

ABOUT THIS REPORT

보고서 개요

LG생활건강은 2009년부터 매년 ESG 보고서를 발간하여 지속가능경영을 위한 다양한 노력을 이해관계자와 공유하고 있습니다. 열다섯 번째로 발간하는 '2023 LG생활건강 ESG 보고서'를 통해 한 해 동안의 ESG 분야 활동과 성과를 투명하게 공개하고, 이해관계자의 의견 수렴과 반영 과정을 구체적으로 정리함으로써 지속가능경영을 더욱 발전시켜 나가고자 합니다.

보고 기간 및 범위

본 보고서의 보고 기간은 2023년 1월 1일부터 12월 31일까지이며 일부 항목은 추세를 비교하기 위해 2021년부터 3년간의 데이터를 사용했습니다. 정보의 적시성과 중요도에 따라 일부 데이터는 2024년 데이터를 포함하고 있습니다. 보고 범위는 LG생활건강 본사와 코카콜라음료, 해태에이치티비 등 매출액 기준 81.3% 국내외 주요 자회사이며, 환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance) 데이터 범위는 재무제표의 연결기준과 부합합니다. 보고 범위가 서로 다르거나 데이터에 변화가 있을 때는 별도로 표기했습니다. 이 보고서의 보고 주기는 1년 단위이며, 이전 보고서는 2023년 7월에 발간한 '2022 LG생활건강 ESG 보고서'입니다.

보고서 작성 기준 및 원칙

본 보고서는 국제적인 지속가능성 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021을 기준으로 작성되었습니다. 또한 SASB(Sustainability Accounting Standards Board) 표준, UNGC(United Nations Global Compact) 10대 원칙, UN SDGs(UN Sustainable Development Goals) 등 기타 지표들을 반영했습니다.

보고서 검증

본 보고서는 보고 내용에 대한 대내외 신뢰도를 높이기 위해 전문 검증기관인 BSI에 제3자 검증을 의뢰하여 작성 프로세스, 공개 데이터, 내용의 신뢰성과 공정성을 확보했습니다. 세부적인 검증 의견서는 Appendix에 수록했습니다.

보고서 문의

본 보고서에 대한 추가 문의는 아래의 연락처를 이용하여 주시기 바랍니다.

(주)LG생활건강 ESG팀 | Tel 02-6924-6927 / 6082 / 6118 | E-mail lgcsr@lghnh.com / lgesg@lghnh.com

변동 사항

사이타마, 도미니카 공장 추가에 따른 일부 환경지표 데이터가 조정되었으며, 변경 데이터는 주석으로 별도 표기하였습니다.

발행처	LG생활건강
본사 소재지	서울특별시 종로구 새문안로 58
발행시기	2024년 6월
담당부서	LG생활건강 ESG팀
E-mail	lgcsr@lghnh.com / lgesg@lghnh.com
웹사이트	https://www.lghnh.com
보고기간	2023년 1월 1일~2023년 12월 31일

* 정보의 적시성과 중요도에 따라 일부 데이터는 2024년 데이터를 포함하고 있습니다.

Contents

Overview

CEO 인사말	04
회사 소개	08
경제적 가치 창출	10
ESG 중장기 전략 및 로드맵	12

Sustainable Impact Issues

이해관계자 참여	16
이중 중대성 평가	18
Issue 1. 기후변화 대응(탄소 중립)	22
Issue 2. 제품 책임 및 안전성 강화	24
Issue 3. 포장재의 환경영향 감축	26

Sustainable Management

Environment

환경경영	29
------	----

Social

인재경영	43
인권경영	51
안전보건경영	55
품질경영	59
고객만족경영	65
사이버 보안	72
사회공헌	77

Governance

지배구조	83
리스크 관리	88
컴플라이언스	97
정도경영	100
공급망 관리	104

Sustainability Facts & Figures

경제 성과	114
환경 성과	116
사회 성과	119

Appendix

GRI Standards Index	125
유엔글로벌콤팩트(UNGC)	129
TCFD	130
SASB	132
제3자 검증 의견서	134
온실가스 배출량 검증 의견서	137

LG생활건강 지속가능경영보고서는

독자의 이해를 돕기 위해 인터랙티브 PDF로 발간되었습니다.

- 메인 페이지
- 목차 페이지
- 이전 페이지
- 다음 페이지
- 관련 사이트

CEO Message

CEO 인사말

존경하는 LG생활건강 이해관계자 여러분,
여러분과 가정에 건강과 행복이 늘 함께하길 기원합니다

최근 기업의 ESG 경영활동은 선택이 아닌 필수로 매우 빠르게 다양한 대응전략 수립에 나서야 하는 환경이 되었습니다. 미국, EU 등의 ESG법제화 움직임은 단순한 선언이 아닌 구속력을 가진 규범으로 진화하는 등 새로운 ESG 패러다임을 보여주고 있으며, 이러한 환경에 맞춰 LG생활건강은 규제가 아닌 경영 혁신의 지표로 실효적인 ESG 대응전략을 적극 모색해 나가고자 합니다.

LG생활건강 ESG 경영의 현재와 미래에 대해 소통하는 지속가능경영보고서가 어느덧 열다섯번째 발간을 맞이하게 되었습니다. LG생활건강은 최고의 소비자 기업이자 ESG 경영의 글로벌 리더로서 UN 글로벌컴팩트의 10대 원칙을 준수하고 지속가능발전 목표를 이행하기 위하여 적극적으로 활동하고 있습니다. 또 우리 사회가 직면한 탄소 중립과 혁신적인 친환경 제품 아이디어가 더 많이 창출되도록 정책과 제도적인 지원을 위한 노력을 지속할 것입니다. 특히, 우리 연구기술 R&D와 소비자들이 원하는 사회환경 가치를 창출할 수 있는 제품개발 등 새로운 사업 혁신 기반에 대한 새로운 해안을 갖고 해결점을 모색해 나가고자 합니다.

특히, LG생활건강은 지속 가능한 성장으로 글로벌 BPC(Beauty and Personal Care)회사로 나아가기 위해 다음을 중점적으로 추진 하겠습니다.

1. 기후위기 대응 등 지속가능경영에 앞장서겠습니다.

LG생활건강은 2022년 '2050 탄소중립 계획'에 따라 탄소 실질 배출량을 제로로 만드는 탄소중립 경영에 힘쓰고 있습니다. 지난해 탄소중립 이행 노력을 Value Chain 전반으로 확산하여 사업장 탄소배출 저감을 위한 다양한 노력을 기울였고, 저탄소 경제로의 전환에 기여하고자 주요 협력회사를 대상으로 온실가스 인벤토리 구축을 지원했습니다. 이외에도 에너지 절감 컨설팅을 제공하는 등 온실가스를 줄이는 다양한 기술과 노하우를 전수하고 있습니다. 또한 LG생활건강은 환경영향을 최소화 하는 포장재 환경성 개선, 플라스틱 사용량 감축활동을 확대하는 등 순환경제로의 전환을 확대해 나가겠습니다.

2. 차별적인 고객 가치를 더욱 확대하겠습니다.

LG생활건강은 차별적 고객 가치를 제공하기 위해서 고객과 시장의 변화를 감도 높게 파악하고 그 변화와 나의 업무, 사업과의 연결 고리를 깊이 있게 고민하고 치열하게 실천하기 위해 몰입하겠습니다.

우리를 둘러싼 국내의 경영 환경에 매 순간 촉을 세우고, 고객 입장에서 생각하고 촘촘하게 계획하며, 치열하게 실행하여, 고객들이 이전에 느끼지 못했던 감동적인 경험을 제공하도록 하겠습니다. 이를 위해서 우리 모두의 일하는 방식, 태도를 변화시켜 우리가 노력하고 고민하는 모든 것들이 고객중심으로 이루어 지도록 할 것입니다.

3. 글로벌 히트 상품과 브랜드 구축을 위한 역량 강화를 가속화 하겠습니다.

제품 기획 역량을 보강하기 위해 조직을 재구축하고 Agile한 조직역량을 바탕으로 새로운 가치를 제안하는 Remarkable Products을 개발, 육성 하겠습니다. 고객의 마음 속에 있는 브랜드 이미지와 위상을 모니터링하고 브랜드의 건강도를 관리하는 노력도 기울이겠습니다. 국내와 해외 법인 간의 긴밀한 협업체계를 정착하고 지역별, 직능별 전문가를 육성하는 등 인재 확보 노력도 적극 추진하겠습니다. 이를 통해 글로벌 히트 상품을 개발하고, 글로벌 시장 확대에 힘을 쏟겠습니다.

ESG 경영은 기업이 사회적 책임을 다하는 것이 아닌 미래의 경쟁력을 키우기 위한 핵심적인 전략임을 인식하고 지속 가능한 친환경 사회를 위해 모든 파트너사와 이해 관계자들과 함께 ESG 경영을 적극 실행해 나가겠습니다.

감사합니다.

BEAUTY 사업부

BEAUTIFUL

아름다움을 향한 우리의 끊임없는 도전은 아름다운 삶을 꿈꾸는 세상 모든 고객과 연결되어 있습니다. 고객의 새로운 가치와 환경의 건강한 미래를 생각한 최고의 화장품으로 행복한 경험과 놀라운 감동을 선사하고자 합니다. 최고의 명품 브랜드를 보유한 글로벌 뷰티 회사로 성장하여 세계 고객의 아름다운 삶을 함께 가꿔가겠습니다.



더후

CNP

오휘

빌리프

숨37°

더후 천기단 화현 2종 세트

CNP 프로폴리스 에너지 액티브 앰플

오휘 프라임 어드밴서 디에이징 앰플 세럼

빌리프 더 트루 크림
(모이스춰라이징밤 / 아쿠아밤)

시크릿 에센스

Art of Balance,
 궁중 피부과학 럭셔리 코스메틱 더후

처방이 화장품이 된다. 피부 건강을 위한
 전문가의 노하우를 담은 전문 더마 케어 브랜드

1997년부터 축적된 피부연구와 6만 개의
 피부 유전자 분석을 기반으로 실질적 피부 변화를
 약속하는 '디에이징 솔루션' 브랜드

뛰어난 성분과 그 효능이 피부 위에 정직할 수
 있도록, 고객에게 진정한 가치로 신뢰를 주는
 트루 허브 코스메틱 브랜드

자연·발효 에너지로 숨 쉬다.
 대자연 발효 에너지를 통해 숨 쉬는 피부와
 숨 쉬는 자연을 위한 철학을 실천하는 브랜드

광채개선 ¹⁾ **82.74%**

피부결 개선 ²⁾ **7%**

오휘 세럼 재구매율 ³⁾ **1** 위

2023년 누적 판매 **1,400** 만개

2023년 누적 판매 **333** 만병

피부장벽 개선 ¹⁾ **21.34%**

보습 개선 ²⁾ **112%**

360도 입체탄력 ⁴⁾ **32.97%** 개선

수분레벨 증가 ⁶⁾ **231.4%**

1회 사용만으로도 피부 장벽 개선 ⁷⁾ **83%**

2023 코스모폴리탄 뷰티 어워즈
 ASIA TOP 10 선정

윤기 개선 ²⁾ **37%**

놀라운 디에이징 효과를 선사하는
 4개 부위 각도(리프팅) 개선 ⁵⁾

4주 사용 후 탄력 개선 ⁸⁾ **24%**

포평단 100인 재구매 의사 ⁹⁾ **100%**

1) 시험기간: 2023.5.29~2023.6.13/시험대상: 27~68세 여성34명(*미용관리 후)/시험기관: 上海微谱检测科技集团股份有限公司 2) KC피부임상연구센터 / 2022년 9월14일~9월15일 / 20명 / 1회사용 (5초 후 결과 측정, 일시적, 개인차 있음) 3) 2017년 제품 출시 후 1년만에 오휘 브랜드내 에센스 대상 매출액기준 1위
 4) 한국피부과학연구원 / 2023.10.5~2023.11.02 / 25~65세 여성 30명 5) 한국피부과학연구원 / 2023.10.05~11.02 / 25~65세 여성 30명 / 4주 사용 결과 6) ㈜엘리드 / 2023.5.8~2023.5.12 / 25~60세 여성 30명 7) ㈜엘리드 / 2024.1.29~2024.1.30 / 32 ~ 60세 여성 31명 / 시험 항목: 경피수분손실량
 8) ㈜엘리드 / 2024.2.21~2024.3.22 / 22 ~ 59세 여성 33명) 9) 2024 May 얼루어 매거진 품평단



HOME CARE AND DAILY BEAUTY 사업부

HEALTHY

우리의 생활용품은 구강, 피부, 모발, 세탁, 위생, 세제까지 고객의 일상에서 늘 함께하고 있습니다. 그래서 우리는 타협 없이 고객을 최우선으로 한 제품을 개발하여 고객에게 전하고자 합니다. 우리 제품으로 고객이 더 건강하고 풍요로운 삶을 누릴 수 있도록 엄격하게 선별한 원료로 자연의 가치를 담은 제품을 만들겠습니다.

닥터그루트



닥터그루트 탈모증상 집중케어 멀티퍼펙션

두피에 대한 전문적인 기술을 기반으로 두피 모발 타입별 전문화된 맞춤 솔루션을 제공하는 No.1 탈모·두피케어 브랜드¹⁾

6년 연속 탈모증상케어 ¹⁾ **1** 위

누적판매량 ²⁾ **3,500** 만개

탈모증상케어 샴푸 중 재구매율 ³⁾ **1** 위

탈모증상케어 샴푸 중 MS ⁴⁾ **46.5** %

엘라스틴



엘라스틴 매직컨트롤

건강한 머릿결을 위한 단백질 헤어케어, 1등 샴푸 브랜드, 엘라스틴

20년 연속 샴푸 부문 ⁵⁾ **1** 위

페리오



히말라야 핑크솔트

매일 만나는 치아전문가 페리오 대한민국 구강건강을 책임지는 오랄케어 대표 브랜드

37년 연속 치약부문 ⁶⁾ **1** 위

치약 MS ⁷⁾ **52.1** %

피지오겔



DMT 페이스 크림 / 데일리온 앰플

175년 이상의 독일 피부과학을 바탕으로 피부 고민별 맞춤 솔루션을 제공하는 '더마톨로지컬 뷰티 (Dermatological Beauty)' 브랜드

9년 연속 보습크림부문 ⁸⁾ **1** 위

2024 대한민국 소비자대상 ⁹⁾ 소비자친화브랜드(10년 연속)

1등 H&B채널 올리브영 Winner ¹⁰⁾

테크



테크 베이킹소다+구연산

다양한 빨래 고민을 해결해주는 대한민국 1등¹¹⁾ 세탁세제 브랜드

15년 연속 세탁세제 판매 ¹¹⁾ **1** 위

1) 닐슨, 2018~2023년 누계 판매액 기준, 탈모증상케어 샴푸/린스 브랜드 전국 식품 소매점 대상 2) 2023년 12월 닥터그루트 브랜드 총 누적 판매수량 기준 3) 닐슨 전국 가구대상(3천가구 샘플/2019.1~2020.12 유지 패널 기준, 샴푸/린스 브랜드 내 탈모증상완화 기능성 샴푸/린스 기준 4) 닐슨, 탈모증상케어 샴푸/린스 브랜드 전국 식품 소매점 대상 2023년 누계 판매액 기준, 5) 닐슨, 2004년~2023년 샴푸, 린스 카테고리 내 전국 오프라인 판매액 점유율 기준 6) 닐슨, 전국식품소매점 판매액 점유율, 브랜드 기준, 치약부문, LG생활건강 87년~23년 7) 닐슨, 전국식품소매점 판매액 점유율, 브랜드 기준, 치약부문, 세트포함, LG생활건강 23년 8) 칸타월드패널, 일반 보습크림 시장 내 구매액 기준 브랜드 랭킹자료, 2023년 3분기 기준 최근 9개월 9) 한국소비자대상, <소비자친화브랜드(피지오겔)>(10년 연속), 2024년 2월 10) DMT 크림, 2023년 <올리브영 어워즈> 크림 카테고리 WINNER 11) 닐슨, 2009년~2023년 전국 식품소매점 세탁세제 주요 브랜드 점유율



REFRESHMENT 사업부

REFRESHING

청량 음료의 시원한 쾌감, 과일 주스의 상큼한 매력, 에너지 드링크의 유쾌한 활력은 우리가 고객의 생활에 선사하는 매일의 선물입니다. 코카콜라, 미닛메이드, 파워에이드처럼 언제나 사랑받는 음료와 함께 건강과 취향을 고려한 신제품을 지속적으로 선보이고 있습니다. 보다 맛있고 건강한 음료로 고객이 생활에 상쾌한 활기를 불어넣겠습니다.

코카콜라	씨그렘(씨그렘 라벨프리)	구룬산바몬드	파워에이드&토레타	몬스터 에너지	강원 평창수
					
코카-콜라 / 코카-콜라 제로	씨그렘 라벨프리 레몬	영진 구룬산 오리지날액	파워에이드 / 토레타	몬스터 에너지	강원 평창수
130여 년 동안 전 세계에서 가장 많이 사랑받고 있는 탄산 음료	마지막까지 톡 쓰는 상쾌함, 캐나다에서 시작된 160년 전통 브랜드 씨그렘	60년 전통의 피로회복 드링크	저칼로리 스포츠·이온 보충 음료 건강을 지향하는 수분보충 음료	미국에서 시작되어 전 세계로 뻗어나가는 에너지 드링크	물의 원칙을 지키는 먹는샘물 브랜드
탄산/콜라 부문 ¹⁾ 1 위	국내 최초 무라벨 탄산수 한국환경공단 재활용최우수 등급	60년간 꾸준한 사랑을 받고 있는, 믿고 마실 수 있는 '의약외품' 피로회복제 ⁴⁾ 국내 2 위	스포츠/이온 통합 카테고리 국내 판매 ⁵⁾ 1 위	국내 에너지 음료 판매 ⁶⁾ 1 위	제조공정의 에너지 사용량을 절감하여 탄소 배출량 감축 1,163 ⁷⁾ 톤
전세계 영향력 있는 브랜드 ¹⁾ 8 위	경량화 플라스틱 적용 제품 누적판매 ²⁾ 1 억개				
	2024년 브랜드 고객만족도 ³⁾ 1 위				

1) 2023년 인터브랜드 글로벌 브랜드 순위 2) 2022년 7월~2023년 12월 내부 판매량 기준 3) 24년 브랜드고객만족도 (BCIS) 조사결과 산업별 1위: 소비자 부문, 탄산수 - 씨그렘 4) 닐슨코리아 의약외품 부문 2023년 12월 누계 판매액 기준 5) 닐슨 코리아 스포츠/이온음료 카테고리 2023년 소비자가 매출 기준 6) 닐슨 리서치, 2023년 12월 자양강장제 제외 주요 에너지음료 3사 기준 7) 강원평창수 2L, 500ml 제품 직전 인종 대비 23년 연간 감축량 기준



Company Overview

회사 소개

기업 개요

LG생활건강은 창립 이래 70여 년 동안 고객의 아름다움과 꿈을 실현해온 국내 최고의 BPC(Beauty and Personal Care) 기업으로서 화장품, 생활용품, 음료 분야의 내수 시장에서 선도기업을 유지하고 있습니다. 이를 바탕으로 중국, 일본, 베트남, 대만, 미국, 캐나다 등 58개 나라에 진출하여 세계 명품 뷰티 회사로 성장해 가고자 합니다. LG생활건강은 앞으로도 다양한 분야로 가능성을 열어 두고 경계를 넘어 고객에게

더 건강하고(Healthy), 아름답고(Beautiful), 활기찬(Refreshing) 경험과 가치를 제공하겠습니다. 그리고 이전과 확실히 차별화되고(Different), 더 좋은(Better) 제품과 서비스를 통해 세계 시장에서 최고의 생활문화 기업으로 도약하겠습니다.

기본현황

회사명	(주)LG생활건강
주소	서울특별시 종로구 새문안로 58 LG광화문빌딩
설립일	1947년 1월
대표이사	이정애
업종	화장품, 생활용품, 음료
구성원 수	7,314

* 해외법인 미포함

중장기 전략

핵심가치

- 소비자 중심 Consumer Focus
- 프로정신 Professionalism
- 지속적 혁신 추구 Innovation
- 한발 앞선 고객 대응 Speed

중장기 전략

- 포트폴리오 강화
- 유통 커버리지 확대
- 지속가능성 확립

비전

고객의 아름다움과 꿈을 실현하는 최고의 생활문화 기업

국내의 주요 법인 현황

국내법인	소재지(본사)	지분율(%)
코카콜라음료(주)*	양산	90.0
해태에이치티비(주)*	서울	100.0
(주)에프엠지	춘천	100.0
(주)밝은누리	청주	100.0
엘지파루크(주)	서울	50.0
태극제약(주)	부여	99.3
(주)올림샘물	서울	87.4
(주)루치펠로코리아	서울	100.0
(주)미젠스토리	서울	100.0
농업회사법인(주)에프앤아이	철원	90.0
(주)비바웨이브	서울	75.0

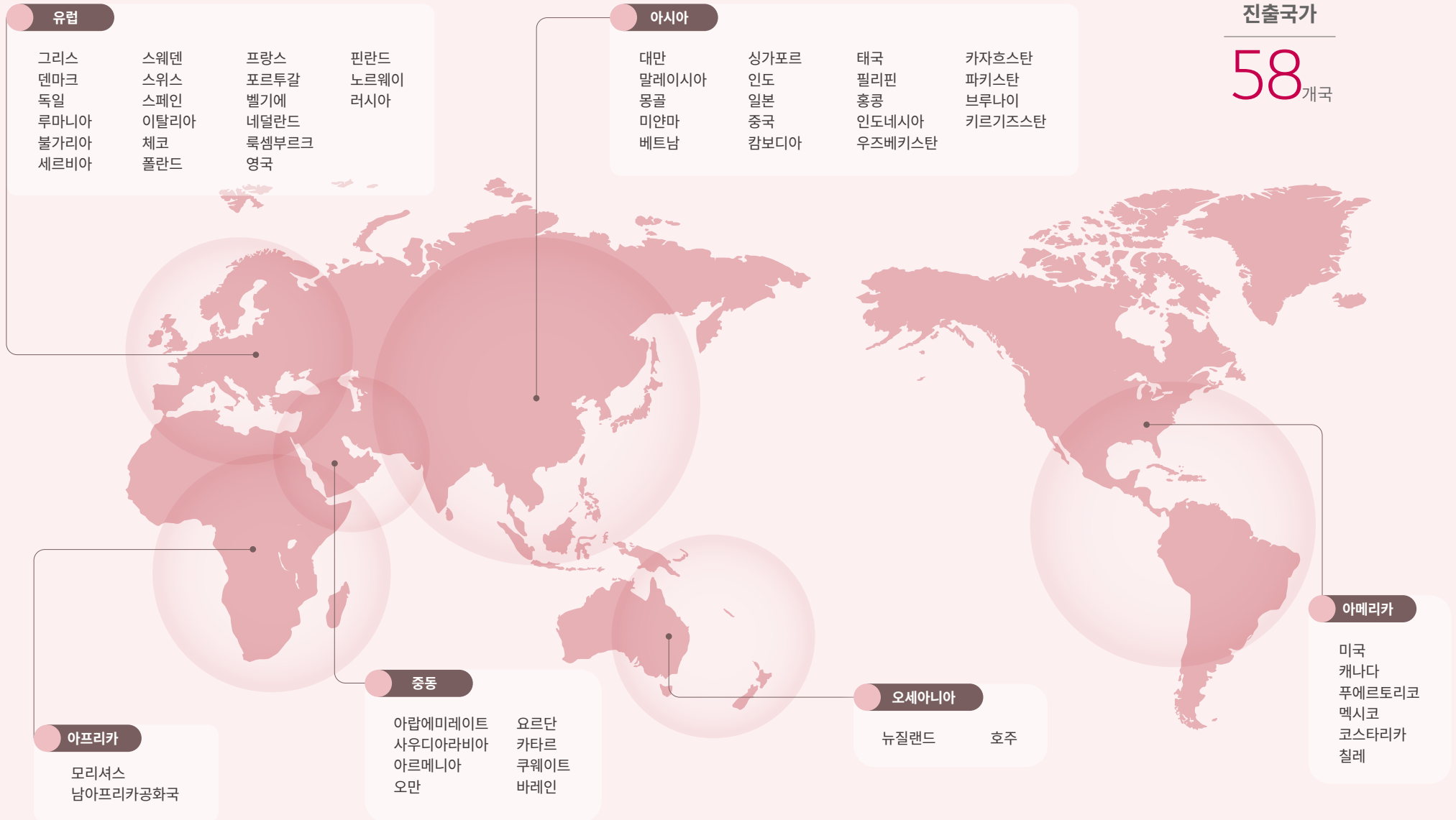
해외법인	소재지(본사)	지분율(%)
락금생활건강무역(상해)유한공사	중국	100.0
복경락금일용화학유한공사	중국	78.0
락금생활건강화장품연구소(상해)유한공사	중국	100.0
Avon Manufacturing(Guangzhou), Ltd.	중국	100.0
Ginza Stefany Inc.	일본	100.0
Everlife Co., Ltd.	일본	100.0
Toiletry Japan Inc.	일본	70.0
FMG&MISSION CO., Ltd.(*6)	일본	100.0
Everlifeagency Co., Ltd.(*7)	일본	100.0
LG H&H Tokyo R&D Center Inc.	일본	100.0
VIVAWAVE JAPAN Co.,Ltd. (*4)	일본	100.0
LG Vina Cosmetics Company Limited	베트남	60.0

해외법인	소재지(본사)	지분율(%)
LG H&H USA Inc.	미국	100.0
The Avon Company	미국	100.0
Boinca Inc.	미국	56.0
The Creme Shop, Inc.	미국	65.0
The Avon Company Canada Limited	캐나다	100.0
LG Household & Health Care (Taiwan) Ltd.	대만	100.0
LG Household & Health Care (Thailand) Limited	태국	100.0
LG H&H HK LIMITED	홍콩	100.0
LG H&H Singapore Private Limited	싱가폴	100.0
LG HOUSEHOLD & HEALTH CARE MALAYSIA SDN. BHD.	말레이시아	100.0
LG H&H UK LTD	영국	100.0

국내사업장 현황		
본사		여주공장
대전 R&D 캠퍼스	코카콜라음료(주)	양산공장
마곡 사이언스파크		광주공장
청주공장		천안공장
울산공장	해태에이치티비(주)	평창공장
온산공장		철원공장
인천공장		익산 공장
	(주)한국음료	남원공장
	(주)에프엠지	춘천 공장
대전 오비엠랩 공장		부여공장
	태극제약(주)	향남공장

* 보고 범위 사업장

글로벌 네트워크 고객들에게 우수한 제품을 공급함으로써 세계적인 화장품, 생활용품, 음료 사업을 영위하는 회사로 발돋움하고 있습니다.



Economic Value Creation

경제적 가치 창출

2023년 사업 성과

2023년은 글로벌 경기 침체와 중국 수요 약화 등 국내외 사업 변동성이 확대된 해였습니다. LG생활건강은 어려운 경영 환경 속에서도 국내외에서 사업 경쟁력 확대를 위한 체질 개선을 적극 추진하였습니다. 리브랜딩, M&A 등 투자를 통해 브랜드와 제품 경쟁력을 제고했을 뿐 아니라 유통 구조를 재정비하고 해외 사업의 구조조정을 단행하여 성장 기반을 더욱 공고히 하였습니다. 그 결과, Refreshment 사업은 탄탄한 수요를 기반으로 지속 성장하고 있고, Beauty 사업과 Home Care and Daily Beauty 사업에서도 근본적 사업 경쟁력을 강화하며 새로운 도약을 준비하고 있습니다.

재무 성과

2023년에는 악화된 국내외 사업 환경 속에서 브랜드와 제품 경쟁력 강화를 위한 투자, 효율성 개선을 위한 구조조정 비용이 증가하면서 실적이 하락해 매출은 전년 대비 5.3% 감소한 6조 8,048억 원, 영업이익은 전년 대비 31.5% 감소한 4,870억 원을 기록했습니다. 그러나 어려운 상황에서도 사업 효율화와 내실 경영에 집중하여 재무구조를 크게 개선하였습니다. 운전자본 효율화에 주력하여 재고자산을 전년 대비 7.4% 감축했고, 현금흐름 개선으로 현금성 자산은 전년보다 39.0%가 증가하고 차입금은 37.8% 축소하는 성과를 거두었습니다. 이러한 노력을 통해 부채비율은 전년 대비 3.4%p 개선된 30.1%를 기록했으며, 신용등급은 A1을 계속 유지하고 있습니다.

부채비율 및 신용등급

부채비율

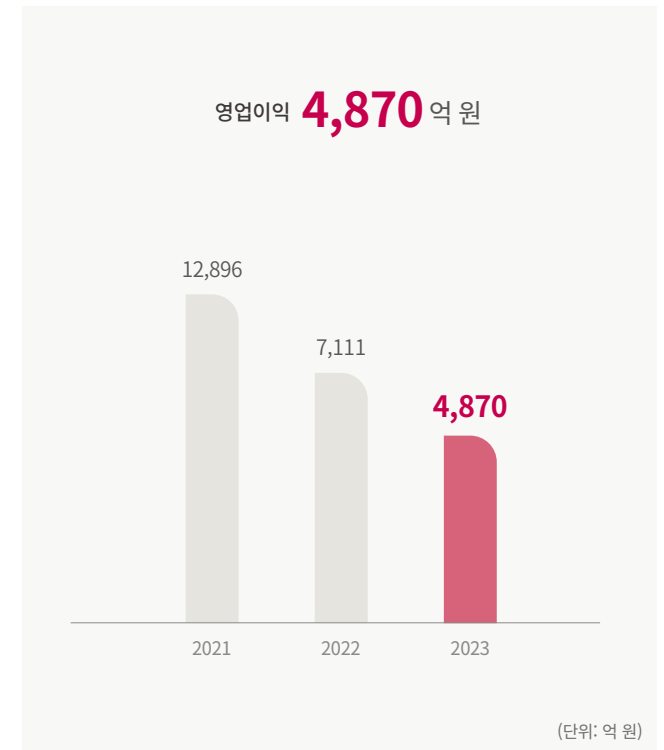
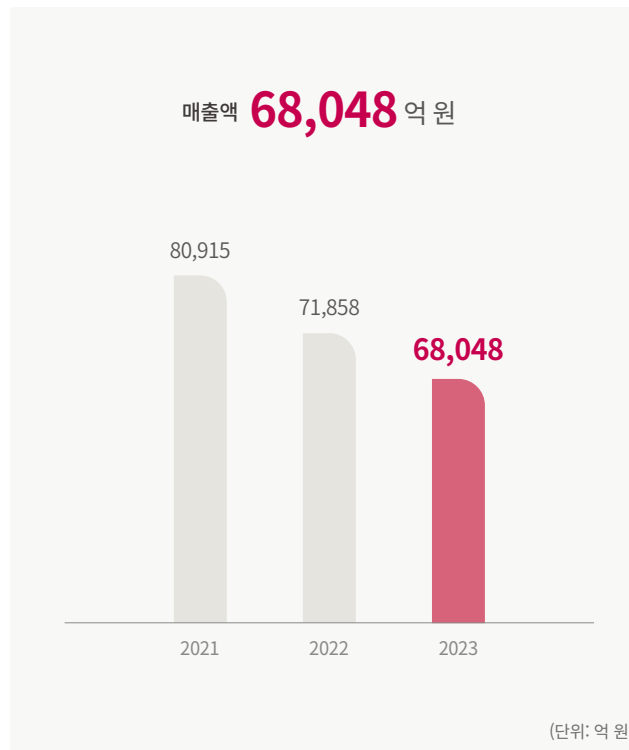
30.1%



신용등급

A1

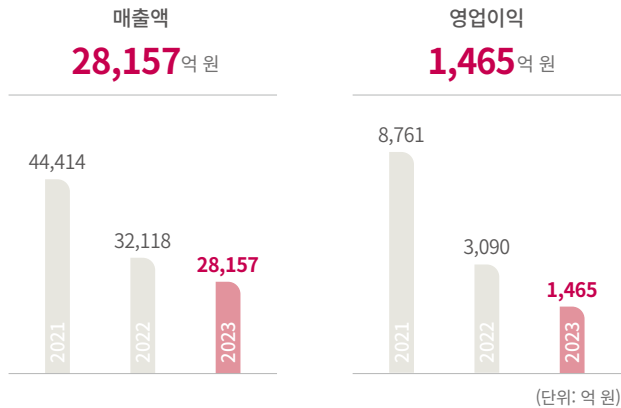
(23년 12월, 한국기업평가, 한국신용평가 기준)



BEAUTY 사업부

2023년 사업 성과

3년에 걸친 코로나19의 영향에서 벗어났으나 중국 경기 악화에 따른 수요 부진과 글로벌 럭셔리 화장품 브랜드의 경쟁 심화로 인해 국내 중국향 채널인 면세점과 중국 법인 매출이 두 자릿수 역성장률로 감소하였습니다. 이 영향으로 매출은 전년 대비 12.3% 감소한 2조 8,157억 원, 영업이익은 1,465억 원을 기록했습니다. 그럼에도 불구하고 브랜드력 강화를 위해 ‘더후’를 리뉴얼하고 마케팅을 강화하는 등 브랜드 투자를 단행하였으며, 국내 온라인과 H&B 채널에 집중해 새로운 성장 기반을 마련하였습니다.



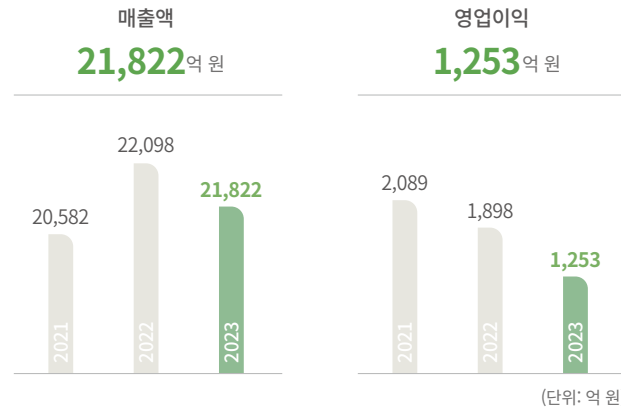
2024년 사업 계획

근본적 사업 경쟁력 강화를 위해 럭셔리 브랜드 ‘더후’를 비롯하여 클린뷰티, 더마 브랜드를 중심으로 제품 라인업을 보강하고 국내와 중국, 북미까지 글로벌 브랜드 투자를 확대하여 중장기적 성장 발판을 마련하고자 합니다. 또한 향후 중국향 사업의 건전성 확보를 위해 국내 면세점 사업의 변동성을 축소하고 중국 현지 사업의 경쟁력과 수익성 개선에 힘쓸 것입니다.

HOME CARE AND DAILY BEAUTY 사업부

2023년 사업 성과

Daily Beauty는 ‘피지오겔’, ‘유시울’ 등 프리미엄 브랜드가 지속 성장하고 있어 국내 소비 위축과 해외 사업 변동성 확대에도 전년 대비 매출이 신장하였습니다. 그러나 Home Care는 전년 대비 국제 원료 시세 하락의 부담으로 매출이 크게 하락하였습니다. 이에 따라 HDB 전체 매출은 전년보다 1.2% 역성장한 2조 1,822억 원을 기록하였습니다. 영업이익은 국내외 사업 합리화를 통해 1,253억을 달성하였습니다.



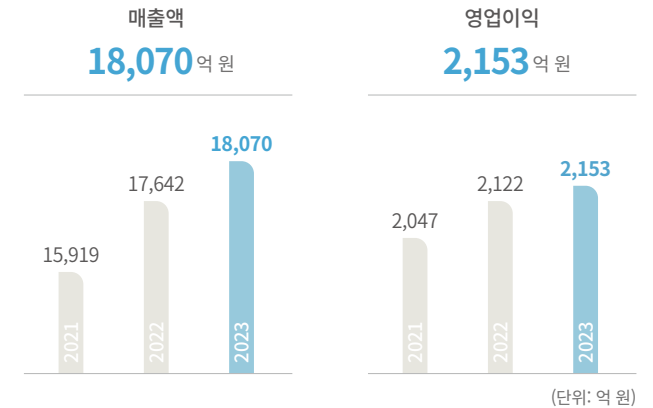
2024년 사업 계획

카테고리별 프리미엄 브랜드를 지속 육성하여 국내 1등 지위를 더욱 강화할 것이며 특히, 프리미엄 기능성 브랜드인 ‘피지오겔’과 ‘닥터그루트’의 제품 라인업을 강화하고 브랜드 투자를 확대하여 글로벌 브랜드로 육성할 것입니다. 또한 할인마트 등의 전통 채널 부진과 온라인, H&B 채널 성장 등 국내외 유통 채널별 고객 수요 변화에 적극 대응하겠습니다.

REFRESHMENT 사업부

2023년 사업 성과

2023년 매출은 1조 8,070억 원으로 전년 대비 2.4% 성장하였으며, 영업이익은 2,153억 원을 기록했습니다. 원부자재 가격의 지속적인 상승으로 비용 부담이 지속되었으나, 공격적인 마케팅 활동과 신제품 출시에 힘입어 제로 제품이 성장하고 에너지 음료 등 탄산음료 판매가 호조를 보이며 매출과 영업이익이 모두 증가하는 성과를 거두었습니다.



2024년 사업 계획

MZ세대를 위한 고객 경험 마케팅 활동을 통해 브랜드 로열티를 강화하고, 소비자 니즈에 맞는 다양한 신제품을 출시할 것입니다. 또한 유통과 소비자의 변화를 감지하여 시장 환경에 적극적으로 대응하고, 원부자재를 포함한 비용 상승에 대비해 비용의 효율적인 운영과 생산성 향상 등 수익성 관리에 중점을 두고자 합니다.

ESG 중장기 전략 및 로드맵

LG생활건강은 다양한 이해관계자에게 건강하고 아름다운 삶의 가치를 전달하며 지속적으로 성장하기 위해 ESG 경영을 적극 실천하고 있습니다. ‘모두가 함께 빌려 쓰는 지구’라는 ESG 비전 아래, 지배구조, 사회, 환경 측면에서 3대 추진 방향과 9대 추진 과제로 구성된 ESG 중장기 전략을 수립하여 실행하고 있습니다.

체계적이고 전략적인 ESG 경영을 통해 글로벌 선도 기업의 역량과 위상을 갖추고 모든 이해관계자와 함께 성장해 나갈 것입니다. 아울러 인류를 위한 글로벌 공동 실천 과제인 UN SDGs 달성에도 기여하겠습니다.

ESG 비전

VISION

모두가 함께 빌려쓰는 지구

우리는 아름답고 건강한 지구를 후손에게 물려주기 위한 ESG 활동을 통하여 진정한 계승자로서의 책임을 다할 것입니다.



슬로건

**Beautiful, Healthy, Refreshing
for people and the planet**

ESG 경영 추진 방향



For Healthy Products

고객 친화적 제품을 통한
지속가능한 제품 개발

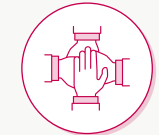
- 안심품질제품
- 생분해 소재 개발
- 클린뷰티 원료 적용



For the Beautiful Planet

친환경제품 개발과 자원순환을
통한 환경영향 저감

- 온실가스 감축
- 수자원 보존
- 폐기량 감축



For Refreshing Society

Value Chain 전반에서의
사회적 책임 강화

- 노동인권보호
- 차별금지
- 일과 삶의 균형

추진과제

ESG 지배구조 확립

사회공헌 활동 강화

지속가능한 공급망 구축

인권경영

안전보건

일하기 좋은 환경 조성

자원순환 촉진

기후변화 대응 선도

사회환경적 효익창출

2023년 ESG 주요 성과

구분	추진 과제	세부 추진 목표(KPIs)	2023년 성과	연계 SDGs
경제 및 거버넌스	사회환경적 효익 창출	· 환경 영향 감소, 고객의 안전과 건강증진을 위한 중장기 과제 선정 및 연 수행(~2025)	[대표제품] · 빌리프 팜투스킨: 효능품질/과학적신뢰 · 비온드 엔젤 아쿠아 라인: 팜투스킨 농업 추출물 함유/친환경패키지/비건 포뮬러 · TFS 더 테라피 비건 라인: 친환경 패키지/Vegan/24가지 무첨가 처방 · 국내화장품 업계최초로 순도 100% 페플라스틱, 페비닐 열 분해유를 원료로 만든 친환경 재생 플라스틱 용기를 적용하여 순환 자원화 증진, 온실가스 감축 효과 도모	
	ESG 지배구조 확립	· ESG위원회 조직 및 운영 · ESG협의회 운영 성과 · 사내외 이사의 다양성 및 전문성 강화	· ESG위원회 운영(2회/년) ESG협의회 운영(분기별 실시)	
사회	사회공헌 활동 강화	· 여성의 일자리 창출 등 사회 진출 수혜자 지속 확대(~2025년, 누적 280명 선발) · 기존 인원의 사후관리를 통한 지속적인 밸류 업 · 청소년 대상 습관 개선 융합 교육 프로그램 '빌러쓰는 지구스쿨' 교육 채널 다변화 및 수혜자 ²⁾ 누적 100,400명 달성(~2025년) · 어린이 대상 건강 뮤지컬 반짝반짝 페리오 지역 확대 및 수혜자 ³⁾ 누적 242,290명 달성(~2025년)	· 내추럴 뷰티Live 크리에이터 6기 총 35명 선발(누적 참여 206명) ¹⁾ · 라이브 커머스 교육 추가, 전문 멘토 교육과 실천 기회 제공 · 2023년: '빌러쓰는 지구월드' 메타버스 전국 학교 대상 수업 진행 (전국 16개교 / 612명 학생 메타버스 수업 진행) · 2023년 누적 참여자: 79,614명(2023년 빌러쓰는 지구 단독 실적: 5,656명 / 41개교 수업) · 2023년 누적 239,452명 (2023년 단독 4,005명)	
	지속가능한 공급망 구축	· 협력회사 안심품질 진단 점수 향상 누적 400개사(~2025년) · 협력회사 기술 지원 누적 1,811건(~2025년) · 협력회사 금융 지원 누적 3,102억 원(~2025년) · 협력회사 ESG 역량 강화를 통한 리스크 최소화	· 2023년 점수 향상 누적 실적 329건(2023년 단독 실적 29건) · 안심실천등급 국내 협력회사 4개사 인증서 발급 · 2023년 단독: 214건 · 2017~2023년 누적: 1,380건 · 2023년 단독: 354억 원 · 2017~2023년 누적: 2,336.1억 원 · 서면 조사 실시(Audit), 선 진행 모니터링 진행(전체 협력회사 중 'Significant suppliers' 협력회사 대상) · 컨설팅 진행 대상 협력회사 30개사(외부 컨설팅 회사 활용)	
인권경영	· 전 구성원 대상 인권영향평가 실시 · 주요 사업장 인권영향평가 실시	· 전 구성원 대상 인권영향평가 실시 및 구제 및 완화 조치 시행 · 3개 해외사업장(베이징, 광저우, 동나이) 인권실사 진행, 18개 사업장 사업장 인권 자가점검 실시		

구분	추진 과제	세부 추진 목표(KPIs)	2023년 성과	연계 SDGs
안전보건		· 주요 사업장 안전보건운영평가 실시	· 생산, 물류 안전보건 운영평가 파일럿 실시(42개팀)	
		· 행동 기반 안전 프로그램(BBS) 확대	· 행동 기반 안전 프로그램(BBS) - 생산 사업장 확산 전개(2021년~2022년 7개, 2023년 5개)	
사회	일하기 좋은 환경 조성	· DX과제 고도화	· 환경안전보건 포털 시스템(DFM) 개발 완료 및 고도화	  
		· 구성원 몰입도 제고(80점, ~2025년)	· 구성원 몰입도 평균 81점	
환경	자원순환 촉진	· 글로벌 교육체계 구축 (누적 수료 인원 750명, ~2025년)	· 원어민 1:1 영어 코칭 클래스: 63명	  
		· 글로벌 리더십 구축(~2025년)	· 주재원 육성 프로그램: 7명	
환경	기후변화 대응 선도	· 에코 라벨링을 통한 그린제품 매출 5,000억 원 달성(~2025년)	· 일본어/중국어 비즈니스 기초 회화 과정: 614명	  
		· 재활용 플라스틱 사용량 700톤 (~2025년)	· LG생활건강 글로벌 인턴십 프로그램: 2023년 참가 인원 5명 / 기간: 2023. 06~2023.08 (2개월)	
환경	기후변화 대응 선도	· 클린뷰티 중점 브랜드 신제품 중 클린뷰티 제품 50% 달성(~2025년)	· 그린제품 매출액 4,611억 원 달성	  
		· 클린뷰티 신제품 평균 Clean Beauty Inside 지수 13점 달성(~2030년)	· 에코 라벨링(환경표지 204개, 환경성적표지 8개, 저탄소 인증 6개)	
환경	기후변화 대응 선도	· 재활용 플라스틱 사용량 700톤 (~2025년)	· 재활용 플라스틱(PCR PET/PCR LLDPE 등) 사용량 452톤	  
		· 클린뷰티 중점 브랜드 신제품 중 클린뷰티 제품 50% 달성(~2025년)	· 자사의 클린뷰티 신제품 가이드 'Clean Beauty Inside' 운영(2023년)	
환경	기후변화 대응 선도	· 클린뷰티 신제품 평균 Clean Beauty Inside 지수 13점 달성(~2030년)	· 클린뷰티 중점 브랜드 신제품 중 클린뷰티 제품 35% 달성	  
		· 용수 사용량 원단위 2.42톤/제품-톤(~2025년)	· 출시 제품 Clean Beauty Inside 지수 측정(2023년)	
환경	기후변화 대응 선도	· 2020년 대비 탄소배출량 45% 감축(~2030년)	· 2023년 클린뷰티 신제품 평균 Clean Beauty Inside 지수 9.28점 달성(목표 8.5점 초과달성)	  
		· Net Zero 달성(~2050년)	· 2.44톤/제품-톤	
환경	기후변화 대응 선도	· Net Zero 달성(~2050년)	· 20,193톤 CO ₂ e(누적)	  

1) 내추럴뷰티크리에이터: 경력 단절 여성 대상 뷰티 크리에이터 양성 프로그램

2) 빌려쓰는 지구스쿨: 2014년부터 누적 데이터

3) 반짝반짝페리오: 2004년부터 누적 데이터

Sustainable Impact Issues

이해관계자 참여	16
이중 중대성 평가	18
Issue 1. 제품 책임 및 안전성 강화	22
Issue 2. 기후변화 대응(탄소중립)	24
Issue 3. 친환경 제품 및 서비스 개발	26



Sustainable Impact Issues

이해관계자 참여

LG생활건강은 고객, 협력회사, 구성원, 지역사회, 주주 및 투자자, 정부와 공공기관, 협회를 경영 활동에 중대한 영향을 미치는 주요 이해관계자로 구분하고 있습니다. 또한 각 이해관계자 특성에 맞춰 다양한 소통 채널을 마련하여 의견을 적극 수렴하고, 이를 ESG 활동 전반에 반영하고 있습니다. 앞으로도 경영 활동의 모든 영역에서 더 많은 이해관계자와 협력을 확대하고 신뢰를 강화할 수 있도록 소통을 더욱 활성화해 나가겠습니다.

이해관계자 참여 채널

고객

커뮤니케이션 채널	빈도
회사 및 브랜드 웹사이트	수시
CS포털, VOC, 콜센터	수시
고객 불만 접수 및 피드백	수시
소비자 모니터*	월 3회
브랜드 인지도 및 만족도 조사	연 6회
고객 ESG 설문조사	연 1회

* LG생활건강 화장품에 한함

주요 활동: 상품 및 서비스에 대한 피드백 조사

소통 이슈: 고객서비스, 개인정보보호, 마케팅, 제품 품질, 고객 안전 등

구성원

커뮤니케이션 채널	빈도
인트라넷 및 고충처리 프로그램	수시
아이디어 혁신 i-30	수시
사보	연 6회
Company Meeting	분기 1회
구성원 만족도 조사	연 1회
구성원 ESG 설문조사	연 1회
사원 협의체	분기 1회
판매, 판촉진군 직급별 간담회	분기 1회
사업장 노사협의회	분기 1회
사업부 간담회	연 1회

주요 활동: 회사 경영 전략 및 실행에 대한 의견 조사

소통 이슈: 단체협약 및 각종 합의, 성과보상, 인재육성, 인권보호, 산업안전보건 등

주주 · 투자자

커뮤니케이션 채널	빈도
IR 사이트	수시
주주총회	연 1회
영업보고서	연 1회
컨퍼런스	수시

주요 활동: 사업과 관련된 전략적 의사결정 과정 참여

소통 이슈: 경영정보 공유, 투자, 주주이익 보호 등

협력회사

커뮤니케이션 채널	빈도
통합 구매 포털	수시
정도경영 채널	수시
협력회사 동반성장심의위원회	연 4회
협력회사 최고경영자 아카데미	연 2회
협력회사 기술지원	수시
협력회사 ESG 설문조사	연 1회

주요 활동: 협력회사와 상생하기 위한 동반성장 추진

소통 이슈: 상생, 산업안전보건, 정부 정책 변화, 공정거래, 정도경영 등

지역사회

커뮤니케이션 채널	빈도
전문가 패널 간담회	연 3회
지역 협의회	연 2회
사회공헌 프로그램	비정기
지역사회 ESG 설문조사	연 1회
대민 및 대관 업무	비정기
프레스 런칭 행사	비정기

주요 활동: 지역사회 발전을 위한 의사결정 과정 참여

소통 이슈: 경영현황 공개, 환경 보호, 지역 경제 기여, 고용 창출, 사회공헌

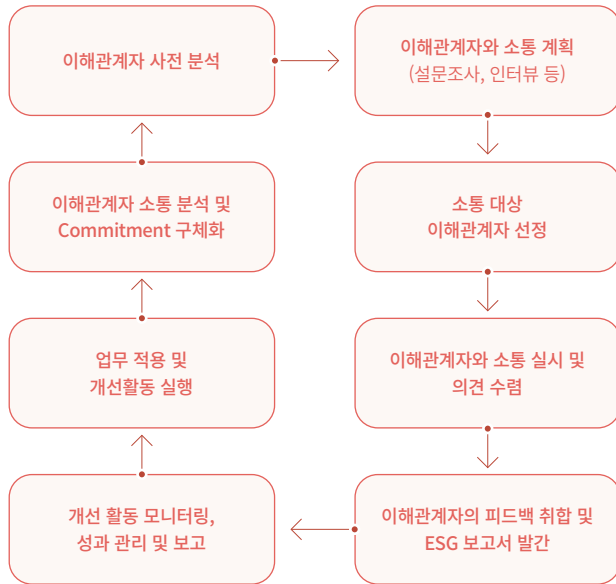
정부 · 공공기관 · 협회

커뮤니케이션 채널	빈도
대한산업안전협회	월 1회
한국소방안전원	연 1회
한국산업환경기술원	비정기
정부 과제 및 컨퍼런스	비정기

주요 활동: 정부 정책과 관련된 의사결정 과정에 참여

소통 이슈: 정부 정책 변화, 법규 준수, 산업별/지자체별 동향 등

이해관계자 참여 프로세스



이해관계자 관심 및 기대사항

이해관계자 구분	관심 및 기대사항
고객	제품 안전성 강화, 제품 기능 및 건강 영향 증진, 고객 개인정보보호
구성원	브랜드 리더십 및 기업 이미지 제고, 일과 삶의 균형, 성과평가와 보상
주주·투자자	투명한 경영정보 공시, 경영 효율화를 통한 투자 가치 상승, ESG 활동을 통한 기업 가치 제고
협력회사	협력회사의 금전적·재무적 지원, 공정거래 준수, 협력회사와의 소통 확대 및 소통 채널 활성화
지역사회	사업장 인근 유해 환경 최소화, 지역사회 공헌 활동 증진, 지역주민 채용 및 지역 경제 기여
정부·공공기관·협회	법규 준수, 정부 정책 협조

패널 간담회

LG생활건강은 매년 패널 간담회를 개최하여 각 분야별 전문가들의 의견을 청취하고 이를 ESG 활동 전반에 반영하고 있습니다. 2023년에는 기업의 지속가능한 경영을 위한 활동 중 CDP(탄소정보공개프로젝트), 인권경영, 녹색(헤지)펀드, 전과정평가(LCA) 기반 플라스틱 패키징 폐기물 관리 등 총 4개의 주제로 패널 간담회를 실시하여 ESG 주요 이슈에 대한 중장기적 대응 방안과 향후 방향성에 대해 심도 있게 논의하였습니다. 앞으로도 전문가를 포함한 다양한 이해관계자의 의견에 귀를 기울여 ESG 활동을 발전시켜 나갈 것입니다.

CASE 2023 패널 간담회

LG생활건강은 2023년 5월에 CDP, 인권경영, 녹색펀드, LCA 기반 패키징 폐기물 관리를 주제로 온라인 패널 간담회를 개최했습니다. 글로벌 환경정보 공개 플랫폼인 CDP에 대한 소개와 기후공시 의무화에 대한 기업의 평가 대응 방안, 인권경영의 정의와 주요 법·규제, 인권영향평가, 녹색펀드 동향과 탄소노미 공시 방안, LCA 소개, 플라스틱 패키징 규제 현황과 폐기물 관리 방안 등에 대해 논의하였으며, 이들 이슈를 LG생활건강의 경영 활동에 효과적으로 적용하는 방안을 함께 모색하였습니다.

패널 간담회 주요 아젠다

1. CDP(탄소정보공개프로젝트)
2. 인권경영
3. 녹색(헤지)펀드
4. 전과정평가(LCA) 기반 플라스틱 패키징 폐기물 관리

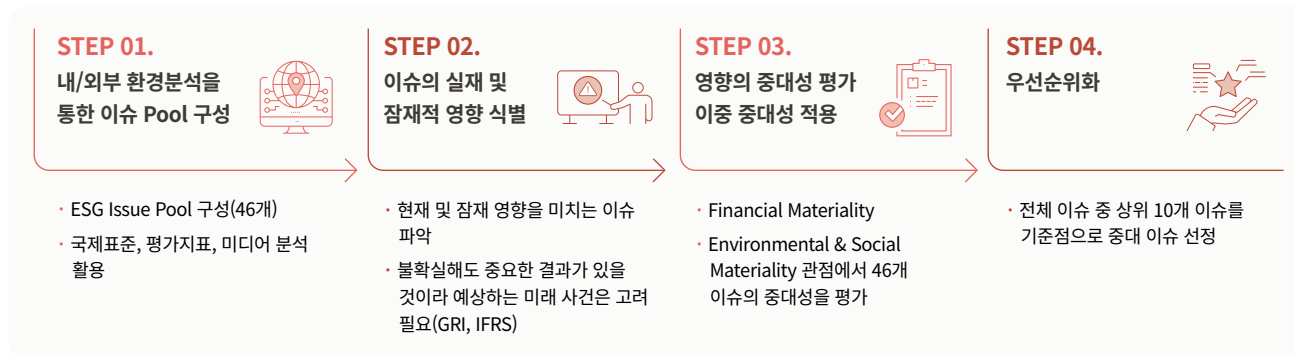
외부 전문가	소속	내용
이다연 책임연구원	한국사회적책임투자포럼	<ul style="list-style-type: none"> • CDP소개(추진 배경 등) • 국제적 동향 • CDP 평가 소개
주문귀 노무사	주민 공인노무사사무소	<ul style="list-style-type: none"> • 인권경영 소개 • 국내외 인권경영 동향 • 인권영향평가 소개
홍정민 상무	지속가능발전소	<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 ESG 규제 동향 • 그린펀드 소개 및 기업의 ESG 활동 • 그린워싱 및 공시위반 사례 • 그린펀드 기준 및 탄소노미 • 국내 정책 및 K-탄소노미
강동호 박사	한국생산기술연구원	<ul style="list-style-type: none"> • 전과정평가 소개 • 플라스틱 패키징 폐기물 관리 • 전과정평가를 활용한 인종

Sustainable Impact Issues

이중 중대성 평가

LG생활건강은 매년 내외부 이해관계자가 직접 참여하는 중대성 평가를 실시하고, 그 결과를 ESG 보고서를 통해 투명하게 공개하고 있습니다. 중대성 평가는 경제, 환경, 사회, 거버넌스 등 기업 경영 전반에서 발생할 수 있는 리스크 관리 프로세스와 연계하여 이뤄집니다. 2022년부터는 이중 중대성 원칙을 적용하여 환경적, 사회적, 재무적 영향에 대한 각각의 정의를 기반으로 중대성 평가를 실시해 왔으며, 중대 이슈의 위험과 기회가 미치는 영향을 지속적으로 모니터링하고 있습니다. 도출된 중대 이슈는 이사회 내 ESG위원회의 승인과 독립된 제3자의 검증 을 받았습니다.

이중 중대성 평가 프로세스



외부 이해관계자 참여 강화

- (Step 1~2):** 협력회사, 고객, 투자자, 주주 등 정기적 외부 이해관계자 커뮤니케이션 채널 운영 및 중대성 평가 반영
- (Step 3):** 국내 외부 이해관계자 설문 진행 및 중대성 평가 반영, DJSI, MSCI 등 주요 투자 기관의 ESG 피드백 반영
- 미디어 분석을 통한 의견 수렴 및 중대성 평가 반영:**
- 외부 이해관계자 분석을 위한 미디어 분석 수행(2023. 01 ~ 12 기준)
 - 핵심 이슈: 기후변화 대응(탄소 중립), 제품 책임 및 안전성 강화, 포장재의 환경영향 감축

이중 중대성 적용



Environmental & Social Materiality

국제표준 분석

- GRI Standards, ISO 26000, UN SDGs 등 Environmental & Social Materiality 입장의 지표 분석
- 정부, 시민단체 등 외부 이해관계자 공시 요구 대응

미디어 리서치

- E/S/G의 부문 활동 중 미디어에 노출된 이슈 분석
- 환경/사회적 이슈에 LG생활건강이 영향을 준 기사 분석
- 미디어 이슈 중 기업 명성, 브랜딩, 사회적 가치 분석
- 미디어 분석 통해 노출 빈도 상승/하락 이슈 트렌드 분석

벤치마킹

- 글로벌 선진그룹 및 동종 업계의 내외부 공시자료 분석
- 산업 이니셔티브, 산업계 동향 등을 종합적으로 반영한 비재무 영향 분석

이해관계자 참여

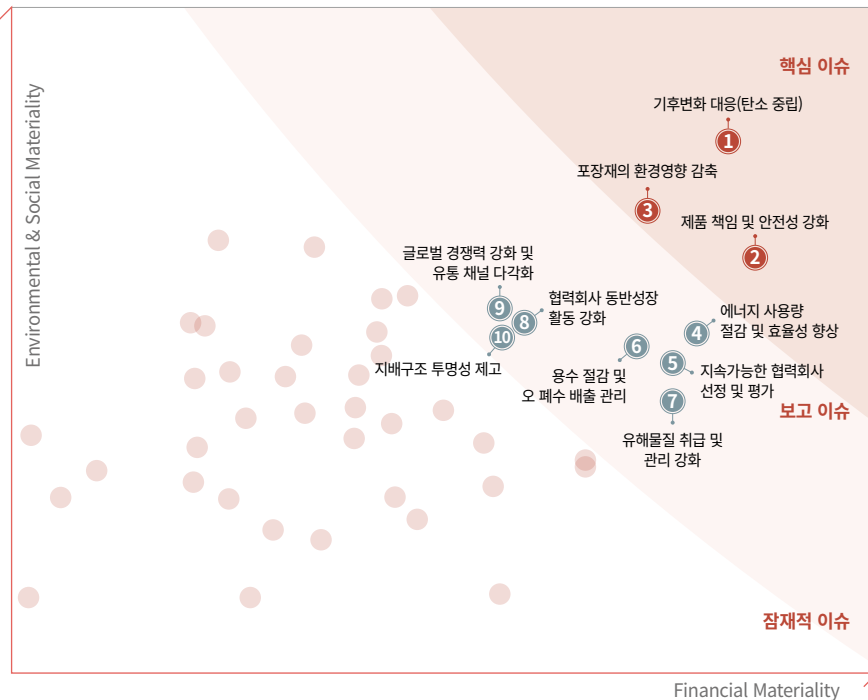
- 현재/미래 영향, 부정적/긍정적 영향 관점에서 이해관계자의 관심 반영
- 경영활동이 E/S/G 이슈에 미치는 이해관계자의 기대와 우려 확인
- GRI 기반의 중대성 정의 → 중요 이슈 선정 질문
- 경제, 환경, 인권을 포함한 사람에 미치는 중요한 이슈 선별

이중 중대성 평가 결과

이중 중대성 평가를 통해 총 10개 중대 이슈를 도출하였으며, 기후변화 대응(탄소 중립), 제품 책임 및 안전성 강화, 포장재의 환경영향 감축이 핵심 이슈로 선정되었습니다.

Materiality Map

상 ● 중 ◐ 하 ○



No.	구분	이슈	중요도		영향의 방향성		이해관계자					보고 페이지	
			재무적	환경/사회적	긍정	부정	구성원	고객	협력회사	정부	지역사회		주주
1	환경	기후변화 대응 (탄소 중립)	●	●	◐	◐			●	●	●		22-23
2	고객/제품	제품 책임 및 안전성 강화	●	●	●	●					●		24-25
3	환경	포장재의 환경영향 감축	●	◐	◐	○					●		26-27
4	환경	에너지 사용량 절감 및 효율성 향상*	◐	●	○	○					●		31-32
5	협력회사	지속가능한 협력회사 선정 및 평가	●	◐	●	●			●				107-108
6	환경	용수 절감 및 오 폐수 배출 관리*	◐	◐	○	○				●	●		38-39
7	환경	유해물질 취급 및 관리 강화	◐	◐	●	●		●		●	●		24-25, 62-63
8	협력회사	협력회사 동반성장 활동 강화	◐	◐	●	●			●				110-112
9	경영/운영체계	글로벌 경쟁력 강화 및 유통 채널 다각화*	◐	◐	●	●	●	●				●	68-71
10	경영/운영체계	지배구조 투명성 제고*	○	○	○	○	●				●	●	84-87

* 신규 편입 이슈

핵심 이슈

기업 가치 창출을 위한 중대 이슈 분석

중대 이슈	위험/기회 식별	비즈니스 사례	사업 영향	사업 전략(대응 방향)	목표 및 지표(목표 연도)	핵심 성과	경영진 보상 (KPI 연계)
1 기후변화 대응 (탄소 중립)	<ul style="list-style-type: none"> · 단기/중기/장기별 물리적 리스크 및 기회 식별, 영향 관리를 통한 비즈니스 전략 분석 (태풍, 홍수 등 자연재해 발생 빈도 증가로 인한 생산량 감소, 친환경 이니셔티브 참여 등 대외 커뮤니케이션 활동 강화로 인한 브랜드 선호도 향상) · 용기 경량화, 재활용성 개선, 재생 원료 사용 등 친환경 제품 개발 및 판매로 기후변화 대응 노력 이행 및 친환경 제품 소비자 니즈 충족 	<ul style="list-style-type: none"> · 전세계적으로 기후변화 관련 규제 강화 추세 - 지속가능성 공시, 기후변화공시 의무화 · 일부 국가 및 지역 단위로 탄소세, 탄소국경세, 배출권거래제 등 온실가스 배출량 감소를 위한 탄소가격제 시행 	<ul style="list-style-type: none"> · Cost · Risk 	<ul style="list-style-type: none"> · 탄소발자국 구축을 통한 이산화탄소 저감 활동 수행 · Scope 3 협력회사 온실가스 배출량 관리 대상 및 카테고리 확대 · 온실가스 감축을 위한 제조설비 투자 및 교체 (고효율 전동기 교체, 유틸리티 계통도 작성, 조명기기 교체 등) 	<ul style="list-style-type: none"> · 에코라벨링을 통한 그린제품 매출 5,000억 원 달성 (By 2025) · 재활용 플라스틱 사용량 700톤 (By 2025) · 사업장의 설비 개선, 노후장비 교체 등 에너지 효율 개선을 위한 지속적인 투자 (By 2025) · 국내/외 동향 및 규제 지속 모니터링 (By 2025) 	<ul style="list-style-type: none"> · 누적 탄소 감축량 20,193톤(2022년 9,917톤* / 2023년 10,276톤) * 기존 2022년 감축 실적 7,223톤에서 폐수 처리장 바이오가스를 활용한 온실가스 감축 과제 2,694톤 추가 · 탄소경영 인력 채용(본사, 청주) · 탄소경영 조직 역량 강화 · 협력회사 온실가스 인벤토리 구축(누적 103개사) (2024년 50개사) 	<ul style="list-style-type: none"> - 탄소 배출량 감축 과제 실행 및 온실가스 배출량 감소 - 친환경 제품 비중 확대
2 제품 책임 및 안전성 강화	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자 신뢰 하락 및 손해배상, 매출하락으로 인한 경영난 악화 · 브랜드 이미지 실추로 인한 기업평판 손실 	<ul style="list-style-type: none"> · 각 국가별 품질 기준 등 관련 법규 강화 · 유해물질 사용과 관련된 사고 등은 재무적 손실뿐만 아니라 제품 책임 및 고객과의 신뢰 관계에도 영향을 줄 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> · Cost · Revenue · Risk 	<ul style="list-style-type: none"> · 유해물질관리와 위해성 평가 강화를 통한 글로벌 수준의 안전성 확대 · 제품 생산 밸류체인 내 유해물질 사용 배제를 통한 제품 신뢰 확대 · 안전품질 관리 수준 고도화로 글로벌 경쟁력을 보유 · 개발 단계부터, 친환경 / 인체 안전 / 사회적 책임 / 정직한 효능을 제공위한 클린뷰티인사이드 강화 	<ul style="list-style-type: none"> · 제품 Life-cycle별 안심품질관리(RQM) 시스템에 의한 고객 가치 혁신 프로세스 운영 및 정착 (By 2025) · 안전성 검증 관련 글로벌 수준의 평가 역량 확보 및 신뢰성 구축 운영 (By 2025) 	<ul style="list-style-type: none"> · 안심품질인증제도 개선 과제 2,077개 도출 · 협력회사 안심품질인증 평가 개선 과제 도출 및 이행계획률: 762개, 99%. · 안심품질인증 우수 협력회사 선정 및 명패 수여: 4개사 · 2023년 유해물질 검증 항목 264개 · 유해물질 검증 시료 수 17,863개 	<ul style="list-style-type: none"> - 전사 안심품질관리 (RQM)시스템 16곳 사업장 적용 - 유해물질/기능성분 이슈 사전예방 건수 - 협력회사 품질관리 수준
3 포장재의 환경영향 감축	<ul style="list-style-type: none"> · 친환경 원료 개발 및 사용 확대로 대외 친환경 기업 인식 제고 및 소비자 제품 구매율 증가 · 환경표지·환경성적표지 제도, 저탄소 제품 인증 획득 등 환경영향 최소화 노력 	<ul style="list-style-type: none"> · 제품 개발 설계 단계부터 전과정에 걸친 친환경 제품 수요 증가 · 제품 용기 등 환경분담금 증가로 인한 대체 제품 개발 및 재활용 수요 지속적 증가 	<ul style="list-style-type: none"> · Cost · Revenue 	<ul style="list-style-type: none"> · 자원순환 시스템 고도화- 업사이클링 생태계 조성, 폐플라스틱 열분해유 제품 용기 및 리필 제품 확대 · 환경마크, 탄소발자국, 저탄소 인증완료 제품 확대 · 글로벌 신규 시장(기후 취약지역) 사업 확대 · MZ세대 소비 성향을 고려한 친환경 제품 개발 및 판매로 수익 창출 · ESG 경영 및 친환경 포장 사용 확대, 재활용을 통한 순환 체계 구축 등 업무 협약을 통한 친환경 포장재 사회적 확산 및 정착 	<ul style="list-style-type: none"> · PET 용기 경량화 (By 2025) · Green Packaging Guide를 통한 제품 포장기술 고도화 및 친환경화 (By 2025) 	<ul style="list-style-type: none"> · 그린제품 인증 현황: 환경표지 204개 / 환경성적표지 8개 / 저탄소 인증 6개 · 용기 경량화를 통한 플라스틱 사용 저감량: 1,071.8톤 	<ul style="list-style-type: none"> - 친환경 포장개발 과제 및 지적재산권 확보 - 신규포장재 고객불만 25% 감축 - 글로벌 패키징 안심품질 확보(By 2025)

외부 이해관계자의 중대 이슈 분석

중대 이슈	벨류체인(영향범위, %)	이해관계자	영향유형	외부 이해관계자 관련성 및 중요성	산출 지표	영향평가	영향지표
1 기후변화 대응 (탄소 중립)	제품/서비스 (100%)	환경, 사회, 고객(최종 사용자), 외부 구성원	금/부정(중립)	<ul style="list-style-type: none"> 온실가스 감축, 환경규제 강화, 신재생에너지 확산 등 대응 요구 강화 자원 순환 생태계 구축을 위한 사업장 인근 지역 등의 기후변화 대응은 지역사회와 산업계 전방에 긍정적 영향 제공 	온실가스 감축량 (누적 탄소 감축량)	사회적 비용 회피 - 탄소 저감량 X 온실가스 eco-cost	[온실가스 배출 감축량] · 온실가스 배출량 감축(누적) 20,193 tCO ₂ eq - 온실가스 감축 투자: 고효율 설비 교체 및 도입, 에너지 전환, 친환경 제품 포장재 사용/재활용 [사회적 가치 환산] · 온실가스 감축을 통한 사회적 가치 환산 금액 2,685,669 ¹⁾ 유로
2 제품 책임 및 안전성 강화	제품/서비스(100%)	환경, 사회, 고객(최종 사용자)	금/부정(중립)	LG생활건강의 제품에 포함된 유해물질 등 유해성 확인과 제품의 안심품질 확보는 고객의 건강 및 기업의 책임 중요한 가치로 작용	안심품질관리(RQM) 시스템 및 품질평가 제도	사회적 비용 회피	[품질평가 제도] 실제 품질: 6개 팀 진단 생산 품질: 19개 사업장 진단 물류 품질: 75개 사업장 진단
3 포장재의 환경영향 감축	제품/서비스 (100%)	환경, 사회, 고객(최종 사용자)	금/부정(중립)	<ul style="list-style-type: none"> 제품 전과정에서 환경에 미치는 영향 최소화를 위한 친환경 포장재 연구 및 개발은 식품, 화장품 등 관련 산업군의 핵심 이슈 친환경 포장재 활용 및 확대는 환경 및 지역사회에 긍정적 영향 제공 	<ul style="list-style-type: none"> 그린제품 인증 현황 용기 경량화를 통한 플라스틱 사용 저감량 포장재 재활용 실적 	사회적 비용 회피 - 플라스틱 사용량 감축량 X 플라스틱 페트 eco-cost	[플라스틱 사용량 감축] - 제품 디자인 변경 및 재료 대체 (2023년 총 1,007톤 플라스틱 사용량 감축) [재생 원료 활용 확대] - 재생 원료 활용 패키징 확대 (폐플라스틱 열분해유 사용 제품 출시 등 2023년 총 313톤 재생 플라스틱 사용) [사회적 가치 환산] - 플라스틱 사용량감축을 통한 사회적 가치 금액 976,790 유로

1) Sustainable Impact Metrics(<https://www.ecocostsvalue.com/ecocosts/eco-costs-emissions>)

Issue 1.

기후변화 대응(탄소 중립)



IMPORTANCE



갈수록 심화되는 기후위기는 전 세계에 홍수, 태풍, 폭염, 가뭄 등의 자연재해를 일으키고 있습니다. 인류가 해결해야 할 최우선 과제로 부상한 기후위기를 극복하기 위해 전 세계 주요 국가에서는 탄소중립 선언, 환경 규제 강화, 신재생에너지 확산 등 다양한 활동을 추진하고 있습니다. 글로벌 기후변화로 인한 각종 재해는 개인과 지역의 피해를 넘어 기업의 경영 환경에도 심각한 영향을 끼칩니다. 기업들은 국제적인 기후변화 대응에 적극 동참하기 위해 기후변화 리스크를 식별하여 예방하는 한편, 탄소중립 목표를 수립해 적극 이행하고 있습니다.

APPROACH



LG생활건강은 글로벌 BPC(Beauty and Personal Care) 기업으로서 국제사회의 기후변화 대응에 적극 동참하고자 '2050 탄소중립 계획'을 수립했습니다. 이 계획을 실현하기 위해 탄소 배출을 줄이고 재생에너지를 확보하는 것을 환경경영의 주요 목표로 삼아 공정 개선과 설비 투자, 신재생에너지 확대, 전기차 도입 등 적극적이고 체계적인 활동을 전개하고 있습니다. 아울러 지속가능한 공급망 관리를 위해 400여 개의 협력회사를 대상으로 ESG 평가를 진행하고, 탄소 배출 저감을 위한 인벤토리 구축과 에너지 절감 활동을 지원하는 등 적극적인 노력을 이어가고 있습니다.

Performance



누적 탄소 감축량
20,193톤

(2022년 9,917톤 / 2023년 10,276톤)



협력회사 온실가스 인벤토리 구축
누적 **103**개사

(2024년 50개사)

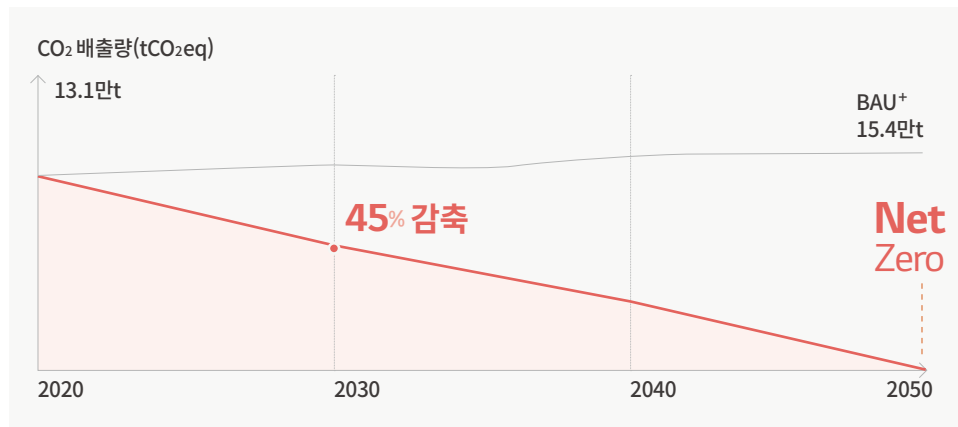


탄소경영 인력 채용(본사, 청주)
탄소경영 조직 역량 강화

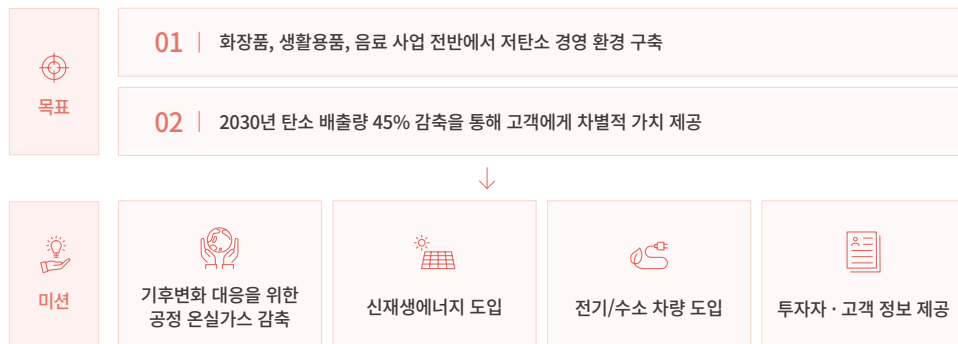
* 2022년 감축량에 누락되었던 과제(폐수처리장 바이오가스를 활용한 온실가스 감축) 감축량 2,694톤 추가

2050 탄소중립 선언

LG생활건강은 기후변화에 적극 대응하기 위해 2030년까지 2020년 대비 탄소 배출량을 45% 줄이고, 2050년까지 탄소중립 달성을 약속하는 '2050 Net Zero'를 선언했습니다. 저탄소 제품 개발, 공정 효율 증진, 저탄소 연료로의 전환, 전기차 비중 확대, 재생에너지 확대, 탄소 상쇄사업 추진 등 온실가스 감축을 위한 6대 방안을 수립하고, 이를 실천하기 위한 84개 상세 과제를 도출하여 단계적으로 도입하고 있습니다. 2023년에는 천안공장 폐열 사외 스팀 도입, 페트병 프리폼 경량화, 에어컴프레서 압력 합리화, 전기차 전환, LED 교체, 고효율 냉각수·냉동수 순환펌프 교체 등을 통해 총 10,276톤의 온실가스를 감축하는 성과를 거두었습니다. 향후에는 사업장 내 태양광 발전 설비 도입을 비롯해 재생에너지 사용 비중을 점진적으로 확대할 예정입니다.



2050 탄소중립 목표와 4대 미션



Scope 3 고도화

탄소중립 이행 노력을 밸류체인 전반으로 확산하여 저탄소 경제로의 전환에 기여하고자 2024년에는 50개, 누적으로 103개사의 협력회사의 온실가스 인벤토리 구축을 지원하여 협력회사가 배출량을 손쉽게 산정하고 체계적으로 관리할 수 있는 기반을 마련했습니다. 또한 에너지 절감 컨설팅을 통해 2023년 기준 2,175톤/년의 온실가스를 감축효과를 예상하고 있으며, 에너지 절감과 관련된 다양한 기술과 노하우를 협력회사에 전달하고 있습니다. 2024년에는 에너지 절감 컨설팅과 더불어 협력업체에 에너지 절감을 위한 설비투자 지원을 통해 온실가스 배출량이 277톤/년 감축될 예정입니다. 이와 함께 탄소 저감 활동과 ESG 경영에 대한 관심을 확대하기 위해 130여 개 협력회사를 대상으로 ESG 교육을 제공하여 이해관계자와의 소통에도 노력하고 있습니다. 또한 2024년 발표된 지속가능성공시 가이드 라인에 따르면 기후관련 공시가 중심이며 그중에서도 기업이 사업활동 과정에서 공급 및 협력업체를 통해 배출하는 온실가스인 Scope3 배출량이 부각되었습니다. 협력회사 탄소배출 인벤토리 구축뿐만 아니라 Scope3 배출량 산정 카테고리를 기존 4개(카테고리 1, 5, 7, 12)에서 7개(카테고리 1, 3, 5, 7, 12, 13, 15)로 확대하고, 데이터의 정확도를 높이기 위해 산정방법을 개선하는 등 지속가능성 공시 준비 및 상생 탄소중립 실현을 위해 노력하고 있습니다.

탄소중립을 위한 환경경영 거버넌스

LG생활건강은 이사회 산하 ESG위원회를 중심으로 ESG 경영 전담 조직을 갖추고 '2050 탄소중립계획'을 실행하고 있습니다. ESG위원회는 기후변화 리스크 관리와 에너지 관리를 비롯하여 환경경영 전반의 계획과 추진 전략, 실행, 성과 등을 검토하며 최종적인 의사결정을 담당합니다. 2023년에는 친환경 디자인 전략, 생물다양성 활동과 보존 계획, 탄소중립 활동과 환경안전보건 시스템 구축, 협력회사 ESG 어워드 포상제도 운영 등 기후변화 대응과 공급망 ESG 강화에 대한 안건을 승인하였습니다. 앞으로도 경영진과 실무 그룹 간의 긴밀한 협력을 통해 전사 차원에서 환경경영을 체계적이고 전략적으로 실천하여 탄소중립 목표를 달성해 나갈 것입니다.



Issue 2.

제품 책임 및 안전성 강화



IMPORTANCE



제품의 안전은 곧 고객의 안전으로 직결되기 때문에 소비자 기업에게 제품 안전성은 기업의 존폐를 결정지을 수 있는 중대한 사안입니다. 제품 안전성이 확보되지 않으면 기업의 브랜드 가치가 훼손되고 경제적 부담을 초래할 뿐만 아니라 사회적 평판까지 하락해 경영에 큰 타격을 입게 됩니다. 따라서 소비자 기업은 기업의 핵심 가치로 제품의 안전성을 추구하고 있으며, 제품 안전과 관련한 리스크를 사전에 예측하고 대비하는 등 전사 차원의 제품 안전 관리를 추진하고 있습니다.

APPROACH



LG생활건강은 일용소비재를 생산하는 기업으로서 엄격한 기준에 따라 제품의 안전성을 확보하여 사회적 책임을 다하고자 노력하고 있습니다. 글로벌 기준을 충족하는 자체 유해물질 관리 기준을 적용하여 신규 원료 등록부터 제품 개발, 양산 제품까지 철저하게 안전성을 검증할 뿐 아니라 국제적으로 공인된 자료를 기반으로 위해성 평가를 실시합니다. 아울러 지속적으로 국내외 동향을 파악하고 최신 정보를 반영하여 유해물질 관리를 더욱 강화해 나가고 있습니다.

Performance



설계 영역
6개 부서 진단완료



품질 진단
94개 대상 진단완료
(생산 19개, 물류 75개 사업장)



위해성 평가 건수
1,275건



피부자극 평가 건수
3,422건
(내외부 기관 포함)

유해물질 관리 규정 준수

LG생활건강은 소비자가 안심하고 사용할 수 있는 제품을 제공하기 위해 ‘유해물질 관리 규정’을 수립하여 신규 원료 등록부터 제품 개발, 양산 제품까지 전 과정에 엄격하게 적용하고 있습니다. 신규 원료 검토 단계에서는 유해물질 관리 기준을 통과한 검증된 원료만 신규 원료 등록 절차를 거쳐 제품에 적용 중입니다. 신제품 개발 단계에서는 글로벌 관리 항목을 포함한 국내 법규 관리 항목, 자체 관리 항목을 추가하여 법적 기준보다 엄격한 기준으로 검증하고, 적함으로 판정되는 경우에만 신제품 개발 절차를 진행할 수 있습니다. 또한 공장에서 생산된 화장품과 생활용품 등 완제품은 원료 로트 간의 편차와 생산 제조 시설에서의 오염 가능 여부를 고려하여 매년 1회 이상 유해물질 검증을 실시, 소비자에게 안심품질의 제품을 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 이와 함께 유해물질을 보다 철저히 관리하기 위해 매년 제·개정되는 국내외 규제를 사전에 파악한 뒤 자체 관리 기준에 반영합니다. 지난 2017년에 글로벌 법적 규정을 반영한 ‘유해물질 관리 운영 가이드’를 작성한 이후 주기적으로 개정하고 있으며, 2024년에 4번째 개정을 진행하여 실무에 적용하고 있습니다.

위해성 성분 관리 강화

LG생활건강은 원료 단위부터 처방 단위까지 나타날 수 있는 모든 위험성을 사전에 제거해 제품의 안전을 보장하고자 최선을 다하고 있습니다. 화장품의 경우, 오랜 기간 축적된 데이터를 바탕으로 전신 독성 노출 평가 시나리오를 수립하여 안전성을 체계적이고 과학적으로 검토합니다. 예를 들어 어린이에게도 안전한지, 흡입하면 해로운 성분은 없는지, 자극 유발 보고 사례가 있는 성분은 없는지 확인하고 또 분석합니다. 아울러 제품의 해외 수출량이 꾸준히 증가함에 따라 안전성평가부문에서는 글로벌 수준의 안전성 평가 역량을 갖추기 위해 노력하고 있습니다. 현재 위해성 평가는 국제 공인된 GLP¹⁾ 기관의 연구 자료(ECHA²⁾, EPA³⁾, OECD⁴⁾ 등)와 평가 목적에 따라 타당한 자료(CIR⁵⁾,

SCCS⁶⁾ 등)를 사용하고 있으며, 세포 독성 평가는 OECD 평가법을 도입하고 있습니다. 또한 미생물 방부 평가는 ISO 평가법을 화장품 전 제품에 적용하며, 유해물질 검사는 한국인정기구(KOLAS, Korea Laboratory Accreditation Scheme)로부터 화장품 유해물질 12종에 대해 국제공인시험기관으로 인정받았으며, 2023년부터 해외 수출 화장품에 대한 국제공인성적서 요청 시 제공하고 있습니다.

- 1) GLP(Good Laboratory Practice): 우수 실험실 관리 기준, 비임상시험 관리 기준
- 2) ECHA(European Chemicals Agency): 유럽 화학물질청
- 3) EPA(United States Environmental Protection Agency): 미국 환경보호청
- 4) OECD(Organization for Economic Cooperation and Development): 경제협력개발기구
- 5) CIR(Cosmetic Ingredient Review): 미국 화장품 원료 검토 위원회
- 6) SCCS(Scientific Committee on Consumer Safety): 유럽 소비자안전과학위원회

피부 자극 검증 강화

LG생활건강은 고객의 피부 건강을 위해 엄격한 기준을 통과한 제품이라도 실제로 피부에 사용하는 자극 테스트를 진행해 다시 한 번 안전성을 확인합니다. 이 검증을 통과해야만 비로소 안심할 수 있는 화장품이라 판단하고 소비자에게 제공합니다. 회사 내외부 기관에서 실시하는 피부 자극 단회·반복·누적 평가를 통해 피부 타입별, 기관별로 피부 자극 정도를 교차 검증합니다. 또한 민감성 테스트도 진행하여 좀 더 예민한 피부를 가진 고객도 사용할 수 있는 저자극 포뮬러 화장품을 만들기 위해 노력하고 있습니다.







자사에서 실시하는 내·외부 기관 피부 자극 평가 종류

- ① 자사 단회 밀폐 첩포 시험(Patch test)
- ② 반복/누적 피부 자극 테스트
- ③ 민감성 피부 패널 대상 민감 피부 테스트
- ④ 인체 피부 알러지 테스트
- ⑤ 눈코메도제닉 테스트
- ⑥ 안자극 대체시험(HET-CAM)

유해성분 무첨가 검증

LG생활건강은 제품 안전성 제고를 위해 제품의 성분이 고객에게 미치는 영향을 면밀히 검토하고 관리합니다. 제품을 개발할 때는 법적 규제 성분뿐만 아니라 안전성이 의심되거나 윤리·환경적 이슈로 사용 제한이 필요한 성분을 원료/캡제품/생산제품으로 관리하고 있습니다. 또한 글로벌 관점에서 유해 의심 물질을 분류하여 인체와 환경에 안전한 제품을 개발하고, 지속적인 국내외 동향 조사와 관측을 통해 사용 제한 물질 목록을 적기에 개정하고 있습니다.

✓ CASE
클린뷰티 브랜드

<p>벨리프</p> <p>팜투스킨의 트루 허브 코스메틱으로 고효능 피부 개선 성분을 가진 천연 허브에 고효능 성분의 제형 적합 안정화 기술을 더해 차별화된 고객 체감 효과 극대화</p>	
<p>비온드</p> <p>올롱도에서 직접 재배한 허브를 적용한 제품을 출시하는 등 엄선된 원료의 안심 처방, 편안한 향으로 허브의 효능을 피부에 부드럽고 효과적으로 전달</p>	
<p>TFS</p> <p>동물성 원료 배제와 10가지 화학성분 무첨가 처방의 스킨케어 브랜드로 신규 유틸리티 라인인 민감 피부 테스트를 진행하여 소비자 피부 고민 해결</p>	
<p>피지오겔</p> <p>독일 피부 과학 브랜드로 체계적인 인체 적용 시험과 전 제품 대상의 민감 피부 테스트를 통해 소비자의 다양한 피부 타입에 적합한 스킨케어 기술 제시</p>	
<p>어글리 러블리</p> <p>2023년 출시한 컨서스 뷰티 브랜드로 국내산 업사이클링 원료 적용과 화학성분 10가지 무첨가, 민감성 피부 대상 전 제품 피부자극 테스트를 통해 차별화된 가치 제공</p>	
<p>숨37°</p> <p>독자 발효 성분과 민감케어 특허 성분으로 민감해진 피부를 케어하는 자연발효 코스메틱 브랜드로 화학성분 20가지 무첨가, 전 품목 민감성 피부 대상 자극 테스트를 통해 차별화된 민감 안티에이징 가치 제공</p>	

Issue 3.

포장재의 환경영향 감축



IMPORTANCE



전 세계적으로 기후변화, 대기오염 등 환경 문제가 증대되면서 자원의 재활용을 독려하고 플라스틱 사용량 감축을 요구하는 등 자원순환과 환경보호를 위한 국내외의 환경 규제가 점차 심화되고 있습니다. 또한 윤리적 소비에 대한 인식이 확산됨에 따라 환경영향을 최소화한 친환경 제품에 대한 수요도 갈수록 증가하고 있습니다. 이러한 추세에 맞춰 제품의 전 과정에서 환경영향을 저감하는 것은 기업의 지속가능한 성장에 필수 요소가 되고 있습니다.

APPROACH



LG생활건강은 LCA(전과정평가)¹⁾ 관점의 클린뷰티지수(CBI)를 개발하여 원료 검토부터 안전성 평가, 포장재 평가에 이르기까지 제품의 환경영향 최소화를 위해 노력하고 있습니다. 특히, 제품에 사용되는 포장재의 환경영향 감축을 위해 친환경 포장재 디자인과 연구개발에 역량을 집중하고 있습니다. 2023년에도 용기 경량화, 재활용성 개선, 재생 원료 사용 등의 적극적인 노력을 통해 포장재의 환경영향을 줄인 다양한 그린제품을 출시해 온실가스 배출량 감축에 기여하였습니다.

Performance



그린제품 매출액
4,611억 원



그린제품 인증 현황
환경표지 204개 환경성적표지 8개 저탄소 인증 6개



용기 경량화를 통한 플라스틱 사용 저감량
1,007톤

1) Full LCA : 36.2% Simplified LCA : 63.8%

플라스틱 사용량 저감활동 추진

LG생활건강은 과도한 포장재 사용으로 인한 플라스틱 오염 문제 해결에 기여하기 위해 4R(Recycle, Reuse, Reduce, Replace) 관점에서 입체적이고 다각적인 방법을 찾아 플라스틱 사용을 줄이고 있습니다. 그 일환으로 플라스틱 사용량이 적으면서도 품질을 유지할 수 있는 디자인으로 변경하거나 쓸모없는 포장재를 없애고 재질을 종이로 대체하는 등 플라스틱 저감활동을 적극 추진했습니다. 대표적인 사례로 염모제와 선물세트 트레이에 종이트레이와 저비중 트레이를 적용하여 플라스틱 사용량을 줄이고, 대표 브랜드 ‘더후’에 캡 기밀성 향상 기술을 통해, 캡에 사용되는 플라스틱 누액방지 패키지를 제거하는 등 2023년에는 전년 대비 10% 증가한 총 1,007톤의 플라스틱 사용량을 감축했습니다.

플라스틱 사용저감을 위한 4R



포장재의 재활용성 향상

LG생활건강은 재활용성을 향상시킨 제품을 꾸준히 개발하여 자원순환 촉진과 환경오염 방지에 기여하고자 합니다. 2023년에는 단일 소재로 구성된 리필용 파우치를 ‘세이프 주방세제 리필’ 제품에 적용해 재활용 우수 등급을 획득하였습니다. 또한 저비중 라벨과 금속 없이 플라스틱으로만 구성된 펌프를 ‘자연풍 뿌려쓰는 주방세제’와 ‘메소드 구연산 배스룸 클리너’에 적용하고, ‘토레타’ 제품에도 저비중 라벨을 적용하여 3개 제품 모두 재활용 최우수 등급을 획득하는 성과를 거두었습니다.

자원순환성이 우수한 제품

구분	적용 제품
재활용 최우수 제품	<ul style="list-style-type: none"> · 평창수 2.0L 외 28종 무라벨 음료 · 토레타 500ml · 자연풍 뿌려쓰는 주방세제 · 메소드 구연산 배스룸 클리너
용기 재질/구조 최적화를 통한 재활용 등급 향상	<ul style="list-style-type: none"> · 리엔 500mL 샴푸 4종(자윤 중건성, 자윤 지성, 백단향, 서향) - 용기재질: PET → PP - 재활용 등급: 어려움 → 보통 · 피지오겔 레드 수딩 시카밸런스 포어컨트롤 세럼 50mL - 용기재질: PP용기+올플라스틱펌프 - 재활용 등급: 우수
재질 구조 간소화 (복합재질 → 단일재질)	<ul style="list-style-type: none"> · 자연풍 세이프 주방세제 리필 1L · 피지오겔 레드 수딩 시카밸런스 포어컨트롤 세럼 50mL
펄프몰드 트레이	<ul style="list-style-type: none"> · 숨 마이크로엑티브 디스커버리

재생 원료 사용 확대

LG생활건강은 자원순환에 기여하기 위해 재생 원료를 사용한 포장을 더욱 확대하였습니다. 그 일환으로, 파유리가 80% 이상 사용된 유리를 화장품 용기에 계속 활용하고, 생산 공정에서 발생하는 페플라스틱을 세트트레이로 재사용하고 있습니다. 또한 재활용이 가능한 ABS 소재의 화장품 용기 적용을 확대하고 코카콜라 1.25 L 제품에 재생 페트(r-PET)를 사용했으며, 페플라스틱 열분해유 유래 플라스틱으로 만든 화장품 용기를 업계 최초로 제품에 도입했습니다. 이와 함께 2023년부터는 국내 제지 기업들과 협업하여 폐의류, 멸균팩 등 재활용되기 어려운 소재를 활용한 재생 종이를 제품 패키지에 적용해 자원순환에 기여하고 있습니다.

친환경 포장재 사용 확대를 위한 협력 강화

LG생활건강은 친환경 포장재 사용 확대를 목표로 관련 기관, 기업들과 협력을 강화해 나갑니다. 한국포장재재활용사업공제조합(KPRC), 한국건설생활환경시험연구원(KCL), 5개 의무생산자들과 업무협약을 맺고 지속가능한 상품 포장재 밸류체인 구축에 힘쓰고 있습니다. 또한 KPRC, 한솔제지, 12개 의무생산자와 함께 ‘ESG경영 및 친환경 포장 사용 확대’ 및 ‘멸균팩 재활용을 통한 순환 체계 구축’ 업무협약을 체결하고, 멸균팩으로 만든 재생 종이를 포장지에 적용하는 등 멸균팩의 재활용 확대에도 일조하고 있습니다.



Sustainable Management

ENVIRONMENT

환경경영 29

SOCIAL

인재경영 43

인권경영 51

안전보건경영 55

품질경영 59

고객만족경영 65

사이버 보안 72

사회공헌 77

GOVERNANCE

지배구조 83

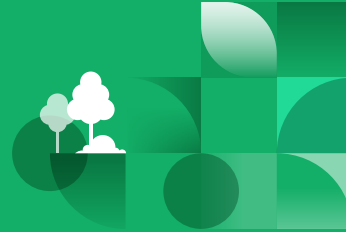
리스크 관리 88

컴플라이언스 97

정도경영 100

공급망 관리 104

Environmental Management



환경경영

LG생활건강은 기후위기를 비롯한 전 지구적 환경 문제 해결에 기여하기 위해 글로벌 수준의 환경경영 체계를 갖추고 '2050 탄소중립 계획'을 수립하여 전사적인 환경경영을 실천하고 있습니다. 제품의 환경영향 관리, 온실가스 감축과 에너지 절감, 신재생에너지 도입, 공급망 탄소경영 지원 활동을 적극 이행하고 있으며, 용기 경량화와 재활용성 개선, 재생 원료 사용 등 포장재의 환경영향을 감축하기 위한 활동도 활발하게 추진 중입니다. 아울러 동식물의 서식 환경을 보호하며 생물다양성을 확보하기 위한 노력도 더욱 확대하고 있습니다.

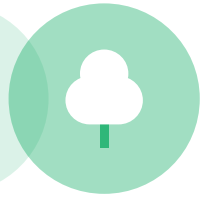


추진 목표

- 제품 환경 인증을 통한 그린제품 매출 5,000억 원 달성(~2025년)
- 용수 사용량 원단위 2.42톤/제품-톤(~2025년)
- 온실가스 배출량 감축 2020년 대비 45%(~2030년), 탄소중립(~2050년)
- 사업장의 설비 개선, 노후 장비 교체 등 에너지 효율 개선과 오염물질 감축을 위한 지속적인 투자
- 재활용 플라스틱 사용량 700톤(~2025년)

주요 성과

폐기물 배출 원단위 14.46 kg/제품-톤		폐수 배출 원단위 1.207 톤/제품-톤	
용수 사용량 원단위 2.44 톤/제품-톤		온실가스 배출량 감축(누적) 20,193 tCO ₂ eq	
재활용 플라스틱 사용량 452 톤		환경투자 금액 60 억 원	



Sustainable Management

Environmental Management

환경경영 체계

LG생활건강은 글로벌 수준의 환경경영 시스템(ISO 14001)을 기반으로 환경경영 중장기 전략과 계획을 수립하여 전사 차원의 환경경영을 실천하고 있습니다. 환경경영 전담 조직인 환경안전 부문을 중심으로 경영 활동 전반에서 효과적인 환경경영을 수행하고 있으며, 해외 사업장에서도 환경경영을 실천할 수 있도록 체계적으로 지원하고 있습니다. 특히, 2021년에 발표한 ‘2050 탄소중립 계획’의 중장기 로드맵에 따라 기후변화 대응을 위한 공정 온실가스 감축, 신재생 에너지 도입, 전기차 도입 등의 과제를 수행하며 저탄소경영을 적극 실천하고 있습니다.

환경경영 정책

환경 컴플라이언스 관련 제재

LG생활건강은 2023년에 환경 관련 법규 위반으로 인한 벌금 및 과태료가 미화 1만 달러를 초과하지 않았습니다. 앞으로도 전사 환경안전보건(ESH, Environment Safety Health) 관리 체계를 재점검하여 환경 컴플라이언스를 엄격하게 준수하겠습니다.

* 2021년~2023년 중대한 환경 법규 위반 사항 없음

환경경영 단기 로드맵

평가 항목	평가 내용	2023년 성과	2024년 목표	2025년 목표
그린경영	그린제품 매출액(억 원)	4,611	4,800	5,000
	온실가스 배출량 감축(톤CO ₂ e, 누적)	20,193	22,000	24,294
	폐수 배출 원단위*(톤/제품-톤)	1.207	1.180	1.160
시스템	폐기물 재활용률(%)	82%	84%	86%
	환경안전 업무 고도화(DX)	DFM시스템 구축	DFM시스템 안정화	DFM시스템 고도화
	화학물질 등록 이행*(종, 누계)	25	32	37

* LG생활건강, 코카콜라음료, 해태에이치티비 3개사 통합 기준

환경경영 인증 취득 현황 (단위: 개)

환경경영 ISO 14001

(국내: 11개*, 해외: 3개)

14개

*CCB: 여주, 양산, 광주 사업장 1개 인증서 통합

기후변화 대응

LG생활건강은 2030년까지 2020년 대비 45%의 탄소 배출을 저감한다는 목표를 담은 ‘2050 탄소중립’을 선언하고 기후변화에 적극 대응하고 있습니다. 탄소중립 목표 달성을 위해 고효율 설비 도입, 에너지 전환, 신재생에너지와 전기차량 도입 등 2030년까지 약 2,000억 원을 투자하여 온실가스 배출량을 줄이는 84개의 과제를 단계적으로 추진할 예정입니다. 또한 기타 간접 온실가스 배출량(Scope 3)을 관리하기 위해 103개의 중소 협력사를 대상으로 온실가스 인벤토리를 구축하도록 지원했으며, 에너지 절감과 탄소 저감 방안을 제공하는 컨설팅 활동도 꾸준히 확대하고 있습니다.

LCA를 통한 제품의 환경영향 관리

LG생활건강은 탄소중립을 효과적으로 실현하고 순환경제 전환을 가속화하기 위해 제품별 전과정평가(LCA, Life Cycle Assessment)를 실시하고 있습니다. 원재료 채취부터 가공·생산·운송·사용·폐기까지 모든 과정에 걸쳐 환경에 미치는 영향을 정량화하는 전과정평가를 통해 제품의 생산과 소비 방식을 근본적으로 개선하고 있습니다. 또한 LCA 기법에 대한 표준화된 데이터베이스를 축적하여 제품 개발에 활용하고 있습니다.

LCA 영향 범주

자원발자국	탄소발자국	오존층영향	산성비
부영양화	광학적 스모그	물발자국	

환경경영 전담조직

부문직속 그린경영

전사 환경 관리, 탄소중립, 그린 패키징, 화학물질, 환경 투자

사업장

사업장 환경안전팀, 사업장 설비기술팀

물류영업

물류영업 환경안전지원파트

에너지·온실가스 관리

LG생활건강은 국내외 사업장별로 온실가스 인벤토리를 구축하고 에너지 관리 시스템을 운영하여 에너지와 온실가스를 체계적으로 관리하고 있습니다. 국내 전 사업장은 제3자 검증을 통해 배출량의 투명성과 객관성을 확보하고 있으며, 2023년 배출량부터는 해외 사업장도 제3자 검증을 진행하고 있습니다. 제조 공정에서 필요한 에너지 사용량은 타 제조업에 비해 상대적으로 높지 않은 편으로 LG생활건강 법인과 자회사의 일부 사업장(여주, 천안)에 한해서만 목표관리제 대상에 포함됩니다. 해당 사업장에서는 매년 온실가스 배출량 목표 수준을 초과하여 달성하고 있습니다. 이와 함께 2021년에 발표한 ‘2050 탄소중립’ 로드맵에 따라 매년 탄소중립 과제를 실천하기 위해 노력하고 있습니다. 특히, 2025년까지 당사가 설정한 온실가스 및 에너지 감축 목표(24,294 톤CO₂e, 누적)를 매월 실시하는 환경안전협의회에서 기존 에너지 및 온실가스 감축 과제의 이행 사항을 검토하고, 다양한 리서치를 통해 새로운 감축 과제를 발굴합니다. 2022년과 2023년에는 화장품·생활용품 및 음료 공장에서 에너지 소비 절감을 위한 에너지 효율 개선, 저탄소 에너지 전환, 공정 포트폴리오 개선, 전기차량 도입 등의 감축 활동 및 투자를 진행하였으며, 이를 통해 약 20,193톤(누적)의 온실가스를 감축했습니다.

더불어, 효율적인 에너지 사용 및 관리의 일환으로 마곡 사이언스파크 당사 건물 옥상에 자가용 태양광 발전설비를 통해 전기를 사용하고 있으며, 구성원의 에너지 절약 인식 제고를 위해 2024년 탄소중립 실무 협의회를 추진하며 담당자 간 에너지 절감 사례를 공유하고 있습니다. 이처럼 LG생활건강은 2024년에도 신재생에너지 도입 등 다양한 탄소 감축 방안을 지속적으로 검토해 추진할 계획입니다.

환경 투자 비용

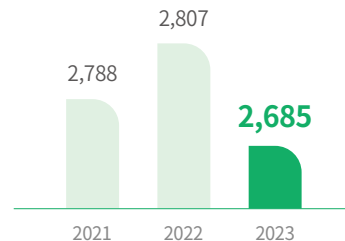
구분	단위	LG생활건강	코카콜라음료	해태아이티비	합계
환경 투자	백만원	3,346	2,274	359	5,979
환경 비용	백만원	3,758	591	874	5,223

탄소중립을 위한 협회 활동

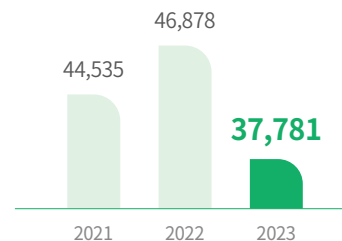
협회	협회 활동	LG 생활건강 활동(Indirect lobbying)
PACT	PACT는 No Plastic in Nature(NPIN)*를 기반으로 하는 기업 협력 이니셔티브 중 하나입니다. 기업, 정부, 지방자치 단체 등 다양한 이해관계자와 협력하며 세 가지 큰 축으로 활동을 전개하고 있습니다. 1) 지속가능한 비즈니스 모델 전환 2) 국제 플라스틱 조약 지지 3) 플라스틱 스마트 시티 활동	1) ‘PACT(Plastic ACTION)’ 공동선언문 발표 2) 플라스틱 저감 계획 수립: 2030년까지 플라스틱 사용량을 20% 감축 3) 페플라스틱 열분해유 적용한 플라스틱 용기 도입
CDP	CDP(탄소정보공개프로젝트)는 전 세계 9,600여 개 기업에 기후변화 대응, 생물 다양성, 플라스틱과 해양 등 환경경영과 관련된 정보를 공개하도록 요구하고 공시 정보를 분석해 투자자 및 금융기관에 제공하고 있습니다. CDP 평가 결과는 전 세계 금융기관의 ESG 투자 의사결정을 위한 정보원으로 활용됩니다. 1) 기후변화: 온실가스 배출량, 감축 목표, 전략, 지배구조 등 2) 물 안보: 물 스트레스, 취수량, 사업상 중요도 관련 정책, 의사결정 구조 등 3) 산림: 산림 훼손 원자재, 관련 정책, 의사결정 구조 등	기후변화(Climate Change) 1) 기후변화 대응 조직 체계 수립 2) 탄소중립 중장기 목표 및 로드맵 수립 3) 기후변화 리스크·기회 분석 및 비즈니스 전략 수립 4) Scope1~3 탄소 배출량 공개 범위 확대 5) 공급업체 계약에 기후변화 대응 평가 추가 물 안보(Water Security) 1) 물 스트레스 지역 사업장 수자원 관리 2) 지역사회 물 환원 사업 지원 3) 사업장 인근 하천 정화 활동 수행

* NPIN은 2030년까지 자연으로 유입되는 모든 플라스틱을 차단하고 플라스틱의 순환 경제를 달성하기 위해 수립됨

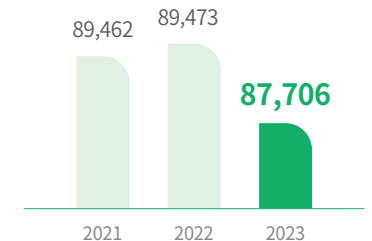
에너지 사용량
(단위: TJ)



직접 온실가스 배출량 (Scope 1)
(단위: 톤CO₂e)



간접 온실가스 배출량 (Scope 2)
(단위: 톤CO₂e)



에너지 절감 활동

(단위: tCO₂-eq)

기존 과제			
구분	사업장	사업명	온실가스 감축량
Process Efficiency	청주	최소증기 운전 압력 사용 및 증기 누출 제거	92
	청주	본관 공조설비 가동조건 조정 및 스팀밸브 자동화 설비 구축	34
	청주	화학품공장 터보 냉동기 교체 공사	50
	울산	세제원료 드럼 용해조 설치	28
	울산	고효율 조명기기(LED) 사용	47
	온산	잉여 폐열 회수 시스템 구축	67
	마곡	사원식당 점등시간 단축 / 냉각수 순환펌프 인버터 설치	2
	여주/광주	Utility 합리화투자	3,982
	여주	누수, 누기 개선	37
	양산	LED 등기구 교체	12
	천안	핫필라인 냉각기 폐열 회수/살균기 리턴량 개선	71
	천안	아셀틱라인 충전냉각 온도 합리화	101
	천안	폐수처리장 바이오가스 활용	2,694
	평창	제품창고 LED 등으로 교체	29
	익산2	혼합비율 개선	58
	익산2	제조실 RO Recycle 소형압축기 도입	130
	EV100	물류	친환경(전기)차량 도입
	물류	차량 감차 및 유종 변경	1,510
Portfolio/ Development	나주	랩제품 생산 중단	870
RE100	마곡	태양광 발전시설 운영	70
소계			9,917

신규 과제			
구분	사업장	신규	온실가스 감축량
Process Efficiency	물류	LED 교체	9
	청주	LED 교체	12
	청주	구강공장 냉동기 펌프 모터 교체 및 인버터 설치	8
	청주	세제공장 제조설비 모터 교체	6
	청주	TP공장 에어 계측기기 사용 및 냉동기 부하 운전	105
	청주	구강공장 냉동기 교체	10
	울산	냉각수/냉동수 순환펌프 고효율 펌프로 교체	7
	울산	세제분전실 조명변압기 교체	3
	인천	LED교체	2
	여주/양산	프리폼 경량화	46
	여주/양산	제비용 고압 에어 압력 합리화(평균29→26bar)를 통한 컴프레서 운전 전력 절감	43
Energy Transition	천안	사외스팀 도입	9,786
EV100	물류	친환경차 도입	239
소계			10,276

CASE 해태에이치티비 천안공장 ‘대기오염물질 자발적 감축 협약 이행실적 우수기업’ 선정

음료를 생산하는 해태에이치티비 천안공장은 충청남도청과 ‘대기오염물질 자발적 감축 협약’을 맺고 대기오염물질 저감을 위한 활동을 적극 펼쳐 왔습니다. 그 일환으로 식품 가공 공정에 사외 폐소각열(스팀)을 도입, 기존 LNG 보일러 가동을 대체하여 대기오염물질 중 하나인 질소산화물(NOx)의 배출량을 크게 감축하고 있습니다. 2023년 1~3분기에는 전년 동기 대비 질소산화물 배출량을 6,052kg에서 3,679kg으로 39% 감축하였고, 온실가스 배출량도 9,786 tCO₂-eq 감축하는 성과를 거두었습니다. 이러한 노력을 높이 평가받아 2023년에 충청남도청으로부터 ‘대기오염물질 자발적 감축 우수기업’으로 선정되었습니다. 앞으로도 대기오염물질과 온실가스 배출을 감축할 수 있는 다양한 방안을 발굴하고 실천하여 환경보호와 기후변화 대응에 기여해 나갈 계획입니다.

공급망 탄소경영 지원

공급망의 구체적인 기후변화 지표 관리는 환경 관련 주요 글로벌 이니셔티브인 탄소정보공개프로젝트(CDP), 과학기반감축목표 이니셔티브(SBTi)에서도 중요한 아젠다로 다루고 있습니다. LG생활건강은 공급망의 기후변화 관리를 강화하고 협력회사의 탄소경영을 지원하기 위해 2022년 13개, 2023년 40개, 2024년 50개사의 온실가스 인벤토리를 구축하고 배출량을 산정·검증하였으며, 관련 인력을 대상으로 기후변화 대응 교육을 진행하였습니다. 또한 2023년에는 이 중 4개사에 대해 에너지 절감 컨설팅을 추진하여 해당 협력회사 온실가스 배출량의 6.4%(2,176 tCO₂)를 절감할 수 있는 방안을 발굴했습니다. 향후에도 협력회사의 배출량 산정과 감축 지원을 지속적으로 확대하여 LG생활건강의 Scope3 배출량 관리를 개선해 나갈 예정입니다.

환경경영 거버넌스 구축을 위한 LG ESG IT Intelligence와 DFM

LG생활건강은 전사적 환경경영의 투명성을 확보하고 효율적으로 데이터를 관리할 수 있는 2개의 환경경영 데이터 거버넌스를 구축 하였습니다. 첫째, <LG ESG IT Intelligence> 는 정보공시 규제에 선제적으로 대응하고 여러 이해관계자들이 ESG 데이터를 효율적으로 관리할 수 있도록 LG그룹 내 모든 계열사가 참여하는 시스템입니다. 이를 통해 회사 전반에 걸쳐 발생하는 탄소감축 및 ESG 관련 데이터 관리에 미치는 비재무 정보의 공시 프로세스를 통합하여 LG생활건강의 ESG 정책/표준/프로세스를 정립하고, 시스템 활용을 더욱 확대해 나갈 계획입니다.

둘째, 23년 8월에 오픈한 환경안전보건 DFM(Defect Free Management) 시스템입니다. 전사적 환경경영 통계자료를 체계적으로 관리하고, 법적 대응과 업무 효율성을 높이며, 환경안전 활동에 관한 업무 투명성을 강화하여 개선 결과를 등록 하고 관리하는 프로세스를 확대해 나갈 계획입니다. 이를 통해 전사적 환경경영에 대한 투명성을 확보하고, 소규모 사업장의 환경안전 관리 역량을 표준화 하는 등 전사적 환경경영 활동의 인사이트를 구축하고 통합적으로 관리할 수 있는 능력을 고도화 해 나가겠습니다.

제품 포장재의 환경영향 감축

그린제품 협의회 운영

LG생활건강은 전사적인 제품 환경 정책을 수립하고 이행하기 위해 그린제품 협의회를 운영하고 있습니다. 협의회는 환경안전부문을 주축으로 포장 연구, 디자인, 구매, 제품 기획 담당 부서로 구성되며, 회의 결과는 전사적으로 공유됩니다. 협의회에서는 개발 단계부터 사후 개선 단계까지 제품의 환경성을 개선하기 위한 과제를 협의하고, 사회적인 제품 환경 이슈, 법적인 사항이나 정부의 정책을 공유합니다. 2023년에는 용기 경량화, 재질 개선, 재생 원료 사용, 재활용성 개선 등의 분야에서 총 26건의 포장재 개선 과제를 진행했습니다. 또한 3종의 정부 순환이용성평가 대상 제품을 개선하고 7건의 입법 정책을 공유했으며, ‘친환경 포장 사용 확대 업무협약’, ‘멸균팩 재활용을 통한 순환체계 구축 업무협약’ 등 2건의 대외 업무협약에 참여했습니다.

플라스틱 사용량 감축

LG생활건강은 그린제품 협의회에서 추진하는 용기 경량화 과제를 중심으로 플라스틱 사용량을 줄이기 위해 다양한 활동을 펼쳤습니다. 특히, 플라스틱 사용량이 적으면서도 품질을 유지할 수 있는 디자인으로 변경하거나 쓸모없는 포장재를 없애고 재질을 종이로 대체하는 과제를 진행했습니다. 이러한 노력을 통해 2023년에는 전년 감축량 보다 10%를 더 감축하여 1,007톤의 플라스틱을 감축하였습니다.

재생 원료 활용 확대

LG생활건강은 자원순환에 기여하기 위해 그린제품 협의회 추진 과제에 따라 재생 원료를 사용한 패키징을 더욱 확대하였습니다. 그 일환으로, 파유리가 80% 이상 사용된 유리를 화장품 용기에 계속 활용하고, 국내 최초로 페플라스틱 열분해유가 사용된 제품을 출시하였습니다. 또한 생산 공정에서 발생하는 페플라스틱 세트 트레이를 이용하고 재활용 ABS 소재의 화장품 용기 적용을 확대했으며, 코카콜라 1.25 L에 재생 페트(r-PET)를 사용하기도 했습니다. 이러한 다양한 활동으로 2023년에는 총 452톤의 재생 플라스틱 사용량을 달성했습니다.

그린제품 협의회 과제 추진 성과

(단위: 톤)



코카콜라 재생 보틀

LG생활건강은 2023년에 재생 플라스틱을 10% 함유한 재생 페트로 만든 ‘코카콜라 재생 보틀’을 기존 코카콜라와 코카콜라 제로1.25L 제품에 적용하여 출시했습니다. 재생 보틀이란 국내에서 분리배출된 투명 페트병을 환경부 기준에 부합하게 세척, 분쇄, 가열 과정을 거쳐 물리적 재생 방식으로 제조한 뒤 식약처에서 식품 용기 제조 사용을 허가받은 제품입니다. 코카콜라 재생 보틀은 제품의 품질과 안전성을 유지하면서 환경에 미치는 영향을 최소화하기 위해 기존 41g의 플라스틱 무게를 36g까지 줄였는데, 이는 제품 한 병을 만드는 데 쓰이고 버려지는 플라스틱 양을 기존 대비 약 21%(8.6g) 줄인 것과 같습니다. 2023년에는 재생 보틀을 통해 재생 페트 사용량 224톤, 용기 경량화 310톤을 달성해 총 534톤의 페트(v-PET) 사용량을 감축했습니다. 특히, 재생 페트 사용량은 국내 음료 업계 중 1위를 기록했습니다. 2024년에는 코카콜라 1.25L 제품으로 환경공단의 재생 플라스틱 인증을 획득할 예정입니다.

코카콜라 재생 보틀 생산과정



재활용 등급 개선 활동

LG생활건강은 제품의 자원순환성을 평가하는 정부의 재활용 용이성 등급 평가 제도에 맞춰 자체적으로 재활용 등급 평가 시스템을 마련해 제품의 재활용 등급을 향상시키고자 노력하고 있습니다. 2023년에는 ‘자연풍 뿌려쓰는 주방세제’, ‘메소드 구연산 배스룸 클리너’, ‘토레타’ 등 3개 제품을 재활용 최우수 등급 제품으로 추가했으며, ‘실크테라피 에센스’의 재활용 등급을 상향하는 성과를 거두었습니다.

재활용 등급 평가 시스템 구축

‘자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률’에 의해 생산자책임 재활용제도(ERP) 대상 포장재는 재활용 용이성 등급 평가를 받아야 합니다. 이에 대응하기 위해 LG생활건강은 자체적으로 재활용 등급 평가 시스템(RES, Recycling-level Evaluation System)을 구축하여 전문가가 아니면 판정하기 어려운 재활용 등급을 모든 구성원이 해당 시스템을 통해 확인하고 평가할 수 있게 했습니다. 이를 통해 제품 담당자는 제품의 재활용성 관련 정보를 쉽게 확인할 수 있습니다. 또한 신제품 개발 초기부터 재활용 등급을 평가할 수 있도록 용기 개발 시스템과 RES 시스템을 연동하여 자발적인 재활용성 개선 활동으로 이어지고 있습니다.

‘ESG 경영 및 친환경 포장 사용 확대’ 업무협약

LG생활건강은 국내외 친환경 포장 정책과 포장 기술 변화에 능동적으로 대응하고 친환경 포장의 사회적 확산과 정착을 위해 한국포장재 재활용사업공제조합(KPRC), 한국건설생활환경시험연구원(KCL), 5개 의무생산자들과 2022년부터 3년 기간의 업무협약을 맺고 효율적인 협력 체계를 구축했습니다. KPRC, KCL, 유통업계와 협업하여 포장재 연구 용역을 진행하는 등 지속가능한 상품 포장재 밸류체인 구축에 힘쓰고 있습니다. 또한 업무협약 협의체를 통해 분기마다 1회씩 ESG 패키징 관련 정보 교류도 진행하고 있습니다.

‘평균팩 재활용을 통한 순환 체계 구축’ 업무협약

LG생활건강은 재활용률이 5% 미만인 평균팩의 재활용 확대에 기여하고자 한국포장재재활용사업공제조합(KPRC), 한솔제지, 12개 의무생산자와 함께 2023년 9월부터 6개월 기간의 업무협약을 체결했습니다. LG생활건강은 평균팩을 사용하지 않으나 국가적인 재활용 문제를 개선하기 위해 참여했으며, 화장품 세트 보호용 포장지에 평균팩 재생 종이를 적용하였습니다. 업무협약을 통해 2023년 평균팩 재활용량이 전년 대비 81톤 증가한 535톤을 기록했으며, 업무협약 만료 후에도 재생 종이를 꾸준히 사용하여 평균팩 재활용 확대에 기여해 나갈 방침입니다.

포장재 재활용 실적 및 합성수지 재질

(단위: kg/%)

재활용률 목표(2023년)

구분	연도	캔		유리병		합성수지재질		용기재활용량
		재활용량	재활용률	재활용량	재활용률	재활용량	재활용률	
LG H&H	2020	255,245	83.51%	2,218,675	67.00%	18,451,967	89.20%	20,925,887
	2021	208,776	83.15%	2,044,202	64.00%	17,622,283	91.66%	19,875,260
	2022	229,315	97.35%	2,523,023	81.00%	17,870,958	97.06%	20,623,295
	2023	224,027	97.31%	2,504,574	81.00%	17,254,992	97.56%	19,983,593
CCB	2020	12,328,161	76.00%	1,350,555	67.00%	32,105,038	76.85%	45,783,754
	2021	12,206,438	79.00%	1,004,940	64.00%	34,988,947	79.76%	48,200,325
	2022	16,547,855	99.00%	1,403,080	81.00%	35,977,944	84.51%	53,928,879
	2023	19,728,943	99.00%	1,466,406	81.00%	32,265,563	84.41%	53,460,912
HTB	2020	917,088	76.00%	6,696,982	67.00%	1,827,397	76.34%	9,441,467
	2021	752,438	79.00%	7,736,795	64.00%	1,455,682	79.51%	9,944,914
	2022	1,058,420	99.00%	11,634,855	81.00%	1,565,059	84.16%	14,258,334
	2023	867,248	99.00%	12,259,621	81.00%	1,237,197	84.35%	14,364,066
전사	2020	13,500,494	76.13%	10,266,212	67.00%	52,384,401	80.77%	76,151,108
	2021	13,167,651	79.06%	10,785,936	64.00%	54,066,912	83.28%	78,020,499
	2022	17,835,590	98.98%	15,560,959	81.00%	55,413,960	88.18%	88,810,509
	2023	20,820,217	98.98%	16,230,602	81.00%	50,757,751	88.47%	87,808,571



환경표지·환경성적표지 제도

환경표지 제도는 환경부에서 운영하는 인증 제도로 같은 용도의 제품에 비해 ‘제품의 환경성’이 우수한 경우 해당 제품에 환경 표지를 표시함으로써 소비자에게 친환경 제품 정보를 제공하여 기업이 자발적으로 친환경 제품을 개발 및 생산하도록 유도하는 제도입니다. LG생활건강은 주방용 세제, 다목적 세정제, 방향제 제품군에 대해 환경표지 인증을 지속적으로 취득하여 소비자에게 친환경 제품에 대한 정보를 제공하고 있습니다. 또한, 제품 생산과 폐기까지 모든 과정에 대한 환경영향을 정량적으로 표시하는 환경성적표지 제도에도 적극적으로 참여하기 위해 노력하고 있습니다. 환경성적표지 인증을 통해 원료 채취, 생산, 수송/유통, 사용, 폐기 등 제품 전체 과정에 대한 환경영향을 정량적으로 표시해 소비자에게 제공 중입니다.

국내 최초로 저탄소 인증을 획득한 바디 제품

LG생활건강은 동종 제품군에 비해 탄소 배출량이 현저히 낮거나 저감한 제품에 부여하는 저탄소 인증 취득에도 힘쓰고 있습니다. 용기 감량화와 생산 단계의 에너지 절감 투자, 재생 플라스틱 사용 등을 통해 총 6개의 저탄소 인증 제품을 보유하고 있습니다. 특히, 2023년에는 화장품의 친환경 인증 확대에 주력해 ‘비온드’ 브랜드 4개 제품이 저탄소 인증을 받았습니다. 비온드는 연구와 개발 단계에서부터 원료 선택, 포장 디자인에 이르기까지 모든 과정에서 클린뷰티의 원칙을 확고하게 지키는 브랜드로, 탄소 배출량 저감을 위해 제조 공정에서는 상온 공법의 도입 등을 통해 에너지 사용을 줄이고 포장재에서는 페트 재질의 용기를 98.5%까지 재활용(PCR) 페트로 개선하였습니다. 이러한 노력을 통해 ‘비온드 딥모이스처 스무딩 바디에멀전’ 2종, ‘비온드 딥모이스처 크림 바디워시’ 2종 등 4개 제품이 평균 9%(60~135g/개), 약 22.3톤의 탄소 배출을 줄이는 효과를 거두며 저탄소 인증 획득에 성공하였습니다. 이 중 ‘비온드 딥모이스처 스무딩 바디에멀전’ 2종은 바디로션 제품군 중에서 국내 최초로 저탄소 인증을 획득하는 성과를 거두었습니다.

그린제품 매출액 (단위: 억 원)				그린제품 인증 현황 (단위: 개)		
구분	2022년 실적	2023년 실적	2024년 목표	구분	2022년 실적	2023년 실적
음료	4,081	3,782	4,000	환경표지	183	204
화장품 및 생활용품	687	829	1,000	환경성적표지	10	8
합계	4,768	4,611	5,000	저탄소인증	2	6
				합계	193	218

환경표지 인증 제품

제품군	브랜드	제품명
주방용 세제	자연풍	자연풍 기름기 걱정없는 베이킹소다&레몬 등
	풍풍	풍풍 레몬식초 등
다목적 세정제	홀스타	홀스타 내추럭스 욕실용 세정제 등
방향제	아우라	엘지 아우라 에코 비에그 방향제 등

환경성적표지 인증 제품

제품군	브랜드	제품명
화장품	비온드	비온드 딥모이스처 스무딩 바디에멀전 300ml, 500ml
		비온드 딥모이스처 크림 바디 워시 300ml, 500ml
탄산음료	Coke	코카-콜라 500mL, 1.5L PET
	Sprite	스프라이트 500mL, 1.5L PET
	Coke	코카-콜라 제로 500mL, 1.5L PET
생수	평창수	강원 평창수 500mL, 2L PET
	휘오 순수	휘오 순수 500mL, 2L PET

* 비온드 딥모이스처 4종, 강원 평창수 2L, 휘오 순수 2L 제품은 저탄소 인증



디자인 혁신을 통한 친환경 포장재 개발

LG생활건강은 디자인센터를 중심으로 디자인 혁신을 통한 친환경 포장재 개발을 적극 추진하고 있습니다. 2023년에는 화장품 용기의 구조 변경과 리필 용기 교체, 친환경 대체 소재 사용과 함께 칫솔의 외형 변경, 용도 개발 등 디자인 개선을 통해 플라스틱 사용량을 줄이고 제품의 재활용성을 높이는 성과를 달성하였습니다.

화장품 용기의 구조와 소재 개선

2023년에 ‘더후 천기단 화현 밸런스 에멀전’의 리뉴얼 개발을 진행하면서 플라스틱 소재인 스프루와 러너 사용량을 절감하기 위해 신규 외오버캡, 내오버캡, 어깨장식 금형을 기존의 콜드 러너(Cold Runner) 방식 대신 핫 러너(Hot Runner) 방식으로 교체 개발하였습니다. 이를 통해 플라스틱 사용량을 약 221톤 절감할 수 있었습니다. 또한 ‘더후 로알 레지나’ 신규 라인을 제작할 때 세럼, 크림 제품에 리필 구조를 적용하여 약 2.2톤의 플라스틱 사용량을 감축했습니다. 2024년에는 ‘오휘 더 퍼스트 제네추어 크림’에도 플라스틱 용기 리필 방식이 아닌 친환경 재질의 초자 용기 리필 방식을 채택함으로써 약 1.4톤의 플라스틱 사용량을 저감할 수 있을 것으로 예상합니다. 향후에는 소재나 후가공 측면에서도 환경을 고려한 다양한 사양 개발을 추진할 계획입니다.



더후 로알 레지나



더후 로알 레지나 리필 구조

플라스틱 저감을 위한 노력-플라스틱 저감 칫솔



칫솔 다이어트 프로젝트

칫솔은 재활용이 되지 않는 일반 쓰레기로 분류되어 연간 4,300톤이 그대로 버려집니다. 버려지는 플라스틱을 줄이기 위해 2023년에 칫솔의 플라스틱 사용량을 줄이는 칫솔 다이어트 프로젝트를 시작했습니다. 칫솔에 사용된 플라스틱 사용량을 기성 제품 대비 20% 절감하고 줄인 공간을 활용해 다양한 컵에 거치 가능한 홀더를 제작했습니다. 또한 홀로그램 효과와 팝한 컬러를 메인으로 과감한 디자인을 구현해 Z세대에게 어필되는 영한 디자인 룩을 개발하였습니다. 제품 패키지도 친환경 펄프 몰드와 투명 필름을 적용해 100% 분리 배출이 가능하도록 했습니다. 이를 통해 플라스틱 사용량 저감, 사용자 편의 개선과 더불어 디자인 완성도도 한층 높일 수 있었습니다. 플라스틱 저감 칫솔의 혁신적인 기능과 친환경성, 디자인 우수성을 높이 평가받아 2023년 레드닷 어워드 (Reddot award)에서 위너(winner)를 수상하는 성과를 거두었습니다.

신규 그린제품 출시

LG생활건강은 2023년에도 4R(Recycle, Reuse, Reduce, Replace) 관점에서 다각적인 방법으로 그린제품을 개발하기 위해 노력했습니다. 단일 재질 포장재로 재활용성을 향상시키고 재생 페트 사용으로 플라스틱 사용량을 절감하는 한편, 제품 용기에 저비중 라벨을 적용하고 재생 용지를 화장품 포장지로 활용하는 등 그린제품을 꾸준히 확산하고 있습니다.

단일 재질 리필 파우치

리필용 포장재로 활용되는 파우치는 2~3가지의 복합 재질로 구성되어 있어 재활용에 어려움이 있었습니다. LG생활건강은 파우치의 재활용성 향상을 위해 PE (Polyethylene) 단일 소재를 사용한 파우치를 개발, 품질과 생산성을 확보하였습니다. 개발한 소재는 '세이프 주방세제 리필 1L' 제품에 적용했으며 친환경성을 인정받아 재활용 우수 등급을 획득하였습니다. 1L가 초과되는 고중량 리필 파우치에도 단일 재질을 적용하기 위해 물성 개선 방안을 지속 검토할 예정입니다.



세이프 주방세제 리필 1L

저탄소 인증 바다 에멀전·워시

환경성적표시제도에 참여해온 '비온드 딥모이스처 바다(에멀전)' 제품이 2023년, 국내 바다제품군에서 최초로 저탄소 인증을 획득했습니다. 환경성적표시 인증을 받은 제품은 탄소 배출량을 일정 기준 감축했을 때 저탄소 인증을 받을 수 있는데, 비온드 제품은 제조 공정에서 발생하는 탄소 배출량의 감축을 위해 재생 페트로 용기 재질을 변경하는 등 해당 기준을 충족하여 환경부로부터 저탄소 인증을 받을 수 있었습니다. 비온드 제품은 현재 화장품 제품군 중 국내 유일의 저탄소 인증 제품으로 기록되고 있습니다.



비온드 딥모이스처 바다(에멀전, 워시)

저비중 라벨 사용 용기

페트 용기의 재활용성 향상을 위해 색상을 넣지 않은 투명한 페트 용기에 저비중 라벨을 적용하고 금속 없이 플라스틱으로만 구성된 펌프를 더해 친환경 포장재를 개발하였습니다. 저비중 라벨은 재활용 공정에서 비중이 1보다 높은 페트와 쉽게 분리될 수 있는 비중 1 미만의 라벨입니다. 이 포장재를 '자연풍 뿌려쓰는 주방세제'와 '메소드 구연산 배스룸 클리너'에 적용하고, '토레타' 제품에도 저비중 라벨을 적용하여 3개 제품 모두 재활용 최우수 등급을 획득하는 성과를 거두었습니다.



자연풍 뿌려쓰는 주방세제
/메소드 구연산 배스룸 클리너/토레타

재생 종이를 활용한 포장지

국내 제지 기업들과 협업하여 재활용되기 어려운 소재를 활용한 재생 종이를 제품 패키지에 적용해 자원순환에 기여하고 있습니다. 버려진 폐의류에서 얻은 면섬유를 펄프와 혼합하는 방식으로 종이를 제조해 '오후 얼티밋 핏진 쿠션'의 포장지로 활용하였고, 멸균팩에서 추출한 원료로 만든 재생종이를 '더후', '숨37', '빌리프' 등 화장품 세트 보호용 포장지로 사용하고 있습니다.



오후 얼티밋 핏 쿠션

환경 부하 최소화를 위한 물류 활동

LG생활건강은 사업 특성과 환경 변화에 능동적으로 대처하고 글로벌 수준의 물류 경쟁력을 확보하기 위해 물류거점의 기능과 역할을 재조정하고 적절히 통합하여 효율적인 물류 네트워크를 구축하고 있습니다. 또한 포장·운송·하역 전 과정에서 제품의 안전성과 환경영향 감소를 우선적으로 고려하고 있으며, 특히 수배송 효율화 활동을 통해 운송 경로와 소요 시간을 단축하여 환경 부하를 최소화하고자 노력하고 있습니다.

친환경 차량 운영 확대

2023년에는 1톤 전기 트럭 11대를 추가로 도입하고 영업승용 경유차 74대를 하이브리드 차량으로 전환하였습니다. 아울러 62대의 노후 경유 차량을 대체하고 LPG지게차를 전동지게차로 교체하였습니다. 친환경 차량의 확대 운영을 통해 연간 1.2억 원의 유류비를 절감하고, 239톤의 온실가스 배출을 감축하는 성과를 올렸습니다.

친환경 팔레트(Pallet) 포장재 도입

물류 전 사업장에 재생 원료가 30% 포함된 친환경 PCR(Post-Consumer Recycled) 스트레치 필름을 제품 출하용 팔레트(Pallet) 포장에 도입하여 자원순환과 녹색물류를 실천하고 있습니다. 향후에도 그린 패키징 확대, 폐기물 감축 등의 활동을 전개하여 경쟁력 있는 친환경 물류 체계를 강화해 나가도록 할 것입니다.

폐냉장고 회수와 활용

2023년에 음료 판매업체에 대여 또는 판매하였던 폐냉장고 342톤을 회수해 온실가스 저감과 자원 재활용을 향상에 기여했습니다. 이산화탄소 대비 11,700배 이상 온난화 효과가 큰 온실가스인 냉장고 냉매를 대기 중에 배출하지 않고 적절한 방법으로 처리함으로써 연간 1,316톤의 온실가스를 감축했습니다. 또한 폐냉장고에서 철, 우레탄, 플라스틱, 구리, 알루미늄 등을 추출하여 총 301톤의 순환자원을 생산하였습니다.

스마트 물류센터 조성

수도권 지역 할인점 채널 출하에 대응하고 HDB 물류거점 운영 최적화를 위해 2023년 12월, 충북 음성에 약 1만 평 규모의 음성물류센터를 준공하였습니다. 음성물류센터는 지역 경관과 조화되고 주변 녹지와 공존할 수 있는 건축물로 설계되어 자연과 함께하는 환경친화적 물류센터로 운영되고 있습니다.

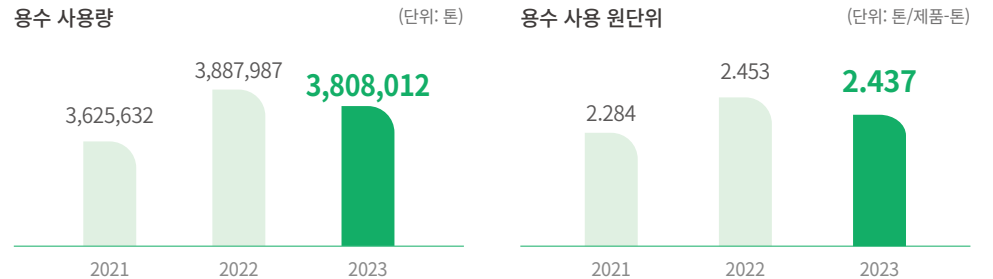


음성물류센터

용수 관리

용수 관리

LG생활건강은 생산 공정에서의 용수 효율 개선을 위해 전체 생산 사업장 및 연구소 등 각 사용처별 용수 사용량을 관리하고 있으며, 용수 사용 활동 및 수질에 미치는 영향 등을 식별하는 평가를 통해 전략적으로 수자원을 관리하고 있습니다. LG생활건강의 2023년 용수 사용량은 전년 대비 약 2.1% 감소하였으며, 원단위는 약 0.7% 감소하였습니다. 용수를 많이 사용하는 사업장에 대해서는 공정 합리화를 통한 용수 절감, 재활용수 사용처 발굴 등 용수 사용량을 줄이기 위해 다양한 활동을 실천하고 있습니다. 아울러, LG생활건강은 공정에서 사용하는 스팀 응축수를 회수하여 스팀용 보일러 용수에 재이용하는 방식으로 수자원 재이용량 확대를 위해 노력하고 있습니다. 특히 울산 공장에서는 생산 공정 중 냉각 공정 방식을 수냉식에서 공냉식으로 변경하여 기존 냉각 공정에서 사용되었던 용수량을 절감 하였으며, 노후 유틸리티 배관 및 장치 보수를 지속하여 공정 내 용수 손실을 최소화하고 있습니다.



수자원 리스크 관리 및 물 환원 사업

코카콜라음료와 해태에이치티비는 2012년부터 수자원의 지속가능성을 관리하기 위해 5년마다 원수 취약성 평가를 실시해 왔습니다. 원수의 공급망, 원수 우려 사항, 물의 품질, 국가의 물 공급과 보호 정책, 미래 전망 등에 대해 평가하고 관리합니다. 아울러 세계자원연구소(WRI)의 물 위험 평가 도구인 '애퀴덕트(Aqueduct) 평가'를 전 사업장에서 수행하여 현재와 미래의 수자원 상태를 파악하고 관리하는 활동도 꾸준히 펼치고 있습니다. 2018년부터는 한국 코카콜라와 함께 지역사회의 저수지나 하천을 복원하는 '물 환원(Water Replenishment) 사업'을 진행하고 있습니다. 2023년에는 경기도 여주 강천면, 금사면, 점동면에서 숲 가꾸기 사업을 전개하여 토양 저류용량을 확보했습니다. 또한 경상남도 고성군 마암면에 위치한 성천 저수지와 경상남도 김해시 한림면에 위치한 명동 저수지에서 준설작업을 시행하였습니다.

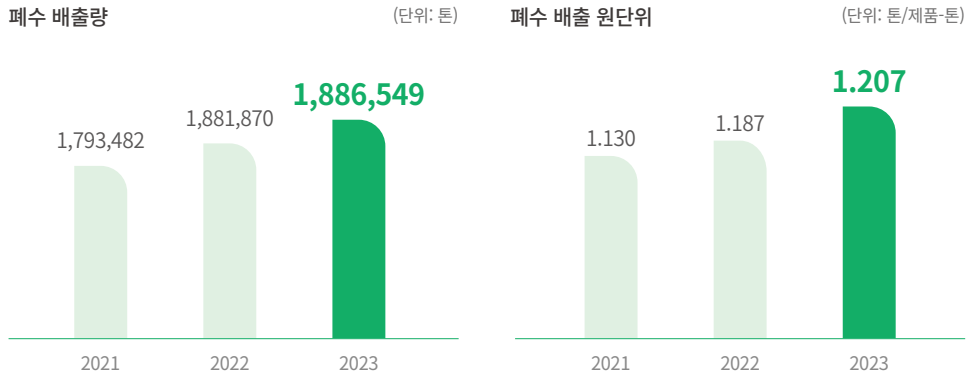
폐수

폐수 관리

LG생활건강은 사업장 주변 지역 및 지역사회의 환경영향 최소화를 위해 폐수를 엄격하게 관리하고 있습니다. 청주 사업장과 TP 사업장의 폐수처리장을 통합 운영하고 있으며, 폐수집수조에서 고수위, 설비 트러블 등 비정상·비상 상황 발생 시 즉각 대응이 가능하도록 모니터링 시스템을 개선하여 환경 사고를 예방하고 있습니다. 온산 사업장은 약 30억 원을 투자해 폐수처리장 리노베이션을 진행, 폐수처리 효율을 크게 제고했습니다. 또한 2023년에 천안 사업장에서는 수질원격감시 시스템(TMS, Tele-Monitoring System)으로 모니터링되는 수질 오염물질 항목이 관리 기준을 초과하는 경우 방재센터와 폐수처리장에 알람이 작동되도록 하는 연동 시스템을 적용하여 방류 수질을 안정적으로 유지하고 환경 사고를 예방하고 있습니다.

폐수 배출량

2023년 LG생활건강의 폐수 배출량은 전년 대비 약 0.2% 증가했으며 폐수 배출량 원단위는 약 1.7% 증가했습니다. 품질관리를 강화하면서 세척으로 인한 폐수 배출량이 증가하였습니다. LG생활건강은 폐수 발생을 줄이기 위해 지속적으로 다양한 활동을 추진하고 있습니다. 특히 청주사업장은 고압세척기 도입, 원료 자동 투입 시스템 구축, 반제품 저장조 레이아웃 변경을 통한 품종 교환 시 발생하는 폐수를 절감하는 등 폐수 배출량 감축 활동을 전개하고 있습니다.



폐기물

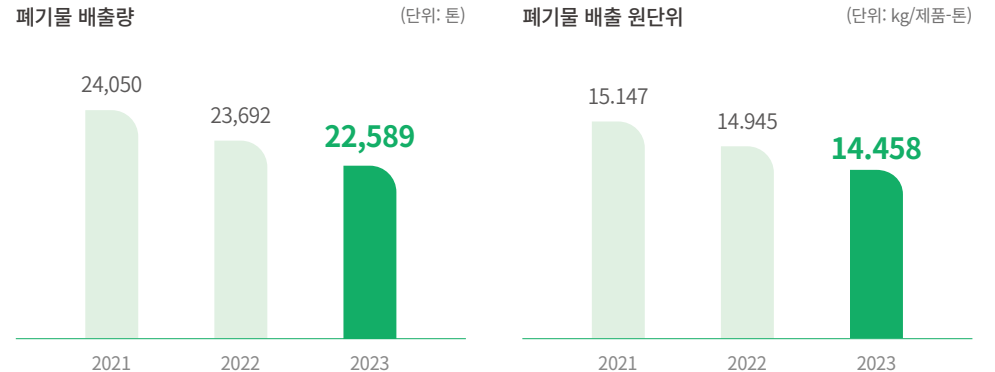
폐기물 관리

LG생활건강은 자원 사용을 최적화하고, 각 사업장에서 발생하는 폐기물 발생량 정기점검 및 관리 등 자원순환 촉진을 위한 노력을 강화하고 있습니다. 이를 위해 당사는 2025년까지 폐기물 재활용 86% 달성 목표를 수립하고, 폐기물 감축 및 최소화를 위한 투자, 재활용 촉진 노력을 이행 중이며, 폐기물을 보관·운반·처리하는 과정에서의 관련 법규 준수 여부 점검과 배출되는 모든 폐기물의 발생부터 처리 후 자원화가 되기까지의 전과정을 통합 모니터링하고 있습니다. 이를 통해 폐기물 발생 유형 및 재활용 가능 영역 등을 식별하여 효과적으로 폐기물을 처리, 관리하고 있습니다.

특히, 청주공장에서는 원료 입고 관리 시스템을 구축하여 원료의 사용기한을 실시간으로 모니터링하여 장기 불용재고로 인해 발생하는 폐기물을 저감함으로써 더욱 효율적인 폐기물 관리를 실천하고 있습니다. 아울러, 구성원을 대상으로 생산 공정 과정 및 사무 공간에서 발생하는 폐기물 감축과 재활용률을 높이기 위한 내부 교육과 활동에도 힘쓰고 있습니다.

폐기물 배출

2023년 LG생활건강의 폐기물 배출량은 전년 대비 약 4.7% 감소하였으며, 폐기물 배출량 원단위는 약 3.3% 감소하였습니다. 2023년 폐기물 재활용률은 약 82%로 LG생활건강은 모든 폐기물에 대하여 발생부터 처리 후 자원화가 되기까지 과정을 모니터링하고 있으며, 재활용률을 높이기 위해 다양한 활동을 하고 있습니다. 고철, 파지도 단순 재활용 폐기물로 다루는 것이 아니라 순환자원으로써 체계적으로 관리하고 있습니다.



화학물질

화학물질 등록 규제 대응

LG생활건강은 국내 화학물질등록평가법에 의해 기존의 1,000톤 이상 수입·제조한 화학물질 16종에 대해 2021년까지 등록을 완료했으며, 2024년까지 100톤 이상 수입·제조하는 물질 7종 을 등록할 계획입니다. 아울러 국내뿐만 아니라 제품이 수출되는 국가들의 화학물질 관리 법규에 대해서도 적극적으로 대응하여 물질의 유해·위험성 정보를 제공하고 있습니다. 현재까지 EU REACH에 화학물질 5종 등록을 완료했으며, 2025년에는 KKIDK¹⁾에 2종, UK REACH²⁾에 3종을 각각 등록할 예정입니다.

1) KKIDK(Kımyasallar n Kayd , De erlendirilmesi zni ve K s tlanmas)

2) UK REACH: 각각 튀르키예와 영국의 화학물질 등록 및 평가에 관한 규제로서 국내 화학물질등록평가법, EU REACH와 유사하게 튀르키예로 연간 1톤 이상 제조·수입되는 모든 화학물질은 2023년 12월 31일까지 등록되어야 하며, 영국의 경우 제조·수입 톤수에 따라 2027년 10월 28일까지 순차적으로 등록이 필요함



화학물질 관리 강화

LG생활건강은 화학물질 관련 법규 준수와 함께 화학물질로 인한 사고 예방에도 주력하고 있습니다. 화학물질 사용의 안전성과 효율적인 관리를 위해 화학물질 관리 시스템을 활용하고 있습니다. 구성원이 신규 화학물질의 구매를 희망할 경우, 해당 시스템에 성분 정보를 등록하여 전문가 그룹의 승인을 받은 후 구매가 가능하도록 하는 프로세스를 운영 중이며, 화학물질 법규 데이터베이스를 월 1회 업데이트하여 관련 법규에 신속히 대응할 수 있도록 하고 있습니다. 이외에도 화학물질로 인한 사고 예방을 위해 사업장 환경안전팀, 관리감독자의 주기적인 시설 점검과 더불어 분사 차원의 기획 점검을 진행합니다. 점검에서 발견한 리스크에 대해서는 개선을 위한 투자를 지원하고 개선이 완료될 때까지 모니터링을 수행하고 있습니다. 특히 청주공장에서는 주요 환경시설에 CCTV 설치, 수질오염물질 계측기 설치 등 환경사고 위험개소 모니터링 구축 투자를 진행하여 화학사고 예방에 힘쓰고 있습니다.

주요 투자 실적

(단위: 백만 원)

구분	비용	내용	비고
2023년 실적	1,570	(전사) 환경안전 통합 포털 구축	투자 비용 중 일부가 화학물질 분야 구축에 사용됨
	56	(울산) 배수로 차단 게이트 설치 및 개선	-
	250	(청주)환경사고 위험개소 모니터링 구축 투자	-
2024년 계획	367	(본사) 기존 화학물질 등록 및 유해성 심사	-
	5	(청주) 유해화학물질 저장탱크 방류벽 증설 및 누액센서·이송펌프 연동 시스템 개발	-
	250	(온산)폐수처리 약품저장탱크 2기 화학사고 예방 개선 투자	-
	180	(온산)화학물질 누출 예방을 위한 폭기조 보강 및 지중배관 개선 투자	-

생물다양성 접근 체계

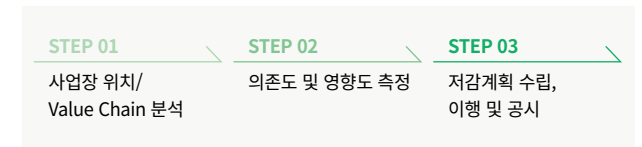
생물다양성 보호와 산림 파괴 예방 정책

LG생활건강은 기후위기 극복을 위한 국제사회의 생태계와 산림 파괴 예방 노력을 적극 지지하며 ‘생물다양성 보호 및 산림 파괴 예방 정책’을 수립했습니다. 사업장 부지를 포함한 주변 지역과 지역사회의 생물다양성 보전을 위해 ‘생물다양성 보호 지역’ 인근에서 생산 활동을 하지 않으며, 자연 생태 환경, 대기 환경, 수질 환경, 토양 환경 등의 분야에서 관계 법령에 따른 환경영향평가를 실시하여 생태계 환경 변화를 추적하고 보전 활동을 이행하고 있습니다. 또한 산림 파괴 방지를 위한 UN 산림 이니셔티브 원칙에 기반한 프로젝트를 추진할 뿐 아니라 부정적 환경영향을 최소화하기 위해 관련 이해관계자들과의 소통과 교육, 투자 등을 지속적으로 전개해 나갈 것입니다. 이와 더불어 생물다양성과 산림 파괴 방지 활동을 포함한 환경 관련 리스크 저감 활동을 이사회 내 ESG 위원회에 보고하고, 이를 ESG 보고서를 통해 투명하게 공개하고 있습니다.

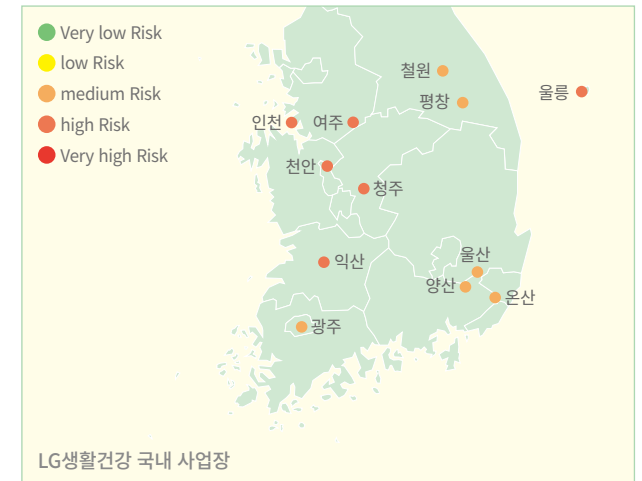


생물다양성 리스크 관리 프로세스

LG생활건강의 생물다양성 리스크 관리 프로세스는 TNFD(Taskforce on Nature-related Financial Disclosures) 가이드라인, LEAP(Locate Evaluate Assess Prepare) 접근법 등 글로벌 평가 방법론과 프레임 워크를 참조하여 개발했으며, 위기 관리 프로세스에 통합하여 운영하고 있습니다. 생물다양성 리스크 평가 시 의존성, 영향도와 관련된 생물다양성 리스크 전반을 고려하여 식별하고, 자체 사업장뿐만 아니라 사업장 인접 지역, 업스트림, 다운스트림 등 다양한 영역을 평가 범위에 포함해 관리하고 있습니다.



생물다양성 위험 지역



출처: WWF(World Wide Fund For Nature) Biodiversity Risk Filter

생물다양성 리스크 평가(국내 사업장 기준)

* 2023년 12월 말 기준

구분	사업장 수(개)	면적(m ²)
사업장	18	1,849,635
평가 실시	3	154,018
전체 사업장 대비 평가 실시 사업장 면적 비율(%)		8.3
위험 노출도 식별	1	21,744
관리 계획 수립 및 이행	1	21,744
관리 계획 수립 및 이행 사업장 비율(%)		100

* 야생동물 보호구역: 울릉섬물 사업장 / 생태경관 보전 지역: 해당사항 없음

생물다양성 리스크 평가 사업장 수(법인별, 유형별)

구분	합계	생산	물류	연구
LG생활건강	6	5	1	0
코카콜라	3	3	0	0
해태음료	5	5	0	0
태극제약	2	2	0	0
한국음료	1	1	0	0
FMG	1	1	0	0
합계	18	17	1	0

주요 생물다양성 리스크 식별 및 완화 조치

별류체인 (사업 단계)	주요 사업장 (지역)	LG생활건강의 자연 자원에 대한 의존 (Dependency)	생태계에 줄 수 있는 영향 (Impact)	LG생활건강의 보전 활동 (완화 활동)
Upstream (원재료 생산 및 가공)	주요 원재료 구매 지역 - 한국: 울산, 온산 사업장 - 미국, 일본, 중국 등	(Dependency: High) 사업 부문별 원료 채취/취급 과정에서 생물다양성 및 종다양성에 높은 의존도 존재 - 화장품: 천초화, 섬전호, 영경귀 등 자생 식물 - 생활용품: Palm Oil 주로 말레이시아/ 인도네시아 등 전면 의존 - 음료: 설탕 등 브라질, 아르헨티나 등에 의존도 존재	(Impact: High) 제품원료 개발 확대로 인한 식물자원 수급 저하 리스크 및 보호종에 대한 생물다양성 관련 규제 증가	[자생식을 보존] 청주와 울릉도 Beauty Botanical Garden의 직접 운영 및 신규소재 개발 [책임 있는 공급망 관리] - RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil, 지속가능한 팜오일): 글로벌 NGO 및 RSPO 활동 지지, 울산 및 온산 사업장 RSPO 분리(Segregation) 인증을 최우선 확보 - MICA(윤모): 인증된 천연윤모 및 합성윤모 지속 확대
Own Operation & Adjacent areas (자사 사업장 및 인근 지역)	국내 사업장 - 본사: 서울 - 생산사업장: 울산, 인천, 청주 등	(Dependency: Moderate) - 생산사업장: 용수 활용 등 주변 사업장 생태계에 대한 의존도 존재	(Impact: Moderate) - 용수 배출 등 오염물질 배출로 인한 생태계 - 수탈, 꿀벌, 새 등 인근 야생동식물 서식지 감소	[지역별 보전 활동] - 본사: 한강 수달 보호 및 생태교육(9천 명) 진행 - 생산사업장: (울산)꿀벌공원 4,700여평 조성 및 새들의공원 1,400여 그루 식재로 생태계 보존 및 탄소 저감 활동 (청주/울릉) 자생식물 보전/복원/확대 및 지속가능한 식물자원 가치 발굴 (345종, 47,000여 개체 보존 활동)
Downstream (고객/소비자 사용, 제품 폐기 및 재활용)	생산 이후 및 고객사 사용 이후 폐기된 지역 - 주요 고객사 위치	(Dependency: Moderate or High) 소비재 비중이 높은 사업 특성상 LG생활건강의 제품은 유통, 폐기 및 재활용 단계에서 자연자원에 대한 높은 의존도 존재 - 폐기: 매립지 지원 - 재활용: 에너지원	(Impact: High) 사업 부문별 공급하는 제품은 소비재 중심으로 플라스틱, 포장재 등에서 발생하는 폐기물의 매립, 소각 과정에서 토양(토질), 대기 등 자연 자원에 영향을 미칠 수 있으며 매립지가 위치한 생물다양성 및 종다양성에 높은 의존도 존재	[제품 책임 노력] LCA(전과정평가) 관점의 클린뷰티지수를 개발하여 원료 검토, 안전성 평가, 포장재 평가 단계를 통해 제품의 환경, 안전, 윤리, 효능 측면의 제품 환경 영향 최소화 노력

생물다양성 가치 보전 활동

도시 생태계를 위한 공원 조성

지구온난화로 인해 전 세계 1만여 종의 조류 중 개체 수가 감소한 종이 40%에 달하고, 수십 년 내에 곤충의 40%가 멸종할 것이라는 전망이 나오고 있어 서식지 보존을 위한 생물다양성 확보가 더욱 중요해지고 있습니다. 이 중 농작물 등이 열매를 맺도록 수분 역할을 하는 꿀벌은 멸종하면 4년 안에 인류 또한 멸종한다는 말이 있을 정도로 지구 생태계에 중요한 존재입니다. 이러한 상황 인식에 따라 LG생활건강은 생물다양성을 회복하고 보전하기 위해 전국의 사업장을 연계하여 다양한 지원 활동을 펼치고 있습니다. 특히, 도심에 꽃과 열매를 맺는 다양한 식물을 식재하여 조류와 곤충의 먹이 공급원을 제공하고 활발히 활동할 수 있도록 돕고 있습니다. 그 일환으로, 2022년부터 울산에서 지역단체인 ‘울산 생명의 숲’, 자치단체와 협력하여 ‘새들의공원’과 ‘꿀벌공원’을 조성하였습니다. 2023년에는 어린이들이 자연을 체험하면서 놀이를 즐길 수 있도록 울산 오치골 공원에 1,400여 그루의 나무를 식재하였습니다. 앞으로도 탄소를 흡수하고 미세먼지 발생을 줄이는 도시 숲 조성을 통해 자연과 사람이 공존하는 생태도시를 만들어 나갈 계획입니다.



울산 ‘새들의 공원’ 식재행사

‘중랑천 수달 보호지역’ 후원 등 멸종위기 동물 보호활동 확대

LG생활건강은 자연 생태계를 보호하고 생물다양성을 보전하기 위해 한강을 중심으로 멸종 위기 야생동물 1급이자 천연기념물 330호인 수달 서식지 보호 활동을 펼치고 있습니다. 환경단체 ‘사회적협동조합 한강’과 협력하여 2022년부터 여의도 샛강 생태공원과 서울 도심에 위치한 중랑천 지역에 수달 놀이터 등 다양한 인프라를 구축하였습니다. 한강의 제1지류인 중랑천은 수변이 넓고 역세 군락이 우거져 수달의 서식 밀도가 높은 지역으로, 이곳에 인프라를 구축하는 것이 서식지 보호 효과가 높을 것으로 판단했습니다. 2024년에는 중랑천 ‘수달 보호지역’ 지정 캠페인을 후원합니다. 중랑천을 중심으로 수달 쉼터를 만들고 도심 내 수달 보금자리를 안정적으로 확보했기에, 정부와 지방자치단체에 중랑천 수달 보호지역 지정을 건의하는 활동을 지원할 예정입니다. LG생활건강은 지속적인 수달의 보금자리 조성과 함께 청소년 수달 탐험대를 운영하는 등 수달의 생태적 중요성과 환경적 가치를 널리 알리는 활동을 확대하겠습니다.



서울 중랑천 수달 서식지 및 중랑천 수달 가족 모습

자생식물 자원 개발

산림의 타목적 사용과 같은 인위적 간섭과 갈수록 심화되는 기후변화 등의 영향으로 국내 자생식물의 서식지와 종 풍족도 등을 포함한 육상생물 다양성이 지속적으로 감소할 것으로 예측됩니다. LG생활건강은 이러한 상황에 대응하여 생물다양성과 생태계 기능 복원에 기여하기 위해 ‘나고야의정서’에 따라 우리나라 자생식물을 보존하고 개발하는 다양한 활동을 이어가고 있습니다. 크게 보전, 복원, 확대 3가지 분야로 구분하여 자원의 표본, 추출물 라이브러리, 영상 자료 확보, 연구 등을 진행하고 있으며, 이를 바탕으로 제품의 차별화된 효능과 콘셉트, 소재의 개발을 추진하고 있습니다.

특히, 청주에 자생식물 가든을 자체 운영하고 울릉도에서는 지역 농가와 계약을 맺어 자생식물을 재배하고 있습니다. 재배종수와 개체수를 꾸준히 확대해온 청주가든에서는 2023년에 재배종수 35 종, 재배개체 2,000개체를 추가로 확보하였습니다. 울릉도에서는 계약재배 면적을 1,000평에서 2,000평으로 확대했고, 6종을 추가로 확보하여 재배종수를 15종으로 증대했습니다. 특히, 청주가든에서는 순채, 개가시나무, 죽절초 등 멸종위기 식물 13종을 확보하였으며, 조직 배양, 무성증식 등 지속적인 증식 기술 개발을 통해 개체수 확대에 힘쓰고 있습니다. 대량 증식을 통해 이 식물들이 멸종위기 종에서 해제될 경우, 제품에 사용할 수 있는 가능성을 확인할 예정입니다.

이러한 활동을 시작으로 LG생활건강은 2028년까지 약 500종의 자생식물을 수집하여 증식할 계획입니다. 또한 업무협약을 맺은 국가기관도 기존 4곳에서 6곳으로 확대하고, 200종의 유전자 정보를 구축할 예정입니다. 앞으로도 식물자원 다양성 조사와 모니터링을 꾸준히 진행하고 현지 보전 확대, 훼손 산림 생태계 복원과 증진, 식물자원의 이용 촉진 등 다양한 생물다양성 활동을 지속적으로 확대해 나갈 것입니다.

청주가든 확보 식물 증가

총 330종 32,000개체



울릉도 계약재배지 면적 및 식물 종수 증가

9종 → 15종
1,000평 → 2,000평



자생식물 재배 현황

구분	야외 재배지 면적 (m ²)	온실 면적(m ²)	종수 (개)	개체수 (개)
청주가든 (2022년 6월 천안에서 이전)	4,950(1,497평)	870(263평)	330	32,000
울릉나리 계약재배	6,600(1,996평)	-	15	15,000

* 울릉가든과 세종 계약재배는 더 이상 운영 안함

MOU 체결 현황

국립 생물 자연관	국립수목원	한국수목원 정원관리원 ¹⁾	울릉군	총복산림 환경연구소 ²⁾
-----------	-------	---------------------------	-----	--------------------------

1) 식물 관련 전문 국가 기관으로, 국립백두대간수목원, 국립세종수목원, 국립한국자생식물원의 상위 기관

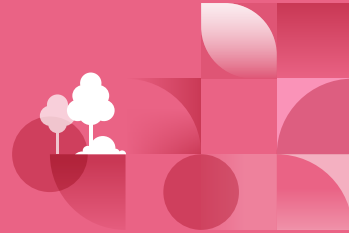
2) 2023년 5월 체결 완료

* 신규 개발 소재 검토 수종: 치자나무, 섬영경귀, 섬나리, 해당화



본초원

Talent Management



인재경영

LG생활건강은 인간존중의 경영이념을 기반으로 구성원이 서로 존중하고 업무에 몰입하며 회사와 함께 성장해갈 수 있도록 다양한 지원을 펼치고 있습니다. 우수한 인재를 차별 없이 채용하고 체계적인 육성 제도를 운영하며, 성과 중심의 공정한 보상 체계를 시행합니다. 아울러 성장의 조직문화 속에서 일과 삶의 균형을 추구할 수 있도록 소통 채널을 확대하고 복지제도를 개선할 뿐 아니라 모범적인 노사관계를 구축하는 등 적극적인 노력을 이어가고 있습니다.

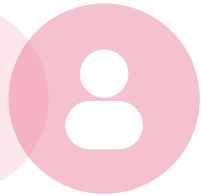


추진 목표

- 구성원 몰입도 제고(~2025년)
- 글로벌 교육 체계 구축(~2025년)
- 글로벌 리더십 구축(~2025년)
- 여성 관리자 비율 35% 달성(~2025년)

주요 성과

여성 구성원 비율	54.8%	
육아휴직 복직율	97.3%	



Sustainable Management

Talent Management

인재 채용

우수 인재의 채용

LG생활건강은 국내 시장에서 쌓아온 확고한 위상을 바탕으로 세계 시장에서 사업을 확장하고 글로벌 경쟁력을 강화하고자 수시·상시 채용을 통한 전문 인력 확보에 주력해 왔습니다. 특히, 차별화된 브랜드와 제품으로 LG생활건강만의 고객 가치를 제공하고 국내외 시장을 선도하기 위해 창의적이고 사업가적 역량을 갖춘 마케팅과 R&D 인력의 채용에 중점을 두고 있습니다. 최근에는 고객 중심의 디지털 전환을 추진하고 빠르게 변화하는 디지털 환경을 주도할 수 있도록 데이터 사이언스, 디지털 콘텐츠 등 DX 분야의 전문 인력을 적극 확보 중입니다. 또한 글로벌 이커머스 시장 경쟁력 강화를 위해 북미 등 해외 시장의 이커머스 경험과 역량을 갖춘 인재도 꾸준히 채용하고 있습니다. 입사 이후에는 다양한 직무 수행을 통한 성장과 더불어 성과에 따른 발탁 승진, 핵심 인재 육성 과정 등 제도적인 지원을 통해 구성원의 지속적인 성장을 돕고 있습니다.

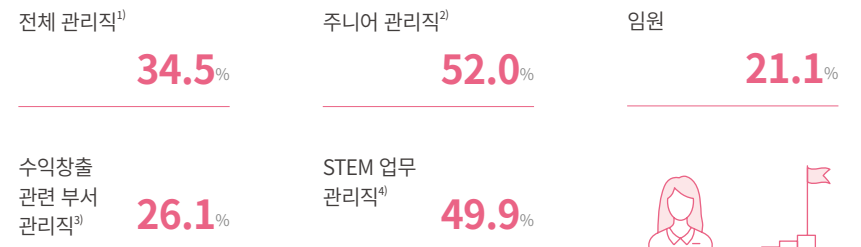
글로벌 다양성 확보

LG생활건강은 중국, 일본 등 아시아에서의 성공 경험을 바탕으로 북미, 유럽 등으로 시장을 확대해 나가며 글로벌 BPC 기업으로 성장하기 위한 기틀을 마련하고 있습니다. 특히, 글로벌 시장점유율 확대와 MZ세대를 타겟으로 하는 디지털 커머스 시장에서의 경쟁력 강화를 위해 현지 문화에 대한 이해와 소통 역량을 갖춘 글로벌 인재를 영입하기 위한 노력을 펼치고 있습니다. 2020년 9월부터 세계 유수 대학의 재학생들을 대상으로 글로벌 인턴십을 운영하여 Z세대 고객 관점의 니즈와 시장 인사이트를 공유하고, 글로벌 경쟁력 강화를 위한 브랜드별 전략을 함께 수립해 왔습니다. 또한 글로벌 인턴십 프로그램을 수료한 인재들이 졸업 후 회사에 입사하여 핵심 인력으로 성장할 수 있도록 다양한 인재 육성 프로그램도 지원하고 있습니다.

유능한 여성 인재 활용

LG생활건강은 화장품, 생활용품, 음료 등 소비재 산업의 특성에 맞춰 감각이 뛰어난 여성 인재를 적극적으로 영입하고 있으며, 2023년 말 기준으로 전체 구성원 중 여성 인력이 54.8%를 차지하고 있습니다. 또한 능력 있는 여성 실무자를 뽑는 데 그치지 않고 글로벌 역량과 전문성을 갖춘 여성을 임원으로 발탁하고 있습니다. 2022년 3월에는 여성 사외이사를 선임하였으며, 2022년 12월에는 LG그룹 최초로 그룹 공채 출신의 여성 CEO를 임명하였습니다. 이처럼 유능한 여성 인재들을 적극적으로 확보, 육성, 발탁할 뿐 아니라 성별의 차이로 인해 고용, 임금, 교육, 승진 과정에서 차별하는 일이 없도록 사내 문화 형성과 시스템 운영에 주력하고 있습니다. 아울러 육아휴직 확대 등 관련 제도를 꾸준히 보완하여 결혼, 임신, 출산 후에도 경력이 단절되는 일 없이 커리어를 쌓을 수 있도록 지원하며 지속적으로 유능한 여성 인재를 육성해 나갈 것입니다.

2023년 직급별 여성 관리직 비율



* LG생활건강 별도 기준
 1) Lv.1 대리~임원
 2) Lv.1 대리

3) 마케팅, 영업 부서 Lv.1 대리 이상
 4) STEM: 연구, 생산, 품질, 환경안전 부서 Lv.1 대리 이상

사회적 약자 고용 활성화



발달장애인의 바리스타 훈련 환경을 위한 카페 설비 기부

LG생활건강은 사회적 약자 고용을 활성화하기 위해 청주 사업장에 자회사형 장애인 표준사업장인 ‘밝은누리’를 설립하여 2015년부터 운영해 오고 있습니다. 2023년 말 기준으로 밝은누리 전체 근로자 95명 중 64명이 장애인 근로자로 이 중 53명은 중증 장애인입니다. 지역사회의 장애인 고용 지원에도 적극 나서 2023년 9월에는 충청북도 교육청이 주관한 특수교육 대상 학생 모의 면접에 참여, 면접 부스를 설치하고 장애인 모의 면접을 실시하여 발달장애인에게 취업 준비 경험을 제공하였습니다. 이외에도 청주시 장애인직업적응훈련센터에 카페 설비 일체를 기부해 바리스타를 꿈꾸는 발달장애인들이 보다 나은 환경에서 훈련을 받을 수 있도록 지원하였습니다. 이와 함께 코카콜라음료는 2021년에 한국장애인고용공단과 협약을 체결하여 자회사형 장애인 표준사업장인 ‘고운누리’를 설립해 운영 중입니다. 2023년 말 기준 고운누리의 전체 근로자 13명 중 11명이 중증 장애인으로 안양과 광화문 사업장의 매점, 카페 등에서 근무하고 있습니다.

소셜크루 인턴십 운영



LG생활건강 소셜크루 인턴십

LG생활건강은 고객 접점을 확대해 MZ세대를 중심으로 빠르게 변화하는 소비자 트렌드를 분석하고, 디지털 마케팅에 관심 있는 인재들에게 다양한 형태의 직무 경험을 제공하기 위해 2021년부터 ‘소셜크루’ 인턴십을 운영하고 있습니다. 소셜크루는 LG생활건강의 다양한 화장품과 생활용품 브랜드를 바탕으로 디지털 마케팅 실무를 경험하고 싶은 인원을 대상으로 서류와 면접 심사를 거쳐 선발합니다. 2024년 3월 기준으로 42명의 소셜크루가 27개의 브랜드 SNS를 통해 활발하게 활동하고 있으며, 이들을 포함해 지금까지 총 220명의 소셜크루가 회사와 함께 성장해 왔습니다.

소셜크루는 SNS 콘텐츠 기획·제안, 사진·영상 콘텐츠 제작 참여, 브랜드 SNS의 소비자 인터랙션 유도, 국내외 인플루언서 서칭과 바이럴 마케팅 지원 등의 활동을 펼치고 있습니다. 회사에서는 소셜크루들이 마음껏 역량을 발휘할 수 있도록 마케팅, 영업과 관련된 부서들과 협업하여 워크숍을 진행했으며, 소셜크루마다 특화된 기술을 발휘할 수 있게 스کیل업 프로그램도 지원 중입니다. 소셜크루 인턴들은 다양한 실무 경험과 포트폴리오를 쌓을 수 있어 인턴십에 대한 높은 만족감과 소속감을 보이고 있습니다. 앞으로는 소셜크루들이 국내뿐만 아니라 글로벌 브랜드 SNS 콘텐츠 제작 등을 통해 다양한 뷰티 브랜드와 플랫폼을 경험할 수 있도록 활동 영역을 확대 운영할 계획입니다.

디자인센터 CVC(Customer Value Creator) 인턴십 운영



LG생활건강 디자인센터 CVC 인턴십

LG생활건강은 2023년 디자인을 전공한 학생들을 대상으로 체험형 인턴십인 CVC(Customer Value Creator) 인턴십을 인턴십을 진행했습니다. CVC 인턴십은 디자인을 전공한 학생들의 향후 취업 활동을 하는데 도움을 줄 수 있는 실무 경험을 제공함과 동시에 MZ대학생의 다양한 문화, 산업 및 트렌드를 선형적으로 연구하여 새로운 디자인 솔루션을 발견하고, 인턴십 네트워크를 활용해 우수한 인재를 조기에 확보하기 위해 기획되었습니다. 1기는 국내 대학의 디자인 전공 3~4학년 학생 14명을 대상으로 2023년 4월~10월, 6개월 간 진행되었고, 2기는 2024년 3월부터 8월까지 10명을 대상으로 진행 중입니다. 이번 인턴십을 통해 회사는 대학생(MZ고객) 관점의 트렌디한 아이디어를 바탕으로 우리 회사 제품의 Pain Point를 발굴 및 개선할 수 있었으며, 인턴십에 참여한 대학생들에게는 LG생활건강의 인프라를 통해 다양한 실무 경험과 역량 개발로 향후 취업 활동에서 경쟁력을 갖출 수 있도록 지원하였습니다. 향후 인턴십의 운영 효과를 바탕으로 장기적인 운영계획을 검토 중에 있습니다.

구성원 역량 강화

LG생활건강만의 성장 생태계, Groverse 구축

2023년 LG생활건강은 자체적인 성장 생태계 ‘Groverse’를 구축했습니다. Groverse는 Growth(성장)과 Universe(세계)의 합성어로 ‘개인의 성장을 통해 회사의 성장을 이룬다’는 LG생활건강의 인재 경영 철학에 기반한 성장 생태계입니다. LG생활건강의 인재 경영 철학에서 출발한 Groverse는 구성원의 자발적이고 주도적인 참여를 회사의 제도와 시스템을 통해 효과적으로 뒷받침하여 ‘Grow with you, 당신의 성장이 곧

회사의 성장입니다!’라는 Groverse의 모토를 실천하기 위해 노력하고 있습니다. Groverse에서는 CORE 실행 기반을 다지고 역량을 키워 Groverse를 구축한다는 인재육성 Road Map에 따라 각각의 Planet에 맞춰 다른 교육 제공하고 있습니다. Groverse 생태계 안에서 LG생활건강의 구성원들은 자발적인 소통과 배움을 통해 성장하고 있고, 이는 장기적인 회사의 발전으로 이어지고 있습니다.

인재육성 Road map



구성원 역량 강화 프로그램

구분	프로그램 설명	목적 및 사업적 이익	사업적 이익으로 인한 정량적 영향	참여 구성원 수 (전체 구성원 수 대비 참여 비율(%))											
글로벌 전문 인재 및 DX 전문가 육성	- GTC(Global Talent Challenge): 주재원 후보 풀 구성 및 육성 과정으로, 해외 업무 담당 글로벌 인재를 사전에 발굴하고 체계적인 교육 프로그램을 제공하여 향후 주재원으로 성장할 수 있도록 지원 - LEP(Leader Expertise Program in English): 글로벌 트렌드, 비즈니스 커뮤니케이션, 어학 능력을 향상시킬 수 있도록 지원하여 리더와 글로벌 업무 담당자들의 역량을 제고 - DX 역량 강화: 업무 효율화 및 디지털 전환(Digital Transformation)을 위해 레벨별 교육 프로그램을 운영하여 DX 리터러시, RPA, 파이썬 등 프로그래밍 언어를 학습하고 사업 및 실무와 연계하여 데이터 분석 역량을 강화할 수 있도록 지원	- 글로벌 인재 육성 및 해외 진출을 통한 사업 경쟁력 강화 & 시장 확대	- 2023년 기준 LG생활건강 연결 매출 6조 8,048억 원 중 약 2조 원(30%)이 해외에서 발생	969명(13%)											
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>교육명</th> <th>교육 인원</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>주재원 육성 프로그램</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>LEP(영어 코칭 클래스)</td> <td>63</td> </tr> <tr> <td>사내 외국어 과정(일본어, 중국어)</td> <td>614</td> </tr> <tr> <td>DX 리터러시</td> <td>117</td> </tr> <tr> <td>DX 데이터 분석</td> <td>168</td> </tr> </tbody> </table>	교육명	교육 인원	주재원 육성 프로그램	7	LEP(영어 코칭 클래스)	63	사내 외국어 과정(일본어, 중국어)	614	DX 리터러시	117	DX 데이터 분석	168		
교육명	교육 인원														
주재원 육성 프로그램	7														
LEP(영어 코칭 클래스)	63														
사내 외국어 과정(일본어, 중국어)	614														
DX 리터러시	117														
DX 데이터 분석	168														
매장 판매 활성화 교육	- 제품 판매 및 홍보 강화 등 오프라인 매장 판매 직원의 역량 강화를 위해 마케팅 트렌드 및 신제품 교육 - 세일즈 역량과 고객 서비스 강화를 위한 다양한 판매 활성화 교육	- 매장 판매 직원의 세일즈 역량 및 고객 서비스 강화를 통한 매출 확대	- 백화점, 면세점 등 뷰티사업부 2023년 매출의 약 30%가 일반유통 채널에서의 오프라인 매장 판매 활동을 통해 발생	914명(12%)											
ESG 교육	- 지속가능성 재무공시, 순환경제 등 ESG 경영이 사업의 새로운 화두가 됨에 따라 구성원이 ESG 경영을 이해하고 체화하는 것이 중요함 - ESG 경영의 기본 개념과 타사의 우수 사례 공유를 통해 구성원의 ESG 경영 역량을 강화하기 위한 교육 - 사업 활동이 수자원 환경에 미칠 수 있는 영향 식별과 제품 생산 전 과정에서의 용수 사용량 절감 및 효율화를 위해 각 사업장 생산팀 주관하에 용수 절감 관련 교육 지원	- ESG 경영의 기본 개념 이해 및 역량 강화를 통한 신규 규제 대응 및 ESG 관점을 적용한 신사업 개척	- 2023년 기준 LG생활건강 연결 매출 6조 8,048억 원 중 4,611억 원(7%)이 그린제품 매출액	3,357명(45.8%)											
기술연구원 연구세미나	- 원료 및 신기술에 대한 정기적인 세미나 개최(2023년 91회 개최)를 통해 다양한 주제와 전문 분야에 관한 최신 연구 동향, 기술 개발 및 혁신에 대한 이해를 촉진함. - 세미나 참가자는 최신 기술과 동향에 대한 이해를 증대시킬 수 있고, 이를 통해 전문성을 향상시킬 수 있음	- 신기술 습득 및 연구 동향 파악을 통해 연구원의 연구 역량 강화 - 신기술에 대한 이해를 바탕으로 특허 등록 및 논문발표 건수 증대	- 2023년 기준 특허 등록 및 논문 ¹⁾ 발표 건수 11.2% 증가 1) SCIE급 논문	522명(7%)											

업무 몰입을 위한 프로그램

LG생활건강은 구성원이 업무에 몰입할 수 있는 환경을 조성하기 위해 다양한 프로그램을 개발해 운영하고 있습니다. 대표 프로그램 중 하나인 ‘내플시(내 삶의 플러스가 되는 시간)’는 각 분야의 명사를 초청하여 생애주기에 맞는 공통 관심사에 대해 필요한 지식과 정보를 제공하는 프로그램으로, 구성원의 삶을 세심하게 케어함으로써 업무에 몰입할 수 있도록 지원하고 있습니다. 나아가 구성원 스스로 조직 속의 성장 방향성을 담은 ‘커리어 디자인 설계서’를 작성해보고, 커리어개발에 대해 고민해볼 수 있도록 ‘커리어 디자인’ 교육을 제공하고 있습니다. 또한 조직에 신규 입사한 구성원들이 자기 효능감을 찾고 이를 기반으로 새로운 환경에 적응하며 업무에 몰입할 수 있도록 강점 기반의 조직 적응 프로그램인 ‘A-Step’ 교육을 시행하고 있습니다.

구성원 업무 몰입도 조사 결과

(단위: 점)

연도별



몰입도 조사항목

구분	세부내역
직업 만족도	가치 있는 업무, 권한보유, 합리적 업무 수행, 조직 내 협업
목적	고객가치 이해, 활발한 논의
행복	상호존중, 구성원에너지, 팀워크
스트레스	문제제기 환경

ESG 교육

교육명	지속가능경영을 위한 필연적인 여정
교육 일시	2024.05.13 ~ 2024.06.12
교육 내용	ESG 경영 활동, 자원순환, 수자원 절감 및 친환경 제품 개발, 글로벌 ESG 경영 사례
교육 대상	전 구성원
교육 인원 및 이수 시간	3,357명 × 2시간

구성원 성과 평가와 보상

LG생활건강은 기업 비전과 가치 실현을 위한 사업 전략을 수립할 때 조직의 목표에 개인의 목표가 연계되도록 함으로써 궁극적으로 목표 달성을 통해 회사와 구성원이 함께 성장하는 것을 추구합니다. 이를 위해 공정하고 객관적인 평가 운영, 조직평가와 사원평가 간 정합성 확보, 인재육성 관점의 평가 운영 등 3가지를 구성원 성과 평가의 기본 원칙으로 적용하고 있습니다. 전체 사무직을 대상으로 매년 상·하반기로 나누어 목표에 의한 평가 관리(MBO)에 따른 업적평가를 수행하고 있으며, 연간으로 역량 리뷰와 종합평가를 수행하고 있습니다. 또한 팀장 이상의 리더를 대상으로는 다면평가를 추가로 시행하여 리더십, 부하육성 등에 대한 평가를 함께 진행합니다. 이러한 평가 결과를 연봉 인상, 진급, 육성 등에 반영함으로써 성과주의에 입각한 보상 정책이 이루어질 수 있도록 하고 있습니다.



조직문화

성장의 조직문화 조성

LG생활건강은 ‘개인의 성장을 통해 회사의 성장을 이룬다’는 경영철학 아래 성장 촉진의 조직문화를 조성하고자 노력하고 있습니다. 구성원의 성장 경험을 강화하는 4가지 핵심 영역(Communication/Organizational Capability/Relational Leadership/Engagement)을 중심으로 LG생활건강만의 성장 생태계(Groverse)를 구축하고자 영역별로 다양한 조직문화 활동을 전개하고 있습니다. 2023년에는 Plan-Do-See의 관점에서 C/O/R/E에 기반한 조직문화 활동의 전반적인 체계를 수립했습니다. 구성원에게 자기주도적으로 성장할 수 있는 기회를 제공할 뿐 아니라 성장 관점에서 구성원의 경험을 살펴보고 조직 내 불만 사항(Pain point)를 선제적으로 발굴하여 해결하는데 중점을 두었습니다. 또한 직장 내 괴롭힘 방지 등 직장 생활에서 필요한 기본 준수 사항이 잘 지켜질 수 있도록 서베이를 진행하여 문제점을 발굴하는 한편, 신고센터 운영을 통해 행여 발생할 수 있는 각종 이슈에 대해 즉각적으로 조치함으로써 건강한 조직문화를 정착시켜가고 있습니다.

일과 삶의 균형 추구

LG생활건강은 구성원이 직장에서는 업무에 몰입하고 퇴근 후에는 개인의 삶에 충실할 수 있도록 리프레시 데이(Refresh Day), 하계휴가, 휴가 셀프 결재 시스템 등 워라벨(Work and Life Balance)을 실현하는 다양한 제도를 운영하고 있습니다. 휴가를 자유롭게 사용하는 문화의 정착을 위해 매월 1회 모두 함께 쉬는 리프레시 데이를 운영하여 일과 삶이 균형을 이룰 수 있게 돕고 있습니다. 또한 하계휴가의 사용 기한을 특정 월로 제한하지 않아 각자의 업무 상황에 맞춰 충분히 재충전의 시간을 가질 수 있도록 장려하고 있습니다. 아울러 휴가를 사용할 때는 셀프 결재 시스템을 통해 휴가를 신청하고 스스로 결재할 수 있는 환경을 마련하였습니다.

유연한 근무시간의 활용

LG생활건강은 코로나19 엔데믹에 접어들어 2023년 1분기를 기점으로 재택근무를 중단하고 모든 구성원이 건강하게 사무실로 복귀해 업무에 몰입하고 있습니다. 코로나19 팬데믹 기간 동안 축적된 비대면 업무 역량을 바탕으로 필요한 경우 온라인 소통과 미팅, 원격 교육 등을 적시적소에 활용하여 업무 효율을 높이고 있습니다. 또한 직무 성격에 따라 탄력근로제와 시차출퇴근제(Flexible Time) 중 선택하여 유연하게 근로시간을 활용할 수 있도록 하였습니다. 이 중 시차출퇴근제는 출근 시간(오전 7시~오전 9시)과 퇴근시간(오후 4시~오후 6시)을 자율적으로 선택하여 각자가 업무에 몰입할 수 있는 시간대에 근무하는 제도로 구성원의 호응을 얻고 있습니다.

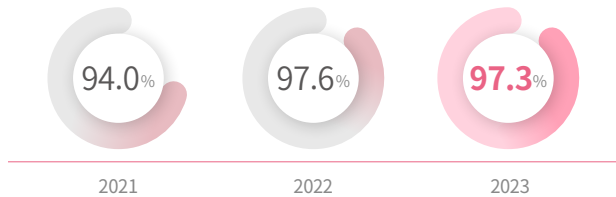
CASE 구성원 아이디어 공모전 개최

2023년에 LG생활건강은 구성원이 창의적이고 자율적으로 아이디어를 제안하고 실제 사업 실행으로 연계할 수 있는 문화를 구축하기 위해 아이디어 공모전을 개최했습니다. 공모 영역은 사업부 대상 신제품, 서비스 제안, 사업 인접 영역에서의 신규 사업 아이디어 제안, 기존 제품의 콘셉트 및 기능 개선 등이며, 그룹 또는 개인 자격으로 응모할 수 있습니다. 크립톤 소속 전문 액셀러레이터가 제안된 아이디어를 검토하고 1:1 밀착 피드백, 컨설팅과 함께 심사·사업계획서 작성까지 지원한 것이 이번 아이디어 공모전의 특징이라고 할 수 있습니다. 제안된 아이디어는 사업성, 혁신성, 실현·성장 가능성을 기준으로 심사하였으며, 1차 심사와 제안 업그레이드, 2차 심사를 거쳐 최종 4팀이 선정되었습니다. 선정된 팀에게는 소정의 상금과 프로젝트 운영 예산을 지급했습니다. 구성된 프로젝트 팀은 최소 6개월간 크립톤의 교육, 멘토링, 코칭, 파트너십 등 1:1 맞춤형 지원을 받으며 아이디어를 구체적으로 실행하였습니다.

모성보호를 위한 노력

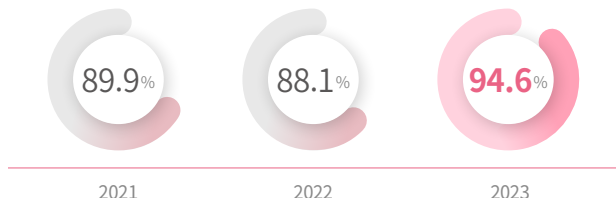
LG생활건강은 여성 인재들이 경제적, 사회적 환경에 제약받지 않고 마음껏 역량을 발휘할 수 있도록 직장 안에 어린이집과 수유실을 운영하고 있습니다. 또한 임신·육아기에 근로시간 단축과 임신기 출퇴근 시간변경제, 가족돌봄휴가 등을 시행하여 육아와 업무의 병행이 가능한 업무 환경을 조성하고 있습니다. 한국 사회가 직면한 출산율 저하 위기에 대응하고자 출산휴가와 육아휴직을 자유롭게 활용할 수 있게 하였고, 이에 대한 어떠한 불이익도 발생하지 않도록 사내 제도와 문화를 구축하고 있습니다. 이외에도 법적 기준 이상으로 임신 관련 질병휴직과 난임치료 관련 제도를 운영하고 있고, 법적 기준에 맞게 임신 중 태아검진 유급휴가를 월 1회 이상 지원하고 있습니다. 출산휴가는 90일(다태아 120일)을 부여하고 있으며, 육아휴직의 경우 2022년 6월부터 법적 기준인 1년을 넘어 2년까지 가능하도록 제도를 변경하였습니다. 특히, 육아휴직, 육아기 근로시간 단축은 성별과 상관 없이 남녀 모두 활용할 수 있습니다.

육아휴직 복귀율



* LG생활건강 별도 기준

육아휴직 1년 유지율



* LG생활건강 별도 기준

일과 삶의 균형을 위한 복리후생 프로그램

직장 스트레스 관리	심리상담실 운영 마인드 케어(외부 심리상담센터 비용 지원)
스포츠 및 건강 프로그램	종합건강검진 지원, 스포츠 인포멀 지원, 레드서클 행사
유연근무제도	탄력근로제, 시차근로시간제
보육 시설 또는 기어	사내 어린이집, 수유실 운영
육아휴직 제도	주·보조 양육자를 위한 육아휴직 2년 (유급 1년, 무급1년)

구성원 커뮤니케이션 활성화

다양한 VOE 채널 활용

LG생활건강은 회사와 구성원 간 원활한 소통을 위해 다양한 VOE (Voice of Employee) 채널을 효과적으로 활용하고 있습니다. 그 일환으로 총인원 97명(각 사업부 대표 9명 포함)의 전사 사원협의체를 구성하여 운영하고 있습니다. 정기적으로 연 2~3회 실시하는 전사 모임과 격월로 열리는 대표 모임을 통해 각 사업부의 현 상황과 특성에 맞는 조직문화 활동을 제안하고 이행합니다. 각 조직에서 진행하는 활동을 서로 소개하여 우수 활동 사례를 벤치마킹할 뿐 아니라 회사의 주요 이슈를 공유하고 조직문화 관련 주제별 특강을 개최하는 등 사원협의체가 오피니언 리더로서 역량을 강화하고 책임감을 가질 수 있도록 지원하고 있습니다. 이외에도 구성원이 생각하는 건설적인 의견을 제안하는 ‘나라면’ 게시판과 가벼운 불만을 털어놓는 ‘불만제로 우체통’을 운영 중입니다. 이를 통해 구성원은 회사에 필요한 의견을 자율적으로 제안하며 조직에 긍정적인 변화를 만들어가고 있습니다.

애자일 조직운영 및 그로스 서베이

LG생활건강은 차별화된 브랜드, 글로벌 진출, 품질 경영 등 소비재회사에 필요한 ‘애자일 조직운영’을 주요 경쟁력으로 여기며, 애자일 조직문화를 확대하고 있습니다. 조직 내 목적과 비전을 수시로 공유하고,

빠른 의사결정과 필요한 학습을 지원하며, 역동적인 사람 중심의 조직문화에 맞는 목표 설정 및 성과평가 등을 진행하고 있습니다. 특히, 구성원 요구사항을 즉각 수렴하고 해결하는 ‘나라면’ ‘불만제로 우체통’ 등을 수시로 운영하고 있으며, 개인의 성장을 객관적 지표로 측정하는 ‘그로스 서베이 (Growth Survey)’를 매년 2회(상·하반기) 및 LG WAY 서베이 등을 실시해 다양한 성장 경험, 업무 주도성, 효율적 업무 환경 등에 대한 의견을 조사하고 분석하여 조직 내 ▶즉각적인 피드백 ▶학습을 통한 행동 변화 ▶실질적인 성과 개선이 수시로 활발하게 일어나도록 지원하고 있습니다.

‘LG생활건강TV’를 통한 소통

LG생활건강의 공식 유튜브 채널인 ‘LG생활건강TV’는 구성원 간의 소통을 촉진하는 기능을 담당합니다. 이 채널은 MZ 세대부터 임원까지 다양한 연령과 직급의 구성원이 사연을 서로 공유하고, 창의적인 아이디어와 역량을 발휘할 수 있는 플랫폼입니다. 2023년에는 LG생활건강의 활발한 ESG 활동을 소개하는 ‘LG생활건강 ESG’, 구성원에게 건전한 취미 활동을 제안하는 ‘취미생활 LAB’ 등 회사의 사회공헌 활동을 홍보하고 구성원의 소통문화를 강화하는 다양한 콘텐츠를 제작해 선보였습니다. 2024년 3월 기준으로 LG생활건강TV의 구독자 수는 5,124명, 시청 시간은 4.2만 시간, 조회 수는 75.1만 회를 기록했습니다.

‘LG생활건강 TV’ 콘텐츠

- 생활건강 ESG** 회사의 다양한 사회공헌 현장 방문과 소개
- 취미생활 LAB** 구성원을 위한 다양하고 건전한 취미 활동 제안



2023 Clean Tech Fair



취미생활 LAB

경영진과의 소통 채널 강화

LG생활건강은 계층별 구성원의 의견을 빈틈없이 골고루 청취하고 경영진과 구성원이 서로 이해하고 공감할 수 있도록 활발한 소통을 지원하고 있습니다. 2023년에는 170명의 구성원이 CEO와 점심 식사를 함께하며 업무에 대한 고충과 회사의 비전, 조직문화에 대해 자유롭게 소통하는 시간을 가졌습니다. 더불어 경영진과 리더들의 정기적인 소통 프로그램 ‘지금 만나러 갑니다’를 통해 138명의 리더들이 경영진과 함께 각 사업부별 현안과 핵심 이슈에 대해 심도 깊은 의견을 나누었습니다.

구성원 소통 플랫폼 크로스톡과 팀톡

LG생활건강은 조직 내 협업 부서 간의 긍정 관계 형성과 업무 시너지 창출을 위해 쌍방향 소통 프로그램인 ‘크로스톡(Cross Talk)’을 새롭게 기획하였습니다. 역지사지의 자세로 업무 프로세스의 어려움을 서로 이해하는 소통 시간을 갖고 이슈 사항에 대한 대안을 같이 도출함으로써 긍정적인 협업문화가 확산되도록 했습니다. 이와 더불어 리더와 구성원 간 생각의 차이를 줄여 건강하고 즐거운 팀을 만드는 팀 빌딩 프로그램 ‘팀톡 Workshop’도 함께 진행하고 있습니다. 팀톡 Workshop은 팀/부문별 조직의 구성원이 모두 참여해 서로의 특성과 성향을 파악하고 다름을 인정하는 콘텐츠로 구성되었습니다. 이 프로그램을 통해 서로 존중하며 조직 내 관계의 다양성을 넓히는 기회를 만들 수 있었습니다.



노사 관계

협력적 노사관계 확립

LG생활건강은 구성원의 다양한 니즈를 파악하기 위해 노사협의회, 사원협의체, ‘나라면’ 게시판, ER(Employee Relation) 활동 등을 운영 중입니다. 또한 회사에 설립된 두 개의 노조를 통해서도 지속적으로 현장의 목소리를 듣기 위해 노력하고 있습니다. 구성원의 의견을 적극 반영해 2024년에는 주거 안정을 위한 주택자금 지원금액을 증액하였으며, 저출산 문제 해결에 기여할 수 있도록 법적 기준 이상으로 난임치료 지원 대상과 범위, 유급휴가 일수를 확대하여 지원하고 있습니다. 특히, 그동안 회사의 주도로 운영되었던 복지제도를 구성원의 개별적인 상황과 개성에 맞게 사용할 수 있게 카페테리아식 복지포인트를 2023년 대비 2배 가량 확대하여 제공하고 있습니다.

건강한 직장 생활을 위한 ECP

LG생활건강은 구성원의 복지와 건강 증진을 위한 ECP(Employee Care Program)를 통해 의미 있는 직원 경험과 성장 가능성을 보장하고 삶의 질을 향상시키고자 힘쓰고 있습니다. ECP는 ‘마인드 케어(Mind Care)’, ‘커리어 케어(Career Care)’, ‘셀프 케어(Self Care)’로 구성됩니다. 먼저 마인드 케어는 일반 의료기관에서 실손보험이 보장되지 않는 정신건강 관련 치료와 상담 비용을 지원하고, 효과적으로 치료를 받을 수 있게 충분한 시간(공가)을 제공합니다. 커리어 케어는 구성원이 역량을 키우고 성장할 수 있도록 직무 전환(Job Rotation)에 대한 상담을 상시 운영하며, 직무 이동과 역량 개발의 기회를 제공하는 프로그램입니다. 더 나아가 월 1회 이상 회사 안에서 잡 포스팅(Job Posting)을 실시하여 사내 채용을 활성화하고 있습니다. 마지막으로 셀프 케어는 구성원이 스스로 몸과 마음의 건강을 챙기도록 지원하는 것으로, 연차를 사용할 때 휴가비 20만 원을 지원하는 ‘오아시스’와 ‘4주간의 리프레시(Refresh) 휴가’, 휴가를 의미 있게 보내도록 지원하는 ‘휴가를 부탁해’ 프로그램 등을 운영하고 있습니다.

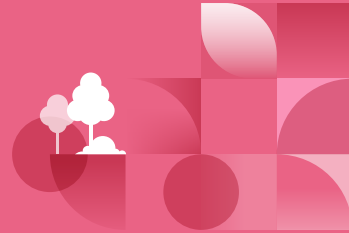
ECP 이용 현황

(단위: 명)

마인드 케어	치료 및 신청 예정	160
	잡 로테이션	5
커리어 케어	잡 포스팅 공지	13
	오아시스 프로그램	500
셀프 케어	리프레시 휴직	70
	휴가를 부탁해	1,543



Human Rights Management



인권경영

‘인간존중의 경영’을 경영이념으로 추구하는 LG생활건강은 인권정책과 국내외 주요 인권 이행원칙을 기반으로 구성원과 고객, 협력회사 등 모든 이해관계자의 인권을 보호하고 존중하는 인권경영을 실천하고 있습니다. 인권설문, 인권실사로 구성된 인권영향평가를 실시하고, 평가 결과를 반영한 구제 조치를 시행함으로써 인권영향평가의 실효성을 제고하고 있습니다. 아울러 구성원들의 인권의식을 함양하여 인권경영이 내재화될 수 있도록 정기적인 인권교육도 진행하고 있습니다.



추진 목표

- 인권영향평가 결과 기반 인권 리스크 관리 및 구제조치 이행
- 지속적인 협력회사 ESG 현장 점검을 통한 인권 리스크 관리 수준 강화
- 개선조치 이행 및 지속적인 모니터링을 통한 실질적 리스크 개선 유도
- 지속가능한 원재료 구매를 위한 정기 점검 프로세스 수립

주요 성과

인권영향평가 실시 국내외 사업장

21개



RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil, 지속가능한 팜오일) 구매 비율

60.2%



협력회사 ESG 현장점검

30개사



사내 협력회사 자가점검

50개 100%



Sustainable Management

Human Rights Management

인권경영 정책

LG생활건강은 ‘UN 세계인권선언(Universal Declaration of Human Rights)’, ‘UN 기업과 인권 이행원칙(United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights)’, ‘OECD 다국적기업 가이드라인 The OECD Guidelines for Multinational Enterprises)’ 등의 글로벌 기준을 지지하며, 이를 기반으로 인권경영 정책을 제정하여 엄격히 준수하고 있습니다. 구성원, 고객, 협력회사, 합작회사를 포함한 파트너사, 관계사, 고객, 지역사회 등 모든 이해관계자를 존중하고 인간의 존엄성에 대한 권리를 보장하기 위해 밸류체인 전반에서 인권 영향을 고려한 경영활동을 진행하고 있습니다. 인권경영 정책 내 차별금지, 인도적 대우, 강제노동 금지, 여성과 아동 노동, 근로시간, 임금과 복리후생, 결사의 자유, 개인정보의 보호에 관한 사항을 명시하여 홈페이지를 통해 투명하게 공개하고 있습니다.

인권정책 

인권영향평가

인권설문

LG생활건강은 구성원들의 인권 침해 경험을 파악하기 위해 2020년에 첫 인권 설문조사를 실시한 이후 매년 전체 구성원을 대상으로 인권영향평가를 시행하고 있습니다. 2023년 설문 결과, 국내 사업장에서는 1) 스트레스로 인한 정신 건강 관리, 2) 성과 및 업무 수행의 비차별, 3) 직장 내 언어적 괴롭힘에 대한 잠재적 리스크를 확인했습니다. LG생활건강은 발생가능한 리스크를 최소화하고 일부 미흡 사항에 대한 위험을 예방하기 위해 다음과 같은 완화 조치 프로그램을 실시하였습니다. 구성원 성과평가 관리의 객관성과 공정성을 높이기 위하여 절대평가제도를 시행하고 있으며, 사내 채용 프로그램을 통해 직무 전환의 다양한 기회를 제공하고 있습니다. 또한 유연근무제 시행 및 휴가 활동을 지원하는 프로그램을 통해 구성원들의 정신적 스트레스 해소하고자 노력하고 있습니다. 직장 내 괴롭힘을 방지하기 위하여 실무부서 모니터링, 팀 워크샵, 사례 교육을 통한 지속적 개선 활동을 시행하며, Plus-1 내 직장 내 괴롭힘 상담센터를 운영하여 메일, 전화, 면담 등 다양한 채널을 통한 접수를 상시 진행하고 있습니다.

구분	개선과제 수립/수행
안전 및 보건	<ul style="list-style-type: none"> - 신규 입사자 조기 정착을 위한 온보딩 프로그램인 ‘Check-in 생활건강’을 통해 신규 입사자의 안정적인 적응과 성장을 지원 - 워라밸 문화 정착을 위한 ‘정시 출퇴근, 야근 없는 문화 정착 캠페인’ 전개 - 삶의 질을 향상시키기 위한 케어 프로그램인 ECP(Employee Care Program) 내 마인드 케어(Mind Care)를 통해 운영을 통해 정신건강 관련 치료와 상담 비용 지원 - 다양한 휴가 활동을 지원하는 ‘휴가를 부탁해’ 프로그램을 통해 사내 구성원들의 의미 있는 휴가를 보낼 수 있도록 지원 - 직장 스트레스 관리를 위해 전문 심리치료가 주 1회 상주하는 심리치료 상담실 운영
차별 금지	<ul style="list-style-type: none"> - 매일 기록을 통해 스스로 리더십에 대한 답을 찾아보는 ‘엘린저스 프로그램’과 테마별 리더십 상황극 프로그램인 ‘임팩트 리더십’ 활동을 통한 리더 역량 강화 - ‘Growth Survey’ 시행을 통한 구성원의 성장 경험 디자인 - 사내 채용 프로그램인 ‘잡 포스팅(Job Posting)’을 통해 사내 채용을 활성화하고 구성원에게 직무 전환의 다양한 기회 제공 - ECP(Employee Care Program) 내 커리어 케어(Career Care)를 통해 구성원이 역량을 키우고 성장할 수 있도록 직무 전환에 대한 상담 상시 운영
직장 내 괴롭힘	<ul style="list-style-type: none"> - 직장 내 괴롭힘 예방을 위한 ‘1등 품격’ 교육 실시 - 사내 괴롭힘 및 성희롱 예방 및 신고를 위한 ‘직장 내성희롱 괴롭힘 신고센터’ 운영 - 신임 리더의 올바른 커뮤니케이션 스킬 정착을 위한 ‘신임 리더 1on 1 소통 Skill 교육’ 진행

사업장 인권실사 및 자가점검

LG생활건강은 지난 2019년부터 인권 및 노동 리스크 관리를 목표로 구성원과 사업장을 대상으로 한 인권 실사를 수행해 오고 있습니다. 2023년에도 국내외 21개 사업장에 대해 인권실사 및 인권 자가점검을 실시하여 발생 가능한 잠재적 인권 이슈에 대비하고 있습니다.

해외 사업장 인권실사

2023년에는 코로나19로 중지된 해외 사업장에 대한 인권실사를 진행하였습니다. 베이징, 광저우, 베트남 사업장을 방문하여 10개 주제와 133개 항목에 대한 점검을 실시했습니다. 그 결과 인권경영 제도화, 노동시간 관리, 협력사 관리의 미흡 사항을 확인하였고, 이에 대한 개선을 위해 교육 및 정책 개정을 진행했습니다. 한편, 노동시간과 협력사 인권 리스크에 대한 모니터링 및 관리를 강화하였습니다. 이로써 인권 경영체계를 고도화하고 존중 문화를 확산하고자 합니다.

구분	잠재 이슈	개선과제 수립/수행
인권경영 제도화	- 인권경영 제도화 및 고도화 필요 - 구성원 인권역량 강화 필요	- 인권정책 번역 및 배포 - 주재원 대상 ESG 교육 진행, 현체인까지 확대 예정
노동시간 관리	- 일부 초과근로 사례 확인	- 대체 인력 확보 및 업무량 조절을 통한 초과 근로 예방
협력회사 관리	- 협력회사 스크리닝 기준 확립	- 해외사업장 협력회사 스크리닝 기준 개정

사업장 인권 자가점검

18개 국내외 사업장에 대해서는 사업장 인권 자가점검을 실시했습니다. 인권 자가점검 결과, 근로자에 대한 인도적 대우, 초과 근로시간이 주요한 잠재적 인권 이슈로 도출되었습니다. LG생활건강은 위와 같은 인권 이슈를 예방하기 위해 직장 내 괴롭힘, 성희롱 등을 예방하기 위한 1등 품격교육을 전직원을 대상으로 진행하고 있으며, 직장 내 성희롱 괴롭힘 신고센터를 운영하여 발생 가능성이 있는 인권 문제에 대하여 적극적으로 대응하고 있습니다. LG생활건강은 인권 이슈와 관련된 영향 및 리스크를 철저히 파악하고 예방하기 위해 인권 리스크 관리 체계를 지속적으로 발전시키고 역량 강화를 위한 다양한 활동을 추진하겠습니다.

인권실사(Due Diligence¹⁾) 프로세스



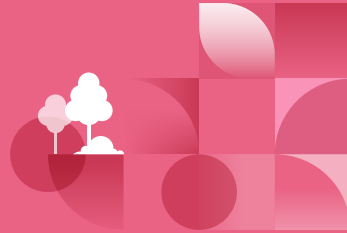
1) Due Diligence: 기업의 운영, 공급망, 기타 비즈니스 관계에서 발생할 수 있는 잠재적인 부정적 영향을 확인하고 예방·완화하기 위해 수행하는 조사. OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct 참조

인권영향평가 결과 및 구제 조치

구분	인권 이슈	영향평가 방법	영향평가 결과 및 구제 조치
구성원	구성원 행동강령 미준수	사이버 신문고	<ul style="list-style-type: none"> 2023년 구성원 관련 제보 건수 58건(사실 확인 41건, 사실 무근 17건) 리스크 사전 점검을 위한 '이상징후 관리(ERM, Enterprise Risk Management) 시스템' 운영(2021년~) <ul style="list-style-type: none"> - 컴플라이언스, 부정비리, 협력회사 부당 거래 등에 관련된 총 61개 시나리오 운영 중 신고 포상 제도와 내부 신고자 보호 제도 운영 해외 법인 자체적으로 정도경영 콘텐츠를 제작하여 교육 및 홍보 진행(2023년)
	성희롱 및 직장 내 괴롭힘	1등 품격 서베이	<ul style="list-style-type: none"> 2023년 1등 품격 서베이 결과(직장 내 괴롭힘 문항 포함) <ul style="list-style-type: none"> - 심각한 이슈: 없음, 잠재적 이슈: 없음 1등 품격 조직문화 구현을 위한 교육 실시 직장 내 괴롭힘 상담센터 운영, 직장 내 괴롭힘 가이드북 배포 사내 성희롱, 직장 내 괴롭힘 신고센터 운영
	구성원 스트레스 피해	LG Way 서베이	<ul style="list-style-type: none"> LG Way 서베이 결과: 구성원 몰입도 81점(2023년) ECP 프로그램 내 '마인드 케어(mind care)' 운영을 통한 정신건강 치료 및 상담 지원(2021년~) <ul style="list-style-type: none"> - 감정노동 직군 대상 특강, 감정노동 가이드라인 수립 및 배포(2020년) - 전문 심리치료가 주 1회 상주하는 심리치료 상담실 운영(2020년~) - 뇌심혈관계 질환 예방을 위한 레드서를 주간행사 건강 캠페인 운영(2018년~)
협력 회사	사업장 산업안전 사고	사업장 안전진단 구성원 건강검진	<ul style="list-style-type: none"> 안심품질인증제도 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 설계 6개팀, 생산 19개 사업장, 물류 75개 사업장 진단 완료(2023년) - 안심품질인증제도 개선 과제 3,134개 도출 - 생산 사업장 3개팀, 물류 사업장 6개팀 우수사업장 선정 및 시상 안전사고 예방 강화를 위한 안전보건 관리체계 신규 구축(2021년) <ul style="list-style-type: none"> - 본사 안전보건 전담 조직 신설, 전사 안전보건 경영방침 수립, 안전보건 관련 규정 제·개정 추진
	팜오일 (Palm Oil) 생산 및 공급	RSPO 인증	<ul style="list-style-type: none"> RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil, 지속가능한 팜오일) 구매 비율 60.2% 달성(2023년) 울산 및 온산 사업장 RSPO 분리(Segregation) 인증 유지 지속가능한 원료 구매 정책 수립
협력 회사	분쟁광물	RMI 인증	<ul style="list-style-type: none"> 미국, 일본, 중국의 광산에서 숙련된 노동자들에 의해 생산된 운모 조달 인도산 운모 사용 시 해당 광산의 아동노동금지(Non-Child Labor) 선언 및 공급사의 RMI(Responsible Mica Initiative) 회원 인증 여부 확인 화장품 제조 시 천연운모 대신 합성운모 비중 확대(합성운모로 100% 전환 계획) 런던금속거래소에서 인증을 받은 공급업체의 금 사용

구분	인권 이슈	영향평가 방법	영향평가 결과 및 구제 조치
협력 회사	협력회사 직원의 노동인권 이슈	협력회사 ESG 평가	<ul style="list-style-type: none"> 협력회사 ESG 평가 수행(2023년) <ul style="list-style-type: none"> - 366개사 협력회사 대상 ESG 평가 시행 - 고위험 협력회사 30개사에 대한 개선 과제 이행 협력회사 ESG 평가 수행(2022년) <ul style="list-style-type: none"> - 398개사 협력회사 대상 ESG 평가 시행 - 고위험 협력회사 30개사에 대한 개선 과제 이행 협력회사 ESG 평가 수행(2021년) <ul style="list-style-type: none"> - 469개사 협력회사 대상 ESG 평가 시행 - 고위험 협력회사 12개사에 대한 개선 과제 이행
	불공정 거래로 인한 피해 (부당한 요구 등)	사이버 신문고 금품수수 신고 제도	<ul style="list-style-type: none"> 협력회사 고충 제보 6건 접수(2023년) LG생활건강 구성원의 '선물 안 받고 안 주기' 활동 진행 불공정 행위 제보 채널 운영(사이버 신문고: http://ethics.lg.co.kr)
고객	고객 개인정보보호	개인정보 보안 점검 (LG생활건강 및 협력회사)	<ul style="list-style-type: none"> 보안성 검토 프로세스 고도화(2023년) <ul style="list-style-type: none"> - 170건의 보안성 검토 수행 - 26개 보안 서비스의 로그 연동, 65개의 정보 유출 시나리오 제작·운영, 정보 유출 의심 행위 45건에 대해 소명 관리 실시 정보보호관리체계(ISMS) 사후 심사 통과 및 인증 유지(2023년) 이메일 악성코드 차단 시스템 고도화 등 8개 시스템 개선(2022년) 홈페이지 및 쇼핑몰 시스템에 대한 모의 해킹 및 취약점 점검(2022년) 유전자 분석, 디지털 카탈로그, 방문 판매 영역에 대한 개인정보 처리 흐름 분석(2021년)
	고객	고객	<ul style="list-style-type: none"> 2023년 소비자 상담 만족도 결과: 9.3점(10점 만점) CID(Customer Impression Dashboard) 시스템 구축(2023년) <ul style="list-style-type: none"> - 고객 VOC 현황과 품질 관련 지표를 다양한 시각화 툴을 사용하여 시각화해 트렌드, 패턴 및 인사이트 발굴 용이 신규 고객 상담 시스템 구축(2022년) <ul style="list-style-type: none"> - 국내와 해외(중국) 사업장에서 발생하는 고객 클레임 통합 관리 가능 - 개선 과제 도출 및 실행 내용 관리와 재발 여부에 대한 모니터링 기능 강화 - 앤서봇을 통한 비대면 상담 방식 도입 고객 상담 시스템에 AI 기술 적용 <ul style="list-style-type: none"> - 모든 상담 내용은 자동으로 텍스트화(실시간 STT)되고, 변환된 텍스트는 TA(Text-Analysis) 기술에 의해 자동으로 요약됨 머신러닝 알고리즘을 통한 상담 유형 자동 분류로 효율성 증대 <ul style="list-style-type: none"> - 상담 중 사전 설정된 단어가 확인되는 경우 자동 알람을 통해 즉각적인 대응 가능
지역 사회	사회적 약자의 사회 진출 (장애인, 여성, 고령자 등)	취약계층	<ul style="list-style-type: none"> 사회적 약자 고용 활성화 <ul style="list-style-type: none"> - 자회사형 장애인 표준사업장 '고운누리' 운영으로 사회적 약자 고용 지원(2022년~) - 자회사형 장애인 표준사업장 '밝은누리' 운영으로 사회적 약자 고용 지원(2015년~) 사회초년생, 경력보유 여성 대상 내추럴 뷰티 크리에이터 35명 선발(2023년) 여성장애인 맞춤형 보조기기 지원 사업 30명 선발 및 지원(2023년) 협력회사기술지원팀을 통한 청년 퇴직자, 고령자 재고용

Safety and Health Management



안전보건경영

LG생활건강은 안전하고 건강한 일터 조성을 위해 글로벌 수준의 안전보건경영 시스템을 갖추고 있습니다. 중대재해 예방을 위해 안전보건 조직의 역량을 강화하고 행동 기반 안전(BBS) 프로그램과 환경안전보건 포털 시스템을 도입하였을 뿐만 아니라 위험 요소의 지속적인 발굴과 개선으로 안전보건 리스크를 철저히 관리하고 있습니다. 또한 안전보건문화가 정착될 수 있도록 안전 교육과 비상대응훈련을 정기적으로 시행 중입니다. 건강검진과 심리상담 등 구성원의 건강을 증진하는 다양한 활동도 함께 펼치고 있습니다.



추진 목표

- **중대재해처벌법 대응**
 - 본사 안전보건 조직 역량 강화(산업안전 →소방 확대)
 - 협력회사 안전프로 중심 교육 강화
- **안전경영**
 - 안전보건 운영평가 진행 및 임원 부문장 평가 반영
 - 맞춤형 교재 개발에 따른 집체교육 강화
 - 물류, 영업 작업 전 안전 점검(TBM) 시스템 활성화
 - 전기차 충전소 소방설비 표준 수립
- **건강증진**
 - 뇌심혈관질환 관리 강화(CPR, 건강계획서)
 - 해외 주재원 화상 심리상담 확대 운영
- **안전문화 확대**
 - 행동 기반 안전(BBS) 프로그램 확대(청주, 울산, 온산, 익산, 춘천)
- **DX 과제 고도화**
 - 환경안전보건 포털 시스템(DFM) 개발

주요 성과

ISO 45001 인증 현황(KOSHA-MS 포함)

12개 사업장 인증 완료



생산, 물류 안전보건 운영평가 파일럿 실시

42개팀



환경안전보건 포털 시스템(DFM)

4개 영역, **35**개 항목 관리



뇌심혈관질환 예방관리

7,222명



행동 기반 안전(BBS) 프로그램 - 생산 사업장 확산 전개

2021년~2022년 **7**개, 2023년 **5**개



Sustainable Management

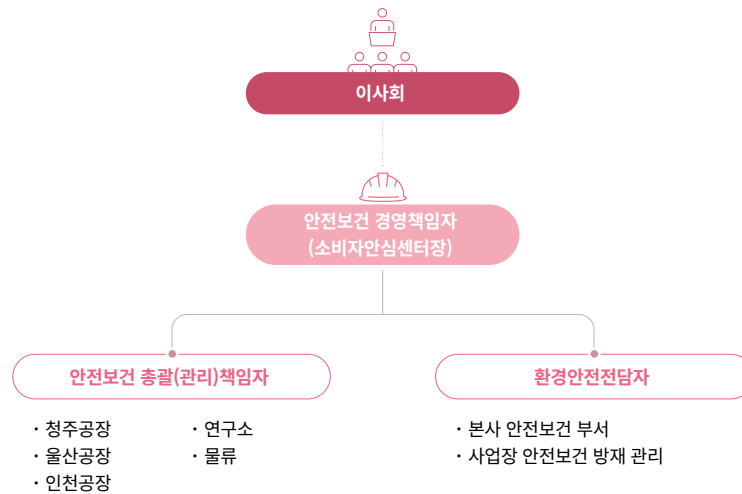
Safety and Health Management

안전보건경영 체계

구성원의 안전과 보건을 최우선으로 생각하는 LG생활건강은 안전보건경영 시스템(ISO 45001)을 갖추어 글로벌 기준에 부합하는 안전보건경영을 실천하고 있습니다. 2023년에는 본사 안전보건 전담 조직의 주관으로 생산·물류 42개 사업장의 안전보건 운영평가를

실시하였습니다. 이를 통해 사업장의 안전보건 실태를 점검하고 개선하였습니다. 앞으로도 안전보건 법규보다 강화된 안전보건경영 체계를 기반으로 국내외 사업장에서 무사고·무재해를 실현하고, 모든 구성원이 참여하는 높은 수준의 안전보건문화를 조성해 나갈 계획입니다.

안전보건 거버넌스



이사회

- 연간 계획 승인: 조직, 인력, 예산 등을 승인한 후 안전보건 경영책임자(소비자안전심센터장)에게 집행 권한을 위임함

안전보건 경영책임자(소비자안전심센터장)

- 안전보건 관련 계획의 이사회 보고
- 이사회 승인 내용을 위임받아 집행
- 경영책임자 의무 사항의 이행

생산, 물류 총괄(관리) 책임자

- 사업장 안전보건 총괄 승인
- 공정별 위험성 평가 및 정기 안전 교육
- 유해위험시설의 사전 예방 활동 및 개선 투자
- 사내 공사 발주 및 공사 위험성 평가, 감독
- 사내 협력회사와의 안전보건 점검
- 비상사태 유형별 훈련 실시

안전보건 전담 부서

- 전사 안전보건 전략 수립
- 전사 안전보건 사내 규정 및 기준 마련
- 재해 예방 계획 수립 및 점검
- 안전보건 예산 수립
- 종사자 의견 청취 활성화
- 비상사태 유형별 대응 프로세스 구축
- 산업재해 조사 및 재발 방지 대책 수립

안전보건 관리 체계 강화

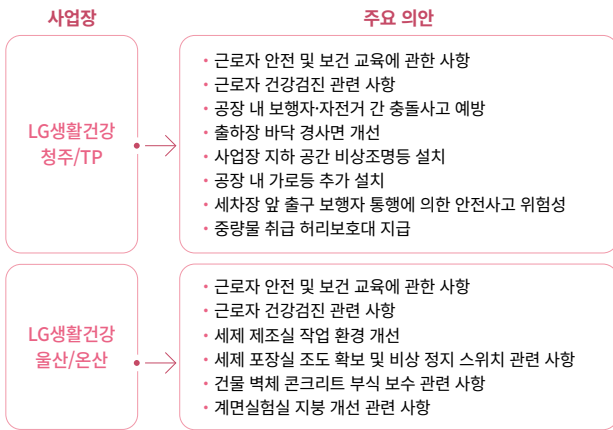
LG생활건강은 모든 구성원의 생명 보호와 안전한 환경 조성을 목표로 안전보건 관리 체계 수준을 꾸준히 강화해 왔습니다. 또한 중대재해 예방 활동을 활성화하고 스스로 참여하고 개선하는 안전보건문화 조성에도 힘쓰고 있습니다. 안전에 주의를 기울이는 문화가 사업장에서 실제적으로 내재화될 수 있도록 안전보건 전담 조직을 통해 안전보건 경영방침 배포, 위험성평가, 안전보건 교육, 비상대응훈련, 안전보건 예산 편성·집행, 종사자 의견 청취 절차

마련 등을 수행하며 지속적으로 관리하고 있습니다. 중대사고 예방을 위해 소규모 사업장과 사고가 발생한 이력이 있는 안전 취약 사업장을 집중 점검하고 있으며, A·B급의 중대한 산업재해가 발생할 것으로 예상되는 사업장을 대상으로 예방 점검을 강화하고 있습니다. 집중 점검 후 도출된 개선 과제는 이행 여부를 모니터링하여 사후 관리하고 있으며, 리스크 관리가 효과적으로 이행될 수 있도록 계속 보완, 개선해 나갈 계획입니다.

산업안전보건위원회 운영

LG생활건강은 안전보건과 관련하여 구성원의 의견을 수렴하고 청취하기 위해 산업안전보건위원회를 분기마다 1회 운영하고 있습니다. 근로자와 사용자가 같은 수로 구성된 산업안전보건위원회는 구성원 누구나 근로자 측 대표단을 통해 안전보건과 관련한 의견을 자유롭게 등록할 수 있습니다. 2023년에는 산업안전보건위원회 회의를 총 40회 개최하였으며 생산 제조실 작업 환경 개선, 근로자 건강검진, 공장 내 보행자-자전거 간 충돌 사고 예방 등과 같이 안전한 근무 환경을 조성하기 위한 실행 과제와 계획에 대해 구체적으로 논의했습니다.

산업안전보건위원회 주요 의안



안전보건경영 중장기 로드맵

구분	2023년 결과	2024년 목표	2025년 목표
추진 목표	<ul style="list-style-type: none"> 환경안전문화프로그램(BBS)의 본격 도입 및 확대 자율적 위험성평가, TBM 활동 강화 환경안전보건 포털(DFM) 개발 	<ul style="list-style-type: none"> 회사 고유의 BBS 프로그램 내재화 중대 위험 공정 모니터링 확대 DFM 시스템 정착 및 운영 고도화 	<ul style="list-style-type: none"> 전 구성원이 참여하는 환경안전 문화 조성 ESH 운영평가 & 보상 제도 설계 뇌심혈관 검진, 심리케어 프로그램 고도화 운영
BBS 적용 사업장	15개(누적)	18개(누적)	21개(누적)
BBS 안전관찰 개선율	98%	100%	100%

안전보건경영 인증 취득 현황

구분	인증 종류(ISO 45001, KOSHA-MS)	취득 현황(건)
LG생활건강	청주(TP공장 포함), 울산, 북경, 광저우	4
코카콜라음료	여주, 양산, 광주	3
해태에이치티비	천안, 철원, 평창, 익산1, 익산2	5
합계		12

중대재해 예방 활동

행동 기반 안전 프로그램 운영

LG생활건강은 안전문화를 확산하기 위해 단계별 행동 기반 안전(BBS, Behavior Based Safety) 프로그램을 생산 사업장에 도입하여 운영하고 있습니다. 2021년에 코카콜라음료 여주 사업장, 해태에이치티비 천안 사업장을 시작으로 2022년에는 청주 Beauty 사업장, 코카콜라음료 양산, 광주 사업장, 2023년에는 LG생활건강 청주공장, 울산공장, 온산공장, 해태에이치티비 익산2공장 도입을 완료하였습니다. BBS 프로그램으로 도입으로 현장에서 작업을 수행하는 작업자의 안전 수준이 향상되었고, 이에 따라 조직의 안전 수준도 전반적으로 개선된 것으로 나타났습니다. 2024년에는 자체 개발한 안전문화 성숙도 평가 틀을 활용하고 사업장별로 BBS 전문가 양성을 위한 교육 과정을 개발하는 등 사업장의 안전문화를 더욱 공고하게 정착시킬 예정입니다.



BBS 현장관찰사진

통합방재센터 운영

LG생활건강은 환경과 안전보건 분야의 전문가들이 근무하는 통합방재센터를 운영해 비상사태 발생에 대한 초기 대응 능력을 확보하고 리스크를 보다 체계적으로 관리하고 있습니다. 2023년에는 LG생활건강 청주공장에 사내 과속 차량 단속을 위한 감시 시스템을 구축하였으며, 소규모 사업장의 CCTV도 청주공장 방재센터와 연동하여 감시의 사각지대를 없애는 등 더욱 안전한 사업장 환경을 조성하였습니다.



생산·물류 안전보건 운영평가 실시

LG생활건강 안전보건 전담 조직에서는 재해 발생을 사전에 예방하는 차원에서 2023년 생산·물류 42개 팀을 대상으로 안전보건 운영평가를 진행하였습니다. 안전보건 22개 분야 160개 항목으로 세분화하여 해당 사업장의 안전보건 운영 수준을 진단하였습니다. 평가 결과 총 690건의 개선 과제를 도출하였으며, 이 중 685건(99%)이 2023년 연내에 개선 완료되었습니다. 2024년에는 연구소를 포함하여 총 43개 팀에 대해 안전보건 운영평가를 진행할 예정이며, 우수 팀에 대한 시상과 부서장 KPI 반영 등을 통해 구성원이 실질적으로 안전보건에 참여하고 개선하도록 운영할 예정입니다.



안전보건운영평가

환경안전보건 포털을 통한 안전보건 역량 강화

LG생활건강은 2023년 8월 안전보건활동의 관리 역량을 강화하기 위한 환경안전보건 DFM(Defect Free Management) 시스템을 오픈 하였습니다. 이는 지속적으로 강화되고 있는 국내외 규제에 선행적으로 대응하고 관련 업무를 고도화 하여 업무의 투명성을 확보하며, 궁극적으로 사고 발생 가능성을 최소화할 수 있을 것으로 기대됩니다. 특히, 지속적인 위험성 평가 및 행동기반안전에 관한 모니터링을 체계화 하고, 안전보호장비 및 소방설비 등 사업장에서 일어나는 다양한 안전/보건과 관련한 모든 업무를 실시간 점검 시스템을 통해 확인하여 발생사고에 대한 통합적 관리범위가 더욱 확대될 계획입니다.

사고 예방을 위한 안전 보건 투자 진행

LG생활건강은 사고를 예방하고 안전한 사업장을 유지하기 위해 적극적으로 안전 보건 투자를 진행하고 있습니다. 2023년에는 LG생활건강 청주공장에 위험물 창고를 신규 건설하여 실외 야적장에 있던 위험물을 모두 신규 창고에 안전하게 이동 보관하였습니다. 또한 LG생활건강 뷰티공장, 인액체공장, 구강공장과 CCB 광주공장 등에서는 자동 적재기, 자동 공급기, 컨베이어 등 설비 투자를 통해 작업자 안전사고 및 근골격계 질환의 가능성을 크게 낮추었으며, 석면 천장 교체를 통해 작업 환경을 개선하였습니다.



청주공장 위험물보관소



뷰티로봇-뷰티공장 고속충전기

구성원 건강증진 활동

응급처치법 안내 QR코드 배포

LG생활건강은 구성원이 언제든지 발생할 수 있는 응급 상황에 대비할 수 있도록 상황별 올바른 응급처치법을 리플렛으로 만들어 배포하는 한편, QR코드로 인쇄하여 사업장의 위험 발생 장소에 부착했습니다. 대부분의 구성원이 휴대폰을 사용하기 때문에 응급 상황 발생 시 휴대폰으로 QR코드를 스캔하여 빠르고 적절한 응급처치를 할 수 있도록 한 것입니다. 응급처치법 종류는 총 5가지(절단, 쇼크, 심정지, 화상, 추락)이며, 청주공장, 여주공장, 광주공장, 양산공장, 천안공장 등 5개 사업장의 위험 작업 공정에서 사용 중입니다. 이를 시작으로 향후 다른 응급처치법에 대해서도 추가로 리플렛과 QR코드를 작성하여 구성원이 응급 상황이 발생했을 때 즉각적으로 대처할 수 있도록 교육하고 지원할 예정입니다.



응급처치법 안내 QR코드 배포

보건 비상 시나리오 작성 및 개정

LG생활건강은 전사 차원의 대응 훈련을 위해 보건 비상 상황을 분류하고 추후 사고 발생을 가정하여 보건 비상 시나리오를 작성하였습니다. 시나리오 기반의 훈련을 통해 보건 비상 사태 발생 시 피해를 최소화하고 구성원의 위기 대응 능력을 향상시킬 뿐 아니라 전 사원의 안전보건 의식을 향상하는데 중점을 두었습니다. 보건 비상 시나리오의 종류는 총 8가지(끼임, 베임, 절단, 화상, 감전, 식중독, 추락, 지게차 충돌, 쇼크, 심정지)로 구성되어 있습니다. 향후에는 각 사업장에서 시나리오 교육과 훈련을 반복적으로 실시해 실제 비상 사태 발생에 대비할 예정이며, 훈련 점검과 감독을 통해 형식상 훈련이 아니라 실질적으로 위기에 대응할 수 있도록 할 것입니다. 이후 현장의 상황에 맞춰 매년 시나리오를 개정할 예정입니다.

다양한 건강증진 프로그램 시행

LG생활건강은 2018년부터 구성원의 뇌심혈관질환 예방을 위해 '레드서클 주간 행사'를 진행해 왔습니다. 2023년에도 '배움마당'에 온라인 교육 자료를 게시하여 약 7천 명에 이르는 모든 구성원이 뇌심혈관질환 예방 방법에 대해 학습할 수 있도록 했습니다. 추가로 2023년에는 각 공장에 체지방 측정 기계 5대를 새로 도입하여 이를 사용한 건강증진 프로그램을 진행했습니다. 총 150명의 직원이 체성분 분석을 통해 개인 목표를 설정한 뒤, 건강 도시락을 제공받고 근력 운동에 참여하며 건강 목표를 달성하고자 노력했습니다. 또한 뇌심혈관질환 위험군 중 40명의 지원을 받아 건강 걷기 프로그램을 시행하고 걸음 수에 따라 시상하여 건강을 증진할 수 있도록 응원하였습니다.



건강증진 프로그램

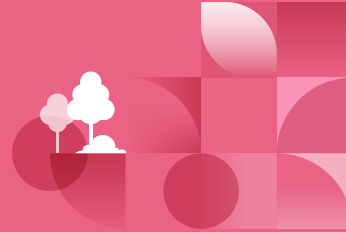
고용노동부 안전문화 확산 업무 협약

LG생활건강은 고용노동부와 협력하여 안전문화 확산을 위한 활동을 진행하고 있습니다. 2024년 6월 코카콜라음료(주) 양산공장, 고용노동부 양산지청, 안전보건공단 경남동부지사는 업무 협약을 통해 코카콜라 영업차량(총 330대)에 안전메시지를 부착하여 안전문화를 전파하기로 하였습니다.



'안전문화 확산'을 위한 업무협약 체결식

Quality Management



품질경영

LG생활건강은 고객의 안전과 제품의 신뢰를 확보하기 위해 품질경영에 전사적인 역량을 집중하고 있습니다. 안심 품질관리(RQM) 시스템을 구축하고 소비자안심센터를 운영하고 있으며, 라이프 사이클(Life-Cycle) 안심품질 프로세스를 통해 전 과정의 위해성을 체계적으로 관리합니다. 또한 국내외 사업장과 협력회사를 대상으로 품질평가를 시행하고, 신규 원료 등록이나 제품 개발, 양산 제품에 유해물질 사용을 배제하는 '제품 안전성 관리 규정'을 엄격히 적용해 안심품질 확보에 주력하고 있습니다.



추진 목표

- 품질 리스크 제로화를 위한 설계·양산·물류 전 영역의 사전 예방 활동
 - 설계 영역: 개발 단계 Q-gate 준수 및 운영 관리 점검
 - 양산 영역: 생산사업장 대상으로 품질 리스크 평가 활동
 - 물류 영역: 물류센터의 유통품질 관리 수준 평가
- 품질 리스크의 재발 방지를 위한 중대 품질사고 조사 활동
 - 근본 원인을 도출하여 개선을 진행하고, 철저한 개선 이행 점검을 통해 재발 방지
- 품질 이슈 사전 관리 체계 고도화 및 품질 역량 강화 활동
 - 신규 유형/신제품 사전 리스크 평가 제도 운영
 - 전사 프로세스 표준화 및 선진 품질 시스템 발굴 (예시: 전사 표준 신제품 개발 프로세스 정립)
- 국내 고객불만 상위 협력회사 40개사 대상으로 협력회사 품질평가 실시
- 신규 협력회사 품질평가를 통한 품질 운영 수준 검증 및 국내외 협력회사 풀(Pool) 확장

주요 성과

품질평가 개선 과제

2,077개 도출



협력회사 품질평가 개선 과제 도출 및 이행계획률

762개 / **99%**



품질평가 우수 협력회사 선정 및 명패 수여

4개사



2023년 유해물질 검증 항목

264개



유해물질 검증 시료 수

17,863개



Sustainable Management

Quality Management

품질경영 체계

안심품질관리(RQM) 시스템

LG생활건강은 소비자의 요구를 반영하여 제품을 다양화하고, 날이 엄격해지고 있는 국가별 품질 기준에 부합하기 위해 통합품질관리 시스템인 안심품질관리(RQM, Reassurance Quality Management) 시스템을 구축했습니다. 2020년 청주 화장품·생활용품 공장을 시작으로 2021년 청주TP공장, 인천공장, 대전기술연구원에 시스템을 차례로 도입했으며, 2022년에는 음료 법인의 주요 사업장에도 적용하였습니다. 2024년에는 춘천공장에 추가 도입할 예정입니다. 이를 포함하면 2024년 3개 법인과 8개 생산 사업장, 5개 물류 사업장에 RQM을 적용하게 됩니다. RQM을 통해 제품 생산부터 연구개발 품질(안전성), 출하 이후 장기 품질(경시 안정성), 고객 불만 사항 관리까지 제품의 라이프사이클 전 영역에 관여하여 제품의 품질을 철저히 관리하고 있습니다.

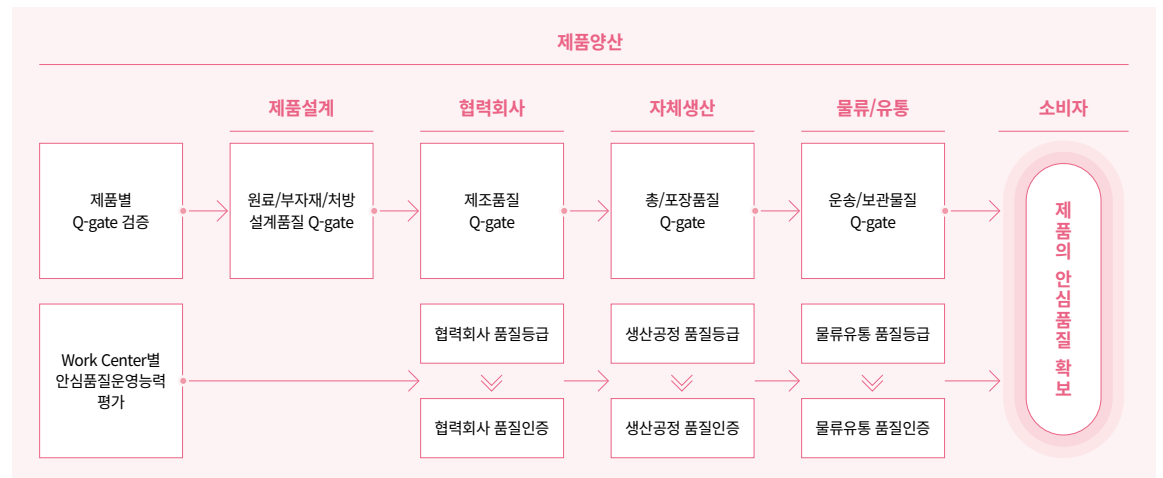
품질평가 제도 운영 내역

구분	2022	2023	2024년 계획
설계 안심 품질	파일럿 진단 (10개 팀)	6개 팀 진단	품질경영팀 주관 Beauty 사업부 대상 신규 유형/신규 용기/신제품 리스크 평가 제도 운영
생산 안심 품질	19개 사업장 진단 (TP: 파일럿 진단)	19개 사업장 진단	집중 사업장(6개, 중국법인 포함) 진단 (베트남, 태국 품질 지원 활동 운영)
물류 안심 품질	64개 사업장 진단	75개 사업장 진단	70개 사업장 자체 교차 및 직접 심사 진행 예정 (직접 심사 대상 30개 사업장)

품질평가 제도

품질평가 제도는 LG생활건강만의 고유한 품질 인증 시스템으로, 품질경영팀은 연 1회 품질 리스크 평가를 실시하여 우수 사업장에 품질인증서를 발행했습니다. 품질 리스크 평가는 설계·양산·물류 영역을 대상으로 리스크를 점검하고, 잠재적인 리스크를 고려한 개선 과제를 도출하며, 도출된 과제의 개선 조치 현황을 모니터링하는 순서로 진행합니다. 또한 리스크가 재발되지 않고, 수립된 개선 조치가 지속적으로 유지될 수 있도록 관리하고 있습니다. 품질인증서는 진단 결과와 중대 품질 사고 유무를 판단해 발행되며, 각 사업장의 우수한 사례를 발굴, 공유하여 상호 평준화될 수 있도록 유도하고 있습니다. 2023년에는 설계 영역 6개 팀, 양산 영역 19개 사업장, 물류 영역 75개 물류센터를 진단하였고, 설계 영역에서 25개, 생산 사업장에서 845개, 물류 사업장에서 2,264개 등 총 3,134개의 개선 과제를 도출하였습니다. 또한 생산 사업장 3개 팀과 물류 사업장 6개 팀을 우수 사업장으로 선정하여 인증서를 수여하였습니다.

안심품질인증 체계



품질 관리 활동

소비자안심센터 운영

LG생활건강은 2017년 소비자안심센터를 출범하여 제품 개발부터 소비자 사용 단계까지 전 과정의 품질을 소비자 관점에서 검증하고 개선해 나가고 있습니다. 2023년에는 고객에게 실질적인 가치를 제공하는 세계 최고의 소비자 중심 회사로 성장하는 것을 목표로 품질 예방 활동은 물론 이슈 발생 시 신속하게 대응할 수 있도록 위기관리 체제를 구축하였습니다. 또한 AI, DX 기술을 활용하여 고객 상담과 소비자의 니즈 발굴, 데이터 분석 등의 업무를 더욱 고도화하였습니다. 2024년에도 목표 달성을 위해 위기 관리 활동을 더욱 강화하는 한편, 신제품의 품질 리스크를 사전에 식별해 제거함으로써 제품의 설계 품질 완성도를 높일 수 있는 자체 솔루션을 개발할 계획입니다.

협력회사 안심품질진단 시행

LG생활건강은 협력회사의 품질 수준을 유지하고 품질 사각지대를 최소화하기 위해 기존·신규 협력회사를 대상으로 품질인증 활동을 시행하고 있습니다. 효율적인 진단을 위해 자체 진단과 외부 전문기관의 품질 검사, 협력회사기술지원팀의 협력회사 현장 기술 지원 등 다양한 방법을 활용하고 있습니다. 진단 결과 최우수 수준의 평가 인증을 받은 협력회사에는 안심품질인증서를 수여하고, 구매 정책에 반영하여 인센티브를 부여합니다.

2023년에는 선택과 집중을 위해 국내 고객 불만 상위 협력회사 40개사를 대상으로 안심품질인증 평가를 실시하였습니다. 상반기에 진행된 안심품질인증 평가 결과, 총 762개의 개선 과제를 도출하고 협력회사에서 자체적으로 개선안을 수립하도록 했습니다. 하반기에는 개선 과제 이행 여부를 점검했으며, 개선 결과가 현장에 안정적으로 정착되도록 사후 관리를 진행하고 있습니다.

국내외의 신규 협력회사를 대상으로는 초기 진입 단계부터 품질관리 운영 수준을 세밀하게 검증하기 위해 안심품질 신규진단을 수행하였습니다. 2023년에는 34개의 신규 협력회사를 평가하여 그 중 품질 운영 수준을 충족하는 27개 협력회사를 신규 거래선 또는 기존 거래선 유지로 선정함으로써 국내외 협력회사 풀을 확장할 수 있었습니다. 2024년에는 지속적인 고객 불만 사항 감소 활동과 함께 안심품질진단 이력이 없거나 품질 수준이 미흡한 협력회사를 대상으로 품질 사각지대를 사전에 제거하고 품질 수준을 향상할 수 있도록 안심품질 정기진단을 시행할 계획입니다.

제품 안전 및 리스크 예방 활동

LG생활건강은 전사 위기 관리를 강화하기 위해 2023년에 위기 관리 조직을 신설하고 산하에 품질, 서비스 분야를 관장하는 분과위원회를 구성하였습니다. 분과위원회는 만일의 품질 사고에 대비한 조치와 확산 방지를 위한 매뉴얼을 마련하고, 품질 문제로 인한 소비자 피해나 손실, 불만이나 불편이 발생되지 않도록 선제적인 예방과 모니터링 활동을 실시하고 있습니다. 또한 제품의 안전뿐 아니라 소비자가 불편이나 불만족을 느낄 수 있는 내용물의 안정성 미흡, 부자재의 불량 등 신뢰를 저하시키고 브랜드의 가치에 영향을 주는 품질 결함도 위기 요소라고 판단하여 대응하고 있습니다. 2024년에는 이러한 품질 결함에 대해 상황별로 발생 가능성과 심각성을 평가하여 예상 리스크를 도출하고 이를 예방하기 위한 활동을 진행할 예정입니다.

협력회사 안심품질인증 평가 대상

(단위: 개)



* 구매액 상위 80% 협력회사 대상

신규 협력회사 평가 대상

(단위: 개)

구분	수감 협력회사 수	등록 협력회사 수(신규 업체/재등록 업체)
국내	30	20(11/9)
해외	4	3(2/1)
계	34	23(13/10)

제품 안전성 관리 규정 운영

LG생활건강은 소비자가 안심하게 사용할 수 있는 제품을 제공하기 위해 ‘제품 안전성 관리 규정’을 수립하여 신규 원료 등록부터 제품 개발, 양산 제품까지 엄격하게 적용하고 있습니다. 먼저 신규 원료를 도입할 때는 기술연구원 소속 전담 조직에서 신규 원료 처방이 국내외 법규에 적합한지 사전 검토를 진행합니다. 사전 검토 결과가 부합하면 소비자안심센터 소속 안전성평가부문에서 신규 원료를 처방한 제품이 인체에 미칠 위해성을 평가합니다. 세포를 이용한 독성 평가(동물 대체 평가법)와 관리 항목으로 지정된 유해물질 검증을 실시하며, 평가 결과가 모두 적합할 경우 신규 원료 등록 절차를 진행할 수 있습니다.

신제품 개발 과정에서는 처방될 전 성분의 인체 노출 수준을 고려한 위해성 평가, 피부 안전성 검증을 위한 인체 적용 시험(피부 자극 테스트 등), 미생물 방부력 평가, 글로벌 관리 항목을 포함시킨 유해물질 검증, 동물 대체 평가(안자극 등)를 진행하여 모두 적합으로 판정되면 신제품 개발 절차를 진행할 수 있습니다. 안전성 검증이 완료되어 공장에서 생산된 완제품의 경우, 원료 로트 간의 편차와 생산 제조 시설에서의 오염 가능 여부를 고려하여 화장품과 생활용품은 매년 1회 이상 유해물질 검증을 실시하고 있습니다.

이와 더불어 체계적으로 유해물질을 관리하기 위해 매년 제·개정되는 국내외 규제를 사전에 파악한 뒤 회사 관리 기준에 반영하고 있습니다. 지난 2017년 글로벌 법적 규정을 반영한 ‘유해물질 관리 운영 가이드’를 작성한 이후 주기적으로 개정하고 있으며, 2024년에 4번째 개정을 진행하여 실무에 적용하고 있습니다.

LG생활건강의 소비자안심센터에서는 원료와 내용물뿐만 아니라 부자재의 잠재 리스크 관리 강화를 위해 부자재 유해물질 검증 프로세스를 재정립하였습니다. 국내외 화장품 관련 법규를 바탕으로 제정한 기준에 맞춰 분석 결과가 적합한 부자재만 입고될 수 있는 검증 절차를 제품 개발에 적용 중입니다. 2023년에는 내용물 접촉 빈도에 따라 분석 대상을 세분화하였고, 내용물과 접촉하는 부자재의 경우 해당 내용물도 유해물질 유출 여부를 함께 검증하는 이중 점검 방식을 도입하여 운영하고 있습니다. 신제품 전 품목을 대상으로 상시 분석을 통해 리스크를 예방하고 있으며, 운영 품목의 정기 분석으로 사후 검증 관리도 함께 전개하고 있습니다. 2023년에는 1,097건의 분석을 진행하고 품질을 개선하여 부자재의 안전성을 한층 강화하였습니다.

제품 안전성 관련 투자 현황

(단위: 억 원)

구분	2021		2022		2023	
	항목	금액	항목	금액	항목	금액
안전성/유해물질 평가	유해물질 분석기기 외	5.8	유해물질 분석기기 외	5.2	유해물질 분석기기 외	5.4
포장 연구	만능시험기 외	0.6	물성검사기 외	0.1	디지털현미경 외	0.6
품질 관리	정밀분석기기 외	17.3	검사/계측기 외	10.0	정밀분석기기, 계측기 외	11.9
합계		23.7		15.3		17.9

글로벌 수준의 안전성 평가

LG생활건강 제품의 해외 수출이 계속해서 증가함에 따라 안전성평가부문에서는 글로벌 수준의 안전성 평가 능력을 확보하기 위해 노력하고 있습니다. 현재 인체 위해성 평가는 유럽화학물질청(ECHA), 국제경제협력기구(OECD), 미국환경보호국(EPA) 등 국제공인기관의 연구 자료를 활용하고 있으며, 평가 목적에 따라 미국화장품원료검토위원회(CIR), 유럽소비자안전과학위원회(SCCS)와 같은 공신력 있는 기관이 제공하는 자료를 화장품의 안전성 평가보고서(CPSR) 작성에 사용하고 있습니다. 또한 독성 평가를 위한 동물대체 시험법의 경우에는 OECD 등 국제적으로 공인된 평가법을 적용하고 있습니다.

아울러 미생물 방부력 평가(Challenge test)는 국제표준화기구(ISO) 평가법을 사용하여 화장품과 구강 위생 제품의 전반에 적용하고 있으며, 씻어내는 제품의 향균 임상평가에는 미국시험재료학회(ASTM) 방법을 채택하고 있습니다. 원료와 제품의 생분해도 평가에는 OECD 평가법을 도입하여 미생물의 인체 안전성 검증과 친환경 제품 개발에 활용 중입니다.

유해물질 검증은 유해물질 분석 능력과 신뢰성을 확보하기 위해 2020년에 한국인정기구(KOLAS) 인증을 취득해 ISO 규정에 부합하는 국제공인 성적서의 제공 기반을 마련하였습니다. 이어 2022년까지 화장품의 국제적인 대표 유해물질 항목 총 12종에 대한 인증을 받았으며, 2023년부터는 이를 기반으로 해외 수출하는 제품에 대해 자체 국제공인성적서를 제공하고 있습니다.

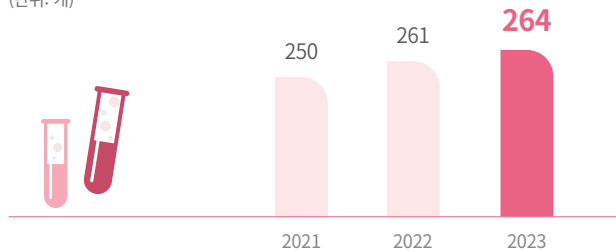
이와 함께 미생물 평가와 유해물질 평가 역량을 검증하기 위해 국제 비교 속련도 평가 프로그램인 FAPAS(영국 환경식품농림부 식품환경연구청(FERA) 주관)와 LGC(영국 화학·바이오 분야 국가측정표준기관 주관)에 주기적으로 참가하고 있습니다. 2023년에는 LGC로부터 유해물질인 납과 니켈 성분의 평가에서 모두 적합 판정을 받아 우수한 분석 능력을 인정받았습니다. 2024년에도 미생물과 유해물질 검증 역량을 평가하기 위해 FAPAS와 LGC의 국제 비교 속련도 평가에 참가하여 평가 역량을 점검할 예정입니다.

유해물질 목표

안전성평가부문 소속 유해물질분석Lab은 LG생활건강의 유해물질 검증 전담 조직으로 매년 관련 부처에서 발표한 유해물질 관련 행정 예고와 개정 내용을 자사 관리 기준에 포함시켜 법이 시행되기 전에 유해물질을 사전 검증하고 있습니다. 또한 안전성평가부문 소속 안전성연구Lab과 기술연구원 소속 규제 담당 G&RA팀에서는 글로벌 안전성(Safety)과 규제(Regulation) 이슈를 주기적으로 모니터링하여 추가 이슈 발생 가능성이 있는 성분은 사전에 개선하는 등 처방 가이드를 지속적으로 업데이트하고 있습니다. LG생활건강에서 관리 중인 유해물질 관리 기준은 관리 항목 대부분이 국내의 법적 잔류 허용 기준의 절반 이하로 엄격하게 설정하여 실행 중입니다. 유해물질 관리 항목은 국내외 법적 관리 항목뿐 아니라 자체 안심품질 확보에 필요하다고 여기는 항목까지 포함시켜 법적 리스크를 차단하고 소비자에게 안심품질 제품을 공급할 수 있도록 노력하고 있습니다. 아울러 매년 완제품을 대상으로 검증한 3년간의 유해물질 데이터를 바탕으로 리스크 가능성이 높은 원료와 제품에 대해서는 유해물질 검증 주기를 단축하여 사후 관리를 진행합니다. 원료를 직접 관리할 수 없는 ODM 생산 화장품은 생산되는 매 로트 제품의 유해물질 검증을 시행하고 있습니다. 이러한 체계적인 관리와 엄격한 검증을 통해 ‘유해물질 리스크 제로화’를 실현해 나갈 것입니다.

유해물질 검증 항목*

(단위: 개)



* 유해물질 검증 항목 수는 매년 국내외 이슈가 된 유해물질이나 이슈 가능성이 있는 유해 물질을 유관부서와 협의하여 선정

* 프탈레이트 등 같은 부류의 유해물질은 1개로 표시

한국인정기구(KOLAS) 인정 시험 항목

(단위: 개)

구분	항목 개수
2021	9
2022	12(누계)
2023	12(누계)
2024(예정)	12(누계)

유해물질 검증 시료 수*(제품, Lab.제품, 원료, 부자재)

(단위: 개)

구분	2021	2022	2023
화장품	8,858	9,281	9,558
생활용품	9,953	8,839	7,255
식음료	1,562	1,328	1,050
합계	20,103	19,448	17,863

* 매년 첫 생산분(A-롯트) 전수 검증, 자사 및 ODM 제품과 해외 생산 제품까지 유해물질 검증 확대

* 전사 차원의 SKU 합리화 사유로 검증 시료 수 감소

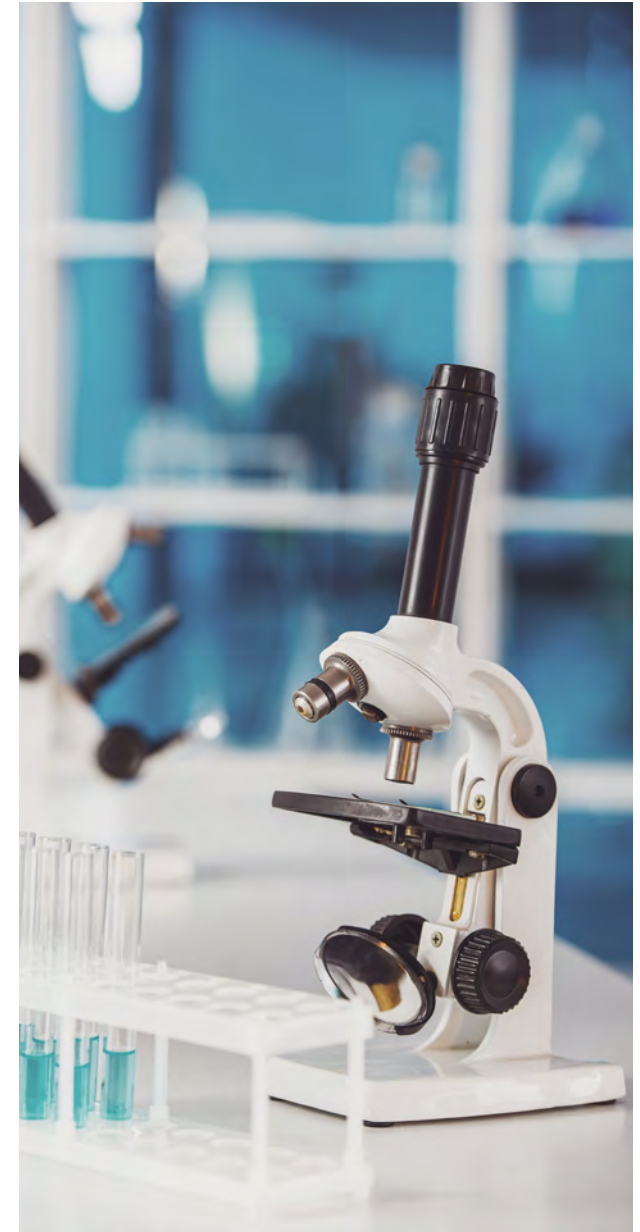
유해물질 분석기기 검증성분

유기유해물질	포름알데히드, 1,4-다이옥산(Dioxane), MIT/CMIT, 프탈레이트(Phthalates), 벤젠, 톨루엔, 자일렌, 메탄올 등
무기유해물질	중금속(납, 비소, 수은, 카드뮴, 안티몬, 니켈, 유가크롬, 우라늄 등), 석면

유해물질 최소화 중장기 계획

2025년 목표

0.90 %



제품 LIFE-CYCLE 안심품질 프로세스



Customer Satisfaction Management



고객만족경영

LG생활건강은 고객에게 최고의 만족과 새로운 가치, 행복한 경험을 선사하기 위해 고객만족경영을 적극 추진하고 있습니다. 소비자의 불만 사항을 발굴하여 제품과 서비스 품질 개선에 활용하고 있으며, AI를 적용한 고객상담 시스템을 도입해 고객 응대 역량을 강화하며 고객과의 소통을 더욱 활성화해 나갑니다. 또한 지속적인 혁신으로 제품의 효능과 편의를 개선할 뿐 아니라 생성형 AI를 활용한 디지털 마케팅을 확대하여 고객에게 차별화된 경험과 가치를 제공하고자 노력하고 있습니다.



추진 목표

- **소비자 셀프 해결 강화**
 - 고객 문의 사항에 대한 보다 빠른 응대와 고객이 스스로 원하는 정보를 검색하여 해결할 수 있는 셀프 해결 동영상, FAQ 등의 추가 발굴 및 콘텐츠 보완 진행
- **고객 응대 역량 강화**
 - 소비자 만족도 향상, 클레임 처리 종결률 향상, 콜 응답률 향상
- **고객 상담 시스템 고도화**
 - 고객 VOC 내용을 시각화하여 인사이트 도출과 트렌드 분석이 가능한 CID 구축
 - AI 고도화를 통한 상담사 응대 품질 상향 평준화

주요 성과

소비자 상담 만족도

9.3점 (10점 만점)



클레임 해결률

99.7%



셀프 해결 동영상 제작 건수(누적)

63¹⁾ / 17^{편²⁾}



2023년 소비자 불만 처리

10,608건

(접수 10,640건 / 99.7% 완료)



고객불만율

3.60 / 0.63 / 0.45ppm

(LG생활건강 / 코카콜라 / 해태에이치티비)



1) LG생활건강 2) 코카콜라음료

Sustainable Management

Customer Satisfaction Management




고객 소통 활성화

대시보드(CID) 시스템 구축

LG생활건강은 고객의 불만 사항(Pain Point)과 품질 관련 리스크를 조기에 파악하여 분석, 예방, 개선하기 위해 2023년에 대시보드(CID, Customer Impression Dashboard) 시스템을 새롭게 구축했습니다. CID시스템은 고객 VOC 현황과 품질 관련 지표를 시각화하여 직관적으로 보여줌으로써 관리자와 실무자가 보다 쉽게 조회하고 분석할 수 있는 기능을 제공합니다. 시스템 구축을 통해 고객 불만 사항(Pain Point) 접수부터 VOC 분석을 통한 개선, 고객 피드백에 의한 개선 검증까지 전체 과정에 대한 모니터링이 가능해졌습니다. VOC의 확인과 분석으로 보다 신속하게 문제를 발견하고 대응할 수 있게 되었고, 고객 불만 사항 분석을 통한 정량적·정성적 우선순위와 중요도 파악도 한층 용이해졌습니다. 또한 VOC 분석 데이터를 반영해 제품과 서비스의 품질 개선에도 기여할 수 있습니다. 향후에는 회사와 관련된 소셜 데이터를 크롤링¹⁾하여 대시보드에 표시하는 등 시스템을 더욱 고도화할 예정입니다.

1) 크롤링: 웹페이지를 수집해서 분류하고 저장하는 활동

고객상담 시스템 AI 기능 개선 현황

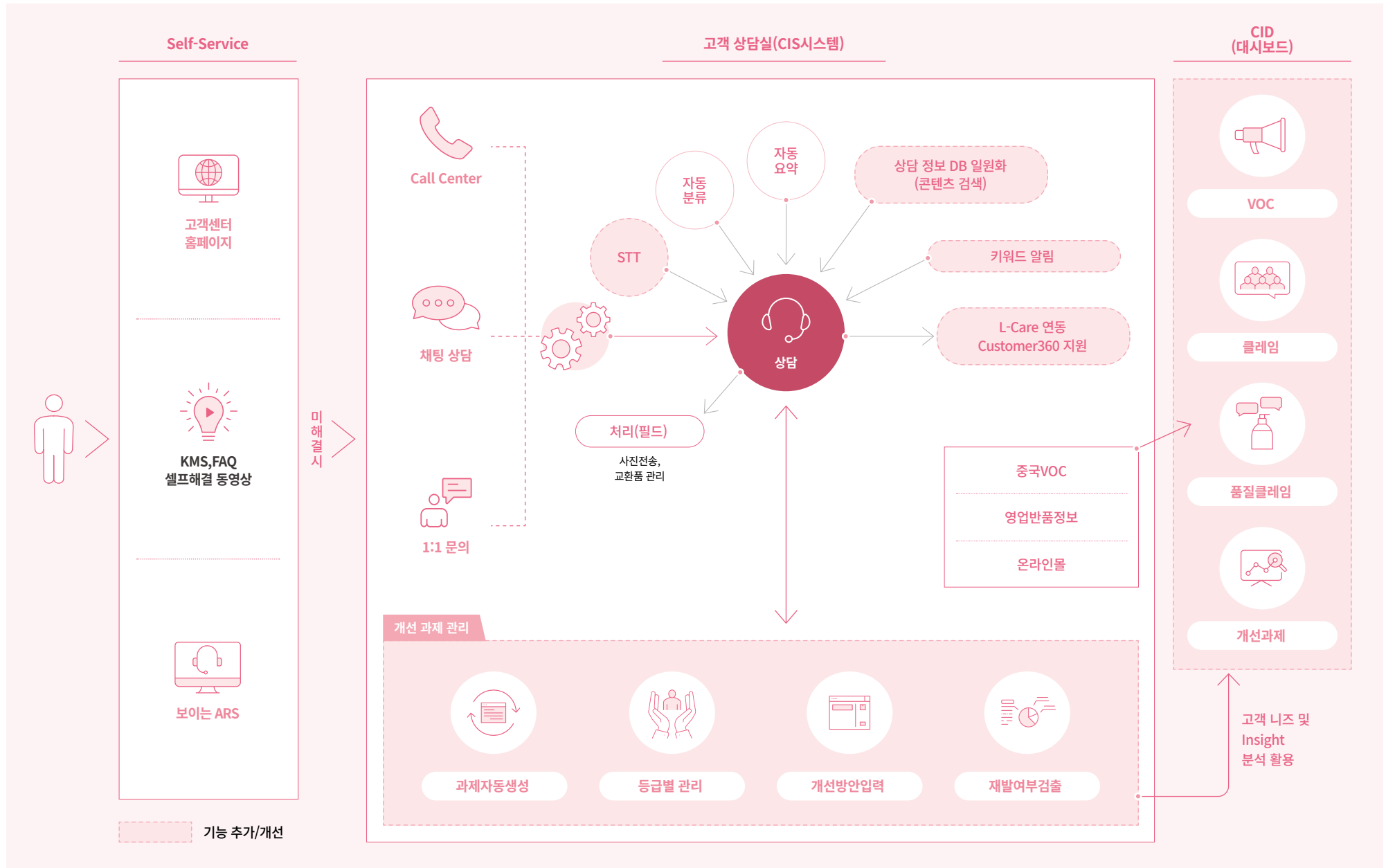
구분	구축 내역	기대 효과
 이슈 키워드 알림	상담 중 사전에 설정된 단어가 표출될 경우 관리자에게 알림	중요 클레임 발생 시 관리자의 빠른 조치 가능
 숫자/알파벳 인식	STT 변환시 한글로 표시되던 숫자/알파벳이 원문대로 전환	STT 텍스트의 가독성 증대
 CID 시스템 운영	상담 시스템의 VOC를 직관적으로 조회, 분석할 수 있도록 대시보드 구현	관련 부서에서 VOC 자료를 쉽게 활용할 수 있도록 지원

고객상담 시스템 AI 고도화

LG생활건강은 2023년에 AI 연구원과 협력하여 고객상담 시스템에 AI 기술을 적용하는 시스템 고도화 작업을 진행하였습니다. 먼저 3월부터 모든 음성 상담 내용의 자동 텍스트화(실시간 STT¹⁾, 통화 내용의 자동 분류와 자동 요약, 콘텐츠 검색·추천 등의 AI 기능을 적용했습니다. 이어 12월에는 이슈 키워드 알림 기능을 추가하고 STT 기능을 개선하는 한편, CID 시스템을 새로 오픈하여 고객상담 시스템의 AI 기능을 한층 업그레이드하였습니다. 최신 AI 기술 적용을 통해 고객 응대를 표준화하고 상담사 업무의 효율성을 제고함으로써 고객 응대 품질을 더욱 개선할 수 있을 것으로 기대합니다. 향후에는 상담 품질 자동 분석·평가, 고객 문의에 대한 답변 자동 추천, FAQ 자동 생성, 음성을 통한 주소 자동 생성 등의 기능을 추가 개발하여 고객상담 시스템을 더욱 고도화해 나갈 계획입니다.

1) STT(Speech to Text: 고객 상담 음성 파일을 실시간으로 텍스트로 변환하는 기술)

AI 고객상담 시스템



고객 가치 창출

지속적인 제품 혁신

더후 천기단



현대 여성들의 다양해지는 노화 고민을 해결하여 광채 안티에이징을 완성하기 위해 ‘더후 천기단’을 13년 만에 리뉴얼 출시하였습니다. 바이오 허브(Bio Herb) AI¹⁾ 기술을 바탕으로 강화한 헤리티지 포뮬러 천기비단12α와 1년 중 단 48시간 골든타임에 수확하여 저온 추출한 골든가드니아, 1.7만명 아시아 여성 피부 빅데이터 기반 연구를 통해 찾아낸 효능 성분 ‘Pro-Radiance™’을 함유한 제품이 12가지 피부 노화 징후(주름, 미세주름, 탄력, 윤기, 모공, 건조함, 투명도, 치밀도, 각질, 피부장벽, 거친피부결, 피부균일도)를 효과적으로 개선합니다. 노화 징후 케어를 바탕으로 피부 겉은 투명하게, 피부 속은 치밀하게 만들어주어 어두운 환경에서도 빛나는 컨트라스트 광채 안티에이징을 선사합니다.

1) Bio Herb AI: 글로벌 바이오 논문 데이터베이스를 기반으로 공중미용비방 500여 개가 담긴 고서 연구로 찾아낸 한방 처방을 AI 기술로 분석하여 구성 성분의 효과를 예측하고 선별하는 기술

립세린



‘립세린(Lipcerin)’은 전문적으로 입술 노화를 케어하는 기능성 제품으로 립밤, 립마스크에 이은 3세대 립케어 제품입니다. 외부 자극에 취약한 입술은 노화 진행이 두드러지게 나타나기 때문에 전문적인 노화 관리가 필요하며, 입술만의 노화 특성을 면밀히 파악하는 것이 중요합니다. LG생활건강은 한국인 여성 1,000명의 입술 이미지 데이터를 선별하여 특성을 분석한 결과, 핵심적인 입술 노화 특성인 입술 형태, 표면 주름, 입술 톤이 변화함을 밝혀내었고, 해당 연구 결과를 립세린에 활용하였습니다. 립세린은 입술 노화 5대 고민인 주름, 각질, 윤기, 탄력, 보습을 관리하는 ‘LG 립세린 펜타 턴오버 리커버리 콤플렉스™(LG Lipcerin Penta Turnover Recovery Complex™)’ 포뮬러를 적용했습니다. LG생활건강이 직접 개발한 에어핏(Air-fit) 용기를 적용하여 기존의 립밤, 립마스크 대비 사용성을 강화한 것도 장점입니다. 빌리프, CNP를 시작으로 더후, 오휘, 글린트 등 13개 브랜드에서 제품을 출시하였습니다.

피지 디나자임 세탁세제



잘 빨았다고 생각한 빨래에서 끈끈한 냄새가 나고 어느새 누런 얼룩이 생기거나 옷이 갈수록 칙칙해지는 것은 세탁 후에도 제거되지 않고 섬유에 고착된 인체 유래 오염물질 때문입니다. 이러한 세탁 고민을 해소하고 만족스러운 세탁 경험을 제공하기 위해 일반 세탁으로 없애기 힘든 황변 얼룩과 세탁 후에도 되살아나는 나쁜 냄새를 없애는 솔루션을 적용한 ‘피지 디나자임 딥클린 세탁세제’를 출시했습니다. ‘디나자임(DNAzyme)’은 땀, 피지, 각질 등 사람 몸에서 배출된 DNA 성분을 분해하고 이 DNA 오염 물질이 포함된 세균막을 제거하는 데 도움이 되는 신기능 효소입니다. 피지 디나자임 딥클린 세탁세제는 디나자임 효소 기술을 적용하여 눈에 보이지 않는 인체 오염까지 효과적으로 분해하는 세제로, 외부 공인시험기관¹⁾을 통해 인체 유래 오염 제거력이 기존 세제보다 3배 이상 뛰어나고, 세탁 후 냄새 제거력도 99%에 이르는 것을 확인했습니다.

1) 한국의류시험연구원(KATRI)

비과수 인산염 미백치약



기존 치아미백 치약제의 유효 성분인 과산화수소는 사용 함량이 0.75%로 제한되어 고객들이 치아미백 효과를 체감하기 어려웠습니다. 이를 개선하기 위해 과산화수소 대체 소재인 핵사메타인산염(SHMP)을 치약 유효 성분으로 함유한 비과수 미백치약을 출시하였습니다. SHMP 성분은 치아의 칼슘과 강하게 결합하면서 치아 표면의 점착성 착색 페리클을 떼어내는 메커니즘을 가지고 있습니다. 양치 이후에도 SHMP 성분이 치아법랑질에 남아 24시간 착색 보호막을 형성하기 때문에 커피나 와인, 차를 마시더라도 착색에 대한 우려를 낮추고 미백 효과도 잘 유지할 수 있게 도와줍니다. 양치만으로 2주 만에 치아색상기준표(비타셰이드 가이드) 16단계 중 1.9단계 만큼 낮아져 고객들이 미백 효과를 체감할 수 있도록 개발하였습니다. 임상 결과¹⁾를 토대로 국내 최초 과산화수소 이외 치아미백 신물질로서 SHMP를 유효 성분으로 하는 식약처 허가를 획득하였으며, 클라이덴, 유시물, 죽염 등 주요 브랜드에서 제품을 출시하였습니다. 치아나 잇몸 손상에 대한 우려로 미백치약 사용을 꺼려하는 고객을 위해 손상된 치아의 경도를 2배 더 개선하고, 치주염 원인균인 진지발리스(P.gingivalis) 억제 효능도 확인하여 치아와 잇몸 건강까지 개선하는 미백치약으로서 추가 효능도 개발하였습니다. 2024년에는 국내뿐만 아니라 미국, 중국, 일본 등 해외로도 비과수 인산염 미백치약의 출시를 확대해 나갈 예정입니다.

1) 대한구강보건협회 메타인산나트륨 미백치약 임상평가 완료

닥터그루트 밀도케어 샴푸, 트리트먼트

탈모 고민 고객에게 가늘고 힘없는 머리카락에 대한 고민이 많다는 사실을 확인하고, 모발 내부 밀도를 채워주어 스타일링과 볼륨을 개선하는 ‘닥터그루트 밀도 케어 샴푸, 트리트먼트’를 출시하였습니다. LG생활건강은 40~50대의 주된 고민인 힘없고 가늘어진 모발의 원인으로 모발 내부 밀도를 주목했습니다. 노화와 손상에 따라 모발 내부의 단백질과 외부의 지질이 빠져나가 모발 내부에 공극 형성이 가속화되고, 그 결과 모발 밀도가 감소되어 모발 힘이 없어지게 됩니다. 닥터그루트 밀도케어 샴푸, 트리트먼트는 아미노산 및 저분자 단백질 충전 기술과 오일 폴리머 코팅 기술을 적용하여 모발 내부 밀도를 개선시키고 일시적으로 모발 굵기를 개선해 모발 탄력과 인장 강도를 강화시켜줍니다. 탈모케어 제품에서 모근 영양 공급 이외에 모발 밀도 개선을 통한 스타일링 기능을 부가시켰다는 점에서 기술의 차별화를 확보하였습니다. 가는 모발을 강화하는 기술은 글로벌 고객의 니즈도 충족시킬 수 있어 향후 중국과 미국 시장에서도 판매를 확대할 예정입니다.



비피움 비쓰리 다이어트



비피더스균은 장내에서 가장 큰 비중을 차지하는 유익균입니다. 그 중 건강한 유아로부터 분리한 인체 유래 비피더스균인 ‘Bifidobacterium breve B-3’를 이용하여 국내 최초로 식약처로부터 체지방 감소 가능성을 인정받았습니다.¹⁾ 기능성 원료인 Bifidobacterium breve B-3 프로바이오틱스 인체시험결과 총 7가지 항목(체중, BMI, 허리 둘레, 엉덩이 둘레, 총 체지방량, Trunk 영역 체지방량, Android 영역 체지방량)의 유의적 감소를 나타냈습니다.

‘비피움 비쓰리 다이어트’는 100% 식물성 캡슐에 유산균이 장까지 살아서 갈 수 있도록 장용 코팅 기술 적용 및 기존 다이어트 유산균 제품의 안정성을 위해 필수적인 냉장 보관 조건의 불편함을 해결하여 실온에서도 안정하게 보관이 가능합니다. 언제 어디서나 하루 한 캡슐로 간편하게 섭취가 가능한 제품으로 체지방은 비우고 장건강은 채우는 건강기능식품입니다.

1) - 한국 성인 남녀 83명(BMI 25이상 30미만) Bifidobacterium breve B-3 프로바이오틱스 (50억 CFU/일) 12주 섭취
- 출처: 과체중 또는 비만 성인에서 Bifidobacterium breve B-3의 체지방 감소에 대한 기능성 및 안전성을 평가하기 위한 무작위 배정, 이중 눈가림, 위약 식품 비교 인체적용시험 / 인체시험결과 모든 사람에게 적용되는 것은 아닙니다

컨서스뷰티 브랜드 어글리 러블리

최근 MZ세대를 중심으로 지속가능한 소비가 확산됨에 따라 뷰티 업계에서는 ‘컨서스뷰티’가 새로운 트렌드로 각광받고 있습니다. 클린뷰티가 화학 성분을, 비건뷰티가 동물 유래 성분을 각각 배제했다면 컨서스뷰티는 지구와 환경의 지속가능성까지 생각하는 보다 확장된 개념입니다. 컨서스뷰티에서 출발한 어글리 러블리는 원료부터 용기, 소재까지 환경을 생각하는 지속가능한 뷰티를 브랜드 핵심 가치로 삼고 있습니다. 국내 농가에서 맛과 영양에 전혀 문제가 없지만 작고 못생겼다는 이유로 판매되지 못하는 못난이 농작물을 업사이클링한 원료로 마스크팩과 만다린 등 마스크 시트를 출시했습니다. 한국 비건 인증원의 비건 인증과 함께 고도의 클린뷰티 포물러를 적용했고, 국제 표준인 ISO16128 기준으로 천연 지수 90% 이상 함유하였고¹⁾, 화학 성분 10가지무첨가와 민감성 피부 대상 피부자극 테스트를 진행하고 있습니다. 또한 마스크팩 3종의 경우 FSC 인증 재생지를 100% 활용한 개입 상자와 재생 소재 리무버를 라벨을 적용하였고, 용기와 캡은 100% 열분해유로 만든 PP(Chemical Recycled PolyPropylene) 소재를 사용하였습니다. 시트 마스크의 경우 사탕수수를 업사이클링하여 만든 파우더를 코팅한 시트를 적용해 비건 인증과 생분해 테스트를 완료하였으며 파우치는 재생 원료 플라스틱을 48% 사용하였습니다. 어글리 러블리는 앞으로도 못난이 농작물을 추가로 발굴하고 해당 성분의 피부 효능·효과를 지속적으로 연구하여 라인업을 확장하여 컨서스 뷰티의 지속가능한 가치를 고객에게 제공할 예정입니다.

1) 식약처 천연 화장품 기준과 다른 기준임



어글리 러블리



디지털 마케팅 확대



생성형 AI를 활용한 모델 이미지 제작

생성형 AI를 활용한 모델 이미지 제작

LG생활건강은 고객에게 초개인화된 경험을 제공하기 위해 브랜드별 페르소나를 반영한 생성형 AI 모델 이미지를 제작하여 다양한 고객 접점 채널에서 활용하고 있습니다. 브랜드별 타겟의 모습을 반영한 모델 이미지를 통해 제품의 특성이나 사용법 등을 보다 명확하게 전달할 뿐 아니라 다양한 인물 이미지를 활용한 새로운 경험을 제공해 호응을 얻고 있습니다. 앞으로는 제품별, 상황별, 고객별로도 다양한 AI 모델을 생성하여 보다 세분화되고 차별화된 고객 경험을 제공할 예정입니다.

생성형 AI를 활용한 광고 콘텐츠



생성형 AI를 활용한 광고 콘텐츠

LG생활건강은 생성형 AI를 활용한 광고 콘텐츠를 제작하여 비용을 절감하고 환경을 보호하는 성과를 거두고 있습니다. 생성형 AI를 적용하면 광고 콘텐츠를 제작할 때 소요되는 시간과 비용을 절약할 수 있을 뿐 아니라 일회성으로 사용되는 소품이나 제형의 폐기를 줄여 환경영향을 저감할 수 있습니다. 또한 동물 관련 콘텐츠를 제작할 때도 부득이한 동물 촬영을 사전에 방지해 비윤리적인 촬영을 최소화할 수 있는 장점이 있습니다. 동물 실험 반대 및 비건 인증을 획득한 ‘비온드 뎅스에디션’의 제품 패키지와 SNS 콘텐츠 제작에 생성형 AI를 활용해 효과를 확인한 바 있으며, 앞으로도 실제 촬영 대신 생성형 AI를 활용한 콘텐츠 제작을 확대해 나갈 계획입니다.

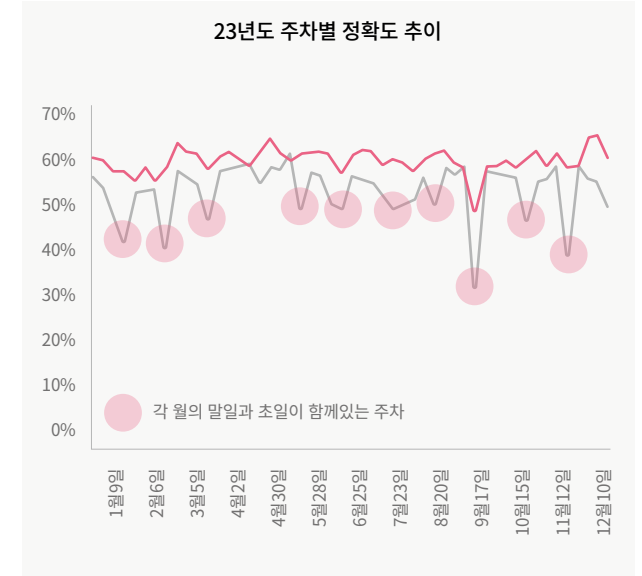
피부 MBTI 진단 서비스 ‘스킨 테스터’



피부 MBTI 진단서비스 - 스킨테스터

MZ세대 절반 이상이 온라인과 모바일을 통해 제품을 구매하면서 고객들의 온라인 제품 구매 경험이 중요하게 부각되고 있습니다. LG생활건강은 이러한 추세에 주목해 2023년에 빌리프몰과 연계해 성격 유형 테스트인 MBTI처럼 과학적으로 피부 유형을 진단해주는 온라인 진단 서비스 ‘스킨 테스터’를 론칭하였습니다. 피부 특성별 맞춤 해석과 피부 특징에 맞는 생활 습관, 성분, 제품을 추천하여 고객에게 새로운 경험과 만족을 선사했습니다. 이 서비스를 통해 고객 유입과 구매 전환 유도 효과를 얻었을 뿐 아니라 축적된 고객 데이터를 온라인 마케팅에 활용할 수 있었습니다. 또한 고객에게 피부 유형에 맞는 맞춤 화장품을 제공함으로써 폐기물을 최소화하는 것도 기대할 수 있습니다. 2024년에도 피부 MBTI 유형과 고객 행동 데이터를 기반으로 제품을 추천하는 등 스킨 테스터 서비스를 더욱 고도화해 나갈 예정입니다.

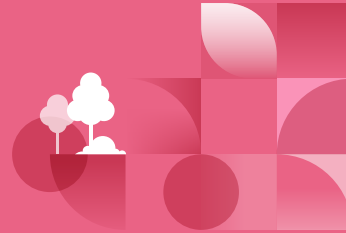
수요 예측 시스템 고도화



유통 채널별, 제품별 수요 예측 시스템

LG생활건강은 공급망 관리의 디지털화를 통해 업계 최고 수준의 공급망 경쟁력을 확보하고자 2022년에 유통 채널별, 제품별 수요 예측 시스템을 개발해 운영해 왔습니다. 수요 예측 시스템을 활용해 데이터와 AI에 기반하여 생산량을 정하고 재고를 관리함으로써 재고 비용 절감과 환경 영향 감소 등의 효과를 얻고 있습니다. 또한 예측 업무를 자동화해 구성원이 핵심 업무에 집중할 수 있는 환경도 조성하고 있습니다. 향후에는 기준 정보, 실적 정보를 비롯한 정형 데이터와 검색량 등의 비정형 데이터를 바탕으로 복수의 알고리즘을 융합하여 시스템을 더욱 개선해 나갈 계획입니다.

Cyber Security



사이버 보안

LG생활건강은 고객 개인정보와 회사의 정보자산 보호를 위해 전사 리스크 관리 차원에서 사이버 보안을 지속적으로 강화하고 있습니다. 글로벌 수준의 정보 보안 시스템을 갖추고 전담 조직을 중심으로 전사적인 보안 리스크를 관리합니다. 각종 보안 사고에 대비해 정보 유출 모니터링 시스템을 고도화하고 재해복구 프로세스를 구축하였습니다. 아울러 본사와 위탁업체, 직영매장, 가맹점과 대리점까지 개인정보를 취급하는 모든 조직을 대상으로 관리·감독을 철저히 시행할 뿐 아니라 보안 교육을 정기적으로 진행하고 있습니다.

추진 목표

- 보안사고 예방을 위한 정보보안 인식 제고 활동 강화
- 침해사고(해킹 및 악성코드) 방지를 위한 취약점 관리 프로세스 및 시스템 고도화
- 개인정보 Compliance 준수를 위한 활동 강화(수탁사 현장 점검 확대, 온라인 사업 점검)
- 정보유출 모니터링 시나리오 확대 및 고도화
- ISMS(정보보호관리체계) 인증 유지

주요 성과

정보 보안 교육 이수 인원(구성원)

7,557명 (자회사 포함)



정보 보안 교육 이수 인원(영업현장)

20,058명 (매장, BP, 방판)



Sustainable Management

Cyber Security

개인정보 관리 체계

LG생활건강은 사업의 특성상 다양한 고객의 개인정보를 관리합니다. 이를 고려하여 개인정보가 유출되는 일을 중대한 법적 위험 요인으로 간주하고, 개인정보보호를 전사 통합 리스크 관리 체계의 운영 리스크 영역에 포함하여 수시로 모니터링과 예방 활동을 시행하고 있습니다. 개인정보보호 책임자(CPO)는 개인정보를 포함하여 중요한 정보 자산을 체계적이고 안전하게 관리하기 위해 관련 업무를 총괄합니다.

또한 전사 정보 보안 전담 부서인 정보보안센터에서는 개인정보를 취급하는 현업 부서들과 협력회사가 안전하게 개인정보를 관리할 수 있도록 교육을 지원하고 관리 감독도 병행합니다. 이외에도 LG생활건강과 자회사가 취급하는 개인정보(개인 영상 정보 포함)가 분실, 도난, 누출, 변조, 훼손 또는 오남용되지 않도록 전사 개인정보보호 규정을 수립하여 체계적으로 관리하고 있습니다. 해당 규정은 LG생활건강과 자회사는 물론 개인정보를 취급하는 내부 구성원과 협력회사, 외부 업체 직원까지 모두에게 적용됩니다.

아울러 정보 보안 담당 부서는 회사가 내부 관리 계획을 얼마나 준수하는지 확인하기 위해 연 1회 이상 내부 감사를 진행하고 있습니다. 감사 결과 개인정보보호 정책이나 지침을 위반했을 때는 회사 규칙에 따라 회사 또는 담당자가 징계를 받을 수 있고, 사안이 무거우면 사직 당국에 고발 조치될 수도 있습니다. 회사의 재산에 손실을 입히거나 이미지를 훼손했다고 판단되는 경우에는 민사·형사상의 모든 책임을 질 수 있습니다.

개인정보 및 정보 보안 조직

LG생활건강은 체계적으로 정보를 보호하고 관리하기 위해 전사 정보 보안을 총괄하는 최고정보보안책임자(CISO) 겸 개인정보보호 책임자(CPO)를 선임하여 이를 주축으로 전사 정보 보안 주관부서를 운영하고 있습니다. CISO/CPO는 전사 주관부서, 유관부서장 등이 참여하는 정보보안협의회의 위원장으로서 사내 주요 정보보호 사항에 대한 심의와 의결을 담당하고 있습니다. 또한 정보 보안 주관부서에서는 정보 유출을 예방하기 위한 모니터링과 구성원의 보안 인식을 개선하는 교육을 지원합니다.

개인정보 및 정보보안 조직



* CISO(정보보안센터장)와 CPO(국내법무부문장)가 분리되어 있었으나 2023년 12월 1일자로 CISO(정보보안센터장)가 CPO를 겸임함

개인정보보호 강화 활동

디지털 정보에 대한 의존도가 높아지면서 개인정보보호에 대한 중요성과 필요성도 증가하는 추세입니다. 이에 따라 LG생활건강은 개인 정보 유출 방지와 법규 준수에 중점을 두고 개인정보를 취급하는 본사, 위탁업체, 직영매장, 가맹점과 대리점, 해외법인을 대상으로 개인정보보호 관리를 강화하고 있습니다. 개인정보가 유출되지 않도록 보안 해결책을 마련하여 운영하고 있으며, 위탁업체와 매장에 대해서는 방문 또는 서면을 통해 보안 점검을 정기적으로 시행하고 있습니다. 또한 개인정보보호법, 정보통신망법, 해외 개인정보보호법 등 국내외 법률, 정책, 제도 동향을 실시간으로 파악하여 개정될 때마다 바로 업무 프로세스에 적용합니다. 아울러 구성원이 사이버 보안의 중요성을 깨닫지 못했거나, 실수로 정보를 유출하는 일을 방지하기 위해 매년 1회 이메일 악성코드 모의 훈련을 진행하는 등 다양한 정보 보안 교육을 실시하고 있습니다. 정보 보안 교육은 개인정보보호, 정보보안 사고 유형, 정보보안 실천 사항을 포함하여 구성원이 보안 관련 트렌드와 이슈를 확인하고 보안 인식을 제고할 수 있도록 구성하였습니다.

개인정보보호 관리 현황

구분	관리 영역	관리 방안	2023년 성과
	<ul style="list-style-type: none"> · 관리체계 운영 · 위험관리 	<ul style="list-style-type: none"> · 정보보호관리체계 운영 · 위험평가 실시 및 대책 마련 	<ul style="list-style-type: none"> - 정보보호관리체계(ISMS) 갱신 심사 통과하여 인증 갱신
본사/ 위탁업체	<ul style="list-style-type: none"> · 유출 방지 · 내부 유출 · 해킹/악성코드 	<ul style="list-style-type: none"> · 유출 방지 보안 솔루션 구축·운영 · 내부 유출 방지, 해킹·악성코드 방지 · IT 인프라 보호, 정보 유출 통합 모니터링 	<ul style="list-style-type: none"> - CVE 취약점 점검 시스템 구축 등 7개 시스템 개선 - 홈페이지 및 쇼핑몰, 영업 시스템, 사내 시스템에 대한 모의 해킹 및 취약점 점검 - AWS 클라우드 보안 점검
직영매장	<ul style="list-style-type: none"> · 법규 준수 · 개인정보 보호법 · 정보통신망법 · 해외 개인 정보보호법 	<ul style="list-style-type: none"> · 위탁업체 및 영업 현장 보안 점검(직영매장, 가맹점·대리점) · 위탁업체 연 1회 보안 점검, 영업 현장 보안 점검 강화 	<ul style="list-style-type: none"> - 위탁업체(58개) 개인정보 관리 현황 점검 - 마트 매장(15개) 개인정보 관리 현황 점검(매장 보안가이드 배포)
가맹점·대리점 / 해외법인		<ul style="list-style-type: none"> · 개인정보보호 관련 법률 준수 	<ul style="list-style-type: none"> - 개인정보 라이프 사이클 (수집 > 이용 > 저장 > 제공 > 파기)에 대한 관리적/기술적 보호 조치 - 한국 및 중국 법인 이메일 악성코드 모의 훈련 실시(연 1회) - 개인정보보호 업무 가이드 배포 - 해외법인용 개인정보 보호 안내 지침 준수

정보 유출 모니터링 시스템 고도화

LG생활건강은 사업의 특성상 고객의 개인정보, 제품 처방법과 같이 중요한 정보를 다량 보유하고 있습니다. 이러한 정보가 유출되는 일을 방지하고자 LG생활건강과 자회사에서 운영하는 IT 시스템에 대해 정보 보안과 컴플라이언스 준수 여부를 포함하는 보안 점검을 진행하고 있습니다. 2021년부터 시스템화를 진행한 보안성 검토 프로세스를 활용해 2022년에 141건을 검토했고, 2023년에는 170건을 검토했습니다. 이를 통해 미리 보안 취약점을 찾아 개선함으로써 해킹 사고가 1건도 발생하지 않았습니다. 이외에도 다수의 보안 시스템에서 생성되는 로그를 통합하고 정보 유출 시나리오를 생성하여 내부 정보 유출 모니터링 시스템을 개선하고 있습니다.

특히, 정보 유출 의심 행위에 대해 이유를 밝혀 설명하는 프로세스를 강화하여 의심 행위에 대한 검토와 추후 재발생 여부까지 관리함으로써 내부 보안 유출 사고를 예방하고 있습니다. 2023년부터 2024년 3월까지 통합 보안 로그 관리(Security Information Event Management) 시스템에서 26개 보안 서비스의 로그를 연동하고 65개의 정보 유출 시나리오를 제작, 운영하고 있으며, 정보유출 의심 행위 45건에 대해서는 소명 관리를 실시했습니다. 또한 2023년에는 6개 해외법인의 머라키(Meraki) 방화벽/VPN 장비의 로그를 연동하여 내부 사용자 PC의 이상 행위와 외부 침체 시도 행위에 대해 모니터링을 진행하고 있습니다.



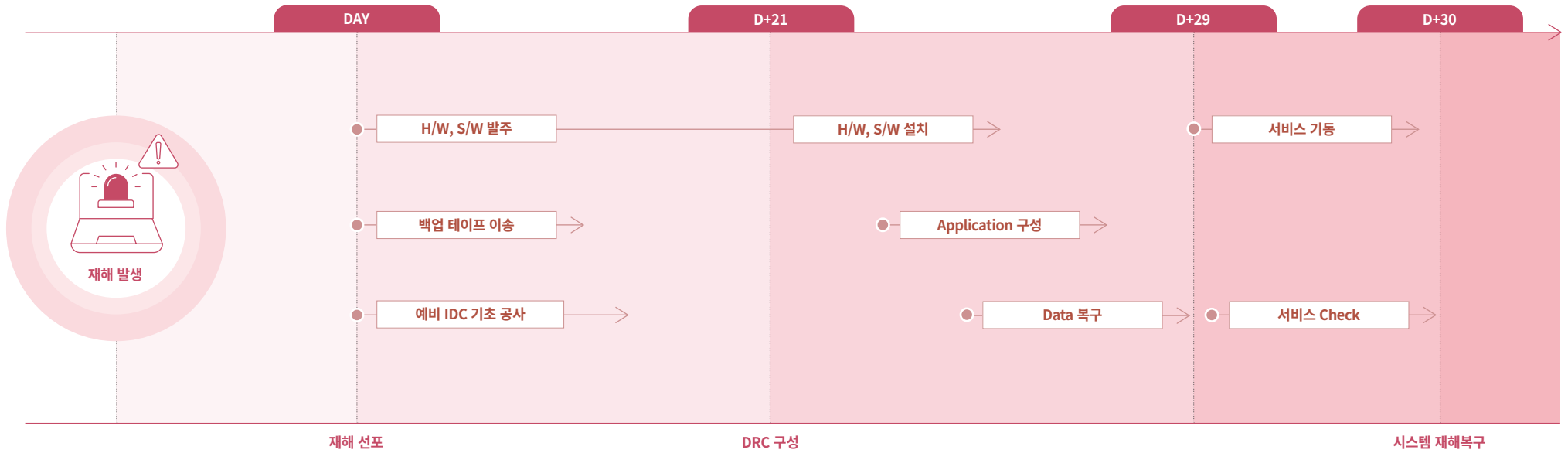
재해복구 프로세스 운영

LG생활건강은 중요한 정보자산에 대한 해킹사고, 바이러스나 악성코드 감염 등 주요 시스템에 침해와 재해가 발생하여 서비스를 중단하는 상황이 발생할 경우, 신속하고 정확하게 서비스를 복구할 수 있도록 ‘재해복구 가이드’를 문서화하여 운영하고 있습니다. 재해복구 가이드는 비상 대응 조직, 재해복구 체계, 상세 절차, 모의 훈련 등 재해복구 전략과 시스템 등의 내용으로 구성되어 있습니다. 시스템에 재해가 발생하면 비상 대응 조직을 중심으로 세부 절차에 따라 재해복구를 진행하게 되며, 이 작업에는 ERP, 법인 홈페이지, 멤버스, 공식 쇼핑몰, 업무 포털, 브랜드 사이트, 백업 관리 시스템이 포함됩니다.

전사 서버 운영 주관부서인 DX인프라부문에서는 실제로 재해가 발생할 때를 대비하여 대처 능력을 키우고, 복구 시간을 줄이기 위해 연 1회 모의 훈련을 실시합니다. 또한 전사 정보보호 주관부서인 정보보안센터에서는 재해사고 예방을 위해 다양한 정보보호 교육도 함께 진행하고 있습니다. 특히, 2022년에는 좀비 PC 모니터링 대응 체계를 공고히 하고 다크 웹 모니터링 대응 프로세스를 정립했으며, 해외법인*의 보안 모니터링을 실시하는 등 침해 사고마다 원인별로 대응 방안을 수립함으로써 중요한 정보들을 지킬 수 있었습니다.

* 홍콩, 싱가포르, 대만, 말레이시아, 태국, 베트남

재난복구 단계



재난 대응 조직도



정보 유출 의심 행위 소명 관리 시스템

LG생활건강은 정보 유출 의심 행위가 발생했을 때 의심 행위자로부터 소명 자료를 받아 조사하고, 조사 결과는 규정에 따라 조치합니다. 이러한 과정에서 부서장이 소명 결과를 확인하는 프로세스와 휘발성 소명 기록을 관리할 수 있는 시스템이 필요해짐에 따라 소명 관리의 시스템화를 추진하였습니다. 2023년부터 통합 보안 모니터링(Security Information Event Management) 시스템에 소명 관리 기능을 개발하고 프로세스 개선을 진행했습니다. 소명 관리의 시스템화를 통해 정보 유출 의심 행위에 대한 현업의 보안 리스크 검토의 정확성이 증가하고 유사 사례 분석이 가능해졌으며 재발 가능성도 감소시킬 수 있었습니다. 2024년에는 부서장을 위한 정보 유출 모니터링 가이드를 제작해 배포하고, 정보 유출 시나리오 유효성과 탐지 정확도를 중점 개선해 나갈 계획입니다.

해외법인 이상 행위 모니터링 강화

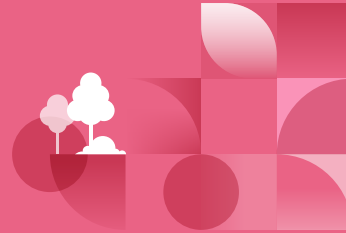
글로벌 사업이 확대됨에 따라 악성코드를 통한 데이터 탈취, PC 감염 등 보안 리스크가 점차 커지고 있습니다. LG생활건강은 이러한 리스크에 대응하기 위해 해외법인의 IT 환경에 대한 보안 관제와 모니터링 활동을 추진하였습니다. 그 일환으로 2023년에 홍콩, 싱가포르, 대만, 말레이시아, 태국, 베트남 등 6개 해외법인에서 운영 중인 보안 장비(Meraki)의 로그 연동 작업을 완료하였습니다. 수집된 로그를 분석한 후 PC 이상 행위와 침해 시도 탐지 시나리오를 제작해 운영하고 있습니다. 이를 통해 해외법인에서 운영 중인 장비의 상태를 상시 확인하게 되면서 보안 사고를 사전에 예방하여 사업 리스크를 감소시킬 수 있을 것으로 기대합니다.

온라인 마케팅 부서 대상 실태 점검

온라인 마케팅이 크게 증가하면서 고객 개인정보 유출과 같은 개인정보 처리 관련 보안 리스크도 함께 증대하는 추세입니다. LG생활건강은 고객 정보를 처리하는 주요 조직을 대상으로 개인정보 처리 실태를 점검하여 컴플라이언스 준수 현황을 파악하고 개인정보 이슈를 개선할 수 있는 방안을 도출하고자 노력하였습니다. 2023년에는 온라인 마케팅, 신규 유통 채널 운영, 음료 홈페이지 운영, 고객 체험단 운영 등 고객정보 처리 조직 12개팀을 대상으로 개인정보 취급 실태를 점검하였습니다. 점검 후 현업 부서용 개인정보보호 가이드를 제작, 배포하여 개인정보 유출·오남용 예방에 대한 현업 담당자의 인식을 제고하였습니다. 향후에는 개인정보 이벤트 수집 시 사용하는 시스템을 전사에 확대 적용하고 개인정보 취급자와 업무 담당자를 대상으로 개인정보보호 교육을 추가로 실시하는 한편, 온라인 신규 사업부의 관리 범위를 확대하는 등 개인정보 처리 조직의 개인정보 보호 역량을 더욱 강화해 나갈 계획입니다.



Social Contribution



사회공헌

LG생활건강은 사회 문제 해결에 기여하고 사회적 가치 창출을 선도하며 기업의 사회적 책임을 다하고자 노력하고 있습니다. 일회성 기부 형태를 지양하고 전문 기관과 협력하여 지원 대상인 여성, 청소년에 집중하며 효율적으로 사회공헌 프로그램을 운영 중입니다. 여성의 자립과 행복 지원, 기후변화 대응을 위한 미래 세대 육성, 건강하고 안전한 삶의 확대, 문화예술 확산과 향유, 지역사회 나눔과 협력 등 5대 분야에서 다양한 활동을 펼쳐 더 건강한 사회, 더 따뜻한 세상을 만들어가고 있습니다.



추진 목표

- 여성 일자리 창출 등 사회 진출 수혜자 누적 280명 달성(~2025년)
- 기존 인원의 사후관리를 통한 지속적인 밸류 업
- 청소년 대상 습관 개선 융합 프로그램 ‘빌려쓰는 지구스쿨’ 교육 채널 다변화 및 수혜자¹⁾ 누적 100,400명 달성(~2025년)
- 어린이 대상 건강 뮤지컬 ‘반짝반짝 페리오’ 지역 확대 및 수혜자²⁾ 누적 242,290명 달성(~2025년)

1) 빌려쓰는 지구스쿨: 2014년부터 누적 데이터
2) 반짝반짝 페리오: 2004년부터 누적 데이터

주요 성과

빌려쓰는 지구스쿨 누적

79,614명



뮤지컬 참여

4,005명



메타버스 환경교육 / 기후환경활동가

715명



전체 수혜자

515,540명



사회공헌 투자금액

285억 원¹⁾



연간 사회공헌프로그램 운영

18개



1) 직접사업: 197억 원, 간접사업: 88억 원



Sustainable Management

Social Contribution

사회공헌 추진 체계

LG생활건강은 고객의 삶을 더 아름답고(Beautiful), 건강하고 (Healthy), 활기차게(Refreshing) 만들어 가고자 5대 분야를 중심으로 비즈니스와 연계된 다양하고 체계적인 사회공헌 추진하고 있습니다. 특히, 단순한 일회성 기부가 아니라 전문 기관과의 파트너십을 통해 LG생활건강의 주요 고객인 여성과 청소년에 선택과 집중하는 전략으로 사회공헌 프로그램을 개발해 실행하고 있습니다.

여성의 자립과 행복을 위해 사회적으로 취약한 경력보유여성과 취약계층여성의 생활 여건을 개선하는 활동을 꾸준히 펼치고 있습니다. 이를 통해 사회 문제를 해결하고 사업 이익의 증대도 기대할 수 있습니다. 또한 중·고등학생과 대학생들이 지역사회를 변화시키는 기후변화 활동가로 성장할 수 있도록 다양한 교육과 체험 활동을 지원하는 등 기후변화 대응을 위한 미래세대 육성에도 주력하고 있습니다.

아울러 건강하고 안전한 삶을 확대하기 위해 아이들에게 올바른 생활습관 교육을 제공하고 장애인 지원을 강화하고 있습니다. 문화예술단체와 전략적 파트너십을 맺고 다양한 캠페인과 후원을 진행하여 지속가능한 문화예술 생태계를 조성하고 문화예술 저변을 확대하는 데도 일조하고 있습니다. 구성원도 기부와 봉사 활동에 적극적으로 참여하며 지역사회와 함께

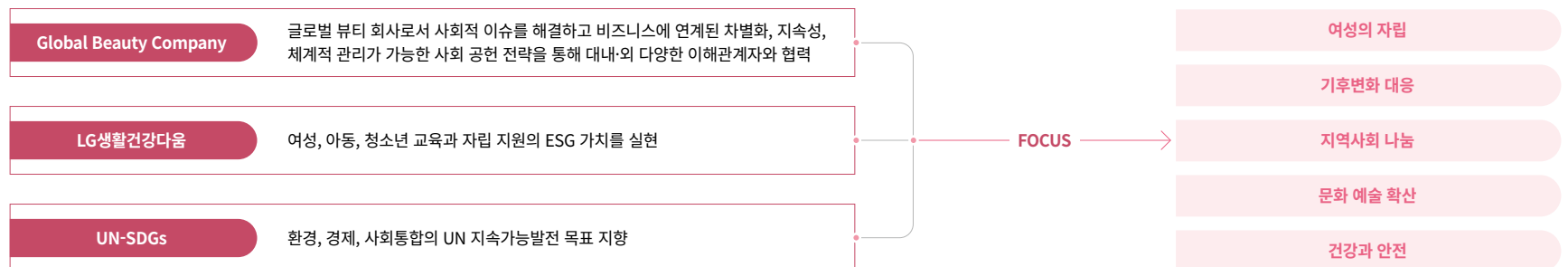
지속적으로 성장할 방법을 모색하고 있습니다.

앞으로도 LG생활건강은 사업의 성격, 역량과 연계성이 높은 사회공헌 프로그램을 기획하고 운영하여 이해관계자와 함께 누릴 수 있는 사회적 가치를 창출하고 지역사회에 긍정적인 변화를 만들어 나가겠습니다.

사회공헌 활동 영역

여성의 자립과 행복 지원	>	내추럴 뷰티 크리에이터, 여성장애인 날개 달기, 적십자 폭력피해 여성 지원
기후변화 대응을 위한 미래세대 육성	>	빌려쓰는 지구스쿨, 교사자문단, 글로벌 에코리더, UN 청소년환경총회, 빌려쓰는 지구스쿨[메타버스]
건강하고 안전한 삶의 질 확대	>	반짝반짝 페리오 뮤지컬, 장애인 소비자연합, 대한적십자 학교야 웃자
문화예술 확산 향상	>	서울국제환경영화제, 후 궁중문화 캠페인, 한국문화예술위원회(빈체로), 연암문화재단
지역사회 나눔과 협력	>	아름다운 가게 기부, 보훈참전용사 및 가족 지원, 미혼모 기관 지원 및 분유 후원

사회공헌 추진 전략



여성의 자립과 행복 지원

여성장애인 맞춤형 보조 기기 지원 ‘날개 달기’



여성장애인 맞춤형 보조기기 지원사업 - 여성장애인 날개달기

LG생활건강은 2023년에 서울과 경기 지역에서 사회 활동을 하거나 자녀를 양육하는 만 19세 이상 65세 이하 여성 장애인 30명을 선발하여, 500만 원 가량의 맞춤형 보조 기기를 제공하고 사용 교육도 함께 실시했습니다. 또한 기존 뇌병변장애인·지체장애인·시각장애인에 더해 청각장애인까지 지원 대상을 확대하였습니다. 청각장애인에게는 말소리를 문자로 바꾸거나 반대로 문자를 말소리로 바꿔주는 ‘대면 소통 기기’와 상대방의 음성을 글자로 변환해서 스마트 글라스 화면에 띄워주는 ‘음성-문자 변환 자막 안경’, 화재 등 재난 발생 시에 빛이나 진동으로 상황을 알려주거나 아이의 울음소리를 감지할 수 있는 편의 기기를 포함하여 총 89대의 기기를 지원했습니다. 2023년까지 혜택을 받은 여성장애인은 총 112 명이며, 보조기기 사용 후 사회와 가정에서 생활할 때 긍정적인 변화를 경험하고 있는 것으로 확인되었습니다.

비즈니스 KPI

KPI	지표/인원
제품 선호도 증진	사회 생활 참여도/생산성 1.7점 증가
- LG생활건강 제품(또는 사회공헌 사업) 만족도	자존감/자기 욕구 실현 1.5점 증가 생활 자립도/독립성 1.6점 증가

사회 KPI

KPI	지표/인원
사업 지원 여성 장애인 인원수	30명
여성 장애인 보조기기 지원금	1.8억 원
여성 장애인 보조기기 지원 수	89대

내추럴 뷰티 Live 크리에이터 양성



내추럴 뷰티 Live 크리에이터 6기 발대식

LG생활건강은 환경재단과 함께 2018년부터 뷰티 크리에이터 육성 프로그램을 운영하고 있습니다. 이 프로그램은 경력보유여성, 콘텐츠 크리에이터 혹은 라이브 커머스 전문가를 꿈꾸는 취업준비생 등 고용 취약계층을 대상으로 합니다. 2024년에도 서류와 면접 심사를 거쳐 총 35명(여성32명, 남성 3명)을 선정하여 1월부터 6기 과정을 진행하고 있습니다. 크리에이터 육성 프로그램의 교육 과정은 크게 양성 교육과 실전 교육으로 나뉩니다. 교육은 뷰티, 환경, 영상 촬영과 편집 등 분야별 전문가들이 체계적으로 지도하며, 업계 최고의 쇼호스트에게 직접 수업을 받는 개별 밀착 멘토링, 숏 폼 콘텐츠 기획과 제작에 필요한 역량 지원 등으로 구성되어 있습니다. 2024년에는 20대부터 70대까지 선발 대상의 연령층을 대폭 확대하여 젊은 세대뿐만 아니라 액티브시니어 세대까지 활동할 수 있도록 지원하고 있습니다.

비즈니스 KPI

비즈니스 KPI	지표/인원
브랜드 확산 전문가 확보 - 인플루언서 활동하는 참가자 수	116명
뷰티 전문성 확보 - 교육 관련 직·간접 고용 건수	15명

사회 KPI

사회 KPI	지표/인원
뷰티 Live 크리에이터 육성	35명 (누적152명)
뷰티 유튜브 교육 및 문화 확산·영상 콘텐츠	250건
뷰티 크리에이터 역량 강화· 교육 시간	1,820시간

더블U 캠페인



더블U 캠페인

LG생활건강은 폭력 없는 안전하고 따뜻한 세상을 만들기 위해 대한 적십자사와 함께 2019년부터 ‘더블U 캠페인’을 진행해 왔습니다. 이 캠페인은 폭력 피해 예방과 피해자 지원, 사회적 공감대 확산을 목표로 아동, 여성, 노인 등 사회적 약자 중에서 도움이 필요한 사람들에게 ‘폭력 피해자 지원’과 ‘청소년 폭력 예방 교육’ 분야로 나눠 지원하고 있습니다. 폭력 피해자에게는 생계·의료·주거 지원과 함께 상담 치료를 제공하고 있으며, 청소년을 위해서는 폭력 예방 교육 ‘학교야 웃자’를 운영하고 있습니다. ‘학교야 웃자’는 수업 대상을 청소년에서 초등학생까지 확대해 진행하였으며, 2023년에는 총 122개 학교 약 4만 2천여 명의 학생에게 교육을 제공하였습니다.

사회 KPI

KPI	지표/인원
폭력 피해 가정 심리 상담 내역	28회
여성 폭력 피해 지원 가구 수	206 가구
폭력 예방 교육 대상 학교	122 개교
폭력 예방 교육 학생 수	42,786 명

기후변화 대응을 위한 미래 세대 육성

빌려쓰는 지구스쿨 학교 방문 수업



빌려쓰는 지구스쿨

빌려쓰는 지구스쿨은 LG생활건강의 대표적인 사회 공헌 프로그램으로 ‘누구나 할 줄 알지만 한 번도 배워본 적 없는’ 기본 생활 습관을 가르치고, 청소년의 꿈과 진로를 함께 고민하는 국내 최초의 융합형 교육 프로그램입니다. 청소년의 올바른 생활 습관을 확산시키기 위해 환경 NGO ‘에코맘코리아’와 함께 교육부, 각 시도 교육청과 ‘자유학기제 활성화를 위한 업무협약’을 체결하며 본격적인 활동을 펼쳤습니다.

2023년에는 코로나19 장기화로 2020년부터 3년간 온라인으로 진행해오던 수업을 오프라인으로 전환해 학교 방문 체험 수업을 시작했습니다. 3월부터 11월까지 서울 지역 41개 중학교에서 진행된 수업은 세안, 양치질, 머리감기,

손씻기, 설거지, 세탁, 분리배출, 뷰티 전문가, 주니어 마케터(향 마케팅·브랜드 만들기) 등 총 10개 과목으로 구성했습니다. 10개 과목 중 빌려쓰는 지구스쿨 참여 학교가 6개 과목을 선택하여 정규 6교시 수업을 진행하는 방식으로 운영하였습니다.

이와 함께 서울·경기권, 충청권 등 오프라인 수업 기회가 부족했던 지방 소재의 중학교를 위해 개발한 메타버스 플랫폼 ‘빌려쓰는 지구월드’ 수업도 꾸준히 진행했습니다. 청소년들이 기후변화가 글로벌 이슈임을 인지하고 세계시민의 역할을 함께 고민할 수 있도록 환경에 대한 시각을 넓히는 경험을 제공했습니다.

비즈니스 KPI

KPI	지표/인원
제품 경험 확대, -사회공헌에 활용한 제품 단위	36,110개
제품 선호도 증진 -LG생활건강 사회공헌 사업 만족도	4.36/5
고용 창출 효과·사회적 고용 인원 (에코맘 14명 + 이말 6명 + 전문강사 8명 + 서포터즈 7명)	35명

사회/환경 KPI

KPI	지표/인원
참여 학교 수	41개교
참여 교사 수	224명
참여 학생 수	5,656명
올바른 세안 습관 참여자 수	5,101명
올바른 양치 습관 참여자 수	4,839명
올바른 설거지&세탁 습관 참여자 수	325명
코로나 예방 위생 교육 올바른 손씻기 습관 참여자 수	3,826명
진로 수업(주니어 마케터+뷰티향) 참여자 수	4,549명
환경 보호와 물의 중요성 인식 교육 참여자 수	5,004명

글로벌 에코리더 YOUTH(그린밸류 YOUTH)



그린밸류YOUTH에 참여한 RE-블로거팀

LG생활건강은 2011년부터 환경 교육을 꾸준히 실시해 약 4천 6백여 명의 초·중·고등학생 에코리더와 200여 명의 대학생 멘토를 양성해 왔습니다. 이 교육을 새롭게 발전시켜 2022년부터는 기후위기 시대를 살아가는 청년의 시각으로 탄소중립의 해법을 찾는 ‘글로벌 에코리더 YOUTH’를 환경 NGO ‘에코맘코리아’와 함께 운영했습니다. 이어 2024년에는 LG생활건강이 가진 차별적인 가치를 청년 기후 활동가들의 환경적인 사고 방식으로 발전시키고, 캠퍼스와 지역사회에서 변화를 이끌어 내고자 ‘그린밸류 YOUTH’로 새롭게 출범하였습니다. 공모를 통해 기후위기 해결 아이디어를 실행하려는 100여 명의 국내외 청년을 선발했으며, 4월부터 10월까지 자율적으로 활동을 펼칠 계획입니다. 이 프로그램은 국내뿐 아니라 해외 대학교의 학생들도 참여하여 글로벌 공통 이슈인 기후변화 현황과 대응 방안을 함께 파악할 수 있다는 점에서 더 의미가 있습니다. 선발된 청년들은 환경 분야 전문가의 강연과 ESG멘토링을 통해 우리 사회에서 발생하는 환경 이슈들을 객관적이고 폭넓은 시야로 바라보고, 기후위기와 탄소중립 실천 활동을 직접 기획하여 실행하게 됩니다.

UN청소년환경총회 후원

LG생활건강은 국내 유일의 청소년 환경총회인 ‘UN청소년환경총회’를 후원하고 있습니다. UN청소년환경총회는 글로벌 미래세대가 모의 UN총회에 참여하여 각 국가의 대표로서 도시의 쓰레기와 에너지 문제를 해결하기 위한 실천적 대안을 도출하는 교육 프로그램입니다. 2023년에는 2월 14일과 15일 양일간 세계 12개 국 300여 명의 청소년과 청년들이 참여한 가운데 ‘기후위기와 도시(Climate Crisis and Cities)’를 의제로 온라인 및 오프라인 총회를 개최하였습니다. LG생활건강은 지속적인 후원을 통해 글로벌 미래세대가 단순히 환경 문제를 인식하는 데 그치지 않고, 직접 계획을 세우고 실천하여 세상을 변화시켜갈 수 있기를 기대하고 있습니다.



2023 UN청소년환경총회

비즈니스 KPI

KPI	지표/인원
제품 경험 확대-사회공헌에 활용한 제품 단위	700개
제품 선호도 증진-LG생활건강 사회공헌 사업 만족도	4.7점
고용 창출 효과, 사회적 고용 인원	30명

사회/환경 KPI

KPI	지표/인원
글로벌 에코리더 YOUTH 과정 참여 청년 수	101명
총 참여 멘토 수	8명
UNEP과 함께하는 비치코밍 캠페인 참여자	160명
사회적 출판 발행 부수	300부

건강하고 안전한 삶의 확대

반짝반짝 페리오



반짝반짝 페리오 뮤지컬

LG생활건강은 2004년부터 약 13년간 아동을 위한 구강보건 교육 캠페인으로 운영했던 ‘페리오 키즈스쿨’을 건강한 위생 습관을 전파하는 어린이 건강 뮤지컬 ‘반짝반짝 페리오’로 발전시켜 시행 중입니다. 만3세~8세 아동을 대상으로 하는 반짝반짝 페리오는 업계 최초로 추진한 어린이 건강 뮤지컬로 양치질을 싫어하는 주인공 ‘봄’이 세계 각국의 축제를 경험하다가 튼튼요정 ‘리오’를 만나 ‘페리오 양치송’, ‘페리오 손 씻기송’을 부르며 건강한 생활 습관의 중요성을 깨닫고 실천하게 되는 이야기를 전달하고 있습니다. 특히, 2023년부터는 초등학교 저학년(1~3학년)까지 공연 관람 대상을 확대하고 장애 아동을 위한 특수학교 공연도 진행하고 있습니다.

비즈니스 KPI

KPI	지표/인원
제품 경험 확대 - 사회공헌에 활용한 제품 단위	4,342개
교육 효과 설문 조사	양치 81% 개선/ 손씻기 82.3% 개선
브랜드 및 제품 홍보 기회 창출 - 1년~3년 후 뮤지컬 계획 건	약 100회/1만 명(3년 기준)

사회/환경 KPI

KPI	지표/인원
구강/손씻기 교육 참여 기관 수	102개 기관
구강/손씻기 필요성 인지 참가 어린이 수	4,005명
구강위생 분야 동화책 제작 및 배포 수	4,800부
문화소외지역 아동 문화예술 참가 어린이 수	1,720명

시각장애인을 위한 점자 스티커 배포

LG생활건강은 시각장애인의 안전한 소비 생활을 지원하기 위해 2019년부터 한국장애인소비자연합, 사회복지공동모금회와 함께 생활용품 점자 스티커를 제작하고 전달해 왔습니다. 제품의 용기 모양이 비슷하면 시각장애인 소비자들이 기능과 용도를 구분하기 어려운 점을 고려하여 생활용품에 붙일 수 있는 점자 스티커를 제작해 보급하는 것입니다. 이와 함께 시각장애인 소비자들의 의견을 적극 반영하여 어린이 제품, 선크림, 헤어 제품 등에 붙일 수 있는 향균 점자 스티커를 배포하여 시각장애인들의 정보 접근성을 더욱 개선했습니다.

사회 KPI

KPI	지표/인원
시각장애인 점자 스티커 보급 인원 수	10,000명
스티커 제작/설명 안내책자 제작	10,000세트
점자 스티커 적용 제품 수	총 25가지 91개 스티커 제공

문화 예술 확산과 향유

서울국제환경영화제 후원

LG생활건강은 환경재단이 주최하는 아시아 최대 규모의 국제환경영화제인 ‘서울 국제환경영화제’를 공식 후원하고 있습니다. 서울국제환경영화제는 기후환경을 주제로 한 다양한 영화를 통해 기후위기에 대한 경각심과 지속가능한 미래의 중요성을 전하는 세계3대 환경영화제 중 하나입니다. 2023년 6월1일부터 7일까지 7일간 열린 ‘제20회 서울국제영화제’에서는 총 126개 국가에서 2,833편의 영화가 출품되어 87편의 환경 영화가 상영되었습니다.



2023년 제20회 서울국제환경영화제 포스터

사회/환경 KPI

KPI	지표/인원
환경영화제 참여 국가/참여 편수	126개 국/2,833편
일반 관람객 수(디지털_극장 관객 수 기준)	32,039명
공중파 및 케이블 TV 관람객 수	50만명
교육 기관(교육청) 상영 관람객 수	245,137명

궁중문화 캠페인

LG생활건강의 궁중 화장품 브랜드 ‘더후’는 한국의 유산인 궁과 왕후의 아름다움을 널리 알리기 위해 2015년부터 문화재청과 함께 다양한 궁중문화 캠페인과 후원 사업을 펼치고 있습니다. 특히, 주요 궁궐에서 매년 차별화된 궁중문화 캠페인을 펼쳐 한국 고유의 궁중문화와 왕실의 여성문화를 새롭게 전하고 있습니다. 2023년에는 창덕궁에서 문화재청과 함께 궁중문화 캠페인 ‘왕후의 선물’을 개최했습니다. ‘왕후의 선물’은 창덕궁 약방에서 궁중 다과를 체험하는 행사로 왕후가 궁궐 밖 가족을 생각하며 만든 약재와 음식으로 그리움을 전했던 마음을 담아내고자 하는 행사였습니다. 우리나라의 아름다운 궁중 예술을 감상할 수 있는 전승 공예품 전시 행사도 같이 진행하여 궁에서 궁중문화를 향유하며 후의 헤리티지를 체험할 수 있는 기회를 제공했습니다.



후 궁중문화캠페인 ‘왕후의 선물’

기부금

1억 원

지역사회 나눔과 협력

취약 노인세대 지원

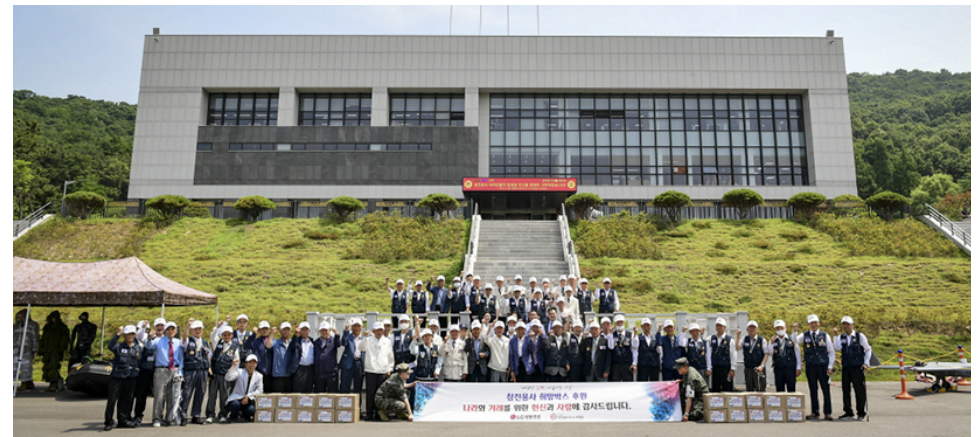
LG생활건강은 2005년부터 ‘아름다운 가게’와 협력하여 취약계층을 위한 물품 기부 행사에 꾸준히 함께하고 있습니다. 2023년에는 총 13만여 점의 생필품을 기부하여 서울 전체 아름다운 가게 매장(30곳)에서 특별판매전을 2회 진행하였습니다. 판매 수익금은 생계 유지를 위해 노동 환경이 열악한 곳에서 일하는 취약계층에게 지원하였습니다. 이와 함께 독거노인종합지원센터와 협력하여 경기·경남·전북·대구·광주 지역의 노인맞춤돌봄서비스 대상자들에게 생활용품을 전달하여 따뜻한 마음을 나누었습니다.

독거노인 소외계층 지원

아름다운 가게, 독거노인지원센터 2개 기관 등 **12억 원 / 34,050명**

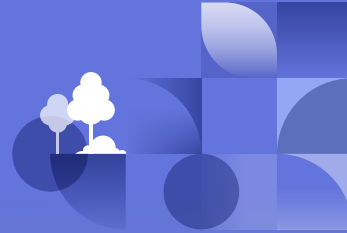
돌봄 사각지대의 취약계층 지원

LG생활건강은 우리 사회 곳곳에서 돌봄 사각지대에 있는 지역사회 취약계층을 위한 지원도 꾸준히 펼치고 있습니다. 2023년에는 국가를 위해 희생한 보훈 참전용사와 가족들을 위해 사단법인 ‘희망을 나누는 사람들’과 함께 ‘희망박스’ 후원 사업을 실시하여 총 6,451개의 따뜻한 나눔을 실천하였습니다. 또한 의료취약계층인 농어촌 어르신들을 위해 의료봉사와 함께 생활용품 3,000여 세트를 지원하였습니다.



참전용사 희망박스 전달행사

Corporate Governance



지배구조

LG생활건강은 이사회 중심의 선진 지배구조를 갖추고 책임경영을 실천하여 이해관계자의 신뢰와 지지를 받고자 합니다. 이사회는 독립성, 전문성, 다양성을 원칙으로 운영하고 있으며, 이사회 산하에 감사위원회, 내부거래 위원회, 사외이사 후보추천위원회, ESG위원회를 두어 경영 활동의 투명성과 효율성을 강화하고 있습니다. 투명하고 독립적인 이사회 운영을 위해 지배구조 관련 시스템과 제도를 지속적으로 개선함으로써 기업 가치와 주주 가치를 더욱 제고해 나갈 것입니다.





Sustainable Management

Corporate Management

이사회 현황

LG생활건강은 상법, 정관 등 국내 법규와 사내에서 규정하는 적법한 절차에 따라 모든 이사회 이사를 주주총회를 통해 투명하게 선임하고 있으며, 견제와 균형을 위해 이사회를 독립적이고 합리적으로 운영하고 있습니다. 이사회는 사내이사 2명, 기타비상무이사 1명, 사외이사 4명 등 총 7명으로 과반수를 사외이사로 구성하였으며, 이사회의 투명성과 독립성을 위해 대표이사외 이사회 의장을 분리하였습니다. 사외이사는 회사의 주요 의사결정 과정에서 전문적인 의견을 제공하고 회사의 성과를 평가, 검토하며 장기적인 기업 가치를 제고하는 역할을 담당합니다. 이사회는 연간 운영 계획에 따라 정기적으로 개최되며, 긴급한 사안의 경우에는 임시 이사회를 소집하여 효율적으로 운영하고 있습니다. 2023년에는 총 7회의 이사회가 개최되었으며, 사외이사 참석률은 90.5%를 기록했습니다.

이사회 구성 현황 및 역량구성표(Board Skill Matrix)

구분	성명	역할	전문분야	주요 경력	최초선임	나이(만)	성별	산업	경영	재무 회계	법률	ESG	리더십	독립성
사내이사	이정애	대표이사 ESG위원회 위원	기업 경영	(주)LG생활건강 CEO	2023	1963 (61)	여	●	●			●	●	
사내이사	이명석	이사, 내부거래위원회 위원	재무·회계	(주)LG생활건강 CFO	2024	1971 (53)	남	●	●	●			●	
기타비상무이사	하범중	이사, 이사회 의장, 사외이사 후보추천위원회 위원	경영전략 재무·회계	(주)LG 경영지원부부장 겸 CFO	2019	1968 (56)	남	●	●	●			●	
사외이사	이태희	이사, 감사위원회 위원장, 내부거래위원회 위원, ESG위원회 위원	재무·회계	국민대학교 경영대학 교수 한국공인회계사회/월간공인회계사 편집위원	2019	1963 (61)	남		●	●		●	●	●
사외이사	김상훈	이사, ESG위원회 위원장, 감사위원회 위원, 내부거래위원회 위원	경영전략 하이테크 마케팅 화장품 분야 마케팅 관리	제21대 한국소비자학회 공동회장 서울대학교 경영대학 교수	2019	1966 (58)	남	●	●			●	●	●
사외이사	이우영	이사, 내부거래위원회 위원장, 감사위원회 위원, ESG위원회 위원, 사외이사 후보추천위원회 위원	법률 (공법/영미법)	서울대학교 법학대학 교수 국토부 중앙토지수용위원회 위원 서울고등검찰청 행정심판위원회 위원	2022	1971 (53)	여				●	●	●	●
사외이사	김재환	이사, 사외이사 후보추천위원회 위원, 감사위원회 위원, ESG위원회 위원	경영전략 마케팅 모델링/애널리틱스 데이터베이스 마케팅	고려대학교 경영대학 교수 한국마케팅학회 부회장	2023	1967 (57)	남	●	●			●	●	●

이사회 독립성, 전문성, 다양성

LG생활건강은 이사회를 구성할 때 성별, 인종, 국적, 지역, 학력, 나이, 종교 등에 차별 없이 경력과 전문성을 갖춘 이사를 선정하여 독립성, 전문성, 다양성 원칙을 준수하고 있습니다. 이사회 의결 시 특정 안건에 대해 이해관계가 있는 경우에는 상법과 이사회 규정에 따라 해당 이사의 의결권을 제한하여 이해관계 상충을 방지합니다. 또한 사외이사는 LG생활건강과 경쟁 관계에 있지 않은 1개 회사에 대해서만 겸직을 허용합니다. 이사회 구성원 전원은 상법과 관계 법령에서 요구하는 법적 요건을 충족하고 있으며, 이사의 자격 요건과 선임 배경, 독립성 요건은 모두 투명하게 공개하고 있습니다. 이와 함께 이사회는 마케팅, 회계, 법률 등 회사 운영에 필요한 여러 분야의 전문가로 구성되어 전문성을 확보하고 있습니다. 2023년에는 마케팅 모델링·애널리틱스를 주요 연구 분야로 하는 기업 전략 전문가 김재환 사외이사를 신규로 선임하여 전문성을 더욱 강화하였습니다.

사외이사 독립성

이사회 독립성 요건	이태희	김상훈	이우영	김재환
사외이사는 지난 5년 내 CEO 이하 경영진의 자격으로 회사에 고용되었던 적이 없어야 함	●	●	●	●
사외이사 및 가족은 과거 3년 이내에 회사, 모회사, 자회사로부터 어떠한 형태로든 \$60,000 이상을 지급받은 사실이 없어야 함	●	●	●	●
사외이사 및 가족은 과거 3년 이내에 회사, 모회사, 자회사의 임원으로 취임한 적이 없어야 함	●	●	●	●
사외이사는 회사의 고문 또는 컨설턴트, 고위 경영진의 자문이 아니어야 하며, 회사와 제후관계를 맺지 않아야 함	●	●	●	●
사외이사는 회사의 주요한 고객사 또는 협력회사와 제후관계를 맺지 않아야 함	●	●	●	●
사외이사는 회사 또는 회사의 고위 경영진과 개인적인 거래 및 서비스 계약을 맺지 않아야 함	●	●	●	●
사외이사는 회사로부터 상당한 금액의 기부금을 받는 비영리 단체(NGOs) 등과 거래 또는 제후관계를 맺지 않아야 함	●	●	●	●
사외이사는 과거 3년 동안 회사 감사기관의 파트너 또는 직원으로 근무한 적이 없어야 함	●	●	●	●
사외이사는 이사회가 정하는 독립성 기타 요건에 부합해야 하며, 회사와 다른 이해관계 상충이 발생하지 않아야 함	●	●	●	●

이사회 산하 위원회

LG생활건강은 이사회 산하에 감사위원회, 사외이사 후보추천위원회, 내부거래위원회, ESG위원회를 운영하고 있으며, 모든 위원회는 사외이사를 위원장으로 선임하여 독립성을 확보하고 있습니다. 감사위원회는 이사와 경영진의 업무를 감독하고 정관과 내규에서 정하는 감사 업무를 함께 수행합니다. 사외이사 후보추천위원회는 공정하고 투명한 사외이사 선임 프로세스를 바탕으로 사외이사 후보를 추천하고, 추천된 사외이사는 주주총회를 통해 선임합니다. 내부거래위원회는 관련 법률에 의거해 내부거래에 대한 부당 지원 감독 등 통제 업무를 수행하며, ESG위원회는 장기적인 ESG 전략을 비롯한 ESG 관련 정책을 수립하고 검토하는 역할을 담당하고 있습니다.

이사회 산하 위원회 조직



이사회 산하 위원회 개최 현황

(2023년 12월 31일 기준)

구분	개최 횟수	출석률	2023년 주요 의결
이사회	7회	91.83%	<ul style="list-style-type: none"> · 2022년 경영실적 보고 · 2024년 사업계획 승인 · 준법지원인 선임 승인 · 안전 및 보건 계획 승인 · 중대재해처벌법에 따른 경영책임자 위임사항 보고 · Compliance Key Risk 선정 결과 보고
감사위원회	5회	95%	<ul style="list-style-type: none"> · 별도 및 연결 내부회계관리제도 설계 효과성 평가 결과 보고 · 내부감사 주요사항 및 계획 승인 · 2022년 외부감사인 평가 · 2022년 내부회계관리제도 운영실태 평가 승인 · 주주총회 제출 의안 및 서류에 대한 검토 승인
사외이사 후보추천위원회	1회	100%	<ul style="list-style-type: none"> · 신규 사외이사 후보추천승인
내부거래위원회	2회	100%	<ul style="list-style-type: none"> · 특수관계인과의 거래총액 한도 승인 · 계열사 등과의 자기거래 승인 · 대규모 내부거래 승인
ESG위원회	2회	100%	<ul style="list-style-type: none"> · 탄소중립활동과 환경안전보건 시스템 구축 및 계획 · 협력회사 ESG Awards 포상제도 운영 · 2023년 위기관리활동 및 향후 계획 · 2023년 친환경 디자인 전략 및 계획 · 생물다양성 보존 활동 및 계획

* 내부적으로 이사회 최소 참석률 기준을 75%로 수립하여 이사회 운영

** 2021년부터 2023년까지 총 23회 이사회가 개최되었으며, 동 기간 중 이사회 평균 참석률은 96.27%임

감사위원회

LG생활건강은 상법, 외부감사법 및 자본시장 법 등을 기반으로 감사위원회를 설치, 운영하여 회계와 주요 경영 업무 감사, 내부회계관리제도 운영실태 평가 등을 수행하고 있습니다. 감사위원회는 상법에 명시된 감사위원회 관련 규정에 따라 LG생활건강과 특수 관계가 없는 사외이사 4명*으로 구성하고, 최소 1명은 회계 전문가로 선임하여 독립적인 위치에서 내부 감사 계획 수립과 회계 감사를 실시합니다. 감사위원회는 필요한 경우 회사의 비용으로 전문가의 의견을 요청할 수 있으며, 이사회에 영업 보고를 요청하거나 회사의 재산 현황을 조사하는 감사 업무를 수행할 수 있습니다. 한편, 감사위원회 위원은 이사로서 받는 보수 외에 다른 보상은 일절 제공받지 않습니다. 2023년 감사위원회 개최 횟수는 총 5회이고 이사들의 참석률은 95%입니다.

* 1명은 주주총회 결의로 다른 이사들과 분리하여 감사위원회 위원이 되는 이사로 선임함

내부거래위원회

LG생활건강은 내부거래에 대한 회사의 내부통제를 강화하고 거래의 공정성과 경영의 투명성을 제고하기 위해 사내이사 1인, 사외이사 3인으로 내부거래위원회를 구성했습니다. 상법과 독점규제 및 공정거래에 관한 법률에 의거하여 이사회에 승인을 받아야 하는 내부거래에 대해 법령보다 엄격한 기준으로 내부거래위원회에서 심의, 승인하도록 하여 경영 활동의 공정성과 투명성을 확보하고 있습니다. 2023년에는 내부거래위원회를 총 2회 개최했으며, 이사들의 참석률은 100%였습니다.

사외이사 후보추천위원회

사외이사 후보추천위원회는 운영의 독립성과 공정성을 확보하기 위해 대표이사 및 사내이사를 제외하고 기타비상무이사 1인과 사외이사 2인으로 구성하여 과반수를 사외이사로 구성하고 있습니다. 또한 상법 및 공직자 윤리법 등 관련 법령에서 요구되는 자격과 요건을 충족하는지 확인합니다. 회사와 이해관계 여부를 세밀하게 검토하여

사외이사의 독립성을 확보하고 성별, 인종, 국적, 나이, 지역, 학력으로 차별하지 않고 다양성과 경제·환경·사회 등 각 분야의 전문성을 고려하여 사외이사 후보를 추천하고 있습니다. 이후 이사회에서 최종 후보를 결정하면 주주총회를 거쳐 독립적이고 투명하게 사외이사를 선임합니다. 각 이사회 선출 과정은 매년 진행하고 재선임하며, 개별적으로 선임하고 있습니다. 2023년에는 총 1회에 걸쳐 개최되었으며, 이사들의 참석률은 100%였습니다.

사외이사 선임 프로세스

STEP 01	사외이사 후보추천위원회 • 다양성, 전문성을 고려한 사외이사 후보 탐색 활동 • 사외이사 후보 선정
▼ 후보추천	
STEP 02	이사회 • 사외이사 후보 최종 선정
▼ 의안제출	
STEP 03	주주총회 • 사외이사 선임
▼	
STEP 04	공시 • 공시 및 등기

ESG위원회

LG생활건강은 ESG 경영을 강화하여 장기적이고 지속가능한 성장을 실현하기 위해 2021년 이사회 산하에 ESG위원회를 신설하였습니다. ESG위원회는 대표이사과 사외이사 전원으로 구성되었으며, 반기마다 개최하고 있습니다. 지속가능경영 관련 최고 의사결정기구로서 ESG 경영 기본 정책과 전략, ESG 중장기 목표, ESG 경영 활동 계획과 이행 현황, ESG 관련 중대 리스크 발생 및 대응 활동 등을 최종 검토, 승인하여 ESG 거버넌스의 컨트롤 타워 역할을 하고 있습니다. 2023년에는 ESG위원회를 총 2회 개최하였으며, 이사들의 참석률은 100%였습니다.

ESG위원회 운영 현황

이사회 산하 위원회	ESG 위원회 (연 2회 *필요시 임시회의 주최)
<ul style="list-style-type: none"> • 전사 차원의 ESG 전략 및 정책 수립 • ESG 개선활동 모니터링 • ESG 보고서 최종 검토 및 승인 	

경영진	ESG 협의회 (분기별)
<ul style="list-style-type: none"> • 부서별 ESG 이슈 전사적 조율 및 활동 계획 수립 • 주요 ESG 사안 정기적 보고 	

사무국: ESG팀	
------------------	--

실무단	ESG 실무협의회
<ul style="list-style-type: none"> • ESG 과제 발굴 및 실행 	

이사 및 감사위원 보수 산정 기준

이사의 보수는 주주총회에서 승인한 보수 한도 내에서 지급되며, 사외이사와 감사위원회 보수는 이사회에 승인에 따라 집행됩니다. 이사의 보수는 기본급과 성과급을 포함하여 결정되며, 성과급은 이사회에서 결의한 성과 인센티브 규정에 따라 전년도의 회사 매출, 영업이익, 매출 대비 영업이익 비율을 정리한 재무지표와 동종 산업 내 경쟁력, 해외 사업 비중, 시장점유율 등을 종합적으로 통계한 상대적 지표를 평가하여 결과에 따라 일정 범위 내에서 지급하고 있습니다. 2023년 CEO의 보수는 1,408백만 원이었습니다.(CEO 제외 구성원 평균 보수액 74백만 원, CEO 보수 대비 비율 19배)

이사회 교육 및 평가 설문 운영

사외이사가 경영 감독, 자문 등의 역할을 보다 효과적으로 수행하고 전문성을 제고할 수 있도록 정기적인 교육을 시행하고 있습니다. 지난해에는 전원 사외이사로 구성된 감사위원회를 대상으로 매월 둘째 주 국내/해외법인 사업 현황 브리핑, 내부회계관리제도 평가 보고 및 Case study, 사회적 이슈 및 리스크에 대한 당사 점검 현황 등 다양한 경영 현황을 함께 공유하고, 사업장 현장(청주 TP공장) 방문을 진행하였습니다. 또한 신규 선임된 이사의 경우 경영 현황 소개, 중장기 사업 전략, 주요 제품 등에 대한 교육도 진행했습니다. 이외에도 당사는 이사회 및 ESG위원회를 통하여 사외이사들에게 회사의 Compliance Risk 관리 체계 등에 관하여 정기적으로 공유하고 있을 뿐만 아니라, 이사회 안건의 법률이슈에 관하여 정기적으로 교육을 진행하고 있습니다. 또한, 이사회 전원을 대상으로 이사회 구성, 역할과 책임, 운영과 기타 요청 사항 등으로 구성된 설문 평가를 연 1회 진행하고 있으며, 사외이사 전원이 설문에 참여하여 이사회의 소통을 더욱 확대할 수 있었습니다.

경영진 성과 보상

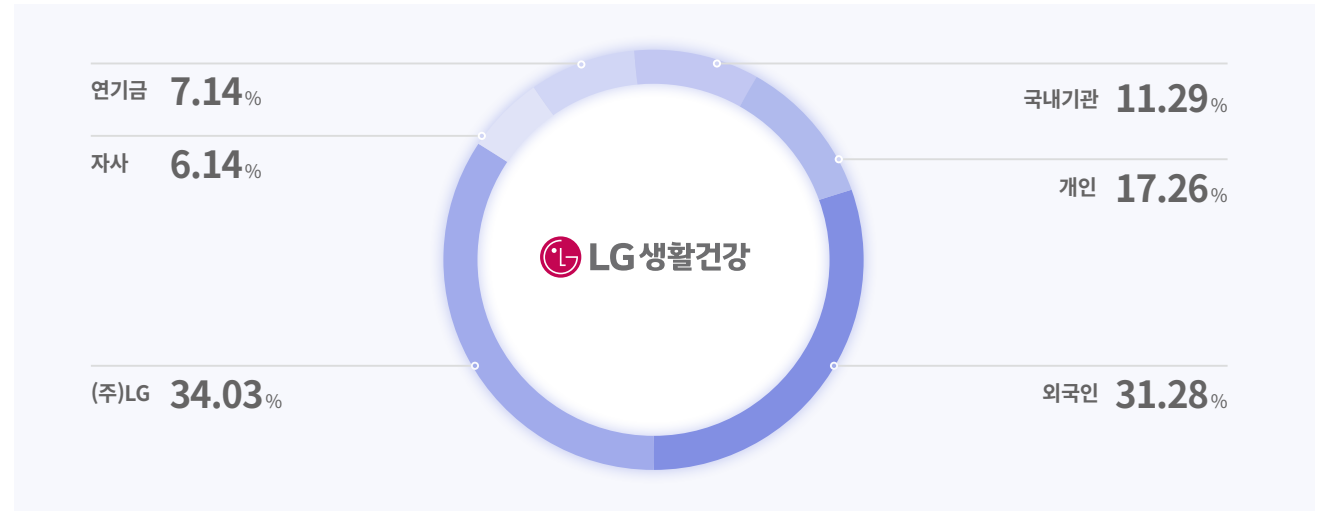
CEO를 포함한 모든 경영진의 보수는 주주총회에서 승인한 한도 내에서 경영 실적과 수행 직무 가치를 기준으로 평가하여 산정합니다. 경영진의 성과 보수를 결정하는 임원 성과평가(KPI)에는 매출, 영업이익 등 계량 지표와 회사의 중장기 기대 사항 이행 등 비계량 지표를 종합하여 반영하고 있습니다. 2014년부터는 5억 원 이상 보수가 지급된 경영진과 임원의 개인별 보수 지급 현황을 사업 보고서에 투명하게 공시하고 있습니다.

산정 기준 및 근거¹⁾

- 재무적 계량 지표: 재무성과는 매출 71,858억 원, 영업이익 7,111억 원
- 비계량 지표: 신규법인 인수를 통한 복미 사업 기반 강화, 독자적인 기술의 제품 출시, 융복합 제품 개발 성과를 감안

1) 2023년 사업보고서 기준

주주 현황



경영진 주식 보유 현황¹⁾

주주 구분	소유 주식 수(주)		지분율(%)
	보통주	우선주	
등기임원	500	0	0.00%
사내이사	이정애	500	0.00%
	김홍기	0	0.00%
기타비상무이사	하범종(이사회 의장)	0	0.00%
사외이사	이태희	0	0.00%
	김상훈	0	0.00%
	이우영	0	0.00%
	김재환	0	0.00%
미등기임원	330 ²⁾	300 ³⁾	0.00%

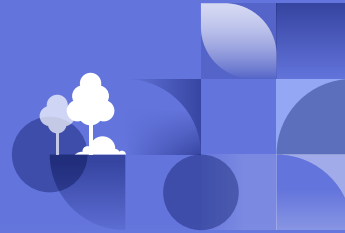
* 2024년 3월 26일 개최된 제23기 정기주주총회에서 이명석 사내이사 신규 선임 및 하범종 기타비상무이사 재선임되었으며, 해당 안건 결의로 인한 2023년 말 기준 소유 주식 수 변동사항은 없음

1) 2023년 사업보고서 기준

2) 강연희 300주, 배미애 10주, 하주열 20주

3) 최연희 300주

Crisis & Risk Management



리스크 관리

LG생활건강은 경영 활동을 위협하는 다양한 위기에 대응하고 사고를 예방하기 위해 전사적인 위기 관리 체계를 구축하고 있습니다. 위기 관리 전담 조직을 신설하고 전사 위기관리위원회와 하위 13개 분과위원회를 구성하여 체계적으로 위기 상황을 관리하고 있습니다. 또한 위기관리정보 시스템과 함께 전사 위기 관리 방침을 공포하고 업무 영역별 위기 대응 매뉴얼을 수립하여 위기 관리가 더욱 효과적으로 이루어지도록 했습니다. 위기 대응 역량을 강화하기 위한 전사 위기 대응 모의 훈련도 정기적으로 시행하고 있습니다.





Sustainable Management

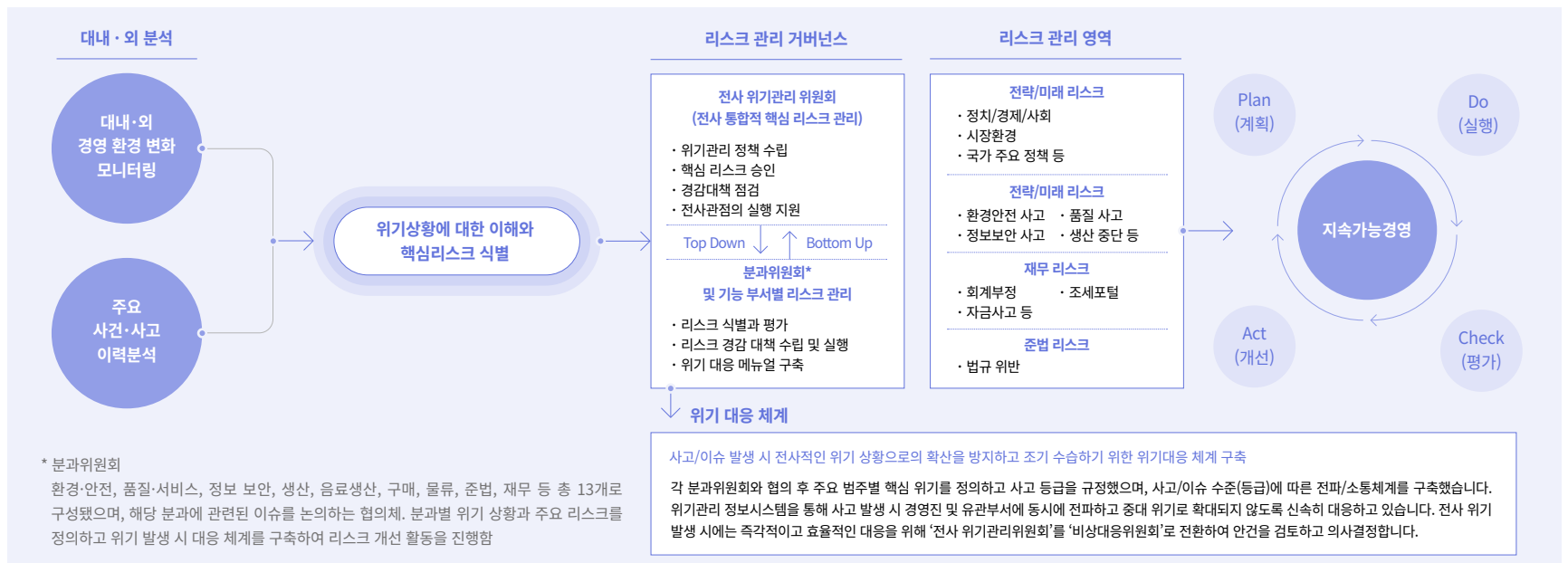
Risk Management

위기관리 운영 체계

LG생활건강은 위기 대응(Crisis Management)과 위기 예방(Risk Management)을 위해 전담 조직을 신설하고, 2023년부터 최고리스크관리책임자(CRO) 주관 전사 위기관리위원회와 그 하위에 분과위원회를 구성하여 체계적으로 위기 상황을 관리하고 있습니다. 위기관리위원회와 분과위원회의 구축과 동시에 전사 위기 관리 방침과 규정을 공포하고, 업무 영역별 위기 대응 매뉴얼을 수립하여 위기 관리 체계의 기틀을 구축하였습니다. 이어 2024년에는 개발품질 영역의 리스크 관리 강화를 위해 품질연구 분과위원회를 추가로 구성하였습니다. 이를 통해 2023년 12개 영역으로 운영되던 분과위원회가 13개 영역으로 확장되었습니다. 각 분과에서는 사회적, 지정학적 환경 변화에 대한 인식과 주요 사건·사고를 분석하여 리스크를 식별하고, 그

영향도와 발생 빈도를 평가하여 핵심 리스크를 도출한 후 예방 활동을 진행합니다. 아울러 전사 위기관리위원회에서는 각 분과에서 선정한 핵심 리스크를 승인하고, 핵심 리스크 경감 대책에 대한 유효성을 검증하며, 추가적인 개선 활동을 지시하고 지원합니다. 또한, 1회/년 분과별 리스크 저감 활동을 위기관리위원회 CRO, 상임위원, 분과장이 평가하고, 우수 분과 및 우수 과제를 선정하여 포상을 진행하는 등 리스크 관리에 다른 인센티브 체계를 마련하고 있습니다. 이처럼 위기 관리 체계 고도화 및 전사 리스크 저감 활동 우수 포상 등을 기반으로 리스크를 사전에 감지하여 발생 빈도를 줄일 뿐 아니라 위기가 확산되지 않도록 예방하고 방지함으로써 위기 대응과 예방 역량을 더욱 강화해 나갈 것입니다.

리스크 관리 체계



위기관리 체계 구축

LG생활건강은 위기에 대한 미흡한 대응이 기업의 존폐를 위협하는 원인이 될 수 있다는 것을 엄중히 인식하고 있습니다. 위기에 대한 전사 관리 체계를 갖추고자 2022년에 위기 관리 전담 조직을 신설하고 위기 관리 거버넌스와 위기 관리 절차 및 조직문화 관련 10대 과제를 선정했습니다. 10대 과제를 추진하면서 전사적인 관점에서 경영 활동상의 핵심 위기를 선정하고 그에 맞는 대응 체계를 정립함으로써 위기 관리 거버넌스 구축을 완료하였습니다. 무엇보다 위기 상황을 대비하고 관리하는 자세가 일상화되고 나아가 조직문화로 정착될 수 있도록 '전사 위기 관리 방침'을 제정하여 구성원에게 공유하였습니다. 또한 관련 규정과 매뉴얼을 수립하여 위기 발생 시 신속하고 정확하게 대응할 수 있는 기반을 마련하였으며, 위기 관리의 중요성에 대해 공감할 수 있도록 다양한 홍보 활동도 함께 진행하고 있습니다. 앞으로도 전사 위기 관리 체계를 유지하고 꾸준히 고도화하여 위기 관리 업무에 대한 책임과 권한, 프로세스를 명확히 함으로써 위기에 더욱 신속하고 체계적으로 대응할 것입니다.

위기관리 체계 구축 10대 과제



전사 위기관리 방침

LG생활건강은 「위기관리」를 「지속가능경영의 기본 요소」로 인식하고, 다음의 사항을 준수한다.

- 1 정보기술의 발전, 법·제도적 규제 강화 등 사회 환경의 변화로 과거에는 위기가 아니었던 것이 위기 상황으로 변화되고 있으므로, 위기를 폭넓게 인식하고 신속하게 대처해야 한다.
- 2 위기가 발생하면 고객 및 구성원, 협력회사, 지역 사회 등 이해관계자 모두에게 부정적 영향을 미치므로 일반적 사회 통념의 수준을 넘어서는 'LG생활건강'다운 기준을 세워 능동적으로 대응해야 한다.
- 3 전사 관점에서 위기 예방을 위한 리스크 관리와 위기 발생 시 피해를 최소화하는 위기 대응 체계를 구축해야 한다.
- 4 위기를 신속하게 대응하기 위해 동시(병렬) 소통 체계를 마련하고, 리스크 요소나 사건·사고 같은 취약한 상황에 대해 투명하게 소통하는 조직문화를 형성하도록 꾸준히 노력해야 한다.
- 5 위기관리 역량과 회복탄력성 향상을 위해 지속적인 관심과 개선 활동을 추진해야 한다.

본 방침을 준수하고 성실히 이행할 것을 선언한다.

전사 위기관리위원회 및 비상대응위원회 운영

LG생활건강은 전사 통합 관점에서 위기 대응 실행력을 향상시키고 리스크 예방 활동을 강화하기 위해 2023년에 전사 위기관리위원회를 구성하여 격월로 운영하였습니다. 전사 위기관리위원회는 효율적인 의사결정을 위해 CRO를 위원장으로 선임하고, 주요 임원진을 상임위원 및 분과위원장으로 구성했습니다. 위기관리위원회는 사내 최고 의사결정기구로서 전사 위기 관리 정책을 결정하고, 분과별 위기 대응 체계를 점검하는 등 위기 관리 체계 운영 전반에 대해 논의하고 의결합니다. 2023년에는 총 6회의 위기관리위원회가 소집되어 전사 관점의 우선 대응 리스크를 선정하고, 각 분과위원회에서 상정한 고위험 리스크에 대한 개선 대책을 논의하였으며, 필요에 따라 현장 점검이나 단기 과제 운영 등을 지시하여 리스크 현상을 분석하고 저감 활동을 점검하였습니다. 기업 운영에 중대한 영향을 미칠 수 있는 위기에 대해서는 수시로 대응 체계를 점검하고 있으며, 중대한 위기가 발생했을 때는 전사가 통합하여 신속하고 효율적으로 대응할 수 있도록 위기관리위원회를 비상대응위원회로 체제를 전환하여 운영합니다. 2023년에 비상대응위원회는 총 3회 소집되어 핵심 리스크 해소를 위해 공동으로 대응하고 의사를 결정하였습니다. 향후에도 위기관리위원회와 비상대응위원회는 전사적 역량을 모아 위기에 대응하는 협의체의 역할을 수행할 것입니다.

전사 위기관리위원회



분과위원회 운영을 통한 리스크 관리

LG생활건강은 위기를 사전에 대비하고 위기가 발생했을 때 신속하고 효과적으로 대처할 수 있도록 영역별로 분과위원회를 구성하여 리스크를 관리하고 있습니다. 2023년에는 환경·안전, 품질·서비스, 정보 보안, 생산, 구매, 물류, 준법, 재무 등 총 12개 분과위원회를 운영하였습니다. 이를 확장하여 2024년에는 제품 개발 단계의 리스크 관리를 위해 품질(연구)분과를 신설, 총 13개 분과위원회를 운영하고 있습니다. 각 분과위원회에서는 환경 변화에 따라 발생하는 새로운 리스크를 사전에 도출하고, 주기적으로 소집되는 분과위원회를 통해 도출된 리스크의 관리와 함께 저감 계획을 수립하여 이행하고 있습니다. 이러한 분과위원회의 활동은 위기관리위원회로 보고되어 지속적으로 관리되고 있습니다.

위기관리정보 시스템 운영

LG생활건강은 위기 상황에서 신속하게 소통하고 대응하기 위해 위기관리정보 시스템(CMIS, Crisis Management Information System)을 구축하여 2023년 2월부터 전사적으로 운영하고 있습니다. 이 시스템은 각 분과 위원회와 사전 정의한 전사 위기 관리 표준 및 절차에 따라 이슈나 사고가 발생했을 때 관련 부서와 구성원에게 신속하게 상황을 전파하고, 발생한 위기에 대한 각종 대처 결과와 자료를 한 곳에 모아 통합 모니터링하는 데 활용됩니다. 한편, ‘위험해요 Speak up’이라는 제안 메뉴를 통해 구성원이 직접 위험 요소에 대해 신고하거나 개선 사항을 제안할 수 있도록 했습니다. 2023년에 11건의 우수 제안을 선정하여 포상하는 등 위기 관리에 대한 구성원의 지속적인 관심과 참여를 유도하고 있습니다. 앞으로도 제안 사항에 대해 구성원과 활발하게 소통하고, 이를 바탕으로 개선 활동을 적극적으로 실시하여 위기를 예방해 나갈 것입니다.



전사 위기 대응 모의 훈련 운영

LG생활건강은 전사 차원의 위기 대응 역량을 강화하기 위해 전사 위기 대응 모의 훈련을 실시하였습니다. 기존에는 각 영역별로 모의 훈련을 개별 진행하였으나, 2023년에는 전사 모의 훈련을 기획하여 새롭게 추진했습니다. 환경·안전 영역의 중대재해 발생을 전사적인 위기 상황으로 가정하고 비상대응위원회 멤버로 참여 범위를 확대하여 훈련을 실시하였으며, 이를 통해 전체 영역 관점에서 위기 대응 체계를 점검하였습니다. 모의 훈련 참여자들의 의견을 반영하여 훈련의 완성도를 향상시켜 나갈 뿐 아니라 주요 위기 상황에 대한 지속적인 반복 훈련으로 구성원의 위기 대응 숙련도 또한 제고해 나갈 계획입니다.

주요 리스크 정의 및 대응 현황

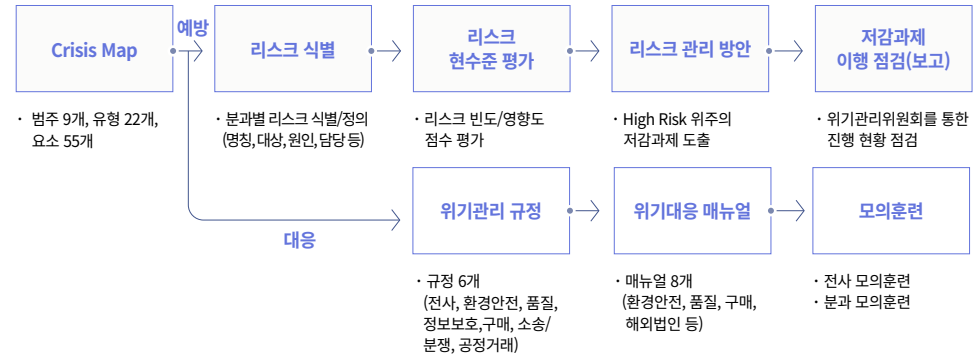
LG생활건강은 전사에 분산되어 있는 리스크 관리 기능을 통합하고 재무·비재무 리스크를 관리함으로써 기업 목표 달성에 영향을 미칠수 있는 요인을 사전에 식별·예방하여 불확실성에 따른 변동성을 최소화하고자 노력하고 있습니다. 2023년에는 사회적, 지정학적 환경 변화에 대한 인식과 주요 사건, 사고 분석을 통해 64개의 전사 리스크 과제를 도출하였습니다. 이 중 62개를 개선 완료하였으며, 미완료 과제는 2024년 완료를 목표로 개선을 진행하고 있습니다. 대표적 리스크 저감 과제로는, 품질 분과위원회에서 변경 관리 리스크 개선을 위해 4M 변경 관리 프로세스를 고도화하였으며, 환경안전 분과위원회는 설비 유지 보수 미흡으로 인한 유누출 리스크의 선제적 대응을 위해 폐기물/화학물질에 대한 기획 점검을 실시하였습니다. 또한, 리스크 노출도에 대해 당사는 연 1회 정기적으로 리스크 노출도를 재검토하고 있습니다. 추가적으로 대내외 사고/이슈 발생 시 해당 리스크를 재점검하여 리스크 개선과제를 추가 발굴하거나 저감하기 위한 활동을 진행합니다. 또한 리스크별로 위험을 사전에 감지하기 위한 핵심위험지표(KRI: key risk indicator)를 도출하여 수시 관리하고 있습니다.

리스크 관리 프로세스는 그룹 표준 모델에 의해 수립/운영되며, 그룹 컨설팅을 통해 보완 및 개선조치 됩니다. 내부적으로 안심품질진단, 현장 불시점검, 환경안전점검 등 Audit 활동을 통해 리스크가 관리되며, 외부적으로는 사외이사로 구성된 감사위원회에서 회계와 주요 경영 업무, 내부회계 관리제도 운영 실태 평가 등 리스크를 감사하고 있습니다.

아울러, “신규유형 리스크 평가제”를 통해 신제품 개발 시 컨셉 단계에서부터 해당 제품의 리스크를 사전에 평가합니다. 법규준수, 유해물질/안정성, 효능, 성능, 내용물 안정성, 부자재 안심품질, 사용편리성 6개 항목에 대해 평가를 진행하여 제품 출시여부를 최종 판단합니다.

이처럼 LG생활건강은 잠재 리스크가 사업 운영에 부정적인 영향을 주지 않도록 세밀하게 모니터링하고 선제적으로 대응하며 리스크 관리를 더욱 강화해 나갈 계획입니다.

리스크 식별 프로세스



* 리스크(요인) 식별, 각 리스크에 대한 발생 빈도/영향도 평가를 통해 High Risk 위주의 저감과제 선정

LG생활건강은 매년 사회적, 지정학적 환경변화 및 규제 변화에 대한 모니터링과 주요 사건, 사고 분석을 통해 위기 요소 및 리스크를 재평가하고 있습니다. 리스크 식별 과정에서 발생 빈도와 영향도 점수 평가를 통해 High/Medium/Low 로 위험 수준과 당사 대응 수준을 평가하며, 리스크 관리 우선순위를 재산정하여 관리하고 있습니다.

전사 리스크 거버넌스



비재무 리스크

리스크 명	리스크 정의 및 영향	대응 현황	유관부서
기후 및 환경 리스크	<ul style="list-style-type: none"> 기후변화에 따른 자연재해 및 기상 패턴 변동에 의해 발생하는 리스크 정책, 규제에 의해 발생하는 리스크 유해폐기물의 국가 간 이동 및 처리 관련 규제 확대(재활용 불가 플라스틱 등)로 처리 비용 증가 위험 	<ul style="list-style-type: none"> 기후변화 대응을 위한 '2050 탄소중립' 선언 온실가스 규제의 당사 적용 가능성 지속적 모니터링 매뉴얼 및 시나리오 구축 등 자연재해 리스크 관리 체계 강화 제품 판매 지역의 규제 동향 및 전망 지속 모니터링 국내외 동향 및 규제 지속 모니터링 	<ul style="list-style-type: none"> 그린경영Part ESG팀
인권 리스크	<ul style="list-style-type: none"> 법률에서 보장하거나 국제적으로 인정되고 있는 인간으로서의 존엄과 가치에 대한 침해로 직장 내 괴롭힘, 차별 등으로 기업 평판 손상 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 인권영향평가 시행을 통한 잠재적 인권리스크 도출 및 대응 직장 내 괴롭힘, 성희롱 등 인권 침해를 구제하기 위한 '성희롱/직장 내 괴롭힘 상담센터' 운영 전 구성원을 대상으로 한 직장 내 괴롭힘, 성희롱 예방 교육 실시 	<ul style="list-style-type: none"> 인사부문 노경부문 ESG팀
글로벌 경기 및 공급망 리스크	<ul style="list-style-type: none"> 정치·경제·사회 등의 급격한 정세 변화에 따라 발생하는 리스크 글로벌 규제(공급망 실사법 등) 등으로 공급망 관리 위기 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 동향 파악 및 해외 공급망 관리를 위한 실사 모니터링 강화 조직 내 의사소통 강화 및 불필요한 보고 최소화 신시장 개척, 혁신적인 신제품 개발과 마케팅 활동 	<ul style="list-style-type: none"> 각 사업부 및 해외법인 Global SCM센터
대외 환경 리스크	<ul style="list-style-type: none"> 전염병, 전쟁, 테러, 지진 등 예상치 못한 환경 변화에 의해 원자재 조달, 사업장 폐쇄 등 사업 운영 차질 발생 	<ul style="list-style-type: none"> '해외법인 위기 대응' 매뉴얼 수립 및 전사적 위기 관리 시스템 구축 	<ul style="list-style-type: none"> 해외법인 구매/물류 부문 등
평판 리스크	<ul style="list-style-type: none"> 경영 부진, 사회적 물의 야기, 중대한 소송, 잘못된 정보 제공 등 기업이 소비자로부터 신뢰를 잃게 돼 발생하는 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 내외부 채널을 활용한 적극적인 커뮤니케이션 확대 전사 위기 관리 홍보 매뉴얼 구축 및 대외 이해관계자 소통 채널 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 홍보부문
안전 리스크	<ul style="list-style-type: none"> 경영상에서 발생할 수 있는 환경 및 안전과 관련된 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 중대 사고로 이어질 수 있는 지게차 사고를 예방하기 위해 지게차 인체 감지 시스템 투자 사업장 화재 및 안전사고 예방을 위한 점검 활동 실시 건강증진 통합 시스템 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 환경안전부문
품질 리스크	<ul style="list-style-type: none"> 제품 유해물질이나 유효성분 함량 미달과 같이 품질 관리에 발생하는 중대한 리스크 유해폐기물의 국가 간 이동 및 처리 관련 규제 확대(재활용 불가 플라스틱 등)로 처리 비용증가 	<ul style="list-style-type: none"> 협력회사 변경 관리 프로세스 개선 품질 이슈 사전 관리 체계 고도화 및 품질역량 강화 활동 	<ul style="list-style-type: none"> QA부문 품질경영팀 소비자안전센터
정보 보호/ IT리스크	<ul style="list-style-type: none"> 회사 내에서 취급하는 개인정보의 도난, 분실, 유출과 정보자산에 대한 해킹, 바이러스 및 악성코드 감염 등 주요 시스템에 대해 침해나 재해가 발생하는 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 국내외 정보보호 정책을 상시 모니터링 '재해복구 가이드' 매뉴얼 제작 및 운용 핵심 정보 유출 원천 차단을 위한 연구소 문서중앙화 시스템 구축 자회사 통합 보안 관리 시스템 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 정보보안센터
지적재산권 리스크	<ul style="list-style-type: none"> 자사의 상표권 및 특허권 등을 침해 당해서 발생하는 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 특허와 상표권 보호, 선점 과대·과장 광고 모니터링 	<ul style="list-style-type: none"> 지적재산부문
고객 리스크	<ul style="list-style-type: none"> 국내외 고객정보 관리 규제 및 구제 방안, 민원 상담 및 보상 규정 등 보호 시책의 관리에서 발생할 수 있는 리스크 고객의 저탄소 제품 선호에 따른 수요 감소 및 행동 변화 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 국내외 고객 클레임에 대한 통합 관리 시스템 구축 및 모니터링 강화 앤서봇을 활용한 셀프 서비스 도입 및 고객상담 AI 기술 적용 녹색제품 개발 확대를 통한 친환경 기업 인식 제고 규제 동향 모니터링 및 내부통제 시스템 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 소비자 안심센터
법규 위반 리스크	<ul style="list-style-type: none"> 공정거래, 개인정보보호, 제품 품질, 인사노무, 환경·안전, 지식재산 등 주요 법규 위반에 따라 발생할 수 있는 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 키 리스크(Key Risk) 식별 및 대비 법규 준수를 위해 전 구성원에게 컴플라이언스 뉴스레터 발송 	<ul style="list-style-type: none"> 법무실 대외협력팀

재무 리스크

리스크 명	리스크 정의 및 영향	대응 현황	유관부서
회계 부정 리스크	<ul style="list-style-type: none"> 내부 구성원에 의한 횡령이나 기타 회계 부정이 발생하는 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 연결 내부회계 관리제도의 확대 소규모 자회사 재무제표/재무비율 모니터링 해외법인에 대한 현장 점검 실시 	<ul style="list-style-type: none"> 회계부문
유동성 리스크	<ul style="list-style-type: none"> 일시적인 유동 자금 부족으로 발생할 수 있는 자금 운용 리스크 급격한 환율 변동, 이자율 변동, 자본 위험, 신용도 위험, 세금 위험 등 미래 시장의 불안정성 및 급격한 변동성 존재 	<ul style="list-style-type: none"> 외화의 단기 및 중장기 자금계획 등 거시경제 상황 모니터링 현금유출 예산과 실제 현금 유출액 분석 및 검토를 통한 금융 부채와 금융 자산의 장기적 관리 	<ul style="list-style-type: none"> 회계부문
조세 리스크	<ul style="list-style-type: none"> 사업상에서 발생할 수 있는 조세 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 조세 전문가 채용을 통한 전문성 강화 주요한 의사결정 전에는 세무 검토를 거치는 프로세스 확립 	<ul style="list-style-type: none"> 세무통상부문

잠재적 리스크

	생물다양성 보전 압력 가중과 관리 강화 요구 증대	공급망 내 환경/인권 관리 강화 요구 증대
<p>리스크 설명 (Background)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 기후변화와 함께 생물다양성 보전에 대한 글로벌 공조와 규제가 본격화하기 시작함. 탄소 시장처럼 생물다양성 관련 시장 형성도 예상되며, 과거 자발적 활동을 넘어 기업 경쟁과 가치 평가에서의 비중도 높아질 전망이다 WWF 지구생명보고서의 지구생명지수(LPI)는 전세계 5,230종의 생물종을 대표하는 약 3만 2천여개의 개체군 중 1970년부터 2018년까지 관찰된 야생동물 개체군 규모가 평균 69% 감소, 지속적 조치 없이는 2030년까지 세계 GDP에서 거의 3조 달러가 손실되는 것으로 전망 생물다양성의 손실이 증가하고 있다는 사회적 인식으로 소비자의 선호도와 구매 의사결정이 변화하고, 이는 시장에 생태보전적으로 인정받는 가치 있는 제품 공급 등 시장 점유율을 확보하기 위한 다양한 노력과 투자가 필요해짐 2023년 9월 TNFD 권고안이 확정되고, 2025년까지 전세계 320개 기관이 자연자본 공시를 약속하고, 우리나라에서도 제5차 국가생물다양성 전략 수립을 통해 전 국토의 30%를 보호 지역으로 관리하는 등 생물다양성에 대한 공시와 책임은 온실가스에 이어서 기업들이 대비해야 하고 준비해야 할 새로운 리스크로 급부상하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> 캐나다 공급망 내 강제노동 및 아동노동 금지법이 2023년 통과되었고, EU에서는 공급망 실사지침이 2024년 통과되는 등 산업 생태계 전반에 걸친 지속가능성이 강조됨과 동시에 공급망에 참여하는 기업에 대한 환경·인권 관련 실사에 대한 규제 및 법제화가 확산되고 있음 글로벌 원료 조달, 생산-유통 관련 해외 사업장 증가 등 관련 기업들에 대한 관리 의무와 책임의 범위가 넓어지고 강화되며, 이에 대한 투자자와 이해관계자들의 요구도 함께 증가하고 있으며, Scpoe3에 대한 광범위한 관여를 요구하는 추세임 자사 생태계 내 참여 기업들에 대한 관리 수준이 경쟁력으로 연결, 미래 기업 가치 차별로 귀결될 수 있으며, ESG 경영 관련 협력이 불가피해짐에 따라 정보 공유나 관련 시스템 구축 등 비용 상승을 수반할 것으로 예상됨 세계 각지에서 원료를 조달하고, 생산과 유통을 담당하는 해외 사업장 역시 증가함에 따라 관련 기업들에 대한 인권 및 환경 관리 의무와 책임의 범위가 넓어지고 있으며, 공급망 관리에 대한 투자자와 이해관계자의 요구 수준이 높아질 것으로 예상됨

	공급망 내 환경/인권 관리 강화 요구 증대
<p>생물다양성 보전 압력 가중과 관리 강화 요구 증대</p> <ul style="list-style-type: none"> • TNFD(Taskforce on Nature-related Financial Disclosures) 등 비재무정보 공개에 대한 법규화 및 이니셔티브 참여, 기후변화 정보 공시 강화 등 세계적 행동규범 강화에 따른 무역장벽 확대 예상됨 • 당사가 위치한 인근지역 생물자원의 기후변화로 인한 서식지 감소 등 기업의 관심과 대응방안에 대한 요구가 확대되고 자연자본 관리 및 생물다양성 위험을 완화 하는 선제적 대응 필요함 • 생물다양성 보전을 위해 수자원을 지키고 회복하는 것이 중요하데, 음료 사업을 영위하는 당사로서는 수자원 보전을 위한 활동이 장기적으로 요구됨 • 생태계 파괴로 인한 천연원료 가격 인상으로 원료 구매비 증가 및 2030년까지 공급망 내 플라스틱 제조사의 저탄소 전환 비용이 전가되어 구매비용 약 26억 원 증가 예상 • 고객의 저탄소 제품 선호에 따른 기존 제품에 대한 수요 감소로 매출 하락 및 평균 기온 상승으로 음료 제품에 대한 수요가 증가할 것으로 예상되나, 이에 적절히 대응하지 못할 시 연간 약 542억 원의 손실 발생 예측 • 단기적으로는 가공 제품 의존이 크겠지만, 장기적 공급사슬 전체의 지속가능성을 고려할 경우 선제적 준비와 대응을 통해 리스크를 줄일 필요가 있음. 자생식물의 경우, 산림의 타목적 전용 등 인위적 간섭, 기후변화 등으로 서식지 감소 및 종 풍부도 등이 지속적으로 감소할 것으로 예측되고 있어 자연자본에 대한 기업의 의무 및 공급망 밸류체인 전반에 관한 관리강화가 요구됨 	<ul style="list-style-type: none"> • EU의 공급망 실사지침 위반할 경우에는 전세계 전체 연매출의 최소 5%를 과징금으로 납부해야 하는 등 공급망 관리에 대한 책임이 기업 활동을 영위하는데 실제적인 위협으로 작용하고 있음 • 자사 뿐만 아니라 자사에 원료나 가공물을 공급하는 협력업체들의 인권침해나 삼림벌채 등에 대해서도 광범위하게 책임을 져야 하며, 이에 대응하기 위해 협력업체의 생산 환경을 점검하고, 기준에 미달하는 협력업체에 대해서는 개선을 유도하거나 거래처를 변경해야함. 이에 따라 글로벌 기준을 준수하는 공급망 확보가 중요한 이슈로 대두됨 • 만일 공급망 내 강제노동이나 삼림벌채 등이 확인되어 공급망을 변경할 경우에는 원가 상승, 원자재·부품의 품질 저하 등의 문제가 수반될 수 있음에 따라 공급망 내 인권, 환경 문제에 대한 검증과 실사를 강화함과 동시에 공급망 다변화를 통해 공급망 리스크를 회피할 수 있는 체계를 마련해야 함 • ESG 경영 관련 협력이 불가피해짐에 따라 정보 공유나 관련 시스템 구축 등 실사 의무 이행 과정에서 관련 비용 및 행정적 부담이 증가가 예상되며, 실사 의무를 위반할 경우 행정적, 금전적 제재 및 민사상 손해배상의 책임에 대한 대비도 필요함 • 당사의 국내의 공급망은 1천 여개사, 구매품목 약 4만 여개에 달함. 공급망을 다변화하여, 생산방식의 균형적 접근이 필요함 기준 글로벌 공급망의 한계를 극복하기 위해 재고 최소화(Just in time)뿐 아니라 재고 확보(Just in case)로의 대응을 통해 생산시스템 전략이 필요함 • 실사기준에 부합하는 높은 인권, 환경 기준을 충족하는지의 여부가 협력회사를 선정하는 중요한 기준이 될 것이며, 이에 따라 인권, 환경 이슈에 선제적으로 대응해서 실사 기준에 발빠르게 충족할 경우 새로운 기회 요인으로 작용할 수도 있음
<p>문제 (Business Impact)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 최고 경영진 및 이해관계자 인식을 제고하여 투자 및 의사결정 과정 등 생물다양성 글로벌 규제 상황에 능동적 대응이 가능한 거버넌스를 구축하여, 생물다양성 리스크를 전사 차원 리스크 관리 프로세스에 통합하여 관리해야 함 • 생물다양성 평가 및 보호절차, 관리 등을 통해 사업 운영에 직, 간접적인 영향을 받을 수 있는 생물종을 파악하고, 각 사업 운영 단계에서 발생하는 리스크를 식별하고 저감활동을 수행하는 등 제품 생산의 전 과정과 가치 사슬에 따라 전 과정 평가(LCA, life cycle assessment) 기법과 환경 관리 시스템을 확장 개선해 나갈 • 효율 향상으로 투입 비용을 절감, 영향력이 낮은 기술의 개발과 상품 출시, 생태 발자국을 줄이기 위한 프로젝트의 운영과 설계, 위기 평가와 관리/적용에 대한 전문적인 서비스 등과 같은 새로운 비즈니스 기회를 지속적으로 창출해 생물다양성과 생태계 서비스에 대한 영향력과 의존도를 확인하여 대응해 나갈 • 생활용품을 생산하는 울산, 온산공단 지역 주변에 꿀벌공원을 조성(2023)하여 나무 1,000여 그루를 식재하고, 도시양봉을 지원하고 있으며, 2024년에는 울산 오치골 공원에 새들의공원을 조성하여, 나무 1,400 여 그루를 식재함. 공원 조성과 연계하여 사업장 인근의 저소득층 아동 대상 생물다양성 탐사교육 등 미래세대 교육도 함께 운영 및 계획하고 있으며, 이를 통해 생물다양성을 보존하고, 지역 주민들에게 생물 다양성의 가치를 알리고 있음 • 멸종위기동물 1급 수달의 열악한 서식지 복원을 위한 여의도 셋방공원 ‘수달놀이터(2022년)’ 설치, 중랑천 ‘수달 보금자리(2023년)’ 조성, 중랑천 ‘수달 보호지역 지정 캠페인(2024)’ 후원 등 서식지 보호 및 교육, 자원봉사 활동 등을 통해 생물다양성 확대 및 다양한 인프라 구축지원함 • 국내 자생식물 보존 및 복원 활동을 확대함. 생물자원의 표본, 추출물 Library, 영상자료 확보, 연구 활동을 수행하고 있으며 차별화 효능/컨셉/소재 개발을 진행하여 총 11,550m2(3,493평)의 야외재배지, 온실 870㎡(263평), 총 345종, 약 47,000개체의 자생 유용식물자원을 보존 및 개발하였고, 2028년까지 약 500종의 자생식물 수집 및 증식, 국가기관과의 업무협약 기존 4곳에서 6곳으로 증대, 200종의 유전자 정보를 구축하여 생물다양성 확보에 대한 노력을 지속해 나갈 	<ul style="list-style-type: none"> • 공급업체에 대한 투자와 감사시스템을 도입하여 공급업체간의 믿을 수 있는 신뢰를 구축하고, 공급업체가 정상적인 법적 테두리 안에서 운영될 수 있도록 진단관리 시스템을 운영하여 공급업체의 기업가치와 평판의 하락 등 공급망 리스크로 귀결되지 않도록 지속적 관리체계 필요함 • 탄력적인 공급망 설계로 한 쪽에서 문제가 발생하더라도 이를 즉시 대체함으로써 문제의 확산을 줄이고, 원자재 수급 부족현상이 발생할 경우 해당 원자재가 없어도 생산할 수 있도록 제품 재설계 역량 시스템을 도입하는 것이 필요 • 공급망 지속가능성 향상을 위해 정기교육 교육프로그램을 제공, 온라인 플랫폼 통한 벤치마크 사례 제공, 컨설팅을 통한 개선활동 이행지원 및 장기적인 공급망 관리 프로그램을 제공함 • 협력회사 ESG 평가를 통해 자사의 공급망을 점검하고 있으며, 점검 결과에 따라 현장 평가가 필요한 협력회사에는 현장 점검을 실시하고, 이후 도출된 미비사항에 대해서는 개선 권고를 하고 있음 • 협력회사 탄소 경영 컨설팅을 통해 2022년 13개, 2023년 40개, 2024년 50개 협력회사에 온실가스 인벤토리를 구축했으며, 탄소경영 컨설팅을 통해 탄소배출량을 감축할 수 있는 방안을 제시하고 있음. 2025년까지 약 160여개 Key 협력업체 탄소 경영을 진행하여 공급망 내 에너지 저감활동을 확대해 나갈 계획임 • 협력회사의 ESG 성과를 측정하고 이에 대한 인센티브를 제공하는 ‘협력회사 ESG 어워드’를 신설하여, 협력회사에 ESG 경영의 중요성을 강조하고 ESG 경영 내재화를 유도하고 있음 • 원료 조달에 있어서 발생할 수 있는 인권 침해, 환경 파괴 등을 예방하기 위해서 RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil, 지속가능한 팜오일), 인증을 확대하고 있으며(2023년 60.2%), 색조 화장품에 많이 쓰이는 원료인 운모 등에는 RMI(Responsible Mica Initiative)를 필수화하고, 향후에는 합성운모로 100% 전환하는 등 지속가능한 공급망 관리 노력을 지속해 나갈 예정
<p>완화 행동 (Mitigation Actions)</p>	

내부회계관리제도

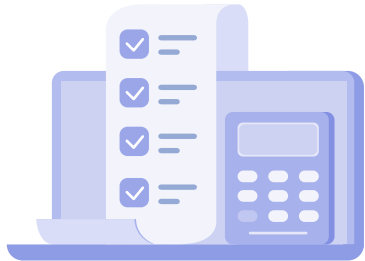
LG생활건강은 기업 운영의 투명성과 회계의 건전성을 더욱 제고하기 위해 2006년부터 내부회계관리제도를 운영해 왔습니다. 주식회사 등의 외부감사에 관한 법률과 내부회계관리제도 설계 및 운영 개념 체계, 평가 및 보고, 모범규준을 바탕으로 통제 활동을 설계해 시행 중입니다. 또한 매년 전사 수준, 매출, 물류, 생산, 구매, 고정자산, 재무 보고, 자금, 세금, 인사, 법무, 공시, IT 일반 등의 통제 평가를 정기적으로 수행하고 있습니다.

국내의 자회사 내부회계관리제도

LG생활건강은 국내외 자회사에 대한 내부회계관리제도 개선 활동을 지속적으로 진행하고 있으며, 이를 통해 연결재무제표의 신뢰성을 제고하고 컴플라이언스 리스크를 사전에 예방하고 있습니다.

내부회계관리제도 평가 결과

2023년에도 LG생활건강은 국내외 주요 자회사를 포함한 연결내부회계관리제도 평가를 실시하여 모든 평가 대상의 통제 활동이 설계대로 진행되는지 점검하였으며, 평가 결과 이상이 없음을 확인하였습니다. 또한 외부감사인 한영회계법인은 2023년 12월 31일 기준으로 회사의 내부회계관리제도가 중요성의 관점에서 효과적으로 설계, 운영되고 있다는 '적정' 의견을 표명하였습니다.



조세 정책

모든 사업 과정에서 세법을 준수하고 각종 납세 의무를 성실히 이행하는 것은 국가에 대한 기업의 사회적 책임입니다. LG생활건강은 국내와 해외에서 사업을 전개하면서 해당 국가의 법규를 준수하여 세무 신고와 납부 의무를 성실히 이행하고 있습니다. 아울러 모든 세무 담당 구성원들은 과세 당국과 투명한 관계를 유지한다는 원칙하에 업무를 수행합니다. 경영 활동 과정에서 발생할 수 있는 각종 세무 관련 사안들에 대해서는 사전 검토를 진행하고 있으며, 중대한 사안은 이사회 내 ESG위원회를 통해 검토와 승인을 받도록 규정하고 있습니다.

조세 정책 

조세 리스크 관리

LG생활건강은 사업상 거래에서 발생할 수 있는 조세 리스크를 최소화하기 위해 조세 전문가를 채용하여 전문성을 향상시키고, 세목별 담당자의 역할과 책임을 명확히 규정하여 체계적으로 조세 관리 조직을 운영하고 있습니다. 사업 거래에 관한 중요한 의사결정을 하기 전에는 반드시 세무 검토를 거치도록 했으며, 중요한 사항에 대해 세법 해석이 명확하지 않을 때는 회계법인이나 외부 조세 전문가에게 자문을 얻어 최적의 조세 리스크 대응 방안을 도출하고 있습니다.

납세 명세 공개

LG생활건강은 금융감독원 전자 공시 시스템(DART)에 감사보고서를 공시하여 법인세 관련 정보를 공개하고 있습니다. 감사보고서와 보고서 내 주석에서 법인세 비용 산출 기준, 이연법인세 자산 및 부채, 법인세 비용 구성 내역, 유효세율 등의 정보를 확인할 수 있습니다.

공제감면제도 활용

LG생활건강은 국내 세법의 다양한 공제와 감면 제도를 적극적으로 활용하여 법률이 허용하는 한도 내에서 세금 부담을 줄이고 주주 가치를 극대화하기 위해 노력하고 있습니다.

해외 납세 의무 이행

LG생활건강은 해외법인과 국제 거래를 할 때 국내 세법과 'OECD 이전 가격 가이드라인'을 철저히 따르며 독립 기업 원칙에 부합한 합리적인 이전가격 정책을 실행하고 있습니다. 각국 과세당국 간에 이견이 발생한 경우에는 이전가격 사전 합의제(APA, Advance Pricing Arrangement)를 적극 활용하여 이중 과세에 대해 능동적으로 대응하고 있습니다. 또한 다국적기업의 조세 회피 방지를 위한 국가 간 소득 이전을 통한 세원 잠식(BEPS, Base Erosion and Profit Shifting) 협정에 따라 이전가격 문서화와 보고 제출 의무도 성실히 준수하고 있습니다. 특히, 국가 간 조세제도의 허점을 이용하여 부당하게 조세 부담을 경감하는 것을 엄격히 금지하고 있으며, 무형자산과 금융자산 등을 실효세율이 낮은 지역으로 가치를 이전하는 것과 조세 관할권이 낮은 지역으로 이전하는 것 역시 금지하고 있습니다. 아울러 상업적 실체가 없는 조세 구조를 절대 사용하지 않고, 조세 피난처(Tax Havens)도 사용하지 않도록 엄격히 금지하며 각 국가에서 창출된 가치에 따라 과세소득을 적법하게 배분하고 있습니다.



Compliance



컴플라이언스

LG생활건강은 준법경영의 중요성이 날이 강조되고 있는 최근 동향을 반영하여, Compliance를 ESG 경영의 핵심 요소로 삼고 이사회 내 위원회인 ESG에 Compliance 심의 기능을 도입하는 등 전사적인 차원에서 철저한 준법경영을 시행하고 있습니다. 또한 협력회사와 대리점, 가맹점 거래부터 이커머스 및 소셜미디어까지 모든 분야에서 공정한 거래가 이루어질 수 있도록 자체적으로 다양한 공정거래 자율준수 프로그램(CP)을 운영하고 있습니다. 더불어, 모든 구성원을 대상으로 사내·외 교육, 뉴스레터 발간 등 다양한 컴플라이언스 인식 교육을 진행하여 준법경영의 문화를 내재화하기 위해 노력하고 있습니다.



추진 목표

- Key 리스크 중점 점검 및 컴플라이언스 리스크 서면 자율점검을 통한 컴플라이언스 점검 체계 개선(~2024년)
- 주요 법규에 대한 가이드라인 제작 배포를 통한 구성원 준법의식 제고 (~2024년)

주요 성과

컴플라이언스 관련 뉴스레터 배포 횟수

13회



컴플라이언스 관련 교육 인원

4,466명



컴플라이언스 및 ESG 관련 이사회 보고

4회





Sustainable Management

Compliance Management

컴플라이언스 체계

컴플라이언스 리스크 관리 체계

LG생활건강은 제반 법규 준수와 내부통제 강화, 준법의식 제고를 통해 전사적인 준법경영을 실천하고자 노력하고 있습니다. 구성원의 위법 행위를 사전에 예방하고 법적 위험에 체계적으로 대응하기 위해 컴플라이언스 리스크 관리 체계를 구축해 운영 중입니다. 각 사업 분야별로 주관부서가 자율적으로 준법 점검 계획을 수립하고, 정기적으로 준법 점검을 실시하여 경영 전반에서 발생 가능한 컴플라이언스 리스크를 사전에 예방·관리하고 있습니다.

컴플라이언스 리스크 관리 체계 점검 및 고도화

LG생활건강은 갈수록 강화되는 국내외 반부패 규제에 대응하고 법규 준수에 대한 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 컴플라이언스 리스크 관리 체계를 지속적으로 고도화하고 있습니다. 2023년에 전체 컴플라이언스 리스크를 파악해 키 리스크(Key Risk)를 선정한 데 이어 2024년에는 키 리스크 점검과 함께 서면 자율점검을 실시할 계획입니다. 또한 이사회 차원의 컴플라이언스 논의를 더욱 활성화하기 위해 ESG위원회에 주요 컴플라이언스 활동 결과를 보고할 예정입니다.

컴플라이언스 문화 구축

LG생활건강은 구성원의 준법의식 제고를 위해 컴플라이언스 관련 이슈와 주요 법령 제·개정 사항, 주요 판례를 담은 ‘컴플라이언스 뉴스레터’를 정기적으로 발간하여 전사에 배포하고 있습니다. 2023년에는 직장 내 성희롱, 미공개 중요 정보 이용 금지, 단기매매차익 반환, 챗GPT 사용 시 회사 정보 유출 금지, 중대재해처벌법 최근 판결 동향, 개인정보보호법 개정안 시행, 다크패턴 규제 강화, 자문중개업체를 통한 영업비밀 탈취 주의, 납품대금 연동제 실시, 청탁금지법상 사업자의 관리감독의무 등에 관한 내용을 뉴스레터로 발행해 전사에 공유하였습니다. 이를 통해 구성원들이 스스로 법규 준수에 대한 인식을 갖고 컴플라이언스를 실천할 수 있도록 유도하였습니다. 또한 정보보안 교육, 회계관리제도 운영 교육, 성희롱 예방

및 직장 내 장애인 인식 개선 교육 등 관련 법규에 따른 준법 교육을 전사적으로 실시하여 구성원의 법률 지식을 함양하고 올바른 업무 수행 방식을 안내함으로써 위법행위 발생을 사전에 방지하고 있습니다.

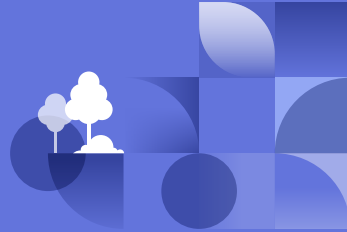
공정거래 자율준수 프로그램

LG생활건강은 ‘공정한 경쟁을 통한 성장’을 이념으로 삼고 있으며, 공정성을 확보하지 못한 성장은 지속될 수 없다는 확고한 경영 마인드를 가지고 2023년에도 공정하고 정당한 기업문화를 정착하기 위해 공정거래 자율준수 프로그램(CP)를 지속적으로 운영하고 있습니다. 2023년에는 중소기업의 기술 보호에 대한 정부의 법제화와 의지에 발맞춰 기술 자료를 요구할 때는 비밀 유지 계약을 자동으로 체결할 수 있도록 전자 시스템을 개발하여 운영하고 있습니다. 또한 실무자를 대상으로 대리점 거래에 관한 법률 교육을 진행하여 준법의식을 고취하였습니다. 그리고 경영 자금이나 판촉 행사를 지원하는 상생활동을 펼치며 사업 파트너로서 동등한 관계를 유지하고 있습니다. 최근 빠르게 성장하고 있는 온라인 거래는 소비자에게 상품정보를 정확히 제공하고 있는지 정기적으로 점검하여 소비자의 알 권리를 보장하고 있습니다. 그리고 SNS 리뷰 광고에 대가성으로 게시하는 광고임을 표기하지 않는 것과 같이 모든 ‘뒷광고’의 행태를 막고자 전수 관리를 하고 있습니다. 전수 조사를 하여 온라인 광고에 소비자가 그릇되게 인식할 수 있는 부적절한 표현을 사용하지 않도록 하고, 경제적 대가를 제공한 광고임에도 이를 적절히 표시하지 않은 게시물이 없도록 원천적으로 관리하고 있습니다.

컴플라이언스 관리 체계 개선 로드맵

2024년	목표		
컴플라이언스 점검 체계 개선			
	키 리스크(Key Risk) 점검	<ul style="list-style-type: none"> • 준법지원부서 주관의 키 리스크(Key Risk) 중점 점검 정례화 • 매년 상반기 기능부서와 합의하여 개선 과제 도출 	1월~4월
	키 리스크(Key Risk) 개선	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 중·하반기 키 리스크 단기 개선 과제 이행 현황 확인 • 매년 하반기 키 리스크 중장기 개선 과제 이행 계획 확인 	5월~9월
	서면자율점검 도입	<ul style="list-style-type: none"> • 매년 하반기 전체 컴플라이언스 리스크를 대상으로 서면자율점검 실시 • 서면자율점검 후 확정된 위험도를 기준으로 키 리스크 선정 고려 	5월~9월
구성원 준법 의식 제고			
	이사회의 컴플라이언스 관여 확대	<ul style="list-style-type: none"> • 이사회의 준법감시 의무 강화를 위해 ESG위원회에 주요 컴플라이언스 활동 결과 보고 • 준법통제체계 운영실태 보고 내용 개선 	2월, 4월, 10월
	컴플라이언스 규정 정비	<ul style="list-style-type: none"> • 준법통제기준 개정 • 핵심 리스크 해당 영역 중 중요 테마 관련 준법 가이드라인 작성 및 배포 	5월~12월
	경영진의 컴플라이언스 준수 의지 전파	<ul style="list-style-type: none"> • CEO 메시지 발송 • 매월 컴플라이언스 뉴스레터 발송 	4월~12월

Jeong-do Management



정도경영

LG생활건강은 전담 조직을 구성해 국내외 구성원이 업무와 일상에서 정도경영을 실천할 수 있도록 다양한 제도와 시스템을 지원하고 있습니다. 모든 구성원을 대상으로 정도경영 교육을 시행하고 매년 정도경영 실천 서약을 받고 있습니다. 구성원이 자율적으로 정도경영을 실천하는 문화를 조성하기 위해 정도경영 평가 제도도 운영 중입니다. ‘사이버 신고’와 ‘금품 수수 신고 제도’ 등을 통해 불공정 행위를 신고할 수 있으며, 신고 내용에 대해서는 공정하게 조사하여 조치하고 있습니다.



추진 목표

- 사업별 핵심 밸류체인 점검(2024년)
- 자율적인 정도경영 문화정착을 위한 지속적 교육 및 홍보활동(2024년)
- 제보조사/관리프로세스 고도화 추진(2024년)

주요 성과

정도경영 교육 횟수(전 구성원 대상 온라인 교육)

24회



정도경영 교육 이수 인원¹⁾

7,744명



ERM 시스템 운영 이상징후 사전감지 시나리오²⁾

61개



1) 2024년 3월 기준

2) 2024년 3월 기준





Sustainable Management

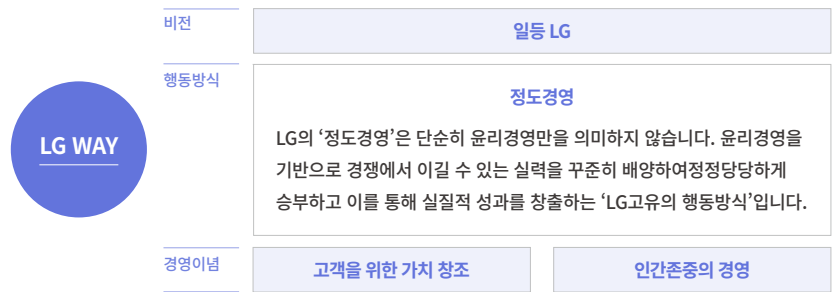
Jeong-do Management

정도경영 체계

LG WAY와 정도경영

LG WAY는 ‘고객을 위한 가치 창조’와 ‘인간 존중의 경영’을 정도경영으로 실현하여 궁극적으로 ‘일등 LG’를 달성하고자 하는 LG 고유의 경영철학이자 차별화된 기업문화입니다. LG의 정도경영은윤리경영을 기반으로 꾸준히 실력을 배양해 정직하고 정당하게 경쟁하여 성과를 창출하는 것을 의미합니다. LG생활건강은 LG WAY의 원칙을 지키며 정도경영을 철저히 실천하고 사회적 책임을 성실히 수행하여 모든 이해관계자에게 신뢰와 존경을 받는 기업으로 성장할 것입니다.

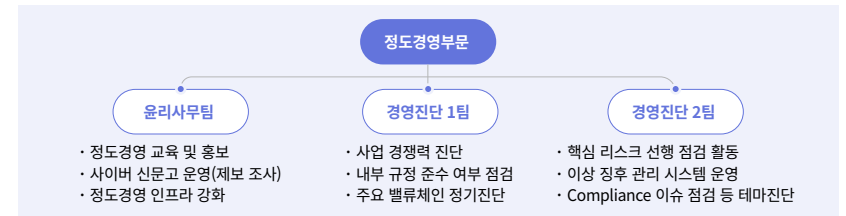
LG WAY



정도경영 조직

LG생활건강의 정도경영부문은 정도경영 인프라를 강화하고 다양한 진단과 현장 지원 활동을 펼치며 정도경영의 실천을 선도합니다. 정도경영 교육과 홍보, 제보 조사를 담당하는 윤리사무팀, 사업 경쟁력 진단을 담당하는 경영진단1팀, 핵심 리스크 선행 점검과 컴플라이언스 이슈를 담당하는 경영진단2팀으로 구성되어 있습니다. 정도경영부문은 구성원 모두가 자율적으로 정도경영을 실천할 수 있도록 독려하고 사업 현장의 리스크 예방 및 사업 경쟁력 확보에 주력하고 있습니다.

정도경영 담당 조직



윤리규범

LG는 ‘고객을 위한 가치창조’와 ‘인간존중의 경영’을 경영이념으로 공유하고, 경영현장의 정신에 따라 자율과 책임에 기초한 자율경영을 도모합니다. 자유롭고 공정한 경쟁을 지향하는 자유시장 경제 질서를 존중하고, 상호 신뢰와 협력을 토대로 모든 이해관계자와 공동의 이익을 추구함으로써 세계적인 초우량 기업으로 발전하기 위해 윤리규범을 제정하여 실천하고 있습니다. LG생활건강은 모든 구성원이 윤리규범을 적극적으로 준수할 수 있도록 독려하고 앞으로 더 높은 윤리적 기준을 달성하여 지속가능한 기업으로 성장할 수 있도록 정도경영 문화를 발전시켜 나갈 것입니다.

윤리규범 구성 및 핵심 내용

- 제1장 고객에 대한 책임과 의무** > LG는 고객이 진정한 사업 기반이라는 신념하에 고객의 의견을 항상 존중하고, 고객에게 도움이 되는 가치를 끊임없이 창출하여 제공함으로써 고객으로부터 무조건적 신뢰를 확보한다.
- 제2장 공정한 경쟁** > LG는 전 세계의 모든 사업 활동에서 해당 지역의 관계 법규를 준수하며, 정당한 방법을 통하여 경쟁의 우위를 확보한다.
- 제3장 공정한 거래** > 모든 거래는 평등한 참여 기회가 보장된 가운데 자유경쟁의 원칙에 따라 이루어지며, 투명하고 공정한 거래를 통해 상호 신뢰와 협력 관계를 구축함으로써 장기적 관점에서 공동의 발전을 추구한다.
- 제4장 구성원의 기본윤리** > 구성원은 정직과 공정의 신념으로 LG인으로서의 올바른 가치관을 확립하고, 끊임없는 자기 계발과 공정한 직무 수행을 통해 주어진 사명을 완수한다.
- 제5장 구성원에 대한 책임** > LG는 모든 구성원을 한 인간으로서 존중하고 능력과 업적에 따라 공정하게 대우하며, 구성원의 창의성이 충분히 발휘되도록 노력한다.
- 제6장 국가와 사회에 대한 책임** > LG는 합리적인 사업 전개를 통해 건설한 기업으로 성장함으로써 주주의 이익을 보호하고, 국민의 풍요로운 삶과 사회 발전에 공헌한다.

정도경영 활동

정도경영 실천 서약

LG생활건강의 모든 구성원은 매년 정도경영 실천 서약에 서명하여 윤리규범 준수와 정도경영 실천을 다짐하는 계기로 삼고 있습니다. 정도경영 실천 서약은 부당한 담합 행위, 불법적 정치 보조금이나 뇌물 제공 같은 부적절한 행위를 금지하는 반부패 법규 준수를 포함하고 있습니다. 또한 LG생활건강과 거래하는 협력회사도 정도경영 실천 서약서를 작성하여 윤리규범과 공정거래를 준수할 것을 약속하고 있습니다.

정도경영 실천 서약 작성 및 온라인 교육 이수 인원¹⁾



7,735명 (99.9%)

1) 2024년 3월 기준

금품수수 신고 제도 운용

LG생활건강은 모든 구성원이 윤리규범을 준수하고 공정거래를 유지하기 위해 협력회사나 거래처로부터 금품이나 사례를 일절 받지 않는다는 원칙을 지키고 있습니다. 매년 설날과 추석에는 대표이사직 직접 구성원과 협력회사, 거래처에 ‘선물 안 주고 안 받기’ 안내문을 발송하여 공정한 거래문화 조성을 당부하고 있습니다. 그런데도 부득이하게 금품이나 선물, 사례 등을 받게 된다면 해당 구성원은 정중히 거절하고 반환해야 하며, 그럴 수 없는 경우에는 해당 물품을 윤리사무팀에 즉시 신고하도록 규정하고 있습니다. 윤리사무팀에 신고된 반환 불가 물품들은 복지단체에 기부하거나 사내 경매를 진행해 그 수익금을 사회공헌 활동에 사용하고 있습니다.

정도경영 평가 제도 운영

LG생활건강의 전 임원과 부문장은 구성원이 자율적으로 정도경영을 실천하는 문화를 조성하기 위해 정도경영 평가 제도를 운영하고 있습니다. 특히, 2023년부터는 정도경영부문에서 교육 자료를 제공하여 현업 주도의 자율성은 유지하되, 핵심 주제와 주요 사안 중심으로 정도경영을 실천할 수 있도록 실효성을 보완하였습니다. 각 사업부마다 조직에 밀접한 사례를 공유하고 조직 안에서 발생할 수 있는 윤리적 리스크를 함께 찾아 예방하는 방식으로 전개하고 있습니다. 이처럼 리더와 구성원이 서로 의견을 교환하며 공동의 목표를 설정하고 달성하기 위해 함께 노력함으로써 조직 전반에 정도경영을 실천하는 문화가 확립되고 구성원 간에 신뢰가 쌓여가는 긍정적인 성과가 나타나고 있습니다.

신고 및 제보 채널 운영

LG생활건강은 사이버 신고(<http://ethics.lg.co.kr>)를 운영하여 윤리규범에 위배되는 불공정 행위를 언제든지 신고할 수 있도록 했습니다. 신고된 내용은 현장 조사를 통해 사실 여부를 확인하고, 부정 행위가 확인되면 징계나 업무 프로세스 개선, 정도경영 교육 등 사후 조치를 취하여 투명하고 공정한 조직문화를 조성하고 있습니다. 또한 신고를 활성화하기 위해 신고 포상 제도와 내부 신고자 보호 제도를 운영하고 있습니다.



LG생활건강 사이버신고(<http://ethics.lg.co.kr>)

제보 및 징계 처리 현황(자회사 포함, 2023년 기준)

이해관계자별 제보 현황

(단위: 건)

구분	2021	2022	2023
제보(회사/구성원)	37	35	58
협력회사 고충	27	8	6
고객 불만	2	1	2

제보 현황

(단위: 건)

징계 현황

(단위: 명)

구분	2023	구분	2023
사실 확인	41	경징계	36
사실 무근	17	중징계	40
총 접수 건수	58	총 징계 인원	76

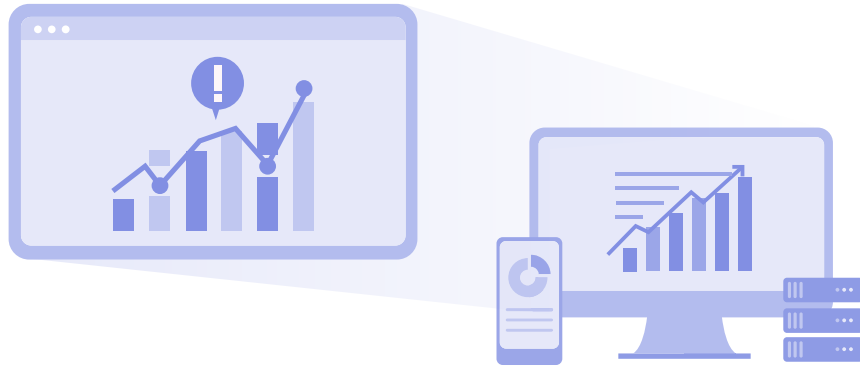
징계 사유별 현황

(단위: 건)

보고 분야	징계 사유	징계 건수
	정보의 왜곡	2
	금품/향응 수수	1
반부패/뇌물	불공정 거래(담합 등)	1
	자산(공금)의 유용 및 횡령	17
	정보 유출	1
차별/괴롭힘	성희롱, 직장 내 괴롭힘	9
자금 세탁 및 내부자 거래		0
고객 정보 데이터 유출		0
이해관계 충돌		0
기타		45

리스크 사전 점검 시스템

정도경영부문에서는 2021년부터 리스크 조기 발견과 대응을 위해 시나리오 기반의 ‘이상 징후 관리(ERM)’ 시스템을 운영하고 있습니다. 전사 자원 통합 관리 시스템(ERP)과 각 업무 영역(구매, 영업 등)에서 개별 시스템으로 관리되는 각종 데이터를 데이터 레이크(Data Lake)에 통합하고, 데이터 분석(CP4D)과 시각화 솔루션(Spotfire)을 활용하여 ERM 시스템을 구축했습니다. 이전에는 제보를 받아 사후 확인을 하는 감사 방식으로 관리했으나, ERM 시스템을 통해 상시적이고 선제적으로 이상 징후를 발견하고 관리하는 체제로 발전시킴으로써 현장 주도의 리스크 자율 점검과 업무 프로세스 개선을 촉진하고 있습니다. 2023년 3월 기준으로 컴플라이언스, 부정비리, 협력회사 부당 거래 등의 리스크에 관련된 총 61개의 시나리오(구매 업무 35개, 영업 업무 22개, 경비 사용 2개, 거래선 관리 2개)를 운영 중이며, 이를 활용하여 현업 부서가 이상 징후를 조기에 발견하고 즉각적으로 조치할 수 있도록 지원하고 있습니다.



해외법인 정도경영 활동

LG생활건강은 글로벌 시장에서 경쟁력을 유지하기 위해 해외 사업 환경까지 고려한 정도경영 문화를 조성하고 있습니다. 해외법인에서도 자율적으로 정도경영을 수행할 수 있도록 각 해외법인마다 정도경영 담당자를 지정하여 육성 중입니다. 2023년에는 중국과 일본 법인에서 자체적으로 정도경영 콘텐츠를 제작하여 교육과 홍보를 실시하기도 했습니다.

CASE 2023 BIS SUMMIT 반부패 서약 참여

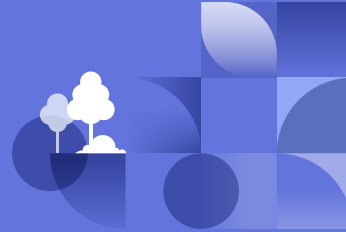
BIS(Business Integrity Society)는 부패 방지를 위한 기업, 국회, 정부부처와의 공동 노력을 장려하고자 2019년에 시작된 프로젝트로, 유엔글로벌콤팩트 한국협회와 한국사회책임투자포럼이 공동 운영합니다. LG생활건강은 2021년에 그동안 추진해온 반부패 선도활동의 노력을 인정받아 ‘반부패 우수 이행 기업’으로 선정되었습니다. 2022년에 이어 2023년에도 기업 반부패 환경 조성을 위한 BIS이 취지와 활동에 공감하며, 공정하고 청렴한 사회를 만들고 ESG에 기반한 기업 경쟁력 강화를 위한 반부패 환경 조성에 적극 참여할 것을 표명하는 서약에 참여하였습니다.

성희롱·괴롭힘 예방과 대응 체계 고도화 TF 운영

국내 최고 수준의 청정기업을 추구하는 LG생활건강은 성희롱·괴롭힘에 대한 예방과 선제적 대응 체계를 갖추기 위해 지주사와 함께 2023년에 성희롱·괴롭힘 서베이 TF를 출범하고 8월 구성원을 대상으로 LG 공통 매뉴얼과 가이드가 적용된 “2023 직장 내 성희롱·괴롭힘 서베이”를 진행했습니다. 이번 서베이를 통해 발견된 이슈에 대해서는 선제적인 조사가 진행되었습니다. 확인된 리스크에 대해서는 내부 규정에 따라 경징계, 중징계 등 후속조치를 완료했습니다. 2024년에는 서베이의 지속적인 개선을 통해 성희롱·괴롭힘의 예방과 대응뿐 아니라 재발 방지까지 연계하는 체계로 고도화해 나갈 계획입니다.



Supply Chain Management



공급망 관리

LG생활건강은 공급망 전체의 리스크를 관리하고 협력회사의 ESG 경영을 지원하여 지속가능한 공급망을 구축하고자 합니다. 이를 위해 공급망 관리 거버넌스를 구축하고 협력회사 행동규범을 제정하였으며, 중요 협력회사를 대상으로 ESG 평가를 시행하여 ESG 역량을 강화할 수 있도록 지원하고 있습니다. 또한 공정한 기회를 제공하고 매출 확대를 도모할 뿐 아니라 기술과 금융, 복리후생을 지원하는 등 협력회사와 파트너십을 더욱 공고히 하여 ‘국내 최고의 동반성장 선도 기업’이라는 비전을 함께 이루어 나갈 것입니다.



추진 목표

- 협력회사 품질등급 향상¹⁾ 누적 401개사(~2025)
- 협력회사 금융 지원¹⁾ 누적 3,102억 원(~2025)
- 해외 협력회사에 대한 고도화 컨설팅 운영 및 신규 발굴 육성
- RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil, 지속가능한 팜오일) 구매 확대
- 협력회사 기술 지원¹⁾ 누적 1,811건(~2025)

1) 협력회사 대상 품질등급 평가는 2019년부터 누적 데이터, 협력회사 대상 기술 지원, 금융 지원 관련 목표 및 성과

주요 성과

협력회사 금융 지원

2336.1억 원(누적)



협력회사 품질등급 향상

329개사(누적)





Sustainable Management

Supply Chain Management

협력회사 ESG 평가 프로세스

협력회사 ESG 평가 체계

LG생활건강은 지속가능한 공급망 구축을 위해 잠재적 리스크인 협력회사 ESG 요소에 대한 평가와 관리를 수행하고 있습니다. 협력회사 ESG 평가를 통해 신규 거래 체결이나 거래 지속 여부를 심사할 뿐 아니라 국가, 산업, 유형별 리스크를 고려한 스크리닝으로 인권 침해, 분쟁광물 이슈 등을 포함한 잠재적 공급망 리스크에 대해 식별합니다. 또한 기존 협력회사의 ESG 역량 강화와 리스크 관리를 위해 정기적으로 제3자 기관과 함께 서면평가와 현장평가를 실시합니다. 평가 결과 개선이 필요한 협력회사에는 컨설팅과 함께 기술, 인력 등을 지원하여 공급망의 지속가능한 성장을 도모하고 있습니다.

평가 대상

LG생활건강은 협력회사 중 중요 협력회사(Significant suppliers)를 대상으로 ESG 평가를 시행합니다. 중요 협력회사는 1) 높은 수준의 거래액, 2) 기술의 대체불가능성, 3) 잠재적 ESG 리스크, 4) 사업 연관성, 5) 육성 필요성 등을 종합적으로 고려하여 정의하고 있습니다.

평가 기준

LG생활건강은 연간 거래액이 1억 원 이상이거나 기술의 대체불가능성과 잠재적 ESG 리스크를 보유한 협력회사를 중요 협력회사로 분류합니다. 또한 구매력 강화와 동반성장을 위해 선정하는 육성 대상 협력회사도 중요 협력회사(Significant suppliers)에 포함하고 있습니다.

협력회사 정의

1. Significant suppliers

분류	포함내용
1. 실적	거래액 연간 1억 원 이상이며 ESG 평가를 수행하는 모든 협력회사

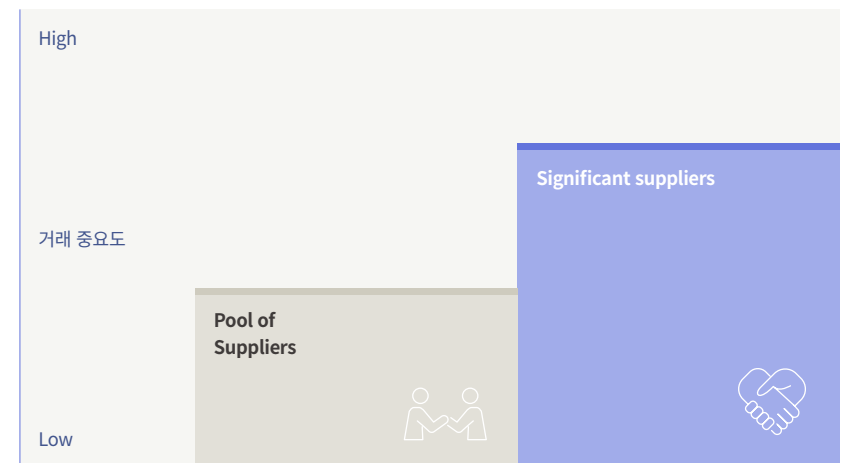
분류	포함내용
2. 기술의 대체불가능성	거래 실적이 발생하며, 회사가 보유하고 있지 않은 기술 및 생산 역량을 갖춘 회사로 ESG 평가를 수행하는 협력회사 ¹⁾
3. 잠재적 ESG 리스크	잠재적 ESG 리스크에 대한 관리가 필요한 협력회사
4. 사업 연관성	사업 연관성이 높아 가치 사슬에 영향력이 큰 협력회사
5. 육성 대상 협력회사 (Growth partners) ²⁾	구매력 강화와 동반성장을 위해 선정하는 육성 대상 협력회사

- 1) 운모, 팜유 등 분쟁광물을 포함한 원재료 리스크, 사업장 위치에 따른 국가 리스크 등 잠재적 리스크가 있다고 판단되는 협력회사를 포함함
- 2) 육성 대상 협력회사(Growth partners) 선정은 내부 별도 기준

2. Pool of Suppliers

연간 거래액이 1억 원 미만이며 원재료, 국가 리스크 등 잠재적 리스크가 없는 협력회사(대리점, 1회성 거래, 소모성 자재, 거래 종결 또는 종결 예정인 협력회사 등)



협력회사 정의



기술적 중요도

협력회사 거버넌스 및 행동규범

LG생활건강은 벨류체인 전반에서 ESG 리스크를 최소화할 수 있도록 공급망 관리 거버넌스 체계를 구축하고 있습니다. 공급망 관리 전담 부서인 개발구매2팀, 공정성장팀에서는 협력회사 ESG 리스크 관리와 동반성장 활동을 진행합니다. 필요한 경우에는 공급망 관련 이슈 사항, 계획 과 성과 보고 등 공급망 관리 전반에 대해 이사회 내 ESG위원회에 보고하거나 중요한 사안에 대해서는 심의를 받을 수 있습니다. 또한, 구매 프로세스가 협력회사 행동강령에 기반하여 이루어지는지 등 상충 예방을 위해 지속적으로 모니터링하고 있습니다. 2023년에는 협력회사 행동규범을 새롭게 개정하였으며, 개정 내용은 LG생활건강 홈페이지에 게시하고 있습니다.

협력회사 행동규범 
지속가능한 구매 정책 

협력회사 ESG 리스크 관리 프로세스

LG생활건강은 지속가능한 공급망 구축을 위해 협력회사에서 발생 가능한 다양한 ESG 리스크를 발굴하여 핵심 관리 영역으로 지정하였습니다. 핵심 관리 ESG 리스크는 사전 진단 - 평가 실사 - 개선 계획 수립 - 모니터링의 세부 절차를 거쳐 체계적으로 관리하고 있으며, 진단 결과에 따라 개선이 필요할 경우에는 협력회사의 역량 강화를 위해 외부기관의 자문 등을 적극적으로 지원하고 있습니다.

협력회사 ESG 평가·실사 및 모니터링

LG생활건강은 지속가능한 공급망 구축을 위해 협력회사에서 발생 가능한 다양한 ESG 리스크를 발굴하여 핵심 관리 영역으로 지정하였습니다. 핵심 관리 ESG 리스크는 사전 진단 - 평가 실사 - 개선 계획 수립 - 모니터링의 세부 절차를 거쳐 체계적으로 관리하고 있으며, 진단 결과에 따라 개선이 필요할 경우에는 협력회사의 역량 강화를 위해 외부기관의 자문 등을 적극적으로 지원하고 있습니다.

협력회사 ESG 리스크 평가 프로세스



공급망 사전 스크리닝 및 ESG 기준 수립

LG생활건강은 기존 협력회사와 재계약하거나 신규 협력회사를 등록할 때 ESG 리스크를 식별하여 계약을 진행하고 있습니다. 사전 ESG 평가 우수 협력회사는 우선협상 대상 선정, 가점 부여 등 인센티브를 제공하며, 기준을 충족하지 못할 경우에는 계약에서 제외하여 ESG 리스크를 관리하고 있습니다. 신규 협력회사 등록 전에는 인권, 환경, 윤리 등 협력회사 행동규범을 바탕으로 한 ESG 사전 스크리닝을 실시하고 있습니다. LG생활건강의 구매 현황을 분석한 결과, 총 협력회사 중 1차 협력회사(Tier1)의 비중은 99%이며, 그 중 중요 협력회사(Significant)의 비중은 32%입니다. 협력회사 유형은 OEM, 원료, 금형, 포장재 등으로 구성되며, 이 중 OEM과 용기의 구매 비중이 전체 구매 금액 중 65%로 높은 비중을 차지합니다.

2023년 공급망 현황

구분	단위	Significant 협력회사	그 외 협력회사
Tier 1(1차)	수(개사)	251	528
	구매 비중(%)	77	23
Non-tier-1 (2차 이상)	수(개사)	13	-

2023년 공급망 구매 분석

구분	유형별 구분	협력회사 수 (개사)	구매 비중 (%)
Tier 1 & Non-tier-1 (Significant)	OEM	67	38
	용기	64	27
	포장재	52	17
	원료	72	17
	금형	9	1
총 합계		264	100

* Tier 1(1차): 직접 거래, Non-tier 1(2차 이상): 간접 거래

구매 담당자 ESG 교육

LG생활건강은 지속가능한 공급망 경쟁력 제고를 위해 협력회사 뿐만 아니라 내부 구성원 교육을 통한 역량 강화에도 힘쓰고 있습니다. 2023년에는 ‘컴플라이언스 뉴스레터’를 통해 납품대금 연동제, 그린워싱 규제 강화, SNS 부당광고 감시 강화, 다크패턴 규제 강화, 제3자 아이디어 탈취 주의 등에 관한 사항들을 발간 및 배포하여 구매 및 ESG 담당자들의 올바른 업무 수행 방식을 제공하였습니다. 이 밖에도 외부 전문가를 초청하여 화장품/식품 산업에서의 ESG 인사이트를 넓히고, 공급망 ESG 리스크 관리 중요성에 대해 다루는 ‘Trend Dream’ 교육을 진행 하였습니다. LG생활건강은 구매 담당자 및 구성원들을 대상으로 한 다양한 교육을 통해 전사적인 ESG 경영 추진을 위한 구성원들의 역할과 책임에 대한 인식을 제고하고, 이해관계자들의 역량을 지속적으로 강화하고 있습니다.

협력회사 ESG 평가 실시

LG생활건강은 매년 중요 협력회사(Significant suppliers)를 대상으로 ESG 평가를 실시하고 있습니다. 전체 평가는 협력회사 서면평가(자가진단)-현장 평가-개선 모니터링의 프로세스로 진행하며, 평가 결과는 협력회사 종합평가에 반영하고 있습니다. RBA(Responsible Business Alliance)에 기반하여 노동 및 인권(28개), 안전보건(30개), 환경(26개), 윤리(17개), 경영시스템(4개) 5개 분야의 105개의 평가 지표로 구성된 협력회사 행동규범을 ESG평가에 활용하고 있습니다.

협력회사 ESG 평가 프로세스



평가 신뢰성 확보

공급망 ESG 평가의 전문성과 객관성, 신뢰성을 확보하고 ESG 관련 새로운 정보와 개선 사항을 제공하고자 다자간 점검을 진행합니다. 2023년에는 서면 평가 결과로 식별된 고위험 협력회사 30개를 대상으로 협력회사 ESG 평가를 주관하는 부서의 담당자 및 제3자 평가기관에 의한 현장 실사를 진행하였습니다. 또한 점검 결과는 모든 협력회사에 결과 보고서로 제공하여 자체적으로 개선 계획을 수립하고 잠재 리스크를 관리할 수 있도록 지원하였습니다.

해외법인 ESG 관리 확대

LG생활건강은 ESG 공급망 관리를 국내 소재 기업에 한정하지 않고, 해외법인까지 관리영역을 확대하였습니다. 해외법인의 효율적 ESG관리를 위해 글로벌 표준 및 현지 기준에 부합하는 국가별 공급망 ESG 지표를 개발하였습니다. 또한 현지법인 관리 인력을 대상으로 ESG 중요성 및 국가별 ESG Issue & Risk를 주제로 한 Seminar를 개최하여, 해외법인의 ESG 이해도 증진 및 ESG 관리 수준을 향상시켰습니다.

협력회사 미흡사항 확인 및 개선 지원

협력회사의 노동 및 인권, 환경, 안전 및 보건, 윤리경영, 경영 시스템 영역에 대해 점검하고 개선을 지원합니다. 잠재 리스크가 확인된 30개의 협력회사를 대상으로 ESG 리스크에 대한 최우선 개선과제, 장기 개선과제를 수립하여 이행하도록 개선 컨설팅을 진행하고 있습니다. 또한 동종업계 우수 ESG 관리 사례 공유, ESG 기술 지원(친환경, 안전보건 인증 등)을 통해 협력회사의 ESG 역량 강화를 지원하고 있습니다.

개선지원 케이스 - 협력회사 ESG Awards

LG생활건강은 2023년 협력회사를 대상으로 “협력회사 ESG Awards”를 신설했습니다. 이번 포상은 공급망 내 인권/환경 등 전반적인 영역에 있어서 리스크 관리의 중요성이 증가함에 따라 협력회사의 자발적 Risk 관리를 유도하고, 우수 ESG 혁신 사례를 공급망 내 다른 협력회사로 전파, 확산 하기 위해 기획되었습니다. LG생활건강 주요 협력회사를 대상으로 진행된 평가는 사업타당성, ESG가치 제고, 확대 가능성이라는 세 가지 기준으로 내부 평가외 외부 전문가 평가를 통해 에너지 사용절감 및 폐기물 절감추진 사례, 친환경 제품 개발혁신 등 총 7개의 우수사례를 선정했습니다. 선정된 협력회사에 대해서는 포상이 진행되었고, 우수 혁신 사례는 협력회사 ESG 경영 확대에 기여할 수 있도록 다른 협력회사에 공유되었습니다.

협력회사 ESG 교육 지원

LG생활건강은 공급망의 ESG 역량 강화를 위해 협력회사를 대상으로 내부 교육을 진행할 뿐 아니라 외부 전문가를 초청하여 ESG 교육을 실시하고 있습니다. ESG 교육은 2021년부터 반기별 1회씩 연 2회 진행하고 있으며, 2023년에는 중소·중견기업의 ESG 관리 필요성과 화장품 산업의 ESG, 글로벌 ESG 동향 등에 대한 주제로 온라인 교육을 진행하였습니다. 교육을 통해 전사적인 ESG 경영 실천에 대한 협력회사 구성원들의 인식 제고에 기여하고 있으며, 중소·중견기업들이 글로벌 동향에 발맞춰 강화되는 ESG 규제에 대처하고 경쟁력을 확보할 수 있도록 적극 지원하고 있습니다.

협력회사 소통 채널

협력회사 동반성장심의위원회¹⁾



- 개최: 연 3회
- 운영내용: 하도급 거래 및 동반성장과 관련된 이슈에 대한 심의
- 구성현황: 사외인사 1명, 협력회사 대표 5명, LG생활건강 내부 심의위원 2명

최고경영자 아카데미²⁾



- 개최: 연 1회
- 운영내용: 동반성장 및 구매 정책 공유, 협력회사 행사 개최
- 구성현황: 협력회사 대표 약 130명

경쟁력 강화 워크숍²⁾



- 개최: 연 1회
- 운영내용: 동반성장 및 구매 정책 공유
- 구성현황: 협력회사 실무자 약 130명

1) 코로나19 확산을 방지하고자 온라인으로 진행함

2) 코로나19 확산을 방지하고자 개별 개최하던 워크숍을 1회로 통합하여 온라인으로 진행함

협력회사 ESG 평가 결과

구분	세부구분	2023년	2023 목표
공급망 ESG 평가	서면/현장 평가를 통하여 평가된 공급업체 수 ¹⁾	366	360
	평가된 중요 공급업체(Significant suppliers) 비율 ²⁾	100	-
고위험 협력회사 식별 ³⁾	상당한 실질적/잠재적 부정적 영향을 가진 것으로 평가된 공급업체 수	30	30
	시정 조치/개선 계획이 있는 상당한 실질적/잠재적 부정적 영향을 가진 공급업체 비율	100	100
	상당한 실질적/잠재적 부정적 영향이 종료된 공급업체 수	30	30
시정 조치 계획 및 이행	시정 조치 계획 이행을 지원받은 공급업체 수	30	30
	시정 조치 계획 이행을 지원받은 중요 공급업체(Significant suppliers) 비율	100	100
역량강화 프로그램 참여	역량강화 프로그램에 참여하는 공급업체 수	131	125
	역량강화 프로그램에 참여하는 중요(Significant suppliers) 공급업체 비율	100	90

1) ESG평가를 진행한 전체 협력회사 수

2) ESG평가를 진행한 전체 협력회사 수 중 Significant suppliers의 비율

3) ESG 리스크가 높은 협력회사: 잠재적 ESG 리스크를 점검하기 위해 총 105개(노동인권 28개, 환경 26개, 안전 및 보건 30개, 윤리 17개, 경영시스템 4개 항목)로 구성된 평가지표를 활용하여 평가한 결과, 고위험군으로 분류된 협력회사(100점 만점 기준, 총점 50점 미만)

협력회사 주요 시정 결과

구분	노동 및 인권	환경	안전 및 보건	윤리경영	경영시스템
As-is	아동노동 및 연소자 근로 발생하지 않으나, 연소근로자 보호조치에 대한 명시적 규정 없음	에너지 및 온실가스 관리와 폐기물 처리 규정 또는 계획 미보유, 배출량 측정 및 관리 미흡	산업재해 및 업무상 질병에 대한 관리 미흡	공정거래 관련 규정 내 구체적인 불공정 행위 명시 미흡	ESG위원회 구성 및 ESG 정보 공시 미흡
To-Be	아동 노동 및 연소가 근로가 없더라도 아동 및 연소자 보호조치 규정 명시화	에너지 및 온실가스 인벤토리 구축 및 환경방침 제정	산업재해 관리 및 정기적인 근골격계 유해인자 조사 실시	구체적인 불공정 행위 명시하여 공정거래 관련 규정 명시화	ESG 위원회 구성 및 지속가능 경영보고서 등을 통한 정보공시 채널 확보

책임 있는 원재료 조달

LG생활건강은 지속가능한 공급망 구축과 책임 있는 원재료 조달을 위해 팜오일, 운모, 금 등 환경·사회적 이슈가 있는 원재료에 대해서는 국내외의 엄격한 기준에 따라 구매해 사용하고 있습니다.

팜오일(PALM OIL)

팜오일은 팜 유래 원료부터 팜오일 유도체까지 화장품과 생활용품 공정에서 다양하게 활용되는 원료입니다. LG생활건강은 팜오일의 올바른 구매와 사용을 위해 글로벌 NGO와 기업이 참여하여 설립한 RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) 활동을 적극 지지합니다. 이러한 활동의 일환으로 2014년에 울산과 온산 사업장의 원료 저장, 생산, 제품 저장, 출하까지 모든 과정에서 RSPO 분리(Segregation) 인증을 국내 최초로 획득하였으며, 2019년에 재인증 취득을 완료했습니다. 특히, 팜오일 생산과 관련하여 인권 침해 이슈가 발생한 공급업체와는 즉시 거래를 중단하고 있습니다. 2025년까지 RSPO 인증 제품 구매 비율을 64.9%로 확대하는 것을 목표로 하고 있으며, 2023년에는 60.2%의 구매 비율을 달성했습니다.

운모(MICA)

운모는 립스틱, 아이섀도, 블러셔등 여러 색조 제품에서 광택을 주는 용도로 사용되고 있습니다. 세계 화장품 업계에서 사용되는 고급 운모의 약 60%는 인도산이지만, 인도 운모의 70%는 정부 통제를 벗어난 위험한 환경에서 아동에 의해 채취되고 있습니다. LG생활건강은 이러한 리스크를 예방하기 위해 미국, 일본, 중국 광산에서 숙련된 노동자들이 생산한 운모를 조달하고 있으며, 피치 못하게 인도산 운모를 사용할 때는 광산으로부터 아동노동 금지(Non-Child labor) 선언 또는 RMI(Responsible Mica Initiative) 회원 인증 여부를 반드시 확인하고 있습니다. 불법 아동노동을 원천 차단하고 안전한 원료를 사용하기 위해 합성운모 100% 전환을 목표로 점차 비중을 확대하고 있습니다.

운모 원자재 구매 현황

품목 수(개)	주요 적용 제품	3개년 구매 현황 (2021-2023년 누계)		원산지별 품목 수(개)			
		구매량(톤)	공급사(개사)	인도	미국	일본	중국
35	색조류(립스틱, 쿠션, 파운데이션 등)	39	8	8	11	9	7

금(GOLD) 인증

LG생활건강은 분쟁지역에서 광물을 채굴할 때 발생할 수 있는 인권 및 환경 리스크를 인지하고 있으며, 이에 따라 분쟁지역에서 비윤리적으로 채굴되는 분쟁광물의 사용을 금지하고 있습니다. 금의 경우, RMI¹⁾의 RMAP²⁾ 인증을 취득한 제련소를 통해서만 100% 구매하고 있습니다. RMAP 인증을 받지 않은 제련소의 광물 공급이 확인될 경우, 해당 공급사와는 즉시 거래를 중단합니다. 앞으로도 공급망 전반의 분쟁광물 구매 절차를 투명하게 관리하고, 분쟁지역의 광물이 공급망 내에서 사용되지 않도록 지속적으로 모니터링 하겠습니다.

Metal	인증	제련소 위치	ID
Gold	런던금속거래소 인증 ³⁾	울산광역시 온산읍	CID001078

1) RMI(Responsible Minerals Initiative): 책임 있는 광물 조달 및 공급망 관리를 위한 연합

2) RMAP(Responsible Minerals Assurance Process): 책임 있는 제련소 인증 프로세스

3) 런던금속거래소(LME, London Metal Exchange): RMAP과 동일한 효력이 있으며, 런던금속거래소에서 인증을 받은 공급업체와 거래를 진행



동반성장

LG생활건강은 ‘국내 최고의 동반성장 선도 기업’이라는 비전을 달성하기 위해 동반성장을 위한 4대 실천 사항과 함께 전략 과제와 세부 전략 방향, 6대 추진 분야를 포함한 전략 체계를 수립했습니다. 자금 지원과 소통 확대, 기술 지원과 같은 다양한 방식을 통해 협력회사와 상호 간에 이익을 공유하며 지속적인 협력 관계를 구축하고 협력회사의 경쟁력을 강화함으로써 동반성장을 실현해 나갈 것입니다.

동반성장 비전 및 전략 체계



공정한 기회

평등한 참여 기회 보장

LG생활건강은 전사 통합구매 시스템(Convergent Purchasing System)을 통해 국내외 모든 기업이 LG생활건강과 거래할 수 있는 기회를 공정하게 제공하고 있습니다. 거래를 희망하는 기업은 시스템을 통해 잠재 협력회사로 등록할 수 있으며, 구매 담당자가 검토한 후 정규 협력회사 등록 여부에 대해 회신합니다. 등록된 모든 정규 협력회사에게 공정한 입찰 기회를 제공하며 계약, 체결, 발주, 수주, 납품, 대금 결제 등 거래 프로세스는 상호 협의를 통해 진행합니다.

불공정 거래 제보·협력 제안 채널 운영

LG생활건강은 협력회사와 거래 관계를 투명하고 공정하게 유지하고 불공정 행위에 대해 신속하고 적절하게 대응하기 위해 다양한 제보 채널을 운영하고 있습니다. 애로 사항, 건의 사항 또는 불공정한 대우 등을 제보할 수 있는 ‘정도경영 사이버 신문고’ 홈페이지를 운영하고 있으며, 전사 통합구매 시스템에도 사이버 신문고 배너를 게시하여 접근성을 높였습니다. 2023년에는 하도급 협력회사와 관련된 제보는 없었습니다. 이와는 별도로 협력회사 의견 청취, 동반성장 신규 사업 수요 조사를 위한 분기별 설문조사를 수행하고 있습니다.

매출 확대

기술제안 전시회 개최

LG생활건강은 협력회사와 힘을 모아 우수한 기술과 아이디어를 발굴하고 제품으로 개발하여 양사의 매출을 함께 늘리기 위해 2013년부터 ‘협력회사 기술제안 전시회’를 개최하고 있습니다. 기술제안 전시회는 협력회사가 신제품이나 개발 콘셉트에 대해 LG생활건강의 마케팅, 영업, 연구개발 등 관련 부서의 담당자와 직접 소통하며 발전 방향을 논의할 뿐 아니라 원재료, 부자재, 상품 등 다양한 영역에서 기술을

제안하고 정보를 공유하는 행사입니다. 전시회에서 선정된 제품은 구매 조건부 개발자금을 통해 공동 개발을 지원함으로써 협력회사의 개발 비용 부담을 크게 줄여줍니다. 또한 해당 제품을 LG생활건강의 신제품에 적용하여 협력회사의 매출 증대에도 기여하고 있습니다. 2023년에는 기술제안 전시회를 2회에 걸쳐 개최했으며, 총 11개 회사가 채택되어 32.3억 원의 신규 매출이 발생하는 성과를 거두었습니다.

기술제안 전시회 운영 현황

구분	단위	2021	2022	2023
기술제안 전시회 실적	회	5	2	2
채택 협력회사	개사	11	7	11
협력회사 신규 매출 발생 규모	억 원	59.9	46.8	32.3

국제미용박람회 참가 지원

한국 화장품 산업의 글로벌 시장 진출 확대를 위해 2013년부터 협력회사의 국제미용박람회 참가를 지원하고 있습니다. 2018년부터는 협력회사의 실질적인 매출로 이어질 수 있도록 해외법인과 수출 상담회를 진행하며 해외 진출을 적극 돕고 있습니다. 코로나19 팬데믹 기간 동안에는 일시적으로 박람회 참가를 하지 못했으나 2024년에는 6월과 10월 총 2회의 박람회 참가를 지원할 예정입니다.



국제미용박람회 참가 지원

기술 인력 지원

기술 자문 지원

LG생활건강은 협력회사기술지원팀을 운영하여 기술이나 제품 개발, 설비 안정화, 생산 조건 최적화 등 중소기업이 스스로 해결하기 어려운 기술적 문제에 자문을 제공하고 있습니다. 협력회사기술지원팀은 화장품과 생활용품 분야에서 오랫동안 경험을 쌓은 전문가 12명이 자문단으로 구성되어 있으며, 협력회사의 현황을 정확하게 진단한 후 개선 방안을 제시하여 기술과 생산 역량 향상에 기여하고 있습니다.

경쟁력 향상 컨설팅 지원

협력회사의 생산성 향상을 목표로 LG생활건강은 2014년부터 외부 전문가를 통한 혁신 파트너십 컨설팅을 제공해 왔습니다. 2023년에는 8개사에 대한 제조 혁신 컨설팅과 함께 1개사에 환경경영 시스템(ISO 14001), 3개사에 안전보건경영 시스템(ISO 45001) 인증 취득을 위한 컨설팅을 지원하였습니다. 특히, 제조 혁신 분야에서는 ‘인쇄 라인의 공업용 가습기 도입을 통한 국부적 화재위험 감소’, ‘금형냉각채널 세척 방법 개선을 통한 3D 작업 감소 및 환경 개선’ 등의 과제 실행을 지원해 협력회사가 불량률 감소, 생산성 향상 등의 성과를 거두며 ESG 경영을 실천할 수 있도록 도왔습니다.

2023년 협력회사 지원 현황

(단위: 건)

항목	2023년 성과
신제품 제작 지원	176
개발 설계 감리비 지원	3
3D·프린팅 지원	9
공생 협력 프로그램	0

협력회사 역량 강화 프로그램 현황

(단위: 건,%)

항목	2023	2023 목표
역량 강화 프로그램 참여	역량 강화 프로그램에 참여하는 공급업체 수	131 / 125
	역량 강화 프로그램에 참여하는 중요(Significant suppliers) 공급업체 비율	100 / 90

금융 지원

하도급 대금 현금 지급

LG생활건강은 2012년부터 하도급 거래 대금을 100% 현금으로 지급하여 협력회사의 자금 운용 여건을 개선했습니다. 또한 2016년부터는 대금의 지급 횟수를 월 2회에서 3회로 늘려 현금 지급 주기를 10일로 단축하여 보다 빠른 자금 회전을 지원함으로써 협력회사의 운영 효율성을 제고하고 경영 안정성을 강화하는 데 기여하고 있습니다.

명절 대금 조기 지급

LG생활건강은 협력회사의 안정적인 사업 운영을 도모하고, 지역 경제의 발전에도 도움이 될 수 있도록 해마다 명절에는 하도급 거래 대금을 일찍 지급하고 있습니다. 2023년에는 설 명절에 258억 원, 추석 명절에 363억 원을 각각 100% 현금으로 조기 지급했습니다.

상생결제 시스템

상생결제 시스템은 LG생활건강이 거래 대금을 지급할 때 2차 이하의 협력회사도 동일한 조건으로 지급받을 수 있도록 한 결제 제도입니다. 이 시스템은 상환청구권이 없어 중소기업들은 담보 설정 부담과 연쇄 부도의 위험 없이 거래대금을 정상적으로 지급받을 수 있으며, 어음 할인 시에도 금융 비용을 줄일 수 있습니다. 2023년에는 1차 협력회사에 8,164억 원, 2차 협력회사에 126억 원의 상생결제가 각각 이뤄졌습니다.

상생협력펀드

LG생활건강은 금융기관과 협력하여 총 410억 원의 상생협력펀드를 조성하여 운영하고 있습니다. LG생활건강과 금융기관이 1:1.5 비율로 자금을 조성했으며, 협력회사의 기술 개발과 투자를 지원하는 데 활용합니다. 특히, 높아진 금리로 경영에 어려움을 겪고 있는 중소기업 협력회사들이 상생협력펀드를 통해 저금리 혜택을 받고 있으며, 2023년 말 기준으로 299억 원을 협력회사에 대여, 자금 운용을 지원하고 있습니다.

복리후생 지원

협력회사 구성원 및 가족 교육 지원

LG생활건강은 협력회사의 경쟁력 강화를 위해 구성원들의 자기개발을 지원하고 있습니다. 업무 능력을 향상시키고 외국어를 학습할 수 있도록 이터닝, 복러닝 등 다양한 채널을 운영하여 구성원들이 여러 방법으로 성장할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.



협력회사 복지 개선 지원

LG생활건강은 구성원의 복지몰을 협력회사 구성원에게도 개방하여 동일한 혜택을 제공하고 있습니다. 2023년에는 총 60개 협력회사 구성원이 복지몰을 이용하였으며, 이용 건수는 1,120건, 금액은 총 5,100만 원입니다.

2차 이하 협력회사 지원

LG생활건강은 2차 이하 협력회사를 지원하기 위해 1, 2차 협력회사 간의 공정거래 협약 체결을 적극적으로 장려하고 있습니다. 1차 협력회사와 체결하는 공정거래 협약과 동일한 내용으로 1차 협력회사와 2차 협력회사 간에도 체결할 수 있도록 유도함으로써 2차 이하 협력회사의 동반성장을 지원할 수 있도록 했습니다. 또한 1차, 2차 협력회사 사이에 표준하도급 계약서를 도입하여 합리적이고 투명한 거래 관계를 확보하고 있습니다. 아울러 여러 동반성장 지원 사업을 모집할 때, 1차 협력회사에 대한 평가 항목인 ‘협력회사 현황 조사’에 2차 협력회사에 대한 공정거래와 동반성장 여부를 삽입하여 동반성장의 온기가 2차 협력회사까지 전달되도록 유도하고 있습니다.

협력회사 교육 이용 현황(협력회사 전용 이러닝, 복리닝 학습)



1,573명 수료

구성원 복지몰 이용 현황(협력회사 구성원의 복지몰 이용)



60개 협력회사
1,120건 (5,100만 원)

열린 소통

LG생활건강은 협력회사의 의견을 청취해 경영 전반에 실질적으로 반영하기 위해 다양한 채널을 통한 열린 소통을 추구하고 있습니다. 1985년 설립된 ‘LG생활건강 협의회’를 중심으로 ‘최고경영자 아카데미’와 ‘경쟁력 향상 워크숍’을 운영하고 있습니다. 매년 1~2회 개최되는 ‘협력회사 정기총회’에서는 130여 개 주요 협력회사 대표와 실무자들을 초대하여 우수 협력회사를 시상하고 유명 연사를 초청하여 청강하는 행사를 진행하고 있습니다. 코로나19로 인해 2020년부터 2022년까지는 온라인 행사로 개최하였으나, 2023년 6월에는 경쟁력 향상 워크숍, 12월에는 최고경영자 아카데미를 오프라인 행사로 각각 시행하였습니다. 특히, 최고경영자 아카데미 행사에서는 협력회사 시상식과 ESG 어워드를 마련하여 협력회사의 우수 사례를 발표하고 우수 하도급 협력회사를 포상하는 시간을 가졌습니다. 한편 협력회사 대표, 사회 저명인사, 하도급 거래 내부 심의위원으로 구성된 ‘협력회사 동반성장심의회’는 3개의 회의체를 통해 동반성장 지원 제도, 하도급 거래 이슈 등의 안건을 심의, 의결하고 있습니다.



2023년 협력회사 최고경영자 아카데미

Sustainability Facts & Figures

경제 성과	114
환경 성과	116
사회 성과	119

경제 성과

재무상태표

(단위: 백만 원)

구분	LG생활건강 [연결]			LG생활건강 [별도]		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
I. 유동자산	2,472,884	2,284,389	2,429,584	1,253,655	861,079	1,207,774
현금및현금성자산	734,521	655,093	910,348	355,339	106,106	461,909
단기금융상품	95,352	21,975	16,478	16,400	16,400	16,400
매출채권	554,857	550,862	529,076	410,374	265,397	291,717
기타채권	38,108	52,024	38,387	31,049	49,160	33,282
재고자산	1,000,656	955,433	884,515	424,544	410,318	388,781
종속기업투자						
매각예정비유동자산						
기타의유동금융자산	825	2,688	5,508	292	300	4,282
기타의유동자산	48,566	46,315	45,271	15,657	13,399	11,403
II. 비유동자산	5,082,355	5,018,541	4,790,702	3,858,726	3,846,245	3,849,636
장기금융상품	20	23	23	11	11	11
장기기타채권	49,093	40,638	31,033	29,115	22,562	51,644
매도가능금융자산						
퇴직급여자산						
종속기업주식				1,639,071	1,580,813	1,552,987
관계기업주식 및 공동기업주식	59,168	60,147	61,771	9,383	9,383	9,383
이연법인세자산	38,594	52,397	34,125	-	-	-
유형자산	2,449,112	2,383,867	2,307,114	1,149,343	1,138,609	1,131,700
사용권자산	204,288	180,821	152,320	34,022	28,250	33,725
투자부동산	30,129	25,934	45,974	29,962	25,943	43,540
영업권						
무형자산	2,168,720	2,100,587	2,007,878	905,392	898,605	893,595
순확정급여자산						
기타비유동금융자산	28,410	64,367	79,877	25,776	61,816	78,386
기타의비유동자산	54,821	109,760	70,587	36,651	80,253	54,666
자산총계	7,555,239	7,302,930	7,220,286	5,112,381	4,707,324	5,057,410
I. 유동부채	1,525,845	1,162,758	1,089,659	765,934	408,372	458,340
II. 비유동부채	531,562	671,336	581,700	125,133	170,859	160,916
부채총계	2,057,407	1,834,094	1,671,359	891,067	579,231	619,255
자본금	88,589	88,589	88,589	88,589	88,589	88,589
자본잉여금	97,326	97,326	97,326	97,326	97,326	97,326
이익잉여금	5,484,022	5,542,447	5,604,425	4,013,008	3,919,984	4,230,100
기타포괄손익누계액	- 64,496	- 83,209	- 96,665	- 2,481	- 2,678	- 2,732
기타자본항목	- 217,432	- 305,870	- 260,224	24,872	24,872	24,872
비지배주주지분	109,823	129,553	115,475			
자본총계	5,497,833	5,468,836	5,548,926	4,221,314	4,128,093	4,438,155

구분	코카콜라음료 [연결]			해태htb [개별]		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
I. 유동자산	386,346	554,535	450,616	80,768	99,350	116,192
현금및현금성자산	171,895	339,787	221,206	7,933	2,893	9,804
단기금융상품	23,000	4,000	-	-	-	-
매출채권	115,735	121,326	127,322	30,511	31,803	37,044
기타채권	1,397	1,856	5,433	2,895	2,765	3,231
재고자산	72,171	84,055	93,208	38,980	61,382	65,645
종속기업투자	-	-	-	-	-	-
매각예정비유동자산	-	-	-	-	-	-
기타의유동금융자산	-	-	-	-	-	-
기타의유동자산	2,148	3,511	3,447	447	507	469
II. 비유동자산	679,514	684,035	654,357	329,687	315,870	300,238
장기금융상품	6	6	6	-	-	-
장기기타채권	6,966	7,573	7,772	4,584	4,330	3,817
매도가능금융자산	344	344	343			
퇴직급여자산						
종속기업주식						
관계기업주식 및 공동기업주식						
이연법인세자산	3,743	3,152	4,721			352
유형자산	633,892	616,581	596,282	296,974	282,958	269,571
사용권자산	11,701	14,058	14,154	2,970	4,187	2,868
투자부동산	5,522	4,965	7,167	24,186	23,466	22,747
영업권						
무형자산	8,843	9,247	9,034	974	928	882
순확정급여자산	8,439	28,039	14,843			
기타비유동금융자산						
기타의비유동자산	60	71	36			
자산총계	1,065,860	1,238,570	1,104,973	410,455	415,219	416,431
I. 유동부채	199,359	185,977	194,624	92,152	90,798	79,730
II. 비유동부채	23,901	24,903	27,045	29,764	46,469	47,182
부채총계	223,260	210,880	221,669	141,916	137,267	126,911
자본금	25,000	25,000	25,000	87,737	87,737	87,737
자본잉여금	22,527	22,527	22,527	153,702	153,702	153,702
이익잉여금	795,410	980,499	836,114	27,626	37,040	48,607
기타포괄손익누계액	- 337	- 337	- 337			
기타자본항목				- 526	- 526	- 526
비지배주주지분						
자본총계	824,600	1,027,690	883,304	268,538	277,952	289,519

손익계산서

(단위: 백만 원)

구분	LG생활건강 [연결]			LG생활건강 [별도]		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
매출액	8,091,511	7,185,759	6,804,839	4,956,148	3,783,321	3,500,214
매출원가	3,039,884	3,168,512	3,177,921	1,891,207	1,671,304	1,713,393
매출총이익	5,051,628	4,017,247	3,626,918	1,364,940	2,112,018	1,786,821
판매비와 관리비	3,761,997	3,306,124	3,139,937	2,084,896	1,683,741	1,569,704
구조조정비용						
영업이익	1,289,630	711,123	486,981	980,044	428,277	217,117
금융수익	9,572	21,588	48,969	12,538	59,969	366,977
금융비용	22,886	27,262	39,052	17,953	15,738	27,397
기타영업외손익	- 94,024	- 294,638	- 228,245	- 129,426	- 306,588	- 133,578
지분법관련손익	5,073	6,958	7,731			
법인세비용차감전순이익	1,187,365	417,769	276,383	845,203	165,920	423,119
법인세비용	326,237	159,429	112,859	237,967	88,969	33,410
당기순이익	861,128	258,340	163,524	607,236	76,951	389,709

구분	코카콜라음료 [연결]			해태htb [개별]		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
매출액	1,422,872	1,571,949	1,612,693	375,461	414,919	419,562
매출원가	851,774	959,297	993,787	283,165	317,546	314,408
매출총이익	571,098	612,652	618,906	92,296	97,372	105,155
판매비와 관리비	370,346	404,835	414,799	86,621	90,536	91,584
구조조정비용						
영업이익	200,752	207,817	204,107	5,675	6,836	13,570
금융수익	899	6,117	8,528	374	307	439
금융비용	155	232	398	438	1,027	1,321
기타영업외손익	- 5,232	16,191	- 2,694	- 212	- 2,308	- 253
지분법관련손익						
법인세비용차감전순이익	196,264	229,894	209,543	5,399	3,809	12,434
법인세비용	46,819	59,261	46,001	2,974	- 2,146	- 927
당기순이익	149,445	170,633	163,542	2,424	5,955	13,361

국가별 법인세비용 현황(2023년)

(단위: 억 원)

지역	매출액	영업이익	연중 법인세납부액	법인세 비용
한국	57,412	4,462	1,337	812
중국	7,223	- 585	0	179
일본	3,872	357	153	111
미국	5,527	158	153	137
대만	473	9	9	2
동남아시아	1,489	30	7	6
기타국가	956	- 181	6	3
기타 ¹⁾ (연결조정)	- 8,904	620	-	- 122
합계	68,048	4,870	1,665	1,129

1) 연결회계대상 법인 간 내부거래 및 미실현손익 조정 금액

세액 및 세율¹⁾

구분	단위	2021	2022	2023	평균
세전 이익	억 원	11,874	4,178	2,764	6,272
명목 세액	억 원	3,210	1,168	581	1,653
명목 세율	%	27.0	28.0	21.0	25.3
실질 세액	억 원	3,262	1,594	1,129	1,995
실질 세율	%	28.0	38.0	40.8	35.6

1) 명목 세액과 실질 세액 차이 발생 사유: 비과세수익·비공제비용, 세액 공제·감면, 전기 법인세 조정액, 실현 가능성이 없는 이연법인세의 변동, 종속 기업 및 관계기업의 당기순손익 지분에 대한 법인세 효과, 이연법인세를 변동 효과, 투자-상생협력 촉진을 위한 과세특례에 따른 추가납부액, 기타

환경 성과

주요 환경 지표¹⁾

구분	국내					
	법인	단위	2021	2022	2023	
제품 생산량	LG생활건강	톤	352,661	295,793	285,458	
	코카콜라음료	톤	707,840	747,195	750,355	
	해태htb	톤	527,220	542,325	526,612	
	합계	톤	1,587,721	1,585,313	1,562,425	
에너지	사용량	TJ	1,200	1,147	1084 ²⁾	
	원단위	LG생활건강	GJ/제품-톤	3.403	3.878	3.797
	사용량	TJ	851	924	902 ³⁾	
	원단위	코카콜라음료	GJ/제품-톤	1.202	1.237	1.202
	사용량	TJ	727	736	699 ⁴⁾	
	원단위	해태htb	GJ/제품-톤	1.379	1.357	1.327
	사용량	합계	TJ	2,778	2,807	2,685
	원단위	합계	GJ/제품-톤	1.756	1.771	1.718
온실가스 ⁵⁾	배출량	LG생활건강	톤 CO ₂ e	55,000	52,650	49,545
	원단위	LG생활건강	톤 CO ₂ e/제품-톤	0.156	0.178	0.174
	배출량	코카콜라음료	톤 CO ₂ e	43,190	47,287	46,113
	원단위	코카콜라음료	톤 CO ₂ e/제품-톤	0.061	0.063	0.061
	배출량	해태htb	톤 CO ₂ e	35,800	36,406	29,818
	원단위	해태htb	톤 CO ₂ e/제품-톤	0.068	0.067	0.057
	배출량	합계	톤 CO ₂ e	133,990	136,343	125,476
	원단위	합계	톤 CO ₂ e/제품-톤	0.084	0.086	0.080
용수	사용량	LG생활건강	톤	595,782	575,270	603,575
	원단위	LG생활건강	톤/제품-톤	1.689	1.945	2.114
	사용량	코카콜라음료	톤	1,772,995	1,917,543	1,910,603
	원단위	코카콜라음료	톤/제품-톤	2.505	2.566	2.546
	사용량	해태htb	톤	1,256,855	1,395,174	1,293,834
	원단위	해태htb	톤/제품-톤	2.384	2.573	2.457
	사용량	합계	톤	3,625,632	3,887,987	3,808,012
	원단위	합계	톤/제품-톤	2.284	2.453	2.437
폐수	배출량	LG생활건강	톤	122,645	105,730	107,766
	원단위	LG생활건강	톤/제품-톤	0.348	0.357	0.378
	배출량	코카콜라음료	톤	940,976	1,014,701	1,022,526
	원단위	코카콜라음료	톤/제품-톤	1.329	1.358	1.363
	배출량	해태htb	톤	729,861	761,439	756,257
	원단위	해태htb	톤/제품-톤	1.384	1.404	1.436
	배출량	합계	톤	1,793,482	1,881,870	1,886,549
	원단위	합계	톤/제품-톤	1.130	1.187	1.207

구분	국내					
	법인	단위	2021	2022	2023	
TOC ⁶⁾	배출량	LG생활건강	톤	9.3	2.7	4.6
	원단위	LG생활건강	kg/제품-톤	0.026	0.009	0.016
	배출량	코카콜라음료	톤	8.6	6.6	4.0
	원단위	코카콜라음료	kg/제품-톤	0.012	0.009	0.005
	배출량	해태htb	톤	14.6	8.4	11.4
	원단위	해태htb	kg/제품-톤	0.028	0.015	0.022
	배출량	합계	톤	32.5	17.7	20.0
	원단위	합계	kg/제품-톤	0.020	0.011	0.013
폐기물	배출량	LG생활건강	톤	11,307	10,303	10,307
	원단위	LG생활건강	kg/제품-톤	32.061	34.833	36.108
	배출량	코카콜라음료	톤	6,906	6,957	5,445
	원단위	코카콜라음료	kg/제품-톤	9.756	9.311	7.257
	배출량	해태htb	톤	5,837	6,432	6,836
	원단위	해태htb	kg/제품-톤	11.072	11.860	12.981
	배출량	합계	톤	24,050	23,692	22,589
	원단위	합계	kg/제품-톤	15.147	14.945	14.458
Nox ⁷⁾	배출량	LG생활건강	톤	5.547	3.352	2.570
	원단위	LG생활건강	kg/제품-톤	0.016	0.011	0.009
	배출량	코카콜라음료	톤	4.518	5.064	4.387
	원단위	코카콜라음료	kg/제품-톤	0.006	0.007	0.006
	배출량	해태htb	톤	7.126	8.788	4.365
	원단위	해태htb	kg/제품-톤	0.014	0.016	0.008
	배출량	합계	톤	17.191	17.204	11.322
	원단위	합계	kg/제품-톤	0.011	0.011	0.007

1) 2023.01.01~2023.12.31

* 일본 사이타마, 도미니카 공장 추가에 따른 일부 데이터 조정

2) 전기: 680, 스팀: 262, 기타 연료: 144

3) 전기: 550, 기타 연료: 353

4) 전기: 301, 스팀: 93, 기타 연료: 208

5) 온실가스, 에너지 목표관리 운영 등에 관한 지침에 따라 산정함

6) 2022년도부터 물환경보전법에 따른 산업폐수 관리 항목이 COD에서 TOC로 전환되어 TOC 배출량으로 집계

7) 자율관리 집행함

구분	해외*					
	법인	단위	2021	2022	2023	
제품 생산량	중국 북경	톤	5,767	6,018	6,811	
	베트남 동나이	톤	1,532	1,631	2,195	
	중국 광주	톤	9,208	5,937	5,280	
	일본 사이타마	톤	492	346	414	
	도미니카	톤	-	303	185	
	합계	톤	16,999	14,235	14,885	
에너지	사용량	중국 북경	TJ	19.4	17.7	20.6
	원단위		GJ/제품-톤	3.358	2.933	3.026
	사용량	베트남 동나이	TJ	12.1	12.9	12.5
	원단위		GJ/제품-톤	7.945	7.913	5.688
	사용량	중국 광주	TJ	82.7	57.3	52.2
	원단위		GJ/제품-톤	8.981	9.651	9.886
	사용량	일본 사이타마	TJ	10.6	10.4	10.0
	원단위		GJ/제품-톤	21.545	30.058	24.155
	사용량	도미니카	TJ	-	43.2	23.5
	원단위		GJ/제품-톤	-	142.574	127.020
	합계	TJ	124.80	141.4	118.8	
	원단위	GJ/제품-톤	7.342	9.933	7.981	
온실가스	배출량	중국 북경	톤 CO ₂ e	1,056	963	1,124
	원단위		톤 CO ₂ e/제품-톤	0.183	0.160	0.165
	배출량	베트남 동나이	톤 CO ₂ e	588	624	616
	원단위		톤 CO ₂ e/제품-톤	0.384	0.383	0.280
	배출량	중국 광주	톤 CO ₂ e	4,756	3,175	2,882
	원단위		톤 CO ₂ e/제품-톤	0.517	0.535	0.546
	배출량	일본 사이타마	톤 CO ₂ e	512	502	484
	원단위		톤 CO ₂ e/제품-톤	1.041	1.451	1.170
	배출량	도미니카	톤 CO ₂ e	-	2,299	1,244
	원단위		톤 CO ₂ e/제품-톤	-	7.587	6.726
	합계	톤 CO ₂ e	6,912	7,563	6,350	
	원단위	톤 CO ₂ e/제품-톤	0.407	0.531	0.427	
용수	사용량	중국 북경	톤	13,159	8,499	10,775
	원단위		톤/제품-톤	2.282	1.412	1.582
	사용량	베트남 동나이	톤	26,321	26,134	36,875
	원단위		톤/제품-톤	17.181	16.023	16.800
	사용량	중국 광주	톤	114,709	81,603	70,951
	원단위		톤/제품-톤	12.458	13.746	13.438
	사용량	일본 사이타마	톤	9,971	11,862	17,905
	원단위		톤/제품-톤	20.267	34.283	43.249
	사용량	도미니카	톤	-	25,640	25,983
	원단위		톤/제품-톤	-	84.620	140.450
	합계	톤	164,160	153,738	162,489	
	원단위	톤/제품-톤	9.657	10.800	10.916	

구분	해외*					
	법인	단위	2021	2022	2023	
폐수	배출량	중국 북경	톤	9,789	6,031	7,748
	원단위		톤/제품-톤	1.697	1.002	1.138
	배출량	베트남 동나이	톤	21,078	20,907	29,499
	원단위		톤/제품-톤	13.758	12.819	13.439
	배출량	중국 광주	톤	98,663	69,597	60,652
	원단위		톤/제품-톤	10.715	11.723	11.487
	배출량	일본 사이타마	톤	7,366	6,737	13,761
	원단위		톤/제품-톤	14.972	19.470	33.239
	배출량	도미니카	톤	-	-	-
	원단위		톤/제품-톤	-	-	-
	합계	톤	136,896	103,272	111,660	
	원단위	톤/제품-톤	8.053	7.255	7.502	
COD	배출량	중국 북경	톤	0.160	0.040	0.480
	원단위		kg/제품-톤	0.028	0.007	0.070
	배출량	베트남 동나이	톤	0.078	0.058	0.060
	원단위		kg/제품-톤	0.051	0.036	0.027
	배출량	중국 광주	톤	2,560	1,360	1,250
	원단위		kg/제품-톤	0.278	0.229	0.237
	배출량	일본 사이타마	톤	0.194	0.225	0.906
	원단위		kg/제품-톤	0.395	0.649	2.188
	배출량	도미니카	톤	-	-	-
	원단위		kg/제품-톤	-	-	-
	합계	톤	2.992	1.683	2.696	
	원단위	kg/제품-톤	0.176	0.118	0.181	
폐기물	배출량	중국 북경	톤	165	177	165
	원단위		kg/제품-톤	28.611	29.412	24.226
	배출량	베트남 동나이	톤	64	87	87
	원단위		kg/제품-톤	41.775	53.342	39.636
	배출량	중국 광주	톤	553	446	403
	원단위		kg/제품-톤	60.056	75.122	76.326
	배출량	일본 사이타마	톤	95	88	55
	원단위		kg/제품-톤	193.252	253.702	132.850
	배출량	도미니카	톤	-	49	45
	원단위		kg/제품-톤	-	161.386	243.243
	합계	톤	877	847	755	
	원단위	kg/제품-톤	51.591	59.501	50.722	

* 2023.01.01~2023.12.31

용수 재활용 현황

법인	구분	단위	2021	2022	2023
LG생활건강	재활용량	톤	46,645	24,423	24,770
	재활용률	%	7.8	4.2	4.1
코카콜라음료	재활용량	톤	97,827	86,230	88,292
	재활용률	%	5.5	4.5	4.6
해태음료	재활용량	톤	73,291	73,326	54,992
	재활용률	%	5.8	5.3	4.3

폐기를 처리 현황(2023년 기준)

구분	단위	LG생활건강	코카콜라음료	해태htb	합계	
지정폐기물	재활용량	톤	1,954.3	0.9	6.6	1,961.8
	소각량	톤	325.7	3.6	248.3	577.6
	매립량	톤	24.0	0.7	0.0	24.7
	기타	톤	145.5	0.0	0.0	145.5
	총량	톤	2,449.4	5.1	254.8	2,709.3
일반폐기물	재활용량	톤	5,101.4	5,378.2	6,472.4	16,952.0
	소각량	톤	2,608.1	48.0	15.3	2,671.4
	매립량	톤	36.2	13.8	25.6	75.6
	기타	톤	112.2	0.0	68.0	180.2
	총량	톤	7,857.9	5,440.0	6,581.3	19,879.2

환경 지출 현황(2023년 기준)

구분	단위	LG생활건강	코카콜라음료	해태htb	합계
환경 투자	백만 원	3,346	2,274	359	5,979
환경 비용	백만 원	3,758	591	874	5,223

공급원별 취수량(2023년 기준)

구분	단위	LG생활건강	코카콜라음료	해태htb	합계
상수도	톤	446,766	1,650,881	1,053,812	3,151,459
지하수	톤	146,572	147,712	240,022	534,306
하천수	톤	10,237	112,010	0	122,247
총량	톤	603,575	1,910,603	1,293,834	3,808,012

용기 재활용량¹⁾

법인	단위	2021	2022	2023
LG생활건강	톤	19,875	20,623	19,984
코카콜라음료	톤	48,200	53,929	53,461
해태음료	톤	9,945	14,258	14,364
총량	톤	78,020	88,810	87,809

1) 한국순환자원유통지원센터(KORA)의 재활용률 공시 자료 기반 데이터 산출

* 데이터 관리 범위 변경 및 방법론 조정 등으로 인한 일부 데이터 조정

사회 성과

전체 구성원 현황¹⁾

국내 구성원 현황²⁾

구분	단위	2021	2022	2023
총 인원 수	명	7,466	7,387	7,314
성별	남성	4,907	4,783	4,689
	여성	2,559	2,604	2,625

1) 국가별 비율: 대한민국(71%), 중국(8%), 일본(5%), 베트남(3%), 대만(3%), 북미(5%), 기타(5%)

2) 해외법인 2,930명 미포함

해외 구성원 현황(해외법인)³⁾

단위	총 인원 수	중국	일본	베트남	대만	북미	기타 ⁴⁾
명	2,930	859	468	351	273	517	462

3) 정규직 기준

4) 싱가포르, 말레이시아, 태국, 홍콩 법인

구성원 세부현황

법인	구분	단위	2021	2022	2023
LG생활건강	총 인원 수	명	4,471	4,471	4,425
	성별	남성	2,107	2,054	1,998
		여성	2,364	2,417	2,427
	고용 형태	정규직	4,461	4,429	4,361
		계약직	10	42	64
	업무 영역	사무직	2,597	2,669	2,610
		생산직	768	735	734
		판매직	1,106	1,067	1,081
		장애인	30	27	28
	다양성	보훈대상자	64	65	64
외국인		18	20	21	
총 인원 수	명	2,244	2,175	2,163	
코카콜라음료	성별	남성	2,118	2,054	2,033
		여성	126	121	130
	고용 형태	정규직	1,989	1,954	1,952
		계약직	255	221	211
	업무 영역	사무직	456	443	460

법인	구분	단위	2021	2022	2023	
코카콜라음료	업무 영역	생산직	명	293	289	295
		판매직	명	1,495	1,443	1,408
	다양성	장애인	명	49	47	47
		외국인	명	0	0	1
총 인원 수	명	751	741	726		
성별	남성	명	682	675	658	
	여성	명	69	66	68	
고용 형태	정규직	명	718	692	659	
	계약직	명	33	43	67	
해태htb	사무직	명	233	225	224	
	업무 영역	생산직	명	261	265	270
		판매직	명	257	245	232
	다양성	장애인	명	16	13	12
		외국인	명	0	0	0

내부 채용

법인	구분	단위	2021	2022	2023
LG생활건강	내부 채용 비율	%	80.5	78.7	78.8
코카콜라음료	내부 채용 비율	%	90.2	87.9	88.9
해태htb	내부 채용 비율	%	78.9	76.2	77.8

1) 내부 후보자에 의해 총원된 공개 포지션(Open Position) 비율

다양성 현황(동일 임금)¹⁾

법인	구분	소분류	남성 대비 여성 평균 임금 비율
LG생활건강	관리직	기본급	94.00%
		전체	93.50%
	비관리직	기본급	79.70%
코카콜라음료	관리직	기본급	89.34%
		전체	89.58%
	비관리직	기본급	111.80%
해태htb	관리직	기본급	99.80%
		전체	93.11%
	비관리직	기본급	99.50%

1) 관리직: 파트장-부문장(임원 제외)

구성원 교육 현황

법인	구분	단위	2021	2022	2023
LG생활건강	교육 참가 인원	명	48,191	31,838	43,268
	인당 교육 시간	시간	58	64	61
	인당 교육비	원	917,394	870,959	1,036,428
코카콜라음료	교육 참가 인원	명	66,113	9,485	7,010
	인당 교육 시간	시간	11	11	15
	인당 교육비	원	89,952	156,032	180,842
해태htb	교육 참가 인원	명	17,702	5,657	4,386
	인당 교육 시간	시간	29	34	35
	인당 교육비	원	88,252	89,580	91,578

인적 자본 투자 효율성

(단위: 백만 원)

구분	2021	2022	2023
총수익(A)	8,091,511	7,185,759	6,804,839
홍영업비용(B)	6,801,881	6,474,636	6,317,858
구성원 관련 지출(C)	982,922	961,144	995,416
인적자본 ROI (A-(B-C))/C	2.31	1.74	1.49

육아휴직 현황

대분류	중분류	소분류(1)	소분류(2)	단위	2021	2022	2023
육아휴직	LG생활건강	육아휴직 사용자 수	남성	명	34	69	53
			여성	명	183	261	282
			합계	명	217	330	335
	육아휴직 후 복귀자 수	육아휴직 후 복귀자 수	남성	명	29	47	52
			여성	명	190	194	235
			합계	명	219	241	287
		업무복귀 후 12개월 이상 근무한 구성원수	남성	명	19	25	42
			여성	명	166	168	186
			합계	명	185	193	228

대분류	중분류	소분류(1)	소분류(2)	단위	2021	2022	2023
육아휴직	LG생활건강	업무복귀 후 12개월 이상 근무한 구성원 비율	남성	%	90	86	89
			여성	%	90	88	96
			평균	%	90	88	95
		육아휴직 사용자 수	남성	명	1	1	5
			여성	명	4	3	3
			합계	명	5	4	8
	육아휴직 후 복귀자 수	육아휴직 후 복귀자 수	남성	명	1	2	2
			여성	명	1	4	2
			합계	명	2	6	4
		업무복귀 후 12개월 이상 근무한 구성원수	남성	명	3	1	2
			여성	명	2	1	4
			합계	명	5	2	6
육아휴직	코카콜라음료	업무복귀 후 12개월 이상 근무한 구성원 비율	남성	%	100	33	100
			여성	%	100	100	100
			평균	%	100	50	100
		육아휴직 사용자 수	남성	명	0	3	0
			여성	명	2	1	0
			합계	명	2	4	0
	육아휴직 후 복귀자 수	육아휴직 후 복귀자 수	남성	명	0	2	1
			여성	명	0	2	0
			합계	명	0	4	1
		업무복귀 후 12개월 이상 근무한 구성원수	남성	명	0	2	2
			여성	명	0	2	1
			합계	명	0	4	3
업무복귀 후 12개월 이상 근무한 구성원 비율	남성	%	0	0	0		
	여성	%	100	0	0		
	평균	%	100	0	0		

고용 창출 현황¹⁾

법인	구분	단위	2021	2022	2023
LG생활건강	남성	명	47	60	63
	여성	명	60	109	90
	합계	명	107	169	153
코카콜라음료	남성	명	26	24	38
	여성	명	1	4	8
	합계	명	27	28	46
해태htb	남성	명	5	11	28
	여성	명	0	3	4
	합계	명	5	14	32

1) 정규직 및 정규직 전환 인원 기준

이직자 현황¹⁾ (2023년 기준)

법인	구분	단위	2021	2022	2023
LG생활건강	남성	명	81	54	44
	여성	명	83	92	96
	합계	명	164	146	140
코카콜라음료	남성	명	13	6	2
	여성	명	2	5	1
	합계	명	15	11	3
해태htb	남성	명	21	19	27
	여성	명	0	3	2
	합계	명	21	22	29

1) 정규직 자발적 이직자 기준, 정규직 자발적 이직률: 2.5%

노동조합 가입률¹⁾

구분	단위	2021	2022	2023
LG생활건강	%	36.6	52.5	57.6
코카콜라음료	%	98.3	97.8	96.6
해태htb	%	86.6	82.3	87.6

1) 노동조합과의 단체협약 사항을 비롯한 주요 합의사항은 전체 구성원(100%)에 적용

산업재해 현황¹⁾

법인	구분	단위	2021	2022	2023	
LG생활건강	발생 수	남성	건	2	3	1
		여성	건	2	1	2
		소계	건	4	4	3
	발생률	남성	%	0.09	0.15	0.05
		여성	%	0.08	0.04	0.08
		소계	%	0.09	0.09	0.07
코카콜라음료	발생 수	남성	건	5	12	9
		여성	건	-	-	-
		소계	건	5	12	9
	발생률	남성	%	0.23	0.58	0.44
		여성	%	-	-	-
		소계	%	0.22	0.55	0.42
해태htb	발생 수	남성	건	4	4	3
		여성	건	-	-	-
		소계	건	4	4	3
	발생률	남성	%	0.55	0.60	0.46
		여성	%	-	-	-
		소계	%	0.50	0.54	0.41

1) 2021~2023년 사망자수 0건, 사내 상주협력회사(Contractor)범위 포함

근로손실재해율(LTIFR)

법인	구분	단위	2021	2022	2023
LG생활건강	구성원	건/백만근무시간	0.43	0.43	0.33
	사내 협력회사	건/백만근무시간	0.84	1.56	1.35
코카콜라음료	구성원	건/백만근무시간	1.13	2.65	2.00
해태htb	구성원	건/백만근무시간	2.82	2.60	1.99

직업발병률(OIFR)

구분	단위	2021	2022	2023
LG생활건강	건/백만근무시간	0.00	0.00	0.00
코카콜라음료	건/백만근무시간	0.00	0.00	0.00
해태htb	건/백만근무시간	0.00	0.00	0.00

구매금액¹⁾(2023년 기준)

지역	구매금액(억 원)	비율(%) ²⁾
한국	23,246	86.82
중국	843	3.15
일본	282	1.05
기타아시아	751	2.80
유럽	834	3.12
북미	311	1.16
남미	310	1.16
오세아니아	199	0.74

1) 원료, 부자재, 상품, 금형 구매금액

2) 전체 구매금액 대비 비율

* 음료 부문까지 포함한 연결기준 구매금액임

협력회사(2023년 국내 기준)

사업부	유형	협력회사 수(개)
Beautiful	상품	98
	원료	249
	부자재	129
	금형	11
Healthy	상품	109
	원료	236
	부자재	94
	금형	6
Refreshing	상품	23
	원료	111
	부자재	45
	금형	3

협력회사 지원 성과 및 목표¹⁾

구분	안심품질등급 향상 협력회사 수	기술지원 건수	금융지원 금액
2021년	240개사(누적)	949건(누적)	1,788.9억 원(누적)
2022년	300개사(누적)	1,153건(누적)	2,186.9억 원(누적)
2023년	329개사(누적)	1,380건(누적)	2,336.1억 원(누적)
2025 목표	401개사(누적)	1,811건(누적)	3,102억 원(누적)

1) 협력회사 대상 안심품질등급 평가는 2019년부터 누적 데이터 / 협력회사 대상 기술지원, 금융지원 관련 목표 및 성과는 2017년부터 누적 데이터

사회공헌 투자금액 및 봉사활동 시간¹⁾

구분	단위	2021	2022	2023	
사회공헌 투자금액	총 합계	백만 원	68,532	48,587	28,473
	현금	백만 원	12,579	17,696	10,282
	현물	백만 원	55,953	30,891	18,191
2023년 간접비	백만 원	1,053	1,079	888	
봉사활동	시간	시간	2,133	1,185	2,329
	환산액	원	83,063,942	47,286,058	82,858,654

1) 구성원 1인 평균 금액 기준 산정

주요 가입 협회 현황 및 이니셔티브

녹색기업협의회	대한화장품학회	기업소비자전문가협회	서울상공회의소	유엔글로벌콤팩트 (UN Global Compact)
대한산업안전협회	한국식품산업협회	한국상장회사협의회	한국화학물질관리협회	CDP (Carbon Disclosure Project)
한국소방안전원	한국제품안전협회	한국지식재산협회	한국펫사료협회	RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil)
한국표준협회	한국건강기능식품협회	대한변리사회		WEPs (Women's Empowerment Principles)
한국산업기술진흥협회	한국공정경영연합회	서울지방변호사회		PACT (Plastic Action)

참여 협회 및 단체 출연 현황¹⁾

(단위: 원)

	2020	2021	2022	2023
로비/이익 단체	0	0	0	0
정치적 기부 및 후원	0	0	0	0
산업 유관 협회 및 단체	753,327,600	780,634,723	795,986,463	806,851,640
기타	0	0	0	0
총 출연금 및 관련 지출액	753,327,600	780,634,723	795,986,463	806,851,640

1) 대한민국 정치자금법 및 LG생활건강 윤리규범 실천 지침에 의거하여 회사의 자산, 예산 등을 이용한 정치적 목적의 기부 후원 등은 엄격히 금지하고 있으며, 로비/이익 단체 출연, 지역 선거 캠페인/후보자 후원, 기타 정치적 기부금은 없음

(단위: 원)

주요 출연 단체명	2023 출연금
대한화장품협회	162,780,000
한국건강기능식품협회	12,000,000
한국식품산업협회	8,160,000
한국제품안전협회	3,000,000
대한산업안전협회	720,000

주요 대외 평가 및 수상 현황

구분	수상내역	평가, 시상기관
2022 동반성장지수	우수기업 선정	동반성장위원회
2023 중앙ESG 경영대상	식음료 및 뷰티 부문 우수기업	중앙일보
납품대금 연동 우수기업 포상	중소벤처기업부 장관상	중소벤처기업부, 공정거래위원회
그린패키징 공모전	환경부장관상	한국환경포장진흥원
일본 굿(Good) 디자인 어워드	본상 수상	일본산업디자인진흥회
미국 IDEA 디자인 어워드	패키징 부문 본상 수상	미국 산업디자인 협회(IDSA)

고객만족도

구분	단위	2021	2022	2023
만족한 고객의 비율	%	88.5	88.8	88.7

제품 리콜

구분	단위	2021	2022	2023
리콜된 제품 수	건	0	1	0

경영시스템 인증 현황

법인	구분	구분	ISO14001	ISO9001	ISO45001	KOSHA-MS	HACCP	ISO22716	녹색기업	FSSC22000
LG H&H	국내	청주, TP공장	2021.12.02.~2024.12.01.	2023.12.13.~2026.12.12.	2022.11.18.~2025.11.17.			2022.11.15.~2025.11.15.		
		울산	2023.11.24.~2026.11.24.	2021.09.10.~2024.09.09.		2022.11.27.~2025.11.26.		2021.10.12.~2024.10.11	2021.11.08.~2024.11.07.	
		온산	2023.10.27.~2026.10.26.	2023.10.27.~2026.10.26.						
		인천						2023.04.28.~2026.05.17.		
		대전 오비엠랩								
	해외	베트남	2023.11.12.~2026.11.12.	2023.11.20.~2026.11.12.						
		북경	2023.12.27.~2026.12.26.		2023.12.27.~2026.12.26.			2022.03.02.~2025.03.01.		
		광저우	2023.06.06.~2026.06.15.	2023.06.06.~2026.06.15.	2023.06.06.~2026.06.15.			2022.05.28.~2025.05.30.		
		일본						2023.01.11.~2026.01.21.		
		도미니카								
CCB	여주	2022.07.01.~2025.06.22.	2022.09.25.~2025.09.24.	2023.07.30.~2026.07.29.		2022.12.16.~2025.12.15.			2022.04.04.~2025.04.03.	
	양산	2022.07.01.~2025.06.22.	2022.12.27.~2025.12.26.	2023.07.30.~2026.07.29.		2023.01.19.~2026.01.18.			2021.06.19.~2024.06.18.	
	광주	2022.07.01.~2025.06.22.	2022.10.24.~2025.10.23.	2023.07.30.~2026.07.29.		2023.03.30.~2026.03.29.		2023.12.14.~2026.12.13.	2021.06.20.~2024.06.19.	
	천안	2023.12.15.~2026.12.14.	2023.12.09.~2026.12.08.	2023.12.15.~2026.12.14.		2023.05.20.~2026.05.19.		2023.12.06.~2026.12.05.	2023.12.28.~2025.05.31.	
	철원	2021.12.08.~2024.12.07.	2021.11.23.~2024.11.22.	2021.12.08.~2024.12.07.					2024.02.02.~2025.05.31.	
HTB	평창	2023.08.10.~2026.08.09.	2023.12.17.~2026.12.16.	2021.06.27.~2024.06.26.					생수: 2021.12.03.~2024.12.02. 프리플제조: 2022.11.30.~2025.11.29.	
	익산1	2023.07.18.~2024.07.17.	2023.07.18.~2026.07.17.	2023.07.18.~2026.07.17.						
	익산2	2022.12.23.~2025.12.22.	2023.10.22.~2026.10.21.	2022.12.24.~2025.12.22.						

APPENDIX

GRI Standards Index	125
유엔글로벌콤팩트(UNGC)	129
TCFD	130
SASB	132
제3자 검증 의견서	134
온실가스 배출량 검증 의견서	137



GRI Standards Index

Statement of use	보고조직 LG생활건강은 2023년 1월 1일부터 2023년 12월 31일까지의 기간 동안, 지속가능경영 내용을 보고함에 있어 GRI 스탠다드 기준을 적용하여 해당 정보를 보고하고 있습니다.
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standards	현재 사용 불가능(2023년 12월 현재 보고일 기준, 산업군(S&P 500, MSCI 기준 LG생활건강 구분 업종)의 기준서가 발표되지 않음) 등

Indicators	Page	Remarks
General Disclosures		
2-1 조직 세부 정보	8-9, 87	
2-2 지속가능경영보고서에 포함된 기업 목록	2, 8-9	
2-3 보고기간, 주기 및 문의처	2	
2-4 정보의 재작성	2	변경 데이터는 주석으로 별도 표기함
2-5 외부 검증	134-136	
2-6 활동, 조직의 가치사슬 및 기타 사업관계	5-7, 10-11	
2-7 구성원	119	
2-8 구성원이 아닌 근로자	사업보고서 346-347	LG생활건강 별도 기준
2-9 거버넌스 구조 및 구성	84	
2-10 최고 거버넌스 기구의 추천 및 선정	84, 86	
2-11 최고 거버넌스 기구의 의장	84-85	
2-12 영향 관리를 위한 최고 거버넌스 기구의 역할	23, 30, 56, 73, 89, 92, 101, 106	
2-13 영향 관리에 대한 책임 위임	23, 30, 56, 73, 89, 92, 101, 106	
2-14 지속 가능 경영 보고에 대한 최고 거버넌스 기구의 역할	86	
2-15 이해관계 상충	84-85	
2-16 중요 사안에 대한 커뮤니케이션	사업보고서 323-324	
2-17 최고 거버넌스 기구의 종합적인 지식	87	

Indicators	Page	Remarks
2-18 최고 거버넌스 기구의 성과평가	[306000] (핵심원칙 6) 사외이사의 적극적인 직무수행을 유도하기 위하여 이들의 활동내용은 공정하게 평가되어야 하고, 그 결과에 따라 보수지급 및 재선임 여부가 결정되어야 한다.	
2-19 보수 정책	[306200] (세부원칙 6-2) - 사외이사의 보수는 평가 결과, 직무수행의 책임과 위험성 등을 고려하여 적절한 수준에서 결정되어야 한다.	
2-20 보수 결정 절차	[306200] (세부원칙 6-2) - 사외이사의 보수는 평가 결과, 직무수행의 책임과 위험성 등을 고려하여 적절한 수준에서 결정되어야 한다.	
2-21 연간 총 보상 비율	87, 사업보고서 347-352	
2-22 지속가능한 성장 전략에 대한 성명서	4	
2-23 정책 공약	52-54	
2-24 정책 공약 내재화	52-54	
2-25 부정적 영향 완화 절차	89-95, 102	
2-26 제기된 우려사항 및 조언에 대한 메커니즘	52, 102	
2-27 법·규제 준수	사업보고서 359-361	중대 위반 건수 없음
2-28 가입 협회(이니셔티브)	129-133	
2-29 이해관계자 참여 접근방식	16-17	
2-30 단체 교섭 협약	121	

GRI 2: General Disclosures 2021

	Indicators	Page	Remarks
Material Topics			
GRI 3:Material Topics 2021	3-1 중대 이슈 결정의 절차	18-19	
	3-2 중대 이슈 목록	19	
중대 이슈 1. 기후변화 대응(탄소 중립), 4. 에너지 사용량 절감 및 효율성 향상			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 중대 이슈 관리	20-21, 22-23	
	302-1 조직 내부 에너지 소비	31-32, 117	
GRI 302: Energy 2016	302-3 에너지 집약도	116	
	302-4 에너지 소비 감축	32	
	305-1 직접 온실가스 배출량(Scope 1)	31, 116	
	305-2 간접 온실가스 배출량(Scope 2)	31, 116	
GRI 305: Emissions 2016	305-3 기타 간접 온실가스 배출량 (Scope 3)	138, 140, 142	Scope 3 커버리지 확대로 배출량 증가 * 협력업체 수(130여 개사) 및 카테고리 수 증가(기존 4개 카테고리(카테고리 1, 5, 7, 12)에서 7개 카테고리(카테고리 1, 3, 5, 7, 12, 13, 15))
	305-4 온실가스 배출 집약도	116-117	
	305-5 온실가스 배출 감축	31-32	
	305-7 NOx, Sox, 및 기타 중요한 대기 배출물	116	Sox, 기타 주요 대기 배출물은 관리 대상이 아님
	중대 이슈 2. 제품 책임 및 안전성 강화		
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 중대 이슈 관리	20-22, 24-25	
	GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1 개선을 위해 안전보건 영향을 평가한 주요 제품 및 서비스군의 비율	25
416-2 제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건		사업보고서 359-361	
중대 이슈 3. 포장재의 환경영향 감축			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 중대 이슈 관리	20-22, 26-27, 33-37	

	Indicators	Page	Remarks
	306-1 폐기물 발생 및 폐기물 관련 중대한 영향	39	
	306-2 폐기물 처리 및 영향 관리 프로세스	27, 33	
GRI 306: Waste 2020	306-3 폐기물 정보(폐기물 총량, 구성, 데이터 정보)	39, 116-117	
	306-4 미처분 폐기물(재활용 처리된 폐기물 총량)	39, 118	
	306-5 처리 방식에 따른 폐기물 총량(에너지 회수 소각, 에너지 비회수 소각, 매립 등)	39, 118	
중대 이슈 5. 지속가능한 협력회사 선정 및 평가, 8. 협력회사 동반성장 활동 강화			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 중대 이슈 관리	106-108, 110-112	
	GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1 환경 기준에 따라 선별된 신규 공급업체	106
308-2 공급망에서 환경에 미치는 부정적 영향 및 조치		107-108	
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1 사회적 영향평가를 통해 스크리닝된 신규 협력회사	105-108	
	414-2 공급망 내 주요한 부정적인 사회 영향과 이에 대한 시행 조치	108	
중대 이슈 6. 용수 절감 및 오 폐수 배출 관리			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 중대 이슈 관리	38	
	GRI 303: Water and Effluents 2018	303-3 용수 취수량	38, 116-118
303-4 용수 배출량		38, 116-117	
303-5 용수 사용량		38, 116-118	
중대 이슈 7. 유해물질 취급 및 관리 강화			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 중대 이슈 관리	25, 40, 60-64	
	SASB	CG-HP-250a.3	61-63

Indicators	Page	Remarks
중대 이슈 9. 글로벌 경쟁력 강화 및 유통 채널 다각화		
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 중대 이슈 관리	68-71
NON-GRI	관련 토픽 스탠다드 없음	
중대 이슈 10. 지배구조 투명성 제고		
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 중대 이슈 관리	84-87
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 거버넌스 기구 및 구성원 다양성	119
	405-2 여성과 남성의 기본급 및 보수 비율	119
GRI 406: Non-discrimination 2016	406-1 차별 사건과 시정 조치	102
경제		
GRI 201: Economic performance 2016	201-2 기후 변화로 인한 재무적 영향과 위험 및 기회	130-131
간접경제효과		
GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016	203-1 인프라 투자 및 서비스 지원 활동	78-82
조달관행		
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1 현지 공급업체에서 구매하는 비율	122
반부패		
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1 기업 부패 위험 평가	103
	205-2 반부패 정책 및 절차에 관한 커뮤니케이션 및 훈련	102-103
	205-3 확인된 부패 사례와 이에 대한 조치	102

Indicators	Page	Remarks	
조세			
GRI 207: Tax 2019	207-1 세금처리 전략	96	
	207-2 세금에 대한 거버넌스, 통제 및 리스크	96	
	207-3 세금과 관련된 이해관계자의 참여와 관리	96	
	207-4 국가별 보고	115	
생물다양성			
GRI 304: Biodiversity 2016	304-1 생태계 보호지역/주변지역에 소유, 임대, 관리하는 사업장	41	
	304-2 사업 활동, 제품 및 서비스가 생물다양성에 미치는 중대한 영향	40-41	
	304-3 서식지 보호 또는 복구	41-42	
	304-4 사업장에 의해 영향을 받는 지역에 서식지를 둔 세계자연보호연맹(IUCN)의 멸종위기 종의 수 및 국가 보존 종의 수(멸종 위기 단계별로)	42	
고용			
GRI 401: Employment 2016	401-1 신규채용과 이직	121	
	401-2 임시직 또는 시간제 근로자에게는 제공되지 않고 정규직 근로자에게만 제공되는 복리후생	49	
	401-3 육아휴직	49, 120	
노사관계			
GRI 402: Labor Management Relations 2016	402-1 경영상 변동에 관한 최소 통지기간	해당사항 없음 N/A	운영상 변화에 대한 통지규정 자체는 존재하나, 단협상 통지기간이 특정되어 있지는 않음
산업안전보건			
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 사업장 안전보건 관리 체계	56-57	
	403-2 위험 식별, 리스크 평가 및 사고 조사	56-57	
	403-3 사업장 보건 서비스	58	

	Indicators	Page	Remarks
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-4 사업장 안전 보건에 대한 근로자의 참여, 상담 및 소통	56-58	
	403-5 근로자 사업장 안전보건 교육	57	
	403-6 근로자 건강 증진	58	
	403-7 비즈니스 관계로 직접 관련된 산업안전보건 영향의 예방 및 완화	56-58	
	403-9 업무 관련 상해	121	
	403-10 업무 관련 질병	121	
훈련 및 교육			
GRI 404: Training and Education 2016	404-1 구성원 1인당 평균 교육 시간	120	
	404-2 구성원 역량 강화 및 전환 지원 프로그램	46-47	
아동노동			
GRI 408: Child Labor 2016	408-1 아동노동 사건의 발생위험이 높은 사업장 및 공급업체	54	인권영향평가 결과 아동노동, 강제노동, 인신매매 등 특이사항 없음

	Indicators	Page	Remarks
강제노동			
GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016	409-1 강제노동 사건의 발생위험이 높은 사업장 및 공급업체	54	인권영향평가 결과 아동노동, 강제노동, 인신매매 등 특이사항 없음
공공정책			
GRI 415: Public Policy 2016	415-1 재정적 정치 공헌	N/A 해당없음	국내 정치자금법 및 LG생활건강 윤리규범 실천 지침을 준수함
마케팅 및 라벨링			
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-2 제품 및 서비스의 정보 및 라벨링과 관련된 법규 위반 사례	N/A 해당없음	중대 위반 건수 없음
	417-3 마케팅 커뮤니케이션과 관련된 법규 위반 사례	사업보고서 361	
고객 개인정보보호			
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1 고객 개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	N/A 해당없음	중대 위반 건수 없음

UNGC

UNGC 성과 이행 보고(Communication on Progress)

LG생활건강은 2012년 유엔글로벌콤팩트(UNGC, United Nations Global Compact)에 가입한 이래, UNGC 10대 원칙을 지지하며 자발적으로 준수하기 위해 노력하고 있습니다. 인권, 노동, 환경, 반부패 등 4대 분야의 정책 수립과 활동 추진을 통해 10대 원칙을 적극적으로 실천하고, 그 성과를 성실히 보고함으로써 국내외 사회적 문제 해결에 기여하는 글로벌 기업시민의 책임을 다할 것입니다.

구분	LG생활건강 제도 및 방침	관련 활동	보고 페이지
인권			
원칙 1.	기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중하여야 하며,	<ul style="list-style-type: none"> · 인권 정책 · 윤리규범 제 1장 고객에 대한 책임과 의무 1. 고객의 존중 	52, 101, 108
		LG생활건강은 상호 대등한 믿음과 애정을 바탕으로 성별 또는 배경에 따른 차별, 강제노동 등을 금지하고 개인의 인권을 존중합니다.	
원칙 2.	인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.	<ul style="list-style-type: none"> · 윤리규범 제 5장 구성원에 대한 책임 1. 공정한 대우 	101, 108
노동			
원칙 3.	기업은 결사의 자유와 단체교섭의 실질적인 인정을 지지하고,	<ul style="list-style-type: none"> · 인권 정책 · 노사협의회 운영요령 · 윤리규범 제 5장 구성원에 대한 책임 1. 인간존중 2. 공정한 대우 	44-48, 105-108
원칙 4.	모든 형태의 강제노동을 배제하며,		
원칙 5.	아동노동을 효율적으로 철폐하고,		
원칙 6.	고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.		
		LG생활건강은 구성원이 독창적 사고와 자율적 행동을 통해 창의적인 인재로 성장할 수 있도록 지속적으로 지원하고 있습니다.	
환경			
원칙 7.	기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고,	<ul style="list-style-type: none"> · 협력회사 행동규범 · 윤리규범 제 6장 국가와 사회에 대한 책임 4. 환경/안전/보건 중시 	26-27, 30-42
원칙 8.	환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며,		
원칙 9.	환경 친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.		
		LG생활건강은 사업 활동에 따른 환경 영향을 최소화하고 환경을 건강하게 보전하기 위해 다양한 친환경 활동을 추진하고 있습니다.	
반부패			
원칙 10.	기업은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.	<ul style="list-style-type: none"> · 윤리규범 제 2장 공정한 경쟁 2. 법규의 준수 제 4장 구성원의 기본윤리 4. 공정한 직무수행 	84-103
		LG생활건강은 그룹의 정도경영을 기반으로 모든 직무를 정직하고 공정하게 수행하며, 구성원의 윤리규범 준수를 독려하고 협력회사와 공정거래를 실천합니다.	

TCFD

TCFD 정보 공개

LG생활건강은 전략적인 기후변화 대응을 위해 이사회 산하 ESG위원회를 중심으로 국제적·지역적 기후변화 추세와 기업에 미치는 영향을 지속적으로 모니터링하고 있습니다. 기후변화 위험으로 인한 잠재적 재무 리스크를 선제적으로 관리하고 관련 활동과 성과를 투명하게 공개하기 위해 TCFD의 권고안에 따라 지배구조, 전략, 위험 관리, 지표와 감축 목표 등 4가지 분야에 대해 다음과 같이 공시합니다.

TCFD 요구 사항	LG생활건강 대응 활동
지배구조	
a) 기후변화 리스크와 기회에 대한 이사회 감독	LG생활건강은 이사회에서 전사 기후변화 관련 사안에 대한 최종 의사결정을 담당합니다. 이사회는 기후변화 사안에 대한 의사결정의 전문성과 효율성을 강화하고자 2021년부터 ESG위원회를 운영하고 있으며, 당 위원회는 기후 관련 안전 심의 및 감독을 담당하고, 위원회 운영 현황을 이사회에 정기적으로 보고하고 있습니다. 2023년 ESG위원회는 기후변화 전략 내재화를 위해 탄소중립 목표 대비 진행 현황 및 위기관리 활동을 검토하고 차년도 기후 대응 활동계획과 친환경 디자인 전략 및 계획을 승인하였습니다.
b) 기후변화 관련 리스크와 기회를 평가하고 관리하는 경영진의 역할	C-level 임원을 주요 거버넌스 조직에 배치하여 기후 대응에 대한 공동 책임을 부여하고 있습니다. CEO는 ESG위원회의 구성원으로 기후변화 안전에 대한 최종의결권을 보유하며, CFO는 ESG협의회 의장으로서 기후 대응 방향을 구성원에게 공유합니다. CRO는 위기관리위원회 및 그린제품 협의회의 위원장을 겸임하며 기후변화 리스크 예방 활동을 강화하고 친환경 포장으로의 전환을 추진하고 있습니다. 나아가 환경 영향을 개선한 제품의 매출액, 자원순환성을 확대한 포장 개발 등 환경 지표를 C-level의 KPI에 반영하여 환경경영의 이행 동기를 강화하고 있습니다.
전략	
a) 단기, 중기 및 장기에 걸친 기후변화 리스크와 기회	<p>LG생활건강은 당사의 단·중·장기 사업 Timeline을 기준으로(단기 ~2025년, 중기 ~2030년, 장기 ~2050년), 기후변화가 국내 사업장과 그 Value Chain에 초래하는 비즈니스 상의 리스크와 기회를 분석하고 있습니다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 단기적으로는 태풍, 홍수 등 자연재해의 발생 빈도 증가는 공장시설 등의 실물자산에 타격을 주어 생산량 감소의 직접적인 요인으로 작용할 것으로 전망됩니다. 한편, 친환경 이니셔티브 참여, 기후변화 관련 정보 공시 강화 등 대외 커뮤니케이션 활동의 강화로 소비자 브랜드 선호도가 향상되고 이것이 매출 확대로 연계될 수 있을 것으로 예상됩니다. 중기적으로는 온실가스 배출 가격이 인상, 배출량 공시 의무 강화 등 온실가스 관련 규제가 강화되고 그에 대응하는 과정에서 운영비용이 추가적으로 발생할 것으로 예상됩니다. 반면, 효율적인 자원이용을 통한 재활용 비용, 에너지 및 용수 수급 비용 등의 운영 비용 절감 효과를 누릴 수 있을 것으로 기대됩니다. 장기적으로는 각국의 에너지 전환 정책 추진으로 산업 부문의 재생에너지 사용 필요성이 증대될 것으로 예상됩니다. 재생에너지에 대한 수요가 증가함에 따라, 재생에너지 조달 비용 또한 증가할 수 있습니다. 한편, 기후 취약 지역 소비자, MZ 세대 등 특정 소비자군의 친환경 제품 소비가 증가할 것으로 예상됩니다. LG생활건강은 기후 대응 제품을 지속 개발 및 판매함으로써 친환경 제품에 대한 니즈에 기민하게 대응하고자 합니다.
b) 리스크와 기회가 LG생활건강의 사업, 전략 및 재무 계획에 미치는 영향	LG생활건강은 식별한 모든 잠재적 리스크 및 기회에 대한 관리 방향성을 수립합니다. 특히, 우선순위 리스크에 대해서는 발생을 예방하거나 발현에 따른 부정적 영향을 경감하기 위한 활동을 전개하고 있습니다. 나아가, 대응 과정에서 유관 부서가 협력하여 전사 사업 기회와 연계할 수 있는 방안을 검토하고 리스크를 단순히 완화 대상이 아닌 성장동력으로 삼고 있습니다. 일례로, 2030년까지 LG생활건강, 코카콜라음료, 해태에이치티비 사업장의 에너지 효율 개선, 재생에너지 사용 확대, 친환경차량 전환 전략을 포함한 연도별로 적용 가능한 84개의 상세 기술과제를 선정하여 약 2천억 원 규모의 투자 계획을 수립하였습니다. 2023년에도 전년도에 이어 사업장 설비 보안을 통한 에너지 효율 개선 활동 및 친환경차량 도입 등의 탄소감축 활동을 추진하여 총 18억원을 투자하였습니다. 또한, 자원순환성이 개선된 제품에 대한 소비자의 관심을 비즈니스 기회와 연계하여 음료 및 화장품 용기에 재생 플라스틱을 적용하고 용기 중량을 감소한 제품 출시, 재활용 용이성이 개선된 단일 포장재 또는 PET와 쉽게 분리될 수 있는 라벨을 적용한 제품 출시, 폐의류/폐멸균팩 업사이클링 중이를 활용한 포장지 개발 등 자원순환성을 개선한 제품군의 확대를 적극 추진하고 있습니다.
c) LG생활건강의 회복탄력성	<p>LG생활건강은 지구 평균 온도의 상승폭을 1.5도 이하로 제한하는 IPCC* 시나리오를 기반으로 '2030년 Scope 1,2,3 배출량 45% 감축'이라는 Top-down 감축목표를 설정하였습니다. 공정 효율성 개선, 연료 전환, 재생에너지로의 전환, 환경친화적 차량으로의 전환 등 LG생활건강 내에서 실현 가능한 과제 검토를 통해 산정한 Bottom-up 감축목표와의 간극을 줄이는 수단은 향후 기후변화 진행양상과 REC, 보일러와 같은 감축수단들 간의 경제성 비교를 통해 탄력적인 결정이 이루어질 수 있도록 할 것입니다.</p> <p>또한 기후변화로 인한 물리적 리스크에 대한 정량적, 정성적 분석을 위해 IPCC의 RCP 1.9, 8.5 시나리오와 IEA의 NZE 및 STEPS 시나리오를 기반으로 사업장, 공장, 생산시설에 직접적으로 끼칠 수 있는 영향을 식별하였습니다. 시나리오 분석을 통해 식별된 물리적 리스크인 호우, 폭염, 태풍, 해수면 상승, 미세먼지와 같은 요소들은 향후 리스크 관리체계를 통해 지속적인 모니터링을 통해 물리적 리스크로 인한 피해를 최소화해 나갈 것입니다.</p> <p>* IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change, 기후 변화에 관한 정부간 협의체) ** IEA (International Energy Agency, 국제 에너지기구)</p>

TCFD 요구 사항	LG생활건강 대응 활동
위험 관리	
a) 기후변화 리스크를 식별하고 평가하기 위한 프로세스	LG생활건강은 TCFD 권고안을 준용하여 기후변화 관련 리스크를 범주화하여 정의하고 있습니다. 리스크는 크게 물리적 리스크와 전환 리스크로 구분하며, 잠재적으로 비즈니스에 영향을 미칠 수 있는 요소를 식별하고 있습니다. 식별된 리스크에 대해서는 정성 및 정량 분석을 수행하고, 당사의 단·중·장기 사업전략 기간 중 리스크의 발현 예상 시점을 추정합니다. 이후 분석결과에 대한 내부 유관부서의 의견을 수렴하여 리스크의 우선순위를 판별하고 대응의 시급성을 논의합니다.
b) 기후변화 리스크를 관리하기 위한 프로세스	LG생활건강은 기후변화 관련 리스크를 사전적으로 방지하고 사후적으로 영향을 경감하기 위한 활동을 전개하고 있습니다. 기후변화 리스크는 ESG팀에서 분기마다 모니터링하여, 리스크의 영향력을 지속적으로 파악하고 있습니다. 기후변화 대응 활동의 추진경과 또한 정기적으로 모니터링하며, 해당 업무는 ESG협의회 및 ESG실무협의회에서 담당하고 있습니다. 모니터링한 리스크 현황 및 대응 경과는 ESG위원회를 거쳐 최종적으로 이사회에 보고되고 있습니다.
c) 기후변화 리스크를 식별, 평가 및 관리하는 프로세스가 전사 위험 관리에 통합되는 방법	LG생활건강은 전사 통합 리스크 관리 시스템을 운영하며 잠재적 위험에 대한 모니터링 및 대응을 실시하고 있습니다. 기후변화 관련 리스크는 전사 차원의 통합 리스크 관리 시스템의 일환으로서 매 분기별로 운영되며 기후변화 관련 리스크의 전사 차원에서의 영향력에 대해서도 지속 적으로 파악하고 있습니다. 또한 잠재적 위험을 전략, 위험, 재무, 운영 리스크 네 가지 범주로 분류하고 리스크의 특성에 따라 관련 부서 또는 전사 차원에서 모니터링 및 관리하고 있습니다.
지표와 감축 목표	
a) 기후변화 리스크, 기회 관리를 위해 사용된 지표 공개	LG생활건강은 기후변화에 직접적인 영향을 미치는 온실가스 배출과 온실가스 원단위에 대한 정량적인 데이터를 확보함으로써 기후변화 관련 위험과 기회에 대한 모니터링 및 평가를 이어가고 있습니다. Scope 1, 2 그리고 Scope 3에서의 배출량 데이터는 지속가능경영보고서 및 CDP 응답지를 통해 이해관계자들에게 공개되고 있습니다. 또한 에너지 및 용수 사용, 폐수 및 폐기물 등 온실가스 배출 이외 주요 환경지표에 대한 데이터를 공개 및 관리하며 생산활동 전반에 걸쳐 발생 가능한 다양한 기후변화 위험과 기회에 단기 및 중장기적으로 대응할 수 있는 체계를 수립하였습니다. 앞으로는 Scope 3 온실가스 배출량의 산정 범위를 단계적으로 확대하고 산정 방안을 지속적으로 보완하여, 강화되고 있는 기후정보 공시 규제에 대비하고자 합니다.
b) Scope 1, Scope 2, Scope 3 온실가스(GHG) 배출량 및 관련 위험 공개	LG생활건강의 2023년 온실가스 배출량은 365,834 tCO ₂ -eq이며, 사업장 내부에서 발생하는 직간접 온실가스 배출량(Scope 1&2)과 기타 간접 배출량까지(Scope 3)을 포함합니다. 당사의 온실가스 배출량 및 현황에 관한 상세 내용은 CDP Climate Change 응답지를 통해 공개하고 있습니다.
c) 기후변화 리스크, 기회 관리를 위해 사용하는 목표	LG생활건강은 '2050 탄소중립 달성이라는 도전적인 목표를 수립했습니다. 목표 실현을 위한 온실가스 감축 과제를 단계적으로 도입하여, 2030년까지 Scope 1,2, 3 온실가스 배출량을 2020년 대비 45% 감축하고 2050년에는 100% 감축을 달성할 것입니다.

SASB

SASB Index

LG생활건강은 미국 지속가능회계기준위원회(SASB, Sustainability Accounting Standards Boards)의 지속가능성 회계 표준 지표와 연계하여 각 분야의 지속가능성 정보를 ESG 보고서에 충실히 수록하고자 노력하고 있습니다. LG생활건강은 생활 및 개인용품 부문, 코카콜라음료와 해태에이치티비는 비알콜 음료 부문에 해당하는 지속가능성 지표를 각각 적용하여 보다 정확하고 투명한 보고가 이루어지도록 하였습니다.

토픽	회계 지표	코드	보고 페이지	추가 정보
생활 및 개인용품 부문(Household & Personal Products) Sustainability Accounting Standard				
용수 관리	(1) 전체 용수 취수량, (2) 전체 용수 사용량, 물스트레스 지수가 높은 수원 지역의 비율	CG-HP-140a.1	116	국내 사업장은 WRI(World Resources Institute) 물스트레스 지수가 낮은 지역에 위치
	용수 관리 리스크 및 리스크 완화 전략과 실행방안 서술	CG-HP-140a.2	38	
제품 환경, 보건, 안전 성과	REACH 목록에 속한 고위험군 우려 물질(SVHC)을 함유한 제품의 매출	CG-HP-250a.1	40	
	캘리포니아 DTSC 후보 목록에 포함된 물질을 함유한 제품의 매출	CG-HP-250a.2	40	
	새로운 소재 및 관련 화학물질을 식별하고 관리하는 프로세스 서술	CG-HP-250a.3	63	
	녹색화학원칙에 따라 개발된 제품의 매출	CG-HP-250a.4	56	
포장재 수명주기 관리	(1) 총 포장 무게, (2) 재활용된 또는 재생가능한 재료로 만든 비율, (3) 재활용, 재사용이 가능한 또는 퇴비 가능한 비율	CG-HP-410a.1	33-36	
	수명주기 동안 포장재의 환경적 영향 저감 전략	CG-HP-410a.2	26-27, 33-37	
팜오일 공급망의 환경, 사회적 영향	(a) Identity Preserved, (b) Segregated, (c) Mass Balance, (d) Book & Claim으로 RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil)에 인증된 팜오일의 양과 비율	CG-HP-430a.1	109	
비알콜 음료 부문(Non-Alcoholic Beverages) Sustainability Accounting Standard				
연료 관리	연료 사용량, 재생 연료 비율	FB-NB-110a.1	116	
에너지 관리	(1) 조직운영 에너지 사용량, (2) 그리드 전력 비율, (3) 재생에너지 비율	FB-NB-130a.1	116	
용수 관리	(1) 전체 용수 취수량, (2) 전체 용수 사용량, 물스트레스 지수가 높은 수원 지역의 비율	FB-NB-140a.1	116	국내 사업장은 WRI(World Resources Institute) 물스트레스 지수가 낮은 지역에 위치
	물 관리 위험에 대한 설명과 이러한 위험을 완화하기 위한 전략 및 관행에 대한 논의	FB-NB-140a.2	38	
보건 & 영양	(1) Zero- 또는 저칼로리 제품 매출, (2) 무설탕 제품 매출, (3) 무 인공감미 음료 매출	FB-NB-260a.1	66-71	
	소비자 영양 또는 건강에 영향을 줄 수 있는 제품 및 원료 파악 및 관리하기 위한 프로세스	FB-NB-260a.2	64	

토픽	회계 지표	코드	보고 페이지	추가 정보
제품 라벨링 & 마케팅	(1) 어린이의 광고 노출 및 (2) 식생활 지침을 충족하는 제품 홍보 광고에 대한 어린이의 노출 비율	FB-NB-270a.1	-	
	(1) 유전자변형 생물체(GMO) 함유 표시 제품과 (2) 비유전자변형 생물체(non-GMO) 표시 제품으로 인한 수익	FB-NB-270a.2	-	
	라벨링 또는 마케팅 관련 컴플라이언스 미준수 횟수	FB-NB-270a.3	128	
	라벨링 또는 마케팅 관련 법적 조치로 부과된 금전적 손실 비용	FB-NB-270a.4	128	
포장재 수명주기 관리	(1) 총 포장 무게, (2) 재활용된 또는 재생 가능한 재료로 만든 비율, (3) 재활용, 재사용이 가능한 또는 퇴비 가능한 비율	FB-NB-410a.1	27, 33-34	
	수명주기 동안 포장재의 환경적 영향 저감 전략	FB-NB-410a.2	27, 29, 33-34	
원료 공급망의 환경적·사회적 영향	공급업체의 사회적, 환경적 책임 감사 결과 (a) 주요한 그리고 (b) 경미한 부적합 사항에 대한 (1) 부적합 비율 및 (2) 관련 시정조치 비율	FB-NB-430a.1	107-108	
원료 조달	물 스트레스 지수가 높거나 극히 높은 지역에서 조달된 음료 원료 비율	FB-NB-440a.1	-	
	우선순위 음료 원료 목록 및 환경 및 사회적 고려사항에 따른 조달 위험 설명	FB-NB-440a.2	-	



제3자 검증의견서

주식회사 LG 생활건강 이해관계자 귀중

Overview

BSI (British Standards Institution) Group Korea (이하 '검증인')는 2023 LG 생활건강 ESG 보고서(이하 '보고서')에 대한 검증을 요청받았습니다. 검증인은 LG 생활건강으로부터 독립적이며, 해당 검증 이외에 주요한 운영 상의 재정적 이해관계가 없습니다. 본 검증의견서는 환경, 사회 및 지배구조와 관련된 LG 생활건강의 보고서에 대해 관련된 이해관계자들에게 검증과 관련된 정보를 제공하는 것에 목적이 있으며, 발행 목적 외 다른 용도, 목적으로 사용될 수 없습니다. 본 검증의견서는 LG 생활건강이 제시한 정보와 주장에 대한 검증 결과에 근거하여 작성되었으며, 검증은 제시된 근거 정보와 데이터가 완전하고 정확하다는 가정 하에 수행되었습니다.

LG 생활건강의 책임은 검증 범위 내에 포함된 관련 정보를 관리하고, 관련된 내부 통제 절차를 운영하는 것에 있으며, 보고서에 포함된 모든 정보와 주장에 대한 책임이 있습니다. 본 검증의견서를 포함하여 보고서와 관련된 질의사항은 LG 생활건강에게 요청되어야 합니다.

검증인의 책임은 명시된 범위에 대해 검증방법론을 적용하여 도출된 전문적 의견을 담은 독립적인 검증의견을 LG 생활건강 경영진에게 제공하는 것에 있으며, 또한 LG 생활건강의 모든 이해관계자들에게 해당 정보를 제공하는 데에 있습니다. 검증인은 검증의견을 제공함에 있어 LG 생활건강을 제외한 제 3 자에게 법적 책임을 포함한 관련된 기타 책임을 지지 않으며, 해당 검증의견이 사용될 수 있는 다른 용도, 목적 또는 이와 관련된 이해관계자들에게 책임을 지지 않습니다.

Scope

LG 생활건강과 합의된 검증범위는 아래와 같습니다.

- 보고서에 수록된 2023 년 1 월 1 일부터 2023 년 12 월 31 일까지의 보고 내용, 일부 성과는 2024 년 포함
- 지속가능경영 정책, 전략, 목표 및 관련 사업 성과 등 보고서에 포함된 주요 정보 및 주장
- 정보 수집, 분석 및 검토를 위한 내부 프로세스 및 시스템의 적합성 및 견고성
- AA1000 Assurance Standard v3 에 따라 지속가능성 검증의 유형에 따라 수행된 보고서의 AA 1000 AccountAbility (2018) 4 대 원칙에 대한 준수 여부 확인 및 적용 가능한 경우 보고서 내 포함된 지속가능성 성과 정보의 신뢰성 확인

아래 사항은 검증범위에 포함되지 않았습니다.

- 보고서 Appendix 에 제시된 재무정보
- 보고서 Appendix 에 제시된 GRI 를 제외한 기타 국제 표준, 규범 및 지속가능성 이니셔티브 관련 Index 항목
- 홈페이지, 사업보고서 등 기타 연계된 부가정보

Assurance Level and Type

검증수준 및 유형은 다음과 같습니다.

- AA1000 Assurance Standard v3 에 따라 중간수준 (Moderate Level) 보증 형태로 AA1000 AccountAbility Principles (2018) 의 4 대 원칙 준수 여부의 확인 및 보고서에 공개된 특정 성과 정보의 품질 및 신뢰성을 확인한 검증 유형 Type2

Description and sources of disclosures covered

검증인은 적용된 검증범위 및 검증방법론에 기반하여, LG 생활건강이 제공한 근거 정보와 데이터의 샘플링 (Sampling)을 토대로 아래의 공시지표 (Disclosures)를 검토하였습니다.

[공통표준(Universal Standards)]

2-1 to 2-5 (The organization and its reporting practices), 2-6 to 2-8 (Activities and workers), 2-9 to 2-21 (Governance), 2-22 to 2-28 (Strategy, policies, and practices), 2-29 to 2-30 (Stakeholder engagement), 3-1 to 3-3 (Material Topics Disclosures)

[주제표준(Topic Standards)]

201-2, 203-1, 204-1, 205-1~3, 207-1~4, 302-1, 302-3~4, 303-1~5, 304-1~4, 305-1~5, 305-7, 306-1~5, 308-1~2, 401-1~3, 402-1, 403-1~7, 403-9~10, 404-1~2, 405-1~2, 406-1, 408-1, 409-1, 414-1~2, 415-1, 416-1~2, 417-2~3, 418-1



Methodology

검증인은 검증기준을 준수하며, 보고내용에 대해 오류를 낮출 수 있도록 관련증거를 수집하기 위해 개발된 방법론을 활용하였으며, 다음의 활동을 수행하였습니다.

- 지속가능성 맥락 차원의 이해관계자로부터 제기될 수 있는 이슈에 대하여, 검증 우선순위 결정을 위한 최고 수준의 검토 및 중대성 평가, 내부 분석 프로세스의 정당성 확인
- 이해관계자 참여에 대한 담당자 및 관리자와의 논의
- 중대성 평가 결과 도출된 주요 이슈의 관리 책임이 있거나, 관련된 부서의 상위 관리자 인터뷰 수행을 통해, 보고한 주요 이슈 및 보고서 내 포함된 주장에 대한 근거의 적합성 확인
- 지속가능성 전략 이행 프로세스와 해당 프로세스의 실행을 위한 시스템 확인 및 각 성과 영역별 데이터의 생성, 수집 및 보고 과정 확인
- 데이터 수집 과정 및 내부통제절차, 관리 수단의 효용성 확인을 위한 LG 생활건강의 서울 본사 방문
- AA1000 AccountAbility Principles (2018)의 포괄성, 중요성, 대응성 및 영향성 등 4 대 원칙에 대한 보고 및 관리 프로세스 평가

Limitations and approach used to mitigate limitations

검증인은 보고조직에서 제공한 데이터와 자료에 근거하여 한정된 기간 내에 제한적 검증을 실시하였으며, 이에 따라 검증 과정에서 중대한 오류가 발견되지 않고, 존재할 수도 있는 불가피한 위험과 관련된 한계성을 내포하고 있습니다. 검증인은 검증 과정 중 예측하거나 확인할 수 없는 발생가능한 미래 영향 및 이와 관련된 추가적 측면에 대한 보증을 제공하지 않습니다.

Competency and Independence

BSI (British Standards Institution)는 품질, 환경, 안전보건, 에너지 및 반부패, 컴플라이언스 등 경영시스템 분야에 전문성을 가지고 있으며, 1901년 설립되어 전 세계적으로 약 120년 동안 인증, 검증서비스를 제공해 온 독립된 전문기관입니다. 검증인은 보고조직과 어떠한 비즈니스 관계도 맺고 있지 않으며, 독립적으로 검증을 수행하였고, 어떠한 이해상충도 없습니다. 본 검증을 수행한 검증팀은 환경, 안전보건 등 경영시스템 분야 및 사회, 기업윤리 등 지속가능성 분야에서의 오랜 경험과 BSI Group의 검증표준방법론에 대한 이해가 탁월한 AA1000 Assurance Standard 검증심사원으로 구성되었습니다.

Opinion Statement

본 검증은 AA1000 Assurance Standard v3에 따라 수행되었으며, 검증인은 LG 생활건강의 AA1000 Assurance Standard에 대한 접근방식에 대한 설명과 GRI Standards 준수 자체 선언에 대한 확신을 위하여, 충분한 근거를 수집하기 위해 검증 절차를 계획하고, 해당 계획을 바탕으로 검증을 수행하였습니다.

검증을 수행한 결과, 검증인은 중요성 측면에서 LG 생활건강의 보고서에 수록된 정보 및 데이터가 부적절하게 기술되었다고 판단할 만한 사항을 발견하지 못하였습니다. 검증인은 보고서 내 포함된 경제, 사회 및 환경 등 주요 지속가능성 성과 지표가 LG 생활건강의 효과적인 내부 통제 절차에 의해 관리되고 있다고 믿습니다.

Conclusions

보고서는 GRI Standards 따라 보고(Reporting in accordance with the GRI Standards)되었다고 판단되며, AA1000 AccountAbility Principles (2018)의 4대 원칙에 대한 검증인의 의견은 다음과 같습니다.

포괄성 Inclusivity

LG 생활건강은 이해관계자를 식별하여 고객, 구성원, 주주/투자자, 협력회사, 지역사회 및 정부/공공기관/협회를 주요한 이해관계자로 선정하였습니다. 지속가능성 맥락 차원의 이해관계자별 의견을 수렴하기 위하여, 주요한 이해관계자 참여 프로세스(Engagement Process)를 운영하고 있습니다. 이해관계자 참여 프로세스를 통해 도출된 주요 이슈를 LG 생활건강의 지속가능성 전략과 목표에 반영하기 위하여 검토하고 있으며, 해당 프로세스와 관련된 성과를 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

중요성 Materiality

LG 생활건강은 지속가능성 전략과 목표를 수립하고, 이를 달성하기 위한 중장기 계획과 전략 체계를 구체화 하였습니다. 지속가능성과 관련된 보고 이슈를 도출하기 위하여 중대성 평가 프로세스를 운영하고 있으며, LG 생활건강의 주요한 비즈니스 특성 및 운영 특성을 고려하여 고유의 중대성 평가 프로세스를 구축하였습니다. 중대성 평가 시 국제 공시 표준 및 평가 지표 분석을 실시하고, 동종 산업 벤치마킹 및 이해관계자 참여 프로세스의 산출물 분석을 실시하였습니다. LG 생활건강은 해당 프로세스를 통해 3개의 핵심 이슈와 7개의 보고이슈를 도출하였으며, 도출된 중대 이슈의 목록과 관련된 GRI 주제 표준 (Topic standards disclosures)을 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

대응성 Responsiveness

LG 생활건강은 중대성 평가를 통해 도출된 지속가능성 맥락 차원의 중대 이슈에 대한 관리 프로세스를 운영하고 있습니다. LG 생활건강은 구축한 고유의 지속가능성 전략 체계에 따라 보고한 중대 이슈의 대응성을 강화하기 위하여, 중요 이슈별 이해관계자의 영향도를 분석하고, 이와 관련된 분석결과, 전략, 목표 등 주요한 대응 성과를 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

영향성 Impact

LG 생활건강은 보고한 중대 이슈의 지속가능성 맥락 차원에서, 조직 및 주요한 이해관계자에게 미치는 범위와 정도를 식별하고, 해당 영향을 평가하는 프로세스를 운영하고 있습니다. 보고한 중대 이슈의 주요한 영향의 분석 결과를 바탕으로 지배구조(Governance) 차원의 검토를 통해 지속가능성 전략과 계획을 수립하고 있으며, 해당 프로세스를 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

Findings and conclusions concerning the reliability and quality of specified performance information

GRI 주제 표준(Topic Standards) 중 에너지, 폐기물, 용수, 직접 온실가스 배출량 (Scope1), 간접 온실가스 배출량 (Scope2), 기타 간접 온실가스 배출량 (Scope 3), NOx 배출량, 업무관련 사고로 인한 근로손실재해율(LTIFR) 관련된 조항은 보고 조직에서 제공한 정보와 데이터에 근거하여 검증유형 Type2 로 수행되었습니다. 해당 자료와 정보의 신뢰성 및 정확성 확인을 위하여, 담당 부서 인터뷰를 통해 데이터 처리, 가공, 관리와 관련된 내부 통제 절차에 대해 확인하였으며, 샘플링(Sampling)을 통해 정확성을 확인하였습니다. 보고서에 포함된 지속가능성 성과 정보의 오류 및 의도적인 왜곡은 발견하지 못하였습니다. 보고조직은 신뢰할 수 있는 내부 통제 절차를 통해 해당 지속가능성 성과 정보를 관리하고 있으며, 해당 성과의 출처 등 도출 과정을 추적할 수 있습니다. 검증 과정 중 발견된 오류, 불명확한 표현은 검증 과정 및 보고서 발간 이전에 수정되었으며, 검증인은 해당 오류, 표현이 수정된 최종 보고서를 확인하였습니다.

- GRI Topic Standards: 302-1, 302-3, 302-4, 303-3, 303-4, 303-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-7, 306-3, 306-4, 306-5, 403-9, 403-10

Recommendations and Opportunity for improvement

검증인은 검증 의견에 영향을 미치지 않는 범위 내에서 다음의 의견을 제시합니다.

- 글로벌 지속가능성 공시 표준의 요구사항에 선제적으로 대응하기 위하여, 해외법인 등 주요한 연결 대상 종속

자회사의 지속가능성 성과지표 관리체계를 구축하고, 내부통제절차를 강화하는 것이 지속가능경영체계를 고도화하는 데에 도움이 될 수 있습니다.

- 주요한 연결 대상 종속 자회사의 산업 특성을 고려하여, 자회사별 지속가능성 전략과 목표, 세부 과제를 산업별로 구분하는 것이 전사적 지속가능경영체계를 고도화하는 데에 도움이 될 수 있습니다.

GRI-reporting

LG 생활건강은 GRI Standards 준수에 대하여 자체적으로 선언하였습니다. 검증인은 LG 생활건강의 보고서가 GRI Standards 에 따라 작성(Reporting in accordance with the GRI Standards)되었음을 확인하였으며, LG 생활건강이 제공한 자료와 정보에 기반하여 공통표준(Universal Standards)과 주제표준(Topic Standards) 등 GRI Standards 준수 요구사항을 충족하고 있다는 주장에 오류를 발견하지 못하였습니다. 별도의 산업표준(Sector Standards)은 적용되지 않았습니다.

Issue Date: 27/06/2024

For and on behalf of BSI (British Standards Institution):

BSI representative

검증팀장 이정우,
Lead Assurer, ACSAP



대표이사 임성환,
Managing Director



BSI Group Korea Limited: 29, Insa-dong 5-gil, Jongno-gu, Seoul, South Korea
Hold Statement Number: SRA 749665

 AA1000
Licensed Report
000-4/V3-CFN7Q

온실가스 배출량 검증 의견서(LG생활건강) - Scope1,2

(단위: tCO₂e)

서문

(재)한국품질재단은 (주)엘지생활건강(이하 ‘회사’라 함)의 2023년 Scope 1, 2 온실가스 배출량(이하 ‘온실가스 배출량’이라 함)에 대한 검증을 수행하였습니다.

검증 범위

2023년 기준 (주)엘지생활건강의 운영통제 하에 있는 전체 사업장의 모든 온실가스 배출시설을 대상으로 하였습니다.

검증 기준

[온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침¹⁾], [2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories]를 기준으로 하였습니다.

1) 환경부고시 제2023-221호

보증 수준

검증은 ISO14064-3에 규정된 절차에 따라 계획 및 수행되었고, 검증의 보증 수준은 제한적 보증 수준을 만족하도록 수행 되었습니다. 또한 검증 전 과정에 대한 절차가 효과적 수행되었는지 내부심의를 통해 확인하였습니다.

검증 한계

검증은 기준 및 방법 등을 적용하는 과정에서 발생될 수 있는 고유의 한계를 내포하고 있습니다.

검증 결론

온실가스 배출량 보고서에 수록되어 있는 온실가스 배출량 데이터에 대해 아래와 같은 결론을 제시합니다.

- 1) 온실가스 배출량은 검증기준에 따라 적절하게 산정되었습니다.
- 2) 온실가스 배출량 산정에 사용된 데이터와 정보는 적절하고 합리적이며, 검증의견에 영향을 줄 수 있는 중대한 오류 및 누락은 발견되지 않았습니다.
- 3) 따라서 다음의 2023년 온실가스 배출량에 대해 “적정” 의견을 제시합니다.

Scope1	Scope2	Total
7,355	42,195	49,545

* 온실가스 배출권거래제 배출량 보고 및 인증 지침에 따르면, 총 배출량은 사업장단위 소수점 절사값이므로 Scope 1, 2 배출량 합과 총 배출량 값이 일부 상이할 수 있음

LG생활건강 2023년 온실가스 배출량 산정 결과

조직명: (주)엘지생활건강

배출량 산정 대상기간: 2023년 1월 1일~2023년 12월 31일

(단위: tCO₂e)

사업장	Scope1	Scope2	Total
울산공장	4,493.702	9,698.781	14,192
본사	537.346	1,136.598	1,673
청주공장	27.950	10,385.110	10,413
청주 TP	816.902	4,473.421	5,290
온산공장	1,167.557	6,956.455	8,124
인천공장	140.091	419.253	559
대전오비엠피	0	100.7	100
마곡SP연구소	46.833	4,979.1	5,025
대전기술원	100.136	796.623	896
물류센터	24.584	3,054.498	3,079
직영매장	0	194.587	194
합계	7,355	42,195	49,545

* 온실가스 배출권거래제 배출량 보고 및 인증 지침에 따르면, 총 배출량은 사업장단위 소수점 절사값이므로 Scope 1, 2 배출량 합과 총 배출량 값이 일부 상이할 수 있음



2024년 5월 13일
한국품질재단 대표 송지영

Ji Young Song

온실가스 배출량 검증 의견서(LG생활건강) - Scope3

서문

한국생산성본부인증원은 (주)LG생활건강 으로부터 2023년도 Scope 3 온실가스 배출량에 대한 검증을 요청 받았습니다. ISO 14064-1 및 WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard를 기준으로 한 배출량 보고에 대한 책임은 (주)LG생활건강 의 경영자에게 있으며, 한국생산성본부인증원의 책임은 Scope 3 온실가스 배출량 데이터가 검증기준에 따라 작성, 산정되었는지에 대한 ISO 14064-3 및 이에 기반을 둔 검증절차를 토대로 검증을 수행하고 제한적 보증수준의 검증의견을 제공하는 데 있습니다.

검증 범위

본 검증의 범위는 다음과 같습니다.

- Scope: Scope 3-기타 배출량
- 조직 경계: (주)LG생활건강 국내 사업장
- 카테고리: 총 07
 - Category 1. 구매 제품 및 서비스
 - Category 3. Scope 1, 2에 포함되지 않는 연료 및 에너지
 - Category 5. 사업장 발생 폐기물
 - Category 7. 구성원 출퇴근
 - Category 12. 판매한 제품의 폐기
 - Category 13. 다운스트림 임대자산
 - Category 15. 투자

* “(주)LG생활건강 협력업체 탄소중립 가이드라인”에 따라 소규모배출시설(전체 배출량의 5% 미만이거나 배출량 100tCO₂eq 이하인 시설) 및 이동연소 배출시설, 데이터 부재시 배출량 산정에서 일부 제외함

** Category 1은 1차 협력사 중 103개사의 생산단계에 한정하여 산정함

보증 수준

제한적 보증 수준

검증 결론

ISO 14064-3 등의 검증 절차를 통해 보고서에 수록되어있는 온실가스 배출량 데이터에 대해 아래와 같은 결론을 제시합니다.

1) (주)LG생활건강 의 2023년 Scope 3 온실가스 배출량은 ISO 14064-1, WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard에 따라 적절하게 산정되었습니다.

2) (주)LG생활건강 의 2023년 국내 사업장 Scope 3 온실가스 배출량에 대한 중요성 평가과, ISO 14064-3: 온실가스 성명서에 대한 타당성평가 및 검증을 위한 사용 규칙 및 지침 만족하고 있습니다.

온실가스 배출량 (tCO ₂ -eq)	Category 1. 구매 제품 및 서비스	53,386
	Category 3. Scope 1, 2에 포함되지 않는 연료 및 에너지	4,102
	Category 5. 사업장 발생 폐기물	3,447
	Category 7. 구성원 출퇴근	675
	Category 12. 판매한 제품의 폐기	25,348
	Category 13. 다운스트림 임대자산	1,377
	Category 15. 투자	155
	총 배출량 (Scope 3)	88,490

* 보고기간: 2023.1.1~2023.12.31



2024년 6월 12일
한국생산성본부인증원 원장 강장진

온실가스 배출량 검증 의견서(코카콜라음료) - Scope1,2

서문

(단위: tCO₂e)

(재)한국품질재단은 (주)코카콜라음료(이하 ‘회사’라 함)의 2023년 Scope 1, 2 온실가스 배출량(이하 ‘온실가스 배출량’ 이라 함)에 대한 검증을 수행하였습니다.

검증 범위

2023년 기준 (주)코카콜라음료의 운영통제 하에 있는 전체 사업장의 모든 온실가스 배출시설을 대상으로 하였습니다.

검증 기준

[온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침¹⁾], [2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories]를 기준으로 하였습니다.

1) 환경부고시 제2023-221호

보증 수준

검증은 ISO14064-3에 규정된 절차에 따라 계획 및 수행되었고, 검증의 보증 수준은 제한적 보증 수준 을 만족하도록 수행 되었습니다. 또한 검증 전 과정에 대한 절차가 효과적 수행되었는지 내부심의를 통해 확인하였습니다.

검증 한계

검증은 기준 및 방법 등을 적용하는 과정에서 발생될 수 있는 고유의 한계를 내포하고 있습니다.

검증 결론

온실가스 배출량 보고서에 수록되어 있는 온실가스 배출량 데이터에 대해 아래와 같은 결론을 제시합니다.

- 1) 온실가스 배출량은 검증기준에 따라 적절하게 산정되었습니다.
- 2) 온실가스 배출량 산정에 사용된 데이터와 정보는 적절하고 합리적이며, 검증의견에 영향을 줄 수 있는 중대한 오류 및 누락은 발견되지 않았습니다.
- 3) 따라서 다음의 2023년 온실가스 배출량에 대해 “적정” 의견을 제시합니다.

Scope1	Scope2	Total
19,786	26,329	46,113

* 온실가스 배출권거래제 배출량 보고 및 인증 지침에 따르면, 총 배출량은 사업장단위 소수점 절사값이므로 Scope 1, 2 배출량 합과 총 배출량 값이 일부 상이할 수 있음

코카콜라음료 2023년 온실가스 배출량 산정 결과

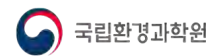
조직명: (주)코카콜라음료

배출량 산정 대상기간: 2023년 1월 1일~2023년 12월 31일

(단위: tCO₂e)

사업장	Scope1	Scope2	Total
여주사업장	8,231.057	12,598.239	20,829
양산사업장	2,468.950	6,943.731	9,412
광주사업장	1,664.874	4,508.692	6,173
CCB 물류	7,421.573	2,277.958	9,699
합계	19,786	26,329	46,113

* 온실가스 배출권거래제 배출량 보고 및 인증 지침에 따르면, 총 배출량은 사업장단위 소수점 절사값이므로 Scope 1, 2 배출량 합과 총 배출량 값이 일부 상이할 수 있음



2024년 5월 13일
한국품질재단 대표 송지영

Ji Young Song

온실가스 배출량 검증 의견서(코카콜라음료) - Scope3

서문

한국생산성본부인증원은 (주)코카콜라음료 으로부터 2023년도 Scope 3 온실가스 배출량에 대한 검증을 요청 받았습니다. ISO 14064-1 및 WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard를 기준으로 한 배출량 보고에 대한 책임은 (주)코카콜라음료 의 경영자에게 있으며, 한국생산성본부인증원의 책임은 Scope 3 온실가스 배출량 데이터가 검증기준에 따라 작성, 산정되었는지에 대한 ISO 14064-3 및 이에 기반을 둔 검증절차를 토대로 검증을 수행하고 제한적 보증수준의 검증의견을 제공하는 데 있습니다.

검증 범위

본 검증의 범위는 다음과 같습니다.

- Scope: Scope 3-기타 배출량
- 조직 경계: (주)코카콜라음료 국내 사업장
- 카테고리: 총 04
 - Category 1. 구매 제품 및 서비스
 - Category 3. Scope 1, 2에 포함되지 않는 연료 및 에너지
 - Category 5. 사업장 발생 폐기물
 - Category 12. 판매한 제품의 폐기

* “(주)코카콜라음료 협력업체 탄소중립 가이드라인”에 따라 소규모배출시설(전체 배출량의 5% 미만이거나 배출량 100tCO₂eq 이하인 시설) 및 이동연소 배출시설, 데이터 부재시 배출량 산정에서 일부 제외함

보증 수준

제한적 보증 수준

검증 결론

ISO 14064-3 등의 검증 절차를 통해 보고서에 수록되어있는 온실가스 배출량 데이터에 대해 아래와 같은 결론을 제시합니다.

- 1) (주)코카콜라음료의 2023년 Scope 3 온실가스 배출량은 ISO 14064-1, WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard에 따라 적절하게 산정되었습니다.
- 2) (주)코카콜라음료 의 2023년 국내 사업장 Scope 3 온실가스 배출량에 대한 중요성 평가결과, ISO 14064-3: 온실가스 성명서에 대한 타당성평가 및 검증을 위한 사용 규칙 및 지침에 만족하고 있습니다.

온실가스 배출량 (tCO ₂ -eq)	Category 1. 구매 제품 및 서비스	72,106
	Category 3. Scope 1, 2에 포함되지 않는 연료 및 에너지	4,895
	Category 5. 사업장 발생 폐기물	109
	Category 12. 판매한 제품의 폐기	58,559
	총 배출량 (Scope 3)	135,669

* 보고기간: 2023.1.1~2023.12.31



2024년 6월 12일
한국생산성본부인증원 원장 **강 장 진**

온실가스 배출량 검증 의견서(해태htb) - Scope1,2

서문

(단위: tCO₂eq)

(재)한국품질재단은 (주)해태에이치티비(이하 ‘회사’라 함)의 2023년 Scope 1, 2 온실가스 배출량(이하 ‘온실가스 배출량’이라 함)에 대한 검증을 수행하였습니다.

검증 범위

2023년 기준 (주)해태에이치티비 운영통제 하에 있는 전체 사업장의 모든 온실가스 배출시설을 대상으로 하였습니다.

검증 기준

[온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침¹⁾], [2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories]를 기준으로 하였습니다.

1) 환경부고시 제2023-221호

보증 수준

검증은 ISO14064-3에 규정된 절차에 따라 계획 및 수행되었고, 검증의 보증 수준은 제한적 보증 수준을 만족하도록 수행 되었습니다. 또한 검증 전 과정에 대한 절차가 효과적 수행되었는지 내부심의를 통해 확인하였습니다.

검증 한계

검증은 기준 및 방법 등을 적용하는 과정에서 발생될 수 있는 고유의 한계를 내포하고 있습니다.

검증 결론

온실가스 배출량 보고서에 수록되어 있는 온실가스 배출량 데이터에 대해 아래와 같은 결론을 제시합니다.

- 1) 온실가스 배출량은 검증기준에 따라 적절하게 산정되었습니다.
- 2) 온실가스 배출량 산정에 사용된 데이터와 정보는 적절하고 합리적이며, 검증의견에 영향을 줄 수 있는 중대한 오류 및 누락은 발견되지 않았습니다.
- 3) 따라서 다음의 2023년 온실가스 배출량에 대해 “적정” 의견을 제시합니다.

Scope1	Scope2	Total
10,639	19,182	29,818

* 온실가스 배출권거래제 배출량 보고 및 인증 지침에 따르면, 총 배출량은 사업장단위 소수점 절사값이므로 Scope 1, 2 배출량 합과 총 배출량 값이 일부 상이할 수 있음

해태htb 2023년 온실가스 배출량 산정 결과

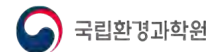
조직명: (주)해태에이치티비

배출량 산정 대상기간: 2023년 1월 1일~2023년 12월 31일

(단위: tCO₂eq)

사업장	Scope1	Scope2	Total
천안사업장	7,966.427	10,137.712	18,104
평창사업장	63.844	5,995.308	6,059
철원사업장	2.934	843.610	846
익산1사업장	1,148.851	981.092	2,129
익산2사업장	370.461	910.041	1,280
HTB 물류	1,086.592	314.309	1,400
합계	10,639	19,182	29,818

* 온실가스 배출권거래제 배출량 보고 및 인증 지침에 따르면, 총 배출량은 사업장단위 소수점 절사값이므로 Scope 1, 2 배출량 합과 총 배출량 값이 일부 상이할 수 있음



2024년 5월 13일
한국품질재단 대표 송지영

Ji Young Song

온실가스 배출량 검증 의견서(해태htb) - Scope3

서문

한국생산성본부인증원은 (주)해태에이치티비 으로부터 2023년도 Scope 3 온실가스 배출량에 대한 검증을 요청 받았습니다. ISO 14064-1 및 WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard를 기준으로 한 배출량 보고에 대한 책임은 (주)해태에이치티비의 경영자에게 있으며, 한국생산성본부인증원의 책임은 Scope 3 온실가스 배출량 데이터가 검증기준에 따라 작성, 산정되었는지에 대한 ISO 14064-3 및 이에 기반을 둔 검증절차를 토대로 검증을 수행하고 제한적 보증수준의 검증의견을 제공하는 데 있습니다.

검증 범위

본 검증의 범위는 다음과 같습니다.

- Scope: Scope 3-기타 배출량
- 조직 경계: (주)해태에이치티비 국내 사업장
- 카테고리: 총 04
 - Category 1. 구매 제품 및 서비스
 - Category 3. Scope 1, 2에 포함되지 않는 연료 및 에너지
 - Category 5. 사업장 발생 폐기물
 - Category 12. 판매한 제품의 폐기

* “(주)해태에이치티비 협력업체 탄소중립 가이드라인”에 따라 소규모배출시설(전체 배출량의 5% 미만이거나 배출량 100tCO₂eq 이하인 시설) 및 이동연소 배출시설, 데이터 부재시 배출량 산정에서 일부 제외함

보증 수준

제한적 보증 수준

검증 결론

ISO 14064-3 등의 검증 절차를 통해 보고서에 수록되어있는 온실가스 배출량 데이터에 대해 아래와 같은 결론을 제시합니다.

- 1) (주)해태에이치티비의 2023년 Scope 3 온실가스 배출량은 ISO 14064-1, WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard에 따라 적절하게 산정되었습니다.
- 2) (주)해태에이치티비의 2023년 국내 사업장 Scope 3 온실가스 배출량에 대한 중요성 평가결과, ISO 14064-3: 온실가스 성명서에 대한 타당성평가 및 검증을 위한 사용 규칙 및 지침에만족하고 있습니다.

온실가스 배출량 (tCO ₂ -eq)	Category 1. 구매 제품 및 서비스	8,296
	Category 3. Scope 1, 2에 포함되지 않는 연료 및 에너지	3,565
	Category 5. 사업장 발생 폐기물	708
	Category 12. 판매한 제품의 폐기	3,630
	총 배출량 (Scope 3)	16,198

* 보고기간: 2023.1.1~2023.12.31



2024년 6월 12일
한국생산성본부인증원 원장 **강 장 진**

