한국능률협회컨설팅
	04	제1회 지속가능경영대상 대상(종합상) 수상	서울과학종합대학원, 한국형기연구원(KRIMA)
	11	사회공헌기업대상, 환경보전부문 대상	한국경제신문
	12	문국현 사장, Who's Next 선정	Newsweek Korea
2007	01	'기업의 사회적 책임' 조사 최우수기업 선정	동아시아연구원, 글로벌스캔, 매일경제신문
	04	'한국에서 가장 존경 받는 기업' 4위	한국능률협회컨설팅

2. 정부포상

연도	월	시상명 및 평가내용	수상처
2000	04	유한킴벌리, 성실 납세자 (단체)로 선정	정부
	08	대통령표창 수상 (보건복지 향상 노력 공로)	정부
2002	10	2002년 물류대상 대통령표창 수상	정부
	10	DTP 사업부, Digital Innovation 종합대상 국무총리상 수상	정부
2005	04	금탑산업훈장 수훈 (산림유공자)	정부
2006	05	가족친화기업 대통령표창 (여성가족부)	정부
	12	우리강산 푸르게 푸르게 공익 웹사이트 '우리숲', 제1회 대한민국인터넷대상 '사회진흥부문 국무총리상 (정보통신부)	정부

3. 제품 및 광고

연도	월	시상명 및 평가내용	수상처
2000	03	'우리강산 푸르게 푸르게' 라디오 광고 '올해의 광고상' 수상	한국광고학회
2001	06	제1회 한국소비문화대상 '환경 친화 부문' 수상	한국소비문화학회
	11	'우리강산 푸르게 푸르게' TV 광고, 2001경향광고대상 우수상 수상	경향신문
	12	우리숲(www.forestkorea.org / www.woorisooop.org) Best of Best site 선정	아후 코리아, 한국경제신문
2002	03	'우리강산 푸르게 푸르게' 라디오 광고, '소비자가 뽑은 좋은 광고상' 수상	광고주협회
	08	프로세서널 사업부, '환경지킴이 로얄브랜드' 수상	굿데이
	10	화장지 부문, 고객만족도 1위 선정	한국능률협회
	11	'우리강산 푸르게 푸르게' 라디오 광고, TV 광고 2002 경향 광고대상 수상	경향신문
	11	'우리강산 푸르게 푸르게' 신문광고 수상	세계광고대상, 문화광고그랑프리
2003	02	'우리강산 푸르게 푸르게', 마케팅 프론티어상 공익연계 마케팅 부문 수상	한국마케팅학회
	06	'우리강산 푸르게 푸르게' 인쇄광고, 녹색광고상 대상 수상	환경운동연합
	09	2003브랜드스타 생활용품부문 생리대 제품 1위	한국경제신문
2004	03	'우리강산 푸르게 푸르게' 인쇄광고, 환경광고상 수상	생활환경운동여성단체연합
	03	'우리강산 푸르게 푸르게' 인쇄광고, 대한민국광고윤리대상 우수상 수상	한국광고자율심의기구
	05	디펜드, 제12회 대한민국 마케팅 대상 '브랜드명품' 수상	한국능률협회컨설팅
	09	화이트, 2004 대한민국 브랜드스타-생리대 부문 선정	한국경제신문·브랜드스톡
2005	03	2005 아즈마 입스론 파워브랜드 - 환경사랑기업부문 수상	이너스 커뮤니티
2006	09	하기사 팬티, 명품 브랜드 인증	
	11	'KKG' 라디오 광고 '대한민국 광고대상' 9회 수상	한국광고단체연합회
2007	03	'한국산업의 브랜드파워' - 하기사 9년(1999-), 생리대 7년(2001-), 크리넥스 5년(2003-), 연속 부문 1위 선정	한국능률협회컨설팅

인증획득 내역

연도	월	인증내용 및 발행처	획득 사업장 및 제품
2000	05	HS마크 (위생안전 품질 인증 마크) 획득 (한국생활용품 시험연구원)	화장지류 전 품목
	12	안전, 보건, 방화 경영시스템 (KOSHA 2000) 인증 획득 (한국산업안전공단)	제2공장 (김천)
2001	04	환경친화기업 재인증 (~2006년, 환경부)	제2공장 (김천), 제3공장 (대전)
	08	3년 연속 안전/보건 초일류기업 인증 (노동부)	제2공장 (김천)
2002	09	ISO 14001 인증 재인증 (~2005년 10월 20일, 환경부)	제3공장 (대전)
	11	'신노시문화 우수기업' 인증 (노동부)	제3공장 (대전)
	12	환경친화기업 재인증 (~2007년 12월 23일, 환경부)	제1공장 (군포)
2004	03	ISO 14001 인증 재인증 (~2007년 3월 21일, 환경부)	제1공장 (군포)
	12	ISO 14001 인증 재인증 (~2007년 12월 17일, 환경부)	제2공장 (김천)
2006	06	환경친화기업 재지정 (~ 2011년) 환경부	제2공장 (김천), 제3공장 (대전)

미래기업 현장

유한킴벌리는 가정과 사회, 환경을 고려한 기업활동을 통하여 지속가능한 경영을 실천하는 미래 기업을 지향하며, 이를 동참하기 위해 2006년 12월 미래기업 서약식에 참여하여 이를 실천하기 위해 노력하고 있습니다.

- 우리는 과거의 편향적인 기업관을 극복하고, 경제적, 환경적, 사회적 3대 성과가 기업활동의 중요한 귀결로서 동시에 평가되어야 함을 인식하면서 모든 의사결정과정에 이 부문 사이의 균형 잡힌 시각을 유지하도록 노력한다.
- 우리는 기업이 과정과 더불어 사회의 행복을 창출하고 유지하는 가장 중요한 토대임을 인식하면서, 고객, 종업원, 투자자, 공급자는 물론이고 사회전체와 환경을 포함한 다양한 이해관계자에 한 의무와 책임을 다하기 위해 노력한다.
- 우리는 기업경영에서 '사람' 이 최우선이라는 사실을 깨닫고, '사람' 의 창조성과 열정을 바탕으로 지속적 학습과 혁신을 통해 끝없이 변모하는 유기적 조직을 만들기 위하여, 기업활동에서 여성의 리더십을 제고하기 위하여, 그리고 기업활동이 아동과 청소년의 보호에 기여할 수 있도록 부단히 노력한다.

미래포럼 6대 과제

- 생명 존중 문화 확산과 미래세대 주체인 아동 존중
- 저출산과 고령화 문제 해결을 위한 가족친화적 사회운동 전개
- 평생학습 지식사회 건설을 위한 연구와 사업 전개
- 청년, 여성, 고령자, 실직자들을 위한 창조적, 생산적, 사회적 일자리 창출
- 투명하고 공정한 신뢰사회 구축
- 글로벌시대에 걸맞은 21세기 여성리더십 함양

신뢰한국을 위한 우리의 약속

유한킴벌리는 윤리경영의 실천과 확산을 위해 윤경포럼의 기업회원으로 참여하여 활동하고 있으며, 2004년부터 기업의 사회적 책임 실천을 위한 CEO서약식에 참여하여 매년 실천 의지를 재확인하고 있습니다.

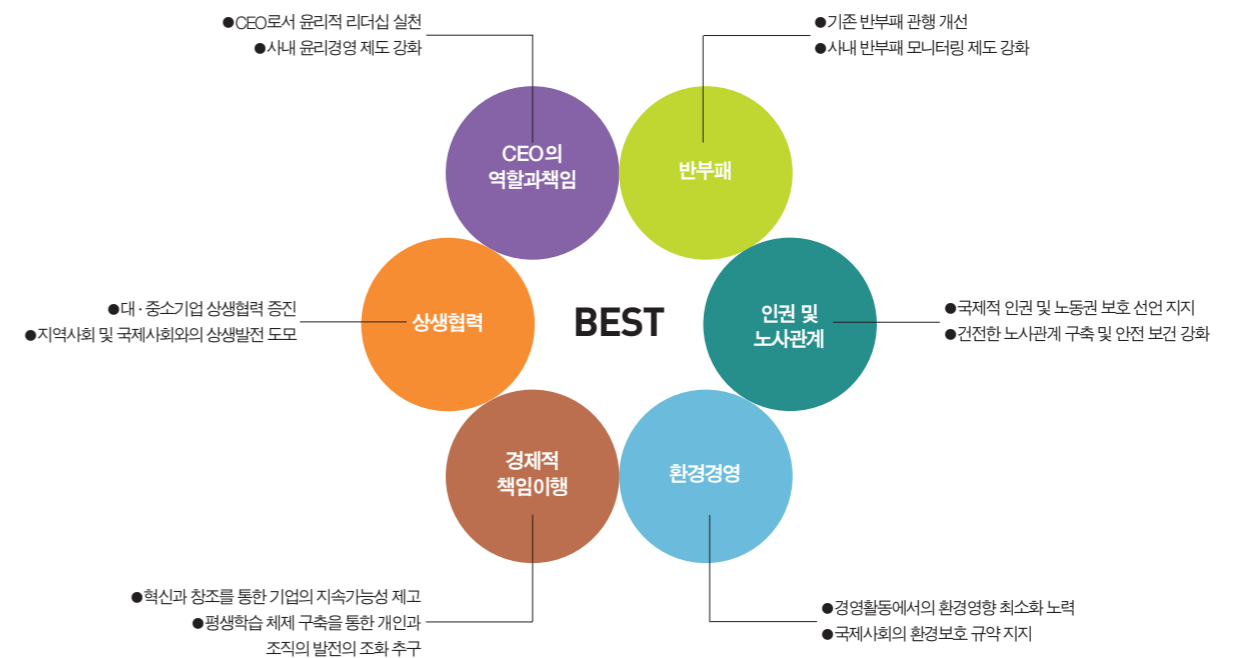
<윤경포럼 선언문>

우리는 윤리경영이 기업의 핵심 경쟁력이 되는 시대가 도래했음을 선언한다. 이를 위하여,

- 우리는 윤리경영을 통하여 국내외 시장에서 기업의 지속가능한 발전을 추구한다.
- 우리는 자기영역부터 윤리경영을 몸소 실천함으로써 사회발전에 이바지한다.
- 우리는 윤리경영의 확산을 위하여 국내외 관련분야 간의 협력에 앞장선다.

이 세가지지를 지키는 최종책임이 CEO에게 있음을 선언한다.

우리의 다짐 12대 실천 조항



본 강령은 유한킴벌리 기업광고활동에 있어서 지켜야 할 최소한도의 윤리 기준을 정하는데 목적이 있다.

이 기준은 어떠한 매체를 이용하든 모든 광고활동에 적용된다. (2005년 1월 3일 개정)

1. 광고 제작 및 개발

- 광고내용은 진실되고 유익한 정보를 소비자에게 주어야 한다.
- 광고내용은 다른 기업을 중상하거나 비방해서는 안되며, 모방이나 표절해서는 안된다.
- 직접적이든 암시적이든 그 어느 것을 불문하고 생략하거나 불명확하게 하여 소비자를 현혹하는 어떠한 문안이나 시각적 표현도 사용해서도 안된다. 오해를 초래할 수 있는 경우에는 아무리 사실이라 할지라도 과장할 수 없다.
- 광고물에 사회적 품위를 손상시키는 문안 또는 시각적 표현을 사용해서는 안된다.
- 광고물은 소비자의 신뢰를 악용하거나 또는 소비자의 경험이나 지식의 결핍을 이용하여 만들어서는 안된다.
- 전문성 등에서의 과학용어, 통계 등을 인용할 때는 소비자에 대하여 올바른 책임감을 가지고 사용해야 한다. 한정된 유효성을 가진 통계자료를 마치 그것이 보편적인 진실인 것처럼 이용해서는 안된다.

2. 광고 활동

- 유한킴벌리는 광고의 발전을 위하여 협동하고, 광고주의 권익을 스스로 지키며, 공동 이익을 추구한다.
- 광고거래는 공정하고도 자유로운 거래를 원칙으로 하며, 광고발전을 저해하는 거래수단을 지양한다.
- 소비자의 입장과 의견을 광고활동의 판단기준으로 삼으며, 소비자의 비판을 능동적으로 수용한다.

1. 직무에 관한 윤리

유한킴벌리의 사원들은 회사의 자산과 비밀정보를 보호하고, 회사안팎의 정보를 정확 · 공정하고 정직하게 보고할 책임이 있습니다.

책임 있는 자산 관리

회사의 자산이라 함은 사업에 투입되는 모든 자원을 말합니다. 건물, 기계, 제품 등의 유형자산과 비밀정보, 발명, 사업계획, 고안 등 지면이나 컴퓨터에 기록되어지거나 지식상태로 있는 무형자산이 모두 회사의 자산에 포함됩니다. 이중 무형자산은 경우에 따라 유형자산보다 큰 가치를 가짐에도 불구하고 도용이나 부당한 사용으로부터 보호하는 것이 훨씬 어려우므로 정보관리에 각별히 주의하여야 합니다.

또 회사의 모든 자산은 회사가 사업을 수행하기 위해 존재하는 것이므로 공과 사를 구분하여 사용하여야 합니다. 예를 들면 회사의 근무시간, 회사의 건축 자재, 차량, 전화, 팩시밀리, 컴퓨터 등을 업무 이외의 목적에 사용해서는 안됩니다. 그러나 간혹 개인적인 용도의 전화, 컴퓨터, 이메일, 또는 인트라넷 등의 사용은 업무에 지장을 주지 않고 회사의 방침이나 절차 또는 윤리적인 기준에 어긋나지 않은 한도 내에서 허용될 수 있습니다.

여러분들은 각자의 업무에 직접 사용하는 자산을 스스로 관리할 책임이 있습니다. 업무수행 시 안전 수칙을 준수하고, 자산의 분실, 절도 혹은 오용될 수 있는 상황을 예방하여야 합니다. 이러한 상황을 발견하면 상사나 유관부서에 곧 알려야 합니다.

철저한 정보 관리

업무를 수행하는 과정에서 우리는 회사의 비밀정보에 접하게 됩니다. 예를 들면 사업계획, 재무정보, 특허권, 제품개발 그리고 인사 및 급여 정보, 회사의 연구, 개발 활동 및 제조 방법 등이 비밀을 요하는 정보들입니다. 이러한 정보가 밖으로 유출되면 회사가 피해를 입게 됩니다. 특히 경쟁사에 정보가 공개되었을 경우 그 피해는 매우 클 수도 있습니다. 그러므로 비밀정보는 봉할 수 있는 파일이나 보관처에 보존해야 하며, 자료보존 기준에 따라 적절하게 파기해야 합니다. 또한 비밀정보에 관한 내용을 이야기할 때에는 신중을 기해야 합니다. 많은 사람이 있는 엘리베이터, 지하철, 버스, 식당 같은 장소나 휴대폰이나 보안이 완벽하게 되지 않는 통신수단을 이용하거나, 비밀정보를 취급할 권한이 없는 사원과 함께 일할 때는 더욱 주의를 하여야 합니다. 회사 사원이 아닌 사람이 사전 승인 없이 회사의 시설물에 접근하는 것을 허용하는 것도 기밀유지를 침해하는 요인이 되므로 주의하시기 바랍니다. 외부에서 기밀사항에 관한 문의가 올 경우 그 사항을 다룰 권한이 없는 사원은 어떤 정보도 제공해서는 안됩니다. 이러한 경우 상사나 커뮤니케이션본부에 곧 알려야 합니다.

용도 외의 정보 이용 금지

여러분은 오직 각자 담당하고 있는 업무와 관련이 있을 때에만 보유하고 있는 비밀 정보를 이용할 수 있으며, 개인적 이득을 위해서나 다른 목적으로 사용해서는 안됩니다. 예를 들면 여러분이 알고 있는 공개되지 않은 정보를 이용하여, 스톡옵션 의 행사 등을 포함한 유한양행이나 K-C 주식을 사고, 파는 것은 비윤리적이며, 불법적인 행동입니다. 그러한 정보의 예로는 공개되지 않은 수익분석보고서, 합병이나 매각에 대한 계획 등입니다. 마찬가지로 흡수, 합병의 대상회사가 공개되기 전에 그 회사의 주식을 거래하는 것도 비윤리적이며, 불법적인 행동입니다. 이러한 “내부자 거래 금지의 규칙” 이 우리 모두에게 적용될 뿐만 아니라, 우리로부터 정보를 얻은 가족이나 친구들까지도 “내부자 거래 금지의 규칙” 이 적용됩니다.

비밀정보에 관한 서약

모든 사원은 입사하게 되면 우선 “중요한 기밀사항, 사업상의 아이디어, 발명 및 개발에 관한 서약서”에 서명하여야 합니다. 이 서약에 따라 여러분은 회사의 거래에 관한 기밀사항을 보호하고 유지해야 합니다. 일반적으로 이 서약은 회사의 사업상 이해관계가 있는 문제에만 적용됩니다. 이 가운데 회사의 사업과 무관하다고 여겨지는 사항일지라도 회사로부터 구체적인 문서상의 확인을 받아야 무관함을 인정 받을 수 있습니다. 또한 회사를 사직할 경우라도 근무기간 중에 습득한 비밀정보를 외부에 공개 혹은 오용해서는 안됩니다.

정확한 기록과 보고

회사는 영업활동과 거래행위를 정확하고 공정하게 나타내는 재무제표를 법에 따라 작성, 보존해야 합니다. 계약서, 송장, 경비지출품의서 등 해당사항의 증빙자료가 되는 모든 관련 부속 서류들은 거기에 담긴 내용들을 공정하고 정확하게 반영하고 있어야 합니다. 어떤 이유로든 회사의 장부나 기타의 기록을 허위로 작성하거나 조작해서는 안됩니다. 또 회사의 장부나 기록에 정확하게 명시되지 않은 사안을 가지고는 어떠한 목적으로도 회사의 자금과 자산을 사용하거나 경비를 발생시켜서는 안됩니다. 오류나 조정해야 할 사항이 발견되면 즉시 정정하여야 합니다. 재무자료는 기업회계기준에 의거하여 작성하여야 합니다. 자료를 정확하게 기록하는 것은 회사의 회계 및 재무업무에 한정된 것이 아닙니다. 각자 맡은 업무의 책임 범위 내에서 정직하고 정확하게 기록하여야 합니다. 예를 들면 근태사항과 근무시간, 연구실에서의 실험, 시장조사, 재무일지, 경비지출품의서는 진실되게 작성하여 보고하여야 합니다.

허위 자료 작성 금지

회사는 주주 및 관계기관에 제출하는 모든 자료가 완벽하고, 정확하며, 적시에 제공되도록 하고 있습니다. 재무자료는 가장 공정하고 정당한 기준에 의거해서 작성한 후 주주와 관계기관에 보고하여야 합니다. 허위로 만들어진 보고가 발견될 경우는 회사의 평판이 나빠지며 때로는 심각한 손해를 초래할 수도 있습니다. 특히 재무제표를 허위로 보고했을 경우에는 관련된 사원이나 회사가 민사 또는 형사상의 책임을 추궁 받을 수 있기 때문에 회사안팎을 막론하고 허위로 만들어진 자료를 보고하는 것을 엄격히 금지하고 있습니다.

부적절한 회계, 내부통제, 감사 관행 등의 신고

회사의 회계처리 관행 및 내부통제, 감사관행 등이 관련 법규나 본 행동규범에 부합하지 않는다고 판단이 될 때에는, 그 사실을 본 책자의 끝 부분에 있는 연락처로 신고하여야 합니다. 보고시에는 익명으로 할 수 있습니다. 모든 신고된 사안에 대하여는 철저히 조사하게 될 것이며 신고한 사원에 대하여는 아무런 불이익도 없을 것입니다. 만약 신고된 사안에 대한 회사의 조치가 만족스럽지 않을 경우에는 이사회에 감사에게 직접 신고할 수 있습니다. 모든 조사결과는 감사에게 보고되고 있습니다.

2. 직무활동에 따른 윤리

유한킴벌리는 품질, 안전, 사원의 건강 및 지역사회를 위하여, 그리고 고객, 공급자, 경쟁자, 사원을 대하는 법적,

윤리적 기준에 대하여 아래와 같은 입장을 가지고 있습니다.

최고의 품질 지향

회사는 생산 판매하는 제품 및 서비스의 품질과 가치뿐만 아니라 품질경영의 프로세스 향상에 주력하고 있습니다. 좋은 품질에 대한 약속을 충실히 이행하고 유한킴벌리 의 모든 내부 고객과 외부고객의 기대에 부응하기 위해서 우리는 끊임없이 노력해야 합니다.

안전 우선주의

우리는 고객에게 안전하며 기대를 충족시켜줄 수 있는 제품을 생산, 판매하는데 주력하고 있습니다. 이를 위하여 회사는 고객들이 제품을 안전하게 사용할 수 있도록 항상 엄격한 테스트를 실시하고 있습니다. 또한 작업장에서도 사원의 안전유지를 위해 힘쓰고 있습니다. 안전은 유한킴벌리의 가장 기본적으로 중요한 것입니다. 사원들이 안전하게 일하는 것이야말로 무엇보다 중요한 일입니다. 그러므로 회사는 어떠한 생산목표 달성이나 시간 및 비용의 절감이나 경쟁력 강화 노력보다도 사원의 안전을 보다 중요하게 여기고 있습니다. 더 나아가 회사는 사내를 출입하는 방문객들의 안전 유지에도 각별한 주의를 기울이고 있습니다. 이러한 모든 것은 회사가 사람의 안전을 도모하는 것을 최우선으로 생각하기 때문입니다. 다시 말해서 우리는 항상 ‘무사고 작업장’을 목표로 하고 있습니다. 이러한 목표를 실현하는 것이 쉬운 일은 아닙니다. 지속적인 안전 교육과 아울러 우리의 작업환경이 정부의 안전기준에 부합할 뿐 아니라 그 이상의 수준을 유지하여야 무사고의 목표를 달성할 수 있습니다.

사원에 대한 배려

회사는 채용, 교육, 보상 및 승진 등 제반 인사관리에 있어서 인종, 성별, 연령, 종교, 국적, 신체장애 또는 법에서 정하는 구분에 의한 차별이 없도록 주력하고 있습니다. 모든 사원들이 성희롱이나 자신의 의사에 반하는 부적절한 행동(음주강요 등)을 강요 받지 않는 분위기에서 근무할 수 있는 환경을 유지하기 위하여 노력하고 있으며, 사원의 건강 문제에도 많은 관심을 갖고 있습니다. 법정 건강진단뿐만 아니라 종합적인 건강진단 프로그램을 수립, 사원의 건강 상태를 사전에 진단토록 하고 사원의 질병치료를 위한 지원도 실시하고 있습니다. 사원들의 건강정보는 관련 법규에 따라 기밀로 다루고 있습니다. 또한 회사 내에서는 승인된 행사에서 알코올 음료를 제공하는 특별한 경우를 제외하고는 사원이 술을 가지고 있거나 마시는 것을 금지시키고 있습니다. 지나친 흡연과 음주는 업무수행 능력을 저하시키며, 더 나아가서는 가정불화, 경제적인 손실, 스트레스 등의 문제를 가져오므로 이를 자제해야 합니다. 회사는 법규 등에서 명확한 이유로 금지하지 않는 한, 모든 채용대상자에 대하여 약물 중독 검사를 포함한 건강검진을 채용 전에 실시하고 있으며, 근무중인 사원이 약물 중독이나 알코올의 영향을 받고 있다고 보일 경우, 해당 사원은 약물 검사에 응하여야 합니다. 각 사업장 별로 생산성향상이나 사원의 안전 및 건강을 위하여, 약물남용이나 중독의 위험성을 인식시키는 프로그램이나 교육을 실시할 것을 권장합니다. 회사는 가정내의 갈등이나 우울증, 스트레스, 약물이나 알코올 중독, 및 경제적인 어려움 등이 회사의 업무성과에 영향을 미친다는 것을 알고 있습니다. 그래서 이러한 어려움을 해결하는 데 도움을 주기 위해 사원가족전문상담프로그램(EAP)을 운영하고 있으며, 점차 확대할 계획이 있습니다.

환경 보호

회사는 환경보호를 위해 진지하고 올바른 관심을 가진 선량한 사회구성원이고자 합니다. 따라서 우리는 정부의 환경보존정책에 부응하기 위한 노력을 기술일 뿐만 아니라 환경영향분석, 실태파악, 자원절약방안, 폐기물의 종합적 관리방안, 에너지 절약방안 등 다각적으로 환경보존에 관한 사업을 지원하고 있습니다. 모든 사원들은 환경에 관한 회사의 규정과 규칙을 준수하여 책임감 있는 사회구성원으로서 모범을 보여야 할 것입니다.

정직과 신의 중시

지속적인 유대관계는 정직과 신의를 통해서 이룩됩니다. 우리가 정직하게 대하고 신의를 지킬 때 거래 상대방도 같은 마음가짐으로 우리를 대할 것입니다. 고객이나 납품업자의 실수가 명백하게 드러난 경우에도 그것이 우리측에 유익이 되느냐 불이익이 되느냐에 상관없이 공정한 거래를 위하여 그러한 잘못을 시정하도록 노력해야 합니다. 마찬가지로 여러분 자신이나 회사 내 다른 사원의 실수도 시정되도록 노력해야 합니다.

법규 준수

회사는 관련된 모든 법령과 규정을 지키기 위해 노력합니다. 회사는 현행 공정거래법을 위반하거나 위반할 가능성이 있는 어떠한 행위에도 관여하지 않습니다. 경쟁사와 접촉하여 가격정책이나 판매조건, 재고수준, 사업 계획, 기타 사업상 비밀 사항에 관해 협의하는 것은 현행법에 저촉됩니다. 만일 어떤 경쟁사가 이와 같은 사안에 관한 협의를 제기했을 때에는 그것이 비공식적인 대화라 하더라도 그 대화를 즉시 중단하고, 그러한 문제를 협의하는 것은 회사정책에 위반된다는 것을 설명해 주고, 그래도 불가피한 경우에는 그 자리를 떠나야 합니다. 이와 같은 상황은 모두 법제부서에 알려야 합니다.

올바른 정보 입수

일상적으로 업무를 수행하다 보면 고객, 공급자 및 경쟁사를 포함한 다른 회사의 정보들을 얻게 됩니다. 이와 같은 정보의 획득은 경쟁 사회에서 일반적인 일입니다. 그러나 경쟁관계 하에서 상대의 정보를 입수하는 데는 법률적, 윤리적 한계점이 있을 것입니다. 우리는 산업 스파이와 같은 부당한 방법으로 정보를 획득해서는 안되며, 경쟁사의 비밀자료를 얻기 위해 경쟁사의 종업원을 고용하거나 매수해서도 안됩니다. 경쟁사의 정보를 얻게 되는 경우에는 그 정보가 비밀에 속하는 것인지를 먼저 확인 해야 합니다. 문서로 된 정보가 “기밀”, “대외비”, “회람 불가” 등으로 분류 되어 있는 경우 이 정보는 비밀로 간주해야 합니다. 이러한 경우 이 문서를 받기 전에 먼저 법제부서와 상의해야 합니다.

선물과 접대

선물과 접대에 관한 윤리성 문제가 일반적으로 많이 생깁니다. 우리의 목표는 사원 개인의 이익과 회사의 이익이 상충되거나, 상충 될 가능성이 있는 모든 상황을 피해 나가는 데 있습니다. 구체적으로 말해서 선물이나 접대는 사원이 그것을 받았을 때 상대방에게 업무상 부담감을 갖게 되는 경우, 또는 상대방이 업무를 유리하게 추진하기 위하여 선물이나 접대를 하려고 하는 경우, 그것을 받아서는 안됩니다. 선물이란 돈이나 물건 뿐 아니라 서비스나 할인구매권과 같은 것도 이에 해당합니다. 그러므로 이해의 상충이 되는 가능성을 피하기 위하여 상식이 허락하는 관례적인 수준을 넘는 선물을 받아서는 안됩니다.

이와 같은 수준을 넘는 선물을 받은 경우에는 그것이 사규에 위배된다는 사실을 설명하고 되돌려 주어야 합니다. 받은 선물이 상식 선이고 관례적인 수준인지에 대해 의문이 있을 경우, 상사와 상의하여야 합니다. 업무상 공급자와 만나는 사원은 공급자가 제공하는 인센티브 성 프로그램들이 사원 개인에게 혜택을 주는 것이 아닌 경우 이에 참여해서는 안됩니다. 업무상 출장을 다녀오는 사원은 항공사, 호텔, 렌터카 회사 등에서 제공하는 「마일리지 플러스」나 이와 유사한 혜택을 받을 수 있게 되는데 이렇게 얻어진 것은 향후 회사의 업무나 개인의 목적 어느 것으로 사용하여도 무방합니다. 다만 경비가 상대적으로 더 발생하거나, 회사의 업무 목적상 최선의 선택이라고 할 수 없음에도 불구하고 사원 개인의 「마일리지」를 늘리기 위한 목적으로 비행기편이나 기타 출장계획을 바꾸거나 회사에 변경을 요구해서는 안됩니다. 모든 사원은 공직자나 고객 및 공급자에게 상식이 허락하는 관례적인 수준을 넘는 선물을 하여서는 안됩니다. 선물과 마찬가지로 접대를 할 때에도 상식이 허락하는 관례적인 수준을 넘어서는 안됩니다.

공직자에 대한 금품수여 금지

공직자에 대한 예우는 법에 정한 바에 따릅니다. 모든 사원은 공직자에게 법에서 금지하는 금품을 직접적이던, 간접적이던 (예를 들면 제3자를 통한) 주어서는 안됩니다.

정당한 비용의 보상

업무를 수행하면서 실제로 발생한 필요경비를 사원들에게 보상해 주는 것이 회사의 방침입니다. 그러한 모든 경비는 회사의 경비지출 지침에 따라 정확하게 기록되고 지출되어야 합니다. 그러나 업무수행 시 과도한 경비가 발생하지 않도록 주의해야 하며, 필요 이상으로 값비싼 호텔, 여행 수단, 음식점 등은 피해야 합니다. 자세한 사항은 회사의 지침에 따라 운영되어야 합니다. 상사는 사원이 사용한 경비가 적절했는지 여부를 확인하고 필요하다면 그 내용에 관해 사원과 상담하여야 할 책임이 있습니다.

3. 직무 외 사항에 대한 윤리

유한킴벌리는 회사가 비난의 대상이 되거나 사원이 처벌의 대상이 될 경우를 제외하고는 사원들의 개인생활을 존중합니다. 이와 더불어 회사는 여러분에게 직무 이외의 분야에서도 사원으로서 필요한 윤리를 지켜줄 것을 바라고 있습니다.

회사의 이익에 상충되는 행위

사원과 회사간에 사업상 이해관계가 상충될 가능성이 있는 경우 그 사원이 경쟁사 또는 공급업자의 임원, 고문 등 임직원으로 종사하는 것은 금지되어 있습니다. 이익이 상충될 가능성이 있는 경우에는 상사나 법제부서에 반드시 신고하여야 합니다.

이익이 상충되는 투자행위

사원이나 사원 가족이 투자하고 있거나 재무적인 이해관계가 있는 공급업체나 고객과 거래를 할 경우에 이익이 상충되는 상황이 발생할 수 있습니다. 이익이 상충되는 정도는 사원이 회사에 영향을 줄 수 있는 지위, 사원이 투자한 회사의 규모와 투자의 양 등에 따라 다를 수 있으므로 이를 종합적으로 고려하고 판단하여야 합니다. 따라서 이익이 상충될 가능성이 있는 경우에는 상사나 법제부서에 반드시 신고하여야 합니다.

사회 봉사활동

많은 사원들은 자신의 시간을 활용하여 사회활동에 참여하고 있으며, 이는 고무적인 일입니다.

그러나 회사가 내리는 의사결정 혹은 경영방침에 상반되는 공동체의 이사회나 사회 단체에서 봉사하는 경우에는 자신이 과연 독립된 입장에서 행동할 수 있는지를 신중히 고려하여야 할 것입니다.

정치참여

유한킴벌리는 정당이나 정치인에게 불법적인 정치자금을 기부하거나 지원하지 않습니다.

사원들의 경우에는 업무시간 이외에 개인자격으로 정치활동에 참여하는 것은 금하지 않으며, 개인자격으로 정치자금 기부나 후원회 활동 등에 참가할 수 있습니다.

공공의 장소나 매체를 통해 정치사안에 대한 의견을 제시할 때에는 반드시 개인자격으로 한다는 것을 확실히 밝혀야 하며, 회사의 대변인의 권한을 가지지 않는 한, 어떠한 경우에도 회사와의 관련성을 나타내서는 안됩니다.

4. 행동규범의 위반

행동규범을 위반하면 회사에 의해 해고 등 징계를 당할 수 있습니다.

또한 법에 저촉 되는 위반을 했을 경우 형사상의 처벌이나 민사상 법적인 손해배상 책임을 질 수도 있습니다.

5. 준수 의무

행동규범을 준수할 책임은 사원 각자에게 있습니다.

해석상의 의문이 있는 경우에는 상사나 법제 부서에 질의하시기 바랍니다.

또한 우리는 누구나 자기 혹은 타인의 행동규범 위반사실을 상사나 법제 부서에 알릴 의무가 있습니다.

모든 위반사항은 정확하게 조사될 것이며 그러한 사실을 알린 사원에게는 아무런 피해가 없도록 할 것입니다.

행동규범의 위반사례

아래에 예시하는 것은 유한킴벌리 사원들의 행동규범에 위반되는 사례입니다.

1. 과분한 선물을 주고 받는 것
선물을 주고 받는 것은 일반적으로 권장하지 않습니다. 피치 못할 경우라 하더라도 모든 사원은 5만원을 초과하는 선물을 받아서는 안됩니다. 5만원 이하의 선물이라 할지라도 이를 받은 데 대한 보답을 개인의 경비로 하지 않을 것이면 받아서는 안됩니다. 선물을 줄 때에도 5만원을 초과하는 경우에는 사전에 회사의 책임자의 승인을 얻어야 합니다.
2. 회사의 고객이나 공급자로부터 액수의 크기에 상관없이 직접 또는 간접적으로 돈이나 다른 형태의 보상을 받는 것
3. 정부기관이나 공직자에게 불법적으로 금품을 수여하는 것
4. 고객, 공급자, 공직자 및 회사의 사원에게 과분하거나 적절치 않은 방법으로 접대하는 것
5. 회사 안에서 음주나 도박 행위를 하는 것
6. 회사와 거래 관계가 있는 타회사나 경쟁사에 투자를 하고 있거나 소유권을 가지고 있는 등 이해 관계에 있다는 사실을 액수의 크기에 상관없이 회사에 알리지 않은 경우
7. 자신의 가족이나 친인척 가운데 위와 같은 경우에 해당하는 사람이 있는 경우
8. 회사의 사업상의 정보 또는 기술을 구두나 문서로 타인 또는 타사에 전하는 것
9. 복사기, 팩시밀리, 공구, 차량과 같은 회사의 재산을 승인 없이 개인의 용도로 사용하는 것
10. 돈, 제품, 기계와 같은 회사의 재산을 직접 또는 간접적으로 훔치는 행위나 부당한 방법으로 전용하는 것
11. 경쟁사와 접촉하여 가격 정책이나 판매조건, 재고수준 등 사업상의 비밀사항에 관하여 협의하는 것
12. 공급자, 임가공자, 대리점 등과의 거래에 있어서 회사의 우월적 지위를 남용하여 불공정한 거래를 하는 것
13. 의도적으로 품질 기준에 맞지 않는 제품을 생산하는 것
14. 회사의 재무에 관한 기록을 어떠한 목적으로든 바르지 않게 만드는 것
15. 경비지출품의서, 근태관련 기록, 거래처 방문기록 등을 사실과 다르게 보고하는 것
16. 상사의 질문에 허위로 답을 하거나, 의도적으로 사실을 왜곡하거나, 또는 일부 사실은 유보하고 보고하는 것
17. 회사와 사원 또는 제품, 건물, 기계와 같은 재산에 손상이 초래 될 수도 있는 사안이나 여건을 알고 있으면서 상사에게 알리지 않는 것
18. 회사의 감시팀, 또는 외부기관으로부터 행동 규범 준수에 관한 조사를 받는 경우 이를 거부하거나 협조적으로 응하지 않는 것

유한킴벌리는 아래와 같은 단체들에 기업회원으로 가입하여 지속적으로 활동하고 있습니다.

산업 및 경제 단체 가입 현황

형태	단체명	소속형태	소속시기
사단법인	한국제지공업연합회	기업회원	1974
사단법인	전국경제인연합회	기업회원	1975
사단법인	한국경영자총협회	기업회원	1979
사단법인	한국광고주협회	기업회원	1988
사단법인	전경련 지속가능발전기업협의회(KBCSD)	기업회원	2001
사단법인	한국중견기업연합회	기업회원	2002
사단법인	국가경영전략연구원(NSI)	기업회원	2003

사업협력 단체 가입현황

형태	단체명	소속형태	소속시기
사단법인	동북아산림포럼	기업회원	1998
사단법인	생명의 숲	기업회원	1998
사단법인	한국내셔널트러스트	기업회원	2000
사단법인	자연을 사랑하는 문학의 집·서울	기업회원	2001
재단법인	환경재단	후원회원	2002
사단법인	천리포 수목원	기업회원	2002
사단법인	한국녹색상품구매네트워크	기업회원	2003
사단법인	윤경포럼	기업회원	2003
사단법인	뉴패러다임포럼	기업회원	2004
사단법인	평화의 숲	기업회원	2004
사단법인	미래포럼	기업회원	2005
사단법인	피터드러커 소사이어티	기업회원	2005

가족데이(Family Day)

‘저출산 시대 함께하는 보육’이라는 취지에서 여성가족부와 기업들이 2005년부터 매월 6일을 육아데일로 정해 진행한 캠페인을 우리회사가 확장해 실시하고 있는 특별한 날. 가족·사회친화를 추구하는 우리회사는 매월 6일, 가족데이를 모범적으로 실시하고 있다

가족친화(Family-friendly)

가족친화(Family-friendly)란 ‘일과 삶의 조화’를 추구하는 것을 의미하며, 기업차원에서는 가족친화경영이나 가족친화제도, 정부차원에서는 가족친화적 정책, 가족친화적 마을 등의 개념으로 확대되어 사용되고 있다. 가족친화기업이란 근로자가 가족생활과 일을 조화롭게 병행할 수 있도록 근로환경이 조성되어 있는 기업을 말하는 것으로, 일과 가족생활의 양립을 가능하게 하는 근로환경을 모범적으로 조성하는 등 근로자의 삶의 질 향상을 위해 노력하는 기업을 의미한다

거래처 재고관리(Co-Managed Inventory, CMI)

공동재고 관리. 재고 관리가 공급업체와 유통업체 공동으로 이루어지는 경우를 지칭하는 CR(Continuous Replenishment, 연속적인 상품보충)의 한 형태를 말한다. CMI 하에서는 주문제안서를 제조업체가 작성 및 발송하고, 유통업체가 이를 수정, 확정한다

고객관계관리(Customer Relationship Management, CRM)

고객 및 고객과의 거래관계에서 취득된 정보 및 지식을 활용하여 보다 효과적으로 YK의 제품을 고객에게 판매하는 프로세스를 의미하며, 현재 YK는 영업계획, 펀드관리, 영업 및 프로모션 효과분석 시스템을 우선적으로 구현할 예정이다

공급망 관리(Supply Chain Management, SCM)

공급망 관리란 ‘공급망’을 시장상황에 맞도록 최적화해 경영 효율성을 높이는 활동을 말한다. 공급망이란 유한킴벌리에게 원부자재 및 완제품을 공급하는 거래선과의 관계를 뜻한다

공급자 재고 관리(Vendor Managed Inventory, VMI)

제조업체가 상품보충시스템을 관리하는 CR기법의 하나. 상품보충시스템이 실행될 때마다 판매,재고 정보가 유통업체에서 제조업체로 전송된다. 공급업체 주도의 재고 관리 기법으로서 CMI와 구별되며, 공급체인 전체의 최적화를 달성하기 위해 공급업체가 유통업체의 재고수준에 대한 책임을 지며, 이를 위해 공급업체는 유통업체의 재고 데이터 등을 활용하여 유통업체에게 발송할 주문서를 생성한다. 유한킴벌리는 협력회사 중 원부자재 공급업체를 중심으로 본 시스템을 활용하고 있다

글로벌 성과관리(Global Performance Management, GPM)

유한킴벌리 성과평가 프로그램 개인과 조직에 대한 성과를 계획하고, 모니터링하고, 향상하기 위한 비즈니스 프로세스를 말한다

뉴웨이(NEWAY)

유한킴벌리의 혁신 프로젝트를 일컫는다. 이후 e Technology를 활용하여 한 수준 높은 NEWAY e NEWAY(New Excellent Ways At Y-K)의 개념이 등장했다. 이는 그 동안의 내부혁신 운동에서 한걸음 더 나아가 외부고객관계를 지향하는 혁신 프로젝트를 일컫는 말이다. 좁은 의미로는 SAP R/3 시스템을 구축하는 프로젝트를 의미하며, 넓은 의미로는 회사의 경영혁신 프로젝트를 총칭한다. e는 “electronic”, “extended”, “2세대”, “리눅스”의 의미를 내포하고 있다

뉴패러다임(New Paradigm)

패러다임(Paradigm)이라는 말은 어떤 한 시대 사람들의 견해나 사고를 지배하고 있는 이론적 틀이나 개념의 집합체를 말한다. 미국의 쿤(Thomas Kuhn)이 그의 저서 ‘과학혁명의 구조’에서 제시한 개념이다. 한국에서는 2003년 11월 5일 일자리 창출과 관련된 국가적 과제를 해결하기 위해 유한킴벌리처럼 새로운 모델이 필요하다는 제안을 하며 결성된 뉴패러다임포럼에서 “뉴패러다임”이라는 개념이 제시되기 시작했다. 이후 뉴패러다임이라는 용어는 기업내 평생학습과 과로해소, 공공부문의 서비스혁신을 통해 기업경쟁력과 국가경쟁력을 강화함으로써 지속가능한 일자리를 창출하고 근로자의 삶의 질을 향상시켜 사람입국을 구현하는 새로운 전략으로 사용되고 있다. 즉 현재 보다 인원을 늘려 개개인의 노동시간을 줄인 다음, 평생교육을 지원해 각자 기술력을 높이고, 그럼으로써 회사 전체의 기술력을 높이는 선순환 구조를 통해 개발기업, 나아가 국가의 경쟁력을 높이는 것이 최근 한국 상황에 가장 절실하게 요구되는 패러다임이라는 생각에서 출발되었다. 특히 이 뉴패러다임의 주요 모델의 출발은 4조 고대 근무제를 정착함으로써 일자리를 늘리고 경쟁력도 향상시킨 유한킴벌리에서 시작했다

마케팅리서치(Marketing Research, MR)

소비자의 욕구, 태도, 행위 등에 대해 체계적으로 자료를 수집하고 분석하여 해석하는 객관적이고 공식적인 과정이며 마케팅 전략 및 상품개발, 광고집행 등의 의사결정시 주로 활용된다

비디오사보(YK Video Magazine)

영상사보인 비디오 사보 YK는 1996년 참여 및 투명 경영에 기반이 되는 효과적인 사내 커뮤니케이션을 하기 위해 제작을 시작했으며, 사람들이 꼭 알아야 될 내용들을 우선 선별하여 격월로 발행하고 있다. 주요 프로그램으로는 CEO가 직접 회사 경영 전반에 대해 직원들에게 설명을 하는 최고경영자와 함께하는 집중탐구, 경영실적, 소비자불만 실적, 신기술, 신제품, 새광고, 행사 소개, 회사 주요 소식, YK 토론 등이 있다

산업정책연구원 (IPS: The Institute for Industrial Policy Studies)*

산업정책연구원은 1993년 설립되어 2002년부터 윤리경영, 사회책임경영, 지속경영 관련 분야에서 경험을 쌓은 전문기관이며, 본 검증인 7인(조동성, 이석영, 신철호, 이동원, 김희정, 류영순, 안지연)은 경영전반, 회계, 환경 등 전공자로서 국내 주요대학 교수진 및 지속경영 지문에서 경험을 쌓고 전문교육을 이수한 전문가입니다

위기관리(Crisis Management, CM)

기업의 정상적인 업무 프로세스를 방해하는 위기 상황에서 기업이 처한 리스크와 불확실성을 제거함으로써 정상적인 업무를 할 수 있도록 통제 가능하게 만들어 주는 전략적 과정

이해관계자(Stakeholder)

기업과 관계되는 주요 이해당사자들로 현재는 소비자, 고객, 시민단체, 정부 등 직접적으로 관련 있는 공중을 일컫는데 사용되고 있다. 유한킴벌리의 이해관계자는 사원, 고객, 협력회사, 지역사회, 주주로 정의하고 있다

전사적 자원관리(ERP)

생산관리, 물류관리, 회계관리 등 기업에서 중심이 되는 업무들을 전산화하고 통합하여 전사적인 자원을 효율적으로 관리하는 전사적 자원관리시스템을 일컫는다

전자문서교환(Electronic Data Interchange, EDI)

컴퓨터와 컴퓨터 사이에 구조화된(structured) 데이터를 사전에 약속된 표준 서식에 따라 전자적 수단에 의해 교환하는 것을 의미한다

전자태그(Radio Frequency Identification, RFID)

무선데이터인식기술. 무선 전파를 이용하여 객체를 자동으로 식별하는 기술을 말한다. 유한킴벌리는 삼성테스코 등과 함께 본 기술 적용 시범사업에 참여하고 있다

제품 유치 조사(Consumer Use Test, CUT)

제품을 소비자들에게 사용하도록 제공한 후 사용 경험에 근거해서 전반적인 선호와 속성별 선호, 그리고 문제점여부를 설문을 통해 파악하는 조사. 유한킴벌리에서 가장 보편적으로 실시되는 CUT는 150~200명을 대상으로 브랜드노출 없이(unbranded) 두 가지 제품을 사용하게 한 후 제품에 대한 선호, 속성 선호, 문제점을 파악하는 형태임

제품컨셉(Product Concept)

제품에 대해 소비자 언어로 제품의 성능과 사용방법, 외관, 원재료, 상표명, 가격 그리고 제품 사용을 통해 소비자가 얻게 되는 소비자 benefit을 함께 보여주는 문구로, 아이디어 단계에 있는 제품에 대한 소비자들의 반응을 얻기 위한 조사에 활용된다

주요성과지표(Key Performance Indicator, KPI)

프로젝트나 업무목표의 달성 여부를 측정해 볼 수 있는 주요한 성과의 지표를 말한다

지식근로자(Knowledge Worker)

지식근로자는 자신의 일을 끊임없이 개선, 개발, 혁신해 자신의 부가가치를 올리는 지식을 소유한 혁신적인 사람으로서, 단순히 전문지식만을 가진 근로자가 아니라 창의적이고 혁신적인 사고와 더불어 열린 마음으로 타인, 조직, 사회에 공헌할 수 있는 마음까지 가진 사람이라고 정의할 수 있다. 즉, 문제해결 능력을 갖춘 창의적 근로자의

개념에, 지식변화 속도에 맞추어 끊임없이 지식을 습득해간다는 학습 개념을 포함시킨 의미 정도로 볼 수 있을 것이다. 1968년 미국의 경영학자 피터 드러커가 저술한 〈단절의 시대〉에서 지식사회를 다루며 처음으로 사용한 말이다

지쓰리(G3)

G3란 GRI(Global Reporting Initiative 이하 GRI) 가이드 라인의 2006년 판, 기존 G2(2002년) 지표를 수정 보완한 지표. GRI는 경제성, 사회성, 환경성 등 중요한 세 가지 축(Triple Bottom Line)을 고려한 기준을 제시하고, 이를 기업의 정보공개 틀로 활용할 수 있도록 하고 있다

체계화된 현장 실습(Structured On the Job Training, S-OJT)

숙련된 직원이 초보직원에게 한 과업을 작업현장 또는 작업현장과 유사한 장소에서 교육훈련시키는 계획된 프로세스를 말한다

카테고리 개발(Category Development, CD)

카테고리 관리(CM)와 같은 의미. 유통업체와 공급업체가 소비자 가치 향상을 목적으로 카테고리를 전략적 비즈니스 단위로 관리하는 수요관리 기법

형광증백제

자외선을 흡수해서 옅은 푸른색의 형광으로 바꾸어 방출하는 물질

AA1000 검증기준*

영국에 소재한 사회책임경영 관련 비영리기관인 AccountAbility에서 1999년에 사회적, 윤리적인 회계, 감사, 보고에서의 질을 향상하여 조직 전반적인 성과와 책임성을 증진시키고자 개발된 지속경영보고서 검증기준

B.E.S.T

Business Ethics is the Source of Top performance

‘윤리가 경쟁력이다’ 라는 뜻

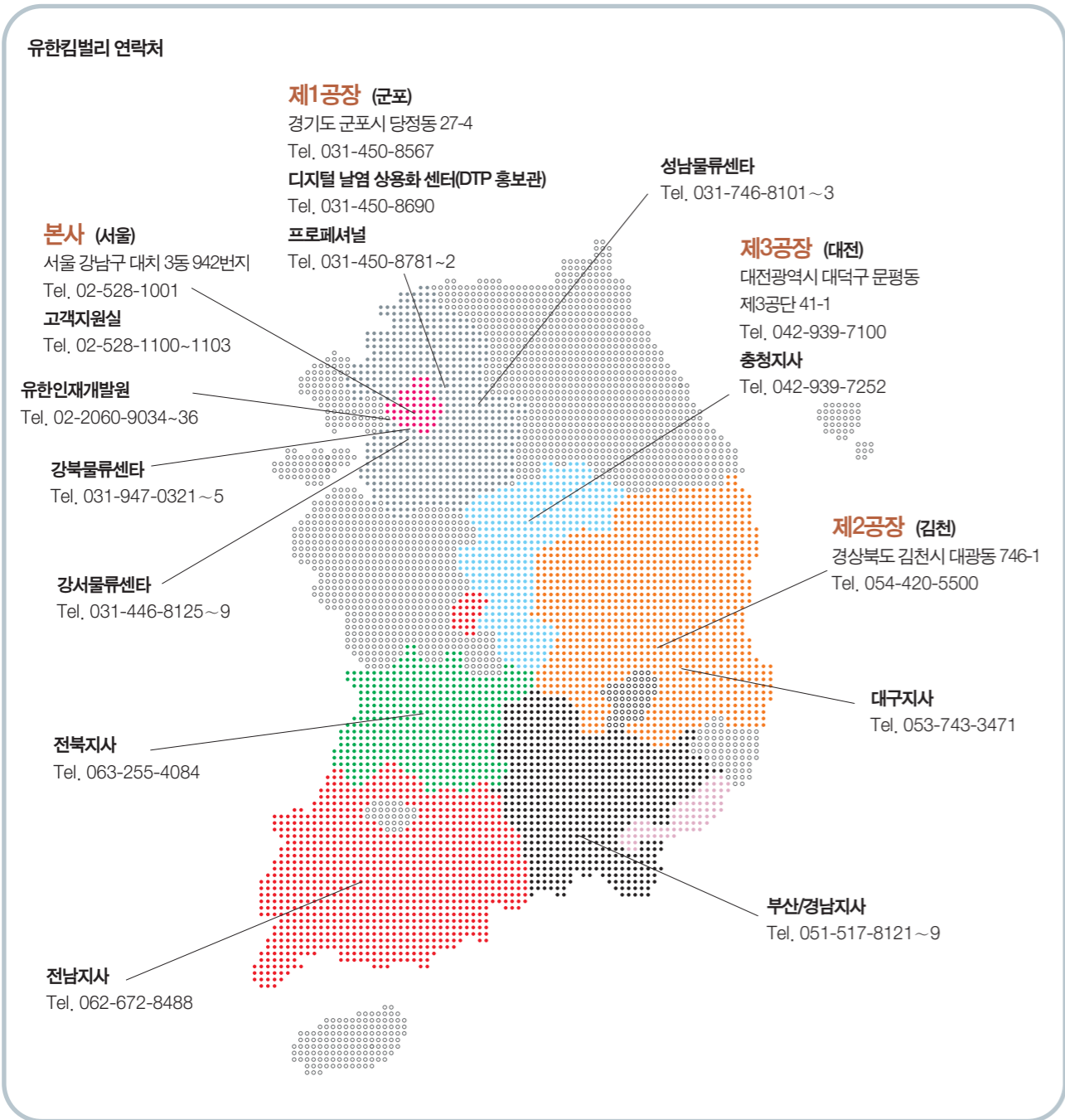
BSR 가이드라인(B.E.S.T Sustainability Reporting guidelines)*

국내기업의 지속경영보고서 확산을 목적으로 산업자원부, 대한상공회의소, 산업정책연구원이 공동으로 개발한 보고서 가이드라인으로서 기업의 보고 수준에 따라 단계별(5단계)로 파악할 수 있음

GRI (Global Reporting Initiative) 지속가능경영 보고서 작성가이드라인*

1997년에 국제적 환경단체연합인 환경책임경영연합(CERES)과 유엔환경계획(UNEP)이 합작하여 제정한 지속가능경영 보고서 작성 가이드라인으로, 2006년 10월 개정판 G3버전을 공식 발표하였습니다

추가 보고서 정보



보고서 추가 정보 획득 방법

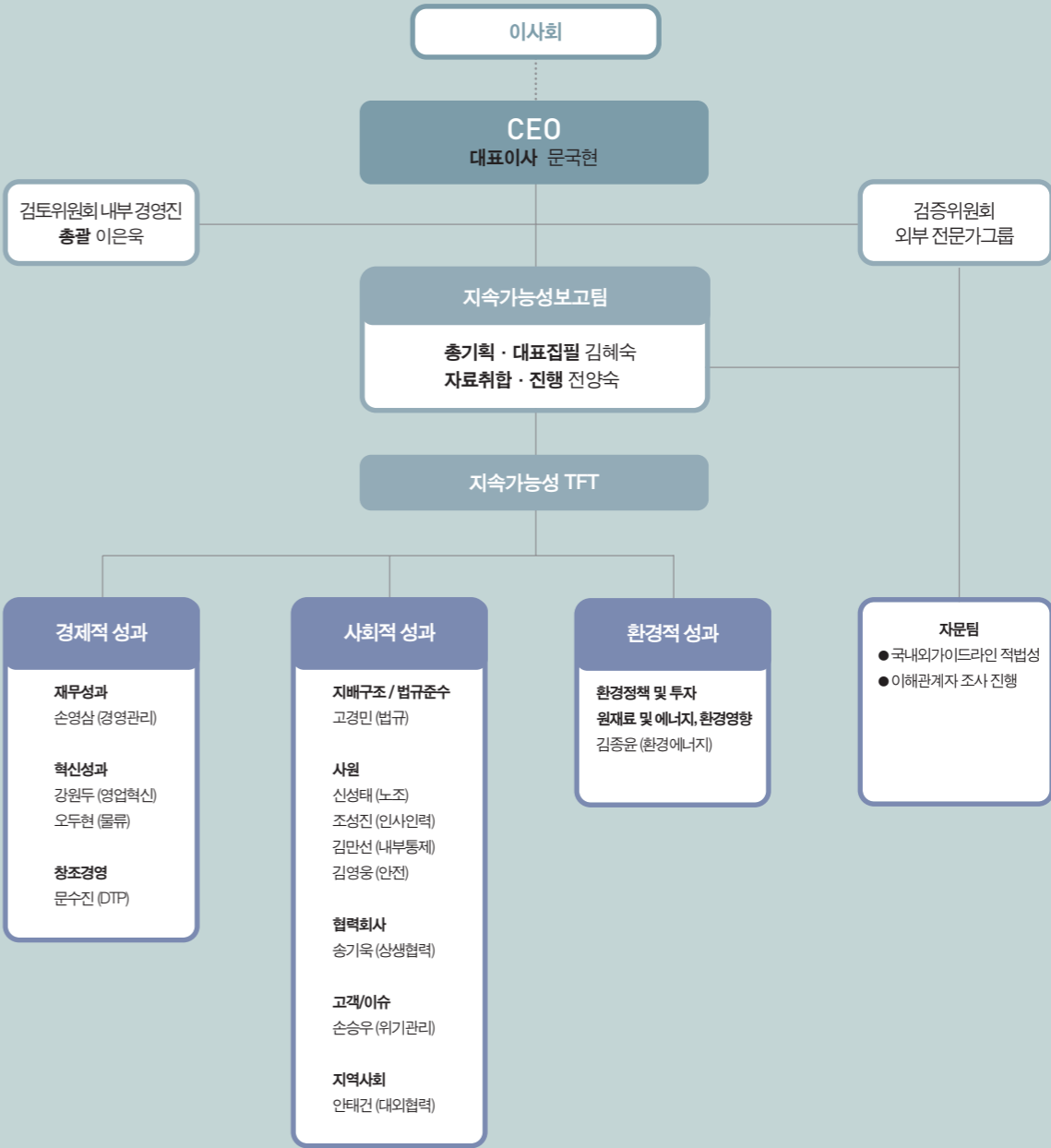
본 보고서에 대한 정보는 회사 웹사이트에 공개하고 있으며, 보고서에 대한 의견 설문도 함께 접수하고 있습니다.

추가 문의가 있는 경우 웹사이트를 통해 문의하여 주시면, 성실히 답변 드리겠습니다.

상세자료링크 : www.yuhan-kimberly.co.kr

전자메일 : webmaster.korea@y-k.co.kr

2007 지속가능보고에 참여하신 분들



존칭을 생략합니다. 그외 여러분이 참여해주셨습니다. 특히 인사, 총무, 인력개발, 마케팅리서치, 구매, 수출, 고객지원, 각 공장에서 도움 주셨습니다. 이 지면을 빌어 감사드립니다.

사람이 희망이다

유한킴벌리 2007 지속가능성보고서
독자의견 설문지

우편으로 보내고자 하시는 분들은
질취신을 따라 저르신 후
봉투에 넣어져 보내주시기 바랍니다.

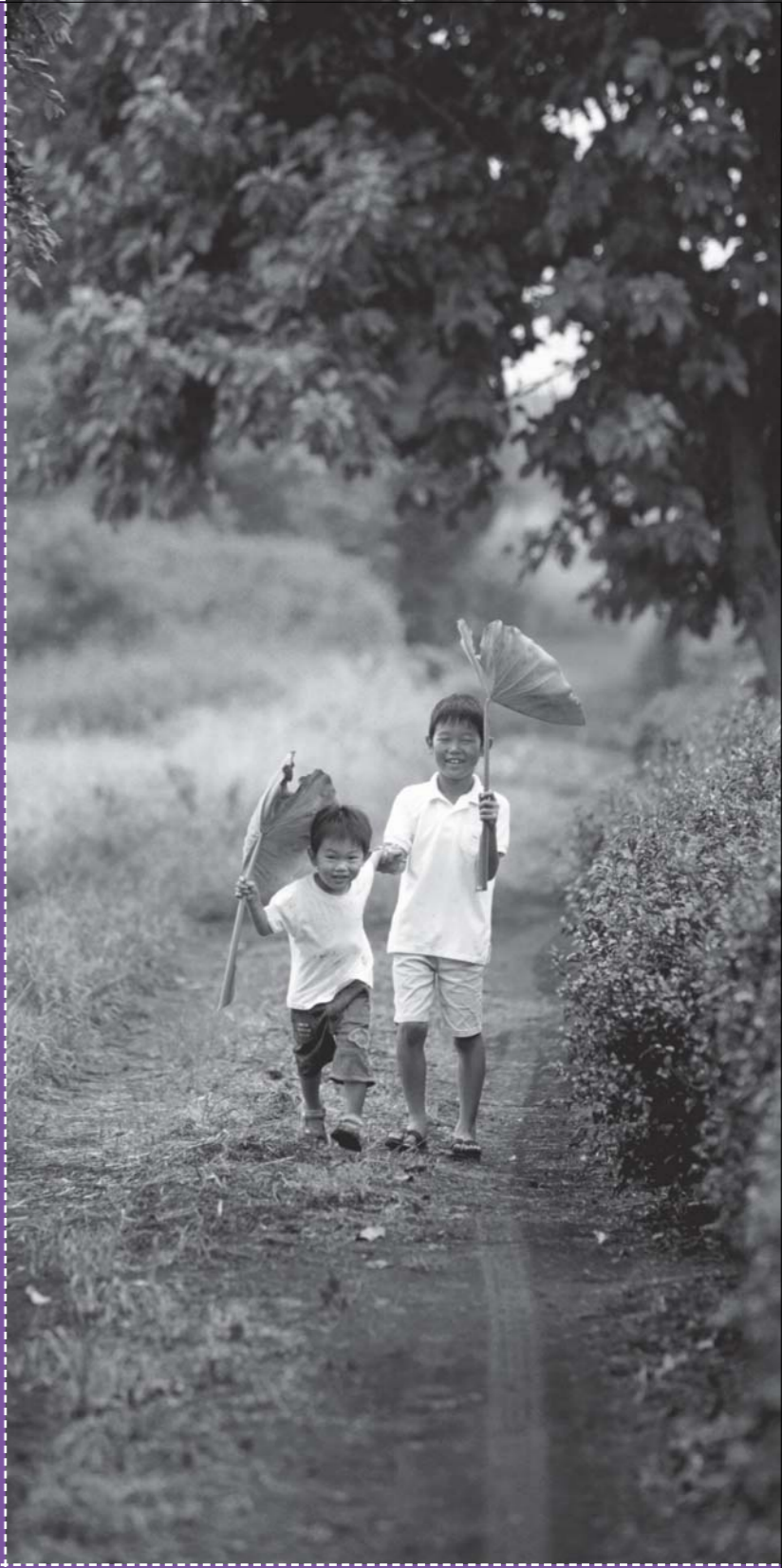
보내실곳

우편 | 유한킴벌리 지속가능성보고팀
135-725 서울시 강남구 대치3동 942번지

해성빌딩 14층

이메일 | hkim@y-k.co.kr

팩스 | 02-528-1086





유한킴벌리 2007 지속가능성보고서

유한킴벌리는 지속가능성 보고서를 발간하면서, 더 만족할만한 향후 보고서 제작을 위해 이해관계자 여러분의 의견을 경취하고자 합니다. 의견을 부탁드립니다.

1. 본 보고서가 유한킴벌리 지속가능경영 이해에 도움을 주었습니까? ()

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

2. 본 보고서는 읽기 쉽게 되어있습니까? ()

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

3. 어느 장이 가장 유익했습니까? ()

- ① 보고서 정보 ② 이해관계자 ③ CEO 메시지 ④ 지속가능경영 전반 ⑤ 경제적 성과 ⑥ 사회적 성과 ⑦ 환경적 성과 ⑧ 부록 ⑨ 기타

4. 전체적으로 보고서에 만족하십니까? ()

- ① 매우 만족 ② 만족 ③ 보통 ④ 불만족 ⑤ 매우 불만족

5. 향후 보고서에 바라는 점을 자유롭게 적어주십시오. 감사합니다.

작성자명 소속	연락처(전화 이메일)
-----------	---------------

작성자명 | 소속

연락처(전화 | 이메일)