

2021 AEKYUNG INDUSTRIAL SUSTAINABILITY REPORT

애경산업 지속가능 ESG 경영 보고서
Fragrance of Sustainability

애경산업은 행복하고 윤택한 삶의 향기가
조금 더 퍼질 수 있도록 노력하고 있습니다.
우리가 가장 잘하는 방식으로 사회에
선한 영향력을 통해 조금 더 행복하고
향기롭게 바뀌나가고 싶습니다.

그것이 우리가 가장 잘하는 것이고,
우리의 소명입니다.

LOVE & RESPECT

향기로운 만남이 지속될 수 있도록



CONTENTS

Chapter 01.	Fragrant Innovator “변화의 설레임” 지속 가능한 세상을 위한 우리들의 자세	01
	— Prologue	02
	— About AK	06
	— ESG Approach	36
Chapter 02 — I.	Fragrant Change Environment “변화의 바람이 불다” Zero Waste를 위한 향기로운 도전	48
	— 스마트 그린	50
	— 환경영향 최소화	67
	— 환경공헌활동	70
Chapter 02 — II.	Fragrant Change Social “변화의 마음이 이어지다” 가치 있는 동행을 위한 향기로운 노력	72
	— 소비자	74
	— 임직원	81
	— 협력사	90
	— 지역사회	92
Chapter 02 — III.	Fragrant Change Governance “변화의 바람이 불다” 지속 가능한 성장과 변화를 위한 향기로운 움직임	96
	— 윤리경영	98
	— 지배구조	106
Chapter 03.	Fragrant Accounts 애경산업의 도전과 노력의 향기로운 기록	112
	— Appendix	114

2021 AEKYUNG INDUSTRIAL
SUSTAINABILITY REPORT

애경산업 지속가능 ESG 경영 보고서
Fragrance of Sustainability

ABOUT THIS REPORT

보고서 개요

애경산업은 경영활동을 통해 창출되는 경제, 사회, 환경적 가치와 성과를 다양한 이해관계자와 투명하게 소통하고자 첫 번째 지속가능 경영보고서를 발간합니다. 애경산업의 지속가능 경영활동 및 성과, 계획을 이해관계자와 공유하는 소통채널로써 본 보고서를 활용하고자 합니다.

기간 및 범위

본 보고서의 보고 범위는 애경산업 본사 및 국내 전 사업장을 포괄합니다. 보고 범위 및 경계에 주의가 필요한 일부 정보는 독자의 편의를 높이기 위해 별도 주석으로 기재하였습니다.

작성기준 및 원칙

본 보고서는 지속가능 경영 보고 가이드라인 GRI(Global Reporting Initiative)를 참고하여 작성되었습니다. 또한, UN SDGs(UN Sustainable Development Goals) 등 기타 지표들을 반영하였습니다.

보고서 문의

본 보고서에 대한 추가 문의는 아래의 메일을 이용하여 주시기 바랍니다.

애경산업 | 미래전략실 성장전략팀

E-mail: ak.esg@aekyung.kr

향기로운 만남이 지속될 수 있도록

Prologue

은은하게 퍼지는 잔잔한 향기처럼
더 좋은 사회를 만들어가는
기업이 되겠습니다.

하나의 기업이 세상을 바꾸기란 쉽지 않습니다. 하지만 애경산업은 구성원과 고객, 그리고 사회에 대한 사랑과 존경의 마음을 담아 선한 영향력을 펼치기 위해 지속적으로 노력하고자 합니다.

애경산업은 1956년 우리나라 최초의 미용 비누 ‘미향비누’를 출시하였습니다. 애경산업은 은은하게 오랫동안 퍼지는 ‘미향비누’의 잔잔한 향기처럼, 더 좋은 사회를 만들기 위해 고객들의 삶 속에서 노력하며 성장하였습니다. 애경산업은 고객과 구성원과 협력사들을 생각하고, 그들과 함께 더 나은 지구환경과 사회를 만드는 데 이바지하고자 합니다.

이를 약속하기 위한 첫걸음으로 애경산업의 첫 ESG 보고서를 발간하게 되었습니다. 이는 애경산업의 ‘미향비누’처럼 더 나은 환경, 사회, 기업을 만들어가겠다는 약속이자, 은은한 향기처럼 오랫동안 지속하고자 하는 애경산업의 바람을 담은 것입니다.

Chapter 01.

Fragrant Innovator

“변화의 설레임”

지속 가능한 세상을 위한
우리들의 자세



향기는 그와 관계된 좋은 기억,
행복한 순간을 소환하고, 행복한 기억은
그날의 향기를 되살립니다.

60여 년 전에 임직원들의 향기로운 소망을
담아 ‘미향비누’를 세상에 내놓았을 때처럼
변함없이 지금도 애경산업은 행복하고
윤택한 삶의 향기가 세상에 더 널리
퍼지도록 노력하고 있습니다. 늘 고객의
곁에 자리하며 향기로운 추억을
만들어주는 존재로 남겠습니다. 향기롭고
선한 영향력을 전파해 사회를 조금 더
행복하게 가꿔가고 싶습니다.
그것이 우리가 가장 잘하는 일이고,
우리의 소명입니다.

Love & Respect



CEO Message

존경하고 사랑하는 애경산업 고객과 임직원
그리고 이해관계자 여러분, COVID-19라는
세계적으로 전례 없는 혼란 속에도 굳건하게
그리고 따뜻하게 보내주시는 관심과 사랑에
진심으로 감사드립니다.

우리 애경산업은 기업 이념인 ‘사랑(愛)과 존경(敬)’을 최고의 가치로 삼아 고객과 직원의
행복을 추구하는 생활뷰티 선도 기업입니다. 우리나라 최초의 미용 비누인 ‘미향비누’를
시작으로, 우리나라 최초이자 최장수 주방 세제 ‘트리오’, 국민 치약 ‘2080’, 중성 세제의
대명사 ‘울삼푸’, 세탁 세제 ‘스파크’, ‘리큐’ 등의 생활용품을 개발, 출시해 큰 사랑을
받아왔습니다. 그에 더해 최근 큰 인기를 얻고 있는 ‘에이지 투웨니스(AGE 20’s)’,
‘루나(LUNA)’, ‘포인트(POINT)’ 등 화장품을 통해 고객의 삶 속에서, 삶의 질 향상을 위해
노력하며 고객과 함께 성장해왔습니다.

애경산업은 현재보다 미래가 더욱 기대되는 기업입니다.
핵심 가치인 ‘도전과 혁신’으로 생활뷰티 문화를 창조하며 ‘새로운 미래’를
만들어나가겠습니다. 고객의 삶의 질을 높이고 고객에게 행복을 안겨드리기 위해
진정성 있는 제품과 서비스로 변하지 않는 가치를 제공하는 한편, 국내를 넘어
글로벌 넘버원 생활뷰티 선도 기업으로 성장해나가겠습니다.

2022년 9월
애경산업(주) 대표이사 임재영

회사소개

‘미향’으로 시작된 만남을
우리 사회에 널리 전파하기 위해
‘사랑’과 ‘존경’을 담겠습니다.

‘사랑(愛)과 존경(敬)’이 기업 이념이자 사명(社名)인 애경산업은 1954년 애경유지공업주식회사에서 시작하여 1985년 애경산업 주식회사를 설립, 현재에 이르기까지 소비자 여러분의 사랑과 신뢰 속에서 성장했습니다. 앞으로도 투명하고 깨끗한 경영을 통해 고객과 주주, 직원들로부터 신뢰받고 사회적 책임을 다함으로써 기업 이념인 ‘사랑(愛)과 존경(敬)’을 실천해나가겠습니다.



애경산업 개요

회사명	애경산업(주)	
설립일	1985년 04월 25일	
본사 소재지	서울특별시 마포구 양화로 188(동교동, 애경타워)	
사업분야	생활뷰티(Beauty Care, Personal Care, Home Care)	
대표이사	채동석, 임재영	
주요 연혁	애경산업 웹사이트 참고 www.aekyung.co.kr/KR/about/history.do	
사업장 현황	본사(서울), 디자인센터(서울), 종합기술원(대전), 대전공장, 청양공장, AK무역유한공사(상해법인)	
브랜드	• 화장품	AGE 20's, LUNA, a.solution, F.FLOW, POINT, point&
	• 생활용품	케라시스, 동의홍삼, 더마&모어, 살롱드마지, 알피스트, 샤워메이트, 바세린, 치유비, 2080, 살라리움, 스몰란드, 사보르, 램신, 리큐, 스파크, 울삼푸, 르샤트라, 허브마리1848, 엄마의선택, 트리오, 순샘, 뽀띠에, 클리너, 홈백신, 휘슬, 에어후레쉬, 탈취탄 등
생산 및 판매 제품	• Beauty Care	에센스팩트, 파운데이션, 메이크업픽서, 파우더, 블러셔 팩트, 선크림, 컨실러, 아이라이너, 아이브로우, 섀도우, 립스틱, 마스크라, 톤업베이스, 마스크팩, 클렌징폼, 토너, 크림, 앰플, 에센스 등
	• Personal Care	샴푸, 린스, 헤어에센스, 바디워시, 바디로션, 핸드워시, 핸드크림, 여성청결제, 치약, 칫솔, 가글 등
	• Home Care	세탁 세제, 주방 세제, 반려용품, 방향/탈취제, 선물세트 등
주요 수출국	네팔, 대만, 라오스, 말레이시아, 몽골, 미얀마, 베트남, 싱가포르, 우즈베키스탄, 일본, 중국, 카자흐스탄, 캄보디아, 키르기스스탄, 태국, 필리핀, 홍콩, 러시아, 몰도바, 에스토니아, 우크라이나, 크로아티아, 폴란드, 괌, 미국, 캐나다, 파라과이, 뉴질랜드, 호주, 칠레, 인도네시아, 독일, 터키 등	
임직원	864명	
매출액	5,739억 원	
매출액 구성	화장품 39%, 생활용품 61%	
영업이익	244억 원	

*2021년 12월 31일 기준

AK의 발자취

애경산업의 탄생부터 현재, 그리고 미래를 위한 도약까지
향기로운 발자취를 소개합니다.



기업 비전

사랑과 존경을 최고의 가치로 삼아, 고객과 직원의 행복을 추구하는 생활뷰티 선도 기업이 되겠습니다.

[경영이념]

“풍요롭고 행복한 삶을 창조하는 기업”

“앞서가는 경영”

경영자, 관리자들이 탁월한 경영관리 능력으로 앞서가는 기업이 되도록 한다.

“앞서가는 사고”

영원한 미래를 바라보며 모든 임직원이 긍정적이고 진취적인 사고를 갖는다.

“앞서가는 기술”

경쟁사보다 앞선 기술로 고객들이 만족할 수 있는 제품을 만든다.

[경영가치 및 방침]

“Love & Respect”

“혁신과 도전”

글로벌 넘버원을 지향하며 탐구를 멈추지 않고 실패를 두려워하지 않는다.

“감사와 소통”

좋은 의사결정을 하기 위해 감사하는 마음으로 고객과 직원의 뜻을 존중한다.

“신뢰와 정도”

원칙을 중시하는 투명경영을 통해 진정성과 가치 경험이 가능한 소비를 이끈다.

[기업 비전]

“고객과 직원의 행복을 추구하는 생활뷰티 선도기업”

[목표 및 전략]

“2025년 경영방침”

Digital Transformation

Premium 기반 수익성 강화

Globalization 가속화

성장을 위한 지원부문 강화

창의적이고 포용하는 문화

미래를 위한 준비 – 신규 성장 동력 확보

미래 성장을 위한 5대 경영방침 중심의 중장기 성장전략을 수립하고 각 사업부의 비즈니스 육성 및 브랜드 포트폴리오 강화를 통한 2025 성장 로드맵을 구축하였습니다.

M&A 진행

뷰티케어 부문의 브랜드 포트폴리오를 보강하기 위해 창사 이래 첫 M&A를 진행, 완료하였습니다. 기존 메이크업 제품 중심의 비즈니스에서 더 나아가, 브랜드 인수를 통해 스킨케어 분야를 육성, 점진적으로 개선하여 뷰티케어 비즈니스 포트폴리오를 강화할 예정입니다. 인수 브랜드 원씽(ONE THING)은 MZ 고객을 중심으로 성장한 스킨케어 브랜드로, 글로벌 매출이 전체 매출의 70%를 차지할 정도로 글로벌 & 디지털에 강점이 있는 브랜드입니다. 이번 M&A를 계기로 앞으로 포트폴리오를 지속적으로 강화하여 미래 성장 동력을 확보할 예정입니다.

CVC 강화

투자 및 사업 시너지 창출 – ‘2021년’

기술 중심의 국내·외 스타트업 기업에 투자하며 액셀러레이터 역할을 담당하는 퓨처플레이(Future Play)의 ‘퓨처플레이 혁신 솔루션 펀드’에 LP(Limited Partner)로 참여하여 우수한 초기 스타트업에의 투자 및 사업 시너지 창출을 위한 투자를 진행하였습니다.

Future Committee 내부 신설 – ‘2022년’

Business Leader(CEO 외 각 사업부 조직장) 4인과 MZ 세대 리더 4인으로 구성된 스타트업 투자 커미티를 신설하였습니다. 신규 성장 동력을 확보하기 위해 투자 업체 선정 및 육성 방안 등에 대한 협의를 진행할 예정이며, Business Modeling 및 Trend Sensing 등의 균형 잡힌 시각을 위한 개별 투자를 진행할 예정입니다.

*원씽 화장품, 원씽 주식매매계약 체결식



사업 소개 — ①

고객의 삶의 질을 높일 수 있는 영역에 대해 늘 고민합니다.
아름다운 삶, 향기로운 삶을 실현하려는 뷰티 카테고리에서부터
홈, 주방, 위생 케어까지 생활뷰티 영역의
사업 구조를 갖추고 있습니다.

애경 본사

서울특별시 마포구 양화로 188

디자인센터

서울특별시 마포구 월드컵북로6길 41

종합기술원

대전광역시 유성구 신성남로 120

대전공장

대전광역시 대덕구 대화로32번길 174

청양공장

충청남도 청양군 정산면 충의로 1547-9

AK무역유한공사(상해법인)

중국 상하이 민항취 우종루 1799호
완상청 C동 601



사업 소개 — ②

우수한 제품을 글로벌 고객들에게
공급함으로써 세계적인 생활뷰티 선도기업으로
발돋움하고 있습니다.

대한민국
3,711억 원

아시아 및 오세아니아
1,904억 원

중국, 홍콩, 대만, 일본, 몽골, 싱가포르, 베트남,
우즈베키스탄, 캄보디아, 말레이시아, 인도네시아,
네팔, 라오스, 미얀마, 카자흐스탄, 키르기스스탄,
필리핀, 태국, 호주, 뉴질랜드

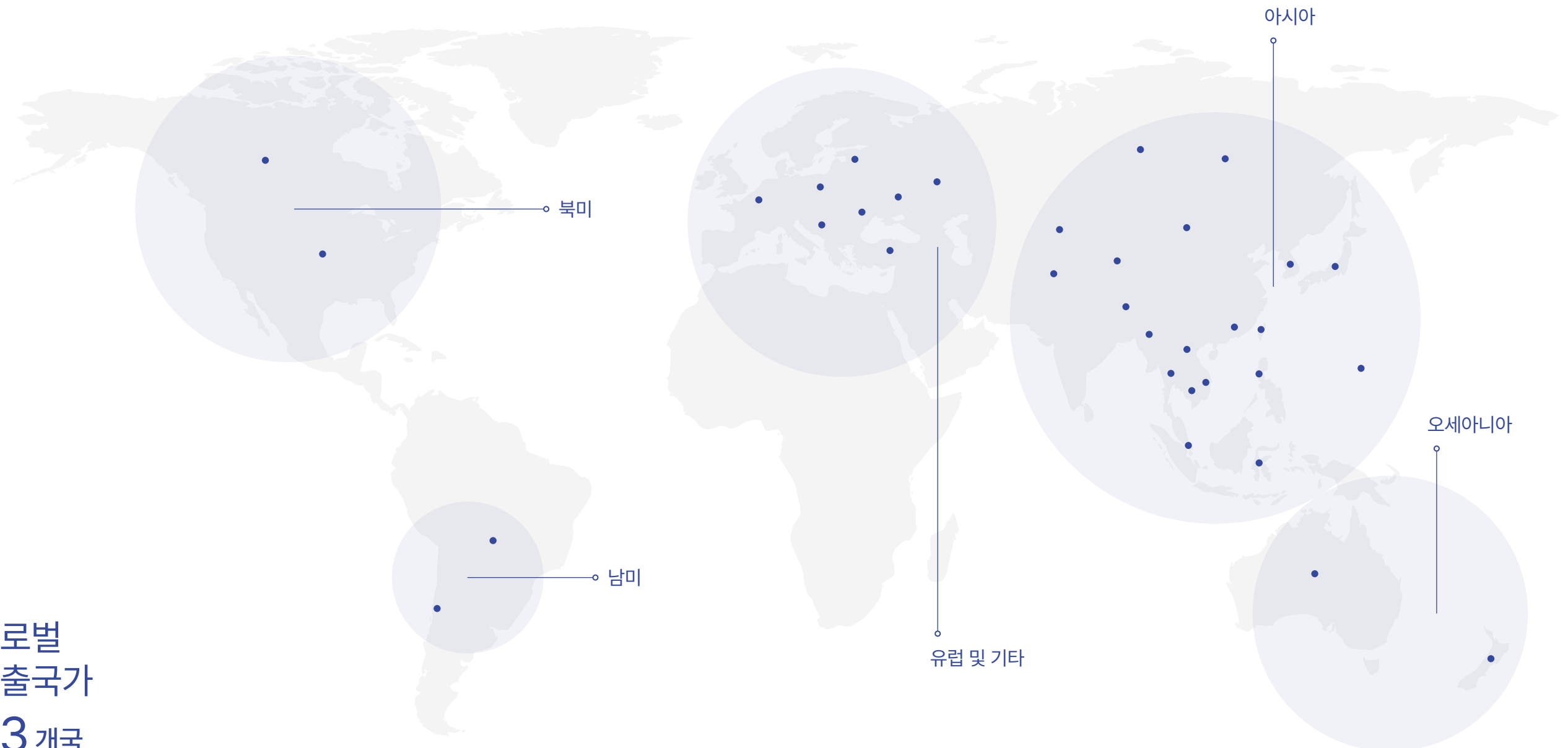
유럽 및 기타
69억 원

독일, 러시아, 에스토니아,
우크라이나, 폴란드, 몰도바,
크로아티아, 터키

북미 및 남미
55억 원

캐나다, 미국,
파라과이, 칠레, 괌

글로벌
진출국가
33 개국



브랜드 포트폴리오

오랫동안 사랑받는 최초이자 최장 브랜드부터
고객을 위해 새롭게 태어난 브랜드까지, 풍요롭고 행복한 삶을 위한
애경산업의 브랜드를 소개합니다.

BEAUTY CARE

AGE 20's

LUNA

a. solution

F.FLOW

POINT

point&

PERSONAL CARE

KERASYS



DERMA
&MORE

SALON
— de MAGIE —

ALPIST
EXTREME NATURAL



Vaseline



치유비

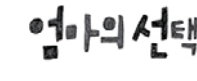
2080



SAVORR



HOME CARE



브랜드 포트폴리오 — ①

BEAUTY CARE



AGE20's

매일매일 내 안의 아름다움을 깨워
몸과 마음에 생기를 더하는
리추얼 뷰티 브랜드



F.FLOW

도시 여성들의 피부와
라이프 밸런스를 찾아주는
밸런싱 라이프 뷰티 브랜드

LUNA

뷰티 전문가만큼이나 색감, 질감에 대한
감각이 뛰어난 프로페셔널 유저들을 위한
프리스타일 메이크업 브랜드



POINT

‘화장은 하는 것보다 지우는 것이
중요합니다’라는 슬로건을 내걸고
1993년 출시되어, 클렌징 시장이라는
새로운 영역을 창출한 클렌징 전문 브랜드



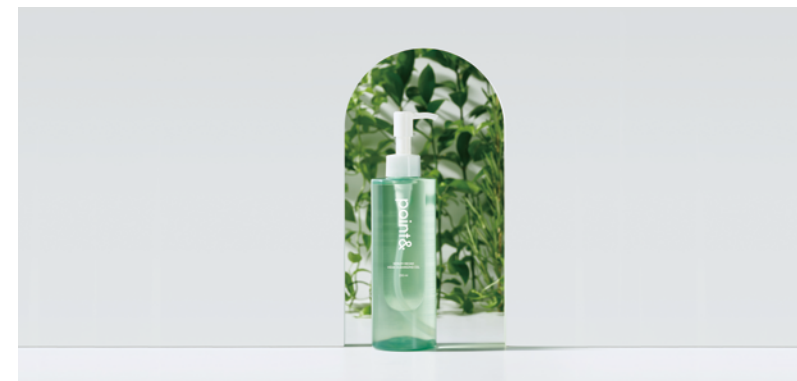
a solution

피부 고민을 예방하고
솔루션을 제공하는
데일리 더마 솔루션 브랜드



point&

‘깨끗함’이 가진 힘을 믿고 진정성 있게
고민하여, 건강한 피부를 위한 끊임없는
솔루션을 제안하는 클린 케어 브랜드



브랜드 포트폴리오 — ②

PERSONAL CARE



KERASYS

샬롱의 전문적인 헤어케어 효과를 집에서도 경험할 수 있게 하는 헤어 클리닉 전문 브랜드



홍삼의 에너지로 두피의 건강과 볼륨감 넘치는 모발 윤기를 완성하는 헤어케어 브랜드



치유비

28일 주기로 순환하는 신체·정서 변화에 지친 여성을 치유하는 바이오 브랜드



2080

대한민국 국민의 치아 건강을 위해 심혈을 기울여 개발한 토털 오럴케어 브랜드



DERMA & MORE

더마 처방을 통해 건강한 두피와 아름다운 모발을 선사하는 헤어케어 브랜드



SALON de MAGIE

샬롱에서 트리트먼트를 받은 듯한 머릿결을 구현하는 프리미엄 헤어케어 브랜드



부드러운 세정력을 선사하는 자연 그대로의 성분을 담은 프리미엄 소금 치약 브랜드



북유럽인들의 지혜와 북유럽 청정 원료를 담아 만든 자연주의 덴탈케어 브랜드



ALPIST EXTREME NATURAL

알프스 대자연에 있는 듯한 향기를 선사하는 내추럴 비건 뷰티 브랜드



자연원료의 효능과 기분 좋은 향을 담아 건강한 아름다움을 제공하는 토털 바디케어 브랜드



SAVORR

티(Tea) 소믈리에가 검증한 블렌딩 향으로 건강한 미소와 아름다운 숨결을 선사하는 브랜드



건강한 일상을 지킬 수 있도록 생활 위생 솔루션을 연구하는 위생 전문 브랜드



Vaseline

온 가족의 피부를 촉촉하고 부드럽게 가꾸어주는 바디 보습 브랜드



천연 소금 성분이 자극 없이 매끈한 피부로 케어해주는 스크럽 전문 브랜드

브랜드 포트폴리오 — ③

HOME CARE



LIQ

강력한 세척력을 기반으로
빨래 고민을 해결해 주는
프리미엄 세탁 세제 브랜드



델타

대한민국 대표 세탁 세제로
강력한 세척력을 발휘하는
대한민국 No.1 세탁 세제 브랜드



PETIT E

우리 집 주방으로 스며드는
프렌치 무드 스타일의
프리미엄 주방 세제 브랜드



스팀 1분 클리너

주방 도구에 늘어붙은 다양한
오염을 손쉽게 제거할 수 있도록
도와주는 신개념 클리너 브랜드



올삼푸

국내 최초로 공인 올마크
인증을 획득한 대한민국 대표
중성 세제 올삼푸 브랜드



**1802
LE CHATELARD**
SENTEURS de PROVENCE

100% 내추럴 허브 에센스가
함유된 프리미엄 향기 전문
섬유 유연제 브랜드



홈백신
CLEAN TO PROTECT

가족의 건강을 걱정하는
주부들을 위해 집 위생을
도와주는 브랜드



WHISTLE

말하지 못하는 반려동물을
배려하는 프리미엄 펫 케어
브랜드



HERBMARY
1848

제주의 따스한 햇살과
건강한 토양이 만든 프리미엄
허브 향기 섬유 유연제 브랜드



엄마의선택

엄마의 마음으로 친환경 천연
원물 세제를 제공하는 브랜드



homeZ Air Fresh

집 안 공기를 깨끗하고
상쾌하게 만들어주는
에어케어 전문 브랜드



탈취炭

비장탄을 사용하여 뛰어난
탈취 기능으로 생활 악취를
없애주는 전문 브랜드



트리오
SINCE 1965

50여 년간 한결같이 고객의
주방을 지켜온 대한민국 대표
주방 세제 브랜드



순생

천연 보습 성분을 함유해,
젖은 설거지로 손상되기
쉬운 피부를 촉촉하게
보호해 주는 주방 세제 브랜드

경제 및 가치 창출

애경산업
재무 성과

애경산업은 COVID-19로 인한 경제활동 위축 속에 매출액은 전년 대비 2.4% 마이너스성장을 한 5,739억 원을 기록하였습니다. 그러나 국내·외 디지털 강화 및 글로벌 영역 확장으로 시장에 빠르게 대응하여 영업이익은 전년 대비 8.9% 성장한 244억 원을 달성하였습니다.

주요 사업 성과

COVID-19 사태의 장기화로 인해 세계적으로 경기 침체와 소비 위축이 지속되는 어려운 환경에서 매출액이 소폭 감소하였으나 국내·외 디지털 역량 강화와 글로벌 사업 영역 확장의 성과에 힘입어 영업이익, 당기 순이익이 크게 개선되었습니다. 특히 중국을 비롯한 글로벌 시장에서 화장품의 판매 실적 성장과 함께 생활용품이 긍정적인 반응을 얻기 시작하면서 글로벌 사업 영역 확대 및 포트폴리오 다변화라는 성과를 냈습니다.

매출액

5,739억 원



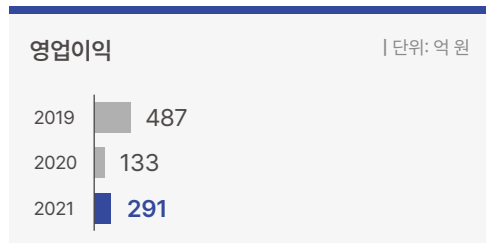
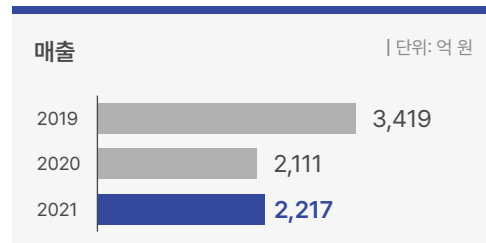
영업이익

244억 원

화장품
사업부

2021년 사업 성과

치열한 경쟁 속에 있는 화장품 시장에서 당사의 주력 제품이 속해 있는 색조화장품은 COVID-19 장기화 탓에 마스크 사용이 계속되면서 수요가 감소하는 상황입니다. 그러나 시장 트렌드와 소비자 니즈에 빠르게 대응하기 위하여 디지털 채널에서 역량을 지속적으로 강화하고, 중국뿐 아니라 동남아, 미주, 유럽 등 해외시장 개척을 활발히 진행하여 화장품에서의 수익성을 크게 개선하는 성과를 이루어냈습니다.



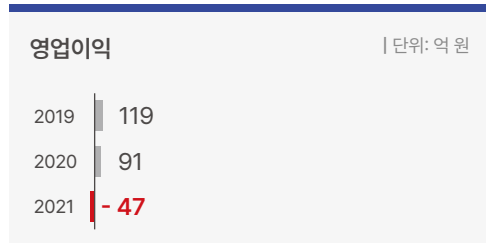
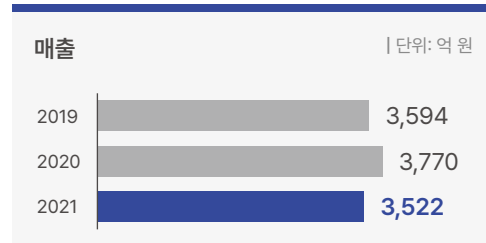
2022년 사업 계획

글로벌 사업과 디지털 채널 경쟁력 강화에 집중하고, 화장품 트렌드를 반영한 제품을 출시하여 시장 경쟁력을 높여갈 계획입니다. 더불어 메이크업 중심이던 기존의 브랜드 포트폴리오를 기초 제품군으로 다변화하여 사업 확대와 성장 동력 확보를 지속적으로 추진할 계획입니다.

생활용품
사업부

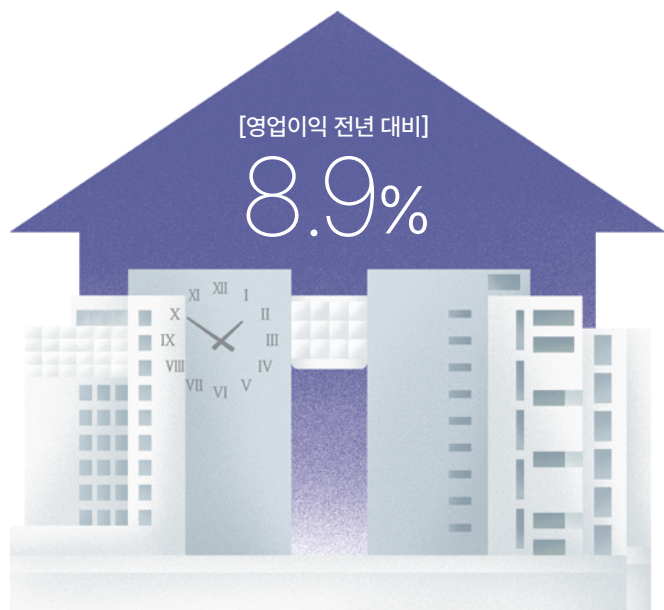
2021년 사업 성과

COVID-19에 신속하게 대응하여 생활 위생 전문 브랜드를 론칭하고 마스크, 새니타이저, 핸드워시 등 관련 제품을 시장에 적시 공급하였습니다. 케라시스, 사워메이트 등 퍼스널 케어 브랜드의 글로벌 성장에 발맞춰 디지털 채널에서 적극적인 마케팅을 진행하는 한편, 건강과 환경을 중시하는 소비 트렌드를 반영해 내추럴 콘셉트의 제품을 출시하여 제품 포트폴리오 확대의 기반을 확보하였습니다.



2022년 사업 계획

1인 가구의 증가와 비대면 소비의 가속화에 따라 중요성이 더욱 커지는 편의점, H&B 스토어 그리고 디지털 채널 생태계에 빠르게 대응하여 생활 밀착형 제품과 디지털 사업 역량 강화에 힘쓰겠습니다. 또한, 핵심 장수 브랜드의 차별화와 신규 브랜드들을 통해 사업 성장을 이끌어내고 아시아를 넘어 북미, 유럽 등 해외 사업 확장을 적극 추진하겠습니다.



연구 개발(R&D) 활성화 성과

OVERVIEW

지속적인 기술혁신을 통한 신기술 기반의
고부가가치 제품 개발을 목표로 나아가고 있습니다.



중앙연구소

1983년 설립 이후 고객에게 감동을 주는 최고의 브랜드를 목표로, 생활용품뿐 아니라 화장품, 의약품 등 고부가가치 사업군 개발에 힘써왔습니다. 우수한 연구 인력과 최첨단 연구 기기를 확보하고 활발한 연구를 통해 생활용품 전문 연구 기관에서 21세기 초일류 글로벌 화학연구소로 도약하는 꿈을 실현하기 위해 노력하고 있습니다. 핵심 연구 인력 및 대응 기술을 확보하고, 고객 니즈 분석, 신기술 파악, 최적 처방 개발 품질 경쟁력 확보 등 고객 만족 R&D 시스템을 정립하여 최신 기술과 신소재를 활용한 창조적이고 혁신적인 제품 개발에 매진하고 있습니다.



개방형 혁신

애경 중앙연구소는 4세대 R&D를 통해 최고의 성과를 창출하기 위해 노력합니다. 연구 개발과 신규 사업 Incubation을 접목한 R&D 시스템을 구축하고, Open Innovation을 가속화하여 고객과 함께하는 연구 개발에 힘쓰고 있습니다. 우리 연구소는 세탁용품, 주방용품, 헤어용품, 구강용품, 화장품, 식품 등 사업 분야의 아이디어에 항상 문을 열어놓고 있습니다.

I

BEAUTY CARE

고객에게 건강한 아름다움을 제공하기 위한
연구를 적극적으로 추진하고 있습니다.



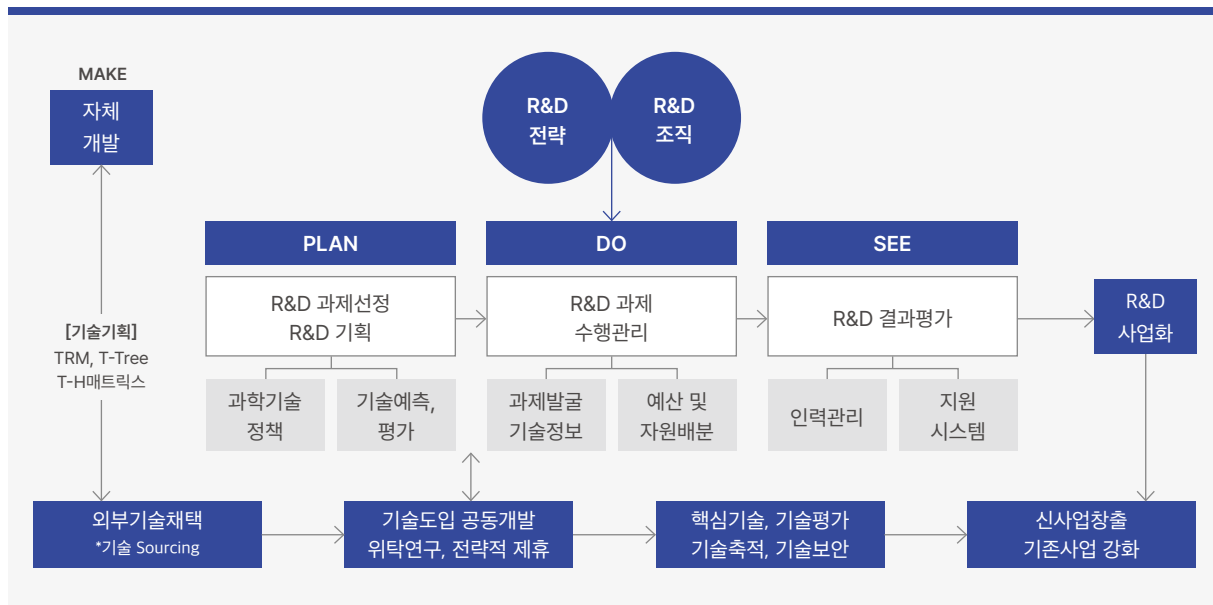
SKIN CARE

“화장은 하는 것보다 지우는 것이 중요합니다”라는 광고로 유명한 ‘포인트(POINT)’를 시작으로 국내 최초 여드름 전문 화장품 ‘에이솔루션(a.solution)’, 호주 더마 카테고리 스킨케어 부문에서 1위에 오른 ‘닥터 루인스(Dr.Lewinns) 등 소비자의 건강한 피부를 위한 제품을 꾸준히 개발하고 있습니다. 이를 위해 기능성 성분의 안정화, 경피흡수에 대한 연구와 첨단 바이오테크놀로지의 활용, 특수 제형 및 신규 제형에 대한 개발을 지속적으로 추진하고 소비자의 감성과 효능을 동시에 만족시킬 수 있도록 가치 창조에 노력하고 있습니다.



MAKEUP

1990년대 후반 색조화장품 시장을 선도한 ‘마리끌레르’를 시작으로, 색조 전문 메이크업 브랜드 ‘루나(LUNA)’, 현재 TV 홈쇼핑 전체 뷰티 분야 1위를 기록 중인 ‘에이지 투웨니스(AGE 20’s)’ 등 다양한 브랜드를 통해 색조화장품 시장을 선도하고 있습니다. 색조 화장료용 분체 연구, 분체 함유 워터드롭 타입 화장료 개발, 색상 지속력 및 피부 밀착감 향상 등 다양한 연구 활동을 진행함으로써 소비자의 니즈에 맞는 더 나은 제품 개발에 집중하고 있습니다.



연구 개발(R&D) 활성화 성과

II PERSONAL CARE

헤어·바디·구강 부문에서 고객이 믿고 사용할 수 있는 혁신적인 제품을 제공하기 위해 최선을 다하고 있습니다.



HAIR CARE

애경 헤어케어는 ‘손상 모발 케어를 통한 아름답고 건강한 모발 관리’를 추구합니다. 샴푸만으로 린스 효과를 얻을 수 있는 ‘하나로 샴푸’, 모발 손상의 원인과 증상에 맞는 처방을 제시한 ‘케라시스 헤어클리닉’ 등 손상 모발 전문 케어 라인을 꾸준히 개발하고 있습니다. 손상 케어에 덧붙여 컬러, 윤기, 볼륨, 스타일링, 염색 등 헤어 케어 전반에 대한 토탈 솔루션을 제안하고자 노력하고 있습니다. 우리 연구 활동의 지향점은 ‘기술 개발을 통한 트렌드 창출’이며 그 결과, 샴푸로 모발에 향수를 뿌리는 ‘케라시스 퍼퓸 리미티드’, 실리콘·파라벤·이소치아졸리논 프리 ‘케라시스 네이처링’ 등의 제품이 탄생하였습니다.



BODY CARE

퍼퓸을 기본 콘셉트로 삼아 소비자 니즈에 부합한 기능적 세분화 라인의 토탈 바디케어 ‘샤워메이트’, 농협 한삼인이 품질을 보증하는 6년근 홍삼 농축액을 함유한 ‘현’, 온 가족의 바디로션 ‘바세린’ 등 다수의 토탈 기능성 바디케어 제품을 개발하고 있습니다. 클렌징의 기초인 거품에 대한 연구, 천연 소재 활용 방안, 피부 타입별 기능적 세분화 등을 통해 소비자 니즈에 부합하기 위한 연구를 지속하고 있습니다.



DENTAL CARE

국내 최초의 한방 치약인 ‘동의생금 치약’을 포함해 ‘20개의 건강한 치아를 80세까지’라는 모토 아래 개발한 패밀리용 치약인 ‘2080 치약’ 등 국민의 구강건강과 관련된 제품을 개발합니다. 구강질환 중 비중이 가장 높은 충치는 물론이고, 잇몸질환을 예방하는 소재와 제품에 대한 기술 개발을 지속적으로 진행하고 있으며, 이 외에도 치아 미백, 구취, 구강건조등의 다양한 구강질환을 예방하고, 건강한 구강건강을 지키는 데 도움이 되는 연구를 지속하고 있습니다.

III HOME CARE

소비자가 간편하게 사용할 수 있는 세탁용품, 주방용품, 다목적 세정제, 반려동물용품 등 시장을 선도하는 가정용품을 끊임없이 연구하고 있습니다.



HYGIENE CARE

신종 바이러스와 오염물질이 이슈가 되는 요즘, 위생이란 변화하는 환경과 신종 질병으로부터 스스로 예방하는 셀프 백신(Do-It-Yourself-Vaccines)의 성격을 갖게 되었습니다. ‘랩신’은 악화되는 대기와 바이러스, 끊임없이 변화하는 환경에 대응하고 더 완벽한 생활 위생 습관을 정착시키기 위해 탄생하였습니다. 위생은 스스로를 깨끗이 관리하는 것에서 시작되며 주변 환경을 청결히 해야 얻을 수 있습니다.



FABRIC CARE

찬물에서도 강력한 세척력과 높은 용해성을 자랑하는 세계 최초 저탄소 인증 제품 ‘스파크’, 짜서 쓰는 편리함이 특징인 국내 최초 겔 타입 세제 ‘리큐’, 소중한 옷을 보호하는 다양한 기능성을 갖춘 국내 최초 울마크 인증 세제 ‘울샴푸’ 등 환경친화적이며 소비자의 깨끗하고 건강한 생활을 위한 다양한 제품을 개발하고 있습니다.



LIVING CARE

국내 최초 주방 세제 ‘트리오’를 비롯하여 친환경 안심 주방 세제 ‘순샘’, 거품으로 바로 나오는 똑똑한 주방 세제 ‘순샘버블’ 등 다양한 친환경 제품을 개발하였습니다. 당사의 주방 세제 전 제품은 한국환경산업기술원(KEITI)으로부터 환경마크 또는 저탄소 성적 표지 인증을 받았습니다.



SURFACE CLEANER

세정 기술에 대한 깊은 연구를 통해 다양한 분야에서 활용할 수 있는 세정 제품을 개발하였습니다. 컬러 체인징 기술을 도입한 다목적 세정제 ‘퀵크린 매직폼’, 곰팡이 살균 & 표백 제거에 우수한 ‘매직 겔 EX-WHITE’ 등의 제품이 그것입니다. 앞으로도 소비자가 쉽고 빠르게 사용할 수 있는 클렌징 기술을 꾸준히 연구하여 깨끗하고 안전한 가정을 가꾸는 데 기여하겠습니다.



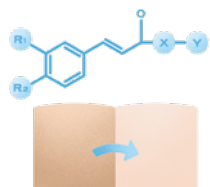
PET CARE

반려동물 전문 기업 이리온 소속의 수의사·미용사 등 해당 분야 전문가와 함께 반려동물용품 연구를 진행하였습니다. 오랜 시간 전문 연구를 통해 사람과는 다른 반려동물 피부의 여러 특징을 발견하였고, 사람보다 연약한 반려동물의 피부에 맞춘 과학적이고 안전한 제품을 출시하였습니다. ‘휘슬’을 통해 우수한 제품을 제공하여 반려동물과 고객님에게 진실된 가치와 감동을 전달하도록 노력하겠습니다.

연구 개발(R&D) 활성화 성과

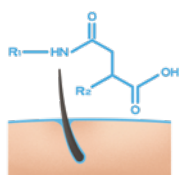
IV FUNDAMENTAL RESEARCH

애경 중앙연구소 기반 기술 연구 부문은 바이오, 천연물 등 신소재를 발굴하고 이를 제품에 활용하여 고객에게 더 좋은 제품을 제공하고자 노력하고 있습니다.



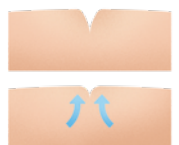
미백 펩타이드

- 미백 기능성 화장품의 핵심 소재로서 멜라닌 생성 저해 효과가 있는 소재를 설계, 합성하고 이를 이용한 미백 화장품 개발
- 티로시나아제 효소 활성 억제 효과가 있는 천연 유래 물질과 멜라닌 형성에 관련하는 수용체를 저해 해주는 길항제(MC1R ANTAGONIST) 기능이 있는 펩타이드의 핵심 서열을 한 분자 내에 가지는 복합 미백 소재
 - 복합 기작을 통해 기존 미백 소재(알부틴)에 비해 미백 효능 증대
 - 펩타이드의 핵심 서열을 활용한 유도체 소재 개발을 통해 소재의 안정성과 원가 문제를 극복한 소재 기술



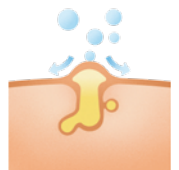
유사 세라마이드

- 신규 유사 세라마이드 화합물 및 이를 포함하는 피부 외용제 조성물 개발
- 피부 보습 효과 및 장벽 기능 회복 특성
 - 모발 보호 및 모발 내부 조직 결합력 강화 효과



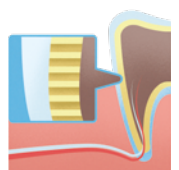
주름 개선 소재

- 주름 개선 기능성 화장품 핵심 소재로서 콜라겐 합성 증가, 콜라겐 분해 효소 활성 억제, 엘라스틴 분해 효소 활성 억제 효과가 있는 소재를 설계 및 합성
- 천연 유래 물질과 펩타이드를 결합하여 주름 개선 효능을 증대시킨 복합 소재



항 여드름 소재

- 여드름의 복합적인 원인을 분석하고, 여드름 예방에 도움을 주는 소재 개발
- 여드름의 주요 원인균인 P.acnes에 항균 활성을 가지는 소재 개발
 - 항염증 효능이 있는 소재 개발

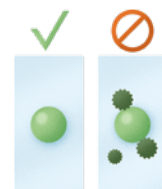


치아 상아세관 봉쇄 시스템

- 우수한 상아세관 봉쇄 유도 소재 개발
- 높은 치아 조직 유사성을 가진 Natural Polymer를 이용한 상아세관 봉쇄 시스템
 - 미세 젤(Gel)이 세관을 밀봉하여 재광화

V SAFETY ASSESSMENT

애경 중앙연구소는 유해한 화학물질로부터 안전한 제품을 제공하기 위해 개발 전 단계에서 안전성 평가를 강화하고 있습니다.



원료 및 제품 내 유해물질 분석

안전한 제품은 안전한 원료에서 시작됩니다. 애경 중앙연구소는 제품에 유해한 성분이 포함되지 않도록 첨단 분석 장비를 이용해 원료의 유해물질을 확인하고 관리합니다. 그뿐 아니라 전문 분석 기관을 통해 제품의 유해물질을 분석하여 제품의 안전을 객관적으로 확인하는 과정을 수행하고 있습니다.



제품 안전성 평가

화학제품에 대한 소비자의 불안과 불신이 나날이 증대되는 요즘, 애경산업은 좀 더 안전한 제품을 개발하는 것만이 기업의 책임을 다하고 고객의 신뢰를 회복하는 길이라 믿습니다. 따라서 제품의 기획에서부터 설계, 제조, 판매, 소비자 사용에 이르는 모든 과정에서 안전을 최우선으로 하고 있습니다. 중앙연구소에서는 피부자극성, 감작성, 안 점막 자극 및 경구독성 등의 시험을 통해 제품의 안전성을 확인하고 있습니다.



동물 대체 시험법

동물복지에 대한 인식이 세계적으로 확산됨에 따라 동물시험을 금지하는 국제적인 규제와 협약이 증대되고 있습니다. 애경 중앙연구소는 동물실험 대체법으로 세포독성(MTT assay), 유정란을 이용한 안 자극 시험(HET-CAM), 인체 철폘 시험(PATCH test), 자극감 시험(STING test), 미생물 시험 등 다양한 대체 시험법을 확립하여 제품 개발에 활용하고 있습니다.

디자인 경영

Innovation Engine으로
활용하겠다는 목표 아래
지속적인 변화를
추구하고 있습니다.

2006년 디자인센터 건물을 건립하고 디자인센터에서 독자적 개발 업무를 수행하게끔 하는 국내 최초의 기업이 되었습니다. 국내 최초로 디자인센터를 개관한 애경은 '소통의 공간을 통한 변화와 혁신'이라는 콘셉트에 걸맞게 상상의 아이디어를 경계 없이 능동적으로 제안하는 이노베이션 랩을 활성화하고 있습니다. 주위 공간 역시 1층에 자작나무 숲과 잔디와 원목으로 꾸민 쉼터를 마련하여 내·외부의 경계 없이 누구나 쉬어 갈 수 있는 휴식 공간이 되도록 개방했습니다.

2016 – 현재

디자인을 통한 공감과 소통, 확산

고객을 사랑하고 환경을 존중하는 활동을 지속적으로 연구
콘셉트 디자인 제안으로 프로세스의 진화
내·외부 크리에이티브 결합

2009 – 2015

디자인을 통한 가치혁신

디자인 경쟁력을 통한 브랜드 가치 혁신
고객에게 이로운 Smart Design 전략
디자인 경영부문에서 대통령상 수상

2004 – 2009

디자인 성숙기

디자인을 통한 제품 경쟁력 확보
디자인팀과 포장개발팀, 디자인센터로 통합
디자인센터 독립 건물 신축 및 이전

1998 – 2003

디자인 성장기

그룹 및 본사의 디자인 업무 지원을 통한 기여도 확대
생활용품에서 화장품까지 업무 확장
대표이사 직속의 디자인센터로 승격

1991 – 1997

디자인 도입기

디자인 차별화에 집중, 디자인의 중요성 피력
마케팅 소속 디자인부로 조직 개편

1985 – 1990

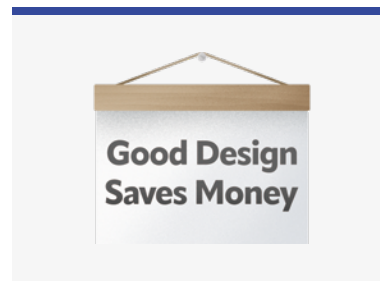
합작회사였던 유니레버 디자인을 그대로 사용
마케팅 소속 디자인실 신설

디자인센터 전략 방향



착한 디자인

고객을 사랑하고 환경을 존중하는
미래를 위한 디자인
사람과 환경에 이로운 착한 제품



브랜드 디자인

좋은 디자인은 마케팅 비용을 줄입니다.
브랜드의 가치를 높이는 디자인



디자인너상

열정적으로 일하고, 즐기는 사람
호기심이 많고 크리에이티브 한 사람
다양하고 입체적인 사고를 하는 사람

디자인 철학

“고객의 내일을 담는 디자인”

Design that holds the customer's tomorrow

애경은 고객의 삶의 질을 높이는 데 이바지하려는 생활문화 기업입니다.
오늘이 행복하고 내일의 풍요를 꿈꾸는 삶에 공감하는 생활문화를 디자인하는 것,
바로 애경의 디자인 철학입니다.

VALUE

보이지 않는 순수한 가치

숨겨진 가치를 생각합니다.
본연의 가치를 발견하고 담아내는 디자인

USABILITY

고객을 생각하는 편리함

고객을 먼저 생각합니다.
고객에게 최적화된 디자인, 고객이 공감하는 직관적 디자인

UNIQUE

삶의 의미를 주는 즐거움

즐거운 삶을 생각합니다.
삶을 즐겁고 의미 있게 하는 유쾌한 디자인



ESG 전략

“Harmony of Life”

우리가 지향하는 풍요롭고 행복한 삶은 ‘조화로움’에서 출발합니다.
 애경이 추구하는 조화로움이란 함께 가꾸어가는 아름다운 세상입니다.
 선순환 구조를 바탕으로 지속 가능한 사회를 만들기 위해
 애경산업의 첫 ESG 경영보고서를 시작합니다.

행복한 향기로 가득 찬 삶

한 기업이 사회를 변화시키는 데에는 한계가 있습니다. 하지만 혼자가 아닌, 우리 고객과 이해관계자
 그리고 지역사회와 함께한다면 우리 사회도 변화할 거라는 선한 영향력의 힘을 믿습니다. 애경산업은
 선한 영향력을 사회에 전파하기 위해 노력하겠습니다. 우리 사회가 따뜻하고 행복한 향기로 가득 차도록
 하기 위해 애경산업이 앞장서서 고객과 이해관계자와 함께할 수 있는 전사적 ESG 경영전략을
 수립하였습니다.

‘사랑과 존경을 최고의 가치로 삼아 고객과 직원, 사회의 행복을 추구하는 생활뷰티 선도기업’이라는
 전사 비전에 따라 ‘Transformation with ESG Challenges’라는 목표를 세우고
 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance) 각 영역별로 전략 방향과 과제를
 선정하였습니다.

다음과 같은 ESG 전략 체계를 바탕으로 애경산업은 ‘Zero Waste 실천’, ‘가치 있는 동행’,
 ‘Risk Management 역량이 강화된 컴플라이언스 체계 구축’으로 더 나은 세상을 만들고자 노력하겠습니다.

전사비전

사회와 고객, 나아가 직원의 행복을 추구하는 생활뷰티 선도기업

ESG 전략목표

Transformation with ESG Challenges

영역

ENVIRONMENT

SOCIAL

GOVERNANCE

3대 전략방향

Green Transformation 통한
Clean Cycle 비즈니스모델 추구

Community 소통 강화를 통한
공존 및 지속가능 경영체제 구축

이사회 리더십 Upgrade를 통한
신뢰받는 ESG 경영 강화

9대 전략과제

- Green TIE(Tec/Info/Edu) 확대
- Green Partnership 강화
- Green Value 경험 제공

- 행복한 Employees Community
- 동반성장하는 Partners Community
- 함께하는 Consumer Community
- 상생하는 Local Community

- 다양성과 독립성이 존중,
보장된 이사회 구현
- 전문성이 강화된 이사회 및
감사기구 구축

Zero Waste 실천

가치 있는 동행

Risk Management 역량이
강화된 컴플라이언스 체계 구축

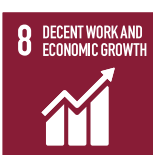
UN SDGs



ESG 경영 3대 전략방향	NO.	9대 전략과제	실천방향	17대 실행과제
Green Transformation 통한 Clean Cycle 비즈니스모델 추구	1	Green TIE(Tec/Info/Edu) 확대	Zero Waste 실천	• 폐기물 배출량 관리 및 재활용 프로세스 강화를 통한 절감 실천 • 2030 신/재생에너지 환경 설비 투자를 통한 에너지 절감 실천 • 2030 대기 환경 오염물질 및 온실가스 배출 관리 역량 강화를 통한 기후 변화 대응 동참 • 임직원 환경교육 강화를 통한 Green Transformation 유대감 강화
	2	Green Partnership 강화		• 파트너사의 환경역량 관리 및 지원을 통한 지속 가능한 친환경 공급망 구축 • 친환경/재활용 원료 및 제품에 대한 발굴과 지원 확대를 통한 친환경 비즈니스모델 강화
	3	Green Value 경험 제공		• AKGI(Aekyung Green Index) 운영 강화 • 화장품 플라스틱 ini셔티브를 넘어서서, 환경 ini셔티브 확대 동참
Community 소통 강화를 통한 공존 및 지속가능 경영체제 구축	4	행복한 Employees Community	가치 있는 동행	• 기업문화 혁신을 통한 긍정적 조직문화 강화 • 글로벌 수준의 근로환경 및 인권경영 정착
	5	동반성장하는 Partners Community		• 협력사를 포용하는 제도 및 지원프로그램 구축을 통한 동반성장하는 공급 생태계 구현
	6	함께하는 Consumer Community		• 제품 안전, 품질 경영 및 고객 만족도 관리체계 강화
	7	상생하는 Local Community		• 임직원과 함께하는 사회 공헌활동 프로그램 강화 및 참여 독려 • 비재무적 관점에서의 보고서 발간을 통한 사회적 소통 활성화
이사회 리더십 Upgrade를 통한 신뢰 받는 ESG 경영 강화	8	다양성과 독립성이 존중, 보장된 이사회 구현	Risk Management 역량이 강화된 컴플라이언스 체계 구축	• 이사회 리더십 및 역할 강화를 통한 책임경영 실행 • 이해관계자들의 다양성 확대 및 독립성 보장을 통한 Global 수준의 Governance 체계 구축
	9	전문성이 강화된 이사회 및 감사기구 구축		• 전문성 Upgrade를 통한 ESG 경영 실행력 강화

UN SDGs

향기로운 세상을 만들기 위해, 지속 가능한 성장을 위한 범지구적 노력에
애경산업도 함께하겠습니다.

SDGs	추진방향	주요활동
	- 고객을 위한 제품 또는 서비스 안전성 강화 - 조직문화 향상을 통한 행복한 일터 구축 - 임직원 대상 정기 교육 진행	- 소비자 만족도 제고 및 제품 안전성 평가 프로그램 운영 - 직장 내 괴롭힘 예방 교육 - 임직원 안전/보건/인권 교육 진행
	유소년/청소년 지원을 통한 교육 기회 지원	- 이주 배경 청소년 장학금 전달 등 - 사랑의 도서 기증(초등학교, 도서관)
	여성 인권 증진 및 사회 진출 지원	- 정규직 여성 근로자 비중 강화(여성 임원 포함) - 모자 보호 시설/미혼모 상담센터 ‘봄날’
	깨끗한 물 확보를 위한 위생관리 시설 구축	- 생산 시설 내 우수 재활용 시설 구축 ‘물포럼 코리아’ 활동 지원(매년 1억 원 지원, 총 8억 원)
	- 에너지 사용량 절감 - 신재생에너지 사용 도입	- 최근 3개년 에너지 사용량 절감 - 재생에너지 사용 검토(신규 시설 및 설비)
	- 일하기 좋은 회사 구현 위한 임직원 복지 및 혜택 강화 - 동반 성장을 위한 협력사 협업	- 임직원 교육 웰빙 생활 지원 - 친환경 포장재 공동 개발
	장애인/한부모 가정/탈북민 지원을 통한 사회 진출 지원 및 사회 인식 전환	- 자회사형 장애인 표준사업장 설립 (사내 카페 Cafe Fourteen) - 한부모 및 탈북민 가족 지원 행사 진행

UN SDGs

달성을 위한 노력

애경산업은 2015년 유엔 총회에서 채택한 2030 지속가능 발전 목표 (Sustainable Development Goals, SDGs)를 지향하며 ‘사회 발전’, ‘환경보호’, ‘포용적 경제성장’을 통해 지속 가능한 사회를 구현하는 데 앞장서겠습니다.

SDGs	추진방향	주요활동
	- 지역사회 협의 채널 개설 - 지역사회 사회 공헌 파트너십 보유	- 서울시청 복지정책실, 마포구청 보건행정과, 관할지역 주민센터, 종합사회복지관 소통 채널 - 법정: 사회복지공동모금회 - 지정: 굿네이버스, 초록우산 등
	재활용 및 친환경 상품/서비스 강화	- 플라스틱 사용량 감축 - 재활용/폐기물 분담금 지원 - AKGI(Aekyung Green Index) 운영 - 환경마크/저탄소제품 인증
	- 기후변화대응 활동(온실가스 감축) - 친환경제품서비스 출시 - 녹색 경영시스템 및 공급망 확보	- 환경평가(온실가스, 먼지 감축) - 폐기물/재활용 프로세스 구축 - 녹색경영 GMS 인증 및 녹색 구매 실천
	생태환경의 친환경적 관리	아름다운 도랑 가꾸기 운동 진행(정기적 하천 정화 운동)
	- 공정거래/부패방지를 위한 임직원 의식 함양 - 신고 프로세스 등의 시스템 구축 - 정기 이사회 운영 기반 의사 결정	- 공정거래/부패방지 교육 - 내부 신고 프로그램 운영
	- 상생을 위한 공급업체관리 및 지원 - 협력사 선정 기준 및 인센티브 운영	- 업체 평가 가이드 및 교육 진행 - 친환경 포장재 물량 인센티브

이해관계자

지속 가능한 향기가 세상에 퍼질 수 있도록
함께하는 동반자들

임직원	고객
주요 관심사	
- 직장 내 기본권, 고용 안정성 보장 - 성장 및 자기계발 기회 - 안전하고 쾌적한 근무환경 - 공정한 평가 및 보상 - 고용 및 노동 환경 개선 - 소통 채널 및 참여 기회 - 직원들의 행복한 일터	- 원활하고 신속한 커뮤니케이션 - 서비스 품질 개선 - 불공정거래 방지 - 제품 및 서비스 강화 - 기업의 사회·환경적 책임
커뮤니케이션 채널	
- AK 고충처리제도 - 윤리경영 제보 시스템 - 사내 커뮤니케이션 ‘Love & Respect Day’ - 역량 개발 채널 ‘러닝플랫폼’ - 그룹웨어 - 그룹사보 ‘ON AEKYUNG 사내 웹진’ - Youtube 채널 ‘어TV’ - 임직원 의견 소통 채널 ‘애경 두드림’	- 애경산업 공식 홈페이지 - SNS(인스타그램 및 페이스북, 유튜브, 포스트, 네이버TV) - 애경과 함께하는 서포터즈 ‘AK LOVER’ - 소비자 모니터 - 불만 처리 프로세스 ‘고객만족팀’ - 제품 안전 품질 프로세스 - 고객 관리 ‘CRM 팀’ - ESG 보고서
주요 활동	
- 임직원 윤리서약 실행 ‘Love & Respect Day’를 통한 경영진-직원 간의 소통 기회 마련 - 역량 개발을 위한 교육/프로그램 운영 - 성과, 역량 개발 중심의 평가 제도 운영 - 조직문화개선 및 다양한 복리후생 지원 - 임직원 이벤트 참여 기회 및 소식 공유 - 제품 아이디어를 자유롭게 제안 및 방안 공유 - 매출 증대를 위한 의견 제안	- 보도자료, 홈페이지, SNS 포스팅을 통한 신속한 정보 제공 - 고객만족도 조사 및 고객 니즈 파악 - 제품 및 서비스 안전성 평가 내용 공개 - 제품 및 서비스 강화 - 품질기준 강화 및 제품 신뢰성 확보 - 아이디어 제안 프로그램 진행 - CRM 고객 만족도 조사 및 고객 니즈 파악 - 지속 성장가능한 친환경 제품 개발 강화 - ESG 보고서 발간을 통한 애경산업의 지속 가능성 성과와 계획 공유
연계 UN SDGs	



이해관계자 커뮤니케이션

애경산업은 경영활동 중 직간접으로 영향을 주고받는 ‘임직원’, ‘고객’, ‘주주·투자자’, ‘지역사회’, ‘협력사’를 주요 이해관계자로 정의하고, 이해관계자와의 커뮤니케이션을 통해 다양한 현안을 파악하여 이를 경영활동에 반영하고자 합니다. 앞으로 양방향 소통 채널을 강화하여 이해관계자의 의견을 적극 청취함으로써 더 나은 방향으로 발전하는 애경산업이 되겠습니다.

주주 · 투자자	지역사회	협력회사(비즈니스 파트너)
주요 관심사		
- 재무 성과 - 배당 성향 - 리스크 관리 역량 - 투명한 사업정보 및 거버넌스 체계 공개	- 사회 공헌 활동 - 지역경제 활성화 기여 - 환경보호 - 나눔 문화 확산 - 이해관계자 커뮤니케이션 확대	- 협력사 소통 및 역량 강화 - 협력사와의 공정거래 - 협력사와의 동반성장
커뮤니케이션 채널		
- 정기 주주총회 - 홈페이지 공시 및 공고 - IR 미팅 - 사업보고서 - 감사보고서 - ESG 보고서 - IR 실적 자료집	- 사회 공헌 프로그램 - 지역사회 주민 의견 협의 채널	- 협력업체 소통채널 ‘SRM 시스템’ - 주요 업체 정기 미팅
주요 활동		
- 이사회 중심의 주주친화적 투명경영 강화 - 다양한 IR 미팅을 통한 주주 소통 및 성과 공개 - 사업보고서를 통한 재무 성과 공개 - 이해관계자 커뮤니케이션 확대 - 주주환원정책에 따른 배당금 지급 - 대내·외 리스크 관리 대응 - ESG 보고서 발간을 통한 거버넌스 체계의 투명한 공시	- 사회 공헌 프로그램 개발 및 운영 - 환경오염물질 배출 최소화 - 비즈니스 연계 및 지역별 특화 사업 - 지역사회 주민 의견 수렴할 수 있는 협의 채널을 주기적으로 운영	- SRM 시스템을 통한 협력사와 소통채널 마련 - 소통채널을 통한 신기술 개발 제안 - 불공정 거래행위 금지제도 직원 관련자 온라인 교육 진행 - 협력사에 대한 공정거래 협약서 작성 및 원칙 공개 - 협력사 불만 및 부정 행위 제보에 대한 피드백 - 협력사와의 협력 성과 문서화 - 협력사 거래 대금 현금 조기 지급
연계 UN SDGs		



중대성 평가

지속 가능한 향기가
세상에 널리 퍼질 수 있게
우리가 준비하고 있는
과제들을 소개합니다.

애경산업은 내·외부 이해관계자들의 다양한 기대와 관심 사항을 파악하고 경영활동에 영향을 미치는 지속가능 경영 이슈를 도출하기 위해 중대성 평가를 실시하였습니다. 중요 이슈 풀(Pool)을 구성하여 산업계 트렌드 분석과 동종 산업 벤치마킹, 미디어 분석, 글로벌 경제·사회·환경 이슈와 국제표준을 분석하였으며 내부 현황을 검토하였습니다. 담당 부서와 경영진의 의견을 수렴하여 이해관계자 관심도 및 비즈니스 영향도를 평가하였습니다. 그 평가를 토대로 중대 이슈를 검토하여 결정하고, 선정된 중요 이슈는 보고서 목차와 내용 구성에 활용하였습니다.

Step 01.

중요 이슈 Pool 구성

- 산업계 트렌드 분석
- 글로벌 경제, 사회, 환경 이슈와 국제표준 분석
- 동종 산업 벤치마킹
- 내부 현황 검토
- 미디어 분석

Step 02.

담당 부서 및 경영진 의견 수렴

Step 03.

이해관계자 관심도 및 비즈니스 영향도 평가

Step 04.

중대 이슈 검토 및 확정

Step 05.

ESG 핵심 이슈 협의 및 활동 추진

핵심 이슈 01.
제품 포장재의
환경 영향 감축



핵심 이슈 02.
근로환경 및 인권경영



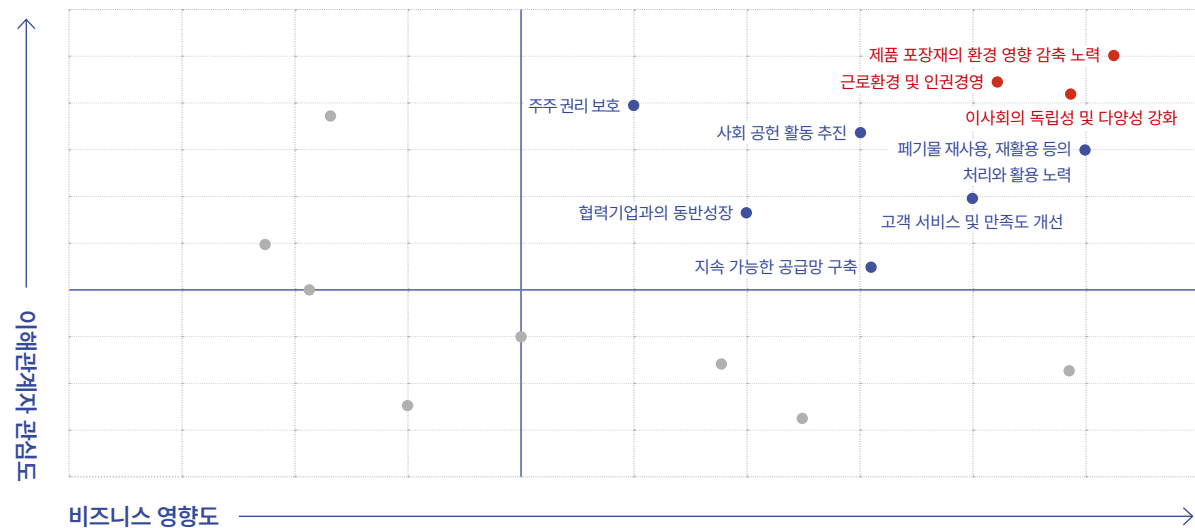
핵심 이슈 03.
이사회의
독립성 및 다양성 강화



전체 이슈 Pool 그룹핑

영역	구분	이슈	구분	이슈
환경 [E]	1	지속 가능한 공급망 구축	4	기후변화 대응
	2	친환경 제품 개발 확대	5	제품 포장재의 환경 영향 감축 노력
	3	폐기물 재사용, 재활용 등의 처리와 활용 노력	6	유해물질의 취급과 관리 강화
사회 [S]	7	협력기업과의 동반성장	10	고객 서비스 및 만족도 개선
	8	협력기업과의 소통 및 분쟁조정	11	제품 품질안전
	9	사회 공헌 활동 추진	12	근로환경 및 인권경영
지배구조 [G]	13	이사회의 독립성 및 다양성 강화	16	주주 권리 보호
	14	건전한 지배구조	17	리스크 관리
	15	이해관계자 참여와 커뮤니케이션		

중대성 평가 매트릭스



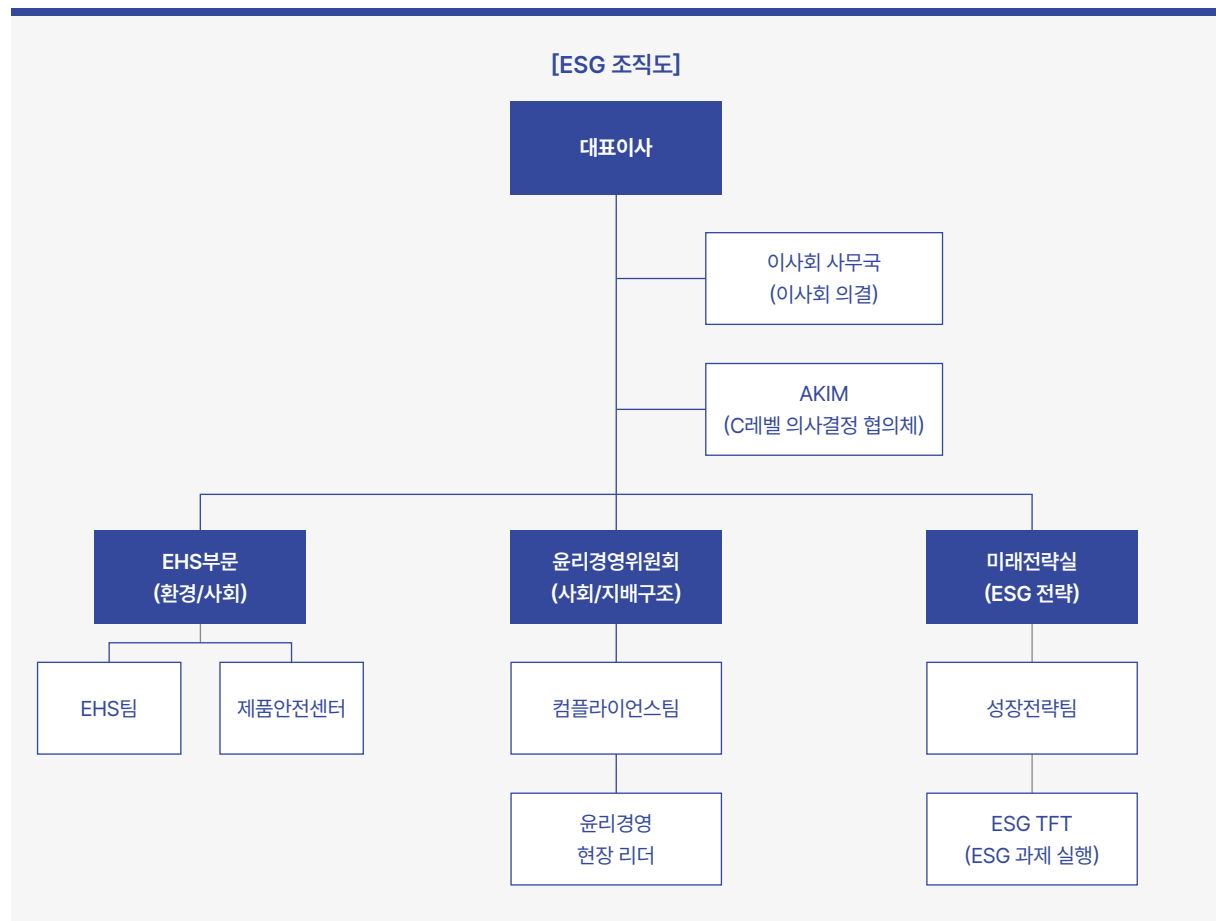
영역	이슈	보고 페이지
환경	핵심 이슈 1. 제품 포장재의 환경 영향 감축 노력	52-53
사회	핵심 이슈 2. 근로환경 및 인권경영	82-89
경제	핵심 이슈 3. 이사회의 독립성 및 다양성 강화	106-108
환경	폐기물 재사용, 재활용 등의 처리와 활용 노력	62-65
사회	사회 공헌 활동 추진	92-95
사회	고객 서비스 및 만족도 개선	76-80
경제	주주 권리 보호	109
환경	지속 가능한 공급망 구축	66
사회	협력기업과의 동반성장	90

ESG/EHS 조직도 + 안전 경영 방침

애경산업의 임직원들과 고객들의 안전을 최우선으로 하는
경영방침을 세우고 실천하고자 합니다.

ESG 운영 체계

애경산업은 지속 가능한 가치 창출의 기반을 마련하고 환경·사회·지배구조의 전 영역에서 사회적 책임경영을 실천하기 위해 ESG 조직을 구축하였습니다. 재무적 ESG 경영의 내재화가 기업가치를 향상시키는 핵심 동력이라 인식하고, 수익성만으로 기업의 가치를 판단하지 않는 시대 변화에 따라 시장 환경에 전략적으로 대응하고자 합니다. 그에 따라 월 1회 개최되는 AKIM 경영 회의 및 이사회 회의에서 ESG 관련 안건에 대해 협의 및 의사결정을 심도 있게 진행하고 있습니다.

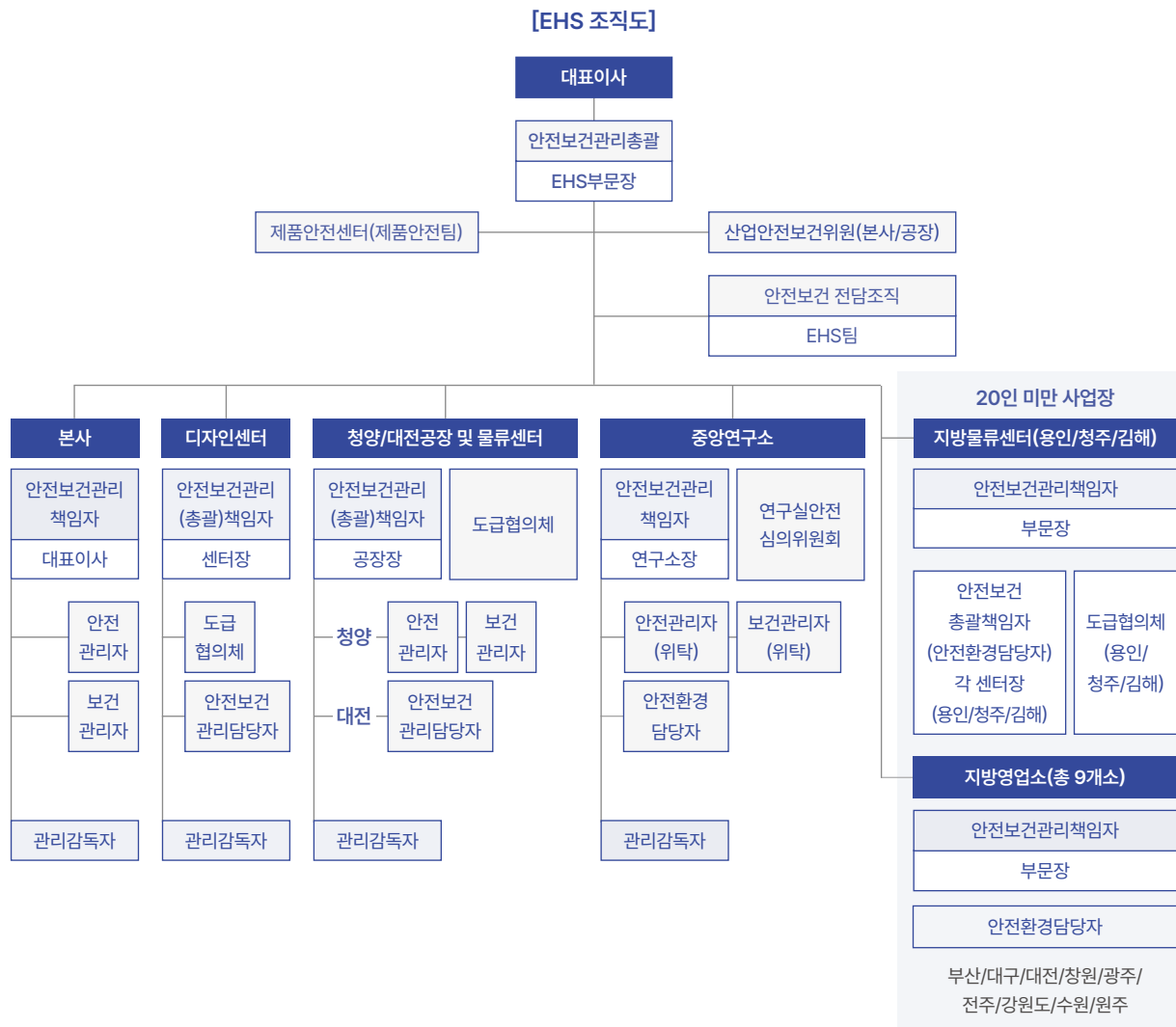


안전보건 경영방침

인간 존중과 사회적 책임을 다함으로써 지속적으로 발전하는 기업이 되기 위해 안전보건경영시스템을 구축하고 꾸준히 개선하고 있습니다. 글로벌 수준의 환경보건안전 경영시스템을 구축하기 위해 EHS 조직과 위원회 중심으로 전문성을 강화하여 직원과 고객의 안전과 건강을 최우선 순위에 두고 끊임없이 노력하겠습니다.

[EHS 조직 목표]

전사 환경, 보건, 안전에 대한 중요성 인식
최고의 안전성 확보와 환경보존을 통해 기업의 사회적 책임을 실현



COVID-19 대응 전략

풍요롭고 행복한 향기가 다시 온 세상에 가득하길 기원하며,
우리와 지역사회가 함께한 활동들을 기록합니다.

예방활동

체온 측정 및 손소독

사업장에 출입하는 모든 인원을 대상으로 출입 시 열화상 카메라를 통한 체온 측정과 손소독을 실시하고 있습니다. 발열이 있거나 감염 의심자에 대해서는 사업장 출입 금지 및 재택근무를 시행하고 있습니다.

방역 수칙 일상화

손소독을 수시로 할 수 있게끔 손소독제를 배치했으며 손잡이, 엘리베이터 등 접촉이 잦은 곳은 수시로 소독하고 있습니다. 또 전문 방역 업체에 의뢰해 사업장 전체 방역을 주기적으로 실시하고 있으며, 하루 3번 이상 창문을 열어 사무실 공기를 자연환기하고 있습니다. 업무보고 또는 회의는 가급적 대면 회의를 최소화하기 위하여 화상회의를 활성화하고 있습니다.

재택근무 및 백신 접종 유급휴가 실시

사회적 거리 두기 단계에 따라 재택근무를 확대 실시하여 운영 중입니다. 유연근무제 지원을 통해 선택 근무제로 출·퇴근 혼잡시간대를 회피할 수 있도록 하고, 유 증상(기침, 가래, 발열 등) 시 재택근무를 하거나 연차휴가를 적극 활용하도록 하였습니다. 또 COVID-19 백신 접종을 권장하고, 접종일을 포함해 2일간의 유급휴가를 지원하는 등 COVID-19를 예방하기 위해 적극 노력하고 있습니다.

감염대응조치

COVID-19 비상 대응 조직체계를 구성하여 관리 및 대응 지침을 수립하고, 비상 상황 운영 시스템을 구축하였습니다. 초기에는 내부 전파 최소화에 중점을 두었으며, 중기에는 내부 전파뿐만 아니라 대응력을 강화하였으며, 현재는 빠른 조직 정상화로 확진자 외 내부 규제를 최소화하여 정상 근무 환경 조성에 힘쓰고 있습니다.

접종률

구분	인원 수(명)	접종률(%)
1차	654	74.2
2차	652	74
3차	423	48
전체 인원 수	881	

백신 접종 후 유급휴가 사용현황

*2022년 3월 31일 기준

구분	유급휴가일수(일)	인당 유급휴가일수(일)
1차	1,256	1.9
2차	1,265	1.9
3차	827	2.0



CLEAN to PROTECT

애경산업 위생 전문 브랜드 ‘랩신’(LABCCiN)’에서 진행하는 ‘클린 투 프로텍트(CLEAN to PROTECT)’ 캠페인의 일환으로 손소독제 기부를 기획하였습니다. COVID-19 대유행 속 방역 최전선에서 헌신하는 의료진에게 고마운 마음을 전하고 COVID-19 극복을 위해 고군분투하는 의료기관을 응원하고자 주요 대학병원에 손소독제를 기부하였습니다. 랩신 손소독제는 병원 곳곳에 비치돼 교직원과 내원객의 COVID-19 감염 예방 및 확산 방지, 병원 위생관리를 위해 제공되고 있습니다.

CLEAN to PROTECT 캠페인 지역사회 기부 현황

*2022년 3월 31일 기준

구분	물품 지원 수량(만개)	지급 규모(억)
물품기부	35	2.1



Chapter 02 — I.
Environment

Fragrant Change

“변화의 바람이 불다”

Zero Waste를 향한
향기로운 도전



애경산업은 ‘Zero Waste’라는 원대한 목표에 도전합니다. 이 도전을 홀로가 아닌 협력사와 함께하고자 합니다.

애경산업과 협력사에서 만드는 친환경 제품은 고객들의 손에서 다시 자연으로 돌아가게 될 것입니다. 이처럼 지속 가능한 생산활동을 가능하게 하고자 친환경 지표 ‘애경그린인덱스 (AKGI)’를 운영하고 있습니다. 이는 더 나은 환경과 사회로 나아가는 데 이바지하려는 시작입니다. 다음 세대가 더 나은 환경에서 살아갈 수 있도록 ‘Zero Waste’를 향한 우리의 노력은 계속될 것입니다.

Love & Respect

스마트 그린 경영방침 및 체계

애경산업이 생각하는 Zero Waste는 홀로 달성하기 어려운 과제입니다.
협력사 그리고 고객과 함께 만들어갈 때 비로소 이 원대한 목표를 달성할 수 있습니다.

스마트 그린 경영

- － 전 과정 사고(Life Cycle Thinking)를 통한 업무 프로세스의 친환경화
- － 글로벌 환경 리스크 대응 역량 강화
- － 환경경영 성과의 지속적 개선

*스마트 그린 경영: 소비자가 당사의 제품과 서비스를 누리는 순간 자연스럽게 친환경 소비자가 될 수 있도록
제품 및 사업장의 친환경적 설계-개발-판매를 전사 직원이 참여하는 경영활동



2010년 5월 13일 애경산업은 편리하고 환경친화적인 제품을 공급하는 회사로 성장하기 위해 ‘스마트 그린 경영’을 선언하였습니다. ‘더욱 안전하고 편리하게 사용할 수 있는 제품과 더욱 즐겁게 누릴 수 있는 서비스를 제공함으로써 소비자가 제품과 서비스를 누리면서 자연스럽게 환경친화 활동을 실천할 수 있는 똑똑한 경영’이라는 스마트 그린 경영이념을 정립하였습니다.

스마트 그린 경영을 실현한 하나의 결과로서 NGO 환경운동 단체인 한국녹색 구매네트워크에서 진행하는 ‘올해의 녹색상품’에 2010년 액체 세탁 세제 ‘리큐’, 2011년 ‘에스파르 샴푸’, 2012년 분말 세탁 세제 ‘스파크 미니’, 2013년 분말 세탁 세제 ‘퍼펙트 1회 행굼’, 2014년 ‘2080 천일염 가글액’, 2015년 ‘홈즈 퀵크린 매직폼 파워 부스터’, 2018년 주방 세제 ‘투명한 생각’ 등 7회에 걸쳐 선정되는 성과를 거두었습니다.

관리제도 및 시스템 — ① 그린인덱스

환경경영 목표·성과 진척도의 효율적 관리를 위한
지표 수립 및 관리 체계 구축

애경그린인덱스 (AKGI) 운영

AKGI 적용 세부 항목

+ 친환경 브랜드 운영

+ 친환경 선물세트 운영

+ 친환경 패키지 운영

+ 플라스틱 감축 운영

+ 사회친화적 포장재 개선

+ 재포장 금지 대응

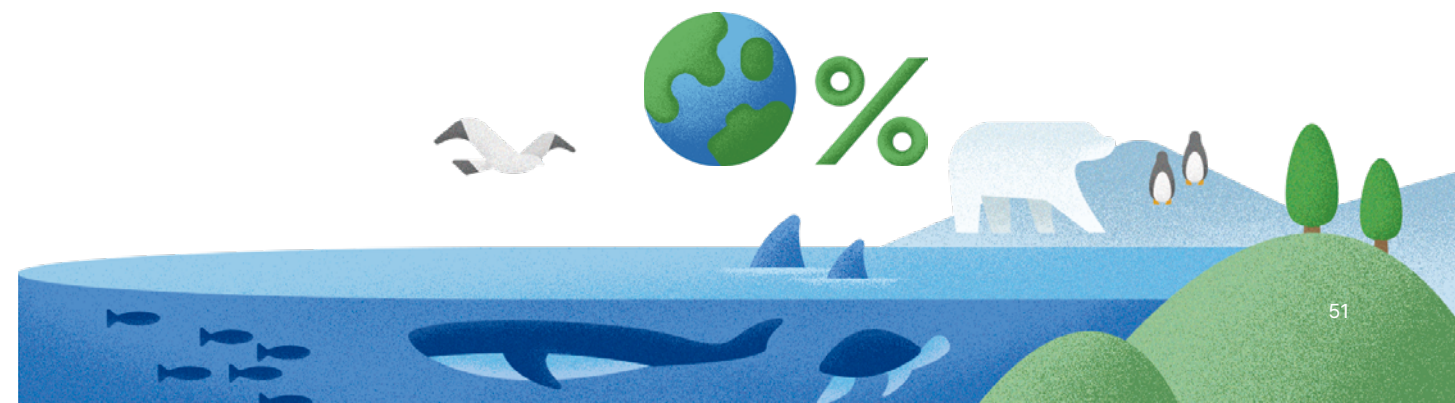
지속가능 제품 개발을 위하여 플라스틱 사용량 감축, 재활용이 용이한 제품 개발을 위하여 당사 제품 개발 시 친환경 지표인 AKGI를 적용하고 있습니다. 현재 생활용품 및 일부 화장품 품목에 우선 적용하여 자사 제품들에 대한 지표를 확립하였고 매년 Level 2, 3에 해당하는 제품군을 줄이기 위한 노력을 진행할 예정입니다.

*애경그린인덱스(AKGI): 플라스틱 사용량을 감축하고 재활용이 용이하여 지속 가능한 제품을 만들기 위해
제품 개발 시 적용하는 친환경 지표

그린 등급	SCORE	제품 비중	
		2020년	2021년
Level 0	91~100	0%	0%
Level 1	66~90	23.7%	55%
Level 2	36~65	44.9%	32%
Level 3	0~35	31.3%	13%

*항목별 25년 타겟 기준 Level 0/1 타겟으로 진행 중

*생활용품 및 일부 화장품 포함



관리제도 및 시스템 — ② 녹색 구매 방침 및 공급업체 협업
친환경 포장재 개발

친환경 원자재 구입과 사용률을 높이고,
가치사슬(Value Chain) 내 확대를 통해 친환경 제품 출시 강화

녹색 구매

녹색 구매방침

같은 용도의 다른 제품 또는 서비스에 비하여 자원절약에 기여하고 환경오염을 줄이면서 다음 각 항목에 해당하는 물품을 구매하는 것으로, 전과정 사고(LCT, Life Cycle Thinking) 개념을 적용한 방침입니다.

- 1. 「환경기술 개발 및 지원에 관한 법률」과 ‘부칙’에서 정하는 환경마크 인증 제품
- 2. 「자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률」과 ‘부칙’에서 정하는 재활용 인증 제품
- 3. 포장단위, 경량화, 리필, 용기 회수 등 폐기물 저감 물품
- 4. 난연성 물품, 폐원자재를 활용한 재활용품, 외국의 환경 라벨 획득 등 기타 친환경성이 인정되는 물품

녹색 구매관리

- 1. 회사의 녹색 구매가 지속적으로 추진될 수 있도록 회사 내부와 공급자를 대상으로 회사의 녹색 구매 방침, 가이드라인, 평가항목 및 평가방식, 그리고 이와 수반되는 제반 사항에 관한 모든 정보를 공개해야 한다.
- 2. 공급자의 친환경성을 평가하고 구매 대상 품목의 친환경을 평가할 수 있는 평가항목과 비전을 지정하며, 그 내역을 유지하여야 한다.
- 3. 품질/환경(녹색) 경영시스템 운영, 유지와 관련된 부서장과 협의하여 회사의 녹색 구매 확산을 위한 공급자 및 자재 개발에 노력하여야 한다.

*공급업체 협업 친환경 포장재 개발내용 및 22년 계획

구분	주요품목	SKU 수	업체명	개발내용	진행상황/친환경 영향
용기	케라시스 600ml	3 SKU	태*	용기재질변경 PET → PE	유색 PET의 경우, 재활용품의 활용도가 낮아 재활용수지의
	샤워메이트 1.2kg	3 SKU	태*	용기재질변경 PET → PE	제품활용이 어려움에 따라 재활용성이 높은 재질(PE, PP)로
	알피스트	4 SKU	에** **	신제품 PE 재질 용기 도입	변경 또는 투명 PET 적용
	랩신 핸드워시 250ml	11 SKU	성***	용기재질변경 PET → HDPE	유색 PET의 경우, 재활용품의 활용도가 낮아 재활용수지의
	치유비 300ml	2 SKU	태*	PCR PET 100% 적용	제품활용이 어려움에 따라 재활용성이 높은 재질(HDPE)로 변경
	리큐	4 SKU	에** **	SK 제조 PIR 원료 사용	재활용 플라스틱 PIR 용기 적용
단상자	a.solution	4 SKU	우** / 신***	FSC 인증 단상자	국제삼림관리협의회(FSC) 인증 종이단상자, 소이 잉크 적용
화장품 용기	AGE20's	9 SKU	이** / 한* T** / 한*** 유****	재활용 용이 재질 사용 ABS → PCR- ABS	PCR-ABS(리사이클링 재생원료) 적용
	point&	2 SKU	태*	신제품 PCR 재질 용기 사용	친환경 플라스틱 PCR-PET 용기 적용
에코 펌프캡	알피스트	2 SKU	하*****	신제품 친환경 펌프 도입	기존 펌프에 금속이 포함되어 있어 플라스틱을 재활용하는 어려움이 있으므로 에코펌프로 전환하여 포장재의 재활용률을 높임
파우치	리큐	4 SKU	아****	PCR PET 및 PCR LLDPE 적용	파우치 재질 중 PET와 LLDPE 내 친환경 소재 적용

관리제도 및 시스템 — ③ 연구개발과 환경

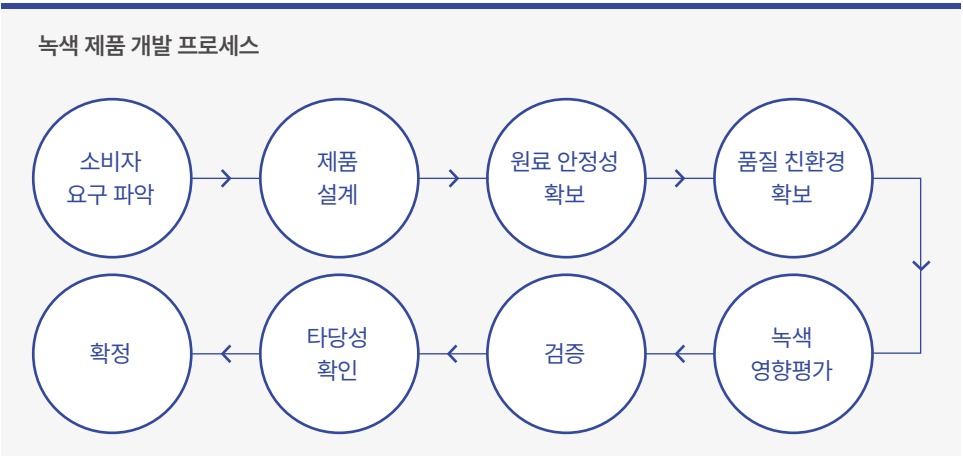
친환경 제품을 개발하기 위한
내부 프로세스 구축

환경친화 경영

제품의 환경 관련 인증 요구

애경산업의 모든 제품은 ‘녹색제품 개발 프로세스’를 통하여 개발됩니다. 품질, 안전성, 친환경성 및 녹색 영향 평가 등 엄정한 기준을 거쳐 제품을 설계합니다. 주방 세제와 세탁 세제 제품은 환경표지 및 저탄소·탄소중립 인증을 취득했고, 헤어 제품과 섬유 유연제는 로하스 인증을 취득하였습니다.

이처럼 친환경적이고 혁신적인 제품 개발을 실현함으로써 녹색제품 개발의 기반을 구축하였습니다. 품질, 환경, 안전, 보건 영역의 지속적인 개선에 아울러 사회적 책임을 수행하기 위해 동물실험을 배제, 대체 실험을 채택하고 천연원료의 사용 비율을 확대하고 있습니다



디자인과 환경

디자인센터는 사회와 환경을 생각하는 디자인을 개발해 제품의 라이프 사이클을 포함한 환경친화적 배려가 녹아 있는 제품을 출시하는 데 이바지합니다. 국가정책에 발맞추어 탄소 발생량을 줄이고자 기존 포장재의 무게와 부피를 저감하고 생산성 향상을 위해 꾸준히 연구 중입니다. 또 포장재 리뉴얼 및 기능성 부여 등 고객의 편의성 증대를 목표로 다양한 노력을 하고 있습니다.

포장재 부품 및 재질 종류 축소 설계(유니소재: Uni-Material)

‘AGE 20’s 에센스 팩트 시즌 5’의 경우, 캡과 용기의 결합에 필요한 핀을 제거하고 부품과 소재의 수를 축소하여 환경친화적으로 설계를 변경했습니다. 또 제품의 보습을 유지하기 위해 내부 용기의 밀폐력을 향상시켜 고객의 만족도를 높였습니다. 용기 밀폐 구조 측면에서 단일 사출로 변경했는데, 이중 사출을 적용한 기존 버전 대비 생산성이 150% 높아지고 포장재 생산 시 이산화탄소 발생을 저감하는 효과도 얻을 수 있었습니다.

관리제도 및 시스템 — ④ 안전환경 관리 체계 및 활동

환경규제 영역에 대한 대응 민첩성을 높이고,
다양한 활동을 통해 안전한 사업장 구축에 힘쓰고 있습니다.

환경규제 관리 체계 구축

EHS 부문 내 생산 EHS팀에서 4대 환경 관리 규제 영역의 법령·시행령·시행규칙 등을 지속적으로 모니터링하고, 미준수 사항에 대해서는 개선 계획을 세우고 추진합니다. 해당 영역에 대한 준수 여부 확인은 자체적으로 진행 중이며, 필요시 공공기관을 통해 점검하고 있습니다.

생산EHS팀 관리 영역

관리 영역	세부 영역	관련부서	주관부서
안전보건관리	중대재해처벌법	공장 전 부서	생산EHS팀
	산업안전보건법		
소방안전관리	화재예방, 소방시설 설치·유지 및 안전관리에 관한 법률		
	위험물안전관리법		
환경관리	대기환경보전법		
	물환경보전법		
	지하수법		
	토양환경보전법		
	폐기물관리법		

생산EHS팀 대응 사례

구분	법규명	개정번호	최근 개정 내용	시행 일자
1	산업안전보건법	5	타법개정	2021.01.16
2	폐기물관리법	3	일부개정	2021.01.05
3	물환경보전법	3	일부개정	2021.04.13

안전보건 경영방침

애경산업은 인간존중과 사회적 책임을 다하고, 지속적인 기업의 발전을 위하여 안전보건경영시스템을 구축하고 지속적인 개선을 추진하고 있습니다. 글로벌 수준 안전환경 보건 경영시스템 구축을 위하여 EHS 조직과 위원회 중심으로 전문성을 강화하여 직원과 고객의 안전과 건강을 최우선 순위에 두고 끊임없이 노력해 나가도록 하겠습니다.

안전보건경영방침

“안전보건을 최우선 가치로 삼고, 일상적으로 실천하는 안전문화를 조성한다.”

- 안전보건법규 및 사내·외 이해관계자 요구사항 준수
- 안전보건활동에 관한 자발적 참여와 협의
- 안전보건목표와 가치 상시공유 및 협력회사와 상생협력
- 안전보건Risk 사전파악 및 유해위험요소 지속개선
- 안전하고 쾌적한 근무환경 조성을 통한 중대재해 Zero화

위와 같은 방침의 구체적 실행을 위해 안전보건경영 부문에 대한 당사의 내부 및 외부 이슈를 발굴하여 지속적으로 개선하고, 당사 조직의 모든 지식 역량을 동원하여 이해관계자가 만족하도록 한다.

(날인서명)

아케영

애경산업주식회사 대표이사 임 재 영

안전보건 활동

안전보건 관리와 중대 산업재해 예방을 위해 매년 Safety Walk 활동, 안전 체조, 합동소방훈련 등을 통해 안전사고를 예방하고 있습니다.



공장 산업재해 및 재해율 종합

	구분	단위	2019년	2020년	2021년	2022년 목표
청양공장	산업재해	건	2	3	0	0
	상시근로자수	명	389	330	343	-
	재해율	%	0.5	0.9	0	0
대전공장	산업재해	건	0	0	1	0
	상시근로자수	명	37	34	31	-
	재해율	%	0	0	3	0

합동소방훈련

화재 발생 대응 능력을 향상하기 위한 소방훈련

청양공장 전 직원은 청양소방서, 정산 119 안전센터와 함께 합동소방훈련을 실시하여 화재 대비 체계를 점검하고 현장 대응 능력을 향상시켰습니다.



안전환경 교육

안전환경에 대한 현재 상황, 예측 등을 공유하기 위해 안전환경 뉴스레터, 사내 게시판 등의 커뮤니케이션 채널을 운영하고 안전환경 교육을 실시하고 있습니다.

21년 안전환경 교육

- 주요 교육: 응급처치 및 심폐소생술, 소화기 사용법, 원인별 화재예방 요령, 폐수 관리 개선 등
- 교육자: 안전 및 보건 관리자, 환경 관리자
- 참석자: 공장 임직원, 연구소 임직원



관리제도 및 시스템 — ⑤ 재활용 분담금 처리 프로세스

애경산업은 재활용 분담금 처리 프로세스를 전산화하여 효율적으로 운영·관리해나갈 예정입니다.



재활용분담금 납부현황(최근 5년)

구분	2017	2018	2019	2020	2021
출고수량(Ton)	9,025	8,966	9,452	11,251	9,056
금액(억)	14.1	14.8	15.9	15.9	16.4



관리제도 및 시스템 — ⑥ 애경 환경성과 관리체계(ISO 기준)

ISO 운영 기준 기반으로 국제표준화 규격에 맞게 프로세스를 정비하여
환경성과 관리체계를 지속적으로 고도화할 예정입니다.

애경 환경성과 관리체계(ISO 기준)	
녹색영향평가(1회/3년) 및 GMS 지표(1회/년) 모니터링 진행 중	
[ISO 14001 환경경영시스템 인증]	
Step. 01 계획 수립	· 주관부서장 매 3년마다 대상, 범위 및 일정 계획 수립 · 부서 별 녹색영향평가자(ISO 추진 간사)를 선임하여 녹색영향평가 수행
Step. 02 녹색영향평가 검토	
· 녹색영향평가자 작성된 자료를 주관부서에 송부하여 검토 의뢰 · 다음 3가지 사항을 검토하고, 수정이 필요한 경우 해당 부서에 요구 ① 각 부서의 제품, 활동 및 서비스와 관련된 환경 측면 및 환경영향 등의 누락 여부 ② 평가 기준에 따른 등급 적용의 적정성 여부 ③ 환경 관련 법규, 환경 방침 및 이해관계자의 견해 등 고려 여부	
Step. 03 평가표 승인	
· 녹색영향평가표의 검토와 수정이 완료되면 녹색영향평가표에 대해 주관부서장의 승인	

관리제도 및 시스템 — ⑦ ISO 대상 및 조치 프로세스

애경산업은 ISO 기준에 맞게 녹색영향평가 항목을 세분화하여
대응 민첩성 및 효율성을 증대하고 있습니다.

대상 및 조치방법

녹색영향평가 대상 및 평가 시기 | 정기평가 |

평가대상	평가부서	평가시기
원부자재 입고, 보관, 불출, 사용에 따른 평가	생산부서	3년 주기
유틸리티 생산, 보관 및 공급에 따른 평가	공무부서	3년 주기
유틸리티 사용에 따른 평가	사용부서	3년 주기
생산설비 운용에 따른 평가	생산부서	3년 주기
환경설비 운용에 따른 평가	사용부서	3년 주기
폐기물 발생 및 내부 운반에 따른 평가	발생부서	3년 주기
폐기물 보관 및 처리에 따른 평가	환경관리부서	3년 주기
제품 보관 및 출하에 따른 평가	물류부서	3년 주기
제조설비/기기 유지 및 보수에 따른 평가	공무부서	3년 주기
건축물의 유지/부서에 따른 평가	관리부서	3년 주기
실험실 운영에 따른 평가	연구개발부서, 품질부서	3년 주기
사무실	해당부서	3년 주기
운송차량 및 장비운영에 따른 평가	물류부서	3년 주기
제품에 대한 평가	연구개발부서	3년 주기
제품 외주 생산	생산부서, 구매부서	3년 주기

평가 등급별 심각성 구분 및 조치 방법

평가등급	조치방법
1~2등급	환경에 심각한 영향을 미치지 않는 환경영향으로써 녹색영향등록부에 등록하여 관리할 필요는 없으며, 필요한 경우 운영 관리 지침, 작업표준에 반영하여 관리한다.
3등급	환경에 영향을 미치는 정도가 심각하지는 않지만 향후 법규 규제치의 강화 또는 민원의 발생 가능성이 있는 환경영향으로 운영 관리 및 작업표준에 반영하여 관리하며, 해당 부서장의 개선 의지에 따라 녹색영향등록부에 등록하여 개선 계획을 수립할 수 있다.
4~5등급	환경에 심각한 영향을 미치는 환경영향으로써 녹색영향등록부에 등록하여 개선 계획을 수립한다.

*평가 등급별 점수 기준은 녹색영향평가 기준 참고할 것

인증서 목록

환경경영 및 품질경영, 녹색경영 시스템을 도입하여 프로세스·시스템을 고도화하고 체계적으로 관리, 강화하고 있습니다.

환경·품질 인증 현황

평가등급	최초인증시기	인증주기(갱신)	사후 심사주기	인증기관
ISO 9001 품질경영시스템	1997년 4월	3년	통합2회(1회/반기)	한국표준협회(KSA) 국제인증심사센터
ISO 14001 환경경영시스템	2005년 4월			
KS I 7001, 7002 녹색경영시스템	2011년 4월			
ISO 22716 우수화장품 제조품질관리기준	2016년 1월		1회/년	한국뷰로베리타스 (BV인증원)
CGMP 우수화장품 제조품질관리기준	2016년 7월		1회/3년	식품의약품안전처 화장품심사과



품질경영시스템 인증
(ISO 9001)



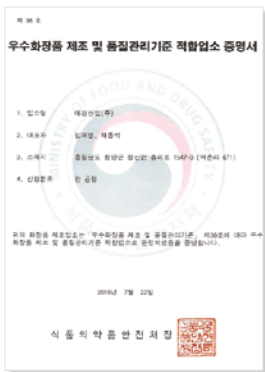
환경경영시스템 인증
(ISO 14001)



녹색경영시스템 인증
(KS I 7001, 7002)



우수화장품 제조품질관리기준 인증
(ISO 22716)



우수화장품 제조품질관리기준 인증
(CGMP)

환경경영 주요 성과

애경산업은 전 지구적 온실가스 감축 및 환경 영향을 최소화하기 위하여 전사 차원에서의 대응을 하고 있습니다.

환경경영

전 세계적으로 환경오염물질 배출과 에너지 사용 증가, 이로 인해 발생하는 기후변화 관련해서 기업의 역할과 책임이 중요해진 상황입니다. EHS 위원회 중심으로 환경/보건 관련 주요 아젠다를 월별 경영진 회의에 상정하여 빠른 의사결정 및 과제 진행을 통해 사업 활동 전반에서 오는 대기오염 최소화, 화학물질 관리, 온실가스 배출 관리, 폐기물 재활용, 플라스틱 사용량 감축 등을 시행하고 있습니다. 애경산업의 환경경영 노력의 결과 한국표준협회(KSA)에서 환경경영시스템 ISO 14001, 녹색경영시스템 KS I 7001, 7002 인증을 받았습니다.

구분	단위	2019년	2020년	2021년
계획	백만원	747.8	1480.9	2667
투자	백만원	745.3	843.1	2543.6
이행비율	%	99.67	56.93	95.37
내용		위험물 원료창고 증설, 폐수라인 교체 공사 등	위험물 원료창고 증설, 우수관로 교체 공사 등	폐수처리장 신축 공사 등

사회환경가치 제품 및 친환경 인증 현황

애경산업은 환경경영 강화를 위해 친환경 제품 출시를 지속적으로 늘려가고 있습니다

친환경·업사이클링 제품 애경산업은 친환경 제품 개발과 더불어 사회환경가치 제품을 확산하는 노력을 지속하고 있습니다. 자연원료의 재활용(업사이클링) 등을 통해 그린 가치를 실현하고 있습니다. 사회환경가치 제품의 매출액은 2021년 650억 원으로, 이는 전체 매출액 대비 11.3% 수준입니다.



순샘 제주

최근 출시된 '순샘 제주 향균 주방 세제'는 깨끗한 섬 제주에서 나고 자란 원료를 담아 주방 위생 관리에 도움을 주는 주방 세제입니다. 특히 '제주 레몬'은 착즙 후 사용되지 않는 제주산 레몬 껍질에서 추출한 원료를 담아 재활용(업사이클링) 가치를 실현하였습니다.



제주시 농협 업무 제휴 협약식

애경산업은 제주시 농협과 업무협약을 체결해 제주시 농협 조합원이 수확한 농산물로 제품을 개발하는 등 지역 상생 가치 실현을 확대할 계획입니다. 실제로 과거 농협과 함께 상주 사과, 하동 키위 등 지역 특산물 성분을 함유한 '담은' 브랜드를 출시하며 지역 상생을 위한 노력을 꾸준히 해왔습니다.

환경표지 제도

같은 용도의 다른 제품에 비해 '제품의 환경성'을 개선한 경우 환경표지를 표시함으로써 자발적 환경개선을 유도하는 인증 제도



[트리오 향균 설거지 외 11개 제품]



[순샘 뽕독 외 11개 제품]



[기타 브랜드]

녹색상품 수상

상품의 환경개선 효과를 소비자와 환경단체들이 직접 평가하여 선정한 애경산업의 '올해의 녹색상품'들을 소개합니다.

올해의 녹색상품

한국녹색 구매네트워크

한국녹색구매네트워크에서 2008년부터 '올해의 녹색상품'을 매년 선정하고 있습니다. 신성장 동력인 녹색기술 개발과 녹색제품 보급, 환경산업 육성 및 기후변화 대응에 기여한 기업·기관·단체에 주는 상입니다.

올해의 녹색상품

상품이 지닌 환경개선 효과를 전문가와 소비자가 직접 평가하여 뽑는 최고의 녹색상품입니다. 소비자와 환경단체들이 앞장서서 좋은 녹색상품을 선정, 널리 알림으로써 녹색상품 시장을 확대하는 것을 목적으로 합니다. 상품의 환경성뿐만 아니라 소비 과정에서의 환경성을 중시함으로써 상품의 환경개선 효과를 강조합니다.

특히, '올해의 녹색상품'은 상품의 환경성 요구 조건의 충족과 함께 새로운 친환경 가치를 중요하게 고려하여 선정합니다. 애경산업은 2010년 스마트 그린 경영을 선포한 이래 마케팅, 연구개발, 디자인 등에 이르는 통합적 의사결정을 통해 녹색경영을 전사적으로 실천하고 있습니다. 앞으로도 환경과 소비자를 위한 제품 개발에 힘써 녹색상품 시장 확대에 노력하고자 합니다.

올해의 녹색상품 수상(한국녹색 구매네트워크)

2018

위생용품
'투명한 생각'



2015

개인생활용품
'홈즈 키크린 매직폼 파워 부스터'



2014

구강청결제
'2080 양치액'



2013

분말 세탁 세제
'퍼펙트 1회 행궁'



2012

분말 세탁 세제
'스파크 미니'



2011

헤어케어
'에스파르 스칼프'



2010

액체 세탁 세제 '리큐'
주방 세제 '순샘버블 올리브'



실제 제품 적용 현황 및 활동

업사이클링 & 리사이클링 제품 및 그린 활동을 통한 자원순환은 Zero Waste로 가는 효과적인 방안입니다.

국제산림 관리협의회 인증

국제산림관리협의회(FSC, Forest Stewardship Council)

얼리 안티에이징 클린 스킨케어 브랜드 에프플로우(F.FLOW)에서 출시한 ‘시카 세라마이드 수분크림 (Cica Ceramide Moisture Cream)’과 ‘세라 베리움 앰플(Cera-barriome Ampoule)’ 2종이 한국비건인증원의 ‘비건 제품’ 인증을 획득하였습니다. 이 제품들은 제조 과정에서 동물실험을 하지 않고 동물성 성분을 배제한 ‘비건 처방’을 적용하였습니다. 에프플로우의 브랜드 핵심 가치인 ‘클린 스킨케어’에 걸맞게 동물성 성분 배제는 물론 재활용 등급이 우수한 용기를 사용하였습니다. 산림 인증 제도인 FSC(Forest Stewardship Council) 인증 마크를 획득한 단상자, 식물성 잉크인 ‘소이 잉크’를 사용해 피부와 환경까지 생각하는 클린 뷰티를 실천한 제품입니다.



여성 바이오 브랜드 ‘치유비(ChiuuB)’의 여성 청결 티슈에는 산림인증 제도 FSC 인증을 획득한 단상자를 사용해 환경까지 생각했습니다. 또 물에 잘 풀어지는 플러셔블(Flushable) 원단을 적용해 사용 후 바로 변기에 버릴 수 있고, 티슈별로 개별 포장돼 위생적인 사용은 물론 휴대성까지 높였습니다.



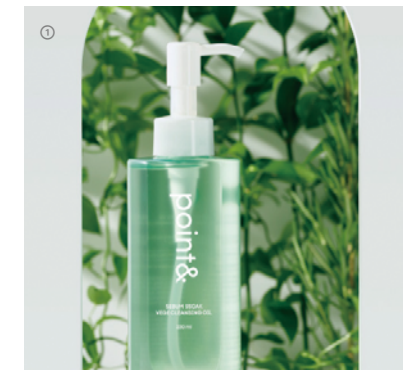
① 에프플로우 세라 베리움 앰플(F.FLOW Cera-Barriome Ampoule)
② 에프플로우 시카 세라마이드 수분크림 (F.FLOW Cica Ceramide Moisture Cream)
③ 치유비 여성청결티슈(ChiuuB Feminine Cleansing Wipes)

자원순환

UP & RE CYCLE

포인트앤의 제품 개발 단계부터 쉘라자(Quillaja)와 녹차, 비누 풀 등 3가지 식물의 부산물에 ‘바이오-업사이클링(Bio-Upcycling)’ 공법을 적용해 자연 유래 계면활성제 ‘바이오 사포닌(Bio Saponin)’ 성분을 개발하고, 세정 효과는 높이고 환경까지 생각하는 포인트앤만의 세정 원천기술을 확보했습니다. 또 환경을 고려해 수거된 플라스틱을 재활용한 ‘PCR PET(Post-Consumer Recycled PET)’ 용기를 사용했습니다.

여성 바이오 브랜드 ‘치유비(ChiuuB)’의 여성청결제에는 여성의 건강에 더해 환경까지 생각해 수거된 플라스틱을 재활용한 ‘PCR PET(Post-Consumer Recycled PET)’ 용기를 사용했으며, 펌프 캡부터 라벨까지 분리배출이 쉽도록 패키지를 설계했습니다.



① 포인트앤 피지 쉘라자 클렌징 오일(point& Sebum SSOAK Vege Cleansing Oil)
② 치유비 여성청결제(ChiuuB Feminine Cleaner)

우리나라 최초 주방 세제 브랜드 ‘트리오’와 프리미엄 주방 세제 브랜드 ‘순샘’에 제주산 레몬 껍질에서 추출한 원료를 도입했습니다. 즉 제주도에서 생산되는 레몬의 껍질을 ‘새활용(업사이클)’한 원료를 제품에 도입해 지역 상생 가치 실현에 나섰습니다. 제주도에서 생산되는 레몬은 시중에 유통되거나 착즙 가공 형태로 공급되는데 착즙 후 남은 레몬 껍질은 대부분 지역 농장에 뿌려집니다. 지역 중소기업과 협업해 이러한 레몬 껍질을 활용한 순수 국내산 레몬 추출 원료를 사용한 것입니다.

친환경 패키징



*명화 I-C호

쓰레기 배출을 줄이고자, 이동 시 편의를 위해 제공하던 쇼핑백을 제거하고 쇼핑백과 선물세트 케이스를 일체화하여 차별화했습니다. 쇼핑백 일체형 선물세트는 지난해 자사 선물세트 대비 트레이 공간 비율을 15%까지 낮춰 지류 플라스틱 트레이 등 선물세트 포장재의 총중량을 줄이는 데 일조했습니다. 또 선물세트 손잡이와 트레이, 케이스를 쉽게 분리할 수 있어 분리배출이 용이하도록 설계했습니다.

친환경 매지니먼트



자원순환 유공 환경부장관 표창

환경친화적 기업 경영과 사업장 폐기물 감량, 순환이용 촉진을 통해 자원순환 사회 형성에 기여한 공을 인정받아 자원순환 유공 환경부장관 표창을 수상했습니다. *자원순환을 위한 자발적 참여 *재활용 용이 구조의 적용을 통한 자원순환 *플라스틱 및 금속 사용의 축소를 통한 자원 및 탄소 사용량 축소 *재활용(PCR), 바이오 플라스틱 적용을 통한 자원순환 *재활용 어려움을 보통 또는 우수 수준으로의 개선을 통한 자원순환 등의 기여를 인정받았습니다.

친환경 플라스틱 순환 체계 조성 목적의 업무협약

친환경 플라스틱 생산기술을 보유한 SK종합화학과 업무협약을 맺어 친환경 플라스틱 순환체계를 구축하였습니다. 플라스틱 문제의 심각성을 인지하고 지속 가능한 패키징과 환경을 배려하는 제품을 개발하고자 합니다. 이번 업무협약에 따라 양사는 폐플라스틱 재활용이 용이하도록 *생활용품·화장품 패키징 단일 소재화 *백색·투명 패키징 개발 *플라스틱 용기 회수 및 재활용 캠페인 등의 분야에서 협력할 계획입니다.

대한민국 패키징 대전 ‘한국생산기술연구원장상’ 수상

<제16회 대한민국 패키징 대전>에서 ‘한국생산기술연구원장상’을 수상했습니다. 대표 세탁 세제 브랜드 ‘스파크’의 3kg 제품에 재활용성은 높이고 탄소 배출량은 줄인 환경친화적 포장재를 도입한 것이 높은 평가를 받았습니다. 또한 포장재를 밀봉할 때 필요한 실링 온도를 기존보다 낮춰 에너지를 절감하는 등 제품 생산 시 발생하는 탄소 배출량도 줄이게 됐습니다.

2030 화장품 플라스틱 이니셔티브

‘2030 화장품 플라스틱 이니셔티브 선언’에 적극 참여하며, 플라스틱 문제의 심각성을 인지하고 지속 가능한 패키지와 환경을 배려하는 제품을 개발하도록 노력하겠습니다. *재활용이 어려운 제품 100% 제거 *석유 기반 플라스틱 사용 30% 감소 *리필 활성화 *판매한 용기의 자체 회수 달성을 위한 10대 액션플랜 등을 실행해야 합니다. 10대 플랜은 *단일 소재 또는 소재 단순화 *재생 원료 사용, 바이오 원료 사용 *용기 중량 감량화 등을 목표로 주요 화장품 업계의 기업들이 참여하고 있습니다.



유해물질 관리 실적

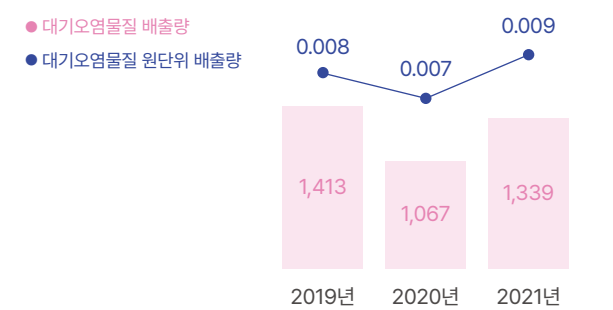
Clean Cycle 비즈니스모델을 구축해 기후변화에 대응하고 Zero Waste를 달성하기 위해 다양한 과제를 진행 중입니다.

유해물질 관리

대기오염 최소화

청양공장은 기존에 사용하던 보일러를 2013년 폐쇄하고, 스팀을 공급받아 사용하며 공장 내 SOx 등의 주요 대기오염물질 발생원을 제거하였습니다. 대기오염물질 발생원 제거, 대체 원료 연구, 배출허용기준 30% 이내로 배출 농도 관리 등으로 대기오염물질 발생 및 배출량 절감에 노력하고 있습니다.

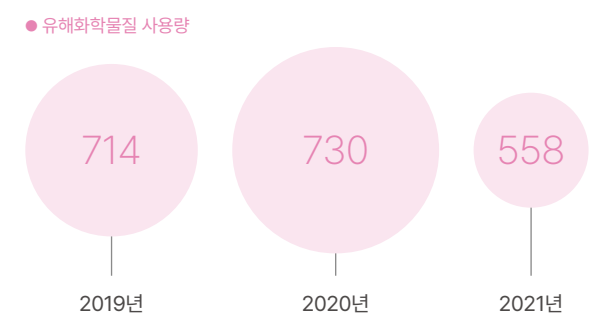
대기오염물질 배출량



유해화학물질 사용 절감

생활 화학제품, 화장품의 주요 원료인 계면활성제를 중화하는데 수산화나트륨, 수산화칼륨 등의 유해화학물질을 사용하지만, 생산량에 따라 유해화학물질 사용량을 변동시키며 이를 줄이기 위해 노력하고 있습니다. 유해화학물질의 외부 유출을 막기 위해 사업장 원료 입고 지역과 유해화학물질 저장 창고에 유출 방지 시설을 설치했습니다. 또 사고 발생 시 빠른 대응을 위해 사고 대비 훈련을 실시하고 곳곳에 방제 장비를 비치했습니다.

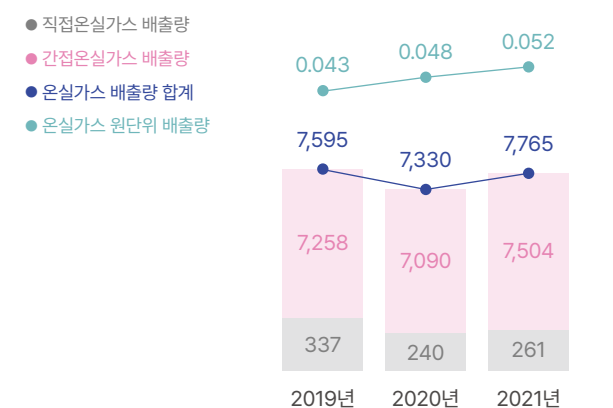
유해화학물질 사용량



온실가스 배출 개선

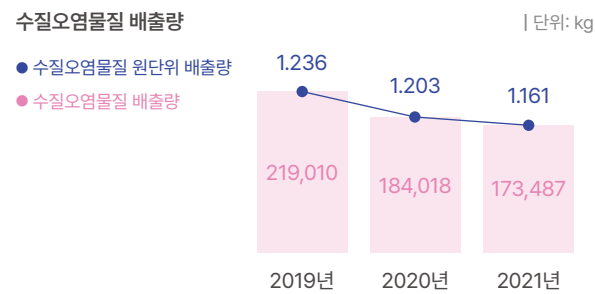
한국환경공단에서 시행하는 온실가스 배출권거래제 시범사업에서 습득한 지식을 바탕으로 대전공장과 청양공장의 온실가스 배출량을 측정하고 있습니다. 온실가스 배출량을 줄이기 위해 LNG를 이용해 생산한 스팀을 B-C유 대체에너지로 구매해 사용하고, 에너지 효율 개선을 위한 설비에 지속적으로 투자하여 배출량을 줄이려고 노력합니다.

온실가스 배출량



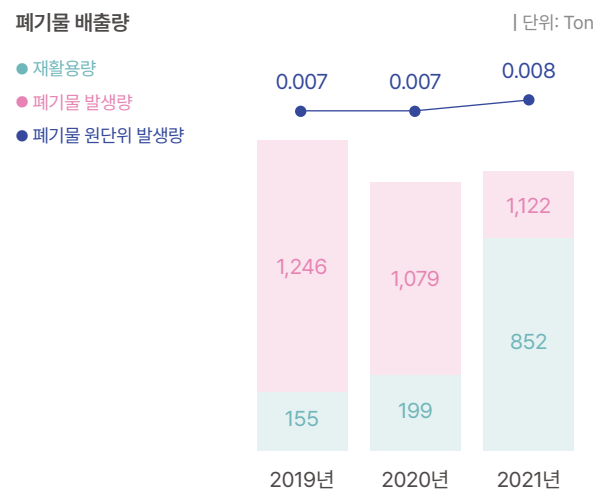
수질오염 최소화

대전공장은 위탁업체를 통해 폐수처리장을 사용하고 있으며, 청양공장은 사업장에서 발생한 폐수를 농공단지 공동 폐수처리장으로 배출하고 있습니다. 폐수 사용량을 절감하기 위한 분임조 활동을 전개하며, 폐수 배출 농도를 감소하기 위해 고농도 오염물질에 대해 폐기물 처리를 진행하고 있습니다.



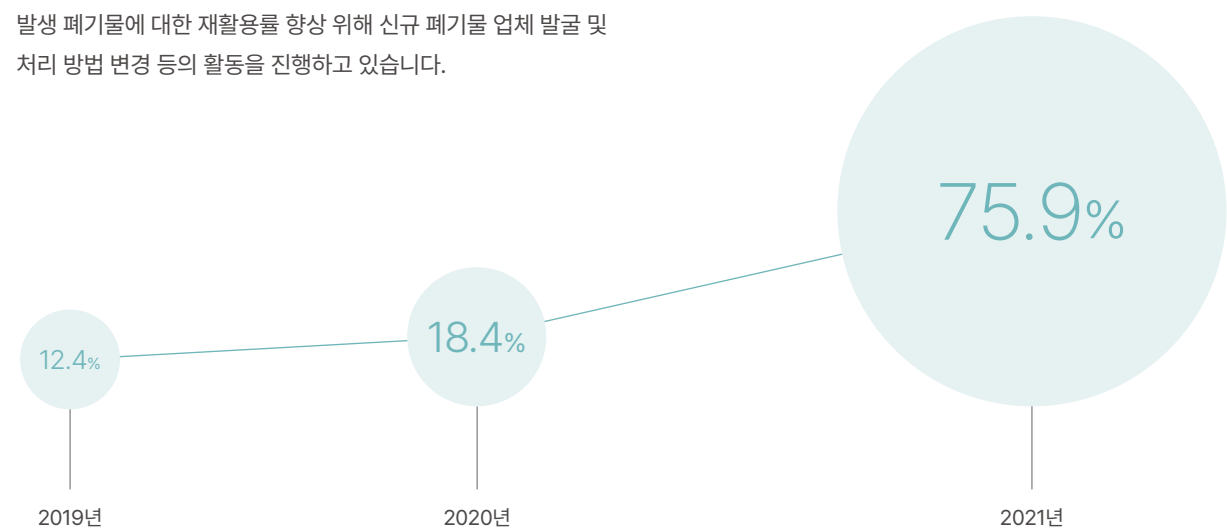
폐기물 발생량 저감

사업장에서 발생한 폐기물을 위탁 처리하고 생산공정 개선, 설비 개선, 폐기물 분리수거, 직원 교육 등 폐기물을 줄이는 노력을 하고 있습니다. 발생 폐기물의 재활용률을 높이기 위해 신규 폐기물 업체 발굴 및 처리 방법 변경 등을 진행하고 있습니다.



폐기물 재활용률 향상

발생 폐기물에 대한 재활용률 향상 위해 신규 폐기물 업체 발굴 및 처리 방법 변경 등의 활동을 진행하고 있습니다.



에너지 관리 실적 및 콘텐츠

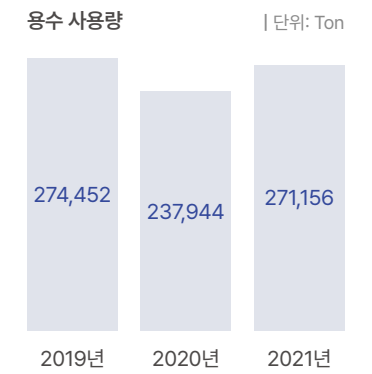
Clean Cycle 비즈니스모델을 구축하여 신재생에너지 환경 설비 투자로 에너지 절감을 실천하고 Zero Waste를 달성할 다양한 과제를 진행 중입니다.

에너지 관리

용수 사용량 절감

용수 사용량을 절감하기 위해 유량계를 설치하고 설비 개선과 분임조 활동 등을 펼치며, 생활용수 절감을 위한 ‘물 절약 실천’ 캠페인도 펼치고 있습니다. ‘화장실 절수 용품 설치’, ‘양치컵 사용하기’, ‘수도꼭지 완전히 잠그기’, ‘음식물 찌꺼기나 기름기 제거 후 설거지하기’ 등을 통해 임직원 모두 물 절약 캠페인을 실천하고 있습니다.

*유량계 설치: 상수 사용량을 계량해 공정별 상수 투입량을 점검하고 폐수 발생량을 추적, 관리 (용수 사용량 절감에 기여)



전기 사용량 감소

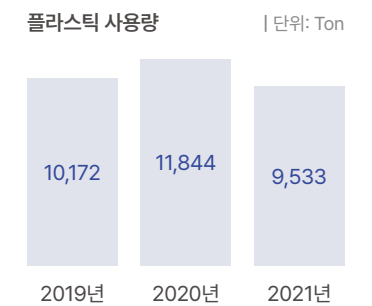
전력 사용량을 감소하기 위해 에너지 절약 캠페인, 전력피크(Peak)제, 공장 환경개선 활동 등을 펼치고 있습니다. ‘4층 이하는 계단 이용하기’, ‘퇴근 시 전기 플러그 뽑기’, ‘점심시간에는 조명과 냉·난방기 끄기’, ‘회의실 이용 후 소등, 전원 장치 off’ 등 임직원 모두 전력 사용량 감소를 실천하고 있습니다.



플라스틱 사용량 감축

플라스틱 용기를 경량화하고 소재를 개선하는 등 지속적으로 플라스틱 사용량을 줄이기 위해 노력하고 있습니다.

01. 플라스틱 용기 경량화
02. 바이오 플라스틱 사용
03. 리필 활성화
04. 소재 개선



플라스틱 용기/재질 사용량 감축 계획

플라스틱 감축량 | 단위: Ton

연도	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년
플라스틱 감축량	30	40	55	70	85	100

환경 공헌 활동

환경 이니셔티브 역할을 강화하고 고객과 지역사회와 함께 지속 가능한 환경을 만들기 위해 다양한 활동을 기획하고 진행하는 데 앞장서고 있습니다

AK 환경 캠페인

애경산업의 AK 환경 캠페인은 치성천 정화 활동과 청양군 도랑 가꾸기 사업, 물포럼코리아 활동 등을 지원하며 2016년부터 현재까지 이어지고 있습니다. 생태계 건강성 회복과 지역사회의 상생발전이 지속되도록 애경산업은 지역사회와 함께 환경에 대한 관심과 사랑을 이어갈 예정입니다.

도랑 가꾸기 사업

애경산업의 도랑 공동체는 충청남도와 함께 도랑 가꾸기 사업을 공동으로 펼치기로 하고, 도랑 보전 및 생태 복원을 통해 도내 도랑 수질개선과 생태계 건강성 회복, 지역사회의 상생발전을 도모하고 있습니다.

환경정화 — 치성천 하천 정화 활동

아름다운 자연을 깨끗이 가꾸어 가는데 솔선수범하고자 치성천 환경정화 활동을 전개하였습니다.

치성천은 자사의 공장, 물류서비스센터가 위치한 충청남도 청양군에 있는 하천입니다.

각종 생활 쓰레기와 폐품 등 5톤의 쓰레기를 수거하고, 생태하천 복원에 인근 주민과 농가의 참여를 당부하는 홍보활동도 하였습니다.

꽃길 조성 — 애경 라일락길 조성(물포럼코리아 지원 활동)

친수환경(親水環境)을 목적으로 치성천에 애경 라일락길 조성 활동을 진행했습니다.



유해 폐기물

유해 폐기물 배출법

폐건전지, 폐의약품이 매립 또는 도시 하수로 배출될 경우 환경오염을 유발하기 때문에 사무실 내 폐건전지와 폐의약품은 분리배출 방법에 따라 수거하고 있습니다.

재생 가능 리사이클링 기부·바자회

친환경 기부·바자회

애경산업은 ‘나눔과 순환’이라는 모토 아래 기부 행사를 꾸준히 진행했습니다.

이를 통해 임직원 모두 자원 재사용의 의미를 되새기고 주위 이웃들과 사랑을 나누고 있습니다.



아름다운 애경 특별전

애경산업은 리사이클링 기부·바자회 캠페인의 일환으로 2021년 ‘아름다운 특별전’을 기획하였습니다.

임직원들이 자발적으로 모은 의류·도서·잡화 등 총 650종의 물품을 아름다운 가게에 기증했으며

아름다운 가게를 통해 발생한 수익금은 보호 종료아동들의 자립 정착금으로 지원할 예정입니다.



사내캠페인

탄소 감축 캠페인 활동

탄소 다이어트 ‘애·탄·다’ 캠페인을 진행했습니다. 이 캠페인은 탄소 배출 증가로 애타는 지구를 위해 애경산업의 임직원이 참여하는 탄소 감축 캠페인입니다. 통상 이메일 1통을 저장하는데 4g의 이산화탄소가 발생합니다. 따라서 불필요한 이메일을 삭제하는 것만으로도 1건당 4g의 이산화탄소 배출을 줄일 수 있습니다. 임직원들은 1인당 50개 이상의 메일을 비우고 이를 통해 지구의 날 하루 동안 약 170kg 이상의 탄소 배출을 감축하였습니다. 또한 매월 마지막 날을 ‘캠페인의 날’로 지정해 실천함으로써 매월 170kg 이상씩, 연간 2톤 이상의 탄소를 감축할 계획입니다.

AK Eco Office

지구를 사랑하는 애경인의 작은 실천 캠페인 “Green Office”

01. 4층 이하는 계단을 이용합니다.
02. 출·퇴근 시 대중교통을 이용합니다.
03. 실내공기의 질 향상을 위해 환기 자주 합니다.
04. 퇴근 시 전기 플러그를 뽑습니다.
05. 종이 사용 줄이기 실천합니다.
06. 컴퓨터를 쓰지 않을 때는 전원을 끕니다.
07. 회의실 이용 후 소등, 전원 장치 OFF
08. 점심시간에는 조명과 냉·난방기를 끕니다.



Chapter 02 — II.
Social

Fragrant Change

“변화의 마음이 이어지다”

가치 있는 동행을 위한
향기로운 노력



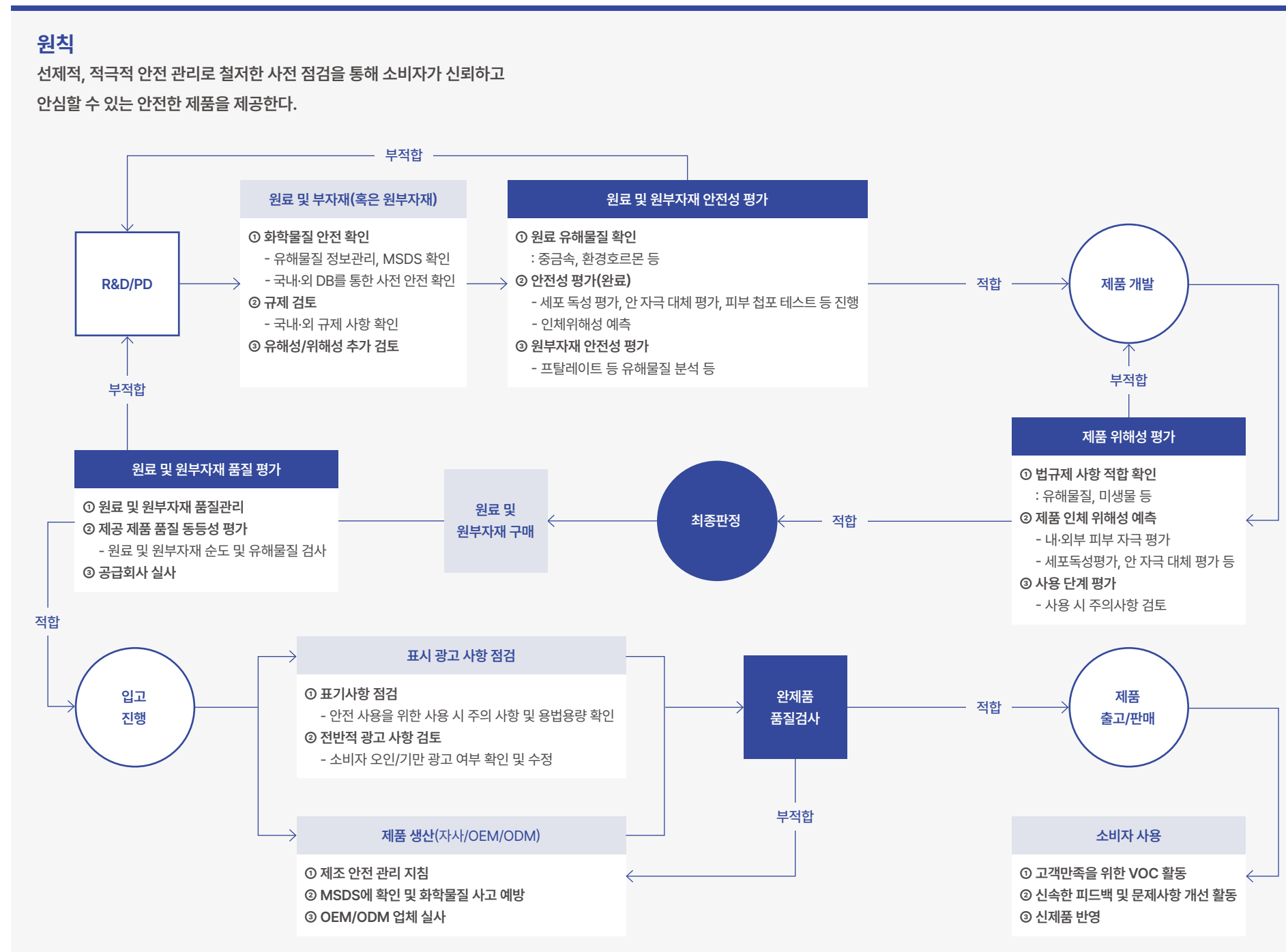
더 따뜻하고 향기로운 사회로 나아가는
애경산업의 노력은 임직원, 협력사, 지역사회
그리고 고객이 함께하는 여정이 될 것입니다.

변화를 위해서는 혼자가 아닌 우리 모두가
함께 노력하고 실천해야 하기 때문입니다.
임직원들의 행복과 인권을 도모하고 그들과
함께 회사의 방향성을 그려갈 것입니다.
협력사와 함께 더 나은 친환경 제품을 개발하고
Zero Waste로 향해 가며 동반성장을
일굴 것입니다. 애경산업이 위치한 홍대,
청양, 대전의 지역사회 발전에 필요한 역할을
협의하고 미래를 위한 다양한 사회 공헌 활동을
해나가겠습니다. 이 모든 실천에서 애경산업이
변화의 씨앗이 되고, 향기로운 바람의
진원지가 되겠습니다.

Love & Respect

제품 안전 및 품질 프로세스

애경산업은 고객의 안전을 최우선으로 생각합니다. 엄격한 품질관리를 통해 고객이 믿고 사용할 수 있는 최고의 제품을 전달하고자 합니다.



주요 업체 환경 평가 진행 프로세스

애경산업은 친환경 제품 개발을 위한 내부 노력 외에도 협력사와 협업 및 교육을 통해 친환경 가치사슬(Value Chain) 구축을 위해 노력하고 있습니다.

주요 업체 업체 평가(환경) 진행(ISO 기준)

공급자 최초 평가

구매부서는 공급자 선정 평가 시 품질&녹색경영 시스템 요구 사항을 만족시킬 업체를 공급자 선정 평가표에 의거 해당 사항을 평가하고, 필요시 관련 부서와 현장심사를 한다.



공급자 선정

구매담당자는 공급자 최초 평가 결과 60점 이상을 획득한 업체에 한하여 후보 업체로 선정하여 보고한다.



재평가 공급자 선정

정기평가는 거래 실적이 1년 이상인 거래처 중 주요 거래처(전년도 구매실적 3억 원 이상) 또는 구매 담당자가 필요하다고 판단되는 업체를 대상으로 매년 1회 이상 실시한다.



재평가

환경과 관련된 평가는 공급자 재평가표(환경)를 이용한다.



품질교육

주요 업체 품질 관리 교육:
21년 기준 총 16회 진행



제품 효용성 증대 노력

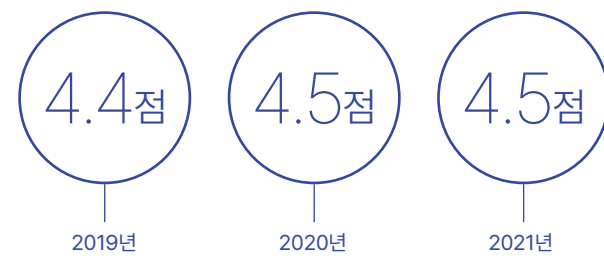
고객 만족도와 VOC를 지속적으로 청취하고 이를 개선하여 고객에게 사랑받기 위해 늘 노력합니다.

소비자 만족도 관리

클레임·상담 고객 만족도 조사 및 신제품 만족도 조사

애경산업은 고객 이탈 방지 및 충성고객 확보를 위해 클레임을 제기한 고객은 물론, 상담을 진행한 고객을 대상으로 2021년부터 ‘고객 만족도’ 조사를 진행하여 부족한 부분을 꾸준히 개선하고 있습니다. 또한, 신제품 출시 전에 제품 만족도를 조사하고 고객의 반응과 제안을 제품에 반영함으로써 고객 중심 경영을 하고자 노력하고 있습니다.

클레임 고객만족도 조사(5점 만점)

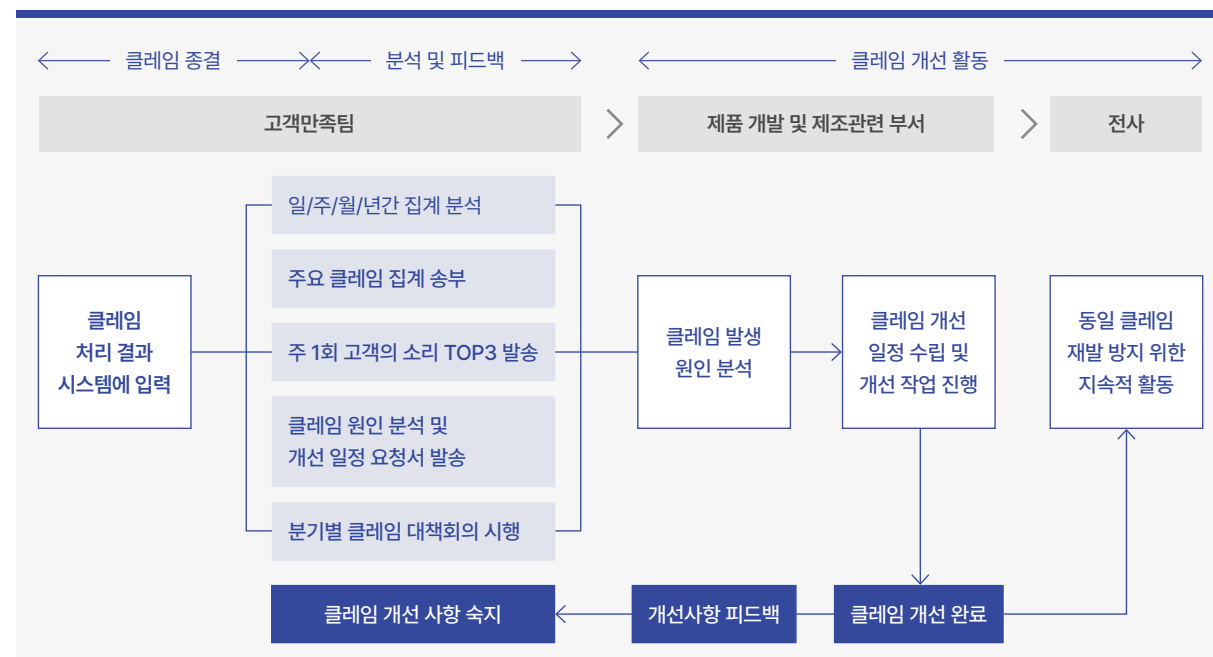


상담 고객만족도 조사(5점 만점)



불만 처리 프로세스

애경산업은 공정거래위원회 고시 소비자 분쟁 해결 기준에 근거하여 고객의 불만을 해결하고 있으며, 관련 부서에 고객 불만을 공유하여 향후 동일 클레임이 재발되지 않도록 지속적으로 유지, 관리하고 있습니다. 또 통합 고객의 소리(VOC, Voice of Customer) 시스템을 통해 전 부서에 고객 불만 내용을 실시간으로 공유, 문제점을 조기에 파악하여 바로잡는 등 고객 만족을 위해 노력하고 있습니다.



제품 효용성 증대



루나 롱래스팅 틱 컨실러

루나 인스타그램 VOC를 통해 고객들의 소중한 의견을 접수, 반영하여 ‘루나 롱래스팅 틱 컨실러’의 밝은 호수 및 새로운 디자인 케이스를 개발했습니다. 색상 변화를 원한다는 의견을 바탕으로 0.5호, 0.7호의 NEW 호수를 출시했으며, 케이스의 변화를 원하는 의견을 수렴해 새로운 디자인으로 리뉴얼하였습니다.



르샤트라 1802 섬유 탈취제

섬유 유연제와 같은 향의 섬유 탈취제를 원하는 의견에 힘입어 ‘르샤트라 1802 섬유 유연제’의 향으로 섬유 탈취제가 개발되었습니다. 지식IN 게시글을 통해 고객들의 의견을 반영하여 프랑스 프로방스 향기를 가득 담은 르샤트라 프리미엄 퍼퓸 탈취제가 출시되었습니다.



케라시스 퍼퓸

케라시스 퍼퓸 샴푸 향을 선호해서 ‘비슷한 향수가 없는지, 만들어서라도 가지고 싶다’는 의견을 반영하여 케라시스 퍼퓸 샴푸를 향수 제품 ‘케라시스 퍼퓸’으로 출시하였습니다. 수차례에 걸친 향 테스트와 내부 안전성 테스트로 검증된 케라시스 퍼퓸 제품은 많은 소비자에게 사랑받고 있습니다.

진정성 있는 제품으로 소비자 효용 증대



고객 관계 강화 프로세스 및 활동 종류

고객과 함께 성장하는 애경산업이 되기 위해
다양한 프로그램을 운영 중입니다.

활동

애경과 함께하는 서포터즈 'AK LOVER' 운영

애경의 다양한 제품을 직접 사용한 후 진정성 있는 온라인 활동을 통해 애경과 함께 생각하고 소통하는 애경 서포터즈 AK LOVER를 운영하고 있습니다. AK LOVER에는 제품 체험 기회, 아이디어 제안 우수자 포상, 게릴라 이벤트, 각종 이벤트를 즐길 수 있는 AK LOVER's Day 등 다양한 기회를 제공하고, 온·오프라인 FGI, 설문, 품평 활동 등을 통해 고객의 소중한 의견을 제품에 반영하는 프로슈머 마케팅을 진행하고 있습니다.



프로세스

고객 대상 다양한 CRM(Customer Relationship Management) Activity 운영



2011년부터 자사 생활 제품을 구매하는 고객을 대상으로 다양한 혜택을 제공하는 CRM 활동을 운영하고 있습니다. 2019년부터는 직영물·백화점 고객들에게 뉴스레터와 모바일 DM 등으로 구매 혜택을 알리고, 고객 로열티(Loyalty)를 증대하기 위해 힘쓰고 있습니다.

CRM 강화 활동



클레임 고객 만족도 조사 및 신제품 조사

고객 이탈 방지와 충성고객 확보를 위해 불만을 경험한 고객을 대상으로 고객 만족도 조사를 진행하여 부족한 점을 지속적으로 개선하고 있습니다. 또, 출시 전 신제품 만족도 조사를 실시해 고객의 반응과 제안을 제품에 반영하는 등 고객 중심 경영을 위해 노력하고 있습니다.



클레임 고객 관리 강화 활동

고객 의견을 반영해 클레임 제품이 개선될 경우, 개선된 제품을 해당 고객에게 발송하는 등 클레임 고객 관리를 통해 고객과 신뢰를 쌓고 긍정적인 관계가 지속되도록 노력하고 있습니다.



구매 고객 관리

2011년부터 애경 제품을 구매하는 고객들을 대상으로 다양한 혜택을 제공하는 CRM 활동을 진행하고 있습니다. 이러한 고객 관계 강화 활동을 통해 VIP 고객이 계속 증가하고 있으며, 고객 만족 실현 및 충성고객 유지에 힘쓰고 있습니다.



애경 홈페이지 '정보 TIP' 메뉴를 통해 적극적으로 정보 제공

고객들이 알아두면 좋은 정보, 또는 사용하기 어려워하는 제품들을 선정하여 사용법을 영상으로 제작, 홈페이지 정보 TIP을 활용하여 적극적으로 정보를 제공하고 있습니다. 앞으로도 다양하고 유익한 정보를 사전에 제공하여 고객들이 안전하고 편리하게 제품을 사용할 수 있도록 하겠습니다.

고객만족팀

고객의 목소리를 놓치지 않기 위해,
고객만족팀은 오늘도 고객과 함께합니다.

고객의 소리 처리 과정

고객만족팀은 공정거래위원회에서 고시한
소비자 분쟁 해결에 의거하여 처리하고 있습니다



공정거래위원회 고시 소비자 분쟁 해결기준

*제품에 이상이 있을 경우 공정거래위원회 고시 소비자 분쟁 해결 기준에 의해 교환 또는 보상받을 수 있습니다.

품종/해당 품목	피해유형	해결기준
화장품 색조, 기초, 팩, 샴푸, 바디, 비누, 염모제 등	① 이물혼입	①~⑥ 제품 교환 또는 구입가 환불 ⑦~⑩ 치료비, 경비 및 일일소득 배상
	② 함량, 크기 부적합	
	③ 변질, 부패	
	④ 유효기간 경과	
	⑤ 용량 부족	
	⑥ 품질, 성능, 기능 불량	
	⑦ 용기 불량으로 인한 피해사고	
	⑧ 부작용	
합성 세제 세탁 세제 등	① 성분, 함량 부족	①~② 제품 교환
	② 실량 미달	
생활위생용품 칫솔, 주방 세제 등	① 이물혼입	①~② 제품 교환 또는 구입가 환불 ③~④ 치료비, 경비 및 일일소득 배상 ⑤ 부족 수량 지급
	② 품질, 성능, 기능 불량	
	③ 용기 불량으로 인한 피해사고	
	④ 부작용	
	⑤ 수량 부족	
의약외품 치약, 구강 청결제, 손소독제, 마스크, 동물샴푸 등	① 이물혼입	①~⑥ 제품교환 또는 구입가 환불 ⑦, ⑩ 치료비, 경비 및 일일소득 배상 ⑧ 부족 수량 지급
	② 함량, 크기 부적합	
	③ 변질, 부패	
	④ 유효기간 경과	
	⑤ 용량 부족	
	⑥ 품질, 성능, 기능 불량	
	⑦ 용기 불량으로 인한 피해사고	
	⑧ 부작용	
	⑨ 수량 부족	

임직원 현황

애경산업은 임직원들의 성장과 행복이 곧 회사의 성장과 행복이라고 믿고,
이를 위해 함께 고민하고 협의하고 있으며 다양한 학습·교육 프로그램을 운영 중입니다.

HR 운영 현황

(2021년 기준)

*근로자 평균 근속년수: 8.6년
*근로자 이직률 5%(22년 5월 기준)

33.3%

여성 임직원 비율

직급별 여성 임직원 비율
G1: 53% | G2: 48% | G3: 37% | G4: 13%

56명(복직율 89%)

육아휴직 현황

최근 5개년 기준

29.9%(259명)

노동조합 근로자 가입비율

830,000원

인당 교육비

복리후생비 6,605,886천 원(매출 대비 1.2%)

5.7%

기간제 근로자 고용

3.5%(총 30명)

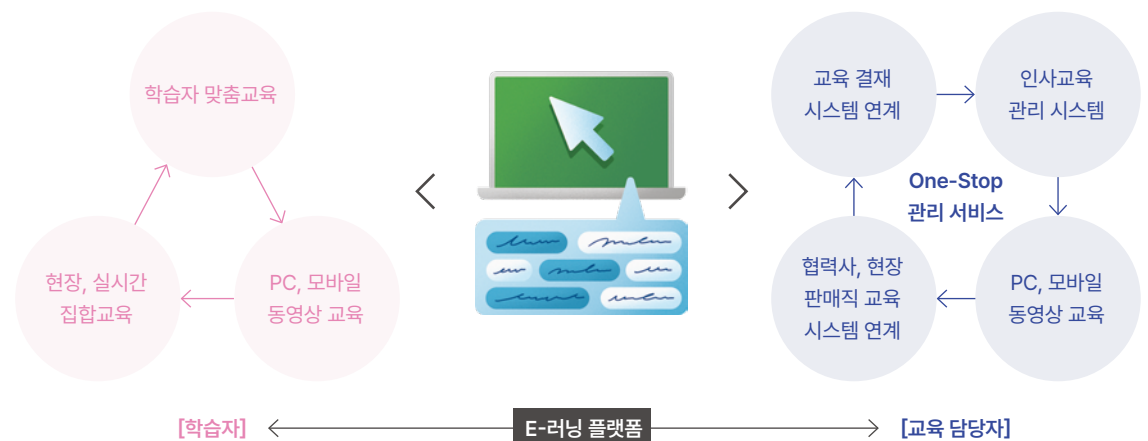
장애인 의무고용 이행률

약 2,640개 과정, 236개 과정 수료

E-Academy 과정

E-러닝 플랫폼

애경산업은 최적화된 방식의 임직원 역량 개발 지원 인프라를 만들기 위해 AK 홀딩스(지주사)와
협력하여 새롭게 러닝 플랫폼을 오픈했습니다. 콘텐츠 전문 기관에서 각 분야의 지식과 기술을 습득하는
것을 목표로 제작되었으며, 다양한 직무와 관련된 2,000여 개의 콘텐츠가 제공되어 임직원들이
역량 개발을 위해 언제든지 원하는 시간에 수강할 수 있습니다.



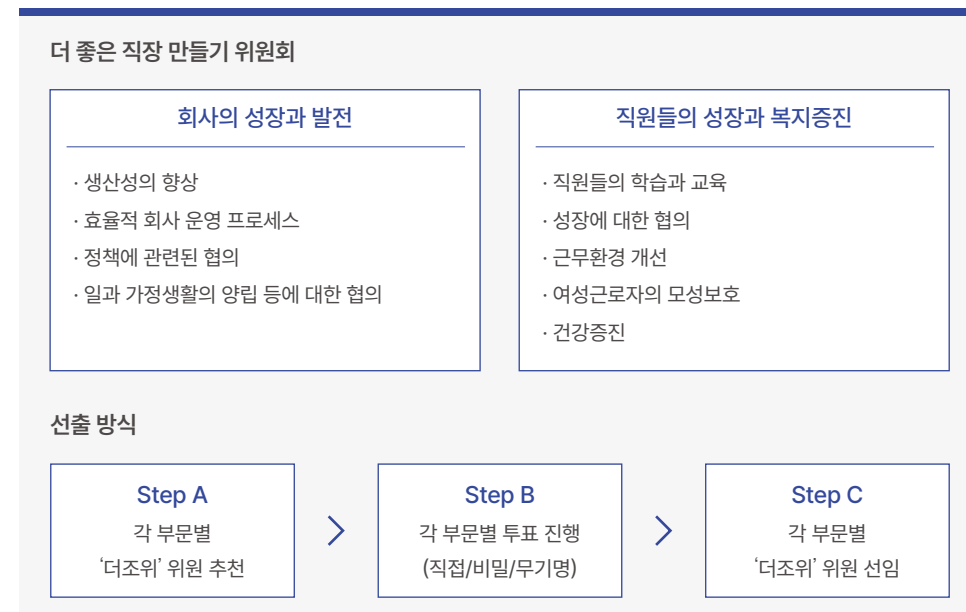
임직원 커뮤니케이션 — ①

소통과 공감을 위한 다양한 채널을 구축하여
임직원들의 만족도를 높이기 위해 노력하고 있습니다.

더조위

더 좋은 직장 만들기 위원회

애경산업을 더 좋은 회사로 만들기 위해 구성원들이 함께 모여 소통하는 기구인 더 좋은 직장 만들기 위원회(이하 ‘더조위’, 노사협의회)를 조직, 운영하고 있습니다. ‘더조위’ 위원은 ‘생산성 향상’과 ‘근로 생활의 질 향상’이라는 노사 공동의 목표를 달성하기 위해 생산과정에서의 참여와 합리화를 도모하는 역할을 수행하고 있습니다.



애경 라운지

애경산업의 7층에는 임직원의 자유와 힐링을 위한 오픈 공간이 마련되어 있습니다. 임직원 전용 카페 ‘카페포틴’과 ‘오픈 라이브러리’, ‘톡 테라스’, 피규어 전시 등 다양한 공간을 운영하며, 구성원들의 업무 생산성을 높이고, 리프레시 할 수 있는 공간으로 활용하고 있습니다.



Love & Respect Day

애경산업은 상하반기 2회 Love & Respect Day를 개최하여 CEO와 임직원 간의 직접 소통의 장을 열고 있습니다. 비즈니스 현황과 브랜드에 대한 소통뿐만 아니라 회사에 대한 애정 어린 조언, 솔직한 피드백, 자유로운 질문 등이 오가는 모두가 참여하는 타운 홀 미팅 형식으로 운영 중입니다. COVID-19로 인한 방역 조치로 비대면 온라인 방식으로 전환하여 지속되고 있습니다.

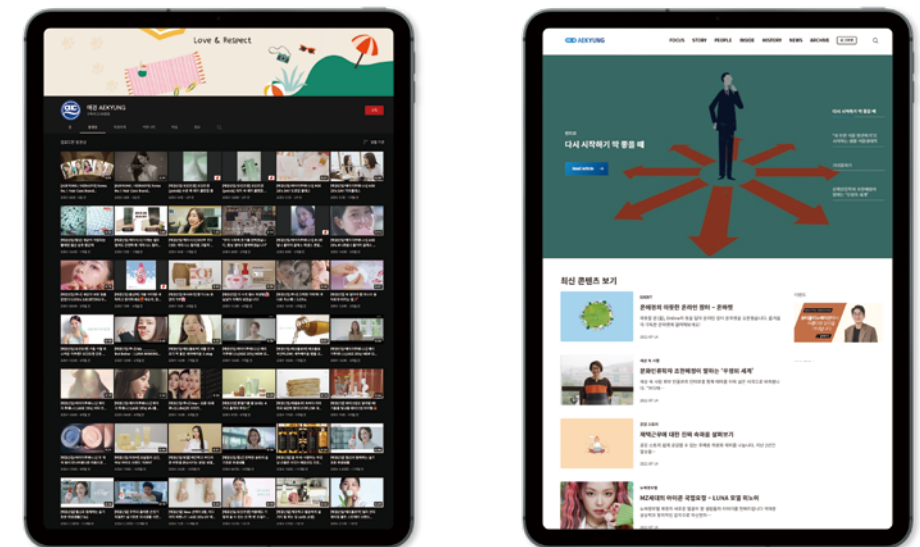


소통채널 및 프로그램

애경산업은 내·외부 소통 채널 및 프로그램을 다양하게 운영 중입니다. 구성원들의 아이디어 공유 채널, 그룹 근황 소개 매체인 웹진, 그리고 고객과 소통하는 인스타그램, 유튜브 등을 통해 소통과 공감의 유대감을 쌓고 있습니다

제품 아이디어 공유 소통 채널 ‘애경 두드림’

애경 두드림은 임직원들의 다양한 제안을 폭넓게 모니터링하는 채널로서 제품 개발, 업무 효율성, 매출 증대, 비용 절감, 행복한 일터 만들기 등 다양한 제안을 접수받습니다. 디지털 시대에 맞추어, 애경 두드림은 평가 항목 기준을 4가지로 정리하여 온라인으로 심사합니다. 심사자에게는 자동 알람 메일을 보내 심사가 지연되지 않도록 관리하고 있습니다.



[애경산업 SNS]

[애경그룹 사내 웹진 'ON AEKYUNG']

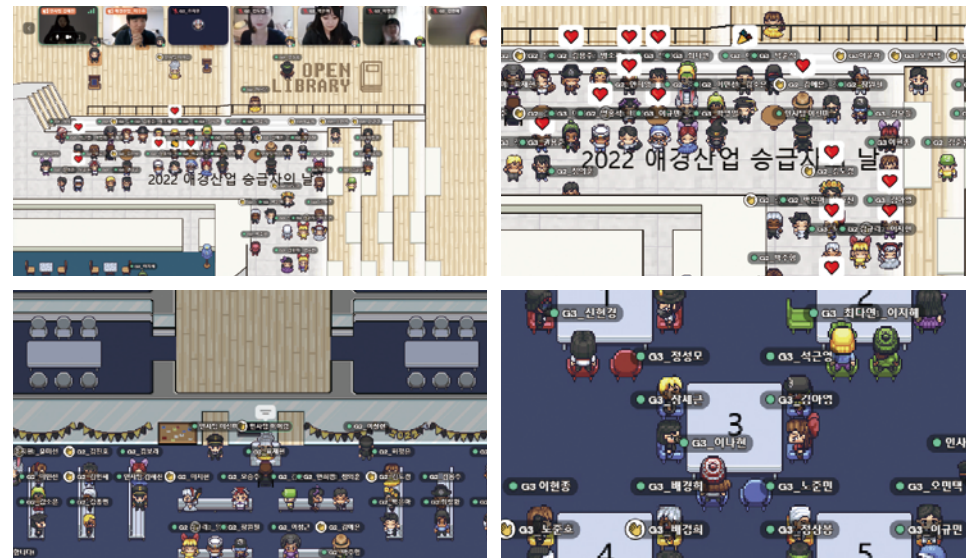
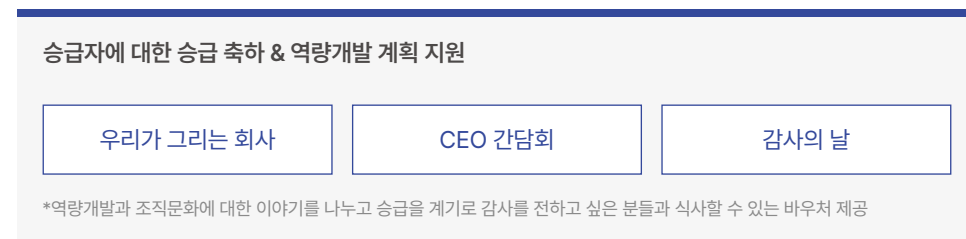
임직원 커뮤니케이션 — ②

온·오프라인 채널을 구축하여 구성원 모두가
언제 어디서든 소통할 수 있는 다양한 채널을 운영 하고 있습니다.

온라인

메타버스 기반의 행사

매년 초에는 해당 연도 승급을 한 직원을 위해 축하행사 및 향후 역량개발 피드백 데이를 운영하였습니다.
21년의 경우, COVID-19로 인해 비대면 행사로 메타버스 기반으로 행사가 진행되었습니다.



오프라인

공간 네이밍을 통한 창의성 증진

1. 자율좌석제 이전에 각 층에 회의 공간이 부족했었습니다. 임원 집무실 사이즈를 줄이고 집무실 구역을 언제든지 회의실로도 바꾸고 필요에 따라 집무실로도 바꿀 수 있도록 배치하였습니다.
2. 뷰가 좋은 곳은 구성원분들에게 회의실, 어메니티 공간은 직원분들이 자주 활용하는 공간으로 확보하였습니다. 이전에는 대표이사실과 업무 공간으로만 활용하였으나 좋은 뷰에서 많은 아이디어와 이야기가 오갈 수 있도록 공간을 재배치하였습니다.
3. COVID-19로 인해 원격 회의를 병행하는 회의가 많아지면서 각 층 회의실에 화상장비를 구비해 두었습니다. HDMI와 USB만 꽂으면 마이크, 카메라가 자동으로 세팅 되도록 성능과 편의를 고려한 장비로 준비하였습니다.
4. 구성원이 바라는 회의 분위기, 회의 문화를 수렴하여 공모전을 통해 회의실 네이밍으로 결정되었습니다.



① 뷰티 전문가가 되는



② 회의가 빨리 끝나는



③ BEAUTY LAB



④ AMENITY ZONE

임직원 행복

애경산업은 구성원의 행복과 업무 효율성 증대를 위해 다양한 프로그램을 운영하고, 일하는 방식의 변화를 지원하고 있습니다.

가족친화기업

2022년 1월 여성가족부로부터 ‘가족친화기업’ 재인증을 획득했습니다. 2013년 가족친화기업 인증을 처음 획득한 이후 2016년 유효기간 연장, 2018년 재인증에 이어 2021년에도 ‘가족친화기업’으로 다시 한번 재인증을 받은 바 있습니다. 자녀 출산 및 양육 지원 제도 운영 *유연근무제 *가족친화 관련 프로그램 실행 및 가족 돌봄 휴가 사용 *가족친화 직장문화 등에서 좋은 평가를 받아 가족친화기업 재인증을 받게 되었습니다. 특히 가족친화경영에 대한 최고 경영층의 리더십 지표에서 15점 만점을 획득하고 출산휴가 후 고용 유지율 100%, 유연근무제 활용률 58.2% 등 주요 지표가 평균 이상을 나타내며 가족친화 직장 제도 및 문화가 안정적으로 정착되었다는 평가를 받았습니다.

AK 뉴 워크 플레이스

업무 공간의 변화 및 자율 좌석제

애경인이 적극적으로 능동적으로 일하는 방식을 만들기 위해, 2021년 8월부터 수직적이고 부서별로 배치된 공간을 에너지와 소통이 넘치는 효율적인 공간으로 변화시킬 고민을 시작하였습니다. 좋은 업무 공간, 쾌적한 업무 공간을 구현하여 업무 몰입과 구성원 만족도를 높이기 위해 전사적인 차원에서 다양한 변화를 시도하고 있습니다.

AK 뉴 워크 플레이스 특징점

- 업무 특성, 그날의 업무 성격에 맞게 이용할 수 있는 자리 구성
- 충분한 회의 공간 등에서 긴밀한 협업
- 동료와 자유롭게 이야기 나누고, 언제든지 소통할 수 있는 낮아진 파티션 높이
- 비즈니스 특성을 반영한 특화 공간(제품 전시, 소분, 향 테스트 등)



*어메니티 공간은 휴식, 쇼트(Short) 미팅, 개인 업무 등 자유롭게 이용할 수 있는 AK 위폴의 공용공간입니다.

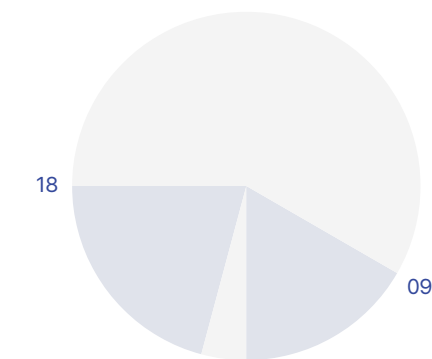
*‘11층 특화 공간’은 생활용품 사업부 직원들의 목소리를 100% 반영해 만든 AK 워크 플레이스만의 독특한 공간으로서, 집중 근무 공간으로 구현되었습니다.

AK 선택 근무제

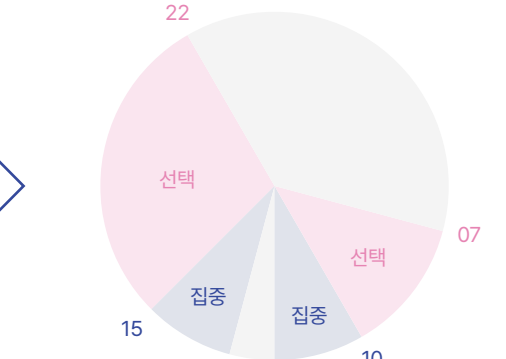
시간 자원의 유연화

AK 선택 근무제란 업무 상황, 개인 사정을 고려하여 직원 스스로 근무시간을 조정하는 제도로 2018년에 도입하여 운영 중입니다. 육아, 자기계발 등에 시간 활용 폭이 넓어짐에 따라 구성원들의 만족도가 높습니다.

통상 근무제



선택 근무제



AK ‘님’ 문화

조직 내 소통 활성화, 혁신의 문화 조성을 위해 전 계층에 대해 수평적 호칭을 도입하였습니다. 수평적이고 창의적인 문화가 정착하려면 의식적인 노력 또한 필요하다는 내부의 공감대를 빠르게 수용하여, 현재 상호 존중적이고 수평적인 ‘님’ 호칭을 사용하고 있습니다.

‘님’이라고 불러주요

하나, 부하 직원이 이전 호칭을 사용하면 리더가 솔선수범하여 먼저 수정해 주세요.
둘, 동료 간에도 이전 호칭을 사용하면 서로 편히 부를 수 있도록 정정해 주세요.
셋, 언제 어디서든 ‘님’ 호칭을 사용해 주세요.



“알리고”

직원 설명회, 사전 홍보 이벤트



“시행하고”

시행 확산/모니터링



“함께 만드는”

변화 공유, 건의 및 개선

복리후생 제도

01. 경사/조사(상사)/기타 휴가로 특별 휴가(유급휴가)
02. 결혼, 회갑, 임신, 출산 등 각종 경조사 및 상조서비스의 경조사 지원(경조금)
03. 생일 축하 선물/임신 축하 선물/자녀 입학 축하 선물 등 기념일 축하 선물
04. 건전한 여가 생활을 위한 지원으로 콘도(대명, 한화) 및 하계휴가 지원
05. 도서구입비 지원
06. 유치원/중·고교/대학 자녀 학자금 지원

인권과 보건 관련 사안 처리 원칙

애경산업은 건강한 조직문화 조성을 해치는 행위에 대해 엄격한 내부 기준에 따라 관리, 감독하며 2차 피해 및 재발 방지를 위해 노력하고 있습니다.

직장 내 괴롭힘/ 성희롱 사안 관리 및 원칙

- ① 건강한 조직문화 조성을 위해 사전 예방교육과 홍보를 꾸준히 실시한다.
- ② 피해자(또는 신고자)의 비밀과 안전이 보장한다.
- ③ 괴롭힘/성희롱 행위가 사실로 밝혀지기 전까지 행위자(또는 가해자)를 보호한다.
- ④ 2차 피해 방지, 재발 방지를 위해 지속적으로 모니터링하고 관리한다.

AK 고충처리 제도

신고 대상: 직장 내 괴롭힘, 성희롱, 윤리경영 위반 등 공정하고 투명한 애경산업을 만들기 위한 어떠한 내용이라도 신고 가능
처리 원칙: 제보자 보호를 최우선으로 불이익이 발생하지 않도록 철저히 관리한다.
신고 채널: 홈페이지, 그룹웨어, 인사이트, 부서장 및 담당자, 고충처리 위원



애지중지 캠페인 및 사내 교육

애경산업은 직장 내 괴롭힘과 관련하여 기업 차원의 제도뿐만 아니라, 실제 조직생활에서의 인식과 문화 개선도 중요하다고 생각했습니다. 직장 내 괴롭힘 발생을 방지하기 위해 상호 소통을 적극적으로 할 수 있는 기업문화를 만들기 위해 내부 캠페인 ‘애지중지’를 진행하고 있습니다. 이를 통해 애경산업 내 모든 이해관계자가 한 사람으로서 존중받고 서로 배려하는 노력을 아끼지 않는 문화를 만들고자 합니다.



장애인 인식개선 교육 및 카페포틴

나와 다르지 않은 여러분의 일상을 응원합니다

애경산업은 기업의 건전하고 윤리적인 직장문화 형성을 위해 장애인 인식개선 교육을 시행하고 있습니다. 또한, 자회사형 장애인 표준사업장 카페포틴(Cafe Fourteen)을 사내 카페로 운영하고 있습니다. 우리가 함께 소통하며 만들어갈 사회에서 마주치는 우리의 동료, 우리의 가족인 장애인이 편견 없는 세상에서 아름다운 사회활동을 할 수 있도록 노력하고 있습니다.



본사(보건) 힐링 테라스

힐링 테라스 이용

- 의약품 제공, 응급처치(아프거나 다쳤을 때)
- 혈압, 체온 등 활력징후 측정 및 체성분 검사(관리가 필요할 때)
- 건강 상담, 건강검진 항목 추천(상담이 필요할 때)
- 침대 휴식 가능, 환자 우선주의(침을 얻고 싶을 때)

*이용 대상: 애경타워 전 직원 누구나

건강 상담

애경타워 전 직원 건강 상담 공간으로, 체성분 검사 결과에 따른 개인별 1:1 대면 상담을 진행합니다. 영양 상담, 운동 상담(운동습관 평가, 올바른 운동방법 지도) 중심으로 운영하고 있습니다.

동반성장 프로그램

애경산업은 홀로가 아닌 협력사와의 동반성장을 목표로 협력사 교육 및 공동 프로젝트 등을 시행하고 있습니다.

협력사 지속가능 경영 관련 지원

애경산업은 정기적으로 협력사 평가를 통해 사회적, 환경적 성과를 반영하고 있습니다. 이를 통해 주요 공급 품목인 용기, 파우치, 펌프 캡 등에서 환경적 성과를 이루어냈습니다. 해당 선정 기업에는 인센티브를 부여하여 적극 지지, 격려하고 친환경 공급재 공동 개발의 효과를 극대화하고 있습니다.

협력사와의 소통

애경산업은 협력사와의 소통 자리를 마련하여 상생 협력과 경쟁력 강화를 도모하고 있습니다. 2021년에는 내부 창구 시스템을 개발하였으며 매뉴얼 및 운영안을 공지, 프로그램을 소개했습니다. 최근에는 접수된 협력사의 건의 사항을 확인하여 개선 조치를 취했으며, 신기술 제안을 적극적으로 검토하고 피드백을 전달하여 기업 간의 경쟁력 확보에 노력하고 있습니다.



협력업체 소통 창구



공지사항



협력사의 소리



협력사 제안

주요 프로그램	2021~2022년 상반기 성과
협력회사 재무적 지원	2022년: 60개 협력사 대상 결제 대금 조기 지급 130억 원
환경성과 경쟁력 향상 지원	환경성과 평가관리 체계에 따른 평가 및 업체 선정 (21년 기준 1개사, 친환경 포장재 적용 기여에 따른 인센티브 부여)

지속가능 구매

다양한 대외변수로 인한 글로벌 공급망의 위기 속에서도 애경산업은 친환경 제품 및 서비스, 원부자재 구입을 지속할 것입니다.

친환경 제품 및 서비스 구매 실적

구분	단위	2021
전체	억 원	21.1

지속가능구매: 원부자재 사용량 개선

플라스틱 사용량 총계(재활용 분담금 대상+폐기물 부담금 대상)

단위	2019년	2020년	2021년
톤	10,172	11,844	9,533

친환경 제품 실적

구분	단위	2019년	2020년	2021년
녹색제품 매출액	백만 원	121,760	71,390	64,614



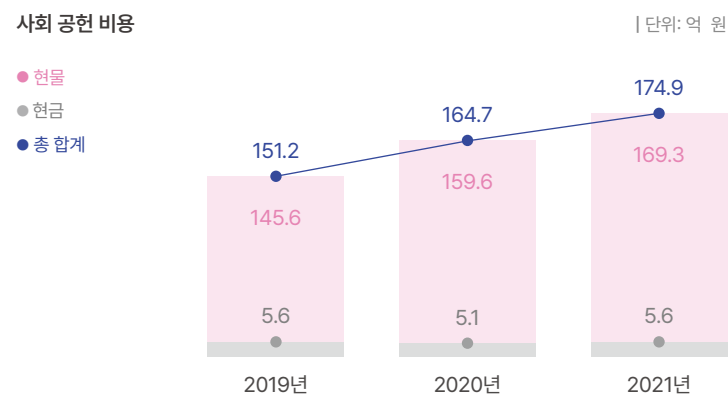
사회 공헌 비전 및 전략(정책)

‘사랑과 존경’이라는 애경 철학을 바탕으로 이웃과의 나눔을 실천해왔으며 참여, 공감, 소통을 중요한 가치로 여기고 진정성 있는 사회적 활동을 다하고자 합니다.

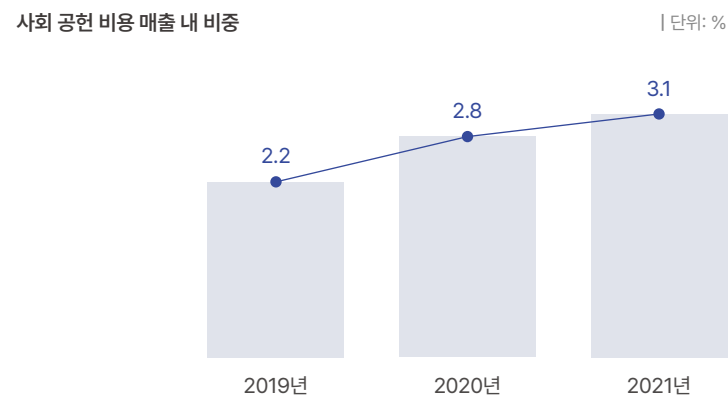
2021년 사회 공헌 비용

구분	단위	현물	현금	총계
기부액	억 원	169.3	5.6	174.9
비율	%	96.8	3.2	100
내역		한국/녹색소비자연맹 사회복지공동모금회 물포럼코리아 대한구강보건협회 희망을나누는사람들 한국청소년문화연구소 농협중앙회재단	사회복지공동모금회(400여 복지단체 배부) 굿피플코리아 한국유엔봉사단 희망을나누는사람들 RMHC협회 사회복지협의회	

사회 공헌 비용 추이



사회 공헌 비용 비중



사회 공헌 추진 전략

애경산업은 지역사회, 이웃과 소통하며 문제 개선에 기여하고자 사회 공헌 비전 및 전략을 수립하였습니다. 이를 바탕으로 적극적으로 함께하는 나눔 경영을 실천하고 있습니다. 또 경영 동향뿐만 아니라 내부 임직원, 이해관계자의 인식과 요구를 적극 반영하여 사회 공헌 프로그램을 지속적으로 개발, 보완하여 추진하고 있습니다.

사회 공헌 Vision

사랑(LOVE)과 존경(RESPPECT)의 마음으로
이웃과 소통하고 진정성 있는 나눔을 실천하는 행복한 기업

사회 공헌 가치

사랑을 나누는 참여

마음을 나누는 공감

생각을 나누는 소통

핵심전략

실천하는
환경보호 캠페인

지역사회 파트너십 공고화
지역사회 소외계층 문제 개선 기여

참여, 체험형
소통 활동 개발

주요 활동

자원봉사	응원과 나눔	참여	친환경	지역사회 상생
- 희망 꾸러미 나눔 - 연탄 나눔 - 김장 나눔 - AK 기부 천사 - 신생아 살리기 모자 뜨기 - 도서기증	- 미혼모 상담소 ‘봄날’ - 따뜻한 동행 - 이주배경청소년 장학금 - 디딤씨앗통장 - 국토사랑 힐링캠프 - 국인 글로벌 프로젝트	- AK 리사이클링 - 아름다운 가게 기부 참여 - 동물 보호 캠페인 - 아름다운 숲 살리기 - AK 리사이클링 - 아름다운 가게 기부 참여	- 치성천 살리기 - 그린오피스 실천 - 아름다운 숲 살리기 - AK 리사이클링 - 아름다운 가게 기부 참여	- 재능인재 장학생 지원 - 희망 디딤돌 - 아동친화도시 - 탈북민 정착 지원 - 애솔 봉사단 - 마포구 협의체 지원 - 정산면 협의체 지원 - 대민 캠페인

Love & Respect

따뜻하고 향기로운 사회를 만들기 위한 애경산업의 발자취



참여

- ① AK 기부 천사
- ② 아름다운 애경 특별전
- ③ 폐건전지, 폐의약품 수거
- ④ 그린오피스 실천 캠페인
- ⑤ 사랑의 도시락 지원
- ⑥ 연탄 나눔
- ⑦ 김장 나눔
- ⑧ 희망 꾸러미 나눔
- ⑨ 신생아 살리기 모자 뜨기
- ⑩ 군부대 위문품
- ⑪ 구강보건의 날 캠페인
- ⑫ 간호사관학교 응원
- ⑬ 'CLEAN to PROTECT' 캠페인
- ⑭ 지자체 복지단체

소통

- ① 도서기증
- ② 이주배경청소년 장학금
- ③ 재능인재 장학생 응원 꾸러미
- ④ 디딤 씨앗통장
- ⑤ 아동친화도시 '권리 찾아 학교 가는 길'
- ⑥ 독도, 울릉도 탐방 힐링캠프

공감

- ① 보호 종료 아동 자립지원
- ② 청소년 미혼 한 부모 상담소 '봄날'
- ③ 한 부모가족 응원 꾸러미
- ④ 도랑 살리기 지원 사업
- ⑤ 정착지원
- ⑥ 사랑의 쌀 나눔
- ⑦ 마포구 협업
- ⑧ 희망디딤돌
- ⑨ 정산면 협업

“변화의 마음이 이어지다”

가치 있는 동행을 위한 향기로운 노력



구강보건의 날 전달식



국군간호사관학교 위문품 전달식



다문화가정 독도 역사 문화 탐방



미혼모 상담 센터 '봄날' 운영



불우이웃을 돕기 위한 희망 꾸러미 행사 참여



이주배경청소년 기부금 전달식



재능인재를 위한 응원 꾸러미 전달식



드림스타트 아동에 놀이 키트 전달식

Chapter 02 — III.
Governance

Fragrant Change

“변화의 책임을 약속하다”

지속 가능한 성장과 변화를 위한
향기로운 움직임



애경산업은 투명한 지배구조를
정착시키기 위해 힘쓰고 있습니다.

무엇보다 윤리경영을 강화하고 있습니다.
윤리경영 위원회를 신설하고 윤리현장과
윤리강령을 제정하여 임직원들과
공유하고 있습니다. 또 부패 방지와
공정거래 교육을 꾸준히 진행하는 등
주주 가치를 보전하고자 노력하고
있습니다. 이는 이해관계자들과
좀 더 긴밀히 소통하고 공감대를 넓히는
동시에, 투명한 지배구조에 대한
애경산업의 진정성을 더욱 굳건히 키우는
과정이기도 합니다. 이러한 노력이
고객과 주주 그리고 협력사에 진실한
울림으로 닿기를 바랍니다.

Love & Respect

윤리헌장 및 윤리강령

애경인은 사랑과 존경이라는 애경의 철학과 앞서가는 사고·기술·경영으로 풍요롭고 행복한 삶을 창조하여 사회에 공헌하는 기업을 지향합니다. 기업의 사회적 책임과 본연의 역할을 수행할 기준으로 윤리헌장을 다음과 같이 제정하고 이를 준수하고자 합니다.

윤리헌장

01. 법과 사회적 규범을 존중하며 위법하거나 부정한 행위를 하지 아니한다.

02. 고객과의 신뢰를 최우선으로 하며 고객의 행복을 위하여 노력한다.

03. 주주의 권리를 존중하며 투명하고 효율적인 경영으로 기업의 가치를 높인다.

04. 임직원의 다양성을 존중하고 차별하지 아니하며, 상호 신뢰하고 협력한다.

05. 공정거래 원칙을 존중하고 건전한 시장 질서 확립과 상생의 가치를 추구한다.

06. 사회 구성원으로서 기업에 요구되는 사회적 역할과 책임을 성실히 수행한다.

윤리강령

법준수 의무



01. **국내·외 법규의 준수**
- 우리는 국가 및 지역사회의 일원으로서 법규를 준수한다.
02. **부정행위 방지 노력**
- 우리는 부정한 행위 발생에 대한 감시와 방지를 위한 노력을 한다.
03. **내부정보이용 금지**
- 임직원은 업무상 취득한 내부정보를 이용하여 주식 등을 거래하지 않는다.
- 임직원은 주가에 영향을 미칠 수 있는 미공개 중요 정보를 적법한 절차에 반하여 제3자에게 제공하지 않는다.
04. **회사 재산 및 중요 정보 보호**
- 임직원은 회사의 물적 재산, 지적재산권, 영업 비밀 등을 보호하여야 하며 회사의 재산, 영업 비밀 등을 사적인 목적을 위해 사용하지 않는다.
- 임직원은 직위를 이용한 사적 이익 추구, 회사에서 얻은 비공개 정보를 이용한 불공정 거래 행위를 하지 않는다.
- 임직원은 회사의 이익에 영향을 미칠 수 있는 중요한 정보를 외부에 유출하지 않는다.
05. **성희롱 방지**
- 임직원은 성적 굴욕감을 유발하는 것으로 인정되는 육체적·언어적·시각적 언어나 행동을 포함하여 건전한 동료 관계를 해치는 일체의 언어나 행동을 하지 않는다.
06. **금품 및 향응 수수 금지**
- 임직원은 거래처 등 이해관계자로부터 금품이나 향응을 제공받지 않는다.
- 임직원은 회사 업무와 관련하여 거래처 등 이해관계자에게 사회통념상 인정되는 범위를 벗어나는 금품이나 향응을 제공하지 않는다.
- 임직원은 상호 간에도 금품이나 향응을 수수하지 않는다.

고객의 대한 자세



01. **고객과의 신뢰 유지**
- 우리는 항상 고객의 입장에서 생각하고 행동하며, 고객이 만족하고 신뢰할 수 있는 최상의 제품과 서비스를 제공하여 고객만족 실현을 위해 노력한다.
- 우리는 고객에게 제품 및 서비스 등에 관한 정확한 정보를 제공하고 과대선전이나 광고를 하지 않는다.
02. **고객의 행복 지향**
- 우리는 고객의 이익과 안전, 개인정보를 보호하고 고객에게 부당한 행위를 하지 않는다.

2021 Aekyung Sustainability Report
향기로온 만남이 지속될 수 있도록

Chapter 02. Fragrant Change
Governance – 윤리경영

“변화의 책임을 약속하다”
지속 가능한 성장과 변화를 위한 향기로온 움직임

주주에 대한 자세



01. **주주의 권리 존중**
 - 우리는 주주의 권리를 보호하고 주주의 정당한 요구와 제안을 존중한다.
 - 우리는 경영정보를 성실히 공개하여 주주 및 투자자와 상호 신뢰관계를 구축하고 주주 이익의 증대를 위해 노력한다.
02. **평등한 대우**
 - 우리는 소액주주를 포함한 모든 주주를 공정하고 평등하게 대우한다.
 - 우리는 경영 의사를 결정할 때 주주의 이익이나 권리가 부당하게 침해되지 않도록 한다.
03. **적극적 정보제공**
 - 우리는 일반적으로 인정된 회계 원칙에 따라 회계자료를 기록·관리하여 재무 상태와 경영 성과를 투명하게 제공한다.
 - 우리는 정확한 경영정보를 관련 법규에 따라 적시에 제공하여 투자자 등 정보 이용자가 합리적인 투자판단을 할 수 있도록 한다.

임직원에 대한 자세



01. **공정한 대우**
 - 회사는 임직원에 대하여 부당한 차별 대우를 하지 않고 능력과 자질에 따라 공정한 기회를 부여한다.
 - 회사는 임직원의 자질이나 능력, 업적 등에 대한 평가 기준을 세워서 공정하게 평가하고 보상한다.
02. **근무환경 조성**
 - 회사는 임직원의 건강과 안전한 업무환경을 위해 노력한다.
 - 회사는 임직원 개개인의 자율과 창의를 존중하고 능력을 향상시킬 수 있는 기회를 공정하게 부여함으로써 인재 육성과 함께 자아실현을 지원한다.
 - 회사는 임직원의 독립적 인격과 기본권을 존중하며 임직원이 자유로운 제안과 건의를 할 수 있는 환경을 조성한다.

경쟁사와 협력회사에 대한 자세



01. **경쟁사와 공정한 경쟁**
 - 회사는 자유경쟁의 원칙에 따른 공정하고 자유로운 시장경제 질서를 존중하고, 경쟁사와 정당하게 경쟁한다.
 - 회사는 공정거래질서를 존중하고 공정거래 관련 법규를 준수한다.
02. **협력회사와 공정한 거래**
 - 회사는 협력회사와 공정한 거래를 통해 상호 신뢰와 협력관계를 구축함으로써 공동의 발전을 추구한다.
 - 회사는 우월적 지위를 이용하여 협력회사에게 어떠한 형태의 부당한 행위를 강요하거나 영향력을 행사하지 않는다.

임직원의 기본 윤리



01. **건전한 기업문화 정착**
 - 임직원은 회사의 경영이념을 공유하고 회사가 추구하는 목표와 가치를 공감하여 회사 업무 방침에 따라 각자에게 부여된 사명을 성실히 수행한다.
 - 임직원은 회사 내의 상하 및 동료 간의 원활한 의사소통, 상호 신뢰를 바탕으로 하는 조직 문화를 창출해 나간다.
 - 임직원은 주어진 직무를 최선을 다해 정당한 방법으로 수행하고 업무와 관련된 제반 관련 법규와 회사의 규정을 준수한다.
02. **이해 상충 행위 금지**
 - 임직원은 회사와 이해가 상충되는 어떠한 행위나 관계가 발생하지 않도록 노력하며, 다른 부서의 업무에 부당하게 개입하거나 위법·부당한 거래를 알선하는 행위를 하여서는 안 된다.
03. **정치 관여 금지**
 - 임직원은 사내에서 근무시간 중에는 정치활동을 하지 않으며 회사의 조직, 인력 및 재산을 정치적 목적으로 이용하지 않는다.
 - 임직원 개개인의 참정권과 정치적 견해는 존중되나 임직원은 각자의 정치적 견해나 정치 관여가 회사의 입장으로 오해받지 않도록 해야 한다.
04. **윤리강령의 준수**
 - 모든 임직원은 윤리강령을 성실히 준수하여야 하며, 이를 위반한 경우 해당 행위에 대한 책임을 진다.
 - 임직원은 윤리강령에 반하는 행위를 강요받거나 부당한 행위를 인지하였을 경우에는 이를 윤리강령 담당 부서에 신고하여야 한다.
 - 임직원은 윤리강령 위반행위 발생 시 철저한 원인 규명과 교육을 통해 재발을 방지한다.

윤리경영위원회

기업 컴플라이언스 강화를 목적으로 2022년 5월 윤리경영위원회를 설립하였습니다.
회사의 준법·윤리경영 정책 및 실천 활동을 심의하는 내부 컨트롤타워 기구입니다.

윤리경영위원회 운영 목적

준법/윤리경영 관련 규제 가중 및 경영진 책임을 폭넓게 인정하는 최근 동향에 대응하고,
회사의 중요한 경영 가치로서 준법/윤리경영을 지속적으로 강화하고자 합니다.



준법/윤리경영 이슈에 대한 리스크 매니지먼트 강화

경영진에게 집중된 의사결정 책임을 투명한 회의체를 통한 논의 체계로 전환하여
의사결정 리스크를 효과적으로 관리



규제 기관이 인정할 만한 준법/윤리경영 시스템 세팅

ESG, 내부회계 관리 제도 등에서 공통적으로 준법/윤리경영에 대한 거버넌스를
요구하고 있어 이에 대한 제도적 세팅이 필요



회사 구성원들에게 준법/윤리경영 가치에 대한 메세지

회사 내 준법/윤리경영에 대한 점진적 내재화를 위해 회사의 중요한
경영 가치로서 메시지 전달

윤리경영위원회 주요 활동

준법/윤리경영 정책 수립 및 리스크 관리를 위한 논의를 통해
준법 의무 위반 예방 및 통제 기능 수행을 위해 노력하고 있습니다.

심의사항

- 컴플라이언스 정책 및 계획의 수립
- 컴플라이언스 활동에 대한 평가·점검 및 개선 조치
- 사업별 규제 환경분석을 통한 리스크 대응 방안 수립
- 관련 제도 개선

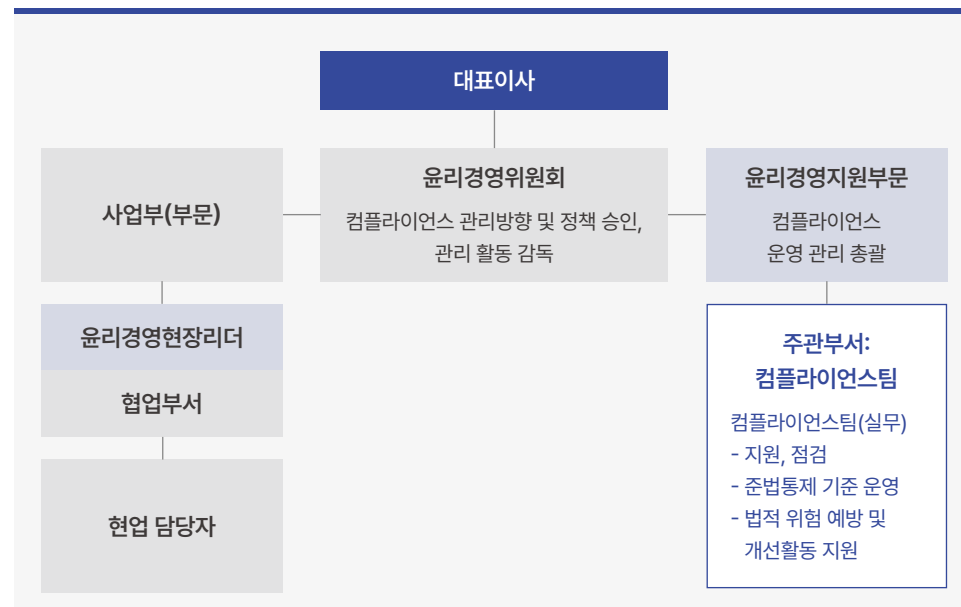
보고 사항

- 제조, 유통, 판매 관련 규제 유형화 및 사례 분석
- 임직원 준법의식 제고를 위한 실천 프로그램 개발 및 교육 현황 보고
- 대기업과 중소기업의 상생경영, 지속 가능한 동반성장의 기반 구축을 위한 가이드라인 제정 및 이행 활동 보고

리스크 점검 활동

- 규제 리스크가 높고 시의성 있는 주제를 선정하여 컴플라이언스 점검 및 위반사항 개선
가. 계열회사 간 내부거래
나. 상법, 공정거래법, 노동법 등 주요 법령의 준수
다. 부패 방지, 임직원 비위행위
라. 협력사 차별 취급, 불이익 제공 행위 등

윤리경영위원회 조직도



윤리경영 관련 교육 현황

구성원들의 준법/윤리의식의 고취를 위한 방안으로 지속적인 교육과 참여 프로그램 등을 운영하고 있습니다.

*2022년 교육 현황 및 계획 기준

컴플라이언스 교육 현황 및 계획

월	교육 과정명	주요 교육대상
3월	글로벌 채권 실무교육	글로벌 영업(생활, 화장품) 전원
	직장내 괴롭힘 방지교육(근로기준법 제76조의2)	공장 관리자 전원
5월	글로벌 상표분쟁 예방 실무교육	글로벌 영업(생활, 화장품) 전원
	상표 출원 기본이해 교육	마케팅 부서 실무자
6월	리더가 알아야 할 법무교육(I)	경영진(부문장, 센터장이상)
	윤리준법경영 기본	신규입사자
7월	담합행위 방지 교육(독점규제법 제40조 이하)	구매, 영업부서 G3
8월~9월	윤리교육 및 직장내괴롭힘 방지교육	본사 직원
9월	리더가 알아야 할 법무교육(II)	조직장(G4) 전원
10월~11월	공정거래 교육(대리점법/하도급법/표시광고법)	구매, 영업부서 G3

부패 방지 교육

공정거래 부패 방지 교육

청렴한 조직문화 및 부정부패를 예방하고자 다양한 교육 프로그램 및 윤리 가이드북 배포하여 윤리적 딜레마 상황에서 올바른 의사결정을 할 수 있도록 돕고 있습니다. 이를 통해 임직원 모두 청렴 의식을 자연스럽게 함양할 수 있도록 노력하고 있습니다.

2021년 진행 내용 및 모습

- 주요 교육: 윤리경영 기본 교육, 불공정 거래행위 금지 교육, 내부통제 실무교육 등
- 참석자: 애경산업 전체 임직원
- 불공정 거래행위 금지 교육: 영업, 구매 실무자 대상 진행
- 반부패 교육 프로그램: 21년 경력 입사자 및 신규 입사자 대상 진행



개인정보보호 교육

함께 만드는 윤리경영 실천 캠페인

개인의 정보를 보호하는 건전하고 윤리적인 직장문화 형성을 위하여 다양한 교육 및 캠페인을 진행하고 있습니다. 이를 통해 임직원 모두 정보 보안 유지를 함께 실천하고 개인정보의 중요성을 인지할 수 있도록 노력하고 있습니다.



담합 예방 임직원 행동지침서

- ① 본 가이드라인에서 접촉이라 함은 방법과 수단을 불문하고, 경쟁사(임직원)와의 일체의 공식 또는 비공식적 연락 내지 만남을 말하며, 직접 만나지 않는 '연락'(정보 교환, 단순 안부 문의 등)이나 '만남'(모임, 협회, 경조사, 단순 친목 도모 활동 등 내용 불문) 등을 모두 포함한다.
- ② 경쟁사와 접촉하는 순간부터 수단과 내용을 불문하고 부당공동행위에 대한 합의가 추정될 수 있으므로, 경쟁사 임직원과는 가급적 접촉을 제한하고, 비공식적인 자리에서도 가격 등 민감한 주제를 언급하지 아니한다.
- ③ 가격, 생산량 등 거래 조건이나 이를 결정하는데 필요한 자료를 경쟁사에게 요구하거나 제공 또는 교환하는 등 부당공동행위로 오인될 수 있는 어떠한 행위도 하지 않는다.
- ④ 가격 내지 거래 조건에 관한 논의가 이루어지는 경우 거절 의사를 명확히 통보하고, 의사록을 작성하는 경우 반대 의사 표시하였음을 명기 요구한다.
- ⑤ 거절 의사 통보에도 불구하고 논의가 중단되지 않을 경우 즉시 자리를 이탈하고, 자리를 떠난다는 사실을 확실히 인지할 수 있도록 한다.
- ⑥ 경쟁사 자료 또는 정보 인용 시 공개되었거나 적법하게 획득한 것만 인용하고, 그 출처를 명확히 기재한다. 경쟁사와 접촉하여 획득하였거나, 출처가 불명확한 것은 인용하지 않는다.
- ⑦ 경쟁사와 신상품 개발, 판매, 생산량 계획, 마케팅 계획 등 회사 경영과 관련된 정보와 자료 등을 교환하지 않는다.
- ⑧ 경쟁사로부터 위와 같은 정보에 대한 문의나 요청을 받는 경우, 정보의 제공이 불가능함을 분명히 하고, 그러한 요청이 있음에도 제공하지 않은 사실을 컴플라이언스팀에 보고하고 기록으로 남긴다.

이사회 구성 현황

이사회의 경영 참여 강화를 통해 지배구조 선진화를 위해 노력하고 있습니다.

이사회 현황

경영 투명성을 높이고 기업과 주주의 이익을 위하여 주요 경영 사항에 대한 의결을 이사회에서 진행하고 있습니다. 이사회는 사내이사 4인, 기타 상무이사 1인, 사외이사 3인으로 구성되었습니다.

이사회 구성원

*2022년 상반기 기준

구분 및 직책	담당업무	성명 (성별)	경력	형태	신규 선임일	연임일	임기
대표이사/사내이사	업무총괄	채동석 (남)	- 2017.08~현재 애경산업(주) 대표이사 - 2006.12~2017.07 애경그룹 유통부동산개발부문 부회장	상근	17.09.22	20.03.27	17.09.22 ~ 23.03.27
대표이사/사내이사 (이사회 의장 /사외이사후보추천위원회 위원장)	업무총괄	임재영 (남)	- 2020.06~현재 애경산업(주) 대표이사 - 2019.02~2020.05 애경유화(주) 대표이사 - 2016.01~2019.01 한국바스프(주) 화학사업부문 사장	상근	20.06.26	-	20.06.26 ~ 23.06.26
사내이사 (내부거래위원 /사외이사후보추천위원)	경영지원부문 총괄	송기복 (남)	- 2017.10~현재 애경산업 경영지원부문장 - 2015.01~2017.09 애경산업 온라인영업팀장	상근	18.01.08	21.03.25	18.01.08 ~ 24.03.24
사내이사	생활용품사업부 총괄	김남수 (남)	- 2018.07~현재 애경산업(주) 생활용품사업부문장 - 2017.01~2018.06 애경산업(주) 영업본부장	상근	20.03.27	-	20.03.27 ~ 23.03.27
기타비상무이사	경영자문	이장환 (남)	- 2022~현재 AK홀딩스 재무팀장(CFO) - 2019~2021 롯데손해보험 금융투자그룹장	비상근	22.03.24	-	22.03.24 ~ 25.03.23
사외이사 (감사위원장/ 내부거래위원/ 사외이사후보추천위원)	업무집행에 관한 주요사항 의결 및 이사&경영진의 직무집행 감독	민준기 (남)	- 2015.07~현재 성문회계법인 고문/공인회계사 - 1999.04~2015.06 삼일회계법인 Partner(전무)	비상근	19.12.02	22.03.24	22.03.24 ~ 25.03.23
사외이사 (감사위원/내부거래위원/ 사외이사후보추천위원)	업무집행에 관한 주요사항 의결 및 이사&경영진의 직무집행 감독	박종민 (남)	- 2006.02~현재 케이씨엘 변호사 - 2004.03~2006.02 대법원 재판연구관	비상근	19.12.02	22.03.24	22.03.24 ~ 25.03.23
사외이사 (감사위원/ 내부거래위원회 위원장)	업무집행에 관한 주요사항 의결 및 이사&경영진의 직무집행 감독	송홍래 (남)	- 2020~현재 거성일렉컴 부사장 - 2016~2019(주)두레비즈 대표이사 - 2014.01~2016.07 한국산업은행 업무지원부장	비상근	19.12.02	22.03.24	22.03.24 ~ 25.03.23

*() : 이사회 내 위원회 구성

이사회 구성원 및 개최 현황

	구분	단위	2019년	2020년	2021년
이사회 운영	개최 횟수	회	7	10	7
	출석률(참석률 평균)		96.15	91.67	96.64
	- 사내이사 참석률	%	95.24	88.57	100.00
	- 사외이사 참석률		95.24	96.67	90.48
	이사회 총 안건		27	28	32
	의결 수(총 합)	건	17	18	23
	보고		10	10	9
이사회 구성	사내이사 수		3	4	4
	기타비상무이사 수	명	0	1	1
	사외이사 수		3	3	3

이사회 산하 위원회 구성원 및 개최 현황

위원회 종류	단위	2021년		2022년(상반기)	
		사외이사	사내이사	사외이사	사내이사
사외이사 후보추천위원회	명	2	2	2	2
내부거래위원회		3	1	3	1
감사위원회		3	0	3	0

사외이사 후보추천위원회

사외이사후보추천위원회는 관련 법령과 정관, 이사회 규정에 의거하여 회사의 사외이사 후보를 추천하기 위해 구성된 ‘이사회 내 위원회’입니다. 본 위원회는 사외이사 후보의 회사에 대한 독립성 여부, 글로벌기업의 이사에 걸맞은 역량 등을 검증하여 이사회에 추천하는 역할을 수행합니다.

사외이사 선임 프로세스

1. 사외이사후보추천위원회	2. 이사회	3. 주주총회	4. 공시
① 독립성, 다양성, 전문성을 고려한 사외이사 후보 탐색 ② 추천 할 사외이사 후보 선정	① 사외이사 후보 최종 선정	① 사외이사 선임 의결	① 공시 및 등기

*사외이사 선임 제한 조건: Appendix 확인

2021 Aekyung Sustainability Report
향기로운 만남이 지속될 수 있도록

Chapter 02. Fragrant Change
Governance — 지배구조

“변화의 책임을 약속하다”
지속 가능한 성장과 변화를 위한 향기로운 움직임

내부거래 위원회

애경산업은 계열사 부당 지원 행위 등을 방지하고 감시하는 조직으로 내부거래 위원회를 운영하고 있습니다.

감사위원회

경영 투명성을 강화하기 위한 목적으로 감사위원회를 운영합니다. 감사위원회는 애경산업과 특수 관계가 없는 사외이사 3인으로 구성되며 독립성을 보장합니다. 감사위원 중 1명은 회계 전문가로서 독립적인 위치에서 내부감사 계획을 수립하고 회계 감사를 진행합니다.

이사 및 감사위원 보수 산정기준

이사의 보수는 「상법」 제388조 및 당사 정관 제42조에 의거하여 주주총회에서 승인한 한도 내에서 기본 연봉과 조직의 경영 성과에 따른 성과급을 합하여 지급됩니다. 등기이사의 경우, 급여는 임원 인사 관리 규정에 따라 직무, 직위, 위임 업무의 성격, 위임 업무 수행 결과 등을 종합적으로 고려하여 지급됩니다. 성과급은 임직원 성과급 지급 규정에 따라 해당 기간의 회사 실적, 임원의 업적 평가 결과 등을 고려하여 지급되고 있습니다. 추가적으로 복리후생비는 임원 복리후생 관리 규정에 따라 임원 건강검진, 상해보험, 자녀 학자금 등을 지급되고 있습니다. 사외이사의 경우, 급여는 위임 업무의 성격 등을 고려하여 보수 한도 내에서 지급하며, 별도의 성과급 및 복리후생 급여는 없습니다. 2021년 CEO 보수는 20억 6500만 원이었습니다.

이사의 보수

구분	인원수(명)	지급총액(백만 원)	인당 평균(백만 원)
사내이사	5	2,613	523
사외이사(감사위원회 위원)	3	150	50

*2021년 12월 기준

주주 현황

애경산업의 주요 주주는 다음과 같습니다. 임원 주식 소유의 경우 2022년 6월 30일 기준으로 임재영 대표이사(보통주 8,000주), 김남수 상무(보통주 5,010주), 송기복 상무(보통주 4,675주) 등이 사업보고서에 보고되었습니다.

AK 홀딩스 및 계열회사

63.1%

개인

27.5%

국내 기관 및 외국인

6.0%

우리사주조합

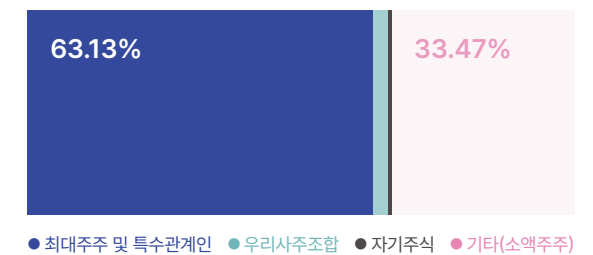
2.6%

자기주식

0.8%

*2021.12.31 기준

주주구분	주식수	지분율
최대주주 및 특수관계인	16,672,578	63.13%
우리사주조합	698,575	2.65%
자기주식	200,010	0.76%
기타(소액주주)	8,838,772	33.47%
합계	26,409,935	100%



주주 권익 보호

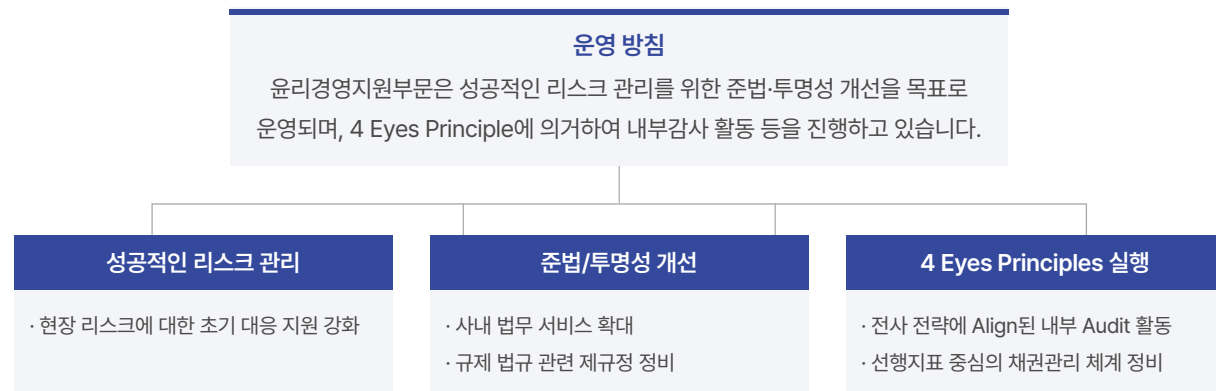
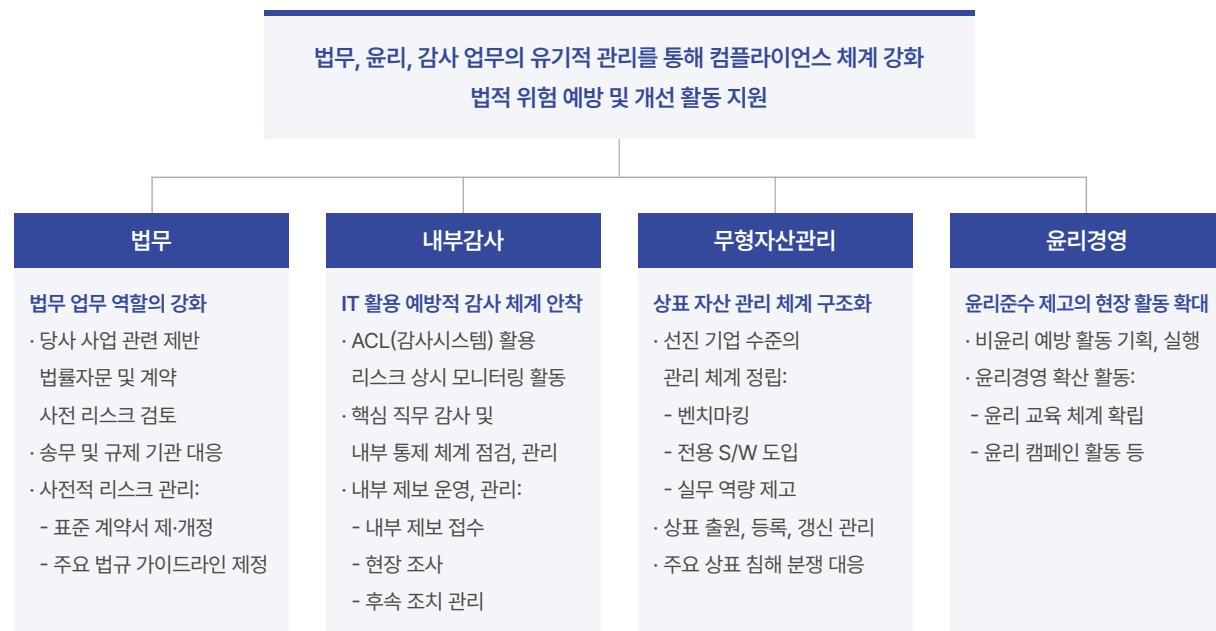
애경산업은 주주의 권익 보호를 위한 조치로 주주총회 운영 및 배당을 포함하여 주주 환원과 관련한 다양한 정책을 시행하고 있습니다. 주주총회 참석률 제고를 위해 주총 분산 자율준수 프로그램에 참여하는 한편, 주주 편의성을 증진할 목적으로 제37기 정기주주총회에 전자 투표 제도를 도입, 실시했습니다. 앞으로도 주주 권익 보호를 위해 다양한 제도 도입을 적극 검토하여 지배구조 선진화를 위해 노력하겠습니다

리스크 관리

전사적 통합 리스크 관리를 강화하기 위해
윤리경영지원부문을 신설하였습니다.

윤리경영 지원부문

윤리경영지원부문은 법무, 무형자산 관리, 내부감사, 윤리경영 영역에서 회사 성과에 공헌하는 역할을 수행합니다. 각 업무 영역을 유기적으로 관리하여 회사의 컴플라이언스 체계가 강화될 수 있도록 하고 있습니다.



내부회계 관리 제도

내부회계 관리자는 2021년 내부회계 관리 제도 운영 실태를 평가하였으며, ‘내부회계 관리 제도 설계 및 운영 개념 체계’에 근거하여 볼 때 중요도 관점에서 효과적으로 설계되어 운영되고 있다고 판단하였습니다.

독립된 감사인은 내부회계 관리 제도 운영 위원회가 발표한 ‘내부회계 관리 제도 설계 및 운영 개념 체계’에 근거한 당사의 내부회계 관리 제도를 감사하였으며, 2021년 12월 31일 현재 중요성의 관점에서 효과적으로 설계 및 운영되고 있다고 적정의견을 표명하였습니다.

2021년에는 외부감사인으로부터 내부회계 관리 제도 이외의 내부통제 구조에 대하여 중대한 결함을 지적받은 사실이 없습니다.

Chapter 03.

Fragrant Accounts

Appendix — 애경산업의 도전과 노력의
향기로운 기록



긴 겨울을 견디고 들판에 피어난
아름다운 꽃들은 향긋한 꽃내음을
세상에 뿌리며 봄을 만끽하게 해줍니다.

봄꽃이 피기 위해 혹독한 찬바람을 견디듯이,
지속 가능한 성장을 향한 우리의 노력은
어떤 어려움 앞에서도 멈추지 않을 것입니다.
이제 막 첫발을 내디뎠기에 꽃내음이
진하지는 않습니다. 그러나 꽃이 만개할 순간을
기약하며, 꽃망울을 닮은, 아직은 미약한
우리의 도전과 노력에 대해 지금까지의
자취를 기록합니다.

Love & Respect

GRI Standards Index

Topic	Index	내용	보고 위치
Universal Standard(GRI 100)			
조직 프로필	102-1	조직명칭	9
	102-2	주요 브랜드, 제품 및 서비스	18-25
	102-3	본사 소재지	9
	102-4	사업지역	9, 14-17
	102-5	소유 성격과 법적형태	109
	102-6	시장 영역	16-25
	102-7	조직규모	26-27, 36-37
	102-8	임직원 및 근로자에 대한 정보	81, 120-121
	102-9	공급망	90-91, 122-123
	102-10	조직 및 공급망의 주요 변화	13
	102-11	사전예방방침 및 접근	110-111
	102-12	외부 이니셔티브	66
전략	102-14	최고 의사 결정권자 성명서	6-7
	102-15	핵심 영향, 위험과 기회	110-111
윤리성 및 청렴성	102-16	조직 가치, 원칙, 표준, 행동강령	12, 98-101
	102-17	윤리 관련 안내 및 고충처리 메커니즘	88, 98-101
거버넌스	102-18	지배구조	106-109
	102-22	최고의사결정기구와 산하 위원회의 구성	106-109
	102-23	최고의사결정기구의 의장	106
	102-24	최고의사결정기구 추천 및 선정	107
	102-25	이해관계 상충	124
	102-31	경제적, 환경적, 사회적 토픽에 대한 점검	44-45
	102-32	지속가능성 보고에 대한 최고의사결정기구의 역할	44-45
	102-35	보상정책	108
	102-36	보수 결정 절차	108
이해관계자 참여	102-40	이해관계자 목록	40-41
	102-41	단체협약	81, 120
	102-42	이해관계자 파악 및 선정	40-41
	102-43	이해관계자 참여방식	40-41
	102-44	이해관계자 주요이슈	40-43
보고서 관행	102-45	조직의 연결재무제표에 포함된 모든 기업	사업보고서
	102-46	보고내용 및 보고 범위 적용 방법	About This Report
	102-47	중요이슈 목록	42-43
	102-48	이전 보고서에 기록된 정보 수정	해당사항 없음
	102-49	중요이슈 및 범위 관점에서 발생한 변화	About This Report
	102-50	보고기간	About This Report
	102-51	최근 보고서 발간일자	About This Report
	102-52	보고 주기	About This Report
	102-53	보고서에 대한 문의처	About This Report
	102-54	GRI Standard에 따른 보고 방식	About This Report
	102-55	GRI Index	114-115
	102-56	외부 검증	해당사항없음
경영 접근법	103-1	중요 이슈 및 범위에 대한 설명	42-43
	103-2	중요 이슈 관련 경영 접근방법과 구성요소	42-43
	103-3	경영 방침/방식 평가	12
Economic Performance(GRI 200)			
경제성과	201-1	직접적인 경제적 가치의 창출과 분배	26-27, 116-117
간접경제효과	203-1	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동	46-47, 94-95
	203-2	중요한 간접적 경제 파급효과 및 영향	46-47, 92-95
반부패	205-2	반부채 정책 및 절차에 관한 공지와 훈련	98-105
경쟁 저해 행위	206-1	경쟁저해행위, 독과점 등 불공정한 거래행위에 대한 법적 조치	사업보고서

Topic	Index	내용	보고 위치
Environmental Performance(GRI 300)			
에너지	302-1	조직 내부 에너지 소비	69, 117
	302-3	에너지 집약도	117
용수	303-4	용수 배출량	69, 117
	303-5	용수 소비량	69, 117
생물다양성	304-1	생태계 보호지역/주변지역에 소유, 임대, 관리하는 사업장	70
	304-3	서식지 보호 또는 복구	70
배출	305-1	직접 온실가스 배출	67, 118
	305-2	간접 온실가스 배출	67, 118
	305-3	기타 간접 온실가스 배출	67, 118
	305-4	온실가스 배출 집약도	67, 118
	305-7	NOx, SOx 및 기타 중요한 대기 배출물	67, 118-119
폐수 및 폐기물	306-1	수질 및 목적지에 따른 폐수 배출	68, 118
	306-2	폐기물과 관련된 중대한 영향 관리	64-68
	306-3	폐기물 발생량 및 종류	67, 118-119
	306-4	폐기물 재활용	68, 119
	306-5	폐기물 처리	68
환경고충처리제도	307-1	환경법 및 규정 위반으로 부과된 중요한 벌금 및 제재	해당사항없음
Social Performance(GRI 400)			
고용	401-1	신규 채용과 이직	81, 120
	401-2	비정규 직원 혹은 파트타임 직원에게는 제공되지 않는 정규직 직원 대상의 보상	차이 없음
	401-3	육아휴직	81, 121
산업안전보건	403-1	산업안전보건 관리 시스템 운영	55-56, 88-89
	403-2	위험 식별, 리스크 평가 및 사건조사	110-111
	403-3	산업안전보건 서비스	54-56
	403-4	산업안전보건에 대한 근로자 참여, 자문 및 소통	54-56
	403-5	산업안전보건 교육 및 훈련	55-56
	403-6	임직원의 건강 증진	89
	403-8	산업안전보건 관리시스템 적용받는 임직원 및 근로자	55, 122
	403-9	업무관련 상해	55, 122
	403-10	업무 관련 건강상태	89
	404-1	임직원 1인당 평균 교육 시간	121
훈련 및 교육	404-2	임직원 역량 강화 및 전환 지원을 위한 프로그램	81
	404-3	정기 성과평가 및 경력 개발 점검을 받은 임직원 비율	121
다양성과 기회균등	405-1	거버넌스 기구 및 근로자의 다양성	81, 106-107, 120
	405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	남녀 기본 급여 차이 없음
차별금지	406-1	차별 사건 및 이에 대한 시정조치	중요 차별 사건 없음
인권평가	412-2	사업과 관련된 인권 정책 및 절차에 관한 임직원 교육	88-89
지역사회	413-1	지역사회 참여, 영향평가 그리고 발전 프로그램 운영 비율	92-95
고객 안전보건	416-1	제품 및 서비스군의 안전보건 영향 평가	74-75
	416-2	제품 및 서비스의 안전보건 영향에 관한 규정 위반 사건	중요 위반 건수 없음
마케팅 및 라벨링	417-1	라벨링 절차에 요구되는 정보 요건을 갖추어야 하는 주요 제품 및 서비스 군의 비율	모든제품에 적용
	417-2	제품 및 서비스 정보와 라벨링에 관한 법률규정 및 자율규정을 위반한 사건	중요 위반 건수 없음
고객정보보호	418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	중요 위반 건수 없음
컴플라이언스	419-1	사회적, 경제적 영역의 법률 및 규제 위반	사업보고서

경제성과

연결 재무상태표

구분	2019년	2020년	2021년
자산			
I. 유동자산	283,153,817,403	241,742,934,501	256,058,070,576
현금및현금성자산	119,329,747,145	91,417,192,357	94,509,834,268
매출채권	71,471,973,647	67,129,589,613	57,387,825,848
기타수취채권	1,876,792,822	1,023,592,797	9,103,367,440
기타금융자산	4,015,074,628	1,128,456,463	15,683,283,702
재고자산	84,539,721,376	78,669,336,522	77,196,146,611
기타유동자산	1,920,507,785	2,374,766,749	2,177,612,707
II. 비유동자산	165,013,222,300	189,749,727,268	171,058,645,256
기타수취채권	4,365,717,693	3,955,596,120	3,885,608,650
기타금융자산	270,560,000	270,560,000	1,743,294,247
종속기업 및 공동기업투자주식	9,833,201,956	3,790,277,624	3,562,943,314
유형자산	102,303,927,834	132,917,954,898	124,564,794,286
무형자산	6,822,571,702	7,862,901,064	6,157,046,907
사용권자산	39,094,915,740	36,046,968,014	27,735,798,038
투자부동산	1,939,316,000	3,530,003,654	2,517,897,980
기타비유동자산	383,011,375	383,011,375	425,453,075
이연법인세자산		992,454,519	465,808,759
자산 총계	448,167,039,703	431,492,661,769	427,116,715,832
부채			
I. 유동부채	97,637,392,962	84,664,967,942	73,363,967,851
매입채무	59,926,108,252	39,312,302,264	43,489,491,123
기타지급채무	24,632,242,119	29,057,283,315	22,296,610,265
단기차입금		8,759,000,000	203,336,960
유동리스부채	1,897,651,199	1,624,409,318	1,628,354,753
당기법인세부채	5,114,941,974	2,819,908,847	3,166,510,306
기타유동부채	2,625,586,462	2,894,597,195	2,412,403,003
충당부채	3,440,862,956	197,467,003	167,261,441
II. 비유동부채	13,761,363,311	15,301,797,915	10,050,237,543
장기차입금		3,000,000,000	0
비유동리스부채	2,043,045,411	516,317,011	1,180,096,478
장기종업원급여부채	2,615,675,657	2,343,986,356	2,251,963,851
확정급여부채	9,024,368,457	9,441,494,548	6,618,177,214
이연법인세부채	78,273,786		
부채 총계	111,398,756,273	99,966,765,857	83,414,205,394
자본			
자본금	26,409,935,000	26,409,935,000	26,409,935,000
자본잉여금	143,348,035,807	143,348,035,807	143,348,035,807
기타자본항목	28,022,408	(5,890,681,395)	(5,821,850,720)
이익잉여금	166,982,290,215	167,658,606,500	179,766,390,351
자본총계	336,768,283,430	331,525,895,912	343,702,510,438
자본과 부채총계	448,167,039,703	431,492,661,769	427,116,715,832

연결 포괄
손익계산서

구분	2019년	2020년	2021년
I. 매출액	698,096,023,821	583,711,078,931	568,458,345,800
II. 매출원가	361,105,841,720	327,874,462,573	329,301,498,697
III. 매출총이익	336,990,182,101	255,836,616,358	239,156,847,103
IV. 판매비와관리비	276,870,825,748	233,230,370,726	214,636,035,867
V. 영업이익	60,119,356,353	22,606,245,632	24,520,811,236
1. 기타수익	3,072,655,453	1,733,905,747	2,201,491,386
2. 기타비용	10,176,662,953	8,126,428,319	8,702,619,989
3. 금융수익	3,318,102,493	1,877,218,526	2,690,179,162
4. 금융비용	1,293,730,491	4,737,953,412	467,679,707
5. 지분법손익	(164,743,520)	(42,924,332)	(227,334,310)
6. 종속기업투자주식처분손익		4,238,653	0
VI. 법인세비용차감전순이익	54,874,977,335	13,314,302,495	20,014,847,778
VII. 법인세비용	14,009,658,968	1,583,834,708	4,824,566,744
VIII. 당기순이익	40,865,318,367	11,730,467,787	15,190,281,034
기타포괄손익	(2,235,433,537)	830,314,748	2,159,487,817
- 순확정급여부채의 재측정요소	(2,235,433,537)	830,314,748	2,159,487,817
X. 총포괄이익	38,629,884,830	12,560,782,535	17,349,768,851
주당이익			
기본주당이익(단위: 원)	1,551	448	580
희석주당이익(단위: 원)	1,551	448	580

2019년: 19.01.01~19.12.31까지 | 2020년: 20.01.01~20.12.31까지 | 2021년: 21.01.01~21.12.31까지

환경성과 [주요 환경 지표]

에너지 및
전기 사용량

구분	단위	2019년	2020년	2021년
에너지 사용량	TOE	3,242	3,231	3,176
	원(TOE/생산량)	0.0183	0.0212	0.0213
전기 사용량	Mwh	14,156	14,111	14,911
	- 본사/연구소	1,540	2,152	2,120
	- 공장(청양)	10,376	10,007	10,947
	- 공장(대전)	2,240	1,952	1,844

용수
사용량

구분	단위	2019년	2020년	2021년
전체	Ton	274,452	237,944	271,156
	- 본사/연구소	1,434	1,458	1,506
	- 공장(청양)	267,851	232,117	264,371
	- 공장(대전)	5,167	4,369	5,279
	원(Ton/생산량)	1.5485	1.5549	1.8143

플라스틱
사용량

구분	단위	2019년	2020년	2021년
전체	Ton	10,172	11,844	9,533

*기준변경으로 인한 수정신고 진행 완료(재활용분담금 대상 및 폐기물부담금 대상 기준으로 변경)

온실가스
배출량

구분	단위	2019년	2020년	2021년
직접온실가스 배출량	tCO2-e	336.7	239.9	261.2
- 본사 (물류+디자인센터 포함)		-	7.4	9.2
- 연구소		0.1	0.1	0.1
- 청양공장		220.2	142.7	147.1
- 대전공장		116.4	89.6	104.7
간접온실가스 배출량		7,258.4	7,089.9	7,504.0
- 본사 (물류+디자인센터 포함)		294.0	599.2	585.6
- 연구소		413.6	389.6	446.9
- 청양공장		5,522.2	5,204.5	5,624.3
- 대전공장		1,028.7	896.5	847.3
온실가스 배출량 합계		7,595.1	7,329.8	7,765.2
직접온실가스		0.00189955	0.00156753	0.00174741
- 본사 (물류+디자인센터 포함)		-	0.00004868	0.00006159
- 연구소		0.00000063	0.00000068	0.00000071
- 청양공장		0.00124243	0.00093271	0.00098436
- 대전공장		0.00065650	0.00058545	0.00070076
간접온실가스	원(tCO2-e/생산량)	0.04095218	0.04633094	0.05021004
- 본사 (물류+디자인센터 포함)		0.00165873	0.00391554	0.00391814
- 연구소		0.00233331	0.00254622	0.00299018
- 청양공장		0.03115622	0.03401053	0.03763233
- 대전공장		0.00580393	0.00585864	0.00566938
온실가스 총		0.04285173	0.04789846	0.05195745

수질오염물질
배출량

구분	단위	2019년	2020년	2021년
전체	kg	219,010	184,018	173,487
	- 본사	-	-	-
	- 연구소	-	-	-
	- 청양공장	218,943	183,951	173,407
	- 대전공장	68	68	80
	원(kg/생산량)	1.236	1.203	1.161

먼지 배출량

구분	단위	2019년	2020년	2021년
실제배출농도	mg/m³	5.70	3.20	3.40
배출량	Ton	1.41	1.07	1.34
	원(Ton/생산량)	0.008	0.007	0.009
- 본사	Ton	-	-	-
- 연구소		-	-	-
- 대전공장		0.70653	0.48827	0.61161
- 청양공장		0.70630	0.57920	0.72760

폐기물 배출량

구분	단위	2019년	2020년	2021년
전체	Ton	1,246	1,079	1,122
	- 본사/연구소	27	26	26
	- 공장(청양)	1,151	960	936
	- 공장(대전)	68	93	160
	원(Ton/생산량)	0.0070	0.0071	0.0075

폐기물 재활용

구분	단위	2019년	2020년	2021년
재활용량	Ton	155	199	852
폐기물 발생량		1,246	1,079	1,122
재활용률	%	12.4	18.4	75.9

COD 배출량

구분	단위	2019년	2020년	2021년
- 대전공장	ppm	43	42	42
- 청양공장		2,540	2,187	2,121
배출량	Ton	87,776	85,719	83,665
- 대전공장		1,578	1,608	1,908
- 청양공장		86,198	84,111	81,757

*애경산업의 청양공장은 기존에 사용해 온 보일러를 폐쇄하고 스팀을 공급받아 사용하며
공장 내 SOx 등 주요 대기 오염 물질 발생원을 제거하였습니다.

환경경영 투자 및
이행 현황

구분	단위	2019년	2020년	2021년
계획	백만 원	747.8	1,480.9	2,667
이행		745.3	843.1	2,543.6
비중	%	99.67	56.93	95.37
내용	위험물 원료창고 증설, 폐수라인 교체 공사 등 위험물 원료 창고 증설, 우수관로 교체 공사 등 폐수처리장 신축 공사 등			

친환경 제품 매출

구분	단위	2019년	2020년	2021년
녹색제품 매출액	백만 원	121,760	71,390	64,614

사회성과

임직원 현황

구분		단위	2020년	2021년
전체 근로자 수			863	864
성별	남성	명	592	575
	여성		271	289

임직원 세부 현황

구분		단위	2020년	2021년
총 인원수			863	864
성별	남성	명	592	575
	여성		271	289
고용 형태	일반직	명	487	484
	생산/현장직		268	260
	전문직		65	71
	계약직		43	49
다양성	장애인		29	30
	외국인		4	8

신규 고용 현황

구분		단위	2020년	2021년
전체 채용자 수		명	59	104
- 여성 비율		%	45.76	60.58
- 남성 비율			54.24	39.42

이직자 현황

구분		단위	2020년	2021년
근로자 평균 근속년수		년	8.5	8.6
이직자 수		명	70	100
전체 근로자 수			872	867
이직률		%	8	11.53

근로자 노동조합
가입 현황

구분	단위	2020년	2021년
가입자 수	명	262	259
전체 근로자 수		863	867
가입률	%	30.36	29.87

퇴직연금 현황

구분		단위	2020년	2021년
퇴직연금 운용 (확정급여형)	가입자 수	명	809	761
	가입액(추계액)	원	35,401,281,590	38,181,866,203

복리후생비 현황

구분	단위	2020년	2021년
복리후생비	천 원	6,770,000	6,605,886
매출액		583,711,000	568,458,346
비중	%	1.16	1.16

육아휴직 현황

구분		단위	2020년	2021년
육아휴직 사용인원	소계	명	19	17
	- 남성		8	6
	- 여성		11	11
육아휴직 복직인원	소계	명	15	7
	- 남성		6	1
	- 여성		9	6
육아휴직 복귀율	소계	%	78.95	41.18
	- 남성		75.00	16.67
	- 여성		81.82	54.55
복귀 후 12개월이상 근무를 유지한 인원	소계	명	11	3
	- 남성		4	0
	- 여성		7	3
복귀 후 12개월이상 근무를 유지한 인원 비율	소계	%	73.33	42.86
	- 남성		66.67	0
	- 여성		77.78	50.00

정기 성과평가 및
경력 개발 점검을
받은 임직원 비율

구분	단위	2020년	2021년
심사 대상 비율	%	87.25	83.04
심사 대상 임직원 수	명	753	720

교육훈련비 현황

구분	단위	2020년	2021년
전체 근로자 수	명	863	867
총 교육비용(AR)	천 원	503,482	719,797
인당 교육비용		587.49	830.22
인당 평균 교육 시간	시간	28.32	40.06

사회 공헌 프로그램
운영 및 기부 내역

구분	단위	2020년	2021년
사회 공헌 프로그램	개	21	26
현물	억 원	159.6	169.3
현금		5.1	5.6
총 합계		164.7	174.9
매출 내 비중	%	2.8	3.1

Safety Walk
활동 점검 결과

구분	단위	2020년	2021년
발굴	건	781	1,249
개선		551	1,116
개선율	%	70.6	89.4

산업재해 현황

구분	단위	2020년	2021년
청양공장	산업재해	3	0
	상시근로자수	330	343
	재해율	0.91	0.00
대전공장	산업재해	0	1
	상시근로자수	34	31
	재해율	0.00	3.23

공급 개발 효과

적용 품목/제품명		年 예상 사용량(ea)(개발 효과)	업체 효과
용기	케라시스 600ml	60만	물량 우선 배정 or 일정기간 단일 공급
	케라시스/샤워메이트 180ml(선물세트용)	60만	
	샤워메이트 바디워시 1.2kg	126만	
	랩신 핸드워시 250ml	200만	
	랩신 핸드워시 500ml	40만	
파우치	리큐 제트 1.8L	17만	
	리큐 베이킹 2L	17만	
	스파크 3kg	50만	
펌프캡	케라시스 600ml	110만	
	샤워메이트 바디워시 1.2kg		

2021~2022년
주요 업체 품질 교육
진행(WITH QA)

구분	주요 품목	일자	교육내용
J**	세제 임가공	21년 1월	6L 품질이슈 해결
에**	용기	21년 1월	트리오 라벨 진행사항 파악, 혼입 불량(바코드가 설치 요청)
애****	파우치, 단상자	21년 2월	파우치 강도 강화 테스트 진행(스파우트캡), 현장 실사 및 치수검사 요청
우*	조립 임가공	21년 2월	품질인원 퇴사로 채용요청 및 원터치캡 조립설비 점검
마**, 한*	화장품 용기	21년 2월	품질 Audit(현장관리, 방충방서, 품질문서 점검)
필*****	치약 튜브	21년 3월	신규 포장재 업체 Audit(공장환경 및 품질점검)
스*****	퍼프	21년 3월	
태****	용기	21년 3월	부적합 재발 방지 실시 여부 확인 및 공장 이전사항 확인
우*	조립 임가공	21년 3월	성형불량 개선 완료, 이물질(현장 레이아웃 변경)
승***	파우치, 단상자	21년 4월	신규 포장재 업체 Audit
대***, 대*****	용기	21년 4월	파우치 신규업체 Audit, COVID-19 이슈로 공장 정상화 및 2월 지적사항 개선여부 확인
에****	용기	21년 4월	이물질, 인몰드라벨 전후면 드럼일반 혼입
태***	용기	21년 5월	인쇄부적합 재발 방지 실시여부확인
에****	치약 튜브	21년 5월	바코드 설비 라벨설비점검
선**	펌프캡	21년 5월	더마&모어 변색, 헤드 충격재질 변경 협의, 컨테이너, 방향성, 하우징 가스켓 → 리브구조
고***	퍼프	21년 6월	형광물질 부적합건 → 형광물질 검사진행, 혼입 → 작업자 재확인, 퍼프이물질건 → 공인기관에 분석진행
화***	치약 단상자	21년 6월	품질 Audit(현장관리, 방충방서, 품질문서 점검)
고***	퍼프	21년 6월	형광물질 발생 점검
에***	용기	21년 7월	용기혼입 개선
한****	화장품 용기	21년 7월	품질 Audit(현장관리, 방충방서, 품질문서 점검)
에***	용기	21년 8월	용기혼입 개선
한*	화장품 용기	21년 9월	부적합 재발방지 실시여부 확인
대****	화장품 용기	21년 9월	
에*****	파우치	21년 10월	파우치 터짐 개선
대*****	용기	21년 11월	품질 Audit(현장관리, 방충방서, 품질문서 점검)
스*****	퍼프	21년 12월	신규 포장재 업체 품질 Audit
마**	화장품 용기	21년 12월	품질 Audit(현장관리, 방충방서, 품질문서 점검)
한***	화장품 튜브	22년 1월	신규 포장재 업체 품질 Audit
유***	퍼프	22년 1월	
대*	화장품 튜브	22년 3월	부적합품 선별 점검
글*****	조립	22년 4월	
H**	파우치	22년 5월	파우치
한*	화장품 용기	22년 5월	품질 Audit(현장관리, 방충방서, 품질문서 점검)
코***	화장품 용기	22년 7월	신규 포장재 업체 품질 Audit

지배구조 성과

이사회 운영

구분	주요 품목	단위	2019년	2020년	2021년
이사회 운영	개최 횟수	회	7	10	7
	출석률(참석률 평균)		96.15	91.67	94.64
	- 사내이사 참석률	%	96.77	88.10	97.14
	- 사외이사 참석률		95.24	96.67	90.48
	이사회 총 안건		27	28	32
	의결 수(총합)	건	17	18	23
	보고		10	10	9

이사회 독립성
보장을 위한
사외이사 임명
제한 요건

애경산업은 아래와 같이 특수 관계가 있는 경우 사외이사의 선임 자격을 제한함으로써
이사회 독립성을 보장하고 있습니다.

- ㉠ 회사의 상무에 종사하는 이사·집행임원 및 피용자 또는 최근 2년 이내에 회사의 상무에 종사한 이사·감사·집행임원 및 피용자
- ㉡ 최대주주가 자연인인 경우 본인과 그 배우자 및 직계 존속·비속
- ㉢ 최대주주가 법인인 경우 그 법인의 이사·감사·집행임원 및 피용자
- ㉣ 이사·감사·집행임원의 배우자 및 직계 존속·비속
- ㉤ 회사의 모회사 또는 자회사의 이사·감사·집행임원 및 피용자
- ㉥ 회사와 거래 관계 등 중요한 이해관계에 있는 법인의 이사·감사·집행임원 및 피용자
- ㉦ 회사의 이사·집행임원 및 피용자가 이사·집행임원으로 있는 다른 회사의 이사·감사·집행임원 및 피용자
- ㉧ 미성년자, 금치산자, 한정치산자
- ㉨ 파산선고를 받고 복권되지 아니한 자
- ㉩ 금고 이상의 형을 선고받고 그 집행이 끝나거나 집행이 면제된 후 2년이 지나지 아니한 자
- ㉪ 대통령령으로 별도로 정하는(상법 시행령 제34조제3항) 법률을 위반하여 해임되거나 면직된 후 2년이 지나지 아니한 자
- ㉫ 상장회사의 주주로서 의결권 없는 주식을 제외한 발행 주식총수를 기준으로 본인 및 그와 대통령령으로 정하는(상법 시행령 제34조제4항) 특수한 관계에 있는 자(특수 관계인)가 소유하는 주식의 수가 가장 많은 경우 그 본인(최대주주) 및 그의 특수 관계인
- ㉬ 누구의 명의로 하든지 자기의 계산으로 의결권 없는 주식을 제외한 발행 주식총수의 100분의 10 이상의 주식을 소유하거나 이사·집행임원·감사의 선임과 해임 등 상장회사의 주요 경영사항에 대하여 사실상의 영향력을 행사하는 주주(주요주주) 및 그의 배우자와 직계 존속·비속
- ㉭ 그 밖에 사외이사로서의 직무를 충실하게 수행하기 곤란하거나 상장회사의 경영에 영향을 미칠 수 있는 자로서 대통령령으로 정하는(상법 시행령 제34조 제5항) 자

2021 AEKYUNG INDUSTRIAL SUSTAINABILITY REPORT



애경산업 지속가능 ESG 경영 보고서
Fragrance of Sustainability

발행일 2022년 9월

발행인 채동석, 임재영

발행처 애경산업(주)

기획·제작 애경산업(주) 미래전략실 성장전략팀

기획·디자인 주식회사 루돌프웍스

아트워크 루돌프스튜디오

도움 주신 분들 선보경, 송기복, 김남수, 정창원, 이신영, 박찬영, 남기천, 오윤재, 강영복, 김윤덕, 김재경, 강주리, 경종욱, 권도인, 김갑모, 김관진, 김근영, 김대영, 김미현, 김민지, 김상휘, 김정필, 김진숙, 김진원, 김태훈, 김형선, 김혜림, 김혜진A, 김혜진B, 김화영, 박민제, 박세연, 박종수, 박진우, 박혜선, 박혜진, 서광적, 서영준, 송재현, 송채현, 신예준, 신은숙, 양성규, 오다림, 오승환, 오정민, 윤승현, 이근학, 이동식, 이수호, 이승대, 이승표, 이여림, 이윤선, 이재학, 이정호, 이정희, 이주형, 이지영, 이현정, 이혜림, 임금희, 임윤형, 임채홍, 장항석, 정성모, 제갈경미, 조민호, 조성은, 천웅비, 한동성, 한소정, 한지수, 홍영기

유승덕, 구현진, 장유진, 정정석, 이현종, 윤미선

이 보고서는 저작권법에 따라 보호받는 저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금하며,
이 보고서 내용의 전부 또는 일부를 인용하려면 반드시 저작권자의 서면 동의를 받아야 합니다.

COPYRIGHT© 2022 Aekyung Industrial Co., Ltd. ALL RIGHTS RESERVED

LOVE
&
RESPECT