



개요

Overview

CEO 메시지	06
유한킴벌리 소개	10
유한킴벌리의 가치 재배분	12

CEO 메시지



협력적 거버넌스를 바탕으로
기업, 사회, 지구환경의
지속가능성을 높여갑니다

존경하는 이해관계자 여러분 반갑습니다.

글로벌 환경, 정세 변화와 맞물려 국내 경제의 변동성이 커지고, AI로 인한 기술과 산업의 변동, 전 지구적 기후위기와 맞물려 생태환경에도 큰 변화가 초래된 2023년이었습니다. 유한킴벌리는 구조적으로 맞물리는 대내외 환경 변화 속에서 성장과 변혁을 주도하고, 지속가능성을 높이기 위해서는 이해관계자와의 창의적인 협력이 필수적이라고 생각합니다. 경제, 사회, 환경적으로 더 큰 가치를 창출하고, 열린 혁신이 가속화되도록 경영활동의 모든 영역에서 협력적 거버넌스를 확장해가고자 노력했습니다.

올해는 특히, 숲환경 캠페인 ‘우리강산 푸르게 푸르게’가 의미 깊은 40주년을 맞이했습니다. 공해가 사회문제로 대두되던 시기에 숲을 매개로 사회문제 해결에 기여하고자 시작했던 캠페인은 기후변화, 사막화, 미세먼지와 같은 글로벌 환경문제와 결합되어 더 중요한 가치가 되었습니다.

2023년 경제 · 사회 · 환경 성과

경제적 측면에서, 저출생, 가임 인구 감소로 인한 기저귀, 생리대 시장 축소, 육아용품 제휴 청산에 따른 매출 축소, 고환율과 국내 경제 부진에 따른 수익성 저하와 소비 위축 등의 영향으로 2023년 매출은 전년 대비 4.3% 감소한 1조 4,440억 원을 기록했습니다. 이런 상황에서도 미래 성장을 위한 투자는 지속되어, 김천 제지 신설비 가동으로 국내 화장지 공급망의 안정성을 확보한 가정용품 사업이 성장하였고, 요실금 언더웨어를 필두로 한 웰니스용품도 리테일 시장을 중심으로 성장을 지속했습니다. 대전공장에 탐폰 생산기지를 구축하여 생리대에서 탐폰, 여성청결제에 이르는 전체 여성용품을 모두 국내 생산으로 전환하여 혁신 기반을 강화했습니다. 더불어, 독자 육아용품 브랜드 그린핑거 베베그로우가 젓병 등 육아용품으로 주요 유통 채널에서 월 매출 1위를 기록하는 등 종합 유아동 솔루션 기업으로의 확장에 기여하고 있으며, AI로 아이에게 꼭 맞는 기저귀를 추천하는 하기사 AI 피팅룸, 맘큐, 오늘플러스, 달다방 등 플랫폼 확장, 물류 네트워크 최적화 프로젝트 등을 통해 차별화된 고객경험과 서비스를 지속하며, 미래 성장의 발판을 다졌습니다.

사회·환경적 측면에서는 유한킴벌리 2030 지속가능성 이니셔티브 실천을 가속화하고 있습니다. 2030년까지 지속가능제품 매출 비중 95% 달성을 위한 제품 전환 노력을 2023년 말 기준 59%까지 달성하였으며, 동시에 석유계 플라스틱 3,400ton 절감(2019년 대비), 사업장 온실가스 배출량 17.4% 저감(2015년 대비) 등의 성과도 이루어졌습니다.¹⁾ 공급망 전반의 Scope 3 온실가스 배출량 산정을 위한 인벤토리도 지난해에 구축하였습니다. 또한, 원료 소재 개발, 원부자재 생산, 물류, 유통 그리고 자원순환에 이르는 전 과정을 지속가능한 산업 생태계로 전환하기 위한 ‘그린 액션 얼라이언스’ 프로젝트가 31곳의 기업, 지자체, 정부기관 등의 참여와 함께 활성화되고 있으며, 핸드타월 64,675kg이 재활용되어 사회적으로 온실가스 62,274kgCO₂e 감축 효과를 창출하였습니다.²⁾ 발생가능한 ESG 리스크를 확인하고 관리해 왔으며, 기회 요소를 찾아 이를 강화하고자 노력하였습니다. 또한 생리대 기부, 이른둥이용 초소형 기저귀 기부 등으로 누적 제품 기부도 2023년 말 기준 2,600만 매를 돌파하는 등 비즈니스 차원의 사회공헌도 지속하고 있습니다.

이러한 회사의 노력과 이해관계자 여러분의 동참과 성원으로 유한킴벌리는 ‘한국에서 가장 존경받는 기업’으로 21년 연속 선정되었고, 2023년 지속가능성지수(KSI) 생활용품 부문 13회 1위 선정, 유엔글로벌콤팩트 지속가능경영 선도 기업(LEAD) 3년 연속 선정, 독일 Statista 선정 대한민국 지속가능선도기업 ESG 평판 1위, 한국소비자원 탄소중립 우수사례 선정, 국내 생리대 제조사업장 최초 의약외품 GMP 획득 등 대내외적으로 신뢰받는 기업으로 평가받고 있습니다. 유한킴벌리를 신뢰해 주시는 모든 이해관계자 여러분께 감사드리며, 여러분의 기대에 부응할 수 있도록 더욱 노력하겠습니다.

2024년 지속가능성을 위한 과제

유한킴벌리는 ‘우리의 저력, 다시 도약하는 YK 2024!’라는 경영 슬로건 아래 협력적 거버넌스를 확장하고 유한킴벌리의 저력과 이해관계자의 역량을 결집함으로써, 기업과 사회, 지구환경의 지속가능한 발전 기반을 강화하도록 하겠습니다.

핵심사업과 지속가능경영 전략으로 차별화된 경쟁력으로 발전시키겠습니다

‘어려울 때일수록 경쟁력에 집중하라’는 격언이 있습니다. 유한킴벌리는 올해 핵심사업을 더욱 견고히 하고 경쟁력을 강화함으로써 새로운 미래 핵심사업이 성장할 수 있는 기틀을 마련해 갈 것입니다. 핵심사업의 경쟁력 강화를 위해 3년간 1,537억 원의 투자를 실현하였습니다. 지속가능제품 확장, 여름 시즌에 특화된 기저귀, 생리대, 물티슈, 스킨케어, 요실금 언더웨어 등 계절 최적화 제품 출시, 점자 패키지 적용 탐폰과 생리대 공급 등을 통해 지속가능성과 삶의 질 개선에 기여하고 가치 소비 트렌드를 주도해 갈 것입니다. 특히, 연간 11,000ton의 생산능력을 가진 첨단 부직포 설비가 올해 본격 가동되면 유한킴벌리가 확보하고 있는 생활용품 리더십에 시너지가 창출될 것으로 기대하고 있습니다. 첨단 부직포 설비는 머리카락 굵기 100분의 1 수준의 초극세사를 구현하여 이를 적용한 프리미엄 기저귀와 입는 오버나이트 생리대, 요실금 언더웨어 등의 혁신을 촉진할 수 있으며, 동시에 플라스틱 사용량과 온실가스 발생량을 저감하고, 원가 경쟁력을 확보하면서도 고성능 제품으로의 전환을 실현시킬 것입니다.

협력적 거버넌스로 지속가능한 생태계 전환과 사회 발전을 촉진하겠습니다

2030년까지 지속가능제품 매출 비중 95%를 달성한다는 목표는 시대적 과제입니다. 시대적 소명에 부응하기 위해서는 공급망 전반을 아우르는 협력이 동반되어야 하므로 이를 뒷받침하는 협력적 거버넌스로 출범한 것이 ‘그린 액션 얼라이언스(Green Action Alliance)’입니다. 그린 액션 얼라이언스의 가속화를 위해 유한킴벌리는 지속가능한 소재, 원료, 자원순환 중심인 전략적 파트너십을 물류, 유통, 소비에 이르기까지 확장하고, 이를 통해 2024년 말까지 누적 70곳의 기업, 지자체, 정부기관으로 협력을 확장하고자 합니다. 또한, 당면한 사회환경적 문제 해결에 기여할 수 있는 스타트업을 발굴, 육성해 사회, 경제, 환경적 가치를 창출하기 위한 ‘그린 임팩트 펀드’가 2기 체계를 맞아 더욱 발전될 수 있도록 노력하고자 합니다. 상호 교류를 통한 혁신적 문화를 체화하여 오픈 이노베이션 기회와 가능성도 확대될 것입니다.

능동적이고 포용적인 기업문화로 구성원의 성장과 사회 변화를 주도하겠습니다

인공지능이 빠르게 영향력을 확장하며 진화를 거듭하고 있고, 유통은 디지털 전환을 넘어 해외 직구 플랫폼의 보편화로 이어지는 등 경영환경이 빠르게 변화하고 있습니다. 유한킴벌리는 윤리경영, 우리강산 푸르게 푸르게, 평생학습, 가족친화경영, 환경경영, 스마트워크 경영 등 시대변화에 선행하는 경영혁신을 통해 사원과 기업, 사회의 발전을 주도해 왔으며, 이는 기업문화로 내재화되어 왔습니다. 유한킴벌리는 사원의 성공과 성장 경험(Employee eXperience) 확장, 능동적 참여에 기초한 전사 GT(Growth & Transformation, 성장과 변혁) 프로젝트, 열린경영회의, 포용과 다양성을 존중하는 일하는 방식과 프로세스 혁신 등을 통해 모든 변화에 능동적인 조직으로 변모하고자 전력을 다할 것입니다. 인구구조 변화로 촉발된 기업 내외부의 이슈들을 완화하는 데 마중물 역할을 할 수 있도록 기업문화의 확산을 위해서도 노력을 기울이겠습니다.

이와 더불어, 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인이 기업을 넘어 사회적 자산이 되고, 발전을 거듭할 수 있었던 주된 원동력은 기업, 정부, 시민사회, 전문가가 함께하는 협력적 거버넌스에 있었다고 평가되고 있습니다. 지속가능성은 지속성과 협력에 있음을 다시 배웁니다.

앞으로도 유한킴벌리는 협력적 거버넌스를 통해 기업, 사회, 지구환경의 지속가능성을 높이는 혁신을 위해 노력해 가겠습니다. 이해관계자 여러분의 지속적인 관심과 동참, 그리고 지지를 부탁드립니다.

감사합니다.

2024년 6월
유한킴벌리 대표이사 사장

진 재승

1) 각 환경 영향 개선 성과에 대한 근거는 본 보고서 환경챕터(p.46-63)에 수록되어 있습니다.

2) 핸드타월 재활용 캠페인 시작 월인 2022.11~2024.04까지 기준이며, 자세한 내용은 본 보고서 p.52에 수록되어 있습니다.

유한킴벌리 소개

유한킴벌리 개요

유한킴벌리는 1970년 유한양행과 킴벌리클라크의 합작사로 설립되어 기저귀, 생리대, 미용티슈 등을 생활필수품으로 정착시키며 우리 사회의 위생문화 발전에 큰 변화를 이끌어 왔습니다. 생활혁신기업 유한킴벌리는 가정용품사업, 유아동용품사업, 웰니스케어용품사업, 여성용품사업, B2B사업 등 주요 사업에서 모두 시장을 선도하고 있으며, 2030년까지 지속가능제품에서 매출의 95% 이상을 달성하기 위한 지속가능경영을 추구하고 있습니다.

윤리경영과 환경경영을 기반으로 품질경영, 노경화합, 스마트워크, ESG경영 등 지속적인 경영혁신을 추진해 온 유한킴벌리는 40년간 '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인을 추진해 왔으며, 소외계층을 배려하기 위한 포용적 비즈니스 실천 노력을 기울이고 있습니다.

기업 정보

(2023년 기준)

회사명 유한킴벌리 주식회사		대표이사 사장 진재승	
설립일 1970년 3월 30일		직원수 1,429명	
형태 합작(유한양행, 킴벌리클라크)		매출액 1조 4,440억 원	
본사 소재지 서울특별시 송파구 올림픽로 300 롯데월드타워 29층		사업분야 일반 소비자 위생용품, 산업 및 의료용품 등	
주요 수출국 호주, 중국, 대만, 태국, 인도, 홍콩, 몽골, 필리핀, 말레이시아, 싱가포르 등 20개국			

사업장 현황

○ 본사 ○ 생활혁신연구소 ○ 제조사업장 ○ 스마트워크센터 ○ 거점오피스



1 본사(잠실)

마케팅, 영업, 재무, 지속가능, 인사, 구매, 물류, 수출 등의 부서 소재

2 생활혁신연구소(서초)

혁신적인 제품 개발과 신규 사업 확장을 위한 R&D 기능 담당

3 제조사업장

- 대전공장: 유아동용품 및 탐폰 전문 사업장으로 완제품과 함께 첨단 부직포 소재 등을 생산, 공급
- 김천공장: 가정용품과 B2B 전용 화장지, 핸드타월, 부직포 등 위생제지 생산, 공급
- 충주공장: 여성용품과 요실금 전문 제품을 생산, 공급

4 스마트워크센터(본사, 군포)

ITS 인프라가 마련되어 자신의 주거지와 가까운 장소에서 근무할 수 있는 환경 제공

5 거점오피스(부산, 대구, 광주)

유한킴벌리 가치체계

비전

유한킴벌리는 모든 구성원들과 함께 비즈니스 영역을 확장하고 더 나은 생활, 건강, 안전, 위생, 지구환경을 위한 더 큰 가치를 제공한다. '우리는 생활·건강·지구환경을 위해 행동합니다'라는 비전을 수립하였습니다. 비전의 실천과 과감한 도전을 통해 지속가능한 100년 기업으로 나아가겠습니다.

전략방향 및 핵심가치

유한킴벌리는 비즈니스 경쟁력 강화와 시장 확대를 통해 지속가능한 성장과 신사업 기회를 모색하고 있으며, 유연한 기업 문화와 사회적, 환경적 책임을 강조하여 사원과 기업, 사회의 지속가능한 발전에 기여하고 있습니다. 또한 핵심가치인 책임+, 협업, 민첩, 변혁을 바탕으로 지속가능한 성장과 투명한 경영을 추구하며, 지역사회와 상호 발전하고 시장 변화에 빠르게 대응하여 소비자의 삶의 질과 지구 환경에 기여할 것입니다.

비전 체계도

비전

We Act Life-Health-Planet
우리는 생활·건강·지구환경을 위해 행동합니다

전략방향



핵심가치



사업영역별 제품 브랜드 포트폴리오

유한킴벌리는 비즈니스 전반의 성장과 변혁을 통해 생활과 의료, 산업 현장을 위한 혁신 솔루션을 제시하고 있습니다. 유한킴벌리는 핵심 브랜드인 하기스, 그린핑거, 크리넥스, 스카트, 화이트, 좋은느낌, 디펜드 등을 통해 삶의 전 생애주기에 걸쳐 일상의 위생과 건강을 지키는데 기여하고 있으며, 의료현장의 감염 방지, 산업 현장의 안전을 지키는 B2B 분야에 이르기까지 다양한 사업 기반을 구축하고 있습니다.

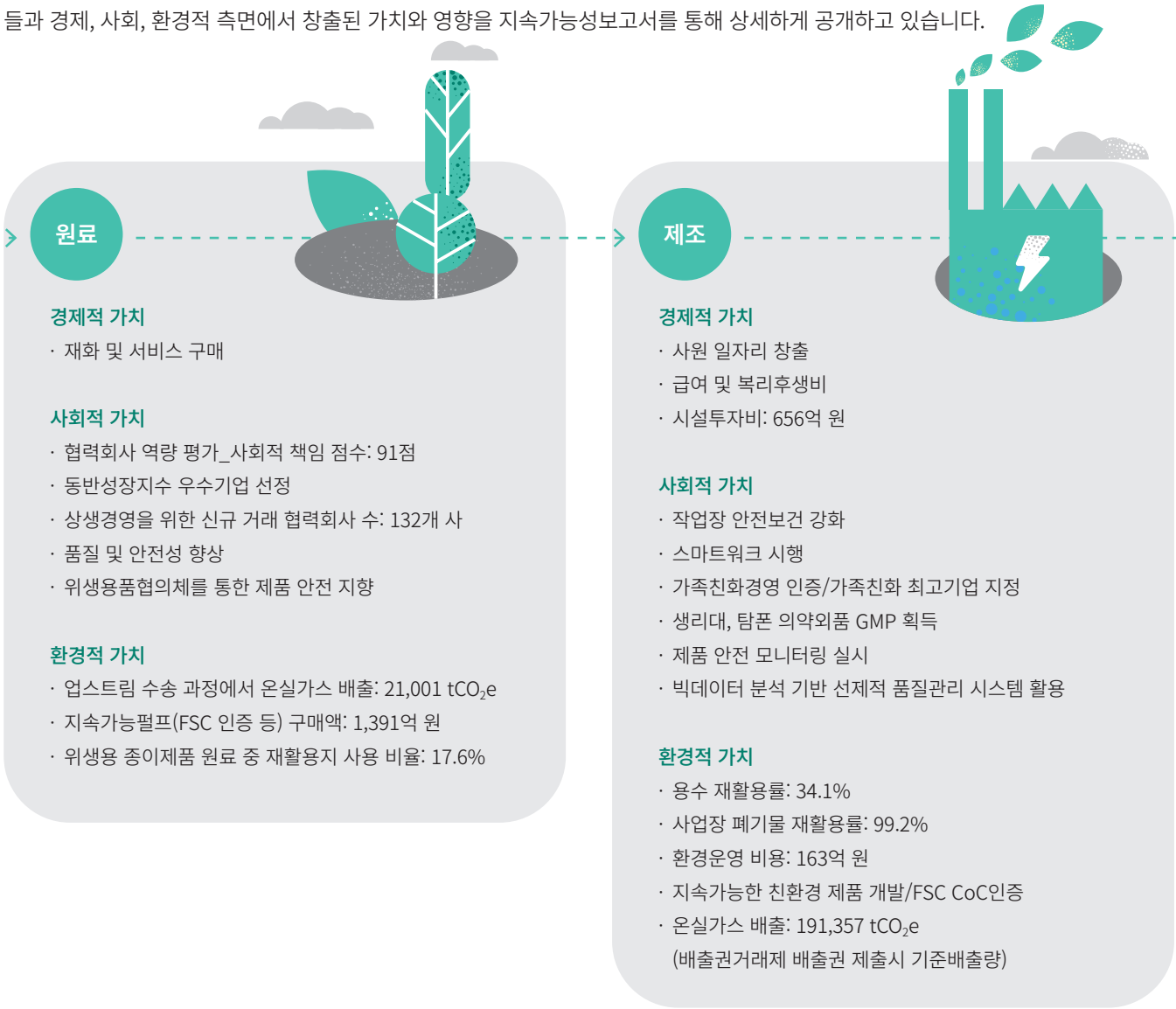
유한킴벌리 사업부문 및 브랜드

구분	B2C				B2B	
	위생용품				스킨케어 육아용품	산업용품 헬스케어
	유아동용품	가정용품	여성용품	웰니스케어용품		
브랜드	아기티저귀, 아기물티슈 등	화장지, 미용지, 청소용품 등	여성 생리대 등	성인용 기저귀 등	스킨케어, 유아수유용품 등	보호복, 와이퍼, 글러브, 마스크 등

유한킴벌리의 가치 재배분

지속가능경영 가치사슬

유한킴벌리는 창립 이래 주주, 사원, 고객, 정부, 지역사회 등 다양한 이해관계자들과 상호 영향을 주고 받는 가치사슬에 기반한 지속가능경영을 추구해 오고 있으며, 이에 따른 성과는 투명하게 공개하고 재배분해왔습니다. 또한, 일련의 경영활동 과정에서 이해관계자들과 경제, 사회, 환경적 측면에서 창출된 가치와 영향을 지속가능성보고서를 통해 상세하게 공개하고 있습니다.



2023년 매출액

14,440억 원

매출액+기타 수입
14,622억 원

경제적 가치 배분

주주	사원	
배당금 1,700억 원(11.8%)	급여 및 복리후생비 2,123억 원(14.7%)	
협력회사	정부	지역사회
재화 및 서비스 구매비용 9,463억 원(65.5%)	법인세 및 기타 제세공과금 725억 원(5.0%)	사회공헌비용 53억 원(0.4%)



유통

경제적 가치

- 운송비: 455억 원
- 신제품 매출 비율: 11.8%

사회적 가치

- 이커머스 소비자 참여 플랫폼(맘큐, 달다방, 오늘플러스)
누적 회원 수: 198만 명

환경적 가치

- 수송 과정에서 온실가스 배출: 6,302 tCO₂e



사용

사회적 가치

- 제품의 안전한 사용법 제공
- 투명한 제품정보 공개
- 소비자 상담 이후 고객 만족도: 96.4점
- 통합 고객 케어 시스템 운영
- 소비자 교육: 502,020명
- '우리강산 푸르게 푸르게' 캠페인(누적): 57,090,039그루
- 위생 취약계층을 위한 '크리넥스 해피클린' 캠페인 진행
- 취약계층 자사 제품 기부
- 기저귀 기부(누적): 11,636,698패드
- '힘내라 딸들아' 생리대 기부(누적): 10,373,714패드
- NGO 여성활동가 장학사업



폐기·재활용

경제적 가치

- 폐기물 부담금 및 재활용 부담금: 83억 원

사회적 가치

- 핸드타월 재활용 캠페인
'바이사이클' 확대

환경적 가치

- 필름류 재활용 의무율: 86.0%
- 용기류 재활용 의무율: 87.0%