

# Beautiful Healthy Refreshing

for people and the planet



# 2016 LG H&H CSR REPORT

CEO Message	02
Company Overview	04
Business Overview	06

## Focus Issues & Business Cases



### Strengthening Product Safety

제품 안전성 강화

### Eco-friendly Product Development

친환경 제품 개발

### Developing Products with Social Value

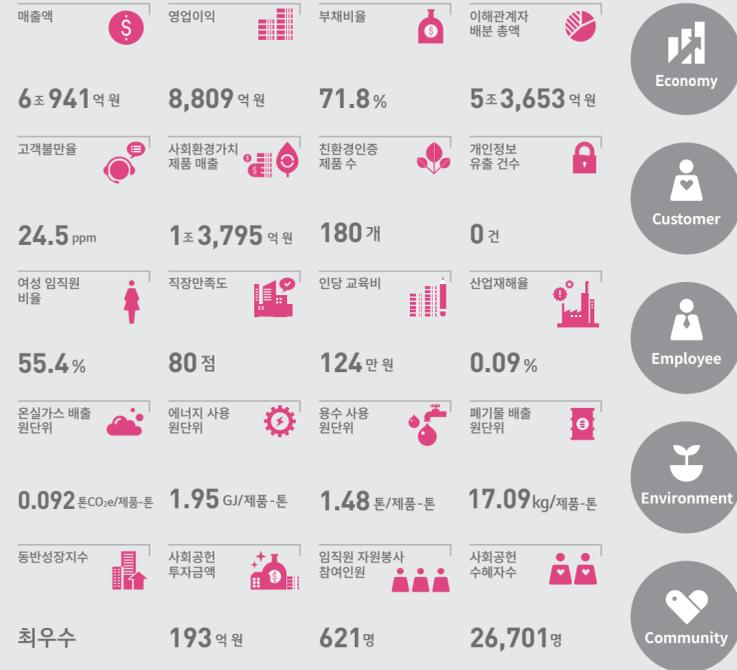
사회적 가치를 담은 제품 개발

## Sustainability Management

CSR Strategy & Roadmap	Economic Value Creation	Employee Value	Customer Satisfaction	Social Contribution	Environment and Safety Management	Win-Win Growth
CSR 중장기 전략 및 로드맵	경제적 가치 창출	직원가치	고객만족	사회공헌	환경안전경영	동반성장
30	32	34	38	40	44	50

Governance	Appendix
지배구조	56 경제 성과
리스크 관리	58 환경 성과
정도경영	62 사회 성과
이해관계자 참여	64 GRI Index
중대성 평가	66 UNGC & UN SDGs & SASB
	72 제 3자 검증 의견서
	74 온실가스 검증 의견서
	76 인권 정책
	79 협력회사 행동 규범
	83
	84
	86
	89
	90

## 2016 CSR KEY FIGURES



\* 경제 데이터는 연결기준이며 고객, 임직원, 환경, 지역사회 데이터는 LG생활건강 별도기준





존경하는 LG생활건강 이해관계자 여러분,

1947년 국내 최초의 화장품인 렉키크림으로 시작한 LG그룹이 창립 70주년을 맞이했습니다. 늘 따뜻한 마음으로 한결 같은 관심과 사랑을 보내주신 여러분께 감사드립니다.

LG생활건강은 고객이 원하는 아름다움과 꿈을 실현한다는 사명감으로 모든 임직원이 다양한 노력과 새로운 도전을 이어 가고 있습니다. 70년 동안 이루어낸 성과에 자만하지 않고 100년을 넘어도 아름답게 빛나는 지속 가능한 기업이 되도록 한걸음 한걸음 나아가겠습니다.

2016년은 대내외 불확실성이 난무했던 한 해였습니다. 하지만 우리는 지난 한해, 목표를 잃지 않고 한 방향으로 힘을 모아 매 분기 최고의 실적을 만들어냈습니다. 기본에 충신했던 결과 제품 안전성에서도 소비자들의 신뢰를 더욱 확고히 할 수 있었습니다.

또한 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 내 외부 이해관계자와의 정기적인 소통으로 다양한 의견을 청취하고 부족한 점을 개선하는 노력으로 대중소기업 동반성장 대통령 표창과 동반성장지수 2회 연속 최우수 기업 선정, 7년 연속 다우존스 지속가능경영지수 편입 그리고 아시아 CSR랭킹 조사에서도 국내 최상위권에 선정되기도 하였습니다.

비록 올해 우리 앞에 주어진 대내외 환경은 여전히 불투명하고 변화를 예측하기 어렵지만, 우리는 시장선도에 매진하고 외부여건에도 흔들리지 않는 더욱 단단한 회사로 나아가기 위한 도전을 이어가고자 합니다.

한 단계  
높은 수준의  
사업구조 고도화

우리의 주요 시장 중 하나인 중국의 경기 둔화, 그리고 세계 각국의 보호무역주의 확산에 따른 세계 경제의 불확실성이 더욱 커지는 환경에서도 지속적으로 성장할 수 있도록 사업부를 재편하고 사업별 특성에 맞는 전략수립과 실행으로 성과를 창출하겠습니다. 같은 일을 하더라도 높은 가치를 창출하는 일들을 수행하여 한때 반짝하고 사라지는 것이 아닌 지속 가능한 성과를 만들어가겠습니다. 이러한 사업구조 고도화를 위해 전체 조직이 사업의 본질적 가치를 한 단계 높여 체질을 튼튼히 하겠습니다.

진정성 있는  
사회적 책임  
강화

제품 안전과 관련하여, 높은 윤리적 관점으로 안전기준을 만들고, 제품을 만들어내는 전 과정에서 원칙이 철저히 준수되는 품질관리 체제를 갖추겠습니다. 이를 통해, 고객 신뢰의 기반이 되는 품질과 안전에 관하여는 어떠한 경우에도 타협하지 않는 원칙을 지켜나가겠습니다. 또한, 동반자인 협력회사가 좋은 제품을 만드는 건강한 회사가 되도록, 신뢰를 기반으로 한 동반성장을 지속해 하겠습니다.

사업기반의 친환경 생활습관 교육인 빌려쓰는 지구스쿨이 중학교 자율학기제의 좋은 교육 프로그램으로 인정 받고 있습니다. 대도시 이외의 지역사회 소외된 학생들에게도 교육기회가 제공되도록 교육 대상을 확대해 나가겠습니다.

이해관계자와의  
소통을 통한  
가치 공유

고객, 주주, 임직원, 협력회사 등 이해관계자들과의 다양한 소통을 통해 안심할 수 있는 좋은 제품, 일과 삶의 균형을 이루는 기업문화, 협력회사와 함께 가는 동반성장, 안전하고 깨끗한 환경, 부끄럽지 않고 당당한 정도경영, 의미 있는 사회공헌 등의 지속가능경영활동으로 기업과 사회의 가치를 공유하고 확대해 나가겠습니다.

위대한 일들이 일어난 과정들을 보면 일상적인 것들의 작은 변화들에서 시작합니다. 큰 목표의 근간이 되는 작은 변화들을 만들어내는 2017년이 될 수 있도록 노력하겠습니다. 8번째 발간하는 2016 CSR보고서는 고객, 협력회사, 지역사회, 구성원들에게 약속했던 지속가능경영활동과 그 성과를 투명하게 담고자 노력하였습니다.

앞으로도 LG생활건강은 지속가능경영의 글로벌 리더로서 UN글로벌컴팩트의 10대 원칙을 준수하고 더 나은 미래를 위해 기업의 사회적 책임과 역할에 최선의 노력을 다할 것입니다.

앞으로도 여러분의 변함없는 관심과 지지를 부탁드립니다.

감사합니다.

2017년 5월  
대표이사 부회장 차석용

차 석 용

# Company Overview 기업 개요

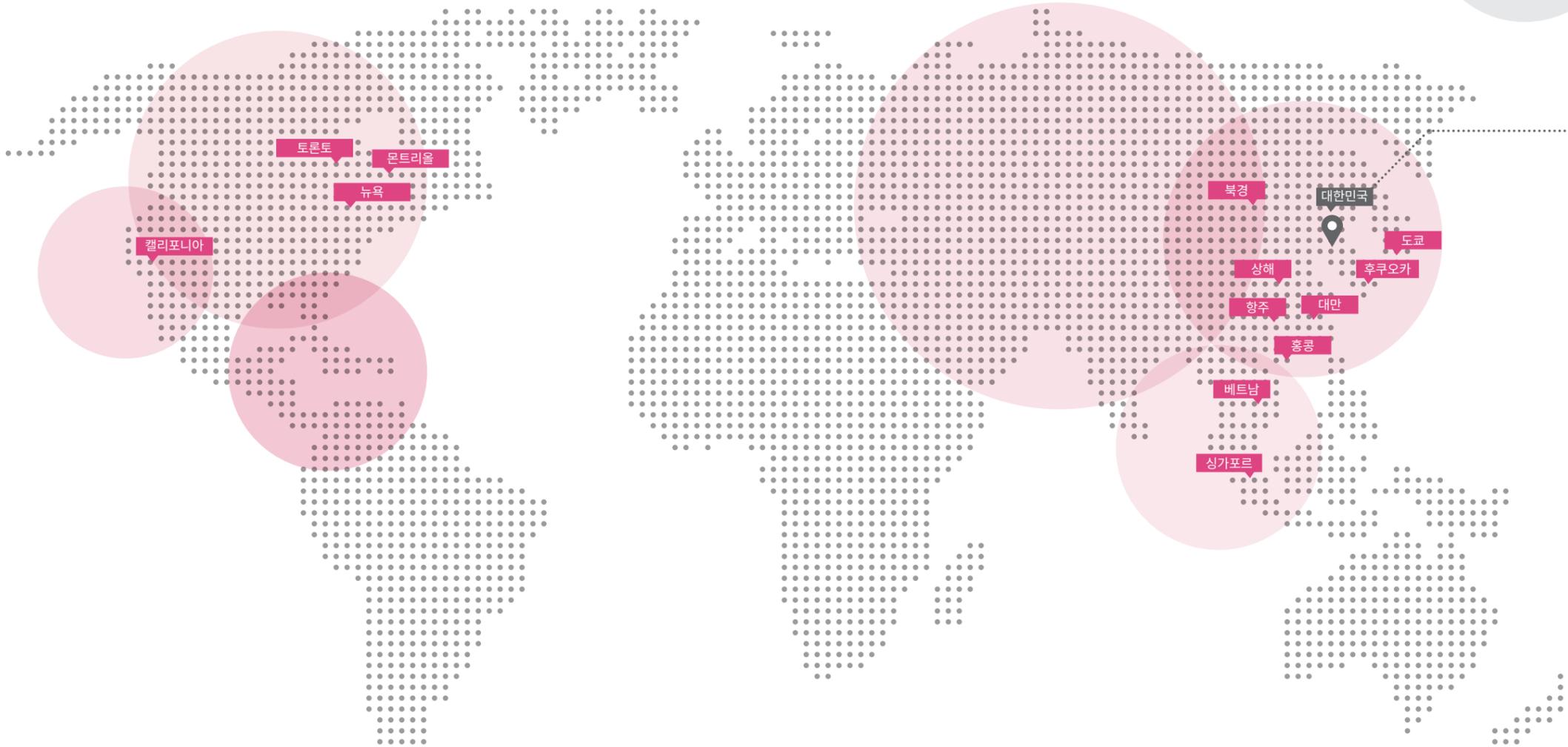
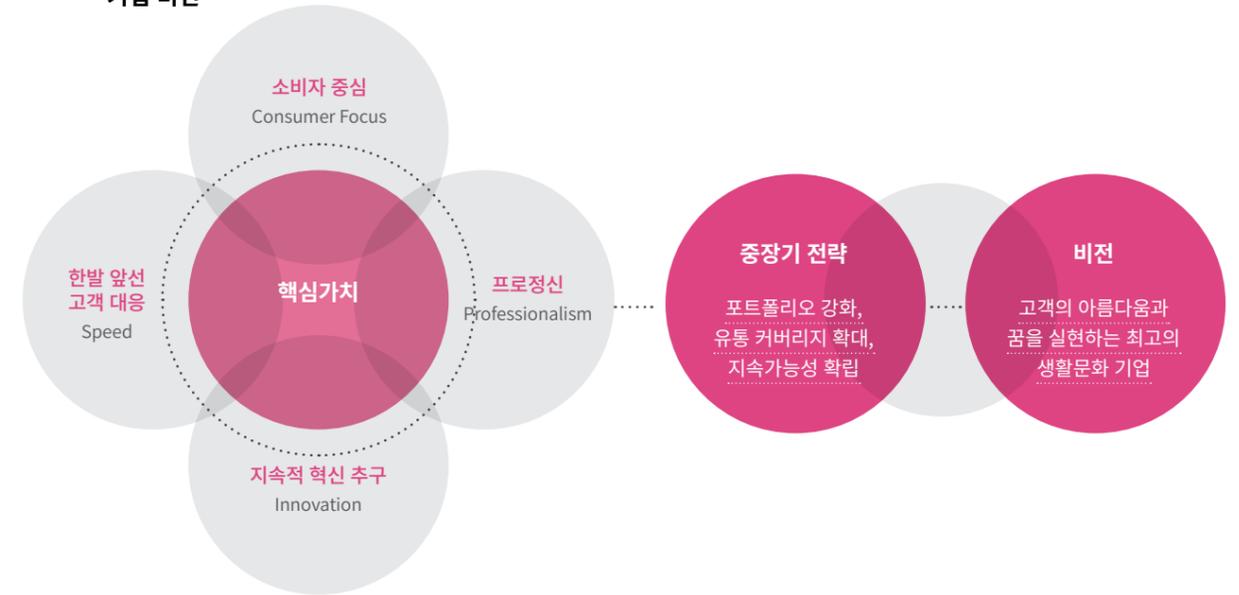
LG생활건강은 1947년 창립 이래 지난 70년간 고객의 아름답고 (Beautiful), 건강하고(Healthy), 활기찬(Refreshing) 삶을 실현하기 위해 끊임없이 노력하였습니다. 서울 광화문 본사를 중심으로 중국, 베트남, 대만, 미국, 일본 등의 해외 법인을 운영하고 있으며 총 10,437명의 임직원이 끊임없는 노력을 지속하고 있습니다.

## 기본 현황

회사명	(주)LG생활건강
주소	서울특별시 종로구 새문안로 58 LG광화문빌딩
설립일	1947년 1월
대표이사	차석용
업종	화장품, 생활용품, 음료
직원 수	10,437명 (현지채용인원 2,335명 포함)
자산총계	4조 5,022억 원
자본총계	2조 6,208억 원
매출액	6조 941억 원
영업이익	8,809억 원
신용등급	회사채 AA+, 기업어음 A1 (LG생활건강 기준)

\*연결기준

## 기업 비전



## 국내 사업장 현황

사업장	소재지
LG 생활건강	서울 본사
	청주 사업장
	대전 기술 연구원
	나주 사업장
	울산 사업장
	온산 사업장
코카콜라 음료	여주 사업장
	광주 사업장
	양산 사업장
해태htb	철원 사업장
	평창 사업장
	천안 사업장
	익산 사업장
더페이스샵	인천 사업장
제니스	춘천 사업장
한국음료	남원 사업장

## 국내외 주요 법인 현황

국내 (단위: %)		
국내 법인	소재지(본사)	지분율
코카콜라음료(주)	한국 양산	90
(주)더페이스샵	한국 서울	100
해태에이치티비(주)	한국 서울	100
(주)한국음료	한국 남원	100
(주)씨엔피코스메틱스	한국 서울	86
케이엔아이(주)	한국 서울	60
(주)제니스	한국 춘천	70
(주)밝은누리	한국 청주	100
(주)오비엠랩	한국 대전	70
엘지파루크(주)	한국 서울	50
해외 (단위: %)		
해외 법인	소재지(본사)	지분율
북경락금일용화학유한공사	중국 북경	78
항주락금화장품유한공사	중국 항주	81.7
락금생활건강무역(상해)유한공사	중국 상해	100
락금생활건강화장품연구소(상해)유한공사	중국 상해	100
LG Household & Health Care (Taiwan) Ltd.	대만 타이페이	100
LG VINA Cosmetics Company Limited	베트남 호치민	60
LG Household & Health Care America Inc.	미국 뉴저지	100
Ginza Stefany Inc.	일본 도쿄	100
Everlife Co., Ltd.	일본 후쿠오카	100

Business Overview 사업소개

Beautiful

Live your dream  
change your life



1947년 럭키크림 출시 후, 1984년 드봉 브랜드로 재출발하여 매년 높은 신장률을 보이며 빠르게 성장하여 현재는 세계 유명 화장품과 어깨를 나란히 할 수 있는 화장품 회사로 부상하고 있습니다. 건강한 아름다움의 꿈을 실현하기 위해 우수한 품질을 갖춘 세계 최고의 브랜드 육성을 목표로 국내시장 선도를 넘어 해외시장으로 강하게 멀리 확장해 나가겠습니다.



더 히스토리 오브 후



최단기  
연매출 1조 달성

국내 주름개선  
기능성 에센스 부문  
5년 연속 1위

칸타월드 패널 2011~2015 조사결과,  
프레스티지 백화점 화장품 분야

숨37°



피부변화 만족도

대상제품: 시크릿 에센스, 조사대상: 25세~35세 여성 100명, 조사기관: 서우앤 컴퍼니

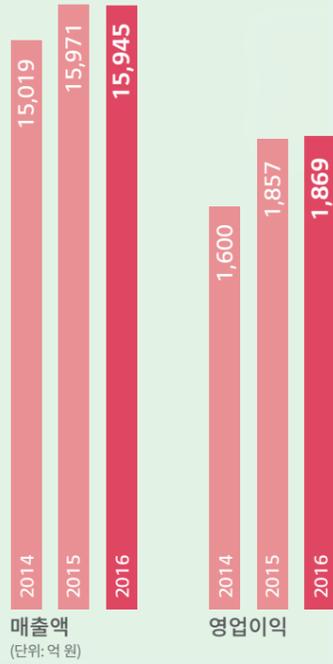
빌리프



1  
수분보습 크림  
1위 브랜드

칸타월드 조사: 2016년 1월~9월 프레스티지 백화점 화장품 분야

# Business Overview 사업소개



# Healthy

For your healthy life



새로운 가치 창조로 고객에게 사랑과 믿음을 받고 있는 치약, 샴푸, 바디워시, 세제, 기저귀 등 다양한 생활용품을 통해 보다 편리하고 건강한 생활창조에 이바지하고 있습니다. 차별화된 신제형 고기능 제품으로 프리미엄화를 지속적으로 강화해 나가겠습니다.



### 페리오



**1**  
치약 판매 1위  
2016년 닐슨 자료  
(국내 기준)

### 엘라스틴



**1**  
샴푸 판매 1위  
2016년 닐슨 자료  
(국내 기준)

### 샤프란



**1**  
섬유유연제 판매 1위  
2016년 닐슨 자료  
(국내 기준)

# Business Overview 사업소개



## Refreshing 사업부

특유의 상쾌한 맛으로 전 세계 소비자의 사랑을 받아온 코카콜라 제품과 썬키스트, 써니텐 등의 해태htb 제품을 통해 건강과 맛에 대한 소비자 니즈에 부합하는 최고의 제품을 공급하고 있습니다. 현재의 음료 시장을 넘어 빠르게 성장하고 있는 기능성 음료와 기능성 유제품 시장에 진입하여 영양 성분이 강화된 고부가가치 제품을 통해 소비자에게 더욱 가까이 다가가겠습니다.



### 코카콜라



**1**

세계 판매 1위  
2016년 닐슨 자료

### 조지아



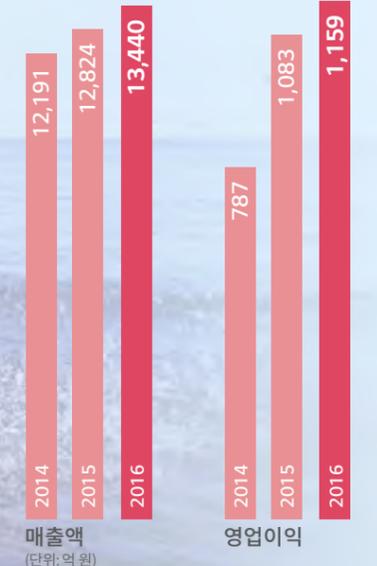
**1**

캔 커피 세계 판매 1위  
Canadean 2016년

### 썬키스트



**125** year  
125년 전통의  
과일음료



# Focus Issues & Business Cases

Strengthening Product Safety  
제품 안전성 강화

14

Eco-friendly Product Development  
친환경 제품 개발

|

Developing Products with Social Value  
사회적 가치를 담은 제품 개발

27

# Strengthening Product Safety

## Background

LG생활건강은 인체에 직간접적으로 영향을 미치는 일상생활의 다양한 제품을 제공하는 기업으로서 소비자의 건강과 안전을 그 무엇보다 우선적으로 검토하여야 합니다. 원료 하나부터 세심하게 고려하고, 기존 제품에 대한 불만사항을 소비자의 생활 속에서 근본적인 해결책을 찾아 고객의 안전과 건강을 추구하고자 합니다.

## Principle & Strategy

우리가 함께 살아가는 환경과 사회를 위해 다양한 가치를 제품에 담아 내고자 지속적으로 노력하고 있습니다. 특히 최근 사회적으로 이슈가 되었던 제품안전 측면의 소비자 불안을 해소하기 위해 소비자안심센터를 설립하고 제품이 만들어지는 전 과정에서의 체계적인 안전성 검증을 통해 소비자가 믿고 사용할 수 있는 제품만을 공급하도록 안전을 기하고 있습니다.

## Interview



류재민 CRO  
소비자안심센터

소비자가 믿고 안심할 수 있는 제품을 생산하기 위하여 일시적 활동이 아닌 전사 차원의 시스템을 구축하였습니다. 이를 바탕으로 소비자들이 안심할 수 있는 품질만을 연구하고, 구매하고, 만들어 내보내겠습니다.



## 제품 안전성 강화를 위한 노력

### 영유아, 어린이 제품 개발을 위한 노력

성인에 비해 연약한 영유아와 어린이는 작은 영향에도 민감하게 반응할 가능성이 있기 때문에 제품개발 시 안전성 확보에 보다 심혈을 기울여야 합니다. LG생활건강은 13세 미만의 영유아와 어린이를 대상으로 한 베이비 로션, 치약 등과 같은 화장품과 구강제품에 대한 별도의 개발 가이드라인을 마련하기 위해 내부 검토를 진행하고 있습니다. 영유아 및 어린이가 사용할 제품이므로 원료 선정부터 완제품의 평가에 이르기까지 모든 항목에 있어서 안전성 검증에 초점을 두고 있습니다. 특히 원료 선정 시에는 더욱 신중을 기하기 위하여 규제물질은 물론, 논란이 되는 성분까지 조사하고 있습니다. 이를 통해 안전성 검증이 완료된 원료를 선별하여 포지티브 원료 목록을 구축하고 있습니다. 또한 완제품의 안전성 평가는 적용 대상의 사용 행태를 고려하여 노출 평가 기법을 적용하고 있습니다. 포장재의 경우, 작은 부품을 삼키거나 다칠 우려가 없도록 물리적 안전성 항목 등이 반영된 가이드라인을 마련하고 있으며, 2017년 하반기까지 가이드라인 구축을 완료하고 시행할 계획입니다.



페리오 안심키즈 치약

### 무균 제조공정을 통한 제품 생산 - 아셉틱 라인 도입

소비자들에게 보다 안전한 음료를 제공하기 위하여 무균충전 방식의 음료 제조설비인 아셉틱 라인을 도입하였습니다. 아셉틱 라인은 내용물을 138°C에서 고온 순간 멸균함으로써 음료의 영양소 파괴를 최소화하고 본연의 맛과 풍미를 그대로 유지하도록 제조하는 설비입니다. 뿐만 아니라 PET 용기와 병마개까지 살균 처리하고 외부공기가 완전 차단된 밀폐 챔버 형태의 무균 제조 공정에서 내용물의 변질을 막고 있습니다. 이를 통해 제품의 위생과 신선도를 유지하여 소비자가 믿고 마실 수 있는 음료를 생산하고 있습니다. 연간 1억 병의 생산 능력을 확보하여 위생에 세심한 주의가 필요한 베이비언스 액상 분유 등에 적용하고 있으며, 2017년에는 설비를 보완하여 기능성 음료시장으로 확장할 계획입니다.



베이비언스 액상 분유  
아셉틱 라인

### 천연유래 성분 제품 - 페리오 안심키즈 치약

제품 내 무분별한 화학성분 사용에 대한 소비자들의 불안감이 점차 증가하고 있으며, 이와 함께 천연유래 원료를 사용하는 제품에 대한 수요도 급증하고 있습니다. LG생활건강은 이러한 소비자의 욕구를 충족할 수 있도록 전 성분이 천연유래인 순하고 안심할 수 있는 페리오 안심키즈 치약을 개발하였습니다. 페리오 안심키즈 치약은 구강세포독성 평가 결과 일반 치약 대비 80% 이상 자극을 줄일 수 있으며, 특히 유아기 아동이 양치 과정에서 받을 수 있는 자극을 최소화할 수 있습니다.

### 안심할 수 있는 아기과학 - 베이비언스 by 헤링본 베이직 물티슈

엄마들이 안심하고 사용할 수 있는 물티슈 개발을 위해 2016년에는 기존의 100% 식품첨가물 액상 처방 물티슈를 개선하여 향이외의 원재료에서 발생하는 냄새까지 개선한 무향 기술을 적용하였습니다. 더 나아가 고객이 감성적으로도 만족할 수 있도록 품질 완성도를 높였습니다. 15개 화학성분-free, 7단계 마이크로 정수 시스템, 미생물 및 유해물질 점검, 완제품 국내외 인증기관 검증 등도 변함없이 적용하고 있어, '아기만을 위한 아기과학'의 브랜드 철학을 실천하고 있습니다.



베이비언스 by 헤링본  
베이직 물티슈

**피부자극 최소화 신규 공법 - 이자녹스 피토 레티놀 오일**

최근 환경 영향으로 민감한 피부가 증가함에 따라 유해성분 최소화를 위한 개발이 다방면으로 이루어지고 있습니다. 막(membrane) 유화 공정 기술은 제약 분야에서 활용하고 있는 유화 기술로, 민감한 피부에 자극원이 될 수 있는 유화제를 사용하지 않고 에멀전 형성을 가능하게 하는 공법이며, 이를 화장품에 적용한 것은 국내 최초입니다. ‘이자녹스 피토 레티놀 오일’은 유화제를 사용하지 않고 피토 프로-레티놀 오일을 눈에 보이는 거대 입자(200µm)로 안정화하여 유해 성분을 최소화하면서도 유효성분을 가시화함으로써 소비자들에게 신뢰를 부여하고자 노력하였습니다. 그 결과, 1차 자극 평가 자극 지수 0, 평균 주름과 깊은 주름 개선 및 주름 부위 밝기 개선에 도움을 주는 인체적용 시험 결과를 얻었으며, 신규 공정 및 포몰라 기술 특허를 출원하고 등록심사를 진행 중입니다. 2016년 뷰티정보 프로그램 ‘갯잇뷰티’에 소개되었으며, 자연의 건강한 아름다움을 전하는 뷰티 편집샵 ‘네이처컬렉션’에서 전 품목 중 판매 2위를 달성하여, 안전한 고효능 화장품으로의 입지를 다지고 있습니다.



**유해성분 최소화 제품 - 오가니스트 제주**

건강한 모발과 두피를 위해 자극이 염려되는 셀페이트계 계면활성제와 실리콘을 배제하고 제주의 청정자연에서 찾은 자생원료의 영양을 활용하여 매일 안심하고 사용할 수 있는 오가니스트 제주 샴푸를 출시하였습니다. 본 제품에는 실리콘, 셀페이트계 계면활성제, 파라벤, 합성색소, 동물성 원료, 광물성 오일, 트리클로산, 벤조페논, 페녹시에탄올, 이소치아졸리논, 석유계 계면활성제 등의 유해논란 성분 10가지 이상을 배제하고, 인체 친화적인 성분을 담고자 노력하였습니다. 제품 개선을 위한 고민과 실험 결과 피부자극 70% 감소, 모발손상 20% 감소 등 인체 자극을 최소화 할 수 있는 포몰라를 개발하여 특허를 출원하고 등록심사를 진행 중입니다. 2016년에는 일반인들에게 화장품 성분 정보와 리뷰 등을 제공하는 ‘화해’ 어플리케이션에서 뷰티어워드 샴푸 부문 1위를 수상하는 등 국내 헤어 시장에서 내추럴 카테고리 부동의 1위인 오가니스트 브랜드의 입지와 진정성을 소비자로부터 인정 받았습니다.



**‘철학이 있는’ 홈케어 제품**

LG생활건강의 ‘철학이 있는’ 홈케어 제품은 “제품의 대상을 소중하게, 지구와 자연을 소중하게, 무엇보다 사람을 소중하게” 라는 진심과 철학을 담은 안전한 생활용품 브랜드입니다. 세탁세제, 섬유유연제, 주방세제, 주거세제로 구성되어 있으며, 각 제품은 면밀히 검토한 높은 안전성의 제재와 처방을 적용하고 있으며, 화학물질의 투입 없이 무방부 상태로 유통되고 있습니다. 특히 천연계 성분과 식물유래 계면활성제 등을 적용하여 유해성분의 사용을 최소화하고 있습니다.



브랜드 철학  
“제품의 대상을 소중하게”  
“지구와 자연을 소중하게”  
“무엇보다 사람을 소중하게”

- 걱정되는 화학성분 무첨가**  
사람을 위한 마음으로 진심만을 전달 드리고자 형광증백제, 인공색소, 석유계 계면활성제를 무첨가 하였습니다.
- 100% 식물계 유래 세정 성분**  
인위적인 화학 성분이 아닌 식물계 팜 오일 유래 성분을 그대로 담아 안전한 원료로 제품에 넣었습니다.
- 동물실험 배제**  
철학을 담아 사람도 자연도 소중하게 생각합니다.
- 피부자극 저감**  
화학성분은 최소화하고, 식물계 성분을 담아, 피부자극을 최대한 줄이도록 노력하였습니다.

**사업 전 과정에서의 유해물질 관리 강화**

**화학물질 관리시스템 구축**

제품 내 포함된 유해성분으로 많은 인명피해가 발생했던 가습기 살균제 이슈는 화학물질 안전관리의 중요성을 전 국민에게 일깨워 주었습니다. LG생활건강은 인체 유해 성분이 제품에 사용되지 않도록 사용 원료에 대한 면밀한 사전검토를 할 수 있는 화학물질 관리시스템을 구축하여 제품의 안전성 관리의 기반을 마련하였습니다. 국내를 포함한 전 세계 79개국 1,403건의 규제항목에 해당되는 약 27만 여종의 성분에 대해 모니터링 시스템을 구축하였으며 매월 새로 발생하는 규제 성분이 추가로 업데이트되고 있습니다. 구축된 시스템을 통해 글로벌 기준의 규제 원료를 스크리닝 할 수 있도록 체계화 하였으며, 당사에서 사용된 성분이 어떤 제품에 얼마나 함유되었는지 사용제품 조회 및 유통량 통계조사가 가능하도록 전산화 하였습니다. 국내 규제 성분은 아니지만 해외에서 규제하는 성분에 대해서도 원료 사용을 제한하고 있으며, 특히 국내 및 해외에서 논란이 제기되고 있는 물질에 대해서도 사용을 배제하고 있습니다. 논란이 제기된 성분은 해당 제품별로 데이터를 추적하고 있으며, 규제성분과 함께 검토가 진행되고 있습니다.

**화학물질 관리 시스템 주요 기능**

국내의 원료 규제 검토	제품 성분 관리
원료 성분 등록 관리	성분 사용처 및 물류량 조회

\*국내외 이슈 원료 별도 검토

**안심품질 인증제도 및 안심지수 운영 계획**

제품 혹은 생산공장의 품질수준을 진단하고 우수성을 인정 받아 ISO9000, CGMP<sup>®</sup>, HACCP<sup>®</sup> 등의 국내외 인증을 획득하여 유지하고 있습니다. 기존의 제도나 인증 기준에서 제공하는 품질요인 평가와 제어 솔루션에서 소비자 안전기능을 강화하여 보다 면밀한 검토와 철저한 관리를 위한 안심품질인증제도와 안심지수를 개발하여 운영할 계획입니다. 2017년에는 소비자 관점의 품질요구사항과 안심체감 요인들을 도출하여 제조자가 충족시켜야 할 품질관리 기준을 수립하고, 이를 실행할 수 있는 매뉴얼과 평가 가이드를 정립할 계획입니다. 이를 토대로 2018년부터는 본격적인 현장적용과 공인 인증시스템 수준으로 체계화하고 표준화하는 활동을 추진할 계획입니다.

- 1) Cosmetics Good Manufacturing Practice: 우수 화장품 제조 및 품질관리 기준
- 2) Hazard Analysis and Critical Control Point: 위해요소 중점관리 기준

**협력회사 기술지원 강화**

품질 경쟁력은 협력회사에서 공급받는 원료와 용기, 포장재 등 부자재의 품질에 많은 영향을 받습니다. 사업 초기부터 협력회사의 품질향상에 관심을 갖고 현장개선 지도·지원 활동을 해오고 있었으며, 2014년부터 동반성장을 위한 기술협업과 투자지원 등을 통해 기존 활동을 강화하였습니다. 소비자안심센터 출범과 함께 품질 관점의 협력회사 기술지원 활동을 더욱 체계화하기 위해 이를 주관하는 내부 전문가 조직을 신설할 계획입니다. 주요 활동 내용은 협력제조사사의 신제품의 품질 초기 안정화, 품질위해요소 정밀진단, 6시그마 품질혁신활동 체제구축 등 협력회사의 기술적 지원 활동입니다. 2017년에는 화장품, 음료 관련 상품, 원부자재 협력회사를 대상으로 활동을 시작하였으며, 2019년까지 지원영역과 대상업체를 확대해 나갈 계획입니다.

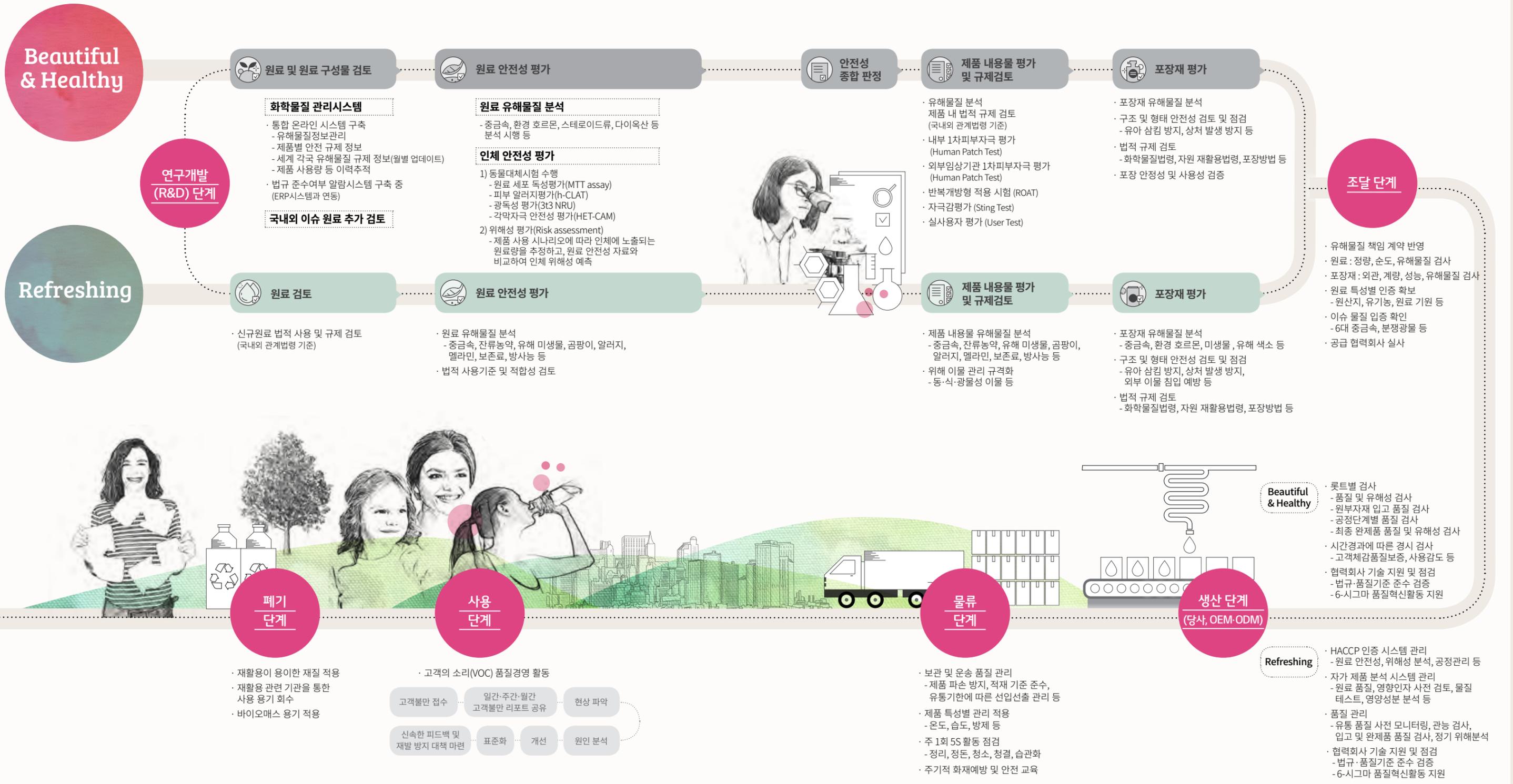
**소비자안심센터 출범**

사회적으로 이슈화 되고 있는 ‘소비자 안전’에 만전을 기하기 위하여 LG생활건강의 전사적인 역량을 결집시킨 소비자안심센터를 2017년 2월 신설하였습니다. 소비자안심센터는 원료, 부자재, 완제품, 협력회사 제조 제품, 수입품 등 모든 제품을 대상으로 개발부터 유통단계까지 소비자가 믿고 안심하고 사용할 수 있도록 품질을 관리하는 전문 조직입니다. 법규나 관행을 준수하는 일반적인 수준을 뛰어넘어 보다 높은 윤리적 관점의 품질기준을 수립하고 있으며, 제품이 만들어지는 전 과정에서 원칙이 철저히 준수되도록 하는 품질관리 체제를 운영하고 있습니다. 또한 이러한 활동의 안전성을 보장하기 위해 독자적인 품질인증시스템을 개발하고 운영되도록 하는 활동을 핵심과제로 선정하여 추진할 계획입니다.



소비자안심센터 출범 및 품질비전 선포식

### 제품 안전관리 프로세스



**폐기 단계**

- 재활용이 용이한 재질 적용
- 재활용 관련 기관을 통한 사용 용기 회수
- 바이오매스 용기 적용

**사용 단계**

- 고객의 소리(VOC) 품질경영 활동

고객불만 접수 → 일간·주간·월간 고객불만 리포트 공유 → 현상 파악

신속한 피드백 및 제발 방지 대책 마련 → 표준화 → 개선 → 원인 분석

**물류 단계**

- 보관 및 운송 품질 관리
  - 제품 파손 방지, 적재 기준 준수, 유통기한에 따른 선입선출 관리 등
- 제품 특성별 관리 적용
  - 온도, 습도, 방제 등
- 주 1회 5S 활동 점검
  - 정리, 정돈, 청소, 청결, 습관화
- 주기적 화재예방 및 안전 교육

**생산 단계 (당사, OEM-ODM)**

**Beautiful & Healthy**

- 로트별 검사
  - 품질 및 유해성 검사
  - 원부자재 입고 품질 검사
  - 공정단계별 품질 검사
  - 최종 완제품 품질 및 유해성 검사
- 시간경과에 따른 경시 검사
  - 고객체감품질보증, 사용감도 등
- 협력회사 기술 지원 및 점검
  - 법규·품질기준 준수 검증
  - 6-시그마 품질혁신활동 지원

**Refreshing**

- HACCP 인증 시스템 관리
  - 원료 안전성, 위해성 분석, 공정관리 등
- 자가 제품 분석 시스템 관리
  - 원료 품질, 영양인자 사전 검토, 물질 테스트, 영양성분 분석 등
- 품질 관리
  - 유통 품질 사전 모니터링, 광능 검사, 입고 및 완제품 품질 검사, 정기 위해분석
- 협력회사 기술 지원 및 점검
  - 법규·품질기준 준수 검증
  - 6-시그마 품질혁신활동 지원

## 친환경 제품 개발

# Eco-friendly Product Development

### Background

사회와 소비자의 친환경 제품에 대한 인식이 확산됨에 따라 기업은 탄소 배출량, 생분해도, 재활용 가능성 등을 포함한 제품의 환경영향 등에 대해 체계적으로 관리해야 합니다. 특히 생활용품, 화장품, 음료 산업에서는 제품 뿐만 아니라 포장재에 많은 양의 자원을 사용하고 있으며, 포장재에 대한 환경성 개선 노력이 요구되고 있습니다.

### Principle & Strategy

LG생활건강은 제품의 기획 단계에서부터 연구개발, 생산, 유통, 판매, 사용, 폐기까지 전 과정에서의 환경영향을 저감하고자 노력하고 있습니다. 소비자의 친환경 제품 요구에 대응하고자 환경성적표지 및 환경마크 인증 확대, 탄소발자국 개선, 그린패키징 적용 등 다양한 활동을 진행하고 있습니다.

### Interview



이은희 팀장  
에코디자인

LG생활건강은 생산 단계에서의 환경오염물질 관리를 비롯하여 소비자가 제품을 사용하는 과정에서의 환경영향을 체계적으로 관리하고 있습니다. 특히 친환경인증과 저탄소인증 제품을 통해 원료 뿐만 아니라 생산, 사용, 폐기 등 전 과정의 친환경성을 인정 받았으며, LG생활건강의 친환경 제품 개발에 대한 지속적인 노력을 확인할 수 있었습니다.

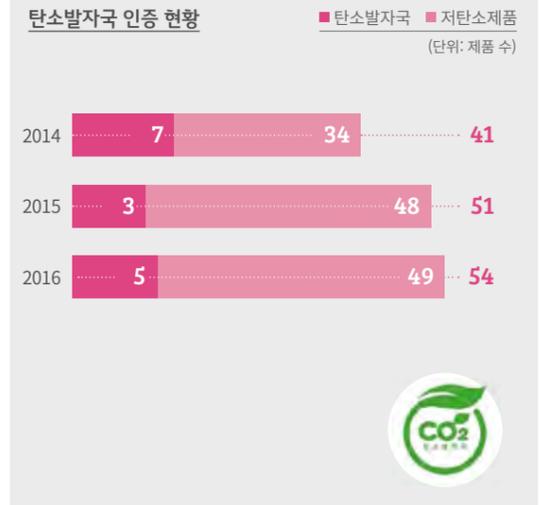


## 제품을 통한 탄소 배출 저감 노력

### 탄소발자국 인증 확대

제품의 탄소배출량을 포함한 환경성에 대한 소비자들의 관심은 점차 증가하고 있습니다. 이에 LG생활건강은 제품의 기획부터 폐기 단계까지 전 과정에서 발생하는 온실가스 배출량 등 환경영향을 효과적으로 감소하기 위한 최적의 시스템 운영을 통해 차별화된 가치를 제공하고자 합니다. 시범사업 참여를 통하여 2009년 국내 음료업체 최초로 코카콜라 (500mL PET) 제품의 탄소발자국 인증을 획득하였으며, 2014년 액상 세척용품군 최초로 탄소발자국에 대한 제품군 검증체계 인증을 취득하였습니다. 2016년에는 국내 샴푸 최초로 엘라스틴 데미지케어 샴푸 780mL 제품에 대한 저탄소제품<sup>1)</sup> 인증을 획득하였으며, 평창수 500mL 및 2L 제품에 대한 탄소발자국 인증을 취득하였습니다. 이러한 노력을 통해 2013년 20건의 탄소발자국 인증 수를 2016년 54건으로 높일 수 있었습니다.

1) 탄소배출량 인증을 받은 제품 중 탄소배출량을 줄이고, 탄소배출량이 동종 제품의 평균 배출량보다 적은 제품



### 에너지 사용저감 프로세스 - 비온드 피토아쿠아 라인

비온드 피토 아쿠아 라인은 제조과정에서 발생하는 에너지를 줄이기 위하여 고온 공정과 냉각 공정이 없는 콜드 프로세스를 적용하고 있습니다. 상온에서 고체인 유화제, 왁스류를 배제하여 상온에서도 안정한 유화입자를 만들 수 있는 유화시스템 개발을 통해 고온공정에서의 유효성분 파괴를 최소화하였고, 가온에 필요한 에너지와 냉각에 필요한 냉각수를 90% 이상 절감하였습니다. 또한 제조공정의 단순화로 공정시간을 30% 이상 단축하였습니다.

### 콜드 프로세스



### 사회적 탄소배출량 저감 - 엘라스틴, 코카콜라

일상 생활에서 많이 사용되는 제품에 대한 탄소배출량 저감은 기업 뿐만 아니라 사회 전체적인 탄소배출량을 줄이는 효과를 가져올 수 있습니다. 제조전, 제조, 폐기 등 각 단계에서 에너지 효율성 향상을 위한 설비투자를 진행하여 엘라스틴 샴푸(맥시마 이징 볼륨, 인센티브 데미지 케어, 딥모이스처 라이징)와 코카콜라(500ml PET) 제품의 탄소배출량을 저감하였습니다. 이를 통해 사회적으로 각각 64톤CO<sub>2</sub>e, 4,080톤CO<sub>2</sub>e의 탄소배출 저감<sup>1)</sup>에 기여하였습니다.

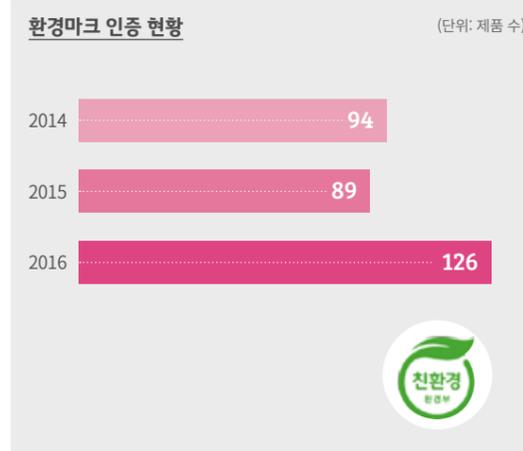


1) 산정 방법: 배출 저감량 X 판매 병수

제품 사용에서의 수자원 관리 노력

환경마크 인증

LG생활건강은 KS기준에 부합하는 동시에 제품의 제조, 유통, 사용, 소비, 폐기 등 전 과정에서의 환경영향을 줄일 수 있는 제품을 개발하고자 노력하고 있습니다. 주방세제, 세탁세제, 세정제 등의 주성분인 계면활성제는 기름때와 물때를 효과적으로 제거할 수 있으나 물의 표면에 막과 거품을 형성하여 물의 자정 능력을 떨어뜨리기도 합니다. 이를 개선하기 위해 자정 과정에서 많은 물이 필요한 주방세제와 세탁세제 사용 시의 수질오염을 최소화하고 제품의 성분이 미생물에 의해 쉽게 분해될 수 있도록 설계하였습니다. 이러한 환경영향 저감을 인증 받은 환경마크 인증제품의 수는 2015년 89개에서 2016년 126개로 전년대비 약 42% 증가하였습니다.



빠른 행궁 - 온더바디 더내추럴 바디워시

일반적으로 바디워시 제품은 비누보다 보습력은 우수하지만 행궁이 느리고 미끌거린다는 소비자의 불만이 있습니다. 그러나 행궁 속도를 빠르게 하기 위하여 비누 성분을 함유하면 제품의 pH가 피부의 pH보다 높아져 온 가족이 사용하기에 적합하지 않다는 한계가 있습니다. 이러한 소비자 불만을 해결하고 기존 제품의 한계를 극복하기 위하여 계면활성제 조성을 새로이 개발하였습니다. 사용된 계면활성제 비율을 최적화 하여 비누보다 보습력은 좋고 기존 바디워시보다는 행궁이 빠르면서 피부건강을 해치지 않는 약산성 pH의 '온더바디 더내추럴 바디워시'를 개발하였습니다. 해당 제품의 행궁 속도를 평가한 결과, 기존제품에 비해 행궁성이 20% 개선된 결과를 나타내었습니다.



100% 물환원을 위한 첫걸음 - 한국형 물환원 프로젝트

코카콜라음료의 물환원 프로젝트는 음료 생산에 사용한 물의 양과 동일한 양의 물을 다양한 방법으로 지역사회와 자연에 환원한다는 것을 목적으로 개발된 글로벌 수자원보호 프로그램입니다. 국내에서는 2017년 3월 코카콜라음료, WWF(세계자연기금), 평창동계올림픽조직위원회, 강원도, 국립공원관리공단, 에코그린캠퍼스(삼양목장) 등 민간·지역·정부와 업무 협약 체결을 통해 평창동계올림픽과 연계한 한국형 물환원 프로젝트를 출범하였습니다. 더 나아가 2018 평창동계올림픽 이후에도 우리나라 상 황에 맞는 물환원 프로젝트의 지속적인 전개로 2025년 물환원 100% 달성을 목표로 하고 있습니다. 강원도 평창의 삼정호 내 습지 식생, 주변 관목 식재를 통한 목초지 중심의 주변 생태계 수 자원 확보, 서식지 다양성 증진 등을 주된 목표로 진행될 예정입니다. 평창동계올림픽 기간 및 그 이후에도 지역사회의 지속 가능한 수자원 조성, 질외늪-삼정호 일대의 통합적인 유역권 관리를 통하여 해당 지역 내 생물다양성을 증진하고 서식지를 보호해나갈 계획입니다.

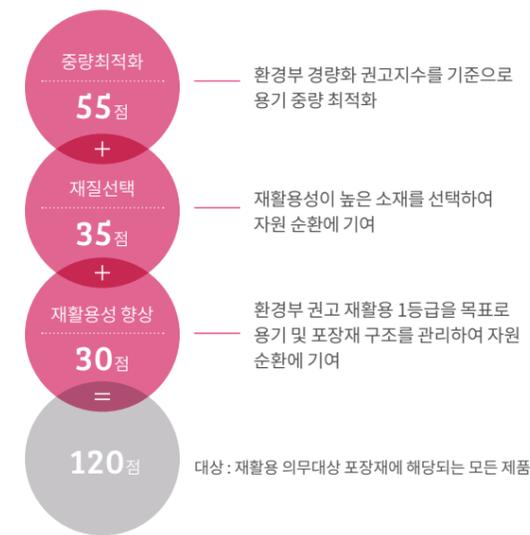


제품으로 인한 폐기물 발생 저감 노력

그린패키징 가이드 개발

제품 개발단계에서부터 환경을 고려한 용기를 개발할 수 있는 효율적 방안을 도입하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 이와 관련하여, 개발될 제품의 용기를 중량, 재질, 재활용성의 세 가지 요소로 분류하여 점수와 함으로써 더 객관적인 환경성 평가가 가능하도록 그린 패키징 가이드를 제작·배포하였습니다. 또한 이를 적용하여 제품을 등급별로 관리하며 지속적으로 제품의 친환경성을 개선하고 있습니다. 일본, 유럽 등의 선진국에서는 이미 용기의 재활용성에 대한 다양한 규제들이 실행되는 추세입니다. LG생활건강은 친환경 용기개발을 위한 활동을 추진하여 업계를 선도하는 친환경 리딩 기업으로서의 이미지를 확립할 것입니다. 더불어 의무적으로 납부하는 환경분담금의 절감을 통한 경제적 효과도 기대하고 있습니다.

그린패키징 가이드



그린패키징 가이드 적용

그린패키징가이드는 제품의 개발단계에서부터 각 유관부서들이 환경을 고려한 제품을 개발할 수 있도록 환경부에서 제시하는 다양한 기준들을 포함하고 있습니다. 이를 통해 제품의 중량, 재질, 재활용성을 점수화하여 제품의 친환경성을 평가하고 있습니다. 각 점수 단위별로 Green Level-1에서 3가지 등급을 나누어 관리와 개선이 체계적으로 이루어질 수 있도록 하였습니다. Green Level-3 등급 제품의 경우 매달 CEO에게 보고하고 있으며, 적용이 불가피한 경우 별도의 의사결정 프로세스를 거치도록 하고 있습니다.



Green Level-3 제품의 출시 의사결정 프로세스



재활용성 향상 포장재

LG생활건강은 용기의 재활용성을 향상시키는 동시에 제품의 친환경적 이미지를 제고시키기 위하여 재활용 공정에서 방해되는 요소들을 개선해 나가고 있습니다.

무색 PET용기와 수용성 라벨 접착제를 적용한 제품

'철학이 있는' 홈케어 제품은 무색 PET용기와 물에서 분리가 쉬운 수분리 라벨을 사용하여 재활용성을 높였습니다. 재활용에 유용한 무색 PET용기 사용 시 유색 PET용기보다 38%의 환경부담금 절감효과가 있습니다. 이와 함께 재활용 공정에서의 부담을 줄이기 위해 물로 씻어내는 단계에서 라벨이 쉽게 분리될 수 있도록 물에 녹는 접착제를 활용하였습니다. 이러한 공로를 인정받아 제11회 미래패키징 신기술 정부포상에서 한국포장기술사 회장상을 수상하였습니다. LG생활건강은 유색 PET용기 사용이 불가피한 최소한의 제품을 제외하고 무색 PET용기와 수분리성 라벨의 사용을 점차 확대할 계획입니다.



사회적 가치를 담은  
제품 개발

## Developing Products with Social Value

### Background

소비자의 제품에 대한 기대는 지속적으로 변화하고 있으며, 점차 기존의 품질과 디자인 등 개인적 선호도 및 가치에 대한 욕구에서 벗어나 제품이 사회에 미치는 영향에 대한 관심으로 확대되고 있습니다. LG생활건강은 이러한 소비자의 기대를 충족시키기 위해 끊임없이 노력하고 있습니다.

### Principle & Strategy

LG생활건강은 제품의 생산 단계에서부터 판매까지 사회적 가치 창출을 위하여 다양한 활동을 하고 있습니다. 대표적으로 지역사회의 발전과 우리 고유의 문화 계승을 위해 특화된 제품을 개발하고 있습니다. 이외에도 오픈 이노베이션을 통해 외부의 다양한 이해관계자들과 협업함으로써 기업 내외의 경계를 넘나들며 가치를 창출하고 있습니다.

### Interview



이지현 사무처장  
에코맘코리아

LG생활건강은 사회적으로 가치를 창출할 수 있는 다양한 제품을 생산하고 있습니다. 제품에 대한 안전성, 사회적 약자를 배려한 기능, 사회적 영향 등 소비자의 관심도가 높은 정보를 제공한다면, 보다 많은 소비자가 LG생활건강의 제품에 대한 이해도를 높일 수 있을 것 입니다.



### 전통문화 계승을 위한 제품

LG생활건강은 우리 고유의 문화를 계승하고자 제품의 기능 고도화에서 더 나아가 다양한 전문가와 콜라보레이션을 통해 한 단계 업그레이드 된 제품을 개발하고 있습니다.

#### 전통 기법으로 재현한 '후 환유 국민세트'

궁중 문화 계승을 위하여 인간문화재와의 협업을 통해 '후 환유 국민세트'를 개발하였습니다. 제품에는 시간이 지날수록 가치를 높여가는 나전칠기함 그대로의 예술혼이 담겨 있으며, 왕실의 가구, 보석함 등에 자주 사용되는 전통 기법을 재현하고 전승하기 위한 취지가 담겨있습니다. 서울 무형문화재 제 1호이자 최초의 옷칠장 손대현 장인과의 콜라보레이션으로 완성되어, 우리 고유의 문화를 오래 보존하고자 하는 LG생활건강의 노력이 투영된 제품입니다.

#### 전통 요리법을 계승한 '베비언스 바른이유식'

내 아이에게 최고의 제품을 주고 싶은 소비자의 욕구를 충족시키고자 궁중음식 기능이수자인 한복선 요리연구가와 함께 '베비언스 바른이유식'을 개발하였습니다. 도문대작 등 다양한 고문헌을 참고하여 개발하였으며, 원료의 생산지를 엄선하여 특정 지역과의 공급계약을 통해 제품의 질을 향상시켰습니다. 더 나아가 외출이나 여행 시 소비자가 편리하게 사용할 수 있도록 레토르트 멸균을 통해 실온에서도 보관이 가능하도록 기능을 강화하였습니다. 이 제품을 통해 우리의 자랑스러운 전통 문화인 한국 궁중음식과 국내 특산물을 제품 개발에 접목하여 소비자의 관심을 높이고 궁중음식에 편하게 접근할 수 있는 기회를 제공하였습니다.

### 지역사회 활성화를 위한 제품

#### 제주 화장품 인증 - 제주 코스메틱 서트

대한민국의 대표 청정지역인 제주도산 원료를 활용하고 지역 생산을 통하여 제주도의 인증을 받은 제품인 '비온드 피토 모이스처 제주라인', '오가니스트 메이드 인 제주' 등을 출시하였습니다. 이 제품들은 고 효능의 제주도 유래 성분을 적용하여 품질을 높이고 지역 주민과의 협력을 통한 지역 산업 발전에까지 기여하고 있습니다. 제주도 지하의 화산 암반수를 비롯해, 피부에 보습과 영양을 채워주는 원료를 사용하여 제주도에서 생산하는 제품임을 공식적으로 인증하는 '제주 코스메틱 서트'를 획득하였습니다. 더 나아가, 지역 중소기업과 협업을 통해 지역 주민의 일자리 창출과 산업 발전에 기여하고 있습니다.



비온드 피토  
모이스처 제주라인

오가니스트  
메이드 인 제주



무형문화재 제 1호 손대현  
후 환유 국민세트



한복선 요리연구가

베비언스 바른이유식

#### 빈곤지역과의 공유가치 창출 - 비온드 히말라야 라인

네팔 히말라야의 무구, 홀라 지역 주민들이 3,000m 이상에서 채취한 허브 원료를 사용한 비온드 히말라야 라인은 풍부한 수분과 영양으로 피부에 건강한 에너지를 부여해주는 제품으로, 제품 효과와 함께 빈곤지역과 공유가치를 창출하고 있습니다. 무구, 홀라 지역은 네팔의 최빈곤 지역으로, 2014년 6월 굿네이버스와 업무협약을 통해 우수한 품질의 허브 원료를 공급받아 화장품의 신소재를 개발하였습니다. 지역주민에게는 원료화를 위한 기반 기술과 노새 25마리를 제공하여 자립할 수 있는 환경 마련과 더불어 중간상인에게 할값으로 판매하던 방식에서 공정무역을 통해 제값을 받도록 하는 등 지역 주민들의 소득증대에도 기여하고 있습니다.



비온드 히말라야 라인

소비자 요구를 반영한 기능강화 제품

섬유 속 찌든 피지까지 제거 - Fiji 세제

LG생활건강은 세탁세제의 신기술 개발을 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 누렇게 퀘퀘한 냄새의 원인인 섬유 속 피지 제거로 소비자가 만족할 수 있는 하얗고 깨끗한 세탁 품질을 제공하기 위해 Fiji세제를 개발하였습니다. Fiji 세제는 섬유 속 피지의 제거력을 높이기 위해 섬유 침투 성능이 높아지는 계면활성제를 적용하였고, 피지와 얼룩만을 선택적으로 제거하는 7가지의 효소를 적용하여 남아있는 오염까지 깨끗하게 제거할 수 있도록 하였습니다. 또한 한번 제거된 피지와 얼룩이 다시 옷에 붙지 않도록 재오염 방지 기능을 부여하여 소비자의 세탁 만족도가 높아지도록 설계된 프리미엄 세탁세제입니다.

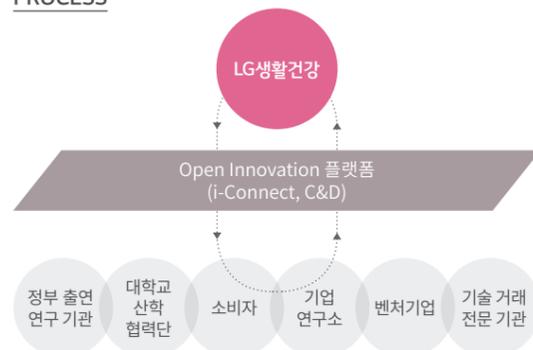


Open Innovation 체계 수립

자체 연구개발뿐만 아니라 외부의 지식과 기술을 연결·개발(C&D, Connect & Develop)하는 '개방형 혁신-오픈 이노베이션'을 통해 급변하는 시장의 요구에 빠르고 효과적으로 대응하고 있습니다. 또한 오픈 이노베이션 웹사이트인 i-CONNECT<sup>1)</sup>를 통해 연간 약 100여건의 특허기술 및 사업협력에 관한 제안을 접수 받아 적극적으로 검토하여 제품에 반영하고 있습니다.

1) iconnect.lgcare.com

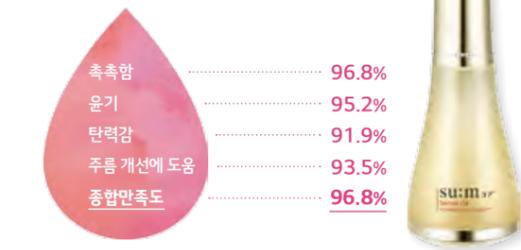
OPEN INNOVATION PROCESS



미생물 대사 발효 오일의 안티에이징 - 숨37° 시크릿 오일

식물 오일의 단순 발효가 아닌 미생물 스스로가 만들어낸 발효 모르티엘라 오일을 담은 '숨37° 시크릿 오일'을 개발하였습니다. 글로벌 오일 트렌드에 맞춰 수용성 성분을 기존 오일 제품 대비 4배까지 안정화할 수 있는 하이브리드 역마이셀 유화기술을 적용한 무겁지 않고 산뜻한 안티에이징 오일입니다. 미생물 대사 발효 오일을 적용함으로써 실리콘 오일을 배제한 천연 유래 오일의 최적 포뮬라로 제품 사용 4주 후 탄력 및 리프팅 면에서 각 4.5%, 2.5% 개선 효과를 확인하였습니다. 또한 한국과 중국 소비자의 만족도 조사 결과 '촉촉함' 96.8%, '윤기' 95.2%, '탄력감' 91.9%, '주름 개선에 도움' 93.5%, '종합만족도' 96.8%으로 글로벌 경쟁력을 강화하였습니다.

숨37° 시크릿 오일



한국·중국 소비자만족도 조사결과

Open Innovation 사례

2016년 LG생활건강은 충북 창조경제지원재단을 설립하여 충북 지역 중소기업의 우수한 기술을 선별하고 생산설비 구축, 제품화 지원 등을 통해 글로벌 K-Beauty를 이끌어갈 선도적인 신제품 개발을 지원하고 있습니다. 신기술 발굴 프로그램인 '신기술 제안회'를 통해 선정된 '화니핀코리아'는 클레이, 크림, 젤 등 부직포 시트 위에 균일하게 코팅하는 공정기술이 타사 대비 우수하여 LG생활건강의 페이스트 타입 크림 제형과 선정업체의 마스크 시트 코팅기술을 적용한 '오후 미라클 모이스처 앰플&크림 마스크'를 출시하였습니다. 크림이 피부를 감싸듯 밀착하여 효과적으로 보습력을 전달합니다.



사회환경가치 제품

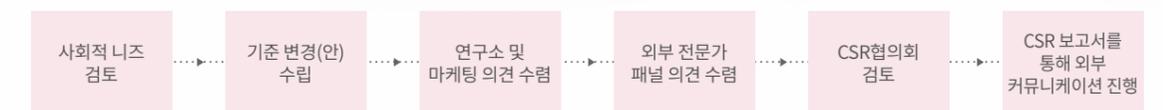
LG생활건강은 고객의 안전과 건강, 사회적 효익, 환경 영향 감소라는 고객, 사회, 환경 3가지 분야를 고려하여 사회환경가치 제품 기준을 수립하였습니다.

<b>고객의 안전과 건강</b>	안심강화 제품 페리오 안심키즈	유기능 제품 비온드 트루에코	저당 제품 토레타	영양강화 제품 베비언스
<b>사회적 효익</b>	중소기업과 공동개발 에화담 백삼콜라겐 진주환	지역사회 협력 비온드 피도 모이스처	특수취약 계층 제품 한입 반만 쓰는 세제	
<b>환경 영향 감소</b>	폐기물 감축 샤프란 리필	에너지 저감 자연풍	수자원 보호 철학이 있는 욕실 클리너	

사회환경가치 제품 기준 수립

친환경, 건강, 사회, 행복을 폭넓게 추구하는 인식이 확산되고 있으며, 사회환경적 가치를 반영한 제품에 대한 소비자의 요구가 점차 증가하고 있습니다. 1998년부터 환경을 고려한 제품 개발을 시작한 LG생활건강은 급변하는 외부환경의 변화와 고객들의 니즈에 부합하기 위해 제품의 안전성, 환경 영향, 사회적 가치 등을 종합적으로 고려하여 2016년 사회환경가치 제품 기준을 수립하였습니다. 기준 수립 과정에서 내부 임직원 및 외부 전문가 의견을 반영하였으며, 향후에도 지속적으로 내외부 이해관계자의 의견을 반영하여 기준을 개선해 나가겠습니다.

기준 수립 프로세스



사회환경가치 제품 현황

사회환경가치 제품의 매출액은 2016년 1조 3,795억 원이며, 전체 매출액 대비 23%를 차지하고 있습니다. 과거 기준과 비교하여 새로 수립한 기준에서 포함하고 있는 제품의 범위가 확대되어 매출 비중도 큰 폭으로 상승하였습니다.



# Sustainability Management

CSR 중장기 전략 및 로드맵 CSR STRATEGY & ROADMAP

경제적 가치 창출 ECONOMIC VALUE CREATION

직원가치 EMPLOYEE VALUE

고객만족 CUSTOMER SATISFACTION

사회공헌 SOCIAL CONTRIBUTION

환경안전경영 ENVIRONMENT AND SAFETY MANAGEMENT

동반성장 WIN-WIN GROWTH

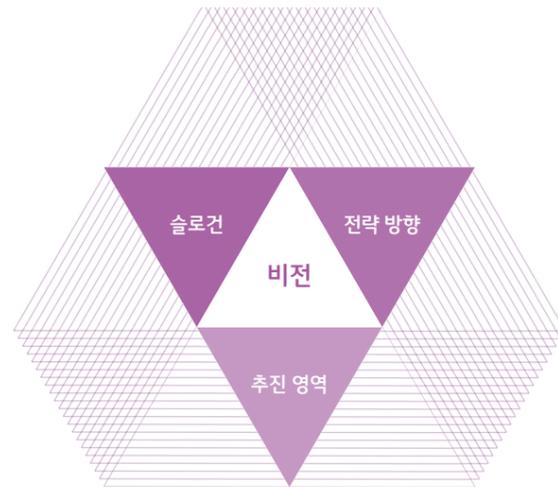
30

53

### CSR 중장기 전략 및 로드맵

LG생활건강은 CSR 비전인 '최고의 지속가능 FMCG<sup>1)</sup> 기업'을 목표로 사회적 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다. 2015년 핵심 이슈에 대한 중장기 로드맵 및 연도별 목표를 설정하였으며, 2018년 목표를 달성하기 위해 추진영역별 핵심관리 이슈를 설정하여 관련 활동을 수행하고 있습니다.

1) Fast Moving Consumer Goods



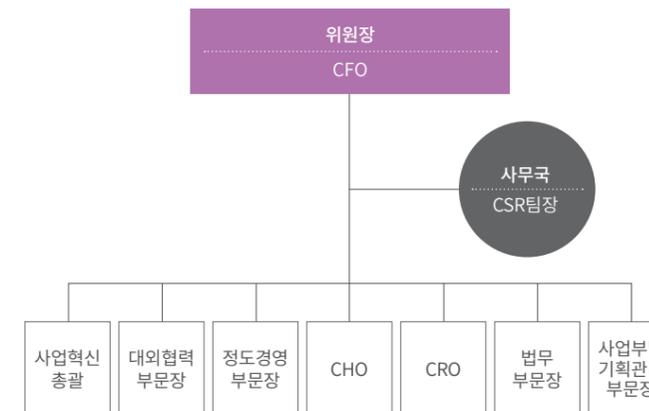
<b>비전</b>	최고의 지속가능 FMCG 기업
<b>슬로건</b>	Beautiful, Healthy, Refreshing for people and the planet
<b>전략 방향</b>	지속가능 운영체계 확립, 사회적책임 강화, 사회환경가치 제품 확산, 이해관계자 소통 확대
<b>추진 영역</b>	정도경영, 환경안전경영, 동반성장, 고객만족, 직원가치, 사회공헌

### 중장기 로드맵

추진 영역	핵심 관리 이슈	2016		2017 Plan	2018 Plan
		2016 Plan	2016 Performance		
정도경영	해외법인 정도경영 확산	· 해외법인장 정도경영 활동 평가	· 정도경영 평가제도 7개 해외법인 확대적용	· 해외법인·인수자회사에 대한 정도경영 활동 강화	· 대리점·협력회사 등 주요 이해관계자 대상 정도경영 활동 확대
환경안전경영	기후변화 대응	· 온실가스 배출 원단위 0.076톤CO <sub>2</sub> e/제품-톤	· 온실가스 배출 원단위 0.077톤 CO <sub>2</sub> e/제품-톤	· 온실가스 배출 원단위 0.069톤CO <sub>2</sub> e/제품-톤	· 온실가스 배출 원단위 0.064톤CO <sub>2</sub> e/제품-톤
	수자원 관리	· 용수 사용 원단위 2.206톤/제품-톤	· 용수 사용 원단위 2.248톤/제품-톤	· 용수 사용 원단위 2.04톤/제품-톤	· 용수 사용 원단위 1.89톤/제품-톤
	폐기물 관리	· 폐기물 배출 원단위 14.236kg/제품-톤	· 폐기물 배출 원단위 13.420kg/제품-톤	· 폐기물 배출 원단위 12.539kg/제품-톤	· 폐기물 배출 원단위 11.603kg/제품-톤
	안전문화지수	· 안전문화지수 평가 및 안전문화 향상활동 집중 전개	· 안전문화지수 마련 및 평가 실시 · 잇차 사고 예방 활동 전사 확대 운영	· 안전문화지수 평가 및 안전문화 향상활동 확대	· 구성원 자발적·적극적 참여를 통한 안전문화 지수 향상
건강관리	· 건강상담실 및 운동교실 연중 운영	· 연 4회 건강상담실 운영 및 운동교실 주1회 운영	· 뇌심혈관질환 예방·조기 발견 프로그램 개발 및 도입	· 뇌심혈관질환 예방프로그램 운영 (위험군 관리)	
	· 건강진단 사후관리 프로세스 구축	· 건강관리 지표 수립 및 사후관리 프로세스 수립 · 직원 건강관리 목표 설정 시스템 구축완료	· 건강진단 사후관리 프로세스 정착	· 직무스트레스관리 역량강화 및 의식향상 캠페인 실시	
동반성장	금융지원 금액	· 금융지원 320억 원	· 금융지원 330억 원	· 금융지원 346억 원 (2016년 대비 5% 증가)	· 금융지원 363억 원 (2017년 대비 5% 증가)
	기술지원 건수	· 기술지원 150건	· 기술지원 169건	· 기술지원 180건 (경영시스템, 스마트팩토리 추가)	· 기술지원 190건 (2017년 대비 약 5% 증가)
고객만족	VOC 접수 및 관리	· 고객불만을 3% 감축 (2015년 대비)	· 고객불만을 6.1% 감축 (2015년 대비)	· 고객불만을 5.5% 감축 (2016년 대비)	· 고객불만을 5% 감축 (2017년 대비)
	고객불만 재발 방지	· 만성불만 감축 및 상품 품질개선 활동 추진	· 생활용품 상품품질안정화 (불만을 22%감축) · 음료만성불만개선활동 (23% 감축)	· 만성불만 품질 zero화 Project (14개 테마 해결)	· 핵심품질지표에 대한 상시 모니터링 및 지속적인 개선추진
	품질향상을 위한 선행관리	· 품질 예방·사고 진단제 운영 · 고객불만 예보제를 통한 예방체계 구축	· 예방진단 (국내 10회, 해외 2회)/사고진단 (5회) 실시 · 예방캠페인 및 관리지침 전파	· 전사품질혁신 Project 활동 (29개 테마추진) · 안심품질인증제도 도입·안심지수 평가 실시	· 품질혁신 Project 테마 해결활동 지속추진 및 IT구축 · 안심인증제도 안정화
직원가치	조직문화 핵심가치 확산	· 해외·현장형 조직문화 핵심가치 개발 및 이해	· 해외법인·현장직 LG Way교육 및 조직문화 개선활동 실시	· 해외·현장직 조직문화 체제 구축	· 해외·현장직 조직문화 자체 운영 역량 확보
사회공헌	빌려쓰는 지구스쿨	· 전국 60여 개 학교 12,000명 중학생 대상 확대	· 전국 60개 학교 12,031명 중학생 대상 진행	· 전국 100여 개 학교 2만명 이상 확대 및 상설공간 정착	· 상설공간 확대 및 중국 사회공헌으로 확대
	글로벌 에코리더	· 글로벌 에코리더 60개 팀 300명 환경리더 육성	· 글로벌 에코리더 70개 팀 370명 환경리더 육성	· 글로벌 에코리더 UNEP 글로벌 프로그램 확대	· 글로벌 에코리더 UNEP 글로벌 프로그램 정착

### CSR 협의회 운영

LG생활건강은 CSR 비전 달성을 위해 지속가능경영의 이슈와 관련된 전사적 조율 및 활동 계획 수립 등 의사결정을 담당하는 협의회를 매 분기마다 개최하고 있습니다. 협의회는 재무담당 최고책임자(CFO)를 위원장으로 9개 추진 영역의 조직 부문장과 사업부별 기획관리 부문장으로 구성되어 있습니다.



### CSR협의회 주요 안건

일정	의제
1분기	· 2016년 CSR 추진 보고 · CSR보고서 중대성 평가 · 화학물질관리시스템 구축 계획 · 창조경제지원재단 운영계획
2분기	· CSR보고서 성과 비교 · 동반성장 평가 개편안 · 지속가능포장 TF 개선계획
3분기	· 유해물질 관리 계획 · 지속가능포장 TF 결과보고 · CSR 법인 진단 공유
4분기	· 창조경제지원재단 운영현황 · 화학물질관리시스템 추진현황

## 경제적 가치 창출

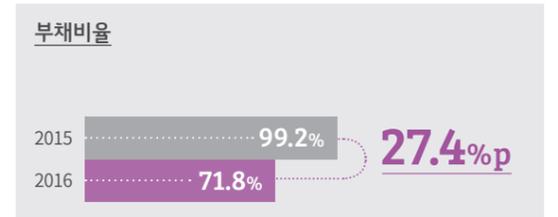
### 재무 성과

#### 주요 경영 성과

LG생활건강은 화장품의 고성장과 생활용품, 음료의 안정적 성장으로 전사 매출이 사상 최초로 6조를 넘어섰고, 영업이익과 당기순이익 모두 사상 최고의 성과를 이루었습니다. 다양한 대내외 변수들로 어려웠던 시장에서 화장품, 생활용품, 음료로 구성된 균형 잡힌 사업 포트폴리오를 기반으로 매분기 매출과 영업이익이 안정적으로 성장하며 위기 속에 우수한 성과를 이루었습니다. 또한, 럭셔리 브랜드 '더 히스토리 오브 후'가 출시 14년 만에 국내 화장품 단일 브랜드 중 가장 빠른 속도로 1조 매출을 달성하는 등 화장품과 생활용품 사업의 프리미엄화에 역량을 집중하여 외부 충격을 최소화하면서 지속 성장이 가능한 사업 구조를 확보하였습니다. 2016년 매출은 전년대비 성장한 6조 941억, 영업이익은 8,809억, 당기순이익은 5,792억을 달성하였습니다.

### 부채비율 및 신용등급

수익 증가에 따른 풍부한 현금유입으로 부채비율은 전년 말 99.2%에서 개선되어 71.8%로 낮아졌습니다. 꾸준한 재무 건전성 개선과 우수한 시장 지위, 그리고 안정적인 사업구조에 힘입어 한국신용평가의 신용등급 또한 'AA'에서 'AA+'로 상향 조정되었습니다.



### 2016년 사업 성과

국내 중화권 관광객 수 증가 및 K-Beauty에 대한 선호 지속 영향으로 면세점 채널 성장, 중국 현지 사업의 고성장으로 '더 히스토리 오브 후'가 국내 화장품 단일 브랜드로는 최단기간에 매출 1조를 달성하였고 럭셔리 사업의 차세대 브랜드인 '숨37' 또한 크게 성장하는 등 럭셔리 사업 브랜드를 중심으로 괄목할만한 성과를 나타냈습니다.

중국과 동남아시아 지역을 중심으로 최고급 백화점 입점을 지속적으로 확대하고 럭셔리 브랜드 이미지에 맞는 마케팅 활동을 통해 브랜드 인지도 상승을 위한 노력을 지속하였습니다. 이를 위해 백화점 영업 조직을 재편하는 등 역량을 최적화하여 영업 실행력을 강화하였으며, 글로벌 교육팀을 신설하여 최고 수준의 판매사원을 육성함으로써 고객 만족을 극대화하기 위해 노력하였습니다.

북미지역에서는 미국 세포라에 입점한 '빌리프'가 '아쿠아밤' 제품을 중심으로 K-Beauty를 선도하는 브랜드로 자리를 잡았고 2016년 말에는 캐나다에도 '빌리프'를 런칭하여 북미지역에서 기반을 계속 강화해 나가고 있습니다.

프리미엄 사업에서는 더페이스샵 브랜드를 중심으로 아시아, 미주, 중동 등 글로벌 시장에서 사업을 전개하였으며 각 국가별 특성과 상황에 맞는 마케팅 활동을 통해 사업 역량을 강화해 나가고 있습니다. 특히 2016년에는 쿠션제품을 집중 육성하여 전년대비 110% 이상 신장하는 성과를 창출하였습니다.

국내 생활용품 시장이 지속적으로 정체·축소되고 있는 상황에서 내추럴 컨셉 신제품 출시와 프리미엄 제품 확대를 통해 시장 1등 지위를 더욱 강화하였습니다. 또한 국내시장에서의 성장 한계를 극복하기 위해 중화권 시장을 중심으로 퍼스널케어 중심의 사업 진출을 준비해 나가고 있습니다.

중화권 시장에서는 오렐케어, 헤어케어 등 퍼스널 케어 제품에 집중하여 사업을 전개하였습니다. '페리오 펄핑치약', '윤고 삼푸' 등 한국 대표 프리미엄 퍼스널 케어 사업으로 브랜드 포트폴리오를 강화하였으며 가격경쟁이 심한 할인점, 대리점 위주의 채널에서 부가가치가 높은 H&B, 온라인 채널로 구조 전환을 시도했습니다. 그 결과, 매출 성장은 물론 수익성 측면에서 크게 성장하였습니다.

일본 시장에서는 섬유유연제, 세제 등의 홈케어 제품을 중심으로 다양성을 강화하여 현지 커버리지를 확대하였습니다. 그 외에도, 태국, 아프리카 시장 등 신규 시장으로의 사업을 확대하고 사업이 침체되어 있던 이란 등 시장 잠재력이 있는 국가는 재도약을 위한 사업 재정부에 주력하였습니다.

국내 인구증가 둔화와 음료시장의 성숙으로 저성장 기조가 지속적 되는 시장상황에서도 탄산 카테고리 1등 지위를 강화하여 성장과 수익성을 추구하였습니다.

탄산 카테고리는 주요 브랜드인 코카콜라음료와 스프라이트의 캠페인 차별화를 통한 경쟁력 강화, 씨그램 탄산수의 프리미엄 이미지 강화하는 마케팅으로 성장을 하였습니다.

비탄산 카테고리는 이온 브랜드인 토레타를 출시하여 새로운 성장원 확보 및 프리미엄 커피인 조지아 고티카의 마케팅 집중을 통해 카테고리 역량을 강화하였습니다.

아선틱 라인 신설 및 공급능력 향상하여 다양한 제품의 안정적 공급 및 고품질 제품 양산을 갖추는 등 생산 부문 투자 및 물류 운영효율화 등으로 원가경쟁력을 높이는 활동을 지속적으로 진행하였습니다.

### 2017년 사업 계획

럭셔리 사업의 대표 브랜드인 '더 히스토리 오브 후'와 함께 '숨37', '빌리프' 등 차세대 브랜드의 포트폴리오를 강화하여 럭셔리 사업 중심으로 성장을 가속화할 계획입니다. 프리미엄 사업의 경우에는 주요 브랜드에 대한 리뉴얼 및 스타 제품 육성을 통해 경쟁력을 강화하고 온라인, H&B 등 성장채널을 집중 육성할 계획입니다. 럭셔리 브랜드 중심 중국 현지 사업 성장 가속화, 일본 사업 육성 등 아시아 사업 기반을 구축하고 있으며, 해외 진출 확대를 준비하고 있습니다.

해외의 경우 '빌리프' 브랜드는 세포라 내 입점 매장의 확산, 캐나다 세포라 입점 및 기존에 입점해 있던 직영점에서의 매출 중대를 위해 마케팅 활동을 강화해 나갈 계획입니다. 더페이스샵 사업은 전라지역인 아시아, 중동, 미주 지역에서 CRM활동과 마케팅 강화를 통해 더욱 입지를 강화해 나가며, 신규 런칭되는 '에화담', '닥터벨머'를 성공시키고, 쿠션 파운데이션 제품도 계속 육성해 나갈 예정입니다.

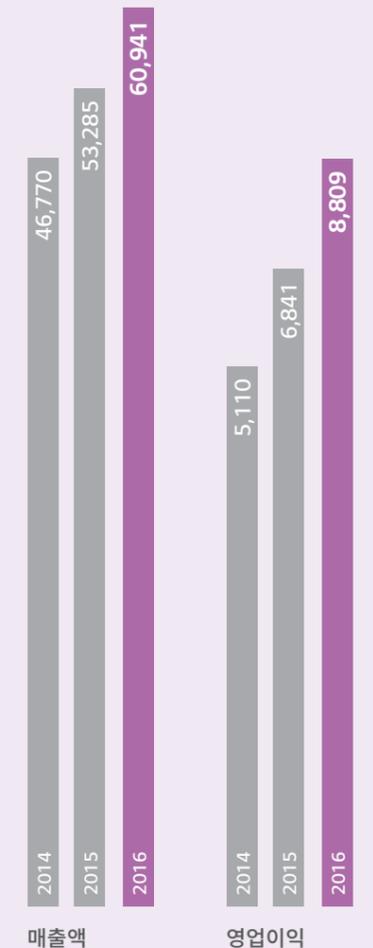
생활용품 사업은 프리미엄 제품의 포트폴리오를 강화하여 국내 시장 침체의 한계를 극복하고 시장 1등 지위를 더욱 강화할 계획입니다. 퍼스널케어 사업의 경우 내추럴 컨셉 강화 및 탁월한 효능의 제품 출시로 지속적인 프리미엄화 및 경쟁사대비 우월한 시장 지위를 공고히 할 것입니다. 또한 홈케어 사업의 경우에는 소비자가 안심할 수 있는 안전성이 확보된 제품 육성과 차별화된 신제품 출시를 통해 지속적인 성장을 이끌어 내겠습니다.

해외시장은 삼푸, 바디, 오렐케어 제품으로 사업지역 확대를 계속 추진해 나갈 계획입니다. 중화권 시장은 가능성을 확인한 '윤고' 브랜드의 포트폴리오를 강화하고 국내에서 검증된 '엘라스틴', '온더바디' 등 프리미엄 브랜드의 런칭을 통해 사업을 확대해 나갈 것입니다. 또한, 지난해 말 인수한 오렐케어 전문브랜드인 '리치'가 중국, 일본, 태국 및 호주, 뉴질랜드 시장에서 사업이 안정화 될 수 있도록 포트폴리오를 강화하고, 기존 사업과의 시너지를 창출하고자 합니다.

탄산 카테고리 1등 지위 더욱 강화를 위해 차별화된 마케팅 활동하고, 비탄산 카테고리에 있어서는 신제품 출시를 통해 브랜드 포트폴리오를 보완하여 지속 성장을 추구할 계획입니다. 또한 전년도 투자 완료한 당시랩 공장에서 자가제품 적용을 통한 품질강화 및 안정적 가격에 공헌할 것으로 예상하며, 지속적인 원가경쟁력 확보를 위한 투자 및 물류 효율화를 지속적으로 진행할 계획입니다.

### 매출 및 영업이익 현황(연결)

(단위: 억 원)



# 01 Employee Value 직원가치



Link to  
SDGs

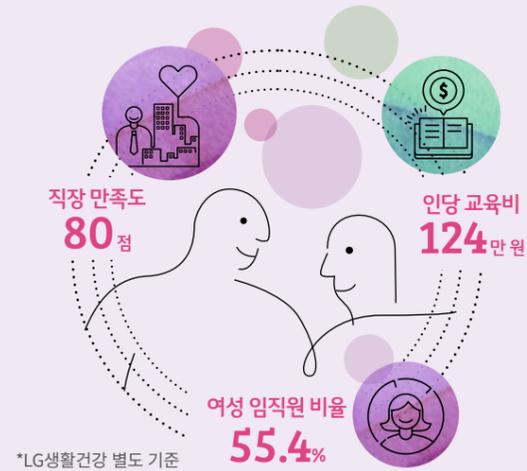
## CSR Background

기업의 지속가능성을 위해서 직원가치 제고는 필수 요소 중 하나입니다. 교육을 통한 임직원 역량 강화에서부터 임직원의 기본 인권 보장, 다양성 존중 등을 통해 사회적 가치를 함양함으로써 내부 구성원에 대한 선진기업의 책임을 다해야 합니다.

## Our Commitment

LG생활건강은 인간존중의 경영이라는 경영이념을 실천하고자 임직원의 다양성을 존중하고 역량 개발을 위한 다양한 프로그램을 운영하고 있습니다. 더 나아가 임직원의 모든 가치를 아우르고 극대화하고자 인권 정책을 제정하여 실천하고 있습니다.

## Key Performance Indicators (KPIs)



## Performance Summary & 2017 Objectives

핵심관리이슈	2016년 성과	달성여부	2017년 계획	목표지점
임직원 다양성 확보	장애인에게 의미 있는 업무 발굴 및 채용 확대	●	장애인 업무 영역의 확대를 통한 채용 확대 지속 추진	연중
	언어와 문화에 대한 이해도가 높은 인재 채용 (글로벌MBA)	●	해외 법인의 인재 확보를 위한 재한 외국인 유학생 채용 프로그램 운영	연중
조직문화	ONE LG생활건강 조직문화 구축 기반 마련(해외·현장)	●	ONE LG생활건강 조직문화 해외·현장 Best Practice 발굴 및 확대	연중
	현장중심형 혁신활동 전개(Idea Mall)	●	일하는 방식의 고도화 기반 구축	연중
임직원 역량 강화	현업 리더 주도의 일을 통한 인재육성 시스템 강화	●	미래 사업 준비를 위한 젊고 유능한 인재의 지속적인 발탁 및 육성	연중
	글로벌 인재 육성 프로그램의 지속 추진을 통해 해외사업 인재 Pool 확대	●	글로벌 인재 육성 프로그램의 확대를 통한 해외사업 인재 발굴 및 Pool 확보 지속 추진	연중
	글로벌 시장 확대를 위한 인재 확보 (글로벌 면세점, 온라인 등)	●		
노사관계	중화권, 동남아시아지역 법인 대상 본사의 시스템을 전파하여 인사제도를 체계화	●	해외 법인을 대상으로 한 봉사 시스템의 체계적인 Harmonizing 활동 지속 추진	연중
	합리성과 실용성을 접목한 공동체적 노경관계 구축	●	원칙과 기준을 바탕으로 하는 합리적인 노경관계 형성	연중

●달성 ●달성 혹은 진행 중 ○미달성

## 임직원 다양성 확보

### 열린 채용

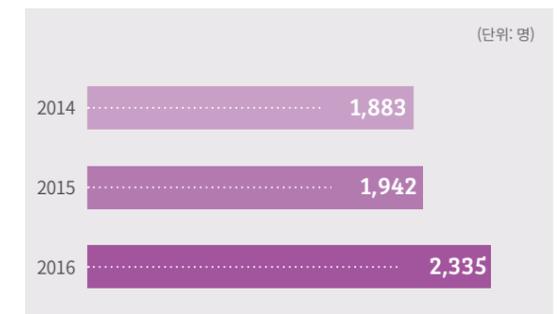
LG생활건강은 인재상에 걸맞은 인재를 확보함과 동시에 급격하게 변화하는 트렌드와 시장 내 다양한 요구에 다각적으로 대응하기 위해 2015년부터 열린 채용 전형인 '괴짜전형'을 운영하고 있습니다. 탐험가형, 커뮤니케이터형, 사업가형과 같이 독특한 경험과 사업가적 마인드를 갖춘 지원자들을 찾고자 하며, 서류전형 시 오직 지원자의 특별한 이야기를 담은 제출물을 평가하여 학력, 어학 등의 스펙을 초월한 순수 직무역량과 잠재력을 갖춘 인재를 발굴하고 있습니다. 더불어 직무별 특성에 맞는 요건을 세분화하고 보다 까다로운 인재 검증과정을 거쳐 채용절차의 공정성을 높이기 위해 끊임없이 노력하고 있습니다.



열린채용

### 글로벌 인재 확보

글로벌 시장이 확대됨에 따라 LG생활건강은 현지 언어와 문화에 대한 이해도가 높은 글로벌 핵심 인재 확보를 위해 노력하고 있습니다. 대표적으로 해외 MBA 및 석·박사 등 유학생 채용 활동을 강화하고 있습니다. 더불어 글로벌 인재 육성 프로그램을 지속적으로 추진하여 내부적으로도 해외사업 인재 풀을 확대해 나가고 있습니다. 법인 운영에 있어서는 각 해외 법인장을 현지 채용하고 주재원 및 현지 인력을 관리하도록 하여 현지화 전략을 점차 확대하고 있습니다.



\*현지 정규직 채용 인원 수 기준

### 여성 인재 채용

'여성인재 친화 경영 방식'을 도입하여 임직원 구성의 다양성을 존중하기 위해 노력하고 있습니다. 주요 고객층이 여성인 사업 특성에 연계하여 역량 있는 여성 인재를 적극적으로 채용하고 있으며, 그 결과 2005년부터 여성인재 비율이 지속적으로 증가하고 있습니다. 또한 직장 내 성희롱 예방, 언행 교육, 건전한 회사 문화 실천 등 남녀 구성원 모두가 서로 배려하는 업무환경을 조성하고, 직장 내 어린이집 운영, 자유로운 출산휴가와 육아휴직 신청 등을 통해 여성직원들의 일과 삶의 균형을 지켜 여성 임직원의 만족도를 향상시키고 있습니다. 2016년 여성 관리자 비율은 20.6%(LG생활건강 별도 기준)로 확인되었습니다. 또한 여성 임직원 비율은 55.4%(LG생활건강 별도 기준)로 나타났으며, 이는 고용노동부가 발표한 대기업 평균인 37.8%보다 높은 수준입니다.

### 장애인 고용

한국장애인 고용공단에서는 매년 전국 장애인표준사업장을 대상으로 '장애인, 노인, 임산부 등의 편의증진보장에 관한 법률'에 의거하여 '올해의 편한 일터'를 선정하고 있습니다. 이에 청주 공장에 설립된 장애인표준사업장 (췌밭은누리가 설립 1년 만에 '올해의 편한 일터' 최우수 사업장으로 선정되어 고용노동부 장관상을 수상하는 영예를 거두었습니다. (췌밭은누리는 청주 사업장 내의 카페테리아 및 매점, 도서대여, 스팀세차, 환경미화, 사내 복지시설 관리 등을 통해 다양한 서비스를 제공하고 있습니다. 이외에도 장애인들의 일을 통한 자립을 돕고자 2016년 8월 GWP 화장품 포장 임가공 사업을 추가하여 18명의 장애인을 추가로 고용하는 등 장애인들의 직무가치를 확대하고 있습니다. 앞으로 (췌밭은누리는 장애인들의 직무 및 자기개발을 위한 자격증 취득 프로그램과 도내 장애인들을 위한 직업생활 상담 및 견학 프로그램을 통해 장애인들의 삶의 질 향상을 위해 지속적으로 노력할 계획입니다.



사회사형 표준 사업장

조직문화

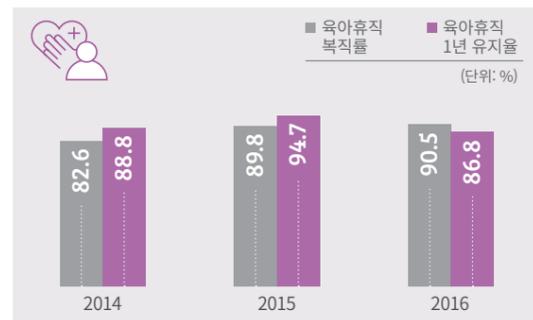
일과 삶의 균형을 고려한 근무시간 보장

LG생활건강에서는 지난 2005년부터 정시출퇴근제를 시작으로, 모두가 눈치보지 않고 휴가를 사용할 수 있도록 한 달에 1~2회 진행되는 전사동시휴무제, 그리고 자신의 근무시간을 유연하게 5가지 중 하나를 선택할 수 있는 Flexible Time제를 시행하고 있습니다. 이는 업무시간 동안 더 가치 있는 일에 집중해 성과를 내고, 퇴근 후에는 누구의 간섭도 받지 않고 자유롭게 자신의 삶에 충실하는 다짐입니다. 임직원들의 균형 잡힌 삶은 창의력을 쏟아낼 수 있게 하는 원동력이기도 합니다.



여성이 일하기 좋은 회사

LG생활건강이 생각하는 '여성이 일하기 좋은 회사'는 성별을 떠나 직원 각자의 능력을 존중하고 실력으로 평가하는 회사입니다. 특히 LG생활건강의 제품은 여성소비자의 관여도가 높은 만큼 여성 인재들이 장벽 없이 실력을 발휘할 수 있는 환경을 조성하는 것이 중요합니다. 이와 관련하여 출산과 육아로 인한 여성의 경력 단절을 막고, 복귀 시 연착륙 할 수 있도록 출산·육아휴직 사용을 권장하고 있습니다.



\*LG생활건강 별도 기준

Global One LG생활건강 조직문화

8개국에 진출한 글로벌 기업으로서, LG생활건강만의 조직문화와 일하는 방식을 해외 현지 직원들에게도 전파하고 있습니다. 그 일환으로 미국, 캐나다, 중국, 일본, 베트남, 싱가포르 법인을 대상으로 LG생활건강의 기본가치인 LG Way 교육과 조직문화 교육을 진행하고 있습니다. 더불어 각 법인별로 조직문화를 보호하고 발전시키는 역할을 해 줄 조직문화 담당자를 지정하여 자발적인 조직문화 활동이 이루어질 수 있도록 독려하고 있습니다. 지난해 10월에는 해외 조직문화 담당자들을 본사에 초청하여 각 법인별 조직문화 개선활동 결과와 노하우를 공유하는 워크숍을 진행하였으며, 이는 2017년에도 지속적으로 진행될 예정입니다.



Global One LG생활건강 조직문화 워크숍

2016 콜럼버스 프로젝트 운영

2015년에 이어 2016년에도 새로운 도전을 통해 개인의 성장과 회사 발전에 기여할 수 있는 기회를 제공하는 '콜럼버스 PROJECT'를 운영하였습니다. 콜럼버스 2기 선발자 3인은 최대 3개월의 유급 휴가 및 1,000만원의 지원금을 제공받아 IoT를 화장품에 접목시키는 '뷰티 알파고', 안전성·유해성 평가 프로세스 구축을 위한 '동물 대체시험법 트레이닝', 제품의 감성품질 선호도를 좌우하는 'Foam Control 트레이닝'을 주제로 각각 프로젝트를 진행하였습니다.

유형	테마 내용
사업이슈 해결	뷰티 알파고 : IoT, 모바일, 3D프린터와 화장품과의 연계방안 스테디
전문지식 습득	불가리아 소피아 대학 연수 프로그램 교육 참가 : Foam control 기술 습득 및 제품 적용방법 제안
	EU의 인체 위험성, 유해성 평가를 위한 동물 대체 시험법 최근 동향 파악 및 트레이닝 (스위스, 벨기에, 독일) : 동물대체시험법 기술습득 및 평가 적용방법 제안

임직원 역량 강화

글로벌 전문인재 육성 - GEC 및 GECC 운영

글로벌 의사소통 역량 함양과 해외 사업 케이스 스터디 교육을 통해 글로벌 사업에 투입될 수 있는 인재를 육성하기 위하여 GEC(Global Expertise Course)와 GECC(Global Expertise Chinese Course)를 운영하고 있습니다. 각 프로그램은 2013년부터 전 직원을 대상으로 부문 추천과 인터뷰를 통해 대상자를 선발하여 연단위로 운영되고 있습니다. 우수 성적자는 글로벌 인재 Pool에 등록되어 핵심인재 육성과정 또는 해외 파견자 선발 시 우선 고려하고 있습니다. 프로그램은 글로벌 비즈니스 수행 시 필요한 고급 영어뿐만 아니라, 실제 해외의 사업기회를 포착하고 제안하는 훈련도 포함하고 있습니다. 과정의 마지막에는 임원진을 대상으로 그룹 프레젠테이션을 실시하여 사업기획 제안을 발표함으로써 실무에 강한 인재가 되도록 훈련하고 있습니다.

2016 글로벌 교육 인원

교육 프로그램	인원 (단위: 명)
영어코칭클래스	62
GEC	16
GECC	16
LG MBA	7
글로벌 MBA	3
지역전문가	2

임직원 참여형 교육 프로그램 - 리딩-오딧세이

새로운 사업 기회를 발굴하고 창의적인 아이디어를 도출할 수 있는 인재를 육성하고자 리딩-오딧세이 프로그램을 실시하고 있습니다. 참여자들에게 다양한 경험과 시각 등을 갖출 수 있는 기회를 제공하고 있으며, 책을 매개로 내·외부 전문가의 강의, 토론 학습 등을 실시하고 있습니다. 전자게시판을 통해 직군, 직급을 불문하고 참여자를 모집하여 6개월 간 프로그램을 진행하고 있습니다. 구성원들은 매월 한 권의 지정 도서를 읽고 현업 적용 아이디어를 도출해 내며, 학습한 내용을 임직원들과 공유하고 있습니다. 2016년 상반기에는 '온라인'과 '중국'을 주제로, 하반기에는 '컬러 마케팅'과 '네이처 마케팅'을 주제로 각 과정을 운영하여, 총 100여명의 교육생들이 과정을 수료하였습니다.



리딩-오딧세이

인권 경영

인권 경영 원칙

LG생활건강은 LG의 경영이념인 '인간존중의 경영'을 기초한 인권 정책을 제정하여 실천하고 있습니다. 인권 정책은 차별 금지, 인도적 대우, 강제노동 금지, 여성과 아동 노동, 근로 시간, 임금과 복리후생, 결사의 자유, 개인정보의 보호 등 총 8개 항목을 포함하고 있습니다. 또한 각 국가 및 지역의 노동관계법규를 준수하고, UN인권위원회의 '세계인권선언', '기업과 인권에 대한 기본지침', '다카 원칙'이 제시하고 있는 인권이행원칙 이행에 대한 의지를 반영하였습니다. 인권·노동 방침을 국내외 구성원을 비롯하여 협력회사까지 확대하여 선진화된 인권·노동 정책의 확산을 위해 노력하고 있습니다.

노동 인권 평가 및 실사

지속가능경영에 직간접적으로 영향을 미치는 노동인권 리스크 관리를 위해 생산사업장이 있는 국내외 법인 및 주요 협력회사에 대한 노동인권 모니터링과 실사를 진행하고 있습니다. 국내외 생산사업장의 노동인권 위험성 평가, 모니터링 활동을 연 1회 진행하고 있으며 정기적인 주기에 따라 실사를 진행하고 있습니다. 이를 통해 개선점을 도출하고 일정계획에 따라 반영여부를 확인하고 있습니다. 2016년에는 12개 사업장에 대한 위험성 평가와 모니터링을 진행하였고, 그 중 5개 사업장의 실사를 통해 4개 사업장에 대해 개선계획을 수립하고 조치여부를 확인하였습니다.

노사관계

임직원의 고충을 처리하고 회사경영에 관한 공동의 관심사항을 공유하고자 다양한 채널을 통해 구성원들의 소중한 의견을 청취하고 있으며, 경영상의 변동 사항이 있을 시 이를 신속히 전달하고 있습니다. 2016년에는 사업부별 독자 사원협의체를 설립하였고, 임직원의 사고와 행동의 기반이 되는 LG way 지수향상 계획을 수립해 활동하였습니다. 주요 개선 사례로는 원활한 장례 절차 진행 및 장례행사에 대한 임직원의 부담을 완화하기 위한 장례지원 서비스의 신규 도입이 있습니다.

노사 커뮤니케이션 채널

구분	운영시기	내용
사원협의	분기 1회	조직별 임직원 대표를 통한 VOE 청취, 이슈 및 해결방안 도출
사업부 협의회	격월 1회	사업부 세부 채널별 현장 분위기 및 VOE 청취
Beauty Consultant 협의회	분기 1회	판매직 관련 VOE 청취, 이슈 및 해결방안 도출
사업장 노사협의회	분기 1회	사업장 근무환경개선, 안전보건 관련 안전 설문·취합, 해결방안 피드백
사업부 사원간담회	연 1회	사업부장 주관 사원간담회 및 세부 안전별 피드백

IDEA MALL 오픈 — 현장 아이디어 수렴 채널

제품에 대한 소비자의 사소한 생각의 변화에 즉각 대응하고 소비자가 미처 생각하지 못한 가치를 제안할 수 있도록 사내 인트라넷에 IDEA MALL을 오픈하였습니다. 이를 통해 현장 직원들이 보고 느낀 아이디어들을 모든 임직원들과 실시간으로 공유하고 있습니다. 현장 중심의 조직문화를 더욱 가속하기 위한 활동으로 2016년 동안 2,121건의 크고 작은 아이디어가 제안되는 성과로 이어졌습니다.

# 02 Customer Satisfaction

## 고객만족



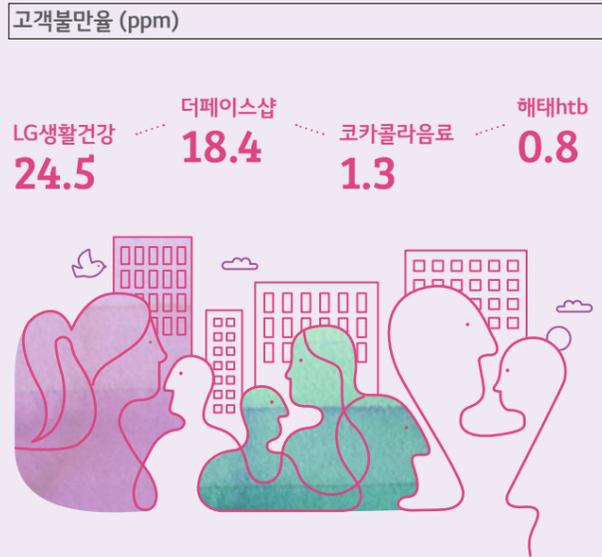
### CSR Background

고객만족은 고객의 확보 및 유지로 이어지며, 나아가 브랜드 가치에도 영향을 줍니다. 따라서 고객만족은 기업의 지속가능한 성장을 위한 근본적 요소 중 하나입니다. 기업은 빠르게 변화하는 고객의 요구를 파악해 이를 충족시켜야 하며, 고객에게 양질의 제품을 제공하기 위해 끊임없이 노력해야 합니다.

### Our Commitment

고객의 의견을 적극 수렴하고 제품 개발과 서비스에 반영하기 위하여 고객 커뮤니케이션을 강화하고 있으며, 고객중심의 품질개선활동과 혁신활동을 통하여 제품 안전성을 제고시켜 고객만족도를 향상시키고 제품 품질을 개선하고 있습니다.

### Key Performance Indicators (KPIs)



### Performance Summary & 2017 Objectives

●달성 ●달성 혹은 진행 중 ○미달성

핵심관리이슈	2016년 성과	달성여부	2017년 계획	목표시점
품질 관리	품질개선 회의체 운영	●	품질문제 개선·재발방지 활동 지속 추진	연중
	품질 사전·사후 진단	●	안심품질 인증제도 도입, 안심지수 평가 실시	연중
	음료 물류센터 점검(코카콜라음료·해태htb)	●	품질 관리 진단 지속 실시	연중
	주요 협력회사 모니터링 중점 관리(국내, 해외)	●	협력회사 정밀품질진단 실시 품질혁신활동 기술지원 체제 구축	연중
고객불만율 감축 활동	음료 만성불만 개선을 통한 품질향상	●	만성불만 품질 Project 관리 (14개 테마 해결)	연중
	H&B 상품의 품질안정화를 통한 고객불만 감소	●		
	High Risk Claim 집중 개선	●	전사 품질혁신활동 체제 구축	연중
고객 커뮤니케이션	VOC 접수 및 강화	●	VOC System 업그레이드 추진	연중

### 품질 관리

#### 품질진단 활동

품질 관련 리스크 예방과 지속적인 품질 경쟁우위 확보를 위한 활동의 일환으로 '품질진단제'를 운영하고 있습니다. 품질진단제를 통해 제조와 물류 부문에 대한 품질 사전진단과 더불어 중요 품질사고에 대한 사후진단을 실시하고 있습니다. 2016년에는 품질관련 법규의 준수, 품질시스템의 관리상태 등을 점검하는 사전진단 활동을 제조 및 물류부문을 중심으로 연관된 부서까지 확대하여 실시하였습니다. 이를 통해 약 50여 개의 주요 이슈를 도출하여 개선하고 사후관리를 추진하였습니다. 2017년에는 안심품질인증제 도입과 연계한 안심지수 평가를 시범적으로 실시함으로써 소비자 안전 관점의 진단을 강화할 계획입니다.

#### 중요품질 향상 활동

품질향상을 위해 개선이 시급한 핵심과제를 도출하여 관련 부서간 협업을 통해 문제를 해결하는 활동을 집중적으로 실시하고 있습니다. 특히, 생활용품 부문의 경우, 칫솔, 염모제, 주거세제 등 고객불만 발생률이 상대적으로 높은 협력회사 제조 제품에 집중하였습니다. 관련 문제 해결을 위하여 마케팅, 연구 등 내부 관련부서와 협력회사간 개선 TFT를 구성하였습니다. 이를 통해 협력회사 제조 제품에 대한 고객불만을 전년대비 22% 감소하는 성과를 달성하였습니다. 2017년에는 소비자안심센터를 중심으로 만성불만 제로화 프로젝트 활동, 협력회사 품질혁신을 위한 6시그마 도입 및 전사적인 품질혁신 TFT 추진 등 다각도의 활동으로 획기적인 품질향상에 도전할 계획입니다.

#### 고객불만율 감축 활동

고객불만율 감축을 위한 활동으로 VOC 상시 모니터링 체제 운영, 재발방지를 위한 사후 관리, 중요 품질에 대한 이슈화 및 개선활동 등을 수행하고 있습니다. 더불어, 고객불만 분석을 통해 주기적으로 발생하는 사례를 도출하고 이에 대한 예방 캠페인 및 관리지침을 전파하고 있습니다. 이러한 활동을 실시한 결과, 고객불만율이 전년 대비 10% 이상 감축(LG생활건강 별도 기준) 되었습니다. 2016년에는 주간·월간 단위 고객불만 모니터링을 실시하였고, 더불어 2017년에는 일간리포트를 추가하여 고객불만 요인에 대해 신속히 조치할 수 있도록 하였습니다. 이외에도 고객불만 예방을 위해 과거 발생 트렌드를 분석하여 시점별 중점 관리가 필요한 품질 준수사항을 도출하였습니다. 이와 관련된 교육 자료를 사전에 배포하는 등 임직원들의 주의 환기 및 마인드 제고 활동을 병행하여 추진하였습니다. 아울러, 정기적 품질위원회를 실시하여 관련부서와 품질 문제인식 및 개선을 위한 긴밀한 협력체제를 유지하고 있습니다.

### 고객 소통

#### 소비자중심경영 인증 획득

경영 비전인 '고객의 아름다움과 꿈을 실현하는 최고의 생활문화 기업' 달성과 소비자중심경영 체제 구축을 위하여 소비자중심경영 인증을 도입하였습니다. 소비자중심경영은 기업이 수행하는 모든 활동을 소비자 중심으로 구성하고, 관련 경영활동을 지속적으로 개선하고 있는지를 평가하는 인증제도입니다. 인증획득을 위하여 2016년 소비자 중심경영 인증 TFT를 중심으로 사내 진단을 실시하고 전략을 수립하였으며, 소비자중심경영 교육, 매뉴얼 개발, 공적서 작성 등을 이행하였습니다. 이러한 노력을 바탕으로 LG생활건강, 더페이스샵, 코카콜라음료, 해태htb 4개 회사가 동시에 인증을 획득하였습니다.



고객 소통채널 — 소비자 모니터링 활동

주부모니터링 활동

LG생활건강은 소비자 모니터링을 위하여 1993년부터 25년간 '엘슈머'를 운영하고 있습니다. 엘슈머는 LG생활건강과 프로슈머의 약자로, 화장품 브랜드의 신제품 개발 과정에서 다양한 고객의 소리를 담기 위하여 화장품에 관심이 많은 20대부터 40대까지 연령대별로 나누어 1년 동안 36회에 걸쳐 운영하고 있습니다. 주로 트렌드 조사, 신제품 평가, 모니터링 등 제품 개발 전 과정에 걸쳐 진행하고 있으며, 이를 통해 도출된 의견이나 평가결과는 신제품에 반영되어 출시되고 있습니다. 생활용품의 경우에는 주부모니터링을 통해 제품에 대한 의견을 듣고 있습니다. 상·하반기로 나누어 연간 8회의 정기 모임을 진행하고 있으며, 2017년 상반기에는 26기를 선발하여 활동할 예정입니다.

# 03 Social Contribution

## 사회공헌



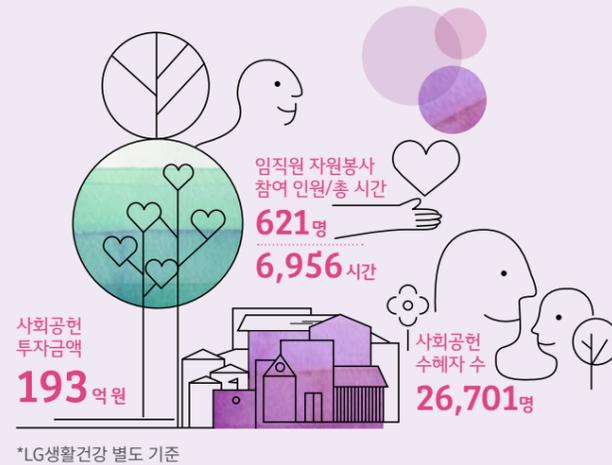
### CSR Background

전 세계적으로 기업의 사회공헌은 단순한 자선적 기부에서 벗어나 기업의 특성과 전문성을 활용하여 지역사회의 사회적 문제 해결에 기여하는 형태로 발전하고 있습니다. 기업은 사회적 문제를 해결할 수 있는 사회공헌 활동에 집중해야 하며, 더 나아가 지역사회의 다양한 이해관계자가 요구하는 기업시민으로서의 역할을 수행해야 합니다.

### Our Commitment

LG생활건강은 일회적인 기부 형태를 지양하고 지원 대상에 대한 선택과 집중, 효과성 분석에 근거한 지원 방식 결정, 전문기관과의 파트너십 등을 통해 그 효과를 배가하는 데 중점을 두고 있습니다. 사회공헌 활동의 영역을 교육, 건강, 나눔, 지역사회로 구분하여 효과를 제고하고 있으며, 사업 방향과 부합하고 주요 고객인 여성과 청소년을 중점 지원 대상으로 하는 사회공헌 활동을 추진하고 있습니다.

### Key Performance Indicators (KPIs)



### Performance Summary & 2017 Objectives

핵심관리이슈	2016년 성과	달성여부	2017년 계획	목표시점
사회공헌활동의 사업연계성 강화	빌려쓰는 지구스쿨 전국 중학교 확대	●	빌려쓰는 지구스쿨 콘텐츠 강화 및 농어촌산지 소외지역 교육확대	연중
	글로벌 에코리더 '자원순환' 캠페인 활동 확대	●	글로벌 에코리더 '기후변화와 지속가능사회' UNEP 활동 확대	연중
	오취 동그라미 캠프 지속 확대	●	오취 동그라미 활동 지속 확대	연중
지역사회변화 영향력 확대	페리오키즈스쿨 아동 구강건강교육 확대 및 잇몸건강 캠페인 활성화	●	페리오키즈스쿨 구강건강 및 위생교육을 위한 공연캠페인 정착	연중
	전략적 기부 확대를 통한 사회 소외계층 지원 확대	●	전략적 기부 확대를 통한 사회 소외계층 지원 확대	연중
	사랑의 열매 등 전국단위 배분을 통한 지역사회 혜택 확대	●	사랑의 열매 등 전국단위 배분을 통한 지역사회 혜택 확대	연중
지역사회변화 영향력 확대	한부모 여성가장 건강검진권 지원 등 수혜자 확대	●	한부모 여성가장 건강검진권 지원 등 수혜자 확대	연중
	후 문화재청 협업을 통해 문화재 복원사업 기여 및 확대	●	후 문화재청 협업을 통해 문화재 복원사업 기여 및 확대	연중
	희망고 빌리지, 유치원 확대 및 국내 다문화 가정지원 확대	●	희망고 빌리지, 유치원 확대 및 국내 다문화 가정지원 확대	연중

### 사회공헌 추진 체계

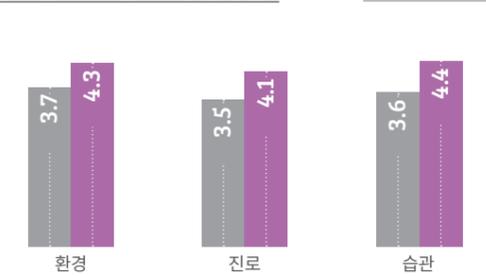
LG생활건강의 사회공헌활동은 사업과 연계성을 강화하고 지역사회의 변화를 이루는 영향력을 확대하고자 합니다.



### 빌려쓰는 지구스쿨

'빌려쓰는 지구스쿨'은 청소년들이 올바른 친환경 생활습관을 배우는 동시에 진로를 함께 고민할 수 있는 국내 최초의 융합형 습관교육입니다. 참여자들에게 일상생활 속에서 환경을 오염시키고 자원을 낭비하는 등의 잘못된 습관이 있는지 되돌아볼 수 있는 기회를 제공하고 있습니다. 2015년 교육부 및 시도 교육청과 자유학기제 활성화를 위해 MOU를 체결하여, 환경 NGO 단체인 에코맘코리아와 함께 진행하고 있습니다. 2016년에는 서울, 인천, 충남, 대전 등 전국 60여 개 중학교 학생 12,000명을 대상으로 학교에 직접 찾아가 수업을 진행하였습니다.

### '빌려쓰는 지구스쿨' 효과성 분석 결과



\*2016년 5개 중학교 2000명 대상  
\*\*이화여대 교육공학과 강명희 교수팀 진행

### 9가지 세부 프로그램



### 소외지역 학생 대상 교육 확대

충남교육청과의 협업을 통해 충남 농어촌산지 중학교를 대상으로 2015년~2016년 공동교육과정을 진행하였습니다. 교육기회가 적은 작은 학교들을 연합해 4~8주간 1,500여명의 학생들을 찾아가 교육 기회를 제공하였습니다.

### 서울교육청 교사 직무연수 진행

자유학기제 선택프로그램에 대한 교사의 전문성 함양 및 지도 역량 강화를 위해 서울시교육청과 함께 30여명의 교사를 대상으로 직무연수를 진행하였습니다. 빌려쓰는 지구스쿨의 총 9과목을 연수 현장에 반영하여 습관에 관한 중요성과 진로에 대한 이해도를 넓히는 교육과정을 진행하였습니다.

### 임직원들의 진로 연계 멘토링

임직원들이 사전교육 이수 후 과목별 강사로 참여하여 학생들에게 친환경 습관의 동기를 부여하고, 미래 진로에 대한 멘토링을 통해 청소년의 미래를 설계할 수 있는 소통의 자리를 마련하였습니다.

글로벌 에코리더

2014년 UNEP, 환경부, 환경 NGO 단체인 에코맘코리아와 함께 시작한 '글로벌 에코리더'는 청소년 환경 리더 육성을 위한 프로그램으로, 청소년들에게 다양한 환경 지식과 경험을 제공하고 있습니다. 학생들의 작은 습관 변화에서부터 가정, 학교, 지역사회의 변화까지 유도하여 참여자들이 점차 글로벌 리더로 성장하도록 지원하고 있습니다. 2016년에는 초, 중, 고등 학생으로 이루어진 에코리더 370명과 에코멘토 27명이 함께 '자원순환'이라는 주제로 활동하였습니다. 학교와 마을에서 자원순환 실천을 위한 학습과 캠페인을 진행하며 지속가능한 사회를 위해 실천하고 지역 사회를 변화시키는 활동을 통해 글로벌 환경 리더로 성장해 나가는 기회를 제공하였습니다.



페리오 키즈 스쿨

'페리오 키즈 스쿨'은 어린이는 물론 유치원 교사, 학부모 등 일반인들에게까지 올바른 구강건강 상식을 전파하기 위한 LG생활건강의 사회공헌 활동입니다. 본 활동은 주 4~5회 실행되며, 연간 약 200개의 유치원 및 어린이집을 방문하고 있습니다. 2004년을 시작으로 2016년까지 총 2,407회 진행되었으며, 지난 13년간 199,072명을 대상으로 구강상식 전파 및 구강건강 교육을 진행하였습니다. 당사 소속의 치위생사가 해당 기관에 직접 찾아가 어린이들의 치아 위생교육, 올바른 양치 방법 지도 등을 통하여 아이들의 어릴적 올바른 습관 정착에 기여하고 있습니다.

양치모범유치원 선정

6월 9일 구강의 날을 기념하고, 양치환경이 우수한 교육기관을 지원하고자 매년 1개 기관을 양치모범유치원으로 선정하고 있습니다. 현재까지 9개 기관이 지정되었으며, 선정 기관에는 '양치 모범유치원' 현판을 수여하고 1년간 구강용품을 지원하며, 연 1회씩 10년 동안 구강보건교육 지원하고 있습니다.



글로벌 에코리더

자원, 재활용에 대한 환경 의식태도점수 변화



페리오 키즈 스쿨

양치모범유치원 — 은영유치원



김현주 원장 은영유치원

어린이를 위한 구강보건교육은 반드시 필요하다고 생각했지만 막상 어떤 방법으로 아이들에게 알려주어야 할지 늘 고민이었습니다. 그러던 중, 저의 고민을 해결해 줄 페리오 키즈 스쿨 선생님을 만났습니다. 시각적인 교육 매체를 이용하여 아이들이 이해하기 쉽도록 교육을 진행해주신 선생님 덕분에 매우 유익한 시간이 되었습니다. 교육을 마친 후 달라진 점이 있다면 식사 후 바르게 이를 닦는 아이들의 변화된 모습이며, 이를 통해 교육의 효과를 바로 느낄 수 있었습니다.



더페이스샵 희망고 지원 프로그램

더페이스샵 희망고 지원 프로그램

척박한 환경과 식량 부족으로 고통 받고 있는 아프리카 남수단 지역주민의 자립을 위하여 2011년 사단법인 희망고 재단과 함께 '더페이스샵 희망고 지원 프로그램'을 시작하였습니다. 주민들에게 식량과 소득원으로 활용할 수 있는 망고나무 묘목을 무료로 나누어 주었으며, 어른들의 직업 교육과 아이들의 학업 교육을 위한 복합교육문화센터인 '희망고 빌리지' 건립을 지원하였습니다. 희망고 빌리지에는 교육센터, 비즈니스센터 등이 있으며, 목공·건축, 영어, 재봉 등 5개의 수업과 9개의 반에서 130여 명의 주민들이 교육을 받고 있습니다. 또한 '희망고 유치원' 졸업 어린이들의 지속적인 교육 지원을 위하여 '희망고 초등학교'를 건립하였고, 2016년에는 240명의 어린이들이 교육의 기회를 제공받았습니다. 이외에도 더페이스샵 전국 매장에 '희망고 저금통'을 비치하여 고객들의 성금과 판매 수익금이 기금으로 활용될 수 있도록 하였습니다. 희망고 저금통을 통해 현재까지 총 12억 원 이상의 기금을 마련하였습니다.



더 히스토리 오브 후 문화재 지킴이

더 히스토리 오브 후 문화재 지킴이

LG생활건강은 '후-문화재지킴이' 사업을 후원함으로써 우리의 전통문화를 보존하고 그 가치를 발굴하는데 기여하고 있습니다. 2016년에는 창경궁 통명전 보존관리와 궁중문화축전, 궁궐야간개방, 궁궐천만 관객 돌파 기념 행사 등을 후원하였습니다. 또한 왕실여성문화의 가치를 공유하기 위한 '궁중 문화 캠페인'을 통해 미디어아트 '왕후, 세계를 거닐다' 전시회, 왕실여성문화 체험전, 왕후의 세계 사진전, 해금 특별공연 등의 문화향유 프로그램을 지원하였습니다. 이외에도 문화재청과 문화재지킴이 협약을 맺어, 전통문화와 문화유산을 지켜온 국가 무형문화재 보유자와 보유단체에게 화장품을 후원하고 있습니다.



코카콜라 어린이 그린 리더십

코카콜라 어린이 그린 리더십

2011년에 첫 선을 보인 환경재단과 함께 하는 '코카콜라 어린이 그린리더십 과정'은 습지 및 생태 현장 체험을 통해 어린이들이 습지 보존의 중요성을 배우고, 물의 소중함과 생명 존중 및 자연 보존에 대한 의식을 함양할 수 있는 기회를 제공하는 어린이 환경 교육 프로그램입니다. 2016년에는 고덕 수변생태공원, 송도 저어새섬, 서천 갯벌, 순천만에서 총 4회의 교육이 진행되었으며 이를 통해 약 160명의 그린리더가 양성되었습니다. 또한 현장참여도와 환경보호 에세이의 환경전문가 심사를 거쳐 최우수 그린리더 8명을 선발하여 홍콩 마이포습지 등을 탐사해보는 기회를 제공하였습니다.

# 04 Environment and Safety Management

## 환경안전경영

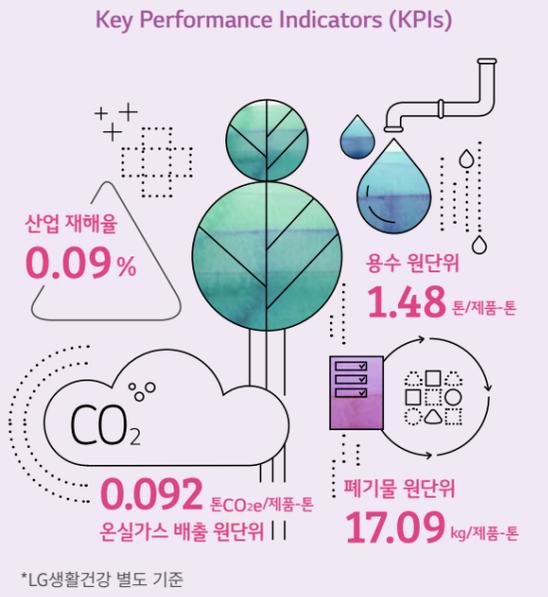


### CSR Background

전 세계적으로 환경 관련 이슈로 인한 피해가 현실화 되고 있으며, 기업은 환경영향을 최소화하고자 자발적으로 대응해야 합니다. 또한 사업장에서의 임직원을 비롯한 협력 회사 구성원의 안전에 대한 사회적 관심이 점차 높아짐에 따라 기업은 사회 구성원의 안전보건을 주요 이슈로 인식하고 철저히 관리해야 합니다.

### Our Commitment

LG생활건강은 환경안전경영 중장기 전략을 기반으로 매년 목표를 설정하여 온실가스 감축, 에너지 사용 절감, 수자원 관리 등 환경영향 저감을 위한 노력을 실천하고 있습니다. 또한 사업활동 전 과정에서 안전한 근무환경을 구축하고, 건강증진 프로그램을 통해 임직원의 육체적·정신적 건강을 증진하고자 합니다. 아울러 협력회사와의 안전보건 공생협력 프로그램 등을 통해 사업 가치사슬 전반에서의 사회적 책임을 다하고자 노력하고 있습니다.



### Performance Summary & 2017 Objectives

핵심관리이슈	2016년 성과	달성여부	핵심관리이슈	2017년 계획	목표시점
임직원 안전과 건강증진	건강진단 조기 실시 및 건강위험군 사후관리 강화	●	안전센서 정상화로 근본적 사고 차단	안전센서 정상 사용률 점검	연중
	안전문화지수 평가 및 안전문화 향상 활동 집중 전개	●	앗차사고 개선	앗차사고 발굴 및 개선율 관리 강화	연중
	환경안전사고 관리	●	산업재해 개선 (외주공사포함)	외주공사 모니터링 시스템 구축·운영	연중
전 과정 환경경영 최소화	ESH 평가수행 (환경안전 중장기목표 중점관리)	●	친환경인증제품 매출 확대	환경마크·저탄소제품 인증 확대	연중
화학물질 관리			환경영향최소화	온실가스 배출량 절감 용수 사용량 절감	연중 연중
	화학물질 관리시스템 구축	●	ISO인증 확대	ISO인증 유지율 확대	연중
			환경안전 리스크 감소	환경안전 법규 위반 제로화	연중

● 달성 ● 달성 혹은 진행 중 ○ 미달성

### 환경안전경영 체계

#### 환경안전경영 체계 수립

LG생활건강은 본사 총괄 조직인 HES팀과 사업장 단위의 환경안전 부서로 구분하여 관리하고 있습니다. HES팀은 내·외부적인 경영 환경 변화에 따른 요구사항을 반영하여 중장기적인 발전 방향을 수립하고 있으며, 전사 차원의 주기적인 이슈를 모니터링하고 사업장 별 기술 사항 혹은 애로사항을 지원하고 있습니다. 사업장 환경안전 부서는 각 사업장의 환경안전보건 활동을 책임지고 관련 이슈를 관리하고 있습니다. 또한 환경안전보건 활동의 실행력을 강화하기 위하여 환경안전 실무회의와 전사 환경안전위원회를 통해 사업장 별 이슈를 검토 및 논의하여 목표에 대한 성과를 달성하도록 지원하고 있습니다. 향후에도 환경안전보건 주요사항에 대한 의결과 실무추진상의 문제점 검토를 위해서 전사 환경안전위원회와 환경안전 실무회의를 지속적으로 개최하여 관리체계를 강화해 나갈 예정입니다.

### 환경안전경영 중장기 전략 및 로드맵 수립

LG생활건강은 환경안전보건 조직의 비전을 새롭게 수립하고 4대 전략방향을 실천하기 위한 중장기 전략을 수립하였습니다.

비전	고객신뢰의 기반이 되는 원칙을 바로 세우고, 철저히 준수하여 재해로부터 직원을 지키고, 환경을 지키고 회사 자산을 지켜 안전하고 건강한 근무 환경을 만드는 No.1 환경안전 전문가 조직
미션	· 사업활동 전 과정에서 환경친화적이며 안전한 근무환경을 구축하고, 임직원의 건강 증진 활동을 통해 회사의 지속적인 성장에 기여함 · 환경친화적 그린경영을 위한 최적 시스템을 운영하여 고객에게 차별화된 가치를 제공함
슬로건	우리가 지키면 곧 문화가 됩니다.
전략방향	무재해 고도화    그린경영 확대    ESH시스템 구축    화학물질 관리 강화

### 환경안전경영 중장기 로드맵

구분	중점 과제	달성 방안	2017	2018	2019	2020
무재해 고도화	안전센서 정상화로 근본적 사고 차단	안전센서 모니터링 시스템 구축·운영	정상사용률 점검 100%	시스템 구축	운영 안정화	시스템 고도화
		앗차사고 개선	리스크 감소 100%	리스크 감소 100%	리스크 감소 100%	리스크 감소 100%
		산업재해 개선 (외주공사포함)	13건	7건	1건	0건
그린경영 확대	환경영향최소화	친환경제품 확대	3,536억 원	3,713억 원	3,898억 원	4,093억 원
		온실가스 배출량 절감 (톤CO <sub>2</sub> /제품-톤)	0.069	0.064	0.060	0.055
		용수 사용량 절감 (용수사용 톤/제품-톤)	2.04	1.89	1.74	1.59
ESH시스템 구축	ISO인증 확대	ISO인증 유지율 (14개 사업장 기준)	75%	89%	100%	100%
화학물질관리 강화	환경안전 리스크 감소	환경안전 법규 위반 제로화	0건	0건	0건	0건

에너지 및 온실가스

에너지 사용량

LG생활건강은 ‘온실가스·에너지 목표관리 운영 등에 관한 지침’에 따라 에너지 사용량을 관리하고 있습니다. 2016년 에너지 사용량은 전년 대비 증가하였으며, 주요 데이터 변동 원인은 청주 사업장 화장품 제조시설 증설 및 생산량 증가, 천안화장품 물류센터 신설, 천안사업장 아세트·액당공정 신설 등입니다. 아울러 에너지 소비량이 많은 비탄산제품의 생산량 감소, 여주 및 광주 사업장 창고의 LED 전등 교체 등을 통하여 에너지 사용량 절감을 추진하고 있습니다.

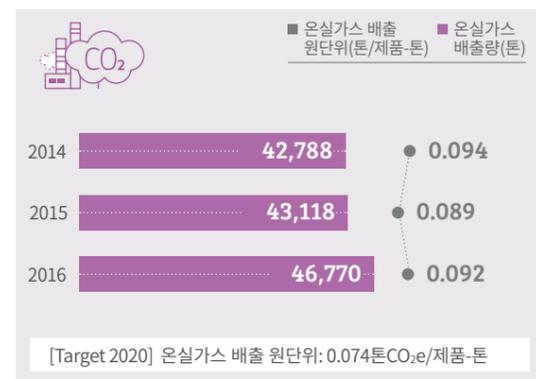
에너지 사용량 절감 사례

체계적인 기후변화 대응을 위하여 에너지 효율성 향상을 집중적으로 관리하고 있습니다. 사업장의 설비 개선, 노후 장비 교체 등 효율 개선을 위한 지속적인 투자를 통해 에너지를 효과적으로 절감하고 있습니다.

구분	절감량	감축량 (톤 CO <sub>2</sub> e)	투자금 (백만 원)	연간 절감액 (백만 원)
고효율 조명등(LED) 교체	전력 271 MWh	126	143	35
RGB LINE 냉매 배관 교체	전력 153 MWh	71	49	21
노후변압기 교체	전력 89 MWh	41	50	12
전공장 스팀트랩 정밀진단	LNG 17,740 Nm <sup>3</sup>	39	22	12
열교환기 교체	LNG 19,866 Nm <sup>3</sup>	44	53	19
소형보일러 설치	LNG 24,490 Nm <sup>3</sup>	54	167	13

온실가스 배출량

온실가스 배출량은 국내 배출권거래제 명세서 가이드라인을 바탕으로 산정하고 있습니다. LG생활건강 울산 사업장과 코카콜라음료 여주 사업장이 정부의 ‘온실가스·에너지 목표관리’ 대상으로 지정되어 있으며, 각 사업장에서는 온실가스 배출량 저감을 위한 다양한 활동을 추진하고 있습니다.



\*LG생활건강 별도 기준

용수

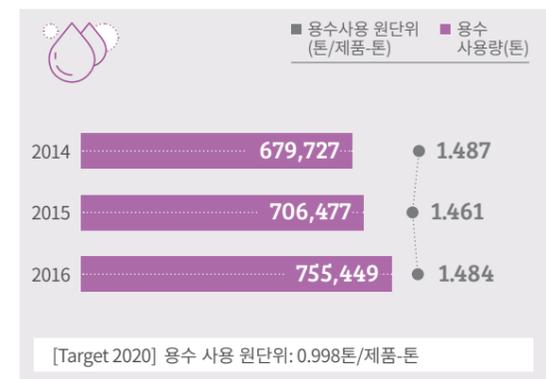
수자원 리스크 관리

전 세계적 이슈인 수자원 고갈에 대한 심각성을 인식하고, 사업장 별 수자원 리스크 대응을 위한 활동을 수행하고 있습니다. 코카콜라음료 및 해태htb는 음료를 제조하는 사업장을 대상으로 5년 주기로 원수 취약성 평가를 실시하고 글로벌 코카콜라가 자체 개발한 원수보호계획을 수립하여 물 사용 현황 및 관련 리스크를 관리하고 있습니다. 원수 취약성 평가를 통하여 원수에 대한 분석, 물의 품질, 정부의 정책 및 규정, 이해관계자 등을 평가하고 있으며, 이를 바탕으로 원수관리팀 구성, 원수취약성 관리, 이해관계자 관리 등을 포함한 원수보호계획을 수립하여 관리하고 있습니다. 또한 생산시설이 있는 사업장의 물리적 및 규제적 요건 등을 전반적으로 파악하기 위해 세계자연연구소가 제시하는 평가 방법을 활용하고 있습니다. 본 평가를 통해 물로 인한 사업의 연속성 및 물 부족의 영향을 조사하고, 사업장 운영 지역에서의 홍수, 가뭄으로 인한 취수 제한 등을 식별하고 있습니다.

취수원	전년 대비 취수량 변화		
	LG생활건강	코카콜라음료	해태htb
지표수	7% ↓	52% ↓	-
지하수	16% ↓	3% ↓	24% ↑
상수도	36% ↑	16% ↑	61% ↑
전체	11% ↑	1% ↓	42% ↑

용수 사용량

용수 사용량은 국내 주요 사업장의 수도요금 고지서 혹은 유량계를 기준으로 산정하고 있습니다. 2016년 용수 사용량은 전년 대비 증가하였으며, 증가의 주된 요인은 생산제품 군의 다양화와 품질 향상을 위한 공정 변경입니다. 청주사업장은 기저귀 생산 공정을 샴푸 및 바다 제품 생산 공정으로 변경으로 증가하였으며 천안사업장은 아세트생산 공정, 액당 생산 공정 신설로 인한 용수 사용량이 많아졌습니다. 또한 여주사업장은 생산공정 품질 향상을 위해 용수관리기준을 강화하여 세척 등으로 인한 사용량이 증가하였습니다.



\*LG생활건강 별도 기준

폐수

오·폐수 관리

배출된 폐수와 오염물질의 처리효율을 향상시키기 위해 지속적인 투자를 진행하고 있습니다. 청주사업장은 부유물질 등 수질 오염물질의 제거 효율을 증가시키기 위해 미세기포 발생장치를 설치하여 처리효율이 기존대비 2% 증가하였으며, 고효율 설비를 통한 전력사용량 절감 및 소음 감소 효과로 안전하고 건강한 근무환경을 조성하였습니다. 여주사업장은 혐기성 소화조를 설치하여 오염물질 배출을 저감하고 있습니다. 또한 혐기 소화를 통해 발생한 폐가스는 열회수 시스템을 통해 열 에너지를 회수하여 에너지 절감에 활용하고 있습니다.

방류지	전년 대비 방류량 변화		
	LG생활건강	코카콜라음료	해태htb
지표수	-	11% ↓	70% ↑
지자체·산업폐수 처리시설	4% ↑	67% ↑	2% ↓
전체	4% ↑	3% ↑	64% ↑

폐수 배출량

사업장에서 배출되는 오·폐수를 자체처리시설 또는 외부처리시설에서 철저히 처리하여 수질오염을 방지하고 있습니다. 2016년의 폐수 배출량은 다양한 원인으로 인하여 전년 대비 증가하였습니다. 청주사업장은 구강용품 펌핑차익 생산량이 증가하였으며, 기저귀 생산공정의 처리방법을 위탁에서 자체 처리로 변경하여 폐수발생량이 증가하였습니다. 또한 울산사업장의 경우 글리세린 공정의 원료변경, 여주사업장의 경우 비탄산제품 생산 공정의 품질향상을 위한 공정 변경, 천안사업장의 경우 아세트 생산공정 및 액당 생산 공정 신설 등으로 인하여 폐수 배출량이 증가하였습니다.



\*LG생활건강 별도 기준

폐기물

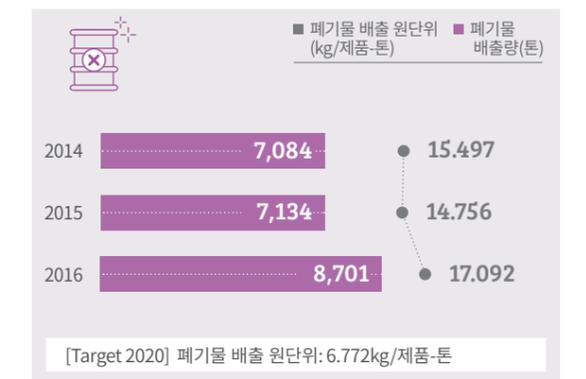
폐기물 관리

사업장에서 발생하는 폐기물을 저감하기 위해 제품설계단계부터 포장재 감량화를 추진하고 생산단계에서의 불량률 관리를 통해 지속적으로 배출량을 관리하고 있습니다. 발생된 폐기물은 소각이나 매립이 아닌 재활용, 자원화 등 폐기물이 아닌 자원으로 적극 활용하여 재활용율을 향상시키고 있습니다. 대표적으로 여주 공장은 폐수처리시설의 혐기성 소화조를 설치하여 주요 폐기물인 슬러지 발생량을 전년대비 9.3% 감축하였습니다.



폐기물 배출량

폐기물 배출량을 줄이기 위해 다양한 활동을 추진하고 있으며, 폐기물 보관 시 유출로 인한 주변지역 오염을 방지하기 위해 노력하고 있습니다. 청주사업장의 제품검사용 샘플제품 및 장기 재고물량의 폐기로 일시적인 폐기물 증가가 발생하였고, 천안사업장의 아세트 생산공정 및 액당 생산공정의 신설과 울산사업장의 글리세린 생산공정의 안전성 향상을 위한 폐기물 처리방법 변경 등으로 2016년 폐기물 배출량은 전년대비 증가하였습니다.



\*LG생활건강 별도 기준

산업안전보건

환경안전 무재해 관리

무재해는 사업장에서 사건이나 사고가 발생하더라도 단 한 명의 산업재해 피해자가 발생하지 않도록 관리함으로써 달성할 수 있습니다. 이는 사업장 특성과 규모에 따라 환경안전법규 및 국제 기준 이상의 엄격한 내부 기준을 적용해야 함을 의미합니다. LG 생활건강은 무재해 달성을 위하여 중점 과제를 설정하고, 월, 분기, 반기별로 모니터링하며 목표 달성을 위해 관리하고 있습니다. 매년 시스템, 기계, 전기, 공정, 소방, 환경 등 6개 분야별로 내·외부 전문가에 의해 리스크를 파악하고, 미흡사항을 적극적으로 개선하고 있습니다. 2014년부터 2016년까지 개선건수는 2,400건이며, 투자금액은 127억에 달합니다. 매년 실시된 내·외부 전문가 진단으로 화재 및 누출 위험시설, 노후문제 해결, 보일러 방폭 등 강화된 기준을 충족하였으며, 비상사태 대응능력 향상 등의 긍정적 효과가 있었습니다.

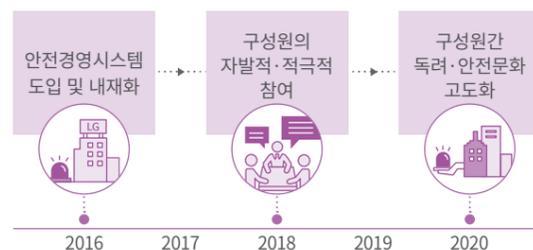
공사안전 무재해 관리

외주공사 수행 시 관련 부서간 공사 인원, 장비, 물질 등의 정보 공유가 미흡할 경우 사고발생 가능성이 높아집니다. 이에 대응하고자 LG생활건강은 사업장 출입문 보안실, 발주부서, 환경안전팀이 긴밀하게 협력하도록 비상연락체계를 운영하고 있습니다. 이를 통하여 공사계획 공유, 정문 보안실 출입통제 강화, 작업 전 안전사항 체크, 작업 중 안전사항 점검 등의 공사안전관리 사항을 철저히 준수하고 있으며, 화재 및 위험기계기구 넘어짐 등의 중대사고를 사전에 예방하고 있습니다.

안전문화 확산 활동

기계설비 등 하드웨어에 대한 위험상태 진단, 위험한 작업 행동에 대한 주의 등 사업장에서의 안전문화가 무재해 달성에 크게 기여함을 인식하고 안전문화 확산을 위한 활동을 추진하고 있습니다. 안전인식, 참여, 책임과 역할, 실행, 커뮤니케이션 등 4개 분야 27개 항목에 대해 조사한 결과 안전문화 수준은 '안전경영시스템 도입 및 내재화 수준'으로 확인되었습니다. 이를 바탕으로 임직원의 안전 인식 개선, 책임과 역할 설정, 안전과 건강증진 프로그램 추진, 커뮤니케이션 향상 등을 수행하였으며, 2018년까지 구성원의 자발적·적극적 참여가 이루어지도록 활동을 지속적으로 추진할 계획입니다.

안전문화 확산 로드맵



앗차사고 발생 예방

앗차사고 발생 예방을 위하여 현장중심의 직원참여형 개선제도를 지속적으로 추진하고 있습니다. 모든 법인 및 사업장을 대상으로 앗차사고 발생예방 개선안을 관리하고 있으며, 결과를 팀과 개인 업적평가에 반영하여 위험한 행동과 상황이 보다 많이 발굴될 수 있도록 노력하고 있습니다. 앞으로 직원이 자발적으로 참여하는 안전문화 형성을 주도하고, 위험에 대한 감수성 향상 교육·훈련으로 연결시켜 시너지를 낼 수 있도록 안전문화를 강화해 나가겠습니다.

스트레스 예방 프로그램

스트레스에 대한 사회적 관심이 증가하고 직원들의 요구가 확대됨에 따라 LG생활건강은 회사 차원에서 스트레스 예방을 위한 프로그램을 운영하고 있습니다. 고객과 직접 소통하는 판매 사원과 매니저를 대상으로 전문 심리상담사가 진행하는 직무 스트레스 예방 강좌(2시간·8회)와 몸과 마음의 힐링 프로그램(2일·3회)을 통해 정신적 질병을 예방하고 있습니다. 2017년에는 시범적으로 2개 사업장을 지정하여 심리케어센터를 운영하고, 사내 교육센터 내 정규강좌를 개설하여 스트레스 예방 프로그램을 확대할 계획입니다. 이를 통해 임직원이 긍정적인 생각으로 건강하고 활기찬 삶을 영위할 수 있도록 지원하겠습니다.

건강증진 프로그램

금주·금연, 건강상담 등을 비롯하여 평소에 접하기 어려운 운동, 식사 등에 대한 건강증진 프로그램을 진행하고 있습니다. 신체활동 부족과 고나트륨 음식 섭취 등 잘못된 생활습관으로부터 오는 건강불균형을 바로잡고 건강한 근무환경을 조성할 수 있도록 교육하고 있습니다. 프로그램에서는 보행측정을 실시하여 올바른 걷기 방법을 알리고, 저염식 요리법과 중요성에 대한 교육을 진행하였습니다.



건강증진 프로그램



스트레스 예방 프로그램

협력회사 산업안전보건 관련 활동

협력회사와의 산업재해 예방에 대한 공감대를 바탕으로 한 자체적인 안전보건 관리 노력은 사업장 내 산업재해 예방에 필수적 요소입니다. LG생활건강은 협력회사의 위험성 평가 및 기술 지원, 작업에 맞는 안전보호구 선정 및 지급, 유해 위험요인 개선에 필요한 인적·물적 지원 등을 실시하여 안전한 근무환경을 조성할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한 매월 실시하는 공생협력단 회의를 통하여 협력회사의 자율안전보건 관리능력 향상을 위한 시의적절하고 효과적인 지원을 지속해 나갈 계획입니다.

비상대응

비상사태대응 체계 구축

2016년 연구, 생산, 물류부문의 화재, 화재폭발, 누출사고 등, 사고별 중대성을 구분하고 시간대별 대응 능력 강화를 위한 비상사태대응 매뉴얼을 보강하였습니다. 사고조치팀, 복구지원팀 등 비상대응 팀별로 시간대별 핵심사항을 매뉴얼로 작성하여 업무누락을 방지하였으며, 관공서, 전문병원 등 외부 비상연락체계를 갖추어 비상조치 능력을 강화하였습니다. 또한 국내 전체 사업장을 전국 7개 권역으로 나누어 권역별로 책임사업장이 전문 기술 및 업무지원을 하여 비상상황 대처능력이 향상될 수 있도록 하였습니다. 예방에 모든 노력을 기울임과 동시에 만에 하나 있을지도 모를 비상사태에 체계적으로 대응하여 피해를 최소화하고 신속한 정상 복구를 이행하고자 합니다.

화학물질 누출진압 합동훈련

화학물질 취급에 대한 안전의식을 높이고 비상사태발생시 인명 및 재산 보호를 위해 LG생활건강은 관공서와 연계한 비상대응훈련을 실시하고 있습니다. 특히 광주사업장에서는 광주소방본부 119특수구조대와 함께 화학물질 회수 합동훈련을 실시하였습니다. 폐수처리장의 황산탱크에 황산 주입 시 배관 누출 시나리오를 설정하여 사고현장 통제, 화학물질 펜스 설치 및 흡착포로 물질 회수, 중화제 살포, 지정폐기물의 별도 처리 훈련을 실시하였습니다. 향후에도 지속적인 관심을 가지고 훈련을 실시할 예정입니다.

친환경 물류 및 물류센터

물류부문에서는 최근 물류·유통 트렌드 및 환경변화에 따라 온라인 채널 등 성장세가 높은 채널 및 제품군에 대한 물류대응력 제고를 위해 노력하고 있습니다. 그러한 측면으로, 물류거점의 통합운영 및 수배송 효율화 활동을 지속적으로 전개하여 환경부하를 줄이고 친환경물류체계를 강화해 나가고 있습니다. 미래 물류거점인 청주 테크노폴리스 통합물류센터 및 여주 신속창고의 프로세스 설계단계 뿐만 아니라, 에너지절약을 위한 고효율LED등 도입, 매연이 발생하지 않는 전동지게차 사용 등 환경친화적 물류센터를 구축하기 위해 역량을 집중하고 있습니다.

안전성을 고려한 물류

당사 천안사업장에 베비언스 제품 전용창고를 확장·이전하여 온도관리 및 방제시설을 완비하였습니다. 또한 보관에서 유통단계까지 제품특성에 맞춘 관리기준을 적용하여 고품질 물류관리를 시행하고 있습니다. 음료부문에서는 물류환경 개선 및 제품보호활동의 일환으로 2016년 'Back to the basic' 캠페인을 집중 전개하여 제품관리, 물류센터 시설관리, 안전수칙 준수활동 등을 통해 제품안전성 향상을 위한 체계를 강화해 나가고 있습니다.

물류비 절감 활동

물류거점 통합, 수배송 효율화 등의 물류합리화 활동을 전개하여 물류경쟁력을 확보하고 있습니다. 더불어, 물류거점 통합시너지 및 운송경로 단축 등을 통하여 환경부하를 감소시킴으로써 친환경 물류체계를 강화해 나가고 있습니다.

(단위: 억 원)

구분	절감액
물류거점 통합 운영	9.3
수송경로 단축	5.2
배송효율성 증대	16.5
합계	31.0



화학물질 누출진압 합동훈련

# 05 Win-Win Growth 동반성장



## CSR Background

최근 기업과 협력회사의 관계는 단순한 거래 관계를 목적으로 하는 것을 넘어, 재무·비재무 등 분야를 초월한 입체적 지원을 바탕으로 하는 미래지향적 동반성장의 형태로 변화하고 있습니다. 기업은 이러한 역할을 다하기 위해 협력회사의 경영 안정화를 위한 지원부터 CSR 내재화 까지 폭넓은 활동을 추진해야 합니다.

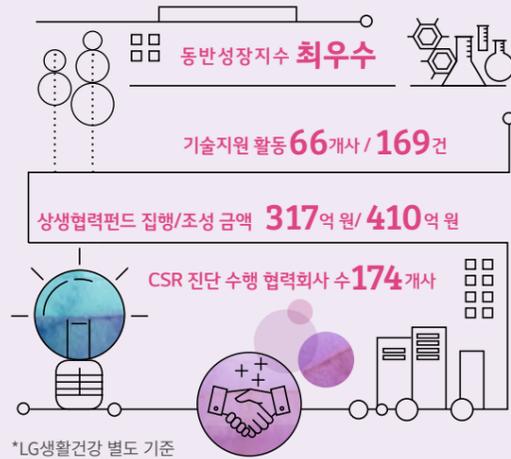
## Our Commitment

중소기업 협력회사의 애로점 해결을 위해 자금지원, 판로 확대, 기술인력지원 등 분야에서 단계적으로 도입한 개별 지원제도가 점차 체계화되어 성숙기에 이르렀습니다. 동반성장은 LG생활건강의 성장을 위한 가장 중요한 전략의 하나라서, 앞으로 협력회사의 선진화된 경영시스템 도입과 스마트팩토리 인프라 구축지원 등 다음세대를 함께 준비하는 파트너로서의 역할을 다하도록 노력하겠습니다.

## Performance Summary & 2017 Objectives

핵심관리이슈	2016년 성과	달성여부	2017년 계획	목표시점
열린소통	최고경영자 아카데미 연 2회 실시	●	최고경영자 아카데미 연 2회 실시	3월, 11월
	동반성장 심의위원회 연 4회 실시	●	동반성장 심의위원회 분기별 실시	분기별
	구매부문장 등 협력회사 방문 월 6회	●	구매부문장 등 협력회사 방문 월 6회	월 6회
	경쟁력 강화 워크샵 연 2회 실시	●	경쟁력 강화 워크샵 연 2회 실시	2월, 10월
매출확대	원부자재, 환율 연동 조정	●	원부자재, 환율 연동 조정	매달
	협력회사 구매액 1% 이상 확대	●	협력회사 구매액 1% 이상 확대	연중
기술·인력 지원	기술지원활동 66개사 169건	●	기술지원활동 180건 (경영시스템 인증, 스마트팩토리 포함)	연중
	자금 지원	하도급대금 결제비율 현금 100%	●	하도급대금 결제비율 현금 100% 유지
공정한 기회	상생협력펀드 410억 원 조성	●	상생협력펀드 410억 원 조성	연중
	주요 협력회사 CSR진단율 100%	●	주요 협력회사 CSR진단율 100%	연중
	주요 협력회사 구매진단율 100%	●	주요 협력회사 구매진단율 100%	연중

## Key Performance Indicators (KPIs)



\*LG생활건강 별도 기준

● 달성 ●달성 혹은 진행 중 ○미달성

## 동반성장 비전 및 전략체계

LG생활건강은 보다 장기적인 시각에서 협력회사와 함께 지속 가능한 성장을 이루기 위하여 비전 체계도를 수립하였습니다. 6대 추진 분야와 4대 전략과제를 바탕으로 'Win win growth, happy together'의 슬로건과 '국내 최고의 동반성장 선도기업'의 비전을 달성하고자 노력하고 있습니다. 대표적으로 2016년에는 125개의 중소기업을 동반성장 육성 대상 협력회사로 선정하여 경영, 품질 및 환경, 안전·보건 등의 관리시스템 수준 향상을 위한 컨설팅 지원을 추진해 나가고 있습니다.

비전·슬로건  
국내 최고의 동반성장 선도기업  
'Win win growth, happy together'

## 4대 전략과제

성과공유 모델 확산  
· 성과공유제도 활용 채널 확산  
· 동반성장 투자재원을 통한 직접투자 확대  
· 중소기업 적합업종 합의를 준수

공급망 경쟁력 강화  
· 협력회사 CSR점 및 컨설팅을 통한 법규 준수 지원  
· 생산성 강화 컨설팅 지원/이러닝 교육시스템 지원  
· 판로개척 활동 전개

상생결제시스템 전환  
· 상생결제 시스템 확대 운영(1, 2차 협력회사)  
· 하도급 대금 현금 지급  
· 상생협력펀드 활용도 제고

커뮤니케이션 강화  
· CPS를 통한 투명한 커뮤니케이션 채널 운영  
· 위원회, 간담회 확대 운영  
· 협력회사 사외이사회 활동 지원  
· 홍보채널 활용(언론, 사보)

## 추진 분야



## 열린소통

### 적극적 동반성장 소통

공정거래 문화 위에 끈끈한 파트너십이 뿌리 내릴 수 있도록 꾸준한 노력을 기울이고 있습니다. 그 일환으로 주요 하도급거래 이슈와 동반성장 제도 입안 등 핵심 의사결정에 대하여 협력회사와의 사전 소통을 위해 협력회사 동반성장심의위원회, 최고경영자 Academy, 경쟁력강화워크샵을 정기적으로 운영하고 있습니다.

구분	개최	운영내용	구성현황
동반성장 심의위원회	연 4회	하도급·동반성장 이슈 심의	사외인사 2명, 협력회사 대표 5인, LG내부심의위원 3인
최고경영자 Academy	연 2회	구매정책 공유, 경영 노하우 교육, 의견 수렴	협력회사 대표 125인
경쟁력강화 워크샵	연 2회	구매정책 공유, 협업 모델 개발, 시장 트렌드 분석	협력회사 임직원 125인

## 매출확대 지원

### 성과공유제 확산

협력회사와 협업과제의 투명한 관리를 위해 성과공유제를 도입, 운영하고 있습니다. 협력회사와 공동목표 설정, 공동노력 수행, 성과 배분 방법을 협의하고 사전에 계약으로 체결하고 있습니다. 2016년에는 25건, 누계 57건의 과제를 수행하였으며, 지난해 본 제도를 통해 11개 협력회사의 매출이 약 180억 원 증가하는 성과가 있었습니다. 관련 진행사항은 대중소기업 농어업 협력재단의 성과공유제 종합관리시스템에 등록하여 관리하고 있습니다.

## 국내판로 - 기술제안전시회

우수한 신기술 아이디어를 구매담당자가 아닌 마케팅, 영업, R&D 등 분야별 담당자에게 직접 소개할 수 있는 전시회를 정기적으로 운영하고 있습니다. 이는 모든 기업에게 열린 오픈 플랫폼으로 소정의 심사를 통해 출품 가능여부가 결정되며, 채택된 품목에 대해서는 제품 출시에 필요한 비용이 무상으로 제공되는 동시에 단독 공급권한이 부여됩니다. 2016년에는 총 6회의 기술 제안전시회를 개최하였고, 총 29개 협력회사에서 44.1억 원의 신규매출이 발생하였습니다.

## 해외판로 - 글로벌 박람회 참가 지원

국내의 포화된 시장을 벗어나 해외진출을 유도하는 한편, 현장감 있는 글로벌 화장품 시장 트렌드를 경험하는 등 실질적인 수출의 교두보로써 중소기업 협력회사의 글로벌 뷰티 박람회 참가를 지원하고 있습니다. 특히 2016년에는 총 3회의 박람회에 25개 중소기업의 참가를 지원하여 약 2.4억 원의 수출거래가 발생하는 등 최근 2년간 18억 원의 신규 해외매출이 발생하였습니다.

기술·인력 지원

경영시스템 인증 컨설팅 지원

협력회사의 품질, 환경 등 관리체계를 선진화 하고 전문가 육성을 위하여 우수화장품 제조 및 품질관리 기준(CGMP; Cosmetic Good Manufacturing Practice) 인증취득을 지원해 왔습니다. 2017년부터는 화장품 품질(ISO22716), 환경경영(ISO14001), 안전보건(OSHAS18001)의 인증취득을 준비하는 5개 회사를 대상으로 내·외부전문가 컨설팅과 인증심사비용 전액을 지원하고 있습니다.

생산성 향상 기술인력 자문 지원

협력회사의 경쟁력 강화를 위해 중소기업 환경에 최적화된 생산성 향상 컨설팅 지원사업을 운영하고 있습니다. 2014년부터 매년 10~13개의 1차 및 2, 3차 중소기업 협력회사에 대하여 업계 저명인사와 LG생활건강의 전문가가 컨설팅에 자문역할로 참가하여 있습니다.

공동특허·기술자료임치 운영

협력회사와의 협업개발 사업을 진행하는 경우, 중소기업의 고유 기술을 보호하는 차원에서 기술자료임치제도를 적극 활용하고 있습니다. 또한, 개발과정에서 도출되는 기술자료는 기여도에 따라 공동특허 출원을 원칙으로 정하고 있습니다. 최근에는 충북 창조경제혁신센터를 통해 중소기업을 대상으로 LG생활건강이 보유하고 있는 특허를 공개하였습니다.

항목	지원내용
디자인 설계지원	설계감리, 공동개발, 시험금형 등 106건
성과공유 활동	협업과제의 공정한 성과관리 25건
공생협력 활동	사업장 환경안전보건 관리 등 7건
생산성향상 컨설팅	제조혁신, 경영혁신 자문지원 13건
기술보호프로그램	기술자료임치지원 등 12개사 18건

금융지원

하도급 대금 지급 개선

하도급 거래선의 자금운용 여건개선을 위하여 2016년 10월 부터는 월 3회 마감 후 10일 이내에 현금을 지급하는 방식으로 결제주기를 단축하여 운영하고 있습니다. 또한, 매년 명절, 경기 불황 등의 이슈가 있는 경우에도 하도급 대금지급을 추가로 단축하여 지급함으로써 중소기업 경영난 발생을 미연에 방지하는 등 협력회사를 기업활동의 파트너로서 배려하고 있습니다.

상생결제시스템 운용

거래 대금 결제와 관련해서는 1차 협력회사부터 그 상위 공급망인 2차, 3차 및 4차 협력회사가 부담한 처우를 받지 않도록 하기 위해 상생결제시스템을 도입하여 확대해 나가고 있습니다. 상생결제시스템은 상환청구권이 없어 중소기업의 담보설정 부담 및 연쇄부도 위험이 없으며, 어음할인 등 활용 시 금융비용이 절감되는 이점이 있습니다. 2016년에는 1차 거래 협력회사 394개사에 대하여 4,072억 원의 상생결제가 이루어졌으며, 2차, 3차 거래 협력회사 대상으로도 74억 원 상당의 상생결제를 하였습니다.

자금지원 제도

협력회사의 기술개발, 공정투자 등을 지원하고자 금융기관을 통한 자금대출제도인 상생협력펀드를 운용하고 있습니다. 또한 직접 무이자로 대출해주는 자금지원 활동도 진행하고 있으며, 이 외에도 동반성장투자자재원을 동반성장 전문기관인 대중소기업협력재단에 출연하여 협력회사의 투자이슈를 직접 지원하고 있습니다.

자금지원제도	2016년 실적	비고
LG상생협력펀드	316.7억 원	유상 대출
무이자직접자금대출	7.1억 원	무상 대출
동반성장투자자재원	5.5억 원	무상 지원

협력회사 CSR 평가 및 관리

협력회사 CSR 평가 실행

LG생활건강은 60여 개의 CSR분야 체크리스트를 도입하여 협력회사의 지속가능경영수준을 평가하고 있습니다. 핵심 협력회사 기준을 연간 구매금액 2억 원 이상으로 정하고 선정된 협력회사는 연 1회의 현장평가를 포함한 종합평가를 진행하고 있습니다. 현장평가는 지배구조, 환경·에너지, 안전·보건, 정도경영, 노동·인권, 고객, 지역사회 분야로 구성되어 있으며, 컨설팅 자문을 병행하고 있습니다. 중소기업이 준수하고 관리해야 하는 항목을 모니터링 함으로써 공급망의 잠재적 리스크를 선제적으로 관리하는 것이 평가의 주 목적입니다.

협력회사 CSR 평가 사후조치

협력회사 CSR 평가결과가 포함되는 협력회사 종합평가 결과에 따라 협력회사를 A, B, C, D, 4개 등급으로 구분하여 관리하고 있습니다. A, B 등급의 우수협력회사는 각종 동반성장 제도 지원대상 선정 시 우대하는 인센티브를 부여하며, C, D 등급으로 판정된 협력회사에는 사안에 따라 개선요청서 또는 경고장을 발송하며 약 1년의 유예기간을 두어 개선이 안 될 경우 거래 중단을 검토할 수 있도록 운영하고 있습니다.



\*LG생활건강 별도 기준(기준 협력회사 대상)

공정한 기회 제공

평등한 참여기회와 공정한 입찰 프로세스 운영

협력회사 선정에 있어 투명하고 공정한 관리를 위해 구매포털시스템을 통해 선정 기준과 절차를 공개하고 있으며 공정한 평가 절차에 따라 선정되도록 관리하고 있습니다. 입찰 절차의 투명한 관리를 위해 100% 전자입찰로 운영하며, 입찰공지를 통해 상세 내용에 대하여 사전 합의를 엄격히 지키도록 하고, 입찰 개시부터 종료 전까지는 누구도 열람할 수 없도록 관리하고 있습니다.

동반성장 제안 채널·불공정정보 포상제도

협력회사의 제안·제보 채널을 상시 운영함으로써, 거래 중에 발생할 수 있는 단순불만, 협력제안, 불공정사례 등의 의견을 접수하고 있습니다. 이와 함께 구매포털시스템 내 '열린마당'을 통해 업무관행 개선 및 동반성장 협력제안을 받고 있습니다.

복리후생 지원

임직원 자녀 여름캠프 운영

협력회사 임직원에 대해서는 매월 사이버 무상교육을 지원하고 있습니다. 또한, 임직원의 자녀에 대해서는 LG생활건강이 주관하는 '빌려쓰는 지구 여름캠프'에 참가를 지원하고 있으며, 이는 방학기간을 활용해 청소년의 친환경 생활습관을 기르는 과정입니다.

일과 삶의 균형

지원협력회사 임직원의 일과 삶의 균형을 위해 스포츠 관람을 지원하고 있으며, '독서통신'을 통해 무상으로 도서를 제공하고 있습니다. 2016년에는 협력회사 혁신경진대회를 통하여 입상한 기업에는 휴게시설 확대에 필요한 비용지원 방식으로 기업별 특화된 복지 제도를 갖추도록 유도하고 있습니다.

**2차 이하 협력회사 동반성장 지원제도**

**자금지원**

상생협력펀드 110억 원 및 무이자 직접자금대출 11억 원 가량을 2차 협력회사에 우선 배려규모를 정하여 지원하고 있습니다.

**협력회사 동반성장심의위원회 참여**

하도급 거래 및 동반성장 관련 주요 이슈를 심의하는 협력회사 대표자 회의체에서 총 5개 임원사 중 2개사가 2차 협력회사입니다.

**생산성향상 컨설팅 지원**

산업혁신운동을 통해 매년 3~4개사를 대상으로, 제조 환경개선부터 품질 및 생산성 향상과 관련한 설비투자 등, 다양한 지원을 하고 있습니다.

충북지역 경제 활성화를 위한 노력

LG생활건강은 충북 창조경제 사업의 일환인 K-Beauty Global을 위하여 충북 소재 화장품 업체와 관련학과의 우수인재를 지원하고 있습니다. 2016년 30억 원을 출연해 '충북 창조경제 지원재단'을 설립하였으며, 화장품 중소기업에 대한 신기술 지원, 판매·유통 구축 및 인재육성으로 지역 상생협력 촉진에 기여하고 있습니다.

핵심 사업	사업명	세부 내용	주요 성과
신기술 발굴	신기술 제안회	지역 중소기업체를 대상으로 신기술 제안회를 개최하여 신기술 발굴 및 신제품 개발을 추진	· 114개 지역 기업 대상 홍보 · 13개 업체 22건 기술 접수
	신기술제안 데스크	기술 컨설팅을 통해 제품완성도를 높이는 상시 지원 프로그램	· 신개념 마스크 시트 기술 지원
신기술 사업화	공동연구·기술제공	발굴 기술의 공동연구 또는 신기술 제공으로 제품화 추진	· 11개 효능평가 지원 (8개사) · 당사 브랜드 제품화 검토 및 추진
	설비자금·유통지원	발굴기술의 제품 개발에 필요한 비용 및 유통 지원	· 2.7억 설비투자 지원 (3개사) · 로드샵 입점 지원 (1개사)
장학사업	성적우수 장학금	지역 대학교 화장품 관련학과와 우수한 학생 선발	· 성적우수 장학생 46명
	재능특기 장학금	화장품 아이디어 공모전을 통해 우수인재 발굴	· 재능특기 장학생 28명 · 총 7,400만 원 장학금 지원
	고용디딤돌	지역 대학교 화장품 관련학과 학생을 대상으로 직무교육과 실습위주의 직업훈련으로 취업기회 제공	· 장학생 데이터 베이스 관리

# Governance

지배구조 GOVERNANCE

리스크 관리 RISK MANAGEMENT

정도경영 JEONG-DO MANAGEMENT

이해관계자 참여 STAKEHOLDER ENGAGEMENT

중대성 평가 MATERIALITY TEST

56

69

## 지배구조

### 이사회 현황

LG생활건강은 최고 의사결정기구인 이사회를 투명성을 확보하고 견제와 균형을 기반으로 한 경영 활동을 수행하기 위하여 이사회를 운영하고 있습니다. 이사회는 각 분야의 전문가인 사내이사 2인, 기타비상무이사 1인, 사외이사 4인으로 구성되어 있습니다. 사외이사는 독립성 요건을 바탕으로 회사의 주요 의사결정에 관하여 지속가능경영 관점에서 전문 의견을 제공하며, 회사의 성과에 대한 평가와 검토를 수행하고 있습니다. 이사회는 연간 운영계획에 따라 정기적으로 개최되며, 긴급한 의사결정이 필요한 경우 임시 이사회를 소집하고 있습니다. 또한 이사회 의결 시 이해관계의 충돌 방지를 위하여 상법 및 이사회 규정에 따라 특정 안건에 대해 이해관계가 있는 경우 의결권을 제한하고 있습니다. 2016년에는 총 7회의 이사회를 개최하였으며, 사외이사의 출석률은 93%입니다.

### 이사회 구성원

구분	성명	주요 경력	성별	역할
사내이사	차석용	LG생활건강 CEO 부회장	남	이사회 의장
	허 성	LG생활건강 CFO 부사장	남	이사
기타비상무이사	김주형	LG경제연구원 원장	남	사외이사 후보추천위원장
사외이사	황이석	서울대학교 경영대학 교수	남	감사위원장
	한상린	한양대학교 경영대학 교수	남	감사위원
	표인수	법무법인 태평양 변호사	남	사외이사 후보추천위원, 감사위원
	함재봉	아산정책연구원 원장	남	사외이사 후보추천위원, 이사

### 이사회 개최 현황

연도	개최 횟수	사외이사 출석률	주요 의결사항
2014년	8회	90.6%	- 사외이사후보추천위원회 규정제정 및 사추위 설치 - (주)씨엔피코스메틱스 지분인수 - 준법통제체제 유효성 평가 보고
2015년	8회	87.5%	- (주)퓨처 합병 승인 - LG사이언스파크 R&D센터 신축 시설투자 승인 - 중장기 경영전략 승인
2016년	7회	93%	- 대표이사 재선임 승인 - 리치(Reach) 자산인수 승인 - 마크로젠과의 합작회사 설립 보고

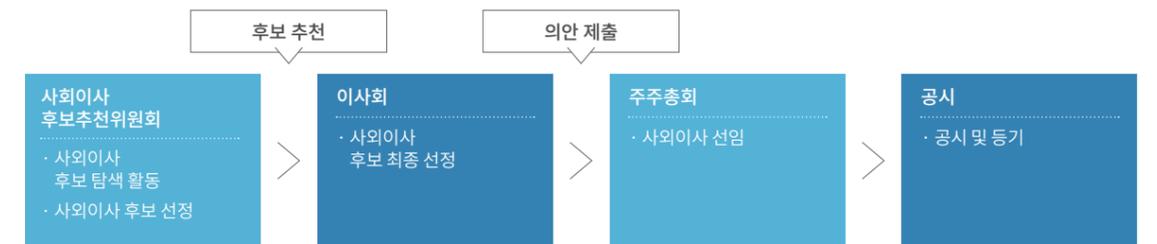
### 이사 및 감사위원 보수 산정 기준

이사의 보수는 주주총회에서 승인한 이사보수한도 내에서 정한 기본연봉과 조직의 경영성과에 연동된 성과급을 종합하여 지급되고 있습니다. 성과급은 임원보수 규정 중 특별 상여금규정에 따라 성과평가를 기준으로 이사회에서 결정합니다. 전년도 회사의 재무성과와 중장기 기대사항에 대한 이행, 리더십, 기여도 등을 평가하여 일정 범위 내에서 지급하고 있습니다. 사외이사 및 감사위원의 보수는 이사보수한도 내에서 이사회 승인 한도에 집행하고 있습니다.

### 사외이사 후보추천위원회

LG생활건강은 상법에서 정의한 사외이사의 독립성을 확보하기 위하여 사외이사의 결격사유를 철저히 준수하고 있습니다. 사외이사 후보추천위원회는 이사회 산하 위원회로 사외이사 선정 시 성별, 인종, 출신국가 등 특별한 제한조건 없이 경제·환경·사회 각 분야의 전문성을 고려하여 사외이사를 추천하고, 이사회에서 최종후보를 결정하여 주주총회를 통해 최종 결의로 선임됩니다. 위원회는 전체 3명의 위원 중 사외이사가 과반수 이상으로 구성되어 있습니다.

### 사외이사 선임 프로세스



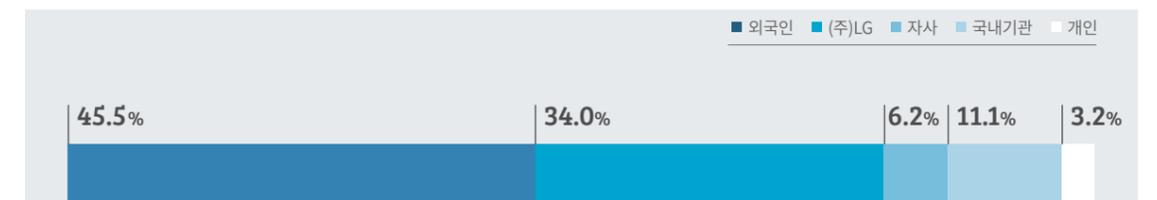
### 이사회 독립성 보장을 위한 사외이사 임명 제한 요건

- 회사의 상무에 종사하는 이사·집행임원 및 피용자 또는 최근 2년 이내 회사의 상무에 종사한 이사·감사·집행임원 및 피용자
- 최대주주 본인, 배우자 및 직계 존속·비속
- 최대주주가 법인인 경우, 법인의 이사·감사·집행임원 및 피용자
- 이사·감사·집행임원의 배우자 및 직계 존속·비속
- 회사의 모회사 또는 자회사의 이사·감사·집행임원 및 피용자
- 회사와 거래관계 등 중요한 이해관계에 있는 법인의 이사·감사·집행임원 및 피용자
- 회사의 이사·집행임원 및 피용자가 이사·집행임원으로 있는 다른 회사의 이사·감사·집행임원 및 피용자

### 감사위원회

LG생활건강은 상법, 자본시장 및 금융투자업에 관한 법률에 따라 감사위원회를 운영하고 있습니다. 감사위원회는 관련 규정에 근거하여 사외이사 3인으로 구성되어 있으며, 독립적인 위치에서 내부감사계획을 수립하여 회계감사 업무를 수행하고 있습니다. 감사위원회는 필요에 따라 이사회에 영업 보고를 요구하거나 회사의 재산 현황 조사를 통한 감사 업무를 진행할 수 있으며, 회사의 비용으로 전문가의 자문을 요청할 수 있습니다. 감사위원회는 2014년 5회, 2015년 5회, 2016년 5회 개최되었습니다.

### 주주 현황

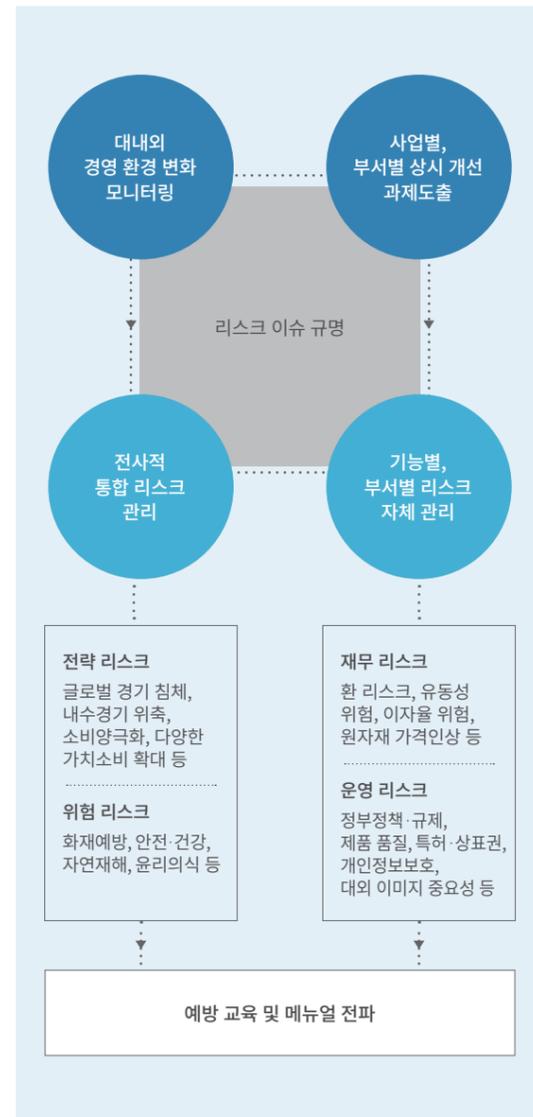


## 리스크 관리

### 통합 리스크 관리체계

LG생활건강은 사업 전 과정에서 발생할 수 있는 잠재적 리스크에 대한 예방 및 관리를 위하여 통합 리스크 관리체계를 운영하고 있습니다. 관리 프로세스를 통해 리스크를 전략·재무·운영·위험 측면으로 분류하고, 각 리스크의 특성에 따라 전사적 리스크 관리부서 또는 담당부서가 전담하여 모니터링 및 대응 활동을 이행하고 있습니다.

### 통합 리스크 관리 프로세스



### 컴플라이언스 협의회

LG생활건강은 컴플라이언스 이슈에 대해 전사 차원에서 효율적으로 대응하고자 컴플라이언스 협의회를 연 4회 운영하고 있습니다. 컴플라이언스 협의회에서는 컴플라이언스 리스크 점검의 주요 사항 및 현안 이슈들을 공유하고, 개선활동에 대한 방향성을 협의하는 등의 실질적인 대응활동을 논의하고 있습니다. 최고재무책임자(CFO)를 위원장으로 사업혁신총괄, 대외협력, 정도경영 부문장 등이 협의회에 참여하여 다양한 분야의 이슈에 대한 리스크를 관리하고 있습니다.

### 컴플라이언스 협의회 조직도



### 컴플라이언스 리스크

글로벌 기업뿐 아니라 국내 기업에서의 컴플라이언스 관련 이슈는 매년 증가하고 있으며, 기업에 주는 영향의 심각성 또한 증대되고 있습니다. 국가별 규제 및 처벌 수위가 강화되면서 관련 리스크에 대한 관리 비용도 점차 증가하고 있습니다. LG생활건강은 컴플라이언스 리스크 관리 소홀로 인한 경제적, 경영적 측면의 피해를 최소화 하기 위해 컴플라이언스 리스크에 대한 예방 및 사전관리 활동을 매년 시행하고 있습니다.

### 컴플라이언스 리스크 점검 활동

LG생활건강은 전사적으로 중요한 컴플라이언스 리스크를 파악하고, 각 리스크에 대한 현장 점검을 진행하고 있습니다. 2016년 인사노무 분야에서는 사내하도급에 대해 점검하였으며, 개인정보보호 분야에서는 2015년에 점검한 영업현장에 대한 리스크를 재점검하였습니다. 환경안전 분야에서는 대형폭발이나 가스 누출 사고 등이 발생할 수 있는 상황을 사전에 예방하기 위하여 주요 5개 공장을 점검하였습니다. 리스크 점검 활동은 준법통제체제 유효성 평가라는 주제로 매년 이사회에 보고하고 있습니다. 향후 점검활동을 다른 분야 및 해외로 확대하고 리스크 개선 및 예방 활동을 지속적으로 전개할 예정입니다. 또한 교육 등을 통하여 컴플라이언스 준수의 조직문화를 만들어 가고 있습니다.

### 컴플라이언스 리스크 점검 내역

구분	대상	점검내역
인사노무	각 사업장 내 하도급 업체	사내하도급 개선이행 재점검 및 추가 점검
개인정보	본사, 판촉협력 업체, 매장	개인정보 수집·이용·파기 실태 재점검
환경안전	주요 5개 사업장	주요 공장 환경분야 및 안전 점검

### 컴플라이언스 뉴스레터 발행

LG생활건강은 청탁금지법, 영업비밀 침해 예방, 기술자료 유용 예방 등 최근 이슈가 되고 있는 컴플라이언스 주제들을 컴플라이언스 뉴스레터로 발행하였습니다. 뉴스레터는 임직원들이 실제 업무 시 위반할 수 있는 법적 리스크에 대한 정보를 포함하고 있습니다.

### 청탁금지법 교육 실시

LG생활건강은 2016년 '부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률(청탁금지법)'이 시행됨에 따라 본사, 공장 및 각 사업장의 임직원을 대상으로 교육을 실시하였습니다. 입법취지, 적용대상, 부정청탁 및 금품 등 수수 금지와 관련된 전반적인 내용의 교육을 진행하고, 주요 내용을 뉴스레터, 사보, 사내 포털 등에 제공하여 임직원이 자발적으로 청탁금지법을 준수할 수 있도록 하였습니다.

### 내부 법무 시스템 운영(GLAS<sup>1)</sup>)

LG생활건강은 사업 전반에 걸쳐 발생하는 각종 법률 문제를 보다 체계적이고 효율적으로 관리하기 위하여 내부 법무 시스템을 도입하였습니다. 법무 시스템은 해외사업 확대를 통한 글로벌 역량 강화라는 회사의 목표에 따라 다국어 지원 및 해외법인의 통합 관리가 가능하도록 설계되었습니다. 계약서 검토, 각종 법률 자문, 국내의 소송 수행·관리, 공탁사건 관리 등 법무시스템을 통하여 회사의 경영 전반에 관한 법률 및 컴플라이언스 리스크를 철저히 관리하고 있습니다. 2017년에는 중국법인의 법무시스템을 시작하였고 향후 대만, 일본, 베트남 뿐 아니라 미주 지역 등으로 확대하여 체계적인 법률 서비스를 제공할 수 있도록 할 계획입니다.

1) GLAS: Global Legal Affairs System

### 내부회계관리제도

LG생활건강은 2006년부터 기업 운영의 투명성과 정보의 신뢰성을 확보하고 업무의 건전성을 제고하기 위해 철저한 내부회계관리 제도를 운영하고 있습니다. '주식회사의 외부감사에 관한 법률' 및 내부회계관리제도 모범 기준에 부합하도록 총 14개의 통제구조와 135개의 통제활동이 설계되어 있으며, 구매, 생산, 매출, 재무보고 등 전사에 걸친 통제평가가 수행되고 있습니다. 2016년에는 ERP를 도입한 코카콜라음료와 해태htb의 내부 통제평가 프로세스를 일원화하여 법인간 내부통제평가 절차의 통일성이 증대되었습니다.

### 해외법인 내부통제평가

국내 상장회사에 대한 '주식회사의 외부감사에 관한 법률적용' 적용에 있어서 연결재무제표의 신뢰성을 높이기 위해 북경, 항주, 베트남, 대만 총 4개의 해외법인에 대한 내부통제평가를 추가로 수행하였습니다. 2016년에는 해외법인 내부통제활동 점검의 기준이 될 가이드북을 작성하여 11개 법인에 배포하였으며, 싱가포르 및 베트남 법인을 선정하여 현장방문 점검을 수행하였습니다.

### 내부회계관리제도 평가 결과

LG생활건강은 당사의 모든 평가 대상 통제가 설계된 대로 운영되고 있음을 확인하였습니다. 외부감사인(EY한영) 또한 2016년 12월 31일 현재 회사의 내부회계관리제도가 효과적이라는 의견을 표명하였습니다. 또한 한국상장사협의회와 한국공인회계사회가 개최한 제17회 감사대상에서 지난 1년간 모범적이고 효율적인 감사활동을 전개한 법인과 개인을 대상으로 엄격한 평가와 심사를 한 결과, LG생활건강이 수상기업으로 선정되었습니다.

**공정거래 리스크**

LG생활건강은 시장에서의 공정한 거래 활동을 위해 철저한 내부 리스크 예방 활동을 진행하고 있습니다. 또한, 제품 정보에 대해서도 투명하게 공개하고 윤리적 관점에서 더욱 엄격하게 검토하여 신뢰도 향상에도 기여하고 있습니다.

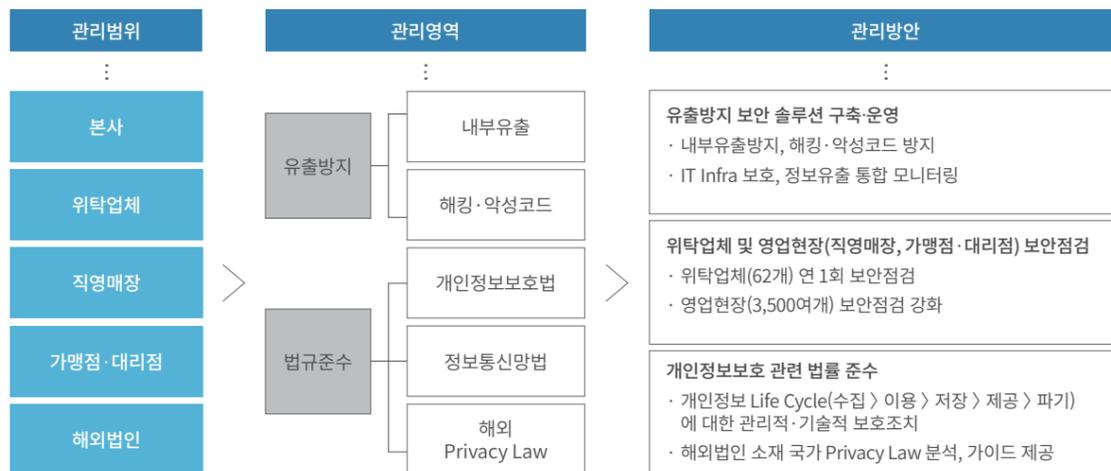
**공정거래 자율준수 프로그램 운영**

관련 법규 준수 및 공정한 경쟁을 위해 공정거래 이슈 및 담합, 영업부문 거래 행태, 하도급 거래 등의 점검 분야를 설정하고 마케팅, 영업, 구매 부문을 대상으로 연 1회 이상의 내부점검을 전개하고 있습니다. 2016년에는 협력회사와의 동반성장, 상생경영의 가치를 실현하기 위하여 ‘당사와 협력회사간에 주고받는 기술 자료에 대한 분석, 관리지침 마련, 교육 등’을 통해 협력회사와의 거래 중에 발생할 수 있는 기술탈취 행위를 미연에 방지하기 위한 노력을 하였으며, 기술자료 관리매뉴얼을 작성하여 배포하였습니다.

**공정한 제품 정보 제공**

LG생활건강은 고객이 제품을 언제나 믿고 구매할 수 있도록 스스로의 약속인 표시광고 윤리선언문을 2016년에 제정하였습니다. 표시광고 윤리선언문은 제품과 광고에 제공되는 다양한 정보의 신뢰성과 투명성을 높이기 위해 법적 기준에서 더 나아가 LG생활건강만의 엄격한 내부 기준을 적용한 한 단계 발전된 형태의 선언문입니다. 또한 제품 표시광고 점검시스템을 통해 연구소, 품질보증, 상품관리, 규제검토 부서 간의 상호협의를 거쳐 승인된 내용에 대해서만 제품 표시 및 광고에 사용하고 있습니다.

**개인정보 관리 체계**



**개인정보보호 리스크**

고객의 개인정보보호는 고객과의 신뢰를 유지하는 필수 조건입니다. LG생활건강은 고객의 개인정보보호를 정보유출 방지와 법규준수로 구분하여 관리하고 있습니다.

**개인정보보호 시스템 강화**

개인정보의 내부 유출, 해킹 및 악성코드 예방을 위해 개인정보 보호 시스템을 구축하여 운영하고 있습니다. 2016년에는 서버 및 데이터베이스에 대한 접근제어를 구축·증설하여 개인정보에 대한 접근 통제를 강화하고 개인정보 이용 로그 모니터링 시스템을 구축하여 고객 개인정보의 이용 현황을 모니터링 하였습니다. 2017년에는 보안사고 조사 강화, 유출경로 통제 강화 및 해킹 차단을 위하여 4개의 시스템을 구축·개선 할 예정입니다.

**고객 개인정보 관리 개선 및 범위 확대**

LG생활건강은 고객 개인정보 유출을 원천적으로 줄이기 위해 불필요 개인정보 파일 삭제 등의 영업현장에서 준수해야 할 보안점검 항목을 수립하여 3,500여 개의 직영매장 및 가맹점·대리점에 적용하였습니다. 2017년에는 최소한의 개인정보 수집을 위해 회원 가입 단계에서 본인 인증을 폐지하고, 위탁업체 보안 관리 시스템 적용 및 영업현장 보안 솔루션 구축을 통해 사업 전반에서의 개인정보 관리를 시스템화 할 예정입니다. 또한 현재의 관리범위를 해외법인까지 확대하여 보다 책임 있는 개인정보 관리를 추진할 계획입니다.

**조세 정책**

고객과 거래 시 세법을 준수하고 각종 납세의무를 성실히 이행하는 것은 국가를 위한 기업의 사회적 책임 활동입니다. LG생활건강은 세금 신고와 납부에 대한 업무를 담당자 별로 역할과 책임을 명확히 규정하고 있습니다. 세법 해석이 불명확한 경우에는 회계법인 등 외부의 조세 전문가의 자문으로 최적의 대응방안을 도출하고 있습니다. 또한 국내를 비롯하여 사업을 영위하는 해외 현지의 법률에서 요구하는 납세의무를 성실히 이행하고 있습니다.

**납세 내역 공개**

LG생활건강은 법인세 관련 정보를 금융감독원 전자공시시스템에 공시되는 감사보고서를 통해 공개하고 있습니다. 감사보고서상 재무제표 및 주식사항에서는 법인세비용 산출 기준, 이연법인세자산 및 부채, 법인세비용 구성내역 및 세율 등의 정보를 확인할 수 있습니다.

**공제감면제도 활용**

LG생활건강은 국내 세법이 허용하는 각종 공제감면제도를 적극적으로 활용하고 있습니다. 또한 연결납세제도를 통해 법인세를 신고하고 있으며, 연결납세대상에 포함되는 자회사는 더페이스샵, 해태htb, 퓨처, 밝은누리입니다. LG생활건강은 공제감면 및 연결납세제도를 통해 법률이 허용하는 한도 내에서 세금 부담을 최소화하고 주주 가치를 극대화하기 위해 노력하고 있습니다.

**해외 납세 의무 이행**

LG생활건강은 해외법인과외 국제간 거래에 대해서 국내 세법 및 이전가격 가이드라인에 부합하는 합리적인 이전가격 정책을 수립하여 실행하고 있습니다. 또한 다국적기업의 조세회피 방지를 위한 ‘국가간 소득이전을 통한 세원잠식(BEPS, Base Erosion and Profit Shifting)’ 협정에 따라 2016 사업연도부터 국제거래정보 통합보고서 제출의무를 성실히 이행하고 있습니다. 미국, 중국, 일본, 대만, 베트남 등에 지점 또는 현지법인을 보유하고 있으며 해당 국가의 세법에 따른 법인세 등의 납세의무 및 해당 국가의 과세당국이 요구하는 각종 자료의 제출의무에 대하여 본사 차원의 지원을 통해 성실히 이행하고 있습니다.

**잠재적 리스크**

LG생활건강은 기업의 경영 환경에서 새롭게 부각되는 리스크에 대하여 전략적 대응을 추진함으로써 기업의 잠재적 리스크를 기회로 전환하고자 노력하고 있습니다.

**제품 내 유해물질 검출**

구분	내용
설명	제품에서의 유해물질 검출로 인한 소비자 안전에 영향을 주는 리스크
사업 영향	· 소비자 불신으로 인한 기업 및 제품 브랜드 이미지 손상 · 소비자의 집단소송 및 불매운동 등으로 인한 기업 활동 위축
대응 활동	· 사업 전 과정에서의 제품 안전관리 프로세스 구축을 통한 유해물질 사용을 배제 · 소비자안심센터 조직 구성을 통한 전사 차원의 체계적인 모니터링 및 예방 활동 실시

**협력회사 기술자료 유용**

구분	내용
설명	경제적 가치가 있는 기술자료를 회사 또는 제 3자에게 유용하여 발생하는 리스크
사업 영향	· 공정거래에 위배되는 행위로 인한 법적 제재 조치 · 우수한 기술을 가진 협력회사와의 장기적 협력관계 위축
대응 활동	· 컴플라이언스 뉴스레터를 통한 임직원 인식 확산 교육 실시 · 공동특허·기술자료임치 운영을 통한 협업개발 사업에 대한 기술 보호

**임직원 청탁금지법 위반**

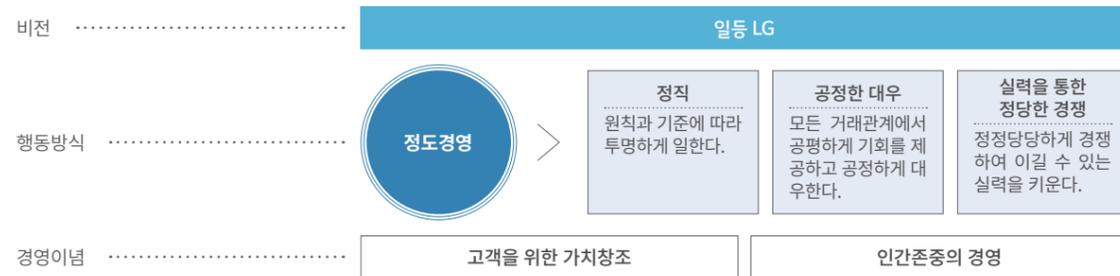
구분	내용
설명	부정청탁, 금품 제공 등의 행위로 법률을 위반하는 리스크
사업 영향	· 청탁금지법을 위반으로 인한 법적 제재 조치 · 부정한 방법으로 사업을 전개함으로써 인한 기업 이미지 손상
대응 활동	· 뉴스레터, 사보, 사내 포털 등을 통해 청탁금지법 관련 정보를 제공하여 임직원 교육 실시

## 정도경영



### 정도경영 체계

LG생활건강은 윤리경영을 기반으로 실력을 배양해 정당당당하게 승부하는 LG만의 행동방식인 정도경영을 꾸준히 실천하고 있습니다. 임직원들의 체계적인 정도경영 실천을 위해 전담조직인 정도경영 부문을 운영하고 있으며, 시장선도 기업으로서 지속가능 기업이 되기 위하여 '정직', '공정한 대우', '실력을 통한 정당한 경쟁'을 바탕으로 국내·외 임직원들의 정도경영 문화수준을 높이고, 사업 리스크 예방을 위한 꾸준한 활동을 하고 있습니다.



### 전사적 정도경영 확산 활동

#### 교육-홍보를 통한 정도경영 문화 전파 활동

정도경영 내재화를 위해 적극적인 교육 활동을 수행하고 있습니다. LG생활건강은 매년 부문장 이상 리더들이 주관하여 산하 직원들에게 정도경영 교육을 실시하고 있습니다. 2016년에는 화장품 사업부에 대한 집중적인 교육 진행, 5개국의 해외법인 현지 직원 대상 교육 12차수 실시 등을 통하여 실질적인 정도경영 내재화 활동을 수행하였습니다. 또한, 정도경영을 성숙한 조직문화로 정착시키기 위하여 정도경영 홍보레터를 배포하여 정도경영 가치를 공유하고 임직원들의 윤리의식 향상을 도모하고 있습니다.

#### 정도경영 교육 현황<sup>1)</sup>

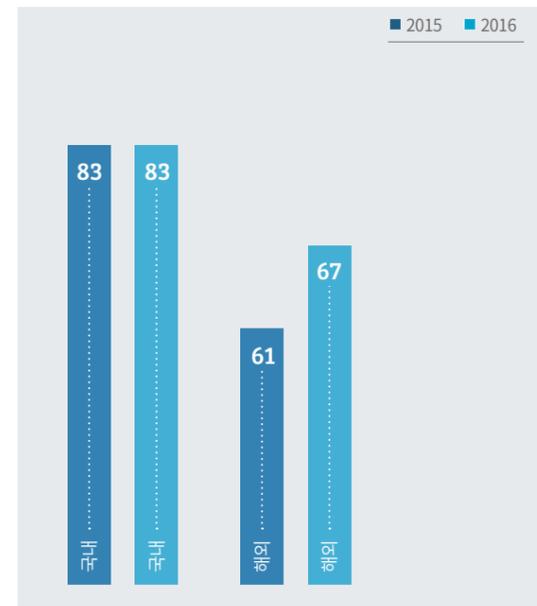
교육 대상	인원	회차
<b>임직원 교육</b>		
각 부문별 리더주관 정도경영 교육 - 전직원 대상	전체	-
1등 품격 정도경영 교육 - 팀장급 이상	208명	2회
면세사업부 BC직군 - 전직원 대상	375명	11회
백화점·면세점·영업사원 대상	100명	2회
백화점·면세점·신입 판매사원 대상	162명	4회
더페이스샵 - 영업사원 대상	86명	2회
음료사업부 - 영업직군 대상	158명	5회
<b>해외법인 교육 (사무직군 대상)</b>		
베트남	180명	3회
싱가폴	47명	2회
캐나다	47명	3회
미국	24명	2회
대만	66명	2회
<b>협력회사 대상 교육</b>		
협력회사 대표 대상	127명	1회
협력회사 영업담당 대상	153명	12회

1) 정도경영 교육은 임직원 및 해외법인 교육의 경우 대상자 100% 수행

### 정도경영 인식 수준 점검

LG생활건강은 임직원의 정도경영에 대한 인식 수준 점검과 부족한 부분에 대한 개선 방안을 도출하기 위해 임직원을 대상으로 정도경영 설문을 매년 실시하고 있습니다. 설문 결과, 해외법인의 정도경영 설문지수가 전년대비 상승하였고, 이를 통해 정도경영에 대한 해외 법인 임직원들의 인식 수준이 향상되고 있음을 확인할 수 있었습니다.

#### 국내, 해외 서베이 지수 변화



### 정도경영 평가제도 해외 법인 확대 도입

LG생활건강은 각 조직의 정도경영 활동을 지표화하여 평가할 수 있는 정도경영 평가제도를 운영하고 있습니다. 2016년부터는 국내법인 전체 임원 및 부문장 뿐만 아니라 해외법인 현지 채용 리더들에게도 확대 적용하였습니다.

### 해외법인 윤리사무국 운영 활성화

해외 사업 확대에 따라 해외법인에서 자발적으로 정도경영 활동을 수행할 수 있는 기반을 제공하기 위해 7개 해외 법인 정도경영 담당자 워크숍을 진행하였습니다. 글로벌 사업 환경을 고려한 각 사업장별 정도경영 이슈에 대해 의견을 수렴하고, 국내외 이슈 사항 공유 및 담당자 정도경영 교육을 실시 하였으며 총 7개국의 해외 담당자 8명이 참석하였습니다. 2017년에도 해외법인 정도경영 문화 확립을 위하여 부문 윤리사무국 담당자와의 지속적인 소통을 통해 정도경영 문화 정착 활동을 지속해 나갈 것입니다.

### 사이버 신문고

LG윤리규범에 위배되는 불공정 행위를 신고 할 수 있는 사이버 신문고를 운영하고 있습니다. 접수된 제보는 사전 및 현장 조사를 통해 사실여부를 확인하고, 부정행위가 확인 된 건에 대해서는 징계, 업무 프로세스 개선, 정도경영 교육 등의 사후 조치를 취해 투명하고 공정한 조직문화를 정착시키고 있습니다. 이와 더불어 부정행위 신고 활성화를 위한 신고 포상제도와 내부 신고자 보호를 강화하고 본인에 대한 사안을 자진하여 신고할 경우 정상 참작해 주는 내부신고 활성화 제도를 시행하여 부정행위 척결에 노력하고 있습니다.

### 사이버 신문고 제보 처리 현황



\*2016년 중징계 66명, 경징계 60명 (자회사 포함)

### 부정비리 신고 포상제도

부정비리 신고 포상제도는 사업의 투명성과 책임성을 더욱 강화하고 고객가치를 훼손하는 부정비리 행위를 근절하기 위한 제도입니다. 포상 심의위원회를 개최하여 부정비리 행위 신고자에게 포상금을 지급하고 있습니다.

### 내부신고활성제도

내부 신고 활성화 제도는 투명하고 공정한 정도경영 문화를 더욱 확고히 하고, 작은 사건들이 큰 사고로 발전하는 것을 미연에 방지하기 위한 제도입니다. 본인에 대한 사안을 자진하여 신고할 경우 정상 참작, 징계 수위조절 및 신고자 보호 강화를 통해 내부 신고 활성화를 위해 노력하고 있습니다.

### 사업 리스크 예방 및 경쟁력 강화 지원

#### 국내 사업 정도경영 경쟁력 강화 지원

LG생활건강은 기존 사업 뿐만 아니라 신규 사업에 대한 정도경영 경쟁력 강화를 위해 노력하고 있습니다. 기존 사업의 경우, 영업 채널 중 높은 성장성과 수익성이 기대되는 온라인채널의 사업 경쟁력을 높이기 위해 웹디자인, 콜센터, 대리점 등 협력업체의 정도경영 경쟁력 확보방안을 제안하였습니다. 또한 각 사업부에 분산되어 있던 온라인 영업조직의 시너지 발휘를 위해 온라인채널 통합조직운동을 제안하였습니다. 신규 사업의 경우, 인수합병을 통해 자회사로 편입된 제니스에 대해 경영진단을 실시하였습니다. 이를 통해 도출된 시너지를 낼 수 있는 영역은 개선하고, 내부역량이 미흡한 영역에 대해서는 LG생활건강과의 업무 공유 회를 통해 역량을 향상할 수 있도록 지원하였습니다.

#### 해외사업 리스크 예방을 위한 지원체계 구축

LG생활건강은 해외사업에서 발생할 수 있는 정도경영 리스크를 사전에 예방하고자 노력하고 있습니다. 2016년에는 법무부문과 협업하여 해외법인의 컴플라이언스 리스크를 점검하고, 확인된 이슈를 즉각적으로 개선하였습니다. 또한 해외법인의 영역별 관리 사각지대가 발생하지 않도록 분사 관련부문의 업무에 해외지원 업무를 필수항목으로 지정하였습니다. 2017년에는 CFO부문과 협업하여 해외법인의 주요 리스크에 대한 상시 모니터링 체계를 구축해 나갈 예정입니다.

## 이해관계자 참여

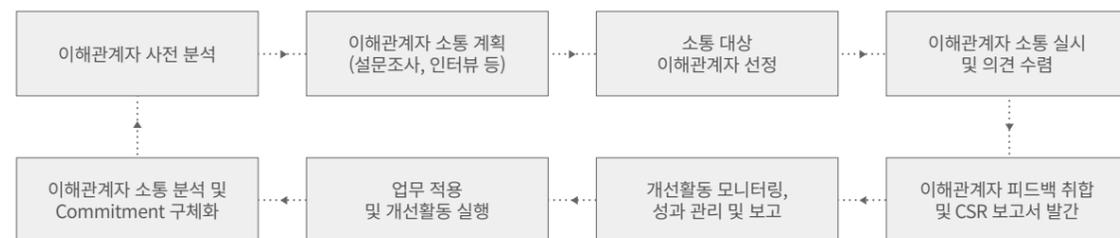
### 이해관계자 참여

LG생활건강은 다양한 이해관계자의 의견을 청취하고 이를 CSR 활동에 적극적으로 반영하고 있습니다. 더 나아가 이해관계자 참여를 활성화하고 CSR 중장기 비전을 달성하기 위하여 이해관계자 참여 프로세스를 바탕으로 잠재적인 이슈를 확인하고 있습니다. 또한 정기적으로 각 이해관계자별 기대 및 요구사항을 파악하고, 이를 경영 활동에 반영할 수 있도록 이해관계자 참여 채널을 운영하고 있습니다.

### 이해관계자 참여 채널

고객	커뮤니케이션 채널	빈도	협력회사	커뮤니케이션 채널	빈도
<p>주요활동: 상품 및 서비스에 대한 피드백 조사</p>	회사 및 브랜드 웹사이트	수시	<p>주요활동: 협력회사와의 상생을 위한 동반성장 추진</p>	통합구매 포털	수시
	CS 포털, VOC, 콜센터	수시		정도경영 채널	수시
	고객불만 접수 및 피드백	수시		협력회사 동반성장심의위원회	연 4회
	소비자 모니터	월 3회		협력회사 최고경영자 아카데미	연 2회
	주부 모니터	연 8회		협력회사 기술지원	수시
	브랜드 인지도 및 만족도 조사	연 6회		협력회사 CSR 설문조사	연 1회
	고객 CSR 설문조사	연 1회		대리점주 간담회	연 1회
<p>주요활동: 회사 경영 전략 및 실행에 대한 의견 조사</p>	인트라넷 및 고충처리 프로그램	수시	<p>주요활동: 지역사회 발전을 위한 의사결정 과정 참여</p>	전문가 패널 간담회	연 2회
	아이디어 혁신 i-30	수시		지역 협의회	연 2회
	사보	연 6회		사회공헌 프로그램	연 1회
	Company Meeting	분기 1회		지역사회 CSR 설문조사	연 1회
	노경협의회, 사원협의체	분기 1회		대민 및 대관 업무	비정기
	산업안전위원회	분기 1회		프레스 런칭 행사	비정기
	계층별 간담회	반기 1회			
임직원 만족도 조사	연 1회				
임직원 CSR 설문조사	연 1회				
<p>주요활동: 회사 경영 전략 및 실행에 대한 의견 조사</p>	IR 사이트	수시	<p>주요활동: 정부 정책과 관련된 의사결정 과정에 참여</p>	대한산업안전협회	월 1회
	IR Roadshow	연 2회		재활용협회	분기 1회
	주주총회	연 1회		아시아 탄소발자국 국제세미나	연 1회
	영업보고서	연 1회		소방안전협회	연 1회
	컨퍼런스	비정기		한국산업환경기술원	비정기
			정부 과제 및 컨퍼런스	비정기	
<p>주요활동: 사업과 관련된 전략적 의사결정 과정 참여</p>					

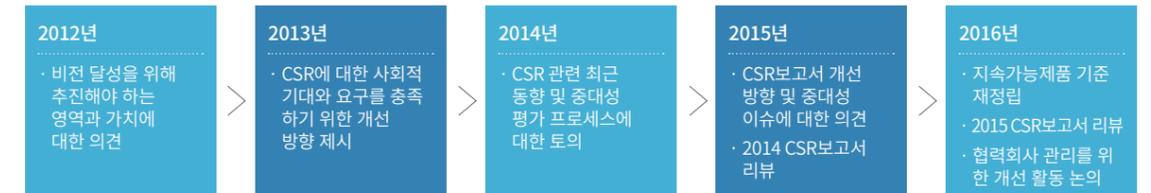
### 이해관계자 참여 프로세스



### 패널 간담회

LG생활건강은 분야별 전문가들의 기대사항을 확인하고 이를 CSR 활동에 반영하고자 패널 간담회를 개최하고 있습니다. 2016년부터 연3회 다양한 CSR 관련 주제를 선정하여 패널 간담회를 운영하였으며 2017년 3월에 실시한 패널 간담회에서는 2016년에 이어서 '지속가능제품 기준 재정립'을 주제로 논의를 진행하였습니다. 앞으로도 전문가를 포함한 이해관계자의 다양한 의견을 적극적으로 청취하여 CSR 활동을 발전시켜 나가겠습니다.

### 패널 간담회 연혁



### 2017년 1차 패널 간담회

LG생활건강은 '지속가능제품 기준 재정립'에 대한 전문가의 의견을 수렴하기 위하여 2017년 3월 1차 패널 간담회를 개최하였습니다. 지속가능제품에 대한 전문성을 갖춘 학계, 시민단체, 평가기관, 컨설팅사 등 다양한 분야의 패널이 참석하였으며, LG생활건강의 '지속가능제품 기준'이 사회적 요구에 부합하여 재정립될 수 있도록 의견을 개진하였습니다. 이를 통해 지속가능제품의 명칭 변경 및 기준 수립 등 다양한 검토가 진행되었습니다.

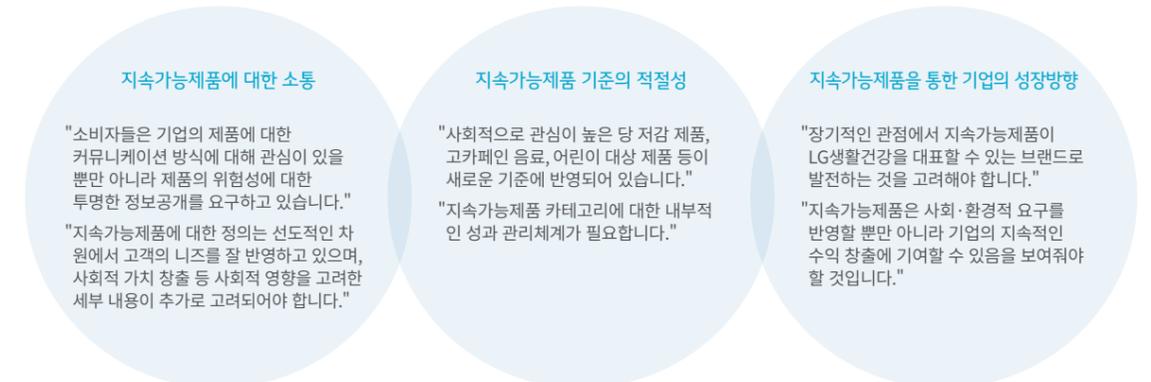
### 참석자

LG생활건강 대외협력 부문 박헌영 상무

### 패널



### 주요 의견



## 중대성 평가

LG생활건강은 제품 및 경영에 영향을 미치는 경제, 사회, 환경적 변화를 검토하여 핵심 이슈(Focus Issues)를 도출하고 있습니다.

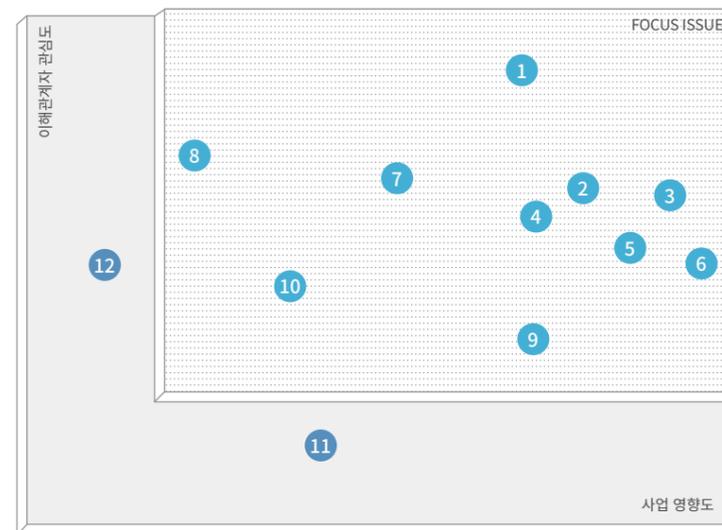
### 중대성 평가 프로세스

LG생활건강은 기업에 영향을 끼칠 수 있는 중요 이슈를 발굴하기 위하여 경제, 환경, 사회 이슈들을 검토하고 있습니다. 이슈에 대한 이해관계자의 관심도와 더불어 이슈가 LG생활건강의 사업에 미치는 영향도를 고려하여 중요 이슈를 도출하였습니다. 먼저, UN SDGs(UN Sustainable Development Goals)를 포함한 글로벌 이슈, 국제 기구 및 비영리 기관이 제기하는 이슈, 사업 과정 내 알려진 외부 효과 등을 조사하여 도출된 이슈들은 LG생활건강의 이슈 풀로 관리되고 있습니다. 해당 이슈들의 중요도는 동종산업 분석 및 내부 이해관계자 의견 수렴 등을 통해 이루어지며, 비용(Cost), 매출(Revenue), 리스크(Risk), 관점의 재무적 영향(Financial Impact)을 평가한 결과를 종합하여 주요 이슈를 도출하였습니다. 또한 체계적인 관리를 위해 화장품 및 생활용품 사업부와 음료 사업부의 이슈를 구분하여 진행하였습니다. 도출된 주요 이슈들의 전문성을 검토하기 위해 CSR 협의회 논의 과정과 전문가 패널 의견 수렴 등의 과정을 거치고 있으며, Focus Issues와 Fundamental Issue로 구분하여 보고하고 있습니다.



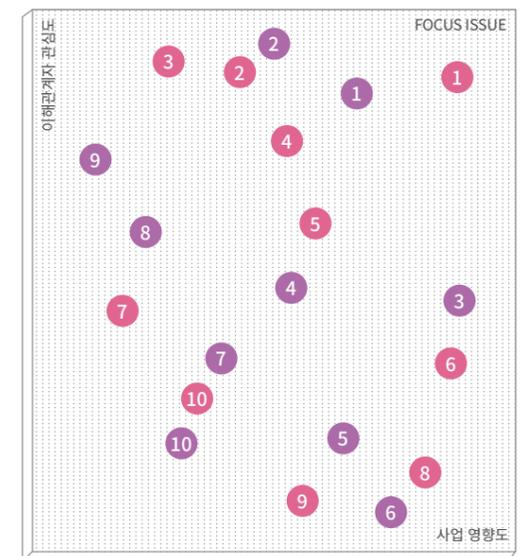
### 중대성 평가 결과

- 종합**
- 1 제품 안전을 위한 노력
  - 2 연구개발 및 투자 확대를 통한 신규 제품 출시
  - 3 친환경 제품 확대
  - 4 유해물질의 취급과 안전 관리 강화
  - 5 제품 기능 및 건강 영향 증진 노력
  - 6 브랜드 리더십 및 기업 이미지 제고
  - 7 일과 삶의 균형
  - 8 협력회사와의 소통 확대 및 소통 채널 활성화 등의 노력
  - 9 제품 포장재의 환경영향 감축 노력
  - 10 폐기물의 재사용, 재활용 등의 처리와 활용 노력
  - 11 협력회사의 지속가능경영(CSR) 관리
  - 12 온실가스 배출 감축



- Beautiful & Healthy**
- 1 제품 안전을 위한 노력
  - 2 유해물질의 취급과 안전 관리 강화
  - 3 연구개발 및 투자 확대를 통한 신규제품 출시
  - 4 일과 삶의 균형
  - 5 브랜드 리더십 및 기업 이미지 제고
  - 6 제품 포장재의 환경영향 감축 노력
  - 7 폐기물의 재사용, 재활용 등의 처리와 활용 노력
  - 8 친환경 제품 확대
  - 9 제품 기능 및 건강 영향 증진 노력
  - 10 온실가스 배출 감축

- Refreshing**
- 1 일과 삶의 균형
  - 2 제품 안전을 위한 노력
  - 3 친환경 제품 확대
  - 4 제품 기능 및 건강 영향 증진 노력
  - 5 제품 포장재의 환경영향 감축 노력
  - 6 브랜드 리더십 및 기업 이미지 제고
  - 7 연구개발 및 투자 확대를 통한 신규제품 출시
  - 8 협력회사와의 소통 확대 및 소통 채널 활성화 등의 노력
  - 9 협력회사의 지속가능경영(CSR) 관리
  - 10 유해물질의 취급과 안전 관리 강화



중대성 이슈 보고 방법

LG생활건강은 중대성 평가에서 도출된 각각의 중요 이슈(Material Issues)를 연관성(Relevance) 및 영향도(Impact)를 고려하여 보고 이슈(Reported Issues)로 재구성하였습니다. 재구성된 보고 이슈들을 중요도에 따라 'Focus Issues'와 'Fundamental Issues'로 구분하여 보고하였습니다.

'Focus Issues'는 2016년 LG생활건강의 주요활동에 성과와 사례를 포함하여 자세히 보고하였으며, 'Fundamental Issues'는 기업의 전반적인 개요 및 체계 등의 보고를 통해 지속적으로 관리하고 있습니다.

	GRI Aspects	사업부 구분		Material Issues	Impact			Reported Issues	Relevance	Major Stakeholders	Page
		Beautiful & Healthy	Refresh-ing		Cost	Revenue	Risk				
FOCUS ISSUES	고객 안전보건	■	■	제품안전을 위한 노력			■	제품 안전성 강화	화장품 및 생활용품, 음료 등의 제품은 소비자에게 직접적인 접촉이 가해지는 제품으로, 소비자의 건강과 안전을 주요 이슈로 파악하고 관리해야 함	고객, 임직원, 협력회사	14~19
		■	■	유해물질의 취급과 안전 관리 강화			■				
	제품 및 서비스	■	■	친환경 제품 확대		■		친환경 제품 개발	환경부담을 줄이기 위하여 환경 보존과 자원 절감을 위한 친환경적 제품 개발이 활발히 이루어져야 함	고객, 임직원, 협력회사	20~23
		■	■	제품 포장재의 환경영향 감축 노력	■						
		■	■	연구개발 확대를 통한 신규제품 출시		■					
		■	■	제품 기능 및 건강 영향 증진 노력		■					
FUNDAMENTAL ISSUES	제품 및 서비스 라벨링	■	■	브랜드 리더십 및 기업 이미지 제고		■		고객만족	적극적인 커뮤니케이션 및 의견 반영을 통해 고객의 만족도를 향상시키고, 나아가 고객과의 상생으로 발전시킬 수 있음	고객	38~39
	고용, 다양성 및 기회 균등	■	■	일과 삶의 균형		■		직원가치	임직원의 근무 요건 및 복지 개선을 통해 임직원 만족도를 제고시키고 생산성을 강화시킬 수 있으며, 임직원 역량 강화를 통해 시장의 글로벌화에 대응할 수 있음	임직원	34~37
	공급업체 환경 평가, 공급업체 노동관행 평가, 공급업체 인권 평가, 공급업체가 사회에 미치는 영향 평가	■	■	협력회사와의 소통 확대		■		동반성장	협력회사와 파트너로서의 관계를 발전시켜 서로의 믿음을 구축하고 다양한 지원을 통해 장기적으로 상생의 발전을 이끌어 낼 수 있음	협력회사	50~53
		■	■	협력회사의 CSR 관리			■				
	폐수 및 폐기물, 용수	■	■	폐기물의 재사용, 재활용 등의 처리	■			환경안전경영	글로벌 이슈인 환경 문제를 해결하고 방지할 뿐만 아니라 고객을 포함하여 여러 이해관계자들의 신뢰를 구축할 수 있음	고객, 지역사회, 정부·공공기관·협회	44~49
	에너지, 배출	■		온실가스 배출 감축			■	지배구조 및 이사회 운영	공정하고 체계적인 기업경영의 현황을 공개하여 기업의 투명성을 제고할 수 있음	고객, 임직원, 주주·투자자, 정부·공공기관	56~57
								리스크 관리	발생 가능한 위기 요인의 예방 및 즉각적인 대응을 통하여 피해를 최소화 할 수 있음	고객, 임직원, 주주·투자자, 협력회사	58~61
								정도경영	윤리적 경영을 추구하는 그룹 이념을 준수하여 타의 모범이 되는 선도적이고 투명한 기업으로 성장할 수 있음	임직원, 주주·투자자, 협력회사	62~63

# Appendix

- 경제 성과
- 환경 성과
- 사회 성과
- GRI INDEX
- UNGC & UN SDGs & SASB
- 제 3자 검증 의견서
- 온실가스 검증 의견서
- 인권 정책
- 협력회사 행동 규범

72  
91

## ABOUT THIS REPORT

### 보고서 개요

LG생활건강은 2010년부터 매년 CSR 보고서를 발간하여 당사의 지속 가능경영을 외부에 공유하고 있으며, 올해의 '2016 LG생활건강 CSR 보고서'는 여덟 번째 보고서입니다. CSR 보고서를 통해 회사의 한 해 성과 및 활동에 대해 투명하게 공개하고 이해관계자의 의견을 수렴하여 경영 활동에 반영하는 커뮤니케이션 채널로 활용하고자 합니다.

### 보고 기간 및 범위

본 보고서의 보고 기간은 2016년 1월 1일부터 12월 31일까지며 일부 항목은 추세 비교를 위해 2014년부터 3개년 데이터를 공개하였습니다. 정보의 적시성 및 중요도에 따라 일부 데이터의 경우 2017년의 데이터를 일부 포함하였습니다.

본 보고서의 범위는 LG생활건강 본사를 포함하여 코카콜라음료, 해태 htb, 더페이스샵의 국내외 자회사를 보고 범위로 구성하고 있으며 범위가 상이한 경우 별도 표기하였습니다. 또한, 2015년부터 해태 htb 익산 사업장에 관한 데이터가 추가되었습니다.

### 보고서 작성 기준 및 원칙

본 보고서는 국제적인 지속가능성 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) G4 가이드라인의 핵심 요건(Core Option)에 부합하여 작성되었습니다. 추가적으로 산업 특성에 적합한 중요 이슈를 선정하기 위해 GRI 산업지표(Sustainability Topics for Sector)에서 제시하고 있는 식음료, 화장품 및 생활용품 부문의 이슈와 SASB 표준, UNGC 10대 원칙, UN SDGs 등 기타 지표들을 반영하였습니다.

### 보고서 검증

본 보고서는 내용, 데이터 및 보고 기준의 객관성과 정확성을 확보하기 위해 제 3자 검증기관인 DNV GL로부터 ISAE3000을 포함하여 국제적 검증 규격을 반영한 DNV GL의 지속가능경영 보고서 검증 프로토콜인 VeriSustain™과 GRI G4 Guideline의 Core Option에 의거하여 검증을 받았으며 검증의견서는 보고서 84~85 페이지에서 확인할 수 있습니다.

### 경제 성과

#### 재무상태표

(단위: 백만 원)

구분	LG생활건강 [연결]		LG생활건강 [별도]		코카콜라음료 [연결]		더페이스샵 [연결]		해태htb [개별]	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015
<b>I. 유동자산</b>	1,424,610	1,331,133	773,514	788,198	315,721	233,249	123,333	146,546	77,468	66,910
현금및현금성자산	338,852	396,938	105,356	189,104	161,428	87,948	15,707	43,128	2,733	8,693
단기금융상품	26,900	30,900	16,900	16,900	-	-	-	-	-	-
매출채권	469,646	419,715	329,564	281,817	94,241	82,483	34,471	36,096	24,252	21,509
기타채권	23,259	16,422	19,985	21,933	1,248	7,013	8,677	6,997	2,937	3,000
채고자산	535,886	441,258	289,393	265,192	56,145	43,784	61,170	57,189	46,133	30,866
종속기업투자	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
매각예정비유동자산	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
기타의유동자산	30,067	25,900	12,316	13,253	2,660	3,022	3,308	3,135	1,413	2,843
<b>II. 비유동자산</b>	3,077,553	2,883,504	2,316,391	2,164,355	471,122	436,810	190,064	171,129	328,407	306,641
장기금융상품	26	1,027	17	18	6	6	3	3	0	1,000
장기기타채권	91,008	87,238	39,353	48,238	9,830	9,558	37,813	27,953	4,243	3,334
매도가능금융자산	5,790	5,153	4,902	4,265	788	788	1	1	-	-
종속기업주식	-	-	1,449,855	1,547,351	-	-	-	-	-	-
관계기업주식 및 공동기업주식	57,898	48,125	21,268	18,268	-	-	-	-	-	-
이연법인세자산	6,570	39,259	30,728	37,208	3,834	3,700	16,860	13,208	11,831	12,099
유형자산	1,463,778	1,290,065	615,345	441,164	441,895	414,405	40,358	38,128	308,030	285,394
투자부동산	28,481	29,643	21,709	21,935	1,607	1,634	2,088	2,100	2,645	3,569
영업권	-	733,065	-	-	4,176	4,176	42,269	41,759	195	195
무형자산	1,419,911	647,202	129,853	44,595	8,933	2,467	50,312	46,945	1,462	1,050
기타의비유동자산	4,090	2,727	3,361	1,313	55	76	361	1,031	-	-
<b>자산총계</b>	<b>4,502,162</b>	<b>4,214,637</b>	<b>3,089,905</b>	<b>2,952,553</b>	<b>786,844</b>	<b>670,059</b>	<b>313,397</b>	<b>317,675</b>	<b>405,875</b>	<b>373,551</b>
<b>I. 유동부채</b>	1,146,890	1,159,458	674,498	764,404	152,386	138,361	118,080	108,069	113,458	90,968
<b>II. 비유동부채</b>	734,433	939,836	539,546	726,437	31,054	13,848	8,085	8,616	31,547	21,678
<b>부채총계</b>	<b>1,881,323</b>	<b>2,099,294</b>	<b>1,214,043</b>	<b>1,490,841</b>	<b>183,441</b>	<b>152,209</b>	<b>126,165</b>	<b>116,685</b>	<b>145,006</b>	<b>112,645</b>
자본금	88,589	88,589	88,589	88,589	50,000	50,000	1,018	1,018	87,737	87,737
자본잉여금	97,326	97,326	97,326	97,326	48,072	48,072	64,314	64,314	153,702	153,702
이익잉여금	2,539,476	2,066,245	1,759,570	1,345,541	505,331	419,779	118,704	133,564	19,958	19,993
기타포괄손익누계액	-92,400	-118,168	1,005	1,704	-	-	-4,461	-5,563	-	-
기타자본항목	-100,633	-96,696	-70,628	-71,449	-	-	7,657	7,657	-526	-526
비자배주주지분	88,482	78,047	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>자본총계</b>	<b>2,620,840</b>	<b>2,115,343</b>	<b>1,875,861</b>	<b>1,461,712</b>	<b>603,403</b>	<b>517,851</b>	<b>187,233</b>	<b>200,990</b>	<b>260,870</b>	<b>260,905</b>

#### 손익계산서

(단위: 백만 원)

구분	LG생활건강 [연결]		LG생활건강 [별도]		코카콜라음료 [연결]		더페이스샵 [연결]		해태htb [개별]	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015
매출액	6,094,059	5,328,492	3,660,953	3,031,336	1,143,227	1,081,169	649,809	629,075	295,805	280,594
매출원가	2,434,038	2,226,175	1,464,465	1,259,869	627,680	609,043	207,115	203,270	203,619	186,643
매출총이익	3,660,021	3,102,317	2,196,488	1,771,467	515,547	472,126	442,694	425,805	92,186	93,950
판매비와관리비	2,779,085	2,418,222	1,542,326	1,308,368	404,233	371,293	397,916	365,034	87,673	86,884
구조조정비용	-	-	-	-	-	-	-364	995	-	-
영업이익	880,937	684,095	654,161	463,099	111,314	100,833	45,142	59,775	4,512	7,066
금융수익	4,116	7,606	49,790	8,514	1,807	1,773	422	618	32	498
금융비용	20,168	35,680	26,282	36,087	0	7	616	737	534	354
기타영업외손익	-119,399	-17,571	-60,314	-6,547	-1,127	-812	-10,957	-21,695	-1,943	-1,196
지분법관련손익	7,250	6,326	-	-	-	-	-	-	-	-
법인세비용차감전순이익	752,736	644,777	617,356	428,979	111,994	101,786	33,991	37,961	2,066	6,014
법인세비용	173,496	174,414	108,196	123,018	26,911	23,783	9,596	19,807	1,088	-13,047
당기순이익	579,240	470,362	509,160	305,961	85,084	78,003	24,395	18,154	978	19,061

#### 국내 경제 성과 배분 (2016년 기준)

(단위: 억 원)

임직원	LG생활건강	3,599
	코카콜라음료	1,942
	해태htb	500
	더페이스샵	472
	*급여 및 상여, 복리후생, 퇴직급여, 교육훈련비	
협력회사	LG생활건강	24,760
	코카콜라음료	8,599
	해태htb	2,339
	더페이스샵	4,836
	*원부자재 구매비용, 외주공급비, 설비투자비, 용역비, 매장수수료, 광고선전비, 상품판촉품 구매액	
주주 및 채권자	LG생활건강	1,430
	코카콜라음료	-16.2
	해태htb	5
	더페이스샵	398
	*배당성향 24% (LG생활건강 별도)	

#### 해외 경제 성과 배분 (2016년 기준)

(단위: 억 원)

중국법인 (상해, 항주, 북경)	협력회사	1,394
	임직원	210
	채권자	-4
	정부	86
	지역사회 및 NGO	7
*정부 배분은 법인세 및 기타 제세공과금을 포함함		

정부	LG생활건강	1,261
	코카콜라음료	382
	해태htb	47
	더페이스샵	113
	*법인세 및 기타 제세공과금	

지역사회 및 NGO	LG생활건강	209
	코카콜라음료	11
	해태htb	16
	더페이스샵	32
	*사회공헌활동비, 협회 및 학회비	

#### Case Study — 세탁세제의 사회환경적 가치

LG생활건강은 경영활동을 통해 재무적 성과를 달성할 뿐만 아니라, 사회·환경적 가치를 창출하고자 노력하고 있습니다. 경영활동 전 과정에서 다양한 사회·환경적 가치 창출 활동은 보고서 전반에 걸쳐서 공개하고 있으며, 특히 Impact Valuation을 통해 기업의 대표 사업군인 세탁세제 제품에 대한 경제·사회·환경적 가치를 계량화하여 소개하고자 합니다. Impact Valuation은 세탁세제 사업군 중 일부 브랜드<sup>1)</sup>를 대상으로 내부 회계자료, Life Cycle Assessment 결과자료, 국내외 연구자료 등을 활용하여 진행하였습니다. 결과값은 해당 제품에 대한 경제<sup>2)</sup>, 사회<sup>3)</sup>, 환경<sup>4)</sup>으로 구분하여 긍정적 효과(Positive, +)와 부정적 효과(Negative, -)로 표현하였습니다.

해당 브랜드의 재무적 성과만 고려하였을 때, 매출액은 약 578억 원이며, 순이익은 약 80억 원이 발생하였습니다. 여기서 더 나아가 Impact Valuation을 통해 제품이 경제·사회·환경적으로 미치는 영향을 측정된 결과, 약 165억 원의 추가적인 가치를 창출한 것으로 추정하였습니다. LG생활건강 세탁세제의 경우, 정부 및 투자자에게 경제적 가치를 제공하고 있으며, 제품을 통한 사회적 위생 증진에 기여하고 있습니다. 그러나, 환경적으로 온실가스 배출, 부영양화 유발 물질 배출 등으로 부정적 영향을 미치고 있습니다.



## 환경 성과

### 주요 환경 지표

구분	국내					해외					
	법인	단위	2014	2015	2016	법인	단위	2014	2015	2016	
제품 생산량	LG생활건강	톤	457,091	483,476	509,087	중국 북경	톤	6,977	7,344	8,519	
	코카콜라음료	톤	690,638	698,023	710,181	중국 항주	톤	639	695	739	
	해태htb	톤	363,010	368,905	381,810	베트남 동나이	톤	2,253	1,952	1,894	
	합계	톤	1,510,738	1,550,405	1,601,078	합계	톤	9,869	9,991	11,153	
에너지	사용량	LG생활건강	TJ	915	924	992	중국 북경	TJ	21	20	21
	원단위	GJ/제품-톤	2.002	1.912	1.949	중국 항주	GJ/제품-톤	3.068	2.680	2.485	
	사용량	코카콜라음료	TJ	860	864	874	중국 항주	TJ	5	5	5
	원단위	GJ/제품-톤	1.246	1.238	1.230	중국 항주	GJ/제품-톤	7.825	7.193	6.763	
	사용량	해태htb	TJ	372	536	550	베트남 동나이	TJ	13	13	13
	원단위	GJ/제품-톤	1.024	1.452	1.440	베트남 동나이	GJ/제품-톤	5.612	6.881	6.795	
	사용량	합계	TJ	2,147	2,324	2,416	합계	TJ	39	38	39
	원단위	GJ/제품-톤	1.421	1.499	1.509	합계	GJ/제품-톤	3.957	3.815	3.501	
온실가스	배출량	LG생활건강	톤CO <sub>2</sub> e	42,788	43,118	46,770	중국 북경	톤CO <sub>2</sub> e	1,109	1,020	1,097
	원단위	톤CO <sub>2</sub> e/제품-톤	0.094	0.089	0.092	중국 북경	톤CO <sub>2</sub> e/제품-톤	0.159	0.139	0.129	
	배출량	코카콜라음료	톤CO <sub>2</sub> e	45,317	45,696	47,849	중국 항주	톤CO <sub>2</sub> e	738	892	913
	원단위	톤CO <sub>2</sub> e/제품-톤	0.066	0.065	0.067	중국 항주	톤CO <sub>2</sub> e/제품-톤	1.155	1.283	1.235	
	배출량	해태htb	톤CO <sub>2</sub> e	19,035	22,470	28,852	베트남 동나이	톤CO <sub>2</sub> e	679	728	691
	원단위	톤CO <sub>2</sub> e/제품-톤	0.052	0.061	0.076	베트남 동나이	톤CO <sub>2</sub> e/제품-톤	0.302	0.373	0.365	
	배출량	합계	톤CO <sub>2</sub> e	107,140	111,284	123,471	합계	톤CO <sub>2</sub> e	2,526	2,639	2,690
	원단위	톤CO <sub>2</sub> e/제품-톤	0.071	0.072	0.077	합계	톤CO <sub>2</sub> e/제품-톤	0.256	0.264	0.241	
용수	사용량	LG생활건강	톤	679,727	706,477	755,449	중국 북경	톤	16,003	7,949	9,273
	원단위	톤/제품-톤	1.487	1.461	1.484	중국 북경	톤/제품-톤	2.294	1.082	1.088	
	사용량	코카콜라음료	톤	1,912,402	1,856,706	1,883,868	중국 항주	톤	8,759	8,770	9,668
	원단위	톤/제품-톤	2.769	2.660	2.653	중국 항주	톤/제품-톤	13.707	12.617	13.077	
	사용량	해태htb	톤	643,549	730,093	959,405	베트남 동나이	톤	50,500	42,385	30,923
	원단위	톤/제품-톤	1.773	1.979	2.513	베트남 동나이	톤/제품-톤	22.419	21.716	16.324	
	사용량	합계	톤	3,235,678	3,293,276	3,598,722	합계	톤	75,262	59,104	49,864
	원단위	톤/제품-톤	2.142	2.124	2.248	합계	톤/제품-톤	7.626	5.916	4.471	
폐수	배출량	LG생활건강	톤	122,400	124,664	130,077	중국 북경	톤	12,802	6,359	5,372
	원단위	톤/제품-톤	0.268	0.258	0.256	중국 북경	톤/제품-톤	1.835	0.866	0.631	
	배출량	코카콜라음료	톤	1,083,530	1,029,731	1,063,677	중국 항주	톤	2,955	3,411	2,600
	원단위	톤/제품-톤	1.569	1.475	1.498	중국 항주	톤/제품-톤	4.624	4.907	3.517	
	배출량	해태htb	톤	218,850	275,812	452,199	베트남 동나이	톤	36,673	33,906	24,651
	원단위	톤/제품-톤	0.603	0.748	1.184	베트남 동나이	톤/제품-톤	16.281	17.372	13.013	
	배출량	합계	톤	1,424,780	1,430,207	1,645,953	합계	톤	52,430	43,676	32,623
	원단위	톤/제품-톤	0.943	0.922	1.028	합계	톤/제품-톤	5.313	4.372	2.925	
COD	총량	LG생활건강	톤	10.7	9.9	11.8	중국 북경	톤	3.5	0.7	0.1
	원단위	kg/제품-톤	0.023	0.021	0.023	중국 북경	kg/제품-톤	0.503	0.095	0.015	
	총량	코카콜라음료	톤	15.0	15.0	12.5	중국 항주	톤	0.6	0.8	0.8
	원단위	kg/제품-톤	0.022	0.021	0.018	중국 항주	kg/제품-톤	0.971	1.202	1.055	
	총량	해태htb	톤	1.6	1.6	4.8	베트남 동나이	톤	1.5	2.4	1.8
	원단위	kg/제품-톤	0.004	0.004	0.013	베트남 동나이	kg/제품-톤	0.668	1.251	0.937	
	총량	합계	톤	27.3	26.5	29.1	합계	톤	5.6	4.0	2.7
	원단위	kg/제품-톤	0.018	0.017	0.018	합계	kg/제품-톤	0.571	0.398	0.241	
폐기물	총량	LG생활건강	톤	7,084	7,134	8,701	중국 북경	톤	221	167	178
	원단위	kg/제품-톤	15.497	14.756	17.092	중국 북경	kg/제품-톤	31.676	22.688	20.931	
	총량	코카콜라음료	톤	13,690	13,661	10,332	중국 항주	톤	22	26	45
	원단위	kg/제품-톤	19.822	19.571	14.549	중국 항주	kg/제품-톤	33.975	36.686	60.569	
	총량	해태htb	톤	2,638	2,404	2,452	베트남 동나이	톤	61	71	168
	원단위	kg/제품-톤	7.267	6.517	6.423	베트남 동나이	kg/제품-톤	27.011	36.564	88.565	
	총량	합계	톤	23,411	23,199	21,486	합계	톤	304	263	391
	원단위	kg/제품-톤	15.497	14.963	13.420	합계	kg/제품-톤	30.760	26.373	35.046	

\*중국 항주 법인 데이터 기준 변경으로 인해 수치 수정

### 용수 재활용 현황

법인	구분	단위	2014	2015	2016
LG생활건강	재활용량	톤	59,565	59,937	61,649
	재활용률	%	8.67	8.48	7.54
코카콜라음료	재활용량	톤	274,571	239,627	209,347
	재활용률	%	14.36	12.91	11.11
해태htb	재활용량	톤	42,872	46,900	19,825
	재활용률	%	6.66	6.42	2.07

\*LG생활건강 청주공장 용수 재활용량 산정 기준 변경으로 인해 수치 수정

### 폐기물 처리 현황 (2016년 기준)

구분	단위	LG생활건강	코카콜라음료	해태htb	합계	
지정폐기물	재활용량	톤	3531.4	5.7	2.5	3,539.6
	소각량	톤	1014.0	8.3	3.3	1,025.6
	매립량	톤	24.9	0.6	0.1	25.6
	기타	톤	0.6	0.0	0.0	0.6
	총량	톤	4,571.0	14.6	5.8	4,591.4
일반폐기물	재활용량	톤	1,047.3	10,127.0	2,339.7	13,514.0
	소각량	톤	1,810.3	190.6	68	2,069.1
	매립량	톤	1,272.8	0.0	38.6	1,311.4
	기타	톤	0.0	-	-	0.0
	총량	톤	4,130.3	10,317.5	2,446.6	16,894.5

### 환경보호 지출 현황 (2016년 기준)

구분	단위	LG생활건강	코카콜라음료	해태htb	합계
환경 투자	백만 원	2,670	9,222	3,097	14,989
환경 비용	백만 원	4,111	1,760	560	6,431

### 공급원별 취수량 (2016년 기준)

구분	단위	LG생활건강	코카콜라음료	해태htb	합계
상수도*	톤	458,992	1,328,504	513,917	2,301,419
지하수	톤	197,470	382,209	445,434	1,025,113
하천수	톤	98,987	173,155	-	272,142
총량	톤	755,449	1,883,868	959,351	3,598,674

\*상수도는 공업 및 생활 용수 포함

### 용기 재활용량

구분	단위	2014	2015	2016
LG생활건강	톤	14,017	14,911	14,186
코카콜라음료	톤	36,496	38,383	38,477
해태htb	톤	6,451	7,298	7,295

### 녹색구매 실적

구분	단위	2014	2015	2016
LG생활건강	백만 원	12,103	10,517	10,564
코카콜라음료	백만 원	1,364	2,306	1,620
해태htb	백만 원	3	5	3

## 사회 성과

### 전체 임직원 현황

구분		단위	2014	2015	2016
총 인원 수		명	7,722	7,938	8,102
성별	남성	명	5,190	5,128	5,216
	여성	명	2,538	2,810	2,886

### 임직원 세부 현황

법인	구분	단위	2014	2015	2016	
LG 생활건강	총 인원 수	명	4,006	4,352	4,558	
	성별	남성	명	1,856	1,921	2,034
		여성	명	2,156	2,431	2,524
	고용 형태	정규직	명	3,720	4,007	4,323
		계약직	명	286	345	235
	업무 영역	사무직	명	1,967	2,160	2,320
		생산직	명	738	743	761
		판매직	명	1,301	1,449	1,477
	다양성	장애인	명	36	34	32
		보훈대상자	명	58	62	66
		외국인	명	9	20	25
코카콜라 음료	총 인원 수	명	2,432	2,380	2,340	
	성별	남성	명	2,288	2,248	2,213
		여성	명	144	132	127
	고용 형태	정규직	명	2,117	2,092	2,086
		계약직	명	315	288	254
	업무 영역	사무직	명	590	592	594
		판매직	명	1,345	1,287	1,244
		생산직	명	281	281	280
	다양성	장애인	명	216	220	222
		장애인	명	56	57	54
		보훈대상자	명	49	49	52
외국인	명	1	1	0		

법인	구분	단위	2014	2015	2016	
해태htb	총 인원 수	명	877	780	820	
	성별	남성	명	807	716	755
		여성	명	70	64	65
	고용 형태	정규직	명	751	711	723
		계약직	명	126	69	97
	업무 영역	사무직	명	222	221	235
		생산직	명	204	193	213
		판매직	명	325	297	275
	다양성	정비직 외	명	126	69	97
		장애인	명	17	14	15
		보훈대상자	명	9	7	6
외국인	명	-	-	-		
더 페이스샵	총 인원 수	명	407	426	384	
	성별	남성	명	239	243	214
		여성	명	168	183	170
	고용 형태	정규직	명	399	418	380
		계약직	명	8	8	4
	업무 영역	사무직	명	407	413	364
		생산직	명	-	13	20
		판매직	명	-	-	-
	다양성	장애인	명	5	5	4
		보훈대상자	명	7	8	9
		외국인	명	2	1	0

\*계약직은 FMCG사업 특성상 판매사원이 대부분이며, 회사별 특성을 반영하여 일정기간 경과 후 정규직 전환 기회 부여함

### 임직원 교육 현황

법인	구분	단위	2014	2015	2016
LG생활건강	교육 참가 인원	명	27,691	26,905	28,839
	인당 교육 시간	시간	73.3	70.3	63.5
	인당 교육비	원	1,166,265	1,427,235	1,240,640
코카콜라음료	교육 참가 인원	명	4,417	6,533	9,197
	인당 교육 시간	시간	8.6	12.3	12.3
	인당 교육비	원	103,225	134,640	100,829
해태htb	교육 참가 인원	명	363	615	446
	인당 교육 시간	시간	2.0	3.9	2.9
	인당 교육비	원	73,025	102,865	105,265
더페이스샵	교육 참가 인원	명	6,856	7,117	7,568
	인당 교육 시간	시간	105.1	104.6	137.1
	인당 교육비	원	1,285,230	1,260,665	1,167,898

### 육아휴직 현황

법인	구분	단위	2014	2015	2016
LG생활건강	육아휴직 복직율	%	82.6	89.8	90.5
	육아휴직 1년 유지율	%	88.8	94.7	86.8
코카콜라음료	육아휴직 복직율	%	50.0	100.0	100.0
	육아휴직 1년 유지율	%	66.7	100.0	100.0
해태htb	육아휴직 복직율	%	66.7	100.0	100.0
	육아휴직 1년 유지율	%	66.7	50.0	50.0
더페이스샵	육아휴직 복직율	%	90.9	84.6	100.0
	육아휴직 1년 유지율	%	90.9	90.0	72.7

### 고용 창출 현황 (2016년 기준)

구분	단위	LG생활건강	코카콜라음료	해태htb	더페이스샵
남성	명	146	199	110	8
여성	명	342	10	2	16
합계	명	488	209	112	24

### 퇴직자 현황 (2016년 기준)

구분	단위	LG생활건강	코카콜라음료	해태htb	더페이스샵	합계
남성	명	55	242	86	26	409
여성	명	187	9	0	25	221
합계	명	242	251	86	51	630
퇴직률	%	5.6	10.7	10.5	13.3	8.0

\*LG생활건강은 정규직 기준

### 협력회사 구매금액 분석

구분	구매금액(억 원)	비율(%)
한국	19,469	81.3
동남아시아	1,006	4.2
중국	448	1.9
일본	329	1.4
유럽	321	1.3
북미	304	1.3
기타	2,075	8.7
합계	23,955	100.0

\*원료,부자재,상품 구매금액

### 협력회사 수

사업부	유형	협력회사 수
Beautiful	상품	119
	원료	237
	부자재	176
Healthy	상품	115
	원료	230
	부자재	164
Refreshing	상품	26
	원료	168
	부자재	87

### 노동조합 가입률

구분	단위	2014	2015	2016
LG생활건강	%	23.8	22.5	22.4
코카콜라음료	%	96.3	96.6	95.8
해태htb	%	77.1	77.9	75.1
더페이스샵	%	N/A	N/A	N/A

### 산업재해 현황

법인	구분	단위	2014	2015	2016	
LG생활건강	발생 수	남성	건	-	3	3
		여성	건	1	4	1
		소계	건	1	7	4
	발생률	남성	%	-	0.16	0.15
		여성	%	0.05	0.16	0.04
		소계	%	0.02	0.16	0.09
코카콜라음료	발생 수	남성	건	8	7	13
		여성	건	-	-	1
		소계	건	8	7	14
	발생률	남성	%	0.33	0.29	0.59
		여성	%	-	-	0.79
		소계	%	0.33	0.29	0.60
해태htb	발생 수	남성	건	3	3	6
		여성	건	-	-	-
		소계	건	3	3	6
	발생률	남성	%	0.34	0.38	0.79
		여성	%	-	-	-
		소계	%	0.11	0.38	1
더페이스샵	발생 수	남성	건	-	-	-
		여성	건	1	-	-
		소계	건	1	0	0
	발생률	남성	%	-	-	-
		여성	%	0.25	-	-
		소계	%	0.25	0	0

근로손실재해율 (LTIFR)

법인	구분	단위	2014	2015	2016
LG생활건강	임직원	건/백만근무시간	0.12	0.77	0.42
	사내 협력회사	건/백만근무시간	1.25	2.75	1.98
코카콜라음료	임직원	건/백만근무시간	1.58	1.41	2.88
해태hnb	임직원	건/백만근무시간	1.64	1.85	3.52
더페이스샵	임직원	건/백만근무시간	1.18	0.00	0.00

직업병발병률 (OIFR)

법인	단위	2014	2015	2016
LG생활건강	건/백만근무시간	0.00	0.00	0.00
코카콜라음료	건/백만근무시간	0.00	0.00	0.00
해태hnb	건/백만근무시간	0.00	0.00	0.00
더페이스샵	건/백만근무시간	0.00	0.00	0.00

정부 보조금 (2016년 기준)

프로젝트명	주관부처	금액(백만 원)	비고
전통약물기반 아토피피부염 관리기술 개발	미래창조과학부	30	2016년 9월~2017년 8월

가입 협회 현황 (2016년 기준)

녹색기업 협의회	사)대한화장품협회	한국건강기능식품협회	지식경제부 비상계획협의회
대한산업안전협회	한국화장품미용학회	서울지방변호사회	사)한국경제연구원
소방안전협회	한국공정경영연합회	한국무역협회	사)전국경제인연합회
한국산업간호사협회	기업소비자전문가협회	한국지식재산보호협회	서울상공회의소
한국표준협회(KSA)	대한산업안전협회	유엔 글로벌컴팩트	
대한화장품학회	한국상장회사협의회	대한변리사협회	
국제특허협회	한국지식재산협회	전국기업체산업보건협의회	CSV 소사이어티
한국산업기술진흥협회	제품안전협회	한국관세협회	한국화학물질관리협회
		주한미국상공회의소	한국식품산업협회

주요 대외 평가 및 수상 현황 (2016년 기준)

프로젝트명	수상내역	평가·시상기관
제53회 무역의 날 수출의 탑	2억불 수출의 탑 수상	산업통상자원부
2016 대중소기업 동반성장 시상	성과공유부문 대통령 표창	동반성장위원회
동반성장지수평가 최우수 대기업 시상	동반성장 대상	동반성장위원회
공정거래 우수기업 선정	공정거래협약 최우수 기업	공정거래위원회
2016 동반성장지수	2년 연속 최우수 등급	동반성장위원회
다우존스 지속가능성지수평가	Asia Pacific 7년 연속 편입 (생활용품부문)	S&P Dow Jones Indices · RobecoSAM · KPC
제17회 감사대상	금융감독원장 표창	한국상장사협의회 · 한국공인회계사회
제14회 머니투데이 IR 대상	생활문화 부문 최우수 IR기업	머니투데이
제3회 CSV포터상	프로젝트 전파성 부문 우수기업	산업정책연구원 · 동아일보
세계 100대 혁신 기업	전체 19위, 산업별 2위	포브스
2016 올해의 편한 일터 선정	고용노동부 장관상 (장애인표준사업장)	고용노동부 · 한국장애인 고용공단

경영시스템 인증 현황 (2016년 기준)

구분	ISO 14001	ISO 9001	OHSAS 18001	HACCP	KS	녹색기업
LG생활건강	청주·울산·은산	청주·울산·은산·나주	청주·울산	N/A	청주·울산	청주·울산
코카콜라음료	여주·양산·광주	여주·양산·광주	여주·양산·광주	여주·양산·광주	N/A	광주
해태hnb	천안·평창·철원	천안·평창·철원	천안·평창·철원	천안·익산	N/A	천안

GRI INDEX

GRI G4 Index (Core Option)

일반 공개 지표					
측면	지표	내용	Page	추가 정보	제 3자 검증
전략 및 분석	G4-1	조직의 최고 의사결정자가 지속가능성과 조직과의 관계 및 조직의 지속가능성을 위한 전략에 대해 밝힌 설명서	2~3		●
	G4-2	조직의 최고 의사결정자가 지속가능성과 조직과의 관계 및 조직의 지속가능성을 위한 전략에 대해 밝힌 설명서	2~3		●
조직 프로필	G4-3	조직 명	4		●
	G4-4	주요 브랜드, 제품 및 서비스	6~11		●
	G4-5	본사 위치	4		●
	G4-6	조직이 사업을 운영하는 국가의 수와 이름, 주요 사업장이 있거나 보고서에서 다루는 지속가능성 문제와 구체적인 연관성을 갖는 국가 명	4~5, 32~33		●
	G4-7	조직 소유 형태와 법적 형태	4, 56		●
	G4-8	시장 영역	5, 32~33		●
	G4-9	조직의 규모	4~5		●
	G4-10	전체 근로자 수	4, 76		●
	G4-11	단체협약이 적용되는 근로자 비율	77		●
	G4-12	조직의 공급망 설명	53, 73		●
	G4-13	보고기간 동안 발생한 조직의 규모, 구조, 소유, 공급망과 관련된 중요한 변화		주요 변경사항 없음	●
	G4-14	사전예방 접근법 혹은 원칙	89		●
	G4-15	조직이 가입하였거나 지지하는 외부의 경제, 환경, 사회에 관한 헌장, 원칙, 기타 이니셔티브 목록	78~85		●
G4-16	조직이 가입한 협회(산업 협회 등)나 국내 또는 국제 후원기관	78		●	
파악된 중대측면과 경계	G4-17	조직의 연결재무제표 또는 그와 동등한 문서에 수록된 모든 주체의 목록 및 보고서에 다루고 있지 않은 주체	72	사업보고서 p.49~51	●
	G4-18	보고서 내용과 측면경계 결정 과정 및 보고서 내용 결정 과정에 보고원칙 적용 방법	66~69		●
	G4-19	보고내용 결정 과정에서 파악한 모든 중대측면의 목록	66~69		●
	G4-20	중대측면 별로 조직 내 보고경계	68~69		●
	G4-21	중대측면 별로 조직 외부의 보고경계	68~69		●
	G4-22	이전 보고서에서 제공한 정보에 대한 수정이 미치는 영향과 그러한 수정보고 이유		변경 데이터는 주석으로 별도 표시	●
	G4-23	이전 보고기간 이후의 범위 및 측면경계에 발생한 중요한 변화	66~69, 70		●
	G4-24	조직과 관련 있는 이해관계자 집단 목록	64		●
	G4-25	조직이 관여할 이해관계자들을 파악하고 선정하는 기준	64		●
	G4-26	조직의 이해관계자 참여 방식	64~65		●
G4-27	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심 토픽 및 관심사 및 이에 대한 조직의 대응	64~65, 68~69		●	
보고서 프로필	G4-28	제공한 정보의 보고기간	70		●
	G4-29	최근에 보고서를 작성한 경우 그 보고일자		2016년 5월	●
	G4-30	보고 주기	70		●
	G4-31	보고서 또는 그 내용에 대한 문언어	93		●
	G4-32	조직이 선택한 '부합(in accordance)' 방법	70		●
	G4-33	보고서의 외부 검증에 대한 조직의 정책과 현 관행	70~71, 79~88		●
	G4-34	최고 거버넌스 기구의 위원회를 포함한 조직의 거버넌스 구조	56, 92		●
윤리성 및 청렴성	G4-56	조직의 가치, 원칙, 표준 그리고 행동강령, 윤리강령과 같은 행동규범	62-63, 90-91		●

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE						
측면	지표	내용	Page	추가 정보	제 3자 검증	
환경 (Environmental)						
에너지	DMA		44		●	
	EN3	조직 내 에너지소비	74		●	
	EN5	에너지 집약도	74		●	
	EN6	에너지소비 감축	46		●	
	용수	DMA		44		●
		EN8	수원별 총 취수량	75		●
EN10		재생 및 재사용 용수의 비율과 총량	75		●	
배출		DMA		44		●
	EN15	직접 온실가스(GhG) 배출(Scope 1)	86~88		●	
	EN16	간접 온실가스(GhG) 배출(Scope 2)	86~88		●	
	EN18	온실가스(GhG) 배출 집약도	74		●	
	EN19	온실가스(GhG) 배출 감축	46, 74		●	
폐수 및 폐기물	DMA		44		●	
	EN22	수질 및 도착지별 총 방류량	47, 74		●	
	EN23	유형 및 처리방법별 총 폐기물 총량	47, 75		●	
	EN24	중요한 유해물질 유출 건수 및 유출량		유해물질 유출 없음	●	
공급업체 환경평가	DMA		50		●	
	EN32	기준 심사를 거친 신규 공급업체 비율	53		●	
	EN33	공급망 내 실질적이거나 잠재적으로 중대한 부정적 환경영향 및 이에 대한 조치	53		●	

노동관행 (Labor Practices and Decent Work)					
측면	지표	내용	Page	추가 정보	제3자 검증
고용	DMA		34		●
	LA1	신규 채용 근로자와 이직 근로자의 인원수 및 비율(연령별, 성별, 지역별)	77		●
	LA2	주요 사업장별 임시직 또는 시간제 근로자에게는 제공되지 않고 상근직 근로자에게 제공하는 복리후생	35~37		●
	LA3	성별에 따른 육아휴직 이후의 업무 복귀 및 근속 비율	36, 76		●
다양성과 기회균등	DMA		34		●
	LA12	범주별 거버넌스 기구 및 근로자의 구성 현황(성별, 연령별, 소속집단별, 기타 다양성 지표별)	76		●
공급업체 노동관행 평가	DMA		50		●
	LA14	노동관행기준에 의해 심사를 거친 신규 공급업체 비율	53		●
인권 (Human Rights)					
공급업체 인권 평가	DMA		50		●
	HR10	인권기준에 의해 심사를 거친 신규 공급업체 비율	53		●
사회 (Social)					
공급업체가 사회에 미치는 영향 평가	DMA		50		●
	SO9	사회에 미치는 영향 평가기준을 이용하여 심사를 거친 신규 공급업체의 비율	53		●
	SO10	공급망 안에서 사회에 미치는 실질적이거나 잠재적으로 중대한 부정적 영향과 이에 대한 조치	60-61, 53		●
제품 책임 (Product Responsibility)					
고객 안전보건	DMA		38		●
	PR1	개선을 위해 안전보건 영향을 평가한 주요 제품 및 서비스군의 비율	14~19		●
제품 및 서비스 라벨링	DMA		38		●
	PR4	제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건의 수		위반 건수 없음	●
	PR5	고객 만족도 조사결과	38		●

GRI의 식품가공산업공개(FPSD)는 코카콜라음료와 해태htb에 제한되어 적용됩니다.

측면	지표	내용	Page	추가 정보	제3자 검증	
사회	노사관계	FP3	산업분쟁, 파업, 직장폐쇄 등으로 인한 국가별 노동손실시간 비율	-	해당사항 없음	●
	고객 안전 및 보건	FP5	국제적으로 인정 받는 식품안전관리 표준을 기준으로 제3자 검증을 받은 사업장에서 생산된 제품 비율	-	100%	●

추가 보고 지표

일반 공개 지표					
측면	지표	내용	Page	추가 정보	제3자 검증
전략 및 분석 거버넌스	G4-2	핵심 영향, 위험과 기회에 대한 설명	61, 66-69		
	G4-38	최고 거버넌스 기구와 그 위원회의 구성(상임 비상임, 독립성, 거버넌스 기구의 임기, 각 개인의 다른 중요한 직위 및 업무 수와 그 업무 성격, 성별, 대표자가 불충분한 사회집단의 구성원, 경제적, 환경적, 사회적 영향 관련 역량, 이해관계자 대표)	56-57		
	G4-39	최고 거버넌스 기구의 의장이 임원의 직위 겸임 여부(겸하는 경우, 조직의 경영에 대한 그의 역할, 그리고 이러한 겸직의 이유)	56		
	G4-40	최고 거버넌스 기구 및 그 산하위원회의 임명과 선정 절차 및 거버넌스 기구 구성원의 임명 및 선정 기준(다양성 고려, 독립성 보장 여부, 경/환/사 관련 전문성 고려, 이해관계자 참여 여부)	56-57		
	G4-41	최고 거버넌스 기구가 이해관계 상충을 방지하고 관리하는 프로세스(이사회 구성원 겸직현황, 공급업체 및 기타 이해관계자와 상호주식의 보유 여부, 지배주주 존재 등)	57		
	G4-42	최고 거버넌스 기구와 고위 임원이 경제적, 환경적, 사회적 영향과 관련된 조직의 목적, 가치 또는 미션, 전략, 정책, 목표 등을 개발, 승인, 개선하는 데 역할	56-57		
	G4-48	조직의 지속가능성보고서를 공식 검토하고 승인하며, 중대측면이 모두 포함되어 있는지 확인하는 최고 위원회 또는 직위	30-31, 66		
	G4-49	중요 사항을 최고 거버넌스 기구에 보고하는 절차	66-67		
	G4-50	최고 거버넌스 기구에 보고된 중요 사항의 성격과 보고 횟수, 그리고 이를 다루고 해결하기 위한 제도	66-69	제도는 보고서 전반적으로 각 이슈별로 보고	
	G4-51	최고 거버넌스 기구 또는 임원의 보상		사업보고서 p.306-307	
윤리성 및 청렴성	G4-52	보수 결정 절차	56		
	G4-57	윤리 및 법규준수 행위와 조직의 청렴성 문제에 대한 내외부의 자문 메커니즘	62-63		
	G4-58	비윤리적이거나 불법적인 행위, 그리고 조직의 청렴성 문제 등을 신고할 수 있는 조직의 내외부 제도	62-63		

세부 공개 지표					
측면	지표	내용	Page	추가 정보	제3자 검증
경제 (Economic)					
경제성과	EC1	직접적 경제가치의 창출과 분배	4, 32-33, 73		
	EC2	기후변화가 조직의 활동에 미치는 재무적 영향 및 기타 위험과 기회	44, 46		
	EC4	정부 재정지원	78		
시장지위	EC5	주요 사업장이 위치한 지역의 최저 임금과 비교한 성별 기본 초임 임금 비율		남녀 임금 차이 없음	
	EC6	주요 사업장의 지역사회에서 고용된 고위 경영진의 비율		92%(356/386명)	
간접경제효과	EC7	사회기반시설 투자와 서비스 지원의 개발 및 영향	40-43		
	EC8	영향의 규모 등 중요한 간접 경제효과	40-43, 50-53		
조달관행	EC9	주요사업장에서 현지 공급업체에 지급하는 지출 비율	77		

환경 (Environmental)					
측면	지표	내용	Page	추가 정보	제3자 검증
제품 및 서비스	EN27	제품 및 서비스가 환경에 미치는 영향의 완화 정도	14-17, 20-23, 73		
	EN28	판매된 제품 및 그 포장재의 재생 비율(범주별)	23, 75		
컴플라이언스	EN29	환경법 및 규정 위반으로 부과된 주요 벌금의 액수 및 비금전적 제재조치의 수		벌금 부과 및 제재 건수 없음	
운송	EN30	사업 운영을 위한 제품, 기타 재화, 재료의 운송과 인력 구성원 수송이 환경에 미치는 중요한 영향	49		
종합	EN31	환경보호를 위한 총 지출과 투자(유형별)	75		

노동관행 (Labor Practices and Decent Work)					
측면	지표	내용	Page	추가 정보	제3자 검증
노사관계	LA4	경영상 변동에 관한 최소 통지기간(단체협약상의 명시여부 포함)	37		
산업안전보건	LA6	부상 유형, 부상 발생률, 업무상 질병 발생률, 휴직일수 비율, 결근률, 업무 관련 사망자 수(지역별, 성별)	77-78		
	LA8	노동조합과의 정식 협약 대상인 안전보건 사항	48		
	LA9	근로자 1인당 한 해에 받는 평균 훈련시간(성별, 근로자 범주별)	37, 76		
훈련 및 교육	LA11	업무성과 및 경력개발에 대한 정기적인 검토를 받은 근로자 비율(성별, 근로자 범주별)	76		
	LA13	남성 대비 여성의 기본급여 및 보수 비율(근로자 범주별, 주요 사업장별)		남녀 기본 급여 차이 없음	

세부 공개 지표					
측면	지표	내용	Page	추가 정보	제3자 검증
<b>인권 (Human Rights)</b>					
차별금지	HR3	차별 사건의 수와 이에 대한 시정조치		차별 사건 없음	
결사 및 단체교섭의 자유	HR4	결사 및 단체교섭의 자유를 침해하였거나 침해할 현저한 위험성이 있는 것으로 파악된 사업장 및 공급업체와 결사 및 단체교섭의 자유를 보장하기 위해 취한 조치	37		
<b>사회 (Social)</b>					
지역사회	SO1	지역사회에 참여하고, 영향평가, 개발 프로그램을 수행하는 사업장의 비율		100%	
	SO2	실질적이거나 잠재적으로 지역사회에 중대한 부정적 영향을 미치는 사업장		해당사항 없음	
반부패	SO3	부패 위험을 평가한 사업장의 수 및 비율과 파악된 중요한 위험	58-63		
	SO4	반부패 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	58-63		
	SO5	확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	58-63		
경쟁저해행위	SO7	경쟁저해행위, 독과점 등 불공정한 거래행위에 대한 법적 조치의 수와 그 결과	58-63		
컴플라이언스	SO8	법률 및 규정 위반에 대한 주요 벌금의 액수와 비금전적 제재의 횟수		법규위반 사례없음	
사회에 미치는 영향에 관한 고충처리제도	SO11	공식 고충처리제도에 의해 접수, 발견, 해결된 사회에 미치는 영향에 관한 고충 건수	63		
<b>제품 책임 (Product Responsibility)</b>					
마케팅 커뮤니케이션	PR6	금지되거나 논란이 있었던 제품의 판매	39		
고객개인정보보호	PR8	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수		위반 건수 없음	

GRI의 식품가공산업공개(FPSD)는 코카콜라음료와 해태htb에 제한되어 적용됩니다.

측면	지표	내용	Page	추가 정보	제3자 검증
경제 조달/소싱 관행	FP1	회사의 소싱 정책을 준수하는 공급업체로부터의 구매 비율	-	100%	
	FP2	책임 있는 생산에 관한 신용 있고 국제적으로 인정 받는 표준에 의해 검증된 제품 구매 비율	-		

## UNGC & UN SDGs & SASB

### UNGC 성과 이행보고 (Communication on Progress)

LG생활건강은 2012년 11월에 UNGC(United Nations Global Compact)에 가입하여 인권, 노동, 환경, 반부패의 4대 분야 10대 원칙에 대해 자발적으로 준수하기 위해 노력하고 있습니다.

구분	지표	LG생활건강 제도 및 방침	관련 활동	Page
<b>인권</b>				
원칙 1.	기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중하여야 하며,	윤리규범 제 1장 고객에 대한 책임과 의무	LG생활건강은 임직원의 성별, 배경, 강제노동 등을 금지하고 개인의 인권을 존중하고 있습니다.	62-63
원칙 2.	인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.	제 5장 임직원에 대한 책임	1. 고객 존중 2. 공정한 대우	34-37
<b>노동규칙</b>				
원칙 3.	기업은 결사의 자유와 단체교섭의 실질적인 인정을 지지하고,	노사협의회 운영요령 윤리규범 제 5장 임직원에 대한 책임	LG생활건강은 임직원이 자율적이고 창의적인 인재로 육성되도록 지속적으로 노력하고 있습니다.	34-37, 89
원칙 4.	모든 형태의 강제노동을 배제하며,			
원칙 5.	아동노동을 효율적으로 철폐하고,			
원칙 6.	고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.	1. 인간존중 2. 공정한 대우		
<b>환경</b>				
원칙 7.	기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고,	윤리규범 제 6장 국가와 사회에 대한 책임	LG생활건강은 사업 활동에 따른 환경 영향을 최소화 하기 위해 다양한 측면에서의 친환경 활동을 추진하고 있습니다.	44-49
원칙 8.	환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며,	4. 환경 보호	- 환경안전보건 방침 - 환경관리 규정	
원칙 9.	환경 친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.			
<b>반부패</b>				
원칙 10.	기업은 부당취득 및 뇌물 등으로 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.	윤리규범 제 2장 공정한 경쟁 2. 법규의 준수 제 4장 임직원의 기본윤리 4. 공정한 직무수행	LG생활건강은 그룹의 정도 경영을 기반으로 임직원 및 협력회사의 윤리적인 사업 활동을 관리하고 공정거래를 실천하고 있습니다.	58-63

### UN SDGs

LG생활건강은 국제사회의 지속가능한 발전을 위하여 유엔이 제시하는 지속가능개발목표(SDGs) 달성을 위한 활동을 수행하고 있습니다. 각 목표에 대한 활동은 다음과 같으며, 목표와 관련된 자세한 사항은 홈페이지(<http://sustainabledevelopment.un.org>)를 통해 확인하실 수 있습니다.

구분	SDGs 목표	관련 활동	Page
Goal 1.	모든 국가에서 모든 형태의 빈곤 종식	사회적 가치를 담은 제품 개발: 빈곤지역과의 공유가치 창출 - 비윤드 히말라야 라인	25
Goal 3.	모든 사람의 건강한 삶을 보장하고 웰빙을 증진	사회공헌: 페리오 키즈 스쿨 빌려쓰는 지구스쿨	42
Goal 4.	모든 사람을 위한 포용적이고 형평성 있는 양질의 교육 보장 및 평생교육 기회 증진	사회공헌: 더페이스샵 희망고 지원 프로그램	43
Goal 5.	성평등 달성 및 여성·여아의 역량 강화	직원가치: 여성 임직원 비율	34
Goal 6.	모두를 위한 식수와 위생시설 접근성 및 지속가능한 관리확립	환경안전경영: 수자원 관리, 폐기물 관리, 유해화학물질 관리 등의 환경 영향 최소화를 위한 노력	44-47
Goal 12.	지속가능한 소비 및 생산 패턴 확립	사회적 가치를 담은 제품 개발: 빈곤지역과의 공유가치 창출 - 비윤드 히말라야 라인 사회공헌: 글로벌 에코리더, 코카콜라 어린이 그린리더십	25, 42-43
Goal 13.	기후변화와 그 영향을 대처하는 긴급 조치 시행	환경안전경영: 에너지 및 온실가스	46
Goal 16.	지속가능발전을 위한 평화적이고 포괄적인 사회 증진과 모두가 접근할 수 있는 사법제도, 모든 수준에서 효과적·책임성 있는 포용적인 제도 구축	정도경영	62-63

### Sustainability Accounting Standards Board (SASB)

SASB는 기업의 지속가능성 관련 공시 가이드 및 회계 관련 표준을 수립하여 미국 및 외국기업이 미국증권거래위원회(SEC)에 보고할 수 있도록 하고 있습니다.

측면	이슈	비알콜 음료 부문	생활 및 개인용품 부문	페이지
환경	에너지 관리	●	●	44-47
	용수 관리	●	●	44-47
사회	건강 및 영양	●	●	14-19, 38-39
	투명한 라벨링과 마케팅	●	●	38-39, 62-63
혁신	패키징 주기 관리 및 혁신	●	●	14-19
	제품 구성 안전	●	●	14-19
지배구조	공급망 관리	●	●	56-57

\*비알콜 음료 부문은 코카콜라음료와 해태htb에 적용되고, 생활 및 개인용품 부문은 LG생활건강에 한해 적용됩니다.

## 제 3자 검증의견서

### 서문

DNV GL 그룹의 일원인 주식회사 디엔브이지엘비즈니스어슈어런스코리아 (이하, “DNV GL”)는 (주)엘지생활건강 (이하, “LG생활건강”)의 ‘2016 LG 생활건강 CSR 보고서’ (이하 “보고서”)에 대해 독립적인 제 3자 검증을 수행하도록 요청받았습니다. LG생활건강은 보고서 내용에 대한 모든 책임을 가지고 있으며, 본 업무를 수행하면서 DNV GL의 책임 내용은 계약 내용 및 합의된 업무 범위에 한정됩니다. 검증은 DNV GL에 제공된 데이터 및 정보가 완전하고, 충분하며 사실이라는 가정을 기반으로 실시 되었습니다.

### 검증 범위

DNV GL의 검증 업무는 2016년도 데이터에 한정되며, 아래 내용에 대해 실시되었습니다.:

- GRI G4에 따른 지속가능경영 보고 내용 결정 및 품질 정의 원칙에 대한 평가
- 보고서 작성을 위한 중요 측면의 결정 프로세스, 중요 이슈들에 대한 경영 접근 프로세스, 그리고 정성적, 정량적 데이터 산출, 취합, 관리 프로세스

### 검증 방법

검증 활동은 국제감사인증위원회(IAASB)가 발행한 ISAE3000을 포함하여 국제적 검증 규격을 반영한 DNV GL의 지속가능경영 보고서 검증 프로토콜인 VeriSustain™<sup>1)</sup>에 따라 제한적 보증의 형태로 진행되었습니다. 검증은 2017년 4월부터 5월까지 실시되었으며, LG생활건강의 본사 및 국내 사업장에서 이루어졌습니다. 검증 활동은 샘플링을 기반으로 아래와 같이 실시되었습니다.

- 보고서 내 문구 및 주장에 대한 확인, 보고서 작성에 활용된 데이터 관리 시스템, 정보의 흐름과 통제외 견고성 평가
- LG생활건강 본사 주요 부서 담당자들과의 면담
- 문서 검토, 데이터 샘플링, 보고서 작성에 활용된 데이터베이스(DB), 전산 시스템 등의 테스트
- 중대성 평가 결과 검토
- 안양, 온산 사업장 및 자회사(코카콜라 광주 사업장, 해태htb 익산 사업장)를 방문하여 데이터 수집 및 가공 프로세스 테스트

### 제한 사항

보고서에 명시된 LG생활건강의 중요한 통제권이 미치지 않는 자회사, 관련 회사, 공급업체, 협력회사 및 제 3자의 성과는 본 검증의 범위에 포함되지 않습니다. DNV GL은 검증 활동 중 외부 이해관계자 면담을 실시하지 않았습니다. LG생활건강의 재무제표 및 전자공시시스템(dart.fss.or.kr)에 공시된 자료, 그리고 LG생활건강의 홈페이지(www.lgcare.com)에 게시된 자료는 검증 범위에 포함되지 않습니다. 데이터 검증은 LG생활건강에서 수집한 데이터에 대해 질의, 분석 그리고 제한된 형태의 표본추출방식을 통해 한정된 범위에서의 근거 확인이 실시 되었습니다. 검증팀은 경제 성과 작성을 위한 데이터 취합 및 산정 프로세스를 검토하였습니다. 또한 환경 및 사회 데이터의 경우, 취합 데이터를 확인하는 형태로 검증을 진행하였습니다. 본 검증 성명서는 계약에 따라 LG생활건강의 경영진을 위해 발행된 것이며, DNV GL은 본 성명서에 기반하여 의사결정을 한 개인 또는 조직에 배상 책임 또는 공동 책임이 없음을 밝힙니다.

### 결론

검증을 수행한 결과, DNV GL은 중요성 측면에서 LG생활건강의 보고서에 수록된 정보 및 데이터가 부적절하게 기술되었다고 판단할 만한 사항은 발견하지 못하였습니다. 또한, GRI G4 가이드라인의 핵심적 부합 방법 (‘In accordance’ - Core)에 따른 공개가 적절하다고 생각합니다. 추가적으로 GRI G4에서 제시하고 있는 보고서 내용 결정 원칙에 대한 의견은 다음과 같습니다.

- 이해관계자 포괄성 (Stakeholder Inclusiveness)  
LG생활건강은 고객 및 임직원, 주주/투자자, 협력회사, 지역사회, 정부/공공기관/협회를 내외부 이해관계자 그룹으로 파악하고, 다양한 채널을 활용해 전사 차원 혹은 개별 부서 단위의 이해관계자 참여 활동을 실시하고 있습니다. 이해관계자 별 참여 방식은 보고서 상에 설명되어 있습니다. 다양한 분야의 전문가로 구성된 패널 간담회를 지속적으로 운영하여 의견을 수렴하는 점이 돋보입니다.
- 지속가능성 맥락 (Sustainability Context)  
LG생활건강 보고서는 이해관계자들에게 LG생활건강의 CSR(Corporate Social Responsibility) 중장기 전략과 로드맵을 보여 주고 있습니다. 중대성 평가를 통해 파악된 14가지 지속가능경영 관련 핵심 이슈는 해당 관리 분야로 구분되어 보고되고, 2016년도 주요 성과를 함께 제시하고 있어 독자로 하여금 LG생활건강의 지속가능경영에 대한 이해를 돕고 있습니다.

- 중요성 (Materiality)

LG생활건강은 2016년도 보고서 작성을 위해 중대성 평가를 실시하였습니다. 이슈 풀을 기준으로 내외부 이해관계자 설문 조사를 하고 우선순위를 화하는 과정을 거쳐 12개의 중요 이슈가 도출되었습니다. 중요 이슈의 체계적인 관리를 위해 전체 중요 이슈를 Beautiful & Healthy 사업부와 Refreshing 사업부로 구분하여 관리하고 있습니다. 검증팀은 중대성 평가를 통해 선정된 중요 이슈들이 보고서에 반영되어 있음을 확인하였습니다.

- 완전성 (Completeness)

LG생활건강은 이해관계자들에게 보고 기간 동안의 지속가능경영 측면의 중요 이슈에 대해 회사의 활동 내용 및 성과에 대한 정보를 제공하고 있습니다. 보고 경계는 실질적 사업활동을 수행하고 있는 전 사업장 및 자회사(코카콜라, 해태htb)로 설정되었습니다. 심사팀은 LG생활건강 보고서에서 중요한 이슈가 누락된 것을 확인하지 못하였습니다.

- 보고서 품질 (정확성 및 신뢰성; Accuracy and Reliability)

검증 과정 중 검증팀은 샘플링 확인을 기반으로 하는 데이터 및 정보를 확인하였습니다. 검증 결과로 판단하였을 때, 보고서에 기재된 데이터 및 정보에서 의도적인 오류나 잘못된 기술은 확인하지 못하였습니다.

### 적격성 및 독립성

DNV GL Business Assurance는 DNV GL 그룹의 일원으로서 인증, 검증, 평가, 교육훈련을 포함한 다양한 지속가능경영 서비스를 제공하는 국제 기관으로, 기업이 지속가능한 사업 성과를 창출할 수 있도록 지원하고 있습니다. DNV GL의 사회/환경 검증 전문가들은 전 세계 약 100여개 국에서 활동을 하고 있으며, 본 LG생활건강 보고서의 검증도 전문성 및 적격성을 갖춘 검증팀이 독립적으로 수행하였습니다. DNV GL은 본 성명서를 제외하고 보고서 작성에 관련된 업무를 수행하지 않았습니다. 검증팀은 DNV GL의 윤리행동강령을 준수하였습니다.

서명

일자 : 2017년 5월 26일



안 인 균

대표이사

(주)디엔브이지엘비즈니스어슈어런스코리아

대한민국, 서울

1) VeriSustain protocol은 DNV GL 홈페이지 (www.dnvgl.com)에서 요청 시 확인 가능

## 온실가스 배출량 검증 의견서 (LG생활건강)

### 서문

(주)디엔브이제엘비즈니스어슈어런스코리아(이하, DNV GL)는 (주)LG생활건강(이하, 'LG생활건강')의 2016년도 온실가스 배출량에 대해 합리적 보증 수준 하에서 검증을 수행하였습니다. LG생활건강은 ISO 14064-1:2006 및 “온실가스·에너지목표관리 운영 등에 관한 지침(환경부 고시 2014-186호)”에 명시된 원칙에 근거한 온실가스 배출량 자료를 준비할 책임이 있으며, DNV GL은 본 검증성명서와 관련하여 계약 조건에 따라 검증 계약당사자를 제외한 제 3자에 대하여 어떠한 책임도 지지 않습니다.

### 검증 범위

본 검증에서 다루어진 온실가스 배출량은 LG생활건강 운영상 통제 하에 있는 국내 사업장의 직접 배출(Scope1 배출), 에너지 간접 배출(Scope2 배출) 및 기타 간접배출(Scope3 배출)을 포함하고 있습니다.

- 검증 대상 조직 및 사업장 : LG생활건강 국내 사업장 (울산, 청주, 온산, 나주), 대전기술연구원 및 영업물류

### 검증 방식

본 검증은 2017년 4월부터 5월까지 ISO 14064-3의 검증 원칙과 기준에 따라 수행되었습니다. DNV GL은 LG생활건강이 보고한 온실가스 배출량과 온실가스 인벤토리의 완성에 대한 검증 의견을 제시하는데 필요한 정보와 데이터를 얻기 위하여 검증 계획을 수립하고, 중요성 평가 기준 5%를 바탕으로 검증을 실시하였습니다. 검증 프로세스의 부분으로 다음 사항을 확인하였습니다.

- 2016년 LG생활건강 온실가스 배출량 보고서(엑셀 산정 툴)
- LG생활건강 온실가스 데이터 관리 및 수집, 배출량 산정 및 보고 프로세스

### 결론

온실가스 배출량 선언과 관련한 정보는 상기의 검증기준을 준수하여 오류, 누락 및 허위 진술 없이 적정하게 기술되었습니다. LG생활건강의 2016년 온실가스 배출량은 아래와 같이 확인되었습니다.

(단위: ton CO <sub>2</sub> e)					
LG생활건강	직접배출(Scope1)	에너지간접배출(Scope2)	소계	기타 간접배출(Scope3)	총배출량
2016년	7,571	39,199	46,770	4,898	51,667

\*상기의 온실가스 배출량은 정수로 보고하기 위한 반올림치리로 인해 시스템의 실제값과 ± 1tCO<sub>2</sub> 미만의 차이가 발생할 수 있음.

\*\*총 배출량 = 직접배출 + 에너지간접배출+기타 간접배출(통근버스, 폐기물처리)

안 인균 대표이사  
(주)디엔브이제엘비즈니스어슈어런스코리아

2017년 5월 11일  
대한민국 서울

본 외부 검증인의 검증성명서는 성명서 발행일 (2017년 5월 11일) 현재로 유효한 것입니다. 성명서 발행일 이후 본 성명서를 열람하는 시점 사이에, LG생활건강의 온실가스 배출량 산정에 중요한 영향을 미칠 수 있는 사건이나 상황이 발생할 수 있으며, 이로 인하여 본 검증성명서가 수정될 수도 있습니다.

## 온실가스 배출량 검증 의견서 (코카콜라음료(주))

### 서문

(주)디엔브이제엘비즈니스어슈어런스코리아(이하, DNV GL)는 코카콜라음료(주)(이하, '코카콜라음료')의 2016년도 온실가스 배출량에 대해 합리적 보증 수준 하에서 검증을 수행하였습니다. 코카콜라음료는 ISO 14064-1:2006 및 “온실가스·에너지목표관리 운영 등에 관한 지침(환경부 고시 2014-186호)”에 명시된 원칙에 근거한 온실가스 배출량 자료를 준비할 책임이 있으며, DNV GL은 본 검증성명서와 관련하여 계약 조건에 따라 검증 계약당사자를 제외한 제 3자에 대하여 어떠한 책임도 지지 않습니다.

### 검증 범위

본 검증에서 다루어진 온실가스 배출량은 코카콜라음료의 운영상 통제 하에 있는 국내 사업장의 직접 배출(Scope1 배출) 및 에너지 간접 배출(Scope2 배출)을 포함하고 있습니다.

- 검증 대상 조직 및 사업장 : 코카콜라음료의 국내 사업장 (여주, 광주, 양산) 및 영업물류

### 검증 방식

본 검증은 2017년 4월부터 5월까지 ISO 14064-3의 검증 원칙과 기준에 따라 수행되었습니다. DNV GL은 코카콜라음료가 보고한 온실가스 배출량과 온실가스 인벤토리의 완성에 대한 검증 의견을 제시하는데 필요한 정보와 데이터를 얻기 위하여 검증 계획을 수립하고, 중요성 평가 기준 5%를 바탕으로 검증을 실시하였습니다. 검증 프로세스의 부분으로 다음 사항을 확인하였습니다.

- 2016년 코카콜라음료 온실가스 배출량 보고서(엑셀 산정 툴)
- 코카콜라음료 온실가스 데이터 관리 및 수집, 배출량 산정 및 보고 프로세스

### 결론

온실가스 배출량 선언과 관련한 정보는 상기의 검증기준을 준수하여 오류, 누락 및 허위 진술 없이 적정하게 기술되었습니다. 코카콜라음료의 2016년 온실가스 배출량은 아래와 같이 확인되었습니다.

(단위: ton CO <sub>2</sub> e)			
코카콜라음료	직접배출(Scope1)	에너지간접배출(Scope2)	총배출량
2016년	25,777	22,072	47,849

\*상기의 온실가스 배출량은 정수로 보고하기 위한 반올림치리로 인해 시스템의 실제값과 ± 1tCO<sub>2</sub> 미만의 차이가 발생할 수 있음.

\*\*총 배출량 = 직접배출 + 에너지간접배출

안 인균 대표이사  
(주)디엔브이제엘비즈니스어슈어런스코리아

2017년 5월 11일  
대한민국 서울

본 외부 검증인의 검증성명서는 성명서 발행일 (2017년 5월 11일) 현재로 유효한 것입니다. 성명서 발행일 이후 본 성명서를 열람하는 시점 사이에, 코카콜라음료의 온실가스 배출량 산정에 중요한 영향을 미칠 수 있는 사건이나 상황이 발생할 수 있으며, 이로 인하여 본 검증성명서가 수정될 수도 있습니다.

## 온실가스 배출량 검증 의견서 (해태htb)

### 서문

(주)덴브이지엘비즈니스어슈어런스코리아(이하, DNV GL)는 해태htb(주)(이하, ‘해태htb’)의 2016년도 온실가스 배출량에 대해 합리적 보증 수준 하에서 검증을 수행하였습니다. 해태htb는 ISO 14064-1:2006 및 “온실가스·에너지목표관리 운영 등에 관한 지침(환경부 고시 2014-186 호)”에 명시된 원칙에 근거한 온실가스 배출량 자료를 준비할 책임이 있으며, DNV GL은 본 검증성명서와 관련하여 계약 조건에 따라 검증 계약 당사자를 제외한 제 3자에 대하여 어떠한 책임도 지지 않습니다.

### 검증 범위

본 검증에서 다루어진 온실가스 배출량은 해태htb 운영상 통제 하에 있는 국내 사업장의 직접 배출(Scope1 배출) 및 에너지 간접 배출(Scope2 배출)을 포함하고 있습니다.

· 검증 대상 조직 및 사업장: 공장(천안, 평창, 철원, 익산) 및 영업물류

### 검증 방식

본 검증은 2017년 4월부터 5월까지 ISO 14064-3의 검증 원칙과 기준에 따라 수행되었습니다. DNV GL은 해태htb 이 보고한 온실가스 배출량과 온실가스 인벤토리의 완성에 대한 검증 의견을 제시하는데 필요한 정보와 데이터를 얻기 위하여 검증 계획을 수립하고, 중요성 평가 기준 5%를 바탕으로 검증을 실시하였습니다. 검증 프로세스의 부분으로 다음 사항을 확인하였습니다.

· 2016년 해태htb 온실가스 배출량 보고서(엑셀 산정 틀)  
· 해태htb 온실가스 데이터 관리 및 수집, 배출량 산정 및 보고 프로세스

### 결론

온실가스 배출량 선언과 관련한 정보는 상기의 검증기준을 준수하여 오류, 누락 및 허위 진술 없이 적정하게 기술되었습니다. 해태htb의 2016년 온실가스 배출량은 아래와 같이 확인되었습니다.

(단위: ton CO <sub>2</sub> e)			
해태htb	직접배출(Scope1)	에너지간접배출(Scope2)	총배출량
2016년	14,198	14,654	28,851

\*상기의 온실가스 배출량은 정수로 보고하기 위한 반올림치리로 인해 시스템의 실제값과 ± 1tCO<sub>2</sub> 미만의 차이가 발생할 수 있음.

\*\*총 배출량 = 직접배출 + 에너지간접배출



안 인균 대표이사  
(주)덴브이지엘비즈니스어슈어런스코리아

2017년 5월 11일  
대한민국 서울

## 인권 정책

LG생활건강은 LG그룹의 경영이념인 ‘인간존중의 경영’을 실천하기 위해 임직원, 고객, 협력회사 등 모든 이해관계자를 인간으로서 존중하고 인간의 존엄성에 대한 권리를 보장하기 위해 인권정책을 수립하여 실행한다. 각 국가 및 지역의 노동관계법규를 준수하고 사회, 경제적인 측면에서 임직원의 고용 안정과 적정 임금 보장을 위해 노력하며, 기업시민으로서 UN인권위원회의 ‘세계인권선언’ 및 ‘기업과 인권에 대한 기본지침’ 이 제시하고 있는 인권이행원칙을 지지한다.

### 1. 차별 금지

임직원의 채용, 승진, 보상, 훈련 기회 제공 등 인사제도 운영과 제품 및 서비스 제공에 있어 국적, 인종, 연령, 성별, 성적 취향, 장애, 임신, 종교, 정치단체 가입, 노동조합 가입, 결혼 여부 등의 이유로 차별을 받지 않도록 노력한다.

### 2. 인도적 대우

모든 근로자를 인간으로 존중하며, 근로자에 대한 성희롱이나 성적 학대, 체벌, 정신적이거나 육체적인 강압, 폭언, 직장에서의 불합리한 제한 등 가혹하거나 비인도적 대우가 없도록 한다.

### 3. 강제노동 금지

폭행, 협박, 감금 등 정신적 또는 신체적인 자유를 부당하게 구속하여 개인의 자유의사에 어긋나는 근로를 강요하지 않는다. 모든 근로는 자발적으로 이루어져야 하며, 고용을 조건으로 근로자에게 정부가 발행하는 신분증이나 여권, 근로 허가증의 양도를 요구하지 않는다.

### 4. 여성과 아동 노동

어떠한 직무에도 아동 근로자를 고용하지 않는다. ‘아동’은 일정한 최소 연령에 미달하는 자를 의미하며, 이러한 최소 근로 연령은 각 국가 및 지역의 법규에 따라 결정된다. 또한, 연소근로자와 임신부는 위험한 작업에서 배제한다. ILO(국제노동기구)의 국가별로 비준된 협약에 따라 노동 연령 제한 등의 근로조건을 준수한다.

### 5. 근로 시간

각 국가 및 지역의 법규에서 지정한 정규, 초과근로시간 및 휴무 관련 규정을 준수한다.

### 6. 임금과 복리후생

모든 근로자에게 지급되는 대가는 최저 임금, 초과 근로시간, 법정복리후생 등을 포함하여 해당되는 모든 각 국가 및 지역의 노동관계 법령을 준수한다.

### 7. 결사의 자유

각 국가 및 지역의 노동관련 법규에 따라 보장된 결사의 자유와 단체 교섭의 권리를 인정하고, 근로자가 차별이나 보복, 협박, 괴롭힘에 대한 두려움 없이 근로조건에 대해 경영진과 의사소통 할 수 있는 환경을 조성한다.

### 8. 개인정보의 보호

모든 이해관계자의 개인정보는 그 비밀을 철저히 보호하고, 이해관계자의 사전 승인 없이 정보를 누설하거나 타 용도에 사용하지 않는다. 또한 진실한 정보를 전하며 허위사실 및 정보를 제공하지 않고, 약속을 반드시 지킨다.

## 협력회사 행동 규범

LG생활건강 협력회사 행동 규범(이하 “규범”이라 함)은 LG생활건강과 그 계열회사(이하 총칭하여 “LG생활건강”)과 거래하는 모든 협력회사에 게 적용됩니다. 본 규범은 LG생활건강과 협력하는 모든 협력회사에 대해 기업이 책임져야 하는 요구사항을 제시합니다. 협력회사들은 모든 사업 활동에서 본 규범을 준수하도록 만전을 기하여야 합니다. LG생활건강은 본 규범의 합리적인 보안을 위해 필요 시 변경할 수 있으며 변경사항은 사전에 협력회사 구매시스템 웹사이트(<https://cps.lgcare.com>) 등을 통해 협력회사에 공지합니다. 또한 LG생활건강(및·또는 외부 감사자)는 협력회사의 사업장을 방문하여 본 규범의 준수 여부를 평가하고 개선을 요구할 수 있습니다.

### 1. 노동 여건 및 인권

- A. 차별 금지** 협력회사는 자사의 근로자가 채용, 승진, 보상, 훈련 기회 제공 등과 같은 인사제도 운영에 있어서 인종, 피부색, 연령, 성별, 성적 취향, 민족, 장애, 임신, 종교, 정치단체 가입, 노동조합 가입, 국적, 결혼 여부 등의 이유로 차별을 받지 않도록 노력해야 한다.
- B. 인도적 대우** 협력회사는 모든 근로자를 존중해야 하며, 근로자에 대한 성희롱이나 성적 학대, 체벌, 정신적이거나 육체적인 강압, 폭언, 직장에서의 불합리한 제한 등 가혹하거나 비인도적 대우가 없어야 한다.
- C. 자발적 취업** 협력회사는 강제 노동이나 담보 노동, 착취 노동, 비자발적인 징역자들의 노동을 이용해서는 안되며 모든 근로는 자발적으로 이루어져야 한다. 고용을 조건으로 근로자에게 정부가 발행하는 신분증이나 여권, 근로 허가증의 양도를 요구해서는 안되며 근로계약서를 쌍방 작성하여 보관하여야 한다.
- D. 아동노동 및 임산부 보호** 협력회사는 어떠한 직무에도 아동 근로자를 고용해서는 아니 된다. 아동의 기준은 ILO협약 138, 고용 승인을 위한 최저 연령에 관한 협약(1973)에 따라 15세 미만 이나 의무교육연령을 넘기지 않은 대상으로 정의한다. 만일 지역 지역 법규에서 정한 아동의 나이가 다르다면 낮은 연령이 적용되며, 이러한 최소 근로 연령은 법규에 따라 결정된다. 또한, 18세 미만의 연소근로자와 임산부의 노동 시 유해하거나 법령에서 제한하는 위험한 작업에 참여해서는 아니 된다. ILO(국제노동기구)의 각 국가별 비준된 협약에 따라 노동 연령 제한 등의 근로조건을 준수한다.
- E. 근로 시간** 근로 일수와 시간은 법규가 정하는 허용시간을 초과해서는 안 된다.
- F. 임금과 복리후생** 협력회사에게 지급되는 대가는 최저 임금, 초과 근로시간, 법정복리후생 등을 포함하여 해당되는 모든 노동관계 법령을 준수해야 한다.
- G. 단결의 자유** 협력회사는 법규에 따라 근로자가 자유롭게 단결 할 수 있게 하고, 노동 조합 가입의 자유를 부여하고, 대표를 선정하고, 노동조합에 가입할 수 있는 근로자의 권리가 존재함을 알고 있어야 한다. 근로자는 보복이나 협박, 괴롭힘에 대한 두려움 없이 근로 조건에 대해 경영진과 공개적으로 의사 소통을 할 수 있어야 한다.

### 2. 안전보건

- A. 산업 안전** 협력회사는 물리적인 위험과 안전 위험요소를 제거하고 사고와 직업병을 방지하는 예방 조치를 취해야 한다. 이러한 위험은 적절한 설계, 엔지니어링 및 행정적 제어, 예방정비, 안전한 작업 절차, 지속적인 안전 훈련을 통해 통제되어야 한다. 이러한 수단을 이용하여 위험을 충분히 통제할 수 없을 경우에는 적절하고 정비가 잘 된 개인 보호구를 근로자에게 제공해야 한다.
- B. 산업 위생** 협력회사는 화학적, 생물학적, 물리적 인자에 대한 직원의 노출을 파악, 평가 및 관리 해야 한다. 기술적 또는 행정적 제어 장치를 이용하여 근로자가 이에 대해 과다하게 노출 되는 것을 방지해야 한다. 이러한 수단을 이용하여 위험을 적절히 통제할 수 없는 경우에는 적절한 개인 보호 장비를 근로자에게 제공해야 한다.
- C. 비상 사태 대비** 협력회사는 비상 상황과 사태를 파악 및 평가하고 비상 대책과 대응 절차를 이행함으로써 그 피해를 최소화하여야 한다.
- D. 산업 재해 및 질병** 협력회사는 산업 재해와 직업병을 예방, 관리, 추적, 보고하기 위한 프로세스를 구축하여야 한다.
- E. 위생, 식품, 주거** 협력회사는 직원에게 청결한 화장실과 식수, 위생적인 식품 조리, 보관, 식당 시설을 제공해야 한다. 협력회사나 제3자 대리인에 제공하는 직원 기숙사는 청결하고 안전하게 유지되어야 하며, 적절한 비상 출구와 난방, 환기 장치, 적당한 개인 공간, 합리적인 출입 권한을 부여 하여야 한다.

- F. 육체 노동** 협력회사는 육체 노동의 위험에 대한 직원의 노출을 파악, 평가 및 통제해야 한다. 이러한 육체 노동에는 수작업, 무거운 자재를 들거나 반복적으로 물건을 들어 올리는 작업, 장시간 서 있는 작업, 반복적이거나 체력소모가 심한 조립 작업이 포함된다.
- G. 기계설비의 안전 유지** 협력회사는 생산 설비나 기타 설비의 안전상의 위험을 평가해야 한다. 물리적인 방호물, 안전을 위한 장치, 방호벽을 제공하고 설비로 인해 직원이 부상을 입을 위험이 있는 경우 적절히 정비해야 한다.

### 3. 환경

- A. 환경 인허가 및 보고** 협력회사는 필수 환경 인허가(예: 배출 관리 및 등록)사항을 취득, 유지하고 최근 개정사항을 항상 반영해야 한다. 그리고 인허가 과정에 필요한 운영 및 보고 요건을 준수해야 한다.
- B. 유해 물질** 협력회사는 환경에 배출될 경우 안전상의 위험을 초래하는 화학물이나 기타 물질을 파악하고 이러한 물질의 안전한 취급과 이동, 보관, 사용, 재활용, 재사용, 처리를 관리해야 한다.
- C. 고형 폐기물 및 폐수** 협력회사는 관련법과 규정상 필요한 경우 운영상 산업 공정, 위생 시설에서 발생하는 고형 폐기물과 폐수를 배출 하기에 앞서 이를 식별, 감시, 통제, 처리해야 한다.
- D. 대기 오염** 협력회사는 제조 공정 운영 시 생성되는 휘발성 유기화합물질이나 연무제, 부식제, 미립분말, 오존 파괴물질, 공정 중 발생한 연소부산물은 관련법과 규정상 필요한 경우 배출 이전에 반드시 특성을 파악하고 감시, 통제, 취급해야 한다.
- E. 오염 방지 및 자원 사용 저감** 폐수와 에너지를 비롯한 각종 폐기물은 오염원에서 저감 또는 제거하거나 생산, 정비, 시설 공정 변경, 원료 대체, 보존, 원료 재활용 및 재사용 등의 방법을 사용하여 감소 시키거나 제거해야 한다. 또한, 제조 및 포장과정에서 물 사용량을 저감하고 환경친화성 자재를 사용하는 등 환경오염을 최소화할 수 있도록 노력하여야 한다.
- F. 제품 함유 물질 규제** 협력회사는 재활용 및 처리 라벨 표시를 비롯하여 특정 물질의 금지나 제한에 대하여 관련법과 규정, 고객 요구사항 일체를 준수해야 한다.
- G. 지속가능제품 개발 노력** 제공하는 제품 및 서비스의 경우 지역 정부의 법적 규정을 준수하여야 하며, 제품의 환경성, 에너지 효율성을 개선한 지속가능제품을 개발하기 위해 노력해야 한다.

### 4. 기타

- A. 정도경영 준수** 협력회사는 LG생활건강의 정도경영 방침에 따라 선물을 포함한 뇌물수수, 횡령 등 부패행위를 정책적으로 금지하고, 지속적으로 단속 및 감시해야 한다. 모든 거래는 투명해야 하고 회계장부에 정확하게 기록해야 한다.
- B. 공정거래** 협력회사는 불공정 거래 행위를 금지하고 소비자 권익보호를 위한 공정거래 규정을 준수하여야 한다.
- C. 신원 보호** 협력회사는 근로자 내부 고발자의 기밀유지와 보호를 보장하기 위한 프로그램을 개발하여 운영해야 한다.
- D. 합법이고 윤리적인 원자재 구매** 협력회사는 공급망을 통해 유통되는 원자재의 원산지나 출처를 파악하여 불법적이고 비윤리적인 방법을 통해 취득하지 않았는지(분쟁 광물, 불법 목재) 확인해야 하며, 이에 대한 합법적인 취득을 보증해야 한다.
- E. 지적재산권 보호** 협력회사는 모든 지적재산권을 존중하고, 기술·노하우의 이전 시 해당 권리를 보호해야 한다. 또한 LG생활건강의 모든 정보를 안전하게 보호해야 한다
- F. 개인정보 보호** 협력회사는 모든 이해관계자(협력회사, 고객사, 소비자, 임직원 포함)의 개인정보를 체계적으로 보호해야 한다. 또한 개인정보의 수집, 보관, 처리, 전송, 공유 시 개인정보 보호·정보보안 법규를 준수해야 한다.
- G. 협력회사의 책임** 구매 종합평가 대상 협력회사는 CSR평가표에 의한 자가진단 결과를 제출하여야 한다. 또한 협력회사는 하위 협력회사에게도 본 행동규범의 준수 요구와 이에 대한 평가를 권고한다.

조직도



도움 주신 분들

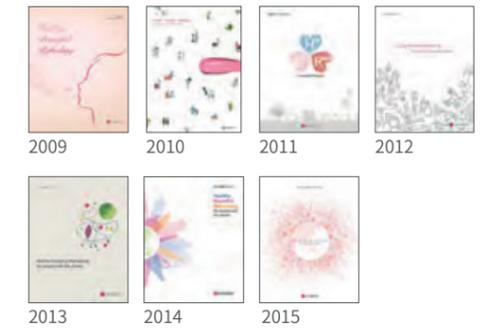
강일만	김수현	김태중	박윤근	신만섭	윤민한	임이랑	최 익
강택균	김영철	나명석	박지원	양재성	윤진모	전준경	
구남주	김예진	남두현	박지혜	양철훈	이기범	정종준	오범택
기현진	김완수	노경희	백종주	오광호	이인익	조준영	김동욱
김동하	김장환	모경욱	설연희	우남근	이중규	채정훈	이은비
김미정	김정배	민훈희	성유진	유영현	이진영	최성흠	조미형
김수정	김종석	박상원	신건식	유영훈	이해리	최연희	이유정

CSR보고서 발간을 위해 도와주신 분들께 감사드립니다.

발행일 2017년 6월 발행인 차석용 디자인 Reddotbranding  
 서울특별시 종로구 새문안로 58 LG광화문빌딩 12F (주)LG생활건강 CSR팀

# 2016 LG H&H CSR REPORT

Cover History



주)LG생활건강 CSR팀

Tel. 02-6924-6038 Fax. 02-6924-6197  
 E-mail. lgcsr@lgcare.com www.lgcare.com



본 보고서는 친환경용지에 콩기름 잉크로 인쇄되었습니다.