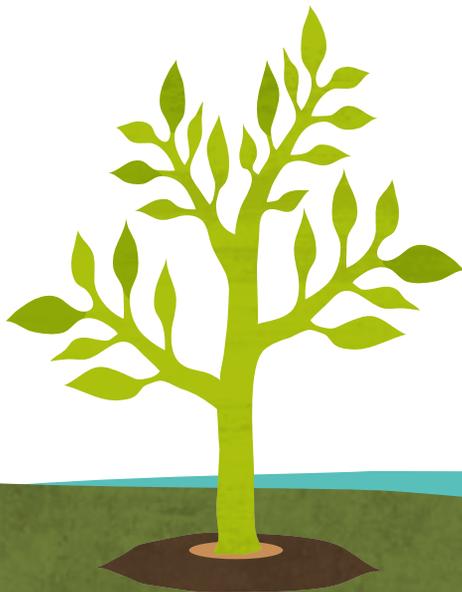


LG하우시스 지속가능경영보고서 2014

NATURE HUMAN AND SPACE

We create human-friendly
and eco-conscious living space



ABOUT THIS REPORT

보고서 개요

LG하우시스 지속가능경영보고서 2014는 LG하우시스의 세 번째 지속가능경영보고서입니다. LG하우시스는 본 보고서를 통해 기업을 둘러싼 모든 이해관계자와 함께 비전과 성과를 공유하고 있으며, 경제·환경·사회에 대한 이해관계자의 관심과 요구사항을 반영하여 이를 공개하고 있습니다. 향후 매년 지속가능경영보고서를 발간하여 지속가능경영 성과 공개 뿐만 아니라, 내·외부 이해관계자 의견을 반영하는 커뮤니케이션 채널로 활용할 계획입니다.

보고기간

본 보고서는 2013년 1월 1일부터 12월 31일까지의 주요 활동과 성과를 수록하고 있으며, 필요한 경우 최근 3개년 성과를 포함하여 연도별 추이 분석이 가능하도록 하였습니다. 또한, 2014년 활동을 포함하였으며 이를 별도 표기하였습니다.

보고범위

본 보고서의 보고범위는 본사 및 국내 사업장입니다. 사회 및 환경 데이터 일부는 중국, 미국 등 해외 현지법인의 내용을 포함하였으며, 전년도와 데이터의 범위 및 산정방식 변경으로 차이가 발생한 경우 이를 별도 표기(*) 하였습니다.

보고서 작성원칙

본 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative) G3.1 가이드라인 및 ISO 26000 가이드선스 주요이슈를 기반으로 작성하였으며, 자세한 사항은 78-81페이지 GRI Index를 통해 확인할 수 있습니다.

검증

보고내용의 신뢰성과 정확성을 높이기 위하여 한국생산성본부로부터 제3자 검증을 실시하였습니다. 검증의견서는 76-77페이지에 수록하였습니다.

문의처

LG하우시스 업무홍보팀

서울특별시 영등포구 국제금융로 10
국제금융센터(One IFC) (우편번호 150-876)

홈페이지 : <http://www.lghausys.co.kr/>

이메일 : youngimk@lghausys.com

전화 : 02-6930-1577

팩스 : 02-6930-1586

Contents

CEO message		4p
Business & Strategy		
기업소개		8p
비전과 핵심가치		10p
제품소개		12p
경제적 성과		18p
경제적 성과 분배		21p
지속적 성장을 위한 노력		22p
Harmony with Space, Nature and Human		
1. 지속가능경영 체계		28p
	지배구조	30p
	정도경영	32p
	이해관계자	34p
	중요성 평가	35p
2. 그린경영		38p
	안전환경체계	40p
	물질 흐름도	42p
	친환경 사업장	44p
	기후변화	45p
	친환경 제품	47p
	에코 컬렉션	48p
3. 사회책임경영		50p
	임직원	51p
	· 임직원 가치창출	
	· 기업문화	
	· 보건 및 건강증진	
	제품책임	60p
	· 품질과 제품안전성	
	· 고객만족	
	동반성장	65p
	· 협력회사 지원	
	· 공정거래	
	사회공헌	69p
Appendix		
데이터 요약		74p
제3자 검증의견서		76p
GRI G3.1 Index		78p
주요 수상현황 및 활동단체		82p

CEO Message



“
자연을 닮은, 사람을 담은
행복한 생활공간을 만듭니다.
”

여러분 안녕하십니까?

LG하우시스가 지속가능 발전을 위해 추진하고 있는 경제·환경·사회적 측면의 다양한 활동과 성과를 담아 LG하우시스 지속가능경영보고서를 세 번째로 발간하게 되었습니다. 본 보고서를 통해 LG하우시스의 지속가능경영 활동을 알려드리고, 여러분의 소중한 의견을 경영활동에 반영해 나가고자 합니다.

LG하우시스는 국내 최대의 건축장식자재 기업이자 가전·IT 소재, 자동차 소재부품 기업입니다. 최근에는 LG하우시스의 핵심 기반기술을 바탕으로 고 단열 창호재, 코팅유리, 생활소음저감 바닥재, 기능성 점착필름, 가전용 고기능 표면소재, 자동차용 소재, 고효율 진공단열재, 친환경 합성목재 등 미래성장동력 사업을 지속적으로 확장해 나가고 있습니다.

지난 한해 당사는 국내 건설경기의 불황과 전 세계적인 저성장 기조 속에서도, 매출액 2조 6,770억 원, 영업이익 1,146억 원의 경영성과를 거두었습니다. 매출액은 2012년 대비 9.2%, 영업이익은 102.3%가 증가한 것으로, 전 임직원이 도전적인 목표를 세우고 열정과 힘을 모아 철저히 실행하였기에 가능했던 성과라고 생각합니다. 앞으로도 고객에게 탁월한 가치를 지속적으로 창출하는 회사가 되겠습니다.

2014년은 국내 건설경기의 회복지연 속에서도 정부의 부동산 정책에 따라 시장에 변화가 클 것으로 전망됩니다. 당사는 에너지 효율성 제품과 친환경 제품을 확대하며 차별성을 강화하고, 지속적인 유통혁신 활동으로 고객과의 접점을 다양화하겠습니다.

한편 IT시장은 터치스크린 구조 다변화에 따라 다양한 점착 소재의 수요가 증대될 것으로 보이며 자동차 시장은 북미·중국을 중심으로 성장을 지속할 것으로 전망됩니다. 당사는 확실한 원가 우위와 차별화 제품의 출시로 기술 선도의 지위를 확보하고, 해외시장에서는

미국·중국 시장을 중심으로 제조 및 판매 기반을 더욱 확고히 함과 동시에 신흥시장 공략을 더욱 강화하겠습니다.

또한 LG하우시스는 미래준비를 위한 선행 R&D 투자와 연구인력 확보를 계속하여, 기존 사업을 시장선도 사업으로 육성하고 신성장 동력을 지속적으로 발굴할 수 있는 환경을 구축하고 있습니다.

LG하우시스의 비전은 '자연을 닮은, 사람을 담은 행복한 생활공간을 만듭니다.'입니다. 이는 제조, 마케팅, 영업, 유통과 연구개발 전 부문에서 고객의 행복한 공간을 책임진다는 자세로 새로운 생활가치를 창조해 가자는 의미로서, 전 임직원이 친인간적이고, 친환경적인 제품, 에너지 절감 제품을 지속적으로 만들어 시장을 선도하고자 노력하고 있습니다.

LG하우시스는 이와 같은 비전을 달성하기 위해 다음과 같은 지속가능경영 활동을 추진하고 있습니다.

첫째, 그린경영 목표수립 및 온실가스 감축계획을 확립하여 실천하고 있습니다.

당사는 폐열 및 응축수 회수 강화, 설비효율 향상, 관리활동 강화 등을 통해 에너지 사용량 절감 및 온실가스 배출량 감축 활동을 실시하였고, 이를 통해 2013년 이산화탄소 배출을 9,321톤 저감하였습니다.

둘째, 친인간적이고 친환경적인 제품 리더십을 확보하고 있습니다.

LG하우시스는 천연소재 및 재생자원의 활용, 에너지 절감을 구현한 신제품들을 개발하여 다양한 제품에서 환경표지, HB마크 등 국내외 친환경 인증을 확대하고 있습니다. 또한 탄소성적표지제도를 업계 최초로 도입하여 탄소성적표지인증 획득과 함께 저탄소 녹색소비 활성화 정책에도 적극 동참하고 있습니다.

셋째, 자연을 보존하며 지역사회 발전에 이바지하고 있습니다.

2008년부터 진행 중인 독도 천연보호구역 지킴이 활동, 청소년 공공시설과 지역아동센터에 대한 행복한 공간 만들기, 청소년 교육, 환경 보호 등 지역사회 공헌활동으로 지역사회와 함께 성장하기 위한 기업의 사회적 책임을 이행하고 있습니다.

넷째, 임직원 및 지역사회의 안전과 환경보전을 위하여 안전환경경영시스템을 유지하고 있습니다.

LG하우시스는 환경부의 녹색기업 인증 및 환경경영시스템 ISO 14001, 안전보건경영시스템 KOSHA 18001, OHSAS 18001 등 경영 시스템을 유지하고 있으며, 전사 안전환경 관리목표를 선정하여 안전환경 책임경영을 강화하고 있습니다.

다섯째, 경제적 성장과 더불어 사회적 책임도 다하기 위해 LG하우시스의 전 임직원은 역량을 키워 정정당당하게 승부하자는 윤리경영을 기반으로 실질적인 성과까지 창출하는 정도경영을 실천하고 있습니다.

이는 협력업체의 운영지침에도 명시하여 지속적으로 관리하고 있습니다.

여섯째, 협력회사와의 상생을 위해 공동 기술개발과 특허 출원, 사업지원과 금융지원을 통한 역량강화, 각 협력회사와 경영진과의 소통 활동을 꾸준히 진행하고 있습니다.

앞으로도 LG하우시스는 고객에게 건강한 친환경 제품과 소재를 공급하고, 에너지 효율을 극대화하는 시스템과 솔루션을 제공하여, 시장을 선도하는 기업으로 자리매김하겠습니다. 나아가 글로벌 기업으로서의 위상에 맞는 사회적 책임을 꾸준히 실천하여 고객의 신뢰와 존경을 받는 기업이 되도록 노력하겠습니다. 앞으로도 여러분의 변함없는 관심과 성원을 부탁드립니다.

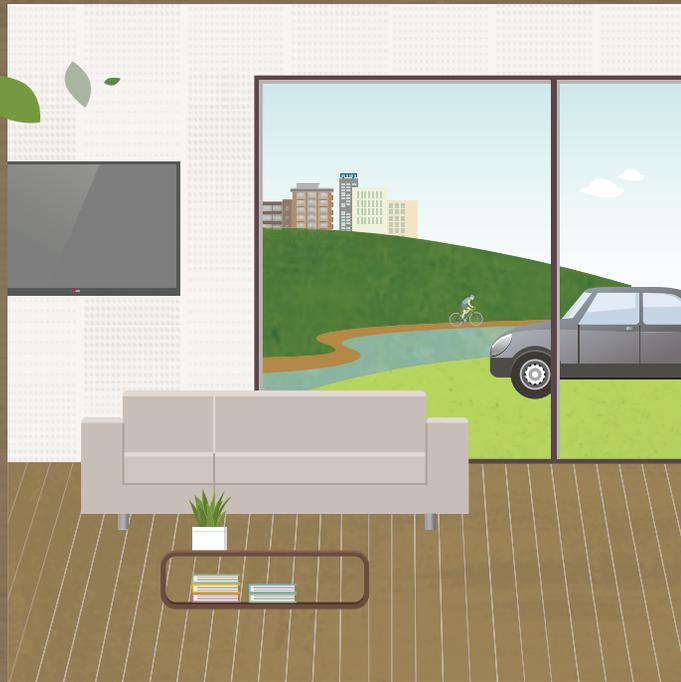
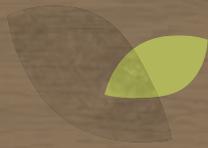
감사합니다.

(주) LG하우시스 대표이사 오 장 수



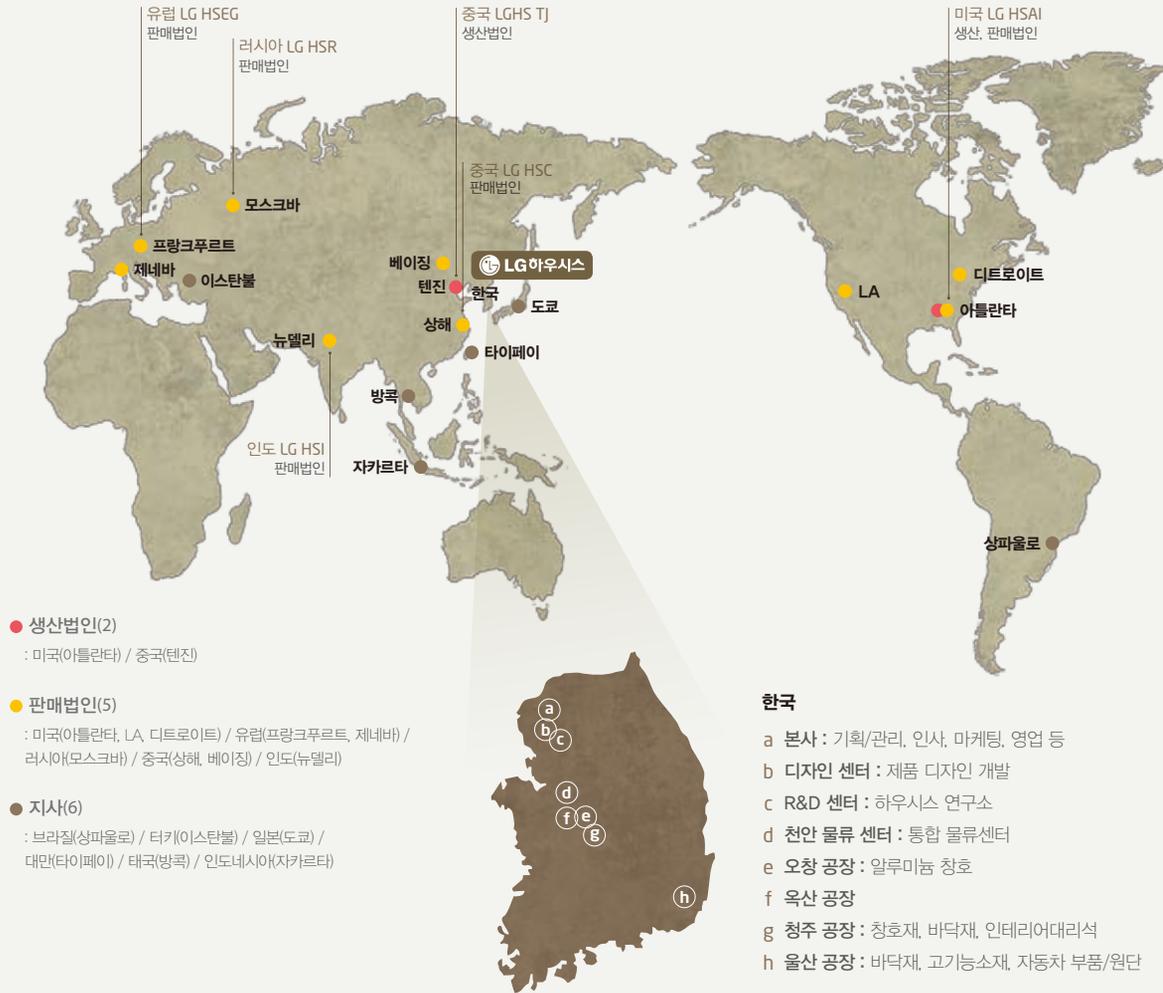
Business & Strategy

LG하우시스는 우리나라 최대 규모의 건축장식자재 기업이자 고기능소재·자동차 소재부품 기업입니다. 2013년 건설경기와 부동산 경기의 침체가 지속되는 등 어려운 경영환경 속에서도 매출액이 2조 6,770억 원으로 전년대비 9.2%가 증가하였고, 영업 이익은 102.3%가 증가하였습니다. 이러한 성과는 주주 및 투자자, 협력회사, 임직원, 정부, 지역사회 등 다양한 이해관계자와 공유하고 있습니다. 앞으로도 LG하우시스는 고객에게 건강한 친환경 제품과 소재를 공급하고, 에너지 효율을 극대화하는 시스템과 솔루션을 제공하여, 시장을 선도하는 기업으로 자리매김하겠습니다.



“ 우리나라 최대 규모의 건축장식자재 기업이자
고기능소재·자동차 소재부품 기업입니다. ”

GLOBAL NETWORK



LG하우스시스는 시장을 선도하는 일등 제품과 진보된 기술력을 바탕으로 아름답고 쾌적한 공간을 설계하고, 다양한 친환경 소재와 세계적 수준의 디자인 제품들을 제공하고 있습니다. 또한 적극적인 현지화 전략을 펼쳐 미국, 중국 등 세계 곳곳에서 탁월한 성과를 창출하는 글로벌 기업으로 성장하고 있습니다. LG하우스시스는 앞으로도 '시장선도'를 경영의 최우선 목표로 삼아 끊임없는 도전과 혁신을 통해 자연과 어울리고, 사람과 교감하는 행복한 생활공간을 창조하는 기업으로 거듭나겠습니다.

기업소개

LG하우시스는 우리나라 최대 규모의 건축장식자재 기업이자 고기능소재 · 자동차 소재부품 기업입니다.

LG하우시스는 1947년 이래로 건강하고, 아름다운 생활공간을 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 1958년 비닐장판 생산을 시작으로 우리나라 최초의 플라스틱 창호인 '하이사시', 세계 시장점유율 1위의 가전표면재, 인테리어 대리석 '하이맥스', 지아마루 / 벽지 등 차별화된 제품과 서비스를 제공함으로써 우리의 생활공간을 행복하고 윤택하게 만드는데 기여해 왔습니다.

[LG하우시스 의미]



[임직원 수]



History



- | | | |
|--|--|---|
| <p>1952
국내 최초 합성수지 성형제품 생산</p> <p>1958
비닐장판 생산</p> <p>1976
PVC창호(HI-Sash)생산</p> <p>1984
자동차 플라스틱 부품 생산</p> <p>1995
인조 대리석(HI-MACS) 생산</p> <p>1996
시스템 창호 출시</p> <p>1997
중국 천진 생산법인 설립</p> | <p>2005
미국 인조대리석 공장 완공</p> <p>2006
프리미엄 인테리어 브랜드 Z:IN 런칭</p> <p>2009
04. (주)LG토시스템 비엠 J/V 설립
06. (주)하우시스이엔지 자회사 설립
12. 건축자재업계 최초 탄소성적표지인증 취득
국내 최초 진공단열재(V-PANEL) 국산화
국내 최초 해외자발적 탄소인증(VCS)획득</p> <p>2010
05. 세계 최초 창호일체형 자동 환기장치 출시
08. 국내 최초 진공유리 출시
09. (주)하우시스 인터페이스 J/V 설립
세계 최초 옥수수 원료 천연소재 마루 출시 (지아마루)</p> | <p>2011
04. 매장형 창호전문점 '지인 윈도우 플러스' 개장
05. 오창 알루미늄 창호 공장 완공
08. 미국 엔지니어드 스톤(비아테라) 공장 완공</p> <p>2012
09. 울산 로이유리 공장 준공</p> <p>2013
09. 옥산 건축용 단열재 'PF보드' 공장 준공</p> |
|--|--|---|

“ 자연을 담은, 사람을 담은
행복한 생활공간을 만듭니다. ”

LG HAUSYS VISION



Turning Nature into Living Space

Nature

친환경 소재 공급, 에너지 성능 향상 등
자연과 어울리는 공간을 지향하여 고객의
건강하고 풍요로운 삶을 위하여겠습니다.

Eco-Friendly

소재 다각화를 통한 친환경 소재로 전환
(친환경 제품 / 소재 확대)

Energy Saving

에너지 효율을 극대화하는 System &
Solution(고품질 창 / Green Car 소재)

Embracing People

Human

아름다운, 감성적인, 인간 친화적인
디자인을 통해 생활의 가치를 높여주고
미래 생활공간의 트렌드를 선도하겠습니다.

Human-Friendly

신뢰와 감동을 주는 고객 접점 강화
(Brand Power 증대, 유통 혁신)

Inspired Living Space

Space

언제 어디서나 고객만족을 최우선으로
고객이 행복을 느낄 수 있는 생활공간을
만들어 나가겠습니다.

Vision & Core Value

비전과 핵심가치

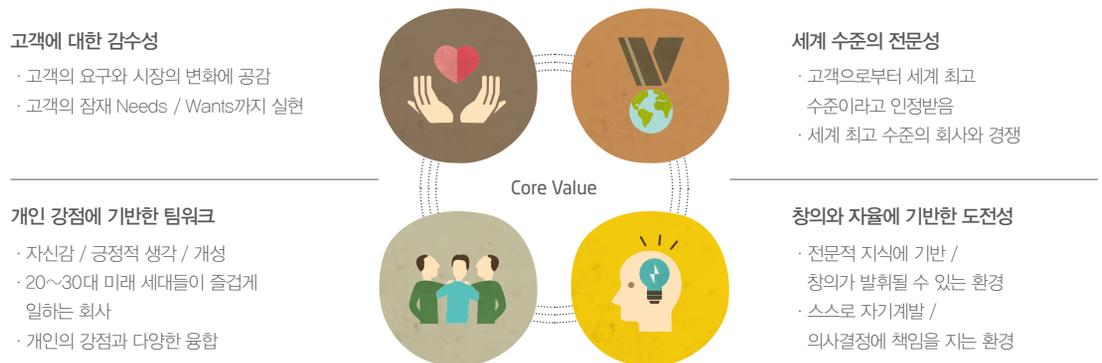


LG하우시스는 “자연을 담은, 사람을 담은 행복한 공간을 만듭니다.”라는 비전을 제시하고 있습니다. 이는 친환경·에너지 절감형 소재와 제품을 제공하고, 아름답고 인간 친화적인 디자인을 강조한 공간을 지향해 미래 공간의 트렌드를 이끌어 가겠다는 의미입니다. 어떠한 경우라도 고객만족을 최우선으로 하여 고객이 행복을 느낄 수 있는 생활공간을 만들어 가겠다는 의지를 담고 있습니다.

이를 바탕으로 LG하우시스는 Eco-Friendly, Energy Saving, Human-Friendly의 세 가지 고객가치를 추구하고 있습니다. 소재 다각화를 통한 친환경 소재를 공급함으로써 Eco-Friendly를 추구하고 있으며, 단열능력이 뛰어난 창호, 벽장재를 활용하는 등 에너지 성능을 향상시킴으로써 Energy Saving을 실현하고 있습니다. 또한, 인간친화적 디자인을 통해 생활 가치를 높이고, 고객 접점 확대를 위한 유통혁신 등의 활동을 통해 Human-Friendly를 실현해가고 있습니다.

핵심가치

LG하우시스는 경영철학과 비전을 실천하기 위해 ‘고객에 대한 감수성’, ‘개인 강점에 기반한 팀워크’, ‘세계 수준의 전문성’, ‘창의와 자율에 기반한 도전성’의 네 가지 핵심가치를 이해관계자와 공유하고 있습니다.



언제 어디서나 고객만족을 최우선으로
 “ 고객이 행복을 느낄 수 있는 생활공간을 ”
 만들어 나가겠습니다.

BUSINESS AREAS



건축장식자재, 가전·IT소재, 자동차 소재부품 사업을 통해 기업 경쟁력을 높이고 있습니다.
 사람과 자연이 더불어 사는 가치있는 공간을 위해 LG하우시스는 고객의 취향과 관심사,
 라이프스타일을 담은 문화적인 제품을 만들려고 노력합니다.

Main Products

제품 소개



창호재

다양한 수요를 만족시킬 수 있는 단열성이 우수한 PVC창, 내구성과 디자인 표현력이 뛰어난 알루미늄 창, 표면 Ag(은) 코팅으로 단열 성능을 높인 유리 등 우수한 성능의 창호와 코팅 유리를 통해 건강하고 쾌적한 생활환경을 만들 수 있도록 도와드립니다.

Main Products

- PVC창호 : 미려한 디자인과 우수한 에너지 성능의 고단열 플라스틱 창호
- AL 창호 : 친환경소재와 다양한 컬러 및 디자인을 구현한 AL 창, AL-WOOD창
- 커튼월 : 강한 내구성을 지닌 고기능 유리 외벽창
- 고기능 유리 : 고단열 로이 유리, 로이 삼중유리 등 에너지 효율성을 강화한 기능성 유리



차별화된 고객 가치를 제공함으로써 창호업계 선도기업이 되겠습니다.

건설 및 부동산 시장 경기 악화에도 불구하고 2013년은 지인창호가 지속적인 성장추면에서 한 단계 도약한 해였습니다. PVC창호 사업부문에서는 완성창 사업모델을 기반으로 고기능 제품을 공급하고, 창호 전문매장(윈도우플러스)을 통해 고객 접점에서 차별화된 서비스를 제공하였습니다. 코팅유리 사업부문에서는 업계 최고 수준의 고단열 제품을 개발함으로써 국내 유리업계의 새로운 성능 표준을 제시하였습니다. 또한 커튼월 사업은 베트남 등 해외 수주로 국내뿐 아니라, 해외에서도 우리의 기술을 인정 받았으며, 중국과 러시아에서는 현지형 제품 개발, 고객 지면 확대를 통해 안정적 수익 기반을 창출해 나가고 있습니다. 지인창호는 앞으로도 창의와 자율에 기반한 조직문화로 고객에게 차별화된 가치를 제공하기 위해 최선을 다할 것입니다.



이은철 상무 (창호재 사업부)



장식재

천연소재인 옥수수 전분을 이용한 지아소리잠, 지아마루와 지아벽지 등 친환경 인테리어 자재와 화재에 안전하고 에너지 절감효과가 우수한 고성능 단열재를 공급함으로써 고객의 삶의 질 향상에 기여하고 있습니다.

Main Products

- 바닥재 : 생활소음을 줄여주는 지아소리잠, 친환경 자재 지아마루, 스타일 카펫, 프탈레이트 프리 바닥재
- 벽지/벽타일 : 천연소재를 이용한 지아벽지, 공기정화 기능을 갖춘 스타일, 지니아 벽지
- 단열재 : 우수한 단열성능 및 준불연 성능의 고성능 PF 보드
- 합성목재 : 천연소재 및 무독성 원재료를 사용한 친환경 합성목재 우젠



**친환경 시장선도
제품으로
더 나은 고객의 삶을
제공하는
글로벌 회사로
성장해 나가겠습니다.**



친환경에 대한 소비자의 관심이 증가하고, 제품환경규제가 강화됨에 따라 차별화된 제품으로 고객에게 안전하고 편안한 삶을 제공하고자 노력하고 있습니다. 2013년 하반기에 공정거래위원회 및 소비자보호단체(소비자연맹, 녹색소비자연대)가 발표한 PVC바닥재 품질 안정성 테스트 결과 시트, 타일 등 전 제품 군이 모든 실험항목에서 유일하게 '적합' 판정을 받으며 소비자의 니즈를 충족시켰습니다. 시트류로는 국내 최초로 HB 최우수등급을 획득한 '지아소리잠'을 출시했고, 옥수수 전분을 이용한 천연소재 바닥재와 벽지의 공급은 친환경 기업으로서 입지를 다지는데 기여했습니다. 작년에 신규 투자한 고성능 준불연 단열재인 PF보드는 안정적인 생산으로 점차 사업이 확대되고 있습니다. 올해는 유럽을 비롯한 러시아, 중동, 남미 등 신흥시장에 진입하기 위해 국내의 대규모 생산라인을 투자하며 경쟁력을 강화해 나가겠습니다. 앞으로 국내와 중국시장 업계 1위를 넘어, 고객의 행복한 삶을 제공하고 사회적 책임을 다하는 글로벌 회사로 성장해 나가겠습니다.

황진형 상무 (장식재 사업부)



고기능소재

점착 및 코팅 기술과 디자인 역량을 바탕으로 휴대폰, 태블릿 PC 등에 사용되는 터치스크린 패널 점착소재와 가구, 창호, 건물 등의 인테리어 소재로 사용되는 데코레이션 필름, 가전제품 표면재 그리고 진공단열재, 광고용 소재를 생산 및 공급하고 있습니다.

Main Products

- 점착 소재 : 터치스크린 패널용 투명 점착 소재, 기능성 필름 및 Tape
- 건축, 인테리어용 소재 : 가구, 창호, 인테리어용 데코레이션 필름
- 전자제품용 표면재 : 냉장고, 세탁기 등의 가전제품 표면 마감 소재
- 광고용 표면재 : 기압 C, B 및 대중교통 등 각종 광고용 매체에 적용되는 소재
- 진공단열재 : 단열성능이 우수한 가전제품 단열재, 건축용 단열재



고객 중심의 가치를 추구하는 제품을 개발해 시장 경쟁력을 강화하겠습니다.

고기능소재 사업부는 점착 및 코팅 기술과 고객별 맞춤 대응 노력으로 터치스크린 IT 기기 시장을 선도하고 있으며, 차별화된 디자인 개발 역량 및 소재 가공 기술을 바탕으로 가전, 가구, 광고용 소재, 진공단열재 시장에서 Global 경쟁력을 강화하고 있습니다. 이와 더불어, 기능 뿐만 아니라 고객의 건강 및 환경까지 생각한 소재 개발을 통해 Global 기업으로서 책임을 다하고자 노력하고 있으며, 고객의 삶을 변화시킬 수 있는 시장 선도형 제품을 개발하고자 R&D 역량을 강화하고 있습니다. 앞으로도 고기능소재 사업부는 고객에게 차별화된 가치를 제공하기 위한 제품 개발과 노력을 지속하고, Global Leader의 입지를 다지며 시장을 선도하겠습니다.



박노웅 상무 (고기능소재 사업부)



자동차 소재부품

자동차 원단, 자동차 내·외부를 구성하는 차별화된 소재를 제공함으로써 자동차 산업 발전에 기여하고 있습니다. 향후 자동차 경량화 소재 등 에너지 효율화 분야에서 고객을 만족시키고, 해외 고객 확보를 통해 시장을 확대해 나가겠습니다.

Main Products

- 자동차용 원단
- 자동차 플라스틱 부품 : 범퍼 등 외장 부품, 엔진 부품, 경량화 복합 소재 및 부품



차별화된 기술확보와 해외 고객 확대를 통해 Global No.1 사업으로 성장해 나가겠습니다.

자동차 시장은 차량 인테리어 고급화, 연비 개선, 환경 규제 강화 등의 변화가 지속되고 있습니다. 자동차 소재부품 사업부는 시장 환경에 대응하고자 소재 개발과 경량화 연구 등 차별화한 기술 확보에 박차를 가하고 있습니다. 자동차 원단은 차량 실내 공기질을 개선하기 위한 바이오 소재 기술, 친환경 제조 기술 확보에 주력하고 있고, 자동차 부품은 향후 성장이 예상되는 전기차를 타겟으로 스틸을 대체할 수 있는 경량화 복합소재를 개발하고 있습니다. 현재 유리섬유 기반의 고강도 플라스틱 개발을 완료하여 자동차 경량화를 높이기 위한 제품 상용화에 박차를 가하고 있습니다. 더불어 3D 입체 원단과 실제 나무를 적용한 리얼우드 부품으로 차량 인테리어 고급화 시장을 선도하고 있습니다. 향후에는 차별화된 소재·부품 기술을 강화하여 제품 경쟁력을 확보하고, 국내외 시장에 최고의 제품을 제공하는 Global 1위 사업으로 나아갈 것입니다.

66

민경집 전무 (자동차 소재부품 사업부)

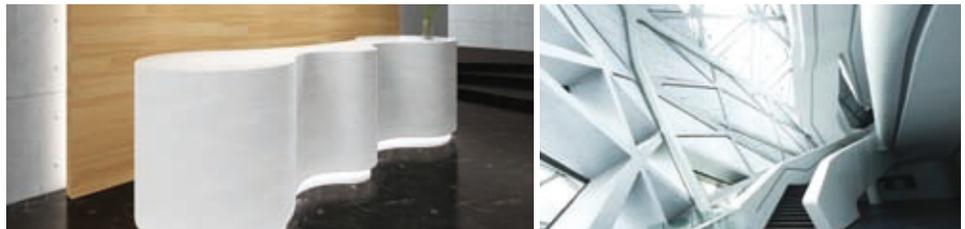


표면소재

인테리어 대리석의 해외사업
확장과 고급 엔지니어드 스톤의
미국 생산라인을 기반으로 한
차별화 제품 개발을 통해 시장의
주도권을 확보하며 진정한
Global Major Player로
도약하고 있습니다.

Main Products

- 하이막스 : 주방가구 등의 상판
및 표면재에서 건축 외장재까지
다양한 디자인 공간을 창조할 수 있는
고품격 인테리어 대리석
- 비아테라 : 천연석의 단점인
위생성과 내구성을 보완하고 장점인
자연스러움과 아름다움을 그대로
살린 최고급 엔지니어드 스톤



시장 선도 제품 개발과
사업영역 확대를 통한
글로벌 경영의
가속화에
앞장서겠습니다.

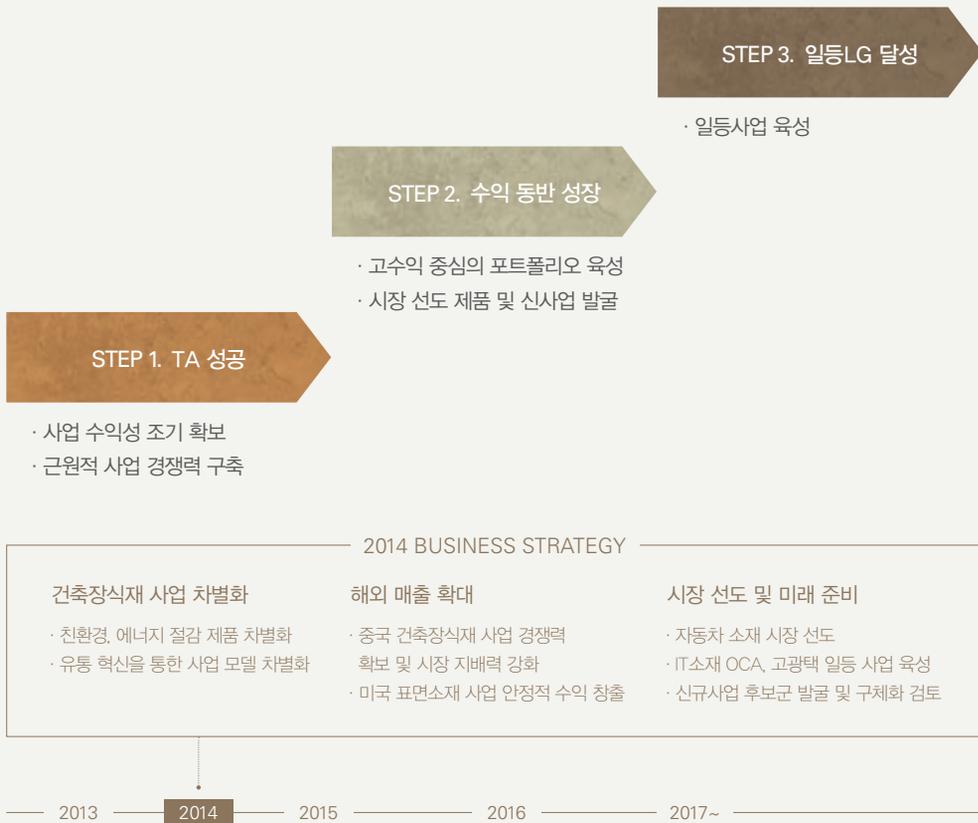
빠르게 변화하고 있는 시장의 흐름에 대응하기 위해 고객의 니즈와 트렌드를 반영한 신제품 개발에 집중하며, 글로벌 시장을 선도하기 위한 노력을 지속하고 있습니다. 해외사업 확대를 위해 중국, 인도 등 신흥시장에서 사업역량을 강화하고 있으며, 미국법인인 하이막스와 비아테라 생산라인을 기반으로 미국 내 사업확대를 가속화하고 있습니다. 고객의 안전을 위해 원료부터 완성품까지 검증된 재료를 이용하고, 생산과정에서 발생하는 폐기물을 수거하여 재활용하는 생산 프로세스를 갖추어 고객의 건강과 환경을 생각하는 차별화된 제품을 제공하고 있습니다. 지금까지 집중해 온 주거용시장 이외에 상업용으로서의 시장확대와 더불어 가구, 외장재, 예술품까지 용도의 다변화를 추구하여 글로벌 기업으로 성장하기 위한 노력을 지속하겠습니다.



김광진 상무 (표면소재 사업부)

“ LG하우시스는 안정적인 수익구조로 체질을 개선하고
 시장 선도 기반을 확보하여 일등LG를 달성하기 위해
 3단계에 걸쳐 사업을 전개해 나갈 것입니다. ”

GROWTH ROAD MAP

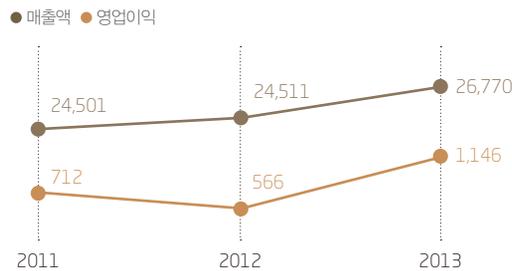


LG하우시스는 중장기 목표를 달성하기 위해 건축장식재 사업 차별화, 중국을 중심으로 한 해외시장 확대, 시장 선도 사업 육성을 중심으로 활동할 계획입니다. 친환경, 에너지 절감 제품 및 사업 모델 차별화를 통해 경쟁력을 회복하고, 중국과 미국을 중심으로 해외 매출을 확대해 나갈 것입니다. 자동차 소재, OCA, 고광택 사업은 시장을 선도하는 일등 사업으로 육성할 계획입니다. 근원적인 사업체질 혁신을 통해 수익성을 확보하고, 전사 품질 혁신 활동 등을 통해 고객가치 창조를 추진해 나가겠습니다.

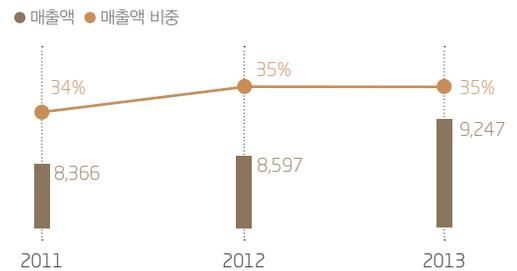
경제적 성과

LG하우시스는 2013년 건설경기와 부동산 경기의 침체가 지속되는 어려운 경영환경 속에서도 해외사업 및 신사업의 성장 가시화와 시장을 선도하는 제품 출시로 제품 경쟁력을 강화하고, 신성장 동력을 육성하는데 집중하고 있습니다.

[2013 Performances (단위: 억 원)]



[해외사업 성과 (단위: 억 원)]



[수익성 지표 (단위: %)]

주요 재무 지표	2011	2012	2013
매출액영업이익률	2.9	2.3	4.3
매출액순이익률	1.9	1.2	2.7
총자산순이익률(ROA)	2.4	1.6	3.7
자기자본순이익률(ROE)	6.4	3.9	9.2

[활동성 지표 (단위: 회)]

주요 재무 지표	2011	2012	2013
총자산회전율	1.26	1.38	1.26
매출채권회전율	5.58	5.86	5.35
재고자산회전율	11.80	12.52	10.47
유형자산회전율	3.37	3.16	2.82

[성장성 지표 (단위: %)]

주요 재무 지표	2011	2012	2013
매출액증가율	9.1	0.2	9.2
유형자산증가율	14.0	6.8	12.3
당기순이익증가율	15.6	△ 38.4	153.5
총자산 증가율	27.8	△ 8.5	9.8

[안정성 지표 (단위: %)]

주요 재무 지표	2011	2012	2013
유동비율	123.7	133.6	115.3
부채비율	168.9	144.7	149.3
비유동장기적합률	77.7	79.1	84.6
자기자본비율	37.2	40.9	40.1

· △는 (-)의 수치임.

* 안정성: LG하우시스는 신용등급 관리를 통한 대외신인도 제고와 안정적 재무활동을 통해 기업 경영의 안정성을 꾀하고 있습니다. 2013년 말 기준으로 국내 신용평가기관으로부터 회사채 AA-, 기업어음은 A1 등급을 유지하고 있습니다. 이는 기업의 원리금 지불 능력이 매우 우수하며 기업어음의 적기 상환능력과 채무상환능력이 우수한 것을 의미합니다. 또한 기업의 신용등급은 건설, 자동차/IT 등 전방산업 경기 영향, 고부가가치 연관사업 진출 및 해외 시장 확대 등 사업 현황 및 잠재적 성장성과 재무상태의 안정성 등이 반영된 결과입니다.

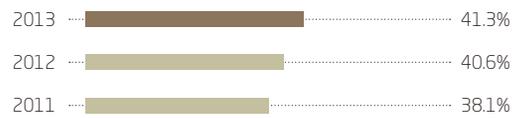
2013 경제적 성과

LG하우시스는 건축장식자재 부문과 고기능소재, 자동차 소재부품 부문으로 구성되어 있으며 사업확장, 신시장 개척 등을 통해 9.2%의 매출액 증가율을 달성하였습니다.

[건축장식자재 매출비중]



[고기능소재·자동차 소재부품 매출비중]



건축장식자재 부문 | 2013년 주택 시장의 침체는 전년에 이어 지속되고 있으나, 최근 주택시장 회복을 위한 정부의 부동산 시장 활성화 대책 발표를 계기로 주택 매매량이 소폭 증가하는 등 미약하나마 회복의 기미를 보이고 있습니다. 또한 친환경 주택 관련 에너지 법규는 지속 강화되고 있습니다. 이에 따라 향후 리모델링 시장을 중심으로 고단열 제품의 수요가 증대될 것으로 예상됩니다. 해외시장의 경우에도 중국 정부의 내수 부양, 에너지 저감 정책으로 현지 맞춤형 고단열 제품의 수요가 점차 증대될 것으로 예상됩니다. 인테리어 자재의 경우 울산공장 화재 복구 이후, 2013년 하반기부터 신규설비를 재가동 하여 PVC바닥재를 안정적으로 공급하고 있습니다. 또한 고객의 요구로 친환경 인테리어 제품을 확대, 공급함으로써 LG 하우스만의 차별화된 친환경시장을 구축하게 되었습니다. 창호재의 경우 다양한 소재와 고기능성 유리, 가/시공을 통합한 Total Window Solution으로 고객 가치를 제고하고자 합니다. 이와 관련하여 기능성 유리사업 강화를 위해 2010년 독일의 Interpane사와 합작법인 (주)하우시스인터페인을 설립하여, 울산에 기능성 로이(Low-E) 코팅유리를 생산하고 있습니다. 또한 창호 에너지소비효율등급제 시행에 따라 완성창 기반의 1등급 창호 제품을 확대하고 있습니다.

고기능소재·자동차 소재부품 부문 | 2013년 자동차 시장은 북미 및 중국 주도 성장에 힘입어 지속적으로 확대되었으며, 자동차 소재에 대한 고객의 니즈도 다양해졌습니다. 이에 따라, 디자인을 차별화 한 고급형 내장부품, 경량화 복합소재 등 시장 선도제품을 출시하여 시장의 변화에 한발 앞선 대응을 진행하였습니다. 2014년에도 글로벌 경기의 회복이 두드러지고 신차지속 출시 등 자동차 시장 성장세가 가속화 될 것으로 예상되며, 한-미, 한-EU 등 FTA 체결, 각 국의 경기 부양책이 자동차 산업 발전에 긍정적인 요인으로 작용하여 자동차 소재부품 사업의 성장세는 꾸준할 것으로 예상됩니다. 이에 따라 경량화 복합소재 기술, 표면 코팅 기술 등 핵심 역량을 바탕으로 차량 부품의 기능성 소재 차별화를 지속하고 적용 부위 확대를 통하여 신사업 성장을 가속화할 계획입니다. 점착소재는 전자기기의 터치스크린패널 적용 확대와 용도 다양화에 따른 고객 요구에 대응하며, 차별화 제품 개발 및 매출 확대로 수익을 지속적으로 창출하고 있습니다. 이에 따른 고객 요구를 만족시키고자, 점착 및 코팅 기술을 기반으로 차별화 제품 개발을 위한 R&D 역량을 강화하고 있습니다. 가전표면재 시장은 전방시장의 성장 한계와 소재에 대한 경쟁이 심화되고 있으나, 차별화된 디자인과 소재 개발을 통하여 지속적인 성장 기반을 확보하고, 국내외 주요 고객사와의 공동개발을 통해 글로벌 매출을 확대하고 있습니다. 또한, 미주, 유럽 등의 가전제품에 대한 에너지 관련 규제가 강화됨에 따라 단열재 사업에서의 사업 기회를 확대해 나가고 있습니다.

Distribution of Economic Performance

경제적 성과 분배

LG하우시스는 경제적 성과를 주주 및 투자자, 협력회사, 임직원, 정부, 지역사회 등 다양한 이해관계자와 공유하고 있으며, 직접적 경제가치와 함께 일자리 창출, 지역사회공헌 등과 같은 간접적 경제가치를 창출하고 있습니다.

주주 배당금 180억 원	주주 및 투자자 LG하우시스의 실소유자인 주주의 가치 극대화를 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 현금배당을 통해 회사의 이익을 주주에게 환원하고 있으며, 2013년 보통주 기준 주당 1,800원의 현금배당을 결정하였으며 주당순이익은 7,333원입니다.
재화 및 서비스 구매 18,343억 원	협력회사 협력회사로부터 재화와 서비스를 구매하고, 이를 통해 공정하고 지속적인 관계를 유지하고 있습니다. 2013년 협력회사는 2,000여 곳으로, 총 18,343억 원의 재화 및 서비스를 구매하였습니다. 이 중 39%를 지역사회에서 직접 구매하고 있습니다.
급여, 복리후생, 퇴직급여 3,293억 원	임직원 임직원에게 급여, 복리후생비, 퇴직급여를 지급하였으며, 향후 공정한 성과분배와 다양한 복지제도를 통해 임직원에게 대한 경제적 가치 분배를 지속적으로 확대할 계획입니다.
법인세 및 기타 제세공과금 306억 원	정부 경영활동으로 창출된 성과를 투명하게 공개하고 국가와 지방자치단체에 법인세, 소득세, 부동산세 등 각종 세금을 성실히 납부하고 있습니다.
지역사회 투자 5억 원	지역 사회 지역인프라 지원기금, 예술 및 교육행사 프로그램 후원 등을 통한 사회공헌 활동을 전개하고, 이를 통해 경제적 성과를 지역사회에 환원하고 있습니다.

[분배 현황]

분배대상	분류	2011	2012	2013
주주 및 투자자	주당배당금(원)	1,000	1,000	1,800
	주당순이익(EPS, 원)	4,631	2,852	7,333
	배당금 총액(억 원)	100	100	180
임직원	급여(억 원)	2,005	2,110	2,574
	복리후생(억 원)	448	490	536
	퇴직급여(억 원)	118	145	183
협력회사	재화 및 서비스(억 원)	16,066	15,423	18,343
정부	법인세 및 기타 제세공과금(억 원)	234	247	306
지역사회	지역사회 투자비용(억 원)	16	6	5
총(억 원)		18,987	18,521	22,127

“ LG하우시스는 지속가능한 제품, 고객 지향적이며
 창의적인 디자인 개발과 더불어 신규사업의 확장 및
 해외 진출을 통해 미래를 준비하고 있습니다. ”

SUSTAINABLE GROWTH



LG하우시스는 제품 연구개발과 디자인 혁신을 통한 차별화된 제품으로 신규 시장 및 사업의 확장을 통해 지속적인 성장을 추구하고 있습니다.

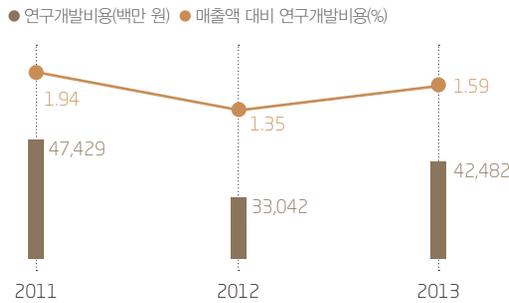
Efforts for Sustainable Growth

지속적 성장을 위한 노력

제품 연구개발

LG하우시스의 연구개발 활동은 연구소를 중심으로 건축장식자재, 고기능소재·자동차 소재부품 사업분야의 연구를 통해 기존 사업의 구조적 경쟁력을 강화하고 미래 성장을 위한 신규 사업영역을 지속적으로 발굴해 나가는 중추적인 역할을 하고 있습니다. 이러한 지속적인 제품 연구개발 활동을 위해 2013년 42,482백만 원(매출액 대비 1.59%)을 투자하였습니다.

[연구개발비용]



· 2013년 연구개발비는 연구소에서 수행하는 신공정, 신제품 개발에 따른 비용이며, 기존테크센터에서 수행하던 공정개선 관련 연구비용은 조직이 현장 기술팀으로 이관됨에 따라 연구개발비에서 제외됨

[연구개발조직]

연구소	연구분야
고분자 재료 Lab	고분자 가공 기술을 기반으로 Base Film과 친환경소재, 에너지절감을 위한 단열소재 연구
복합재 Lab	복합소재 가공 및 구조설계 기술을 기반으로 하여 자동차 경량화 소재를 연구
점착기술 Lab	점·접착 기술을 기반으로 전자기기 및 산업용 점착 필름을 연구
무기소재 Lab	무기소재 기반으로 실내 공기질 및 에너지 절감 기술을 연구

연구개발 활동 현황 | 1989년 플라스틱 가공 기술 중심으로 연구개발을 시작한 이후 천연, 무기질, 생분해성, 복합소재 등 다양한 소재와 시스템 중심으로 연구개발 범위를 확장하였습니다. 고분자 가공, 복합 소재 개발, 표면처리, 구조 설계 및 해석, 점·접착 등 핵심 기반기술을 바탕으로 기능성 유리, 고성능 준불연 단열 소재, 기능성 점·접착 제품 개발, 친환경 원단, 경량화 소재를 미래 신 성장분야로 선정하여 연구개발에 집중할 계획입니다.

에너지 절감, 친환경 건축장식자재 | 건물의 에너지 절감효과와 더불어 창의 단열성능을 극대화 할 수 있는 주거용/상업용 로이 코팅 유리와 발포 기술을 적용하여 단열성능 및 화재 안정성을 확보한 차세대 고성능 준불연 단열 소재를 개발하였습니다. 또한 옥수수로부터 추출한 PLA(Poly Lactic Acid)를 활용한 친환경 바닥재와 벽지 제품을 개발, 출시하여 친환경 건축장식자재 시장을 선도하고 있습니다.

기능성 필름/원단, 고강도 경량화 소재 | 투명점착 필름 및 산업용 점·접착 필름을 개발하여 생활의 편리성을 향상시키고, 표면처리 기술을 통해 내오염성, 고내구성을 구현한 Bio-based Plastic을 활용한 친환경 원단을 개발하여 온실가스 배출 저감에 기여하고 있습니다. 전기자동차를 포함한 친환경 운송수단의 고강도 경량화 소재를 개발하여 자동차의 주행거리 향상 및 연비 효율 개선에도 기여하고 있습니다.

연구개발 조직 | LG하우시스 연구소는 고분자 재료, 복합재, 점착기술, 무기소재 Lab으로 구성되어 있으며 경기도 안양에 위치하고 있습니다.

신시장 개척 및 신규사업 확장

신시장에 대한 기술 경쟁력을 확보하기 위해 해외 우수 기업과 협력을 통해 기업 경쟁력을 높이고 있습니다. 2009년 국내 알루미늄 창호사업 성장 기반을 확보하기 위해 일본 1위 알루미늄 창호업체인 LIXIL사(舊 Tostem)와 전략적 제휴를 맺었고, 2011년 5월 알루미늄 창호 생산사업장 오창공장이 완공되어 가동 중에 있습니다. 2010년에는 기능성 유리시장에 대응하기 위해 독일 인터페인사와의 J/V를 설립했고, 2012년 상반기에는 울산공장에 생산설비를 내재화하여 코팅유리의 제품 경쟁력 우위를 확보하는 노력을 경주하고 있습니다. 뿐만 아니라, 2009년 자체 시공 능력 확보를 통해 고객관점의 완성형 품질 개선과 함께 고객 대응력 향상을 위해 시공자회사 (주)하우시스이엔지를 설립하였습니다. 또한 건물에너지 효율성을 극대화 하는 핵심 솔루션을 제공하고자 일본아사히유기재공업 주식회사와 기술 협약을 체결하고, 2013년 6월까지 260억 원을 건축용 페놀폼 단열재(PF Board) 생산설비에 투자하였습니다. 또한 미래 시장 선도를 위해 경량화 소재 사업을 준비하고 있습니다. 경량화 소재 및 제품 개발을 통해 신규 기회를 확대해 나가고자 합니다.

LG하우시스는 해외에 생산거점을 확보하고 해외시장 진출을 위해 직접 생산설비를 투자하고 있습니다. 2010년 엔지니어드 스톤의 세계 최대 시장인 미국에서 생산설비에 40백만 달러를 투자하여 LG Hausys America, Inc. 내 엔지니어드 스톤 생산 공장을 구축함으로써 하이맥스 생산 역량과 유통망을 활용하여 매출을 극대화하고 사업 시너지를 창출하고 있습니다.

디자인 혁신

LG하우시스 디자인센터는 새로운 가치와 성장동력을 지속적으로 창출하여 고객과 함께 발전하는 성장을 추구합니다. 기업이 보유한 자원과 전문성, 발상의 전환을 통해 경제적, 사회적 가치를 함께 만들어가는 시장선도 기업으로 인정받아, '2013년 대한민국 디자인대상'에서 디자인경영 최고상인 '대통령 표창'을 수상하였습니다. 또한, 해외에서도 그 가치를 인정 받아 국제 공모전 iF Award에서 2013년 6건의 본상을 수상하였습니다. 디자인센터는 디자인 환경의 변화를 예측하고 미래를 준비하는 독창적인 디자인 프로세스인 'Creative Air' 활동을 통해 디자인센터만의 창의적인 고유문화가 자리를 잡았으며 Biz Talent 육성 및 디자인 전문교육을 통해 미래성장을 위한 디자인 환경 구축과 디자이너 양성에 힘쓰고 있습니다.



리스크 관리

LG하우시스는 여러 활동으로 인하여 시장위험, 신용위험 및 유동성 위험과 같은 다양한 금융 위험에 노출되어 있으며, 전반적인 위험관리정책은 재무성과에 잠재적으로 불리할 수 있는 효과를 최소화하는데 중점을 두고 있습니다.

위험관리체계 | 위험관리는 중앙 자금부서(연결회사의 금융부서)에 의해 이루어지고 있으며, 연결회사의 금융부서는 연결회사의 현업부서들과 긴밀히 협력하여 재무위험을 식별, 평가 및 회피하고 있습니다. 중앙 자금부서는 외환위험, 이자율위험, 신용위험, 파생상품과 비파생상품의 이용 및 유동성을 초과하는 투자와 같은 특정 분야에 관한 문서화된 정책 뿐 아니라, 전반적인 위험관리에 대한 정책을 제공합니다.

시장위험관리 | LG하우시스는 외환위험과 현금흐름 및 공정가치 이자율위험을 통한 시장으로부터의 위험을 체계적으로 관리하고 있습니다.

- **외환위험** : LG하우시스는 국제적으로 영업활동을 영위하고 있어 외환위험, 특히 미국 달러화와 관련된 환율변동 위험에 노출되어 있습니다. 외환위험은 미래예상거래, 인식된 자산과 부채와 관련하여 발생하고 있습니다. 경영진은 연결회사 내의 회사들이 각각의 기능통화에 대한 외환위험을 관리하도록 하는 정책을 수립하고 있으며, 금융부서와 협의하여 미래 예상거래 및 인식된 자산과 부채로 인해 발생하는 외환위험을 관리하고 있습니다. 외환위험은 미래예상거래 및 인식된 자산부채가 기능통화 외의 통화로 표시 될 때 발생하고 있습니다. 연결회사는 환위험 관리 모델을 이용하여 환위험 노출에 대한 최대 환손실 규모가 위험허용범위 이내가 되도록 관리하고 있습니다. 또한 해외사업장에 일정한 투자를 하고 있으며 이들 사업장의 순자산은 외화환산 위험에 노출 되어 있습니다. 이러한 환 노출은 주로 관련 외화로 표시되는 차입금을 통해 관리되고 있습니다.
- **현금흐름 및 공정가치 이자율위험** : LG하우시스의 이자율위험은 주로 차입금에서 비롯됩니다. 변동 이자율로 발행된 차입금으로 인하여 현금흐름 이자율위험에 노출되어 있으며 동 이자율위험의 일부는 변동이자부 현금성 자산으로부터의 이자율위험과 상쇄됩니다. 또한 고정이자율로 발행된 차입금으로 인하여 연결회사는 공정가치 이자율위험에 노출되어 있습니다. 보고기간 말 현재 연결회사의 변동 차입금은 외화로 표시된 변동이자부 차입금입니다. 연결회사는 이자율에 대한 노출에 대해 다각적인 분석을 실시하고 있습니다. 고금리 차입금 감축, 장/단기 차입구조 개선, 고정 대변동이자 차입 조건의 비교 분석, 국내외 금리동향 모니터링 실시 및 대응방안 수립 등을 통해 이자율위험을 관리하고 있습니다. 이러한 이자율위험 관리 정책에 근거하여 보고기간 말 현재 0.1% 이자율 변동 시 변동금리부 차입금에 대한 금융손익 변동으로 인하여 당기손익은 최대 202백만 원(전기 : 206백만 원) 증가하거나 감소할 수 있습니다.

Harmony with Space, Nature and Human

LG하우시스는 경제적 성과, 사회적 책임, 환경적 가치의 조화를 추구합니다. 기후변화 대응 및 환경보호 활동에 적극적으로 참여 하면서 환경적 가치 향상에 관심을 기울이고 있고, 자연과 사람의 공간에 행복한 변화를 가져오는 다양한 활동으로 사회적 책임을 다하고 있습니다. 향후 글로벌 기업으로서의 위상에 맞는 지속가능 경영 활동을 통해 고객의 신뢰와 존경을 받는 기업이 되도록 노력 하겠습니다.



1 Sustainability Management System

SUSTAINABILITY VISION AND IMPLEMENTATION SYSTEM



Sustainability Management System

지속가능경영 체계

LG하우시스는 지속가능경영 체계를 수립하여 경영활동 전반에 걸쳐 기업의 사회적 책임을 강화하는 방안을 모색하고 있습니다.

지속가능경영

LG하우시스는 “자연을 닮은, 사람을 담은 행복한 생활공간을 만듭니다.” 비전 아래 지속가능한 성장을 추구하고 있습니다. CSR 리스크 관리, 사회공헌 활동, 이해관계자 소통을 중심으로 지속가능경영 활동을 하고 있으며, 이해관계자들에게 차별화된 가치를 제공하고, 끊임없이 소통함으로써 지속가능한 기업이 되고자 합니다.

리스크 관리

LG하우시스는 자가진단 및 대외평가를 통해 경제, 사회, 환경부문 리스크를 발견하고 개선 활동을 시행하고 있습니다. 2013년에는 국내 및 중국 사업장을 대상으로 진단을 실시하였고, 그 결과 심각한 리스크가 발견된 곳은 없었으나 일부 항목들에서 개선의 필요성이 제기되었습니다. 이러한 항목들을 지속적으로 관리하기 위해 자가진단을 실시하고, 향후 CSR 리스크 관리 계획을 체계적으로 수립할 예정입니다.

사회공헌 활동

LG하우시스는 독도 천연 보호구역 지키미, 행복한 공간 만들기, 행복한 디자인 나눔 캠페인 등을 통해 기업의 특성을 살린 사회공헌 활동을 진행하고 있습니다. 사회적인 요구사항과 기업 경영활동에 미치는 영향을 고려하여 기업의 사회적 책임을 수행하고, 지역사회와의 관계를 개선 시키고자 노력하고 있습니다. 향후, 임직원의 사회공헌 활동 참여를 확대 하고 하우시스만의 차별화된 사회공헌 활동을 운영하겠습니다.

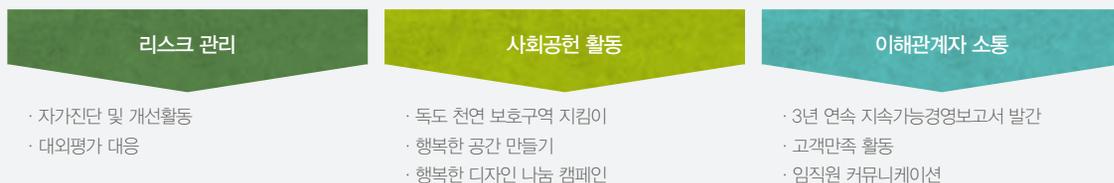
이해관계자 소통

LG하우시스는 지속가능경영보고서, 영업보고서, 환경정보공개제도 등을 통해 이해관계자들에게 지속가능경영 활동과 성과를 공개하고 있습니다. 이 밖에 블로그, 주부 프로슈머 지엔스 활동 등을 통해 고객들과는 쌍방향 의사소통을 활성화 하고, 사내 커뮤니케이션 채널을 통해 임직원들의 네트워크를 견고히 하고 있습니다. LG하우시스는 이해관계자들과 활발한 소통을 통해 기업의 안정성과 성장가능성을 모색하고 사회에 기여하고자 노력하고 있습니다. 향후 이해관계자들에게 CSR 홍보와 교육을 진행하고, 투명한 정보공개를 통해 더 가깝게 다가가도록 하겠습니다.

지속가능경영 성과 및 향후 계획

LG하우시스는 3년 연속 지속가능경영보고서를 발간함으로써 이해관계자들에게 지속가능경영 성과를 공개하고 있습니다. 2012년도에는 CDP(Carbon Disclosure Project)한국위원회에서 탄소공개 특별상을 수상하였습니다. 향후에는 기업의 지속가능경영 성과를 체계적으로 관리하고 명확한 방향을 설정하기 위해 지속가능경영 추진 로드맵을 수립하여 실행할 예정입니다. 임직원들이 지속가능경영 가치를 내재화하여 지속가능한 기업으로 한 단계 더 도약하는 기업이 되겠습니다.

[지속가능경영 추진현황]



Governance

지배구조

LG하우시스는 이해관계자로부터 신뢰받는 기업이 되고자 투명한 정보공개와 감사위원회의 독립성을 바탕으로 지속 가능하고 공정한 의사결정체계를 구축하고 있습니다.

주주의 구성 및 권리

LG하우시스는 지속가능한 기업을 만들기 위해 공정하고 안정적인 소유 구조를 갖추고 있습니다. 2013년 말 기준 보통주 발행 주식수 기준 최대 주주는 (주)LG로 33.53%의 지분을 보유하고 있으며, 나머지 지분은 국내기관 및 개인투자자 등이 44.76%, 외국인투자자가 21.71%를 보유하고 있습니다. 주주는 상법 542조의 6(소수주주권)에 의거하여 다양한 주주의 권리를 행사할 수 있습니다. 또한 주요 경영사항에 관한 정보는 주주총회는 물론 금융감독원 전자공시시스템, LG하우시스 홈페이지 등을 통해 공시함으로써 주주의 알 권리를 존중하고 있습니다.

[주요구성]



이사회의 구성 및 운영

LG하우시스 이사회는 회사의 주요 업무집행의 결정과 이사인의 직무 집행에 대한 감독권을 가지고 있으며 법령 또는 정관에 정하여진 사항, 주주총회로부터 위임받은 사항, 업무집행에 관한 중요사항을 의결 합니다. 이사회는 총 7인으로 구성되어 있으며, CEO와 의장직을 분리 하고 사외이사의 이사회 참여를 보장하여 합리적이고 투명한 의사 결정이 이루어질 수 있도록 하고 있습니다.

이사회 구성 | LG하우시스 이사회는 일원적 이사회 제도로, 2인의 사내이사 와 2인의 기타 비상무이사, 3인의 사외이사로 구성되어 있습니다. 이사회 선임은 상법 등 관련 법령상의 절차를 준수하고 이사회 및 주주총회의 승인을 받도록 하며, 사외이사는 이사 총 수의 4분의 1 이상으로 하고 있습니다. 사외이사는 LG하우시스와 특별한 이해관계가 없고, 경영, 건설, 디자인 등의 분야에서 풍부한 경험과 전문지식을 갖춘 전문가로서 LG하우시스의 경제·사회·환경에 대한 전략적 방향 및 현안 이슈 등에 대한 내용을 청취하고 적극적으로 의견을 개진하는 등 실질적인 모니터링 및 견제 와 객관적인 조력자의 역할을 수행하고 있습니다.

[이사회 구성 현황]

구분	성명	직책	담당업무 또는 주된 직업	회사와의 거래관계	비고
상근	오장수	사내이사	대표이사	無	
	김홍기	사내이사	CFO	無	
비상근	조준호	기타 비상무이사	(주)LG 대표이사 사장	無	이사회 의장
	유지영	기타 비상무이사	(주)LG 경영관리팀장	無	
	오찬석	사외이사	(주)하나금융지주 사외이사	無	감사위원회 위원장
	김명환	사외이사	해안건축설계사무소 부회장	無	감사위원회 위원
	김현	사외이사	고려대 조형학부 교수	無	감사위원회 위원

이사회 활동과 성과평가 | LG하우시스 이사회는 2013년에 총 7회 개최되었으며, 이사진 참석률은 평균 100%입니다. 사업계획 승인 등 총 36가지 안건을 심의하였으며 이 중 승인사항은 28건, 보고사항은 8건입니다. LG하우시스는 이사회 활동에 대한 연간평가와 물가 인상률 및 사외이사 보상의 대외 경쟁력 등을 고려하여 보수 지급 기준을 매년 산정하고 주주총회에서 이사의 보수한도를 승인받고 있으며, 보수 조정시 이사회에 상정하여 승인을 받는 프로세스를 갖추고 있습니다.

[2013년 이사회 주요 의제]

회차	개최일자	주요 내용	이사진 참석률(%)
1	2013.01.30	2012년 경영성과보고 외 5건	100
2	2013.02.19	2013년 사업계획(안) 승인의 건 외 3건	100
3	2013.03.15	대표이사 선임의 건 외 6건	100
4	2013.05.04	2013년 1분기 경영성과 보고 외 2건	100
5	2013.07.22	2013년 2분기 경영성과 보고 외 6건	100
6	2013.10.18	2013년 3분기 경영성과 보고 외 4건	100
7	2013.11.27	집행임원 인사(안) 승인의 건 외 3건	100

감사위원회 활동 | LG하우시스는 이사회 내에 감사위원회를 운영하여 감사기능의 독립성과 투명성을 높이고 있습니다. 감사위원회 위원은 전원이 상법상 결격사유가 없는 사외이사 3인으로 구성되어 위원회의 독립성을 견지하고 있습니다. 감사위원회는 법령 및 정관에 정하여진 사항, 이사회로부터 위임받은 사항을 의결하고, 독립적으로 내부 감사 계획을 수립, 집행하고 이에 대한 결과를 토대로 개선사항을 도출하고 있습니다. 회사의 회계와 업무를 감사하고, 상시에 회사 영업에 대한 보고를 이사진에게 요구하거나 회사의 업무와 재산상태를 조사할 수 있는 권한을 행사하며, 특별한 이슈에 대해 회의의 목적사항과 소집의 이유를 기재한 서면을 이사회에 제출하여 임시총회의 소집을 청구할 수 있습니다. 또한 감사위원회의 직무를 수행하기 위하여 필요한 때에는 자회사에게 영업보고를 요구할 수 있고, 자회사가 지체 없이 보고를 하지 아니할 때 또는 그 보고의 내용을 확인할 필요가 있는 경우 자회사의 업무와 재산상태를 조사할 수 있습니다.

[2013년 감사위원회 주요 의제]

회차	개최일자	주요 의안 내용
1	2013.01.30	<ul style="list-style-type: none"> • 2013년 정도경영담당 업무 계획 • 제4기 재무제표 보고 • 제4기 영업보고서 보고 • 2012년 내부회계관리제도 운영실태 보고
2	2013.02.19	<ul style="list-style-type: none"> • 제4기 재무제표 및 영업보고서에 대한 감사보고서(안) 승인의 건 • 내부회계관리제도 운영실태 평가보고서(안) 승인의 건 • 내부감시장치에 대한 감사위원회의 평가의견서(안) 승인의 건
3	2013.10.18	<ul style="list-style-type: none"> • 2013년 3분기 경영성과 보고

Jeong-Do Management

정도경영

LG하우시스는 고객, 협력회사, 주주, 임직원 및 사회에 대한 책임을 다하여 존경 받는 기업이 되기 위해 정도경영을 실천하고 있습니다.

LG Way와 정도경영

LG Way는 LG 고유의 기업문화로서 우리가 추구하는 '고객을 위한 가치창조'와 '인간존중의 경영'이라는 경영이념을 '정도경영'으로 실천해 궁극적으로 '일등 LG'를 달성하자는 것입니다. 이를 위하여 윤리경영을 기반으로 꾸준히 실력을 배양해 정정당당하게 승부 하자는 것이 LG의 정도경영입니다.

윤리규범 | LG는 모든 임직원이 지켜야 할 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리규범을 제정하여 실천하고 있습니다. 윤리규범은 국문, 영문, 중문 핸드북으로 제작하여 각 법인에 배포·공유하고 있습니다.

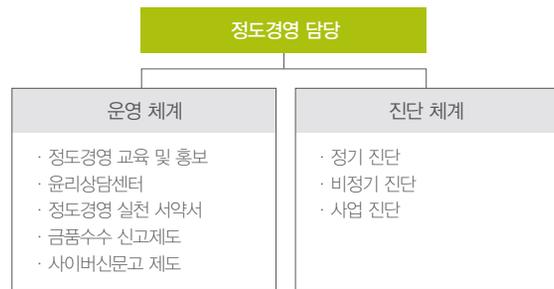
[윤리규범 구성 및 주요내용]

구분	주요내용
제 1장	고객에 대한 책임과 의무
제 2장	공정한 경영
제 3장	공정한 거래
제 4장	임직원의 기업 윤리
제 5장	임직원에 대한 책임
제 6장	국가와 사회에 대한 책임

LG하우시스의 정도경영

LG하우시스는 '정도경영은 선택이 아닌 기업의 생존을 위한 필수 요건임'을 인식하고 있으며, 임직원의 부정 및 비리행위를 사전에 예방하고 정도경영 문화를 정착하기 위하여 정도경영 전담 조직을 통해 현장 중심의 정도경영을 추진하고 있습니다. LG하우시스의 정도경영은 단순히 윤리경영만을 의미하는 것이 아니며, 윤리경영에서 나아가 경쟁에서 이길 수 있는 실력을 바탕으로 실질적인 성과를 창출하는 것을 의미합니다. 이를 위해 고객에게 정직, 더 나은 가치를 제공하기 위해 꾸준한 이노베이션을 통한 실력배양으로 '고객을 위한 가치창조'를, 공평한 기회 제공과 실력에 따른 공정한 대우를 통해 '인간존중의 경영'을 펼치고 있습니다. LG하우시스는 정도경영과 윤리규범을 업무에 적용하는 한편, 과거 관행으로 인식되었던 불합리한 점들을 자율적으로 개선하여 정도경영을 생활화하는 조직문화를 정착시키고 있습니다.

[정도경영 추진 체계]



[LG Way와 정도경영]



정도경영 실천 프로그램

LG하우시스는 정도경영 실천 서약서, 금품수수 신고 및 신문고 제도, 정도경영 교육 등의 실천 프로그램을 통해 정도경영을 실현하고 있습니다.

정도경영 실천 서약서 | LG하우시스의 전 임직원과 협력회사는 매년 온라인 '정도경영 실천 서약'을 통해 LG윤리규범 준수 및 정도경영 실천을 다짐하고 있습니다.

금품수수 신고제도 | LG하우시스는 전 임직원들이 이해관계자로부터 금품 및 사례를 받는 것을 이유 여하를 막론하고 엄격히 금지하고 있습니다. 금품이나 선물을 수수할 경우 윤리규범에 따라 정중히 거절하고 반환하도록 하며, 수수한 선물의 반송이 불가능한 경우에는 해당 물품을 윤리사무국으로 신고하고, 접수된 물품은 복지단체에 기부하거나 사내경매를 실시하여 그 수익금을 사회공헌 활동에 사용하고 있습니다.

신문고제도 | 신문고제도는 정도경영 위반행위에 대한 신고 시스템으로, 임직원들의 우월적 지위를 이용한 불공정한 업무처리 및 금품 수수행위, 그리고 LG 윤리규범에 위배되는 일체의 업무행위를 신고 대상으로 하고 있습니다. 온라인 제보가 불가능한 제보자는 전화, 팩스, 우편 및 직접 방문을 통해서 제보할 수 있습니다. 제보자 관련 정보는 철저히 보호되고 있으며, 만약 제보로 인하여 제보자가 불이익을 받을 경우 원상복구 혹은 이에 준하는 보상조치를 하도록 하고 있습니다.

[LG하우시스 정도경영 요소]



정도경영 교육과 홍보활동 | LG하우시스는 매년 임직원에게 대해 업무 및 직무와 관련한 정도경영 교육을 함께 실시하고 있습니다. 뿐만 아니라 협력회사 및 대리점에 대해서도 윤리경영에 대한 내용을 전파하고 있으며, 3년 주기로 최소 1회 이상 정도경영 관련 교육을 접할 수 있도록 노력하고 있습니다. 2013년에는 중국, 러시아, 유럽의 해외법인에서도 정도경영 교육과 홍보활동을 강화하였으며, 지속적인 교육을 실시할 수 있도록 각 법인별로 사내강사를 육성하였습니다. 향후 정도경영이 모든 임직원과 협력회사가 자발적으로 참여하는 행동원칙이 될 수 있도록 지속적인 교육과 홍보를 실시할 것이며, 윤리적 기업문화를 선도하는 선진기업이 될 수 있도록 정도경영의 수준을 더욱 높이는데 힘쓰겠습니다.

[2013년 정도경영 교육현황]

구분	국내	해외
교육 회수(회)	25	7
참여 임직원(명)	2,153	712
교육 시간(시간/명)*	1.5	1.5

* 1회 교육 당 평균 진행한 교육시간

Stakeholder

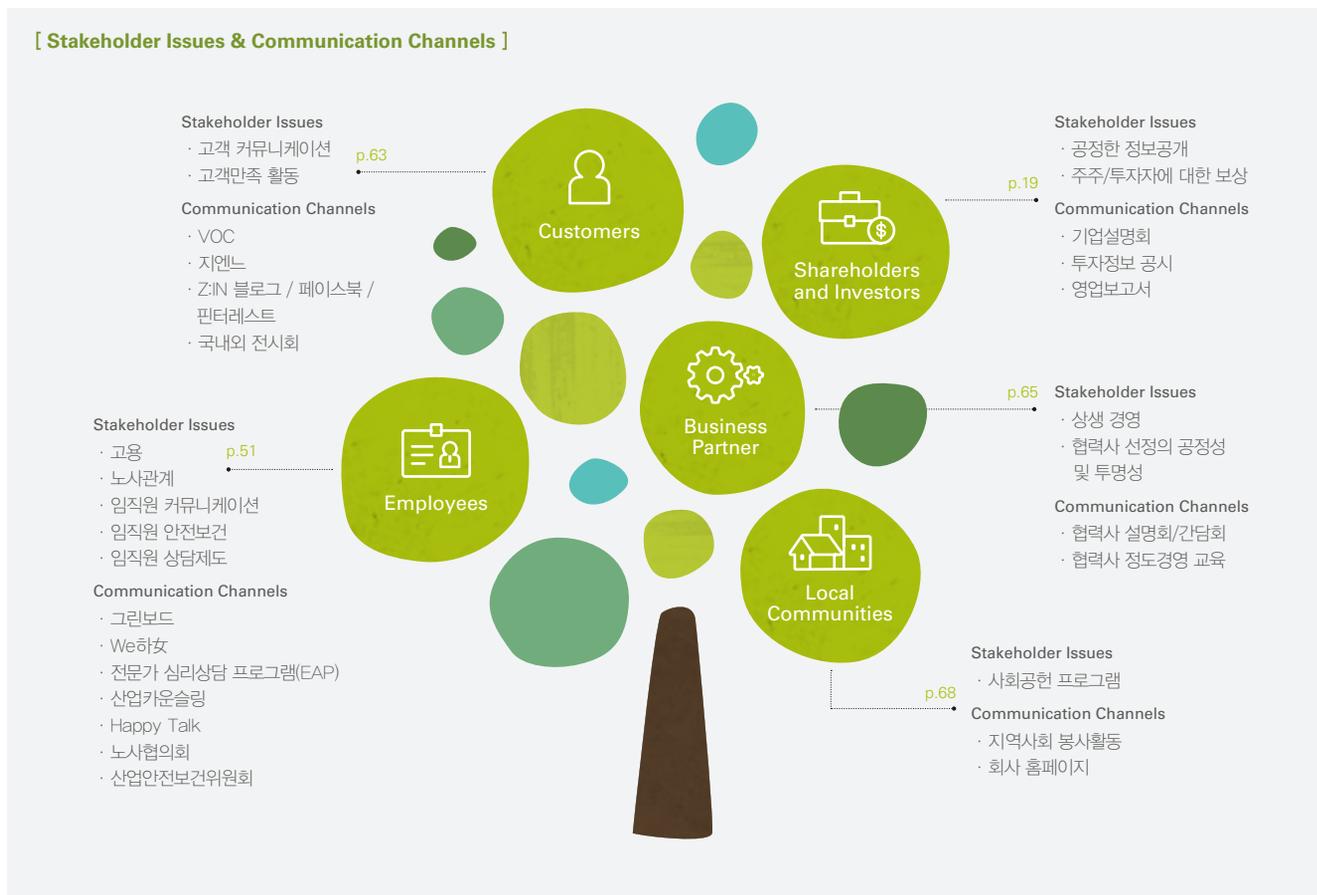
이해관계자

LG하우시스는 이해관계자들의 관심사와 기대를 파악하여 지속가능경영 활동에 반영하고 다양한 채널을 통해 이해관계자들과 커뮤니케이션을 실시하고 있습니다.

이해관계자 커뮤니케이션

이해관계자 | LG하우시스는 경영활동에 있어 영향을 주고 받는 개인이나 조직을 이해관계자로 정의하고, 이해관계자의 역할 및 영향력, 책임 등에 따라 주주 및 투자자, 임직원, 고객, 협력회사, 경쟁사, 지역사회, 정부기관, NGO, 학계 등으로 구분하고 있습니다.

이해관계자 커뮤니케이션 | LG하우시스는 이해관계자 별 이슈에 따라 다양한 커뮤니케이션 채널을 운영함으로써 이해관계자의 참여를 확대해 나가고 있습니다. 이해관계자는 회사와의 유기적인 커뮤니케이션을 통해 경영활동에 직·간접적으로 참여하고, 회사는 이해관계자의 주요 관심사와 기대사항을 파악하여 이에 효과적으로 대응함으로써 이해관계자와 함께하는 지속가능경영을 정착시켜 나가고자 합니다. 이러한 이해관계자 커뮤니케이션의 결과는 경영활동에 반영하고 지속가능경영보고서 및 회사 홈페이지 등을 통해 공유하고 있습니다.



Materiality Test

중요성 평가

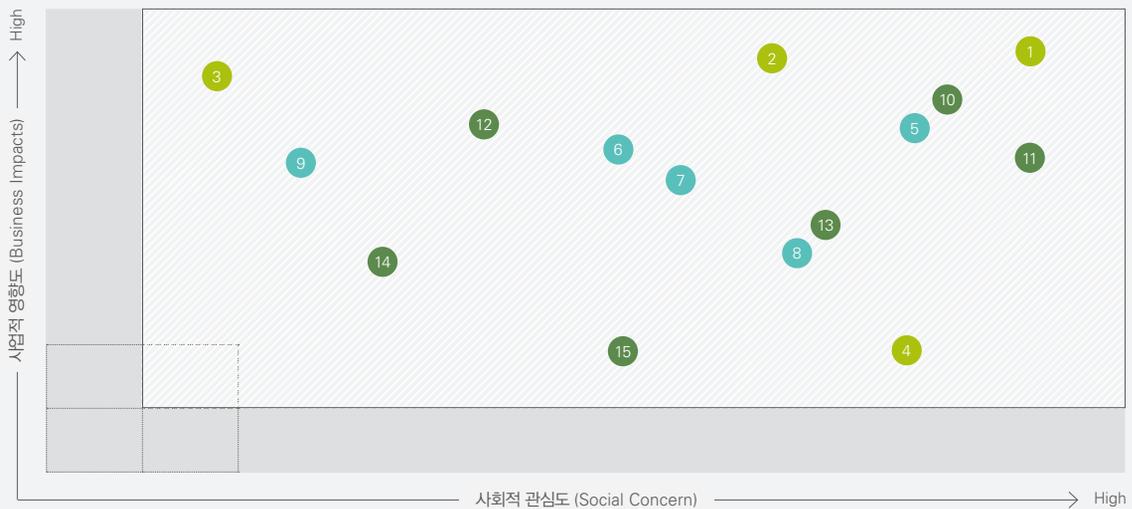
LG하우시스는 2014 지속가능경영보고서에서 주요하게 다룰 이슈를 선별하기 위해 중요성 평가를 실시하였습니다.

중요성 평가 절차

중요성 평가 | 기업을 둘러싼 이슈 중 중대성을 기준으로 우선순위를 결정하는 방법으로, 2014년에는 미디어분석, 글로벌 벤치마킹, 내부 이해관계자 인터뷰, 내부문서 검토 등을 토대로 핵심이슈를 도출하였습니다. 본 조사를 통하여 이해관계자들의 입장에서 중요하다고 인식 되는 이슈에 초점을 둔 보고서를 발간하였습니다.

중요성 평가 절차 | 중요성 평가는 LG하우시스의 경제·환경·사회적 활동 및 성과에 관한 내·외부 관심이슈 파악을 통해 이슈 풀을 구성하고 사회적 관심도와 사업적 영향도를 고려하여 핵심이슈를 도출하는 과정으로 진행하였습니다. 보고이슈는 중요성 평가 결과 도출된 핵심이슈를 바탕으로 이해관계자의 관심도와 이슈의 중요도, 경영활동과의 연계성 등을 종합적으로 고려하여 선정하였습니다.

[Materiality Topics]



경제 및 경영	EHS	사회
① 사회, 환경을 위한 제품/서비스 p.23,47	⑤ 환경오염물질 관리 p.44	⑩ 마케팅 관련 고객 커뮤니케이션 p.63
② 신규사업을 통한 성장동력 p.24	⑥ 친환경제품 설계 p.47	⑪ 협력회사 지원활동 p.65
③ 지속가능경영전략 p.29	⑦ 사업장별 보건안전증진 p.41	⑫ 제품안전성 확보 p.60
④ 경제적 성과의 공정한 배분 p.21	⑧ 기후변화 대응 p.45	⑬ 사회공헌 전략과 정책 p.69
	⑨ 전사 환경경영체계 구축 p.40	⑭ 지역사회 환경개선 활동 p.72
		⑮ 핵심인재 유치 및 임직원 역량강화 p.52

STEP 1. 외부이슈 파악

국제 표준 검토

GRI G4, ISO 26000, FTSE4GOOD, DJSI 등 최신 지속가능경영 관련 국제 표준을 검토하여 지속가능경영 이슈를 파악하였습니다. 검토 결과, 기업 자체 뿐만 아니라 공급망 및 벨류 체인 전반에 걸친 넓은 범위의 영향을 이슈에 반영될 것이 요구되었습니다. 또한, 인권 및 노동, 최고 임원 및 이사회 보상을 투명하게 공개할 것이 강조되는 추세가 나타났습니다.

글로벌 벤치마킹

국내외 선진기업 및 동종기업 내 지속가능경영보고서를 발간한 기업 중심으로 벤치마킹을 진행하였습니다. 보고서 내 중요성 평가 결과 및 목적을 분석하여 공통적인 중요 주제를 도출하였으며, 경영혁신 활동, 안전 / 보건을 비롯한 공통적인 주제를 비롯하여 친환경 제품개발, 제품 책임 등 LG하우시스만의 산업특수성을 지닌 이슈가 확인되었습니다.

[글로벌 벤치마킹 보고 주제]

구분	주제
General Issue	경영혁신 활동 : 사업 다변화, 경쟁력을 위한 기술력 강화 등
	안전 / 보건 관리
	기후변화 대응
	임직원 가치창출
	지역사회 소통
Sector Issue	기술을 통한 녹색가치 : 친환경 제품 개발 확대 등
	Responsible SCM
	품질혁신을 통한 고객만족
	제품책임 강화 : 제품 안정성 및 제품정보 공개 등

미디어 리서치

2013년 1월 1일부터 2013년 12월 31일까지 보도된 LG하우시스 관련 기사를 바탕으로 미디어 관점의 주요 이슈를 분석하였습니다. 그 결과, 사회·환경을 위한 제품 및 서비스 개발, 다수의 해외 전시회 참가에 대한 내용이 주요 이슈로 다루어졌으며, 사회적 측면의 사회공헌 활동, 임직원 등 다양한 이슈가 기사화 된 것으로 확인되었습니다.

[중요성 평가 절차]

STEP 1. 외부이슈 파악

- 국제 표준 검토
: GRI G4, ISO 26000, FTSE4GOOD, DJSI 등
- 글로벌 벤치마킹
: 국내외 선진기업 및 동종기업
- 미디어 리서치
: 2013.01.01. ~ 2013.12.31. 보도기사

STEP 2. 내부이슈 파악

- 내부 자료 검토
: 사내 정책 및 경영전략, 고객 가치 등 분석
- 내부 이해관계자 인터뷰
: 2013 지속가능경영보고서 피드백

STEP 3. 핵심이슈 도출

- 이슈 풀 구성
: 내·외부 이슈 연관성 및 빈도 분석
- 15개 핵심이슈 도출
: 사회적 관심도와 사업적 영향도를 고려하여 핵심이슈 도출

[미디어 리서치 주요 이슈]

주제	백분율
사회, 환경 위한 제품 서비스	24.4%
해외 전시회 참가	12.8%
사회공헌 활동	5.1%
핵심 인재 채용	3.5%
협력회사와의 동반 성장	2.6%
시간제 일자리 확산	2.3%
고객과의 커뮤니케이션 활동	1.5%

STEP 2. 내부이슈 파악

내부 자료 검토

사내 정책 및 경영전략, 고객 가치 등을 분석하여 사업 경쟁력 구축, 환경 및 안전보건, 협력사 동반성장, 지역사회 사회공헌 활동을 주요 주제로 확인하였습니다.

내부 이해관계자 인터뷰

2013 지속가능경영보고서 발간 담당자들을 대상으로 지속가능경영에 관한 설문을 진행하였습니다. 이와 더불어 전년도 보고서에 대한 피드백을 통해 신규사업을 통한 성장동력, 친환경 제품설계, 임직원 보건 안전을 주요 보고 이슈로 파악하였습니다.

STEP 3. 핵심이슈 도출

이슈 풀 구성

국제 표준 분석, 내부문서 검토, 글로벌 벤치마킹, 미디어 리서치의 결과 등을 분석하여 이슈를 도출하였으며, 이를 종합하여 36개의 주제로 재구조화 하였습니다.

핵심이슈 도출

이슈 풀을 구성한 바탕으로 사회적 관심도와 사업적 영향도를 종합적으로 고려하여 15개의 핵심 이슈를 도출하였습니다.

2 Green Management



MANAGEMENT PRINCIPLE

자연과 사람을 존중하는 생활공간을 구현하기 위해 친환경소재를 확대 적용하고 에너지효율이 향상된 제품을 개발하여 고객에게 건강한 생활환경을 제공하고자 노력하고 있습니다. 2013년도는 전사 안전환경조직을 개편하고 체계를 강화하였으며, 방재시스템 개선 TFT를 구성하여 화재 재발 방지에 노력하였습니다.

2013 PERFORMANCES

Category		2011	2012	2013
경영시스템	ISO 인증	유지	유지	유지
	녹색기업 지정	유지	유지	유지
기후변화 대응	에너지 절감량(TJ)	216	192	183
	온실가스 배출 감축량(tCO ₂ eq)	11,186	9,757	9,321
환경오염물질	폐기물 재활용률(%)	89.9	88.7	86.1
최소화	유해화학물질(원 단위)	0.0539	0.0306	0.0221
친환경 제품	인증제품 수	95	111	95

* 친환경제품 : 환경표지, HB마크, 탄소성적표지 인증제품

2014 GOAL

친환경소재, 에너지 고효율을 적용한 그린제품 확대

에너지 혁신활동을 통한 에너지 절감 및 온실가스 배출 감축

환경안전경영 및 방재시스템 강화

Green Management

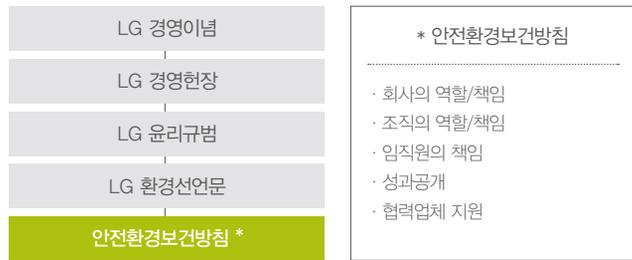
그린경영

LG하우시스는 인간을 존중하는 마음가짐으로 자연과의 아름다운 조화를 추구하는 그린경영을 실천하고 있습니다.

그린경영철학

LG하우시스 그린경영의 근간은 LG경영이념인 ‘고객을 위한 가치 창조’와 ‘인간존중의 경영’에 두고 있습니다. 사업활동에서의 환경영향을 지속적으로 개선하고 자연을 닮은 소재, 소중한 자원을 절약하는 제품과 서비스의 제공을 통해 자연, 인간과 함께 성장하고자 하는 것이 LG하우시스의 그린경영입니다. LG하우시스는 환경보전 및 안전·보건 등 기업의 사회적 책임과 역할을 강조하는 LG 그린경영에 바탕을 둔 안전환경보건 경영방침을 제정하여 기업활동과 환경의 조화를 추구하고 있습니다.

[LG 그린경영철학]



LG 그린경영

LG 그린경영은 사업장 환경보호 중심의 환경경영 개념을 기업활동 전반으로 확대하여 새로운 고객가치를 창출하고 국가와 사회에 기여하겠다는 LG의 새로운 경영방침입니다.

[LG 환경선언문]

- LG는 경영활동의 모든 단계에서 환경·안전·보건을 먼저 생각하고 고객을 위한 가치창조의 기회로 삼는다.
- LG는 사업활동이 이루어지는 모든 지역 및 국가의 환경·안전·보건 관련 법규를 근간으로 엄격한 기준을 설정하여 철저히 준수하며 환경·안전·보건 수준을 지속적으로 향상시킨다.
- LG는 환경·안전·보건활동의 성과를 정기적으로 측정하고 그 내용을 공개한다.
- LG의 모든 임직원은 지구환경보전에 대한 사회적 책임을 같이 인식하여 지역사회와 환경보전활동에 적극 참여한다.

[그린경영의 기여]



LG하우시스 그린경영

LG하우시스는 그린기업경영시스템을 기반으로 체계적인 환경경영을 실천하고 있으며 이를 통해 온실가스 및 대기오염물질 배출을 저감하고 자원절약, 재활용을 확대하는 그린 사업장을 실현하고자 합니다. 또한 제품개발 및 사업전략 방향을 친환경소재 제품, 에너지고효율 제품 확대에 중심을 두어 정부가 추진하는 저탄소 녹색성장을 실현하여 기업의 사회적 책임을 다하고자 합니다.

[그린경영 사업장]



Safety and Environment Systems

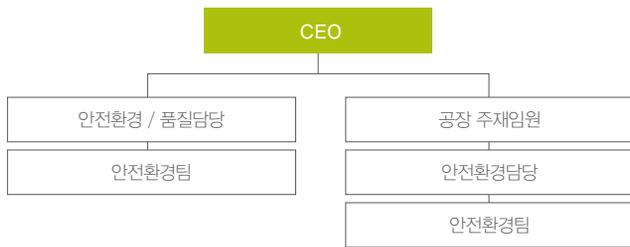
안전환경체계

안전환경체계

안전환경 경영체계 강화를 위해 2013년에 관련 조직을 개편하여 책임 경영체계를 갖추어 나가고 있으며, 전사 차원으로 안전환경목표를 선정하여 관리하고 있습니다. 또한, 환경부의 녹색기업 인증 및 환경경영 시스템 ISO 14001, 안전보건경영시스템 KOSHA 18001, OHSAS 18001 등 안전환경관련 경영시스템을 유지하고 있습니다.

조직 개편 및 경영진 책임경영 강화 | 안전환경 경영체계 강화를 위해 2013년 본사에 전사 안전환경 Control Tower 역할을 하는 안전환경 담당조직을 신설하여 관리 기능을 강화하였습니다. 또한, 전사 안전환경 관리목표를 선정하여 조직평가에 반영함으로써 안전환경 책임경영을 강화하고 있습니다.

[안전환경 조직체계]



[안전환경 목표관리]

사고지표	• 안전환경사고율(안전, 화재, 환경사고 등)
사고예방지표	• 예방활동 관리지표(개선활동, 교육/홍보 등)

ESH IT 시스템 | 안전환경경영 관련자료 및 제반 업무를 효율적으로 관리하고 정보공유 등 임직원과의 커뮤니케이션을 위해 2007년 ESH IT 시스템을 구축하여 운영하고 있습니다. 향후 지속적인 시스템 관리를 통해 변화하는 사업환경에 능동적으로 대처할 계획입니다.

안전환경경영시스템을 통해 임직원 및 지역사회 안전과 환경보전을 위한 지속적인 개선을 실현하고자 노력하고 있습니다.

경영시스템 인증현황 | LG하우시스는 1995년부터 현재까지 환경부로부터 녹색기업으로 지정받고 있으며, 환경경영시스템 ISO 14001, 안전보건경영시스템 KOSHA 18001, OHSAS 18001 등 안전환경관련 경영시스템을 유지하고 있습니다.

[경영시스템 최초인증 (지정일)]

Certification	울산	청주
ISO14001	1996.12	1999.11
KOSHA18001	2000.11	2009.12
OHSAS 18001	2013.11	2000.12
녹색기업	1995.12	1995.12

통합방재시스템 | 자동화재탐지시스템(온도/연기 감지), 영상정보 시스템, 지리정보시스템 기술이 종합적으로 적용된 통합방재시스템을 구축하여 화재 및 환경사고를 예방하고 사고발생시 초기에 즉각 대응할 수 있도록 하고 있습니다. 또한 주요 대기방지시설의 실시간 모니터링 시스템을 통해 최적 운전조건을 확인하여 에너지 낭비와 비정상 운전의 사전예방에 활용하고 있습니다.

사업장 안전환경 개선활동

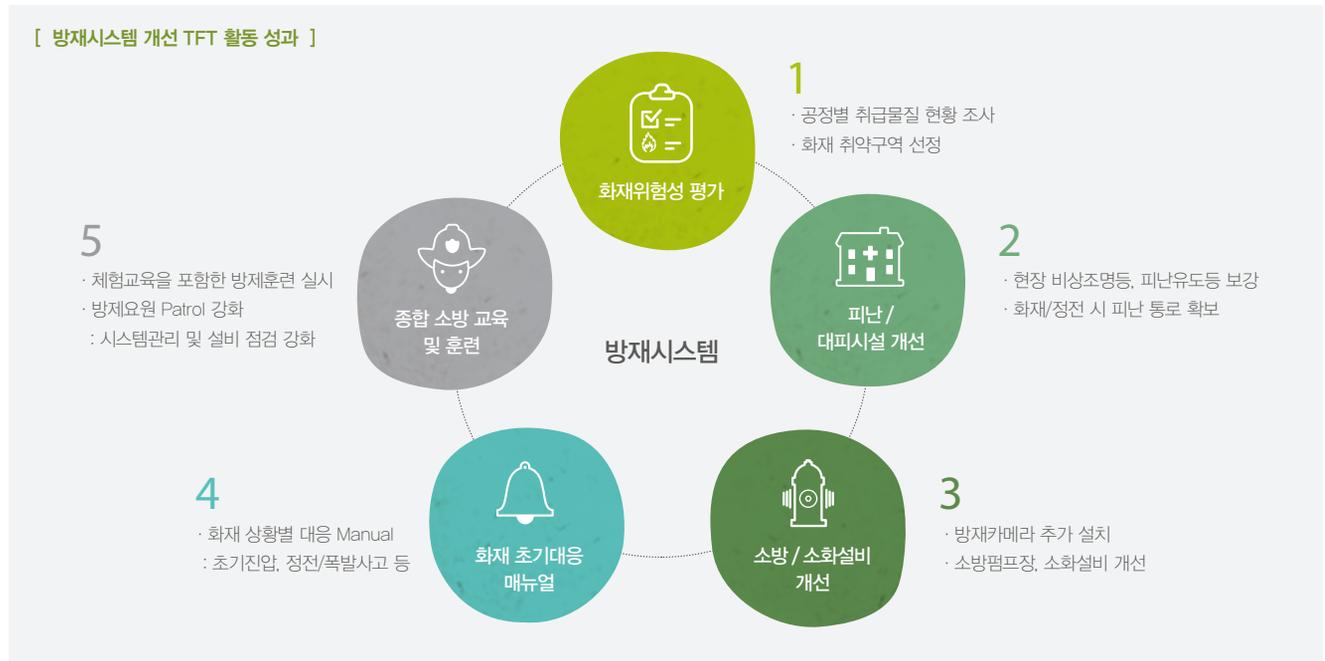
사업장 환경개선 투자 진행 | 사고발생 위험성을 사전에 제거하기 위해서 소방, 환경, 안전분야에 대한 투자계획을 수립하여 사업장 환경개선을 진행하고 있습니다.

[사업장 환경개선 투자 분야]



방재시스템 개선활동 | 2012년 울산공장 발포실 화재를 계기로 화재 사고 재발방지를 위해 방재시스템 개선 TFT를 구성하여 활동하였습니다. 방재시스템 개선활동을 통해 화재위험성을 재평가하여 소방 시설을 보강하고 피난대피시설을 보완하였습니다. 또한 관련 내규 및 매뉴얼을 제·개정하고, 방재 체험을 포함하는 현장 교육을 실시하여 안전한 사업장을 만들기 위한 활동을 강화하고 있습니다.

[방재시스템 개선 TFT 활동 성과]



Material Flow

물질 흐름도

[제품 투입 및 배출흐름]



재생 원료 사용량

27,814 ton

· 바닥재 및 창호 프로파일에 투입되는 재활용

폐기물 재활용률

86.1 %

생물다양성 보호

생물다양성 가치를 보호하기 위하여 태화강 생태연구소와 함께 생태보전활동의 일환으로 2009년부터 멸종 위기종인 잔가시물고기의 생태환경을 사업장 내 수질관리실에 조성하여 지원하고 있습니다. 또한 사업장이 위치한 울주군 지역 환경에 영향을 미칠 수 있는 모든 활동에 대해 ISO 14001 요건에 부합하는 환경영향평가를 수행하여 환경보전에 힘쓰고 있습니다.

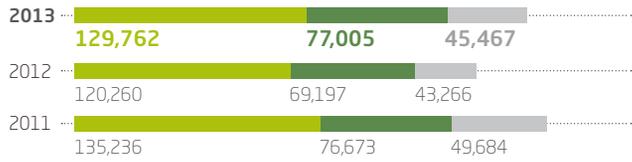
오존층 파괴물질 관리

LG하우시스는 몬트리올 의정서에서 규정하고 있는 오존층 파괴물질을 생산하거나 공정 중에 사용하지 않습니다. 다만, 냉동기 냉매로 R-22를 사용하고 있고, 할론 소화설비의 경우 화재위험성이 높은 울산공장의 인쇄공정 등에 한정적으로 설치되어 있으며 보유량은 5,516kg입니다. 2009년 IMD인쇄설비 증설 시에 청정소화약제인 HFC 125 약제를 이용한 자동소화설비를 설치하였으며, 향후에는 청정소화약제 또는 수계식(물 분무) 소화설비로 대체할 계획입니다.

INPUT

원료

주요 원료 사용량 (단위 : ton) ● PVC ● 탄석 ● 가스제 및 MMA



· 전년도와 데이터 산정방식 변경

에너지

에너지 사용량 (단위 : TJ) ● 직접에너지 ● 간접에너지

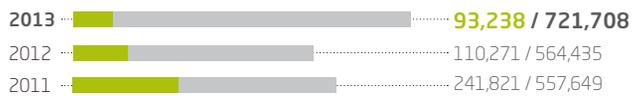


· 에너지 사용량 배출범위 : 청주공장, 울산공장
· 유류, LNG 등 직접에너지원과 전력, 스팀 등 간접에너지원 포함

에너지절감 투자금액 (단위 : 백만 원) 2,734

물

용수 사용량 (단위 : ton) ● 청주 ● 울산



· 울산공장: 지표수, 상수도 · 청주공장: 상수도, 지하수, 공업용수

사업장 용수 사용량 (단위 : ton) 814,946

환경투자

환경투자금액 (단위 : 백만 원)



· 공정개선 환경친화적 제품 설계 · 생산 온실가스 저감 및 에너지 절약, 작업환경개선 환경보전 등 포함
· 2012년도 데이터 산정방식 상이

OUTPUT

대기

온실가스 배출량 (단위 : tCO₂e) ● Scope 1 ● Scope 2



· 배출범위 : 청주공장, 울산공장 / · 온실가스 및 에너지 목표관리 지침 준수

대기 오염물질 배출량 (단위 : ton) 먼지 33.6
SOx 청정연료사용으로 배출량 극미량

수질

폐수 배출량 (단위 : m³)



BOD 생물학적 산소요구량 0.153 COD 화학적 산소요구량 1.524
SS 부유물질량 0.298 (단위 : ton)

폐기물

폐기물 배출량 (단위 : ton) ● 일반폐기물 ● 지정폐기물



유해화학물질

유독물 원단위 사용량



· 친환경가소제 적용으로 프탈레이트가소제(DEHP) 사용량이 급감
· 유독물: 납화합물, MEK, 아세트산에틸 등 14종
· 원단위: 생산량 대비 유독물 양

Eco-Friendly Workplaces

친환경 사업장

대기환경 관리

기존의 노후되고 처리효율이 낮은 대기방지사설을 고효율 시설로 대체하고 있으며, 울산공장은 RTO(Regenerative Thermal Oxidizer) 15기, 전기집진기 28대 등 대기방지사설의 모니터링 시스템을 구축 운영하여 비정상 운영에 따른 악취 확산에 즉각 대응토록 하는 등 발생 가능한 민원에 대해서도 사전에 예방하고 있습니다.

[울산공장 환경시설 현황]



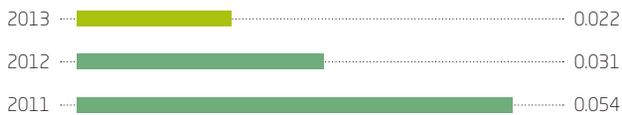
수질환경 관리

사업장 내 주요 지점에 유수분리조를 설치하여 오염상태를 주기적으로 점검하고 있습니다. 울산공장은 공정 발생 폐수는 없으나 자체 폐수 처리장을 운영하여 동일 부지 경계 내에 있는 LG화학 및 LG생활건강의 폐수를 처리하고 있으며, 액상물질 누출 시 이를 감지하고 경보를 발생시키는 조기경보시스템을 운영하고 있습니다. 청주공장은 LG화학의 공동 폐수처리장을 통해 수질환경 관리를 하고 있습니다.

유해화학물질 관리

울산, 청주공장은 납화합물, MEK, 아세트산에틸 등 14종의 유독물을 관리하고 있습니다. 2013년 유독물 사용량은 5,470ton으로 전년도 대비 22.2% 감소하였는데, 이는 친환경가소제 적용으로 프탈레이트가소제 (DEHP) 사용량이 급감하였기 때문입니다.

[유독물 원단위 사용량]



폐기물 관리

자원의 절약과 재활용 촉진을 위한 정부 정책에 적극 참여하고 있습니다. 2008년부터 바닥재 및 창호 프로파일 품목에 대해 환경부와 재활용 자발적 협약을 체결하여 재활용기술 개발, 수거체계 확충,

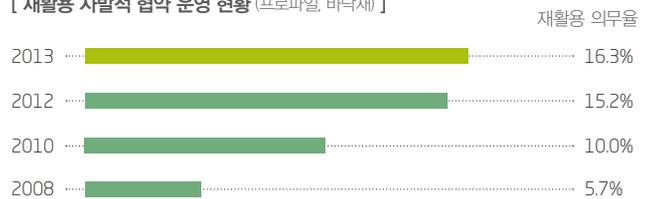
LG하우시스는 각종 안전환경사고의 예방은 물론 대기, 수계, 토양으로의 오염물질 배출량을 최소화하기 위해 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

재활용업체 지원 등 재활용체계 구축을 위해 노력하였으며, 2012년부터 플라스틱 거푸집, 프로파일 포장재의 신규 재활용협약을 추진하는 등 지속적으로 재활용 범위를 확대하고 있습니다. 2013년 주요 사업장에서 발생한 폐기물은 재활용 처리율이 85.9%였습니다. 특히 바닥재 및 프로파일 생산 과정에서 발생하는 공정폐기물을 전량 스크랩화한 내부스크랩을 제품생산에 재 투입하고 있습니다. 또한 사용 후 폐기된 제품을 수거하여 원료화한 외부스크랩을 최대한 사용할 수 있도록 원료 처방을 개발, 적용하고 있습니다.

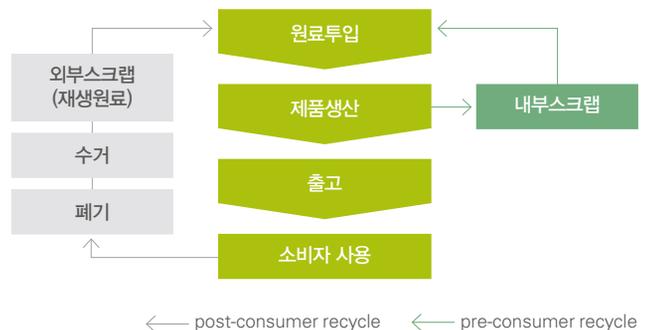
[2013년 사업장폐기물 처리 현황]



[재활용 자발적 협약 운영 현황 (프로파일, 바닥재)]



[재활용 프로세스]



Climate Change

기후변화

LG하우시스는 생산공정 효율화 및 지속적인 에너지·온실가스 절감 활동을 통해 기후변화에 대응하는 사업장 Green화를 도모하고 있습니다.

기후변화 대응 전략

LG는 친환경 녹색성장에 기여하고 지속가능한 성장을 도모하기 위해 2010년 Green 2020을 선포하였으며, 'Green Goal 2020' 달성을 향해 Green 사업장, Green 신제품, Green 신사업 분야에 20조 원 규모의 연구개발에 투자할 계획입니다. LG하우시스도 에너지·온실가스 감축, 친환경제품 확대, 천연재료·신소재 개발 등 3대 녹색전략을 수립하여 추진하고 있습니다.

온실가스 배출 감축

온실가스 배출 | LG하우시스는 국내 주요 사업장을 대상으로 온실가스 인벤토리를 구축하여 배출량 감축의 이행기반을 마련하였으며, 2013년 온실가스 배출량은 133,902tCO₂eq으로 2014년 3월 DNV 인증원으로부터 검증을 받았습니다.

자발적 온실가스 감축 | 생산공정에서 발생할 수 있는 오염물질의 배출을 최소화하고 주요 보일러 시설에 청정연료를 사용하는 등 온실가스 감축의 의무가 없는 상태에서도 자발적으로 온실가스 감축을 위해 노력해 왔습니다.

온실가스 감축 등록사업 | 2006년부터 주요 보일러 시설의 연료를 청정연료로 전환하였고 국가 온실가스배출 저감사업에 등록하여 2012년까지 총 50,253tCO₂eq의 조기감축실적을 인정받았습니다. 또한 2009년 해외 자발적 탄소 시장(인증기준 VCS: Voluntary Carbon Standard)에 국내기업 최초로 '스팀생산보일러 청정연료 전환사업'을 등록한 바 있습니다.

에너지 절감 활동 | 2013년 LG하우시스는 유틸리티 효율 향상, 폐열 및 응축수 회수 강화, 설비효율향상, 관리활동 강화 등의 중점 추진 과제를 통해 에너지 사용량 절감 및 온실가스 배출량 감축 활동을 실시하였습니다. 이를 통해 2013년 9,321tCO₂eq의 온실가스를 저감하였습니다. 향후 지속적인 설비 개선 및 운전조건 최적화, 신재생 에너지 도입, 신기술 고효율 설비 도입 등을 통해 에너지 절감 및 온실가스 감축 활동을 확대하겠습니다.

[연료 교체 현황 (단위 : tCO₂eq)]

구분	감축실적	정부구매 참여	조기감축실적 인정
열매보일러 연료 교체	6,733	1,285	5,962
폐열보일러 연료 교체	10,214	3,553	8,082
스팀보일러 연료 교체	42,754	10,908	36,209
합계	59,701	15,746	50,253

[에너지 TFT 중점 추진과제]

- Loss 제거
스팀·응수누설 및 방열손실 개선 및 재활용
- 설비 효율 향상
고효율 신설비 도입 및 방지설비 합리화



- 에너지원 수급개선
열매체보일러 열원 교체 (C9→LNG)
- 에너지 관리활동
하·동절기 냉난방 기준온도 관리
- 절감의식 고취활동
에너지 목표 관리 및 홍보·교육 강화

에너지 절감 TFT | 울산공장은 2013년 4월 에너지 절감 TFT를 구성하여 Loss 제거, 설비효율향상, 에너지원 수급개선, 에너지 관리활동, 절감의식 고취활동 등 전 임직원이 참여하는 에너지 절감 활동을 실시하였습니다.

[에너지 절감 Slogan]



5가지 에너지 절약습관

- ① **끄기** : 공기동 설비, 조명, 컴퓨터
- ② **뽑기** : 플러그-대기전력 차단
- ③ **잠그기** : 누설, 누기, 누증 손실 차단
- ④ **지키기** : 설비 상하열 표준, 냉난방 표준온도(동절기 19℃, 하절기 17℃)
- ⑤ **집중하기** : 작업(업무)에 집중하여 수율(효율) 향상(재작업 손실 차단)

기타 온실가스 배출량 관리

녹색물류 | 복잡한 물류망을 개선하고 관리 효율성을 높이기 위해 2011년 천안에 중부통합물류센터(Central Distribution Center : CDC)를 구축하였으며, 2014년 일산물류센터를 천안 중부통합물류센터로 통합하여 운영상 복잡성을 해소하였습니다. 이에 따라 차량 대형화, 전동지게차 활용비중을 높여 창고운영 및 운송과정에서 소요되는 연료절감을 통해 온실가스 저감에 기여하고 있습니다. 또한 2013년까지 100% 항공기를 통한 수출을 진행하고 있던 점착필름 제품에 대해서 2014년부터 점진적으로 배를 통한 운송으로 전환을 진행하고 있습니다. 항공으로 빈번하게 보내던 물량을 선박으로 한꺼번에 수송함으로써 대기중으로 배출되는 온실가스도 함께 절감될 것입니다. 아래 활동들은 지속적으로 진행함으로써 녹색물류에 기여하고 있습니다.

- 창고 내 지게차 등 작업 장비를 전동(電動)지게차로 전환
- 차량 공회전 방지, 과속 방지 등 에코드라이빙(Eco-Driving) 생활화
- WMS(Warehouse Management System) 활용을 통한 작업동선 및 횡수 최적화

화상회의 | 국내외 주요 사업장에 다자간 커뮤니케이션이 가능한 화상회의 시스템을 구축하여 활용함으로써 출장으로 인한 온실가스 배출 저감에 기여하고 있습니다.

- 본사(서울), 연구소(안양), 공장(청주, 울산) 등 국내사업장 및 해외법인(중국, 미국, EU, 러시아), 임직원 PC 등에 다자간 화상회의 시스템 설치 및 운영

Eco-Friendly Products

친환경제품

LG하우시스의 핵심가치인 'Eco-Friendly, Energy Saving, Human-Friendly'를 바탕으로 친환경제품을 개발하여 고객에게 행복한 생활공간을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

친환경제품 개발

LG하우시스는 Green Identity를 정립하여 친환경제품 개발에 적용하고 있습니다. 친환경소재를 기반으로 건강하고 쾌적한 생활공간을 구현하는 'Eco-Friendly'와 고효율 제품 및 신재생에너지 활용을 통해 온실가스 배출을 최소화하는 'Zero-Emission'을 제품 개발의 제 1의 가치로 삼으며 그린 신제품 개발을 이루어나가고 있습니다.

[그린 신제품 매출 비중 성과 및 목표]



· 그린 신제품은 장식재 및 창호재를 대상으로 함

친환경제품 솔루션 강화

천연소재 및 재생자원 사용, 에너지 절감을 구현한 그린 신제품 매출을 확대하고, 친환경기술 개발로 그린 신사업을 전개하고 있습니다. 2013년 에도 지아 시리즈 확대, 고성능 준불연 단열 소재 개발 등을 통해 친환경 제품 솔루션 강화를 위한 노력을 지속하였습니다.

[친환경 신제품]

분류	그린 신제품	향후 계획	
친환경 소재	Bio 소재	지아 시리즈(바닥재, 마루, 벽지), 우젠	용도 및 수출 확대 및 범용화
	IAQ 소재	지니아, 숨타일	디자인 외관 차별화 및 수출 확대
에너지 절감	단열창호	복합소재의 고감도/단열창	저보강(Steel) 적용기술 확보
	단열소재	고성능 건축용 단열재	수출 진출 및 신제품 개발

친환경제품 인증

LG하우시스는 국내외 친환경 건축자재 인증을 확대하여 정부의 저탄소 녹색소비 활성화 정책에 적극적으로 동참하고, 고객에게는 보다 건강하고 안전한 제품을 제공하고 있습니다.

- 환경표지 49건, HB마크 28건
- 탄소성적표지 18건(저탄소인증 2건 포함)
- 창호 에너지 소비효율등급: 248건
- 신기술인증(NET) 2건 & 신제품인증(NEP) 1건

[Green Identity]



Eco Collection

에코 컬렉션

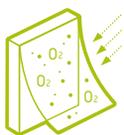
건강한 친환경 제품과 소재를 공급하고(Eco-Friendly), 에너지 효율을 극대화하는 시스템과 솔루션을 제공하는 동시에(Energy Saving), 신뢰와 감동을 주는 고객과의 만남을 통해 인간 친화적인(Human-Friendly) LG하우시스가 되도록 하겠습니다.

벽지 & 벽장재



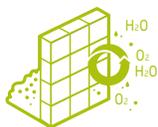
'지아벽지'

세계 최초로 옥수수를 원료로 만든 100% 천연 소재 벽지로, 환경호르몬 방출이 없으며, 에코 코팅층이 실내 공기를 깨끗하게 합니다.



ECO 코팅층 벽지 '지니아'

벽지 표면의 에코 코팅층이 햇빛이나 형광등의 가시광선에 반응해 유해물질을 분해하면서 실내 공기를 맑고 쾌적하게 만듭니다. 국내 최초 입체 외관효과를 부여하여 인테리어 효과가 탁월합니다.



흡방습자재 '숨타일'

흙 성분을 원료로 한 친환경 자연소재 내장벽재로, 실내 유해물질과 생활악취를 감소시켜 각종 질환과 새집증후군을 예방합니다. 타일 내부에 균일하게 분산된 천연광물 성분이 미세기공 (4~5nm)을 형성시켜 유해물질의 흡착, 탈취 및 실내습도를 조절합니다.

바닥재



'지아소리잠'

천연 식물성 수지층을 적용하여 국내최초 고후도 시트부분 친환경인증 최우수등급을 획득하고, 고탄성 스포츠 바닥재 기술을 접목하여 실생활 층간소음을 줄여주고, 보행감을 향상시킨 친환경 바닥재입니다.



'지아마루'

옥수수, 천연석, 편백나무 등 천연 원료로 만든 바닥재로, 황토와 무기질로 이루어진 황토풀(황토 Full)로 시공하여 유해가스 및 환경호르몬에 대한 걱정이 없습니다.

[에코 컬렉션]



합성목재



'우젠'

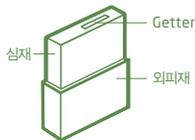
우젠은 천연 재활용 목칩, 목분과 무독성 친환경 올레핀수지를 사용한 친환경 합성목재로 일반 목재에 비해 변색과 썩음에 10배 이상 우수하며 나무 같은 다양한 칼라와 패턴을 보유하며 장기간 사용해도 수축, 팽창, 깨짐에 안전합니다.

고성능 준불연 단열재



건축 단열재 PF보드 'Clo-Cell'

열경화성 플라스틱 수지를 친환경 발포가스 (Non-프레온가스)로 발포하여 에너지 효율성을 극대화한 고성능 준불연 단열재로 연소시 유독 가스가 발생하지 않아 안전합니다. 스티로폼의 10분의 1 크기의 미세입자를 적용해 얇으면서도 견고한 내부구조로 단열이 우수하며, 25년 이상 단열성능을 유지할 수 있습니다.



진공단열재 'V-Panel'

글라스파이버를 주원료로 제조된 심재에 특수 재질의 외피를 적용하여 수분으로 인한 열 전달을 방지함으로써 에너지 효율 개선의 효과가 있습니다.

HI-MACS®



하이맥스 '에덴'

리사이클 칩(Recycle Chip)으로 제작한 인테리어 대리석으로, 우수한 물성을 지니고 있을 뿐 아니라 위생성과 내구성이 뛰어나며, 세균 번식의 우려가 없습니다. 또한 얼룩이나 물때가 끼지 않아 청소 및 유지관리가 용이합니다.

창호



천연 원목창

제품에 대한 장인정신과 맞춤형 가공기술로 제작된 프리미엄 시스템 창호로 다중 집성 원목 및 친환경 수성 도료를 사용하여 목재의 내구성이 우수하고 인체에 해로운 물질의 방출을 최소화합니다.

유리



고단열 로이유리

독일 선진회사인 인터페인의 코팅기술을 기반으로 판유리 표면에 금속 및 금속산화물로 구성된 다수 층의 얇은 막을 코팅해 일반유리 대비 50% 정도의 에너지 절감 효과를 실현합니다.

복합소재부품



자동차 필터 '캐비너'

사무기기, 사무실 및 자동차 실내공간 등의 생활속 숨은 먼지를 효율적으로 제거하는 친환경 필터로, 쾌적하고 건강한 실내 공기를 제공합니다.

3

Social Responsibility Management



MANAGEMENT PRINCIPLE

임직원의 창의성과 자율 존중 원칙을 인사 조직 운영의 지표로 삼고 있으며, 건강하고 행복한 조직문화 실현을 위해 노력하고 있습니다. 자연과 사람의 공간에 행복한 변화를 가져오는 활동을 통해 고객과 지역사회에 사회적 책임을 다하고 있습니다.

2013 PERFORMANCES

Category		2011	2012	2013
임직원	임직원 복리후생(백만 원)	44,679	49,035	53,551
	신입사원 채용인원(명)	137	223	218
	1인당 연평균 교육비용(원)	1,351,091	1,541,962	1,230,744
	산업재해율(%)	0.44	0.11	0.54
고객	고객참여 프로슈머 '지인즈' 활동(회)	75	82	90
협력회사	공정거래준수 프로그램 운영(회)	13	18	15
지역사회	지역사회 투자비용(백만 원)	1,576	553	504

2014 GOAL

글로벌 인재육성 및 임직원 소통 확대

임직원 건강증진 프로그램 강화

전사 품질혁신 활동 및 고객 커뮤니케이션을 통한 제품 책임 강화

협력회사 지원 및 지역사회공헌 프로그램, 커뮤니케이션 확대

Employee

임직원

LG하우시스는 임직원과 함께 성장하는 기업으로서 '인간 존중의 경영'을 실천하고 있습니다. 구성원의 창의와 자율을 존중하고 공정하게 평가·보상하고 있습니다.

임직원 현황

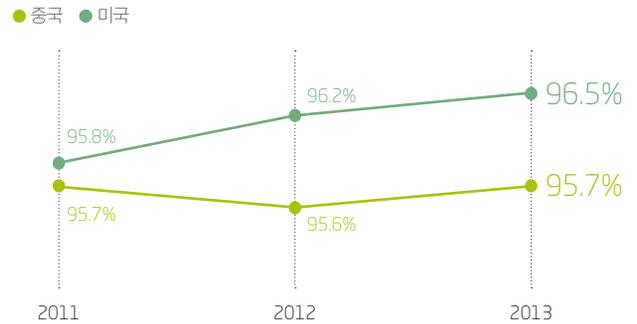
LG하우시스의 구성원은 2013년 말 연결기준으로 총 2,979명이며, 현장직과 사무직의 비율은 각각 35.6%, 64.4%입니다. 2013년에는 218명을 신규 채용하였고, 지난 3년 동안 신규채용 및 여성, 장애인, 국가 유공자 등 사회적 소수계층의 고용은 지속적으로 증가하였습니다.

[임직원 구성 현황]

구분	2011	2012	2013	
전체 임직원	2,751	2,843	2,979	
고용별	정규직	2,732	2,786	2,902
	비정규직	19	57	77
사회적 소수계층	여성	327	342	368
	장애우	58	52	52
	국가 유공자	80	79	82
연령별	20대	249	332	432
	30대	964	947	899
	40대	920	954	980
	50대 이상	618	610	668
직급별	임원	17	18	17
	직원	2,734	2,825	2,962
직종별	사무직	1,730	1,834	1,918
	현장직	1,021	1,009	1,061
지역별	본사(서울)	685	731	768
	청주공장	584	591	595
	울산/온산공장	1,079	1,059	1,081
	기타	403	462	535
이직	64	57	62	
신규채용	137	223	218	

1)기준 : 해당연도의 12월 말 자회사, 해외주재원 포함
 2)기타 : 지방영업소, 해외법인/지사, 기타공장, 디자인 센터, 연구소
 3)이직 : 자매사 진출자 및 자발적 퇴사자

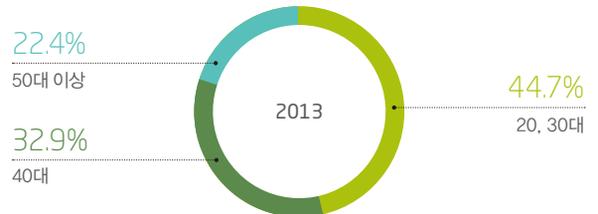
[해외 사업장 현지인 채용비율]



[여성 임직원 비율]



[연령별 구성 비율]



Employee Value Creation

임직원 가치창출

인재상

LG하우시스의 인재는 'LG Way에 대한 신념과 실행력을 겸비한 사람'으로서, 이에 부응하는 글로벌 인재의 확보와 육성에 힘쓰고 있습니다.



인사원칙 | 가치창출의 원천은 개인의 창의이며, 성과 창출의 원동력은 구성원의 역량입니다. LG하우시스는 개개인이 창의력을 충분히 발휘할 수 있도록 구성원의 개성과 다양성을 존중하며, 역량이 뛰어난 인재의 확보와 자체 육성 활동에 필요한 절차를 수립하여 운영하고 있습니다. 이를 바탕으로 구성원의 능력과 자질에 따라 공평한 기회를 제공하고, 실현된 성과를 공정하게 평가하며, 개인 및 조직별 기여도에 따른 보상을 실행하고 있습니다. 또한 인사와 관련된 모든 의사결정에 관한 활동을 장기적 관점에서 일관되게 추진하는 것을 기본원칙으로 설정하고, 행동규범과 취업규칙에 따라 성별, 나이, 종교 등의 제한을 두지 않고 평등한 고용과 인권 존중을 실천하며, 임금에 있어서도 동일한 기본급을 지급하고 있습니다.

[인사원칙]



LG하우시스는 임직원 역량강화를 위한 프로그램을 운영하여 인재를 육성하고 임직원의 가치를 창출하고 있습니다.

인재육성

LG하우시스는 임직원의 역량 개발을 시장선도 기업이 되기 위한 중요한 요소로 인지하고, 직급 및 직무 별로 다양한 인재육성 프로그램을 운영하고 있습니다. 인재육성 프로그램은 리더십 개발, 사업가 육성, 직무전문성 강화, Global 역량확보를 위한 교육으로 나누어 집니다.



[임직원 1인당 교육비용 (단위: 원)]



리더십 개발 | LG 임직원의 행동방식인 고객을 위한 가치창조, 인간 존중의 경영, 정도경영을 실천하는 LG Way형 인재를 육성하기 위한 교육을 직급별로 실시하고 있습니다. LG인화원 직급필수과정과 더불어, 입사 후 3년간 매년 교육을 실시하고, 이후 4년 주기의 지속적인 보수 교육을 실시하고 있습니다. 또한 팀장 이상의 리더십 개발을 위하여 매년 부하/상사/동료/본인의 360도 리더십 진단 후, 그 결과에 의한 상사의 리더십 코칭, 교육 등을 연계한 프로그램을 운영하고 있습니다.

사업리더 육성 | 미래사업을 책임질 수 있는 우수한 인재를 조기에 발굴하고 체계적으로 육성하여 궁극적으로 CEO 후계자를 양성하는 제도입니다. 능력과 성과가 뛰어나며 사업의 핵심과제를 수행할 만한 잠재력 있는 인재를 선발하여 조기에 집중 육성합니다. 핵심인재를 대리급은 HPI(High Performance Individual), 과/차장급은 Biz/Pro Talent, 부장급은 사업부장 후보와 같이 직급별로 세부화하여 선발하고 각 Level별로 필요한 학습을 지원하고 있습니다. 특히 사업가 아닌 R&D, 디자인 핵심인재를 위한 Professional Talent 제도를 신설하여 차별화된 육성트랙을 제시하였습니다.

HPI는 학습을 통한 육성으로, 3년동안 연차별로 경영전략, 마케팅, 재무회계, 인사조직 등의 주제로 집합교육과 과제를 수행합니다. Biz/Pro Talent는 일을 통한 육성으로 개인별로 도전과제를 실행하고, 격월로 실시되는 Insight Seminar를 통하여 미래사업전략에 대한 학습과 현업적용을 위한 논의로 사업을 이끌 수 있는 역량을 쌓고 있습니다. 또한 별도의 해외/국내 MBA 등 중장기연수 프로그램 운영을 통해 육성하고 있습니다.

직무전문교육 | 당사사업에 핵심이 되는 직무인 영업/마케팅, 생산/엔지니어, R&D 인원에 대하여 현업의 성과를 제고할 수 있는 수준별 교육과정을 운영하고 있습니다.

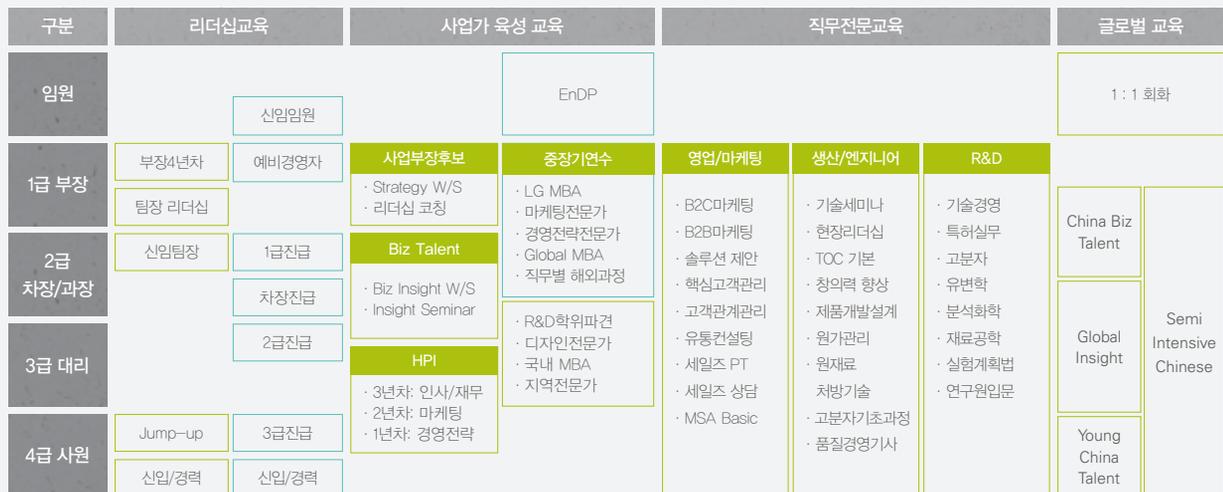
직무	교육내용
영업/마케팅	B2B/B2C 마케팅전략, 고객관리, Sales 상담 교육, 핵심고객관리 등
생산/엔지니어	고분자 기초, 원재료 처방기술, 창의력 향상 등
R&D	실험계획법, 재료공학, 분석화학, 유변학 등

글로벌 역량교육 | 중국중심의 해외사업 확대에 대응하기 위한 글로벌 프로그램을 운영하고 있습니다. 중국사업 성장에 대비한 Young China Talent와 Semi-Intensive Chinese, 사원/대리/과장의 Global 시야 및 성과창출 역량 확보를 위한 하우스스 고유의 해외탐방 공모 프로그램인 Global Insight 등 중장기 관점의 글로벌 인재 양성을 지속적으로 진행하고 있습니다.

프로그램	교육내용
Young China Talent	신입사원 전원 대상의 중국어 학습 및 성적 우수자 현지 연수
Semi-Intensive Chinese	단기집중 중국어 역량확보 프로그램
Global Insight	사원/과장 스스로 팀을 구성하고 해외탐방 과제를 기획, 공모과정을 통해 최종 선발된 팀이 해외탐방 과제를 수행

[LG하우스스 교육체계도]

□ 자사과정 □ 인화원 과정 (2014년 : 1월 현재)



* Informal Learning : 하미모, 학습동아리, 사이버교육, 사외파견, 직급별 Caring P/G 등

보상체계

LG하우시스는 구성원 개인의 창의와 자율을 존중하는 성과주의 인사 원칙을 기본으로 경쟁력 있는 급여 및 포상제도를 실시하고 있습니다. 보상체계는 성과주의 원칙을 근간으로 누적식과 비누적식 체계로 운영되고 있습니다. 누적식으로 운영되는 연봉제의 경우 전년도 평가결과에 근거하여 개인별로 차등하여 보상하는 체계이며, 비누적식 체계는 역할급제, 성과급, On-Spot Incentive 제도 및 팀 단위 별 각종 포상제도와 사업단위별 포상제도인 TA포상제도로 구성되어 있습니다. 탁월한 성과 창출에 대한 포상제도인 On-Spot Incentive를 운영하여 'High Performance, High Return'이라는 인사원칙을 시행하고 있고, 사업단위 부문의 목표달성에 따른 TA포상제도를 운영하여, 개인 및 사업단위 별 성과주의 인사원칙을 강화하고 있습니다.

[정기 성과평가 및 경력개발 심사 대상 비율 (단위: 인원/비율)]

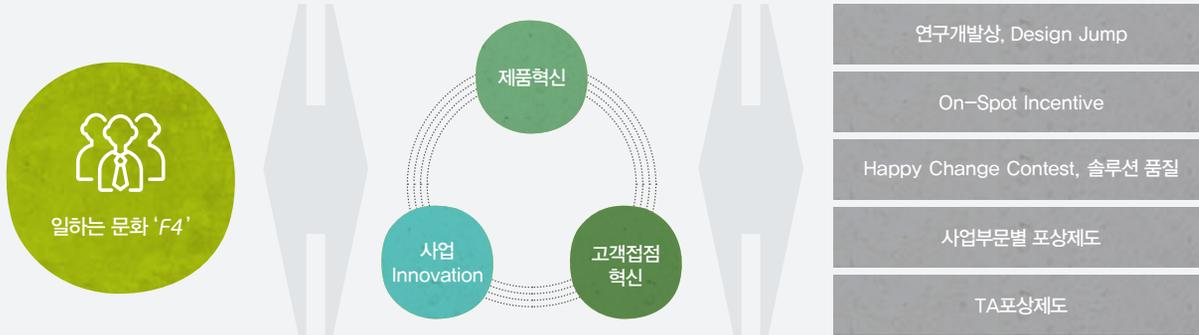


· 대상자 : 국내 사무직(임원, 담당급 제외)
* 전체 임직원 중 상대화평가자 비율

복리후생제도

LG하우시스의 복리후생제도는 4대 보험(국민연금, 건강보험, 고용보험, 산재보험)과 선택적 복리후생제도, 기초 복리후생제도로 구성되어 있습니다. 선택적 복리후생제도는 건강증진, 자기개발, 여가생활, e-shop 등 임직원 성향에 따라 선택할 수 있는 제도입니다. 기초 복리후생제도는 주거/생활안정 지원, 의료/건강증진 지원, 여가활동 지원으로 구성되어 있으며, 구체적으로는 주택자금, 학/장학금, 경조금, 사택 기숙사, 의료비 등을 지원하고 있습니다. 또한 건강검진 및 상담을 진행하고 있으며 휴양소와 사내 동호회, 퇴직연금, 어린이집 지원도 실시하고 있습니다.

[Innovation과 포상제도]



Corporate Culture

기업문화

LG하우시스는 고객에게 인정받는 시장선도기업이 되기 위하여 LG하우시스 고유의 일하는 문화로 F4 : Focus, Fun, Fair, Fast를 정립하고 실행하고 있습니다.

LG하우시스만의 일하는 문화 'F4'

'F4'는 구성원들이 집중해서 일하면서도 즐겁게, 공정하면서도 빠르게 실행하고 성과를 창출할 수 있는 문화를 만드는 것입니다.

일하는 문화 'F4'를 임직원들이 이해하고 현업에서 실행할 수 있도록 다양한 활동을 실시하였습니다. 사내 부문 별로 'F4' 서비스를 개발하고 개선하도록 하는 '축정활동', 게임과 만화 등을 통한 '홍보활동', 32회에 걸친 워크샵 및 사내 교육과정 내 'F4' 강의를 통한 '이해활동', 회의/보고 지침 홍보, 하우스스 미래를 준비하는 모임, 자발적 학습 동아리 운영 등 현업에서의 '실천활동'으로 나누어 체계적으로 활동하였습니다. 이를 통해 단기간 내 임직원들에게 'F4'가 체화되도록 하였습니다.

조직문화 활동의 Change Agent 'Green Board'와 'We하녀'

LG하우시스는 1백여 명의 사원들로 구성된 '그린보드(Green Board)'와 여성 임직원들의 모임인 'We하녀'를 지속 운영하고 있습니다. 그린보드와 We하녀는 경영진과 구성원간의 커뮤니케이션 역할에서 더 나아가 TA 성공과 'F4' 조직문화 구축을 위한 Change Agent의 역할을 하고 있습니다.

'그린보드'는 특히, 소통분과, 교육분과, 복지분과로 세분화하여 분야별로 활동하고 있습니다. 소통분과는 임직원과 경영진 사이의 소통역할을, 교육분과는 임직원 역량향상을 위한 자체교육과 신규입사자의 조직 적응을 돕기 위한 멘토링 등의 활동을, 복지분과는 임직원들의 애로 사항 및 개선의견을 전달하고 제안하는 역할을 수행하고 있습니다.

'We하녀'는 여성 임직원들의 소통채널로서 긍정적이고 유연한 조직 문화 구축과 임직원 사기진작을 위하여 유명강사 특강, 사랑의 바자회 및 모금활동을 통한 보육원 돕기를 진행하였으며, 가정의 달, 연말 연시에 가족에게 엽서 보내기, 조직 별 스마일맨 지정 등을 실시하였습니다.

또한, '그린보드'와 'We하녀'는 분기 1회 CEO와의 간담회를 통하여 임직원의 이슈 토론 및 고충 해결을 지원하고 조직의 변화를 주도하고 있습니다.





1/2/3. LG하우시스는 임직원들을 위한 소통공간과 프로그램을 제공하며, 구성원들이 즐겁고 집중해서 일할 수 있도록 문화를 조성하고 있습니다.

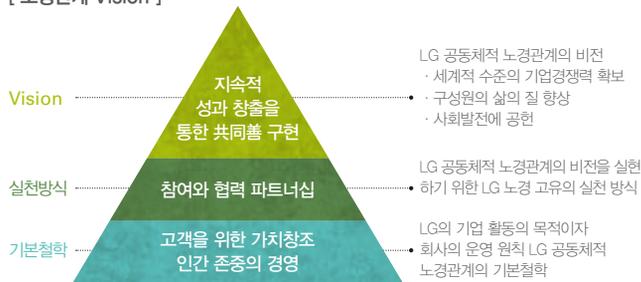
4. LG하우시스는 임직원들을 위한 건강증진 프로그램들을 운영하고 있습니다.

- | | |
|---|---|
| 1 | |
| 2 | 3 |
| 4 | |

공동체적 노경관계

LG하우시스는 참여와 협력의 노경 파트너십을 구축, 실천함으로써 지속적인 성과 창출을 통해 세계적인 기업 경쟁력을 확보하여 구성원의 삶의 질을 향상시키고 있으며, 사회 발전에 공헌하는 공동체적 노경관계 달성을 지향점으로 삼고 있습니다. 이를 위해 기업경영, 작업현장, 단체교섭으로 구성된 기업 고유의 노경관계 3차원 모델을 운영하여 구성원들의 유기적인 참여와 협력을 도모하고 있습니다. 또한 중요한 사업 변동 사항에 대해서는 노동조합과 성실히 협의할 것을 단체협약에 명시하여 노경협력의 기반을 강화하였습니다

[노경관계 Vision]



임직원 인권보호 | 국내법과 ILO(International Labour Organization : 국제노동기구) 규약이 규정하는 결사의 자유 조항을 준수하고 있습니다. 특히 단체협약에 따라 조합원의 신분 변동이나 근로조건 변동이 예상될 경우 조합에 사전 통보하고 충분히 협의하도록 규정하고 있습니다. 2013년 말 기준 현장직 직원의 노동조합 가입률은 98.4%입니다. 또한 강제노동 및 아동노동 금지조항을 준수하고, 임신 중인 여성의 시간 외 근로와 심야근로를 제한하고 있으며, 현재까지 강제노동 및 차별에 관한 위반사항은 없습니다.

노경 커뮤니티 | 수직적 개념의 노사관계가 아닌 수평적 개념, 즉 직원과 경영자가 서로 대등한 입장에서 각자의 역할을 존중하는 참여와 협력의 노경관계를 추구합니다. 임원은 정기적으로 사원과의 대화를, 분기별로는 경영진 간담회를 실시하고 있으며, 매년 사업장별 체육 대회를 통해 조직활성화를 도모하고 있습니다. 또한 분기 1회 노경 협의회를 개최하고 있으며 노경 공동일정 협의, 복지시설 개선·확충, 경영성과 공유, 회사 주요일정 공유와 같은 활동을 지속적으로 전개하고 있습니다.

세 가지 상담제도로 구성원과 마음 소통

LG하우시스는 Fun한 조직문화를 만들기 위하여 구성원간의 상호 이해가 전제되어야 한다는 의미에서 세 가지 상담시스템을 운영하고 있습니다.

EAP 전문상담 | 전문 심리 상담사를 통한 상담 프로그램으로서, 매주 2회 임직원 심리상담을 진행합니다. 심리적 안정과 구성원간의 원활한 소통을 위하여 개인 상담 및 팀 소통 프로그램을 운영하고 있습니다. 상담은 비밀보장을 원칙으로 하며, 이를 위해 인터넷상의 홈페이지, 유선, E-mail을 이용하여 직접 예약 후 상담할 수 있도록 시스템을 운영하고 있습니다.

산업카운슬링 | 업무상 발생하는 문제를 보다 전문적인 커뮤니케이션을 통해 해결하기 위해 산업카운슬링 제도를 운영하고 있습니다. 산업카운슬링 제도는 현업에서 함께 근무하는 동료가 카운슬러가 되어 상담을 진행하는 제도입니다. 산업카운슬러는 6개월 간의 전문교육을 거쳐 현재까지 총 58명이 육성되어 활동하고 있으며, 전문교육은 자기 자신을 이해하는 것을 우선적으로 배우고 타인과의 다름을 인지하는 과정을 통해 공감과 배려를 배우는 프로세스로 진행하고 있습니다.

Happy Talk | 구성원과의 소통과 공감대 형성을 위하여 분기별 1회 이상 팀장과 팀원이 대화를 나누는 상담 제도입니다. 조직 내에서 업무적 대화 뿐만 아니라 정(情)이 오가는 커뮤니케이션이 이루어지도록 장려하고 있습니다.

[2013년도 상담제도 활용 현황 (단위: 건)]

분야	Happy Talk	산업 카운슬링	EAP 전문상담
심리상담	1,526	52	148
직무상담	4,967	65	56
경력상담	933	15	34
합계	7,426	132	238

Employee Health and Safety

보건 및 건강증진

LG하우시스는 임직원의 안전과 보건을 기업의 우선가치로 삼고 이와 관련된 각종 교육, 훈련, 진단을 사업장 별로 실시하고 있습니다.

임직원 안전보건

LG하우시스는 임직원에게 안전한 작업환경을 제공하기 위하여 작업장 안전 확보, 교육 및 홍보, 진단체계 등을 강화하고 있습니다. 그럼에도 불구하고 2013년 재해율이 0.54%로 2012년 대비 0.43%p 증가하였습니다. 작업장의 안전을 확보하고 재해율을 개선하기 위하여 공장별 중점 개선과제에 대한 현장밀착형 진단을 강화하고 있으며, 안전, 작업 환경, 소방, 대기 및 수질 등 안전환경 전 분야에 걸쳐 개선과제를 도출하여 안전문화 구축을 위해서 노력하고 있습니다.

산업안전보건위원회 | 임직원 보건 및 안전과 관련하여 노동조합과 정식 협약을 체결하고 노사 동수가 참여 하는 산업안전보건위원회를 운영하고, 분기 1회 정기적으로 위원회를 개최하고 있습니다. 또한 생산부서 및 사각지역을 중심으로 한 예방활동, 분기 1회 임직원 대표가 참여하는 작업환경 활동 측정 등을 통해 안전보건 이슈를 해결하고자 노력하고 있습니다.

임직원 건강증진 프로그램 | 사업장 별 특성에 따라 건강관리실을 운영하고 임직원 건강관리 및 보건 교육, 건강증진 이벤트 등을 실시하여 질환예방 및 작업환경 개선활동을 펼치고 있습니다. 향후 연령별 운동 프로그램 도입, 건강관리 전문요원 양성, 자율 운동기구 확대 및 보급

등을 통해 질환 예방을 강화하고, 아이디어 제안 인센티브제도 활성화 및 노사합동 자체 실태점검을 강화함으로써 보다 건강하고 행복한 사업장을 실현할 계획입니다.

[산업재해율]



· 산업재해율 : 연간근로자수 100명당 발생하는 재해자 수의 비율
(재해자수 ÷ 근로자수 × 100)

[유소견자 비율]



· 유소견자 : 건강검진 결과 질환이 의심되는 자로서, 산업안전공단 기준에 따른 요관찰자(C등급), 또는 질환자(D등급)

[임직원 건강증진 프로그램 운영 현황]

프로그램	프로그램 내용
유소견자 건강상담 및 보건교육	등급별 건강관리 필요자 관리 · 요관찰자(C등급) : 건강관리계획서 제출 및 부서장 면담, 산업보건의 면담, 건강증진 프로그램 참여 · 질환자(D등급) : 건강관리계획서 제출 및 공장장 면담, 산업보건의 면담, 건강증진 프로그램 참여, 보건교육, 초과근무 제한 건강상담 및 보건교육 · 간호사 현장 방문 건강상담, 산업보건의 건강상담 · 보건교육 : 연 1회(3~4차수)
건강증진 이벤트	· 비만관리 프로그램 : 비만도 및 근육량 관리, 다이어트방법 제공 · 금연 프로그램 : 흡연자 심리 및 건강상담, 금연보조제 제공 · 절주 프로그램 : 잔 안둘리기 캠페인, 음주량 줄이기 운동 등 · 고지혈증 관리 프로그램, 보건소 연계 건강홍보체험 등
Health Care Center 운영	· 사업장별 간호사 상주 근무 · 상시 건강관리 및 상담 진행 · 찾아가는 건강상담 서비스 · 근골격계질환자를 위한 사업장내 물리치료
Health Letter 발행	· 건강에 대한 정보 및 지식 제공 · 금연대상자 : 금연관련 정보 제공
의료비 지원	· 임직원 및 배우자, 자녀에 대한 의료비 지원

고지혈증 관리 프로그램 | 울산공장에서는 2013년 상반기 검진 결과 뇌·심혈관질환의 기초질환인 간장질환, 고지혈증이 전체 유소견자의 67%를 차지하여 뇌·심혈관질환의 예방을 위해 12주 동안 고지혈증 관리 프로그램을 실시하여 간장질환 인원을 19% 감소시킬 수 있었습니다. 또한 2012년부터 실시한 물리치료는 월 평균 50명이 방문하여 꾸준한 치료와 상담을 통해 근골격계질환을 효과적으로 관리하고 있습니다.

프로그램 세부 내용	
대상자 선정 및 개인목표 설정	<ul style="list-style-type: none"> · 1군(고위험군) : D2등급 질환자 등 간장질환, 고지혈증 집중관리 필요 대상자 · 2군(중등도위험군) : 간장질환, 고지혈증 유소견자(C등급)로 관리 필요 대상자 · 3군(저위험군) : 체중조절과 건강관리 희망자
단계별 상담	1:1 상담 <ul style="list-style-type: none"> · 대상 : 고위험군 및 중등도 위험군 중 선별 · 상담자 : 산업보건, 보건관리자 · 주요 내용 : 개인 식습관과 운동방법 제시 및 체지방측정, 혈액검사
	그룹상담 <ul style="list-style-type: none"> · 대상 : 중등도 위험군 및 간장질환, 고지혈증 유소견자 · 상담자 : 공장장(사무직), 실장(현장직) · 주요 내용 : 보건관리자의 건강정보 안내문, 건강관리 계획서 확인
	연계상담 <ul style="list-style-type: none"> · 상담자 : 영양사, 운동처방사, 보건관리자 · 주요 내용 : 식습관 개선을 위한 상담, 식단 및 운동 처방
캠페인	<ul style="list-style-type: none"> · 단계별 교육정보 제공 · 임직원 가족의 참여 유도를 위한 안내문 발송
사후관리 & 피드백	<ul style="list-style-type: none"> · 혈액검사를 통한 개선여부 확인 및 피드백 · 지속적인 건강정보 제공

Product Responsibility

제품책임

LG하우시스는 고객 접점의 과정을 진실의 순간으로 여기며 제품 개발부터 폐기에 이르기까지 전 과정에 걸쳐 고객과 직접 소통할 수 있는 활동을 확대하고 있습니다.

품질과 제품안전성

품질경영

시장 선도를 위한 Global No.1 품질 확보를 위하여 6Sigma를 중심으로 전사적인 품질혁신 활동을 추진하고 있습니다. LG하우시스는 고객이 만족하는 품질경영 운영체계를 확립하고 모든 구성원이 참여하고 실행하는 품질문화를 구축합니다. 고객에게 최고의 가치를 제공하기 위해 고객의 소리(Voice Of Customer, VOC)에 기반을 둔 고객 핵심 품질(Critical To Quality, CTQ) 관리에 집중하며 지속적 품질관리를 위한 통계적 공정 관리(Statistical Process Control, SPC) 체계를 구축하고 있습니다. 품질경영 활동을 통해 지속적으로 제조 경쟁력을 강화하고 고객에게는 최고의 가치를 전달하겠습니다.

고객 핵심 품질 관리 | 품질의 좋고 나쁨은 최종적으로는 고객에게 올바른 가치를 제공하는지 여부에 따라서 평가됩니다. LG하우시스의 품질경영은 고객의 소리에 기반을 둔 고객 핵심 품질 관리에서 시작됩니다.

통계적 공정 관리 | 측정을 통해 얻어진 데이터를 처리하고 이를 정보화·지식화하기 위하여 통계적 분석 과정이 필요합니다. 문제 해결 방법 및 일상적인 품질 관리를 위해 6Sigma 기법을 활용한 통계적 품질 관리 체계를 구축하고 있습니다.

품질 비용 관리 | 지속적인 제조 경쟁력 확보를 위해 품질 비용(Quality Cost) 관리를 하고 있습니다. 경영진의 적극적인 참여를 기반으로 한 실질적인 활동을 통하여 회사의 재무 성과에 기여합니다.

현장품질 감리체계

현장품질 감리체계 | 창호 제품과 장식 제품을 출하 후 시공현장부터 AS관리 등의 현장품질 관리활동을 통하여 고객의 불만요인을 사전에 차단하여 고객만족도를 제고하고 있습니다. 시공관리의 단계별 업무 프로세스를 확립하고 세부 관리항목을 지정하여 고객의 만족을 위한 활동을 진행하고 있습니다.

법규 준수 | LG하우시스는 올바른 제품 정보 전달을 통해 고객의 합리적 소비를 돕고 있으며, 2013년 12월까지 고객의 안전 및 보건 관련 규제, 제품 및 서비스 정보/라벨링 관련 규제를 준수하였습니다.



제품 안전성

제품 개발, 생산, 유통, 폐기에 이르는 전 과정에 걸쳐 고객 및 이해관계자의 건강과 안전, 사회·환경적 영향을 고려하고 있습니다. 또한 원료 협력사 정기진단 및 입고 원료 검수를 통해 제품 내 유해물질의 유입을 원천적으로 차단함으로써 제품 안전성을 확보하고 있습니다.

[Value Chain & 제품 안전성]

Value Chain	고객 및 소비자 건강/안전	사회/환경적 영향
연구개발	<ul style="list-style-type: none"> · 휘발성유기화합물질(Volatile Organic Compounds, VOC) 저감 연구 · 인체무해성 진공단열재 심재 개발 · 자동차원단 내오염, 내구성 강화 연구 · 준불연 수준의 화재 안정성을 확보한 고성능 단열재 개발 	<ul style="list-style-type: none"> · 유기물질 오염방지 표면 코팅제 개발 · 자동차 주행거리 및 연비 향상을 위한 고강도 경량화 복합 소재 개발 · PLA 등 생 분해성 소재를 활용한 벽지, 바닥재, 자동차원단의 탄소 배출 저감 연구 · 에너지 절감 신소재 개발(경량화 플라스틱, 진공단열재)
원재료 수급·사용	<ul style="list-style-type: none"> · 천연소재, 친환경 가스제 및 첨가제, 중금속 최소화 원재료 적용 · 고내구성 자동차원단으로 소재 전환 · 원재료별 MSDS 확보 · 원료 협력사 정기진단 및 입고 원료 검수 	<ul style="list-style-type: none"> · 공장 내 발생 스크랩 원료화로 자원절약 및 재활용 · FSC™(Forest Stewardship Council)인증 베니어 사용
생산	<ul style="list-style-type: none"> · 창호 노출환경에 따른 안전특성 부여 · 실무자 안전을 고려한 창호 검증 및 시험설비 자동화 · 인테리어필름 방염필증 획득 · 표면소재 위생성 및 환경성 국제인증 NSF(National Sanitation Foundation)획득 	<ul style="list-style-type: none"> · 유기용제 방출에 따른 대기방지시설 설치 · 진공단열재 분진물 포집 처리를 위한 집진기 설치 · 불량 부품, 원재료 종류별 분류 철거
보관·출하	<ul style="list-style-type: none"> · 운반작업자 근골격계 보호를 위한 이동식 운반용기 사용 · 창호재 보관 전용 적재설비 구축으로 작업공간 안전확보 · 자동차원단 파레트 벤딩 방식 변경(벤딩 → Wrapping) 	<ul style="list-style-type: none"> · 포장 용기 재활용 · PE WRAP Direct Packing 등 자동차원단/부품 소모성 포장재 사용 억제
사용·A/S·폐기 등	<ul style="list-style-type: none"> · 여단이 창밖 모서리에 어린이 부딪힘 보호캡 적용 · 제품 사용법 및 주의사항 라벨링 · 사내 지정장소에서 폐기물 처리 	<ul style="list-style-type: none"> · 창호, 바닥재, 엘패널(거푸집용 합성 수지판) 기존제품 회수 및 재활용



1. 주부 프로슈머 그룹인 지엔느는 고객의 솔직한 의견과 니즈를 자사에 전달하고, Z:IN의 메시지를 전파하였습니다. 앞으로도 더 많은 소비자들에게 사람과 자연이 더불어 사는 친환경적인 인테리어를 최우선 가치로 생각하는 Z:IN의 메시지를 전파하고 소비자의 마음을 대변할 것입니다.

2/3. Z:IN Square는 B2C마케팅 강화를 위해 오픈한 플래그십 스토어입니다. 인테리어자재 전시 공간 및 디자인 트렌드 공간, 세미나와 강연 룸, 카페 등이 접목된 복합 주거문화 공간으로 꾸며져 있습니다.

4. 행복한 디자인 나눔은 나눔 재능 기부 봉사단을 모집하여 총 5개의 사회 복지 시설 (진관 지역아동센터, 그루터기 지역아동센터, 송일경로당, 신당동 가톨릭 서울형 데이케어센터, 성신 서울형 어린이집)에 환경 디자인 개선을 진행했습니다.

1	2
	3
4	



Customer Satisfaction

고객만족

LG하우시스는 고객의 목소리를 제품 개발과 경영활동에 반영하기 위해 VOC 활동부터 지엔느 활동에 이르기까지 다양한 커뮤니케이션 채널을 운영하고 있습니다.

고객 커뮤니케이션

LG하우시스는 브랜드 경영을 통해 사람과 자연을 생각하며 고객에게 최고의 가치를 제공하고 있습니다.

Z:IN

Brand Meaning | 地人 자연과 인간의 조화로운 가치를 담습니다. 知人 인간에 대한 배려와 사랑을 담습니다.

Brand Slogan | '공간에 대한 긴: 생각'

공간에 대해 더 길:게, 더 깊:게, 더 오:래 생각하여 고객에게 최고의 가치를 제공하고 시장을 선도하는 Z:IN의 기본 철학을 담고 있습니다.

Brands and Z:IN | Z:IN은 LG하우시스의 대표 브랜드입니다. '地人, 자연과 사람' 혹은 '知人, 사람을 알아감'의 의미로, 자연과 사람을 생각하는 인테리이라는 브랜드 철학을 바탕으로 자연과 삶과 예술을 사랑하는 Z:IN 고객을 위한, 고객이 중요하게 생각하는 가치를 판매합니다. 나아가 인테리어 전문가로서 고객의 요구와 필요를 먼저 꿰뚫어 보는 전문적인 기능과 최신의 디자인, 최선의 서비스를 제공합니다.

Z:IN Community | LG하우시스는 Z:IN을 통해 고객과 함께 '자연, 사람, 공간'이라는 기업가치를 전달하고자 다양한 채널을 활용하여 고객과 소통하고 있습니다. 2013년에는 기존의 활동인 프로슈머 지엔느, 예코캠페인 이외에도 Z:IN 블로그, 페이스북, 핀터레스트와 같은 SNS 채널을 오픈하여 고객과 더욱 가깝게 소통할 수 있게 되었습니다.

[Z:IN Communication]

Z:ENNE

지엔느는 2007년부터 운영해 온 국내 건축자재 업계 최초의 주부 프로슈머 그룹입니다. 2014년 8기 지엔느를 포함하여 현재까지 총 180여 명의 지엔느가 Z:IN의 프로슈머로서 컬렉션 개발 활동 및 콘텐츠 제작 등 Z:IN의 다양한 마케팅 활동에 참여했습니다. 실제 제품을 사용하고 있는 고객의 객관적인 평가와 니즈를 제품 기획 단계부터 제조, 마케팅 단계에까지 적용하여 보다 만족도 높은 제품을 제공할 수 있다는 것이 지엔느 운영의 가장 큰 장점입니다.

행복한 디자인 나눔

LG하우시스는 서울디자인센터와 함께 디자인 전공 학생들, 그리고 관련 전문가들을 모집하여 행복한 디자인 나눔을 통한 복지환경 개선 활동을 하고 있습니다.

행복한 디자인 나눔 학교

사회복지, 디자인, 건축, 인테리어 등 전문분야 실무강사진을 구성하여 자원 봉사단을 대상으로 유니버설디자인, 색채심리 및 치유, 벽화제작 기법 등 다양한 강의제공을 하고 있습니다.

행복한 디자인 나눔 자원봉사단 활동

복지시설 현장답사와 지인 전시장 방문 및 자재조사 활동을 하고 있으며, 팀별 복지시설 환경개선 디자인계획 회의와 복지시설 별 프로그램을 진행하고 있습니다.

Z:IN 웹사이트

LG하우시스 Z:IN 제품 정보 및 매장정보 등 토탈 인테리어 서비스를 고객에게 보다 잘 전달하기 위해서 Z:IN 웹사이트(www.z-in.com)가 2013년 새롭게 리뉴얼 되었습니다. 다양한 검색 조건을 적용하여 베스트, 신제품 등의 제품 정보를 편리하게 확인할 수 있습니다. 최신 인테리어 트렌드 정보 제공은 물론, 거실, 아이방 등 공간별 인테리어 디자인을 추천해주며 Z:IN 갤러리를 통해 다양한 시공사례 및 제품 이미지를 볼 수 있도록 구성하여 고객의 편의를 도모하였습니다.

· Z:IN 웹사이트 : <http://www.z-in.com>



Z:IN 블로그/페이스북/핀터레스트

웹사이트에서의 제한된 일방적 커뮤니케이션 방식에서 벗어나 쌍방향 커뮤니케이션이 가능하도록 SNS채널을 오픈하여 고객의 가치를 보다 확실히, 더 깊게 생각할 수 있게 되었습니다. Z:IN 웹사이트 내에 축적된 제품 및 인테리어 관련 콘텐츠를 온라인 상으로 확산시켜 고객에게 한 발 더 가까이 다가가고 있습니다.

- Z:IN 블로그 : http://blog.naver.com/lghausys_zin
- Z:IN 페이스북 : <http://www.facebook.com/LGHausys.Zin>
- Z:IN 핀터레스트 : <http://www.pinterest.com/lghausyszin/>

서비스 개선을 위한 활동(프로세스)

고객만족 활동은 상담단계를 시작으로 AS처리 완료까지 모든 고객의 불만을 해결하기 위하여 VOC시스템을 기반으로 운영하고 있습니다. 운영과정에서 고객의 불만이 고객상담실, 홈페이지, 팩스로 접수되면 24시간 내 지정된 AS담당자가 고객에게 연락하여 제품불만에 대한 기술상담과 함께 AS를 제공하고 있습니다. 또한 해피콜을 통하여 고객만족도를 향상시키고 서비스를 개선해나가고 있습니다. 이와 함께 최근 소비자 시대에 맞게 고객의 소리를 경영활동 전반에 반영하도록 제품개발과 생산현장에 주기적으로 제공하고 있습니다.

서비스 역량 제고 | 고객 접점에서의 서비스 역량 제고를 위하여 표준화된 상담매뉴얼을 바탕으로 균일한 수준의 상담서비스를 제공하고 있으며, 사외전문 교육기관에서 실시하고 있는 CS전문교육을 최소 연 1회 이상 이수하도록하여 고객서비스 수준을 향상시키고 있습니다. 또한, 고객과의 만남이 잦은 AS기사에게는 현장교육위주의 실습과 이론교육, 친절교육을 주기적으로 실시하고 있으며, 현장에서의 문제해결능력 향상과 최상의 서비스제공을 위해서 하자유형별 처리방법 동영상을 활용할 수 있도록 지원하고 있습니다. AS뿐만 아니라 고객불만을 사전에 방지할 수 있는 BS(Before Service)활동을 강화하여 더욱 차별화 된 고객만족 실현에 앞장서고 있습니다.

서비스정보의 수집, 평가, 분석 및 활용체계 | LG하우시스는 포털 사이트를 통해 임직원에게 실시간으로 고객상담 내역, AS정보를 통합 분석한 여러 유형의 보고서를 제공함으로써 고객의 니즈를 제품 개선 및 신제품 개발, 마케팅 정책 수립 등에 적극 반영하고 있습니다.

고객정보보호

LG하우시스는 '정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률'과 '개인정보보호법'에 의거한 다양한 보안 활동(Network 보안, Application 보안, PC 보안, 물리 보안 등)을 통하여 고객이 제공하는 개인정보를 안전하게 보호하고 있습니다. 특히, 업무상 개인정보를 다루는 개인정보 취급자에 대해서는 별도로 개인정보보호 교육을 실시하여 고객 개인정보보호에 대한 임직원의 보안 의식을 고취시키고 있습니다. 또한 정보보호 체계 및 조직 강화 차원에서 전사 차원의 정보보호 정책 및 장기 로드맵을 수립하고, 실행력 강화를 위하여 정보보안조직을 운영하고 있습니다. 이와 같은 기술적 안전 조치, 임직원 캠페인, 사내 정보보안 정책/조직 강화 등을 통해 정보보안 수준을 지속적으로 향상시키기 위해 노력하고 있습니다.



Shared Growth

동반성장

LG하우시스는 협력사와의 공정거래 질서 확립과 상호 경쟁력 제고를 통한 동반성장 추구를 위해 동반성장지원 시스템을 운영하는 등 각종 지원정책을 추진하고 있습니다.

협력회사 지원

동반성장 및 공정거래 협약 체결

LG하우시스는 2008년 11월부터 동반성장 및 하도급 공정거래 협약을 체결하여 하도급법 등 관련 법규 준수 및 협력회사 지원을 꾸준히 실천해 왔으며, 2012년부터 동반성장 지수 평가업체로 편입되어 공정거래위원회와 동반성장위원회로부터 한 해 동안의 동반성장 추진내용에 대한 객관적인 평가를 받고 있습니다. 2013년에는 240개의 1차 협력사와 동반성장 협약을 체결하여 결제수단 개선, 금융지원, 기술보호, 교육지원 등 각종 지원 정책을 통해 상생발전을 추진하였으며, 1차 협력사는 다시 80개의 2차 협력사와 협약을 체결하여 결제기일 개선, 단가조정 정보 알림 등 공정거래 문화 확산을 위한 노력을 함께 실시하였습니다.

동반성장 경영 원칙

LG하우시스는 공정거래를 위한 4대 원칙을 바탕으로 5대 상생지원 체제를 정립하여 동반성장 정책을 일관성 있게 실행해 나가고 있습니다.

공정거래를 위한 4대 원칙

LG하우시스는 대·중소기업간의 공정한 하도급거래질서 확립과 상생 협력 기반조성을 위해 공정거래위원회에서 제시한 가이드라인을 구매 규정 등에 반영하고 공정거래를 위한 원칙으로 삼고 있습니다.

[공정거래 4대 원칙]

원칙	내용
1	공정한 계약 체결 서면계약을 반드시 체결하고 원자재가격 상승, 환율 변동, 물가인상 요소 반영 등 합리적인 단가 산정방식에 의한 납품단가의 조정방법 및 절차를 준수합니다.
2	공정한 협력회사 선정 및 운영 협력업체 등록과 취소에 관한 기준을 따르고 절차의 객관성 및 투명성을 보장합니다.
3	불공정한 거래의 사전 예방 자율적인 불공정 행위 예방과 감시를 위해 내부심의 기구를 설치하여 운영합니다.
4	서면 발급 및 보존 계약서, 목적물 수령 증명서, 계약서변경내용 통지서 등 법에서 규정된 7대 서면을 발급하고 보존하고 있습니다.

[동반성장 경영원칙]



- 공정한 계약 체결
- 공정한 협력회사 선정 및 운영
- 불공정한 거래의 사전 예방
- 서면 발급 및 보존



- 금융지원
- 대금지급조건 개선
- 품질·기술개발 지원
- 인력 교육 지원
- 경영 지원

5대 상생지원 과제

금융지원 | LG하우시스는 협력사가 저리로 자금을 융통할 수 있도록 네트워크론, 패밀리론, 상생펀드 등을 운영하고 있으며 2013년 운영 규모는 약 180억 원으로 54개 협력사가 지원을 받았으며, 보다 많은 협력사가 금융 혜택을 받을 수 있도록 지원 방법도 다양화하고 규모도 확대할 계획입니다.

대금지급개선 | 당사의 자금 집행 기준에 따르면 3백만 원 미만은 현금을 지급하고 3백만 원 이상인 경우는 전자어음을 지급하도록 되어 있지만, 협력사의 경영활동에 도움이 되도록 현금 결제 비율을 대폭 확대하였습니다. 자금 집행 기준 외 2012년 현금결제액은 385억 원 수준이었으나, 2013년에는 1,171억 원 증가한 1,556억 원을 현금으로 지급하여 협력사의 경쟁력 확보에 기여하였습니다.

품질·기술개발 지원 | LG하우시스는 에너지 절감을 위한 설비투자 지원, 생산성 향상 및 품질 안정화 지원, 설비개선을 통한 제품 신뢰성과 경쟁력 확보 지원, 생산 안정화 지원, 시스템 인프라 지원 등에 약 20억 원을 투자하였으며, 55명의 기술인력과 품질전문가를 23개사에 파견하여 생산성 향상과 공정개선, 품질관리를 지원하게 하여 협력사 품질과 기술 향상을 위해 노력하였습니다. 또한 협력사의 기술 보호를 위해 공동특허 출원과 기술임치제를 적극 활용하고 있습니다.

인력·교육 지원 | 2013년에도 협력사 임직원 역량 강화를 위해 FTA 원산지 관리 교육이나 환경안전교육, 품질교육 등을 지속 실시하였고, 특히 협력사 임직원 204명을 대상으로 3차수에 걸쳐서 LG인화원에 교육을 위탁하여 협력사 니즈에 적합한 경영일반, 전문직무를 중심으로 온라인 교육을 실시하였습니다. 고용 지원을 위해서는 고용노동부 주관으로 전경련이 주최한 2013년 중장년 채용한마당 행사에 협력업체에 부스를 지원하여 브랜드 파워를 이용한 직원 채용의 기회를 마련하였습니다.

경영지원 | ① **가격 연동제 및 사급제** : 원자재 가격이 환율 및 시황에 따라 수시로 변동하는 경우 평균환율이나 시황을 적용하여 단가에 반영하고 있으며, PVC, 가소제 등 주요 화학원료부터 철판, 유리 등 건축 원자재까지 다양한 품목을 대상으로 사급제도를 운영함으로써, 많은 협력사가 원자재 가격 변동에 따른 위험 없이 납품 단가를 현실화할 수 있도록 하였습니다. 2013년의 사급액 규모는 약 5,500억 원이며, 사급 운영 품목과 대상업체를 확대하여 더욱 공고한 동반성장 관계를 구축하도록 하겠습니다.

② **협력사 분과위원회 등 교류활동 지원** : 공장별로 분과위원회를 통해 사업환경, 주요 원재료 시황 등 사업에 민감한 영향을 끼치는 이슈를 공유하고 있으며 CEO와 구매담당은 협력회 간담회 참석 및 협력사 방문을 통하여 애로사항을 청취하고 경영활동에 반영하고 있습니다. 2013년에는 총 6회의 협력회 행사를 실시하였으며 182개사 210명의 협력사 임원이 참석하여 교류활동을 진행하였습니다.

③ 그 외에도 우수 협력사 포상, 상계 유예를 통한 협력사 재무구조 개선, 외부 신용평가 전문가를 통한 재무구조 정밀 평가, FTA 원산지 관리 컨설팅 등 다방면의 경영지원 활동을 실시하고 있습니다.

공정거래

LG하우시스는 '평등한 기회 제공, 공정한 거래절차 확립, 상호 발전의 추구'라는 공정거래 원칙에 따라 공정거래 자율준수 프로그램을 운용하고, 이에 따른 사내점검 및 관련법규 교육 등을 실시하고 있습니다

공정거래 자율준수 프로그램(Compliance Program)

정도경영 및 공정거래 의지를 다지고자 LG화학에서 분할한 이후 2010년에 LG하우시스의 이름으로 공정거래 자율준수 프로그램을 새롭게 도입하고 CEO의 공정거래 자율준수 의지 천명과 함께 공정거래위원회에서 권장하는 공정거래 자율준수 프로그램 운용기업으로 등록하였습니다.

[주요 프로그램]

프로그램	내용
사내점검	주요 사업부 및 사업장 대상 공정거래 점검 실시
법규교육	임직원 공정거래 의식 고취 및 공정거래 문화 전파를 위한 공정거래 매뉴얼 및 교재 보급, 사내·외 정기 교육 실시
사전검토	기획, 영업, 마케팅, 구매, 재무 등 전 사업영역에 걸쳐 경쟁법규 위반 발생 방지를 위하여 사업 시행 전 사내 공정거래 전문가의 검토 실시
하도급거래 내부심의	협력사와의 거래에 있어 불공정 하도급거래 행위 발생 예방 및 감시시스템 구축을 위하여 구매담당을 포함하는 '하도급거래 내부심의위원회' 설치·운영

* 공정거래 자율준수 프로그램 : 공정거래 관련 법규를 회사가 스스로 준수하기 위해 운영하는 내부 준법 시스템으로 임직원들에게 교육을 통한 공정거래의 행동기준을 제시함으로써 법 위반을 사전에 예방하고 정기적인 내부점검을 통해 법 위반 여부를 조기에 발견하고 바로잡는 활동입니다.

공정거래 운영 조직 | 공정거래 자율준수 프로그램은 임원급 공정거래 자율준수 관리자 산하의 실무팀이 전담하여 운영하고 있습니다. 또한 중소 협력사들과의 하도급거래에 있어 공정성을 기하기 위해 하도급거래 내부심의위원회를 설치·운영하여 일정 규모 이상의 하도급거래는 사전 심의를 통해 그 적법성을 검토하여 하도급법 위반을 예방하고 있습니다.

공정거래 프로그램 운영 성과

매년 사업부 및 사업장을 대상으로 공정거래 및 하도급에 대한 교육 및 점검을 실시하고 있습니다. 2009년부터 카르텔(담합) 예방에 중점을 두고 영업분야 사내 교육 및 점검을 전개하여 2010년 상반기에는 공정거래 협약 이행평가결과 우수등급을 수여하는 성과를 거두기도 하였습니다. 2011년에는 사업부 팀장과 구매 담당자를 대상으로 각각 카르텔 전문교육, 하도급 전문교육을 실시하였습니다. 이러한 노력에도 불구하고 2011년 벽지담합사건으로 공정거래위원회로부터 과징금 437백만 원을 처분 받아 납부하였습니다. 현재는 공정거래위원회 시정명령 및 과징금 부과처분에 대한 취소소송을 제기하여 진행 중에 있습니다. 이와 같은 사건이 재발하지 않도록 2012년에 이어 2013년에도 CEO가 전 임직원을 대상으로 하는 카르텔 예방 교육을 실시하였으며, 특히 2013년에는 영업마케팅 과정과 직급별 집체 교육을 통해 대리점 불공정거래 예방교육을 집중 실시하는 등 공정거래 및 하도급 교육을 지속적으로 강화하고 있습니다.

[공정거래 프로그램 운영 실적]

년도	실적	내용
2011	13회	· 사업부 팀장 카르텔 전문교육 · 구매 담당자 하도급 전문교육
2012	18회	· 카르텔 예방을 위한 CEO 직접교육 및 임직원 대상 메시지 발송 · 사업부 및 직급별 온오프라인 카르텔 예방교육 · 구매 담당자 하도급 전문교육
2013	15회	· 카르텔 예방을 위한 CEO 직접교육 및 임직원 대상 메시지 2회 발송 · 직급별 카르텔 및 불공정거래 예방교육 · 구매 담당자 하도급 전문교육



1/2 독도 천연보호구역 지킴이는 독도의 자연환경을 보존하고 공간을 개선하는 활동이며, 대학생들 대상으로 독도 체험 프로그램을 제공하고 있습니다.

3/4 LG하우시스는 미래의 주역인 청소년의 꿈과 희망을 후원하고자 청소년 대상 공용 공간을 당사의 특화된 제품·시공·디자인 역량으로 개선하는 행복한 공간 만들기 사업을 지속적으로 진행하고 있습니다.

1	
2	
3	4



Social Contribution

사회공헌

자연과 사람의 공간에 대한 사회적 기여를 목표로 인적·물적 역량을 바탕으로 LG하우시스만의 차별화된 사회공헌 활동을 펼치고 있습니다.

[사회공헌 활동]

LG하우시스 사회공헌 활동 추진체계

“자연과 사람의 공간에 행복한 변화를 가져오는 사회공헌 활동”



지역사회 투자비용 (단위 : 백만 원)



독도 천연보호구역 지킴이

LG하우시스는 2008년부터 독도 천연보호구역을 보호하는 문화재 지킴이로서 Green 독도 공간 가꾸기 사업과 독도사랑 청년캠프를 운영하고 있습니다.

Green 독도 공간 가꾸기

우리 고유의 영토인 천연보호구역 독도의 아름다운 자연환경을 보존 하면서 동시에 독도에서 생활하고 계신 분들의 삶의 질 향상을 위하여 경비대, 등대, 독도관리사무소 및 독도주민의 주거/업무공간을 개선하고 안전시설을 확충하는 활동입니다. 2013년에는 당사 바닥재 및 벽지를 활용하여 독도경비대 상황실/작전실과 울릉경비대 관사를 개보수했고, 고강도 합성목재 'WOOZEN'으로 순찰로 안전펜스 개보수 작업을 완료하였습니다.

[독도 천연보호구역 지킴이 사업내용]

구분	Green 독도 공간 가꾸기	독도사랑 청년캠프
2013	<ul style="list-style-type: none"> · 독도경비대 상황실/작전실 바닥재, 벽지 교체 · 울릉경비대 관사 바닥재, 벽지 교체 : 본부/천부/간령 관사 · 독도등대/독도관리사무소 비품 지원 · 독도전시관 영상시설 지원 · 순찰로 안전펜스 보수 및 추가 설치 	<ul style="list-style-type: none"> · 독도사랑 청년지킴이 4기 · 독도사랑 실천과제 수행 : 독도 상징 우산/부채 제작, 독도 바로알기 달력 제작, 유아용 독도 소개 UCC 제작 · 울릉/독도경비대 방문 · 천연기념물센터 독도관 견학 및 특강 · 울릉/독도지역 생태체험 트레킹 실시
2012	<ul style="list-style-type: none"> · 독도 경비대 작전실/게스트룸 바닥재, 벽지 교체 · 탈의실 개보수 및 가구 설치 · 순찰로 안전펜스 보수 및 추가 설치 	<ul style="list-style-type: none"> · 독도사랑 청년지킴이 3기 · 일일 독도 지킴이 체험 · 독도사랑 실천과제 수행 : 독도 바로알기 게임 제작, 독도 상징 티셔츠 제작, 위대한 등불 독도 연등 제작 · 독도경비대 위문의 밤 · 독도 환경정화 활동 · 울릉/독도지역 생태체험 트레킹 실시
2011	<ul style="list-style-type: none"> · 독도 경비대 주방/식당 바닥재 교체 및 공조시스템 개선 · 독도 등대 에어컨 설치 · 독도 주민 숙소 내장재 지원 · 순찰로 안전펜스 보수 및 추가 설치 	<ul style="list-style-type: none"> · 독도사랑 청년지킴이 2기 · 독도사랑 실천과제 수행 : 손도장태극기 제작, 독도는 우리땅 UCC 제작 · 독도경비대 위문의 밤 · 울릉/독도지역 생태체험 아영실시
2010	<ul style="list-style-type: none"> · 독도 경비대 내무반 바닥재, 벽지 교체 · 순찰로 안전펜스 보수 및 추가 설치 · 차양막 설치 	<ul style="list-style-type: none"> · 독도사랑 청년지킴이 1기 · 독도사랑 실천과제 수행 : 독도 축소모형 제작, 독도사랑 UCC 제작 · 독도경비대 위문의 밤 · 독도 환경정화 활동

독도사랑 청년캠프

독도에 대한 이해도를 높이고, 독도사랑을 실천할 미래세대를 양성 하고자 기획된 독도사랑 청년캠프는 대학생들을 대상으로 독도 방문 체험, 독도 지킴이 만남의 시간, 전문가 특강, 독도사랑 실천과제 수행, 자연탐방 트레킹 등 독도를 직/간접적으로 체험할 수 있는 다양한 프로그램을 제공하고 있습니다. 지난 4년간 80여 명의 대학생이 참여 하였으며, 우리 섬 독도의 소중함을 느끼고 널리 알리는 활동을 지속적으로 수행하였습니다.

행복한 공간 만들기

LG하우시스는 미래의 주역인 청소년의 꿈과 희망을 후원하고자 청소년 대상 공용공간을 당사의 특화된 제품·시공·디자인 역량으로 개선하는 행복한 공간 만들기 사업을 지속적으로 진행하고 있습니다.

1호점(일산 홀트 아동복지타운, 2009) 실시 이래로 11호점(옥산 지역 아동센터, 2013) 까지 진행된 행복한 공간 만들기 사업은 시설 노후화로 어려움을 겪고 있는 시설에 당사 제품(창호재, 바닥재, 장식재)을 무상으로 교체 시공하는 것은 물론, 효율적인 공간활용을 위한 공간 컨설팅과 벽화 그리기 등의 이벤트 활동을 병행하여 시설을 이용하는 청소년들과 운영자로부터 큰 호응을 얻고 있습니다. 한편, 2010년부터 2년동안 전국지역아동센터협의회와 공동으로 행복한 공간 만들기를 진행하여 27개소의 시설을 개선하기도 하였습니다.

더불어 2010년에는 고객들과 함께 수혜시설 청소년을 대상으로 미술 교실을 여는 재능기부형 프로보노 활동을 실시하였고, 2012년에는 대학생 봉사단체와 벽화그리기 활동을 함께 진행하였습니다. 또 2013년에는 당사 전문 디자이너들이 참여한 하우스 미술교실을 실시하는 등 나눔의 기쁨을 고객, 임직원들과 함께하고 있습니다. 누구나 행복한 세상을 위하여, 보이지 않는 곳까지 찾아가 도움을 손길을 뻗을 수 있는 LG하우시스가 되겠습니다.

행복한 디자인 나눔 캠페인

LG하우시스는 희망과 행복을 담을 수 있는 공간을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

LG하우시스는 Z:IN 친환경 공간나눔 캠페인을 지속적으로 진행하고 있습니다. 2011년 연예인 자원봉사단체인 100인 이사회와 사회복지 시설 및 낙후지역에 친환경 주거 환경을 선사하는 활동들을 진행한 이후, 서울특별시 산하 재단법인 서울디자인센터와 '나눔 협약식'을 갖고 낙후지역과 후원가정에 친환경 인테리어 자재, 전문가의 인테리어 컨설팅을 지원하는 '행복한 디자인 나눔' 활동을 이어갔습니다. 2013년에는 디자인, 건축 전공 대학생들과 각계 전문가로 구성된 디자인 나눔 봉사단을 구성하여 디자인 재능 기부 활동을 통한 복지시설에 대한 환경개선 활동으로 나눔의 가치를 높이고 있습니다.

[행복한 공간 만들기 사업 활동]

2009	2010	2011	2012	2013
<ul style="list-style-type: none"> · 1호점 일산 홀트 아동복지타운 · 2호점 천호 지역아동센터 	<ul style="list-style-type: none"> · 3호점 동산 지역아동센터 · 4호점 영등포 사회복지관 	<ul style="list-style-type: none"> · 5호점 분당 초원아카데미 	<ul style="list-style-type: none"> · 6호점 청운보육원 · 7호점 귀곡 지역아동센터 · 8호점 가경 지역아동센터 	<ul style="list-style-type: none"> · 9호점 울산남구 종합사회복지관 부설 지역아동센터 · 10호점 들꽃 청소년세상 센터 · 11호점 옥산 지역아동센터
<ul style="list-style-type: none"> · 바닥재, 벽지 교체 · 벽화 그리기 · PC 및 가구 지원 · 임직원 단체 봉사활동 	<ul style="list-style-type: none"> · 바닥재, 벽지 교체 · 공간 컨설팅 · 고객 참여 프로보노 활동 	<ul style="list-style-type: none"> · 바닥재, 벽지 교체 	<ul style="list-style-type: none"> · 바닥재, 벽지 교체 · 벽화 그리기 활동 · PC 및 가구 지원 · 문화행사 단체관람 	<ul style="list-style-type: none"> · 창호, 바닥재, 벽지 교체, 비품 지원 · Lay-out 공간 컨설팅 · 하우스 미술교실 실시 (디자인센터 임직원 참여) · 문화행사 단체관람

지역사회공헌 활동

LG하우시스는 지역사회의 균형적 발전과 환경보호를 위하여 지역 밀착형 사회공헌 활동을 펼치고 있습니다.

환경보호 활동

울산공장은 울산광역시 산하 클린울산추진단과 연계하여 매월 공장 인근 대운산 및 회야강에 대한 1사 1산 1하천 정화 활동을 실시하고 있습니다. 2012년에는 1사 1산 1하천 활동으로 울산광역시장 표창을 수상하였습니다. 또한, 매년 공장 내 환경지표식물 및 환경정화수를 식재하여 생산활동이 대기환경에 미치는 영향을 최소화 하기 위해 노력하고 있으며, 수생태계에 미치는 영향 파악을 위해 자발적으로 인근 회야강에 총 13개의 지점을 선정하여 6개 항목에 대한 수질검사를 실시하고 있습니다.

청주공장은 금강유역 환경청과 연계하여 지역 내 하천인 미호천 살리기 MOU 체결 및 자연정화 활동, 수생식 물 식재 행사를 진행하였고, 그린스타트 운동 참여 업무 협약을 체결하여 온실가스 감축에 힘쓰고 있습니다. 이 밖에도 지방자치단체와 연계하여 지역 내 자연정화 활동에 지속적인 관심과 노력을 기울이고 있습니다

지역 밀착형 사회공헌 활동

울산공장은 임직원들의 자발적인 봉사기금 조성 및 사내 봉사 동호회 (참사랑 봉사회)활동을 바탕으로 사업장 인근 독거노인, 소년소녀가장, 장애인과 사회단체에 생활비, 학자금, 물품 후원 및 울산사회복지 공동 모금회 지정기탁을 실시하고 있습니다. 더불어 LG복지재단과 연계하여 어려운 이웃의 주거환경을 개선하는 '따뜻한 집 만들기' 사업과 노인복지시설을 대상으로 물품 지원 및 임직원 참여 봉사활동을 실시하는 '사랑의 품앗이' 사업을 지속적으로 수행하고 있습니다.

청주공장 또한 임직원들이 성금을 모금하여 예텐원 및 초록우산 어린이 재단에 등록된 불우아동을 후원하고 있으며 사내 동호회를 중심으로 미호천 등 환경정화 활동을 실시하여 지역사회에 공헌하고 있습니다. 이 밖에도 노경합동으로 '사랑의 연탄배달', '사랑의 김치배달' 등 지역내 독거노인, 소년소녀 가장 등 소외된 이웃을 위한 임직원 참여형 사회공헌 활동을 활발히 진행하고 있습니다.

Data Summary

데이터 요약

Financial Information

[손익계산서 (단위 : 백만 원)]

구분	2011	2012	2013
매출액	2,445,414	2,451,083	2,676,952
매출원가	1,958,792	1,923,078	2,062,076
매출총이익	486,622	528,005	614,876
판매비	415,443	471,370	500,288
영업이익	71,179	56,635	114,588
영업외손익	△ 7,779	△ 4,239	△ 22,371
법인세비용차감전계속 사업이익	63,400	52,397	92,217
법인세비용	12,973	13,505	19,500
중단사업손익	△ 4,116	△ 10,369	△ 419
당기순이익	46,311	28,523	72,298

[대차대조표 (단위 : 백만 원)]

구분	2011	2012	2013
유동자산	1,105,150	900,197	945,827
매출채권	437,931	418,163	458,083
재고자산	207,274	195,801	234,007
비유동자산	815,813	873,511	957,007
유형자산	725,035	774,610	869,800
매각예정자산	21,521	4,326	49,254
자산총계	1,942,483	1,778,034	1,952,089
유동부채	892,666	673,686	820,309
비유동부채	327,541	377,827	348,840
부채총계	1,220,207	1,051,513	1,169,150
지배기업소유주지분	721,464	721,000	778,358
자본금	50,000	50,000	50,000
자본잉여금	618,187	618,208	618,208
기타자본항목	△ 8,188	△ 8,188	△ 8,188
기타포괄손익누계액	△ 10,910	△ 18,808	△ 18,713
이익잉여금	72,376	79,788	137,051
비지배지분	810	5,521	4,582
자본총계	722,275	726,520	782,939
부채 및 자본총계	1,942,481	1,778,034	1,952,089

* △는 (-)의 수치임.

Environmental Information

[주요 원료사용량 (단위 : ton)]

구분	2011	2012	2013
PVC	135,236	120,260	129,762
탄석	76,673	69,197	77,005
가소제	36,891	31,343	29,336
MMA	12,793	11,924	16,131
Total	261,593	232,724	252,234

[에너지 사용량 (단위 : TJ)]

구분	2011	2012	2013
직접에너지 사용량	1,017.8	965.3	922.7
LNG	980.7	930.3	890.4
경유	16.6	16.2	10.2
휘발유	0.7	0.6	1.8
기타	19.8	18.6	20.6
간접에너지 사용량	1,885.5	1,719.7	1,634.4
전기	1,610.6	1,527.6	1,445.1
스팀	274.8	192.2	189.3

[각 사업장 별 환경데이터]

		단위	청주			울산		
			2011	2012	2013	2011	2012	2013
에너지 사용량	직접에너지	TJ	51	40	46	967	926	877
	간접에너지	TJ	841	696	713	1,045	1,023	921
	총 에너지 사용량	TJ	892	736	759	2,012	1,949	1,798
용수사용량		ton	241,821	110,271	93,238	557,649	564,435	721,708
온실가스 배출량	Scope1	tCO ₂ eq	2,612	2,040	2,332	49,896	47,676	45,181
	Scope2	tCO ₂ eq	37,635	30,210	31,107	54,115	49,703	44,738
	총배출량	tCO ₂ eq	40,247	32,250	33,439	104,024	97,379	89,919
대기오염 배출량	Nox	ton	RTO에서 일부 방출되거나 RTO가 방지시설 면제를 받아 측정하지 않음			79.00	61.63	62.13
폐수배출량	폐수량	m ³	1,216	1,313	1,107	53,849	51,664	52,897
	BOD	ton	0.013	0.009	0.010	0.200	0.083	0.143
	COD	ton	0.011	0.011	0.011	1.570	1.653	1.513
	SS	ton	0.019	0.028	0.018	0.392	0.300	0.280
폐기물 배출량	일반 폐기물	ton	15,644	11,604	12,364	15,270	17,618	18,631
	지정폐기물	ton	329	308	395	677	645	560
	재활용량	ton	14,651	10,530	11,421	14,032	16,245	16,075
	재활용률	%	91.7	88.4	89.5	88.0	88.9	83.9

Independent Assurance Statement

제3자 검증의견서

LG하우시스 이해관계자 귀중 한국생산성본부(이하 '검증인')는 LG하우시스로부터 'LG하우시스 지속가능경영보고서 2014(이하 '보고서')'에 대한 제3자 검증을 요청 받아 다음과 같이 검증의견을 제출합니다.

책임과 독립성 본 보고서에 기술된 정보와 의견에 대한 책임은 전적으로 LG하우시스에 있습니다. 본 검증인은 보고서에 대한 검증의견에 대해 책임지며, 독립된 검증기관으로서 본 보고서의 작성에 일절 참여하지 않았으며 독립성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않습니다.

검증 기준 본 검증은 AA1000AS(2008) 검증표준을 기준으로 Type 1 검증유형과 Moderate 검증수준에 맞추어 수행하였습니다. AA1000APS(2008) 검증원칙에 따라 포괄성, 중요성, 대응성의 원칙에 대한 적합성 여부를 확인하였으며, 보고 내용이 GRI G3.1 Guideline 기준을 준수하였는지 확인하였습니다.

제한 사항 본 검증은 상기의 검증기준에 따라 2013년도 성과에 대하여 검증을 실시하였습니다. 재무 성과의 경우 회계감사 기관의 감사를 받은 재무 정보가 맞게 반영되었는지 확인하였으며 재무 성과 자체의 신뢰성에 대한 확인은 이번 보고서 검증에 포함되지 않습니다. 또한 현장검증은 본사에 대해 제한적으로 실시하였습니다.

검증 방법 본 검증은 다음과 같은 방법을 통해 보고서에 대한 검증을 진행하였습니다.

- 1 GRI G3.1 Guideline의 각 지표(Indicator)에 대한 보고율과 기술방식을 점검함으로써 GRI Application level A 요구사항에 대한 충족 여부를 확인하였습니다.
- 2 GRI G3.1 Guideline을 기준으로 보고 내용 및 품질에 대한 원칙의 준수 여부를 확인하였습니다.
- 3 미디어리서치 및 벤치마킹분석을 통해 본 보고서에서 다루어진 주요 이슈의 선정 및 기술 내용의 적절성을 점검하였습니다.
- 4 보고서 내에 기술된 내용의 적합성과 표현상의 오류를 다른 출처와의 비교 분석 등을 통해 점검하였습니다.
- 5 본사에 대한 현장검증을 통해 주요 데이터 및 정보에 대한 근거를 확인하고 내부 프로세스 및 시스템을 확인하였습니다.

검증 결과 검증인은 본 보고서가 LG하우시스의 지속가능경영 활동 및 성과를 성실하고 공정하게 반영하고 있음을 확인하였습니다. 또한 본 검증을 통해 LG하우시스에서 자체적으로 선언한 GRI Application level A 수준에 대한 요건을 충족하는 것으로 확인하였습니다. 그리고, AA1000(2008)의 포괄성, 중대성, 대응성 원칙에 따른 검증 결과는 다음과 같습니다.

- 1 포괄성(Inclusivity) : 이해관계자 참여결과 반영**
포괄성 원칙이란 조직이 지속가능성에 대해 책임 있고 전략적인 대응 방식을 개발하고 달성하는 과정에서 이해관계자를 참여시켜야 한다는 원칙입니다. LG하우시스는 주요 이해관계자들이 관심을 가지고 있는 경영 이슈들이 무엇인지 파악하고 있으며, 각 이슈들은 다양한 채널들을 통해 커뮤니케이션 하고 있는 것을 확인할 수 있었습니다. 또한 파악된 이슈들을 경영활동에 반영하는 활동과 이슈들에 대한 대응 활동을 지속가능경영보고서 및 홈페이지를 통해 공유하고 있었습니다.
- 2 중대성(Materiality) : 핵심이슈의 선정 및 보고**
중대성 원칙이란 조직과 조직을 둘러싼 주요 이해관계자에게 관련성이 있고 중요한 이슈를 결정해야 한다는 원칙입니다. 본 검증인은 LG하우시스가 미디어, 벤치마킹, 인터뷰, 내부문서 검토, 이해관계자 의견 수렴 등을 통해 다양한 이슈를 검토하고 핵심이슈를 선정하고 있음을 확인하였습니다. 이러한 과정에서 나타난 핵심이슈들에 대해서는 경제, 사회, 환경으로 분류하여 보고서에 제시하고 있었습니다.

3 대응성(Responsiveness) : 이슈에 대한 조직의 대응

대응성 원칙이란, 조직은 이해관계자의 성과에 영향을 미칠 수 있는 이슈에 대응해야 한다는 원칙입니다. 이번 보고서를 통해 각 이슈들에 대한 경영 원칙과 성과들을 제시하였으며, 향후 목표에 대해 보고함으로써 LG하우시스가 어떻게 각 이슈들을 대응하고 있는지를 알 수 있게 하였습니다. 향후 각 이슈들에 대한 배경 및 필요성 등을 보고한다면 이해관계자들은 LG하우시스의 지속가능경영 활동에 대해 보다 잘 이해할 수 있을 것입니다.

개선을 위한 제언

본 검증인은 LG하우시스의 지속가능성 제고를 위한 다양한 노력과 성과를 높이 평가하며, 향후 보고서 발간 및 지속가능경영 수준 향상을 위해 다음의 내용을 제언하는 바입니다.

- 1 중대성 평가를 통해 확인된 핵심 이슈들이 어떤 이해관계자에게 중요한 영향을 미치는지를 확인하여 보고할 필요가 있습니다. 이는 이해관계자들에게 LG하우시스의 지속가능경영 추진 활동에 대한 이해를 높일 수 있으며 장기적 관점에서 지속가능경영을 어떻게 추진해야 하는지에 대한 방향성을 제시할 수 있을 것입니다.
- 2 중요 이슈들에 대해서는 보고 년도에 특별하게 고려되거나 검토된 부분을 강조하여 보고하는 것이 좋습니다. 이를 통해 LG하우시스의 지속가능경영 활동이 경영환경에 따라 변화 및 발전되고 있음을 이해관계자들은 확인할 수 있을 것입니다.
- 3 핵심적으로 관리하고 있는 이슈들에 대한 목표 달성을 보고할 필요가 있습니다. 이번 보고서를 통해 제시한 2014 Goal에 대해 LG하우시스가 어떤 성과를 달성하였는지 보고할 수 있다면 지속가능경영에 대한 성과관리가 가능해 질 것입니다.



2014년 05월 한국생산성본부	회장 진홍 <i>진홍</i>	센터장 김동수 <i>D.S. Kim</i>	팀장 이양호 <i>이양호</i>	전문위원 오범택 <i>Kasey</i>
----------------------	---------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

한국생산성본부 지속가능경영센터는 이해관계자 참여 및 검증 글로벌 국제 표준 AA1000 제정 기관인 Accountability사로 부터 공시 인증을 받은 검증기관으로서 단독 검증을 수행할 수 있는 자격을 지니고 있습니다. 또한, 검증위원단의 경우, 지속가능경영 자문 및 검증에서 경험을 쌓고 전문교육을 이수한 전문가들로 구성되어 있습니다.

GRI G3.1 Index

Appendix

GRI G3.1 대조표

● 전체보고 ● 부분보고 ○ 미보고 N/A 해당사항 없음

성과지표	GRI 공시 요구항목	보고수준	Page
프로필 공시			
전략 및 분석	1.1 최고의사결정권자가 보고조직, 전략과 지속가능성의 연관성을 밝힌 선언문	●	4~5
	1.2 조직과 지속가능성 주요 영향, 위험 요인과 기회	●	4~5, 25
조직 프로필	2.1 조직명칭	●	8~9
	2.2 대표브랜드, 제품과 서비스	●	12~17
	2.3 주요 사업부서 등	●	8~9
	2.4 본사/본부 소재지	●	8~9
	2.5 해외사업장 위치, 주요 사업장 등	●	8~9
	2.6 소유 구조 특성과 법적 형태	●	30
	2.7 대상시장	●	8~9
	2.8 조직 규모	●	8~9
	2.9 규모, 구조 또는 소유구조상 중대 변화	●	8~9
	2.10 보고 기간 중 수상내역	●	82
보고매개변수	3.1 보고 대상 기간	●	표지내지
	3.2 최근 보고서 일자	●	표지내지
	3.3 보고 주기	●	표지내지
	3.4 보고서 관련 내용 문의처	●	표지내지
	3.5 보고 내용 정의 프로세스	●	34~37
	3.6 보고 경계	●	표지내지
	3.7 보고 범위 또는 보고 경계상의 제한사항	●	표지내지
	3.8 조직간 비교가능성에 영향을 줄 수 있는 보고 기준 (합작회사, 자회사 등)	●	표지내지
	3.9 정보수집 과정의 가정과 데이터 측정기법과 계산기준	●	표지내지
	3.10 이전보고서에 제시된 정보의 재기술 효과와 그 사유	●	표지내지
	3.11 이전 보고기간 대비 범위, 경계 또는 측정방식 상의 큰 변화	●	표지내지
	3.12 GRI 대조표	●	78~81
3.13 외부검증 관련 정책과 활동/ 검증범위와기준	●	표지내지, 76~77	
지배구조, 책임, 참여	4.1 조직 지배구조	●	30~31
	4.2 이사회 의장의 임원 겸직여부	●	30~31
	4.3 일원화된 이사회의 경우, 사외이사 혹은 독립이사의 수	●	30~31
	4.4 이사회에 대한 주주와 직원의 의견반영 매커니즘	●	30~31
	4.5 이사회 구성원 등에 대한 보상과 조직 성과간의 관계	●	30~31
	4.6 이사회 내의 이해관계 상의 충돌 방지를 위한 프로세스	●	30~31
	4.7 경제/사회/환경 전략을 보조하기 위한 이사자격과 전문성 기준, 결정 프로세스	●	30~31
	4.8 경제/사회/환경 성과, 활동과 관련한 미션/핵심가치 진술문, 행동강령, 원칙	●	10~11, 28~29
	4.9 이사회가 경제/환경/사회 성과 파악과 관리를 관장하는 절차	●	30~31
	4.10 이사회 자체의 성과 평가 프로세스 (경제/사회/환경)	●	30~31
	4.11 사전예방의 원칙과 접근방법 채택 여부, 채택방식	●	25
	4.12 경제/환경/사회 현장, 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브	●	82
	4.13 산업협회 등 국가별 국제적 정책기구 멤버십 획득	●	82
	4.14 참여한 이해관계자 그룹 목록	●	34
	4.15 참여할 이해관계자 식별 선정기준	●	34
	4.16 참여유형, 이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 참여 방식	●	34
	4.17 이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심주제와 관심사 및 대처방안	●	34~37

● 전체보고 ○ 부분보고 ○ 미보고 N/A 해당사항 없음

성과지표	GRI 공시 요구항목	보고수준	Page
경제	Disclosure on Management Approach		18
경제 성과	EC1	직접적 경제적 가치 창출과 배분	● 21
	EC2	기후변화의 재무적 영향	● 45~46
	EC3	연금지원범위	● 54
	EC4	정부 재정지원 수혜 실적	N/A 관련 없음
시장 지위	EC5	주요 사업장의 현지 법정 최저 임금 대비 신입사원 임금 비율	○ 52
	EC6	주요 사업장의 현지 구매 정책/관행 및 비율	● 21
	EC7	주요 사업장의 현지인 우선 채용 및 현지 출신 고위 관리자 비율	● 51
	EC8	공약을 우선한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동과 효과(지원 형태 구분 포함)	● 21, 69
간접경제효과	EC9	간접적인 경제적 파급효과에 대한 이해 및 설명	● 21
환경	Disclosure on Management Approach		38
원료	EN1	중량 또는 부피 기준 원료 사용량	● 43, 75
	EN2	재생 원료 사용 비율	● 42~44
에너지	EN3	1차 에너지원별 직접 에너지 소비량	● 43, 75
	EN4	1차 에너지원별 간접 에너지 소비량	● 43, 75
	EN5	절약 및 효율성 개선으로 절감한 에너지량	● 43, 75
	EN6	에너지 효율적이거나 재생가능에너지 기반 제품/서비스 공급 노력 및 해당 사업을 통한 에너지 감축량	● 45~49
	EN7	간접 에너지 절약 사업 및 성과	N/A —
용수	EN8	공급원별 총 취수량	● 43, 75
	EN9	취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원	N/A —
	EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율	○ —
생물다양성	EN11	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역 또는 주변 지역에 소유/임대/관리하고 있는 토지의 위치 및 크기	N/A —
	EN12	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역에서의 활동/제품/서비스로 인한 생물다양성에 미치는 영향	○ 42, 72
	EN13	보호 또는 복원된 서식지	N/A —
	EN14	생물다양성 관리 전략/현행 조치 및 향후 계획	N/A —
	EN15	사업 영향 지역 내에 서식하고 있는 국제자연보호연맹(IUCN) 지정 멸종 위기종(Red List)과 국가지정 멸종 위기 종의 수 및 멸종 위험도	N/A —
대기배출물, 폐수 및 폐기물	EN16	직접/간접 온실가스 총 배출량	● 43, 45, 75
	EN17	기타 간접 온실가스 배출량	● 45
	EN18	온실가스 감축 사업 및 성과	● 45~46
	EN19	오존층 파괴물질 배출량	● 42
	EN20	NOx, SOx 및 기타 주요 대기 오염물질 배출량	● 43, 44, 75
	EN21	최종 배출지별 총 폐수 배출량 및 수질	● 43, 44, 75
	EN22	형태 및 처리 방법별 폐기물 배출량	● 43, 44, 75
	EN23	중대한 유해물질 유출건수 및 유출량	● 없음
	EN24	비열 협약 부속서에 규정된 폐기물의 운송/반입/반출/처리량 및 해외로 반출된 폐기물의 비율	N/A —
	EN25	보고 조직의 폐수 배출로 인해 영향을 받는 수역 및 관리 서식지의 명칭/규모/보호 상태 및 생물 다양성 가치	● 42
제품 및 서비스	EN26	제품 및 서비스의 환경 영향 저감 활동의 성과	● 47~49
	EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	● 43~44
법규 준수	EN28	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비규전적 제재 건수	● 없음
운송	EN29	제품 및 원자재 운송과 임직원 이동의 중대한 환경 영향	● 46
전체	EN30	환경보호 지출 및 투자 총액	● 43, 75

● 전체보고 ● 부분보고 ○ 미보고 N/A 해당사항 없음

성과지표	GRI 공시 요구항목	보고수준	Page
노동	Disclosure on Management Approach		50
고용	LA1 고용 유형/고용 계약 및 지역별 인력 현황	●	51
	LA2 직원 이직 건수 및 비율(연령층/성별 및 지역별)	●	51
	LA3 임시직 또는 시간제 직원에게서는 제공하지 않고 상근직 직원에게만 제공하는 혜택(주사업장별)	●	54
노사관계	LA4 단체교섭 적용 대상 직원비율	●	57
	LA5 중요한 사업변동 사항에 대한 최소 통보기간 (단체협약에 명시여부 포함)	●	57
직장 보건 및 안전	LA6 노사 공동 보건 안전 위원회가 대표하는 직원 비율	●	58
	LA7 부상/직업병/손실 인수/결근 및 업무 관련 재해건수(지역별)	●	58
	LA8 심각한 질병에 관한 직원 및 그 가족 그리고 지역주민을 지원하기 위한 교육/훈련/상담/예방 및 위험 관리 프로그램	●	58
교육 및 훈련	LA9 노동 조합과의 정식 협약 대상인 보건 및 안전 사항	●	58
	LA10 직원 형태별 일인당 연평균 교육시간	●	52
	LA11 지속적인 고용과 퇴직 직원 지원을 위한 직무 교육 및 평생 학습 프로그램	●	—
다양성 및 평등한 기회	LA12 정기 성과평가 및 경력 개발 심사 대상 직원 비율	●	54
	LA13 이사회 및 직원의 구성 현황 (성/연령/소수계층 등 다양성 지표 기준)	●	30, 51
	LA14 직원 범주별 남녀 직원간 기본급 비율	●	51~52
고용	LA15 육아출산휴가 후 업무복귀율 및 보유율 (남녀별)	●	100%
인권	Disclosure on Management Approach	●	50
투자 및 조달관행	HR1 인권 보호 조항이 포함되거나 인권 심사를 통과한 주요 투자 협약 건수 및 비율	●	100%
	HR2 주요 공급/계약업체의 인권심사 비율	●	65
	HR3 업무와 관련한 인권 정책 및 절차에 대한 직원 교육 시수(교육이수 직원 비율 포함)	●	33, 53
차별금지	HR4 총 차별건수 및 관련 조치	●	없음
결사 및 단체 교섭의 자유	HR5 결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 업무 분야 및 해당 권리를 보장하기 위한 조치	●	57
아동노동	HR6 아동 노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 아동 노동 근절을 위한 조치	●	57
강제노동	HR7 강제 노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 강제 노동 근절을 위한 조치	●	57
보안 관행	HR8 업무와 관련된 인권 정책 및 절차 교육을 이수한 보안 담당자 비율	N/A	—
원주민 권리	HR9 원주민 권리 침해 건수 및 관련 조치	●	없음
평가	HR10 인권 감독 및 영향 평가를 실시하는 사업장의 비율 및 수	●	32~33
교정	HR11 공식적인 불만전달 메커니즘을 통해 소송제기/대응/해결되는 인권 관련 불만사항의 수	●	32~33
사회	Disclosure on Management Approach		50
지역사회	SO1 업무활동의 시작, 운영, 종료 단계에서 지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위와 실효성	●	69~72
부패	SO2 부패위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율	●	32~33
	SO3 반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	●	32~33
	SO4 부패 사건에 대한 조치	●	32~33
공공 정책	SO5 공공 정책에 대한 입장/공공 정책 수립 및 로비 활동 참여	N/A	—
	SO6 정당, 정치인과 관련기관에 대한 국가별 현금/현물 기부 총액	N/A	—
경쟁 저해 행위	SO7 부당 경쟁 행위 및 독점 행위에 대한 법적 조치 건수 및 그 결과	●	65
법규 준수	SO8 법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재 건수	●	65
지역사회	SO9 지역사회에 잠재적이거나 실질적으로 부정적인 영향을 미치는 사업장의 존재 여부	●	69~72
	SO10 사업장에서 지역사회가 미칠 수 있는 부정적 영향을 완화 및 보호하기 위한 장치	●	69~72

● 전체보고 ○ 부분보고 ○ 미보고 N/A 해당사항 없음

성과지표	GRI 공시 요구항목	보고수준	Page
제품책임	Disclosure on Management Approach		50
고객 건강 및 안전	PR1	제품 및 서비스의 라이프 사이클 상의 평가 실시 비율	● 61
	PR2	제품 및 서비스의 라이프 사이클 상의 규칙 위반 건수	● 없음
제품 및 서비스 라벨링	PR3	제품/서비스 라벨링 비율	● 47,61
	PR4	제품/서비스 라벨링 규칙 위반 건수	● 60
	PR5	고객만족도 평가 설문 결과 등 고객 만족 관련 활동	● 63~64
마케팅 커뮤니케이션	PR6	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 준수 프로그램	● 63~64
	PR7	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 위반 건수	● 없음
고객개인정보 보호	PR8	고객정보보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련한 불만 건수	● 64
법규준수	PR9	제품/서비스 공급에 관한 법률 및 규제위반으로 부과된 벌금 액수	● 없음

**GRI G3.1
가이드라인 적용 수준**

2014 LG하우시스 지속가능경영보고서는 GRI G3.1 가이드라인 지표 보고수준에서 'A+' 수준의 요구사항을 모두 충족 하였습니다. 또한 제3자 검증기관을 통해 본 보고서가 G3.1 가이드라인의 적용수준 중 'A+'에 적합함을 확인하였습니다.

			C	C+	B	B+	A	A+
표준 공시	G3.1 프로파일 공시	결과물	공시항목 1.1, 2.1-2.10, 3.1-3.8, 3.10-3.12, 4.1-4.4, 4.14-4.15		C레벨의 모든 항목과 1.2, 3.9, 3.13, 4.5-4.13, 4.16-4.17		B레벨과 요구사항 동일	보고서 외부검증
	G3.1 경영방식 공시	결과물	필요없음	보고서 외부검증	각 지표범주에 대한 경영방식(DMA)공시	보고서 외부검증	각 지표범주에 대한 경영방식(DMA)공시	
	G3.1 성과지표 및 산업별 부가지표	결과물	최소한 10개 이상의 성과지표를 보고해야 함 (경제, 환경, 사회지표를 각각 1개 이상 포함)		최소한 20개 이상의 성과지표를 보고해야 함 (경제, 환경, 사회지표를 각각 1개 이상 포함)		중요성의 원칙에 따라 모든 G3.1 핵심성과지표 및 산업 가이드 지표에 대해 a)보고 하거나 b)보고하지 않을 경우 그 이유를 설명	

Major Award Status and Activity Groups

주요 수상현황 및 활동단체

주요 수상현황

수상명	수상내역	주관기관	제품군/사업장
2013 Johnson Controls Supplier Award	Silver Performance	Johnson Controls, Inc.	자동차 원단
2020년 대한민국 산업을 이끌 미래 100대 기술과 주역 발굴(지속가능한 사회)	100대 기술 선정(연비성능개선 친환경 유무기 소재 기술)	한국공학한림원	자동차 소재
2020년 대한민국 산업을 이끌 미래 100대 기술과 주역 발굴(스마트한 사회)	100대 기술 선정 (농동적 환경 반응 소재 기술)	한국공학한림원	친환경 소재
2013 대한민국 마케팅 대상	친환경 마케팅 부문 대상	서울경제신문	마케팅
환경사고예방 우수사업장	환경부장관상(최우수상)	전국녹색기업협의회	청주공장
온실가스 저감 우수사업장	환경부장관상(최우수상)	금강유역환경청	청주공장

[2013 국내외 디자인 수상 내역]

수상명	수상 내역	사업부
IF Design Award	Flat Window	창호재
	Breathing Tile	장식재
	ART POP	하이막스
IDEA Design Award	Urban Window	창호재
	Stereoscopic Wallcovering	장식재
	Air-Purifying Wallcovering	장식재
대한민국 디자인대상	디자인경영 '대통령 표창'	디자인센터

주요 활동단체 및 협회

녹색기업협의회	대한산업간호협회	대한산업보건협회	대한산업안전협회
대한상공회의소	전국경제인연합회	한국공기청정협회	한국공정경영연합회
한국무역협회	한국바이닐환경협의회	한국상장회사협의회	한국소방안전협회
한국PR협회	한국화재보험협회	한국화학물질관리협회	한국환경산업기술원
환경보전협회	한국사회책임투자포럼		

OVERALL CONTROL

이동주 부장, 이동한 과장, 김영임 사원

BUSINESS & STRATEGY

민병기 차장, 임종안 과장, 강명부 과장, 손승엽 과장,
김신범 대리, 김수현 대리, 박진경 대리, 신창학 대리,
박새별 사원, 정명교 사원

HARMONY WITH NATURE, HUMAN AND SPACE

문한규 부장, 권상규 차장, 정성원 차장, 백경열 차장, 최태준 차장,
이균상 과장, 신용석 과장, 이광본 과장, 윤태영 과장,
안명기 대리, 이광현 대리, 민수홍 대리, 신영준 대리, 김영준 대리,
김희은 사원, 박소영 사원

DESIGN

신호희 과장, 민진기 대리, ㈜하니커뮤니케이션즈



LG하우시스 2014 지속가능보고서는 삼원특수지의 클래식클래스트 스티플(표지)과 무림제지의 르노와르(내지) 용지를 사용하였습니다. 이 용지들은 FSC(Forest Stewardship Council, 삼림관리협의회)로부터 친환경적으로 개발되고 관리된 산림 내에서 생산된 목재를 사용한 제품에만 부착되는 FSC 인증을 받은 친환경 용지입니다. 또한 FSC 인증을 받은 인쇄소에서 인쇄과정 중 발생하는 오염물질 발생량을 현저히 줄일 수 있는 콩기름 잉크로 인쇄하였습니다.

