

사람이 희망이다

지속가능경영 체계	08
이해관계자 소통 채널	11
이중 중대성 평가	13

지속가능경영 전략

02

개요	CEO 메시지	04
	유한킴벌리의 가치 재배분	06

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

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

지속가능경영 기반	지배구조	25
	윤리투명경영	26
	위기관리	29
	정보보호	32

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

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

지속가능경영 체계

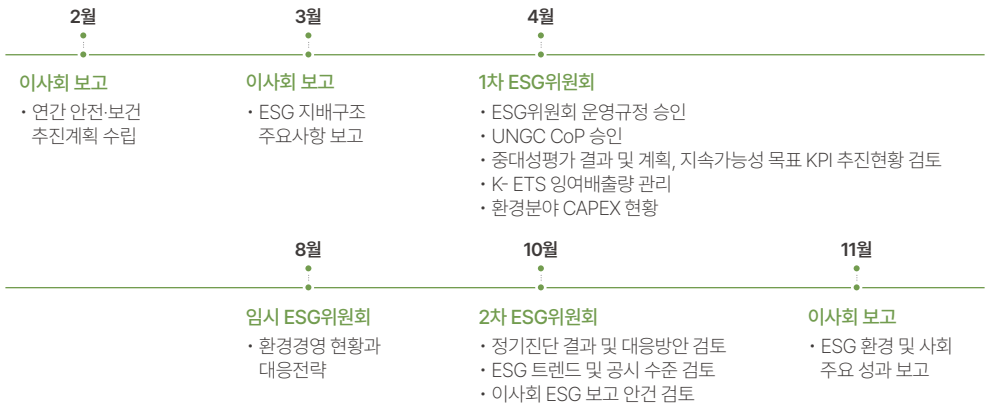
지속가능경영 지배구조

유한킴벌리는 CEO 직속 기구인 ESG위원회를 2021년 출범하고, 전략적 ESG 대응 체계를 구축하여 전사적인 실행을 지속하고 있습니다. 위원회는 이사회에 주요 안건을 정기적으로 보고하며, 2024년에는 전사 안전보건 계획, ESG 지배구조, ESG 진단 결과와 개선 과제 등 ESG 주요 성과를 총 3회 보고하였습니다. 아울러 유한킴벌리는 2030 지속가능성 이니셔티브 목표를 수립하고, ESG위원회 차원에서 지속적으로 실행 점검하며 추진해오고 있습니다. 이와 함께, 유한킴벌리는 자체 ESG 진단을 통해 주요 리스크와 개선 과제를 도출하고, 이를 차년도 계획에 반영함으로써 ESG 대응 역량을 지속적으로 강화하고 있습니다.

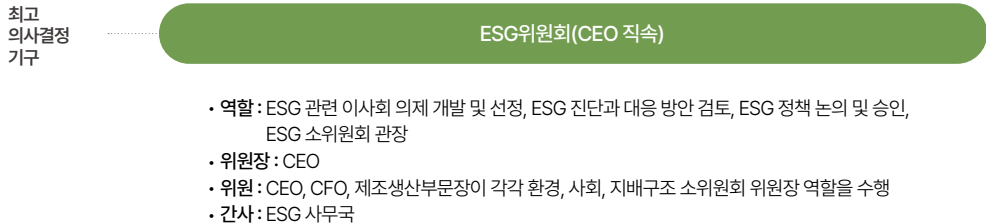
ESG위원회 구성과 활동

유한킴벌리는 ESG경영을 효과적으로 추진하기 위해 체계적인 의사결정 구조를 구축하고 있습니다. 지속가능경영 최고 의사결정 기구인 ESG위원회는 CEO를 위원장으로 하며, ESG 소위원회의 위원장이 위원으로 참여합니다. 위원회는 연 2회 정기회의를 통해 지속가능경영 의제를 논의하고, 주요 안건에 대한 의사결정을 내립니다. ESG 소위원회는 환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 분과로 구성되어 있으며, CEO와 제조생산부부장, CFO가 위원장 역할을 맡고 있습니다. 소위원회는 분야별 전문성을 바탕으로 실행 과제를 기획하며, 주요 이슈 및 이행 결과를 ESG위원회에 보고합니다. ESG 실무위원회는 소위원회와 연계하여 실행력을 높이기 위해 운영되는 조직으로, 매년 자체 진단 이후 보완이 필요한 과제를 이행하기 위해 임시적으로 현업이 함께 참여하여 과제를 수행합니다. 2024년에는 ESG위원회의 조직과 운영 방식을 보다 명확히 하기 위해 ESG위원회 운영규정을 새롭게 제정하였으며, 환경 규제의 강화와 법적 책임 확대에 대응하고자 환경경영 현황 및 대응 전략을 특별 임시 안건으로 다뤄 심층적으로 논의하였습니다.

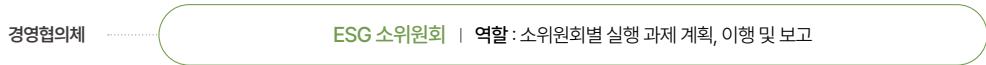
2024년 유한킴벌리 ESG경영 연간 이행과정



ESG위원회 조직도



경영협의체



	E 환경 소위원회	S 사회 소위원회	G 지배구조 소위원회
구성	· 위원장: 제조생산부부장 (가정/여성/유아에이징/B2B) · 간사: 환경경영리더 · 위원: - 사업부부장 - 지속가능경영센터장 - EX부문장/노경본부장 - SCM혁신부부장 - 지속가능경영센터장	· 위원장: CEO · 간사: 사회책임리더 · 위원: - 포용과 다양성 최고책임자 - 지속가능경영센터장 - EX부문장/노경본부장 - 구매본부장 - QA/PSRA 본부장 - 고객만족본부장 - AI/Digital Excellence 센터장	· 위원장: CFO · 간사: 지속가능경영센터장 · 위원: - 윤리법무본부장 - 재무본부장 - 내부통제실장 - EX부문장
보고	· 주기: 월 1회 · 내용: 주요 목표 및 성과, 기후변화 대응, 환경 컴플라이언스 검토	· 주기: 필요 안건별 · 내용: 인권/사원/협력사/고객/지역사회 보완사항	· 주기: 연 2회 · 내용: 비상장사 ESG 의사결정 방안 강화 계획 및 검토

실행추진체



사람이 희망이다

개요	CEO 메시지	04
	유한킴벌리의 가치 재배분	06

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

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

지속가능경영 기반	지배구조	25
	윤리투명경영	26
	위기관리	29
	정보보호	32

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

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

지속가능경영 체계

2030 지속가능성 이니셔티브 및 2024년 성과

유한킴벌리는 2030 지속가능성 이니셔티브를 3대 영역(숲, 제품, 사람) 및 제품과 연계된 4개 세부항목으로 구분해 수립하였으며, 각 영역에 대해 목표대비 이행 성과를 측정 및 관리하고 있습니다. 2024년에는 플라스틱, 펄프 및 탄소발자국 영역에서 2024년 목표를 초과 달성한 반면, 제품과 물 발자국 영역은 목표에 다소 미치지 못해 향후 이행을 강화할 예정입니다.

2030 지속가능성 이니셔티브 · 목표 및 2024년 주요 성과



영역	2024년 주요 성과 요약	2024년 지속가능경영 성과	2025년 목표	2030년 목표
숲	• 국내 산림 복원 및 몽골숲 숲가꾸기 지속 • 생물다양성 보존 및 산물 피해지 복원 노력	513,000그루 (누적 5,760만 그루)	450,000그루 (누적 5,805만 그루)	누적 6,000만 그루
제품	• 지속가능 소재 개발 및 적용을 위한 그린 액션 얼라이언스 협업 • B2C 제품에 사용된 석유계 포장재(필름 및 용기류) 총량 중 재생 플라스틱 35% 적용 완료	지속가능제품 매출 ¹⁾ 63%	65%	95%
사람	• 사회적/경제적 취약계층 대상 제품 기부 • 웰빙인식개선, 위생건강, 아이 양육 등을 위한 소비자 교육	5,600,000명 (누적 4,310만 명)	4,200,000명 (누적 4,710만 명)	누적 5,600만 명
플라스틱 발자국	• 제품 디자인 환경성 검토 강화 • 포장재 재생 플라스틱 적용 확대 • 바이오매스 유래 소재 적용	플라스틱 사용량 ²⁾ 절감 14% 포장재 재생 플라스틱 적용 비율 35%	17% 40%	50% ²⁾ 50%
펄프 발자국	• 계획립을 통한 인증 펄프 사용 • 고지 등 지속가능 소재 적용 • 김천공장 FSC® CoC 인증 획득	지속가능펄프 ³⁾ 사용100%	100%	100%
탄소 발자국	• 에너지 효율 개선을 위한 온실가스 저감	14.2%	14.5% ⁴⁾	25% ⁵⁾
물 발자국	• 용수 절감 TF 활동	0% ⁶⁾	4.2% ⁷⁾	40% ⁷⁾

1) 전체 매출은 내수 시장을 기준으로 하며 2024년부터 판매대행 제품과 안전 규제 대상인 B2B 병원용품 및 안전용품 등은 전체 매출에서 제외하여 산정함
2) 플라스틱 발자국 목표: 주주사 킴벌리클라크 기준과 동일하게 2019년을 기년도로 적용
3) 지속가능펄프: 해외산림인증기관에서 공급받는 FSC®, PEFC 인증 펄프, 국내 및 수입고지(Recycled fiber), 대나무 등 대체펄프를 의미
4) 김천 제지 10호기 가동에 따른 발생량 증가를 고려하여 목표 수립
5) 탄소 발자국 목표: 주주사 킴벌리클라크의 기준과 동일하게 온실가스 Scope 1&2에 대한 목표이며 2015년을 기년도로도 적용
6) 김천 제지 10호기 가동 및 설비 안정화 지연에 따른 용수사용량 증가
7) 물 발자국 목표: 2025년까지의 목표이며 김천공장만을 대상으로 함, 주주사 킴벌리클라크의 2030 목표를 참고하여 2015년을 기년도로도 적용

숲

‘우리강산 푸르게 푸르게’ 캠페인은 1984년부터 이어져 온 유한킴벌리의 사회공헌 활동입니다. 고객을 비롯한 다양한 이해관계자와 함께 나무를 심고 가꾸는 활동으로, 더 많은 사람들이 숲을 직접 경험하고 그 가치를 체감할 수 있도록 하는 데 목적이 있습니다. 2024년까지 심고 가꾼 나무는 누적 5,760만 그루이며, 면적은 16,616ha에 달합니다. 2025년에는 누적 5,805만 그루를 목표로 수립하였으며, 2030년까지 누적 6,000만 그루를 목표로 하여 매년 45만 그루 이상의 나무를 심고 가꿔 나갈 계획입니다.

제품

유한킴벌리는 환경성과 사회성 측면에서 자체 기준을 수립하고, 이에 부합하는 제품을 지속가능제품으로 정의해 지속적으로 확대해 나가고 있습니다. 환경성 기준에는 원료 및 포장재의 신규 플라스틱 사용 저감, 탄소 발자국 감축, 환경부 인증 등이 포함되며, 사회성 기준은 UN 지속가능개발목표와의 연계성을 중심으로 설정하고 있습니다. 전사적으로 2024년 지속가능제품의 매출 비중은 63%를 기록했으며, 2025년에는 65%, 2030년에는 95% 달성을 목표로 하고 있습니다. 아울러 유한킴벌리는 주요 지속가능제품 사례를 사원과 여러 이해관계자들에게 공유하며 일상 속 지속가능성에 대한 인식 확산에도 힘쓰고 있습니다.

사람

유한킴벌리는 전사적인 차원에서 사회공헌활동을 지속하는 한편, 브랜드별로 소비자 교육, 취약계층 제품 기부, 보편적 접근성을 고려한 제품 개발 등 사회적 가치를 실현하는 소셜임팩트 활동을 강화하고 있습니다. 이를 통해 2024년까지 누적 약 4,310만 명(수혜자 및 참여자)의 삶의 질 개선에 기여했으며, 2025년에는 누적 4,710만 명 달성을 목표로 하고 있습니다. 나아가 2030년까지는 누적 5,600만 명이 함께할 수 있도록 사회적 임팩트를 지속적으로 확대해 나갈 계획입니다.

지속가능제품¹⁾ 기준과 기여 영역

분야	기여 영역	평가 기준	연계 사항
환경성	플라스틱 사용량 저감/전환 ²⁾	비석유계 원료 적용 최소 50% 이상 포장재 재생플라스틱 적용 최소 30% 이상 (최종 50% 목표)	• 주주사 킴벌리클라크의 플라스틱 저감 목표 • 유한킴벌리 환경경영 3.0
	탄소 발자국 저감	탄소 발자국 10%	
	환경성 강화	국가 인증 획득 (환경표지 및 저탄소 인증)/ 재사용 가능한 제품	• 유한킴벌리 환경경영 3.0
사회성	삶의 질 개선, 보편적 건강권 등을 위한 제품		• UN 지속가능개발목표

1) 전체 매출은 내수 시장을 기준으로 하며 2024년부터 B2B 병원용품 및 안전용품 등은 전체 매출에서 제외하여 산정함
2) 2019년을 기준으로 정량적인 목표 달성 시 지속가능제품으로 지정함

사람이 희망이다

개요	CEO 메시지	04
	유한킴벌리의 가치 재배분	06

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

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

지속가능경영 기반	지배구조	25
	윤리투명경영	26
	위기관리	29
	정보보호	32

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

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

지속가능경영 체계

2024년 CEO 지속가능경영 성과 및 목표

유한킴벌리는 지속가능경영을 핵심 아젠다로 인식하고, CEO의 연간 업무 목표에 경제적 목표뿐 아니라 사회·환경 관련 지속가능성 목표를 포함해 성과를 체계적으로 관리하고 있습니다. 특히 2024년에는 플라스틱 발자국(Plastic Footprint)과 탄소 발자국(Carbon Footprint)을 주요 목표 항목으로 설정해 초과 달성하였으며, 사회 분야의 목표 또한 모두 충족하였습니다.

CEO 2024년 지속가능경영 성과 및 2025년 목표

● 초과 ● 충족 ● 노력필요				
분류	2024년 목표	2024년 성과	평가	2025년 목표
경제	재무목표 실행 통한 매출 및 이익 성장	2024년 전체매출 3.3% ▼ 유아용품 ▼, 여성용품 ▼, 가정용품 ▼, 에이징케어용품 ▲, 육아용품 ▲	●	· 재무목표 실행을 통한 매출 및 이익 성장 · 주요 사업 전년 대비 시장점유율 개선
	주요 사업 전년 대비 시장점유율 개선	유아용품 ▲, 여성용품 ▼, 가정용품 ▼, 에이징케어용품 ▼	●	· 대담하고 선구적 혁신 실행
사회	기업문화 및 사원역량 고도화를 통한 기업브랜드&평판강화	· 존경받는 기업 21년 연속 종합 Top5 · KSI 지속가능성지수 생활용품산업 부문 1위 · 국가품질특별상 지속가능경영 대통령표창 수상 · 여성 리더 양성(16.0% → 16.7%)	●	· 기업문화 강화를 통해 높은 몰입도를 가진 사원들의 팀워크 구축
	고객중심경영 강화 및 개인화된 고객경험 제공	· 김천공장 FSC® CoC 인증 획득 · 대전공장 탐폰 최초 의약외품 GMP적합 판정 · 고객만족센터 KS서비스 인증 획득	●	· 세계적 수준의 인재와 역량 구축
	사원의 일하는 방식 및 성장 마인드셋 내재화	· 대한민국인적자원개발 대상 수상 · Power BI 사용자 양성	●	
환경	플라스틱 사용량 3,800톤 절감(2019년 대비)	· 플라스틱 사용량 4,100톤 절감	●	· 플라스틱 사용량 4,800톤 절감 (2019년 대비)
	온실가스 배출량 13.5% 저감 (2025년 대비)	· 온실가스 배출량 14.2% 저감	●	· 온실가스 배출량 14.5% 저감 (2015년 대비)

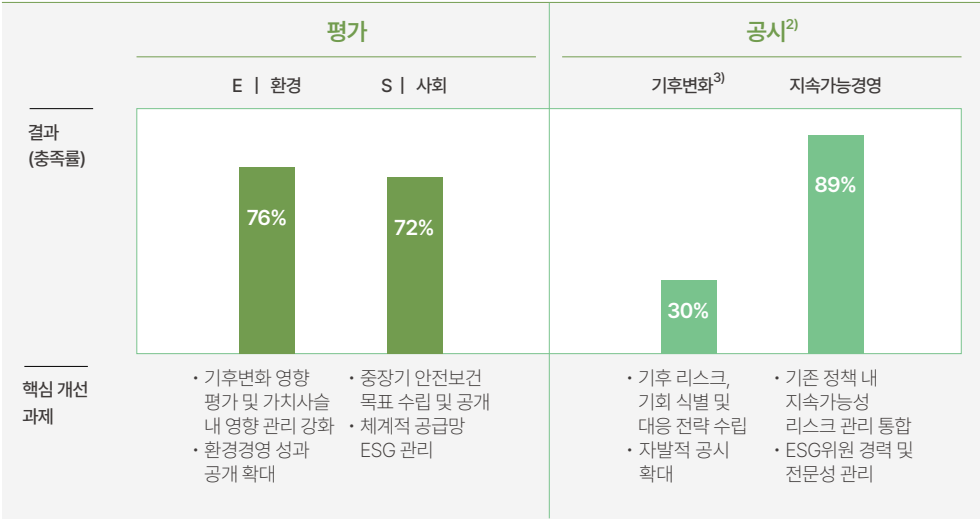
ESG 진단을 통한 리스크 관리

유한킴벌리는 지속가능경영 역량 강화를 위해 매년 ESG 진단 지표를 고도화하고, 이를 기반으로 자체 정기 평가를 진행합니다. 2024년에는 글로벌 공시 규제 프레임워크의 변화 등을 반영하여 자체 진단 지표를 703개 항목(평가 203개, 공시 500개)으로 전년대비 확대 개편하였습니다. 자체진단 결과 외부평가 및 공시 기준 각각 70%와 40% 수준의 충족률을 유지하고 있음을 확인하였습니다.

특히 공시 지표는 국제지속가능성기준위원회(IFRS ISSB) 지속가능성 공시기준, 미국 증권거래위원회(SEC) 기후 공시, 유럽재무보고자문그룹(EFRAG) 유럽 지속가능성 보고 표준(ESRS) 등 글로벌 공시 기준 체계를 기준으로 점검하였으며, 기후변화와 지속가능경영 항목을 우선적으로 검토하였습니다. 이를 통해 국내외에서 요구되는 전사차원의 ESG 관리체계 및 정보공개 수준을 종합적으로 점검하고, 유한킴벌리의 현재 수준을 파악해 향후 개선 방향을 함께 모색할 수 있었습니다.

유한킴벌리는 비상장사로서 공시 의무가 없는 상황임에도 불구하고 높은 수준의 정보 공개를 이행함으로써 지속가능경영에 대한 의지를 내외부에 성실히 알리고 있습니다. 또한, 진단 결과를 토대로 환경과 사회 분야에서 핵심 개선 과제를 도출하였으며, ESG위원회 검토를 거쳐 이사회에 보고하고 과제 실행 성과는 지속가능경영보고서를 통해 투명하게 공개해 나가고 있습니다.

2024년 ESG 진단 결과 및 핵심 개선 과제¹⁾



1) 공시영역의 기후변화 평가 답변은 3가지로(해당사항 없음/관리지표 반영을 위한 의사결정 필요/관리되고 있으나 미공개) 구분되며, 의사결정을 통한 관리지표화 및 자발적 공개 확대 추진 예정임
2) 글로벌 공시 프레임워크 중 일부는 지표 축소 및 요구 수준 조정이 진행 중으로(EU ESRS), 향후 기준 확정에 따라 공시 지표 충족률은 증가할 것으로 예상
3) 기후변화 분야 공시충족률이 상대적으로 낮은 이유는 국내외 공시 기준에 해당사항이 없거나 기존 성과에 대하여 공개하지 않은 사항

사람이 희망이다

개요	CEO 메시지	04
	유한킴벌리의 가치 재배분	06

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

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

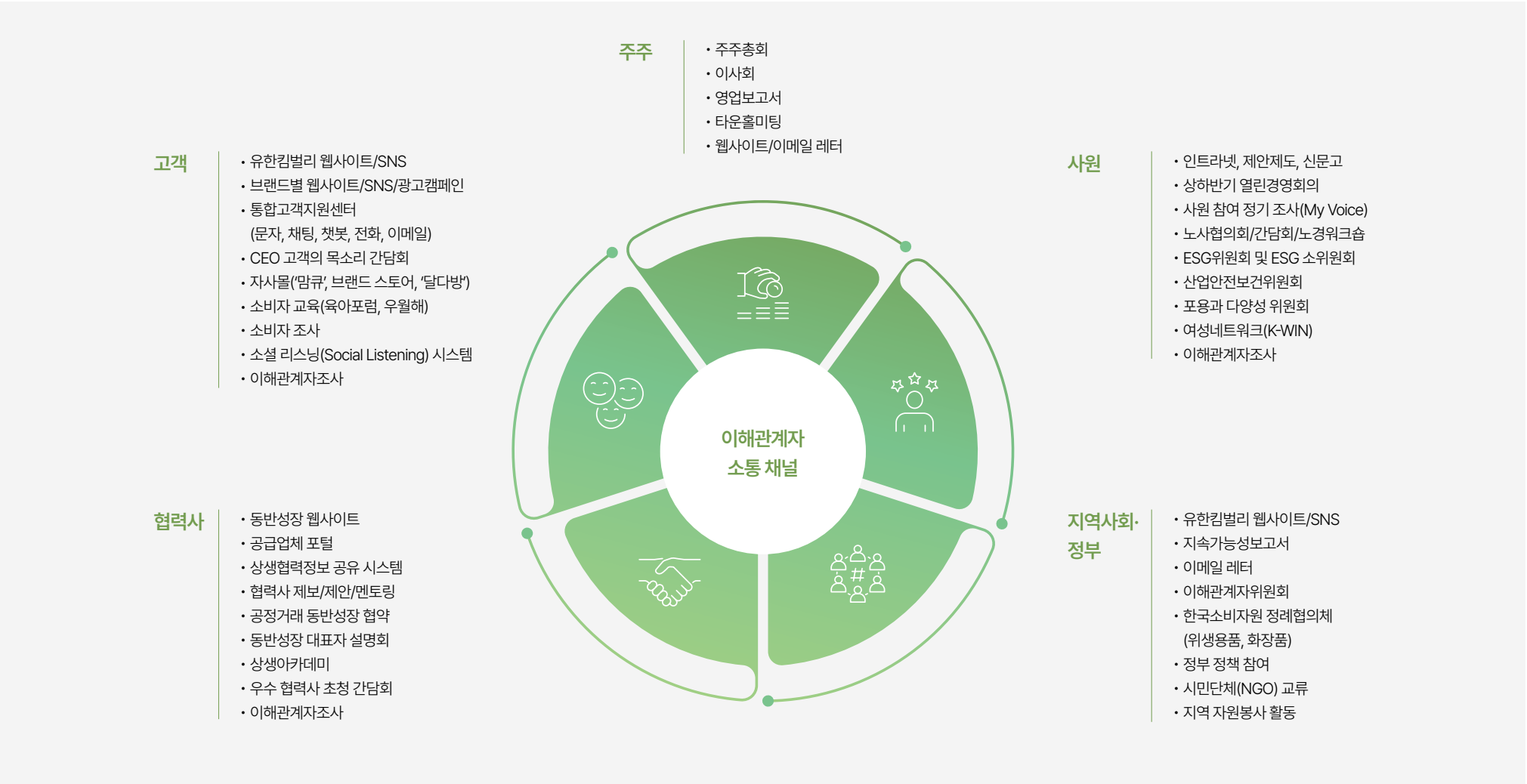
지속가능경영 기반	지배구조	25
	윤리투명경영	26
	위기관리	29
	정보보호	32

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

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

이해관계자 소통 채널

유한킴벌리는 이해관계자의 의견을 경영 활동 전반에 적극 반영하기 위해 다양한 방식으로 소통을 이어가고 있습니다. 주요 이해관계자로는 주주, 고객, 협력사, 사원, 지역사회 및 정부가 있으며, 사원 만족도 조사(My Voice)를 비롯해 이해관계자 및 소비자 대상 조사를 정기적으로 실시하고 있습니다. 수집된 의견은 경영 전략 수립과 실행 과정에 반영되어 보다 효과적인 의사결정과 지속가능한 성과 창출로 이어지고 있습니다.



사람이 희망이다

개요	CEO 메시지	04
	유한킴벌리의 가치 재배분	06

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

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

지속가능경영 기반	지배구조	25
	윤리투명경영	26
	위기관리	29
	정보보호	32

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

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

이해관계자 소통 채널

제21회 이해관계자위원회

2024년 10월 16일에 개최된 제21회 이해관계자위원회는 "지속가능성을 위한 도전: 유한킴벌리의 지속가능제품 및 브랜드 혁신전략"이라는 안건으로 진행되었습니다. 전세계적으로 지속가능성과 관련된 규제강화는 기존 비즈니스 모델을 재고하고, 지속가능한 제품과 브랜드로 대전을을 요구하고 있습니다. 따라서 현재 지속가능제품 운영방향과 목표가 강화되는 규제 및 이해관계자 기대수준을 고려할 때 도전적인지, 향후 주목해야 할 기회가 무엇이며, 그 변화에 적응할 수 있는 역량은 무엇인지 논의해 보았습니다. (좌장: 고려대학교 문정빈 교수)

“ 재생 원료 사용 확대, ESG 경영 강화 등 지속가능한 제품 설계에 집중 ”

폐기물 발생 저감, 제품 전주기에 걸쳐 발생하는 탄소 배출량 저감, 핵심 원자재의 지속적인 공급 등을 대응할 수 있는 수단으로써 순환경제가 주목받고 있습니다. 따라서 유럽연합을 중심으로 제품의 순환성을 높이기 위한 환경 규제 즉 새로운 순환경제법(New Circular Economy Act)를 준비중이고, 국내에서도 'K-순환경제 이행 계획'을 발표하는 등 관련 정책을 추진 중입니다.

자원순환 및 순환경제로의 전환을 위해선 제품 기획부터 사용과 폐기까지의 단계를 아우르는 전주기적 관점에서의 순환성을 고려한 제품 설계 기준을 확립하는 것이 중요합니다. 지속가능한 제품 설계 프레임워크를 수립하고, 재생원료 사용을 확대하며, Scope 3 기반의 탄소발자국 선정을 통해 실질적 탄소 저감에 기여할 수 있도록 변화해야 합니다.

조지혜 | 한국환경연구원 자원순환연구실 연구위원

“ ESG는 하나의 패러다임, 속도 조절과 함께 혁신적인 커뮤니케이션 캠페인 필요 ”

친환경 전환과 ESG는 필연적인 패러다임 변화로 인식되지만, 전환 속도는 조절이 필요합니다. 준비되지 않은 상태에서 무리한 속도의 급진적 전환은 오히려 부작용을 초래할 수 있으므로, 각 산업 분야마다 적절한 변화의 속도를 결정해야 합니다.

에코 디자인 설계가 제품의 지속가능성을 높이기 위한 중요한 요소이므로, 철저한 계획에 기반해 신중하고 체계적으로 제품의 전환을 추진해야 합니다. 특히 제품 정보 관리를 위한 데이터 플랫폼 구축을 통해 제품의 정보 관리를 철저히 하고 변화 속도에 따라 적용할 수 있는 기반을 마련해야 하며, 효과적인 커뮤니케이션 전략이 필요합니다.

정연승 | 단국대학교 경영경제대학 교수

“ ESG흐름은 규제 대응보다 경쟁 기업 혁신과 기회에서 찾아야, 시그니처 지속가능제품 필요 ”

한국 기업은 규제대응에 관심을 가지지만, ESG는 규제보다는 경쟁에 있습니다. 기업들은 이런 흐름 속에서 계속 혁신하고 새로운 기회를 발굴하고 있기 때문에 경쟁관점으로 사안을 봐야 합니다.

유한킴벌리가 국내 소비자들에게 지속가능성을 인식시키고 공감할 얻는 것은 향후 장기적 성장을 위해 매우 중요합니다. 따라서 대표적인 시그니처 제품이 있어야 하며, 회사가 지속가능제품을 만들면서 브랜딩까지 가기 위해서는 회사의 철학과 함께 여기에 공감하는 구성원이 있어야 합니다.

앞으로는 단순한 이미지보다 구체적인 시그니처 제품이나 지속가능한 생활 방식으로 소비자와 상호작용하는 것이 필요하며, 이는 브랜드가 가진 철학이 재발견되고 소비자에게 공감을 얻는 방법으로 작용할 수 있습니다.

박란희 | IMPACT ON 대표&편집장

“ 다음 세대에 대한 고민, 차별화를 위한 과감한 시도 필요 ”

지난 20년 간 유한킴벌리는 지속가능성과 사회적 책임을 강조하는 ESG경영의 선도적 역할을 해 왔지만, 현시점에서 한 단계 더 발전된 ESG경영 전략을 모색하고, 차별화된 ESG경영 활동을 전개해야 합니다. 특히 전 세대를 아우르는 관련 제품들을 다수 생산하는 만큼, 제품의 친환경성과 지속가능성을 고려한 차별화 전략을 활용해야 합니다.

지속가능성에 대한 높아져 가는 관심 속에서 그린워싱 우려 역시 증가하고 있습니다. 이러한 우려를 해소할 수 있도록 ESG경영에 대한 정확한 데이터와 명확한 목표치를 공개해야 합니다. 단순한 마케팅 전략을 넘어 실질적인 ESG 경영을 실천하는 기업이 신뢰를 강화할 수 있을 것입니다.

조유미 | (사)미래소비자행동 상임대표

“ 커뮤니케이션에서의 접점 필요, Scope 3는 지금부터 준비해야 ”

유한킴벌리의 이해관계자는 모든 국민입니다. 지금은 혁신적인 제품과 지속가능한 제품을 만드는 것도 매우 중요하지만, 국민이 알 수 있게끔 커뮤니케이션 해야 합니다. 특히 유한킴벌리 제품은 소비자가 쉽게 접근할 수 있기 때문에 커뮤니케이션에서의 접점이 중요합니다. ESG와 귀결되는 것은 결국 기후위기입니다. 따라서 이러한 아젠다와 촘촘하게 연결되는 커뮤니케이션이 있어야 합니다.

또한, 지속가능한 환경과 사회를 실현하기 위한 선도적 기업으로서, 유한킴벌리는 Scope1, 2, 3을 포함한 전방위적이고 균형적인 환경과 사회적 기여를 목표로 해야 합니다. 특히 Scope 3 기업 공급망 전반에 걸쳐 기후공시를 준비하고 행동해야 합니다.

홍혜란 | 에너지시민연대 사무총장

“ 지속가능제품의 핵심은 소비자와의 상호작용, 소셜 차원에서의 ESG 고민도 필요 ”

지속가능제품의 핵심은 소비자와의 인터랙션입니다. 혁신을 만드는 시도, 특히 기술적으로 소비자와 상호작용할 수 있는 노력이 필요합니다. 구체적으로는, 과거와 다르게 소비자가 받아들일 수 있는 방향으로 제품과 서비스를 제공해야 합니다.

ESG경영이 단순한 환경 보호에 그치는 것이 아닌, 사회적 기여를 포함해야 한다는 점도 중요합니다. 한국 사회에서 중요한 지역 소멸, 고령화 등 이슈를 해결하는 데 어떻게 기여할 수 있을지 또한 고민해 봐야 합니다.

이승윤 | 건국대학교 경영학과 교수

사람이 희망이다

개요	CEO 메시지	04
	유한킴벌리의 가치 재배분	06

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

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

지속가능경영 기반	지배구조	25
	윤리투명경영	26
	위기관리	29
	정보보호	32

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

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

이중 중대성 평가

이중 중대성 평가

유한킴벌리는 지속가능경영 이슈와 관련된 리스크와 기회를 체계적으로 관리하고, 이를 경영전략에 반영하기 위해 중대성 평가를 정기적으로 실시하고 있습니다. 2023년부터는 ‘영향’과 ‘재무’ 두 관점을 함께 고려하는 이중 중대성 평가 방법을 도입하여 중대 이슈를 도출하고 있습니다. 전체 프로세스는 이슈풀 도출, 영향 식별 및 평가, 중대 이슈 선정, 보고의 네 단계로 구성됩니다. 특히 영향 식별 및 평가 단계에서는 주요 이해관계자 의견 수렴과 전문가 평가, 글로벌 표준을 통해 이슈별 중요도를 정량적으로 분석하고, 이후 ESG위원회의 최종 검토를 통해 중대 이슈를 확정합니다. 아울러 선정된 중대 이슈와 이에 대한 대응 활동 및 성과는 지속가능성보고서를 통해 투명하게 공개합니다.

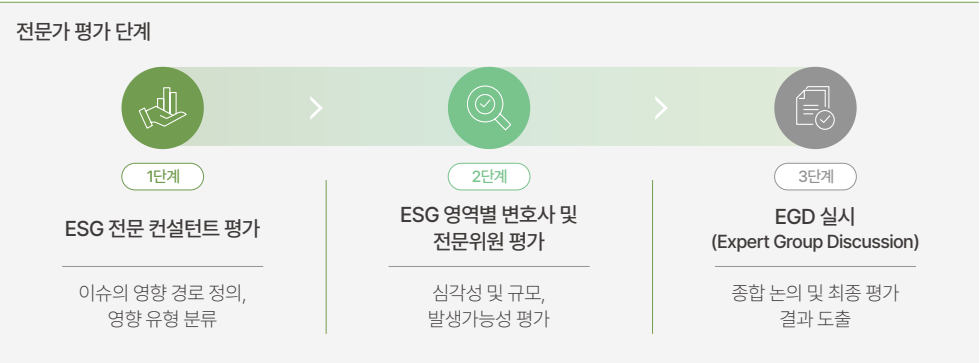
2025년 이중 중대성 평가 프로세스

1	2	3	4
이슈풀 도출	영향 식별 및 평가	중대 이슈 선정	보고
유한킴벌리의 지속가능성 관련 현황 검토를 통한 26개 이슈풀 도출	유한킴벌리 주요 이해관계자와 전문가 참여, 글로벌 표준 분석을 통한 이슈별 영향 중대성 및 재무 중대성 평가	주요 영향 평가 결과 종합, 유한킴벌리 내부 검토를 통한 10대 중대 이슈 선정	중대 이슈 관련 유한킴벌리 전략, 계획, 활동, 성과 보고 및 공개
주요 검토 영역	영향 식별 및 평가 범위 ¹⁾	중대 이슈 선정 단계	중대 이슈 보고
유한킴벌리 활동, 비즈니스 관계, 지속가능 맥락 이해 • 2024년 이슈풀 검토 • 정책, 전략 및 활동 검토 • 미디어 분석 ESG 경영 동향 및 동종 산업 특성 이해 • ESG 우수 동종사 중점 관리 이슈 분석 • ESG 공시 표준 및 평가지표 분석 • ESG 및 산업 주요 트렌드 분석	영향 특성 영향 중대성 • 심각성(규모, 범위, 회복가능성), 발생가능성, 영향도, 관심도 재무 중대성 • 매출, 비용 영향의 규모 및 발생가능성 영향 유형 공통 · 실재/잠재 · 긍정/부정 · 단기/중장기	1단계 유한킴벌리 ESG 담당부서 영향 분석 결과 검토 2단계 가중치 및 우선순위 경계 설정 3단계 ESG위원회의 평가 결과 검토를 통한 중대 이슈 확정	ESG위원회 보고 및 승인

1) 이해관계자 설문 및 전문가 평가 시 평가 범위

전문가 평가

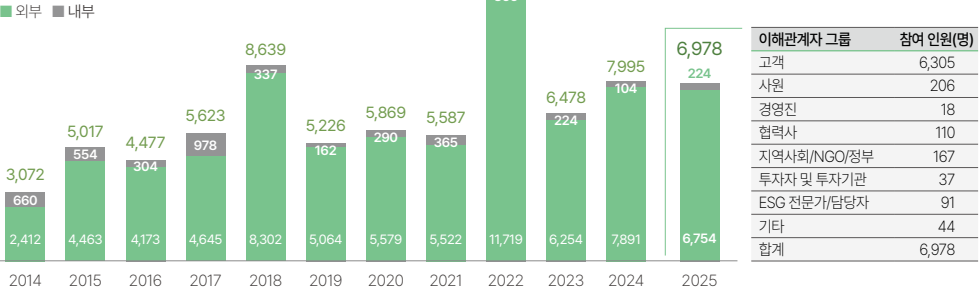
유한킴벌리는 이슈별로 영향 및 재무 중대성을 정교하게 평가하기 위해 2024년부터 ESG 전문 컨설턴트, 변호사 및 외부 전문위원으로 구성된 전문가 평가 절차를 도입하였습니다. 전문가들은 이슈 발생 이력, 대응 활동 등 기업 내부 현황과 함께 국제기구 가이드라인, 관련 법령 등을 종합적으로 검토하고, 사전 정의된 판단 기준과 정량화 척도에 따라 각 이슈의 중대성을 평가합니다. 이후 전문가 간 종합 논의를 통해 최종 평가 결과를 도출하였습니다.



이해관계자 의견 수렴

유한킴벌리는 중대 이슈에 대한 이해관계자의 인식과 영향을 체계적으로 파악하기 위해 매년 주요 이해관계자 그룹을 대상으로 설문조사를 실시하고 있습니다. 2025년에는 사원, 고객, 협력사, 지역사회/NGO/정부, ESG전문가/담당자, 투자기관, 경영진 등을 대상으로 4월 1일부터 4월 12일까지 자사 홈페이지를 통해 설문을 진행했으며, 총 6,978명이 참여하였습니다.

이해관계자 조사 참여자 수



사람이 희망이다

개요	CEO 메시지	04
	유한킴벌리의 가치 재배분	06

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

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

지속가능경영 기반	지배구조	25
	윤리투명경영	26
	위기관리	29
	정보보호	32

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

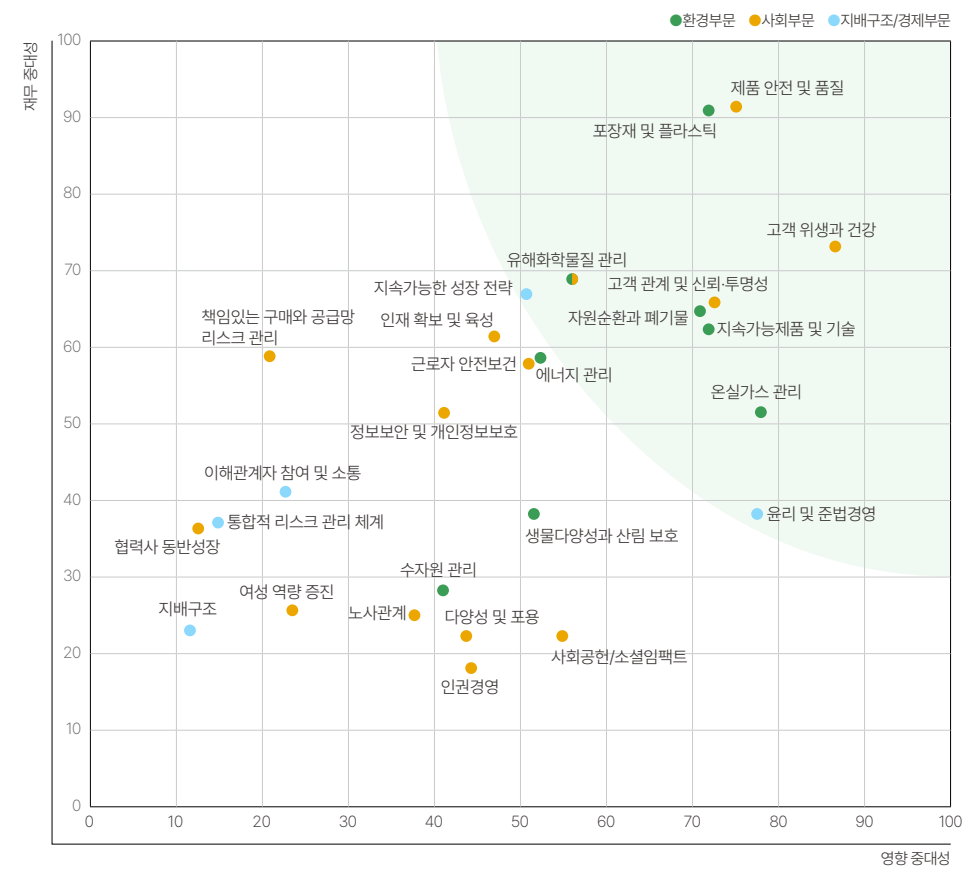
부록	유한킴벌리 소개	98
	ESG 정량 성과	99
	GRI 대조표	110
	TCFD 대조표	115
	SASB 대조표	116
	유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 준수	117
	UN SDGs 기여 활동	120
	제3자 검증의견서	124
	온실가스 검증서	126
	주요 수상, 인증 및 협력 파트너	127
	지속가능성보고서 독자의견 모니터링	129

이중 중대성 평가

10대 중대 이슈 선정

유한킴벌리는 영향 중대성과 재무 중대성 결과를 종합하여 영향수준이 높은 상위 10개의 이슈를 중대 이슈로 선정하였습니다. 2025년 6월, ESG위원회는 중대성 평가 결과와 중대 이슈를 최종적으로 검토하고 승인하였습니다.

2025년 이중 중대성 평가 매트릭스



2025년 10대 중대 이슈의 주요 영향 및 평가 결과

10대 중대 이슈 순위	이슈 명	관점	주요 영향	영향특성		영향 수준	전년도 순위
				긍정	부정		
1	제품 안전 및 품질	영향	· 위생용품 제품 사고 발생 시 고객에 직접적인 피해 발생		✓	●●	1
		재무	· 제품 안전 사고 발생 시 브랜드 신뢰 훼손 및 고객 이탈, 고객 피해 발생 시 법적 대응 및 보상에 따른 비용 발생		✓	●●●	
2	포장재 및 플라스틱	영향	· 제품과 포장재에서 발생하는 플라스틱 폐기물로 토양과 해양 생태계에 미세플라스틱 축적 유발, 동식물과 인체 건강에 장기적 위해 초래		✓	●●	2
		재무	· 지속가능한 소재 개발을 통한 탈플라스틱 및 포장재 재활용 비율 제고를 통한 친환경 기업 이미지 강화	✓		●●●	
3	고객 위생과 건강	영향	· 위생과 건강을 고려한 제품·서비스 제공을 통해 고객 일상 생활환경의 위생과 안전 수준 개선에 기여	✓		●●●	3
		재무	· 제품 수요 증가와 고령층 고객 확대를 바탕으로 프리미엄 제품 판매 증대 및 신규 시장 확대	✓		●●	
4	고객 관계 및 신뢰·투명성	영향	· 법률/규제 위반으로 인한 과태료 발생 및 평판 저하		✓		4
		재무	· 소비자 보호 규제(정보 표시, 광고 심의 등)가 강화됨에 따라, 제품 정보 부실이나 주의사항 누락 시 과태료뿐만 아니라 유통 중단, 고객 이탈 등으로 인한 직접적인 매출 손실 발생		✓	●●	
5	자원순환과 폐기물	영향	· 폐기물 자원순환 확대를 통해 자원 사용 효율 제고 및 폐기물 감축으로 순환경제 실현에 기여	✓		●●	6
		재무	· 폐기물 관리 미흡 시 환경 오염에 따른 법적 제재 및 처리 비용 발생		✓	●●	
6	지속가능 제품 및 기술	영향	· 자원과 유해물질 사용을 줄이고 친환경 제품 확대를 통해 환경 부담을 낮추며, 지속가능한 소비·생산 문화 확산	✓		●●	5
		재무	· 환경성, 사회성이 개선된 제품 확대를 통한 시장 차별화 및 고객 신뢰 확보	✓		●●	
7	온실가스 관리	영향	· 사업영역 내 온실가스 배출량 증가로 기후변화 가속화에 영향		✓	●●●	7
		재무	· 온실가스 배출권 거래제 등 감축 규제 강화에 따른 대응 비용 증가		✓	●	
8	유해 화학물질 관리	영향	· 제조 생산 과정에서의 유해화학물질 유출 및 제품 사용 후 폐기단계에서의 환경 영향 발생		✓	●	-
		재무	· 유해화학물질 이슈 발생으로 인한 생산 차질과 고객 신뢰도 저하로 사업 지속성 위협		✓	●●	
9	지속가능한 성장 전략	영향	· 신기술 적용 및 투자를 통한 신시장 개척	✓		●	11
		재무	· 시장 선점, 평판 및 브랜드 가치 제고, 제품 및 서비스 수요 증대	✓		●●	
10	윤리 및 준법경영	영향	· 시장 지배적 지위의 남용, 불공정거래 등으로 사회적 불안 야기		✓	●●	9
		재무	· 기업의 정도경영에 따른 이해관계자의 신뢰도 및 평판, 소비자 구매의사 향상	✓		●	

사람이 희망이다

개요	CEO 메시지	04
	유한킴벌리의 가치 재배분	06

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

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

지속가능경영 기반	지배구조	25
	윤리투명경영	26
	위기관리	29
	정보보호	32

지속가능경영 성과		
환경성과	환경경영 체계	36
	지속가능제품	39
	자원순환 및 폐기물	43
	수자원 및 오염물질	46
	온실가스 및 에너지	48
경제성과	생물다양성	54
	비즈니스 경쟁력 강화	58
	비즈니스 모델 혁신	60
	비즈니스 전략정 혁신	62
	사회성과	66
사회성과	사원 경험과 성장	73
	노경협업	75
	인권경영	77
	안전보건	81
	제품 안전과 품질	84
부록	공급망 관리	88
	지역사회 가치 창출	92
	유한킴벌리 소개	98
	ESG 정량 성과	99
	GRI 대조표	110
	TCFD 대조표	115
	SASB 대조표	116
	유엔글로벌콤팩트 10대 원칙 준수	117
	UN SDGs 기여 활동	120
	제3자 검증의견서	124
	온실가스 검증서	126
	주요 수상, 인증 및 협력 파트너	127
	지속가능성보고서 독자의견 모니터링	129

이중 중대성 평가

유한킴벌리의 10대 중대 이슈에 대한 경영 접근방식

유한킴벌리는 중대 이슈별 대응 전략에 따라 다양한 활동을 수행하고 있으며, 주요 세부 내용은 각 보고 페이지에 수록하였습니다. 앞으로도 유한킴벌리는 중대 이슈에 대한 리스크를 예방 및 완화하고, 기회를 적극적으로 창출하기 위하여 대응 전략과 활동을 지속적으로 고도화해 나갈 예정입니다.

●환경부문 ●사회부문 ●지배구조/경제부문

중대 이슈	대응 전략	주요 활동과 성과	페이지	관련 UN SDGs 목표
제품 안전 및 품질	유한킴벌리는 소비자 안전을 최우선으로 국내법 준수를 상회하는 고도화된 제품 안전성 보증 프로세스를 운영하고 있습니다. 제품 개발, 생산, 출시 후 유통의 전 과정에 걸친 안전 관리 활동으로 원료와 제품의 안전성, 잠재 이슈와 법규준수 사항 등을 지속적으로 모니터링하고 있습니다.	• 법적 기준을 상회하는 자체 원료 안전 규격 관리, 안전성과 법률검토 2,091건 • 생리대('23), 탭폰('24) 최초 의약외품 GMP 획득, ISO 9001(품질경영시스템) 획득 및 유지 • 출시 전 제품의 품질, 법규 준수, 안전성 및 유효성을 확보를 위한 적합성 검증 42건 • 중대시민재해 예방을 위한 반기 1회 이상의 점검, 원료 및 제품 안전성 모니터링 실시 • 소비자 불만정보 수집 및 불량 발생 예방을 위한 사전예방시스템 운영 • 품질 최우선 문화 내재화를 위한 캠페인 실시	81-83	
포장재 및 플라스틱	유한킴벌리는 제품의 환경 영향을 줄이기 위해 2030년까지 석유계 플라스틱 사용량을 2019년 대비 50% 감축하는 목표를 추진하고 있습니다. 이를 위해 사업부별로 중장기 탈플라스틱 전략을 세분화하고 매년 성과를 평가하여 개선하고 있습니다. 포장재 및 제품 개발 단계에서 사용량 저감(Reduce), 재활용성 증대(Recycle), 대체 소재 전환(Replace)의 3R 전략을 적용하고 있으며, 발생한 플라스틱 폐기물은 재활용이 용이하도록 분리·배출 체계를 구축하고, 전문 재활용업체를 통해 자원 순환률을 높이고 있습니다.	• 2019년 대비 신규 플라스틱 사용량 14% 저감 달성 • 2019년 대비 포장재 재생 플라스틱 35% 전환 달성 • 충주공장에서 폐합성수지류 1,049톤을 플라스틱 용기제품의 원료로 재활용 • 필름포장재 전체에 재생플라스틱 30% 이상 포장재 적용	39-42	
고객 위생과 건강	유한킴벌리는 ‘우리는 생활·건강·지구환경을 위해 행동합니다.’라는 비전 아래, 고객의 건강과 위생 증진을 위한 제품 및 서비스를 개발·확대하고 있습니다. 또한, 자체 플랫폼을 통해 건강·위생 정보를 제공하거나 다양한 소비자 교육을 실시하며, 취약계층을 위한 제품 기부 등을 통해 고객의 삶의 질 향상에 기여하고 있습니다.	• 청소용품, 개인용품, B2B 위생용품 포트폴리오 확대 • 위생용품협회의체 참여를 통한 산업계 이슈에 선제적, 포괄적 대응 • 소외계층, 취약계층 아동과 청소년을 위한 기저귀, 생리대 기부 • 자사 플랫폼 ‘맘큐’, ‘달다방’ ‘오늘플러스’를 통한 소비자 건강 정보, 교육 콘텐츠 제공 • 생리관련 정보 제공 블로그 ‘우생중’ 운영	58-61, 81-83, 87	
고객 관계 및 신뢰·투명성	유한킴벌리는 고객과의 신뢰를 비즈니스의 핵심 기반으로 삼고, 소비자 중심 경영을 통해 제품 기획부터 사용 후 단계까지 전 과정에 고객 관점을 반영하고 있습니다. 디지털 채널을 통한 고객만족센터 고도화로 소통 체계를 혁신하는 한편, 자체 표시 광고 가이드라인과 유관부서 3자간 검토 등을 통해 제품 정보의 투명성과 신뢰성을 강화하고, 그린워싱 방지를 위한 내부 관리 역량을 높이고 있습니다.	• 소비자민원평가 7년 연속 대상 수상 • CEO 주관 및 경영진 참석 고객의 목소리 간담회 9회 개최, 안전 88% 개선 • 매월 고객 목소리 보고서 발행을 통한 소비자 동향 및 주요 이슈 분석 • 신제품 사전점검 통합 프로세스를 통한 표시광고 1,139건 검토 완료 • 표시·광고 가이드라인 운영 및 광고 제품에 대한 연 1회 이상 모니터링 진행 및 담당자 교육	81-83, 84-87	
자원순환과 폐기물	유한킴벌리는 2030년까지 폐기물 배출량을 2019년 대비 30% 감축하는 중장기 목표를 수립하여 추진하고 있습니다. 이를 위해 공장별 폐기물관리절차서를 기반으로 폐기물을 분류 및 처리하고 있으며, 자체 관리 시스템을 통해 폐기물 발생 및 처리 현황을 모니터링 하고 있습니다. 제조생산 과정에서 발생하는 폐기물 외에도 원료, 사용, 폐기 등 제품 전주기에 걸쳐 순환경제 실현을 위해 노력하고 있습니다.	• 폐기물관리절차서 운영을 통한 공장별 재사용 및 재활용 확대 • 그린 액션 얼라이언스를 통해 재활용이 어려운 열균팩에서 분리한 펄프를 포장재 원료로 활용하는 방안 논의 • 핸드타월 재활용 캠페인 통한 핸드타월 333톤 재활용 및 온실가스 약 149.4 tCO₂eq 감축(누적) • 오픈노베이션을 통해 비영리 스타트업과 협력하여 공장 및 제품 제조·판매 이후 발생하는 폐기물 업사이클링 • 폐기물 운반·처리 협력사에 대한 정기적인 평가를 통한 환경사고 및 민원 발생 위험 저감	43-45	

사람이 희망이다

개요	CEO 메시지	04
	유한킴벌리의 가치 재배분	06

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

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

지속가능경영 기반	지배구조	25
	윤리투명경영	26
	위기관리	29
	정보보호	32

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

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

이중 중대성 평가

●환경부문 ●사회부문 ●지배구조/경제부문

중대 이슈	대응 전략	주요 활동과 성과	페이지	관련 UN SDGs 목표
지속가능제품 및 기술	유한킴벌리는 2030 지속가능경영 이니셔티브에 따라 2030년까지 지속가능제품 매출 비중을 95% 달성할 것을 목표로 수립하고 자체 수립한 환경성 및 사회성 기준에 따라 사업부별 진척 상황을 주기적으로 점검하고 있습니다. 제품 개발 단계에서 사용량 저감(Reduce), 재활용성 증대(Recycle), 대체 소재 전환(Replace)의 3R 전략을 적용하고 있으며, 파트너십을 통해 지속가능한 소재 개발 등 혁신을 가속화하고 있습니다.	2024년 기준 지속가능제품 매출 비중 63% 달성 - 국내 자원순환 및 탈플라스틱 정책을 반영한 지속가능제품 및 포장재 개발 가이드라인 수립 - 주요제품 전과정평가(LCA)실시 및 탄소발자국 저감 - 제품 LCA 온라인 플랫폼 구축 완료	9, 39-42	 
온실가스 관리	유한킴벌리는 2030년까지 온실가스 배출량을 2015년 대비 25% 감축하고자 하는 목표를 수립하고, 이를 위해 공장별 배출량 및 에너지 사용량 실적을 지속적으로 관리하고 있습니다. 또한 배출량 저감 실적을 지속가능경영센터와 제조생산부문 간 협업을 통해 관리하고 분기별 환경에너지 실무회의를 통해 검토함으로써 제조 공장 에너지 효율화를 위해 노력하고 있습니다.	- 온실가스 배출량 2015년 대비 14.2% 저감 - 온실가스 Scope 3 배출량 측정 및 관리 - 물류 혁신 프로그램을 통한 온실가스 배출량 감축 및 비용 절감 - 온실가스 배출권 거래제를 통한 잉여배출량 매각 - 시설투자자금(CAPEX) 계획 시 투자 비용의 30% 이상 의무적으로 환경성 개선에 할당	48-53	
유해화학물질 관리	유한킴벌리는 유해화학물질로 인한 리스크를 최소화하기 위해 공장과 제품 측면의 관리 체계를 운영하고 있습니다. 공장에서는 화학물질의 입고부터 폐기에 이르기까지 사전 승인, 위험성 평가, 물질안전보건자료(MSDS, Material Safety Data Sheet) 기반 안전수칙 적용 등을 통해 취급 리스크를 체계적으로 관리하고 있습니다. 제품 개발 단계에서는 원료 사용 전 사전 검토 및 신원료 검증을 통해 안전성을 확보하고 있으며, 안전성 우려 물질에 대해서는 내부 기준을 적용해 선제적으로 사용을 제한하고 있습니다.	- 화학물질 성분 검토(K-REACH, RoHS 등) - 작업장 내 MSDS 비치 - 법적 기준보다 엄격한 자체 원료 규격(17종) 마련 - 최신 국내외 규제 동향 및 소비자 이슈 반영하여 안전성 우려 물질 연 1회 이상 모니터링	47, 81-83	 
지속가능한 성장 전략	유한킴벌리는 비즈니스 경쟁력 강화를 위해 독보적인 강점을 성장 전략으로 전환하여 추진하고 있습니다. 경쟁 우위를 갖춘 제품군을 핵심 사업으로 분류해 체계적으로 관리하며, 동시에 신성장 사업을 미래 핵심사업으로 정의하고 전략적으로 육성하고 있습니다. 이밖에도 전략적 인접 영역에서의 추가 성장, 생산성 향상, 경쟁력있는 공급망 구축 등을 통한 혁신 기회를 창출하고 있습니다.	- 생활용품 및 B2B 비즈니스 분야의 경쟁력 강화를 위해 총 455억 원 규모의 시설 투자 완료 2024년 신제품 매출 전체의 8.8% 차지, 미래 핵심사업에서 18개의 신제품 출시 - 여름 시즌 특화 제품군 확대 2024년 기준 총 24개국에 제품 수출, 연간 수출액은 1,201억 원 기록 - 자사 플랫폼(맘큐, 달다방, 오늘플러스) 누적 회원수 260만 명 돌파 - 물류 네트워크 설계 프로젝트를 통한 경쟁력있는 공급망 구축	39-42, 58-65	 
윤리 및 준법경영	윤리투명경영은 기업의 경쟁력이자 경영 전반에서 반드시 준수되어야 할 원칙입니다. 유한킴벌리는 행동규범과 이를 바탕으로 제정한 6대 윤리문화 실천원칙, 반부패 정책, 공정거래 정책 등에 기반해 윤리 경영을 실천하고자 합니다. 유한킴벌리 CEO는 매년 윤리경영 실천을 위한 의지를 대외적으로 선언하고 있으며, 윤리 및 준법경영의 주요 안건은 이사회 정기 보고 등을 통해 검토합니다.	- 공정거래법 위반으로 인한 제재 건수 0건 - 윤경 CEO 포럼 22년 연속 참석 및 대외 선언 - 자율내부통제위원회, 윤리경영위원회, ESG 지배구조 소위원회 운영 및 관련 안건 이사회 정기 보고 - 공정거래 자율준수 프로그램 운영 - 행동규범 교육 실시 및 불공정거래행위 근절을 위한 뉴스레터 발행 - 이해관계자별 행동규범 위반 제보 채널 운영	26-28	

사람이 희망이다

개요	CEO 메시지	04
	유한킴벌리의 가치 재배분	06

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

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

지속가능경영 기반	지배구조	25
	윤리투명경영	26
	위기관리	29
	정보보호	32

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

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